

致理技術學院

資訊管理系

專題企劃書

iDrink 健康飲網站行銷合作研發

學生： 紀宇哲 19910108

方歆文 19910127

林依君 19910129

張冬霖 19910170

紀賀元 19910101

指導老師：林政錦

中華民國 102 年 01 月

摘要

我們的專題主要是研究開發 iDrink 健康飲的網站，而網站分為店面收銀的系統網站以及店面產品的官方資訊網站兩個部分，當專題完成後將能完整呈現，並且協助店內營運。

店內收銀系統網站我們預計使用 Drupal6 平台來建置，店內的設備為觸控感應式螢幕，螢幕上有顯示金額計算以及產品項目可以做點選，而此設備由消費者自助式點選，輸出收據之後交給店員點用確餐，最後等候取餐，這是主要店內的營運模式。而店員點用的資料也會儲存在系統內，若有錯誤店員可以進行修改或移除。機器在閒置的狀態下，會有廣告播放或是跑馬燈和投影片，感覺店內氣氛會比較熱鬧。

店面產品官方網站是使用 Drupal7 平台來建置，網站內容主要是配合店內的產品做相關的介紹，完整呈現產品目錄以及產品功效說明，另外由於現在智慧型手機的市占率逐日升高，網站附上 QRCode，讓現代俗稱低頭族的使用者或消費者可以及時獲得產品相關資訊；部落格文章則用以更新網站內容，會員則可採用目前最多用戶的社群網站 Facebook 帳號直接登入註冊成為會員，即可享有填寫訂單以及文章分享留言等權益。

透過以上兩個網站，廠商就可以達到創新、減少人力資源(訂餐人員)、結帳便利的需求，店面也能夠隨即從網站上確實推廣給社會大眾，如此一來，便可完成我們這次專題的目的，合作廠商新創業的店面「iDrink 健康飲」也因此順利營業。

目 錄

摘要	2
目錄	3
表目錄	4
圖目錄	5
壹、序論	
一、研究動機.....	6
二、研究目的.....	7
貳、網站開發平台	
一、平台介紹.....	8
二、平台運用.....	10
參、產業概況&市場分析.....	12
一、大環境分析.....	14
二、產業結構分析（波特五力分析）.....	14
三、競爭者分析.....	15
四、消費者分析.....	15
五、SWOT 分析.....	16
肆、網站架構	
一、面 版	17
二、功能（社群、地圖.....）	18
三、網站行銷	19
四、產品行銷	20
伍、研究方法與發現	
一、廠商訪談	
(1). 內容記錄	21
(2). 會後心得	21
二、問卷	
(1). 問卷統計	22
(2). 問卷分析	22
陸、結論與建議	
一、結論.....	28
二、後續建議.....	28
柒、分工執掌和進度表	
一、分工執掌.....	29
二、進度表.....	31
參考文獻.....	33
附件一：有機農產品問卷.....	34

表目錄

A-1	大環境分析：依不同階級去分析它的威脅跟機會.....	14
A-2	競爭者分析：與其他家同質行業的競爭分析.....	15
A-3	SWOT 分析：籌備此專案的 SWOT 分析	16
A-4	分工執掌：專題組員的工作分配表呈現	29
A-5	進度表： 專題製作的進度表呈現.....	31

圖目錄

1-1	Drupal 三層架構模式的框架.....	- 17 -
1-2	有機農業之微笑曲線圖示.....	- 18 -
1-3	網站行銷圖示.....	- 18 -
1-4	產品行銷圖示.....	- 17 -
1-5	問卷調查性別分析圖表呈現.....	- 18 -
1-6	問卷調查職業分析圖表呈現.....	- 18 -
1-7	問卷調查一週購買飲料次數分析圖表呈現.....	- 17 -
1-8	問卷調查選擇飲料主要原因分析圖表呈現.....	- 18 -
1-9	問卷調查飲料的資訊取得管道分析圖表呈現.....	- 18 -
1-10	問卷調查飲料的價格選購可接受範圍分析圖表呈現.....	- 17 -
1-11	問卷調查喝飲品優先考量分析圖表呈現.....	- 18 -
1-12	問卷調查健康有機走向的飲品接受度如何分析圖表呈現.....	- 18 -
1-13	問卷調查選擇飲品的店家為何分析圖表呈現.....	- 17 -
1-14	問卷調查延續第九題選擇該選項原因為何分析圖表呈現.....	- 18 -
1-15	Drupal 社群技術教學書籍.....	- 18 -
1-16	Drupal 技術手冊教學書籍.....	- 18 -

壹、序論

一、研究動機

專題名稱為「iDrink 健康飲網站合作研發」，顧名思義我們的專題主要就是開發網站，而合作的廠商有計畫跟政府申請一個公益事業，等到正式開業後，每月收入扣除員工薪資與營運成本，其餘所得將全數捐助給各公益團體機關；店內專賣有機蔬果健康飲料，根據新聞報章媒體指出，某某廠商的產品有害物質超標以致檢驗不合格，於是在這個什麼都有狀況環境下，我們認為，既然有機會接觸到這樣主題的專題，就該付諸行動；有機蔬果製成的飲料，雖然成本較高，但是真的對身體沒有負擔，根據營養指標，店內所販售的飲品都是對身體的健康有太大的幫助，而健康這部分的問題本來就是需要我們年輕人該一同研討的。

能夠為社會做公益事業也能夠推廣環保健康的議題，對這個專題的成功意義相對重大，我們整組組員對此專題案都有滿滿的興趣與熱誠，因此可以全力參與和配合。

籌備專題事前事中事後我們也都有完善的規劃及編排，每個月固定一次面議，每周一天 google 線上會議，積極的討論以及改進不足的地方，也能夠時時掌握廠商最新的進度以及給予雙方意見以及需求見解。

二、研究目的

透過多次的需求研討，進而分析出這次專題的系統分為兩大部分：一是單純的店家產品官方網站、二則是店內營運的觸控收銀系統網站。並且分析出廠商計畫的公益事業所研發之產品的行銷概念，與幫助使之營運，再來是配合廠商以全新科技「Drupal 平台」建置「iDrink 健康飲」的網站，網站的部份分為產品官方網站與店內營運時收銀使用的 ipos 網站觸控系統網站，從中學習各種網站所需的「模組」和「版型」的設定修改與配置整理。

首先必須先規劃合作廠商確切的網站需求，並且盡其所能全力的配合開發，研究該如何使用各模組，以達成網站目的。

我們將產品官方網站需求分為以下幾點：

- 1.產品型錄：有該產品的詳細解說
- 2.購物車：購買訂購該項產品，再進行物流配送
- 3.部落格文章：隨時更新發布網站文章內容
- 4.社群：使用目前最多用戶的 Facebook 做連結

ipos 營運收銀系統網站需求分為以下幾點：

- 1.購物車：現場點購
- 2.廣告影片播放
- 3.銷售數量管控

貳、網站開發平台

一、平台介紹

iDrink 健康飲，我們將利用 Drupal 平台來開發，Drupal 是什麼呢？簡單來說他就是一個開放性原始碼的內容管理系統，現在讓我們來為你介紹 Drupal 的奧妙之處吧！

