

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：PBM1100991

學門專案分類/Division：商業與管理

執行期間/Funding Period：2021.08.01 – 2022.07.31

**素養導向行銷教學之行動研究-運用學思達與融入數位學習**

**An Action Research on Literacy-Oriented Marketing Teaching-Using Sharestart and  
Integrating Digital Learning**

(行銷管理/Marketing Management)

計畫主持人(Principal Investigator)：曾子耘

執行機構及系所(Institution/Department/Program)：逢甲大學/財稅學系

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): 2022 年 9 月 7 日

## 一、本文 Content

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

傳統教學，就是所謂的「講述法(lecture)」，其方式是教師講述，學生聽講。此種單向溝通的教學模式導致學生被動的學習習慣，較難維持學習者的注意力，也不易引起學習興趣與動機。從1990年代開始，許多教育機構嘗試反轉以老師為主講中心的教育，即所謂的「翻轉教室(flipped classroom)」，其精神乃是透過老師問題導向的指引，學生能自主學習，養成自學，思考及表達的能力，在評量學習成效上，採多元評量的方式。

108學年度我國國民教育施行新的課綱，其發展主軸是「素養」。核心素養是指一個人為適應現代生活和面對未來挑戰，應該具備的知識、能力和態度，著重培養學生在生活情境中，真實運用知識的學習表現。2020年COVID-19 疫情下，老師們開始嘗試線上教學，思考不同的教學模式。面對疫情下迫切的進修需求，Google也發表新的IT證書計畫，分別針對資料分析、專案管理及使用者經驗設計等三項領域。疫情打亂生活，促使新的生活形態產生，那麼教育應該也要有新思維。近年來永續發展的議題受到各方關注，不論在哪個角色，應該都要承擔永續發展的責任，大學也不能例外。大學社會責任之一，在於培育符合企業需求的人才，減少學用落差。

作者任教學校為國際商學院促進協會(Association to Advance Collegiate Schools of Business, AACSB)認證之學校，在本校行銷管理課程為商學院之統籌必修課程之一，這科被賦予提升學生的口語溝通能力的目標。作者透過課程觀察與學生學習成效的分析發現，行銷管理教學現場有兩個問題：學生學習興趣不足、學習成效不佳。

針對上述外部及內部背景，本研究以行動研究的精神，因應教學現場的問題提出教學改進方法，以素養導向教學模式進行教學設計，以期能呼應大環境的變化並解決在行銷管理教學現場的兩個問題，即提昇學生的學習興趣與學習成效。

### 2. 文獻探討 Literature Review

#### (一) 素養導向

所謂素養導向教學模式，學生是自主的學習者，老師的角色是引導者與協助者(吳璧純，2017)。簡而言之，以前教育目標是學知識，現在是要學素養！教師可以運用校內外資源，進行觀察、探究、實作等教學活動。運用測驗、觀察、問答及面談、檔案等多元評量的方式，重視學生在知識、能力、態度上，與實際生活的連結。配合108新課綱，升高中和大學考試也全面朝向素養導向評量改革，而大學教育在新課綱上路之後，也必須快速改革調整。

十二年國教強調培養以人為本的終身學習者，核心素養為課程發展之主軸，目前有關素養導向的研究，主要聚焦在十二年國教的範圍，探討不同領域素養導向的核心，如：藝術素養(黃祺惠、洪詠善，2020)、多元文化與文化際

(interculturalism) 素養 (王俊斌, 2020)、身體素養 (詹恩華等, 2020)。詹惠雪與黃日鴻 (2020) 則指出, 素養導向教育實踐的核心問題在於108課綱能否有效地藉由教師理解、詮釋到轉化成現場可行的課程。本教學實踐研究與現有文獻不同, 是以行銷管理課程為例的素養導向教學設計, 屬於高等教育商學領域。

