

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：PGE1110168

學門專案分類/Division：通識(含體育)-體育課程

計畫年度：111 年度一年期 110 年度多年期

執行期間/Funding Period：2022.08.01 – 2023.07.31

**計畫名稱/Title of the Project：**

“從零到壹”的運動行銷課程：實踐能力、問題解決能力與就業力自我效能之  
養成

“From zero to hero” sports marketing course: the development of practical ability,  
problem-solving ability and employability self-efficacy

**配合課程名稱/Course Name：**

運動行銷研究 The study of sport marketing

計畫主持人(Principal Investigator)：陳成業

執行機構及系所(Institution/Department/Program)：國立體育大學國際運動管理與創新  
博士學位學程

成果報告公開日期：立即公開 延後公開（統一於 2025 年 7 月 31 日公開）

繳交報告日期(Report Submission Date)：2023 年 7 月 31 日

## “從零到壹”的運動行銷課程：實踐能力、問題解決能力與就業力自我效能之養成

### 摘要

本研究以合作學習理論為學理基礎，配合專案管理程序的思維，運用問題導向學習、運動行銷管理理論、市場調查技術、社群媒體操作等專業知識，設計規劃一個運動產品並有效行銷此運動產品，充分運動所學理論應用於實務場域的計畫構想。本研究主要目的為引導學生將運動行銷理論運用於實際案例操作上，降低學用落差的情形，提升學生運動行銷實踐能力自我效能、運動行銷問題解決能力的自我效能以及知覺就業自我效能。本研究採量化研究、質性研究與學生運動行銷學習歷程檔案方式，回應本研究目的。根據量化研究結果得知，運動行銷研究課程對於知覺就業自我效能有顯著差異，顯示運動行銷研究課程對於知覺就業自我效能是可以幫助同學對運動行銷產業產生興趣；根據質性研究結果得知，運動行銷實踐能力自我效能、運動行銷問題解決能力自我效能與知覺就業自我效能對學生皆有正向的影響。

關鍵詞：運動行銷、實踐能力、問題解決能力、就業力

### Abstract

This study was based on cooperative learning and project management theories. It enabled students to apply professional knowledge in problem-based learning involving sports marketing management, market research, and social media operations to design a sports product and effectively market the product. The study combined theory and practice by guiding students in applying sports marketing theory to real-world scenarios to enhance their self-efficacy regarding sports marketing and problem-solving and perceived employability. The study used quantitative and qualitative research and student learning portfolios to measure the extent to which the research objectives were achieved. The quantitative research revealed a significant difference in the participants' perceived employability after they completed the course, which indicates that the course helped the students develop confidence in their ability to obtain employment in the sports marketing industry. The qualitative research revealed the course positively affected the students' self-efficacy regarding sports marketing and problem-solving and their perceived employability.

Keywords: sports marketing, practical skills, problem-solving ability, employability

# “從零到壹”的運動行銷課程：實踐能力、問題解決能力與就業力自我效能之養成

## 一. 本文 Content

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

#### (1) 教學實踐研究計畫動機

計畫主持人多年來教授一般生碩士班學生運動行銷課程的經驗，發現教學現場存在一個問題，學生學習運動行銷課程理論與實踐之間有落差，亦即學生學習到運動行銷理論與架構，卻未必能有效理解如何運用的困境。計畫主持人意識到教學現場存在著學用落差的問題，因此提出本計畫以合作學習理論為學理基礎，配合專案管理程序的思維，運用問題導向學習、運動行銷管理理論、市場調查技術、社群媒體操作等專業知識，設計規劃一個運動產品並有效行銷此運動產品，充分運動所學理論應用於實務場域的計畫構想。學生若能從此課程強化運動行銷理論並提升實務應用能力及解決問題能力，應能提升學生在職場的競爭力。因此，此課題是重要且迫切的。

#### (2) 教學實踐研究計畫主題及研究目的

本計畫主要目的為引導學生將運動行銷理論運用於實際案例操作上，降低學用落差的情形，提升學生運動行銷實踐能力自我效能、運動行銷問題解決能力的自我效能以及知覺就業自我效能。本計畫將結合一般生碩士學生「運動行銷研究」課程，以學生自行設計的運動產品為運動行銷標的物，以本校學生為目標市場，進行運動行銷組合的操作，深化運動行銷理論之內化。過程中，將進行一系列的市場調查了解目標市場的需求與偏好，強化學生市場調查的技巧與經驗。再者，進行一系列的社群媒體操作與推廣，培養學生社群媒體運用。此外，本課程要求學生將每一次課堂小組討論的問題與因應對策有系統紀錄形成學生運動行銷研究實務專案學習歷程，豐富學生的學習經驗，有助學生未來就業的準備。本課程將以合作學習為理論基礎，配合問題導向學習與專案管理的概念引導學生，培養學生解決問題能力與實務應用能力。

