

致理技術學院

資訊管理系 專題期末報告書

吉樂之章

指導老師：林裕淇 老師

學生：鄭仁和 (10010345)

王品涵 (10010307)

陳韋翔 (10010316)

陳正桓 (10010334)

劉俐伶 (10010347)

郭子儀 (10010359)

中華民國 103 年 12 月

實務專題研究授權書

本授權書所授權之實務專題研究為鄭仁和、王品涵、陳韋翔、陳正桓、劉俐伶、郭子儀共 6 人，在致理技術學院資訊管理系 103 學年度第一 學期完成資管實務專題。

實務專題名稱： 吉樂之章

同意 不同意

本組同學共 6 人，皆同意著作財產權之論文全文資料，授予教育部指定送交之圖書館及本人畢業學校圖書館，為學術研究之目的以各種方法重製，或為上述目的再授權他人以各種方法重製，不限地域與時間，惟每人以一份為限。

上述授權內容均無須訂立讓與及授權契約書。依本授權之發行權為非專屬性發行權利。依本授權所為之收錄、重製、發行及學術研發利用均為無償。上述同意與不同意之欄位若未勾選，該組同學皆同意視同授權。

指導教授姓名：

專題生簽名：	學號：
專題生簽名：	學號：
專題生簽名：	學號：
專題生簽名：	學號：
專題生簽名：	學號：
專題生簽名：	學號：

(親筆正楷)

(務必填寫)

中華民國 年 月 日

致理技術學院

資訊管理系 專題期末報告書

吉樂之章

指導老師：林裕淇 老師

學生：鄭仁和 (10010345)

王品涵 (10010307)

陳韋翔 (10010316)

陳正桓 (10010334)

劉俐伶 (10010347)

郭子儀 (10010359)

本成果報告書經審查及口試合格特此證明。

指導老師：_____

中華民國 103 年 12 月

103 學年度專題報告 審查意見表

專題名稱： 吉樂之章

報告期間： 期初

- 審查意見：
- 1.報告中有說到手機版網頁的功能，但實際上網站系統中卻沒有這項功能。
 - 2.購物車不用經過會員登入就可購買，會被有心人士洗版，並不安全，必須結合會員系統來防止。
 - 3.網站畫面有點陽春，還需要美化。
 - 4.功能還需要統整。

指導老師簽名： _____

致理技術學院資訊管理系

「資管實務專題」

103 學年度專題報告 審查意見表

專題名稱： 吉樂之章

報告期間： 期中

審查意見： 從報告中看不出製作網站的效益有多少。沒有效益就沒有使用網站的必要，也沒辦法說服店家使用我們所製作的網站。所以報告中還需要更詳細的效益說明。

指導老師簽名： _____

103 學年度專題報告 審查意見表

專題名稱： 吉樂之章

報告期間： 期末

- 審查意見：
- 1.多語言版本能夠使得網站更有競爭力也有國際化的趨勢，所以須把程式做模組化以便以後繼續製作其他的語言版本。
 - 2.網站著重在會員系統是對的方向，之後還需要在資訊安全這方面著墨。

指導老師簽名： _____

致 謝

在專題製作的過程中，讓我們體會到團隊合作以及分工的重要性，並且秉持著要努力將其做到完善的精神。在這一年多的專題製作的過程中，雖然遭遇到很多的困難和狀況，但我們都要一一去克服，組員們一起解決問題一同渡過這些難關，這是非常的難能可貴的。

在團隊成員對團隊事務的態度上，團隊精神表現在成員間對團隊事務的盡心盡力的投入。一方面，團隊在發展過程中及處理團隊事務時，努力爭取團隊成員的全方位投入，培養成員的責任感，讓成員參與管理、決策、行動，不但讓成員發揮其腦力和心力，以及充分其積極性、主動性、創造性；另一方面，團隊成員衷心地把團隊的事視為自己的事，做事積極主動，不僅盡職盡責，而且盡心盡力，認真勤勉。

在這裡要感謝評審老師給予我們的意見與指導，並能提出關鍵性的問題，讓我們去進行改善。而特別要感謝的是我們的指導老師-林裕淇老師適時的提供意見，在百忙之中仍然抽空給予指導，也常常叮嚀我們要注意的地方，提醒我們做到需要改進的地方，也常督促我們，也常提出專題盲點，避免浪費在不必要的地方上，謝謝老師們的關心與協助，才能讓我們順利的完成專題製作。

在此也要感謝沅怡築音樂坊，透過這次的機會，讓我們瞭解音樂市場需求及提昇自我競爭力。

最後全體組員再次感謝老師的指導與建議，謝謝。

摘要

行銷是創造、溝通與傳送價值給顧客，及經營顧客關係以便讓組織與其利益關係人（stakeholder）受益的一種組織功能與程序。那行銷的方式還有區分於網路行銷以及傳統型行銷，但無論是哪種行銷，重點都在於獲得消費者意見回饋，作為改進之參考依據，使得顧客滿意度提高，往往才是致勝的關鍵。

隨著網際網路的進步，傳統產業的行銷以遠遠不及網路行銷的快速，網路儼然成為了最熱門的行銷途徑，許多產業紛紛將自己的品牌或門市結合網路，進行品牌的知名度和行銷。讓許多消費者不用出門便可知道門市的資訊，比以往傳統產業來得方便許多，也達到了行銷的目的。

本系統所設計的主要是一個樂器行的網站，除了讓使用者在家就可以查看及了解樂器行的資訊，也可讓使用者在線上購買所想要的樂器課本教學，對於課程的加、退選也都可進行操作，對於業主也可以簡單的管理網站。不僅提高樂器行的知名度，也提升了使用者和樂器行交流方便性。

目 錄

摘 要.....	I
目 錄.....	II
表目錄.....	III
圖目錄.....	IV
第一章、序論	- 1 -
第一節 研究背景.....	- 1 -
第二節 研究動機.....	- 1 -
第三節 研究目的.....	- 2 -
第四節 研究範圍.....	- 2 -
第五節 操作性定義.....	- 2 -
第六節 章節結構.....	- 3 -
第二章、文獻探討	- 4 -
第一節 網路行銷與傳統行銷差異.....	- 4 -
第二節 網站的特性.....	- 8 -
第三節 網頁呈現方式.....	- 9 -
第四節 相關應用探討.....	- 11 -
第三章、系統研究方法	- 12 -
第一節 研究流程.....	- 12 -
第二節 研究方法.....	- 13 -
第三節 SWOT方法.....	- 18 -
第四章、預期研究成果	- 19 -
第一節 系統功能.....	- 19 -
第二節 系統特色.....	- 20 -
第三節 使用對象.....	- 20 -
第四節 使用環境.....	- 21 -
第五節 開發工具.....	- 21 -
第六節 系統平台架構.....	- 22 -
第七節 系統離型畫面.....	- 22 -
第五章、結論	- 33 -
第一節 預期研究效益.....	- 33 -
第二節 預期研究限制.....	- 33 -
第六章、分工執掌和進度表	- 34 -
第一節 分工執掌.....	- 34 -
第二節 進度表.....	- 35 -
參考文獻	- 36 -
附 錄	- 37 -
附錄一：「對於音樂之問卷調查表」問卷.....	- 37 -

表目錄

表 1. 傳統行銷與網路行銷比較	7
表 2. 傳統行銷與網路行銷比較	7
表 3. 音樂網站之功能研究	11
表 4. SWOT 分析表	18
表 5. 開發工具	21
表 6. 工作分配表	34
表 7. 進度表	35

圖目錄

圖 1. 傳統行銷資訊流.....	4
圖 2. 網路行銷資訊流.....	5
圖 3. 行銷觀念的演進.....	6
圖 4. 系統設計流程圖.....	12
圖 5. 身份之調查圖.....	13
圖 6. 購買樂器比例圖.....	13
圖 7. 購買樂器的地點比例.....	13
圖 8. 平常使用樂器比例圖.....	14
圖 9. 樂器的價格比例圖.....	14
圖 10. 購買樂器的重要因素比例圖.....	14
圖 11. 學習樂器比例圖.....	15
圖 12. 樂器行優點長條圖.....	15
圖 13. 網頁風格比例圖.....	15
圖 14. 網頁需求功能長條圖.....	16
圖 15. 性別比例圖.....	16
圖 16. 年齡比例圖.....	16
圖 17. 學習樂器比例圖.....	17
圖 18. 樂器類型長條圖.....	17
圖 19. 系統架構圖.....	22
圖 20. 首頁圖-繁體.....	23
圖 21. 首頁圖-英文.....	23
圖 22. 首頁圖-簡體.....	24
圖 23. 關於沅怡築.....	24
圖 24. 師資介紹.....	25
圖 25. 相簿集.....	25
圖 26. 學生成果發表影片集.....	26
圖 27. 作品分享.....	26
圖 28. 樂器介紹.....	27
圖 29. 樂器教學.....	27
圖 30. 購物中心.....	28
圖 31. 商品介紹.....	28
圖 32. 購物車.....	29
圖 33. 結帳.....	29
圖 34. 會員登入.....	30
圖 35. 加入會員.....	30
圖 36. 短期課程.....	31
圖 37. 訂單查詢.....	31
圖 38. 會員修改.....	32
圖 39. 留言板.....	32

第一章、序論

本章節將介紹研究背景、研究動機、研究目的、研究範圍。

第一節 研究背景

由於現今坊間有許多加盟的樂器行都有建立了完善的網站系統，藉由網站他們可以宣傳自己的產品，介紹銷售自己的課程等等，但是也是有許多非加盟的樂器行沒有，現今是個網路的時代，透過網路提供訊息可以刺激更多消費者，那麼沒有結合網站的樂器行在未來勢必會趨於劣勢，所以我們專題的目標就是能做出一個具便利性和完備的網站系統。

