



2016/09 月



抵達荷蘭，學校接送至宿舍後，一切就開始靠自己的雙手。TUD 是一所相當國際化的學校，學校也引以為豪，來自全世界的人才共學，彼此互相學習，因此學校在接待國際生的活動特別盛大與注重，這讓我反思，如果外國人來台灣，是否會可以接受一樣的款待？讓國際生在台灣也少了那種迷惘。在國際迎新週中，學校安排了食衣住行的各種小活動，你可以自主安排參與活動學習，比如說超市採買，教你怎麼選擇便宜好吃的食物（標籤都是荷蘭文），或是交通說明，提醒在荷蘭搭乘大眾交通工具的小規則與方法，其中最讓我喜歡的是到荷蘭人家中吃飯共度晚餐，很溫馨的一小群，抵達荷蘭當地夫妻的家（很多是校友），然後聊天分享彼此。這個活動能最快體驗荷蘭文化和菜色，也能藉由晚餐時間，認識很多來自不同系的國際生們。

結束緩慢溫馨的國際歡迎週之後，在九月底正式踏入課程，比起台灣碩士班比較自主學習的部分，在 TUD，課程上讓我覺得像是回到大學部學習，非常充實的課程安排，不過因為領域(商業策略規劃)的不同，學習上每堂課對我來說都是新鮮且很值得學習的。TUD 設計分成三組，Design for interaction(DFI) 屬於使用者研究,已使用者為中心做設計規劃等，Integrated product design(IPD) 是工程與設計結合的領域，比較務實與看重設計技巧等, Strategic Product Design (SPD) 有點像是設計系裡的 MBA，跳脫產品設計，將思維放大到產業規劃與策略分析上。我目前就讀的是 SPD，雖然在台灣也是讀策略設計組，但實際上的課程仍是天差地遠，這裡給我像是將大學四年的管院課程濃縮至一年一樣，老師藉由每週分配三篇論文期刊給你讀，上課稍微講解，再透過同學討論想法將商管知識傳達給我們。這一個月的想法，總結遇到了幾個很大的挫折，第一，自身語言仍不夠精透，上課需要花費時間了解與表達（往往想好要說什麼都錯過時機），第二，上課速度很快，如果不花時間自我學習、預習，老師們是不會等你的，每個階段要什麼都是很扎實。藉由每個月的分享文章，期待自己一個一個月的轉變與精進，到下次分享時能將挫折轉為喜悅。（圖片為學校圖書館，為 TUD 大學象徵建築）



2016/10 月



天持續接觸英文，保持語感。

我一直跟自己說，不能在安逸圈裡一直駝鳥，要強迫自己成長，也訂下再給自己兩週的適應，也讓我發現癥結點，我想能出來的學生普都有一定的語言能力，所以其實並不是不會講，而是不敢講，不知道要講什麼。亞洲學生普遍被訓練良好的聆聽能力，而且以我例子來說，我怕講錯或是講的事情不在軌道上被翻白眼，前期對於課程規劃和內容都抱著諸多疑問的狀況，更加不會主動開口，而且也不了解外國人對於討論的形式以及態度。

不了解以及沒勇氣是主要問題，因此我採取比別人更加努力的對策，先了解要討論的項目，甚至提前做好很多功課和規劃，比起預定工作做更多，不被組員帶著進度就能掌控每次開會的內容，也能因為自己有做功課而更加有自信參與討論，漸漸的第一次、第二次，在每次開會中增加貢獻度，現在已經不畏懼在小組討論中發言，就算講不好，我也會以自己的肢體語言和笑容讓對方知道我很努力再跟你溝通，通常這時候，善良的荷蘭人（還沒和其他國家人合作）都能體諒你，並且好心糾正你的語句，讓你更加流暢，也會幫我換句話說，讓我知道一般而言這句話我應該怎麼說。雖然我還是文法亂七八糟，只好再給自己一個月加強文法，讓文法和語句更加自然得體。圖片為強迫自己要接下上台報告的重責大任，但仍然沒有將我的台風表現出來，過於緊張以及沒有通盤思考內容是這次缺失。但仍會繼續挑戰上台報告，畢竟出社會就不能以自己能力不夠躲在他人後面為藉口。



