



主任的話 Chairman's Words

上週參加畢業班的謝師宴，從迎賓到整個晚上的節目設計，讓人驚豔！我想我可以很放心的講，這個班畢業後應該會很團結。這是國企系第二屆的畢業生，人數很稀落，但感情很凝聚。對我來講，至少這是將目光投向豐收的季節，因為你們的成長。

這個月初與月底各接待了一團大陸學者，系上主辦了 2009 兩岸金融與商務研討會。在接待的過程，與他們的進一步接觸，我越來越相信我們學生一定不要忽略中國的崛起，對大家生涯規劃的意義，如果有機會去看看吧！



現在正在規劃這暑假的兩門密集式課程，一是國企系開的「企業國際化經營實務」，目的地是越南；二是金融系開的「海外金融個案研究」，目的地是上海。歡迎大家多多去選修，可以增廣見聞，又可以修學分。

這學期過的很快，又到期末。聽說這一屆全校大一學生被記過的很多，真令人擔憂。安慰的是，好像並沒有我們國企系的學生。大一學生吳國本跟我講，系上大一的學生最近加入管樂社的人越來越多，難怪人家都說：學音樂的小孩不會變壞。很驕傲的是，我們國企系雖然是小系，但學生會會長是我們系的；羅漢門文化團有我們系的；畢業典禮的司儀是我們系的；在校生致詞是我們系的。真的以你們為榮！

最後要謝謝林依頻老師，她領導的系通訊團隊。這學期進度很正常，要有延遲一定都是在等主任的話。聽說這學期最後一期剛好是第 40 期，而且是畢業典禮這一週要發行，是畢業特刊的系通訊，真的好期待！





2009 年兩岸金融與商務研討會

一場掌握兩岸未來趨勢的盛會

日期：98 年 5 月 25 日 星期一

時間：早上 9:00 至 下午 15:30

地點：國際會議廳

主持人：黃國隆 院長 (實踐大學 商學與資訊學院 院長)

主講人：王鳳生 教授 (高雄大學 應用經濟系、中華亞太經濟管理學會名譽理事長)

主題演講議題：【兩岸金融與商務展望】

圓桌論壇議題：【兩岸金融與商務發展趨勢對商管教育的啓示】

與談人：高雄大學	王鳳生 教授
高雄銀行	黃望修 董事長
金融研訓院	陳泰隆 副院長
實踐大學	陳尙武 教授
北京工商大學	謝志華 副校長
湖南中南大學	王國順 教授
湖南中南大學	曹興 教授



這次的兩岸金融與商務研討會是由國際企業學系及金融管理學系共同舉辦，邀請到了許多來自中國、台灣以及實踐大學的學者教授們，一起參與這場盛大的「兩岸未來趨勢分析研討會」。邀請到高雄大學王鳳生教授為大家來做兩岸金融與商務之展望議題的報告與說明，在王鳳生教授的議題中也提到了4月26日的第三次江陳會談，以及5月21日高雄市長陳菊出訪中國銷世運等最近台灣與中國的互動消息。王鳳生教授說「輕舟已過萬重山」，相信這句話明顯代表著台灣與中國近期來的互動狀況，台灣跟中國的距離其實已不再隔如重山，慢慢地台灣的眼光要看向太平洋的兩岸，而不僅只在東南亞國家、日本或是美國。



在圓桌會議分享時，學者們討論到台灣與中國目前在立場上及許多方面差異性大，因此雙方在談判與協商方面是非常必要的，如此雙方才能達成共識，最近兩岸共同舉辦的「江陳會談」就是為達成兩岸共識而舉行的會議。

