

高職商業概論課程創造思考教學活動設計之研究

士林高商 許瑛翎、莊伯萱、陳昱竹

壹、緒論

一、研究背景與動機

順應全球經濟型態的改變，我們處在一個發展快速與資訊流通的社會中，隨著社會多元化的腳步不斷邁進，人類正面臨第三次產業革命—以「腦力」決勝負的「知識經濟時代」。學生未來將面對如此巨大的結構性轉變，這樣單一式的學習方式恐怕不足以和未來瞬息萬變的社會接軌。因此不論是在創新思考、批判思考或解決問題之能力，皆是未來學生所要學習的重要基礎能力（教育部，2002）。

現今的教學方式多為傳統講述式的教學法，教學以教師為中心，教師將既有的知識結構運用高原式的講述策略直接將知識內容傳遞給學生，這樣往往忽略了學生在學習過程中的主動性，阻礙學生創造思考能力與學習發展（鄭雅文，2002）。陳龍安（2006）認為面對多元競爭的時代，唯有「創意人」才能掌握變局及開創新的契機，所以創造思考能力在當今社會是不可欠缺的重要能力。然而，創造力與創造思考教學有什麼關聯性？創造力可為一種「無中生有」亦能「有中生新」的創新想法和概念，從能力來看包括敏覺力、流暢力、變通力、獨創力和精進力；就歷程而言，則有準備、醞釀、豁朗及驗證等四個階段；而情意態度的部分則具有好奇、冒險、挑戰與想像等幾種特質（陳宜貞，2003）；創造思考教學法則是一種教授學生發展出創造力潛能的方式，在此教學模式中，運用適當之方法安排合理有效的教學環境，針對課程的內容作一策略性的規劃與適性調整，進而刺激、引導、鼓勵學生在學習過程中主動思考，助長學生產生創造性的行為及高層次認知的心智能力。

Elmore(1995)指出學生於課堂上所能學到最有價值意義的並非學科方面的知識，而是渴望不斷學習的意念。研究者現任台北市士林高商的商業概論教師，身處在教育的現場，因此不斷思考如何提供給學生耳目一新的學習方法，在課程設計方面除原本的既定進度及教學目標，更搭配主題設計出活潑生動的課程，課程具有高度的互動性外亦兼具多元學習的管道，透過這樣的學習方式，進而能吸引學生主動學習，提昇學習興趣及成就感。

二、研究目的

有鑒於臺北市政府所提出的 99 課綱之教育目標，以教導專業知能、涵養職業道德、培養實用技術人才並奠定其生涯發展之基礎為目的，並增進創造思考能及適應社會變遷之能力。

根據研究動機，茲將本研究之研究目的敘述如下：

- (一) 探討創造思考教學融入高職商業概論課程對學生學習興趣之影響。
- (二) 探討創造思考教學融入高職商業概論課程對學生學習成效之影響。

三、研究範圍與研究對象

本研究以研究者所任教商業概論課程兩個班共 79 位學生作為研究對象，隨機選取其中一班為實驗組，以創造思考教學法融入商業概論課程；另一班則為控制組，以一般講述法進行授課。兩組學生授課內容皆以旗立出版社商業概論 II 為教科書，範圍為第六章行銷管理。本實驗於 102 學年度下學期開學後，進行為期十週，每週二堂，每堂 50 分鐘，共計二十堂課的「創造思考教學」商業概論課程。各組的班級人數資料如表 1-1 所示；兩組學生以 F 檢定比較在 102 學年度商業概論總成績上的差異以瞭解研究對象是否符合變異數同質性假設同質性考驗，如表 1-2 所示：

表 1-1 研究對象分配表

組別	男生	女生	合計
實驗組	13	28	41
控制組	9	29	38

表 1-2 實驗組與控制組的同質性考驗

	實驗組 (N=41)		控制組 (N=38)		F 值
	平均數	標準差	平均數	標準差	
101 學年度 商業概論總成績	83.36	7.48	82.13	7.58	0.08

