

臺北城市科技大學 行銷與流通管理系

「行銷與流通管理實務專題製作」實施要點

96.03.09	95 學年度第 2 學期第 1 次系務會議通過
98.12.16	98 學年度第 1 學期第 3 次系務會議修正
103.09.12	103 學年度第 1 學期第 1 次系務會議修正

- 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製作」課程，訂定行銷與流通管理實務專題製作實施要點(以下簡稱本要點)。
- 二、 **課程安排：**本專題課程，區分為「行銷管理實務專題」、「流通管理實務專題」、「創意企劃或創新、創業企劃專題」，分別依據學生職(就)業性向與研究興趣選項修習之。
- 三、 **實施方式：**
 1. **分組：**每班以 6~8 組為原則，依學生組隊，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。
 2. **題目之選定與實施：**各組成員確定後，可自行就以下類別內容，提出專題題目及實施計畫，並經指導老師同意後實施。
 - (1)行銷管理實務專題：專題選定某一創新(意)商品為對象，就該商品之產業特性、市場調查、4P 行銷、SWOT 分析、STP 分析、行銷策略、物流運輸、人力資源、財務規劃、生產、組織、網路行銷、創新創業等內容之一部份或全部問題作為專題研究主題；期末報告以能參加研討會發表為主要目標或參加校際行銷企劃競賽為主要目標。
 - (2)流通管理實務專題：專題選定某一行業之物流、運輸、倉儲、配送等相關流通管理與物流運籌活動為研究主題，以能參加研討會發表為主要目標。
 - (3)創意企劃案或創新、創業企劃專題：包含緣起、創意企劃主題原始想法、企劃預計達成之目標、企劃命名、LOGO 與 Slogan、企劃策略規劃、企劃活動之具體行動方案(含企劃時程、企畫組織人力編制)、預算編列、風險評估與計畫可行性分析、結論；期末報告以能參加校際創意、創新、或創業之企劃競賽為主要目標。
 3. **專題製作撰寫之「行銷與流通管理實務專題製作」報告書內容重點或內容包刮下列項目(期末報告書格式另訂之)：**
 - A. 題目
 - B. 摘要(200~500 字)
 - C. 關鍵字(3~6 個)
 - D. 研究動機與目的
 - E. 研究限制(可能遭遇之困難及解決途徑)

- F. 文獻回顧
- G. 研究方法與研究架構
- H. 研究流程
- I. 研究主體內容
- J. 結論與建議
- K. 參考文獻
- L. 組員之工作分配

四. 學期成績計算方式：

內容及同學表現，由指導老師評分。(另行公布)

1. 第一學期「行銷與流通管理實務專題-規劃與提案」學期成績之計算：指導老師佔 100%；
2. 第二學期「行銷與流通管理實務專題-執行與製作」學期成績之計算：指導老師佔 60%，專題成果報告競賽成績佔 40%。

五. 實施時程：

1. 分組於「行銷與流通管理實務專題-規劃與提案」課程開始上課後二週內完成，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。

六、 本要點經系務會議通過後實施，修正時亦同。