

服務行銷就業學程教學規劃與教學成效評估

沈慶龍¹

摘要

勞動部勞動力發展署為培育大專生之職涯實務能力，以強化其職場競爭力，並提升畢業即就業之無縫接軌目標，從 97 學年度開始，特別辦理並補助以大四學生為教學對象的就業學程計畫案。服務行銷就業學程從 99 學年度至今，已持續獲得 9 年的補助，其執行成效除了廣受每年評鑑委員的高度肯定外，更分別在 100 學年度獲得教育部，及 104 學年度獲得勞動部勞動力發展署的全國績優學程獎勵。就業學程為互補系本位課程之不足，並考量服務業對臺灣經濟發展的重要地位，以及服務業面臨人才需求的困境，因此，焦點於服務業並以行銷企劃作為教學與課程設計之主軸，主要之規劃包括：1. 專精課程：包括「服務傳送系統管理實務」、「行銷研究實務」及「行銷企劃撰寫實務」三門課；2. 共通核心職能課程：包含動機、行為與知識職能；3. 職場體驗：包括高、屏四家知名企業，進行 120 小時之實習與體驗。以上大約 80% 的課程單元，精心邀請實務界且具有研究所以上學歷之中、高階主管，蒞臨授課。另外，為探討學程規劃對 22 位參與學員，在學程滿意度及就業競爭力提升上的助益，一方面將藉由舉辦座談會的方式，進行期末成果檢討會以獲致質性的分析；另一方面將透過教育部 UCAN 平台，測量學員在「職場共通職能」及「專業職能（行銷）」能力上的成長情形，收集時間序列的資料值，並透過結構方程潛在成長模型，進行學員就業力提升的量化分析。資料分析結果顯示，學員在參與學程訓練課程後，對整體學程之規劃與執行，均給予高度的肯定，並在就業力的提升上，也獲得顯著性的成長，另在「性別」及「系別」的學員上，也顯現不同的初始值與學習成長斜率，此一結果均有助於未來在學程規劃修正上之參考依據。

關鍵詞：就業學程、服務行銷、潛在成長模型、教學規劃、教學成效

¹ 國立屏東科技大學企業管理系副教授
通訊作者：沈慶龍，E-mail: david@mail.npu.edu.tw
收稿日期：2019/03/27；接受刊登日期：2019/06/19
DOI:10.6618/HSSRP.201906_13(2).4

壹、教學設計理念

勞動部勞動力發展署為提升大專生之就業知識、技能及正確的工作態度與倫理，從 97 學年度開始，特別規劃辦理就業學程此一計畫案，補助大專校院辦理以實務為導向之訓練課程，以協助大專生提高職涯實務能力，增加職場競爭力及順利與職場接軌。爰此，服務行銷就業學程從 99 學年度起至 107 學年度，已獲勞動部勞動力發展署持續 9 年的補助，其執行成效除了獲得每年評鑑委員的高度肯定外，也曾在 100 學年度獲得教育部的特別獎勵，及在 104 學年度獲得勞動部勞動力發展署評鑑為執行成效全國績優計畫案。

學程之教學計畫案特別針對服務業之行銷專業領域，作為教學與課程設計之主軸，主要建基於，服務業對臺灣經濟發展的貢獻，逐漸佔有舉足輕重的地位，根據行政院主計總處（2018）公布之相關資訊，截至 107 年服務業佔臺灣 GDP 的比重已高達 63.20%，就業人口數的比重也高達 59.38%，均是其他各產業別之冠。然而，根據勞動部統計查詢網（2018），服務業之就業流動率偏高，截至 106 年 2 月之統計資料顯示，服務業就業空缺人數高達 13 萬人以上，佔全國總空缺人數的 56.5%。推究其原因，顯示「與工作相關之技術不合」為最主要因素。

另，根據 104 人力銀行（2018）針對服務業行銷企劃人員，企業主在「工作技能」上的需求，顯示可歸納出「行銷規劃與執行能力」、「行銷管理與行銷研究能力」及「行政與人際溝通能力」為主要的求才標準。因此，學程計畫案的教學課程設計，如圖 1 所示，擬設計出「服務傳送系統管理實務」、「行銷研究實務」及「行銷企劃撰寫實務」三門專精課程，並精心設計其單元課程，希望透過針對服務業一般化服務傳送所涵蓋的系統設計與策略規劃、市場調查與資料分析以協助行銷策略的擬定，同時透過行銷管理所涉及的重要構面，與行銷企劃書撰寫之實務性課程內容，以補強上述前兩項之工作能力；在「共通核心職能課程」之規劃上，將納入動機、行為與知識職能之課程單元設計，以同時強化上述三項工作能力；最後，擬規劃「職場體驗」，慎重評估與挑選南臺灣四家知名廠商，讓學員實際進入職場，將課堂上所學習之心得，進一步透過實際操作與社會化的歷練，以達到做中學學習的效果，並藉以強化上述三項之工作能力。

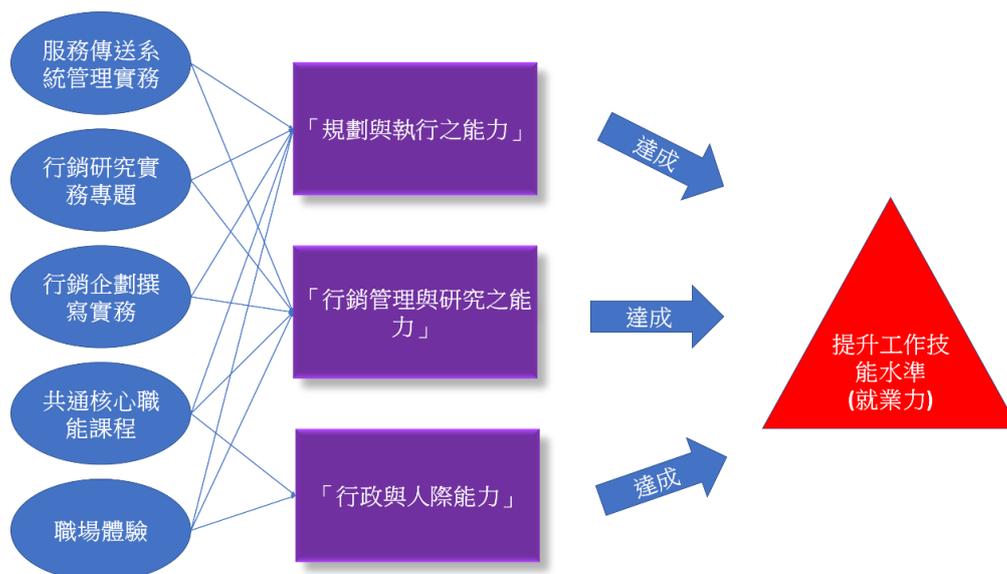


圖 1 本就業學程課程規劃與產業人才需求之關聯圖

為闡明本就業學程之理念，並確保其執行之成效，本就業學程之教學目標，及教學規劃上所欲強化之職能知識，分別說明如下：

一、教學目標

為補強系本位課程中實務性教學層面之不足，本就業學程所規劃的教學目標包括：

- (一) 設計出一完整的課程規劃，及其執行的配套措施，包括聘任堅強的師資結構群、完善的品保制度及就業輔導措施，以提升學員的就業競爭力與就業率。
- (二) 在研究上，透過線性結構潛在成長模型，進行縱斷面資料之時間序列分析，探討學員在修習學程的過程中，對其學習成效及就業競爭力提升上之成長模型。
- (三) 整合政府單位、產業界及教育單位現有資源與設備，謀求產、官、學三方之資源利用最大化。
- (四) 透過就業學程計畫之規劃與執行，強化系上老師與業界之互動關係，並提升老師積極拓展各項產學合作計畫案，除了補強老師在實務上的歷練外，並拓展學生之就業機會。

二、職能知識

為達成上述計畫目標，本學程之教學設計理念，將注重於服務業行銷企劃人才之培育為重點，其主要之人才職能發展，乃以 Afuah(2009)與蕭瑞麟(2008)對於能力養成所需具備之四個層面知識，作為設計基礎：

- (一) 專業知識：著重服務傳送系統管理實務、行銷研究實務專題研討、行銷企劃撰寫實務等三大類專業知識之課程規劃。
- (二) 市場知識：強調產業實務專題、個案教學、企業參訪等方式，讓學生能對產業市場有更深入之瞭解。

(三) 認知知識：利用共同核心職能課程，協助參與學生了解職場倫理、就業環境、人際關係等多元課程，以輔助學生認知領域知識之養成。

(四) 實作知識：落實職場體驗、證照考取等多種途徑，達成實作領域之功能目標。

藉由上述各項計畫目標之達成，與人才職能培育，期能提供學員在從事服務業行銷企劃工作上所需之知識與技能，並讓學員在行銷企劃人員、服務傳送系統設計與控制之人才、市場調查與行銷策略管理之人才、服務業管理相關之營運與行政管理人才、服務業經營活動之企劃、領導與推廣人才等工作職務上之求職與日後工作上，均能獲致最大的助益。

貳、教學方法與研究設計之學理基礎

一、教學方法

就業學程之課程設計，主要以實務為基礎，大約 77% 的課程單元，均以外聘之實務界中、高階主管擔任授課講師，主要著重於實務性的教學與經驗傳承；另外 23% 的本系師資授課單元，則著重於將理論與實務作一連結。由於各課程單元的屬性不同，且每位業師的授課風格與方法也有所差異，因此，在授課上將分別採取不同的授課方法，以下將針對各種授課方法作一說明。

(一) 講述法

此種授課方式，乃是一種直接的教學指令，主要透過教師對課程內容的講解，及師生間的互動，以協助學生的學習 (Eby et al., 2006; Lalley and Miller, 2007)。講述法是由教師詳細規劃教材，使之成為有系統、有組織的知識，然後條理分明地對學生講解以傳遞教學內容的教學法 (張春興, 1998)。因此，此教學法係以教師為中心，採集體學習的方式及具固定授課形式的教學方法論 (李隆盛, 1995; 林進財, 2000; 張靜馨, 1996; 陳玉婷, 2010; 霍秉坤, 2004; 佐藤學, 2012; 簡紅珠, 2007)。而其教學上大致可歸納成三個階段：1. 準備階段：包括教學目的與目標的決定、教學原則與內容的選擇安排與組織、教學方法與技巧、教學活動的設計等；2. 實施階段：主要為課程內容的呈現，包括引起學習動機、教材的解說閱讀等；3. 反思階段：主要在呈現學生之學習成效。

