

105 學年度第 1 學期 校課程委員會提案附件 目錄

附件 1--管理學院餐旅管理系申請全英語授課案	2
附件 2---農學院森林系、食品科學系及植物醫系及管理學院企業管理系， 訂定 105 學年度二技學生入學適用課程規劃案	13
附件 3---農園系增訂 105 年度入學之產學攜手專班進修部四技四年課程.....	21
附件 4---生物科技系新增 105 學年度「生物活性成分量產與評估學分學 程」	24
附件 6---植物醫學系規劃碩士班教學分組案	34
附件 7---修訂管理學院教育目標與核心能力案	36
附件 8---餐旅管理系三門碩士班課程開課學期更動案	37
附件 9---追認時尚管理系產專班 104-105 學年度課程規劃表修訂案	38
附件 10---農企業管理國際碩士學位學程擬修改課程規劃案	45
附件 11---105 學年度第 1 學期教師申請開授通識課程案	47

餐旅管理系申請全英語授課案

國立屏東科技大學以英語教學開授課程申請表

_____ 管理 _____ 學院 _____ 餐旅管理 _____ 系 (所)

任課教師：_____ 黃靖淑 

開課班級：_____ 餐旅管理系 所 博士班 碩士班 _____ 二 _____ 年級

課程名稱：中文 _____ 餐旅行銷管理研究

英文 _____ Hospitality Marketing Management Research

需以英文開課緣由：

本課程因為有熱帶農業暨國際合作系碩士班學生修選，該學生之主要求學領域為餐旅管理專業，且其碩士論文需要本課程之專業知識。另一方面，為增強本系所碩士班學生對餐旅行銷管理知識與其應用能力，及提升其英文閱讀能力與口語簡報告之能力，因此需要以英文開授本課程。本課程也詢問過其他台灣學生，同意以英文授課，同意書如附件所示。

任課教師自評：

1. 任課教師於 2006 年考取美國飯店業協會認證合格餐旅教師 (Certified Hospitality Educator; CHE)，該 CHE 之國際證照主要是針對以英語教授餐旅管理的一項國際認證與認可，且全球的餐旅管理相關學校與單位皆認可該證照。
2. 任課教師在美國取得餐旅管理碩士與博士學位，於攻讀博

士學位期間擔任教學助教，從事以英語教授課程、批改作業、與美國學生互動等教學相關工作，熟悉如何以英語授課之技巧。目前持續與美國餐旅管理教授們進行研究。

3. 任課教師在本校教書期間每年持續參加國際性研討會，除了以全英文發表論文之外，也多次擔任國際研討會之主持與評論人的工作。曾參與美國老師升等評鑑之審查工作。
4. 任課教師於 2007 年開始代表台灣成為亞太地區國際餐旅教育協會(Asia Pacific Council of Hotel, Restaurant and Institution Educator; APacCHRIE)之理監事，於該國際性協會擔任過產業關係主任、教育總監、財務長與秘書長等工作，每次開會以英文進行國際餐旅教育議題之討論及英文書信溝通。
5. 任課教師目前擔任美國國際餐旅教育協會 Bylaw 理事，持續與國際餐旅管理教育等相關單位以英文進行聯繫與溝通，且協助國際英文期刊之審稿工作，對於國際餐旅管理教育相關訊息及專業知識，能即時性充分的掌握與了解。
6. 綜合上述自評事項，任課老師可以勝任以英文教授餐旅行銷管理研究課程。

附件：(1)課程進度表（以英文書寫，含單元內容摘要明細）

(2)修課同學同意英文授課之同意書

國立屏東科技大學 105 學年度第 1 學期課程進度表
 Syllabus of Hospitality Marketing Management Research
 105 School Year, Fall Semester
 Hotel and Restaurant Management Department
 National Pingtung University of Science and Technology

Course:		Hospitality Marketing Management Research			Prerequisite		
Class	Department of Hotel and Restaurant Management	Master 2 nd year	Credits	3	■ Single Semester	Instructor	Ching-Hsu Huang. (黃靖淑)
Textbook		1. Marketing for Hospitality and Tourism, Sixth edition, Philip Kotler, John T. Bowen, James C Makens, Pearson. 2. Handbook of Marketing Research Methodologies for Hospitality and Tourism/ Ronald A. Nykiel, PhD					
Statistical Software		SPSS, AMOS, Nvivo					
Session		Contents					
Part 1 Understanding the Hospitality and Tourism Marketing Process(Kotler)							
Week 1 Marketing Research and Methodologies		Chapter 1. Introduction: MKTG for Hospitality and Tourism 1.1 Defining marketing research, market analysis and application 1.2 Primary and secondary research data 1.3 Qualitative, quantitative, and integrative research 1.4 Analyzing research findings and data 1.5 Case study 5.1: Stouffer Hotels and Resorts: Competitive Strategy					
Market Analysis and Assessment for Hospitality and Tourism(Nykiel)							
Week 2 Location Analysis and Site Evaluation		Chapter 2. Service characteristics of Hospitality and Tourism MKTG 2.1 Timing 2.2 Land acquisition considerations 2.3 Land selection guidelines					

	2.4 Case study 7.1: Foxwoods Resort Casino – A Megaforce
Week 3 The Design and Components of a Feasibility Study	Chapter 3. The Role of MKTG in Strategic Planning 3.1 Market feasibility studies overview 3.2 Conducting feasibility studies 3.3 Sample design and components of a feasibility study 3.4 Case study 8.1: Best site, great location, a very positive feasibility study—Oops: We didn’t know!
Part II Developing Hospitality and Tourism Marketing Opportunities and Strategies (Kotler)	
Week 4 Market Assessment for Development Planning	Chapter 4. The MKTG Environment 4.1 Introduction to the development planning process 4.2 Development plan organization 4.3 Sample development plan outline 4.4 Development planning in perspective 4.5 Case study 9.1: Sonic Drive-In: External forces revive the concept Case study 9.2: Carnival Corporation—Positioning and strategy selection
Week 5 Assessing Focal Points and Intuitive Techniques	Chapter 5. MKTG Information Systems and MKTG Research 5.1 Types of marketing research 5.2 Marketing research techniques 5.3 Five essential marketing intelligence tools 5.4 Marketing research presentation tools 5.5 Case study 10.1: Mailing less and making more Case study 10.2: Caesars Palace—Understanding the focal points of the market
Hospitality Marketing Research Applications (Nykiel)	
Week 6 Marketing Research and Testing	Chapter 6. Consumer Markets and Consumer Buying Behavior 6.1 Why, when and when not to test 6.2 Research and testing environments 6.3 Developing testing programs 6.4 Focal points and sources of information 6.5 Case study 11.1: Great testing/poor market research—Award/Sales decline
Week 7 Applying Research to Marketing	Chapter 7. Organizational Buyer Behavior of Group Market 7.1 Understanding the environment 7.2 Focal points for marketing strategy

Strategy Selection	7.3 the new five Ps 7.4 Selecting marketing weaponry 7.5 Case study 12.1: Starbucks Coffee—The rising star Case study 12.2: Frequency programs Case study 12.3: Gaylord opryland resort and convention Center, Nashville
Week 8 Applying Research to Brand Strategy	Chapter 8. Market Segmentation, Targeting, and Positioning 8.1 Brand evolution 8.2 Components of brand strategy 8.3 Implementing brand strategy 8.4 Strategies for a new brand launch 8.5 Case study 13.1: Cendant—Premier brand collector Case study 13.2: SYSCO – leader in the procurement arena
Week 9	Midterm Exam
Part III Developing the Hospitality and Tourism Marketing Mix (Kolter)	
Week 10 Applying Research to Pricing Strategy	Chapter 9. Designing and Managing Products 10.1 Pricing basics 10.2 Breakeven analysis 10.3 Influences on pricing strategies 10.4 Pricing techniques 10.5 Case study 14.1: Same Price – The Win Case study 14.2: Pay Later/Value Added
Week 11 Applying Research to Customer Service and Quality Initiatives	Chapter 10. Internal MKTG Chapter 11. Pricing Products: Pricing Considerations, Approaches, and Strategy 11.1 Understanding customer expectations 11.2 Points of encounter: Ten steps to service success 11.3 Customer satisfaction strategies 11.4 Quality initiative benchmarks 11.5 Directions and trends 11.6 Case study 15.1: Southwest Airline – The Customer’s Airline Case study 15.2: Hertz Corporation—Continuously improving product and customer service delivery Case study 15.3: Gleneagles Country Club – Customer

	satisfaction through creative marketing
Planning and Communicatoin (Nykiel)	
<p>Week 12 Preparing a Research-Based Business Review</p>	<p>Chapter 12. Distribution Channels Chapter 13. Promoting Products: Communication and Promotion Policy and Advertising 12.1 The significance of market information 12.2 Key components of the business 12.3 More ideas and application 12.4 Case study 16.1: Holiday Inns, Inc.–Recognizing Change</p>
<p>Week 13 The Strategic Marketing Planning Process</p>	<p>Chapter 14. Promoting Products: Public Relations and Sales Promotion Chapter 15. Professional Sales 13.1 Financial considerations 13.2 Research and required information 13.3 Analysis of research and information 13.4 The strategic marketing plan 13.5 Case study 17.1: Continental Airlines</p>
<p>Week 14 Effective Presentation and Communication of Research Findings</p>	<p>Chapter 16. Direct and Online MKTG: Building Customer Relationships 14.1 Research findings and presentation techniques 14.2 Appealing to the senses 14.3 Scripting the presentation 14.4 Case study 18.1: Very Effective Presentations and Communications – Lose-Win-Win</p>
Part IV Hospitality and Managing Tourism Marketing (Kolter)	
<p>Week 15 Oral Report</p>	<p>Chapter 17. Destination MKTG Part IV Hospitality and Managing Tourism Marketing & Consumer Survey Projects</p>
<p>Week 16 Oral Report</p>	<p>Part IV Hospitality and Managing Tourism Marketing & Consumer Survey Projects/ Market Plan Projects</p>
<p>Week 17 Oral Report</p>	<p>Chapter 19. Next Year's MKTG plan Part IV Hospitality and Managing Tourism Marketing & Market Plan Projects</p>

Week 18	Final Exam
----------------	-------------------

COURSE RATIONALE

This is an overview of service marketing as applied to the Hospitality industry, including but not limited to: unique attributes of service marketing; consumer orientation; understanding consumers and consumer behavior; market segmentation principles; target marketing; product planning; promotion planning; market research; and competitor analysis.

