

中文：標楷體
英文：Times New Roman
版面：上 2.3cm 下 3cm
左右 2cm

樹德科技大學餐旅與烘焙管理系 (20pt)

實務專題 (20pt)

Department of Hospitality and Baking Management

Shu-Te University

創新之附屬服務、情緒體驗對品牌黏著度之影

響以觀光旅館為例 (22pt)

Title in English (16pt)

99110321 黃小麥 99110365 林小惠 99110333 李大明

99110336 張大天 99110327 董小明 99110378 葉大大

段落間距
前後 0.5 行
行距 1.5 倍行高
標楷體 Time
News Roman
16pt

指導教授：○○○

中華民國○○○年○○月



封面格式

(一) 邊界

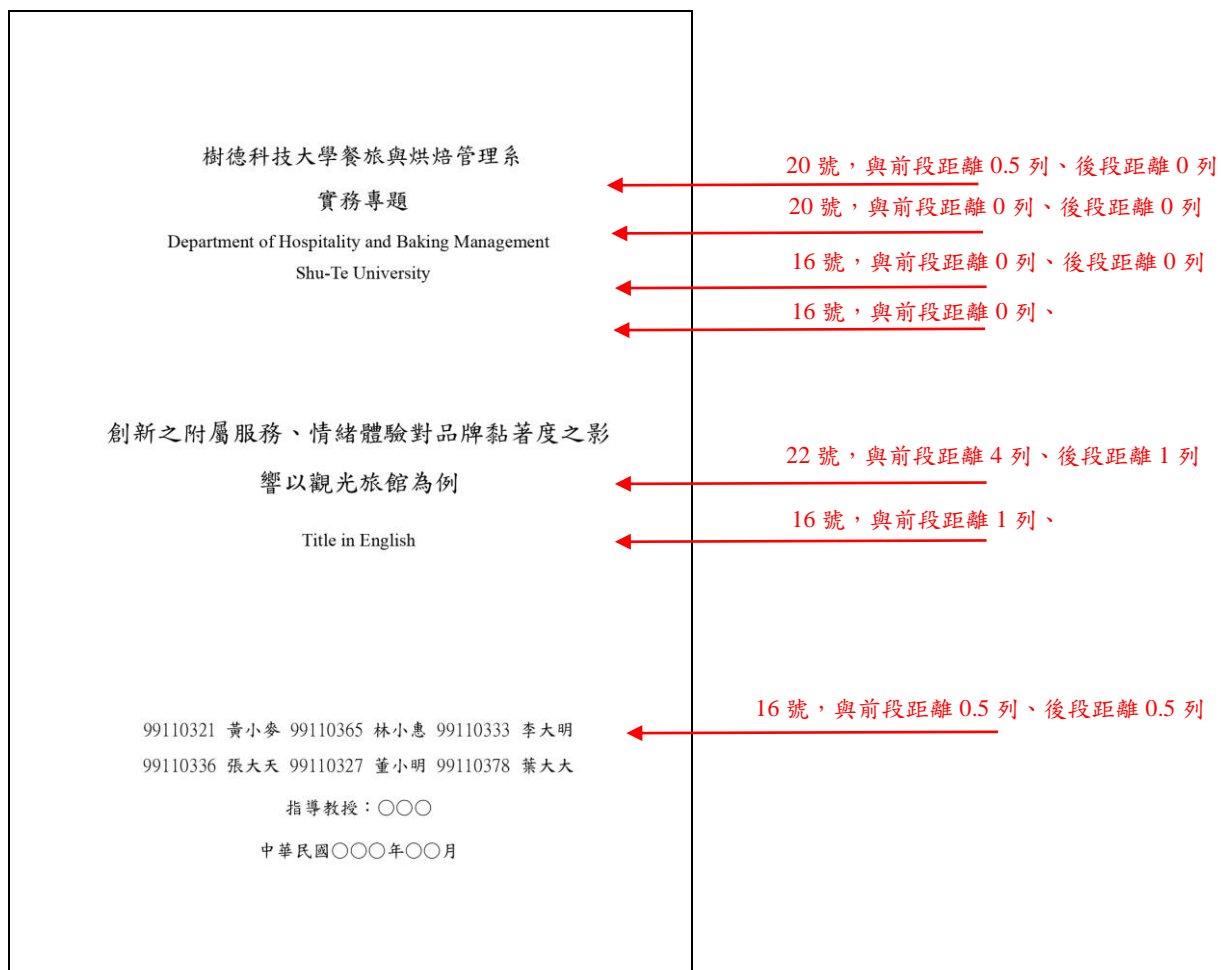
直式：上 2.3cm、下 3cm、左 2cm、右 2cm。

(二) 封面書寫

1. 校名
2. 系(所)名稱
3. 題目(前述項目須中、英文併列)
4. 學生學號姓名
5. 指導教授姓名
6. 中文年、月

(三) 封面格式

1. 全部設定：1.5 倍行高
2. 所有字體均使用標楷體與 Times New Roman



摘 要

24pt，1.5 倍行高
後段距離 2 行

現代是一個以服務化為取向的社會，經濟主體朝向服務化擁有明顯的趨勢，餐飲產業具有進入門檻低及勞力密集的特性，眾多的餐飲業使消費者有很多選擇，餐飲業只要在消費者心中無法達到期望值，很快就會被市場所淘汰，業者想要永續經營，勢必要突顯自家特色。

【關鍵詞】：觀光旅館、創新附屬服務、情緒體驗

關鍵詞三字應以「【】」標示，關鍵詞間以全形「頓號(、)」分隔

中文摘要內容字型大小 14pt，文字左右對齊；設定縮排：第一行 2 字元，與前、後段間距皆為 0.5 行；行距為固定行高 25 點。

一、目錄格式規定

目錄依序包含內容目錄、圖目錄、表目錄，置於摘要之後、報告正文之前，並依內容目錄→圖目錄→表目錄排列。邊界：上 2.5cm、下 2.5cm、左 3cm、右 2.5cm，中文字體為標楷體，英文字體為 Times New Roman。

