

教育部教學實踐研究計畫成果報告
Project Report for MOE Teaching Practice Research Program

計畫編號/Project Number：PBM1101197

學門專案分類/Division：商業及管理

執行期間/Funding Period：2021-08-01~2022-07-31

計畫中文名稱：透過創意實作與競賽提升課程參與度與學習成效：以品牌設計
與創意行銷為例

配合課程名稱：品牌管理、創意行銷

計畫主持人：邱顯貴

執行機構及系所：景文科技大學行銷與流通管理系

成果報告公開日期：☐立即公開 ☒延後公開(統一於 2024 年 9 月 30 日公開)

繳交報告日期：2022.7.31

透過創意實作與競賽提升課程參與度與學習成效：以品牌設計與創意行銷為例

邱顯貴

景文科技大學行銷與流通管理系教授

rchiu@just.edu.tw

摘要

本教學實踐計畫係在品牌管理與創意行銷課，融入創意品牌設計實作與競賽之創新教學模式，透過同學們對品牌設計的學習和參與來提升學習成效。此「品牌設計實作競賽」採日夜課程合辦，期中考週展現品牌設計初步成果，包括自創品牌命名、商品種類與主要商品、Logo 設計、品牌故事撰寫和 Slogan 設計。期末則可選擇持續自創品牌的行銷活動企劃。不論期中和期末都進行互評與觀摩，學期結束前並反思學習成果。本教學實踐重視實務上的知識與實作技能，教同學相關技巧與方法，過程中也邀請業界專家參與，包括講演、討論和擔任品牌設計評審與講評，以期能學科與術科並重。為瞭解同學參與情形與學習成效，本研究進行前測與後測之比較、專業知識之測驗、實作成果發表、組互評與組員互評、學習心得撰寫等。本研究也在前期先進行模式探討，然後在此次教學實踐後了解模式運作的結果。研究結果顯示，經過此創新教學模式，同學在學科上有顯著進步，在品牌設計實作的學習成效也有不錯的表現。本研究根據學習反思，整理出影響本次教學實踐成果的面向。最後，根據研究過程與結果，提供教學創新的一些建議。

關鍵字：品牌管理、創意行銷、創新教學模式、參與度、學習成效

一、研究動機與目的

(一) 研究動機

1. 以往課程著墨在理論知識的介紹，較少針對主題發揮創意和實際操作演練完成自己作品。
2. 學生不帶書不做筆記、低頭玩手機，互動少、打工過多造成上課精神不振或缺課等問題，顯示學生對課程的投入與參與度有偏低之現象，嚴重衝擊其課業學習成效。
3. 品牌創意整合行銷能力在職場非常重要，高年級生有必要整合所學應用到主題上，其成果也助於就業的幫助。

(二) 研究目的

1. 讓學生的學習能把握重點，並增進學生學習的動力和成就感。
2. 培養品牌設計以及創意行銷活動企劃之實作技能與團隊合作能力，為職場奠定基礎。
3. 了解課程設計結合創意品牌設計實作競賽的模式對學習成效的助益，以及透過反思探討此模式的關鍵影響因素，以作為日後創新教學精進之參考。

二、文獻探討

(一) 實作體驗與知識創造

做中學(Learning by Doing)和體驗學習(Experiential Learning)是實作課程獲取學習知識與技能的重要方法(Dewey, 1938; Kolb, 1984; Gibbs, 1988)。課程若能兼具產業專業知識和具體的實作，對課程學習有相當的助益。商管的課程透過實作，讓同學們在操作與運用所學在實際的工作項目，對講授的課程知識更能理解與加深印象，並且也可從中發現所學是否有缺漏之處。從知識創造(Nonaka and Takeuchi, 1995)的角度來說，同學在共同學習的氛圍，結合所學各項知識與技能，透過操作和實際體會，內化所學，並進一步外化，展現所學技能在作品上。

(二) 學生參與度對學習成效的助益

Kuh(2009)從相關文獻整理後指出，「參與度」(Engagement)可包括：任務時間、努力的品質、學生投入、社會與學術整合、好的實務在大學教育、產出、學生參與度等。根據 Hu and Kuh(2002)，「學生參與度」(Student Engagement)為學生們本身致力於有助於預期成果之有教育意義活動之努力品質。Dynarski, Clarke, Finn, Rumberger, and Smink(2008)指出，「學生參與度」涉及積極參與學習和課業以及學校的社會生活。Kuh(2003, 2009)指出，「參與度」經常被用來表示諸如：「努力的品質」(Quality of Effort)、「投入在具生產性的學習活動」(Involvement in Productive Learning Activities)等構念。「參與度」可概念化三個部分：行為方面，例如：積極行為、努力、參與；情感方面，例如興趣、認同、歸屬感、對學習的積極態度；認知方面，例如自我調節，學習目標，對學習的投入(Zhoc, Webster, King, Li, Johnson and Chung, 2019; Appleton, Christenson and Furlong, 2008; Fredricks, Phyllis and Parks, 2004)。Zhoc et al. (2019)將學生參與度進一步分為五個面向：學術參與、認知參與、與同伴的社交參與、與同僚的社交參與、與教師的社會參與、情感參與。Kanter(1968)指出，一個比較高層次的參與和會願意在課堂時間以外花額外時間於專案的情形，是一種學生對課程的承諾(Commitment)。Jensen and Burr (2006)認為學生的動機與承諾非常重要，而其決定因素為：課堂的參與、花額外時

間工作在專案上、學生對專案的態度以及學生對專案所關心的評論等。Wiznia, eKorom, Marzuk, Safdieh, and Grafstein (2012)認為，增加學生的參與有助於提升解決問題的學習。根據 Stegers-Jager, Cohen-Schotanus and Themmen (2012)的研究，學生參與度會顯著影響學生表現。