### 2. 研究問題 Research Question

計畫主持人多年來教授一般生碩士班學生運動行銷課程的經驗，發現教學現場存在一個問題，學生學習運動行銷課程理論與實踐之間有落差，亦即學生學習到運動行銷理論與架構，卻未必能有效理解如何運用的困境。為強化學生運動行銷實務應用能力與問題解決能力，計畫主持人預計以「運動行銷研究」課程為標的，以合

作學習、問題導向學習與專案管理、社群媒體操作、市場調查與教師講述為核心，引導學生從無到有腦力激盪並以滿足目標市場需求為依據，發展出一個運動產品，作為學生實務專案並以此實作專案貫穿整個課程，結合運用課堂學習到的運動行銷理論，有效行銷此產品。藉以提升學生運動行銷實踐能力自我效能、運動行銷問題解決能力的自我效能以及知覺就業自我效能。

### 3. 文獻探討 Literature Review

學生課堂合作學習(collaborative learning)已經成為一個熱門的教育研究議題，因為合作學習提供許多學習效益(Garcia-Sanjuan, Jurdi, Jaen & Nacher, 2018)。合作學習的定義為一種學習程序，該程序由兩位或以上的成員透過互動或交換經驗、看法或意見，進而影響群體成員的學習成效；合作學習的運用與操作只要用於群體性與解決問題導向專案(Moreno-Guerrero, García, Heredia & Rodríguez-García, 2020)。實證研究指出，合作學習策略有助於提升個體學習成效(Ma, Du, Zhang, Cui & Ma, 2020)。

問題導向學習(problem-based learning, PBL)是一個循環性的程序，包含問題分析、個體導向學習與後續報告三個階段(Schmidt, Van der Molen, Te Winkel & Wijnen, 2009)；問題導向學習過程中會有一位引導者(tutor)在場引導學習者問題分析和報告階段(Yew, Chng & Schmidt, 2011)，扮演參與此學習過程的學生分享想法和討論(Hmelo-Silver & Barrows 2006)。實證研究指出，問題導性學習有助於提升學習成效(Aslan, 2021)。

專案管理係指運用知識、技巧、工具與技術於專案活動，達成專案目標；專案管理包含起始、規劃、執行、監控、控制與結案(Heagney, 2016)。本計畫運動行銷研究課程將運用運動行銷專業知識與理論於實作專案；運用市場調查的技巧蒐集市場需求資訊；運用社群媒體的工具與技術推廣運動產品資訊。此外，本課程實作專案於學期第一堂課即為起始；隨著課程進行實作專案的規劃、執行、監控、控制持續進行，最後於第十八堂課完成結案。亦即本計畫運動行銷研究課程的實作專題教學符合專案管理的精神，可協助學生培養專案管理的思維。

本計畫主要目的為引導學生將運動行銷理論運用於實際案例操作上，降低學用落差的情形，提升學生運動行銷實踐能力自我效能、運動行銷問題解決能力的自我效能以及知覺就業自我效能。本研究運用學生課堂合作學習執行本課程的實作專案執行；透過群體小組討論方式針對運動行銷專題的相關議題進行小組成員之間的互動與討論，進而提升學生學習成效。此外，本計畫運動行銷課程的進行同時基於問題導向學習的思維。具體而言，每一堂課關於實作專題的進行都是遵循問題分析、

個體導向學習與後續報告的循環性程序；並且計畫主持人擔任實作專案討論的引導人，引導學生針對學生問題分析與後續報告。綜上，本計畫「運動行銷研究」課程之實作專案的教學即基於合作學習與問題導向學習，可協助學生培養實務操作能力與問題解決能力。

#### 4. 教學設計與規劃 Teaching Planning

本計畫結合一般生碩士學生「運動行銷研究」3學分的課程，為期18週。課程設計分為三大部分，包含教師講述運動行銷的專業主題、運動行銷研究相關的指定英文期刊論文和運動行銷實作專案。教師講述運動行銷的專業主題與運動行銷研究相關的指定英文期刊論文，主要為強化學生在運動行銷專業知識與理論架構。運動行銷實作專案則是引導學生將運動行銷理論運用於實際案例操作上，降低學用落差的情形並強化實務應用能力與解決問題的能力。

教學目標包含引導學生將運動行銷理論運用於實際案例操作上，降低學用落差的情形、深化運動行銷理論之內化、強化學生市場調查的技巧與經驗、培養學生社群媒體運用及有系統紀錄形成學生運動行銷研究實務專案學習歷程有助學生未來就業的準備。