由表 1-2 所示得知，實驗組和控制組兩組學生在 101 學年度商業概論學期總成績上，未達顯著差異水準 ($F=.08, P>.05$)，可見實驗組和控制組兩組學生具同質性，亦即符合變異數同質性之假設。

四、研究限制

本研究係採用準實驗研究之不等組前後測設計，進行為時十週的教學實驗，在實驗過程中難免會遭遇到一些不可抗拒或無法控制的內、外在因素，諸如同時事件、選樣與成熟交互作用、實驗處理擴散等，以致影響教學實驗的內在效度，抑或者，受試者可能出現霍桑效應而影響外在效度。在研究過程中，以量表和測驗蒐集研究所需之資料，以統計分析的方式進行假設考驗，雖然有輔之以觀察紀錄，但仍偏向量化研究，故研究結果僅能顯示創造思考教學法融入商業概論課程與否對學生學習興趣及學習成效的整體影響情形。

貳、文獻探討

一、創造思考教學的意義

創造思考，用本質來看可視為一種心智活動的歷程，當個人面對挑戰、問題或任務時，可以用靈活、彈性、變通的思維方式來解決問題，而這就是一種創造思考的活動。創造思考的歷程是經由人的內在經驗與知識不斷的重組和演變的過程，在歷程中可能產生新的觀點、想法、架構或是產品，亦可能是新的解決方法或表達方式，這些皆屬於創造思考活動的範圍，而這樣新穎特質的思考方式和產生有價值的想法或是思考等技巧皆能透過教學而學習（吳米燕，2005；郭有適，1994；Sternberg, 2003）。

本研究將創造思考教學法應用於商業概論課程中，以有系統、計畫性的融入教學過程，透過創意生動的教學，使學生能在課堂上享受樂趣之外，更能讓學生發揮創意及想像空間以達到教學目的，並在實施創造思考教學活動時，提供適當的思考問題，營造出多元開放的支持性環境，教材以學生的先備知識為出發點，延展出各種可能的多元課程，鼓勵學生用不同的角度去觀察事物，適時強化學生的反思能力，並不斷延續學生的學習興趣和能力，最後達到教學目標的學習效果。

二、創造思考教學的策略

在創造思考教學法的策略意涵為教師依據創造力發展原則，運用適當的教材與教法，安排適性的教學情境，以促進學生創造思考之能力（林幸台，1974）。現行因創造力相關教學研究興盛，教學策略多元，研究者在表 2-1 部分突顯與本研究相關所使用之教學策略。

表 2-1 創造思考教學策略

創造思考教學策略	定義
解凍及暖身	學習者在心態放鬆及無拘束的情形下，充分的表現自我的想法和概念發揮其創造力。
提供線索	創造並非無中生有，在教學初，教師可提供相關教材的線索或指引，激發學生思考。
善用創造性發問技巧	教師對於教材有充分的了解後，運用各種巧妙的問題提問以刺激學生，激發其創造力與想像力，這種問題的性質多為開放性或是激勵性的問題。
刻意改變資料法	將事實或普遍事物的形式、概念或意義刻意的加以修改，使其產生不同的想法及新的構想。
腦力激盪法	由美國 Osborn 所創，利用團體思考的方式，使想法互相激盪，產生連鎖反應，引導出創造思考的方法。
六六討論法	以腦力激盪為基礎，將大團體分為每組六人的小組，小組討論時間限定為六分鐘，再回到大團體中分享成果，最後進行評估。
屬性列舉法	讓學生列舉所研究問題或物品的各類型屬性，然後提出改變屬性的辦法。
問想做評	由問、想、做、評等四個要素組成，其代表意義如下：1.問，教師設計出或安排問題的情境，提出創造思考的問題，以供學生思考 2.想，教師提問後，鼓勵學生作自由聯想，以尋求創意；3.做，用各種活動方式，讓學生從做中學，從活動中尋求方法，而能付諸行動；4.評，師生共同擬定評估標準，共同評鑑，過程中相呼欣賞與尊重，能容忍不同或是相反意見，提供合諧的教學氣氛

