# 執行方案：課程研修與實務參與同步進行，著重沉浸式學習

本計畫意欲選拔與培養出以下特點的人才：

* **客戶導向（C**ustomer-oriented）
	1. 遠通電收未來商業發展係基於精確掌握客戶需求與預測新需求，因此，我們認為未來的商業模式創新係奠基於對人性的了解，從而掌握細緻的需求變化，並據以發展出解決方案。
* **數據思維（D**ata mindset）
	1. 基於數據做出決策，已是今日公司所需基本技能。我們要求研修生能夠藉由剖析數據而得到洞見（insights），以適應今日數位化世界的飛快變化。
* **執行優先（E**xecution-oriented training）
	1. 所有的訓練內容皆是實作導向，研修生掌握實務運作的工作要點，並且藉由快速行動、獲得反饋、立即修正以增進技能熟練度。

為此，本計畫分成分成**研訓課程**與**實務參與**兩大部份。兩大部份分合並進，研修課程係提供研修生基本知識與技能，實務參與著重於研修生通過參與敏捷小組而做出貢獻。以下說明研訓課程與實務參與的規畫。

## 研訓課程規畫：提供行業前沿的實用技能培訓

研訓課程規畫概要如下：

* 課程為期5週。每週課程時數12小時。總時數為60小時。
* 受訓時薪：每小時160元。
* 上課時程將考量講師、研修生、遠通電收三方可行時間後定案。
* 元智大學管研中心負責課程規畫、設計、品質確保、講義製作、課堂記錄、數位平台應用、學習評量、課堂回饋等。課程細部規畫將由元智大學管研究中心逐一與各預定講師討論後定案。

為切合遠通電收需求，設計5大課程模組：行業背景與技術發展、行業分析與策略、市場調查、創意發想、數位行銷。各課程模組主要目的如下：

1. **行業背景與技術發展**：了解行業發展背景、技術趨勢、監管與法規、掌握行業關鍵成功因素、了解遠通電收的轉型變革歷程。
2. **行業分析與策略**：培養行業分析的實作能力、學習初階策略制定與熟悉績效管理。
3. **市場調查與數據分析**：可以操作市場調查的常用方法、能夠獨立完成市場調查報告。
4. **創意發想**：熟悉創意方案產生、轉化、與產品化過程；熟悉顧客旅程的建立方式。
5. **數位行銷**：熟練運用行銷方法論於數位行銷方案擬定與執行、熟悉數位行銷與廣告投放的預算編列。

研訓課程預計邀請師資如下：





## 實務參與規畫：深度參與實際商業運作，激發求知求勝動機

研修生需深度參與遠通電收的敏捷小組，表現出成為公司數位轉型所需能力與特質。為了讓研修生可以展現成效，我們有以下規畫：

* **參與程度要求**：為確保研修生能夠了解遠通電收實務營運流程，以及融入公司文化，所有參與者每週至少參與兩個工作日。實務參與的薪資待遇、工作要求、保密規範、中途退出規範等，皆由遠通電收公司規定施行。
* **指派實務參與任務**：研修生將由至少一名遠通電收主管指派其工作項目（例如，會議準備、會議結果跟蹤、資料收集…等），並由主管設定考核指標。由於遠通電收導入敏捷管理方式，研修生在敏捷小組內的角色定位需事先確認。在目前規畫中，研修生在敏捷小組中，應屬於發展團隊（development team），依其專長，快速執行迭代任務。研修生將在第一週培訓課程時，就已經得知其直屬主管、參與計畫項目、工作內容、考核時程、考核指標等。研修生可能在敏捷小組中的可能工作任務可能為：
	+ 分析報告及實地訪談，協助產出市場區隔及市場進入之切入點 （Estimate Market Size、Identify Market Trend）
	+ 探討潛在客戶及相關利害關係人之需求，並溝通產品與服務的價值（Explore Consumer Insight、Determine Competitors）
	+ 開發新客戶導入產品與服務，並與客戶建立長期的合作關係（Customer Relationship Management、Customer Acquisition）
	+ 歸納市場及終端使用者的意見，進而協助產品及服務的快速迭代。
	+ 遠通電收的服務平台規畫、營運。
* **週報（weekly report）**：
	+ 在五週時間內，研修生每週五下午5:00之前繳交週報予直屬主管與計畫主持人。週報內容包括主管交付任務與執行狀況、關鍵任務與預估成效、資源需求與困難、自我學習等項目。直屬主管與計畫主持人將回覆收件狀況，並視週報所呈現內容給予回饋意見。基於週報，計畫主持人與工作團隊將定期與研修生互動、討論。
	+ 計畫主持人為主要教練（coach），並邀請優秀經理人與學者協助敏捷小組產品負責人（product owner）推進專案進度，這些是為了讓研修生在密集訓練中得以檢視自我發展進度、精進思考能力與技能。研修生需快速適應敏捷開發模式，並且及早做出貢獻。

## 考核方式：身為敏捷開發成員的表現實績

由於研修生將參與敏捷小組的開發活動，故考核方式係以研修生在敏捷小組的表現為主。如前所述，研修生參與敏捷小組的角色可能是發展團隊成員，核心任務可能為BA類，例如，分析需求與市場、發現客戶與利害關係人之需求，也可能是BD類，例如，協助開發新客戶、協助產品及服務的快速迭代、平台開發規畫。為此，主要考核方向為敏捷小組的表現實績，次要考核方向為敏捷專案診斷。分項說明如下：

1. 敏捷小組的表現實績：研修生以OKR方式設定目標與關鍵結果。研修生在期中（第三週）與期末（第六週）提出OKR自我評鑑。自我評鑑結果由研修生、產品負責人、計畫主持人討論後，做為表現實績評估主要參考資料。另一參考資料係為360度評量。
2. 敏捷專案診斷：研修生在期末時，提出一份“若自己是產品開發經理，將如何診斷敏捷專案，提出精進方案”的提案。期末提案包括一式計畫書與一份簡報資料。評審委員為遠通電收總經理自公司成員與授課教師之中挑選，共計5席委員。簡報報告時間為15分鐘，問答時間15分鐘。