

【附件三】 成果報告(系統端上傳 PDF 檔)

封面 Cover Page

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：PBM1101360

學門專案分類/Division：商業及管理

執行期間/Funding Period：2021.08.01 – 2022.07.31

(後疫情時代企業倫理課程導入社群媒體對 Z 世代學習成效之影響/ The Impact of Using Social Media on the Learning Effectiveness of Generation Z for Business Ethics Course in the post-COVID-19 Era)

(企業倫理/Business ethic)

計畫主持人(Principal Investigator)：盧龍泉 教授

共同主持人(Co-Principal Investigator)：無

執行機構及系所(Institution/Department/Program)：中正大學企業管理學系

成果報告公開日期：

立即公開 延後公開(統一於 2024 年 9 月 30 日公開)

繳交報告日期(Report Submission Date)：2022 年 9 月 05 日

(後疫情時代企業倫理課程導入社群媒體對 Z 世代學習成效之影響/ The Impact of Using Social Media on the Learning Effectiveness of Generation Z for Business Ethics Course in the post-COVID-19 Era)

一. 本文 Content (3-15 頁)

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

對於枯燥抽象的企業倫理課程，身處第一線企業倫理課程教學現場，求新求變並且優化課程及提高學生學習熱忱是身為老師的職責。從疫情以來的教學狀況而言，分為兩大主要情況，第一，課程再怎麼有趣也難敵擋 3C 產品的魅力，據在課堂觀察，學生不一定帶電腦來上課，但一定會帶手機。所以現今學生被手機等 3C 產品毒害很深，晚上玩電腦滑手機追劇熬夜不睡覺，白天上課再來個大遲到，上課持續滑手機看小說逛網拍，這樣的劇情層出不窮，身為師長真是為國家未來擔憂。第二，2020 年初，新型冠狀病毒疫情對世界造成極大衝擊，學校從一般校園進出口管制到課堂實施方式(如：線上教學)，都配合政府機關調整，以避免病毒攻擊影響學生受教的權利。也因如此，為防疫所需保持社交距離的政策，意外點燃課程與教學加速數位化的契機。然而，在企業倫理課堂卻也因此遇到線上課程學生出席率不佳、功課遲交、學習效率低.....等問題，但疫情危機尚漸漸趨緩，礙於確診人數高居不下，學校尚以遠距教學為主，因此為提升教學質量，回歸企業倫理課程本身，在課程內容的安排，包含：透電影解析企業倫理議題、企業參訪、企業倫理演講、基礎核心知識、拍攝企業倫理短片、桌遊.....等。讓學生在基礎學習上，理論與實務並重，多元學習，貨真價實了解企業倫理的核心意涵。為師，傳道、授業、解惑，但是有效讓學生吸收，成為一名對社會有倫理道德的人，是身為一名大學教授必須負擔的責任。本人希望企業倫理課程能有與時俱進課程操作模式，面對學生滑手機，有更新穎的解決方法。

再者，本申請人除了教授企業倫理，同時也是行銷領域的老師，在社群媒體也略有研究。過去多半我們都把 Line 拿來做通訊工具，Line official account 拿來做店家的行銷宣傳，但其實 Line official account 可以拿來作為管理課堂工具，可以用集點卡作為簽到依據，同學請假再也不能說再 email 是老師沒收到，課程大綱可以直接做圖文選單方便學生使用，老師可以針對課程討論群發訊息.....諸多功能可以有效運用於課堂。一個人多半同一時間使用一支手機，同一時間也僅能打開一個 app，因此試圖從這個角度轉換與學生互動方式，期望透過社群媒體導入能夠解決手機分心的問題，並運用在疫情下遠端教學的課程管理。改變課堂學習風氣，課程學習跳脫以往制式的講課，使學生沉浸在互動的氣氛中，把手機作為工具，而非玩具，讓學生可以帶著手機進入專心學習的狀態，國家棟樑必須從頭培養。

