



朝陽科技大學

112 年度翻轉教室與其他創新教法課程
成果報告書

【行銷管理課程】

執行系別：行銷與流通管理系

授課教師：許文齡

中華民國一一二年十一月十日

目 錄

壹、翻轉教室與其他創新教法課程基本資料.....	1
貳、翻轉教室與其他創新教法課程運作狀況.....	2
參、翻轉教室與其他創新教法課程執行成效.....	8



壹、翻轉教室與其他創新教法課程基本資料

課程名稱	行銷與流通管理				
授課教師	許文齡	所屬系所	行銷與流通管理系		
聯絡電話	4670	E-mail	w l h s u @ c y u t . e d u . t w		
執行學期	112 學年度一學期	補助經費	☒ A 方案 ☐ B 方案		
課程代號	1462	授課時段	四 234	修課人數	65

☒申請經費補助 A 方案

科目		編列上限	內容說明
業務費	印刷費	10,000	計畫執行所需印刷、影印、裝訂等費用。
	工讀費	8,800	協助教材製作所需工讀費，176 元/時，校內學生支領。(1 人次為原則)
	材料費	4,000	教材製作所需如美術、化學用品、食材等特殊耗材。
	勞工保險	307	依據本校勞工保險分攤金額表。(投保 10 天)
	勞工退休金	174	依據勞工退休級距表提繳工資 6%。
雜支		1,000	與計畫相關之紙張、光碟、隨身碟及耗材文具等。
總經費		24,305	每門課程編列補助總額至多以 24,305 元為原則。

☐申請經費補助 B 方案

科目		編列上限	內容說明
業務費	印刷費	10,000	計畫執行所需印刷、影印、裝訂等費用。
	工讀費	4,400	協助教材製作所需工讀費，176 元/時，校內學生支領。(1 人次為原則)
	材料費	8,200	教材製作所需如美術、化學用品、食材等特殊耗材。
	勞工保險	154	依據本校勞工保險分攤金額表。(投保 5 天)
	勞工退休金	45	依據勞工退休級距表提繳工資 6%。
雜支		1,000	與計畫相關之紙張、光碟、隨身碟及耗材文具等。
總經費		23,799	每門課程編列補助總額至多以 23,399 元為原則。



貳、翻轉教室與其他創新教法課程運作狀況(說明如何運作翻轉教學法、實施翻轉教學法之週數、學生反應狀況、數位平台上放置課程教材讓學生可透過手機、平板學習等)

一、翻轉教學法之操作

為強化學生行銷專業所需之語言與語感，本「行銷管理」課程的教學設計與規劃如下：

1. 教學目標

行銷管理課程乃有系統地探討行銷管理理論及其應用，強調重要觀念的解析，並以國內外實例與生活見聞來解釋學理的應用。本課程藉以提升同學對行銷議題的興趣，並培養同學行銷問題的協調與溝通、分析與解決行銷問題的能力，並利用行銷案例來強化學生的行銷管理與實務學習能力。

2. 教學方法

(1) 本計畫之教學方法採團隊導向學習法與問題導向學習法，於每週上課前提供個案資料讓學生事先預習，並利用數位設備進行即時互動，了解學生閱讀理解程度與預習情況，搭配課程單元進度進行案例教學，並請學生進行口頭報告，以及彙總書面報告。

(2) 團體分組學生以同質性的方法分組

(3) 原則上於學期初讓同學挑選報告的企業，並請其逐週蒐集與整理個案企業的行銷相關活動，各組進行報告時由教師隨機抽取口頭報告人選，各組依據其他組別與教師的提問修改報告，並於第 17 週完成本學

期完整的書面報告及整組口頭報告。

3. 成績考核方式

- (1) 課堂參與及發言，占學期成績 20%。
- (2) 各單元隨堂測驗，占學期成績 20%。
- (3) 期中考，占學期成績 20%。
- (4) 平時團隊討論、口頭報告，占學期成績 20%。(團隊成績)
- (5) 期末團隊完整書面報告及口頭報告，占學期成績 20%。(團隊成績)

二、實施翻轉教學法之週數

次數	日期	執行翻轉教學法方式	主題
1	9/28	課前預習 課堂小組討論 隨堂測驗	1. 如何進行行銷資訊蒐集 2. 如何進行銷數據分析
2	10/12	課前預習 課堂小組討論 課堂個案演練	1. 如何進行行銷策略規劃 2. SWOT 分析如何撰寫
3	10/19	課前預習 課堂小組討論 隨堂測驗	1. 了解市場區隔變數 2. 學習 STP 分析如何撰寫
4	10/26	課前預習 課堂小組討論 課堂個案演練	1. 了解消費者的購買決策程序 2. 影響消費者購買的相關因素
5	11/2	課前預習 課堂小組討論 課堂個案演練	1. 了解產品概念的層次 2. 蒐集企業產品組合與分析
6	11/9	課前預習 課堂小組討論 課堂個案演練	1. 了解創新對企業的重要性 2. 了解新產品開發過程 3. 學習產品生命週期

