

# 輔仁大學 102 年度系所評鑑

## 品牌與時尚經營管理碩士學位學程

### 內部自我評鑑報告



聯絡人： 黃全利秘書

聯絡電話： 02-29056456

電子郵件： GOR@mail.fju.edu.tw

系所主管： \_\_\_\_\_ (簽章)

2013.09.30

# 目 錄

|   |     |
|---|-----|
| 目錄 .....  | i   |
| 圖表目錄 .....  | iv  |
| 附件目錄 .....  | vii |
| 摘要 .....  | 1   |
| 導論 .....  | 4   |
| 一、歷史沿革與現況 .....   | 4   |
| 二、自我評鑑過程 .....  | 6   |
| 三、內部專業審查意見回應與後續具體做法 .....                               | 8   |
| 四、實踐天主教大學辦學精神之情形 .....                                  | 12  |
| 項目一、目標、核心能力與課程設計 .....                                  | 13  |
| 1-1.運用適合的分析策略以擬訂發展計劃之結果 .....                           | 13  |
| 1-2.依據教育目標與結合大學人才培育功能與國家產業人才需求，訂定<br>學生核心能力之作法與結果 ..... | 18  |
| 1-3.教育目標與核心能力之宣導機制與師生對其瞭解程 .....                        | 21  |
| 1-4.依據核心能力進行課程規劃與設計之機制運作與結果 .....                       | 22  |
| 1-5.課程地圖建置與實施情形 .....                                   | 24  |
| 1-6.教育目標與校務發展重點、特色之配適性 .....                            | 27  |
| 1-7.設置在相關領域發展趨勢及科際整合之需求性 .....                          | 30  |
| ■ 小結 .....  | 34  |



|   |    |
|---|----|
| <b>項目二、教師教學與學習評量</b> .....                                  | 36 |
| 2-1.專、兼任教師之數量與學術專長，符合系所、學位學程及在職專班<br>教育目標及滿足學生學習需求之情形 ..... | 36 |
| 2-2.專任教師之結構與流動之情形 .....                                     | 39 |
| 2-3.教師依據課程所要培育之核心能力，進行教學設計與應用多元教學<br>方法之情形 .....            | 39 |
| 2-4.教師自編講義、編制數位媒材做為教學輔助，提升學生學習成效<br>之情形 .....               | 41 |
| 2-5.教師依據課程所要培育之核心能力，設計學習評量之情形 .....                         | 42 |
| 2-6.依據教學評鑑結果，協助教師改進教學設計，教材教法與多元學習<br>評量方法之情形 .....          | 43 |
| 2-7.院（系）配合學位學程需求，提供空間與設備支援，滿足教師教學與<br>學生學習需求之情形 .....       | 44 |
| 2-8.學位學程授課教師協調課程教學內容，達成科際整合之機制及其運作<br>情形 .....              | 45 |
| ■ 小結 .....  | 47 |
| <b>項目三、學生輔導與學習資源</b> .....                                  | 48 |
| 3-1.提供學生輔導之作法 .....   | 48 |
| 3-2.提供學生之學習資源及其管理維護機制 .....                                 | 49 |
| 3-3.提供學生課外學習活動之作法 .....                                     | 52 |

3-4.指導教授的研究生指導負擔與提供學習和生涯輔導之情形 .....56

3-5.系所與學位學程提供學生生活輔導之作法 .....58

3-6.系所提供學生生涯輔導之作法 .....60

■ 小結 .....61

**項目四、學術與專業表現 .....63**

4-1. 教師研究表現之情形 .....63

4-2. 教師專業服務表現之情形 .....65

4-3. 碩士班學生之學術研究與專業表現 .....69

4-4. 碩士班學生之數量品質 .....70

■ 小結 .....72

**項目五、畢業生表現與整體自我改善機制 .....73**

5-1.畢業生生涯發展追蹤機制之規劃 .....73

5-2.畢業生整體學習成效評估機制之研擬 .....74

5-3.自行規劃機制或結合學校之機制，蒐集內部利害關係人、畢業生  
及企業雇主對學生學習成效意見之情形 .....75

■ 小結 .....77

**總結 .....78**

## 圖表目錄

|  |    |
|--|----|
| 圖 1.1、全球時尚紡織產業的發展現況 .....                      | 13 |
| 圖 1.2、台灣時尚紡織產業的發展演變 .....                      | 14 |
| 圖 1.3、台灣時尚紡織產業的價值鏈發展演變 .....                   | 14 |
| 圖 5.1、畢業生生涯發展追蹤機制時程圖 .....                     | 73 |
| 圖 5.2、畢業生整體學習成效評估機制流程圖 .....                   | 75 |
| 圖 5.3、結合學校機制蒐集學生與老師對學習成效意見的關係圖 .....           | 76 |
| 表 1.1、台灣紡織服裝教育的階段發展 .....                      | 4  |
| 表 1.2、101 學年度民生學院內的系所成員與 Logo .....            | 5  |
| 表 1.3、織品服裝學系大事記 .....                          | 6  |
| 表 1.4、品牌與時尚經營管理碩士學位學程自我評鑑準備過程 .....            | 7  |
| 表 1.5、自我評鑑組織成員與分工 .....                        | 8  |
| 表 1.6、品牌學程短、中、長程因應計畫的具體做法 .....                | 10 |
| 表 1.7、台灣時尚紡織產業的 SWOT 分析 .....                  | 15 |
| 表 1.8、台灣時尚紡織產業的 SWOT 組合策略 .....                | 16 |
| 表 1.9、品牌學程 101-102 級課程表 .....                  | 25 |
| 表 1.10、時尚產業 SWOT 組合策略 vs. 品牌學程 101 級對應課程 ..... | 25 |
| 表 1.11、課程設計與學習目標之確認達成機制 .....                  | 27 |
| 表 1.12、校務發展重點、特色與品牌學程教育目標之對照 .....             | 28 |



|   |    |
|---|----|
| 表 1.13、全球時尚紡織教育中的三種碩士學位文憑類型 .....         | 31 |
| 表 1.14、結合區域利基、邁向跨國研習的全球時尚紡織教育發展趨勢 .....   | 32 |
| 表 1.15、台灣企業轉型朝發展自有品牌與設計的基本類型 .....        | 32 |
| 表 1.16、品牌學程的教育目標符合校、院發展的宗旨與目標 .....       | 35 |
| 表 2.1、101 級(101-102 學年度)專、兼任教師人數一覽表 ..... | 36 |
| 表 2.2、專任教師基本資料(101-102 學年度在職教師) .....     | 37 |
| 表 2.3、兼任教師基本資料(101-102 學年度在職教師) .....     | 38 |
| 表 2.4、101 級專任教師自編講義課程一覽表 .....            | 41 |
| 表 3.1、校級相關獎助金一覽表 .....                    | 50 |
| 表 3.2、與跨專業學習相關的專題演講、工作營 .....             | 53 |
| 表 3.3、與跨專業學習相關的企業參訪、工廠參觀 .....            | 53 |
| 表 3.4、與社會關懷議題相關的演講 .....                  | 53 |
| 表 3.5、與品牌價值創新相關的專題演講、工作營 .....            | 54 |
| 表 3.6、與品牌價值創新相關的企業參訪、工廠參觀 .....           | 54 |
| 表 3.7、國際交流活動 .....                        | 54 |
| 表 3.8、課外學術研究活動 .....                      | 55 |
| 表 3.9、課外實務學習活動 .....                      | 55 |
| 表 4.1、101 學年度專任教師的研究成果統計表 .....           | 63 |
| 表 4.2、輔仁大學學術研究系統中的專業服務項目分類 .....          | 65 |
| 表 4.3、101 學年度專任教師專業服務統計表 .....            | 66 |

|                                      |    |
|--------------------------------------|----|
| 表 4.4、專任教師 101 學年度參與人力扎根計畫統計表 .....  | 67 |
| 表 4.5、專任教師 101 學年度課程參與服務學習一覽表 .....  | 67 |
| 表 4.6、專業服務項目的分類與內容定義對照 .....         | 68 |
| 表 4.7、品牌學程 101-102 學年度在學生的國籍 .....   | 70 |
| 表 4.8、品牌學程 101-102 學年度在學生的專業背景 ..... | 71 |

教育部試辦大專校院自我評鑑

## 附件目錄

|                                 |    |
|---------------------------------|----|
| 附件一、審查意見回應表 .....               | 1  |
| 附件二、時尚紡織：產業分類 .....             | 8  |
| 附件三、品牌學程的基本素養與核心能力 .....        | 9  |
| 附件四、品牌學程學生碩士論文研究計畫提審會規定事項 ..... | 10 |
| 附件五、輔仁大學畢業校友滿意度調查問卷 .....       | 12 |
| 附件六、輔仁大學雇主滿意度調查問卷 .....         | 14 |

## 摘要

「創新時尚紡織產業」是台灣推動未來發展的三大亮點產業之一，因應國內、外時尚紡織產業發展以及國家推動經濟發展的政策方針，輔仁大學於101學年度正式成立品牌與時尚經營管理碩士學位學程，簡稱「品牌學程」(MA Program in Brand and Fashion Management)，是國內紡織服裝領域中第一所以全英語授課的(國際)碩士學位學程，也是全球以聚焦研究大中華與亞太時尚紡織產業為主的重要院所。

本次以101學年度為主要評鑑時程，依據高等教育評鑑中心訂定的五大項目和效標，進行自我檢驗，同時提列相關成效及佐證資料，茲將相關檢核成果摘錄如后。

### 項目一、目標、核心能力與課程設計

秉著輔仁大學真、善、美、聖的創校理念、服務人群的辦學宗旨，以及結合民生學院培養專業、管理人才的教育目標，品牌學程除本身固有的國際化本質之外，特別將教育與人才培育目標設定在：跨專業整合、社會關懷以及品牌價值創新能力的培養。課程設計以「人文、藝術與設計」及「品牌價值創新」等雙主軸的跨專業整合學習模式，培育具備人文社會關懷、國際視野、及品牌價值創新等專業管理能力之未來人才。最大的特色更在於：以大中華、亞太及全球的人文社會觀點與產業實務經驗為平台，架構時尚紡織經營管理的主軸知識。更透過學習成效檢核機制，定期進行檢視與修正，確保核心能力養成。

### 項目二、教師教學與學習評量

本學程目前專、兼任師資共計19名(專任15名、兼任4名)；跨5學院—民生、管理、社科、藝術及傳播學院。職級包括：教授2名、副教授10名、助理教授5名、講師2名。所有教師的學、經歷涵蓋本學程相關之各類專業領域，取得學位的國家分別包括：台灣、英國、美國及亞洲地區(如香港、中國等)，且多為該國在時尚紡織

設計、文化、經營與消費的重點學校，充份顯示本學程師資多元化及國際化之專業素養及背景。在教學上，依據課程核心能力設計多元的學習內容，並根據學生的學習吸收情形，適時更新教學媒材及方法；本學程也經常邀請國內外專家、學者來校演講或舉辦工作坊，以提供學生多元的課程內涵及學習環境。而在學習評量上，則藉由校方建置的教學評量暨互動平台系統，來檢視學生學習的情況，並從學生回饋建議做為教師教學改善之參考。

### 項目三、學生輔導與學習資源

為提升教學品質，確保學生學習成效，依據本學程教育目標中所研訂核心能力，建立課程發展與回饋機制，並訂定核心能力之檢核以及適用於本學程學生的學習地圖。在學生輔導上，鼓勵多元學習及評量，並透過社群網絡的連結，落實在學習、生活及職涯輔導任務之必要協助。在學習資源部分，除了逐步改善調整學程所需使用的空間、設備之外，並協助安排圖書館專人以英語導覽館藏圖書及資料庫的使用；另透過與產業界的良好互動，提供學生校外參訪與實習的機會，也引導學生善用資源、致力向學，以培養符合未來產業需求的人才回饋產業界對學程的協助與支持。

### 項目四、學術與專業表現

本學程的系所領域橫跨「人文、管理、藝術與設計」，主領域為藝術與設計學門，管理、人文為次領域學門。專、兼任教師共計來自：民生、管理、社科、藝術及傳播等五大學院，教師們持續性地致力於教學、研究以及產學合作網絡的建置，積極提升專業能力。值得一提的是，師資群中有相當數量的教師積極致力於產學合作的拓展，特別是從大中華、亞太到全球時尚紡織產業經營管理等主軸知識之學術理論教授群，大多具備多年產業實務經驗的高階經營管理者，也正是成為本學程能立足國際的最大特色與競爭優勢。而綜觀課程結構、教學

方法與教材設計，在在呈現出與時尚紡織業密切相關的產業應用特性，因此諸多教師長期致力於國內外時尚紡織產官學研網絡的深耕發展，適時掌握並適切調整課程的內容與結構，期讓學生的專業能力能符合產業的需求。

### 項目五、畢業生表現與整體自我改善機制

品牌學程自 101 學年度成立迄今滿 1 年，尚未有畢業生可供分析。惟，未來針對品牌學程畢業生表現的相關追蹤機制之研擬、規劃，將從三個構面進行說明，包含：畢業生生涯發展追蹤機制之規劃；畢業生整體學習成效評估機制之研擬；以及針對內部利害關係人、畢業生及企業雇主，蒐集對學生學習成效意見之機制。能夠提早規劃、研擬對於未來針對品牌學程畢業生表現的相關追蹤機制，一方面除了能更具體而完整的反應學程課程內涵與相關利害人的實際學習成效之間的對應關係；另一方面，還可以蒐集、建構更完整的學習成效評估，讓學程未來的整體自我改善機制可以執行得更徹底。

## 導 論

### 一、歷史沿革與現況

台灣的紡織服裝教育發展可以分為：職業學校、家政科系附屬學門、獨立學系、研究所、碩士專班等五個階段進程。然而，因應產業所需、國家政策推動以及自 2008 年以後開始持續進行的國際交換學習計畫（輔仁大學和瑞典 University of Borås 之間），台灣紡織服裝教育順應時代發展趨勢從九〇年代的碩士班、碩士專班，正式進入到 21 世紀跨人文、管理以及藝術與設計領域的(國際)碩士學位學程（表 1.1）。

表 1.1、台灣紡織服裝教育的階段發展

| 階段<br>項目 | 第一階段    | 第二階段         | 第三階段  | 第四階段    | 第五階段  | 第六階段           |
|----------|---------|--------------|-------|---------|-------|----------------|
| 時間       | 1950s 初 | 1950s 末      | 1960s | 1990s 初 | 2000s | 2012~          |
| 教育屬性     | 職業學校    | 家政科系<br>附屬學門 | 獨立學系  | 研究所     | 碩士專班  | (國際)碩士<br>學位學程 |

隨著全球品牌與時尚產業趨勢發展以及近二十年來大中華新興市場的快速崛起，以美感價值為核心的新時代挑戰以及國際化人才佈局之需求，已然成為品牌與時尚產業兩大經濟命脈。國內與時尚設計相關科系計有：高教體系7所、技職體系18所（林青玫，為設計人才營造時尚圓夢基地，臺北產經 Taipei Economic Quarterly 2012, No.11, pp.17-22）；然而，迄今所培育出的台灣時尚品牌設計或設計師卻仍埋名國際，優化品牌與時尚的行銷與經營管理，將成為開創時尚產業未來契機的新基石。

「創新時尚紡織產業」是台灣推動未來發展的三大亮點產業之一，因應國內、外時尚紡織產業發展以及國家推動經濟發展的政策方針，輔仁大學於101學年度正式成立「品牌與時尚經營管理碩士學位學程」，

招生名額15人，是國內紡織服裝領域中第一所全英語授課碩士學位學程，也是全球第一所以聚焦研究大中華與亞太時尚紡織產業為主的院所；主要目標學生為亞太地區的國際學生以及預計進入大中華時尚產業工作的歐、美學生。101學年度的學生成員主要來自於日本、泰國與馬來西亞。此外，為了協助時尚產業界培育更具國際化能力的優質本國人才，自102學年度起，亦提供三分之一名額給本地生。

品牌學程在輔仁大學以特別經費預算的全力支持下，順利在民生學院(表1.2)轄下成立並開始營運，主要的人力、設備與空間完全來自織品服裝學系教師、職員同仁等的全力支援。承此，品牌學程的師生得以享有織品系(表1.3)專屬的朝樑樓地上6層以及地下室的空間。織品系學生人數逾千，還有每學期來自於瑞典University of Borås的交換學生2~12名不等。系館大樓規劃有一般教室、特殊教學空間及各專業實習室，因此，本學程的學生能夠得天獨厚地體驗優良的學術環境和文化特色。

表1.2、101學年度民生學院內的系所成員與Logo

|   |                 |   |                      |
|---|-----------------|---|----------------------|
|  | 食品科學系           |  | 兒童與家庭學系              |
|  | 營養科學系           |  | 博物館學研究所              |
|  | 餐旅管理學系          |  | 織品服裝學系               |
|  | 食品營養<br>博士 學位學程 |  | 品牌與時尚經營管理<br>碩士 學位學程 |

表1.3、織品服裝學系大事記

|        |                                    |
|--------|------------------------------------|
| 民國59年  | 創立織品服裝學系學士班                        |
| 民國65年  | 分設織品設計、服裝設計、織品服飾行銷等專業組別            |
| 民國79年  | 成立台灣第一所織品服裝研究所                     |
| 民國83年  | 織品服裝學系隸屬於全國首創的民生學院                 |
| 民國86年  | 成立二年制流行設計經營系                       |
| 民國89年  | 成立碩士在職專班                           |
| 民國95年  | 正式系、所合一                            |
| 民國97年  | 開始與瑞典University of Borås建立雙邊交換學生計畫 |
| 民國101年 | 開始協助支援品牌與時尚經營管理碩士學位學程              |

## 二、自我評鑑過程

本學程為配合教育部第二週期大學校院系所評鑑計畫，依據系所規模，由學程主任擔任召集人，擇訂支援系所專任教師代表3位（織品系2位、非織品系1位）及學程行政人員1位，共計5人組成「評鑑計畫小組」任務包括：(1) 確認各大項的評鑑工作內涵、(2) 確認各項工作分配一覽表、(3) 確認自我評鑑過程中所需的資源、(4) 提供所需進行評鑑效標相關佐證資料與參考文件之蒐集，撰寫自評報告。在進行自評相關作業的過程中，依據「輔仁大學民生學院品牌與時尚行銷管理碩士學位學程自我評鑑辦法」規定，相關議案或報告皆送經本學程「評鑑委員會」會議審核確認，以確保全體教職員瞭解學程評鑑對教學研究品質改善的意義。

本學程甫自101學年度（2012年8月1日）正式成立，故自我評鑑準備工作乃於101下學期才正式啟動。至接受訪評為止，全程工作進度如后(表1.4)。自我評鑑組織與分工(表1.5)。

