

# 職業學校商業與管理群 專題製作課程設計研究

## 教學資源手冊

### 編·撰·者

雲林科技大學	周春美	副教授
環球技術學院	沈健華	副教授
天主教文興高中	胡春暉	教師
嘉義高商	王姿茗	科主任
嘉義高商	施惠秋	教師

中華民國95年12月

# 目 錄

壹、緒論.....	1
一、高職商管群「專題製作」科目規劃理念.....	1
二、「專題製作」科目的緣起.....	1
三、專題製作資源手冊指引.....	2
貳、專題製作的意涵.....	4
一、專題製作的意義.....	4
二、專題製作的目的.....	5
參、專題製作的實施階段.....	8
一、準備階段.....	8
二、教學階段.....	10
三、評鑑階段.....	10
肆、專題製作的教學策略.....	14
一、合作學習.....	14
二、多元智能學習.....	17
三、體驗學習.....	20
四、協同教學.....	24
伍、專題製作的指導實務.....	28
陸、專題製作的指導實務與經驗分享.....	42
柒、結語.....	55
捌、附錄.....	56

# 壹、緒論

## 一、高職商管群「專題製作」科目規劃理念

職業學校商管群『專題製作』規劃理念旨在針對工商機構或非營利組織之工作現場中，特定之作業性工作任務所需的專業技能、工作方法、作業程序、工作態度的實作化觀察學習與演練；以實際參與現場作業方式，深刻體悟專業技能的執行，有效的融合專業智能於職場工作中（教育部商業類課程發展中心，2002）。目的旨在 1. 熟稔工作現場之專業性工作方法、程序、作業技術之觀察學習。2. 熟稔職場環境中之工作態度與現場人際適應。3. 補強學校技能教育之實作化、應用性之不足。

## 二、「專題製作」科目的緣起

在現今講求實用性的教育趨勢下，實務性課程已經成為各校未來發展的重點，為了提升學生就業實務能力及繼續進修能力，「專題製作」科目有其重要性。商管群於九十五學年度新課程規畫中，正式將「專題製作」納入校定必修課程，並將此一課程列為未來發展的重要科目。尤其高職商管群技職校院是商業與服務業人力供給的主要來源。據學者指出，專題製作合作學習的過程，受到大部份同學的喜愛與歡迎，並認為可增進專題製作的認知、技能、情意及創造力等向度的能力（蕭錫錡、張仁家、黃金益，2000；Giilbahar & Tinmaz, 2006），專題製作科目在各項能力的提升上，以「資料蒐集能力」方面提升最多，其次則為「分析能力」、「專業知識的應用」、「統計及軟體技巧應用與練習」，而在「人脈增廣」方面的提升效果相對而言較少（林尚平，1999）。

專題製作在學生專業學習具有引導學生從知識接受者轉而為主動的知識探索者，尤其針對學生有興趣及教學有關的題材，具爭論的議題進行認知、技能、情意的學習，並深入探索問題之關鍵、認知思考、後設認知和詢問技能，以達成問題解決的高層次學習（沈健華、李順富、周春美、黃凱平，2002；Gubacs, 2004；Grant & Branch, 2005）。

專題製作成果具備有五項特性，分別為：1. 專題製作成果必須與規定的課程有關。2. 專題製作成果係用來實現教育目標。3. 專題製作成果有時係個別從事，有時係團體合作進行。4. 專題製作成果伴隨指導並接受考核與改正。5. 專題製作成果係手腦並用的(Grant & Branch, 2005 ; Frank. & Barzilai, 2004)。

「專題製作」科目雖有教學綱要及授課指引，但是沒有固定的教學內容，在傳統的教學經驗下，部份教師對於教學目標認識不足，在教學活動設計及實施內容，急需「專題製作」科目的教學實務的指引，以提供教師作為專題製作教學之參考。究竟「專題製作」和一般的課程有何差異？此一科目對商管群培育基層技術人力目標之達成有何貢獻？為了讓職校商科教師對於「專題製作」科目有較深入的認識。本文以此為旨趣，首先介紹專題製作的意義與特色，其次探討專題製作的實施策略，接而分析專題製作的教學實施，最後探討專題製作的指導實務及經驗分享，以提供商職教師作為指導專題製作科目的參考，進而養學生的問題解決能力，以提升其專題製作科目的品質。

### 三、專題製作資源手冊指引

本手冊旨在提供商管群學生在修習「專題製作」課程時的參考架構及指引。由於「專題製作」是一門新科目，更是落實職校實務導向教學的重要課程；因此商管群在 95 學年度實施「專題製作」課程後，完成本手冊的編輯以作為往後任課教師擔任「專題製作」課程之參考，本手冊未進周延之處，依授課教師視實際運作情形，逐年修訂，以提升商管群專題製作科目的教學品質。

本手冊主要分為五部份，除介紹專題製作程之意義與目的外，並對專題製作程序作一完整的介紹。各部份將依專題製作過程中的各個程序從專題的開始、專題的進行、書面報告的撰寫及專題的評量等各個項目依序詳細介紹。具體內容分別有：

(一)介紹商管群「專題製作」的意涵



## 貳、專題製作的意涵

### 一、專題製作的意義

專題製作旨在鼓勵學習者創造性及正確的思考，經由議題的探索歷程，發展學習者的思考技能，解決議題或完成專題的學習過程，以達到「學習如何學習」。專題製作源於建構主義理論，認為傳統教學活動需建構為主動學習的環境；亦即學習者選擇具有真實及價值性的探索專題，透過探索問題過程中，嘗試尋找問題的答案，與他人合作及運用科技工具，並提出學習成果或作品(artifacts)(Giilbahar & Tinmaz, 2006; Luehmann, 2001; Papastergiou, 2005)。換言之，專題製作旨在提供學習者藉著探究問題、討論構想、研擬計畫、蒐集及分析資料、與他人溝通自己的構想、解決問題，以及協助學習者控制進度，完成解決問題的成果展現。

專題製作重視情境脈絡教學，就學習者而言，強調尋找問題、組織及解決問題的成果展現歷程。學習者對有興趣的專題，透過老師指導及小組合作，搜集資料及解決問題，提出自己的看法及展現學習結果，培養學習者終生學習能力的方式之一。就教師而言，統整學習者真實生活情境，整合不同科目的概念，在透過教師間的合作團隊、分享實施困難及問題解決，相互學習及發展豐富創新概念的專題教學(Carl & John, 2003; Grant & Branch, 2005; Frank. & Barzilai, 2004)。茲就專題製作的特色，分述如下：

- (一) 協助學習者運用情境及使用認知工具：教師教學角色轉變為指導學習者的學習過程，並協助學習者使用認知工具(cognitive tools)進行資料蒐集、尋找外在組織或資源以建立夥伴關係、及嘗試新的科技方法運用在專題製作中。
- (二) 重在做中學及合作學習：學習者可以藉著動手實作(hands-on)及與他人合作，理解生活週遭真實情境的問題，並從中學解決實際問題的能力；對於教師而言，教

師轉變為協助學習者與外在組織或資源連結及協助學習者與他人進行合作的指導者。

- (三) 問題解決歷程的成果展現：專題製作係學習者主導，具探索性的有意義學習（meaningful learning），學習者藉著形成探索的問題、設計計畫、蒐集及分析資料，並根據他們所理解的學習內容，提出學習成果或成品的主動學習活動。
- (四) 實作評量及自省學習：學習者必須針對問題製作出一個或一系列的作品或產品，以便教師進行實作評量，並透過學習者自評及互評，引導學習者對學習歷程的省思。
- (五) 和他人分享成果及提供回饋：在專題製作中強調群體間的互動、建構，故在成品完成後要求學習者彼此分享，其分享方式也可以有許多種，如口頭報告加上書面報告、或在社區以宣傳的方式與大家分享，也可透過網路將成果與世界各地的學習者分享。在分享的過程中，教師應同時要求學習者給予對方意見或評論，使學習者可以接收各種不同、多元的觀點。

由上述可知，專題製作透過學習者所關心專題，由一個或數個教學單元結合，決定專題後，幫助學習者思考學習及規劃專題、規劃研究及發展成品，事前學習者需要問題解決策略、協商溝通能力、及實作方法等訓練，透過蒐集資訊、練習建構問題、做筆記等。學習者就透過這些訓練來蒐集資料、分析資料，並與同儕討論、溝通，針對此專題或問題作出一個成果報告，此成果可以任何型態呈現，如一個實體模型、一份研究報告、一個多媒體網頁等。

## 二、專題製作的目的

專題學習重在培養學習者思考與解決問題的技能；訓練學習者尋找問題、蒐集問題的相關資訊、擅用資訊以解決問題。學習者在有效的時間、空間中經由議題的探索、經

驗及嘗試作假設到最後解決問題，學習者可以作更有意義的學習。

Torp 與 Sage (1998)認為專題製作中的合作學習可以使學習者發展開放的心靈並了解知識是合作建構的；透過合作學習，也會反應真實世界中，學習者需要學習與他人合作、協商、寬容與感恩的必要能力，這種社會互動的能力在 PBL 中是很重要的部份。尤其專題製作是一種透過學習者主導的探索來進行有意義的學習，學習者藉著形成探索的問題、設計計畫、蒐集及分析資料、根據他們所理解的製作出成品或產品，以找出開放性問題的答案，學習者可以掌握、規劃自己的學習，其基本步驟可歸納為下列幾點：

- (一) 學習者主導：學習者自己產生、推敲、並組織問題，因而具有「擁有感」。
- (二) 真實的開放性問題：將學習者置於一個探索的問題下，且其問題必須是真實、富有價值意義的。
- (三) 學習者可從學習活動中組織出概念與原則。
- (四) 促使學習者使用認知工具進行學習，如網路科技；教師將科技融入教學。
- (五) 使學習者、教師及社區人士一同合作探索問題。
- (六) 教師的教學及課程必須是統整各學科的，學習者所學到的也是統整各學科的概念、而非零散的。
- (七) 教師及社會都可成為學習者研究專題的對象。
- (八) 學習者可以主動、且與同儕共同一起建構知識，並從中培養高層次的批判思考及問題解決能力。

綜合上述可知，專題製作係由一個可以引發學習者的學習動機、且會引導學習者整個學習的「驅動問題」來起頭，這個問題來自真實的世界中，也就是說，學習者可以對

「真的」問題進行探索。9.透過學習者彼此分享、討論、溝通，可以促進學習者的表達溝通能力，同時也可以培養學習者對於不同文化差異的欣賞、包容與關懷，激勵學習者對自己的學習負責，.學習者在最後必須針對問題製作出一個或一系列的作品或產品，以便教師進行實作評量，著重學習者自評及互評。

## 參、專題製作的實施階段

專題製作的教學實施步驟，如圖一所示，茲將各階段的重點工作，說明如后。

### 一、準備階段

專題製作的起始階段決定未來專題製作過程的順利與否，因此在這個階段千萬不得大意。從分組到專題製作計畫書的擬定，必須謹慎的思考、妥善的規劃，為日後的製作奠定穩健的根基。基本上，專題的開始階段必須要完成的工作有以下四項：

#### (一) 選擇成員

初步決定專題製作的方向後，可尋找具有相同興趣及喜好的伙伴共同組成小組，每組大致以五至七人為原則。在分組之時，除需考慮成員是否有共同的興趣以及時間的配合度之外，尚需衡量小組中各個成員的能力。互補所長的編組比同時具有相同專長的組合為佳。關於選擇組員的方式及應注意的事項。

#### (二) 選擇指導老師

當編組完成之後，各小組可依照預定的專題製作領域，或學校的專題製作辦法(附錄一)，或參照商管群專任教師的專長及任教科目選擇指導教師。進行指導老師的功能、選擇老師應注意的事項以及商管群的專業師資等事項。

#### (三) 選擇題目

題目的選擇是專題製作過程中一個重要的步驟，題目的恰當與否決定了專題製作的成敗，所以，在選擇題目之時應當謹慎。一般而言，專題的題目可由學生自己選定、老師指定、或者經由師生互相商討來決定三種方式產生。為使製作主題確實符合實用性，在製作的過程中不妨仔細思考：這個專題是否解決了什麼社會現象或問題？是否符合現在的產業或社會所需？如果答案是肯定的，那麼這個題目才能真正切合專題製作科目的本意。選擇題目的步驟首先可根據自己的能力及興趣選擇一個專業領域，再進一步從這

個領域去思考專題的題目。

#### (四) 完成計畫書

由於專題製作科目的安排在時間上相當緊迫，除了應該提早進行製作之外，製作過程的安排及時間的規畫就顯得非常重要。因此，學生應在正式開始專題製作前，先行擬定專題製作計畫書(見附錄二)，然後依計畫按部就班執行，方能使計畫順利完成。各組應於三年級上學期第一次月考前向指導老師提交計畫書，關於計畫書的書寫的內容，如下。

##### 壹、專題製作的背景與動機

用來說明選擇專題题目的原因。也就是說，在什麼樣的情況下，使你產生研究此一主題的想法。

##### 貳、專題製作的目的

用來陳述您希望透過專題的研究，解決什麼問題。

##### 參、研究方法（解決的方法）

說明預定用來解決問題的方式。包括資料的來源、資料的取得及資料的分析工具或方法。

##### 肆、預期成果

即在整個專題研究後，預期會有哪些成果出現。

##### 伍、預估經費

將專題製作過程可能發生的各項費用，預先概略估計。如：交通費、影印費、郵寄費、裝訂費及文具用品等項費用。

##### 陸、工作分配

用來說明小組中每一位成員的工作項目。

##### 柒、工作進度

說明在製作的過程中，各個工作項目及時間的安排。

## 二、教學階段

專題製作計畫申請書一經指導老師審核通過後，各組就可以開始進行專題製作。資料的收集為這個階段的首要之務，學生們可利用圖書館及相關的研究單位查詢所需的資料，亦可利用問卷調查或者實地訪談的方式，以取得相關的資訊，資料收集完全之後，下一步驟就是要開始整理、閱讀、分析及執行工作。

在專題製作過程中，無論是小組成員間或者成員與指導老師間的互動是相當重要的，因此，各小組應定期或不定期的開會討論，並邀請指導老師參加。這種討論會的主要功能是提供組員與老師間一個互相討論及溝通的機會，一方面藉由討論瞭解專題進行的困難所在，共同想出解決的辦法；另一方面也可作為控制進度的一個方法。

## 三、評鑑階段

專題製作的評量是過程和成品的系統化評量可針對三大構面(Moursund , 1999)：

1. 評量內容是否符合專題目標；
2. 評量學習者整合資料的科技能力與知識；
3. 評量學習者獨立學習與合作學習的能力與知識。

評量工作有形成性評量、總結性評量，及實作評量 等等，專題式的學習活動其內容通常是統整學科的，在專題進行的過程中進行形成性評量，檢測學習者是否達到學習目標。

透過教師設計相關的情境，由此情境，針對學習只應達到的學習成果，設計一些問題，讓學習者在情境中或實際參與實驗操作或觀察之後，以分組活動或個別思考的形式，進行問題的解決，同時針對在過程中的表現，以客觀的標準加以評分的一種評量方式。不論是學習者自評、互評或教師自我評量，PBL 必須有一定的評分標準與評分量表，教師和學習者於 PBL 發展中一同協定出一個適合的評分標準，不管是評量知識、技能或情意，最後發展出自己班級的量表來作 PBL 的評量。

專題製作的成果展現係利用教學有關的活動讓學習者在有目的且有計劃下進行的學習活動。利用作業方式，達到學習者為了完成學習或教師為了促使學習者學習，所有在教師安排下的各種活動，其專題製作成果內容包括閱讀、筆記、回答問題、注音、查字典、演算、查地圖、繪製地圖、調查、製表、觀察、比較、研究、討論、實驗、報告（包括口頭報告、書面報告、對小組報告、對全班之報告等）、製作、練習（包括歌唱、舞蹈、繪畫、書法、樂器演奏等之練習）、表演、演習、專題研究等。在活動中教師依據教學目標及教學進度，指導學習者進行與學習有關的作業活動。利用作業教學法能使學習者熟悉教材、發現學習缺點與優點，幫助教師瞭解學習者的個別差異，培養學習者自學的習慣及能力等功能。

