

一、目標、核心能力與課程設計

(一) 現況描述與特色

【共同部分】

該系成立於 95 年，原為「國際行銷與運籌學系」，初期之設立宗旨為培養「具永續發展概念與專業技術能力的行銷與運籌人才」，惟為因應社會變遷，已於 102 學年度變更系名為「行銷與物流學系」，同時修正教育目標為培養「具永續發展概念與專業技術能力之行銷與物流人才」。現有學制包含學士班及進修學士班，各年級均為 1 班。目前學士班學生共 124 人，進修學士班學生共 98 人，全系學生共有 222 人。

該系配合該校「綠能、有機、健康產學型大學」之新定位，據以擬訂系務發展方向及計畫，並訂定「發展理論與實務結合之教學」、「培養學生實務能力」、「提升國際語言能力」、「提升教師研究能量」、「培養產學計畫能力」與「舉辦專業行銷競賽」為未來發展之工作重點。

【學士班部分】

學士班設有行銷與物流專業證照及英語能力畢業門檻，總畢業學分數為 128 學分，包括通識課程 38 學分、院共同必修課程 12 學分、系核心必修課程 42 學分、系專業選修課程 36 學分；其中系專業選修必須由該系開設的「行銷管理類課程」及「物流管理類課程」各至少選修 12 學分，剩餘的 12 學分則自該系之共同專業選修類課程選讀。學生於大四須修讀專題課程，亦可選修實務實習課程。課程設計所欲培養之學生核心能力為商業管理基礎能力、具永續發展基礎能力、行銷與物流管理能力、企劃實務能力、溝通協調整合能力、邏輯分析能力、創意思考能力及國際商務能力。

【進修學士班部分】

進修學士班總畢業學分數為 129 學分，包括通識課程 30 學分、院共同必修課程 12 學分、系核心必修課程 48 學分、專業選修 39 學

分。課程設計中包括零售業管理實務研討、連鎖加盟經營管理實務研討、國際商情預測等實務課程，所欲培養之學生核心能力為商業管理基礎能力、具永續發展基礎能力、行銷與物流管理能力、企劃實務能力、溝通協調整合能力、邏輯分析能力、創意思考能力及基本國際商務能力。

(二) 待改善事項

【共同部分】

1. 部分學生對該系名稱中之「運籌」或「物流」不甚瞭解，僅知道其所就讀的學系為「行銷系」。
2. 該系透過 SWOT 分析，認為其外在機會在於國內亟需熟悉大陸事務之行銷與物流經理人才，然目前尚缺乏有對大陸行銷與物流相關事務之課程規劃。

【學士班部分】

1. 學生選課缺乏彈性，無法至外系選修課程。

(三) 建議事項

【共同部分】

1. 宜於學生入學及各學期選課輔導過程中，說明該系之課程規劃原則，讓學生瞭解該系之教育目標亦含括「物流」人才之培養，以提供學生更明確及具體之學習參考。
2. 宜增加兩岸或中國大陸行銷與物流相關課程內容或課程設計。

【學士班部分】

1. 宜考量選修課程占總畢業學分之比例，讓學生有機會依興趣自行決定是否要選讀其他學系之課程，以增加學生選課之彈性。

二、教師教學與學習評量

(一) 現況描述與特色

【共同部分】

該系 101 學年度有 7 位專任教師及 7 位兼任教師，並於 102 學年度增聘 1 位專案教師及 2 位兼任教師。該系專任教師均為助理教授，具備國內外管理或運輸相關專業之博士學位，就專業領域而言，其中 6 位教師以行銷與管理專長為主，2 位教師以物流與運輸專業為主。教師皆具備教學與服務熱忱，與學生互動良好。該系所聘請之兼任教師均為具有實務經驗的專家學者，使學生有機會接觸到實務面的知識。兼任師資中，除 2 位法律專長教師之外，其餘教師專長僅 1 位屬於運籌管理，其餘多以行銷與管理專業為主。為改善師資結構，該系已嘗試對外徵聘副教授以上師資，並鼓勵系上教師升等，目前已有 2 位教師提出升等。