表 1.4、品牌與時尚經營管理碩士學位學程自我評鑑準備過程

| 序號                              | 日期                  | 辦理事項   |
|---------------------------------|---------------------|--|
| 〈一〉前置作業階段 (102.02.20~102.05.15) |                     |  |
| 1                               | 102.02.20           | 初步討論學程評鑑作業時程及分工  |
| 2                               | 102.02.27           | 訂定學程自我評鑑辦法<br>確認各項評鑑工作及相關作業時程  |
| 3                               | 102.03.27           | 召開第 1 次學程評鑑委員會議<br>1.主任簡報第 2 輪評鑑精神、目的及特色<br>2.確認本學期系所評鑑委員會議進行方式<br>3.確認學門歸屬；主學門—設計學門，次學門—管理學門。<br>4.各項評鑑工作正式展開運作 |
| 4                               | 102.04.10           | 召開學程全體教師會議暨第 2 次學程評鑑委員會議：<br>1.全體教師針對評鑑效標提供意見及交互討論<br>2.收集與彙整教師意見，並提送至評鑑計畫小組討論。<br>3.確認系所評鑑作業時程                  |
| 5                               | 102.04.12           | 檢視並確認系所自我評鑑詳細作業時程  |
| 〈二〉自我評鑑階段 (102.04.15~102.08.31) |                     |  |
| 6                               | 102.05.15           | 召開第 3 次學程評鑑委員會議：<br>1.持續進行各項效標的意見提供及討論<br>2.持續研商並修正現有的執行方式   |
| 7                               | 102.06.20           | 校方舉辦自主評鑑機制調整說明會  |
| 8                               | 102.06.20           | 第 4 次學程評鑑委員會議<br>1.確認自我評鑑實地訪評計畫書內容草稿<br>2.確認自我評鑑實地訪評委員名單   |
| 10                              | 102.06.23~101.07.10 | 評鑑項目討論及報告撰寫、修訂   |
| 11                              | 102.07.31           | 院級評鑑委員協助審查系所自我評鑑報告書、自我評鑑實地訪評計畫書  |
| 12                              | 102.08.15           | 審視各項評鑑工作完成書寫進度   |
| 13                              | 102.08.10           | 針對院級評鑑委員建議修訂評鑑報告   |
| 14                              | 101.08.11~101.08.31 | 確定最終版評鑑報告  |
| 15                              | 102.09.01~102.09.31 | 上傳自我評鑑報告書至院系所績效管理平台  |
| 〈三〉系所自評實地訪評階段                   |                     |  |
| 16                              | 102.09.16~102.11.31 | 1.各學院實地訪評各項規劃與準備<br>2.各系所、學程接受實地訪評   |
| 17                              | 102.12.03           | 學程提報評鑑結果改善計畫   |

表 1.5、自我評鑑組織成員與分工

| 項次 | 第二輪評鑑項目            | 評鑑計畫小組/負責人                          |                 |      |
|----|--------------------|-------------------------------------|-----------------|------|
|    |                    | (組長)                                | 組員              | 負責秘書 |
|    |                    | 成員:學程主任、支援系所教師<br>代表 3 人、學程行政人員 1 人 |                 |      |
| 一  | 目標、核心能力與課程設計       | 陳華珠                                 | 蔡淑梨、鄭靜宜、<br>吳佩瑩 | 黃全利  |
| 二  | 教師教學與學習評量          | 陳華珠                                 | 鄭靜宜             | 黃全利  |
| 三  | 學生輔導與學習資源          | 陳華珠                                 | 吳佩瑩             | 黃全利  |
| 四  | 學術與專業表現            | 陳華珠                                 | 蔡淑梨             | 黃全利  |
| 五  | 畢業生表現與<br>整體自我改善機制 | 陳華珠                                 | 蔡淑梨、鄭靜宜、<br>吳佩瑩 | 黃全利  |
|    | 總負責人 (學程主任)        | 陳華珠                                 |                 |      |

### 三、內部專業審查意見回應與後續具體做法

#### ■ 評委意見回覆表(附件一)

綜合內部自我評鑑委員的意見調查結果，顯示本學程的優點有：

- 1.本學程因應國際時尚產業與教育發展趨勢、國家政策措施以及台灣產業的發展演變與人才需求而設立，其定位與展望極具挑戰與前瞻意義。
  - 教育目標設定在：跨專業整合、社會關懷以及品牌價值創新能力的培養，並以人文社會觀點和產業實務經驗為學習平台；在規劃和運作上，具備發展特色。

- 課程設計以「人文、藝術設計」&「品牌價值創新」雙主軸跨專業整合學習模式，具有培養品牌與時尚經營管理未來人才之遠見。
- 2.本學程專兼任教師的專長或學經歷，與其任教科目具適當關聯性；而聯合授課方式的規劃更有助於融合教師專長，並形塑出新的學程特色。且教師們多朝向自編講義進行授課，可充實「課程定位」之內涵，亦較能落實以「學生為中心」之教學理念。教學評量及互動平台亦能隨時提供教師在教學改善之參考。
- 3.本學程透過課程諮詢、學習輔導、關懷和獎助管道等措施，來協助國際學生，其所投注的心力和應對機制值得肯定。課外活動的設計，更以跨專業學習、社會關懷、品牌加值創新及國際交流等學程特色為主軸，不定期舉辦多元的課外活動，不僅可以助其開拓視野與國際觀，也強化對品牌時尚產業的認知，存儲學術研究之能量。同時亦有助於創造同儕學習的軟性氛圍，可發揮「安定」作用和「向心」效益。
- 4.本學程專任教師除了傳統的學術產出外，在「專業服務與社會參與」方面亦能與本學程的人才培育目標相契合。多位教師投入社會關懷相關議題的學術論文研究，將理念與行動相互結合，實踐本校參與、服務人群的辦學理念。整體而言，教師在學術與專業上的表現，符合本學程跨領域屬性的需求。

本次評鑑意見的調查結果亦顯示本學程將面對的問題&困難有：

- 1.國際學生的來源&獎學金的穩定度
- 2.核心學術研究&教師核心研究
- 3.學程未來發展

#### ■ 後續具體做法

針對評鑑委員上述所提出的建議，本學程後續的具體做法，將以短、中、長程計畫為因應，謹以表列分述如后。(表 1.6)

表 1.6、品牌學程短、中、長程因應計畫的具體做法

|        | 短程計畫  | 中程計畫  | 長程計畫   |
|--------|---|---|--|
| 國際學生來源 | <ol style="list-style-type: none"> <li>1.由輔仁大學提供 10 位全額獎學金以吸引國際菁英學生就讀。</li> <li>2.目標來源：台商已進入投資的東南亞各國學生、及有意進入大中華工作的歐、美學生。</li> <li>3.預計自第三年起，達滿額招生。</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1.與大陸、亞太及歐美國際學校建立多邊合作，透過三聯學制強化國際化的學程內涵，以吸引國際菁英學生就讀。</li> <li>2.由輔仁大學提供 5 位、產業提供 5 位全額獎學金，朝產學合作發展。</li> <li>3.目標來源：東南亞各國學生及部分歐美學生。</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1.持續強化三聯學制的國際多邊合作。</li> <li>2.全面朝跨國產學合作發展，由產業提供國際菁英獎學金，提供就學與就業。</li> <li>3.目標來源：任何有意進入亞太、大中華工作的世界各國學生。</li> </ol>             |
| 核心學術研究 | <p>建立核心研究社群，專注在亞太、大中華紡織時尚產業的個案分析與比較研究，並發表於國際期刊。</p>   | <p>集結 5 年內的學術研究與產學合作成果，聚焦並強化核心脈絡的發展，打造成為「大中華創新管理研發中心」。</p>  | <p>與國際合作學校透過地主國與當地產業的產學合作，進行跨國的學術合作研究與交流，扎根品牌價值創新的廣度與深度。</p>   |
| 學程未來發展 | <ol style="list-style-type: none"> <li>1.創立的前 3 年，以獎學金吸引國際菁英學生就讀。</li> <li>2.透過時尚技術院校國際聯盟(IFFTI)組織宣傳與招生。</li> <li>3.逐年增加學生人數自第三年起，目標達滿額招生。</li> </ol>         | <ol style="list-style-type: none"> <li>1.以三聯學制的國際學程內涵，吸引國際菁英學生就讀。</li> <li>2.進行產學合作，提供獎助學金。</li> <li>3.聚焦並強化以大中華創新管理為核心的脈絡發展。</li> </ol>  | <ol style="list-style-type: none"> <li>1.以產業獎學金與國際就業的機會，吸引全球菁英學生就讀。</li> <li>2.開放學分收費與產業募款，學程自負盈虧。</li> <li>3.成為全球紡織時尚學術與產業研究機構中，專精在亞太、大中華區品牌價值創新管理的領導權威。</li> </ol> |

### ■短程計畫

- 國際學生來源：由輔仁大學提供 10 位全額獎學金，以吸引國際菁英學生就讀。目標學生來源鎖定：台商已進入投資的東南亞各國學生、及有意進入大中華工作的歐、美學生。預計自第三年起達滿額招生。
- 核心學術研究：建立核心研究社群，專注在亞太、大中華紡織時尚產業的個案分析與比較研究，並發表於國際期刊。
- 學程未來發展：創立的前 3 年，以獎學金吸引國際菁英學生就讀；接著，透過時尚技術院校國際聯盟(IFFTI)組織宣傳與招生，逐年增加學生人數；預計自第三年起，目標達滿額招生。

### ■中程計畫

- 國際學生來源：預計與大陸、亞太及歐美國際學校建立多邊合作，透過三聯學制強化國際化的學程內涵，以吸引國際菁英學生就讀。中期階段擬由學校提供 5 位、產業提供 5 位全額獎學金，朝產學合作發展。目標學生來源：東南亞各國學生及部分歐美學生。
- 核心學術研究：集結 5 年內的學術研究與產學合作成果，聚焦並強化核心脈絡的發展，打造成為「大中華創新管理研發中心」。
- 學程未來發展：將以三聯學制的國際學程內涵，吸引國際菁英學生就讀。同時，進行產學合作，提供獎助學金。並聚焦及強化以大中華創新管理為核心的脈絡發展。

### ■長程計畫

- 國際學生來源：持續強化三聯學制的國際多邊合作，且全面朝跨國產學合作發展，由產業提供國際菁英獎學金，提供就學與就業。長期目標學生鎖定：任何有意進入亞太、大中華工作的世界各國學生。
- 核心學術研究：與國際合作學校透過地主國與當地產業的產學合作進行跨國學術合作研究與交流，扎根品牌價值創新的廣度與深度。
- 學程未來發展：以產業獎學金與國際就業的機會，吸引全球菁英學生就讀。同時進行開放學分收費與產業募款，學程自負盈虧。最重要的里程碑是將其打造成為全球紡織時尚學術與產業研究機構中，專精在亞太、大中華區品牌價值創新管理的領導權威。

針對三聯學制的國際聯盟學校，目前已接觸研議中的學校包括：英國 Nottingham Trent University、美國 Loyola University Maryland、法國 IFA Shanghai (International Fashion Academy)...等。未來亦將與英國 Manchester Metropolitan、美國 Oregon State University、Fashion Institute of Technology、日本文化女子大學、韓國首爾大學以及大陸東華大學...等進一步擴大聯合學制的結盟學校，或進行國際學術研究的合作。

針對產學合作的部分，目前擬與高郁產業有限公司簽訂產學合作計畫，透過外部經費的挹注，以及產業實務的體驗，學習操作品牌的實質內涵，並扎根多元、跨領域的理論與實務並進之跨專業整合。

本學程的最終目標在於打造成為「大中華創新管理研發中心」，並期望能晉身全球時尚紡織學術與產業研究機構中，特別專精在亞太、大中華區品牌價值創新管理領域的領導權威。再據此優勢，成為未來選擇進入時尚紡織職場的全球菁英學生申請入學就讀時的首選學府。同時，還能產學合一，提供大中華、亞太，甚至是全球時尚紡織產業所需具備國際視野與移動能力的菁英管理人才。

#### 四、實踐天主教大學辦學精神之情形

天主教輔仁大學的創學精神是追求真、善、美、聖的全人教育。在學術研究上致力於培育人文精神及推動知識整合；在教育服務方面秉持著敬天愛人的精神積極從關懷社會的態度來參與社會、服務人群，創新教育價值的體系；同時也長期致力於推廣中西多元文化之交流，從促進社會均衡發展的角度，來增進人類社會的福祉。

秉持輔仁大學的創學精神與教育宗旨，品牌學程跨 5 學院的師資全力致力於跨專業整合能力的培養，同時透過專業內涵推動以善念為核心的社會關懷態度，更藉由多元系所的專業整合致力於追求價值創新之時尚體系。品牌學程隸屬於國際碩士學位學程，自 101 學年度成立，期望能透過多元文化交流，扎根在地時尚文化的國際化。

## 項目一、目標、核心能力與課程設計

### 1-1 運用適合的分析策略以擬訂發展計畫之結果

#### 1-1-1 現況描述

時尚紡織產業範疇廣大，依據不同條件的分類有不同的產品對應（附件二）。紡織業一般是指上、中游的纖維、紡紗、織布、染整以及紡織製成品製造業；而品牌時尚則通常指下游的成衣、服飾品產業。台灣人纖業的人均產值遠高於中、下游產業，但成衣服飾品製造業則敬陪末座，其中，最具國際競爭力的是機能性紡織品；然而品牌與時尚經營管理將成為決定台灣時尚紡織能否站穩未來國際舞台的關鍵，這也是品牌學程的價值核心之所繫。

#### ■國際一產業現況

全球時尚紡織產業發展趨勢可以從技術、產品及市場等三個面向看（圖1.1）。在技術面，有結合跨領域或導入碳足跡盤查的觀念。在產品面，有強調快速、平價時尚成主流，或凸顯差異性、特定用途產品的趨勢，甚至聚焦綠色環保紡織品的發展。在市場面，中國大陸已經由世界工廠轉為世界市場；傳統製造商也逐漸轉為製造業服務化；此外，品牌區隔日趨精細，多品牌策略已然成為趨勢，而電子及行動商務的興起，更改變了通路配置的策略。

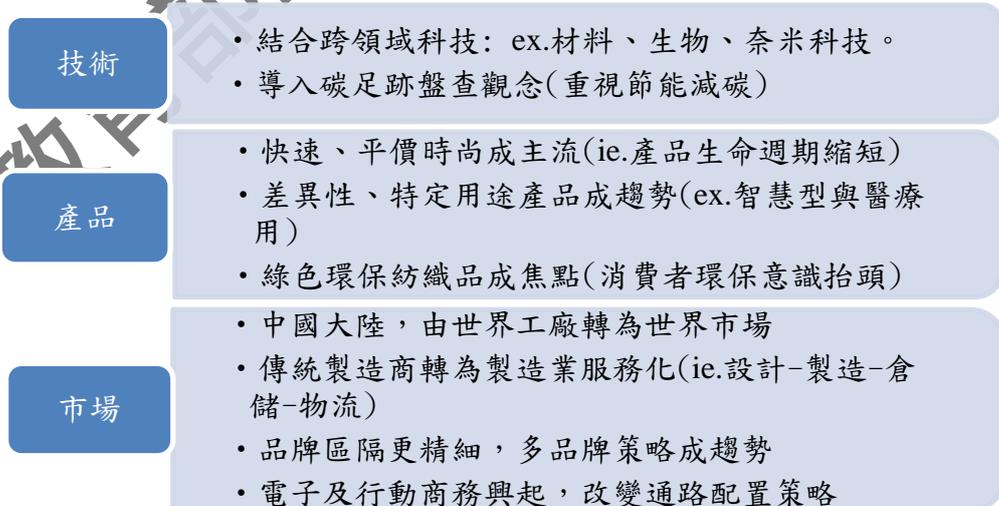


圖 1.1、全球時尚紡織產業的發展現況

(資料來源：經濟部，高值化紡織產業發展策略與措施(2012.10.17)，本學程整理。)

## ■台灣－產業現況

自 1950s 起，台灣時尚紡織產業已經歷過萌芽、成長、成熟、轉型等發展演變，自 2010 年起，政府更引導開發政策利多，企圖催生出產業的再成長期(圖 1.2)。

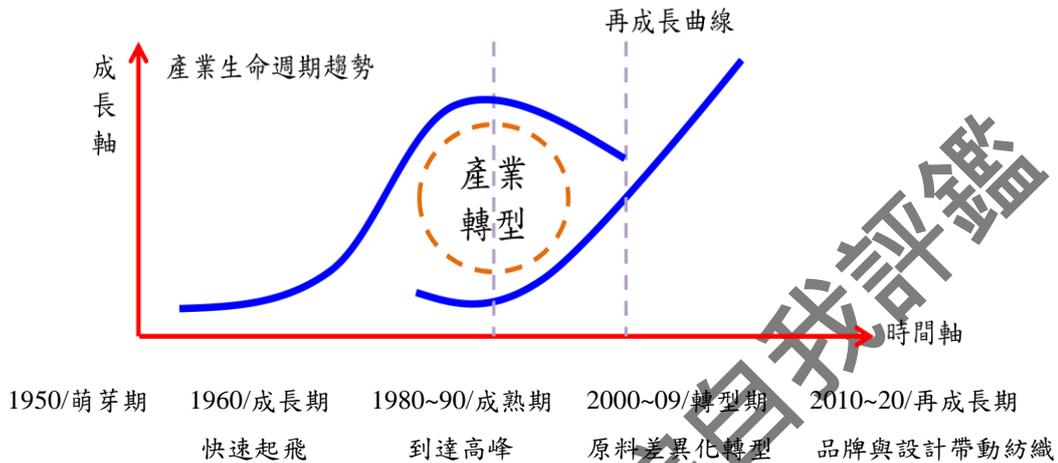


圖 1.2、台灣時尚紡織產業的發展演變

(資料來源：經濟部工業局，三業四化亮點產業－創新時尚紡織產業，2012.10.09。)

以價值鏈發展演變(圖 1.3)的角度來看，台灣的時尚紡織產業確實已經經歷過：外包商(Sub-contractor)、OEM、ODM、整合/創新者以及 OBM 的產業形式階段。其中以品牌代工為例，相較於纖維、紡紗、織布、染整以及成衣製造等複雜製程僅能分配到 36% 的獲利，品牌通路的獲利卻能高達 64%。這就是德、義、法等國的成衣服飾業為何能從 2000 年起呈現逆轉成長的主要原因，簡言之就是：藉由設計及品牌發展的成功，透過高附加價值產品佔領中高階時尚市場。

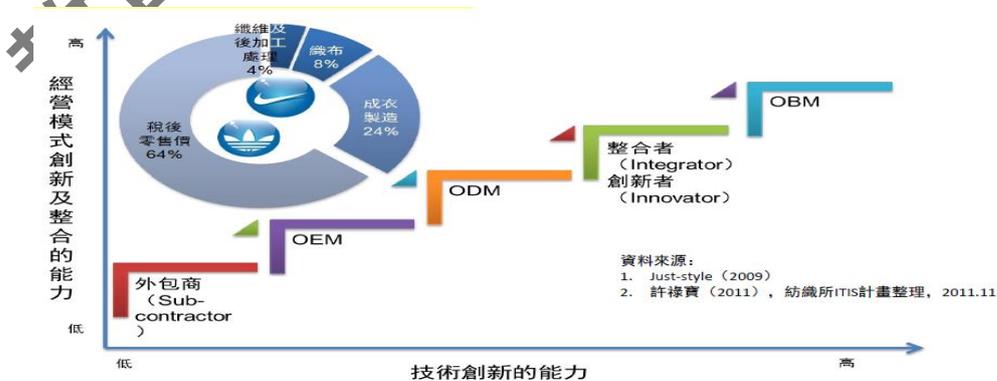


圖 1.3、台灣時尚紡織產業的價值鏈發展演變

(資料來源：經濟部工業局，三業四化亮點產業－創新時尚紡織產業，2012.10.09。)

從產業生命週期而言(圖 1.2)，台灣時尚紡織產業發展已轉型進入到再成長期，產業價值鏈的優化時機也已成熟(圖 1.3)，因此產業界積極尋求發展品牌設計的可能，而德、義、法等國的發展軌跡適可以成為台灣未來發展的參考學習對象。有鑑於台灣時尚紡織產業的蛻變，紡拓會、紡綜所、鞋技中心暨工研院等合作建立快速設計打樣中心，企圖協助產業快速連結到下游品牌，以補足設計與行銷缺口。然而就成衣服飾品製造業來看，品牌與時尚經營管理的國際人才培育確實還欠缺具前瞻性的網絡佈局。