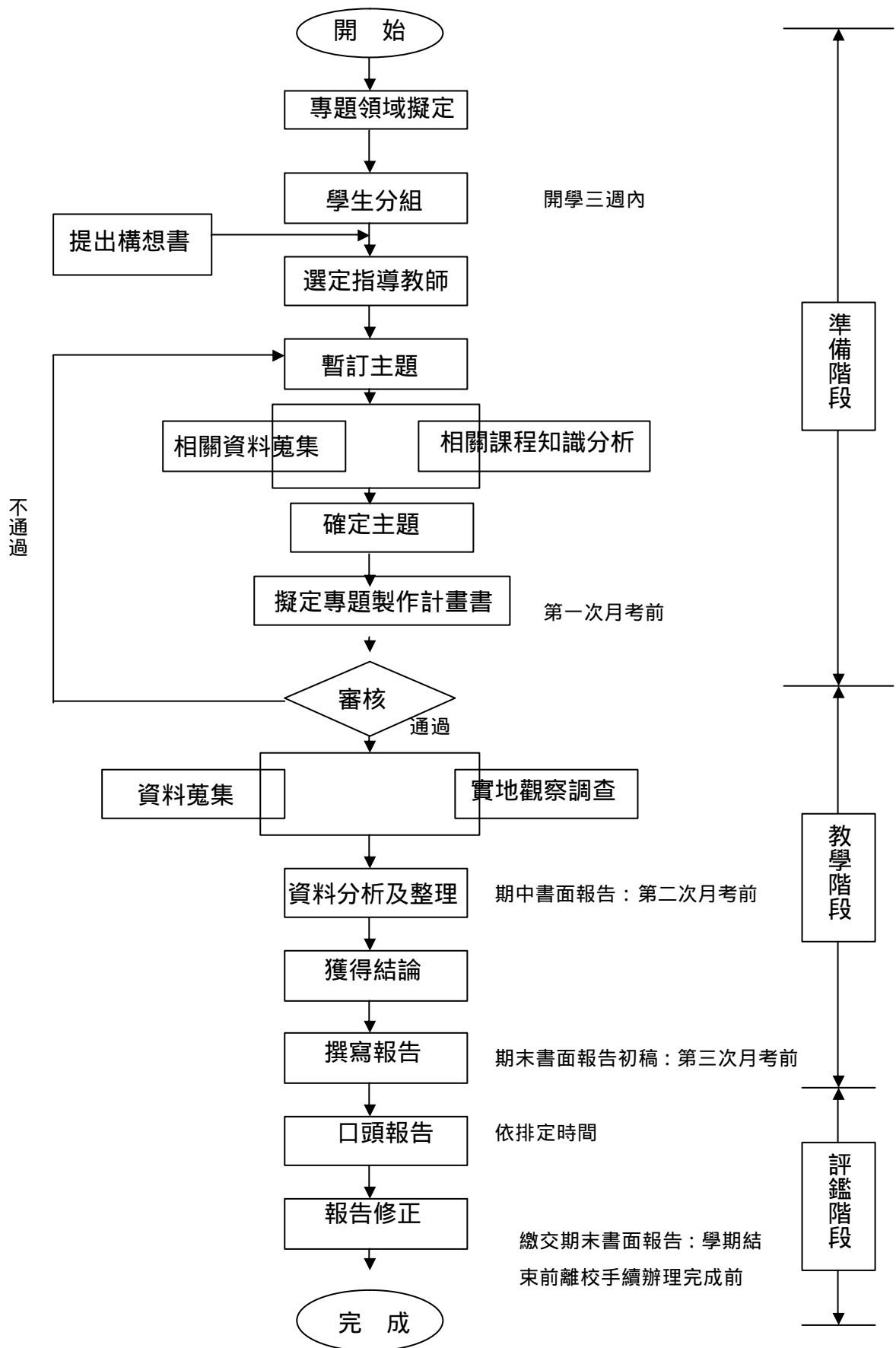


圖 1 專題製作實施步驟

綜合上述可知，專題製作著重問題解決的歷程，因此必須應用多元化教學評量的理念，使學習者從蒐集資料、設計與成果展現等過程中，可以獲得思考、創造與製作能力的訓練，採用專題製作，將課程內涵融入專業學科之專題製作，以促成技術與學術能力之整合。

## 肆、專題製作的教學策略

就技職教育而言，學習的歷程不僅藉由學生的學習方式來達成學習目標，亦藉由教師的教學計劃完成學習。本節旨在瞭解合作學習、多元智能、體驗學習及協同學習的意義及其內涵，作為探討商管群專題製作教學策略之應用及其應注意事項提出建議，作為教師進行專題製作規劃教學計劃及進行教學之參考。

### 一、合作學習

#### (一)合作學習的定義及基本要素

「合作學習」是一種有結構、有系統的教學策略，在合作學習中教師將不同能力、性別、種族背景的學生，分配到四至六人的異質性小組中一起學習，同一小組學生共同分享經驗，接受肯定與獎勵。合作學習的中心觀念為：小組酬賞、個人責任與相等的成功機會等三項。

Johnson 和 Johnson 指出「合作學習」是一種利用小組分組學習以增進個人和小組成員學習成效的教學方法，但不是讓學生圍坐在一起、彼此交談，做個別的作業；也不是一個人獨力完成指定作業，其他人簽名；當然更不是個別完成作業，先做完的人幫忙比較慢的人。黃政傑及林佩璇指出：「合作學習」是讓學生一起工作達成共同的目標，此一目標不但有利於己，也有利於他人。綜合而言，「合作學習」乃是學生在異質分組的小組中，面對面積極互賴，運用人際技巧，發揮個人績效，以達成團體目標的一種學習方式（盧富美，1992；陳淑娟，1995；郭香妙，2001；湯平治，2001；洪琮琪，2002；廖昭永，2003；許桂英，2004）。

由上述可知，合作學習是一種有系統、有結構的教學策略。教師採異質性的方式將不同能力、性別、種族、社經背景的學生加以分組，讓學生在異質性的分組中，面對面

的積極互賴及互相協助，運用人際技巧以發揮個人績效，進而完成團體及個人共學生習目標為目的的一種教學方式。

Johnson & Johnson 認為合作學習具有積極互賴、面對面助長式互動、個別責任、人際及小團體技巧和團體歷程等五種基本要素，實施合作學習時，要確實落實，才能確保合作學習的成功，茲就合作學習的五種基本要素，分述如下：

1. 積極互賴 (positive interdependence)：是一種學生對自己與組員關係的知覺。要讓學生感覺到除非小組每個人都成功，否則個人無法達到成功。積極的目標依賴是合作學習的核心，強調「我們」而非「我」，也就是要建立浮沈與共的命運共同體的觀念 (Johnson & Johnson, 1999)。實施合作學習時，在落實積極互賴的要素上，要讓學生明白團體成就是評量的標的，除了個人學會教材之外，還要幫助組員也都學會，小組才可能獲得成功。
2. 面對面助長式互動 (face-to-face promotive interaction)：合作學習的最大特色為分組，小組座位安排採面對面的方式。建立積極互賴的組員關係之後，助長式互動行為較易出現，因為組員覺知小組共同的目標為團體成功，彼此之間的互動是相互支持、鼓勵的，是為團體目標而努力的。Johnson & Johnson指出鼓勵助長式互動的三步驟：(1) 為小組設計見面的時間，而且要有足夠的時間。(2) 強調積極互賴。(3) 鼓勵組員間的助長式互動。
3. 個人責任 (individual accountability)：合作學習不是能力高的學生教能力低的學生，更不是由組內能力高的學生獨力完成作業，而其他人搭便車的教學策略。合作學習講求團體成就，團體成就來自於組內每個人的表現之總和，個人唯有精熟學習材料，方能達成小組目標。為了確保個人責任，學習評鑑應採個別方式，以發揮個別績效。
4. 社會技巧 (social skills)：Johnson & Johnson表示：僅將學生放在同一小

組，並不保證他們就能自然地學會合作技巧。缺乏人際和小團體技巧，合作團體不可能有產能，因此學生必需被教導合作技巧。Johnson & Johnson更進一步指出，教導學生的人際及小團體技巧的步驟：（1）讓學生了解使用這些技巧的需要。（2）學生必須了解這些技巧及使用時機。（3）一再練習。（4）提供規律的時間給學生進行團體歷程。（5）堅持下去直到內化為止。

5. 團體歷程（group processing）：其目的在提供小組反省檢討的機會，期許下次分組合作時，小組能表現的更好更進步。Yager, Johnson & Johnson比較合作學習且有團體歷程、合作學習但無團體歷程及個別學習等三組學生，結果發現學生在合作學習並且有團體歷程的情況下，成就高於沒有團體歷程的合作學習及個別學習者，可見團體歷程影響小組的產能及效能，教師應安排規律的團體歷程時間，讓小組進行反省檢討。

Johnson & Johnson 提出個別化（individualistic）、競爭式（competitive）及合作式（cooperative）等三種目標結構（goal structures）。而就學習策略而言，目標結構就是學生為了達到學習目標所採取的策略，及其所衍生出來的學習環境、教師、教材、學習同儕之間的結構關係。因此，合作學習的優點，茲分述如下。

1. 合作式的學習鼓勵並支持個人知識及經驗的分享，團體可以提出更多樣化的觀點與經驗，能夠引發更深入的瞭解。
2. 合作學習將學習者視為主動的參與者，學習者會主動地促進知識的建構並參與學習歷程。
3. 合作學習的活動會讓成員產生參與感、認同感與歸屬感。
4. 在合作學習的過程中，學習者需要經常展示、表達及修正所學到的內容，可以使新舊知識加以整合。

合作學習有很多優點，所以廣受研究與推廣，但在實施時會產生一些困境，因此也不可對合作學習抱持太大的幻想。至於在實施合作學習時可能會遭遇到什麼樣的問題，茲將其敘述如后。

綜合上述的分析，可讓我們在設計合作學習的課程及執行時，能注意到上述的特質，也就是需要一個積極互賴的異質性小組，鼓勵同儕互動，重視團體進行歷程，兼重團體目標及個人的績效責任，在教師有系統的指導下，學習適切的社會技巧促進互相幫助、互相指導，養成小組目標，以便將合作學習的效能發揮到最高境界。

## 二、多元智能學習

### (一) 多元智能的意涵

智慧多元論源於 Thurstone 於 1930 年就提出了智力七成份說，Guilford 亦提倡智力多元說，認為智力是尊重學生個別差異，相信每位學生的不同的潛能專長，1999 年 Gardner 提出智能定義是「一種處理訊息的生理心理潛能，這些潛能在某種文化情境中，可能被激發來解決問題或創作該文化所重視的產品。」從這個最新定義，可以發現智能包含下列特性：智能是看不見，也是無法測量的。它可能是許多不同神經方面的潛能。這些潛能也許會，也許不會被激發，要看該特定文化的價值觀、該文化所提供的機會，以及個人受自己、家庭、教師和他人影響所作的決定。

多元智能廣受教育界運用理念，有下列幾點：1. 每個人都具備八種智慧的潛能。2. 大多數人的智能可發展到充分勝任的水準。3. 智能通常以複雜的方式統整運作。4. 每項智能有多種表現智能的方式。5. 智能並非固定的，是可以學習、教導和提升的。從 MI 的理念可看出，MI 傾向學生可以透過學習，來讓自己的弱勢智能發展到一般的水準，且強調能從學習當中去擴展自己的優勢智能，可藉此引出新美育的學習觀。

### (二) 多元智能之教學法

多元智能教學理念強調追求理解的教學，智能包括語言、數學邏輯、肢體動覺、音樂、人際、內省及自然觀察者等項，其教學活動、教學材料、授課方法、活動範例及課程，詳如表 1 所示。

表 1 多元智能教學方法概要表

智能	教學活動 (範例)	教學材料 (範例)	授課方法	教學活動範例	教師授課技能範例	開始進行課程的活動範例
語言	講座、討論、文書、遊戲、講故事、集體朗誦、寫日記等	書籍、錄音機、有聲書、等	閱讀、寫作、談論及聽的內容	全方位語言教學	透過講故事教學	在黑板上寫下長串文字
數學邏輯	解決問題、實驗、心算、字遊戲、維等	科學數學習題、計算機、科學儀器、數學遊戲等	批判思維、概念化所學的內容	批判思維	蘇格拉底式問答	提出邏輯反証
肢體動覺	動手學習、戲劇、舞蹈、體育、觸覺活動、放鬆練習等	建造工具、黏土、運動器材、操作台、點字等	製作、表演、觸摸、舞蹈表演所學內容	動手學習	運用動作 / 戲劇表達	傳閱神祕製品
音樂	超記憶音樂、舌歌、教唱等	錄音機、音帶、樂器	歌唱及聽所學的內容	Suggestopedia	有節奏地運用聲音	學生進課堂時播放音樂
人際	合作學習、輔導、社區與、社交聚會等	同伴圖板遊戲、聚會必需品、表演道具等	教授、合作、互動所學的內容	合作學習	與學生互動交流	轉身與旁邊的人交流
內省	個別指導、學習、課業選擇、自尊建立等	自我檢查工具、日記、計畫工具等	與個人生活繫、根據所學的內容作選擇	個別指導	帶著感覺授課	閉上眼睛回想生活中的某個時期
自然觀察者	觀察、記錄、參觀等	田野觀察日誌、觀察描本	觀察、記錄所學的內容	觀察學習	實地到互外參觀	描繪觀察物的特徵

(資料來源：林秀芬 2002)

### (三) 多元智慧評量的評量方式

多元智能強調透過不同的方式，來展現學生所學之知識。多元評量方法有(林秀芬，2002)：

1. 語言：作文學習檔案、日記、討論與辯論、說故事、書面和口頭報告、傾聽與報告、正式演說、創作廣告詞和笑話、錄製聲音記錄、猜謎語、設計文字遊戲、編劇本。
2. 數學邏輯：說出解決問題的想法、做調查、摘要或圖示學習要點、玩拼圖或遊戲、解釋數據、演繹推理、歸納推理、計算過程、比較和對照。
3. 肢體動覺：用操作物塑造模型、製作一件產品、角色扮演、啞劇、比手畫腳猜謎語、舞蹈、戲劇表演、概念動作化、體操與遊戲、操作實驗、透過肢體語言與姿勢來解說。
4. 音樂：用聲音解說概念、辨認旋律的型態、用概念把音樂和節奏連結、創作歌曲並清唱、廣播劇、用樂器創作和表演一首歌、表演舞蹈、用已知歌曲旋律填詞、創作兒歌和繞口令。
5. 空間：把學習內容想像成圖像、製作地圖、流程圖、圖表、想像的對話、錄影與照相、美術剪貼、照相寫短文、製作立體模型、雕塑、概念構圖或思緒構圖、圖畫練習。
6. 人際：合作學習、訪談或調查、向他人解說或教導他人、協力完成任務、提供和接受別人的回饋、學生互評、以同理心關心他人、舉行小組討論、團隊創作。
7. 內省：自傳式報告、反省報告、反省日記、個人喜好、設定並達成目標、自我指導學習、學習過程與結果的自我反省等。
8. 自然觀察者：動手做實驗、自然觀察記錄、照顧動植物、參加保育活動、照片、

圖畫、自然世界的模仿、感官刺激練習、典型的型態認知。

由上述可知，多元智能理論的提出，改變了人類對智能的傳統看法；多元智能理論的發展，提供教學活動更多的思考空間與彈性作法，讓學生能透過多元學習的方式，來探索個人在學習歷程中所具有的特質與能力；此外，在多元智能理論中，教師的角色從「知識的傳遞者」轉換成「學習的引導者」，教師的教學方法從注重「老師如何教」到考慮「學生如何學」，以協助學生進行有意義且有用的學習。因此，課程與教學設計應從傳統的桎梏中跳脫出來，課程應以學習者最能理解的方式進行有效的設計，教學策略應提供學習者更多切入點的選擇，讓學生從學習歷程中，發展自己興趣與特質，並逐步累積與開展自己的多方智能。

### 三、體驗學習

茲就體驗學習的意義、學習特性及教學設計等項，分述如后。

#### (一) 體驗學習的的意義

體驗學習是一種讓學生能夠透過實際參與活動的體驗方式，將活動中的體會與生活中的具體經驗相結合，讓學生實際從中獲得成長，並將此種經驗內化成為思考的一部份。體驗學習的上課場所包含傳統的室內，也包含室外及大自然。體驗學習的目的旨在性之主動學習機會，透過真實之情境，經由個人及團隊互動學習來增強個人成長與組織之互動運作及應變能力。主動學習係指學習者身、心、靈的全人參與具有智力、情感、社交、身體及靈性的探索及挑戰活動。而另一部份需由活動參與中之反思內省及分享。透過內省與分享，並經由經驗之轉化，使得學習效果增加與持續。

