

# 東吳大學學生赴外交換研習心得分享報告

中華民國 114 年 2 月 28 日填

姓名	黃柏恩	學號	11153227	系級	企三 B
研習單位 名稱	科隆商學院				
期間	自民國 113 年 8 月 19 日至民國 114 年 1 月 17 日				
地點	科隆商學院(Bahnstraße 6-8, 50996 Köln)				

## 一、交換簡介

申請東吳大學校內赴外交換，至科隆商學院交換研修時程：民國一一三年8月19日 至 民國一一四年1月17日。(從交換生報到日計算至學期考試周，共計152天)

## 二、研習課程

在科隆商學院交換期間，想了解更多，以及希望利用基礎德文與當地人交流並起應用在生活上，故選擇以下四門課程。

### (1) 消費者心理與行為+綜合案例研究(市場情報與顧客行為)

- 課程學分：學分。
- 教學時長：節課，長達周。
- 考核方式：課堂表現、個人作業、小組作業與報告、期末檢測。
- 課程收穫：此門課程是兩堂課並為一個模組。首先在消費者行為老師透過許多實務案例讓我們深刻了解消費者的喜好會如何影響整體公司的未來發展，其中的案例研究像是星巴克如何，學習如何分析需求、品牌選擇、購買動機，並運用行銷策略提升顧客滿意度與忠誠度，助企業成為全世界知名咖啡品牌。其次是綜合案例研究，這是一門強調討論的課程，在上課的過程任何同學有疑惑都可以提出，這種互動式的教學不僅使我練習台風、口說，更讓我體會不同的文化差異，因為以往在台灣的課程學生總是沉默、被動地吸收知識。

### (2) 網路和社群媒體行銷+搜尋引擎行銷(數位行銷)

- 課程學分：學分。
- 教學時長：節課，長達周。
- 考核方式：課堂表現、個人作業、小組作業與報告。
- 課程收穫：此門課程是兩堂課並為一個模組。我從這兩堂課的收穫就是在當今大數據時代，網路串流平台已成為品牌推廣的重要工具。透過這些平台，企業能夠更精準地接觸目標受眾，提高品牌曝光度。因此，個人或企業必須積極學習各種行銷手法，如社群媒體行銷、內容行銷及數據分析，以提升競爭力。透過精準行銷策略，品牌能夠擴展影響力，提高市場佔有率，並與消費者建立更緊密的連結。持續優化行銷技巧，才能在數位時代中脫穎而出，推動品牌

的長遠發展。

### (3) 初級德文課程

- 課程學分：學分。
- 教學時長：節課，長達周。
- 考核方式：課堂表現、個人作業、期中期末檢測。
- 課程收穫：在分級檢測時，我的德文被評為初級，因此這門課的同學大多是初學者。老師針對這個情況，以極大的耐心指導我們，並特別強調口說練習，使課堂變得更加有趣和生動。課程從基礎發音和簡單的單字、片語開始，逐步進入更深入的內容。我認為最具挑戰性的部分是冠詞的陰陽性分類，這也是學習德文時的一大難點。期末考採用自我介紹與小組對話的方式來檢驗學習成果，最終我和組員順利完成考試。

### 三、心得

當初選擇來歐洲交換，主要是希望能夠提升自己的英語能力，同時也想藉此機會旅行，感受歐洲濃厚的文化氛圍。此外，這也是我第一次獨自搭乘長途飛機，對我來說是一項挑戰。

在科隆生活的這段時間，許多事情都需要自己處理，例如煮飯、洗衣等，讓我變得更加獨立。在課堂閒暇之餘，我還去了15個國家旅行，我主要遊歷了西歐及南歐的國家，整體而言，歐洲的氣候宜人文化豐富，每到一個國家都能感受到不同的風情。許多人會擔心國外旅遊的安全性，或因為缺少旅伴而卻步，但在網路資訊發達的時代，可以透過臉書社團找到旅伴，或自行規劃行程與預算。我則選擇與宿舍的朋友一起旅行，這讓旅途更加有趣也更安心。

當然，旅途中也遇到了不少挑戰，例如搭乘廉價巴士、在機場過夜，甚至因為節省開銷而常常自己煮飯，導致無法品嚐到太多當地的美食。然而，這些經歷都是寶貴的回憶，也讓我變得更加適應各種環境，學會在困難中找到樂趣。更因此我學習許多事情，其中最重要的就是如何妥善規劃行程與預算，特別是在飯店比價方面。此外，作為學生，能夠親身體驗各國的生活，例如在當地超市購物，感受不同的消費文化。雖然大部分的旅行十分艱苦，又遭遇許多不如意的事，但這些皆使我收穫良多。

