

# 附錄

## 附錄一 行政人員訪談問卷



敬啟者，

本人係國立台灣師範大學大眾傳播研究所的研究生，現正在進行「華語中心行銷策略之研究」相關性研究。謹附上訪談問卷一份，請事先撥冗過目，以便登門拜訪之時，可按照問卷內容作答而節省閣下寶貴的時間。

貴中心提供的各項資料，僅做為學術之用，不會對外披露，敬請放心。敬祝

教安

國立台灣師範大學大眾傳播研究所研究所

指導教授：林東泰 博士

研究生：邱顯哲 謹上

中華民國九十四年五月

### 一、華語中心

1. 請問 貴中心的基本資料：歷史、組織架構及其分工業務、運作流程、教職員工人數、學生人數？
2. 請問，您認為 貴中心的優勢、劣勢或特色為何？（例如：資金、人員、設備、組織編制、其他等）為什麼？
3. 請問，目前的社會環境與趨勢，您認為哪些因素會影響到 貴中心目前或未來的發展（例如：政治、經濟、法律、文化教育、社會、科技發展、其他等因素）為什麼？

### 二、華語中心行銷策略規劃

1. 請問，您認為國內大學的華語中心中，文化大學國語研習班/師範大學國語教學中心是最大的競爭者嗎？為什麼？與其差異？又與其他中心的區隔為何？定位為何？
2. 請問 貴中心是否對學生做過資料分析？如果有，貴中心學生的特色為何？是否建立資料檔案庫？
3. 請問 貴中心目標為何？採取的整體行銷策略規劃為何？
4. 請問 貴中心對於應用的 5P 行銷組合為何？
  - (1) 產品：提供學生的教育和服務為何？如何決定？考量因素為何？拼音系統與繁簡字體對產品的規劃有何影響？
  - (2) 價格：目前提供學生各種教育或服務的價格訂定為何？如何決定此價格？什麼情況或影響下會調整價格？
  - (3) 通路：學生如何接觸到中心相關訊息與服務？及使用中心設備狀況？
  - (4) 推廣：a. 廣告：如何吸引學生注意？使用傳播媒體情形為何？  
b. 促銷：如何吸引學生報名？使用促銷方式為何？
  - (5) 人員：中心如何招募與選聘教職員？如何對教職員作何種訓練以增進工作效率或加強專業能力？如何和學生保持互動？
5. 請問，執行上述行銷策略時，是否與其他單位合作？如何分工？  
面臨哪些問題？如何解決？
6. 請問 貴中心是否做績效評估？如何得知學生的反應？以及如何確定行銷策略規劃的效果與反應？如何改善？

訪問全部到此結束，謝謝您的回答！

## 附錄二 行政人員訪談整理一：台灣師範大學國語教學中心部分

一、

訪談對象：台灣師範大學國語教學中心短期與專案班負責職員 宋之菡

訪談日期：2005/05/26 確認訪談內容與補訪問日期：2005/06/10、2005/07/14

請問 貴中心的基本資料：歷史、組織架構及其分工業務、運作流程、教職員工人數、學生人數？

編制上來說，像政大有五十個學生，但他們有四個行政人員。我們中心目前有將近一千五百個學生，另外我們中心還有很多的短期課程，中心裡的全部職員加起來只有 30 個，我們有 6 個正式編制的人員和 2 個研究人員，其他的基本上都是臨時人員。比起政大來，每個人負責的業務就會很繁重，再加上還有一半的人有研究的任務，實際上行政人員的工作真的很多。時代一直在改變，很多東西也一直不斷地加到我們身上，所以得花較多時間來應付這些突發的事件。但就管理和企業經營的角度來看，工作人員多並不見得是好事，因為這些都要算在成本裡。目前我覺得應該要增加人力的資源，而且要做好在職進修，像是觀念、想法、認知，甚至語文能力都要加強。除了英文以外，我們還有日文能力的人員，其他像泰國、越南等國家，有些學生來到台灣一個中文字也不會說，當沒有人可以跟他溝通時，他就會很沮喪。更何況他們有些英文也聽不懂，所以我們可以建立起同學間互相幫忙的機制。其實中心可以改進的地方很多，但是人力上沒有辦法全部都做到。有時候根本不敢去想，因為怕根本沒有時間去做。

請問，您認為 貴中心的優勢、劣勢或特色為何？（例如：資金、人員、設備、組織編制、其他等）為什麼？

優勢就是我們中心設備最齊全、歷史最悠久、知名度最夠，在台灣蠻有優勢的，但是我們也會面對很多的壓力，因為社會的轉型很快，學生來源要是最好才行。例如說，歐美學生人數需要增加。目前亞洲學生人數比較多，讓歐美學生人數增加是我們必須要做的。再來就是我們的設備，在國內外來講是很好的，很多外賓和學生都覺得我們的設備很好，沒有可以挑剔的。我們也儘可能地提供場地和一些設備給學生，學生在學習之餘有很多的東西可以協助他。譬如說我們有圖書館等等的設施。

請問，目前的社會環境與趨勢，您認為哪些因素會影響到 貴中心目前或未來的發展（例如：政治、經濟、法律、文化教育、社會、科技發展、其他等因素）為什麼？

台灣人對外國人蠻和善的，台灣是個民主自由的地方，便利性也很高，娛樂、觀光、食衣住行都很方便，除了住之外，其他各方面都很便宜。住的方面是學生常常抱怨的一點，學生常找不到房子，就算找到了，也是很破爛的，因為這附近都是舊房子。所以住的品質並不好，而且又貴。威脅的部份，中國的興起，外國人都跑到大陸去了，所以應該要抓住重點來做行銷—為什麼要選擇師大的 NTC。這也是我們去國外參展時強力主打的重點。我們台灣很民主、很便利，而且我們學的是繁體字，這一點是個優勢。因為當你學了簡體字，並不一定看得懂繁體字，但當你學了繁體字之後，簡體字一定就看得懂，這是一個很大的優勢。學了繁體字，大華文化也就容易懂了，因為歷史的東西

幾乎都是用繁體字居多。而且台灣科技很發達，當他新科技發表時都是用繁體字在發表，你就看得懂所有華文世界的資訊，如果學簡體的話就沒辦法了。但是中國大陸的價錢真的很低，不過在中國大陸生活真的很無聊，上課也很無聊，文化課也沒什麼變化。這就是我們必須先去認識我們的敵人——大陸，再來看我們可以有什麼樣的對策或策略，把我們的產品跟他們的做區隔。區隔後我們才能對症下藥，找出我們自己要走的路。短期班的學生會想要來學中文，還是基於現實的考量，有的可能要做生意，在這樣的情況下，我們必須去想我們的產品要怎麼樣去包裝，怎樣去行銷。所以可能政府可以給台灣所有的華語中心機會去了解他們的市場和經營模式，了解以後我們就可以去想產品應該怎麼包裝和行銷。對於台灣人來說我們已經很有名氣了，但對於外國人說還不夠，而且我們並沒有辦法用外交關係來做。像有的學生當初是用獎學金來台灣念中文，來了以後很喜歡台灣，想繼續留下來，但是沒辦法，因為他只有申請一年的獎學金，只好拼命再去申請其他種類的獎學金。所以台灣並不怕外國人來，而是說你有什麼樣的方法別人瞭解台灣。參展的時候，人家也問我們，我學中文就去大陸就好了，為什麼要來台灣，我們的回答當然就跟之前我說的一樣，可是人家並不瞭解實情到底是如何，所以政府應該要觀光結合外交，變成一塊很大的範圍來宣傳推廣。外國人的家人會來台灣看他們，這對台灣的觀光來說是有利的，對外交也是有利的。目前我們是一直在朝這個方向努力，只是是靠自己力量，因為政府能給我們的資源並不多，他們也沒辦法管到每一個部份，因為可以做的事情實在是太多了。像每年我們幫國合會做一些邦交國的學生來台灣的合作案，學生們在台灣都非常開心，這就是最好的國民外交，這些人回去以後就會對他們的朋友家人說台灣多好多好，應該不會做出任何對台灣不利的言辭。像法國也是提供了非常多的獎學金給中國大陸，希望大陸人能去那邊學法文。聽說在法國非常有名的一間法文學院，學費很貴，法國人自己念不起，裡面卻有一半是中國人。法國人看到的遠景是：中國人以後做生意，會直接找法國，因為語言通，社會習慣也了解，所以這是法國人看到的商機。

請問，您認為國內大學的華語中心中，文化大學國語研習班/師範大學國語教學中心是最大的競爭者嗎？為什麼？與其差異？又與其他中心的區隔為何？定位為何？

其實並沒有所謂的競爭者，對於文化大學，應該稱他們為伙伴，大家共同經營華語教學這一塊，一起競爭一起合作，有競爭就有進步，合作也可以更進步。可是因為想進來我們學校的人太多了，反而讓我們沒有憂患意識，可能像銘傳或淡江，才會有比較好的行銷策略。如果可以讓我有機會去別的語文中心或甚至去大陸，多了解別人在這個市場的做法，我會把這一部份做得更好。跟文化差不多的地方，就是我們的專案也是夏令營的模式。我們有商業中文班、文化體驗班，這些班級都是以寒暑假的時候比較多。我們有與固定的單位合作專案班，有些團體是每年固定的時間就會來。像日本的黎明館等等都是每年固定的。像柏克萊也是跟我們合作，但是我們並沒有真正從他們那裡賺到什麼錢。柏克萊的人以後可能都是在社會執牛耳的人士，我們也希望他們對台灣有好感。我一直希望把短期課程定位在撇開以賺錢為目的，有其他的任務需要完成。例如說幫中心打形象，或是幫台灣打形象，這都是我們的行銷策略。結合餐飲、文化或旅遊的課程，對我們來說都只是額外的東西，最想做好的還是華語這部份，因為這至少是我們的專業，至於觀光，找旅行社就可以了，這樣才不會壞了我們國語中心的名聲。在住宿方面，我們也跟一些飯店旅舍簽了合約，如果我們的學生去住，就可以有優惠。現在還無法提供宿舍給每一位學生，但是有要求的人，我們就儘量做到。

請問 貴中心是否對學生做過資料分析？如果有，貴中心學生的特色為何？是否建立資料檔案庫？

針對專案團體，我們會發問卷，才可以知道我們哪裡需要改進，哪裡需要維持。短期班學生來說，有亞洲學生，也有很多歐美學生。對於短期班的學生，我們只希望留給他們一個好印象，讓他們玩得開心、學得快樂，對台灣感覺很好，以後能再回來。

請問 貴中心目標為何？採取的整體行銷策略規劃為何？

我是公務員，我很喜歡這份工作的原因是他很有挑戰性，跟一般印象中的公務人員做的事差很多。在平常也會多看有關行銷方面的書籍，或是在參展時多看看別人怎麼做，希望能把短期課程包裝行銷得更好。

