

國立臺灣大學行政品質評鑑表

103 年度

受評單位：出版中心

單位承辦人簽章：陳韋涵 日期：103 年 11 月 20 日
聯絡電話：3366-9323
電子信箱：ntuprs@ntu.edu.tw

單位主管簽章：項潔 日期：103 年 11 月 20 日

壹、前次評鑑結果建議改進事項之執行情形.....	p.1
貳、共同評鑑項目.....	p.11
一、績效面.....	p.11
(一)投入成本與執行效益分析.....	p.11
二、流程面.....	p.21
(一)公務環境.....	p.21
(二)流程管理.....	p.23
(三)業務電腦化.....	p.25
(四)公文品質與時效.....	p.29
(五)工作簡化及業務創新.....	p.30
(六)保護智慧財產權執行情形.....	p.32
(七)持續改善與品質保證機制.....	p.34
(八)危機預防與管理.....	p.36
三、顧客面.....	p.37
(一)顧客滿意度調查.....	p.37
(二)公共關係與形象塑造.....	p.41
四、專業職能與學習成長面.....	p.46
(一)專業能力與服務態度.....	p.46
(二)訓練與進修.....	p.48
參、單位自訂評鑑項目	p.49
肆、本校中程校務發展計畫執行效益考評.....	p.95
伍、關鍵績效指標（KPI）	p.105
陸、因應邁頂計畫經費縮減之做法.....	p.107
附件	
附件一：出版品編輯出版標準作業程序.....	p.108
附件二：教科書出版規劃表.....	p.115
附件三：教科書著作審查意見表.....	p.117

壹、前次評鑑結果建議改進事項之執行情形

建議改進事項	執行情形（單位自我評鑑）
<p>99 年度行政品質評鑑委員提出的建議改進事項第 1 項： 權威性、重要性的增加與出版的量有關，經費成為很關鍵的問題，目前經費並不是很充裕，建議中心與校方協商，將營業之利潤保留，做為營運之經費。</p>	<p>100 年回覆執行情形： 出版中心書店營運的銷售收入所得除支付本中心業務所需之帳款外，餘額則皆於會計年度結束時由會計室基金組統歸入校務基金。無法將營業之利潤餘額留存為本中心營運所用。 經本中心與會計室討論研商保留利潤之可行的提案，但因此提案牽涉學校整體財務考量與會計制度的修正，目前會計室尚無法改變會計科目既定的使用方式。故盈餘的保留是需要待校方改變會計制度才可能。故本中心目前需還是要配合學校會計制度的規範。 建議結案。</p>
<p>99 年度行政品質評鑑委員提出的建議改進事項第 2 項： 中心目前尚缺行銷專業人才，若中心需要持續增加專業碩士級人力，請學校給予中心在人事與預算上較彈性的支持以應需求。</p>	<p>100 年回覆執行情形： 為永續經營臺大出版中心為一專業學術大學出版社，中心亟需增聘加專業編輯及行銷人力，不僅為出版經嚴謹審查之高度專業學術性質圖書，並行銷推廣於國內外，以提升臺大學術教研成果之知名與能見度。 經審慎評估，擬請校長同意中心增聘人力 3 名，分別為 2 位編輯及 1 位行銷之專業人才，以共同實踐並永續經營出版中心學術出版品牌與權威。本次人力需求已於 4 月 13 日經中心主任面陳校長，並獲得校長支持，目前全案正進入人事與相關處室公文簽辦中，擬於正式公文並經校長同意晉用後，正式依相關規定辦理公開徵才與人事晉用程序。 建議結案。</p>
<p>99 年度行政品質評鑑委員提出的建議改進事項第 3 項： 在目前預算與人力有限情況下，中心應考量執行事項的優先順序。</p>	<p>100 年回覆執行情形： 臺大出版中心的核心價值為「學術出版」。在預算及人力有限的前提下，出版中心當以學術書的出版、發行為優先考量。以下擬就「出版類別之優先順序」、「學術書領域之出版優先順序」、「學術書之出版優先順序」三個方面，列出現階段出版中心的執行優先順序：</p> <ul style="list-style-type: none"> 一、出版類別之出版優先順序 <ol style="list-style-type: none"> 1. 各種學術書 2. 教科書、學校任務型出版品 3. 影音多媒體 DVD、電子書 4. 其他 二、學術書領域之出版優先順序 <p>基於人力有限情況下，在眾多不同的學術領域中，出版中心會優先出版文史哲研究及臺灣研究之書籍。</p> 三、學術書之出版優先順序 <p>學術書性質多樣，可粗分為學術專著、單一作者且主題明確論文集、多位作者之結集論文集、學術專著之翻譯等，出版中心的出版優先順序如下：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 學術專著 2. 單一作者主題明確之論文集

	<p>3. 多位作者之合著論文集（學術會議論文集、計畫論文集）</p> <p>4. 學術專著之翻譯</p> <p>建議結案。</p>
<p>99 年度行政品質評鑑委員提出的建議改進事項第 4 項：</p> <p>請中心規劃行銷對象包括學校的老師、學生以及位置所在周邊範圍的宣傳作法。</p>	<p>100 年回覆執行情形：</p> <p>一、本中心對學校教職員生與校友宣傳的方式如下：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 設置臺大出版中心專屬網站（網址：http://www.press.ntu.edu.tw）提供最新消息、訂購服務與新書資訊等訊息。 2. 於校內的文宣資料定期提供新書資訊與好書介紹。有：《臺大校訊》、《臺大校友雙月刊》、《NTU Newsletter》等。 3. 透過臺大電子報系統定期製作並發行「出版中心電子報」，發送給校內訂閱電子報之教職員生。 4. 運用臺大 BBS (如：PTT) 等相關版面刊登訊息宣傳。 5. 使用本校計資中心的校園公告系統，提供各項訊息以 E-mail 給全校教師與學生。 6. 以本中心書函發送給校內各單位及各系所相關訊息，並請其轉知所屬教師及學生，與協助刊登於各系所單位之公布欄。 7. 參與本校舉辦之各項慶典與活動，如杜鵑花節、畢業季活動、校慶、學系博覽會、藝文表演等，提升本中心於校內的能見度。 8. 定期於校內學生活動中心舉辦大型書展活動，以提高校園閱讀風氣並提供優惠購書折扣予師生。 9. 與各系所與行政單位合作舉辦新書發表會，與全校師生共同推廣新。 10. 提供全校師生上課用教科書代訂服務，於每學期開學時發送全校性公函，通知全校師生提供團訂優惠服務，便利師生購買，獲得廣大師生的支持與贊同 11. 經營大學書店，提供全校教職員生購買優質圖書的環境與空間。 12. 設置出版中心臉書 (Facebook)，與本校師生於線上能即時互動，將中心的訊息與師生的回應互相傳遞。 <p>二、與中心位置所在周邊範圍的宣傳合作：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 於臺大校園內與校內商店合作，設置本中心展櫃銷售出版品與紀念品，可讓師生與參觀來賓除了本中心自營書店（圖書館地下 1 樓與水源校區澄思樓 1 樓）外，也有其他購買的處所。目前於鹿鳴廣場的個性商店與新生南路校門口的新月台展示中心 2 樓，都能買到本中心出版品與紀念品。 2. 與臺大周邊的書店合作，積極設立本中心的出版品專櫃，讓出版品能展延於周邊的商圈內。目前與本中心有合作銷售關係與展櫃的書店有：南天書局、唐山書店、臺灣的店、聯經臺大店、五南臺大店。 3. 企劃與臺大公館商圈的書店連線，打造公館商圈的大學書街的形象，如五南圖書廣場臺大店、金石堂書店、合記書店、校園書房、茉莉二手書店、胡思二手書店、古今書廊二手書店等合作，建立大學書街的新氣象。 4. 與周邊書店進行合作推銷活動，將本中心的出版品提供優

	<p>惠的折扣給一般社會大眾。100 年 3 月即與五南圖書廣場臺大店進行 1 整個月的「逛杜鵑花城·來認識臺大」的促銷專案，配合大學申請入學的時程與本校學系博覽會的活動，獲得很大的迴響。</p> <p>建議結案。</p>
99 年度行政品質評鑑委員提出的建議改進事項第 5 項： <p>臺灣經營學術出版以臺大及中央研究院具有相對優勢，但走學術經營需要有方向性且需長期累積實力。從鼓勵教授出書到產生價值性高的作品可能費時 3~5 年。建立口碑需要更長的時間。請考量如何在預算有限下達到「質量並進」的發展策略。</p>	<p>100 年回覆執行情形：</p> <p>出版中心預算有限，要「質量並進」雖有其困難度但並非不可行。出版中心在未來三至五年內，「質量並進」的發展策略將採取下列幾個方向：</p> <p>一、質的提升</p> <ol style="list-style-type: none"> 編輯品質的提升：建立更精準的編輯 SOP（參見本回覆的最後），並嚴格執行，務必使書稿在編輯過程中所產生的種種錯誤降到最低。 書籍內容品質的提升：主要是透過兩個方式來替學術出版品把關，一是專家學者可全權主導的叢書主編制，一是嚴謹的審查制。在這一方面，出版中心的編輯們，全力配合叢書主編，並嚴格執行審查制度。 在人力許可範圍內，編輯多參加學術研討會等學術社團的集合，以開發、洽談具有權威、創新的潛在書稿。 <p>二、量的提升方面</p> <ol style="list-style-type: none"> 合作出版 嘗試和校外出版社進行各種不同性質的合作出版方案，以增加出版量。 編輯效能 在不影響編輯品質的前提下，提高編輯效能，採用 WORD 檔轉 PDF 方式，再以 POD 方式印刷，以確保自製出版品的年度出版量，保持在一定的數量。 <p>我們認為，出版品的「量」很重要，但仍不應以犧牲出版品的「質」為前提。任一本有著「臺大出版中心」六個字的書，應是內容及編輯兩個層面上的品質保證。以此信念，長期經營，方能建立起學術出版的口碑。</p> <p>建議結案。</p>
99 年度行政品質評鑑委員提出的建議改進事項第 6 項： <p>在校內中心已有與教務處及其他學院及研究中心合作推出的作品，其出版的 SOP 應與出版中心具齊一性規定；而在行銷部分，若無法增加行銷專業人才，是否考量外部專業的引進與合作之可行性。</p>	<p>100 年回覆執行情形：</p> <p>與校內合作出版的 sop 必需與本中心所制定的出版 sop 相符合，目前皆依已制定的標準流程來執行各項出版編輯作業。</p> <p>與外部專業引進與合作之可能性，據上次 99/12/22 本中心說明提出擬以書店委外與版權授權方式與外部專業合作，茲說明如下：</p> <p>一、書店委外合作經評估後目前可行性很低</p> <p>書店委外經營規劃案，因為進一步了解，擬不辦，仍維持中心經營。緣由有二，說明如下。</p> <ol style="list-style-type: none"> 帳務系統之操作： 隸屬校內單位之銷售收支均需開立學校收據，該系統須由負責同仁，以其帳號進入系統，並須每天結算，由專人繳交會計室出納。若由外部人員操作，確有實際操作上的顧

	<p>慮。且若是委外經營，需要同時開立學校收據以及發票時，作業時間將較長，不利銷售服務。</p> <p>2. 書店地點之合適性：</p> <p>書店門市目前位於地下室，若是校內單位使用尚可，若是委外單位進駐，涉及營業場所之相關規範，將有所不便。而新地點規劃位於都更地，總務處已列入辦理中，惟需要時間進行，依目前進度初估，約為 107 年。而據訪查了解，大學書店經營是一項長期投入的事業，若規劃一空間用地，進行裝潢改建後，使用數年又得遷址重新安置，徒增成本支出，不利書店經營，也影響委外商家意願。</p> <p>3. 此案雖擬停，但對於中心的行銷規劃亦仍尋求其他積極作法，具體作為有三項，例如：將加強與公館地區獨立書店的合作企劃，打造公館大學書街印象；並與校外合適單位，共同辦理新書發表或新書講座等活動，將出版中心及書店的能見度向外擴展；將增加行銷人員一名，推展前述工作，打造出版中心學術出版的品牌。</p> <p>書店委外案俟中心新址案後，擬檢視當時條件，再做討論規劃。</p> <p>二、版權授權合作</p> <p>自民國 98 年以來曾受到中國大陸多家出版社的邀請，藉由取得本中心出版品授權出版簡體中文字方式，將本校優良且具學術性圖書出版於中國大陸，已成功授權總計 3 家出版社 5 本圖書，目前均已簽約完成並進入編輯程序，預計今年 5 月起陸續出版。</p> <p>為積極提升與傳播本校學術影響力，中心正積極規劃，擬以委託外界專業資源進行版權授權業務，尤其在簡體版授權大陸方面，目前正尋找並接洽有意願之版權代理公司，在協調合作模式、服務費之收取方式及雙方權利義務等達相當共識後，再行簽請同意並執行本委託案。</p> <p>建議結案。</p>
<p>99 年度行政品質評鑑委員提出的建議改進事項第 7 項：</p> <p>中心在一般叢書的出版已有 18 個系列，是否能先集中規劃數個領域的 3 年計畫，以觀察執行成果並加評估。</p>	<p>100 年回覆執行情形：</p> <p>出版中心目前的一般書類別，共分 18 個系列。這 18 個系列，是出版中心將歷年出版品及新開發的書種，重新由行銷觀點予以分類，並不代表出版中心有人力同時經營如此多的系列。18 個系列，可區分為六大領域：(一) 以教科書為主的教學書籍、(二) 臺大任務型書籍、(三) 醫學專業版與大眾版書籍、(四) 科普類書籍、(五) 管理類書籍、(六) 社會關懷類書籍。</p> <p>就實際的執行面而言，在經費、編輯人力有限及稿源不穩定情況之下，出版中心並無能力全面兼顧各個系列的發展。經過審慎評估，出版中心在未來三年，將以下列四大領域的書系為主要發展方向，其中尤以「以教科書為主的教學書籍」為發展重點。總之，我們期望透過一般書規劃，能達到以下目標：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 將這類書籍導入市場，增加銷售，達到擴大銷售及拓展資源的雙重效益。 2. 和校內單位合作為優先，結合、整合校內單位資源作為出版後盾，解決書稿來源不足問題。

3.建立起教科書的出版的整體架構。

以下，謹列出「一般叢書發展規劃表」及其說明。

一般叢書發展 3 年之規劃表

優先順序	一般書之領域名稱	3 年規劃	成效評估
1	以教科書為主的教學書籍	重點發展	每年做年度評估，評估其出版成效，並修正執行方向。
2	臺大任務型書籍	持續原出版方向	每年做年度評估，評估其出版成效，並修正執行方向。
3	醫學專業版與大眾版書籍	持續原出版方向	每年做年度評估，評估其出版成效，並修正執行方向。
4	科普類書籍	嘗試和校內單位合作，及主動開發作者	每年做年度評估，評估其出版成效，如成效不佳，考慮不再執行此系列。
5	其他一般書	不列為重點發展	如有投稿，依書稿內容決定出版與否。

針對上表第 1 至第 4 項說明，如下：

1.以教科書為主的教學書籍

教科書是出版中心未來幾年發展的重點方向。大學的出版社，本應予以特別重視的教科書的出版。目前出版中心的教科書出版尚不成系統。關於教科書出版規劃的詳細內容，見本評鑑改進措施第九項的回覆。

2.臺大任務型書籍

任務型書籍，以校內單位委託定期編製出版的書籍為主。由於各校內各單位之要出版之書，皆與發揚臺大教學研究精神，推廣文藝深度等學校發展或全校性事務有關，包括：《傑出教師的故事》、《優良導師的故事》、《我的學思歷程》、《臺大文學獎作品集》、《臺大科學家的研究故事》等，其出版仍有必要。未來，出版中心仍本著服務學校各單位的立場，全力配合，提供這方面書籍出版、發行的服務，並逐年做年度成效評估，以期持續發展這個系列。

3.醫學專業版與大眾版書籍

這類出版品主要是與臺大醫院合作，由醫師團隊共同撰述，可分為專業版及大眾版。醫學專業版的書籍，讀者對象是醫師或醫學院學生，例如《腹腔鏡肌瘤切除手術》；醫學大眾版的書籍，則針對一般民眾，以保健書籍為主，例如「臺大醫院健康叢書」的《寶貝肝臟：人生變不同》等。由於和臺大醫院及本校健康中心長期合作，且此類書銷售量相當不錯，出版中心在未來仍會持續出版、發行這個系列的書籍，並逐年做年度成效評估，以期持續發展這個系列。

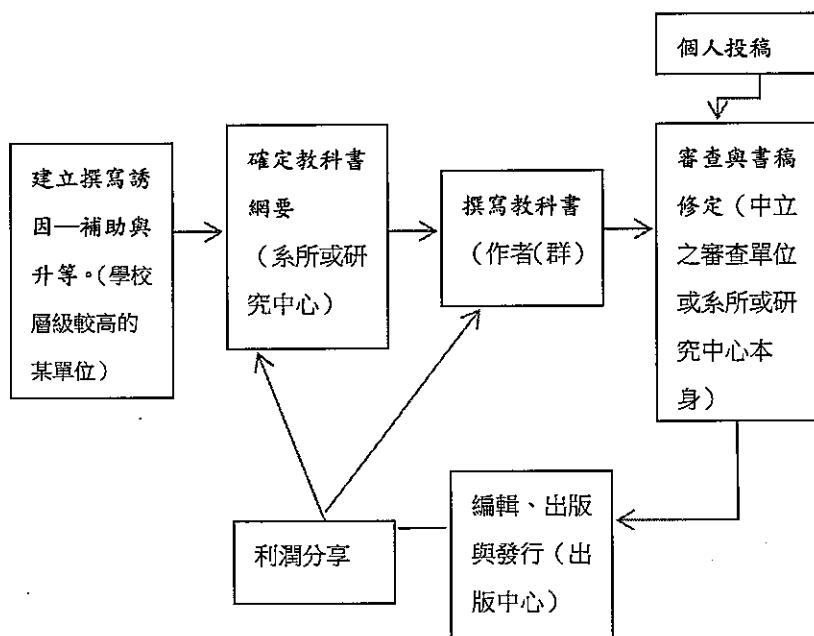
4.科普類書籍

傳遞科普知識是臺大與社會之間的重要橋樑，有助於發展理性社會。尤其，臺大理工科系進入世界百大，科學教育必然是臺大重

	<p>視的一環，「科學教育發展中心」的成立即為佐證。出版中心希望廣邀教授們主動撰寫科普書籍，同時，也對外廣為徵求優秀書稿，扶植本土科普書籍。由於此類稿源不足，出版中心會從兩個方面努力：一是先嘗試與校內單位合作，例如與「科學教育發展中心」，以科學講座的內容作為出版品的來源。二是須主動開發作者。出版中心逐年做年度成效評估，依其執行成效來考慮此系列之存廢。</p>
<p>99 年度行政品質評鑑委員提出的建議改進事項第 8 項： 請中心嘗試建立出版成果與學術影響力的評估機制。</p>	<p>100 年回覆執行情形：</p> <p>書的出版成果，一般而言，常以出版量、銷售量為準，但出版品的學術影響力則不應只以此為評量標準。目前，期刊論文可透過資料庫（如 TSSCI、THCI）藉由引用次數為指標，評估該期刊的學術影響力，進而列出何者為第一級、第二級期刊的級別表。</p> <p>出版中心學術書之出版，以人文社會學科領域為主。然而，人文社會學科（尤其是人文學科）的學術影響力，除期刊論文之外，主要是透過體系完整的專書來呈現。這一點，與以期刊論文為主的理工學科大不相同。況且，人文社會學科專書的影響力，往往發酵時間很長，「學術價值」較難量化評估，且出版量的多寡與學術影響力的高低更是無絕對關係。這些問題，均增加了評估的困難度。</p> <p>出版中心在請教過多位學者後，認為：建立出版成果與學術影響力的評估機制，茲事體大；應在以碩博士論文、學術期刊及學術書為基礎的龐大資料庫基礎之上，進行引用註文、參考書目等資料的交叉比對，進而統計出這些引資料中引用臺大出版中心學術書的數據。基於此，我們的看法是，這不是一個出版社有能力去進行的業務，亦無執行的必要性。</p> <p>因而，我們嘗試規劃一個有「可行性」之學術影響力評估機制。基於人文社會學科特性，這個評估機制以書為單位，並且牽涉到權重概念，採「多元的評估指標」。我們不是這方面的專家，國內亦無前例可以依循，我們在這裡提出的規劃，只是一個初步構想，如付諸執行，仍需經由專家再次審核確認其可行性。本規劃中，我們會以年度為統計期間，透過以下各數據，加總後，成為出版中心的「年度學術影響力」數據。相關的統計數據如下：</p> <p>1. 出版品性質 (40%)</p> <ul style="list-style-type: none"> 1-1 單一作者學術專書數量 (權重最高) 1-2 單一作者、主題明確的論文合集 (權重次高) 1-3 多位作者合作的專書及論文集 (權重第三高) 1-4 教科書 (權重第四高) 1-5 一般書 (可納入計分，但權重值最低) <p>2. 審查 (40%)</p> <ul style="list-style-type: none"> 2-1 審查意見表中，於審查意見下方，可新加一欄：即審查人對本書稿的學術影響力評估，或許可以分為「極大」、「大」、「普通」、「小」等不同層次。(權重最高) 2-2 審查意見中「極力推薦」、「推薦」、「修改意見僅供作者參考」、「依修改意見修改後始了推薦」之統計。(權重次高) <p>3. 其他 (20%)，各項權重平均</p> <ul style="list-style-type: none"> 3-1 幫助老師升等的出版品數量 3-2 書評機構刊登書評次數

	3-3 作者獲得的學術獎項或獎助數；出版品獲得的學術獎項或獎助次數
99 年度行政品質評鑑委員提出的建議改進事項第 9 項： 請積極規劃教科書之出版，並與校方研商教師出版教科書之誘因。	<p>100 年回覆執行情形：</p> <p>教科書是各級學校傳道授業的主要教學媒體。以本國語言寫作的優良大學教科書，是學生建立其學術殿堂的重要基石，因而也是學術發展的基礎。國內之大學教科書，大多是用現成英文教科書，或是其中文翻譯或編譯本，而翻譯或編譯本通常品質不佳。國人自撰的、好的大學教科書數量不多，主要是因為「在國內，大學教師的正業是『研究』，編寫、譯教科書在升等、續聘、各種獎項的考評上，不占重要分量，只是錦上添花的玩意兒。」另一方面，「日本的諾貝爾科學獎得主有十三位（其中三位在美國發展），就有六人以日文寫作教科書。」（【聯合報／王道還】2009/01/18）。</p> <p>因此，臺灣大學如能打破成規，有計劃地推動本校教師撰寫適合的教科書，當是件極為重要之事。</p> <p>以下，先說明目前出版中心教科書的出版概況，再提出出版中心對教科書出版的規劃：</p> <p>一、出版中心目前的教科書出版概況</p> <p>版中心現行的教科書出版，尚無統一的整體的出版策略。目前的教科書出版，大致上可分兩類：</p> <p>(一) 和校內其他單位合作</p> <p>例列和「寫作教學中心」合作的教導學術寫作書籍——「寫作教學系列」，已出版四本，皆屬長銷書，2010 年 3 月出版的《從字句到結構》，目前仍位居博客來網路書店同類書籍第二名。又如，與『共教中心』合作出版之《統計與生活》，已為多所大專院校指定用書。</p> <p>(二) 個人的投稿。</p> <p>如《數學的燈謎》、《RFID 系統及 EPC 標準架構》（教育部證照考試用書）、《小型風車手冊》等。</p> <p>二、教科書出版之規劃</p> <p>就教科書的出版流程來說，要先有書稿，才可能進行印製、發行。在這個出版流程中，出版中心位於下游，也就是說，出版中心必須要先有作者撰寫好的教科書稿。</p> <p>觀察現在國內多所大學，由校內教授親自參與自撰寫的教科書並不多。究其因，當與作者撰寫教科書的誘因不足有關。由於國內大學教師升等或續聘原因，導致教師重心多偏重在撰寫研究論文上，而不願意進行耗時耗力的教科書撰寫。沒有上游的寫好的教科書，當然沒有下游教科書出版與發行。因此，出版中心規劃教科書出版時，必須連同「如何鼓勵作者寫教科書」一併思考。</p>

出版中心的教科書出版之規劃，流程圖及其說明如下：



就上述流程的各部分，進一步說明如下：

一、建立寫教科書的誘因

1. 為何教師不寫教科書

國內大學通常會不定期對教師加以評鑑，例如要求講師與助理教授在三至八年不等的時間內必須升等。其評估與評鑑的標準大多從「研究、教學、服務、發表與產學合作」方面著手，尤其是發表投稿國內外知名的期刊，諸如 SCI、SSCI、TSSCI，最為代表性。

大學教師編寫教科書，在升等、續聘、各種獎項的考評上，並不占重要分量。以「臺大教務處教師升等審查準則」為例，教師升等的審查評分，研究、教學、服務各占 55%、25%、20%。在「國立臺灣大學教務處教師升等評分表」中，在研究項目下之著作特別標明「不含教科書」；「國立臺灣大學教師升等薦表」中，在「教學」項目下，有「教科書或實驗手冊編寫」。「臺大管理學院教師升等評審辦法」中，「教科書編著」分在教學成果的項目之下。再以「臺大文學院教師升等細則」為例，學術著作審查，占七十分；教學評鑑占二十分；服務評鑑占十分。其中學術著作審查，如「以整理、增刪、組合或編排他人著作而成之編著……不得送審」，很明顯，教科書不算「學術著作」。

再舉例，國立中央大學的相關議題的提問與回答如下：

教科書、工具書、傳記、翻譯等可否當送審代表著作？

回答：不可以。僅可列為參考著作（但限五年內出版者）。

由上所述，可知撰寫教科書在升等時的權重換算下來，占比很小，但同時，撰寫大專用教科書費時費力，一本優質的大專教科書寫作時間約可能要一年半以上，而這一年半的時間教師能夠發表兩三篇以上的期刊論文了。站在時間與效益的觀點而言，撰寫教科書是「吃力不討好」、投資報酬率極低的事情，長久下來，自然造成教師不願意花心力及時間撰寫

	<p>教科書。</p> <p>2.本規劃中，建立教師寫教科書的誘因，方向有二： 一是提供實質獎勵補助予作者（作者群），可以計劃補助方式進行；一是在教師升等及評鑑方面予以鼓勵。</p> <p>3.執行的單位 如何在教師升等評鑑方面予以鼓勵，如何提供實質的補助細節，事涉學校政策，非出版中心能處理。建議由學校的教務處或研發處等單位出面推動。</p>
	<h3>二、確定教科書綱要</h3> <p>1.建議由系所或研究中心執行。主要是在這個教科書的規劃中，一定使系所或相關研究中心（如共教中心）介入。</p> <p>2.因各個學門，學有專精，各有不同處，且只有相關系所才知到其教科書的需求——哪些基本科目需要教科書、哪些科目有編寫必要之外。故本規劃中，教科書之撰寫綱要，由各系所或研究中心訂定之。</p>
	<h3>三、撰寫教科書</h3> <p>1.不論是作者或是作者群，依系所或研究中心通過之教科書綱要撰寫教科書。</p> <p>2.此時，應與作者（群）簽定出版發行之授權書及相互的權利義務：</p> <p>(1)版權的問題。例如，合約確定作者授權對象，並標明撰寫之教科書，將交由出版中心出版。</p> <p>(2)成本及利潤的分配問題。學校提供出版印製成本，利潤亦分享予作者、系所。如此作者有撰寫動力，系所也願意投入人力處理教科書綱要及審查事宜。</p>
	<h3>四、審查與書稿修定</h3> <p>1.教科書的審查是品質把關的機制，因此臺大出版中心出版的教科皆應經過審查程序。審查程序可依出版中心的SOP，有初審、專業審查及複審。</p> <p>2.因各學門不同，教科書審查的標準（審查意見表），建議由各系所或研究中心訂定之。</p> <p>3.如有個人投稿，亦進入系所（研究中心）的審查體系，審查通過，始出版。</p> <p>4.審查執行者，可以是系所本身，也可以是學校的另一中立單位。如為另一中立單位執行審查事宜，審查人名單及審查標準（審查意見表），則由該系所或研究中心提供。</p>
	<h3>五、編輯、出版與發行</h3> <p>1.審查通過並修定後之教科書，交予出版中心進行編、印刷及發行。書稿依出版中心的編輯SOP進行編輯作業。</p> <p>2.初刷編輯、印製經費，由校方提供。</p> <p>3.再刷之銷售收入，如前所言，利潤共享。</p> <p>4.發行由出版中心現有之行銷管道執行。</p> <p>5.在教科書書稿齊全，有一定量時，亦可以考結和長久經營教科書的業者合作，以增加教科書的銷售市場。</p> <p>6.除紙本出版外，亦可考慮教科書電子書平臺。教科書可同時上網，下載電子書，收費以章為單位計，費用回饋作者、系</p>

所、出版中心。

103 年補充說明如下：

自 101 年度起，中心與教務處合作共同推動「教科書出版提升計畫」，計畫執行期間為 101-103 年。原訂出版 10 本，迄今已出版教科書共計 15 本（101 年出版 4 本；102 年出版 8 本；103 年出版 3 本）。計畫明年（104 年）預計出版之教科書達 9 本之多。

編號	書名	作者	出版時間
1	由片語學習 C 程式設計	劉邦鋒	101/09
2	認知與評價 ——科學理論與實驗的動力學（上）	陳瑞麟	101/11
3	認知與評價 ——科學理論與實驗的動力學（下）	陳瑞麟	101/11
4	提高科學產能 ——撰寫傑出期刊論文和研究計畫的秘訣	Su-Ling Yeh (葉素玲)	101/12
5	<i>Mathemagical Buffet</i>	Liong-shin Hahn	102/01
6	中國最後的帝國——大清王朝	羅威廉 (William T. Rowe)	102/07
7	中國思想史講義	錢新祖	102/08
8	音樂認知心理學	蔡振家	102/09
9	先秦兩漢文選（上）	臺大中文系	102/09
10	先秦兩漢文選（下）	臺大中文系	102/09
11	基督宗教思想史（上）	林鴻信	102/12
12	基督宗教思想史（下）	林鴻信	102/12
13	史記選讀（增訂一版）	李偉泰等	103/08
14	透過案例演練學習 BIM：基礎篇	謝尚賢等	103/09
15	中國社會史	梁庚堯	103/10
103 年下半年預定出版			
1	<i>Southern Hokkien: An Introduction</i>	傅熊 (Bernhard Fuehrer)	103/11
2	紅樓夢面面觀——綜論卷	歐麗娟	103/12
3	臺灣區域海洋學	戴昌鳳等	103/12

評鑑委員意見

貳、共同評鑑項目

一、績效面

指標	(一) 投入成本與執行效益分析 (單位提供的行政服務，其所投入的人力成本與各種資源，是否符合實際產出之效益（對臺大有用的）或對社會貢獻程度）																																																												
單位自我評鑑	<p>出版中心成立至今已屆 18 年，為本校一級行政單位，中心主任下，原設「編輯出版組」及「銷售發行組」二組，因應近年來業務快速發展，於 102 年提請校務會議同意組織重組，增設「行政組」，三組總計成員數 17 位。</p> <p>1. 出版中心執行業務經費概況：</p> <p>出版中心預算來源主要為出版中心經費、收支並列收入（銷售收入與權利金）及其他經費補助，茲就 99 至今（103）年 10 月中心各業務項目之投入成本及執行效益，分析如下列各表。</p> <p>1-1. 99-103 年 10 月，各年度之收支情形：</p> <p style="text-align: right;">單位：千元</p> <table border="1"><thead><tr><th>項目/年度</th><th>99</th><th>100</th><th>101</th><th>102</th><th>103 (至 10 月)</th></tr></thead><tbody><tr><td>經費收入</td><td>27,203</td><td>30,493</td><td>37,033</td><td>33,701</td><td>33,657</td></tr><tr><td>經費支出</td><td>23,801</td><td>25,439</td><td>29,852</td><td>30,159</td><td>24,774</td></tr><tr><td></td><td>+3,402</td><td>+5,054</td><td>+7,181</td><td>+3,542</td><td>+8,883</td></tr></tbody></table> <p>1-2. 中心各項經費收入：</p> <p style="text-align: right;">單位：千元</p> <table border="1"><thead><tr><th>項目/年度</th><th>99</th><th>100</th><th>101</th><th>102</th><th>103 (至 10 月)</th></tr></thead><tbody><tr><td>出版中心校經費</td><td>16,394</td><td>16,234</td><td>16,162</td><td>16,205</td><td>16,030</td></tr><tr><td>出版中心銷售收入</td><td>10,568</td><td>11,301</td><td>12,032</td><td>11,485</td><td>10,774</td></tr><tr><td>出版中心權利金收入</td><td>241</td><td>858</td><td>1,601</td><td>1,811</td><td>1,039</td></tr><tr><td>各項補助款</td><td>0</td><td>2,100</td><td>7,238</td><td>4,200</td><td>5,814</td></tr><tr><td>合計</td><td>27,203</td><td>30,493</td><td>37,033</td><td>33,701</td><td>33,657</td></tr></tbody></table> <p>*「各項補助款」經費來源為教育部、科技部、文化部之專案補助，及校內單位合作出版之經費。</p>	項目/年度	99	100	101	102	103 (至 10 月)	經費收入	27,203	30,493	37,033	33,701	33,657	經費支出	23,801	25,439	29,852	30,159	24,774		+3,402	+5,054	+7,181	+3,542	+8,883	項目/年度	99	100	101	102	103 (至 10 月)	出版中心校經費	16,394	16,234	16,162	16,205	16,030	出版中心銷售收入	10,568	11,301	12,032	11,485	10,774	出版中心權利金收入	241	858	1,601	1,811	1,039	各項補助款	0	2,100	7,238	4,200	5,814	合計	27,203	30,493	37,033	33,701	33,657
項目/年度	99	100	101	102	103 (至 10 月)																																																								
經費收入	27,203	30,493	37,033	33,701	33,657																																																								
經費支出	23,801	25,439	29,852	30,159	24,774																																																								
	+3,402	+5,054	+7,181	+3,542	+8,883																																																								
項目/年度	99	100	101	102	103 (至 10 月)																																																								
出版中心校經費	16,394	16,234	16,162	16,205	16,030																																																								
出版中心銷售收入	10,568	11,301	12,032	11,485	10,774																																																								
出版中心權利金收入	241	858	1,601	1,811	1,039																																																								
各項補助款	0	2,100	7,238	4,200	5,814																																																								
合計	27,203	30,493	37,033	33,701	33,657																																																								

1-3. 中心執行業務經費支出：

單位：千元

項目/年度	99	100	101	102	103 (至 10 月)
出版中心辦公室租金 (水源校區澄思樓)	3,040	177	0	2,168	0
人事費用 (約用人員)	3,006	4,300	5,537	5,926	5,362
編輯出版經費 (含圖書與 DVD 系列)	8,056	10,093	14,218	10,714	8,318
行銷推廣 (含教育用品製作、行銷推廣活動、各項運費與購書成本)	2,376	2,576	2,595	5,076	5,619
中心營運 (含書店營運、工讀人力、叢書主編費、財產採購及行政雜支)	5,106	4,431	4,208	3,576	3,469
作者版稅 (權利金)	2,217	3,862	3,294	2,699	2,006
合計	23,801	25,439	29,852	30,159	24,774

*中心辦公室於 99 年 10 月搬遷至水源校區澄思樓，支付租金於總務處承租 1 樓書店與 2 樓辦公室（每月新臺幣 84,456 元）；100 年因編修本校《校史稿》（1928-2012），另案承租澄思樓 3 樓校史編修室 2 間，每月租金 7,704 元。

**表列 99 年款為支付 99-101 年書店及辦公室租金；100 年款為 100-101 年校史編修室租金；102 年款為 102-103 年書店、辦公室租金及校史編修室租金。

***因應中心作者版稅支付制度調整，至 101 年止結清所有作者版稅，其後版稅分配依新式合約辦理。

2. 執行效益量化指標

2-1. 量之展現——出版

中心建立多種學術叢書、一般書系等，積極拓展中心影響力。迄今中心已完成建立以下：

(1) 學術叢書 32 種（含 4 種洽談中叢書，高研院各學術叢書則合計為 1 種），總計出版 348 冊圖書

(2) 學術套書 5 種 165 冊

(3) 一般書系 16 種，總計出版 121 冊圖書

(4) 影音多媒體 7 個系列，合計 134 種 151 片

(5) 電子書 460 種

2-1-1. 學術叢書規劃與建立

臺大出版中心以學術出版為最高使命，堅持以出版優質且經過嚴謹審查的出版品為總體目標。中心自 97 年 8 月起規劃建立叢書系列，以聘請該學術領域的學者專家為叢書主編方式，規劃叢書方向，廣徵稿源及學術審查，為學術出版品質把關。

近五年來中心共計有 32 種學術叢書（含 4 種洽談中叢書，高研院各學術叢書則合計為 1 種），聘請學術主編 29 位，總計出版 348 冊學術著作。

近五年中心的圖書出版量不僅有顯著的提升，學術圖書的出版量每年皆有所提升，且都占圖書總出版量的70%以上。

項目／年度	99	100	101	102	103 (至 10月)
學術圖書 (本)	41	45	50	52	37
一般圖書 (本)	9	8	14	12	5
學術圖書出版比率 (%)	82	85	78	81	88

2-1-2. 規劃出版重要學術套書，再現珍貴史料

中心自98年起規劃執行學術套書出版，經數年之編輯，至103年共出版5種學界極為重視的學術套書，如表所列。

編號	套書名稱	冊數	出版時間
1	殷海光全集	全套共22冊	98-102年
2	教務雜誌 (The Chinese Recorder and Missionary Journal)	紙本75冊，並有針對該書13,794個詞條與超過31萬個頁碼獨家開發之Web版索引檢索系統CRISE (CR Index Search Engine)	100-101年
3	鏡像・臺灣： 臺灣文史研究譯叢	全套共8冊	101年
4	慢讀王文興叢書	全套共7冊	102年
5	歷代寶案	全套共53冊	103年

2-1-3. 出品种類以及年度出版數量的穩定與提升

近五年中心的圖書出版量不僅有顯著的提升，學術圖書的出版量每年皆超過30本，並都占圖書總出版量的70%以上。此外，影音多媒體出版也有豐碩成果，99-103年實體出版情況，如下表所示

單位：種

項目／年度	99	100	101	102	103 (至 10月)
學術圖書	41	45	50	52	37
一般圖書	9	8	14	12	5
影音多媒體	12	6	26	26	16
年度出版總數	62	59	90	90	58