Drupal 是什麼？

Drupal 是一套開放原始碼內容管理系統 (content management system ; CMS)，被成千上萬的個人與組織用來建置引人注目而且內容豐富各種網站。用 Drupal 來建立網站就是去組合各種「積木」，根據使用者獨特的需求來訂製網站的功能。網站一旦建好，一個 Drupal 網站可以透過使用線上表單的方式來維護，而且不需要手動修改程式碼。Drupal 可以免費使用，並且有一直在演進的大量工具，讓使用者用來打造亮麗的網站。

Drupal 也是一套內容管理框架 (content management framework ; CMF)。除了讓網站管理者可以建置網站之外，它也可以讓程式設計師和開發人員使用外掛模組來客製化用來增添各種功能，從相簿到購物車、再到即時翻譯工具等等都有。許多模組都是無償貢獻給 Drupal 社群的，可以免費下載並且在您的 Drupal 網站上使用。

社群作為 Drupal 的濕體 (wetware, 意指人、人腦) 成分，經常被引述為 Drupal 最重要的資產之一。當 Drupal7 在 2011 年 1 月釋出時，將近有 1,000 個社群成員為核心軟體撰寫了程式碼。此外，有超過 15,000 位開發者維護附加模組，還有屬不清的使用者在測試、編撰手冊、可用性、設計、可及性、用戶支援、翻譯以及其他重要的地方提供協助。任何經常評估開元馬平台的人，都會承認一個繁榮的社群基底的重要性。

Drupal 是怎麼運作的？

Drupal 本身由許多層面組合起來，在最底層，他靠著增添幾個子系統，例如 **user session** 的處理與認證、按全性過濾以及模版渲染，在 **PHP** 之上提供了額外的功能。這部分是由被稱為模組的課製化附加功能所建構的。模組替 **Drupal** 添加了功能，並產生出任一頁面的內容。但是在頁面呈現給使用者之前，它會通過版型系統，此系統可以修改並調整頁面，以滿足最龜毛的設計師的要求。

版型系統輸出頁面內容，通常是用 **XHTML** 或 **HTML5** 的格式，也支援其他的渲染類型。

CSS 則是用來控制頁面排版、顏色和字型，而 **JavaScript** 則可以處理動態元素，像是表單裡可開闔的欄位集合 **Drupal** 管理介面裡可以用滑鼠拖放的表格資料列。

二、平台運用

介紹完 Drupal 的整個架構之後，接下來開始利用此系統來運用在我們的 iDrink 健康飲上面。

利用 **Drupal** 平台的以下功能運用

Drupal 提供了很多功能，這些功能包括：

彈性的模組系統

模組就是可以替一個網站進行修改與增加功能的外掛。對於任何的功能性需求來說，都很可能有機會能有個既有的模組能夠完全滿足該需求，或是可以結合其他的模組來滿足該需求，再不然就是有現成的程式碼可以幫助使用者達到目的。

客製化的版型系統

Drupal 裡的所有輸出都能夠完全客製化，所以使用者可以根據其想要的方式（或者講更準確一點，根據其設計師所想要的方式）來修改網站的外觀和質感。

可擴充的內容與單元系統

使用者可以迅速地定義新的內容類型（部落格、活動、每日一詞），並且位不同的內容類型加入自定的欄位。附家模組可以提供新的欄位類型以及不同的操作方式，以進一步擴充此功能。最棒的是，這些藍位也可以被附家到系統中任何被宣告為單元（entity）的物件上，像是使用者、回應以及分類等等。

內建搜尋引擎最佳化

Drupal 內建支援人類可閱讀的網址別名系統，而且所有輸出結果都是符合標準的。這兩個功能打造了對於搜尋引擎友善的網站。當然，還有其他的附家模組可以進一步擴充 SEO 的能力。