請問 貴中心對於應用的 5P 行銷組合為何？

(1) 產品：提供學生的教育和服務為何？如何決定？考量因素為何？

短期班的課程包含了語言的課程，還有文化的課程。文化課程中有中國結、音樂、書法、醫藥、功夫、油紙傘、布袋戲等等。我們在師資上能達到的，還有在之前開過反應不錯的課程內容，我們都會加在短期課程當中，再由對方來選擇。通常選擇來這裡的團體，我都會抱著很感謝的心態，感謝他們沒有選擇中國大陸。有的團很特別，我會規劃一些像生死的哲學這種東西，因為思想的東西也是文化課程裡很重要的。對於生意人的團體的話，就會安排一些台灣商業人的講座，讓他們知道台灣的生意人是怎麼做的，例如：開工看黃曆等等。這些都是比較特別、而且還沒有什麼人在做的範圍。這也是我們主要在區隔我們與中國大陸的產品。所以台灣傳統思想是我很想要加進短期課程裡面的東西，包括道德觀念，例如：孝道。像外面賣東西常看到 199 元、299 元，這其實是心理作用，看起來很便宜，容易讓客人掏出錢來。另外還有做頭七、生死輪迴的觀念，跟西方是不一樣的。

(2) 價格：目前提供學生各種教育或服務的價格訂定為何？如何決定此價格？什麼情況或影響下會調整價格？

我們會參考其他中心或是中國大陸，儘量不要將價錢拉得太高，但是也不要讓自己虧錢。基本上短期班並沒有賺很多錢，但是儘量不要以賺錢為目的，他們外國人能來台灣我們已經很感謝了。所以短期課程的價錢，都不會調整。柏克萊的合作課程，已經讓我們幾乎有點虧本了。但因為牽涉到信譽，所以還是儘量維持同樣的價格。目前匯率會影響到這個價錢，還有就是越提早定案，越可以拿到便宜的價格，例如：訂房。

(3) 通路：學生如何接觸到中心相關訊息與服務？及使用中心設備狀況？

我們會有新生訓練，讓學生知道學校最新的訊息。若有臨時性的活動，也是利用新生訓練導覽來讓學生了解我們所要傳達的訊息。會先放中心簡介給他們看，會介紹老師、介紹設備，再準備一些小紀念品，上面就會有我們的網址，以便他們以後再來時會選擇同一個語文中心。學生很滿意我們學校的設備，校園的地點又好，交通也便利。舊生在學費上沒有優惠，但比起新生來，他們有權力先選課、選時間，這是我們的優惠。

(4) 促銷：a. 廣告：如何吸引學生注意？使用傳播媒體情形為何？

b. 促銷：如何吸引學生報名？使用促銷方式為何？

我們沒有做任何媒體廣告，只有發文宣品，還有網路，或寄送簡介、光碟到駐外單位。我們沒有授與權利給任何代辦機構，所以也沒有給他們仲介費，當然我們也在考慮這個的可行性。

(5) 人員：中心如何招募與選聘教職員？如何對教職員作何種訓練以增進工作效率或加強專業能力？如何和學生保持互動？

在招募老師的部份，我們是用遴選的；職員則是由公務人員運作體系來選擇；臨時人員的部份，則是跟老師一樣用招募的。鄧主任很重視員工的在職訓練，所以他要幫我們老師和職員開班增進英文能力。之前待過的單位主管給我很好的觀念就是，他們鼓勵出差，叫我們多出去看看，有開會就去開，回來以後在工作上改進，才能對單位有貢獻；與長官之間的互動也很好、很頻繁，彼此很了解。在國語中心這裡就比較少有這樣的機會，與學員的互動也很少，可能自己的事情太忙了；而且並不了解主管的意思，變成必須等在那裡，等待長官的指示。學生從遙遠的地方來，有什麼困難我都會盡力幫他們，找房子、看醫生，都是額外的東西，但是緣份把他們帶到我們這裡，能多幫我們就多幫。

請問，執行上述行銷策略時，是否與其他單位合作？如何分工？面臨哪些問題？如何解決？

我們常跟別的單位合作，像國合會、外交部、IBM、扶輪社…等等。外交部很多國家的外長夫人都曾是這裡的學生，也常幫這些單位開外課。收益是很好，但是本著服務社會的觀念，來做這樣的工作，也算是一種行銷。

請問 貴中心是否做績效評估？如何得知學生的反應？以及如何確定行銷策略規劃的效果與反應？如何改善？

績效評估的部份是一位孫久智小姐在負責，不論是短期課程或是傳統的課程，她都會幫我們針對每一種課程的特色來做評估。例如文化課。文化課的老師教學品質如何。又例如校外教學，它的成效在哪裡等等。

二、

訪談對象：台灣師範大學國語教學中心研究員 張莉萍

訪談日期：2005/05/30 確認訪談內容與補訪問日期：2005/06/10、2005/07/14

請問，您認為 貴中心的優勢、劣勢或特色為何？（例如：資金、人員、設備、組織編制、其他等）為什麼？

師大國語中心的優點就是有名氣、資格老，讓人感覺它是龍頭老大，國內很多語言中心都是仿造它的模式而起來的。我們現在又有華語文教學研究所，等於教學和研究兼具。各個語言中心成立的華語師資班，授課老師也都是華研所的教授，大家所受的訓練是蠻一致的。師大因此而得天獨厚，加上交通便利，這些都是師大國語中心的優勢。

我個人覺得師大的缺點是有，但目前不影響它的營運。整體上來說，我們的教學法、教材跟不上時代潮流。大部分華語老師習慣固有的模式，在語言中心開始成長茁壯以後，老師管理的問題，就浮顯出來了。不管在哪個學校，都有這樣的問題，我曾經聽到其他語言中心的主管這樣說過。因為我們並沒有給老師適當的定位，老師會覺得他們只是拿鐘點費的人員，沒必要配合學校課堂以外的要求，學校對老師也沒有太多約束力，例如，規定老師必須要每年進修。另外就是在工作人員的管理上，沒有企業化經營的理念。因為師大國語中心將近五十年歷史，是個大單位，臨時人員加上公務人員等等就有三十幾位，大家各司其職，人事管理觀念和體制都很傳統，要改變大家的想法有點困難。例如華語教學方面有許多新的業務需要拓展，但是沒有他人的配合，主其事者會很累，什麼事情都得自己來，大家都認為自己有自己的業務內容，例如負責申請入學、登錄成績、收學費等等，不樂意予以支援，缺少團隊合作的精神，在推動業務時人力的調配明顯不足。所以很多人並不想去碰這些新興的業務，這是個很大的阻礙。

請問，目前的社會環境與趨勢，您認為哪些因素會影響到 貴中心目前或未來的發展（例如：政治、經濟、法律、文化教育、社會、科技發展、其他等因素）為什麼？

之前討論過簽證的問題，我們覺得能盡量幫學生就幫，我們會為他們去教育部陳情、反應，但這也不是我們所能掌控的，等到有一天政府想通了，能接受了，就水到渠成了，所以我個人不太注重政府的政策，重點應該是怎麼樣提昇自己的競爭力。中文以後將是全世界第二大語言，就好像學英文一樣，每個人都得學。可能以後每個國家從中學開始就把中文當作每個人必修的科目，那中文市場一定很熱絡。台灣也是說中文的地方，理所當然地不會被忽視，外國人會選擇到台灣學中文，是因為地緣關係和社會經濟關係，其他不是主因。

請問，您認為國內大學的華語中心中，文化大學國語研習班/師範大學國語教學中心是最大的競爭者嗎？為什麼？與其差異？又與其他中心的區隔為何？定位為何？

在定位上，很麻煩的一點是，國語中心的主任是任期制，每任主任上任後都有他不同的抱負與理想，有的主任甚至來一年就離開了。正常來說是三年一個任期，可以連任一次，也就是說最多可以任六年主任。新的主任一來他要適應一段時間、職員也要適應，中間耗損了很多時間，主管並無法如預

期一樣進行業務推展。鄧主任曾經跟學校建議，以後主任應該要專職，不要像他們現在一樣，一方面需要教書，一方面又要兼主任的職務，學校只減免他們兩個小時的授課時數，其實這樣很難做事。尤其是管理像國語中心這樣的一個單位，三個月一期就有一千四百到一千五百位學生，要耗費很多的時間精力，才能管理好這個單位。至於定位上，也要看每一任主任的作風。有的主任認為國語中心是推廣單位，就是要賺錢，那就跟外面補習班沒什麼兩樣，但這畢竟是少數。大部份的主任都覺得應該要教學、研究、服務、推廣兼具。主任的想法不同，工作人員的想法也要跟著變。

**請問 貴中心是否對學生做過資料分析？如果有，貴中心學生的特色為何？是否建立資料檔案庫？**

資料庫是一定有的，除了每次 CPT 測試中每個題目有多少人測試過，以及它的難度、鑑別度這些資料外，就是每次參加考試的考生的背景及國籍資料都會在。從開辦到現在，總共是 529 人參加過這個測試。這 529 人之中，以日本人為最多，有 260 個人，佔了將近一半；第二名就是韓國學生；第三名是印尼學生；再下來是美國學生。以全體來看，還是以亞洲學生為最多。跟全部來台灣學中文的人口是成正比的，因為這個考試是開放給所有外籍人士來考，也有些企業是團體來報名參加考試的。例如說 LG 公司，六月份的考試他們就報名了 12 個，包含了主管、工程師等等。以在台灣的外國人來說，還是日本人和韓國人為最多。

**請問 貴中心目標為何？採取的整體行銷策略規劃為何？**

CPT 中期和長期的目標和行銷規劃：短期目標是發展這個考試，讓在台灣的外籍人士都可以來測試自己的中文能力。當時是羅青哲主任覺得國語中心已經有 40 幾年的歷史了，這件事我們責無旁貸，雖然政府不太重視，但是我們必須要做這樣的考試，免得學生還得跑到國外去考試，所以當初我們的目標就是開放給在台灣的外籍人士一個方便。中期的目標就是推廣這個考試到亞洲，現在已經推廣到泰國。泰國方面雖然有意願代理，但是一直遲遲沒有後續的動作。他們也跟外館反應說是不是把這個考試升級成爲一個國家級的考試，這樣泰國的學生進來台灣，考這個試才有意義。再來下一步就是往美國方面發展，因為沒有政府的支援，發展這個測驗我們完全靠自己的力量，靠鄧主任、靠信所長、靠一些跟美國各知名大學熟悉的人士來聯繫這件事，請他們用我們這個測驗，或者是在他們那邊設考試地點。現在華語教學終於受到政府青睞，希望我們整合各測驗，把這個做爲國家未來的考試。

**請問 貴中心對於應用的 5P 行銷組合為何？**

**(1) 產品：提供學生的教育和服務為何？如何決定？考量因素為何？**

目前都是用繁體字考試。

**(2) 價格：目前提供學生各種教育或服務的價格訂定為何？如何決定此價格？什麼情況或影響下會調整價格？**

報名費是 1 千元，是參考其他考試的價格像是 HSK 的價格。還是只是參考華語考試的價錢，不能去參考託福的價錢。因為考慮到要跟大陸的 HSK 競爭，所以價錢不能訂得很高，這個算是低價位，而且目前還是推廣階段，所以不符成本，以後成爲國家級考試後，可能費用會提昇。

