

## 一、目標、核心能力與課程設計

### (一) 現況描述與特色

#### 【共同部分】

該系自民國 89、92、94 及 95 年，分別成立企業管理學系學士班、碩士班、行銷與流通管理碩士班及國際企業經營管理碩士學位班。該系透過進行 SWOT 分析，考慮社會環境因素及國內、外相關系所狀況，並根據該校中長程發展目標，再經過系內相關會議 9 次討論、3 位校外諮詢委員調查意見，及多位畢業系友問卷分析後，分別針對學士班、碩士班、行銷與流通管理碩士班及國際企業經營管理碩士學位班，擬訂教育目標，做為課程規劃的依據。依據教育目標，該系考量國內、外產業人才需求與趨勢，進而制定該系各學制之核心能力，其核心能力制定流程大致合適，且該系師生對教育目標與核心能力具相當程度之瞭解。

該系落實以核心能力為基礎之理念，參考國內、外企業管理相關系所之課程規劃與國內、外產業人才需求，建構課程架構並編製課程地圖。該系將教學與研究分為「財經研究群」、「行銷與國企研究群」及「生產與科技管理研究群」等三大學群，課程架構尚稱完整。

#### 【學士班部分】

學士班之教育目標強調專業知能、國際視野及企業倫理，而課程架構中的必修學分則偏重專業知能，且僅開設 1 門與企業倫理相關之選修課程（3 學分）。

#### 【碩士班、行銷與流通管理碩士班部分】

碩士班最低畢業學分為 45 學分，其中系必修 27 學分，系選修至少 18 學分；行銷與流通管理碩士班最低畢業學分為 45 學分，其中系必修 18 學分，系選修至少 27 學分。

### 【國際企業經營管理碩士學位班部分】

國際企業經營管理碩士學位班最低畢業學分為 40 學分（含論文 4 學分），系必修共有 28 學分，系選修至少 18 學分。

### （二）待改善事項

#### 【共同部分】

1. 該系在教育目標、核心能力與課程設計方面，尚未充分發揮該校優良傳統師範大學的特色。若能再強調其純樸踏實的學習風氣與重視品格教育等優點，可凸顯相較於其他綜合大學企業管理相關科系不同之特色與優勢。
2. 該系教學與研究同時強調國際化與在地化，然尚未充分反映在教育目標、發展特色、課程架構與教學設備之建置等方面。
3. 該系訂定之核心能力過多且分散，未能清楚分辨及說明知識、技能和態度的差異，核心能力與所對應的課程結構邏輯性尚待加強。
4. 該系開課作業傾向以教師為中心，學生參與程度尚待加強。

#### 【學士班部分】

1. 該系學士班的課程與核心能力間相關程度尚有強化空間，如：「組織管理能力」、「溝通協調能力」與「企業社會責任認知與實踐能力」等。
2. 學士班畢業生之回饋意見中，系友認為課程設計對培育學生「具備實務應用能力」、「具備語文與資訊能力」、「具備數理邏輯思考與分析能力」及「具備國際生產、服務與科管能力」之相關性偏低（自我評鑑報告，表 1-9），課程設計尚有強化空間。
3. 學士班之課程架構未能充分反映學士班重視企業倫理之教育目標。

4. 學士班雖已建構課程地圖，然宣導工作仍有加強空間。學生對於課程地圖之瞭解尚嫌不足，以致無法善用課程地圖協助自身學習及未來生涯規劃。

**【碩士班、行銷與流通管理碩士班、國際企業經營管理碩士學位班部分】**

1. 以整體畢業學分觀之，課程架構中的選修學分比率偏低。

**【碩士班部分】**

1. 碩士班課程設計與核心能力具高度相關程度的課程數目較少，諸如：「語文與資訊能力」、「組織管理能力」、「行銷管理能力」及「溝通協調能力」等。
2. 碩士班的課程架構兼顧各種企業機能的相關課程，因而必修學分數過高，且欠缺特色。