This course builds upon the basic principles of marketing and aims to develop student's ability to analyze the distinctive marketing needs of services. It relies upon practical, real world case studies on a variety of diverse areas of marketing to give students a broader knowledge of key issues and the business environment to which decision making skills can be applied. Topics include the role of marketing as a part of brand management, relationship marketing and sales, focusing on guest expectations as a marketing driver and the management of the marketing mix.

Course Competencies

RESOURCES	INTERPERSONAL	INFORMATION	SYSTEMS
1. Manages Time 2. Manages Material and Facility Resources	1. Participates as a Member of a Team 2. Serves Clients Customers 3. Negotiates 4 Works with Cultural Diversity	1. Acquires and Evaluates Information 2 Organizes and Maintains Information 3. Uses Computers to Process Information	1. Understands Systems 2 Monitors and Corrects Performance
TECHNOLOGY	BASIC SKILLS	THINKING SKILLS	PERSONAL QUALITIES
1. Using software 2. Understanding reports	1. Reading 2. Writing 3. Arithmetic 4. Mathematics 5. Speaking	1. Creative Thinking 2. Decision Making 3. Problem Solving 4. Mental Visualization: 5. Knowing How To Learn 6. Reasoning	1. Responsibility 2. Self-Esteem 3. Sociability 4. Self-Management 5. Integrity/Honesty

Grading

1st Midterm Exam	15%
Final Exam – Comprehensive	15%
Homework	20%
Attendance, Class Participation and Classroom projects	20%
Consumer Survey Project – grade adjusted by peer evaluation	15%
Market Plan Project – grade adjusted by peer evaluation	15%

Requirements

1. Weekly reading assignments (see website for additional readings for each class)
2. You will plan and conduct a sample survey of a hospitality population for an organization. The final result will be an oral report in class and a written report (see Consumer Survey Project for details). The final report on your project must be posted at the Blackboard site by 11:59 p.m. on week 14. Your grade for any assignment will be reduced by 10 percent for each day or part of a day it is too late.
3. You will make 2 oral reports on your consumer survey projects and market plan projects during each of the sets of dates shown above.
4. Final exam is scheduled for the final week and will cover all topics discussed in class; bring a dark blue or black pen, and a dictionary if you wish, but no other materials.
5. Each student is expected to contribute to class discussions in a constructive manner
6. Exams: Midterm and final exams will be given in class during the 8th and final (18th week) weeks of the semester. Midterm exam will cover roughly 6 to 13 chapters and be essay questions. The final exam will be cover the 11 to 18 chapters as well as the previous chapters. There are no make-ups for missed exams.
7. Homework: Chapter questions as well as chapter case studies will be assigned for homework. Assignments are to be turned in on time (the beginning of the designated

class). Late assignments are not acceptable.

Attendance, Participation and Class Projects

Attendance will be taken in each class. Complete understanding of the material covered in the course requires an interactive discussion and therefore your attendance. You will be required to search for, prepare for class discussion, and present in class, one hospitality industry current issue article each week. In addition there will be periodic, in class projects to be completed and presented. Also there will be videotapes shown in class for which quizzes will be given. Lastly the instructor reserves the option of unannounced, in class quizzes to see if the material is being learned.

Consumer Survey Project

The purpose of this project is for the student to be able to identify an organization's "target" market, and to identify that market's "wants and needs" through a consumer survey. The student must interview the organization's management to obtain what they believe to be the market segment that they sell to or want to sell to. This will require the student to develop a concise set of interview questions that will obtain this information.

From this information the student will develop a consumer survey to obtain information from the actual customers of the operation. That information should identify who the market segment is (i.e. their characteristics) and identify their wants and needs. In addition the survey should reveal if the organization is satisfactorily fulfilling those wants and needs. Lastly the survey should discover who the competition is and if the management's means of communicating the availability of their products and services are effective.

The student will then type a ten (10) page report that will discuss these details (supplying examples of the interview questions, survey questions and the tallied results in appendices) and what conclusions can be drawn from the results. **A full statistical analysis of the results is required.**

It is extremely important that the student when asking permission of the organization to interview the management and the customers, to stress that this is a "student" project and

it makes no claims as to its accuracy and makes no recommendations to the organization's marketing strategy. The grade will be adjusted by peer evaluation.

Market Plan Project

The purpose of this project is to set up a strategic marketing plan for a **fictitious** company. This includes your company's mission statement, marketing objectives, marketing opportunities (including identification of your customer's wants and needs), marketing resources and capabilities (a S.W.O.T. analysis), marketing strategy and marketing mix elements (Price, Product, Distribution, and Promotion).

The mission statement is a long-term view of what the organization wants to become. The goals and objectives of the company should be derived from its mission. When a company decides on its mission, it really answers two questions: What is our business? and What should our business be? A mission statement gives the company a clear purpose and direction, and keeps it on track. It describes the unique aim of the company that helps differentiate it from similar competition. It keeps the company focused on the customer needs rather than its own abilities, ensuring an external focus rather than an internal focus.

Marketing objectives are the broad statements of the company's goals and objectives to be achieved through the marketing effort. These goals and objectives should be developed to carry out the company's mission.

The marketing opportunities are to be identified through environmental scanning. It's an identification of the target market and their wants and needs. It's also identifying the right combination of circumstances at the right time, allowing a firm to take action to reach a target market.

A firm's capabilities and resources relate to distinctive competencies that it has developed to do something well and efficiently. Matching distinctive competencies to the opportunities in the market creates a competitive advantage for the firm. Identifying and pursuing your competitive advantages efficiently and effectively is a key success factor for any firm.

How your firm plans to pursue its competitive advantages is your marketing strategy. It requires a complete and comprehensive marketing mix. The four major elements of a marketing mix are: product, pricing, distribution and promotion. Each element has a strategy. For example, pricing is more than setting a price. It should

be a strategy of **how** price is set and **how** it is changed in reaction to the market. You are to give **specific examples** of each portion of your marketing mix.

Remember to write this 15-page project as if you are the marketing department and developing this strategic marketing plan for the corporate office.

The same disclaimer as on the consumer survey applies - this is a “student” project and it makes no claim as to its accuracy and makes no recommendations to the organizations marketing strategy. The grade will be adjusted by peer evaluation

Peer Evaluation

Twice during the semester, once after the consumer survey, and one after the market plan, each group member will fill out a peer evaluation. The peer evaluation is based on three separate criteria. The scores from the three criteria will be averaged to adjust the two project grades. The evaluation is to be completed individually, and is to be an honest assessment of each group member’s contribution to each project.

Academic Dishonesty

Below is the policy of the School on academic dishonesty. **In this course the discipline for academic dishonesty is failure of the course.**

ANY STUDENT CAUGHT CHEATING ON EXAMS, HOMEWORK OR PROJECTS WILL RECEIVE AN **F IN THE COURSE**. THIS INCLUDES COPYING ANOTHER STUDENT'S WORK, WHETHER FROM THE CURRENT SEMESTER OR A PREVIOUS ONE. ALL CASES, EXAMS OR HOMEWORK ARE TO BE **INDIVIDUAL** EFFORTS, EXCEPT WHERE GROUPS HAVE BEEN ASSIGNED. COLLUSION ON THESE WILL BE CONSIDERED CHEATING.

附件 2---農學院森林系、食品科學系及植物醫系及管理學院企業管理系，訂定 105 學年度二技學生入學適用課程規劃案

國立屏東科技大學 森林系 二年制課程規劃表(105 學年度入學)

學年	第一學年				第二學年				總學分數
	第 一 學 期	第 二 學 期	第 一 學 期	第 二 學 期	第 一 學 期	第 二 學 期	第 一 學 期	第 二 學 期	
修 別	科 目	學分/時數	科 目	學分/時數	科 目	學分/時數	科 目	學分/時數	
必 校	通識教育講座	1/2	通識選項課程	2/2					
	通識選項課程	2/2	二技國文(國文(閱讀與寫作)(2)	2/2					
定	英語聽講練習 103	1/2	抵修)						
	生活服務教育	0/2	二技英文(大一英文(2)抵修)	2/2					
系			英語聽講練習 104	1/2					
			生活服務教育	0/2					
	樹木學	2/2	森林測量測計學	2/2	森林生態學	2/2	實務專題	1/2	
	樹木學實習	1/2	森林測量測計學實習	1/2	森林生態學實習	1/2	森林生態學	2/2	
	地理資訊系統	2/2	育林學	2/2	育林學	2/2	森林生態學實習	1/2	
	地理資訊系統實習	1/2	育林學實習	1/2	育林學實習	1/2	林場實習	1/2	
	林產學	3/3	樹木學	2/2					
			樹木學實習	1/2					
		森林經營學	2/2						
		森林經營學實習	1/2						
		林場實習	1/2						
小 計		13/19		20/28		6/8		5/8	44/63
選 修	原野體驗與技能	2/2	植物分類學	2/2	林木生態生理學	2/2	特殊環境綠化技術	2/2	
	森林氣象學	2/2	植物分類學實習	1/2	林木生態生理學實習	1/2	特殊環境綠化技術實習	1/2	
	溝通技巧	2/2	森林野生動物學	2/2	社區林業	2/2	資源遙測	2/2	
	森林土壤學	2/2	森林土壤生態學	2/2	社區林業實習	1/2	資源遙測實習	1/2	
	森林土壤學實習	1/2	植物標本採集與製作	2/2	環境教育與解說	2/2	森林遺傳與育種學	2/2	
	林業經濟概論	3/3	森林美學	2/2	環境教育與解說實習	1/2	休閒遊憩規劃與經營	2/2	
	珍稀植物保育技術	2/2	生物技術	2/2	植栽設計與配置	2/2	休閒遊憩規劃與經營實習	1/2	
	航照判釋	2/2	森林特產物開發利用	2/2	植栽設計與配置實習	1/2	生態旅遊	2/2	

	航照判釋實習 森林微生物生態	1/2 2/2	森林特產物開發利用實習 林產學 濕地植物學 濕地植物學實習 林木菌根 林木菌根實習	1/2 3/3 2/2 1/2 2/2 1/2	森林資源與環境科學	2/2	生態旅遊實習 生態系動態與功能 保育生物學 樹木健康管理 森林保護學 木質纖維化學	1/2 2/2 2/2 2/2 3/3 2/2	
小 計		19/21		25/29		14/18		25/29	83/97