教學方法則包含合作學習、問題導向學習、專案管理、學生論文導讀與講述法。合作學習是學生必須針對每一次上課時實務專案所遭遇的問題與挑戰，進行問題剖析並研擬因應策略。問題導向學習是計畫主持人會針對每一次課堂進度搭配實務專案所遭遇的問題與挑戰，引導學生思考問題本質，並進行問題剖析並研擬因應策略。專案管理則是將整個實務專案以一個專案來管理執行，例如引導學生思考這門課程的資源、欲達成之目標、時間限制等，進行系統性的規劃與掌握。學生論文導讀方面則是學生須於指定的課堂上導讀指定閱讀運動行銷的英文文獻，計畫主持人於課堂上引導討論，強化學生運動行銷專業內涵。講述法則是計畫主持人於課堂上系統性的介紹運動行銷研究的重要議題。綜上，本計畫的課程教學方法為多元教學方法。

成績考核方式包含出席(10%)、課堂參與討論(20%)、課堂報告(20%)與實作專案的學習歷程檔案(50%)。本計畫課程成績考核方法為多元考核方法。

本計畫課程各週課程進度如下所述。大致而言，實務專案的內容與程序融入整門課程，從第一週到第十八週。第一週進度為運動產業市場環境分析、市場調查潛在產品問卷調查前測；第二週進度為決定本課程的行銷產品和產品設計與標誌設計；第三週進度為產品設計與標誌設計；第四週與第五週進度為行銷策略規劃與執行；第六週進度為運動行銷組合市場調查；第七週進度為定價策略；第八週進度為通路

策略；第九週進度為設計訂單表格與機制；第十週進度為運動產品於社群媒體之推播與聯繫運動產品製作廠商；第十一週進度為接受訂單與運動產品製作；第十二週進度為廠商運動產品製作；第十三與十四週進度為運動產品配送；第十五週進度為運動產品售後意見市場調查；第十六週進度為實作專案學習歷程檔案彙整；第十七週進度為實作專案成果報告及繳交實作專案學習歷程檔案；第十八週進度為課程反思和問卷調查後測。此外，教師講述運動行銷主題和學生導讀運動行銷英文文獻的規劃則於本課程的前九週完成。

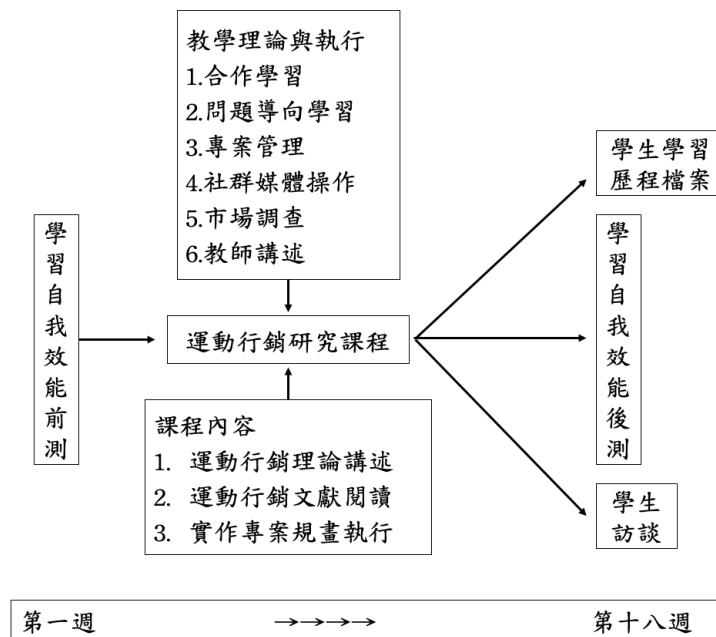
學習成效評量工具包含量化前後測評估學生運動行銷實踐能力自我效能、運動行銷問題解決能力的自我效能以及學生知覺就業自我效能，檢視上述自我效能在前後測分數上是否呈現顯著差異。此外，以學生訪談方式進行質性資訊的蒐集，深入分析學生於上述三的自我效能的轉變。此外，學生實務專案學習歷程檔案亦將是學習成效的評量之一。

本計畫課程之教學場域為本校休閒產業經營學系「運動行銷研究」課程。實務專案目標對象為本校學生。由於計畫主持人曾以類似教學策略運用於「運動行銷研究」課程，主持人亦向學校報備並獲學校同意本課程的教學進行方式。不過，主持人過去並未以研究方法加以驗證教學成效，因此關於學生學習成效的科學證據，卻始終停留於未經科學證實的階段。是故，計畫主持人嘗試申請教學實踐研究計畫，以科學研究的流程，驗證本計畫的教學構想與策略對於學生學習運動行銷研究課程的學習成效。