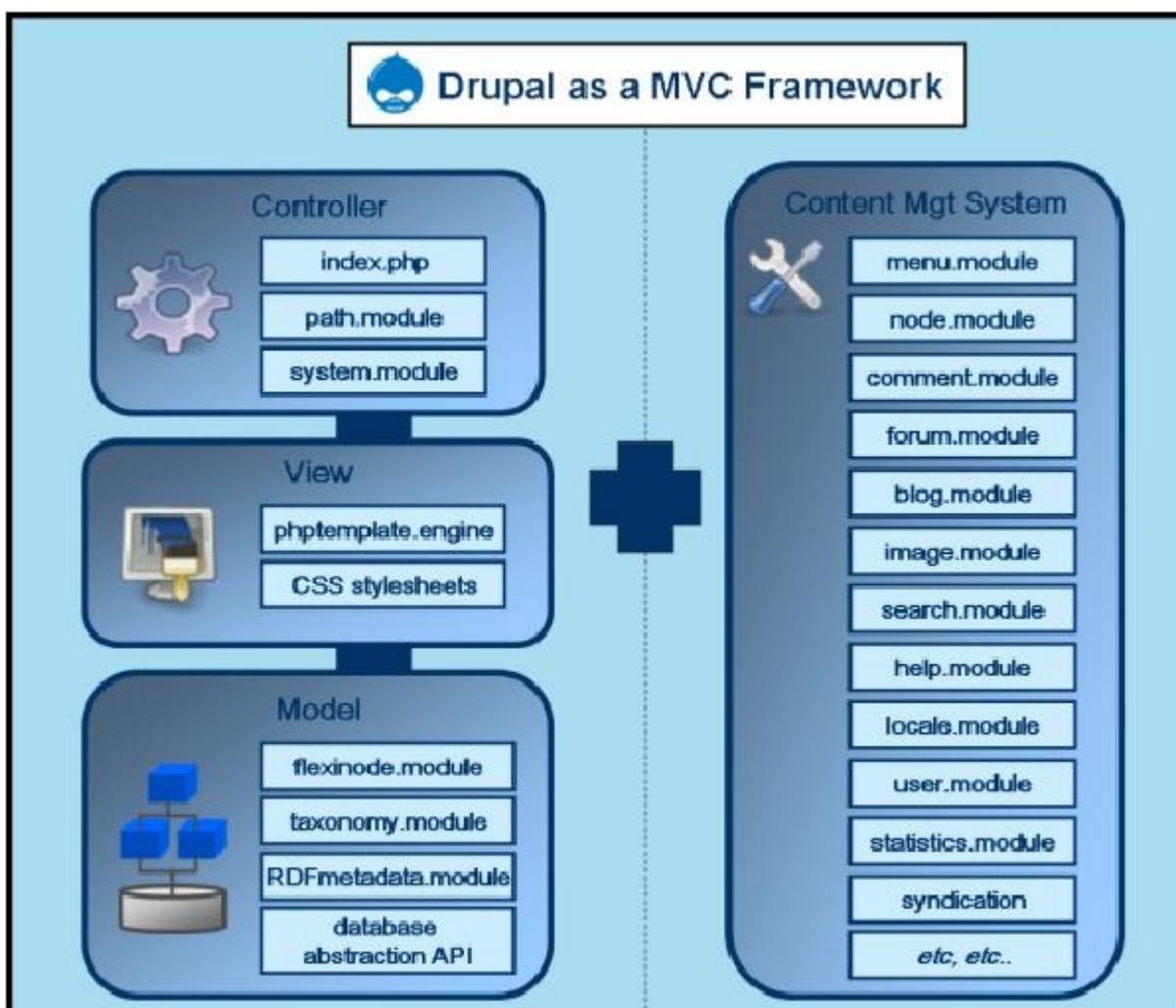
基於角色的存取權限

自訂角色以及多到不行的權限系統，可以細緻地控制誰可以看到什麼樣的內容。線

有的附加模組更可以大幅擴充權限控制等級—細緻到個別使用者的層級。

社群出版與協作工具

Drupal 內建支援群組部落格、回應、討論區以及自定使用者個人檔案等工具。其他使用者可以想像的到的功能，例如評比、群組或審核工具，址須要下載一些模組就行了。



1-1 下圖為 Drupal 三層架構模式的框架

來源：

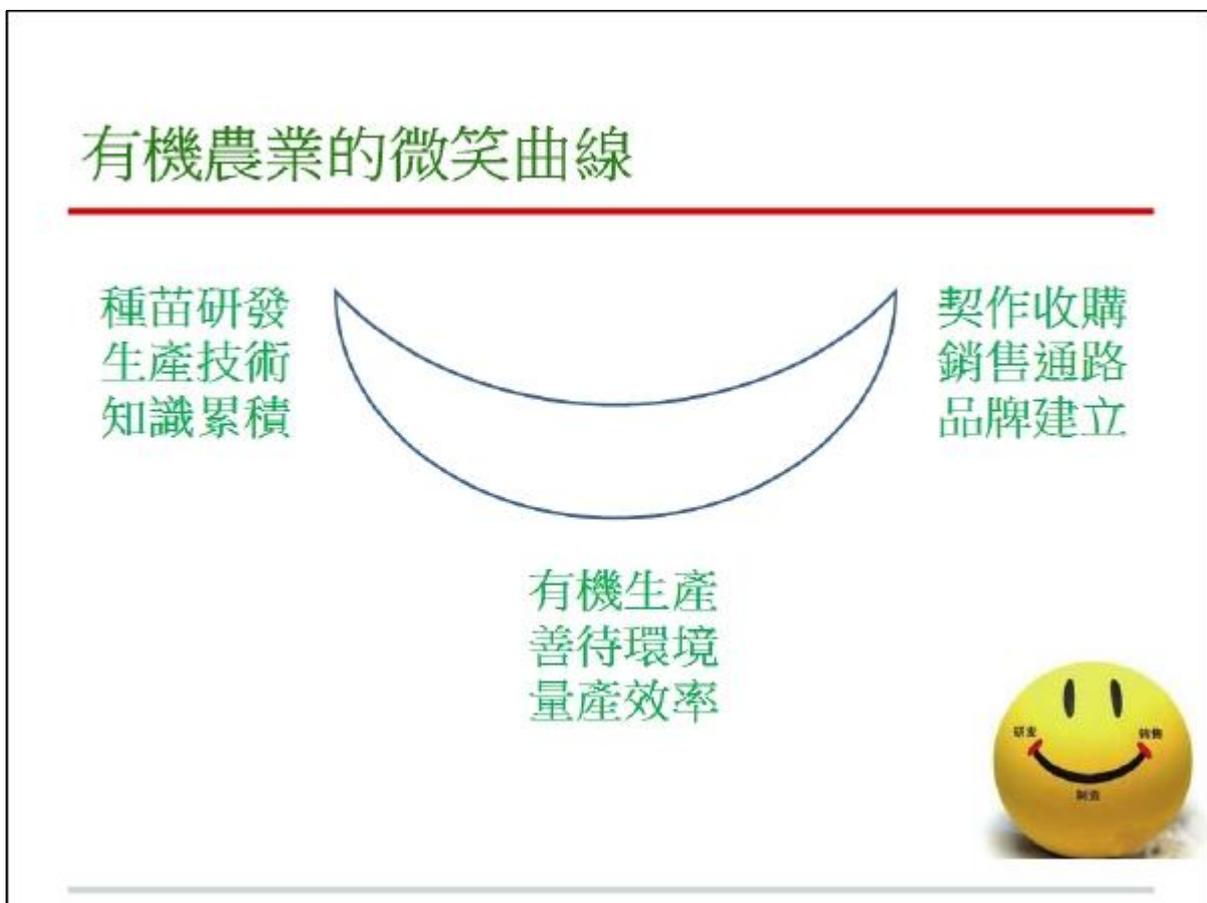
[http://archivemati.ca/wp-content/images/Drupal as MVC Framework.png](http://archivemati.ca/wp-content/images/Drupal%20as%20MVC%20Framework.png)

參、產業概況&市場分析

在執行一個企劃案之前，一定要知道你所要創造的東西的外來競爭力，因此我們必須先了解有機農業與飲料業的一個產業概況，在進行市場分析的動作。

微笑曲線理論

微笑曲線分成左、中、右三段，左段為技術、專利，中段為組裝、製造，右段為品牌、服務，而曲線代表的是獲利，微笑曲線在中段位置為獲利低位，而在左右兩段位置則為獲利高位，如此整個曲線看起來像是個微笑符號。微笑曲線的含意即是：要增加企業的盈利，絕不是持續在組裝、製造位置，而是往左端或右端位置邁進。



1-2 下圖為有機農業之微笑曲線

有機農產品的銷售通路&品牌

我們找了一些有賣有機農產品的相關零售業以及在做有機農產品的餐飲店家，有此可知在行銷有機農業的業者對於有機產品的重視程度以及消費者對有機產品的消費行為。

1. 零售業

*** 五大有機專賣店**

聖德科斯、綠色小鎮、里仁、無毒的家、棉花田

*** 三大超市**

全聯福利中心、頂好、松青

*** 三大量販店**

家樂福、大潤發、愛買吉安

2. 餐飲業

*** 裸食堂有機鐵板燒**

位置:忠誠路二段

*** 齊民 有機中國火鍋**

位置:忠孝東路四段

*** 藕根香**

位置:仁愛路 4 段

*** 原味**

位置:民生東路三段

執行步驟

1. 微笑曲線最右端

健康飲試水溫→有機健康餐飲→建立連鎖餐飲品牌

2. 微笑曲線最左端

建立有機農業知識庫→科技農業自動化

3. 微笑曲線中端

有機生產示範農場→推廣全村有機村→農村再生文創下鄉

一、大環境分析

現在的社會中，需要去分析成立一家飲料業所帶來的機會與威脅，因此我們利用大環境分析來找出其中的可行性：如表格 A-1。

	機會	威脅
M 型化社會，貧富不均	白領階級，中高收入，對於品質要求甚高且捨得花錢，願意為環保付出多一些成本，購買有機產品	物價上漲，使民眾消費意願下降
高齡化社會來臨	健康意識抬頭，越來越多人相信自然食療	花錢趨於保守
單身經濟社會低收入的不婚族 20 歲以上離婚後的銀髮族	一人消費產品受歡迎 外食、便利商店、宅經濟	家庭用商品萎縮
資訊社會	網際網路發展迅速，資訊散播及取得迅速	好事不出門，壞事傳得快
產業未來趨勢	飲品健康問題受重視，不健康飲品漸被排斥(如可樂、汽水)	飲品市場競爭相當激烈

