

# 國立聯合大學 文化創意與數位行銷學系

## 專題製作實施辦法

108年1月8日107學年度第2學期第5次系務會議通過  
109年9月6日108學年度第1學期第1次系務會議修訂  
109年10月7日第109學年度第1學期第2次系務會議修訂  
110年6月30日109學年度第2學期第2次系務會議修訂  
112年6月21日111學年度第2學期第3次系務會議修訂  
114年12月9日114學年度第1學期第4次系務會議修訂  
115年6月16日114學年度第2學期第3次系務會議修訂

### 第1條 主旨

本學系專題製作課程以厚實學生文化創意思考能力、落實實務設計能力、整合數位行銷能力為目的，以及學生於學習期間修習課程之綜合運用與團隊合作能力，並以培育文化創意產業及數位行銷整合領域相關人才為目標；為確保學生專題製作學習與本系發展目標吻合，特訂本系專題製作實施辦法（以下簡稱本辦法）。

### 第2條 實施期間與規定

- (一) 本學系大三全學期。
- (二) 本課程為本系之專業必修課程，以個別指導方式實施，未通過本學分者不得畢業。

### 第3條 推動組織

由本系大三同學組成專題製作籌備委員會（以下簡稱專籌會）推動專題製作各項籌備工作。

### 第4條 實施方式

- (一) 專籌會應於課程開始前（二年級下學期結束前）成立。
- (二) 專題製作發表與專題競賽成果展應由專籌會負責策畫及公告，包括所有組別專題製作設計之成果發表、報告書製作、網站展示及專題競賽等相關事項。．．．
- (三) 專籌會設置總召一人，由該屆班級符合修習本課程資格的同学共同推舉產生，專籌會組織分工、各組職掌暨各組人員由總召負責籌劃產生。
- (四) 專題製作總指導及行政教師  
「專題製作總指導及行政教師」（以下簡稱總指導教師）由本系該年級班導師擔任，負責統籌、督導專題製作課程執行相關事宜。系主任亦有義務就學生專籌會及專題製作之相關事宜進行協助溝通工作。
- (五) 專題分組規定：
  1. 各組組員以參加一組為限，跨系、跨學制之專題製作須提報

系務會議。自主義務協助不在此限。

2. 學生依據本辦法進行專題製作分組，文創設計組及數位媒體組以3至4員為限，惟論文組可申請個人一組。文創設計組及數位媒體組若有特殊情況需1人一組，需提企劃書並報備系務會議始得通過。
3. 各分組若未於期限內繳交分組名單，得經由系務會議配置，學生不得異議；各分組若未於期限內找到指導教師者，得經由系務會議討論指派指導教師，學生不得有異議。
4. 各組必須選出一位組長，負責專題製作進行之時程管理及與指導教師之聯繫。
5. 未依規定分組者不得參加第一次審查，並喪失修習專題製作課程之資格。

## 第5條 指導教師

- (一) 本課程授課指導方式採各組個別指導為原則。指導專題製作為本系全體專任教師之權利與責任義務。專題製作指導教師必須為本系專任教師，如需增加共同指導教師，得由主指導老師邀請。
- (二) 於提案審查前，各組學生須根據組員專長及興趣，主動與本系專任教師討論，以決定主指導教師；並研擬專題製作之主題。每組一位指導教師全程指導。
- (三) 洽請專題製作指導教師，學生需填具「指導教師同意書」（附件一），並經指導教師簽署同意後，於三年級上學期開學一週內交由本系專題小組討論後，送至系辦登錄備查。
- (四) 每位專任教師以指導學生12人為上限，最少需指導1組為原則。
- (五) 指導教師之選擇應以各組創作方向、執行內容及教師之時間等相互配合因素為考量，並先由學生提出指導教師建議名單，送交至系辦確認後公佈，如名單需要協調則於在三年級上學期開學後一個月內提出，除特殊情況外，名單公佈後不得更換。
- (六) 專題製作指導教師有權放棄指導學生之權益，惟須經專題審查小組協調接任指導教師人選通過。
- (七) 專題製作變更須填寫「專題製作異動申請表(附件五)」，經指導教師及系主任審核通過後始得變更，惟三年級上學期最後一次審查後兩週(含)之後不得異動。

