

## 商展行銷課程創意教學成效之初探

黃培真

致理技術學院國際貿易系講師

### 摘要

本研究為針對技職大專學生參與創意教學課程之主觀感受及教學反應評量之成效探索，並與其他傳統教學課程之教學評量成果平均值進行比較之行動研究。研究方法包含質性研究之文件分析法，並以量化方式進行描述性統計分析。研究對象為致理技術學院 99 學年度第 2 學期國際貿易系日間部四技選修「商展行銷」專業課程之學生，總計 51 位學生參與研究。研究者發現：創意教學課程在整體課程評量明顯高於傳統教學課程平均值，而參與者對創意教學課程於學習動機與興趣、創新創意之能力、未來職場就業競爭力及課程滿意度等領域亦抱持相當肯定之看法。

國立中興大學 

National Chung Hsing University

關鍵詞：創意教學、商展行銷、技職教育、創造力

收件日期：2011年09月20日

修正日期：2011年12月15日

## 壹、緒論

### 一、研究動機

人才是台灣最重要的資本(天下編輯, 1997)！天下雜誌(1990)提出「人才即國力」, 認為唯有大刀闊斧進行革命性教育改革, 才能培養是有創造力、能調適、能獨立思考、獨立判斷、能自主實踐而又會團隊合作之 21 世紀人才。在全球競爭態勢下, 如此人才培育, 其成功的關鍵就在教育(天下編輯, 1997)。

21 世紀的現代化教育, 應反映人本化、民主化、多元化、科技化、國際化五大方向(行政院教育改革委員會, 1996), 世界教育的趨勢, 不再是傳統的知識導向, 而是走向手腦並用的能力導向, 並使學習與生活結合之實務導向(天下編輯, 1997); 甚至於亦有學者認為大學的正確功能是進入知識的想像力殿堂(Whitehead, 1929); 值此趨勢下, 教育改革有其必然性。在改革的過程裡, 第一線教師的教學, 直接影響學生的價值判斷、自我概念及學習興趣(陳美玉, 1997); 最終則改變世界! 因此未來教師需要具備彈性、創意、專業、運用科技、團隊合作、終身學習等能力特質。學生成為教學的中心, 教師將不再僅是知識的提供者, 而是有創意的課程設計者(天下編輯, 1997)。

根據上述世界教育之發展趨勢, 重視實務操作的技職大專校院, 應如何修正教學, 方能提升學生未來之創造力與競爭力? Duke(1990)指出, 許多研究結果顯示: 優質教學與學生成就息息相關; 但 Haring-Smith(2006) 卻指出, 多年來高等教育機構被認為是反向操作抑制了學生的創造力; Gibson(2010)則強調, 「創造力」已被認為是解決 21 世紀龐大社會、政治、經濟問題的一種手段」。於此大環境趨勢下, 教師得以影響學生創造力之創意教學日受重視! 然近年來之相關研究多集中於教師創意教學的知覺(吳明達、廖珮玟, 2009), 較少著墨於執行成效之探究。有鑑於此, 本研究乃選擇放棄傳統之「填鴨教學」, 改採「創意教學」(creative teaching)之「商展行銷」課程進行成效探索, 期盼對參與學習之學生創造力及台灣未來經濟發展擘劃有所助益。

### 二、研究目的

本研究主要在探索運用創意教學方式於技職大專校院之會展產業專業課程——「商展行銷」(Trade Show Marketing)之執行成效, 最終將歸納上述研究成果, 提供大專校院及技職高等教育相關課程教學之建議。

### 三、研究限制

本研究基於研究條件, 有下列之限制:

(一) 採用之研究工具之一為創意教學及傳統教學課程學生於每學期期末就其任課教師之教學進行評鑑——「教學反應回饋問卷」, 基於研究對象就讀學校對填答內容採保密原則, 以免誤觸個人資料保護法之規定, 故無法提供單一個別學生之問卷填答資料, 本研究因而僅能以該校教務處教學發展中心所公佈之各班平均值進行描述性統計研究。

(二) 另本研究之研究工具所使用之「創意教學課程學生回饋表」、「教學反應回饋問卷」係為研究對象就讀學校之教學發展中心所研製之量表，均自 98 學年度第 2 學期統一由全校各班級進行教師教學評量使用，至今仍持續使用中。其中部分內容受主觀認知，研究結果可能因參與者觀點不同而有相異之分數。

(三) 考量時間及人力等因素，最後僅以研究者便利取樣之樣本為研究對象，以致本研究結果推論之範圍可能有限。

## 貳、文獻探討

### 一、創意教學意義

何謂「創意」？賴聲川(1996)認為，創意就是「出一個題目，然後解這個題目」；出題的過程，需要「智慧」；解題的過程，需要「方法」。何謂「教學」？Bruer(1993)指出，「教學是解決問題的一種形式，需要獨特的知識及技能」。以此觀之，「創意教學」就是教師就其課程教學任務，出一個「採用與從前不一樣的教學模式」的題目，然後將「完整執行這個教學模式」當作是解題完成。

故「創意教學」必迥異於傳統之教學方法。陳美玉(1998)指出，傳統「壓迫教學法」，以填鴨的方式培養應付考試的「機器」，僅能教育出順從與依附權威之個人，卻無法因應多元時代之需求。而創意教學應是「以開放教開放，以人本教人本、以多元教多元、以創意教創意」的教與學的活動。或可謂跳脫傳統的「講授式教育」，改採「不一樣」的教學策略，即是創意教學。

但何種「不一樣」才算是創意教學？美國知名之教育文獻資料庫(1966) (Educational Resources Information Center Treasures, [ERIC Treasures<sup>1</sup>])則對創意教學做如下之定義：「開發並運用新的、具原創性或創新性的教學方法」(Development and use of novel, original, or inventive teaching methods)(林偉文，2002、2011；張世慧，2011；許育彰，2007；蕭智真、陳儷勻，2006)，可謂其創意教學之定義導因於教師之創造力 (creativity)，亦是教師創造力之表現(林偉文，2006、2011；ERIC Treasures, 1966)，採用了「新的、未曾使用過的教學方法」。至於「新的、未曾使用」的界定，可以是「教師自己獨創，別人未曾使用的教學方法」；也可以是「教師經由自己之創意思考，產生新的教學觀念或方法，即令該方法觀念曾經為他人思考使用」(林偉文，2011；Sternberg & Lubart, 1999)。

林偉文(2011)另轉引自詹志禹(2002)之看法，除了「新奇」特性以外，創意教學尚需兼「有價值」之特性。其歸納出有價值之教學活動應對學生具有下列性質 (林偉文，2002、2011)：(一) 激發學習動機及投入學習；(二) 可促進學生於認知、情境與能力等心智之發展；(三)、可適應學生之個別差異；(四) 在知、情、意各方面達成有效學習；(五)、有助於高層思考能力、終身學習等教育目標之達成。亦即創意教學並非僅是新奇有趣之教學活動，應使對學生達成深度的學習，

<sup>1</sup> 為一個提供教育研究與資訊的線上數位圖書館，由美國教育部所屬之教育科學研究所贊助成立，以隨時提供教育文獻供改善教育研究、教學活動與教育決策等目的。參見 ERIC 網頁 [http://www.eric.ed.gov/ERICWebPortal/resources/html/about/about\\_eric.html](http://www.eric.ed.gov/ERICWebPortal/resources/html/about/about_eric.html)。

培養帶的走的能力。

Gibson(2010)探討創意教學於高等教育機構之涵義時，認為創意教學的過程，係由試驗、嘗試、錯誤(experimentation, trial & error)所組成。其指出，創意教學需要學習力、承擔風險、合理的變通性、自發性與開放的胸襟(引自 Ewing and Gibson, 2007)。Sawyer(2004, 2010, 2011)則將創意教學視為「紀律即興」(disciplined improvisation)，需要提供學生有積極參與探究學習、自由取向、專題學習與協同學習等之機會；尤其強調學生於探究過程裡之談判協商與協同合作。

