

教育部教學實踐研究計畫成果報告格式

教育部教學實踐研究計畫成果報告

Project Report for MOE Teaching Practice Research Program

計畫編號/Project Number：PBM110873

學門專案分類/Division：商業及管理

執行期間/Funding Period：110年8月1日~111年7月31日

以問題導向學習法提昇學生跨境電商平台之實作力/Upgrading the operation capability of
cross-border e-commerce platform by problem-base learning method
跨境電商實務/ Cross-border E-commerce Practice

計畫主持人(Principal Investigator)：江怡慧

執行機構及系所(Institution/Department/Program)：中華大學資訊管理學

系

成果報告公開日期：

立即公開 後公開(統一於2024年9月30日公開)

繳交報告日期(Report Submission Date)：2022年7月30日

以問題導向學習法提昇學生跨境電商平台之實作力

Upgrading the operation capability of cross-border e-commerce platform

by problem-base learning method

一. 報告內文(Content)

1. 研究動機與目的(Research Motive and Purpose)

近年來，跨境電商已成為一股不可忽視的力量，並正在快速改變國際貿易的產業結構。從校園跨境電商競賽持續辦理及在新冠疫情中電商的業績持續長紅，可以得知透過電商進行貿易已是潮流，且從人力銀行中可查詢到電商相關人才職缺大增。電商競賽即是廠商藉助大學生創意及挖掘人才的方式之一，也是促使大專校院透過參賽培育電商人才很大的助力及驅動力。多年來的帶隊參賽經驗中，讓申請人反思到：隨著全球化、科技化和市場的變化，商管學院不僅要能與時俱進，更要具有國際競爭力；實作及參與式的教學法是必需的。教師教學的方法不只反映出我們引導著學生用什麼方法學習？更代表著我們想將學生引導至何處？除了講授課之外，如能結合一些不同的教學法融入於課堂之中，更能培養具有能運用科技、創新思維、獨立思考、溝通和協作等能力的學生。鑑於傳統的講授理論的方式或利用模擬軟體(或模版)操作的教學方式，只停留在表層觀摩，不足以培養學生真正的實作力，如能導入綜合講授、模擬及實作等混合型的教學法，例如問題導向式學習(problem-base learning；PBL) 搭配適當的課程設計，是可行的做法；目前要能實際操作 B2B 跨境電商平台的後台，唯有自行成立公司或參與相關競賽取得媒合廠商的帳號和密碼。透過產學雙向交流、擬定階段性目標再予以實踐的過程中，同學們不僅能了解特定產業及產品、電商平台各項功能操作及演練，甚至大會提供業師或助教課程，廠商也分享自身經驗，同學們在過程中能將理論與實務結合，累積更多實作經驗，此一產學合作的模式類似於短期實習的概念，則不管是否參賽或得到名次，均得以讓在校學生能有更多的準備和能力來面對及因應國內或跨境電商平台實際經營管理問題，此有助於培育跨領域之國際商務人才。國際行銷即是涵蓋跨境電商，屬於目前政府主推的五加二產業，本計畫的方向符合產、官、學界的需求，亦是申請的動機。

本計畫的目的，旨在運用問題導向學習法 (PBL) 在跨境電商實務課程中，讓學生可以透過適當的課程設計及有經驗的教師帶領，按部就班地按學習單的引導來學習電商平台經營管理人才所需具備的實作能力，並進而與實習或就業接軌，達到本校畢業即就業的目標及教育部推出教學實踐計畫的目的。成果報告以資訊管理學系大四「跨境電商實務」選修課程內容、教學活動設計及修課學生的學習歷程，作為教學實踐研究的對象及範圍。本計畫所規劃的教學活動，透過學生學習成效與教學歷程論證，讓申請人能有系統地提煉自己教授的課程與教學實務知識，不僅改善教學，也建立自身的學術地位。此外，對於知識的儲存、累積及傳承具有貢獻外，亦能提供有意進行參賽輔導及互動教學的教師，對於各領域人才培育具一定意義。

2. 文獻探討(Literature Review)

