

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：PBM1121269

學門專業分類/Division：商業及管理

計畫年度：112 年度一年期 111 年度多年期

執行期間/Funding Period：2023.08.01 – 2024.07.31



應用雙鑽石模式設計休閒事業行銷管理課程教學法之研究

休閒事業行銷管理

計畫主持人(Principal Investigator)：黃宗誠

協同主持人(Co-Principal Investigator)：

執行機構及系所(Institution/Department/Program)：嘉南藥理大學/休閒保健
管理系(含碩士班)

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 10 日

應用雙鑽石模式設計休閒事業行銷管理課程教學法之研究

一、本文 (Content)

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

2016 年台灣服務業就業人口數占總就業人數比重達 59.17%，顯示服務業已成為我國經濟活動主體，隨著現代服務業研發投入不斷增大，技術創新對於服務業推動作用日益明顯，商業創新模式成為現代服務業企業競爭力的重要體現，雖然服務創新重要性已日漸為企業重視，然而教學現場卻少有培養服務創新人才之系統性課程(吳金山，2019)，就行銷管理類的課程而言，亦具有前揭類似情形，傳統行銷管理類之課程教學，囿於基礎理論紮根的重要性，故多以課堂講解為首要，位於說明授課過程，寫置重點於多重細節關係之闡述，例如 SWOT 分析之內、外部關係對應；與波特五力分析、歸因理論及 BCG 矩陣之整合性；TOWS 矩陣形成之策略屬性；STP 市場與對象區隔；以及 4P 策略的配適性等，

學生往往在上述繁複之教學理論下，導致學習動機及成效明顯下降，此方面的負面衝擊影響，在現今無論公、私與非營利部門，乃至國家、地方與社區，皆重視行銷方法與效率之高度競爭環境，自然不利於行銷管理類課程之教學與成效提升，基於此，故形成本研究之動機，主為針對行銷管理課程，基於教學現場實務觀點，並且結合適切之相關教育理論，嘗試由傳統教學所面臨之學習困境角度切入，掌握課程傳授實質面臨的空虛難點，建構得以循序漸進與突顯重點，並結合實作導向之行銷管理課程架構，進而得以制定明確之課程教學面向與策略，確實將傳統教學強調之核心內涵，型態融入創新創意的教育精神，如此應能增進學生課程學習興趣，提升行銷人才培育績效，

本研究依據研究動機，歸納主要研究目的在於改善傳統教學，因理論體系所形成之學習負荷，確實提高學生整體課程學習興趣，並且應用適切理論規劃課程特色，課程內涵含括實務性質之主要訓練重點，透過計畫性選定之實作場域，輔以現地觀察紀錄，融會提出課程全般學習成果，同時培養學生書面及口頭闡述發表能力，務使不同課程單元緊密結合，創造理論與實務銜接之教學實效，

2. 研究問題 (Research Question)

本研究主題係透過「休閒事業行銷管理」課程，以學生學習為核心考量，經由創新課程教學方案為基礎，結合教學法設計與改善學習評量架構，達到提升教學品質之目的，有關學生學習層面，乃置重點於建立系統性完整的課程單元，以傳統教學理論基礎結合設計優良教學模式，導引學生按部就班學習行銷管理所應具備之學科專長，本研究問題意識之形成，乃係基於目前之行銷管理課程，對於指導學生正確認識 SWOT 分析、STP 分析與 4P 策略方

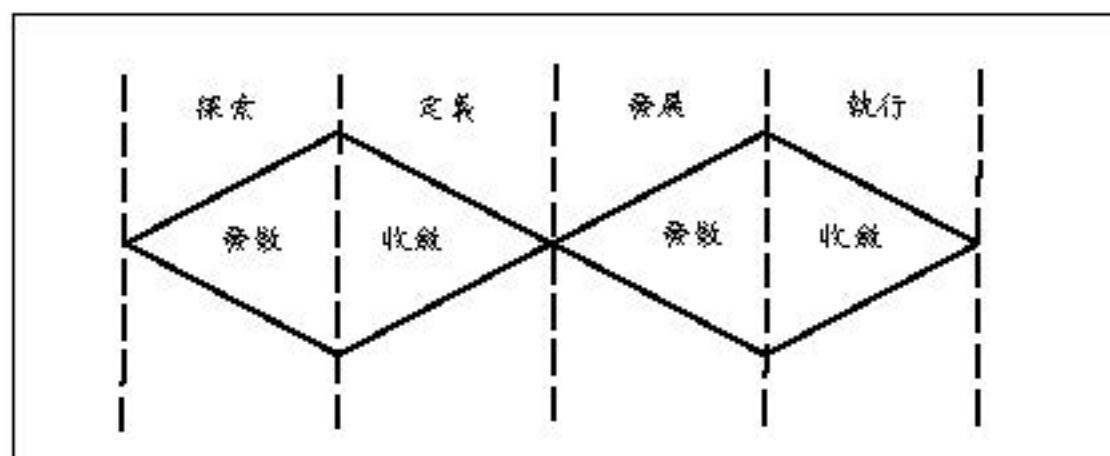
面，經常需耗費諸多教學時間，惟學者無論於個單元學習，乃至系統性綜合串聯分析方面，較難以達到對等回應期待之教學成效，因於課程進度之實際編排需要，以及傳統課程較為缺乏結合相關休閒產業，提供共同實施行銷管理教學實作場域之情形，因此有必要透過良好之教學設計方法，具體提升行銷管理的教學時效，基於此，故形成本研究藉由雙鑽石模式，詳細完整設計整合傳統教學基礎理論訓練，以及連結休閒產業實作場域，培養學生透過實務層面，發展與執行創新行銷策略之構思，歸納研究問題如下：