資料來源：整理自陳龍安（2006）。創造思考教學的理論與實際。P.198。

參、研究設計

一、研究架構

本研究依據研究動機、研究目的及相關文獻論述，擬定出欲研究之架構，本研究之研究架構如圖 3-1 所示：

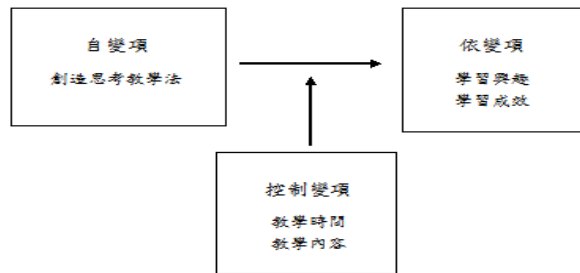


圖 3-1 研究架構

二、課程與教學設計模式

(一) 課程設計理念

創造思考教學利用了創造思考策略，配合課程需求和進度讓學生於課堂上能有應用想像力的機會，將此教學模式適當合理的安排在有效的教學環境中，依照課程設計內容及有計畫的教學活動，進而刺激、引導、鼓勵學生主動思考以培養學生敏覺、流暢、變通、獨創及精密的創造思考能力，引發學生學習興趣並提升學生學習成效。

(二) 教學設計模式

1. 教學內容

創造思考教學法可融入各領域之教學活動中，如語文、數學、自然、社會、美術等。本研究係利用高職商業概論課程之部分配合學校原本教學進度做延伸和規劃設計。

2. 教學方法

在創造思考教學法上有許多種教學策略，而不同的學習者之接受程度與學習方式也不盡相同，因此，本研究將擷取各類型教學法之策略並配合創造思考教學原則設計在教學課程與教材內。

3.教學目標

教學目標為學生認知的提昇和情意的薰陶，進而使學生瞭解各種企業機能，認識商業的基本概念與運作並養成敬業樂群的精神。

四、研究工具

(一) 商業概論學習興趣量表

本量表係根據學習興趣的相關論述，並參考林純真（2007）、林嘉琪（2009）修編而成，共 17 題。本量表採用 Likert 五點量表，填答者依據自身經驗與感受勾選，得分愈高者，表示對商業概論課程的學習興趣愈強；反之，得分愈低者，則表示愈弱。本量表在施測前，預先進行施測以瞭解本量表之適切性和可用性，作為量表修正之依據本，並利用信效度分析進行考驗，但因篇幅及頁數之限制，因此未將其建構效度及考驗結果列示於本文當中。正式量表分別於學期初及第一次段考後，各施測一次，以作為本研究學習興趣的前、後測之用。

(二) 學習成效測驗

本研究之學習成效測驗的目的在於瞭解學生經由教學實驗處理前後，對於教材內容的精熟程度，因此本測驗包含前測及後測。前測是指 102 學年度上學期之期末考測驗成績；後測是指 102 學年度下學期之第一次段考測驗成績。本校的段考測驗的試題，透過專業的審題制度，由該年級任課教師進行交叉審閱，研究者也將其測驗進行試題的難度與鑑別度分析，測得結果試題難易度適中，鑑別度頗佳，但因篇幅及頁數之限制，因此未將其測驗各題項的難易度與鑑別度之分析結果列示於本文當中。

