

90學年度專研目錄

專研編號	專研名稱
9001	銘傳大學統計系畢業系友之就業狀況調查與研究
9002	銘傳大學統計系歷屆畢業生升學與就業狀況之研究
9003	國民所得與經濟發展之迴歸分析
9005	臺灣區汽車市場佔有率之預測
9006	台灣機車市場佔有率之預測
9007	女性消費者選購化妝品之忠誠度探討-以大台北地區女性為對象
9008	統計試算系統在網路教學上之應用
9009	銘傳大學統計系與應英系學生在消費一般書籍行為之研究報告
9010	上課氣氛對大學生學習態度之影響
9011	統計之網路諮詢輔助系統與資料庫管理—敘述統計及推論統計篇
9012	統計之網路諮詢輔助系統—敘述統計及推論統計篇
9013	“數”然起敬，“學”而不思—探討大學生的學習特性對數學科學習成就的影響
9014	銘傳學生(桃園校區)對雜誌的偏好及消費型態之研究
9015	宿舍網路流量分析-銘傳大學桃園校區
9016	銘傳大學桃園校區網路購物使用情形調查
9017	銘傳大學桃園校區大學生對牛仔褲的消費行為
9018	銘傳大學統計系學生網路使用情形
9019	銘傳大學應統系系圖書室使用者服務利用滿意情形
9020	Access圖書管理系統設計與資料統計分析
9021	生物資訊統計分析方法—以 SVM, CLUSTER Methods為例
9022	生物DNA序列比對—FASTA及BLAST的應用
9023	探討銀行合併後對純益率的影響—以台銀、土銀、中信局為例
9023-2	探討銀行合併後對純益率的影響—以台銀、土銀、中信局為例
9023-3	探討銀行合併後對純益率的影響—以台銀、土銀、中信局為例
9023-4	探討銀行合併後對純益率的影響—以台銀、土銀、中信局為例
9024	廢潤滑油的估計與探討-以台北市為例
9024-2	廢潤滑油的估計與探討-以台北市為例
9025	廣告效果對多品牌洗髮精的影響之探討(以寶僑公司為例)
9025-2	廣告效果對多品牌洗髮精的影響之探討(以寶僑公司為例)
9025-3	廣告效果對多品牌洗髮精的影響之探討(以寶僑公司為例)
9026	大學生對於人壽保險接受度與其家庭背景之間的關係探討—以北區大學學生為研究
9026-2	大學生對於人壽保險接受度與其家庭背景之間的關係探討—以北區大學學生為研究
9027	垃圾費隨袋徵收政策在外縣市推行之可行性-以桃園縣龜山鄉為例
9027-2	垃圾費隨袋徵收政策在外縣市推行之可行性-以桃園縣龜山鄉為例
9028	有機農產品之市場區隔與行銷策略
9029	牙膏消費行為與產品定位(以台北縣新莊市民為例)
9030	針對『西式速食店麥當勞和肯德基的產品差異與消費者消費行為之間的關聯性』之研究-以桃園市為例
9031	台灣職棒球迷觀賞行為調查
9032	S-PLUS的畫圖原則與作法
9033	機率論在生物遺傳學上的應用
9034	網路課後輔助教學-針對統計學網頁
9035	統計套裝軟體線上輔助教學網站—以Splus2000為例
9036	銘傳大學應用統計系之專題研究的品質保證體系-建立一套符合ISO-9000系列標準的品質系統文件之管理方式
9036-2	銘傳大學應用統計系之專題研究的品質保證體系-建立一套符合ISO-9000系列標準的品質系統文件之管理方式
9037	品管七大手法在製程品質上的應用以聖誕燈燈串製成為例
9038	穩健設計中的分類與資料分析的研究
9039	鹼性電池之消費者行為研究—以銘傳大學桃園校區為主

9040	國人對肥胖的認知度及減重行為之探討
9041	一般民眾對於電動機車的看法
9042	單一生產線人員配置規劃問題
9043	基本管制圖之研讀與G管制圖之經濟設計問題
9044	股市能量潮指標之研究