(3) 通路：學生如何接觸到中心相關訊息與服務？及使用中心設備狀況？

(4) 促銷：a. 廣告：如何吸引學生注意？使用傳播媒體情形為何？

b. 促銷：如何吸引學生報名？使用促銷方式為何？

我們是用很實際的方式，因為沒有什麼財力和人力，一個是藉台灣華語文教學學會力量推廣，寄考試資訊給學會會員、各大學語言中心和國內中英文系所，讓大家知道這個測驗。另一個是靠設立網站、建立線上模擬試題，擴大知名度。完全沒有用到報紙雜誌那些新聞媒體的力量。至於設考點的考量，則是直接去問各學校有無意願幫我們推廣和設考場。這些學校是以有華語中心的學校為主，他們比較願意配合和支持我們。而南部的考生一直不多，都只有幾十位個，如果學校單位跟我們要場地費，真的會入不敷出。而且每次考試，就得派一個人員下去中南部擔任監試和其他試務工作。有些學校雖然很有經驗，常借場地給托福考試，但是相對地就要收取場地費和其他費用。除非以後我們這個考試有很多的經濟來源，才有辦法把考點越設越多，現在還未制度化。

(5) 人員：中心如何招募與選聘教職員？如何對教職員作何種訓練以增進工作效率或加強專業能力？如何和學生保持互動？

目前並沒有與考生做互動，未來是可以做的。其實模擬試題線上化，很容易可以請學員做問卷。但是考慮到線上問卷的效果不好，因為沒有強制性。而且目前實在沒有人力，除了我本身以外，只有兩個人專職在做 CPT 考試。而我除了 CPT 之外，還有中心其他相關業務。

請問，執行上述行銷策略時，是否與其他單位合作？如何分工？面臨哪些問題？如何解決？

目前所面臨的難題就是人力不夠的問題。只有兩名全職人員，其中一位專注在研發試題、命題相關方面；另一位主要是在試務方面，另包括文宣製作、更新網站、資訊的諮詢等等。今年六月份的考試面臨的一個問題就是考場不夠大。本來師大裡的場地是沒問題的，因為通常每一級不會超過一百個人來考，視聽教室就可讓大家戴耳機做聽力測驗，但是今年場地問題讓我們比較頭痛，同時一百多個學生要考試時，國語中心兩個視聽教室也裝不下。人數變多以後，試務工作量也變多了，每個人需要照顧到的事情更多了，以後可能不只在國語中心這裡考，文化、淡江等其他學校也都可以設考點。目前在北部一個考點，中部靜宜大學一個考點，南部之前是文藻，今年是高師大的華研所來支援我們。所以考試的人多了以後，場地是一個問題。未來要把這個考試變成國家級的，就會遇到這樣一個問題，就是考點適不適合與夠不夠的問題。現在我們正在把試題電腦化，將來學生可以直接在電腦上考試，希望以後我們可以不需要接觸到報名這些行政事務，交由專責單位管理，我們只要負責考試內容部分，專心把命題工作做好是研發人員衷心的期盼。



三、

訪談對象：台灣師範大學國語教學中心研究員 方淑華

訪談日期：2005/05/31 確認訪談內容與補訪問日期：2005/06/10、2005/07/14

請問，您認為 貴中心的優勢、劣勢或特色為何？（例如：資金、人員、設備、組織編制、其他等）為什麼？

國語中心的優勢是在優秀的優良教學傳統，在語言教學中是採取小班教學，小班教學就會比較有效。國語中心老師的聘任是經由很多個關卡，初步的篩選後進來教書還會有定期進修、講習的機會。因為老師很專業，所以師資也是它的優勢。希望國語中心投入教學、研發、規劃和統籌的人力多一點，我覺得可以再加強。目前中心的組織，老師是一個部份，行政是一個部份，我是屬於研究人員。我覺得屬於研究方面的人力應該還要再多。老師也做研發，可是比較沒有統一的規劃，所以只是第一線的教學，對於以後中心的發展能參與性就比較低。編制內的研究人員只有兩位，主任底下有五個組，三個組有組長，分別是教材教法、文化組、教學組。組長之下分成教材、測驗與教學小組。教學小組裡有兩位，一位是編制內，一位是臨時的。主管希望這兩位都屬於研發範疇。中心裡的老師大約有一百位，主任希望我們朝向更專業化，以後希望能建立起教師專業的證照制度，教師都能提昇他們的專業能力和資格，然後有更多的老師可以投入研發的專業領域。國語中心最大的特色是小班教學，其他像活動也是很有特色的部份。

請問，目前的社會環境與趨勢，您認為哪些因素會影響到 貴中心目前或未來的發展（例如：政治、經濟、法律、文化教育、社會、科技發展、其他等因素）為什麼？

個人覺得政治決策和經濟是大環境中會影響華語中心發展的原因。經濟上來說，整個世界的經濟蕭條都會影響學生來台學習。政治上來說，以國外的部份來講，比方說像印尼有暴動，這樣的政治動亂會讓更多的人尋求到海外發展。如果是要學華語，就會考慮大陸或者是台灣。如果大陸和台灣在某方面對外國人限制時，或者在社會情勢方面動盪不安，也會影響到學生來華的意願。在整個世界的大潮流趨勢影響下，整個華人的經濟能力如果有了提昇，也會相對提高了外國人想要學這部份國家語言的意願。大陸跟台灣的華語市場其實不是用競爭的眼光去看待，大陸的崛起是不爭的事實，會選擇到大陸去是很正常的。這部份來講並不會影響到某些人不來台灣，因為台灣本身在學華語的幾個地區來講，是另一個選項，會到台灣來的就是會選擇到台灣來。當然政府在政治上面可以多做一些努力，在政治上，是可以努力去推動這股學習的熱潮。

請問，您認為國內大學的華語中心中，文化大學國語研習班/師範大學國語教學中心是最大的競爭者嗎？為什麼？與其差異？又與其他中心的區隔為何？定位為何？

我個人比較不傾向用『競爭』關係去看待學習語言的現象，即使有競爭也只是良性的互動。有這樣的認知，像國內的華語中心其實是聯盟的情況，因為這是整個環境的提昇，應該只會吸引更多的人來學。在我看來是策略性的聯盟罷了。每個華語中心都有其發展定位點，就我所了解，教學的部份，國語中心在傳統和教學上都有優勢，歷史較悠久、規模也較大，口碑也早就已經建立，結合這些優勢，會比一些新成立的教學單位有更多的優勢。能夠想得到的教學管理和專業提昇的部份，也跟學

生學習成效互相影響。如果學校有好的基礎，這方面是相輔相成的，報酬也會遞增。

請問 貴中心是否對學生做過資料分析？如果有，貴中心學生的特色為何？是否建立資料檔案庫？

學生資料的建檔部份是一直以來都有在做，國籍、背景資料、學習動機等等項目都有建檔。學生特色分析應該要看你要的東西是什麼再來做分析。我們曾做過的，比方說假設目前在開辦新的語言課程，我們會設定較適合的學生對象，可能是哪一個國籍或是哪一種程度的學生較適合，再去從資料庫中做分析。

請問 貴中心目標為何？採取的整體行銷策略規劃為何？

這部份要請教主任或組長們會比較清楚。

請問 貴中心對於應用的 5P 行銷組合為何？

(1) 產品：提供學生的教育和服務為何？如何決定？考量因素為何？

課程開發並不是我在做規劃的。中心的課成分為語言、文化和選修課，比較詳細的情形我不清楚。從教學上來看，拼音和簡繁體字如何選擇，主要是看哪一種目前通行於全世界，並且可以給予學習者便利性。教學的人員、老師應該不會考慮這麼多。

(2) 價格：目前提供學生各種教育或服務的價格訂定為何？如何決定此價格？什麼情況或影響下會調整價格？

價格的訂定都是經由會計那裡做的成本分析做出的結論。

(3) 通路：學生如何接觸到中心相關訊息與服務？及使用中心設備狀況？

學生對學校課程消息來源主要是口耳相傳，因為師大的悠久歷史，自然讓學生會對本校做推薦。另外我們有做文教事業推廣的部份，這也是學生接觸到本校就讀訊息的來源之一。學生與學校之間溝通的方式就是直接到辦公室對相關承辦人員做反應。如果我們需要發佈相關訊息，我們會透過網路公告、張貼佈告欄，或是請老師轉達。

(4) 促銷：a. 廣告：如何吸引學生注意？使用傳播媒體情形為何？

b. 促銷：如何吸引學生報名？使用促銷方式為何？

國語中心沒有在採用促銷的方式。我們用網頁和簡章來做行銷，但是國語中心是非營利性的學術單位，所以比較沒辦法用一般的思考模式來看待它。它現在介於學校和進修推廣部之間，以後在定位上會不會轉型也要看以後的規劃，目前只是用口耳相傳、網路及文宣小冊為主要宣傳工具，大多是傳統的方式。

(5) 人員：中心如何招募與選聘教職員？如何對教職員作何種訓練以增進工作效率或加強專業能力？如何和學生保持互動？

我只能說明教員的部份。徵聘教師的流程是先會有個初試，還有資格上面的審核，再來會有面談、

口試跟試教。進來以後的老師會有教育訓練，我們有新進教師講習、定期的教學研討會和不定期的工作坊，型式依人數多寡和時數長短而有所不同。我們接觸到的學生大多是對老師學習或教法上有問題，就可以跟我們教學組反應，我們會再做一個了解。學生除了直接到辦公室來，有的還會用電子郵件或傳統信件跟我們聯絡。密集班的老師定期舉辦備課會議，透過協同教學的運作機制，互相分享，彼此切磋琢磨，共同建立教學資源共享資料庫，設計期中、期末語言任務活動，經由種種密集強化的教學活動，讓學生的學習盡可能在短期內達成最佳狀態。

**請問，執行上述行銷策略時，是否與其他單位合作？如何分工？面臨哪些問題？如何解決？**

就對教師的教育訓練的部份來說，我們也會有合辦單位，像是台灣華語學會或是華語文教學研究所都會與我們合辦訓練。如果是其他單位主辦的活動，就會由那些單位來做公告消息和受理報名的工作，因為他們本身就已經是對外聯絡的窗口，與國內外各大學校聯絡都比較方便。目前並沒有遇到什麼特別的問題。

**請問 貴中心是否做績效評估？如何得知學生的反應？以及如何確定行銷策略規劃的效果與反應？如何改善？**

績效評估的部份，我們長久以來我們都有在做教師教學評量，從評鑑裡就可以知道學生的反應。除了這種評量外，在教學組如果開辦了一些新的課程或教學活動，就會也有更細部的調查。其中有訪談的紀錄，也有把學生直接來反應的部份做紀錄。如果從學生的反應中得知老師教學有問題，則我們第一個會從老師處做了解，先跟老師做訪談。如果是屬於學生個人情緒的部份，則跟學生直接溝通。如果是教法和技巧部份，則建議老師多做教學觀摩，我們也會去旁聽，看如何解決問題。