**【行銷與流通管理碩士班部分】**

1. 行銷與流通管理碩士班課程與核心能力間具高度相關程度的課程數目較少，諸如：「溝通協調能力」、「流通管理能力」及「企業社會責任認知與實踐能力」等。

**(三) 建議事項**

**【共同部分】**

1. 為與該校踏實學風與重視品格教育之優點相結合，該系宜結合學校相關資源，積極開發企業倫理與社會責任等具有特色的課程模組，以凸顯該系辦學特色。
2. 該系在教育目標、發展特色、課程架構與教學設備之建置上，宜充分反映國際化與在地化的發展目標。
3. 該系宜重新檢視個別課程設計與其欲達成之核心能力間之關聯性，並將其欲培養之知識、技能或態度予以明確說明，以提供學生更明確之學習方向。

4. 宜透過相關管道蒐集學生意見，並做為課程架構修訂之參考，以適時反映學生學習需求。

**【學士班部分】**

1. 宜提升課程設計對培育學生在「組織管理能力」、「溝通協調能力」與「企業社會責任認知與實踐能力」之相關性。
2. 課程設計宜加強培育學生「具備實務應用能力」、「具備語文與資訊能力」、「具備數理邏輯思考與分析能力」及「具備國際生產、服務與科管能力」，以提升學生未來就業競爭力。
3. 如欲維持現有教育目標，宜重新調整課程架構，增加企業倫理相關課程，並引進適任之專任或兼任教師。
4. 宜加強課程地圖的推廣與訓練，以提升學生的使用率。

**【碩士班、行銷與流通管理碩士班、國際企業經營管理碩士學位班部分】**

1. 宜重新調整課程架構，增加選修學分之比例，以提供學生多元選課空間。

**【碩士班部分】**

1. 碩士班之課程設計宜加強與「語文與資訊能力」、「組織管理能力」、「行銷管理能力」及「溝通協調能力」等核心能力之關聯性，並建立個別課程之學習成效衡量指標，以確保學生學習成效。
2. 碩士班的選修課程宜與行銷與流通管理碩士班課程區隔，以凸顯特色。可考量地區產業之特性，據以發展碩士班的特色，以提升學生就業的競爭力。

**【行銷與流通管理碩士班部分】**

1. 行銷與流通管理碩士班之課程設計宜加強融入「溝通協調能力」、「流通管理能力」及「企業社會責任認知與實踐能力」



等核心能力之關聯性，並建立個別課程之學習成效衡量指標，以確保學生學習成效。

## 二、教師教學與學習評量

### (一) 現況描述與特色

#### 【共同部分】

該系整體師資結構相當穩定，大致符合學生的學習需求，亦能考慮未來產業發展趨勢新聘師資，以強化全球運籌的師資陣容。

在主要課程設計上，該系均要求授課教師之授課內容與教學方式，能搭配系所訂定的教育目標與核心能力，並根據各課程對應之核心能力，應用多元教學方法及製作數位教材，以有效提升學生之學習效果。且透過該校之教學評量機制，希望能評估教學與學習效果，以做為提升教學品質的依據；而針對教師之教學，該系配合校方之教師評鑑機制，希望促進教師參與教學卓越相關活動，以提升教學品質。