■透過SWOT分析策略，擬訂品牌學程的發展計畫

除了上述對於國內外時尚紡織產業的概況分析外，為擬定本學程的發展方針，特別針對台灣時尚紡織產業進行SWOT分析與組合，結果如表1.7 & 1.8所示。

表 1.7、台灣時尚紡織產業的 SWOT 分析

| 優勢 S  | 劣勢 W   |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪台灣時尚紡織產業之上/中游供應鏈緊密連結，能快速反應</li> <li>▪深具國際競爭力的機能性紡織品—纖維和布料</li> <li>▪具備大中華人文、社會與產業經驗</li> </ul>                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪創新研發、品牌設計與行銷方面的人才投入不足</li> <li>▪台灣多採接單代工模式營運，缺乏國際知名品牌與銷售通路</li> <li>▪國際奢華品牌的全球運籌經驗不足</li> </ul>                              |
| 機會 O  | 威脅 T   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪新興國家之人均 GDP 逐年上升，帶動時尚紡織品的消費需求</li> <li>▪快速時尚風潮興起，成衣服飾品的生命週期縮短且需求增加</li> <li>▪中國—由世界工廠轉為世界市場，台灣時尚產業佔有語/文相通的利基</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪中國與東南亞國家成長快速，大量投入研發纖維原料技術及量產，對台灣的中低價位產品造成威脅</li> <li>▪環保議題衍生出的綠色貿易壁壘</li> <li>▪歐美的時尚奢華品牌以及中國設計風潮的崛起，台灣時尚產業面臨極大的衝擊</li> </ul> |

(部份資料參考自：高值化紡織產業發展策略與措施，經濟部工業局講義 9—101.10.17)

表 1.8、台灣時尚紡織產業的 SWOT 組合策略

|      | 優勢 S  | 劣勢 W   |
|------|---|--|
| 機會 O | <p>SO 策略：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>透過上中游供應鏈緊密連結，提供流行市場更快速的優質時尚產品</li> <li>強化機能性紡織品認證&amp;專利申請</li> <li>利用語、文相通的利基，強化大中華人文、社會與產業的學習，並可扎根亞洲新興平價優質市場研究與行銷</li> </ul>             | <p>WO 策略：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>落實創新研發、品牌設計與行銷方面人才的培育</li> <li>結合設計與美學行銷能量，建立機能性紡織品的國際品牌</li> <li>以 OBM 模式配合兩岸分工，鞏固完整紡織產業供應鏈</li> </ul>                   |
| 威脅 T | <p>ST 策略：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>透過產業整合，強化生產彈性優勢，因應市場差異化、高值化產品之需求</li> <li>續朝符合綠色永續的方向發展，保持台灣機能性紡織品的市場競爭優勢</li> <li>善用台灣豐厚的人文資源，以及結合與大陸語、文相通的利基，創造台灣獨有的大中華時尚產品商機</li> </ul> | <p>WT 策略：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>加強關鍵性技術研發與人才培育，朝「傳統產業特色化」方向邁進</li> <li>以「綠色時尚」強化品牌形象，間接帶動綠色紡織供應鏈</li> <li>朝「製造業服務化」方向邁進，以品牌價值創新的產品設計思維拓銷國內、外市場</li> </ul> |

(部份資料參考自：高值化紡織產業發展策略與措施，經濟部工業局講義 9)

台灣時尚紡織教育已正式進入到第六階段—21世紀跨人文、管理以及藝術與設計領域的（國際）碩士學位學程（詳見導論，一、歷史發展沿革與現況），ie. 輔仁大學於101學年度正式成立的「品牌與時尚經營管理碩士學位學程」開始。

綜合上述對於台灣時尚紡織產業的SWOT分析及相對應的組合策略，結合校、院級的教育目標(詳表1.16)，並聚焦產業的未來人才需求，品牌學程發展出以「人文、藝術與設計」及「品牌價值創新」等雙主軸的跨專業整合學習模式，培育具備人文、藝術與設計的社會關懷和國際視野(Global Vision)以及品牌價值創新

(Brand Value Innovation)的專業管理能力之未來人才。這雙主軸的跨專業整合學習模式，不僅同步考慮國際時尚紡織產業的發展趨勢以及國家未來經濟發展方向的專業人才需求，同時也與學程的人才培育目標和課程規劃(詳1-5)相扣合。

## 1-1-2特色

### ■品牌學程－發展特色

掌握國際時尚紡織產業的發展趨勢(圖1.1)，可藉以對國內產業的競爭優勢與未來發展進行SWOT分析與組合策略(表1.7 & 1.8)；而結合國際時尚紡織院校的發展現況之觀察分析(詳1-7-1)，則可據以研擬出有所區隔的未來發展計畫。分析結果顯示：儘管時尚紡織產業範疇廣大(見附件二)，機能性紡織品卻才是台灣的潛在競爭力。有鑑於此，國家未來的發展策略方案將著力於導入時尚美學及流行趨勢，強化設計能量，發展高附加價值的創新品牌和行銷通路，引領台灣紡織時尚產業邁入國際化。也就是說：國家未來發展策略將以設計與品牌帶動產業全價值鏈的提升。

據此，品牌學程的發展內涵是以導入「人文、藝術與設計」以及「品牌價值創新」等雙主軸的跨專業整合學習，以機能時尚紡織為產品核心，運用台灣獨有的大中華產業優勢，結合國際品牌在亞洲的策略管理經驗，發展跨專業知識的整合學習。

簡言之，品牌學程最大的發展特色在於：以大中華、亞太及全球的人文社會觀點與產業實務經驗為平台，來貫串架構品牌與時尚經營管理的主軸知識。職是之故，品牌學程的未來發展除本身固有的國際化本質之外，特別將教育目標設定在：跨專業整合、社會關懷以及品牌價值創新能力的培養。

#### ■跨專業整合：

專、兼任教師聯合授課；設計、行銷與管理的跨領域整合。

#### ■社會關懷：

以「善念」為核心，尋求時尚能對人文、社會與環境的著力點，如永續時尚、銀髮時尚、公平貿易和消費者保護等。

#### ■品牌價值創新：

從全球視野創新在地文化；以設計與品牌帶動產業全價值鏈。

### 1-1-3 問題與困難

#### 1. 跨專業整合：

專任教師的研究長期以來多關注在歐、美時尚的產業與學術，較少關注亞洲諸國；另也較少具備市場實務挑戰的經驗。

#### 2. 社會關懷：

企圖培養學生在面對經濟效益的誘因時，還能夠以對人文、社會與環境的關懷為前提的善念思維，但較難從一般的講授課程中驗證實際產出。

#### 3. 品牌價值創新：

比較多牽涉主觀的價值認定，欠缺結合客觀實務的呈現，較難評估是否達到價值創新的成效。

### 1-1-4 改善策略

#### 1. 跨專業整合：

邀請具備市場實務經驗的兼任教師聯合授課，強化理論課程學習與產業實務需求之間的無縫接軌；同時聚焦時尚紡織業界全球佈局的關連性，特別是大中華、亞太等區域。

#### 2. 社會關懷：

持續將「善念」的意識形態佈局在課程設計之中，推動時尚社會的正向力量。

#### 3. 品牌價值創新：

尋求實際結合產業的需求，檢視創新設計、美學行銷與專業管理等跨專業整合模式的實務挑戰。

### 1-2 依據教育目標與結合大學人才培育功能與國家產業人才需求，訂定學生核心能力之作法與結果

## 1-2-1現況描述

### 1.海峽兩岸之間的經貿關聯日益密切

台灣於 2010 年 6 月簽署 ECFA(海峽兩岸經濟合作架構協議, Economic Cooperation Framework Agreement)，主要願景是：讓世界走進台灣，讓台灣走向世界。中國大陸於 2011 年 3 月提出《十二五規劃綱要》，成為其後五年的施政綱領。同年 9 月，台灣更以「黃金十年 國家願景」為題，提出了「台灣黃金十年」的多項具體規劃。兩岸人民具有語、文相通的特性，地緣接近，再加上大陸已成為台灣第一大貿易夥伴，經貿關係已經是密不可分，具有組成自由貿易區的條件。

### 2.創新時尚紡織產業是國家優先篩選出亮點產業

在「台灣黃金十年」的規劃中，為因應未來節能減碳、人口老化、創意經濟興起等世界趨勢，推出：生物科技、綠色能源、精緻農業、觀光旅遊、醫療照護、以及文化創意等六大新興產業，做為政府主要投入建設的產業；實際做法則是從多元化、品牌化、關鍵技術取得等面向，提升產值及提高附加價值。

此外，行政院面對當前世界經濟全球化、區域經濟整合與知識經濟的大時代，於 2012 年 2 月成立「國際經濟景氣因應小組」，規劃出「經濟動能推升方案」，作為未來落實推動的重要依據。方案中依經濟成長所需元素區分出產業、輸出、人力、投資、政府等五構面，提出 5 大政策方針及 25 項具體做法。在產業構面上，提出「推動產業多元創新」策略，規畫「製造業服務化」、「服務業國際化、科技化」及「傳統產業特色化」等三大主軸，並優先篩選出亮點產業做為示範，「創新時尚紡織」正是所篩選出的產業代表之一。

### 3.國家產業人才需求

有鑑於海峽兩岸的經貿發展關係，以及國家支持的亮點產業之專業需求考量，未來台灣時尚紡織產業的發展將轉向發展多元化、品牌化以及關鍵技術為主軸的機能性及產業用紡織品領域。因此，未來產業人才需求：

- 多元創新，跨專業整合
- 品牌經營管理，特別是專精於大中華、亞洲新興平價優質市場研究與行銷者
- 紡織科技領域，強化技術領先能力

#### 4.品牌學程的教育目標及核心能力

▪**教育目標**：秉著輔仁大學真、善、美、聖的創校理念以及服務人群的辦學宗旨，品牌學程除了國際化的固有本質之外，特別將教育目標設定在：跨專業整合、社會關懷以及品牌價值創新能力的培養，具體而言是在：

- (1)培養具備設計思維、美學行銷及品牌管理等跨專業整合能力的時尚管理人才。
- (2)培養具備社會關懷能力的時尚研發人才，以內化永續企業之所需的人文素養。
- (3)培養具備品牌價值創新能力的經營管理人才。

▪**核心能力**：所積極建構的核心能力是人文、藝術與設計的跨專業整合、社會關懷，以及品牌價值創新 (Brand Value Innovation) 的專業管理能力與國際視野(Global Vision)。

#### 1-2-2特色

綜合海峽兩岸的經貿發展關係、國家支持的亮點產業之專業需求、以及品牌學程所擬訂的教育目標與核心能力，全英語授課的品牌學程不僅具備了進入時尚產業的國際視野，更具備了有別於其他國際時尚紡織院校的特色發展，特別是在：

- 1.具備台灣獨有的大中華人文、藝術設計與時尚紡織產業經驗
- 2.扎根於大中華與亞太地區時尚紡織產業的研究深度
- 3.專注在機能時尚研發與品牌設計

透過深耕台灣時尚紡織產業在大中華特有的發展優勢來延續拓展產業競爭，並進而累積成教育、研究能量，發揮在國際時尚經濟體中的專業領導力。

### 1-2-3問題與困難

本學程期望培養學生投入之就業市場為大中華、亞太地區的時尚、紡織、零售、行銷、管理等範疇。然而，由於本學程主要的學生來源為國際學生，中文聽、說的能力以及簡體、繁體的辨識能力相對比較欠缺。

### 1-2-4改善策略

- 1.鼓勵國際學生參加由學校提供免費的一對一中文教學，一方面使其有機會學習大中華的人文、社會內涵，另一方面可以提升其將來進入市場工作時，面對文化衝擊的適應能力。
- 2.促進國際學生與本地生之間的交流與學習，提升外籍生的中文能力，並同時強化本地生的英語流利度。

## 1-3教育目標與核心能力之宣導機制與師生對其瞭解程度

### 1-3-1現況描述

本學程教育目標透過課程規劃與執行來達成核心能力之培養並藉由課程規劃、課程大綱、學習成效檢核以及特別規劃的宣導機制，來讓師生對其清楚瞭解。這些特別規劃的宣導機制包括：

#### 1.教師方面

- 課程規劃：透過課程委員會議，建立學程的教育目標及課程規劃與院、校之間的關連、從屬性；再透過文書信件傳達會議記錄，藉此建立本學程專、兼任教師對於學程教育目標與課程規劃之間之關連與共識。
- 課程大綱：透過落實每學期課程大綱之撰寫，讓每位老師深入檢視自己課程與教育目標之關連。此外，藉由本次評鑑，亦讓每位老師重新檢視課程與本學程教育目標之關連。

#### 2.學生方面

- 學生手冊、文宣品等紙本資料
- 學程網站

- 學生約談
- 專家/學者演講
- 專業實習
- 產業參訪
- 國際研習
- 學習檢核機制：學生透過課程大綱、學習成果與教師教學評量系統，再次檢驗本學程的教學目標與課程之關連。

### 1-3-2特色

- 1.學程專任教師跨5學院：人文、管理、藝術與設計等跨專業整合的屬性。
- 2.落實課程規劃與檢核：透過定期學程會議來規劃並檢視課程。
- 3.教師主導與彈性修訂：根據學生學習狀況作即時的調整與修訂。

### 1-3-3問題與困難

- 1.學程教師跨5學院，然而非織品系教師比較難窺見全貌。
- 2.跨專業整合的學程屬性，有時會有局部課程內容重疊。
- 3.教師主導的課程規劃，較易忽略學生的學習困難與需求

### 1-3-4改善策略

- 1.定期開啟課程規劃會議，增加教師參與討論的機會，讓老師充分瞭解學程的教學目標與課程規劃方向與作法。
- 2.訂定學程定案之不同專業課程之間的銜接原則；並提供教授類似課程的老師之授課大綱，以作為銜接、比較之參考。
- 3.每學期定期召開導生會議，瞭解學生的學習困難與需求，作為調整課程大綱與難易度之依據。

## 1-4 依據核心能力進行課程規劃與設計之機制與運作與結果

### 1-4-1現況描述

本學程依據天主教輔仁大學的教育目標—核心價值為「愛」，擬訂基本素養與核心能力（詳附件三）。

- 在基本素養方面，依規範分為：一般能力與態度。
  - 一般能力：學科學習能力、社會適應能力。
  - 態度：擁有健全的良好品格、能主動關懷及服務社會。
- 在核心能力方面，又分別針對專業知識以及技能等，有不同的著力點。
  - 專業知識：藝術、設計、銷售與行銷、管理、傳播與媒體、顧客與人群服務。
  - 技能：解決複雜問題、創意力、合作、協調、管理時間資源、判斷和決策、口語表達。

#### 1-4-2特色

- 1.強調「人文、藝術與設計」，並結合設計、行銷與管理等「品牌價值創新」跨專業整合學習的專業知識之培養。
- 2.聚焦在合作、協調、管理、以及判斷和決策等等解決複雜問題技能之培養，實踐跨專業整合學習的專業知識。
- 3.重視兼顧人格以及知識、技能發展的全人教育。

#### 1-4-3問題與困難

- 1.產業人才需求跨領域整合能力，但在學生基礎不足的情況下，深化教學有難度。
- 2.礙於學程成立甫滿一年，尚未連結到市場實務挑戰，解決複雜問題等相關技能之培養尚有所不足與限制。
- 3.礙於學程成立第一年的學生人數偏少，多數課程有相當比重的報告要求，導致學生偶有人格及知識、技能發展難以兼顧之憾。

#### 1-4-4改善策略

- 1.透過分組報告的方式，提供不同基礎背景學生合作與觀摩學習的訓練機會。
- 2.調整課程：本學程著重在深化與產業實務關連之應用性為主。
- 3.透過溝通、協調以及提供相關課程的課綱，彈性平均分配各門科目的報告比重與繳交時間，減少引起反效果的學習結果。

## 1-5 課程地圖建置與實施情形

### 1-5-1 現況描述

秉持著輔仁大學真、善、美、聖的創校理念以及服務人群的辦學宗旨，品牌學程在國際化的固本質及人才培育的教育目標之外，所積極建構的人才核心能力是人文、藝術與設計的社會關懷和國際視野(Global Vision)以及品牌價值創新 (Brand Value Innovation)的專業管理能力。

有鑑於國家未來發展將著力於：導入以設計與品牌帶動產業全價值鏈的提升，考量屆時時尚紡織產業的人才需求，品牌學程特別將課程規畫放在以大中華、亞太為主軸，以與國際時尚紡織院校（表 1.9）大多定位在「奢華」的時尚經營管理做出區隔。課程規畫的摘要續述如后：

- 1.以大中華、亞太與全球時尚紡織產業的策略管理專業課程為主軸，透過「人文、藝術與設計」及「品牌價值創新」雙主軸的跨專業整合概念架構課程
- 2.以研究方法與論文為共同核心，從品牌設計、美學行銷以及專業管理的面向，深度探討時尚紡織產業的問題與困難以及改善策略
- 3.透過專業實習的實務參與，扎根基礎學理的基石
- 4.藉工作營或是專題研討，聚焦研習特定時尚產品研發及品牌設計的創新價值

期望秉持善念美育、服務人群的輔仁理念，並落實民生學院培養專業、管理人才的教育目標與教學卓越。

結合校、院級的教育目標，並聚焦產業未來的人才需求，品牌學程特別應用先前對於台灣時尚紡織產業的SWOT分析及相對應的組合策略（表1.7 & 1.8），建構發展出一套以機能時尚紡織為產品核心，運用台灣獨有的大中華產業優勢，結合國際品牌在亞洲的策略管理經驗，發展跨專業的知識整合學習。

表 1.9、品牌學程 101-102 級課程表

| 開課學期<br>課程屬性 | 101/上<br>研一/上                       | 101/下<br>研一/下                       | 102/上<br>研二/上              | 102/下<br>研二/下 |
|--------------|-------------------------------------|-------------------------------------|----------------------------|---------------|
| 共同核心         |                                     | ▪研究方法                               |                            | ▪論文           |
| 人文、<br>藝術與設計 | ▪經典設計探索<br>▪當代時尚<br>▪善念設計之消費與文化/102 | ▪時尚美學與消費                            | ▪專業實習                      |               |
| 品牌<br>價值創新   | ▪大中華產業與全球時尚品牌研究<br>▪時尚產業專題          | ▪品牌管理專案企劃<br>▪品牌專利與地圖策略<br>▪服飾採購與零售 | ▪國際品牌在亞洲的策略管理<br>▪全球流行事業管理 | ▪人力資源管理與組織行為  |

註 1：研究方法(3 學分)、論文(4 學分)為必修；其餘皆為選修科目(3 學分)。

註 2：▪善念設計之消費與文化(2 學分)，為 102 年教學卓越計畫下的選修課。

表 1.10、時尚產業SWOT組合策略 vs.品牌學程101級對應課程

| 時尚產業SWOT組合策略  | 品牌學程101級對應課程   |
|---|--|
| ▪利用語、文相通的利基以及台灣豐厚的人文資源，扎根大中華、亞洲新興平價優質市場的研究與行銷(以人文社會關懷核心為的品牌價值創新)                            | ▪經典設計探索<br>▪當代時尚<br>▪時尚美學與消費<br>▪大中華產業與全球時尚品牌研究<br>▪國際品牌在亞洲的策略管理<br>▪專業實習        |
| ▪建立機能性紡織品的國際品牌，以善念設計(ex.永續環保)為核心來強化品牌形象，結合創新研發、品牌設計及行銷管理的能量，落實跨專業整合的人才培育(跨專業整合、社會關懷、品牌價值創新) | ▪全球流行事業管理<br>▪善念設計之消費與文化/102<br>▪時尚產業專題<br>▪服飾採購與零售<br>▪品牌管理專案企劃<br>▪人力資源管理與組織行為 |
| ▪加強具關鍵性技術機能性紡織品的認證 & 專利申請 (品牌價值創新)  | ▪品牌專利與地圖策略   |

註1：▪善念設計之消費與文化(2學分)，102年學年度開課，研一、二皆可修。

### 1-5-2特色

本學程核心能力與課程地圖建置之間，強調：

- 1.計畫面：貫串本學程跨專業整合、社會關懷與品牌價值創新等三個構面。
- 2.執行面：藉由產業SWOT分析及組合策略，規劃、建置課程的主軸內涵。
- 3.檢核面：透過課程大綱、課程內容、課程活動與教學評量檢核學習成效。
- 4.行動面：透過課程委員會，每年重新檢視並進行必要的修正。