(三) 創意實作對學生參與度的助益

創意實作對技職體系學生的技能培養非常重要。學生針對主題進行創意實作會增加參與度。Januchowski-Hartley, Sopinka, Merkle, Lux, Zivian, Goff & Oester (2018)的研究指出，創造力可以強化學習，並且創意實務可以提升參與度。Celly (2009) 培養商管學生創意的表達，並以消費者反思他們的體驗，以增強主題參與度和深化學習。Brunnermeier (2017)認為，一個精心設計的大學生研究計劃可以為學生提供寶貴的創造力，批判性分析和智力投入的機會，並且可以帶來比單純吸收知識更高的學習水平。

(四) 競賽對學生參與度的助益

Harrower (2016)以全國行銷競賽為教學工具，讓學生學習團隊合作並決定行銷策略；根據其教學經驗並指出，使用全國行銷競賽可以提高學生對現實世界中商業和行銷主題的理解。Chiu(2020)在電子商務課結合全國競賽，讓學生實際操作增加學生實務經驗與學習成就；研究並指出團隊成員的參與和對團隊的承諾對團隊表現的影響。除了全國性的競賽之外，小型的競賽也對參與度的提升有促進作用。例如，Ballengee, Segoria, Sisemore and Towery (2019)利用競賽提高學生參與度，為推廣大學圖書館和提高學生對圖書館的參與度，發起了一項競賽，邀請學生提交受 TSU 或 Alkek 圖書館啟發的原創紋身設計，透過此種創新方式來增加學生對圖書館的參與，同時創建一個有趣的促銷工具：獲勝紋身設計的免費貼紙。

(五) 創意實作與競賽的激勵

本教學實踐將應用激勵理論，激勵同學對課程及課堂的參與。根據目標設定理論(Locke and Latham, 1990)，讓任務目標明確並具有適當的挑戰性，可激勵成員朝目標邁進。因此課程的學習目標設定相當重要。再者，管理學生的期望是相當重要的(Appleton-Knapp and Krentler, 2006)。根據期望理論，課程提供適當的誘因和學習成果的獎賞，有助於讓學生有更好的參與和表現。而團隊合作固然有相當多的優點，在競賽過程中，不斷提供適當地協助與輔導也相當重要(Akpınar, del Campo and Eryarsoy, 2013; Passaro, Quinto and Thomas, 2017)。這對突破學習瓶頸和促使更進一步的學習有所幫助。

(六) 問題導向學習與反思

為加深課程各主題的學習的印象，以及培養分析的能力，問題導向的學習(Problem-Based Learning; PBL)和學習的「反思」(Reflection)很重要。「問題導向的學習」係藉由小組討論、實際解決問題的方式，來達到自主學習的目的。問題導向的學習涉及知識創造的過程：內化、社會化、外化、組合(Nonaka and Takeuchi, 1995)。而「反思」是知識創造的動力。根據 Webster's 字典，「反思」(Reflection)有「認真思考」(Serious Thought)和「沉思」(Contemplation)的意思。「反思」在服務學習課程運用最為透徹。反思使學習「經驗」意義化 (Anson,1997; McEachern, 2006)，並有助於達到學習成效(Eyler, 2002; McEachern, 2006)。根據 Toole and Toole (1995)，「反

思」使用創意與批判性思維技能，來幫助準備、持續完成和學習自服務經驗，以及檢查較大的情景和服務脈絡；結構化的反思模式：“What? So What? Now What?”，從先前的規劃與分析、執行時的批判思考、進而反思決策在未來的運用等。

三、研究問題、研究對象與場域

(一) 研究問題

本教學實踐研究的問題，敘述如下：

1. 學生經此教學模式，學科方面是否有顯著進步？
2. 此教學實踐的課程設計對品牌設計的學習和參與度是否有顯著影響？品牌設計的學習以及參與度對學習成效有何影響？
3. 從學生的學習反思了解影響課程的要素。

(二) 研究對象與場域

本研究以景文科技大學行銷與流通管理系在第二學期於日間部大四開設的「品牌管理」課以及進修部大三「創意行銷」課為例。因此研究對象為此上述兩班修課的同學，而資料收集之場域主要為一般上課教室，僅競賽作品公開展示會在教室外進行。

四、教學模式簡介

此次品牌管理與創意行銷課程的教學模式包含三個部分：教學課程設計理念、課程知識建構、品牌設計實作競賽促進學習成效。

- **教學課程設計理念：**根據產業需求與學生屬性來設計課程，以利激發學習動機。課程學科與術科並重，設計兼具知識性與培養實作能力之課程。如圖 1 所示。
- **課程知識建構：**課程知識建構採「學科知識」、「業界經驗」、「實作競賽」三元素的結合。如圖 2 所示。

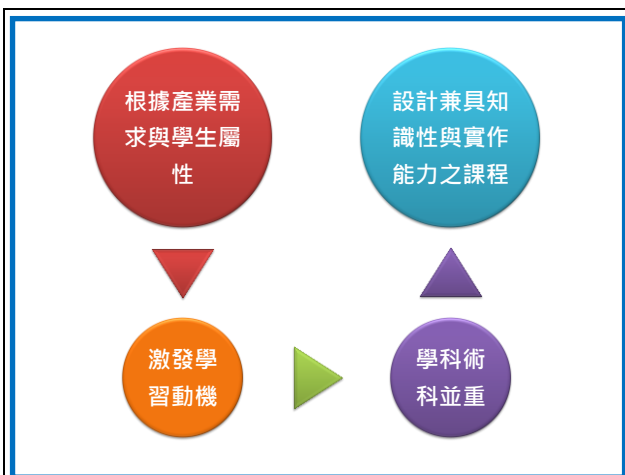


圖 1：教學課程設計理念



圖 2：課程知識建構：相關的三面向結合

- **品牌設計實作競賽促進學習成效：**品牌設計的實作競賽分為兩階段，第一階段是日夜共同舉辦，一律在期中考前完成並於期中考週公開展示和進行評比，具體項目包括自創品牌命名、商品種類與主要商品、Logo 設計、品牌故事撰寫和 Slogan 設計等。第二階段則自行在所屬課程舉行，主要是完成期末課程報告，包括品牌創意活動的比較或延續自創品牌的行銷活動企劃。不論期中和期末都進行互評與觀摩，學期結