## 5. 研究設計與執行方法 Research Methodology

### (1) 研究架構

本計畫研究的架構以「運動行銷研究」課程為標的，以合作學習、問題導向學習與專案管理、社群媒體操作、市場調查與教師講述為核心，引導學生從無到有腦力激盪並以滿足目標市場需求為依據，發展出一個運動產品，作為學生實務專案並以此實作專案貫穿整個課程，結合運用課堂學習到的運動行銷理論，有效行銷此產品。此外，本計畫以提升學生學習成效為目標，包含運動行銷實踐能力自我效能、運動行銷問題解決能力的自我效能以及學生知覺就業自我效能。透過問卷調查學生上述變數的前後測分數、學生訪談與學生實務專案學習歷程的建置，檢視學生學習成效，請見下方研究架構圖。



## (2) 研究問題/意識

計畫主持人多年來教授一般生碩士班學生運動行銷課程的經驗，發現教學現場存在一個問題，學生學習運動行銷課程理論與實踐之間有落差，亦即學生學習到運動行銷理論與架構，卻未必能有效理解如何運用的困境。為強化學生運動行銷實務應用能力與問題解決能力，計畫主持人預計以「運動行銷研究」課程為標的，以合作學習、問題導向學習與專案管理、社群媒體操作、市場調查與教師講述為核心，引導學生從無到有腦力激盪並以滿足目標市場需求為依據，發展出一個運動產品，作為學生實務專案並以此實作專案貫穿整個課程，結合運用課堂學習到的運動行銷理論，有效行銷此產品。藉以提升學生運動行銷實踐能力自我效能、運動行銷問題解決能力的自我效能以及知覺就業自我效能。

## (3) 研究範圍

由於本研究目的為提升學生運動行銷實踐能力自我效能、運動行銷問題解決能力的自我效能以及知覺就業自我效能。因此，本研究關注的範圍為學生運動行銷理論的實務應用與問題解決能力。首先，課程範疇將採用 Dr. David Stotlar (2013)所著的 *Developing successful sport marketing plans* 為教科書，作為教師講述運動行銷議題的依據；並指定多篇收錄於 SSCI 運動行銷領域並和本課程議題相關的國際期刊論文為延伸閱讀。此外，在實作專案方面，從蒐集目標市場的需求、彙整並決定滿足目標市場需求的產品、產品與標誌設計、運動行銷策

略規劃與執行、訂定運動行銷目標、發展運動行銷組合策略、運動行銷執行與控制、接受目標市場訂單、聯繫廠商製作運動產品、運動產品配送、蒐集目標市場顧客回饋、彙整學生學習歷程檔案、實作專案成果發表與課程反思。另外，學習成效評量工具包含量化前後測評估學生運動行銷實踐能力自我效能、運動行銷問題解決能力的自我效能以及學生知覺就業自我效能，檢視上述自我效能在前後測分數上是否呈現顯著差異；以學生訪談方式進行質性資訊的蒐集，深入分析學生於上述三的自我效能的轉變；學生實務專案學習歷程檔案亦將是學習成效的評量之一。

#### (4) 研究對象與場域

本研究教學對象為 111 學年度第 2 學期選修國立體育大學休閒產業經營學系碩士一般生「運動行銷研究」課程的學生，估計約有 20 位學生選修。計畫主持人於第一堂上課即充分告知修課學生此課程或教學實踐研究計畫補助，課程進行過程中需要學生配合問卷填答與課程相關的學生訪談，並告知問卷填答與訪談皆為自願參與，並非強迫學生執行。研究場域為該課程上課的過程於教室內進行。依據本計畫所提供之授課大綱，本計畫之課程為期 18 週，以實作專案貫穿整個課程；課程前 9 週為運動行銷理論之講述。資料蒐集的進行方式如下。第一週上課時即評估學生運動行銷實踐能力自我效能、運動行銷問題解決能力的自我效能以及學生知覺就業自我效能，此為學生自我效能變數之前測分數。第十八週上課時會再次評估學生運動行銷實踐能力自我效能、運動行銷問題解決能力的自我效能以及學生知覺就業自我效能，此為學生自我效能變數之後測分數。再者，本計畫亦輔以學生質性訪談的方式，蒐集學生對於課程安排與自我效能的感受與回饋，此部分於第十六、十七與十八週進行。最後，學生須繳交此課程學習歷程檔案，紀錄整個實作專案的過程、遭遇的問題和如何解決問題的因應策略。