四、

訪談對象：台灣師範大學國語教學中心秘書 游銘豐

訪談日期：2005/06/01 確認訪談內容與補訪問日期：2005/06/10、2005/07/14

請問 貴中心的基本資料：歷史、組織架構及其分工業務、運作流程、教職員工人數、學生人數？

師大國語教學中心成立於 1956 年，至今將近 50 年。是台灣歷史最悠久、規模最龐大的國語教學中心。師大國語教學中心現有主任一人，下設秘書一位，組長目前有三位。組長分別是負責教務組的一位陳組長、教材教法研究組的林組長、以及文化研習組的陳組長。秘書的工作是協助主任綜理中心的事務，還有負責學生簽證諮詢、輔導的工作。雖然本中心有三位組長，但它不屬於有階層的架構。就是說組長下面並沒有分配組員，他們的工作主要是負責專案的承辦。比如說最近國語教學中心有一個成立 50 周年的教學研討會，就由林秀惠組長來負責。另外比如說陳浩仁組長，主任交代他負責 e-learning 的工作。所以組長的工作有點類似顧問、有點類似專案的領導人，並非像一般的機構有像組長組員這樣的編制。另外中心還設有兩位研究員，一位叫張莉萍助理研究員，另外一位叫方淑華研究助理。莉萍主要是負責本中心設置 CPT 測驗的研究和推動。CPT 最近剛獲得教育部的認同，即將成為國家級中文測驗的標準。另外淑華負責的是教材教法的研究。也就是說本中心所運用的教材有需要再更新的地方，有更加需要配合學員需求的地方來進行研究。另外除了正常的授課業務等等行政工作之外，本中心兩位同仁負責短期習班、專案活動的工作。兩位同仁分別是宋芝菡組員，跟張惠賢技士負責短期研習班，負責跟教育部、跟國合會有任何短期的學術交流活動，他們來規劃和推動。另外本中心主要的業務就是學員的招募，和上課訓練。從招生、報名、註冊、排課，還有學員的請假，還有跟老師之間的互動等等，都有相關的行政人員來做安排。另外值得一提的就是本中心的學員主要來自國外，就是說外國學生，他們來台灣有很多的簽證問題，他們可能不是很了解，我們會特別來提醒。學生來這邊學習中文，外交部一般是給予兩個月的簽證，在這之前我們會協助他們做簽證延長的工作。因為中心一學期是三個月，所以一般都是這樣的事情。

本中心有將近 120 位老師，老師的來源有來自各個領域。目前因為華文研究 teaching Chinese as a second language 已經成為一個正式的學科，所以新進的老師主要都是這樣的背景，讓我們的老師更具專業性。每期上課的學生將近有 1 千 2 百位，講起來是國內最大的機構、一個最大的教學中心。學生來自於各個國家，來自亞洲有將近 60% 左右，其次是美洲跟歐洲。學生相當具有國際化的背景。

請問，您認為 貴中心的優勢、劣勢或特色為何？（例如：資金、人員、設備、組織編制、其他等）為什麼？

由於本中心成立歷史非常悠久，同時我們有強勢的學術研究做後盾，所以我們在國內的國語教學中心之中，始終處於龍頭的地位，學生人數也最多。所訓練出來的學生也的確頗受好評，成果非常卓著。有關於本中心的劣勢部份，如果跟一般民間公司做比較，本中心還是屬於學校的一個行政單位，公務人員還有許多需要加強的部份，還有不夠競爭力的地方，也是本中心所可能面臨的問題。如果說能又像民間公司一樣的強勢的組織架構，還有領導風格的話，會比較能改善這樣的劣勢。本中心的特色和優勢頗為相近，除了我們有強大的學術背景做後盾之外，我們老師師資的水準都很高。另外，我們對於國語文的教學，強調聽、說、讀、寫並重，所以學生來這邊學中文的話，以後他們要

進大學，或是進一步地做學術研究，對他們有很大的幫助。也許我們不像一般的語文中心活潑多樣，但是我們紮實的教育，對他們未來的研究，或是就業有很大的幫助。

請問，目前的社會環境與趨勢，您認為哪些因素會影響到 貴中心目前或未來的發展（例如：政治、經濟、法律、文化教育、社會、科技發展、其他等因素）為什麼？

近年來學習華語已經成爲一種熱潮，雖然全世界各地對於學習漢語非常熱衷，但台灣也面臨到與對岸大陸做競爭的問題。尤其是大陸越來越開放，他們市場的開放，很多未來要做生意的人，學習華語都會到大陸去學習。這是本中心未來在招生業務的時候，可能會面臨的很大的威脅。這是我們必須要注意的部份。另外在國內部份，許多大學也紛紛成立國語教學中心，使得台灣有這樣的機構就越來越多。市場的分散也使本中心的業務遭受威脅。近年來大陸市場的開放，大陸對於教學的重視，對於本中心是個威脅，但是也是個機會。它因爲市場的開放，使得全世界對學華語越來越熱衷。另外本中心所具有的優勢，跟台灣的民主體制也有很大的關係。因爲台灣已經成爲一個民主富裕的社會，許多國家的人們來這邊學習華語的話，他們的生活適應比較不會有問題，生活水準落差也比較不會那麼大。對於未來他們如果要前往大陸經商，這裡學習華語是很好的一個跳板。一般來台灣學華語的學生，我們駐外單位都給予兩個月的學習簽證，兩個月到期之前，會再去延長兩個月，所以是四個月，但是根據外交部的規定，在台停留超過六個月以上沒有居留證就必須要離境。也就是說他們在台學華語，在六個月之前，他們就必須要申請居留證，也就是 ARC。

請問，您認為國內大學的華語中心中，文化大學國語研習班/師範大學國語教學中心是最大的競爭者嗎？為什麼？與其差異？又與其他中心的區隔為何？定位為何？

雖然本中心是台灣最大、歷史最悠久的國語教學中心，但是面對市場我們絕對不敢掉以輕心。國內任何大學所成立的國語教學中心，我們都認真地對待。他們有任何的改革進步，也都是我們需要改進的地方。由於本中心和師大的華研所有合作的關係，所以我們有強大的學術做背景，這也是我們中心與其他中心有所區隔的部份。也因爲我們不敢掉以輕心，所以我們除了正常的招生業務之外，我們也加強教材教法的研究，此外，我們也加強短期班的推廣，還有學術交流。

請問 貴中心是否對學生做過資料分析？如果有，貴中心學生的特色為何？是否建立資料檔案庫？

本中心招收的學生，一般都具有高中學歷或以上。初步而言，本中心內具有大學學歷的學生佔有大多數；此外具有研究所學歷的學生也不在少數。本中心學生的水準一向不錯，這也算是本中心的特色。此外，爲了讓來這邊上過課的學生，對於未來他們上課的成績證明、就學證明有所依循，以後有復學等等的考量，我們建有資料庫。對於學生資料做了一個儲存和分類。本中心雖然是一個公務機關，但是也是一個營利性質的機構。若就利益導向來說，我們應該多招收學生，多投資資源在招收學生方面。但我們爲了維持教學的品質，我們也投資了相當多的資源在教材教法的研究，這就像民間的 R&D 部門一樣，投資的部份往往沒有辦法立刻見到成效，所以在取捨之下，往往需要領導者特別的考量。

請問 貴中心目標為何？採取的整體行銷策略規劃為何？

過去幾年本中心主任的更換次數太過於頻繁，以致於往往無法貫徹一個完整的策略，所以說如果這部份可以改善的話，將對本中心的營運有很大的幫助。這也是目前本中心比較弱勢的部份。

請問 貴中心對於應用的 5P 行銷組合為何？

(1) 產品：提供學生的教育和服務為何？如何決定？考量因素為何？

本中心所提供的課程主要有兩大部份，第一個是生活華語，第二個是視聽華語。新進的學生我們會有分級考試，來分他們的等級，來找到適合他們的課程。學生修完一個階段的課程之後，就會晉昇到下一個階段。我們的課表現在是分爲九級，學生就依據他的程度逐步地升級。

(2) 價格：目前提供學生各種教育或服務的價格訂定為何？如何決定此價格？什麼情況或影響下會調整價格？

本中心提供的課程，學費是依據學期來收費，一般的課程一期是 1 萬 8 千元。在暑期的時候有提供暑期班，兩個月而已，是 1 萬 2 千元。另外，學生如果有特別的需要，我們也會提供單月的課程，單月的課程基本上是每月 6 千元。

(3) 通路：學生如何接觸到中心相關訊息與服務？及使用中心設備狀況？

就讀本中心的學生我們有提供電腦設備，我們有電腦實驗室，他們可以在那邊進行文書的處理，或者是上網，或者列印。此外我們如果有課務的訊息，或是相關活動的訊息，我們是透過老師來公告，或者是透過我們的播音系統，或者是在公佈欄公佈的方式來告知學生。

(4) 促銷：a. 廣告：如何吸引學生注意？使用傳播媒體情形為何？

b. 促銷：如何吸引學生報名？使用促銷方式為何？

我們一般的招生方式是透過發行簡章，透過相關單位幫我們到國外發行簡章。此外透過網路上的更新，透過網路市面的宣告，讓學生了解我們的訊息。此外，很多來本中心修課的學生，都是因爲朋友介紹，也就是說我們的口碑非常好。所以就是來這邊學過的學生覺得不錯，推薦給朋友的部份佔大多數。另外有關促銷的部份，價格方面，我們是沒有使用打折的策略。現在都是維持原價，就利用其他管道來做宣傳。

另外我們吸引學生來報名，也透過短期班的合作。讓短期來台，不管是短期的訪問，或是短期進修的學生，能夠了解本中心提供的服務。對於未來他們想進一步學習中文，將會是考慮本中心一個重要的因素。所以我們跟外交部、跟國合會、跟教育部，很多的短期班、學術交流，有很多的合作，也是希望透過他們，把本中心的知名度打響。

(5) 人員：中心如何招募與選聘教職員？如何對教職員作何種訓練以增進工作效率或加強專業能力？如何和學生保持互動？

本中心教職員的招募，是透過遴選的方式。此外，招募進來的教職員，也會定期做在職訓練，讓教職員的程度都能夠提昇。此外，本中心主任也特別要求教職員工在英語方面能夠提昇。雖然我們是國語教學中心，但是很多剛來的學生都不會講中文，英語溝通成爲一個重要的工具。

另外與學生保持互動方面，我們有提供很多課外活動，除了正常的國語教學之外，我們配合台灣的各種節慶，例如划龍舟、元宵燈節等等，我們會特別組團讓學生參加，讓學生在學習課業之餘，能在生活中更加了解中華文化，更加熟悉華語。另外學生如果在本中心學習華語，如果在簽證上、在生活上、或者在上課時有種種的問題，我們提供了諮詢的管道，讓學生來諮詢、溝通。

**請問，執行上述行銷策略時，是否與其他單位合作？如何分工？面臨哪些問題？如何解決？**

爲了推廣本中心的業務，本中心跟國合會有初步策略聯盟的關係。也就是說在國外有學生想學中文的話，一般都會先跟我們合作。不但學生可以過來學中文，本中心也會推薦教師到當地去教授中文。在執行此項業務時較大的困難是住宿的問題。因爲本中心並沒有足夠的空間提供良好的住宿環境，所以每次有特別學生團來時，就比較傷腦筋。如果學員預定時間較早，則我們可以先向進修推廣部或學校預定宿舍，如果來台成員不是學生，有些是外交人員，我們也會跟飯店接洽，來解決住宿的問題。