國內外許多學者亦對創意教學有精闢之見解。其中較多強調「教學法」之改變，尤其應揚棄傳統模式的制式化教學，改採新奇、活潑、有趣之教學模式(吳明達、廖珮玟，2009；吳清山，2002；陳亮光，2008；陳龍安，1996；張家綺，2008；詹志禹，2002；路婉林、陳兆敏，2008；楊筑雅，2009；Liu Xi-wen, et al., 2007)；亦有強調透過創意教學改變學生之「學習動機」及「創意思考潛能」(毛連塏，1984 轉引自許婉甄(2008)；李德高，1990；吳清山，2002；吳柳儀，2006；陳亮光，2008；詹志禹，2002)；亦有認同創意教學實為「教師創造力之展現」(陳玉樹、胡夢鯨，2008；許育彰，2007)。但上述定義其實仍在林偉文(2002、2011)、詹志禹(2002)所規範之「新奇」、「有價值」之範疇內。

至於教學成效方面之研究較為有限，惟陳亮光(2008)曾以對外華語文教師師資培訓課程學員 64 人為研究對象，發現以創意教學策略教育之學員於創造力中之認知、情意及技能因素之表現的確明顯高於接受傳統教學法之學員。

綜上所述，本研究認為創意教學乃身為人師者因應迅速變遷的社會環境及現代學生追求新穎之特性，基於教師個人之創造力，規劃內容豐富且跳脫舊式窠臼之課程設計；以強化學生樂於學習之動機、獲得有價值之學習成就以及增加未來職場競爭力為目標之教學模式；是一種可達教學之目的，亦可培育學生創造力於無形之中的教學方法；亦符合前述「新奇」—跳脫舊式窠臼、「有價值」—聯結未來職場競爭力之界定意義。

## 二、創意教學特質

許多研究亦顯示，創意教學與以培養學生創造力為主要目標的「創造力教學」(teaching for creativity)，事實上存在某些差異(陳龍安，1996)。創意教學乃教師之教學方法活潑有創意，主要目的並非在培養學生之創造力(林偉文，2011；吳清山、林天佑，2003；張世慧，2011；ERIC Treasures, 1966)，惟透過創新創意的教學活動依然可以對學生之創造潛力產生潛移默化之作用，以及專注學習之成效(黃政傑，1992)。

創造力教學之主要目標則在激發、助長學生之創造力(陳龍安，1996)，與「創造思考教學」(teaching for creative thinking)類似(張世慧，2011)。張世慧(2011)指出，創造力可以透過「類推思考」、「預測問題解決結果」、「使用未來問題解決方案」等練習來加以強化。教育部(2003)於「創造力教育白皮書」中揭示，為因應 21 世紀以「腦力」決勝負的知識經濟時代，創造力與創新能力之培育為未來教育工作之重點，以實現「創造力國度」(Republic of Creativity)之願景。但創造力教育的實踐，需要學生樂於創意學習，老師樂於創意教學，學校樂於創意經營，

而「教學創新<sup>2</sup>」亦應作為評鑑教師之效標。教育部並以具體之資源補助及獎勵推動創意教師成長工程。國際教學相關研究於小學基礎教育、語言教育、跨國文化教育、科學、醫學、護理、輔導、音樂教育等領域，亦多鼓勵教師採用創意教學以提高學生學習成效 (Brinkman, 2010; Grant Hayes, 2008; Liu Xi-wen, et al., 2007; Pramod Kumar Prusty' 2010; Woods, 2005)。可謂「創造力教學」若能透過教師「創意教學」方式，將可收事半功倍之成效。(陳龍安，2000)。亦可謂教師為學生創造力之守門人(gatekeeper)，要提昇學生之創造力，應透過提升教師之創造力與創意教學之途徑(林偉文，2006; Csikszentmihalyi & Wolfe, 2000)。

陳文典(2004)則認為，創意教學與通稱之「創新教學」意義相同，可使「學習者」增進「創新」的能力，但需要具備以下特質：(一)學習者要能主動發掘「問題」，並熱心解決之；教學者要能隨時協助學習者拓展想像的空間；(二)學習者可以積極自主承擔處理及解決問題的責任；教學者則扮演最有效率的顧問、協助者、贊助者；(三)學習者要有耐心完成工作；教學者要扮演仲裁者及鑑賞者之角色。Gardner(2010)，引自 Woods and Jeffrey(1997)之研究，認為創意教學有四個基本組成元素：創新、主導權、控制管理及適切性(innovation, ownership, control and relevance)。創新可以由個別教師發起，或與其他同事協同合作；其中包括新概念的創設、或改編自現有的理念。創新必須符合學生利益及文化，否則不適切且自以為是。除此之外，教師之專業滿足來自於他們對授課方向及實施變革擁有主導權，如此使他們對教學有一定程度之控制管理。

故本研究認為創意教學重要特質即是師生需共同參與，但非無理性之天馬行空教學。教師擁有創意課程之自主設計及管理權，前提是對學生學習有助益且具適切性。而創意教學並非只是教師單方面教學方式之突破，相對之學習者亦需主動且樂於學習，亦即學生能夠創意學習(creative learning)在某些程度上亦是創意教學的部份特質，也唯有如此，方能圓滿達成教師採用創意教學法之目的。

### 三、創意教學教師之人格特質

教學與人格特質(personality traits)有關(張新仁，1992)，創意教學尤然。吳明達、廖珮姣(2009)曾以我國科技大學及技術學院機械系教師 146 人為研究對象，探討於該等學校文化、教師人格特質、教學動機與創意教學之關聯性，得到之結論包括有：教師人格特質及教學動機對創意教學具有顯著及正向之影響；學校文化對創意教學並無直接之影響，但可以透過教師之教學動機之中介作用，間接影響創意教學。其中人格特質不僅直接影響創意教學行為，也可透過教學動機間接影響創意教學之達成，可謂對創意教學影響深遠。吳明達、廖珮姣(2007)以同樣之研究對象群探討影響創意思考教學<sup>3</sup>之因素，發現顯著影響教師創意思考教學最大之因素為人格特質，其次則為教學動機。

National Chung Hsing University

<sup>2</sup> 行政院教育部所言之「教學創新」應是指「創意教學」。但依照林偉文(2002)，「教學創新」與「創意教學」之定義有許多重疊之處，其中「教學創新」多指引用他人已發展之新教學觀念，而「創意教學」係指透過創意的的方法以達教學目的。張世慧(2011)亦有類似之看法。

<sup>3</sup> 參見吳明達、廖珮姣(2007)，影響我國科技大學及技術學院機械系教師創意思考教學因素之研究，*臺北科技大學學報*，40(2)，85-103。該研究中將「創意思考教學」等同於「創意教學」。

許玫琇、張富鈞與鄭秀貴(2008)以 534 位高中體育教師為研究對象，探討渠等之「創造人格特質」與創意教學行為之相關研究。結果發現創造人格特質愈高，教師會有愈高之「創意教學內在動機」及「教學自我效能」，可謂創造人格特質之各因素與創意教學行為具有顯著之正相關。故可以透過「創意教學自我效能」之提升、以及「創意教學自我效能」激發「創意教學內在動機」二途徑而影響教師之創意教學行為。何添生(2009)另以 234 位北中南大專體育教師為研究對象，進行與許玫琇等人模式相近之研究。許玫琇等人及何添生之研究就教師人格特質對創意教學行為之影響分析與上述吳明達、廖珮玟之研究結果頗具一致性。

