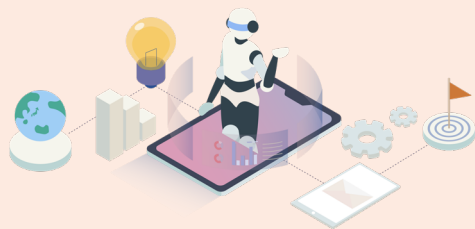


以 AIGC 打造 校務新媒體行銷新格局



|| 朱晉杰 新北市市立安康高中秘書
|| 張瓊文 臺中市政府教育局幼兒教育科課程督學
國立政治大學教育學系博士生

前言：從行政效率到品牌經營

上篇文章介紹了如何運用人工智慧生成內容（Artificial Intelligence Generated Content, AIGC）打造校園行政「快易通」的新模式，聚焦於會議紀錄整理、設備盤點等對內行政效率的提升。然而，當校園行政的內功逐漸到位，學校更需要面對的是對外溝通與品牌經營的挑戰。

在少子女化的浪潮下，許多學校都面臨招生競爭與社會能見度的壓力。家長獲取學校資訊的管道早

已從紙本通知單轉向 Facebook、Instagram 與 LINE 群組等新媒體。這意味著學校不能只是做好事，還需要說好故事，而這正是新媒體行銷的核心競爭力。

新媒體行銷的關鍵在於不同平臺有不同的內容邏輯。例如：Facebook 適合完整敘事，Instagram 講求視覺衝擊與節奏感，LINE 群組強調即時與重點通知，而官方網站則需要正式且具公信力的資訊。過去，要為同一場活動產製四種不同風格的內容，對人力有限的學校行政而言，負擔可能過重。如今，AIGC 正好能扮演熟悉

各平臺語言的數位小編夥伴，協助學校將教育現場的精彩，快速轉化為有溫度、有策略的對外傳播。

校園新媒體平臺操作心法

在進入具體的 AI 應用場景之前，有必要先釐清三個核心觀念。首先，一次素材，多平臺轉化：校園行銷的瓶頸往往不是缺乏素材，而是缺乏將素材轉譯為不同平臺語言的思

維，關鍵在於建立「一次採集、多元產出」的流程。表 1 整理了校園常用四大新媒體平臺的特性與操作建議。其次，建立內容行事曆：從有活動才發文的被動模式，轉向依學期行事曆規劃發文節奏，例如開學週規劃新生花絮、校慶前兩週開始倒數預告，讓社群經營有節奏、有累積。再來，以互動為核心設計內容：社群演算法偏好高互動內容，校園中最容易引發分享的素材包括孩子的真實成長紀錄、活動幕後歷程與提問式貼文；每則貼

表 1 校園常用新媒體平臺特性與操作建議

平臺	主要受眾	內容特性	建議頻率	操作心法
Facebook	家長、校友、社區	完整敘事、圖文並茂、長文可被接受	每週 1 至 2 則	用故事取代公告；搭配 3 至 5 張活動照；善用標籤與打卡功能擴大觸及率
Instagram	學生、潛在新生、年輕家長	視覺優先、短文案、節奏明快	每週 2 至 3 則加限時動態	首圖決定點閱率；文案控制在 80 字內，開頭 15 字須引發閱讀動機；善用限時動態呈現活動花絮與幕後
LINE	在校家長、教職員	即時通知、重點條列、行動導向	依事件即時發布	開頭一句話說重點；條列不超過 5 項；可搭配報名、官網等連結
官方網站	媒體、教育主管機關、社會大眾	正式報導、具公信力、可被搜尋引擎收錄	重要活動後即時更新	標題含關鍵字以利搜尋引擎優化（SEO）；依循標題、導言、本文、引述等結構；附高畫質照片與圖片說明

資料來源：作者整理

文結尾加入明確的行動呼籲，也能有效提升傳播效果。

三 AIGC 在校務新媒體行銷的三大應用場景

校務新媒體行銷可以從三個層次來論，第一層是日常品牌經營，透過社群媒體持續展現校園活力；第二層是成果擴散與媒體曝光，將校務成果轉化為新聞稿與官網報導，向更廣泛的受眾傳遞教育價值；第三層是招生轉換，以具吸引力的海報與圖卡，將關注轉化為實際的報名行動。以下利用上述行銷漏斗¹的邏輯，展示三個場景的應用。

（一）場景一：校園社群媒體貼文企劃助理（日常品牌經營）

1. 應用場景

校慶、國際交流、成果發表或

社團競賽獲獎後，行政人員需撰寫 Facebook、Instagram、LINE 群組 或 官網公告的各種文案。建立「校園社群媒體貼文 AI 企劃助理」，可協助將活動資訊快速轉換為符合不同平臺語境的貼文，實踐前述一次素材，多平臺轉化的操作心法。

2. 適合工具

主要工具可使用 ChatGPT 的 GPT 或 Gemini 的 Gem，建立固定語氣與知識庫。輔助工具可利用 Canva 的 Magic Write，適合同步處理圖卡文案的初稿。

3. 參考提示詞

你是〈校園社群媒體貼文 AI 企劃助理〉。請根據我提供的活動資訊、照片重點與發布平臺，生成以下內容：Facebook 長文版貼文（溫暖敘事型，約 200 字，文末加入邀請家長留言的提問）、Instagram 精簡版貼文（節奏明快，搭配標語，首句在 15 字內抓住注意力，全文約 80 字）、LINE 群組通知版（開頭一句話說重點，條列不超過 5 項，約 60 字）、官網正式報導版（客觀完整，標題含關鍵字以利搜尋，約 300