許多學者認為傳統的講述法，可能受限於教師的教學經驗不足、表達能力欠佳、課程內容未經詳細規劃與組織，或未提供互動的機會，甚至也可能受到學生背景因素的影響，而導致教學成效不佳 (例如：Birkel, 1973; Lalley and Miller, 2007; Pascarella, 2006 等)。不過，也有許多學者認為講述法是有其功效的，教師將專業理論與知識轉化為教材，透過對教材的講解，闡述其背後的意涵，讓學員學習到最基本的概念、理論與知識 (例如：Babb and Ross, 2009; Kim and Axelrod, 2005 等)。

綜合研究者的看法，在眾多教學者的實務經驗中，講述法是最普遍且最常被採用的教學方法之一，必然有其優點，當學習者對知識難以取得，或無法經由自己的認知學習，而獲得正確知識時，透過教師有效地組織相關知識，完整、有系統地加以解說，將有助於學習者更快速地獲得學習效果。

（二）個案教學法

此法源起於 1870 年，由哈佛大學法學院 Langdell 教授所倡導（Patterson, 1951），有別於傳統講授法之老師講課、學生聽課的模式，個案教學法要求學生必須研讀實際案例、分析、在課堂上討論，並提出解決方案，是一種學習者為中心的教學法，而其教學應與實際企業連結，使學生接受實務導向及問題解決的教學。Wassermann（1994）提出個案教學法應包括五個部分：個案、問題、小組討論、簡報及補充資料。

國內學者又稱它為案例教學法，並將之定義為以案例為教學材料，配合教學主題，透過討論、問答等師生互動的教學過程，讓學生了解教學主題相關的概念或理論，並培養學生高層次思考能力的教學方法（Shulman, 1992；Wassermann, 1994；張民杰，2001；王金國，2013）。劉唯玉（2011）認為，案例教學法乃是一種企圖改變學生學習態度、學習方法與學習目標的教學方法，使學生的學習態度，從傳統的「被動學習」轉為「主動學習」，學習方法由「聽講抄寫、記憶背誦」，轉為「蒐集資料、討論思考」，學習目標由「學科內容、標準答案」，轉為「學科內容與方法、多元思考、解決問題」。

許多學者認為，個案教學可以有效訓練學員，對生活周遭事物的觀察敏銳度與洞察力、發展學員獨立思考及問題解決能力、提升主動表達與溝通的能力，也可以建立理論與實務間的橋樑。因此，對提高學員學習動機與增進學習成效上，乃是一有效的教學方法（Wassermann, 1994）。

（三）實作教學法

經驗金字塔理論（Lalley and Miller, 2007）倡導，較為具體的實作教學方式，可讓學習者獲得較佳的學習成效，此呼應美國教育家 Dewey（1938）的「做中學」理論，認為經由實際經驗的教育活動，可從行動中獲得知識、學習第一手的經驗，才算是主動的認知。因此，透過實際操作的直接體驗，確實可讓學習者藉由行動，獲得更真實的實務操作與更深刻的記憶，也有助於激發學習者的探索態度與培養問題解決的能力（Lalley and Miller, 2007；吳鐵雄等，2019）。

Dewey（1938）認為，高等教育機構須重建其學習模式，由學術象牙塔進入實驗模式，以涵蓋學習與發現的經驗及產生反思的過程。黃一峯、朱曜明（2013）提出學生在實作過程中學習的歷程，共分為知識來源、動手做學習、學習影響三個階段。知識來源是老師課程的教學、同學間的交流及學生本身既有的知識；動手做學習是教師安排的實作活動；學習影響則是學生動手實作後作品的完成度，以及學習到的知識、技術。

(四) 產學合作教學方法

產學合作教育係指學校利用企業資源推展教學活動，根據學生的職涯目標進行職業準備，使學生跳脫出學校的學習環境，並擴展至與實務有關之工作世界（楊朝祥，1983）。換言之，產學合作教育乃是一種實習的教育制度或方法，安排學生至校外實習，讓學生在學校所學得之知識、理論與技術，應用至實際職場上。

產學合作的合作層面，主要包括下列幾種方式（林倫豪、郝淑蕙，2012）：

1. 提供實務師資

邀請實務界專家（或中高階主管）傳授實務智慧可分為二種型態：

(1) 專題演講

以講座型態讓學員汲取最新產業動態與實務新知，提升對產業之了解並增進實務專業知識與技能。

(2) 開設實務課程

係正規課程的一種開課安排，可由實務界專家組成講師團，分別擔任其所擅長的課程單元。近年來勞動部勞動力發展署所推動之「就業學程方案」，其核心即在引進業界的實務教師，以縮小學用落差，提升就業競爭力，又稱為「最後一哩」（Last Mile）方案。

2. 安排參訪，觀摩教學

配合相關課程，安排學員至業界，了解實務運作的流程，以期與課程所得相互印證比較，提升學員對實務之了解層面。

3. 安排實習、工讀機會

藉由此種教學之安排，一方面學員可透過相對較長時間的親臨實作，而獲致更深入學習及體驗職場環境，另一方面也有助於實務界從中培育優秀的未來幹部，不失為企業人力資源進用的一條捷徑，產學雙方因而互蒙其利。

4. 職涯與就業輔導

可藉由下列幾種方式提升其成效：

(1) 舉辦企業徵才說明會（或參與企業徵才博覽會）：

利用畢業前夕至學校舉辦企業徵才說明會，從中遴選合適之學員，減低人力招募成本。

(2) 提供優秀學員甄試的機會

可透過校方推薦適合之人選，參加企業之甄試作業，提高企業人力招募效率與效果。

二、評估學習成效之研究設計

勞動部補助就業學程之主要宗旨，乃在於有效提升大四學生在最後一哩的就業競爭力。因此，將分別透過縱斷面資料之量化研究，與透過座談會之質性資料收集，進行探究學程計畫案最終對學員在就業力的提升，與對學程各方面滿意度之分析與評估。

(一) 就業力提升之成長模式研究設計

1. 測量工具

將採用教育部 UCAN 平台所提供之「職場共通職能」及「專業職能(行銷)」所設計之問卷。UCAN 係教育部為提升學生對職場就業相關職能的自我評估，以貼近產業需求之職能為依據，結合職業興趣探索及職能診斷，協助學生了解自己在職能上的強、弱勢，以便規劃自我能力養成計畫與學習目標，並進一步提升個人的職場競爭力。

UCAN 平台的設計，主要包括職業興趣探索與職能診斷兩大主軸，其中職能診斷，又分為「職場共通職能」與「專業職能」兩部分：

(1) 職場共通職能診斷

係指從事各種不同職業類型，所需具備的共通能力。UCAN 整合各界專家、學者之建議，共列舉八項共通職能，包括：溝通表達、持續學習、人際互動、團隊合作、問題解決、創新、工作責任與紀律、資訊科技應用等，測量題項共計 52 題。

(2) 專業職能診斷

UCAN 平台提供 16 個職涯類型及 66 個就業途徑，由於本計畫案焦點於培訓服務業之行銷專業人才，因此，在職業類型上將選擇「行銷與銷售」，並以其設計之測量題項，共計 17 題，作為測量在專業職能(行銷)上，6 個次能力的評估。

2. 研究設計

(1) 研究對象

學程計畫案共招收企管系與工管系的學生 22 位，因此，將以此 22 位全程參與學程之學員作為研究對象，藉以探究學程計畫案在規劃與執行上，對學員在就業力提升上的成效。

(2) 資料收集方法

從 107 年 9 月至 108 年 1 月，「職場共通職能」與「專業職能(行銷)」分別施測 4 次與 3 次，藉以收集時間序列的資料值。

(3) 統計分析方法

將採用結構方程潛在成長模型，藉以探討學員的初始能力、成長幅度，及在性別與系別上的差異分析。

(二) 學程滿意度之質性研究

1. 資料收集方法

透過座談會之舉辦，進行期末學程執行成效檢討會議，收集學員對學程之滿意度與意見回饋。座談會之舉辦時間為 108 年 5 月 29 日中午 12:00 至 14:00，歷時兩個小時，舉辦地點為企管系之橢圓形會議室，由學程計畫主持人擔任座談會主持人。

2. 座談會之會談主題

將逐一針對課程設計、師資安排、職場體驗、TBSA 證照輔導及企業參訪等，進行意見交流與滿意度評估。

3. 記錄方式

透過全程錄音、主持人及助理同步進行分別之摘要紀錄，會後再彙整出完整的檢討會議紀錄。

參、主題、內容及教學方法

一、課程設計機制與流程

藉由學員及授課老師的意見回饋，以了解課程設計、執行與師資結構之優缺點，並與業界師資進行意見交流，及掌握現今產業的人才需求狀況進行整個學程的規劃與設計，藉以修正專精課程之規劃與調整師資的聘請，再由計畫主持人擬定課程規劃草案，並透過由校外與校內委員所組成之課程委員之審查，最後制定課程規劃之提案，流程如圖 2 所示：

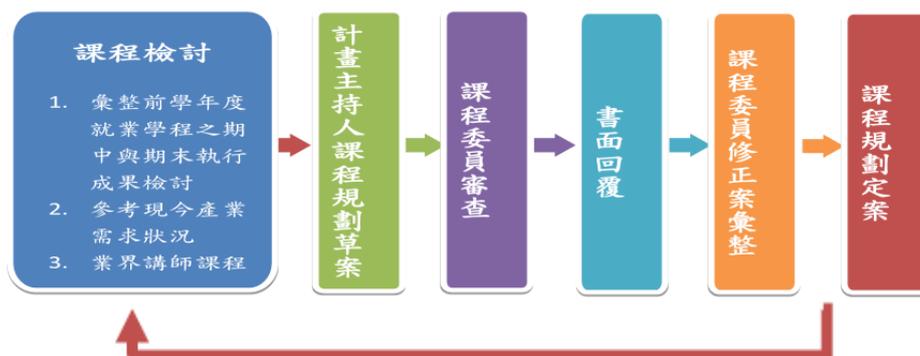


圖 2 課程規劃流程圖

二、課程主題及內容規劃

學程規劃之目標，旨在培養專精於服務業之行銷專業人才，以利學員畢業後能順利在相關職場上就業。相關之課程規劃與設計，主要包含 3 門專精課程、1 門共通核心職能課程、職場體驗、專業進階證照考取、企業參訪、學習輔導及就業輔導等七大部分。近年來，由於教育部要求各校均須將「校外實習」，納入各系之本位課程規劃，其執行期間大多規劃在大四下學期，因此，就業學程計畫案從 105 學年度起，將所有課程均安排在大四上學期予以完成，並將職場體驗安排在寒假期間執行，以下逐一加以說明。

