

表格 2-4

## 健行科技大學教學創新成果報告

教師基本資料			
單位	企管系	授課教師	婁文信
聯絡分機	7106	E-mail	wayne@uch.edu.tw
課程基本資料			
課程名稱	wayne@uch.edu.tw	課號	BA9350 / 乙
授課學期	111 上	授課班級	進四技三乙
授課人數	47	必／選修	<input checked="" type="checkbox"/> 必修 <input type="checkbox"/> 選修
<p><b>1. 課程策略及特色</b></p> <p>本課程的目標在於有系統地介紹行銷企劃的內涵，除強調重要觀念的解析，並以實例解釋理論的應用。分為兩部分，一是以藍海策略為基礎，以商品實作方式將該理論應用於實務，藉以提升同學對行銷企劃觀念的認知，並以腳本及微廣告培養同學對產品說故事的能力。二是以 6W 及 2H 為基礎，製作一份活動企劃案。茲歸納如下：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 以案例及實作了解商品創新以及經營模式的創新；</li> <li>➢ 以藍海策略之四項行動架構及策略草圖之實作分析產品特色；</li> <li>➢ 透過腳本撰寫以及 3 分鐘微廣告影片實作介紹產品特色；</li> <li>➢ 以 6W 及 2H 原則學習製作一份活動企劃案。</li> </ul>			
<p><b>2. 教學計畫</b></p> <p>本課程採 PBL 教學法，每一主題由教師講述主題的概念及案例，充實學生的先前知識，再以進行紙本或網路實作練習，學生經由分組討論、自我學習及實際練習後，再與教師討論。配合練習同步進行企畫案，學生須完成下列企畫內容。</p> <p><u>商品企劃案實作</u>：1-4 人一組，任選一有興趣或熟悉的商品/服務/經營模式為標的，為其製作企劃案。報告以 PPT 繳交。簡報勿全部都是文字，圖片至少占 1/3。企劃內容包含(PPT 檔)：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>(1) 封面：企劃名稱、組員姓名、學號</li> <li>(2) 企劃動機（為何要做此企畫案？）（勿全部文字，圖片至少占 1/3）</li> <li>(3) 企畫構想（創意的來源，加減乘除法表示）（勿全部文字，圖片至少占 1/3）</li> <li>(4) 產品線及產品故事（儘量訴諸感性文字描述）</li> <li>(5) 產品之 SWOT 分析</li> <li>(6) 產品之 五力分析</li> <li>(7) 產品定位圖</li> <li>(8) 藍海策略分析（四項行動架構、策略草圖）</li> <li>(9) 結論（勿全部文字，圖片至少占 1/3）</li> <li>(10) 微廣告（分鏡腳本、動態影片）</li> </ol> <p><u>活動企劃案實作</u>：1-4 人一組，任選一有興趣或熟悉的企業、社團或班級為企劃標的，為其製作一活動企劃案(至少 2 天 1 夜)，需包含 6W（Why 企劃動機、When 何時、What 活動內容、Who 誰去執行、Whom 參加對象、Where 地點）及 2H（How to do 團隊成員分工、How much 預算）。請</p>			

以圖片強化企劃案內容。

### 3. 評量施實方法(學生學習成效說明)

◇ 平時成績：以 80 分為基本分。上課 20 分後以遲到計，每次扣 1 分。曠課每次扣 3 分；課堂練習未上傳，或未參加課堂討論之書面資料者，每次扣 3 分

◇ 成績計算：商品企劃(30%)；活動企劃(15%)；期中考(20%)；平時成績(15%)；期末考(20%)

### 4. 具體成果

經由本課程，學生學會以有系統的方式呈現想要行銷的商品或是活動。具體而言，透過問題導向教學，引導同學認識創意的產生，即使無法發明創新產品（實際有困難），也能夠自行分析或拆解既有產品的創意元素，例如防水袋＝帆布袋＋防水（具體＋抽象）；產品滑步車＝自行車－踏板鍊條（減法策略）。再將課堂所學套用於各組選擇的某一小型創新商品上，以增強學習動機和實際進行企畫實作的興趣。

學習主題包括企劃動機與構想，故事描述、產品定位圖、藍海策略、腳本撰寫、經營模式與活動內容展示等。於課程中同學需配合各學習主題，共完成創意的產生練習 2 次，藍海策略 2 次，定位圖 2 次，腳本 2 次，經營模式 2 次，共 10 次分組練習。此外，尚須完成兩份企劃案(分組成績)的製作以及筆試(個別成績)。

鑒於讓學生於短期間發展具創意產品有困難，故產品企劃之實作儘量與同學的日常生活相結合，選擇生活中的小型創意商品為標的，例如洗衣球、電競口罩等商品。活動企劃則儘可能與同學所服務的企業過去或未來可能發生的活動為標的，如員工旅遊或尾牙等為企劃標的，期能使理論立即應用於實務。

由於本課程為企管系必修，故貼近生活的教學較能引起學生學習動機，配合互動、分享、討論等教學進行，多數同學都表示課程收穫很多，少數同學仍表示上課內容有點複雜，無法跟上。

### 5. 本教學創新課程之後續影響

本課程引導學生探索產品的發想與拆解創意，從藍海策略的四構面中洞察未被滿足的需求，由策略草圖比較與競爭對手的差異化，進而提出不同商品或服務的創新經營模式。一方面提升同學對於商品創意的分析能力，增加對市場需求的敏感度；另一方面啟發學生的創造力，增加學生對於現有工作或服務流程方面的改善能力。