## 第6條 組別成員

小組成員變更須填寫「專題製作異動申請表」(附件五)，經指導教師、系務會議通過後始得變更，惟三年級上學期最後一次審查後兩週(含)之後不得異動。

## 第7條 主題研擬

- (一) 專題製作內容應能充分應用各文創設計與數位行銷領域之所學。

各組在確定主題後，必須經由指導教師簽名核可後三年級上學期開學一周內送交系辦存查（各組須繳交專題製作企劃書給指導教師）。

- (二) 變更專題製作主題須填寫「專題製作異動申請表」（附件五），經指導教師、系主任簽名通過後始得變更。三年級上學期最後一次審查後兩週（含）之後不得異動，若有特殊原因者需經專題小組討論通過後方可變更。

#### **第8條 專題製作評審**

- (一) 專題製作評審委員之組成由全系專任教師擔任，並遴聘一位以上系外專業人士共同擔任評審委員。
- (二) 本學系專題審查分為五次審查，各審查流程暨評分方式與比例請參照附件二至四之專題成果審核標準、專題製作比例、審查流程表。

**第9條** 專題審查小組由專題總指導教師、遴聘一位以上本系專任教師以及系主任擔任。

#### **第10條 評分比例**

大三上、下學期評分比例各為 100%，平時成績評分比例 15%，單次審查成績評分比例請參照審查流程表（附件三）。

#### **第11條 成果展示**

各組需參與校內展覽，並配合專籌會規劃展場與相關製作。最終審查後由專題評審遴選出之優良作品，得代表本系（校）對外參加相關展覽或競賽。

#### **第12條 經費來源**

- (一) 為使專題成果能順利發表及成果展演，專題成果所需之經費一律由各專題小組自行籌備與運用。
- (二) 專籌會所需之統一對外宣傳經費則由專籌會對系上提出申請並運用及辦理核銷事宜。

#### **第13條 專題製作各階段檢核時間與辦法**

詳細參考「專題製作審查流程表」（附件四）。

#### **第14條 獎勵及成果發表**

- (一) 每年度專題製作成果依「專題成果審核標準」遴選出各組優良作品，頒發各組第一名、第二名、第三名及佳作數名各獎狀乙紙，並依狀況酌予獎勵。錄取之名額視實際表現加以調整，必要時得從缺或增加。
- (二) 發表與成果展示
  1. 專題成果發表分為校內發表及校外發表兩階段進行，由專籌

會負責整體發表運籌與規劃。

2. 第一階段為校內成果展，於三年級下學期最終審查時於校內場地辦理，各組可依發展類型向專籌會提出展場需求，並由專籌會進行統一場地及展演議程規劃。第二階段之校外發表依各組類別，可於四年級下學期結束前，自行擇校外公開地點進行發表及展示。
3. 論文組以期刊發表為優，亦可擇國內外研討會進行發表，唯發表方式須經指導老師同意後始得進行投稿。
4. 文創設計及數位媒體組可依專題製作類型擇一公開地點進行實體展示或媒體展現，地點選擇經指導老師同意後始得進行展示。
5. 各組需繳交兩份完整且裝訂成冊之專題製作成果報告書及相關電子完整檔（一份給指導教師，另一份交系辦永久保存）。
6. 有關本課程專題製作評分階段、方式、提案次數、發表時間之詳細內容，以及其展出之相關事宜，應由系上另訂審查辦法。