自內容目錄起，頁碼自 i、ii、iii...半形小寫羅馬數字連續編頁。自報告正文第一章起至附錄，以 1、2、3...半形阿拉伯數字連續編頁。項目名稱後以多個半形「點(.)」連成線與頁次連結之。

目錄頁尾之頁碼字體為 Times New Roman，字型大小 12 點字，文字置中對齊，與前、後段間距皆為 0 行，行距為單行間距。每一目錄以一行為限，不得換行標示。

(一)內容目錄

標題「目錄」字型大小 24 點字，文字置中對齊，行距 1.5 倍行高，與前段間距 0 行、後段間距 0.5 行。

內容目錄須依序包括中文摘要、內容目錄、圖目錄、表目錄、報告正文各章節之名稱、參考文獻、附錄，以及各項目之頁次。內容目錄之內容字型大小 14 點字，文字左右對齊，行距為固定行高 25 點，與前、後段間距皆為 0 行。

章次使用第一章、第二章、第三章...等中文數字編號，節次使用第一節、第二節、第三節...等中文數字編號。附錄使用附錄 A、附錄 B、附錄 C...等英文大寫字母編號。

章之行與節之行不能齊頭，節之行應設定縮排：第一行 2 字元。章次與節次後均須以一個半形空格分隔，方書寫章名與節名。（參照範圖 1-1）

=

目錄

摘要.....	I
圖目錄.....	i
表目錄.....	ii
第一章 緒論.....	1
第一節 XXXX.....	3
第二節 XXXX.....	5
第三節 XXXX.....	7
第二章 文獻回顧.....	9
第一節 XXXX.....	11
第二節 XXXX.....	13
第三節 XXXX.....	15
第三章 研究方法.....	17
第一節 XXXX.....	19
第二節 XXXX.....	21
第三節 XXXX.....	23
第四章 資料分析.....	25
第一節 XXXX.....	27
第二節 XXXX.....	29
第三節 XXXX.....	31
第五章 結論與建議.....	33
第一節 XXXX.....	35
第二節 XXXX.....	37
參考文獻.....	39
附錄一.....	40

