

銘傳大學 104 學年度下學期
105 年度教學卓越計畫子計畫一
【職能融入】課程重構計畫

結案報告



課程名稱： 品牌管理

教師姓名： 余淑芬

系所單位： 廣告暨策略行銷學系

撰寫日期： 105 年 6 月 17 日

壹、計畫動機

「品牌管理」為廣告暨策略行銷學系唯一品牌必修課程，每年於三年級下學期開課，此次提出職能融入課程重構計畫，有鑑於近年國內外的雇主調查皆指出學生畢業進入職場時，雖然具備相關工作的技術知識很重要，但是良好的團隊合作、問題解決及創新的能力更重要。這些技能都是雇主決定聘請大學畢業生時期待所具備的技能，也是新進人員能否融入團隊及面對未來工作挑戰的決定性因素。

貳、執行內容（課程設計與執行概念、實施方式、實施進度等訊息）

一、若本課程非首次申請課程重構計畫，請說明與前不同之處

本課程為首次申請此類課程重構計畫。

二、擬融入課程之職能項目（目標是什麼）

針對未來傳播職場所需之職能，將團隊合作、問題解決及創新的能力等三項職能設定為本計畫目標。

（一）團隊合作能力是職場任用重要考量因素

隨著知識經濟時代的到來，工作中所面臨的情況和環境極其複雜，個人單打獨鬥的模式已難以應付，亟需以團隊型式予以面對。團隊的優勢在於透過組織成員之間的相互依賴、相互關聯及共同合作，達成企業目標。特別是傳播職場之工作皆為團隊合作型態，多將團隊合作能力視為人員任用的指標之一，因此學生是否具備團隊合作能力將是決定學生是否能順利進入企業，一展長才的關鍵之一。

(二) 問題解決能力是職場發展的關鍵

長期以來國內的教育型態導致青少年在就學階段幾乎將所有的時間都花在學習記憶與背誦，忽略問題解決能力方面的培養。背誦的死知識，不但無法處理生活中層出不窮的問題，亦未能作為學生畢業後面對工作的後盾。這個時代唯一不變的特質就是變！在職場上無時無刻面臨新的挑戰，問題解決能力將是非常重要的職能，亦是個人在職場是否能更上一層樓的重要關鍵。

(三) 創新求變能力是個人進步的靈魂及競爭力的核心

在群體主義的文化背景下，國人普遍缺乏在創新能力方面的培養，創新意識相當淡薄，更談不上創新欲望。培養青少年創新求變能力具有重大的意義，不但有助於其在競爭激烈的就業市場中脫穎而出，學生是否具備創新求變能力亦將是其未來職場發展的關鍵。透過課程重構計畫建立學生創意的思考及應用能力，以提高學生就業競爭力及未來之職場發展。

三、職能融入教學模式（怎麼教）

- (一) 以引導取代傳統課程教授
- (二) 以個案演練培養問題解決能力
- (三) 以實作培養團隊合作經驗及溝通表達能力
- (四) 以學生的努力及成長取代傳統成績評量
- (五) 以實作報告培養溝通表達能力

四、職能融入教學教安（教學內容）

（一）課程進度

| 週次 | 日期 | 課程主題 | 備註 |
|----|-------|----------------|-------|
| 1 | 02/23 | 課程介紹、評量說明、分組 | |
| 2 | 03/01 | 小組報告、品牌與品牌管理 | 第1章 |
| 3 | 03/08 | 以顧客為本的品牌權益 | 第2章 |
| 4 | 03/15 | 品牌共鳴與品牌價值鍊 | 第3章 |
| 5 | 03/22 | 選擇品牌元素建構品牌權益 | 第4章 |
| 6 | 03/29 | 設計行銷方案建構品牌權益 | 第5章 |
| 7 | 04/05 | 春假 | |
| 8 | 04/12 | 校外參訪 | |
| 9 | 04/19 | 期中考 | 加油！ |
| 10 | 04/26 | 品牌實作報告 | 小組報告 |
| 11 | 05/03 | 整合行銷溝通建立品牌權益 | 第6章 |
| 12 | 05/10 | 借用輔助品牌聯想建構品牌權益 | 第7章 |
| 13 | 05/17 | 設計與執行品牌建構策略 | 第11章 |
| 14 | 05/24 | 新產品導入、命名與品牌延伸 | 第12章 |
| 15 | 05/31 | 與時俱進管理品牌 | 第13章 |
| 16 | 06/07 | 品牌個案講座 | |
| 17 | 06/14 | 期末報告：品牌管理企劃書 | 小組報告 |
| 18 | 06/21 | 期末考 | 暑假愉快！ |

