

【閱讀 舞道】



X'MAS



柒號

2006.12.25-2007.01.07

人們用兔子狀的大耳朵假裝傾聽，  
用肉色耳朵裝飾自己。



閱讀・舞道



總編輯 劉佳雯

副總編輯 鄭凱達・邱婕如

美術總監 周靜宜

審定 張庭榕

活動執行 謝佳雯・鄭志誠・王瑞琳・徐聖傑・陳燕琳・林培鈺

網站管理 黃祥華・李伯鴻

財務 張瓊文

---

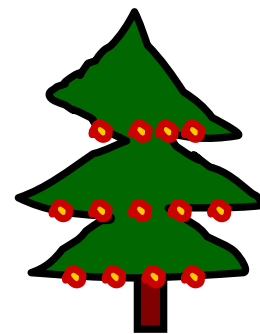
發行所 國立中山大學企業管理學系碩士班

西灣學人

創辦人 MBA95陳俊宇

MBA96負責人 林伯峰

---



# 序



有些話，我們寫在前頭

## 【閱讀。舞道】

### 讓道理隨我們起舞

「舞雩歸詠春風香，道貫古今學理詳。」舞道這份刊物，不僅希望運用「眼到、口到、耳到、手到、心到」等五到來體會道理的博大精深；更企求作為一個分享知識和經驗的平台，透過醇美的內容使所有閱聽者都能耽溺於所欲分享的種種新知和學識之中，隨我們翩然起舞！

**西灣學人**

一個知識與經驗分享的平台

<http://www.bm.nsysu.edu.tw/seawoun/>




# 推薦序



葉匡時 教授  
國立中山大學企業管理學系  
系主任

在Web2.0的時代，學習不再是單向傳播，知識的權威散落在各個角落。企管系碩士班在西灣學人上發行的【閱讀。舞道】充分反映Web2.0的精神。這是一份完全由同學們自主自發進行的電子刊物，通過這份刊物，中山企管碩士班的前後期同學被網路串連了，老師與學生共享學習樂趣，活動、新聞、知識在同一個平台上活動。我期待也相信中山企管系的力量會因為這份刊物而延伸到全世界。





西灣學人

<http://www.bm.nsysu.edu.tw/seawoun>



● 新知學人/ 雙週新聞

● 書香學人/ Mind Set !

● 書香學人/ 未來在等待的人才

● 創作學人/ 政治行銷操作

● 旅外學人/ 新加坡學生很拼，台灣呢？

● 職場學人/ 藍天電腦暑期實習心得

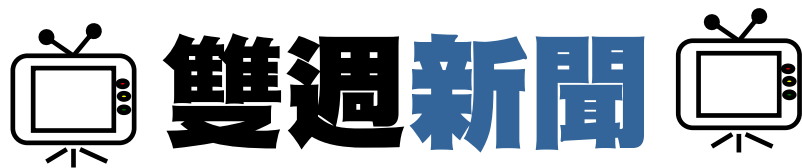
● 職場學人/ 用智慧裝扮自己



# 目錄

## Contents

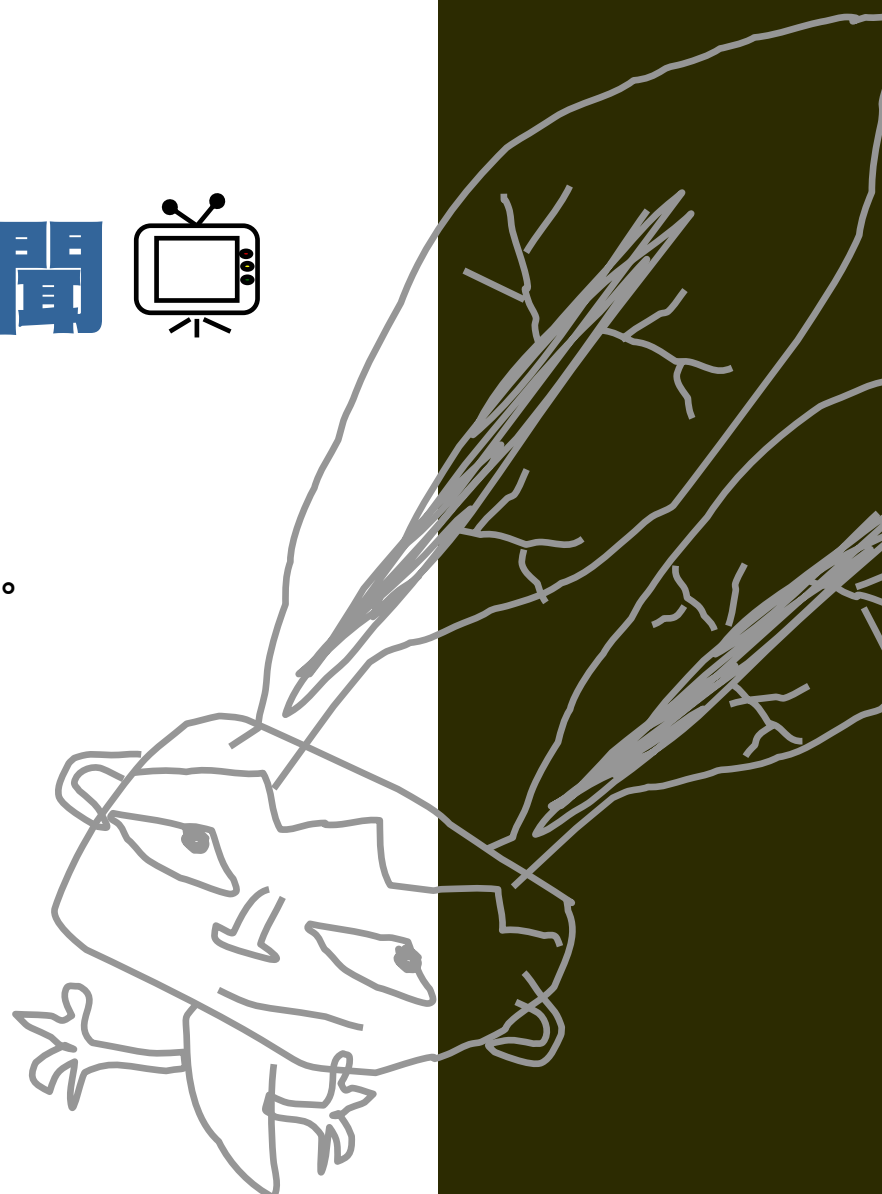




# 雙週新聞

跟上脈動，  
讓我們與這個世界同步運轉。

整理/鄭凱達  
國立中山大學企業管理學系  
碩士班二年級  
MBA96



## 唱片業臣服 MP3 EMI 推 MP3 格式單曲

2006-12-07/經濟日報

唱片業巨擘EMI公司12/5和Yahoo合作，推出多首MP3格式的新單曲，代表原來頑強排斥MP3格式於門外的唱片界，如今也不得不退一步面對現實，迎向市場潮流。

數位音樂格式MP3出現，讓音樂界嚐盡苦頭。業者宣稱，線上音樂下載始祖Napster出現至今，他們的銷售減少兩成。即使後來推出DRM格式，仍無法防堵盜版數位音樂。

## Google Books 中文版 找上博客來

2006-12-07/工商時報

Google Books的服務，簡單來說是利用搜尋引擎Google搜尋到各式已經出版的書籍資訊，透過這些訊息讓消費者可以循線找到網路書店去購書或是到實體的書店。

Google表示，Google Books即將推出中文版，據了解，首家合作夥伴為網路書店博客來，雙方希望在明年二月份國際書展時能夠對外公布該項服務。



## 臺灣將成液晶面板 全球最大產地

2006-12-07/英國《金融時報》

臺灣產業經濟與資訊服務中心 (Industrial Economics and Knowledge Center, IEK) 估計，臺灣今年將取代韓國，成為全球最大的液晶顯示器(LCD)平板生產地，到2006年底，臺灣LCD平板生產商的總收入將達到287.8億美元，而韓國為257.7億美元。

## 砸7億 Yahoo! 奇摩併購無名小站

2006-12-14/聯合報

Yahoo!奇摩12/13宣布併購國內最大的社群網站「無名小站」。

Yahoo!奇摩將取得無名小站100%股權，外傳併購價格高達2,200萬美元，約合新台幣7.11億元。預計明年第一季完成併購。

## 英國政府鼓勵企業 去監獄尋找熟練工人

2006-12-14/英國《金融時報》

英國某些領域的熟練工人目前嚴重短缺，導致英國政府鼓勵企業到該國監獄中尋找訓練有素的工人。根據英國政府昨日公佈的計畫，雇主將可以要求監獄管理機構根據其需要，向犯人提供技能培訓。

英國教育大臣表示，此舉旨在「為雇主和犯人創造雙贏局面，同時還能通過減少犯罪，來保護公眾」。

## 免費更換Wii手柄腕帶 任天堂發佈緊急召回

2006-12-15/華盛頓郵報

2006-12-16/紐約時報

2006-12-21/電子工程專輯

任天堂在該公司網站上宣佈，將召回此前不久在美國和日本上市的遊戲機Wii的手柄--Wii遙控器附帶的腕帶。該腕帶的掛繩強度不夠，在遊戲中可能發生斷裂。

## 時代風雲人物 你，建構網路，驅動世界

2006-12-18/聯合報

時代雜誌今年的「風雲人物」是「你」(You)，理由是由你我共同建構參與的網路內容飛速成長，影響力無遠弗屆，已成為驅動現代世界的一大力量，肯定每個「你」的資訊時代主人地位。

而最能代表網民建構內容的，則是部落格、影音檔案分享網站YouTube和社交網站MySpace。

## 1000 美國企業董事 身涉期權倒簽醜聞

2006-12-18/英國《金融時報》

由三位大學老師進行的一項新研究表明，逾1,000位美國企業董事通過存在爭議的股票期權倒簽做法獲益，增加了自己的收入。此項調查將開啟一個醜聞的另一面，該醜聞正在美國企業界迅速蔓延。

期權倒簽醜聞牽扯到了近200家企業，目前已有數位首席執行管引咎辭職。

## EBay計劃關閉 在中國的主網站

2006-12-19/華爾街日報中文網路版

2006-12-19/紐約時報

2006-12-20/英國《金融時報》

知情人士透露，EBay計劃關閉在中國的主網站，與互聯網門戶網站和無線業務運營商TOM Online合作運營一家新的網站。在中國，EBay一直難以抵擋來自以阿里巴巴網站為首的拍賣對手的競爭。

知情人士表示，與TOM線上的合作並不意味著EBay將退出中國市場。

## 服務型機器人產業萌芽 日本廠商腳步積極

2006-12-21/電子工程專輯

在大阪舉辦的「International Next-Generation Robot Fair IRT Japan 2006 — Robot and Information Technology」展會，是首場展示目前及未來的服務型機器人。

除了有具備人工智慧並用兩條腿行走的人形機器人，該展會上亮相的許多機器人仍在初期開發階段，並不具備人形。

## 泰國股市大跌 政府被迫撤銷外資管制

2006-12-20 2006-12-21/

英國《金融時報》

華爾街日報中文網路版

泰國政府為阻止全球資金湧入國內抬高泰銖匯率，於12/18晚間宣布金融機構將必須扣留30%的外匯交易達一年的時間，以遏止外匯的炒作。這個措施使曼谷證交所12/19以15%的跌幅收盤，為1990年以來最大單日跌幅。

