


## 國立臺北大學113年度 高等教育深耕計畫 執行成果紀錄

計畫名稱	3-3:提升職涯關鍵力、優化創業培力基地
活動名稱	創創實作03:思維實踐:創新解決方案
活動日期	113年3月20日
活動時間	下午13時10分~15時00分
活動地點	社203
活動內容	<p>1、活動目的</p> <p>本次活動由新創產學發展中心與通識課程創新創業大講堂合作，為創新創業實作系列課程的第三堂課，延續之前「設計思考概念初探」、「使用者需求探勘」之內容，進入設計思考流程的尾聲，將和同學說明「原型」步驟之理論與實際案例分享，並搭配行銷概念的概述，期許讓學生對於日後創新提案之模型與行銷手法找到適當之切入點並實踐之。</p> <p>2、活動流程</p> <p>(1) 回應同學課前提問</p> <p>(2) 複習設計思考五步驟</p> <p>講師分享，設計思考應聚焦於如何解決人們的問題，而非著墨於技術相關層面：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>同理：運用觀察法、訪談法或沈浸法等方式達成同理使用者。</li> <li>定義：挖掘洞見並精準地定義問題、確認痛點。</li> <li>發想：針對痛點進行創意發想</li> <li>原型：此步驟乃避免花費不必要之成本，可降低成本並藉此了解客戶的需求，講師亦輔以下列案例說明。 <ol style="list-style-type: none"> <li>麥當勞出餐動線：以電影「速食遊戲」片段，展示麥當勞起初發想並以原型演練出餐動線的過程。</li> <li>APP介面設計：透過手繪方法演示使用者介面，在現在也可透過軟體進行更直覺而快速的設計。</li> <li>功能性包包：透過紙DIY製作雛形，藉此呈現包包各部分之功能。</li> </ol> </li> <li>測試：最終確認產品或服務是否符合只用者需求。</li> </ol> <p>(3) 商業模型介紹</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>相關案例展示：違法槍枝的回收再利用服務、大誌雜誌</li> <li>解構商業模型圖 <ol style="list-style-type: none"> <li>TA：確認使用者</li> <li>主體：確認設計主體</li> <li>公司：設計之服務或產品公司</li> <li>其他：與此主體相關的要素</li> <li>增添箭頭指向：物流、金錢流向、從屬關係</li> <li>補充式的對話框：針對各流程細節補充說明</li> </ol> </li> </ol> <p>(4) 商業模型實際演練</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>繪製自己的商業模型圖，並與講師共同討論。</li> <li>跟身旁的同學介紹原型，同學再利用「回饋捕捉格」(正面回饋、</li> </ol>

	<p>負面回饋、新想法、疑問) 予以建言、回應。</p> <p>(5) 觀看黃仁勳於史丹佛大學的發表內容, 歸納要點:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 遇到問題應回到「第一性原理」</li> <li>2. 提醒台下的同學勿蹉跎大學的光陰</li> </ol> <p>(6) 回顧與結語</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 設計思考乃讓眾人得好好分享自己的看法、參與表達之工具。</li> <li>2. 講師的創業心法: 選擇自己想要的方能脫穎而出。</li> </ol> <p>(7) 補充: 行銷架構概述</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 三大行銷方式       <ol style="list-style-type: none"> <li>(1) 媒體(雜誌): 替品牌製造話題高度。</li> <li>(2) 線上(廣告、口碑、網紅): 強化曝光提升品牌廣度。</li> <li>(3) 社群媒體(臉書): 創造討論替品牌製造深度</li> </ol> </li> <li>2. 行銷方式比較       <ol style="list-style-type: none"> <li>(1) 傳統: 以產品為中心, 如電視廣告、傳單</li> <li>(2) 數位: 以消費者為中心, 如社群媒體、KOL(大型網紅)、KOC(素人網紅)</li> </ol> </li> <li>3. 發掘使用社群網站的目的: 獲得新知(與資訊)、社交工具(與人)、不想被時代淘汰(與時代)與十大社交動機說明。</li> <li>4. 協助行銷的工具推薦: Gamma、Canva與其他製圖軟體。</li> </ol>
活動成效	<ol style="list-style-type: none"> <li>1、 參與人次        本次活動之參與人數, 包含修課學生及自行報名者等人, 共計47人。</li> <li>2、 滿意度        本次活動為創新創業實作系列課程的第三堂課, 講師再次帶領同學複習「設計思考」之步驟與流程, 讓同學對此概念更為熟稔, 有助於同學們日後實踐時, 不清楚自己正處於何步驟及其目的的可能。        除此之外, 講師和同學介紹「商業模型」, 並透過實際案例的說明, 讓同學了解如何解構一個產品或服務背後的商業概念, 讓同學日後的創新創業提案能有更專業的資訊提供, 亦有助於若實際創業時避免商業模型模糊而虧損的可能。        最後, 講師將三週以來圍繞著設計思考的課程活動作結, 並再補充行銷架構與相關工具, 讓同學們對於創新創業提案已深耕最扎實的基礎, 對於未來更進一步的提案也具越趨清晰的輪廓。</li> </ol>
活動照片	
	<p>講師在活動一開始回應同學們的課前提問。</p>

成



講師深入各組, 和同學們討論商業模型設計。

## 校友分享講座



04/10

## 我的「健康」創業經營之道

Johnnybro 強尼兄弟健康廚房創辦人 黃甯程



05/08

## 品牌與研發營銷戰略分享

鼎王企業創辦人 許登旺 地點：公119



05/22

## 品牌重定位 行銷策略

大地酒店董事長 王雪梅 地點：公119



05/29

## 意料之外、情理之中的助人職涯：我的非營利組織之路

社團法人臺北市放心窩  
社會互助協會總幹事 曾子奇

112-2

站上巨人肩膀  
看見美好未來

每週二 13:10~15:00 社203

## 創新創業大講堂

## 創新創業實作



03/06

## 創意啟蒙：設計思考導論

凱因斯國際有限公司執行長 董政樵



03/13

## 點子產生器：使用者需求探勘

原鄰有限公司執行長 鄭思怡



03/20

## 思維實踐：創新解決方案

凱因斯國際有限公司執行長 董政樵



04/17

## 營運計畫書撰寫技巧

長富管理顧問有限公司執行長 林懿庭



04/24

## 品牌思維的建立與實踐

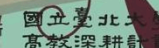
法博思品牌策略顧問 林頌富



05/01

## 打動人心的提案簡報力

簡報練功團創辦人 江樵

活動影片或  
其他連結

連結網址：

[https://drive.google.com/drive/folders/1q39uzFE7HdYeOOamFJf\\_b2cjIDWzdeYM?usp=sharing](https://drive.google.com/drive/folders/1q39uzFE7HdYeOOamFJf_b2cjIDWzdeYM?usp=sharing)

回饋意見表

(選填)問卷回收 份;整體滿意度 分