本計畫目的在於以「企業倫理課程」結合社群媒體 Line official account 搭配其他線上互動平台的新教學實踐方式，用 Z 世代的語言與他們溝通。

2. 文獻探討 Literature Review

2.1 新冠肺炎疫情下的課程與教學潛在問題及發展契機

新冠肺炎疫情意外改變各國數位化教育的改革契機，為了讓學生的學習不因疫情而中斷，學校的課程改以線上遠距離進行，線上課程的實行並非將現有教學模式和內容改成「線上」就可以。教師還必須改變課程內容準備及自身對科技工具運用的能力和熟悉度，並思索如何將教學內容更有效透過影像教學的模式傳遞給學生，讓學生能夠有效學習（蔡瑞君，2020）。在日常教學活動照舊的情況下，教師同時進行數位科技學習、解決線上教學問題，以及備妥線上課程內容，但轉變到上手的時間其實是十分有限。線上課程的推行無疑加重教師的工作和心理負擔。學生和教師一起經歷一段從傳統課堂轉換到線上課堂的教學和學習典範轉移的適應期（Palloff & Praff, 1999）。教師們積極投入線上課程教學的實作演練，以解決線上教學遇到的問題（李雅筑 & 侯良儒，2020）。但是線上教學延伸許多教學管理上的問題，本計劃透過 Line 官方帳號管理，重新整合一般學校授課平台的缺失，並有效優化學生學習之效果。

2.2 社群媒體運用於教學應用

現今社會科技發達，大多數的人都離不開網路與手機，各式各樣的數位科技發展與新媒體技術日新月異，數位學習的形式越來越多元（施伯燁 & 劉怡亭，2018）。如今的大學生，都是數位原生代。在這樣環境下長大的 1995 年後之人群，被美國人口學家 William J. Schroer（2013）稱為 Z 世代，其出生年代網路高速發展，成長過程與科技之關係及依賴度更高。然而，他們的學習模式亦改變（林莉諄，2019），有別於過去傳統社會。智慧型手機和網路的結合，確實可輔助學生學習，但也同時被學生當作遊戲玩具。學校教育期望培養獨立思考及解決問題之能力青年學子，但於教學現場，我們可見老師在教學的同時，學生趁機逛網拍刷臉書；學生課後以完成功課為由不斷滑手機（林莉諄，2019）。科技發展之立意良善，智慧型手機便利生活，雖然在教學場域之應用亦有其可塑性，但延伸之問題也使教師於執行上產生困難。過去研究多半探討 youtube、facebook 等社群媒體經營中用於教學（吳尚庭 & 陳五洲，2011；施伯燁 & 劉怡亭，2018），也有研究指出社群媒體對抗拒行為影響學習動機有調節作用（蔡承佑，2019），可激起學生強烈動機，吸收知識運用在實際技能上，提昇學習效果（吳尚庭 & 陳五洲，2011）。因此得以推論社群媒體運用於教學應用是有成效的。但礙於臉書平台互動屬公開經營，會有隱私性問題，因此本計畫選擇以 Line 的官方帳號，教師與學生雙向溝通，既可以互動又保有隱私。每個人打開手機僅能用一個 app，本計劃從學生假借機會使用手機之缺口反其道而行，導入社群媒體讓課程進行當下，學生與老師的互動就在 Line 的官方帳號上。數位學習是數位科技的輔助，但不會影響學習成效，唯有教師的教學策略與教學方法才會影響學習成效，教師若能用心規畫將資訊科技整合進入教學，並善用教學策略以提高學習成效，才能真正落實以學習者為中心的新學習概念，達到教師教學與學生學習之目的（Garrison, 2011；施文玲，2006）。

3. 研究問題 Research Question

過去企業倫理的課程相對於其他學門較為抽象無趣，知識都是以傳統教學方法教師講解講義或課本來教導學生，可惜所有的參考的用書理論多於實務的材料，面對教學的第一現場，學生往往會因為缺乏實際參與經驗，導致難以想像和投入企業抉擇的情境，造成學習動機低落，學習效果不佳等問題，進而延伸上課滑手機等毛病。加上這群大學生為 Z 世代的網路原生世代，從小生活在網際網路、即時通訊、簡訊、MP3 播放器、手