## (二) 學思達

學思達教學法是由張輝誠老師所提出。根據學思達網站的定義, 學思達是一套完全針對學生學習所設計的教學法, 真正可以在課堂上長期而穩定、每一堂課都能訓練學生自「學」、閱讀、「思」考、討論、分析、歸納、表「達」、寫作等等綜合多元能力的教學法。透過教師的專業介入, 製作以問答題為導向、補充完整資料的講義、透過小組之間「既合作又競爭」的學習模式、將講台還給學生、讓老師轉換成主持人、引導者、課堂設計者, 讓學習權交還學生。每一堂課、每一種學科都以促進學生學習興趣、增強學生各種能力、訓練學生閱讀、思考、表達、寫作、判斷、分析、應用、創造等綜合能力為主 (張輝誠, 2014)。

近年來已有實證顯示, 學思達教學法帶來教學效益, 如: 提升學習動機與興趣 (丘愛鈴與黃寶億, 2019)、提升學習成效 (簡乃卉, 2019)、提升學生創造思考的能力 (王宏仁, 2021)。

## (三) 數位學習

定義及重要性: 行政院國家科學委員會在 2002「數位學習國家型科技計畫」中, 將數位學習定義為:「使用數位工具, 不論有線或無線網路取得數位教材, 在線上或離線狀態進行學習。」數位學習結合網際網路、無線通訊及行動載具等科技, 統整資訊和延展知識, 更因應學習方法與工具的改變, 提升了教育與學習的層面 (陳德懷、黃亮華, 2003)。數位學習的模式一般有: 同步學習 (synchronous)、非同步學習 (asynchronous)、自調獨立式學習 (self-paced independent study) 和教師引導式學習 (instructor-led)。整體而言, 採用數位學習的方式學習, 讓學生選擇合適的學習資源, 不僅能增加學生對於控制自身學習的能力與意願, 進而培養學生自主學習的能力, 提升自我效能 (張嘉倩, 2015), 並且在網路彈性的學習環境下 (時間、地點及空間不受限制), 會進一步對有工作或家庭的非傳統學生產生高度的學習吸引力。而大學採用數位課程的動機, 主要有資源公開易取用、即時滿足老師與學生的需求等, 同時學生的學習動機與成果之間有正向關係 (Piccoli et al., 2001)。

徐新逸與郭盈芝 (2021) 研究指出, 全球數位學習在技職教育的研究趨勢自1997年起明顯呈現3倍成長, 這顯示數位學習的普遍與重要; 2020年, 由於COVID-19疫情爆發, 教育機構為了讓學習不中斷改採遠距教學, 陳昭珍等 (2021) 即以臺師大為例, 探討 COVID-19下遠距教學的經驗。由於疫情還在持續中, 因此, 數位學習會是疫後學習的新常態。

Google數位學院: 提供多種免費線上課程, 協助參加者拓展業務或發展職涯。其中的數位行銷課程, 是透過經歐洲互動廣告局 (Interactive Advertising Bureau Europe, IAB Europe) 認可的免費課程, 共有 26 個主題, 長度為40小時, 課程由

Google培訓員設計，提供豐富的實用練習與真實範例，幫助學員學以致用。獲得認證表示學生擁有實在的數位技能且樂於主動學習，這兩者正是現今職場最看重的特質。

### 3.研究問題 Research Question

驗證本教學實踐計畫--以素養導向教學模式進行教學設計，運用學思達與融入數位學習的教學法是否能提昇學生學習行銷管理的學習興趣與學習成效。

### 4.研究設計與方法 Research Methodology

#### (一) 課程設計

本研究以素養導向的精神來進行設計，核心架構如圖1所示。在行銷管理的理論上，將傳統授課法改為「學思達」教學法，將教室的學習改為以學生為主的情境。「學」為自學：教師利用問題為導向的方法，導引學生自學，老師只是引導者。「思」為思考：磨練學生的思考能力。「達」為表達：決策著重溝通，透過多次團隊合作討論，同儕互評，以及上台報告來訓練溝通能力。學思達的教學流程與評分方式請見附錄三。此外，COVID-19 後疫情時代，數位學習成為新常態，本研究引入數位學習的外部資源結合授課課程，即引入Google學院數位行銷的課程，使學生學習的方式更加多元，學生能累積數位學習的經驗，最重要是培養終身學習的自學力。在行銷管理的實務應用上，因應授課學生財稅主修的特性，係聚焦於稅務單位的行銷問題，提升財稅學生學習行銷知識的興趣與動機。