泰國財政部長12/19晚間宣布縮小資本控制的範圍，對外國投資者的股市投資將不適用繳付30%保證金的規定。不過，投資債券和其他債券類產品的外國投資者仍需遵守原來的規定。

泰國股市12/20大漲11.2%，同時，泰國經濟決策者將市場混亂的原因歸咎於「誤解」，並正試圖消除其影響。

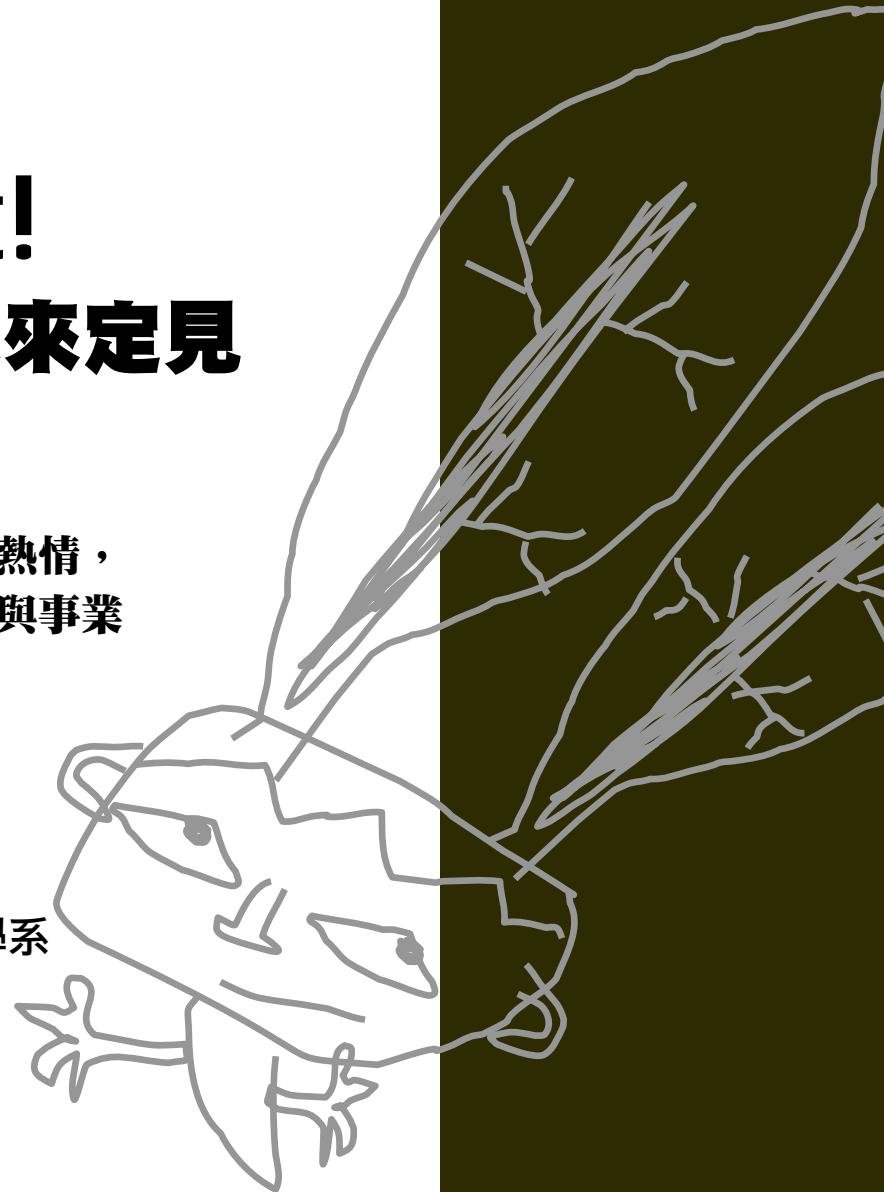
不過很多分析師表示，泰國央行朝令夕改的做法破壞了海外投資者對泰國政府的信任。

# Mind Set!

## 奈思比11個未來定見

以赤子之心專注在自己的熱情，  
化繁為簡，改造你的人生與事業

整理/邱婕如  
國立中山大學企業管理學系  
碩士班二年級  
MBA96



「是帽子，還是蛇吞象？」

這是《小王子》的第一頁。一位六歲小男孩畫了生平第一幅畫，他非常清楚自己畫的是蛇吞象，但是其他大人看到的卻是一頂帽子，他得再畫一張透視畫來解釋，大人們才恍然大悟。只有小王子和他一樣，第一眼就看出那是蛇吞象。這幅畫說明了我們的「看」法受限於我們的想法，一旦我們拋開桎梏，看到的就會是蛇吞象。

處於資訊橫溢的洪流裡，人人都渴

望能有一個簡單的架構、可以觀察的趨勢，與可掌握的未來。然而，混亂、急促的世局，讓我們每日渾渾噩噩，無法跳脫過去慣性的思維。於是，我們以為這個世界瞬息萬變、無從掌握。我們該如何從眾聲喧嘩的龐雜資訊中，抽絲剝繭以遇見未來？

本書作者趨勢大師奈思比，整理自己多年來的趨勢觀察經驗，告訴讀者如何建立11個定見，並將這11個定見運用在資訊收集、分析判斷與預測未來趨勢。

這11個未來定見是：

- 1.不是所有事都在改變。
- 2.未來就從現在開始。
- 3.不要輕忽了統計數字。
- 4.盡情想像，別怕出錯。
- 5.未來就像一個拼圖。
- 6.不要走太快了。
- 7.變革，就要端出牛肉。
- 8.演變是需要時間的。
- 9.把握機會，不要急著解決問題。
- 10.要懂得去蕪存菁。
- 11.科技，始終來自人性。

本書主要分為兩個部分，第一部份先介紹11個定見，第二部分則是提供解答，並描繪世界未來的主要趨勢為何，以及對我們事業與生活的影響，以便在迷局中撥雲見日。

奈思比認為，我們對事情抱持的觀念或是採取的認知思維，其作用就如同飛機雙翼的切風角度，目的就是要以特定角度獲得最大的飛行速度。所以，如果我們的觀念、思維偏離了世界未來的趨勢走向，不論多麼勞心勞力，一切作為終將事倍功半，更不要說預測趨勢了。



透過奈思比循序漸進的11個定見，  
轉個念頭，就能如趨勢大師般洞燭  
機先，看見未來，掌握趨勢。



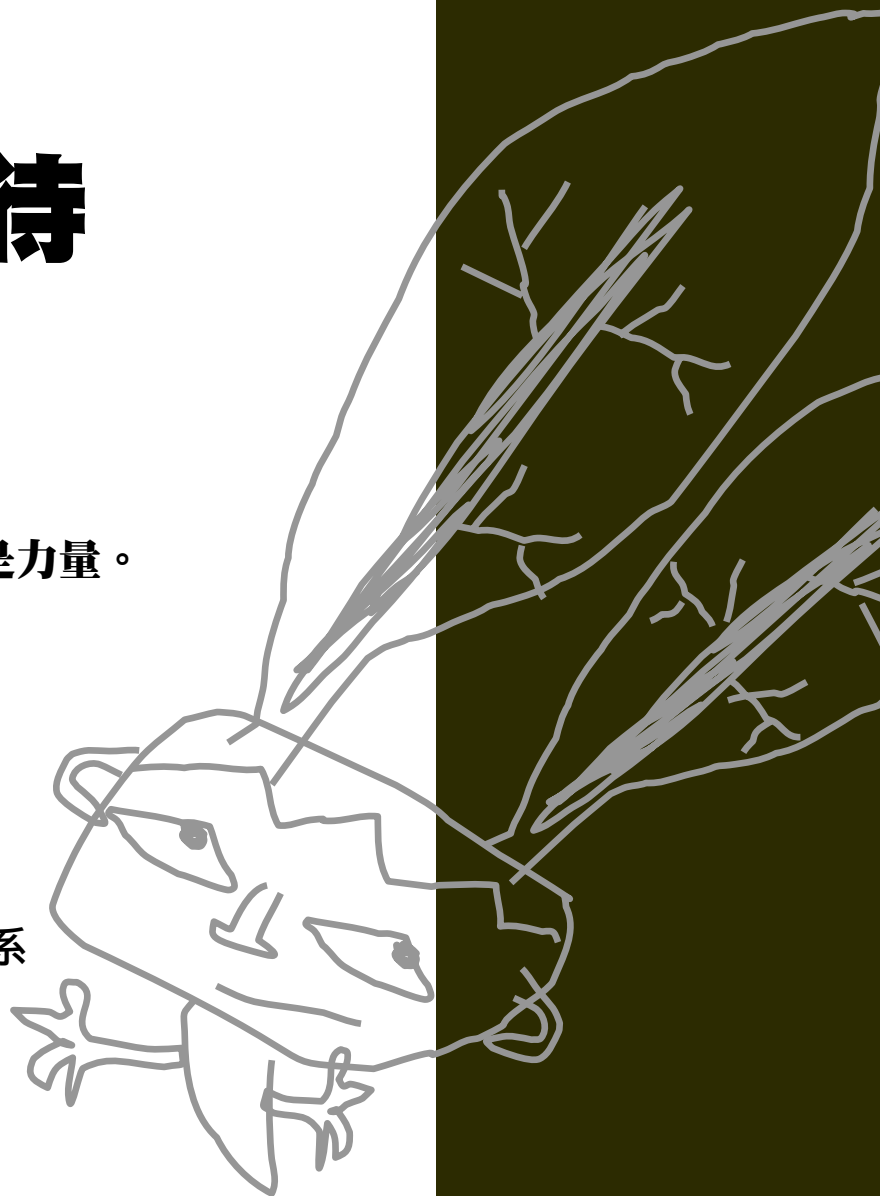
資料來源：誠品網路書店網站

**書名**/Mind Set !  
奈思比11個未來定見  
Reset Your Thinking and  
See the Future  
**作者**/約翰·奈思比  
(John Naisbitt)  
**編譯者**/潘東傑  
**出版社**/天下遠見出版  
股份有限公司  
**出版日期**/2006.11.30  
**商品語言**/ 中文/繁體

# 未來在等待 的人才

知識不再是力量，感性才是力量。  
今後全世界渴望的人才，  
需要六種感性能力。

整理/邱婕如  
國立中山大學企業管理學系  
碩士班二年級  
MBA96



台灣諾華藥廠亞太地區人力資源總監陳文堂先生在十二月十九日於中山發表了一場感性又激勵人心的精彩演講，在演講中，陳總監認為未來的人才必須具備「A Whole New Mind」，也就是「六種攸關最近的未來有無前途的關鍵性能力」，即：

- 一、不只有功能，還重設計。
- 二、不只有論點，還說故事。
- 三、不只談專業，還須整合。
- 四、不只講邏輯，還給關懷。
- 五、不只能正經，還會玩樂。
- 六、不只顧賺錢，還重意義。

隨著時代的演進，未來職場上對於人才的需求也將有所改變。本書告訴我們：當今社會已從講求邏輯、循序性與計算效能的資訊時代，轉化為重視創新的後資訊時代，知識已不再是力量。高感性與高體會才是入主高報酬階級的必要特質。

