

義守大學 國際商務學系 電子報

一份屬於國際商務學系的電子刊物誕生了！

系主任的話：

本刊物主要目的是做為「畢業校友們」、「在校同學們」及「系所交流同學們」的互動橋樑；讓畢業的同學們能經常性的知道系上動態，在校同學們也能學習學長、姐們的社會成長經驗。另外，與系上做短期學術互動的交流同學們，亦可藉此電子報的發行，持續性的與國際商務學系保持互動，不會成為離校後的孤兒。

為建立雙方互動、互通管道，本系分別在系網、臉書、youtube 及 youku (大陸) …等網址放上平面媒體不足之數位訊息，希望身為國際貿易學系 (前身) 及國際商務學系的一份子，能利用下列網址與我們互聯：

國際商務學系網址：www.isu.edu.tw

臉書網址：<http://www.facebook.com/IsuIB> (義守大學國際商務學系)

youtube 網址：<http://www.youtube.com/watch?v=muvKILJYLg4&feature=g-all-u> (畢業典禮)

優酷網址：http://v.youku.com/v_show/id_XMzU2MTA5ODIw.html (簡版校園介紹)

本刊物的發刊，期許能帶動讀者們無私的提供個人的經驗分享、活動訊息、校園資訊、商情報導…等訊息給我們，讓電子報能一直為大家服務。

胡靖

本期刊物的主題是義守大學校園的成長回顧，藉由辛苦蒐集的數張照片，可以了解高雄工學院⇨義守大學，過去 20 年來的成長、轉變過程。從荒蕪的山坡地，逐步開發成現今的大學城。校名也從原先從一個理工學院的「高雄工學院」，至今成為六個學院 (理工、管理、電資、觀光餐旅、語文、傳播與設計)，一個醫學醫群，40 個系所，一萬六千餘學生的「義守大學」。

國際商務學系創系至今已有 18 個年頭了，不知您是屬於下列何個時期的學生？高雄工學院？還是義守大學呢？

高雄工學院⇨義守大學 時光回顧



成年期的義守大學校園

- ✚ 正前方是義大城購物中心，右前方是主題樂園
- ✚ 校門口前左方的兩層樓建物及後方小停車處，是本校的實習餐廳。價格合理，口感不錯，視野良好，值得一試。
- ✚ 摩天輪左方為五星級的「假日皇冠酒店」，摩天輪的後方則為三星級的「天悅飯店」。



筆路藍縷期的高雄工學院(義守大學前身)

- ✚ 建物為學生活動中心。
- ✚ 此時校門口左前方有一大水塘，現已成為義大國際中小學的校址。



成長期的高雄工學院(義守大學前身)

- ✚ 活動中心右方的建築部份為理工學院，屬學校最早的建物之一。
- ✚ 校園整地開發時拍攝。



少年期的義守大學校園(更名)

- ✚ 照片左方順著校門口的紅色長條屋頂，是機車停放處，現已變更為休憩公園。
- ✚ 活動中心右方，游泳池的整建及室內體育館興建中。



青年期的義守大學校園(更名)

- ✚ 比照左圖，活動中心旁的斜坡，原先只有孤零零的一顆大樹；現已成為「慈恩園」，近校門口處也有一座噴水池。
- ✚ 照片上端一大片白色空地，是目前的高爾夫球練習場。

業界名人演講系列

國際商務學系將不定期的將演講者的內容精髓，刊登於電子報；讓未能親臨現場的讀者們，能一同分享前人成功的經驗，記取失敗的教訓。此次刊登的內容如下：



演講主題：「態度決定高度」

演講者：文雄眼鏡公司 創辦人 張文雄

「態度決定高度」文雄眼鏡張文雄勉勵義大學子 分享行銷經驗 鼓勵學生早日擬定目標 才能成為人上人

為了讓學子能更進一步了解市場行銷與經營策略，義守大學國務商務學系邀請文雄眼鏡公司創辦人張文雄蒞校演講，主題為「市場區隔與目標市場的選擇」。活動中張文雄暢談台灣市場種種面向，並傳授學生產品行銷秘訣，最後他也鼓勵年輕人，「態度決定高度」，具有正確工作與學習態度的人，才是職場常勝軍！張文雄以專業的學理概念，穿插精彩人生閱歷，豐富學生知識庫，為義大學子帶來一場深具意義的演講課程！



文雄眼鏡公司創辦人張文雄自創品牌，單打獨鬥，憑藉著客家人不服輸的精神、靈敏市場嗅覺及精闢行銷策略，將事業版圖從南部基地往北擴展成為全國性市場，漸漸打出名號，成為家喻戶曉的名牌眼鏡公司。近期內，他更與寶島眼鏡公司合併，搶占大陸市場，創造出產業新契機。他表示，能夠獲得成功的結果是來自於有正確的工作態度與負責任的行為，並且能夠坦然面對問題，無所畏懼的勇往直前，完成夢想。在此他鼓勵年輕人早日擬定目標，不斷地修正工作態度，並相信夢想，實踐創意，方能成為人上人。

張文雄表示，無論哪種行銷手法都必須考量市場導向及顧客需求。台灣有陣子流行個人化產品，引領「布鞋繪圖」或是「個人化T恤」風潮，短時間吸引顧客注意力，打入市場。但不到幾年的光景，這樣商品層出不窮，顧客新鮮感沒了，自然需求降低，也失去商機。他認為市場區隔的概念可幫助公司發展整體性的行銷策略以及規畫出不同的行銷組合，以滿足不同區隔顧客的個別需求。

因此，明智的目標市場選擇與界定，將有助於公司掌握顧客需求與市場脈動，在競爭市場上勝出。此外，公司在選擇目標市場時，重點在評估、確認最具潛力的目標顧客群的特性，方能擬定更精確的行銷策略。他也指出，雖然當前行銷手法五花八門，如無差異行銷、集中行銷、差異化行銷策略，但他特別強調差異化行銷的重要性。關鍵在於，這是一個市場的分眾性格愈來愈明顯的社會，必須針對不同的分眾市場採取不同的行銷策略。例如網路行銷，就有許多年輕人自創品牌，在網路上運用創意推銷產品，結果大受歡迎。

他進一步表示，行銷策略尤其必須考量整體企業文化，包括企業主特質、公司形象，並且將顧客需求反映在產品或服務的設計上，根據顧客的需求打造出不同的產品行銷策略。這樣一來，推廣的任何產品才有機會在市場嶄露頭角。

尋人啟事

(dib@isu.edu.tw)

認識下列照片中的人物嗎？知道他們的動向嗎？他們是國際貿易學系（國際商務學系的前身）第1、2屆的畢業學長、姐們。歡迎所有國際商務（國際貿易）學系的校友、同學們，能使用上列網址與系上聯絡，老師們都很懷念當時系產資源不多的校園生活時代。

也希望閱讀到此電子報者，願意提供相關訊息(照片、文章、建議...等)，一同來灌溉此園地，讓它成長茁壯，不要讓它枯萎了。



國際商務學系