## 2016/11 月



這個月，來分享 SPD 的課程規劃。今年設計學院的課程大改版，往年可以選修和必修是混雜在兩年內修完，現在改為第一年四個 Quarter 全部必修，第二年的上學期選修，下學期畢業製作，但並沒有強制規定不能選修，因此，如果是參與 SPOSAD 計畫前來的同學，可以研究一下，是否有哪些選修很感興趣，可以在必修之間做抉擇。

一學期共分為兩個 Quarter(Q)，表示在一學期內有兩次期末發表。在 11 月中左右，進入到第二個 Q，這個月就要來分享第一 Q 的課程內容。總共有四堂主要課程，分別為 IDE Academy(IDEA), Context & Conceptualization (C&C), Design strategic product (DSP), Design Road mapping。

IDEA 為這年度新提供的必修課，會維持一整年兩學期，你可以自由選擇 14 堂 Workshop 參加，內容包天蓋地，有攝影、影片製作、模型、報告技巧、包裝、商業模式...等，我將他歸類設計的大總覽。每週三，會有三到四個 Workshop 可以選擇，每次內容持續一天，不會很深入教學，我覺得比較像是導覽，然後注重小組活動，最後在一個簡單的應用產出。

C&C，也算是設計方法的導覽課，每週會有不同主題，例如 Service design, Context Mapping...等，然後藉由分組應用當天上課所教導的設計方法。這堂課將持續兩個 Q(一學期)，第一個 Q 為筆試，開卷考 Convivial Tool 這本書。第二個 Q 主要為小論寫作，會選擇喜歡的主題，按照步驟寫小論(多為不需實驗階段，提出見解即可)

DRM 提供 Road mapping 工具，教你如何使用 RM 產出策略，課程每週會給予多篇論文，需要事先閱讀，上課稍微講解後，老師就會給予小組討論論文的內容，所以不閱讀的話，會無法跟上課程內容。課程直接和當地企業 ( Quby ) 合作，使用 RM 工具，幫此企業規劃未來的策略方針，包含產品規劃和產品定位等，是相當好用於職場的工具。

DSP 就為 SPD 最主要核心的課程，持續一學期，課程直接和三家公司合作，每年合作企業都不同，今年有 KLM 荷蘭皇家航空 ( 在 TUD 最常看到的合作企業 )、Ford 汽車、Adidas。課程會提供一些基礎的知識導論，同時希望你利用學習到的方法，提供企業新的策略方針。1Q 和 2 Q 選擇不同的企業規劃，1Q 產出海報跟報告即可，2Q 需產出手冊、影片或是實體、海報等，並



到各公司總部報告（分屬德國和荷蘭），也是我目前正在進行，耗費最大心力的課程，相當期待最後的產出。（圖片為 DRM 課程，公司幹部至學校聽期末發表）

## 2016/12 月



12 月，城市中漸漸透露出耶誕的氣氛，就像亞洲文化過新年一樣，耶誕節對歐洲人是個重要的節日，大多都會回家和家人朋友一起度過，而身為留學生的我們，就要抓緊這久違的長假，好好出去溜搭。人都到了歐洲，除了在學習期間認真學習之外，多踏出國界，觀察不同文化與城市氛圍，也是一種生活學習。因為回來馬上就要面臨期末作業、期末考，所以在出發之前將一切工作安排好，也寫下回來的待做清單後，就自己踏上東歐南歐之旅。提前兩至三個月規劃行程，其實在歐洲自助，一個女生沒有這麼可怕也不難，人與人之間大部分還是善良與和諧的。雖然出發前兩天聽聞柏林聖誕市集的恐怖攻擊，但也只能多加提防注意，該走的行程還是要走。