*100-101 年另出版《教務雜誌》(The Chinese Recorder and Missionary Journal)，全套 75 冊，並有針對該書 13,794 個詞條與超過 31 萬個頁碼獨家開發之 Web 版索引檢索系統 CRISE (CR Index Search Engine)。

**103年另出版《歷代寶案》，全套53冊。

2-1-4. 影音多媒體出版

中心將臺灣文學具重量級地位之大師於本校演講加以數位化，以影音多媒體方式保存，同時成為中心的特色出版品，已出版發行7個系列，總計86種DVD。

單位：種

項目／年度	99	100	101	102	103 (至10月)
影音多媒體	12	6	26	26	16

2-1-5. 臺大出版中心電子書數位出版：

為提升臺大學術出版影響力，擴展出版模式與行銷通路，以非專屬授權方式授權電子書專業廠商建置平臺，將本校與中心出版品規劃出版電子書暨銷售推廣於全球市場。

單位：本

項目／年度	99	100	101	102	103 (至10月)
數位出版累計本數 (電子書資料庫)	288	324	360	360	460

*102年因廠商轉換，原訂數位出版之業務，移至103年一併執行。

2-1-6. 教科書出版提升計畫的建立與執行

自101年度起，中心與教務處合作共同推動「教科書出版提升計畫」，執行期間為101-103年。原訂出版10本，迄今已出版教科書共計15本（101年出版4本；102年出版8本；103年出版3本）。計畫明年（104年）預計出版之教科書達9本之多。

2-1-7. 授權與合作出版

精選大陸、國際知名學術出版單位（或大學出版社）為授權出版或合作出版，總計6案，8種9冊圖書，尚在洽談授權出版計4案，8種9冊圖書。

合作出版：

合作出版單位	授權／合作出版之出版品	授權執行現況
World Scientific Co.	書名：《Special Topics in Electromagnetics》 作者：陳坤木 書名：《Electrochemistry for Biomedical Researchers》 作者：陳力騏	已出版，發行中 (同時發行紙本圖書與電子書)

授權出版：

授權出版單位	授權／合作出版之出版品	授權執行現況
廣西師範大學出版社	書名：《傅鐘回響：許倬雲講學集》 作者：許倬雲教授	已出版，發行中
東南大學出版社	書名：《臺大醫院臨床路徑—醫師篇》、《臺大醫院臨床路徑—護理篇》 作者：林芳郁主編（臺大醫院）	已出版，發行中

上海古籍出版社	書名：《中國文學史》（上、下冊） 作者：臺靜農	已出版，發行中
昆仑出版社	書名：《天外天——人類和黑暗宇宙的故事》 作者：李傑信	已出版，發行中
科學普及出版社	書名：《宇宙起源》 作者：李傑信	簽約完成，編輯中

2-1-8. 出版中心作者人數

中心作者遍佈海內外學者，並主動規劃向國內外學者邀稿與對外徵稿，故中心的作者群來自國內外各大院校，多位作者更為該學術領域之重要學者，例如：白先勇、王德威、梁庚堯、朱漢民、林滿紅、王文興、葉維廉、杜國清、孫康宜等。

項目／年度	99	100	101	102	103 (至 10 月)
作者數 (位／組)	94	131	279	244	157
任職臺大 (位／組)	45	26	61	61	68
任職臺大比率 (%)	48	20	22	25	43

2-1-9. 圖書之再版、再刷數

隨著銷售成績逐年攀升，圖書再印製數亦逐年提升，99-103年再印製數量佔年度總印刷量約35%~40%。

單位：種

項目／年度	99	100	101	102	103 (至 10 月)
再版數	學術書籍	0	1	0	0
	一般書籍	0	0	6	0
	小計	0	1	6	0

單位：種

項目／年度	99	100	101	102	103 (至 10 月)
再刷數	傳統印刷	學術書籍	7	15	17
		一般書籍	9	8	10
	POD 印刷	學術書籍	2	6	3

		一般書籍	6	8	5	0	0
	小計		24	37	35	43	18

2-2. 量之展現——行銷

2-2-1. 銷售營業額

單位：千元

項目／年度	99	100	101	102	103 (至10月)
出版中心書店	5,068	5,302	5,849	5,923	5,361
經銷商銷售	3,877	4,286	4,458	3,661	2,936
	1,623	1,713	1,725	1,901	2,477
授權金、電子書及其他收入	241	858	1,601	1,811	1,039
銷售金額總數	10,809	12,159	13,633	13,296	11,813

2-2-2. 銷售冊數

單位：冊

銷售地點／年度	99	100	101	102	103 (至10月)
出版中心書店	25,254	27,850	30,457	28,630	22,152
經銷商銷售	15,395	15,191	15,804	12,904	11,529
	6,120	6,961	7,289	7,514	9,455
總計	46,769	50,002	53,550	49,048	43,136

2-2-3. 補助款挹注於校務基金

中心經營學術出版，努力行銷學術出版品牌，獲得教育部、科技部、文化部之肯定與鼓勵，提供專書出版及參與國際書展之補助款。

單位：千元

項目／年度	99	100	101	102	103 (至10月)
科技部人文社會科學專書出版補助款	N/A	459	475	370	655
教育部臺灣文史研究論文集出版補助	N/A	735	N/A	N/A	N/A
教科書出版計畫補助	N/A	200	1,707	2,010	1,990

教育部補助參展國際書展	N/A	N/A	920	900	1,316
國際書展參展學校共同經費款	N/A	N/A	357	351	447
文化部補助參展國際書展	N/A	N/A	N/A	N/A	50
科技部補助學者參訪	N/A	N/A	N/A	N/A	94
各項補助款	N/A	706	3,779	569	1,262
合計		2,100	7,238	4,200	5,814

*「科技部人文社會科學專書補助」為每年由科技部（原國科會）辦理並評選人文社會科學優質專書之補助款，中心獲得之補助款全數挹注本校校務基金，由校統籌規劃使用。

**「教育部補助參展國際書展」，為以中心為計畫總執行單位，與國內七所大學出版社（出版中心）聯合參展，包含：2013-2015 台北國際書展、2014 美國 Association for Asian Studies。

***各項補助款為本校校內單位合作出版之經費，包含：校長室補助《國立臺灣大學校史稿》(1928-2012)、教務處《臺大教學傑出教師的故事》系列、科教中心《星空協奏曲》等。

2-2-4. 辦理各式行銷活動

中心藉由參與各大國際書展，辦理新書發表會、講座網路書店合作活動等，增加書籍曝光度，同時增進社會大眾對書籍的認識，提高中心能見度。自99年迄今，中心率領國內大學出版社（中心）成立聯盟，並積極參與台北國際書展、美國亞洲研究學會書展、德國法蘭克福書展、香港國際書展等，更辦理逾210場各類型行銷活動，推廣中心出版品。

單位：場次

項目／年度	99	100	101	102	103 (至 10 月)	合計
新書發表會	6	8	10	7	5	36
講座、座談、簽書會	6	9	7	24	17	63
網路書店活動	16	19	15	19	29	98
國際書展	2	2	3	4	6	17
總計	30	38	35	54	57	214

*國際書展參加即算一次

99：台北國際書展（以下簡稱台北）、德國法蘭克福國際書展（以下簡稱法蘭克福）

100：台北、法蘭克福

101：台北、法蘭克福、美國亞洲研究學會（Association for Asian Studies，以下簡稱 AAS）

102：台北、法蘭克福、AAS、香港國際書展（以下簡稱香港）

103：台北、香港、上海國際書展、北京國際書展、AAS、法蘭克福

2-2-5. 強化出版中心行銷形象，加強媒體露出

與各式媒體合作，刊登書籍訊息、活動訊息，增加中心及其出版品的能見度，吸引讀者關注，傳遞高品質的學術研究成果，推升國家知識素養。

單位：次

項目／年度	99	100	101	102	103 (至 10 月)	總計
報紙/新聞	0	1	0	14	18	33
期刊雜誌	5	3	6	22	48	84
電子報	38	37	24	16	33	148
電視/廣播	0	3	0	8	4	15
網站	0	0	1	6	34	41
總計	43	44	31	66	137	321

2-2-6. 拓展國內外代理及經銷商，實體與網路通路並重銷售

與國內外代理商與經銷商合作，積極行銷中心出版品，並以實體與網路通路並重之多樣化進行銷售，迄今已有國內經銷通路共25家、國外經銷通路10家、網路書店13家、中心自營書店3家。

2-2-7. 經營網路媒體，建置多元與讀者互動平臺

中心藉由網路及時、快速、特色客群等特性，經營多種網路媒體，建置多元與讀者互動的平臺，中心所提供之出版書訊、活動訊息，可連結至中心官方網站藉由良好的檢索功能，查詢網站內容及書籍資訊，亦可於出版中心部落格、臉書粉絲專頁、電子報，分享各種精彩講座側記、國際書展參展報導、教育用品設計與上市資訊，中心所辦理的演講與DVD片花更可於Youtube影音平臺無國界、無時差供讀者聆賞講者風采，更可於ISSUU平臺試閱中心出版品之精華內容。

2-2-8. 製作文宣品，提升出版品曝光度

中心透過出版品文宣品製作，增加讀者對出版品的關心及提升出版品曝光度，亦以出版品與講座為主軸，設計文宣品，帶動人們對出版品與講座的關心。除印製紙本文宣品外，並透過網路發送文宣，如特定學科/主題目錄、出版品全目錄等。

單位：種

項目／年度	99	100	101	102	103 (至 10 月)	總計
出版品全目錄	1	2	2	2	0	7
單書文宣	5	9	7	18	21	60
叢書/主題 文宣	3	1	8	20	6	38
活動文宣	0	3	4	25	24	56
總計	9	15	21	65	51	161

2-2-9. 學術期刊資料庫

臺大學術期刊資料庫收錄本校各學術研究單位出版之中外學術期刊近30種，收錄自91年1月起出刊之臺大各中外學術期刊、論文書目資料，目前收錄論文篇目與全文逾6,900篇。

單位：篇

項目／年度	99	100	101	102	103 (至10月)
收錄期刊文章 (累計篇數)	3,685	5,915	6,105	6,462	6,924

2-2-10. 協助數位物件識別號（Digital Object Identifier，以下簡稱 DOI）申辦

DOI註冊能向全球推展本校各期刊的引用次數與影響力，中心於101年推動校內學術期刊加入DOI註冊，目的在於提高期刊論文的能見度及學術資料之間的連結，讓本校學術資源能與國際接軌。目前已協助校內26個期刊單位參與DOI註冊。

3. 執行效益質化指標

3-1. 積極參與國際書展，提高國際能見度，擴展臺灣學術研究與正體中文的影響力

臺灣學術研究資源豐沛，位處亞洲研究中心的核心，亦是少數保留正體中文與傳統文化的薈萃之地，藉由國際書展的參與，提高臺灣優質正體中文學術出版品的國際能見度，往國際舞臺邁進。善用國際書展場合，接觸來自世界各地的亞洲研究學者，增加學術交流機會，延攬優秀學者成為中心作者，提升出版品的水準和多元性。面臨迅速整合的簡體中文出版市場，正體中文的學術書亦需儘快因應，透過整合行銷，讓國際重視正體中文學術資源。102年起陸續參與台北國際書展、法蘭克福書展、美國亞洲研究學會年會書展、香港國際書展、上海書展、北京書展等，深耕臺灣優質正體中文學術出版品市場。

3-2. 推動國立大學出版社聯盟成立，以達資源共享與利用，提升對學術出版的關注

大學出版社是國家教育文化與學術生態重要的一環，更是國家學術出版能量的重要指標，如此特殊的學術出版特性，藉由書展曝光，才能讓社會大眾一窺優質學術出版的重要性。然而，單所大學獨立參展，宥於經費，展場位置不僅偏僻且佔地面積又小，無法造成廣大迴響及引起注意。中心推動「國立大學出版社聯盟—國立大學聯展計畫」，自101年開始規劃，102年首度以聯展方式參與台北國際書展，更於2014年台北國際書展舉辦聯盟成立記者會，宣告大學出版社聯盟正式成立。由多所大學出版單位共同參與書展，擁有專屬攤位，促進資源共享與利用，搭配書展時的行銷活動，提升社會大眾對學術出版的關注，增加閱讀學術與專業書籍的機會。

3-3. 優質出版品獲獎肯定

中心經營學術出版，經學術叢書長期經營、專業編輯、與行銷品牌推廣之努力，近年來獲獎紀錄輝煌，總計獲得之獎項與種數如下表所列：

單位：次

項目/年度	99	100	101	102	103 (至10月)
行政院國家出版獎	N/A	N/A	2	N/A	N/A
科技部人文社會科學研究中心學術專書補助	N/A	6	4	4	5

吳大猷科學普及著作獎	N/A	N/A	1	N/A	N/A
臺灣出版 TOP1 推薦	2	2	2	2	N/A
新北市國民中學推動閱讀優良圖書 推薦	N/A	N/A	N/A	7	N/A
中研院年輕學者研究著作獎	N/A	N/A	N/A	N/A	1
國民健康署優良健康讀物	N/A	N/A	N/A	N/A	1
總計	2	8	9	13	7

3-4. 國際學術交流，版權輸出與引入出版：

隨著「臺大出版中心」近年的努力，學術出版品質備受肯定，積極參與國際性重要書展活動，中心知名度提升，與國外出版單位接觸亦愈漸頻繁，來訪學校遍佈全球，如奧克蘭大學出版社、南京大學出版社等，除此，中心於 103 年邀請哈佛大學出版社執行主編 Sharmila Sen 博士蒞臨本校，與中心進行出版意見交流，並舉辦學術出版論壇。

為使本校富有學術價值之著作發揮學術影響力，與大陸、國際知名且優秀之學術出版單位（或大學出版社）為授權出版或合作出版，已與 6 家出版社合作總計出版 8 種 9 冊圖書，其中 2 種更發行電子書，尚在洽談授權出版計 4 案，8 種 9 冊圖書。

版權交流不僅單向輸出本校出版品，中心亦規劃將世界經典著作得以正體中文出版。近五年來成功與 16 家出版社洽談，經嚴謹的翻譯、審定譯稿、編輯等出版程序，已順利出版 10 種 11 冊圖書，為國內學者、讀者所關注且極佳的銷售成績，尤其《總力戰與臺灣—日本殖民地的崩潰》（上、下冊）10 月 1 日正式發行，甫上市首周即登上國內最大圖書網路平臺—博客來「專業／教科書／政府出版品」類書籍暢銷排行榜第 5 名、人文史地類書籍第 15 名；連續進榜 6 周且維持暢銷書前 10 名，最高行為第 2 名；同時此成績對非教科書、非考試用書的學術出版品，極為亮眼表現。

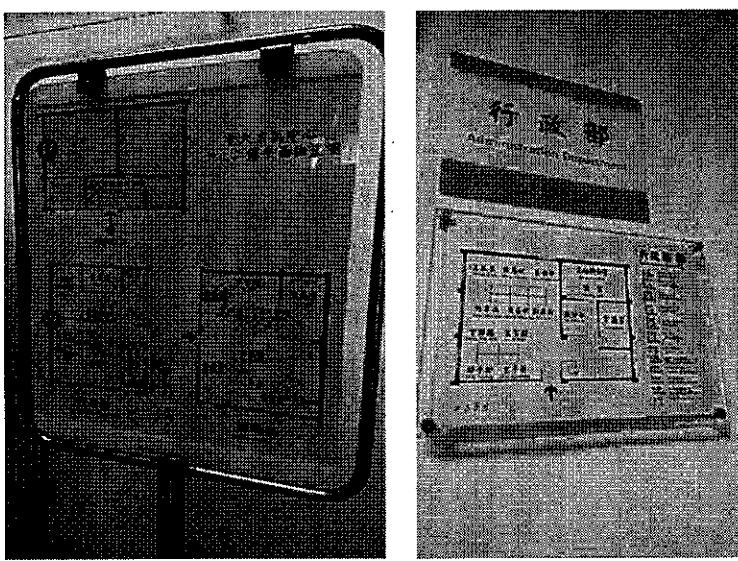
3-5. 智慧財產權權利維護與授權、諮詢

隨著智慧財產法觀念的普及，中心各項出版品之出版致力於以遵守智慧財產權為最高指導原則。在編輯出版過程中，不僅嚴格把關專書作者之書稿未侵害他人（或機關團體）之權益，對於所引用之圖像、文章為獲得智財權所有權人同意與授權方為收錄。智財權保障與維護不僅在於中心之各種出版品，中心以臺大智慧財產權專責單位提供相關專業的智財保護觀念與授權諮詢服務予各單位（系所），嚴謹保護本校極具學術價值的研究成果。

二、流程面

(一)、公務環境

指標 單位自我評鑑	(一)整體及一般環境：整潔、安全、效率、特色 (辦公區域整潔明亮；雙語環境；美化創意；安全設施標示清楚；逃生通道暢通…)
	特優□ 優■ 尚可□ 稍差□ 差□ 說明或建議：
	1. 出版中心水源辦公區域現況 <ul style="list-style-type: none">1-1. 辦公區域空間使用已達飽和：中心總辦公室位於本校水源校區（澄思樓），隨業務成長及人力增加，辦公室已達飽和，無擴展空間，對中心未來發展有實質影響。1-2. 庫存空間不足：中心現營運三家實體書店：校總區書店（圖書館地下活動廣場）、水源書店及校史館書店。隨著出版及銷售量增加，中心所需庫存及轉圜空間需求日增，現有之庫存空間已明顯不敷使用，影響進出貨效率。1-3. 支付租金使用水源辦公空間：中心水源校區辦公室及書庫空間，每年需支付總務處空間租金約新臺幣 110 萬元。中心為學校唯一需以預算負擔辦公空間租金之一級行政單位，租金支出造成單位行政負擔。
	2. 工作環境美化創意：搭配出版中心書店特性與業務需要，彈性變化空間使用 <ul style="list-style-type: none">2-1. 辦公空間舒適，擺設綠色植栽，為辦公環境增添自然氣息，淨化空氣，辦公室由工友每日固定時間清潔打掃，同仁亦保持座位整潔；公用走廊設置佈告欄，張貼重要公文公告、最新中心媒體曝光文章、中心活動與其他學術機構重要研討會訊息，掌握學術出版脈動。2-2. 書店依出版品類別規劃上架，安排有值班工讀生於每日營業前進行打掃與清潔，提供顧客優質書店氛圍，店內撥放悅耳音樂，佈置有風景畫與綠色植物，提供購書師生或貴賓幽靜的閱讀空間與環境；書店外擺設有活動式海報架，展示中心出版品書介及宣傳最近舉辦活動海報與 DM 等。
	3. 公共安全設施標示及逃生通道淨空 <ul style="list-style-type: none">3-1. 辦公室與書店均設置有照明偵測器，同時配置消防設施及緊急出口指示燈等消防安全設施，樓梯間安全門及安全梯依規定保持淨空與暢通，遇長假時亦公告同仁關閉電源，以維安全。3-2. 中心建置有門禁與保全系統，並有裝設高解析全彩攝影機，若有事故或意外闖入保全系統會立即連線本校駐警隊報案，雙重監控進出狀況，維護公務文件檔案、設備與中心同仁安全。3-3. 感應式照明：為節省電力成本，於水源校區辦公室一樓大門及二樓公共梯間裝設感應式照明燈，提供進出人員有足夠照明，確保出入安全。3-4. 辦公室與書店皆於明顯處，貼有校內各單位及醫療單位緊急連絡電話，以備不時之需。
4. 雙語環境	
中心於水源辦公室一樓、二樓明顯處設置有單位標示牌、辦公空間同仁座位圖，辦公室各承辦人員桌牌與名牌，同時以中英雙語或英文標示，以滿足來訪之國際人士需求。另中心之文宣海報及表單、網站等設計，均以簡潔、實用、美觀為原則，中英文雙語呈現便利使用。	
5. 多功能會議室/區	
中心設計有大小不同獨立或半開放空間，供同仁彈性運用於會議、或晤談或接待貴賓及教師。	

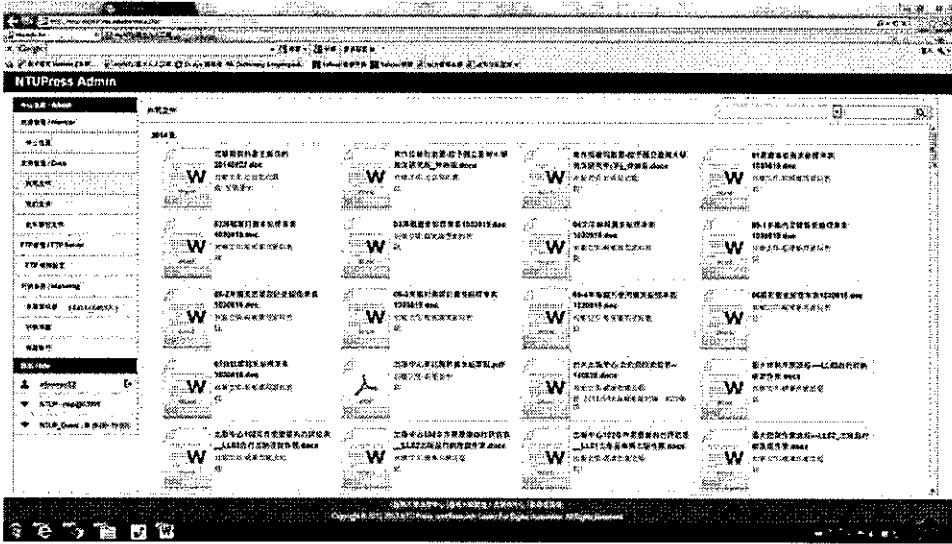
指標	<p>(二)標示：人員與指標系統 (業務及其承辦人員告示牌標示；各項服務說明簡介；辦公室人員位置及設施配置恰當；動線安排適宜…)</p>
單位自我評鑑	<p>特優■ 優□ 尚可□ 稍差□ 差□ 說明或建議：</p> <p>1. 業務告示牌標示及服務導引</p> <p>1-1. 辦公區明顯處設置中英文「單位標示牌」，方便洽公者辨識，並依指引方向迅速抵達正確辦公室；各辦公室門口均配置「辦公室人員座位配置圖」，搭配業務職掌，以中英雙語標示，以利洽公。</p>  <p>(臺大出版中心辦公區單位標示牌與辦公室人員座位配置圖)</p> <p>1-2. 人員座位前方設置中英雙語「人員標示牌」，包括組員、姓名、職稱等資訊。中心書店與工作人員於上班時均配戴識別證件，以便師生與貴賓易於辨識與諮詢。</p> <p>1-3. 服務導引：中心同仁遇有貴賓來訪，均能主動確認洽訪者需求，提供資訊或引導接洽相關業務承辦人員。</p> <p>1-4. 中心官網以中英雙語提供各項服務說明與中心同仁業務職掌與相關聯絡方式，包含電話、E-mail 等，便利業務洽詢。</p> <p>2. 辦公室人員位置及設施配置</p> <p>2-1. 中心主任下分設有行政組（4人）、編輯出版組（8人）及銷售發行組（4人），另配有工讀生4人，全中心約20人。座位配置以業務性質相近者同區辦公為原則，方便工作機動討論及職務代理。</p> <p>2-2. 辦公室空間，分有主任辦公室、行政部與編輯部辦公區、多功能會議室、影印區、檔案櫃、文具櫃、茶水區、公共服務區、及資源回收區等。主要設備為個人電腦、中心系統機房、飲用水機等。</p>
評鑑委員意見	

(二)、流程管理

指標	<p>(一)作業效率 (製作作業流程並宣導；多元申辦管道；電話、面晤、書面及網站查詢處理速度…)</p>
單位 自我 評鑑	<p>特優 <input checked="" type="checkbox"/> 優 <input type="checkbox"/> 尚可 <input type="checkbox"/> 稍差 <input type="checkbox"/> 差 <input type="checkbox"/> 說明或建議：</p> <p>1. 為提供完善服務，中心於101年起，以顧客服務為導向，重新規劃中心新版官方網站，102年3月配合2013年台北國際書展參展上線，將各項中心服務項目、業務職掌、書稿徵稿資訊、出版品及教育用品資訊、書店介紹、各項業務使用申請表單、新書資訊與講座活動，以中、英文兩種語言，公開於官網服務全球讀者。（網址：http://www.press.ntu.edu.tw/）</p> <p>2. 中心各種服務措施均透過官網最新消息、電子報、臺大校訊、臺大Info網、計算機及資訊網路中心校內公告等管道公開地向讀者傳送、宣傳新書發表、各項活動宣導與辦理、徵稿訊息等。</p> <p>3. 中心公開向全球作者徵求書稿，並設置公務信箱接受投稿，指派有專人處理書稿之投、退稿作業，在此同時建立投稿評估與管控機制，每一投稿案之後續評估情形均加以記錄處理過程，於收稿後二周內完成單位初評與回覆作者。</p> <p>4. 中心人員接聽查詢電話以線上立即回覆為原則，或指引來電人員使用中心網站獲得有詳盡資訊。倘無法立即處理，亦請來電人員留下聯繫資訊，由業務承辦人員後續回覆與處理。</p> <p>5. 中心書店服務人員為提供顧客服務的第一線人員，當顧客提出諮詢或疑問時，服務人員經由與顧客面對面互動式溝通或提供服務，立即且有效率地解決顧客問題。</p> <p>6. 為使業務推展得以傳承經驗，並維持各項作業之效率，中心建立多項標準作業程序(sop)，包含有：出版品編輯出版sop、作者投稿sop、學術審查sop、出版契約簽訂與編輯sop、出版品授權出版sop、編輯出版經費申請sop等，並上傳於文件管理系統即時更新，供同仁執行業務時參考使用。（請參考附件一）</p> <p>7. 中心鼓勵採無紙化溝通，於專案群組討論、同仁與作者書稿討論、與業務相關人員洽談經銷商通路或中心各書店取進貨資訊傳遞等，均藉由電話或電子郵件為主要溝通工具，不僅減少紙張印製與縮短文件傳遞時間，有效提升整體執行效率。</p>
指標	<p>(二)業務分工 (業務分工明確；有代理制度；團隊精神之培養機制…)</p>
單位 自我 評鑑	<p>特優 <input type="checkbox"/> 優 <input checked="" type="checkbox"/> 尚可 <input type="checkbox"/> 稍差 <input type="checkbox"/> 差 <input type="checkbox"/> 說明或建議：</p> <p>1. 為提供專業出版與健全業務發展，經本校第2746次行政會議通過出版中心組織調整並送101學年度第2學期第1次校務會議核備，中心二級單位組織設置「行政組」、「編輯出版組」及「銷售發行組」。中心核心目標與定位明確，以學術出版為核心任務之大學出版社，各組明確分工，行政組負責全中心行政業務、經費執行及智慧財產權相關授權與諮詢；編輯出版組編輯出版專業且優質學術出版品；銷售發行組為出版品之銷售與行銷推廣。</p> <p>2. 中心同仁承辦業務分工明確，並落實代理人制度，同仁請假或公出行程時皆由其職務代理人接管其業務，使中心服務不中斷。</p> <p>3. 中心組織扁平化，上下階層溝通無阻，平行組別順暢，為具有高度團隊意識的一級行政單位，同仁或各組別各自執行所掌業務，遇有新案或瓶頸時，能以小組討論方式尋求解決方案後，再送請主管參考定奪，同仁都能以中心榮譽與成就為最高目標。</p>

評鑑委員意見

(三)、業務電腦化

指標	<p>(一) e化實施情形 (業務上網公告、表格提供及辦理項目；人員電腦操作能力；網管人員及制度…)</p>
	<p>特優■ 優□ 尚可□ 稍差□ 差□ 說明或建議：</p> <p>1. 出版中心網站之資訊公開、業務上網公告及提供出版品查詢服務 中心各項服務項目、業務職掌、書店介紹、出版品及教育用品瀏覽查詢、及各項業務使用申請表單，均公開於官網，並視業務執行與運作情形修訂與更新。此外，透過中心電子報、部落格、社群網站、臺大校訊、臺大首頁、NTU Highlights等多重管道，隨時更新出版品上市、講座活動、書店營運等最新訊息。</p> <p>2. 推動業務e化創新 為達中心各項業務使用文件資源共享及一致性，中心於98年7月建置「臺大出版中心文件管理系統」，建置目的在建立共用平臺，將執行業務時使用之相關文件、作者授權合約書、各式會議紀錄、經費報支法規與支給標準、各式標準作業流程、行銷用各式文宣廣告、活動照片等加以完整地蒐集與彙整，不僅方便同仁於執行業務時縮減文件版本探詢、相互索取與確認往返時間，更能達到文件格式、版本一致性，提升整體業務執行效率。 為有效控管文件瀏覽與讀取機制，將中心各項業務文件依屬性分類，分別有：開放文件、共管文件、次核心資訊與核心資訊等四大項目，建立分層管理制度，依職務設定管理與閱覽權限，以保護各項極為重要、次重要或公開的資料。</p>  <p style="text-align: center;">(臺大出版中心文件管理系統)</p> <p>3. 增進中心人員資訊知能 中心同仁皆具備有流暢的電腦操作能力，鼓勵同仁參加計資中心與人事室合辦資訊課程，持續自我進修，以提升資訊能力，除此，由於中心編輯業務特殊需求，對於編輯排版專用軟體、瀏覽與傳輸軟體、美工繪製軟體等，同仁亦能利用上班之餘時間自行進修。</p> <p>4. 建立完善網管理制度 中心有專職資訊網管人員，其具備電腦硬體組裝與狀況排除能力、網路維護能力，解決同仁各種電腦設備或中心網路問題，如屬本校校內網路問題，則立即聯繫計資中心，以維持中心網路之順暢。</p>

指標	<p>(二)網路運作情形 (網頁資訊豐富且完整之程度，並能及時更新，應顯示最近更新日期；單位設有電子服務信箱或問答區，並有專人負責答覆；網路流程設計簡便，並有詳盡解說；相關資料與文件能在網站下載及便捷線上申辦…)</p>
	<p>特優■ 優□ 尚可□ 稍差□ 差□ 說明或建議：</p> <p>1. 出版中心官網資訊完整，貼近讀者需求</p> <p>1-1. 為提供更優質服務，官網於 102 年全新改版，中心各項服務項目、業務職掌、聯絡方式、徵稿需知、出版品及教育用品資訊、書店介紹、各項業務申請表單、新書資訊與講座活動及講座影片 Youtube 試閱等，均可於中心官網上獲得即時最新內容，方便讀者瀏覽使用。（網址：http://www.press.ntu.edu.tw）</p>  <p style="text-align: center;">(臺大出版中心網站首頁)</p> <p>1-2. 中心網站首頁提供出版品、講座活動或其他公告訊息，除文字訊息外，並以 Banner 輪播圖像，吸引目光。新書上市時發佈完整資訊，包含有書籍基本資料、作者簡介、書籍簡介、出版日期等，讀者即時掌握最新訊息。除此，為服務全球讀者，特將各場講座實況剪輯上傳至 Youtube，讀者可透過網路隨點隨看，如親臨現場。</p>  <p style="text-align: center;">(臺大出版中心網站服務—即時發佈各項資訊)</p>

- 1-3. 為便利讀者查詢中心出版品，除將出版品依「學門科目」、「叢書系列」、「出版時間」及「多媒體影音」等不同方式分類，可依讀者需求瀏覽。網站也提供「書籍檢索」功能，提升查找特定書籍效率。
- 1-4. 中心網站提供圖書試閱功能，讓讀者先行試讀出版品部份內容，做為是否訂購之依據。



(臺大出版中心網站服務—訂購資訊及方式)

- 1-5. 中心網站提供讀者多元的訂購資訊與方式，讀者除可親自至中心於校內 3 家自營書店參觀選購出版品與教育用品外，亦可由網站『我要購買』獲得更詳盡的訂購資訊解說，如：出版品全目錄、團購服務、商品退換或國內外各經銷通路等。除此，中心更貼心地於每一出版品或教育用品詳細介紹網頁，提供合作之網路書店「線上購買」連結，讀者可於瀏覽出版品後透過網路書店立即購買。

The screenshot shows the homepage of the National Taiwan University Press website. On the left, there is a sidebar with links to '關於我們' (About Us), '最新消息' (Latest News), '出版品' (Books), '各學門科目' (Subject Categories), '作家作品' (Authors & Works), '多媒體影音' (Multimedia Videos), '出版品目錄' (Catalogue), '臺大教育用品' (NTU Educational Products), '中心商店介紹' (Introduction to the Center Shop), '我要購買' (Buy Now), '我要捐贈' (Contribute), '我要找書' (Find a Book), and '我要訂閱' (Subscribe). The main content area features a large banner for '2014出版品目錄' (2014 Catalogue) and a section titled '如何購買' (How to Buy) with links to '訂購方式' (Purchase Methods), '團購服務' (Group Purchase Services), '選購商品' (Selected Items), '出版品退換通路' (Publication Return and Exchange Pathways), '下載專區' (Download Zone), '全出版品清單訂購單 (Excel)' (Full Catalogue Order Form (Excel)), '高中生閱讀書單訂購單' (High School Student Reading Book List Order Form), and '信用卡郵購訂購單 / 電子貨幣退費申請表' (Credit Card Mail-order Order Form / Electronic Currency Refund Application Form). Below this, there are sections for '至臺大出版中心校園書店購買' (Buy at NTU Campus Bookstore), '校總區書店' (Main Campus Bookstore), '地址' (Address): '臺北市羅斯福路四段1號', '電話' (Phone): '(02)2365-9236', '營業時間' (Business Hours): '星期一~星期五 8:30~17:00 (例假日休息)', '水道校區書店' (Waterway Campus Bookstore), '地址' (Address): '臺北市忠誠街18號', '電話' (Phone): '(02)3366-3993', '營業時間' (Business Hours): '星期一~星期五 8:30~17:00 (例假日休息)', '史記書店' (Shi Ji Bookstore), '地址' (Address): '臺北市羅斯福路四段1號', '電話' (Phone): '(02)3366-1523', and '營業時間' (Business Hours): '10:00~16:00 (週二及固定假日休息)'.