#### (二) 體驗學習的學習特性

體驗學習圈是將體驗學習理論的實際應用，所以了解體驗學習圈對活動的規劃或是

活動體驗的引導是有助益的。雖然經驗學習的理念來自於杜威，但體驗學習圈卻因為研究學者和研究方向的不同，而有非常多種，但是最具代表性，也最被普遍應用的是 Kolb(1984)的四階段學習圈，是由體驗、反應、歸納及應用與實施再回到體驗組成的體驗學習圈模式（謝智謀，2003）。如圖 2 所示，這四個階段是連續的，且隨時有可能發生，也就是任何一個經驗產生不但是連續的，它也會影響未來的某一個經驗。每個階段並不也只有單一的方向，因為環境、學習者之間、教師或引領者、設施及裝備彼此之間不斷的互動，並產生連續性之交互作用，因此如何在這多變的學習環境中，使用合適活動設計，運用合宜的內省及分享方式，便成為體驗教學成效之重要之因素。茲將此四階段內涵，分述如下：

### 1. 體驗階段(Experiencing)

體驗學習是以活動(activity)來促進參與者利用自身的能力、團隊的分工合作、人際溝通、領導與被領導、面對挑戰或壓力的問題解決等歷程，有邏輯性且有方法的循序漸進達到活動的設定目標，並學習到有價值的樂趣。

### 2. 省思階段(Reflecting)

參與者比較過去的活動和經驗，並與團隊討論達成目標的方法，確認團隊的分工細節，活動時間的考量，以發展出突破規則的限制與創新的想法。所以，參與者在活動體驗的過程中，可以藉由省思與檢視問題產生的核心所在，對活動的感覺、所看、所聞、所聽，並尋求連結過去經驗來得到問題的解決方法。

### 3. 歸納階段(Generalizing)

將思考的想法與經驗作歸納與連結，形成概念以作為解決問題的最佳應用，是此階段的重點。藉由歸納可以得知，面對新的環境，歸納吸收個人或他人的經驗，有助於個人或團隊迅速地對新的情境與挑戰建立適應及作出反應。

#### 4. 應用階段(Applying)

體驗學習的成效，即是個人能夠應用參與活動的經驗，把所學習到的知能去推理到外在世界；這個階段著重在將這些活動經驗應用到正確的情境，並將體驗學習的經驗，實際施行或作有意義的應用到個人的日常生活當中。

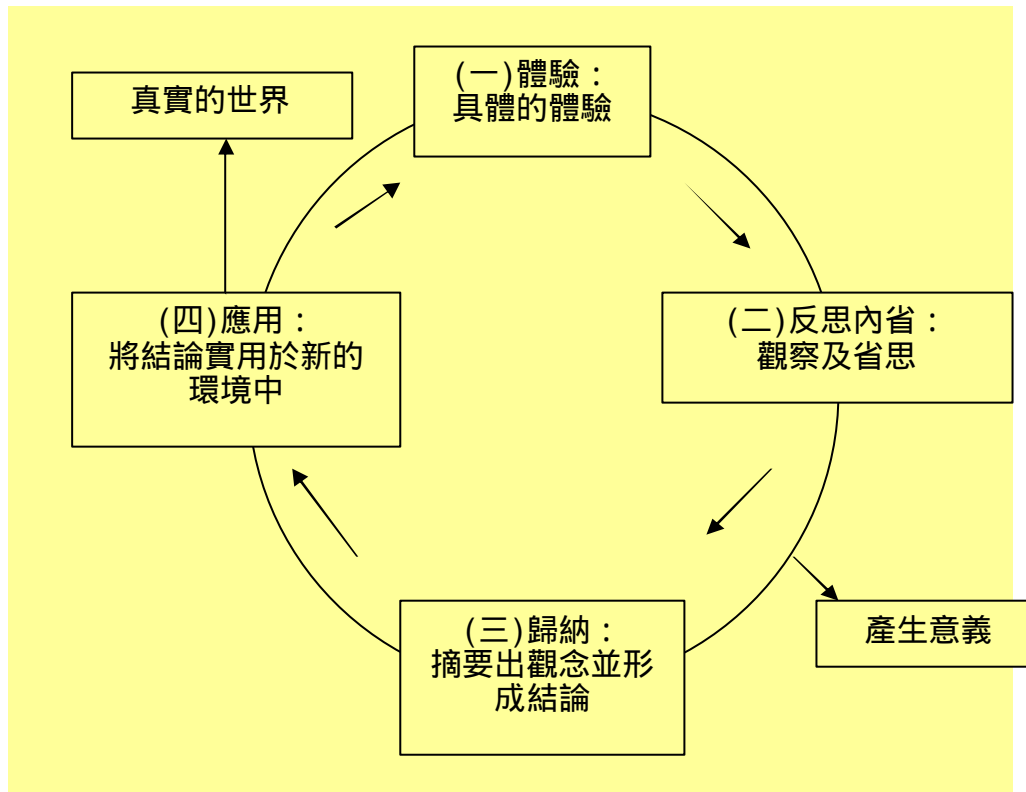


圖 2 Kolb(1984)的四階段體驗學習圈

綜合以上所言，體驗學習就學習模式的定義是，開始於體驗、之後內省、討論、分析、及體驗評估。此前提是由於我們很難從體驗來學習，除非處理我們的體驗，從中擷取符合自己方向、目標、理想、志向和期望的意義，藉此過程，新觀點、新發現和新認識在這過程中也因而產生。過程中之反思及分享，許多思考片段得以拼裝組合，而體驗所形成之意義會與其它相關經驗作連結。然後，透過思考、覺察、歸類、分析、搜尋經驗的過程，再被概念化、同化、整合成個人處世之建構系統。

### (三) 體驗參觀的教學設計

就高職專題製作的體驗學習可善用參觀教學，以達體驗微學的目的，體驗參觀教學係將學生帶出教室，進入學生未來就業市場有關的工作現場，經事先的策劃讓學生可經由此次的教學活動，進一步瞭解畢業後的工作世界，以利職業態度及技能的培養。參觀教學其優點在於提供真實的工作現場及環境，有利學校教學所無法提供的真實性，亦透過參與者的熟識及面對面的討論更能深入瞭解及體會。因此，體驗參觀教學需事前的規劃、費用的籌措及學生安全等問題，因此進行參觀教學的原則有下列四項：

1. 參觀現場與教學有關，並配合教學單元安排參觀項目，亦為學校環境及實習場所所無法提供者為考慮重點。
2. 事前除了交通、膳宿、安全等計畫完善外，並須讓學生對參觀的主題、現場、作業內容與教學的重要性，事先介紹給學生瞭解。
3. 事先告知學生應遵守的注意事項並鼓勵學生發問，並進行記錄撰寫參觀心得。
4. 參觀後應和學生討論參觀過程的收獲及心得，有助於學生知識的統合及教學進度的配合。

參觀教學係將學生帶出教室，進入學生未來就業市場有關的工作現場，經事先的策劃讓學生可經由此次的教學活動，進一步瞭解畢業後的工作世界，以利職業態度及技能的培養。參觀教學其優點在於提供真實的工作現場及環境，有利學校教學所無法提供的真實性，亦透過參與者的熟識及面對面的討論更能深入瞭解及體會。因參觀教學需事前的規劃、費用的籌措及學生安全等問題，因此進行參觀教學的原則有下列四項：

1. 參觀現場與教學有關，並配合教學單元安排參觀項目，亦為學校環境及實習場所所無法提供者為考慮重點。

2. 事前除了交通、膳宿、安全等計畫完善外，並須讓學生對參觀的主題、現場、作業內容與教學的重要性，事先介紹給學生瞭解。
3. 事先告知學生應遵守的注意事項並鼓勵學生發問，並進行記錄撰寫參觀心得。
4. 參觀後應和學生討論參觀過程的收獲及心得，有助於學生知識的統合及教學進度的配合。

綜合上述可知，情境學習強調學生具有主動探索及建構知識的能力，在真實的學習情境及成員間的社會互動過程中，進行知識、技能及情意的建構，分析知識與真實問題情境間的關係，據以解決問題。所以，情境學習在參觀教學上的應用首在設計真實世界問題及發展合作的學習環境；其次應用認知學習、合作學習及鷹架學習等理念，在實際情境中增強認知能力；最後藉由個人學習檔案、學習成果及評量回饋，提昇學生社會化學習經驗。

## 四、協同教學

茲就協同教習的意義、特性及應用習模式，分述如后。

### (一) 協同教學的意義

協同教學是一種創新的教學，由兩個或兩個以上的教師和協助人員，利用個人才能，在一個或幾個學科領域中，應用各種教學器材，指導兩個或更多傳統班級的學生，經由不同方式，合作計畫、合作教學和評鑑的新安排(方柄林，1979)，李坤崇(2001)提及「協同教學係指兩個或兩個以上的教師和助理人員建立目標導向的專業關係，在一個或幾個學科領域，整合與發揮個人專長，善用各種教具與教材，指導一個團體的學生，應用各種不同的教學方式，來實施合作計畫、合作教學和評鑑，達成適應個?差異和適性教育的目標。」陳伯璋(2001)認為「協同教學是由兩位或兩位以上的教學專業人員

（包含教師及相關的專業人員）組成教學群，共同發展課程、設計教學及準備教學相關媒體和資源，共同完成教學工作的一種教學方式。」

綜合各學者之定義，可歸納出協同教學係由兩位或兩位以上的教學專業人員組成教學群，在一個或數個學科領域中，發揮個人專長，針對課程目標與學生需求，共同發展課程、設計教學及準備教學相關媒體和資源，共同完成教學工作的一種教學方式。

## （二）協同教學之特色

### 1. 兼顧個性與群性

協同教學法有活潑的教學方式，多元的教學型態，而當今教育的重要課題即是尊重兒童的個性、發揮每個兒童的潛能，故協同教學能配合學生的個別性及培養學生團隊合作學習之精神。

### 2. 契合新的學力觀

協同教學雖有不同教學型態，但學生的學習方式上卻因學習目的不同而須靈活運用，隨時運用感官去體驗生活與學習，並重視與同儕討論，如此可讓學生在高變化的學習方式中完成學習。新課程著重兒童的基本能力的培養，在各領域的學習過程中，一方面尊重兒童的個性，一方面培養這些能力。

### 3. 打破教室間的藩籬

協同教學是為了跨越傳統單一「班級王國」的指導系統，亦為適應每個兒童潛能發展所進行的方法。因此，實施協同教學時，可透過大班教學、小組討論與個別研究之模式，除了可以保存班級制度，也可以根據指導內容和兒童的興趣與能力等條件，突破班級的範疇限制，重組學習群組。

### 4. 配合課程統整之實施

協同教學的實施在於充分活化教師的個別能力、專長、興趣及活化教師的個別性，藉以適應兒童的個性和能力。尤以課程統整不考慮學科界限，主要根據學生實際的生活經驗以進行課程組織，課程範疇變得多元，課程廣度也隨之增加，因而，教師透過協同教學，才能配合課程統整之實施。

#### 5. 教學型態彈性多元化

協同教學係透過不同教師的不同專長，所形塑的專業性組合，因而，為獲得最大教學效果，資源獲得充分利用，教師間可採用不同專業組合方式，如多科協同、單科協同，以及跨校協同等，致使教學內容更彈性與多元。

### (三) 協同教學之應用模式

1. 單科協同：指同一年級、同一科目教師的協同。如：國語科有讀書、作文、閱讀、書法等部份。三年級的老師有三位，就可依專長分配工作，甲老師負責讀書、乙老師負責閱讀，丙老師則負責書法。
2. 多科協同：係指三科或三科以上的協同。如：國語科說到「一根火柴」時，可將國語課、音樂課、社會課的教師組成教學團，一面講述耶誕節的故事，一面介紹地理位置與耶誕節的由來，同時教唱耶誕歌曲。
3. 科際協同：此為兩種學科之間的協同。如：國語科教到年終大掃除與年節的情況時，美勞教師就可指導學童將年節的影象，繪製成一張畫或卡片。
4. 跨校協同：不學生校間教師專展的互補。如：甲校乏英語科教師，乙校乏鄉土語言教師，兩校可互相支援，互補有無。
5. 主題式協同：此為針對某一主題進行統整的協同教學。如：台灣地區一到颱風下雨，菜價就上漲，但產區農民的收入卻又限，其理由為何？如何止讓農民與消費者間菜價的差額降到最低？如何建構兩者間的消費管道，要釐清這個主題，



## 伍、專題製作的指導實務

專題製作之主要目的，在於訓練學生將在校學得之理論基礎，應用於現實社會之問題解決，培養學生獨立思考、創造與製作之能力。本章內容包括資料收集、資料彙整、專題製作之撰寫、工作進度表的擬定與控制及指導老師之角色五部份，以下將針對各部份逐一解說。

### 一、資料的收集

專題製作題目選定之後，緊接著就要針對專題製作所需要的資料進行收集的工作。而資料收集之充分與否，將關係著未來專題製作的進度，因此有著充分的資料做基礎，對於未來的專題製作方面將有莫大的助益。

專題製作與研究論文寫作之差異在於有關資料之收集，如何才能收集到自己所想要的資料，相信是每位專題製作小組的學生最關心的問題之一。但實務性專題製作和研究論文寫作有所不同。一般的研究性論文，事前的文獻探討、個案研究佔著相當重要的地位，強調的是模型的建立、理論的創新，然而，對於現實社會環境的問題解決方面，總是站在「建議」、「參考」的立場居多；而實務性專題如前章所述，對於現實環境所發生的問題，實際去介入、參與、探討、驗證及分析，尋找解決的辦法。因此，實務性專題製作的資料收集重點，應擺在實作性的資料取得，例如問卷調查、企業訪談或觀察等方式，而非研究論文寫作的文獻探討。

由於有著如此之差異，因此在整個專題製作科目設計上，並不適合將研究論文的寫作模式全部搬到專題製作上，否則最後終將流於紙上作業，失去了專題製作的目的與意義。

#### (一) 資料收集之來源

雖然研究論文寫作的文獻調查與資料收集的概念與重點，並不完全適合於專題製作，但是不論是專題製作或是研究論文寫作，所需要的資料收集來源可能是相同的，所以，教導學生找尋相關資料的訓練仍屬不可或缺，至於資料收集的來源大致可分為下列幾種：

1. 圖書館的利用：提到資料的收集最先讓人聯想到的地方就是圖書館了！的確，圖書館的藏書及資料是最方便利用的，學生們可以利用自己學校的圖書館、各大學院校及各級圖書館找尋所需之相關資料。
2. 研究單位的查詢：專題製作小組如果需要完整的統計資料時，可以向各個研究機構諮詢，如台灣經濟研究院、國科會等，或直接利用學術電子網路取得所需之資料。
3. 學報、期刊、雜誌之利用：除了圖書館、研究單位之外，各類學報、期刊、雜誌亦是學生們找尋資料的重要來源。學生們可依專題製作相關的分野找尋有關的學報、期刊及雜誌來取得資料，各校圖書館商業類別之學報、期刊、雜誌大致如下，學生們可依自己所需前往查詢：

●管理科學學報	●管理雜誌	●企業管理學報	●會計與管理
●管理與系統	●流通世界	●消費者報導	●會計研究
●中華管理學術通訊	●資訊、管理	●商業現代化	●財稅研究
●財訊	●台灣經濟研究	●台灣經濟	●經濟研究
●經濟前瞻	●臺經	●突破	●天下
●會計	●理財顧問	●商業周刊	●產業金融季刊
●人力資源統計月報	●中華民國統計月報	●金融統計月報	●工業生產統計月報
●物價統計月報	●財政統計月報	●國民經濟動向統計季報	

- 薪資與生產力統計月報 ●調查統計資訊季報 ●就業與薪資統計速報
- Journal of Business Research ●The Journal of Business ●Business Week
- Human Resource Management ●Economist

4. 實地調查:實地調查大概可分問卷調查、訪談、觀察三種方式，由專題製作小組與老師，透過與企業廠商的合作，進入業界採集相關的資訊和資料，而有關問卷設計方面，應由小組成員先行設計，在經由與指導老師討論之後，才可進行調查。如果資料的取得是透過觀察之方式時，更需要做好事先之規劃工作，才能順利的如期進行、完成。
5. 其他:除了以上所述的收集方法之外，可依情況所需利用其他管道來取得相關資料，如心理測驗等。