- (1)掌握傳統休閒事業行銷管理課程可再改善強化性，
- (2)增進休閒事業行銷管理課程修課學生學習動力之效能性，
- (3)導入相關休閒產業共同教學，結合實作場域實施行銷管理教學之可行性，
- (4)規劃相關休閒產業行銷專業業師，協同教學之教學成效改善提升性，
- (5)推展學生休閒事業行銷創新企劃成果之觀摩性，
- (6)確認休閒事業行銷管理創新企劃成果，回饋事業機構運用程度之貢獻性，

3.文獻探討 (Literature Review)

教學方法為實現教學目標與質量保證之重要手段，傳統管理教育或許過於著重講授與知識積累，學生因而被動學習情形較為頻繁，缺乏創造性思考與反省等重要能力，故確有必要深尋更加有效之教學方法(黃賀、馬國昌、黃世政，2013)，過去或認精研教學方法，將能促使教學目標更為明確，教學過程相形得以更為活潑，教學效果則能益發落實(張若霖，2007)，近年來，設計思考應用領域逐漸廣泛，設計思考應用於社會領域 (design thinking on social sector) 成為史丹福大學設計學院(D. School)之一項全面推廣重點，教育部近年亦開始以設計思考為方法論，推動「T型人材首圖計畫」(邱奕儒、謝婉華，2020)，由此可知將設計思考融入課程之作法，確實確有相當程度之重要性，雙鑽石模式 (Double Diamond Model) 即為得以強化相關課程教育成果之有效模式，

雙鑽石模式由英國 Design Council 提出(Design Council, 2015)，將服務設計流程區分為探索(discover)、定義(define)、發展(develop)與執行(deliver)等4階段迴圈，且為發散(divergent)及收斂(convergent)循環過程，如圖1，探索階段，運用使用者旅程地圖、市場調查、用戶研究等工具，確認問題、需求與機會，定義階段，針對前階段探索結果分析，以定義能提供的服務與活動，運用方法包含 Persona、腦力激盪與設計概要等，發展階段，主導開發設計及解決方案，並在企業內部進行測試，運用方法包含服務藍圖、離型製作與商業模式設計，執行階段，將產品或服務推至市場，建立使用評價與回饋機制，根據回饋進行產品與服務修正，透過同時考量利益關係人需求與企業能量及可行性，從探索過程創造一種讓客戶想用、好用與可用的新產品或新服務(萬象、林好荷、王亦璋、蔡麗敏、吳念祖，2015)，



資料來源：Design Council, 2015

圖 1 雙鑽石模式

藉由以上雙鑽石模式之理念精神，得以應用於課程設計方面，過去亦獲致諸多良好成果，盧麗淑(2018)以雙鑽石模式 4D 服務設計方法流程，作為教學核心基礎，將農鄉文創設計課程劃分為問題探索與定義、設計發想、發展執行與設計實作執行等階段，並進行各階段之發散與收斂，逐漸完善學生各面向之作品，思考使用情境、視覺外觀、機構裝置等部分，並透過數次提報與指導建議進行修正，達到既定課程目標，Hu 與 Lu(2019)採雙鑽石模式，整合跨領域專家學者，進行農業行銷課程設計，並且提出農業行銷創新教學方法，吳金山(2019)以服務創新課程為對象，採用服務設計雙鑽石模式，指導學生循序漸進產生智慧校園服務創新提案，服務設計過程使用不同創意技巧產生點子數量，作為評估團隊表現指標，具體衡量學生創造力人格特質，並瞭解與產出之關聯性，胡惠君(2018)以雙鑽石模式設計農鄉服務課程，成功引導學生具備發現與解決問題的能力，進而提出創新服務設計方案，社區居民亦充分感受年輕學子，在執行過程的活潑創意與存在價值，Clune 與 Lockrey(2014)則利用雙鑽石模式，設計環境永續發展策略，可視為延伸至生態設計之應用過程，所得結果有助於減少企業對於環境造成之影響，

在其他相關的教學方法設計與創新方面，邱奕儒等(2020)基於大學端缺乏聯結農村現場之系統性設計課程，以協助解決問題，故採史丹福大學設計學院發展系統，選擇農村議題課程為對象，將課程設計濃縮為「同理」、「澄清」、「發想」、「原型」與「測試」五大步驟，並以「可行性」、「需求性」及「延續性」三大原則驗證獲得良好學習成果，柯承恩(2009)指出個案教學成為國內大學院校，商管學院積極推動之教學法，由經驗學習、參與式學習以及隱喻學習三個方面著手，將有助於發展具有創意之教學方法與風格，蔡美惠及陳麗宇(2011)利用數位製作泥成教學法，將服務學習與數位製作教學設計應用於國文教學，滿足具有網路原生代特徵之大專院校學生之學習需求，此外，適切之教學設計將可減少教師與學生之障礙，共同開創有意義之學習旅程(Huq 與 Gilbert, 2017)。

綜合上述文獻回顧可以理解，先前研究肯定教學方法重要性，亦重視教學方法創新性，在整合跨領域師資與專家，進行教學方法革新方面，亦有諸多成果，至於教學方法設計階段，亦突顯其能稱職扮演建立課程架構的應用角色，特別是雙鑽石模式對於教學方法設計之貢獻，得由過去成果加以證實，由此可知，本研究採用雙鑽石模式，實施休閒事業行銷管理課程之教學方法設計，應能滿足解決研究問題之需求能力，獲得具體良好的分析探討成果。

4.教學設計與規劃 (Teaching Planning)

茲將教學目標與方法、各週課程進度與教學場域、成績考檢方式、採用學習成效評量工具等，分別說明如下：

(1)教學目標與方法

本研究以休閒事業行銷管理課程進行教學，依據 112 學年度日間部課程科目表規範，授課對象為休閒保健管理系，日間部四年制二年級下學期學生，學分數 2 學分，學時數 3 小時，本研究教學目標在於培養學生，瞭解休閒產業行銷管理面向之重點，並以結合實作場域行銷企劃書製作之訓練方式，強化本課程教育成效，在課程內容方面，首先將說明休閒產業領域與範疇、現行發展及未來方向等概況，其次則區分不同之行銷管理單元分別加以介紹，主要包括行銷環境分析、市場區隔、目標市場與市場定位分析、4P 策略制定等課題，接續連接實作場域現況，延伸對照本研究配合休閒產業(橋頭糖場)之行銷管理實況，進行理論結合實務性質之教學，最後由學生以實作場域(橋頭糖場)特定主題，結合授課內容完成行銷企劃書製作，企劃書撰寫格式，參附件 1，在企劃書的製作過程方面，係採團隊分工、業師協同與專家座談等方式進行多元互動教學，俾有效獲得教學實效。