### 1-5-3問題與困難

#### 1.計畫面：

學程課程內涵原本即是根據國家、社會及產業未來需求所建構而成，成立甫滿1年，目前尚未經歷整體計畫方向的改變。

#### 2.執行面：

(1)學生主要來自於人文、管理、傳播、及設計等不同的學習背景，非常符合本學程跨專業整合能力的需求，然而，部分時尚紡織專有的基礎知識稍嫌不足。

(2)師資主要來自於跨系所的專任教師，生、師比的問題難有主控權。

(3)國際師資來源仍只能仰賴每學期視經費預算而定的專家、學者演講或是短期工作營，很難有穩定的規劃。

#### 3.檢核面：

文化的差異讓部分學習成效很難於學期間或初入職場即能得知

#### 4.行動面：

跨專業整合能力的養成，仍有賴學術與市場實務的真實挑戰。

### 1-5-4改善策略

#### 1.計畫面：

建立檢核學程課程設計與學習目標之確認達成機制(表1.11)，原則上，學程每三年應做全面性的課程總檢，必要時也應進行滾動式的修正以強化學習內涵與學生畢業後的就職能力。

2.執行面：

- (1)於入學前加開密集式的暑期先修課程，以提早讓學生接觸時尚紡織的必要基礎知識。
- (2)在符合專業前提下，盡可能邀請生、師比較低系所的專任教師。
- (3)積極向校方爭取至少1位符合專業的專任國際教師。

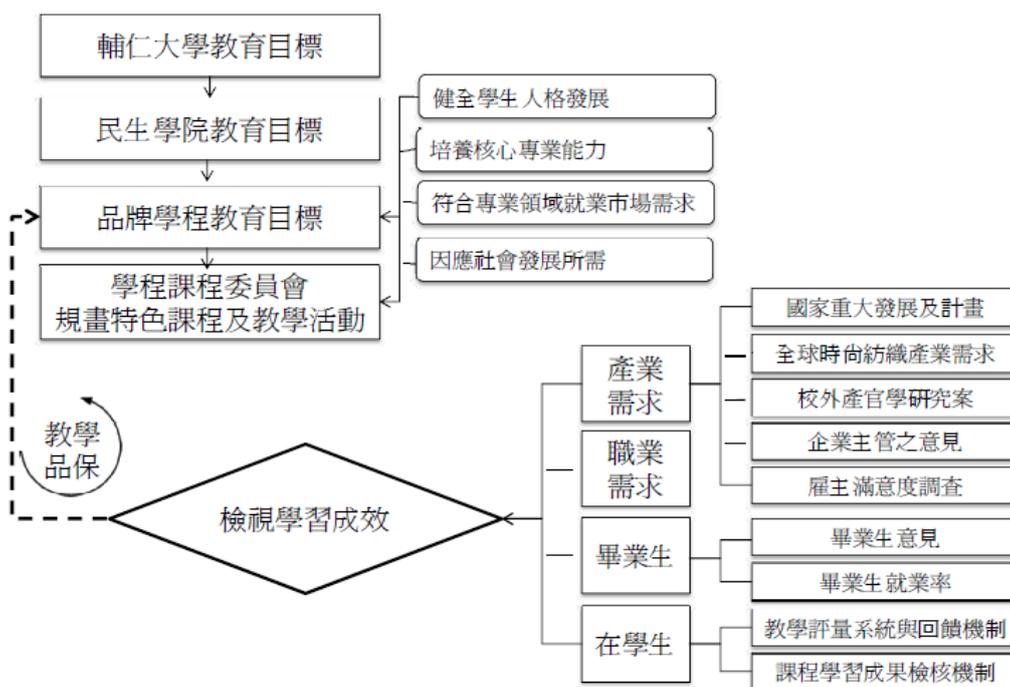
3.檢核面：

透過輔導參與專業實習，增加認知、體驗文化差異的機會。

4.行動面：

引導學程學生與其他相關系所學生進行跨系所的學習與研究。

表1.11、課程設計與學習目標之確認達成機制



1-6 教育目標與校務發展重點、特色之配適性

1-6-1 現況描述

1.品牌學程教育目標：

- 培養具備設計思維、美學行銷及品牌管理等跨專業整合能力的時尚管理人才
- 培養具備社會關懷能力的時尚研發人才，以內化永續企業之所

需的人文素養

- 培養具備品牌價值創新能力的經營管理人才

2.校務發展重點、特色：

- 追求真、善、美、聖的全人教育發展
- 推動學術專業的社會參與來服務人群
- 致力人文精神培養
- 增進多元文化交流

3.配適性：（表1.12）

- 品牌學程致力設計思維、美學行銷以及品牌管理等跨專業整合能力的培養，符合輔仁大學推動知識整合，追求真、善、美、聖的全人教育。
- 品牌學程以「善念」為核心，尋求時尚能對人文、社會與環境的著力點（如永續時尚、銀髮時尚、公平貿易和消費者保護等）的社會關懷能力之培養，更是完全契合輔仁大學推動學術專業的社會參與來服務人群之辦學特色。
- 品牌學程追求以全球視野創新在地文化，並以設計與品牌帶動產業全價值鏈的能力之培育，同時呼應了輔仁大學致力人文精神培養，以及增進多元文化交流之創學精神。

表1.12、校務發展重點、特色與品牌學程教育目標之對照

| 校務發展重點、特色              | 品牌學程教育目標  |
|------------------------|---|
| ▪追求真、善、美、聖的全人教育發展      | 致力設計思維、美學行銷以及品牌管理等跨專業整合能力的培養                                  |
| ▪推動學術專業的社會參與來服務人群      | 以「善念」為核心，尋求時尚能對人文、社會與環境的著力點（如永續時尚、銀髮時尚、公平貿易和消費者保護等）的社會關懷能力之培養 |
| ▪致力人文精神培養<br>▪增進多元文化交流 | 以全球視野創新在地文化，並以設計與品牌帶動產業全價值鏈的能力之培育                             |

### 1-6-2特色

- 1.國際化的固有所質：本學程全英語授課的國際碩士學位學程，101學年度招收的學生來自於日本、泰國、馬來西亞（102學年的學生來自於法國、美國、薩爾瓦多、馬來西亞的6位國際學生，以及5位台灣的本地生）。
- 2.秉持善念美育、服務人群的輔仁理念，以及落實民生學院培養專業、管理人才的教育目標與教學卓越，品牌學程在固有的國際化本質和人才的培育目標之外，所積極建構的人才核心能力是人文、藝術與設計的社會關懷和國際視野（Global Vision）以及品牌價值創新（Brand Value Innovation）的專業管理能力。
- 3.所有專任教師來自於民生、管理、社科、藝術及傳播學院等5個學院的跨專業整合的規模在國內、外前所未見。特別是織品系是國內大學院校中培育紡織成衣業中下游人才規模與課程最完整的科系，因此學程所能獲得的專業支援相對也較多元，包括：設計、管理、技術與文化創意等。

### 1-6-3問題與困難

- 1.國際學生來源的廣度與穩定度：  
本學程主要目標學生為亞太地區的學生，以及預計進入大中華時尚產業工作的歐、美學生。儘管102級的國際學生來源國增加了歐、美、甚至中南美洲，但如何保持國際學生來源的穩定度，在學程成立初期尚未建立知名度之時將會是個相當的挑戰。
- 2.「以院為經營單位」的挑戰：  
99學年度起校方推行「以院為經營單位」政策，惟，本學程並無大學部學生，倘以一般正常的經費分配方式提撥，品牌學程恐出現難以為繼之窘境。
- 3.鐘點數的限制以及教師聯合授課的排課難度：
  - 由於在教師授課鐘點數上限的規範，使課程規劃面臨大挑戰。要符合專業、全英語授課兩條件的教師誠然有限，若再有任何第三條件的規範都會提高學程執行的難度。

- 校方的網路系統對於本學程教師聯合授課的排課仍有難度。目前排課的優先順序是：系—所—碩專班—學程，因此學程的得等到所有學制的課程排定之後才能開始進行，導致學程在排課的行政與時間掌控上無法自主。

#### 1-6-4改善策略

- 1.以短、中、長期計畫，確保國際學生來源的廣度與穩定度：  
短期計畫—以獎學金吸引國際菁英學生；中期計畫—進行企業募款獎學金，長期計畫—建立學程在大中華、亞太的品牌時尚紡織經營管理之專業特色，進而與國際時尚紡織院校進行多邊授課、雙學位，甚至與國際品牌直接合作培育可以在大中華、亞太、乃至於全球時尚紡織產業工作的國際人才。
- 2.透過計畫案、企業募款等方式，邀請國內、外專家學者到校進行專題演講或工作營，以提升產業新知學習的及時性。
- 3.積極爭取學程必須至少有15位專任老師以上的規範，增加聘請具備產業實務經驗的兼任教師。

#### 1-7 設置在相關領域發展趨勢及科際整合之需求性

##### 1-7-1現況描述

###### 1.相關領域發展趨勢—國際教育現況

全球時尚紡織教育的範疇包括：人文、社會、科學、藝術/設計等多元面向；21世紀後以品牌為核心主軸的概念逐漸在國際院校發展成形，在碩士學位中就有 MA (Master of Arts)、MSc (Master of Science)、MFA(Master of Fine Arts)、MBA (Master of Administration)、MPS (Master of Professional Studies)和 MGIM (Master of Global Innovation Management)等六種不同的碩士學位文憑(表 1.13)。

表 1.13、全球時尚紡織教育中的三種碩士學位文憑類型

| 國 | MA (Master of Arts)   |
|---|---|
| 英 | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Design <b>M</b> for the Fashion Industries (London College of Fashion)</li> <li>▪ Fashion <b>M</b> and Marketing (U. of the Creative Arts)</li> <li>▪ Fashion Business <b>M</b> (U. of Westminster)</li> </ul> |
| 法 | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Fashion and Marketing (ESMOD)</li> </ul>   |
| 義 | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Fashion and Luxury Brand <b>M</b> (Istituto Marangoni/倫敦)</li> <li>▪ Fashion Marketing and <b>M</b> (IED)</li> <li>▪ Fashion Management (DOMUS)</li> </ul>   |
| 日 | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Fashion <b>M</b> (UIBS – Tokyo Business School)</li> </ul>   |
|   | MSc (Master of Science)   |
| 英 | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Fashion, Design and Luxury <b>M</b> (London Sch. of Business and Finance)</li> <li>▪ International Fashion Marketing (GCU/London)</li> </ul>   |
| 法 | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Luxury and Fashion <b>M</b> (SKEMA)</li> </ul>   |
| 義 | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Fashion Brand <b>M</b> (Polimoda)</li> </ul>   |
| 美 | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Strategic Design and <b>M</b> (Parsons)</li> <li>▪ Fashion Marketing and <b>M</b> (Berkeley College – New York)</li> </ul>   |
|   | MFA (Master of Fine Arts)   |
| 美 | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Luxury and Fashion <b>M</b> (SCAD)</li> </ul>  |

註：M 在此代替 Management。

國際時尚紡織教育可簡單分為：人文設計、社會科學與經營管理等三大主軸，其中，設計與管理向來是歐、美國際院校的優勢。姑且不論設計與社科的部分，過去傳統上的經營管理不外乎教授：採購、零售、通路、供應鏈、消費、行銷與經營管理等各項專業的學習；但近十年來，「全球化」、「奢華/侈」與「品牌」已逐漸成為共同關切的重要議題。

值得注意的是，向來以西歐、南歐、甚至是美國為首的全球奢華品牌時尚，隨著亞洲新興市場的崛起，奢華、品牌的板塊正在進行前所未有的大挪移；而另一方面國際時尚紡織教育也隨之積極轉向結合區域利基、邁向跨國研習的教育發展趨勢(表 1.14)，也就是：透過結合 2~3 個國家/地區/城市的時尚紡織院校進行學術結盟，讓學生的學習環境透過易地而學的概念，學習到各個結盟學校國家的最佳產業優勢的部分。

表 1.14、結合區域利基、邁向跨國研習的全球時尚紡織教育發展趨勢

| 研習國家  | Master of Business Administration (MBA)  |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>中、義、法 (Shanghai – Florence – Paris)</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Luxury Brand [M] (IFA Shanghai – Polimoda – IFA Paris)</li> </ul>   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>法、中//土 (Paris – Shanghai // Istanbul)</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Luxury Brand [M] (IFA Paris – Shanghai // Istanbul)</li> </ul>  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>中、法 (Beijing – Paris)</li> </ul>                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>Advanced [M] Program in Fashion and Luxury (Tsinghua University – IFM – HEC Paris)</li> </ul>   |
| 研習國家  | Master of Professional Studies (MPS)   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>美、港、法 (N.Y. – H.K. – Paris)</li> </ul>           | <ul style="list-style-type: none"> <li>Global Fashion [M] (FIT – HKPU – Institut Français de la Mode)</li> </ul>   |
| 研習國家  | Master of Global Innovation Management (MGIM)  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>美、法 (N. Carolina – Cedex)</li> </ul>             | <ul style="list-style-type: none"> <li>Global Luxury [M] (NC State's Poole College of [M] &amp; College of Textiles – SKEMA Business School's Sophia Antipolis, campus in France)</li> </ul> |

註：表 1.13 & 1.14 中，僅列出以全英語授課系所，以 [M] 代替 Management。

## 2. 台灣時尚紡織產業轉型朝發展自有品牌與設計的現況

台灣時尚紡織產業正在轉型朝發展自有品牌、設計的企業可分為以下三種類型（表 1.15）：機能性布料製造商發展自有成衣品牌並建立行銷通路、成衣製造廠發展自有通路品牌、以及通路商品牌發展。

表 1.15、台灣企業轉型朝發展自有品牌與設計的基本類型

| 機能性布料製造商<br>發展自有成衣品牌<br>並建立行銷通路 |                    | 成衣製造廠<br>發展自有通路品牌 |        | 通路商<br>品牌發展 |             |
|---------------------------------|--------------------|-------------------|--------|-------------|-------------|
| 裕源                              | Fma                | 聚陽                | DOUBLE | 台南<br>企業    | Tony Wear   |
| 聚紡                              | GFun               |                   |        |             | Tony Jeans  |
| 宏遠                              | Ever Simle<br>幸福台灣 |                   |        | 麗嬰房         | Les enfants |
| 旭榮集團                            | EasyYoga           | 介強                | COZIE  | 寶成<br>集團    | YY Sports   |
| 力麗集團                            | Go Hiking          |                   |        | 哥弟          | GIRDEAR     |
|                                 | FN.ICE             |                   |        |             |             |

### 1-7-2特色

- 1.國際教育的發展趨勢是朝品牌、奢華以及結合區域利基、邁向跨國異地學習的發展趨勢；而，品牌學程扎根大中華、亞洲新興平價優質市場的研究與行銷，不僅可以與之區隔，同時也可藉此專業建立國際學術地位，增加學術文化交流的籌碼。
- 2.台灣的機能性布料製造商、成衣製造廠、通路商等，都在積極轉型朝發展自有品牌與設計的方向前進。特別值得一提的是，這些廠商本身都早已進入大中華的時尚紡織市場多年，累積的品牌實戰經驗相當豐富。

### 1-7-3問題與困難

- 1.本學程雖已與國際院校的發展趨勢做出區隔，然而面對崛起的中國大陸成為各方爭相拉攏合作的優勢，品牌學程勢必要能找到自己的競爭力方能與之相匹敵。
- 2.台灣時尚紡織界多方人馬已先後轉型朝自有品牌與設計的方向發展，然而，整體而言目前仍然欠缺的是：能引人共鳴的人文、社會關懷方面的品牌精神，包括品牌故事、美學行銷、傳播、管理等，特別是在品牌價值創新的構面。

### 1-7-4改善策略

- 1.利用英語及亞洲多國語言的能力，開創品牌學程的籌碼  
來自亞太地區的國際學生本身具備亞洲多國語言的能力，未來結合本地生的互補學習、團隊合作，運用台灣豐厚的人文、地方特質，再聯合中國大陸及新興亞洲市場的力量，朝特色競爭、合作互補的方向，可形成一個以東方為主的新時尚產業體系。
- 2.跨科際整合  
品牌學程本身即屬跨科際整合的系所（含民生、管理、社科、藝術及傳播等），然而，尚未進行實質的跨科際整合。未來可從以下幾個面向進行跨科際整合：

- 媒體傳播：加強與藝術、傳播學院的應用研究合作，從建立品牌故事、視覺傳達、時尚傳播等能引人共鳴的人文與品牌價值創新著手。
- 綠色環保：以綠色善念為核心，應用台灣具先進紡織科技的機能性紡織品，發展符合生態、環保概念的永續時尚品牌。
- 銀髮時尚：加強與醫學院老人醫學方面的合作研究，發展針對銀髮族所需的智慧型生活時尚品牌與設計應用。
- 社會關懷：結合醫學、紡織科技、品牌商等，發展針對利基市場需求而開發的產品品牌。

## ■ 小結

綜觀國際時尚紡織產業發展趨勢，配合國家的政策發展重心、分析台灣產業真正的競爭優勢，並追根溯源校、院的辦學宗旨，品牌學程的人才培育目標因此設定在：跨專業整合、社會關懷、品牌價值創新、以及國際化能力的培養。這不僅符合學校辦學、學院發展之宗旨及教育目標(表1.16)，更符合進入21世紀教育的跨領域發展與學習趨勢。

透過對於國內產業的競爭優勢與未來發展可能進行了SWOT分析與組合策略，並結合國際時尚紡織院校的發展現況之觀察與剖析，品牌學程更據此研擬出與之有所區隔的課程規劃，也就是以「人文、藝術與設計」以及「品牌價值創新」雙主軸的跨專業整合學習模式。

最大特色更在於：以機能時尚紡織為產品核心，聚焦在大中華、亞洲新興市場。透過運用台灣獨有的大中華背景優勢，結合國際品牌在亞洲的策略管理經驗，發展跨專業知識的整合學習。未來將朝科際整合以及尋求國際學術、學位聯盟的發展方向邁進。

表1.16、品牌學程的教育目標符合校、院發展的宗旨與目標

|  |                 |  |            |     |
|--|-----------------|--|------------|-----|
|   | 創校理念            |  |            |     |
|  | 真               | 善                                      | 美          | 聖   |
|  | 辦學宗旨            |  |            |     |
|  | 服務人群、以愛為核心的社會參與 |  |            |     |
|   | 民生學院－宗旨         |  |            |     |
|  | 提昇生活品質、促進生活幸福   |  |            |     |
|  | 院－教育目標          |  |            |     |
|  | 培育民生領域專業、企業管理人才 |  |            |     |
|  | 品牌學程－教育目標       |  |            |     |
|  | 跨專業<br>整合       | 社會關懷                                   | 品牌價值<br>創新 | 國際化 |
| 基本素養   | 一般能力            | 學科學習、社會適應                              |            |     |
|  | 態 度             | 健全良好品格、主動關懷及服務社會                       |            |     |
| 核心能力   | 專業知識            | 藝術、設計、傳播與媒體<br>管理、銷售與行銷、顧客與人群服務        |            |     |
|  | 技 能             | 解決複雜問題、創意力、合作、協調、<br>管理時間資源、判斷和決策、口語表達 |            |     |

## 項目二、教師教學與學習評量

### 2-1 專、兼任教師之數量與學術專長，符合系所、學位學程及在職專班教育目標及滿足學生學習需求之情形

#### 2-1-1 現況描述

專任教師皆具人文、管理、藝術與設計等相關領域之博士學位，特別是在織品服裝的專業領域；而兼任教師不僅具備豐富的產業實務經歷，符合品牌學程的專業需求，講授科目更完全符合其學經歷專長，所提供的產業實務經驗一方面維護教學品質及確保學生受教權益，另一方面更強化本學程聚焦在大中華及新興亞洲市場的時尚紡織產業知識。目前專任教師 15 位，兼任教師 4 位 (表 2.1)。

表2.1、101級(101-102學年度)專、兼任教師人數一覽表

| 學年度     | 101 | 102 |
|---------|-----|-----|
| 專任教師人數  | 10  | 15  |
| 具博士學位人數 | 9   | 14  |
| 教授人數    | 1   | 2   |
| 副教授人數   | 7   | 9   |
| 助理教授人數  | 2   | 4   |
| 兼任教師人數  | 1   | 4   |
| 具博士學位人數 | 1   | 3   |
| 副教授人數   | 0   | 1   |
| 助理教授人數  | 1   | 1   |
| 講師人數    | 0   | 2   |