五、教學活動流程

本研究之實驗組採用「創造思考教學法」，控制組採用「一般傳統講述教學法」，故將實驗組之在教學活動、學習目標及活動內容上詳細說明如表 3-1 所示：

表 3-1 教學活動流程表

教學單元	Ch6. 行銷管理
教學節數	十堂課
組別	實驗組
教學法	創造思考教學法
學習目標	<ol style="list-style-type: none"> 1.學生能瞭解行銷管理的基本概念。 2.學生能撰寫行銷企劃。 3.能瞭解如何針對目標市場進行區隔與選擇。 4.能瞭解企業的行銷策略。 5.能瞭解企業的顧客服務及回饋技術的意涵。 6.學生能運用企業的顧客服務及回饋技術。
教學內容	
<p>課前準備</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.教師準備流程圖、圖卡、教具(飲料)、數位簡報。 2.教師能充分熟悉教學流程及各項教學法的時機。 <p style="text-align: center;">【一、暖身活動】</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.請先欣賞一段影片。 2.教師詢問學生們問題並請學生回答。 <p>★解凍及暖身、創造性發問技巧、腦力激盪法</p> <p>Q1:從影片中發現了什麼?</p> <p>Q2:在大家的認知裡面，何謂行銷?</p> <p>※教師提問 Q1 及 Q2 的問題，主要在營造輕鬆自然的氣氛，作為課程的開端，讓學生表現自我的想法，教師可先行提供自身經驗作為導引，過程中，可視學生回答情形延長時間或是在延續學生的話題續作補充。</p> <p>★提供線索</p> <p>整理完剛剛學生回答 Q1.Q2 的問題，逐步點出今日課程的主題。</p> <ol style="list-style-type: none"> 3.說明本課程之主題:行銷管理。 <p style="text-align: center;">【二、課程活動】</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.進行主要課程融合創造思考教學活動。 <p>(日期依序課程節數的不同分為 6.1、6.2、6.3、6.4、6.5)</p> <ol style="list-style-type: none"> 2.各單元上課內容參考出版社提供之教師手冊進行授課，並另外輔以各項創造思 	

考教學策略進行各單元授課。

3.教師解釋課文並補充延伸資料。

4.複習上冊課本在本冊相關的概念。

◎6.1 節-行銷管理的基本概念

★屬性列舉法、分合法

請學生列出行銷導向演進的各項觀點，進而探究各導向的優缺點並做分析。

◎6.2 節-行銷企劃

★六六討論法

教師先訂出主題，請學生使用六六討論法，各組別在六分鐘之內，必須想出撰寫出一份行銷企劃書。

◎6.3 節-目標行銷

★腦力激盪法

教師先將 STP 策略解釋定義之後，請學生分舉依據教師提供之線索進行腦力激盪，將 STP 的流程與步驟用繪圖的方式，輪流上台分享概念

◎6.4 節-行銷策略

★問想做評

問：最近是否有想買的東西？

想：請想一想並把你買的東西跟課本的產品策略做連結。

做：請動手發明看看一項產品並對應各項產品策略的特性。

評：請大家互相欣賞他人作品並提出看法與想法。

◎6.5 節-顧客服務及回饋技術

●教師準備教具：

(演出順序籤、籤筒、演出狀況)

★容忍曖昧法

運用服務流的概念於戲劇活動中，加入了時間、地點不同的情境元素，例如：某組同學抽到了凌晨 3 點在餐廳吃牛排故意刁難服務生……等。

【四、綜合活動】

1.整課複習

2.回家作業及提醒考試

3.習作 Unit6 及考試

4.習作檢討

5.考試檢討

肆、研究結果分析與教學省思

一、創造思考教學對學生學習興趣之影響情形

在進行共變數分析之前，必須先檢驗實驗組與控制組是否符合組內迴歸係數同質性的基本假定，考驗結果如表4-1所示：

表 4-1 兩組學生在商業概論學習興趣量表之組內迴歸係數同質性考驗摘要表

變異來源	SS	df	MS	F	Sig.
商業概論學習興趣					
迴歸係數同質性	357.43	1	357.43	3.74	.06
誤差	3630.35	38	95.54		

根據表 4-1 實驗組與控制組之組內迴歸係數同質性的考驗結果商業概論學習興趣量表總分 ($F=3.74$, $p>.05$) 皆未達顯著水準，表示兩組迴歸線的斜率相同亦即「商業概論學習興趣量表」的前測分數與後測分數之間的關係，不會因創造思考教學法介入與否而有所不同，符合共變數組內迴歸係數同質性假定，故可繼續進行共變數分析。