(一) 專精課程

此部分規劃出三門專業課程，每一課程分別授予學員 3 個學分，共計 9 個學分，可計入其畢業學分數：

1. 行銷企劃撰寫實務

以培養學生建立完整的行銷管理理論基礎，並結合策略思考與企劃程序、企劃書編撰技巧等企劃專業知能為本課程的目標，以提升學員在行銷規劃與執行上的知識與能力，如表 1 所示。

表 1 行銷企劃撰寫實務

開課 規劃	開課學期	總時數	業師授課總時數	開課系所				
	■上學期	54 小時	15 小時	企業管理系				
課程內容說明								
課程單元	校內師資	他校師資	業界師資	授課 時數	教學方法			
					講述 法	個案 法	實作 法	產學 合作
行銷規劃程序	沈○○			6	√	√		
企劃書類型及基本架構	沈○○			3	√	√		
企劃書撰寫邏輯與成功要素		周○○		3	√	√	√	
企劃報告編撰技巧			林○○	3	√	√		√
行銷之內、外部環境與 S.W.O.T 分析	沈○○			3	√	√		
市場區隔化與目標市場選擇		周○○		3	√	√	√	
定位策略		周○○		3	√	√	√	
產品生命週期與市場競爭地位策 略		周○○		3	√	√	√	
產品組合與品牌策略		周○○		3	√	√	√	
訂價策略	沈○○			3	√	√		
通路策略		周○○		3	√	√	√	
行銷溝通組合策略		周○○		6	√	√	√	
網路行銷實務		林○○		6	√		√	
行銷企劃案實際案例分析（一）		張○○		3	√		√	
行銷企劃案實際案例分析（二）		林○○		3	√		√	

2. 行銷研究實務

本課程旨在教導學員有關行銷研究的重要概念、市場調查與統計分析方法，並透過實務界師資之企業實際案例的解說，以提升學員在行銷研究設計、資料收集、資料分析及實際應用於行銷決策上的知識與能力，如表 2 所示。

表 2 行銷研究實務

開課 規劃	開課學期	總時數	業師授課總 時數	開課系所				
	■上學期	54 小時	39 小時	企業管理系				
課程內容說明								
課程單元		校內師資	業界師資	授課 時數	教學方法			
					講述 法	個案 法	實作 法	產學 合作
市場調查規劃		沈○○		3	√	√		
研究設計類型		沈○○		3	√	√		
市場 調 查 案 例 解 析	a.新產品創新、包裝及傳播方式之研究方法與案例		翁○○	3	√	√		√
	b.消費者市場區隔化與消費行為分析之研究方法與案例	沈○○		3	√	√		
	c.品牌定位與競爭策略之研究方法與案例		陳○○	3	√	√		√
	d.廣告創意與廣告效果評估之研究方法與案例		陳○○	3	√	√		√
	e.配銷通路可行性分析之研究方法與案例		翁○○	3	√	√		√
	f.品牌形象、顧客滿意度與忠誠度之研究方法與案例		劉○○	3	√	√		√
	g.商圈調查、市場需求量評估與銷售趨勢之研究方法與案例	沈○○		3	√	√		
	h.促銷方案效果評估之研究方法與案例		陳○○	3	√	√	√	√
	i.大數據分析與行銷應用		韓○○ 謝○○	6	√	√	√	√
市場調查、資料收集實際演練操作			陳○○	3	√	√	√	√
資料分析方法（一）		沈○○		3	√	√	√	
資料分析方法（二）			張○○	12	√	√	√	√

3. 服務傳送系統管理實務

本專精課程之設計，主要建基於服務的特性與本質，課程單元將廣泛探討一般化的服務系統設計與作業管理的重要議題，並透過 6 類服務產業別作為案例，將服務傳送系統的理論架構與實務管理作一連結，以提升學員整合性的思維與學習成效，如表 3 所示。

表 3 服務傳送系統管理實務

開課 規劃	開課學期	總時數	業師授課總時數	開課系所			
	■上學期	54 小時	39 小時	企業管理系			
課程內容說明							
課程單元	校內師 資	業界師 資	授 課 時 數	教學方法			
				講述法	個案法	實作法	產學合 作
服務傳送系統設計的範疇與重要概念	沈○○		3	√			
服務設計、服務成本估計與訂價		曾○○	3	√	√		√
服務需求、服務容量與服務委外		林○○	3	√	√		√
服務場址選擇與商圈規劃		陳○○	3	√	√		√
服務場所規劃與店面佈置		鄭○○	3	√	√		√
服務流程與服務工作設計		林○○	3	√	√		√
服務自動化與資訊化	陳○○		3	√	√		
服務作業規劃、控制與管理	沈○○		3	√	√		
服務之後勤作業管理	沈○○		3	√	√		√
服務創新		郭○○	3	√	√		√
服務業之人力資源管理		曾○○	3	√	√		√
服務品質管理		曾○○	3	√	√		√
便利商店之產業分析、經營模式與競爭策略		陳○○	3	√	√		√
休閒遊樂區之產業分析、經營模式與競爭策略		吳○○	3	√	√		√
觀光飯店之產業分析、經營模式與競爭策略		吳○○	3	√	√		√
連鎖餐飲業之產業分析與經營模式		黃○○	3	√	√		√
購物中心之經營模式與競爭策略		辛○○	3	√	√		√
百貨公司之產業分析、經營模式、競爭策略與顧客關係管理		張○○	3	√	√		√

(二) 共通核心職能課程

本課程旨在建立學員正確的工作倫理、工作態度與職場基本技能，課程內容設計除了包括動機職能、行為職能與知識職能等三大主軸外，也另增加時間與情緒管理，及職場應用軟體的單元，讓學員在進入職場前，能有充分的認知及行為上的準備，以達成就業零接軌的目標，如表 4 所示。本課程將授予學員 3 個學分，且可計入畢業學分數。

表 4 共通核心職能課程

開課 規劃		開課學期	總時數	勞動部勞動力發展署師資		非勞動部勞動力發展署師資			
		■上學期	54 小時	人數	授課時數	人數	授課時數		
				5 人	27 小時	5 人	27 小時		
課程內容說明									
課程單元		勞動力發展署師資	非勞動力發展署師資	授課時數	教學方法				
					講述法	個案法	實作法	產學合作	
勞動部勞動力發展署之共通核心職能課程	動機職能	D1 工作價值與工作願景	郭○○		5	√	√		
		D2 群我倫理與績效表現方法	謝○○		5	√	√		
		D3 專業精神與自我管理	盧○○		6	√	√		
	行為職能	B1 職場與職務之認知與溝通協調		方○○	6	√	√		√
		B2 工作團隊與團隊協作		陳○○	5	√	√	√	√
		B3 職場夥伴關係與衝突管理		鄭○○	5	√	√		√
	知識職能	K1 職場環境的學習與創新		沈○○	5	√	√		
		K2 價值概念與成本意識	謝○○		5	√	√		
		K3 問題反映與分析解決	徐○○		6	√	√	√	
自行規劃	時間管理與情緒管理			陳○○	3	√	√		√
	創新影音履歷行銷自我與職場應用軟體實務技巧			韋○○	3	√	√	√	√

(三) 職場體驗

為讓學員在學校所學習到之知識與技能，進一步能在實際職場上，獲得真實的體驗及實戰的應用，特別規劃為期 120 小時的「職場體驗」課程。提供職場體驗的合作廠商，均為高、屏地區國內知名的企業，包括豐屏(股)公司(太平洋百貨屏東店)、漢神名店百貨(股)公司、臺灣青啤(股)公司、漢神巨蛋等)，實習之相關學習規劃如表 5 所示：

表 5 職場體驗課程規劃

職場體驗單位名稱		崇神開發實業股份有限公司高雄分公司(漢神巨蛋)			
職場體驗單位名稱		崇神開發實業股份有限公司高雄分公司(漢神巨蛋)			
職場體驗單位名稱		漢神名店百貨股份有限公司			
職場體驗單位名稱		豐屏股份有限公司(太平洋百貨屏東店)			
統一編號		57051725			
開課時間		<input type="checkbox"/> 暑假 <input type="checkbox"/> 上學期 <input checked="" type="checkbox"/> 寒假 <input type="checkbox"/> 下學期			
業界督導人員姓名		王○○	業界督導人員職稱	課長	
業界督導人員部門		○○室	預定職場體驗規劃時數	120小時	
可提供實習名額		6名			
職場體驗地點		太平洋百貨屏東店及日光廣場(屏東市中正路72號)	聯絡電話	08-732**** 分機***	
職場體驗單位簡介		太平洋百貨屏東店於86年9月成立，全台共有2家分店，分別為台中豐原店與屏東店，主要經營餐館、超級市場及一般百貨等，而屏東店營業樓層為地下四層~地上七層(地下第三、四層為停車場)為以領導流行、高級形象及機能豐富為定位的全客層百貨公司，秉持「顧客第一」的宗旨，同時著於「服務大眾」的發展理念，重視每位顧客的權益。			
實 習 內 容					
預定執行日期 (含輪休四日)	實習部門	實習項目名稱	實習技能與知識之內容		
108年1月14日	販賣促進部	公司簡介規劃設計 工作內容及相關知識	熟悉工作環境、工作內容與方法、商品知識、賣場動線規劃與賣場服務。		
108年1月15日~ 108年1月18日	賣場銷售部門	賣場體驗	與顧客溝通技巧、協助賣場卡友服務、服務品質管理		
108年1月21日~ 108年1月25日	客服中心	顧客服務	顧客關係管理與廣告/ 促銷規劃		
108年1月28日~ 108年2月1日	企劃部門	顧客關係管理			
考核方式及標準		工作完成度、學習態度、出席率(各項目均以1-10分評分)			