**第15條 智財權之歸屬**

因本辦法所產生之智慧財產權，除指導教師與學生另有約定外，推定為指導教師與學生共同擁有。

**第16條** 各專題製作小組須遵守智慧財產權相關規範，如有不當侵權行為須自負法律責任。

**第17條 解釋權之歸屬**

本辦法有爭議時，解釋權在本系系務會議。爭議當事人得提請系務會議解釋。

**第18條** 本辦法經系務會議通過後實施，修正時亦同。

# 國立聯合大學 文化創意與數位行銷學系

## 專題製作施行細則

- 一、 依據國立聯合大學文化創意與數位行銷學系專題製作施行辦法訂定本施行細則。
- 二、 學生專題製作之獎懲方式如下：
  - (一) 依據國立聯合大學文化創意與數位行銷學系學生獎勵補助要點辦理。
  - (二) 依據聯合大學文化創意與數位行銷學系獎懲規定辦理。
  - (三) 每年度專題製作競賽前三名頒發獎狀或獎項。
  - (四) 每年度專題製作競賽優秀作品頒發典藏證明並留系典藏以茲鼓勵。
  - (五) 每年度專題製作頒發專籌會幹部證明以茲鼓勵。
- 三、 本專題製作分為文創設計組、數位媒體組與論文組三類，各組於第二學期（三年級下學期）結束前，須繳交一份紙本之成果報告給指導老師。專題製作競賽成績公告後一個月內須製作兩份完整彩色版且含封面封底（公版）裝訂成冊之專題成果報告書（論文），一份給指導教師（雙指導教授需各印製一份），另一份交系辦永久保存。繳交資料包括完整之論文全文或專題成果報告書，文創設計組，數位媒體組須提供完整之設計內容物（例如：可執行之互動設計、完整版影片、產品尺寸圖及立體圖三視圖、產品模型及完整拍攝圖面、平面文宣、CIS與相關設計等高解析度之原始檔案（如\*.ai、\*.psd）、與展示時所用到之所有相關資料等至專籌會提供之雲端硬碟中）。專題作品版權歸原創作者但本系保有公開展示及出版之權利。
- 四、 進入第一次審查後，連續兩次審查成績不通過者，需重修專題課程；如上學期通過，但下學期未通過者亦同。（評分搭配學校成績預警系統）
- 五、 當屆大三導師為當然專籌會總指導教師，如因任務需要可由系主任指派教師擔任總指導教師。

附件一：

國立聯合大學 文化創意與數位行銷學系專題製作  
專題指導教師同意表

項目	學號	姓名	電話
組長			
組員			
組員			
組員			
專題製作類別			
專題題目及摘要			
指導教師簽名 (含簽訂時間)			
系主任簽名			

申請日期\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

注意事項：本確認表請務必於規定時間內交系辦公室助教彙整並公布後定案。

附件二：

### 專題成果審核標準

項目	說明	占比
研究/創作之內容完整性 (Completeness)	<ul style="list-style-type: none"><li>研究/創作企劃書的完整性與邏輯性。</li><li>執行流程嚴謹及內容的豐富度與深度。</li></ul>	30%
研究/創作之創新與創意性 (Innovation & Creativity)	<ul style="list-style-type: none"><li>構想、解決方案是否具備原創元素或獨特視角。</li><li>概念的獨特性與突破性。</li></ul>	20%
研究/創作之推動可行性與實用性 (Feasibility & Practicality)	<ul style="list-style-type: none"><li>研究/創作內容實現的可能與細節是否符合市場需求或使用者期待。</li><li>成果的實際應用價值與潛力</li><li>商品化潛力、市場可行性、實際應用價值。</li></ul>	30%
研究/創作成果展示與表達 (Presentation & Communication)	<ul style="list-style-type: none"><li>設計理念描述、故事性。</li><li>口語表達、台風、時間掌握。</li><li>媒體運用與互動設計的呈現。</li><li>對評審提問的理解與答覆能力。</li></ul>	20%
加分項目	<ul style="list-style-type: none"><li>國內外競賽得獎、國內外期刊發表、產學合作計畫案</li></ul>	10%

附件三：

## 國立聯合大學 文化創意與數位行銷學系 專題製作【專題製作評分比例】

三年級 上學期

第一次審查 25%		第二次審查 30% (期中)		第三次審查30%(期末)		平時成績 15%	學期 100%
70 %	30%	100 %		70%	30%	100%	
公開評 審成績	指導教 師	指導教師		公開評 審成績	指導教 師	指導教師	上學 期成 績

