

【附件三】 成果報告（此為格式範例，詳情請見[格式說明](#)；請於系統端上傳 PDF 檔）

封面 Cover Page

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：

學門專案分類/Division：

計畫年度：112 年度一年期

執行期間/Funding Period：2023.08.01 – 2024.07.31

(做中學對消費者心理學學習成效之影響/The impact of learning by doing on the learning effectiveness of Consumer psychology)

(消費者行為/Consumer Behavior)

計畫主持人(Principal Investigator)：曾愛華

協同主持人(Co-Principal Investigator)：

執行機構及系所(Institution/Department/Program)：(中華大學／餐旅管理學系)

成果報告公開日期：立即公開 延後公開

繳交報告日期(Report Submission Date)：2024 年 9 月 20 日

(做中學對消費者心理學學習成效之影響/The impact of learning by doing on the learning effectiveness of Consumer psychology)

一、本文 (Content)

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

申請人身處於餐旅管理學系，學生因疫情所致的觀光餐飲之蕭條，對於未來缺少樂觀的展望，值此之際，申請人所教授的「消費者行為」有責任培養學生解決問題的能力，以及實務應用「消費者行為」，因而產生個人申請教學實踐計畫之動機：即為增進消費者行為之學習成效。研究目的整理如下：

1. 藉由連結外部餐旅產業以檢驗「做中學」教學法對「消費者心理學」之學用合一效果。
2. 檢驗 PBL 教學法是否可以增強學生同理心，亦即是否「消費者心理學」可藉由應用 PBL 的學習法，深度剖析業者處境與消費者行為而更具同理能力，進而提出符合消費者需求的產品與服務之行銷方案？
3. 檢驗「敘事探究法」是否可幫助學生提出更具影響消費者心理之敘事故事（亦即具有價值的產品故事或業者創立經營的故事）？

(二) 研究問題 (Research Question)

本計畫提出欲解決的問題說明如下：

- (a). 實務應用能力不足。換句話說，如何透過有效的教學法幫助學生學習「消費者心理學」，而成為一位有紮實心理理論基礎的消費者研究調查員？欲解決此問題，本計畫欲將教學場域延伸至虛擬網路與實體餐旅產業現場，以解決此實務應用能力不足的問題。
- (b). 學生之同理能力不足。在現今網路自媒體盛行的時代下，人人更偏向本位主義，此外，在過去的教學現場，申請人發現學生往往對瞭解自己的興趣高於同理他人，亦即，學生較少换位為他人著想。申請人所處的系所為餐旅管理學系，所培養的學生需要以熱誠服務他人，與人互動溝通，並能擁有同理心為顧客解決問題。若能提高此能力，應可更同理廠商與消費者，才能更具餐旅經營管理的能力。因此，藉由計畫運用更深度之 PBL 教學法，提升學生同理心實為課程重要的學習議題。
- (c). 如何提出更具有影響消費者心理的行銷文案內容？具有價值且有同理思維的產品介紹或品牌故事陳述，需要更深度的敘事能力來完成。因此，鑒於此問題，本計畫欲應用「敘事探究方法」教授學生如何提出更具影響消費者心理之故事內容協助餐旅產業。

(三) 文獻探討 (Literature Review)

「做中學」教學法

在近代教育思潮中，「做中學」的教學法得到極大迴響並被廣泛應用。傳統的教學法是以教師為中心的講授教學法，學者質疑這種傳統教學法之學習效果；但「做中學」教學法所強調的是以學生為中心的深度學習。根據 Dewey (1916) 的觀點，當我們經歷某些事，我們便在其中做某些事，因此，我們所做的事會回饋到我們自己身上。這兩個階段

的體驗使得經驗豐富化。而 Garforth (1966: 13)更清楚解釋 Dewey (1916)的觀點，體驗是持續的從過去穿越現在到未來，不是停滯的而是動態的、在程序中進展。結合 Garforth (1966: 13)與 Dewey (1916)的觀點，做中學之動態學習歷程:現階段的執行(do)將會產生因與果之關係，而又淬鍊出更好的體驗(包含知識學習與執行經驗之獲得)，而此過程之收穫將回饋到學生實務之應用。

因此，故計畫將連結外部餐旅產業，讓學生參訪業者，也訪談學校外部的業者，嘗試從業者之立場去剖析消費者之需求，以求更務實地學習「消費者心理學」。因此提出假設 1:「做中學」可提升「消費者心理學」學用合一的學習成效

「問題導向學習法」(Problem based learning)

根據 Barrows and Tamblyn (1980)所述，在 PBL 中，學生可以藉由問題解決而學習。PBL 可以使學生成為一個主動的學習者，並可以處理實際環境中所面對的問題。換句話說，PBL 使學生可以建構知識與發展策略(Hmelo and Ferrari, 1997)，也就是理論與實務策略之雙軌學習。