(四) TBSA 商務企劃能力進階證照輔導班

學程計畫案除了在「行銷企劃撰寫實務」此一專精課程上，強化學員在行銷上專業知識外，並搭配證照輔導，以建立其創新及行銷功能整合性思考與規劃能力，並達成獨立思考及解決問題的培育效果，讓學員能具備所需之洞察力、創意力、決策力及執行力之總合能力。

「TBSA 商務企劃能力進階檢定」乃是由財團法人臺灣商務策劃協會所推動與發行，此一證照不僅是經理人雜誌、30 雜誌及經濟日報等各大媒體雜誌推薦的全國十大黃金熱門證照，也是三大人力銀行一致肯定及推薦的企劃人才最佳證照，為國內行銷企劃類市佔率的第一名。

(五) 企業參訪

學程計畫案每年均規劃 4~5 家企業，進行企劃參訪活動。透過參訪的行程，讓學員學習到不同產業的工作內容、企業營運模式及管理機制，將理論與實務作一結合，讓學員進一步了解服務業及其他產業別的職場特性與工作要求，此有助於學員之就業選擇與職涯規劃，且有助於學校與企業間建立一良好的互動

關係，除了可提高學員應徵該企業之錄取率外，也可為產學合作計畫案創造更多的機會。

(六) 學習輔導

為確保良好的授課品質及學員之學習成效，學程規劃完善之學習輔導措施，以下逐一加以說明：

1. 教學大綱的編制

學程計畫案開設之課程，皆於學程規劃執行前，撰寫課程進度表，並設立學程專屬社群與學員進行通知。其中，課程進度表內容包括教學進度、課程內容、講授方式、成績考核方式等。

2. 教材內容審查

為確保授課教師之教學內容規劃，符合學程計畫案原定之課程單元目標，將要求授課教師事先編定教材內容與授課方式。若為新聘教師，會先提供教科書相關資料以資參考，再要求重新擬定具實務性教材內容；若為續聘教師，則提供去年教學評鑑結果、去年之教材及可能需要更新或補強之建議，作為當年度新教材內容準備之依據。審核之標準係由計畫主持人，除了依上述之課程單元教學目標、前一學年度學員之課堂評鑑，並審視產業、市場及科技變動之情形，且教材是否涵蓋具實務性之內容與案例。

3. 教學評鑑

每一課程單元於授課結束後，當場進行學員對教學品質與成效的滿意度調查，做為未來師資結構與教材內容的改進依據。

4. Office hour

為協助學員解決課堂上之學習問題，或是對於生活及就業所面臨的瓶頸，提供職場經驗上的諮詢及建議，學程之計畫主持人每周訂定六小時以上之 Office hour 時間，讓學員能充分獲得課後輔導之機會。

5. 教學助理

學程計畫案編制至少三位研究生及兩位隨班之大四生，擔任教學與行政助理 (Teaching Assistant, 簡稱 TA)，主要工作是協助教材準備、協助教師課程設計、聯絡上課教師、協助主持人管理異常處理，及課堂中與課程後之學員學習輔導，並適時反映課程上之情形予計畫主持人，讓計畫主持人充分掌握學程進行之相關進度，以落實學程的有效執行。

6. 學習成果報告

學員須於學期中與期末考時繳交學習成果報告，以及企業參訪時之參訪心得，並且在寒假職場體驗期間每日撰寫工作日誌，記錄工作內容及學習狀況，計畫主持人及助教也會定期前往訪視，關心學員工作情形並進行學習成效與之評量。

7. 數位學習履歷系統

學校所提供的 e-Portfolio 系統，讓學員建立個人的專屬數位學習履歷，系

統主要包含學生的基本資料、修課紀錄、專業能力、體驗護照、生涯規劃、職能量表等內容，利用「個人專業核心能力」落點分析，來認識自己在群體的表現，並可依此調整自己的學習方向。在學期中，學程計畫案會特別安排職發處的專員，針對 e-portfolio、UCAN 及 CPAS 施測的結果進行個別學員的諮詢與輔導。而計畫主持人也會在學員畢業前，利用 Office Hour 的時間，給予學員在就業上的輔導或協助，諸如自傳、履歷表及推薦函的撰寫等。

8. 職場體驗課程評估表

實習的評分方式由服務單位的指導員與單位主管擔任考核人員，其評分項目分為四大項，分別為儀態與表達能力、團隊精神、工作態度之主動積極、專業知識與配合程度，從實習的過程中訓練學員在面對顧客、同事或主管時，是否能清楚表達出自己的想法，在團體任務中是否能齊心協力完成工作目標，且是否能將學校所學專業知識運用在職場上等。

9. 上課點名制度與請假程序

學程計畫案制定完整的制度及規定，每一課程單元均須親筆完成簽到與簽退程序，以管控學員的出缺課情形。若須請假，則須依照學校正式請假之程序辦理，且嚴格規定每個課程請假次數超過 3 次的同學，均須完成補課之要求與程序，以維持學員之學習品質。

(七) 就業輔導

為協助學員於就學期間能夠廣泛了解產業現況、妥善規劃未來之職涯發展，及強化應徵工作時應準備事項的競爭力，學程計畫案積極與學校職涯發展處合作，並藉由下列之輔導措施，提升學員畢業後之就業率：

1. 學生職涯諮詢輔導

透過職發處所提供職能檢測平台，CPAS、UCAN 職業興趣探索及共通職能診斷，讓學員對於未來的職涯規劃有個基礎方向，並透過計畫主持人及輔導老師從旁給予協助，以一對一或一對多的方式與學員進行探討。

2. 數位學習履歷

經由數位學習系統 (e-Portfolio)，將個人學習成果予以數位化方式記錄及呈現，以協助學員反思自我的學習歷程，及檢視個人的優、劣勢，提早規劃未來的就業準備。

此一系統之流程，有助於學員畢業時，便能擁有一份完整的履歷檔案，並藉由系統直接輸出，轉換成求職或求學的履歷。另一方面，計畫主持人也可以憑藉學員所建構的數位化學習履歷檔案，清楚掌握每位學員的學習成效，並可針對個別學員的特性及其學習履歷，給予個人化的學習及就業輔導。

3. UCAN

協助學員提早瞭解自我職能缺口，在學時即可進行職涯規劃與培養。學員對於職涯規劃或就業方向，如有疑惑之處，外聘資深職涯發展諮詢顧問，將針對學員 CPAS 適性測驗、UCAN 就業職能診斷結果，及學員的個人特質，進一

步深入講解、分析、探討及輔導，給予適性的協助，指導學員如何進行自我的學習與職涯規劃。

4. 就業相關的研習、培訓課程

學程計畫案配合學校職發處及勞動部勞動力發展署，所規劃實施之各項專題演講及就業培訓課程，讓學員能更充實求職與面試的技巧，以提升就業競爭力。這些課程除了再強化共通核心職能的相關課程〈諸如：職場面面觀、職場弟子規、職場溝通技巧、工作態度、問題分析與解決、團隊合作、工作責任與紀律等〉外，也注重於強化學員在求職管道、自傳與履歷表的設計與撰寫技巧、面試前的準備、面試的衣著與應對上的技巧，以提升學員的就業率。

5. 參加就業博覽會

「校園徵才博覽會」包括企業設攤面試、產商說明會及代收履歷表等三種型式，學程計畫案為追求學員在畢業前，即能找到適當工作的理想目標，要求學員必須參與高、屏地區舉辦之就業博覽會，主要包括中山大學就業博覽會、正修科技大學就業博覽會、屏東地區就業博覽會及屏東科技大學就業博覽會。

6. 提供就業資訊

藉由學校職發處所提供之業界求職求才及國家考試資訊，同時也透過系校友會所提供之職缺，讓學員廣泛取得就業的資訊。

三、學程參與對象

勞動部勞動力發展署規定學程之參與學員，僅限定為大四應屆畢業生。為符合學程規劃之宗旨與目標，及具備先修課程之要求，學員在參與學程前，必須先修過「行銷管理」及「作業管理」兩門基礎科目，同時也須考量各系在其大四生上學期，其本位課程之排課時間配合性。因此，在綜合上述各項限制下，選擇企管系與工管系的學生，最能符合參與學程之條件。其招生宣傳的方式，係透過人員與校網宣傳。宣傳時間乃是透過兩階段進行，第一階段為學員在大三下學期結束前（6月中旬以前），由計畫主持人分別親至兩系之必修課堂上，進行學程相關規劃之說明，並開始接受報名；若第一階段報名人數未達預計招收名額，將於學員在大四剛開學的第一週（9月中旬）進行第二階段的招生宣傳。

肆、教學成果及學員學習成效

一、教學成果

此部分將細分成下列 10 項，以下分別加以說明：

（一）得獎紀錄

學程計畫案從 99 學年度至 107 學年度，已連續 9 年獲得勞動部勞動力發展署的計畫案補助，除了 107 學年度尚在執行中外，共已完成 8 年的成果評鑑，其中曾獲得「教育部」及「勞動部勞動力發展署」的執行績優肯定與獎勵：

(二) 參與服務行銷就業學程之學員人數

從 99 學年度至 107 學年度，參與就業學程計畫案的學員共計 254 位，而全程參與，並獲得勞動部勞動力發展署頒發結訓證書的學員人數，共計 215 位學員，明細如表 6 所示。

表 6 歷年參訓人數與結訓人數

學年度	99	100	101	102	103	104	105	106	107	Total
參與人數	36	23	25	33	41	20	32	22	22	254
完成結訓人數	36	21	23	15	30	16	32	20	22	215

(三) 評鑑委員之評鑑結果

每一學年度計畫執行結束後，除了須繳交「成果報告書」外，勞動力發展署並安排專家、學者進行計畫執行成效的評鑑作業。歷年來評鑑委員大多給予學程計畫案高度的肯定，其評鑑結果所給予之建議，如表 7 所示。