三年級 下學期

第四次審查 35%		第五次審查50%(校內展)		平時成績 15%	學期100%
70 %	30%	70%	30%	100%	
公開評 審成績	指導教 師	公開評 審成績	指導教師	指導教師	下學期成績
				成果報告書列為此項重點	

%

備註：

1. 每次專題發表未到場者，該次發表以零分計算。遲到者扣除該次發表之總成績 10 分(遲到 10 分鐘以上者視為未到場)。
2. 審查當日全部組員須全程到場，如果人員缺席，則當人員 0 分計算。(除非有不可抗拒之因素或當日特殊原因請假，並同時提供證明文件)
3. 專籌會組長與人員全部需到場。
4. 有關審查當日發表時間，場地等細則之詳細內容，以及其展出之相關事宜，由專籌會提前公告。
5. 學生於報到簽到後，應全程參與當日所有組別發表與評分環節。

附件四：

國立聯合大學 文化創意與數位行銷學系 專題製作審查流程表

項目	審查主題	執行時間	參與教師	分數 比重	審查內容
1.	提案審查	三年級上學 期	全體教師	0%	本次提報為專題製作之企劃與調查提案初步審查，主要目的為讓系上教師瞭解本屆專題製作之大概方向，以便適時提出建議調整，並為決定指導專題製作組別之參考。提案審查後即可開始尋找指導老師。
2.	第一次審查	三年級上學 期期初	全體教師	25%	專題製作正式提案（原則上於開學後第三週以內舉行，各組提出專題製作企劃書及調查）提案可參考的規劃進度為確立專題的「專題背景或問題意識」與「解決方案可行性或相關文獻或個案分析」，惟實際內容與細節應以主指導老師要求為主。此外，企劃書中必須詳細列出預計達成之工作重要項目、工作目標，並以甘特圖呈現完整的工作進程表。審查時，口頭簡報時間為 10 分鐘，問答時間為 5 分鐘。
3.	第二次審查	三年級上學 期期中	指導教師	30%	上學期期中審查（建議期中審查需完成專題製作 30% 進度）請各組負責教師協調提出審查之內容及進度。所有組別可參考的規劃進度為完成前三章，包括緒論、文獻探討與研究/創作設計架構等關鍵內容。同時，各組須繪製研究或創作架構圖並製作審查簡報，以清晰呈現專題動機、目的與執行方法，惟實際內容與細節應以主指導老師要求為主。此外，請依據工作項目與績效追蹤表（附件五）檢核並完成30%工作項目進度。並應於第三次審查開始前將該表填寫完畢繳交予專籌會文書組幹部。
4.	第三次審查	三年級上學 期期末	全體教師	30%	上學期期末審查，全體專任及外評委員皆須參加並參與評分。 （建議需完成專題製作50%之進度）請各組負責教師協調提出審查之內容及進度。所有組別可參考的規劃進度為：在報告中持續充實文獻探討與研究/創作設計的內容，並依專題性質產出基礎的執行成果或階段性產出（例如：完整的問卷草稿、訪談大綱、實驗規劃或實作原型等），創造型專題亦應開始規劃成果呈現與分析的初步內容。惟實際規劃內容與細節應以主指導老師要求為主。各組須依據工作項目與績效追蹤表（附件五）檢核並完成相對應的 50% 工作項目進度。審查時，口頭簡報時間為 10 分鐘，問答時間為 5 分鐘。
	上學期平時 成績	三年級上學 期期末	指導教師	15%	上學期學期成績之15%由主指導教師之評分產生。

