

東海大學管理學院企管系113學年度【專題海報資料繳交注意事項】

一、每組請提供一頁 **海報 (面寬118.9cm*高84.1cm)**的專題內容介紹，內容請較手冊簡介深入些。內容表達亦請簡潔明瞭，以讓未學有相關專業學識者可理解專題的內容為訴求。此張海報是成果發表時要呈現於各組攤位的資料，會於展場中至少放置一天供往來的群眾觀看。

【補充】一人一組的同學，**海報**大小為 (**寬59.4cm*高84.1cm**，即A1大小)。

二、海報的尺寸:『**面寬118.9cm*高84.1cm**』，繳交給各組助教時請將檔案轉成 **PDF 檔** 及 **JPG 檔**。如果不知該如何設定海報大小，可以在**版面設定『寬118.9cm*高84.1cm』大小**進行設定，在繳交檔案前請自行測試原圖輸出時，字體或是圖片是否會失真或模糊。

三、海報中如果有圖檔資料請注意，大圖輸出時很容易會糊掉，**解析度不可小於300dpi**。

四、內容及格式上之要求：

1. 【內容上】

- (1) 海報上可以不必放上自己是第幾組、組別成員姓名及指導教授，但是一定要有『**專題題目**』(每個攤位上方會有組別的背板)。
- (2) 海報的內容請務必放入：
 - A. 專題介紹或是摘要
 - B. 專題成果：如執行的結果或發現等
- (3) 海報上盡量要有些文字上的敘述，若僅有圖檔會讓觀賞者難以理解專題要呈現的內容，除非各組成員可以長時間在攤位留守跟參觀者互動。

(4) 請統一在海報的**右下角**統一加上  **(檢附LOGO圖檔)**

2. 【格式上】

- (1) 風格設計上不限，字體樣式不限。
- (2) 字體大小：要注意海報張貼的位置會在攤位的最深處，給每組攤位的桌椅會在海報前，參觀者較難走入攤位內觀賞，參觀者與海報的距離至少會間隔 2 公尺，所以若是放置於海報內容的資訊較多者，字體大小要稍微考量一下。想要呈現給參觀者瞭解的資訊，盡量要讓其可一目了然。
- (3) 如果要用 Power Point 做海報設計者請注意，版面設定請務必設定為『**寬118.9cm x 高84.1cm**』**切記切記!!**，不要直接套用內建版面大小，否則輸出時實際版面會變小。；以 Photoshop 設計者，解析度請不要少於 300dpi。
- (4) 繳交給各組助教時請將檔案轉成 **PDF 檔** 及 **JPG 檔**。

五、繳交方式：依各組公告。

【範例】

百售戰隊

台中公有第二市場
TAICHUNG SECOND PUBLIC MARKET

壹、研究動機

第二市場擁有悠久的歷史背景、建築特色，如今逐漸沒落，現代人的生活方式、消費習慣、歐式文化與觀念的改變，市場店家面臨逐漸流失的客群後難以生存而面臨，原本繁華的市場由轉瞬即逝的生存問題，同時也反映傳統零售市場的功能逐漸式微。

本團隊探討的是，第二市場如何在這股科技發展的潮流中，以濃厚的歷史風韻，依然保有自身文化的優勢帶給商家店東的氣息，同時店家也能依此發展具有特色的商品與市場文化，維持生計與經濟發展，使市場與人們彼此相依相長，共同前進。



▲ 第二市場內部街道

貳、研究目的

第二市場擁有大量地方風土民情氣息，以及代表性的歷史文化與建築，同時亦有多間攤販維持經營。本團隊為了保存第二市場特殊的文化與經濟，以輔導市場店家得以維持生計達到永續經營為目的做一系列調查與訪問，最終發展相關計畫，希望能以企業系所學發展出相關解決方案，使輔導店家的經營狀況能獲得改變與提升。

參、研究對象

本團隊主要以第二市場內店家作為訪談對象，拜訪40間攤商並彙整其中15間較具代表性的商家，詢問其相關資訊，包含店家資料、營運狀況、對於經營提升增加人流、改善意願、行銷方式，亦詢問對於增加人流與店家曝光知名度的行銷類型課程之意願，依據本團隊討論之審核指標選定3間主要研究店家做問題的分析與解決方案討論，並延伸發展適合店家的計畫與課程方案。

肆、田野調查

以田野調查法作為店家資料蒐集之方式，歷時三個月往返第二市場超過十次，觀察其生態、攤位組成形式與消費者族群，瞭解第二市場地方環境、店家與人們活動之間的連結性。

第二市場內攤商營業狀況懸殊很大，有些店家生意非常好，有些店家在經營上遇到許多困難，銷售量並不高。



▲ 山河滷肉飯訪問

伍、計畫設計

從田野調查結果挑選出合作意願較高且有改善空間之店家進行個案分析。深入的了解個案的實際經營狀況以及目前面臨的問題，進行個案改善的設計與規劃，除此之外，也透過課程來傳授給各個攤商經營上的技巧，課程內容規劃包含行銷、電商、網路等。利用課程的方式來提升店家在經營上的技巧，進而來改善營運狀況。

陸、實際執行

(一)阿月壽司

- 粉專圖文提升
- 在外送平台上推出商業午餐組合



(二)荷亞裁縫

- 改變商品組合及陳列方式
- 與文創設計師合作，突破縫紉店本質



▲ 客製化文創包

(三)花田水餃

- 優化臉書粉絲專頁
- 提升粉專後台管理
- 品牌元素再造



▲ 新設計LOGO
▲ 新設計名片

(四)市場課程

研習企管專業各主題的大致全貌，包含電商、故事行銷、產品包裝等等，並談論可能如何協助市場店家的構想，同時會讓店家相互回饋交流，在未來執行課程方面更契合店家需求。



▲ 11/06課程合照



個案分析 → 改善探討 → 實際執行

8月 田野調查/資料蒐集

9月 田野調查/資料蒐集

10月 資料整理/個案探討

11月 店家討論/計畫執行

12月 成果發表