

# 大學生競技場

## 從競爭中模擬職場生涯

大學生畢業後無法學以致用，這一直是台灣高等教育為人詬病的癥結點之一，爲了避免「畢業即失業」，近來，除了技職院校致力於增加國際交流與轉型再造外，一般大學爲了改善這個問題，也嘗試加深產學界鏈結。2017年，科技部宣布推動「國際產學聯盟」，鼓勵各大學結盟國內外頂尖廠商，將產業資源導入學研界。

學生除了利用校內的資源外，如何掌握校外資訊，達成在學期間的各項成就，也成了自身與「就業」接軌的重要因素之一。透過大大小小種類繁多的創新競賽，目的期望學生能夠多元合作，提升自我競爭力，將所學付諸實際的最佳管道，將自己的價值發揮至最大值。以下列舉幾項大學生競賽提供參考：

### 全國大專校院資訊應用服務創新競賽

此競賽原先以「專題」為軸心，為各校資管學系學生團隊的校際競賽。自民國93年起，中華民國資訊管理學會攜手經濟部工業局、台北市電腦公會等組織，將比賽規模擴大，形成現今的「全國大專校院資訊應用服務創新競賽」，期能透過專題競賽活動將學術研究與實務經驗結合，增加產學雙方的合作互動機會，以滿足資訊服務產業對於創新能量及人才的需求。

競賽項目共分為三類：「大會專題類」、「亞太交流類」及「指定專題類」，每年會依據不同產業趨勢更變專題內容，至2017年已舉辦了22屆。每年有來自全國上百所大專校院及高中職參與，同時有近百位產業高階主管擔任

評審，促進產學交流與媒合，為全國最大、產官學參與人數最多、ICT人才含金量最高的競賽平台。

### 大專生洄游農村競賽

城鄉差距、人口外移，是許多農村面臨的發展窘境。爲了讓青年能夠主動接觸農村，行政院農委會特別舉辦了大專生洄游農村競賽，希望透過經費補助的方式，使青年將自身的創意思維與學術專長帶入農村社區，經過體驗與探索後，將理念結合實作，促進農村再生。

參與這個計畫的學生團隊，必需從參與過培根計畫或農村再生的社區中，挑選想要進駐的社區，並為之撰寫一份「駐村計畫書」。此競賽至今已舉辦7屆，有近千位大學生曾透過這個計畫在暑假期間進駐農村，利用這兩個月的時間深度探討農村現況、落實農村深耕，成為改變農村未來的一份子。

### ATCC全國大專院校商業個案大賽

全國大專院校商業個案大賽(ATCC, ATONA Case Competition)是一項由安通國際事業股份有限公司主辦的非營利競賽，其目的在於創造全國大專院校生與企業實際交流的平台。每年競賽皆吸引許多企業參加，活動採取「企業出題，學生作答」的形式，將這些公司面臨的商業議題交由大學生，讓他們以不同角度歸納出問題

的癥結，並規劃出相應的解決方案。

至2017年第15屆ATCC，已有一百多家國內外知名企業、近兩萬名學生投身於這項比賽之中。在比賽過程中，學生團隊能夠直接與企業端溝通，而企業也不吝於傳授技巧，幫助學生提升整體企畫的品質，因此這個競賽也被視為少數緊密的產學交流平台。

### TISDC臺灣國際學生創意設計大賽

全球規模最大的國際學生設計競賽，前身為教育部「臺灣國際創意設計大賽」的「學生組競賽」，為鼓勵大專院校藝術及設計相關系所的人才培育，於2010年獨立為「臺灣國際創意設計大賽」(TISDC, Taiwan International Student Design Competition)，藉由台灣自主性地舉辦，除了用以鼓勵全球藝術與設計院校學生參與競賽之外，一方面可以促進台灣設計人才與國外人才交流，另一方面可透過競賽宣導台灣，提升台灣的國際能見度。

此競賽共分為產品設計、視覺設計、數位動畫、廠商指定等四項類別，以供不同專長的藝術設計人才參賽。每年競賽需依照大會指定主題做設計，2017年便是以「Opportunity」為題，並請來國內外各領域專家組成評審團，以創意突破性、切題性與藝術表達做為評審重點，評點出未來將在台灣設計界閃耀的璞玉。