總之，收集資料必需有耐心，多加嘗試，才能體會出其重要性，因為一旦擁有了豐富之製作與研究的相關資料，就如同蓋房子有了強固的地基一樣，往上發展時才能有恃無恐。而在取得了相關資料後，接下來就是如何進行下一步驟，開始整理、閱讀、分析、執行等工作了。

## (二) 資料的彙整

當所需要的資料收集到一定的階段時，如何將這些資料整理、彙整則是另一項重要的工作，如何從一篇冗長的論文、期刊中擷取專題製作所需之資料，則需學生們花時間來研究了，且很難要求學生們從各式期刊雜誌及學術論文的文獻調查中得到什麼，但是一篇專題製作報告亦需一定程度的理論基礎。

一般而言，資料的彙整的工作，通常在收到相關資料後，必需要做整合及彙整之工作，透過共同閱讀研討等方式，對於資料的進行過濾、篩選，再經由小組的討論決定資料的選定，最後再透過與指導老師的意見交換，才能算是完成了資料彙整，而關於資料

彙整之工作，一般來說，非常費時、費心，尤其當碰到一些新的理論、觀念時，更是需要學生們用心發揮團隊精神始可完成，學生更可利用此一機會學習課堂上無法得到之知識和觀念。所以，有關資料的彙整是指導老師和學生們之間培養默契，亦是學生們吸收新觀念、新知識的一個好機會。

## 二、專題製作之撰寫

有關專題製作之架構方面，一般而言，與研究論文有許多相同之處，專題製作之撰寫，大致包括以下幾個主要部份：研究背景與動機，研究目的，研究方法，報告主體，結論等。每一組專題製作之題目分野不盡相同，但是大致而言專題製作可依循這些大架構來作為大綱擬定的基礎。以下舉一個實例來作說明，以供學生參考。假設專題製作之題目為「雲林地區丸九超市之行銷策略研究」，整個專題製作的撰寫流程大致如下所示：

- 一、研究背景與動機：丸九超市之行銷現況及產生問題，為何選擇此一問題。
  - 二、研究目的：對於丸九之行銷問題提出改善、解決之道。
  - 三、研究方法
    1. 資料的收集與彙整
    2. 研究設計
    3. 方法的決定
    4. 研究方法之實施
  - 四、資料分析、比較
    1. 資料之整理
    2. 分析
    3. 結果
  - 五、結論與建議
    1. 結論
    2. 解決方法的提出
    3. 今後之考察
- 附錄：
- 參考文獻：
- 中文：
- 外文：

### 三、工作進度表的擬定與控制

題目選定，資料收集、彙整完畢之後，緊接著就要著手開始進行專題製作了。由於不同專業學科間存在著極大的差異，因此很難找出共通的製作程序標準，但是對於工作進度表的擬定，則大致是類似的。擬定一份好的工作進度表，對於專題製作的如期完成將會有很大的助益。

#### (一) 工作進度表

工作進度表係指完成專題製作之每個工作項目所需要的時間，並以文字、表格、圖表顯示的一種方式，而工作進度表可以明確指出專題製作小組所計畫要做的事情，幫助學生瞭解整個專題製作的進行概況。而專題製作工作進度的編擬必須參照資料多寡、工作量之負荷及人員多寡來分配，表現出製作小組成員的用心、重視與對此主題的認知程度。

#### (二) 作進度表擬定

而有關工作進度表的表達方式，一般是以甘特圖（Gantt Chart）之方式表示，循「丸九超市的行銷策略研究」做一工作進度表的擬定範例，如附錄三示。

工作進度表之擬定是對專題製作整體工作進度的擬定，而在整個專題製作進行的過程中，包含了三項重要的工作進度，即期中書面報告、期末口頭報告及期末書面報告，以下就針對各項報告逐一介紹：

##### 1. 期中書面報告

專題製作的期中書面報告是將上學期專題製作的進度狀況提出一個整合的報告，有關期中書面報告之撰寫無統一格式，各小組可與指導老師協商，得到

指導老師之同意即可，關於期中書面報告之評量內容，如附錄四所示。

## 2. 期末口頭報告

口頭報告可說是專題製作完成前的一項總驗收工作，評審委員可在口頭報告當中，根據小組的報告內容及應變能力來評量小組的成績。為期末口頭報告評量的內容，學生們可就評量項目所佔之比重做準備工作，口頭報告評量表如附錄五所示。

## 3. 期末書面報告

期末書面報告是專題製作之最終產物，也是學生們一年以來的努力成果。而在製作過程中，完整的期末報告必須經期末書面報告初稿、期末口頭報告，再依據評審委員建議修正後，才能成為一篇完整的期末書面報告。有關期末書面報告之評量方式及內容，期末書面報告評量表，如附錄六所示，在進行期末書面報告前需先填具口試申請表(見附錄七)。

### (三) 工作進度的控制

工作進度表擬定之後，接下來最重要的工作即是有關進度的控制了，專題製作有一定的時間限制，必須在規定的時間內完成，因此有關工作進度控制上，如果無法對於進度作充分的掌控的話，就可能會影響整個專題製作的進展，甚至無法如期完成。

有關進度的控制方面，指導教師應站在主導的地位，督導學生按照既定的進度來完成。而學生方面也要隨時把製作過程的進展情況及進度過程中所遭遇的困難，適時向指導老師報告，如此才能適時解決問題，避免影響專題製作之進度。因此在有關進度的控制方面，應由指導老師和學生共同約定討論時間，利用討論的同時，老師能夠掌握專題製作的進度，而學生們也可將所面臨的問題提出討論。有關小組討論記錄表的內容建議以表格予以記錄，以方便日後小組討論與指導老師考核平時成績使用，指導手冊不另附

空白表格，學生需自行製作。

小組討論記錄表之最大的功用是記錄小組成員在平時的努力、用心情形，學生可以在碰到問題時利用和指導老師約定之時間進行討論和溝通之工作，並且隨時作成記錄，作為日後評分之依據，且雖然小組討論無期中、期末書面報告及口頭報告來得正式，但是卻是整個專題製作過程中重要的一環，如果無法在平時按部就班做好各項工作，相信很難在期中、期末書面報告中得到好的成果。

專題製作小組人員決定之後，如何將專題製作的工作份量平均分配到小組成員身上，事前的討論、協調、溝通是很重要的。因為如果學生無法明確知道自己的工作內容及性質的話，當有問題產生時，小組成員間的責任歸屬將會很模糊，因此，工作的分配在專題製作的過程中，亦是不容忽視的一環。經由工作的分配讓學生明白自己的責任，培養學生負責盡職的學習態度，有關工作分配之工作分配表之格式參照**附錄二**。

#### 四、指導老師的角色

不論是論文的寫作或是專題製作的過程中，指導老師扮演著重要的角色，由於學生理論基礎可能不足，加上實際體驗、認識的不夠，無可避免的會遇到一些無法預期的困難或難以突破的瓶頸。此時就必須要透過分組或團體研究討論，乃至指導老師的協助才能解決。在此時要強調的是分組、團體討論，討論是訓練學生們溝通的能力與組織能力，如果小組成員在碰到任何問題時，就直接找指導教師，不但學生們喪失了自我思考、解決問題的訓練及小組的溝通、協調、合作的機會，亦會增加指導老師的負擔。

以上所述，大致是指學術專業上的問題解決，但是在專題製作的過程中，當有需要進行公司、工廠的訪問調查或實地參觀時，通常這種情況就需要指導老師出面聯繫協調了。一般而言，要進行此類的參觀訪談活動時，以學校團體的名義會比個人名義來得恰當。學生如有需要可事先向商管群提出申請，請科辦公室出具公函。

一般而言，專題小組除了定期或不定期自行分組或團體研究之外，亦可和指導老師共同約定一個時間表，由學生定期向指導老師報告研究心得及進度，並提出目前所遭遇之問題或瓶頸，共同討論、解決。指導老師可藉此掌握學生進度及製作方向、瞭解每一位學生的用功程度及求知精神，作為日後評分之依據；而學生則可藉此經常性的報告及討論，獲得指導老師之經驗，並培養自己的表達及組織能力，且透過此類的研討，亦可建立師生的情感及培養師生間之默契。因此，專題製作小組和指導老師之間取得良性的互動將是專題製作的一大動力，對於專題目標之達成，亦會有著莫大之助益。

專題製作對於每位學生來說，可以說是第一次接觸到如此費時、費心的小組實作，和以前任課老師所要求的報告有相當程度上的不同，不論整體的架構周密程度及老師要求的嚴格程度，絕非一般的報告所能相比。如果學生們能夠把握此一機會發揮自己的所學、所長，相信所得到的不只是一科兩個學分的專題製作成績而已，對於學生們今後不論在寫作方面或者在問題的處理、思考、解決等，絕對有相當大的幫助。所以每位學生在專題進行當中，應用「勤快」、「實在」、「用心」來參與專題製作，這不但是對自己能力的挑戰，更是對自己所學的一個自我肯定的機會。

## 五、成果發表

### (一) 書面報告的基本結構

報告的基本結構，至少應包括下列三部份：

1. 篇首部份      封面、標題頁、摘要、誌謝、目錄等。
2. 正文部份      為報告的主體，依性質區分為合適的章節。
3. 參考文獻部份      重要文獻參考資料、索引等。

由於專題製作本身所針對的特定目的，學生可以對專題製作研究報告的結構做適當的安排，然而上述三個主要部份不可省略其中一部份。其內容包括如下所示：

### 篇首

- (1)封面
- (2)專題製作評審委員審定書
- (3)摘要
- (4)序言或致謝詞
- (5)目錄
- (6)表目錄
- (7)圖目錄

### 正文

- (1)緒論
- (2)研究方法
- (3)報告主體
- (4)結論與建議

### 參考資料

- (1)參考書目
- (2)附錄

書面報告其裝訂次序依序如下：(1) 封面，(2)標題頁，(3)摘要，(4)誌謝，(5) 目錄，(6) 圖表目錄，(7)正文，(8)參考文獻，(9)符號索引，(10)附錄。

## (二) 書面報告編排

1. 本群科專題製作報告必須以中文撰寫，並採用橫式由左而右的書寫方式。
2. 報告寫作的文體為語體文，以文詞簡明暢達為主，儘量避免艱澀偏僻的字眼。
3. 正文開始的第一頁應先打上題目名稱，再按章節順序繕打。
4. 報告採用單面打字為原則。
5. 報告以 Microsoft Word電腦打字，其字型採用標楷體，字體大小及段落設定如下：(段落之行高採用最小行高24點)
6. 章標題及其他標題：字體大小 16點，段落 與後段距離設12點，置中。節及小節標題：字體大小 14點，段落 與前段距離設12點，與後段距離設6點，靠

- 左。內文使用：字體大小 14點，段落 與後段距離設6點，左右對齊。
7. 打字時各頁每邊須留2.5公分，但在左邊須增加0.5公分（即3公分）以供裝訂。
  8. 報告打字用紙採用A4紙張影印紙。
  9. 報告頁次的編定，分為兩部份，篇前部份之摘要至圖表目錄以羅馬數字小寫編排之，其他部份則自正文開始依序以阿拉伯數字編排之，其頁碼之位置於每一頁的正下方，離底邊1公分的位置如第五頁則以-5-表示之。
  10. 摘要、誌謝、目錄、圖表目錄、各章節之開始、參考資料另啟新頁。各新頁之頂邊留3公分的空白。
  11. 打字完成以後，必須仔細校對，以防因打字的疏忽而造成錯誤。
  12. 成果發表以活頁裝訂（利用長尾夾夾著）為原則，發表後採用書本式裝訂。
  13. 裝訂用之封面紙由系內提供各組使用。

### (三) 口頭發表的架構及注意事項

專題製作除了書面報告外，口頭報告也是很重要的。口頭報告應力求簡潔扼要、抓住重點、及吸引聽者的興趣和注意。所以，若將書面報告的內容按字宣讀，實為不智之舉。為了達到溝通的目的，使聽者獲得完整清晰之概念，應將報告重新整理，並配合投影片或各種圖表解說。報告時間以不超過 15 分鐘為宜，可輪流上台報告或由一人代表，問題討論約 15 分鐘，全部流程不超過 30 分鐘。

1. 介紹小組成員及任務分別說明。
2. 主題簡介：此為一簡短的陳述，內容應該直接觸及問題，引起聽者的注意，並說明研究背景、動機與目的。

3. 研究方法：說明本專題的研究範圍和方法，及闡述解決問題的方法。
4. 發現與貢獻：應先就此一專題的發現或結果簡要說明，並提出此一結果對實務世界的貢獻。

口頭報告的注意事項有：1. 報告資料要準備充份並影印給每位評審委員一份，方便其查閱或評分。2. 有效利用視聽器材。3. 上台報告前應至少練習三次，找出未著重點及時間控制不當的情行，以便屆時能不照本宣科，仍能闡述清楚。4. 字句之間要避免加上「呀」、「嗯」、「ok」等這類「補白」。5. 報告時要發揮團隊精神，穿著得宜。6. 音量速度應抑揚頓挫，避免聲調過於單調。

#### (四) 投影片製作

投影片已成為報告的必備工具，它可以表達難以有效溝通的主題。如：將各種統計資料製成圖表，利用投影片就可以表達得清晰明瞭。投影片使用要領(傅祖慧，1990)：

1. 設計：(1)預備有換片的時間。(2)準備萬一發生意外時仍能繼續發表。(3)投影片上附有標題。(4)每片應加以簡單說明。避免下列情況：1. 每片的要點太多。2. 在預定時間內放太多的片子。3. 使用圖的效果較佳時，仍用表代表圖。4. 在一張圖上繪過多線條。
2. 製片：(1)選用標準尺寸。(2)將資料畫在長方形範圍中。(3)字體大小適當，字數不多，僅寫大綱，以便一目了然。以符號、橫線或色彩指出重點。避免下列情況：1. 黑底上書寫白字。2. 採用看不清楚的小數目字。3. 使用品質低劣的投影片。
3. 放映：(1)確保放映順序不亂，沒有倒置情形。(2)開講前準備好投影機。放映時間適當，且讓聽眾看懂。避免下列情況：1. 不需要時仍一直放映著。2. 唸投影片上的每一個字。3. 指揮棒指錯地方。

## 六、教學評量

「專題製作」從製作的開始、規畫、進行、至最後成果的提出，在整個製作的過程中相信每位學生都付出了相當的時間與精神，對小組成員及整個小組的專題製作給出一份客觀的成績，那就需要公平、公開、公正的評量，而事先讓學生們瞭解專題製作的各項評量標準，一則可以讓學生們有努力的方向，一則可以保證各組專題製作的品質能夠符合我們的基本要求。茲就專題製作的平時考核、期中書面報告、口頭報告及期末書面報告的各項評量標準及應注意之事項。

### (一) 平時考核

平時考核分上、下學期進行，此項評量考核工作是由各小組指導老師擔任，指導老師根據學生平時的各項表現給予成績，而有關各項評量標準的分數所佔比例由指導老師自行決定。一般平時考核之項目有以下幾項參考標準：

1. 所顯現的各類行為之描述
2. 上課的態度 (譬如：不遲到、認真聽講)
3. 積極求學的態度 (譬如：能發問求解)
4. 與其他同學協調合作的態度 (譬如：幫助別人學習)
5. 設計的程序方法(譬如：先多方察考、繪草圖、做計劃、做記錄.)
6. 解決科技問題的程序方法(譬如：先認清問題、多方尋求解答、測試各解法)
7. 製作及工作的方法及能力 (譬如：能採用正確的工作方法)
8. 能表現出良好的工作習慣 (譬如：安全、衛生、有效率、愛惜公物、整潔)
9. 具團隊合作能力 (譬如：能溝通、能積極參與、能有效做好分內工作、能尊重

隊友、能重視團隊榮譽)

## (二) 期中書面報告考核

上學期的評量除了平時考核之外，尚包括了期中書面報告的評量。有關期中報告之評量標準及各項目所佔比重，請參照本章期中書面報告評量表，而此一成績的評量亦是由指導老師擔任評量的工作，給予小組團體成績。所以說，整個上學期的成績評量工作全部是由指導老師擔任。因此，在上學期學生與指導老師之間的互動及溝通是相當重要的，有關期中報告評量表之格式請參照附錄五。

