

# 致理技術學院

## 資訊管理系 專題期末報告書

### 集樂城音樂王國

學生：謝辰奇 69710134

張家豪 69710118

林春宏 69710124

劉偉傑 69710137

林廷瀚 69710140

施國豐 69710142

指導老師：林裕淇

中華民國 100 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 謝辰奇、劉偉傑、林春宏、林廷瀚、施國豐、張家豪 共 六 人，在致理技術學院資訊管理系 100 學年度第 1 學期完成資管實務專題。

實務專題名稱：集樂城音樂王國

同意       不同意

本組同學共 六 人，皆同意著作財產權之論文全文資料，授予教育部指定送繳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鈎選，該組同學皆同意視同授權。

指導教授姓名：

專題生簽名：

(親筆正楷)

學號：

學號：

學號：

學號：

學號：

學號：

中華民國 100 年 12 月

# 致理技術學院

## 資訊管理系 專題期末報告書

### 集樂城音樂王國

學生：謝辰奇 69710134

張家豪 69710118

林春宏 69710124

劉偉傑 69710137

林廷瀚 69710140

施國豐 69710142

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 100 年 12 月

致理技術學院資訊管理系 「資管實務專題」  
100 學年度期中發表會 評審意見回覆表

出場順序	7	專題主題	集樂城音樂王國
問題 1	購物是否用外連？		
回答 1	是，商品購買會外連到 PChome。		
問題 2	是否有要做行銷？		
回答 2	否，未來完成後沒有要做行銷。		

\* 同學需要回答的問題，請與各位的指導老師討論後填寫，並請指導老師簽名。

\* 請同學自行將多餘的列數刪除，如果問題超過 5 個，請自行增加列數。

林裕漢

政理技術學院資訊管理系 「資管實務專題」  
100 學年度期中發表會 評審意見回覆表

出場順序	1	專題主題	集樂城音樂王國
問題 1			集樂城這家公司的銷售管道?比率?
回答 1			從學校、社團、學生,這些占蠻大的,只是他們缺少一個介紹公司的網站。
問題 2			這家公司現在沒有一個自己的網頁嗎?
回答 2			都沒有,只有 PChome 這個交易商店
問題 3			有做得比 PChome、Yahoo 這些地方做得好嗎?
回答 3			是沒有,但我們還在盡量幫業主更新產品資訊
問題 4			就算更新完畢以後,你會比目前的 PChome 平台或其他平台好嗎?
回答 4			因為我們產品資訊後來也是連結至 PChome,就是由業主這樣跟我們說的,因為他有一些資料就是說像我們做的網站只要介紹他自家的產品, PChome 不只有放他的品牌還有介紹其他品牌的,所以我們網站是著重於他們自家產出的樂器

同學需要回答的問題,請與各位的指導老師討論後填寫,並請指導老師簽名。  
請同學自行將多餘的列數刪除,如果問題超過 5 個,請自行增加列數。

林裕龍 (1338)

致理技術學院資訊管理系 「資管實務專題」  
100 學年度期末發表會 評審意見回覆表

出場順序	3	專題主題	集樂城音樂王國
問題 1	你們這個網站業主要不要用？		
回答 1	我們目前會把網頁架在業主的電腦裡，之後由業主來做決定。		
問題 2	既然是要做形象網站，那美工方面是否要再加強？		
回答 2	目前業主對畫面還沒太大的意見，之後我們會把網頁放置在業主的電腦裡，後續由業主來做管理。		

\* 同學需要回答的問題，請與各位的指導老師討論後填寫，並請指導老師簽名。

\* 請同學自行將多餘的列數刪除，如果問題超過 5 個，請自行增加列數。

林啟龍, 1230

## 誌謝

在專題製作的過程中，讓我們體會團隊的重要性，以及如何凝聚組員間的向心力，然而指導老師-林裕淇老師適時的提供意見，並且指引我們明確的製作方向，避免浪費在不必要的事物上。

感謝林裕淇老師，在百忙之中仍然抽空給予指導，且無論是專題製作或是做人處事道理，老師都會不厭其煩提供建議及鼓勵。

在此也要感謝集樂城音樂王國，透過這次的機會，讓我們了解市場需求及提升自我競爭力。

最後全體組員再次感謝老師的指導與建議，謝謝。

## 摘要

「集樂城樂器王國」老闆為致理技術學院社團老師，近年來不斷推廣自有品牌，雖在 PChome 上擁有專館進行販賣，但卻沒有形象網站來提高品牌知名度化。因此集樂城老闆，請我們製作一個專屬的形象網站；除了讓業主可以簡易操作管理網站外，也建立討論區讓許多業主的學生與客戶做經驗交流，希望就此提高集樂城樂器王國知名度與行銷效益。



# 目錄

第一章 序論.....	1
第一節 研究背景.....	1
第二節 研究動機.....	2
第三節 研究目的.....	3
第四節 研究範圍.....	4
第五節 操作性定義.....	7
第六節 章節結構.....	8
第二章 文獻探討.....	9
第一節 網站建置的需求管理.....	9
第二節 網路銷售與行銷.....	13
第三節 各種網路行銷.....	16
第四節 相關研究應用探討.....	18
第三章 系統研究方法.....	19
第一節 研究流程.....	19
第二節 研究方法.....	20
第三節 SWOT 分析.....	25
第四章 預期研究成果.....	26
第一節 系統功能.....	26
第二節 系統特色.....	27
第三節 使用對象.....	28
第四節 使用環境.....	29
第五節 開發工具.....	29
第六節 系統平台架構.....	30
第七節 系統畫面.....	31
第五章 結論.....	46
第一節 預期研究效益.....	46
第二節 預期研究限制.....	46
第六章 分工執掌和進度表.....	47
第一節 分工執掌.....	47
第二節 進度表.....	48
參考文獻.....	49

## 圖目錄

圖 1. 研究流程圖.....	19
圖 2. 問卷分析圖-1 .....	20
圖 3. 問卷分析圖-2 .....	21
圖 4. 問卷分析圖-3 .....	21
圖 5. 問卷分析圖-4 .....	22
圖 6. 問卷分析圖-5 .....	22
圖 7. 問卷分析圖-6 .....	23
圖 8. 問卷分析圖-7 .....	23
圖 9. 問卷分析圖-8 .....	24
圖 10. 系統平台架構圖.....	32
圖 11. 甘特圖.....	35

## 表目錄

表 1. 網路銷售流程.....	14
表 2. 問卷分析表-1.....	20
表 3. 問卷分析表-2.....	21
表 4. 問卷分析表-3.....	21
表 5. 問卷分析表-4.....	22
表 6. 問卷分析表-5.....	22
表 7. 問卷分析表-6.....	23
表 8. 問卷分析表-7.....	23
表 9. 問卷分析表-8.....	24
表 10. SWOT 分析 .....	25
表 11. 使用環境.....	29
表 12. 開發工具.....	29

## 網頁圖目錄

網頁圖 1-首頁 .....	31
網頁圖 2-公司介紹 .....	32
網頁圖 3-產品資訊 .....	33
網頁圖 4-開課師資資訊 .....	34
網頁圖 5-燈光音響工程資訊 .....	35
網頁圖 6-練團室租借 .....	36
網頁圖 7-討論區(01) .....	37
網頁圖 8-討論區(02) .....	38
網頁圖 9-FAQ .....	39
網頁圖 10-登入畫面 .....	40
網頁圖 11-後台最新消息管理 .....	41
網頁圖 12-後台最新消息管理 .....	42
網頁圖 13-後台產品類別管理 .....	43
網頁圖 14-後台師資管理 .....	44
網頁圖 15-後台會員管理 .....	45

# 第一章 序論

## 第一節 研究背景

### 學習音樂

1、美國的『神經學、心理學以及物理學』聯合研究得知：音樂不但可以讓猛獸安靜下來，對人類有更多的益處，通常小孩一出生就喜歡音樂，一出生就對音樂有反應。

學音樂不是為了成為音樂家或演奏家，只要當成興趣及育樂即可，學音樂會刺激人類大腦，使腦細胞連結產生緊密網路，連結網路愈多，可提昇智商 IQ。

2、非職業學音樂除了是一項育樂外，更能在數學及其他科學學科上產生很大幫助。

學音樂有一種力量能將事物連結起來，讓學音樂的人在空間推理的能力會有所提昇。

空間推理能力強可提高思考邏輯能力及解決問題的能力，比較能在 21 世紀找到好工作，因為所有行業都會需要能夠運用高科技的人。

學音樂可以讓人思考更清晰，更容易專心，生活的其他面向也能處理的更好，並可有效疏解各種壓力，使人身體更健康。

3、什麼年齡適合學音樂？ 從 3 歲至老年均適合學習。而大人任何年紀都可以開始學音樂。

只要想學，培養興趣，用心學習，然後好好練習，大人的腦細胞也會受到新的刺激。學音樂，永遠不嫌晚！

4、什麼樂器適合學習？依不同的年紀，小提琴、鋼琴、大提琴、笛子、黑管、吉他、薩克斯風、小號... 均可。

其中尤以鍵盤樂器適合各年齡層使用，也因此鍵盤樂器列為音樂科系之必修樂器，建議大家都可以先從比較容易學習的鍵盤開始學起。

對於學習音樂而言，學音樂將會比較容易及更有趣些，學電腦音樂與鍵盤對人類的好處實在是很多。

不怕晚就怕不去做，現在趕快學習，還來得及！

## 第二節 研究動機

我們這組決定將「集樂城樂器王國」數位化。集樂城樂器王國是一間擁有實體店面、完善的教學系統、練團室、燈光音響、樂器批發、也在 PChome 上擁有專館販賣自有品牌『BGTM』，近期甚至開始著手出版社的業務。雖然發展至今已逐漸形成環狀事業群，但卻沒有一個形象網站來讓大眾徹底的了解這間公司。於是集樂城老闆，也就是夜間部社團聘請的吉他老師，請我們將這間公司的事業群一次統整，並製作一個專屬的形象網站。

### 第三節 研究目的

製作出專屬於集樂城樂器王國的形象網站並將原本在外的購物平台整合，除了讓業主可以簡易操作管理網站外，也建立討論區讓許多業主的學生與客戶做經驗交流，希望就此提高集樂城樂器王國知名度與行銷效益，不管是想要學吉他、買吉他、查詢修理吉他資訊、預約練團室、甚至分享樂譜的人，不用再跑東跑西，只要來這個網站就可以輕易的達成目的。

## 第四節 研究範圍

### 網路行銷 Network Marketing：四大思維與六力行銷

網路行銷跟傳統行銷本質沒有太大的不同，但是必須更敏銳的利用網路特性及投入更多心力，當然獲得的回報也將是大於傳統行銷。如果能夠思考網路企業成長關鍵的「四大思維」，搭配上「六力行銷」，你的企業將可以在網路行銷戰中贏得勝利。在網路時代，只要產品具備競爭性，若能夠依照產品特性進行網路行銷，就能夠讓客戶自己找上門。進行網路行銷不是花錢就能夠達到目的，使用正確的方法加上真心的投入，小成本也可以創造出傲人的業績。網路家庭董事長詹宏志先生就曾經提出「網路企業成長關鍵」的四大思維，這也就是網路行銷成功的要素。