## iGEM競賽 (International Genetically Engineered Machine Competition)

一年一度的世界級的合成生物學競賽，由麻省理工學院於2003年發起，以大學生為主的年度「合成生物學」競賽。雖說這項比賽主要的領域為生物與工程學類，然而在過往的案例中，團隊中也不乏設計、商管、社科等領域的人才參與。iGEM為確保學生在競賽過程中能有足夠專業的領導與諮詢機會，因此要求各隊伍必須有2位專業學術指導，在他們的輔助下完成競賽。

**iGEM競賽**項目繁多，基本上欲參賽的隊伍須在12月至1月間開始籌辦，包含得到校方認可、招募團員、完成初步構想等步驟。2月至3月，團隊則須至官網進行註冊，一旦學生的報名資料受到iGEM總部審核認可，主辦方便會在4月提供一份DNA標準樣本庫 (DNA Distribution Kit) 給各參賽隊伍，各隊通過設計和模型分析，將樣本導入現有的生物體系，合成全新的生物工程系統。

## 霍特獎 (Hult Prize)

由霍特國際商學院於2009年發起，獲得前美國總統柯林頓 (Bill Clinton)、諾貝爾和平獎得主尤努斯 (Muhammad Yunus) 支持的全球倡議慈善專案支持的**霍特獎**，旨在鼓勵和發掘世界各國大學生的創新思維，來幫助應對當今時代的全球性挑戰  
每年以解決聯合國「全球永續發展目標」

(SDGs, Sustainable Development Goals) 為題，訂定各年度的競賽目標，在不到十年的時間內，已然成為全球最重要的商業創新競賽之一。

## 玩競賽、拍影片 跨域能力同樣少不了

觀察上述競賽，除了一些是專業科系導向外，更多的是鼓勵青年學子「跨領域」參加的競賽。在現今這個資訊爆炸的時代，能有一技之長固然好，但能夠多方嘗試與多元發展的人才，往往能帶給世界更廣泛的影響力。

現在，也有一群人透過拍攝最大影音平台—YouTube 的影片，去展現自己的才能與創意，做得好的話，甚至能夠透過平台的分潤機制，為自己創造出可觀的收入。因此，近期誕生了一個新職業名詞，叫做「YouTuber」。他們結合了多媒體素材與行銷能力，將他們的專業知識傳達給社會大眾，甚至是跳脫原有專業，開創第二專長，成為影響新世代的「社交媒體影響者 (Social Media Influencers)」。

競賽資料來源：

全國大專校院資訊應用服務創新競賽官方網站

<https://innoserve.tca.org.tw/>

大專生洄游農村官方網站

<http://ruralyoung.swcb.gov.tw/>

青村白皮書-大專生洄游農村計畫官方粉絲團

<https://www.facebook.com/rural.young/>

ATCC全國大專院校商業個案大賽官方網站 <http://atcc.co/>

TISDC臺灣國際學生創意設計大賽官方網站 <http://www.tisdc.org/>

iGEM官方網站 [http://igem.org/Main\\_Page](http://igem.org/Main_Page)

Hult Prize官方網站 <http://www.hultprize.org/>

自從有了YouTube這個全民舞台，人人都可以成為主角。近年出現的新興職業「YouTuber」，工作時間自由、擁有知名度，成為不少人嚮往的職業，也讓越來越多人開始想要嘗試經營自己的頻道，但在為數眾多的網紅中脫穎而出並不容易，一名成功的YouTuber，除了基本拍攝、剪輯影片能力，前期的企劃和後期的行銷，更是不可或缺的關鍵。我們為大家網羅當今台灣人氣最高的幾位Youtuber，看他們如何運用原有的專業知識，發揮創意，成功經營YouTube頻道。



網紅勢力崛起

## 職業新選擇

# YouTuber敢秀就能出頭天



### 1. 三個字 SunGuts

陽明大學物理治療暨

輔助科技學系

頻道類型：醫療保健知識

三個字就讀陽明大學物理治療暨輔助科技學系，在畢業兩個月後取得物理治療師證照，現為物理治療師。

擅長將艱深難懂的醫療保健知識，用幽默易懂的方式讓粉絲一看就通。最初想開頻道的原因在於每次替患者治療後，需要花上許多時間向患者解釋這麼做的原因，不少病人也有相同的問題，所以三個字想以短片的方式，簡化深奧的醫學保健知識，用「教學式」手法，讓觀眾能認識自己的身體。