業者可能也知道向網站這方面的發展功能，可是創業之初可能沒有那麼多閒暇的時間，在這種背景之下我們希望能夠做出坊間的網站系統所擁有的功能，包括會員管理系統、購物車、短期課程和網站後台的管理等等。

第二節 研究動機

本研究具有下列四項動機：

動機一：

製作出屬於店家的形象網站放置在網路平台上，希望藉此機會來提高店家的知名度與學習者的忠誠度信賴感，讓瞭解其店家規模，店家相關介紹以及相關的聯絡方式等，透過一個形象網站來讓大眾徹底的瞭解這間音樂行。

動機二：

很多人有意願想要學習樂器，但卻因為不了解跟要花上很多時間而退縮了。要是能夠在第一時刻，針對喜歡、有興趣的的課程，藉由網站的介紹了解這門課的內容，並且掌握課程時間，再搭配自己日常生活的時段，加以安排規劃，會大幅提高學習意願。

動機三：

網購常常有商品展示的部分，經由部分有效的介紹商品以及一些美化，可以大幅提升人們的購買意願。這樣的話對一個樂器行來說，這是提昇銷售的大好機會。

第三節 研究目的

本研究具有下列四項目的：

目的一：

本研究製作出一個屬於店家的形象網站，來提昇其在業界的知名度。

目的二：

本研究設置短期課程，有助於學習者控制學習時間。

目的三：

本研究建立樂器教學課本購物車系統，提供學習者便利的選購服務模式。

第四節 研究範圍

本研究主要是針對樂器行業者及學習者來作為對象，因此我們以行銷為主軸，透過網路設計音樂網站。本研究之範圍界定如下：

研究標的：本專題研究標的有購物車、短期選課、交流平台

研究對象：音樂行業者及學習者

研究地區：網際網路即可使用本系統

研究工具：本組設計的音樂網站

第五節 操作性定義

網站的建置：

內容豐富能力：網站內相關資訊豐富，增加學者該方面知識。

網頁舒適能力：網頁的設計或規劃，顏色與配置讓學者有視覺上的舒適。

短期課程的系統：

設置短期課程。讓學習者在短期選課之中獲得方便與使用。

第六節 章節結構

在本企劃書的第二章尋找與本專題相關的文獻探討，並藉由文獻資料來與本研究結合，加強對於其理論集成功運用的實際案例。

第三章介紹本專題各個階段的研究流程與研究方法，根據計劃來完成本專題的執行過程，並利用問卷的方式統計對應所研究的主題，了解出是否符合業者所期待的需求及可行性。

第四章介紹所開發的系統功能、特色及使用對象，顯示本專題的規劃重點與提供哪些服務對象，故系統是為了滿足使用者需求所產生。

第五章總結上述所有的項目，介紹本系統能達成的預期效益及延伸目的，如此更能突顯出系統效益，希望能完成此系統，且預測製作過程中可能遭遇到的困難及限制，做為研究前的準備工作，並詳細介紹系統內容，使用什麼系統環境、開發工具來製作、說明本專題限制及開發技術的需求，最後預期要呈現系統架構，這些都是實際的規劃過程。

第六章分別介紹每位專題組員的分工狀況，在每一次的工作進度表中，得知執行階段的現況，調整執行節奏，並在組員的相互支援下，避免進度延遲，將潛在風險降至最低，為本專題做出最有效率的工作分配，已達成目標。

第二章、文獻探討

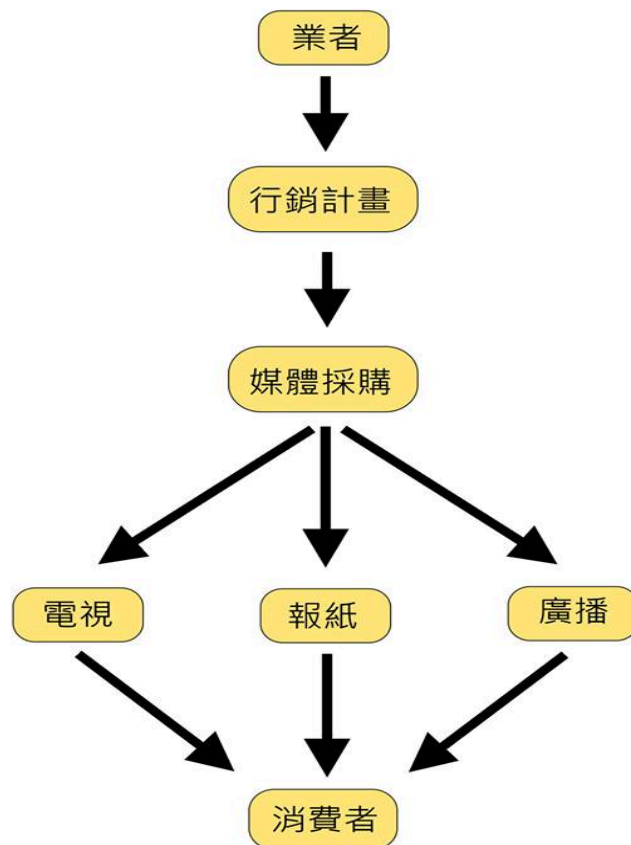
本章將透過文獻資料的彙整，分四個小節來深入探討。有第一節的網路行銷與傳統行銷差異、第二節的網站的特性、第三節的網頁呈現方式。

第一節 網路行銷與傳統行銷差異

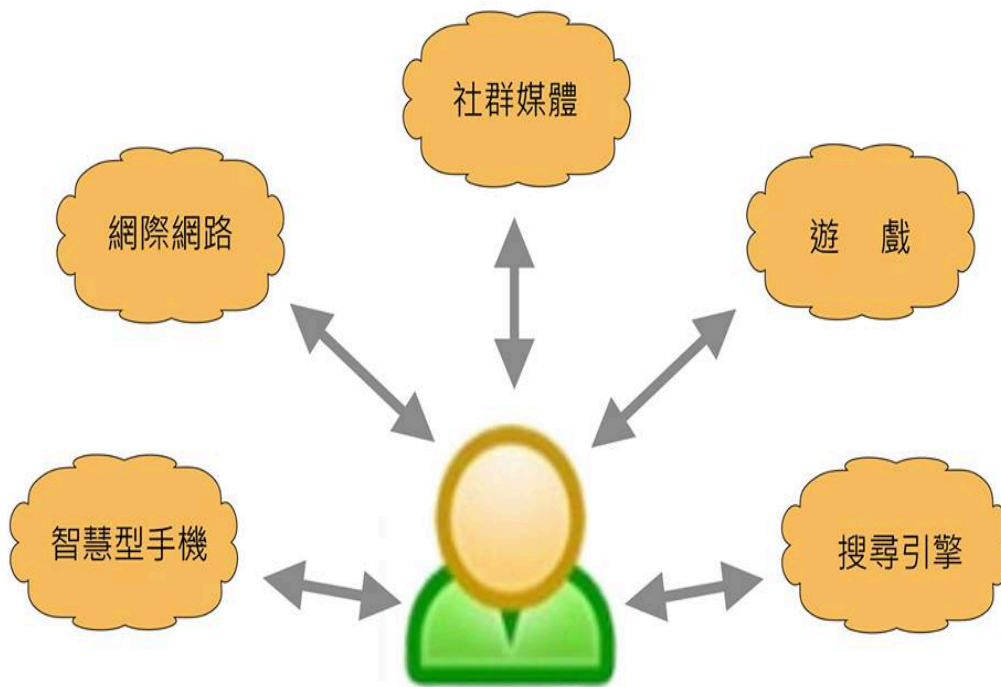
將從「資訊流的方向」、「行銷觀念的演進」及「特性的比較」三個層面來表達彼此之尖的差異。

一、資訊的方向

根據下方圖 1 和圖 2 之顯示出，在網路發達前，傳統行銷的資訊流方向是「單向推播」；而網路的資訊流方向則是「雙向互動」。



(圖 1. 傳統行銷資訊流)



(圖 2. 網路行銷資訊流)

所以在傳統行銷上，注意力大多集中在如何提高曝光度。讓更多的人知道後，將人潮導至目標地點，再搭配優秀的展售人員（業務）及促銷折扣設計來達成銷售。

但現在網路產業越來越成熟，人們獲取資訊的管道變得越來越多元，熟稔網路操做的使用者書暎也越來越多，量變帶來使用者行為的質變，所以行銷的重點逐漸轉變為：

1. 掌握網路行為。
2. 網路媒體整合。
3. 轉換漏斗優化。

傳統行銷就是以公司的產品銷售為中心，去做發散式的行銷規劃；而網路行銷的行銷規劃則是以消費者為中心，思考他們的資訊接觸管道為何、會如何互動以及和其他管道的整合性。所以會比較像是綿密的蜘蛛網，彼此之間都有聯繫，能將消費者牢牢的黏在上面。

二、行銷觀念的演進

行銷觀念的演進

觀念	原因	重點
生產導向 ↓	供不應求	提高生產效率 降低生產成本
產品導向 ↓	市場競爭	品質改善
銷售導向 ↓	供過於求	增加銷售量 (提高銷售技巧)
行銷導向	消費者意識高漲	滿足消費者需求

(圖 3. 行銷觀念的演進)

(一) 生產觀念 (The Production Concept) :

生產觀念是銷售者所奉行的最古老觀念，其假定消費者喜歡那些隨處可買到又廉價的商品。

(二) 產品觀念 (The Product Concept) :