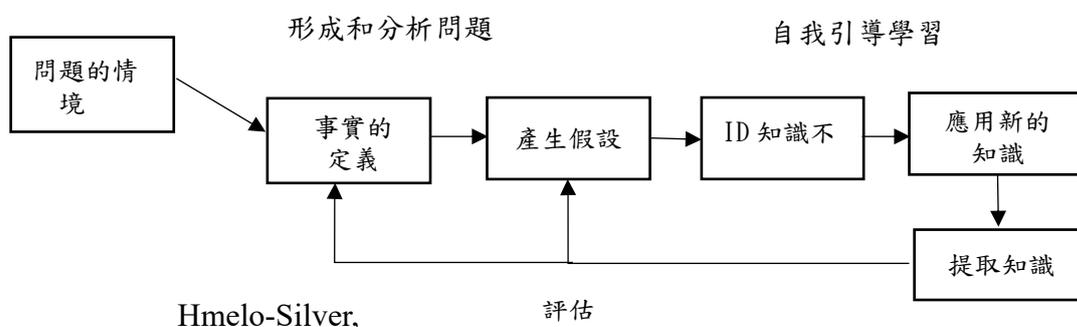


圖 3: PBL 學習循環圖(The PBL learning cycle, Hmelo-Silver, 2004)

在上述循環圖中，學生會接收到一個問題的情境，他們便會藉此辨認來自於情境的相關事實，進而形成問題並分析問題。這個辨認的步驟協助學生呈現出問題。當學生更了解問題後，他們便可以產生相關解決方案的假設。在此循環中，很重要的部份是在發現相關問題中，可能會自覺知識不足的部分，進而引導學生自我導向的學習(Self-directed learning, SDL)，便是學生之自我學習 SDL，由此，學生便可以運用新知識。在課程操作上，可以使用白板來記錄衍生出來的點子，如下所示:

白板可以分成四個欄位:事實、點子、學習議題、行動規劃

事實	點子	學習議題	行動規劃

圖 4：PBL 教學之白板運用

綜上所述，在消費者心理學課程中，申請人將以 PBL 提升學生深度思考業者的問題或消費者本身的需求，引導學生考量與餐旅業有關的營運事實(fact)，以開放的方式讓學生提出餐

旅業營運的相關點子 (idea)，並藉由過程的探討，了解學生自己缺乏的知識，刺激其主動學習的意願，並思索出需解決的議題，進而擬出行動方案。因此，在課程中教師與同學應不斷以提出問題，問題幫助學生由記憶式被動的學習進入到深層與同理思考的學習。藉由分組合作學習的方式達成議題討論與解決問題之回應，學生最後完成行動規劃。因此，本計畫嘗試以 PBL 運用白板的系統化學習與監督問題解決思考的流程，茲舉例說明如下，但實際討論的白板內容會因學生的討論而有所不同。換句話說，透過 PBL 教學法，學生可用同理餐旅業者與消費者的角度去思考雙方的問題與需求，並提出較具有同理心的行銷文案以滿足消費者需求，並解決餐旅產業攸關的問題。因此，計畫提出以下假設 2: 透過 PBL 教學法，學生可更具有同理心而了解廠商的問題及消費者需求。亦即，「消費者心理學」可藉由 PBL 學習法增強學生之同理心以提出符合消費者需求的行銷方案。

「敘事探究」法

根據文獻，敘事探究(narrative inquiry)為質性研究之方法。此質性方法著重經驗的萃取，可以將人類的生活、文化、社會經驗作蒐集、歸納、分析並詮釋(Andersen et al., 2020, Xu & Connelly, 2010)。根據 Kim (2015)提出，敘事探究之類型包含自傳式敘事探究、藝術為本的敘事探究、傳記式的敘事探究。其中傳記式敘事探究又分為教化小說、口述歷史、生命故事、生命歷史。在生命故事與歷史的研究中，應可以深度瞭解其生命歷程的意義。這些多元方法將可更廣泛而有深度的紀錄餐旅業者之品牌故事或產品內容，以推廣餐旅業者之產品與品牌。根據過去文獻，「敘事探究」法運用於教學時，也常用故事敘述來引導學生投入與理解課程內容 (楊雅筑，段曉林，2015)，而此法也提升學習成效(簡良平，2012)。本計畫主要以敘事探究法引導學生建構出餐飲業者之故事脈絡，藉由劉漢(2008)提出之敘事模式五步驟，可幫助學生剖析出業者較有價值與故事性的貼文(行銷文案或影音資料)，應可以幫助學習成效之品質提升，例如某餐飲業者(屬於 1. 實體物: 人物)，為了陪伴孩子到中華大學就學，於是在學校附近開設餐廳 (屬於 2. 事件: 實踐行動)。這便是一個敘事構造的內容，藉由「敘事探究」法可以寫成感人的行銷文案，或者，由於「敘事探究」的方法不限於文字敘述，亦包含影音、戲劇、聲音等，故此，學生也可用科技呈現文案或影音的內容(簡良平，2012)，推播於網路平台。