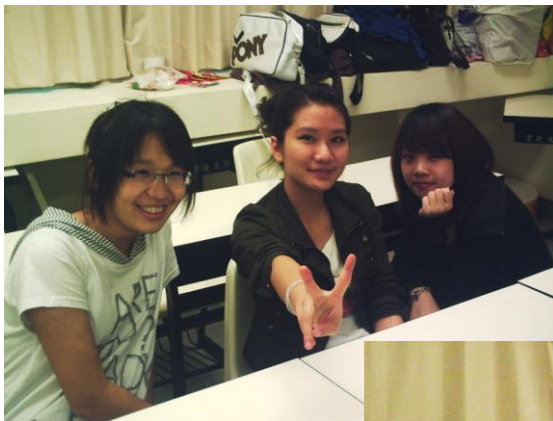
此外在航運業、航空業方面，台灣與中國也正進行積極的協商，希望實現雙方關稅互免或減免等行動，以及希望雙方運輸交通能更常態化運作。金融界與授信界方面，因為兩岸缺少頂尖的財務工程師，故須高度結合經濟、管理與統計專業領域，增進兩岸學術交流，以培訓人才。在教育方面之商管教育與風險管理、品德教育之企業倫理與專業倫理，兩岸學生都必須增進學習，期許兩岸的教育交流可以栽培並帶領出更好的下一代。雖然台灣與中國在資訊上或許會有資訊不對稱的問題，所以應加強兩岸充分資訊交流，將最新消息藉網路即時流通，以減少其資訊不對稱的機會。在兩岸未來發展的看法，我們的出發點應建立在不論政治、敞開胸襟以及用學習的角度與中國交流，藉由彼此合作互動、彼此參訪學習或是學術議題研討，相信這些交流對兩岸而言都是正向的發展。



班級花絮 Class News & Updates

國企一甲

這禮拜是國企週，系學會舉辦了各種活動，班上同學也都熱情的參與。這真是增進我們感情的時候！



班級花絮 Class News & Updates

國企一乙

國企週國企週在學長姐精心的策畫下讓我們度過了一個愉快的星期，第一天的「可歌可企」歌唱大賽班上有不少人參加唷！

像是台語歌王蔡仁瑋同學，不過這次不走台語路線，改唱深情款款的「你愛我像誰」。



還有重量級 Rocker 施伯彥同學唱的「愛情釀的酒」，超高音的完美吼音展現了不凡的實力，雖然有小小凸槌，但仍勇氣可嘉獲得滿堂彩！

國際巨星吳彥奇同學則是演唱「癡心絕對」，平常難以見著的溫柔面在台上發揮的淋漓盡致噢！



蔡詩婷同學耐聽的好歌聲，讓台下的大家看得是叫好叫座！



李少勛同學唱的「斷點」，他可是唱得很陶醉深情呢！

第二天的「默企尙夠讚」考驗了各組的默契阿，不管是第一關的吐珍珠吐到箱裡得高分，還是夾夾樂夾到「喜」字得千分，每關我們都好投入呀，第三天的「企 fun song」班上參加的兩組分別榮獲第一及第二名呢！



真的很感謝學長姐用心舉辦這些活動，很快的我們就不再是大一新鮮人，希望到時候我們也能籌備出這麼多有趣的活動噢！

班級花絮 Class News & Updates

國企二甲

五月底時，系上與金融一起合辦舉行了大型的研討會，參予的有大陸的東莞大學、中山大學以及成功大學的教授們。在台下聽著教授們發表論文、評論論文，看著投影片上的 PPT，第一次參加研討會才知道，原來，研討會是這個樣子的形式。參予研討會是一個很不錯的經驗，看看學長姐是怎麼樣做，看看教授們發表的期刊，全程參予研討會的流程，雖然只是在台下聽，但是僅僅是看的、聽的就可以學到很多的東西。



隨著天氣逐漸的轉熱，鳳凰花開的時節，也正式邁入了六月份，離學期末就只剩下不到一個月的時間了。除了大四學長姐們的畢業典禮外，報告、考試、報告、考試也一個接一個的不斷的像雪花片般湧了出來；對有參加社團的人來說，六月算是大月了，社團成果發表以及期末社大等等的活動通通都在六月中會舉行，在這短短不長的時間內，事情一件一件的接連不斷的出現，人簡直都快忙翻了。而在終於搞定所有大大小小的事務之後，等在後面的便是超重量級的期末考試。

期末考試是驗收學生這學期的學習成果，準備過程很辛苦，大家也為著期末的考試和報告不斷著努力和討論著；若是期中成績不理想的同學，更是卯起勁，想在期末能扭轉趨勢，跨越及格的界線，而期中成績不錯的同學，也是一樣認真，期待在下次的考試能有好的表現。

