

企業公關與

企業影片實作

2023 自主學習計畫

指導教授: 吳世家老師

申請人: 江宜霖

壹、基本資料

一、學生姓名、系級、學號

姓名	系級	學號
江宜霖	外國語文學系 24 級	109042043

二、題目(課程名稱): 企業公關與企業影片實作

三、學習領域: 企業品牌、公關企劃、影片拍攝

四、學分數: 2 學分

五、指導教師姓名、學經歷簡介

吳世家老師

淡江大學大眾傳播系、美國波士頓大學公關碩士

清大 112-1 學期通識課程「公關企劃與案例」授課老師

香港中文大學企業傳播所副教授

CHANEL 傳媒總經理

P&G 寶僑家品大中華區 SK-II/Max Factor 公共事務部協理

台灣克萊斯勒公司行銷暨公關總監

貳、內容

一、學習動機與目標

此次自主學習計畫的發起，為 112-1 學期通識課程「公關企劃與案

例」的延伸學習。「公關企劃與案例」屬於清大「資訊傳媒學分學程」中的課程，授課型式包含對於公共關係理論的學習、分組進行案例分析及口頭報告，透過學習單與報告幫助學生熟悉課程內容，並藉由期末向客戶提案加深學生的實體提案經驗。

經過一個學期在「公關企劃與案例」課程的旁聽，我對於授課內容有基本的認識與熟悉，另外想要申請這次的自主學習計畫，更加深入理解公共關係在實際社會中的運作及應用，並希望藉由參與指導老師與位於竹北的「禾榮企業」(精準醫療公司)的合作，達成以下的學習目標:

- (1) 對於通識課程「公關企劃與案例」做延伸學習，跟隨指導老師與禾榮企業團隊，加入公共關係企劃的製作和執行，實際了解公關諮詢、企劃執行與客戶服務。
- (2) 藉由發展企業形象暨產品影片，觀察與學習企業和利益關係者的溝通運作，加深學習公共關係理論與品牌行銷概念。
- (3) 通過實際參與禾榮企業(精準醫療公司)的企業公關策略擬定過程，學習企業品牌在企業經營與發展中扮演的角色，瞭解企業如何與不同的利益關係者進行溝通與傳播。

二、學習內容與方式

- 1.參與企業形象與產品的影片企劃與製作期程 (2024 年 1 月至 2024 年 5 月): *BNCT (Boron Neutron Capture Therapy): 硼中子捕獲治療，一種標靶式的放射治療

產品	1 月	2 月	3 月	4 月	5 月
實驗室/BNCT 產品影片	預訪與腳本撰寫	預訪與腳本撰寫	實驗室拍攝	後期與審稿	後期與審稿

2. 個人學習規劃:

時程	內容	進行方式	備註
第一週	認識禾榮公司與合作團隊，聆聽客戶提案	參與線上會議 / 撰寫會議記錄	與指導老師討論會議心得
第二週	瞭解企業品牌定位與企業傳播影像的製作目的與期程	參與線上會議 / 撰寫會議記錄	與指導老師討論會議心得
第三週	參與團隊會議討論、掌握禾榮公司思考策略 熟悉各式公關服務:	參與會議 / 撰寫會議記錄	與指導老師討論會議心得
第四週	1. 實驗室、BNCT 影片 2. 企業禮品	參與會議 / 撰寫會議記錄	

第五週	協助影片製作資料收集與內容撰寫 (1)	參與線上會議: 確認導演與動畫團隊 / 資料收集	閱讀指定書目: 《向時尚品牌學風格行銷:風格決定你是誰——不出賣靈魂的 27 堂品牌行銷課》 第一章: 風格哪裡來? 師法時尚品牌, 開啟品牌之路
第六週	協助影片製作資料收集與內容撰寫 (2)	線上會議: 討論影片方向 / 撰寫會議記錄	第一章: 風格哪裡來? 師法時尚品牌, 開啟品牌之路
第七週	協助影片製作資料收集與內容撰寫 (3) 閱讀導師指定書目與其它參考書目	線上會議: 討論企業禮品 / 撰寫會議記錄	第二章: 絕不妥協的定位, 360 度打造品牌風格
第八週	閱讀導師指定書目與其它參考書目		第二章: 絕不妥協的定位, 360 度打造品牌風格
第九週	影片腳本定稿 閱讀導師指定書目與其它參考書目	參與線上會議: 導演與動畫團隊	第三章: 與時俱進的多元時尚敘事: 穿越時空, 風格長存
第十週	閱讀導師指定書目與其它參考書目		第三章: 與時俱進的多元時尚敘事: 穿越時空, 風格長存
第十一週	禾榮: 實驗室影片拍攝	線上會議: 影片拍攝與審稿 / 撰寫會議記錄	第四章: 內外兼美的品牌門面: 用風格說話的時尚通路
第十二週	禾榮: 影片製作後期	線上會議: 建立模組與審帶/ 撰寫會議記錄	第四章: 內外兼美的品牌門面: 用風格說話的時尚通路