有關教學實作場域方面，經依本課程教學目標檢視實作對象，選定結合橋頭糖場作為本研究教學合作產業，應可提供完善之實作場域，橋頭糖廠為臺灣第一座新式製糖廠，且為國內五分車運輸發源地，具有獨特歷史地位，高雄捷運車站鄰近園區，有利休閒觀光產業發展，地方政府及民眾均期待該廠能積極開發，促進地方繁榮，壹糖公司乃基於此種氛圍下持續建設橋頭糖廠，一則期望能在保存糖業文化教育性之前提下，該廠能成為同時提供遊客從事生態體驗、遊憩、休閒、餐飲與戶外教學功能之綜合性博物館，二則期望逐步朝向自給自足與永續經營目標前進，將橋頭糖業文化遺址，完整保留傳承，因此本研究若與橋頭糖廠合作，除可發揮行銷管理教學目的，亦可將行銷企劃成果回饋橋頭糖場，達到「教學合作、共創雙贏」之最佳產學理念。

(2)各週課程進度與教學空間

本研究各週課程進度與雙鑽石模式設計階段對應，如圖 2。

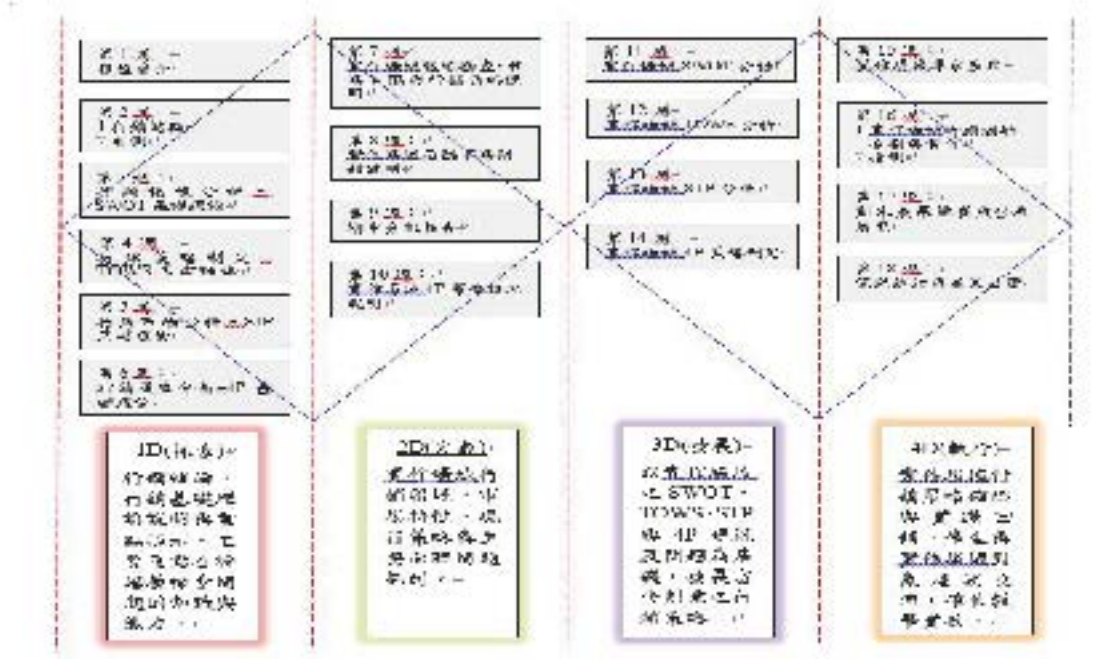


圖 2 課程進度與雙鑽石模式設計階段對應

(3) 學生成績考核與學習成效評量工具

本研究對於學生考評方式區分為平時成績、期中成績與期末成績三大部份，在配分比例方面，平時成績與期中成績分占 30%，期末成績占 40%，有關學生成績之學習成效評量工具，主係透過量化與質化二大類實施考評，並以多元評量方式，綜合評定學生學習成效，有關量化與質化評量方式如下：

A. 量化學習成效評量工具

除針對學習成績所獲評量分數，進行集中趨勢(平均數)與離散趨勢(標準差)衡量，掌握學生整體學習狀況之外，並再藉由設計課程結構式問卷，進行教學展開前(前測)，以及教學展開後(後測)之平均數差異檢定(t test)，確認課程教學效果是否具有顯著進步之統計意義，進而驗證課程教學的實質效益。

B. 質化學習成效評量工具

首先建立質化評估方案，確立質化評量面向，重點包括邏輯思維、分析能力、團隊合作、創新構思與論述發表等面向，接續透過學校課程學習成績評量系統，有關學生學習反饋意見，深入掌握課程學習情形，俾檢視學生整體潛在學習成效。

5. 研究設計與執行方法 (Research Methodology)

有關本研究之研究架構、研究問題意識、研究範圍、研究對象與場域、研究方法與工具以及實施程序等方面，分別條列說明如下：

(1) 研究架構

本研究以雙鑽石理論模式，針對休閒事業行銷管理課程，進行教學法之設計，研究架構可明確劃分如下：

A. 探索階段(1D)

第1週至第6週為雙鑽石模式之探索階段，此6週之課程以建構學生探索行銷管理環境、市場與策略制定之基礎能力，

B. 定義階段(2D)

第7週至第10週為雙鑽石模式之定義階段，此4週之課程以建構學生定義實作場域，現行面臨行銷管理環境、實務情況與策略推展問題之分析能力，

C. 發展階段(3D)

第11週至第14週為雙鑽石模式之發展階段，此4週之課程以建構學生針對實作場域現況，選定特定主題(例如文創事業、歷史建築、觀光學覽與糖業博物館等)重新根據行銷管理環境與市場特性，養成發展創新策略之實質能力，

