

一、系所發展、經營及改善

(一) 現況描述與特色

【共同部分】

1. 該系自我定位為培育符合產業發展需求之行銷管理人才，並訂定教育目標為「培養以行銷企劃、數位行銷與整合行銷傳播專業能力為主，服務行銷專業能力為輔，符合當前職場需求、理論與實務素養兼備之具國際觀且能因應環境變化的行銷管理專業人才」，符合現今行銷學術與實務發展。
2. 該系訂有「優質跨領域整合能力」、「特色創新能力」、「國際化能力」及「多元環境應變能力」4項辦學特色，並擬定「課程規劃」、「證照輔導」、「特色專業教室」、「參與競賽」及「企業實習」5項實施策略。
3. 該系訂定「行銷策略規劃與執行能力」、「數位媒體與資訊應用能力」、「整合傳播應用能力」及「服務創新與問題解決能力」4項核心能力，並據以透過系課程委員會規劃整體課程架構，且有課程修訂與檢討改善機制。
4. 該系設有系務會議、教師評審委員會、課程發展委員會、就業輔導委員會及學生事務委員會等，執行系務推動工作；並透過實習輔導、升學輔導、證照競賽輔導及招生事務4個小組，協助學生學習與職涯發展。

【副學士學位部分】

1. 該系二專進修部自我定位係強調技職教育之應用性，以實務技能的培養為核心；教育目標涵蓋技能培養（實務技能、職場應用）及職業道德與素養（職業道德、職場適應力）。

【學士學位部分】

1. 該系二技進修部自我定位強調應用與深化並重，以及產業需求對接；教育目標涵蓋技能與知識深化（應用型知識深化、

數位行銷與數據應用)及職業素養與創新思維(職業素養、創新與批判性思維)。

2. 該系四技自我定位強調該系專業特色，以及提升行銷領域的核心競爭力；教育目標包含知識與技能(基礎知識、實踐技能)及職業素養(職業倫理、創新能力)。四技課程依核心能力規劃，包含行銷企劃專業必修課程、數位行銷專業模組及整合行銷傳播專業模組，以及服務行銷副學程。
3. 該系四技進修部自我定位包含職場導向與實務應用並重，以及提升職業技能的終身學習平台；教育目標包含知識與技能應用(職場即時應用能力、管理與決策能力)及創新思維與數位技能(創新思維的培養、數位行銷能力提升)。

(二) 待改善事項

【共同部分】

1. 該系 4 項核心能力適用於所有班制，惟四技進修部、二技進修部及二專進修部之課程地圖，缺乏明確規劃之學習徑路與分類，無法檢核學生在 4 項核心能力的達成情形，亦難以對應不同班制之教育目標。

(三) 建議事項

【共同部分】

1. 宜針對不同班制之教育目標與核心能力，明確規劃課程地圖與學習徑路，並訂定適當之學生學習能力檢核指標。

(四) 針對未來發展之參考建議

【共同部分】

1. 建議因應 SDG/ESG 規範強制化、人工智慧技術逐漸成長、社群媒體行銷取代傳統媒體等趨勢發展，在先前「2015 年台灣產業發展願景與策略」所提之十年展望與「2020 年台灣產業發展願景與策略」基礎上，定期檢討課程與學習規劃，並

做滾動式更新，以服膺時代變遷。

【學士學位部分】

1. 該系四技以「數位行銷」與「整合行銷傳播」2 個專業模組為主、服務行銷副學程為輔，可重新檢討服務行銷副學程於整體課程設計之定位，建立明確的副學程推動作法或規定，並向學生宣導，以達成教育目標。

二、教師與教學

(一) 現況描述與特色

【共同部分】

1. 該系 113 學年度共聘任 13 位專任教師、3 位專案教師及 14 位兼任教師，專任（案）教師職級均為助理教授以上或具專業實務經驗，教師教學經歷與該系發展目標相符。
2. 該系辦學特色係將師資專長與課程模組規劃，進行合理配置，16 位專任教師平均配置在「行銷企劃」、「數位行銷」、「整合行銷傳播」及「服務行銷」4 個專業領域。
3. 該系教師 109 至 113 學年度每學期教師成長社群皆安排不同主題，邀請業界實務經驗豐富之講師進行講習，提升教師專業成長，以及產業新知與技術之學習精進，期能應用於教學，其中 109 與 112 學年度曾獲該校「優良社群獎」。
4. 該系教師 109 至 113 學年度共通過 14 件學校改進教學、教具製作或編撰教材的獎助，並透過獎助措施鼓勵教師持續開發契合實務與產業發展趨勢的教材，研發或改善教學方法，以提升教學品質。
5. 該系持續推動業師協同教學與實務實習，教師亦有擔任政府專案審查委員、業界專業技術輔導顧問等經驗，並持續執行產學合作計畫。109 至 113 年度教師承接政府部門計畫案、

