

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：PBM107128

學門分類/Division：商業及管理學門

執行期間/Funding Period：2018/08/01-2019/07/31

(計畫名稱/Title of the Project)：

運用跨境電商平台實作之教學實踐提升學生學習成效與實務力

(配合課程名稱/Course Name)：

平台基礎課程

計畫主持人(Principal Investigator)：蘇啟鴻

共同主持人(Co-Principal Investigator)：無

執行機構及系所(Institution/Department/Program)：致理科技大學 資訊管理系

繳交報告日期(Report Submission Date)：2019 年 9 月 20 日

計畫名稱：運用跨境電商平台實作之教學實踐提升學生學習成效與實務力

一. 報告內文(Content)(至少 3 頁)

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

近年，隨著網路的普及、互聯網、資通訊技術的快速發展與數位經濟的來臨，帶動消費者購物行為與傳統外貿模式等皆產生巨大的轉變。「跨境電子商務」讓傳統貿易型態加速轉型為新貿易型態，不但改變買家的採購習慣之外，亦對 ODM、OEM 與傳統製造工廠產生影響。全球跨境電商平台的發展，降低了國際貿易的成本與門檻，貿易主體、貿易型態、商業模式、組織架構等皆產生了重大變革。跨境電子商務平台已扮演越來越重要的角色，帶動中小企業成為新時代對外貿易主體。依據「2018 年台灣跨境電子商務人才需求」調查顯示，高達近 60% 的中小企業都遇到「專業電商人才招募困難」；高達 70% 企業希望由「通才」來負責跨境電商業務；75% 企業認為社會新鮮人的解決問題能力不強，可見實戰經驗及跨領域能力已是 B2B 跨境電商人才不可或缺的能力[1]。如何培養學生具備掌握涵蓋商業經營、供應鏈管理、國際貿易、語言及網路科技等跨領域之營運型通才，將成為重要課題。

「跨領域教學與學習」已成為 21 世紀許多先進國家教學創新、人才培育與教育改革的重要發展趨勢。STEM 或 STEAM 課程注重的是培養 21 世紀新型態的能力，其目的在培養學生具備有解決實際問題的知識、態度、技能與能力，以面對快速變遷的產業及環境[2][3][4][5]。教育部自 106 年起推動教學創新試辦計畫，強調以學生為主體，並透過各項創新教學工作，引入真實議題、善用專業知識，於「做中學」中培養學生主動學習、探索知識的跨域能力及解決問題的能力，期打破既有框架，鼓勵學生跨域學習，創造師生共學的可能，培育擁有面對現實世界所需的整合性知識與技能之高素質人才。

教學現場如何提供一個教學環境與職場相貼近、如何縮短學用落差，讓學生所學能符合業界所需、可以學用合一，是非常迫切且重要的課題。此外，教學現場若能以問題導向的教育翻轉式學習，藉由實際的例子與問題，讓學生實際了解問題的核心，培育學生實際解決問題的能力，並採用「實做法（做中學）」及「演練法（教別人）」的教學方式與學生互動，學生的學習保留率才會較高，可以增加學生的學習成效。

本研究以「平台基礎課程」課程為例，提供學生有跨境電子商務實作的真實場域，運用跨境電子商務平台（阿里巴巴國際站）實作教學，透過擬定「教學計劃表」訂定教學目標與預期學習成果、設計選用能貼近企業實務需求及引起學生興趣的實作教學題材，並以企業實際的案例方式等，來讓學生動手實作與學習，並讓學生實際了解企業如何運用跨境電子商務平台等，藉以提升學生的學習興趣、增加學生的實務力與實際解決問題的能力，並採用做中學的「實作教學法」與「體驗教學法」教學方式，選定多元評量方式，進行評量，最後採用設計整合「教師教學投入」及「學生學習成效」雙導向教學評鑑量表，進行施測並將評量結果收集起來，以檢視學生的學習成效，作為未來課程教學

調整之參考。

為了達成課程目標，期望培育學生具備六大核心能力，在設計這門課程教學結構上，首先將以「商業 4.0 發展」、「跨境電商的发展趨勢及運作模式」、「電子商務如何影響實體通路」、「從 0 開始：跨境電商（阿里巴巴）實訓教程」與「國際貿易流程」等為理論基礎，並結合生活中看到的許多跨境電商相關實際案例（如阿里巴巴、Amazon、eBay、天貓、PChome、momo、蝦皮、台灣經貿網...等），讓學生透過這門課程的學習，瞭解跨境電商的相關知識、具備理論基礎，並從實際案例上，瞭解商業模式、購物行為與新零售的改變。企業在這些改變的情況下，會面臨什麼樣的問題？可能會如何因應與調整？失敗與成功的案例，其關鍵為何等，讓學生藉由實際案例來培養批判思考、瞭解問題、思考如何解決問題等，以期能達成培養學生具備「批判思考能力」、「問題解決能力」的目標。

接下來，課程結構設計將以「跨境電商平台的實際操作（阿里巴巴國際站）」、「商品市場分析」、「平台商品上架的前置作業（商品標題、商品描述、商品照片拍攝、關鍵字等）」、「平台之店鋪建立」、「買家詢價與訪客營銷」、「商機獲取與訂單處理流程」、「平台之後台數據分析」等實際操作，讓學生透過這門課程的學習，瞭解跨境電商平台的運用與實際操作、模擬企業使用跨境電商平台的運作過程，讓學生藉由動手實作、跨領域整合的方式來學習，以期能達成培養學生具備「動手實作能力」、「跨領域整合力」的目標。

此外，課程結構設計將以「分組討論」、「分組期末報告」、「如何幫助廠商使用跨境電商平台進行跨境商品銷售」、「電子商務展參觀」、「參加相關比賽」等方式，讓學生藉由分組協同合作、討論與翻轉思考的方式來學習，以期能達成培養學生具備「協同合作能力」、「創意思考能力」的目標。

2. 文獻探討(Literature Review)

1.1 跨境電子商務的發展趨勢

經濟部（2016）指出，2020 年全球跨境電子商務產值將逾兆美元，跨境電子商務產值與消費人口比例也快速激增[6][7]。根據 Accenture 諮詢顧問公司與 Aliresearch 阿里巴巴研究院共同發布的『全球跨境 B2C 電子商務趨勢報告』指出，近年來全球 B2C 電子商務市場快速成長，未來幾年仍將保持近 15% 的年均成長速度，交易規模將從 2014 年的 1.6 兆美元成長至 2020 年的 3.4 兆美元。其中，全球跨境 B2C 電子商務的成長尤其強勁，年均成長高達 27%，將使全球市場規模由 2014 年的 2,300 億美元升至 2020 年的接近 1 兆美元；另外，跨境 B2C 電子商務消費者總數也將由 2014 年的 3.09 億人增加到 2020 年的超過 9 億人，年均增幅超過 21%，形成一群強勁的消費大軍[8]。

跨境電子商務（Cross-Border e-Commerce）如同跨境零售，是指利用網路平台進行跨國交易，買方與賣方在不同國家透過網路及電子商務平台進行交易、支付，並透過跨

境物流運輸商品以完成交易買賣的一連串過程，屬於一種國際商業活動。電子商務可依買家和賣家的互動模式分為下列五大營運模式[9][10]：

- (1) B2B 企業對企業的電子商務線上交易（買賣家主導或中介模式）
- (2) B2C 企業對消費者的電子商務線上交易（平台銷售或平台開店模式）
- (3) C2C 消費者對消費者的線上拍賣交易（網路拍賣或仲介模式）
- (4) C2B 消費者集結起來向企業線上議價的交易（消費者社群議價模式）
- (5) O2O 線上交易線下享受；線下運作吸引線上交易（線上線下營銷模式）