班級花絮 Class News & Updates

國企二乙

貳零零玖年伍月貳拾叁日至貳零零玖年伍月貳拾肆日——
國企二乙兩天一夜班遊綠島行！



禮拜五一大早出發，十點多一行人踏上綠島的土地，先到民宿 check in 後，
是騎車探路、浮淺、夜遊、泡湯，一切都好新鮮好有趣！



禮拜六一早起來享用民宿的早餐，之後是自由行，環島、定點拍照、吃合菜、買紀念品，
傍晚搭著綠島之星結束了這趟好玩的旅行，期待下次的班遊！



班級花絮 Class News & Updates

國企三甲

感謝國企系學會舉辦一系列的國企週活動，讓三甲在「可歌可企」的比賽中聚集在一起，真是難得的踴躍阿！

班上的最佳男主角、女主角－王丞毅（小黑）與許嘉惠（V i c k y）在班上同學的歡呼聲中上台，表現超搶眼！還有女同學為他們製作大加油刊版，真的是太有心了阿！（雖然為小黑加油的標語有點不醒目，哈。）但真的謝謝他們倆為三甲爭取榮譽！！

這禮拜實在是沒什麼特別的事情，腦漿都快用光了，原諒我來提醒一下正事：行銷、國際金融理論、英語溝通、企業倫理這幾個科目，在期末都擠著要報告，除了準備考試外，也辛苦大家做報告囉！



系學會專欄 Student Association

* 照片回顧 * 2009/05/12—尋寶遊戲



相信那天大家關卡闖來闖去都跑的很過癮吧！
大家收到禮物後有沒有 very surprised 呢！？

這些禮物可都是我們精心準備的喔！！
想知道最後勝利者的禮物是什麼嗎！？
快去問問當天的贏家吧！！





* 照片回顧 * 2009/05/19 — 默企大考驗

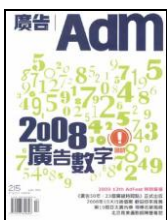




商業訊息 Business News

要讓顧客感受最完美的咖啡體驗！

台灣星巴克首度推出電視廣告



報導來源：廣告 Adm 2009/05/05

台灣星巴克在台成立 11 週年後，推出電視廣告，這次的電視廣告是台灣星巴克的創舉，廣告中明確表達星巴克以客為尊的企業文化，並且帶出近來星巴克品質升級的創舉，讓更多人對星巴克更加了解熟悉！

【文／陳瑩真】



台灣星巴克在台成立 11 週年後，推出電視廣告，這次的電視廣告是台灣星巴克的創舉，廣告中明確表達星巴克以客為尊的企業文化，並且帶出近來星巴克品質升級的創舉，讓更多人對星巴克更加了解熟悉！

整體環境不景氣，咖啡市場當然也多少受影響，這幾年 85 度 C 或是便利超商 CITY CAF 的出現，讓台灣咖啡市場作大，經濟規模日漸驚人。

只是，環境不景氣仍影響消費者的購買意願，而台灣咖啡連鎖店市場中的星巴克，面臨不景氣與平價咖啡品牌的出現，的確面臨挑戰。2009 年，適逢星巴克成立 11 週年，第一次在台灣推出電視廣告，主打品牌形象與星巴克的文化精神，讓更多消費者對星巴克，有更深一層的認識！



電視廣告傳達品牌精神

星巴克行銷部經理仲崇經表示，星巴克並不是不使用大眾媒體，只是大眾媒體的使用佔行銷比例較少。雖說這是台灣星巴克第一次推出電視廣告，但是以往也曾使用雜誌或廣播等大眾媒體，以美國星巴克為例，以往曾經區域性使用大眾媒體，但若論行銷主軸，星巴克帶給顧客的咖啡體驗，仍是最重要的。



2009 年星巴克的行銷方向除了品質提升以外，還致力開發新客源，或是再度提醒輕度使用者（Light User）。所以電視廣告是希望能擴大客層的廣度與深度，廣告中的門市人員，都是經過試鏡選出的星巴克門市人員，親切的笑容與服務態度，都足以代表星巴克的精神。