Dewey(1916)認為，在教育大業裡，教育人員有責任提供一個可以指導及激發因應課程的教學環境；天下編輯(1997)轉引美國教育部顧問羅伯特(Linda Roberts)所言：「教育者必須是個創造者，更需是個推動者與撼動者」。故創意教學教師之人格特質將影響創意教學表現。Gardner(2010)指出，創意教學之教師須具有以下特質：(一)能夠發掘替代方案；(二)適應力強，能夠因應變革；(三)有能力扭轉劣勢，提高計劃達成率；(四)對學生、學習、課程等有充分之認知，並以熱忱關心及專業知識激勵學生完成學習目標；(五)以專業之角色克服認知落差，並能夠持續自我績效進行評估。李德高(1990)則提出一項針對中、美小學五、六年級學生進行創造教學之理想教師條件之非正式研究結果顯示，無視東西方文化差異，學生心目中理想之教師條件相似，包括有以學生為教學活動重心、言論行為有創意、亦是學生創造思考的刺激者、能夠明確說明困難的問題、主動吸收知識、精熟課程且勇於認錯、尊重學生個別差異等。

創意教學既可謂教師本身之創造力特質展現於教學活動，亦有學者指出其行為之表現特徵包含有變通(flexibility)、獨特(originality)、流暢(flouency)、精密(elaboration)四大能力(張春興，1989；Guilford, 1967, 1971)。Torrance(1976)利用 Guilford 於 1950 年代發展之擴散思維觀點(Guilford, 1950, 1967, 1971, 1976)，發展出評量創造力專用之「創造思考測驗」(吳雅萍、廖遠光，2008；楊慶麟、蔡素惠，2004；Sawyer, 2011；Shively, 2011)，以上述四種能力構成評估教師本身創造力的四個構面。張春興(1989)、Barron(1963, 1968, 1983)另表示創造性人格特徵包括有敏銳的觀察力且思考靈活、個性獨立且抗壓性較高、高度自尊與高度自信、興趣廣泛、語文能力流暢、高工作效率、幽默坦白及具審美觀等。

而在上述針對高中及大學體育教師進行之研究，就創造人格特質各因素分析後，二者均以「掌握重點、解決問題」具有最佳之解釋力。Guilford 於 1967 年即表示「創造」(creative production)與「問題解決」(problem solving)存在極高之相似性，甚至可謂二者之進行步驟雷同，故若教師擁有極佳「解決問題能力」之人格特質對其進行創意教學有極大助益。Piirto(2011)則以其長期觀察高創意者之創造性行為，重述其於 2004 年提出之「7 I's」創造力模型(Kaufman & Sternberg, 2007)，認為教師可透過靈感(Inspiration)、洞察力(Insight)、直覺(Intuition)、即興(Improvisation)、熟慮(Incubation)、想像力(Imagination)、意象(Imagery)七方向協助學生之創造歷程。

綜上所述，可謂執行創意教學之教師應是個性機靈、聰明、處事靈活不墨守成規、善於處理疑難雜症、積極、追求學生及自我教學成長、企圖心強且願意以學生為教學之中心。於現今國際化潮流下，較具創造力之教師在改革教學技巧之努力，將有助於其教學效能提升及其個人之專業發展(professional development) (歐用生，1996)。

#### 四、創意教學策略

##### (一) 課程選擇

本研究選擇之個案研究課程為致理技術學院 99 學年度第 2 學期國際貿易系日間部四技開設之「商展行銷」專業課程。該科目係單學期 2 學分選修課程，課程屬性為國際貿易領域高階專業實務課程。使用教材包括有展覽活動規劃、會議及展覽現場管理、會展行銷規劃等領域專業書籍。另配合致理技術學院國際貿易系推廣之「會議展覽專業人員初階認證」<sup>4</sup>，亦於課程設計中加入相關證照輔導教材。

##### (二) 教學策略

教學偏向是一種人際溝通的行為，也是師生積極互動的活動(陳美玉，1998；張家綺，2008；Johnson, 1988)；亦是教師將技能、知識、態度及價值觀等傳授與學生，以促進其改變與成長的師生雙向回饋歷程 (林進材，1999)。本研究之創意學習課程教學設計，立基於因應個別學生多元智慧之差異，由學生自由分組尋求解決方案，以激發學習動機及參與興趣，並培養學生學以致用的能力。故實際上混合有「問題本位學習」(problem-based learning)(呂金燮，2003；Tan, Teo & Chye, 2009)、「個案研究」(case-based study)、「角色扮演」(role-playing method)、「專題學習」(project-based learning)(Wurdinger & Carlson, 2010)等精義。故可謂本研究在教學之內容、歷程、執行與評量等領域採用創意新奇多變方式，不同於以往「商展行銷」僅是教師單向講授商展行銷定義、流程之傳統教學方式。詳言之，主要以下列教學方法混合採用：

##### 1. 經驗學習法(experiential learning)

賈馥茗(1992)轉引捷克教育家 Johann Amos Comenius 之看法：「最好的教學法，是老師『教的少』，而學生卻能『學的多』」。要能「教的少」，則「傳統教學法」(traditional teaching)以講述為主的教學模式必須改變；要能「學的多」，則學生必須主動參與學習，亦即 Dewey(1938)的主張，「教育必須以經驗為基礎」。Dewey 更進一步指出：「世界上沒有任何訓練如同經驗之訓練般嚴格地受到智能開發及方向的驗證」、「提高學生學習的唯一方法即是增加真實學習的質、量」。Kyriacou(1986)表示，「經驗學習」的意義之一即是教師促使學生利用角色扮演(role-playing)或是直接參與之經驗(direct experiences)等，對議題進行深入體認及

<sup>4</sup> 為發展「會展產業」(通稱 MICE Industry—包括 Meeting, Incentive, Convention, Exhibition 四大領域)，行政院國貿局與中華民國對外貿易發展協會為強化會議展覽業服務人員之專業性與產業人力素質，並確保渠等之品質及競爭力，特舉辦會議展覽專業人員認證考試，以建立完整之認證制度及人才培訓機制。

了解，最後並可透過內化學習，改變學習者行爲。亦可謂過去經驗的價值在於其可在類似情境裡提供相似之經驗(Mayer, 1977)。Ying(1991)則提出學習者「實際執行」後可以達到 90%的學習效果。本研究之「模擬展攤企劃組」、「模擬展攤搭館組」、「Second Life 展場設計組」主要使用經驗學習法。

## 2. 現場觀察法(field observation)

當學生以「參加者」的身分，非「執行業務」之身分於活動現場透過觀察學習，稱之，亦即「讀萬卷書，行萬里路」之學習意涵(陳美玉，1998)。本研究之「國際會議評析組」即使用現場觀察法，將課堂延伸至教室之外，被觀察者為整個國際會議規劃及執行流程；學生透過觀察法累積學習成效(Borich, 1994)。

## 3. 協作學習法(collaborative learning)

學生以團隊合作之分組方式，經由創建一個環境活動，參與探究性學習，透過相互討論和辯論，共享學習的知識、經驗及機會，努力達成共同的目標的一種教學法。就大專教師而言，被認為將比其他教學方式更有教學效率；就學生而言，可以培養思考能力、承擔個人責任與團隊合作、積極的工作態度，有利於創新技術 (Davis, 2002；GDRC, 2011)。Wentzel and Watkins(2011)亦指出，同儕於小組活動共同合作，對學業成果有正面之影響。歐用生(1996)表示：教師於教學過程中常用之小組專案設計、舉行發表會等，即是協作學習法的展現；該學習法就師生關係而言，係合作而非競爭態勢(歐用生，1996)。