「四大思維」：珍惜每一個建立關係的機會/以同理心做顧客關係/建立點點滴滴的服務與信賴/成長的關鍵在於累積：

思維一：珍惜每一個建立關係的機會

在茫茫網海中，產品被消費者看到已經不是容易的事情，如果消費者願意變成你的客戶，這個機會更是值得珍惜。在與每個潛在客戶接觸時，代表的是投入網路行銷的努力正在慢慢收割成果，只要抱持珍惜的思維，這些潛在客戶都將是你的資產。

思維二：以同理心做顧客關係

網路行銷主要目的在於將潛在客戶挖掘出來，但是一旦變成客戶之後，如果能夠以同理心相待，客戶會變成你的業務替你宣傳。如果失去了一位客戶，很可能已經失去了未來的十位客戶，甚至於百位客戶。以同理心做顧客關係，才能讓



客戶吸引更多的客戶。

思維三：建立點點滴滴的服務與信賴

客戶可能因為被口碑行銷吸引，也可能被故事行銷感動，但是最終客戶需要的是有價值的商品與服務，如此才能產生信賴而成為長期的客戶。如果客戶在某次的購物過程中，對於商品或服務產生不信賴感，可能就會轉往其他來源購買。

思維四：成長的關鍵在於累積

在實體商店購買產品，如果以現金交易，店家根本無從認識客戶。但是在網路上進行交易，客戶留下了最重要的個人資料，因此網路商店就必須透過最不打擾的方式去瞭解客戶的消費經驗，這些經驗的累積就是網路企業成長的重要資產。

如果能夠利用網路來行銷產品，並仔細思考以上的四大思維，你將不必煩惱客戶何處來，因為客戶會源源不絕的自動找上門。這四大思維圍繞在「客戶」上思考，也就是如果沒有以「客戶」為中心，網路企業將失去成長的關鍵

「六力行銷」是什麼？

「六力行銷」就是：

(1) 商品力（讓商品自己去說話）

網路行銷中跟傳統行銷相同，商品具備品質、價位、獨特的競爭力，仍然是最重要的因素。有些客戶注重的是商品的品質，只要合乎品質要求，其他因素就不太重要；有些客戶注重的是商品的價位，只希望價位便宜，並不在乎其他的因素；也有客戶注重的是商品的獨特性，只要商品與眾不同，其他因素都無所謂。因此企業就必須評估市場，推出的商品必須具備哪些競爭力。

(2) 客戶力（讓客戶當你的業務）

要讓客戶在網路上變成你的業務，替商品進行口碑行銷，除了被商品或服務感動之外，就必須要有誘因，例如由宣傳的成績能夠計算回饋佣金，或者藉由宣傳能夠以折扣進行合購、團購。

### (3) 行銷力 ( 讓非廣告隨時曝光 )

現代人對於傳統的廣告越來越有排斥的現象，除非廣告內容有趣味性、感動性，或者廣告能夠提供實質的優惠，否則很難具有廣告效益。因此網路行銷就必須善用網路特性進行「非廣告」，也就是不像廣告的廣告，讓網友在搜尋資料時、網友分享訊息時、網友在瀏覽資訊時，都能隨時出現商品的「非廣告」訊息。

### (4) 故事力 ( 用故事去感動人心 )

故事力不是要去造假一個商品的故事，而是要傳達商品的品牌理念或者商品的發展過程。每個商品的背後一定都有一個感人的故事，商品的品牌一定都有想要傳達的理念，這兩個來源就是故事力的著力點，商品的故事能夠感動人心或是引起共鳴，就能夠讓商品具有生命，讓消費者想要擁有。

### (5) 感動力 ( 用客戶的角度思考 )

當網友開始接觸到你的網站或者網路商店時，各種界面、流程、訊息等，就已經開始在影響網友是否購買商品。如果能夠在每個環節讓人感動，網友就會變成你的客戶。只需要用客戶的角度去思考，就能夠知道如何運用感動力。

### (6) 服務力 ( 用服務去強化黏度 )

前面提過，在網路世界中的顧客忠誠度較傳統世界低，因為隨時可以轉往另外的網路商店購買同樣的商品或服務，因此服務力在網路行銷中就扮演重要的角色。這個服務力不只是被動的服務力，還必須是主動的服務力，也就是提供客戶原本沒有預想到的服務。網路上的服務成本與傳統世界不同，企業必須思考如何產生低成本或零成本的服務。

## 第五節 操作性定義

### 網路行銷

- 1 促銷能力:針對特殊主題，給予折扣或贈品增加銷售能力；
- 2 內容豐富能力:網站內相關資訊豐富，增加消費者該方面知識，使消費者認同專業提昇購買；
- 3 網頁舒適友善能力:網頁無論設計或規劃，其顏色與配置都謀求視覺舒適，提昇消費者滯留時間，進而提昇購買；
- 4 網路廣告鏈結能力:與其他交換連結的策略能力，增加能見度與到訪率

### 線上預約

- 1 練團室租借:線上可查詢及預約練團室租借的時間及設備內容及價格；
- 2 燈光音響工程: 線上可查詢及預約燈光音響工程的時間、設備內容及價格；

## 第六節 章節結構

### 確認研究主題

### 文獻探討

收集與整理網路及網站建置、電子商務、網路行銷、樂器資訊等等相關適合文獻

做為研究基礎

### 研究方法

以網路問卷調查方式進行，並將回收後加以整理。

問卷資料匯整，歸劃 SWOT

### 預期研究成果

擬定系統架構，指出系統特點

### 結論

根據問卷統計分析出結論，並對集樂城音樂王國提出建議。

預計此系統能帶來多少效益、系統研究有什麼限制

### 分工執掌進度表

製作分工與進度表

以方便於日後觀察進度是否落後或超前，並加強落後部份的進度

## 第二章 文獻探討

### 第一節 網站建置的需求管理

#### 1-1 網站的定義與特性

一個網站的組成，包含了四個主要部分：內容、網站技術、視覺外觀以及經濟。內容指的是對使用者來說是有用的的資料和豐富化的資訊，可以用來說服使用者或是通知使用者經常使用網站的因素；網站技術則是讓網站規劃階段時所預定的功能能被設計出來並能實用；至於視覺外觀則是設計出網站的外觀，如此能夠傳達出網站的主要訴求對象及項目；最後大部分的網站的背後都有原始建置網站的經濟效益的考量，如果沒有了明確的目標和可被產生的利益，那就不會有網站建置的工作了。

一個好的網站的特性有下列三項：

#### 1. 需要針對使用者建置的：

在設計網站時，必須先設定使用者為一般的使用者，但是必須再針對主要關鍵的使用者的差異點去深入設計，這樣就能符合使用者的需求。

#### 2. 需要考慮到可用性與符合軟體原則：

網站除了提供內容之外，也提供了很多的互動的機制，而這些互動機制，它們要能夠不經很多學習的時間就可以上手，而且不需要安裝的動作，最重要的是能夠讓內容與行銷結合。所以與其他傳統的媒體相比，網路上的工具與技術變更的相當快速，加上瀏覽器廠商不斷的推出各自創新但不互相支援的瀏覽器，因此為了滿足使用者隨時隨地都可以使用，也就讀取到正確無誤的資訊的要求之下，也讓網站的建置變得更加的複雜。

而網站上所使用到的互動機制，雖然在及時性的要求與傳統上的軟體有

所差異，但是網站還是保留了很多軟體設計的元件功能，像是視窗、選單或是滑鼠指標。這些軟體設計的元件功能，已經像是慣例一般的深植於使用者的腦中，因此依循原有的慣例還不輕易改變，也將有助於網站的可用性的提昇。

### 3. 以內容為中心：

網站與傳統軟體最大的不同是，網站是以內容為中心，因此所有的視覺以及功能設計，都是以能夠快速的尋找到資訊為最重要的目的，因此一個好的導覽將能夠幫助一個網站的使用者達成他們所需要的內容，此外還可以透過利用一些求助系統，例如搜尋引擎、網站地圖等功能來幫助使用者達成他們的目標。

而一個網站的視覺設計對於使用者的第一印象影響相當大，使用者經常會將好看的網站認知為好的網站，因此網站的視覺將有助於網站的價值。但是在使用過一陣子之後，除了視覺設計的因素外，使用者還是會因為網站所提供的內容、可用性、技術等因素來評斷網站的優劣，因此網站建置的策略以內容為中心，視覺、技術為基礎，朝著預定的經濟目標發展。

## 1-2 網站專案建置流程

國內大型研究機構透過許多網站建置的經驗，以及參考國外最新的網站架構學，配合ISO 品質保證管理標準而建立出一套網站的建置流程，而其中分為四大部分：

### 1. 需求洽談與規畫：

製作人—根據委託人提供的數位內容需求，負責與客戶洽談了解客戶實際需求，完成「專案執行構想書」並依主客觀環境分析完成「委製可行性評估」，呈送核決主管裁決是否接案。成案後，負責協助客戶收集、

彙整資料，撰寫「原始資料清單」，規劃時程與資源，填寫「數位內容製作規劃表」，由創意總監及技術總監協助完成「提案書」。

## 2. 內容設計：

創意總監、資訊設計師(IA/ID)、藝術設計師、技術總監根據製作人產出的專案執行規劃書、提案書，將委託人提供之原始素材作以下的設計：

- 創意總監：主導本階段的設計工作。
- 資訊設計師(IA/ID)：進行內容分析、分類，設計網站架構與介面、使用者互動規格規格的規劃。
- 藝術設計師：負責主視覺及版面設計。
- 技術總監：負責相關之環境規劃與系統設計(Infrastructure)，並產出「技術規格書」。

## 3. 內容製作：

依據前一階段數位內容設計的結果，如內容架構資料表、技術規格、主視覺等等，進行數位內容的製作。

## 4. 系統測試驗收上線：

數位內容測試人員根據「驗收規劃書」、「內容架構資料表」及「使用者互動規格」與數位內容製作人員於系統測試區內進行系統測試工作（包含：功能測試與效能測試），同時測試與其他系統介面及現有環境整合性是否正常運轉；待測試一切正常後，再會同製作人及委託人進行驗收測試。完成後進行系統上線並由委託人進行驗收工作。

從需求洽談、網站規劃、網站設計、網站製作及測試驗收，每一步驟都需要有工作指引、明定產出文件並提供文件範本及範例。這樣不僅縮短建置時間、維持網站品質，更能透過經驗傳承使網站建置專案團隊的能力不斷精進。

### 1-3 網站目標與需求

一個網站專案在開始之際，最重要的就是針對網站的目標作一個完整而明確的定義。目標的設定，將有助於於增進人類工作表現及提高生產力，而1960年代洛克(Edwin Locke)所提出目標設定理論(Goal-Setting Theory)中曾經指出挑戰性的目標是激勵的來源，當設定一明確(specific)且具難度(difficult)的目標時，人們表現會比沒有目標或是盡力而為的目標來的佳。而設定目標並不困難，但是一個明確的目標會比一個模糊的目標更能夠有效的激勵生產力並可以協助事後評量的。根據SMART 原則，一個有效的目標必須有以下的五項要點：