A-1 大環境分析：依不同階級去分析它的威脅跟機會

二、產業結構分析（波特五力分析）

*現有競爭者的競爭強度 中高

*潛在進入者的威脅 中低

*替代品的威脅 中高

*顧客的議價能力 中高

*供應商的議價能力 中高

三、競爭者分析

現有競爭者	果汁店	XX	YY	ZZ
坪數				
人員				
產品				
價位				
訴求				
連鎖店數				
優勢				
弱點				

A-2 競爭者分析：與其他家同質行業的競爭分析

四、消費者分析

研究目的

透過行銷研究的方法，了解市場的資訊與趨勢，探討現代人對於健康飲品的態度及看法，並且得知消費者真正內心的需求。而分析的結果可幫助本企劃案未來訂定市場區隔及目標市場，並擬定行銷組合策略及解決行銷問題。

研究對象

學生、上班族、退休銀髮族、菜籃族

飲品購買行為問券設計

抽樣設計與問卷架構

五、SWOT 分析

Strength	Weakness
<ol style="list-style-type: none"> 1.目標客戶明確，產品區隔差異化。 2.健康訴求 3.公益訴求 4.人事成本低 	<ol style="list-style-type: none"> 1.無餐飲店經營經驗 2.無連鎖餐飲店管理經驗 3.新品牌進入市場，客戶信心待建立。
Opportunity	Threaten
<ol style="list-style-type: none"> 1.健康意識抬頭，越來越多人相信自然食療。 2.飲品健康問題受重視，不健康飲品漸被排斥(如可樂、汽水)。 3.越來越多人對公益訴求有好感 4.公益訴求較容易進行異業結盟 5.網際網路發展迅速，資訊散播及取得迅速。 	<ol style="list-style-type: none"> 1.飲品市場競爭相當激烈 2.產品容易被模仿，進入障礙低。 3.物價上漲，使民眾消費意願下降。

A-3 SWOT 分析：籌備此專案的 **SWOT** 分析

肆、網站架構

一、面板

1.Acquia Prosper 版型

依據選擇的版型來顯示，不同的效果或功能。

2.CSS

當版型沒有所要求的配置時，將會進行後臺內部程式修改。

3.Flash

而 Flash 本身內部包含 logo 和顯示效果設計。

二、功能

iDrnk 網站內部的架構，是建立在以寫好的部分程式之上，之後再把各個組塊(部分程式)結合，並結合出我們所需要的功能，所以一個網站是由多個，模組組合而成。

1.地圖模塊

Enterprise Location 模塊

在 iDrink 網站有提供 google map 服務，可以供人查詢有機農場，也就是成分來源查詢，讓使用者接收更多關於有機的資訊。

2.社群建置

Facebook Connect 模塊

iDrink 網站會提供一些有機資訊或相關文章，而使用者可以分享或是給予評語，到 Facebook 上，或是連結到粉絲團。

3.購物車建置

Ubercart 模塊

使用者將會透過此功能來購買商品，消費者訂購完後再選擇，付款方式和運送方式，來購買商品。

4.產品目錄

Views 模塊

建立產品目錄和欄位，來供使用者瀏覽，依據選擇欄位會有，不同的表示方式。

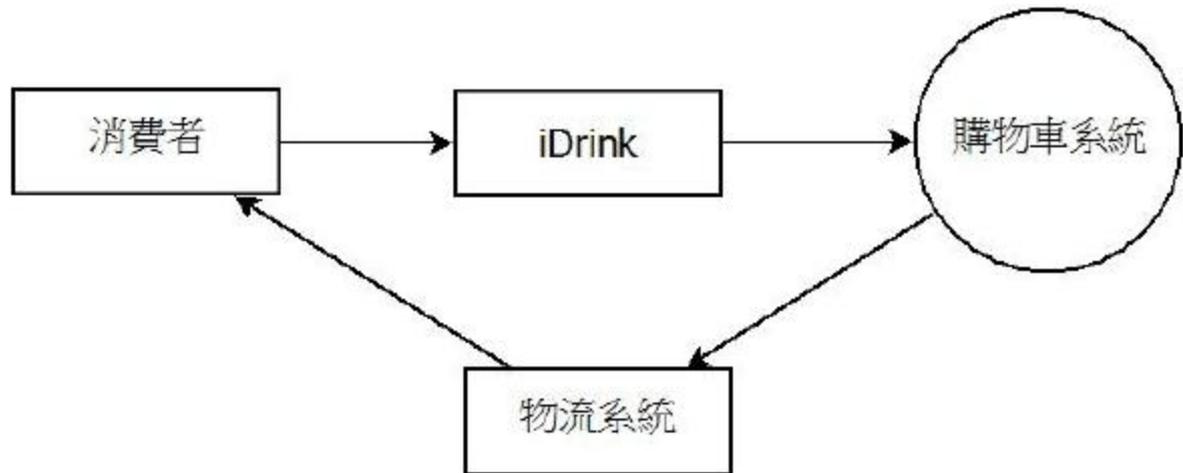
5.QR Code 模組

可以讓使用者經由智慧型裝置，來連結網站或是商品，和相關資訊。

三、網站行銷

iDrink 網站內部，有提供網路購買功能，方便使用者沒必要，一定要到店家去購買。

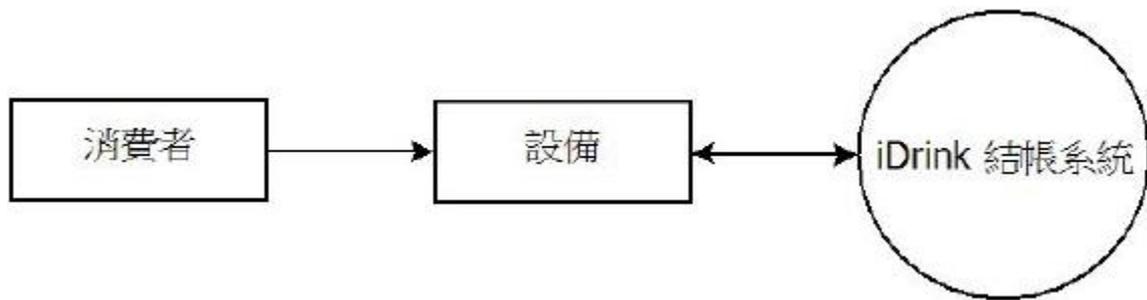
消費者經由網路，發送訂單到購物車系統，系統在接收訂單進行處理。



1-3 網站行銷圖示

四、產品行銷

店家內採用電子化銷售，平台結合網路，消費者可以使用店內設備來購物，平台連接著 iDrink 結帳服務系統供消費者訂購，而 iDrink 結帳服務系統處理運算，並回傳值給設備顯示。