### (二) 待改善事項

#### 【碩士班、行銷與流通管理碩士班部分】

1. 中國大陸為企業發展之主要市場之一，然目前缺乏相關課程，故在國際化認知方面，缺乏對中國大陸的深刻瞭解。

#### 【國際企業經營管理碩士學位班部分】

1. 培養具國際觀及對跨國企業的專業與領導人才不易，課程內容對中部地區到海外投資公司的實務案例討論與交流不多，且對本地外商公司的交流亦較少。

### (三) 建議事項

#### 【碩士班、行銷與流通管理碩士班部分】

1. 宜增加兩岸或中國大陸相關課程內容或課程設計。

### 【國際企業經營管理碩士學位班部分】

1. 課程內容宜加強本地臺商或在臺外商案例的探討，並舉辦企業的參訪活動，增加與大陸和海外臺商的交流，並可進一步融入論文寫作主題中。

## 三、學生輔導與學習資源

### （一）現況描述與特色

#### 【共同部分】

該系在學生輔導上從新生始業輔導活動直到畢業之輔導措施，大致適當，導師制度與執行情形亦符合學生需求。該系建置財務工程暨金融投資實驗室，提供相關課程輔助教學；並設置教學助理支援系統，整合該校與該系之教學助理資源，且訂定教學助理考核與評鑑項目，對學生學習輔導有所助益。

該系國際企業經營管理碩士學位班之系友發起組成「彰化縣國際企業經營協會」，結合民間企業資源，建立產學合作平台，對該系實務教學有正面幫助。此外，該系透過校外企業參訪、邀請校外產官學各界專家演講與參加校內、外競賽等方式，提供學生各項課外學習機會。另設有英語能力畢業門檻及輔導獎勵辦法，加強學生英文能力與程度。

#### 【學士班部分】

該系購入相關證照考試題庫供學士班學生使用，並開辦財務金融證照實務課程，對學生考取專業證照有所助益。

#### 【碩士班、行銷與流通管理碩士班部分】

該系設有研究生獎助學金實施辦法，提供研究生獎學金及工讀助學金，且設有教師指導研究生人數之上限，有利學生學習。

## (二) 待改善事項

### 【共同部分】

1. 該系班制數多，但是只有 1 間專業教室，尚未能發展成明顯的企管專業學習空間，影響學生的學習生活。
2. 該系積極與美國、日本及馬來西亞等合作學校交流，但在外籍生的引進及中國大陸的學生交流上，其廣度與深度方面皆尚有改善空間。

### 【學士班部分】

1. 該系企業管理之實務相關課程或活動較少（如企業實習），無法滿足學生學習需求。

### 【碩士班、行銷與流通管理碩士班部分】

1. 由於空間的限制，該系全部研究生共用 1 間研究室，平均每 3 位研究生輪流使用 1 個位置。

### 【國際企業經營管理碩士學位班部分】

1. 該系未針對國際企業經營管理碩士學位班設置研究討論室，不利在職學生學習與交流。

## (三) 建議事項

### 【共同部分】

1. 宜根據發展特色增建企業管理專業教室（如行銷與流通專業教室、創業專業教室等），並重新規劃學生學習空間，以提升學生學習機能。
2. 宜加強與國外合作學校之宣導，鼓勵外籍學生至該系就讀，並強化與中國大陸之學生交流。

### 【學士班部分】

1. 宜增加企業參訪活動、專題研究課程，或建立企業實習制度，以提升學生實務體驗之機會。

**【碩士班、行銷與流通管理碩士班部分】**

1. 宜增設學生研究室空間，以 1 人擁有 1 研究室座位為原則，以滿足學生需求。

**【國際企業經營管理碩士學位班部分】**

1. 宜設置國際企業經營管理碩士學位班專屬之研究討論室，以提供在職學生學習交流之空間。

#### 四、學術與專業表現

##### (一) 現況描述與特色

**【共同部分】**

該系現有 12 位專任教師，在過去五年於國內、外期刊及研討會上發表百餘篇論文，研究著作表現堪稱優良。另外，該系產學合作情形相當積極，符合該系理論與實務結合的發展特色；該系教師亦積極參與各項學術活動，擔任主持人及審查委員等。