## (三) 期末書面報告初稿審核

期末書面報告初稿審核可說是期末書面報告完成後最重要的一次審核，各組必須於第三次月考考前提提交初稿及「期末書面報告評量表」給各組指導老師，審核方式是由各組指導老師推舉兩位與主題相關之老師擔任評審委員，在審核過程中，若有兩位(含)以上委員評定不及格者，則不能進行口頭報告，需退回修正後，於兩週內重新再提審。審核工作需於一週內完成。

## (四) 口頭報告考核

各小組期末書面報告初稿由各個評審老師審核通過後，即按商管群所規定的時間內，完成口試，不得隨意更動之，口試申請表格式請見附錄四。口頭報告的評審委員小組由該組之指導老師擔任召集人，並為當然委員，另由指導老師敦聘二位與主題相關之老師擔任委員，若為特殊狀況時，可增加評審委員之人數，而在評審委員中需推舉一位老師擔任主席，負責整個考核的主導工作，惟指導老師不得擔任主席。

口頭報告全體組員必須參加，報告方式可由一人或多人輪流報告之，惟評審委員得指定任一組員回答問題；從問題的回答及臨場之應變能力，評審委員對於小組對專題製作的參與狀況及問題的瞭解，可有一定客觀的評量參考，口頭報告之最後成績由主席及

評審委員共同評量。

### (五) 學期成績的計算

專題製作小組在期末書面報告、口頭報告評審通過後，應修正部份，經由指導老師簽核同意之後，整個專題製作的工作就算完成了。下學期總成績的評量方式可分三部份，即平時考核、期末書面報告及口頭報告之考核，各部份所佔成績比例及整體的評量狀況，可參照成績評量表。

### (六) 評量處罰準則

為了使專題製作能夠如期完成並確實掌握各組的進度，酌以訂定了處罰準則，讓學生們瞭解各項應繳文件、報告及繳交期限，應確實注意以免影響成績。

有關專題製作之繳交(含期中、期末報告、摘要)，如未能在規定期間繳交者，該組該項成績以零分計算，口頭報告無法按時間排定接受考核者，如有特殊重大原因無法如期繳交，需經指導老師報請科務會議認可後另行裁決。

總之，訂定處罰準則是為了建立公平、公開、公正之審核環境，以督促各小組於規定時間內完成各項工作，並培育學生掌控專題製作的進度及品質。

## 陸、專題製作的指導實務與經驗分享

### 一、指導學生專題製作心得分享(文興高中胡春暉老師)

隨著社會環境的變遷及家庭結構的改變，現代教師面對學生的行為問題日趨複雜，若教師仍抱持不合適宜的教學理念或固定不變的教學方式，恐難順利從事教學工作，甚至可能因而遭受挫折而產生倦怠感，這對教師個人及培育師資的教育單位而言都是一項損失。

近年來由於公立學校及完全中學紛紛的成立，以及大多數的學生選擇就讀普通高中，使得私立學校專門學程的學生素質有逐漸下滑的趨勢。因此，更使我常常思索著要採用何種教學方式，才能提昇學生的學習興趣，進而產生主動積極的學習態度。而目前學生普遍存在的問題有：

1. 自信心不足、缺乏學習動機，造成學習成效不彰。
2. 較無責任感，以致無法和他人合作，因而人際關係不佳。
3. 長期不積極的生活態度，導致不良的親子關係。

見於學生總總的問題，從 90 年起本校為拓廣學生的視野，培養學習的興趣，每學期均舉辦戶外教學活動，以使理論與實務相結合。為使戶外教學能達成預期成效，並於活動後舉辦企業專題競賽。由行前的資料蒐集、圖書館的使用及專題撰寫的方式至參考資料的引註等等，教師均必須於課堂中做詳盡解說，當專題撰寫完成後，透過學生上臺發表，達到同儕相互成長的目的。

因此，專題製作課程可達成的成效有：

1. 增進學生自信心，引發學習動機。

2. 統整各項學習能力，激發學習潛能。
3. 建立學習目標，導引正確價值觀，以扭轉偏差行為。
4. 瞭解行業特性，以適性發展。
5. 同儕相互合作，培養良好人際關係。
6. 增加師生互動，促進彼此瞭解，有助班級經營。
7. 教師可依學生不同能力，進行多元評量，並肯定學習成果。
8. 提昇教師專業能力。
9. 企業參訪以學生為主體，教師由旁協助，加強學生應對進退的禮儀。
10. 學生行為改變，在得到父母認同下，改善親子關係。

儘管專題製作的過程中，師生都必須付出，但它可以改變以往學生僅限研讀教科書或? 升學而唸書的習慣，相反的，當學生製作專題後，更可瞭解知識之浩瀚，而產生主動求知的學習態度，進而培養良好的閱讀習慣。同時，對教師專業能力的培養亦有相當大的助益，且讓師生一起去享受學習的樂趣。



合作學習及小組討論是常用教學策略



運用資訊科技搜集及處理資料



赴業界參訪及老師指導是專題學習方式之



編製專題製作手冊有助於學生學習

—

## 二、辦理專題製作校內競賽的經驗分享(嘉義高商國貿科)

### 九十五學年度嘉義高商國貿專題競賽辦法

- 一、目的：吸引學生重視國貿專業科目，開拓視野，關心貿易相關時勢之變化，提高蒐集資料及報告寫作能力，其書面報告亦可做為高三推薦甄試時之用。
- 二、主辦單位：國際貿易科
- 三、對象：國貿科二、三年級學生
- 四、課程配合：國際貿易實務(一)
- 五、辦法：
  - 1.由國貿科專業老師開會訂出報告主題。
  - 2.每班學生分為六~七組，每組 6 ~ 7 人，每組選定一主題。(抽籤決定)
  - 3.各組同學分工合作完成書面報告(3000 字以上),再由各組輪流上台做口頭報告，(國貿實務課，每週一組，共 6~7 週)，全組組員皆須列席報告，並接受全體同學及老師質詢及發問，口頭報告表現列入該科實習成績之參考。

4. 預定工作進度表如下：

(1). 書面報告製作流程：

	時間	工作進度	備註
1	95/10	蒐集資料	
2	95/11	整理資料	
3	95/12	撰稿打字	指導老師初閱
4	96/01	重整編排	
5	96/02	正式列印	指導老師複閱
6	96/02/28	影印裝訂	
7	96/03/01~03/11	報告完成	評審老師進行評分

(2). 口頭報告計劃(每週一組,計6~7週,自96/03/01~96/04/30止)。

	工作項目	預計時間	備註
1	上台報告	25 分鐘	
2	同學討論與發問	15 分鐘	
3	老師講評	10 分鐘	

5. 口頭報告成績由國貿實務(一)任課老師負責。

6. 書面報告需依照正式論文撰寫格式(如附件一)。完成後,交由國貿實務(一)任課老師複閱,每班選出優良前三組,再由國貿科老師組成的評審團,選出優良前五名,並給予獎狀鼓勵。

7. 書面評分標準:資料蒐集與內容 (50%)

版面編輯 (20%)

組員心得報告 (30%)

8. 書面報告需以 WORD 軟體(或其他軟體)編輯列印(A4 紙張), 影印、裝訂費用由各組同學均攤 (製作本數由各組自行決定, 每組送一份給老師評審)。每班進入決賽的前三名, 書面報告需裝訂成冊送交評審老師處。每年級的前五名優良作品需留一份於國貿科檔案, 供日後學弟妹參考。

9. 專題報告主題: (詳如附件 2)

(1) 大陸重要城市投資環境分析—上海

(2) 大陸重要城市投資環境分析—杭州

(3) 大陸重要城市投資環境分析—蘇州

(4) 大陸重要城市投資環境分析—深圳

(5) 認識 歐元

(6) 認識 WTO

(7) 印度的經濟成長分析

(8) 韓國的經濟成長分析

(9) 愛爾蘭的經濟成長分析

(10) 德國的經濟成長分析

(11) 九七後香港經濟發展分析

六、獎勵：由全年級作品擇優選出五名, 以組為單位頒發獎狀與獎品以茲鼓勵。

第一名: 禮券 900 元整。

第二名: 禮券 800 元整。

第三名: 禮券 700 元整。

第四名:禮券 600 元整。

第五名:禮券 500 元整。

七、本辦法呈校長核可後實施，修正時亦同。

#### 附件一：書面報告格式與注意事項

- 一、文稿排列順序依次為:封面頁、目錄頁、正文(含圖表與註釋)、組員心得感想、參考文獻、附錄。
- 二、封面須註明:「國立嘉義高商」、「九十五學年國貿專題報告」、「主題:」、指導老師、班級、組長、組員姓名。
- 三、封面頁不加頁次，內容一定要編頁數，目錄層次須清楚。
- 四、資料蒐集，請注意其來源出處與發表日期，書面報告中務必註明其引處，以免侵犯他人之著作權。
- 五、書面報告一定要有組員之心得報，請組員敘述對該報告表主題的認識與心得。
- 六、內容格式
  - (1)內文最上層的標題依照下列順序:壹、貳、參、肆、伍、、、
  - (2)段落標明方式:一、(一)、1、(1)、a、(a)等
- 七、參考文獻範例

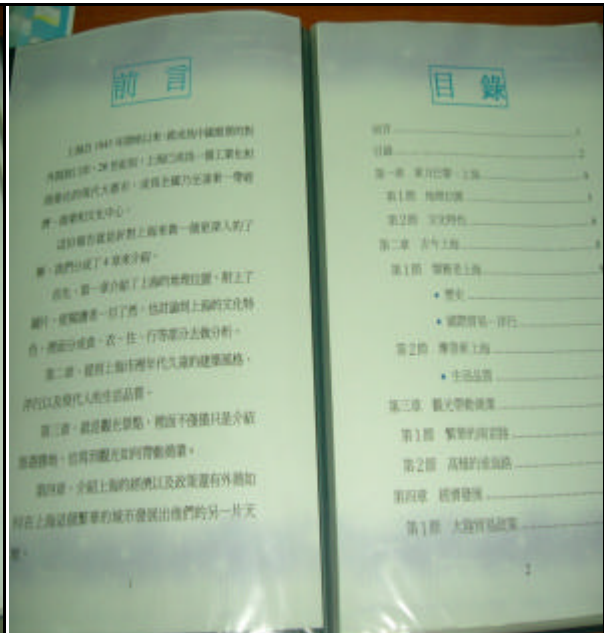
李明軒、邱如美譯，競爭優勢，台北：天下文化。 Porter, M. E. , 1985 ,  
Competitive advantages. New york, NY: The Free Press.

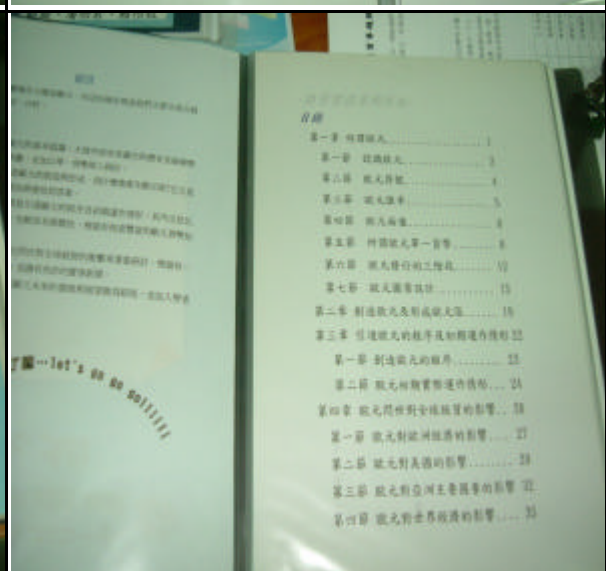
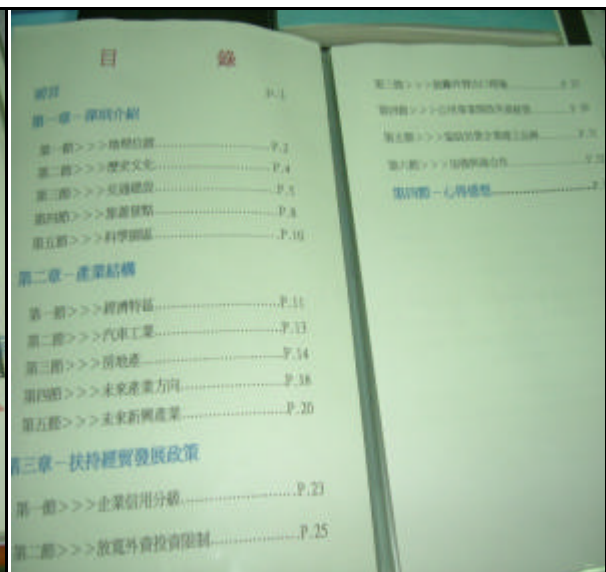
附件二：專題製作的主題方向

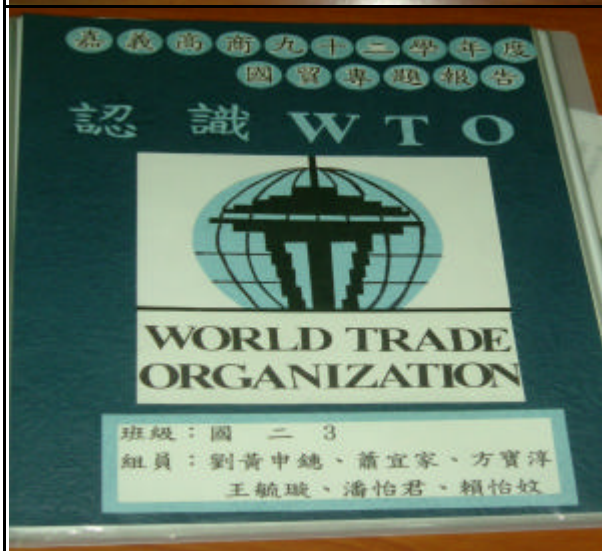
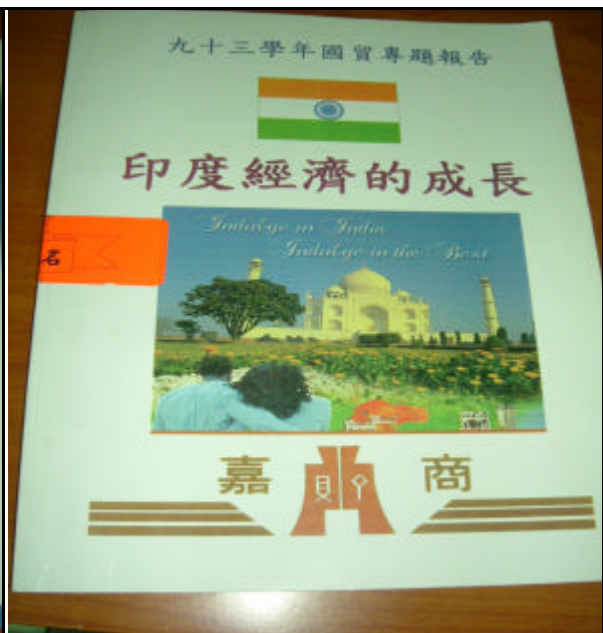
NO	專題名稱	資料蒐集重點
1	大陸重要城市投資環境分析—上海	該城市地理位置、人口、基礎建設、文化特色、教育水準、薪資水平、產業特色 吸引外資策略(如上海的優勢)
2	大陸重要城市投資環境分析—杭州	該城市地理位置、人口、基礎建設、文化特色、教育水準、薪資水平、產業特色吸引外資策略(如杭州的優勢)
3	大陸重要城市投資環境分析—蘇州	該城市地理位置、人口、基礎建設、文化特色、教育水準、薪資水平、產業特色吸引外資策略(如蘇州的優勢)
4	大陸重要城市投資環境分析—深圳	該城市地理位置、人口、基礎建設、文化特色、教育水準、薪資水平、產業特色吸引外資策略(如深圳的優勢)
5	認識 歐元	歐元的成立、源起階段、會員國、現況，對我國貿易、對世界經濟、赴歐觀光客的影響
6	認識 WTO	WTO 成立源起、成立目的、基本原則 WTO 之重要機構、我國入 WTO 協議重點 我國加入W T O的效益 我國企業因應之道
7	印度的經濟成長分析	印度的地理位置、人口、所得水準、教育水準、基礎建設、產業結構、近十年來的經濟成長情況
8	韓國的經濟成長分析	韓國的地理位置、人口、所得水準、教育水準、基礎建設、產業結構，近十年來的經濟成長情況
9	愛爾蘭的經濟成長分析	愛爾蘭的地理位置、人口、所得水準、教育水準、基礎建設、產業結構，近十年來的經濟成長情況