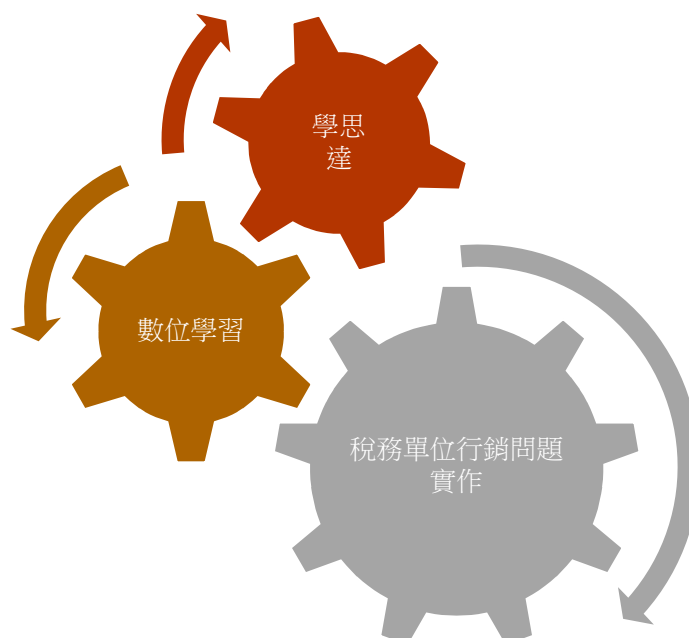


圖 1 本研究核心架構圖

財稅系學生在大三可參加國稅局實習 2 學分的課程；其中，國稅局總局設有服務科，其業務範疇包含：納稅服務業務、國稅稅政法令宣導業務、媒體公關事務。故同學實習時有機會運用行銷來進行租稅服務或租稅教育宣導。因此本研究將學生課程進行聯結（見圖 2），大一學生必修租稅概論，在大二同時修租稅法及行銷管理，大三則修租稅實習，透過行銷課程進行上下聯結，達到向下扎根（租稅概論知識更加精進），向上延伸（租稅實習做好準備）的效果，讓學生體驗將所學知識整合並提升到應用層級。

本研究具體做法係與稅務單位合作，由稅務單位命題，主題可為稅務服務、稅務知識等推動，讓學生將行銷知識結合租稅專長，一方面可更加深入了解稅務單位的稅務服務或知識，二方面可銜接將來租稅實習課程，以減少學用落差。本研究以落實素養導向式教學為方向，引導學生自學行銷知識，並將行銷知識與主修專長結合，提升至應用層級，藉此課程設計，期望能提升學生的學習興趣與學習成效。