路過德國紐倫堡、慕尼黑看聖誕市集，發現其實就很像台灣的夜市攤販，只是環境佈置以及整體感營造相對好很多，這裡的聖誕市集會統一掛上佈置，攤位也會長的類似或是一致，讓整體感提升，加上販售當地美食跟聖誕裝飾，頗有過節氣氛，這是我們在整體營造上可以學習的，不分你我，如果共同出力維護環境、打造氛圍，那受益的將會更多。

旅行不外乎就是風景跟美食相佐，因為喜歡吃喜歡下廚，每到一國家就會到當地盛名餐廳一訪，觀察盤中餚的擺盤，以及其製作方式或是餐廳給予的體驗。這次發現，德國中的食物就是充滿一堆肉，豬腳、豬排、香腸搭配啤酒，東歐多了烤肉捲餅 Kebab，其實飲食文化都挺相近的，只是嚴重缺乏綠色蔬菜的補充，但相較於荷蘭平乏的飲食，在物價上、口味上已經是天堂等級了！（圖為德國聖誕市集特色，熱紅酒酒杯，可帶回，也可贖回押金退回杯子）



2017/01 月



聖誕假期結束，緊接著就面臨到上學期的期末。這次和 Ford 產學合作，規劃無人車的未來新服務，在期末報告時，學生會到公司總部進行報告，以及評選。這次我第一次在產學合作進入到公司，但觀察後發現，TUD 有很多類似的合作案或是課程，都和產業緊密相關，必且這些企業都相當重視學生產出，給予足夠的補助，也在課程中，企業的經理會抽空給予訪談，也相當樂意私下和學生約視訊討論。這樣高意願且重視的產學合作，是我在台灣沒有看到的。感覺在台灣企業不重視學生產出，又或者學生產出沒有達到一定水準導致彼此失望，進而沒有達到最佳效果。在荷蘭，我們能接觸高層，能獲得相當足夠的資金應用，老師和企業也都隨時能討論

觀點，並且給予支援，最終的期末報告規格也不因是學生專案而隨便應付，學生也因企業如此慎重對待，更是努力不含糊的產出，是改善未來台灣產學合作上可以借鏡的一塊。

這次的期末到 Ford 歐洲總部-德國科隆-進行彙報，模式採取如科展般的，給予一塊空地，學生們準備影片、模型、展板等，向路過的員工以及高層幹部和評審分享自己的提案。在和 Ford 員工分享專案時，我發現，由於每個聽眾的背景不同，所發現的觀點或有興趣的角度都不一樣，有人在意資金的問題，有人探討科技的可行性，我們需要做足功課才能一一回答每個聽眾或評審的問題，在互相討論中，學到更多知識以及何謂“企業”的觀點，是段新奇且刺激的期末報告。

(圖片為完成艱辛的期末報告的組員辛苦背影)



2017/02 月



經過一週的假期，開學後馬上面臨的不是課業，而是新春活動。每年在 TUD 台灣學生組織都會舉辦台灣之夜，活動內容包含在地美食，以及認識台灣的小活動，加上影片介紹等，在國際上推廣台灣的好，也能讓在荷蘭各地思鄉的遊子有機會解饞口腹之慾。

今年，我負責台灣之夜食物組，有鑒於荷蘭與學校的規定，學生是不能盈利也不能下廚，避免糾紛，因此我們提供學校廚房食譜，並透過試煮試教讓學校廚師瞭解臺菜的奧義與精髓。並提供即煮珍珠製作珍珠奶茶和湯圓。本來以為行銷不足，只提供一百份會賣不完，沒想到大受好評，但對於真正台灣的味道，我覺得還是非常的不足的，畢竟國外食材，以及溝通理解上。