D. 執行階段(4D)

第15週至第18週為雙鑽石模式之執行階段，此4週之課程乃結合實作場域行政主管與專業人員，共同建構學生驗證行銷策略實際執行之可行性，主要教學設計包含規劃能夠提供雙向交流之專家座談會，以及與實作場域合作辦理成果競賽與展覽發表，評審辦法，參附件2，藉由上述管道樹立學生清楚認識，自身團隊於真實環境執行創新行銷策略之可行性，達到培養緊密連結休閒產業需求專業行銷人才之最高目標，

(2) 研究對象與場域

本研究選定之休閒事業行銷管理課程，其研究(授課)對象為四年制大二下學期之修課學生，課程性質為必修，學分數為2學分，學時數為3小時，課程內容主要由基礎行銷理論出發，循序漸進由SWOT分析、TOWS分析、STP分析至4P分析為重點，後續至專業企劃書撰寫為總結，為落實達成教育實質成效目標，故本研究規劃傳統課堂理論授課，結合實作場域實務的教學方法，期能高度提升學生學習成果，同時達到精進教學方法之錫的，因此在研究資料(授課空間)資訊收集方面，將會包含課堂授課空間(實體教室)與實作場域空間(橋頭糖場)二大部份，課堂授課空間資訊的特性，在於反映學生基礎理論層面之學習成效，以及學生面臨理論課程之學習困難點，實作場域空間資訊的特性，在於反映學生創新思維之具表現，以及執行與展現成果可能面臨的實作疑問，前述二項資訊對於本研究之重要性，在於可檢視學生個別與交集學習成效差異反映意義，進而作為未來教學方法持續改善，提高學生整體學習成果的基礎依據，

(3)研究方法與工具

本研究採雙鑽石模式，將課程結構區分為探索、定義、發展與執行四個階段，設計休閒事業行銷管理教學方法，研究工具則區分為量化與質化二部分，量化方面係採結構式問卷作為資料蒐集之工具，本研究於課程進度第2週進行第1次結構式問卷前測，瞭解學生學習初始程度，在授課進度達第16週時，進行第2次結構式問卷後測，在完成前測與後測二項結構式問卷資料收集後，接續以t檢定進行平均數差異檢定，輔以觀察標準差的差異情形，觀察t檢定結果，將可驗證學生接受本課程教學前與後之學習成果差異顯著程度，在質化方面，除於結構式問卷規劃質性意見蒐集題項，收集質性意見外，同時結合學校教師與學生資訊網，蒐集學生於系統反映之質性意見，作為教學資訊蒐集使用。

(4)研究實施程序

本研究之實施程序，首先依據過去面臨之教學現場問題，確定研究主題，接續擬定詳細計畫，並廣泛蒐集相關文獻，依據文獻回顧結果，編制結構性問卷，進行問卷預試後，區分前測及後測分別施測，待二次問卷回收後，進行資料分析，資料分析過程同時學入質性意見蒐集結果，最後完成全案分析，並按規定撰寫研究報告。

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

本研究依據雙鑽石模式，對應探索、定義、發展與執行四個設計階段，規劃18週嚴謹課程架構，提供修課學生完善的訓練流程，經依上述研究方法與工具，以及研究實施程序所述，透過文獻回顧所設計之結構式問卷內容，參附件3，經採t檢定針對前、後二次學生填寫問卷分析結果，本研究雙鑽石模式教學前與教學後，學生之學習成效正向顯著，反映教學具實質效果，有關t檢定參數，參附件4。

本研究同時重視課堂理論傳授與實作場域教學，經由相關休閒產業之共同授課，兼顧理論與實務不同之教育功效，教學評量方面，係以多元評量為導向，評量內容包括平時表現、團隊合作、企劃成果、口語發表、競賽展覽與成果回饋等諸單元，不以傳統紙筆測驗，評定學生於全般課業學習過程之唯一代表，有別於傳統以等第分數評量的思維，有關雙鑽石模式各階段教學相片，參附件5，學生分組海報成果，如附件6。

(2)教師教學反思

教師在雙鑽石模式教學過程，或許側重扮演引導者與促進者之角色，而非傳統知識傳授者的定位，建議教師面對此種角色轉變過程，需培養具備高度指導能力，並能適應學生多元化學習需求，此方面將截然不同於傳

統教學所面臨之情形，需重視學習成果評估與意見回饋，雙鑽石模式重視問題發覺、問題定義、創意發展與執行方案整體過程，此中並非僅單一學習結果評估，因此如何變化評估學生在問題解決能力方面之進步，並提供具體的回饋意見，或許具有相當程度之挑戰。

雙鑽石模式或認回饋環節對於教學質量至關重要，學生回饋意見需適時掌握，否則教師可能無法在教學過程做出必要調整，建議除利用學校固定期中、期末之教學意見調查時機，蒐集學生意見外，亦可規劃於期初及期末各進行1次問卷調查，俾了解學生問題與檢驗學習進步成效，傳統教學觀念根深蒂固，可能導致雙鑽石模式應用於休閒事業行銷課程之推廣受限，創新教學模式或許強調創新與試誤，惟於某些文化背景下，失敗可能被視為負面結果，此類文化觀念或許影響學生學習動力，在進行創新嘗試時有所顧慮，從而限制教學法潛力發揮，此類實務問題反映應用雙鑽石模式教學需考慮現實挑戰，建議如欲成功應用該模式，則教師與學校宜於資源分配、課程設計、評估方法及文化觀念等面向，進行充分協調與準備。