「高感性」是指觀察趨勢和機會，以創造優美或感動人心的作品，編織引人入勝的故事，以及結合看似不相干的概念，轉化為新事物的能力；「高體會」則是指體察他人情感，熟悉人與人微妙互動，懂得為

自己與他人尋找喜樂，以及在繁瑣俗務間發掘意義與目的的能力。這兩點，將是未來主宰職場的核心元素。設計、故事、整合、同理心、玩樂與意義，則是影響高感性與高體會的六項因素，這些能力皆受右腦操控，可以幫助我們創造扣人心弦、引人入勝的事物。

**一、不只有功能，還重設計。**光是提供堪用的產品、服務、體驗或生活型態，已經不夠了。如今無論為賺錢或為成就感，都必須創作出好看、獨特，或令人感動的東西。

**二、不只有論點，還說故事。**現代人面對過量資訊，一味據理力爭是不夠的。總有人會找到相反例證來反駁你的說法。想要說服別人、灌輸資訊，甚至說服自己，都必須具備編織故事的能力。

**三、不只談專業，還須整合。**工業時代和資訊時代需要專業和專才，但隨著白領工作被外包出去，或被軟體取代，與專業相反的才能也開始受到重視：也就是化零為整的整合能力。今日社會最需要的不是分析而是整合——綜觀大趨勢、跨越藩

籬、結合獨立元素成為新好產品的能力。

**四、不只講邏輯，還給關懷。**邏輯思考是人類專屬能力之一。不過在資訊爆炸、分析工具日新月異的世界裡，光靠邏輯是不行的。想在未來繼續生存，必須了解他人的喜好需求、建立關係，並展現同理心。

**五、不只能正經，還會玩樂。**太多證據顯示多笑、保持愉悅心情、玩遊戲和幽默感，對健康與工作都有極大好處。當然該嚴肅的時候要嚴肅，不過太過正經對事業不見得有

益，對健康更有害。在感性時代，無論工作還是居家，都需要玩樂。

**六、不只顧賺錢，還重意義。**我們生活在一個物質極為充裕的世界。無數人因此掙脫了營生桎梏，得以追求更深層的渴望：生命目的、出世意義，以及性靈滿足。

本書特別強調這六項因素都是人類與生俱來、人人皆可掌握的能力，本書目的即是在幫助讀者發掘並統合這些能力，以成為「未來在等待的人才」。



資料來源：誠品網路書店網站

書名/未來在等待的人才

A Whole New Mind:

Moving from the Information  
Age to the Conceptual Age

作者/丹尼爾·品克

(Daniel H. Pink)

編譯者/查修傑

出版社/大塊文化出版

股份有限公司

出版日期/2006.08.01

商品語言/中文/繁體



實在 清廉 好市長

# 政治行銷操作

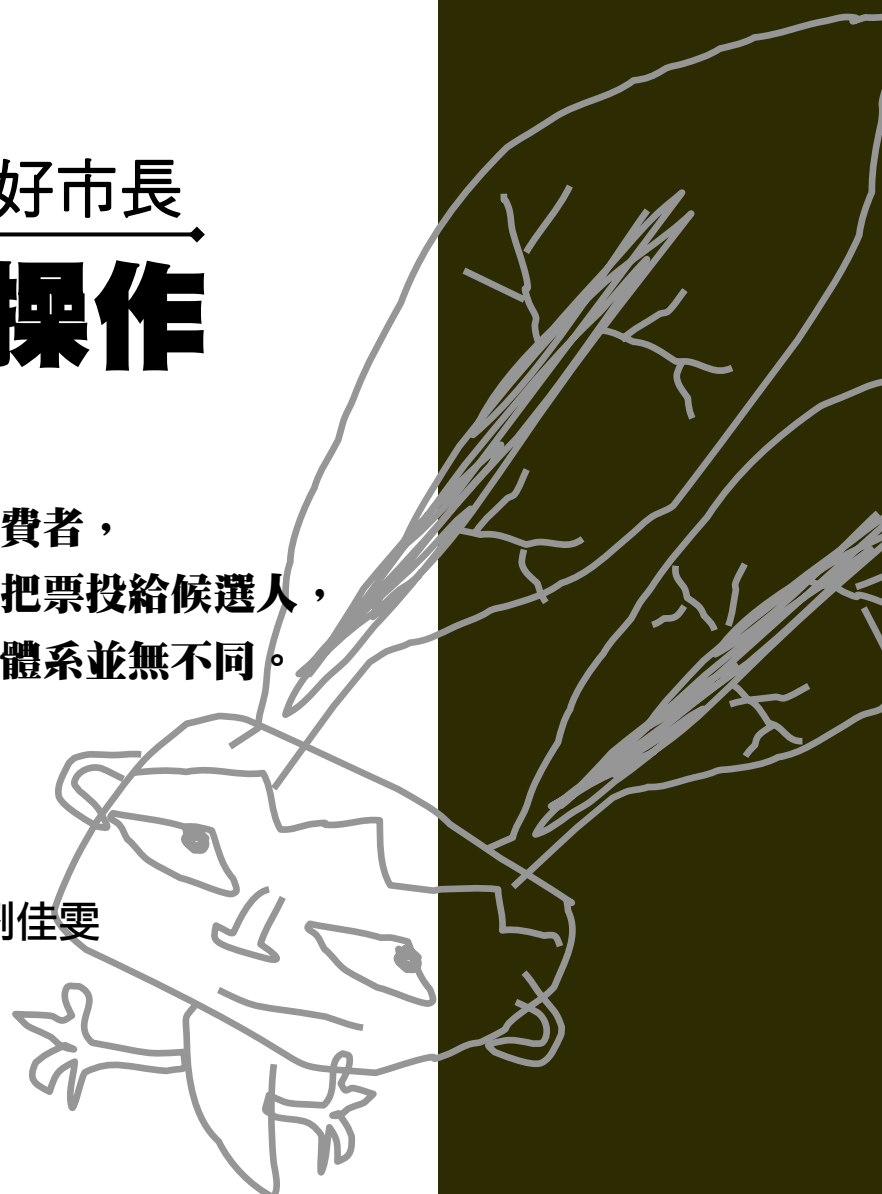
行銷的目的在於將產品賣給消費者，  
政治行銷的目的則在於讓選民把票投給候選人，  
政治運作過程與商業市場交換體系並無不同。

文/ 黃俊英教授指導學生  
林培鈺 · 王心宜 · 王典宸 · 劉佳雯  
國立中山大學企業管理學系  
碩士班二年級

MBA96



創作學人



## 前言

由於政治競爭激烈，導致政治市場出現專業行銷、公關公司和專業人才來協助政治人物、政府及政黨，讓他們的政策、主張得以宣揚。儘管激烈的北高市長選舉剛剛才結束，但可能很多人不知道參選高雄市市長選舉的黃俊英教授，目前仍是中山企管研究所所上的兼任教授，並曾擔任中山大學管理學院院長與教務長。身為黃老師指導學生的我們，在此避開敏感的政治性話題，僅以這次的選舉為例跟大家分享政治行銷的操作手法與過程。

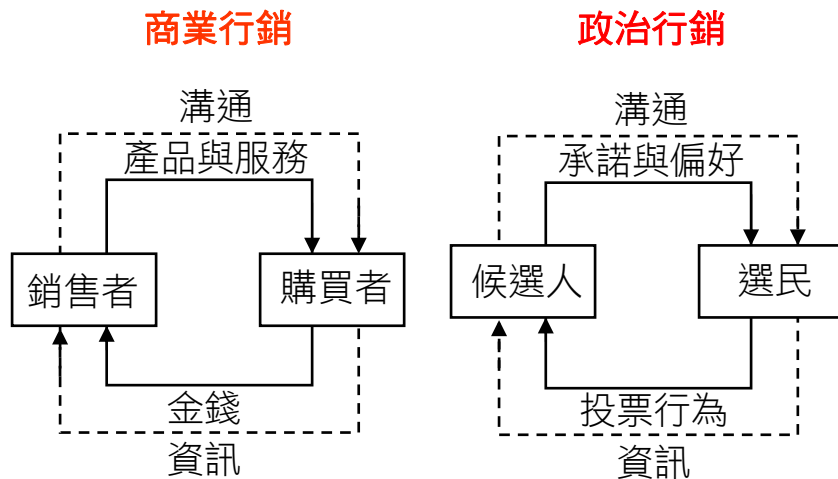
## 政治行銷

學者吳方銘（2002）指出，選舉作為政治活動的一環，是政治的概念，也是市場的概念；經濟學家熊彼得（1976）揭示了「政治市場」的概念，意謂著政治運作過程的性質與商業市場交換體系並無不同。

行銷的目的在於將產品賣給消費者的過程更加平順，政治行銷的目的則在於讓選民把票投給候選人。因此不難發現行銷企劃人員與選戰策劃人員，所面臨的交易行為與交換行為其實具有相同的特性。



Kolter (1975) 曾經對行銷在商業與選舉的過程提出一比較模式（圖一）。在商業過程中，銷售者提供產品與服務，購買者付出金錢；在選舉過程中，候選人提出承諾與偏好，選民則把票投給候選人。



圖一 商業與政治行銷之比較

因此，可將政治行銷定義為：「對於有關政治體系內之需求與支持行為，可使用行銷手段以達成運用行銷群體所預期之結果的一切相關活動」。政治行銷的範圍廣泛，包括政黨行銷與選舉行銷。學者Kotler & Mauser & Lamb認為，政治行銷與選舉行銷的內涵並無太大的差別，因此本文採取凡論及政治行銷，即指選舉行銷之說法。

### 政治行銷模型

對於政治行銷管理，學者Newman在1994年提出政治行銷模型來說明

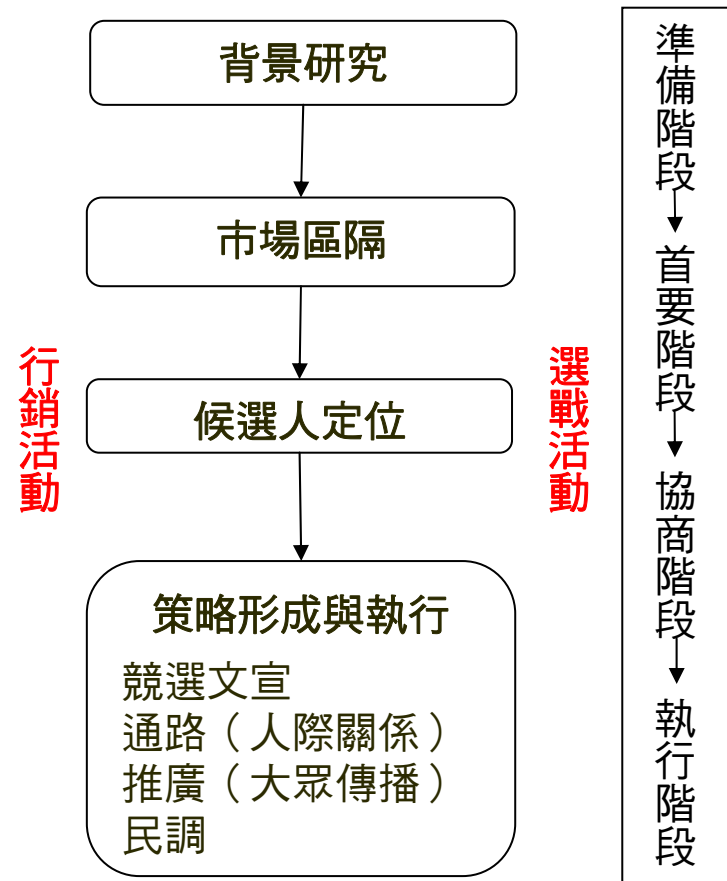
政治行銷策略發展與執行的過程。政治行銷模型共分為行銷活動與選戰活動兩區塊；行銷活動指引選戰活動，產生政治行銷的行為。本文採取Newman提出的模型，加上「研究背景」的分析，以黃俊英老師參選高雄市市長為例，來說明政治行銷管理過程。