表 7 歷年評鑑委員之評鑑意見

學年度	評鑑意見
99	<ol style="list-style-type: none"> 1. 執行學程認真、值得鼓勵。 2. 職場體驗廠商宜更多元，以提高留用率。 3. 後續產學合作可再加強。
100	<ol style="list-style-type: none"> 1. 學程內容各項專精課程以就業為導向，具實用性，惟對課程之產出過程宜再加強佐證。 2. 學員就業單位非職場體驗機構，宜思考改善。 3. 建議對學生職場體驗及執行時，能將回饋及持續改善的佐證資料加強整理。
101	<ol style="list-style-type: none"> 1. 本學程為延續性學程，執行經驗豐富，能依原規劃確實執行，亦有相當成效。 2. 本學程之就業輔導措施十分多元，認真構思，如就業講座、業師資訊交流外，尚能有個別學生之職涯輔導，職能診斷平台等，堪作為其他學程之表率與參考。 3. 本學程資料呈現完整、豐富，惟對於各執行項目之「機制、流程」說明尚有加強空間。
102	<ol style="list-style-type: none"> 1. 執行學程認真負責、值得嘉許 2. 國立大學願意承辦就業學程，殊堪稱許。 3. 評鑑資料齊全，唯獨留用率為 0，宜加強協尋合作廠商。
103	<ol style="list-style-type: none"> 1. 評鑑資料整理完善，值得嘉許。 2. 職場體驗留用人數有增加，從 0 人到 2 人，有進步。 3. 建議宜有異常情況之界定及後續改善處理辦法之建置。
104	<ol style="list-style-type: none"> 1. 學程執行經驗豐富、規劃良善、執行確實，對參訓學生就業力及就業率均有顯著助益。

(續後頁)

(接前頁)

學年度	評鑑意見
	2. 職場體驗單位安排妥適，均為優質具規模、制度、品牌的企業，四家數目最為理想，可使每一參訓學生獲得良好的體驗機會與經驗。 3. 安排素質良好、經驗豐富、來自北、高大企業的高階主管，雖投入成本頗高，但對參訓學生實質助益大。 4. 學生獲 TBSA 證照的比例逐年提高，至本年度已近百分之百通過，成效斐然，有效提高職場競爭力。 5. 就業輔導安排多元且深入，包含團體諮商、縣府勞工處駐點協助，提供職業訓練、技能搶先訊息與創業資訊等，堪為其他學成表率。
105	1. 建議就業學程之改善措施與因應方案，若能更質化與量化則更完善。 2. 實習狀況掌握，從實習日誌與實習心得可證明，所附日誌與心得建議採經校方檢閱，具簽名之影本做為佐證為佳。 3. 未附異常處理機制，建議補充。
106	1. 辦理職場體驗明會，並建置學生實習履歷表，各項書文表件完整。可見推動職場體驗之用心，值得肯定。 2. 學程開設證照輔導班，擴大校內學生參與，證照通過比例高，確實可提升學生之就業競爭力。 3. 教師與企業交流密切，應可加強推動產學合作，並持續主動開拓學生之就業機會。

(四) 勞動部勞動力發展署之計畫執行中抽查結果

勞動力發展署於計畫執行中，會不定期、不預告的突擊訪視，抽查計畫執行的落實度。此項突擊式訪視抽查，主要分課程授課與職場體驗兩部分，歷年來之抽查結果，均符合勞動力發展署之規範。

(五) 學員對本就業學程之滿意度調查

本項調查係由勞動力發展署所進行，每位學員必須在指定的期限內，自行上網至勞動力發展署網頁，填寫對本就業學程，一年來執行成效的整體滿意度調查。歷年調查結果之平均值，填答“非常滿意”與“滿意”者，約占 75% 以上的學員，顯示學員對學程計畫案之教學成效，普遍給予高度肯定。

(六) 學員對教師授課之滿意度調查

在完成每一授課單元後，學程計畫案將針對授課教師的授課能力、教材內容及教學態度進行評鑑。此一課程意見調查表的結果，顯示大多學員普遍均肯定學程計畫案的師資安排及教學品質。

(七) TBSA 商務企劃進階證照輔導成效

學程計畫案特別辦理證照輔導班，為擴大勞動力發展署對本就業學程補助之效益，除了學程計畫案之學員外，也開放學校管理學院各系有興趣之學生，均可參加並報名參與 TBSA 進階證照之考照。歷年來，參與證照輔導班及通過考照的人數，如表 8 所示。參與人數總計為 402 人，通過考照並取得 TBSA 進階證照的人數為 337 人，通過率為 84%，此一成效，歷年來均獲得社團法人臺灣商務化協會頒發「卓越教學優等獎」。

表 8 歷年 TBSA 參與輔導班及通過考照人數

學年度	99	100	101	102	103	104	105	106	107	合計
參與人數	45	33	57	37	80	45	46	70	34	402
通過人數	28	21	41	28	76	43	41	55	32	337
通過率	62%	64%	71%	76%	95%	96%	89%	80%	94%	84%

(八) 企業參訪

學程計畫案另規劃至少 4 家以上之企業參訪，透過實地之參訪學習，讓學員進一步了解不同產業的產業特性、企業營運與作業模式及其管理機制，以利理論與實務之結合。歷年之企業參訪安排，如表 9 所示。

表 9 歷年企業參訪之安排

學年度	企業參訪廠商
99	1. 捷盟行銷 2. 夢時代 3. 墾丁福華 4. 青島啤酒
100	1. 捷盟行銷 2. 漢神巨蛋 3. 喆英企業 4. 白色希望
101	1. 臺糖嘉年華購物中心 2. 大田精密 3. 墾丁福華飯店 4. 統一企業 5. 臺灣糖業博物館
102	1. 臺糖嘉年華購物中心 2. 大田精密 3. 墾丁福華飯店 4. 捷盟行銷 5. 全臺物流 6. 呷百二
103	1. 全臺物流 2. 大田精密 3. 墾丁福華飯店 4. 臺糖-砂糖事業部 5. 呷百二 6. 臺灣國際造船 7. 青年職涯發展中心
104	1. 青年職涯發展中心 2. 橋本生醫 3. 呷百二 4. 全臺物流 5. 大田精密 6. 臺糖-砂糖事業部
105	1. 臺糖-砂糖事業部 2. 墾丁福華飯店 3. 全臺物流 4. 統一企業 5. 青年職涯發展中心 6. 呷百二
106	1. 統一企業 2. 全臺物流 3. 臺糖-砂糖事業部 4. 楠梓加工出口區 5. 台弟工業
107	1. 統一企業 2. 捷盟物流 3. 楠梓加工出口區 4. 台弟工業

(九) 職場體驗之安排

透過 120 小時「職場體驗」課程之安排，讓學員藉由「從做中學習」，獲得實際操作的直接體驗，除了有助其社會化、技術的成熟度，更可進一步培養其問題的探索與解決能力。學程計畫案從 99 至 107 學年度，其合作廠商及學員的分配情形，如表 10 所示。除了 99 學年度有三家廠商外，其餘各學年度均有四家配合的廠商，而學員的分配也大致平均。

表 10 職場體驗廠商及學員之安排

學員人數 合作廠商	學年度	99	100	101	102	103	104	105	106	107
漢神百貨		11	3	8	3	7	3	9	1	2
太平洋百貨		6	5	5	4	8	6	9	6	6
臺糖量販店		11	6	-	-	-	-	-	-	-
青島觀光酒廠		-	8	6	4	8	5	9	8	8
家樂福		-	-	5	4	7	5	7	-	-
漢神巨蛋		-	-	-	-	-	-	-	5	6
合計		28	22	24	15	30	19	34	20	22

另，在職場體驗結束後，廠商負責督導之主管，會計對每位學員的實習成效給予評分，各合作廠商所評分數之平均分數，如表 11 所示，顯示學程計畫案之學員，在職場體驗上，普遍獲得業界的高度肯定。

表 11 職場體驗學員平均分數

平均分數 合作廠商	學年度	99	100	101	102	103	104	105	106	107
漢神百貨		93.25		90.	84	85.71	91	89.11	91	87
太平洋百貨		93.11		89.4	90.25	90.86	92.17	92.11	76.25	90.83
臺糖量販店		84.91		-	-	-	-	-	-	-
青島觀光酒廠		-	N.A.	87.	87	90	83	91.89	90	86.88
家樂福		-		88.6	86	92	83.5	90.57	-	-
漢神巨蛋		-		-	-	-	-	-	96.8	89.33

(十) 學員結訓後三個月內之就業率

學程計畫案之就業預期效益目標，設定為學員於結訓後三個月內須達 60% 以上的就業率。此部分歷年之目標達成率，如表 12 所示，顯示學程計畫案之執行成效，均達原訂之目標，也均遠高於學校及系之總平均值。

表 12 結訓三個月內之就業率

學年度	99	100	101	102	103	104	105	106	107
畢業後三個月內之就業率	91%	78.6%	60%	73%	75%	62.5%	60%	73%	(尚未畢業)

二、學員之學習成效與滿意度分析

(一) 量化之學習成效成長模式分析

學程計畫案將透過結構方程模式 (Structural Equation Models, SEM) 之潛

在成長模型 (Latent Growth Modeling, LGM)，以檢定學員在參與就業學程後，對其就業力提升情形之分析。以下分別就「職場共通職能」與「專業職能 (行銷)」兩部分之能力進行分析。

1. 職場共通職能

學程計畫案將針對 22 位學員，從 107 年 9 月至 108 年 1 月，共計 4 個時間點，所收集到有關「職場共通職能」的時間序列資料，進行潛在成長模型分析。

首先，將先進行無條件成長模型，其中，若截距或/及斜率之變異數達顯著水準，則將再進行條件式成長模型。模型之設定，將根據 Duncan and Duncan (2004) 及 Fleming et al. (2004) 所建議之方法，其分析模式如圖 5 所示。