束前並反思學習成果。不論期中或期末均逐步指導和按階段完成，讓學習目標明確、把握學習重點、促進積極學習、學以致用、產生學習興趣和完成作品的成就感。如圖 3 所示。



圖 3：創意品牌設計實作競賽促進學習成效

五、研究設計與方法

本教學實踐研究遵循行動研究的方法，以瞭解學生的參與和學習的狀況。運用行動研究的方法與步驟，注意個人與各組團隊學習運作的歷程與活動狀況，紀錄與分析學習情形。行動研究方法幫助在行動前、中、後之問題診斷、實施、成效評估。行動研究是一種實務工作者透過研究參與，自我批判反省，以改進教學現況(吳明隆，2001；蔡清田(2013)。甄曉蘭(2017)指出，行動研究包含行動前一問題診斷：前測(問卷、測驗)、訪談；行動中—實施情形：觀察、訪談、作業；以及行動後—成效評估：後測(問卷、測驗、回饋單)、訪談等。透過行動研究法，從行動中尋找和發現學生學習與演練操作過程中所遭遇的問題；從行動中引導與適當協助組長與組員分析問題、提出解決方案，進而解決問題；探索與建構學生參與以競賽為基礎之學習影響因素；透過 PDCA 的專案管理技巧謀求進步，以求課程與教學方面均能創新精進。

(一)第一部分：專業學科知識學習成效探討

1. 研究設計則採現場實驗的方式，於第一週和第十六週分別進行前測及後測，以便評估同學經此教學模式之學習後是否有顯著進步。
2. 為瞭解學習進度的情形，在學習成效的評量方面，採同一班級的授課前與後之測量。
 - (1) 前後測之問卷係根據課程教學內容來設計，共 25 題，前後測題目相同。
 - (2) 透過成對樣本的檢定，瞭解平均差之顯著情形，包括：品牌管理課程學習成效前測與後測評量之比較、創意行銷課程學習成效前測與後測評量之比較，以及兩班整體的分析。
 - (3) 採用的統計方法包括：描述性分析、成對樣本 T 檢定、獨立樣本 T 檢定等。

(二) 第二部分：品牌設計實作競賽融入教學課程之學習成效探討

1. 研究架構與假說

此部分的研究係以品牌設計的學習為核心，課程結合品牌設計各方面的學習(包括：品牌命名、品牌故事、logo 設計、品牌與商標權的重視、實作技能、學習印象的加深等)，將影響整體品牌設計學習上的收穫與滿意度。因此，「品牌設計的學習」正向影響「學習成效」(H1)。

學生參與度被認為是學生學習成就重要預測指標(Handelsman, Briggs, and Sullivan, 2005)。Carini, Kuh, and Klein (2006)指出，學生參與度被普遍認為是學習與個人發展比較好的預測指標。學生願意將時間和精神投入到課程，對學習有相當地幫助(Fredricks et al., 2004; Handelsman et al. 2005; Carini et al., 2006; Ballengee et al., 2019; Waldrop, Reschly, Fraysier and Appleton, 2019; Zhoc, Webster, King, Johnson and Chung, 2019)。因此本研究認為，「參與度」正向影響「學習成效」(H2)。

本研究認為實作競賽的「課程設計」非常重要，係促進學習成效的初始關鍵，它影響到品牌設計的學習，也影響到學生的參與度。良好的「課程設計」讓學習更有目標和把握重點，而課程的激勵措施也會讓學習更有動力。此次品牌管理課程結合品牌設計實作演練，以「品牌設計大賞」方式，讓學生自創獨特的品牌，其中包含命名、商品與服務說明、品牌故事撰寫與 slogan 等。以各組競賽的模式發表，除了各組互評，也邀請業界專家參與評比。透過此實作和具競賽獎勵的課程設計，讓品牌設計的學習更有動力，並可提高學生參與度(Resnick, 2011; Ballengee et al., 2019; Jones, Davis and Thomas, 2017)。因此，「課程設計」正向影響「品牌設計的學習」(H3)；「課程設計」也正向影響「參與度」(H4)。