#### (5) 研究方法與工具

本研究目的為提升學生運動行銷實踐能力自我效能、運動行銷問題解決能力的自我效能以及知覺就業自我效能。本研究採量化研究、質性研究與學生運動行銷學習歷程檔案方式，回應本研究目的。量化研究用於評估學生運動行銷實踐能力自我效能、運動行銷問題解決能力的自我效能以及知覺就業自我效能的前測與後測分數，並檢視上述變數後測分數是否顯著優於前測分數。

學生運動行銷實踐能力自我效能修編自 Pintrich (1991) 量表，具體衡量題項



包含「我認為自己的運動行銷實踐能力是好的」、「我確信可以理解運動行銷實踐能力的部分」、「我確信可以理解運動行銷實務操作的學理部分」、「我有信心可以理解教師引導運動行銷實踐能力的部分」、「我有信心可以做好運動行銷實務操作應應用的部分」、「我認為自己在運動行銷課程表現是好的」、「我確信可以學好運動行銷實務應用的部分」及「考量運動行銷課程內容、教師與自己的能力，我有信心學好運動行銷實務操作應用的部分」。衡量方式採 5 點李克特式(Likert-type scale)量表，其中 5 代表非常同意；1 代表非常不同意。

運動行銷問題解決能力的自我效能則修編自 Zakaria, Haron 與 Daud (2004)，具體衡量題項包含「我喜歡嘗試解決困難的運動行銷問題」、「我會盡力完成解決運動行銷問題」、「嘗試解決運動行銷問題是有趣的」、「我會嘗試花時間解決運動行銷問題」、「我會嘗試解決任何運動行銷問題」、「我解決運動行銷問題的想法跟同儕一樣好」、「我自認為可以解決大部分運動行銷問題」、「我會持續解決運動行銷問題直到完成為止」、「我可以解決大部分運動行銷的問題」、「我自認解決運動行銷問題的能力優於同儕」、「我自認為是一個好的運動行銷問題解決者」。衡量方式採 5 點李克特式量表，其中 5 代表非常同意；1 代表非常不同意。

知覺就業自我效能修編自 Wanberg, Zhu 與 van Hooft (2010)量表，具體衡量題項包含「有信心可以找到運動行銷工作」、「有信心可以找到薪水不錯的運動行銷工作」、「有信心可以找到喜歡的運動行銷工作」，衡量方式採 5 點語意差異量表，其中 5 代表很有信心；1 代表很沒有信心。

此外，質性研究部分則是以修課學生之深度訪談，蒐集學生修習「運動行銷研究」課程後，對於本課程的回饋與運動行銷實踐能力自我效能、運動行銷問題解決能力的自我效能以及知覺就業自我效能等面向之轉變情形。關於學生深度訪談之訪談大綱包含：「對此課程的想法如何?」、「對此課程有何回饋?」、「本課程對運動行銷實踐能力的影響為何?」、「本課程對運動行銷實踐能力的影響為何?」、「本課程對運動行銷問題解決能力的影響為何?」、「本課程對運動行銷問題解決能力的影響為何?」、「本課程對知覺就業自我效能的影響為何?」。最後，從學生運動行銷學習歷程檔案可以檢視學生在實作專案過程中所遭遇的問題與挑戰以及學生透過群體討論後所研擬之問題解決之因應策略，亦可為質性研究資料之一部份，作為質性研究效度與信度之三角檢核之用。綜上，透過本計畫規劃的量化與質性研究方法，能有效回應本研究目的。

## (6) 資料處理與分析

本研究目的為提升學生運動行銷實踐能力自我效能、運動行銷問題解決能力的自我效能以及知覺就業自我效能。量化研究方面，本研究以驗證性因素分析(confirmatory factor analysis)檢視上述量表的建構效度(construct validity)(Kline, 2015)；以 Cronbach' s alpha 檢視量表的內部一致性信度(Nunnally & Bernstein, 1994)；以顯著水準 0.05 進行相依樣本 t 檢定(paired sample t test)檢視學生運動行銷實踐能力自我效能、運動行銷問題解決能力的自我效能以及知覺就業自我效能之後測分數是否顯著優於前測分數。質性研究方面以主軸式分析法(thematic analysis)歸納學生學習本課程在運動行銷實踐能力自我效能、運動行銷問題解決能力的自我效能以及知覺就業自我效能之轉變。質性研究信實度的檢核則包含以訪談逐字稿請學生確認正確性(member check)與學生運動行銷學習歷程檔案進行三角檢核(triangulation)(Creswell, 2013)。