1. Specific：意指具體的，訂定目標必須明確而不籠統
2. Measurable：意指可衡量的
3. Attractive：說明目標是否具有吸引力
4. Realistic：字面的含意是實際的。這是指目標的可實現性
5. Traceable 是指目標的可紀錄、追蹤反省、與檢討

依照上述五項要點所訂定出來的目標，是具體而且可以被測量的，並且是有吸引力、可以被實行且可以被紀錄追蹤的，這樣的目標，在網站專案執行的過程中，在爭議出現時，提供一個可以持續遵循的正確方向；而在網站專案結束後，則提供了專案成功或失敗的測量標準。同時明確的目標訂出之後，對於網站專案的製作時程、預算，以及人力的配置，也能夠產生初步的構想。

清楚訂定出網站的目標之後，必須描述用戶群以及用戶的特色，並且找出用戶群瀏覽網站的原因。網站的用戶群除了網站的實際使用者之外，應該還需要包含更多與網站建置工作相關的專案成員，也就是『專案利害關係人』(Project Stakeholders)。依據美國專案管理學會(Project Management Institute, PMI)所出版的「專案管理知識體系指南」〈The Project Management Body of Knowledge, PMBOK®〉的定義，所謂『專案利害關係人』，是指所有積極參與專案的個人及組織、利益會受到專案執行的結果後正面或負面影響的個人及組織，同時他們也可能對於專案和專案結果產生影響力。而專案中主要的利害關係人，至少包含：



- 1.專案經理人(Project Manager)—負責管理專案的個人
- 2.顧客(Customer) 或使用者(User)—使用專案產品的個人或組織。在網站專案裡，『顧客』指的是採購專案結果的個別實體；而『使用者』指的是直接使用專案結果的個人或是組織
- 3.執行專案的組織(Project Organization)—例如一個大多數員工都直接參與專案工作的企業體
- 4.專案團隊成員(Project Team Member)—執行專案工作的團體
- 5.贊助者(Sponser)—在專案執行組織內，提供經費或是相關資源的個人或是組織

專案利害關係人經常站在專案中不同的位置，正因為如此，每個專案利害關係人都會有不同的需求以及期望，因此將所有專案利害關係人的期望引導到顧客導向是相當重要的。

#### **1-4 需求管理的重要性**

需求管理雖然處在網站建置流程的起始階段，但是卻貫穿了建置專案的生命週期，而需求管理的成功與否，正是影響了網站專案的關鍵重點，因此明確的需求釐清與有效率的需求管理，將會是協助網站建置專案順利的進行及成功的結案的不二法門。

## **第二節 網路銷售與行銷**

### **2-1 網路銷售的定義**

銷售是以滿足消費者需求為核心，以經銷商獲取利潤為主題，以生產者企業獲取利潤為基礎產品貨幣轉化過程。

根據 Oberhaus[1993]與蔡迎聖[1997]對銷售的定義，網路銷售是將產品在網

路上進行訂購，由廠商傳送至消費者手中的程序，其過程包含產品的訂購、付款以及運送等三個程序。

## 2-2 網路銷售經營模式

由於傳統的經營模式裡，我們都知道同行相忌，但在網路的世界裡，由於加入網路拍賣的門檻不高，不要說貨比三家，有可能貨比百家甚至千家，所以我們不能閉門造車，知己知彼才能百戰百勝。如下表 1 所示。

表 1. 網路銷售流程

網路銷售	
營業時間	24 小時
銷售地點	無遠弗界
人力	店長本身
物力	電腦、上網線路 ( ADSL 、 CABLE )
空間	只要增加硬碟空間，可陳列的商品數量不限
固定支出	系統承租費用
庫存控管	資訊代替庫存
銷售流程	物品網路上架 ↓ 消費者上網選購 ↓ 線上刷卡付費 ( 或者小額付款 ) ↓ 將商品送至消費者指定地點 ↓ 交易完成

網路行銷中，行銷經理人除了要注意產品 4P 外，尚須注意 4C，此 4C 分別為：

- 顧客經驗(Customer Experience)
- 顧客關係(Customer Relationship)
- 溝通(Communication)
- 社群(Community)。

### 2-3 網路銷售的趨勢

對於網路銷售的趨勢，我們整合了三大重點：

- 無論個人或企業，網路開店已經走向國際。
- 網路開店與競標拍賣的熱潮，更引爆 3 個新現象：「跨國交易」、「清庫存、賺價差」，以及「延伸性服務」的興起。
- 未來的網路消費模式就是自己加盟網路商城，加盟後自己是經營者同時也是消費者，當然，歡迎親朋好友或網友來消費，代購，送禮都可以。

### 2-4 網路行銷對消費者的助益

對於網路行銷對消費者的助益，我們整合了四大重點：

- 不受時間限制的消費方式：網際網路提供 24 小時的消費環境，消費者可以在任何時間進行消費。
- 不受地點限制的消費方式：網際網路提供全球化的消費環境，消費者可以在任何地點，只要能夠上網都可以進行消費。
- 資訊充足。在一個交易行為中，參與者對相關市場上的資訊取得，立於不平等的地位稱為資訊不對稱(information asymmetry)。而網際網路可以提供更為充足的資訊，以平衡買方或賣方的資訊不對稱。
- 不受廣告及銷售人員的影響：在網際網路上，不同於傳統的行銷，消費者不會接受到傳統電視廣告，更沒有接觸銷售人員，因此，並不受廣告及銷售人員的影響。

## 2-5 網路行銷對企業的助益

對於網路行銷對企業的助益，我們整合了四大重點：

- 市場得以延伸：網際網路提供全球化的特質，任何網路上的企業基本上都是全球化的企業，因此市場沒有國別之分。
- 不需透過配銷商就可以降低通路成本：網際網路的去中間化特質，提供企業不需透過配銷商就可以直接接觸消費者的機會，可以降低通路成本。
- 能迅速反應市場需求，增加產品或改變行銷規劃：網際網路提供的是電子距離，這不同於傳統上的實體距離，網路上的每一位消費者與企業的距離是 1 秒鐘的電子距離，因此企業能迅速反應市場需求，增加產品或改變行銷規劃。
- 能與消費者建立應對式的互動對話：網際網路虛擬化、互動化的特質，有助於企業建立線上應對式的互動對話。

## 第三節 各種網路行銷

### 3-1 部落格網路行銷

部落格網路行銷大多以個人或餐飲、食品...等小型企業為主，如以個人來說多數會以心情、日記、等分享，以交流的成分居多，對於小型商家架設部落格網路行銷，當然至少不用因架設網站所需費用(網址、網頁設計)，而增加網路行銷成本；但是對於瀏覽者來說這樣的部落格網路行銷比較屬於小規模公司型態，所以網路行銷公信力也會降低許多，同時台灣每個入口網站都有部落格，一般的部落格也大多只能在自己的入口網站網路行銷

### 3-2 關鍵字 PPC 網路行銷

這是針對一個新網站在無法作其他網路行銷以及有效搜尋與曝光前，是所有網路行銷中最快速與有效的網路行銷方式，但如果網站的人氣與曝光度高的話，就不建議使用關鍵字廣告來做網路行銷。目前所有知名的網路行銷網站中當然是以雅虎的知名度最高，可是相對而言，網路行銷的問題也是最多，例如不肖經銷商惡意點擊、點閱 IP 不公開等，因此建議可以參考 GOOGLE 或其他入口網站做

網路行銷，雖然瀏覽率低但是至少不會有雅虎這些質疑的問題產生，同時網路行銷費用成本也會相較來的少

### 3-3 EDM 網路行銷

這是屬於強制性電子發信網路行銷方式，主要藉由信件點選後增加網路行銷曝光，但是現在這種網路行銷手法已經沒落，原因在於一般這種信件大多會被搜尋引擎阻擋，而成為垃圾信件，同時這些 EDM 所發信的信箱，也無法正確及有效性去區分收信者(性別、年齡、興趣等)。一般人收到這種網路行銷信件會有厭惡感，甚至擔心這種網路行銷信件中含有中毒木馬程式而予以刪除，而大部分的商家也會以傳銷、八大行業(票貼、借貸、)居多，此種網路行銷如果收件者點閱，對網路行銷來說就是增加唯一流量方式。在國外也已經立法通過，針對這種 EDM 網路行銷的商家會有實質上的罰款機制，所以相信台灣以後也是如此

### 3-4 SEO 網路行銷

這是在網路行銷中頗具專業性與難度相當高的網路行銷方式，也是頗具有準確性需求的網路行銷方式，瀏覽者會在自己喜歡的搜尋引擎中，輸入關鍵字來查詢相關資料。一般台灣會以雅虎及谷歌做為主要網站排名的依據，雅虎的商家多數都以台灣產業為主，而谷歌的商家則會有進出口貿易方面相關的需求。除此之外，國內還有其他知名的如：中華電信、MSN、PCHOME...等。目前雅虎的人為干擾機制較為頻繁與商業化，故在雅虎做網路行銷的確需要不定時的觀察與修改，但是谷歌的排名是一般網路行銷比較肯定的，原因是排名的規則很容易搜尋與學習，也不會有商業化及網路行銷干擾的問題

### 3-5 入口網站網路行銷

目前台灣許多資訊業者也開始架設一個專屬行業平台，來吸引廣大族群從事網路行銷，一開始的做法會以 EDM、SKYPE、部落格留言方式作網路行銷，來讓商家免費登錄與曝光，當然最主要的受益還是該入口網站，因為商家免費登錄後即可以衝高網站流量與積分。入口網站廣告主要不是在於價格高低，而是整個網站的人氣與網路行銷效果，同時在這裡是否可以很容易的搜尋到，這些網路行銷利弊都是商家要去評估的課題

### 3-6 口碑式網路行銷

口碑式網路行銷比一般廣告容易被消費著接受，口碑式網路行銷，在大量網友最常瀏覽的網頁，提供完整豐富的資訊與使用見證，可為企業帶來商機，並且為商品與服務贏得業績，網友可輕鬆在網頁搜尋的第一頁以及知識加第一頁就能

看到網路行銷商家的廣告宣傳，有效增加網路商家的曝光度與信賴度，又可避免關鍵字廣告被惡意點擊，對於網路行銷預算有限的中小企業，是一個不錯的選擇。

### 3-7 適合網路行銷之特性有：

(1)所提供的產品是否需要實際看到、試用或觸摸

如果購買前是需要實際看到、試用或觸摸到，則在 Internet 從事網路行銷較不易成功。但是，這不代表說網路行銷對這類商品是沒有任何作用的，而是透過網路行銷的目的需要做修正。

修正原先將焦點置於網路行銷，而將焦點著重在網路行銷的早期階段，例如提升顧客對產品的注意、興趣或是購買的欲望；也可以將說服顧客購買產品改成讓他們有興趣去參觀銷售的據點。

例如：聯強國際的「聯強 e 城市」網站的網路行銷，就是經由網路行銷提供最新的產品資訊與完整的產品使用方法，來吸引顧客的注意力，提高顧客的購買意願，藉此驅使客人到其銷售據點去參觀購買產品