本研究之分組運作及成績評量，即協作學習法之應用。由教師與學生就主題研議、目標完成後之成果發表、分組輪流評論達到共識後，設計「創意教學個案評分表」，師、生分別就各組報告及評論給分；其中教師評分表除任課教師本身以外，尚邀請四位商展領域專業教師選擇參與其中一組評分。故參與學生最後總成績來自於任課教師、外聘專業教師、其他非該組學生之同儕評分(peer assessment)綜合計算。評分標準含主題內容完整性(40%)、主題創意思考(20%)、簡報技巧&PPT 製作(20%)、答辯(20%)四大領域。透過所有參與學生與他組辯論及互評，方能達成完整之課程目標。由於邀請不同特色老師參與評論及評分，學生學習效果更為宏觀生動；而多元報告及多元評量制度，亦提高學生參與及學習興趣 (張德銳、邱惜玄、高紅瑛、陳淑茗、管淑華、蕭福生，2002)。

## 參、研究設計與方法

### 一、實施設計

Gibson(2010)指出，支持培養學生創造力的環境，需要能夠鼓勵冒險、獨立性與變通性。本研究依此理念，將參與學生依創意主題分為四組，由學渠等自由選擇班級內團隊合作夥伴，獨立運作。但師、生間需不定期討論創意教學分組活動進展，並安排各組輪流就活動成果公開進行提案、接受他組評論質詢，以便學生可以藉直接與間接參與之經驗，收觀摩學習之效(Argote & Kane, 2003)；四組規劃如下：

#### (一) 模擬展攤企劃組



搭配課程屬性及主題，負責規劃設計一個  $3 \times 3 \text{ M}^2$  之展覽標準攤位參與致理技術學院國際貿易系「第 24 屆國際貿易模擬商品展<sup>5</sup>」。其主要工作內容包括展出主題規劃、展場設計及擬定展前、展中、展後行銷策略。展出主題經師、生共同研議後決定為「2011 年職場專業證照書籍展」。工作重心在思考創意及規劃方向，屬於企畫經驗學習作業。

#### (二) 模擬展攤搭館組

根據上述企劃組之展場規劃，提出質疑及討論意見、取得共識後實際執行搭館業務。該組需負責採購備料、接洽贊助廠商展品物流運送事宜、搭館、展場佈置、現場客戶接待作業、拆館作業與現場清理。工作重心在後段作業之執行及善後，屬於執行力與精密力層面。

#### (三) Second Life 展場設計組

Second Life(第二人生，簡稱 SL)，為一網際網路虛擬世界，採互動式立體人物設計，由設計者以電腦網路互動系統建置模擬商品展之展館，提供虛擬之國際商業行銷場所。參與學生需有電子商務網頁建置興趣及經驗，運用現代化電子商務科技運作，模擬會展攤位設計搭建。換言之，網路上所建置之展覽攤位之展場設計、展品陳列與實際攤位毫無軒輊，相當於全世界透過 SL 網路系統可以同步參觀實體展場，有利於國際行銷。本組採用模擬之經驗學習法。

#### (四) 國際會議評析組

有鑒於國際商展經常搭配國際會議共同籌辦，位增學生見聞，於課程中納入國際會議，並選擇該校「我國與拉丁美洲經貿關係現況與展望論壇<sup>6</sup>」進行會議規劃、執行、會後作業之觀察分析。該組學生全天候輪流派駐會議現場進行初級資料(primary data)蒐集作業，工作性質偏向於透過評估過程累積經驗學習。

## 二、研究對象

本研究之研究對象(以「研究參與者」稱之。楊仕裕(2006)轉引自潘慧玲(2004))為致理技術學院 99 學年度第 2 學期國際貿易系日間部四技大二、大三選修「商展行銷」專業課程之學生，共計 51 人。其中以性別區分，男性學生 8 人，佔 15.7%；女性學生 43 人，佔 84.3%；以年級區分，大二學生 44 人，佔 86.3%；大三學生 7 人，佔 13.7%。渠等於本研究創意教學課程結束後，填寫致理技術學院教務處教學發展中心提供之「創意教學課程學生回饋表」、「教學反應回饋問卷」。

## 三、研究過程

本研究執行期間為 99 學年度第 2 學期，創意教學實施日期自 100 年 2 月 1 日至 6 月 15 日為止。個案資料之搜集以學生之文件紀錄為主，包括(一)「創意

<sup>5</sup> 該模擬商品展係由致理技術學院國際貿易系四技部大三、五專部四年級聯合舉辦，參與學生約 160 人，共有 12 個  $3 \times 6 \text{ M}^2$  之攤位。舉辦日期為 2011 年 5 月 30 日至 6 月 1 日，舉辦地點為致理技術學院誠信館。進場執行搭館為 2011 年 5 月 29 日下午 1 時~8 時。拆館為 2011 年 6 月 1 日下午 3 時~5 時。

<sup>6</sup> 主辦單位為致理技術學院拉丁美洲經貿研究中心及國際貿易系；舉辦日期為 2011 年 4 月 13 日；舉辦地點為致理技術學院綜合教學大樓 8 樓國際會議廳。

教學課程學生回饋表」填寫時間為 100 年 6 月 5 日至 6 月 12 日，總共發出 51 份，有效回饋表 46 份，有效回收率達 90.2%。(二)「教學反應回饋問卷」實施時間為 100 年 6 月 1 日至 100 年 6 月 30 日止，總共發出 51 份，有效問卷 51 份，有效回收率達 100%。

#### 四、研究工具

##### (一) 研究者

擔任分析質性資料之工具。本研究之研究者，目前擔任致理技術學院國際貿易系講師，主授國際貿易實務及國際會展相關課程，曾任職於政府金融單位、政府會展推廣相關機構多年。透過本研究得以結合業界實務經驗及 21 年之大專校院教學經驗，釐清研究方向及研究脈絡。

##### (二) 創意教學課程學生回饋表

「創意教學課程之學生回饋表」所列之內容分二大類：1.封閉式問題之設計，其目的探討參與學生對創意教學課程之學習動機與興趣、創意能力、技職教育極相關之就業能力是否有助益？以及對該課程之滿意度等四項調查。該回饋表採用李克特五尺度量表(Likert Scale)，從「非常不同意」到「非常同意」分別給予 1~5 分。得分愈高者表示參與者對創意教學課程四面向之調查滿意度愈高。其分析結果如表 1。2.開放式問題之設計，主要為參與學生對本學期創意教學課程之心得感想，及對課程之其他建議，可供研究者進行教學反思及未來修正教學計畫之參考。其分析結果如表 3。

##### (三) 教學反應回饋問卷

由致理技術學院教學發展中心設計並執行線上調查作業。問卷內容分「學生自我學習狀況」、「教學技巧」、「專業課程準備」、「教學熱忱」、「教學互動」、「教材內容」、「評分方式」、「整體評量」8 大類，共計 20 題，亦採用李克特五尺度量表，從「非常不同意」到「非常同意」分別給予 1~5 分。得分愈高者表示參與者對所修習課程之教學成效滿意度愈高。其分析結果將與研究者其他使傳統教學法之課程之教學反應評量之平均值進行比較。至於傳統教學法之課程特色則較偏向林生傳(2001)所稱之單向、權威式之教學模式，其分析結果如表 2。

#### 五、分析方法

吳天方(2002)指出，教學是技職教育的核心項目，然傳統之研究往往無法適當解決實務困境，對發展學生學習、促進教育改革等較無助益(蔡清田，2000)。陳美玉(1998)亦認為，教師即研究者，將是掌握學生學習行為的最佳證據。故為增進解決教育實務之功效，本研究偏向於應用實務層面之研究。

研究方法包括質性研究之文件分析法，並以量化方式進行描述性統計分析，其中個案資料收集範圍如前述說明。本研究就創意教學課程個案成效之評估採(一)量化分析法，根據學生於前述 2 文件之五個尺度填答結果以 1~5 分計算各題目所有班級參與者之平均值，並以百分比方式進行描述性統計分析，同時亦與研究者之其他傳統教學法課程班級之「教學反應回饋問卷」教學評量平均值進行