(二) 圖目錄

標題「圖目錄」字型大小 24 點字，文字置中對齊，行距 1.5 倍行高，與前段間距 0 行、後段間距 0.5 行。

正文內每一圖均須賦予編號與名稱，每一章由 1 號開始編製，依出現順序連續編號，以「章-編號」方式標明。例如「圖 2-10」為第二章第 10 個圖，附錄內圖之編號為「附錄-編號」，例如，「圖 A-3」為附錄 A 的第 3 個圖。

圖目錄之內容字型大小 14 點字，文字左右對齊，行距為固定行高 25 點，與前、後段間距皆為 0 行。「圖」與「章-編號」間以一個半形空格分隔，圖號與圖名稱間以一個半形空格分隔。(參照範圖 1-2)

(三) 表目錄

標題「表目錄」字型大小 24 點字，文字置中對齊，行距 1.5 倍行高，與前段間距 0 行、後段間距 0.5 行。

正文內每一表均須賦予編號與名稱，每一章由 1 號開始編製，依出現順序連續編號，以「章-編號」方式標明。例如「表 2-1」為第二章第 1 個表，附錄內表之編號為「附錄-編號」，例如，「表 A-2」為附錄 A 的第 2 個表。

表目錄之內容字型大小 14 點字，文字左右對齊，行距為固定行高 25 點，與前、後段間距皆為 0 行。「表」與「章-編號」間以一個半形空格分隔，表號與表名稱間以一個半形空格分隔。(參照範圖 1-3)

圖目錄

圖 1-1 研究流程圖.....	5
圖 2-1 研究架構.....	10
圖 3-1 研究架構.....	15

表目錄

表 1-1 創新附屬服務問卷題項.....	12
表 2-1 情緒體驗問卷題項.....	20
表 3-1 品牌黏著度問卷題項.....	32
表 4-1 信效度分析.....	45
表 5-1 敘述性統計分析.....	58

第一章 緒論(20pt)

第一節 研究背景(18pt)

一、餐飲業的發展(16pt)

台灣觀光產業帶動餐飲服務業，使餐飲服務業眾多，餐飲業之間競爭也相當激烈。去年(2012)服務業占台灣國民生產毛額(Gross Domestic Product, GDP)高達七成，其中餐飲服務業表現的成果最為亮眼，每年都有將近 3% 的成長率，餐飲服務業登記家數也超越 10 萬 9816 家以上(中央廣播電台劉靜瑀，2013)。(12pt)

二、顧客期望之服務(16pt)

近年來在餐飲服務業中，企業逐漸以顧客為中心，強調顧客至上，重視顧客所需求的是什麼，「服務」就成為了相當重要的關鍵因素，提昇服務品質就成了企業所需面對相當重要的課題。遠見雜誌(2013)更是連續十一年為服務業展開了服務評鑑，國內餐飲業者為了登上排行榜，努力在追求達到顧客的期望。(12pt)

(一)、服務品質(14pt)

服務企業體認到留住一個顧客遠比開發一個新的顧客容易許多，開發一個新的顧客所需的成本通常是留住一個既有顧客的雙倍(Christopher, 1992)。Parasuraman, Zeithaml and Berry (1985)將服務品質定義為顧客期望的服務(expected service)與感知到的服務(perceived service)之間的落差，當顧客感知到的服務達到或超越心中所期望的服務時，顧客就會有正面的服務品質認知。(12pt)

1. 理論架構(12pt)

在現今許多餐飲業中被採納。如：國際美式休閒主題餐廳 T.G.I. Friday's 將提供超越顧客期望的服務與餐飲作為對顧客的承諾。(12pt)