- 1、 產品觀念是假設消費者喜好品質、性能、外型皆最優質的產品。
- 2、 行銷近視症 (Marketing Myopia)：行銷廠商若抱持產品觀念 (The Product Concept)，通常容易以為品質最高、功能最多之商品，必為市場上永遠成功之產品，以致只專注於產品，以致只專注於產品品質、功能的改良，而忽略外在環境與顧客真正需求的變化，此即為行銷近視症。

(三) 銷售觀念 (The Selling Concept) :

銷售觀念認為除非組織從事積極的銷售及促銷努力，否則消費者通常不會購買足夠的產品。大多數公司在產能過剩時，會採用銷售觀念，它們的目標是銷售那些他們能製造的產品，而非製造能銷售出去的新產品。

(四) 行銷觀念 (The Marketing Concept) :

行銷觀念是企業哲學。行銷觀念掌握達成目標之鑰，其目的為正確目標市場的需要與慾望，然後以較競爭者更有效率、更有效能地將滿足帶給目標市場。

三、特性的比較

下方表 1 和表 2 所顯示：

(表 1. 傳統行銷與網路行銷比較)

	傳統行銷	網路行銷
資訊傳遞方向	單向推播	雙向互動
整合性	低	高
核心	產品銷售	個人需求

(表 2. 傳統行銷與網路行銷比較)

	傳統行銷	網路行銷
時間限制	有	無
空間限制	有	無
資訊完整度	低	高
效益追蹤	難	易
精準度	低	高
接觸範圍	廣泛	中等
花費預算成本	高	中

表 2 中所列的網路行銷特性，很多都可歸功於數位科技的發達，加上未來數位移動裝置(平板、智慧型手機)的更普及，這些特性會越來越明顯。

而唯一傳統行銷較佔優勢的「接觸範圍」，也會因此而逐漸消弭。如果不加緊跟上這波浪潮，仍一味地因為不熟悉而抗拒改變，當更多的數位行銷工具被開發出來，要再跟上只會更顯吃力。

不過上面沒列到的，傳統行銷另一個優勢則是真實的感官體驗，展售人員的一舉一動、店面的氣氛或陳列、商品的實際觸感與美感等等，都可能影響到消費者對品牌、服務或商品的感受。這是網路行銷在未來數十年內都無法取代的一個特性。

第二節 網站的特性

Shohren and Christine (2000) 以九家純網路旅行社與十四家同時經營實體與網路旅行社作為實證對象，發展出衡量網站品質的七個構面，其衡量構面分別是內容與目的、可接近性、導覽、設計與呈現反應力、背景、個人化與顧客化等，茲分述如下：

(1). 內容與目的 (Content and Purpose)

從網站提供的內容及其陳述之網站成立目的，可以反應出是否達到對消費者服務的承諾。

(2). 可接近性 (Accessibility)

該網站是否有至知名的搜尋引擎網站登錄，使消費者可以很容易在網路上找到該網站。

(3). 導覽 (Navigation)

提供網頁與網頁間完整超鏈結 (Hyperlink) 的功能。

(4). 設計與呈現 (Design and Presentation)

網站美工設計能力與吸引力、網站圖片呈現速度。

(5). 反應力 (Responsiveness)

網站對於顧客的疑問或抱怨能即時地回覆、處理。

(6). 背景 (Background)

網站與顧客接觸的服務人員應具備專業的知識，以提供線上顧客網路上的安全性保證。

(7). 個人化與顧客化 (Personalization and Customization)

依據顧客偏好變換網頁設計與主動寄發相關資訊。

Bauer et al. (2002) 從關係行銷的觀點分析，認為網站是否有提供持續資訊存取能力，豐富的資訊內容、互動機制、個人化功能、溝通與交易功能等網際網路的特色，對於消費者與網站間的關係維持，如信任、滿意度、購買意願等，都有顯著影響。此外，Szymanski and Hise (2000) 則認為線上購物便利性、產品多樣化、網站設計、交易安全等特性，將會左右消費者購物的決策。

本研究整合上述網站特性的文獻分析，與網路書店運作機制的特質，將網路書店的網站特性分為網站內容、購物便利性、個人化服務等三個層面，說明如下：

- (1). 網站內容：網路書店是否提供豐富的書籍資訊，以及提供操作介面的親和性程度。
- (2). 購物便利性：網路書店是否提供詳細交易與付款流程說明，以及最新購書新知。
- (3). 個人化服務：對於顧客的問題是否能即時處理、以及是否能依據顧客個人偏好，主動提供相關訊息。

第三節 網頁呈現方式

一、靜態網頁：

在網站設計中，純粹 HTML（全名為 Hyper Text Markup Language）格式的網頁通常被稱為“靜態網頁”，早期的網站一般都是由靜態網頁製作的。

靜態網頁的網址形式通常以 .htm、.html、.shtml、.xml 等為後綴的。在 HTML 格式的網頁上，也可以出現各種動態的效果，如 GIF 格式的動畫、FLASH、滾動字母等，這些“動態效果”只是視覺上的，與動態網頁是不同的概念。靜態網頁的特點簡要歸納為：

1. 靜態網頁每個網頁都有一個固定的 URL，且網頁 URL 以 .htm、.html、.shtml 等常見形式為後綴，而不含有“？”。
2. 網頁內容一經發佈到網站服務器上，無論是否有用戶訪問，每個靜態網頁的內容都是保存在網站服務器上的，也就是說，靜態網頁是實實在在保存在服務器上的文件，每個網頁都是一個獨立的文件。
3. 靜態網頁的內容相當穩定，因此容易被搜索引擎檢索。
4. 靜態網頁沒有數據庫的支持，在網站製作和維護方面工作量較大，因此當網站信息量很大時完全依靠靜態網頁製作方式比較困難。
5. 靜態網頁的交互性交叉，在功能方面有較大的限制。

二、動態網頁：

可以採用靜動結合的原則，適合採用動態網頁的地方用動態網頁，如果必要使用靜態網頁，則可以考慮用靜態網頁的方法來實現，在同一個網站上，動態網頁內容和靜態網頁內容同時存在也是常見的。動態網頁的特點簡要歸納為：

1. 動態網頁以數據庫技術為基礎，可以大大降低網站維護的工作量。
2. 採用動態網頁技術的網站可以實現更多的功能，如用戶註冊、用戶登錄、在線調查、用戶管理、訂單管理等等。
3. 動態網頁實際上並不是獨立存在於服務器上的網頁文件，只有當用戶請求時服務器才返回一個完整的網頁。
4. 動態網頁的“？”對搜索引擎檢索存在一定的問題，搜索引擎一般不可能從一個網站的數據庫中訪問全部的網頁，或者出於技術方面的考慮，搜索蜘蛛不去抓取網站中“？”後面的內容，因此採用動態網頁的網站在進行搜索引擎的要求。

三、靜態網站與動態網站的區別：

程序是否在服務器端運行，是重點標誌。在服務器端運行的程序、網頁、組件，屬於動態網頁，它們會隨不同客戶、不同時間，返回不同的網頁，例如 ASP、PHP、JSP、ASP.NET、CGI 等。運行於客戶端的程序、網頁、插件、組件，屬於靜態網頁，例如 HTML 頁、Flash、JavaScript、VBScript 等等，他們是永遠不變的。

靜態網頁和動態網頁各有特點，網站採用動態網頁還是靜態網頁主要取決於網站的功能需求和網站內容的多少，如果網站功能比較簡單，內容更新量不是很大，採用純靜態網頁的方式會更簡單，反之一般要採用動態網頁技術來實現。

靜態網頁是網站建設的基礎，靜態網頁和動態網頁之間也並不矛盾，為了網站適應搜索引擎檢索的需要，即使採用動態網站技術，也可以將網頁內容轉化為靜態網頁發佈。

第四節 相關應用探討

以下為本專題相關之音樂網站與其功能簡介探討，將各個網站做出功能分析，得之其相關功能與獨特性。

(表 3. 音樂網站之功能研究)

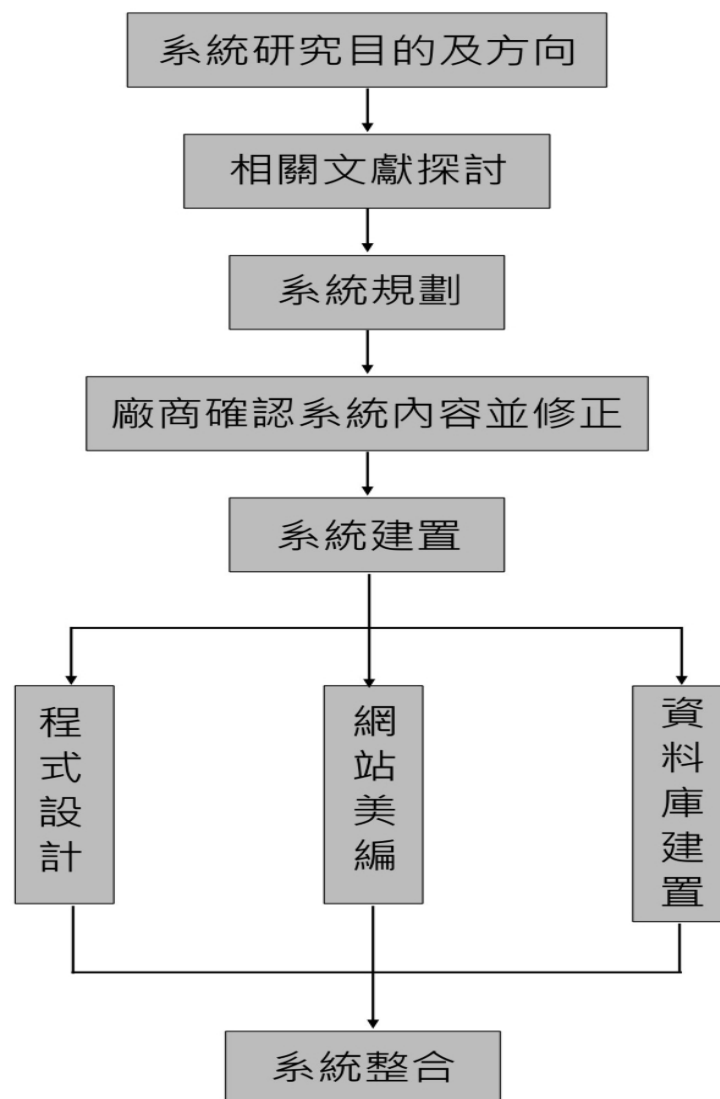
	補給站樂器行	海國樂器行	YAMAHA 樂器行	<u>吉樂之章</u>
音樂知識教育	v	v		v
樂器基本介紹				v
學生成果影片				v
線上短期課程				v
會員登入				v
購物車系統	v			v
相簿集				v
留言板	v			v
連結 Facebook	v	v	v	v
語言切換				v