比較，並以差異之絕對值占原傳統教學法平均值之比率，當作 2 種教學法之差異幅度分析。(二) 質性研究之文件分析法，根據學生於回饋表「創意教學課程之心得感想與其他建議」之陳述，由研究者仔細研究後，選擇有意義之述句，進行特性分類後再予以研究解釋。回饋表編碼方式為：RXX，其中 R 代表回饋表；XX 代表學生編碼，由 01 編至 46 號。

## 肆、研究結果與討論

### 一、量化分析

(一) 根據施行回饋表之封閉性問題，本研究整理後分析如下表 1。「創意教學課程學生回饋表」總共發出 51 份，有效回饋表 46 份，有效回收率達 90.2%。

根據表 1 之統計結果為回饋表之第一部分問題 1~4 的描述性統計結果，可以發現就平均數初探創意教學引發學習動機與興趣方面，選擇「非常同意/同意」等持正面肯定看法之學生合計 89.1%，全班認同程度平均數高達 4.24；絕大多數參與學生認為商展行銷創意課程能夠激勵他們的學習動機與興趣。無人選擇「不同意/非常不同意」等較負面之結果。

就問題 2 於創意教學啟發學生之創新創意能力方面，選擇「非常同意/同意」高達 87%，全班之認同程度平均數亦達 4.24。本研究成效符合前述學者專家所言之創意教學可以激發學生之學習興趣與創造力。就問題 3 於創意教學與學生之職場發展助益方面，認同程度平均數達 4.35，為所有題目最高者，亦即認為商展行銷創意課程對參與者未來就業一定有幫助，選擇「非常同意/同意」達 87%，可謂該課程符合技職教育之職場能力需求，亦符合 Wentzel and Watkins(2011)前所言之：同儕於小組活動共同合作，對學業成果有正面之影響。就問題 4，對本課程滿意者，屬於「非常同意/同意」亦達 87%，不滿意領域為 0%，認同程度平均數 4.04 亦屬佳績。

表 1

學生對創意教學課程之認同程度人數統計與比率調查表

選 項	非常同意	同意	尚可	不同意	非常不同意	認同程度 平均數
1、本課程授課方式具有 創意，能引發學生學習 的動機與興趣	16 (34.8%)	25 (54.3%)	5 (10.9%)	0 (0%)	0 (0%)	4.24
2、本課程能啟發學生的 創新、創意之能力	17 (37%)	23 (50%)	6 (13%)	0 (0%)	0 (0%)	4.24
3、本課程對於學生將來 的就業發展有正面的幫 助	22 (47.8%)	18 (39.2%)	6 (13%)	0 (0%)	0 (0%)	4.35
4、對本課程滿意程度	20 (43.5%)	20 (43.5%)	6 (13%)	0 (0%)	0 (0%)	4.04

資料來源：本研究整理

(二) 教學反應回饋問卷分析結果及與傳統教學法課程平均值比較分析表如下表 2。研究者以本創意課程教學法與其 99 學年度第 2 學期之其他 3 學門<sup>7</sup>採用以單向溝通為主之傳統講授教學法課程之教學反應回饋評量平均值進行比較。致理技術學院教學發展中心於上述 3 傳統教學課程總共發出 150 份問卷，有效問卷 143 份，有效回收率達 95.33%。而創意教學課程之教學反應回饋問卷總共發出 51 份，有效問卷 51 份，有效回收率 100%。根據表 2 之教學反應評量問卷，可以發現：

1. 就創意教學課程於教學評量問卷所設定之 8 大領域而言：

評量分數絕對值均高於傳統教學課程，其中以「整體評量」之幅度 5.72% 最大、「教學技巧」5.58% 次之、第三順位則為「學生自我學習狀況」4.75%。可謂學生對創意教學課程之教師授課滿意度與其個人自我成長經驗均可直接感受；而由於創意教學課程之教學法較豐富有趣，學生對「教學技巧」類別相當肯定。8 大領域評量分數差距幅度最少者為「評分方式」，只有 0.53%，其因為研究者為鼓勵學生，無論教學方式為何，其課程均採多元評量，故學生之認知差異不大。

2. 就教學評量問卷之 20 個題目而言：

以學生自我學習狀況之「我總是準時上課，不遲到」之差幅 8.92% 最高，顯現創意教學課程較能激勵學生樂於學習；教學技巧之「老師教學方式深入淺出，條理清晰，易於理解」7.32%，亦可見學生較能觀察到創意教學課程教學方法之特點；專業課程準備之「授課準備充分，進度控制恰當」6.53% 則為參與學生認為教學活動步驟快慢適當，亦可謂課程設計及內容與學生程度相當。但學生亦有認為創意教學相對弱於傳統教學課程之處，(1) 專業課程準備之「老師對本課程

<sup>7</sup> 研究者於該學期採用傳統學法之課程包括有：五專部國際貿易實務(下)、進修部二技國際商務經營實務(下)及進修部四技國貿實務(下)。

的學識豐富」項目-2.50%，本研究分析其原因為學生們於傳統教學之單方向講授過程裡，很容易感受到教師之學富五車；但創意教學之教學技巧及形式較吸引學生目光，相形之下教師展現之專業知識較不明顯；(2)「老師的評分方式多元」之比較，創意教學課程差幅只有有-0.15%，其因則為研究者對各科目之評量方式一向多元化，故差異不大。

3.就整體課程總平均值而言：

就本研究之創意教學整體課程評量為 3.9389，高於傳統教學課程平均值 3.8019，其差幅為 3.60%。顯見創意教學課程整體績效的確優於傳統教學課程之成效。

表 2  
 創意教學與傳統教學課程教學反應回饋問卷比較分析表

題號	題目內容	創意教學課程分數(A)	傳統教學課程分數(B)	差異(A)-(B)=C	差異比率(C)÷(B)=(D)
<b>【學生自我學習狀況】</b>		4.0131	3.8310	0.1821	4.75%
1	我總是準時上課，不遲到	4.2745	3.9244	0.3051	8.92%
2	這門課老師上課時，我通常很專心聽課	3.9020	3.7982	0.1038	2.73%
3	除了應付考試，對本科目我會花時間課前預習及課後複習	3.8627	3.7704	0.0923	2.45%
<b>【教學技巧】</b>		3.8562	3.6525	0.2037	5.58%
4	老師教學方式，能引發學生學習的動機與興趣	3.7451	3.6160	0.1291	3.57%
5	老師教學方式深入淺出，條理清晰，易於理解	3.8627	3.5994	0.2633	7.32%
6	老師會適時提供實作、討論與演練的機會	3.9608	3.7422	0.2186	5.84%
<b>【專業課程準備】</b>		3.8824	3.7812	0.1012	2.68%
7	教學目標明確，授課內容難易適中	3.8431	3.6821	0.1610	4.37%
8	老師對本課程的學識豐富	3.8627	3.9619	-0.0992	-2.50%
9	授課準備充分，進度控制恰當	3.9412	3.6995	0.2417	6.53%
<b>【教學熱忱】</b>		4.0441	3.9381	0.1060	2.69%
10	教學認真，不隨意缺課早退	4.0980	4.0298	0.0682	1.69%
11	老師關心學生的學習，並且用心啟發學生	4.0784	3.9282	0.1502	3.82%
12	老師會設身處地幫助學生解決學習上的困難	3.9804	3.9498	0.0306	0.80%
13	老師尊重學生所提出之看法或意見	4.0196	3.8448	0.1748	4.55%
<b>【教學互動】</b>		3.9118	3.7869	0.1249	3.30%
14	教學過程能營造良好的學習氣氛與環境，讓學習更有效益	3.9020	3.7428	0.1592	4.25%
15	老師主動瞭解學生的學習狀況，適時調整教學內容或方式	3.9216	3.8309	0.0907	2.37%
<b>【教材內容】</b>		3.9510	3.8011	0.1499	3.94%
16	老師選擇教材內容之深淺符合我的學習	3.9216	3.7674	0.1542	4.09%
17	教材選用符合課程目的	3.9804	3.8349	0.1455	3.79%
<b>【評分方式】</b>		3.9216	3.9010	0.02060	0.53%
18	老師的評分方式公正客觀	3.9020	3.8550	0.0470	1.22%
19	老師的評分方式多元(考試、報告、討論等評分方式)	3.9412	3.9471	-0.0059	-0.15%
<b>【整體評量】</b>		4.0000	3.8127	0.2163	5.72%
20	整體而言，老師的教學使我收穫成長良多	4.0000	3.7837	0.2163	5.72%
<b>【課程總平均】</b>		3.9389	3.8019	0.1370	3.60%