**【碩士班部分】**

學生論文發表及學術活動頗為優良，參加各種論文競賽、創業個案比賽等，表現良好。

**【國際企業經營管理碩士學位班部分】**

學生論文主題與實務高度結合，有助於其職場發展，符合在職專班精神及功能。

##### (二) 待改善事項

**【共同部分】**

1. 國科會計畫的主持方面，在過去五年共有 22 件，以該系 12 位專任教師為基礎計算，其通過率在國立大學中恐嫌偏低，因此，專任教師國科會研究計畫的申請與執行情形有待改善。



### 【學士班部分】

1. 學士班學生參與國科會專題研究計畫之件數偏低，現有課程架構中也欠缺專題研究或專題製作相關課程，學生學習專案計畫、執行與控制的機會較為缺乏。
2. 該系學生參加全國性學術性競賽之情形較不踴躍。

### (三) 建議事項

#### 【共同部分】

1. 宜考慮增加專任教師申請及執行國科會研究計畫的誘因，加強校（系）內獎勵機制的建立，以有助於該系研究能量與教學品質的提升。

#### 【學士班部分】

1. 宜建立學士班學生參與專題研究之機制，並輔導與鼓勵學生參與各種校外研究專題計畫（如國科會計畫），以利其學習研究計畫的進行或升學。
2. 宜獎勵學生踴躍參加全國性之學術競賽，以收學習觀摩之效。

## 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】

該系迄今已培育專業企管人才多達 700 餘人，為中部地區工商界最為重要的人才培育搖籃之一。該系學生就業情況亦各有特色，以最近三年（98 至 100 年）為例，學士班的行業分布較為多元與分散，其中私人與教育業占最多，餘則分布於科技、傳播及服務等行業；碩士班則集中在私人、教育、金融及科技等四大部門；行銷與流通管理碩士班則集中在私人、教育、金融及製造等四大部門；國際企業經營管理碩士學位班因屬在職進修性質，故以基層主管為多，中高階主管

次之，所屬產業則以製造業最多，其次分別為金融、服務、軍公教、醫療及建築營造等五大產業。

近幾年，隨著金融海嘯之餘威發酵，國際經濟持續不景氣，該系畢業生也面臨失業問題的挑戰，該系已有鼓勵學生繼續升學考取研究所、輔導學生考取專業證照及推動職涯導師制等回應措施。該系亦商請國際企業經營管理碩士學位班尋找經驗豐富的系友，協助輔導學生生涯規劃，以增加就業機會。

此外，該系為整合畢業系友力量，在 97 年 1 月以社團的方式成立「彰化縣國際企業經營協會」，歡迎 4 種班制的系友加入，並以提供獎助學金、迎新聯誼、謝師宴、聖誕晚會及期刊發表等形式，協助系務的發展。

## **(二) 待改善事項**

### **【共同部分】**

1. 該系的校友會組織係以獨特的社團形式所組成，且以國際企業經營管理碩士學位班為主體，此對學士班、碩士班及行銷與流通管理碩士班畢業系友而言，其認同感與歸屬感尚待加強。
2. 該系有 4 種類型系友，雇主對象有別，過去皆由該校統一對雇主進行聯繫與調查，最近該系才積極進行 1 次雇主聯繫與追蹤調查，與雇主的溝通管道及了解尚待加強。

### **【學士班部分】**

1. 學士班尚未有專屬之系友會組織，故早期的系友聯繫不易，其對母系的關心程度亦不高。

### (三) 建議事項

#### 【共同部分】

1. 學士班、碩士班及行銷與流通管理碩士班宜先分別成立系友會，凝聚畢業系友間之向心力，再以其他形式加入「彰化縣國際企業經營協會」或進一步整合成系友聯合會。
2. 宜建立各種與畢業系友雇主間之溝通與聯繫管道，除校方舉辦之交流活動外，該系亦可透過辦理研討會或聘為課程顧問等多元方式來強化雙方互動。

#### 【學士班部分】

1. 宜建立各畢業班專屬聯絡人等相關機制，並編製通訊錄或系友通訊等聯繫刊物，以強化系友對母系之向心力，並掌握畢業生流向。

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。