表 4: 敘事探究步驟

敘事模式五步驟	說明
1. 解說	主題、背景角色說明
2. 開始	概念衝突
3. 複雜性	問題解決
4. 高潮	問題解決之延續敘述
5. 結局、收場	收尾

資料來源: 本計畫整理

因而，本計畫欲藉由「敘事探究」法增強學習的成效。換句話說，此成效即為提出可影響消費者心理之產品或品牌故事。假設 3 因而提出如下:

假設 3: 藉由「敘事探究」法可提出影響消費者心理之產品故事，以增強學習的成效

(四)教學設計與規劃 (Teaching Planning)

1. 教學目標與方法

此計畫期盼以消費者心理學的知識為本，以問題導向 PBL 學習法，探究業者或消費者在餐旅產業上的相關問題，輔以「敘事探究」，教導學生萃取業者之經驗、智慧，並提出行動規畫與方案，最後透過「做中學」讓學生運用所擅長使用的行動裝置在網路敘述業者之品牌與產品價值及特色。因此，本計畫乃是以「消費者心理學」課程，運用 PBL、「做中學」、「敘事探究」教學法，提升學習成效。此課程之教學目標透過認知、情意、技能與行為四個面向提升學生學習成效，如下圖與下表詳述。

教學目標 提升學習成效	認知:
	a. 瞭解影響消費者心理與行為之因素
	b. 瞭解如何應用消費者心理學
	情意
	a. 培養同理消費者與業者之熱誠
	b. 增強餐旅專業服務的熱誠
	技能:
	a. 具備消費者行為調查員之能力
	b. 具有敘事行銷之能力
	行為
	a. 表現具體同理他人的行為
	b. 表現具有素養的消費行為

本計畫運用以下教學法來達成教學目標與提升學習成效



2.各週課程進度與教學空間:此處以表格說明各週課程內容與教學重點，教學空間說明於表格之後陳述

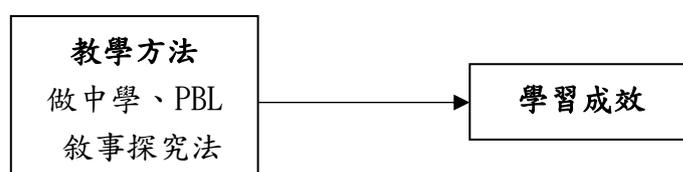
週次	課程內容	課程授課方式簡述及教學重點
第一週	消費者心理學概述	講授
第二週	消費者心理學之應用	講授與討論學習
第三週	「敘事探究法」介紹與演練	講授與「敘事探究法」課堂內演練
第四週	「敘事探究法」課外場域演練	講授與「敘事探究法」以餐旅業者故事演練

第 五 週	影響消費行為之文化價值觀： 文化價值觀如何影響消費行為	講授與討論學習
第 六 週	社會階層對消費行為之影響	講授與討論學習
第 七 週	分析各社會階層之需求	運用 PBL 剖析不同階層消費者對餐旅的需求狀況
第 八 週	群體影響力對消費行為的影響	講授與討論學習
第 九 週	說明群體影響力的影響來源	教學重點：群體影響力之來源分析以了解代言人之影響力為何？ PBL 進行餐旅業相關營運議題之探討
第 十 週	校外參訪餐旅業者	「敘事探究法」敘述業者之產品或品牌故事以產生相關行銷方案內容
第 十一 週	資訊展露如何影響消費者	知覺理論之探討
第 十二 週	知覺理論的說明	知覺理論的實例介紹 PBL 議題討論，如錯覺：請說明在生活中有哪些錯覺的情況，導致消費時可能產生的狀況。例如：廠商的搭售策略是否造成錯覺？導致買了不該買，或是買了太貴的商品
第 十三 週	態度理論	講授與討論學習
第 十四 週	態度理論之相關案例討論	ABC 模式之運用
第 十五 週	動機理論說明	動機理論的實例介紹與 PBL 議題討論，如，排隊的消費行為：同學曾經有哪些排隊許久等候的消費行為？餐旅產業應運用哪些創意點子刺激消費者產生消費動機？餐旅業者可以用那些行動方案影響消費者？
第 十六 週	情境因素說明	進行外部場域之研究與調查
第 十七 週	期末報告	總結學習報告： 整學期的理論應用與調查報告分析。
第 十八 週	期末報告	業師與教師之評審與回饋修正