此部分的研究架構如下圖所示。

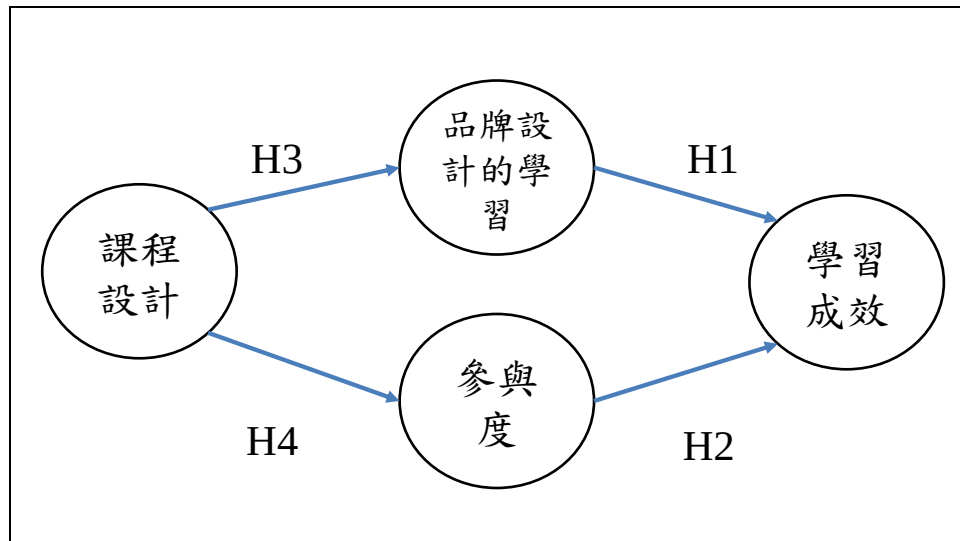


圖 4：研究架構

H1：「品牌設計的學習」正向影響「學習成效」。

H2：「參與度」正向影響「學習成效」。

H3：「課程設計」正向影響「品牌設計的學習」。

H4：「課程設計」正向影響「參與度」。

2. 構念定義與操作型定義

本研究的構念定義與操作型定義，如下表所示。

表 1：構念定義與操作型定義

構念	構念定義	操作型定義
課程設計	係指學生知覺到課程結合品牌設計帶來學習動力之程度。	覺得課程結合品牌設計讓學習更有目標、把握學習重點、促進積極學習、應用所學技能、讓學習更有興趣、讓學習更有成就感之程度。
品牌設計的學習	係指學生學到品牌設計單元相關知識或技能的程度。	學習到品牌命名、品牌故事、logo 設計、對品牌與商標權的重視、品牌實作技能、學習深化之程度等。
參與度	係指學生參與品牌設計單元活動的程度。	個人在組的參與、個人在組的貢獻、認真積極地完成個人所負責的工作等之程度。
學習成效	係指整體而言，學生從品牌設計實作獲益的程度。	從實作過程獲得的收穫、從其他組獲得的知識與經驗、學到的實務技能、得到的知識與經驗，以及品牌設計實作的學習感到滿意之程度。

3. 研究方法

此部分的研究係以品牌管理與創意行銷課之「品牌設計」為例。首先透過文獻探討、業界需求和課程單元教學目標等，建構研究架構和假說。本研究問卷修正自邱顯貴(2022)之先導研究，為李克特五點量表，採匿名方式填寫並當場回收。同學依據題項敘述的同意程度從「1」到「5」圈選右邊對應的數值。例如：「非常不同意」則圈選數值「1」，若「非常同意」則圈選數值「5」。主要採用的統計分析方法包括描述性分析、信度分析、因素分析、迴歸分析等。利用因素分析之主成份分析法估計因素負荷量，採最大變異轉軸法進行研究。利用迴歸分析驗證研究假說。

(三) 第三部分：整個課程學習的學習反思

在平時、期中及期末都給同學時間進行學習反思，以加深學習印象和整理出自己學習上的收穫，以及經觀摩其他組後，自我反思需要改進的地方和可以學習別人優點的地方。採保密的方式，課堂上直接繳交給老師，疫情期間遠距教學時則採作業線上繳交。繳交後再進行量化與質化分析。學習反思包括以下部分：

1. 每次業師講演與問題討論之學習反思。
2. 期中「品牌設計大賞」，除了繳交作品，也需上台報告。並於系辦走廊展示各組作品，以利觀摩和評比。邀請業界專家參與評比和講評。而每位同學也須繳交組互評。
3. 期末創意行銷報告(品牌創意行銷比較、自創品牌創意行銷活動企劃) 的觀摩與組互評。期末各組必須繳交簡報和錄製簡報影片，以利互相觀摩和評比。每位同學經觀摩後，須繳交：(1)期末報告的組互評、(2)期末報告的組員互評、(3)整個課程之學習反思。

六、教學暨研究成果

(一) 第一部分：前測與後測之比較

經成對樣本 t 檢驗，結果顯示：平均而言，在顯著水準 0.001 下，各單元後測分數都比前

測分數高。

1. 品牌管理，共 25 題，總分 100 分，平均而言，後測分數 ($M=87.3103$, $SD=16.25050$) 比前測分數高 ($M=56.4483$, $SD=10.25248$)， $t(28)=9.067$ ， $p<0.001$ 。
2. 創意行銷，共 25 題，總分 100 分，平均而言，後測分數 ($M=92.0000$, $SD=11.66190$) 比前測分數高 ($M=62.4615$, $SD=10.00513$)， $t(12)=8.247$ ， $p<0.001$ 。
3. 兩班平均而言，後測分數 ($M=88.7619$, $SD=14.99888$) 比前測分數高 ($M=58.3095$, $SD=10.44028$)， $t(41)=11.823$ ， $p<0.001$ 。

(二) 第二部分：

(1) 基本資料分析

實際填寫本研究匿名問卷者合計 54 位。其中，51.9% 男性、48.1% 女性。三年級佔 46.3%、四年級佔 51.9%。下表所示。

表 2：受測者性別與所屬科系之交叉分析

		年級			合計	百分比
		三年級	四年級	延畢		
性別	男	11	16	1	28	51.9%
	女	14	12	0	26	48.1%
合計		25	28	1	54	100.0%
百分比		46.3%	51.9%	1.9%	100.0%	

(2) 因素分析與信度分析

共 21 個項目，以主成份分析法估計因素負荷量，採「最大變異轉軸法」進行研究，使得因素負荷量較易於解釋。採「最大變異轉軸法」進行研究，使得因素負荷量較易於解釋。從中萃取出四個因素後，予以命名，分別為：「品牌設計的學習」、「課程設計」、「學習成效」、「參與度」。特徵值依序為：11.466、1.694、1.366、1.232，均大於 1。累積解釋變異量為 75.039%。各個因素的信度均大於 0.9，整個信度為 0.957。因素分析與信度分析結果如下表所示。

