

致理科技大學行銷與流通管理系「行銷與流通管理實務專題」課程實施要點

104.09.11 104 學年度第 1 學期第 1 次系務會議通過

106.11.22 106 學年度第 1 學期第 2 次系務會議修正

106.12.06 106 學年度第 1 次院務會議核備

- 一、 課程目的：為使本系同學能應用所學，並針對實務問題進行深入探討，規劃行銷與流通管理實務專題課程，訂定行銷與流通管理實務專題課程實施要點(以下簡稱本要點)。
- 二、 課程安排：本專題課程為本系的畢業條件之一，共分為「行銷與流通管理實務專題-規劃與提案」及「行銷與流通管理實務專題-執行與製作」兩部分，分別於畢業前一學年下學期及畢業當學年上學期修習之。
- 三、 實施方式：
 1. 分組：

每組以 4~6 人為原則，依學生興趣自由選擇組員，但為求達到學習效果，老師可視實際情形依學生課業成績表現為依據調整各組成員，唯組員不得跨學制。
 2. 題目之選定與實施：

各組成員確定後，可自行提出專題題目及實施計畫，並經指導老師同意後實施。例如：依興趣選定一企業或一行業為對象，就該企業經營方面（行銷、物流、人力資源、財務、生產、組織...等）之一部份或全部問題為專題之研究主題。
 3. 撰寫「行銷與流通管理實務專題」研究計畫書之重點，應包括(或內容相當於)以下項目：
 - (1) 題目
 - (2) 摘要(200~500 字)
 - (3) 關鍵字(3~6 個)
 - (4) 研究動機與目的
 - (5) 研究限制(可能遭遇之困難及解決途徑)
 - (6) 文獻回顧
 - (7) 研究方法與研究架構
 - (8) 研究流程(甘特圖)
 - (9) 預期研究成果
 - (10) 參考文獻
 - (11) 組員之工作分配
 4. 學期成績計算方式：

內容及同學表現，由指導老師評分。「行銷與流通管理實務專題-規劃與提案」學期成績之計算係指導老師佔 100%；「行銷與流通管理實務專題-執行與製作」學期成績之計算係指導老師佔 60%，專題成果報告競賽成績佔 40%。

5. 實施時程：

- (1) 分組於「行銷與流通管理實務專題-規劃與提案」課程開始上課後三週內完成，並於各指導老師背景介紹公佈後三週內選定指導老師。
- (2) 「行銷與流通管理實務專題」題目經與指導老師討論同意後訂定，並報備系辦公室公告。
- (3) 於該課程開課學期結束前一個月實施「行銷與流通管理實務專題成果發表會」，並進行競賽觀摩。

四、 本要點經系務會議通過，送院務會議核備，陳請校長核定後實施，修正時亦同。