**請問 貴中心是否做績效評估？如何得知學生的反應？以及如何確定行銷策略規劃的效果與反應？如何改善？**

爲了提昇本中心的教學品質，我們也有進行老師的教學評估。在每學期快結束的時候，會有學生來填意見，以匿名方式送到行政人員處統一處理，以做爲下次改善的依據。

### 附錄三 行政人員訪談整理二：文化大學國語研習班部分

一、

訪談對象：文化國語研習班教學創意總監 林繡娟

訪談日期：2005/05/23 確認訪談內容與補訪問日期：2005/06/06、2005/07/11

請問 貴中心的基本資料：歷史、組織架構及其分工業務、運作流程、教職員工人數、學生人數？

目前中心裡老師大約有 30 人；學生約有 450 左右，在暑假時會有很多專案課程，人數就會增加很多。例如小留學生華語夏令營，人數已有至少 100 人；其他專案課程，每個專案大約會有 30 至 40 人次。

請問，您認為 貴中心的優勢、劣勢或特色為何？（例如：資金、人員、設備、組織編制、其他等）為什麼？

我們中心的優勢主要是教學品質和設備，還有便利的交通。特色部份，申請過程快速，開班頻繁，學生不受限於學期制度；中文課程總共分了 15 個程度，學生比較容易找到符合他們程度的課程。另外我們也開設了很多文化課程，可以幫助學生了解中國文化、台灣的文化，像是台語課，受到學生的喜愛。其他像 HSK 漢語水平考試的準備課程，學生要考 HSK 必須先學會簡體字，以後學生在台灣或者在大陸都容易找到工作。另一方面，我們也舉辦了很多課外活動，像是春季和秋季旅遊，在特別的節慶裡也會有些不同的活動。例如端午節、中秋節…等等。另外，我們也有語言交換的活動，幫助學生們練習語言、認識台灣學生，更了解台灣民情和台灣人特殊的性格。劣勢方面，我們沒有校園，學生感覺較冷清。

請問，目前的社會環境與趨勢，您認為哪些因素會影響到 貴中心目前或未來的發展（例如：政治、經濟、法律、文化教育、社會、科技發展、其他等因素）為什麼？

我們應該從整個大環境來看，而不止單單看本校的招生能力。學生在學校內能夠受到最好的中文教育，在校外則會跟其他台灣朋友學習流行語，這並無法幫助學生語文能力的提昇。再講到新聞媒體使用的語言，是國語和台語的交雜，則老師在教學方面就比較困難，學生感覺很混淆。另外就是簽證的問題，我們學校以東南亞學生居多，簽證很難拿到。之前聽說某位學生在台灣學中文已經兩年，當他再去警察局延長簽證時，警察就不再給他簽證。這對學生來講有很大的影響，對學校來說也是很大的殺傷力。因為學生在這裡不但是語習的學習，我們也想儘量提昇他們專業的能力。學生研習中文一年半以後，我們都會鼓勵學生考大學、考研究所。除了中文以外的專業課程，還需要學生再花更多的時間去學習，所以我們只給兩年是不夠的。

政府有些政策還是在幫助我們華語中心的，像是觀光局在兩年前開始帶領各學校前往各國參加旅遊展，開始推銷台灣觀光，向國際介紹台灣的特色，和華語文學習做結合。也順便參考其他國家觀光與學習語言怎麼樣做結合來吸引外國學生。



請問 貴中心是否對學生做過資料分析？如果有，貴中心學生的特色為何？是否建立資料檔案庫？

我們目前所有學員資料都電腦化，他們曾經讀過的課程和個人資料都在電腦系統裡。學員以韓國、印尼、越南學生居多，但兩年前開始，美加地區學生和歐洲學生來台學中文的比率有攀升，這證明了我們之前做的廣告與行銷有了一點成果。

請問，您認為國內大學的華語中心中，文化大學國語研習班/師範大學國語教學中心是最大的競爭者嗎？為什麼？與其差異？又與其他中心的區隔為何？定位為何？

師大的歷史悠久，是我們的目標，它的教學品質、資歷、師資都是全國數一數二的，是我們學習的對象。但是我們必須放眼世界市場，大陸就變成了我們最大的競爭者。與師大的不同，就是教學法和感覺比較活潑，教材雖然是使用台灣的教材，較制式化，但我們中心課程的變化性較多。

請問 貴中心目標為何？採取的整體行銷策略規劃為何？

目前我們學校搭配了政府的政策，走向國際化，積極參與國際性展覽和國際學術研討會，才可以把我們中心介紹給國外，提昇知名度。量身訂做的課程合作對象最大的考量是選擇到台灣或到大陸，大陸的物價較低，對合作對象來說十分具吸引力。目前我們的競爭策略是以最佳的服務和產品的獨特性做為市場區隔。我們的產品除了中文課程外，還有其他附加價值。

請問 貴中心對於應用的 5P 行銷組合為何？

(1) 產品：提供學生的教育和服務為何？如何決定？考量因素為何？

以學生學習動機為方向。在學生來校報到時，我們會透過聊天和問卷的方式，了解學生們來台灣學華語的動機，我們便可以依照分析結果開設所需課程。我們也按照國外來的專案團體的需求來開辦中文課程，或是安排企業的專業課程。如果他們要求較多的文化學習，則安排旅遊；如果他們是以學習中文為主，則中文課的比重就較重了。

(2) 價格：目前提供學生各種教育或服務的價格訂定為何？如何決定此價格？什麼情況或影響下會調整價格？

參考市場價格，我們是中高價位，將來希望能以高單價為主，現在還在推廣階段，所以定位在中高價位。我們會先將辦公人員服務品質和教學內容做品質提昇，再慢慢將單價提高。成本的增加，牽涉到很多部份，例如說有些課程的老師除了中文外，必須有其他的專長，這些專長的培養就需要時間了。所以這些老師的鐘點費就會較高，還有課程中需要使用到的設備也會影響這個價錢。

(3) 通路：學生如何接觸到中心相關訊息與服務？及使用中心設備狀況？

除了網路以外，就是報章雜誌，另外就是參加國際旅遊展。設備精良是我們的優勢，學生經常在 B4 圖書館裡逗留一整天，使用電腦無限上網。每個學生都在電腦系統裡有屬於自己的管理介面，可以在電腦中儲存自己的資訊，像列印管理…等等。另外像是出入圖書館需要用到的 U-pass 卡，在進出圖書館時都做了紀錄，讓我們可以更了解學生使用圖書館的狀況。學生也可透過網路來跟老師設計好的網頁做複習，或者在網路上下載作業題目等等功能。我們也有錄影帶、錄音帶等等的教

材，也有課外讀物，可以讓學生免費使用，並做預習及複習。

(4) 促銷：a. 廣告：如何吸引學生注意？使用傳播媒體情形為何？

b. 促銷：如何吸引學生報名？使用促銷方式為何？

我們都會讓學生去參加一些活動，順便也讓他們去外面接觸台灣人，在國內提昇我們的知名度。全世界最強的搜尋資料庫應該就是網路，我們學校在網路下了很大的功夫。促銷一只有文化性的課程有促銷方案，因為這類的課程主要是在服務學生，所以會有折扣。

(5) 人員：中心如何招募與選聘教職員？如何對教職員作何種訓練以增進工作效率或加強專業能力？如何和學生保持互動？

老師的招聘部份，主要要求老師能有兩年的團體班教學經驗，不論在國內或國外；學歷部份則要求是大學以上。在職訓練的部份，我們會鼓勵老師參與相關研討會，和定期舉辦的內訓課程和教師心得分享會。

請問，執行上述行銷策略時，是否與其他單位合作？如何分工？面臨哪些問題？如何解決？

目前本中心有與一些飯店業者合作，目的是希望幫助剛到台灣的學生，在他們還沒找到固定的住所時，有地方可以歇腳。另外也為了專案的發展在鋪路。我們把飯店的住宿資訊放在網路上，相對地也要求對方將我們的資訊放在他們的網頁上。另外就是異業聯盟，我們會希望與旅遊業者做結合，辦理遊學。

請問 貴中心是否做績效評估？如何得知學生的反應？以及如何確定行銷策略規劃的效果與反應？如何改善？

對於每一次做的廣告都會做追蹤，廣告一打出去，會有多少學員是看到廣告而來報名的，但是這是長期的，短期內看不到效果。兩年前開始參加國際青年旅遊展後，在美國、加拿大和歐洲國家都有回饋。在老師評鑑部份，我們會請職員到班做不記名問卷，以此問卷就可知道學生對老師的評價，我們都定期將結果匯整。另外我們也會有專人不定期至班上旁聽，了解老師上課狀況。另外我們也有行政方面的評鑑。

二、

訪談對象：文化國語研習班行政組長 盛思婷

訪談日期：2005/05/24 確認訪談內容與補訪問日期：2005/06/06、2005/07/11

請問 貴中心的基本資料：歷史、組織架構及其分工業務、運作流程、教職員工人數、學生人數？

1992年10月成立。中心上設主任一人，下分五組：教學創意總監、企劃、專案經理、行政及註冊等五人，為扁平化組織，亦為推廣教育部之組織特色。業務內容說明如下：1.教學創意總監—排課、教師遴選、新課程之企劃與開發、教師之品質控管、教師職前與在職訓練。2.企劃—開發新課程。目前負責課程有選修課程及華語師資培訓班兩種。選修課又分為中文文法班、HSK 漢語水平考試訓練課程、台語班、商業會話班及其他不定期之課程，像是書法課、國語正音班、中文寫作班…等。3.專案經理—主要業務內容為聯絡國外學校（國小及國中）辦理遊學團（海外小朋友來台學習中文及中華文化）和暑期小留學生華語夏令營。4.行政組—負責公文處理、學生報名資料審核、預結算、教師鐘點、課外活動規劃、獎學金發放、國內外來函回覆等。5.註冊組—負責學生學籍資料整理及建檔、在學證明與出席表製作、教師在職證明製作。教師共27位、職員共六位。目前在學學生人數約為430人。

請問，您認為 貴中心的優勢、劣勢或特色為何？（例如：資金、人員、設備、組織編制、其他等）為什麼？

本中心的優點在於開課頻繁，學生選擇多，不必等待三個月才能報名；並且收費較低廉，又能維持教學品質，在眾多大學裡算是較有彈性又人性化的一個語文中心。在服務方面，幾乎每位辦公室職員皆可負責一般學生事務，學生們不需等待特定人員。缺點就是附屬於私立學校，雖然口碑佳，學生也都願意介紹同學朋友來校就讀，但名聲上比起國立大學稍微遜色；另外一點就是校舍只有一棟，無法特別為外國學生及華語老師們準備宿舍或是獨立的教室及其他設備。本校特色為硬體設備完整，每間教室均配有資訊講桌，包括DVD放影機、VHS錄放影機、電腦、單槍投影機、活動式布幕及錄音設備，每間教室均可上網。圖書館部份則有視聽設備及電腦網路區，學生不但能在圖書館做語文練習，更可以上網找資料、使用e-mail及使用多媒體設備，而且使用電腦不需另繳費用。