表 3：因素分析^a與信度分析

項目	因素			
	品牌設計的學習	課程設計	學習成效	參與度
我覺得品牌設計讓我學習到品牌的命名技巧	.649			
我覺得品牌設計讓我學習到品牌故事的撰寫	.829			
我覺得品牌設計讓我學習到 logo 設計相關注意事項	.753			
我覺得品牌設計讓我學習到商標權重要性	.780			
我覺得品牌設計讓我學習到品牌的重要性	.704			
我覺得品牌設計讓我學習到品牌設計實作的技能	.678			
我覺得品牌設計加深我學習的印象	.680			
我覺得課程結合品牌設計讓我學習更有目標		.772		

我覺得課程結合品牌設計讓我學習更能把握重點		.656		
我覺得課程結合品牌設計讓我更積極學習		.764		
我覺得課程結合品牌設計促進應用所學技能		.702		
我覺得課程結合品牌設計讓我學習更有興趣		.690		
我覺得課程結合品牌設計讓我學習更有成就感		.671		
我學習到品牌設計的實務技能			.678	
我對品牌設計實作的學習感到滿意			.686	
我從自己品牌設計實作獲得很多知識與經驗			.798	
我從其他組的品牌設計實作上台分享獲得知識與經驗			.751	
我從品牌設計實作的過程獲得很多收穫			.823	
我在本組的參與度很高				.878
我對本組的貢獻很多				.879
我認真積極地完成個人所負責的工作				.800
特徵值	11.466	1.694	1.366	1.232
累積解釋變異量Cumulative %	23.343	42.893	61.621	75.039
信度	.925	.917	.924	.909

Extraction Method: Principal Component Analysis. Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization. a. Rotation converged in 6 iterations.

(3)描述性統計

各構念之平均值均大於 4.0。學習成效的平均值為 4.4074，其中以「從其他組的品牌設計實作上台分享獲得知識與經驗」最高，大於 4.5。

表 4：各構念描述性統計

構念	最小值	最大值	平均值	標準差
課程設計	3.00	5.00	4.3148	.57705
參與度	3.00	5.00	4.3519	.70463
品牌設計的學習	3.00	5.00	4.4444	.60397
學習成效	3.00	5.00	4.4074	.63002

表 5：學習成效之描述性統計

題項	最小值	最大值	平均值	標準差
我學習到品牌設計的實務技能	3.00	5.00	4.3519	.61911
我對品牌設計實作的學習感到滿意	3.00	5.00	4.3148	.63911
我從自己品牌設計實作獲得很多知識與經驗	3.00	5.00	4.5000	.63691
我從其他組的品牌設計實作上台分享獲得知識與經驗	3.00	5.00	4.5185	.54047
我從品牌設計實作的過程獲得很多收穫	3.00	5.00	4.4630	.60541

(4)迴歸分析與假說檢定

經迴歸分析結果顯示，「品牌設計的學習」和「參與度」顯著正向影響「學習成效」。「課程設計」顯著正向影響「品牌設計的學習」和「參與度」，如表 6 及圖 5 所示。假說均獲得支持。如表 7 所示。

表 6：迴歸分析結果

模式	依變數	預測變數	Beta 係數	參數檢定： t 統計量(p 值)	模式檢定： F 統計量(p 值)	Adjusted R Square
1	學習成效	品牌設計的學習	.527	4.653(.000***)	24.364(.000***)	.489
		參與度	.274	2.421(.019*)		
2	品牌設計的學習	課程設計	.620	5.692(.000***)	32.398(.000***)	.372
3	參與度	課程設計	.511	4.290(.000***)	18.406(.000***)	.247

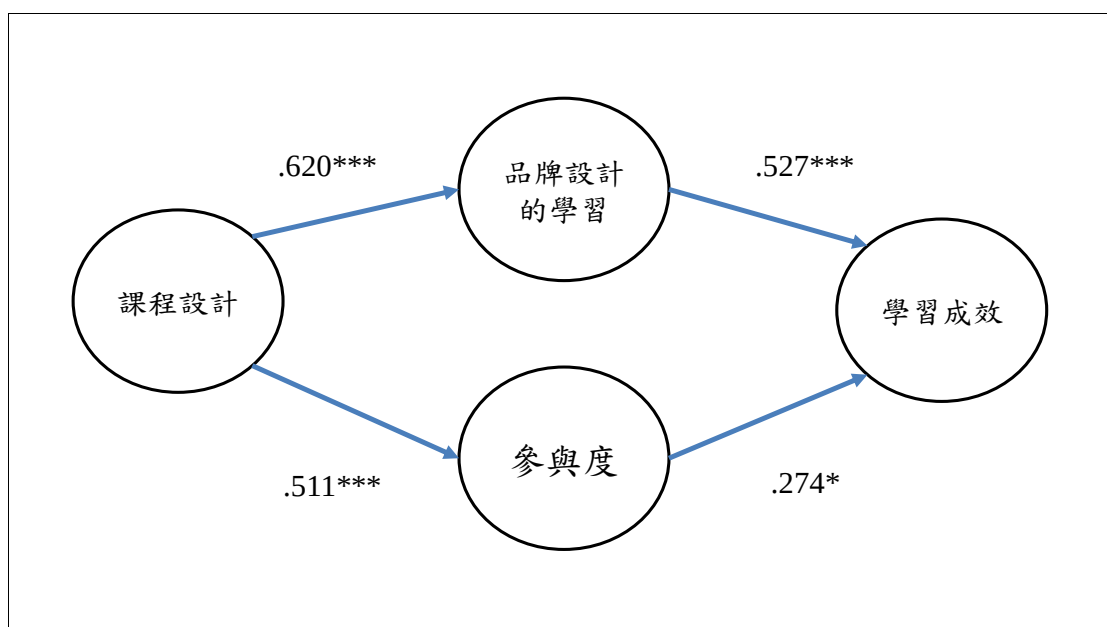


圖 5：研究架構的驗證

表 7：假說驗證結果整理

假說	驗證結果
H1：「品牌設計的學習」正向影響「學習成效」。	支持
H2：「參與度」正向影響「學習成效」。	支持
H3：「課程設計」正向影響「品牌設計的學習」。	支持
H4：「課程設計」正向影響「參與度」。	支持