（二）課程教學比例

- (1) 學理及個案講述 40%
- (2) 品牌管理實作引導 60%

五、職能融入教學行動研究（怎麼做）

- (一) 課程以學生為課程進行的主要角色，授課教師退居引導角色。
- (二) 課程中以個案解說引導學生進行問題解析及思考。
- (三) 藉由課堂實作及報告，鍛鍊學生以創意方式解決問題的能力。
- (四) 對於所組成的團隊運作及角色進行規劃(團隊角色設定及互評)，配合課程中個案的討論或實作，引導學生進行良好的團隊溝通及協調，增加學生團隊合作經驗。
- (五) 一改過去以考試或成果為主要評量的方式，以嘗試、努力及反思為考核重點。

參、計畫成果

一、摘述辦理情形

- (一) 配合課程目標及課程之設計，課程之報告及課堂實作皆以團隊方式進行，透過課堂引導及課後運作，有效提升團隊合作職能。
- (二) 課程實務案例囊括目前全球廣告行銷領域最重要獎項的坎城創意節獲獎作品，透過個案解析，讓學生了解個案中如何解決品牌的所面臨的問題，並以提問及討論方式引導學生思考其成功原因，以切實體悟以創意手法解決問題的優異之處。
- (三) 課程期中及期末報告著重品牌問題的辨識及創意的解決之道，並要求各小組在課堂中進行公開報告，透過不同個案的成果分享，進行同儕學習，並了解不同品類產品在目前市場上所面臨的問題及策略的切入點。

二、共通職能融入課程成果

- (一) 透過課程引導及討論，讓學生擁有分析及問題解決能力。
- (二) 藉由課堂實作及報告的引導，讓學生將創意融入個案中。
- (三) 透過對團隊運作的引導，讓學生擁有良好的溝通及協調能力。
- (四) 藉由實作提升學生對實務工作的認知及技能。

三、執行成效評估（學生學習成效為何，請提出具體佐證）

為能確實掌握課程執行成效，本課程於期中及期末舉辦教育部大專校院就業職能平台（UCAN）職能評量，結果顯示修課學生在團隊合作、問題解決及持續學習等三項職能上有不錯的評估，但溝通表達成效略有遜色。

表一、共通職能項目評估

| |
|--|
| 基本資料 |
| 1. 課程名稱：_____ 品牌管理 _____ |
| 2. 性別： 85% 女 15% 男 |
| 3. 年級： 0% 一年級 0% 二年級 100% 三年級 0% 四年級 |
| 請您勾選您在本課程所提升之共通職能項目： |
| 教育部大專校院就業職能平台（UCAN） |
| 【職場共通職能】（從事各種不同的職業類型都需要具備的能力） |
| 31% 溝通表達 58% 持續學習 46% 人際互動 69% 團隊合作 |
| 62% 問題解決 27% 創新 27% 工作責任及紀律 4% 資訊科技應用 |

| 題目 | 非常同意 | 同意 | 無意見 | 不同意 | 非常不同意 |
|----------------------------------|------|------------|-----|-----|-------|
| 1. 我了解老師進行職能融入教學計畫的目的。 | 15% | 42% | 31% | 8% | 4% |
| 2. 當老師進行職能融入教學計畫時，我知道該如何配合。 | 15% | 50% | 23% | 4% | 8% |
| 3. 我認為職能融入教學計畫，對於提升同學們的共通職能有幫助。 | 23% | 46% | 27% | 0% | 4% |
| 4. 本課程所施行的教學策略和教學方法，對於提升共通職能有幫助。 | 15% | 50% | 23% | 8% | 4% |
| 5. 我認為提升共通職能對我是重要的。 | 19% | 58% | 19% | 0% | 4% |