(3)學生學習回饋

茲摘錄本研究休閒事業行銷管理課程，學生回饋之學習意見如下：

A.班級：休二乙、座號：26、姓名：葉○暘

行銷這堂課讓我學到了很多，不只知道了行銷與銷售的差別，也知道如何撰寫行銷企劃書，我學到寫行銷企劃書需要很多的要點，比如說背景、企劃目標、總體環境分析、SWOT分析、TOWS分析、STP分析、行銷組合策略和未來展望這堂課合作的公司是高雄橋頭糖廠，業師帶領我們參觀橋頭糖廠，我覺得廠區真的很壯觀，這次的教學，學到很多有用的知識，這堂課我上得很開心。

B.班級：休閒二乙、座號：05、姓名：劉○玟

行銷企劃這個詞對我們而言，其實並沒有那麼容易理解，真是非常有挑戰性的課程，十七週的時間從一開始的毫無想法到漸漸有雛型，是我對這份企劃書的第一個信心來源；為了讓4P、STP、SOWT、TOWS的內容完整，而需要更多時間做討論，這次的課程也許會是我難忘的大學經歷之一，不僅有許多久沒參加過的戶外教學，還有謝謝老師及業師為了企劃努力指導我們，我感到非常感動與受益良多，也謝謝班上同學們的努力讓這次成果展完美結束。

C.班級：休二乙、座號：06、姓名：翁○茹

這學期的行銷課程很有趣，也帶給了我許多啟發和收穫，不但去參訪橋頭糖廠，還做了行銷企劃，透過這學期的課程，讓我更加了解行銷的一些步驟及知識，透過老師的引導，以及到橋頭糖廠進行實地參訪，

讓我們對於橋頭糖廠可以有更進一步的想法及認識，實地參訪比起坐在教室看投影片、聽講解，更可以直接感受到實際的環境及行銷策略的應用，也逐漸地學會如何分析、了解到制定，這學期的行銷課程不但豐富了我的知識，也提高了實踐力和團隊合作能力，特別是實地參訪橋頭糖廠的經驗，讓我對行銷有了更加具體及真實的認識，未來，我將繼續努力學習，不斷提升自己的行銷能力，為將來的職業發展打下堅實基礎。

7. 建議與省思 (Recommendations and Reflections)

本研究之建議與省思如下：

(1) 建議

A. 事先設計良好之系統性機制，可有效提升下列行銷教學成效：

- (A) 由學生自行發現問題，
- (B) 由學生規劃構思方案，
- (C) 由學生提出遭遇問題，
- (D) 由學生完成整體企劃。

B. 結合適當之實踐場域，能具體強化下列行銷教學效果：

- (A) 避免全部教室理論課程，脫離傳統優化講解案白，
- (B) 結合實踐場域特色背景，形成學生初始接觸興趣，
- (C) 利用業師豐富場域經驗，提供學生構思多元觀點。

C. 透過教學互動過程，可適切調整下列行銷教學方法：

- (A) 依據學生反映問題，適時協助釐清觀點，
- (B) 參與學生討論過程，導引進入預期途徑，
- (C) 積極突破空泛思維，共同完成企劃目標。

(2) 省思

A. 結合雙鑽石模式可適切達成教學目標

回顧過去以雙鑽石模式設計之教學課程，均能獲致良好成果，本研究依循過去積累之教學成果，將雙鑽石模式應用於休閒事業行銷管理實踐案例，經由整體執行過程，反映能夠適切達成預期教育目標，在相關之教學法方面，部份課程亦可採雙鑽石模式進行輔助，雙鑽石模式亦可導入作為創意教學法之一部分，幫助教師設計具有創新性的教學活動，完整發現與定義問題，進而開發及測試教學方案，提升整體教學效果。

B. 雙鑽石模式相對較傳統教學程序繁複

本研究執行過程發現，雙鑽石模式需注意培養學生具備自主學習能

力與創意思維，少數學生或許課程初期會對此教學方式感到不熟悉或不適應，因此雙鑽石模式四個階段需投入較多時間，特別是在「探索」與「發展」階段，學生可能完成階段進度的課堂時間有限，宜特別注意學生學習情形，避免進度落後或質量下降。

C. 教師自我期許與精進努力

雙鑽石模式需設計更加靈活與動態之課程結構，包括前期準備工作（資料收集、場域協調、參訪安排、業師討論與會議排程等，或將相形成為教師工作負荷，教師需採主動積極之教學態度，在課程教學正式展開前，先期規劃各項教學進度，結合實踐場域及業師意見，完成具體詳實之教學實施計畫。

二、參考文獻 (References)

- 吳金山(2019)，創新教學實踐之智慧校園服務設計(課程名稱：服務設計)，教育部學實踐研究計畫成果報告。
- 邱奕儒、謝婉華(2020)，設計思考融入農村議題之課程設計與反思—以「創意農村大作戰」通識課程為例，慈濟大學教育研究學刊，16，141-167。
- 柯承恩(2009)，個案教學與知識建構，商管科技季刊，10(2)，395-402。
- 胡惠君(2018)，4Ds 教學方法於農鄉服務設計之課程實踐，大學教學實務與研究學刊，2(1)，79-106。
- 張若霖(2007)，啟發式行為目標教學法在通識課程上之應用，南亞學報，27，239-269。
- 黃賓、馬國昌、黃世政(2013)，3-UP 教學法-為管理教育注入創造性活力，創業管理研究，8(2)，55-74。
- 葉象、林舒倩、王亦臻、蔡麗敏、吳念祖(2015)，應用雙革式服務設計方法於婦嬰用品零售業發展品牌社群服務，2015 第 18 屆科際整合管理研討會，477-492，台北。
- 蔡美惠及陳麗宇(2011)，服務學習與數位製作混成教學法應用於國文教學之課程設計實例，北商學報，20，159-174。
- 虞麗淑(2018)，以聲景理論應用於農鄉文創設計之教材設計與教學實踐歷程，大學教學實務與研究學刊，2(1)，53-78。
- Clune, S. J., & Lockrey, S. (2014). Developing environmental sustainability strategies, the Double Diamond method of LCA and design thinking: a case study from aged care. *Journal of Cleaner Production*, 85, 67-82.
- Design Council (2015). Design methods for designing services, Retrieved from <https://www.designcouncil.org.uk/our-work/skills-learning/resources/design-methods-developing-services/>
- Hu, H. J. & Lu, L. S. (2019). Use of an Interdisciplinary Teaching to Innovation Model for an Agricultural Marketing. *International Journal of Information and Education Technology*, 9(1), 1-7.
- Huç, A. & Gilbert D. (2017). All the World's a Stage: Transforming Entrepreneurship Education through Design Thinking. *Education & Training*, 59(2), 155-170.