該系教師根據課程所要培養的核心能力指標，進行多元教學設計，採用個案研討、分組討論及影片欣賞等多元教學方法，並透過課堂表現、紙筆測驗、書面報告、口頭報告及創意實作等多元評量方法來評量學生學習成效。除自編講義之外，大部分課程也採用數位簡報或影片等教學媒材。各課程與核心能力之關聯性，以及所採用之多元教學方法與評量方式，均能揭示於授課大綱，可使學生從授課大綱中瞭解課程、教師授課方式、評量方式與培養之核心能力。

為確保教師教學品質，該院於期中考週辦理學生意見調查，教務處於期末實施教師教學評量調查，並將教學評量結果提供給教師做為修正教學方式之參考。教學評量結果低於 4.5 分之教師，必須提出說明與具體改善措施；對於教學表現優良之教師，該校則提供獎勵措施。教師會參與學校舉辦之各種教學研習活動，並實施夥伴教師制度，以加強教師教學能力。

【學士班部分】

該系藉由必修課程「行銷與物流專題研究(一)、(二)」，要求學生組隊完成專題製作，並由系上教師加以指導，透過靜態與動態的成果展示，使學生能夠活用行銷與物流專業知識，提升學生實作與應用能力。

(二) 待改善事項

【共同部分】

1. 該系課程規劃、學習資源與師資教學專長偏重行銷領域，物流領域的課程與師資較薄弱。
2. 目前雖已聘有不少實務界教師，惟其教師專長多屬行銷與管理專業為主，在物流課程之授課方面缺乏相關領域之產業界教師。
3. 該系教育目標為培育具永續發展概念與專業技術能力之行銷與物流人才，強調學生實務能力之培養。然該系專任教師與產業界之合作經驗仍嫌不足，實務經驗有待提升。
4. 部分教師於每學期之授課課程種類偏多，導致教學負擔較重，影響教師從事研究時間。

【學士班部分】

1. 該系 99 至 101 學年度之教學評量平均分數皆較院平均分數低，教學評量滿意度有待提升。

【進修學士班部分】

1. 學生缺乏專題實務課程，不易活用所學之行銷與物流專業知識以提升學生實作與應用能力。

(三) 建議事項

【共同部分】

1. 宜調整課程規劃、學習資源與師資專長，使「行銷」與「物流」兩領域取得平衡。

2. 宜增聘運籌或物流領域之產業界教師，尤其在物流方面之課程特別需要借重有實務經驗之教師，方能豐富此類課程之教學內容。
3. 宜鼓勵該系專任教師積極參與產學合作計畫案，補強實務經驗並豐富授課內容，以利培養學生實務能力。
4. 宜調整教師授課課程，減少每學期授課課程種類，或聘請兼任教師，減輕專任教師授課負擔。

【學士班部分】

1. 宜檢討部分課程教學評量分數較不理想的原因，並推動該系成立夥伴教學團，以提升教學評量滿意度。

【進修學士班部分】

1. 宜調整課程規劃，開設行銷與物流專題研究課程，使學生有參與專題實作的機會。

三、學生輔導與學習資源

(一) 現況描述與特色

【共同部分】

該系之學生學習輔導項目包含「修課輔導」、「課業輔導」和「學習輔助工具」三大類，並提供「行銷模擬教室」和「網路商城」等設施，以協助提高學生學習成效。在課外學習活動方面，提供「企業參訪」、「企業講座」與「校內實習」等方式。在學生生活輔導方面，則透過導師制度及系學會於期初及期末大會等管道讓學生隨時反應意見，並提供相關協助。上述三方面均有執行成效，且學生反應良好。

(二) 待改善事項

【共同部分】

1. 網路商城的現場布置凌亂且缺乏運用實例，無法有效凸顯該系特色。

2. 證照報名費用對學生而言不啻為一大負擔，但部分證照不具未來就業市場實用性且未與課程結合。

【學士班部分】

1. 該系於 102 學年度更名為「行銷與物流學系」，但是課程設計與教師專長仍以行銷為重，而提供實習機會的企業卻以物流業為重，二者存在落差。

(三) 建議事項

【共同部分】

1. 針對網路商城的布置，可以加強實用案例的說明，並加強網路行銷和物流配送的應用說明，以凸顯行銷與物流特色。
2. 在推動證照時，宜加強考量學生經濟能力是否可以負擔證照費用，以及證照與課程是否確實互補，避免證照流於形式化。