(1) 跨境電商

跨境電子商務 (Cross-border Electronic Commerce CEBC，簡稱跨境電商)，係指國際貿易加上電子商務，係指分屬不同關境的交易主體，透過電子商務的方式完成交易、支付結算與國際物流運送的一種國際商業活動。此種商業模式，不僅衝破了國際之間的傳統貿易障礙，使傳統國際貿易走向無國界貿易，B2B 跨境電商平台成為中小企業網路行銷的重要通路(陳姿妤，2020)。Cockayne (2016) 和 Guo et al. (2006) 均認為在過去 20 年中，B2B 和 B2C 市場見證了重大的結構變化及新業務模式；阿里巴巴國際站儼然成為最大的 B2B 交易平台，擁有多樣化的在線網站、企業、網站門戶和大數據。正如同 2003 年的 SARS 驅動了阿里巴巴以及

京東的高速成長，我們將可預見，伴隨著這一次的新冠肺炎的衝擊，電商的成長將會遠超出預期，更趨動既存零售業者放更多重心至電商的營運 (Chen, 2020)。根據資策會的調查，2015 年台灣電子商務市場產值破兆，已躍升為「兆元產業」，目前遇到的挑戰是多平台營運實操的相關人才(賀光輝、顧鳳祥，2017)。朱訓麒 (2021) 認為，隨著交易對象的不同，其銷售與採購的目標與行為就有很大的不同，網站必須按照使用者的需求來設計各種功能與流程，包含了購買的服務端，以及廠商的管理端。B2B-買賣雙方是專業者，通常為理性採購，購買金額大且數量多；B2C-購買者為一般消費者，透過網站呈現產品特色，創造吸引力與說服消費者是重點。

(2) 態度與學習成效、教學方法與教學評量

盧雪梅(2000)指出正向的學習態度，能促進學習表現；正向、積極的學習態度及高度的學習動機對於學生的學習有很大幫助，能有效提升學生學習成效 (Chang, 2010)。學生的學習成效最後所呈現出來的是學生於在校期間所接受的知識技能與態度的養成 (陳清濱、黃文喜和張文宗，2010)，其展現在認知、情意和技能等方面的學習成果，包含學習態度、學業表現、行為表現與測驗表現等(Verdis, Kriemadis & Pashiardis, 2003)。

教學方法，是指教師為了完成教學任務所採用的教導方式，及指導學生學習的方式學生學習(林進材，2004)。張清濱 (2018) 提及，教學方法包含直接教學、探究教學、問題解決教學、創意教學、個別化教學、小組教學、合作學習及協同教學等。Nicolaidis (2012) 提出在高等教育的創新教學和學習方法有：短演講、模擬、角色扮演或個案教學、個人學習歷程發展、問題導向式學習 (problem-base learning；PBL) 等。Maria-Eleni Sachou (2013) 認為，善用數位媒體 (文字、照片、影片、聲音等) 科技，以問題為導向的學習 (PBL)、角色扮演和情境分析 等也是很不錯的方式。Krishna Kumar (2014) 認為商業學校應改變其教學方法以使學生能符合業界的需要，並提供下列創新教學的方法：線上學習、混合式學習、個案方式企業 (模擬) 競賽、角色扮演模擬等。黃玉幸 (2017) 提出教學法應結合產業需求，才能讓產學合作更為緊密，達到人才培育的成效。綜上所述，有越來越多的大學教師開始將自身的課程導入科技元素或融入啟發式教學法，以助其教學及學習成效，都是值得借鏡的。

根據國家教育學院教育大辭書的解釋，在教學歷程中，評量具有承接轉合、提供回饋的積極作用。評量通常被視為是教學過程中最後一個階段，但其並非教學歷程的結束，評量結果應提供回饋。亦即，教學評量的主要目的在於分析教學得失及診斷學習困難，作為實施補救教學和個別輔導之依據 (簡紅珠，2000)。根據劉世雄 (2018)，教學評量的方法可分為直接和間接兩種。前者為運用工具 (如測驗、證照考試、專題報告審查、口試等) 針對學生的知識、技能、態度或行為進行評量；後者則是從學生行為表現 (如積極投入學習活動、準時交作業、上課遲到等) 來推估學生學習成果，改善教學或學習。教學評量的類型，就評量的時機和功能而言，分為「安置性評量」、「診斷性評量」、「形成性評量」和「總結性評量」；就評量資料的解釋方式而言，分為「常模參照評量」和「標準參照評量」。