三、附件 (Appendix)

(一) 附件 I

有關本課程企劃書撰寫實作方面，係以橋頭糖廠為主軸，自由選擇與橋頭糖廠相關之主題（例如，經營店家、歷史文化、傳統產業、場內景點與博物館等）進行撰寫，換言之，需以行銷者之角色，透過次級資料蒐集方式，研擬橋頭糖場之行銷創新企劃書，說明如何創新行銷推展該項特定主題，茲將創新行銷企劃書之大綱說明如下，以供參考：

壹、前言

一、背景

二、企劃目標

貳、總體環境分析

一、經濟環境分析

二、政治環境分析

三、社會環境分析

四、科技環境分析

參、SWOT 分析

一、優勢與劣勢分析

二、機會與威脅分析

肆、STP 分析

一、市場區隔

二、選定目標市場

三、定位

伍、行銷組合策略

一、產品策略 (product)

二、價格策略 (Price)

三、通路策略 (place)

四、推廣策略 (promotion)

陸、未來展望

柒、資料來源



(二) 附件 2

嘉南藥理大學休閒保健管理系 112 年度教學實踐研究計畫 期末成果評審辦法

一、緣起

本評審辦法(下稱本辦法),係依據本校休閒保健管理系 112 年度教學實踐研究計畫制定,本辦法對應課程為休閒事業行銷管理(含實作);計畫名稱為應用雙鑽石模式設計休閒事業行銷管理課程教學法之研究,有關期末成果係指按開課班級學生分組,進行實作場域(橋頭糖場)創新行銷規劃所產出之行銷企劃書與海報等實作成果,前揭成果展示於開課班級舉辦之展覽會場,提供實作場域(橋頭糖場)專業人士進行評審,俾能結合真實場域與業界專業師資,訓練學生正確行銷觀念與實作能力,解決過往狹隘行銷認知不清或認知錯誤問題,此外,本辦法之目的,係為透過教師教學創新課程之精神,對於主動發想及實際操作成效優良之學生,給予具體之學習態度鼓勵及正面肯定,激發學生未來繼續深入學習相關行銷課程之動力,俾達教學實踐研究人才培育之既定目標。

二、評審人員

邀請實作場域(橋頭糖場)總經理行銷規劃、企劃實務與廠區發展之經驗豐富專業人士 3 位,擔任本案評審人員。

三、參加對象

本案參加對象計有關課班級休閒二乙(含外系及其他班級選修學生)5 組,參與期末成果展示及競賽。

四、評審方式

(一)評分標的:以海報成果為評分標的(企劃書全文得於成果展現場陳列,提供作為參考)。

(二)評分方式:以 3 位評審人員評定分數(滿分為 100 分)之平均值為得分,四捨五入取至小數點後第 2 位,評分表,如附錄。

(三)評分方向:以海報內容表達之「版面設計」、「內容完整」、「創意發想」、「口頭說明」及「整體品質」為評分項目。

(四)獎勵方式:

1.特優獎 1 名,獎金新臺幣(下同)1,000 元;優等獎 2 名,每名獎金 800 元;佳作獎 2 名,每名獎金 600 元,最佳人氣獎 1 名,獎金 300 元。

2.得依成果展實際情形調整或增設上開獎項及金額,相關結果另行於當日成果展現場宣佈。

- 五、獎勵公布：本案評審結果，暫定於110年6月11日(週二)上午9時20分，
休閒二乙休閒事業行銷管理(含實作)成果展結束時公布，
- 六、獎勵頒發：以評審結果結束1週內為原則，通知獲獎學生組別派員，依得獎
類別完成獎金領取程序，
- 七、未盡事宜：本案如有未盡事宜，另行補充公布之，



附錄：

嘉南藥理大學休閒保健管理系 112 年度教學實踐研究計畫期末成果評審表

課程名稱：休閒事業行銷管理

計畫名稱：應用雙鑽石模式設計休閒事業行銷管理課程教學法之研究

序	開設課程	開設班級	學生組別	成果名稱	評分(100%)		備註
					分數	排名	
1	休閒事業行銷管理(含資修)	休閒二乙	第 1 組	換領糖廠鳳梨脆餅新行銷全創書			
2	休閒事業行銷管理(含資修)	休閒二乙	第 2 組	換領糖廠創新行銷全創書			
3	休閒事業行銷管理(含資修)	休閒二乙	第 3 組	五糖室內觀光博物館創新行銷全創書			
4	休閒事業行銷管理(含資修)	休閒二乙	第 4 組	換領糖廠冰品創新行銷全創書			
5	休閒事業行銷管理(含資修)	休閒二乙	第 5 組	換領糖廠五分車創新行銷全創書			