機、智慧手機、平板電腦等科技產物下，是第一個自小同時生活在電子虛擬與現實世界的原生世代，他們也被科技發展形塑的社群關係與價值觀深深影響自我認同。為改良授課現況與提升授課品質，致力於企業倫理課堂進行多元創新教學與實踐，不斷精進課程安排與規劃，促進學生學習成效，以教育現場或文獻資料提出問題，透過課程設計、教材教法、或引入教具、科技媒體運用等方式，採取適當的研究方法與評量工具檢證成效，使同學提高整體的學習效果。因應疫情時代的遠端教學及教學現場問題，此次計劃以貼近 Z 世代的生活模式，導入社群媒體（Line official account）進行教學溝通，提高學習成效。

(1)以企業倫理課程為基礎，導入社群媒體(Line official account)工具運用於課程管理，探討是否對 Z 世代學生學習成效產生影響。

(2)從導入社群媒體工具的實踐，反思教學和對學生課程參與及學習的影響，以作為未來教學之參考。

(3)以學生學習為中心進行創新課程設計，落實教學現場，以學生學習成效為主體，培養學生企業倫理核心基礎能力。

(4) 在後疫情時代，以企業倫理課程為基礎，導入社群媒體工具運用於課程管理(含遠端教學)，探討是否對 Z 世代學生學習成效產生影響。

4. 研究設計與方法 Research Methodology

(1) 對象介紹

本計畫研究對象為中正大學 110 學年度第二學期修習企業倫理課程之大學部學生，兩班合計 99 人。

(2) 研究方法

問卷調查法：

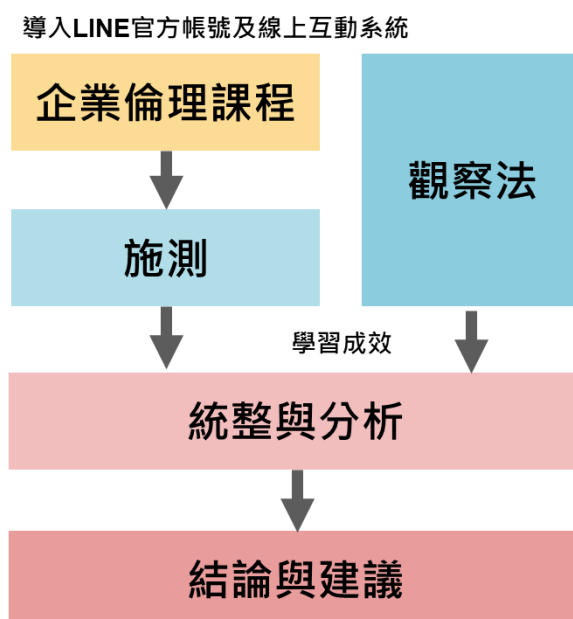
1. 課程需求要查，以了解學生學習目的。

2. 針對上課學生進行企業倫理問卷評量，以確實掌握學生倫理意識。

3. 授課意見及滿意度調查（特別針對課程使用 Line official account 使用有無提升學習成效）

訪談法：期末與學生面對面訪談，獲取客觀訊息。

(3) 研究流程



(4) 評量工具

A. 學習成效評估工具

- 問卷調查
 1. 倫理問卷
 2. 教學滿意度
 3. 學生自評互評
- 學生訪談
- 學生成績

成績考核方式：

編號	檢核項目	分數比重	檢核內容
1	小組報告	20 分	需要於課堂中報告與討論電影情節中牽涉之倫理議題，需要繳交投影片。
2	倫理議題的討論	15 分	每周(15 周)至少上網發表一次意見，意見不分好壞，有發表意見就可以得分，好的論述會加分。
3	企業倫理演講	10 分	繳交演講心得
4	企業倫理創意短片競賽	20 分	依競賽名次加分
5	上課出席	15 分	準時出席、專心聽演講，即可得 1 分。遲到扣一半分數。每堂課都會請同學簽名，未簽到且未請假者，每次扣 2 分，累計七次及以上者，本項零分。
6	課程互動	20 分	依每次討論記錄、參與狀況給予評分

B. 研究資料蒐集工具：使用 Google 表單並用 Line 官方帳號推送給修課同學

C. 配合研究之課程和教學活動規劃介紹

本研究主題探討主軸為以學生學習為中心進行創新課程設計，探討在企業倫理課程導入社群媒體（Line official account）工具輔助課程進行與管理，是否對 Z 世代學生學習成效產生影響，並反思教學和對學生課程參與及學習的影響，以作為未來教學之參考。為了提昇同學學習的興趣，希望透過多元的方式，讓同學在較輕鬆的環境下自然吸收企業倫理的內容，方式包括上課、桌遊、電影賞析、小組報告、企業參訪及聽演講等。以多元化教學方式淺入深出，透過多元互動學習，讓學生了解企業倫理的環境，提升對企業倫理的敏感度及認知，並創造快樂課堂氛圍。