傳統的外貿模式存在過度依賴傳統銷售、買家需求封閉、訂單週期長、利潤空間低等問題，這些問題都是影響中小企業進出口貿易的發展。跨境電商透過網路的營運模式，正在重塑中小企業國際貿易價值鏈。跨境電商打破了傳統外貿模式下國外管道如進口商、批發商、分銷商甚至零售商的壟斷，使得企業可以直接面對個體批發商、零售商，甚至是直接的消費者，有效減少了貿易中間環節和商品流轉成本，節省的中間環節成本轉變為企業獲利能力提升及消費者獲得實質優惠。

iResearch（2014）研究報告指出傳統貿易與跨境電商的差異，如圖 1 所示，主要在於跨境電商以 B2C 或 B2B+B2C 的交易模式進行跨境零售，其壓縮了傳統跨境零售模式中的進口商、批發商、分銷商及零售商等的空間，消費者可以直接面對產品的生產商或製造商[11]。此外，從跨境電商出口的流程看，生產商（或製造商）將生產的商品在跨境電商企業的平台線上展示，在商品被選購下單並完成支付後，跨境電商企業將商品交付給物流企業進行投遞，經過兩次（出口國和進口國）海關通關商檢後，最終送達消費者或企業手中。另外，有些跨境電商企業採用直接與協力廠商綜合服務平台合作，讓協力廠商綜合服務平台代辦物流、通關商檢等一系列環節，從而完成整個跨境電商交易的過程。跨境電商進口的流程除了與出口流程的方向相反外，其他內容大部分相同。

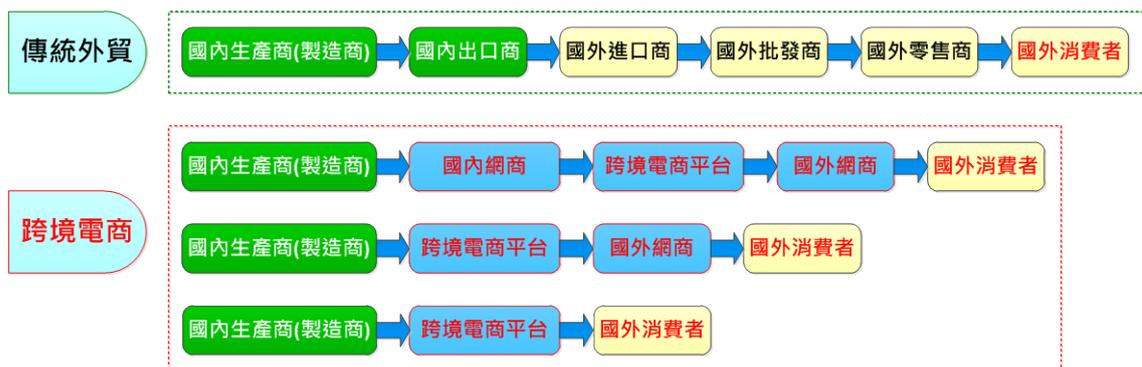


圖 1：跨境電子商務與傳統外貿之差異比較

（資料來源：iResearch 2014，中國跨境電商行業研究報告）

跨境電商的交易模式主要透過平台與跨境物流，打破過去傳統貿易需經過出口商、國外進口商、國外批發商與零售商才能將產品由本國銷售至海外消費者手中的冗長流程。跨境電子商務可以分為「直接跨境銷售」、「平台橋接銷售」、「代運營商銷售」與「落地經營銷售」等四種主要跨境交易模式[12][13]，此四種模式各有其優勢和劣勢，企業可依經營策略和商品結構選擇適合的跨境電子商務模式。

1.2 教學法與學生學習

高博銓（2014）的研究指出[14]，如圖 2 所示，教學方法採用「講授法」、「閱讀法」及「視聽法」的方式教學，在學生的學習保留率並不高，而採用「示範法」、「討論法」、「實做法（做中學）」及「演練法（教別人）」的教學方式與學生互動，學生的學習保留率才會較高，可以增加學生的學習成效。



圖 2：有效教學方法及學生的學習保留率（資料來源：高博銓，2014）

諾蘭（Norland）「以學生學習為中心的教學策略」之成效的研究[15]，其發現學生在課堂中「試著去教會其他同學」時，自己的學習效率可以高達 95%；其次是透過「親身體驗的學習」，學習效率可以達到 80%；「透過與他人互動討論」的學習效率亦達到 70%。「實作」是培養專業人才與能力的基石，老師在教學上，應安排許多的課程實作，讓學生透過體驗與實作，學習到多元的知識與活化的技能。「探究」亦是學生學習過程中的重要歷程，因此能培養探究精神的課程設計，是符合學生學習的方向，探究的課程訓練也能夠幫助學生學習面對未知的問題。簡而言之，真實情境的「探究」與「實作」的學生學習方式，在於培養學生面對問題時，讓學生實際了解問題的核心，培育學生實際解決問題的能力，並可以激發學生學習熱情，幫助學生形成建構知識的方法、態度，促進學生的知識創新與發展。

近年來，翻轉課堂（flipped classroom）與學習共同體（learning community）正是這樣的精神。課堂中教師角色的轉變，也由教學變成幫助學生學習；由傳述課程內容變成揭示學習方法。探究與實作課程，實質上就是以學生為中心的教學歷程，希望幫助學生探究、建構知識。此外，日本的佐藤學（2012）推動「合作學習」、「學習共同體」模式，強調主動、參與、分享、合作、表達，讓學生彼此對話、相互幫助，透過合作學習、分享表達，讓學生找回學習的樂趣，老師找到成長的動力。也引起一股世界各國學習改革的風潮，他認為，透過「學生合作學習」，才能真正幫助學生思考、互助合作，進而完成學習任務。學習過程中，透過同儕互動，彼此的學習成效更佳，大家的情感也能因此提升。

3. 研究方法(Research Methodology)

本研究計畫考量「實務人才培育的重視」及「企業人才的需求」，並依據「學校定位」與「學系教育目標」等，設定欲「培養學生具備之核心能力」，選擇以所教授的「平台基礎課程」課程為例，期望藉由運用跨境電商平台實作教學實踐，透過選用能貼近社會脈動、企業需求的合適教學題材，設計有助於引起學生興趣的實作學習教學方式，並採取多元的學習評量方式，以促進學生的學習成效。本計畫運用跨境電商平台實作教學實踐之研究方法與架構圖，如圖 3 所示，詳細說明如下：

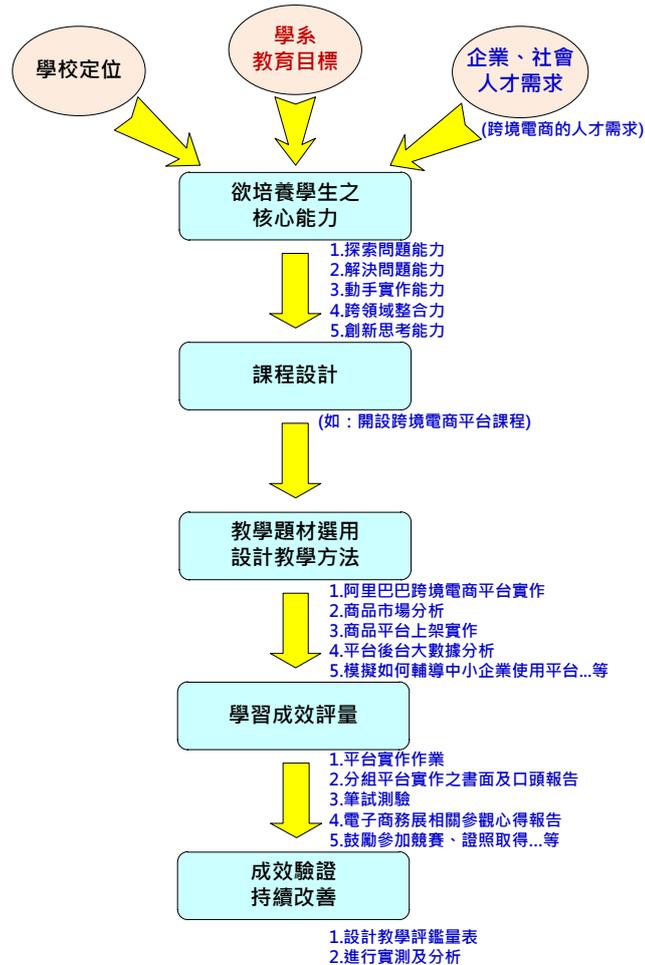


圖 3：本計畫教學實踐之研究方法與架構圖

在課程目標訂定上，透過實際案例，讓學生實際了解企業面臨的問題，培育學生實際解決問題的能力；藉由實作與跨領域學習，來培育跨領域整合能力以及提升動手實作的能力。課程採用跨域教學，並培育學生具備六大核心能力，如圖 4 所示。