## (一)研究背景

### 1.外部分析

#### (1) 民進黨為目前執政者

自謝長廷當選第二屆高雄民選市長



圖二 Newman政治行銷模型

以來，民進黨在高雄市有八年的執政經驗，由於謝長廷的政績不錯，加上民進黨長期深耕南部選民，使得高雄長期以來一直被視為泛綠選區；另一方面，由於民進黨為目前執政者，更可運用市府資源。

## (2) 一般民眾對貪腐議題更為重視

由於近日大環境普遍瀰漫反貪腐的氣氛，第一家庭弊案纏身，包括涉嫌內線炒股、SOGO禮券案等，第一夫人吳淑珍更因國務機要費被起訴，加上高雄捷運弊案，使得民眾更為在意政治人物的清廉和操守，

並且重視反貪腐的議題。

## (3) 高雄市選民差異

南部選民較注重所謂的「本土化」，在此的「本土化」並非純粹指統獨情結，而是在乎「搏感情」的作法，南部選民需要對政治人物擁有認同感，這和北部選民較重視理性分析有顯著不同，因此使得選民結構因地區別有一定的差異。

## (4) 政黨及競選組織

候選人雖然是選舉過程中的主角，但是欲獲得最後勝利，卻有賴於整

體競選組織的團隊合作，因此競選組織的運作與管理在競選過程中十分重要，競選組織成員包括：專業競選成員、黨工及政治人物、具社會地位及名望人士、候選人親友、後援會成員、社團組織、各地樁腳、學者、義工、學生等，一個成功的競選組織，應擁有各類不同階層的成員，才能為候選人爭取不同選民的支持。而黃俊英老師由於是國民黨所提名之候選人，又國民黨身為國內的第一大黨，黨內資源十分豐富，可以給予黃俊英老師在競選時相當多的支援與後盾，再加上

老師長期深耕高雄，所以有很多支持的民眾自願加入競選組織，義務為老師助選。

## 2.內部分析

### (1) 學者出身

公費留學在美國密西根州立大學取得博士學位，專攻企業管理及行銷學，先後擔任中山大學管理學院院長、教務長，以及義守大學副校長等，不但學識豐富，在實務運用上又有一定經歷，加上溫文儒雅的學者風範，讓民眾多半持正面觀感。

## (2) 政務官經驗豐富

先後擔任行政院研考會延展處處長、副主委，更在民國83年擔任高雄市第一屆民選市長吳敦義的副市長，對高雄市政、市民所需有相當了解；並且在高雄的經濟困境和失業率等議題上有充分見解，整體而言政務官經驗堪稱豐富。

## (3) 個性誠實、正直、勇於承擔

由於老師自幼家境便不好，卻也養成了堅毅、勇敢的氣魄，雖然常給人溫和、理性、斯文的外表印象，

但卻有抗壓性高、處事明快、意志堅定的特質，並且做人實在、做事認真。

## (4) 個性溫和

由於個性溫和、老實、守規矩，面對對手的批評或攻訐也不會口出惡言，打不還手、罵不還口；但台灣目前的選舉情勢變化相當快速，敦厚、不具攻擊性的特質可能會失去許多機會，使得黃俊英老師面對競爭者時相當吃虧。

## (5) 領袖魅力不足

由選舉語言來看，南部鄉親要的是一種認同感，甚至是一種江湖氣味，選民們在乎的是和選民直接的感情聯繫；而黃俊英老師溫良恭儉讓的態度，以及學者風範可能造成距離感，相較於競爭者較缺乏明顯的特色。

就以上針對黃俊英老師在競選高雄市長時的內外部分分析歸納出老師所面臨的機會與威脅，以及相較於競爭對手的優劣勢：

表一 黃俊英老師SWOT分析

優勢	劣勢
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 結合豐富學術知識與政務官經驗，能夠深切了解高雄市未來發展的方向。</li> <li>2. 個性清廉正直，符合目前選民重視的首長特質。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 個性過於溫和不具攻擊性在台灣獨特的選舉文化中較為吃虧。</li> <li>2. 領袖魅力不足，較無法吸引選民注意，及南部鄉親的認同感。</li> </ol>
機會	威脅
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 執政黨近來貪腐風波不斷，引起一般民眾對貪腐議題的重視，因此政黨輪替的呼聲四起。</li> <li>2. 由於親民黨在此次高市長選舉中並未提名人選，使得所謂的泛藍資源在高雄地區得以及集中運用</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 民進黨在高雄已經執政八年，也有相當程度的政績與支持者。</li> <li>2. 南部選民一直以來受到意識形態的分化，普遍被視為泛綠支持者。</li> </ol>

## (二)市場區隔

在政治行銷中市場區隔指的是：

「一個將選民區分成不同群體，以便針對這些群體傳遞不同說服訊息的過程」。例如：候選人在競選時將社會某個階級劃分為重要的區隔市場，以便傳遞「正確」的訊息給這個區隔的選民。然而在進行區隔時的首要工作是要藉由研究「選民的行為模式」來了解選民的需求 (Newman & Sheth, 1987)，並加以區隔，之後再針對重要的區隔市場傳遞訊息。近來在政壇上不斷有貪污、黑金等醜聞案爆發，引起社

會大眾的不滿，社會各界也開始重視政治人物的清廉與否的議題，因此「是否重視候選人個人特質」也成為一項區隔選民的變數。另外，由於每個地理區的環境、建設、發展等對於身處那個區域的居民息息相關，因此地理區一向都是相當重要區隔變數。而黃俊英老師在這次的高市長選舉中也有依據地理區作為區隔變數，將高雄分為旗津區、前金新興區、苓雅區、前鎮區、小港區、鹽埕區、鼓山區、左營區、楠梓區、三民區等十區，並依各地方的發展需求提出不同的政見，希望爭取到最多的選票。

### (三)候選人定位

在政治行銷中，候選人定位必須針對目標區隔選民，考量本身與競爭者的優劣勢，發展一系列的象徵性意象，清楚地告訴選民「我是誰」、「我的立場與遠景為何」，以此建立與其他競爭對手的差異。因此綜合上述原則，黃俊英老師在這次的選戰中便把握目前大眾皆重視執政者個人清廉特質的機會，並且結合其一直以來給予人誠實、正直等的良好形象，將自己定位為「實在 清廉 好市長」。另外老師也以其博士、學者的專業形象提出

高雄未來經濟發展與城市建設的重要性，將這次選舉的主軸定調為打造一個「幸福·繁榮·世界的高雄」，希望透過經濟改善與城市規劃將高雄推向國際程式之列。

### (四)策略形成與執行

在一般商品的行銷戰術階段，行銷策略指引著包含產品、價格、通路以及推廣這4個P；而在政治行銷管理的戰術階段，我們採取Newman (1994)所提出政治行銷的4p來做說明，包含競選文宣、通路、推廣與民調，候選人可以利用這四個P來



對目標區隔選民行銷、鞏固訊息及選民心中形象的工具。

## 1. 競選文宣

### (1) 目的

競選文宣就相當於政治行銷中的產品，因為競選文宣是表達候選人政見與政治訴求的內容，因此候選人每一次選舉競選文宣的內容表現就是候選人政治理念的表達。

### (2) 實際操作方式

一般說來候選人所提出之「競選政

見」即為候選人主要的競選文宣，也就是其政治訴求的表達。就本次高雄市長選舉，黃俊英老師所提出之主要12項市政承諾以及針對高雄市各行政區所發表的政見等都為老師的主要競選訴求。表二即為黃俊英老師依據「幸福·繁榮·世界的高雄」的市政願景，針對高雄市各行政區及幾個主要族群所提出之部分政見：



▲ 競選文宣

表二 黃俊英老師所提出的部分政見

市場區隔變數		實際政見
地理區	旗津區	海岸遊憩觀光島—打造亮麗嶄新的旗津海鮮街
	前金、新興區	商業辦公核心區—大幅提高觀光夜市的可及性及在地特色
	苓雅區	文教娛樂好水岸—促進三多商圈銜接至水岸的都市再發展
	前鎮區	物流增值經貿區—前鎮河復育並設置沿岸綠帶及人行道
	小港區	海空樞紐產業帶—引進新型產業園區，擴大海空樞紐機能
	鹽埕區	風華再現繁榮城—羅曼蒂克的幸福水岸都市設計
	鼓山區	秀山麗水遊憩區—發展觀光水岸、港灣主題博物館群
	左營區	健康文化新門戶—整合世運主場館發展為國家體育園區
	楠梓區	綠色創意科技城—成立中油轉型或遷廠因應小組
	三民區	宜商宜居新都心—尖美商圈再生計畫
老年長者	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 建立社區老人照護服務網、推動長期照護系統。</li> <li>2. 發放每月3000元敬老福利金，重陽節敬老福利金，由800元提高到1000元以上。</li> </ol>	
身心障礙者	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 提高身心障礙者補助費，發放重度障礙家屬照顧津貼。</li> <li>2. 落實無障礙空間及無障礙工作環境。</li> </ol>	
年輕學子	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 每年選派100位青年出國遊學留學。</li> <li>2. 舉辦青年百萬創業競賽，並由得獎者擔任計畫主持人。</li> <li>3. 補助中低收入戶大專青年畢業後兩年內助學貸款利息。</li> </ol>	
婦女	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 提供職業婦女及單親媽媽托嬰、托幼、托老等服務網站。</li> <li>2. 協助特殊際遇婦女、外籍及大陸配偶，解決生活適應和就業困難問題。</li> </ol>	

## 2. 通路

### (1) 目的

對於政治行銷通路，Schultz（1993）說，在競選文宣的接觸途徑上，找出最能夠影響和說服民眾的關鍵點，是候選人在文宣規劃最重要的一環。鄭自隆（1994）也指出，競選文宣品的設計和製作雖然很重要，但如何可以將文宣的內容傳達給選民，是文宣是否可以發揮其效果的關鍵。

### (2) 實際操作方式

政治行銷競選文宣通路包括：

#### A. 平面文宣通路

一般常見的平面文宣通路，包括報紙、雜誌廣告、大型看板、海報、及發閱的傳單、小冊子、名片等。例如，黃俊英老師在這次競選中運用各式的平面文宣，包括名片、手冊、便條紙及大型看板、海報等傳遞其「清廉、實在」的形象。



