

# 文藻外語大學

## 活動執行成效表

活動名稱：(1-4) 2025台灣經貿網跨境電商實戰營

活動負責單位：主辦單位 國際事務系

合辦/協辦單位 \_\_\_\_\_

經費來源：114教-高教深耕計畫(經常門)

活動目標：A與B各至少勾選一項

A主要目標：

提升專業核心能力

提升基本核心能力

提升教學/學生學習成效

提升教師實務能力

精進教學品質管控

提升教學研究設施環境

提升教師研究能力

提升行政效率與效能

推動社會服務

強化學生輔導

建構核心價值/特色

B主要目標：

提升專業知能

提升一般知能(軟能力)

培養三創能力

營造友善/特色校園

強化品德與公民教育

提昇工作品質與績效

提升環境適應能力

推動服務學習

推動勞作教育

宣導時事教育政策

促進身心靈健康/成長

促進環境保護與安全

促進國際化

提升體育教育

輔導學生職涯/就業

培養人文素養

活動類別：其他

活動方式：(培訓)課程

活動地點：校內 \_\_\_\_\_ 校外此為全國大專院校之跨境電商競賽

活動時間：114年08月01日08時00分至

114年10月15日23時59分

實際參加對象及人數：校內教師1人(男0人女1人) 校外教師0人男0人(女0人)

校內職員0人(男0人女0人) 校外職員0人男0人(女0人)

校內學生12人(男1人女11人) 校外學生0人男0人(女0人)

社會人士1人(男0人女1人)

共計14人 (原預計參加人數15人)

活動性質：教學/課程 證照/競賽 學生生涯 交流/參訪 教師成長 其他

2名講者 0名工作人員

活動主持人：

吳紹慈 老師

(簡略文字敘述)：

活動內容：

1. 由本系吳紹慈老師帶領兩隊學生參加「2025台灣經貿網跨境電商實戰營」，此為全國大專院校的跨境電商競賽，競賽期間學生將結合與運用跨領域的知能包含「人工智慧科技+外貿銷售(跨境電商)+平台實作+數位行銷」，此競賽不僅提升學生在數位行銷與電商領域的實戰能力，亦可提升學生的曝光度與就業競爭力。
2. 「2025台灣經貿網跨境電商實戰營」包含兩個電商平台，一是使用台灣經貿網平台，進行B2B跨境銷售，稱為「行銷成長營」。另一個是使用亞馬遜平台，進行B2C跨境銷售，稱為「商務挑戰營」，兩者皆屬於「2025台灣經貿網跨境電商實戰營」競賽。為避免兩隊在競賽期間成為彼此的競爭對手，特將兩隊分屬於不同的平台。有一隊是由國際事務系六位大四學生所組成，參加「商務挑戰營」，使用亞馬遜平台。另一隊是由五位國際事務系大三學生與一位國際企業管理系學生所組成，符合跨學系與跨學院的團隊組成，參加「行銷成長營」，使用台灣經貿網平台。
3. 此計畫除指導老師外，亦聘請兩位業界專家教導學生跨境電商之知識與能力。

預期成效	實際成效	成效檢討
<p>(1)質化成效:</p> <p>1. 本活動預期培養學生以下重點能力：平台數據分析、業務溝通技能、電商平台運營與跨境銷售、跨境物流、AI應用與行銷企劃。</p> <p>2. 比賽提供的訓練課程包含圖片與影音廣告製作、SEO(關鍵字的選擇與優化)、生成式AI與亞馬遜平台操作，預期可提升學生在「人工智慧科技+外貿銷售(跨境電商)+平台實作+數位行銷」的跨領域專業能力。</p> <p>3. 學生可獲得電商實務經驗的數位行銷技巧、參賽證明與Google Analytics專業認證豐富職涯履歷且有助於求職、獲得業界專業知識與適應未來就業環境、運用AI提升工作效率等。</p> <p>(2)量化成效:</p> <p>1. 「行銷成長營」隊伍將協助合作企業在台灣經貿網上架數個產品與完成數個產品詳情頁製作(包含標題、主圖與附圖、文案撰寫、關鍵字、影片等)。「商務挑戰營」隊伍將協助合作企業在亞馬遜平台上架至少一項或多項產品。</p> <p>2. 「商務挑戰營」隊伍協助廠商將至少一項產品完成FBA發貨入倉(跨境物流)。</p> <p>3. 完成企業或產品之短影片廣告至少一支。</p> <p>4. 完成產品詳情頁數則。</p> <p>5. 協助合作企業經營台灣經貿網與亞馬遜跨境電商平台、廣告投放與數據分析。</p> <p>6. 若進入決賽將會有成果報告，但若沒進入決賽將不會有成果報告。</p>	<p>1. 經過數月的訓練，學生已獲得大量有關於商品詳情頁製作、平台運營、AI應用與行銷企劃等專業知識。</p> <p>2. 學生透過實作包含圖片與影音廣告製作、SEO、台灣經貿網與亞馬遜平台的實際運營等也培養了在數位行銷與跨境電商領域之專業知能。</p> <p>3. 3位學生通過Google Analytics認證考試，不僅豐富未來的職涯履歷且有助於求職、獲得業界專業知識與適應未來就業環境、運用AI提升工作效率等。</p> <p>4. 學生參加『2025台灣經貿網域跨境電商實戰營』最終獲得全國第一名殊榮。</p> <p>1. 「行銷成長營」主要是觀察台灣經貿網的後台，分析後台數據，討論該如何優化，如製作Pinterest廣告並做A/B test，甚至透過在Pinterest投放廣告將顧客引流到經貿網下詢盤或購買。</p> <p>2. 「商務挑戰營」已在五月底進行Amazon站內廣告投放，所以後續主要是討論投廣後的效益以及優化策略。團隊後來發現Amazon站內廣告效益不佳，因此開始製作Google廣告圖片並且重新調整廣告預算，希望藉由投放google廣告將潛在客戶引流到Amazon平台做購買。</p> <p>3. Sandbox的銷量相較去年有顯著提升。</p>	<p>無 無</p>