產學計畫案及技術服務案 19 件、15 件、14 件、14 件及 23 件，於 113 年度大幅增加。

(二) 待改善事項

【共同部分】

1. 該系 109 至 113 學年度均無教師申請教育部「教學實踐研究計畫」補助。
2. 該系教師 109 至 113 年度期刊論文發表篇數分別為 1、0、7、7 及 6 篇，以目前該系 16 位教師而言，仍有改善空間。

(三) 建議事項

【共同部分】

1. 宜鼓勵教師申請教育部「教學實踐研究計畫」，以及參加相關成果發表會，藉由相互交流學習，提升教學專業知能。
2. 宜研擬更積極之激勵對策，以鼓勵並提升教師期刊論文發表成效。

(四) 針對未來發展之參考建議

【共同部分】

1. 可檢視課程模組規劃與教師專長配置方式，思考將教師區分為主要專業領域與次要專業領域之可行性，以使專業分工更具彈性，並能鼓勵教師間之互補合作或相互支援。亦可考量將兼任教師納入 4 個專業領域配置，以利該系整體發展。
2. 可對教師成長社群主題進行長期性規劃，優先聚焦多數教師有興趣的社群，並強化互動性，以提高參與成效；同時亦可考慮成長社群彼此間之延續性與互補性，並鼓勵教師分享實際運作經驗與成效。

三、學生與學習

(一) 現況描述與特色

【共同部分】

1. 該系設有二專進修部、二技進修部、四技及四技進修部，除滿足不同需求之來源學生外，亦針對各班制訂定具差異性之課程目標，以及制定不同之招生原則與策略。
2. 該系對於學生自入學起之學習引導頗具用心，包括選課輔導、新生與家長座談會等，有助於新生迅速步上學習正軌。
3. 該系鼓勵學生參與演講、系學會社團活動、國內外學術研討會及全國性/國際性競賽等多樣性活動，對學生課外活動頗為支持，其社團評鑑績效亦佳。
4. 該系學生 109 至 113 學年度共考取 2,498 張證書，包含「行銷企劃」、「數位行銷」及「整合行銷」相關等技術證照 1,656 張與外語證照 842 張。
5. 該系針對系友服務，於 Facebook 設置有「樹德行銷校友」社群，且內容確實持續更新，並上傳自製內容或分享重要行銷知能資訊，對系友與社群經營著力甚深。

(二) 待改善事項

【共同部分】

1. 該系 109 至 113 學年度新生註冊率不穩定，且四技 111 學年度僅 48.04%，明顯低於各班制及各其他學年度。

(三) 建議事項

【共同部分】

1. 宜針對新生註冊率之特殊狀況進行分析，並研擬有效因應對策。

(四) 針對未來發展之參考建議

【共同部分】

1. 可針對休退學人數浮動變化，持續進行分析與瞭解，以確實掌握學生休退學原因，並進行相應之追蹤輔導。
2. 該系多項學生表現與績效，包括各項獲獎與論文出版均較集中於四技，建議妥善發展各班制之教學資源投入與績效重視程度，並積極鼓勵學生展現學習成效。
3. 可重新審視既有教育目標中，「以行銷企劃、數位行銷與整合行銷傳播專業能力為主，服務行銷專業能力為輔」之設定與學生學習與就業之契合度。
4. 可將近期國際與臺灣社會逐漸注重之議題，如人工智慧、ESG 等，實際融入落實於課程中，以符合世界趨勢與就業需求。
5. 該系推動學生誠信之作法，所提及之誠實、信任、公平與尊重，多為生活日常之隱性作為，效益較難評估，建議規劃較明確之宣導、講座、課程或其他活動設計。

註：本報告係經訪評小組及學門認可審議委員會審議修正後定稿。