此外，以 PBL 教學法融入行銷企劃之教學方案的教學成效，也提升了教師教學效能及教學品質，包括案例設計、教學流程，學生練習成果講解、教學評量方式等。對於學生而言，也會提升學生的學習動機、鼓勵合作學習、引導活用理論及強化實作技能。故以 PBL 建構行銷企劃科目是一種可行的教學策略。

部分同學表示，上過課程後會繼續關注市面上的新產品，並將其創意試著拆解。此外，課程所教導的案例與練習可讓同學了解理論其實是有用性，因為有了理論基礎，才能以專業精準的詞彙說服顧客，傳達產品價值。

## 活動照片



圖 1：(同學課堂練習說明)



圖 2：(學討上課討論情形)

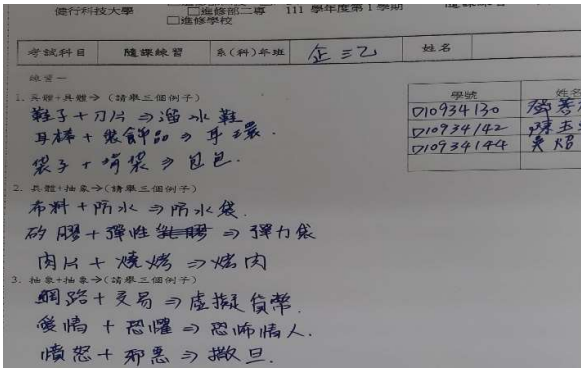


圖 3：(同學課堂練習)



圖 4：(同學網路練習)

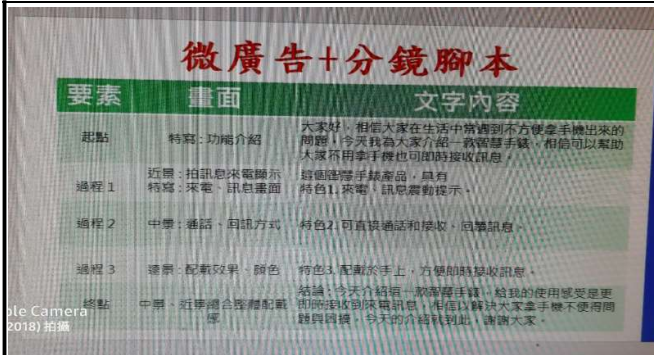


圖 5：(部分成果)

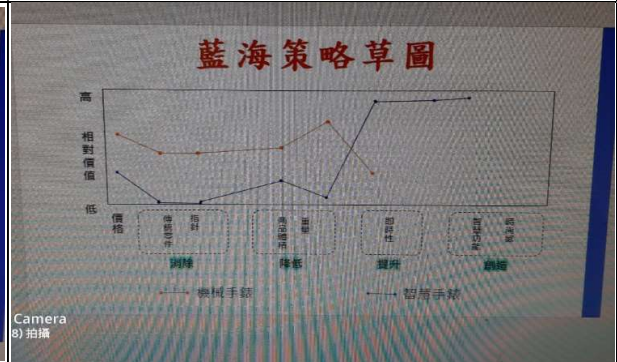


圖 6：(部分成果)

### 6. 附件檢核

- 申請表
- 成果報告(書面)
- 成果報告(影音)
- 課程教材：講義、投影片

- 課程回饋意見表
- 回饋意見分析
- 其他

## 課程回饋意見調查結果統計表

課程名稱	行銷與企劃實務
學 期	111.1
授課教師	婁文信
應收份數	( 47 )份
實收份數	( 41 )份
有效份數	( 41 )份
回饋結果	
激發更多想法	4.39
提升學習興趣和動機	4.39
對於學習有顯著幫助	4.34
教學內容有達到預期	4.39
創新教學比傳統式教學生動活潑	4.46
希望能有更多類似創新創意課程	4.41
上述結果整體平均	4.40
(5 級距，5 分為非常滿意，1 分為極不滿意)	
課程意見	
優 點	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 老師認真教學 課程有趣</li> <li>➢ 讓學生去動腦去實作</li> <li>➢ 一開始很排斥 但其實學到很多東西</li> <li>➢ 謝謝您這學期的教導與認真。</li> <li>➢ 非常好</li> <li>➢ 出席情況良好</li> <li>➢ 老師教學的方式很有趣也很有意義</li> <li>➢ 我覺得很多實作課程，需要動腦，很讚</li> <li>➢ 老師給予很大的空間鼓勵同學運用自己的想法</li> <li>➢ 謝謝老師！讓我學到好多新知識</li> <li>➢ 我覺得還不錯 受益良多</li> <li>➢ 這門課生動有趣有學習到東西</li> <li>➢ 我覺得受益良多 希望下次還能修到婁文信老</li> </ul>

	<p>師的課</p> <ul style="list-style-type: none"><li>➤ 非常感謝這位老師讓我們有更多想法可以創造我給老師 100 分 謝謝</li><li>➤ 老師很好</li><li>➤ 老師很認真</li></ul>
缺 點	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ 不知道在幹嘛、好像一直在重複</li><li>➤ 不予置評</li></ul>
其他建議	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ 沒有意見</li><li>➤ 無</li><li>➤ 無</li></ul>