▲ 宣傳名片



◀ 宣傳看板



◀ 便條紙



◀ 故事小手冊

## B. 電子文宣通路

凡是能夠傳達訊息的電子媒體，包含電視、廣播等，皆是電子文宣通路。黃俊英老師在競選期間，也經常透過電台或電視廣告；或是上一些電台或電視節目來傳遞政見、增加曝光度。



▲ 港都電台專訪

## C. 網路文宣通路

網際網路的興起提供一項新興的宣傳通路，除了一般的候選人都會架設「官方網站」外，近來由於部落格的流行更是造成一股「部落格行銷」

的風潮。黃俊英老師在這次的競選中也有開設一個專屬的部落格，部落格中除了能夠提供更多與黃老師有關的訊息之外，還能夠藉由選民主動的留言達成更大的口碑宣傳效果。



### ▲ 競選部落格

## D. 口語文宣通路

口語傳播管道為政治行銷中相當重要的通路，由競選組織中的工作人員其他支持者或是地方性的組織人士在計程車、菜市場等進行口語傳播傳遞消息，達到打擊對手為自己造勢的目的。

### 3.推廣

#### (1)目的

說服選民接受候選人所提供的競選文宣的溝通過程；它的重點在於將候選人所提供的競選文宣之優異性（差別優勢）傳達給目標選民，並採取主動積極攻勢為主的宣傳戰及文宣戰，促使選民採取行動。

#### (2)實際操作方式

政治行銷中的推廣就如同通路，所有可以傳遞訊息的管道都是宣傳管道（包含通路部分論及的平面文宣

通路、電子文宣通路、網路文宣通路和口語文宣通路），一般競選人所採取的推廣方式包括下列幾點：

#### A.大小眾媒體的運用

大眾媒體是指電視、報紙、廣播、雜誌等主流媒體；而小眾媒體則包含傳單、夾報、貼紙、看板、贈品等有區域性限制的宣傳媒體。運用其中任何通路執行廣告，皆為候選人的推廣活動。

#### B.促銷

促銷的主要目的就是要消費者「立

即指名購買」，而一般選舉常用的促銷方式有：

### a. 演講

黃俊英老師在選前也會舉辦一些造勢演講，希望藉由感性的演說能夠搏取更多的選票。

### b. 出席各種場合增加曝光機會

黃俊英老師在競選期間，經常藉由出席各種高雄市的活動場合來增加曝光度並向選民拜票。



▲ 造勢晚會宣傳



◀ 果菜市場拜票



◀ 美術館拜票



◀ 參加慈濟活動

## c.參加街頭群眾運動

黃俊英老師競選團隊，在12/3日舉辦以「拒絕貪腐、高雄第一」為名的遊行活動，來宣示其反對貪腐的清廉形象。



▲ 全民拚經濟大遊行



## d.舉辦娛樂性聯歡會



▲後援會成立晚會



▲參加獅子會餐敘

## e.政見發表會

政見發表會是候選人最直接且公平的宣傳機會，因此候選人應該善用政見發表會的時間，積極向選民傳達最明確最有力的政見。

▲ 電視辯論



## f.發動名人推薦



◀ 馬英九助選



◀ 百位教授共同推薦

## C.人員推銷

選舉中的人員推銷就是要向選民推銷「候選人」，其功能包括助講及拜訪選民。像是現在的候選人在競選時都會邀請黨內輩分較高或是影響力較大的名嘴組成助選團來為其助選。例如此次高雄市長競選期間，現任台北市市長兼國民黨黨主席馬英九即為黃俊英老師最有影響力的助選員之一。

## D.事件

事件在行銷上的基本意涵是企業整

合本身的資源，透過具有企劃力和創意性的活動或事件使其成為大眾關心的議題，吸引媒體報導；近來在競選中，利用事件造勢來行銷候選人的應用也越來越廣泛。

## 4. 民調

### (1) 目的

民調除了解候選人與對手的優勢與劣勢，主要功能是藉由資料的收集、研究與分析來發展和測試新的想法，確認想法是否可成功發揮作用，用以不斷了解目標選民需求。

### (2) 實際操作方式

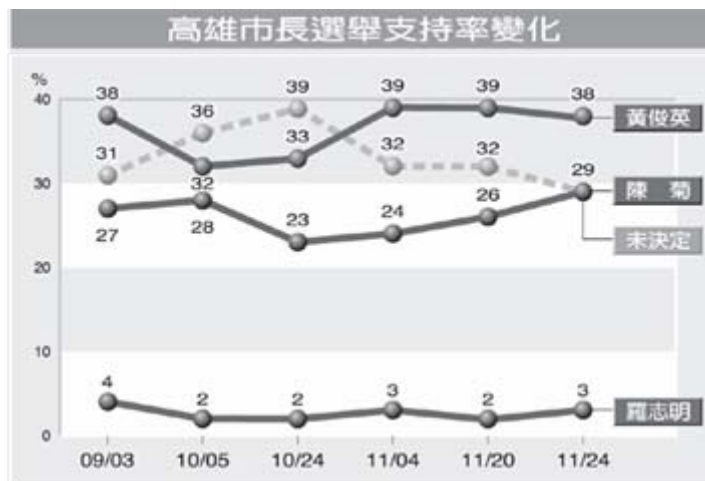
12月9日的選舉結果，陳菊得票率49.41%、黃俊英得票率49.27%、羅志明的得票率0.86%。表三為此次高雄市長競選期間，各大報紙與電視媒體所做的民調變化。

觀察台灣地區競選期間民調，由於民眾政黨對立情況相當嚴重，加上台灣媒體大多有各自支持的政黨，而沒有保持中立的立場，故在進行選舉民調時其立場的些微偏頗。如自由時報的民調是陳菊 34.06 % vs. 黃俊英 34.38 %；TVBS的民調陳菊

表三 選舉期間報紙與電視媒體所進行的民調之變化



調查機構	調查時間	陳菊 (民)	黃俊英 (國)	羅志明 (台聯)	未決定	其他
聯合	11/04	24%	39%	3%	32%	2%
	11/20	26%	39%	2%	32%	1%
	11/24	29%	38%	3%	29%	1%
	12/02	27%	39%	2%	32%	0%
中時	11/04	23.20%	45.70%	2.80%	27%	1%
	11/23	29%	40.50%	1.30%	28.10%	1%
	11/30	29.60%	44%	1.10%	24.80%	1%
	12/04	29%	42.70%	1.30%	26.20%	1%
自由	12/04	34.09%	34.38%	1.14%	24.72%	6%
年代	10/27	31.10%	35.80%	1.80%	31.40%	0%
	11/23	28.10%	39%	2.70%	30.20%	0%
	11/25	27%	43.30%	2.10%	27.20%	0%
	11/27	26.32%	41.28%	2.64%	29.52%	0%
東森	11/03	29.60%	37.50%	-	-	33%
	11/17	30%	38.40%	-	-	32%
	11/24	28.50%	41.20%	-	-	30%
TVBS	10/24	30%	49%	2%	19%	0%
	11/05	29%	52%	2%	16%	1%
	12/04	31%	51%	2%	16%	0%
	12/06	36%	50%	2%	11%	1%



註／圖中數字為百分比，不含其他參選人及未回答之比率

資料來源(圖)／聯合報系民意調查中心

資料來源(表)／聯合新聞網

36% vs. 黃俊英 50%。可能在民調的樣本選擇上有所偏差，而造成民調的結果，和實際的選舉結果有差異的情況產生。

## 結語

觀察台灣選戰型態，各候選人所運用的行銷策略其實並沒有顯著的差異，政黨資源與意識形態的謀合，反而是目前選舉的制勝關鍵。本文的重點不在於政治角力或選舉特色的討論，而是藉由政治行銷模型傳達行銷廣泛的適用性，除了運用在

一般性的商業，更可運用在政治、運動、藝術、非營利組織等各種領域。如何運用行銷模型在其他領域且運用得當，更是身為一位MBA所應該學習的。

## 參考資料

黃俊英工作室 <http://khhin.org.tw>

劉建鄰(2006)，政治公關操作，台北：高手專業。

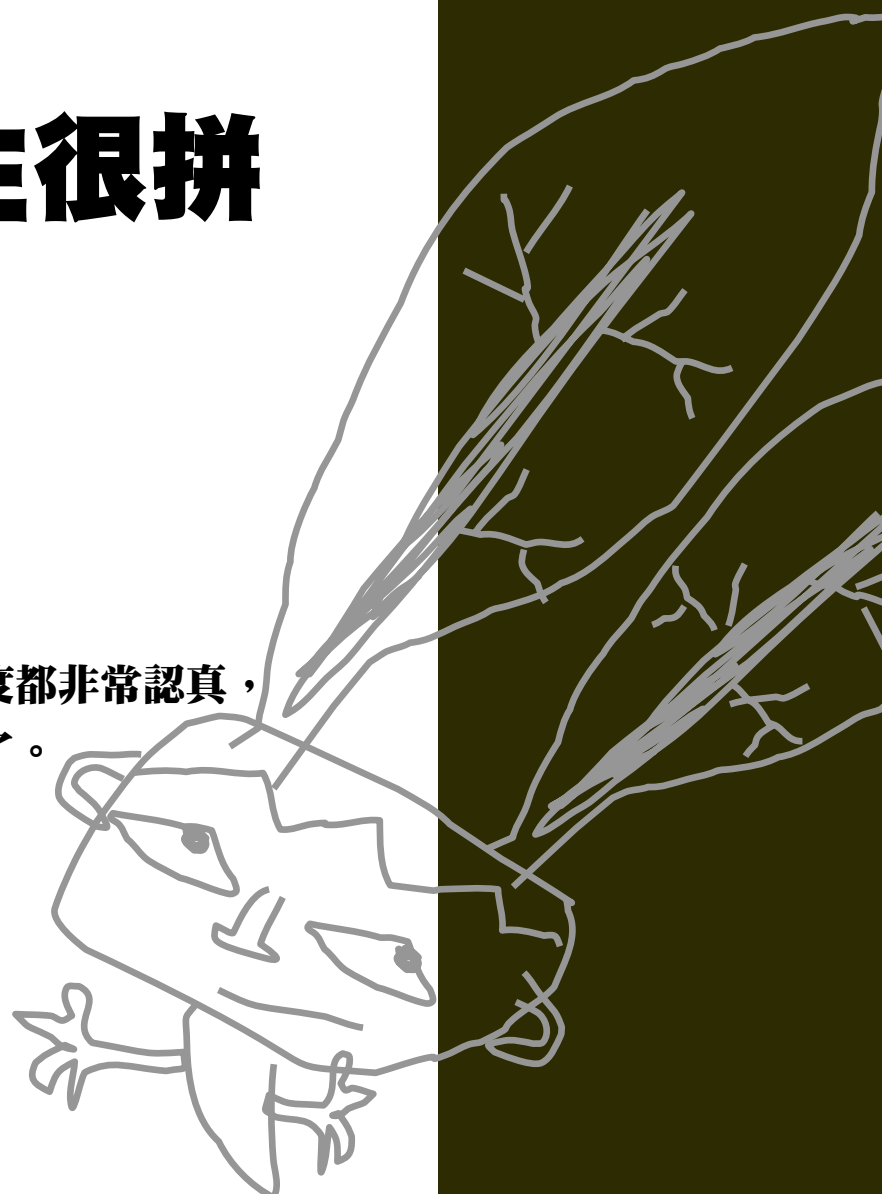
陳鴻基(1995)，選舉行銷戰，台北：正中書局。

Philip Kotler(1975), "Overview of Political Candidate Marketing", *Advance in Consumer Research*, Vo1.2.

