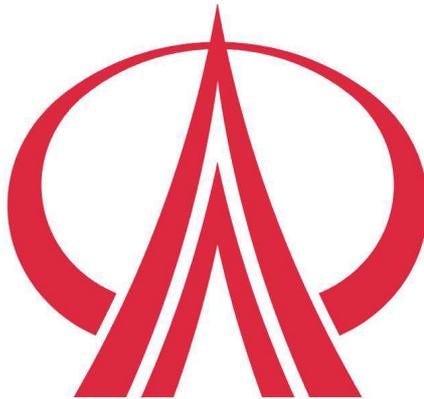


修平科技大學

行銷與流通管理系

三明治教學校外實習專題

實習公司：清新國際股份有限公司



指導教師：劉淑寧老師

學生：BZ99046 廖超凡

中華民國一零三年五月

修平科技大學
行銷與流通管理系

校外實習專題

清新國際股份有限公司

102
學年度

修平科技大學專題報告全文電子檔典藏資料表

題 目	清新國際股份有限公司
作 者	廖超凡
發 表 日 期	103 年 月 日
所 屬 系 科	行銷與流通管理系
語 言	中文
關 鍵 字 詞	美編、設計、飯店
摘 要：	<p>三明治教學計劃實習公司為清新國際股份有限公司-台中清新溫泉飯店，位於台中市烏日區溫泉路上，鄰近嶺東商圈，實習項目為飯店美工設計，主要負責飯店內的各種文宣及節慶櫥窗現場佈置，學生在此實習期間為 102 年 7 月 15 日至 103 年 5 月 31 日共計時數小時，已達規定實習時數標準，實習中未為更換過實習單位。</p>
指 導 教 師	
<p>(一) 本表所有欄位請務必確實填寫。</p> <p>(二) 填寫完成後請列印一份，並將本表電子檔案一併置於專題全文電子檔案光碟內。</p> <p>(三) 請將本表、授權書、全文電子檔案光碟與書面報告兩份，送交系科助理。</p>	

摘要

在台中清新溫泉飯店 10 個月的實習工作為美工專員，工作內容從基礎繪圖軟體到獨立接單製作各單位美工文宣需求，訂席、房務 EO 基本操作的流程擬定，與業務、訂席專員的內容接洽打樣、擬稿、對稿印製，每日的文宣活動海報製作、檢查，每個檔期活動的文宣品討論製作、廠商報價洽談、驗收，節慶大型佈置、道具製作、小型佈置、花藝、土木工程。公司企劃案的簡單流程見習，各部門物流供應鏈的簡易流程與注意事項。

實習過程中與同事、上司、各部門主管的交流、溝通，實習前後的心態上轉變以及對未來的期望與希望，一切抱持著正面的想法努力不懈的向前邁進。

未來雖然不會繼續待在清新溫泉擔任美工，但是會往美編這類的工作繼續向外發展。

致謝

在清新溫泉飯店實習的這 10 個月裡，謝謝學校的三明治實習制度，讓我們不只學習到實務經驗，更學習到了處理事情上的圓滑。感謝班導師、指導老師、主任在我們困惑時都能幫助我們解決困難給予適度關心。

首先，謝謝清新溫泉飯店給予我這次實習機會，再來是總公司的陳副總與美工陳主任，因為你們的照顧與關心讓我不會對業界感到距離，謝謝美工專員與行銷企劃部的同事，因為你們的體貼與教導，讓我在學習中充滿歡笑，也教導了我許多不了解的地方，處事態度、工作上的操作技巧，也教會我如何與各部門應對，最後要謝謝各部門的經理與員工，大家每天見面的一個微笑與問候讓我更有動力開始每一天。

目錄

目錄.....	5
圖目錄.....	6
第一章實習動機與目的.....	7
第一節 實習動機.....	7
第二節 實習目的.....	8
第三節 實習公司甄選過程.....	9
第二章公司介紹.....	11
第一節 公司沿革與現況.....	11
第二節 公司策略.....	13
第三節 公司戰術與作業策略.....	18
第四節 直接負責單位業務內容.....	19
第三章實習公司實習所見.....	22
第一節 部門行政實習.....	22
第二節 美工部門管理實習.....	25
第三節 專案企劃實作.....	27
第四節 部門主管與職務實習.....	33
第五節 飯店物流與供應鏈.....	36
第四章成果作品.....	42
第五章實習心得與未來建議.....	51
第一節 實習心得.....	51
第二節 未來建議.....	53
參考文獻.....	55

圖目錄

圖 2-1 公司組織圖	12
圖 2-2 公司部門分布圖	19
圖 2-3 辦公桌作業環境	21
圖 2-5 業務房務 EO 單(右)	21
圖 2-4 訂席美工 EO 單(左)	21
圖 4-1 飯店採購流程圖	36
圖 4-2 本地廠商供應鏈流程圖	37
圖 4-3 外地廠商供應鏈流程圖	37
圖 4-1 成果作品 1	42
圖 4-2 成果作品 2	42
圖 4-3 成果作品 3	43
圖 4-4 成果作品 4	43
圖 4-5 成果作品 5	44
圖 4-6 成果作品 6	45
圖 4-7 成果作品 7	45
圖 4-8 成果作品 8	46
圖 4-9 成果作品 9	46
圖 4-10 成果作品 10	47
圖 4-11 成果作品 11	47
圖 4-12 成果作品 12	48
圖 4-13 成果作品 13	48
圖 4-14 成果作品 14	49
圖 4-15 成果作品 15	49
圖 4-16 成果作品 16	50
圖 4-17 成果作品 17	50

第一章實習動機與目的

第一節 實習動機

在這種高學歷滿地遍及的年代，要在眾多高才生中嶄露頭角已經不再是一直讀書便可觸及的，到職場上學習、磨練，出社會能有所經驗、快速銜接不再迷惘，因此選擇實習是一條更加通暢的道路。

雖然在主科上從未學習設計美編，但是從小就喜愛繪畫、設計，在無門路可循的情況下突然有了這個機緣，透過三明治教學計畫讓我能夠投入自己曾嚮往以為伸手不可及的行業，更加了解自己的實力打下基礎，結合課程內所學行銷技巧概念，應用在實習上的各種業務，一方面充實自我，一方面學習職場上的溝通與流程、處理各種狀況的能力。

學校的三明治教學是給學生一個到職場上試水溫的機會，茫茫然不知道自己該如何選擇志向的大學生們能到職場上磨練更快發覺自己所想要的未來志向，如此良好的接軌系統我們應該更加把握這個機會。

第二節 實習目的

現在大學生面臨畢業=失業的各種窘境，所以這個課程一方面先給自己職場經驗，先體驗社會生活，另一方面先給自己覆蓋一張安全牌，畢業不會等於失業，可以從實習轉變成工作，另外尋覓工作可以不用蠟燭兩頭燒，這樣子的接軌方式我自己非常滿意，也已經先和主管談好，給自己下一劑強心針，讓自己畢業的路多一份保障。

雖然高中時學的是餐管跟旅館業實習相關，但是現在進到旅館時習所做的工作可以說是截然不同，設計一直是我所嚮往的職業，在旅館中擔任美工，不只可以了解社會上美工設計的生態，也可以了解以前不曾學習的飯店幕後中的幕後，也許有一點餐管底子和許多繪圖美編經驗也為我的這份實習增添許多基礎，工作可以更快速上手，以便於面對更多的改革及挑戰。此次實習期望獲得成果如下：

1. 了解一般企業美編的接單流程
2. 與廠商接洽商討開版製作的技巧
3. 加強自己的版面設計能力
4. 具備自行接案的能力
5. 面對工作的正向積極態度
6. 學習一般飯店內的行銷接洽與現場後製流程

第三節 實習公司甄選過程

一開始聽完所有廠商的招募流程，因為科系的關係所以沒有設計類別的廠商可以選擇，因此決定選擇一份安定自己也有興趣的工作來實習，就當作出累積社會經驗，原以為選定大買家的烘焙部實習一切都已經敲定了，各種通知書也都已經簽完的時候，接到主任的一通電話全部臨時喊”卡”，後來找主任談過才知道原來是劉淑寧老師和主任都覺得我應該要去找一個更加適合自己志向的工作，不應該在大賣場裡面做一個烤麵包的員工，聽完後其實心裡非常糾結，因為已經做好心理準備要接下這樣的工作，臨時要改變讓我有點措手不及，想做設計類的工作，但是從小到大沒有接受任何設計的正規教育，一切都是自己摸索和詢問朋友走過來的，我真的能接下美工這樣的工作嗎？