「我們最重視的，是與客人的互動」仲崇經說道。而新客層的開發，除了電視廣告以外，今年 2 月與 3 月共 4 波的「Bring The Friend」，就是希望熟客帶新客，這 4 天業績成長明顯，交易數成長 1 倍左右。今年的「Bring The Friend」，是公開對大眾舉辦，其實以往就有類似活動，只是與不同的單位配合，像是台北電影節就已經合作 4 到 5 年了，金馬影展也是合作多年，憑票根可買一送一，反應都很好，只是今年將活動擴大舉辦，反應更加熱烈。





與藝文活動配合行之有年 有效擴大客層範圍

星巴克與藝文活動配合，行之有年，除與電影節的配合，並會不定期在門市舉辦藝文講座或是音樂會，深得熟客喜愛。若論起星巴克的目標族群，並沒有明顯的年紀或職業輪廓，基本上是對生活有一定的態度，或是嚮往優質的生活文化，藝文活動對這群人很有吸引力。其實不只與藝文活動配合，星巴克也與統一超商合作集點活動，搭配「Bring The Friend」，希望吸引不一樣的客群，未來還將與職棒作搭配，擴大客群。

隨行卡發行破百萬

另外，星巴克的隨行卡發行已經破百萬，3個月內有效使用的約有 40 萬張，仲崇經表示，他們並沒有依隨行卡作有效顧客資料建置，只是用隨行卡統計消費趨勢，而官方網站的設置也是另一種觀察消費者的方式。仲崇經說，星巴克並沒有建構 CRM（顧客關係管理）的系統，畢竟相當花成本。而隨行卡的發行，可以觀察出大概的消費趨勢，就已足夠。另外，仲崇經也觀察到，許多熟客將隨行卡作為收藏，成為星巴克與熟客之間的感情聯繫。但未來隨行卡並沒有與銀行發行聯名卡的計畫，畢竟聯名卡的 CRM 系統是在銀行，不是星巴克這裡，行銷效益有限。

艱困的市場環境 產品力仍是主力

外在環境不好，星巴克當然也受影響。不過就 2008 年而言，既有店業績成長 4%，整體業績成長 10% 以上，顯示仍有忠誠度高的客戶，在不景氣的環境下，仍支持星巴克。仲崇經表示，咖啡市場雖然競爭激烈，這幾年新品牌興起，部分品牌遭淘汰，屢見不鮮。而台灣人愛嘗鮮，曾經發生過某一家星巴克，附近新開一家咖啡館，初期星巴克會受影響，但 2 到 3 星期後客人會逐漸回流，顯示星巴克咖啡品質是禁得起考驗。而這次推出的電視廣告，拍出門市夥伴用心煮出每一杯好咖啡的服務文化，提供給客人的咖啡品質與環境氛圍、感受，是星巴克最想傳達的價值感。

未來，星巴克除了積極與不同主題活動搭配，擴大可能客群外，還將與社區作更深度的連結，推出與在地熟客更加緊密的活動，其實，星巴克要作的，就是與顧客更加緊密的連結，帶給他們最實際美好的咖啡體驗，就是不變的行銷主軸！





活動記事 Calendar of Events

June 2009

Mon	Tue	Wed	Thu	Fri	Sat	Sun
1 [英語角] FUN 影集 學英文 3	2	3 做個時間管理 的生活高手 蔡長鈞 教授 圖書館 3F 5:10pm 進場	4 98 學年度 第一學期 第一階段 必修課網路 即時選課	5 英語學習護照活動截止 98 學年度第一學期第一 階段必修課網路即時選課 「加退本系級必修科目」 第一次現場選課	6	7
8	9	10 [英語角] 學諺語、 結友情、 話友誼	11 留學經驗分享 孫懿賢教授 圖書館 3F 5:10pm 進場	12	13 畢業典禮	14
15 [英語角] 愛"拼" 才會贏	16	17	18	19	20	21
22 期末考試	23 期末考試	24 期末考試	25 期末考試	26 期末考試	27	28
29 宿舍關閉	30					

*期末大掃除 6/2~6/9

*英語角活動線上報名網址 http://kkp.nknu.edu.tw/main_02.php?page=research_list