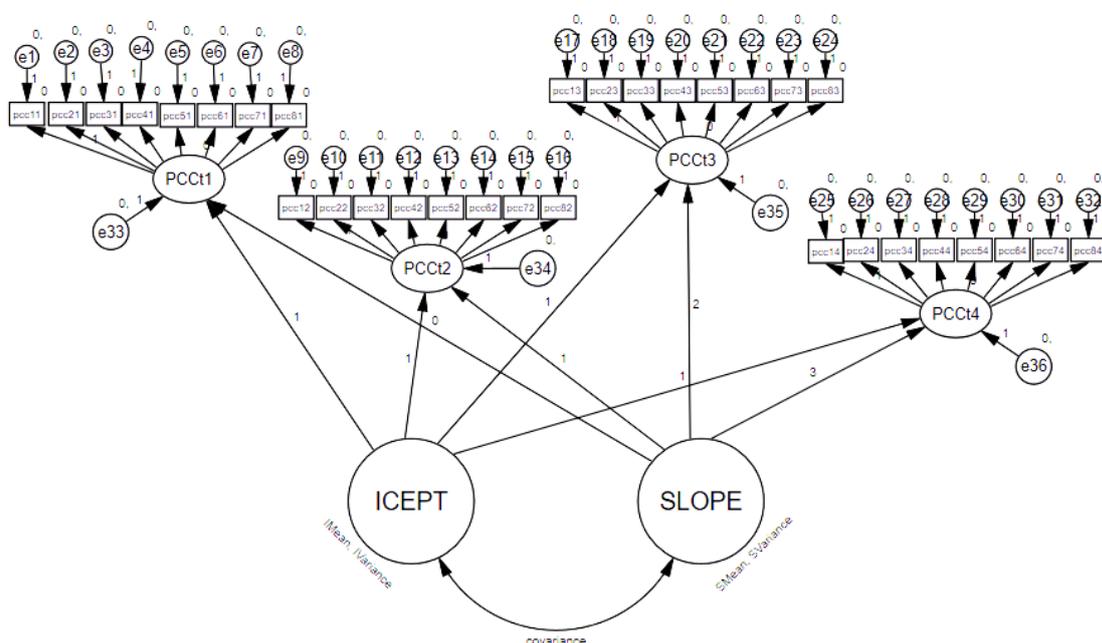


圖 5 職場共通職能無條件成長模型

統計分析結果，其中 $CMIN (X^2)$ 值為 998.13，自由度 (df) 為 491， $X^2/df=2.03$ ，顯示具有良好模式適配度。其相關之統計數據如表 13 所示。重要結論可歸納下列幾點：

(1) 就業學程計畫案對「職場共通職能」的提升

斜率 (成長幅度) 估計值為 0.35，具有 $\alpha < 0.001$ 的顯著水準，顯示就業學程之教學成效，在提升學員「職場共通職能」上，具有重大貢獻。

(2) 截距與斜率之共變關係

其共變數為 -0.01 不具顯著性，此意謂學員之初始能力與成長斜率不具正向或負向之共變關係。

(3) 截距與斜率之變異數

其變異數分別為 0.05 及 0.01，均不具顯著性，此意謂可能不存在其他變數，可以作為條件式成長模型的解釋變數。換言之，截距與斜率在「性別」及「系別」上，並不具顯著差異。

表 13 「職場共通職能」無條件成長相關數據

結果變數		估計值	t 值	p 值
職場共通職能	平均截距	3.23	41.58***	.000
	平均斜率	0.35	9.81***	.000
	截距變異數	0.05	1.96*	.050
	斜率變異數	0.01	1.49	.137
	共變數	-0.01	-1.04	.300

註：* p<.05，***p<.001

2. 專業職能（行銷）

(1) 無條件成長模型

模型之建立如圖 6 所示，資料分析得知 CMIN (X^2 值) 為 291.8，自由度 (df) 為 148， $X^2/df=1.97$ (小於 2.0)，顯示具有良好的模式適配度，其他相關之統計數據，如表 14 所示。其重要之結論，如下之說明：

a. 就業學程計畫案對「行銷專業職能」的提升

斜率（成長幅度）估計值為 0.59，具有 $\alpha<0.001$ 的顯著水準，顯示就業學程在提升學員「行銷專業職能」上，具有相當好的成效。

b. 截距與斜率之共變關係

其共變數為-0.052，僅具 $\alpha<0.1$ 之顯著水準，此意謂學員之初始能力愈高，其成長幅度愈小，反之，則愈大。

c. 截距與斜率之變異數

其變異數分別為 0.202 及 0.025，截距之變異數具有顯著性，因此，將續以「性別」及「系別」作為條件變數，來檢視其干擾效果。

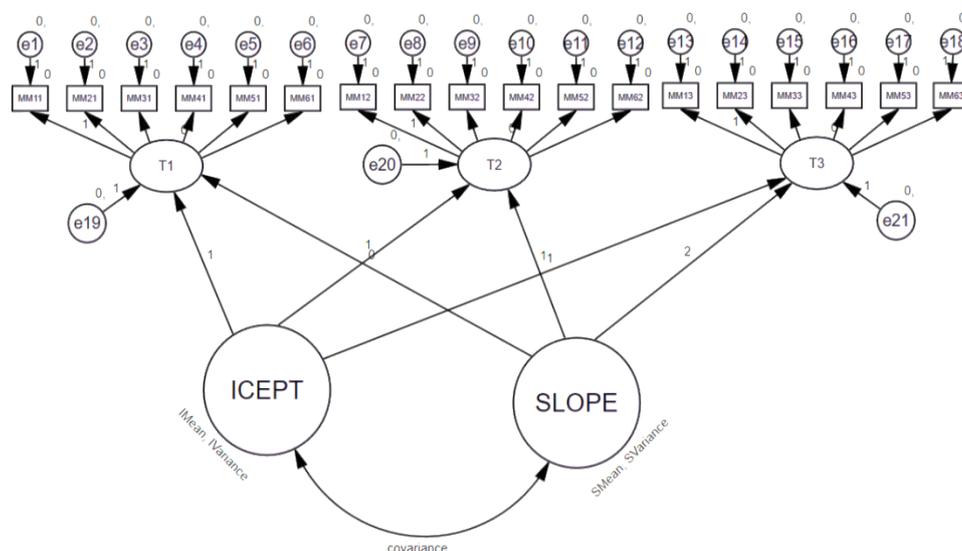


圖 6 專業職能（行銷）無條件成長模型

表 14 專業職能（行銷）無條件成長相關數據

結果變數		估計值	t 值	p 值
專業職能 （行銷）	平均截距	3.056	28.33***	.000
	平均斜率	0.590	11.69***	.000
	截距變異數	0.202	2.75*	.006
	斜率變異數	0.025	1.44	.150
	共變數	-0.052	-1.86	.063

註：* p<.05，***p<.001

(2) 條件式成長模型

學程計畫案績分別以「性別」及「系別」作為條件變數，來檢視其對截距及斜率的影響。模型建立如圖 7 所示，其 X^2/df 分別為 2.03 及 1.90，顯示具有甚佳之模式適配度，其他統計數據如表 15 所示，重要意涵包括：

a. 性別對截距與斜率的影響

統計數據顯示，女性學員的行銷能力初始值略高於男性（截距=0.229），但不顯著；另男性的能力提升幅度則高於女性（斜率=-0.183），且具有 $\alpha<0.05$ 的顯著水準。

b. 系別對截距與斜率的影響

統計數據顯示企管系的學生，在行銷專業能力的初始值，具有 $\alpha<0.001$ 的顯著水準，確實高於工管系的學生（截距=0.674）。另在能力提升的幅度上（斜率=-0.216），具有 $\alpha=0.001$ 的顯著水準，顯示工管系的學生，雖然在初始能力上低於企管系的學生，但在未來的成長幅度上，卻高於企管系的學生。

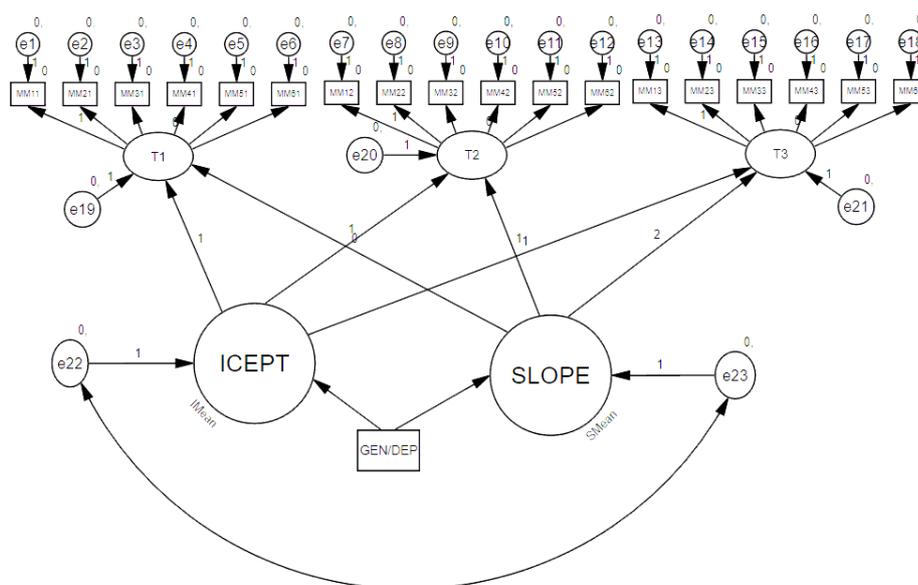


圖 7 專業職能（行銷）條件式成長模型

表 15 專業職能（行銷）條件式成長相關數據

結果變數	條件變數		估計值	t 值	p 值
專業職能 （行銷）	性別	截距←性別	0.229	1.04	.301
		斜率←性別	-0.183	-2.39*	.017
	系別	截距←系別	0.674	4.19***	.000
		斜率←系別	-0.216	-3.22***	.001

註：* p<.05，***p<.001

（二）學員滿意度之質性分析

透過座談會進行期末執行成效檢討會議，經彙整學員們所提供之意見，主要結論分別說明如下：

1. 在課程設計上

學員對學程在課程規劃上，給予一致性的高度肯定，認為三門專精程及其課程單元的設計，已涵蓋最重要與核心的內容，對學員在學習服務行銷上，具有廣泛與深入的成效。例如：

甲生：課程內納入 6 個不同服務產業別之產業分析、經營模式與競爭策略，相當不錯，讓我們對服務業的經營管理，及其面臨之困境，有相當深入的了解。

乙生：在大一上統計學必修課時，覺得很難懂也很無聊，更不知道學了後有什麼用，考完試後就全部忘記了。在上學程之資料分析方法時，才知道統計的重要性，老師以實際案例，在 SPSS 統計應用軟體上，教我們實際操作，學習到很多。