1-4 產品行銷圖示

伍、研究方法與發現

一、廠商訪談

(1).內容記錄

該廠商的負責人是即將退休的科技人員，因本著於愛護地球，健康環保的心，也推崇於新鮮，環保，愛自己... 健康訴求加上公益訴求，也願意無私的投入此方向的研究及執行，於是攜手一起合作共同研究開發 iDrink 的專題研究，並預計在 102 年 1 月實際執行，成為實體店面，而我們也會利用『Drupal 平台』建構網站，將利用網站多加行銷，希望能夠更加推廣環保、健康的生活。

※ 該廠商的需求分析：

網站版型、視覺、模組設計－（blog 樂活祕方、粉絲專頁、flash、facebook 嵌入）

銷售功能需求－（有機飲品介紹、功效介紹）

行銷功能需求－（免費試飲卷下載、免費試飲 QR code 下載、分享文章免費試飲一次）以增加曝光率以及在網站上的散播力。

(2).會後心得

組員將依照每個人的專長以及工作分配表，進而去研究以及完成自己的任內項目及模組設計，首先要針對不同的族群、不同年齡層的對象，透過問卷調查，了解消費者心理，進而修正飲品行銷策略及訴求對象，增加對網站的行銷策略規劃。

二、問卷

(1).問卷統計

我們的問卷為實體採訪，地點選為亞東醫院、市場、資策會、致理技術學院，對象分別為：待診病患、家屬、菜籃族、學生、上班族，針對專題的需求設計出 10 題題目。

有效問卷 40 份，實際回收 40 份，參與率為 100%。

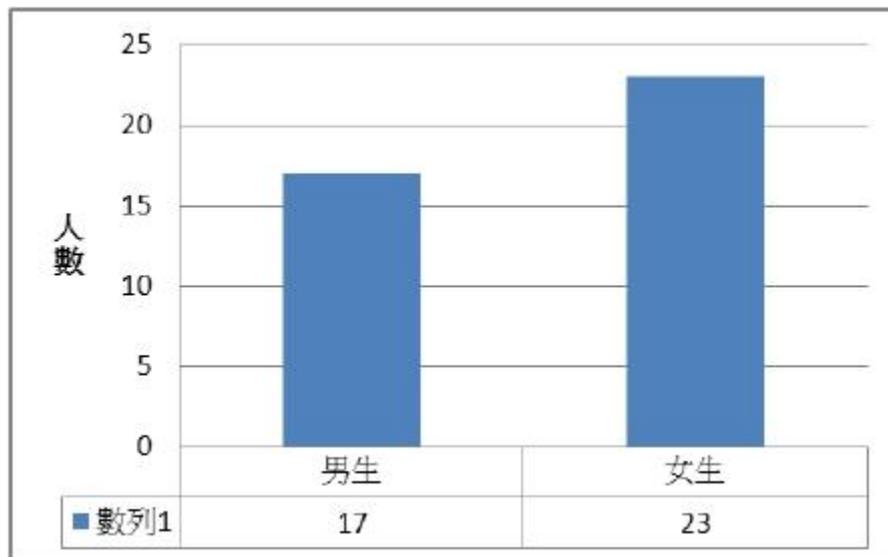
(2).問卷分析

問卷分析結果如圖表表示 參考如下：

飲料喜好問卷調查

1. 請問您的性別為：

男 女

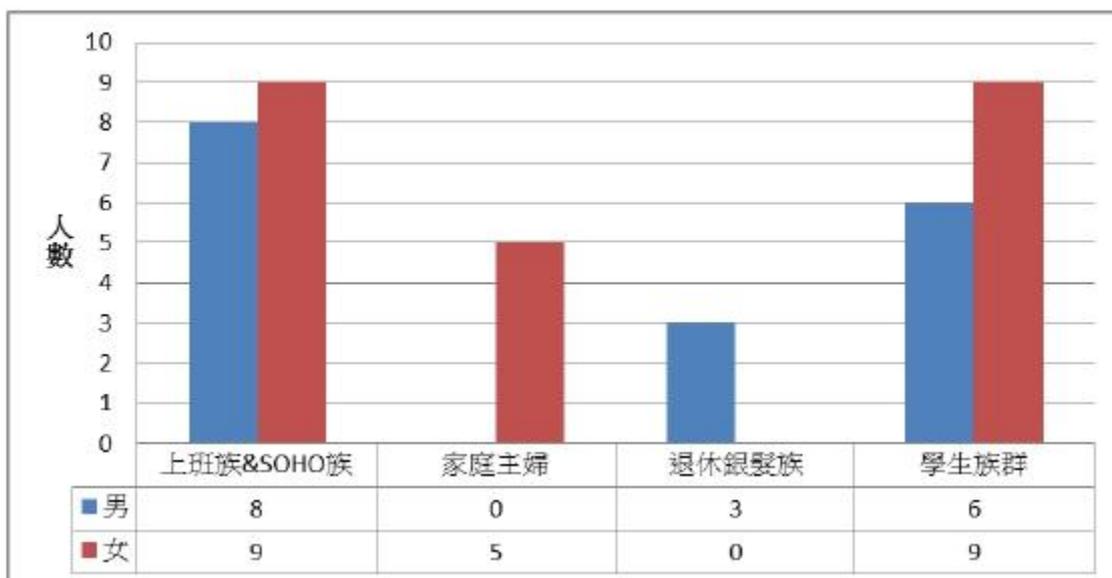


1-5 問卷調查性別分析圖表呈現

*統計出願意填寫問卷的為女性居多

2. 請問您的職業為：

上班族&SOHO 族 家庭主婦 退休銀髮族 學生族群

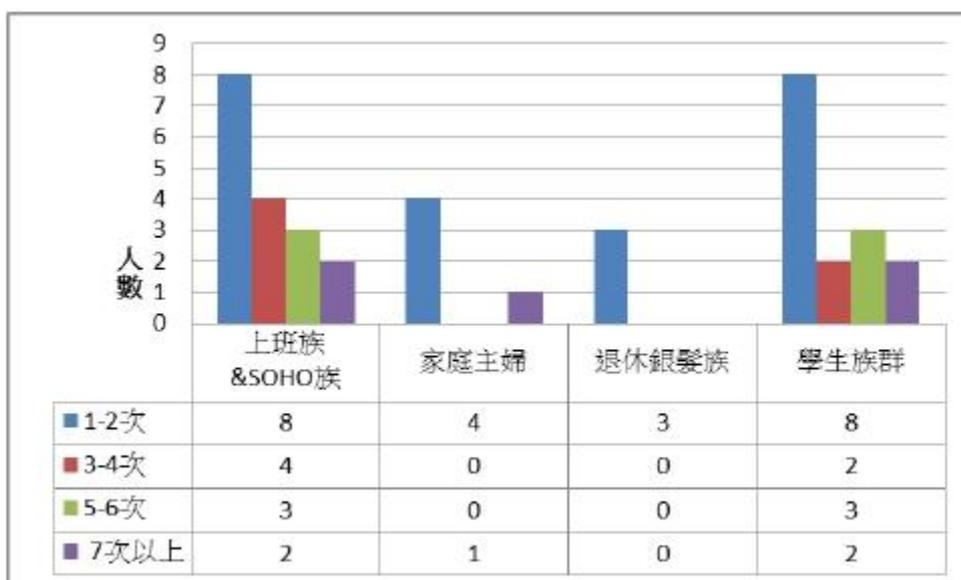


1-6 問卷調查職業分析圖表呈現

* 統計出願意填寫問卷為 上班族&SOHO族 和 學生族群 較多

3. 請問你一週買飲料的次數為：

1- 2 次 3-4 次 5-6 次 7 次以上

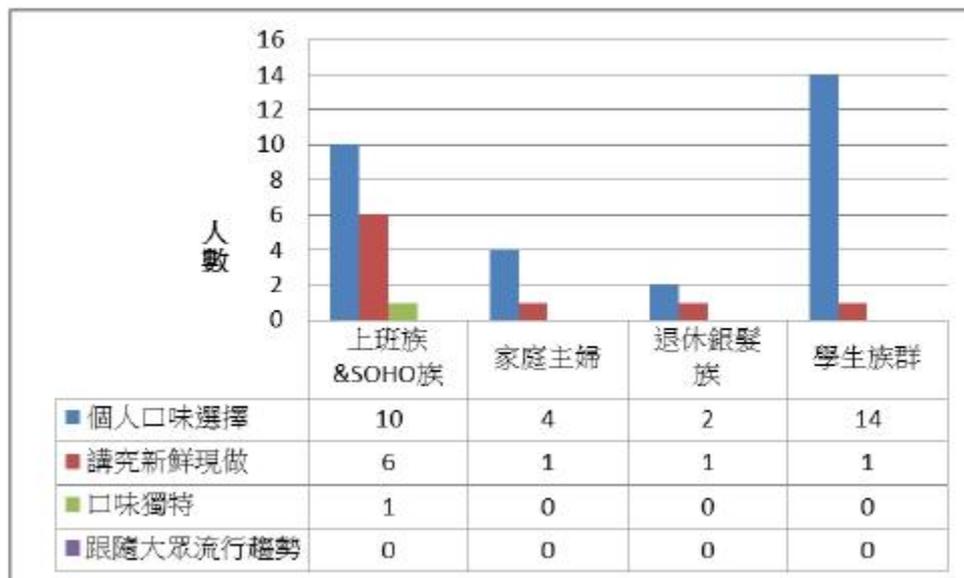


1-7 問卷調查一週購買飲料次數分析圖表呈現

* 統計每一個族群一週購買飲料的次數都為 1-2 次為主

4. 你選擇飲料主要原因為：(可複選)