(2)所提供的產品是否易於了解、組裝和訂購

如果產品的組裝和訂購的過程可以簡易化和自動化，則此產品比較有可能順利網路行銷，例如：玩具與模型飛機等產品。如果產品組裝和操作的過程複雜，需要專家的協助，則較難達成在網路行銷的目標。因此，筆者認為較複雜的產品可以先透過網路達到銷售循環的前期階段的網路行銷，吸引消費者的注意。例如：讓消費者了解產品並產生興趣

## 第四節 相關研究應用探討

依本章前述之相關理論與文獻探討，發現網路行銷附加價值高，成本低，獲利能力強，值得投資。

### 第三章 系統研究方法

#### 第一節 研究流程

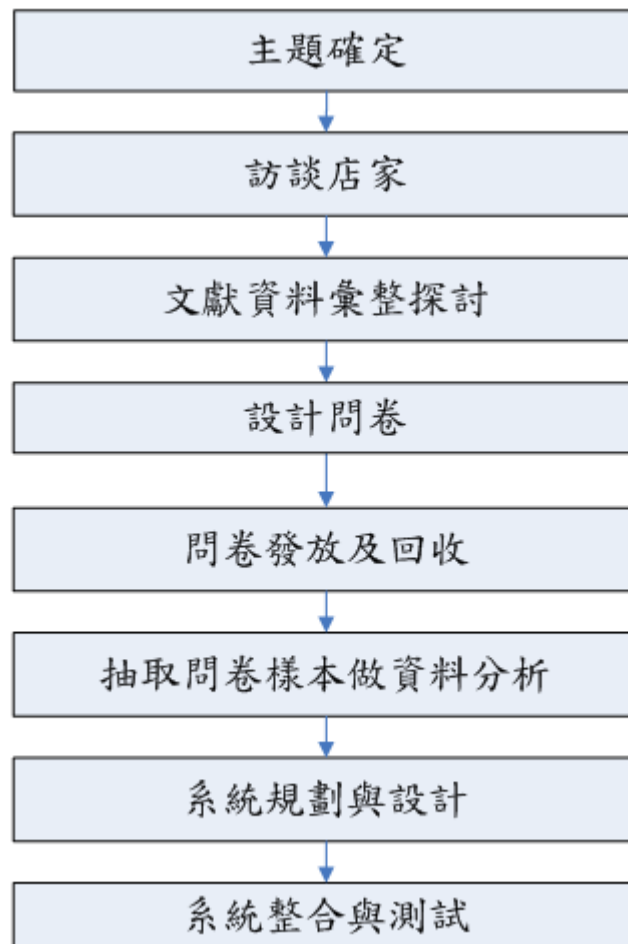


圖 1.研究流程圖

## 第二節 研究方法

### 問卷分析

#### 1. 那些資訊是您在考量購買樂器時的因素？(複選)

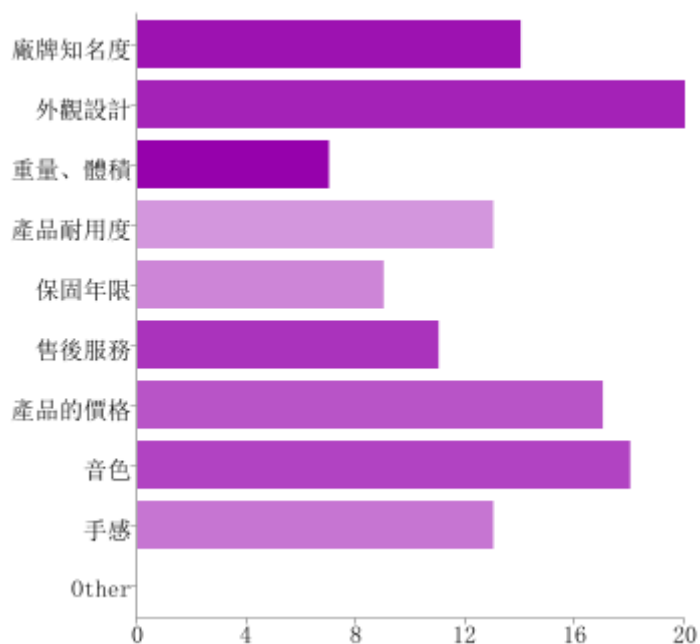


圖 2. 問卷分析圖-1

廠牌知名度	14	64%
外觀設計	20	91%
重量、體積	7	32%
產品耐用度	13	59%
保固年限	9	41%
售後服務	11	50%
產品的價格	17	77%
音色	18	82%
手感	13	59%

表 2. 問卷分析表-1

#### 說明填券者購買樂器時注重的項目排名

1. 外觀設計
2. 音色
3. 產品價格
4. 廠牌知名度
5. 產品耐用度
6. 手感
7. 售後服務
8. 保固年限
9. 重量、體積



2. 如果您想購買樂器，會選擇？

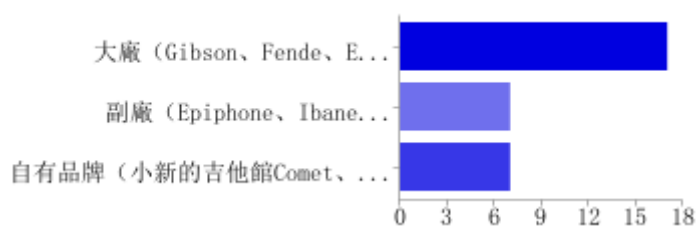


圖 3. 問卷分析圖-2

大廠 (Gibson、Fende、ESP …等)	17	77%
副廠 (Epiphone、Ibanez GIO、Squier …等)	7	32%
自有品牌 (小新的吉他館 Comet、藍琴 BGM …等)	7	32%

表 3. 問卷分析表-2

說明填券者購買樂器時會不會選擇有品牌之樂器會，有品牌傾向

3. 如果您想購買樂器，你的預算為多少？

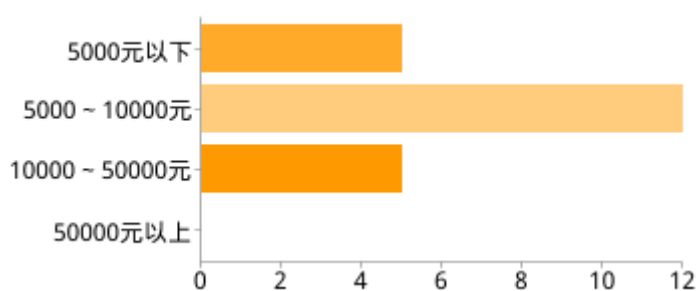


圖 4. 問卷分析圖-3

5000 元以下	5	23%
5000 ~ 10000 元	12	55%
10000 ~ 50000 元	5	23%
50000 元以上	0	0%

表 4. 問卷分析表-3

說明填卷者購買樂器價格消費意願程度  
主要願意花費 5000~10000 元中等價位上

4. 如果您想買樂器，您會想去何處選購？(複選)

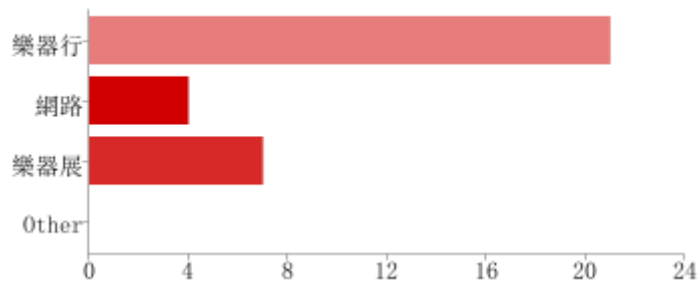


圖 5. 問卷分析圖-4

樂器行	21	95%
網路	4	18%
樂器展	7	32%
Other	0	0%

表 5. 問卷分析表-4

說明填卷者會去哪買樂器

傾向去可以接觸到實體商品的實體店面

5. 您是否會購買二手樂器？

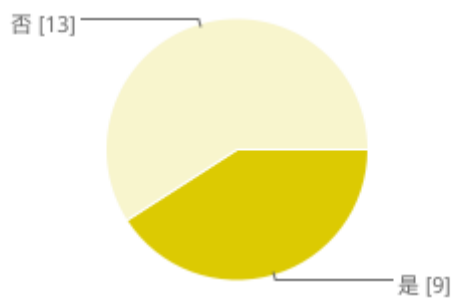


圖 6. 問卷分析圖-5

是	9	41%
否	13	59%

表 6. 問卷分析表-5

說明填卷者二手樂器的購買意願

否佔大多數

6. 為何想買二手樂器？

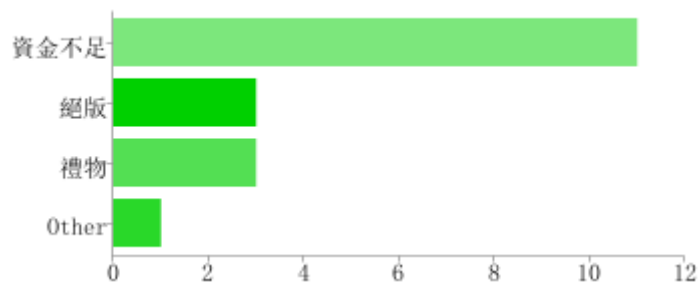


圖 7. 問卷分析圖-6

資金不足	11	85%
絕版	3	23%
禮物	3	23%
Other	1	8%

表 7. 問卷分析表-6

**說明填卷者二手樂器的購買原因  
主要是因為資金不足**

7. 您知道集樂城樂器嗎？

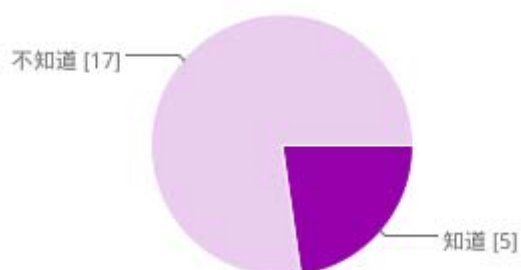


圖 8. 問卷分析圖-7

知道	5	23%
不知道	17	77%

表 8. 問卷分析表-7

**說明填卷者是否知道集樂城樂器  
大部分不知道**

8. 您是由哪些管道得知集樂城？(複選)