## (7) 實施程序

依據本計畫所提供之授課大綱，本計畫之課程為期 18 週，以實作專案貫穿整個課程；課程前 9 週為運動行銷理論之講述。資料蒐集的進行方式如下。第一週上課時即評估學生運動行銷實踐能力自我效能、運動行銷問題解決能力的自我效能以及學生知覺就業自我效能，此為學生自我效能變數之前測分數。第十八週上課時會再次評估學生運動行銷實踐能力自我效能、運動行銷問題解決能力的自我效能以及學生知覺就業自我效能，此為學生自我效能變數之後測分數。再者，本計畫亦輔以學生質性訪談的方式，蒐集學生對於課程安排與自我效能的感受與回饋，此部分於第十六、十七與十八週進行。最後，學生須繳交此課程學習歷程檔案，紀錄整個實作專案的過程、遭遇的問題和如何解決問題的因應策略，作為質性研究效度與信度之三角檢核之用。

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

### (1) 教學過程與成果

#### I. 教學過程

本次運動行銷研究課程以「2023 春夏季國體人專屬紀念商品由你決定」作為主題，旨在設計一款專屬於國體人的紀念商品，以「我挺國體」作為品牌概念主題，強調國體人的身分認同，並與國體運動產業有限公司進行產學合作。修課學生將參與產品提案、市場調查、產品設計與產品行銷。課程內容：

i. 產品提案與市場調查：

學生各自提出三個產品概念和設計，透過內部投票選出最受歡迎的五個產品轉化為問卷選項進行第一次市場調查。問卷發放至國立體育大學各社群，以獲取國體人的意見和偏好，通過收集和分析市場調查結果以確定最受大家歡迎的產品為何。

ii. 產品設計與製作：

依據第一次市場調查結果，以最受歡迎的產品「短袖」作為此次販售主商品，同時，討論並確定附加產品為第二受歡迎產品「襪子」。而產品設計的部分，由學生們各自設計一款短袖和一款襪子並要求解釋設計理念，將其轉化成問卷選項後，再次發放問卷至國體社群進行第二次市場調查，以票選數最高的兩款設計作為最終產品的依據，而這些產品將成為課程實際操作之商品。

iii. 產品行銷與宣傳：

學生將產品資訊上傳至國體運動產業有限公司的官網與國體相關的社群媒體平台，透過各個平台的宣傳，提高產品的知名度和曝光度。同時，邀請國體運動績優生代言本次產品並分享至個人社群媒體，進一步擴大本次商品宣傳的範圍。

透過這個課程，我們將獲得以下的學習成果：

- i. 學習運動行銷的基本概念和策略。
- ii. 理解市場調查在產品設計和市場定位中的重要性。
- iii. 培養團隊合作和創意解決問題的能力。
- iv. 學習品牌概念的建立和宣傳方法。
- v. 增加實踐能力，以專案實作將所學的運動行銷概念和策略，應用於實際的市場挑戰，並達到預期的行銷目標。
- vi. 提升知覺就業自我效能，透過成功的執行帶來成就感，增強同學在運動行銷領域的能力和自信，進一步提升就業競爭力。

## II. 實作場域

### i. 教學大樓 404 教室：

本地點為結合課堂上課的教室及實作課程討論的空間。



### ii. 教學大樓 B1 入口處：

本地點為消費者提供實際試穿和觀賞衣服款式的機會，藉此擴大產品的曝光率，讓消費者能夠挑選自己喜愛的商品，並吸引更多人加入我們的消費者群體。



### iii. 行政大樓 216 法學會：

本地點為商品理貨與消費者取貨地點。



### III. 專業業師分享

#### i. 德立斯科技股份有限公司董事長——林廷祥

經歷介紹：

德立斯科技(股)公司 董事長

聯榮投資(股)公司 董事長



#### ii. 歐福沃克股份有限公司內容長——符珮琳

經歷介紹：

畢業於世新大學廣播電視電影學系，而後投入電影與新媒體產業，曾經擔任過電影製片、行銷與數位內容編輯等職務，管理過數十萬粉絲的媒體，擅於創意企劃、數位內容製作、社群平台操作等。





#### IV. 學生技術實作之成果與評量

以下照片為本次計畫成果實體以及對外販售總銷售額。

	
我有口袋款衣服(卡其、軍綠)	凝聚在國體款衣服(黑、藍、白)
	
我很簡約款襪子	凝聚在國體款襪子

款式	顏色	銷售數量(件)
凝聚在國體短袖	白、黑、藍	297
我有口袋短袖	卡其、軍綠	119
凝聚在國體襪子	白	106
我很簡約襪子	白	145
<b>總銷售額(元)</b>		<b>總銷售數量(件)</b>
<b>163,813</b>		<b>667</b>

#### (2) 教師教學反思

計畫主持人多年來教授運動行銷研究課程，今年首次參與教學實踐研究計畫，協助指導與展現學生學習成效，計畫過程學生必須了解運動行銷研究的知識，並且應用於實際場域，在十八週課程時間，自訂定主題、市場調查、產品設計、找尋廠商、行銷組合、行銷宣傳等至成果展現，皆需學生共同實踐理論