欲培養之核心能力

課程設計

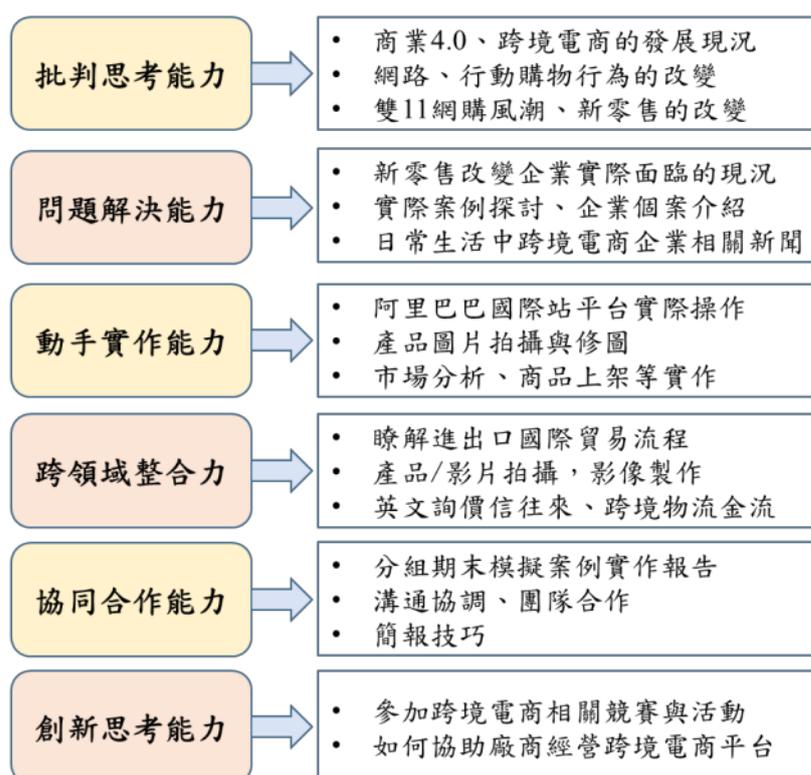


圖 4：欲培養核心能力與課程設計規劃圖

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

(1) 教學過程與成果

實作教學法與體驗教學法是本計畫在「教學方法」上的核心，因此採用「實做法（做中學）」的教學方式與學生互動，讓學生透過實作過程中親身體驗來進行學習，並結合「示範法」、「討論法」與「演練法（教別人）」的教學方式，期望能激發學生的學習興趣，可以增加學生的學習成效，讓學生的學習保留率較高。本研究採用之教學方法，如圖 5 所示：

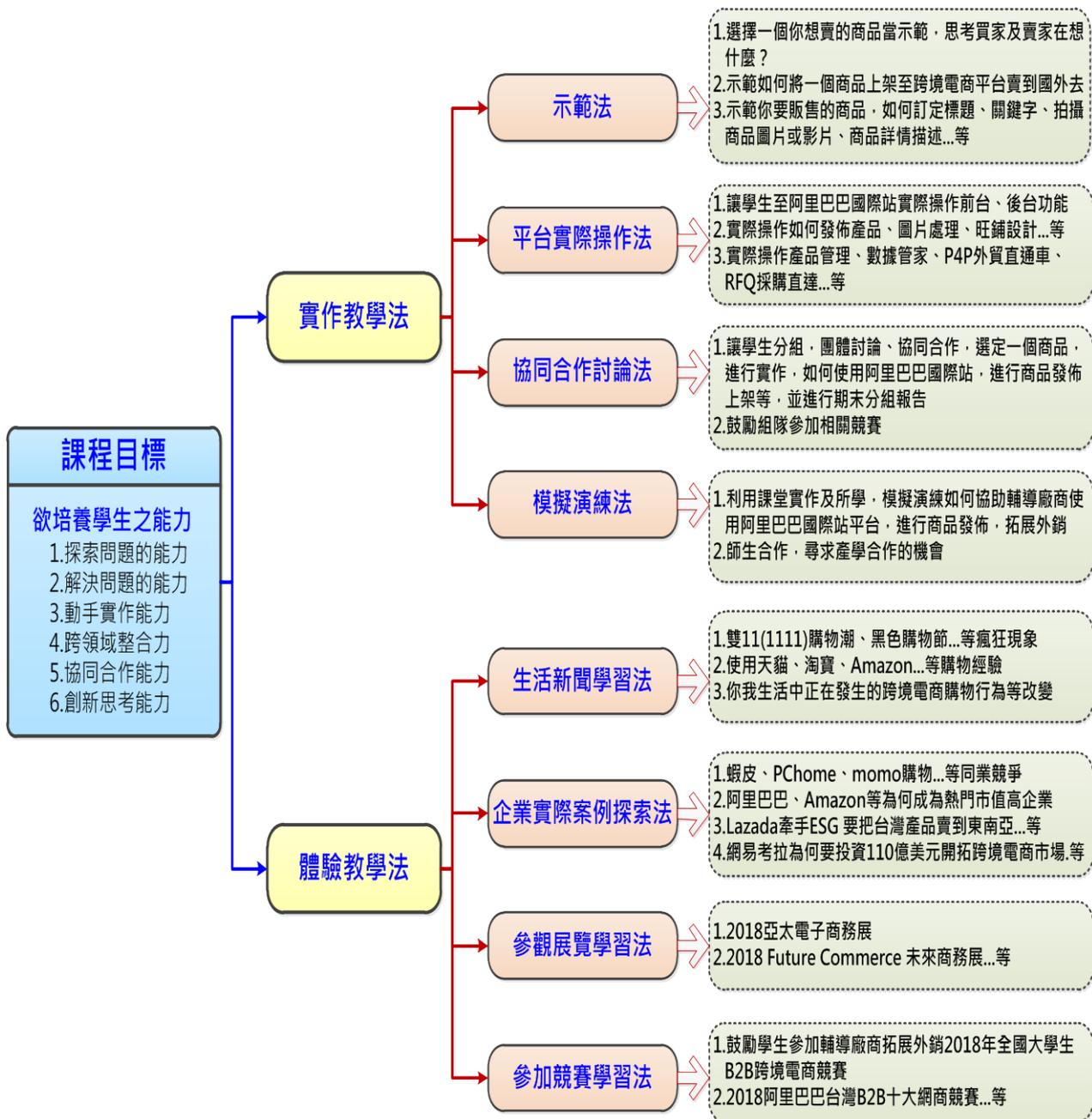


圖 5：本研究「教學方法」採用說明圖

A. 業師協同教學成果

107(1)平台基礎課程邀請華特數位郭宇熙總經理協同教學，指導學生熟悉操作阿里巴巴國際站 B2B 跨境電商平台



B. 學生證照取得成果

課程教學過程中，培訓學生取得跨境電子商務規劃師證照，學生成果有 28 位同學取得證照，部分學生證照代表如下：

● 透過跨境電商平台體驗實作教學法確實能提升學生的學習成效

本研究兩班學生在跨境電商統整知識測驗之前、後測的平均數、標準差如表 1 所示。針對實驗組之前、後測成績，進行成對樣本 T 檢定分析，以瞭解學生學習前至學習後是否有顯著差異，結果如表 3 所示。從中得知，實驗組同學後測成績亦顯著高於前測成績($t = -12.95, p = 0.00 < 0.01$)。研究結果顯示採用主題式 STEAM 跨領域課程統整之教學設計，透過經驗學習法的教學方式，因增加學生於課堂中進行 STEAM 的跨學科統整以及阿里巴巴跨境電商平台的實際操作經驗，資管系學生較能記住跨領域的國際貿易、跨境電子商務平台操作、美學設計等專業知識。另從獨立樣本 t 檢定的量化結果得知，採用跨境電商平台體驗實作教學法，學生在跨境電商專業認證測驗表現與商品上架實際操作表現上等面向上的表現，顯著優於傳統講述法的學生表現。教學現場若能多加結合實作場域的運用來讓學生動手實作，設計有助於引起學生興趣的實作學習教學方式，並採用做中學及模擬演練法的教學方式與學生互動，且在教學題材選用上，考量內容與學生生活經驗相結合，能激發學習興趣與符合學生需求，學生的學習保留率會較高，可以增加學生的學習成效。

