

致理科技大學企業管理系 第二十一屆企管實務專題發表

書面審查意見表

場次	綜合教學大樓 E42	報告順序	1
專題題目	自有品牌於台灣文創市場的行銷策略-以火山口為例		
審查意見:	<p>1. 該研究對於個案相當用心深入訪談.</p> <p>2. 研究內容可以多探討為何業者可以獲得品牌大廠的訂單之原因. 殊藉以發揮. 進行品牌聯名曝光.</p> <p>3. 訂於成本過高之產品不適合用較低價進入市場之策略. 因為難以回澀. 並影響定位.</p>		
備註			

致理科技大學企業管理系 第二十一屆企管實務專題發表

書面審查意見表

場次	綜合教學大樓 E42	報告順序	2
專題題目	實現平凡夢想-O&D 婚禮顧問公司創業		
審查意見:	<p>1. 本報告若為創業企劃書之自述，建議作者可針對市場進行需求分析 (Market Requirement Survey)。</p> <p>2. 本案所強調「價格優勢」，需要進行競爭對分析比較方為準確。</p>		
備註			

致理科技大學企業管理系 第二十一屆企管實務專題發表

書面審查意見表

場次	綜合教學大樓 E42	報告順序	3
專題題目	消費者對於 youtube 廣告行銷之研究		
審查意見:	1. 本研究定義清楚, 明確易懂. 2. 分析結果具市場參考價值.		
備註			

致理科技大學企業管理系 第二十一屆企管實務專題發表

書面審查意見表

場次	綜合教學大樓 E42	報告順序	4
專題題目	「石」在真環保-「石頭紙」的認知、購買意願之研究		
審查意見:	<p>1. 該研究對於命題與研究對象清楚明瞭</p> <p>2. 研究結果用於定義目標客群以進行STP策略分析. 但結論卻變成建議改變成本與產品型態.</p>		
備註			

致理科技大學企業管理系 第二十一屆企管實務專題發表

書面審查意見表

場次	綜合教學大樓 E42	報告順序	5
專題題目	共享經濟產業對民眾消費者行為影響之探討		
審查意見:	<p>1. 該研究在該命題為「共享經濟對於產業用 的探討」, 本進行衍生性探討.</p> <p>2. 本研究對於消費者行為可探討並無深入, 也不夠具體描述.</p>		
備註			

致理科技大學企業管理系 第二十一屆企管實務專題發表

書面審查意見表

場次	綜合教學大樓 E42	報告順序	6
專題題目	餐飲外送平台的行銷手法-以 foodpanda 為例		
審查意見:	<p>1. 本研究目的應集中探討消費者對於餐飲外送服務需求為主, 給予業者建議.</p> <p>2. 受訪對象應集中在消費者(使用者)身上.</p> <p>3. SWOT分析對象以「平台業者」和競爭對手分析才對, 不需將「餐飲業者」放進來.</p> <p>4. 研究對象應為「消費者」, 問卷發給的對象過於發散.</p>		
備註			

致理科技大學企業管理系 第二十一屆企管實務專題發表

書面審查意見表

場次	綜合教學大樓 E42	報告順序	7
專題題目	銀髮就醫陪伴媒合服務平台使用意願之研究-以科技接受模式探討		
審查意見:	1. 本研究若以單一特定平台為研究對象， 可以針對單一構面去做分析與建議， 例如「使用介面設計」、「訂單、收登模式」 等。		
備註			

致理科技大學企業管理系 第二十一屆企管實務專題發表

書面審查意見表

場次	綜合教學大樓 E42	報告順序	8
專題題目	旅遊動機、消費模式與消費行為影響之研究-以自助旅行為例		
審查意見:	<p>1. 建議研究專題在「旅遊動機」、「消費模式」擇一研究, 会更聚焦且有市場價值</p> <p>2. 假設若穩定的分析結果對於研究對自助旅行者或業者所提出的建議之結合度較為薄弱, 可由重新定義命題範圍來改善</p>		
備註			


致理科技大學企業管理系 第二十一屆企管實務專題發表

書面審查意見表

場次	綜合教學大樓 E42	報告順序	9
專題題目	5G 未來發展與 AI 結合應用之研究		
審查意見:	<p>1. 命題範圍過於廣, 建議可以「研究目的」來擇一為研究題目即可.</p> <p>2. MBA、PHD 的論文研究要更聚焦專注在特定項目, 可提高研究效益.</p> <p>3. 本命題與問卷題目於受訪者而言恐難理解, 對於收集資料結果恐有偏差.</p> <p>4. 受訪者族群過於集中, 若有更廣泛訪問以符合該研究命題.</p>		
備註			

致理科技大學企業管理系 第二十一屆企管實務專題發表

書面審查意見表

場次	綜合教學大樓 E42	報告順序	10
專題題目	探討使用 instagram 對價值觀和負面心理影響之研究-以 A 科技大學為例		
審查意見： 1. 本研究的基本結構完整 (資料、假設、檢定)。 2. 對於「心理層面」  所造成影響的假設均偏負面，建議選定假設之前可多進行正反面探討，以免產生誘導式研究結果。 3. IG 為商業目的平台，研究建議需考量可行性，並導業者與使用者雙方均蒙受其利為佳。			
備註			