(臺大出版中心網站服務—訂購資訊及方式)

(接續下頁)

(承接上頁)



(臺大出版中心網站服務—出版品網路書店線上訂購資訊)

- 1-6. 中心網站提供各項業務服務項目，以使用者角度撰寫簡要且清楚說明文字，輔以圖片解說或文件表單提供下載，如：作者投稿基本資料表、校內教師代訂教科書、讀者出版品訂購單、信用卡付款授權單、著作授權同意書等文件，降低讀者疑問並加速業務處理與執行。
- 1-7. 中心設有公務電子信箱（ntuprs@ntu.edu.tw），供作者投稿、顧客詢問、訂購產品與下單、或對中心任何意見提供與指導，並有專人收信並限時處理與回覆。除公務信箱之設置，中心各承辦人員之業務職掌、聯絡方式亦登載於網站中，以供讀者或業務往來人員接洽，得到更即時與有效的溝通及解答。

(四)、公文品質與時效

指標	<p>(一)公文品質 (主旨目的明確度，用詞簡淺明確，格式正確性…)</p>
單位 自我評鑑	<p>特優■ 優□ 尚可□ 稍差□ 差□ 說明或建議：</p> <ol style="list-style-type: none"> 為提升公文實務寫作能力，中心鼓勵全體同仁（含編制內及約用人員）參加公文寫作研習課程，確保各類型公文皆能依規定撰寫，提升公文品質。 各類公文書內容皆經同仁或主管協助內容調整、文辭修飾，經中心主任審閱並獲同意辦理後，依本校現行公文程序，使用「公文管理資訊系統」進行單位會辦、陳核決行、公文書發函、校內公文轉發佈等作業。 公文文字力求主旨明確、用語清楚簡要，重點依序分述，遇有複雜或未處理過之案件，中心先行內部討論，再與案件相關單位進行意見溝通與協商處理流程，以使公文辦理流程有效且順暢，降低公文流程延宕或誤解之情事。
指標	<p>(二)公文時效 (公文減量；公文稽催成果；公文控管系統機制：公文登錄、設有專人負責公文控管、控管機制電腦化…)</p>
單位 自我評鑑	<p>特優■ 優□ 尚可□ 稍差□ 差□ 說明或建議：</p> <ol style="list-style-type: none"> 公文處理流程，包括收文、登文、判文、呈核、轉發、傳閱、辦稿、發文，中心接收來自總務處文書組分發之公文後，當日即由公文登記桌同仁分文至業務承辦人。 本校各單位公文公告、轉知與承辦，指派專人負責每日線上收文。需後續辦理之公文，各業務承辦人員依來函公文之速別積極辦理，經單位層核被判後，期限內送總務處文書組歸檔。其餘非屬中心後續承辦之後公文，依來函性質公告或E-mail轉知中心同仁，公文處理以無紙化為原則。 中心設有專人負責公文收發與登錄、控管進出及作業時程。公文流程處理中之文件，透過本校公文系統積極掌握公文會辦進度與流程追蹤，提升公文處理效率。
評鑑委員意見	

(五)、工作簡化及業務創新

指標	<p>(一)工作簡化 (是否定期檢討作業流程；簡化作業程序與團隊參與機制；實際績效…)</p>
單位自我評鑑	<p>特優 <input checked="" type="checkbox"/> 優 <input type="checkbox"/> 尚可 <input type="checkbox"/> 稍差 <input type="checkbox"/> 差 <input type="checkbox"/> 說明或建議：</p> <p>1. 出版中心自97年8月起，定期舉辦業務會議，至今已逾75次</p> <p>1-1. 中心業務會議由主任親自主持，全體同仁共同與會。</p> <p>1-2. 會議召開前一日，中心同仁更新最新之業務工作報告、專案列管表、出版品計畫總表等進度，由專責人員進行各項資料彙整；會議流程為重點業務報告、討論提案事項、臨時動議，中心遇重大業務進行時，多能藉此會議由同仁與主任腦力激盪，凝聚共識，確認解決方案。會議進行以單槍投影進行工作簡報，降低文件資料印製時間，更減少紙張用量，兼顧環保並簡化作業流程。</p> <p>1-3. 遇中心重要具時效性之業務，執行專案列管，並定期於業務會議追蹤執行進度，直至專案結束或有具體成果為止。</p> <p>2. 同仁於業務執行時，隨時以小組方式進行討論或新資訊分享，使業務順利推展並展現團隊合作。除此，因應各項工作流程修改，各業務之標準作業流程亦同步檢討或調整，即時上傳至文件管理系統，以使其更貼近實務上之運用。</p> <p>3. 各項業務使用文件，經過各小組會議討論與設計，避免同仁與使用者（作者或讀者）使用時造成不便、疑問或無從填列之窘境，減少資訊取得不完整之反覆溝通時間與困擾。</p> <p>4. 中心各項經費均派有專人負責報支申請、審核、執行度之控管。為準確掌握各項支出與收入，以Microsoft Excel進行分類記錄，並且於每月製作統計分析報表，陳請中心主任審閱，以瞭解中心經費支出各項與執行進度、每月銷售收入項目類別與金額。</p> <p>5. 為因應書店營運資訊化運作，自95年起增購行銷專業POS系統，將書店的進貨、銷售、退貨、庫存及會員資料電腦化，精確地掌控銷售與庫存數量，有效簡化工作程與人力作業時間。</p>
指標	<p>(二)業務創新 (業務內容改進之績效；主動開發業務之類型、數量及評估機制…)</p>

3. 匯集臺大學術研究能量，期刊註冊DOI永續保存學術成果

中心建置「臺大學術期刊資料庫」，匯集本校出版30餘種學術期刊，提供各期刊論文免費線上閱覽與免費下載服務（PDF），讓期刊資料得透過此平臺讓師生共享，以利學術研究。

中心提供期刊授權制式合約書，專人協助期刊單位與業界資料庫廠商簽約諮詢，不僅擴大臺大學術研究的能見度與使用量，更為期刊單位爭取合理回饋機制。

因應數位閱讀時代，中心於101年主動邀請本校學術期刊加入DOI（Digital Object Identifier，數位物件識別號）註冊，為臺灣大專院校首先執行學術期刊註冊DOI者，不僅提高本校期刊論文能見度及學術資料之間的引用與連結，更可讓臺大學術資源與國際接軌並永續存續。至今（103）年10月止共有26個單位加入。

4. 首創臺大電子書招商，合作銷售臺大學術出版品

中心於98年規劃建置「臺大出版中心電子書資料庫」平臺，將中心歷年出版著作及本校其他單位授權出版品加以數位電子化，永久保存本校學術能量與成果，提供學術研究檢索使用，提升學術產出實質運用與共享。

102年重新擬定新式電子書合作銷售案，經跨單位意見提供（本校總務處採購組及主計室相關組別）規劃招商案，籌備期間舉辦招商說明會、公開徵求電子書廠商營運企劃與案件投標、評審機制等，於今（103）年完成招商程序，藉由廠商既有數位平臺，銷售本校學術出版品於全球。此舉為臺灣大專院校首創之電子書招商與合作方式，期能達到推廣本校學術著作數位閱讀新境界。

5. 領導大學出版社聯盟，展現臺灣學術軟實力

臺灣各大學出版社承擔著華人文化傳統延續與更新，代表華語學術圈面向世界發聲的重責大任，本校於101年主動籌辦並邀請國內大學8所大學出版社進軍2013年台北國際書展，成為當年台北國際書展十大特色之一，為透過緊密的合作模式和擴大結盟形態，成立「國立大學出版社聯盟」並自2014年台北國際書展正式啟動，中心為聯盟的領導者，希冀能統合各大學出版社，建立完善書籍學術審查機制，提升華語書籍學術品質。在出版品行銷與推廣，展開策略性的合作計劃，整合各大學出版品，共同合作向國際展現臺灣學術的軟實力。

6. 積極經營臺大周邊書店關係，打造公館書店商圈

為推廣中心學術書籍，擴大與臺大周邊書店合作並設立專櫃，與公館商圈書店連線，打造公館商圈大學書街形象。此外，102年4月與誠品書店臺大店首次合作辦理專題講座，每月舉辦二場「周二人文學術現場」專題講座，聘請各領域專家學者一同深入解析各領域演講主題，獲得讀者極度好評。

7. 開發創意教育用品，凝聚臺大人情感

中心成立目的為推廣臺大優質出版品與教育用品，89年設立「出版中心書店」於校總區圖書館地下活動廣場，後因辦公室搬遷至水源校區，成立第二家分店「水源書店」，負責中心出版品庫存管理及大批出貨作業。第三家為今（103）年10月正式營運之第三家分店「校史館書店」，此書店為凝聚校友與臺大情感，並獲校長支持，不僅展示中心出版品、文創且獲好評之教育用品，更匯集校內單位或博物館群特色紀念品、文創品，供訪客來賓、校友及本校師生在返校同時，得以有駐足休息的書店，成為臺大出版中心的重要特色。

(六)、保護智慧財產權執行情形

指標	<p>(一)教育推廣 (辦理或參與相關研習、推廣活動；將智財權觀念彙入各類手冊，廣為宣導；是否規劃相關課程…)</p>
單位自我評鑑	<p>特優 <input checked="" type="checkbox"/> 優 <input type="checkbox"/> 尚可 <input type="checkbox"/> 稍差 <input type="checkbox"/> 差 <input type="checkbox"/> 說明或建議：</p> <p>1. 充實智慧財產權專業知識與課程規劃</p> <p>1-1. 中心承辦與智財權相關同仁隨時留意與接收智慧財產權相關法規之執行與變更訊息，並以 E-mail 或公告同仁周知，以充份瞭解相關法令之發展現況、實務適用與避免觸法行為。</p> <p>1-2. 於校內或智慧財產權相關單位舉辦講座或研習，鼓勵或指派同仁參加。</p> <p>1-3. 於中心業務會議召開時，辦理智慧財產權精緻課程，將同仁於出版或執行業務時所遇著作權疑義之解決方式提出討論與釋疑，達組織共同學習與成長。</p> <p>2. 專業律師之聘請與法令諮詢</p> <p>2-1. 中心聘有著作權專業律師，提供同仁於執行業務時所遇著作權問題時之法令諮詢。</p> <p>2-2. 中心所使用合約文件均經專業律師審閱，如與作者訂定著作財產權合約書，編輯過程中協助編輯之個人或法人（如：封面設計、版面排版、攝影、音樂授權、照片或圖片使用等）之各式智慧財產讓與書、服務委託單、服務合約書、授權同意書等，均有書面文件授權為互相約定，以正當、合法取得著作權利、尊重及合法版權使用。</p> <p>3. 著作財產權力宣告與標示</p> <p>3-1. 中心出版品（含紙本圖書、影音多媒體 DVD 等）均於版權頁或適當位置加註著作權訊息，出版品內容有引用或使用文字與圖片時均標註資料來源，尊重著作財產權。</p> <p>3-2. 中心網站首頁宣告所刊載及出版，版權均為中心所有。</p> <p>4. 臺大智慧財產權諮詢服務：中心以臺大智慧財產權專責單位提供相關專業的智財保護觀念與授權諮詢服務予各單位（系所），嚴謹保護本校極具學術價值的研究成果。</p>
指標	<p>(二)影印及網路管理 (是否於適當且明顯處張貼尊重智財權、不得非法影印、下載軟體等文字；是否定期檢視公用電腦設備有無安裝非法軟體；訂定相關使用管理、獎懲辦法…)</p>
單位自我評鑑	<p>特優 <input checked="" type="checkbox"/> 優 <input type="checkbox"/> 尚可 <input type="checkbox"/> 稍差 <input type="checkbox"/> 差 <input type="checkbox"/> 說明或建議：</p> <p>1. 中心使用的電腦所安裝軟體嚴格限制需為本校計資中心或中心自行購買之版權軟體。</p> <p>2. 專人管理與資安宣導</p> <p>2-1. 中心設有專用伺服器由專人管理並定期檢測，以維網路安全。</p> <p>2-2. 不定期以 E-mail 或公文、智財精緻課程等方式，宣導學校資訊政策及各類訊息。</p> <p>2-3. 配合教育部防駭政策，加強資訊與釣魚信件觀念與 E-mail 使用習慣，以維個人、中心及校內之網路安全。</p> <p>2-4. 不定期提醒同仁電腦安全使用規範，電腦設定帳號密碼，定期更新防毒軟體與掃毒。</p> <p>3. 宣導同仁尊重智慧財產權，禁止非法影印侵犯智權之資料，同時於中心公務影印機旁張貼有尊重智慧財產權之中、英文宣導文字。</p>

評鑑委員意見

(七)、持續改善與品質保證機制

指標	<p>持續改善與品質保證機制：單位能依據業務特性，設置品質保證機制，並確實執行及持續改善。</p>
單位 自我評鑑	<p>特優 <input checked="" type="checkbox"/> 優 <input type="checkbox"/> 尚可 <input type="checkbox"/> 稍差 <input type="checkbox"/> 差 <input type="checkbox"/> 說明或建議：</p> <p>出版中心依據各組別業務特性，設置品質保證機制，並確實執行。</p> <p>1. 學術專書之品質保證機制</p> <ul style="list-style-type: none"> 1-1. 中心於 97 年 8 月首創以特色學術領域為主軸，邀請專家學者擔任叢書系列主編，由主編協助開拓與邀稿、投入書稿初審、推薦學術審查人、決定叢書寫作格式等，為該叢書把關出版品質，至今（103）年 10 月止，總計已建立 32 種學術叢書系列。 1-2. 以學術叢書出版學術專書機制，6 年來確實執行由主編為該叢書之意見領導，建立專業學術出版品牌與品質保證，以出版中心整體圖書出版比例觀之，學術圖書佔總出版量比，97 年佔總出版量 45%，102 年大幅成長至 81%，不僅出版數量增加，作者群更包含本校、國內大學、中央研究院或海外重要學者，足見出版品質備受海內外學者之肯定。 1-3. 中心定有各學術叢書出版評估機制，與各叢書主編簽定合約，二年為一合約周期，於每一叢書合約到期前一個月，經中心評估叢書執行成效、書稿收稿情形等，邀稿或執行遇有困難者，由叢書主編與總編輯、執行編輯討論與調整叢書經營方向，若再無績效，則暫時停止執行該叢書。 1-4. 中心以學者主導與經營學術出版機制，出版品質於近年來得獎紀錄輝煌，其中，科技部人文社會學研究中心補助出版人文及社會科學專書，自 99 年至今總計有 14 種學術專書獲補助，足見學術研究與出版水準極優。 1-5. 針對重點圖書或學術熱門主題，成功邀請各領域重要之專家學者為書籍聯合推薦、撰寫書評，有效提升出版品曝光度與銷售量，也成為中心學術出版品質優越之佐證。 <p>2. 專業編輯之品質保證機制</p> <ul style="list-style-type: none"> 2-1. 中心編輯出版組成員均為具出版業界相當資歷之專業編輯，編制有總編輯 1 名，專業編輯 7 名，每位編輯各有擅長領域，能輔助各叢書主編執行叢書營運，同時於編輯過程中，針對書稿內容為校訂或有疑義處進行查證並與作者、主編多方討論，為出版優質出版品最重要的推手。 2-2. 編輯過程執行至少四個校次，包含與書稿相關的文編人員校稿、中心編輯校稿、作者校稿及最後的同事校稿，降低錯誤率，有效提升整體出版品質。 <p>3. 行銷活動品質保證機制</p> <ul style="list-style-type: none"> 3-1. 中心行銷企畫依年度出版品總表，規劃當年度出版品之銷售重點、活動規劃、講座辦理或新書發表等，每次舉辦之活動或講座，均於以錄影收音為現場實況紀錄，經影片後製之後置於中心官網或 YouTube 供讀者回顧精彩講演。 3-2. 每次活動結束後即舉行行銷會議，針對執行過程流程、缺失或突發狀況之應變處理情形與結果、行銷過程成果分享、活動辦理過程、市場或讀者接受度及反應等加以綜合討論，不僅經驗獲得累積，更可避免檢討或缺失事項一再發生。

4. 中心其他品質保證機制

- 4-1. 中心定期會議檢討與凝聚共識：每月召開主管會議及業務會議進行討論重要業務，各組或專案小組亦定期召開討論會議，溝通意見並凝聚共識，保持臺大出版優質學術書籍之品質，對作者與讀者負責。
- 4-2. 標準作業流程制訂：制訂各項 SOP，使各項服務內容與流程標準化，作為同仁執行業務之依歸，提升整體服務品質。
- 4-3. 著作權專業律師：聘請著作權專業律師，提供同仁於執行業務所及著作權問題時之諮詢，同時協助訂定中心使用之各項合約書、授權文件，尊重他人與保護臺大、臺大出版中心之智慧財產權。

(八)、危機預防與管理

指標	<p>危機預防與管理能力：單位能有效處理危機突發事件，並能作好事先預防，擬妥危機計畫；能找出停損點，避免危機擴大，迅速解決危機，化危機為轉機。</p>
單位自我評鑑	<p>特優<input type="checkbox"/> 優<input checked="" type="checkbox"/> 尚可<input type="checkbox"/> 稍差<input type="checkbox"/> 差<input type="checkbox"/> 說明或建議：</p> <ol style="list-style-type: none"> 新業務推展前之審慎評估與研擬：中心開辦新業務前，成立專案小組審慎評估投入成本、既有業務影響、預期效益後，提交業務會議，由全中心同仁討論提供意見供專案小組成員評估與修改，確認可行性後始可正式執行，以提高執行成效，降低可能風險。 辦公室緊急應變危機預防與管理：配合並派員參加本校環境保護暨職業安全中心開辦緊急應變課程演練進行研習，預防並得以因應各項緊急狀況之發生，避免危機擴大。 活動辦理之危機預防與管理 <ol style="list-style-type: none"> 事前協調：規劃各項活動於辦理前，除召開籌備會議，研商各項活動前置作業細節，如有需外借場地，則親至活動場地進行會勘，並與相關人員、機關單位進行事前協調。 建立預防機制：活動辦理事前規劃，包含突發狀況可能態樣之擬定及其因應對策，建立緊急迅速且正確處理的方法與管道，預防危機發生後擴大。 後續處理、追蹤與管理：活動辦理後，檢討因應對策是否得當或有其他解決方式，並將相關文件加以存檔，供日後同仁辦理活動時參考。 設置申訴窗口 <ol style="list-style-type: none"> 中心各業務均有專責承辦人員，於中心網站、辦公室工作職掌均有明確標示，遇有作者或讀者意見反應或建議指導，均可由各承辦人員直接處理。 中心設有公務信箱，並派有專員每日定期收發信件，遇有作者或讀者意見反應或建議指導投遞公務信箱時，立即將訊息轉寄予承辦人員及單位主管，以啟動應變小組，針對個案討論因應措施與對話窗口，預設並擬定多個解決方案，以避免緊急或危機擴大時得以迅速解決危機。 遇有客訴電話或案件時，採以傾聽客訴顧客之事由、需求、目的，並留下對方聯絡方式，後啟動應變小組，針對客訴情事加以討論因應措施與對話窗口，預設並擬定多個解決方案後回覆客訴顧客，並後續追蹤顧客回應。 資訊系統之安全操作機制：中心因業務執行所使用之各系統，如文件管理系統、ftp上傳系統、中心網站管理系統等，設定並限制登入ip及帳號密碼，確保登入之使用者身分，預防駭客入侵與公務資料被竊取。 緊急連絡機制建立：中心設置有緊急事件連絡資訊表，並設有通報機制。於辦公室明顯處、各書店櫃臺均張貼有校駐警隊、保健中心、轄區警局、中心主管連絡電話，方便於緊急事件發生時，可儘速通報。
評鑑委員意見	

三、顧客面

(一) 顧客滿意度調查

臺大出版中心103年度顧客滿意度調查於103年10月14日至10月28日實施，以臺大教職員生為對象，採用線上問卷方式進行，透過本校計資中心發送問卷調查之電子郵件給全校師生。本年度顧客滿意度調查分別針對(1)空間環境、(2)專業素質、(3)服務態度、(4)服務效率、(5)業務電腦化、(6)填答人基本資料等六大部分調查，總計回數824份，調查結果說明如後。

1. 空間環境

問卷的第一部分關於中心的空間環境，共計6題，分別針對中心的辦公室空間及書店空間進行調查，如標示、服務動線、空間環境配置。問卷調查結果（百分比）詳如表1所示。由調查結果得知，72.94%的顧客對於中心與書店的空間標示、服務動線、環境配置感到滿意（非常同意+同意）。

表 1：出版中心空間環境滿意度統計

項 目 百分比（人次）	非 常 同 意 (%)	同 意 (%)	尚 可 (%)	不 同 意 (%)	非 常 不 同 意 (%)
1. 至出版中心洽公時，出版中心的服務標示清楚、易找到業務相關人員	23.13	53.21	22.45	1.09	0.12
2. 出版中心的位置及設施配置恰當，動線安排適宜	18.81	48.42	29.31	2.55	0.91
3. 整體而言我對出版中心環境配置感到滿意	20.85	54.88	23.54	0.73	0
4. 至出版中心書店時，出版中心書店的服務標示清楚、易找到相關人員	24.15	54.9	18.89	2.06	0
5. 出版中心書店的位置及設施配置恰當，動線安排適宜	18.8	51	27.2	2.8	0.2
6. 整體而言我對出版中心書店環境配置感到滿意	18.83	50.66	27.48	2.79	0.24
平 均	20.76	52.18	24.81	2.00	0.25

2. 專業素質

在專業素質方面，共計4題，調查中心工作人員對業務與法令規章的熟悉度、應對、服務顧客的專業素質等，調查結果如表2。問卷調查結果顯示，80.82%的顧客對於中心工作人員的專業素質感到滿意（非常同意+同意）。

表 2：出版中心專業素質統計

項目	百分比	非常同意(%)	同意(%)	尚可(%)	不同意(%)	非常不同意(%)
1. 工作人員對其業務內容、流程與相關法令規章熟悉，能解決被服務者的問題	25.78	57.11	15.9	0.97	0.24	
2. 工作人員所具有的溝通協調能力符合被服務者的要求	26.9	57.9	14.48	0.36	0.36	
3. 當服務項目非本中心業務時，工作人員會主動提供相關訊息	21.38	49.73	26.94	1.46	0.49	
4. 整體而言，我對出版中心服務人員專業素質感到滿意	26.31	58.16	14.56	0.73	0.24	
平 均	25.09	55.73	17.97	0.88	0.33	

3. 服務態度

關於服務態度的調查，共計5題，主要調查項目為(1)主動性與耐心、(2)便利的溝通管道、(3)顧客意見處理與回覆的積極性等，調查結果如表3。由調查結果得知，77.06%的顧客對於中心工作人員的服務態度感到滿意（非常同意+同意）。

表 3：出版中心專業素質統計

項目	百分比	非常同意(%)	同意(%)	尚可(%)	不同意(%)	非常不同意(%)
1. 工作人員願意主動服務，會耐心答覆問題	27.69	52.78	17.96	1.33	0.24	
2. 出版中心設有便利的溝通管道，如電話、傳真、電子郵件信箱等	22.21	50.72	24.88	1.58	0.61	
3. 出版中心工作人員會主動處理被服務者的意見或問題	22.83	51.55	23.67	1.46	0.49	
4. 當相關承辦人員不在時，其他的人員會主動協助處理	21.28	52.07	24.46	1.7	0.49	
5. 整體而言，我對出版中心的服務態度感到滿意	24.87	59.3	14.62	1.09	0.12	
平 均	23.78	53.28	21.12	1.43	0.39	

4. 服務效率

關於服務效率的調查，主要調查(1)顧客詢答作業時間、(2)多元溝通管道及詢答即時性，調查結果如表4。問卷調查結果顯示，74.1%的顧客對於中心工作人員的服務態度感到滿意（非常同意+同意）。

表 4：出版中心服務效率統計

項 目	百分比	非常 同 意 (%)	同 意 (%)	尚 可 (%)	不 同 意 (%)	非 常 不 同 意 (%)
1. 對於出版中心的作業詢問或投稿申請，皆能於合理作業時間內取得回覆。	19.16	52.26	27.73	0.61	0.24	
2. 出版中心提供多種申辦管道(網路、傳真或電話)，能夠即時且有效提供服務。	20.36	53.29	24.65	1.21	0.49	
3. 整體而言，我對出版中心的服務與行政效率感到滿意。	21.09	56.15	21.66	0.49	0.61	
平 均	20.20	53.90	24.68	0.77	0.45	

5. 業務電腦化

本部分主要調查顧客是否可透過中心網站獲得所需資訊之滿意度，調查結果如表5。由調查結果可知，72.08%的顧客對中心業務電腦化成果感到滿意（非常同意+同意）。

表 5：出版中心業務電腦化統計

項 目	百分比	非常 同 意 (%)	同 意 (%)	尚 可 (%)	不 同 意 (%)	非 常 不 同 意 (%)
1. 出版中心網站能提供必要的資訊並即時更新。	21.17	51.06	25.58	1.94	0.25	
2. 出版中心網站介面設計簡便，容易進行快速而有效的查詢。	21.54	51.58	25.3	1.46	0.12	
3. 出版中心的相關出版品目錄與文件能在網站下載。	20.89	50.84	26.69	1.09	0.49	
4. 出版中心設有電子信箱，並有專人負責答覆。	19.57	51.46	28.12	0.73	0.12	
5. 整體而言，我對出版中心電腦化系統的建置感到滿意。	21.06	52.97	24.76	0.97	0.24	
平 均	20.85	51.58	26.09	1.24	0.24	

6. 問卷填答人基本資料

本年度顧客滿意度調查填答人基本資料，簡要說明如下：(1)男性填答人略多於女性填答人；(2)年齡層以30歲以下者為主（92.52%）；(3)填答人以學生為主（90%）；(4)在校任職年資主要以5年以下（81.8%）；(5)每月與中心接觸頻率主要為5次以內（97.17%）。

填表人資料背景分析

	男		女	
1. 性別	53.03%		46.97%	
2. 年齡	20 歲以下	21-30 歲	31-40 歲	41-50 歲
	68.10%	24.42%	3.84%	2.31%
	51 歲以上			1.33%
3. 人員類別	教師	職員 (含駐警隊)	技工、工友	學生
	1.94%	4.85%	0.12%	90.90%
				2.19%
4. 校內服務單位	教學單位		行政單位	其他
	25.06%		8.37%	66.57%
5. 職務	主管職務		非主管職務	學生及其他免填
	1.09%		13.71%	85.2%
6. 在校任職年資	5 年以下	6-10 年	11-15 年	16-20 年
	81.1%	8.8%	4.13%	2.52%
				3.45%
7. 與本中心平均每月的接觸頻率	2 次以下	3-5 次	6-10 次	11-15 次
	80.25%	16.92%	1.86%	0.36%
				0.61%

評鑑委員意見

(二) 公共關係與形象塑造

指標	公共關係與形象塑造：單位能對外有效溝通協調，外界對單位的公務形象口碑良好。校務建言對單位抱怨的量、種類、程度及回覆執行情形。
	<p>特優 <input checked="" type="checkbox"/> 優 <input type="checkbox"/> 尚可 <input type="checkbox"/> 稍差 <input type="checkbox"/> 差 <input type="checkbox"/> 說明或建議：</p> <p>1. 建立良好合作關係</p> <p>1-1. 與本校各單位建立良好合作關係</p> <p>中心為臺灣大學出版品之指定專責單位，協助校內學術產出授權事宜並致力於協助與各單位合作出版銷售，如國立臺灣大學藝文年鑑、臺大文學獎作品集、臺大哲學桂冠獎作品集、我的學思歷程系列、優良傑出教師系列等。</p> <p>1-2. 與研究機構建立良好合作關係</p> <p>透過參加學術活動，邀請專家學者擔任作者，進而出版學術書籍期傳遞知識給社會大眾。因此，中心積極關注各種研討會並配合規劃辦理書展，如「文化流動與知識傳播」國際學術研討會、「臺日亞洲未來論壇」、2014年台灣原住民族國際學術研討會等。在研討會現場設置攤位，可推廣專門學科領域之出版品，同時可讓學科領域專家認識中心，進而開展雙方合作機會。</p> <p>1-3. 推動國立大學出版社聯盟，促成資源共享</p> <p>大學出版是國家教育文化與學術生態重要的一環，藉由書展參與，才能讓社會大眾一窺優質學術出版的重要性。本中心推動的國立大學出版社聯盟—國立大學聯展計畫，自101年開始規劃，102年首度以聯展方式參與台北國際書展，更於2014年第22屆台北國際書展舉辦聯盟成立記者會，宣告大學出版社聯盟正式成立。由多所大學出版單位共同參與書展，擁有專屬攤位，促進資源共享與利用，搭配書展時的行銷活動，提升對學術出版的關注，增加閱讀學術與專業書籍的機會。</p> <p>1-4. 與網路書店建立良好合作關係</p> <p>隨著網路書店蓬勃發展，消費者亦習慣透過網路書店購書，本中心積極與網路書店合作，如網路書展、推廣本中心出版品及教育用品。自99年迄今已與網路書店合作近百場活動。</p> <p>1-5. 與出版銷售相關單位合作</p> <p>為推廣中心書籍，促使社會大眾關注議題，自102年起與誠品書店臺大店合作週二人文學術講座，邀請作者、學者專家進行書籍導讀，或針對各種議題辦理講座活動。</p> <p>1-6. 經由書店經營，與消費者建立良好關係</p> <p>為服務校內讀者，中心亦在臺大校區經營三家實體書店，以便利消費者購買書籍，書店分別位於本校水源校區澄思樓1樓、總圖書館B1、校史館2樓。3間書店各有其功能性任務及目標客群，並依客群屬性，進行區隔化行銷。</p> <p>1-7. 參與國際書展，提高國際能見度，推動國際合作</p> <p>善用國際書展場合，接觸來自世界各地的亞洲研究學者，增加學術交流機會，延攬優秀學者成為中心作者，提升出版品的水準和多元性，強化臺灣優質正體中文學術出版品的國際能見度，往國際舞臺邁進。中心陸續參與台北國際書展、法蘭克福書展、美國亞洲研究學會年會書展、香港國際書展、上海書展、北京書展等，深耕臺灣優質正體中文學術出版品市場。如參與2014年法蘭克福書展的大學出版社國際會議，與國際各大學出版社交流，研討大學出版議題及趨勢。</p>

2. 形象塑造

2-1. 建立多種書系，樹立出版中心學術形象

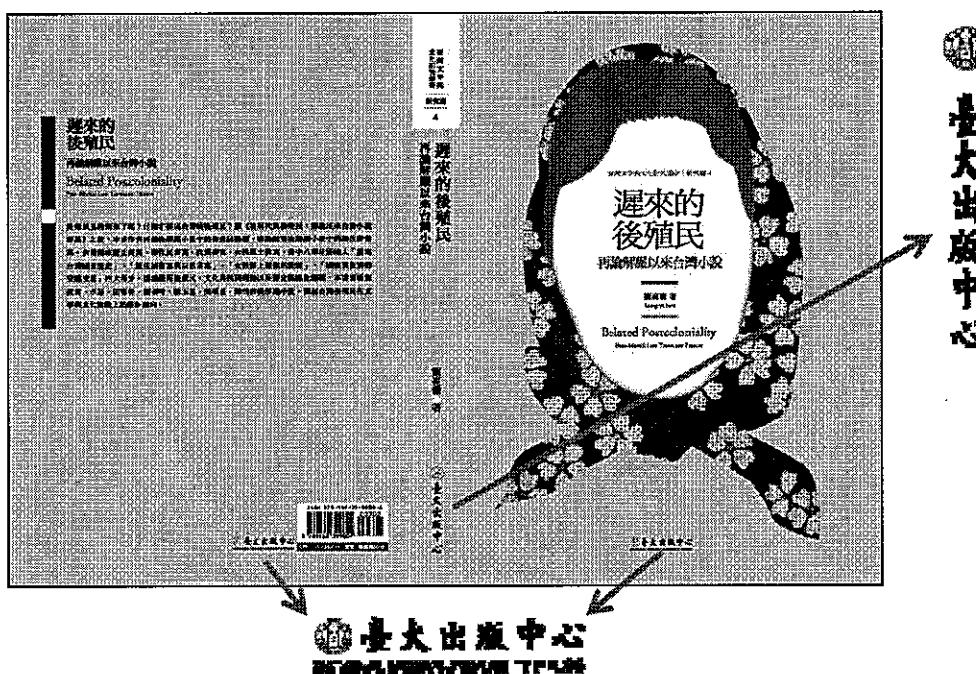
中心以學術出版為最高使命，堅持以出版優質且經過嚴謹審查的出版品為總體目標。積極規劃學術叢書，並聘請該學術領域的學者專家為叢書主編，為徵集稿源與學術審查把關。每本學術圖書至少經過兩位副教授以上之審查人審查通過始得以出版，以謹慎嚴格的審查出版優質的學術圖書。自97年度至今已成立32種學術叢書（含4種洽談中叢書），並多已陸續出版學術著作。目前中心於學術書籍出版之地位逐漸穩固，歷年來之投稿數量明顯增加，學術出版品種數以正比提升。

2-2. 建立良好服務形象，服務顧客

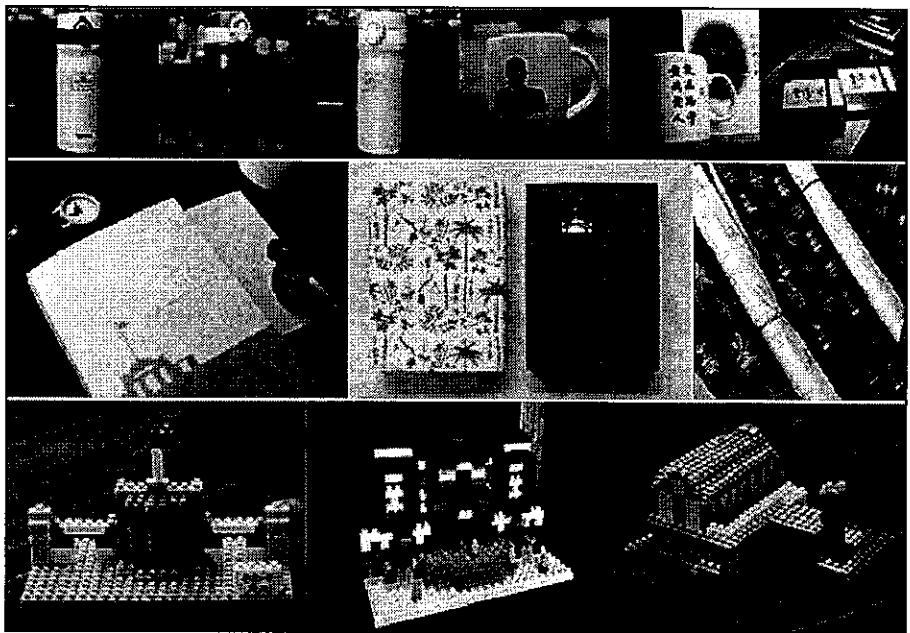
- 2-2-1. 營遵循人事室辦理之電話禮儀課程，不論是親臨出版中心洽公，或電話詢問均要求和善、專業，給予顧客迅速正面回應。
- 2-2-2. 對書店服務人員進行完善訓練，制訂標準作業流程，俾益書店經營與顧客關係管理。
- 2-2-3. 本中心全體同仁積極參與進修課程與研討會，以精進專業知能。
- 2-2-4. 設置單一聯絡窗口及公務信箱，隨時接收各方來信反應意見，並儘速處理及回覆。
- 2-2-5. 對於校務建言積極回應，儘速了解顧客問題，並給予迅速正面的回應。

2-3. 行銷自有專屬形象

- 2-3-1. 設計中心專屬識別標誌，顯示於所有出版品，讀者可立即將此形象與本中心連結。橫式識別標誌呈現於書籍封面封底，直式識別標誌則呈現於書背底端。



- 2-3-2. 開拓叢書系列，設計叢書專屬識別，強化專業學科出版形象。目前已規劃逾70個系列，未來將持續與學者專家合作，維持與開拓新叢書系列。
- 2-3-3. 中心每年固定發行出版品目錄，不僅放置於本中心直營的3間書店，亦廣發至各行銷通路；並利用活動辦理，如書展、講座活動等時機，發送參與者。讀者可透過該目錄，掌握本中心出版及購買資訊。
- 2-3-4. 結合臺大專屬形象，如特色建築、重點地標、重要人物、大王椰子、傅鐘等，設計專屬臺大的獨創教育用品，凝聚對臺大的認同。



2-3-4. 校史館書店，打造臺大獨特人文記憶空間

校史館書店於103年10月1日重新開幕，以典雅復古的內裝風格，與校史館建築的古典樣式相互呼應，希望以書房的形式呈現校史的流動，在這個空間裡，書店不僅蒐羅和沉澱舊記憶，更將積極創造和發散新記憶。以臺大校史、臺大校園與人物等主題書目為陳列重點，並且匯集校內各單位設計的文創品、紀念品與教育用品，期待成為參訪臺大的重要據點。

2-4. 善用多樣化訊息傳遞管道，呈現本中心豐富多樣形象

2-4-1. 本中心官方網站 <http://press.ntu.edu.tw/>

顧客可透過本中心官方網站獲得本中心各項資訊，如書籍出版消息、活動消息、購買方式、聯絡資訊等，並提供中英文版。

臺大出版中心
NATIONAL TAIWAN UNIVERSITY PRESS

關於我們
最新消息
出版品
依學系科別清單
依出版時間清單
多媒體影音
出版品目錄
臺大教資用品
中心書店介紹
採購資訊
征稿資訊
文科書打賞

在這些不確定的日子裏還有愛
不僅是運動，不只是沉淀沉默
這些都還真美，這些都還生的色彩
—《拾伍年的詩》

你不是這個人
你只是你
文化評論家
深度觀察家
熱只說好要的
只能說也廢

梁秉鈞
年詩選

【公告】臺大出版中心校史館書店，10月1日 Grand Opening !