2015年推出第一支影片「魯蛇都有的厚實硬肩膀」，在發布一個月迅速累積百萬次的觀看次數，被網友封為「YouTube界最直白有梗的治療專家」。三個字SunGuts頻道有「【肩膀痛】看這邊！！」、「【脖子痛】【背痛】看這邊！！」等，依照身體常痠痛的部位規劃的小單元，也有認識疾病、冷知識的「疾病翻譯機」，教導改善身體姿勢的「你不知道的『冷姿勢』」

## 2. 阿滴英文

輔仁大學英國語文學系、英文系碩士班多媒體英語教學組  
頻道類型：英文教學

「要喜歡英文，才能學好英文」，這是「阿滴英文」的標語。



自小就和妹妹一起在新加坡留學的阿滴，從小生活在全英文的環境，形成日常生活中使用英文的習慣。而在大學、研究所就讀英文系，讓英文成了阿滴得意的強項，卻也限縮他的發展，這樣的危機意識，讓他在大學時期，積極自學攝影、影片剪輯、後製技巧，並在2015年阿滴與滴妹開設「阿滴英文」語言學習頻道，兄妹倆跳脫傳統的師生關係的教學制度，單純以朋友身分，分享生活中學習英文的快樂，不到兩年便成為台灣知名YouTuber，擁有超過57萬訂閱粉絲。

「阿滴英文」以音樂、電影、時事等主題作為教學題材，搭配「2分鐘英語教室」、「日常英文單字」、「台灣人常犯英文錯誤」等小單元，用輕鬆活潑的方式，分享學習英文的樂趣。

## 3. HowFun

國立政治大學經濟學系、  
美國薩凡納藝術設計學院視覺特效碩士  
頻道類型：商品業配

「業配就是我的主場」HowFun頻道，就是在做商品業配。

一人分飾多角，搭配無厘頭的劇情，影片末總會出現一連串商品介紹詞，HowHow最讓人津津樂道的是永遠猜不透的業配梗。對於觀眾排斥過度置入性行銷，HowHow反向操作，大方在影片中承認業配，獨樹一幟的風格，搭配幽默的腳本，吸引觀眾，讓他的影片成為「最想看完的業配影片」

從小HowHow喜愛看漫畫、小說、卡通動畫，這些作品成為日後的靈感來源，也使得HowHow以詼諧的風格製作影片。大學就讀政治大學經濟學系，喜愛拍攝的HowHow自2007年就開設YouTube頻道，自學剪片，也選修紀錄片課程，增進影像處理的技巧。研究所遠赴美國舊金山藝術大學念動畫和視覺特效系，2015年暑假，首次接到電子大廠的合作案，嘗試第一次業配，開啓往後的業配之路。



## 4. 啾啾鞋

國立中央大學化學系  
頻道類型：科普、冷知識

口條以及思緒都十分清晰的啾啾鞋，是化學系出身的理工男孩，頻道以大學所學的知識為背景，用科學方法解釋與我們生活息息相關的冷知識。

最初啾啾鞋是翻譯歐美搞笑圖片和影片起家，雖然曾經爆紅，但二次創作、被貼上靠別人走紅的標籤也讓他反思，大三時，他決定自製影片內容。剛開始毫無頭緒的啾啾鞋，拍攝主題五花八門，嘗試過開箱影片、電腦軟體教學、Vlog，在大四因為「給大一新鮮人的八個建議」影片爆紅，之後推出主題偏硬的影片也有熱烈反應，讓他體認知識性內容也是有客群，遂決定製作知識型影片。