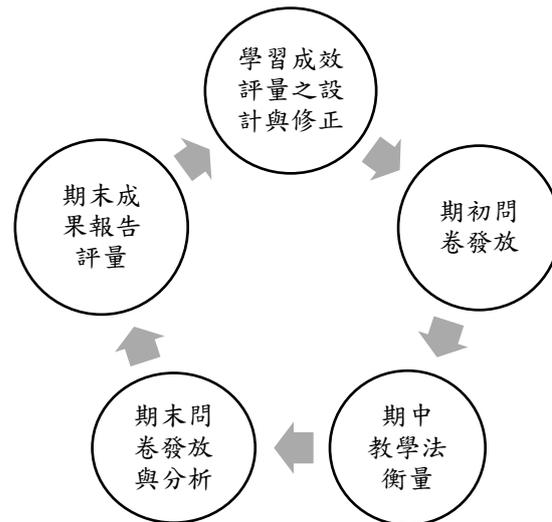
(五) 研究設計與執行方法 (Research Methodology)

1. 研究架構

消費者心理學主要教學目標從認知、情意、技能、行為四個面向提升其專業內涵，期盼運用 PBL 與「敘事探究法」之「做中學」法來引導學生學習，進而提升學習成效。故研究架構為下圖。課程廣度擴及餐旅產業。此門課主要開設給餐旅管理學系同學修習，但也同步開放給全校學生，故研究對象為全校同學，研究架構如下：



2.研究執行規劃



- 評量初期，會先審慎考量評量工具(問卷題目)之適切性
- 期初問卷將先了解學生對消費者心理學之學習目標
- 期中問卷將主要了解教學法是否合適
- 期末學習成效問卷分析，以得出研究結果
- 期末成果報告之回饋與修正

3.研究方法與工具

根據前面所述之研究目的與問題，申請人以下問卷之量化資料獲取研究結果。此外也透過質性內容獲取相關研究成效。量化問卷題項將以李克特五點尺度評量(非常同意、同意、沒意見、不同意、非常不同意)

(1).驗證假設 1:「做中學」可提升「消費者心理學」學用合一的學習成效

由於申請人本學期(111 學年度上學期)以傳統講授教學法授課，而此教學實踐計畫是以「做中學」、PBL 及「敘事探究法」授課，因此，兩學期的學習成效問卷來比對運用新的教學法是否可以提升學習成效。問卷以本校之學習成效問卷施測。在教學完畢後，查閱 111 學年度上學期消費者心理學的學習滿意度為 91.4，而本學期則上升為 92.9 分，雖然上升幅度不是很大，原因可能為申請人在教學上已有一定的教學品質，因此本學期學習滿意度的分數仍能提高 1.6%，顯見申請人運用的教學方法(PBL、敘事探究法)可提升學生之學習滿意度。

此外，課程也參考謝文琪(2008)學習成效問卷，學習成效定義為經過一段學習活動後，比較學習後是否達到預設學習目標(錢沁媛，2016)，總共有 8 題，但本計畫修改了第 7 題以配合學生背景(大一學生可能沒有工作經驗，因此題目改為生活實務中)。此項問卷主要以修課學生為樣本發放，學習成效問項與學生自評分數如下：

學習成效問項	分數 (五點尺度)
1.經過了學習，我覺得我的專業技能和知識明顯提升了	4.53

2.經過了學習，我覺得我的思考能力增強了	4.47
3.經過了學習，我覺得我的判斷能力有明顯進步	4.63
4.經過了學習，我覺得學習的效果能達到我預期的目標	4.32
5.經過了學習，我覺得學習的收穫較預期為多	4.37
6.經過了學習，我遇到問題比以前更容易解決	4.42
7.經過了學習，我可將所學習的專業知識運用到生活實務中	4.52
8.經過了學習，我覺得我與他人的討論更具信心	4.42

所有問項分數均有很高的同意度，最低分數為 4.32，透過以上問卷結果可以支持假設 1 成立。

假設 2:透過 PBL 教學法，學生可更具有同理心而了解廠商的問題及消費者需求。亦即，「消費者心理學」可藉由 PBL 學習法增強學生之同理心以提出符合消費者需求的行銷方案

透過 PBL 議題討論過程所產生的「同理心測量問卷」主要測量學生是否能以同理心探討餐旅業者問題及消費者需求分析等，此部分問卷主要參考謝明或(2015) 進行修正以符合研究設計。主要題項與所獲得問卷結果如下表：

同理心問項	分數 (五點尺度)
1.我可以發掘餐旅業者所面臨的困難與期待	4.31
2.我可以感受業者的挫折與阻礙	4.41
3.我可以理解業者可能想要的目標	4.17
1.我可以感受一般消費者對餐旅商品的期待	4.14
2.我可以理解一般消費者對餐旅商品的需求	4.28
3.我可以發掘一般消費者對餐旅商品的想法	4.24

此項問卷主要以修課學生為樣本發放，所有問項分數均有很高的同意度，較為特別的是，學生透過 PBL 探討業者之議題過程，可以感受業者的挫折與阻礙，獲取最高的分數 4.41。整體而言，全體修課生仍有相當高的同理心，透過以上問卷結果可以支持假設 2 成立。