在跟主任討論後我決定先去面試了解整個工作情況，面試時飯店的行銷副主任陳小姐對我說”沒用過軟體沒關係，我們會教你，不會太難不要有壓力”這句話真是讓我放下心中的巨石，在聊過之後也得知我接替的位置原本是一位嶺東的學生負責的，一方面他即將畢業，一方面陳副主任覺得他一直對這份工作只抱著我只是個PT，何必認真的心態在做事，聽完或許這就是一位上司對自己下屬的不積極與隨興所產生的感嘆及小小的失望，這也是大家對於我們這個世代的學生抱有的大多觀點，聽了心裡有一點傷心，就是這樣的懶散態度一竿子就打翻了一艘船。

我決定說自己對一份工作的看法，我曾經受邀到博物館做檔期性的演講，也做過醫院的工讀生，不管工作是怎麼樣的性質，都要自己去發掘其中的樂趣，這份工作會變成自己的資產，一定會有更高價值的回收報酬率，絕對不要貶低自己的能力。

陳副主任聽完之後笑著說”我對八年級的小朋友改觀了喔”這句話我把它當作對我的一種肯定，也是我決定這份實習後的依據，我要成

為一位讓他們對現在所謂草莓族的八年級生改觀。就這樣的面談結束後，我欣然決定接下這份實習，這裡應該就是我所希望的未來的那條路。

第二章公司介紹

第一節 公司沿革與現況

一、公司名稱及介紹

清新溫泉飯店屬於台灣數位光訊科技集團旗下的賽那美休閒集團，集團尚有霧峰高爾夫球場、澎湖賽納美渡假村，共同為提供大眾舒適的休閒生活而努力。

飯店座落於台中南屯區的大肚山，佔地約一公頃，為一地下三層樓高 10 層之建築。由於基地位於台中烏日區與南屯區交界處，對外交通便利，無論是高速公路、東西向快速道路(中彰、中投)、台灣鐵路西部幹線、台中國際機場或高鐵、未來的台中捷運系統，均可在 20 分鐘內抵達本飯店。

清新溫泉飯店以大自然溫泉泡湯為主體訴求，並在房間裝潢上強調典雅柔和，服務上講求精緻細膩，我們將提供優質的住宿品質和餐飲享受給所有貴賓，成為中部唯一具有溫泉和美麗夜景的渡假中心。

清新溫泉飯店於 102 年 2 月經交通部觀光局評定為五星級飯店，更獲得行政院勞工委員會 100 年 TTQS 銅牌認證。

二、企業組織圖

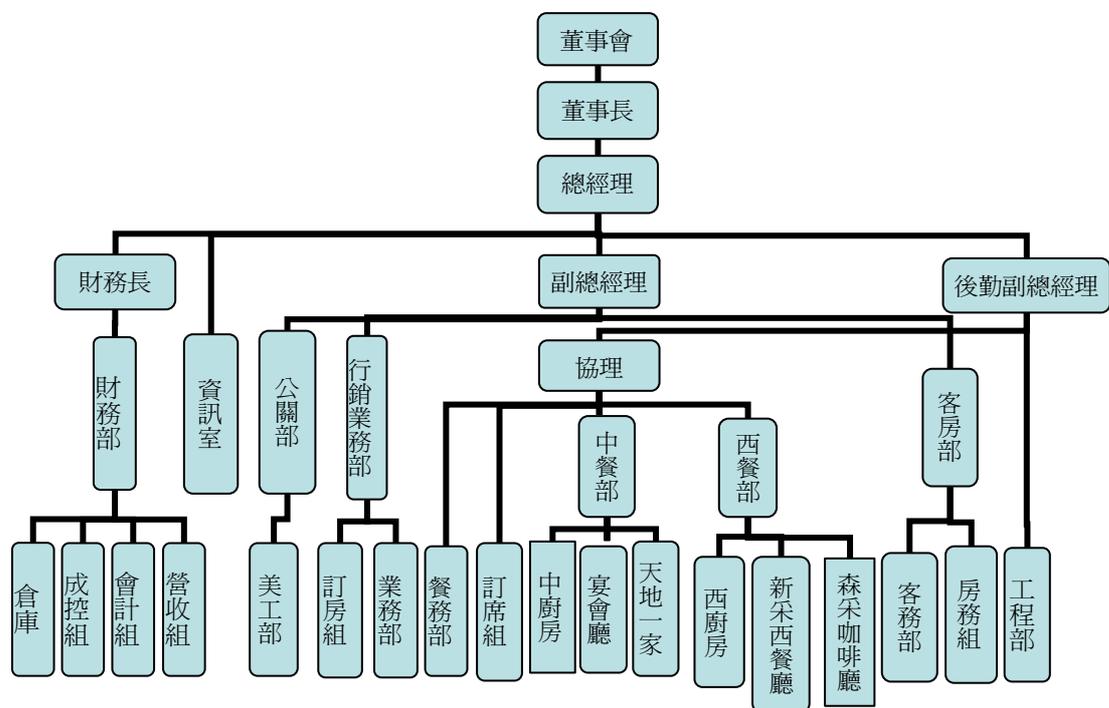


圖 2-1 公司組織圖

第二節 公司策略

一、公司策略及目標

- (一) 特色行銷：主打溫泉飯店特色，以樹立獨特風格，讓客人留住深刻印象。
- (二) 企業輔助：在關係企業中互相輔助宣傳。
- (三) 提高知名度：大肚山上眺望中市早晚美景，臉書上寫文章 po 美照，增加曝光度。
- (四) 保持客戶聯繫：專注於與客戶抱持聯繫，特別是團客部分，然後深入了解每季的客層需求。
- (五) 成功的設備需求：房間有品質，設備需多元化且老少咸宜，利用多元設備去滿足不同客層需求，以利滿足與開發不同客群。
- (六) 提供包裝行程：整體市場來說，散客市場在萎縮，國人較偏好國外旅遊。為了提高國內市場，與鄰近特殊景點異業結盟，規劃包套行程、低價。如與嶺東合作舉辦學生餐聚旅遊。

二、公司的外在競爭者

僅列出中部幾家較有特色名氣的溫泉飯店

- (一) 谷關伊豆溫泉:特色賞櫻泡湯，日式風情。
- (二) 惠來谷關:谷關地區景緻優美，湯區廣大種類繁多。
- (三) 日光溫泉:特色溫泉魚泡腳。

三、公司的 SWOT 分析

(一) 機會 (Opportunity)

- 1.政府積極推動觀光產業：

政府推動觀光政策以推動台灣為觀光島，首先鼓勵公務員旅遊（國民旅遊卡），每年補助公務員每年一萬六仟元至國內風景區觀光，預計可以創造每年一仟億元的內需市場。

2.完善公路系統：

政府持續積極進行台灣區國道公路系統整體規劃建設，期使台灣地區國道公路網能逐步付諸實現，全面發揮整體運輸之功能與效益。

3.消費型態改變：

近幾年外食人口的增加，使「到飯店用餐」成為不少家庭的休閒方式之一，是一個未來的休閒趨勢，可望帶動飯店餐飲業績上升。

4.經貿重心轉移：

政府機關及經貿辦公大樓多移轉至中港商圈，而產業未來也勢必往台中七期移動，這將會使更多南來北往的旅客及商務客前往休閒消費。

(二) 威脅 (Threat)

1.經濟環境不佳：

現今亞洲地區經濟因為大環境的影響普遍不佳，國民所得銳減，對中部地區溫泉度假飯店的經營造成影響。

2.溫泉度假飯店競爭：

中部原有的溫泉度假飯店，由於設施較不完善、相較於其他地區，以其較低價位，吸引許多有預算考量的旅客且與較多的公司有合作機會，因而流失客源。

3.國人喜好出國觀光：

國內旅遊設施缺乏，觀光據點的不足，以及缺乏完善的規劃，導致國內出國觀光風氣盛行。

(三) 優勢 (Strength)

