

『武漢農業嘉年華 全國青少年科學研學教育基地』行銷企劃案

企業主：武漢苗農生態科技有限公司

行銷目的：

1. 闡揚武漢農業嘉年華『農業+教育+旅行』創新研學課程，提升『武漢農業嘉年華全國青少年科學研學教育基地』的品牌知名度。
2. 滲透學生市場，使學生群體因策略單主動接觸了解『武漢農業嘉年華全國青少年科學研學教育基地』優質課程進而親臨並體驗。

品牌介紹：

武漢農業嘉年華專案是東西湖現代都市農業示範園區重點專案之一，也是東西湖區一產三產化發展的重點支持項目。更是教育部授權的『全國青少年科學研學教育基地』始終以「農業+教育+旅行」的可持續發展為創新理念。旨在讓農業融入課程，讓學生走出教室，寓教於樂，促進農業科技進步，提高農業文化體驗意識，使農業科普、社會實踐、勞動與科學素質教育彼此滲透，打造全國首家青少年科學教育基地。武漢農業嘉年華位於武漢市東西湖區柏泉農場農科所基地，占地 270 畝，由武漢苗農生態科技有限公司承辦、運營，於 2018 年 3 月 28 日開園。

以“樂活柏泉•都市田園新思路”為主題，全年運營模式，據農作物週期及天氣特點規劃為春秋兩季。把臺灣農業、科學裝備、VR 課程相結合，重點突出農業教育，加入研學旅行概念，同時園區將策劃海峽兩岸教育交流活動，引進“楚才杯”“超級課堂”的青少年教育活動，使農業科普、社會實踐、勞動與科學素養教育彼此滲透，打造全國首家科學研學、兩岸交流研學教育基地。



產品定位：

在武漢農業嘉年華，引進科學素養 VR 課堂教學模式，通過創建科學素養館，將農業與教育進行無縫銜接，以提高孩子們學習的興趣和效率。

轉變傳統教育觀念，創建學生自由發揮的空間，使其掌握學習的主動性，並成為獨立、自主、高效的學習者，已成為學生實現自我、發展自我、完善自我的必要條件。”而虛擬教學，就是創建一種可控的、逼近真實、多感知一體化的學習環境，使學生能夠與之交互，進而開展各種研究、訓練的一種學習方式。

總預算：NT\$4,300,000(含稅) / RMB\$1000,000(含稅)

宣傳主軸：推廣『武漢農業嘉年華 全國青少年科學研學教育基地』內容服務

宣傳媒體：不限(網路廣告、app 廣告、微電影、動畫影片皆可)

宣傳期間：三個月

建議列入：

1. 目標市場(Inc.市場定位與說明)
2. 目標對象(Inc. Target Insight)
3. 行銷任務
4. 主題策略
5. 執行計畫
6. 預算分配
7. 效益評估



第二十七屆時報金犢獎

27th Times Young Creative Awards

作品規格：

1. 僅由線上提交企劃案需以電子 PDF 檔呈現，提交內容不得少於 20 頁。
2. 初審、複決審皆為電子檔評選，如若需要視頻簡報輔助闡釋參賽作品，可提供 6 分鐘以內之視頻簡報播放檔，連同企劃書電子檔上傳至報名系統，檔案需註明作品編號。

必要列入事項：

1. Logo
2. Slogan
3. 公司名稱