1. 在職能融入教學的施行過程中，您認為對同學有助益之處為何？

- [1] 可學習延伸理論
- [2] 能了解個人職能上與過去是否有所差異
- [3] 幫助我們進行完整全面的思考
- [4] 有利於將就業 (2人填答)
- [5] 能學習更多新知識
- [6] 學習團隊合作
- [7] 能夠提升未來面對就業職場的能力 (3人填答)
- [8] 以後工作較好上手
- [9] 提升對專業領域更深入的知識了解
- [10] 了解自己職能的長處
- [11] 運用原理去套用實際操作
- [12] 期中期末的作業中實際去了解品牌的背景，與進行現況分析，增加我們實務運作的能力
- [13] 通過學習來獲取經驗，能夠運用在各種實際工作上
- [14] 能夠幫助就業機會及在還沒踏入社會就能先做好準備
- [15] 沒有幫助
- [16] 了解職能強項

2. 在施行過程中，您覺得需要改進之處為何？

- [1] 形式可以更有趣
- [2] 有一些強硬的需要填寫問卷，不夠自然

- [3] 課程應放在下午上課
- [4] 理論過多
- [5] 老師教材不當
- [6] 希望能有實際操作或是校外教學
- [7] 實作機會可以再多一點這樣才能讓學生有深刻的印象
- [8] 不知哪裡有融入
- [9] 有老師講解職能項目的意涵

3. 為了使職能融入教學計畫的實施更符合您的需要，若有其他寶貴意見，請列述於下，謝謝！

- [1] 建議能多像歐美一樣的學習方式，不要是傳統無趣
- [2] 做 UCAN 跟課程內容毫無相關
- [3] 開設獨立課程讓學生自行參與

四、課程反思（本課程實驗可以分享給全校其他教師的教學發現和重要經驗）

綜合而論，由於課程設計得當、教學方式接受度高及班級經營良好，已有效提升學生的團隊合作及問題解決能力，課程亦獲學生好評。然仍有以下問題亟待未來予以解決，讓課程更為完善。

(一) 學生人數眾多，進階課程教授不易

此課程修課學生人數眾多，不但教授不易，且報告頗為費時，壓縮引導及提問時間，實屬可惜。

(二) 學生背景多元，課程內容規劃不易

課程一半以上是僑生(馬來西亞及香港)、大陸外籍生及交換學生，因學生背景不一，課程內容規劃不易。

(三) 多數組別未依引導進行團隊運作，未能達成溝通表達職能目標

多數組別為方便行事，將實作切割由個別組員負責，難以發揮團隊效用。此外，並有部分學生出席率不佳，影響小組作業進行。

五、後續調整規劃

- (一) 建議未來課程限制修課人數以提高教學品質。
- (二) 未來擬於開學前三週以密集之課堂活動，讓小組運作更為順暢。
- (三) 未來課程擬提高小組作業比例，以提高團體合作演練。

肆、建議與改進

後學透過此次的職能融入課程重構計畫，重新規劃課程內容，以多重的教學法及多元的評量方式，已有效提升學生的團隊合作及問題解決能力。此外，透過課堂實作及小組報告搭配課程內容的形式，提升學生實作能力，強化學生的對品牌的認知。

此次課程重構有效達成預定之目標，爾後將秉持此次的課程重構經驗，持續調整與改進，亟能精益求精，建立增進學生策略思考能力的同時，亦能提高學生其他職能的教學方法。

伍、課程照片



課堂報告



課堂報告