# 新加坡學生很拼 台灣呢？

常聽教授或長輩們告誡，  
外國學生大學之後的學習態度都非常認真，  
這幾個月我終於親身體驗到了。

文/ 周純瑩  
MBA95  
新加坡  
南洋理工科技大學



當初在考慮交換學校時，我聽從了指導教授的建議，選擇全球化程度極高的金融重鎮—新加坡。

全新加坡只有三間大學，都是世界排名前一百的一流學府，而我是交換到較偏重理工的南洋理工科技大學。深入當地生活，很快地我深深感受到一些新加坡跟台灣的大學的不同之處：

第一是這裡的學生非常的拼，當我在看電影、上網閒逛時，我的新加坡室友總是在唸書、準備考試與報告。我用功的室友並非特例，因為

新加坡學費昂貴，加上學校成績與找工作的順利程度有相當大的關連性，她告訴我幾乎每個新加坡學生都把成績看得非常重要，聽了之後真是令我汗顏啊！在台灣時老早就



▲ 學校宿舍外觀

聽教授或長輩們告誡，外國學生大學之後的學習態度都非常地認真，這幾個月我終於親身體驗到了。

第二，我深深感覺到新加坡真是一個非常積極，努力不斷前進的國家，至少在經濟上是如此。在南洋理工大學的校園裡面（其實新加坡另外兩間大學亦同）都有很多很多大陸及印度的學生，他們是拿新加坡政府的補助來這裡念大學或研究所，畢業之後要依規定在新加坡工作三到六年不等。也有很多外籍老師。我想或許是因為新加坡很早就

認定人力資源才是這個幾乎沒有什麼天然資源的城市國家最大的資產吧，新加坡了不起的地方就是不但努力栽培自己人，也很努力的吸引世界一流的人才來這裡唸書、工作，反觀台灣...

前面似乎一直在說台灣的不如人之處，但是其實幾乎所有我在新加坡認識的台灣交換學生都有跟我相同的感受：就生活而言，台灣真的是舒服多了！除了大家一致認定新加坡的食物不好吃、實在沒有什麼好玩的地方之外，有兩點讓我感到印

象深刻：其一是新加坡當地電視節目內容之貧乏，其二則是其民生服務業的服務態度令人失望。新加坡的電視節目，大概只有十台左右，我花了很多時間在看電視上，感覺非常沒有創意。不禁讓我想到，雖然新加坡政府可以給人民一個富足（超過兩萬八千美元的每人國民生產毛額）、安全（雖是一個多民族國家，卻有著非常非常低的犯罪率）、穩定（新加坡的政治是一黨獨大，政府廉潔度世界第五）的社會，但是他卻同時也是新聞自由度倒數幾名的國家。這讓我迷惑了，

如果有更多激發人民思考的爭議性的聲音存在，到底是好事還是壞事呢？



▲ 新加坡商業中心



此外，大家也許很難想像，儘管新加坡擁有亞洲不是第一就是第二的金融服務業，但是他們的一般民生服務業，尤其是餐飲業，對顧客卻非常地直率。只要客人稍有多一點的要求，比如說多要一張紙巾或想要換掉剛剛點過的菜，他們也會大方表達自己的不滿，完全不怕得罪客人。這種服務態度發生在新加坡這樣子的已開發國家，還蠻令我失望的。

總而言之，我認為新加坡集結了許多世界一流的人才，加上其政府的



▲ 和韓國同學逛跳蚤市場

重商態度及高廉潔度，新加坡應該是一個不錯的工作地點。但亦如前述，在這裡生活樂趣整體而言，並不如台灣。

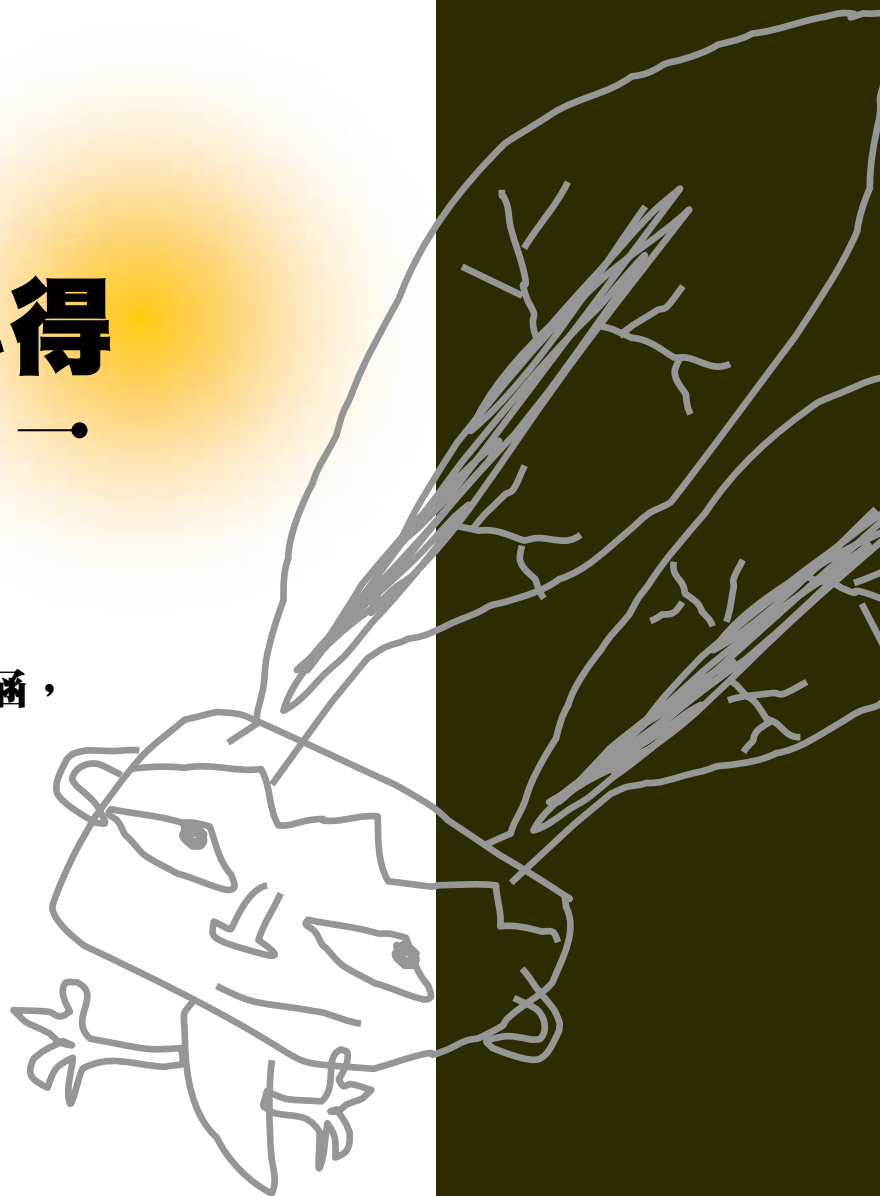
**藍天電腦**

# 暑期實習心得

— 參與實務，走入企業 —

每個城市都有它的面貌，  
因此應儘量去體會其文化內涵，  
才更能豐富自己的視野。

文/ 陳玉婷  
國立中山大學企業管理學系  
碩士班二年級  
MBA96



我是藍天電腦第二屆實習生，於藍天集團轉投資的子公司一百腦滙進行為期兩個月的實習。百腦滙是一家IT賣場，近年來展店的速度很快，目前於中國大陸各個重要城市已有11家分店且進入快速成長期，。主要業務是租賃商場席位給商家，最近又有跨足專業維修與LCD TV事業。

實習的甄選流程如下：初選完畢之後，總裁會經由在台北公司的面談將我們分配到各個部門，我所被分配到部門是營運管理部，另一位同學則是分配到營運企劃部，這兩

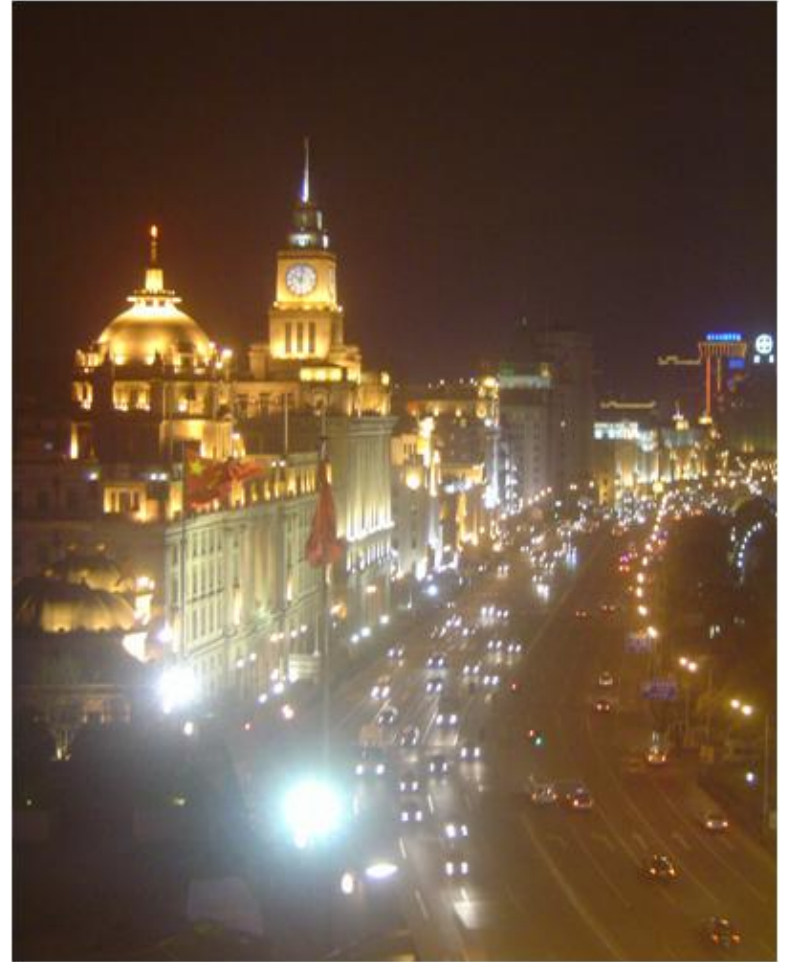


▲ 宛如逐雲翔鷹般踏上冒險之旅！

個部門都是非常核心的部門，主導著百腦滙未來的營運方向。而企業對實習生的期待是希望能藉由我們單純的眼光找出他們經營的盲點，並發揮我們的創意，再運用我們所學的理论，來做成一些分析和建議，俾以提高公司的價值。

特別值得一提的的是這次的實習制度與往年不太相同。以往的實習生是被分派到各個城市的分店去工作，這一次則是全部派到上海總部，立於整體組織的制高點。最大的差異在於，相較於各分店較接近每日的實務運作，總部則偏向策略面。

在實習的兩個月內，最大的收穫即在於能夠真的走進一家公司。雖然MBA課程往往會安排一些個案研討，但若能真正接觸公司的營運更能徹底了解企業的運作情形，因此在公司裡的所見所聞都成活教材。