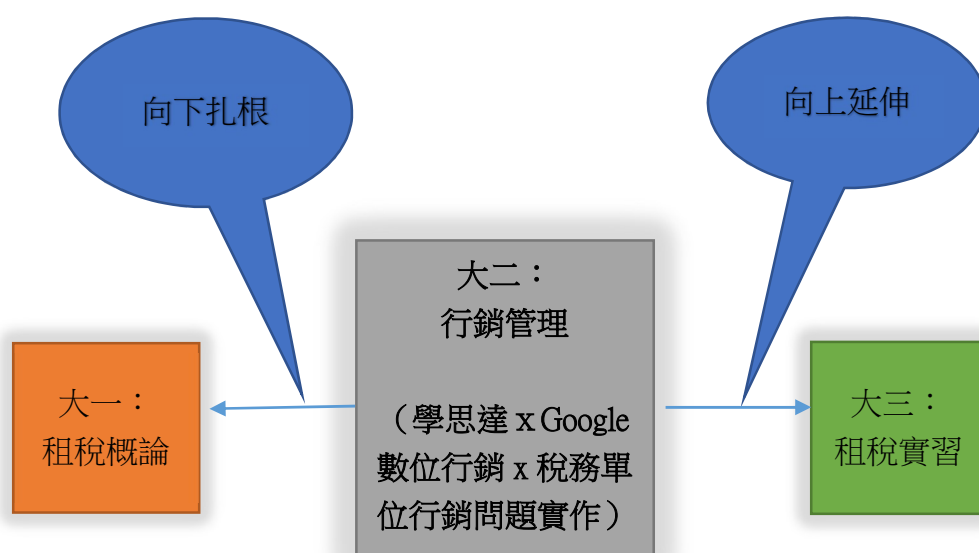


圖 2 本研究課程聯結圖

## (二) 研究方法

本研究以某大學財稅系二年級行銷管理修課同學共 54 人為樣本，採取量化分析法。在學習興趣方面，採用單組前後測設計 (one-group pretest-posttest design)，在實驗前先收集學生的學習興趣資料，實驗教學結束後，請同學重新填寫學習興趣量表，以瞭解實驗處理前後受試者反應變化的過程。在學習成效方面，由於學生之前沒有學過行銷管理，無法做學習成效的前測，故採用單組試驗研究 (one-shot case study)，即：受試者接受本教學實驗的處理，測量受試者學習成效後測的反應，以瞭解本教學實驗對學習成效之影響。

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

(一) 學習興趣：學習興趣量表及相關實證數據見附錄一。學習興趣前、後測總平均為 3.48 與 3.87；平均數差異達到 1%的顯著水準 ( $t$  值為 3.32),表示學生在經歷本教學法後學習興趣增加。

(二) 學習成效：學習成效量表及相關實證數據見附錄二。學習成效量表目的在於了解學生經歷本教學法後學習成效的自評，分為以下五部分：A.學思達教學法之學習成效、B.融入數位學習之學習成效、C.期末報告以為稅務單位的行銷問題進行實作之學習成效、D.在課程中學習所獲得的概念、知識及技術等的理解或吸收程度、E.從本次的課程學習經驗當中，學習者對於課程的綜合反應滿意度。五部分平均數分別為 3.82、3.93、4.07、4.09、4.22。其中，E 部分學習者對於課程的綜合反應滿意度的平均數最高。

(三) Google 數位行銷課程認證：Google 數位行銷課程有 26 個子單元，本研究課程設計係引入部分與本課程相關的單元，其餘則鼓勵同學利用課餘時間自學，並非強制。在學期結束時有 20 位同學取得 Google 基礎數位行銷資格認證，占修課人數 37%。

(四) 稅務單位行銷問題實作競賽：學生實作的行銷企劃共計 9 組成果，主題涵蓋手機報稅、國稅局 AI 智能文字客服、雲端發票及行動支付，報告內容提供給稅務單位推動業務之參考。

## 6.建議與省思 Recommendations and Reflections

本研究基於素養導向的精神，期望培養學生帶的走的能力，在課程設計上，結合學思達與數位學習，並考量授課學生的專業主修特性及必修課程，引入外部資源的學習模式，不僅提升學生的學習興趣與成效，也受到協同合作單位的認同與支持，因此，本研究達到預期的目標，教學設計理念可供教學者參考。在本教學研究中，數位學習係引入部分與本課程相關的單元，其餘單元則鼓勵同學利用課餘時間自學，並非強制，建議後續研究者可將數位課程改為強制並探討其成效。在學思達教學法的操作上，本研究針對小組討論的部分採加分鼓勵，但對部分小組而言誘因不大，後續研究者可設計一些能增加群體討論的機制。

## 二、參考文獻 References

- 王宏仁 (2021)。學思達教學法對學生創造思考能力之研究－以五專一年級國文為例。**高雄師大國文學報**，34，93-113。
- 王俊斌 (2020)。多元文化、文化際與後素養導向：能力取向觀點的批判性擴展。**課程與教學**，23(3)，1-27。
- 丘愛鈴、黃寶億 (2019)。學思並行、精彩表達：學思達教學法運用於國中公