個人口味選擇 講究新鮮現做 口味獨特 跟隨大眾流行趨勢

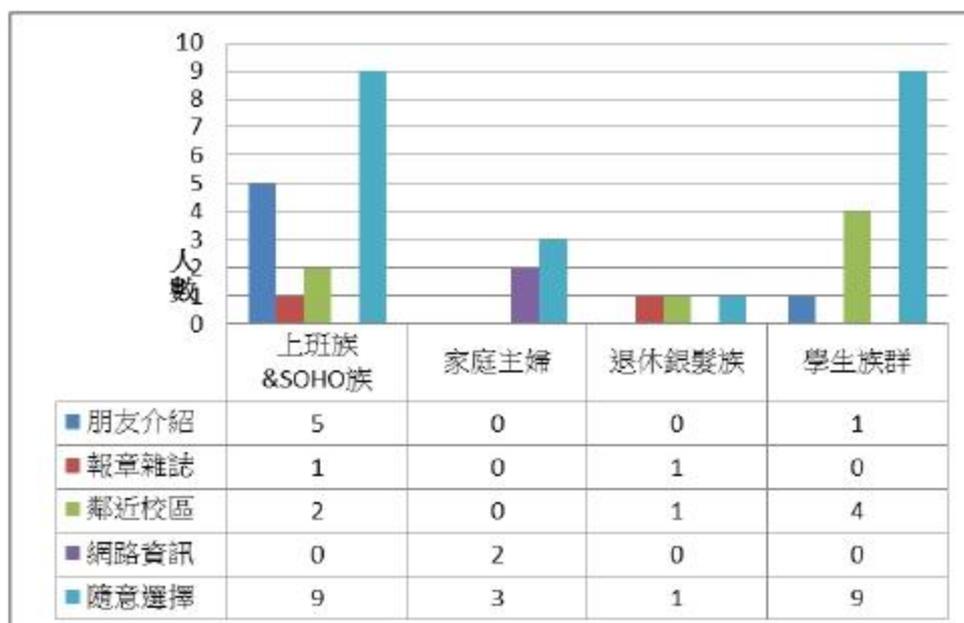


1-8 問卷調查選擇飲料主要原因分析圖表呈現

*統計出每一個族群都依個人口味選擇想喝的飲料

5. 請問您對於飲料的資訊取得管道為：

朋友介紹 報章雜誌 鄰近校區 網路資訊 隨意選擇

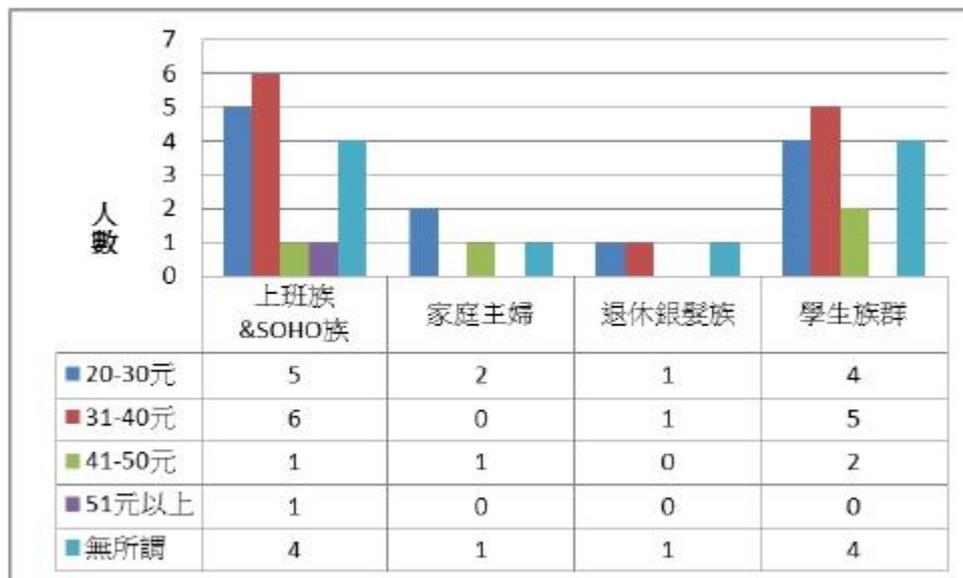


1-9 問卷調查飲料的資訊取得管道分析圖表呈現

*統計出上班族、家庭主婦、學生都以隨意選擇為主

6. 您對於飲料的價格選購可接受範圍為：

20-30 元 31-40 元 41-50 元 51 元以上 無所謂

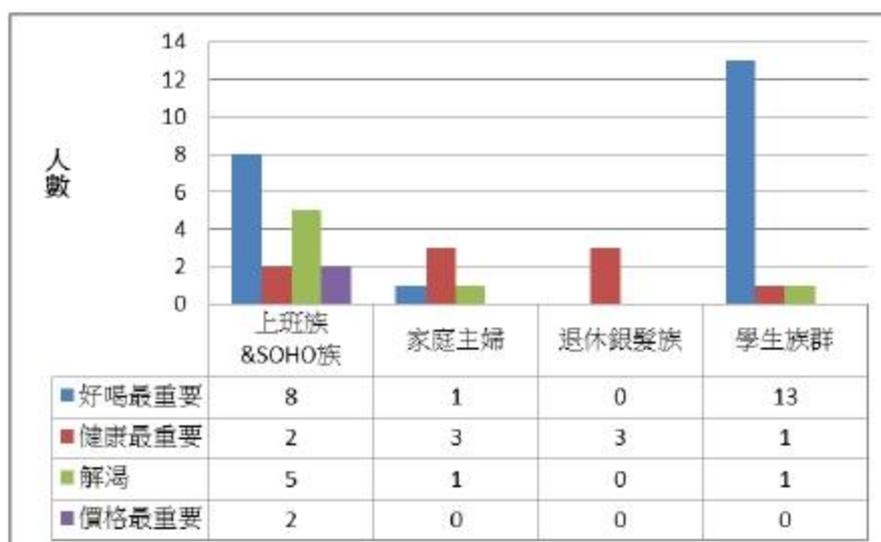


1-10 問卷調查飲料的價格選購可接受範圍分析圖表呈現

*上班族、學生族群，以 **20-40** 元為可接受範圍

7. 你對於喝飲品優先考量為：

好喝最重要 健康最重要 解渴 價格最重要