知識，從而體現本次研究主題——從零到一的運動行銷課程。

透過本次的實作課程，學生能夠增加運動行銷相關知識，亦可提升實務經驗。本課程除了每週上課時間之外，學生須具備基本理論觀念以利討論相關問題，除自身待解決問題外，於實作課程中，尚須共同解決之待完成項目，是為團隊合作中，人際關係與團隊溝通實務挑戰之一，看見學生主動且積極解決當下遇到的問題，身為教師感到非常欣慰，主動發現問題，並且尋求相對方式解決，是本研究期待看到的成果之一。

本次課程採取產學合作方式，合作公司協助本課程販售產品之相關財務問題，並於合作公司網站協助產品推播，讓學生與產業有直接的接觸，提升學生與現行產業之間的距離。

### (3) 學生學習回饋

同學們普遍認為實際動手操作流程比在教室聽行銷理論或閱讀文獻更能深入了解運動行銷所面臨的問題，以及如何解決這些問題。他們認為透過實際操作，可以更貼近實際情境，並從中學習如何應對各種挑戰。這種實踐性的學習方式讓同學們能夠真實感受到運動行銷的複雜性和多變性，培養他們的問題解決能力。此外，老師邀請兩位經驗豐富的業師來分享運動行銷領域的實際經驗，這對即將踏入職場的同學們來說是一個非常寶貴的機會。這些業師能夠提供實用和寶貴的專業知識，分享他們在運動行銷中所遇到的挑戰以及如何克服這些挑戰。這樣的經驗分享使同學們能夠更好地理解行業現況，並為他們未來的職業發展做好準備。

總而言之，透過實際操作和業界經驗分享，同學們在運動行銷課程中獲得更全面的學習體驗。他們不僅學習理論知識，還能夠應用這些知識解決實際問題，並從專家分享學到更多寶貴的經驗。本次課程結合理論與實踐、學校與產業的教學方式，為同學們的專業成長和未來職業發展打下堅實的基礎。

## 7. 建議與省思 Recommendations and Reflections

許多同學提出了一個重要的問題，就是課堂時程非常短暫。這導致在實際操作的過程中他們可能感到時間壓力，無法在每個階段做出充分思考的決策。儘管能夠完成所有流程，但時間的限制導致無法深入思考和綜合考慮各種因素。因此考慮到時間限制，可以在課程中專注於教授和討論一些關鍵的決策點。這樣可以確保同學們至少在關鍵時刻經歷到真實的抉擇和決策過程，並提供他們足夠的時間進行深入

思考和分析。課堂結束後，亦可安排追蹤討論，讓同學們分享他們在更長時間內做決策的想法和觀察。這樣可以讓他們更全面地了解每個階段的挑戰，並進一步討論如何在實際情境中做出更好的決策。

此外，因為課堂需要利用大量的課餘時間進行實際操作，同學提到大家各自有各自的事情要處理，因此有時會在溝通上產生問題。為促進同學們之間的良好溝通，並在協作中解決溝通不良的問題，開放式的討論和分享，可以提高團隊的協作效率和成果。



## 二. 參考文獻 References

- Aslan, A. (2021). Problem- based learning in live online classes: Learning achievement, problem-solving skill, communication skill, and interaction. *Computers & Education, 171*, DOI10.1016/j.compedu.2021.104237
- Creswell, J. W. (2013). *Qualitative inquiry & research design: Choosing among five approaches*(3rd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Garcia-Sanjuan, F., Jurdi, S., Jaen, J., & Nacher, V. (2018). Evaluating a tactile and a tangible multi-tablet gamified quiz system for collaborative learning in primary education. *Computers & Education, 123*, 65-84.
- Heagney, J. (2016). *Fundamentals of project management* (5th ed.). American Management Association.
- Hmelo-Silver, C. E., & Barrows, H. S. (2006). Goals and strategies of a problem-based learning facilitator.*The Interdisciplinary Journal of Problem-based Learning, 1*(1), 21–39
- Kline, R. B. (2015). *Principles and practice of structural equation modeling* (4th ed.). Guildford Press.
- Moreno-Guerrero, A. J., Garc ía, M. R., Heredia, N. M., & Rodríguez-Garc ía, A. M. (2020). Collaborative learning based on Harry Potter for learning geometric figures in the subject of mathematics. *Mathematics, 8*, 369; doi:10.3390/math8030369
- Ma, N., Du, L., Zhang, Y. L., Cui, Z. J., & Ma, R. (2020). The effect of interaction between knowledge map and collaborative learning strategies on teachers' learning performance and self-efficacy of group learning. *Interactive Learning Environments*, DOI10.1080/10494820.2020.1855204
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric theory*. New York: McGraw-Hill.
- Pintrich, P. R. (1991). A manual for the use of the motivated strategies for learning questionnaire(MSLQ). Retrieved December 9, 2021 from <https://eric.ed.gov/?id=ED338122>
- Schmidt, H. G., Van der Molen, H. T., Te Winkel, W. W. R., & Wijnen, W. H. F. W. (2009). Constructivist,problem-based, learning does work: A meta-analysis of curricular comparisons involving a singlemedical school. *Educational Psychologist, 44*(4), 227–249.
- Stotlar, D. (2013). *Developing successful sport marketing plans* (4th ed.). Fitness Information Technology.
- Wanberg, C. R., Zhu, J., & van Hooft, E. A. J. (2010). The job search grind: Perceived progress,self-reactions, and self-regulation of search effort. *Academy of Management Journal, 53*, 788-807. doi:10.5465/AMJ.2010.52814599
- Yew, E. H. J., Chng, E., & Schmidt, H. G. (2011). Is learning in problem-based learning cumulative?