3. 研究問題(Research Question)

依據研究目的與文獻探討之內容進行各項研究問題之推演，進而發展出概念架構。本計畫的研究問題為-透過 PBL 方法是否能讓學生的跨境電商實作力提昇？學生對於 PBL 法的滿意度如何？因此，研究假設如下：

- (1) 全程參與 PBL 課程的學生，在跨境電商的知識力較未修課前有顯著提昇。
- (2) 全程參與 PBL 課程的學生，在跨境電商的實作力較未修課前有顯著提昇。
- (3) 經由 PBL 課程的執行，有 80% 的修課學生能達成學習目標。
- (4) 全程參與 PBL 課程的學生，對於課程的滿意度超過 70%。

4. 研究設計與方法(Research Methodology)

- (1) 研究設計

教學理念如要在教學中「實踐」與「驗證」，需要事前進行規劃與設計，學生的行為表現是一種歷程，表現內容涉及教材內容，表現行為即是對教材內容呈現什麼的動態歷程，包含認知、技能和情意三個領域。茲將教學目標、教學規劃、教學方法及教學評量等分述如下。

A. 教學目標

本課程在跨境電商專業職能模組中的定位為進階、整合或集大成內涵的課，旨在透過 PBL 法使學生了解跨境電商平台經營管理的內涵。其中，以阿里巴巴國際站 (<https://www.alibaba.com>) 跨境電商平台的實作為主，讓學生能了解有關電商店鋪設計、產品上架、平台及顧客關係管理等內容的操作和管理，累積跨境平台的經營管理經驗並提昇其技能。亦即，除了相關知識外，根據歷年跨境電商競賽簡章中的各獎項內容 (點擊、詢盤、訂單、刊登、影片傳播、旺鋪設計、成果報告及挑戰完成獎) 中，彙整出跨境電商人員應有以下四個職能：產品分析及營銷力、店鋪及平台建置力、基礎美編及創意力、溝通及問題解決力等。

B. 教學規劃

教學規劃包括教學前、中、後三方面的規劃(如圖 1 所示)。

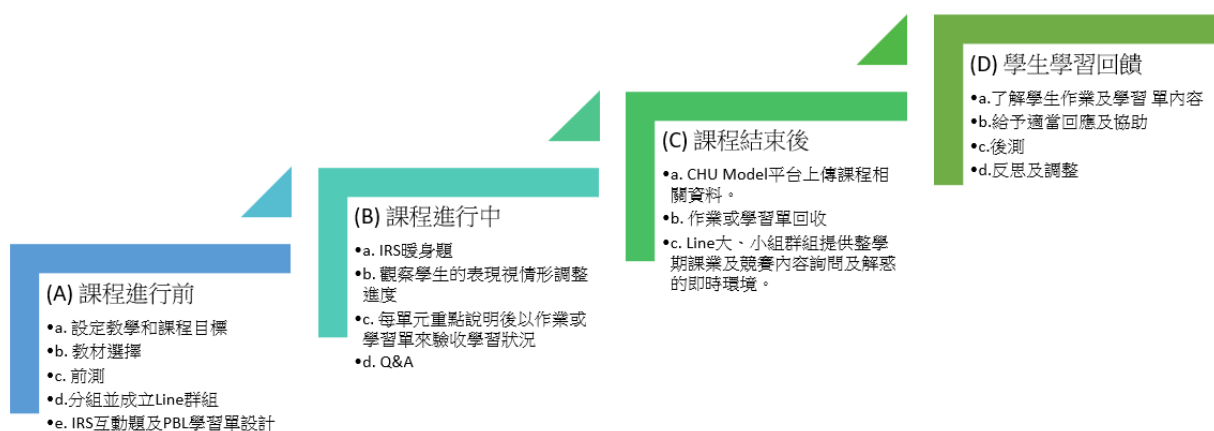


圖 1 教學規劃

(A) 課程進行前

先設定教學和課程目標及欲培養的核心能力，確認每一單元的教學目標與科系能力之關聯性。課程大綱如表 1 所示。教材選擇方面，採用兩本書提供同學跨境電商相關的知識，同時以 Alibaba.com 電商平台實作為教學成效的檢視。以前測來了解修課學生的學習動機，並成立課程 Line 大、小群組。根據不同主題設計不同問題或作業，以了解學生的學習成情形。