請問，目前的社會環境與趨勢，您認為哪些因素會影響到 貴中心目前或未來的發展（例如：政治、經濟、法律、文化教育、社會、科技發展、其他等因素）為什麼？

在台灣的部份，因為華語文教學市場的活絡，各大學均附設起華語文教學中心，政府也配合觀光發展，招徠更多外國青年學子前來台灣消費。也因為如此，本中心也設法將課程發展得更多元化，也積極參與國外的展覽，以期在國際市場上佔有一席之地。現今社會發展的改變—台灣女孩子嫁外國男生、或台灣男生娶外國女孩子，都是讓華語市場成長茁壯的好機會，長遠來看，華語中心的機會是無窮的。但政府的配套能力薄弱，影響了外國人在台灣的長久性與穩定性，例如：華語只能學三年。讓許多外國人嗤之以鼻，笑問：中文那麼難學，三年豈能讓一個外國人從『不會』學到『好』。政治影響到教育，實在讓教育界無奈。就整個大環境來看，中國大陸是台灣最大的競爭者，具我們的瞭解，除了社會環境較單純和生活品質較佳外，台灣的華語文學習環境並不比大陸佳，他們的教

學資源、校園內可用的軟硬體皆優於台灣任何一所大學；另外一方面，基於政治和外交因素，中國大陸與其他國家的交換學生和教授情形很普遍，也是我們所需學習的。在法律條文的限制下，外國學生在台研習中文，只能靠在家鄉父母支付生活費及學雜費，因為他們並不能打工。這對某些國家的學生來講是比較不符合他們期望的。因此，學生就只好冒著被遣送出境的危險打零工賺取生活費。我們是比較希望政府能有比較完善的規定，如果學生感覺處處受限，學生的數量也許會越來越少。

請問，您認為國內大學的華語中心中，文化大學國語研習班/師範大學國語教學中心是最大的競爭者嗎？為什麼？與其差異？又與其他中心的區隔為何？定位為何？

師大是目前國內最大的華語文教學中心，但我們並不認為他們是我們最大的競爭者，因為就師資及設備和學費來講，我們並沒有不及他們。相信師大有我們所沒有的優勢—比較像大學、口碑好、不同時段的課程多，我們也有師大所沒有的優勢—硬體設備優、學費較低、開課較頻繁。反而像一些小的、新興的華語中心才給了我們一些壓力，可能多少也會把我們的學生搶走一些。

請問 貴中心是否對學生做過資料分析？如果有，貴中心學生的特色為何？是否建立資料檔案庫？

本校外籍生以亞洲學生為主，其中又以東南亞居多，其次為韓國及日本，國籍涵蓋了全世界約 90 個國家。學生學籍檔案由註冊組長管理，電腦系統內就可查到某個學生的學習狀況或是其他個人資料。一直以來施行的退學政策，也在新的電腦系統裡得到落實。若是已退學學生，系統會顯示不再收取學費。將來打算把每位學生的照片上傳內部網路，不用再去查書面資料，以便於管理。

請問 貴中心目標為何？採取的整體行銷策略規劃為何？

文化的行銷目標雖然在為學生量身訂做課程，但由於數量少，仍需一段時間，以利益考量還是以傳統團體班的課程為大宗。這部份因為跟我的業務內容比較不相關，所以直接請我們主任回答會比較適合。

請問 貴中心對於應用的 5P 行銷組合為何？

- (1) 產品：提供學生的教育和服務為何？如何決定？考量因素為何？
- (2) 價格：目前提供學生各種教育或服務的價格訂定為何？如何決定此價格？什麼情況或影響下會調整價格？
- (3) 通路：學生如何接觸到中心相關訊息與服務？及使用中心設備狀況？
- (4) 推廣：a. 廣告：如何吸引學生注意？使用傳播媒體情形為何？  
b. 促銷：如何吸引學生報名？使用促銷方式為何？
- (5) 人員：中心如何招募與選聘教職員？如何對教職員作何種訓練以增進工作效率或加強專業能力？如何和學生保持互動？

5P 行銷組合方面，跟我的業務內容較相關的是價格、通路和推廣這三部份，產品和人員這兩方面由主任或教學創意總監來回答是比較適合也會比較完整。

價格：會依照現在市場的價格來調整我們的學費，也參考了其他學校的總時數與學費的價格來訂定我們的收費標準。

通路：以口耳相傳為主，學生大多滿意了這裡的設備、環境及師資，再介紹給自己的親戚朋友或同學，新申請入學的學生也大多由已經在這裡就讀的學生繳交申請資料。至於設備的使用情形，學生使用最多的就是我們在圖書館的電腦設備了。因為他們回 e-mail、上網都很方便，在台灣他們也不可能一人買一台電腦放在家裡使用，所以在學校裡使用對他們來說是最方便的。在我們位於 B4 的圖書館的資源真的很完整，學生列印資料、影印文件或做語言學習，都可以在 B4 完成，所以學生很喜歡待在學校裡。

促銷：傳統課程的部份，我們是把學校的網頁直接登錄在國外入口網站，這樣就不需要花很多的廣告費，網路是最便宜又快速的通路；另外就是來電詢問課程的情形也是很多，網路有時也會連不上，學生看到了電話或 e-mail，就會直接與我們聯絡。其他課程像是小留學生華語夏令營，和現在正在招生中的華語師資培訓班，都會使用廣播和報紙兩種通路來宣傳和招生。至於促銷方式，團體華語課程只有在舊生的部份免去報名費三百元，在其他課程則會有多人同行打九五折甚至九折的優惠，還有早報名有折扣這種優惠方式。

請問，執行上述行銷策略時，是否與其他單位合作？如何分工？面臨哪些問題？如何解決？

行銷策略的部份，不同的課程就是由不同的企劃人員來負責。我只能就團體華語班的部份來回答。我們中心每年都會舉辦校際外籍生中文歌唱比賽，每年都會聯絡各大媒體來學校拍攝與採訪，每次也都會找不同的主題，像是有一年我們就跟民視合作，配合政府提昇學生英語能力辦的活動，移往台北縣政府辦歌唱比賽，做了一個國際性的交流；有時候我們又會以唱台語歌的學生做為宣傳的重點，因為外國人要學好國語已經不容易了，還要練唱他們根本不會說的台語歌，非常的難得，我們也覺得這是一個行銷的好方法。

請問 貴中心是否做績效評估？如何得知學生的反應？以及如何確定行銷策略規劃的效果與反應？如何改善？

我們會針對學生上課跟老師教學內容做問卷調查，在每學期快結束時，請辦公室的人員到班發放問卷，有些學生因為學中文才一學期，程度並沒那麼好，所以需要我們解說。問卷結果出來了以後，我們才會知道哪裡需要改進，是老師沒有使用補充教材呢？還是沒有給學生發表意見（說話）的機會？另一方面問卷內容也包含了辦公室人員服務態度的調查，調查的結果都會公佈給辦公室內各員工知道，讓我們有進步的機會。但是問題是，問卷的本身有沒有問題，是我們應該注意與改進的地方，或者是學生對於問卷裡問題的認知與我們有差異。例如說：有一個班級想要某個老師繼續帶下一學期，但是問卷中關於老師教學品質部份的分數又是出奇地低，這不禁讓我們懷疑起問卷的可信度。是否問卷需要調整？文字上是否應再斟酌？避免這些問題的出現，我們必須不斷地研究與改進現有的問卷。

三、

訪談對象：文化國語研習班中心主任 王玉琴

訪談日期：2005/05/29 確認訪談內容與補訪問日期：2005/06/06、2005/07/08

請問 貴中心的基本資料：歷史、組織架構及其分工業務、運作流程、教職員工人數、學生人數？

文化大學國語中心是 1992 年成立的，屬文化大學推廣教育部下的一個部門，目前雖為台灣第二大的華語中心，但其行政部門人員精簡，目前只有 6 位，專任教師有 4 位，兼任教師有 28 位，行政人員主要負責學生課程諮詢，入學後的分班測驗，教師甄選訓練進修規劃由主任負責。本中心於四年前開始聘任專任教師，目前中心正進行教師薪資、福利條文修正方案，預計在今年八九月進行大規模的修正，未來希望能在教師制度方面能更完善。目前學生人數據教育部統計全國一年來台學習中文總人數為 3000 多人，以師大最多，本中心約佔 1000-1100 人，而每日於本中心學習人數約為 450-500 人。這是目前我們語言中心學生學習人數的狀況。

請問，您認為 貴中心的優勢、劣勢或特色為何？（例如：資金、人員、設備、組織編制、其他等）為什麼？

我覺得最大的優勢應該說我們是私立學校所以彈性比較大，公立學校在學校資金的運用、國外參展等都必須報教育部核准因此行政作業較為繁瑣，各項活動需花費較長的時間去推動，而本中心最大特色因為學校最高指導單位對下的充分授權，因此不論是在人員運用、資金、甚至於制度及課程都是相信專業完全授權，所以在政策推動上只要是同仁之間或和老師學生取得共識，就可以馬上去做。中心也會因老師及學生對學校課程或軟硬體上的需求而有所改變。至於劣勢，即是品牌。例如過去在教育部官方網站上只有國立師範大學，甚至連台大都沒有。因這幾年來台學習華語人數越來越多，才慢慢把其他學校網站放上去。

另外，外籍學生來台申請學校一般來說均優先考慮國立大學，但其實來台灣經比較才發現私立學校並不比國立大學差，之後也願意轉到私立大學來。還有在經費方面，由於教育部沒有提供補助，先天上就無法跟國立大學競爭，私立大學完全靠自己，因此不免讓人覺得私校是以賺錢為目的，在這裡我想要澄清說明的是，這幾年下來文化大學華語中心已讓北中南各校覺得跟以前有所不同了。另外本校還有一個劣勢是無法提供外籍生宿舍，這對初次來台的外籍人士來說確實不便 因此有可能會選擇有宿舍的學校，而這一點確實也很難再短時間內很難跟學校爭取到。特色，我認為本中心的特色是年輕、學歷高、勇於創新、變化很快。因為目前文化大學推廣教育部一共有 300 多位同仁，所以部門間常常開會集思廣益針對老師、學生和課程規劃方面怎麼樣做可以更好。還有學校非常重視學生學習環境，因此，每年編列很多預算在硬體設備方面，所以在我們學校學習的學生應該是很有福氣的。

請問，目前的社會環境與趨勢，您認為哪些因素會影響到 貴中心目前或未來的發展（例如：政治、經濟、法律、文化教育、社會、科技發展、其他等因素）為什麼？

我認為政府在外籍生來台政策上應採取更開放的態度，以我的留學美國經驗來說，申請學生簽證的

期限較長，且在跟學校報備及一定時數內，學校會主動提供打工的機會。在台灣的規定，原則上是不能打工的，但如果有特別需求可以提出申請一星期不能超過 20 小時，但申請手續到核准是很麻煩的，我覺得這樣的規定會讓外籍生不願意到台灣來，因為語言的學習只能說是一個技能，而每個人來台灣的動機也有所不同，有的是仰慕中華文化，有的是藉由旅行體驗台灣的生活順便學習中文，有的是藉由學習中文來看將來有無可能在台發展事業的機會，我們應該規劃一個有彈性、更包容且多元化的相關配套措施提供給這些外籍生，而這也就是為什麼外籍學生捨台灣選擇去中國大陸的原因之一，現今中國大陸每年有六、七萬外籍人士湧入，我想政府應提出更開放的政策吸引外籍生來台才會有競爭優勢。