- 註：1. 本系學生至少應修滿 **74** 學分始得畢業(其中必修應修 **44** 學分，選修應修 **30** 學分)。
 2. 「外語實務」每學期皆開放修課，並須於畢業前依本校「外語實務課程實施要點」規定修畢。
 3. 學生於畢業前需修習「通識教育講座」1 學分課程。各系依序開課，開課學期不固定。

國立屏東科技大學 食品科學系 二年制課程規劃表(105 學年度入學)

學年	第一學年				第二學年				總學分數	
	學期	第一學期	第二學期	學分/時數	學期	第一學期	第二學期	學分/時數		
必修	校	通識選項課程 英語聽講練習 103 生活服務教育	2/2 1/2 0/2	通識選項課程 國文(閱讀與寫作)(2) 大一英文(2) 英語聽講練習 104 生活服務教育	2/2 2/2 2/2 1/2 0/2			通識教育講座	1/2	
	院定									
	系	電腦在食品科技之應用 電腦在食品科技之應用實習 生物統計 生物統計實習 食品工程學(1) 食品微生物	2/2 1/2 2/2 1/2 3/3 3/3	食品加工(1) 食品加工實習(1) 食品法規 生物化學(2) 食品科技英文	2/2 1/2 2/2 3/3 2/2	食品衛生與安全 食品加工(2) 食品加工實習(2)	2/2 2/2 1/2			
	修定									
小計			15/20		17/21		5/6		1/2	38
選修		生物學 烘焙學 烘焙學實習 食品添加物 食品行銷 食品生物技術產業與經營 食品分析	2/2 2/2 1/2 2/2 2/2 2/2 2/2	保健食材之加工與應用 機能性食品理論與應用 應用電工與實習 食品調理技術 食品調理技術實習 食品加工自動化元件與實習(1) 物理化學	3/3 2/2 2/2 2/2 1/2 3/4 3/3	實務專題 酵素應用技術 酵素應用技術實習 食品包裝 分子生物概論 新產品開發與實習 食品機械	1/2 2/2 1/2 2/2 3/3 3/4 2/2	食品工程學(2) 食品儀器分析 食品儀器分析實驗 食品生鮮處理技術 食品生鮮處理技術實習 食品生物化學	3/3 2/2 1/2 2/2 1/2 2/2	

	食品分析實驗	2/2	微生物檢驗技術	2/2	醱酵學	2/2		
	食品品質管制	2/2	微生物檢驗技術實習	1/2	醱酵學實驗	1/2		
	營養學	2/2	食品化學	3/3	感官品評學與實習	3/4		
	食品殺菌技術	2/2	食物學原理	2/2				
	食品殺菌技術實習	1/2	食品冷凍學	3/3				
	食品微生物實驗	1/2	食品工廠管理 實務專題	2/2 1/2				
小 計		23/26		30/34		20/25		11/13 84

- 註：1. 本系學生至少應修滿 74 學分始得畢業(其中必修應修 38 學分，選修應修 36 學分)。
 2. 「外語實務」每學期皆開放修課，並須於畢業前依本校「外語實務課程實施要點」規定修畢。
 3. 學生於畢業前需修習「通識教育講座」1 學分課程。各系依序開課，開課學期不固定。

國立屏東科技大學 植物醫學系 二年制課程規劃表(105 學年度入學)

學年	第一學年				第二學年				總學分數		
	學期	第一學期		第二學期		學期	第一學期			第二學期	
修別	校	科	學分/時數	科	學分/時數	科	學分/時數	科	學分/時數	科	學分/時數
必修	校	通識教育講座	1/2	通識選項課程	2/2						
		通識選項課程	2/2	二技國文(國文(閱讀與寫作)(2)	2/2						
必修	校	英語聽講練習 103	1/2	抵修)							
		生活服務教育	0/2	二技英文(大一英文(2)抵修)	2/2						
必修	系	普通化學(1)	3/3	生物統計	2/2	農業昆蟲學(1)	2/2	植物病理學(2)	2/2		
		普通化學實驗(1)	1/2	生物統計實習	1/2	農業昆蟲學實習(1)	1/2	植物病理學實習(2)	1/2		
必修	系	普通昆蟲學	2/2	植物病原細菌學	2/2	植物病理學(1)	2/2	農業昆蟲學(2)	2/2		
		普通昆蟲學實習	1/2	植物病原細菌學實習	1/2	植物病理學實習(1)	1/2	農業昆蟲學實習(2)	1/2		
必修	系	昆蟲生態學	2/2	昆蟲分類學	2/2	農業藥劑學	2/2	植物非生物性病害	2/2		
		昆蟲生態學實習	1/2	昆蟲分類學實習	1/2	農業藥劑學實習	1/2	螞蟥學	2/2		
必修	系	植物線蟲學	2/2	植物病毒學	2/2	雜草管理	2/2	螞蟥學實習	1/2		
		植物線蟲學實習	1/2	植物病毒學實習	1/2	雜草管理實習	1/2				
必修	系	植物病原真菌學	2/2								
		植物病原真菌學實習	1/2								
小計			20/29		19/26		12/16		11/14	62	
選修	校	微生物學	2/2	園藝學	2/2	昆蟲形態學	2/2	生物技術與植物醫學	2/2		
		微生物學實習	1/2	園藝學實習	1/2	熱帶植物蟲害	2/2	植保法規及檢疫	2/2		
		植物組織培養技術	2/2	植物分類學	2/2	熱帶植物病害	2/2	生物防治	2/2		
		植物組織培養技術實習	1/2	植物分類學實習	1/2	設施作物蟲害管理	2/2	有機農業病蟲害管理	2/2		
		有害動物	2/2	生態學	2/2	設施作物病害管理	2/2	居家害蟲	2/2		
		農企業管理	2/2	資源昆蟲	2/2	植物流行病學	2/2	(擬更名為都市昆蟲學)			
		有機農業概論	2/2	農業氣象學	2/2	蟲害發生預測預報	2/2				
		昆蟲生理學	2/2	遺傳學	2/2	昆蟲系統學原理	2/2				

	植物學 植物學實習	2/2 1/2	菇蕈栽培技術 植物生理學 植物害蟲研究法實習 植物病理學研究法實習	2/2 2/2 1/2 1/2	樹木病害學 樹木蟲害學 昆蟲病理學 植物蟲害診療實習 生物化學 生物化學實驗	2/2 2/2 2/2 1/2 2/2 1/2			
小 計		17/20		20/24		26/28		10/10	73

註：1. 本系學生至少應修滿 74 學分始得畢業(其中必修應修 62 學分，選修應修 12 學分)。

2. 「外語實務」每學期皆開放修課，並須於畢業前依本校「外語實務課程實施要點」規定修畢。

3. 學生於畢業前需修習「通識教育講座」1 學分課程。各系依序開課，開課學期不固定。

國立屏東科技大學 企業管理系 二年制課程規劃表(105 學年度入學)

學年		第一學年				第二學年				總學分數
		第一學期		第二學期		第一學期		第二學期		
修別	科目	學分/時數	科目	學分/時數	科目	學分/時數	科目	學分/時數		
必修	校	通識教育講座 通識選項課程 英語聽講練習 103 生活服務教育	1/2 2/2 1/2 0/2	通識選項課程 二技國文(國文(閱讀與寫作)(2) 抵修) 二技英文(大一英文(2)抵修) 英語聽講練習 104 生活服務教育	2/2 2/2 2/2 1/2 0/2					
	系	人力資源管理 生產與作業管理 行銷管理 統計學(1) 會計學(1)	3/3 3/3 3/3 2/2 3/3	管理學 統計學(2) 財務管理	3/3 2/2 3/3	資訊管理 策略管理 校外實習(1) <u>【與實務專 題二者擇一】</u>	3/3 3/3 2/4			
小計		18/22		15/18		8/10			41	

國立屏東科技大學 農園系產學攜手專班 四年制課程規劃表(105 學年度入學適用)

學 年		第 一 學 年				第 二 學 年			
學 期		第 一 學 期		第 二 學 期		第 一 學 期		第 二 學 期	
修 別	校	科 目	學分/時數	科 目	學分/時數	科 目	學分/時數	科 目	學分/時數
必 校	定	通識選項課程	2/2	通識選項課程	2/2	通識教育講座(註 3)	1/2	通識選項課程	2/2
		國文(閱讀與寫作)(1)	2/2	國文(閱讀與寫作)(2)	2/2	通識選項課程	2/2		
		大一英文(1)	2/2	大一英文(2)	2/2				
		英語聽講練習 101	1/2	英語聽講練習 102	1/2				
		大一體育(1)	1/2	大一體育(2)	1/2				
		外語實務(註 2)	0/0						
	院 定	普通化學(1)	3/3					生物統計	2/2
		普通化學實驗(1)	1/2					生物統計實習	1/2
修 定	系	植物學	2/2	園藝學	2/2	植物生理學	3/3	果樹學	2/2
		植物學實習	1/2	作物學	2/2	植物生理學實驗	1/2	果樹學實習	1/2
				植物繁殖技術	2/2	花卉學	2/2	土壤與肥料	2/2
				植物繁殖技術實習	1/2	花卉學實習	1/2	土壤與肥料實習	1/2
				有機化學	2/2	蔬菜學	2/2	生物化學	2/2
				有機化學實驗	1/2	蔬菜學實習	1/2	生物化學實驗	1/2
						校外實習	1/160hr.		
小 計			15/19		18/22		14/17		14/18
選 修	小 計	農業機械	2/2	農業氣象學	2/2	有機農業概論	3/3	食藥用菌菇栽培	2/2
		農業機械實習	1/2	作物分類學	2/2	景觀植物	2/2	食藥用菌菇栽培實習	1/2
		生態學	2/2	作物分類學實習	1/2	景觀維護與管理	2/2	造園學	2/2
		微生物學	2/2			香草科學	2/2	造園學實習	1/2
		微生物學實習	1/2			香草科學實習	1/2		
小 計			8/10		5/6		10/11		6/8

國立屏東科技大學 農園系產學攜手專班 四年制課程規劃表(105 學年度入學適用)

學 期	第 三 學 年			第 四 學 年			學 分 總 計	
	第 一 學 期	第 二 學 期	第 三 學 期	第 一 學 期	第 二 學 期	第 三 學 期		
修 別	科 目	學分/時數	科 目	學分/時數	科 目	學分/時數	科 目	學分/時數
必 校 定 院 定 系	通識選項課程	2/2	通識選項課程 憲法	2/2 2/2				
	生物技術 作物病害管理與診斷技術 作物病害管理與診斷技術實習 特用作物學 特用作物學實習 校外實習	2/2 2/2 1/2 2/2 1/2 1/160hr.	作物蟲害管理與診斷技術 作物蟲害管理與診斷技術實習 遺傳學 遺傳學實習 農園產品處理學 農園產品處理學實習 糧食作物學 糧食作物學實習	2/2 1/2 2/2 1/2 2/2 1/2 2/2 1/2	專題討論 作物育種學 作物育種學實習 農園藝場實習(1)	1/2 3/3 1/2 2/4	農業經營 專題討論 農園藝場實習(2)	2/2 1/2 2/4
修 定								
小 計		11/12		16/20		7/11		5/8