第三章、系統研究方法

在本章中，我們將說明研究流程、研究方法以及 SWOT 分析。

第一節 研究流程

針對我們所作之系統作目的及方向的研究，進而去查詢相關的文獻，將蒐集到的資料，討論並規劃系統初步的內容及架構，經過與廠商的討論及修改、確認訂定出本專題的系統架構，如圖四 系統設計流程圖所示。



(圖 4. 系統設計流程圖)

第二節 研究方法

問卷分析

第一部份 身份調查

身份：

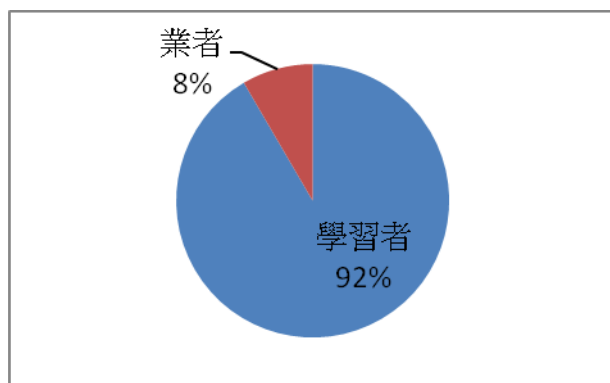


圖 5. 身份之調查圖

問卷調查中，有 8%業者（樂器行業者或個人音樂工作室）以及 92%學習者（目前正在學習或對學習樂器有興趣者）做調查。

第二部份 學習者問卷

1. 請問您是否曾經有購買樂器？

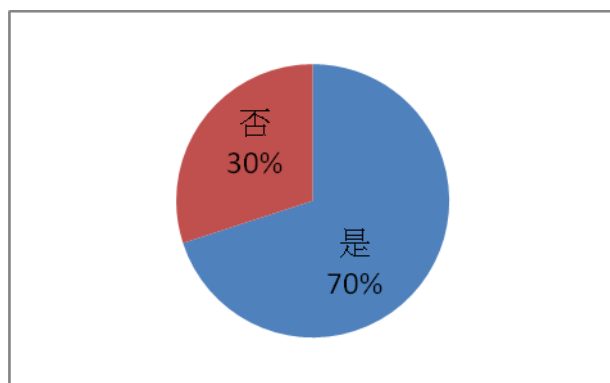


圖 6. 購買樂器比例圖

從圖 6. 購買樂器比例圖中得知，有 70%的人有購買過樂器，也有 30%的人沒有購買過樂器。

2. 請問您購買樂器的地點？（複選）

從圖 7. 購買樂器的地點比例圖得知，在購買樂器的選擇地點當中以 44%的人在一般樂器行購買居多。

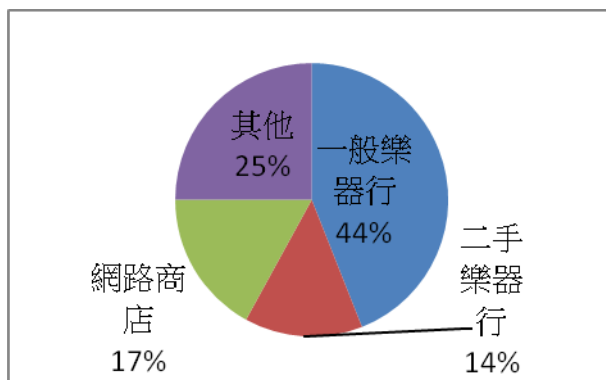


圖 7. 購買樂器的地點比例

3. 請問您平常使用樂器有哪些？（複選）

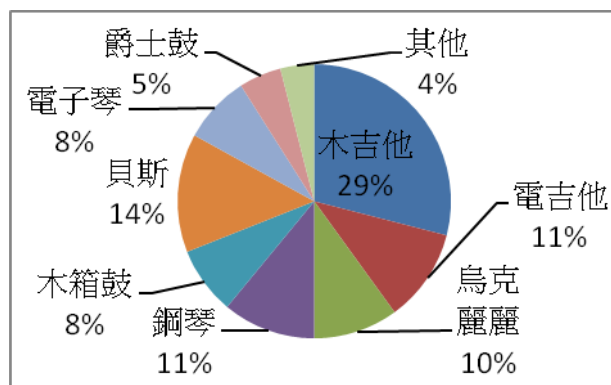


圖 8. 平常使用樂器比例圖

從圖 8. 平常使用樂器比例圖得知，平常使用樂器以 29% 的木吉他人持有的居多。

4. 請問您能接受樂器的價格？（延續第 3 題）

從圖 9. 樂器的價格比例圖得知，在購買樂器當中能接受的價格為 5,000~10,000 元為居多。

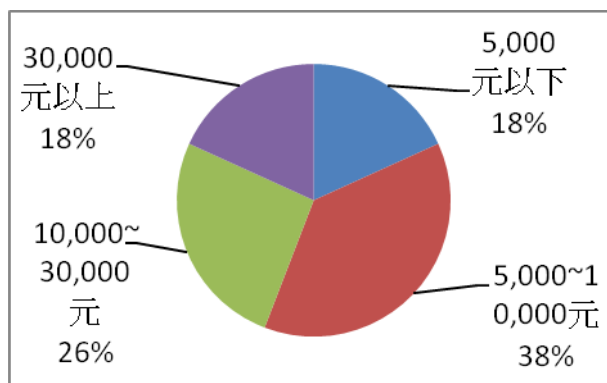


圖 9. 樂器的價格比例圖

5. 何者是您選擇購買樂器的重要因素？（複選）

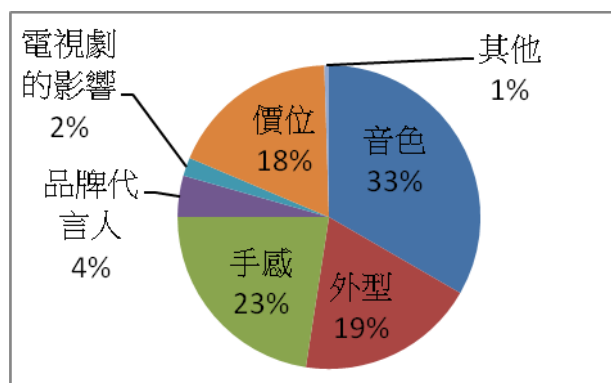


圖 10. 購買樂器的重要因素比例圖

從圖 10. 購買樂器的重要因素比例圖得知，在選購樂器當中挑選因素順序為音色、手感、外型、價位、品牌代言人、電視劇的影響、其他。

6. 是否曾經在樂器行或音樂教室學習樂器？

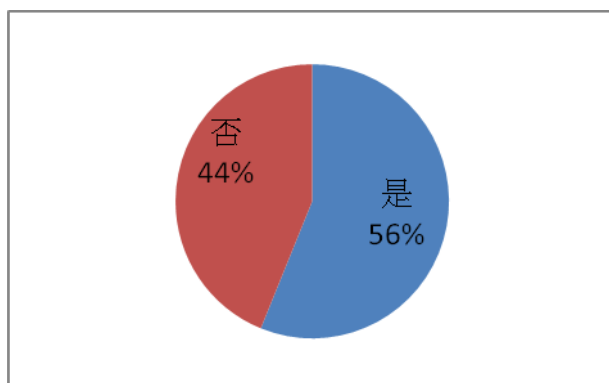


圖 11. 學習樂器比例圖

從圖 11. 學習樂器比例圖得知，在學習者學習樂器當中，是否曾在樂器行或音樂教室學習樂器，以答是者居多。

第三部份 業者問卷

1. 提供網頁給有興趣的人瀏覽，能讓更多人知道，關於這家樂器行的資料，讓更多人了解這家樂器行優點？