在啾啾鞋的頻道，「超邊緣冷知識」講述生活中的冷知識，「一探啾竟」探討生活中常見的科學原理，除了科普性的單元，另有書評「啾讀。」、分享自身經歷的「啾來聊聊」。

## 5. 臺灣吧 TAIWAN BAR

頻道類型：教育



「讓臺灣成為數位內容的燈塔。透過詼諧、活潑具美感的方式，醞釀人們探索知識的熱情！」這是臺灣吧自許的目標。

臺灣吧在2014年上線，首支影片《賣台？後藤桑の如意算盤》在3天內達到10萬次點閱，11月1日推出的影片《鬼島現代化！劉銘傳與蔣經國，的中間》，幽默的動畫搭配旁白講述日治時期臺灣的現代化，短短2天內吸引20萬人次的點閱。臺灣吧以輕鬆、說故事的方式，不帶觀點地敘述臺灣歷史，引起大家對歷史的討論。

之後臺灣吧陸續規畫不同議題的系列影片，主題已涵蓋歷史、法律、教育、經濟等。此外，政府部門也和臺灣吧進行合作，如與交通部合作的「JT交通事務所」、臺北世大運的「2017在世大運看見臺灣吧！」。另外，還與公廣集團的客家電視台合作《客客客棧》，更入圍2017年電視金鐘獎最佳動畫節目。

臺灣吧由DJ Hauer(謝政豪)、蕭宇辰小火車(蕭宇辰)、jiajiach. (張佳家)、Buchi林辰(林辰)共同創立。

DJ Hauer(謝政豪)-國立臺灣大學農業經濟學系

擔任CEO的謝政豪，負責音樂設計及行銷。大學時他已經累積不少影片拍攝、動畫製作的經驗，懷抱DJ夢的謝政豪，原本預計當兵完後出國，受太陽花學運影響，反思不少台灣人不清楚這塊土地的歷史、對自身認同感到混亂，因此想製作有關歷史的短片，告訴觀眾「我們



是誰」。

蕭宇辰小火車(蕭宇辰)-國立臺灣大學歷史系

負責史料分析及文本內容的蕭宇辰，畢業後先後進入三間高中任教，在教學過程中，有感臺灣歷史教材的缺乏，加入籌備臺灣吧的行列。2015年他卸下教職，正式加入臺灣吧，藉由新媒體的形式繼續傳授歷史知識。

jiajiach. (張佳家)-國立臺灣大學歷史系、英國倫敦金斯頓大學插畫動畫碩士

創造臺灣吧靈魂角色-黑啤、藍地、紅瑰、黃紹、白米等，負責視覺設計及動畫的張佳家，對設計深感興趣，大學進入台大歷史系後，用課餘時間繼續進修繪畫，畢業後到英國倫敦金斯頓大學念插畫與動畫碩士，留學時，外國同學無法辨別臺灣和中國的差異，讓她反思，如何讓更多人能夠了解臺灣史。

Buchi林辰(林辰)-國立東華大學經濟系、國立中央大學經濟研究所碩士

擔任旁白的林辰，最初想就讀與廣告表演相關的科系，卻考上經濟系，曾製作影片「挺什麼反什麼核啦!!」、「一場服貿熱雨下的太陽花」，片中只有少量圖片，大多是字幕及口白，觀看次數仍超過一百萬。獨特的魅力，讓謝政豪找上林辰擔任臺灣吧的旁白配音。



資料來源：遠見〈邀你愛上英文！阿滴與滴妹讓學語言更有趣〉

INSIDE〈【YouTuber 真情告白】業配就是我的主場！專訪 HowHow 一人製片團隊〉

聯合新聞網〈做自己的內容！網路解說冷知識 理工新鮮人月賺23萬〉

ETtoday新聞雲〈三個字物理治療師 5分鐘教你懂「骨刺」〉

EnglishOK〈「DJ Hauer」謝政豪用5分鐘勾住觀眾一輩子〉

IOH開放個人經驗平台〈從歷史老師到創辦臺灣吧—蕭宇辰用媒體走出教育的新格局〉

非常木蘭〈動畫逆襲 臺灣吧要讓全民瘋科普〉

BuzzOrange報橘〈【後太陽花的運動臉譜】比蔡阿嘎更有營養的 YouTuber—專訪《臺灣吧》主持人林辰〉

# 斜槓青年 創造你自己的 多元人生

你有聽過「斜槓青年」這個詞嗎？你可知道傳統單一職業的模式已不再符合現今社會需求，以多重收入、多重職業來體驗更豐富的生活才是當今最夯趨勢！斜槓青年，是指基於自己本身的專長跟優勢，開拓出新的領域，是種為自己人生開拓志業的方式，不設限地去嘗試各種領域，不為薪水只為豐富生命經歷。