5.	第四次審查 (公開審查)	三年級下學期期中前	全體教師	35%	<p>公開審查為專題製作之實體成果審查，建議需完成專題製作 75% 之進度，由全體專任教師及外評委員共同參與評分。</p> <p>公開審查為開放式評分，各組需以海報及實體成品或模擬品展示專題製作成果，數位媒體組可以電腦展示數位行銷成果，期間教師自由入場聽取組員解說並提供改進意見，以供學生改進及加強作品之依據。</p> <p>論文組亦須進行海報發表並由專籌會另訂校內發表議程進行口頭發表。</p> <p>本次審查未達 60 分者不得參與最終審查與校外發表（亦視同專題製作成績不及格）。</p> <p>本階段審查建議需達成專題製作約 75% 的進度，所有組別可參考的規劃進度為完成主要資料蒐集、分析與實作執行，並在報告中產出中後期內容的初稿（例如：成果呈現、結果討論或初步結論），具體審查內容與所有執行細節應以主指導老師要求為主。同時，各組需開始著手準備公開發表所需之簡報、海報或其他實體展示素材。各組須依據工作項目與績效追蹤表（附件五）檢核並完成相對應的 75% 工作項目進度。</p>
6.	第五次審查 (最終審查)	三年級下學期期末	全體教師	50%	<p>需完成專題製作 100% 之進度。</p> <p>最終審查為專題製作之校內成果展，此次審查後需彙整前四次之成績，依此進行各類別獎勵及頒獎事宜。所有組別可參考的規劃進度為：依據歷次公開審查意見修正專題報告內容，並補齊中英文摘要、參考文獻校對與附錄資料等必要項目。各組須統一全本報告之排版格式並完成最終定稿，包含紙本印製與數位檔案繳交等程序，惟執行細節應以主指導老師要求為主。同時，各組須依據工作項目與績效追蹤表（附件五）檢核並完成相對應的 100% 工作項目進度。</p>
	下學期平時 成績	三年級下學期期末	指導教師	15%	上學期學期成績之15%由主指導教師之評分產生。

附件五：

國立聯合大學 文化創意與數位行銷學系 專題製作

**【專題製作異動申請表】**

變更項目：

小組成員

原成員：

變更成員：

原因說明：

專題題目

原題目：

變更題目：

原因說明：

變更專題指導老師

(原) 指導教師是否同意：是 否 教師簽名\_\_\_\_\_

(變更) 指導教師是否同意：是 否 教師簽名\_\_\_\_\_

指導教師簽名\_\_\_\_\_

系主任簽名\_\_\_\_\_

註：三年級上學期第後一次審查後兩週(含)之後不得異動(含小組成員、專題題目、指導教師)

申請日期\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日

附件六：

**國立聯合大學 文化創意與數位行銷學系 專題製作  
作品及企劃授權書**

本授權書所授權之著作或專利衍生物係本人在國立聯合大學文化創意與數位行銷學系 \_\_\_\_\_組\_\_\_\_\_學年度執行之專題製作作品及企劃。

作品或論文名稱：

---

學生：

---

指導教授：

---

上開著作內容(含創作企劃書)，基於推動同儕團體「資源共享、互惠合作」之理念，與回饋社會及學術研究之目的，同意以非專屬授權授予本人服務 / 就讀之學校系所，得不限地域、時間與次數，以紙本、光碟及其它各種方法將上列作品、企劃收錄、重製、公開陳列與發行，並得以數位或其他形式轉譯作品與企劃書內容進行網路傳輸，或以公示方式提供讀者基於個人非營利性質之線上檢索、閱覽、列印等利用。

注意事項：

1. 上述授權內容均無須訂立讓與及授權契約書。依本授權之發行權為非專屬性發行權利，依本授權所為之收錄、重製、發行及學術研發利用均為無償。
2. 本授權書請裝訂於紙本企劃書審定頁之次頁，以利辦理離校手續。

---

授權人簽名(親筆正楷)：

學號(務必填寫)：

日期：中華民國      年      月      日

學位作品及企劃授權書版本：      年 /      月

附件七：

專題製作工作項目與績效追蹤表

1. 關鍵工作項目與績效指標 (KPI) 評估

專題組別	專題題目
指導教師：	組長/填表人：

項目序號	關鍵工作項目	直接產出成果 (可繳交的實體 /數位檔案/文件)	計畫 權重 (%)	預期完成進度 (第三次審查 50%)	預期完成進度 (第四次審查 75%)
1					
2					
3					
4					
5					

(項目可自行新增，計畫權重總和需為 100%)

