

銘傳大學 104 學年度下學期教學卓越計畫子計畫一

「產業實務課程重構計畫：消費者行為」結案報告

壹、課程目標

- (一) 強化產業認知及互動
- (二) 提高就業競爭力

貳、執行內容

一、教學目標

- (一) 使學生具備線上資料庫使用能力
- (二) 訓練學生針對所蒐尋的資料進行分類及解釋
- (三) 提升學生對產業的認知
- (四) 提高就業競爭力

二、教學內容

- (一) 以理論解說引導學生進行問解析等思考。
- (二) 資料分析列為課程實作，作為學生操作及驗證課程理論的方式。
- (三) 透過業師的實作引導，以縮短產學差距。
- (四) 引領學生進行東方線上資料庫查詢及分析，提高學生對產業的認知，並透過與實務界的積極互動，助於學生未來就業。

三、教學活動設計

- (一) 消費者心理相關理論及研究方法
聚焦於消費者心理的研究理論概述及定義，讓學生習得基本應用知識。
- (二) 東方線上資料庫
邀請業界三人團隊教導學生使用東方線上資料庫系統，讓學生能夠透過二手資料的蒐集，建立對的問題設定及發掘精準的消費者洞悉。
- (三) 業師講座
邀請澄禧廣告行銷經理吳思穎先生進行演講，教導同學如何以循序漸進的方式找出消費者心理的趨勢，得以做出適當的策略規劃。
- (四) 消費者行為期中報告
- (五) 期末線上測驗

四、教學評量

- (一) 透過學校設定之課程評量，評估課程運作情況。
- (二) 藉由消費者解析報告，評估課程成效。
- (三) 透心得報告呈現學生在課程學習過程的嘗試、努力、反思及成長。

參、計畫成果

一、產業實務融入課程結果

- (一) 引進產業界人才訓練模式，培養學生成為業界急需即用人才。
- (二) 課程實務個案提供產業界最新發展趨向，縮短產學差距，提升學生對產業的認知。
- (三) 透過課程教師及外聘資料庫分析學者的協力指導下，完成消費者行為報告，提升學生的實務能力。

二、執行成效評估

為能確實掌握課程執行成效，本課程於 105 年 4 月 11 日舉辦期中教學反映調查，105 年 6 月 13 日舉辦期末教學反映調查。修課學生在兩次評量的各個項目皆給予頗高的評價，顯示課程規畫妥當，學習成效良好。

三、課程反思

- (一) 引進東方線上消費者資料庫系統的操作納入課程，有效的縮短產學差距。
- (二) 引領學生逐步發展個人專精消費者族群領域，作為學生操作及驗證課程理論的方式。依學生感興趣的族群而組成，結果因組員間過去未有合作經驗，溝通、協調即工作配合上略有困難。
- (三) 課程安排在早上 8:10-10:00，大三學生往往無法準時到課。且學生未購買或商借上課教材，無法依規定完成課前預期及課後複習，影響學習成效。
- (四) 以線上考試取代期末實作報告。一方面可以督促學生熟讀理論，一方面可以免除同學小組運作之苦，因此修正期末評量方式。

四、後續調整規劃

此次課程的實驗對學生及教師而言是一項全新的考驗，雖然過程困難重重，但在大家同心協力下總算完成所有規劃，對學生及教師皆是一次難得經驗。未來將秉持此次之經驗，持續修正課程，以提高學生實務能力，縮短產學差距。

肆、建議與改進

此次計畫有效達成預定之目標，爾後將秉持此次的課程執行的經驗，持續調整與改進，亟能精益求精，建立增進學生能力的同時，亦能提高學生執行等其他實務能力的教學方法，以期培養產業界急需即用之人才，提高學生就業競爭力。

伍、課程照片



東方線上資料庫訓練



業師講座