在國外才發現，有許多大大小小的台灣組織，並也很樂意提供贊助，不論是實質的金額補助，或是台灣小點與啤酒的贊助，讓我們活動更加豐富。

除了美食，我們將場地佈置成像是台灣夜市一般，有毛筆名譯、十八豆、卡拉 ok、麻將、抽獎等很台灣味的遊戲，看到外國人發音標準的說出「席巴拉」，真的令人捧腹不已。抽獎提供很多台灣代表獎品，例如台灣啤酒、蜜餞、洞洞樂等，不過可想而知，最受歡迎的還是我們「台灣啤酒」，歐洲不管到哪個國家，我想酒是最不會錯的禮物了吧！

( 圖為台灣之夜抽獎與體驗美食的現場 )



2017/03 月



三月，荷蘭有著春天的氣息，以前在台灣 10 度冷到發抖的我們，現在看到十度伴隨著太陽，只會說聲「好幸福啊」。高緯度的四季分明，春天的感覺特別明顯，花草漸漸綻放，已經枯枝很久的樹頭出現了一些嫩芽，在灰灰冷冷的漫長冬天著實給予了一種新的能量與力量，讓每天到學校的車程充滿了活力。荷蘭第一名最值得拜訪景點，庫肯霍夫花園，也在這個月盛大開幕，迎接為期兩個月的鬱金香花展。

在這樣的春天，也進入的第三學期的課程，其實到我撰寫心得的今天，已經完成了第三學期。這次課程，是我在荷蘭覺得最感興趣，同時也是最實用的。第一種，Strategic Value Design，身為設計師的我們，常常會懷疑自己的定位在哪，我們既沒有深刻的理工背景也沒有扎實的商業分析知識，要如何在求職市場找我們的定位。這部分其實是很多學校老師沒有教的，如何讓學生發現自己獨特的才能，如何「行銷」與「定位」自己。這堂課利用一些文獻以及小組式的老師同儕討論，讓自己找到定位，然後以網頁排版模式建構自己的個人網站，搭配資訊視覺技巧，針對未來想走的行業領域，推銷自己。核心問題：為何你重要？你能為公司帶來什麼價值？

第二堂是品牌行銷經營，有別於以往看品牌，不單是包裝一個公司，品牌的學問其實有很多面向，如何讓顧客「認知」與「認同」你的公司定位，是一門重大學問，在此推薦 Keller 的 Strategic Brand Management 第四版，書中包含經典案例，以及詳細建構品牌的步驟與原因，對於未來想朝品牌設計與行銷領域的同學，相當有幫助，值得收藏。

(圖為拜訪庫肯霍夫花園鬱金香的照片)



## 2017/04 月

在春暖花開，徐徐涼風的日子，四月就這樣度過了，也結束了一門期中考試。四月短暫的小假期，我到了歐洲最大的城市-倫敦，除了基本觀光景點外，也到了另外一所菁培學校 RCA 小小的走逛了一圈。在這次的倫敦之旅，有種感慨城市風貌的截然不同。

在荷蘭，即便是首都阿姆斯特丹，夜生活和商業規模，仍遠不及倫敦市中心，阿姆斯特丹或是荷蘭的城市，給人都是很悠閒自在，緩慢步調的氣氛；而倫敦，是個充滿「生命力」的城市，每到一個角落，都能看到人的足跡，少了大自然的悠閒，多了濃厚的商業和金錢的氣味。這兩個城市沒有好壞，但我會將它分類為 35 歲前後的城市，在 35 歲之前，我們充滿幹勁，需要接收很多藝文、商業訊息，讓自己保持競爭力的高度，在倫敦，不論種族、國籍抑或是收入，你都可以在城市的各個角落獲得滿足，找到適合自己的活動或是領域。而 35 之後，邁入嚮往穩定的生活，荷蘭是個生活與工作相當平衡的地方，平日認真上班，下班後就是家庭與休閒活動，沒有壓力，且空氣清新。也許是在荷蘭的生活太多單純與平靜，到倫敦有種瞬間被五光十色的看板給炫目的感覺，當下很能體會，為何設計這個領域，常常都在一線的大城市，因為我們是最需要觀察消費者與吸收第一手資訊的工作。不過回來到現在也過了兩週左右，被倫敦迷惑的悸動已經消除，最終自己還是嚮往在荷蘭悠閒穩定的生活！



