

一、目標、特色與自我改善

（一）訪評意見

該所的教育目標即在於培育優質的專業行銷主管人才，而在課程設計上是以提供學生所需之全備行銷知識與專業能力為導向。在落實教育目標方面，該所在課程設計、教學與學習上，特別著重理論與實務兼顧，強調個案教學與實務應用。而在資源整合策略考量下，企管系、行銷與流通管理所、管理研究所於九十四學年度起進行整合，師資支援互補已為常態；目前更已完成建置「商情資料中心」，並預計自九十六學年度起，配合支援企管系共同推動「大學部行銷學程」、「商情市調訓練與認證」，達到資源設備共享之理想。此外，該所積極規劃以「市調認證制度」之設計，提供學生學以致用之機會，進而提升就業競爭力；其中對外推廣「行銷市調認證制度」之概念更為首創做法，惟必須要能善於運用外部資源共同推廣，方能成為該所特色。

（二）改善建議

根據上述訪評意見，茲就下列建議提供該所參考：

- 1.該所強調實務運用導向，培育產業發展所需行銷人才，宜定期召開產業諮詢委員會，邀請業界專家檢視發展目標、課程規劃及教學內容是否配合產業發展脈動。
- 2.該所建置之「商情資料中心」，並推廣「市調認證制度」立意甚好，宜積極爭取專業協會或政府主管機關對認證制度的認同，以利企業界能接受此項認證，做為徵才之參考。
- 3.企管系、管研所、行銷所三單位目前已合而為一，但系所務仍未統一，在系所務運作上仍感覺是三獨立單位。建議將管研所、行銷所改名為企管系碩士班、博士班，在碩士班內分行銷組與管理組，博士班內分一般管理組與休閒管理組，變更後的組織可增強企管系的品牌形象，使企管系的發展更趨

完整。

二、課程設計與教師教學

（一）訪評意見

該所教學與研究空間充足，各種教學設施良好，師資有熱情並具研究潛力，與企管系、管研所合併，對所的發展有正面助益。

行銷所碩士班報到率近年下降很多，九十五年度僅 65%，略為偏低。

該所國際化程度較為不足，尚無外籍學生；學生參與國際交流活動仍可再予加強。學生覺得國際交流或國際事務接觸較少，希望增聘更多外籍老師或招收外國學生，以增加多文化的接觸或瞭解。

行銷是較為活潑和充滿創意空間的學科，因此基本硬體設備較少，然而有些實驗室仍可透過學校編列預算，或由外界單位以回饋社會的方式捐贈給學校，如廣告與整合行銷實驗室、通路與直銷實驗室均可增設，如此可成為學校特色，並增加學生的實務應用。

課程設計分為「行銷碩士」（Master of Science in Marketing, MSM）、「行銷管理碩士」（MBA in Marketing, MBAM），但因畢業學分要求不同，MSM 學位須修滿 33 學分，另加論文 6 學分，MBAM 學位須修滿 48 學分，另加論文 6 學分；因為 MBAM 比 MSM 要多修 15 學分，且畢業證書無法彰顯多修課同學之差異性，以致迄今無人選擇「行銷管理碩士」，值得重新檢視此一課程設計之做法。

該所名稱為「行銷與流通管理研究所」，惟在流通管理與電子商務學程之專任師資有待增加，且該所專任老師只有 3 人，雖有其他系所老師支援，但仍嫌不足，影響學生學習效果。

（二）改善建議

根據上述訪評意見，茲就下列建議提供該所參考：

- 1.行銷所的課程大致已具備，惟有幾種課程似可補充加入，如商業倫理、廣告與創意行銷以及大陸市場分析等課程。
- 2.宜增聘流通管理與電子商務之專任助理教授以上師資，強化師資陣容與確保教學品質。
- 3.課程規劃宜加入業界委員、學術界委員及畢業生代表，定期檢視與改善課程。
- 4.宜增購教學、研究用資料庫及各種軟體設備。
- 5.宜增加學生赴海外或大陸之研習機會，課程設計應輔以讓學生可參加國際交流或研習的機會。
- 6.宜分年規劃成立專業實驗室，如廣告與整合行銷、通路與直銷實驗室等。
- 7.建議可考慮將「行銷管理碩士」學程併入管研所 MBA 課程，而行銷所碩士學位則稱「Master of Arts in Marketing」，以符合教育部推動設置商管專業學院之政策。

三、學生學習與學生事務

（一）訪評意見

管理研究所、行銷與流通管理研究所及企管系三個單位在同一主管領導下，正朝向合併的方向發展。整合編制師資有 21 個員額，目前實際在職者有 13 人，尚有 8 個空缺。爲了尋找優秀師資，卻因該系本身吸引優秀師資的競爭條件不足，多年來均無法補實，使得現有教師授課負擔沉重，因此以兼任師資名義，聘請具實務經驗人士輔助授課，從而發展出理論與實務並重的課程內容。