選	設施園藝	2/2	植物生物技術	2/2	草坪管理	2/2	植物組織培養技術	2/2	
	設施園藝實習	1/2	植物生物技術實習	2/4	草坪管理實習	1/2	植物組織培養技術實習	1/2	
	作物營養管理與診斷技術	2/2	經濟果樹	2/2	經濟蔬菜生產	2/2	特藥用作物之利用	2/2	
	作物營養管理與診斷技術實習	1/2	經濟果樹實習	1/2	園藝種苗生產技術	2/2	特藥用作物之利用實習	1/2	
	熱帶亞熱帶果樹學	2/2	植物生長調節劑應用	2/2	園藝種苗生產技術實習	1/2	花卉利用	2/2	
	熱帶亞熱帶果樹學實習	1/2	植物分子檢測技術	2/2	作物生理	2/2	花卉利用實習	1/2	
	有機質肥料生產	2/2	植物分子檢測技術實習	1/2	蘭花栽培	2/2	園藝作物產期調節	2/2	
	有機質肥料生產實習	1/2	生物資訊學導論	2/2	蘭花栽培實習	1/2	作物有機栽培	2/2	
	造園技術	2/2	景觀工程	2/2	休閒農業	2/2	作物有機栽培實習	1/2	
	造園技術實習	1/2	景觀工程實習	1/2	景觀設計	2/2	景觀規劃	2/2	
	觀賞植物生產技術	2/2			景觀設計實習	1/2	景觀規劃實習	1/2	
	觀賞植物生產技術實習	1/2			蔬菜育種	2/2			
修					有機農業之土壤管理	2/2			
					有機農業之土壤管理實習	1/2			
小計		18/24		17/22		23/28		17/22	

- 註：1. 本系學生至少應修滿 130 學分始得畢業(其中必修應修 100 學分，選修應修 30 學分)。
2. 「外語實務」每學期皆開放修課，並須於畢業前依本校「外語實務課程實施要點」規定修畢。
3. 學生於畢業前需修習「通識教育講座」1 學分課程。各系依序開課，開課學期不固定。
4. 通識選項課程:人文學科(永久碼:01264) ○門；社會科學(永久碼:01265)：○門；自然與生命科學(永久碼:01266)：○門；數理與應用科學(永久碼: 01267)：○門

生物活性成分產與評估學分學程

生物活性成分產與評估學分學程摘要表

學程名稱	生物活性成分產與評估學分學程
學程執行單位	農學院生物科技系、食品科學系
學程執行期間	105/8/1~108/7/31
學程宗旨與特色	<p>生技領域涵蓋範圍廣，一般生技相關科系的課程提供廣泛的教學內容，以啟發並兼顧對各領域具有興趣學生的學習需求，然而相關課程直接與特定生技產業的人才需求的契合銜接較不易。屏東農業科學園區在產官學研各單位努力下，逐漸吸引更多廠商進駐，對人才的需求也與日俱增，因此本校農學院與大江生醫股份有限公司合作開立「生物活性成分產與評估學分學程」，藉由建立完整產學密切合作，培養生技領域中生物活性成分產製人才與縮短產學間學用落差，讓農學院相關科系學生能學習產業需求專業知識，並藉由學程實習課程增進實務技能，瞭解產業運作管理模式，提早進行職涯就業規劃，讓產業與學界的人才培育達成無縫接軌目標。</p>
學程合作企業	大江生醫股份有限公司
合作企業配合事項	<p>合作廠商之業師與學程執行科系共同規畫課程。 合作廠商之業師與科系共同甄選與指導學生。 合作廠商於實習期間補貼學生津貼與保險。</p>
學程教育目標與核心能力	<p>教育目標：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.使學生具有現代生物科技之學養。 2.使學生獲得紮實之生物科技基礎課程訓練。 3.使學生兼具生物科技理論與實作之素養。 4.增進學生產業實務技能 <p>核心能力：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.具備活性成分萃取技術與功效評估能力。 2.具備活性成分調配與產品開發能力。 3.具備生技實務技能與品保管理的能力。 4.具備生物技術應用與吸收科技新知的能力。
學程規劃與修業規定	<p>選修資格：本校農學院下各系大學部各年級學生。 登記選讀：開學兩週內，於教務處「學分學程」網頁下填寫申請單，列印出紙本後，到農學院院長室進行登記簽核，再將申請表繳回教務處課務組即可。 修習學分：學程修習學分之專業課程須修習 11 學分以上，實務課程須 11 學分，共計至少 22 學分。 修業規定：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.學生得依學則規定申請延長修業年限，以二年為限。 2.修習本學程之學生每學期所修學分之上下限，仍依本校學則相關規定辦理，其學程科目成績須併入學期成績計算。選修本學程之學分是否得併

	入畢業學分，依各系規定辦理。 修畢規定： 修完規定學分數後，須於畢業當年度七月中旬，到農學院院長辦公室申請修畢證明，經審核通過後由本校發給修畢證明書。
修業學分數	22
承辦人連絡方式	農學院 洪舒苾 08-7703202 分機 8333

一、學程開設背景

鑑於技職教育之良窳，攸關國家經濟發展。國家急需於技職體系培育技術之人才，但科受限於科技大學師資實務經驗不足，課程偏重理論，學生產學連結不夠深化，以致所培育之人才，學用落差仍大。因此，教育部自 99 年起規畫推動第一期技職教育再造計畫，優先辦理「教師赴公民營機構研習服務」、「遴聘業界師協同教學」及「落實學生校外實習」等 3 項措施，並累積卓越成果。教育部於 101 年度開始實施技職再造第二期以深化產學鏈結，培育實務人才為目標。

教育部依臺灣整體環境與社會需求變化，提出第二期技職教育再造計畫。提出三大目標與六大面向如下表一，合計共 35 項推動措施，各項策略務求從點至面，深耕落實，逐步逐階段執行。本校在**典範科技大學與教學卓越大學**計畫經費獎助下，研發處、教務處、學務處、就輔室、進修部等各單位與農學院系所全面動員據此精神進行各項調整，以符合**技職再造第二期**方案為「強化產業人才培訓」，並將「結合產業需求，改進技職教育」列為人才培育面向的重要策略作為。

技職再造三大目標與六大面向

三大目標

制度調整:	政策統整、系科調整、實務選才
課程活化:	課程彈性、設備更新、實務增能
就業促進:	就業接軌、創新創業、證能合一

六大面向

目標面向	● 以「務實致用」為目標導向，培育具有實務能力、就業競爭力之實用技術人才。
師資面向	● 聘任業師至技職院校協同教學。 ● 鼓勵技職院校專業科目教師遴選具實務經驗者。 ● 業師合作共編撰實務教材。
課程面向	● 建置技職課程及教材銜接產業需求之彈性機制。 ● 推動系科依其後自我定位與產業夥伴共同建置課程、推動跨學院學位學程及實習。 ● 辦理創新創業課程。
教學面向	● 落實學生實習，包含校內外及海外公司見習與實務學習。 ● 辦理高職生職場體驗
學生實習	● 落實技職教育宣導及國中生的體驗學習活動。 ● 建置學生職涯探索歷程檔案。

設備面向

- 培訓國高中職教師職涯規畫種子教師等。
 - 更新技職院校教學設備。
 - 更新區域教學中心設備。
 - 獎勵設業界捐贈教學設備
-

雖上述 2 期計畫中，無論是在目標、內容、策略和質量評估指標的規畫，均以臻完備，然整體而言，過去技職院校各類實習產學專班仍僅限於系所內運作，而且以產學攜手專班為例，由高職端至四技畢業需要 7 年以上的時間方能完成人才培育。為強化畢業生就業力，加速人才培育速度，國立屏東科技大學農學院與農科大江生醫股份有限公司開設整合性課程，規劃**大江生醫-生物活性成分產與評估學分學程**，藉由實務課程機制、增能教師實務專業、整合職涯輔導一貫化，整體提升學生畢業就業力，培育符合產業需求之專業技術人才，使產學人才培育無縫接軌。依其規劃希能達成促進學生就業能力，使技專院校都具有立即就業之能力、強化技職體系實務致用能力，與產業需求切合連結，充份提供產業發展之人力需求、明確定位技職教育，發揮人才教育功能，改變技職教育於社會的刻板印象。

二、學程開設宗旨與特色

生技領域涵蓋範圍廣，一般生技相關科系的課程提供廣泛的教學內容，以啟發並兼顧對各領域具有興趣學生的學習需求，然而相關課程直接與特定生技產業的人才需求的契合銜接較不易。屏東農業科學園區在產官學研各單位努力下，逐漸吸引更多廠商進駐，對人才的需求也與日俱增，因此本校農學院與大江生一股份有限公司合作開立「生物活性成分產與評估學分學程」，藉由建立完整產學密切合作，培養生技領域中生物活性成分產製人才與縮短產學間學用落差，讓農學院相關科系學生能學習產業需求專業知識，並藉由學程實習課程增進實務技能，瞭解產業運作管理模式，建立就業管道，讓學生提早進行職涯就業規劃，並讓產業與學界的人才培育達成無縫接軌目標。