NO	專題名稱	資料蒐集重點
10	德國的經濟成長分析	德國的地理位置、人口、所得水準、教育水準、基礎建設、產業結構，近十年來的經濟成長情況
11	九七前後香港經濟發展分析	香港的地理位置、人口、所得水準、教育水準、基礎建設、產業結構、經濟自由度、觀光、海空運籌、、、近十年來的經濟成長情況

附件三：嘉義高商國貿科學生專題製作作品







目錄

前言

壹、WTO 之古今往來

一、WTO 之前身—GATT.....1

二、WTO 之成立.....4

三、WTO 與 GATT 差異之處.....6

貳、WTO 之簡介

一、WTO 成立目的.....8

二、WTO 主要功能.....8

三、WTO 之規範範圍.....8

四、WTO 規範之基本原則.....9

五、WTO 之協議重點.....11

參、WTO 之運作

一、WTO 之重要機構.....12



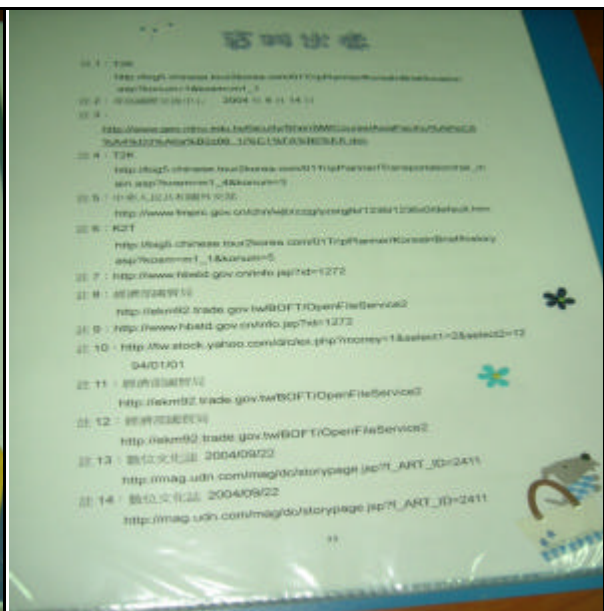
後記

在準備這份專題報告的這一個多月來，我們經歷了許多困難，但我們也收穫了許多寶貴的經驗。在準備這份專題報告的過程中，我們經歷了許多困難，但我們也收穫了許多寶貴的經驗。在準備這份專題報告的過程中，我們經歷了許多困難，但我們也收穫了許多寶貴的經驗。

首先，我們遇到了一個很大的困難，那就是如何收集資料。在準備這份專題報告的過程中，我們經歷了許多困難，但我們也收穫了許多寶貴的經驗。在準備這份專題報告的過程中，我們經歷了許多困難，但我們也收穫了許多寶貴的經驗。

其次，我們遇到了一個很大的困難，那就是如何整理資料。在準備這份專題報告的過程中，我們經歷了許多困難，但我們也收穫了許多寶貴的經驗。在準備這份專題報告的過程中，我們經歷了許多困難，但我們也收穫了許多寶貴的經驗。

最後，我們遇到了一個很大的困難，那就是如何完成這份專題報告。在準備這份專題報告的過程中，我們經歷了許多困難，但我們也收穫了許多寶貴的經驗。在準備這份專題報告的過程中，我們經歷了許多困難，但我們也收穫了許多寶貴的經驗。



## 柒、結語

對高職學校而言，專題製作科目不僅提供學生一個提昇自我能力及訓練的機會，更重要在於建立其自我導向的學習能力；同時藉著這個科目的實施，也能促進學校教育與實務界更密切的結合，經由雙方面不斷的接觸、溝通，確實掌握經濟社會的脈動，瞭解未來產業的發展方向及人力需求情形，以調整授課內容及修訂科目之參考，進而培養社會所需的專業人才。

**【致謝】**感謝文興高中胡春暉老師及嘉義高商王姿茗科主任、施惠秋老師惠賜貴校的指導心得及專題製作辦法分享，特此致謝。

## 捌、附錄

### 附錄一 專題製作辦法

#### 國立某高級商工職業學校商管群專題製作辦法

- 第一條 為落實商職新課程標準實務導向及輔導學生自我導向學習能力的養成，並促進學校教育與業界密切的結合，特訂定本校商管群專題製作辦法，以下簡稱本辦法。
- 第二條 本科日間部學生均必須修習專題製作科目，實施時間為三年級上(下)學期。
- 第三條 專題製作相關業務，得由本科專任教師共同組成專題製作審議委員會(以下簡稱審委會)負責，其中設置指導老師及口頭與書面報告評審委員會。各委員會之權責如下：
- 一、指導老師：負責平時考核、期中書面報告考核、及期末書面報告考核。
  - 二、口頭與書面報告評審委員會：由委員三人組成，指導老師為當然委員，負責期末報告初稿之考核及成果報告之考核。
- 第四條 專題製作採分組進行，每一小組由五至七人自行成立，各小組必須於二年級下學期結束前二週內成立，並於三年級第一次月考前選定題目，提取各科彙整，並副知群(科)辦公室。
- 第五條 專題製作之指導老師由擔任專題製作科目為指導教師或本群科教師。
- 第六條 專題製作題目之產生，得由教師指定或者由教師與學生共同決定。
- 第七條 專題製作計畫申請書必須於三年級上學期開學後三週內提出，由指導老師負責審核；期中報告於上學期第二次月考前一週提出，由指導老師進行評量；期末報告於第三次月考前一週提出。
- 第八條 專題製作成績考核以各分組為單位，學期成績考核比率如下：課堂考核(30%)、期中報告考核(30%)、期末成果報告考核(40%)。
- 第九條 專題製作書面報告需依照規定格式書寫，各項文件及報告必須依照期限繳交，未按規定者一律以零分計算。如有特殊原因無法如期繳交報告者，則由指導老師提請科主任同意後順延之。
- 第十條 專題製作書面報告格式，敬請參照本群所公佈「專題製作教學指導手冊」之訂定格式。
- 第十一條 本辦法經教學研究會及校務會議通過，校長核定後實施，修正時亦同。

附錄二 專題製作計畫書

某國立高級商工職校 商管群

\_\_\_\_\_學年度

專題製作計畫書

題 目
-----

組 別：\_\_\_\_\_

組 員：（姓名、學號）\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

指導老師：\_\_\_\_\_

中 華 民 國 \_\_\_\_\_ 年 \_\_\_\_\_ 月 \_\_\_\_\_ 日

附錄三 工作進度表

進度 時間	9月	10月	11月	12月	1月	2月
暫訂主題						
資料收集						
確定主題						
擬定專題製作計畫書						
資料之彙整						
調查方法決定						
實地訪談調查						
調查資料彙整						
期中書面報告						
調查資料分析						
結果的研究						
專題報告撰寫						
內容修正						
口頭報告						
報告完成						



附錄四 口試申請表

某國立高級商工職校商管群

\_\_\_\_\_學年度專題製作口試申請表

申請日期：\_\_年\_\_月\_\_日

專題名稱				
組員	班級	座號	姓名	備註
指導老師簽章				

## 附錄五 電腦在生活中的應用

### 電腦在生活中的應用

作者

吳佩儒。文興高中。三年誠班

李怡純。文興高中。三年誠班

楊佩珊。文興高中。三年誠班

#### 壹 前言

隨著電腦的發明，人類在工、商業上的發展，有極大的貢獻，是促進經濟發展的重要角色，在日常生活生活中也增添了我們很多娛樂方式。在早期的電腦，體積龐大，非常佔空間，是由許多大大小小的真空管組成，經由一代代的改良後，電腦的體積漸漸變小，在使用上變得簡便，體積也不會佔空間。由於現在電腦皆採用互動的方式，生活上如有需要，只須檢查一下就可得知答案，例如在算數、商資訊、新聞、作畫、視聽娛樂、遊戲 等等，都由它一手包辦，應有盡有，我們所想的到的，它大都可做到，也可利用它來連繫在遠方的親人或朋友。最近，政府推動的大型資訊系統有戶役政、地政、全民健保、全國工商、公文現代化 等，都正在進行中，在家中也可應用它來幫我們完成很多文書處理的部分等等，這就要靠大家來摸索。未來方面，可利用電腦來分析病人的資料，再加以歸納、推論，即可進一步的來診治病人，還可不必外出購物，就能直接在電腦上輸入欲購買物品的名稱來進行購買的動作，確定購買後就會有專人送到府上，相信在不久以後，人類的生活一定會和電腦緊緊相連，然而，我們的社會也會變得更繁榮、更進步。

#### 貳 正文

由於技術不斷的改良，從第一部以真空管為電子元件的自動電腦，稱為ENIAC，到目前各先進國家(如日本、美國，由日本在1982 年率先提出)正研究可處理聲音，具有人工智慧，能夠累積知識。此代的電腦屬於人工智慧 (ArtificialIntelligenec, 簡稱AI) 的時代，又稱超導體電腦時代，或稱有機電腦時代，統稱無電腦時代。現今的電腦已經

不只應用在「計算」而已，確實對我們的日常生活增加不少便利，特別是將人類的思考方向與邏輯往前進展的更具前瞻性。生活在過去的年代不懂文字，常被人譏為文盲，然而在現在的社會中不了解電腦，只怕會被看做文明智障，所以不論是針對考試或是在實務上，我們都需對電腦的演進及組織架構有大致的了解。它已融入到我們的日常生活中無論是在個人、商業、辦公室、政府機關、科技、教育、休閒、醫療、工廠，經常會使用到電腦來做文書、影像、聲音等「多媒體」處理，普遍也用在打字、排版、印刷、電視、電影、設計、教育、科學研究、商業、國防、民生 等等。具有知識處理能力，能聽、能看、會說話、也會思考，更具自行學習與推理能力的第五代電腦，將會是屬於未來的電腦。

加上近幾年來，網際網路的普及和人工智慧技術日益成熟，電腦的用途更加廣泛，舉例說明如下：

電腦在通訊上的應用：

未來的通訊產業是電腦結合通訊的產業，實現人類整合寬頻網際網路與無電腦在生活中的應用線通訊的前瞻產業，也是21 世紀電子資訊的新產業之一。然而電腦在通訊上的應用與3C（資訊、通訊、視訊），技術密不可分！但在3C 裡，比較著重於在通訊上的應用。說到應用便與生活上息息相關，而溝通訊息、傳遞訊息更是現代生活上重要事項。訊息傳遞的技術，在台灣民國79 成立電腦與通訊工業研究所（電通所），並選定無線通訊(Wireless Communications) 和寬頻網際網路(Broadband Internet) 為發展主軸，集中資源並積極投入寬頻網際網路與傳輸技術的發展。

網路電視大都是以家庭為主，預估在2002 年，全球將有1300 萬以上的家庭是透過電視接取Internet。隨處行動通訊則是以個人為主，估計在2000 年時，全球將有超過一億以上的行動工作者（Mobile Everywhere），這時代的來臨，使得掌上型(Palmtop)、手持式(Handheld)、個人數位助理(PDA)及Notebook 等行動運算產品都將

快速的成長。通訊技術具有無遠弗屆的魅力，被視為西元2000年的明星產業，尤其是網際網路日益風行，全球電信自由化、台灣電信民營化的趨勢也以形成。

電腦與現代的生活可說是息息相關，許多事務的表面也許看不到電腦，但背後卻都是由電腦提供最主要的服務，現在來看看電腦在各方面的應用：

- 一、 商業管理：利用電腦系統協助處理文件、客戶資料、會計報表、商品資料、庫存狀況、進出貨記錄等，節省了大量的人力並提高準確性和速度。
- 二、 金融處理：有一位銀行家說：「如果沒有電腦，沒有任何一家銀行忙得過來」。從帳戶的存提款處理到自動提款機服務、支票交換、自動代繳水電費、代扣稅金等等，都要倚靠著電腦來完成所有的交易。
- 三、 教育學習：電腦學習是目前最新的趨勢，它沒有時間限制，進度與內容也是隨個人的需求而調整，呈現的方式非常多樣化，除了傳統的文字之外，還包含了聲音、影像、影片、動畫，有些甚至還做成了遊戲。
- 四、 娛樂休閒：可說是電腦的拿手絕活，從同學們熟悉的電動玩具，到大量運用電腦繪圖與影像合成科技的電腦，皆是電腦的傑作。例如：虛擬實境（Virtual Reality, VR），原本是用在模擬用途上，如駕駛飛機等，現在只要帶上VR的頭盔及手套，透過電腦模擬的三度空間場景，就能進入完全的想像空間。
- 五、 電腦網路：利用電纜或無線電將電腦連接在一起分享資訊就成為網路，最近網際網路（Internet）的興起，使得網路可以跨越國界，拉近距離。現在只要利用電腦搭配數據機（Modem）或網路卡連接上網際網路，不計其數的全球資訊網站（WWW），隨時提供各種資訊和服務，可以查詢各種資料，或是買票、購物、學習新知等等。

由於電腦具有快速處理的能力，及龐大的記憶容量，加上電腦的蓬勃發展電腦在生活

中的應用展，使得電腦的用途越來越普遍，幾乎是用在各行各業，像是在工、商業、教育、醫療及國防的運用，而電腦在各個領域上，都有不同的應用，如下：

一、 電腦在工業上的應用：

1. 提高生產力、降低成本
2. 爭取時效
3. 提高工作品質
4. 提高工作安全

二、 電腦在商業上的應用：

1. 辦公室自動化（OA）：

- (1) 資料處理（data processing）
- (2) 文件處理（Word processing）
- (3) 影像處理（image processing）
- (4) 音訊處理（voice processing）
- (5) 通訊網路（net working）

2. 電子商務時代（EC）：

電子商務依應用對象分為三人類：

- (1) 企業對企業（B2B）
- (2) 企業對一般消費者（B2C）
- (3) 消費者對消費者（C2C）

這三種或多或少均會有重疊，但基本上的定位與運作方式是有所差別的，B2B 重視的是關係的建立，例如：電子訂單採購是要跟企業往來的廠商與商業夥伴的合作，而B2C及C2C 則是一視同仁，不需顧慮交易對象，較為重要的是交易安全及身分驗證。

三、 在學校方面的應用：

1. 電腦輔助教學（CAI）：

2. 遠距教學
3. 教學評量
4. 校務行政
5. 多媒體電腦教學網路

#### 四、電腦在醫學上的應用：

1. 協助病理分析
2. 幫助病情診斷
3. 新藥品的設計
4. 癌症病因研究
5. 生命根源探討
6. 人口研究
7. 遠距醫療

#### 五、電腦在國防上的應用：

1. 整體後勤維修系統
2. 射控模擬器系統
3. 電腦輔助工程一貫化
4. 電腦輔助開發多用途除濕、防潮系統
5. 海巡任務管理資訊系統

「網際網路世紀」已經來臨，Internet 進入我們的生活是不可抗拒的趨勢。

在未來幾年內，各種網際網路接取設備將順勢取代個人電腦（PC）成為上網的便利工具。網際網路接取設備是整合運算、通訊和消費性電子功能的產品，可以由電視、電話、機上盒（STP）等不同裝置的結合Internet 接取功能而成，較PC 有更佳的效能。以下是代表性的產品：

1. 網際網路電子商務站（IEC）

2. 數位化的視訊隨選系統 (VOD)
3. 網路電視
4. 隨處行動通訊
5. 網路電話
6. 數位音訊廣播接收器 (DAB)

電腦對未來生活可能的影響有以下幾項：

一、個人方面：個人資料上的處理，如：編輯學校作業報告、建立個人的行事曆和通訊錄、以及記錄與整理個人的財務收支等等，任何資料都可用電腦來整理及記錄保存，將來要修改時也非常簡便、容易。電腦還可以用來作為輔助學習的工具或利用網際網路做資訊傳遞與交流，隨時都能掌握世界上最新的資訊和流行脈動。