▲夢想的起點，世界的競技場，上海。

事實上大家在學校所學到的一些理論在實習時仍是能夠運用得到的，如主管怎麼看待藍海策略，一些特殊的策略Model如何運用，一切都會因實習變得更具體。相較於在學校作的報告，實習時得提出具有可行性的方案，因此覺得相當實際且

有意義。而與高階主管一同開會，分組討論與腦力激盪，也讓我看見主管豐富的創意。公司的主管們非常願意讓我們學習，因此各位若有機會的話一定要多主動跟他們多聊天，畢竟正式員工就沒能有這麼多機會跟這些管理階層的人接觸了。



▲總部位於港匯中心



▲最大的競爭者—太平洋數碼



▲美羅城內的上海店

實習過程中最具有挑戰性的是相較於在台灣實習，在大陸所能得到的資源相當有限，很多事都要獨力完成，因此要善用各種有用的資源並予以整合；除了藉由大陸的網路論壇蒐集資料，有時我們也會訪談各部門的主管。有些實習生會自行製作問卷，或是直接跟商家或消費者面談，甚至化身為消費者去自己的商場購物，或直接到競爭者的賣場觀察。這些經驗是我過去在學校所沒有的，相當新鮮有趣。

相較於一般短期的學術交流或純粹

的觀光，在這兩個月裡，我們像是大陸人一般，相當地融入當地的生活。而每個城市都有它的面貌，像是上海與廣州，不論是在飲食、語言、外型、消費型態上都有很大的差別，因此應儘量去體會其文化內涵，才更能豐富自己的視野。而我也發現，很多時候我們不能以在台灣的生活經驗來思考，這裡有很多現象是在台灣很難想像的，所以應當盡量去了解當地的社會，否則提出的建議可行性不會高，在此再度彰顯了文化多樣性的重要。未來大家都有可能成為兩岸的游牧民族，

大家若是有機會觀察台商在大陸的生活，一定要好好把握，並且藉此來判斷自己是否適合在大陸發展。

最後，藉由這次的實習，讓我獲得了不少溫暖的友情。在百腦匯受到不少台幹的照顧，而當地的陸籍同事也很願意教導實習生很多事情，大家相處得相當愉快。此外，與來自其他學校優秀的實習生一起切磋砥礪，除了讓彼此成長之外，也建立了深厚的情誼。



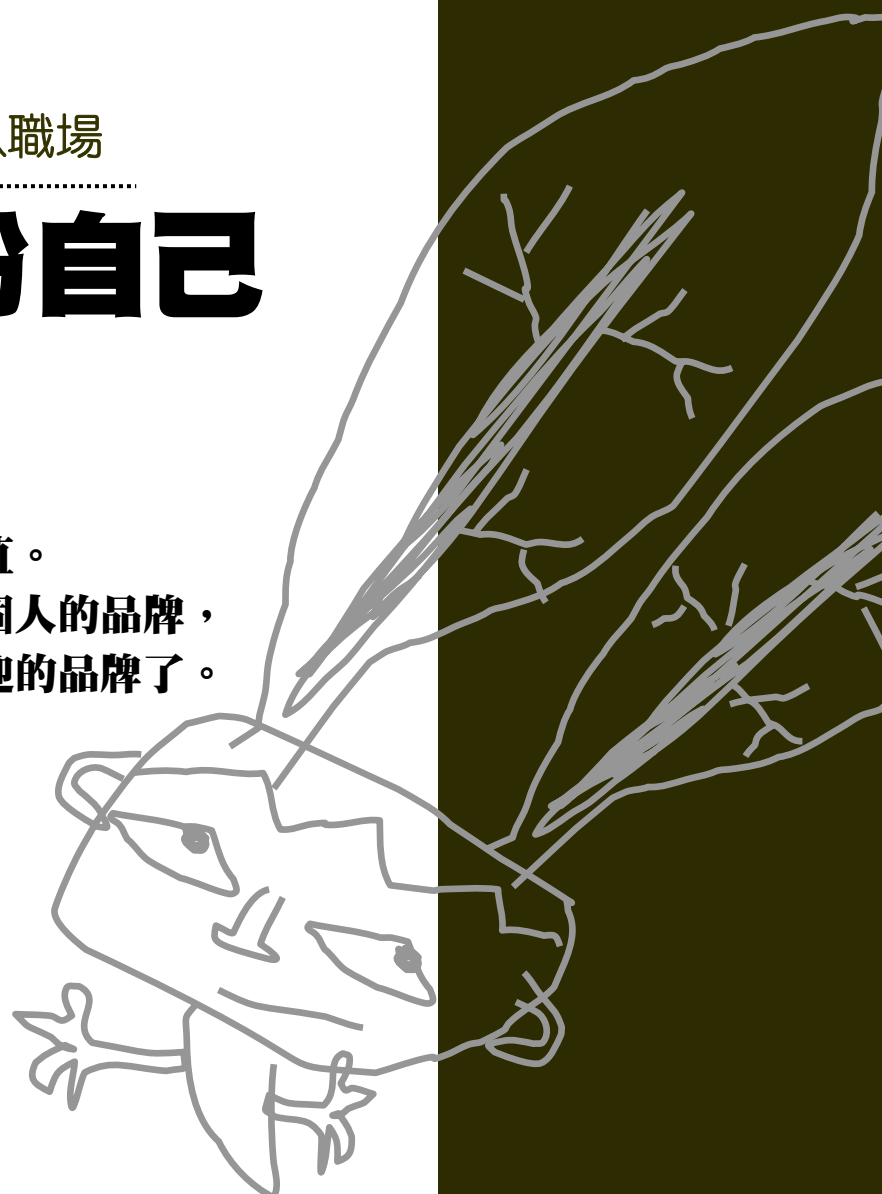
▲我、秋滿與來自台灣的夥伴們，下班後於新天地小聚。

踏進社會 ◆ 走入職場

# 用智慧裝扮自己

打造個人品牌，塑造職場價值。  
連自己都沒有辦法打造自己個人的品牌，  
更遑論要打造深受消費者歡迎的品牌了。

文/ 楊雅菁  
味全公司  
乳品行銷企劃專員  
MBA95





**時**間過得真快，轉眼間發現自己竟然已經在職場上努力奮鬥了快半年，坦白說工作的前三個月真的是摸索期，一直到第四個月開始才越來越瞭解到底自己在公司做些什麼事。趁著2006年的腳步尚未離開之際，趕緊偷偷抓著它的尾巴，在歲末年終與各位學人一同分享工作上的心得跟想法，期待能幫助大家在2007年開始有個嶄新的起點！

### 成功的第一步--撰寫履歷表

以前我也常常問我自己，到底什麼樣的履歷表才會受到主管的青睞？

直到現在，雖然我仍舊沒有辦法很肯定地跟各位說，跟著我的步驟照做就一定能在面試中百戰百勝，不過我相信，會更加幫助大家在一大堆的履歷表當中脫穎而出！

履歷表有二：

### 制式履歷表

往往大企業，例如P&G、聯合利華等等都是習慣有一個固定的履歷表格式，此時就沒有辦法從履歷表的包裝花俏度來吸引主管的目光，這時候重點就必須擺在內容的豐富度

跟完整性，有幾個地方務必需要注意，有一欄是描述您個人的特點或者優缺點，這時候最忌諱的就是囉哩巴嗦地講了一大堆個人特徵，看的眼花撩亂，特點多寡其實並不重要，真正的重點是把特性條列式地一個一個列出，且在每一個你自己認為的個人特點後面，務必寫出這個特點能為公司帶來什麼好處，例如：個性圓融—單槍匹馬已經是過去式，在講求team work時代裡，由於自己的處事相當圓融，在團體中不會刻意只求個人表現，不但能表達出自己的想法，也可以和諧與

大家相處討論。這就是現在行銷工作講求團隊分工，相信一加一大於二的主管最喜歡的說詞。此外，雖然履歷表都長得一模一樣，但是有一個小技巧，因為大家幾乎都會用新細明體，因此字體儘量用大小為14的標楷體，此外在某些你自己認為重要需要給主管特別瞭解注意的地方，字型色彩改用彩色標示，讓主管可以看到你的履歷表時，能夠很快且輕易地就一目瞭然。

### 自己製作的履歷表

中英文履歷表務必各一份，儘量控

制中文履歷表跟英文履歷表都在三頁之內，履歷表採取表格式的陳列方式；如此做的好處是不但可以讓主管們清楚地閱讀你的履歷，也可以由履歷表的呈現方式更加證明出自己是個相當有條理的人。除了基本的個人條件之外，幹部經驗，社團經驗都可以寫上去，這裡也請別忘記，在每一個經驗中，希望都能儘量寫出擔任這個幹部或參加這個社團所帶給你的影響到底是什麼，當然，如果各位學人們有參加各式各樣的比賽經驗，不論得獎與否都可以寫上去，沒有得獎無所謂，起

碼可以從中讓自己學習到寶貴的經驗，若有得獎那當然就更棒了，可以針對你自己本身在這個比賽中擔任的角色是什麼，而你又在比賽中如何扮演好自己的工作，有做了哪些事情是關鍵性的影響了得獎的成敗，這些都是在履歷表中絕對只會加分不會扣分的小幫手呢！

### 履歷表題外話（純屬個人小建議）

當然啦，製作出了那麼一張洋洋灑灑的履歷表之後，臨門一腳的小東西絕對不能漏掉，那就是務必要選一張男生帥氣挺拔、女生甜美可愛

的照片了。我個人是覺得儘量不要擺放畢業典禮上那種穿著碩士服的照片，尤其若學弟妹是應徵行銷類的工作；畢業照通常都會兩眼無神、表情呆滯，履歷表上擺放這種照片給主管看到，第一次看到你的主管們印象應該是不會太好。

## 成功的第二步--投履歷表

當履歷表製作完畢，那麼就開始整裝以待，找公司丟履歷了，在這邊學姐有兩個小想法可供大家參考。

**開始投履歷表的前幾個月，只投自己相當喜歡且非常想進的企業。**

為什麼這邊我說前「幾個月」呢？因為我覺得這個還是要留給學弟妹自己去做決定，像我個人，大概前二個月都只丟自己喜歡的公司。找工作有兩個方向，一個是從「產業別」下去找；例如：消費民生用品產業，科技業，金融業等等。另外一個是從「工作類型」下去找；例如：Product Manager、Marketing Manager、Accounting、Sales之類的。至於應該從哪一種構面著手找工作，那就要看各位目前有沒有有一個非常確定的方向跟規劃而定。以我為例，因為我相當清楚我想要走

Marketing Manager，且因為我愛做蛋糕點心，因此只要跟食物或民生消費用品有關的產業我都相當地喜歡，因為我目標確定，所以我最後選擇了味全公司為我邁入職場的第一份工作，所以在丟履歷表之前，各位務必要想清楚自己到底喜歡什麼樣的工作再去找會比較好。

**投履歷表的後幾個月，開始丟一些其他也可以接受的工作。**

如果前面投履歷表，對於自己非常想進的企業都不順遂的話，那麼也別洩氣，再接再厲轉而開始找自己

「挺喜歡」的公司企業。其實大企業大公司人人都想進，但是真的可以說是人人有機會，個個沒把握，在僧多粥少的情況下，如果一昧地默守那種金字塔頂尖的公司，我想恐怕會錯失掉其他還不錯公司的面試機會。以我為例，雖然我也曾經夢想過能夠進入外商企業上班，但是當我被刷下來之後，我還是很努力的繼續找下一份退而求其次的公司來嘗試，不然就只會淪落到畢業後會跟越來越多人競爭，而越來越找不到工作的窘境！