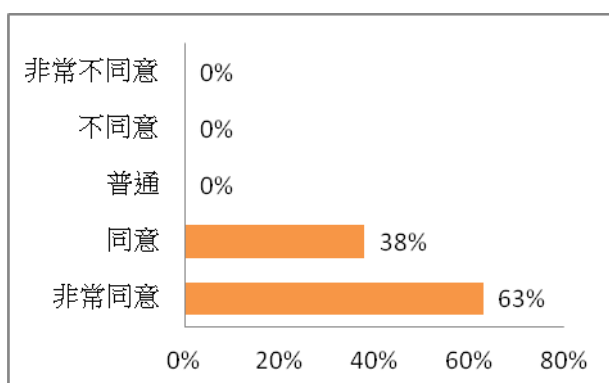


圖 12. 樂器行優點長條圖

從圖 12. 樂器行優點長條圖得知，有達到 63% 的人非常同意提供網頁給有興趣的人瀏覽，能讓更多人知道。

2. 要是有的話會喜歡呈現哪種風格？（延續第 1 題）

從圖 13. 網頁風格比例圖得知，在呈現網頁風格的部份，多半想呈現自然或抒情感。

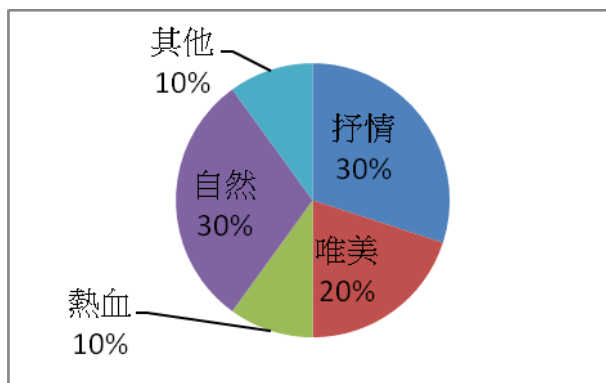


圖 13. 網頁風格比例圖

3. 對於網頁其他功能有何需求？

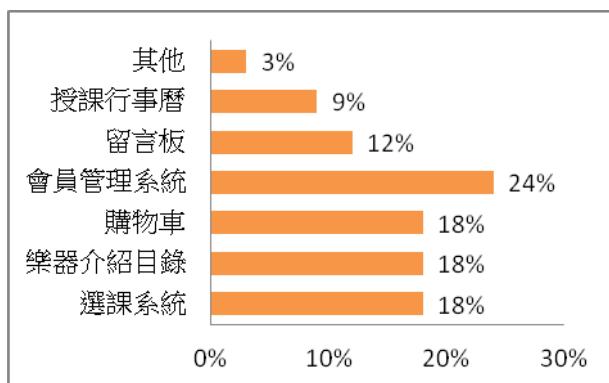


圖 14. 網頁需求功能長條圖

從圖 14. 網頁需求功能長條圖得知，想要的功能依序有會員管理系統、選課系統、樂器介紹目錄、留言板、授課行事曆、其他。

第四部份 基本資料問卷

1. 請問您的性別：

從圖 15. 性別比例圖得知，填寫問卷女性較願意花時間填。

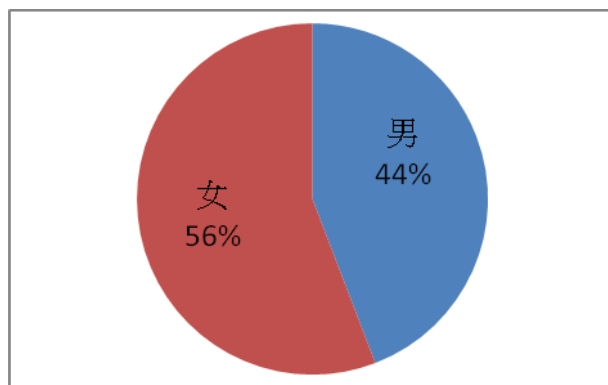


圖 15. 性別比例圖

2. 請問您的年齡是：

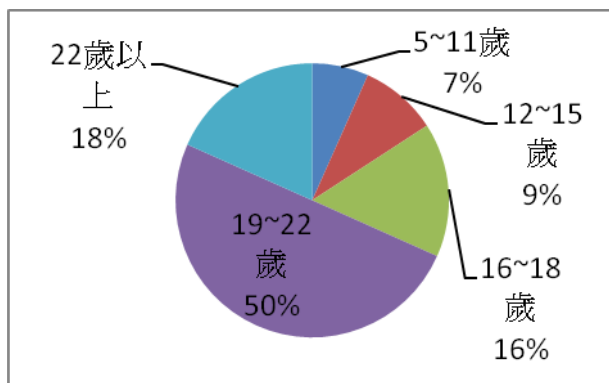
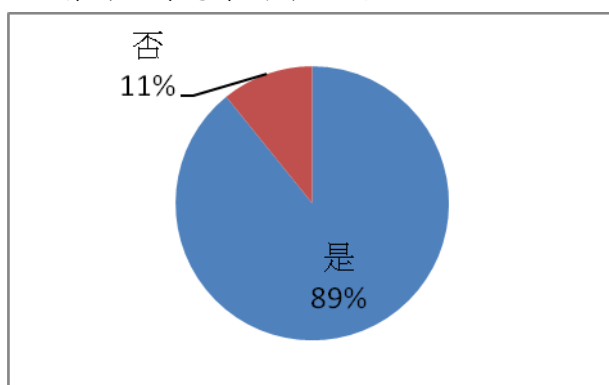


圖 16. 年齡比例圖

從圖 16. 年齡比例圖得知，填寫問卷以 19~22 歲人居多。

3. 請問您有想學習樂器嗎？



從圖 17. 學習樂器比例圖得知，有 89% 人想學習樂器。

圖 17. 學習樂器比例圖

4. 想學樂器的話會想選擇什麼類型？（延續第 3 題）

從圖 18. 樂器類型長條圖得知，依序想學的樂器是木吉他、鋼琴、爵士鼓、電吉他、烏克麗麗、貝斯、木箱鼓、電子琴、其他。

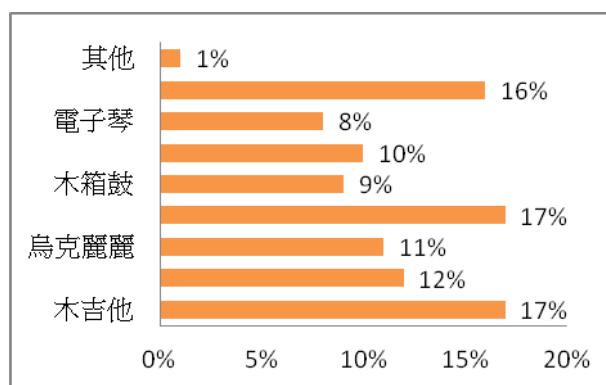


圖 18. 樂器類型長條圖

第三節 SWOT 方法

表 4. SWOT 分析表

S(strength 優勢)	W(weakness 劣勢)
<ol style="list-style-type: none">1. 專業性2. 可以被多家廠商套用3. 降低使用者時間成本4. 製作成本低廉5. 多語文滿足商家潛在課程	<ol style="list-style-type: none">1. 實際差異性2. 知名度不高
O(opportunities 機會)	T(thereat 威脅)
<ol style="list-style-type: none">1. 網際網路普及2. 迅速與便利性3. 非連鎖型店家，不一定有時間專注於網站這塊區域4. 擁有客制化的服務	<ol style="list-style-type: none">1. 各家企業競爭激烈2. 相同類型網站的競爭及模仿