三、合作企業應配合事項

合作機構「大江生醫股份有限公司」(簡稱大江生醫)，為股票上櫃公司(代碼:8436)，資本額 3.94 億。隨著保健觀念的提升，以及高齡人口的增加，全球保健品市場已成為一般民眾平日的營養補充品之一，故使保健食品市場成長快速，大江生醫的營業額也逐年成長，以 2013 年為例，已達 14 億以上，未來幾年也將隨著廠場增加，而持續成長。根據資料顯示，2010 年台灣保健食品市場規模為 840 億元，預估 2011 年將突破 900 億元，未來 3 年年成長率將達 10% 以上；而全球保健食品市場規模，估計 2010~2014 年年複合成長率將達 6.4%。大江生醫主要業務是研發與生產保健品、美容保養品及飲料有效添加物等，截至 2012 年營收比重最高的為保健食品，約佔 83.6%，其次是美容保養品，約佔 11.8%。保健食品包含軟硬膠囊、錠劑、粉劑、茶包、油式硬膠、腸溶微粒、機能性飲品及緩釋微粒劑型飲品等多種機能性食品劑型；美容保養品則包括基礎清潔、保養、修護、滋潤等產品開發及品牌性包裝設計等。大江生醫在台灣現有五股廠(膠囊錠劑廠)與屏東農科廠(機能性飲品廠)，其中，五股廠主要以生產食品錠劑、膠囊及粉劑包為主；農科廠則以生產機能性飲料為主，公司還規劃於屏東設立自有膠原蛋白生產基地，並將台北廠遷移並整併農科廠，建設大型物流中心。海外部份，於大陸地區擁有海南廠(前置處理工廠)、上海閩行廠(食品包裝廠)，以及日本(保養品工廠)等，目前也在大陸金山籌設兩座新廠，以直接供應大陸市場。大江旗下子公司為「台灣第一新藥」及「大江基因醫學」，其中「台灣第一新藥」是公司為

擴大市場，將原料銷售部門切割，在屏東農業生物技術園區設立的 100% 控股子公司，該公司擁有 9 千坪廠房、研究室及建構中的發酵萃取廠房，未來預計將擴建自有的生物及綠能培養室，致力於新型機能保健原料及生物試劑開發。因此，隨著公司營業規模的增加，對於人才的需求將逐漸增加，因此，若能透過學程的機制，與學校共同教育與訓練人才，不但可有規劃地進行公司人才培訓，更能獲得好人才，有助公司在如競爭激烈的保健商品市場保持高度競爭力。合作企業針對本學程的開設，除投入業師共同參與課程規劃及授課外，合作企業之業師亦參與學生學生之甄選與指導，同時提供給予學程學生校外實習機會並於實習期間補貼學生津貼與保險。

四、學程教育目標與核心能力

教育目標：

1. 使學生具有現代生物科技之學養。
2. 使學生獲得紮實之生物科技基礎課程訓練。
3. 使學生兼具生物科技理論與實作之素養。
4. 增進學生產業實務技能

核心能力：

1. 具備活性成分萃取技術與功效評估能力。
2. 具備活性成分調配與產品開發能力。
3. 具備生技實務技能與品保管理的能力。
4. 具備生物技術應用與吸收科技新知的能力。

五、學程規劃與修業規定

課程規劃

生物科技系、食品科學系與大江生醫股份有限公司雙方共同檢視現有課程後，將現有與將開設課程納入學程的課程規劃中，學程課程分成二大類型分別為專業課程與實務課程(附件一與附件二)。在整個課程中，由於招生的學員來源為校內農學院學生，考量各系所開課種類、學員興趣的差異、不影響學生畢業時程與合作廠商人力背景不單一化等因素，因此，各系採用較彈性的作法將規劃於學程中的課程與合計學分數數量多於取得學程資格，各系專業課程須修習至少 11 學分，並且完成 11 學分實務課程，總計符合學程最低門檻並合計超過 22 學分，即可由本校農學院製發學分學程證書給修畢的學員。

此外，大四同學若原先在專業課程學分已接近滿足，只要加修實務課程中之職能訓練課程，並於大江生醫股份有限公司完成校外實習即可取得學程證明。

選讀資格與辦法

本學程選修資格為本校農學院下各系大學部各年級學生。選讀學程之學生請在開學兩週

內，於教務處「學分學程」網頁下填寫申請單，列印出紙本後，到農學院院長室進行登記簽核，再將申請表繳回教務處課務組即可。

修習學分：

學程修習學分之專業課程須修習 11 學分以上，實務課程須 11 學分，共計至少 22 學分。

修業規定：

學生得依學則規定申請延長修業年限，以二年為限。修習本學程之學生每學期所修學分之上下限，仍依本校學則相關規定辦理，其學程科目成績須併入學期成績計算。選修本學程之學分是否得併入畢業學分，依各系規定辦理。

修畢規定：

修完規定學分數後，須於畢業當年度七月中旬，到農學院院長辦公室申請修畢證明，經審核通過後由本校發給修畢證明書。

附件一

生物活性成分產與評估學程學分規劃(生物科技系部分)

類別	課程名稱	學分	修課 學期	狀態		說明
				已開設	待開設	
專業課程 (修讀滿 11 學分以上) ¹						
	普通化學(1)	3	一上	●		
	普通化學實驗(1)	1	一上	●		
	分析化學	2	一下	●		
	分析化學實驗	1	一下	●		
	生物學(1)	3	一上	●		
	生物學實驗(1)	1	一上	●		
	細胞生物學	3	二上	●		
	生物化學(1)	3	二下	●		
	微生物學	3	二下	●		
	微生物學實驗	1	二下	●		
	生物化學(2)	3	三上	●		
	分子生物學	2	三下	●		
	生物技術與生技產業	2	四上	●		
實務課程 (修讀滿 11 學分) ²						
	職能訓練	2	三上	●		業師參與授課
	生技實務(1)(2)(3)	9	四下	●		業師參與授課

備註:

1.專業課程：須修滿 11 學分以上

2.實務課程：需修讀滿 11 學分。生技實務(1)(2)(3)需完成 9 學分的全學期實習，且必須於大江生醫指定廠區進行。

說明:

◆學分學程證明由農學院發給。

◆學員必取得 11 學分(含)以上專業課程與 11 學分實務課程方能取得學分學程證明。

附件二

生物活性成分量產與評估學程學分規劃(食品科學系部分)

類別	課程名稱	學分	修課 學期	狀態		說明
				已開設	待開設	
專業課程 (修讀滿 11 學分以上) ¹						
	普通化學(1)	3	一上	●		
	普通化學實驗(1)	1	一上	●		
	食品加工(1)	2	一下	●		
	食品加工實習(1)	1	一下	●		
	食品科學概論	2	一下	●		
	分析化學	2	二上	●		
	分析化學實驗	1	二上	●		
	微生物學	3	二下	●		
	微生物學實驗	1	二下	●		
	生物化學(1)	3	二下	●		
	生物化學實驗	1	二下	●		
	食品分析	2	三上	●		
	食品微生物學	3	三上	●		
	食品化學	3	三下	●		
	食品法規	2	三下	●		
實務課程 (修讀滿 11 學分) ²						
	職能訓練	2	三上	●		業師參與授課
	校外實習	9	四下	●		業師參與授課

備註:

1.專業課程：須修滿 11 學分以上

2.實務課程：需修讀滿 11 學分。校外實習需完成 9 學分的全學期實習，且必須於大江生醫指定廠區進行。

說明:

◆學分學程證明由農學院發給。

◆學員必取得 11 學分(含)以上專業課程與 11 學分實務課程方能取得學分學程證明。

國立屏東科技大學農學院「樹木醫學學程」設置及修讀要點

000 年 0 月 00 日農學院 000 學年度第 0 學期第 0 次院務會議通過

000 年 00 月 00 日 000 學年度第 0 學期教務會議通過

- 一、本院鑑於樹木醫學之重要性與日俱增，為強化本校學生對樹木醫學之基礎專業訓練，並提升植栽綠美化、樹木醫學管理產業服務之水準，特依本校學程設置辦法訂定本要點。
- 二、凡本校學生皆可申請修讀本學程。
- 三、學生需修滿規定之所有課程，方可取得修讀學程證明，學程之課程規劃另訂之。
- 四、學生修習本學程各科目之學分數，併入每學期修習之學分數上限及各系規定之畢業最低總學分數。
- 五、修讀本學程之學生其修業年限不得延長，若修業年限屆滿而其主系應修最低畢業學分內，如有非必修之選修學分不足時，可以本學程學分數補足，以取得畢業資格。若學生已修畢本系應修畢業學分數，但尚未修畢學程課程時，得向註冊組申請延修，然亦不得超逾其修業年限。
- 六、學生修畢本學程應修課程且成績及格者，應於每學期期末考後 10 天內出具歷年成績單向本學院申請學程審核，經本院學程委員會審核通過後，核發『樹木醫學學程』證明書。
- 七、學生於規定修業年限屆滿但未修足本學程之學分，不得申請發給任何證明，但若修畢本學程學分(經審核通過後)而本系畢業學分未修畢之學生退轉學時，得在修業證明書或轉學證明書加註『樹木醫學學程』名稱。
- 八、本辦法如有未盡事宜，悉依本校學則及相關法令之規定辦理。
- 九、本辦法經本校教務會議通過後實施，修正時亦同。

國立屏東科技大學農學院「樹木醫學學程」必選修科目表

經 000 年 0 月 00 日農學院 000 學年度第 0 學期第 0 次院務會議通過

經 000 年 00 月 00 日 000 學年度第 0 學期教務會議通過

課程種類	科目名稱	修別	學分	課程原開設系所及學期	備註
基礎課程 4 學分	生態學	必	2	農學院一年級下學期	
	植物學	必	2	農學院一年級或二年級學期	
專業必修課程 8 學分	樹木學(1)	必	2	森林系二年級上學期	
	植物病理學(1)	必	2	植醫系三年級上學期	農園系之 「作物病 害管理技 術」可抵 免該課程
	農業昆蟲學(1)	必	2	植醫系三年級上學期	農園系之 「作物病 害管理技 術」可抵 免該課程
	樹木修剪與維護	必	2		新開課程
專業選修課程 8 學分	土壤與肥料	選	2	植醫系二年級上學期 (建議放入選修)	
	育林學	選	2	森林系二年級下學期、 三年級上學期	
	森林土壤學	選	2	森林系二年級上學期	
	林木生態生理學	選	2	森林系三年級上學期	
	植栽設計與配置	選	2	森林系三年級上學期	
	農業藥劑學	選	2	植醫系三年級上學期	
	樹木病害學	選	2	植醫系四年級上學期	
	樹木蟲害學	選	2	植醫系四年級上學期	
樹木健康與風險評估	選	2		新開課程	

國立屏東科技大學 植物醫學系 碩士班課程規劃表(106 學年度入學)