#### 2-1-2 特色

專任教師的學經歷涵蓋多元學術領域，取得博、碩士學位的國家來自台灣、英國、美國及亞洲地區（如香港、中國等），且多為該國在時尚紡織設計、文化、經營與消費的重點學校，充份顯示本學程師資多元化及國際化之專業素養及背景。專任教師講

授之課程都以培養產業專業知識及核心基礎能力為主，同時也重視學生人格的健全發展；另外，亦邀請學有專精、經驗豐富且樂意提攜後進之產業精英，講授以產業導向為主之課程，貫徹理論與實務結合之教學理念，並能反應時尚紡織就業市場之需求和社會發展的變化。

表 2.2、專任教師基本資料(101-102 學年度在職教師)

| 職級<br>101<br>現職 | 系所              | 姓名  | 最高學歷             | 專長                                 | 在品牌學程<br>任教科目                                    |
|-----------------|-----------------|-----|------------------|------------------------------------|--|
| 教授              | 織品              | 蔡淑梨 | 美國壬色列理工學院科技暨管理博士 | 創新與創業管理、行銷管理、策略管理                  | ■全球流行事業經營管理                                      |
| 教授              | 通識/<br>新聞<br>傳播 | 梁崇民 | 巴黎第一大學政研所國際關係博士  | 國際關係、歐盟、大陸問題與兩岸關係、國際文化交流           | ■研究方法<br>(101/+顏亮一、102/+顏亮一、翁志遠)                 |
| 副教授             | 織品              | 尤政平 | 英國里茲大學紡織工業博士     | 針織技術、電腦模擬與生產管理、網路多媒體與 E-Learning   | ■專業實習  |
| 副教授             | 織品              | 何兆華 | 國立清華大學人類學博士      | 中國裝飾圖案、中國少數民族服飾、博物館管理              | ■全球時尚品牌研究<br>■大中華產業與時尚流行品牌(+楊維漢)                 |
| 副教授             | 織品              | 陳華珠 | 英國諾丁翰傳德大學織品服裝博士  | 西洋服裝、綠時尚、服裝專題研究與設計、服裝構成學           | ■時尚與創意<br>■善念設計之消費與文化(102/+鄭靜宜，與織品系合開)           |
| 副教授             | 織品              | 鄭靜宜 | 美國愛荷華州立大學織品服裝博士  | 織品服裝社會心理與消費者行為、織品服裝文化與美學、流行理論、織品科學 | ■時尚美學與消費(與織品系合開)<br>■善念設計之消費與文化(102/+陳華珠，與織品系合開) |
| 副教授             | 織品              | 李俊格 | 美國奧本大學行銷管理博士     | 服飾經營管理、資訊管理                        | ■服飾採購與零售(與織品系合開)                                 |
| 副教授             | 織品              | 喬昭華 | 美國堪薩斯州立大學織品服裝博士  | 織品科學、織物保存、紡織專利分析                   | ■時尚產業專題<br>(101/+楊濱燦、林國棟；102/+林國棟)               |

|      |    |     |                           |                            |  |
|------|----|-----|---------------------------|----------------------------|--|
| 副教授  | 織品 | 楊濱燦 | 中國文化大學<br>企業管理博士          | 消費者心理、服務行銷、組織行為與理論         | ■時尚產業專題<br>(101/+喬昭華、林國棟)              |
| 副教授  | 景觀 | 顏亮一 | 美國加州大學<br>洛杉磯分校都<br>市規劃博士 | 都市與區域規劃、都市設計、文化地景研究、歷史保存   | ■研究方法<br>(101/+梁崇民；<br>102/+梁崇民、翁志遠)   |
| 副教授  | 企管 | 楊百川 | 輔大商研所博<br>士               | 組織發展與變革、組織行為               | ■人力資源管理與組織行為                           |
| 助理教授 | 織品 | 遲曉雲 | 香港理工大學<br>紡織與製衣學<br>博士    | 毛衣設計、品牌服飾商品企劃、設計管理實務       | ■國際品牌在亞洲的策略管理(+丁瑞華、吳世家)                |
| 助理教授 | 織品 | 林國棟 | 輔仁大學織品<br>服裝碩士            | 服裝設計、服裝表演規劃、整體造型、流行分析、男裝設計 | ■時尚產業專題<br>(101/+喬昭華、楊濱燦；<br>102/+喬昭華) |
| 助理教授 | 應美 | 吳佩縈 | 英國布萊頓大<br>學藝術與傳播<br>博士    | 視覺傳達設計、圖文意象、文本的視覺分析、美學     | ■經典設計探索                                |
| 助理教授 | 社會 | 翁志遠 | 美國愛荷華州<br>立大學社會學<br>博士    | 社會心理學取向、壓力-心理困擾過程          | ■研究方法<br>(102/+梁崇民、顏亮一)                |

表 2.3、兼任教師基本資料(101-102 學年度在職教師)

| 職級   | 姓名  | 經歷                                     | 擔任學科                                   |
|------|-----|--|--|
| 副教授  | 陳省三 | 工研院、台北科技大學服務與科技管理研究所專任副教授、織品系兼任教授      | ■專利地圖與策略分析(與喬昭華合授)                     |
| 助理教授 | 丁瑞華 | 東雲紡織總經理、織品系專任助理教授                      | ■品牌企畫專案設計<br>■國際品牌在亞洲的策略管理(與遲曉雲、吳世家合授) |
| 講師   | 吳世家 | 美國 P&G, Chrysler<br>法國 Chanel 台灣區品牌總經理 | ■國際品牌在亞洲的策略管理(與遲曉雲、丁瑞華合授)              |
| 講師   | 楊維漢 | 輔仁大學流行系系主任、香港製衣訓練局附屬顧問、生活產業研發室顧問       | ■大中華產業與全球時尚品牌研究(與何兆華合授)                |

## 2-2.專任教師之結構與流動之情形

### 2-2-1 現況描述

- 1.品牌學程主要聚焦在「人文、藝術與設計」及「品牌價值創新」雙主軸的跨專業整合概念架構課程，專任教師依照其個人學術專長分別為具博士學位 14 名。其中，教授 2 名，副教授 9 名，助理教授 4 名(詳表 2.2)。
- 2.品牌學程自 101 學年度成立迄今僅 1 年，無法全面檢視專任教師之流動情形或對本學程產生影響。

### 2-2-2 特色

- 1.由於織品服裝專業在台灣的稀有性，品牌學程 15 位專任教師中有 9 位是取得國內、外碩博士回來的織品服裝學系畢業系友；多數老師對輔仁大學的創校理念、教育目標、價值與文化都有深刻的理解與認同，都長期投入教學的承諾，許多都已在輔仁服務超過一、二十幾年的資歷，因此師資結構相對非常的穩定。就算兼任教師中也不乏有已在輔仁大學服務多年或剛從輔仁退休下來，因此，都有超強的向心力以及服務教育的精神。
- 2.兼任教師延聘自產學研之專家，同時具備豐富的品牌實務經驗與學術涵養(表 2.3)，不僅講授科目完全符合其學、經歷專長，所提供的專業知識經驗更強化了本學程聚焦在大中華及新興亞洲市場的主軸。更以透過 2 位以上的教師聯合授課方式，建構涵蓋更多面向、更完整的課程內容。

## 2-3 教師依據課程所要培育之核心能力，進行教學設計與應用多元教學方法之情形

### 2-3-1 現況描述

- 1.依據本學程教育目標及學生畢業時應具備之核心能力，授課教師規劃課程大綱提供學生修課的參考。內容包含：必修、選修、基本素養、核心能力、與專門議題之關聯性、學習目標、先修課程、授課進度、教學方法、課程教材、學習評量、以及相關學習規範等項目。

- 2.達成核心能力目標所設計之教學方法有講授、專題報告、分組討論、自主學習、校外參觀、參觀學習等。

### 2-3-2 特色

- 1.本學程雖僅成立1年，但由於專、兼任教師多具備多年的教學或實務經驗，因此都能於課前提供教師自編講義、運用多媒體教學如PPT、DVD或學校i-can系統，以提供學生多元的學習機會，並可供課前預習或課後複習，以達到更好的學習效果。
- 2.除了既定的教學方法之外，配合課程內容，也經常有機會聽取國內、外產學研相關之專家學者的演講、短期工作營，甚至是規劃在課程中的海外參訪與研習。此外還有機會參加織品服裝學系定期舉辦的校外公司、工廠之實務參訪，擴大對於時尚紡織產業瞭解的廣度與深度。

### 2-3-3 問題與困難

- 1.由於學程開始營運甫滿1年，尚未凸顯出明顯的問題或困難；惟，時尚紡織業是個快速變遷的行業，面對全球時尚版塊的快速變動，如何提前洞悉市場所需的人才專業並做適時的課程調整，且兼顧學生的需求，永遠會是重要的課題。
- 2.面對社會思潮的改變，年輕學子日益傾向強調個人主義而忽略了對於社會關懷應有的「善念」與態度。如何使學生瞭解學程課程設計與人才培育目標之關係並加以認同，是未來進行課程規劃時值得深思的問題。

### 2-3-4 改善策略

- 1.▪和公司工廠保持聯繫，建立對話機制，作為調整課程之參考。
  - 定期召開品牌學程「課程委員會」會議，審視、檢討課程結構的適切性及前瞻性。
  - 協同參加織品系舉辦的「織品服裝學系發展委員會」，以廣納業界不同意見。
- 2.▪透過授課時向學生宣導課程設計的原則及目標。
  - 提供學生可即時反應的管道，並審慎處理其對課程之意見。

- 藉由專家、學者的經驗分享，讓跨專業整合能力的團隊合作需求，以及心存社會關懷的「善念」態度，能潛移默化在學生的專業學習之中。

## 2-4 教師自編講義或編制數位媒材之成果，提升學習成效之情形

### 2-4-1 現況描述

針對 101 級入學的學生(修業 2012-2014)共開課 14 門，除論文、專業實習外，其餘 12 門皆由教師自編講義(表 2.4)或搭配指定的教科書、參考書籍；其中，尤政平老師早已建構完整的多媒體教材；而丁瑞華老師的「品牌管理」講義更已於 2012 年由普林斯頓出版社發行；

表 2.4、101 級專任教師自編講義課程一覽表

| 課程                                 | 教師姓名                  |      |
|------------------------------------|-----------------------|------|
| ▪論文(必/4 學分)                        | N/A                   | 研二   |
| ▪研究方法(必/3 學分)                      | 梁崇民、顏亮一               | 研一   |
| ▪時尚產業專題                            | 喬昭華、楊濱燦、林國棟           | 研一   |
| ▪經典設計探索                            | 吳佩縈                   | 研一   |
| ▪時尚與創意                             | 陳華珠                   | 研一   |
| ▪全球時尚品牌研究<br>(102 改名~大中華產業與時尚流行品牌) | 何兆華<br>(102/ 何兆華、楊維漢) | 研一   |
| ▪時尚美學與消費 (與織品系合開)                  | 鄭靜宜                   | 研一   |
| ▪品牌企畫專案設計                          | 丁瑞華                   | 研一   |
| ▪服飾採購與零售 (與織品系合開)                  | 李俊格                   | 研一   |
| ▪國際品牌在亞洲的策略管理                      | 丁瑞華、遲曉雲、吳世家           | 研二   |
| ▪全球流行事業經營管理                        | 蔡淑梨                   | 研二   |
| ▪專利地圖與策略分析                         | 喬昭華、陳省三               | 研二   |
| ▪人力資源管理與組織行為                       | 楊百川                   | 研一、二 |
| ▪產業實習                              | 尤政平、何兆華               | 研二   |

## 2-4-2 特色

### 1. 教師自編講義更能聚焦主題：

由任課教老師自行針對課程設計內涵所編製完成的講義，彙整了多年來的學術研究或是實務經驗所累積起來的資料與分析，有別於使用一本教科書的侷限或市場針對性，其目的在於提供給學生更聚焦的課程內涵。

### 2. 學校 iCAN 教學網路系統、第二代教學評量暨互動平台系統：

使學生能進行零距離的學習與複習，同時也可以立即對教師的授課方式、內容進行溝通；另外，在學程上課的朝樞樓內還有織品系提供的觸控型資訊系統以利學生的即時回饋，教師更可據此及早得知教材難易度是否符合學生的程度。

## 2-4-3 問題與困難

1. 由於目前校方設置的 iCAN 教學網路系統、第二代教學評量暨互動平台系統的介面設計對於外籍生的使用還不是很友善，再加上 101 級的班級人數大多是在 3~6 人之間，因此，教師通常是採期末建議的書面回饋方式回收學生的意見。

2. 社群網路平台日漸發達，多數學生對於 FaceBook、Twitter 等系統的使用頻率有可能高於使用學校的教學網路平台。

## 2-4-4 改善策略

1. 學校的網路架設內容，對於外籍生仍有不少不友善的內容物。未來積極透過外籍生的使用、體驗回饋，積極協助校方做系統檢視與改善。

2. 積極鼓勵學生使用既有的教學網路系統、教學評量暨互動平台系統之外，另方面考慮現在學生個人使用其他社群網路平台的普及性，也可透過像 FaceBook 這樣的平台做輔助。

## 2-5 教師依據課程所要培育之核心能力，設計學習評量之情形

### 2-5-1 現況描述

依據學校提供之量表及參酌本學程課程特色，再從教師授課大綱中彙整分類，結果依其評量重要性及規模分為下列三項：

- 1.大型性質評量：包含課堂之前測、書面報告、期中口頭報告、期末口頭報告。
- 2.小型性質評量：包含個案分析報告撰寫、心得/作業撰寫、專題發表、自評與小組互評。
- 3.觀察：包含學生表現側寫報告、出缺席、課堂參與討論。

## 2-5-2 特色

品牌學程在核心能力方面的培養，針對專業知識以及技能等，有不同的著力點。

- 專業知識：藝術、設計、銷售與行銷、管理、傳播與媒體、顧客與人群服務。
- 技能：解決複雜問題、創意力、合作、協調、管理時間資源、判斷和決策、口語表達。

本學程教育目標之一在培養具備設計思維、美學行銷及品牌管理等跨專業整合能力的經營管理專業人才，因此，課程學習評量的方式宜更具多元與實務，故除了最常用的考試和報告外，也由師生及產學之互動來評量學習成效。例如：

- 品牌企畫專案設計：則透過課堂上循序漸進的授課內容，之後先評量學生各別的品牌企畫，最後再針對學生擇定主題共同整合貫串起來的品牌企畫專案設計進行評量。
- 服飾採購與零售：是以學生實際從五分埔挑選採購成衣商品，到放置於織品系所屬的實習商店內販售以及商品推廣、消費顧客群的觀察等做為學習評量標準。

## 2-6 依據教學評鑑結果，協助教師改進教學設計、教材教法與多元學習評量方法之情形

### 2-6-1 現況描述

- 1.本校的教學評鑑包含：教學、研究、服務、輔導等四個項目。本校之教師發展與教學資源中心提供各種機制，鼓勵教師參加教學研習活動，協助改進教學設計、教材教法、與多元學習評量方法，以提昇教學品質，強化教學知能，精進教學專業成長。
- 2.每學期定期進行教學評量。

### 2-6-2 特色

- 1.本校之教師發展與教學資源中心，每學期除了定期舉辦的各種改進教學設計等相關的教學研習活動，甚至規畫優質英語培訓課程、教學社群營造與深化等來協助教師的專業成長。
2. iCAN網路教學平台，可由討論區即時收集學生學習反應。
  - 第二代教學評量暨互動平台系統，已設有學生對教學意見的即時反應與回饋機制，老師可直接從學生匿名提出的意見了解學生的學習狀況，即時回應個別或全班同學。此回饋機制可作為調整教學方式的參考，協助教師改進教學設計、教材教法與多元學習評量方法。
- 3.學生學習教學評量結果已納入學校之教學評鑑辦法中，將作為教師評鑑及升等之參考，藉此提醒教師重視教學評鑑結果，並運用至教學設計、教材教法與多元學習評量方法之改進。

### 2-6-3 問題與困難

- ☒ 本項次不適用。理由：品牌學程自 101 學年度成立，該年度內於品牌學程任教之教師適無列入教學評鑑者。

### 2-6-4 改善策略

- ☒ 本項次不適用。理由：同上。

## 2-7.院（系）配合學位學程需求，提供空間與設備支援，滿足教師教學與學生學習需求之情形

### 2-7-1 現況描述

本學程101級學生共有三位，102級學生共有十一位，目前與碩專班共用行政辦公室，雖無主任辦公室，但上課的空間安排目前尚稱可以滿足排課之需求。而在教學設備及其他設備支援方面，因與織品系所共享完善的資源，故執行上順暢無礙。

### 2-7-2 特色

本學程與織品系所共享使用朝樞樓空間，對於教學設備及其他設備之支援也都與織品系共享。因織品系所已有六十餘年歷

史，對於空間的規畫更新及教學設備的擴充，都考量非常的周到與完備。對於本學程的老師及學生而言，可以享有非常優良的學習環境。

### 2-7-3 問題與困難

本學程自 102 學年度起，開始招收第二屆學生，以目前朝樞樓排課的教室量而言，已趨於飽和。對於教室的使用與調度方面，偶有難度。

### 2-7-4 改善策略

本學程已向院方表達空間需求之急迫性，院方已同意原本使用朝樞樓 TC513 的餐旅系研究室於102學年度上學期釋出供本學程之用。TC513將做為本學程優先排課之教室及研究室。本學程並與織品系所達成共識，若本學程無使用此教室之時段，則供織品系所共同使用，以達資源共享之原則。

## 2-8 學位學程授課教師協調課程教學內容，達成科際整合之機制及其運作情形

### 2-8-1 現況描述

一般學位學程的特色在於提供多元跨領域的專業整合，品牌學程的特色簡言之是在於：提供管理知能於人文、藝術與設計的場域。最特別的是，品牌學程主軸是以機能時尚紡織為產品核心，運用台灣獨有的大中華背景優勢，結合國際品牌在亞洲的策略管理經驗，發展跨專業知識的整合學習。

為能進行跨領域的科際整合，結合不同專業的教師聯合授課變成是必然的選項。以品牌學程目前開的 14 門課中，有 6 門課是由 2 位以上教師合授，而未來基於課程需求甚至不排除還會增加。

- 研究方法（顏亮一、梁崇民、翁志遠）
- 時尚產業專題（喬昭華、林國棟）
- 大中華產業與時尚流行品牌（何兆華、楊維漢）
- 國際品牌在亞洲的策略管理（丁瑞華、遲曉雲、吳世家）

- 專利地圖與策略分析（喬昭華、陳省三）
- 產業實習（尤政平、何兆華）
- ...(未來規劃)▪ 經典設計探索、善念設計知消費與文化

## 2-8-2 特色

1. 教師聯合授課的方式，通常由主授教師負責安排協調，共同討論課程的整體內容架構，藉此建構涵蓋更有系統、更完整的課程內容。因此，品牌學程致力設計思維、美學行銷、以及品牌管理等跨專業整合能力的培養得以順利推行。
2. 延聘自產學研界的兼任教師，多兼具豐富的品牌實務經驗以及學術涵養，特別是在大中華、新興亞洲市場方面所提供的知識經驗，更強化本學程的聚焦主軸。
3. 時尚的價值終究需面對國際的挑戰，為追求品牌價值創新能力的人才培育，本學程更透過全球流行事業經營管理的課程，提供從全球視野創新在地品牌與時尚的專業能量與國際視野。

## 2-8-3 問題與困難

1. 教師鐘點數的限制：  
承前述，校方在教師授課鐘點數的規範，使課程規劃面臨相當大的挑戰（參見1-6-3）。目前都得以專簽公文的方式來突破校方在教師授課鐘點數上限的限制，但仍以每學年一門課為限。
2. 排課的高難度、上課時段安排不佳：  
以現有的課程網路系統，本學程的教師聯合授課的排課有極高難度。目前排課的優先順序是：系—所—碩專班—學程，因此學程得等到所有學制的課程排定之後才能開始進行，導致學程在排課的行政與時間掌控上無法自主（詳見1-6-3）。
3. 未來學術活動的經費困窘：  
在 101 學年度正式營運的第一年有相當充裕的學術活動經費。然而在以院為經營單位的政策下，本學程在民生學院內的經費分配，在國際交流或學術活動的經費上已出現困境。