第十三週	檢驗禾榮企業的公關產品 / 個人研究報告整理		與指導老師討論學習心得
第十四週	追蹤禾榮企業的公關策略與成果 / 個人研究報告整理		與指導老師討論學習心得
第十五週	個人研究報告整理		與指導老師討論學習心得
第十六週	個人研究報告整理		與指導老師討論學習心得

三、預期成果

1. 會議觀察記錄

對於時長將近五個月的公關產品製作過程進行深入觀察，為每次參與線上或實體會議的討論結果撰寫紀錄，內容包含禾榮企業與公關團隊的公關策略制定方向和結論。會議結果也將固定與指導老師分享，依循老師的回饋更改紀錄的內容與形式。

2. 個人研究心得報告

透過參與禾榮企業與公關團隊的線上/線下會議，可以幫助我更加熟識利益關係人之間的合作溝通要點，並加強我在公關企劃、品牌行銷領域中的自主學習。透過閱讀指定(和自擬)參考書目，我可以個人研究報告(3,000字)將以紙本形式展現，紀錄我在一個學期內對於公共關係理論運用的學習歷程，並結

合我閱讀指定(和自擬)參考書日後的心得。

3. 企業影片成果

實驗室/ BNCT 治療計畫系統影片

- (1) 使用目標場所: 記者會、展場、網頁
- (2) 內容: 介紹實驗室建築物體空間、BNCT 儀器介紹(儀器組裝)、安全 (防護層、廢水)、治療流程。實驗室實體影片拍攝期程。
- (3) 型式: 呈現專業、先進、安全、國際，清晰呈現完整「產品」(中/英文版)
- (4) 長度: 4-5 分鐘 (3D 空間配置、儀器、安全 ABCDEFG)
- (5) 後續製作: 內容/腳本確認、空間拍攝 2 次，後期剪接、特效、動畫。

四、參考書目

指導老師指定參考書目:

吳世家(2021)。《向時尚品牌學風格行銷:風格決定你是誰——不出賣靈魂的 27 堂品牌行銷課》。積木文化出版。

(自擬)延伸參考書目:

1. 洪偉明(2010)。《時尚就是這麼回事:洪偉明的 100 個品牌故事》。臺北市三采文化出版。
2. 齊藤孝浩(2015)。《UNIQLO 和 ZARA 的熱銷學:跟東西兩大品

牌，學會熱鬧門市背後的細膩門道》。臺北市商業周刊出版。

3. Schramme, A.、Nobbs, K.、Moerkerke, T.(2016)。《時尚商業學:頂尖設計師品牌都該懂得生存法則，從產品發想、策略經營到推向國際的實戰 8 堂課》。野人出版社。
4. Balmer, John M.T. "The Corporate Identity, Total Corporate Communications, Stakeholders' Attributed Identities, Identifications and Behaviours Continuum." *European Journal of Marketing* 51.9/10 (2017): 1472-502.
5. Abratt, R., & Kleyn, N. (2012). Corporate identity, corporate branding and corporate reputations. *European Journal of Marketing*, 46(7/8), 1048–1063.

參、指導教師意見 (附上指導教師簽名、日期)

一、 我已詳閱「通識中心自主學習計畫之應行與注意事項」。

二、指導老師關於本計畫之相關意見。

(指導老師的相關意見已融入在自主學習計畫的申請書內容。)

本學習計劃融合實際客戶需求以及書籍文獻內容進行討論。前者將從觀察者角度學習企業如何進行決策並協助企業果斷執行，後者定期由老師討論學習心得及撰寫報告。

吳世豪
2024.1.15