- 民課程之個案研究。人文社會科學研究：教育類，13(3)，53-73。
- 吳壁純（2017）。素養導向教學之學習評量。臺灣教育評論月刊，6（3），30-34。
- 徐新逸、郭盈芝（2021）。數位學習在技職教育的研究現況及趨勢分析。教科書研究，14(3)，79-124。
- 張輝誠（2014）。學思達的理論與實務。中山女高學報，14，51-73。
- 張嘉倩（2015）。網路資源與自主學習：以理學院大一英文混合型教學為例。東吳外語學報，40，1-36。
- 陳昭珍、徐芝君、洪嘉馥、胡衍南（2021）。COVID-19 下臺師大的遠距教學經驗與省思。當代教育研究季刊，29(1)，1-23。
- 陳德懷、黃亮華（2003）。邁向數位學習社會。台北市：遠流。
- 黃祺惠、洪詠善（2020）。十二年國教藝術領域素養導向教材及教學模組之設計與發展。教科書研究，13(1)，1-33。
- 詹惠雪、黃日鴻（2020）。教師對素養導向課程設計的理解與實踐反思。課程與教學，23(3)，29-58。
- 詹恩華、關月清、掌慶維（2020）。十二年國教下身體素養核心概念的理解。課程與教學，23(3)，59-84。
- 簡乃卉（2019）。以學思達教學法應用於老人護理課程之實踐與成效。教學實踐與創新，2(2)，1-38。
- Piccoli, G., Ahmad, R., & Ives, B. (2001). Web-based virtual learning environments: A research framework and a preliminary assessment of effectiveness in basic IT skills training. *MIS Quarterly*, 25(4), 401-426.

### 三、附件 Appendix

#### 附錄一：學習興趣量表與實證結果

實驗前，先進行行銷管理學習興趣的施測，實驗後，就同一量表再次施測。本文學習興趣量表取自於曾子耘與陳耀添（2021）之研究，其學習興趣量表有進行完整的效度及信度檢測，故本文以其量表為依據，具有一定的效度與信度基礎。本研究針對有效問卷進行信度分析，前測及後測的Cronbach's Alpha值分別為0.785與0.871，顯示本研究學習興趣量表的信度高，值得信賴。學習興趣前測與後測的實證結果列示於附表1。學習興趣總平均，前測為3.48，後測為3.87，這表示學生在經歷本教學法後學習興趣有顯著增加（t值為3.320，達到1%的顯著水準）。

附表 1 行銷管理學習興趣量表與實證結果

| 題號 | 題目           | 前測           | 後測           | T值       |
|----|--------------|--------------|--------------|----------|
|    |              | 平均數<br>(標準差) | 平均數<br>(標準差) |          |
| 1  | 我一直都對行銷管理有興趣 | 2.96(0.72)   | 3.45(0.55)   | 3.173*** |

|    |                            |            |            |          |
|----|----------------------------|------------|------------|----------|
| 2  | 我覺得把行銷管理學好是一件重要的事          | 3.65(0.84) | 4.07(0.63) | 2.163**  |
| 3  | 我學行銷管理是因為行銷管理對自己的就業有幫助     | 3.61(0.85) | 4.09(0.72) | 2.385**  |
| 4  | 我學行銷管理是因為行銷管理是商學院的必修課      | 3.88(0.99) | 3.95(0.73) | 0.301    |
| 5  | 學會新的行銷管理知識對我來說是件很棒的事       | 3.69(0.73) | 4.11(0.67) | 2.458**  |
| 6  | 我會努力把握學習行銷管理的機會            | 3.76(0.66) | 3.97(0.71) | 1.229    |
| 7  | 生活中，我會注意到和行銷有關的事物，如：推廣、廣告… | 3.57(0.70) | 4.07(0.63) | 2.983*** |
| 8  | 我認為行銷管理是商學院學生必須要學習的課程      | 3.69(0.92) | 3.92(0.67) | 1.126    |
| 9  | 我對閱讀行銷管理書籍有興趣              | 3.00(0.74) | 3.47(0.67) | 2.720*** |
| 10 | 如果可以不用上行銷管理課，我會很高興         | 3.03(1.03) | 3.61(0.76) | 2.650**  |
|    | 總平均                        | 3.48(0.48) | 3.87(0.46) | 3.320*** |

註：1.以最同意5分/最不同意1分作答。2.第10為反向題，將5分調整為1分，以此類推。3.\*\*、\*\*\*分別表示達到5%與1%的顯著水準。4. 本量表取自於：曾子耘、陳耀添（2021），學思達plus設計思考教學法於行銷管理教育之教學行動研究，高等教育研究紀要，14期，29-52。