註：1. 排序第 1 名為特優獎，排序第 2、3 名為優等獎，排序第 4、5 名為佳作獎。最佳人氣獎由與會參觀成果者投票，總統計得票數最高者獲得本獎項。

2. 評分如有相同情形，由評審人針對評分相同之組別總體成果(含海報、全創書及簡報等資料)，進行複審決定之。

第 1 組：橋頭糖廠理髮廳創新行銷企劃書

評分項目	版面設計	內容完整	創意發想	口頭說明	整體品質
評分配比	20%	20%	20%	20%	20%
總計得分	(百分位制)				
評審意見					

第 2 組：橋頭糖廠創新行銷企劃書

評分項目	版面設計	內容完整	創意發想	口頭說明	整體品質
評分配比	20%	20%	20%	20%	20%
總計得分	(百分位制)				
評審意見					

第 3 組：臺糖室內觀光博物館創新行銷企劃書

評分項目	版面設計	內容完整	創意發想	口頭說明	整體品質
評分配比	20%	20%	20%	20%	20%
總計得分	(百分位制)				
評審意見					

第 4 組：橋頭糖廠冰品創新行銷企劃書

評分項目	版面設計	內容完整	創意發想	口頭說明	整體品質
評分配比	20%	20%	20%	20%	20%
總計得分	(百分位制)				
評審意見					

第 5 組：橋頭糖廠五分車創新行銷企劃書

評分項目	版面設計	內容完整	創意發想	口頭說明	整體品質
評分配比	20%	20%	20%	20%	20%
總計得分	(百分位制)				
評審意見					

評審人單位：_____

評審人職稱：_____

評審人簽名：_____

中華民國 113 年 6 月 11 日

(三) 附件 3：

嘉南藥理大學休閒保健管理系112學年度第2學期
「休閒事業行銷管理」課程問卷

親愛的同學您好：

本問卷主要目的，在於掌握學生對於「休閒事業行銷管理」課程之學習成效提升程度。所得資料將僅供作為教學實踐研究使用，有關您的個人資訊絕不會對外公開，敬請安心作答。此外，對於您撥冗填寫此份問卷的熱心幫助，表達深切誠摯謝意。

敬祝
平安

授課教師：嘉南藥理大學休閒保健管理系 黃宗誠
敬上

電話：(06)2664911分機6501

第一部份：學習成效

以下第1~10題，係為了解您對於「休閒事業行銷管理(含實作)」課程之學習成效提升程度，請在認為適當的□內打✓。

1. 請問您是否了解「行銷」之意義？

非常了解 了解 普通 不了解 非常不了解

2. 請問您是否了解「行銷」與「銷售」差異之處？

非常了解 了解 普通 不了解 非常不了解

3. 請問您是否了解「行銷」之基礎架構？

非常了解 了解 普通 不了解 非常不了解

4. 請問您是否了解何謂「SWOT」分析？

非常了解 了解 普通 不了解 非常不了解

5. 請問您是否了解何謂「TOWS」分析？

非常了解 了解 普通 不了解 非常不了解

6. 請問您是否了解何謂「STP」分析？

非常了解 了解 普通 不了解 非常不了解

7. 請問您是否了解何謂「4P」分析？

非常了解 了解 普通 不了解 非常不了解

8. 請問您是否了解「行銷企劃書」之撰寫方法？

非常了解 了解 普通 不了解 非常不了解

9. 請問您是否瞭解「休閒事業行銷管理」之內涵？

非常了解 了解 普通 不了解 非常不了解

10. 請問您認為本課程，是否能夠幫助您達到認識「休閒事業行銷管理」之目的？

非常能夠 能夠 普通 不能夠 非常不能夠

第二部份：基本資料

以下第11題~第16題，係為受訪者基本資料統計，請在認為適當的內打√。

11. 請問您的性別為何？

男 女

12. 請問您的年齡為何？

17~19歲 20~22歲 23~25歲 其他_____歲

13. 請問您的年級？

大一 大二 大三 大四

14. 請問您的班級？

_____班

15. 請問您的系別？

_____系

16. 請問您有無校外打工經驗？

有 無

本問卷到此全部結束，若有其他意見，請利用以下空間撰寫

(四) 附件 4:

雙鑽石模式教學「前」、「後」學生學習同春 t 檢定參數

問題變項	問資料檢定	變異數問資料測試		t 檢定				
		F	顯著性	t	df	顯著性 (雙尾)	平均數	
							上課前	上課後
行銷意義	變異數同質	6.151	.016	-11.839	62	0.000	2.59	4.50
	變異不同質			-11.839	54.253	0.000		
行銷銷售	變異數同質	1.255	.267	-12.958	62	0.000	2.38	4.53
	變異不同質			-12.958	57.665	0.000		
品牌策略	變異數同質	8.719	.004	-11.877	62	0.000	2.09	4.50
	變異不同質			-11.877	45.304	0.000		
SWOT	變異數同質	.792	.377	-9.896	62	0.000	3.06	4.69
	變異不同質			-9.896	50.155	0.000		
TOWS	變異數同質	9.869	.003	-13.202	62	0.000	2.34	4.66
	變異不同質			-13.202	48.577	0.000		
STP	變異數同質	.361	.550	-15.618	62	0.000	1.88	4.56
	變異不同質			-15.618	59.807	0.000		
4P	變異數同質	3.282	.075	-11.540	62	0.000	2.53	4.59
	變異不同質			-11.540	58.064	0.000		
行銷企劃書	變異數同質	9.304	.003	-10.776	62	0.000	2.25	4.41
	變異不同質			-10.776	53.081	0.000		
行銷管理內涵	變異數同質	1.830	.181	-11.850	62	0.000	2.31	4.47
	變異不同質			-11.850	57.753	0.000		
行銷管理目的	變異數同質	3.074	.085	-4.975	62	0.000	3.84	4.72
	變異不同質			-4.975	46.457	0.000		

(五) 附件 5：

	
教室控視：基礎理論說明	實踐場域控視：現況與問題探查 (三)
	
教室控視：學生分組討論	實踐場域控視：現況與問題探查 (四)
	
實踐場域控視：現況與問題探查 (一)	實踐場域控視：業師講課
	
實踐場域控視：現況與問題探查 (二)	實踐場域控視：學生分組討論

雙鑽石教學模式「探索」階段教學相片 (教室及實踐場域控課)