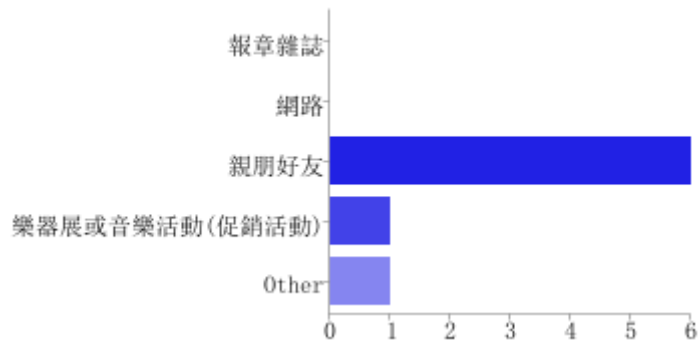


圖 9. 問卷分析圖-8

報章雜誌	0	0%
網路	0	0%
親朋好友	6	75%
樂器展或音樂活動(促銷活動)	1	13%
Other	1	13%

表 9. 問卷分析表-8

#### 說明填卷者從何得知集樂城樂器

主要都是從親朋好友聽來，而網路的比例是 0，可以是因為沒有一個專屬的網站關係

### 第三節 SWOT 分析

S (strength 優勢)	W (weakness 劣勢)
<ol style="list-style-type: none"><li>1. 專業性</li><li>2. 服務多元化</li><li>3. 網頁資訊傳遞快速</li><li>4. 加深用戶印象</li><li>5. 通路廣</li><li>6. 成本低</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. 實際差異性</li><li>2. 種類少</li><li>3. 知名度不高</li></ol>
O (opportunities 機會)	T (thereat 威脅)
<ol style="list-style-type: none"><li>1. 品類殺手</li><li>2. 網際網路普及</li><li>3. 迅速與便利性</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. 複製容易、各家企業爭激烈</li><li>2. 網路市場飽和</li></ol>

表 10.SWOT 分析表

## 第四章 預期研究成果

### 第一節 系統功能

#### 一、關於集樂城

提供顧客了解店家的簡介、E-mail、聯絡電話...等資訊。

#### 二、產品資訊

##### 1.產品目錄

裡面的項目有木吉他、電吉他、貝斯(BASS)、小提琴、烏克麗麗、...等樂器商品。

##### 2.產品介紹

介紹樂器的規格及價錢、風評...等。

#### 三、開課資訊

不管是想學木吉他、電吉他、貝斯或爵士鼓的人都能在這方便查閱課程的資訊。

#### 四、討論區

##### 1.學生社團

提供學生或社團在此處做交流。

##### 2.樂器專欄

裡面細分成民謠吉他、古典吉他、電吉他、貝斯四個專欄。

##### 3.樂譜分享

由店家或會員來分享，提供使用者方便查詢歌曲的和絃。

##### 4.影音分享

提供使用者上傳自彈自唱的影音來做分享。

## 五、燈光音響工程

提供店家在燈光音響工程這塊的介紹及收費標準。

## 六、練團室租借

介紹練團室及練團室的收費標準。以及提供線上預約

## 七、會員專區

### 1.會員申請

藉由會員的申請，留下顧客的聯絡方式及相關資料，方便店家

寄 E-mail 讓顧客得知最新產品以及其他產品的特價資訊。

### 2.資料修改

## 八、FAQ

提供一些有關於音樂方面的問與答。

## 第二節 系統特色

### 一、建立店家形象

藉由網際網路，拓展集樂城的知名度，讓不管是想學吉他或想買吉他...等的人，都會想到集樂城這家公司。

### 二、減少店家成本

由店家本身網站來做訂購服務，讓顧客透過簡單的流程，即可訂購，也減少了店家在其他拍賣平台上所花的成本。

### 三、查詢便利

顧客可由此網站查詢是否有新的產品、新的特價資訊，方便顧客在第一時間內得到最豐富完整的資訊。

#### 四、管理方便

透過會員機制，店家可以很清楚的了解到顧客的喜好，一方面可以了解要進貨哪些熱門樂器，一方面可以跟顧客有互動，另一方面顧客源也比較不會流失。

### 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

- 一般學生
- 對音樂有興趣的人
- 要買樂器的人
- 要學樂器的人



#### 第四節 使用環境

名稱	說明
處理器	Intel Core 2 CPU 6420
RAM	2GB
Power	350W
光碟機	DVD-ROM
硬碟	160GB

表 11.使用環境

#### 第五節 開發工具

名稱	說明
Microsoft Windows XP	作業系統
Microsoft Visual Studio 2008	網頁程式製作工具
Microsoft SQL Server 2008	資料庫工具
IIS (Internet Information Services )	網站伺服器
Microsoft Office 2007	製作書面文件、圖表工具
Adobe Flash CS4	製作動畫工具
Adobe Photoshop CS4	製作點陣圖工具
Microsoft Internet Explorer 7.0	網頁瀏覽器

表 12.開發工具

## 第六節 系統平台架構

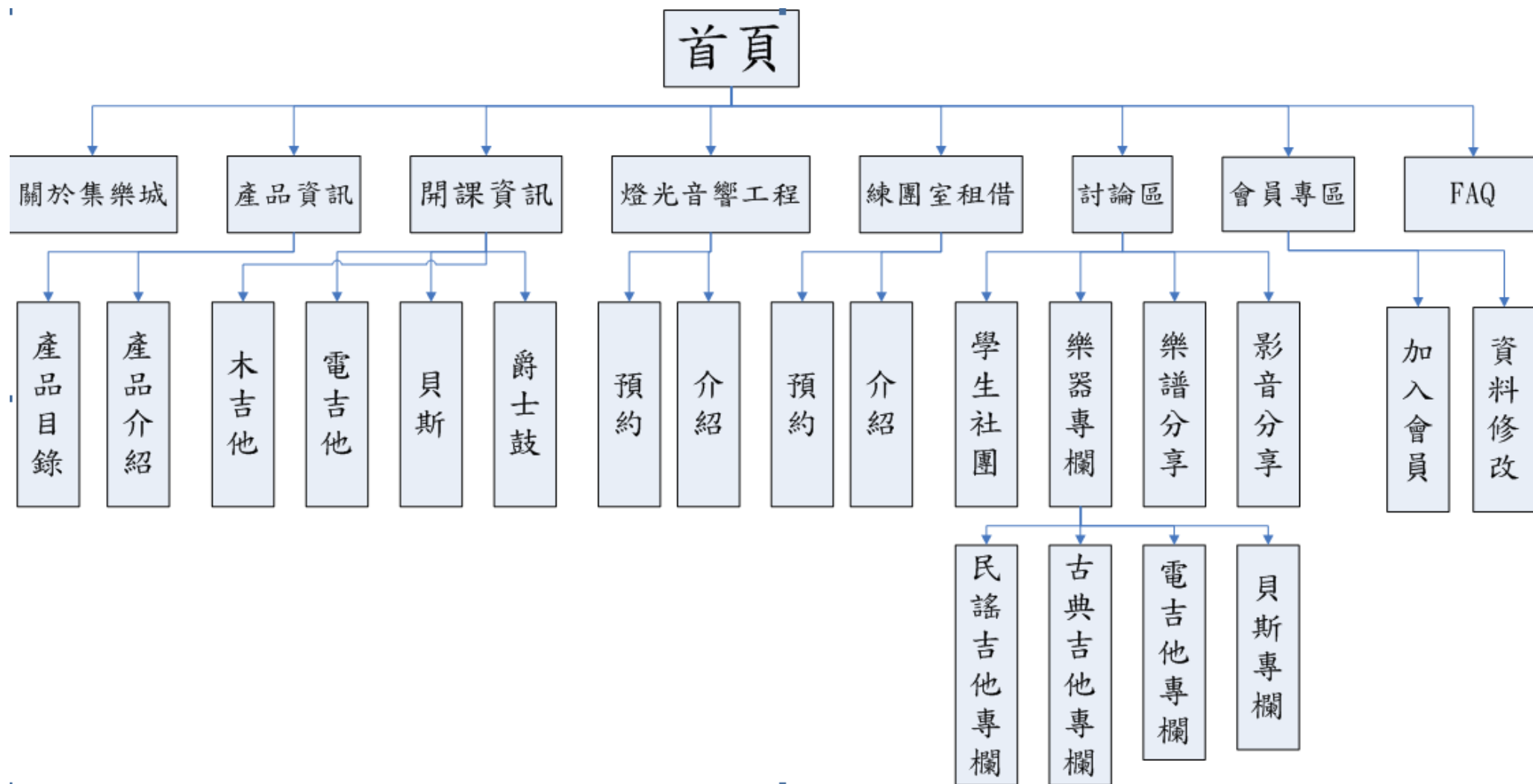


圖 10.系統平台架構圖

# 第七節 系統畫面

分享至: [f](#) [t](#) [e](#) [會](#) [會](#) [會](#) [會](#) [會](#) [會](#) [會](#) [會](#)



關於集樂城 About
產品資訊 Product
開課資訊 Curriculum
燈光音響 Engineering
練團室租借 Renting
討論區 Discussion
常見問題 FAQ

🔍 趕快免費註冊來看看朋友對哪些內容找過。

### 最新消息

Date	News
2011/11/18	★集樂城樂器★EPIPHONE LP Special II 電吉他套裝組 (台灣限定版) 限量5組!!
2011/11/1	★集樂城樂器★BGTM-601雲杉古典吉他 (全國首創! 藍色鏡面烤漆!) 限量2支
2011/9/20	100學年度各校社課正式開跑!!!
2011/9/12	燈光音響 - 校園場迎新活動優惠中!!!
2011/9/2	★集樂城樂器★Koua嚴選5段EQ電木吉他~下殺3999!! 限量2支

### 熱門商品



★集樂城樂器★BGTM BT-65RD系列~送獨家千元好禮!!

★藍琴吉他教學系統指定用琴★BT-65系列~送獨家千元好禮!!

\$ 3,400



★集樂城樂器★JYC雙單雙電吉他-ST 贈送頂級配件市價超過2700!

店長嚴選, 不鏽鋼琴衍, FENDER頭型、超高級雙單雙拾音器、五段切換控制全國最高品質, 初學者不手痛!

\$ 5,980



★集樂城樂器★JYC 10B電貝司套裝組 (漸層)~10W貝司音箱加贈價只要999!!

店長嚴選, 不鏽鋼琴衍, FENDER頭型、超高級拾音器、四個控制弦鈕全國最高品質, 初學者不手痛!

\$ 6,740

### 最新消息 NEWS

NE LP Special II 電吉他套裝

---

### 最新熱門商品



★集樂城樂器★BGTM BT-65RD系列~送獨家千元好禮!!

★藍琴吉他教學系統指定用琴★BT-65系列~送獨家千元好禮!!

### 店家位置



### 集樂城相關連結

**facebook**  
集樂城 Facebook 粉絲專頁

PCHome 商店街  
集樂城 PCHome 商店街

**無名小站**  
集樂城無名小站

東區門市部: 台北市大安區信義路三段102號4樓 | 燈光音響部: 台北縣永和市廣河東路一段36號 (需預約)  
 TEL: (02) 2700-8780 | FAX: (02) 2700-8781 | 線上即時客服: 0958-121-607  
 Copyright © 2011 集樂城樂器王國 All Rights Reserved.

網頁圖 1-首頁



關於集樂城 About   產品資訊 Product   開課資訊 Curriculum   燈光音響 Engineering   練團室租借 Renting   討論區 Discussion   常見問題 FAQ



### 最新消息 NEWS

8 ★集樂城樂器★EPIPHO!

### 最新熱門商品



★集樂城樂器★BGTM BT-65RD系列~送獨家千元好禮!  
★藍琴吉他教學系統指定用琴★BT-65系列~送獨家千元好禮!!