假設 3: 藉由「敘事探究」法可提出影響消費者心理之敘事故事

上述假設之驗證，所使用的問項是參考慕妮.卡拉雲漾(2018) 、Wang 等人 (2015)及 Shen 等人 (2010)之研究，並根據本計畫之特色而修正的問項如下。

問卷發放的對象為專家評審，評審針對學生所提出業者之敘事是否具有影響力，給予問卷回

饋，所得分述如下：

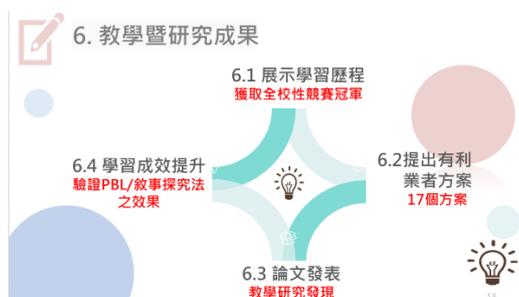
敘事探究影響力問項	分數 (五點尺度)
1.我會透過此內容獲得業者相關訊息	4
2.我會透過此內容幫助我了解餐旅業者相關訊息	3.65
3.為了確保我做了一個正確的購買決策，我會參考這個內容	4.04

題項 2，對於評審而言，可能是評估學生的敘述內容可否廣泛了解餐旅業者，因此，此題項在下次應該修正(限定為指定業者)，或許可以得到較高的分數。但，整體而言，仍高於 3 分，因此，仍可支持假設 3 成立。

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

i. 教學過程與成果

本計畫在教學歷程中獲取教學研究成果有四大項，



如下說明：

1. 展示學習歷程獲取全校性競賽冠軍

以下學習歷程僅以部分同學之學習內容呈現

(1) 以 PBL 學習法探討社會階層議題



(2) 以 PBL 學習法探討群體影響力議題

群體影響力的問題討論			
事實提出	點子	學習議題	行動規劃
目前有影響力的人士為那些人？他們如何影響消費者對餐飲的消費？	如何成為有影響力的人 提升我的影響力之方法	成為有影響力的人該學習什麼？該分析什麼資料才知道誰有影響力？	成為有影響力的人該做什麼才能有影響力？ 我可以怎麼做？
美食介紹網紅直播主	經營社群媒體，每日、每周在社群上分享有趣、好吃被大家認可的事物，以吸引大家的目光，藉此在之後提出意見時就會被大家注意、參考	學習正確的表達，在分享任何事情時要充分表達自己的感受、想法，大家在關注到你的時候，才理解你在說明什麼，平時可以透過網路資料了解誰在該領域是擁有話語權	我自己可以從上課討論、分組報告的時候建立影響力，提出有建設性的意見，並且實現，這樣大家就會認同你是一個有想法也有實力的人

(3) 以 PBL 學習法探討消費者之消費問題

消費者之消費問題討論			
事實提出	點子	學習議題	行動規劃
食安問題	享用美味的美食卻怕誤傷身體	多注意新聞瞭解如何吃不會造成毒素而傷身	多閱讀文章瞭解時事新聞
商品價錢與品質落差	期望高品質且價格經濟實惠	多觀察產品，公司與消費者回饋	比較相似產品的差異處

(4) 以敘述探究法分析業者(兩位同學之學習內容呈現如下)



敘述探究法分析業者



二、以敘事探究法分析與說明業者特色-巧克力雲莊

巧克力雲莊的故事(敘事模式 & PBL學習法)	
1. 解說: 背景說明	美味與品質是巧克力雲莊對產品的堅持，打造高規格生產環境與獨特的品質控管，讓MIT的巧克力呈現真誠感。
2. 開始	隨著網路與生活美學帶動巧克力文化在台灣發芽，故第一屆營業從該叫號巧克力。雖內推時巧克力DIY、巧克力糖、熱巧克力、DIY活動……等巧克力相關產品均大小俱全。
3. 複雜性問題解決	因應市場需求，雲莊經歷第一次轉型，將重新定位為「巧克力主題莊園」。經營多年的巧克力市場競爭激烈，雲莊經歷第二次轉型，購入設備公開廠址，推動設立台灣第一座連續輸巧克力生產工廠，讓連續輸巧克力有MIT，為掌握巧克力的品質與口感，雲莊與上海聯合，與世界知名的巧克力產地-厄瓜多爾合作，製作了300公頃的可可莊園，掌握關鍵原料，也提升自有品牌產品的品質。
4. 結局/收場	雲莊於2018經歷第三次轉型，成長為巧克力生產者，由上游至下游完全整合；由原料製成：由研究開發到生產，並與工程師合作，開發台灣第一條自行設計生產的BENS TO BAR(可任意對巧克力生產線，提供大規模高品質產品。