表 1：兩班分別在統整知識、實作上架商品至平台的平均表現

| 項目 | 組別 | 前測 | | 後測 | |
|--------------------------------|-----|-------|-------|------|-------|
| | | Mean | SD | Mean | SD |
| 跨境電商統整知識測驗 | 實驗組 | 42.16 | 10.62 | 82.0 | 12.94 |
| | 控制組 | 43.35 | 11.21 | 75.8 | 14.25 |
| 上架商品至阿里巴巴平台之線上系統評分(系統最高分為 5 分) | 實驗組 | 2.43 | 0.51 | 4.16 | 0.50 |
| | 控制組 | 2.30 | 0.48 | 3.60 | 0.95 |

表 2：實驗組在「上架商品的系統線上評分」與「跨境電商專業能力測驗」的前、後測之成對樣本 T 檢定結果

| | 樣本數 | 相關性 | 平均值 | df | t 值 | 顯著性 |
|-----------------------------------|-----|-------|--------|----|--------|-------|
| · 實際操作上架商品至阿里巴巴平台之系統線上評分表現(前測-後測) | 56 | 0.85 | -1.09 | 55 | -22.38 | < .01 |
| · 跨境電商專業能力測驗(前測-後測) | 56 | 0.833 | -14.84 | 55 | -12.95 | < .01 |

● 學生平時參與度會影響跨境電商平台體驗實作教學法的學習表現

本研究以作業成績來衡量學生的參與度情況，設計 6 次作業來增進學生的問題探究與解決能力，並將 6 次作業分數總平均，以瞭解學生平時參與度的狀況。實驗後，針對兩班作業總平均分數進行獨立樣本 T 檢定分析，如表 3 所示。

結果顯示實驗組平均分數為 82.31、控制組平均分數為 73.33，有顯著的差異 ($t=3.55, p=0.001<0.05$)。研究結果顯示實驗組採用跨領域主題式 STEAM 課程統整之教學設計，可提高學生的參與度。

表 3：作業成績總平均之獨立 T 檢定

| 項目 | 組別 | 樣本數 | 變異數等式 Levene 檢定 | M | SD | t 值 | p |
|------|-----|-----|--------------------|-------|-------|------|-------|
| 作業成績 | 實驗組 | 61 | $F=1.494$ | 82.31 | 12.86 | 3.55 | 0.001 |
| 總平均 | 控制組 | 40 | | 73.33 | 11.81 | | |

此外，為瞭解實驗組學生之平時參與度對其統整知識測驗分數、上架商品至 Alibaba 跨境電商平台線上系統評分的後測表現之影響，依其作業總平均成績分為：高於 85 分→高度參與；介於 65 分至 85 分(含)→中度參與；低於 65 分(含)→低度參與，以此三個水準，進行單因子變異數分析，如表 4 所示。結果顯示實驗組學生其不同的平時參與程度，在統整知識測驗與上架商品至 Alibab 平台線上系統評分的表現上，皆有顯著差異。隨後採用 Tukey 法進行事後比較發現：(一)實驗組學生在上架商品至 Alibaba 平台線上系統評分之表現上，平時參與度高的學生，明顯優於平時參與度中的學生；平時參與度高的學生，亦明顯優於平時參與度低的學生；而平時參與度中及參與度低的學生之間則無明顯差異。由上述研究結果發現，採用跨領域主題式 STEAM 課程統整之教學設計，透過現象經驗學習法，會顯著影響平時參與度高的學生其學習表現，未來可再多設計一些讓學生參與的實作與體驗單元，以提升學生參與度。此呼應了李育論與林季怡學者(2018)的研究論證，跨域能力的成長與跨域課程參與有關，跨領域課程會對學生跨領域能力的成長有幫助。

表 4：實驗組學生其平時參與度對跨境電商學習表現之 ANOVA 分析

| 項目 | 組別 | 平時參與度 | 人數 | M | SD | F | 顯著性 | 事後檢定 |
|------------------------------|-----|-------|----|-------|-------|------|-------|------|
| 跨境電商 統整知識 測驗分數 | 實驗組 | 高 | 32 | 86.19 | 9.67 | 3.87 | 0.027 | 高>中 |
| | | 中 | 17 | 77.18 | 14.56 | | | 無差異 |
| | | 低 | 12 | 77.67 | 15.30 | | | 無差異 |
| 上架商品 至電商平 台之線上 系統評分 | 實驗組 | 高 | 32 | 4.39 | 0.46 | 9.79 | 0.001 | 高>中 |
| | | 中 | 17 | 3.82 | 0.46 | | | 無差異 |
| | | 低 | 12 | 4.04 | 0.36 | | | 高>低 |

從單因子 ANOVA 變異數分析的量化結果得知，平台基礎課程採用跨境電商平台實作教學法下，學生平時參與度會影響其跨境電商專業認證測驗表現、商品上架跨境電商平台實際操作表現。平時高度參與的學生，其「跨境電商專

業認證測驗表現」與「商品上架跨境電商平台實際操作表現」，均明顯優於平時低度參與的學生。究其原因為平時參與度高的學生，通常有較高的學習興趣與自主學習，對於阿里巴巴跨境電商平台的操作規則與實際商品上架與經營等較為熟悉及理解，也較投入參與跟同學的溝通討論與協同合作，因此，對於課程也會有較高的成就感。但在「專業知識」、「能力培養」與「學習態度」等量表構面上，學生平時參與度的高低，則無顯著差異。

(3) 學生學習回饋

學生在學習的過程中，除了習得跨境電商專業知識、瞭解阿里巴巴國際站跨境電商平台規則、考取跨境電商規劃師證照、分組實際操作上架一支商品至阿里巴巴國際站外，並有 1 組同學參加「2019 全國大專院校 B2B 跨境電商競賽」，該組學生榮獲影片傳播獎第四名、星光獎第四名、成果報告獎佳作；另有 2 組學生參加 108 年度臺北市跨境電商產學合作計畫實作成果競賽，其中 1 組學生榮獲佳作。其中 1 組參賽同學的學習回饋反思如下：

跨境電商的發展越來越蓬勃，我們該如何在這競爭如此激烈的社會找到一個立足點是非常重要的。參加此競賽能增加實際操作的經驗並化做自己的能力，增加在未來職場上的競爭力。透過這次競賽的機會讓我們更了解跨境電商是如何運行，我們列出下列目標加以實行並努力：





二. 參考文獻(References)

1. 梁定澎 (2018)。2018年台灣跨境電子商務人才需求調查報告、台灣中小企業運用跨境電商拓銷國際市場調查。取自
<https://www.cw.com.tw/article/article.action?id=5090228>
2. Bybee, R. W. (2013). The case for STEM education: Challenges and opportunities. Arlington, VA: NSTA Press.
3. National Governors Association. (2007). Building a science, technology, engineering and math agenda. Retrieved from
<http://www.nga.org/files/live/sites/NGA/files/pdf/0702INNOVATION STEM.PDF>
4. National Research Council. (2011). Successful K-12 STEM education: Identifying effective approaches in science, technology, engineering, and mathematics. Washington, DC: The National Academies Press.