集樂城樂器王國創立於民國94年，以提倡全民音樂風氣為宗旨成立教學系統，旗下有木桶、萬芳、大安等許多國高中社團。並為了讓所有孩子都可以擁有一把吉他，以低價位、高品質創立了自有品牌「BGTM」。

本公司主要以樂器生產製造、批發、販售為主，主要商品為吉他、小提琴、鋼琴以及各式樂器配件為主。未來將以穩定積極的速度增設直營門市，已提供更多更完善的服務。

公司地址：台北市大安區信義路三段202號5樓

公司電話：02-27008780

負責人：謝奕辰

營業項目：樂器教學、販售、批發、製造、練團室出租、燈光音響工程等

- 2005/06 公司正式成立
- 2005/09 成立藍琴教學系統
- 2006/04 開創自有品牌「BGTM」
- 2007/02 音樂教室正式營運
- 2008/06 成立網路事業群
- 2009/09 成立燈光音響工程
- 2010/06 樂器公報 - 全台灣購吉他第一名

### 店家位置



### 集樂城相關連結



集樂城Facebook粉絲團



集樂城PCHome商店街



集樂城無名小站



關於集樂城 [Product](#) 產品資訊 [Curriculum](#) 開課資訊 [Engineering](#) 燈光音響 [Renting](#) 練習室租借 [Discussion](#) 討論區 [FAQ](#) 常見問題

商品圖	商品名稱	商品簡介	價格
	★集樂城樂器★ BGM BT-86WH 系列(生命樹+ 內鍵調音器 +4EQ)	生命樹4段木吉 他+內建調音器+ 支援CANON接 頭	\$ 7,980
	★集樂城樂器★ 演奏級BGM 8012-12弦吉 他!!送拾音器 ~門市價8000	12弦和聲吉他, 全國最高品質, 保證弦具低為首 要要素,即日起 加拾音器,輕鬆 升級成電木!	\$ 11,200
	★集樂城樂器★ 頂級紅松單板 BGM BT-1216S (台灣限定 Shadow P7EQ特 別版)!		\$ 18,500
	★集樂城樂器★ 店長嚴選JYC- 10G S1 電吉他	店長嚴選,不鏽 鋼琴衍、 FENDER頭型、 超高級雙單雙拾 音器、五段切換 控制全國最高品 質,初學者不手 痛!	\$ 4,980
	★集樂城樂器★ 店長嚴選JYC- 10B BK 電貝斯 (+1000可獲得 專用音箱及全套 配件囉)	店長嚴選,不鏽 鋼琴衍、 FENDER頭型、 超高級拾音器、 四個控制弦鈕全 國最高品質,初 學者不手痛!	\$ 6,500

123

最新消息 NEWS

限量5組!!

最新熱門商品



★集樂城樂器★BGM BT-65RD系列~送獨家千元好禮!!  
★藍琴吉他教學系統指定用琴★BT-65系列~送獨家千元好禮!!

店家位置



集樂城相關連結



集樂城Facebook粉絲團



集樂城PChome商店街



集樂城無名小站

網頁圖 3-產品資訊





關於集樂城 About | 產品資訊 Product | 開課資訊 Curriculum | 燈光音響 Engineering | 練團室租借 Renting | 討論區 Discussion | 常見問題 FAQ

姓名	類別	擅長	經歷
張洪德	貝斯	無	BlueWhy樂團貝斯手 失敗者樂團貝斯手 淡水真理大學熱門音樂社第七屆社長 真理大學社團指導老師 台北敦煌樂器電貝斯教師 2007年藝人柯有倫 樂團貝斯手 2007年藝人戴愛玲 校園巡迴樂團貝斯手 2008年退役於聯勤軍樂隊 2008年藝人古巨基 台北 自由演唱會員貝斯手 2008年錄製客家電視台 流行原創客 節目 2011年參與星光大道歌手葉璦庭演出專任貝斯手
陳冠毅	爵士鼓	Jazz	YAMAHA 第十八屆 地區最佳鼓手 YAMAHA 第十九屆 全國決賽 97台灣原創流行音樂大獎 客語組 第二名 及 最佳演出獎 國防部聯勤軍樂隊打擊組組長 曾任基隆市崇右企專、二信中學熱門音樂社指導老師 現任真理大學音樂創作社指導老師 客家電視台 流行原創客 專任錄影鼓手 2008 國立海洋大學Drums & BASS(輕鬆玩貝斯手小人國)講座
王政志	民謠吉他	Jazz、Fusion	美國洛杉磯音樂學院畢業(Musical Institute GIT AA Degree) 曾任台北市立山高中吉他社指導老師 曾任國立內壢高中吉他社指導老師 曾任國內吉他雜誌意劇琴迷採譜一職 曾於台北爵士音樂節新秀演奏會演出

最新消息 NEWS  
11-11-18 ★集樂城樂器★

**最新熱門商品**

★集樂城樂器★BGTM BT-65RD系列~送獨家千元好禮！  
★藍琴吉他教學系統指定用琴★BT-65系列~送獨家千元好禮！！



集樂城相關連結

**facebook**  
集樂城Facebook粉絲團

**PChome 商店街!**  
集樂城PChome商店街

**無名小站**  
集樂城無名小站

網頁圖 4-開課師資資訊



關於集樂城 About | 產品資訊 Product | 開課資訊 Curriculum | 燈光音響 Engineering | 練團室租借 Renting | 討論區 Discussion | 常見問題 FAQ

### 集樂城 燈光音響工程

#### A. 小型迎新自助專案 3000 起器材規劃 (音響器材+高感廣麥克風+播放設備+樂團樂器)

器材規格	數量	單位	單項租金
YAMAHA 12CH 混音器	1	台	1500/式
喇叭後 UNIKA DCA-1100	1	台	1500/式
主喇叭 MORGAN SOUND SX-12	2	支	1000/個
藍腦麥克風 MIPOR 801	2	支	500/支
CD PLAYER (MP3,VCD,DVD,PG)	1	台	200/式
電吉他專用音箱 Marshall MG100	1	台	800/台
電吉他專用音箱 Trace 100W	1	台	800/台
電貝士專用音箱 Lanzy 160W	1	台	800/台
鍵盤樂器專用音箱 LANZY CASO	1	台	800/台
Dixon 爵士鼓標準 5PICS	1	套	1500/套
各式樂器連接線材	1	式	-

#### B. 禮堂迎新專案 15000 (亦可調整器材) 器材規劃 (A 專案+燈光設備+特效設備)

器材規格	數量	單位	單項租金
燈光控制器 MAGIC 12CH 110V	1	台	1500/式
染色燈 LED PAR 10V/18W	2	盞	900/個
追蹤燈 110V/360W 可變色	1	支	1500/式
噴煙機 or 泡泡機 110V	2	支	500/台

主要營業項目為:燈光音響器材規劃租借、販售、舞台架設、小型場次器材規劃等服務。專營婚禮、幼稚園相關活動、校園迎新、產品發表會、樂團成果展等,歡迎詢問。

#### 燈光音響活動承辦專案企劃

<p>校園場</p>	<p>婚宴場</p>	<p>商業場</p>
------------	------------	------------

#### 最新消息 NEWS

11-18 ★集樂城樂器★EPI

#### 最新熱門商品



★集樂城樂器★BGTM BT-65RD系列~送獨家千元好禮!!  
★藍琴吉他教學系統指定用琴★BT-65系列~送獨家千元好禮!!

#### 店家位置



#### 集樂城相關連結





關於集樂城 About | 產品資訊 Product | 開課資訊 Curriculum | 燈光音響 Engineering | 練團室租借 Renting | 討論區 Discussion | 常見問題 FAQ

[上週](#) | [本週](#) | [下週](#)

練團室預約表

時間	2011/9/18 日	2011/9/19 一	2011/9/20 二	2011/9/21 三	2011/9/22 四	2011/9/23 五	2011/9/24 六
10點前							
10-11							
11-12							
12-13							
13-14							
14-15							
15-16							
16-17							
17-18							
18-19							
19-20							
20-21							
21-22							
22-23							
23點後							

棕色標記表示已經有人預定，橘色標記表不出租

練團室預覽



樂團於預定時間晚到超過30分鐘，將把預定時間刪除以便其他樂團使用

最新消息 NEWS

2011-11-18 ★集樂城

最新熱門商品



★集樂城樂器★BGTM BT-65RD系列~送獨家千元好禮!!  
★藍琴吉他教學系統指定用琴★BT-65系列~送獨家千元好禮!!

店家位置



集樂城相關連結



集樂城 Facebook 粉絲專頁



集樂城 PChome 網路商店






集樂城無名小站

網頁圖 6-練團室租借



論壇(前端)

顯示 ID	LOGO	主頁內容	資料類型	版本	用戶註冊	最新主題
 <a href="#">查看詳情</a> (回應數: 1)	蔡學友 (yu-shun@hotmail.com)					IP: 127.0.0.1   2011/11/18 01:39:36
主頁 <a href="#">➤</a> 我是蔡學友						
 <a href="#">查看詳情</a> (回應數: 0)	洪文晉 (iang@hotmail.com)					IP: 127.0.0.1   2011/11/18 01:38:22
主頁 <a href="#">➤</a> 古典吉他的話好軟						
 <a href="#">查看詳情</a> (回應數: 0)	洪文晉 (iang@hotmail.com)					IP: 127.0.0.1   2011/11/18 01:35:07
主頁 <a href="#">➤</a> 吉他換弦						
 <a href="#">查看詳情</a> (回應數: 0)	洪文晉 (iang@hotmail.com)					IP: 127.0.0.1   2011/11/18 01:05:52
主頁 <a href="#">➤</a> 我是洪文晉						
 <a href="#">查看詳情</a> (回應數: 0)	周偉倫 (jay0023@hotmail.com)					IP: 127.0.0.1   2011/10/21 14:24:46
主頁 <a href="#">➤</a> 我是jay 周偉倫						
 <a href="#">查看詳情</a> (回應數: 0)	林俊傑 (j1102@yahoo.com.tw)					IP: 127.0.0.1   2011/10/18 16:03:16
主頁 <a href="#">➤</a> 彈鋼琴好有氣質						
 <a href="#">查看詳情</a> (回應數: 0)	林俊傑 (j1102@yahoo.com.tw)					IP: 127.0.0.1   2011/10/18 15:53:20
主頁 <a href="#">➤</a> 我是林俊傑						
 <a href="#">查看詳情</a> (回應數: 0)	程小東 (hsdchen0213@yahoo.com.tw)					IP: 127.0.0.1   2011/10/18 15:32:07
主頁 <a href="#">➤</a> 我是程小東						

網頁圖 7-討論區(01)

發表討論主題

心情			
姓名	<input type="text"/>	性別	<input type="radio"/> 男 <input type="radio"/> 女
E-Mail	<input type="text"/>		
討論主題	<input type="text"/>		
主題內容	<div style="border: 1px solid #ccc; height: 150px; width: 100%;"></div>		
驗證	請將右方的數字填入 >>>>>> <input type="text"/>		

[存檔](#) [取消](#)

網頁圖 8-討論區(02)



- 關於集樂城 About
- 產品資訊 Product
- 開課資訊 Curriculum
- 燈光音響 Engineering
- 練團室租借 Renting
- 討論區 Discussion
- 常見問題 FAQ

- Q 新手電吉他怎麼挑?
- Q 電吉他和木吉他的差異
- Q 電子琴可以替代鋼琴嗎?
- Q 電吉他與貝斯一樣嗎?
- Q 為什麼我的樂器訊號線有方向性(箭頭)?
- Q 使用1/4"平衡式接頭可以在1/4"接線系統中減低噪音的分布嗎?
- Q 什麼是時間校正(Time Correct)技術?
- Q 什麼是Magnetic Flux Tube?
- Q 喇叭線可以拉多長?
- Q 音響工程施工預埋喇叭線需要特殊的線嗎?