任課教師與業師協同教學



業師與學生分組互動討論（一）



業師協同教學



業師與學生分組互動討論（二）



任課教師與學生分組互動討論（一）



學生分組「定義」成果發表（一）



任課教師與學生分組互動討論（二）



學生分組「定義」成果發表（二）

雙鑽石教學模式「定義」階段教學相片（含業師會同授課）



學生分組行銷企劃方案發展報告(一)



業師指導講評(一)



學生分組行銷企劃方案發展報告(二)



業師指導講評(二)



學生分組行銷企劃方案發展報告(三)



業師指導講評(三)



學生分組行銷企劃方案發展報告(四)



行銷企劃方案發展報告圓滿結束大合影

雙鑽石教學模式「發展」階段教學相片(實踐場域授課：行銷企劃方案發展)



行銷企劃成果發表 (一)



行銷企劃成果發表業師講評 (二)



行銷企劃成果發表 (二)



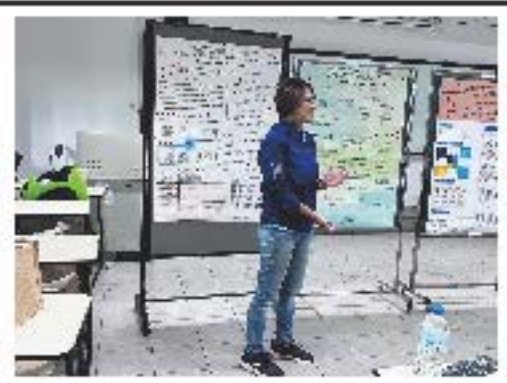
行銷企劃成果優良作品頒獎 (一)



行銷企劃成果發表 (三)



行銷企劃成果優良作品頒獎 (二)

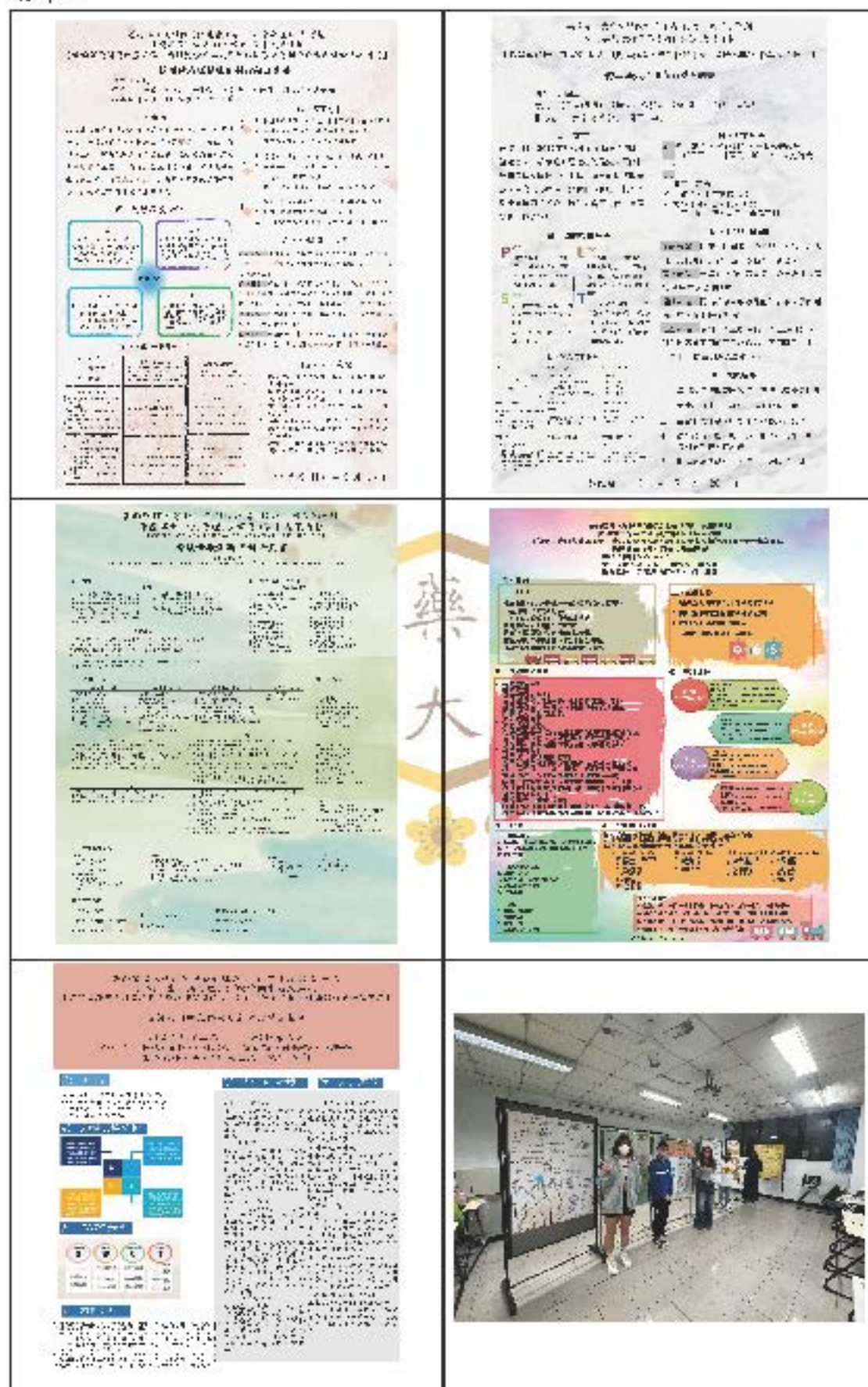


行銷企劃成果發表業師講評 (一)



公開發表暨頒獎典禮圓滿結束大合影

雙鑽石教學模式「執行」階段教學相片 (行銷企劃成果公開發表暨頒獎)



休閒事業行銷管理課程學生分組海報成果