5. Toulmin, C., & Groome, M. (2007). Building a science, technology, engineering, and math agenda. Retrieved from ERIC database. (ED496324)
6. 經濟部 (2016)。新南向「跨境電商」潛力領域工作計畫，1-13。取自2017年9月1日，<https://www.ey.gov.tw/File/1F492E837A5.pdf>。
7. 劉家瑜 (2016)、經濟部 (2016)。迎接全球跨境電子商務大浪潮。取自2016年1月19日，<https://www.dois.moea.gov.tw/images/fc/67.pdf>
8. 郭立、馬旗戟、呂志彬、孔翎、楊葳 (2015)。全球跨境 B2C 電商市場趨勢。Aliresearch 阿里巴巴研究院，1-16。
9. 賴玲如 (2015)。決戰電商新時代-跨境電商綜合介紹，中華民國無店面零售商業同業公會。取自 <http://www.cnra.org.tw/edm/20150822.pdf>。
10. 賴玲如 (2016)。以服務導向邏輯分析台灣跨境電商模式，國立臺灣科技大學管理研究所未出版碩士論文，臺灣，臺北市。
11. iResearch 艾瑞諮詢 (2014)。2014年中國跨境電商行業研究報告。取自2018年3月6日，<http://wreport.iresearch.cn/uploadfiles/reports/635543502086406250.pdf>。
12. 朱海成 (2016)。電子商務概論與前瞻，第十章：跨境電商，1-18。臺北市：基峰資訊。
13. 翁瑋珊 (2016)。互聯網+風起雲湧的電商戰場。貿易雜誌，299，27-30。
14. 高博銓 (2014)。有效教學的理念與策略。取自2016年10月28日，http://arts.a-team.com.tw/index.php?cPath=1_2_167_107
15. Nolan J. F. (1996). An evaluation of the professional development system. Master clinical teacher project. Annual Meeting of the American Educational Research Association, New York, USA.
16. 佐藤學 (2012)。學習的革命：從教室出發的改革。
17. Pitney Bowes (2016). Inside the Mind of the Global Consumer. Providing insights across the entire consumer journey.
18. American Association for Higher Education (2014). Principle of good practice for assessing student learning. Retrieved from http://assessment.uconn.edu/docs/resources/AAHE_Principles_of_Good_Practice.pdf

三. 附件(Appendix)

與本研究計畫相關之研究成果資料，可補充於附件，如學生評量工具、訪談問題等等。

附件 1 教師教學投入評量量表

| 面向 | 構面 | 內容說明 |
|-----------------------------------|----------------------------|-----------------------------------|
| 教師教學投入 | 課程內容與教材選用 | 1-1 上課內容透過跨境電商平台實際操作，能激發我們學習興趣 |
| | | 1-2 上課題材納入跨境電商之新聞報章雜誌，具生活化、實務化 |
| | | 1-3 上課教材使用企業實際案例，有助於學習 |
| | | 1-4 上課內容使用跨境電商平台符合企業需求，對我們未來就業有幫助 |
| | | 1-5 上課內容符合我們的需求 |
| | | 1-6 上課內容重視實作 |
| | 教學過程 | 2-1 教學方式能激發我們觀察生活中科技運用的變化 |
| | | 2-2 教學方式能訓練我們批判思考、獨立思考 |
| | | 2-3 教學方式能訓練我們試著瞭解企業所面臨的問題 |
| | | 2-4 老師教學講求讓我們實際體驗、實際操作 |
| 教學態度與師生互動 | 2-5 老師教學認真、很重視我們的反應而適當調整 | |
| | 2-6 老師講課深入淺出，條理清晰 | |
| | 2-7 老師教學會先示範並讓我們實作 | |
| | 3-1 老師鼓勵我們自由發問及表達意見 | |
| 教學評量 | 3-2 老師與我們的互動關係良好 | |
| | 3-3 老師會利用小遊戲與我們互動幫助學習 | |
| | 3-4 老師很願意幫助我們解決學習上的困難 | |
| | 4-1. 老師的評量方式能合理反映出教學重點 | |
| | 4-2. 老師的評量方式能客觀公正的評量我的學習成果 | |
| 4-3 老師會對我們的平時作業、期末報告等會給予回饋 | | |
| 4-4 老師的評量方式多元，納入期末實作報告、參觀、證照認證考試等 | | |
| 4-5 老師會與我們溝通評量方式，並做適當的調整 | | |

附件 2 學生學習成效評量量表

| 面向 | 構面 | 內容說明 |
|--------|------|------------------------------------------|
| 學生學習成效 | 專業知識 | 5-1 從課堂中我能得到跨境電商的專業知識 |
| | | 5-2 從課堂中我能瞭解跨境電商企業的現況與問題 |
| | | 5-3 我能 理解 此課程跨境電商平台與貿易相關的專業知識 |
| | | 5-4 我能 記得 此課程跨境電商平台與貿易的專業知識 |
| | | 5-5 我能 應用 本課程的跨境電商平台與貿易專業知識於實務運用上 |
| | | 5-6 我能根據本課程的跨境電商平台與貿易專業知識進行批判思考 |
| | 能力培養 | 6-1 此課程藉由新聞報章雜誌之企業實際案例讓我學到批判思考的能力 |
| | | 6-2 此課程藉由企業實際案例之現況讓我學到如何解決問題的能力 |
| | | 6-3 此課程藉由 B2B 阿里巴巴國際站等，讓我學到動手實作的實務力 |
| | | 6-4 此課程藉由跨境電商平台操作，讓我學到貿易與資訊跨領域整合力 |
| | | 6-5 此課程藉由實作報告讓我學到如何與同學溝通討論、協同合作能力 |
| | | 6-6 此課程藉由模擬企業上架商品至跨境電商平台讓我學到創新思考力 |
| | 學習態度 | 7-1 此課程能激發我平常增加閱讀跨境電商企業相關新聞 |
| | | 7-2 此課程透過生活經驗或企業實際案例引發我學習熱情 |
| | | 7-3 此課程能激發我繼續探究這門課程相關知識的興趣 |
| | | 7-4 此課程讓我獲得蠻不錯的學習成效 |
| | | 7-5 此課程能提高我對動手實作相關課程的興趣 |
| | | 7-6 有機會我很樂意向同學或學弟妹推薦修讀這門課 |

附件 3、跨境電子商務統整知識測驗量表

| 主題 | 內容說明 |
|------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 國際貿易 | () 1-1 在INCOTERM@2010的貿易條件中，E類是指？(A)運費未付(Main Carriage Unpaid)；(B)運費已付(Main Carriage Paid)；(C)現場交貨(Departure)；(D)貨物送達(Arrival) |
| | () 1-2 依INCOTERM@2010，下列何種貿易條件之風險移轉和費用劃分地點不同？(A) DAT；(B) EXW；(C) FCA；(D) CIP |
| | () 1-3 國際貿易中，採用三角貿易的中間業者，其採購以何種貿易條件為妥當？(A) FOB；(B) CIF；(C) CPT；(D) CIP |
| | () 1-4 根據INCOTERM@2010的貿易條件，採用FOB條件成交，買賣雙方風險劃分的界限是？(A)裝運港船邊；(B)運輸工具；(C)裝運港船上；(D)裝運港船舷欄杆 |
| | () 1-5 在信用狀付款流程中，買方何時可以至船運或空運公司提領貨物？(A)押匯後；(B)賣方出貨後；(C)贖單還款或承兌後；(D)銀行通知後 |
| | () 1-6 在T/T、O/A付款流程中，賣方經由何者獲得貸款？(A)收款銀行；(B)買方；(C)開狀銀行；(D)託收銀行 |
| | () 1-7 關於進口貨物的各項步驟：①輸入檢驗、②進口簽證、③簽訂買賣契約、④申請L/C、⑤提貨，請問其正確流程為何？(A)①②③④⑤；(B)③②④①⑤；(C)③①④②⑤；(D)②①③④⑤ |
| 跨境電商平台技術 | () 2-1 阿里巴巴國際站中，發布新產品的敘述，下列何者正確？(A)產品屬性要填寫完整；(B)標題中最好不要有產品關鍵字；(C)產品圖片越大越好；(D)產品類目可以隨便選 |
| | () 2-2 阿里巴巴國際站中，產品詳情內出現圖片失效的原因可能為何？(A)該圖片在圖片銀行中被刪除；(B)圖片格式不對；(C)圖片太大；(D)產品是零效果產品 |
| | () 2-3 阿里巴巴國際站中，產品主圖對於數據影響最直接的部分為何？(A)曝光；(B)詢盤；(C)點擊；(D)RFQ報價則數 |
| | () 2-4 阿里巴巴國際站中，關於首頁主搜區的排名優先順序，下列何者正確？(A)自然排序→P4P外貿直通車→頂級展位；(B)推薦產品→頂級展位→P4P外貿直通車→自然排序；(C)頂級展位→P4P外貿直通車→櫥窗產品→自然排序；(D)P4P外貿直通車→頂級展位→櫥窗產品→自然排序 |
| | () 2-5 阿里巴巴國際站中，優質的產品主圖需要做到下列何者？(A)logo放在圖片的右下角；(B)多多利用文字和邊框；(C)適當的解析度和尺寸；(D)所有產品都使用純白背景 |
| | () 2-6 阿里巴巴國際站中，目前信用保障交易不支援下列何種支付方式？(A) VISA；(B) T/T；(C) Paypal；(D) E-checking |
| | () 2-7 阿里巴巴國際站中，產品上架幾天以上零效果且無有效的編輯，就會被自動下架？(A) 180天；(B) 365天；(C) 90天；(D) 15天 |
| | () 2-8 阿里巴巴國際站中，下列何者不是評判電商操作能力分的指標？(A)商機處理能力；(B)資訊展示能力；(C)商品發布能力；(D)線上交易能力 |
| 產品標題及關鍵字優化 | () 3-1 阿里巴巴國際站中，產品的曝光和下列何者有直接關係？(A)產品的排名；(B)產品圖片；(C)產品的詳情頁面；(D)產品標題 |
| | () 3-2 阿里巴巴國際站中，產品相關性包括下列何者？(A)產品描述相關性；(B)類目相關性；(C)產品標題關鍵字相關性；(D)以上皆是 |
| | () 3-3 阿里巴巴國際站中，影響產品被買家點擊的最主要因素為何？(A)產品圖片；(B)產品交易資訊；(C)產品標題；(D)公司資訊 |
| | () 3-4 阿里巴巴國際站中，核心關鍵字最好放在標題的哪個位置？(A)開頭；(B)中間；(C)結尾；(D)任意 |
| | () 3-5 阿里巴巴國際站中，有關產品關鍵字的敘述，下列何者正確？(A)關鍵字位置一定要填滿三個；(B)關鍵字位置是產品排序的決定因素；(C)在系統做搜索匹配時，產品關鍵字和標題都會被系統匹配；(D)建議填寫三個一樣的關鍵字，增加系統匹配度 |
| | () 3-6 阿里巴巴國際站中，下列何種因素對產品匹配影響最大？(A)產品價格；(B)產品標題；(C)產品屬性；(D)產品詳情 |
| | () 3-7 對於阿里巴巴國際站中，關鍵字的選用，下列何者正確？(A)選用國際知名品牌來當關鍵字提高流量；(B)關鍵字一定要自己創造以達到“覆蓋”的目的；(C)要選用跟產品匹配的關鍵字；(D)“熱門搜索詞”裡沒有的詞一定是無效詞 |