2. 在師資結構安排上

也獲致學員對大部分師資的肯定與滿意，認為大多數的老師在授課教材的準備上，均能提前提供給學員，而其授課技巧及多元化且活潑的授課方式，讓學員上課不會覺得無聊，學員的提問，授課老師也會耐心地詳細講解，例如：

甲生：原先以為共通核心職能課程會很無聊，但許多老師的上課教材很實務、有趣，其上課方式也會採用不同的方式，並會與學員進行互動，其中有幾位老師特別有印象，例如謝○○、韋○○、陳○○、謝○○等都相當棒。

乙生：在專精課程上，大部分的老師，我覺得都很滿意，會透過實際案例的解說與理論相呼應。

丙生：證照輔導班的周○○老師，剛開始的上課，速度有點快，有趕不上的感覺，但過了幾節課後，就漸漸熟悉老師的步調。另，在最後部分的案例解析，與考前輔導，對我們的考照確實幫助很大。

丁生：大數據分析的韓○○老師，上課前半段太多時間在介紹他自己的公司，好像有點偏離課程主題。

3. 在職場體驗的安排上

學員對漢神、太平洋及漢神巨蛋，在工作內容的安排，與獲致之學習成效上，給予高度肯定。但青島啤酒由於實習期間為其淡季，業務量較少，學員僅給予一般的評價。例如：

甲生：工作內容之安排相當多元，每天的工作量很大，甚至手酸到要去看醫生，但很有成就感。主管對我們很好，實習結束時還送我們兩本書，讓我們很感動。

乙生：能實際參予公司活動企劃案的規劃與執行，感覺很有收穫，公司開會時，會讓我們參加，因此，可以實際了解在規劃上的作業流程與細節，主管也都會教我們，現在我們已經很清楚百貨公司的活動檔期、活動內容及規劃的實際運作，感覺非常棒。

丙生：公司的管理很好，每天都明確安排我們要做的工作，其中包括 FB 後台資料、歷年活動檔案的資料整理，也有在賣場與顧客直接的接觸，可以學到應對之道，特別是有比較奧客的消費者，更是可以學到處理的方式。

4. 在企業參訪上

學員肯定安排到物流中心及製造業的參訪，除了服務業以外，可以多了解不同產業別的職場環境與工作內容。例如：

甲生：我覺得到捷盟物流參訪收穫很多，可以看到他們的物流設備、配送流程與工作設計，同時，也了解他們工作的辛苦與時間壓力。

乙生：到統一企業參訪，也是很好的安排，前半段的公司簡介，讓我們更加充分了解統一企業的歷史、經營理念等。還讓我們參與新產品研發的試吃與意見調查，體會到一項新產品的研發與上市，不是那麼簡單。而後半段的廠區參訪，讓我印象最深刻的是，統一對食安的重視，因此，特別設立了食安部門，也投資了很多檢驗儀器設備，更讓我們信賴他們的產品。

伍、創新及貢獻

建基於系本位學程所建立之重要基礎上，就業學程乃是學員最後一哩較具實務性的培訓方案，在選擇養成特定產業及特定專業人才的課程設計下，學員得以將大三以前，透過系課程所建立之一般化理論與能力，在未來就業上，獲得就業力的提升、學用落差的降低、畢業即就業及零接軌的目標。服務行銷就業學程著重於服務產業及培育行銷人才上，從 99 學年度至 107 學年度，已共計完成執行 9 個學年度，其執行成效，在 100 學年度及 104 學年度，分別榮獲教

育部及勞動部勞動力發展署的肯定，被評鑑為全國績優之就業學程。有關教學之創新與貢獻上，以下將逐一加以說明。

(一) 秉持 PDCA 的改善流程

為確保教學品質的不斷提升，不論在課程單元設計、師資結構、職場體驗、企業參訪、證照輔導班，及其他執行細節上，均秉持 PDCA，從 99 學年度至 107 學年度不斷追求改善精進，以落實教學計畫案之執行成效，提高學員之學習效果。

1. 專精課程及課程單元設計之修正

除了透過課程規劃委員的課程審查外，也參考授課教師對各課程單元的意見回饋，同時也分別舉辦期中與期末的學員及評鑑委員的檢討會議，不斷修正課程單元，以期更符合市場就業及學員的學習需求。在專精課程的修正上，經過第一年（99 學年度）執行後，於 100 學年度進行重大修正，由原先的四門專精課程，每門授課時數介於 35~48 小時，調整為三門專精課程，授課時數均為 54 小時，並分別給予學員每門課 3 個學分。另，在課程單元的修正上，從 100~107 學年度，「服務傳送系統管理實務」共修正 12 次，「行銷企劃撰寫實務」共修正 9 次，「行銷研究實務」共修正 7 次，另，「共通核心職能課程」共修正 2 次。

2. 師資結構及其調整

學程計畫案費心聘請服務產業的中、高階主管，擔任各課程單元的授課講師。除了逐年檢討、修正教材內容外，也逐一針對每一課程單元，進行學員對授課講師的教學評鑑，作為未來師資結構調整的依據。除了 100 學年度由於專精課程的重大修正，導致師資結構也相對應地做出重大調整外，從 101~107 學年度，考量教學評鑑的結果、課程單元的微調及師資之工作變動，共做出 27 位，平均一年 3 位之師資結構調整。107 學年度之師資結構如附錄一所示，師資陣容可謂相當堅強。

3. 職場體驗廠商之評選與調整

慎選高、屏地區，知名且經營績效卓著的企業，作為提供學員職場體驗的實習廠商，並透過課程規劃委員逐年進行評鑑，以檢視其適當性再予以微調。主要之修正，包括臺糖量販店在合作兩年後，修正為管理制度及經營績效均較佳的家樂福。後因家樂福人資制度的考量，再修正為南臺灣百貨公司經營績效甚佳的漢神巨蛋。

另外，為落實職場體驗的執行成效，會先召開「職場體驗行前說明會」，事先提醒學員在工作態度、行為規範上，所應注意與遵守的事項。此一行前說明會，為全國各就業學程唯一執行者。

同時，學程計畫案為即時、有效掌握學員的實習情況，每天均要求學員透過「日誌表」，回報每天的工作內容、遭遇的特殊狀況或問題，以確實掌握學員的學習進度。如有任何問題發生，計畫主持人也可即時進行異常管理及問題解決。

最後，在職場體驗結束後，除了業界主管會針對各個學員，進行學習成效評分外，學程計畫案也會另外召開學員對職場體驗的成果檢討會，以確實了解學員的意見及其實習成效，做為未來規劃之參考。

(二) 完善的學習與就業輔導機制

為確保學員的學習成效，及畢業後均能在短期內找到適合的工作機會，以提升就業率，學程計畫案規劃完善的輔導機制。

1. 在學習輔導機制上

包括上課點名制度與請假程序，以確保學員的出席率；同時設置 3 位以上的教學助理 (TA)，除了協助教學的進行與掌控上課學習氛圍外，也協助課後之學習輔導，並針對請假次數超過三次以上的學員，給予進行補救教學的安排。

2. 數位學習履歷系統 (e-portfolio)

建立每位學員的學習履歷檔案，以利計畫主持人藉由 Office hour 的時間，進行學員的個別學習輔導。

3. 在就業輔導機制上

透過 CPAS、UCAN 職業興趣探索及共通職能診斷，以協助學員進行其未來的職涯規劃。

4. 就業專題演講與培訓課程

配合勞動力發展署至本校，所實施之各項就業相關的專題演講及就業培訓課程，以強化學員的就業競爭力，同時學程計畫案也充分提供就業資訊，及帶領學員參加高屏地區所舉辦之就業博覽會，以提升學園員畢業即就業之就業率。

(三) 績效卓著的證照輔導班

學程計畫案邀請 TBSA 所認可之授課教師，進行 24 小時的證照輔導課程。從 99 學年度至 106 學年度，共計輔導 368 位學生，通過並取得證照人數為 305 位，整體通過率達 83%，成效可謂相當卓著，歷年來均獲得社團法人臺灣商務策劃協會頒發「卓越教學優等獎」，如圖 8 所示。



圖 8 卓越教學優等獎

(四) 培育服務業所需之行銷人才及提升就業率

學程計畫案的重大貢獻，在於透過整個學程的規劃，設計具市場導向的專精課程、廣邀實務界知名企業的中、高階主管擔任授課講師、完善的學習與教學輔導措施、TBSA 證照輔導班、職場體驗與企業參訪活動，以實務經驗、技能與知識為基礎的教材內容與教學方法，奠定學員未來的就業競爭力，並因而提升學員畢業後之就業率，不僅為服務業培訓職場所需的人力資源，也進一步對國家的整體就業率及經濟發展作出些微的貢獻。

(五) 學習成效與就業力提升之研究

學程計畫同時透過量化與質性的研究設計，進行學員就業力提升，與對學程滿意度的調查。在量化研究上，透過 UCAN 之施測，收集到 4 期「職場共通職能」及 3 期「專業職能（行銷）」之時間序列資料，進行 SEM 潛在成長模型分析。統計分析結果顯示，學程計畫案在提升學員就業競爭力上，「職場共通職能」與「專業職能（行銷）」均獲得顯著的教學成效與能力提升。另外，在「專業職能（行銷）」上，顯現男性學員的能力提升輻度高於女性；企管系的學生在初始值上高於工管系學生，此可能因「行銷管理」為企管系的核心必修課程，但工管系則為非核心必修課程之故；不過，工管系學生在此能力的成長輻度，卻高於企管系的學生。另，在質性研究上，透過學程執行成效檢討會議，彙整學員對學程在各層面規劃與執行上之意見收集，結論顯示給予高度肯定與滿意度。以上之研究結論，均有助於未來學程在招生、課程規劃上的調整參考依據。