2、計畫期程及執行流程甘特圖

請依據上方「工作項目」，填寫各項目的預計執行時程。

項目序號	關鍵工作項目	計畫 權重 (%)	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月
1										
2										
3										

(項目可自行新增，計畫權重總和需為 100%)

## 附件八：

# 國立聯合大學文化創意與數位行銷學系專題報告格式規範

114學年度第1學期第4次系務會議通過，參考國立臺灣大學格式規範，適用學士班

### 一、成果報告書次序

#### 1. 報告書前置文件與目錄（必備項目）

- 封面（含側邊）【詳格式範例 1】
- 書名頁（內容同封面）【詳格式範例 2】
- 序言或謝辭
- 中文摘要及關鍵詞（5-7 個）
- 英文摘要及關鍵詞（5-7 個）
- 目次【詳格式範例 3】
- 圖次
- 表次

#### 2. 報告書正文結構（參考建議）

以下為正文建議的結構與次序，各組可依據專題性質（論文/創作）進行調整：

- 第一章 緒論（研究/創作背景與架構）
- 第二章 文獻探討與個案分析
- 第三章 研究/創作方法
- 第四章 成果呈現與分析（或 研究結果與討論）
- 第五章 結論（或建議）

#### 3. 報告書後續文件（必備項目）

- 參考文獻
- 附錄

### 二、封面（含側邊）【詳格式範例1】 公版電子檔請於系網下載

### 三、序言或謝辭（依個人意願自行決定是否撰寫）

- 須另頁書寫，內容力求簡單扼要，以不超過一頁為原則。
- 間距與格式：
  - 行高 1.5 倍
  - 頁邊距：上 3 cm、下 2 cm、左 3 cm、右 3 cm

- 字體：中文 12 號標楷體，字體顏色 黑色
- 各頁正下方 置中 註明頁碼

#### 四、中文摘要

- 不超過三頁，內容應包含：論述重點、方法或程序、結果與討論及結論。
- 在摘要下方列出關鍵詞 5-7 個。
- 間距與格式：
  - 行高 1.5 倍
  - 頁邊距：上 3 cm、下 2 cm、左 3 cm、右 3 cm
  - 字型：12 號標楷體，字體顏色 黑色
  - 各頁正下方 置中 註明頁碼

#### 五、英文摘要

- 不超過三頁，在摘要下方列出關鍵詞 5-7 個。
- 間距與格式：
  - 行高 雙行間距
  - 頁邊距：上 3 cm、下 2 cm、左 3 cm、右 3 cm
  - 字型：12 號 Times New Roman，字體顏色 黑色
  - 各頁正下方 置中 註明頁碼

#### 六、目次【詳格式範例3】

- 包含各章節標題、參考文獻、附錄及其所在頁數。
- 間距與格式：
  - 標題字型：16 號標楷體
  - 行高 1.5 倍
  - 頁邊距：上 3 cm、下 2 cm、左 3 cm、右 3 cm
  - 各頁正下方 置中 註明頁碼

#### 七、圖次

- 包含各章節之圖及其所在頁數（若圖擷取自參考文獻，須標註來源）。
- 圖的標題置於圖的下方，按各章依序編碼（例：第三章第一個圖為「圖 3-1」）。
- 間距與格式：
  - 標題字型：16 號標楷體
  - 行高 1.5 倍
  - 頁邊距：上 3 cm、下 2 cm、左 3 cm、右 3 cm

- 各頁正下方 置中 註明頁碼

## 八、表次

- 包含各章節之表及其所在頁數（若表擷取自參考文獻，須標註來源）。
- 表的標題置於表的上方，按各章依序編碼（例：第三章第一個表為「表 3-1」）。
- 間距與格式：
  - 標題字型：16 號標楷體
  - 行高 1.5 倍
  - 頁邊距：上 3 cm、下 2 cm、左 3 cm、右 3 cm
  - 各頁正下方 置中 註明頁碼