(B) 課程進行中

課程主題開始前，先利用 IRS 播放暖身題，觀察學生的回應表現，包含表情、行為及填答結果，再決定後續是按原計劃進行下一題，是需補充說明。實作相關內容，則請 2-3 位同學現場實作一次，視情形調整進度。每個單元的重點觀念，以教學投影片方式呈現，有助於學習和理解。每講到一個段落，以 1-2 個互動題來驗收學習狀況。然後，再透過觀察決定下一個內容是重複解說還是延伸至下一個內容，在每個實作時間結束時，透過 IRS 問題或學習單了解學生的學習情形。

(C) 課程結束後

利用 CHU Moodle 平台，上傳各種補充資料給學生，並公告課程相關訊息。以學習單引導上課主題之學習，藉由過學習單回收，了解學生的個別學習情形及相關建議。同時，亦成立課程 Line 大、小群組-提供整學期課業、競賽內容詢問及解惑的即時環境。

(D) 學生學習回饋

藉此了解學生作業及學習單內容，給予適當回應及協助。進行後測、反思及調整。

表 1 教學授課進度相關內容

週次	單元名稱與內容	教學方法	教學目標-職能	評量方法/工具
1-2	課程簡介、分組，國貿流程、	講授	跨境電商相關知識	前測/IRS

	貿易條件、電商平台簡介			
3-4	議題 1：如何選擇產品及市場	講授/PBL/口頭報告	產品分析及營銷力	IRS、PBL 學習單、同儕互評
5-6	議題 2：如何與媒合廠商相見歡	講授/PBL/角色扮演、線上廠商訪談	溝通及問題解決力	IRS、PBL 學習單、同儕互評
7-8	議題 3：何謂有效果的上架產品	講授/PBL/口頭報告	店鋪及平台建置力	IRS、PBL 學習單、同儕互評
9	專家短演講	演講	跨境電商相關知能	作業-演講心得
10-11	議題 4：何謂吸睛的數位內容-照片、影片及旺鋪設計	講授/PBL/口頭報告	基礎美編及創意力	IRS、PBL 學習單、同儕互評
12-13	基礎貿易英文 議題 5：如何維繫客戶-詢價、主動報價及營銷	講授/PBL/口頭報告	產品分析及營銷力 溝通及問題解決力	IRS、PBL 學習單、同儕互評
14	專家短演講	演講	跨境電商相關知能	作業-演講心得
15	學科知識測驗	測驗	跨境電商相關知能	IRS 記分測驗
16-17	期末總結報告	書面及口頭報告	溝通及問題解決力	同儕互評
18	期末學習成效評量與回饋			後測

學習評量方式

- 出席及課堂參與-IRS 隨堂問答、自行設計之實作、角色扮演 40%
- 學科測驗 20%
- PBL 學習單、週誌、自我學習紀錄及期末報告 40%
- ※ 競賽獲獎可再視情形加分。
- ※ 如出席、課堂參與或學習成效不佳者，需另填寫教師自行設計的訪談問卷以了解其原因，再予以相應的補救教學措施

C.教學方法-以問題導向式教學法為主，其他方法為輔。一法為主，多法相助。

D.評量方法-使用多元評量，包含「安置性評量」(前測)，使用於開學第二週；「形成性評量」，即教師自編測驗，使用於期中學習成效評量(通常為紙筆測驗)；和「總結性評量」，即 PBL 學習單、週誌、期末實作報告和學習成效滿意度問卷。使用「診斷性評量」的原因是，藉由每次的 PBL 學習單搭配上上述評估表格，即可知道個別學生的學習狀況而予以回應，毋需等到期中學習成效評量被預警後才處理。