【公告】臺大出版中心文字獎競賽大公告

【新書上架】深具教養色彩的《中西社會史》，宋尚義教授所著出版

【新書上架】繼本岱士博士鉅著《島田直二》，解剖日治時期社會日人的臺灣文學

【新書上架】《澎湖民風暨歷史之重新詮釋》重新詮釋臺灣歷史上的重要課題

【新書上架】《宋秉鈞五十年詩選（上）（下）》，真摯詩人也斯莫滅的生命寶庫

立臺灣大學出版中心 著權所有 © All rights reserved.
臺北市106號罗斯福路四段一號 11, 1, Sec. 4, Roosevelt Rd., Taipei, Taiwan 106, R.O.C.
TEL (02)2365-3693, (02)2365-8266, FAX: (02)2365-5805. <http://www.press.ntu.edu.tw>, email: ntupress@ntu.edu.tw

2-4-2. 本中心官方部落格 <http://blog.press.ntu.edu.tw/>

部落格主要提供活動報導、較長篇幅的書籍介紹與產品介紹，相較於官網提供的基本資訊，部落格所提供的則是較深入的內容。若對本中心的出版品或活動資訊有興趣，想深入了解，可連結至部落格獲取更詳盡的內容。



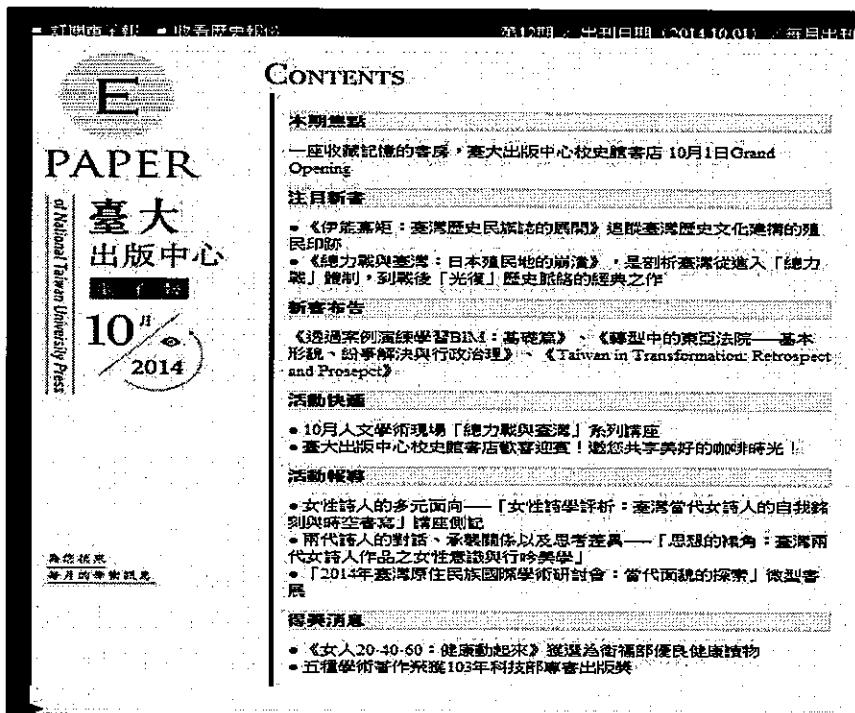
2-4-3. 本中心臉書專頁 <http://www.facebook.com/ntuprs>

臉書是目前極普遍使用的社群網站及資訊傳遞載體，精簡文字佐以圖片擷取重點資訊，再透過臉書親和的訊息分享機制，有利訊息分享傳播，達推廣行銷之效。



2-4-4. 本中心電子報 <http://blog.press.ntu.edu.tw/>

本中心電子報含括本期焦點、注目新書、新書布告、活動快遞、活動報導等內容，訂閱戶可透過電子報掌握出版中心一個月內的動態。



2-4-5. 其他訊息傳播管道

除本中心專屬官方媒體外，本中心亦積極開發訊息傳遞管道，刊載書籍、活動消息進行推廣行銷，如臺大校訊、臺大校友雙月刊、臺灣研究中心電子報、全國新書資訊月刊等，未來將持續與各界媒體維持良好關係，將本中心訊息傳布周知。

四、專業職能與學習成長構面

(一)專業能力與服務態度

指標	<p>(一)專業能力：專業知識與技能；創新及學習能力 (對於本身的業務內容、流程與相關法令規章熟悉度；單位內外相關業務熟悉度及轉介能力；良好溝通協調能力…)</p>
單位自我評鑑	<p>特優■ 優□ 尚可□ 稍差□ 差□ 說明或建議：</p> <ol style="list-style-type: none"> 出版中心以學術出版為要職，聘請多位專業學術編輯，皆具有多年出版專業經驗。中心成員包含主任、行政、編輯、行銷企劃及中心自聘人員總計19名，全中心碩士學位人數占43.8%、學士學位占56.2%，專業知能經驗的素質頗高。 徵選人才、用材、育才以專業為基礎，中心約用人員聘任著重其專業背景及經歷，中心編輯及行銷企劃，具備豐富的實務經驗，並熟悉出版各作業流程，對於出版時事與動向掌握度極佳，能即時且有效率地處理承辦業務及提供相關諮詢服務。行政人員均為公職人員，對於法令規章、行政流程能熟悉與善盡職責處理。 中心同仁能於職責範圍內獨立作業，執行業務時，在遵循法令規章制度下，尋求最佳解決方式及創新流程作法，為中心注入革新氣息。 中心為臺灣大學出版品之指定專責單位，也協助校內單位出版品銷售、智慧財產權諮詢等服務，中心行政人員於校內服務年資均長達五年以上，與校內各單位業務往來頻繁，熟悉彼此業務範疇，接獲相關業務時，均能在第一時間轉介至單位內外正確業務承辦人員。 中心編輯與校內外單位作者洽談時，能提供中心業務適當介紹與編輯專業協助，並於中心編輯業務會議時，針對作者溝通協調方式做經驗交流，提升編輯對外溝通協調能力。 行銷企劃人員擔負中心形象塑造、公關推廣與出版品、教育用品行銷等重責，均清楚認知單位內外相關業務分工及範疇，並具備優良溝通能力。
評鑑指標	<p>(二)服務態度：面晤及電話服務 (擁有高度服務熱忱、用語溫和親切有禮、願意傾聽、會耐心答覆問題；對於顧客的不滿，設有適當投訴管道並主動追蹤及回覆；電話鈴響幾聲接電話及答詢；網路答詢機制…)</p>
單位自我評鑑	<p>特優■ 優□ 尚可□ 稍差□ 差□ 說明或建議：</p> <p>中心以顧客導向為服務原則，以友善、熱忱、聆聽、耐心答覆與積極態度面對顧客需求與意見回饋。</p> <ol style="list-style-type: none"> 電話服務禮儀 <ol style="list-style-type: none"> 提倡電話禮貌運動，同仁自律於電話鈴響時能及時由承辦人員接聽或同仁代為接聽，並注意接聽電話禮儀。如無法立即於線上回覆，會避免將電話層層轉接，以留下後續聯絡方式為原則，經由中心內部溝通與確認後，由業務承辦人員回覆與處理。 書店服務櫃檯工作人員態度親切和善，言語溫和有禮。讀者如有任何問題或建議事項，都會以當面、電子郵件或傳真，給予及時性的回覆。接到客戶詢價，能在收訂單後在規定時限內處理報價及出貨程序。 面晤服務：中心服務對象，包含中心現有作者、潛在作者、校內教師、學生、讀者等，接見來訪人士皆能以秉持友善、熱忱、聆聽、耐心答覆與積極態度面對。

3. 業務窗口設置

- 3-1. 中心各業務均有專責承辦人員，於中心網站、辦公室工作職掌均有明確標示，遇有作者或讀者意見反應或建議指導，均可由各承辦人員直接處理。
 - 3-2. 中心設有公務信箱，並派有專員定期收發信件，遇有作者或讀者意見反應或建議指導投遞公務信箱時，立即將訊息轉寄予承辦人員及單位主管，由承辦人員先行回覆禮貌收信文，同時啟動中心應變小組，針對個案討論因應措施與對話窗口，預設並擬定多個解決方案，以避免緊急或危機擴大時得以迅速解決危機。
 - 3-3. 除承辦人員、公務信箱之設置，顧客仍可利用中心部落格、網路社群 facebook 提出需求與意見回饋，由中心此業務承辦人員直接回覆與解答。
 - 3-4. 中心各窗口回覆顧客意見，以當日處理為原則，如遇例假日則以第一個上班日優先處理，避免意見反應擴大為客訴案件。
4. 客訴案件之處理：遇有客訴電話或案件時，採以傾聽客訴顧客之事由、需求、目的，並留下對方聯絡方式，後啟動應變小組，針對客訴情事加以討論因應措施與對話窗口，預設並擬定多個解決方案後回覆客訴顧客，務求化解顧客不滿意為認同之危機。
 5. 臺灣大學電話禮貌實施計畫：依本校電話禮貌實施計畫，由中心之種子教師於業務會議提點同仁常遇或尚需調整處，遇有中心新進同仁時，亦以種子教師進行單位內部教育訓練，務求配合與落實計畫，提升中心整體服務品質。

(二)訓練與進修

標指	<p>(一)專業訓練：專業知識與技能；創新及學習能力 (對於自身職掌業務願意接受新知，學習新技術與新能力)</p>
單位自我評鑑	<p>特優■ 優□ 尚可□ 稍差□ 差□ 說明或建議：</p> <ol style="list-style-type: none"> 出版中心以學術出版為要職，擁有多位專業學術編輯，其皆具有多年出版專業經驗。 中心全員碩士學位人數占43.8%、學士學位占56.2%，專業知能經驗的素質頗高。 中心重視同仁在職訓練，除依業務需求之專業課程外，並機動地參加本校人事室、總務處、資訊室等舉辦之各項研習、訓練，或其他機關學校辦理之智慧財產課程、版權洽談課等，持續學習與自我進修。
指標	<p>(二)專業進修 (願意花時間進修專業相關學位或學程，並能以所學回饋自身業務，提升專業能力，並獲得專業成長)</p>
單位自我評鑑	<p>特優■ 優□ 尚可□ 稍差□ 差□ 說明或建議：</p> <ol style="list-style-type: none"> 為落實學習型組織，依業務需求進修法治、編輯、商業行銷、版權洽談等專業課程，同時，部份同仁以自費課程為自主學習，以參加讀書會、外文能力培養、樂器學習、體育健身、工藝烘焙等全方位學習，培養第二興趣與專長。 中心同仁除國內進修，今(103)年中心同仁劉奕汝(書記)以自費提請學校同意留職停薪方式出國進修(英國倫敦大學城市規劃設計)，為期一年，其所進修學科領域為中心現行叢書系列較為不足者，因此藉由其出國進修後，將其所學回饋於中心，延伸與擴展出版品領域。
評鑑委員意見	

參、單位自訂評鑑項目(有必要之數據，請檢附並標明附件。)

項目 及 指 標 單位 自我 評 鑑	<p>【項目 1】學術出版</p> <p>指標 1. 學術叢書的規劃與建立</p> <p>指標 2. 重要學術套書</p> <p>指標 3. 學術圖書出版數量與出版比率</p> <p>指標 4. 學術審查機制</p> <p>指標 5. 文稿徵集</p>			
	特優 <input checked="" type="checkbox"/> 優 <input type="checkbox"/> 尚可 <input type="checkbox"/> 稍差 <input type="checkbox"/> 差 <input type="checkbox"/> 說明或建議：			
	指標1. 學術叢書的規劃與建立			
	<p>臺大出版中心以學術出版為最高使命，堅持以出版優質且經過嚴謹審查的出版品為總體目標。中心自97年8月起規劃建立叢書系列，以聘請該學術領域的學者專家為叢書主編方式，規劃叢書方向，廣徵稿源及學術審查，為學術出版品質把關。</p> <p>近五年來中心共計有32種學術叢書（含4種洽談中叢書，高研院各學術叢書則合計為1種），並多已陸續出版學術著作。中心於學術書籍出版之地位逐漸穩固，歷年來之投稿數量明顯增加，學術出版品種數以正比提升。各叢書已出版或其他執行情形如下表：</p>			
	編號	叢書名稱	主編	執行情形
	執行中			
	1	臺大哲學叢書	林正弘	1. 已出版9冊 2. 預計103年12月出版第10冊
	2	中國思想史研究叢書	鄭吉雄 伍安祖	1. 已出版15冊 2. 伍安祖教授於99年8月10日加入為雙主編
	3	人文研究叢書	中心主任	1. 已出版6冊 2. 中文、英文出版
	4	史學叢書	陳弱水	已出版5冊
	5	中國文學研究叢書	柯慶明	1. 已出版6冊 2. 預計103年12月出版2冊
	6	現代主義文學論叢	柯慶明	已出版22冊
	7	臺灣文學與文化研究	梅家玲	已出版9冊
	8	臺灣研究叢書	吳密察	已出版5冊
	9	大陸與臺海兩岸關係研究叢書	徐斯勤 林惠玲	已出版1冊
	10	史料與史學譯注叢書	甘懷真 吳展良	本叢書已暫停執行
	11	日本學研究叢書	徐興慶	1. 已出版15冊 2. 日文出版

	12	亞太音樂叢書	王櫻芬	已出版1冊
	13	科際整合法學叢書	王泰升	已出版1冊
	14	臺灣歐洲聯盟研究叢書	蘇宏達	已出版6冊
	15	基督宗教與東亞研究叢書	查時傑	已出版1冊
	16	數位人文研究叢書	項潔	1. 已出版5冊 2. 合作出版
	17	Reflections on (In) Humanity	出版中心 高研院	1. 已出版7冊 2. 英文出版
	18	氣候變遷政策與法律叢書	葉俊榮	已出版1冊
	19	東亞法院叢書	葉俊榮	已出版1冊
	20	臺灣研究先行者系列	黃英哲 梅家玲	已出版2冊
	21	地方與區域治理	趙永茂	3部書稿審查完成，修改中
	22	East-West Cultural Encounters	傅友祥 張淑英	1. 英文出版 2. 張淑英教授於103年1月10日加入為雙主編
	23	社會理論叢書	林端	1. 已出版2冊 2. 因主編辭世，本叢書暫停執行
	24	現代法學叢書	蔡明誠	待稿中
	25	Social Quality and Social Policy	王麗容 Alan Walker	1. 待稿中 2. 英文出版
	26	新文化研究叢書	熊秉真	預計104年出版1冊
	27	高研院各種學術叢書	出版中心 高研院	與高研院長期合作出版，包含：東亞文明研究叢書、東亞儒學研究叢書、東亞儒學資料叢書、東亞儒學書目叢刊、東亞儒學資料叢刊、全球在地視野叢書、身體與自然叢書等，已出版141冊
	28	文史叢刊	出版中心 文學院	與文學院長期合作，已出版87冊
			洽談中	
	1	臺灣社會研究叢書（暫定）	蘇國賢	
	2	古文明新視野叢書	蒲慕州	已規劃出版6本書

3	醫療人文系列（暫定）		
4	日治臺灣菌類研究調查系列	曾顯雄	已簽約，書稿修改中

指標 2. 重要學術套書

中心自98年起規劃執行學術套書出版策略，經規劃及數年之編輯，至103年共出版5種學界極為重視的學術套書：

編號	套書名稱	冊數	出版時間
1	殷海光全集	全套共22冊	98-102年
2	教務雜誌 (The Chinese Recorder and Missionary Journal)	紙本75冊，並有針對該書13,794個詞條與超過31萬個頁碼獨家開發之Web版索引檢索系統 CRISE (CR Index Search Engine)	100-101年
3	鏡像·臺灣： 臺灣文史研究譯叢	全套共8冊	101年
4	慢讀王文興叢書	全套共7冊	102年
5	歷代寶案	全套共53冊	103年

2-1. 殷海光全集

《殷海光全集》的出版是一項浩大的學術工程，卻也是引領讀者進入殷海光思想世界的唯一通道。閱讀殷海光，必將因君子之所憂而憂，但也能以君子之所樂而樂，遙想在威權年代下知識分子的艱困處境，並為臺灣自由主義的繼受與開展，梳理其中的理路。

臺大版《殷海光全集》在前此各種版本殷海光著作與文集的基礎上，並參考借鑑既有研究成果，蒐羅、整理殷先生所有中英文著作、文章、譯作、書序、隨筆、書信，是殷海光所撰文字最完整的紀錄，將其思想遺產以最全面最完善最真實的樣貌，呈現在世人面前，流傳於世。

2-2. 教務雜誌 (The Chinese Recorder)

2-2-1. 是近代中西文化交流、中外關係史的珍貴文獻，對相關領域的研究意義重大。

The Chinese Recorder and Missionary Journal 《教務雜誌》(1867-1941) 為長期居住於中國的西方宣教士在中國出版的英文刊物（長達75年），觀察角度異於一般由中國人或西方人撰寫的史料。以1900年為界，前後各約四十年，完整記載並呈現中國社會與生活樣貌，全套超過50,000頁，並含有大量珍貴圖片，是研究近代中國、基督教與中國不可或缺的重要史料。

中心為全球第一次完整全套史料收錄（含索引二冊）並重印出版，不僅為臺灣學術出版的重要里程碑，亦為全球學術出版之重要紀事。中心與基督教與中國研究中心戮力合作，以珍貴原書為基礎，花費鉅時編校、彙整為完整全套，頁面清晰且完整，延請歷史學家查時傑教授擔任套書主編。

2-2-2. 開發檢索系統，建構資料庫，以利珍貴史料檢索利用。

鑑於紙本索引之限制，臺大資訊工程學系項潔教授以其資訊工程的專業背景、長期致力於史料數位典藏之經驗與他個人對史料的喜愛與敏銳度，帶領研究團隊針對二冊索引精心研發 CRISE 檢索系統，以程式為上述龐大資料做後分類分析處

理，研究者（甚至初入門者）只需輸入「關鍵詞」即可獲得許多超乎想像的資訊，得以客觀與全豹角度觀察史料，更能旁徵博引、延及其他相關主題。

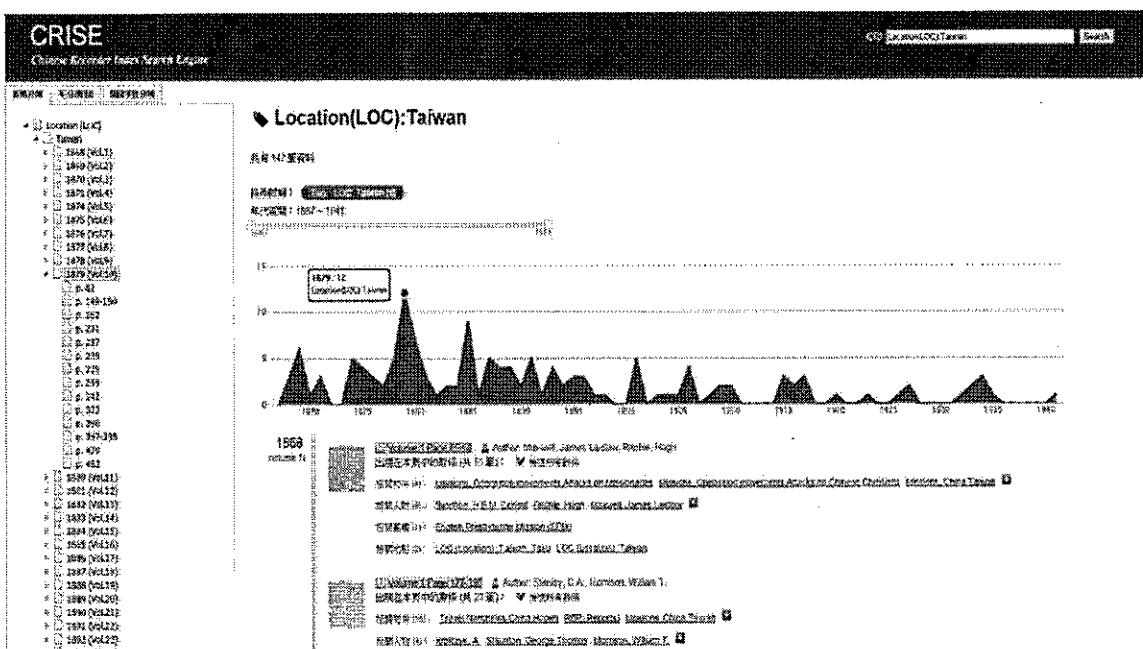
CRISE 系統為全套史料「加值」，更利於使用與研究，不僅是資料庫或資料運算、統計呈現，且可連接全文影像；系統更以後分類方式主動統計、搜尋、串聯詞條間彼此關係，發掘潛在關係，密切整合紙本索引中紀錄高達 310,626 條的條目，可達旁徵博引、延及相關主題之便，為研究時不可或缺的利器，研究者能更充分地駕馭 CR 73 鉅冊。

(1)CR Index 二冊將 CR 73 鉅冊所有內文（逾 5 萬多個頁面），以三大索引分類 (person、subject 與 mission/organization)，共計 13,794 個詞條與 310,626 個頁碼紀錄。

(2)CRISE 檢索系統巧妙且緻密地整合上述分別超過 1.3 萬與 31 萬個的詞條與頁碼紀錄。換言之，CRISE 巧妙地將 CR 73 冊的內容透過 CR Index 整合在一起，並可連結內文全文影像。

(3)藉由研究者輸入的關鍵詞，CRISE 系統自動搜尋、統計、分類，將隱藏於 CR 73 冊中的所有訊息一一解碼、呈現，使讀者不僅能夠找到所要的資訊，更能分析其內容。

(4)CRISE 檢索系統以後分類方式，自動統計、搜尋，並將詞條間彼此潛在的關係串聯、顯現出來，研究者更能旁徵博引、發現其他相關主題。



2-3. 鏡像・臺灣：臺灣文史研究譯叢

本系列叢書蒐羅精選國外學者的臺灣研究文章，研究時序貫串日治時期與當代，梳理臺灣歷史、文化與文學的多元脈絡與源頭，經由專業研究者的翻譯，可為國內的臺灣研究領域提供一面他者之鏡；不僅引進國際間最新的成果與觀點，更能擴大現有的研究視野，細看臺灣的豐厚與華美。

2-4. 慢讀王文興叢書

王文興以慢寫聞名，更提倡慢讀。「慢讀王文興」是由臺大出版中心策劃，黃恕寧、康來新與洪珊慧聯合編輯的叢書，集結了自 1960 年代以來，中外學界就王文興作品主題、情節結構、人物設計、語言特性、影響研究、寫作發展及其生平事蹟等議題的評論文字，以及王文興新世紀以來的書寫與言論，以及豐富的研究書目與回顧照片，是研讀王文興其人其書的必讀之作，可謂王文興研究的「百科全書」。

2-5. 歷代寶案

《歷代寶案》編輯自琉球與中國及其週邊國家的外交古文書，涵蓋年代起自 1424 年（明永樂二十二年）迄於 1867 年（清同治六年）；原有二部，分別於地震祝融、不斷遷移及戰火中化為灰燼或散失。現存於臺大圖書館的手抄本是當時任教於臺北帝國大學的小葉田淳教授委託久場政盛先生花費五年時間製作而成，為現存各版本中最完整者。《歷代寶案》為了解琉球對外交通貿易史的第一手資料，更為研究明清與琉球關係史提供珍貴的一級史料。

指標 3. 學術圖書出版數量與出版比率

近五年中心的圖書出版量不僅有顯著的提升，學術圖書的出版量每年皆有所增加，且都占圖書總出版量的 70% 以上。另外，如上表所述，中心與文學院長期合作出版「文史叢刊」、與高研院長期合作出版「東亞文明研究叢書」、「東亞儒學研究叢書」、「東亞儒學資料叢書」、「東亞儒學書目叢刊」、「東亞儒學資料叢刊」、「全球在地視野叢書」、「身體與自然叢書」等，近五年的出版情形也卓有成效。

項目／年度	99 年	100 年	101 年	102	103 (至 10 月)
學術圖書 (本)	41	45	50	52	37
一般圖書 (本)	9	8	14	12	5
學術圖書 出版比率 (%)	82	85	78	81	88

指標 4. 學術審查機制

4-1. 出版中心學術書籍審查程序

每本學術書籍，至少經過兩位副教授（副研究員）以上之審查人審查通過，始得以出版。一般情況下，書稿審查時程至少需時 2 至 3 個月，通過審查、修改定稿至出版則至少需時 4 至 6 個月，平均每本學術書籍之出版時間約為 6 至 9 個月。期能透過謹慎嚴格的審查，篩選、出版優質的學術書籍。（中心學術書籍審查程序，詳見附件一-3。）

4-2. 學術圖書投稿、審查、出版數量，以及退稿數量、退稿比率

隨著出版成果的逐漸豐碩以及學術出版品牌形象的建立，中心接獲的投稿數量逐年提升，但並不因此降低對書稿的要求與審查的品質，退稿率至 103 年達 73%。中心學術圖書投稿、審查、出版數量，以及退稿數量、退稿比率等，如下表所示：

單位：種

項目／年度	99	100	101	102	103 (至 10 月)
投稿總數	83	85	138	194	128
進入實質審總數	24	22	40	27	29
審查中	N/A	N/A	N/A	N/A	6
退稿（含初審退稿）	63	64	107	168	94
退稿比率 (%)	75	75	78	87	73

指標 5. 文稿徵集

中心書稿主動規劃邀稿與對外徵稿，對海內外開放，不僅限於本校教師，故中心的作者群來自國內外各大院校，多位作者更為該學術領域之重要學者，例如：白先勇、王德威、梁庚堯、朱漢民、林滿紅、王文興、葉維廉、杜國清、孫康宜等。

而為增加出版品的多元性，及在經費、人力上爭取多方援助，中心積極與校內、外單位合作出版，以達到互惠互助之目的。中心與校內各單位合作出版品中，與人文社會高等研究院合作出版為學術性書籍；與其他校內各單位之合作，多為任務性、社會教育性書籍。

隨著出版量的逐年穩定提高，中心合作的作者數也屢創新高，如下表所示：

項目／年度	99	100	101	102	103 (至 10 月)
作者數 (位／組)	94	131	279	244	157
任職臺大 (位／組)	45	26	61	61	68
任職臺大比率 (%)	48	20	22	25	43

合作單位	書稿名稱
人文社會高等研究院	《東亞文明研究叢書》、《東亞學研究叢書》等
文學院	《文史叢刊》
數位人文研究中心	《數位人文研究》叢書
臺灣歐盟聯盟研究中心	《臺灣歐盟聯盟研究叢書》

評鑑委員意見

單位 自我 評鑑	項目及指標	【項目2】一般性圖書之出版																																																		
	指標 1. 一般性圖書書系類別	指標 1. 一般性圖書書系類別																																																		
	指標 2. 合作出版單位	指標 2. 合作出版單位																																																		
	指標 3. 出版品種類以及年度出版數量	指標 3. 出版品種類以及年度出版數量																																																		
	特優 <input checked="" type="checkbox"/> 優 <input type="checkbox"/> 尚可 <input type="checkbox"/> 稍差 <input type="checkbox"/> 差 <input type="checkbox"/>	說明或建議：																																																		
	指標 1. 一般書系類別：豐富一般書籍種類，使學術研究普及社會																																																			
	<p>中心為本校一級行政單位，除學術書籍之出版，更具出版學校任務性出版品之責；除此，為使學術研究成果普及於社會觀念，規劃具有社會教育功能圖書，豐富一般書籍，轉換艱深學術為科普知識，回饋社會。</p> <p>有別於學術書籍，一般書籍之性質則為具社會教育功能圖書、學校任務型出版品等，為多元發展一般書線，將歷年出版品及新開發之書種重新分類，包含有文學、科普、教學、健康、專業醫學、人文關懷、自然科學等領域，總計建立16個書系：</p>																																																			
	<table border="1"> <thead> <tr> <th>編號</th> <th>叢書名稱</th> <th>執行情形</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>1</td><td>臺大校史</td><td>已出版15冊</td></tr> <tr><td>2</td><td>臺大系列</td><td>已出版37冊</td></tr> <tr><td>3</td><td>關於臺大</td><td>已出版4冊</td></tr> <tr><td>4</td><td>臺大校園漫步</td><td>已出版2冊</td></tr> <tr><td>5</td><td>我的學思歷程</td><td>已出版7冊</td></tr> <tr><td>6</td><td>社會關懷叢書</td><td>已出版3冊</td></tr> <tr><td>7</td><td>臺灣奇蹟推手</td><td>已出版3冊</td></tr> <tr><td>8</td><td>臺大醫院健康叢書</td><td>已出版10冊</td></tr> <tr><td>9</td><td>專業醫學教育</td><td>已出版2冊</td></tr> <tr><td>10</td><td>高等教育系列</td><td>已出版7冊</td></tr> <tr><td>11</td><td>通識系列</td><td>已出版2冊</td></tr> <tr><td>12</td><td>通識課程教學參考資料叢書</td><td>已出版11冊</td></tr> <tr><td>13</td><td>寫作教學</td><td>已出版4冊</td></tr> <tr><td>14</td><td>科學普及</td><td>已出版5冊</td></tr> <tr><td>15</td><td>知識漫遊</td><td>已出版5冊</td></tr> <tr><td>16</td><td>精通系列</td><td>已出版4冊</td></tr> </tbody> </table>		編號	叢書名稱	執行情形	1	臺大校史	已出版15冊	2	臺大系列	已出版37冊	3	關於臺大	已出版4冊	4	臺大校園漫步	已出版2冊	5	我的學思歷程	已出版7冊	6	社會關懷叢書	已出版3冊	7	臺灣奇蹟推手	已出版3冊	8	臺大醫院健康叢書	已出版10冊	9	專業醫學教育	已出版2冊	10	高等教育系列	已出版7冊	11	通識系列	已出版2冊	12	通識課程教學參考資料叢書	已出版11冊	13	寫作教學	已出版4冊	14	科學普及	已出版5冊	15	知識漫遊	已出版5冊	16	精通系列
編號	叢書名稱	執行情形																																																		
1	臺大校史	已出版15冊																																																		
2	臺大系列	已出版37冊																																																		
3	關於臺大	已出版4冊																																																		
4	臺大校園漫步	已出版2冊																																																		
5	我的學思歷程	已出版7冊																																																		
6	社會關懷叢書	已出版3冊																																																		
7	臺灣奇蹟推手	已出版3冊																																																		
8	臺大醫院健康叢書	已出版10冊																																																		
9	專業醫學教育	已出版2冊																																																		
10	高等教育系列	已出版7冊																																																		
11	通識系列	已出版2冊																																																		
12	通識課程教學參考資料叢書	已出版11冊																																																		
13	寫作教學	已出版4冊																																																		
14	科學普及	已出版5冊																																																		
15	知識漫遊	已出版5冊																																																		
16	精通系列	已出版4冊																																																		

指標 2. 合作出版單位

合作單位	書稿名稱
校長室	《校史稿》、《孫震校長口述歷史》、《錢思亮校長傳》等
行政副校長室	《臺大教師傑出服務的故事》
教務處	《臺大教學出教師的故事》系列、《臺大科學家的故事》系列、《我的學思歷程》系列
文學院、哲學系	《臺大桂冠文學獎》系列
藝文中心	《臺大文學獎》系列
科教中心	《星空協奏曲》
寫作中心	《寫作教學》系列
臺大醫院健康教育中心	《臺大醫院健康叢書》

指標 3. 出版品種類以及年度出版數量的穩定與提升

3-1. 出版中心近五年來之出版成果

中心近五年在致力於學術圖書出版的同時，在一般性圖書、數位出版（電子書）以及影音多媒體等各方面，也都有豐碩的成果，如下表所示：

項目／年度	99	100	101	102	103 (至 10 月)
學術圖書 (本)	41	45	50	52	37
一般圖書 (本)	9	8	14	12	5
學術圖書 出版比率 (%)	82	85	78	81	88
影音多媒體 (種)	12	6	26	26	16
年度出版總數	62	59	90	90	58

項目／年度	99	100	101	102	103 (至 10 月)
數位出版累計本數 (電子書資料庫)	288	324	360	360	460

*102 年因廠商轉換，原訂數位出版之業務，移至 103 年一併執行。

3-2. 出版中心近五年來之圖書再版、再刷數

隨著銷售成績逐年攀升，圖書再印製數亦逐年提升，為有效掌控舊書成果、印製品質及庫存空間，並同步採行 POD 隨需印刷策略，不僅可依客戶需求調整印量，亦可節省書店庫存空間。近五年來出版品之再版與再刷數量如下表所示：

項目／年度		99	100	101	102	103 (至 10 月)
再版	學術書籍	0	1	0	0	1
	一般書籍	0	0	6	0	0
	小計	0	1	6	0	0

項目／年度		99	100	101	102	103 (至 10 月)
再刷	傳統印刷	學術書籍	7	15	17	20
		一般書籍	9	8	10	23
	POD 印刷	學術書籍	2	6	3	0
		一般書籍	6	8	5	0
		小計	24	37	35	43
						18

項 目 及 指 標	<p>【項目 3】教科書出版策略</p> <p>指標 1. 教科書出版提升計畫的建立</p> <p>指標 2. 作者評估調查</p> <p>指標 3. 文稿審查程序</p> <p>指標 4. 出版成果</p> <p>指標 5. 預算執行績效</p> <p>指標 6. 未來預定出版規劃</p>
	特優 <input checked="" type="checkbox"/> 優 <input type="checkbox"/> 尚可 <input type="checkbox"/> 稍差 <input type="checkbox"/> 差 <input type="checkbox"/> 說明或建議：
	<p>指標 1. 教科書出版提升計畫的建立</p> <p>為因應99年度本校行政品質評鑑中評鑑委員對教科書出版的建議，中心得到教務處支持，共同推動以三年（101-103）為期之「教科書出版提升計畫」，是為「國立臺灣大學邁向頂尖大學計畫」下「提升教學品質計畫」之分項計畫，希望以中心長期積累的專業能力為基礎，為有意願撰寫教科書的作者、教師，提供更完善的流程與環境，期引發教師們撰寫教科書之興趣與建立出版學術教科書的口碑，促成更多優質教科書的出版。我們更期盼透過中心教科書的行銷傳播，除了讓本校學子得以受惠，他校學生與一般民眾亦可藉此開闊視野，同時樹立中心出版大專教科書的專業形象。教科書三年計畫之進度如下：</p> <p>101年：廣泛洽談書稿，編輯工作為輔，逐步建立教科書出版流程。作者訂定教科書撰稿的出版規劃（詳見附件二），持續追蹤撰稿進度，給予版權洽談、資料收集等協助。</p> <p>102年：編輯工作為主，洽談工作為輔，兼及出版後續行銷，積極推廣教科書。前半年完成當年度出版規劃。陸續完稿者，進行審查、修稿、定稿、編輯、印製等工作。</p> <p>103年：編輯工作與洽談書稿並重，藉由教科書出版流程的具體落實，以及出版量的穩定成長，建立嚴謹、審慎的教科書出版機制，希望繼續獲得教務處的支持，未來持續推出優良的教科書。</p>
	<p>指標 2. 作者評估調查</p> <p>本計畫的前期工作，希望藉由各項調查評估，直接鎖定可能的教科書撰寫人選，主動進行洽談，以增加教科書出版提案的成功率。</p> <p>2-1. 依全校大學必修課程進行評估調查</p> <p>由全校約 2000 門必修、通識課程中，以(1)必修課程 50 人以上、通識課程 100 人以上，(2)無指定教科書，(3)持續開授等三個條件，篩選出約 250 門的適合課程，再以積分方式作為評估參考。評分方式詳見下頁之評估積分表。</p>
	<p>2-2. 教學傑出教師之調查</p> <p>以課程普查資料為基礎，依據 87 年至 102 年曾獲教學傑出榮譽的教師為對象，以教授、副教授為優先名單，詳細調查其開授之課程。課程大綱資料不清楚者，亦上網搜尋，或是直接至課堂上旁聽。其中如有完整講義者，更列為優先洽談名單。</p>
	<p>2-3. 作者寫作經驗之評估</p> <p>教科書的寫作方式與一般學術書不盡相同，必須深入淺出，涵蓋該領域重要的研究成果，使讀者在短時間內了解該學科之基礎知識，因此文字通順達意與內容之結構完整、立場中立便十分重要。故 102-103 年的邀稿篩選標準，中心加入了有無撰寫教科書或非學術書籍經驗之評估，並在邀稿前閱讀作者之現有著作，以覓得最適合之作者。</p>
	<p>2-4. 其他適合人選之評估</p> <p>普查過程中，若發現口碑好或受學生歡迎的課程，卻由於與評估條件不盡相符，而未被篩選出之名單；或是中心往來學者教授中，適合撰寫教科書者；以及其他已有意願</p>

撰寫教科書、與中心曾有聯繫的作者等，都會列為主動洽談的對象，以彌補課程及教師調查過程中可能錯失的合適人選。

出版因素	項目	積分	
教科書影響力	教師職務等級	教授	3
		副教授	2
		助理教授	1
成書的可能性	授課教師人數	一人	2
		二人以上	1
未來銷量有關	修課人數限制	151 人以上	3
		91-150 人以下	2
		50-90 人以下	1
	其他大學相關領域科系數	21 以上	3
		11-20	2
		10 以下	1
版本持久性	開課持續性（93 年以後）	每學期由相同教師開課	2
		每學期由不同教師開課	1

指標 3. 文稿審查程序

每本教科書至少經過兩位副教授（副研究員）以上之審查人審查通過，始得以出版。期能透過謹慎嚴格的審查，篩選、出版優質的教科書。惟教科書與學術論著的撰寫目的不同，審查標準與流程有些微不同（詳見附件三）。為使教科書稿件一旦確定完稿，便能配合學期開授課程成書出版，不致耽誤教科書出版的時效性，掌握教科書審查的時間尤其重要，規定如下：

- (1)送審稿件20萬字以下審查時間為45天，超過20萬字者，每多5萬字加10天。
- (2)作者修改及答辯時間為30天。
- (3)若需複審，時間為30天，僅需依據作者修改、答辯部分進行審查。

指標 4. 出版成果

中心已出版教科書共計15本：101年出版4本；102年出版8本；103年迄今出版3本，下半年預定出版3本。其中，《中國思想史講義》與《音樂認知心理學》更是於出版後約半年即行再刷。101至103年教科書出版提升計畫之出版細目如下表所示：

編號	書名	作者	出版時間
1	由片語學習 C 程式設計	劉邦鋒	101/09
2	認知與評價 ——科學理論與實驗的動力學（上）	陳瑞麟	101/11
3	認知與評價 ——科學理論與實驗的動力學（下）	陳瑞麟	101/11
4	提高科學產能 ——撰寫傑出期刊論文和研究計畫的秘訣	Su-Ling Yeh (葉素玲) J. Arthur Woodward	101/12
5	<i>Mathemagical Buffet</i>	Liong-shin Hahn	102/01
6	中國最後的帝國——大清王朝	羅威廉 (William T. Rowe)	102/07
7	中國思想史講義	錢新祖	102/08
8	音樂認知心理學	蔡振家	102/09
9	先秦兩漢文選（上）	臺大中文系 主編	102/09
10	先秦兩漢文選（下）	臺大中文系 主編	102/09
11	基督宗教思想史（上）	林鴻信	102/12
12	基督宗教思想史（下）	林鴻信	102/12
13	史記選讀（增訂一版）	李偉泰等 選注	103/08
14	透過案例演練學習 BIM：基礎篇	謝尚賢等	103/09
15	中國社會史	梁庚堯	103/10
103年下半年預定出版			
1	<i>Southern Hokkien: An Introduction</i>	傅熊 (Bernhard Fuehrer) 楊秀芳	103/11
2	紅樓夢面面觀——綜論卷	歐麗娟	103/12
3	臺灣區域海洋學	戴昌鳳等	103/12

指標 5. 預算執行績效

本計畫得教務處支持，經 101 與 102 年兩年的推動，出版品陸續問世，中心不僅積極地開發稿源，編務流程也已上軌道，教科書的出版更逐漸成為中心重要的業務領域。101 與 102 年兩年的預算執行率，分別達 97.5% 與 97.9%，顯見教科書的規劃與出版，在中心與教務處的共同推動下，已經有了顯著的成果。103 年迄今出版 3 本教科書，預算執行率為 72%，至年底預定還有 3 本教科書即將問世，預算執行率可望延續前兩年，超過 95%；三年來的教科書出版總數也將達到 18 本，遠超過計畫初始設定的 10 本，成果斐然。教科書出版提升計畫三年來的預算執行情形，如下表所示：

單位：千元

項目／年度	101	102	103 (至 10 月)
預算	1,707	2,010	1,990
實際執行金額	1,665	1,969	1,433
執行比率 (%)	97.5	97.9	72

指標 6. 未來預定出版規劃

邁入計畫第三年，在穩定地落實相關規劃之餘，中心更積極邀稿，拓展稿源。

在出版數量與主題方面，明年（104 年）預定出版之教科書已達 9 本之多，作者陣容涵蓋語言學、海洋學、文學、史學、土木工程、音樂學等科系的教授，力求人文與自然科學教科書出版之均衡發展。

在作者方面，我們除向教師個人邀稿以外，也邀請多位教師合著，希望集結各家教學經驗與專業知識，出版最完整與最豐富之教科書，奠定學生基礎學科知識的根基。例如，邀請 17 位來自本校、臺灣師範大學、中央大學等校心理學科的教授，合著《普通心理學》（預計 105 年出版）；又如，邀請 19 位來自 8 所學校地質學科的教授，參與撰寫《普通地質學》（預計 105 年出版）。

本教科書出版提升計畫未來的目標，不僅止於出版本校優秀教師的教學用書，更希望匯合全臺灣優秀的教師，集思廣益，提高教科書的品質，俾使教學雙方互蒙其惠。期待本計畫能持續得到教務處的支持，不因計畫時限而中止，則教科書未來的出版，成果可期。

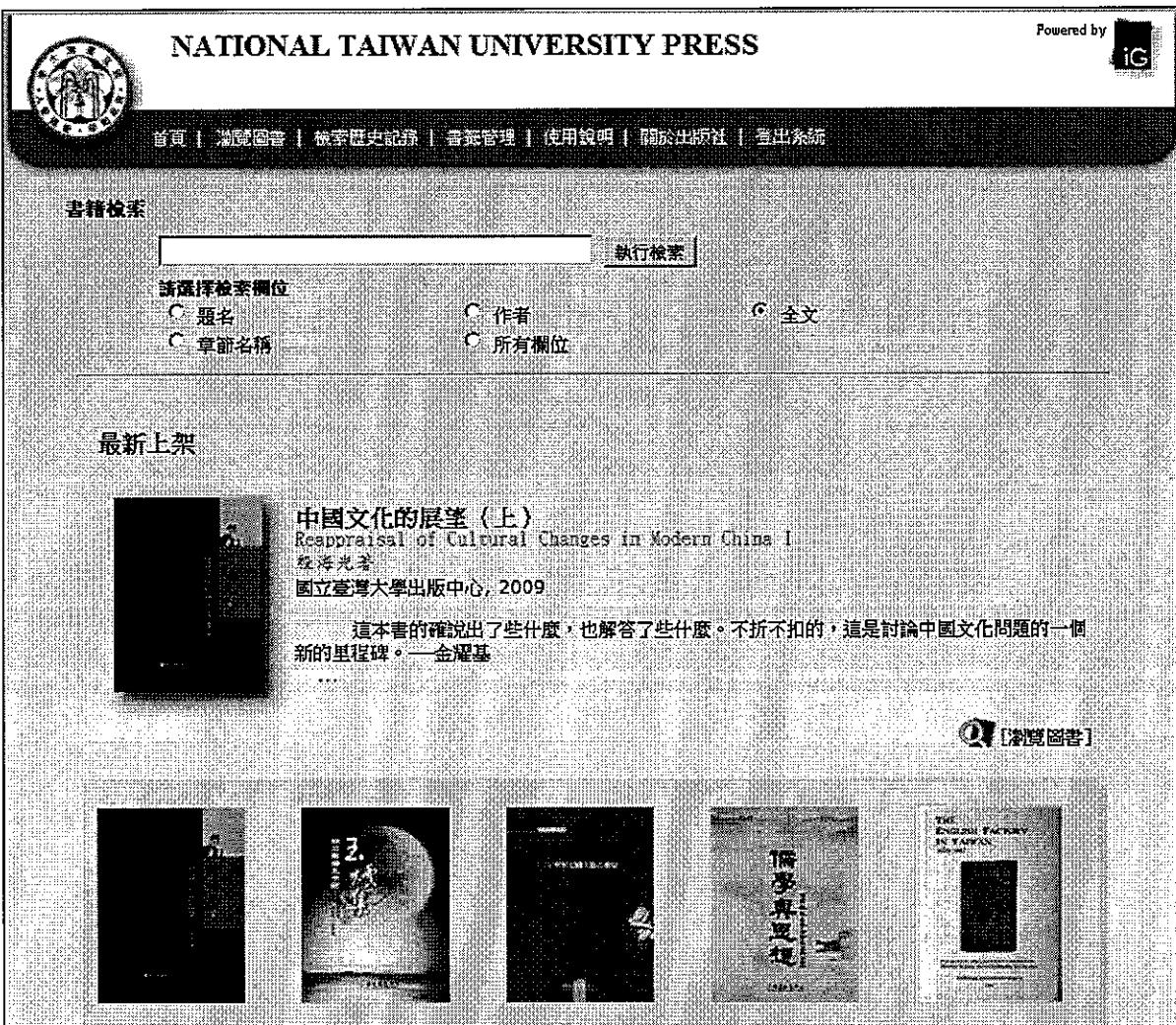
教科書出版提升計畫，未來預定出版規劃如下表所示：

編號	書名	作者	執行情形
執行中			
1	臺灣客語語法導論	賴文英	1. 已入稿 2. 預計 104 年 3 月出版
2	種子學	郭華仁	1. 審查中 2. 預計 104 年出版
3	透過案例演練學習 BIM：機電、空調與管路篇	謝尚賢、郭榮欽、陳奐廷、蔡沅皓	1. 預計 104 年 4 月入稿 2. 預計 104 年 9 月出版