資料來源：本研究整理

## 二、質化分析

研究者就參與者於回饋表「創意教學課程之心得感想與其他建議」仔細研讀後，依其陳述語句特性分為下列三類領域，並將學生回饋表之陳述有關聯者分別計次後得下表 3，發現可以產生下列成效：

### (一) 創新創意、做中學

100%參與者均強烈感受到創意課程與傳統課程之差異與迷人之處，認為可以激發自我之創意，咸認為未來應持續維持此種型態教學，如參與者 R13、R15 都提到：

創意教學激發我們新的想法與創意，這樣的上課方式很新鮮可以激發學生的創意，進而增加學習的意願，以後可以多多以這種方式上課，很新鮮也很有趣。(R13)  
我覺得這門課程蠻符合創意教學課程，有實際的作業，而不是只是紙上作業，希望學校可以多多提供類似的創意教學課程。(R15)

而差異與迷人之處主要在於研究之課程採用「經驗學習法」，參與者強烈認同實作之效用，遠比紙上談兵佳，並認為未來應強調實作觀念，如參與者 R27、R02、R28 都提到：

不是只學到了課本上的東西，多了些實際的操作，從中可以更了解課本教的東西。(R27)  
這門課是以分組方式進行，以創意教學的方式，讓學生可以親自接觸實際體驗，這是在課本上學不到的～我覺得真的很有幫助呢！(R02)  
改變以往上課方式，加上課本和書籍教學的學習效果有限，改用分組實際參與活動，使我們能對課程增加學習印象，也能引發我們更多的學習動機與參與活動興趣。(R28)

### (二) 專業成長與就業連結

有 89.10%之參與者提及本研究課程提昇其專業學習品質並有助於其職場競爭力。如參與者 R07、R09 指出：

在課程裡所學習到的事務，我相信對未來出社會有很大的幫助的!!(R07)  
了解到在未來的市場，快速、便利、低成本是新的趨勢，網路上的展覽便逐漸脫穎而出，連視訊會議、說明會、場地模擬、模型設計等，都可以利用相關 SL 軟體完成。(R09)

本課程屬於國際貿易高階專業領域課程，專業提昇為主學習之重點。依據參與者之心得顯示此部分成效卓著。

### (三) 團隊合作、同儕觀摩、學生自省

有 86.96%之參與者認同分組主題教學活動之設計，因此學習到團隊合作、

自我檢討、接受批評之雅量。此即「協作學習法」之主要精神之完成。如參與者 R14、R33 所言：

了解到分工合作互助的精神，學習團隊的互相學習，接納大家的不同意見，一起努力共同完成。(R14)

採分組實做不同類型主題的報告來呈現，它不像一般課程制式化的用考試來評量成績，而是可以多元衡量。分組當中不同的工作分配可以學到團隊合作的精神。(R33)

表 3

商展行銷課程學生自述創意教學成效分析表

(有效回饋表：46 份)

評估項目	創新創意、做中學 (經驗學習)	專業成長 就業連結	團隊合作、同儕觀摩 學生自省(協作學習)
回答肯定人數	46	41	40
比率值	100%	89.10%	86.96%

資料來源：本研究整理

## 伍、結論與建議

### 一、結論

本研究旨在探究技職體系大專校院學生參與創意教學課程、進行創意學習之成效。透過相關分析之研究結果發現，若教學方式具有創意，的確能引發學習動機與興趣，並可激勵學生投入學習、樂於學習；而教學有創意，相對啓發學生的創新、創意能力亦頗受學生之肯定。由學習動機與創新能力之提升，進一步影響學生之自我學習狀況與學習能力，有助於未來社會之終身學習。

本研究強調經驗學習、現場觀察法以增加實作訓練之創意教學策略，參與學生非常認同可增益專業實務經驗並強化未來職場競爭力；另透過協作學習之策略設計，促進學生們之團結合作、培養自律自省之工作態度亦滿足渠等未來就業聯結之需求。參與者認同創意教學之「做中學」(learning by doing)精神之達成，顯示該教學法對技職教育之適用性，此符合林偉文(2002、2011)、詹志禹(2002)對創意教學定義「有價值」之觀點。

本研究另透過二種教學法之教學反應回饋分析比較後，發現創意教學法之成效較優於傳統教學法；換言之，比較為現代年輕學子接受與滿意。「教學」要能成功，「教師」固然重要，但「學生」願意接受也是影響教學成效之重要因素。創意教學法以新奇多變之教學方法，可拉近師、生間之距離並提升教育成效，可謂為一有價值之教學方法。此亦符合林偉文、詹志禹對創意教學之定義。

### 二、建議

本研究發現，創意教學法對技職教育之學習成效及未來就業的確有助益，並



有助於提升職場競爭力，故建議如下：

(一) 高等技職校院應積極推廣創意教學課程

技職教育培育人才之主要目的即在順利就業，然現今全世界經濟體都為高失業率煩惱之際，技職人才亦無法倖免於長時間待業或失業。目前教育部亦將提升學生就業機會視為教育機構責任項目之一。創意教學課程既然可以提升學生之就業競爭力，本研究建議各技職院校應建立鼓勵創意教學之學校文化，以具體獎勵措施，諸如教師評鑑加分、升等加權；創意教師金頭腦選拔競賽等彰顯創意教學之貢獻度及價值，使相關課程得以有效推廣。

(二) 規劃技職教育體系教師創造力之訓練

技職體系之教師多以專業領域見長，但並非人人都具有創造人格特質及了解「如何有效創意教學」等重要之教學實務。有鑒於學生之學習成效及就業率評估已是台灣未來教學評鑑重要指標，故提升教師之創造力刻不容緩。本研究建議學校提供各種提升創造能力之訓練課程、舉辦創意教學經驗分享研討會以提供教師觀摩其他創意教師之表現，逐漸改變自己之創造人格特質；並得以開放心胸，接受新的創意教學經驗。

(三) 後續研究之建議

本研究參與者為技職體系大專學生，研究樣本較小。未來若研究經費與人力許可之下，應可擴增研究樣本至其他專業領域之大專校院；其次影響學生學習之因素相當多元，未來應可更深入研究並加入更其他多元教學方法探討之，以期獲得更真確之教學成效及有利於國家人才培育。

在一個高度競爭社會裡，沒有品質的教育，終將為社會所淘汰（吳清山、黃美芳、徐緯平，2002）。鼓勵技職大專校院教師採取創意教學策略以提升學習成效，可謂是一場沒有終點的改變之旅（張玉文，2011）。