## 附錄二：學習成效量表與實證結果

學習成效量表目的在於了解學生經歷本教學法後學習成效的自評，分為以下五部分：A.學思達教學法之學習成效、B.融入數位學習之學習成效、C.期末報告以為稅務單位的行銷問題進行實作之學習成效、D.在課程中學習所獲得的概念、知識及技術等的理解或吸收程度、E.從本次的課程學習經驗當中，學習者對於課程的綜合反應滿意度。學習成效量表 Cronbach's Alpha 值為 0.976，五部分 Cronbach's Alpha 值分別為 0.943、0.937、0.943、0.959、0.928，顯見學生學習成效評估問卷的信度相當高，值得信賴。學習成效的實證結果列示於附表 2。五部分平均數分別為 3.82、3.93、4.07、4.09、4.22。其中，E 部分學習者對於課程的綜合反應滿意度的平均最高。

### 附表 2 行銷管理學習成效量表與實證結果

#### A.學思達教學法之學習成效

| 題號 | 題目                        | 平均數  | 標準差  |
|----|---------------------------|------|------|
| 1  | 學思達教學法讓我更容易學到相關的背景知識      | 3.93 | 0.53 |
| 2  | 學思達教學法讓我對課程的學習更有自信        | 3.84 | 0.59 |
| 3  | 學思達教學法讓我比以前更主動積極的在課前花時間預習 | 3.60 | 0.74 |
| 4  | 學思達教學法讓我的思考能力比以前更好        | 3.91 | 0.69 |
| 5  | 學思達教學法讓我的學習更有效率           | 3.95 | 0.75 |
| 6  | 學思達教學法讓我的學習表達能力比以往更好      | 3.97 | 0.64 |
| 7  | 學思達教學法讓我與同學的互動技巧比以往更好     | 3.76 | 0.79 |
| 8  | 學思達教學法讓我比以前的成績更進步         | 3.54 | 0.68 |
| 9  | 學思達教學法讓我有更強的動機想把課程學好      | 3.63 | 0.71 |
| 10 | 學思達教學法讓我比以前更喜歡學習          | 3.54 | 0.78 |
| 11 | 學思達教學法讓我在上課時較專心           | 3.97 | 0.90 |
| 12 | 學思達教學法要回答提問單讓我對課程內容更加深印象  | 4.19 | 0.68 |
|    | 總平均                       | 3.82 | 0.56 |

#### B.融入數位學習之學習成效

| 題號 | 題目                              | 平均數  | 標準差  |
|----|---------------------------------|------|------|
| 1  | 融入google數位行銷學習讓我延伸學習相關的行銷知識     | 4.06 | 0.71 |
| 2  | 融入google數位行銷學習讓我認知在課外時間也能彈性自主學習 | 4.04 | 0.66 |
| 3  | 融入google數位行銷學習讓我有更強的動機想把行銷課程學好  | 3.84 | 0.75 |
| 4  | 融入google數位行銷學習讓我比以前更喜歡學習行銷知識    | 3.78 | 0.81 |

|   |                                    |      |      |
|---|------------------------------------|------|------|
| 5 | 融入 google 數位行銷學習讓我對本身的自學能力更具自信心    | 3.89 | 0.70 |
| 6 | 融入google數位行銷學習的經驗讓我將來也能嘗試其他的線上自主學習 | 4.00 | 0.69 |
|   | 總平均                                | 3.93 | 0.63 |

C.期末報告以為稅務單位的行銷問題進行實作之學習成效

| 題號 | 題目                                     | 平均數  | 標準差  |
|----|--|------|------|
| 1  | 以為稅務單位的行銷問題進行實作讓我將行銷知識運用在稅務單位，將理論與實務結合 | 4.06 | 0.85 |
| 2  | 以為稅務單位的行銷問題進行實作讓我認知稅務單位也需要行銷知識         | 4.26 | 0.74 |
| 3  | 以為稅務單位的行銷問題進行實作讓我更了解稅務知識與租稅服務          | 4.15 | 0.78 |
| 4  | 以為稅務單位的行銷問題進行實作讓我更具自信心                 | 3.82 | 0.85 |
| 5  | 以為稅務單位的行銷問題進行實作讓我感覺有趣                  | 3.89 | 0.84 |
| 6  | 以為稅務單位的行銷問題進行實作讓我感覺有挑戰                 | 4.23 | 0.73 |
|    | 總平均                                    | 4.07 | 0.71 |