敘述探究法分析業者

以敘事探究法分析與說明業者特色：巧克力雲莊

1. 解說: 背景說明	1. 餐飲業者理念與東主介紹 東主希望以自台灣推動巧克力文化，故第一屆營業就叫「巧克力屋」。 在店內提供巧克力糖、熱巧克力、DIY活動……等巧克力相關產品及體驗。
-------------	---



以敘事探究法分析與說明業者特色：巧克力雲莊

3. 複雜性問題解決	3. 經營時可能遇到問題解決的辦法 巧克力原料可與生產速度規模且生長條件很多。 雲莊創辦人許先生和呂小姐為保證高品質可靠，就此店在多投資條件可制的收購與改良。
------------	---



以敘事探究法分析與說明業者特色：巧克力雲莊

4. 結局/收場	4. 營業的情況與消費者互動、產品呈現與說明 全台灣有多個據點，也透過各大量販店、電商平台販售自製巧克力。 在店面設立多櫃，且有DIY活動讓顧客參與，透過DIY過程讓顧客了解巧克力。
----------	---

(5)指導學生以 PBL 法完成自主學習計畫獲取全校性競賽冠軍

問題導向學習步驟	本組 PBL 學習內容
引入問題	1. 園區人士需要那些休閒旅遊活動 2. 我們可以提供什麼服務 3. SDGs 哪些目標是我們可以努力的方向 4. 如何讓水資源再生
問題分析	1. 旅遊休閒與 SDGs 該如何結合 2. 園區家庭偏好那些休閒活動 3. 如何節省水資源 4. 如何製作簡易天然濾水設施
資料收集	1. 網路學術資訊收集分析 2. 從網路瞭解大眾觀點 3. 組員討論 4. 與老師討論
問題解決	1. 設計實驗 2. 製作簡易天然濾水器設備 3. 重複實驗以改良水質 4. 設計問卷分析濾水效果的接受度
結果評估	1. 問卷資料分析 2. 製作分析結果表單 3. 與老師一起討論結果
知識應用	1. 推廣水資源環保概念 2. 進行更多環保遊程設計 3. 了解園區人士的休閒並設計符合其需求之休閒餐旅活動

自主學習計畫運用 PBL 學習法



全校性競賽會場



參賽同學與老師，冠軍獎狀

2 提出有利業者方案

整合所有修課學生，獲取約 17 個有利業者經營之有效方案，僅舉部分學習內容如下

運用動機理論PBL提出對業者有利方案		
辨識問題	點子	學習議題
多加開發巧克力相關周邊或特色商品	夠在地化的商品會吸引消費者的購買慾望	如何開發特色商品
多加發展觀光工廠的運作	觀光工廠可以吸引到許多家庭到本店消費	如何更加完善的運作觀光工廠

運用知覺理論PBL制定巧克力雲莊的價格策略

辨識問題	點子	學習議題	行動規劃
限量商品，讓人消費者覺得不買會後悔	限時限購，建立品牌形象	如何利用短暫性消費拉攏顧客的心	在官網公告或跟網紅合作打出知名度
限時最低價	忽然地降價讓顧客產生購買大量商品的心	如何讓顧客大量購買庫存商品	購買電視廣告提高觀看並且打響知名度

目前此業者可能面臨什麼問題	我可以想到什麼點子協助巧克力雲莊吸引更多消費者	我可以學習什麼專業能力，協助此業者營運的更好
客流量低，客人稀少	透過社交媒體和線上平台加強與顧客的互動，收集顧客意見，提供互動體驗（如虛擬瀏覽等），以及主題活動、實作課或文化體驗等，讓顧客在消費過程中感受更高的參與和歸屬感。	我可以學習更實務的行銷與品牌管理，體驗行銷、成本的管理消費者分析等專業能力。這些能力都能夠
產品的單價偏高	為了吸引更多顧客並且提升市場競爭力，業者可以優化成本結構並且主動降低部分利潤來降低售價。	增強企業競爭力，提高客戶滿意度。

3 論文發表教學發現

本研究計畫將研究發現於 2024/6 月，於清華大學進行之有效教學的現在與未來國際學術研討會，發表問題導向 PBL 學習法之效果，顯示本計畫之研究成果如下。

問題導向學習法之效果

曾慶華 中華大學餐旅管理學系 副教授

研究動機

近年來因為通膨與疫情的影響，學生面對未來常有缺乏現實問題的解決能力。如何在教學中提升學生理解與解決問題的能力，實為刻不容緩的議題。因此，教師透過課程設計期望提升學生對於實務場域之同理心與發現更多實務問題。