4	華語流行歌曲的心理學研究	蔡振家	1. 預計104年4月入稿 2. 預計104年9月出版
5	統計與生活（修訂版）	劉仁沛、洪永泰、蕭朱杏	1. 預計103年12月入稿 2. 預計104年9月出版
6	人工生態池營造	張文亮	1. 預計103年10月入稿 2. 預計104年出版
7	紅樓夢面面觀——母神系列	歐麗娟	1. 審查中 2. 預計104年出版
8	紅樓夢面面觀——大觀園卷	歐麗娟	1. 預計103年12月入稿 2. 預計104年出版
9	宋代科舉社會	梁庚堯	1. 預計103年12月入稿 2. 預計104年出版
10	透過案例演練學習 BIM：分析與應用篇	謝尚賢、郭榮欽、陳奐廷、蔡沅皓	1. 預計104年9月入稿 2. 預計105年2月出版
11	普通地質學	劉聰桂 等	1. 預計104年7月入稿 2. 預計105年出版
12	普通心理學	梁庚辰	1. 預計104年8月入稿 2. 預計105年出版
13	臺灣戲劇史	林鶴宜	審查中
14	紅樓夢面面觀——人物卷	歐麗娟	未入稿
15	建築學導論	夏鑄九	未入稿
16	臺灣史史料選讀（第一輯）	周婉窈	未入稿
17	中國哲學要義	林義正	未入稿
18	公共衛生學	陳拱北預防醫學基金會主編	未入稿
翻譯書			
1	像史家一般閱讀——在國、高中歷史課堂中教閱讀素養	Sam Wineburg 等著；宋家復譯	預計104年洽談版權
2	留心你的大腦：認識非化約認知神經哲學（暫定）	Georg Northoff 著；洪瑞璘譯	1. 預計104年底入稿 2. 預計105年7月底前出版
其他			
1	普通化學	蔡蘊明	討論撰寫方向中
2	史記相關書籍	呂世浩	討論撰寫方向中

3	微積分難題 100 (暫定)	朱士維	討論撰寫方向中
4	物理治療案例相關書籍	胡名霞 等	討論撰寫方向中
5	形上學	沈清松	撰寫「出版規劃表」中
6	美學	劉千美	撰寫「出版規劃表」中
7	倫理學	鄧元蔚	撰寫「出版規劃表」中
8	法律哲學	周明泉	撰寫「出版規劃表」中
9	臺灣社會文化史相關書籍	呂紹理	撰寫「出版規劃表」中
10	華語教學相關書籍	竺靜華	撰寫「出版規劃表」中
11	俠義文學	徐富昌	討論契約書之細節中
12	文字學	徐富昌	討論契約書之細節中

評鑑委員意見

項目及指標	<p>【項目 4】數位發行</p> <p>指標 1. 建置「臺大出版中心電子書資料庫」</p> <p>指標 2. 臺灣大學出版中心電子書合作建置暨行銷專案</p> <p>指標 3. 電子書行銷發行管道</p> <p>指標 4. 回饋師生，校園免費閱讀使用</p>
	特優 <input checked="" type="checkbox"/> 優 <input type="checkbox"/> 尚可 <input type="checkbox"/> 稍差 <input type="checkbox"/> 差 <input type="checkbox"/> 說明或建議：
	<p>指標 1. 建置「臺大出版中心電子書資料庫」</p> <p>中心委託長智文化公司進行系統建置，將歷年出版著作進行數位電子化。同時，為完整保存本校豐厚的學術資產與紀錄、珍貴史料，積極取得本校其他單位授權其出版之圖書、複製資料等，於 99 年初完成資料庫建置（網址：http://www.igpublish.com/ntup-ebooks/）。至今總計已收錄 418 種電子書，藉由數位化予以重製、加值、提供內容之全文檢索等功能，以使學術價值得恆久保存，達學術能量實質運用與共享。將本校珍貴圖書資源予以數位出版，有效整合與累積本校豐富的學術資產，建立學術出版品牌與權威。此外，為進軍電子書市場，出版中心積極與作者洽談數位發行出版的合作，獲得作者首肯數位發行的權利，並於作者合約中明定保障作者權益。為回饋本校師生，本電子書資料庫於中心網頁及與本校圖書館資料庫設置連結（http://www.lib.ntu.edu.tw/CL/resources/ebook/ebook.htm），使本校師生得以在校園網域內免費使用、瀏覽，即時且隨時學習，盡情享受數位閱讀之便利。</p>
	 <p>(臺大出版中心電子書資料庫首頁)</p>

指標 2. 臺灣大學出版中心電子書合作建置暨行銷專案

2-1. 與專業廠商合作建置符合需求的電子書平臺系統

為提升臺大學術出版影響力，擴展出版模式與行銷通路，特規劃「臺灣大學出版中心電子書合作建置暨行銷專案」（以下簡稱「此專案」）以非專屬方式授權專業廠商為本校之出版品合作建置電子書平臺系統暨銷售推廣於全球市場。期達成以下目標：(1)推動臺大學術出版品數位出版與開拓國際市場，推廣本校出版品至全球，增加能見度及學術影響力；(2)整合本校學術文獻資源，累積學術研究資產，強化數位出版服務；(3)建置數位出版品平臺，降低學術出版與行銷成本，導入市場機制於知識服務，開拓學校財源。此專案乃國內首例大學出版社與專業廠商合作推廣電子書行銷，經公開招標後由華藝數位股份有限公司（以下簡稱「華藝」）及智慧藏學習科技股份有限公司（以下簡稱「智慧藏」）得標，各自進行系統建置，103 年 11 月底正式上線營運。

2-1-1. 建置符合需求的電子書平臺系統（以下簡稱系統）

(1) 提供瀏覽功能：

可依照本校叢書系列、書名、作者、圖書分類號、出版年代等分類進行瀏覽。

(2) 檢索方式：

需提供進階搜尋、支援布林邏輯等。

(3) 資料正確性：

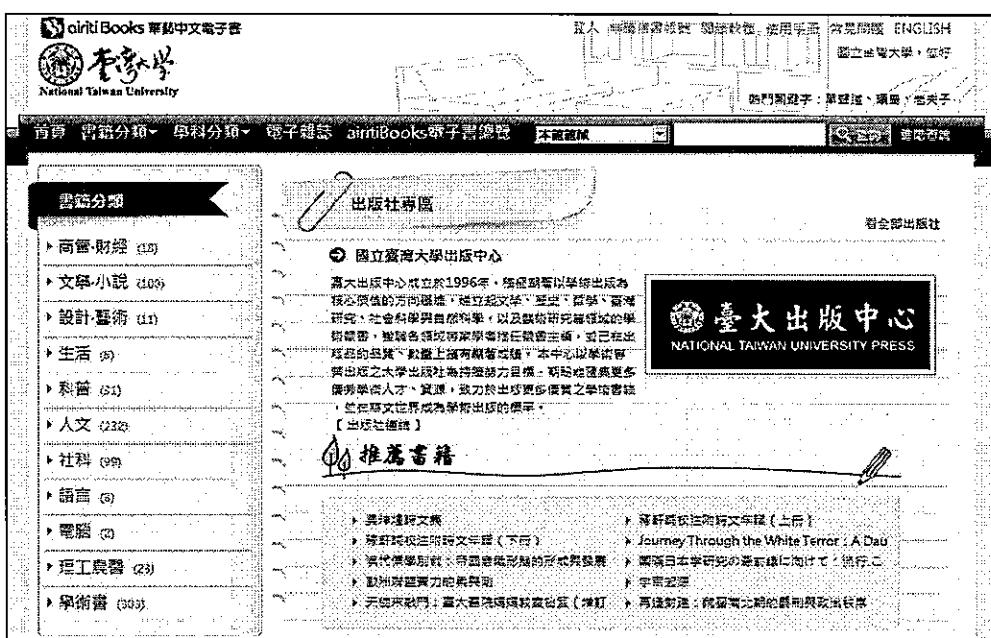
於系統上架的電子書檔案，其格式、各資料敘述欄位應與實體書一致。

(4) 保護機制：

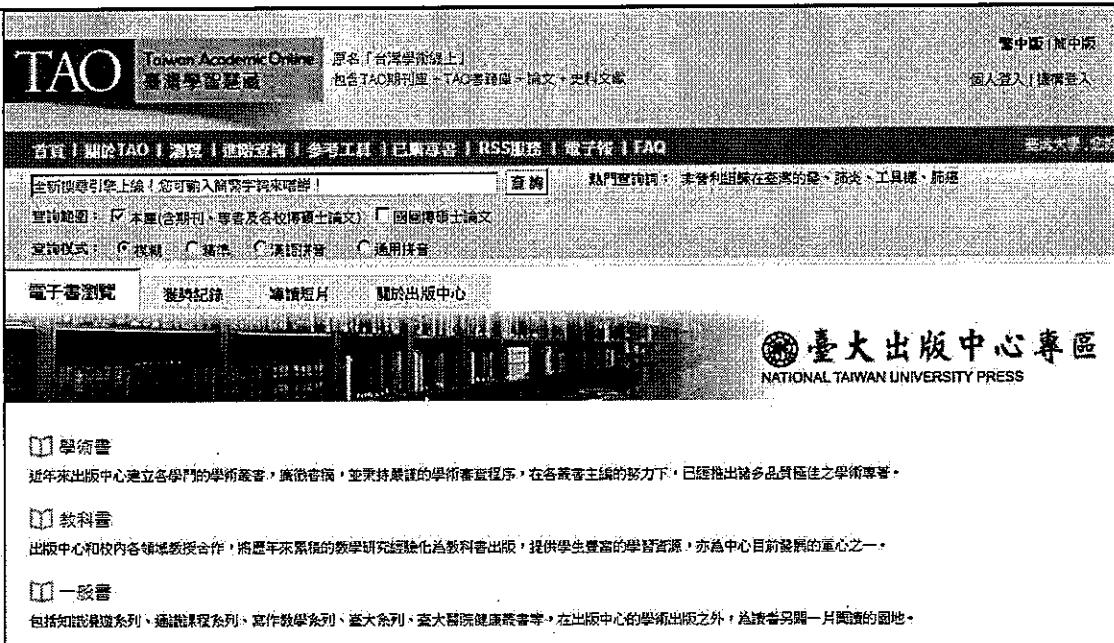
需具備 DRM 控管保護機制、電子書各頁需附加有「臺大出版中心」字樣之浮水印以杜絕出版品轉寄、下載，防範非法使用。

2-2. 建置臺大出版中心電子書專區

設立臺大出版中心電子書專區，簡陳本校簡介、重點出版品簡介、系統使用說明、版權聲明等，至少需具備中英文版本。



(華藝電子書平臺-臺大出版中心專區)



(智慧藏電子書平臺-臺大出版中心專區)

2-3. 辦理電子書行銷推廣活動，有效推動電子書行銷

2-3-1. 拓展行銷通路

透過華藝及智慧藏的行銷通路網，提供線上試閱，同時行銷電子書與紙本書。本中心電子書可拓展至全臺超過 150 所有大專/技職院校、150 所高中職、220 所醫院等閱覽使用。歐美地區亦有 60 餘所學校可閱覽使用本中心電子書。

2-3-2. 鎮定客群進行區隔化行銷

視本中心出版品之學科特性，鎖定國內外人文社會學術教育機構如大專校院、學術研究機構、學校圖書館、公共圖書館、醫療機構、東亞文明研究中心、孔子學院等進行推廣。

2-3-3. 多元宣傳管道

- (1) 規劃各種網頁行銷活動，如電子報、EDM、主視覺 Banner 等文宣推廣、專頁推薦、新訊通報之方式，誘發讀者興趣。
- (2) 臺大出版品系列導讀活動，舉辦作者講座活動，引起大眾對書籍內容的興趣，促進大眾對書籍內容的理解。
- (3) 製作短片，拍攝 2-3 分鐘短片，內容包含書籍內容、作者專長等。

2-4. 「臺灣大學出版中心電子書合作建置暨行銷專案」專案執行成果

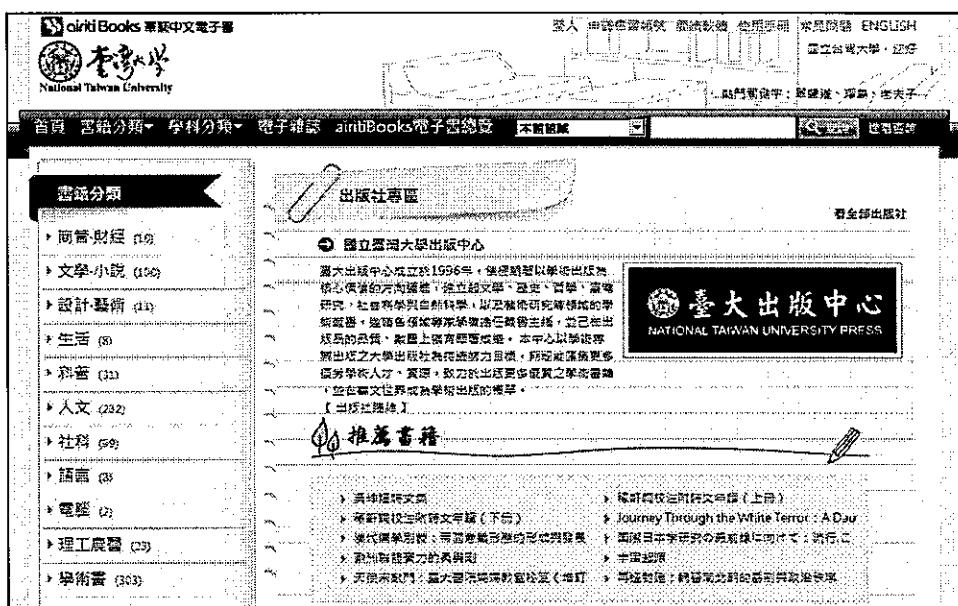
年度與時程	專案工作重點	專案執行成果
102 年 9-12 月	專案研擬與規劃	
103 年 1-2 月	公開招標作業與得標之委託廠商簽約	得標廠商：華藝、智慧藏
103 年 3-4 月	首批書單交付與製作	電子書檔案交付
103 年 4-7 月	電子書平臺建置 電子書上架	1.建置電子書平臺 2.製作符合平臺檔案格式的電子書檔案

103 年 8 月	電子書平臺建置檢核	1. 檢核電子書平臺功能 2. 檢核電子書 metadata 正確性 3. 檢核電子書檔案正確性
103 年 9-12 月	1. 電子書平臺正式營運 2. 辦理各種行銷活動	300 種電子書上架

指標 3. 電子書行銷發行管道

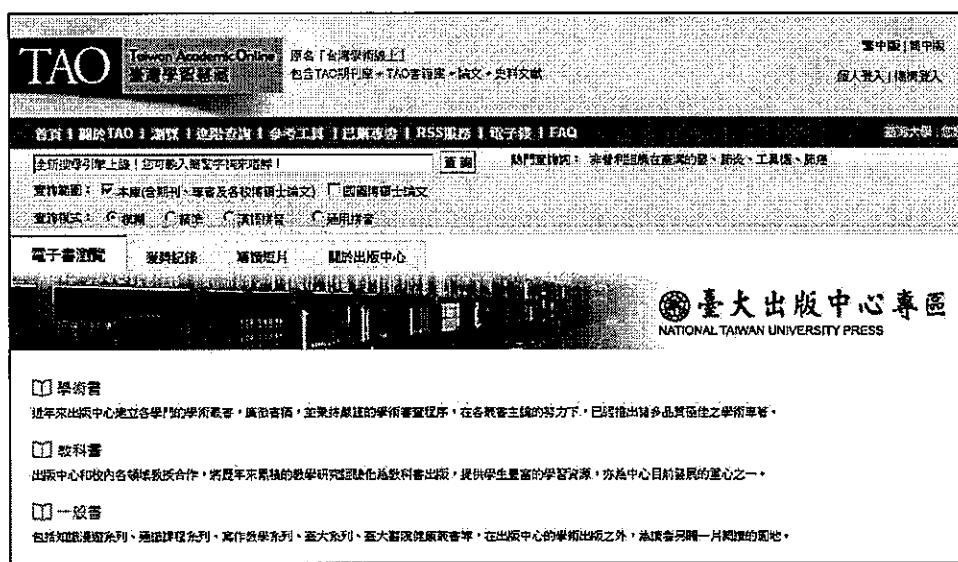
中心積極進軍電子書市場，透過電子書行銷專案與國內優良廠商合作，期開發 BtoB 市場，增加中心電子書在國內各機構的使用率。與 Google Book Search 合作，讀者可經由 Google Book Search 查得中心出版品，藉此增加出版品能見度。因應行動載具蓬勃發展，中心亦於將部分出版品在 Google Play 上架販售，提供個別閱聽人透過 Google play 閱覽中心部分出版品。

3-1. 華藝電子書平臺



(華藝電子書平臺-臺大出版中心專區)

3-2. 智慧藏電子書平臺



(智慧藏電子書平臺-臺大出版中心專區)

3-3. Google Book Search

The screenshot shows a Google search results page for "臺大出版中心". The top navigation bar includes links for 網頁 (Web), 新聞 (News), 地圖 (Maps), 圖片 (Images), 書籍 (Books), 更多 (More), and 搜尋工具 (Search tools). The search query "臺大出版中心" has approximately 3,500 results. The first result is a link to the National Taiwan University Press website (www.press.ntu.edu.tw/). Below it, a snippet of text from a book about the university's history is shown, followed by a thumbnail image of the book cover.

臺灣大學校史稿(1928-2012) - 第 678 頁
books.google.com.tw/books?isbn=9860369887 - 轉為繁體網頁
吳密察,何慶明,葉國良編丁亮,伍振勳 吳是曼等著 - 2013 - 預覽 - 其他版本
678 序詞半，《從追隨到領航：邁向頂尖的臺大》。臺北：臺大出版中心，民國一百零二年。陳維昭口述,毛壇英整理,《陳維昭回憶錄：在轉捩路上》。臺北：聯經出版社，民國九十八年。臺大出版中心,《優游鄉林憶誠間：陳維昭先生的五十年
臺大歲月(一)<1>》。

臺大醫院利比亞醫療服務隊：1964年1月至1968年6月；- 第 207 頁

(Google Books Search)

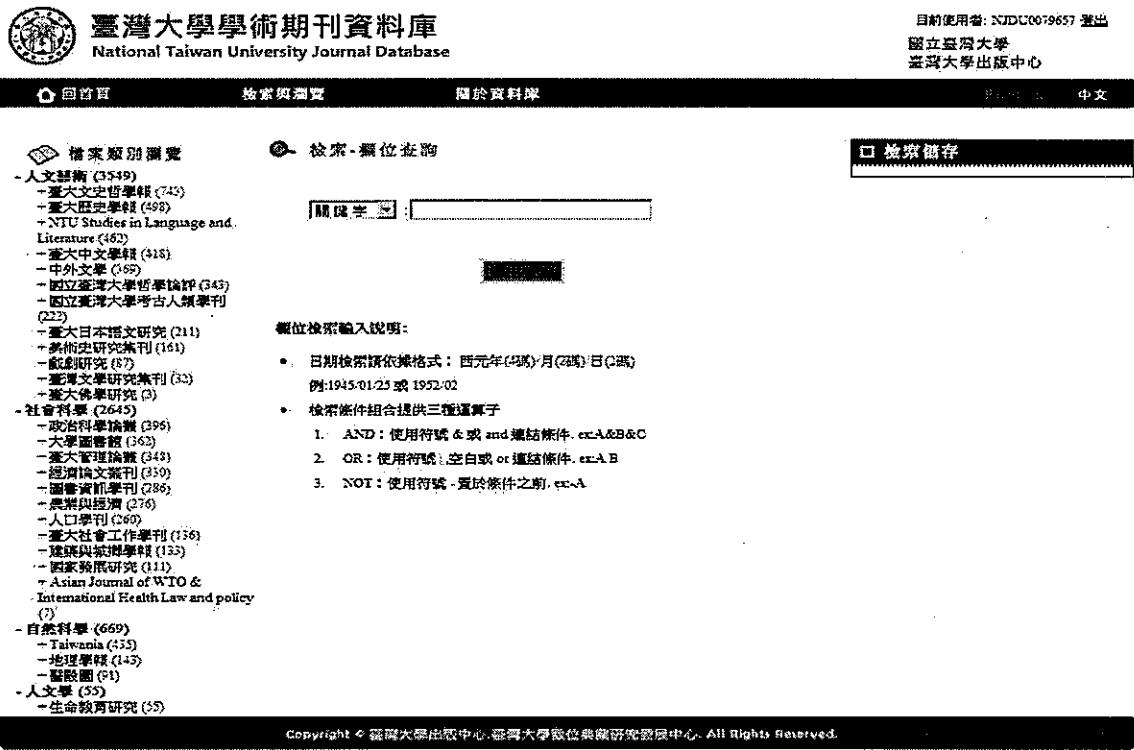
3-4. Google Play

The screenshot shows a grid of e-book covers available on Google Play. The books include titles such as "我的書籍" (My Books), "A Girl From Shanghai", and "百年台灣電影研究" (Research on 100 Years of Taiwanese Cinema). The interface includes a sidebar with navigation links like "我的書籍", "我的書單", "上架新書", "暢銷書榜", "新書評論", "常見問題", and "立即註冊".

(Google Play 上架電子書)

指標 4. 回饋師生，校園免費閱讀使用

為回饋本校師生，本電子書資料庫於本中心網頁及與本校圖書館資料庫設置連結 (<http://www.lib.ntu.edu.tw/CL/resources/ebook/ebook.htm>)，使本校師生得以在校園網域內免費使用、瀏覽，即時且隨時學習，盡情享受數位閱讀之便利。

項 目 及 指 標	【項目 5】維運臺大學術期刊資料庫												
	指標 1. 收錄期刊種類												
	指標 2. 回饋師生，校園免費閱讀使用												
	指標 3. 推動本校期刊參與數位物件識別號（Digital Object Identifier，以下簡稱 DOI）註冊												
	指標 4. 協助期刊出版單位，持續獲得 DOI 服務												
	特優 <input type="checkbox"/> 優 <input checked="" type="checkbox"/> 尚可 <input type="checkbox"/> 稍差 <input type="checkbox"/> 差 <input type="checkbox"/> 說明或建議：												
	指標 1. 收錄期刊種類												
	<p>臺大學術期刊資料庫網址：http://ejournal.press.ntu.edu.tw/</p> <p>本資料庫收錄本校各學術研究單位出版之中外學術期刊近 30 種，收錄論文篇目與全文近 6,900 篇。審查過程嚴謹、內容豐富詳實、撰寫格式一致，具相當程度之學術水準，為查詢臺灣一流學府之學術研究發展、輔助教學研究之最佳資料庫。</p> <p>資料庫內容採即時更新方式，收錄自 91 年 1 月起出刊之臺大各中外學術期刊、論文書目資料，以及自 92 年 1 月起出刊之期刊電子全文檔案，於 99 年 8 月全面改版，並且現正逐批回溯建檔中。</p>												
	 <p>(臺灣大學學術期刊資料庫) National Taiwan University Journal Database</p> <p>目前使用者: NJDC0079657 登出 國立臺灣大學 臺灣大學出版中心</p> <p>回首頁 搜尋與瀏覽 檢索與查詢 檢索-標位查詢 檢索-標位查詢 標位檢索輸入說明: 檢索條件組合提供三種邏輯子</p> <ul style="list-style-type: none"> - 人文藝術 (3549) <ul style="list-style-type: none"> + 臺大人文哲學報 (743) + 臺大歷史學報 (498) + NTU Studies in Language and Literature (462) - 臺大中文學報 (416) - 中外文學 (155) - 國立臺灣大學哲學論評 (343) - 國立臺灣大學哲學古人類學刊 (222) - 臺大日本語文研究 (211) - 美術史研究集刊 (161) - 飲食研究 (87) - 臺灣文學研究集刊 (33) - 臺大佛學研究 (3) - 社會科學 (2645) <ul style="list-style-type: none"> - 政治科學 (396) - 人學哲學報 (362) - 臺大管理論叢 (343) - 經濟論文叢刊 (350) - 國書資訊學刊 (286) - 農業與經濟 (276) - 人口學刊 (260) - 臺大社會工作學刊 (156) - 族群與城市學報 (153) - 國際發展研究 (111) + Asian Journal of WTO & International Health Law and policy (7) - 自然科學 (669) <ul style="list-style-type: none"> + Taiwania (455) - 地理學報 (143) - 藝術圖 (51) - 人文學 (55) <ul style="list-style-type: none"> + 生命教育研究 (55) <p>Copyright © 臺灣大學出版中心,臺灣大學數位典藏研究發展中心. All Rights Reserved.</p>												
	(臺灣大學學術期刊資料庫首頁)												
	<table border="1" data-bbox="255 1658 1356 1860"> <thead> <tr> <th>年度</th> <th>99</th> <th>100</th> <th>101</th> <th>102</th> <th>103 (至 10 月)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>收錄期刊文章 累計篇數</td> <td>3,685</td> <td>5,915</td> <td>6,105</td> <td>6,462</td> <td>6,928</td> </tr> </tbody> </table>	年度	99	100	101	102	103 (至 10 月)	收錄期刊文章 累計篇數	3,685	5,915	6,105	6,462	6,928
年度	99	100	101	102	103 (至 10 月)								
收錄期刊文章 累計篇數	3,685	5,915	6,105	6,462	6,928								
	指標 2. 回饋師生，校園免費閱讀使用												
	<p>為回饋本校師生，本電子期刊資料庫於中心網頁設置連結 (http://ejournal.press.ntu.edu.tw/)，使本校師生得以在校園網域內免費使用、瀏覽，迅速把握最新研究成果。</p>												

指標 3. 推動本校期刊參與 DOI 註冊

因應數位閱讀時代來臨，中心在 101 年推動臺大校內學術期刊加入 DOI 註冊，目的在於提高期刊論文的能見度及學術資料之間的連結，讓臺大的學術資源能與國際接軌。多年來，中心從零開始，主動邀請校內期刊單位，舉辦多場說明會，並積極爭取經費、降低廠商收費談判等努力，已經協助本校期刊參與 DOI 註冊，共計 26 個單位。如下：

序	刊名	合約期間
1	大學圖書館	102.1.1--103.12.31
2	建築與城鄉研究學報	102.1.1--103.12.31
3	臺大管理論叢	102.1.1--103.12.31
4	考古人類學刊	102.1.1--103.12.31
5	NTU Studies in Language and Literature	102.1.1--103.12.31
6	臺灣東亞文明研究學刊	102.1.1--103.12.31
7	國家發展研究	102.1.1--103.12.31
8	政治科學論叢	102.1.1--103.12.31
9	Taiwania	102.1.1--103.12.31
10	地理學報	102.1.1--103.12.31
11	臺大日本語文研究	102.1.1--103.12.31
12	農業與經濟	102.1.1--103.12.31
13	圖書資訊學刊	102.1.1--103.12.31
14	臺大社會工作學刊	102.1.1--103.12.31
15	人口學刊	102.1.1--103.12.31
16	法學論叢	102.1.1--103.12.31
17	戲劇研究	102.1.1--103.12.31
18	臺大文史哲學報	102.1.1--103.12.31
19	本土心理學刊	102.1.1--103.12.31
20	臺大歷史學報	102.1.1--103.12.31
21	婦研縱橫	102.1.1--103.12.31
22	女學學誌：婦女與性別研究	102.1.1--103.12.31
23	哲學論評	102.1.1--103.12.31
24	經濟論文叢刊	102.1.1--103.12.31
25	臺大中文學報	102.1.1--103.12.31
26	臺灣文學研究集刊	103.6.1--105.5.31

指標 4. 協助期刊出版單位，持續免費獲得 DOI 有價超值服務

DOI 註冊能向全球推展本校各期刊的引用次數與影響力，唯此服務需要長年維護，方有可能使影響力得以深耕蔓延、無遠弗屆。中心瞭解各期刊單位經費有限，為使其 DOI 註冊服務得以長年維繫，除了與 DOI 註冊服務廠商多次談判，降低服務費用外，亦從中心預算中提撥經費，使期刊單位可以免費享用有價服務。

國際 DOI 註冊服務採年費制，1 本期刊年費 1 萬元。中心聯合多家期刊單位，與廠商多次談判，最終達成服務合約，以 96,000 元服務超過 16 個期刊單位，且逐次增加期刊本數，目前該廠商已經以相同價位服務 25 個期刊單位，對中心而言，投資每本期刊的單位成本降至 3,800 餘元，而期刊單位則可以免費享用 DOI 註冊超值服務。

DOI 服務合約將於 103 年 12 月底到期，相信在期刊單位的信賴下，中心將持續獲得校內支持，繼續提供本服務。

項目及指標	【項目 6】「影音多媒體」出版																																				
	指標 1. 影音多媒體系列 指標 2. 影音多媒體出版量 指標 3. 影音多媒體推廣																																				
	特優 <input checked="" type="checkbox"/> 優 <input type="checkbox"/> 尚可 <input type="checkbox"/> 稍差 <input type="checkbox"/> 差 <input type="checkbox"/> 說明或建議：																																				
	指標 1. 影音多媒體系列																																				
	出版中心將臺灣文學具重量級地位之大師於本校演講加以數位化，以影音多媒體方式保存，同時成為中心的特色出版品。另外，中心也製作本校校長及校史相關影片，留存重要校史記錄，並供校友購買留念。																																				
	影音多媒體自 95 年起製作，迄今總計已發行臺大文學講座、臺大文學講座洪游勉文學講座、臺大文學講座簡靜惠文學講座、臺大文學講座白先勇文學講座、新百家學堂文學講座、臺大校史，以及其他等 7 個系列，總計 134 種 151 片：																																				
單位自我評鑑	<table border="1"> <thead> <tr> <th>編號</th><th>名稱</th><th>種數</th><th>片數</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td><td>臺大文學講座</td><td>10</td><td>14</td></tr> <tr> <td>2</td><td>臺大文學講座洪游勉文學講座</td><td>16</td><td>16</td></tr> <tr> <td>3</td><td>臺大文學講座簡靜惠文學講座</td><td>4</td><td>9</td></tr> <tr> <td>4</td><td>臺大文學講座白先勇文學講座</td><td>11</td><td>11</td></tr> <tr> <td>5</td><td>新百家學堂文學講座</td><td>67</td><td>70</td></tr> <tr> <td>6</td><td>臺大校史</td><td>9</td><td>9</td></tr> <tr> <td>7</td><td>其他</td><td>17</td><td>22</td></tr> <tr> <td colspan="2" style="text-align: right;">合計</td><td>134</td><td>151</td></tr> </tbody> </table>	編號	名稱	種數	片數	1	臺大文學講座	10	14	2	臺大文學講座洪游勉文學講座	16	16	3	臺大文學講座簡靜惠文學講座	4	9	4	臺大文學講座白先勇文學講座	11	11	5	新百家學堂文學講座	67	70	6	臺大校史	9	9	7	其他	17	22	合計		134	151
編號	名稱	種數	片數																																		
1	臺大文學講座	10	14																																		
2	臺大文學講座洪游勉文學講座	16	16																																		
3	臺大文學講座簡靜惠文學講座	4	9																																		
4	臺大文學講座白先勇文學講座	11	11																																		
5	新百家學堂文學講座	67	70																																		
6	臺大校史	9	9																																		
7	其他	17	22																																		
合計		134	151																																		
指標 2. 影音多媒體出版數量																																					
<table border="1"> <thead> <tr> <th>項目／年度</th><th>99</th><th>100</th><th>101</th><th>102</th><th>103 (至 10 月)</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>影音多媒體 (種)</td><td>12</td><td>6</td><td>26</td><td>26</td><td>16</td></tr> </tbody> </table>	項目／年度	99	100	101	102	103 (至 10 月)	影音多媒體 (種)	12	6	26	26	16																									
項目／年度	99	100	101	102	103 (至 10 月)																																
影音多媒體 (種)	12	6	26	26	16																																

指標 3. 影音多媒體推廣

3-1. 各式推廣通路

為廣加宣傳本中心出版之臺灣文學等大師級精彩演講 DVD，製作宣傳短片上傳至 YouTube，透過知名影音平臺，讓大眾自片花的瀏覽中，了解認識 DVD 進而增加購買意願及查詢的容易度。另為支援本校線上教學的需求，也提供本中心影音多媒體資料上傳於本校開放式課程網站，達到教學無國界，提高本校的學術能見度與學習的便利性。目前也配合本校推廣業務，精選本中心多媒體出版品與中華電信 MOD 系統合作開闢臺灣大學影音介面，讓社會大眾從更多層面來了解本校的各項成果。

3-2. 「臺大新百家學堂」國際化推廣

「臺大新百家學堂」涵蓋政治、經濟、自然、人文、環境等議題，透過與本校文學院翻譯碩士學程合作，藉其多樣專業知識領域課程與嚴格翻譯訓練所培養之學生，為「新百家學堂」新增英文字幕，加掛於課程影片上，除達成知識普及化與國際化，也為本校增添國際學術影響力。「臺大新百家學堂」以開放式課程網，透過科技與全世界同步發聲，並以此建立華人世界知識與智慧的平臺。而中華古典文化、傳統儒學、臺灣文學大師演講及熱門議題等課程內容，也能通過英文字幕，於國際間傳播並透過此平臺入門學習，發揮更廣大的學術影響力，並藉由獎學金等配套措施，吸引國際學生來校學習，也為本校延攬國際學者，增加誘因。

「臺大新百家學堂」自 100 年 8 月起至 102 年 6 月已錄影上網的課程共計 10 個系列，總數 121 堂課程，總時間數為 220 小時。進行回溯建置英文字幕時，首先規劃並訂定 10 個系列之執行順序，再依所需時間與課程相關性排定執行階段，依序製作英文字幕，執行時程自 102 年 9 月至 104 年 3 月，共 19 個月。

項目及指標 單位自我評鑑	【項目 7】出版品、教育用品銷售發行																																				
	指標 1. 經銷通路																																				
	指標 2. 實體書與電子書銷售策略																																				
	指標 3. 教科書代購服務																																				
	指標 4. 臺大教育用品																																				
	指標 5. 特定族群行銷																																				
	指標 6. 行銷成果統計																																				
	特優 <input checked="" type="checkbox"/> 優 <input type="checkbox"/> 尚可 <input type="checkbox"/> 稍差 <input type="checkbox"/> 差 <input type="checkbox"/>	說明或建議：																																			
	指標 1. 經銷通路																																				
	與國內外代理商與經銷商合作，積極行銷中心出版品，並以實體與網路通路並重之多樣化進行銷售，迄今已有國內經銷通路共 25 家、國外經銷通路 10 家、網路書店 13 家、中心自營書店 3 家，詳見下表。																																				
	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">國內專櫃與代理之經銷商 (25)</th></tr> </thead> <tbody> <tr><td>三民書局</td><td>重南、復北店門市、國內通路</td></tr> <tr><td>五南文化台中總店</td><td>政府出版品展售書店(含五南與誠品書店全省門市)、國內通路</td></tr> <tr><td>五南圖書公司</td><td>政府出版品展售書店(含五南與誠品書店全省門市)、國內通路</td></tr> <tr><td>水木書苑</td><td>清大校園門市</td></tr> <tr><td>水牛文化事業有限公司</td><td>瑞安街門市</td></tr> <tr><td>台灣ㄟ店</td><td>臺大門市</td></tr> <tr><td>四分溪書坊</td><td>中研院</td></tr> <tr><td>金名圖書</td><td>醫學圖書國內通路</td></tr> <tr><td>金寶書局</td><td>臺南地區門市與國內通路</td></tr> <tr><td>南天書局</td><td>臺大門市與國內通路</td></tr> <tr><td>紀州庵文學森林</td><td>同安街門市</td></tr> <tr><td>美德耐公司</td><td>臺大醫院門診大樓門市</td></tr> <tr><td>唐山書局</td><td>臺大門市、四分溪及東海門市與國內通路</td></tr> <tr><td>國家書店(秀威資訊)</td><td>政府出版品展售書店(松江門市)、國內通路</td></tr> <tr><td>智軒文化公司</td><td>DVD 多媒體影音國內通路</td></tr> <tr><td colspan="2">國內專櫃與代理之經銷商</td></tr> <tr><td colspan="2">經銷種類與範圍</td></tr> </tbody> </table>		國內專櫃與代理之經銷商 (25)		三民書局	重南、復北店門市、國內通路	五南文化台中總店	政府出版品展售書店(含五南與誠品書店全省門市)、國內通路	五南圖書公司	政府出版品展售書店(含五南與誠品書店全省門市)、國內通路	水木書苑	清大校園門市	水牛文化事業有限公司	瑞安街門市	台灣ㄟ店	臺大門市	四分溪書坊	中研院	金名圖書	醫學圖書國內通路	金寶書局	臺南地區門市與國內通路	南天書局	臺大門市與國內通路	紀州庵文學森林	同安街門市	美德耐公司	臺大醫院門診大樓門市	唐山書局	臺大門市、四分溪及東海門市與國內通路	國家書店(秀威資訊)	政府出版品展售書店(松江門市)、國內通路	智軒文化公司	DVD 多媒體影音國內通路	國內專櫃與代理之經銷商		經銷種類與範圍
國內專櫃與代理之經銷商 (25)																																					
三民書局	重南、復北店門市、國內通路																																				
五南文化台中總店	政府出版品展售書店(含五南與誠品書店全省門市)、國內通路																																				
五南圖書公司	政府出版品展售書店(含五南與誠品書店全省門市)、國內通路																																				
水木書苑	清大校園門市																																				
水牛文化事業有限公司	瑞安街門市																																				
台灣ㄟ店	臺大門市																																				
四分溪書坊	中研院																																				
金名圖書	醫學圖書國內通路																																				
金寶書局	臺南地區門市與國內通路																																				
南天書局	臺大門市與國內通路																																				
紀州庵文學森林	同安街門市																																				
美德耐公司	臺大醫院門診大樓門市																																				
唐山書局	臺大門市、四分溪及東海門市與國內通路																																				
國家書店(秀威資訊)	政府出版品展售書店(松江門市)、國內通路																																				
智軒文化公司	DVD 多媒體影音國內通路																																				
國內專櫃與代理之經銷商																																					
經銷種類與範圍																																					