(2) 研究對象及範圍

本計畫的配合課程為資管系 110 學年度上學期的「跨境電商實務」課程，所有修課學生(共 37 位)的學習歷程，包含直接和間接學習證據的內容。修課學生主要是資管系大四學生 35 位，另 2 位為國企系大四及大五學生。配合課程的教學活動，採取自主分組和隨機分組兩種方式進行。由同學們先自主分組，未分到組時再由老師協助分組。

(3) 研究方法及工具

本計畫所使用的統計方法為假設檢定、敘述性統計法及 T 檢定。在教學過程中，利用學校 CHU Moodle 平台蒐集所有修課學生在教學目標的表現資料，學生的學習表現可分為量的教學評量(含 IRS 隨機課堂問題、學科測驗成效評量及前、後測問卷回收)和質的教學評量(含學習單、學生個人週誌等)。根據教學設計與教學活動，搭配學習表現之量與質的資料為基礎，申請人的經驗及情境因素進行統整分析，判斷學生學習歷程表現的意義。

5. 教學暨研究成果(Teaching and Research Outcomes)

(1) 教學過程與成果

本課程因疫情延後開學的關係，競賽也跟著延後開始，在課程週數不變的情形下，同學們在期中考期間必需同時完成上架 100 支產品的門檻，團隊合作及時間管理顯得十分重要。接下來遇到大四同學們的畢業專題口試，也是另一個團隊分工及與廠商有效溝通的考驗。從表 1 中可知，修課學生在課程結束後對於跨境電商知識力和實作力均有提昇。因本計畫的目的為提昇學生的跨境電商實作力，因此也針對電商四力分別進行調查，表 1 的結果也都是呈現提昇。研究假設 1-全程參與 PBL 課程的學生，在跨境電商的知識力較未修課前有顯著提昇，及假設 2-全程參與 PBL 課程的學生，在跨境電商的實作力較未修課前有顯著提昇，兩

者均為「支持」。

表 1 前、後測驗成對樣本 *t* 檢定分析結果

	前測平均	後測平均	<i>t</i> 值	顯著性
跨境電商知識力	4.30	7.41	-8.03	0.00
跨境電商實作力	4.43	7.24	-6.59	0.00
產品分析及營銷力	4.08	6.56	-11.59	0.00
店鋪及平台建置力	3.94	6.6724	-10.42	0.00
基礎美編及創意力	4.05	6.11	-8.24	0.00
溝通及問題解決力	4.86	7.19	-10.43	0.00

從表 2 的學習評量結果可知，修課學生在 PBL 實作 5 中的評量分數最低，其原因為此一實作需要撰寫英文書信向海外廠商推銷競賽媒合的公司及產品，涉及學生的英文書寫能力。由於資管系學生大多未修過國際貿易實務或貿易英文等相關課程，因此，此一主題對學生們的難度最高。本次約有 84% 的同學達到教學目標（60 分），因此，研究假設 3-經由 PBL 課程的執行，有 80% 的修課學生能達成學習目標，此假設為「支持」。

表 2 學習評量結果

	PBL1	PBL2	PBL3	PBL4	PBL5
平均分數	8.30	8.03	7.57	7.51	6.30
不及格比例	0%	0%	0%	0%	16%
	課堂參與	作業	期末報告	學科測驗	學期分數
平均分數	7.57	70.54	82.84	90.27	85.68
不及格比例	0%	0%	0%	0%	0%

從表 3 的課後滿意度調查結果可知，平均分數皆大於 3.5 (70 分)，此顯示研究假設 4-全程參與 PBL 課程的學生，對於課程的滿意度超過 70%，此假設為「支持」。