本研究以單因子共變數分析進行實驗處理效果的顯著性考驗，其結果詳列於表 4-2。

表 4-2 實驗組與控制組在商業概論學習興趣量表上之共變數分析摘要表

變異來源	SS	df	MS	F
商業概論學習興趣				
組間 (組別)	1013.59	1	1013.59	9.91**
組內 (誤差)	3987.78	39	102.25	
全體	269819.00	42		

** $p<.01$

依照表 4-2 所示排除前測分數對後測分數的影響之後，創造思考教學法對商業概論學習興趣的影響效果達顯著水準 ($F=9.91$, $p<.01$)，表示實驗處理效果顯著，換言之實驗組學生在「商業概論學習興趣量表」上的後測分數，明顯高於控制組學生的後測分數。

二、創造思考教學對學生學習成效之影響情形

在進行共變數分析之前，必須先檢驗實驗組與控制組是否符合組內迴歸係數同質性的基本假定，考驗結果如表4-3所示：

表 4-3 實驗組與控制組在學習成效測驗上之組內迴歸係數同質性考驗摘要表

變異來源	SS	df	MS	F	Sig.
學習成效測驗					
迴歸係數同質性	31.16	1	31.16	0.39	.53
誤差	5973.23	75	79.64		

根據表 4-3 可知實驗組與控制組組內迴歸係數同質性的考驗結果未達顯著水準 ($F=0.39$, $p>.05$)，表示兩組迴歸線的斜率相同亦即「學習成效測驗」的前測分數與後測分數之間的關係，不會因創造思考教學法介入與否而有所不同，符合共變數組內迴歸係數同質性假定，故可繼續進行共變數分析。

本研究以單因子共變數分析進行實驗處理效果的顯著性考驗，其結果詳列於表 4-4。

表 4-4 實驗組與控制組在學習成效測驗上之共變數分析摘要表

變異來源	SS	df	MS	F
學習成效測驗				
組間 (組別)	7002.93	1	7002.93	88.63***
組內 (誤差)	6004.40	76	79.00	
全體	511698.00	79		

*** $p<.001$

依照表 4-4 所示排除前測成績對後測成績的影響之後，創造思考教學法對學習成效的影響效果未達顯著水準 ($F=88.63$, $p<.001$)，表示實驗處理效果顯著，換言之實驗組學生在的後測分數，明顯高於控制組學生的後測分數。

三、教學單元之教師教學觀察記錄與教學省思

課程單元	商業概論 II-Ch6 行銷管理
教學心得與省思	<p>剛開始實施這項教學計畫時，心裡難免充滿不確定感，經過幾次的創造思考課程之後，發現課堂上的氣氛的改變與上學期截然不同!每當我踏進教室，感受到的是學生躍躍欲試的神情，似乎是在告訴我：「我們準備好了!」透過創造思考教學活動的設計，讓商概的課程不再只是「老師說、學生聽」而是可以讓學生運用課本內的知識，再加上活動的安排，共同激發出教與學的創意火花。</p> <p>◎創造力表現：在單元 6-4 及 6-5，會發現學生的創意表現非常豐富，尤其是將課程內容以戲劇方式呈現時，常常會有意想不到的笑料出現，營造出很棒的課堂氛圍，學生的課堂參與度及創造力展現皆非常的好，但需要注意的是教師可適時的將學習主軸及單元主題作一引導，將許多擴散性思考的成果作一統整，使學習更為完整。</p> <p>◎學習興趣表現：透過分組討論的方式，組員們常爭先恐後的討論著，看到每位同學都能融入其中，分享彼此的想法，更常討論到欲罷不能，以至於耽誤到下課時間，所以關於時間的掌控，是值得再檢討的。</p> <p>◎學習成效表現：發現學生變得比較不害怕考試，小考的部分一次比一次更進步，甚至在段考成績上比先前更為亮眼，在解題的過程之中，還可以使用創造思考教學所繪製的一些記憶圖形來解題，學生能立刻作一連結進行連想，而不再只是將課程內容侷限在死板板的課文中，另外，學生還會和研究者討論下次可以進行什麼樣的活動，或是活動可以如何進行會更流暢，這些都是始料未及的。</p>