1. 地理位置優越：

中部地區不管是地理位置、氣候，都屬台灣最佳，景色遼闊優美、飯店設施完善、服務功能齊全，深受旅客的肯定。

2. 品牌忠誠度高：

因為飯店設施的完善、服務功能的齊全，景觀的獨特性，使顧客的回流率高，儼然都以中部地區溫泉度假飯店首選。

3. 台中唯一一家五星級評鑑休閒飯店：

在台中眾多的休閒飯店中以唯一一間五星級評鑑通過為名號，打響知名度。

(四) 劣勢 (Weakness)

1. 房價過高：

由於大環境的不景氣，又因台灣地區競爭對手眾多，而中部地區溫泉度假飯店房價高於其他競爭對手，設備也無多大差異，如無較能吸引顧客之處，則將使顧客選擇其他地區溫泉度假飯店而不選擇中部地區溫泉度假飯店。

2. 安全隱憂：

中部地區治安一直以來是政府極力想改善的地方，由於成效不彰，導致治安問題一直存在。

四、公司五力分析

(一) 消費者的議價能力：

- 消費者集中度偏低。
- 消費者購買數量有限。
- 消費者轉換成本選擇低。

- 網際網路的興起，提高消費者對於資訊的獲得。
- 現存替代品高，市區眾多餐廳可取代。

由以上的因素判斷，消費者的議價能力高。

(二) 供應者的議價能力:

- 由於地處偏遠，轉換供應廠商的選擇性少。
- 供應商的分散度高，競爭較少。
- 投入原料的差異化程度低。
- 現存的替代原料多。

由以上的因素判斷，供應者的議價能力中等。

(三) 潛在競爭者的威脅:

- 潛在競爭者轉換的成本較高。
- 潛在競爭者目前未具有掌控通路的能力。
- 由於中部溫泉執照取得困難，有利於增加進入障礙。

因此，潛在競爭者(中部市區其他溫泉飯店)的威脅低。

(四) 替代品的威脅

- 距離市區近購買替代品的轉換成本低。
- 飯店餐廳大面落地觀景窗可觀賞日落及眺望台中市之全景，在燈光氣氛佳的餐廳一邊享受美食一邊享受景觀。
- 消費者對於台中市區的溫泉度假飯店所知甚少，對於市區商務型旅館、酒店較為清楚。
- 清新溫泉為最鄰近市區度假溫泉飯店。

因此，替代品的威脅程度中等。

(五) 現有競爭者的威脅

- 消費者期待價格較低的餐廳提供服務。
- 競爭者取得較為新鮮、便宜的食材。
- 相對於競爭者，餐廳提出的價格較高，特色較無變化。

因此，本飯店相較於其他競爭者，明顯知名度不足。

第三節 公司戰術與作業策略

一、清新溫泉飯店願景：打造台中唯一五星級溫泉飯店。

二、核心價值觀：以美好的心 欣賞每一件事

以真誠的心 對待每一個人

以負責的心 完成份內的事

以謙誠的心 檢討自己的對與錯

以愉悅的心 分享快樂

三、公司策略

特色行銷：主打溫泉飯店特色，以樹立獨特風格，讓客人留住深刻印象。

企業輔助：在關係企業中互相輔助宣傳。

提高知名度：大肚山上眺望中市早晚美景，臉書上寫文章 po 美照，增加曝光度。

保持客戶聯繫：專注於與客戶抱持聯繫，特別是團客部分，然後深入了解每季的客層需求。

成功的設備需求：房間有品質，設備需多元化且老少咸宜，利用多元設備去滿足不同客層需求，以利滿足與開發不同客群。

提供包裝行程：整體市場來說，散客市場在萎縮，國人較偏好國外旅遊。為了提高國內市場，與鄰近特殊景點異業結盟，規劃包套行程、低價。如與嶺東合作舉辦學生餐聚旅遊。

第四節 直接負責單位業務內容

一、直接負責單位組織圖

以下主要是工作部門的組織圖，美工部是位於公關部之下，是由三個人負責全館之美編業務的部門，以下有更詳細的工作內容及介紹。

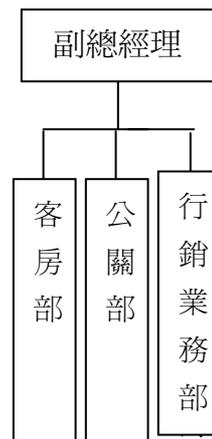


圖 2-2 公司部門分布圖

二、 直接部門工作內容及介紹

(一) 美工部

負責全館之美編事務及佈展規劃配置，對外行銷、旅展之所有 EDM 及場地佈置。

(二) 美工每日工作細項

1. 至公司時必須先檢查前一天之需廣播的當日訂席、歡迎電子海報是否都以廣播。
2. 檢查公司內的文宣品是否損壞，若有損壞需趕緊補上，或開維修申請單。
3. 將以過期之美工申請單記帳並且放入已完成事項欄。
4. 檢查郵件是否有未做完事項。
5. 每日工作需編寫日誌、審視自己的工作進度。

(三) 工作項目

1. 訂席 EO 單

- 一般會議 EO:各個餐廳別分開製作訂席電子海報、現場紙本海報、大插條電子海報、停車場指示紙本小插條。
- 婚宴 EO:婚禮卷軸、禮金簿、婚禮電子海報、紙本海報、B3 小插條、場地圖、桌卡
- 特殊要求:依客人需求製作場圖紙版海報、桌卡、菜單、流程海報、特製電子海報、菜卡、婚宴酒標.....等。

2. 業務訂房單

業務在該重要團體 check in 的前三天會發業務訂房單至美工這裡製作當天的歡迎電子海報，依客人所需製作行李放置處的紙本海報。

3. 各部門美工單

每個部門所需的文宣品或者需發包的立牌告示……等。皆會開單請美工製作，依每位美工的工作量分配。

4. 節日、旅展佈置

重大節慶需到現場佈置場地，新的佈置道具需設計並且申請，委外製作或者像木工坊申請製作。

5. 工作環境及內容

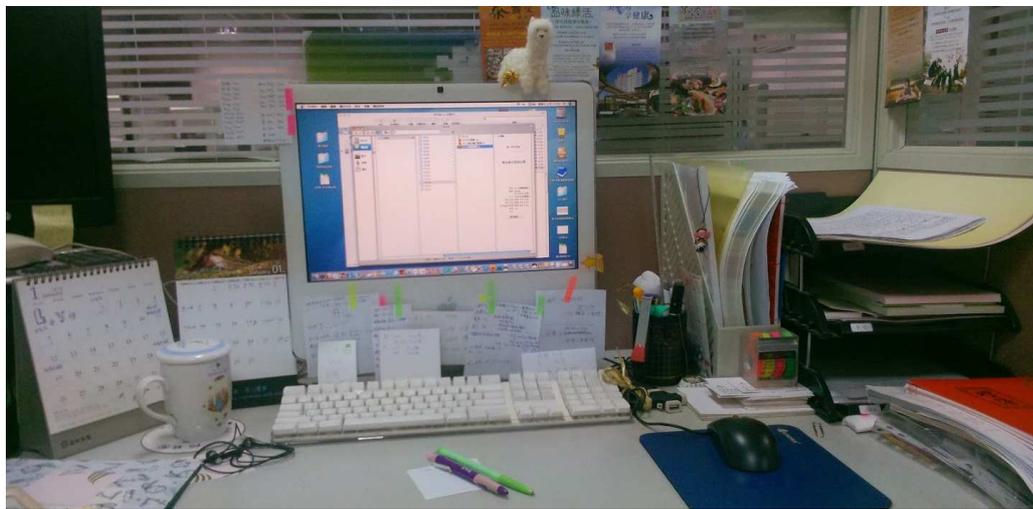


圖 2-3 辦公桌作業環境

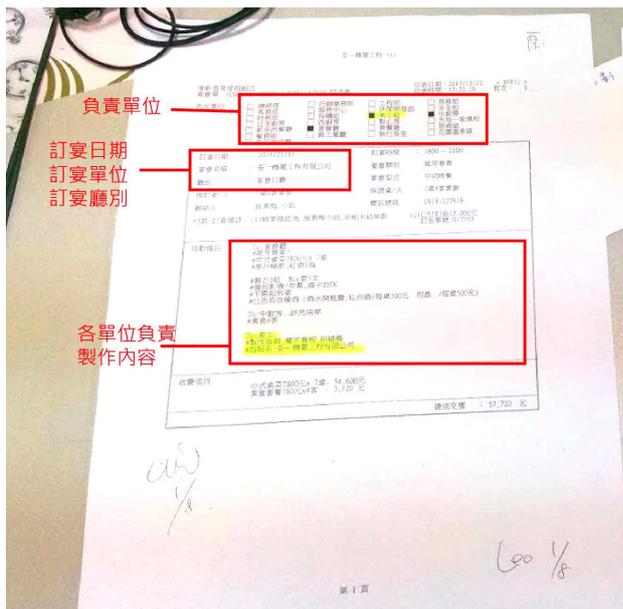


圖 2-4 訂席美工 EO 單(左)