1 2 3 4

#### 最新消息 NEWS

★集樂城樂器★EPIPHON

#### 最新熱門商品



★集樂城樂器★BGTM BT-65RD系列~送獨家千元好禮!!  
★藍琴吉他教學系統指定用琴★BT-65系列~送獨家千元好禮!!

#### 店家位置



#### 集樂城相關連結



集樂城Facebook粉絲團專頁



集樂城PCHome網路商店



集樂城無名小站

分享至：[f](#) [t](#) [p](#) [v](#) [u](#) [w](#) [x](#) [y](#) [z](#) [aa](#) [ab](#) [ac](#) [ad](#) [ae](#) [af](#) [ag](#) [ah](#) [ai](#) [aj](#) [ak](#) [al](#) [am](#) [an](#) [ao](#) [ap](#) [aq](#) [ar](#) [as](#) [at](#) [au](#) [av](#) [aw](#) [ax](#) [ay](#) [az](#) [ba](#) [bb](#) [bc](#) [bd](#) [be](#) [bf](#) [bg](#) [bh](#) [bi](#) [bj](#) [bk](#) [bl](#) [bm](#) [bn](#) [bo](#) [bp](#) [bq](#) [br](#) [bs](#) [bt](#) [bu](#) [bv](#) [bw](#) [bx](#) [by](#) [bz](#) [ca](#) [cb](#) [cc](#) [cd](#) [ce](#) [cf](#) [cg](#) [ch](#) [ci](#) [cj](#) [ck](#) [cl](#) [cm](#) [cn](#) [co](#) [cp](#) [cq](#) [cr](#) [cs](#) [ct](#) [cu](#) [cv](#) [cw](#) [cx](#) [cy](#) [cz](#) [da](#) [db](#) [dc](#) [dd](#) [de](#) [df](#) [dg](#) [dh](#) [di](#) [dj](#) [dk](#) [dl](#) [dm](#) [dn](#) [do](#) [dp](#) [dq](#) [dr](#) [ds](#) [dt](#) [du](#) [dv](#) [dw](#) [dx](#) [dy](#) [dz](#) [ea](#) [eb](#) [ec](#) [ed](#) [ee](#) [ef](#) [eg](#) [eh](#) [ei](#) [ej](#) [ek](#) [el](#) [em](#) [en](#) [eo](#) [ep](#) [eq](#) [er](#) [es](#) [et](#) [eu](#) [ev](#) [ew](#) [ex](#) [ey](#) [ez](#) [fa](#) [fb](#) [fc](#) [fd](#) [fe](#) [ff](#) [fg](#) [fh](#) [fi](#) [fj](#) [fk](#) [fl](#) [fm](#) [fn](#) [fo](#) [fp](#) [fq](#) [fr](#) [fs](#) [ft](#) [fu](#) [fv](#) [fw](#) [fx](#) [fy](#) [fz](#) [ga](#) [gb](#) [gc](#) [gd](#) [ge](#) [gf](#) [gg](#) [gh](#) [gi](#) [gj](#) [gk](#) [gl](#) [gm](#) [gn](#) [go](#) [gp](#) [gq](#) [gr](#) [gs](#) [gt](#) [gu](#) [gv](#) [gw](#) [gx](#) [gy](#) [gz](#) [ha](#) [hb](#) [hc](#) [hd](#) [he](#) [hf](#) [hg](#) [hh](#) [hi](#) [hj](#) [hk](#) [hl](#) [hm](#) [hn](#) [ho](#) [hp](#) [hq](#) [hr](#) [hs](#) [ht](#) [hu](#) [hv](#) [hw](#) [hx](#) [hy](#) [hz](#) [ia](#) [ib](#) [ic](#) [id](#) [ie](#) [if](#) [ig](#) [ih](#) [ii](#) [ij](#) [ik](#) [il](#) [im](#) [in](#) [io](#) [ip](#) [iq](#) [ir](#) [is](#) [it](#) [iu](#) [iv](#) [iw](#) [ix](#) [iy](#) [iz](#) [ja](#) [jb](#) [jc](#) [jd](#) [je](#) [jf](#) [jg](#) [jh](#) [ji](#) [jj](#) [jk](#) [jl](#) [jm](#) [jn](#) [jo](#) [jp](#) [jq](#) [jr](#) [js](#) [jt](#) [ju](#) [jv](#) [jw](#) [jx](#) [jy](#) [jz](#) [ka](#) [kb](#) [kc](#) [kd](#) [ke](#) [kf](#) [kg](#) [kh](#) [ki](#) [kj](#) [kk](#) [kl](#) [km](#) [kn](#) [ko](#) [kp](#) [kq](#) [kr](#) [ks](#) [kt](#) [ku](#) [kv](#) [kw](#) [kx](#) [ky](#) [kz](#) [la](#) [lb](#) [lc](#) [ld](#) [le](#) [lf](#) [lg](#) [lh](#) [li](#) [lj](#) [lk](#) [ll](#) [lm](#) [ln](#) [lo](#) [lp](#) [lq](#) [lr](#) [ls](#) [lt](#) [lu](#) [lv](#) [lw](#) [lx](#) [ly](#) [lz](#) [ma](#) [mb](#) [mc](#) [md](#) [me](#) [mf](#) [mg](#) [mh](#) [mi](#) [mj](#) [mk](#) [ml](#) [mm](#) [mn](#) [mo](#) [mp](#) [mq](#) [mr](#) [ms](#) [mt](#) [mu](#) [mv](#) [mw](#) [mx](#) [my](#) [mz](#) [na](#) [nb](#) [nc](#) [nd](#) [ne](#) [nf](#) [ng](#) [nh](#) [ni](#) [nj](#) [nk](#) [nl](#) [nm](#) [nn](#) [no](#) [np](#) [nq](#) [nr](#) [ns](#) [nt](#) [nu](#) [nv](#) [nw](#) [nx](#) [ny](#) [nz](#) [oa](#) [ob](#) [oc](#) [od](#) [oe](#) [of](#) [og](#) [oh](#) [oi](#) [oj](#) [ok](#) [ol](#) [om](#) [on](#) [oo](#) [op](#) [oq](#) [or](#) [os](#) [ot](#) [ou](#) [ov](#) [ow](#) [ox](#) [oy](#) [oz](#) [pa](#) [pb](#) [pc](#) [pd](#) [pe](#) [pf](#) [pg](#) [ph](#) [pi](#) [pj](#) [pk](#) [pl](#) [pm](#) [pn](#) [po](#) [pp](#) [pq](#) [pr](#) [ps](#) [pt](#) [pu](#) [pv](#) [pw](#) [px](#) [py](#) [pz](#) [qa](#) [qb](#) [qc](#) [qd](#) [qe](#) [qf](#) [qg](#) [qh](#) [qi](#) [qj](#) [qk](#) [ql](#) [qm](#) [qn](#) [qo](#) [qp](#) [qq](#) [qr](#) [qs](#) [qt](#) [qu](#) [qv](#) [qw](#) [qx](#) [qy](#) [qz](#) [ra](#) [rb](#) [rc](#) [rd](#) [re](#) [rf](#) [rg](#) [rh](#) [ri](#) [rj](#) [rk](#) [rl](#) [rm](#) [rn](#) [ro](#) [rp](#) [rq](#) [rr](#) [rs](#) [rt](#) [ru](#) [rv](#) [rw](#) [rx](#) [ry](#) [rz](#) [sa](#) [sb](#) [sc](#) [sd](#) [se](#) [sf](#) [sg](#) [sh](#) [si](#) [sj](#) [sk](#) [sl](#) [sm](#) [sn](#) [so](#) [sp](#) [sq](#) [sr](#) [ss](#) [st](#) [su](#) [sv](#) [sw](#) [sx](#) [sy](#) [sz](#) [ta](#) [tb](#) [tc](#) [td](#) [te](#) [tf](#) [tg](#) [th](#) [ti](#) [tj](#) [tk](#) [tl](#) [tm](#) [tn](#) [to](#) [tp](#) [tq](#) [tr](#) [ts](#) [tt](#) [tu](#) [tv](#) [tw](#) [tx](#) [ty](#) [tz](#) [ua](#) [ub](#) [uc](#) [ud](#) [ue](#) [uf](#) [ug](#) [uh](#) [ui](#) [uj](#) [uk](#) [ul](#) [um](#) [un](#) [uo](#) [up](#) [uq](#) [ur](#) [us](#) [ut](#) [uu](#) [uv](#) [uw](#) [ux](#) [uy](#) [uz](#) [va](#) [vb](#) [vc](#) [vd](#) [ve](#) [vf](#) [vg](#) [vh](#) [vi](#) [vj](#) [vk](#) [vl](#) [vm](#) [vn](#) [vo](#) [vp](#) [vq](#) [vr](#) [vs](#) [vt](#) [vu](#) [vv](#) [vw](#) [vx](#) [vy](#) [vz](#) [wa](#) [wb](#) [wc](#) [wd](#) [we](#) [wf](#) [wg](#) [wh](#) [wi](#) [wj](#) [wk](#) [wl](#) [wm](#) [wn](#) [wo](#) [wp](#) [wq](#) [wr](#) [ws](#) [wt](#) [wu](#) [wv](#) [ww](#) [wx](#) [wy](#) [wz](#) [xa](#) [xb](#) [xc](#) [xd](#) [xe](#) [xf](#) [xg](#) [xh](#) [xi](#) [xj](#) [xk](#) [xl](#) [xm](#) [xn](#) [xo](#) [xp](#) [xq](#) [xr](#) [xs](#) [xt](#) [xu](#) [xv](#) [xw](#) [xx](#) [xy](#) [xz](#) [ya](#) [yb](#) [yc](#) [yd](#) [ye](#) [yf](#) [yg](#) [yh](#) [yi](#) [yj](#) [yk](#) [yl](#) [ym](#) [yn](#) [yo](#) [yp](#) [yq](#) [yr](#) [ys](#) [yt](#) [yu](#) [yv](#) [yw](#) [yx](#) [yy](#) [yz](#) [za](#) [zb](#) [zc](#) [zd](#) [ze](#) [zf](#) [zg](#) [zh](#) [zi](#) [zj](#) [zk](#) [zl](#) [zm](#) [zn](#) [zo](#) [zp](#) [zq](#) [zr](#) [zs](#) [zt](#) [zu](#) [zv](#) [zw](#) [zx](#) [zy](#) [zz](#)

**BEST GUITAR TEAM MEMBER**  
**BGTM**

[關於集樂城 About](#)
[產品資訊 Product](#)
[開課資訊 Curriculum](#)
[燈光音響 Engineering](#)
[練團室租借 Renting](#)
[討論區 Discussion](#)
[常見問題 FAQ](#)

### 登入

帳號	<input type="text"/>
密碼	<input type="password"/>
驗證	請將下方的數字填入
	 <input type="button" value="重新產生驗證圖示"/>
<input type="button" value="確定"/> <input type="button" value="重輸"/>	

#### 最新消息 NEWS

也套裝組 (台灣限定版) 限

---

#### 最新熱門商品



★集樂城樂器★BGTM BT-65RD系列~送獨家千元好禮!!