## 九、論文正文

- 論文以中文或英文撰寫為原則，雙面印刷，但頁數 80 頁以下 得以單面印刷（彩色圖片亦可單面印刷）。
- 紙張：除封面、封底外，均採用 A4 80 磅白色模造紙 裝訂。
- 字體與間距：
  - 中文：12 號標楷體，行高 1.5 倍
  - 英文：12 號 Times New Roman，行高 雙行間距
  - 頁邊距：上 3 cm、下 2 cm、左 3 cm、右 3 cm
  - 字體顏色 黑色，內文須加標點
  - 各頁正下方置中註明頁碼
  - 各段落左右對齊
- 章節標題格式：
  - 章標題：18 號標楷體
  - 節標題：16 號標楷體
  - 小節標題：14 號標楷體

## 十、參考文獻

- 列出引用之中英文期刊論文及書目，須包含：作者姓氏、出版年次、書目、期刊名稱、版序、頁碼等。
- 格式：若系所有規範則從系所規定，若無則建議使用 APA 格式第七版。
- 排序規則：
  - 中文：以著者姓氏筆劃（由少至多）編排
  - 英文：以著者姓氏字母（A 到 Z）依序排列
- 間距與格式：

- 字型：中文 12 號標楷體，英文 12 號 Times New Roman
- 行高 1.5 倍
- 頁邊距：上 3 cm、下 2 cm、左 3 cm、右 3 cm
- 各頁正下方 置中 註明頁碼

#### 十一、封面（底）

- 平裝本：採用封面封底設計公版彩色輸出並以星采紙200P輸出裝訂成冊。

#### 十二、報告書(論文)繳交

- 專題成果報告書(論文)請全彩色輸出，並於專題製作競賽成績公告後一個月內製作兩份，一份給指導教師(雙指導教授需印製各一份)，另一份交系辦永久保存。

#### 十三、其他規定

- 本系得依學術領域之特殊性另訂統一格式，惟主體架構仍請依本規範訂定。
- 繳交資料包括完整之論文全文或專題報告書，文創設計組、數位媒體組須提供完整之設計內容物(例加:可執行之互動設計、完整版影片、產品尺寸圖及立體圖三視圖、產品模型及完整拍攝圖面、平面文宣、CIS與相關設計等高解析度之原始檔案(如\*.ai、\*psd)、與展示時所用到之所有相關資料等至雲端資料夾)。
- 專題作品版權歸原創作者但本系保有公開展示及出版之權利。

#### 備註

本格式規範說明係參考：張保隆、謝寶煖(2006)。《學術論文寫作：APA 規範》。臺北市：華泰。國立臺灣大學學位論文格式規範(95.9.22 通過，112.10.20 修正)。

【詳格式範例1】公版電子檔請於系網下載

聯大文創 112 期 文獻組 專題成果報告 喝樂梅品牌系列茶梅酒伴手禮之品牌包裝設計研究 林珊如 王引新 黃崇斌 劉憶儒



文化創意與數位行銷學系



苗栗市南勢里聯大二號  
2, Lienda, Miaoli 36063, Taiwan



在地風味的再現：喝樂梅品牌系列茶梅酒伴手禮之  
品牌包裝設計研究  
Reproduction of Local Flavors: A Study on Brand Packaging  
Design for the HELLO MAY Tea-Plum Wine Gift Series.



王引新 林珊如 黃崇斌 劉憶儒  
Yin-Hsin Wang, Shan-Ru Lin, Chong-Bin Huang, Yi-Ru Liu

指導教授：熊子扉 助理教授  
Advisor: Tzu-Fei Hsiung Asst. Prof.

中華民國 114 年 12 月  
December 2025


聯大文創

【詳格式範例 2】：書名頁（內容同封面）



在地風味的再現：喝樂梅品牌系列茶梅酒伴手禮之  
品牌包裝設計研究

Reproduction of Local Flavors: A Study on Brand Packaging  
Design for the HELLO MAY Tea-Plum Wine Gift Series.



王引新 林珊如 黃崇斌 劉憶儒

Yin-Hsin Wang, Shan-Ru Lin, Chong-Bin Huang, Yi-Ru Liu

指導教授：熊子扉 助理教授

Advisor: Tzu-Fei Hsiung Asst. Prof.