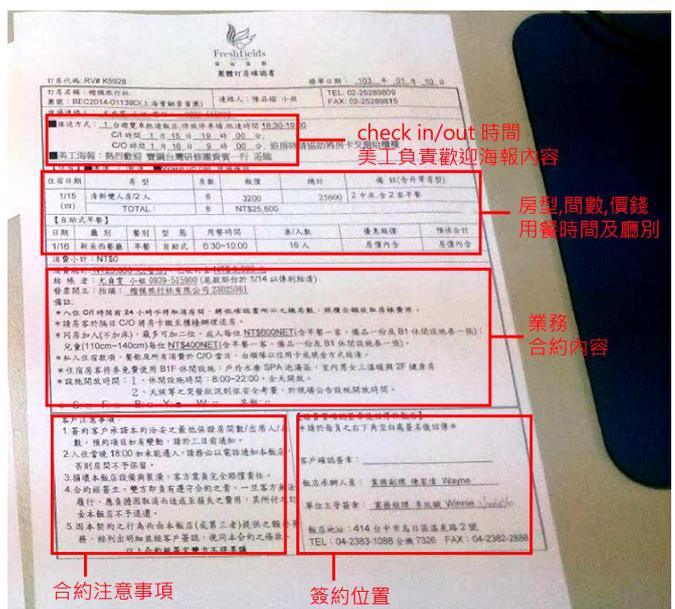


圖 2-5 業務房務 EO 單(右)

第三章實習公司實習所見

第一節 部門行政實習

一、 人力規劃

(一)人力需求預測:依案件大小與重要性而定，主要飯店行銷檔期活動由行銷副主任與美工專員兩人負責，各部門公告、客人會議、餐敘……較及時性的案件由美工 PT 負責。

(二)人才招募:網路刊登方式、參與學校徵才展覽與產學合作。

二、 員工甄選與試用

(一)徵選程序:以書面經歷搭配口試。

(二)面試重點:繪圖軟體操作基礎、談吐應對、作品審查。

(三)員工教育學習與適應:先講解工作內容，操作示範，每日填寫工作日誌，評斷工作能力可及發放案件。

三、 員工教育訓練

(一)評估訓練需求:臨場實作反應、場佈膽量、實務經驗。

(二)訓練方式:實際接各部門案件，若有疑問當下提出解決。

(三)訓練成果的評估:每日及時性會議與餐敘檔次是否會有狀況產生，將本身造成的狀況減至於零。

(四)員工的在職教育訓練:加強臨場實作反應速度、設計基礎。

四、工作績效評估

- (一)工作績效評估:接受案件的難度是否提升、訂席檔次的案件增加並自行完成。
- (二)檢討與改進:每日會撰寫工作日誌，評估自己每日的工作量與難易度以及遇到的各種問題與解決方式，並在每個星期結束前交與上司勘查。

五、排班制度

- 固定星期一到星期五早上9點到下午6點，週六日休假。
- 逢國定假日便放假，依公司表訂安排每月休假天數，視情況六日需挑一來上整天班。

六、員工保險與福利

- (一)休假福利、補助:男性員工陪產假、育嬰假、生理假、年假、婚喪補助、傷病慰問補助、生日禮券。
- (二)保險福利:全民健康保險、勞工保險、團體保險、意外險、員工體檢、勞退提撥金。
- (三)免費教育訓練:在職訓練、顧客服務訓練、管理職能訓練、通識課程訓練、內部講師訓練、語言課程(英、日文)及證照獎勵。
- (四)休閒活動:春酒或尾牙餐會、圖書館、員工餐廳及員工休息上網區。
- (五)其他福利:提供自助餐型午餐及晚餐、員工制服送洗登記、員工休息寢室、員工定期聚餐、員工結婚補助、員工在職教育訓練、員工國內、外進修補助、員工退休規劃(包括退休金及退休後之福利等)、員工及眷屬喪葬補助、PT(兼職)同仁每日油資補助、員工住房及餐飲折扣、員工體檢、特約廠商消費折扣優惠……

等。

七、 員工獎勵制度

- (一) 全勤發放全勤獎金
- (二) 年節獎勵金
- (三) 三節獎金(端午及中秋節禮券、春節節金)
- (四) 年終獎金
- (五) 績效獎金

第二節 美工部門管理實習

一、美工作業基本流程

- (一)至公司時必須先檢查前一天之需廣播的當日訂席、歡迎電子海報是否都以廣播。
- (二)檢查公司內的文宣品是否損壞，若有損壞需趕緊補上，或開維修申請單。
- (三)將以過期之美工申請單記帳並且放入已完成事項欄。
- (四)檢查郵件是否有未做完事項。
- (五)每日工作需編寫日誌、審視自己的工作進度。

二、美工工作管理

(一)訂席 EO 單

- 一般會議 EO:各個餐廳別分開製作訂席電子海報、現場紙本海報、大插條電子海報、停車場指示紙本小插條。
- 婚宴 EO:婚禮卷軸、禮金簿、婚禮電子海報、紙本海報、B3 小插條、場地圖、桌卡。
- 特殊要求:依客人需求製作場圖紙版海報、桌卡、菜單、流程海報、特製電子海報、菜卡、婚宴酒標.....等。

(二)業務訂房單

業務在該重要團體 check in 的前三天會發業務訂房單至美工這裡製作當天的歡迎電子海報，依客人所需製作行李放置處的紙本海報。

(三)各部門美工單

每個部門所需的文宣品或者需發包的立牌告示……等。皆會開單請美工製作，一每位美工的工作量分配。

(四)飯店檔期活動宣傳

各餐廳主題餐食祭、客房住宿活動專案及休閒開發部優惠活

動專案，製作 Flyer、DM、電子海報、禮盒設計、禮品設計及網路 Banner 製作。

(五) 節日、旅展佈置

重大節慶需到現場佈置場地，新的佈置道具需設計並且申請，委外製作或者像木工坊申請製作。

三、 突發狀況之處理

所有突發狀況皆由該負責之美工專員承接並修改，若該專員不在，則由其他美工專員代為處理，並留字條給該美工專員知曉目前狀況及處理程度。大型突發狀況由美工主任負責處理修改。

第三節 專案企劃實作

一、環境分析

(一)機會 (Opportunity)

1.政府積極推動觀光產業：

政府推動觀光政策以推動台灣為觀光島，首先鼓勵公務員旅遊（國民旅遊卡），每年補助公務員每年一萬六仟元至國內風景區觀光，預計可以創造每年一仟億元的內需市場。

2.鄰近公路系統：

政府持續積極進行台灣區國道公路系統整體規劃建設，期使台灣地區國道公路網能逐步付諸實現，全面發揮整體運輸之功能與效益。

3.消費型態改變：

近幾年外食人口的增加，使「到飯店用餐」成為不少家庭的休閒方式之一，是一個未來的休閒趨勢，可望帶動飯店餐飲業績上升。

4.經貿重心轉移：

政府機關及經貿辦公大樓多移轉至中港商圈，而產業未來也勢必往台中七期移動，這將會使更多南來北往的旅客及商務客前往休閒消費。

(二)威脅 (Threat)

1.經濟環境不佳：

現今亞洲地區經濟因為大環境的影響普遍不佳，國民所得銳減，對中部地區溫泉度假飯店的經營造成影響。

2.溫泉度假飯店競爭：

中部原有的溫泉度假飯店，由於設施較不完善、相較於其他地區，以其較低價位，吸引許多有預算考量的旅客且與較多的公司

有合作機會，因而流失客源。

3.國人喜好出國觀光：

國內旅遊設施缺乏，觀光據點的不足，以及缺乏完善的規劃，導致國內出國觀光風氣盛行。

(三)優勢 (Strength)