「斜槓」一詞源自於英文「Slash」，美國專欄作家Marci Alboher在2007年提出了這個概念，立刻引起一股風潮，成為許多人的理想生活方式與目標。這些人在自我介紹中會用「斜槓：/」來區分不同職業，於是「斜槓」便成為他們的代名詞。

但，要怎麼樣完整理解「多元職業」這個概念？以及，要怎麼知道自己是否適合當個斜槓青年？現任1111人力銀行履歷健診顧問的職涯規劃師陳章丞，提供了一些專業建議。

**(1) 不管什麼興趣都有「錢」途嗎？我要怎麼樣才能靠興趣賺錢？**

一個興趣是否能夠讓你賺錢，取決於三個要點。首先，你必須確定你能夠持之以恆地維持並鑽研這個興趣，長期下來才能累積專業含量；再者，你必須確定這個興趣是你相對擅長的能力；第三，你必須評估這個興趣是否有市場性，若沒有，你得再花點心思去想想，要怎麼樣創造需求。

**(2) 我要怎麼知道自己是否適合當個斜槓青年？**

你可能是一個興趣廣泛的人，不想只做一件事情。斜槓青年跟「兼差」最大的差異在於：兼差的出發點可能是為了賺更多錢，但斜槓青年重視的是「我不是

是在做自己喜歡做的事情？」

**(3) 我要大學畢業了，面對職場我找不到方向，現在想當個斜槓青年，還來得及嗎？**

要當斜槓青年，很重要的兩個關鍵因素是：一、你必須是個自律的人，雖然斜槓的生活聽起來很自由，但自由的前提是你可以好好管理自己的生活；第二，你得學會打造屬於自己的個人特色與優勢、經營自己的品牌。

你可以先找一份正職或兼差的工作，確保自己的經濟狀況穩定，一邊發展自己喜歡的興趣、逐步累積自身的實力。

**(4) 單一專業跟多元興趣發展好像很兩極，我要如何找到最適合自己的方式呢？**

在職場中都會有「磨合」與「適應」的歷程。縱使你選擇了發展單一專業，你在職場中仍會需要有跨領域溝通的能力；反之，你若發展多元興趣，這些興趣中，一定也會有特別擅長的專業。

「專才」與「通才」其實就像是個光譜，並不是非黑即白，你得先知道自己喜歡、嚮往哪種生活方式，並有方向感地去精進自己的技巧與能力（而非一味求職位上的提升）。如何**規劃自己的職涯**，其實沒有標準答案，只有最適合自己的選擇。

# Career Master 做自己的大師

大學選系與未來工作發展息息相關，因此許多學生在選擇大學就讀的科系時，就已經開始規劃自己的職涯。而職涯發展的第一步，就是要清楚未來想從事職務的相關資訊。

**要**了解一項職務的詳細資訊，大多數的人通常會上網搜尋，然而網路資訊量龐大，往往需要耗費大量時間蒐集、消化。這時，可以利用職涯大師，用最簡單的方式，有效率地獲得最正確的資訊。**職涯大師**整合多項職場相關功能，可以依據數據分析及視覺化資訊圖表的呈現，輕鬆了解職務的工作內容、薪資行情等等，另外提供履歷健診、職能測驗.....等一站式的服務，不只有助於求職者找工作，也利於學生提前做職涯規劃。

## 「職務大辭典」全面翻新升級

想對某項職務有基本了解，只要利用職務大辭典，就能夠輕鬆地得到該職務相關的求職資訊。職務大辭典全面翻新，蒐羅整合各項職場資訊，包含工作內容、擔任這項職務需具備能力、相關證照、職涯類型等豐富資訊，任你探索。