(三) 第三部分

學生對品牌管理課的期末學習反思，經整理後如表 8 所示。

表 8：品牌管理課學習反思

構面	敘述
學科知識的	了解到品牌對企業的重要性、品牌價值、品牌意涵、品牌的觀點、品牌如

學習	何運作、品牌差異、品牌的行銷、企業行銷產品和手法、開店如何差異化、品牌的競爭、品牌相關法規、品牌發展中需要注意的事情和風險，以及學會調查以了解企業的運作。
實作技能的學習	自創品牌、發揮自己品牌 logo 的創意、學習到如何設計品牌、品牌實作的吸引力、透過實作了解品牌創建多不容易
課程設計	課程非常的完整、課程非常的受用、業界的分享讓我受益良多、數位學習平台的助益(「每週學習內容總是在 moodle 上一目了然，可以很清楚的知道每一週的進度以及注意事項」)、各組主題的介紹、課程有趣、做好團隊分配的工作
業師助益	業師的經驗與講解分析、幾場演講中學到了很多、知道業界品牌的創立與設計理念跟營運方式、學習到市場上相關知識、老師邀請了講師來讓我們更進一步瞭解到原來創立一個品牌須具備那些條件
教師投入	老師用心
思維力的提升	提高自己的思維能力、課程對創業的幫助、加深品牌的理解與分析能力、學習思考
整體收穫	獲益良多、學到了不少、學習到了很多、非常值得學習的課程、很開心我有修這堂課、難忘的經驗、品牌管理這門課中學到很多相關專業的知識

學生對創意行銷課的期末學習反思，經整理後如表 9 所示。

表 9：創意行銷課學習反思

構面	敘述
學科知識的學習	更能了解創意對於行銷的重要性、品牌創意與意涵以及對整體市場去做考量衡量、瞭解現在環境變遷趨勢、學到品牌的 logo 要怎麼吸引消費者、瞭解如何經營品牌、品牌要怎麼創新、學到了行銷企劃的製作過程、學會做創業的企劃、學到了如何去創業或銷售、學到成為一名行銷人員該有的知識及態度
實作技能的學習	創意競賽、很喜歡期中實作(「發揮想像力，品牌的名稱和 Slogan 都要自己想，很有趣」)、「體會到創業需要多少資源以及多少心血、體會到創業不難，難的是心態」、自己想企劃活動蠻有趣的、「讓我感覺自己好像真的要辦活動還是開店等等，很充實學到很多東西」、學到如何設計自己的一家店、學到了如何去創業跟創意該從哪起手、看到很多精彩的報告、通過與別人相互競爭也能發揮自己最大的效益
課程設計	創意行銷課程內容非常豐富、老師很認真安排課程的進行、數位學習平台的助益(「剛好遇到有遠距教學的部分，在教學平台上，課程一樣很完整」)、「在課程方面，老師也讓我們發揮創意」、學會團隊合作、「不只學會如何發揮創意，也學會如何行銷會更好」、「聽了很多其他同學的品牌設計，真的覺得大家都很棒」、演講內容都很豐富、很謝謝老師這麼認真、未來一定都會用的到、「很喜歡老師的教學方式，一步一步的步驟教學我們，到最後全部齊一併用，讓同學們一起參加評分，不光自己做報告，

	還可以對所有同學的報告做分析，是個很生動的一趟課程。」
業師助益	邀請業界名師、企業高層到班上演講、演講的內容也很豐富且淺顯易懂、請很多講師來演講學習到更多
教師投入	老師對學生的教學課程很用心、提供我們用具、聘請講師、聘請校外評審老師來為同學評分、課程作業內容也能激發我們的行銷想法、提醒我們作業的繳交期限、老師的用心指導、老師教得很認真、「覺得老師非常用心，即使現在遠距教學也非常盡心盡力」
思维力的提升	學習到不一樣看事情的角度與思維、一個好的企劃也是需要團隊一同努力、靈感源自於生活
整體收穫	學到了很多、收穫很多、受益良多、收穫滿滿