1.地理位置優越：

中部地區不管是地理位置、氣候，都屬台灣最佳，景色遼闊優美、飯店設施完善、服務功能齊全，深受旅客的肯定。

2.品牌忠誠度高：

因為飯店設施的完善、服務功能的齊全，景觀的獨特性，使顧客的回流率高，儼然都以中部地區溫泉度假飯店首選。

3.台中唯一一家五星級評鑑休閒飯店：

在台中眾多的休閒飯店中以唯一一間五星級評鑑通過為名號，打響知名度。

(四)劣勢 (Weakness)

1.房價過高：

由於大環境的不景氣，又因台灣地區競爭對手眾多，而中部地區溫泉度假飯店房價高於其他競爭對手，設備也無多大差異，如無較能吸引顧客之處，則將使顧客選擇其他地區溫泉度假飯店而不選擇中部地區溫泉度假飯店。

2.安全隱憂：

中部地區治安一直以來是政府極力想改善的地方，由於成效不彰，導致治安問題一直存在。

二、 專案規劃

(一)專案名稱:年節禮盒專案-中秋月餅禮盒

(二)預測技術

美工:月餅包裝設計，宣傳平面 DM 及人形立牌設計。

企劃專員:專案設計、粉絲頁面活動宣傳

協理:活動統籌，訂單管理

中廚:月餅研發製作

行銷部門:參加 2013 各飯店月餅評比

公關:與記者接洽撰寫新聞稿

(三)各管理階層需達到之目標

各部門管理階層及業務需達到每人銷售量 100 盒之業績。

總目標銷售量須達 20,000 盒，到達即不再接訂單

三、 控制行銷策略

(一)管控程序

訂單來源分成三部分

1.網路、電話訂單:業務及各部門接收的訂單統一由中餐廳之負責管理，使用系統彙整訂單統一出貨，皆無現貨，需時間內自行領取或宅配至府服務。

2.現場預約購買:由中餐廳人員接洽，接洽時段皆為預購期間無現貨，客人須於規定時間自行領取或宅配服務。

3.員工於預購期間可填需求購買單(此為業績達成方法)，交予中餐廳並結帳付款，於可領取時間領取或宅配到府。

(二)各管理階層控制程序

各部門需達到之業績，皆由該部門經理級主管統一收取訂單，統

整後交予中餐廳由中餐廳結帳並統一出貨。

四、專案企劃

(一)預期效果

1.市場規模:主要以中部為主，台灣由北到南皆為範圍內，北部由該負責之業務宣傳並達成業績量，南部亦同。

2.預估市場:預購期間和數須達到 20,000 盒約為中部之飯店總月餅販售量 2 成，達到該目標便停止接單。

3.預估產品獲利率:

擁月禮盒為 1,500 元一盒，販售約 10,000 盒便達 15,000,000 元，美工之耗材成本約 300,000，中廚之成本約 150,000 元。花月禮盒為 900 元一盒須達販售量約為 10,000 盒，全數賣出預估金額為 9,000,000 元，中廚成本約 120,000 元。

宣傳佈展及雜費約 500,000 元，預估獲利率約為 22,930,000 元。

4.人員及企劃目標: 各部門管理階層及業務需達到每人銷售量 100 盒之業績，北部由該負責之業務宣傳並達成業績量，南部亦同。總目標銷售量須達 20,000 盒，到達即不再接訂單。

(二)建立行銷策略

目標市場及定位:中秋節為台灣人民皆會過的節日，月餅是送禮最大宗，清新溫泉推出溫泉蛋月餅傳統但是有全新滋味，簡約清新的包裝充滿時尚又不失傳統之風格，月餅盒內容包含清新溫泉特有之茶粒茶，綠茶做成的差利，清香有良好的茶種，吸引中上階層男女老少的目光及味蕾。

(三)建立行銷組合

1.產品定價: 產品在定價上設定為中上階層之年長、年輕人，價

格以 900 元之花月禮盒為主，管理階層消費者訂位價格為 1,500 元之擁月禮盒為主。

2.配銷規劃:皆以飯店接單，統一出貨，無其他據點販售預購。

3.人員及組織銷售管理:

網路、電話訂單:業務及各部門接收的訂單統一由中餐廳之負責管理，使用系統彙整訂單統一出貨，皆無現貨，需時間內自行領取或宅配至府服務。

現場預約購買:由中餐廳人員接洽，接洽時段皆為預購期間無現貨，客人須於規定時間自行領取或宅配服務。

員工於預購期間可填需求購買單(此為業績達成方法)，交予中餐廳並結帳付款，於可領取時間領取或宅配到府。

4.廣告宣傳作業

公關接洽媒體記者撰寫新聞稿，行銷經理及企畫專員參加 2013 台中飯店月餅評比，並於官網、粉絲頁面宣傳，各餐廳發放平面宣傳 DM，中餐廳放置人形立牌，美工於大廳佈置月餅禮盒展示。

(四)執行行銷計畫

銷售市場以中部為主，台灣由北到南皆為範圍內，北部由該負責之業務宣傳並達成業績量，南部亦同，預購期間和數須達到 20,000 盒約為中部之飯店總月餅販售量 2 成，達到該目標便停止接單，訂單來源分為：網路、電話、現場、業務公司內部，皆由中餐廳統籌管理訂單，宣傳曝光：公關接洽媒體記者撰寫新聞稿，行銷經理及企畫專員參加 2013 台中飯店月餅評比，並於官網、粉絲頁面宣傳，各餐廳發放平面宣傳 DM，中餐廳放置人形立牌，美工於大廳佈置月餅禮盒展示。

(五)行銷預算

擁月禮盒中廚之成本約 150,000 元，花月禮盒中廚成本約 120,000 元，美工之耗材成本約 300,000 元宣傳佈展及雜費約 500,000 元，行銷預算約 1,100,000 元內。

第四節 部門主管與職務實習

一、認識部門

業務部

客房業務副總辦公室，業務部有業務經理、業務副理、業務 2 位及業務助理 1 位。

行銷企劃部

行銷企劃經理、公關主任、行銷企劃專員(飯店與總公司各一位)美工主任及美工專員與美工實習生。

業務部與行銷企劃部共用辦公室，休息時間會輪流，互相幫忙接應電話。

二、認識美工職務

(一)職務與工作內容

1.訂席 EO 單

- 一般會議 EO:各個餐廳別分開製作訂席電子海報、現場紙本海報、大插條電子海報、停車場指示紙本小插條。
- 婚宴 EO:婚禮卷軸、禮金簿、婚禮電子海報、紙本海報、B3 小插條、場地圖、桌卡。
- 特殊要求:依客人需求製作場圖紙版海報、桌卡、菜單、流程海報、特製電子海報、菜卡、婚宴酒標.....等。

(二)業務訂房單

業務在該重要團體 check in 的前三天會發業務訂房單至美工這裡製作當天的歡迎電子海報，依客人所需製作行李放置處的紙本海報。

(三)各部門美工單

每個部門所需的文宣品或者需發包的立牌告示……等。皆會開單請美工製作，一每位美工的工作量分配。

(四)佈置認識

重大節慶需到現場佈置場地，新的佈置道具需設計並且申請，委外製作或者向木工坊申請製作。

(五)應具備之基本條件和技能

基本美編軟體、文書軟體、談話應對基本能力。

(六)教育訓練活動之推動

每一段時間公司會舉辦課程，可申請上課，有時數認證，在職訓練、顧客服務訓練、管理職能訓練、通識課程訓練、內部講師訓練、語言課程(英、日文)及證照獎勵。

三、業績掌握與目標管理

(一)工作流程規劃

- 1.至公司時必須先檢查前一天之需廣播的當日訂席、歡迎電子海報是否都已廣播。
- 2.檢查公司內的文宣品是否損壞，若有損壞需趕緊補上，或開維修申請單。
- 3.將已過期之美工申請單記帳並且放入已完成事項欄。
- 4.檢查郵件是否有未做完事項。
- 5.每日工作需編寫日誌、審視自己的工作進度。

(二)作業督導

編寫工作日誌交與上司，讓上司了解工作狀況，任何瓶頸需當下向上司提出問題並且尋求解決方法。

四、認識主管職務

(一)主管應具備條件技能

- 1.有效率統籌規劃事務。
- 2.美編專業，美編軟體操作。
- 3.與各部門之相處融洽。
- 4.分配工作與團隊合作之能力。

(二)工作流程規劃

特殊美工需求依工作內容分發給美工專員，分發時若為平常之事項則不另外解釋，各部門將會直接把美工單繳給該負責之美工專員，若為較特殊則會告知需求日期需求規格及製作感覺，自行編排進度規劃，自行完成。若無法如期完成或有困難則應與主管告知目前工作狀況，由其他同事代為完成。