三、學生反應狀況

學號	內容
112340XX	分組討論很有趣也可以認識到不同的人，原本以為老師真的會點人問組員的一些問題還有點緊張哈哈老師上課很有趣也了解到這學期上課的大致方向，也認知到對於自己有興趣的產業要早點找到並且去認識該產業的產業知識。
112340XX	這個禮拜的課程讓我對行銷有更進一步的認知，原來行銷是代表顧客行為跟銷售，之前一直以為行銷就是行銷，沒有什麼特別的意義。而我們讀行銷的出去工作幫企業寫行銷企劃的話，要先認識該企業的產業知識，才可以創造出企業所需要的企劃，顧客才會願意買單。
112340XX	7. 這週上課-消費者行為這章節，你對哪個部份印象最深？ 有哪些內容在上課過後讓你印象更加深刻呢？ 簡答題 (15 分) 15分 (難易度: 中) 令我印象最深刻的部分我覺得是在究竟提議跟決策哪個重要的部分，我覺得這個依不同的情境是有不同的可能性，但我仍然覺得最終決策者重要一點。
112340XX	7. 這週上課-消費者行為這章節，你對哪個部份印象最深？ 有哪些內容在上課過後讓你印象更加深刻呢？ 簡答題 (15 分) 分 (難易度: 中) 最印象深刻的應該是老師用很多個國家的照片讓我們去看每張照片的差異
112340XX	7. 這週上課-消費者行為這章節，你對哪個部份印象最深？ 有哪些內容在上課過後讓你印象更加深刻呢？ 簡答題 (15 分) 15分 (難易度: 中) 1、對上到消費者角色的部分印象深刻，因為剛好在小組討論哪個角色認為是最重要。 2、更加印象深刻的是經驗式學習和觀念式學習那部分，在上課時還有點搞混、難理解，回家後自己在看書上的解釋和網路上提供的例子，後來就有理解自己不太懂的地方。
112340XX	剛開始在寫TIMS的這個章節時，我一直搞不懂個人心理因素中的學習，訂正實務題的時候，學習這個部分錯了很多，看了課本及證照書後面的解釋後，還是有點小疑惑，但正因為有預習所以知道自己哪個部分容易搞混再加上老師的講解後，就變得比較好理解也比較有印象！
112340XX	希望以後還可以有這樣結合實務之上課方法較能理解，也比較能動腦，不會太想睡。☺
112340XX	老師所提供例子令我們有確切的方向去小組討論，另外 <u>老師每課所</u> 要求的課後作業對課堂所學的知識更進一步了解。☺
112340XX	我覺得這堂課是這學期最具挑戰的課，上課前要先看完老師提供的全部教材， <u>還要寫課前預習單</u> ，謝謝老師總是會告訴我還有哪邊需要加強跟修正，透過觀摩同學的作業也讓我看到了大家整理資料的角度都不太一樣，雖然每個禮拜作業都很多，讓人很不想面對，但我覺得自己學習到很多，也嘗試去想企業到底為何是這樣做行銷的，謝謝老師。☺

學號	內容
112340XX	我覺得分組做在一起討論很有趣，上課不再是死板板聽老師授課，可以和同學說說話驅趕睡意跟乏味，最重要的是老師提供的教材很有挑戰性，讓我們活用腦筋這很棒，去探索教科書上未有的東西。

四、數位課程教材放置

次數	日期	主題	教材內容
1	9/28	1. 如何進行行銷資訊蒐集 2. 如何進行銷數據分析	▼ 0928上課資料  精準的行銷，讓銷售變得多餘 線上連結  行銷4P、新4P是什麼？4C又是什麼？用UNIQLO的例子帶你一次搞懂 線上連結  2023行銷手法不藏了！12大常見行銷方式超完整介紹 線上連結  TIMS官方講義 查看檔案 參考檔案  上課講義 查看檔案 參考檔案  電商行銷怎麼做？經營電商必學的7種行銷手法一次掌握 線上連結