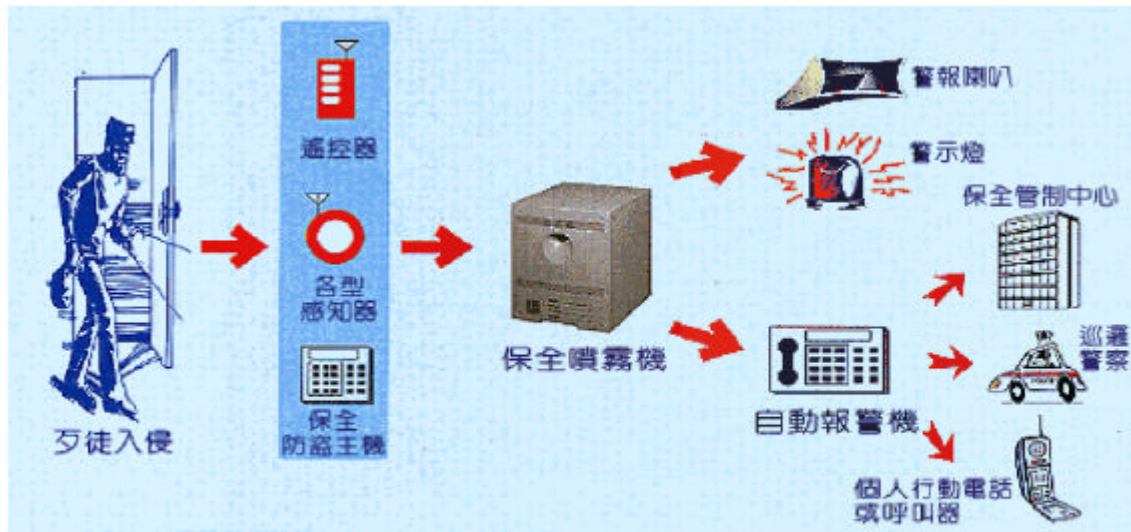
二、家庭方面：電腦在家庭的應用也時常見到，例如：

1. 多功能的傳真機
2. 電子琴
3. 卡拉OK

此外，也可以利用個人電腦聽音樂、看電影及股票族在家關心股市等等，能增加生活上的便利性；還有與電腦配合的感測和連線至警察局或保全中心來偵測危險和可能發的狀況，可以為家庭房災、防竊，使我們的生命財產安全有保障。

還有剛起步的「電子商務」和時下流行的「網路購物」等劃上時代應用在家庭中扮演的角色越來越重要！

電腦化保全系統的圖如下：



註：<http://www.chwa.com.tw/Tresource/HS/book1/ch4-1.htm>

三、學校方面：

在學校方面可分為兩部分：

1. 行政：就行政而言，校務行政電腦化可以簡化並節省人工作業的時間和流程，例如：學生個人資料的處理、電腦命題和閱卷、成績計算、課表編排、圖書管理、教職員的人事與薪資等資料處理。
2. 教育：就教育而言，在多媒體教學與電腦網路通訊等新科技應用在教學上使教育資源得以充分利用與共享。利用多媒體電腦連上「台學術網路 (TANet)」或「中華電信 (HINet)」，透過網際網路遊歷在世界各國，做意見交流或選擇有趣的課程學習，這種透過電腦網路的學習方式，稱為「遠距教學 (Distance Education)」。

四、政府機構：電腦在政府機構主要的應用是以經濟、國防；內政及科學研究為主。近年來，政府積極推動「電子化政府」，期望能提昇國家的整體行政效率。各政府單位利用資訊網站，與社會大眾宣導、溝通。在國防應用上，舉凡軍事分析模擬、空中偵察與照相研判、軍事訓練、飛行模擬訓練，均可利用電腦的模擬與電腦相關軟

體的設計達到目的。

## 五、社會方面：

- (一) 工業方面：以電腦控制機器人，取代人工從事危險的工作，以全自動的生產線取代單調重複的工作，再加上「電腦輔助〔CAD〕」、「電腦輔助製造〔CAM〕」及自動化的量產能力，都可以降低製造成本、創新、突破產品現有的瓶頸，利用電腦控制的機械手臂來完成。
- (二) 商業方面：以企業為例，銷售、財務、會計、文書、人事、薪資等資訊管理，運用「辦公室自動化」資訊系統，可協助企業正確又快速地達成企業工作目標。再配合「企業內部網路〔Intranet〕」，將各個部門的資源連結，掌握正確資訊，暢通溝通管道，可達到大幅降低各種成本、資源共享及提高效率的目的。現在企業也有運用科技時代的溝通新星視訊會議系統，召開具有「即時播出」與「超越時空」特性的「視訊會議」，大幅降低長途出差往返的成本，藉由內部網路與國際網路的結合，讓每部電腦都是通往世界的起點。

在商業部分有可分為兩種：

1. 人工智慧 (AI)
2. 專家系統 (ES)

- (三) 醫學方面：在醫院的管理上，從預約掛號、病歷紀錄、處方開立、批價收費、藥品管理、以及病患狀況追蹤分析等，都可善用電腦做迅速而又精確的處理且也可建立完整的病患資料庫系統。

## 參 結論與建議

隨著科技的進步和發展，使電腦的體積越變越小，功能越來越多，且在使用上變得更為簡便。隨著電腦普及的使用，讓我們就像置身於地球村中，它可以讓我們居住在遠方或國外的親友取得聯繫，且現在國內正在研發如何讓電腦來分析病人的資料，並進一步的來幫助病人診治。

電腦除了在教學上可以清楚傳達不易傳達的事物外，也可提昇學生的學習興趣。在教學過程中所使用的動畫教材，可適當安排在訓練或測驗的情境中，除了容易吸引學生的注意外，也能幫助學生很快的回憶起學習保留區的知識，加快回憶與作答的時間。然而，電腦教學的效果，對於以往呆板的書本學習及知識的呈現有很大的不同，教師要有效使用科技工具於教學實務上，就必須清楚了解這項科技的原理及使用上的優缺點。除了考慮教材的內容是否適合外，也要注意學生是否已具備相關的基本知識。

本研究細分的優缺點如下表

優點	缺點
1、重整資訊流通的方法 2、辦公室使用工具的變革 如：應用軟體使辦公室產生重大變革 3、文件資料保存方法的改變 4、線上即時通訊的現實 5、遠程控制的轉變 6、金流習性的改變 7、管理模式的改變 8、統計技術與運算能力的增進 9、遊戲方法的重大突破如：虛擬實境 10、人際溝通模式的突變	1、長時間使用電腦易有視力問題 2、頭部、手部、頸肩僵硬酸痛問題 3、坐姿不正確，可能造成脊椎神經的傷害 4、電腦螢幕所產生的輻射，可能造成身體上的病變

依以下缺點之建議如下：

- 1、螢幕的位置，螢幕上緣宜略低於雙眼的水平線，而且不要靠近眼睛太近。早期的研究報告建議您的眼睛與螢幕的距離最好保持35 公分以上。
- 2、手腕最好不要懸空，能夠在手腕下方放置一個護腕墊。
- 3、電腦桌椅的高度要適當，桌椅的高度應以人為主，然後調整椅子的高度，讓手肘約

與鍵盤等高。椅面的深度應該與大腿長度相等，讓大腿可以完全坐在椅子上。小腿垂直，腳掌平放在地上。

- 4、使用護腰，不要讓你的腰部懸空，支撐著上半身。
- 5、每工作一個小時，站起來動一動，常不會容易腰酸、疲倦。

#### 肆 參考文獻

1. 電子情報 陳弦 電子情報多媒體有限公司 2004 年 12 月 第305 期P320~328
2. 電子技術 杜墾 電子技術雜誌社 2005 年 2 月 第227 期 P10~11
3. 新電子 何飛鵬 新電子技術雜誌 2005 年 2 月 第227 期 P216~217
4. 電腦通信 呂明光 廣磁資訊股份有限公司 83 年9 月 P11~15
5. 第五代電腦與未來 日本未來學會 清華管理科學圖書中心 75 年5 月 P22~31
6. 通訊網路 顏春煌 金禾資訊 2004 年5 月 P5-26~5-29 P10-8~10-12、 P20-16~20-24
7. 多媒體理論與設計 鄭月秀 學貫行銷股份有限公司 2004 年 7 月 P1-7~1-25
8. 電腦網路與資訊通訊 王聖傑 知成數位科技股份有限公司 2004 年12 月P3~6
9. 網路通訊密笈 施威名 旗標出版有限公司 93 年11 月 P1-2~1-12
10. 網路概論 潘皇玉 金禾資訊 2004 年5 月 P1-2 P10-2~10-37
11. 網路管理 郭書佑 台灣培生教育出版股份有限公司 2005 年1 月 P2-4~2-5
12. 資料通訊-理論與實務 謝楠楨 維科出版社 1997 年8 月 P1-16 P3-46 P8-18~8-24
13. 電腦概論 楊明正 高立圖書有限公司 2001 年9 月 P1~4 P426
14. 第三版電腦與網際網路 鄭王駿 培生教育出版股份有限公司 93 年10 月P1-2 ,  
P2-3~2-5
15. 電腦入門與探討 黃明達 全華科技圖書股份有限公司 91 年 4 月 P1-17
16. 電腦 網路 通訊知識百科 張淵仁 電腦人文化事業股份有限公司 2004年3 月14 日  
P188
17. 資訊管理 許晉龍 儒林圖書公司 2004 年3 月 P10-3~10-30



- 18 . 單文經、鍾邦友(民82) 情境式電腦輔助學習的理念與設計原則 台灣教有 512 期  
P.24~32
- 19 . 陳明薄(民82) 電腦輔助教學之剖析 台灣教育 506 期 p.19~22
- 20 . 電腦在各領域的應用<http://www.chwa.com.tw/Tresource/HS/book1/ch4-1.htm>
- 21 . 電腦在通訊上的應用  
[http://www.content.edu.tw/primary/info\\_edu/cy\\_sa/content/2/2-2.htm](http://www.content.edu.tw/primary/info_edu/cy_sa/content/2/2-2.htm)

## 附錄六 探討無店舖之行銷

### 探討無店舖之行銷

作者

陳映文。私立文興高中。二年誠班

蔡幸紋。私立文興高中。二年誠班

#### 壹 前言

近年來行銷的方式，可說是多樣化，且多的不勝枚舉。然而台灣的無店舖行銷 (Non-store Retailing)，已深植民心，成為每個人生活中不可缺少的一環，為每個人的生活增添了許多便利，節省了許多不必要花費的時間，種種的因素讓台灣的商業因而蓬勃發展。

無店舖行銷的發展已有很長的一段時間，但早期的無店舖行銷，未能有完整地規劃，而又礙於消費者本身對無店舖行銷的方式，還在於建立信任的階段，所以遲遲不能擴大無店舖行銷的市場規模。直到現今，無店舖行銷地通路已具備完整的系統，消費的型態日新月異，為了滿足消費者需求，也為了降低行銷之成本，其以展示銷售、郵購銷售、電視銷售、網路銷售、自動販賣機銷售等無店舖行銷之方式，較受到消費者青睞，所以將針對這幾個項目來深入探討，本組也規劃出完整之問卷，藉此瞭解消費者需要和消費者行為，並從中了解無店舖行銷的現況，以發掘更多的行銷機會。

#### 貳 正文

##### 一．何謂無店舖行銷

無店舖行銷 (Non-store Retailing)，顧名思義就是不透過實體店面，將商品銷售的行銷方式，也有人稱之為『直銷』。然而廣義的無店舖行銷，在早期就已發展

出來，如：沿街叫賣的流動攤販 等，但在銷售技巧方面，不講究商譽，也無售後服務，所以早期的無店舖行銷方式並不盛行。而現今無店舖行銷的方式能迅速發展，且績效顯著，則是由於商家把銷售戰略的重點擺在於：「提供雙方互惠且最有效益的行銷方式。」

## 二．無店舖行銷之興起原因

隨著時代變遷，人們的生活習慣跟著改變，職業婦女也逐漸增加，由於忙碌導致人們沒有時間購物，促使傳統的消費方式已逐漸不被採用，而無店舖行銷的興起卻帶給人們許多便利，對於忙碌的人們來說無店舖的興起是解決他們購物的時間，但無店舖主要興起的原因還是在於下列幾點：

### 甲、零售業市場競爭激烈

國內市場競爭激烈，各種業態相繼興起，販售商品的方式，越來越多樣化，且受到重視，使得零售業者不得不改變傳統市場銷售方式，為了打破僵局，零售業者使用無店舖行銷方式的推銷手法，才能在競爭激烈的市場中脫穎而出。

### 乙、發展嶄新的行銷通路

傳統的行銷方法，從製造商到零售業，需經過層層的轉手，才能把商品販售給消費者，在過程中降低商品利潤，也提高了進貨成本，至現今已不敷使用，而目前的行銷方法，為了降低行銷成本，發展新的行銷通路來因應現況及需求，也利用銷售的多重組合來擴大無店舖行銷的市場規模。

### 丙、實體店面之成本飛漲

近年來許多商家為了尋求一個位於人潮洶湧，且是都會區的店面，欲付出許多高額的店面成本，無店舖行銷通路，由於不必負擔實體店面之成本，成為許多廠商和想創業的新鮮人極力想加入的銷售通路之一。

### 丁、消費之生活型態轉變

現今生活緊湊繁忙，由於人們的所得提高，生活水準改變，消費型態也日益轉變，商家也意識到服務是否便捷及商品品質是否符合消費者需求，是近年來消費的一種新趨勢，一方面為了因應這種新的消費趨勢，另一方面也為了促進消費者的購買慾及開拓新的顧客群，即產生新興的無店舖行銷方式。

### 戊、科技及傳播媒體進步

資訊時代的來臨，促成科技產業不斷地提昇，網際網路也相繼普及，在這個外在環境多變的時代，為了達到快速、方便、省時、省力 等的消費方式，商家轉而投資資金不高的無店舖行銷通路，一來可以透過網路瀏覽所需的資訊，二來也配合多樣化的實體通路，完成許多便民的服務。

以上幾點均為無店舖行銷興起之原因，但最主要因素還是在於消費者型態改變，而市場變遷，也致使無店舖行銷方式於日常生活中備受重視。

### 三．無店舖行銷必要條件

- 甲、商譽：消費者對商家的信賴感與認同感。
- 乙、價格：對於高價格的商品，享有優惠的付款方式。
- 丙、商品力：販售消費者所需的商品，更注重品質的保證。
- 丁、售後服務：提供消費者消費之後的服務。
- 戊、媒體運用：選擇適合商品的特性來發揮。

### 四．無店舖行銷之種類

#### 甲、展示銷售

##### 甲．展示銷售之定義

在不特定的場所，以臨時租用的場地，展示商品，當場與工作人員面對面進行的販賣行為，並利用一些目錄、贈品、廣告、海報、宣傳單 等來招攬客人，也藉此促進消費者購買意願。

##### 乙．展示銷售之商品特性

- A．具有實用性
- B．提供免費試用品
- C．符合日常生活之需要性
- D．價格公道，通常也比市價低廉
- E．品質保證，商家選用具高利潤商品

F．以不易毀損且不需售後服務商品為主

### 丙．展示銷售之成功關鍵

展示銷售成功的要訣，尤以「商品品質」佔極大的因素，其次則是推銷員的能力及賣場的氣氛，也因早已利用廣告、海報、宣傳單、傳播媒體提前告知消費者銷售資訊，也才奠定展示銷售在現今的地位。

## 乙、郵購銷售

### 甲．郵購銷售之定義

郵購銷售也稱之為『通信販賣』或『型錄購物』，一般係指將商品目錄以郵寄方式提供給目標顧客選購商品的行銷方式，如有需要可利用郵政劃撥方式訂購商品，而商家在收到訂單後，將商品寄給消費者。

### 乙．台灣郵購銷售之起源

台灣郵購銷售之起源早在三十多年前就已有雛形，但在當時並未蓬勃發展，直到民國六十四年，三商百貨公司成立了國內第一家的郵購公司『三商郵購』，並在此時推出郵購業務，也定期發行郵購目錄，提供消費者有關郵購銷售之資訊，直到民國七十一年三商百貨成立了三十五家分店後，已漸趨取代郵購業務，就正式結束經營許久的郵購業務。

### 丙．郵購銷售之購物優勢

- A . 節省時間
- B . 不必外出購物
- C . 不需攜帶現金
- D . 定期寄送商品型錄
- E . 以最快速度將商品送達
- F . 大量訂購商品，給予優待、折扣