( 圖為倫敦地標之一，倫敦眼、大笨鐘與紅色雙層巴士 )





2017/05 月



在這生活將近一年，在路上都喜歡觀察當地人的生活，以及反思台灣的生活。第一，工作與休閒，在荷蘭或是整個歐洲，其實都非常注重休息時間，週日荷蘭超市會提早兩小時打烊，平日市區也只營業到六點左右，在德國或其他地方，有些連週日是根本不營業的，大街上沒有店家開，服務業也能好好休息，反觀台灣優點是非常便利，下班之後還是可以從事很多休閒，或是逛街採買生鮮，但如果縮小到個體來看，就會對這些服務人員不好意思。不過，其實我覺得各有優缺點，只要大家習慣，符合文化，有需求就會有供應。

除了一般購物店家，對於一般上班族，也是標準的朝九晚五，不會壓縮下班時間，也不會佔用你週末時間，這點在與荷蘭組員共事時非常能體會，如果週五有分配工作，你不能期待週一他們已經做好了，或是晚上他們會回家做，相較於亞洲學生喜歡週末自己做工作，或是晚上在做事，相當的不同！不過我倒是很嚮往這裡的工作氛圍，尊重妳個人時間，也能適度的休息。

除了實際面，在路上也能看到非常恩愛的人，不論老少，只要是情侶，並不會避諱在大眾場合親吻，當然這裡不指說較為私密的動作，但擁吻在大街上，對於他們是很正常看待的。每當我這樣看到，就會思考，如果在台灣，是否會被人側錄並且指責說不應該在外面呢？民風的不同，但尊重不影響他人的各種行為，是一種基本。

荷蘭譽為腳踏車王國，基礎建設的配合是非常必要且重視的，比起汽車停車場，他們更注重腳踏車的停放與行徑路線，並且路上行車耶會優先禮讓行人與腳踏車。除了這樣，我觀察到，外



表看起來真的非常非常年長的人，到現在仍會在大街上蹣跚著，讓人感覺的生命的活力，也會期許自己到老，也能有這樣的體力與心力，在外體驗生活。

(左圖為承襲上屆菁培人員傳承之腳踏車寫真紀錄，右圖為體驗荷蘭獨木舟運河之旅)

## 2017/06 月

不知不覺，也完成了在 TUDelft 最後一個月的學習，正式結束一年的課程。第四個小學期，有兩們重要的課程，首先是 SPD Media，雖說是 Media 但跟網路或是媒體一點關係都沒有，而是該說成「媒介」。這堂課開設六個能力的 Workshops，一個同學將會分到兩種媒介，有影片製作、動畫製作、模型製作、資訊視覺、溝通技巧以及流程繪畫這六門。同學將利用分配到的兩個能力，將過去的作品重新整理，透過六個不同的技巧去闡述。例如我分配到動畫製作和流程繪畫，將過去選修課的初階作品「購物籃」，製作說明動畫以及整個設計發想流程的大圖去闡述，讓觀看者能透過這些媒介更能了解你的作品。雖然工作方所教只是皮毛，但能接觸到製作動畫的基本原則技巧，幫助我很大，從 After Effect 完全不會用，到能製作簡單 30 秒影片，是我覺得進步最大的媒介能力。

第二個是接續品牌設計課程的最後一個作業，跟 DHL 公司合作，想出如何透過策略增加品牌辨識度和市場。這是個極富挑戰性的作業，真正有關策略、品牌領域的課程，也是這次 SPD 新開的方向。在這堂課，我們不再關注於使用者或是顧客，我們分析公司、競爭者、市場狀況和契機，找出如何能同時符合預算和品牌定位的行銷手段，讓客戶在此市場成長，但又不能落入以往服務設計的思維，客戶要的不是服務，只是一種市場手段，類似廣告和品牌活動的概念。這堂課是我最喜愛的課程，也是在品牌、策略領域學習到最多的課。