其實投履歷表跟寫履歷表一樣，都需要技巧。說真的，像學姐的個性就是即便那家公司明明需要的是要有工作經驗的人，但是我還是都把履歷表投遞出去。我都給自己一個想法，就算那家公司沒有要用你或者沒有要面試你，那都沒有關係，也不重要。最要緊的是起碼你自己要多給你自己一個機會，因為在職場上每一個機會點都會是一個新的契機，只要自己不先放棄自己，那麼我想工作隨時都會在你身邊！

**成功的第三步--接受一關關的面試！**

前面準備工作做了這麼久，為的就是現在的這一場一戰定生死的重要關卡，因此更應該小心應對。一般而言，面試最起碼有兩關，第一關通常都是由人事部門主管做第一階段初步的篩選，面對這一關最重要的就是保持平常心，因為通常人事部門主管他們本身並不是真的擅長及瞭解你所應徵項目的核心工作內容，因此通常不會問太過於專業的問題，大部份問題都是繞著你自己本身的個性及優缺點打轉，目的就就是想要深度徹底地瞭解你的人格

特質跟所應徵公司的文化是否真的互相契合。請別小看這一個環節，自從真的步入職場工作之後，我才真正感同身受的瞭解到公司文化跟個人本身特質合不合有多麼的重要。如果先天不良，跟公司文化不太符合，後天又失調，沒有辦法跟公司內部好好達成溝通，那每天上班真的會是一件比在學校唸書還痛苦上百倍的苦差事。通過第一關之後，才要真的面臨到最殘酷嚴厲的考驗，接下來就端視你所應徵公司的規模大小來決定會跟多少位主管面試。以我為例，當初面試味全公

公司的時候總共面試了三位主管，分別來自每日C，絕品好茶系列及林鳳營鮮乳乳品部門的三位主管，且每一位面試完第二關之後，還有第三關的最後面試。這邊必須岔題一下說個題外話，面試找工作真的是一條漫長且艱辛的道路，除了必須不斷地面試各家不同企業，甚至於同一家公司也會要進行很多階段的篩選；可能你從1月開始寫履歷表，3月開始丟履歷，但是會一直到7月甚至於8月才確定自己的工作到底在哪裡，整整浪費半年的時間就是為了找到一份自己喜歡的好工

作。所以在開始找工作之前真的必須要先做好妥善的心理準備，去迎接應對接下來一系列的挑戰。回歸主題，當你在跟所屬部門的主管面試時，必須要把握幾個重點：1. 社團經驗以及幹部經驗；2. 工作經驗（包括短期工讀）；3. 比賽經驗；4. 未來的人生規劃（短期中期到長期）；5. 所面臨到最困難的事情是什麼，而你又是怎麼去處理。

以上就是大家幾乎都會被問到的問題，回答的技巧不在於多，而在於精，務必切記，每一個經驗都必須

講出對自己的影響為何，從中學習成長到了什麼；此外，對於自己的履歷表，一定要真的是自己撰寫且對內容相當熟悉瞭解才行，主管往往都會從上面找問題來詢問瞭解你。例如看到你的工讀經驗，他會問你為什麼會想找這份工作來做短期工讀，那麼你覺得有意義嗎？你覺得工讀過後最有意義的事情又是什麼呢？中間有發生什麼令你覺得最印象深刻的事件嗎？這麼多工作經驗當中，你又最喜歡哪一個呢？為什麼？由上述的對話可知，主管會針對一個重點一直往下挖掘，希



望能深度地瞭解到底你是怎麼樣的一個人。因此在面對這樣追問性問題時，千萬不要緊張或亂了頭緒，想清楚、按部就班有條有理的講出來，簡潔有力就會是最棒的回答。

最後要提醒的就是，只要應徵外商，絕對會有需要面對英文口試。因此除了現在開始練習英文口語會話能力之外，事前務必要自己模擬各種可能會問的題目做完全充份的準備，尤其現在幾乎都是採團體面試，往往會被別人的辯才無礙給嚇到而影響到自己的表現，因此事前

先準備好可能會問的題目先做準備，才能真正回答的漂亮。

## 一日一牛乳，醫生遠離我---味全乳品企劃 經驗談

正在看這篇文章的你，也想走行銷這條路嗎？若你心中大喊「Yes」！那麼，身為職場學姊的我必須很殘酷地跟你說，這真的是一條非常辛苦的不歸路。坦白說，在MBA已經快滿街跑的時代下，若想要一畢業就真的找到心目中所謂行銷企劃or 產品經理 (PM)，真的有其困難度；接下來，文章內容可能會稍偏

黑暗面些，風格或許不像以往其他學長姐所分享的中肯建言；今天這篇文章，反而許多建議都參入了我自己真正工作後的想法跟感受在裡面，那是因為我覺得有必要讓大家知道真正工作到底是什麼，以免對於行銷這份工作有太多莫名的期待與幻想。

一般而言，大部分企業都會先聘請我們從業務做起，真正走入市場，了解消費者的內心及基層人員，等到越來越熟悉之後，才有機會真正當上PM，以前我都會覺得堂堂MBA

畢業，我才不想去當業務呢！不過當我步入職場之後，在味全乳品企劃部門的半年來，才慢慢地體會到這個道理的重要性，感觸也越來越深刻。

如果你以為行銷只要坐在辦公室內，分析好市場，擬定好策略，就可以產品上市且開始搭配一系列的推廣活動，那我想現在你必須要徹底對行銷工作改觀了，「價格促進單、呆品補助、漏乳申請、月檢討會、行銷月會、企劃月會；追著研發單位的人跑，千拜託萬拜託他們

趕緊把口味調配好，每天都要擔心新產品口味弄不好沒有辦法如期上市，還要幫部門經理做報告好讓他去跟總經理或董事長做簡報。」，你們看，這就是我每天的工作，非常瑣碎繁複，每天都只能顧著及盯著業務單位有沒有幫你所負責的產品鋪貨（如果你是鼎鼎有名的林鳳營就不用擔心，但是如果你的產品知名度不夠高，那就會常常沒有人願意幫你銷售。）或回顧分析上個月或者上一季的銷售資料。真的只有等到下班後才有辦法開始靜下心來思考新的產品該如何去做，因此

打從我第一天上班，就開始加班！因為唯有加班，你才有辦法把事情完成到一定的進度。你必須相信這是真的，每天分析一大堆數據資料，不停地為自己產品賣不好找到一個合情合理的原因去跟長官解釋，不停地檢討檢討再檢討，因為行銷人員也跟業務一樣，是有業績壓力的。

當然，這份工作還是有它可愛的一面，可以推出一個新的產品，那是一個真正屬於自己創造出來的東西，就像媽媽一樣，孕育出一個屬

於自己的孩子，從產品本身的口味，用什麼樣的瓶子，多麼花俏特別的包裝，到為這個產品找到它的目標消費群和產品定位，最後再想該用什麼樣的行銷手法，能夠在上市的時候一炮而紅！只要能夠往前看，想到全台灣人都可以看到你的產品，就會覺得這真的是身為行銷企劃最開心的一件事！

如果大家好奇這份工作有沒有進入障礙，說真的，我覺得沒有；以推出新品的部分為例，寫新品上市案給總經理，讓它能夠核准通過，就

跟以前在學時所參加的行銷比賽寫BP一樣，都是要寫出市場分析、消費者分析、產品策略及行銷策略，甚至於口味研發；希望跟研發單位討論出一個消費者喜歡接受的口味，其中跟研發單位的互動，就像玩TIC100比賽經驗一樣，要跟技術人員不停溝通溝通再溝通。在味全，跟以前比賽最大的不同點是以前是虛擬的市場，現在則是花老闆的錢真的讓你去市場上嘗試，成王敗寇，就是這麼簡單。

這麼說好了，在味全這份工作上，

不是因為工作的困難度，而讓人怯步，最不適應的應該是每天都必須有過多的會議要開，太多制式化的事情要等待你去完成。我想這點基本上就跟從事行銷企劃的人的個性有所互斥，畢竟在學期間對行銷有興趣的人大部分都是個性活潑主動愛天馬行空亂想，上班之後，只會越來越珍惜及懷念以往在高雄西子灣的那段美好歲月，可以無憂無慮，每天與藍天白雲為伍，好不暢快！因此大家真的要好好珍惜把握剩下的學校時光，那將會是你一生最大的寶藏及珍貴回憶。

## 為自己加分

為什麼要這麼說呢？因為我真的覺得以前的比賽經驗幫助我成長很多很多，從自己跟同學討論，嘗試寫出企劃案之外，更可以見識到來自全台灣各地優秀的同學的表現；畢竟我們不只要跟自己比，更要跟台灣其他學校優秀的MBA比，最後則希望希望能夠跟全世界的人比，人外有人，天外有天，儘管不能妄自菲薄，但也絕對不能變成井底之蛙。正因為現在在職場上稍稍地感覺到遊刃有餘，才更加覺得真的必

須歸功於以前碩一碩二在學校參加各項大小比賽的成果。尤其行銷類的比賽，我強烈推薦L'oreal比賽，它是一個真正小型的市場，給你的關關考驗真的都是我現在在工作中每天都會面對到的事情，要不要投入廣告資源？為什麼？不投入的話是為什麼？要怎麼訂定產品價格才不會歸虧損到利潤？這些都是在L'oreal比賽中會頻頻接觸到的問題。現在當學生的我們一定不知道如何做決定的依據，但是如果能在學生時代就先練習過該如何思考，以後當步入職場學習過後，兩

相對照就更能夠深切了解原因何在，學習成長也會更多更快。此外，我也相當推薦TIC100比賽，因為行銷跟技術的結合，學習怎麼樣跟他們溝通，理解他們的想法，這也是身為一個成功的行銷企劃不可或缺的一環，且透過這個比賽可以見識到來自世界各地的高手，彼此觀摩學習，絕對是有益無害的。

### 做自己的主人

有一句話一直是我的左右銘，現在我也把它送給各位，希望它能夠帶給大家一點點啟發：「打造個人品

牌，塑造職場價值」。在職場上，若別人對你的印象都只停留在：他人很好、他很可愛、他很窩心之類的話，那是一件很可悲的事情，每天為了公司工作賣命，若沒有在別人心中留下一個鮮明的印象，連自己都沒有辦法打造自己個人的品牌，更遑論要打造深受消費者歡迎的品牌了。在此，僅以此左右銘當作句點，希望各位學人都能夠大紅大紫，將來個個替台灣爭光。

MSN : [yazin428@hotmail.com](mailto:yazin428@hotmail.com)

手機號碼 : 0919-269-216





## 問題與建議

---

▼ 若對於西灣學人有任何問題或建議，都歡迎您來函不吝指教。

▼ [seawoun@gmail.com](mailto:seawoun@gmail.com)

## 徵稿

---

西灣學人【閱讀。舞道】需要眾人的智慧來灌溉以發展茁壯，目前除了每期邀請所上一特定領域的老師與學生來大展身手之外，對於腦中總是充滿想法與熱情的朋友們，不論你身處在哪個領域與環境，對哪個議題有所評論與見解，都歡迎你投稿。