## 參考文獻

### 一、中文部份

- 天下編輯 (1997a)。第三波人才需求。**教育的美麗新世界**(頁 15-27)。臺北市：天下。
- 天下編輯 (1997b)。海闊天空。**教育的美麗新世界**(頁 3-14)。臺北市：天下。
- 天下編輯 (1997c)。推動教改優先著力。**教育的美麗新世界**(頁 129-132)。臺北市：天下。
- 天下編輯 (1997d)。未來老師。**教育的美麗新世界**(頁 33-40)。臺北市：天下。
- 毛連塏、郭有遙、陳龍安、林幸台合著 (2000)，**創造力研究**。臺北市：心理。
- 行政院教育改革委員會(1996)，行政院教育改革總諮議報告書摘要。**教育改革**。高雄市：高雄市政府公教人力資源發展中心編印。
- 李平(譯) (1997)。**經營多元智慧：開展以學生為中心的教學**(原作者：T. Armstrong)。臺北市：遠流。
- 李德高 (1990)。**創造心理學**。臺北市：五南。
- 狄英 (1990)。**人才即國力**(教育特刊)，16-21。臺北市：天下
- 呂金燮 (2003)。**創造力教學的本質與陷阱**。**資優教育季刊**，**86**，1-9。
- 何添生 (2009)。**大專體育教師在教師創意教學行為之研究**。**嘉大體育健康休閒期刊**，**8(2)**，31-41。
- 林生傳 (2001)。**追求成長之教學—新世紀的教學動向**。范仲如、林達森(主編)，**課程革新與教學創新論文集**(1-24 頁)。臺南縣：嘉南藥理科技大學教育學程中心。
- 林偉文 (2002)。**國民中小學學校組織文化、教師創意教學潛能與創意教學之關係**(未出版之博士論文)。國立政治大學，臺北市。
- 林偉文 (2006)。**學校創意守門人對創意教學及創造力培育態度與教師創意教學之關係**。**國立高雄師範大學教育學系教育學刊**，**27**，69-92。
- 林偉文 (2011)。**創意教學與創造力的培育——以「設計思考」為例**。**教育與資料研究**，**100**，51-74。
- 林進材 (1999)。**教學研究與發展**。臺北市：五南。
- 吳天方 (2002)。**教學計畫之規劃及教材設計**。**九十一年度技專校院教師教學方法研習班(中區)研習實錄**(84-96 頁)。
- 吳明達、廖珮玟 (2007)。**影響我國科技大學及技術學院機械系教師創意思考教學因素之研究**。**臺北科技大學學報**，**40(2)**，85-103。
- 吳明達、廖珮玟 (2009)。**科技大學及技術學院學校文化、教師人格特質、教學動機與創意教學之研究**。**International Journal of LISREL**，**2(1)**，1-17。
- 吳柳儀 (2006)。**教師創意教學之剖析**。**臺東特教**，**23**，17-21。
- 吳清山 (2002)。**創意教學的重要理念與實施策略**。**台灣教育**，**614**，2-80。
- 吳清山、林天佑 (2003)。**教育小辭書**。國立教育資料館主編。臺北市：五南。

- 吳清山、黃美芳、徐緯平合著 (2002)。教育績效與責任研究。臺北市：高等教育。
- 吳雅萍、廖遠光 (2008)。創造性問題解決教學模式對學生學習成效影響之後設分析。「2008 創造力教育國際學術研討會—培育終身創造力」論文集。臺北市：教育部顧問室創造力教育中程發展計畫推動辦公室。125-143。
- 陳文典(2004)。新課程與創新教學，檢索自  
<http://phy.ntnu.edu.tw/nstsc/doc/class/930528.doc>
- 陳玉樹、胡夢鯨 (2008)。任務動機與組織創新氣候對成人教師創意教學表現之影響：階層線性模式分析。教育心理學報，40(2)，179-198。
- 陳美玉 (1997)。傳統『壓迫式教學法』的反思與突破—成爲一位有創意的專業教師。教育改革。高雄市：高雄市政府公教人力資源發展中心編印。167-184。
- 陳美玉 (1998)。教師專業—教學法的省思與突破。高雄市：麗文文化。
- 陳亮光 (2008)。建置對外華語文師資培育創意教學課程增進教師創造力之研究。中華語言學報，1，143-172。
- 陳龍安 (1996)。創造思考教學的理論與實施。載於黃政傑(主編)，創思與合作的教學法(1-25 頁)。臺北市：師大書苑。
- 許玫琇、張富鈞、鄭秀貴 (2008)。高中體育教師創造人格特質、創意教學自我效能、內在動機及教學行爲之相關研究。美和技術學院學報，27(2)，113-124。
- 許育彰 (2007)。資訊時代的創意教學：網路創意教學社群之研究。臺北市：師大書苑。
- 許婉甄 (2008)。淺談創意教學的實施途徑。教師之友，49(3)，38-42。
- 教育部 (2003)。創造力教育白皮書。臺北市：教育部。
- 黃政傑 (1992)。如何使教學更加生動有趣。載於黃政傑(主編)，一週教育論壇。臺北市：教育廣播電台。
- 張玉文 (2011 年 8 月)。改變的力量。哈佛商業評論，新版 60，8。
- 張世慧 (2011)。創造力教學、學習方法與評量。教育與資料研究，100，1-22。
- 張春興 (1989)。教育心理學。臺北市：東華書局。
- 張家綺 (2008)。教學魔術師—創意教學之實務應用。教師之友，49(3)，30-37。
- 張新仁 (1992)。如何使教學更加生動有趣。載於黃政傑(主編)，一週教育論壇。臺北市：教育廣播電台。
- 張德銳、邱惜玄、高紅瑛、陳淑茗、管淑華、蕭福生 (2002)，協同教學——理論與實務。臺北市：五南。
- 楊仕裕 (2006)。大學生認知發展、靈性發展及其相關影響因素之研究：以天主教輔仁大學爲例(未出版之教學博士論文)。國立臺灣師範大學，臺北市。
- 楊筑雅 (2009)。技專校院學生英文創意教學知覺之研究(未出版之碩士論文)。雲林科技大學，雲林縣。
- 楊慶麟、蔡素惠 (2004)。創新教學設計—以九年一貫社會領域爲例。教師專業成長與實踐智慧。臺北市：國立臺北師範學院。

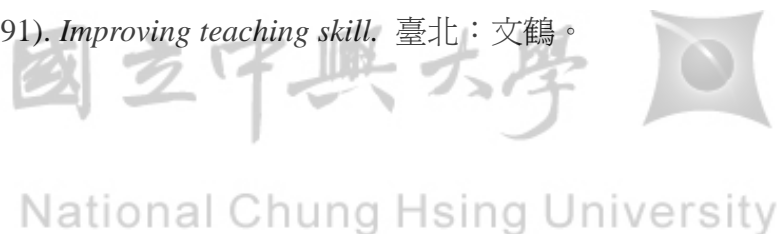
- 路婉林、陳兆敏 (2008)。創意教學法教學設計在綜合活動領域教學上的應用。  
*教師之友*，**49**(5)，16-29。
- 詹志禹 (2002)。影響創造力的相關因素——從小學教育環境與脈絡來考量。*學生輔導*，**79**，32-47。
- 賈馥茗 (1992)。經驗與教育(原作者：J. Dewey)。臺北市：五南。
- 歐用生 (1996)。教師專業成長。臺北市：師大書苑，93-102。
- 賴聲川 (2006)。創意學。臺北市：天下。
- 蔡清田 (2000)。教育行動研究。臺北市：五南。
- 蕭智真、陳儷勻(2006)。大專校院排球運動創意教學之初探。*大專體育*，**86**，1-6。