| 主題 | 內容說明 |
|----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 跨境電子商務英文 | () 4-1 Which opening phrase is acceptable in a business e-mail ? (A) I hope you are doing well ; (B) What are you up to ; (C) What's up ; (D) We should hang out more. |
| | () 4-2 Which formal word means the same as "get" ? (A) Receive ; (B) Inform ; (C) Require ; (D) Establish |
| | () 4-3 What does "MOQ" represent ? (A) Minimum Order Quantity ; (B) Must Open Quickly ; (C) Maximum Order Quantity ; (D) Meaning of Question |
| | () 4-4 I am writing to you to discuss your recent order. What is this sentence an example of ? (A) Introduction ; (B) Closing ; (C) Purpose statement ; (D) Subject line |
| | () 4-5 If you have any additional questions or would like to place an order, please don't hesitate to ____ me. (A) talk to ; (B) discuss ; (C) reach ; (D) contact |
| | () 4-6 Thank you for quickly ____ us with some written information on your products. (A) telling ; (B) discussing ; (C) demonstrating ; (D) providing |

| 主題 | 內容說明 |
|-----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 商品圖片製作及美化 | () 5-1 關於視覺行銷的敘述，下列何者錯誤？ (A) 視覺行銷就是網路行銷；(B) 視覺行銷可以增加網站和產品的吸引力； (C) 視覺行銷是做好行銷的手段之一； (D) 視覺行銷可以利用色彩、圖像和文字，吸引潛在顧客的關注 |
| | () 5-2 阿里巴巴國際站中，產品詳情內的最佳圖片像素建議為何？ (A) 1000*1000；(B) 750*800；(C) 1000*750；(D) 1000*500 |
| | () 5-3 拍攝反光性產品時，從下列何種角度進行拍攝比較合適？ (A) 正面；(B) 側面；(C) 上面；(D) 下面 |
| | () 5-4 關於阿里巴巴國際站中的產品主圖敘述，下列何者錯誤？ (A) 解析度越大越好，這樣更清晰；(B) 尺寸建議640*640以上；(C) 尺寸建議不超過1000*1000； (D) 寬高比例最好為1:1 |
| | () 5-5 阿里巴巴國際站中，有關產品主圖的敘述，下列何者錯誤？ (A) Logo固定在左上角；(B) 圖片建議數量為3張以上； (C) 可對產品的正面、背面、側面、細節等多角度拍攝； (D) 為了凸顯產品特色，產品主題展示越大越好 |

| 主題 | 內容說明 |
|--------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 後台數據分析 | () 6-1 阿里巴巴國際站中，詢盤分析的要素包含下列何者？ (A) 客戶IP位址；(B) 聯繫方式；(C) 詢盤內容；(D) 以上皆是 |
| | () 6-2 阿里巴巴國際站中，下列何者不能從訪客詳情中得知？ (A) 訪客停留時間；(B) 訪客帳號名稱；(C) 訪客常用搜索詞；(D) 訪客所在地域 |
| | () 6-3 阿里巴巴國際站中，後台哪項功能可查詢公司及時回覆率和平均回覆時間？ (A) 店鋪管理—貿易記錄；(B) 數據管家—買家引流；(C) 商機管理中心—我的詢價； (D) 建站管理—管理公司資訊 |
| | () 6-4 阿里巴巴國際站中，後台之數據管家內的哪個功能可以看到產品的數據？ (A) 商品查詢；(B) 我的產品；(C) 診斷總覽；(D) 我的效果 |
| | () 6-5 阿里巴巴國際站中，後台之數據管家的功能不包含下列何者？ (A) 我的詞；(B) 管理產品；(C) 熱門搜索詞；(D) RFQ商機 |
| | () 6-6 阿里巴巴國際站中，下列何者為點擊率的演算法？ (A) 點擊/曝光；(B) 曝光/點擊；(C) 點擊+曝光/曝光；(D) 點擊+曝光/點擊 |
| | () 6-7 阿里巴巴國際站中，「數據管家—我的效果」可以查看下列何種效果趨勢？ (A) 曝光；(B) 回饋；(C) 訪客；(D) 匯率；(E) 點擊；(F) TM諮詢數 |

附件 4、上架商品至阿里巴巴跨境電商平台實作及系統評分畫面(1/4)

https://post.alibaba.com/product/pub/ish.htm?spm=a2747.manage.0.0.6e9d1757Q1Y7Z&emid=62003715341

Alibaba.com Global trade starts here™ My Alibaba Trade Development Account 賬戶中心 繁體中文

修改產品 前往管理產品

選擇語言市場及類目 填寫產品營銷信息 進入審核

【官方】新版智能編輯——產品詳情官方唯一裝修工俱全面升級！！詳情

基本信息 交易信息 物流信息 商品描述 特殊服務及其他

當前類目：箱包>>手袋&斜挎包>>手袋 切換类目

產品信息質量

4.6分 重新檢測

當前產品信息質量極佳，搜索排序，請繼續保持！

常見問題

- 產品類目
- 基本信息
- 交易信息
- 物流信息
- 產品詳情

4.6分 重新檢測

當前產品信息質量極佳，利於搜索排序，請繼續保持！

常見問題

4.6分 重新檢測

當前產品信息質量極佳，利於搜索排序，請繼續保持！

常見問題

基本信息

* 產品名稱 Exclusive fashionable hot selling leather handbag women 55/128

* 產品關鍵詞 handbag women 13/128
genuine leather handbag 23/128
hot selling 11/128

請至少填寫一個關鍵字，所有關鍵字在搜索排序上權重相同，請不要重複填寫。如您需要瞭解更多的品牌知識，請點此 查看

產品分組 請選擇分組

商品屬性 請填寫準確、完整地產品內容，以便買家迅速瞭解產品特徵。

Closure Type: Zipper

Decoration: Appliques Bow Button Chains Flowers
 Feathers Lock Pearl Ruched Ruffles
 Scarves Beading Cartoon Printing Criss-Cross
 Diamonds Embroidery Hollow Out Letter None
 Rivet Sequined Tassel