第四章、預期研究成果

在本章中，我們將說明系統功能、系統特色、使用對象、開發工具、以及系統平台架構。

第一節 系統功能

本研究中，本組目前共提出了項系統功能：

一、語言切換

多語文可瞭解店家潛在課程，設置了簡繁英三種語言。

二、最新消息

可透過網頁中，來得知最新消息。

三、關於

提供學習者瞭解店家的簡介、地址、聯絡電話…等資訊

四、樂器

1. 樂器介紹

裡面的項目有小號、鋼琴、小提琴、烏克麗麗…等樂器知識。

2. 樂器教學

介紹樂器的一些基本教學。

五、師資介紹

以透過師資介紹中，更瞭解老師的特質。

六、相簿集

透過相簿，來紀錄著店家的回憶。

七、學生成果發表影片

可以透過影片中，在學生在發表會中，瞭解到成果。

八、作品分享

可以透過影片中，在學生不會樂器到學會了樂器，可以去演奏些音樂的作品分享。

九、短期課程

不管是想學小號、鋼琴、小提琴、烏克麗麗等等樂器都能在這方便查閱課程的資訊。

十、會員登入

1. 會員申請

藉由會員的申請，留下顧客和學習者相關資料，方便店家處理各項作業。

2. 資料修改

管理者可透過登入，來新增、修改、刪除。

十一、購物車

方便購買書籍以及其他商品類。

十二、留言板

提供一些關於音樂方面的問與答或即時訊息。

第二節 系統特色

一、建立店家形象

藉由網際網路，擴展店家的知名度，讓想學樂器的或購買樂器的人，都會想到本店。

二、查詢便利

顧客可由此網站查詢是否有新的產品，方便顧客在第一時間內得到最豐富的資訊，並能購買自己想要的樂器書籍。

三、管理方便

透過會員機制，店家管理較為方便，可以清楚的瞭解到學習者資料，會員也擁有修改密碼之功用。

四、方便選課

有了短期課程可以清楚知道課程時間，而不用到樂器行當場詢問，本專題小組提供線上選課與瞭解之功能，排除了天氣等等突發狀況。

五、留言方便

有了留言板可以隨時提出自己的問題，達到交流。也可以再留言板中取得即時訊息。

第三節 使用對象

系統操作者

- 由店家或資訊人員管理使用

潛在客戶

- 一般學習者
- 對音樂有興趣的人
- 購買樂器的人
- 想學樂器的人

第四節 使用環境

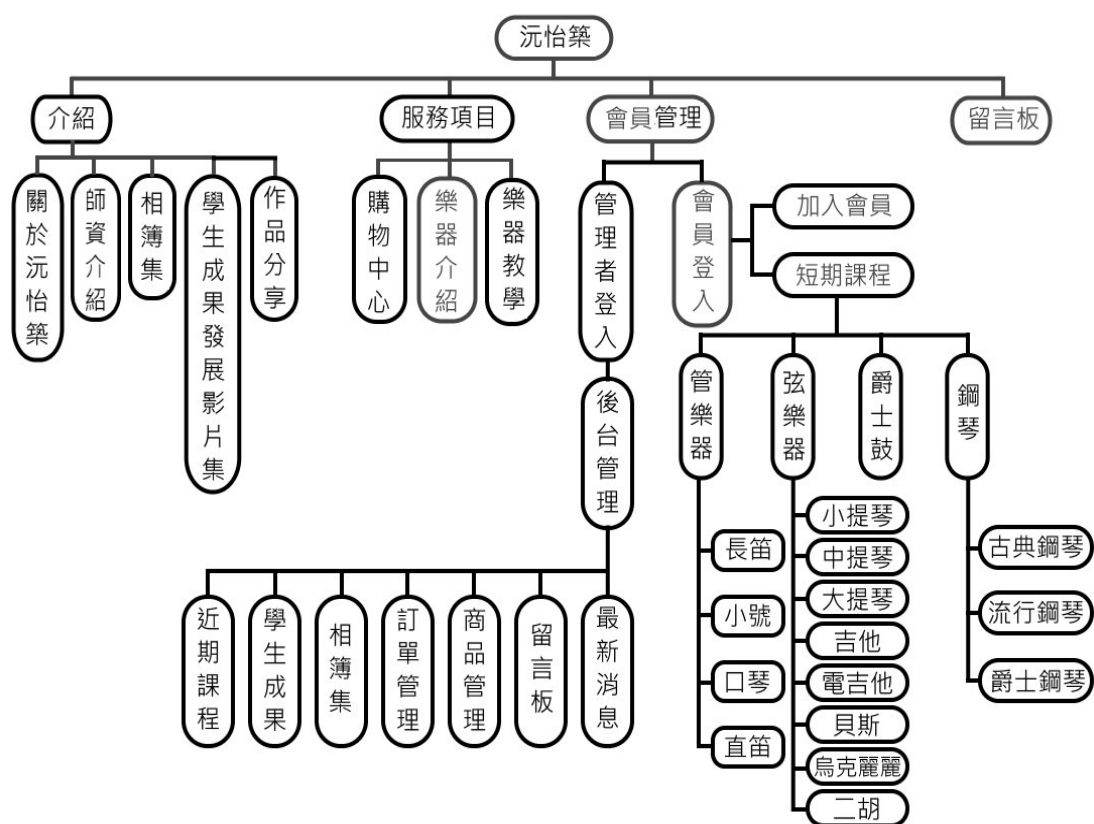
- Windows XP 以上
- Internet Explorer 6.0 以上
- Google Chrome、Firefox

第五節 開發工具

(表 5. 開發工具)

名稱	說明
Microsoft Windows 7	作業系統
Hypertext Preprocessor	網頁程式製作工具
Portable Dreamweaver CS6	網頁程式製作工具
My SQL	關聯式資料庫管理系統工具
Adobe illustrator	繪製應用程式圖片及網頁圖片
Adobe Photoshop CS6	製作點陣圖工具
Microsoft Internet Explorer 7.0	網頁瀏覽器

第六節 系統平台架構

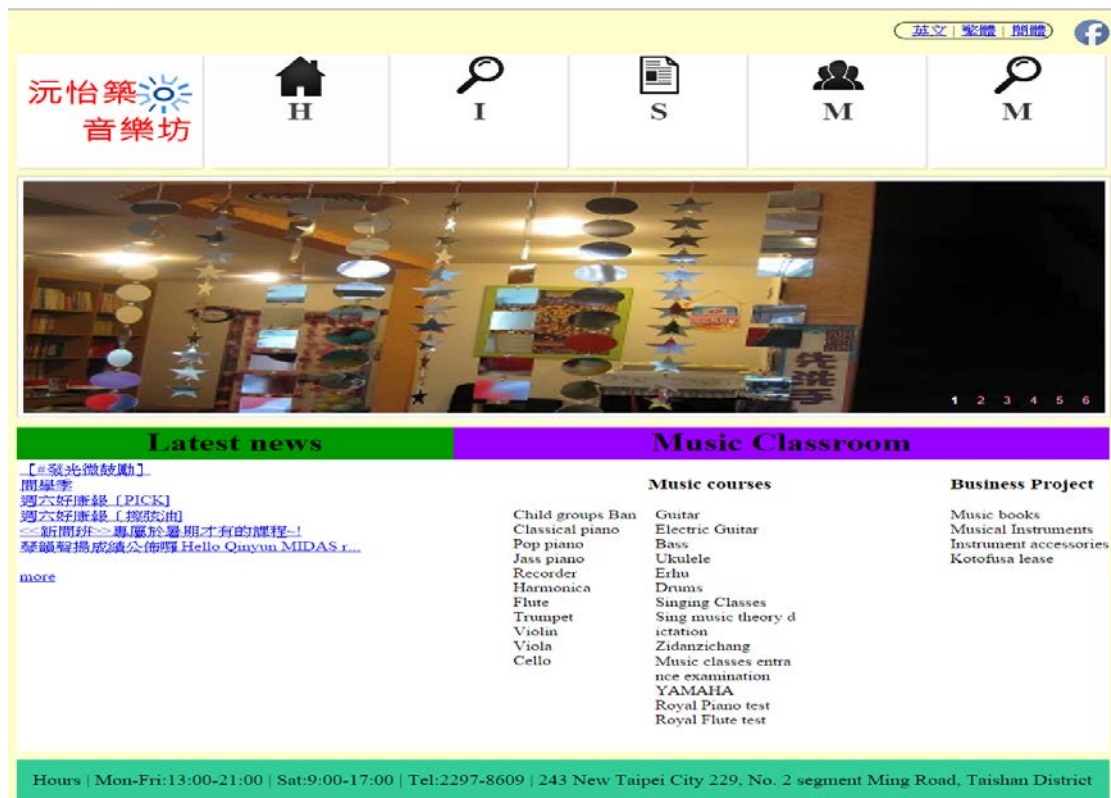


(圖 19. 系統架構圖)

第七節 系統雛型畫面



(圖 20. 首頁圖-繁體)



(圖 21. 首頁圖-英文)



(圖 22. 首頁圖-簡體)



(圖 23. 關於沅怡築)

英文 | 繁體 | 簡體 



沅怡築
音樂坊



首頁



介紹



服務項目



會員管理



留言板

關於沅怡築

師資介紹

相簿集

學生成果發表影片集

作品分享

賴沛甄

自小學習鋼琴，畢業於國立藝專(現為國立台灣藝術大學)，主修聲樂，師事 鄧吉龍、黃鳳玉、蔡永文、楊明慧、溫貞玲、張佳慧、奧羅Maria Brojer瑪麗亞·博耶爾老師；副修鋼琴，師事 黃瑾美、王潤婷、林伶美、邱文貞、池曼、陳宏心；選修南胡、崑曲、國劇，師事 朱文偉、朱昆槐、李秋現老師。

1999年赴奧地利國立維也納音樂學院短期進修聲樂
2000年考入台北市立國樂團附設合唱團
2001年在台灣藝術教育館舉辦「畢業巡迴公演」音樂會中，擔任聲樂獨唱
2002年輔大夜間部歌唱比賽評審
2005年與新紀元交響樂團與合唱團於國家音樂廳演出「宇宙的讚美詩」
2008年參與達爾克羅茲音樂教學法研習會
2010年參與達爾克羅茲國際大師研習會
2010年加入新生命小組教會敬拜團擔任Keyboard手至今，擔任多次婚禮司琴

- 2011.03.20 新生命小組結婚感恩禮拜司琴
- 2011.06.12 新生命小組結婚感恩禮拜司琴
- 2012.02.12 新生命小組結婚感恩禮拜司琴
- 2012.09.09 新生命小組結婚感恩禮拜司琴
- 2012.10.07 新生命小組結婚感恩禮拜司琴
- 2012.11.25 新生命小組結婚感恩禮拜司琴
- 2012.12.09 新生命小組結婚感恩禮拜司琴
- 2013.01.13 新生命小組結婚感恩禮拜司琴
- 2013.03.17 新生命小組結婚感恩禮拜司琴
- 2013.09.29 新生命小組結婚感恩禮拜司琴
- 2013.11.24 新生命小組結婚感恩禮拜司琴

證照: YAMAHA 鋼琴演奏5級 英國皇家鋼琴8級

學生參賽
2008
* 第二屆都會盃音樂大賽台北區
鋼琴國小四年級組侯冠偉第一名
* 新北市泰山區琴韻聲揚



(圖 24. 師資介紹)

英文 | 繁體 | 簡體 



沅怡築
音樂坊



首頁



介紹



服務項目



會員管理



留言板

關於沅怡築

師資介紹

相簿集

學生成果發表影片集

作品分享

沅怡築相簿集

[沅怡築的記錄]