表 3 課後滿意度問卷調查

	平均分數
1.課程安排與設計	
1.修讀這門課有助於提升我在本課程專業領域之知識。	4.03
2.教師設計之 PBL 議題及引導方式能啟發我的學習興趣。	3.95
3.教師對本課程所安排的作業、報告或考試，能確實反映我們的學習內容及成效。	3.97
4.對 PBL 課程討論的議題時數安排，滿意程度為...?	4.05
5.我認為 PBL 型態的課程，相較傳統課程更具有學習效果。	4.27
6.對於 PBL 課程安排，整體滿意程度為...?	4.08
2.教師授課情形	
1.授課教師教學態度熱忱、認真、負責。	4.43
2.教師於課程中運用多元且創新的教材內容。	4.22
3.教師對於提昇學生對跨境電商實務習興趣，並激發思考滿意程度為...?	4.00
4.教師對學生學習之評量方式，滿意程度為...?	4.32
5.教師於課堂上與學生互動程度，滿意程度為...?	4.27
6.教師於授課時會引導我們思考，增加對議題或問題的理解，進而組織出解決方案。	4.14
3.修習本課程後，對於您在能力與知識上的提升?	
1.能夠提升跨境電商知識與專長。	4.24
2.對於和媒合廠商共同參賽的收穫豐富。	3.92
3.修習本課程後，我對於自己學習成效滿意程度為...?	4.03
4.對於提高未來就業機會與能力有助益。	4.19
5.課程內容對現有跨境電商相關的機構或產業應用更加了解，符合課程所需。	4.14
6.整體而言，您是否願意推薦其他同學來選修本系列課程。	4.16
4.學習環境	
1.上課所使用之教室，其教學資源(如音響、多媒體設備...),滿意程度為...?	4.00
2.課程上課所使用的教室，其學習設備(如教室空間、照明...),滿意程度為...?	4.24
3.課程中同學間的學習氣氛，滿意程度為...?	4.05
4.針對本課程提供之學習環境，整體滿意程度為...?	4.11

(2) 教師教學反思

因系所整併後師資結構調整，申請人於 110 學年度 8 月起轉任到資訊管理學系，臨時在資管系開學前加開此門「跨境電商實務」課程，選修同學均為大四學生，大都沒有修過電子商務及國際貿易相關課程，且因大四開設的選修學分不足，部分學生有不得不硬著頭皮選修此門競賽課程的背景因素；而 11-12 月間有期中考、校外專題競賽及畢業專題口試，競賽的時程在同一段期間也是最忙碌的，因此有不少學生感覺心有餘而力不足，只求自己小隊的新品上架數及影片能達到門檻即可，後面的優化、客戶溝通(主動報價、詢價等)內容則顯得意興闌珊或乾脆選擇放棄，實為可惜。面對學生只求低空飛過即可的心態，申請人的做法是：鼓勵參賽並走完全程；說明不參賽即無法實際進入 B2B 跨境電商平台的後台進行操作，只能從前台學習相關內容；參賽並非一定要拿到名次，而是為了學習廠商所屬行業的專業知識及如何經營自己事業的方法等。同時，在各小組討共同會議時間的過程中發現，課後打工的人數不少，幾乎找不出共同討論的時間。因此，從開賽當週起，將三節課的內容彈性調整為主題講授，分組進度報告，和與廠商共同討論進度(實體或線上方式不拘)，並且於次週追蹤進度，同學們就不會因「沒有時間見面討論」的理由而無任何進展。

由於首度在資管系開課，師生彼此之間互不認識，作者在每個實作主題進行前即告知先前的相關經驗，讓他們有心理準備；雖然新的主題開始時還是有些手忙腳亂，但因為有成立大、小群組的關係，同學們們發現在小群組或私訊問問題後能得到即時的回應和協助，師生信任關係逐漸建立，後續溝通就順暢許多。另外，當小組進度落後且隊長也叫不動組員時，我們花了一些時間進行內部溝通，也和廠商進行多次溝通後重新整隊再上路，有空且有意願學習的同學身先士卒，然後教不會的同學，逐漸完成任務。這正是符合 PBL 的精神，學生是主角，老師只是引導者；發生衝突時面對問題不逃避、找出問題的源頭及可行的解決方法，然後溝通、討論再共同執行及承擔結果。如果某小組有提出可參考的點子、資料或素材，也分享在修課大群組裡；亦即，修課同學非競爭對手而是教學相長的夥伴。