學年	第一學年				第二學年				學分總計
	第一學期		第二學期		第一學期		第二學期		
學期	科目	學分/時數	科目	學分/時數	科目	學分/時數	科目	學分/時數	
必修 (植物醫學組)	專題討論	1/2	專題討論	1/2	專題討論	1/2	專題討論	1/2	
	文獻選讀	1/1	文獻選讀	1/1	碩士論文	3/3	碩士論文	3/3	
	試驗設計及數據分析	2/2	植物醫學特論	2/2					
小計		4/5		4/5		4/5		4/5	16
必修 (臨床植物醫師組)	植物病害診斷與檢疫技術	2/2	專題討論	1/2	植醫實習(新增)	4/8	專題討論	1/2	
	植物害蟲鑑定與檢疫技術	2/2	碩士論文	3/3	碩士論文	3/3	植物害物防治處方(新增)	2/2	
			農藥毒理學	2/2					
			有害生物綜合管理特論	2/2					
小計		4/4		8/9		7/11		3/4	22

選 (植物醫學組) 修	高等植物病理學(輪授)	3/3	植物流行病學	2/2	植物病害診斷與檢疫技術	2/2	農業發展與國際合作	4/4	
	植物病原學特論	2/2	血清學技術	2/2	昆蟲生態學特論	2/2	昆蟲系統學原理	2/2	
	植物檢疫防疫法規	2/2	生物防治特論	2/2	昆蟲行為學特論	2/2			
	植物抗病育種	2/2	熱帶作物病害特論	2/2	農藥毒理學	2/2			
	電顯技術	2/2	昆蟲分類與演化	2/2	植物害蟲鑑定與檢疫技術	2/2			
	高等昆蟲學(輪授)	3/3	蟲害發生與預測	2/2	雜草管理學特論	2/2			
	植物抗蟲育種	2/2	熱帶作物蟲害特論	2/2	有害生物綜合管理特論	2/2			
	蝻蟬學特論	2/2	植物病毒學特論	2/2	數值分類學	2/2			
	高等昆蟲生理學	2/2	植物病原細菌與植物交互作用	2/2	分子植物醫學	2/2			
	植物病原真菌學特論	2/2	植物病原線蟲特論	2/2					
菇蕈學特論	2/2								
昆蟲分子遺傳學	2/2								
小計		26/26		20/20		18/18		6/6	70
選 (臨床植物醫師組) 修	高等植物病理學(輪授)	3/3	植物流行病學	2/2	昆蟲生態學特論	2/2	農業發展與國際合作	4/4	
	植物病原學特論	2/2	血清學技術	2/2	昆蟲行為學特論	2/2	昆蟲系統學原理	2/2	
	植物檢疫防疫法規	2/2	生物防治特論	2/2	雜草管理學特論	2/2			
	植物抗病育種	2/2	熱帶作物病害特論	2/2	數值分類學	2/2			
	電顯技術	2/2	昆蟲分類與演化	2/2	分子植物醫學	2/2			
	高等昆蟲學(輪授)	3/3	蟲害發生與預測	2/2					
	植物抗蟲育種	2/2	熱帶作物蟲害特論	2/2					
	蝻蟬學特論	2/2	植物病毒學特論	2/2					
	高等昆蟲生理學	2/2	植物病原細菌與植物交互作用	2/2					
	植物病原真菌學特論	2/2	植物病原線蟲特論	2/2					
菇蕈學特論	2/2								
昆蟲分子遺傳學	2/2								
小計		26/26		20/20		10/10		6/6	62

註：本系學生至少應修滿 30 學分始得畢業(其中植物醫學組必修應修 16 學分，選修應修 14 學分；
臨床植物醫師組必修應修 22 學分，選修應修 8 學分)

國立屏東科技大學管理學院教育目標與核心能力 (修正草案)

經 98.05.19 97 學年度第 2 學期第一次院務會議通過
經 98.10.07 98 學年度第 1 學期校課程委員會議審議通過
經 98.10.28 98 學年度第 1 學期教務會議審議通過
經 100.10.12 100 學年度第 1 學期院課程會議審議通過
經 100.10.19 100 學年度第 1 學期校課程委員會議審議通過
經 100.11.01 100 學年度第 1 學期教務會議審議通過
經 102.03.18 101 學年度第 2 學期院課程會議審議通過
經 102.03.20 101 學年度第 2 學期校課程委員會議審議通過
經 102.04.25 101 學年度第 2 學期教務會議審議通過
經 105.10.04 105 學年度第 1 學期院課程會議審議通過

管理學院依本校全人化、專業化、國際化之教育目標以及以農立校的特性，訂定下列教育目標：

培育學生成為理論與實務並重之專業經營管理人才。

依上述教育目標，管理學院訂定下列教育核心能力：

大學部核心能力

1. 基本經營管理知識能力。
2. 問題解決與溝通能力。
3. 專業與實務應用能力。
4. 社會責任與專業倫理之能力。

碩士班核心能力

1. 進階經營管理知識與能力。
2. 獨立思考與解決問題之能力。
3. 專業創新與理論實務結合之能力。
4. 社會責任與專業倫理之能力。

國立屏東科技大學 餐旅管理系 碩士班課程規劃表(106 學年度入學適用)

學年	第一學年				第二學年				學分總計
	第一學期		第二學期		第一學期		第二學期		
修別	科目	學分/時數	科目	學分/時數	科目	學分/時數	科目	學分/時數	
必修	研究方法	3/3	數量分析方法	3/3	碩士論文	3/3	碩士論文	3/3	
	<u>餐旅專題研討(1)</u>	1/2	餐旅專題研討(1) <u>餐旅專題研討(2)</u>	1/2	餐旅專題研討(2) <u>餐旅專題研討(3)</u>	1/2	餐旅專題研討(3)		
小計		3/3		4/5		4/5		4/5	15
選修	餐飲管理研究	3/3	餐旅產業當代議題研究	3/3	餐旅行銷管理研究	3/3	餐旅財務管理研究	3/3	
	餐旅資訊管理研究	3/3	餐旅人力資源管理研究	3/3	餐旅策略管理研究	3/3	餐旅文創研究	3/3	
	旅館管理研究	3/3	餐旅服務品質管理研究	3/3	民宿經營管理研究	3/3	餐旅產業個案研究	3/3	
	餐飲技術研發專題	3/3	餐旅業連鎖經營管理研究	3/3	海外研修	3/3			
				質性研究	3/3				
小計		12/12		15/15		12/12		9/9	48

註：1.本系碩士班學生至少應修滿 36 學分始得畢業(其中必修應修 15 學分，選修應修 21 學分)

- 2.本系碩士班學生(含在職生)除碩士論文外，應於畢業前於海內外舉辦之國際學術研討會中以外語發表至少一篇(口頭或海報)始得畢業。
- 3.非餐旅相關科系畢業者需於大學部補修本系核心課程「旅館管理」或「餐廳管理」2選1。
- 4.本系碩士班一般生須於畢業前提出餐旅業界實習證明 300 小時始得畢業業。

附件 9--追認時尚管理系產專班 104-105 學年度課程規劃表修訂案

產學攜手時尚設計專班 104 學年度課程修訂對照表

學年	第 一 學 年							
學期	第 一 學 期				第 二 學 期			
修別	科 目	學分/ 時數	科 目 (修 訂)	學分/ 時數 (修訂)	科 目	學分/ 時數	科 目 (修 訂)	學分/ 時數 (修訂)
必	通識選項課程	2/2	通識選項課程	2/2	通識選項課程	2/2	通識選項課程	2/2
	國文(閱讀與寫作)(1)	2/2	國文(閱讀與寫作)(1)	2/2	國文(閱讀與寫作)(2)	2/2	國文(閱讀與寫作)(2)	2/2
	大一英文(1)	2/2	大一英文(1)	2/2	大一英文(2)	2/2	大一英文(2)	2/2
	英語聽講練習 101	1/2	英語聽講練習 101	1/2	英語聽講練習 102	1/2	英語聽講練習 102	1/2
	大一體育(1)	1/2	大一體育(1)	1/2	大一體育(2)	1/2	大一體育(2)	1/2
	外語實務(註 2)	0/0	外語實務(註 2)	0/0	會計學(1)	3/3	會計學(1)	3/3
	管理學	3/3	管理學	3/3	服裝畫	3/3	服裝畫	3/3
	經濟學(1)	3/3	經濟學(1)	3/3	美髮造型與實務	3/4	<u>美髮造型</u>	<u>2/2</u>
	色彩學與實習	3/4	<u>色彩學</u>	<u>2/2</u>	服裝材料學與實驗	3/4	<u>美髮造型實務</u>	<u>1/2</u>
	基礎設計概論	3/3	<u>色彩學實習</u>	<u>1/2</u>	服飾行銷學	3/3	<u>服裝材料學</u>	<u>2/2</u>
	美容造型與實務	3/4	基礎設計概論	3/3			<u>服裝材料學實驗</u>	<u>1/2</u>
修			<u>美容造型</u>	<u>2/2</u>			服飾行銷學	3/3
			<u>美容造型實務</u>	<u>1/2</u>				
小計		23/27		23/27		23/27		23/27
修 選	時尚美學	3/3	時尚美學	3/3	時尚設計史	2/2	時尚設計史	2/2
小計		3/3		3/3		2/2		2/2