次數	日期	主題	教材內容
2	10/12	1. 釐清需要、慾望與需求 2. 產品與價值 3. 馬斯洛五大需求	▼ 1012上課資料  上課講義 查看檔案 參考檔案  【秒懂行銷 - 需要、慾望與需求】 線上連結  你知道營銷中，滿足顧客的需要、欲望、需求是什麼嗎？ 線上連結  「人本心理學之父」馬斯洛從未提過金字塔圖！釐清需求理論 5 大迷思 線上連結  行銷不能只談「產品」，而要談產品創造了什麼「價值」 線上連結  產品怎麼賣出新高度？劉潤：10個思考方式，拉開頂尖人才和你的差距 線上連結  為何世界越窮、愛馬仕業績越好？第一招：把柏金包藏起來不行銷 線上連結
3	10/19	1. 了解市場區隔變數 2. 學習 STP 分析如何撰寫	▼ 1019上課資料  上課講義 查看檔案 參考檔案  考照書講義 查看檔案 參考檔案  行銷策略3部曲：區隔(S)、目標(T)、定位(P) 線上連結  STP 分析：不是行銷人也該懂的 STP 分析——誰討厭你沒關係，誰愛你才重要 線上連結  STP是什麼？一篇搞懂掌握STP分析技巧！ 線上連結  STP 分析是什麼？怎麼用？從星巴克、Gap案例，拆解行銷學理論 線上連結  STP懶人包在這！最完整攻略助你5分鐘學會分析 (含STP範例) 線上連結  消費者為何要跟你買東西？跳脫STP理論，以「人」為核心出發 線上連結  目標市場、定位、差異化—果粉、哈雷迷到底怎麼來的？ 線上連結

次數	日期	主題	教材內容
4	10/26	1. 了解消費者的購買決策程序 2. 影響消費者購買的相關因素	▼ 1026上課資料  上課講義 查看檔案 參考檔案  考照講義 查看檔案 參考檔案  消費者行為心理解析：如何洞悉消費者的內心世界？ 線上連結  吃大餐、狂購物就是亂花錢嗎？其實這並不奢侈，而是追尋「儀式感」 線上連結  消費心理學:掌握14個暗無心法，讓顧客買到刷手手 線上連結  電商消費者心理學，了解吸引消費者購買方式與心態，不怕網路賣東西沒人買 線上連結  學習Google首席行銷策略，善用數據分析讓消費者自動買單！ 線上連結  【購物節行銷攻略】掌握4個重點，輕鬆抓住消費者的心 線上連結  開始行銷前，讓我們先了解消費者決策吧？ 線上連結
5	11/2	1. 了解產品概念的層次 2. 蒐集企業產品組合與分析 3. 了解新產品開發過程 4. 學習產品生命週期	▼ 1102管理產品與推出新產品  上課講義 查看檔案 參考檔案  考照講義 查看檔案 參考檔案  電動車還會紅多久？「產品生命週期」幫你評估市場走向 線上連結  產品生命週期，如何延續？以iPhone為例，企業這樣找「衝刺新品的最佳時機」 線上連結  產品開發流程的6個階段(附有範例) 線上連結

次數	日期	主題	教材內容
6	11/9	1. 品牌的意義與功能 2. 品牌權益的意義與模式 3. 創造品牌權益	▼ 1109品牌經營  上課講義 查看檔案 參考檔案  考照講義 查看檔案 參考檔案  行銷管理》品牌經營、品牌識別與品牌權益 線上連結  發展「品牌」，找出企業對世界的影響力！ 線上連結  彰顯品牌才能建立差異化跟自信！三面角找出B2B品牌策略優化劑 線上連結  品牌的靈魂——建立企業獨特的價值 線上連結

參、翻轉教室與其他創新教法課程成效

一、翻轉教室與其他創新教法課程紀錄列表

次數	日期	學習活動	佐證記錄
1	9/28	1. 課前預習非同步影片與相關新聞資料 2. 課堂討論：行銷的基本定義與重要性、如何分辨行銷與銷售 3. 回家作業 4. 課程互動	  

9

10

11

12

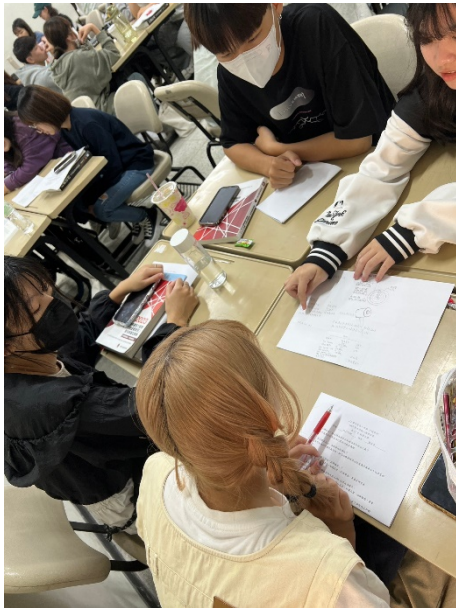
二、翻轉教室與其他創新教法課程教學相關照片



說明：



說明：



說明：



說明：

(依課程設計，請附上翻轉課程之活動討論照片且每張附上簡易說明，照片張數可自行增減)