+ 添加

Lining Material: Genuine Leather

* Main Material: Genuine Leather

* Pattern Type: Bow

* Shape: Composite Bag

Style: Fashion

* Gender: Women

Place of Origin: China (Mainland)

省份: Please select

Brand Name: WUJI

Model Number: G90201

Number of Handles/Straps: None

自定義屬性

| | | | | |
|--------------|-------------|---|---|---|
| Product name | Women | ↑ | ↓ | 🗑 |
| Usage | Daily Life | ↑ | ↓ | 🗑 |
| Color | Black | ↑ | ↓ | 🗑 |
| Keywords | Outdoor Bag | ↑ | ↓ | 🗑 |
| Design | Fashion | ↑ | ↓ | 🗑 |

屬性名和屬性值必須同時填寫，例 Style : Luxury

附件 4、上架商品至阿里巴巴跨境電商平台實作及系統評分畫面(2/4)

https://post.alibaba.com/product/publish.html?spm=a2747.manage.0.0.5e8d1757cQ1V7Z&itemId=62003715341

Alibaba.com My Alibaba Trade Development Account 賬戶中心 繁體中文

修改產品 前往管理產品

選擇語言市場及類目 填寫產品詳細信息 進入審核

【官方】新版智能編輯——產品詳情官方唯一裝修工俱全面升級！！詳情

基本信息 交易信息 物流信息 商品描述 特殊服務及其他

產品信息質量 **4.6分** 重新檢測

當前產品信息質量極佳，利於搜索排序，請繼續保持！

● 產品類目
● 基本信息
● 交易信息
● 物流信息
● 產品詳情

常見問題

產品規格

Size L M
 S XL
 XS XXL
 XXS XXXL

27cm W x22.5cm H x13cm D.0.52kg 音

+ 添加

* Color

Burgundy

PURPLE

Black

Silver Gray

交易信息 完善交易信息，方便買家做出採購決定。

* 支持買家直接下單 支持 不支持
支持買家直接發起信保訂單，可快速提升該產品的訂單轉化，且獲得更多曝光機會。

* 計量單位 Pack/Packs

銷售方式 按件賣 按批賣

* 價格設置 根據數量設置價格 根據規格設置價格

階梯價

| 最小起訂量 (Pack/Packs) | 產品價格 (Pack/Packs) | 預設計量單位: Pack/Packs |
|--------------------|-------------------|--------------------|
| ≥ 1 | US \$ 30 | 1 ~ 2 US \$ 30 |
| ≥ 3 | US \$ 27 | 3 ~ 50 US \$ 27 |
| ≥ 51 | US \$ 24 | ≥ 51 US \$ 24 |

[Click here to edit the attribute](#)

| Size | Color | 可售數量 | 商品編碼 | 操作 |
|---------------------------------|--------------------------------------|------|------|-----|
| 27cm W x22.5cm H x13cm D.0.52kg | <input type="checkbox"/> Burgundy | | | 已启用 |
| | <input type="checkbox"/> PURPLE | | | 已启用 |
| | <input type="checkbox"/> Black | | | 已启用 |
| | <input type="checkbox"/> Silver Gray | | | 已启用 |

樣品服務設置 支持在線拿樣，有助承接買家需求並提升交易概率；設置樣品後，您需要設置對應的運費模板；

支持樣品服務 不支持

物流信息

* 商品外包装尺寸 按長寬高 (尺寸)
為向買家展示明確的運費，請按照所選的銷售方式 (按件賣/按批賣) 補充商品外包装的具體長寬高和重量。

* 長寬高 CM X CM X CM / Pack/Packs

* 毛重 KG / Pack/Packs
精確到小數點後三位

常見問題

附件 4、上架商品至阿里巴巴跨境電商平台實作及系統評分畫面(3/4)

My Alibaba

Trade
Development
Account
賬戶中心
繁體中文

修改產品 前往管理產品

選擇語言市場及類目
填寫產品營銷信息
進入審核

【官方】新版智能編輯——產品詳情官方唯一裝修工俱全面升級！！詳情

基本信息

交易信息

物流信息

商品描述

特殊服務及其他

發貨期

| 數量 (Pack/Packs) | 預計時間 (天) | 預費 (計量單位: Pack/Packs) |
|-----------------|----------|-----------------------|
| ≤ 1 | 7 | 1 ~ 1 7天 |
| ≤ 2 | 14 | 2 ~ 2 14天 |
| | | ≥ 3 需協商 |

增加數量區間 (可設置不超過 3 個區間)

運費節本 bottle

發貨運費參考 以最小起訂量為例, 發往國家地區

United States [查看該運費模版詳細設置](#)

無法計算出運費, 請先檢查起訂量、產品包裝信息

- 支持買家直接下單
- 有明確運費金額
- 最小起訂量交與小於等於15天

該商品不是 ready to ship 商品, 請按提示設定, 可在前臺獲取更多流量

4.6 分

重新檢測

當前產品信息質量極佳, 利於搜索排序, 請繼續保持!

- 產品類目
- 基本信息
- 交易信息
- 物流信息
- 產品詳情

常見問題

包裝方式 0/1500

包裝圖片 [從圖片銀行選取](#)

支持 jpg、png、文件大小: 小於 2MB

+

從電腦選取

商品描述

基本信息

交易信息

物流信息

商品描述

特殊服務及其他

Product Video

1. 主圖視頻時長不超過 45 秒, 大小不超過 100M, 展示位置在產品首圖第一張 [查看主圖視頻規範](#)
2. 詳情視頻時長不超過 10 分鐘, 大小不超過 500M, 展示位置在產品詳情描述的上方 [詳情視頻功能介紹](#)
3. 不會拍視頻? 不會剪輯? 沒有創意? 怎麼辦? —— 已為您精選專業視頻服務商 [點此查看](#)

[重選主圖視頻](#)

G90201.mp4
19秒

取消關聯

[選用詳情視頻](#)

暫無視頻

4.6 分

重新檢測

當前產品信息質量極佳, 利於搜索排序, 請繼續保持!

- 產品類目
- 基本信息
- 交易信息
- 物流信息
- 產品詳情

常見問題

附件 4、上架商品至阿里巴巴跨境電商平台實作及系統評分畫面(4/4)

Alibaba.com | My Alibaba | Trade | Development | Account | 賬戶中心 | 繁體中文

修改產品 | 前往管理產品

選擇語言市場及類目 | 填寫產品營銷信息 | 進入審核

【官方】新版智能編輯——產品詳情官方唯一裝修工具全面升級！！詳情

基本信息 | 交易信息 | 物流信息 | **商品描述** | 特殊服務及其他

產品詳情描述 為了獲得最佳的視覺效果，我們建議保持圖片尺寸為750px（寬）*800px（高），表格的尺寸寬度為750px。（請注意，寬度超出750px的部分將無法展示。）

智慧編輯 普通編輯

[編輯詳情](#) [重新選擇範本](#)

Product Description

2019 Latest Ladies Bag Design

* Made of High Quality Genuine Leather



基本信息 | 交易信息 | 物流信息 | **商品描述** | 特殊服務及其他

Company Profile

WUJI GROUP is started in Taiwan, operates as manufacturer and trading company with more than 30 years of background in OEM/ODM services; we specialized in different kind of leather material, whether it's genuine or synthetic leather, or other textile materials like cotton, canvas, etc. are all workable for us! Our company has supplied to North America, Western Europe, Middle East and Asia markets.

Now with 3 offices in Shanghai, Shenzhen and Yiwu, and our own factory in Guangzhou and Chaozhou, we assure you not only good quality, but also good service. Our high-quality bags are not only stylish, but also classic and elegant, what's more is we care about functionality!

Handbags need to be durable and lasting the same time, right? Don't hesitate to send us inquiry or email us for more information when you have any request or need customization. It would be our great pleasure to serve you and hope you can become our VIP customer in the near future!