#### 2-8-4 改善策略

- 1.在品牌學程穩定成長之後，可以爭取相關授課規定列入條文，提升更穩定的排課自主性。
- 2.積極向校方爭取一位具品牌實務經驗的專任教師，以解決品牌學程的迫切需求。
- 3.透過申請教學卓越計畫、特別經費補助、或產學合作進行企業募款等方案，以解決學術活動經費不足的困境。例如:102學年度與織品、應美、景觀、博館所等的【「設計學門」提升學生專業實務能力】的整合型教學卓越計畫。

#### ■ 小 結

本學程目前專任教師 15 位，有 14 位具等相關領域之博士學位；而兼任教師 4 位更都具備豐富產業實務經歷，符合本學程專業需求，所提供的專業知識經驗更強化了本學程聚焦在大中華、新興亞洲市場的主軸。

教師授課也都能根據本學程訂定的核心能力目標，設計多元教學方法。授課教師都能聚焦課程內涵自編講義；學生也都知道利用教學評量暨互動平台系統，使授課老師能即時了解學生的學習成效，來作適度的調整。不過目前的系統使用介面對於國際學生的使用友善程度還有進步的空間。

此外，教師也都會依據課程所要培育之核心能力，設計各種大、小型的學習評量方式或是平時課堂觀察，來評量學生的學習成效以及是否已具備所欲培養之核心能力。

深具特色的是結合不同專業的教師聯合授課，達到跨領域的科際整合，建構更完整的課程內容。當然，因此衍生出來的教師鐘點數的限制、排課難度、以及上課時段安排等相關問題，都是未來必須面對的挑戰與解決方案。

## 項目三、學生輔導與學習資源

### 3-1 提供學生學習輔導之作法

#### 3-1-1 現況描述

##### 1. 課程諮詢

本學程於101學年度起開始招收第一屆新生，總共有三位外籍生。因為人數較少，故於學期初，針對兩年課程之內容與特色，由主任、秘書與新生進行面對面，一對一之說明。若新生針對某一科目的授課內容有需要更詳盡瞭解之必要，則另安排授課老師提供新生選課諮詢。

##### 2. 課程學習輔導

因目前本學程學生較少，在課程學習的輔導方面，各課程授課教師可以分配給每一位學生較多的時間進行輔導。各課程授課教師依學生學習上的需求，排定課程研討與諮詢時間，適時並及時提供適當之協助與學習輔導。

#### 3-1-2 特色

##### 1. 課程諮詢

新生入學後，於正式開學前，由主任以及秘書提供課程說明與選課諮詢，以利同學在未來兩年的學習中，做好最佳的課程選修規劃與安排。並特別針對外籍生及非相關科系入學之新生，提供更詳盡的輔導與建議，以利外籍生在新的環境中及非相關科系入學之新生在嶄新的專業領域中，能夠順利及愉快的學習。

另外，101學年度入學之舊生(外籍生)也能提供102學年度入學新生，有關他們的選課經驗及各個科目之學習心得。

##### 2. 專業行政人力協助

本學程設有專責學程事務之秘書，透過主動關心與協助，提供同學在校期間各類課程與學習事務之諮詢與規劃建議，對於學生整體之學習成效上助益良多。另外，織品系所眾多的助教及秘書也提供本學程學生豐富多元的諮詢管道。

##### 3. 外籍學生關懷與學習輔導

本學程考量外籍生遠渡來台生活與學習，陌生的環境與文化勢

必對他們的學習造成一定程度適應上的困難。所以本學程對於外籍學生，無論是在生活方面或是課業輔導方面，均給予特別的關懷。本學程隨時掌握外籍生的學習狀況，且與本校國教處國際學生中心均保持密切聯繫及合作。外籍生若有學習中文的需求，可向校方提出申請，國教處也提供本學程外籍生每週一次一對一免費中文教學。本學程並針對學生個別需求，及時提供必要之協助，幫助外籍生盡早適應在台之學習環境。

### 3-1-3 問題與困難

在兩年的跨領域課程設計中，需考慮學生來自不同的領域，而學生在學習歷程中，對於不同專業核心能力之學習，會有較明顯的高低落差產生。

### 3-1-4 改善策略

對於學生專業核心能力達成之學習進展，除了授課教師在課程中，依照學生的學習能力給予輔導外，針對有特別需要輔導的學生給予適當的後續課後輔導，仍需持續落實推動，以期增加學生的學習興趣及信心。

## 3-2 提供學生之學習資源及其管理維護之機制

### 3-2-1 現況描述

#### 1. 硬體學習資源

本學程與織品系共同使用本校朝樺樓空間，共享織品系六十餘年來所累積的豐富軟、硬體學習資源。織品系所設有研究室及研討室，提供研究生研討與課後自主學習空間。織品系的硬體設施除了儀器設備定期檢修且有專業實習室助教負責之外，空間環境的整潔工作則主要由學生自行管理及維護。

織品系每學年皆視實際使用狀況與系務發展提撥經費進行設備之維護與更新，並定期檢討管理辦法。織品系所分享出來的豐富硬體學習資源，對於成立甫一年的學程而言，有相當大的助益。

## 2. 軟體學習資源

學程的學生也共享織品系所相當完整的軟體學習資源。織品系所定期採購專業書籍、取得國際時尚資訊網站與國內主要織品服裝資訊平台授權（例：WGSN）。

## 3. 獎助學金

本學程為一國際化全英文授課之課程，為鼓勵外籍生就讀，營造國際化的學習環境，本學程目前提供外籍生兩年四學期，每學期七萬元台幣之獎助學金，以吸引更多將來有志於潮品牌時尚產業發展之國外優秀學生。本國生則可申請由校方提供的各項獎助學金（表3.1）。

表 3.1、校級相關獎助學金一覽表

| 類別 | 獎學金名稱   |
|----|---|
| 校級 | 教宗若望保祿二世獎學金<br>輔仁大學赴姊妹校留學獎學金<br>教學助理（TA）制度<br>輔仁大學學生學習成果發表補助暨學術競賽獎勵辦法 |

### 3-2-1 特色

#### 1. 學習資源有效管理

對於本學程非本科系背景的學生而言，織品系所提供相當完備的軟、硬體設備資源，提供學生研究及使用。因本學程與織品系所共享軟、硬體設備資源，各項學習設備資源皆由織品系專業助教依據管理辦法與規則進行管理與維護，並於每學期期末針對各項軟、硬體學習資源，配合課程需求與學生需求進行檢討與持續改善，以達到合理有效使用空間與設施，達成保持軟、硬體完整充分提供之目標。

#### 2. 提供完善研究資源

- 多功能研討室提供優質的自主學習空間

為使學生更有效利用在校時間，並增加同學彼此之間的向心力及歸屬感，本學程學生共享織品系於 100 學年度增設之多功能

能研討室，提供設計新穎、明亮舒適與先進軟硬體設施之優質空間，供學生課後自主學習與研討使用，成效相當良好。

■朝樑樓 TC513 提供品牌學程優先使用之空間

本學程於102學年度邁入招生的第二年，為因應學生人數的增加，已積極向院方爭取朝樑樓TC513室做為本學程優先使用之上課教師及研討教室，並獲院方同意於102學年度上學期開始規劃此空間之配置。

### 3.強化校系資源使用技能

- (1)本學程共享織品系所提供之多元學習資源。在軟體方面，每學年皆定期編列專業圖書與電子資料庫購置經費，供學生學習與檢索之用。
- (2)校園資源部分，則首重電子資料庫查詢與使用。本學程老師帶領同學至本校圖書館做導覽。解說有關圖書館資源與電子資料庫使用之方法，以強化學生利用校園電子化資源之能力與技巧。

#### 3-2-3問題與困難

- 1.本學程學生課後留校的時間不多，無法充分運用校方及學程提供的軟硬體資源。
- 2.目前校方的雙語系統建置尚未完備，外籍生在操作學校各項使用介面時，確實會有某種程度上的困擾。

#### 3-2-4改善策略

- 1.透過舉辦各項活動，加強同學間的互動，並鼓勵同學多運各項軟硬體資源。
- 2.本學程會根據同學各個面向的需求向校方反應，國際學生中心與資訊中心已朝此方向持續努力改善中，期為外籍生提供更友善與方便之操作介面與系統。

### 3-3 提供學生課外學習活動之作法

#### 3-3-1 現況描述

針對品牌學程學生之課外活動設計，以跨專業學習、社會關懷、品牌增值創新、以及國際交流為主要指導原則。

##### 1. 以跨專業學習為主軸的活動

除專業課程外，本學程不定期地舉辦各項跨專業學習活動，期望透過這些課外學習活動，開拓學生視野以及加強對於品牌時尚產業實務之認知，藉以蓄積學術研究能量。這些包括：

- 專題演講、工作營（表3.2）
- 企業參訪、工廠參觀（表3.3）

##### 2. 與社會關懷議題有關的演講（表 3.4）

由於 101 學年度中，並無與社會關懷相呼應的獨立課程，本學程因此結合課程或課外邀請業界專家針對社會關懷議題在時尚紡織產業的深度與廣度進行專題分享，培養學生的專業素養能從社會關懷出發。

##### 3. 以品牌增值創新為主軸的活動

從設計、零售、行銷、品牌企畫到美學行銷的構面，設計一系列的活動與校外學習。主要包括：

- 專題演講、工作營（表3.5）
- 企業參訪、工廠參觀（表3.6）

##### 4. 國際交流

國際交流（表3.7）性質之課外活動，包括參訪海外學術機構、時裝週、觀摩全球時尚品牌在亞洲的市場行銷規劃，以及邀請國外專家專題演講等，透過規劃國際專業研習營的學習活動，增進學生的多元能力與學習成效。

除上述所列的相關學習活動之外，本學程特別針對課外學術研究（表 3.8）及實務學習（表 3.9）安排一系列的演講或校外參訪。

表 3.2、與跨專業學習相關的專題演講、工作營

| 日期         | 活動內容  |
|------------|---|
| 2012/9/21  | 邀請香港 C.I.BOYS 設計公司負責人 Richard Wong 先生演講「How to use your design to make the big money」及舉辦工作營 |
| 2012/10/11 | 邀請全國公證檢驗股份有限公司紡織部荊淑華經理演講「The brief for textile testing」                                     |
| 2012/11/30 | 邀請本校應美系陳力豪老師演講「How Product Design solving problems」   |
| 2012/12/7  | 邀請本校應美系張文瑞老師演講「Architecture Design History」   |
| 2012/12/14 | 邀請臺灣影藝學院臧筱雯總監演講「How Cinematic Design shows human emotion / struggles」                       |
| 2012/12/27 | 邀請富御集團執行長室專案特助劉偉蘋女士演講「Positioning – Swot Analysis Actually」                                 |
| 2013/3/13  | 參訪台北花苑。邀請藝術總監林惠理 (Elly Lin) 分享台北花苑 (Taipei Florist) 的品牌故事                                   |

表 3.3、與跨專業學習相關的企業參訪、工廠參觀

| 日期           | 活動內容                               |
|--------------|------------------------------------|
| 2012/12/17   | 校外教學參訪宜蘭薛長興工業股份有限公司及中國唯一製衣廠股份有限公司。 |
| 2013/5/15~16 | 參加由織品服裝學系舉辦之二天一夜產業參訪暨校外教學。         |

表 3.4、與社會關懷議題相關的演講

| 日期         | 活動內容  |
|------------|---|
| 2012/11/22 | 邀請加拿大 Ryerson University, School of Fashion 系主任 Robert Ott 演講「Artisanal Fashion Design - Entrepreneurs on Thinking, Process, & Decision-Making」 |
| 2012/12/20 | 邀請富御集團執行長室專案特助劉偉蘋女士演講「External Environment」   |
| 2013/4/17  | 邀請文化研究人員 Stephani Pfeiffer 演講「Basic concepts in Branding」   |
| 2013/4/24  | 邀請文化研究人員 Stephani Pfeiffer 女士演講「Fashion and Branding Studies」   |

表 3.5、與品牌價值創新相關的專題演講、工作營

| 日期         | 活動內容   |
|------------|--|
| 2012/11/16 | 邀請自由設計師呂忠靜演講「Understanding Fashion Design」   |
| 2012/11/23 | 邀請加拿大 Ryerson University, School of Fashion 系主任 Robert Ott 演講「Exploding Opportunities - Luxury Retailing Trends in Canada」 |
| 2012/12/14 | 邀請台科大推廣教育中心 Tari Lee Sykes 老師演講「New York Fashion - On the Street」  |
| 2013/3/2   | 邀請"PLEATS PLEASE"設計師 Zoe Chen 女士演講「International Branding Design Project」  |
| 2013/3/9   | 邀請"PLEATS PLEASE"設計師 Zoe Chen 女士舉辦工作營  |
| 2013/3/16  | 邀請"PLEATS PLEASE"設計師 Zoe Chen 女士舉辦工作營  |
| 2013/5/8   | 邀請英國 Blue Mount 藝術總監 Dr. Valerie Wilson Trower 演講「Visual Merchandising」  |
| 2013/5/9   | 英國 Blue Mount 藝術總監 Dr. Valerie Wilson Trower 帶領同學至實體店面校外教學   |
| 2013/5/10  | 英國 Blue Mount 藝術總監 Dr. Valerie Wilson Trower 演講「Visual Merchandising」及帶領同學至實體店面校外教學  |

表 3.6、與品牌價值創新相關的企業參訪、工廠參觀

| 日期        | 活動內容   |
|-----------|--|
| 2013/5/31 | 校外教學參訪台灣獨立品牌公司 LazyBone  |
| 2013/6/7  | 參訪寧美(Hyperbola)股份有限公司，邀請 Tina Wang 董事長及 Hank Ho 總經理分享公司經營策略及自創品牌歷程 |

表3.7、國際交流活動

| 日期           | 活動內容  |
|--------------|---|
| 2012/10/30   | 參加織品系「歐遊研習團心得分享」(朝樺樓 TC204)   |
| 2013/1/10~15 | 舉辦「全球時尚品牌研究海外研習-澳門、香港」  |
| 2013/01/11   | ▪Visit Milan Station, LV Flagship in Macau  |
| 2013/01/12   | ▪Visit local fashion market in Macau  |
| 2013/01/13   | ▪Visit Int'l Finance Centre Mall in Hongk Kong  |
| 2013/01/14   | ▪Visit Dept. of Fashion and Image Design, Hong Kong Design Institute<br>▪Visit Hong Kong Fashion Week, Fall/Winter 2013 |
| 2013/01/15   | ▪Visit Hong Kong Polytechnic University<br>▪ Visit Hong Kong Fashion Week, Fall/Winter 2013                             |

表 3.8、課外學術研究活動

| 日期        | 活動內容  |
|-----------|---|
| 2013/3/27 | 邀請英國 Nottingham Trent University, School of Art & Design, Dr. Alistair Knox 演講「Principles of Marketing - a UK Perspective」及「UK Fashion and Textile Industry」。 |
| 2013/3/28 | 邀請英國 Nottingham Trent University, School of Art & Design, Dr. Alistair Knox 演講「Strategies for Int'l Fashion Management」。                                      |
| 2013/3/29 | 邀請英國 Nottingham Trent University, School of Art & Design, Dr. Alistair Knox 演講「Strategic Fashion Management」。   |
| 2013/5/8  | 邀請香港製衣訓練局附屬顧問 Alex Young 老師演講「How to build up research interests」。  |
| 2013/5/22 | 邀請香港製衣訓練局附屬顧問 Alex Young 老師演講「Useful resources from FJU Library」。   |
| 2013/5/29 | 邀請香港製衣訓練局附屬顧問 Alex Young 老師演講「Research paper reading and analyzing」。  |
| 2013/6/5  | 邀請香港製衣訓練局附屬顧問 Alex Young 老師演講「How to select a research topic and follow up」。  |

表 3.9、課外實務學習活動

| 日期         | 活動內容                           |
|------------|--------------------------------|
| 2012/10/18 | 同學參觀台北紡織展 (TITAS)              |
| 2012/10/30 | 參加織品系舉辦的「歐遊研習團心得分享」(朝樓樓 TC204) |
| 2012/11/28 | 同學參觀永樂布業商場                     |

### 3-3-2 特色

1. 以跨專業學習、社會關懷、品牌增值創新、以及國際交流為主要指導原則的課外活動設計豐富且多元。透過延請國內、外專業人士、學者與企業界經理人進行專題演講，可藉以強化與拓展研究視野，並開放師生共同參與及研討。

2. 國際交流的活動內容所達到的實際效益有：

- 加強與其他亞洲地區時尚紡織相關學術機構的聯繫
- 學習全球時尚品牌在其他亞洲城市的市場佈局之差異性。
- 觀摩、比較台北紡織展 (TITAS) 與香港時裝週的規模、內涵以及國內外參加的場商展者與顧客，拓寬大中華的視野。

### 3-3-3 問題與困難

#### 1. 未來的經費短絀

在101學年度正式營運的第一年有相當充裕的學術活動經費。但未來將面對經費短絀的困境。

#### 2. 國際生的經費與簽證問題

國際生的經濟能力不一定都能參與這類型的活動；另外，歐美國際學生進入大陸的簽證耗時較久。

### 3-3-4 改善策略

#### 1. 透過計畫案或募款爭取其他可能的經費來源

透過申請教學卓越計畫、特別經費補助、或產學合作進行企業募款等各種方式，來解決學術活動經費不足的困境。

#### 2. 提早告知學生這類型需要經費的活動，讓他們能有更長的時間預做準備。致於簽證問題，必須提早規劃行程、確定日期，並事先釐清所需辦理簽證的時間，以避免措手不及之窘境。

## 3-4 指導教授的研究生指導負擔與提供學習和生涯輔導之情形

### 3-4-1 現況描述

#### 1. 合理的研究生指導人數

本學程於102學年度，將有三位學生要開始進行論文撰寫。按學程規範指導教授每學年指導的研究生人數為兩人以下，以合理化學程碩士班論文指導之人力配置與工作，並提供優質的指導品質。

#### 2. 學習與生涯輔導並重

(1) 在學習輔導方面，將以課程專業以及學術研究等各項議題之研討為主軸，適時了解學生需求，並給予即時且適當之指導與輔導，協助學生創造更優質的整體學習與研究成果。

(2) 在生涯輔導方面，則將透過主動關懷、積極協助，幫助學生建立正確的職場工作觀與價值觀，並協助學生進行完善明確

的生涯規劃。若外籍生畢業之後有考慮留在台灣工作之規劃，也將一併列入輔導的重點。

### 3-4-2 特色

本學程指導教授將來對於研究生之學習與生涯輔導特色如后。

#### 1.學習輔導及日常關懷

教師對於指導學生的學習輔導將著重在課程選修諮詢、研究方法精進、研究方向探索、研究主題確認，以及研究倫理、時間規劃分配等各層面議題。學習輔導之指導原則將為身心均衡發展、提升學術素養，並輔以如各國文化差異之調適、身心狀態、生活作息之瞭解等生活輔導，以達全人教育與學術精進之綜效。

#### 2.生涯輔導將輔以價值建立

教師將來對於指導之學生，將盡力提供充分之生涯輔導，主要輔導方向為協助學生檢視個人特質、積極探索自身潛能、確認專長與能力，以及建立正確職場態度與工作觀。生涯指導原則為主動關懷、積極協助，並適時分享人生歷程經驗，協助學生建立正確價值觀。

### 3-4-3問題與困難

在兩年的跨領域課程設計中，需考慮學生來自不同的領域，而學生在學習歷程中，對於不同專業核心能力之學習，會有較明顯的高低落差。

### 3-4-4改善策略

對於學生專業核心能力達成之學習進展，除了授課教師在課程中，依照學生的學習能力給予輔導外，針對有特別需要輔導的學生給予適當的後續課後輔導，仍需持續落實推動，以期增加學生的學習興趣及信心。

