

國立東華大學教學卓越中心
109-2 三創課程成果報告書


計畫主持人：陳怡廷

單位：國際企業學系

目錄

壹、109-2 成果報告確認-----	p.3
貳、執行成果總報告-----	pp.4-7
參、附件一(活動紀錄表)-----	p.8

**國立東華大學-三創課程
109-2 執行成果報告書確認表**

課程/學程名稱：顧客關係管理與行銷		
授課教師：陳怡廷		
服務單位：國際企業學系／副教授		
班級人數：24		
勾選	繳交項目	說明內容
<input checked="" type="checkbox"/>	本確認表	請確實填報，以俾利核對
<input checked="" type="checkbox"/>	執行成果總報告表-電子檔 (Word)	字型：標楷體 (中文)； Times New Roman (英文) 行距：單行間距 字體大小：12 號字
<input checked="" type="checkbox"/>	活動記錄表	當期程全部活動紀錄，如講座、參訪、期末成發展等
<input checked="" type="checkbox"/>	本年度活動照片	課程完整照片、影片、學生企劃作品皆上傳雲端如下： 連結： https://reurl.cc/eEX2lx 

三創課程-執行成果總報告

一、課程內容特色

本課程目標在培養學生具備消費市場調查、顧客資訊建置與處理分析的能力，並使用數位媒體進行顧客管理溝通與銷售，帶領學生從什麼是有用的資料(data)，到資料如何變成資訊(information)，並轉換成具有商業開發和創新價值的情報(intelligence)。

課程中講授顧客關係管理、市場調查方法等基礎知識外，以容易取得的網路開放資料庫及 excel 軟體為學習資源與應用工具，讓非資訊工程背景的學生能利用簡單工具處理商業數據的同時，培養資訊分析的思維與行銷管理應用的能力。

此外，為了強化學生實作與應用能力，本課程歷年來結合產學合作，邀請跨國企業或是在地產業的業者加入課程，由業者提出企劃需求，由學生應用課程所學，包含資料收集與分析、洞察問題與機會、規劃解決策略等，提出企劃方案，向業者進行提案簡報。

二、特殊創意/活動規劃

課程中結合「設計思考」與「探索式教學」模式。為了讓學生能熟悉和善用設計思考模式，發想與具體規劃企劃內容。按照探索式教學進程規劃以下三個階段協助學生學習：

第一階段「暖身期」：透過個人作業，讓每位學生先熟悉產學合作的議題，並且收集相關資料。而後進行分組討論交流，讓每位學生將個人作業的觀察與發現，與組員交流、歸納意見，最後小組成員共同決定執行製作的方向。

第二階段「籌備期」：指定數次的分組作業，有市場資料收集，包含二級資料的整理與歸納、一級資料的調查設計與分析等，以及使用「同理心地圖(Empathy Map)」將調查顧客的過程視覺化，透過圖示和流程步驟，說明如何從顧客消費經驗的「看到什麼、聽到什麼、說了什麼、做了什麼」，得知其想法與感受，並藉此推知顧客的痛點(Pains)或期待(Gains)。

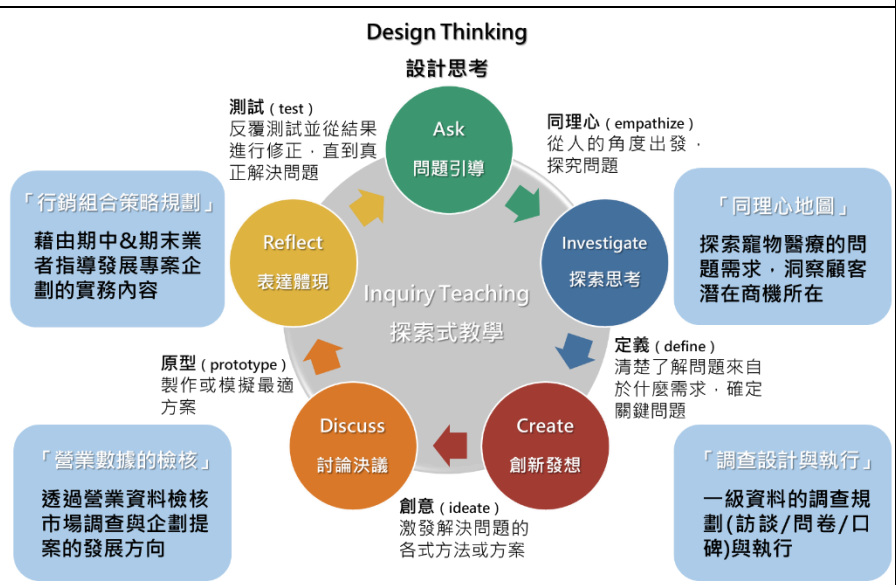
此外，由學生自行與業者接洽，安排企業參訪活動，讓學生從產業內部了解實際的經營運作。另外，在實際場域中學生也可以針對問題，直接提問並獲得業者說明回饋，讓學生更清楚了解實務現場的真實情況。