【學士班部分】

1. 宜在課程開設與課業輔導上落實物流專業，避免過度傾向行銷領域。針對願意提供校外實習機會的電子商務企業，該系宜事先安排課程規劃、課業輔導及企業參訪等相對應的措施。

四、學術與專業表現

(一) 現況描述與特色

【共同部分】

教師在學術研究表現方面，99 至 102 年 7 月在國內外研討會之論文發表共計 63 篇，平均每位教師每年大約有 2 篇左右水準；在期刊論文發表上，近三年（99 至 102 年）共計有 27 篇，其中具索引（I 級）之論文有 10 篇；在國科會專題研究計畫上，近三年共計 8 件（不含協同主持），且多集中於 3 位教師。

在專業服務表現方面，近三年參與產學合作計畫共計有 16 案，平均每位教師有 2 案水準；在校內外專業服務方面，包括指導學生參

與專題製作、國科會大專學生參與專題研究，以及校外競賽活動等皆有相當質量的產出。

(二) 待改善事項

【共同部分】

1. 該系教師近三年雖在執行國科會專題研究計畫上有一定數量，惟仍多集中於少數教師，且質量亦有待提升。
2. 該校發展定位強調產學型大學之特色，惟該系教師相關產學研發計畫或企業之參與，尚有強化空間。

(三) 建議事項

【共同部分】

1. 宜鼓勵資深或研究能力較佳之教師結合新進教師，透過國科會專題整合型計畫之申請及執行，帶動並提升學術研究之風氣及質量。
2. 教師之研發工作宜配合該校產學型大學之發展特色，並融入相關產學研發計畫、實務型課程（包括企業實習）之中，尤其在與產、企業界之合作計畫方面，宜有更積極之投入及開發，以建立該系產學發展之優勢及特色。

五、畢業生表現與整體自我改善機制

(一) 現況描述與特色

【共同部分】

該系自 98 學年度始有第一屆畢業生，至 101 學年度已有 4 屆畢業生（共約 278 人）。該系每學年度均會定期舉辦「畢業生就業狀況與滿意度調查」等有關畢業生生涯發展之追蹤調查，做為蒐集內部互動關係人、畢業生、家長及企業雇主對學生學習成效意見等相關資料之管道。該系根據前述的各項調查與資料分析結果，落實於課程規劃與設計及教師教學等方面的改善。

該系在行政管理機制運作上，主要透過設立各種委員會組織來落實，且各項委員會皆有訂定設置辦法或要點。此外，該系另外成立一些任務編組（如招生策略小組、產學合作小組及學生畢業輔導小組等），以強化組織運作效力。藉由畢業系友晤談得知，系友對該系有高度的認同感，且肯定在校期間的多元學習對日後的職場工作頗有助益。

（二）待改善事項

【共同部分】

1. 雖於每年校慶時舉辦系友回娘家活動，然該項活動的參與率與成效並不顯著，導致該系在善用畢業校友資源上未能獲得最大化的效益。
2. 雖已針對畢業生之就業狀況進行調查，惟缺乏對畢業校友之就業領域與工作性質做更具體與詳細的分類，導致無法進一步瞭解畢業生是否學用一致，因而無法提供在課程規劃與教學等方面之改善參考依據。
3. 有關該系進行的畢業校友雇主滿意度調查，由於填答人數僅14位，因此樣本的代表性不足。
4. 各項委員會皆有訂定設置辦法或要點，但其他的任務編組（如招生策略小組、產學合作小組及學生畢業輔導小組等）則缺乏具體的實施辦法與改善機制。

（三）建議事項

【共同部分】

1. 宜有效運作系友會組織，以善加運用畢業系友豐碩的資源。
2. 在進行畢業生流向調查時，宜納入有關畢業校友工作的詳細行業別與領域別，並具體地分析其與工作職能的關聯性，做為未來課程規劃改善的依據。

3. 在進行畢業校友雇主滿意度調查時，宜擴大調查的樣本數，並提高受測樣本的代表性。
4. 宜針對各任務編組訂定明確的實施辦法與改善機制。

註：本報告書係經實地訪評小組、認可初審小組會議及認可審議委員會審議修正後定稿。