特殊服務及其他

訂製服務 支持訂製 (推薦) 不支持
設置與表達定制能力，有助承接需要訂製的買家需求與提升溝通效率

私域品服務 私域產品 不支持

◆ 產品發售協定
 請再次檢查並確認提交的資訊真實、合法和有效。
 信息發布上網或維護時，您方可對此產品信息進行編輯

預覽 | 保存 | 提交

產品信息質量

4.6分
重新檢測

當前產品信息質量極佳，利於搜索排序，請繼續保持！

- 產品類目
- 基本信息
- 交易信息
- 物流信息
- 產品詳情

常見問題

產品信息質量

4.6分
重新檢測

當前產品信息質量極佳，利於搜索排序，請繼續保持！

- 產品類目
- 基本信息
- 交易信息
- 物流信息
- 產品詳情

常見問題

AlExpress | 1688.com | Taobao Global | AliPay | Lazada

Browse Alphabetically | Onestouch | Showroom | Country Search | Suppliers | Wholesaler | Affiliate

Product Listing Policy - Intellectual Property Protection - Privacy Policy - Terms of Use - Law Enforcement Compliance Guide

© 1999-2019 Alibaba.com. All rights reserved.



教學實踐研究計畫期末成果報告
計畫名稱：運用跨境電商平台實作之教學實踐提升學生學習成效與實務力

計畫主持人：蘇啟鴻 助理教授
任職機構：致理科技大學 資訊管理系



計畫摘要

大學教學現場如何培育學生具備跨領域能力與跨境電商平台實戰經驗能力等為重要的課題。本研究探討採用平台實作教學法對大學生學習成效之影響。研究對象為某科技大學修讀平台基礎課程的學生，隨機抽取一個班為實驗組、另一班為控制組進行教學。研究結果顯示採用平台實作教學法，學生在跨境電商專業認證測驗表現、商品上架實際操作表現、學習成效等構面，顯著優於傳統講述法的學生表現，且有較高的成就感。

關鍵詞：教學實踐、跨領域學習、跨境電子商務、學習成效

研究動機與目的

全球跨境電商平台的發展，降低了國際貿易的成本與門檻，貿易主體、貿易型態、商業模式等皆產生了重大變革，並帶動中小企業成為新時代對外貿易主體。因此，企業對跨境電子商務人才的需求，將成為重要的課題。教學現場如何提供一個教學環境與職場相近、如何縮短學用落差，讓學生所學能符合業界所需，是迫切且重要的課題。

本計畫以平台基礎課程為例，運用阿里巴巴國際站為實作場域，培養學生動手實作、跨領域學習及問題解決的能力，並採用做中學的實作教學法與體驗教學法教學方式，選定多元評量方式，進行評量，最後採用設計整合教師教學投入及學生學習成效雙導向教學評鑑量表，進行施測並將評量結果進行統計分析，以檢視學習成效。

文獻探討

A. 跨境電子商務的發展趨勢
跨境電商透過網路的營運模式，正在重塑中小企業國際貿易價值鏈，使得企業可以直接面對個體批發商、零售商、消費者等，有效減少了貿易中間環節和商品流轉成本，節省的中間環節成本轉化為企業獲利能力提升及消費者獲得實質優惠[1]。傳統貿易與跨境電商的差異，主要在於跨境電商以B2C或B2B+B2C的交易模式進行跨境零售，其壓縮了傳統跨境零售模式中的進口商、批發商、分銷商及零售商等的空間，消費者可以直接面對產品的生產商或製造商[2]。

B. 教學法與學生學習
教學方法採用講授法、閱讀法及視聽法的方式教學，在學生的學習保留率並不高，而採用示範法、討論法、做中學及演練法的教學方式與學生互動，學生的學習保留率才會較高，可以增加學生的學習成效[3][4][5]。

研究方法

A. 實驗場域描述
教學研究之課程為(跨境電商)平台基礎課程，場域為電腦教室及跨境電商中心，由上課同學實際操作阿里巴巴國際站，學習如何實際上架商品至阿里巴巴跨境電商平台上，並瞭解熟悉阿里巴巴平台規則、後台數據管家及如何經營平台。



圖 1. 實驗場域示意圖

B. 研究對象描述
研究招募對象為進修平台基礎課程的學生，進修的同學有大二、大三及大四學生，隨機抽取一個班為實驗組、另一班為控制組各進行16週教學，選定多元評量方式及雙導向教學量表進行施測，瞭解學習成效的差異。

C. 研究架構
本研究採用準實驗研究法，探討體驗學習搭配跨境電商平台實作教學法，對大學生修讀平台基礎課程的學習成效、跨境電商專業認證測驗表現、商品上架實際操作表現與學習興趣之影響。



圖 2. 研究架構示意圖



圖 3. 研究流程圖

D. 資料蒐集方法與工具
本研究之資料蒐集方法與工具，包括學生進行跨境電商專業認證測驗表現(認證考試評量分數)、商品上架實際操作表現(商品上架至阿里巴巴平台系統評量分數)、教師教學投入量表施測所得結果與學生學習成效量表施測所得結果。

E. 研究分析方法
本研究使用獨立樣本t檢定來檢驗跨境電商平台體驗教學法搭配實作教學法(實驗組)及傳統講述法(對照組)，在平台基礎課程的學生學習成效量表、教師教學投入量表、跨境電商專業認證測驗及跨境電商平台實際操作技能上之差異情形。此外，採用ANOVA單因子變異數分析，瞭解學生平時參與度的差異。

教學暨研究成果

A. 教學過程與成果
教學過程中，強調在阿里巴巴平台實務操作經營上，在上架發佈商品時，須考量產品資訊的質量，偵測項目包含：首圖、產品標題、關鍵詞、資訊填寫、產品模塊(含表格、圖片和文字)、影片、交易信息、物流信息及價格等資訊，資訊填得越清楚越足夠，信息質量也會越高，較能吸引買家、增加曝光率。

B. 教師教學反思
在教學活動過程中，依據教學目標的設定，觀察與收集同學的學習反應與學習成果進行反思，以作為教學精進調整之參考。本研究發現學生對於採用分組遊戲式搶答集點互動方式較感興趣。此外，有實際的跨境電商平台帳號能讓同學登入操作商品上架、如何拍攝吸引人的商品照片、訂定標題、關鍵字以及後台管理與經營...等，較能讓同學的學習參與度及實務力提升、較能符合企業的實際經營狀況，縮短學用落差。

C. 學生學習回饋
學生的學習回饋除了採用「審核性」的評量外(線上期中考試或證照認證考試二擇一)，增加採用「前瞻性」的評量。學生分組討論合作，模擬廠商實際操作上架一支商品至阿里巴巴跨境電商平台上，由平台系統的評量分數來瞭解學生的學習成效。



圖 4. 教學過程成果示意圖

D. 研究成果(請填寫量化表)
本研究使用獨立樣本t檢定結果分別為：「跨境電商專業認證測驗分數」t檢定值為-4.199、 $p < .001$ ；及「商品上架實際操作分數」t檢定值為-7.122、 $p < .001$ 。顯示採用跨境電商平台實作教學法的學生其學習成效，顯著優於採用傳統講述法的學生。

表 1 跨境電商專業認證測驗與商品上架實際操作分數之獨立樣本t檢定結果

| 檢定項目 | 組別 | 樣本數 | 平均值 | 標準差 | t值 | p值 |
|--------------|-----|-------|--------|--------|--------|----|
| 跨境電商專業認證測驗分數 | 實驗組 | 87.04 | 13.066 | -4.199 | < .001 | |
| | 對照組 | 74.83 | 14.015 | | | |
| 商品上架實際操作分數 | 實驗組 | 4.53 | 0.377 | -7.122 | < .001 | |
| | 對照組 | 3.89 | 0.408 | | | |

參考文獻

- 賴玲如 (2015)。挑戰電商新時代-跨境電商綜合介紹。中華民國商店零售業同業公會。
- iResearch艾迪諮詢 (2014)。2014年中國跨境電商行業研究報告。
- 黃博程 (2014)。有效教學的理想與策略。
- 詹慶豐 (2014)。學習成果導向的教學設計與評量：「教學原理」的實踐與商。課程與教學季刊, 17(2), p197-226。
- Kalayci, N., & Cimen, O. (2012). Analysis of questionnaire applied in the evaluation process of academicians in higher education institutes. Educational Sciences: Theory & Practice, 12(2), 838-843. (其他：略)

聯絡方式： 計畫成果資源：

蘇啟鴻 助理教授
致理科技大學 資訊管理系
Email: chihung8868@gmail.com
Website: www.chihlee.edu.tw