### 四、照片實錄

#### 我居住的城市 科隆

科隆是德國第四大城市，位於萊茵河畔，以其悠久的歷史和濃厚的文化氛圍聞名。市中心是商業活動的核心，購物街區聚集了各式各樣的商店、百貨公司和特色小店，無論是快時尚品牌、傳統德國餐廳以及生活家居都能在這裡找到。

科隆最著名的地標無疑是雄偉壯觀的科隆大教堂，這座世界文化遺產擁有哥德式建築的經典之美，每年吸引無數遊客前來朝聖。登上教堂塔樓，還能俯瞰整座城市與萊茵河的壯麗景色。此外，科隆還以其濃厚的啤酒文化聞名，當地的Kölsch啤酒更是不可錯過的特色之一。

在交換期間，我很幸運地參加了科隆狂歡節，並體驗了遠近馳名的聖誕市集。首先，科隆狂歡節是德國五大狂歡節之一，也是最著名的節慶活動之一，被稱為「第五季節」。它從11月11日11點11分正式開始，當地人會盛裝打扮，穿上各種奇裝異服，常見角色包括小丑、王子、公主、軍官等，充分展現狂歡節的歡樂氛圍。從酒吧到廣場，隨處可見啤酒與音樂，人們盡情狂歡，沉浸在熱鬧的節日氣氛中。

氛中。

接下來是一年一度普天同慶的聖誕節。科隆擁有七個主要聖誕市集，其中包括大教堂前的「主市集」、老城的「天使市集」、港口區的「海盜市集」等，每個市集各具特色。大教堂前的聖誕樹是最具代表性的景點，周圍擺滿傳統木製小屋，營造出濃厚的節日氛圍。市集內充滿節日氣息，熱紅酒、聖誕餅乾、薑餅等各種手工甜點香氣四溢，而火焰薄餅、德國香腸等傳統小吃更使我回到台灣異常想念。此外市集中還販售各式精緻的手工藝品，如木雕玩具、玻璃飾品、蠟燭等，是選購聖誕禮物的絕佳場所。而聖誕頌歌與街頭藝人的表演，則為市集增添了更多節慶氛圍。

科隆這城市雖然不大，卻充滿活力與魅力，總能帶給人驚喜與美好回憶。



## 美食最多的 義大利

義大利不僅是一個擁有豐富歷史古蹟的國家，也以美食與時尚聞名。這次在義大利待了一個星期，造訪了四座城市，分別是水都威尼斯、首都羅馬、文藝復興之都佛羅倫斯，以及擁有斜塔的比薩。

在義大利，最令人期待的就是品嚐當地的經典美食。我們嘗試了披薩、義大利麵，以及著名的 Gelato (義式冰淇淋)。除了隨處可見的美食，義大利也是許多世界知名經典品牌的發源地，難怪義大利風格的料理被譽為全球前三名的美食之一。義大利的美食產業涵蓋廣泛，從義大利麵、橄欖油、咖啡，到起司與火腿，都擁有舉世聞名的品牌。例如：

- Barilla: 全球最大的義大利麵品牌，提供各式義大利麵與醬料。
- Illy: 來自里雅斯特的頂級咖啡品牌，以濃縮咖啡豆與咖啡膠囊聞名。
- Ferrero: 義大利巧克力巨頭，旗下產品包括台灣人熟悉的金沙巧克力。



## 風景最漂亮的 瑞士

瑞士以發達的經濟與高昂物價聞名，同時擁有絕美自然風光。蘇黎世 既是金融中心，也是文化藝術重鎮，漫步 蘇黎世湖 畔可遠眺阿爾卑斯山，班霍夫大街 則展現奢華生活。相較之下，盧森 充滿童話氛圍，卡佩爾橋 訴說歷史，盧森湖 倒映 皮拉圖斯山，湖光山色令人陶醉，瑞士融合都市繁華與山川壯麗。

這次雖然沒能前往少女峰，但我們去了 馬特洪峰 和 First 山，感受到不同的壯麗景色。馬特洪峰 的夜晚讓人難忘，當燈光隨時間閃爍，靜謐的山巒在星空下更顯神秘與壯美。而 First 山 則充滿刺激與樂趣，我們挑戰了卡丁車，在風和日麗的天氣裡，不僅能拍出美照，還能享受俯衝的快感！



## 最有特色的 葡萄牙

如果說瑞士是歐洲物價最高的國家，那葡萄牙絕對是最便宜的，超適合背包客自助旅行。這裡的獨特魅力就在夜晚，站在山上聖母觀景台上俯瞰整座城市，可以看見復古的小黃車穿梭在城市之中，充滿濃厚的歐洲風情。

葡萄牙的特色國民小吃就是隨處可見金黃酥脆的葡式蛋塔，濃郁的奶香在微風中飄散，讓人忍不住多吃幾個。除了蛋塔，葡萄牙還是海鮮天堂，出名的海鮮燉飯、各式各樣的新鮮海產會使人食指大動。