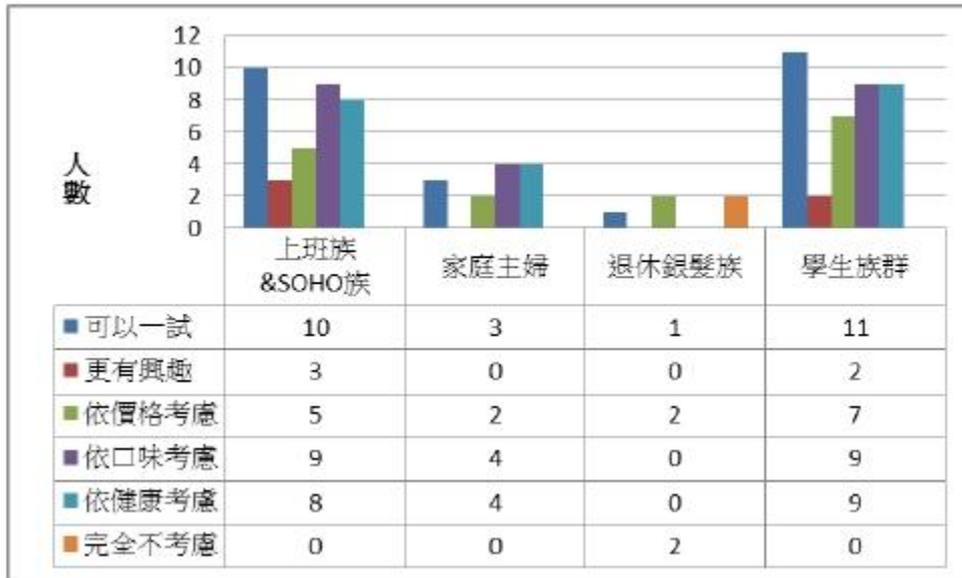


1-11 問卷調查喝飲品優先考量分析圖表呈現

*上班族以及學生族以好喝最重要為考量

8. 如果今天飲料強調的是健康有機走向：(可複選最多三項)

可以一試 更有興趣 依價格考慮 依口味考慮 依健康考慮 完
全不考慮



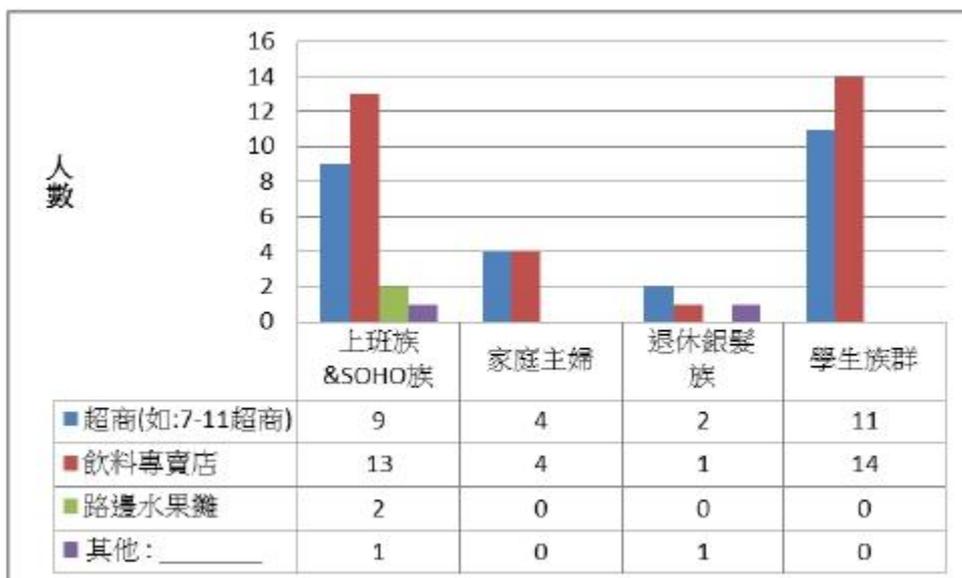
1-12 問卷調查健康有機走向的飲品接受度如何分析圖表呈現

*上班族以及學生族群對於健康走向的飲品看法為 可以一試 最高

9. 如果今天您想買杯飲料解渴，您會選擇：(可複選兩項)

超商(如:7-11 超商) 飲料專賣店 路邊水果攤

其他：_____



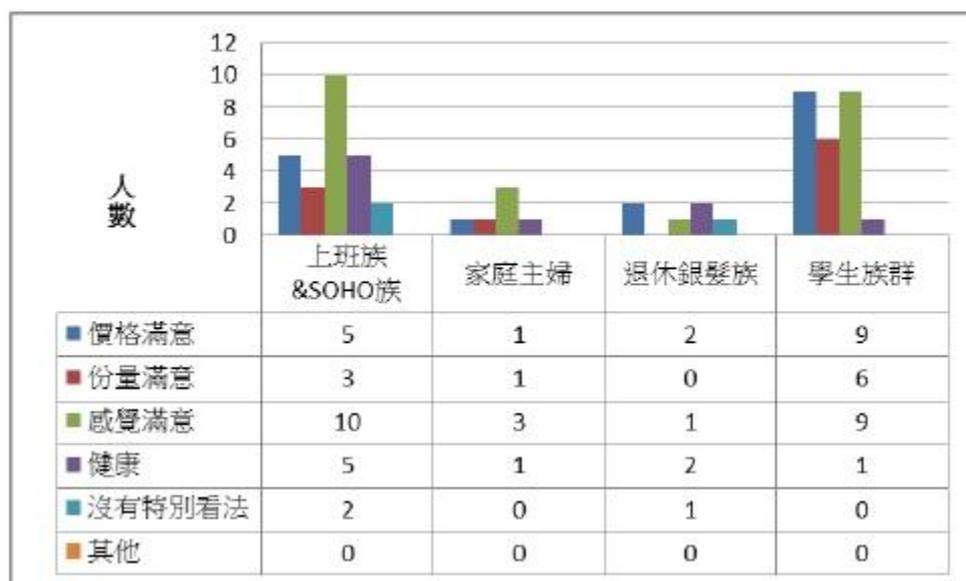
1-13 問卷調查選擇飲品的店家為何分析圖表呈現

* 上班族、學生族群 選擇飲料專賣店為考量

10. 延續第 9 題，您選擇此選項的原因為何？(可複選三項)