#### 丁 . 郵購銷售經營成功之關鍵

目前的郵購銷售已非常地普遍，且組織架構完善，也規劃出完整的客戶資料，而大量訂購也給予適當之優惠價格，致使近年來的消費者轉而追求這種快速且簡便的購物方式。

### 丙、電視銷售

#### 甲 . 電視銷售之定義

電視銷售在台灣已有好一段時日，但卻因為遲遲無法建立消費者對電視購物之信心，而導致電視銷售至今還在原點打轉。在近年，由於東森購物成功地建立起電視購物之模式，而政府也正迅速推動數位電視之發展，廠商則一方面以電視節目進行宣傳、廣告等，另一方面也藉和消費者互動之方式來販售商品，使得業者陸續進入電視銷售之市場。

## 乙．電視銷售經營成功之關鍵

- A．購物便利
- B．大多推出限量品
- C．藉由電視之宣傳促銷商品
- D．以知名廠牌之各類商品或產品為主要販售商品

## 丁、網路銷售

### 甲．網路銷售之定義

指利用網際網路向電子商店購物，且 24 小時全年無休的服務，節省消費者的時間，並可讓消費者找到最滿意的價格。

### 乙．網路銷售之主要搭配系統

條	碼	BC
加	值	VAN
電	子	EOS
電	子	EDI
銷	售	POS
快	速	QR / ECR
回	應	
／	效	
率	顧	
客	回	
應	系	
系	統	

### 丙．網路銷售之購物特性

- A．節省消費者時間

- B . 提供多元化資訊
- C . 24 小時全年無休
- D . 完善的服務系統

丁 . 網路銷售之電子商業內容

運用範圍 主要內容	企業與企業之間 (B to B)	企業與消費者之間 (B to C)
目的	利用資訊系統改善傳統企業經營之模式	以網路通路,創造新的行銷的方式
特性	1. 運用電腦技術及通訊技術 2. 供應系統能針對顧客需求	1. 立即性 2. 無限制性 (包括時間、地點) 3. 以新興資訊為主體
核心	VAN、EOS、EDI、POS、資料庫管理系統 等	ATM、HTML、ISDN、Internet 等

戊 . 網路銷售經營成功之關鍵

- A . 與物流系統結合
- B . 提供完整購物資訊
- C . 快速回應顧客需求
- D . 不定期舉辦促銷活動
- E . 建立個人化之網頁介面

戊、自動販賣機銷售

甲 . 自動販賣機銷售之定義

自動販賣 (Automatic vending), 又稱之為『無人販賣』, 指藉由特殊之交易媒介 (例: 硬幣 等) 所完成的交易行為。

#### 乙．自動販賣機銷售之特性

- A．減少購物時間
- B．節省薪資成本
- C．可提高商品知名度
- D．降低中間零售商之剝削
- E．販售商品以價格低且體積小為主 (日常生活用品)

#### 丙．自動販賣機銷售經營成功之關鍵

- A．完全自動化
- B．選定適合之地點
- C．以機器取代人力
- D．提供 24 小時之銷售服務

#### 丁．自動販賣機銷售之主要公司

自動販賣四處可見, 隨著技術改變, 可販售之商品, 越來越多樣化, 從最簡單的飲料到現在演變成泡麵、報紙、電話卡或各類簡章 等。

而自動販賣機銷售最主要且最大宗之公司有二：

- A．統一公司
- B．可口可樂公司

以上兩者皆為現今最普遍也四處可見其公司商品之自動販賣銷售的主要公司，且受歡迎程度可說是不相上下。

#### 五．行銷與行銷組合策略 4 P

無店舖行銷方式若搭配行銷組合策略充分利用，也進而促使無店舖行銷方式發展成為國際化之行銷，以下是行銷組合策略 4 P 之列表。

行銷組合策略 4 P	產品策略 (Product)
	訂價策略 (Pricing)
	促銷策略 (Promotion)
	通路策略 (Place)

#### 六．傳統行銷方法與目前行銷方法之列表

傳統行銷方法 (需層層轉手，才能將商品販售給消費者)					
供應商	大批發商	地區批發商	小批發商	零售商	消費者
目前行銷方法 (不需經過層層轉手，直接與消費者接觸)					
供應商 零售商 消費者 或 供應商 消費者					

## 七．行銷方式比較之列表

特色 種類	優點	缺點	購買方式	商品性質	消費客群
展示銷售	價格低、不易毀損	無售後服務	親自至賣場選購	有品質保證	一般大眾
郵購銷售	定期寄送商品型錄	購物無保障	透過目錄選購商品	品質欠缺	年輕族群
電視銷售	方便、省時、價格低	商品品質無法掌握	利用電視上展示的商品所進行的消費行為	具有實用性	家庭主婦
網路銷售	全年無休的服務、且提供相關資訊	資料外洩	至電子商店網頁瀏覽	品質欠缺	科技先趨者
自動販賣機銷售	便利性	補貨速度欠缺	需以特定交易媒介販賣的自動機器	品質及存貨無法控管	一般大眾

## 八．無店舖行銷與有店舖行銷之差異

差異 特性	無店舖行銷	有店舖行銷
宅配服務	✓	✓
鮮度管理	✗	✓
補貨速度	慢	快
時間便利性	✓	✓
服務便利性	✗	✓
距離便利性	✗	✓
連鎖化經營	✓	✓
運用資訊系統	✓	✓
成本 (營運、店面、廣告)	低	高

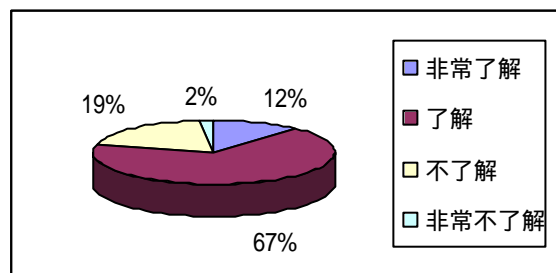
從上表中可得知，雖然無店舖行銷方式已漸漸被大眾採行，但大多數的原因導致它還不能與有店舖行銷方式相比。

問卷分析 - 針對各年齡層展開關於無店舖行銷之調查。

統計調查方法：採用原始資料統計，由於前 4 題是關於基本資料之詢問，以便統計所以將不列舉如下。

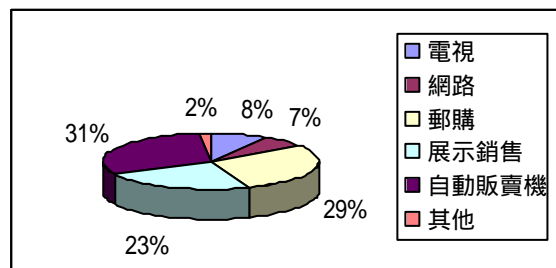
發出問卷：50 份      有效問卷：50 份

1. 請問您是否了解無店舖行銷型態？



非常了解（12%）、了解（67%）、不了解（19%）、非常不了解（2%）→藉此了解無店舖行銷還是需要靠政府多多推行。

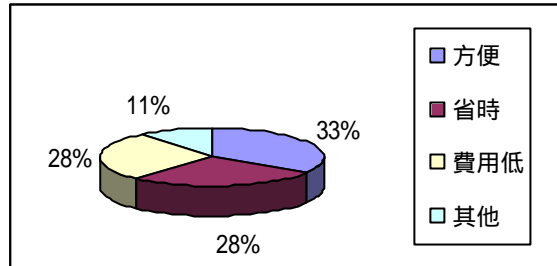
2. 請問您使用過哪些無店舖行銷方式購買物品？（可複選）



電視（8%）、網路（7%）、郵購（29%）、展示銷售（23%）、自動販賣機（31%）、其他（2%）

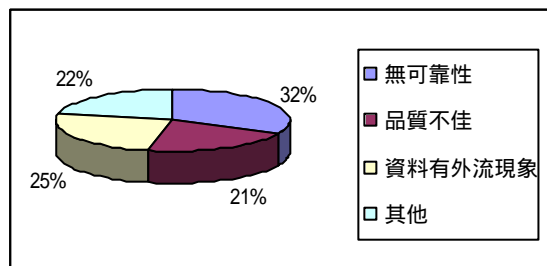
(2%) →顯示近年消費方式越來越多樣化。

3. 您認為無店舖行銷的優點是？(可複選)



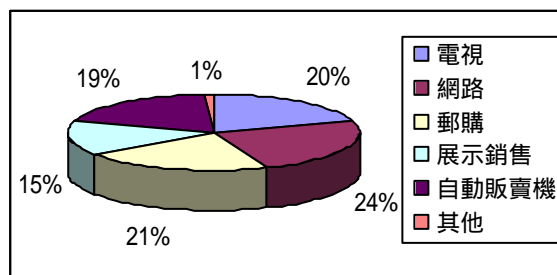
方便 (33%)、省時 (28%)、費用低 (28%)、其他 (11%) →是大眾對無店舖行銷認同的幾個主要因素。

4. 您認為無店舖行銷的缺點是？(可複選)



無可靠性 (32%)、品質不佳 (21%)、資料有外流現象 (25%)、其他 (22%) →以上幾個因素是讓少數人不敢嘗試使用無店舖行銷的原因。

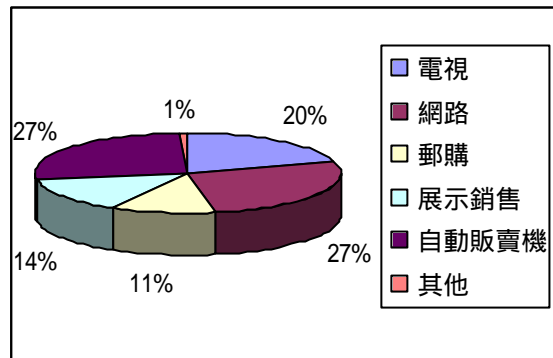
5. 據您的了解您知道有哪些無店舖行銷的方式？(可複選)



電視 (20%)、網路 (24%)、郵購 (21%)、展示銷售 (15%)、自動販賣機 (19%)、其

他 (1%) → 由此調查可知，行銷的方式雖然多樣化，但對無店舖行銷的方式還是有稍微不足的地方。

6. 據您的了解您認為哪種無店舖行銷方式與生活較息息相關？(可複選)



電視 (20%)、網路 (27%)、郵購 (11%)、展示銷售 (14%)、自動販賣機 (27%)、其他 (1%) → 根據調查顯示無店舖行銷與生活息息相關的是網路及自動販賣機，因為網路普及、自動販賣機也隨處可見，而讓現今的無店舖行銷成為不可或缺的一環。

## 九. 無店舖行銷之分析

1. 無店舖行銷需仰賴創意發展及執行是目前勢在必行的趨勢之一。
2. 將累積之經驗及知識應用至無店舖行銷中，是奠定無店舖行銷重要之經營基礎。
3. 由於多樣化的行銷方式在近幾年迅速發展，建立數位行銷產業是現今迫切的目標。
4. 無店舖行銷帶來之好處及利益，如下：

### A. 無店舖行銷帶來之好處

1. 進入門檻低
2. 節省購物時間
3. 多樣化之選擇
4. 無時間、距離限制
5. 價格通常較市價低廉

#### B. 無店舖行銷帶來之利益

1. 服務簡便化
2. 節省通路成本
3. 利用新興資訊系統創造新商機
4. 以商品或技術為公司打造良好之形象
5. 替不少零售業者取得許多新的銷售通路

#### 參 結論

為求無店舖行銷之永續發展，行銷運作流程是很重要的一環，而無店舖行銷的好處及利益不勝枚舉，避免帶來負面之影響，商家與消費者間皆必須有良好之規劃，才能達到雙方互惠之局面，在此即歸納出以下幾點：

1. 商品品質方面需再更嚴格控管，才不會導致商品有太多缺失或瑕疵。
2. 商家應強力塑造差異化行銷及滿足消費者偏好、需求，如此一來才能將競爭力提高。

3. 一方面提昇人力資源管理，另一方面也需極力提昇資訊系統，將對於運作流程及商家之獲利模式有很大幫助。
4. 尋求較安全之購買管道，一來是為了保障消費者資料的安全，二來也則是為了建立長期的商家與消費者間之忠誠度。
5. 行銷方式方面，需再更多樣化，例如：免費之宅配服務、時常推出促銷活動等，才能藉此吸引更多消費者，進而賺取較高之利潤。

#### 肆 引註資料

1. 盧象誠，《直接郵售》，聯經出版事業公司，(民國 65 年 5 月)，P.1~P.6。
2. 多湖輝，《無店舖販賣的技巧》，正義出版社，(民國 78 年 12 月)，P.3~P.4。
3. 徐重仁、黃淑麗，《無店舖販賣》，經濟日報社，(民國 79 年 12 月第七次印行)。
4. 主編：周南燕，《現代廣告事典》，朝陽堂文化事業股份有限公司，(1996 年 3 月初版一刷)，P.297~P.299。
5. 何海群、徐勇，《網路商戰》，捷幼出版社，(1998 年 2 月)，P.224~P.226。
6. 周春芳，《流通業現代化與電子商務》，五南圖書出版股份有限公司，(2002 年 4 月二版三刷)，P.435~P.436。
7. 劉怡和，《商業概論 I》，勁園文化事業股份有限公司，(2003 年 5 月初版)，P.73~P.82。
8. 張戎誼，《通路創新革命》，天下雜誌股份有限公司，(2003 年 7 月 30 日)，P.170~P.176。
9. 文：黎榮章，《廣告雜誌 Adm》165 期，滾石出版有限公司，(2005 年 2 月)，P.72~P.78。
10. 蔡月蜜、朱敏慎《商業概論 I》，啟發出版有限公司，P.106~P.121。
11. 蔡月蜜、朱敏慎《商業概論 II》，啟發出版有限公司，P.17、P.48~P.53。

12. 洪佩稜、許伊婷、陳彩鳳、胡姿樺、蕭曄康、胡春暉，第一屆全國高級中等職業學校 製商整合實務專題製作競賽，《網路商店之電子商務規劃》，(民國 90 年 12 月 15 日)。
13. 鄭羽淳、李美玉、施菱羚、宋易軒、陳宜絹、胡春暉，第一屆全國高級中等職業學校 製商整合實務專題製作競賽，《網路商店之電子商務規劃》，(民國 90 年 12 月 15 日)。
14. 魏瑜欣、游千綺、蕭淑羽、胡程鈞、胡春暉，第一屆全國高級中等職業學校 製商整合實務專題製作競賽，《網路商店之電子商務規劃》，(民國 90 年 12 月 15 日)。
15. 林月娥、曹靖宜、胡倩瑜、林思吟、張耕源、楊佳潏、黃健雄，第一屆全國高級中等職業學校 製商整合實務專題製作競賽，《網路商店的電子商務》，(民國 90 年 12 月 15 日)。
16. 電子商務策略應用。  
<http://www.decathlon.com.tw/shop02.htm>
17. 網路經營，要知道消費者要什麼？更要知消費者何時要？  
(台灣國際電子商務中心：專欄文章 陳永隆)  
<http://www.nii.org.tw/cnt/>
18. 隱私權之死？-----談電子商務的個人資料保護。  
(台灣國際電子商務中心：專欄文章 簡榮宗)  
<http://www.nii.org.tw/cnt/>
19. 電子商務的開始。  
(台灣國際電子商務中心：專欄文章 張雄輝)  
<http://www.nii.org.tw/cnt/>
20. 研究生：謝邦彥，指導教授：梁德馨，《電視購物之消費者行為研究》。  
<http://datas.ncl.edu.tw/theabs/1/>



21 . 網路營業稅最快月底開徵 月售實貨 6 萬 勞務 3 萬以上須課稅。

( 蘋果日報：朱漢崙、翁維薇 台北報導 )

[http://www.appledaily.com.tw/News/index.cfm?Fuseaction=Article&NewsType=twapple&loc=TP&showdate=20050125&Sec\\_ID=5&Art\\_ID=1537364](http://www.appledaily.com.tw/News/index.cfm?Fuseaction=Article&NewsType=twapple&loc=TP&showdate=20050125&Sec_ID=5&Art_ID=1537364)



**職業學校商業與管理群**  
**專題製作課程設計研究**  
**教學資源手冊**

◎指導單位：教育部 ◎發行單位：技職教育商業類課程發展中心 ◎網址：<http://bcc.yuntech.edu.tw>  
◎地址：64002雲林縣斗六市大學路三段123號 ◎電話：(05)534-2601#3116 ◎傳真：(05)534-2543