**請問 貴中心是否對學生做過資料分析？如果有，貴中心學生的特色為何？是否建立資料檔案庫？**

我們有學生資料庫的建立，但並沒有很正式的去統計與分析，但每位學生入學資料、成績都已建立檔案，以便於日後申請成績單或相關學習證明。有關來本中心就讀之外籍生國籍方面：六年前來中心學習的國籍多以韓日居多佔 60%，這兩三年以東南亞居多，如印尼，這一年來，韓國更明顯有增加的趨勢。

**請問，您認為國內大學的華語中心中，文化大學國語研習班/師範大學國語教學中心是最大的競爭者嗎？為什麼？與其差異？又與其他中心的區隔為何？定位為何？**

**請問 貴中心目標為何？採取的整體行銷策略規劃為何？**

這兩個問題我一起回答，六年前我接語言中心的時候，我就把師大和淡江當作是最大的競爭對手，經過這幾年老師與同仁的一起努力到現在，我已經沒有競爭對手這種觀念了，已經不是比較新生人數，以學生人數取勝。現在我所希望經營的特色除了一般課程以外，我最大的目標是希望文化大學的華語中心能夠變成一個專案性的課程的語言中心，希望世界各地的某一團體或某一學校當他有一批學生想學習中文課程的時候，我們文化大學可以替這一批學生一它的需求量身訂做規劃課程，年齡對象不限，可從兒童、青少年、成人，甚至中年，文化大學都可以規劃這樣的課程，無論是語言課程、文化課、旅遊規劃、專業性的如商業課程或是中國古典文學、小說，我們都有能力來安排，讓人覺得只要是想上這些專案課程，第一個就想到文化大學中心，沒有其他大學可以做得好，這也就是我下一個階段的目標，這個目標目前也逐漸慢慢有一點成熟了，四年前開始我們做了小留學生夏令營的課程，這算是我們專案課程的起始點，第一年我們做的非常辛苦，但做到現在今年第是五年，很多都是靠家長們幫我們宣傳，還有許多是連續三年都回學校來的，他們已經認為每一年回台灣就要把孩子送到文化大學 我也覺得這個的專案課程的成功給了我專案課程多元化的想法，可以服務更多的國家或者團體，這是我未來的目標。

**請問 貴中心對於應用的 5P 行銷組合為何？**

**(1) 產品：提供學生的教育和服務為何？如何決定？考量因素為何？**

六年前本中心的課程分為 8 個級數，當時因老師們時有學生程度可升降或跳級的反應，因此讓我重新對課程產生新的思考方向，在蒐集相關資訊後，陸續將課程重新規劃成 15 級，過去在學生程度

分班測驗時只有簡單的口試，兩年前我們以筆試、口試同時進行分班測驗，讓老師在教學上更能得心應手，也讓學生在課程上有更多元更彈性的選擇，並於兩年前我們對老師提出一個第二專長的教學課程，除一般華語課程之外，還有像商業方面的課程、HSK 考試課程、中國文學、台語課等等。

(2) 價格：目前提供學生各種教育或服務的價格訂定為何？如何決定此價格？什麼情況或影響下會調整價格？

基本上是依市場行情，各校比較後所訂出。本中心雖在硬體設備上不斷擴充，但並沒有因此調漲學費，是因考量一般外籍生在經濟上的困難，而我也認為中心政策的修訂，不能以調漲學費做為優先考量，應先從硬體設施、教師終點費、福利等方面先著手。所以目前有關於學費並沒有一個特定的公式計算出收費的標準。

(3) 通路：學生如何接觸到中心相關訊息與服務？及使用中心設備狀況？

本校學生得到中心相關訊息來自 1.親友介紹 2.網路 3.駐外中心 4.依公私立大學排行 5.論文篇數。對於在學生政策宣導，本中心是透過公佈欄、說明會或老師於班上傳達。我想本校最吸引外籍生來本中心就讀意願的就是位於 B4 的數位學習中心，白天使用率 70%以上均為華語中心學生，另透過舉辦活動如語言交換、異國文化風情展、透過電影、美食、服飾、展覽，增加文化大學本國生與外籍生交流及使用硬體設備的機會。

(4) 促銷：a.廣告：如何吸引學生注意？使用傳播媒體情形為何？

b.促銷：如何吸引學生報名？使用促銷方式為何？

目前本中心行銷管道如登報、雜誌、網路媒體或透過學校公關接受電視媒體採訪，另外每年例行性規劃國外教育展覽以吸引更多國際學生來台，透過駐外單位代表處以寄發文宣方式，學校亦有專屬網站介紹中心課程，我們也做過分析與調查因為口碑而透過舊生的宣傳推薦願意來文化大學華語中心學習者也佔相當大的比例。

本中心曾登過國外平面媒體--雜誌，連續 3 個月，但效果有限，幾乎是零，至於電視或廣播媒體，本中心並沒有經費做這樣的推廣行銷，所以思考要以最經濟的方式獲得最大的效果就是網路，像是 GOOGLE、YAHOO 等都可以搜尋方式找到文化大學華語中心的網站。國外報紙方面，我們只針對小留學生的課程做推廣，如 CHINA POST。我認為我們的課程不需要用到以打折做為促銷的策略，基本上我認為一萬六提供十一週的華語課程已經是物超所值了，因為我們的設備及所辦的活動，像是夏季舉辦的吃西瓜、喝啤酒大賽、春秋季旅遊、年終卡拉 OK 比賽等所能回饋給學生的，除了獎金獎品之外還有免費華語課程，這些都是其他學校所不能比的，所以不需要用價格的策略去做促銷。

(5) 人員：中心如何招募與選聘教職員？如何對教職員作何種訓練以增進工作效率或加強專業能力？如何和學生保持互動？

有關人員任用，學校有一定的編制預算，再透過網路廣告做行政人員的徵聘。徵聘的條件是以有華語文相關背景做為優先考量，如果沒有，那麼也可以只要你是願意跟著華語中心一起學習一起努力。目前本中心的 6 位同仁雖然都沒有華語方面的背景，但到目前中心整體營運還算不錯，我們常透過不定期的開會討論做制度上或課程上機動性的調整。



教師方面過去並沒有太多的限制，只要有教學經驗就可以，這幾年因為各校都開了華語教師培訓班所以現在在教師任用上必須要有受專業培訓的證書，除非是教了七八年，如果只有一兩年教學經驗，若又沒有證書，目前是不被接受的。我們寧可接受受過專業師資訓練，但是教學經驗不是太多，在聘任之後透過旁聽資深教師課程，亦可先從助教做起。我們也鼓勵老師參與其他學校的進修課程，這些進修課程我們會給予老師適時的補助。我非常高興我們的老師越來越有自信，能夠面對的不只是國際學生，而可以在其他老師面前演講發表的能力，很多老師不斷進修，無論是非正式專業的課程、學分班的課程，我們的老師這幾年都陸續動起來了，甚至有老師也能跟國立大學的老師平起平坐，這是我覺得非常高興的。當然，換個角度想，我也擔心老師的流失，但我覺得時間還是可以證明一切，也許老師在一個學校教久了，想要換個環境去試試看，那他可能比例就會做個調整，例如 60% 的時間在文化，另外 40% 的時間在師大或是台大，我認為在比較每個學校的教學環境、學生學習的態度之後，不管是對老師或是對文化大學都有幫助，所以這部份我是持樂觀態度。

老師跟學生互動，我想是最直接的，學生有任何問題，除了課業上，我知道很多老師跟學生感情是很多的，甚至於私人的事情一般來說都是去找老師不會找行政人員，學生通常在註冊繳交學費或是申請辦理簽證相關文件時才會想到行政人員，我也很感謝我們的老師，除了課業知識的指導之外，在很多方面給予學生很多的協助無論是精神、金錢或是時間上對學生的投入都是無怨無悔的。至於行政人員跟學生的互動，從問卷上看來，有些學生覺得我們的服務很好，有些學生覺得不太好，但基本上我覺得我們的服務還算是不錯的。學校在透過春秋季旅遊或是舉辦比賽活動或是校外活動比賽，行政人員都有跟學生們互動的機會。

**請問，執行上述行銷策略時，是否與其他單位合作？如何分工？面臨哪些問題？如何解決？**

華語文中心屬於推廣部其中的一個單位，所負責的課程都不同，各部門單位皆獨立運作，例如登廣告、舉辦活動，並不需要跟其他部門搭配，所有有關行銷、產品、通路、人員徵聘，各單位都是獨立完成的。

**請問 貴中心是否做績效評估？如何得知學生的反應？以及如何確定行銷策略規劃的效果與反應？如何改善？**

在新生入學資料上註記詢問的方式了解，學生如何得知文化大學華語中心，讓我們知道什麼方式是最好的。現在是網路時代，基本上我認為只要把網路做好，行銷即成功了一半，也是最經濟的一種行銷方式。另外，我們會利用學生來辦公室申請簽證所需資料時詢問了解學生學習狀況，有無需要改善之處，因此，能夠了解也許某些學生對某一課程或對老師教學上適應的情況，如果問題是全面性的，比如某課程或某教材出了問題，那麼我們會跟相關同仁有初步共識後，開行政會議，跟老師一起做討論，而不是學校單方面來做決定，我們一定會尊重老師。

## 附錄四 學生訪談問卷

中文版本：

親愛的同學，您好！

這是一份對於華語中心行銷的訪問，目的是要了解您對華語中心行銷的看法，進行相關研究。所以您的協助將對本研究有極大的貢獻，所有資料僅供學術用，不會對外公開，請放心回答。

衷心感謝您的協助，敬祝

健康快樂！萬事如意！

國立台灣師範大學大眾傳播研究所

研究生：邱顯哲

### 一、華語中心

1. 請問，學校的基本資料您知道多少？
2. 請問，您覺得學校的優勢、劣勢或特色有哪些？
3. 請問，您覺得哪些原因會影響外國人到台灣的華語中心學華語？有什麼機會或發展？

### 二、華語中心行銷策略規劃

1. 請問，您覺得學校最大的競爭者是？為什麼？跟別的華語中心有什麼不一樣？
  2. 請問，您覺得學校想要招收什麼樣的學生？學校對學生的背景做了很好的調查嗎？
  3. 請問，您覺得學校的目標跟計劃怎麼樣？
  4. 請問，下面的問題是您對學校應用行銷組合的意見。
    - (1) 產品：學校提供學生的課程有哪些？您覺得怎麼樣？
    - (2) 價格：您覺得學校的學費怎麼樣？
    - (3) 通路：學生怎麼接觸到中心相關的訊息與服務？您覺得學校上課的地點怎麼樣？
    - (4) 促銷：學校的廣告使用了哪些傳播媒體？您覺得怎麼樣？
    - (5) 人員：老師跟行政人員的服務怎麼樣？學生跟他們的互動怎麼樣？
  5. 請問，您覺得學校推動各種活動好不好？為什麼？跟其他單位合作嗎？如果做得不好你覺得要怎麼改善？
  6. 請問學校是用哪些方式知道學生的反應？您覺得要怎麼改善？
- 訪問全部到此結束，謝謝您的回答！

## 附錄五 學生問卷調查

親愛的同學，您好！

這是一份對於華語中心行銷的問卷，目的是要了解您對華語中心行銷的看法，進行相關研究。所以您的協助將對本研究有極大的貢獻，所有資料僅供學術用，不會對外公開，請放心作答。衷心感謝您的協助，敬祝健康快樂！萬事如意！

國立台灣師範大學大眾傳播研究所  
研究生：邱顯哲

Dear students,

This is a questionnaire regarding the marketing of the mandarin learning center. The research focus is to understand your opinion on the center's administrative methods. Thus, your replies are highly valuable in giving the research authenticity. The information you provide is only for this research and will not be publicly used, so please be reassured and answer as honestly as possible.