★藍琴吉他教學系統指定用琴★BT-65系列~送獨家千元好禮!!

---

#### 店家位置




---

#### 集樂城相關連結



集樂城 Facebook 粉絲團



集樂城 PChome 商店街



集樂城 無名小站

集樂城門市部：台北市大安區信義路三段202號9樓 | 燈光音響部：台北縣永和市環河東路一段36號 (需預約)  
 TEL：(02)2700-8780 | FAX：(02)2700-8781 | 線上即時客服：0958-121-607  
 Copyright © 2011 集樂城樂器王國 All Rights Reserved.

網頁圖 10-登入畫面

## 後台管理

	日期	消息
<input type="button" value="編輯"/> <input type="button" value="刪除"/>	2011/11/18	★集樂城樂器★EPIPHONE LP Special II 電吉他套裝組 (台灣限定版) 限量5組!!
<input type="button" value="編輯"/> <input type="button" value="刪除"/>	2011/11/1	★集樂城樂器★BGTM-601雲杉古典吉他 (全國首創! 藍色鏡面烤漆!) 限量2支
<input type="button" value="編輯"/> <input type="button" value="刪除"/>	2011/9/20	100學年度各校社課正式開跑!!!
<input type="button" value="編輯"/> <input type="button" value="刪除"/>	2011/9/12	燈光音響 - 校園場迎新活動優惠中!!!
<input type="button" value="編輯"/> <input type="button" value="刪除"/>	2011/9/2	★集樂城樂器★Koua 嚴選5段EQ電木吉他~下殺3999!! 限量2支

日期

消息

網頁圖 11-後台最新消息管理

[回首頁](#)

## 後台管理

最新消息管理
產品管理
產品類別管理
師資管理
會員管理

	產品縮圖	產品原圖	產品名稱	產品簡介	產品類別 ID	價格	規格	特色	管理
<a href="#">編輯</a> <a href="#">刪除</a>			<b>★集樂城樂器</b> <b>★NEW!! BGTM-81M (平光霧面)</b>	全國最高品質，保證弦具低為首要要素，初學者不手痛！	1	3,900		面板：雲彩 背板：貝殼杉 琴頸：拿都 指板/琴橋：玫瑰木 弦鈕：實心鍍鎳 口輪：ABS 上下弦枕：塑膠 琴弦：韓國弦 弦長：650mm	
<a href="#">編輯</a> <a href="#">刪除</a>	  		<b>★集樂城樂器</b> <b>★NEW!! BGTM-81BK (鏡面烤漆黑)！五大好禮！</b>	刷卡分期0利率，貨到付款再九折！門市直購送調音器！！限量8支	1	3,600		面板：雲彩 背板：貝殼杉 琴頸：拿都 指板/琴橋：玫瑰木 弦鈕：實心鍍鎳 口輪：ABS 上下弦枕：塑膠 琴弦：韓國弦 弦長：650mm	
<a href="#">編輯</a> <a href="#">刪除</a>			<b>★集樂城樂器★店長嚴選JYC-10B RD 電貝斯 (+1000可獲得專用音箱及全套配件哩)</b>	店長嚴選，不逮調琴衍、FENDER頭型、超高級拾音器、四個控制弦鈕全國最高品質，初學者不手痛！	4	6,500		1.為亞洲為手設計3.8cm指板寬，女生也合適！ 2.專為SLAP玩家增加指板與拾音器之距離！ 3.超高級PICK UP拾音器裝置，完整收音！ 4.四段控制弦鈕，讓音色更加多元，業界第一！	

1 2 3 4 5

**新增產品**

產品名稱

產品縮圖檔名：  
 產品縮圖

產品圖檔名：  
 產品相片

產品簡介

產品類別 木吉他

價錢

產品規格

產品特色

贈送好禮

網頁圖 12-後台最新消息管理



網頁圖 13-後台產品類別管理

後台管理			
姓名	教學類別	擅長	經歷
<input type="button" value="編輯"/> <input type="button" value="刪除"/>	張洪德	貝斯	無
BlueWhy樂團貝斯手 失敗者樂團貝斯手 淡水真理大學熱門音樂社第七屆社長 真理大學社團指導老師 台北敦煌樂器電貝斯教師 2007年藝人柯有倫 樂團貝斯手 2007年藝人戴愛玲 校園巡迴樂團貝斯手 2008年退役於聯勤軍樂隊 2008年藝人古巨基 台北 自由演唱會貝斯手 2008年錄製客家電視台 流行原創客 節目 2011年參與星光大道歌手葉璦庭演出專任貝斯手			
<input type="button" value="編輯"/> <input type="button" value="刪除"/>	陳冠毅	爵士鼓	Jazz
YAMAHA 第十八屆 地區最佳鼓手 YAMAHA 第十九屆 全國決賽 97台灣原創流行音樂大獎 客語組 第二名 及 最佳演出獎 國防部聯勤軍樂隊打擊組組長 曾任基隆市樂右企專、二信中學熱門音樂社指導老師 現任真理大學音樂創作社指導老師 客家電視台“流行原創客”專任錄影鼓手 2008 國立海洋大學Drums & BASS(輕鬆玩貝斯手小人國) 講座			
<input type="button" value="編輯"/> <input type="button" value="刪除"/>	王政志	民謠吉他	Jazz、Fusion
美國洛杉磯音樂學院畢業(Musical Institute GIT AA Degree) 曾任台北市立山高中吉他社指導老師 曾任國內內壢高中吉他社指導老師 曾任國內吉他雜誌意亂琴迷採譜一職 曾於台北爵士音樂節新秀演奏會演出			

網頁圖 14-後台師資管理



回首頁

## 後台管理

最新消息管理 產品管理 產品類別管理 師資管理 會員管理

	姓名	性別	地址	電話	生日	E-mail	電子報
<input type="button" value="編輯"/>	關琳	女	台北市中正區	0985663325	1966/2/25	glin1966@hotmail.com	<input checked="" type="checkbox"/>
<input type="button" value="刪除"/>	孫芸芸	女	台北市大安區	0911585566	1972/11/7	yuyu1107@yahoo.com.tw	<input checked="" type="checkbox"/>
<input type="button" value="編輯"/>	周傑倫	男	台北市中正區	0912666895	1980/11/9	jay1109@yahoo.com.tw	<input type="checkbox"/>
<input type="button" value="刪除"/>	趙立達	男	台北市萬華區	0987654321	1985/10/4	zhou1004@yahoo.com.tw	<input checked="" type="checkbox"/>
<input type="button" value="編輯"/>	劉偉傑	男	新北市新莊區	0980569630	1989/12/18	ok720508@yahoo.com.tw	<input checked="" type="checkbox"/>
<input type="button" value="刪除"/>	張家豪	男	新北市土城區	0922568966	1985/1/5	andy740105@hotmail.com	<input type="checkbox"/>
<input type="button" value="編輯"/>	胡璿莉	女	新北市新店區	0987236521	1995/9/14	sandy914@hotmail.com	<input checked="" type="checkbox"/>
<input type="button" value="刪除"/>	程小東	男	新北市基隆區	0933668923	1972/9/16	hsdchen916@yahoo.com.tw	<input type="checkbox"/>
<input type="button" value="編輯"/>	林春宏	男	新北市土城區	0987569856	1988/2/8	v_v7728@hotmail.com	<input type="checkbox"/>
<input type="button" value="刪除"/>	林俊傑	男	新北市板橋區	0955602023	1975/9/23	j923@hotmail.com	<input checked="" type="checkbox"/>

1 2

網頁圖 15-後台會員管理

## 第五章 結論

此章節對於此功能系統，討論出預期研究效益與預期研究限制的結論。

### 第一節 預期研究效益

目前此系統所擁有的功能有以下預期效益

- 節省拍賣網站外連的成本
- 建立公司形象

### 第二節 預期研究限制

開發此系統，可能遇到的研究限制

- 軟體技術缺乏

解決方案：軟體設計人員需經常學習或是使用替代性軟體。

- 無法試用商品

一般購買樂器的買家會憑手感，音色…等狀況來決定是否購買，而在網站上無法達到此需求。

解決方案：針對需要考慮到音色的商品，請專業人士彈奏後錄製一段供使用者聽取。

## 第六章 分工執掌和進度表

### 第一節 分工執掌

組員共計 4 名主要工作分配如下：

網站製作	2 名	謝辰奇、林春宏
文書編輯、公司資料	3 名	林廷翰、張家豪、施國豐
網頁美工設計	2 名	劉偉傑、謝辰奇
資料庫鏈結	1 名	林春宏



## 參考文獻

1. <http://tw.myblog.yahoo.com/a1072360671/article?mid=36800&prev=36815&next=36799>(各種網路行銷)
2. 陳清耀、劉政德，2002，網路行銷與傳統行銷模式結構之差異探討，樹德科技大學學報，第四卷，第一期
3. 林欣諭，嶺東科技大學經營管理研究所，虛擬網路行銷之 ICDT 模式與消費者整體滿意度及忠誠度之相關研究
4. 陳昱君，從購買利益觀點探討網路行銷對消費者購買意願之研究以臺灣網路書店為例，民國 97 年 6 月
5. 李婉真，網站建置標準流程之需求管理的研究與探討—以大型研究機構為例，民國 95 年 7 月
6. 蔡迎聖，消費性產品特性對網際網路行銷活動發展性之影響，國立中山大學企業管理研究所碩士論文，民國 86 年 6 月  
[http://etd.lib.nsysu.edu.tw/ETD-db/ETD-search-c/view\\_etd?URN=etd-0822103-021142](http://etd.lib.nsysu.edu.tw/ETD-db/ETD-search-c/view_etd?URN=etd-0822103-021142)
7. 方上鵬，自有品牌商品需求預測模式，東海大學，工業工程學系  
<http://ndltd.ncl.edu.tw/cgi-bin/gs32/gsweb.cgi/ccd=3N83fU/search?s=id=%22088THU00030015%22.&searchmode=basic>
8. 黃裕韡，自動吉他機構設計改進及實用的樂曲輸入系統，南台科技大學，電機工程系  
[http://etd.lib.stut.edu.tw/ETD-db/ETD-search-c/view\\_etd?URN=etd-0407109-183719-1531](http://etd.lib.stut.edu.tw/ETD-db/ETD-search-c/view_etd?URN=etd-0407109-183719-1531)