該所學生明顯感覺老師在教學上的成長與進步，兩年前感覺老師上課表達生硬、枯燥，後來再修同一個老師的其他課程，卻發現

老師上課活潑，多舉實例。

該所鼓勵學生多參加各種企業經營競賽，變成學生的傳統，大家對於實務的探索與企劃有深厚的興趣，也建立團隊合作的精神，又因經常上台報告，養成活潑性格與穩健的台風。

導師與同學的互動頻繁，有些導師會分組與導生聚餐或晤談，關心同學的生活與課業，塑造出溫馨的師生關係。

（二）改善建議

根據上述訪評意見，茲就下列建議提供該所參考：

1. 加速系所整合，以充分應用系所資源，增加學生選課的彈性。
2. 評估各種學程的存廢與合併，以發揮師資專長，減低教師授課負擔。
3. 宜儘快將八個師資缺額補滿，以充實師資陣容。繼續加強理論與實務結合的上課方式，培養學生實務運作、企劃的能力，再強化分析與質化研究的能力，使成為系所的特色。

四、研究與專業表現

（一）訪評意見

該所三位專任教師在九十三至九十五學年度均有詳細研究成果出版目錄，並且三位專任教師每年平均至少有一篇論文出版在具外審制度的期刊。在國科會研究計畫方面亦有四個研究計畫，在產學合作計畫方面則有九個之多，成果卓著。

該所期刊論文發表層次最高僅止於國內 TSSCI 期刊，國外期刊明顯不足。惟該所設立宗旨與教育目標為「...光耀嘉義，揚名全國，躋身國際」，研究成果發表仍宜適度「國際化」。其次，該所教師在教學研究指引上，似較強調實務教學及產學合作，對於學術研究則相對鼓勵不足，致教師在期刊發表上，尤其是國際期刊發表上，相對於其他國立大學處於弱勢。

該所教師參與學術研討會相當熱烈，九十三至九十五學年度共計有 23 個場次，其中國際學術研討會計有 6 次，成果頗為豐碩，惟所發表論文多未能進一步發展為期刊論文發表，殊為可惜。

為符該所「以學生為本」的教育宗旨，部份教師發展出實務課程內容，亦有類似專題要求，對學生應有實質幫助，故應增加正式專題課程，以訓練學生分析能力。

該所碩士研究生每年招生共計 34 名，以系所合一專任教師具指導資格人數計算，平均指導人數尚屬合理。教師對碩士生論文亦鼓勵參加相關論文研討會，參加論文研討會學生亦多有獲獎，九十三至九十五學年度共計有 10 位碩士生獲獎，成果相當豐碩。

該所在教師研究發表獎助方面，除有學校之傑出研究教師獎勵辦法外，院方亦有學術研究獎勵辦法，惟實施成果，除了學術研討會發表有顯著成果外，期刊發表成果並不理想，尤其在國際期刊發表上，更屬不足，顯示教師研究發表獎助效果仍有待加強。

（二）改善建議

根據上述訪評意見，茲就下列建議提供該所參考：

1. 該所除繼續鼓勵教師參與國際學術研討會及爭取產學合作計畫之外，宜積極強化期刊發表，尤其是 SSCI 及 SCI 期刊，以提升該所的學術地位與聲望，以符合設立宗旨與教育目標。
2. 適度提升期刊發表獎勵，提升教師的研究與專業品質。
3. 提供正式專題課程，訓練學生實務專題研究分析能力。
4. 宜增聘具學術研究能量專任教授，或尋求學術研究能量較高學校，作跨校研究合作，提升該所學術研究能量。

五、畢業生表現

（一）訪評意見

該所成立於九十學年度，已有四屆畢業生。多服務於知名大企業及 IT 產業。工作內容性質多以企劃、品牌管理與產品服務品質管理。部分學生就學中，就業率高。

該所之目標及教育重點為行銷組合之各構面及策略性思維，輔以企管教育之核心課程，以培養行業幹部及企劃人才。希望學生在校所學與未來就業市場需求符合。並擴大通識教育及未來生涯規劃，期能將大學所學之專業，貢獻於未來社會及職場所需。所學與畢業後之職業，大都具有關聯性。

學生從事跨領域結合不同學校、系所人才，參加創業競賽或虛擬創業，並以創意為資本，吸引創投基金，出錢出力，往往不到畢業，正式公司已成立。

（二）改善建議

根據上述訪評意見，茲就下列建議提供該所參考：

- 1.宜鼓勵畢業校友及在校生從事創意資本研發，以吸引創投基金，將所學化為實際行動。並將此成果做為所務績效的重要指標。
- 2.宜多與海外大學建立姐妹校，可交換學生，增加跨國交流機會。
- 3.面對未來台灣人口有遞減之趨勢，大學教育應開放給社會及早年畢業校友，並做更緊密結合，並以傳道士精神做永續經營。這種終身學習，有助於輔導畢業校友提升企業經營績效，進而獲利，回饋母校。