

臺北市社區大學教育行銷之研究

報告人：張銀釵

壹、研究動機與目的

一、研究動機

1. 1969年Kotler提出擴大化的行銷觀念，指出行銷學的本質在「交換」，非營利組織和他們的服務對象或支持者、贊助者之間，只要具有交換關係，就可運用行銷學的理念和技術來提升非營利組織的服務成效。
 2. 臺北市自1998年成立第一所文山社區大學迄今，已經續增至12所社區大學，臺北市民有了更多的選擇機會，社區大學也面臨競爭壓力的挑戰。
-

壹、研究動機與目的

一、研究動機

3. 教育行銷是根據教育活動性質，將行銷理論與技術運用在各項教育活動，創造個人與學校教育的交換價值，以滿足顧客需求，提升學校經營效能。
-

壹、研究動機與目的

二、研究目的

- n (一) 探討教育行銷之意涵及相關理論。
 - n (二) 調查臺北市社區大學教育行銷現況。
 - n (三) 分析臺北市社區大學教育行銷之影響因素與相關問題。
 - n (四) 根據研究發現，提出結論與建議供有關單位及人員之參考。
-

貳、研究方法

一、本研究係採用問卷調查法進行研究。

二、調查對象與取樣

本研究之調查對象為臺北市12所社區大學的現職行政人員及學生，調查地區為臺北市12個行政區。每校寄發行政人員問卷與學生問卷，總計取樣有效份數行政人員75人學生460人，合計535人。

叁、結論與建議

一、結論

(一) 大多數社區大學在區隔不同的服務對象時，最常考量「學習動機」及「年齡」作為區隔變數

學習動機，即如：學習新技能、培養休閒興趣、就業、社交能力及結交朋友。

叁、結論與建議

(二) 大多數社區大學在選擇目標市場策略時通常會考慮「強調課程特色」、「繼續修習的可能」、「社區大學的特殊任務」等因素

叁、結論與建議

(三) 大多數社區大學目標市場選擇策略採取差異行銷策略「將行銷對象分為二個或二個以上，並且設計二個或二個以上的行銷策略」、「在許多行銷對象中鎖定某一行銷對象，全力行銷」

叁、結論與建議

(四) 大多數社區大學在市場定位方面最常強調重點是「教職員工親切的服務態度」、「師資陣容的堅強」及「學生接受教育的實際收穫」

叁、結論與建議

(五) 大多數社區大學廣告活動採用「建構專屬網頁，並將開課資訊及校園相關活動上網」、「文宣品或宣傳小冊子」、「在公共場所設立廣告看板或宣傳布條」及「海報傳單」；但較少採用「報章雜誌刊登廣告」、「作電視、廣播招生廣告單」與「宣傳錄影帶或光碟片」

叁、結論與建議

(六) 大多數社區大學促銷活動採用「集體報名學費折扣優待」、「開放社區大學設施供有興趣的人士參觀」及「社區居民學費折扣優待」

叁、結論與建議

(七) 大多數社區大學人員促銷活動採用「定期舉辦成果發表會」、「學員口頭宣導」及「舉辦課程試聽活動」；較少採用「辦理新生座談會」、「贈送校園宣傳錄影帶或光碟片」及「贈送小贈品」

叁、結論與建議

- (八) 大多數社區大學公共關係活動採用「參加臺北市社區大學博覽會」、「參加社區之聯誼或地方重要慶典活動」、「出版社區大學社區報」、「積極爭取辦理大型活動」、「參加全國社區大學研討會」、「發新聞稿給傳播媒體」及「辦理演講或座談會」
-

叁、結論與建議

(九) 大多數社區大學學生就讀社區大學的動機，比較傾機傾向於「學習興趣」、「終身學習」及「提升生活品質」；傾向於「現職工作需要」與「培養就業能力」較少

叁、結論與建議

(十) 大多數社區大學提供的支持性服務措施為「視聽器材(如投影機、幻燈機)」、「影印設備」、「視聽器材(如投影機、幻燈)」、「影印設備」、「設有志工人員協助解決問題」、「舒適的學習場所」

叁、結論與建議

(十一) 影響社區大學教育行銷推展之因素為

「由於人力不足、業務繁忙、沒有多餘的時間做行銷」、「缺乏專業規劃人員」、「缺乏推展行銷之經費」及缺乏辦理行銷的專責單位」

叁、結論與建議

二、建議

- (一) 社區大學應設立行銷的專責單位並對行銷負責人員辦理教育行銷相關課程的研習，使其具備教育行銷相關知能
-

叁、結論與建議

(二) 運用「多重變數區隔」策略，適當的區隔出目標市場，以利教育活動的推展

叁、結論與建議

(三) 深入瞭解社區大學本身與終身學習市場的現況，並採取合適的目標市場策略，以利社區大學取得優勢的地位

叁、結論與建議

(四) 根據各社區大學的優勢，採取明確的市場定位，俾在學習者心目中建立良好的形象與地位

叁、結論與建議

(五) 發展學校課程特色，強化專業優良師資，
吸引學生就讀，提升學習效能

叁、結論與建議

(六) 善用有效的推廣方式，配合多元化的行銷組合，發揮行銷效果

叁、結論與建議

(七) 採用科技傳播媒體，編列適當的行銷預算，提升行銷效果

叁、結論與建議

(八) 建置社區大學教育行銷資訊網絡，進行推廣活動

叁、結論與建議

(九) 強化多媒體宣傳工具，進行有效行銷推廣

報告完畢，敬請指導

張銀釵