### 行銷企劃人員

**職務定義**  
蒐集市場資訊，擬定產品或活動行銷企劃案，運用各種行銷工具以達成產品或活動最佳的曝光效果

**工作內容**

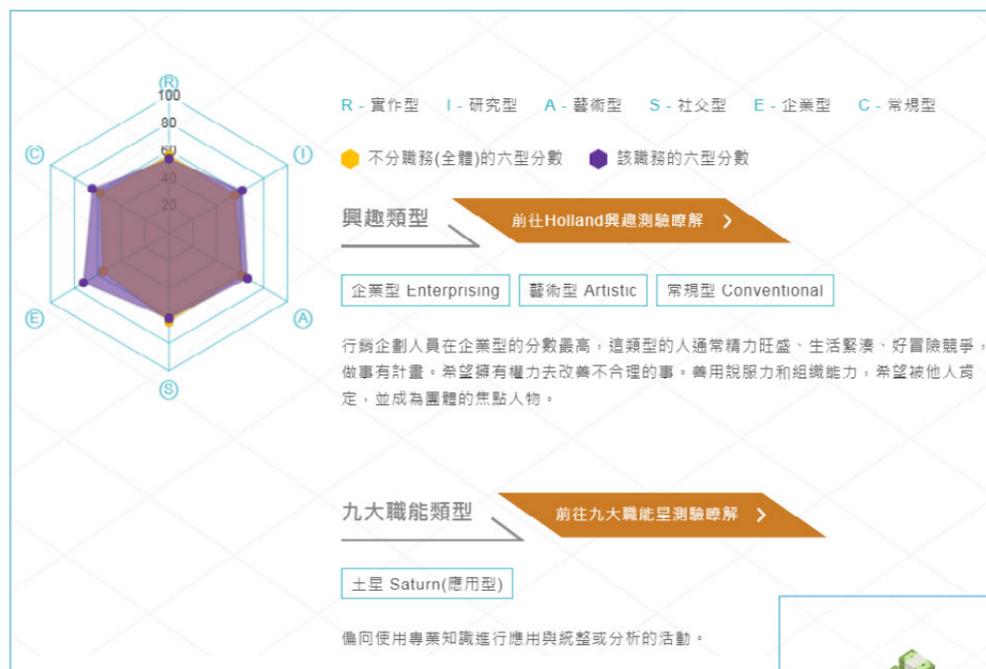
- 1.依公司或顧客需求，做大型事件行銷規劃及執行、資料分析及市場調查
- 2.規劃公司或顧客對外的行銷活動與媒體活動，並對其效益進行分析與建議
- 3.與各部門溝通，以了解產品特色，為企劃案發想
- 4.負責撰寫行銷企劃書、新聞稿
- 5.銷售工具選擇、執行產品設計包裝、建立品牌價值

▲ 職務工作內容

相關證照 [前往證照中心 >](#)

|               |                  |                           |
|---------------|------------------|---------------------------|
| ◆ JLPT第一級     | ◆ PMP國際專案管理師     | ◆ WBSA初階國際企劃員             |
| ◆ IELTS國際英語測驗 | ◆ JLPT第二級        | ◆ TOEIC多益 (Blue 730-855分) |
| ◆ GMAT        | ◆ TOEFL          | ◆ TBSA國際企劃能力初級檢定          |
| ◆ WBSA中階行銷企劃師 | ◆ 專業活動企劃師        | ◆ TOEIC多益 (Gold 860-990分) |
| ◆ 專考導遊人員(外語)  | ◆ TBSA高級企劃能力進階檢定 |                           |

▲ 相關證照



▲ 職涯類型

對於職務未來的發展，職務大辭典利用1111豐沛的求職資料庫及數據分析工具，推算出各職務的未來發展，包含平均做多久會跳槽到下一份工作，及跳槽後的下一份工作薪資平均提升比例，並分析從事該職務的人，下一份工作會選擇哪些職務，而在未來又會有哪一些較有前景的發展，可為長遠的職涯發展做規劃。