### 3-5 系所與學位學程提供學生生活輔導之作法

#### 3-5-1 現況描述

##### 1. 輔導資源整合

學生的生活輔導以主任、指導教授為主，以秘書人力為輔，並結合校方學生輔導單位與資源，提供完善的生活輔導機制。另外，本校國教處國際學生中心對於外籍生有極充分的了解，對於外籍生在台生活會遭遇的問題、文化上的差異及心理上的調適，均能提供更完善的建議與輔導。

##### 2. 生活輔導重點對象

生活輔導重點對象為環境適應不良之外籍生、非相關科系之入學新生以及論文進度面臨困難或阻礙之應屆生，還有出勤較不正常或學習狀況不如預期之學生。若發現有上述情況之學生，將及時主動的與以關心及協助，讓學生能回到學習的常軌。

##### 3. 輔導三環機制

以學程提供的輔導資源做為輔導學生的第一前線，若超出學程有效輔導的能力範圍，則轉介至學校的學生輔導中心或是精神科醫生，以輔導三環(主任、學輔、精神科醫師)為學生生活輔導之原則。

##### 4. 學程行政體系支援

學程設有主任、秘書各一名，於平日即時提供學生學習生活相關協助，除了提供課後面對面輔導諮詢外，並利用e-mail、FB、Line等不同之通訊管道，得知學生的生活狀況、學習狀態或其他問題，即時回覆或轉求其他有效的協助管道。

#### 3-5-2 特色

本學程生活輔導機制以指導教授與學程行政人力為主，同儕伙伴的支持為輔，再結合校方學輔中心之資源，辨認生活輔導需求之學生。輔導對象為生活適應有困難或其他類型弱勢學生。主要特色：

##### 1. 重視日常生活輔導

對於外籍生在台生活的適應能力及心理上的調適，須給予加倍的關心、協助與輔導。未來本國學生之生活適應能力雖比外籍生穩定，但仍需透過晤談等機會與管道，了解學生交友、打工、生活作息與家庭、健康等狀況，原則為及早發現學生身心問題，並及時給予適當之輔導與協助。

## 2.特殊個案關懷追蹤與轉介

將來針對身心與學習較為特殊之個案學生，將由主任、指導教授與秘書等進行持續關懷與追蹤，並適時透過學程與校方資源給予協助。經濟方面，可由學程向校方申請提供協助，如工讀金、急難救助金或學貸等，協助度過難關，或轉求業界的捐款協助。另，外籍生亦可向本校國際學生中心尋求協助。透過學程與學校體制，共同幫助學生解決困境以安心向學。

### 3-5-3問題與困難

#### 1.文化差異與生活態度的落差

本學程第一屆學生均為外籍生，來自不同國度在文化差異與生活態度上均有相當的落差，彼此都需要一些時間磨合；此外年齡上的差距，偶而也會造成思想行為觀念成熟與否的關鍵，這些都需要彼此有較多的時間了解與適應。有些在觀念思想及情緒管理方面，實際上仍需師長積極輔導並協助建立正確的態度與價值觀。此為本學程生活輔導工作之一大重點挑戰。

#### 2.經濟因素影響學習效能

部分同學因經濟因素考量，需要透過打工來維持生活開銷，偶會因上課時段與打工時段相衝突，導致降低選修此時段之課程，而錯失學習的機會。

### 3-5-4改善策略

#### 1.加強生活輔導與主動關心

指導教授與主任透過各類型活動與晤談，或是透過由秘書提供之資訊，來了解學生生活近況與身心狀態，並主動關心、積

極協助之原則，適時發現問題，給予適當輔導。同時鼓勵同學之間的良性互動，以高年級生關心低年級生。特別是未來可以本國生協助輔導外籍生的模式，讓同學們能夠彼此共融，共創愉快的學習環境。

## 2. 提供同學各項經濟支援管道

對於經濟狀況較困窘的同學，本學程主動關心，並提供校方可運用的支援來幫助同學，希望他們能在兩年內的學習期間，能專心致力於學業。

### 3-6 系所與學位學程提供學生生涯輔導之作法

#### 3-6-1 現況描述

本學程生涯輔導以主任、指導教授、秘書，以及校方輔導資源結合以提供完善的生涯輔導機制。

##### 1. 課程與活動結合生涯輔導

透過課程設計與教學以及各類活動之安排規劃，納入生涯探討議題，給予學程學生在各個學習歷程中進行多元的生涯探索與討論，並提供更完善的生涯輔導與學習規畫建議。

##### 2. 多元生涯講座與活動

透過於課程中邀請專家學者與會辦理專題講座，分享工作與職場心得，協助學生提早了解產業特色及了解職場實況，並掌握企業所需人才與技能方向，可即早規畫與增進職場就業力，以達到畢業即就業之積極目標。除本學程舉辦之講座與活動外，也鼓勵學生參與織品系所舉辦之生涯講座與活動，以了解相關產業之動態。

#### 3-6-2 特色

學生生涯輔導為本學程將來積極推動與執行之特色之一。

##### 1. 深化生涯探索與規劃

鼓勵學生提早探索與思考生涯議題，並持續做規劃與修正。其主要之生涯議題為專業能力特色、個人特質、理想職業、

工作觀、價值觀，以及繼續學術深造等。

## 2. 強化職場趨勢與體驗

本學程配合課程安排學生至國內外學術機構與企業參訪，除提升學術視野外，亦為同學提供了暑假專業實習的機會，使其有初步的職場體驗，幫助提早熟悉產業環境，以作為未來就業規劃之參考，順利銜接就業。另，亦藉由不定期舉辦各類型專題講座，以此強化同學與學術界、產業界之接觸，並深化同學對產業整體現況與趨勢的了解。

61

### 3-6-3 問題與困難

品牌與時尚經營管理的人才需求隨著服飾產業型態的轉變而更加殷切，然而一般學生對於整體產業面貌了解不深，特別是對下游生產線比較沒有興趣，導致對於整個產業的認知深度有限，是需要補足的區塊。

### 3-6-4 改善策略

輔導同學深入了解產業：

本學程於暑假期間安排專業實習課程，希望學生能有機會在接觸到相關產業實務，提早了解產業特性避免期望落差，並為將來畢業的出路做規劃。本學程目前尚無畢業生，也希望將來的畢業生能回饋學程，分享其就業經驗，提供學弟妹作為將來就業的準備及參考。

#### ■ 小結

品牌學程成立一年來共享織品系的各項軟硬體設施資源，讓僅有三名國際學生的學程仍能正常營運無後顧之憂。由於本學程的學生都是來自於國外的國際學生，增加了因文化差異所可能衍生出的相關問題，因此，學生的學習與輔導、以及學生相關生活事務為本學程特別關心的重點工作項目。

在學習與生活輔導方面，以一對一與主動關懷為主要輔導理念，透過授課教師、主任、秘書的共同投入，讓學生充分感受本學程對待

學生的溫暖關懷，同時也要定期檢視學生達成專業核心能力之學習進展。此外，還有校方輔導資源以及國教處國際學生中心的堅強後盾給予外籍生完整的學習與生活支持。

在課外學習活動的部分，從課程與活動結合生涯輔導的方式，來輔助學生提早進行生涯探索與規劃，以及持續檢討學生達成專業核心能力之學習進展。此外，本學程以跨專業學習、社會關懷、品牌加值創新及國際交流為主軸，不定期地舉辦多元的學生課外活動，來開拓視野並輔導同學深入了解時尚產業與實務。

整體而言，本學程秉持主動關懷之初衷，在學生的學習過程中，給予最溫暖、適切且及時的支持與協助，為學生創造一個優質的國際學習環境與學習氛圍。

## 項目四、學術與專業表現

### 4-1 教師研究表現之情形

#### 4-1-1 現況

101 學年度教師研究發表概況：期刊論文(8 篇次)、國外會議論文(2 篇次)、國內會議論文(18 篇次)、專書(含專書論文)(4 本/篇)、國科會研究(2 件)、非國科會研究(2 件)、獲獎紀錄(2 件)、藝術展演(4 場次)、產學合作(4 件次)(表 4.1)。另有擔任國內外有審查制專業期刊、學報編審、指導博碩士論文...等。

表 4.1、101 學年度專任教師的研究成果統計表

|    | 期刊論文 | 國外會議論文 | 國內會議論文 | 專書(含論文) | 無審查專書 | 國科會研究 | 非國科會研究 | 獲獎紀錄 | 藝術展演 | 與國際(大陸)合作計畫 | 產學合作 | 其他 |
|----|------|--------|--------|---------|-------|-------|--------|------|------|-------------|------|----|
| 共計 | 8    | 2      | 18     | 4       | 0     | 2     | 2      | 2    | 4    | 0           | 4    | 0  |

#### 4-1-2 特色

##### 1. 以人文、藝術與設計相關的多元研究產出深具特色

教師從人文、藝術與設計面向所進行的多元研究能量，符合本學程欲培養學生具備人文、藝術與設計等跨專業整合能力的教師專業需求。

##### 2. 以管理科學相關的研究產出兼具時尚紡織產業新知的廣度與深度研究成果涵蓋紡織服裝從上游到下游的跨領域專業內涵，並兼顧理論與實務。透過教師研究、產學合作等專案的進行，完成多項研發成果及專業服務，提供時尚紡織相關產、學、研等各相關單位之實用資源。

- 3.專注在品牌策略與管理的教師研究成果，甚至已集結成並出版成專書，例如：丁瑞華老師於 2012 年由普林斯頓出版社發行的「品牌管理」專書。

#### 4-1-3 問題與困難

- 1.101 學年度年在國科會研究申請通過件數需持續強化  
101 學年度的國科會研究申請通過件數共 2 件。面對國內各大學相互競爭與政府經費緊縮，與產、官、學、研的合作研發仍可再加強，以提昇學程未來的競爭力。
- 2.雙主軸的跨專業整合模式，在專業知識研究串連的整合難度高  
品牌學程特別發展出以「人文、藝術與設計」及「品牌價值創新」等雙主軸的跨專業整合學習模式，由於牽涉到人文、管理、藝術與設計等不同核心範疇的專業知識內涵，要深入進行跨專業整合型的研究串連難度也相對較高。
- 3.需有聚焦品牌價值創新的專任教師來開發研究  
丁瑞華老師於 2012 年 8 月起即屆齡轉為兼任教師，自此，在學程或織品系內確實欠缺類似專業屬性又具品牌實務經驗的專任教師。

#### 4-1-4 改善策略

- 1.積極進行跨科際合作，例如與藝術學院、醫學院等進行跨科際合作（見 1-7-4），藉以擴展申請研究計畫補助之管道，並將研究成果發表於合適之學術管道。
- 2.以品牌學程的主軸發展，整合教師專長積極建立研究核心群。  
透過積極布局與產業的合作策略聯盟，鼓勵學生以產業實務案例進行論文研究，強化學術與實務的結合，並可提昇師生共同發表或出版的機會。
- 3.爭取擅長大中華、新興亞洲品牌且兼具理論與實務的專任教師  
全球時尚的經濟版塊正在往西北歐、東歐、東南亞等國家移動，學程未來將積極爭取兼具此屬性理論與實務經驗之專任教師。

## 4-2 教師專業服務表現之情形

### 4-2-1 現況描述

品牌學程的教師具備民生、管理、社科、藝術及傳播等 5 個跨專業領域的特質，全體教師在學校現有的專業服務項目（表 4.2）的表現，主要可以綜合歸納為以下五大類。

1. 擔任專業考試命題委員：如國家典試委員、國家考試命題委員
2. 擔任國內、外學會行政職務；國內外學術/專業期刊編審/評審
3. 擔任公/私立機構顧問/委員、理監事及制服採購評審委員  
配合政府政策執行並協助原住民傳統染織工藝種子師資培育
4. 承接政府與學界合作開發專案提供工商業服務  
例如台灣區針織工業同業公會委辦之在職人員培訓課程，並提供相關產業或法人之諮詢。
5. 提供學術界、產業界的各項專業服務或是社會關懷  
教師經常參與國內、外研討會、動靜態展演發表或是產學合作等執行各項專案。其中，有相當的比例是屬於社會參與型專業服務，如：服務學習、產學合作、產業訓練課程、專家演講、客座教授、藝術總監/策展人/媒體公關等（表 4.3）。

表 4.2、輔仁大學學術研究系統中的專業服務項目分類

|                      |                                      |
|----------------------|--------------------------------------|
| 輔仁大學學術研究系統中的專業服務項目分類 | (1).擔任專業考試命題委員                       |
|                      | (2).擔任國內學會行政職務                       |
|                      | (3).擔任國際學會行政職務                       |
|                      | (4).擔任國內學術/專業期刊編審及評審                 |
|                      | (5).擔任國際學術/專業期刊編審及評審                 |
|                      | (6).擔任公民營利機構顧問或委員                    |
|                      | (7).擔任政府或非營利機構專業委員會委員                |
|                      | (8).擔任營利事業董事/理事                      |
|                      | (9).學位論文口試委員                         |
|                      | (10).擔任教學/學務/行政服務(主管/導師/社團指導老師/傳習者等) |
|                      | (11).其他(請自行填寫於備註欄中)                  |

表 4.3、101 學年度專任教師專業服務統計表

|     | 擔任專業考試命題委員 | 擔任國內學會行政職務 | 擔任國際學會行政職務 | 擔任國內學術/專業期刊編及審 | 擔任國際學術/專業期刊編及審 | 擔任公營機構顧問或員 | 擔任非政府或非營利機構專業委員會 | 擔任營利事業董事/理事 | 學位論文口試委員 | 擔任教學/學務/行政服務 | 其他 |
|-----|------------|------------|------------|----------------|----------------|------------|------------------|-------------|----------|--------------|----|
| 共 計 | 4          | 7          | 0          | 5              | 1              | 2          | 27               | 0           | 10       | 39           | 0  |

#### 4-2-2 特色

##### 1. 非常緊密且頻繁地與產業實務相連結

經常透過產學合作、藝術策展、設計競賽、經營消費、文化創意等相關活動，進行產業所需之相關織品、服裝設計開發。這類型的專業服務，通常又以應用設計學門最為常見，如織品系、應美系等。

##### 2. 「人力扎根計畫」開啟機能性紡織品的品牌與時尚大門

近年來由教育部/經濟部工業局所贊助的「人力扎根計畫」，全力支持全台灣時尚紡織相關學校在織品服飾設計與行銷專業人才之培育，經由這些大型計畫案之經費補助，除了帶入更多專業新知之外，也與業界建立良好關係。相關科系因此獲得研究人力以及軟、硬體設備之實質補助，加速提升研發能量。

同時，它讓學習首次聚焦台灣在先進機能性紡織品的研發成就及其衍生性商品的未來競爭力，據此，機能性紡織品的品牌與時尚大門也隨之開啟，稱得上是品牌學程的先鋒（表 4.4）。

##### 3. 投入服務學習：結合專業知識於社會關懷

多位教師結合課程與自己的專業知識投入服務學習的範疇（表 4.5）。這些不僅完全符合輔仁大學推動學術專業的社會參與（community engagement）來服務人群的校務發展重點與特色（見 1-6-1），同時，也與品牌學程期望培養具備社會關懷能力的時尚研發人才之教育目標完全一致。

表 4.4、專任教師 101 學年度參與人力扎根計畫統計表

| 開課名稱      | 授課老師        | 開課名稱   | 授課老師                |
|-----------|-------------|--------|---------------------|
| 智慧與機能織品企劃 | 何兆華、<br>蔡禮如 | 產品行銷管理 | 楊濱燦、林國棟             |
| 機能時尚設計與企劃 | 蘇旭珺         | 織品服裝專題 | 何兆華、蘇旭珺、<br>楊濱燦、丁瑞華 |

表 4.5、專任教師 101 學年度課程參與服務學習一覽表

| 學年度 | 項目   | 內容   | 配合課程/<br>活動      | 負責/<br>協助人員             | 單位                  |
|-----|------|--|------------------|-------------------------|---------------------|
| 101 | 服務學習 | 製作圍巾 120 條，毛衣背心 120 件致贈至善老人安養護中心，師生並實地進行服務學習，關懷陪伴兩次，對象包含低收入戶 60 名，散居獨居老人 60 名。 | 電腦輔助毛衣設計<br>毛衣設計 | 尤政平老師<br>遲曉雲老師<br>吳惠櫻助教 | 服務學習中心<br>至善老人安養護中心 |
| 101 | 服務學習 | 接受麥當勞叔叔之家慈善基金會委託，使用回收的花襯衫進行縫製，共計完成 30 隻麥麥熊，致贈 30 位病童。                          | 基本服飾學實習          | 李玉蓮老師<br>金慧如助教          | 麥當勞叔叔之家慈善基金會        |

#### 4-2-3 問題與困難

##### 1. 專任教師投入的專業服務具備「社會參與」的教育精神

有不少專業服務內涵不易在目前學術研究系統中呈現出其關鍵性，也無法凸顯時尚紡織領域的多元特質是有別於傳統的學術專業表現方式。這些專業服務的實際內涵確實完全符合天主教輔仁大學辦學所強調「社會參與」的教育精神，也與學程的人才培育目標相契合，但卻沒有顯示出其應有的價值。

##### 2. 教師在專業服務方面有亮眼的表現，但有少數呈現不均的現象投入專業服務時間的多寡，常有可能間接影響教師投入研究的時間與能量，但與其在教學和輔導的涉入程度並無法顯示出一致性的比例對應關係，因此，在進、退之間只能由教師自己進行衡量與評估(見表 4.3)。

#### 4-2-4 改善策略

- 1.各系所內部可以更清楚定義，來反映專業服務的職務類型多元  
在目前學術研究系統中專業服務項目有『其他』選項，可細分為以下四大類：A.服務學習；B.產學合作、產業課程訓練；C.專家演講、客座教授；D.藝術總監/策展人/媒體公關(見表4.6)。藉此來據實呈現時尚紡織領域的專業服務中有相當的比例是和社會參與、服務學習有極大的關聯，且完全符合輔仁大學的創校理念以及服務人群的辦學宗旨。
- 2.在系所內建立機制輔導/協助教師的專業服務在平均的質與量範圍內專業服務通常涉及專業知識與教師資歷等條件，在尚無有效機制規範下，或可建請校方在教師升等條例中重新檢視制訂教師的專業服務、教學及輔導之配比範圍的可能性。事實上，101學年度起校方已開始積極在這部份進行審慎評估與推動。

表 4.6、專業服務項目的分類與內容定義對照

| 學術研究系統中專業服務項目分類                      | 內容定義  |
|--------------------------------------|---|
| (1).擔任專業考試命題委員                       | 國家典試委員、國家考試命題委員、校內(/外)考試命題委員                              |
| (2).擔任國內學會行政職務                       | 國內學術研討會主持/評論/與談人  |
| (3).擔任國際學會行政職務                       | 國際學術研討會主持/評論/與談人  |
| (4).擔任國內學術/專業期刊編審及評審                 | 國內期刊論文評審  |
| (5).擔任國際學術/專業期刊編審及評審                 | 國際期刊論文評審  |
| (6).擔任公民營利機構顧問或委員                    | 顧問、專業諮詢委員   |
| (7).擔任政府或非營利機構專業委員會委員                | 公共工程委員、競賽評審/裁判、著作/作品升等審查委員                                |
| (8).擔任營利事業董事/理事                      | 董事、(協會)理事/幹部  |
| (9).學位論文口試委員                         | (校內、外)  |
| (10).擔任教學/學務/行政服務(主管/導師/社團指導老師/傳習者等) | (校內)入學甄試委員、行政分工/職務  |
| (11).其他(請自行填寫於備註欄中)                  | A.服務學習<br>B.產學合作、產業訓練課程<br>C.專家演講、客座教授<br>D.藝術總監/策展人/媒體公關 |

### 4-3 碩士班學生之學術與專業表現

#### 4-3-1 現況描述

品牌學程成立迄今滿 1 年，由於是跨人文、管理、藝術與設計，學生需較多時間學習跨領域新知。在學術與專業表現尚無公開發表的研究論文。惟本學程依規定制訂論文提審的流程(附件四)。