在修課過程中，同學們遇到的最大困難是時間管理，申請人除了掌握各組的分工情形，亦協助他們和廠商溝通，以期能在時程內達成大會目標。因此，修課同學們從一無所知，或是以為電商就是網購，到了解跨境電商廠商的日常點滴，再以供應商的角度來思考市場及行銷，的確是一段做中學、學中做的歷程。因有多年帶隊參賽經驗，競賽期間同學會遇到的各種問題雷同，例如，抽不出時間小組開會、進度落後、組員分工不均、繳交實作內容品質不符合廠商期待、和廠商溝通不良等，均要透過耐心和同理心，陪伴他們一一面對及討論出解決方法。正如，當初媒合時決定是否要選 A 或 B、C 廠商，都由小組內部自行討論決定，如學生不要求老師協助則只擔任諮詢角色，畢竟，廠商沒有所謂的好壞之分，選擇之後就要找出雙方可以接受的模式然後朝共同目標努力。當然，廠商或經營者的人格特質、做事風格及對事業經營的看法各不相同，亦沒有對錯問題，只能在溝通及磨合中找出平衡，齊力完成既定目標。

本次帶領沒有先備知識的學生們走過跨境電商實作競賽的學習之旅，從學生的回饋中可以得知，PBL 主題式的學習的確可以引導學生們逐步地把電商經營能力累積起來，雖然每個人的成果及滿意度不盡相同，正所謂師父引進門，修行在個人，不管是否獲得獎項，經由 PBL 實作的洗禮，同學們在自身的起點及投入中均有所學習及成長。

(3) 學生學習回饋

在課後心得回饋的開放性問題中，Q3：「請問你最感興趣的是哪一個主題的教學活動？」，同學們回答最多的是上架產品。例如，N10-上架產品可以讓我們更加快速地去瞭解產品標題的好壞，N15-上架 100 支產品很有成就感，N26-上架產品讓我感覺自己真正的在經營電商，N25 及 N34-上架產品可以學習到關鍵字的專業。N21、N25、N29 及 N35 則認為在媒合階段能和廠商溝通及媒合後討論經營方向是以前沒有的經驗，能幫助自己了解不同產業。N28 對於產品拍照最感興趣，N29 則對回覆廠商詢價信這個主題很有成就感，因為自己

英文還不錯。在 Q4：「請問你最不感興趣的是哪一個主題的教學活動？」問題中，N6、N9、N12、N22 及 N37 認為拍照或拍影片很麻煩，不是自己的專業，或未能符合廠商要求感到挫折。N4、N26、N20、N28 及 N34 則認為查找關鍵字要花很多時間，很麻煩，有挫折。N8、N10、N12 及 N15 等認為與廠商溝通很費時，要花很多時間等待回覆，溝通無效果而延誤後續的上架時程及成效。在 Q5：「請仔細想想，這門課提供你哪些意外的學習收穫？」問題中，同學們的回答為：認識新朋友，專長可互補、學到專業技術、上架產品及製作影片，上架商品、一品一詞、圖片美化、與廠商的溝通能力、電商平台操作，和企業接觸，如何使用後台數據、對廠商在不同面向的看法、影片拍攝後加上自己錄好的英文口白，很有成就感、原本只想拿學分學得不少實作經驗及當初不想參賽，但跟著同學一起跟廠商線上會議討論後、了解到上架產品時的標題及關鍵字均大有學問，和當初想的不一樣，收穫真的很多等。其中，與廠商的溝通能力提升及學到電商實作能力為最多的兩項。在 Q6：「是否有對教師、課程、大會、廠商及學弟妹的建議？」同學們的回覆包含：參賽前要做好時間管理、參賽時要找好隊員、注意工作分配、大會的培訓課應以實體形式辦理，廠商應多聽同學意見，課少時再來選修、廠商對我們很好、我們這組在過程中遇到換隊長、組員吵架、和廠商溝通不良等情形，但在老師和助教的協助下，最後還是決定合力完成了所有競賽項目，真的像在洗三溫暖，雖然只拿到一個佳作，還是非常感謝能修到這門課、這是一門值得選修的課程、這是大學以來修過最不一樣的課程，實作很多，收穫很多，會推薦學弟妹也來選修。

另外，本次第六屆全國大專校院跨境電商競賽中，同學們也獲得一些獎項，例如，訂單獎佳作：奧力給，廠商訂單成長獎：奧力給-吉金企業，點擊獎第五名：一閃一閃亮晶晶，佳作：沒有名字的團隊，上架獎佳作：商店食物，刊登獎第三名：商店食物，影片傳播獎佳作：商店食物，及績優教師獎：江老師。



