

摘要

在少子化衝擊下，技職體系面臨嚴峻的招生挑戰。傳統招生方式逐漸難以吸引 Z 世代學生，社群媒體以其即時互動與視覺吸引力成為新興招生管道。弘光科技大學護理系積極經營 Instagram 與 Threads 帳號（@hku_nursing），以圖文與短影音推廣系所特色與學生活動。

本研究採內容分析法，探討社群經營內容、互動形式與潛在學生報考意願之關聯。研究結果顯示，貼文主題若具真實性、互動性及職涯導向，能顯著提升高中職學生對系所的興趣與認同。建議未來招生策略可持續強化社群互動，以提升整體招生效益。

關鍵字：招生行銷、社群經營、Instagram、Threads、護理系