產學攜手時尚設計專班 104 學年度課程修訂對照表

學年	第 二 學 年							
學期	第 一 學 期				第 二 學 期			
修別	科 目	學分/ 時數	科 目 (修 訂)	學分/時數 (修訂)	科 目	學分/ 時數	科 目 (修 訂)	學分/時數 (修訂)
必	通識選項課程	2/2	<u>通識教育講座(註3)</u>	<u>1/2</u>	通識選項課程	2/2	通識選項課程	2/2
	憲法	2/2	通識選項課程	2/2	統計學(2)	2/2	統計學(2)	2/2
	統計學(1)	2/2	<u>憲法</u>	<u>2/2</u>	創意彩妝學與實習	3/4	<u>創意彩妝學</u>	<u>2/2</u>
	電子計算機概論	0/2	統計學(1)	2/2	服飾商品企劃	3/3	<u>創意彩妝學實習</u>	<u>1/2</u>
	人體工學	3/3	電子計算機概論	0/3			服飾商品企劃	3/3
	服裝設計與實習	3/4	人體工學	3/3				
	時尚彩妝設計與實習	3/4	<u>服裝設計</u>	<u>2/2</u>				
	消費者行為學	3/3	<u>服裝設計實習</u>	<u>1/2</u>				
			<u>時尚彩妝設計</u>	<u>2/2</u>				
			<u>時尚彩妝設計實習</u>	<u>1/2</u>				
			消費者行為學	3/3				
小計		18/22		<u>17/22</u>		10/11		10/11
選	電腦輔助成衣設計打版與實習	3/4	<u>電腦輔助成衣設計打版</u>	<u>2/2</u>	品牌經營管理	3/3	品牌經營管理	3/3
	流行飾品設計與應用	3/4	<u>電腦輔助成衣設計打版實習</u>	<u>1/2</u>	時尚專業英文	2/2	時尚專業英文	2/2
	電腦輔助設計與實習	3/4	流行飾品設計與應用	3/3	服務業管理	3/3	服務業管理	3/3
	創意染色設計與應用及實習	3/4	<u>電腦輔助設計</u>	<u>2/2</u>	高科技織品研發與實習	3/4	<u>高科技織品研發</u>	<u>2/2</u>
	藝術美甲設計與實務	3/4	<u>電腦輔助設計實習</u>	<u>1/2</u>	特殊功能性服裝設計與實習	3/4	<u>高科技織品研發實習</u>	<u>1/2</u>
	進階髮型設計與實習	3/4	<u>創意染色設計與應用</u>	<u>2/2</u>	網路行銷經營與管理與實習	3/4	<u>特殊功能性服裝設計</u>	<u>2/2</u>
			<u>創意染色設計與應用實習</u>	<u>1/2</u>	織品整理學與實習	3/4	<u>特殊功能性服裝設計實習</u>	<u>1/2</u>
			<u>藝術美甲設計</u>	<u>2/2</u>	立體裁剪與實習	3/4	<u>網路行銷經營與管理</u>	<u>2/2</u>
			<u>藝術美甲設計實務</u>	<u>1/2</u>	服裝構成學與實習(1)	3/4	<u>網路行銷經營與管理實習</u>	<u>1/2</u>
			<u>進階髮型設計</u>	<u>2/2</u>			<u>織品整理學</u>	<u>2/2</u>
			<u>進階髮型設計實習</u>	<u>1/2</u>			<u>織品整理學實習</u>	<u>1/2</u>
							<u>立體裁剪</u>	<u>2/2</u>
							<u>立體裁剪實習</u>	<u>1/2</u>
							<u>服裝構成學(1)</u>	<u>2/2</u>
							<u>服裝構成學實習(1)</u>	<u>1/2</u>
小計		18/23		18/23		26/32		26/32

產學攜手時尚設計專班 104 學年度課程修訂對照表

學年	第 三 學 年							
學期	第 一 學 期				第 二 學 期			
修別	科 目	學分/ 時數	科 目 (修 訂)	學分/ 時數 (修訂)	科 目	學分/ 時數	科 目 (修 訂)	學分/ 時數 (修訂)
必修	通識選項課程 流行產業研究法	2/2 3/3	通識選項課程 流行產業研究法	2/2 3/3	通識選項課程 實務專題	2/2 2/2	通識選項課程 <u>憲法</u> 實務專題	2/2 <u>2/2</u> 2/2
小計		5/5		5/5		4/4		6/6
選修	織品品質鑑定學與實習 美姿美儀 時尚商品陳列與實習 服裝構成學與實習(2) 創意髮型 成衣打版與實習 整體造型設計與實習	3/4 2/2 3/4 3/4 3/3 3/4 3/4	<u>織品品質鑑定學</u> <u>織品品質鑑定學實驗</u> 美姿美儀 <u>時尚商品陳列</u> <u>時尚商品陳列實習</u> <u>服裝構成學(2)</u> <u>服裝構成學實習(2)</u> 創意髮型 <u>成衣打版</u> <u>成衣打版實習</u> <u>整體造型設計</u> <u>整體造型設計實習</u>	<u>2/2</u> <u>1/2</u> 2/2 <u>2/2</u> <u>1/2</u> <u>2/2</u> <u>1/2</u> 3/3 <u>2/2</u> <u>1/2</u> <u>2/2</u> <u>1/2</u>	多媒材表現技法 民族織品服飾創新設計與實習 時尚展演規劃實務與實習 生產作業與管理 時尚產業經營與管理 特效彩繪設計與實習	3/3 3/4 3/4 3/3 3/3 3/4	多媒材表現技法 <u>民族織品服飾創新設計</u> <u>民族織品服飾創新設計實習</u> <u>時尚展演規劃實務</u> <u>時尚展演規劃實務實習</u> 生產作業與管理 時尚產業經營與管理 <u>特效彩繪設計</u> <u>特效彩繪設計實習</u>	3/3 <u>2/2</u> <u>1/2</u> <u>2/2</u> <u>1/2</u> 3/3 3/3 <u>2/2</u> <u>1/2</u>
小計		20/25		20/25		18/21		18/21

產學攜手時尚設計專班 104 學年度課程修訂對照表

學年	第 四 學 年								學分/ 時數	學分/ 時數
	第 一 學 期				第 二 學 期					
學期	科 目	學分/ 時數	總 計	學分/ 時數 (修訂)	科 目	學分/ 時數	科 目 (修 訂)	學分/ 時數 (修訂)	總 計	(修訂) 總 計
必 修	專業實習合作廠商	4/6	<u>業界實務實習(一)</u>	<u>4/6</u>	專業實習合作廠商	4/6	<u>業界實務實習(三)</u>	<u>4/6</u>		
	專業實務實習(一)				專業實務實習(二)					
	專業實習合作廠商	4/6			專業實習合作廠商	4/6	<u>業界實務實習(四)</u>			
	專業實務實習(二)				專業實務實習(四)					
小 計		8/12		8/12		8/12		8/12	99/120	<u>100/122</u>
選										
修										
小 計									87/106	87/106

註(修訂): 1. 本系學生至少應修滿 133 學分始得畢業(其中必修應修 99+1(通識教育講座) 學分, 選修應修 33 學分)。

2. 「外語實務」每學期皆開放修課, 並須於畢業前依本校「外語實務課程實施要點」規定修畢。

3. 學生於畢業前需修習「通識教育講座」1 學分課程。各系依序開課, 開課學期不固定。

4. 專業實習合作廠商專業實習實務(一)~(四): 2 學期全日於合作「事業單位」專業實務實習(必修 16 學分)。

國立屏東科技大學 時尚系時尚設計專班 四年制課程規劃表(105 學年度入學適用)

105 年 03 月 28 日 104 學年度第 2 學期第 1 次課程委員會議審議通過

105 年 09 月 29 日 105 學年度第 1 學期第 2 次課程委員會議審議通過

學年	第一學年				第二學年			
	第 一 學 期	第 二 學 期	第 一 學 期	第 二 學 期	第 一 學 期	第 二 學 期	第 一 學 期	第 二 學 期
修別	科 目	學分/ 時數	科 目	學分/ 時數	科 目	學分/ 時數	科 目	學分/ 時數
必 校 定	通識選項課程	2/2	通識選項課程	2/2	通識教育講座(註 3)	1/2	通識選項課程	2/2
	國文(閱讀與寫作)(1)	2/2	國文(閱讀與寫作)(2)	2/2	通識選項課程	2/2		
	大一英文(1)	2/2	大一英文(2)	2/2				
	英語聽講練習 101	1/2	英語聽講練習 102	1/2				
	大一體育(1)	1/2	大一體育(2)	1/2				
	外語實務(註 2)	0/0						
院 定	管理學	3/3	會計學	3/3	統計學(1)	2/2	統計學(2)	2/2
	經濟學	3/3			電子計算機概論	0/2		
系 定	色彩學	2/2	服裝畫	3/3	人體工學	3/3	創意彩妝學	2/2
	色彩學實習	1/2	美髮造型	2/2	服裝設計	2/2	創意彩妝學實習	1/2
	基礎設計概論	3/3	美髮造型實務	1/2	服裝設計實習	1/2	服飾商品企劃	3/3
	美容造型	2/2	服裝材料學	2/2	時尚彩妝設計	2/2		
	美容造型實務	1/2	服裝材料學實驗	1/2	時尚彩妝設計實習	1/2		
修 定			服飾行銷學	3/3	消費者行為學	3/3		
小 計		23/27		23/27		17/22		10/11
選 修	時尚美學	3/3	時尚設計史	2/2	電腦輔助成衣設計打版	2/2	品牌經營管理	3/3
					電腦輔助成衣設計打版實習	1/2	時尚專業英文	2/2
					流行飾品設計與應用	3/3	服務業管理	3/3
					電腦輔助設計	2/2	高科技織品研發	2/2
					電腦輔助設計實習	1/2	高科技織品研發實習	1/2
					創意染色設計與應用	2/2	特殊功能性服裝設計	2/2
					創意染色設計與應用實習	1/2	特殊功能性服裝設計實習	1/2
					藝術美甲設計	2/2	網路行銷經營與管理	2/2

				藝術美甲設計實務 進階髮型設計 進階髮型設計實習	1/2 2/2 1/2	網路行銷經營與管理實習 織品整理學 織品整理學實習 立體裁剪 立體裁剪實習 服裝構成學(1) 服裝構成學實習(1)	1/2 2/2 1/2 2/2 1/2 2/2 1/2		
小 計		3/3			2/2		18/23		26/32

國立屏東科技大學 時尚系時尚設計專班 四年制課程規劃表(105 學年度入學適用)

105 年 03 月 28 日 104 學年度第 2 學期第 1 次課程委員會會議審議通過

學年	第 三 學 年				第 四 學 年				總分				
	學期	第一學期	第二學期	學分/時數	學期	第一學期	第二學期	學分/時數					
必修	校	通識選項課程		2/2	校	通識選項課程 憲法		2/2 2/2					
	定	院											
	系	流行產業研究法		3/3	系	實務專題		2/2	專業實習合作廠商 專業實務實習(一) 專業實習合作廠商 專業實務實習(二)	4/6 4/6	專業實習合作廠商 專業實務實習(三) 專業實習合作廠商 專業實務實習(四)	4/6 4/6	
小計				5/5				6/6		8/12		8/12	100/122
選修		織品品質鑑定學 織品品質鑑定學實驗 美姿美儀 時尚商品陳列 時尚商品陳列實習 服裝構成學(2) 服裝構成學實習(2) 創意髮型 成衣打版 成衣打版實習 整體造型設計 整體造型設計實習		2/2 1/2 2/2 2/2 1/2 2/2 1/2 3/3 2/2 1/2 2/2 1/2		多媒材表現技法 民族織品服飾創新設計 民族織品服飾創新設計實習 時尚展演規劃實務 時尚展演規劃實務實習 生產作業與管理 時尚產業經營與管理 特效彩繪設計 特效彩繪設計實習		3/3 2/2 1/2 2/2 1/2 3/3 3/3 2/2 1/2					
小計				20/25				18/21					87/106