三、翻轉教室與其他創新教法課程具體成效

對這個世代的學生而言，由教師單向溝通的授課是非常無聊、枯燥，老師課堂中的講述只需要向老師要一份 power point 便可，何必抄筆記與聚精會神聆聽。沒有互動的教學使學生在課堂上打電動、睡大覺。教育的目的是使學生願意主動學習，近年來有許多研究開始針對課程設計去進行優化，但面對學生語言理解能力日漸低落，如何實質提升學生的學習興趣與學習效果是優先需要改善的重點。行銷管理為大一上的專業必修課，也幾乎是奠定四年行銷觀念的重要基礎課程，如何讓大一新生理解行銷到底在做什麼，使其對行銷系畢業能從事的工作感到有信心，因此從大一開始推動對行銷管理基礎知識的了解，培養學生具備行銷專業人才應有的語感，為本計畫之主要目標。

本次計畫希望改變傳統的課堂教學模式，不以教師一人在台上講述各項理論與行銷知識，希望將學生的學習型態改為以翻轉教學與群組合作學習的方式，希望對學生是一個可以有效提升學習動力與成效的方法。因此針對課程教學所要進行的調整，從原始的行銷理論知識講述，加入相關行銷案例的問題導向組合，並以圖像化的方式製作影音教材。要使學生從行銷組合中去建構與蒐集相關知識與案例，培養學生主動學習與閱讀，讓文字與語感可以應要在行銷企劃書撰寫、行銷創意文案、各項行銷活動發想或其所要學習的未來專業課題。



(一)教學成果

1. 翻轉教學前後比較

(1)學生自我學習能力之提升

翻轉教室的核心概念即是將教學模式「翻轉」，將傳統中「教師在課堂中教授課程內容，學生在課後討論、練習，並完成作業」的授課模式，翻轉成為「學生在課前觀看教師預先錄製的課程內容，然後到課堂上進行討論、練習，並完成作業」的上課方式。

透過本課程可發現，同學們越來越能掌握作業撰寫技巧，且因優良作業會被公開表揚，多數同學在撰寫作業的過程中會再另外找補充資料，也會有人主動來問老師問題。

(2)學生實務能力之提升

本課程以翻轉教學的方式，改變一味由教師在台上口沫橫飛，同學在台下呼呼大睡的上課情況，輔以問題導向教學，讓同學依照問題依序回答各項行銷基本學理，並選擇一個案進行深度了解，以利學生理解艱澀的學理。

2. 量化具體成果

(1) 製作數位微課程教材 4 份

(2) 編撰教材 4 份

(3) 行銷個案教材 2 份

四、翻轉教室與其他創新教法課程成效問卷

學生學習成效問卷調查 人數統計					
	非常 同意 (人數)	同意 (人數)	普通 (人數)	不同意 (人數)	非常 不同意 (人數)
1.參與本課程提升我的學習動機。	58	4	1	0	0
2.我能夠充分吸收老師所提供的教材。	60	3	0	0	0
3.我較喜歡具挑戰性的教材，以學習到更多。	59	4	0	0	0
4.本課程中，我較喜歡能引起我好奇心的教材。	62	1	0	0	0
5.在本課程中獲得好成績，對我來說是最滿足的事情。	61	2	0	0	0
6.參與課程我能獲得新發現與知識。	62	1	0	0	0
7.參與課程提升我的學習效率。	58	5	0	0	0
8.整體而言，參與課程對我的學習是有幫助的。	60	3	0	0	0
9. 整體而言，參與課程提升我的學習意願。	59	4	0	0	0
10. 透過本課程，我覺得我的思考能力增強了。	62	1	0	0	0
項目	人數				
1. 課程問卷施作份數	63 份				
2.學習成效提升人數 ※問卷調查平均分達3分以上(不含3分)之問卷人數	60 人				
3.學習成效提升人數占有修讀學生比率 └(依教育部指標訂定須達 65%) ※學習成效提升人數÷修課學生人數。	95.2 %				