*Advance in Health Science Education, 16, 449-464.*

Zakaria, E., Haron, Z., & Daud, M. Y. (2004). The reliability and construct validity and of scores on the attitudes toward problem solving scale. *Journal of Science and Mathematics Education in S.E. Asia, 27(2), 81-91.*

### 三. 附件 Appendix

#### 1. 研究問卷

親愛的研究參與者您好：

這是一份學術研究計畫，主題為「“從零到壹”的運動行銷課程：實踐能力、問題解決能力與就業力自我效能之養成」，非常感謝您於百忙之中協助問卷填答。

此研究僅供學術研究之用，絕不會外流，請您放心依照您的個人感受填答問卷即可，您提供的資訊並無對錯之分。此份問卷將花費您 5 分鐘。您可自由決定是否參加本研究；研究過程中，您不需要任何理由，可隨時撤銷同意，退出研究，且不會引起任何不愉快以及任何不良後果。研究主持人或研究計畫資助單位，也可能於必要時中止該研究之進行。

若您於研究過程中有任何疑問，或認為權利受到影響、傷害，可直接與國立臺灣大學研究倫理中心聯絡，電話號碼為：(02)3366-9956、(02)3366-9980。

再次由衷感謝您的熱心參與及填答，謹此致上最高的謝意。

國立體育大學 休閒產業經營學系

計畫主持人：陳成業 博士

Email: chenchenyueh@ntsu.edu.tw

運動行銷實踐能力自我效能	1 非 常 不 同 意	2 不 同 意	3 普 通	4 同 意	5 非 常 同 意
1.我認為自己的運動行銷實踐能力是好的。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.我確信可以理解運動行銷實踐能力的部分。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.我確信可以理解運動行銷實務操作的學理部分。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.我有信心可以理解教師引導運動行銷實踐能力的部分。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

5.我有信心可以做好運動行銷實務操作應用的部分。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.我認為自己在運動行銷課程表現是好的。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.我確信可以學好運動行銷實務應用的部分。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.考量運動行銷課程內容、教師與自己的能力，我有信心學好運動行銷實務操作應用的部分。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>運動行銷問題解決能力的自我效能</b>	1 非 常 不 同 意	2 不 同 意	3 普 通	4 同 意	5 非 常 同 意
1.我喜歡嘗試解決困難的運動行銷問題。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.我會盡力完成解決運動行銷問題。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.嘗試解決運動行銷問題是有趣的。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.我會嘗試花時間解決運動行銷問題。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.我會嘗試解決任何運動行銷問題。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.我解決運動行銷問題的想法跟同儕一樣好。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.我自認為可以解決大部分運動行銷問題。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.我會持續解決運動行銷問題直到完成為止。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.我可以解決大部分運動行銷的問題。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.我自認解決運動行銷問題的能力優於同儕。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11.我自認為是一個好的運動行銷問題解決者。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>運動行銷知覺就業自我效能</b>	1 很 沒 有 信 心	2 沒 有 信 心	3 普 通	4 有 信 心	5 很 有 信 心

1.有信心可以找到運動行銷工作。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.有信心可以找到薪水不錯的運動行銷工作。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.有信心可以找到喜歡的運動行銷工作	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2. 訪談大綱

質性研究訪談大綱
1.對此課程的想法如何？
2.對此課程有何回饋？
3.本課程對運動行銷實踐能力的影響為何？
4.本課程運動行銷問題解決能力的影響為何？
5.本課程對知覺就業自我效能的影響為何？