[相簿首頁]

memory

相簿總數: 3



沅怡築音樂成果發表會
共 17 張



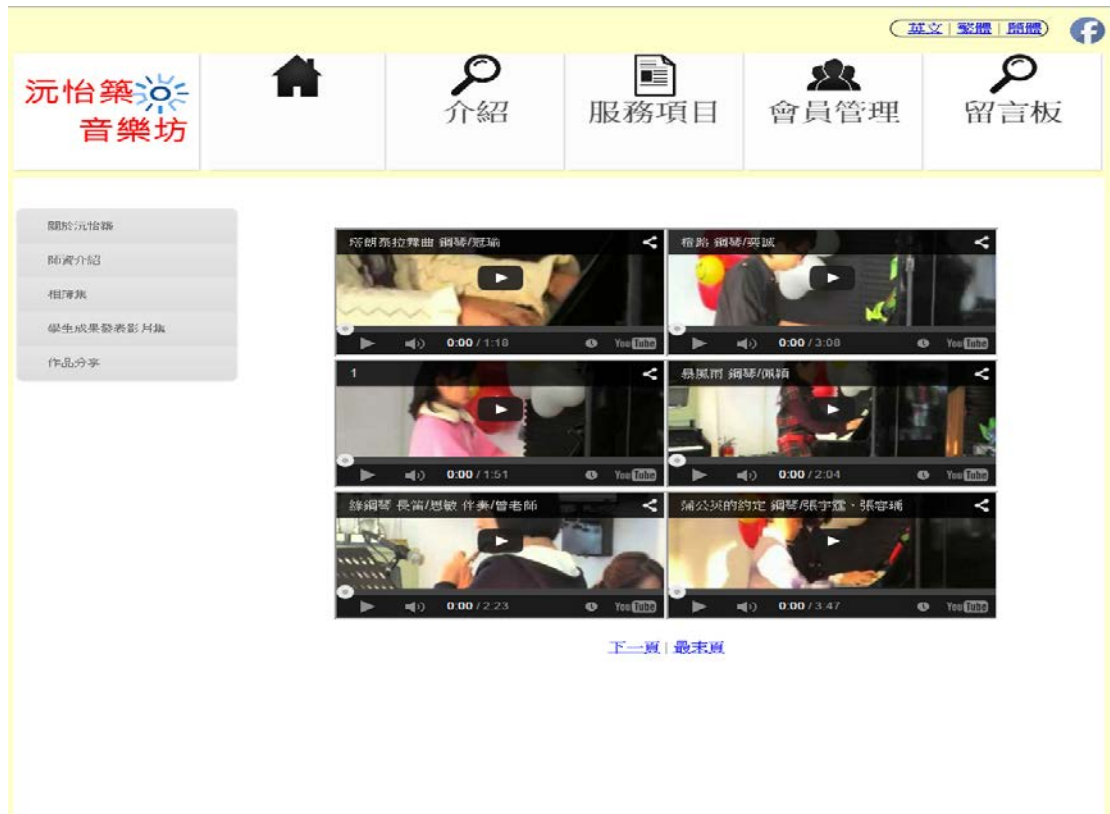
沅怡築音樂會
共 5 張



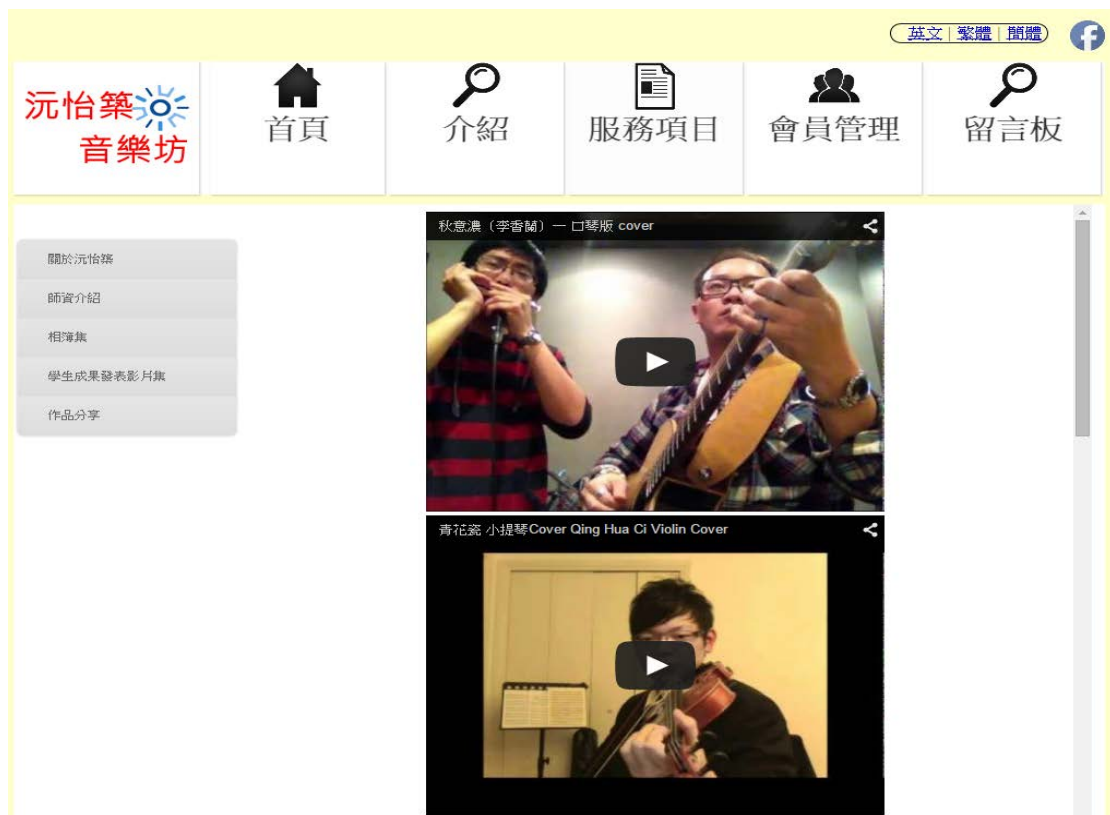
聖誕音樂會
共 8 張

|<< 1 >>|

(圖 25. 相簿集)



(圖 26. 學生成果發表影片集)



(圖 27. 作品分享)

[英文](#) | [繁體](#) | [簡體](#)





**沅怡築
音樂坊**



首頁



介紹



服務項目



會員管理



留言板

樂器教學

樂器介紹

購物中心

鋼琴
小提琴
直笛
吉他
口琴
烏克麗麗
長笛
爵士鼓
小號
二胡

直笛

樂器介紹

在台灣稱直笛，在中國大陸稱豎笛，在香港稱牧童笛，是一種木管樂器，直身長管，以邊陲發聲。笛端有1個吹孔，吹孔以下有尖版開口，笛身有8至10個音孔，其中2個為半音孔，由口吹氣至吹口的窄管，窄管的氣撞到尖板，令空氣震盪。直笛音色優美圓潤，是巴洛克時代的標準獨奏樂器。

(圖 28. 樂器介紹)

[英文](#) | [繁體](#) | [簡體](#)





**沅怡築
音樂坊**



首頁



介紹



服務項目



會員管理



留言板

樂器教學

樂器介紹

購物中心

幼兒團體班

古典鋼琴/流行鋼琴/爵士鋼琴

直笛/口琴/長笛/小號

小提琴/中提琴/大提琴

吉他/電吉他/貝斯

烏克麗麗

爵士鼓

歌唱班/自彈自唱

二胡

唱樂理聽寫

音樂班升學考試

YAMAHA/英國皇家鋼琴/長笛檢定考

幼兒團體班

課程介紹

每一種音樂遊戲，每一個教學方法都是啟發幼兒音樂潛能的原動力。遊戲是3歲半幼兒最容易接受的學習方式，透過音樂

、身體語言、造型等活動啟發3歲半幼兒各方面潛能的發展，讓您的小寶貝在最理想的環境中接受音樂，不僅培養幼兒

對生活中的一切事物創造性的思考與反應，更能啟發幼兒對音樂的濃厚興趣。以主角皮可當帶領孩子們進入「主題」世界，在這世界裡孩子們運用想像力把聽到的聲音，用身體自然的、快樂的來體驗。透過感覺、想像、聽唱、彈等學習活動

來累積音樂的基礎能力，並培養豐富而有個性的演奏力，在團體的上課裡，藉由與同伴的遊戲、合唱、合奏讓孩子體會學習音樂的樂趣從而培養孩子的「群體性」與「社會性」。

(圖 29. 樂器教學)

- 27 -



(圖 30. 購物中心)



(圖 31. 商品介紹)



(圖 32. 購物車)



(圖 33. 結帳)



(圖 34. 會員登入)



(圖 35. 加入會員)

沅怡築音樂坊

首頁 介紹 服務項目 會員管理 留言板

會員中心

請選擇樂器 Select the instrument ▼ 請選擇日期 Select the Date ▼

請選擇時段 Select the time ▼ 查詢

選取	課程名稱	課程日期	課程時段
<input type="checkbox"/>	AA	2014-12-11	20:00
<input type="checkbox"/>	AA	2014-12-11	19:00
<input type="checkbox"/>	AA	2014-12-11	18:00
<input type="checkbox"/>	AA	2014-12-11	17:00
<input type="checkbox"/>	AA	2014-12-11	16:00
<input type="checkbox"/>	AA	2014-12-11	15:00
<input type="checkbox"/>	AA	2014-12-11	14:00
<input type="checkbox"/>	AA	2014-12-11	13:00
<input type="checkbox"/>	AA	2014-12-11	12:00
<input type="checkbox"/>	AA	2014-12-11	11:00
<input type="checkbox"/>	AA	2014-12-11	10:00
<input type="checkbox"/>	AA	2014-12-18	20:00
<input type="checkbox"/>	AA	2014-12-18	19:00
<input type="checkbox"/>	AA	2014-12-18	18:00
<input type="checkbox"/>	AA	2014-12-18	17:00
<input type="checkbox"/>	AA	2014-12-18	16:00
<input type="checkbox"/>	AA	2014-12-18	15:00
<input type="checkbox"/>	AA	2014-12-18	14:00
<input type="checkbox"/>	AA	2014-12-18	13:00
<input type="checkbox"/>	AA	2014-12-18	12:00