(三)與各部門之溝通

各部門之美工需求皆由開立美工單為規定，所有需求之細項都應標寫於美工單之上，一切依美工單之所述去製作，場佈則需要與各部門合作一起協助佈置，良性溝通，與各部門合作愉快。效率統籌規劃事務。

第五節 飯店物流與供應鏈

壹、企業之供應鏈網路

一、 認識企業

新溫泉飯店屬於台灣數位光訊科技集團旗下的賽那美休閒集團，集團尚有霧峰高爾夫球場、澎湖賽納美渡假村，共同為提供大眾舒適的休閒生活而努力。

飯店座落於台中南屯區的大肚山，佔地約一公頃，為一地下三層樓高 10 層之建築。由於基地位於台中烏日區與南屯區交界處，對外交通便利，無論是高速公路、東西向快速道路(中彰、中投)、台灣鐵路西部幹線、台中國際機場或高鐵、未來的台中捷運系統，均可在 20 分鐘內抵達本飯店。

清新溫泉飯店以大自然溫泉泡湯為主體訴求，並在房間裝潢上強調典雅柔和，服務上講求精緻細膩，我們將提供優質的住宿品質和餐飲享受給所有貴賓，成為中部唯一具有溫泉和美麗夜景的渡假中心。

清新溫泉飯店於 102 年 2 月經交通部觀光局評定為五星級飯店，更獲得行政院勞工委員會 100 年 TTQS 銅牌認證。

二、 飯店之採購流程

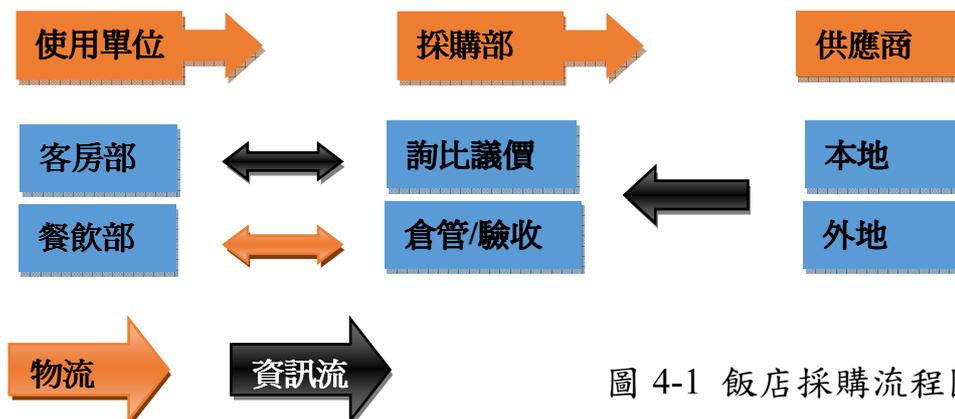


圖 4-1 飯店採購流程圖

貳、飯店供應鏈流程

本地廠商供應鏈流程

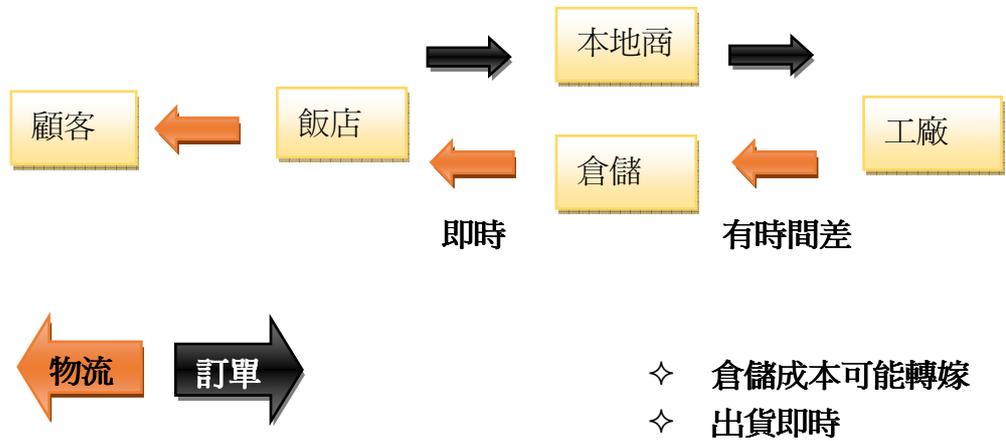


圖 4-2 本地廠商供應鏈流程圖

外地廠商供應鏈流程

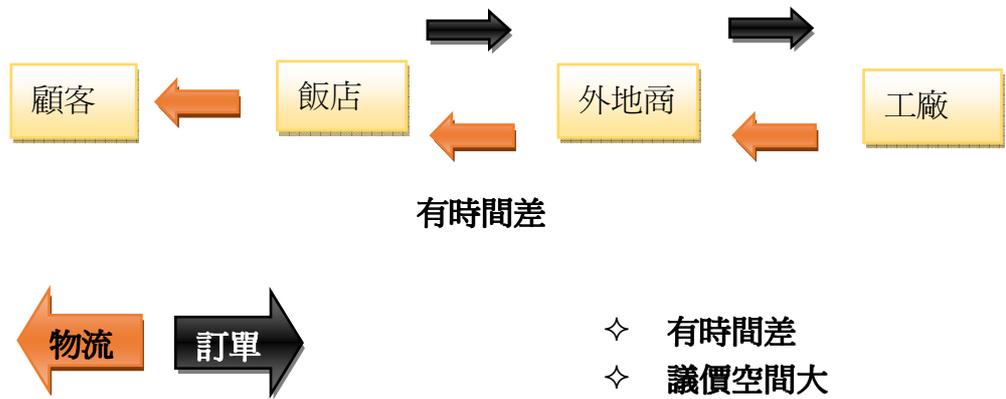


圖 4-3 外地廠商供應鏈流程圖

參、倉庫管理

倉庫管理流程包括如下環節： 入庫流程 、出庫流程 、庫房管理。

一、 入庫流程

以成品庫的入庫流程為例，外購的成品或自己企業生產的成品，首先由申請人填寫入庫申請單。

二、 出庫流程

貨物出庫的方式主要有三種；客戶自提，委託發貨，公司送貨。飯店中的出庫流程，對公司內部為客戶自提。(如廚房領料)飯店對外面顧客以中秋月餅訂貨為例；第一種客戶自提，客戶自己派人或派車來公司的庫房來提貨。第二種：委託發貨，自己去提貨有困難的客戶而言，他們會委託我們公司去找第三方物流公司提供送貨服務，第三種：是倉儲企業派自己的貨車，給客戶送貨的一種出庫方式。

三、 庫房管理：

物料保管原則

- 1.面向通道進行保管。為使物品出入庫方便，容易在倉庫內移動，基本條件是將物品面向通道保管。
- 2.盡可能地向高處碼放，提高保管效率。
- 3.根據出庫頻率選定位置。
- 4.同一品種在同一地方保管。
5. 根據物品重量安排保管的位置。重的東西放在下邊，輕的東西放在貨架的上邊。
- 6.依據先進先出的原則。

肆、庫存管理

一、 飯店庫存管理型態

飯店庫存管理以廚房倉庫冰箱為例採用先進先出法，並且需注意到期日

二、 庫存量的決定

飯店餐廳食材的訂貨以各廚房使用量決定需訂購的量，訂購食材以當季食材為主。

檔期活動 DM(如中秋節月餅禮盒)第一次下單訂購由美工出稿送簽完成後以 1,000 張為單位下約 3 單位的量，廠商交與各部門後，後期追加印製則由各部門決定。

長期活動 DM(如飯店簡介 DM)一次印製量為 10 單位(1,000 張一單位)，統一存放於業務倉庫，各餐廳及櫃檯在發放完畢時會來倉庫領取，當倉庫庫存歸零則才會加印 10 單位。