(1)市場區隔(12pt)

台灣王品餐飲集團認為要讓顧客感動就是要提供超出顧客期望的

服務(楊舜慧、溫肇東、項維欣與陳東賢，2010)；鼎泰豐主張提供「超越顧客期望」的服務；台中永豐棧酒店以「永遠超越顧客期待」的理由自勉(李怡君，2000)。(12pt)

A. 價格(12pt)

(a)星級旅館宣傳(12pt)

B. 通路(12pt)

範圖 1-5 章節標題編碼方式

第一章 緒論

上行標題「第一章 緒論」中文字體為標楷體，英文字體為 Times New Roman，字型大小 20 點字，文字置中對齊，1.5 倍行高。

第一節 研究背景

上行標題「第一節 研究背景」中文字體為標楷體，英文字體為 Times New Roman，字型大小 18 點字，左右對齊、與前段隔 1.5 列、1.5 倍行高。

一、餐飲業的發展

上行標題「一、餐飲業的發展」中文字體為標楷體，英文字體為 Times New Roman，字型大小 16 點字，左右對齊、與前段隔 1 列、1.5 倍行高。

(一)服務品質

上行標題「(一)服務品質」中文字體為標楷體，英文字體為 Times New Roman，字型大小 14 點字，左右對齊、第一行縮排 0.5 字元，與前段隔 0.5 列、1.5 倍行高。

1.理論架構

上行標題「1.理論架構」中文字體為標楷體，英文字體為 Times New Roman，字型大小 12 點字，左右對齊、第一行縮排 1 字元，與前段隔 0.5 列、1.5 倍行高。

(1)市場區隔

上行標題「(1)市場區隔」，中文字體為標楷體，英文字體為 Times New Roman，字型大小 12 點字，左右對齊、第一行縮排 1.5 字元、與前段隔 0.5 列、1.5 倍行高。

A、價格

上行標題「A、價格」，中文字體為標楷體，英文字體為 Times New Roman，字型大小 12 點字，第一行縮排 2 字元、與前段隔 0.5 列、1.5 倍行高。

(a)星級旅館宣傳

上行標題「(a)星級旅館宣傳」，中文字體為標楷體，英文字體為 Times New Roman，字型大小 12 點字，第一行縮排 2 字元、與前段隔 0.5 列、1.5 倍行高。

二、論文內文格式規定

正文置於表目錄之後、參考文獻之前。文內須加標點，全文不得塗汙刪節，不得使用複寫紙。邊界：上 2.5cm、下 2.5cm、左 3cm、右 2.5cm，中文字體為標楷體，英文字體為 Times New Roman，字型大小 12 點字，文字左右對齊，設定縮排：第一行 2 字元，與後段間距為 0.5 行，行距為固定行高 25 點。

自正文第一章起至附錄，以 1、2、3...半形阿拉伯數字連續編頁。正文頁尾之頁碼字體為 Times New Roman，字型大小 12 點字，文字置中對齊，與前、後段間距皆為 0 行，行距為單行間距，頁碼底端位置均置於距每頁下邊緣 1.5 公分處。(參照範圍 1-5)

範圍 1-5 內文

專題報告正文之內文，中文字體為標楷體，英文字體為 Times New Roman，字型大小 12 點字，段落縮排為第一行 2 字元，文字左右對齊，與前段間距 0 行，後段間距 0.5 行，行距為固定行高 25 點。

XX
XX
XX。

XX
XX
XX
XX
XX
XX。

三、參考文獻格式規定

參考文獻須列出正文中引用之中英文期刊論文及書目，並以中文部分及英文部分分隔排列。其須包含作者姓名(氏)、出版年代、書目、技術資料或期刊名稱、版序、頁碼等內容。參考文獻之頁碼接續正文。參考文獻置於正文之後、附錄之前。邊界：上 2.5cm、下 2.5cm、左 3cm、右 2.5cm，中文字體為標楷體，英文字體為 Times New Roman。標題「參考文獻」字型大小 18 點字，文字置中對齊，行距 1.5 倍行高，與前段間距 0 行、後段間距 0.5 行。