研究背景

根據Barrows and Tamblyn (1980)所述，在 PBL 中，學生可以藉由問題解決而學習。PBL 可以使學生成為一個主動的學習者，並可以處理實際環境中所面對的問題。換句話說，PBL 使學生可以建構知識與發展策略(Hmeilo and Ferrari, 1997)，也就是理論與實務策略之雙軌學習。PBL 的學習歷程主要為：學生會接收到一個問題的情境，以辨認來自於情境的相關事實，進而形成問題並分析問題。當學生理解了問題後，他們便可以產生相關解決方案的假設。在 PBL 歷程中，學生在發現問題中，可能會自覺知識不足的部分，進而引導學生自我導向的學習 (Self-directed learning, SDL)，學生便可以運用新知識，在課程操作上，可以使用白板來記錄衍生出來的點子，如白板可以分成四個價位：事實、點子、學習議題、行動規劃。據此，教師可以設計學習單幫助學生學習。

研究目的

- 1.是否採用PBL的學習法，可幫助學生更深度理解商業問題?
- 2.是否採用PBL的學習法可提升學生同理能力的權力?

研究設計

- 1.採用教師所設計的PBL學習單(採用上述的白板學習法設計)，引導學生深度思考這些議題(變化內容)並且理解商業在實務中面對的問題。
- 2.教師在課程學期中進行施測，以問卷了解學生是否因為PBL學習法而更具有同理心(向同理能力的困境與問題)，變化問卷題項以李克特五點尺度評量。

結果結果與建議

本研究獲得質化與量化結果。

- 1.質化結果:採用PBL學習單來探討實務問題，得到61個主要問題，進而引發討論與學習。
- 2.量化數據透過問卷分析獲得，旅行問卷測驗的時間為學期中間的某一週，量化問卷測試學生在學習歷程中的同理心與問題理解能力。明確的說，學生透過PBL學習法可以更深度發掘商業者的困難(平均分數為4.3)，並且可感受商業者的挫折與阻礙(平均分數為4.1)。

因此，研究結果：支持PBL教學法可幫助學生發掘實務問題。

- 1.PBL教學法可增強學生對商業的同理心。

研究建議：教師可多使用PBL教學法以提升學生問題理解能力、同理業者並促進學生解決問題的能力。

關鍵詞：問題導向學習法、PBL、學習法



2024 有效教學的現在與未來
國際學術研討會
JUNE 29TH, 2024

研討會子題TOPIC

- 有效教學方法策略研究
- 教學效果的評估方法
- 線上學習對有效教學的影響
- 課程設計與發展
- 情感和文育教育之有意義教學
- 跨國導向學習和專題研究的實踐
- 教育領導與學校發展
- 多元語言與研究
- 跨學科教育和跨文化學習
- 教師專業社群與行動研究
- 正向教育與幸福感

微稿熱烈進行中

微稿說明 投稿表單

投稿截止日期：113.04.30
(發表且全權參閱者請致函發表證明)

報名截止日期：113.06.14
(位位有限，額滿將提前截止)

國際知名學者
PROF. DI-MAN KWOK
賓州州立大學
教育與人類發展學院
教育心理學系教授

國際知名學者
PROF. CHING-SING CHAI
香港中文大學
課程與教學學系教授
教育學院副院長

指導單位：教育部
主辦單位：清華大學師資培育中心、清華大學教育與學習科技學系
本校協辦單位：運動科學系、幼兒教育學系、特殊教育學系、英語教學系、臺灣語言、研究與教學研究所

聯絡人：師培中心林小姐 03-5765131 #70201
研討會專用信箱：wacof@my.nthu.edu.tw

4 學習成效提升驗證 PBL/敘事探究法之效果

本計畫運用之教學法:PBL 與敘事探究之做中學方法，其對學習成效有明顯提升效果如上所述。學習成效以李克特五點尺度衡量，總共有 8 題問項，學生自評後，其平均分數為 4.46，顯示學習成效高。

ii. 教師教學反思

- 1.課程學分數建議為 3 學分，此計畫執行的課程在本系 2 學分之課程，因此，個人認為教學時間不夠，因此，每一週都是非常重要的教與學的歷程，未來將期盼學系開設此課程時為 3 學分之課程。
- 2.學習單每次均需因應課程理論而設計相應的題目，因為計畫運用 PBL 教學法，為了深入探討學習議題，教師每周均要審慎思考消費者心理學的理论，提出符合學用合一的議題，幫助學生進行課程討論與反思，因此，提出適當的學習單是很重要的。
- 3.課程在期初應設計活潑的活動以吸引學，進而提升學生對學習的期待
- 4.以開放的態度鼓勵學生提出問題來討論

iii. 學生學習回饋

申請人本學期(111 學年度上學期)以傳統講授教學法授課，而此教學實踐計畫是以「做中學」、PBL 及「敘事探究法」授課，因此，兩學期的學習成效問卷來比對運用新的教學法是否可以提升學習成效。問卷以本校之學習成效問卷施測。在教學完畢後，查閱 111 學年度上學期消費者心理學的學習滿意度為 91.4，而本學期則上升為 92.9 分，雖然上升