華通書坊	交通大學校園門市與國內通路
順博行	順益原住民博物館書店
瑞訊文化公司	DVD 多媒體國內通路
瑞訊文化公司	DVD 多媒體國內通路
圖龍文化公司	高雄地區門市與國內通路
臺大農場	臺大校園內新月臺 2 樓門市
臺灣學生書局	和平門市、國內通路
樂學書局	金山南路門市、國內通路
聯合發行	國內通路
聯經新生門市	臺大店門市、國內通路
香港中文大學出版社	香港、澳門、新加坡華文市場
香港城邦出版社	香港
華藝數位	中國大陸全區通路
廈門對外圖書公司	中國大陸全區通路
萬卷樓圖書	中國大陸全區通路
臺灣學生書局	美、加與歐州之東亞圖書館代理
樂學書局	美、加與歐州之東亞圖書館代理
澳門大學出版社	香港、澳門、新加坡華文市場並於澳門大學校園書店內設專櫃
聯合發行公司	中國大陸全區通路
聯經出版	中國大陸全區通路
網路書店經銷商 (13)	
Amazon 網路書店	iRead 灰熊愛讀書
TAAZE 讀冊生活	三民網路書局
五南圖書公司	元照網路書店

時報悅讀網	國家書店(秀威資訊)
博客來網路書店	誠品網路書店
遠流網路書店	臺灣商務印網路書店
臺灣學生書局	
出版中心自營書店 (3)	經銷種類與範圍
出版中心書店 (總圖書館 B1)	臺大校總區
出版中心校史館書店	臺大校總區
出版中心書店 (水源)	臺大水源校區

指標 2. 實體書與電子書銷售策略

2-1. 實體書銷售策略

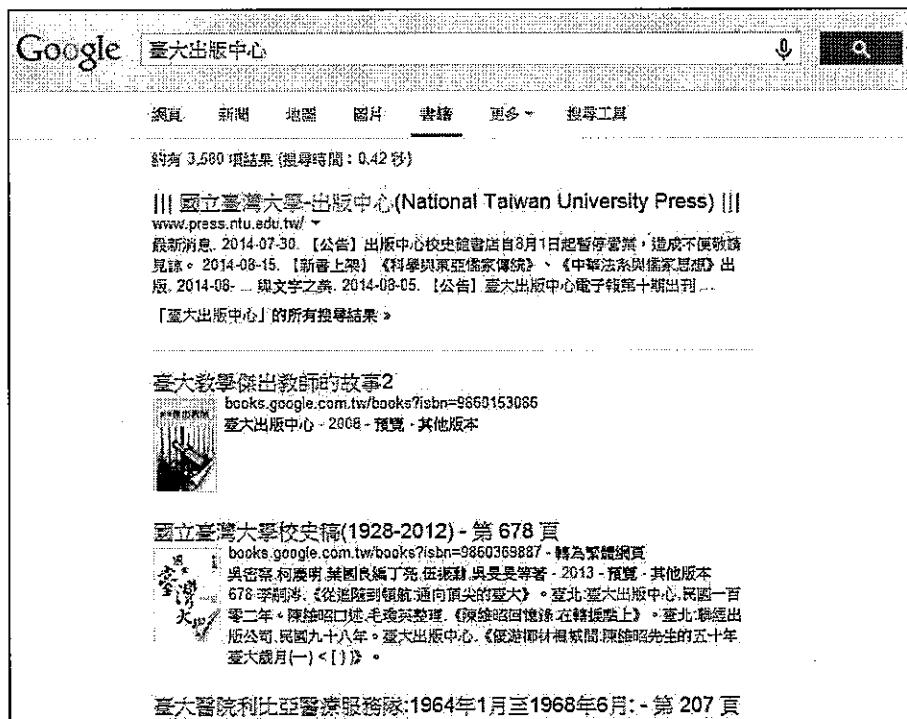
以國內外地域為銷售範圍，主要以圖書館與學術機構之長期訂購與永久典藏為目標。

2-2. 電子書行銷策略

以學術書為主，與實體書出版間隔至少為六個月，以減少衝擊實體書與國內行銷市場。
特別規劃「臺大出版中心電子書行銷專案」委託智慧藏及華藝兩者進行電子書行銷推廣。

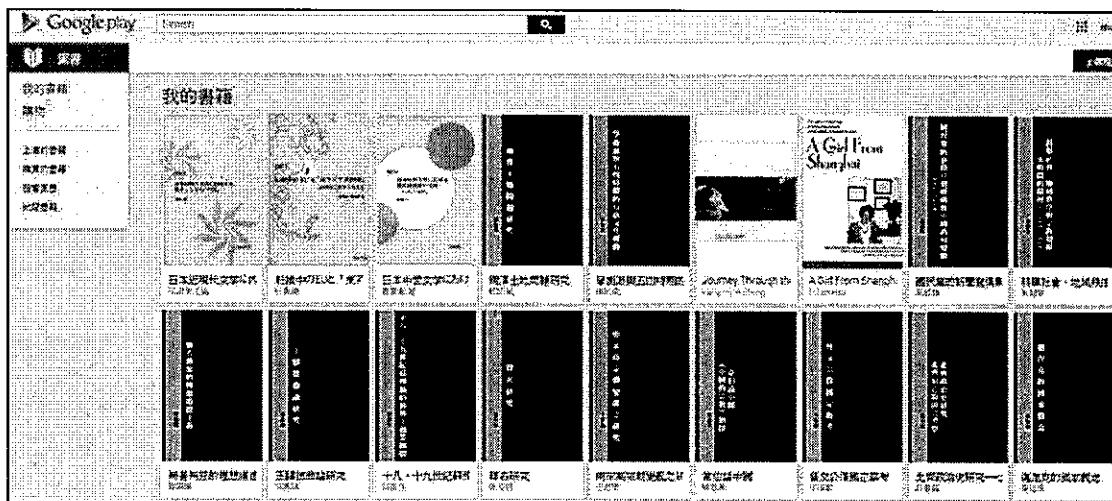
2-3. 提升出版品在國際市場的能見度

2-3-1. 與 Google Book Search 合作，將中心的出版品推廣到國際知名搜尋引擎平臺，透過網路搜尋臺大出版品，並提供片段線上瀏覽功能且連接購買途徑，增加購買的便利性。



(Google Book Search)

2-3-2. 與 Google Play 合作，因應行動載具市場發展，將部分電子書(50 種)於 Google Play 上架銷售，期拓展新類型市場通路，增加閱聽人閱讀與購買的便利性。



(Google Play 上架電子書)

指標 3. 教科書代買服務

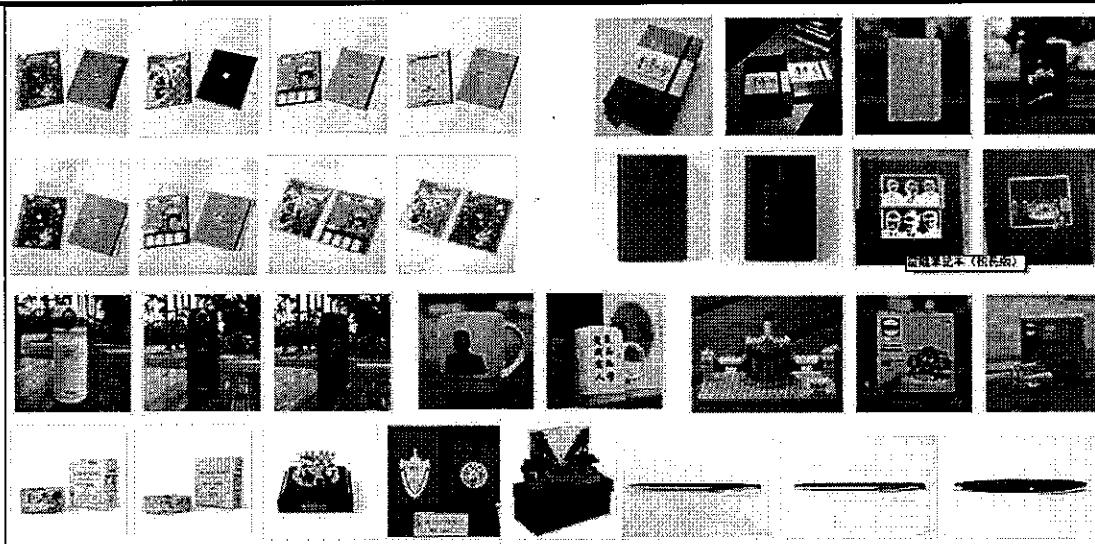
為便利本校學生購買上課用教科書，提供團體代訂服務。中心自民國 96 年度推出教科書代購服務以來，極受好評，目前已是開學時的重要服務。本服務可透過網路填單或是傳真，代購教科書，若購買中心出版之教科書，並享有折扣優惠價。

單位：冊

項目	99 學年度	100 學年度	101 學年度	102 學年度
代訂教科書冊數	9,681	10,353	11,076	11,183
代訂教科書申請件數	57	60	62	62
代訂教科書種類	中文圖書(種)	64	56	50
	外文圖書(種)	30	38	40
	合計	94	94	94

指標 4. 臺大教育用品

中心自成立以來，先後設計多款教育用品，如筆記本、書籤、筆記書、原子筆、生活用品等，近年更與知名廠商 Moleskine 合作，製作限量款的臺灣大學筆記本，造成搶購風潮；生活用品如與膳魔師合作的保溫杯、傅斯年校長的校訓杯，送禮自用兩相宜。與 TICO 微型積木合作，推出以臺大校內特色為基模的微型積木，如臺大校門、總圖書館、雅頌坊等。中心推出的教育用品，兼顧實用性與紀念性，因以臺大出發，對校內教職員生或校友，有一定的吸引力及向心力，也希望能透過外顯的教育用品，提升對臺大的認同。



(臺大出版中心教育用品)

指標 5. 特定族群行銷

配合出版品性質針對特殊對象進行推廣宣傳，製作宣傳 DM、簡介寄給特定的銷售族群，讓中心的出版品能依其需求而多面向行銷。迄今已完成的有：

- (1)高中職學生：製作「高中閱讀書單」，並參與博客來網路書店「高中閱讀網頁」行銷活動。
銷售成績已達 51 所，742 冊圖書。(98 年：12 所，316 冊；99 年：39 所，426 冊圖書；100 年：11 所，118 冊；101 年：13 所，129 冊；102 年：5 所，53 冊；103 年 10 月止：3 所，47 冊)
- (2)國中小學生及兒童：推薦兒童科普系列書籍，針對深耕閱讀主題學校做閱讀推廣活動。銷售成績已有 25 所，760 冊圖書。(98 年：9 所，218 冊；99 年：16 所，542 冊；100 年：2 所，13 冊；101 年 7 所，79 冊；102 年：4 所，103 年：無)
- (3)大學與文化機構：推廣文學圖書與 DVD 於各大學、縣市文化局及公共圖書館，總計推廣國內各大專院校計 78 所、縣(市)文化局 3 個、公共圖書館 15 個，總計訂購圖書計 1,051 冊，公播版 DVD 498 套。
- (4)特定學科領域：中心近幾年深耕臺灣研究、社會科學、科普、文學等各學科領域，為使相關學科研究領域讀者能迅速獲得最新資訊，中心主動寄發新書訊息、活動講座訊息，透過電子報、系所網頁、社群媒體、書籍雜誌等多樣化訊息傳播管道，行銷書籍、講座活動。

指標 6. 行銷成果統計

6-1. 銷售金額統計表

單位：千元

銷售地點/年度	99	100	101	102	103 (至 10 月)
出版中心書店	5,068	5,302	5,849	5,923	5,361
經銷商銷售	3,877	4,286	4,458	3,661	2,936
	1,623	1,713	1,725	1,901	2,477
銷售金額總數	10,568	11,301	12,032	11,485	10,774

*中心銷售營業額逐年成長。其中，多元通路為中心營業額帶來極大效益，為校務基金挹注財源。

6-2. 銷售冊數統計表：

單位：冊

銷售地點/年度	99	100	101	102	103 (至 10 月)
出版中心書店	25,254	27,850	30,457	28,630	12,327
經銷商銷售	經銷商	15,395	15,191	15,804	9,864
	網路書店	6,120	6,961	7,289	7,514
總計	46,769	50,002	53,530	49,048	28,441

評鑑委員意見

項目及指標 單位自我評鑑	【項目 8】行銷推廣活動																																										
	指標 1. 新書發表會、作者講座簽書會																																										
	指標 2. 各式文宣品																																										
	指標 3. 網路書店推廣活動																																										
	指標 4. 媒體露出																																										
	指標 5. 網路社群經營																																										
	特優 <input checked="" type="checkbox"/> 優 <input type="checkbox"/> 尚可 <input type="checkbox"/> 稍差 <input type="checkbox"/> 差 <input type="checkbox"/> 說明或建議：																																										
	指標 1. 新書發表會、作者講座簽書會																																										
	書籍出版上市時，與作者合作辦理新書發表會、作者講座、簽書會，透過此類活動，不僅有助於讀者對書籍的瞭解，亦可活絡讀書人與寫書人的互動，帶動讀者購買書籍的意願。近幾年，中心已辦理近百場新書發表會、作者講座、簽書會等活動。																																										
	單位：場																																										
	<table border="1"> <thead> <tr> <th>項目/年度</th> <th>99</th> <th>100</th> <th>101</th> <th>102</th> <th>103 (至 10 月)</th> <th>總計</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>新書發表會</td> <td>6</td> <td>8</td> <td>10</td> <td>7</td> <td>5</td> <td>36</td> </tr> <tr> <td>作者講座、簽書會等</td> <td>6</td> <td>9</td> <td>7</td> <td>24</td> <td>17</td> <td>63</td> </tr> <tr> <td>總計</td> <td>12</td> <td>17</td> <td>17</td> <td>31</td> <td>22</td> <td>99</td> </tr> </tbody> </table>	項目/年度	99	100	101	102	103 (至 10 月)	總計	新書發表會	6	8	10	7	5	36	作者講座、簽書會等	6	9	7	24	17	63	總計	12	17	17	31	22	99														
項目/年度	99	100	101	102	103 (至 10 月)	總計																																					
新書發表會	6	8	10	7	5	36																																					
作者講座、簽書會等	6	9	7	24	17	63																																					
總計	12	17	17	31	22	99																																					
	指標 2. 各式文宣品（出版品全目錄、單書 DM、活動 DM、叢書主題 DM）																																										
	中心近幾年深耕臺灣研究、社會科學、科普、文學等各學科領域，亦與校內各單位合作出版書籍，如教學服務傑出教師、優良導師等類似書籍。不僅跨及各學科領域，客群分布廣泛，如校友、校內教職員工生；科普類書籍更可延伸觸角至社會大眾。為增加讀者對書籍的關心及提升書籍曝光度，中心積極製作書籍文宣品，亦以書籍、講座為主軸，設計文宣品，帶動人們對書籍與講座的關心。除印製紙本文宣品外，並透過網路發送文宣品，如特定學科目錄、中心出版品全目錄等。																																										
	單位：種																																										
	<table border="1"> <thead> <tr> <th>項目/年度</th> <th>99</th> <th>100</th> <th>101</th> <th>102</th> <th>103 (至 10 月)</th> <th>總計</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>出版品全目錄</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>2</td> <td>2</td> <td>0</td> <td>7</td> </tr> <tr> <td>單書文宣</td> <td>5</td> <td>9</td> <td>7</td> <td>18</td> <td>21</td> <td>60</td> </tr> <tr> <td>叢書/主題 文宣</td> <td>3</td> <td>1</td> <td>8</td> <td>20</td> <td>6</td> <td>38</td> </tr> <tr> <td>活動文宣</td> <td>0</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>25</td> <td>24</td> <td>56</td> </tr> <tr> <td>總計</td> <td>9</td> <td>15</td> <td>21</td> <td>65</td> <td>51</td> <td>161</td> </tr> </tbody> </table>	項目/年度	99	100	101	102	103 (至 10 月)	總計	出版品全目錄	1	2	2	2	0	7	單書文宣	5	9	7	18	21	60	叢書/主題 文宣	3	1	8	20	6	38	活動文宣	0	3	4	25	24	56	總計	9	15	21	65	51	161
項目/年度	99	100	101	102	103 (至 10 月)	總計																																					
出版品全目錄	1	2	2	2	0	7																																					
單書文宣	5	9	7	18	21	60																																					
叢書/主題 文宣	3	1	8	20	6	38																																					
活動文宣	0	3	4	25	24	56																																					
總計	9	15	21	65	51	161																																					

指標 3. 網路書店推廣活動

網路購物的便利性，改變了消費者的購物習慣，除經營實體書店外，中心亦相當重視與網路書店通路的合作，積極配合網路書店的各項主題書展、暢銷書排行榜、開學季等各種活動，提升書籍曝光，吸引讀者目光。自與網路書店合作以來，已參與逾 90 場網路書店推廣活動。

單位：場

項目/年度	99	100	101	102	103 (至 10 月)	總計
網路書店活動	16	19	15	19	29	98

指標 4. 媒體露出

與各式媒體合作，刊登書籍訊息、活動訊息，增加中心及其出版品之能見度，吸引讀者關注，傳遞高品質的學術研究成果，提升國家知識素養。

單位：次

項目/年度	99	100	101	102	103 (至 10 月)	總計
報紙/新聞	0	1	0	14	19	34
期刊雜誌	5	3	6	22	49	85
電子報	38	37	24	16	34	149
電視/廣播	0	3	0	8	4	15
網站	0	0	1	6	35	42
總計	43	44	31	66	141	325

指標 5. 網路社群經營

透過網路傳達資訊，具及時、宣傳範圍廣泛之效，中心亦依資訊性質、網路通道網路性質之不同，經營網路媒體。

5-1. 出版中心官方網站 (<http://www.press.ntu.edu.tw/>)

社會大眾欲了解中心所提供的服務、出版書訊，活動訊息，連結至中心官方網站即可獲知所需資訊，並提供良好檢索功能，益於檢索網站內容及書籍資訊。



(出版中心官方網站)

5-2. 出版中心部落格 (<http://blog.press.ntu.edu.tw/>)

中心官網主要以提供基本的書籍、活動資訊為主，中心部落格則以活動報導內容為主，如講座側記、國際書展參展報導等，串聯講座側記、書籍資訊、講座影音，提供一站式資訊服務，節省使用者時間。



(出版中心部落格)

5-3. 出版中心臉書粉絲專頁 (<https://www.facebook.com/ntuprs>)

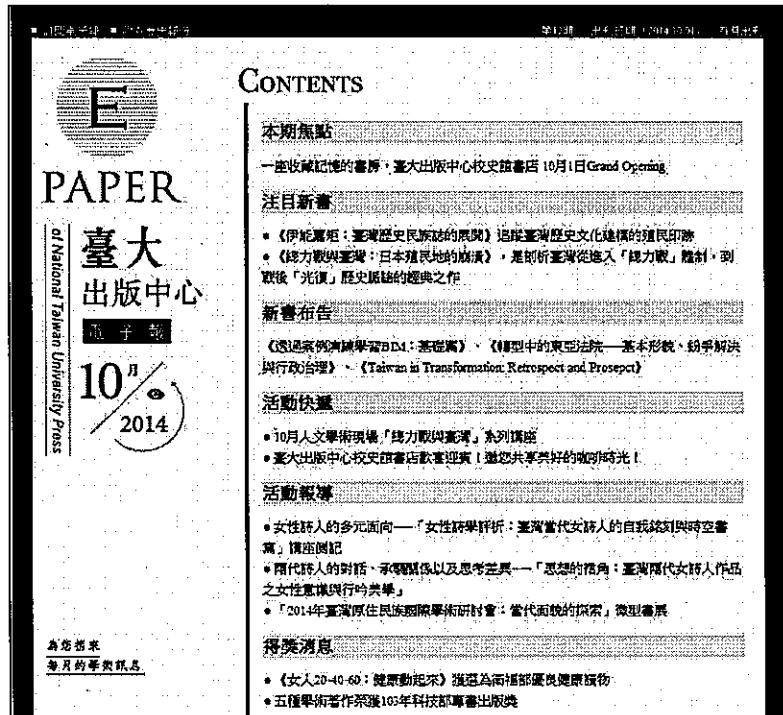
社群網站是新一代的資訊傳遞平臺，藉由社群成員的網絡關係，分享資訊，不僅讓資訊傳播範圍更廣，亦有助適合的客群接收到適合的資訊。



(出版中心臉書粉絲專頁)

5-4. 出版中心電子報

透過中心電子報，傳遞每月學術訊息，每月初發刊，內容包括：(1)本期焦點；(2)注目新書；(3)新書布告；(4)活動快遞；(5)活動報導等精彩內容，目前訂閱人數逾 3,500 人。



(出版中心電子報)

5-5. Youtube 影音平臺經營

將中心出版之精彩演講 DVD、講座實況影片等上傳到 Youtube 影音平臺，透過 DVD 片花瀏覽引發對內容的關注，進而提高購買意願。將講座實況剪輯後上傳，透過網路無遠弗屆的傳播力量，讓不克參與講座的閱聽人也能聆賞講者風采，加深對書籍的瞭解，強化購買意願。



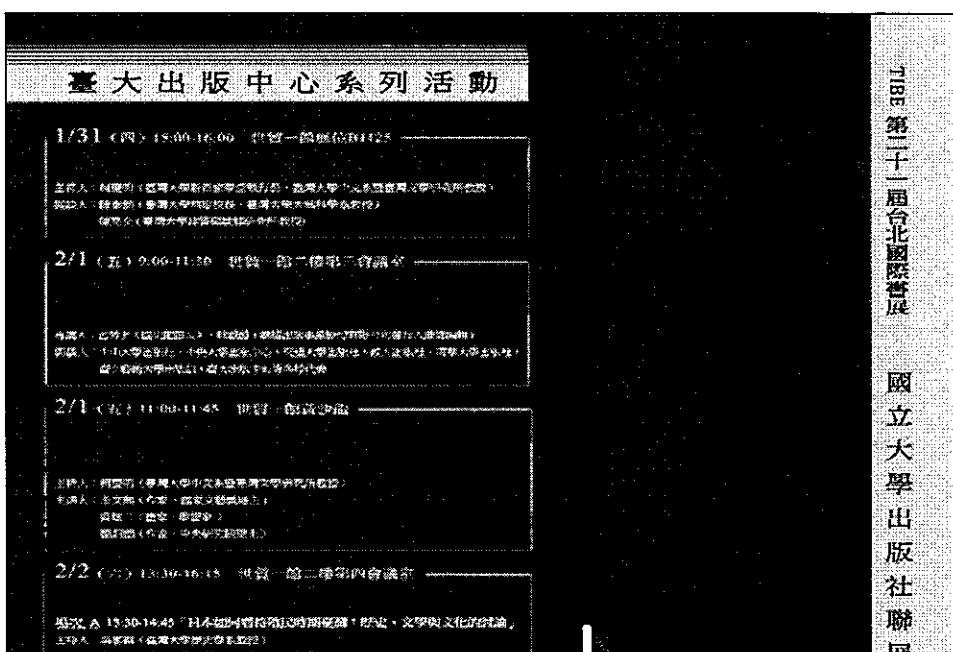
(出版中心Youtube 影片)

5-6. ISSUU 線上試閱平臺

擷取書籍精華內容，製作約 20 頁的電子書上傳 ISSUU 平臺，供讀者試閱，引發讀者對書籍的興趣，加強購買動機。除上傳書籍內容外，中心亦將出版品全目錄、主題叢書目錄、書籍 DM 等上傳此平臺，實體通路與網路通路雙管齊下，讓資訊能廣泛傳遞。



(出版中心—ISSUU 線上試閱平臺)

項目及指標	【項目 9】中心及出版品社會影響力
	指標 1. 大學出版社聯盟 指標 2. 國際書展 指標 3. 歷年獲獎紀錄 指標 4. 國際學術交流，版權輸出與引入出版
	特優 ■ 優 □ 尚可 □ 稍差 □ 差 □ 說明或建議：
	指標 1. 大學出版社聯盟
	<p>大學出版是國家教育文化與學術生態重要的一環，更是國家學術出版能量的重要指標，如何讓社會大眾瞭解優質學術出版的重要性，為大學出版社責無旁貸的工作。然而，單所大學獨立單打獨鬥，無法造成廣大迴響及引起更多注意。中心推動的國立大學出版社聯盟—國立大學聯展計畫，自 101 年開始規劃，102 年首度以聯展方式參與台北國際書展，更於 2014 年台北國際書展舉辦聯盟成立記者會，宣告大學出版社聯盟正式成立。由多所大學出版單位共同參與，促進資源共享與利用，搭配書展時的行銷活動，提升對學術出的關注，增加閱讀學術與專業書籍的機會。</p>
	<p>1-1. 台北國際書展</p> <p>以聯展方式參與第 21 屆與第 22 屆台北國際書展，設定各屆主題及書展攤位主視覺，並於書展辦理新書發表暨座談會。</p> <p>1-1-1. 2013 年第 21 屆台北國際書展</p> <p>首次以聯展方式參與台北國際書展活動，主軸為「知識・相遇・相知：大學出版社是知識的殿堂讓優好書與讀者心靈相遇」，以種自己的知識樹為主視覺。這是大學出版社以聯合方式參與書展的重要里程碑，透過書展不僅可分享經營成果，更讓大家看見大學出版社對知識推廣的努力。</p>  <p style="text-align: center;">(第 21 屆台北國際書展)</p> <p>1-1-2. 2014 年第 22 屆台北國際書展</p> <p>延續前屆參與的成功經驗，本屆參與聯展單位由 102 年的 7 所大學出版社增加為 8 所出版社。以國際水準為目標，展出各校優良之中英日學術書籍，並製作中英文雙語的文宣資料，介紹各校的出版品，讓國際人士可藉此機會認識優質大學出版品，將臺灣豐碩的大學出版成果確實傳達國際。除聯合參展外，更於書展舉行</p>

國立大學出版社聯盟記者會，宣告大學出版社聯盟正式成立，期共享資源，提升眾人對學術出版的關注。本次書展以「讀。書房」為核心概念，大學出版社大學裡的書房，是所有知識的起源，也是閱讀的樂園。聯展成員的 8 所大學出版社，亦針對此次聯展各拍攝一支短片，推廣此次聯展活動。



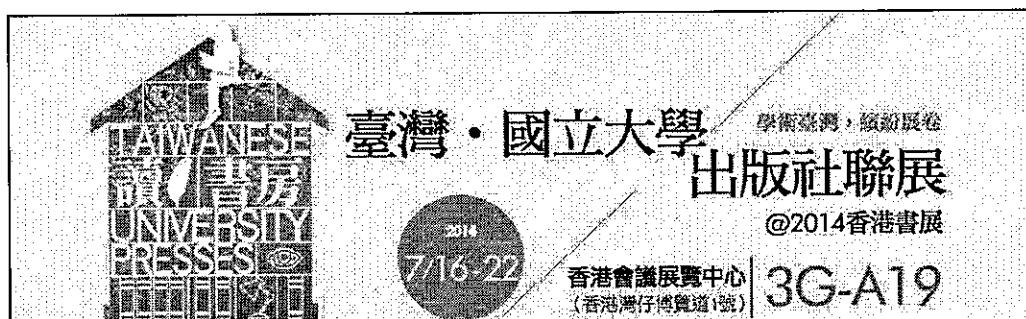
(第 22 屆台北國際書展)

1-2. 美國亞洲研究學會年會書展

為向海外展現臺灣的大學出版社學術出版成果，延續 2014 年第 22 屆台北國際書展的大學出版社聯展積累的能量，中心領銜七家國立大學出版社—中山大學出版社、中央大學出版中心、交通大學出版社、清華大學出版社、政治大學出版社、臺北藝術大學出版組、臺灣師範大學出版中心—於 103 年 3 月 28 日至 30 日，在費城盛大舉辦的美國亞洲研究學會 (Association for Asian Studies, AAS)，首次聯合舉辦海外書展。此次展出與亞洲研究相關之文學、歷史、哲學、社會科學及藝術出版品等領域書籍，臺灣學術出版的豐沛能量，首度在全球學者面前聯合展現，漂亮身影艷驚全場，足以展現臺灣的大學出版社的學術出版能量與近況。

1-3. 2014 年第 25 屆香港國際書展

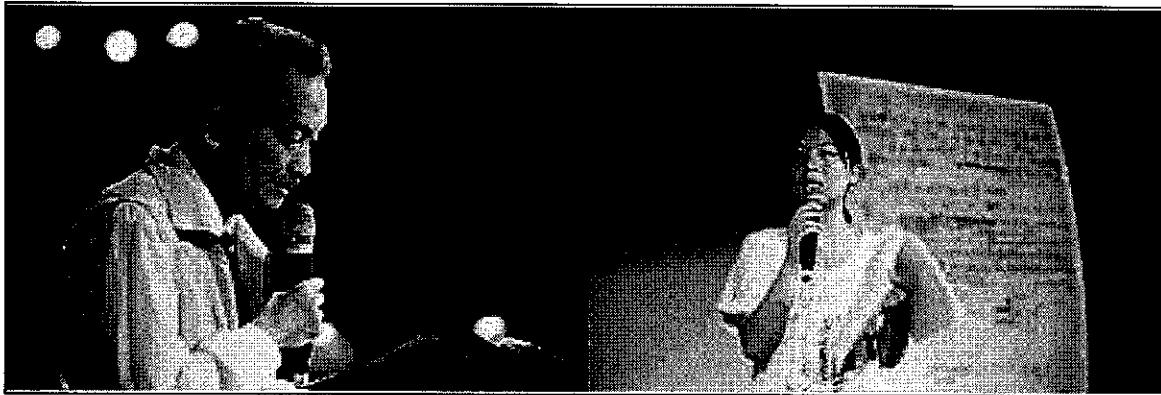
「香港書展」(Hong Kong Book Fair) 是亞洲最大型的書展之一，自 79 年起於每年 7 月在香港會議展覽中心舉行，兩岸三地、東南亞和其他各國出版商皆熱烈參加，一年較一年更蓬勃盛大。「臺灣・國立大學出版社聯展」(簡稱大學聯展) 於 103 年 7 月 16-22 日再次聯手，共同進擊第 25 屆香港書展。本次特設「臺灣研究」書籍專區，聚焦各大學學術出版中與臺灣研究相關的出版品；陳列方式亦首度打破院校分類，改以學門分類統整各校出版品，除臺灣研究之外，另設哲學研究、科學工程、社科研究、教育研究、史地研究、文學研究及藝術文化等八大學門主題，囊括四百多項出版品。希望透過整體性的呈現，不僅展現臺灣學術研究面向的完整度，更突顯參展大學齊心並力的團結能量。



(臺灣・國立大學出版社聯展—第 25 屆香港書展)

1-4. 2013 第一屆華文朗讀節

第一屆華文朗讀節，台北高雄雙城聯手，讓全世界聽見華文新聲音，現場展出朗讀選書 100 本，邀請人氣作家為讀者朗讀，讓朗讀隨著想像無限延伸，開啟閱讀新面貌。大學出版社聯盟同時在北高二地展出書籍，台北場更配合朗讀劇場活動舉辦了「慢·讀·王文興」朗讀會。



指標 2. 國際書展參與

臺灣學術研究資源豐沛，位處亞洲研究中心的核心，亦是少數保留正體中文與傳統文化的薈萃之地，藉由國際書展的參與，提高臺灣優質正體中文學術出版品的國際能見度，往國際舞臺邁進。善用國際書展場合，接觸來自世界各地的亞洲研究學者，增加學術交流機會，延攬優秀學者成為大學出版社的作者，提升大學出版社出版品的水準和多元性。面臨迅速整合的簡體中文出版市場，正體中文的學術書亦需儘快因應，透過整合行銷，讓國際重視正體中文學術資源。

2-1. 台北國際書展

中心自 95 年開始參加台北國際書展，與行政院研考會、新聞局等單位合作，在其書展攤位，展示出版品；並配合書展活動，進行《殷海光全集》、《教務雜誌》的新書發表會。自 102 年起，以大學出版社聯展方式參加台北國際書展，期擴展優質學術出版品的能見度與影響力。以國際水準為目標，展出各校優良之中英日學術書籍，並製作中英文雙語的文宣資料，介紹各校的出版品，為行銷推廣出版品，辦理新書發展會、座談會、記者會等活動，吸引社會大眾目光，宣揚大學出版品的價值與重要性。

2-2. 德國法蘭克福書展

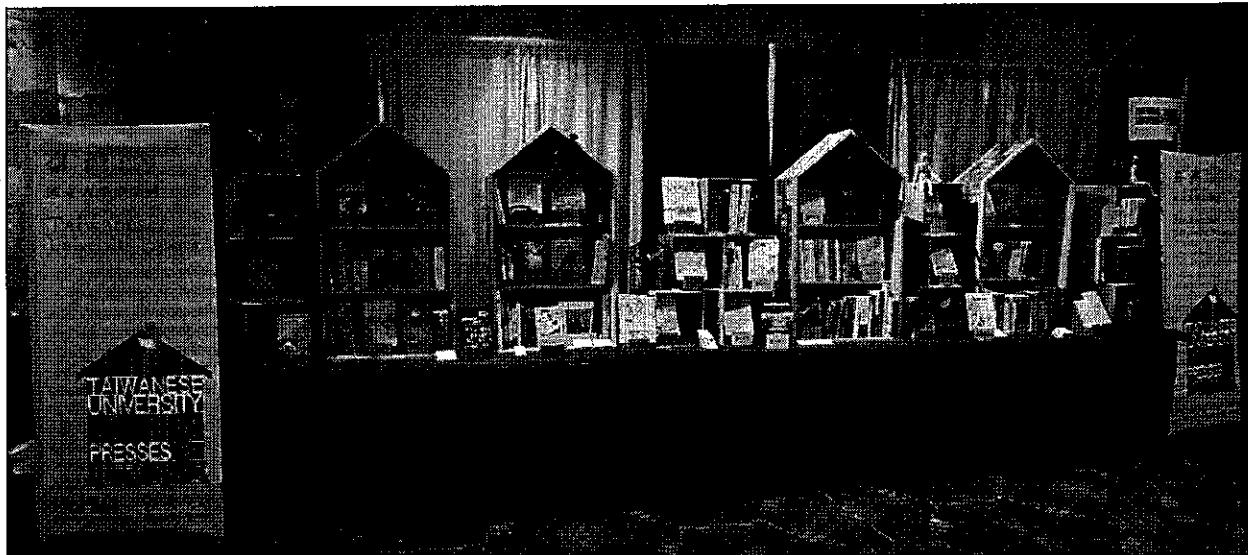
法蘭克福書展是世界最大書展，書籍版權交易一直是最重要的項目之一，其中學術出版更為法蘭克福書展的重點。以往，中心都是配合政府規劃參展，在臺灣館展示中心出版品，如《兒童情緒療癒繪本》、《臺灣意識與臺灣文化》、《戰時臺灣的時聲 1943》。102 年，中心協同臺北藝術大學出版組，結合兩校精選學術出版品，伴隨臺灣館其他優良出版品，期許能將質量兼具的優秀作品一舉推上國際舞臺。

法蘭克福書展是出版產業重要的交流文化平臺，對於面臨已幾近飽和的繁體中文市場以及數位閱讀媒體挑戰的臺灣出版業而言，是觀摩學習新知、拓展合作關係的良機。中心既為產業一環，也肩負國內大學出版社的興衰之責，勢必透過不斷地觀摩、交流、學習，秉著學術出版專業持續耕耘努力，期許能從學術出版層面，將臺灣蘊含的學術實力帶向世界。

2-3. 美國亞洲研究學會年會書展（Association for Asian Studies, AAS，以下簡稱 AAS）

美國亞洲學會成立於 1941 年，是亞洲研究主題中全球最大的學術團體，為全世界亞洲研究者提供研究訊息交流、出版品彙編、召開年會辦理書展，開放給全球對亞洲或亞洲學術研究有興趣的人士參加。臺灣位居亞洲研究中心的核心，對大學出版社而言，AAS 是將臺灣在地優秀學者的學術出版品、研究成果推廣至世界各地的最佳機會。中心自 96

年起參加 AAS 書展，初期僅單純展示出版品，而無人員隨行。自 101 年起，為擴大行銷推廣，不僅展示出版品，亦有人員隨行，介紹各項出版品，103 年各聯合國內七所大學出版社以聯展方式參與，讓更多臺灣的學術出版品獲得注目。



(2014 美國亞洲研究學會 AAS 書展)

2-4. 2014 年第 25 屆香港國際書展

香港國際書展性質與台北國際書展相同，是銷售型書展，也是亞洲最大型的書展之一，自 79 年起於每年 7 月在香港會議展覽中心舉行，兩岸三地、東南亞和其他各國出版商皆熱烈參加，一年較一年更蓬勃盛大。本屆香港書展，協同大學聯展成員一同參展，此次參展特別規劃「臺灣研究」專區，聚焦各大學學術出版中與臺灣研究相關的出版品。另設哲學研究、科學工程、社科研究、教育研究、史地研究、文學研究及藝術文化等八大學門主題，囊括四百多項出版品。希望透過整體性的呈現，不僅展現臺灣學術研究面向的完整度，朝國際化、專業化與普及化生根茁壯。