伍、結論與建議

一、結論

(一) 創造思考教學融入高職商業概論課程能明顯強化學生的學習興趣

根據本研究結果發現，實驗組學生經過創造思考教學實驗之後明顯優於控制組的學生。

(二) 創造思考教學融入高職商業概論課程能明顯增進學生的學習成效

根據本研究結果發現，實驗組學生經過創造思考教學實驗之後明顯優於控制組的學生。

二、建議

(一)對於商業概論課程之建議

1.多元化的課程設計

創造思考教學的應用範圍可涵蓋各個學科，因此教學者可在自然生動的教學情境中，採用多元的教學方式進行授課，以增加學生多面向創造思考的練習機會，並提高學習的意願及興趣，從而激發學生能力的發展。

2.系統化的教材編製

本研究所使用的創造思考教材，是由研究者透過文獻分析及參與創造力課程後，依照學校之教科書版本及單元內容自行發展製作而成，對此，建議在創造思考教學教材的編輯上，可與該領域的專家學者討論，以使教材更具系統性、豐富性及完整性。

(一)對於相關實務工作者之建議

1.課堂氣氛的經營與掌控

創造思考教學在課堂氣氛的營造上，希望學習者能在心情放鬆且無拘無束的環境下充分表現自我的想法，在進行討論的過程中或教師發問時，程度較好或個性較活潑的同學較易快速的發表自己的想法，雖課堂氣氛活絡，但偶有少數幾位學生無法專心於課堂上，故教師可適時給予提醒或指派不同的任務掌握每位學生都可以充分融入課程之中。

2.多媒體的輔助與運用

本研究之教學影片是先運用圖片作為引導，接著透過影片，讓學生觀看並進行聯想，以加強學生對商業知能的感受，同時也加入了討論與分享的時間，讓學生更能融入其中。目前，許多學校在教室資源方面，皆有提供數位媒體之設備，教師可適當運用此工具來輔助教學，使教學過程更顯豐富有趣，藉此提高學生的學習興趣，並增進學習成效。

陸、參考文獻

- 吳米燕 (2005)。以後設認知取向之創造思考教學促進國小學童科學創造力之行動研究。國立花蓮教育大學科學教育研究所教學碩士論文，未出版，花蓮縣。
- 林幸台 (1974)。創造性教學對才賦優異者創造力發展的影響。國立臺灣師範大學教育研究所碩士論文，未出版，臺北市。
- 林純真 (2007)。英語學習影響因素對國中學生英語成就之影響。國立臺南教育大學經營與管理研究所碩士論文，未出版，臺南市。
- 林嘉琪 (2009)。「創造思考教學法」對國中生創造力、寫作能力及寫作興趣之影響。國立臺灣師範大學創造力發展研究所碩士論文，未出版，臺北市。
- 教育部 (2002)。創造力教育白皮書。教育部。
- 郭有通 (1994)。創造性問題解決方法。臺北：心理。
- 陳宜貞 (2003)。「創造思考教學法」應用於國小六年級作文課程的教學研究。國立臺中師範學院國民教育研究所語文教學碩士論文，未出版，臺中市。
- 陳龍安 (2006)。創造思考教學的理論與實際 (第六版)。臺北：心理。
- 鄭雅文 (2002)。創造性問題解決教學法應用於高職經濟學教學研究。國立彰化師範大學商學教育學系研究所碩士論文，未出版，彰化縣。
- Elmore, R. F. (1995). Teaching, Learning, and School Organization: Principles of Practice and Regularities of Schooling. *Educational Administration Quarterly*, 31, 355-374.
- Sternberg, R. J. (2003). WICS as a model of giftedness. *High Ability Study*, 14(2), 109-137.

附錄一 教學活動與教師教學討論照片



使用多媒體教學及實物教學



同學熱情參與課堂活動與分享



商業概論的專業領域對話分享



任課老師們討論教材與教法