加入選課

下一頁 | 最末頁

會員系統
張祐齊 您好。
[修改資料](#) | [登出系統](#)

營業時間週一~五: 13:00 - 21:00 週六: 9:00 - 17:00 電話: 2297-8609 地址: 243新北市泰山區明志路2段229號

(圖 36. 短期課程)

網路訂單查詢

訂購名稱

電子郵件

電話

訂單編號	姓名	付款方式	總金額	地址	訂單狀態
顯示 6	王慧萍	ATM匯款	200	桃園縣中壢市八德路331-5f	尚未匯款

(圖 37. 訂單查詢)

會員系統

會員系統

帳號資料

root 您好

使用帳號 : root

[會員中心](#) | [登出系統](#)

使用密碼 :

確認密碼 :

若不修改密碼，請不要填寫。若要修改，請輸入密碼二次。

個人資料

真實姓名 : *

性別 : 女 男 *

生日 : *

為西元格式(YYYY-MM-DD)。

電子郵件 : *

請確定此電子郵件為可使用狀態，以方便未來系統使用，如補寄會員密碼信。

電話 :

住址 :

家中現有樂器(型號) :

學習意願 :

學過樂器 :

營業時間:週一~五: 13:00 - 21:00 週六: 9:00 - 17:00 電話:2297-8609 地址:243新北市泰山區明志路2段229號

(圖 38. 會員修改)

沉怡築 音樂坊

首頁 介紹 服務項目 會員管理 留言板

英文 繁體 簡體

thomastik infeld
您好請問thomastik infeld 10-50的SIZE還有貨嗎?
2014-07-16 20:02:20

123
請問有在賣吉他嗎?
2014-07-09 15:28:53

鋼琴
您好，我想詢問關於鋼琴相關課程
2014-07-07 03:03:28

劉怡均
親愛的擊樂好朋友們大家好!!
親愛的擊樂好朋友們大家好!!
2014 TWPC 台北國際擊樂錦標大賽將本月底公告相關訊息,今年除了擊樂比賽外更增加了國際大師課程,歡迎熱愛擊樂的朋友們參加這一年的盛會!!
2014-07-04 16:35:21

資料筆數 : 21 第一頁 | 上一頁 | 下一頁 | 最末頁

標題
姓名
性別 男 女
郵件
驗證碼 : 10+5 =

送出留言 | 重設資料

(圖 39. 留言板)

第五章、結論

「吉樂之章」是一個結合資料庫的網頁平台，提供有購買樂器教學課本或者是學習樂器的民眾與樂器行連結，想學習樂器的可以使用我們的短期選課，在家就能夠購買課程達到便捷性。

第一節 預期研究效益

在本研究中，我們提出下列五項預期研究效益：

- 壹、 建立公司形象
- 貳、 增加來客率
- 參、 增加使用率
- 肆、 增加方便性
- 伍、 多語文滿足商家潛在課程

第二節 預期研究限制

在本研究中，我們提出下列兩項預期研究限制：

- 壹、 必須具備 Internet 才能使用本系統
- 貳、 相同類型網站的競爭及模仿

第六章、分工執掌和進度表

本專題的工作分配表如表一所示

第一節 分工執掌

組員共計6名主要工作如下：

表6. 工作分配表

	鄭仁和	郭子儀	陳韋翔	王品涵	劉俐伶	陳正桓
分工職掌	●					
程式撰寫	●	●		●	●	
資料庫設計				●		●
網頁程式				●	●	
網站排版				●	●	
美工	●				●	
網站架構規畫	●	●	●	●	●	●
文書處理			●			●
搜集資料	●	●	●	●	●	●
文獻探討	●	●	●	●	●	●

第二節 進度表

本專題的進度表如表二所示

表7. 進度表

工作名稱	102年					103年											
	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
系統規劃	■	■															
系統分析			■	■	■												
系統設計					■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
系統實作								■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
測試維護											■	■	■	■	■	■	■
專題會議	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

參考文獻

- [1]徐婉婷 (2006),「網路與傳統媒體行銷溝通效果之比較與綜效」, 國立臺中技術學院事業經營研究所 碩士論文。
- [2]陳姿婷 (2006),「傳統購物與網路購物行為：以生活型態、科技接受模式探討之」, 長庚大學企業管理研究所 研究所碩士論文。
- [3]張瑞哲 (2007),「從網頁設計者的觀點探討無障礙網頁設計」, 國立交通大學應用藝術研究所碩士論文。
- [4]拉斯姆斯.勒多夫。PHP 序言-Manaul
- [5]張瑞哲 (2007): 從網頁設計者的觀點探討無障礙網頁設計。國立交通大學應用藝術研究所碩士論文。
- [6]謝伊婷(2006),「商業模式與網站設計之對應研究」, 逢甲大學國際貿易所研究所碩士論文。
- [7]廖珮琄,「體驗行銷概念在網站設計之應用」, 元智大學企業管理學系研究所碩士論文。
- [8]林立盈 (2005),「搜尋網站介面因素對使用效率影響性之探討」, 國立成功大學工業設計學系碩博士班研究所碩士論文。
- [9]蕭仁閔 (2000),「搜尋網站介面因素對使用效率影響性之探討」, 國立政治大學科技管理研究所研究所碩士論文。
- [10]子亥,【子亥】-有溫度的網路行銷人, 2013, 來源：
<http://www.tzehai.com/2013/07/odds-between-marketings/>
- [11]張耿益, 藍色網路-Bluenet: 分享網路行銷、社群網站經營的實務經驗, 2009 來源：
<http://bluenet.pixnet.net/blog/post/28532080-%E6%95%B4%E5%90%88%E8%A1%8C%E9%8A%B7%E8%88%87%E5%82%B3%E7%B5%B1%E8%A1%8C%E9%8A%B7%E7%9A%84%E5%B7%AE%E7%95%B0%E6%80%A7>
- [12]林秀芬(2005),「網站特性與認知風險對消費者網路購買意圖影響之研究」, 來源：<http://203.72.2.115/Ejournal/3095000112.pdf>
- [13] 來源：
<http://lz66.pixnet.net/blog/post/56055428-%E4%BB%80%E9%BA%BC%E6%98%AF%E9%9D%9C%E6%85%8B%E7%B6%B2%E9%A0%81%E5%92%8C%E5%8B%95%E6%85%8B%E7%B6%B2%E9%A0%81%EF%BC%9F>
- [8]Shohreh, A. and I. B. Christine(2000),” A Proposal to Assess the Service Quality Services of Online Travel Agencies: An Exploratory Study,” Journal of Professional Services Marketing, 2(1), pp. 63-88.

附 錄

附錄一：「對於音樂之問卷調查表」問卷

對於音樂之問卷調查表

親愛的朋友，您好：

我們是致理技術學院資訊管理系三年級的學生，為了專題研究我們需要了解各位對於學習樂器的想法以及樂器行業者對於網路經營方面的看法，非常感謝您撥空一分鐘填寫這份問卷本問卷資料為了專題分析，絕無商業或犯罪用途，敬請放心填答。

致理技術學院 資訊管理系-吉樂之章
專題小組 敬上

身份：

- 學習者（目前正在學習或對學習樂器有興趣者）
業者（樂器行業者或是個人音樂工作室）

一、學習者問卷

1. 請問您是否曾經有購買樂器？

- 有 不曾（直接跳到三、基本資料）

2. 請問您購買樂器的地點？（複選）

- 一般樂器行 二手樂器行 網路商店 其他

3. 請問您平常使用樂器有哪些？（複選）

- 木吉他 電吉他 烏克麗麗 鋼琴
木箱鼓 貝斯 電子琴 爵士鼓 其他

4. 請問您能接受樂器的價格？（延續第3題）

- 5,000 以下 5,000~10,000 10,000~30,000 30,000 以上

5. 何者是您選擇購買樂器的重要因素？（複選）

- 音色 外型 手感 品牌代言人
電視劇的影響 價位 其他

6. 請問您買樂器的資金來源是？

家長 自己 其他

7. 家長贊成您學樂器嗎？

是 否 無意見

8. 是否曾經在樂器行或音樂教室學習樂器？

是 否

二、業者問卷

本專題研究內容主要在於設計網站，藉由網站讓使用者在買賣樂器以及報名課程能有一個樂器行的專屬平台，並且結合行事曆，讓學生老師以及樂器行本身能夠瀏覽課表，讓樂器行經營更便利。

1. 提供網頁給有興趣的人瀏覽，能讓更多人知道，關於這家樂器行的資料，讓更多人了解這家樂器行優點？

非常同意 同意 普通 不同意 非常不同意

2. 要是有的話會喜歡呈現哪種風格？（延續第3題）

抒情 唯美 熱血 自然 其他

3. 結合短期課程的話能提高對於學生的便利性？

非常同意 同意 普通 不同意 非常不同意

4. 對於網頁其他功能有何需求？

選課系統 樂器介紹目錄 購物車 會員管理系統

留言板 授課行事曆 其他

三、基本資料

1. 請問您的性別：

男 女

2. 請問您的年齡是：

5~11 12~15 16~18 19~22 22 以上

3. 請問您有想學習樂器嗎？

是 否

4. 想學樂器的話會想選擇什麼類型？（延續第3題）

- 木吉也 電吉也 烏克麗麗 鋼琴
木箱鼓 貝斯 電子琴 爵士鼓 其他