指標 3. 歷年獲獎紀錄

單位：本

項目/年度	99	100	101	102	103 (至 10月)
行政院國家出版獎	---	---	2	---	---
科技部人文社會科學研究中心學術專書補助	---	6	4	4	5
吳大猷科學普及著作獎	---	---	1	---	---
臺灣出版 TOP1 推薦	2	2	2	2	—
新北市國民中學推動閱讀優良圖書推薦	---	---	---	7	—
中研院年輕學者研究著作獎	---	---	---	---	1
國民健康署優良健康讀物	---	---	---	---	1

指標 4. 國際學術交流，版權輸出與引入出版

隨著「臺大出版中心」近年的努力，學術出版品質備受肯定，積極參與國際性重要書展活動，中心知名度提升，與國外出版單位接觸亦愈漸頻繁，來訪學校遍佈全球，如奧克蘭大學出版社、南京大學出版社等，除此，中心於 103 年邀請哈佛大學出版社執行主編 Sharmila Sen 博士蒞臨本校，與中心進行出版意見交流，並舉辦學術出版論壇。

為使本校富有學術價值之著作發揮學術影響力，與大陸、國際知名且優秀之學術出版單位（或大學出版社）為授權出版或合作出版，已與 6 家出版社合作總計出版 8 種 9 冊圖書，其中 2 種更發行電子書，尚在洽談授權出版計 4 案，8 種 9 冊圖書。

合作出版：

合作出版單位	授權／合作出版之出版品	授權執行現況
World Scientific Co.	書名：《Special Topics in Electromagnetics》 作者：陳坤木 書名：《Electrochemistry for Biomedical Researchers》 作者：陳力騏	已出版，發行中 (同時發行紙本圖書與電子書)

授權出版：

授權出版單位	授權／合作出版之出版品	授權執行現況
廣西師範大學出版社	書名：《傅鐘回響：許倬雲講學集》 作者：許倬雲教授	已出版，發行中
東南大學出版社	書名：《臺大醫院臨床路徑—醫師篇》、《臺大醫院臨床路徑—護理篇》 作者：林芳郁主編（臺大醫院）	已出版，發行中

上海古籍出版社	書名：《中國文學史》(上、下冊) 作者：臺靜農	已出版，發行中
昆仑出版社	書名：《天外天——人類和黑暗宇宙的故事》 作者：李傑信	已出版，發行中
科學普及出版社	書名：《宇宙起源》 作者：李傑信	簽約完成，編輯中

評鑑委員意見

【項目 10】實體校園書店經營	指標 1. 書店經營策略及規劃
	指標 2. 書店營運作業流程
指標 3. 書店營業額	指標 3. 書店營業額
	特優 <input checked="" type="checkbox"/> 優 <input type="checkbox"/> 尚可 <input type="checkbox"/> 稍差 <input type="checkbox"/> 差 <input type="checkbox"/>
說明或建議：	為服務校內教職員工生，行銷中心優良出版品，中心於校園設置三間書店，分別位於水源校區澄思樓 1 樓、校總區總圖書館地下 1 樓及校史館 2 樓。
指標 1. 書店經營策略及規劃	指標 1. 書店經營策略及規劃
1-1. 水源校區澄思樓 1 樓書店（以下稱水源書店）	1-1. 水源校區澄思樓 1 樓書店（以下稱水源書店）
水源書店為中心書籍、教育用品等各種商品的總集散地，接獲通路及顧客訂購後，以進出貨為主要功能，同時也是另 2 間書店的備援庫存處。為完善進出貨物流管理之功能，水源書店特別重視庫存管理與庫存空間，書籍展示空間較小，但仍提供各種商品的購買服務。	水源書店為中心書籍、教育用品等各種商品的總集散地，接獲通路及顧客訂購後，以進出貨為主要功能，同時也是另 2 間書店的備援庫存處。為完善進出貨物流管理之功能，水源書店特別重視庫存管理與庫存空間，書籍展示空間較小，但仍提供各種商品的購買服務。
	
1-2. 總圖書館地下 1 樓書店（以下稱總圖書店）	1-2. 總圖書館地下 1 樓書店（以下稱總圖書店）
總圖書店位於校總區，其服務對象以校內教職員工生，銷售及展示中心出版品、教育用品等各種商品，教科書為重點展銷書籍，並於教科書上註記開課課程；另一重要功能是提供教科書團體代訂服務，自推出服務以來，深受好評，已成中心書店重點服務項目。	總圖書店位於校總區，其服務對象以校內教職員工生，銷售及展示中心出版品、教育用品等各種商品，教科書為重點展銷書籍，並於教科書上註記開課課程；另一重要功能是提供教科書團體代訂服務，自推出服務以來，深受好評，已成中心書店重點服務項目。
	
1-3. 校史館 2 樓書店（以下稱校史館書店）	1-3. 校史館 2 樓書店（以下稱校史館書店）
校史館書店原址位於校史館川流廳內，103 年 10 月起移至新址重新開幕。新址仍位於校史館建築物內 2 樓，但空間較原址寬廣，商品展售可更多樣化。校史館書店以臺大校史、臺大校園與人物等主題書目為陳列重點，展示書籍為最新出版品，並且匯集校內各單位設計的文創品、紀念品與教育用品，期待成為訪賓參訪臺大的重要據點。	校史館書店原址位於校史館川流廳內，103 年 10 月起移至新址重新開幕。新址仍位於校史館建築物內 2 樓，但空間較原址寬廣，商品展售可更多樣化。校史館書店以臺大校史、臺大校園與人物等主題書目為陳列重點，展示書籍為最新出版品，並且匯集校內各單位設計的文創品、紀念品與教育用品，期待成為訪賓參訪臺大的重要據點。
	

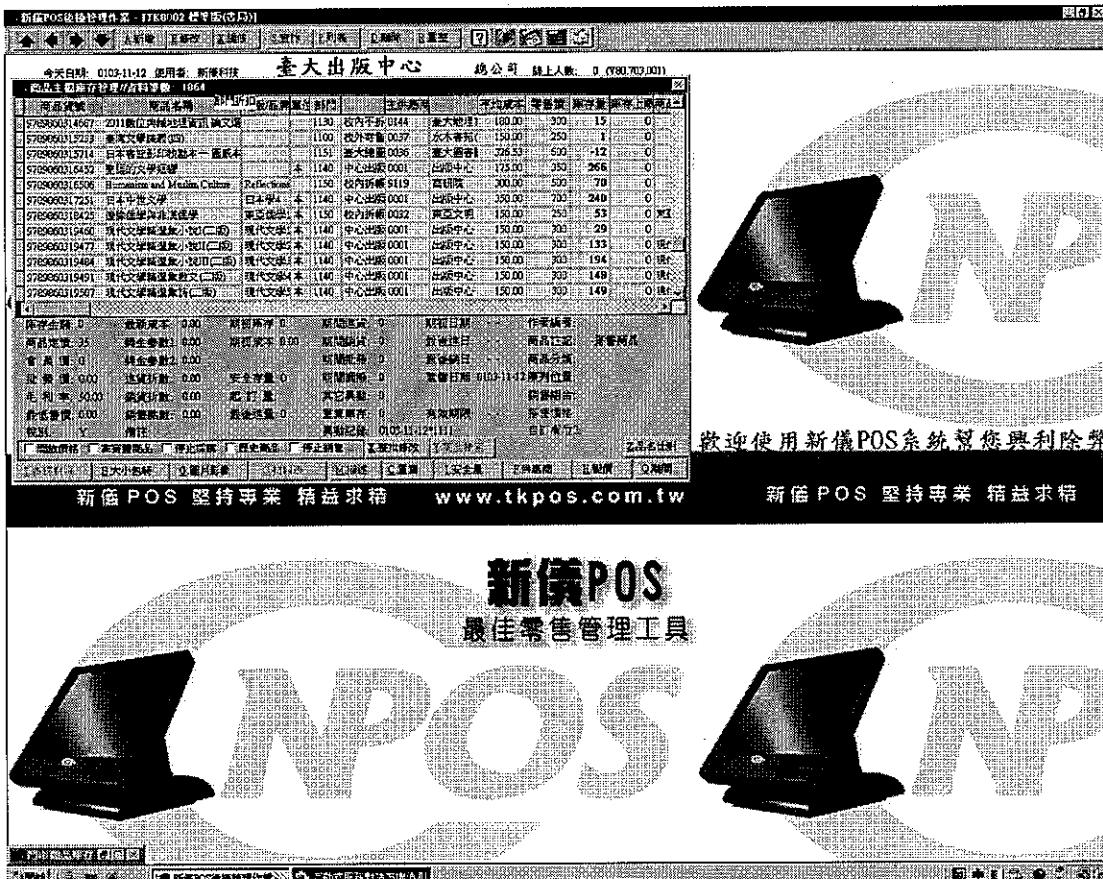
指標 2. 書店營運作業流程

1-1. 專人管理

中心負責營運的三間書店，有專人負責管理，搭配數名工讀人員，維護書店日常營運。訂立標準作業流程，參加人事室辦理的各項進修講座，如電話禮儀訓練等，建立良善顧客關係。

1-2. 購買專業系統，有效進行商品管控

銷售時點情報系統 (point of sale，簡稱 POS，以下簡稱 POS 系統)，主要功能在於統計商品的銷售、庫存與顧客購買行為，透過此系統可有效提升經營效率，是經營上不可或缺的必要工具。



(POS 系統頁面：商品明細資料)

指標 3. 書店營業額

中心年度銷售金額主要來自(1)出版中心書店、(2)通路、(3)授權金、電子書及其他收入等三方面，隨著中心近幾年加強學術書、教科書以及教育用品的開發，以及已發展成熟的代訂教科書服務，由下表可知自 99 年以來，中心書店銷售金額逐年增加。

單位：千元

銷售金額來源		99 年	100 年	101 年	102 年	103 年 (至 10 月)
中心書店		5,068	5,302	5,849	5,923	5,361
通路	經銷商	3,877	4,286	4,458	3,661	2,936
	網路書店	1,623	1,713	1,725	1,901	2,477
授權金、電子書及 其他收入		241	858	1,601	1,811	1,694
總計		10,808	12,159	13,633	13,296	12,468

中心各項商品，如書籍、教育用品等目前皆可中心書店、經銷商、網路書店等三大通路購得，中心書店的銷售比例逾半，可見中心書店對營運銷售的重要性。

通路及中心書店 銷售（比例）		99 年	100 年	101 年	102 年	103 年 (至 10 月)
出版中心書店		48%	47%	49%	52%	50%
通路	經銷商	37%	38%	37%	32%	27%
	網路書店	15%	15%	14%	17%	23%
總計		100%	100%	100%	100%	100%

項目及指標	<p>【項目 11】智慧財產權諮詢與授權</p> <p>指標 1. 保障智慧財產權與專業律師諮詢服務 指標 2. 臺大智慧財產權之保護、諮詢與授權 指標 3. 出版中心著作權之取得與授權機制</p>
單位自我評鑑	<p>特優 <input checked="" type="checkbox"/> 優 <input type="checkbox"/> 尚可 <input type="checkbox"/> 稍差 <input type="checkbox"/> 差 <input type="checkbox"/> 說明或建議：</p> <p>指標 1. 保障智慧財產權與專業律師諮詢服務</p> <p>隨著智慧財產法治觀念的普及，「臺灣大學」智慧財產權及「臺大出版中心」著作權之保護、授權機制為出版中心所重視。為尊重並保障本校權益，中心聘請著作權專業律師，提供相關法令之諮詢，並提供校內單位相關諮詢。</p> <p>指標 2. 臺大智慧財產權之保護、諮詢與授權</p> <p>2-1. 設置單一窗口，提供諮詢服務</p> <p>中心為臺大智慧財產權專責單位，提供校內單位智慧財產諮詢服務與協助授權事宜，保護本校極具學術價值之研究成果。(按：本校第 2635 次行政會議通過，有關本校申請智慧財產權授權等相關案件處理，以出版中心為申請單位，後依權責分工，與資訊相關之軟體或資料庫、專利技轉等由本校研發處處理，各式出版品之授權由本中心為之。)</p> <p>2-2. 訂定授權文件，提供完整授權機制</p> <p>中心訂有本校著作權授權文件（同意書或合約書制式範本，如：文章轉載、音樂授權、照片授權或使用等），提供本校單位與被授權方洽談授權之制式範本，以使本校著作權得以被合法引用，保障本校著作權。</p> <p>2-3. 協助本校各學術期刊單位出版學術期刊智慧財產權之對外授權，並作為對外授權的統一窗口。</p> <p>指標 3. 出版中心著作權之取得與授權機制</p> <p>3-1. 中心以遵守智慧財產權為最高指導原則。在編輯出版過程中，不僅嚴謹把關專書作者之書稿未侵害他人（或機關團體）權益，對所書稿所引用之影片、圖像、文章等均在取得智財所有權人（或機關團體）同意與授權後方為收錄。</p> <p>3-2. 中心所使用合約文件均經專業律師審閱，如與作者訂定著作財產權合約書，編輯過程中協助編輯之個人或法人（如：封面設計、版面排版、攝影、音樂授權、照片或圖片使用等）之各式智慧財產讓與書、服務委託單、服務合約書、授權同意書等，均有書面文件授權為互相約定權利歸屬或取得權利，以正當、合法取得著作權利、尊重及合法版權使用。</p> <p>3-3. 中心聘有著作權專業律師，提供同仁於執行業務時所遇著作權問題時之法令諮詢，中心各式授權文件均經律師審閱與中心確定。</p> <p>3-4. 中心出版品（含紙本圖書、影音多媒體 DVD 等）均於版權頁或適當位置加註著作權訊息，出版品內容有引用或使用文字與圖片時均標註資料來源，尊重著作財產權。</p> <p>3-5. 中心網站首頁宣告所刊載及出版，版權均為中心所有。</p>
評鑑委員意見	

肆、本校中程校務發展計畫執行效益考評（含單位功能與總體目標、五年發展計畫目標、執行效益考評（目標達成度之分項自評））；本項秘書室、會計室、人事室填列年度重點工作及執行情形（含未來展望）

（請受評單位依國立臺灣大學中程校務發展計畫執行追蹤考核作業要點辦理。前二項單位功能與總體目標、五年發展計畫目標等二項內容，與中程校務發展計畫內容相同，各受評單位僅需加填受評單位執行中程校務發展計畫至當年度之執行效益考評。）

依 99-102 學年度國立臺灣大學中程校務發展計畫執行追蹤考核	
單位功能簡介及總體目標說明	<p>(一) 單位功能簡介</p> <p>本校為激勵研究風氣、提升教學品質、出版學術著作及期刊，設立「出版中心」。其設置辦法於 84 年校務會議通過，85 年 10 月修訂通過，並經教育部核定。出版中心為一級行政單位，執行本校學術出版品之出版與推廣任務，以成為專業學術出版之大學出版社為目標，更致力於出版具國際學術水準之學術叢書與期刊。</p> <p>本校出版中心設諮詢委員會，委員 9-15 人，由校長聘任之，任期一年，得連任。另置中心主任一人，由校長聘請本校教授兼任之，任期 4 年，得連任一次，綜理出版中心日常業務。其下分設 2 組：編輯出版組與銷售發行組，負責編輯、出版、銷售發行各項學術性書籍、期刊、多媒體資料等及展售據點經營管理業務。</p> <p>(二) 總體目標</p> <p>出版中心之核心價值為出版經嚴格學術審查之專業學術圖書與期刊，並迅速累積學術能量以達學術出版之目標。</p> <p>設定總體目標為：成為以學術出版為最高使命與目標之大學出版社，出版優質具高學術水準之圖書與期刊，並將此學術能量與知識積極推廣傳播至全世界。</p>
未來五年發展計畫目標	<p>為達成以專業學術出版為目標之大學出版社，未來 5 年之發展計畫與目標茲重點說明如下。</p> <p>(一) 專業學術書籍出版</p> <p>學術出版為本校出版中心之核心價值，擬借重優質學術資源，廣邀優良學術書稿進行叢書出版。學術叢書規劃先以人文及社會科學領域開始，邀請各該領域具國際知名度之學者專家擔任主編，並設編輯委員會審核書稿，期使本校出版中心之出版著作均具高水準之學術專業性與權威性，迅速累積學術能量，未來再拓展至其他學科領域。</p> <p>(二) 嚴謹學術審查機制</p> <p>學術研究不受國家地域之限，因此要成為國際一流的大學出版社，就必須廣邀各地的學者專家提供書稿。此外，學術出版更需要嚴謹的學術審查機制以進行稿件審議及評核，確保出版品質與學術價值，故將邀請各界具國際水準之專家學者擔任書稿學術審查委員，以落實嚴謹學術審查機制。</p> <p>(三) 增加數位內容出版</p> <p>針對數位化時代與海外行銷之迅捷需求，本校出版中心新增數位出版，將珍貴的學術資源、多媒體影音資料或絕版書刊等，進行內容數位化，並以電子資料庫方式出版。除可增加出版的多樣性，也可減少出版中心出版品庫存空間不足之壓力。再者，透過電子出版之便利性，更能將出版中心學術資源推展於國際間，大幅增加學術影響力，有效提升本校於世界大學之學術競爭力。</p> <p>(四) 擴大宣傳行銷推廣</p> <p>加強宣傳推廣本校出版中心之優質學術出版品，擴增至國內及華人地區，甚至國際市場，以提升本校出版品於國際之能見度與知名度，並加強購買的便利性與多樣性，滿足不同購買者的需</p> <p>求，期能成為圖書館長期訂購的對象。</p>

為強化中心出版品銷售行銷能力，於 102 年將組織編制由原本 2 組擴增為編輯出版、銷售發行、行政 3 組（經 102 年 3 月校務會議通過）。負責業務如下：

- 1.編輯出版組：負責編輯出版本校出版品、教科書、學術圖書與叢書、學術期刊、多媒體影音等資料。
- 2.銷售發行組：負責推廣行銷本校學術圖書、期刊、多媒體資料與臺大教育用品等。
- 3.行政組：負責中心行政管理、經費執行及全校智慧財產權相關諮詢服務。

五年發展計畫目標執行效益如下：

(一) 專業學術書籍出版

1. 學術叢書規劃與建立：

臺大出版中心以學術出版為最高使命，堅持以出版優質且經過嚴謹審查的出版品為總體目標。中心自 97 年 8 月起規劃建立叢書系列，以聘請該學術領域的學者專家為叢書主編方式，規劃叢書方向，廣徵稿源及學術審查，為學術出版品質把關。

近五年來中心共計有 32 種學術叢書（含 4 種洽談中叢書，高研院各學術叢書則合計為 1 種），聘請學術主編 29 位，總計出版 348 冊學術著作。

近五年中心的圖書出版量不僅有顯著的提升，學術圖書的出版量每年皆有所提升，且都占圖書總出版量的 70% 以上。

項目／年度	99	100	101	102	103 (至 10 月)
學術圖書 (本)	41	45	50	52	37
一般圖書 (本)	9	8	14	12	5
學術圖書出版比率 (%)	82	85	78	81	88

2. 規劃出版重要學術套書，再現珍貴史料：

中心自 98 年起規劃執行學術套書出版，經數年之編輯，至 103 年共出版 5 種學界極為重視的學術套書，如表所列。

編號	套書名稱	冊數	出版時間
1	殷海光全集	全套共 22 冊	98-102 年
2	教務雜誌 (The Chinese Recorder and Missionary Journal)	紙本 75 冊，並有針對該書 13,794 個詞條與超過 31 萬個頁碼獨家開發之 Web 版索引檢索系統 CRISE (CR Index Search Engine)	100-101 年
3	鏡像・臺灣： 臺灣文史研究譯叢	全套共 8 冊	101 年
4	慢讀王文興叢書	全套共 7 冊	102 年
5	歷代寶案	全套共 53 冊	103 年

3. 出品种類以及年度出版數量的穩定與提升：

近五年中心的圖書出版量不僅有顯著的提升，學術圖書的出版量每年皆超過30本，並都占圖書總出版量的70%以上。此外，影音多媒體出版也有豐碩成果，99-103年實體出版情況，如下表所示

單位：種

項目／年度	99	100	101	102	103 (至 10 月)
學術圖書	41	45	50	52	37
一般圖書	9	8	14	12	5
影音多媒體	12	6	26	26	16
年度出版總數	62	59	90	90	58

*100-101 年另出版《教務雜誌》(The Chinese Recorder and Missionary Journal)，全套 75 冊，並有針對該書 13,794 個詞條與超過 31 萬個頁碼獨家開發之 Web 版索引檢索系統 CRISE (CR Index Search Engine)。

**103 年另出版《歷代寶案》，全套 53 冊。

(二) 嚴謹學術審查機制

1. 出版中心學術書籍審查程序

每本學術書籍，至少經過兩位副教授（副研究員）以上之審查人審查通過，始得以出版。一般情況下，書稿審查時程至少需時2至3個月，通過審查、修改定稿至出版則至少需時4至6個月，平均每本學術書籍之出版時間約為6至9個月。期能透過謹慎嚴格的審查，篩選、出版優質的學術書籍。中心學術書籍審查程序，詳見本評鑑表附件。

2. 學術圖書投稿、審查、出版數量，以及退稿數量、退稿比率

隨著出版成果的逐漸豐碩以及學術出版品牌形象的建立，中心接獲的投稿數量逐年提升，但並不因此降低對書稿的要求與審查的品質，退稿率至103年達73%。中心學術圖書投稿、審查、出版數量，以及退稿數量、退稿比率等，如下表所示：

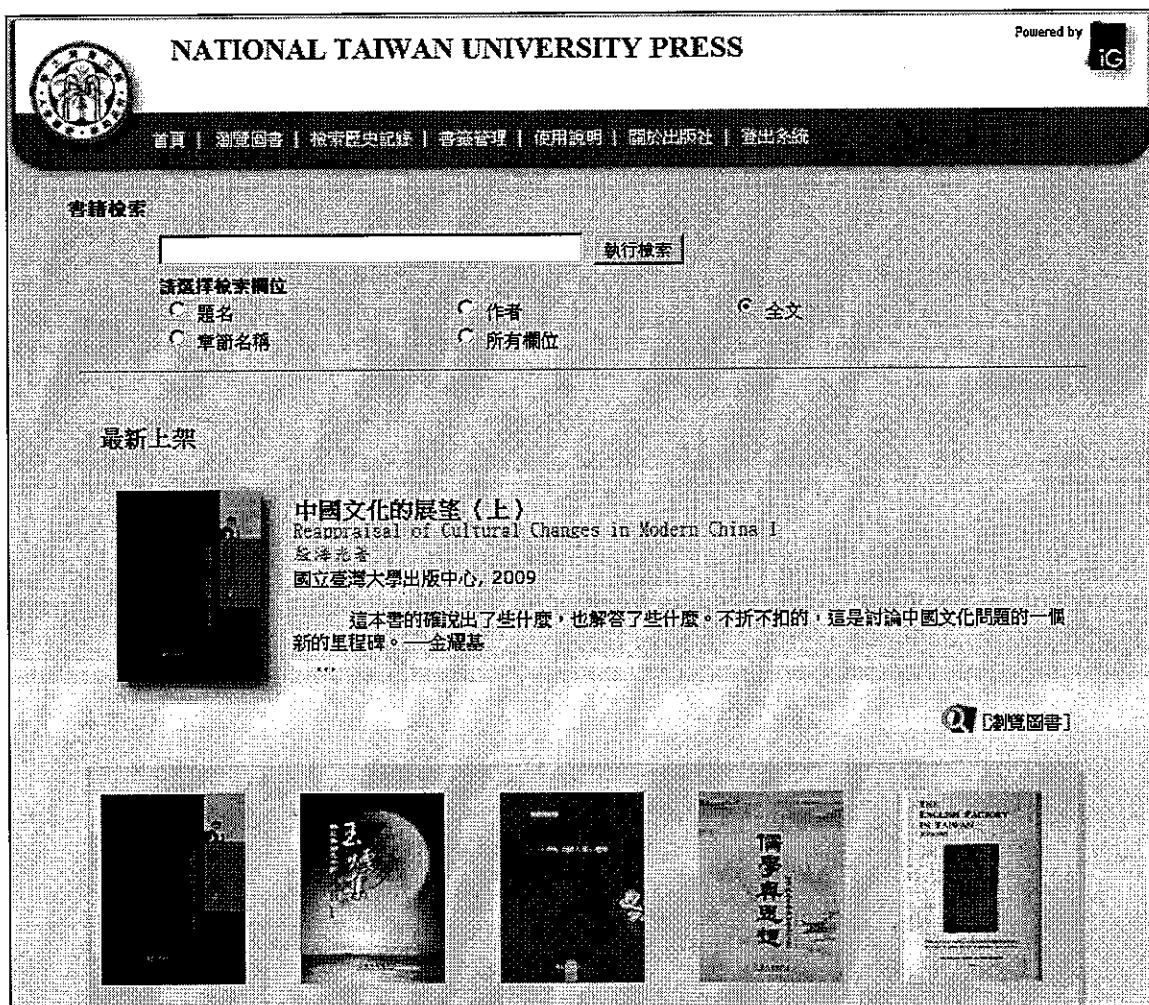
單位：種

項目／年度	99	100	101	102	103 (至 10 月)
投稿總數	83	85	138	194	128
進入實質審總數	24	22	40	27	29
審查中	N/A	N/A	N/A	N/A	6
退稿（含初審退稿）	63	64	107	168	94
退稿比率 (%)	75	75	78	87	73

(三) 增加數位內容出版

1. 建置「臺大出版中心電子書資料庫」

中心委託長智文化公司進行系統建置，將歷年出版著作進行數位電子化。同時，為完整保存本校豐厚的學術資產與紀錄、珍貴史料，積極取得本校其他單位授權其出版之圖書、複製資料等，於99年初完成資料庫建置（網址：<http://www.igpublish.com/ntup-ebooks/>）。至今總計已收錄418種電子書，藉由數位化予以重製、加值、提供內容之全文檢索等功能，以使學術價值得恆久保存，達學術能量實質運用與共享。將本校珍貴圖書資源予以數位出版，有效整合與累積本校豐富的學術資產，建立學術出版品牌與權威。此外，為進軍電子書市場，出版中心積極與作者洽談數位發行出版的合作，獲得作者首肯數位發行的權利，並於作者合約中明定保障作者權益。為回饋本校師生，本電子書資料庫於中心網頁及與本校圖書館資料庫設置連結（<http://www.lib.ntu.edu.tw/CL/resources/ebook/ebook.htm>），使本校師生得以在校園網域內免費使用、瀏覽，即時且隨時學習，盡情享受數位閱讀之便利。



（臺大出版中心電子書資料庫首頁）

2. 臺灣大學出版中心電子書合作建置暨行銷專案

為提升臺灣大學出版影響力，擴展出版模式與行銷通路，特規劃「臺灣大學出版中心電子書合作建置暨行銷專案」（以下簡稱「此專案」）以非專屬方式授權專業廠商為本校之出版品合作建置電子書平臺系統暨銷售推廣於全球市場。期達成以下目標：(1)推動臺灣大學出版品數位出版與開拓國際市場，推廣本校出版品至全球，增加能見度及學術影響力；(2)整合本校學術文獻資源，累積學術研究資產，強化數位出版服務；(3)建置數位出版品平臺，降低學術出版與行銷成本，導入市場機制於知識服務，開拓學校財源。此專案乃國內首例大學出版社與專業廠商合作

推廣電子書行銷，經公開招標後由華藝數位股份有限公司（以下簡稱「華藝」）及智慧藏學習科技股份有限公司（以下簡稱「智慧藏」）得標，各自進行系統建置，103年11月底正式上線營運。

2-1. 與專業廠商合作建置符合需求的電子書平臺系統

為提升臺大學術出版影響力，擴展出版模式與行銷通路，特規劃「臺灣大學出版中心電子書合作建置暨行銷專案」（以下簡稱「此專案」）以非專屬方式授權專業廠商為本校之出版品合作建置電子書平臺系統暨銷售推廣於全球市場。期達成以下目標：(1)推動臺大學術出版品數位出版與開拓國際市場，推廣本校出版品至全球，增加能見度及學術影響力；(2)整合本校學術文獻資源，累積學術研究資產，強化數位出版服務；(3)建置數位出版品平臺，降低學術出版與行銷成本，導入市場機制於知識服務，開拓學校財源。此專案乃國內首例大學出版社與專業廠商合作推廣電子書行銷，經公開招標後由華藝數位股份有限公司（以下簡稱「華藝」）及智慧藏學習科技股份有限公司（以下簡稱「智慧藏」）得標，各自進行系統建置，103年11月底正式上線營運。

2-1-1. 建置符合需求的電子書平臺系統（以下簡稱系統）

(1) 提供瀏覽功能：

可依照本校叢書系列、書名、作者、圖書分類號、出版年代等分類進行瀏覽。

(2) 檢索方式：

需提供進階搜尋、支援布林邏輯等。

(3) 資料正確性：

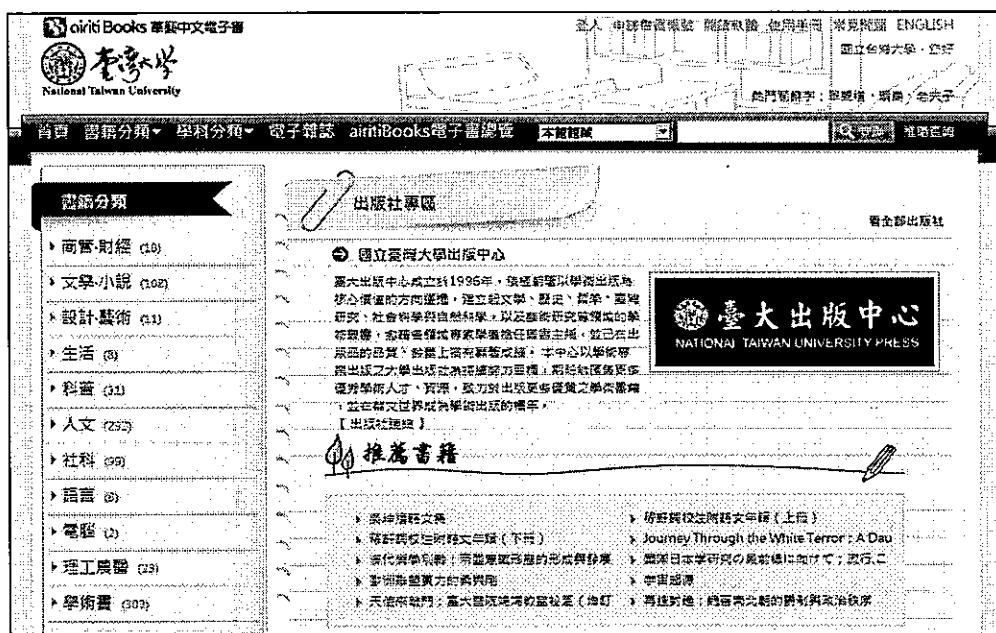
於系統上架的電子書檔案，其格式、各資料敘述欄位應與實體書一致。

(4) 保護機制：

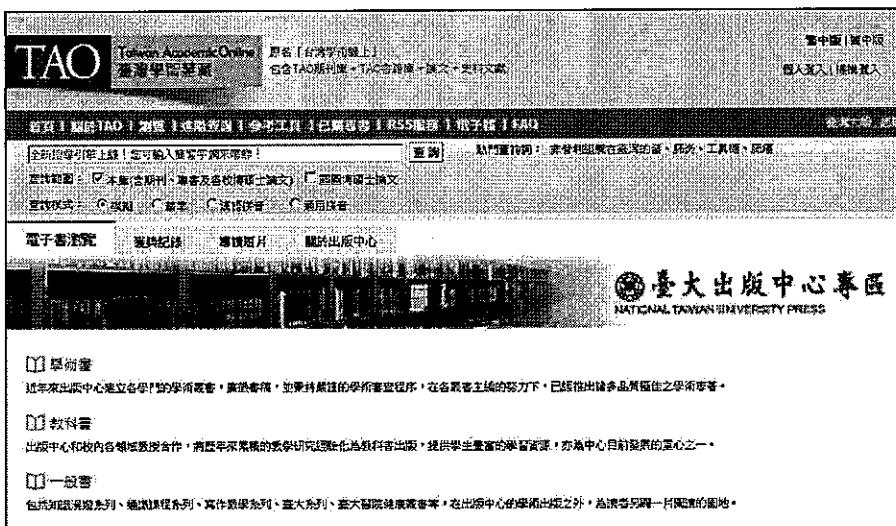
需具備 DRM 控管保護機制、電子書各頁需附加有「臺大出版中心」字樣之浮水印以杜絕出版品轉寄、下載，防範非法使用。

2-2. 建置臺大出版中心電子書專區

設立臺大出版中心電子書專區，簡陳本校簡介、重點出版品簡介、系統使用說明、版權聲明等，至少需具備中英文版本。



（華藝電子書平臺-臺大出版中心專區）



(智慧藏電子書平臺-臺大出版中心專區)

2-3. 辦理電子書行銷推廣活動，有效推動電子書行銷

2-3-1. 拓展行銷通路

透過華藝及智慧藏的行銷通路網，提供線上試閱，同時行銷電子書與紙本書。本中心電子書可拓展至全臺超過 150 所有大專/技職院校、150 所高中職、220 所醫院等閱覽使用。歐美地區亦有 60 餘所學校可閱覽使用本中心電子書。

2-3-2. 鎮定客群進行區隔化行銷

視本中心出版品之學科特性，鎖定國內外人文社會學術教育機構如大專校院、學術研究機構、學校圖書館、公共圖書館、醫療機構、東亞文明研究中心、孔子學院等進行推廣。

2-3-3. 多元宣傳管道

- (1) 規劃各種網頁行銷活動，如電子報、EDM、主視覺 Banner 等文宣推廣、專頁推薦、新訊通報之方式，誘發讀者興趣。
- (2) 臺大出版品系列導讀活動，舉辦作者講座活動，引起大眾對書籍內容的興趣，促進大眾對書籍內容的理解。
- (3) 製作短片，拍攝 2-3 分鐘短片，內容包含書籍內容、作者專長等。

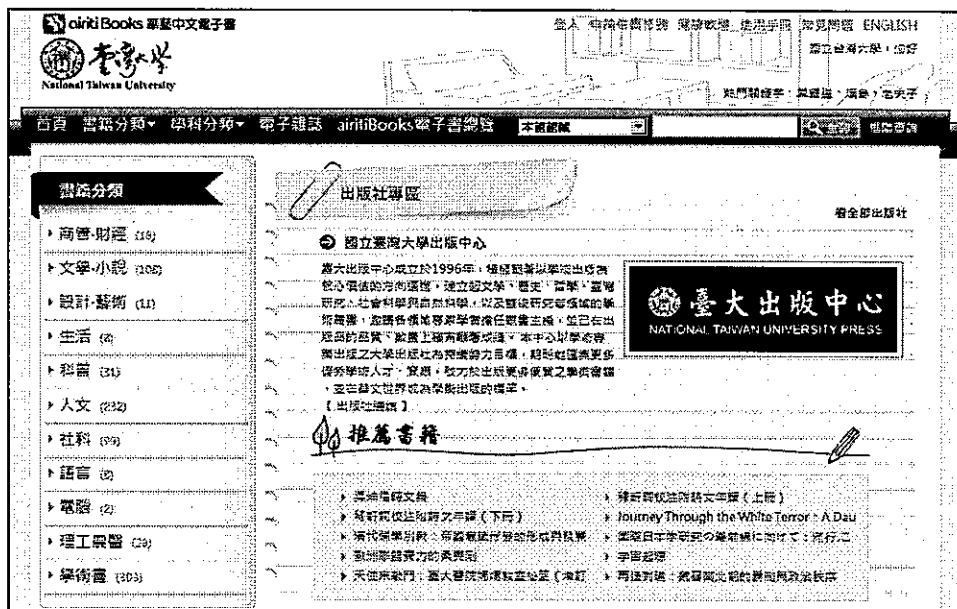
2-4. 「臺灣大學出版中心電子書合作建置暨行銷專案」專案執行成果

年度與時程	專案工作重點	專案執行成果
102 年 9-12 月	專案研擬與規劃	
103 年 1-2 月	公開招標作業與得標之委託廠商簽約	得標廠商：華藝、智慧藏
103 年 3-4 月	首批書單交付與製作	電子書檔案交付
103 年 4-7 月	電子書平臺建置 電子書上架	1.建置電子書平臺 2.製作符合平臺檔案格式的電子書檔案
103 年 8 月	電子書平臺建置檢核	1.檢核電子書平臺功能 2.檢核電子書 metadata 正確性 3.檢核電子書檔案正確性
103 年 9-12 月	1.電子書平臺正式營運 2.辦理各種行銷活動	300種電子書上架

3. 電子書行銷發行管道

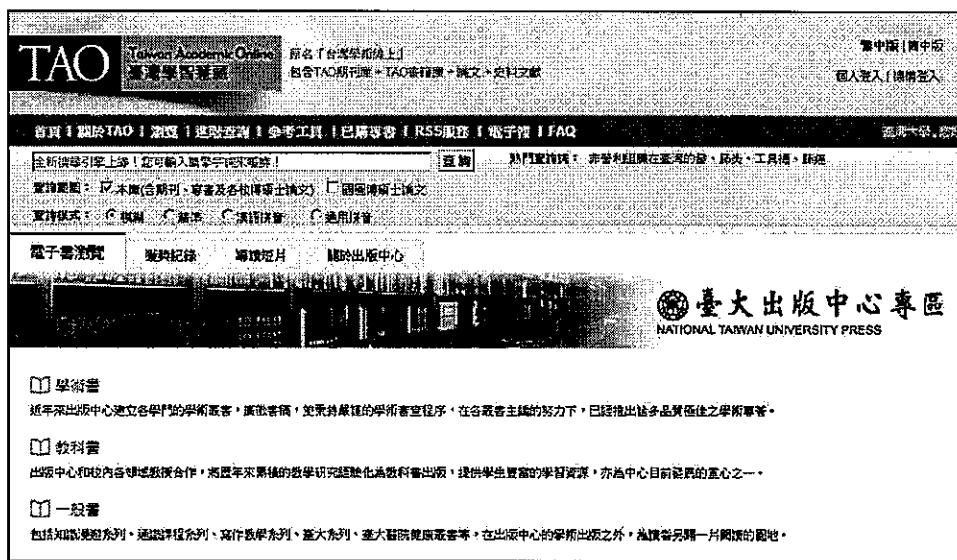
中心積極進軍電子書市場，透過電子書行銷專案與國內優良廠商合作，期開發BtoB市場，增加中心電子書在國內各機構的使用率。與Google Book Search合作，讀者可經由Google Book Search查得中心出版品，藉此增加出版品能見度。因應行動載具蓬勃發展，中心亦於將部分出版品在Google Play上架販售，提供個別閱聽人透過Google play閱覽中心部分出版品。

3-1. 華藝電子書平臺



(華藝電子書平臺-臺大出版中心專區)

3-2. 智慧藏電子書平臺



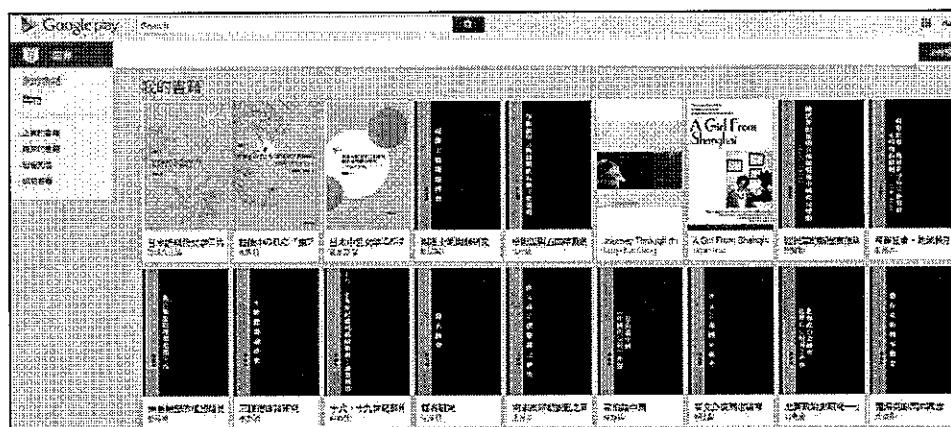
(智慧藏電子書平臺-臺大出版中心專區)

3-3. Google Book Search

The screenshot shows the Google Book Search interface. The search term '臺大出版中心' is entered in the search bar. Below the search bar, there are links for '網頁' (Web), '新聞' (News), '地圖' (Maps), '圖片' (Images), '書籍' (Books), '更多' (More), and '搜尋工具' (Search tools). A message indicates there are approximately 3,580 results found in 0.42 seconds. The first result is a link to the National Taiwan University Press website (www.press.ntu.edu.tw/). The second result is a thumbnail image of a book cover titled '臺大教學傑出教師的故事2'. The third result is a thumbnail image of a book cover titled '國立臺灣大學校史稿(1928-2012) - 第 678 頁'.