D.在課程中學習所獲得的概念、知識及技術等的理解或吸收程度

| 題號 | 題目                                 | 平均數  | 標準差  |
|----|------------------------------------|------|------|
| 1  | 從本次的課程學習經驗當中，我有學到如何與同學進行資訊分享與整合    | 4.10 | 0.70 |
| 2  | 從本次的課程學習經驗當中，我有學到如何進行團隊合作          | 4.28 | 0.65 |
| 3  | 從本次的課程學習經驗當中，我有學到如何與團隊夥伴進行溝通       | 4.21 | 0.62 |
| 4  | 從本次的課程學習經驗當中，我有學到如何跨領域結合(行銷X稅務)    | 4.10 | 0.70 |
| 5  | 從本次的課程學習經驗當中，我有學到如何對議題需求進行探究       | 4.17 | 0.73 |
| 6  | 從本次的課程學習經驗當中，我有學到如何進行行銷環境分析        | 4.08 | 0.63 |
| 7  | 從本次的課程學習經驗當中，我有學到如何進行行銷目標擬定與提出行銷方案 | 4.06 | 0.67 |
| 8  | 從本次的課程學習經驗當中，我有學到如何完成一個完整的行銷企劃     | 3.91 | 0.69 |
| 9  | 從本次的課程學習經驗當中，我有學到如何實踐「做中學」的創客精神    | 3.89 | 0.73 |
| 10 | 從本次的課程學習經驗當中，我有學到如何發覺生活問題並         | 4.06 | 0.67 |

|  |              |      |      |
|--|--------------|------|------|
|  | 進行改善的創意與實踐能力 |      |      |
|  | 總平均          | 4.09 | 0.59 |

E.從本次的課程學習經驗當中，學習者對於課程的綜合反應滿意度

| 題號 | 題目                        | 平均數  | 標準差  |
|----|---------------------------|------|------|
| 1  | 從本次的課程學習經驗當中，整體而言對我是有幫助的  | 4.22 | 0.62 |
| 2  | 從本次的課程學習經驗當中，學習內容皆符合課程的主題 | 4.28 | 0.62 |
| 3  | 從本次的課程學習經驗當中，教師教學內容皆具有啟發性 | 4.15 | 0.66 |
|    | 總平均                       | 4.22 | 0.59 |

註：1.以最同意5分/最不同意1分作答。

### 附錄三：學思達教學法的教學流程與評分方式

|      |   |
|------|---|
| 教學流程 | <p>(1)全班授課：每一節課的前5分鐘由教師簡述當節課所要介紹之內容、回顧上一節課學到的觀念，接著進入分組學習。</p> <p>(2)分組學習：將學思達的提問單開放給同學，每位同學填寫提問單，進行自學，有問題時可與同組同學討論，時間依問題不同，每次大約10分鐘。</p> <p>(3)小組分享：提問單回答完後，教師抽取兩組成員各一人，上台發表討論的答案。為了激發團隊合作之精神，組員上台報告遇到答不出來的狀況，同組的組員可以支援回答，如此可以分散當抽到程度較低同學的競賽及學習壓力。</p> <p>(4)同儕互評及教師評分：上台發表時教師不直接給予正確解答而請同學給分，評分的工作全班同學共同參與才能確保同學能夠專心聽講。教師也同時評分。</p> <p>(5)表揚：分組討論當中，教師可觀察分組討論的認真程度並予以表揚。</p> <p>註：一堂課大約重複執行3-4次討論、發表的流程。</p> |
| 評分方式 | <p>(a)個人評分：學思達教學提問單之作答記錄（學期成績之20%）</p> <p>(b)小組評分：學思達小組競賽分數（學期成績之5%）：學思達教學法要的是學生既能競爭也可合作的氣氛，也期盼學生能有發表的能力，以同儕互評及教師評分的平均來加以計算。</p>  |

備註：本教學實踐研究計畫成果已發表：

素養導向行銷管理教學之實踐-運用學思達與融入數位學習，教育研究與實踐學刊，2022，69(1)期，1-14。