整體而言，影響課程學習的要素可包括：課程設計、教師投入、業師助益、學科知識的學習、實作技能的學習、思维力的提升、整體收穫等七方面。如圖 6 所示。

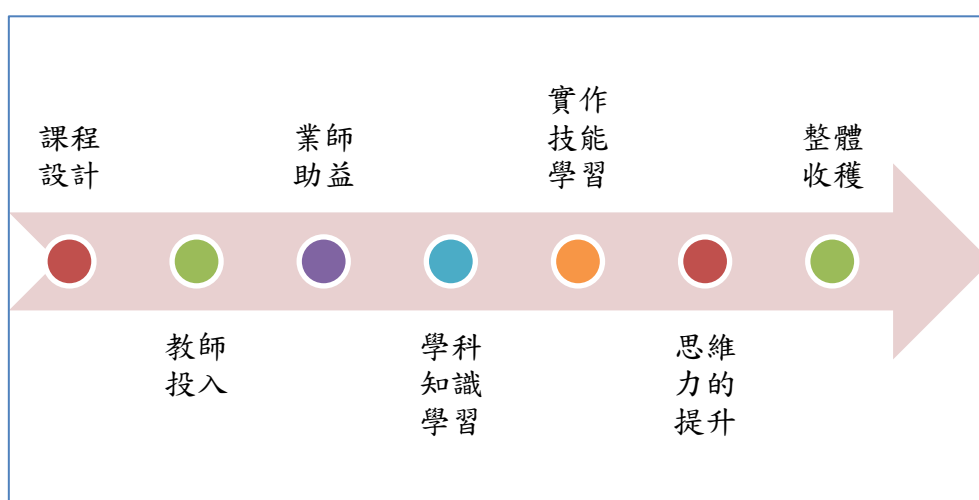


圖 6：從學生的學習反思了解影響課程的要素

七、建議與省思

(一) 透過創意實作與競賽提升課程參與度與學習成效

- 以品牌設計的學習為核心，結合實作競賽的課程設計，經由品牌設計的學習，加上同學的認真參與，對課程學習成效有相當地助益。
- 「品牌設計的學習」和「參與度」均是介於「課程設計」與「學習成效」之間的要素。從影響路徑來看，前者比後者的整體影響來得大。固然「參與度」很重要，但實際上有沒有學到課程學習的重點而獲得相關的技能更加重要。

(二) 從學習反思瞭解學生在課程學習所關切之要素

- 從學習反思可知，課程設計、教師投入、業師助益、學科知識的學習、實作技能的學習、思维力的提升、整體收穫等七方面對課程學習的重要性。
- 其中，課程設計時若能充分考量到其他六方面，將有助於讓學生感到「課程設計」的完整、豐富、有趣、生動以及受用等。

(三) 此教學模式可行性高並可帶來教學上的助益

- 學生反應良好，透過實作演練讓創意具體化。

- 透過觀摩與互評增進學生學習視野和加深學習深度。

(四) 課程必須妥善規劃與設計以發揮成效

- 必須循序漸進，讓同學逐步學到技能，以便發揮所學。
- 學習需要一些激勵措施，讓同學充分發揮創意和展現才華。而創意品牌設計實作競賽和其成果的獎勵，對學習目標的達成與其成果的展現很有幫助。
- 必須要有適當的彈性應變措施，以利在疫情衝擊和遠距教學情況下也可進行。
- 建議課程需根據產業需求、課程屬性、學生背景以及可獲得的資源整合運用加以妥善規劃與設計，以利順利推展和發揮預期的成效。

參考文獻

- [1] 蔡清田(2013)，教育行動研究新論，出版社：五南。
- [2] 吳明隆(2001)，教育行動研究導論：理論與實務，出版社：五南。
- [3] 邱顯貴(2022)，「創新教學課程設計及參與度對學習成效之影響：以品牌設計為例」，2022年商管學術與實務研討會，頁 349-360。2022 年 4 月 29 日。
- [4] 甄曉蘭(2017)，行動研究與教學實踐革新，<https://tpr.moe.edu.tw/uploadImages/files/04-行動研究與教學實踐革新-甄曉蘭.pdf>，10/18, 23/2017
- [5] Akpinar, M., del Campo, C. and Eryarsoy, E. (2013). Learning through Cooperation and Competition, *Interdisciplinary Studies Journal*, 2(3), pp. 118-133.
- [6] Anson, C. (1997). On reflection: the role of logs and journals in service-learning courses. In L. Adler-Kassner, R. Crooks, & A. Watters (Eds.), *Writing in the community: concepts and models for service-learning in composition* (pp. 167-180). Washington, DC: AAHE.
- [7] Appleton, J. J., Christenson, S. L., & Furlong, M. J. (2008). Student Engagement with School: Critical Conceptual and Methodological Issues of the Construct. *Psychology in the Schools*, 45(5), pp. 369-386.
- [8] Appleton-Knapp, S. L., and Krentler, K. A. (2006). Measuring Student Expectations and Their Effects on Satisfaction: The Importance of Managing Student Expectations, *Journal of Marketing Education*, 28 (3), pp. 254-264.
- [9] Ballengee, Megan, Segoria, Emily, Sisemore, Liz, and Towery, Stephanie (2019). Increasing student engagement, *College & Research Libraries News*, 80(9), pp.512-515.
- [10] Brunnermeier, S. (2017). Learning by Doing: The Challenge of Engaging Undergraduates in Economics Research. *Journal of Economic Education*, 48(4), pp. 290-294.
- [11] Burguillo, J. C. (2010). Using Game Theory and Competition Based Learning to Stimulate Student Motivation and Performance, *Computers & Education*, 55(2), pp. 566-575.
- [12] Carini, R. M., Kuh, G. D., and Klein, S. P. (2006). Student Engagement and Student Learning: Testing the Linkages. *Research in Higher Education*, 47(1), pp. 1-32.
- [13] Celly K. S. (2009). Creative writing in Marketing Education: Poetry as an Innovative Pedagogical Tool, *Journal of Marketing Education*, 19, pp. 65-71.
- [14] Chiu, Hsien-Kuei (2015). Effect of Reflection and Participation on the Service-Learning Effectiveness: A Cultural and Creative Marketing Case, *International Journal of Digital Humanities and Creative Innovation Management*, 3(1), pp. 33-42.