6. 建議與省思(Recommendations and Reflections)

綜上所述，每次授課主題的 IRS 的互動參與、PBL 學習單、週誌、短演講及與廠商會議，加上期中的學習評量及前、後測問卷調查結果等所有修課學生的學習歷程檔案等，均為教學實踐研究計畫完成之教學成果，同時也達成預期的學生學習成效。再者，教師因計畫的執行也得到更多的教學實踐經驗，並經由省思後指出原有課程主題與教學模式的合宜性、建構新觀點並提出相應的貢獻。成果發表報告預計於完成後，近兩年上傳校內教學資源中心平台供有意申請相關計畫的老師參考，並將計畫全文修改後於研討會或相關期刊發表，以增加研究成果在學術和應用方面的影響力。

本文的研究對象以 110 學年度第一學期選修「跨境電商實務」課程的學生相關學習歷程為研究範圍，建議後續研究可以以不同學系或外國學生為對象，或採用不同的教學法，進行對照比較，可以得到更進一步的教學實踐成果回饋及課程調整或精進的參考。

參考文獻(References)

- 朱訓麒 (2021)，電子商務入門：觀念、模式與跨境實戰，前程文化出版。
- 林進材 (2004)，教學原理，五南書局。
- 張清濱 (2018)，教學理論與方法，心理出版社。
- 陳姿妤 (2020)，中小企業運用 B2B 跨境電商平台成功因素之研究-以阿里巴巴平台營運為例，台北科技大學工業工程與管理系碩士班碩士學位論文。
- 陳清濱、黃文喜、張文宗 (2010)。高職電機電子群學生父母管教方式、學習態度與學習成效知覺之研究。教育與多元文化研究，2，頁223-260。
- 賀光輝、顧鳳祥 (2017)，多平台營運—跨境電商理論與實務，前程文化。
- 黃玉幸 (2017)，創新教學結合產業之適切性。台灣教育評論月刊，6：8，頁6-9。
- 劉世雄 (2018)，教學實務研究與教研論文寫作 2 版，五南圖書出版有限公司。
- 盧雪梅 (2000)。APA「以學習者為中心的心理學原則」。課程與教學通訊，4，8-12。
- 簡紅珠 (2000)，教育大辭書-教學評量。<http://terms.naer.edu.tw/detail/1310000/>
- Chen (2020)，理解電子商務-2020 電商趨勢、業者發展策略及電商案例。
<https://oosga.com/ecommerce/>
- Chang, W. Y. (2010). *Taiwanese elementary students' motivation and attitudes toward learning English in English Village Program in Kaohsiung County* (Doctoral dissertation). Available from ProQuest Dissertation and theses database. (UMI No. 3437606)
- Cockayne, D. (2016). Redefining B2B relationship marketing: insight from postmodern Alibaba. *Journal of Customer Behavior*. Vol. 15, No. 2, pp.49-66.
- Guo, J., Lam, I., Lei, I., Xin, G., Pei, H., and Meng, C. (2006). Alibaba International: Building a Global Electronic Marketplace, Faculty of Science and Technology, University of Macau, pp.2-3. *Harvard Business Review*, p.81.
- Krishna Kumar T. (2014). Innovative teaching methods in management. *International Journal of Management & Business Studies*. Vol. 4, No. 3, pp. 19-21.
- Maria-Eleni Sachou (2013). Innovative method of teaching. International Conference –The Future of Education.
https://conference.pixel-online.net/conferences/foe2013/common/download/Paper_pdf/083-ITL13-FP-Sachou-FOE2013.pdf
- Nicolaidis (2012). Innovative teaching and learning methodologies for higher education institutions. *Educational Research*. Vol.3, No. 8, pp. 620-626.
- Verdisi, A., Kriemadis T. & Pashiardis P. (2003). Historical, comparative and statistical perspectives of school effectiveness research: Rethinking educational evaluation in Greece. *The International Journal of Educational Management*, 17(4/5), 155-169.