

美和科技大學



企業管理系

課程規範

課程名稱：

實務專題 II

中華民國 115 年 2 月制定

1. 課程基本資料：

科目名稱	中文	實務專題 II		
	英文	Senior Project II		
適用學制	四技	必選修	必修	
適用部別	日間部	學分數	2/2	
適用系科別	企業管理系	學期/學年	學期	
適用年級/班級	三年級/甲班	先修科目或先備能力	無	

2. 企業管理系目標培育人才

依據 UCAN 系統，本系以培育「行銷與銷售專業職能」為目標。

「行銷與銷售」行銷管理」專業職能	就業途徑	職能 (請依各系設定之目標人才，至 UCAN 系統查詢所屬之專業職能後填入)
	範例：旅館管理	執行旅館客戶接待與服務業務。
行銷人員	依組織或客戶之行銷需求，規劃及執行行銷計畫。	
網路行銷人員	1.網路行銷、開發(潛在)客戶 2.網頁製作與維護。	
行銷助理	依組織主管及行銷相關人員指示，協助執行行銷活動相關事宜。	

3. 課程對應之 UCAN 職能

課程 \ 職能	專業職能 M	專業職能 A
實務專題 II	擬定行銷計畫及業務流程。 運用及評估與市場相關的資訊，並且擬定整體的行銷策略。	擬定價格以及調整價格，以追求利潤與顧客價值的最大化。

	擬定產品或服務策略，以回應市場的需求。 擬定通路策略，以降低成本並發揮通路之最大效益。 擬訂與產品的服務以及形象相關的宣傳策略，以達到理想之效果。	
--	---	--

註：M 表示課程內容須教授之「主要」相關職能 A 表示課程內容須教授之「次要」相關職能

4. 教學目標

本課程可以達到以下目標：

(請描述)

本課程目標為提升學生對電子商務及創意行銷實務性議題之實務運作之相關能力。

5. 課程描述

5.1 課程說明

(請描述)

本課程乃實務導向的課程設計，以學生分組及透過各組指導老師的指引與討論、學生文獻資料研讀，讓學生學習電子商務及創意行銷之實務性議題，並鼓勵學生參加相關競賽，提升學生對兩議題之實務面運作相關知識。

週次	課程內容規劃	課程設計養成之職能	時數
1	課程簡介		2
2	書面心得報告撰寫說明與範例、分組成員、指導老師與題目決定	M	2
3	專題進行之成果報告與討論	M	2
4	專題進行之成果報告與討論	M	2
5	專題進行之成果報告與討論	M	2

週次	課程內容規劃	課程設計養成之職能	時數
6	專題進行之成果報告與討論	M	2
7	小結與分組討論-1	M	2
8	專題進行之成果報告與討論	M	2
9	專題進行之成果報告與討論	M	2
10	專題進行之成果報告與討論	M	2
11	專題進行之成果報告與討論	M	2
12	小結與分組討論-2	M	2
13	專題進行之成果報告與討論	M	2
14	專題進行之成果報告與討論	M	2
15	專題進行之成果報告與討論	M	2
16	專題進行之成果報告與討論	M	2
17	專題成果報告彙整	M	2
18	繳交專題成果報告	M	2

5.3 教學活動

(說明教學方式)

(1)文獻閱讀與資料蒐集

(2)討論與報告

(3)競賽練習

6. 成績評量方式

期末考試：100%

7. 教學輔導

7.1 課業輔導/補救教學對象：

1.缺課學生。2.期中不及格學生。3.身心障礙學生

7.2 課業輔導/補救教學之實施

課業輔導與補救教學的實施方式：

藉由課堂觀察與下課時間與學生自由交談，了解其學習成效，作為授課內容修正之參考，並且運用課輔時間（Office Hours）個別指導同學。

7.3 課業輔導/補救教學時間與聯絡方式

- ◆ 輔導時間：授課教師 office hour
- ◆ 輔導老師聯繫方式：
 - (1). 授課教師：
 - (2). 校內分機：
 - (3). 授課教師 email：
 - (4). 教師研究室：