中華民國 114 年 12 月

December 2025

聯大文創  
Department of Cultural Creativity & Digital Marketing

【詳格式範例 3】：目次範例

目 次

序言或謝辭	i
中文摘要	ii
英文摘要	iii
圖次	iv
表次	v
第一章 緒論（研究/創作背景與架構）	1
1.1 研究背景	1
1.2 研究動機	3
第二章 文獻探討與個案分析	5
2.1 理論基礎	5
2.2（請填寫次級標題）	頁碼
第三章 研究/創作方法	頁碼
3.1（請填寫次級標題）	頁碼
第四章 成果呈現與分析（或研究結果與討論）	頁碼
4.1（請填寫次級標題）	頁碼
第五章 結論（或建議）	頁碼
5.1（請填寫次級標題）	頁碼
參考文獻	20
附錄	22

參考範例：

## 貳、文獻與現況調查

### 一、貓裏休閒農業區背景

#### (一) 貓裏休閒農業區介紹

##### 1. 休區成立願景：

苗栗市公所指出，貓裏休區的中長程計畫以「茶薈鐵道」為發展願景，確立茶產業、特色藥草產業，與功維敘鐵道文化等相關衍生商品為休區行銷主軸，期望遊客到遊貓裏，可以細細品味「八甲茶韻心貓裏、鐵道花香新體驗」的獨特感動。

##### 2. 休區範圍：

「苗栗縣苗栗市貓裏休閒農業區」於 2021 年 5 月 25 日，由行政院農業委員會所公告的劃定範圍如下圖，其範圍包含上南段、大坪段、南勢坑段上南勢坑小段、南勢坑段下南勢坑小段、南勢段、苗栗段、聯大段等共 3924 筆地號土地，總面積 593.1945 公頃。



圖2.1 苗栗縣苗栗市貓裏休閒農業區規劃圖

##### 3. 休區介紹：

苗栗市貓裏休閒農業區依產業之業者所管理之區域來看，主要劃分為特色香藥草產業區、油茶產業區、鐵道暢遊旅客服務區以及茶產業體驗區 4 個區域，以下圖 2.2 及表為休區內重要商家之介紹與分析。

表2.1 貓裏休閒農業區重點商家之現況分析

編號	名稱	現況分析
1	<p>杜石地一號</p> 	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 完整食、住、行、育、樂、購之複合式農場與公司</li> <li>2. 自有品牌行銷國內外</li> <li>3. 鄰近市區，擁有特色花海景觀</li> <li>4. 園區內現有品牌產品銷售、住宿、餐食與體驗等服務設施</li> <li>5. 紫藤花季、紫錐花季等特色花草產區</li> <li>6. 餐食結合花草入菜，特色婚宴場域</li> <li>7. 與農民契作紫錐花與薑黃</li> <li>8. DIY 體驗活動：紫錐花與香藥草茶食農體驗                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 「紫錐花香草花火鍋」食農體驗</li> <li>- 「生鮮香草與花果茶飲」食農體驗</li> </ul> </li> </ol>
2	<p>貓裏山丘茶作坊</p> 	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 製茶與茶道</li> <li>2. 主要產品有烏龍茶、貓裏紅茶、東方美人茶</li> <li>3. DIY 體驗活動：製茶體驗與茶席體驗</li> </ol>
3	<p>英台牧場</p> 	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 酪農牧場轉型，並保留過去酪農產業之歷史</li> <li>2. 園區有苦茶油、印加果油、茶樹精油之特色產品</li> <li>3. 園區內有紫藤花與油桐花</li> <li>4. DIY 體驗活動：精油製作體驗</li> <li>5. 園區內有紫斑蝶、皇蛾、獨角仙等自然生態</li> </ol>
4	<p>德春農園</p> 	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 主要生產作物為水梨</li> <li>2. 採樣(土壤、果樹葉)送農改場作化驗，讓客人吃的安心、買的放心</li> <li>3. 其他生產作物：木瓜蜜丁、蜜柑、果乾</li> </ol>