- 註：1.本系學生至少應修滿 133 學分始得畢業(其中必修應修 99+1 學分，選修應修 33 學分)。
 2.「外語實務」每學期皆開放修課，並須於畢業前依本校「外語實務課程實施要點」規定修畢。
 3.學生於畢業前需修習「通識教育講座」1 學分課程。各系依序開課，開課學期不固定。

國立屏東科技大學 農企業管理國際碩士學位學程 課程規劃表(106 學年度)

學年	第一學年				第二學年				學分總計
	第一學期		第二學期		第一學期		第二學期		
修別	科目	學分/時數	科目	學分/時數	科目	學分/時數	科目	學分/時數	
必修	全球農企業管理議題研討 應用華語(1)	2/2 2/2	專題討論 農企業研究法	1/2 2/2	專題討論 碩士論文 農企業管理實務	1/2 3/3 1/2	碩士論文 科技英文寫作	3/3 2/2	
小計		4/4		3/4		5/7		5/5	17
選修	獨立研究(1) 農業發展與政策 供應鏈管理 農企業資源規劃管理專題 計畫評估與管理 糧食安全 永續發展趨勢	1/1 3/3 3/3 3/3 3/3 3/3 2/2	獨立研究(2) 數量方法 農企業行銷管理專題 農民組織專題 談判與溝通 農企業人力資源管理	1/1 3/3 3/3 3/3 3/3 3/3	獨立研究(3) 園藝產品經營專題 區域經濟與政策分析 畜水產品經營專題 食品行銷 跨國性農企業專題	1/1 3/3 3/3 3/3 3/3 3/3	獨立研究(4) 農企業財務管理 休閒農業經營管理專 題 食品經營專題 國際農產品市場專題 農企業投資分析	1/1 3/3 3/3 3/3 3/3 3/3	
小計		18/18		16/16		16/16		16/16	64

註：本學程本國學生至少應修滿 30 學分始得畢業(其中必修應修 15 學分，選修應修 15 學分)

本學程外國學生至少應修滿 32 學分始得畢業(其中必修應修 17 學分，選修應修 15 學分)

National Pingtung University of Science and Technology International Master's Degree Program in Agribusiness Management Course Outline

Year	First				Second				Cr. Pt.
Semester	Fall		Spring		Fall		Spring		
	Course	Cr/hr.	Course	Cr/hr.	Course	Cr/hr.	Course	Cr/hr.	
Compulsory Courses	Global Issues in Agribusiness Management	2/2	Seminar Agribusiness Research Methods	1/2 2/2	Seminar Thesis Practical Affairs for Agribusiness Management	1/2 3/3 1/2	Thesis <u>Technology English Writing</u>	3/3 2/2	
	<u>Applied Mandarin (1)</u>	<u>2/2</u>							
Total Cr.		4/4		3/4		5/7		5/5	17
Optional Courses	Independent Studies(1)	1/1	Independent Studies(2)	1/1	Independent Studies(3)	1/1	Independent Studies(4)	1/1	
	Agricultural Development and Policy	3/3	Quantitative Methods	3/3	Seminar on Managing Business of Horticultural Products	3/3	Finance Management of Agribusiness	3/3	
	Supply Chain Management	3/3	Seminar on Marketing Management of Agribusiness	3/3	Regional Economics and Policy Analysis	3/3	Seminar on Leisure Farm Management	3/3	
	Seminar on Agribusiness Resource Planning	3/3	Seminar on Farmers' Organization	3/3	Seminar on Animal Enterprises Management	3/3	Seminar on Food Business Management	3/3	
	Management Project Appraised and Management	3/3	The Guide to Negotiating Strategies and Tactics for Business	3/3	Food Marketing	3/3	Seminar on International Market of Agricultural Products	3/3	
	Food Security	3/3	Human Resources Management of Agribusiness	3/3	Seminar on Transnational Agribusiness	3/3	Agribusiness Investment Analysis	3/3	
	<u>Trends in Sustainable Development</u>	<u>2/2</u>							
	Cr. Pt.		18/18		16/16		16/16		16/16

Note: **The program requires 2 years of full-time study. The course “Trends in Sustainable Development” is waivable if it has been taken before.**

1.All local students have to acquire at least 30 credit points, including 15 credit points for compulsory courses and at least 15 credit points for optional courses, before graduation.

2.All foreign students have to acquire at least 32 credit points, including 17 credit points for compulsory courses and at least 15 credit points for optional courses, before graduation.

國立屏東科技大學 105 學年度第 1 學期教師申請開授通識課程審查表

編號	開課教師姓名	科目名稱	課程領域	服務單位、級職
1-01	陳靜美	道家哲學與生活智慧	人文學科	國立屏東科技大學兼任副教授
審 查 結 果				
<input checked="" type="checkbox"/> 通過審核		<input type="checkbox"/> 修正後通過審核		<input type="checkbox"/> 未通過審核
意見	<p>一、授課教師專業背景非常適合開授此課程。其課程內容充實，對學生心智必定會有所啟發。</p> <p>二、1. 課程安排符合公民素養之需求。2. 相關著作能提供教學之所需。</p> <p>三、1. 內容設計可改良。2. 用淺出之故事說明道家與生活之相關性。3. 原則上符合通識課程需求。</p> <p>四、道家思想的生活智慧可以提供現代學子消解壓力以及調適生活之用，開闊的思考打破慣性思維，亦有助於學生以另類思考突破僵化的體制，活出自在地生活。課程規劃稍嫌學術化，若能將課程調整，加強生活化，應可以使學生更有學習動機。例如介紹莊子〈齊物論〉思想，若談理論架構，學生多半未能完整理解，而且容易因為艱深而打退堂鼓，若選讀〈齊物論〉寓言，帶出核心思想，使學生在生活上可以運用，應具啟發性。</p> <p>五、1. 課程綱要內容符合學校所訂定之通識教育課程架構中哲學與宗教之內涵。2. 教學方式多元化，包括解讀剖析、分組探討、省思等活動，適合人文學科之教學與學習。3. 評量方式包括平時出席及參與狀況、期中考紙筆測驗。及期末小組專題報告等多元考核。</p> <p>六、1. 具有開設通識課程專業背景與著作。2. 知識承載度足夠，為引申之生活智慧尚有充實之空間。3. 經典導讀的啟發對通識教育極有意義。4. 成績評量須注意其準確度，尤其平時成績占 40%，更應謹慎具體。</p> <p>七、此課程可以培養學生對生活之思考及對周遭環境之關懷。</p>			
<p>審查結果：通過審核。 通過標準：“通過審核”加上“修正後通過審核”兩者合計超過三分之二</p>				

編號	開課教師姓名	科目名稱	課程領域	服務單位、級職
1-02	陳靜美	儒學思想與現代生活	人文學科	國立屏東科技大學兼任副教授
審 查 結 果				
<input checked="" type="checkbox"/> 通過審核		<input type="checkbox"/> 修正後通過審核		<input type="checkbox"/> 未通過審核
意見	<p>一、授課教師專業背景非常適合開授此課程。其課程內容不但介紹儒學思想，也涵蓋如何把此思想結合現代生活。本人深感有必要開設此類課程以啟發本校學生心智。</p> <p>二、1. 課程尚符合通識精神。2. 相關著作尚能支持其教學之所需。</p> <p>三、適合通識課程內容。</p> <p>四、儒家思想有關仁、義、禮的思考可以強化現代學子道德教育，讓學生在生活中做價值判斷，有其價值。課程規劃稍嫌學術化，若能將課程調整，加強生活化，應可以使學生更有學習動機。</p> <p>五、1. 課程內容包括儒家之道德思想、教育思想、宗教情懷、孝道倫理、政治思想等內涵以及其與現代時事之衝擊與影響，並於期末引導學生進行省思批判及創造發展儒家思想在現代社會的應用。規畫合宜 2. 申請者具有該領域專長且有相關專書著作及論文發表 3. 教學方式及評量方式規劃得當。</p> <p>六、1. 具有開設通識課程專業背景與著作。2. 知識承載度足夠，同時注重時代與社會變遷因素的分析。3. 經典導讀的啟發對通識教育極有意義。4. 成績評量須注意其準確度，尤其平時成績占 40%，更應謹慎具體。</p> <p>七、在缺乏人文情懷之當代，此課程值得開設，以陶冶培養學生之人文氣息。</p>			
	<p>審查結果：通過審核。</p>		<p>通過標準：“通過審核”加上“修正後通過審核”兩者合計超過三分之二</p>	

編號	開課教師姓名	科目名稱	課程領域	服務單位、級職
1-03	王國安	台灣小說與公民意識	人文學科	國立屏東科技大學通識教育中心助理教授
審 查 結 果				
<input checked="" type="checkbox"/> 通過審核		<input type="checkbox"/> 修正後通過審核		<input type="checkbox"/> 未通過審核
意 見	<p>一、授課教師專業背景非常適合開授此課程。其課程內容探討台灣小說與公民意識思想，內容堪稱創新。本人覺得此課程不但可以提高修課學生人文素養，更可以提升學生對本土文學的了解。</p> <p>二、1. 課程尚符合通識教育之理念。2. 教師專長與相關著作能支撐其教學之所需。</p> <p>三、此課程符合通識課程需求，然固談論“公民意識”應謹慎表達文章中之意義，勿違背教學倫理之意涵。</p> <p>四、公民教育是當前教育部極力推展的一環，尤其透過通識教育推行公民意識，已行之有年。惟目前有關台灣文學的課程，多為本土教育，殊少針對公民意識課題設計，本課程規劃透過台灣小說探討公民意識，讓學生了解台灣文化，成為一位具有公民意識的現代公民，相當可取。</p> <p>五、1. 申請者近五年內在人文及社會科學領域的研究成果如期刊論文及專書著作表現優異。課程綱要內容之規劃，透過台灣小說導讀引導學生探討小說內容之中與土地正義、族群意識、社會階級、新移民融合、環境能源等相關之公民意識，內容豐富多元 2. 透過課堂講授及小組討論方式讓學生反思及批判，有助於學習者建構及內化教學內容。</p> <p>六、具有開設通識課程專業背景與著作。2. 課程名稱若改為「當代台灣小說中的公民意識」，可能更符合課程的教育目標與內容。3. 知識承載度足夠，同時注重時代與社會變遷因素的分析，更是難能可貴。4. 成績評量應謹慎具體，以避免糾紛。</p> <p>七、科目名稱宜再界定清楚。</p>			
	<p>審查結果：通過審核。</p>		<p>通過標準：“通過審核”加上“修正後通過審核”兩者合計超過三分之二</p>	