幅度不是很大，原因可能為申請人在教學上已有一定的教學品質，因此本學期學習滿意度的分數仍能提高 1.6%，顯見申請人運用的教學方法(PBL、敘事探究法)可提升學生之學習滿意度。

此外，學生回饋教師關於學習的心得總整如下：

1. 學生可以透過課程學習更深入了解消費者行為的議題
2. 學生學習過後，覺得自己可以成為更理性的消費者
3. 關於消費者的議題，學生認為自己可以更廣泛的思考現今消費者普遍遇到的問題
4. 學生認為探討問題的深度夠，使自己可以更深入思考未來自己的行為該怎麼做會更具有理性的消費
5. 學生認為可以深度探討業者的問題，幫助自己未來工作前可以更廣泛的思考與學習相關專業
6. 老師給予學生很多不同的議題來思考社會相關問題，使自己更了解社會議題，課程更實用更幫助自己深入省思自己的問題。

(七) 建議與省思 (Recommendations and Reflections)

1. 教學實踐計畫給予教師更多資源提升教學品質，非常感謝教育部，然而可以獲得計畫的老師很少，希望教育部可以調整策略，或許每一門課可以補助較少的經費，讓更多老師可以得到提升教學品質的補助，也嘉惠更多私立院校學生與老師。
2. 期盼課程可以有更多互相觀摩的機會，幫助老師們更精進教學歷程與提升教學成效
3. 個人在課程上執行的時數只有 18 周，每周只有 2 小時，對於教師之教學時間不是很足夠，因此，期盼未來可以執行 3 學分的課程，幫助學生更深度學習。

二、參考文獻 (References)

- Barrows, H. S. (2000). *Problem-Based Learning Applied to Medical Education*, Southern Illinois University Press, Springfield.
- Barrows, H. S., and Tamblyn, R. (1980). *Problem-Based Learning: An Approach to Medical Education*, Springer, New York.
- Conle (2003) · *An anatomy of narrative curricula*. *Educational Researcher*, 32(3), 3-15.
- Clandinin, D. J. (Ed.). (2007). *Handbook of narrative inquiry*. London, UK: Sage.
- Dale, E. (1969). *Audiovisual Methods in Teaching*. New York: Dryden Press.
- Dewey, J. (1916). (2007 edition) *Democracy and Education*, Teddington: echo Library.
- Dewey, J. (1938). *Experience and Education*, Macmillan, New York.

- Garforth, F. W. (1966) *John Dewey Selected Educational Writings*, London: Heinemann.
- Hmelo-Silver (2004). *Problem-Based Learning: What and How Do Students Learn?* Educational Psychology Review, Vol. 16, No.3, September.
- Hmelo, C. E., and Ferrari, M. (1997). *The Problem-based learning tutorial: Cultivating higher-order thinking skills*. J. Educ. Gifted 20: 401-422.
- Lauritzen and Jaeger, (1997). *Integrating Learning Through Story: The Narrative Curriculum* . Albany, NY: Delmar.
- Prince (1988). *A dictionary of narratology*. London, UK: University of Nebraska Press.
- Torp, L., and Sage, S. (2002). *Problems as Possibilities: Problem-Based Learning for K-12 Education*, 2nd edn., ASCD, Alexandria, VA.
- 林凱胤、余安順 (2011), 結合自學與數位化同儕教學策略促進護專學生電腦技能學習成效之研究. *Research and Development*, (60), 35-66。
- 徐靜嫻 (2006), 多元識讀與動畫敘事課程在國語文領域統整中的應用——一個國語文領域統整課程發展之經驗分享。師大學報:人文與社會類, 51 (1 & 2), 55-77。
- 簡良平(2012), 敘事課程界定與論述基礎之探究——提升學童語文識能的取徑, *教育研究集刊* 第五十八輯第二期, 1-36。
- 曾肇文 (2008), 一種敘事課程的建構與實施--以「生活領域」為例。新竹教育大學教育學報, 25 (1), 21-52。
- 楊雅筑、段曉林 (2015), 故事探究教材融入自然與生活科技課對學生參與表現與成就之影響, *科學教育學刊*, 第二十三卷第二期, 129-153, 臺北大學中文學報, 4, 1-34。
- 劉漢 (2008), 創意說故事後敘事模式的教學應用研究, 臺北大學中文學報, 4, 1-34。
- 未來流通研究所(2020), retrieve from: <https://www.nununi.com/taiwan-new-retail-mirai/>
- 吳嘉齡、溫柏菁、曾愛華(2016), 「做中學」課程之學生學習成效探討-以中華大學通識課程為例, 教育實驗、轉型與發展國際學術研討會。

三、附件 (Appendix)