## 二、英文部分

- Argote, L. & Kane, A. A. (2003). Learning from direct and indirect experience in organizations. In P. B. Paulus & B. A. Nijstad (Eds.), *Group Creativity* (pp. 277-303). New York, NY: Oxford University Press.
- Barron, F. (1963). The needs for order and for disorder as motives in creative activity, In Calvin W. Taylor and Frank Barron (Eds.), *Scientific Creativity: Its Recognition and Development*, (pp. 139-160). Huntington, NY: Robert E. Krieger Pub. Co., 1975 (Original Edition 1963).
- Barron, F. (1968). *Creativity and personal freedom*, USA: D. Van Nostrand Co., Inc.
- Barron, F. (1983). Creative writers, In R. S. Albert (Ed.), *Genius and Eminence, The Social Psychology of Creativity and Exceptional Achievement*, (pp.302-310). Oxford, UK: Pergamon Press.
- Borich, G. D. (1994). *Observation skills for effective teaching*. Englewood Cliffs, NJ : Macmillan.
- Brinkman, D. J. (2010). Teaching creatively and teaching for creativity. *ARTS EDUCATION POLICY REVIEW*, **111**: 48-50.
- Bruer, J. T. (1993). *Schools for thought, a science of learning in the classroom*. MA: Massachusetts Institute of Technology.
- Csikszentmihalyi, M. & Wolfe, R. (2000). New conceptions and research approach to creativity: Implications of a systems perspective for creativity in education. In K. A. Heller, F. J. Monk, R. J. Sternberg. & R. F. Subotnik (Eds.). *International Handbook of Gifedness and Talent* (pp. 81-94). New York, Elsevier.
- Davis, B. G. (2002). *Tools for teaching*. Retrieved from <http://teaching.berkeley.edu/bgd/collaborative.html>.
- Dewey, J. (1916). Retrieved from *Democracy and education*. In R. B. Winn (Ed.). *Dictionary of Education*. New York, NY: Columbia University.
- Dewey, J. (1938). *How we think & experience and education*. Denver, CO: Frederick Ellis, 2011. (Original Edition 1938).
- Dewey, J. (1959). In R. B. Winn (Ed.), *Dictionary of Education* (pp.134). New York,

- NY: Columbia University.
- Duke, D. L. (1990). *Teaching: An introduction*. Singapore: McGraw-Hill Publishing Company.
- Educational Resources Information Center Treasures (ERIC Treasures). Retrieved from [http://www.eric.ed.gov/ERICWebPortal/resources/html/about/about\\_eric.html](http://www.eric.ed.gov/ERICWebPortal/resources/html/about/about_eric.html).
- Gardner, P. (2010). *Creative English, creative curriculum*. Oxon: Routledge.
- Gibson, R. (2010). The “art” of creative teaching: Implications for higher education. *Teaching in Higher Education*, 15(5), 607-613.
- The Global Development Research Center [ GDRC ] . Retrieved from <http://www.gdrc.org/kmgmt/c-learn/index.html>.
- Grant Hayes, B. (2008). The use of multimedia instruction in counselor education: A creative strategy. *Journal of Creativity in Mental Health*, 3(3), 243-253. available online at <http://www.haworthpress.com>. doi:10.1080/15401380802334614
- Guilford, J. P. (1950). Creativity, *American Psychologist*, 5(9), 444-454.
- Guilford, J. P. (1967). *The nature of human intelligence*. NY: McGraw-Hill.
- Guilford, J. P. (1976). Factor analysis, intellect, and creativity. In A. Rothenberg & C. R. Hausman (Eds.). *The Creative Question* (pp. 200-208). USA: Duke University Press.
- Guilford, J. P., and Heopfner, R. (1971). *The analysis of intelligence*. NY: McGraw-Hill.
- Haring-Smith, T. (2006). Creative research review: Some lesson for higher education. *Peer Review*, 8(2), 23-30.
- Johnson, P. E. (1988). *Creative teaching in community college: Guidelines for associate faculty*. Tucson: Downtown Campus, Pima Community College.
- Kaufman, J.C. & Sternberg, R. J. (2007). Creativity. *Change*, JULY/AUGUST, 55-58.
- Kyriacou, C. (1986). *Effective teaching in schools*. Herts: Simon & Schuster Education. 75-77.
- Liu Xi-wen, NI Chun-ping, YANG Rui, LI Xiu-chuan, CHENG Cheng (2007). Teaching design of cultivating nursing students' creative thinking, *US-China Education Review*, 4(7), 38-41.
- Mayer, R. E. (1977). *Thinking and problem solving: An instruction to human cognition and learning*. Glenview, IL: Scott, Foresman and Company.
- Piirto, J. (2011). The five core attitudes, seven I's, and general concepts of the creative process. In R. A. Beghetto & J. C. Kaufman (Eds.), *Nurturing Creativity in the Classroom*, (pp. 142-171). New York: Cambridge University Press.
- Pramod Kumar Prusty (2010). *Creative method of teaching English*. New Delhi,

- India: DEEP & DEEP PUBLICATIONS PVT. LTD.
- Sawyer, R. K. (2004). Creative teaching: Collaborative discussion as disciplined improvisation. *Educational Researcher* ,33(2), 12-20.
- Sawyer, R. K. (2010). Learning for creativity. In R. A. Beghetto & J. C. Kaufman (Eds.), *Nurturing Creativity in the Classroom* (pp. 172-190). New York: Cambridge University Press.
- Sawyer, R. K. (2011). What makes good teachers great? The artful balance of structure and improvisation. In R. K. Sawyer (Ed.), *Structure and Improvisation in Creative Teaching* (pp. 1-24). New York: Cambridge University Press.
- Second Life. Retrieved from <http://www.secondlife.com>.
- Shively, C. H. (2011, May). Grow creativity. *Learning & Leading with Technology* (pp. 10-15).
- Sternberg, R. J. (1988). *The nature of creativity*. New York: Cambridge University Press.
- Sternberg, R. J. & Lubart, T. I. (1999). The Concept of creativity: Prospects and paradigms. In R. J. Sternberg (Ed.), *Handbook of Creativity* (pp. 3-15). Cambridge: Cambridge University Press.
- Tan, O. S., Teo, C.T. & Chye, S. (2009), Problems and creativity, In O. S. Tang (Ed.), *Problem-based Learning and Creativity*, (pp. 1-14). Singapore: Cengage Learning Asia Pte Ltd.
- Torrance, E. P. (1976). Education and creativity. In A. Rothenberg & C. R. Hausman (Eds.), *The Creative Question* (pp. 217-227). USA: Duke University Press.
- Wentzel, K. R. & Watkins, D. E. (2011). Instruction based on peer interactions. In R. E. Mayer & P. A. Alexander (Eds.), *Handbook of Research on Learning and Instruction* (pp. 322-343). New York, NY: Routledge.
- Whitehead, A. N. (1929). *The aims of education*. New York, NY: The Macmillan Co.
- Woods, Caroline (2005). *Teaching and assessing skills in foreign languages*. Cambridge, UK : Cambridge University Press.
- Wurdinger S. D. & Carlson, J. A. (2010). *Teaching for experiential learning*, UK: Rowman & Littlefield Education.
- Ying, D. (1991). *Improving teaching skill*. 臺北：文鶴。



# **A Preliminary Study on Effects of the Creative Teaching Course of Trade Show Marketing**

**Peir-Jen Hwang**

**Department of International Trade**

**Chihlee Institute of Technology**

**Lecturer**

## **Abstract**

This study explores the effects measured by subjective feelings and teaching evaluation responses of vocational college students participating in the creative teaching program. It also compares the teaching evaluation scores of this course with the average scores of traditional courses. This study adopts the qualitative methodology of documental analysis, and the quantitative methodology of descriptive statistics. Research participants are the 51 students in the four-year day section of the Department of International Trade of Chihlee Institute of Technology that took the professional elective course of Trade Show Marketing in 2011. The researcher found that: the overall evaluation score of the creative teaching course is significantly higher than the average score of traditional courses, and participants also think highly of the creative teaching course on the dimensions of learning motivation and interest, innovative and creative ability, career competitiveness, and satisfaction to curriculum.



National Chung Hsing University

**Keywords:** Creative Teaching, Trade Show Marketing, Technological and Vocational Education, Creativity