▲ 未來發展

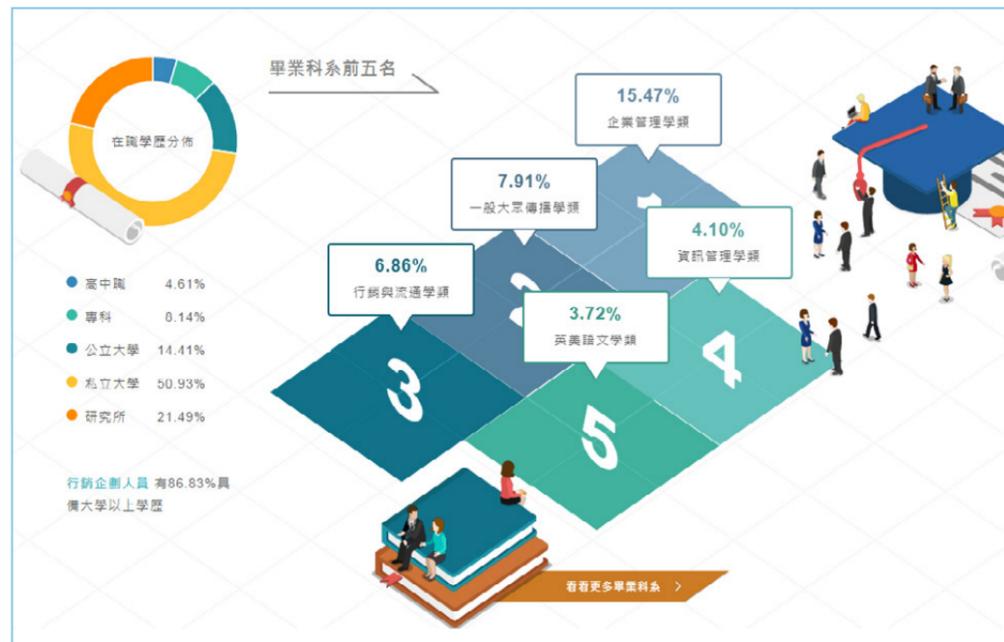
行銷企劃人員求職者的下一份工作選擇職務比例

**9.65%**  
廣告 / 行銷企劃  
主管

請選擇行銷企劃人員的下一份工作看未來發展前景



▲ 轉職職務



▲ 學歷分佈

### 薪資公秤 迅速掌握就業現況

了解職務的基本資訊後，大家最在乎的莫過於薪資。薪資公秤收集超過500種職務的詳細薪資報告，提供就業市場總體薪資概況，以及依產業、公司規模、教育程度、工作地區、年資等條件，以簡潔的圖表呈現薪資結果，可以了解隨著年資增長，在不同條件下薪資的差異，另外特別整理四大科學園區、各縣市留鄉離鄉、男女已婚未婚薪資，能迅速掌握就業市場現況。



對於學生族群，薪資公秤特設立「學類薪資分析」單元，是混合政府開放資料與1111求職資料庫後，整理出各學類的畢業後三年薪資概況，以及學類相關職務的薪資比較，讓學生能得知該學類未來就業之薪資概況。

### 工作甘苦談 洞察各行業工作秘辛

職場有如縮小版的社會，許多情況並不是透過資料分析就能夠得知，初入職場的新鮮人，除了職務上的專業技能外，還有許多職場上的眉眉角角必須學習，像是與同事及主管間的溝通技巧、行業的竅門、從業心法等等，工作甘苦談藉由自由投稿的機制，收集各行各業前輩們的工作心得，透過實際的經驗分享，能深入了解實際工作的現況，或是將來可能會遇到的問題。

### 履歷健診 突顯自我優勢

履歷，是企業對求職者的第一印象，但一打開履歷，許多求職者往往不知從何下筆，只能中規中矩填寫基本資訊，四平八穩卻毫無亮點，容易成為被淘汰的履歷，職涯大師提供履歷健診服務，邀集各領域專業的職涯顧問，一對一指導求職者相關職務的履歷自傳撰寫技巧，為你的履歷自傳進行改造。另外，網站上提供不同職務類別的履歷範本，並按照工作經驗區分，在撰寫履歷時，可依照自己的情況，挑選適合的範本做為參考。而學生也能夠參考無經驗新鮮人的履歷範本，觀察求職者曾經有過的校園社團或競賽活動

經驗，提前規劃如何運用學校資源，累積能力。除此之外，職涯大師另有落點分析、職能測驗、職能地圖等等功能，只要善用職涯大師，從大學時期就開始做好職涯發展規劃，能防止虛度4年光陰，充實自我，做好進入職場的準備，贏在職場起跑點。

學生最好奇的莫過於哪些科系畢業後從事該職務的人最多，職務大辭典分析了前五名相關科系，以及最高學歷比例。其中，相關科系可與大學網連結，能一目了然台灣哪些大學有相關學系，假如有興趣，可從這些學系著手選填志願。