Thank you for your time and consideration.  
Sincerely yours,  
Pharaoh Chiu

### 一、有關華語中心的問題 (Problems pertaining to the mandarin learning center)

#### 1. 您選擇華語中心會考慮的因素是：

Your reasons in deciding on the mandarin learning center are:

- |  |  |   |  |   |
|--|--|---|--|---|
| <input type="checkbox"/> 華語中心聲望<br>(Center reputation) | <input type="checkbox"/> 費用 (Tuition)              | <input type="checkbox"/> 上課地點<br>(Class location)     | <input type="checkbox"/> 上課時間<br>(class time)                    | <input type="checkbox"/> 課程安排<br>(Course arrangement) |
| <input type="checkbox"/> 硬體設備 (Facility)               | <input type="checkbox"/> 校園環境 (Campus environment) | <input type="checkbox"/> 師資 (Teacher professionalism) | <input type="checkbox"/> 親友影響 (Influence from relatives/friends) | <input type="checkbox"/> 其他 (Others)_____             |

#### 2. 您如果要找華語中心的資料會利用：

What resources did you use to find information on the mandarin learning center: (please choose one from the following list)

- |  |  |   |   |
|--|--|---|---|
| <input type="checkbox"/> 華語中心招生簡介<br>(mandarin learning center student advertisements) | <input type="checkbox"/> 台灣駐外辦事處<br>(overseas Taiwan administrative offices) | <input type="checkbox"/> 留學代辦中心 (education abroad programs) | <input type="checkbox"/> 自己學校提供的資訊<br>(information received from current institution) |
| <input type="checkbox"/> 各國大學博覽會 (College fairs)                                       | <input type="checkbox"/> 電視 (TV)   | <input type="checkbox"/> 廣播 (Radio)                         | <input type="checkbox"/> 報紙 (Newspaper)   |
| <input type="checkbox"/> 雜誌 (Magazine)   | <input type="checkbox"/> 網站 (internet)                                       | <input type="checkbox"/> 親友 (Relative/friends)              | <input type="checkbox"/> 其他 (Others)_____。  |

#### 3. 您選擇現在的華語中心是因為：

Your decision to choose the mandarin learning center is: (please choose one from the following list)

- |  |  |   |  |   |
|--|--|---|--|---|
| <input type="checkbox"/> 華語中心聲望<br>(Center reputation) | <input type="checkbox"/> 費用 (Tuition)              | <input type="checkbox"/> 上課地點<br>(Class location)     | <input type="checkbox"/> 上課時間<br>(class time)                    | <input type="checkbox"/> 課程安排<br>(Course arrangement) |
| <input type="checkbox"/> 硬體設備 (Facility)               | <input type="checkbox"/> 校園環境 (Campus environment) | <input type="checkbox"/> 師資 (Teacher professionalism) | <input type="checkbox"/> 親友影響 (Influence from relatives/friends) | <input type="checkbox"/> 其他 (Others)_____             |

#### 4. 除了現在的華語中心，您會選擇別的華語中心是因為：

Other than your current mandarin learning center, your reason to choose another mandarin learning center is:

- |  |  |   |  |   |
|--|--|---|--|---|
| <input type="checkbox"/> 華語中心聲望<br>(Center reputation) | <input type="checkbox"/> 費用 (Tuition)              | <input type="checkbox"/> 上課地點<br>(Class location)     | <input type="checkbox"/> 上課時間<br>(class time)                    | <input type="checkbox"/> 課程安排<br>(Course arrangement) |
| <input type="checkbox"/> 硬體設備 (Facility)               | <input type="checkbox"/> 校園環境 (Campus environment) | <input type="checkbox"/> 師資 (Teacher professionalism) | <input type="checkbox"/> 親友影響 (Influence from relatives/friends) | <input type="checkbox"/> 其他 (Others)_____             |

#### 5. 下面的問題，請您按照同意程度以及重要性勾選合適選項。

Please choose, according to your degree of agreement and degree of importance, to each characteristic listed below.

非常不滿意 Highly dissatisfied 不滿意 Dissatisfied 滿意 Satisfied 非常滿意 Highly satisfied 沒意見 No opinion  
非常不重要 Very unimportant 不重要 Unimportant 重要 Important 非常重要 Very important 沒意見 No opinion

	非常 不滿意	不 滿意	滿 意	非 常 滿 意	沒 意 見	非 常 不 重 要	不 重 要	重 要	非 常 重 要	沒 意 見
中心的形象 (Center's Image)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
中心的定位有特色 (Center's uniqueness)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
課程內容 (Course quality)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
課程多元 (Course variety)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
課程實用性 (Course practicality)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
課程符合需求 (Course suitability)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
課程使用的拼音系統 (Course's pin-yin system)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
課程學習的繁簡字體 (Course's traditional/simplified use of mandarin characters)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
學費的定價 (Tuition)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
其他服務的定價 (Other administrative costs)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
上課地點 (Location)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
硬體設備 (Facility)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
校園環境 (Campus environment)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
學校的媒體宣傳方式 (Media advertisement)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
學校的促銷方式 (Promotion)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
教師的專業性 (Teacher professionalism)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
中心對學生的態度 (Center's ability to handle student matters)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
中心的服務流程 (Center's service)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
中心與學生的互動 (Center-student interaction)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
教職員整體 (Faculty body)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
華語中心整體 (Center as a whole)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
華語中心的評鑑制度 (Center's evaluation)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

6. 下次如果有機會，您會再選擇現在的華語中心嗎？為什麼？：

Will you choose the mandarin learning center again? Why?

會，原因是(yes, because)

<input type="checkbox"/> 華語中心聲望 (Center reputation)	<input type="checkbox"/> 費用 (Tuition)	<input type="checkbox"/> 上課地點 (Class location)	<input type="checkbox"/> 上課時間 (class time)	<input type="checkbox"/> 課程安排 (Course arrangement)
<input type="checkbox"/> 硬體設備(Facility)	<input type="checkbox"/> 校園環境 (Campus environment)	<input type="checkbox"/> 師資(Teacher professionalism)	<input type="checkbox"/> 親友影響(Influence from relatives/friends)	<input type="checkbox"/> 其他(Others)_____

不會，原因是(no, because)

<input type="checkbox"/> 華語中心聲望 (Center reputation)	<input type="checkbox"/> 費用 (Tuition)	<input type="checkbox"/> 上課地點 (Class location)	<input type="checkbox"/> 上課時間 (class time)	<input type="checkbox"/> 課程安排 (Course arrangement)
<input type="checkbox"/> 硬體設備(Facility)	<input type="checkbox"/> 校園環境 (Campus environment)	<input type="checkbox"/> 師資(Teacher professionalism)	<input type="checkbox"/> 親友影響(Influence from relatives/friends)	<input type="checkbox"/> 其他(Others)_____

## 二、學生基本資料 [Student information]

1. 性別 Gender：男 Male 女 Female
2. 國籍 Nationality：\_\_\_\_\_。
3. 年齡 Age：出生年為西元 Year of birth\_\_\_\_\_。
4. 學習華語時間(How long have you learned Mandarin?)：  
\_\_\_\_\_年 Year \_\_\_\_\_個月 Month
5.  新生 New student  舊生 Continuing student

本研究問卷調查是以台灣師範大學國語教學中心與文化國語研習班的學生為對象，目的在了解關於學生選擇華語中心、對中心感受，以及學生資料，行為變項包括，性別、國籍、年齡、學習華語時間與新舊生。問卷是請任課教師協助發放問卷，台師大共收集十八個班次 117 份有效問卷，文化則為七個班次 52 份有效問卷，問卷調查時間為五月二十五日至六月一日，以下兩表為兩校人口變項統計。

台師大國語教學中心學生人口變項統計表

項目	人數 (比例)	項目	人數 (比例)	項目	人數 (比例)
<b>性別</b>		<b>新舊生</b>		<b>學習華語時間</b>	
男	45 (26.47%)	新生	15 (12.82%)	半年以下	6 (5.13%)
女	72 (61.53%)	舊生	102 (87.17%)	半年~1年	34 (29.06%)
<b>國籍</b>		<b>年齡</b>		1年~1年半	25 (21.37%)
韓國	15 (12.82%)	18~20	10 (%)	1年半~2年	11 (9.4%)
印尼	29 (24.78%)	21~25	51 (%)	2年~2年半	17 (14.53%)
日本	26 (22.22%)	26~30	30 (%)	2年半~3年	8 (6.84%)
越南	6 (5.13%)	31~35	19 (%)	3年~3年半	4 (3.42%)
美國	16 (13.67%)	36~40	7 (%)	3年半~4年	1 (0.85%)
法國	3 (2.56%)			4年~4年半	2 (1.71%)
菲律賓	2 (1.71%)			4年半~5年	1 (0.85%)
中華民國	1 (0.85%)			5年~5年半	2 (1.71%)
馬來西亞	1 (0.85%)			5年半~6年	0
泰國	3 (2.56%)			6年~6年半	0
蒙古	1 (0.85%)			6年半~7年	2 (1.71%)
匈牙利	1 (0.85%)			7年~7年半	0
緬甸	1 (0.85%)			7年半~8年	0
千里達	1 (0.85%)			8年~8年半	0
迦納	1 (0.85%)			8年半~9年	0
哥斯大黎加	1 (0.85%)			9年~9年半	0
加拿大	5 (4.27%)			9年半~10年	0
英國	1 (0.85%)			10年~10年半	
吉里巴斯	1 (0.85%)				
比利時	1 (0.85%)				
秘魯	1 (0.85%)				

文化大學國語研習班學生人口變項統計表

項目	人數 (比例)	項目	人數 (比例)	項目	人數 (比例)
<b>性別</b>		<b>新舊生</b>		<b>學習華語時間</b>	
男	23 (44.23%)	新生	7 (13.46%)	半年以下	7 (13.46%)
女	29 (55.76%)	舊生	45 (86.53%)	半年~1年	12 (23.07%)
<b>國籍</b>		<b>年齡</b>		1年~1年半	11 (21.15%)
韓國	10 (19.23%)	18~20	1 (1.92%)	1年半~2年	8 (15.38%)
印尼	21 (40.38%)	21~25	28 (53.84%)	2年~2年半	5 (9.61%)
日本	9 (17.30%)	26~30	16 (30.76%)	2年半~3年	3 (5.76%)
越南	9 (17.30%)	31~35	6 (11.53%)	3年~3年半	4 (7.69%)
西班牙	1 (1.92%)	36~40	1 (1.92%)	3年半~4年	1 (1.92%)
土耳其	1 (1.92%)	41~45	1 (1.92%)	4年~4年半	0
印度	1 (1.92%)	46~50	1 (1.92%)	4年半~5年	0
美國	1 (1.92%)			5年~5年半	1 (1.92%)