第三階段「製作期」：針對上述目標客群的需求洞察與現實場域的參訪活動，學生可以更清楚明確掌握待解決問題或可開發機會，並規劃相關的企劃方案且實際製作相關方案作品。

三、教學策略/教學方法

「設計思考」和「探索式教學模式」的各階段要點在本課程體驗活動與報告課題的關聯如右圖所示：

- 五色圓環為「探索式教學模式」。綠色與藍色為上述第一階段「暖身期」、紅色與橘色為第二階段「籌備期」、黃色為第三階段「製作期」。
- 圓環外的「同理心」、「定義」、「創意」、「原型」、「測試」為設計思考模組，配合上述探索式教學策略，培養學生解決問題的思考邏輯。
- 圓環兩側的藍色區塊則是配合教學策略所安排的學生個人作業與分組討論，讓學生內化各個階段的學習內容。



四、課程/學程相關產業分析

本課程每年藉由不同產學合作提升學生處理實務課題的能力。去年與日本南海鐵道合作的經驗發現，跨國合作雖然對課程加值，但學生對於難以有深度接觸與理解，如難有實地訪查、與業者頻繁交流互動的機會、難有充足海外二級資料作參考，因此常缺乏具執行性、創新性的企劃內容，淪為紙上談兵。

本次課程與在地業者「高橋寵物醫院」合作。近年來臺灣寵物飼養人口不斷上升，有些人更是將寵物視為自己的家人，除了定期去寵物醫院進行健康檢查外，還會送至美容院給寵物最好的照顧。根據財政部於 2020 年統計，至當年底寵物相關產業已達到 7,207 家，銷售額首度突破 300 億元，達到 309.8 億元，顯示寵物市場商機龐大。此外在寵物保健醫療部分，根據統計調查，市場已接近 220 億元，花蓮動物保健醫療市場趨近 4 億 7 千 2 百萬元，佔全台 21.5%。因應這個趨勢與商機，本課程希望連結在地寵物醫療相關業者，期許創造更多連結並有更頻繁的互動交流，在一、二級資料較容易收集或進行市場調查的情形下，可以落實培育和提升學生多元統合的專案管理能力。

而經過這學期的產學合作發現，確實在地業者因地利之便，與學生有頻繁的互動；業者來校內進行講座 1 次、期中/期末進行企劃指導審查 2 次。而學生也因地利之便，容易實地考察，5 組學生各別參訪 1 次(共計 5 次)。除此之外，有 2 組同學在期末報告之前，就有相關企劃試作的產出，實際投入業者端進行測試。其產學合作的實際效益相較於前次課程的國際產學合作更具有良好的成果。

五、整體活動執行成果效益

■ 質性指標成效

1. 課程融入設計思考與探索式教學，教師能有階段性、系統性安排課程活動與學習課題。
2. 與在地產業進行合作，提供學生實務企劃操作的學習場域，縮短學用落差，達到學用銜接的效果。
3. 課程習作包含市場調查、數據分析、企劃撰寫等，可培養學生分析與應用的邏輯思維能力。
4. 期中/期末報告形式模擬業界企劃提案，學生直接面對業者進行簡報，可訓練及強化學生提案技巧。
5. 課程鼓勵學生產出具體的企劃成品，其成果可作為學生求職/升學的履歷作品，提高就業/升學競爭力。

■ 量性指標成效

1. 舉辦寵物醫療實務講座 1 場，提升學生對新興寵物醫療產業的認識與了解。
2. 企業參訪共 5 次。學生自發性與業者聯繫參訪事宜，提升學生接洽客戶、訪談溝通的互動能力。
3. 完成市場調查，包含網路口碑分析、問卷調查等，共 5 式。
4. 舉辦正式企劃提案 1 場，參加人數為 26 人，學生可獲得面對客戶提案的經驗。
5. 實務企劃提案書，共 5 式。其中有具體產生的作品，包含官方網頁、LINE 線上服務系統各 1 式。

六、多元評量尺規

個人成績占 35%		分組成績占 65%	
出缺席	5%	3 次分組討論作業	15%
課堂提問與互動	15%	期中書面&口頭報告	25%
3 次個人作業	15%	(教師占 10%;同儕互評占 5%;專家占 10%)	
		期末報告書面&口頭報告	25%
		(教師占 10%;同儕互評占 5%;專家占 10%)	

七、學生整體意見與回饋 (整體活動滿意度、文字意見回饋等)