價格滿意 份量滿意 感覺滿意 健康 沒有特別看法

其他 _____



1-14 問卷調查延續第九題選擇該選項原因為何分析圖表呈現

*上班族以及學生族對於想喝的飲品選擇以感覺滿意為主要首選

陸、結論與建議

一、結論

該專題組員就有三位是參與服務性社團的學生，與廠商為開發此專題以及為了做公益的出發點是非常相契合的，故接下此專題案子，將自己的熱忱以及專題作業做結合，不僅非常的有共鳴也更能與廠商互相交流，達到最高效益。廠商也給予我們非常大的空間，先是處理文件以及學校作業上的事前準備，2013年初就要準備進行開店的準備，屆時，全組組員也會與廠商進行更密切的聯絡及會議，先是架設網站進行行銷，將來此專案若真能順利上線，希望能夠受益到更多社會大眾，給予我們的也會是大大的收穫以及肯定。

二、後續建議

由於此專題走向微網站行銷比例為重，但是關於後台以及技術層面的部分也是需要基礎以及基本的概念及觀念，我們也將會積極的詢問專題指導老師、廠商方面的需求及建議，也會陸續安排廠商、組員、指導老師，全員到齊的會議，能夠立即的給予指導及建議，也讓雙方都瞭解到我們實際在進行的任務所在，進而一步一步跟進及加入更多創新發想的點子。

柒、分工執掌和進度表

一、分工執掌

主編	要號	主要工作項目	主要成員姓名					機動成員姓名					總時數
			紀賀元	紀宇哲	方歆文	林依君	張冬霖	紀賀元	紀宇哲	方歆文	林依君	張冬霖	
1-1-1		網站規劃			√						√		86
1-1-2-1		消費者分析				√			√				80
1-1-2-2		統整可行性	√									√	82
1-1-2-3		產業概況分析		√				√					81
1-1-3		行銷策略擬定		√					√				84
1-2-1-1		需求會議研討					√	√					96
1-2-2		專題度量規劃			√							√	92
1-2-3		流程編排		√							√		98
1-2-4		系統研討						√					108
1-3-1-1-1		地圖建置	√									√	85
1-3-1-1-2		社群建置				√		√					94
1-3-1-1-3		產品目錄建置			√			√					124
1-3-1-1-4		購物車建置		√					√				118

1-3-1-1-5	QR Code 建置				√				√		95
1-3-1-2-1	Flash 動畫設計			√					√		116
1-3-1-2-2	PHP&CSS 修改			√						√	110
1-4-1	系統整合測試	√	√	√	√	√	√	√	√	√	72
1-4-2	系統壓力測試	√	√	√	√	√	√	√	√	√	86
1-5-1	網站系統總結	√	√	√	√	√	√	√	√	√	84
1-5-1	網站系統總結	√	√	√	√	√	√	√	√	√	84
1-5-2	系統維護	√	√	√	√	√	√	√	√	√	120
1-5-3	展覽工程	√	√	√	√	√	√	√	√	√	75

A-4 分工執掌： 專題組員的工作分配表呈現

二、進度表

主 編	要 號	主 要 工 作 項 目	預 定 完 成 日	實 際 完 成 日
1-1-1		網站規劃	101/10/31	
1-1-2-1		消費者分析	101/12/02	
1-1-2-2		統整可行性	101/12/03	
1-1-2-3		產業概況分析	101/12/02	
1-1-3		行銷策略擬定	101/12/04	
1-2-1		需求會議研討	101/12/14	
1-2-2		專題度量規劃	102/01/04	
1-2-3		流程編排	102/01/07	
1-2-4		系統研討	102/05/31	
1-3-1-1-1		地圖建置	101/12/17	
1-3-1-1-2		社群建置	102/03/01	
1-3-1-1-3		產品目錄建置	102/02/15	
1-3-1-1-4		購物車建置	102/02/28	
1-3-1-1-5		QR Code 建置	102/02/22	
1-3-1-2-1		Flash 動畫設計	102/02/28	

1-3-1-2-2	CSS&PHP 修改	102/03/10	
1-4-1	系統整合測試	102/04/20	
1-4-2	系統壓力測試	102/05/21	
1-5-1	網站系統總結	102/05/20	
1-5-2	系統維護	102/10/31	
1-5-3	展覽工程	103/11/21	

A-5 進度表： 專題製作的進度表呈現

參考文獻

- 書籍

<p>用 Drupal 打造酷玩娛樂互動社群網站：Facebook × 相簿 × 地圖 × 影音娛樂多媒體</p>	 <p>1-15 Drupal 社群技術教學書籍</p>
---	---

- 網站

Google、yahoo 網頁關鍵字搜尋

- 廠商

廠商提供相關知識、專業知識說明

<p>Drupal 技術手冊</p>	 <p>1-16 Drupal 技術手冊教學書籍</p>
---------------------------	---

附件一：有機農產品問卷

飲料喜好問卷調查

1. 請問您的性別為：

男 女

2. 請問您的職業為：

上班族&SOHO族 家庭主婦 退休銀髮族 學生族群

3. 請問你一週買飲料的次數為：

1-2次 3-4次 5-6次 7次以上

4. 你選擇飲料主要原因為：(可複選)

個人口味選擇 講究新鮮現做 口味獨特 跟隨大眾流行趨勢

5. 請問您對於飲料的資訊取得管道為：

朋友介紹 報章雜誌 鄰近校區 網路資訊 隨意選擇

6. 您對於飲料的價格選購可接受範圍為：

20-30元 31-40元 41-50元 51元以上 無所謂

7. 你對於喝飲品優先考量為：

好喝最重要 健康最重要 解渴 價格最重要

8. 如果今天飲料強調的是健康有機走向：(可複選最多三項)

可以一試 更有興趣 依價格考慮 依口味考慮 依健康考慮 完全不考慮

9. 如果今天您想買杯飲料解渴，您會選擇：(可複選兩項)

超商(如:7-11 超商) 飲料專賣店 路邊水果攤
 其他：_____

10. 延續第9題，您選擇此選項的原因為何？(可複選三項)

價格滿意 份量滿意 感覺滿意 健康 沒有特別看法
 其他 _____