伍、運輸管理

一、 房務當日送洗床單委外由飯店專門洗衣店清洗，清潔完的房務備品直接送進房務倉庫，並將須清洗備品上小貨車，每天下午收件及送件。

員工制服清洗房務部分兩個時段收件於每日早上 8-10 點收件及下午 1-2 點收件，由委外洗衣店之小貨車來收取，每日下午收件及送件。

二、 廚房食材由菜商負責統一採購，並於早上 9 點由貨車送達飯店由廚房人員清點入庫。

三、 文宣美工用品委外印製之商品由廠商電話連絡印製完成與送貨時間，由該商品之負責部門點收，由廠商車輛運送至飯店。

四、 客務部備有 1 台小巴士，乘機旅客可先與飯店預約專車接送時間。

五、 工程部備有一台小貨車，旅展備品由小貨車裝載送至現場，裝載量過大時會委託運送公司派車運送。

陸、美工委外廠商選定

美工文宣負責廠商，每次訂貨由採購向各廠商詢問報價，由採購詢價比價後送製。

文宣少部分備品則由採購專員至各大書局文具用品店購買。

柒、文宣品委外流程

一、 填寫美工單

各單位經理開會決定檔期活動，填寫美工單交與美工主任，美工主任分發工作至美工專員構思製作活動 DM。

二、 簽呈

圖稿完成後先由美工主任檢查及修改，並送簽呈與各單位主管及董事長簽呈核准，中間會有多次修改校稿。

三、 報價

美工選定材質給各廠商報價由採購詢價比價決定廠商。

四、 送稿

決定廠商後便送稿，廠商打樣校稿，確定交貨日期與製作。

五、 成品檢查驗收

成品檢查驗收需聯絡該需求單位主管前來與廠商驗收，驗收完成便由該單位領回。

第四章 成果作品



原圖



修改後

蘿蔔糕禮盒照片修製與合成

圖 4-1 成果作品 1



圖 4-2 成果作品 2

各公司會議電子海報製作



圖 4-3 成果作品 3



圖 4-4 成果作品 4

PHILIPS

飛利浦2013年 經銷商會議 B2宴會星廳



東杰貿易
TONG CHIEH
Since 1974

飛利浦汽機車照明

圖 4-5 成果作品 5

溫泉杯電子看板橫幅製作



圖 4-6 成果作品 6

介紹立牌

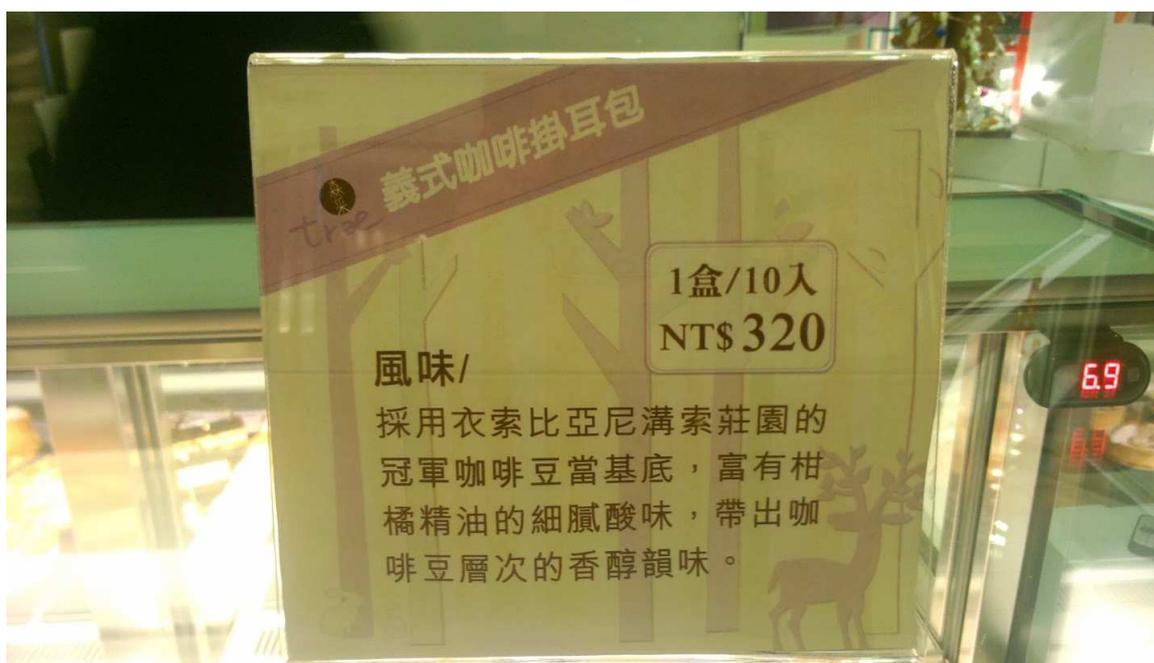


圖 4-7 成果作品 7

活動菜色拍攝



圖 4-8 成果作品 8

節慶大型立牌製作



圖 4-9 成果作品 9

婚宴禮品製作

禮金簿

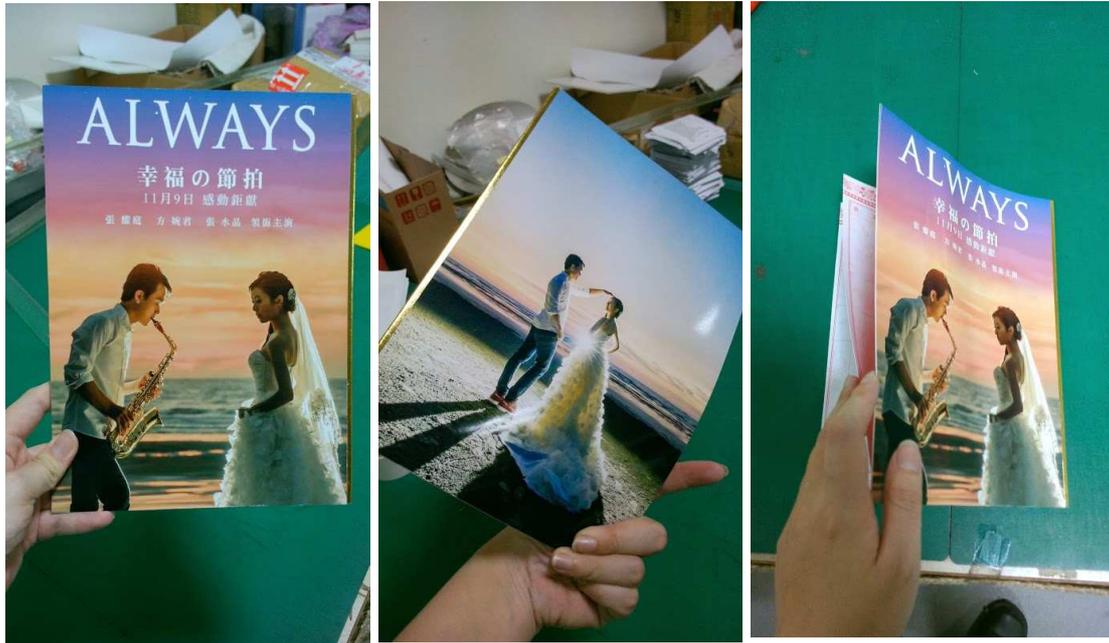


圖 4-10 成果作品 10

婚禮電子海報

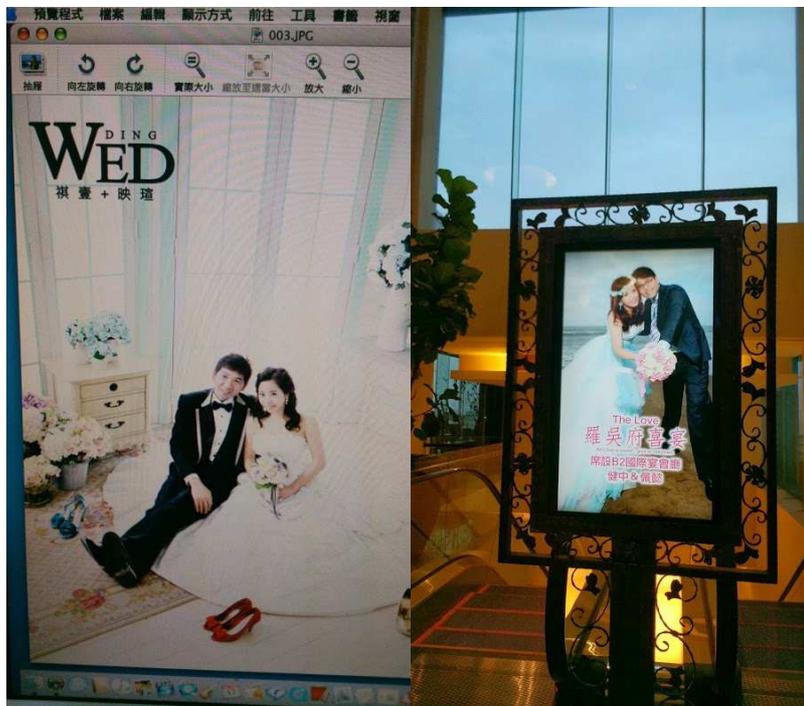


圖 4-11 成果作品 11

節慶場景佈置



圖 4-12 成果作品 12

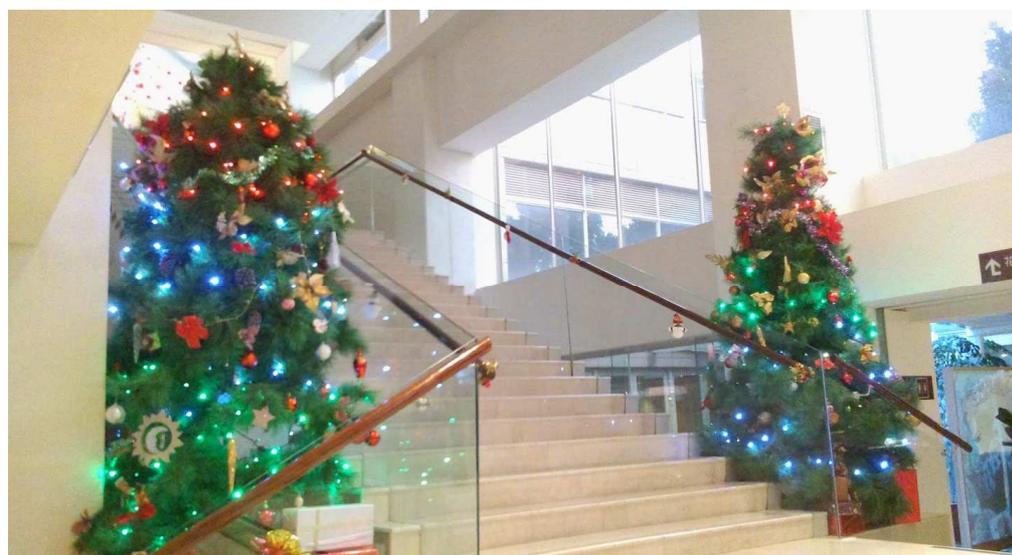


圖 4-13 成果作品 13



圖 4-14 成果作品 14



圖 4-15 成果作品 15



圖 4-16 成果作品 16

活動 DM/Flyer

背面

正面

內頁

圖 4-17 成果作品 17

第五章實習心得與未來建議

第一節 實習心得

一、對企業（或公司）的看法與初步看法的比較

一開始對飯店的印象就是房務跟客務，完全不會第一時間就想到美工設計，當要爭取飯店美工當時習內容的時候對自己的決定充滿疑惑跟恐懼，這份工作對於不是專科出生的我真的做得來嗎？我的選擇真的對自己是最好的嗎？不過最後下定決心接下這份實習我覺得是正確的，我可以更加了解我喜歡的美工設計在業界的運作，也可以進一步了解一般企業對美工設計的要求，體驗辦公室獨立完成自己業務與同事一起製作大型佈展佈置的感覺，也是在原本要去的大買家實習的工作內容是截然不同的，這種實習機會對讀行銷的人來說是難得的經驗，實習的這 10 個月來我從不後悔自己的選擇，也對這份工作所能獲得的經驗抱著非常大的願望及期待，剛進到企業實習的時候因為對業界的美工設計完全不了解因此給自己的第一個期許是”無論是多麼艱辛的工作，只要咬緊牙關撐過去，得到的就都是自己的，沒有任何人可以體會跟奪走，非常慶幸的是職場上上司跟同事的照顧，本身有一些設計軟體的底子，所以這份工作並不是太辛苦，雖然不能說駕輕就熟，但是一開始花些時間練習之後馬上就能達到主管的要求，並幫忙分擔部分工作，清新溫泉的行銷美工部分，目前由總公司台灣數位光訊科技集團接手管理，因為是近幾個月的調動，因此工作量有大量增加，這無非是一場經驗的爭奪戰，繃緊神經但是非常的期待。