#### 4-3-2 特色

☒本項次不適用。理由：在學術與專業表現上還沒有具體產出。

#### 4-3-3 問題與困難

101 學年度招收的國際學生來自於非紡織服裝相關科系，在沒有專業基礎養成、又沒有可以補修基礎課程的情況下，教師授課時難免會面臨所欲傳授知識深度與廣度上的操作難度。

#### 4-3-4 改善策略

- 1.對來自於非時尚紡織相關科系的研究生，提供相關基礎知識學習的機會管道，協助他們能在開學前有效補齊該具備的基礎知識；另一方面，授課教師亦應在每年的授課內容做必要的彈性修正，讓學習的深度與廣度能兼容並蓄，藉以使學生能獲得最佳學習的成效，並進而可以提早選定專題進行深入研究與發表。
- 2.聚焦研究大中華、亞太地區的時尚紡織品牌與設計，特別以台灣、中國大陸與其他亞洲新興市場的比較研究與發表，建立品牌學程在此一研究範疇上的原創研究之權威。
- 3.以研究學群的概念，朝跨科際整合型的主題研究導向發展。如與織品、應美、傳播、管理與醫學等系所合作，進一步發展環保、銀髮、品牌美學行銷、...等跨科際整合型的研究主題。

## 4-4 碩士班學生之數量與品質

### 4-4-1 現況描述

1. 品牌學程自成立迄今輔滿1年。101學年度的學生成員主要來自於：日本、泰國與馬來西亞等亞洲學生，共計3人。
2. 102學年度的國際學生成員主要來自於：馬來西亞2位、美國2位、法國1位、以及薩爾瓦多1位，共計6人（表4.7）。
3. 自102學年度起，為了協助時尚產業界培育更具國際化能力的優質本國人才，亦提供三分之一名額給本地生。102學年度本地生滿額招收，共計5人。

表4.7、品牌學程101-102學年度在學生的國籍

| 國籍                 | 學年度 | 101 | 102 |
|--------------------|-----|-----|-----|
| Japan / 日本         |     | 1   |     |
| Thailand / 泰國      |     | 1   |     |
| Malaysia / 馬來西亞    |     | 1   | 2   |
| France / 法國        |     |     | 1   |
| U.S. / 美國          |     |     | 2   |
| El Salvador / 薩爾瓦多 |     |     | 1   |
| Taiwan / 台灣        |     |     | 5   |
| 共 計                |     | 3   | 11  |

### 4-4-2 特色

1. 分析以 101 學年度招收的 3 位國際學生、102 學年度招收的 6 位國際學生以及 5 位本地生，學生的專業背景除了本科系之外，主要來自於日文、文創、市場行銷、經濟、金融與國際企業（管理）及大眾傳播（新聞媒體、廣告行銷）等，符合品牌學程跨人文、管理、藝術與設計等專業領域的特質（表 4.8）。

表4.8、品牌學程101-102學年度在學生的專業背景

| 國籍                   | 學年度 | 102 |     |
|----------------------|-----|-----|-----|
|                      |     | 本國生 | 國際生 |
| 織品服裝(本科)             |     | 1   |     |
| 文化創意(設計)             |     | 1   |     |
| 日 文                  | 1   | 1   |     |
| 大眾傳播<br>(含新聞媒體、廣告行銷) | 1   | 1   | 3   |
| 市場行銷                 | 1   |     |     |
| 經 濟                  |     | 1   | 1   |
| 金融與國際企業(企管)          |     |     | 2   |
| 共 計                  | 3   | 5   | 6   |

2.國際學生人數逐年增加，本地生人數的第一次招生在沒有大聲勢的招生宣傳即能滿額，顯示全英語授課的品牌學程，不僅符合國家政策與產業發展的方向，對青年學生確實也有一定的吸引力。

#### 4-4-3問題與困難

1.國際生的來源穩定度有待更長時間的考驗：在學程成立初期，是藉由提供全額獎學金（約可抵免學雜費）的方式來吸引菁英國際學生的就讀；但是，一旦沒有獎學金的吸引力，國際生的來源是否還能穩定成長將會是個很大的挑戰。

2.本地生的招生宣傳仍有待加強：少子化的衝擊下，對於到其他友好學校的招生宣傳，相對變得比較有所顧忌，因此，招生宣傳本地生的管道變狹隘。

#### 4-4-4 改善策略

1.以短、中、長期計畫，確保國際學生來源的廣度與穩定度：

短期計畫—以獎學金吸引國際菁英學生；中期計畫—進行企業募款獎學金，長期計畫—建立學程在大中華、亞太的品牌時尚紡織經營管理之專業特色，進而與國際時尚紡織院校進行多邊

授課、雙學位，甚至與國際品牌直接合作，培育可以在大中華、亞太、乃至於全球時尚紡織產業工作的國際人才。

- 2.一方面可藉由參加各種活動或進行專題演講場合之自我介紹時的努力曝光，另一方面可以在青年學生社群網站建立知名度，來取代傳統到友校進行招生宣傳的方式。

## ■ 小結

品牌學程的專任教師具備民生、管理、社科、藝術及傳播等5個跨專業領域的特質，由於本學程是以「人文、藝術與設計」及「品牌價值創新」等雙主軸的跨專業整合的模式，因此牽涉到人文、管理、藝術與設計等不同核心範疇的學術表現。整體而言，雙主軸分別在其學術領域有多元發表形式，但也因此多元使得在專業知識研究的串連整合難度相對提高。

此外，專任教師的專業表現大致包括：擔任專業考試命題委員、學會行政職務、機構顧問/委員、理監事及制服採購評審委員、承接政府、學界合作開發專案、提供工商業服務、或是提供產學界的各項專業服務等。最大的特色之一是在多位專任教師投入的專業服務具備「社會參與」的教育精神；這些專業服務的實際內涵確實完全符合天主教輔仁大學辦學所強調「社會參與」的教育精神，也與學程的人才培育目標相契合。

101 學年度招收國際學生 3 位；102 學年度招收 6 位以及 5 位的本地生。學生的專業背景除本科之外，有來自日文、文創、市場行銷、經濟、金融與國際企業（管理）及大眾傳播（新聞媒體、廣告行銷）等，符合品牌學程跨人文、管理、藝術與設計等專業領域的特質。

由於本學程是屬於跨領域的知識學習，且成立時間尚短，目前在學術與專業表現尚無公開發表的研究論文，確實是有待加強的一環。惟將聚焦研究大中華、亞太地區的時尚紡織，特別以台灣、中國大陸與其他亞洲新興市場的比較研究與發表，甚至是朝跨科際整合型的主題研究導向發展。

## 項目五、畢業生表現與整體自我改善機制

☒本項次不適用。理由：品牌學程自 101 學年度成立迄今甫滿 1 年，尚未有畢業生可供分析。惟，未來針對品牌學程畢業生表現的相關追蹤機制之研擬、規劃，將從以下三個構面進行說明。

5-1 畢業生生涯發展追蹤機制之規劃

5-2 畢業生整體學習成效評估機制之研擬

5-3 針對內部利害關係人、畢業生及企業雇主，蒐集對學生學習成效意見之機制

### 5-1 畢業生生涯發展追蹤機制之規劃

為落實畢業生生涯發展追蹤機制，本學程擬於 102 學年度建置「輔仁大學品牌與時尚經營管理畢業生生涯發展與整體學習成效評估委員會」機制，內容包含：任務、成員、召開方式、時程等。並由學程主任與行政助理擔任當屆聯絡窗口，持續追蹤該畢業生生涯發展三年，其時程之初步規畫如圖 5.1，說明如后。

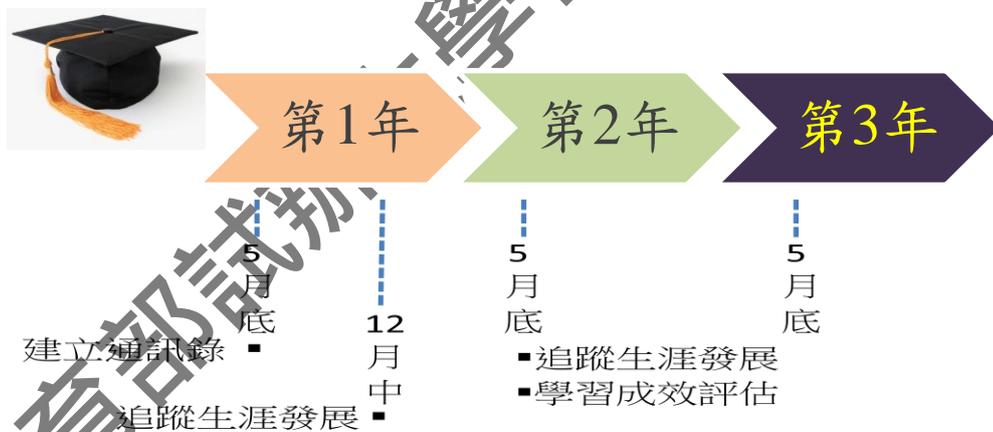


圖 5.1、畢業生生涯發展追蹤機制時程圖

第一年：於畢業當年 5 月底前，由班代表協助整理並更新應屆畢業生通訊錄；畢業當年 12 月中以前，由學程主任/秘書以網路平台或電話追蹤畢業生的生涯發展情形。

第二年：於畢業隔年 5 月底前，由學程主任/秘書進行畢業生問卷調查，包含：確認生涯發展追蹤及學習成效評估，秘書負責寄發、回收問卷，由學程主任委請專業教師進行

資料分析與統計。

第三年：於畢業第二年的5月底前進行調查，其餘執行程序同前（第二年）。

此外，發放問卷做法除採用書面問卷外，還可利用如 Google 工具的網路問卷，並善用 FB 工具廣為連結更能精準快速了解畢業系友目前狀況。

## 5-2 畢業生整體學習成效評估機制之研擬

1. 研擬建置「輔仁大學品牌與時尚經營管理畢業生生涯發展與整體學習成效評估委員會」機制（圖 5.2），內容包含：由學程主任擔任召集人，召集當年度的應屆畢業生代表，負責統計問卷的老師、教師代表 3 人，一學年至少開會一次。
2. 預計先進行畢業生、雇主等問卷設計，再針對應屆畢業生（和近 3 年畢業生）及雇主進行問卷調查。撰寫分析問卷調查結果後，送呈成效評估委員會討論，據此作為未來課程委員會確認課程修正之參考方向。
3. 從第一屆畢業生開始執行
  - 開學前：進行利害關係人的問卷調查，以及撰寫分析報告。
  - 上學期：成效評估委員會會議、品牌學程行政會議。
  - 下學期：召開課程委員會，針對畢業生問卷調查、畢業生雇主滿意度等統計分析結果；參酌內部利害關係人對學生學習成效的意見，進行議題討論、檢討及修訂問卷內容，並將討論結果提學程行政會議，研議及修訂課程規畫、教學方向、教學內容及教學地圖等。

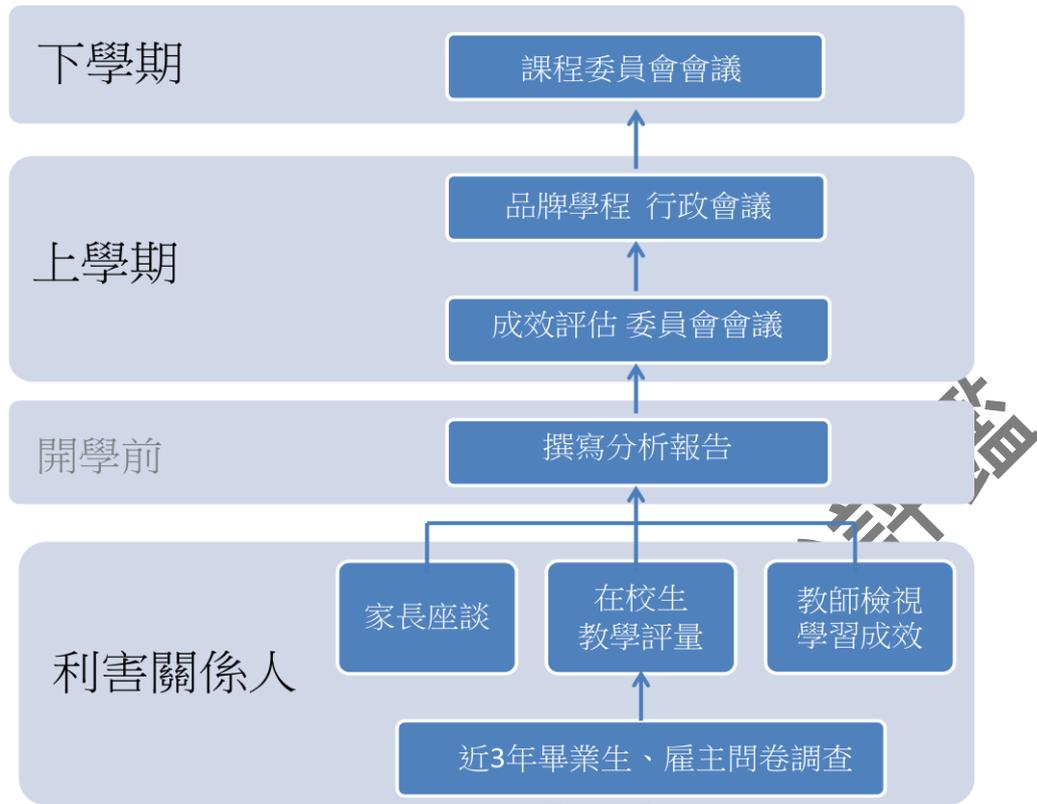


圖 5.2、畢業生整體學習成效評估機制流程圖

### 5-3 針對內部利害關係人、畢業生及企業雇主，蒐集對學生學習成效意見之機制

成立「輔仁大學品牌與時尚經營管理畢業生生涯發展與整體學習成效評估委員會」，目的在有效評估畢業生達成核心能力的程度，其任務在定期修訂問卷內容、決定施測對象（內部利害關係人、畢業生、企業雇主）、施測方式，並針對問卷結果進行統計分析。關鍵角色在綜合統計分析後，提出具體的課程改善建議，後透過此委員會的行政機制，依層級通過已達到改善課程目的的橋樑。

#### 1. 內部利害關係人對學生學習成效意見調查機制：

針對內部利害關係人中在校學生及老師的部分，主要透過兩個管道了解學生學習成效（圖 5.3）：一是本校之學習評量及互動系統；另一是本系師生互動系統，包含透過助教、導師輔導及課程委員會之學生代表。本學程於 101 學年度訂定「輔仁大學品牌與時尚經營管理課程委員會」機制，其目的在於幫助學生有

效學習，研議本學程之課程修訂，並審查每學年提報之必修課程異動等相關事務。每學年至少召開一次課程會議，必要時得召開臨時會議，本委員會由學程主任擔任召集人，教師代表3名、學生代表1名，畢業生代表列席參與討論，共同組成本委員會。至於在校生家長部分，擬規劃在下學期期中考後舉辦座談會，用座談及問卷調查的方法，蒐集家長對學生學習成效的意見，並了解家長對學生學習成果的期待。



圖 5.3 結合學校機制蒐集學生與老師對學習成效意見的關係圖  
(資料來源：參考自織品系)

### 2. 畢業生對學生學習成效意見調查機制

針對畢業生對於在學時之學習成效之意見，同樣可以透過兩個管道了解：一個將針對「畢業生生涯發展」問卷設計(附件五)；另一個則可透過「輔仁大學品牌與時尚經營管理課程委員會」的機制，擬訂定相關問卷設計內容。

### 3. 企業雇主對學生學習成效意見調查機制 (附件六)

針對企業雇主對學生學習成效意見蒐集，主要在結合本校就業輔導組原有之「雇主滿意度調查機制」，以及本學程專業實習課程教師於實習期間訪視實習廠商時，亦同步進行意見蒐集。

## ■ 小結

品牌學程自 101 學年度成立迄今甫滿 1 年，尚未有畢業生可供進行調查分析。然而，能夠提早規劃、研擬對於未來針對品牌學程畢業生表現的相關追蹤機制，一方面，除了能夠更具體而完整的反應學程課程內涵與相關利害人的實際學習成效之間的對應關係；另一方面，還可以蒐集、建構更完整的學習成效評估，讓學程未來的整體自我改善機制可以執行得更徹底。

教育部試辦大學校院自我評鑑

## 總 結

成立甫滿 1 年的品牌學程，透過本次的自我評鑑機制規畫，訂定本學程的各項特色指標與評鑑效標，藉此自我檢視學程的現況與特色，並提列出相關的問題與困難，同時也分別擬定因應的改善策略。期望藉以提升教學品質與學生的學習成效。茲將整體自我評鑑的各項結果分述如后。

項目一：在目標、核心與課程設計的部分，本學程綜觀國際時尚紡織產業發展趨勢與國家政策推動，並分析台灣產業真正的競爭優勢以及未來產業的人才需求，所擬訂的教育目標、核心能力及課程設計符合學校辦學、學院發展之宗旨與目標。同時透過建構出的 SWOT 分析與組合策略，定期檢視、確認學程的課程規畫策略與核心主軸。

項目二：在教師教學與學習評量的部分，本學程是屬於跨人文、管理、藝術與設計的國際學程，因此師資來源與專業相當多元，而且所有教師的學、經歷都涵蓋本學程相關之各類專業素養。在教學上，都能以多元的教學媒材及方法來提供豐富的學習內容；最大特色在於教師合授以達到跨專業整合的教育目標。在學習評量上，則利用校方建置的教學評量暨互動平台系統，來檢視學生學習的情況，並從學生回饋建議做為教師教學改善之參考。

項目三：在學生輔導與學習資源的部份，本學程除了共享織品系多年來所累積的豐富軟硬體學習資源，更透過學程、院、校各層級與指導教授的主動關心及加強生活輔導，減少因文化差異所產生的學習落差。並從課程與活動結合生涯輔導的方式來輔助學生提早進行生涯探索與規劃，以及持續檢討學生達成專業核心能力之學習進展。此外，本學程以跨專業學習、社會關懷、品牌價值創新及國際交流為主軸，不定期地舉辦多元的學生課外活動，可開拓視野並強化對於品牌時尚產業實務之認知，蓄積未來學術研究能量。

項目四：在學術與專業表現的部分，本學程跨民生、管理、社科、藝術及傳播等 5 個學院的教師專業背景，符合本學程以「人文、藝術與設計」及「品牌價值創新」等雙主軸的跨專業整合教育目標之需求。多位教師投入社會關懷相關議題的學術論文研究，或是結合其個人的

課程帶領學生將社會關懷的理念付諸實際的行動，實踐輔仁大學社會參與、服務人群的辦學理念。整體而言，教師在學術與專業上的表現，頗為符合本學程跨領域屬性的需求。

項目五：在畢業生表現與整體自我改善機制的部分，由於本學程自 101 學年度成立迄今甫滿 1 年，尚未有畢業生可供進行調查分析。但為能及早建立完善機制，來追蹤、檢視未來畢業生對學校所學專業的適用性、在專業職場的表現、及雇主對本學程畢業生的滿意度。此機制乃先透過相關利害人對於所學與所用之間的對應關係，來檢視評估在學生、畢業生的實際學習成效，據以作為學程未來整體自我改善機制之參考，確保內部自我品保機制建立之完善。

透過本週期的自我評鑑，品牌學程釐清現在大環境的條件優勢，並透過 SWOT 分析與組合策略，確定未來的潛在發展主軸將設定在：以機能時尚紡織為產品核心，扎根大中華、亞洲新興平價優質市場的研究、行銷、經營、管理人才之培育，期藉由台灣獨有的大中華背景優勢，結合國際品牌在亞洲的策略管理經驗，發展跨專業知識整合及品牌價值創新的教育目標。未來將彙整自我評鑑成果以及專家意見，擬訂持續改善策略及行動方案，以利學程發展能更臻穩健成熟，並朝科際整合以及尋求國際學術、前瞻產業的發展方向邁進。