根據四項主要教學評量項目之教學策略 (M=4.2750)、教材準備 (M=4.6806)、師生互動 (M=4.4167)、評量方法 (M=4.1771)發現：

1. 評量方法(M=4.1771)的學生滿意度最差。進一步深入了解各評量細項得知，學生對於課程【不同意】之項目(人數)，有教師清楚說明評量方式(1位)、評量內容能反映學生學習情形(2位)、評量標準一致(2位)。
檢討其原因，因本課程主要以企劃報告、分組討論為主，加上個人作業均為申論或應用題，皆無一定標準答案。而教師評分也僅以總分為準，未制定各項學習能力的衡量指標提供學生了解。從三創期中教學評量回饋得知學生反應，已於本次期末報告制定各項評分指標，包含：業主需求/缺口與企劃的關聯、目標對象與企劃的連結、企劃內容規劃與設計、效益評估與預算編列、資料引用/調查與應用等五項，立即回應修正。
2. 教學策略 (M=4.2750)的學生滿意度為次低。深入了解各評量細項得知，學生對於課程【不同意】之項目(人數)，有能引起學生學習動機(2位)。檢討質性回饋內容也未有明確資訊，較難推斷其原因。從該項目選擇【普通】(2位)、【同意】(9位)與【非常同意】(11位)來看，僅能推測這兩位學生學習動機與本課程不符。
3. 師生互動 (M=4.4167) 的學生滿意度為第三低。深入了解各評量細項得知，學生對於課程【不同意】之項目(人數)，有一項為接納學生意見(1位)。檢討質性回饋內容也未有明確資訊。從該項目選擇【普通】(3位)、【同意】(8位)與【非常同意】(12位)來看，也難推測其原因。但從另一【不同意】之項目_有耐心回應學生問題(1位)，該項目選擇【普通】(2位)、【同意】(6位)與【非常同意】(15位)來看，有可能教師與這位同學互動時，其方式或作法讓這位同學不滿意。未來盡可能在合理情況下再加強互動方式。

另外，從其他具有建樹的回饋中得知，學生希望在課堂上多一些提問與討論，強化企劃應用的能力，尤其是學與做的銜接需要更多案例套用理論才能更得心應手。這是未來課程會進一步修正的重要項目之一。

八、檢討與建議

除了上述從期中教學評量得知的學生意見進行檢討修正之外，本次課程也發現產學合作部分，業者的深入參與對學生投入報告有正向影響。本次課程與在地業者高橋寵物醫院進行合作，因是在地產業有地利之便，加上由醫院院長多次親自參與，包含進行1次寵物醫療產業現況講座，期中與期末報告分別蒞臨課堂，從業者角度提供學生回饋，讓學生了解在實務企劃上如何因應業者問題和需求之外，也多次讓不同組別的學生到寵物醫院進行資料收集與訪談。也因此相較於過往產學合作的成果，這次產學有更具體的成品產出，包含官方網頁1式、LINE線上服務系統1式。

經過這次經驗更明確產學合作的幾個建議：

1. 相較於知名企業合作，與在地產業且願意投入課程的業者合作，其學習成效更佳。
2. 課程中的作業與討論，乃至講授案例，盡可能與該產業連結，強化學生對該產業的認知。

九、與本課程相關成果報導、競賽獲獎或研討會發表

無。

十、活動精彩剪影 (請檢附二至四張活動照片，並予以簡述)



產業實務講座 Q&A



講座會後大合照



期中小組企劃方案發想簡報



業者針對方案發想回饋

因疫情影響，後期課程活動皆以線上為主。附上期末線上企劃提案各組報告影片連結：

<https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1vmfVJjVzNf1uuBLv9uMjpr4EbwUI6lsN>

附件一

活動紀錄表一

活動主題	高橋動物醫院介紹與寵物醫療現況
活動時間	_2021_年_3_月_17_日 _9_時_00_分 至 _12_時_00_分
活動地點	管理學院 A115 教室
主講人	殷宏源 院長
參與人數	27 人
活動內容與預期助益	<p>寵物醫療非一般消費性產品與服務，學生較難熟悉與理解該產業的現況與問題，因此藉由講座，讓學生盡可能了解寵物醫療與一般消費性服務的差別，藉此逐步深入本次課程的產學合作課題。本次講座內容要點如下：</p> <ol style="list-style-type: none">1. 公司經營目標與定位2. 組織結構3. 市場現況4. 營銷問題與瓶頸5. 預期開發方案的方向
活動回饋與成效	<p>根據期末企劃提案成果有兩項具體成品的產出，除了講座中業者深度剖析經營的真實情況，並具體說明對學生企劃發展的需求與期待之外，學期之間也多次提供學生參訪與業者訪談的機會，並從中提供顧客飼主的調查協助。</p>
活動剪影	
<p>相關照片同前頁，其他照片可點閱連結參照： https://drive.google.com/drive/u/0/folders/18HZ2a65I0V-yy_2KLbpU9PwmELgj9n-o</p>	