二、實習後與實習前的期望比較

實習前因為沒有做過企業的美工設計，在全新的領域感到非常多的不安，不過也是充滿了期待與獲得這份實習的自信。在實習近 10 個月來對雖然不能獨自接檔期活動文宣設計，但是可以打樣初稿給主管修改製作，有點小失望不過還是很滿足，在檔期活動文宣以外的各單位文宣需求及佈置皆可以自行接稿完成，這是在進去實習之前無法做到的，在接觸美工設計實習以前，碰過的美工類工作只有博物館的講師工作，基本上是單一軟體與繪圖的操作，還有學術性內文與畫技表現，實習後接觸更多的美編軟體，以編排製圖為主不再只有憑空的繪圖，學習到更多的技能，讓我跟以前比較起來有小小的成就感。

三、實習最大的收穫

在實習後學到了以前沒有接觸過的製圖軟體，與更多的編排技巧，小至軟體快捷鍵的紀錄，大至現場佈置的景深編排美觀表現，細至文宣行銷內文的編寫流暢度，廣至文宣品外包的對稿流程，多不勝數的收穫。最大的收穫是初步社會的經驗與職場交流相處。

四、實習最難忘的事

在假日的時候總是會被餐飲部趙副總來陰的，雖然不是個人被針對，但是每到假日他就會開始電話瘋狂聯絡美工主任，質疑所有星期五完成的稿樣，上一週說稿樣要作成這樣，這一週就會說怎麼會做成這樣，應該要作成那樣，到了下一週就又要改成一開始那樣，美工都了解他那如同惡婆婆般的性格，因為每週都來一次所以實在讓人很難不想起。

在年節時期的節慶部置總是讓我們美工三人加班到 8.9 點，雖然累又冷又餓，但是完成的時候讓人覺得很有成就感，事後想到要撤展將又是一陣疲憊上身，有次陳副總在我們新年佈置加班到傍晚的時候提著蛋糕來慰勞，讓人感到窩心，更有動力趕在期限前全數完成。

第二節 未來建議

一、對實習公司的建議

希望每個部門的上司可以更加瞭解美工的作業，不是一句”這沒什麼難的”就可以應付了事，若是可以輕鬆說出這句話，何不以身作則帶教導自己的部屬美工的所有作業，要求部屬必須學會，因為很簡單，如果真像口頭說的簡單，那想必這間企業是不需要美工專員的，希望上位階的領導者可以尊重每一個環節的員工能力。

二、對系上及實習制度的建議

目前大四實習一整年，每週一回學校上課做專題這樣的安排很滿意，不管實習制度與安排如何改變，都會有不同的聲音及意見，學生為何不自己調適己身狀況，不能要求法條配合自己，但是可以約束自己遵循法條。

三、對學弟妹的建議

雖然實習的時間跟未來步上社會的時間長短比起來不過短短 10 個月，但是如何運用這 10 個月都是靠自己的學習努力，是單單與社會接軌還是要學習挑戰自我，在各個領域上發掘自己的長處與興趣，讓在畢業後不致於茫然，對於未來有個模糊的身影也好，期許學弟妹們在未來也可以好好的運用這 10 個月的社會接觸，學習到遠遠超過學生 16 年不一定能體會到的職場經驗，對於未來不會害怕能更有自信的步入社會。

參考文獻

MBA 智庫，企業物流供應鏈

(http://www.talm.org.tw/view_specialColumn.php?units=talm&id=19)。

台中清新溫泉飯店

(<http://www.freshfields.com.tw/>)。

沿海島嶼可持續發展與生態並列之可行性研究，溫泉業五力分析

(<http://marine.cpami.gov.tw/english/filesys/dlarea/59/file2.pdf>)。

湧翠閣渡假村經營企劃，渡假村五力分析

(<http://nfuba.nfu.edu.tw/ezfiles/31/1031/img/468/Resorts.pdf>)。

酒店管理論文，飯店倉庫管理流程

(<http://big.hi138.com/guanlixue/guanliqita/jiudianguanli/>)。

倉庫管理流程

(<http://big5.china.com/gate/big5/kaoshi.china.com/qy/Learn/1959.htm>)。