

品牌與宣傳指南

讓宣傳看起來像一場值得參加的職涯對話，而不是一則招聘廣告

Brand & Communication Guide

品牌核心

Career Night 2026 希望降低「我是不是還不夠準備好」的壓力，讓學生把職涯探索理解成一個可以逐步累積資訊、驗證方向與採取下一步的過程。

你不需要現在就知道答案，但可以從下一個具體行動開始。

主要目標受眾

正在探索方向的學生

對未來有焦慮或不確定，但尚未形成明確職涯方向。

準備第一份實習的人

開始做履歷、找機會，卻不確定自己的經驗是否「夠好」。

跨領域學生

對科技產業有興趣，但擔心自己不是相關科系、缺乏技術背景。

有經驗但不會表達的人

做過社團、專題、競賽或打工，卻不知道怎麼說出自己的價值。

Communication Tone

整體語氣應該：

自然 具體 友善 不說教 不製造焦慮 有行動感

建議：用參加者真正會有的疑問切入，例如「我沒有實習，履歷可以寫什麼？」、「不是本科，真的有機會進科技業嗎？」

避免：「千載難逢」、「保證錄取」、「職涯翻身」、「成功人士親授」、「錯過就來不及」等過度承諾或製造焦慮的語句。

核心訊息

- 職涯探索不需要一次做對：先取得資訊，再透過行動修正方向。
- 你的校園經驗可以被重新理解：課程、社團、專題與打工都可能成為能力證據。
- 跨領域不是缺點：重點是能否清楚說明自己的學習路徑與可驗證能力。
- 活動要帶走一個具體下一步：不是只有聽完「覺得很有收穫」。

建議宣傳切角

切角 A | 還沒想好，也可以開始

面向方向未定的學生，強調活動不是要求大家先有答案，而是幫助整理下一步。

切角 B | 把你做過的事說成價值

面向正在準備履歷與實習的學生，聚焦如何把校園經驗轉換成企業能理解的能力。

切角 C | 不是本科，也能找到切入點

面向跨領域學生，強調產業角色多元，以及如何用專案與學習證明能力。

宣傳文案原則

- 第一段優先從學生的真實情境或疑問切入，而不是先介紹主辦單位。
- 一篇貼文聚焦一個主要訊息，不要同時塞入所有活動亮點。
- 活動資訊必須清楚：名稱、日期時間、地點、講者與報名方式。
- 可以鼓勵行動，但不要暗示參加活動就能保證獲得實習或工作。
- 預設使用繁體中文；英文可用於活動名稱與必要職稱。

視覺方向

視覺希望呈現「夜間交流、職涯探索、清楚而有溫度」，避免過度企業化或過度科技感。

Midnight Navy#17243A

Campus Blue#4E7AC7

Warm Amber#D79A45

Soft Ivory#F6F2E9

- 可以使用夜色、窗光、路徑、節點、對話框或抽象連結元素。
- 整體構圖保持簡潔，保留足夠留白與清楚資訊層級。
- 人物視覺若使用，偏向自然互動與校園場景，不使用制式商務握手照。
- 避免大量霓虹電路、機器人、全息介面等與活動主題無直接關係的 AI 科幻意象。

視覺必須保留的活動資訊

- Career Night 2026 | 從校園到職場：找到你的第一步
- 2026/10/22（四）18:30–21:00
- 校園創新中心 2F 多功能廳
- 講者：林若晴 Jessica Lin | Senior Product Manager, NimbusWorks
- 免費參加，須事先報名；10/19 23:59 截止

可使用的 CTA

- 「先不用想清楚全部，從下一步開始。」
- 「帶著你的問題來，離開時帶走一個下一步。」
- 「如果你也正在想第一份實習怎麼開始，這一晚一起拆解。」

尚未確認的宣傳項目

目前未公告福利、贈品、餐點、抽獎、證書、錄取機會或企業媒合等安排。除非後續由主辦單位正式確認，宣傳內容不應加入相關承諾。