(一) 中文部分

標題「中文部分」字型大小 16 點字，文字靠左對齊，與前、後段間距皆為 0.5 行，行距為固定行高 25 點。中文參考文獻內容字型大小 12 點字，文字左右對齊，設定縮排：凸排 2 字元，與前、後段間距皆為 0 行，行距為固定行高 25 點。

(二) 英文部分

標題「英文部分」字型大小 16 點字，文字靠左對齊，與前、後段間距皆為 0.5 行，行距為固定行高 25 點。英文參考文獻內容字型大小 12 點字，文字左右對齊，設定縮排：凸排 2 字元，與前、後段間距皆為 0 行，行距為固定行高 25 點。(參照範圍圖 1-6)

參考文獻

中文部分：

1. 王文俊(1997)。認識 *Fuzzy*。臺北：全華科技圖書股份有限公司。
2. 行政院農業委員會(2009)。保育類野生動物名錄，下載日期：2013/05/12，取自：
<http://www.lrd.stu.edu.tw/info/index.php?PID=808>
3. 李瑋琪(2007)。單車旅遊者之社會資本與深度休閒關係研究。未出版之碩士論文，逢甲大學景觀與遊憩研究所，臺中。
4. 曹書榮(2002)。從創作者角度探索懷舊認知與懷舊形塑。未出版之碩士論文，國立中正大學企業管理研究所，嘉義。
5. 連江縣政府(2004)。離島綜合建設實施方案(核定本)。連江：連江縣政府。
6. 黃鐘慶、李宗鴻(2009)。台灣野生動物觀光資源與研究趨勢分析。環境與生態學報，2(1)，23-45。
7. 葉源鎰(2007)。具心流體驗之高爾夫運動參與者之心流體驗、休閒阻礙與遊憩精熟度之相關性研究。戶外遊憩研究，20(1)，69-94。
8. 蕭至惠(2012)。懷舊廣告果真為銷售萬靈丹？臺灣行銷科學學會編，2012 商學管理學術研討會論文集(pp.1-23)。臺北：臺灣行銷科學學會。

英文部分：

1. Buckley, J. J. (1985). Fuzzy hierarchical analysis. *Fuzzy Sets and Systems*, 17(2), 233-247.
2. Cheng, C. H. & Chou, Y. J. (1996). Evaluating naval tactical missile systems by fuzzy AHP based on the grade value of membership function. *European Journal of Operational Research*, 96, 343-350.
3. Council of Agriculture. (2009). *Catalogue of protected wildlife species*, Retrieved March 4, 2013, from <http://www.lrd.stu.edu.tw/info/index.php?PID=808>
4. Hsiao, C. H. (2012). Is nostalgia advertising the elixir for sales? In the Taiwan Institute of Marketing Science (Ed.), *2012 Business & Management Conference* (pp.1-23). Taipei: Taiwan Institute of Marketing Science.
5. Hsieh, W. C. (2007). *Educational administration* (3rd ed.). Taipei: Higher Education Press.
6. Huang, F. M. (2006). *Structural Equation Modeling* (4th ed.). Taipei: Wu Nan Culture Enterprise.
7. Lienchiang County Government. (2004). *The construction and implementation*

program for the off-shore islands, Taiwan (approved). Lienchiang: Lienchiang county government.

8. Tsao, S. J. (2002). *To explore the cognition and the mold of nostalgia from creators perspective*. Unpublished master thesis, Department of Business Administration, National Chung Cheng University, Chiayi.
9. Tseng, C. H., Lou, Y. C., & Bei, L. T. (2009). The influence of gift promotion depth on evaluation of gift bundle. *Ntu Management Review*, 19(S1), 95-126.