參考文獻

一、中文書目

- 王金國 (2013)。《案例教學法與教師專業理論》。臺北市：高等教育。
- 李隆盛 (1995)。《國中工藝、生活科技教學策略之研究》。臺北：行政院國家科學委員會專案研究報告。
- 佐藤學 (2012)。《教師的挑戰》，鍾啟泉、陳靜靜譯。上海：華東師範大學。
- 林進財 (2000)。《教學理論與方法》。臺北：五南。
- 林倫豪、郝淑蕙 (2012)。〈保險實務在校外實習能力指標建構初探〉，《商業職業教育》，125: 58-64。
- 陳玉婷 (2010)。〈教學策略影響學習成效之實證研究〉，《臺南科大學報》，29: 191-212。
- 張春興 (1998)。《現代心理學》。臺北：東華。
- 張民杰 (2001)。《案例教學法：理論與實務》。臺北市：五南。
- 黃一峯、朱耀明 (2013)。〈知識來源對學生動手做活動學習影響探究分析〉，《工業科技教育學刊》，6: 45-56。
- 楊朝祥 (1983)。〈建教合作與職業教育〉，《師友月刊》，190: 9-11。
- 劉唯玉 (2011)。〈案例撰寫與案例評估之研究〉，收入國立東華大學師資培育中心 (主編)，《案例教學與師資培育》，頁 79-102。花蓮縣：國立東華大學。
- 霍秉坤 (2004)。〈教學方法論〉，收入霍秉坤 (主編)，《教學方法與設計》，頁 1-21。香港：商務。
- 蕭瑞麟 (2008)。《科技創新與組織變革：科技福爾摩斯》。臺北：麥格羅希爾。
- 簡紅珠 (2007)。〈教師專業發展與教學改善：借鏡於日本小學教師的學課研究〉，《教育研究月刊》，158: 130-140。

二、英文書目

- Afuah, Allan (2009). *Strategic innovation: New game strategies for competitive advantage*. New York: Routledge.
- Babb, Kimberley A. and Ross, Craig (2009). The timing of online lecture slide availability and its effect on attendance, participation, and exam performance. *Computers & Education*, 52, 4: 868-881.
- Birkel, Lane F. (1973). The lecture method: Villain or victim?. *Peabody Journal of Education*, 50, 4: 298-301.
- Dewey, John (1938). *Experiential education*. New York: Simon & Schuster.
- Duncan, Terry E. and Duncan, Susan C. (2004). An introduction to latent growth curve modeling. *Behavior therapy*, 35, 2: 333-363.

- Eby, Judy W., Herrell, Adrienne L. and Jordan, Michael L. (2006). *Teaching in K-12 schools: A reflective action approach*. NJ, Prentice Hall.
- Fleming, Charles B., Harachi, Tracy W., Cortes, Rebecca C., Abbott, Robert D. and Catalano, Richard F. (2004). Level and change in reading scores and attention problems during elementary school as predictors of problem behavior in middle school. *Journal of Emotional and Behavioral Disorders*, 12, 3: 130-144.
- Kim, Thomas and Axelrod, Saul (2005). Direct instruction: An educators' guide and a plea for action. *Behavior Analyst Today*, 6, 2: 111-120.
- Lalley, James P. and Miller, Robert H. (2007). The learning pyramid: Does it point teachers in the right direction?. *Education*, 128, 1: 64-80.
- Pascarella, Ernest T. (2006). How college affects students: Ten directions for future research. *Journal of college student development*, 47, 5: 508-520.
- Patterson, Edwin W. (1951). The Case method in American legal education: Its origins and objectives. *Journal of Legal Education*, 4, 1: 1-24.
- Shulman, Judith H. (1992). *Case methods in teacher education*. New York: Teachers College Press.
- Wassermann, Selma (1994). *Introduction to Case Method Teaching. A Guide to the Galaxy*. NY: Teachers College Press, Teachers College.

三、電子資料

- 104 人力銀行 (2018)。〈職務進修：加強競爭力，職場進化再升級〉。網址：https://learn.104.com.tw/cfdocs/edu/ievo/job_learn.cfm?jobno=2004001005。點閱日期：2018 年 03 月 25 日。
- 行政院主計總處 (2018)。〈國內生產毛額依行業分〉。網址：https://www.dgbas.gov.tw/ct.asp?xItem=33338&ctNode=3099&mp=1&fbclid=IwAR13zo8fLfMm6or_BRQ7PhGou3K-0U76Pp9s_UpC7SZmVvI-4msbFs29m8Q。點閱日期：2018 年 3 月 24 日。
- 吳鐵雄、孫光天、陳新豐、林新獻、林守仁、蔡瑜珍 (1998)。〈網際網路電腦數位式教材輔助國小英語教學實驗研究〉。教育部補助資訊科技對國民小學與教學成效影響研究計畫案，網址：[http:// weber.tn.edu.tw/eng/report.htm](http://weber.tn.edu.tw/eng/report.htm)。點閱日期：2019 年 06 月 01 日。
- 張靜譽 (1996)。〈傳統教學有何不妥?〉。建構與教學，網址：<http://www.dyjh.t.c.edu.tw/~t02007/4.htm>。點閱日期：2019 年 6 月 02 日。
- 勞動部統計查詢網 (2018)。〈空缺率&求職、求才未能推介原因統計查詢〉。網址：https://statfy.mol.gov.tw/statistic_DB.aspx。點閱日期：2018 年 03 月 15 日。

附錄一 師資結構

姓名	性別	身分別	最高學歷	服務單位	職稱	工作年資
沈○○	男	校內	臺北大學企業管理所 博士	1. 國立○○科技大學	副教授	24 年
				2. 臺灣○○○/○○機械/○○	經理	16 年
陳○○	男	校內	交通大學管理科學所 博士	國立○○科技大學	副教授	9 年
周○○	女	他校	雲林科技大學管理學所 博士	○○科技大學企業管理系	副教授	25 年
曾○○	男	業界	屏東科技大學管理學所 碩士	○○○室內裝修有限公司	經理	25 年
林○○	男	業界	逢甲大學建築與都市計畫研究所 碩士	○○館	總經理	14 年
陳○○	男	業界	高雄師範大學工業教育系所 博士	○○超商/○○企管	人力發展經理	32 年
鄭○○	女	業界	高雄應用科技大學企研所碩士	○○百貨	經理	29 年
曾○○	男	業界	文化大學勞工所 碩士	○○○○公司人力資源部	處長	14 年
吳○○	男	業界	嘉義大學旅遊與休閒管理所 碩士	○○○休閒農場	總經理	38 年
吳○○	男	業界	屏東科技大學高階經營管理在職專班 碩士	○○○○渡假飯店	總經理室協理	15 年
黃○○	男	業界	華夏工專建築科 學士	○○○○西式早午餐	創辦人暨品牌總監	19 年
辛○○	女	業界	大仁科技大學休閒事業管理研究所 碩士	○○開發(股)公司	副處長	16 年
張○○	男	業界	屏東科技大學管理學所 碩士	○○○百貨	販賣促進部經理	25 年
翁○○	女	業界	美國路易斯安那州紐奧良大學企業管理 碩士	○○○○○○行銷研究公司	總經理	29 年
陳○○	男	業界	屏東科技大學農企所 碩士	○○市場研究有限公司	研究經理	21 年
劉○○	男	業界	中山大學企管研究所 碩士	○○徵信所企業股份有限公司	高雄分公司經理	23 年
陳○○	男	業界	臺北科技大學 學士	○○科技企業有限公司	總經理	25 年
陳○○	男	業界	政治大學統計所 碩士	○○市場研究顧問股份有限公司	董事長兼總經理	31 年
張○○	男	業界	成功大學企管博士班 博士	○○統計服務有限公司	執行長	10 年
林○○	女	業界	高雄第一科技大學行銷&流通管理所 碩士	○○企業股份有限公司	品牌經理	21 年
韓○○	男	業界	南開大學企業管理 博士	○○教育機構	負責人	29 年
謝○○	女	業界	崑山科技大學企管系 碩士	○○○運動俱樂部	執行總監	13 年
郭○○	男	業界	中山大學企業管理學系所 碩士	○○○○企業顧問	副總經理	21 年
謝○○	女	他校	臺灣師範大學科技應用與人力資源發展學系所 博士	○○外語大學	教授	13 年
盧○○	女	業界	復旦大學管理學院企管所 博士	○○國際股份有限公司	執行長	36 年
謝○○	男	業界	臺南大學數位學習科技學系所博士	○○文化科技股份有限公司	總經理	27 年
徐○○	男	業界	成功大學管理學院高階經營管理所 碩士	○○○○管理事務所	整合管理顧問	24 年
鄭○○	男	業界	屏東科技大學企管所 碩士	臺灣○○	副廠長	24 年
方○○	男	業界	屏東科技大學企管所 碩士	○○公司量販事業部	召集人	26 年
韋○○	男	業界	第一科大資管所 碩士	○○電腦有限公司	總經理	8 年

Planning and Teaching Effectiveness Assessment of Service Marketing Employment Course Teaching Program

Ching-Lung Shen¹

Abstract

In order to enhance the workplace employment competitiveness of senior year college students, the Workforce Development Agency of the Ministry of Labor has sponsored an employment course teaching program from the 97th school year. The Service Marketing Employment Course Teaching Program has been receiving 9 years' subsidy since 99th school year. The planning and implementation of this program was highly recognized by the annual appraisers and received National Outstanding Program Award from the Ministry of Education and Ministry of Labor in 100th and 104th school years respectively. This program has focused on the service industry and marketing planning as the teaching and curriculum design. The major plans of this program include: 1. Specialized Courses: including Service Delivery System Management Practice, Marketing Research Practice and Marketing Planning Practice; 2. Common core capabilities course; 3. Workplace experience: including 120 hours experience in 4 well-known enterprises from Kaohsiung and Pingtung areas. About 80% of the above courses were lectures-given by middle to top managers from the practitioners. In order to explore the teaching effectiveness, this program adopted Latent Growth Modeling (LGM) to examine the effects of this program in enhancing the student's workplace employment competitiveness. Longitudinal data were collected through the UCAN platform. This program also adopted a qualitative research design to collect the students' satisfaction data on every aspect of the program planning. The research conclusions indicate that after participating in this program, the students did gain significant improvement in their employment competitiveness and a highly satisfactions on the program design.

Keywords: Employment Course Teaching Program, Service Marketing, Latent Growth Modeling, Curriculum Planning, Teaching Effectiveness

¹ Associate Professor, Department of Business Administration, National Pingtung University of Science and Technology

Corresponding Author: Ching-Lung Shen, E-mail: david@mail.npust.edu.tw

Received: 2019/03/27; Accepted: 2019/06/19