- [15] Chiu, Hsien-Kuei (2020). Exploring the Factors Influencing Team-Based Learning Performance: A Teaching Practice of E-commerce Course Integrating National Competition, *Journal of Business and Social Science Review*, 1(2), pp.44-53
- [16] Chuang, K. and Chen, K. (2013). Designing Service Learning Project in Systems Analysis and Design Course, *Academy of Educational Leadership Journal*, 17(2), pp. 47-60.
- [17] Dewey, J. (1938). *Experience & Education*. New York, NY: Kappa Delta Pi.
- [18] Dynarski, M., Clarke, L., Finn, J., Rumberger, R. and Smink, J. (2008). *Dropout prevention: A Practice Guide* (NCEE Report 2008-0425). Washington, DC: National Center for Education Evaluation and Regional Assistance, Institute of Education Sciences, U.S. Department of Education. Retrieved from https://ies.ed.gov/ncee/wwc/Docs/PracticeGuide/dp_pg_090308.pdf
- [19] Eyler, Janet (2002). Reflection: Linking Service and Learning—Linking Students and Communities, *Journal of Social Issues*, 58(3), pp. 517-534.
- [20] Fredricks, J. A., Phyllis, B. and Parks, A. H. (2004). School Engagement: Potential of the Concept, State of the Evidence, *Review of Educational Research*, 74(1), pp. 59-109.
- [21] Gibbs, Graham (1988). *Learning by doing: A Guide to Teaching and Learning Methods*, Publisher: FEU.
- [22] Handelsman, Mitchell M., Briggs, William L., Sullivan, Nora (2005). A Measure of College Student Course Engagement, *Journal of Educational Research*, 98(3), pp.184-191.
- [23] Harrower, N. L. (2016). Leading Students in National Competitions: Developing Successful Student Teams for Strategic Marketing Projects. *Marketing Management Association Annual Conference Proceedings*, pp. 126-127.
- [24] Hindmarsh, R. and Futures, L. (2019). Student Reflection Enhances Engagement, Attendance and Academic Performance, Retrieved from <https://app.secure.griffith.edu.au/exlnt/entry/3725/view>
- [25] Hu, S. and Kuh, G. D. (2002). Being (dis)Engaged in Educationally Purposeful Activities: The Influences of Student and Institutional Characteristics, *Research in Higher Education*, 43(5), pp. 555–575.
- [26] Januchowski-Hartley, S. R., Sopinka, N., Merkle, B. G., Lux, C., Zivian, A., Goff, P., & Oester, S. (2018). Poetry as a Creative Practice to Enhance Engagement and Learning in Conservation Science. *BioScience*, 68(11), pp. 905–911.
- [27] Jensen, Shawn V. and Burr, Kevin (2006). Participation and Learning Relationships: A Service-Learning Case Study, *Journal of Industrial Teacher Education*, 43(3), pp. 6-28.
- [28] Jones, J. L., Davis, W. D., Thomas, C. H. (2017). Is Competition Engaging? Examining the Interactive Effects of Goal Orientation and Competitive Work Environment on Engagement, *Human Resource Management*, 56(3). pp. 389-405.
- [29] Kanter, R.M. (1968). Commitment and social organization: A Study of Commitment Mechanisms in Utopian Communities, *American Sociological Review*, 33, pp. 499-517.
- [30] Kolb. D. (1984). *Experiential Learning: Experience as the Source of Learning and Development*, Englewood Cliffs NJ: Prentice Hall.
- [31] Kuh, G. D. (2003). What We’re Learning about Student Engagement from NSSE.” *Change*,

35(2), pp. 24–32.

- [32] Kuh, G. D. (2009). The national survey of student engagement: Conceptual and empirical foundations. *New Directions for Institutional Research*, 141, pp. 5-20.
- [33] Locke, E. A., and Latham, G. P. (1990). *A Theory of Goal Setting and Task Performance*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- [34] McClam, T., Diambra, J. F., Burton, B. Fuss, A. and Fudge, D. L. (2009). An Analysis of a Service-Learning Project: Students' Expectations, Concerns, and Reflections, *Journal of Experiential Education*, 30(3), pp. 236–249.
- [35] McEachern, Robert W. (2006). Incorporating Reflection into Business Communication Service-Learning Courses, *Business Communication Quarterly*, pp. 312-315.
- [36] Nonaka, I. and Takeuchi, H. (1995). *The knowledge-Creating Company*. New York: Oxford University Press
- [37] Passaro, R., Quinto, I. and Thomas, A. (2017). Start-up Competitions as Learning Environment to Foster the Entrepreneurial Process, *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 23(3), pp. 426-445.
- [38] Resnick, Marc. (2011). Competition in the Classroom: Maximize Retention and Recall of Training Material, *Industrial Safety & Hygiene News*, 45(12), p41-41.
- [39] Ribeiro, L.M. C., Mamede, S., Brito, E. M., Moura, A. S., Faria, R. M. D., Schmidt, H. G. (2019). Effects of Deliberate Reflection on Students' Engagement in Learning and Learning Outcomes, *Medical Education*, 53(4), pp.390-397.
- [40] Stegers-Jager, Karen M, Cohen-Schotanus, Janke and Themmen, Axel P. N. (2012). Motivation, Learning Strategies, Participation and Medical School Performance, *Medical Education*, 46, pp. 678–688.
- [41] Toole, James and Toole, Pamela (1995). Reflection as a Tool Turning Service Experience to Learning Experience, *Enriching the Curriculum through Service Learning*, Edited by Carol W. Kinsley and Kate McPherson, Alexandria, VA.: Association for Supervision and Curriculum Development, pp. 99-114.
- [42] Waldrop, D., Reschly, A. L., Fraysier, K. and Appleton, J. J. (2019). Measuring the Engagement of College Students: Administration Format, Structure, and Validity of the Student Engagement Instrument–College. *Measurement & Evaluation in Counseling & Development*, 52(2), pp.90-107.
- [43] Wiznia, D., Korom, R., Marzuk, P., Safdieh, J. and Grafstein, B. (2012). PBL 2.0: Enhancing Problem-based Learning through Increased Student Participation, *Med Educ Online*, 17: 17375 - <http://dx.doi.org/10.3402/meo.v17i0.17375>.
- [44] Zhoc, C. H., Webster, J., King, B., Li, Johnson C. H., and Chung, S. H. (2019). Higher Education Student Engagement Scale (HESES): Development and Psychometric Evidence, *Research in Higher Education*, 60, pp.219-244.