1 行銷漏斗（Marketing Funnel）是指從「廣泛觸及」到「具體行動」的逐步聚焦過程。一般可分為三個階段：曝光（讓潛在受眾認識學校）、發現／考慮（引導受眾主動了解與比較）、轉換（促成實際報名或參與）。此模型有助於學校針對不同階段的受眾設計合適的行銷內容，提升招生效益。

字)；另請提供 3 組吸睛標題與 8 個適合的 hashtag。文字需溫暖、真實、有教育意義，避免制式公文語氣。

4. LINE 群組貼文產出範例

今天校園舉辦「校慶科學闖關暨學生作品展」，同學們動手實作、解謎並展示創意成果。活動強調物理設計與跨領域合作，展現主動學習和團隊精神。感謝師長指導與同學參與，讓校園成為充滿活力的學習場域。

3 組吸睛標題：

- (1) 今天的校園，滿滿都是科學與創意在發光！
- (2) 把知識玩出來，把學習做出來：校慶科學闖關精彩登場！
- (3) 最有溫度的校慶現場：看見孩子探索與創造的力量！

8 個適合的 hashtag：# 校慶科學闖關 # 學生作品展 # 動手做真學習 # 探究與實作 # 跨領域學習 # 團隊合作 # 校園裡的創造力 # 有溫度的學習現場

(二) 場景二：校務成果新聞稿及 官網文章轉換助理（成果擴 散與媒體曝光）

1. 應用場景

許多學校活動結束後，只留下會議紀錄、流程、成果報告和照片，並未整理成對外發布的新聞稿。這些珍貴的教育成果如果無法被看見，就無法發揮其應有的影響力。AIGC 能將這些內部資料轉換為對家長、社會與媒體更易理解的校務報導，讓學校的努力不再只停留在校園內。

2. 適合工具

ChatGPT 的 GPT 或 Gemini 的 Gem，透過預先設定角色、格式要求與知識檔案，穩定輸出符合學校語氣的文章。

3. 參考提示詞

你是〈校務成果新聞稿轉換 AI 助理〉。請根據活動流程、成果報告與照片重點，生成一篇 500 字新聞稿（結構為「標題＋導言＋本文＋引述」）、一篇 250 字官網短文（標題含關鍵字以利 SEO）、一段 80 字媒體摘要。語氣需正式、清楚、有亮

點，避免過度誇飾。

4. 新聞稿產出範例

以活動主題為「日本姊妹校交流」，150 字新聞稿開頭範例：

標題：跨文化互動零距離 姊妹校交流激盪學習火花

為拓展學生國際視野並深化跨文化理解，本校近日接待日本姊妹校師生到校交流，透過課程共學、校園導覽、文化體驗與學生互動等活動，讓來訪師生深入認識臺灣校園特色，也讓本校學生在真實交流情境中提升語言表達與國際溝通能力。活動過程中，雙方學生展現高度熱情，從課堂互動到校園生活分享，皆留下珍貴而深刻的學習記憶。

（三）場景三：招生海報與圖卡文案製作助理（招生轉換）

1. 應用場景

無論是舉辦招生說明會、校園開放日或特色課程發表活動，學校經常需要迅速完成海報、橫幅、社群圖卡

及簡報封面的設計。然而，實務上常見的挑戰在於標題缺乏吸引力與文案表達不夠清晰，導致宣傳效果受限。

2. 適合工具

主要工具為 ChatGPT 或 Gemini，用於生成多版本口號及招生訴求。輔助工具則為 Canva 的 Magic Write，適合同時處理文字與視覺設計，可產生標題、副標、活動說明與行動呼籲文案，也能建立 Gemini Gem 製作圖卡。

3. 參考提示詞

你是〈招生海報文案 AI 助理〉。請依據我提供的學校特色與活動資訊，生成：5 組海報主標（每組不超過 15 字，需有畫面感）、3 組副標、100 字活動說明、3 組報名呼籲語（含明確的行動指引）。文字需精煉、有畫面感，適合放在招生海報與社群圖卡。

4. 產出範例（由 Gemini 生成，如圖 1）

- （1）海報主標：開放日這一天，
遇見更好的自己

圖 1 校園開放日海報



(2) 副標：課程體驗 × 校園導覽 × 師生交流

(3) 100 字活動說明：校園開放日歡迎學生和家長參加課程體驗、導覽和師生交流，認識學校特色和環境。從教室到活動，親自參與有助於瞭解高中生活和未來發展。

(4) 報名呼籲語：名額有限，快來預約屬於你的校園初見面

四

結語：建立校園新媒體行銷的 AI 工作流

在運用 AIGC 之前，必須謹記

AI 是協作夥伴，不是最終決策者，其生成內容的正確性與教育立場仍需專業人士把關。在此前提下，本文依行銷漏斗邏輯部署的三大 AI 助理，搭配內容行事曆形成常態化運作，能讓學校從被動宣傳轉向主動品牌經營。每所學校都有值得被看見的教育故事，善用 AIGC 的力量，讓校園裡每一個精彩的瞬間，都能在對的平臺、用對的方式，被更多人看見。✕

參考文獻

Google. (2025). *Gems overview*. Google. <https://gemini.google/tw/overview/gems/?hl=zh-TW>
OpenAI. (2025). *Creating a GPT*. OpenAI. <https://help.openai.com/en/articles/8554397-creating-a-gpt>