(Google Books Search)

3-4. Google Play



(Google Play 上架電子書)

4. 回饋師生，校園免費閱讀使用

為回饋本校師生，本電子書資料庫於本中心網頁及與本校圖書館資料庫設置連結 (<http://www.lib.ntu.edu.tw/CL/resources/ebook/ebook.htm>)，使本校師生得以在校園網域內免費使用、瀏覽，即時且隨時學習，盡情享受數位閱讀之便利。

(四) 擴大宣傳行銷推廣

1. 中心藉由參與各大國際書展，辦理新書發表會、講座網路書店合作活動等，增加書籍曝光度，同時增進社會大眾對書籍的認識，提高中心能見度。自 99 年迄今，中心率領國內大學出版社（中心）成立聯盟，並積極參與台北國際書展、美國亞洲研究學會書展、德國法蘭克福書展、香港國際書展等，更辦理逾 210 場各類型行銷活動，推廣中心出版品。

單位：場次

項目／年度	99	100	101	102	103 (至 10 月)	合計
新書發表會	6	8	10	7	5	36
講座、座談、簽書會	6	9	7	24	17	63
網路書店活動	16	19	15	19	29	98
國際書展	2	2	3	4	6	17
總計	30	38	35	54	57	214

*國際書展參加即算一次

99：台北國際書展（以下簡稱台北）、德國法蘭克福國際書展（以下簡稱法蘭克福）

100：台北、法蘭克福

101：台北、法蘭克福、美國亞洲研究學會（Association for Asian Studies，以下簡稱 AAS）

102：台北、法蘭克福、AAS、香港國際書展（以下簡稱香港）

103：台北、香港、上海國際書展、北京國際書展、AAS、法蘭克福

2. 強化出版中心行銷形象，加強媒體露出：

與各式媒體合作，刊登書籍訊息、活動訊息，增加中心及其出版品的能見度，吸引讀者關注，傳遞高品質的學術研究成果，推升國家知識素養。

單位：次

項目／年度	99	100	101	102	103 (至 10 月)	總計
報紙/新聞	0	1	0	14	18	33
期刊雜誌	5	3	6	22	48	84
電子報	38	37	24	16	33	148
電視/廣播	0	3	0	8	4	15
網站	0	0	1	6	34	41
總計	43	44	31	66	137	321

3. 拓展國內外代理及經銷商，實體與網路通路並重銷售：

與國內外代理商與經銷商合作，積極行銷中心出版品，並以實體與網路通路並重之多樣化進行銷售，迄今已有國內經銷通路共 25 家、國外經銷通路 10 家、網路書店 13 家、中心自營書店 3 家。

4. 經營網路媒體，建置多元與讀者互動平臺：

中心藉由網路及時、快速、特色客群等特性，經營多種網路媒體，建置多元與讀者互動的平臺，中心所提供之出版書訊、活動訊息，可連結至中心官方網站藉由良好的檢索功能，查詢網站內容及書籍資訊，亦可於出版中心部落格、臉書粉絲專頁、電子報，分享各種精彩講座側記、國際書展參展報導、教育用品設計與上市資訊，中心所辦理的演講與DVD片花更可於Youtube影音平臺無國界、無時差供讀者聆賞講者風采，更可於ISSUU平臺試閱中心出版品之精華內容。

5. 製作文宣品，提升出版品曝光度：

中心透過出版品文宣品製作，增加讀者對出版品的關心及提升出版品曝光度，亦以出版品與講座為主軸，設計文宣品，帶動人們對出版品與講座的關心。除印製紙本文宣品外，並透過網路發送文宣，如特定學科/主題目錄、出版品全目錄等。

單位：種

項目／年度	99	100	101	102	103 (至10月)	總計
出版品全目錄	1	2	2	2	0	7
單書文宣	5	9	7	18	21	60
叢書/主題 文宣	3	1	8	20	6	38
活動文宣	0	3	4	25	24	56
總計	9	15	21	65	51	161

伍、關鍵績效指標 (KPI)

策略目標	評核標準	具體方案	年度內預定執行情況																											
1 致力學術圖書出版主軸	(1)學術圖書的出版量	建立多種學術叢書並聘請主編規劃叢書方向，開拓書稿來源，廣邀學者投稿	每年度學術圖書的出版數量在 30 本以上																											
			<table border="1"> <thead> <tr> <th>年度</th><th>99</th><th>100</th><th>101</th><th>102</th><th>103 (至 10 月)</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>學術圖書 出版量 (本)</td><td>41 【21】</td><td>45 【28】</td><td>50 【30】</td><td>52 【32】</td><td>37 【35】</td></tr> </tbody> </table>					年度	99	100	101	102	103 (至 10 月)	學術圖書 出版量 (本)	41 【21】	45 【28】	50 【30】	52 【32】	37 【35】											
年度	99	100	101	102	103 (至 10 月)																									
學術圖書 出版量 (本)	41 【21】	45 【28】	50 【30】	52 【32】	37 【35】																									
* 【 】內為期望值																														
2 出版品多量與多元化	(2)學術圖書出版比率	逐年提高學術書的出版量，並在圖書總出版量的比率增加	逐年增加學術書出版比率，達到占圖書總出版量的 70%以上																											
			<table border="1"> <thead> <tr> <th>年度</th><th>99</th><th>100</th><th>101</th><th>102</th><th>103 (至 10 月)</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>學術圖書 出版比率 (%)</td><td>82 【49】</td><td>85 【62】</td><td>78 【65】</td><td>81 【68】</td><td>88 【72】</td></tr> </tbody> </table>					年度	99	100	101	102	103 (至 10 月)	學術圖書 出版比率 (%)	82 【49】	85 【62】	78 【65】	81 【68】	88 【72】											
年度	99	100	101	102	103 (至 10 月)																									
學術圖書 出版比率 (%)	82 【49】	85 【62】	78 【65】	81 【68】	88 【72】																									
* 【 】內為期望值																														
	(1)出版品總量增加	執行各類出版品的出版計畫並對外廣泛徵稿，增加圖書出版品的總數量	每年圖書出版品總量達 45 本以上																											
			<table border="1"> <thead> <tr> <th>年度</th><th>99</th><th>100</th><th>101</th><th>102</th><th>103 (至 10 月)</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>圖書出版 總數量 (本)</td><td>50 【43】</td><td>53 【45】</td><td>64 【46】</td><td>64 【47】</td><td>42 【48】</td></tr> </tbody> </table>					年度	99	100	101	102	103 (至 10 月)	圖書出版 總數量 (本)	50 【43】	53 【45】	64 【46】	64 【47】	42 【48】											
年度	99	100	101	102	103 (至 10 月)																									
圖書出版 總數量 (本)	50 【43】	53 【45】	64 【46】	64 【47】	42 【48】																									
* 【 】內為期望值																														
** 2011-2012 另行出版《教務雜誌》(The Chinese Recorder and Missionary Journal) 紙本 75 冊，以及針對該書 13,794 個詞條與超過 31 萬個頁碼獨家開發之 Web 版索引檢索系統 CRISE (CR Index Search Engine)。																														
	(2)出版多元化	除紙本圖書出版外，也同時進行影音多媒體與電子書的數位出版	影音多媒體每年出版量在 7 種以上；電子書每年製作 30 本以上																											
			<table border="1"> <thead> <tr> <th>年度</th><th>99</th><th>100</th><th>101</th><th>102</th><th>103 (至 10 月)</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>影音多媒體出版總數量 (種)</td><td>12 【14】</td><td>6 【7】</td><td>26 【7】</td><td>26 【8】</td><td>16 【8】</td></tr> <tr> <td>電子書上線數量 (本)</td><td>288 【288】</td><td>36 【36】</td><td>36 【36】</td><td>0 【38】</td><td>100 【38】</td></tr> <tr> <td></td><td>加回溯 418</td><td>454 【454】</td><td>490 【490】</td><td>490 【528】</td><td>590 【566】</td></tr> </tbody> </table>					年度	99	100	101	102	103 (至 10 月)	影音多媒體出版總數量 (種)	12 【14】	6 【7】	26 【7】	26 【8】	16 【8】	電子書上線數量 (本)	288 【288】	36 【36】	36 【36】	0 【38】	100 【38】		加回溯 418	454 【454】	490 【490】	490 【528】
年度	99	100	101	102	103 (至 10 月)																									
影音多媒體出版總數量 (種)	12 【14】	6 【7】	26 【7】	26 【8】	16 【8】																									
電子書上線數量 (本)	288 【288】	36 【36】	36 【36】	0 【38】	100 【38】																									
	加回溯 418	454 【454】	490 【490】	490 【528】	590 【566】																									
* 【 】內為期望值																														

3 行銷多方位推廣以提升出版品的能見度與知名度並增加銷售營業額	(1)整體與多方位行銷	<p>每年提出中心出版品的整體行銷規劃。舉辦新書發表會、講座與作者簽書會、圖書書評邀約、特定行銷對象推廣與經營、出版品文宣品（主題型與總體型目錄、DM、EDM 等）製作與發送、網路書店專屬網頁推廣活動等整體與多方位的行銷</p> <p>1. 每年舉辦 4 場以上的新書發表會 2. 每年舉辦 6 場以上的作者講座或作者簽書會 3. 每年製作主題性目錄與出版品總目錄共 4 種以上寄發各特定族群行銷對象 4. 每年選定 5 種以上特定的行銷對象作為深耕的行銷對象 5. 每年度與網路書店進行 6 次以上的推廣活動 6. 每年選取 4 種以上圖書邀約書評刊載於相關媒體</p>																																									
		<table border="1"> <thead> <tr> <th>年度</th><th>99</th><th>100</th><th>101</th><th>102</th><th>103 (至 10 月)</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>新書發表會 (場)</td><td>6 【4】</td><td>8 【4】</td><td>10 【5】</td><td>7 【5】</td><td>5 【5】</td></tr> <tr> <td>作者講座 簽書會 (場)</td><td>5 【2】</td><td>9 【6】</td><td>7 【6】</td><td>11 【6】</td><td>8 【6】</td></tr> <tr> <td>特定族群目錄 製作發送 (種)</td><td>8 【2】</td><td>5 【4】</td><td>13 【5】</td><td>20 【6】</td><td>4 【6】</td></tr> <tr> <td>特定行銷對象 經營類別總數 (種)</td><td>11 【4】</td><td>12 【6】</td><td>12 【5】</td><td>16 【10】</td><td>31 【12】</td></tr> <tr> <td>網路書店活動 推廣次數 (次)</td><td>16 【5】</td><td>19 【6】</td><td>15 【7】</td><td>19 【8】</td><td>12 【8】</td></tr> <tr> <td>圖書書評邀約 並刊載 (次)</td><td>5 【1】</td><td>6 【4】</td><td>6 【6】</td><td>37 【8】</td><td>30 【8】</td></tr> </tbody> </table>	年度	99	100	101	102	103 (至 10 月)	新書發表會 (場)	6 【4】	8 【4】	10 【5】	7 【5】	5 【5】	作者講座 簽書會 (場)	5 【2】	9 【6】	7 【6】	11 【6】	8 【6】	特定族群目錄 製作發送 (種)	8 【2】	5 【4】	13 【5】	20 【6】	4 【6】	特定行銷對象 經營類別總數 (種)	11 【4】	12 【6】	12 【5】	16 【10】	31 【12】	網路書店活動 推廣次數 (次)	16 【5】	19 【6】	15 【7】	19 【8】	12 【8】	圖書書評邀約 並刊載 (次)	5 【1】	6 【4】	6 【6】	37 【8】
年度	99	100	101	102	103 (至 10 月)																																						
新書發表會 (場)	6 【4】	8 【4】	10 【5】	7 【5】	5 【5】																																						
作者講座 簽書會 (場)	5 【2】	9 【6】	7 【6】	11 【6】	8 【6】																																						
特定族群目錄 製作發送 (種)	8 【2】	5 【4】	13 【5】	20 【6】	4 【6】																																						
特定行銷對象 經營類別總數 (種)	11 【4】	12 【6】	12 【5】	16 【10】	31 【12】																																						
網路書店活動 推廣次數 (次)	16 【5】	19 【6】	15 【7】	19 【8】	12 【8】																																						
圖書書評邀約 並刊載 (次)	5 【1】	6 【4】	6 【6】	37 【8】	30 【8】																																						
* 【 】內為期望值																																											
(2)提升銷售營業額	經營出版中心書店與合作的經銷代理商	每年以 10% 的成長率提高銷售營業額																																									
		<table border="1"> <thead> <tr> <th>年度</th><th>99</th><th>100</th><th>101</th><th>102</th><th>103 (至 10 月)</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>銷售營業額 (萬元)</td><td>1080 【1050】</td><td>1215 【1155】</td><td>1363 【1270】</td><td>1329 【1397】</td><td>533 【1536】</td></tr> </tbody> </table>	年度	99	100	101	102	103 (至 10 月)	銷售營業額 (萬元)	1080 【1050】	1215 【1155】	1363 【1270】	1329 【1397】	533 【1536】	<p>* 【 】內為期望值</p> <p>** 表中為出版中心書店銷售金額</p>																												
年度	99	100	101	102	103 (至 10 月)																																						
銷售營業額 (萬元)	1080 【1050】	1215 【1155】	1363 【1270】	1329 【1397】	533 【1536】																																						

陸、因應邁頂計畫經費縮減之做法

單位：千元

項目／年度	101	102	103 (至 10 月)
預算 (元)	1,707	2,010	1,990
實際執行金額 (元)	1,665	1,969	1,433
執行比率 (%)	97.5	97.9	72

表：邁頂計畫經費執行情況

因應 99 年度本校行政品質評鑑中評鑑委員對教科書出版的建議，本中心得到教務處支持，共同推動以三年（101-103）為期之「教科書出版提升計畫」，是為「國立臺灣大學邁向頂尖大學計畫」下「提升教學品質計畫」之分項計畫。迄今已出版教科書共計 15 本：101 年出版 4 本；102 年出版 8 本；103 年已出版 3 本，下半年預計出版 3 本。

邁入計畫第三年，在穩定地落實相關規劃之餘，出版中心更積極邀稿，拓展稿源。明年（104 年）預計出版之教科書已達 9 本之多，作者陣容涵蓋語言學、海洋學、文學、史學、土木工程、音樂學等科系的教授，力求人文與自然科學教科書出版之均衡發展。

若教科書計畫未能續獲補助，本中心擬以以下方式因應之：

一、目前製作中或已談妥／簽約之書稿

依合約或洽談內容，納入本中心編輯人力、經費之調配。已排入編輯、出版流程之書稿，依進度完成；未完成之稿件，待其來稿後再視編輯部人力進行調配。

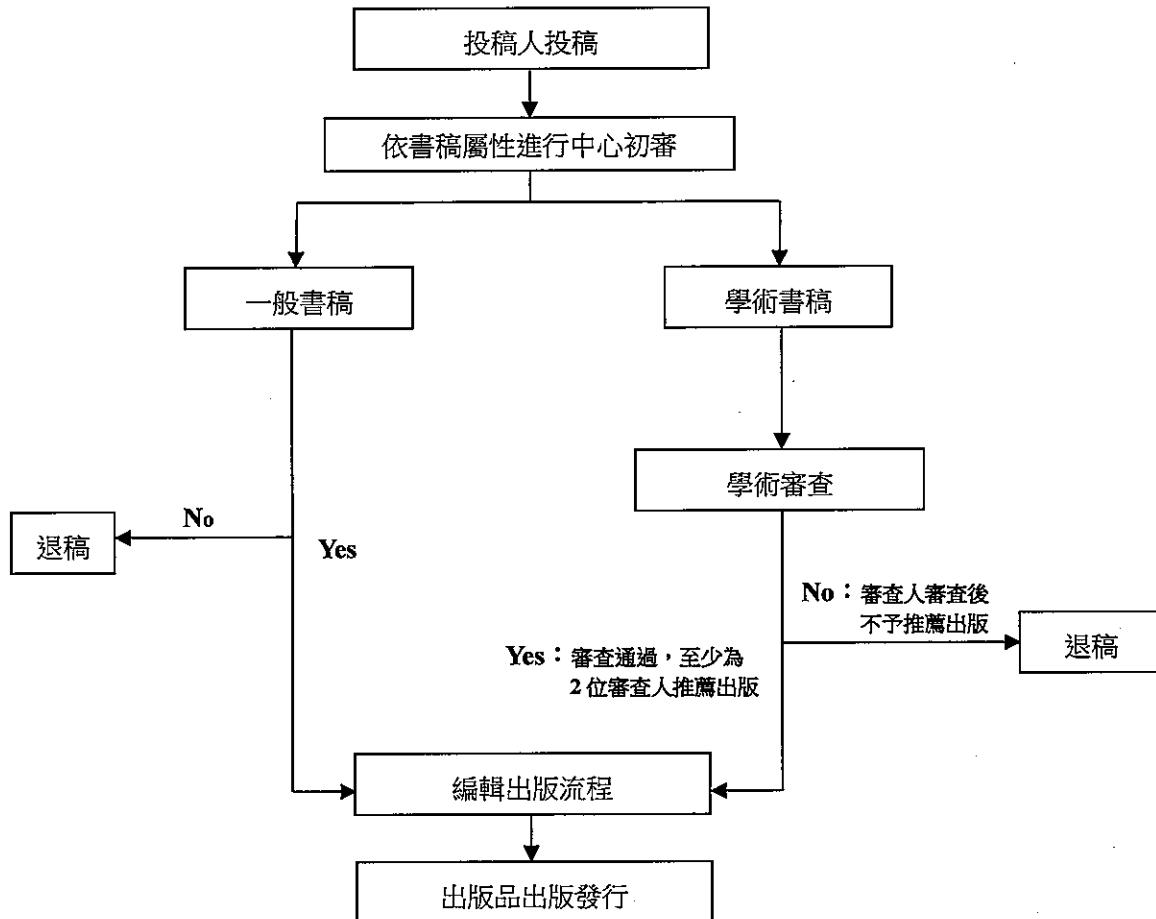
二、未來擬邀約之書稿

經過三年來教科書計畫的實施，本中心教科書出版已有相當成效，未來的目標，不僅止於出版本校優秀教師的教學用書，更希望匯合全臺灣優秀的教師，集思廣益，提高教科書的品質，俾使教學雙方互蒙其惠。因此即使教科書計畫未獲補助，教科書出版事宜仍應持續進行。

唯不論是上述目前製作中或已談妥／簽約之書稿，或是未來擬邀約之書稿，由於人力、經費均需由本中心自行吸收，教科書勢必壓縮到其他學術書籍之出版。換言之，即使總出版量不變、教科書在年度出版量的比率也有所增加，但其他學術書籍的出版量便會因此而相對減少。因此期待本計畫能持續得到教務處的支持，不因計畫時限而中止，則教科書未來的出版，成果可期；本中心原有之學術書籍的出版，亦將維持逐年成長的趨勢，造福學界。

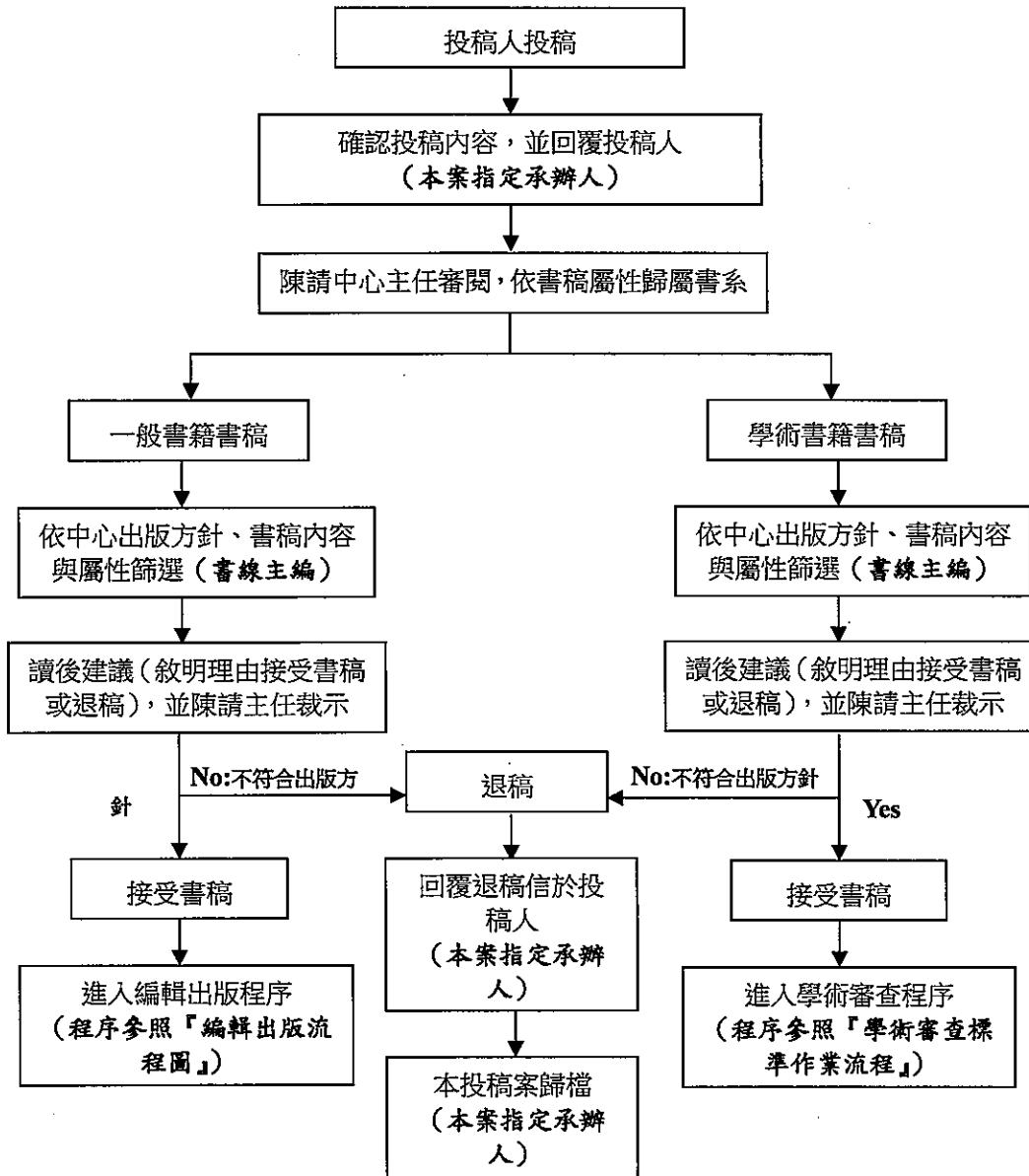
附件一-1：出版中心標準作業程序／出版品編輯出版標準作業程序

《出版品編輯出版標準作業程序》

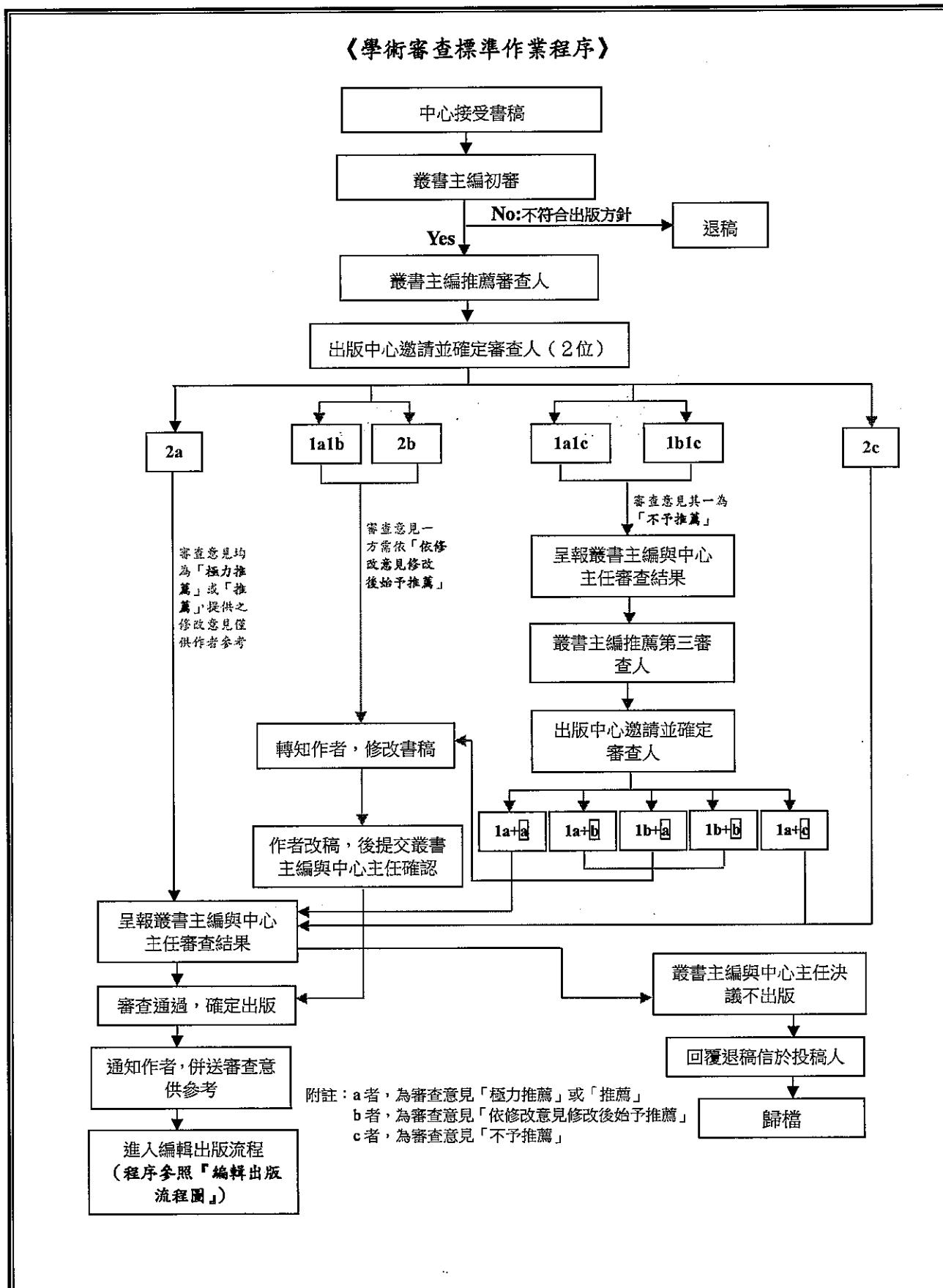


附件一-2：出版中心標準作業程序／作者投稿標準作業程序

《作者投稿標準作業程序》



附件一-3：出版中心標準作業程序／學術審查標準作業程序



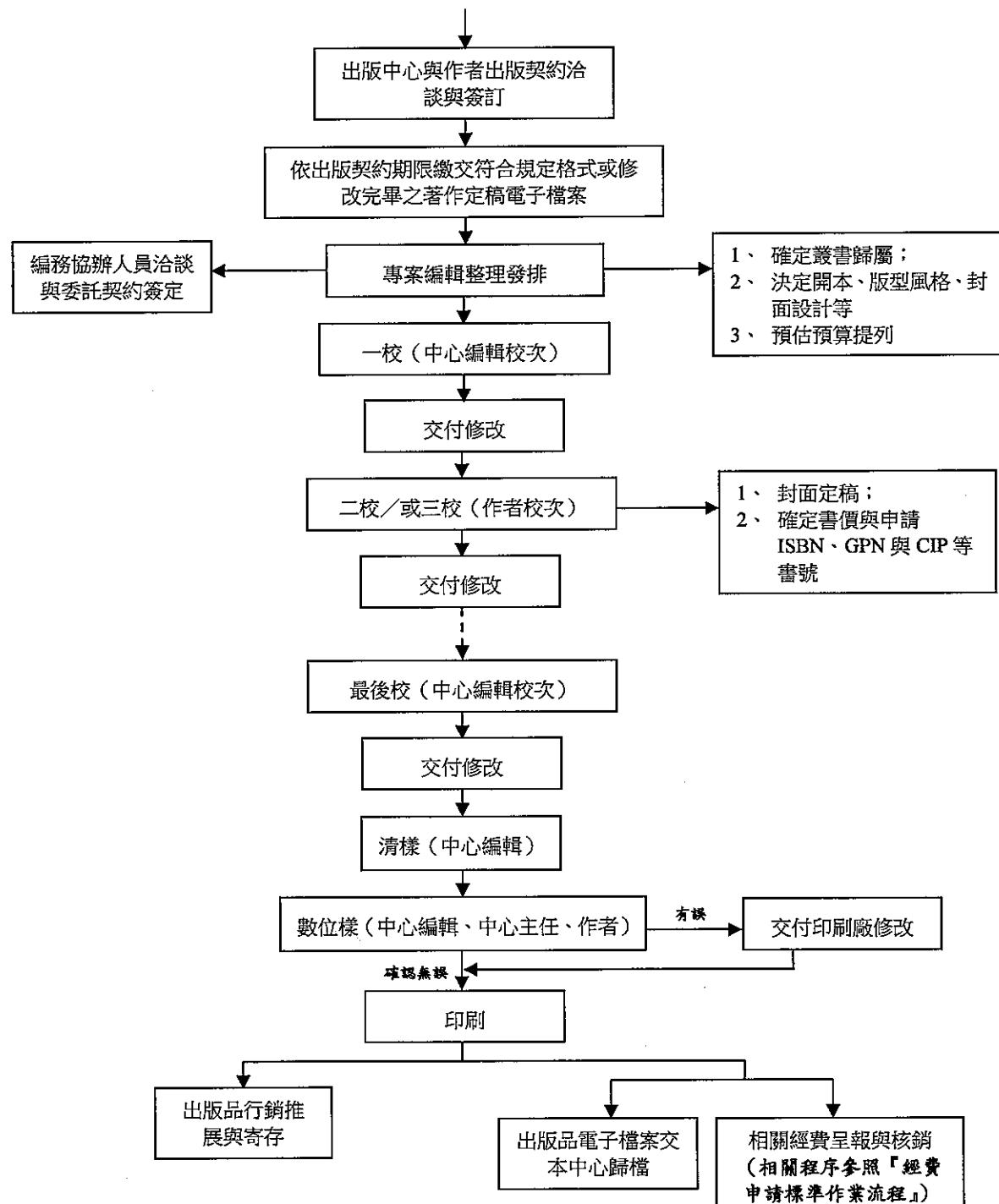
學術叢書著作審查意見表

著作名稱			
<p>審查意見：</p> 			
(文長請另紙填寫)			
<p>修改意見：</p> 			
(文長請另紙填寫)			
<p>審查結果：</p>			
一、 <input type="checkbox"/> 極力推薦 <input type="checkbox"/> 推薦 <input type="checkbox"/> 不予推薦			
二、 <input type="checkbox"/> 修改意見僅供作者參考 <input type="checkbox"/> 依修改意見修改後始予推薦			
審查人 簽字		審畢日期	年 月 日

附註：另寄本審查意見表之數位檔予審查人。審查人亦可以數位檔打字填寫，列印後簽字寄回臺大出版中心。(地址：臺北市思源街 18 號，澄思樓 2 樓，臺大出版中心收)

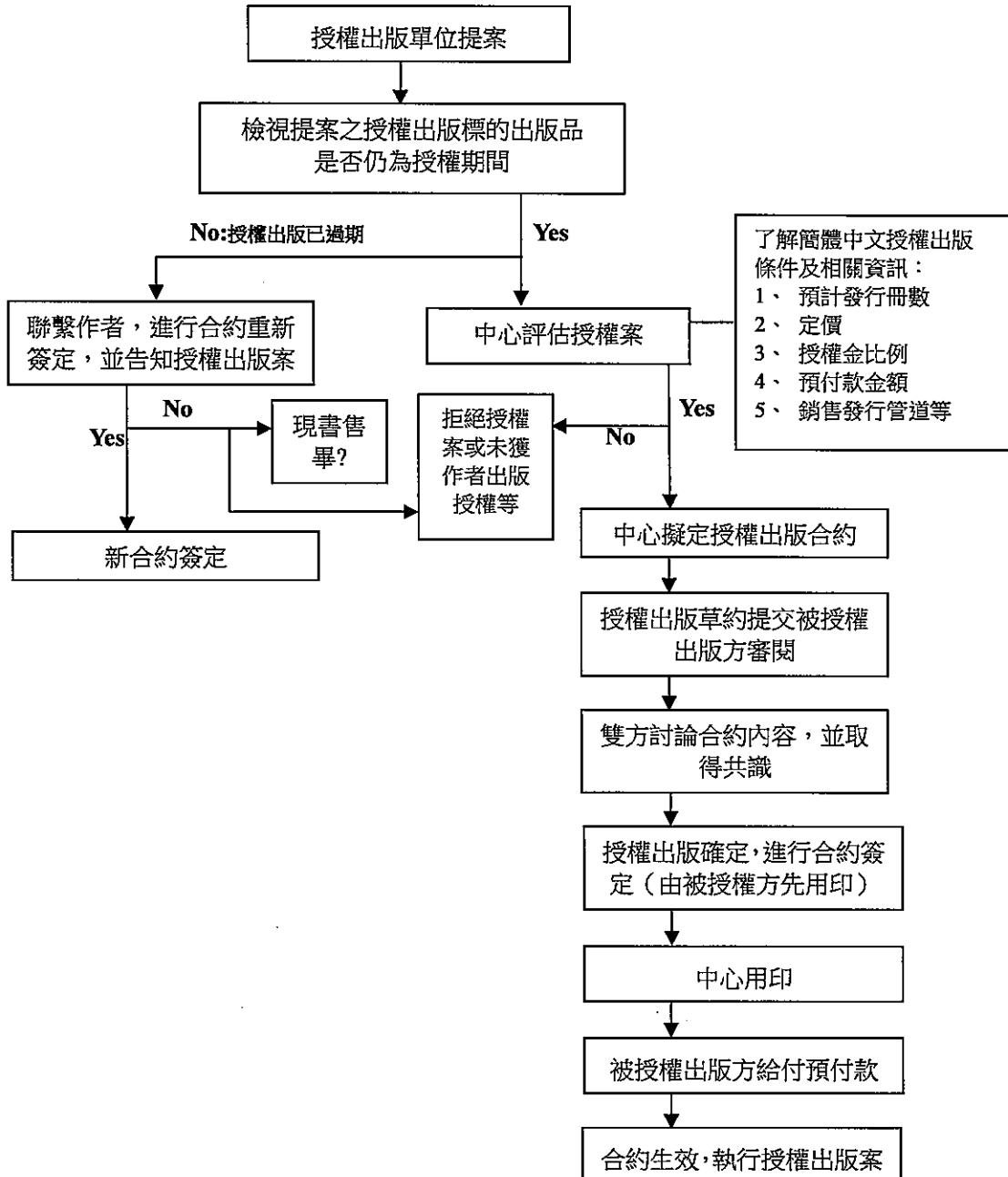
附件一-4：出版中心標準作業程序／出版契約簽訂與編輯出版流程標準作業程序

《出版契約簽訂與編輯出版流程標準作業程序》



附件一-5：出版中心出版品授權出版標準作業流程／簡體中文授權出版

《出版品授權出版標準作業流程—簡體中文授權出版》



二、預定初稿完成時間

年份	請填月份
2014 年	
2015 年	
2016 年	

三、著者資料（若有多位著者，請分別填寫）

姓 名	
服務單位	
現 職	
學 經 歷	
已出版著作	
聯絡電話	
Email	

附件三：教科書著作審查意見表

一、書稿資料：

著作名稱	
相關課程	

二、審查意見：

(請依本書作為教科書的妥適性、資料的正確性、篇章結構的完整與平衡、圖表運用的合理性，以及文字易讀性及流暢度等要點加以陳述。)

(文長請另紙填寫)

三、修改意見：

(文長請另紙填寫)

審查結果：

- 一、 極力推薦 推薦 不予推薦
二、 修改意見僅供作者參考 依修改意見修改後始予推薦

審查人 簽字		審畢日期	年 月 日
-----------	--	------	-------------

附註：另寄本審查意見表之數位檔予審查人。審查人亦可以數位檔打字填寫，列印後簽字寄回臺大出版中心。
(地址：臺北市思源街 18 號，澄思樓 2 樓，臺大出版中心 教科書出版計畫收)