教學方法：

- (1) 講授法：簡介企業倫理的意涵與主要觀點，讓同學對企業倫理有個初步的認識。
- (2) 電影(或紀錄片)解析與討論：紀錄片與電影可以反映、暗喻或諷刺真實社會的現象，因此透過觀看不僅可以增加同學學習的興趣，也可以讓同學對某一事件有較為完整的了解，並進而引發對社會百態的關心與批判，提昇同學的道德觀感。
- (3) 小組報告：全班分成 8 組，針對每次的電影欣賞，由兩組同學進行報告與倫理議題討論。

- (4) 線上倫理議題的討論：助教每星期在本校商業倫理中心網站上提出一至二個倫理議題，每位同學必須上網站發表自己對該議題的看法(字數不限)，或是針對同學的意見給予回饋。
- (5) 場域參訪：瞭解企業如何善盡企業社會責任。
- (6) 企業倫理演講演講：將邀請 1 位國內學者或業界專家進行演講，透過不同的觀點，擴大對企業倫理的視野!
- (7) 倫理創意短片競賽：透過競賽的方式強化同學對企業倫理的認知與重視。
企業倫理桌遊遊戲化學習：透過角色扮演、個案討論、道德遊戲化的學習，讓學了解企業倫理情境。

● 各週課程進度：

課程進度			
週次 (堂次)	課程主題	內容【說明】	備註
1	課程介紹	說明課堂規則、評分標準及進行方式。	加入本課程 Line official account
2	認識企業倫理	1. 日本暢銷書“買不得” 2. 什麼是倫理？什麼是企業倫理？為什麼要關心企業倫理？誰應該關心企業倫理？ 3. 企業倫理的本質 4. 企業倫理的道德基礎 5. 倫理決策的影響因素	Kahoot 互動
3	影片欣賞	影片欣賞： 關鍵報告 Minority Report	Kahoot 互動
4	影片報告與討論	影片(關鍵報告)倫理議題報告與討論	
5	企業倫理介紹	1. 公司治理 2. 行銷倫理 3. 沃爾瑪：低價的代價	Kahoot 互動
6	企業倫理 專題演講	ESG 改變世界的力量 資誠 陳子豪 經理 永續經營 ESG 鮮活果汁 吳明憲發言人	
7	內部營運倫理	內部營運倫理	Kahoot 互動
8	影片欣賞	影片欣賞：華爾街	Kahoot 互動
9	影片報告與討論	影片(華爾街)倫理議題報告與討論	
10	競賽影片	企業倫理創意短片競賽拍片及計劃書指導	

課程進度			
週次 (堂次)	課程主題	內容【說明】	備註
11	影片欣賞	影片欣賞：黑金	Kahoot 互動
12	影片報告與討論	影片(黑金)倫理議題報告與討論	
13	企業倫理桌遊	用桌遊學企業倫理	
14	影片欣賞	1. 地球危機紀錄片-不願面對的真相 (前美國副總統高爾) 2.全球暖化大騙局	Kahoot 互動
15	影片報告與討論	影片(全球暖化)倫理議題報告與討論	
16	外部關係倫理	外部關係倫理	Kahoot 互動
17	企管倫理 微電影拍攝競賽	倫理微電影拍攝競賽	Webex Cisco
18	期末報告	繳交期末報告	
以多元化教學方式淺入深出，透過多元互動學習，讓學生了解企業倫理的環境，提升對企業倫理的敏感度及認知，並創造快樂課堂氛圍。			

◆ 教學資源應用：

1. Kahoot：

是一個可用於課堂或演講限時問答的免費教學遊戲平台，利用玩遊戲的方式來增加互動，可供教師製作課堂的選擇搶答問答遊戲，讓學生從遊戲中愉快學習，由於支援多種於不同裝置平台，Kahoot 可以透過電腦、手機或平板電腦來上網答題，也可以下載手機的 Kahoot!

2. Line 官方帳號：

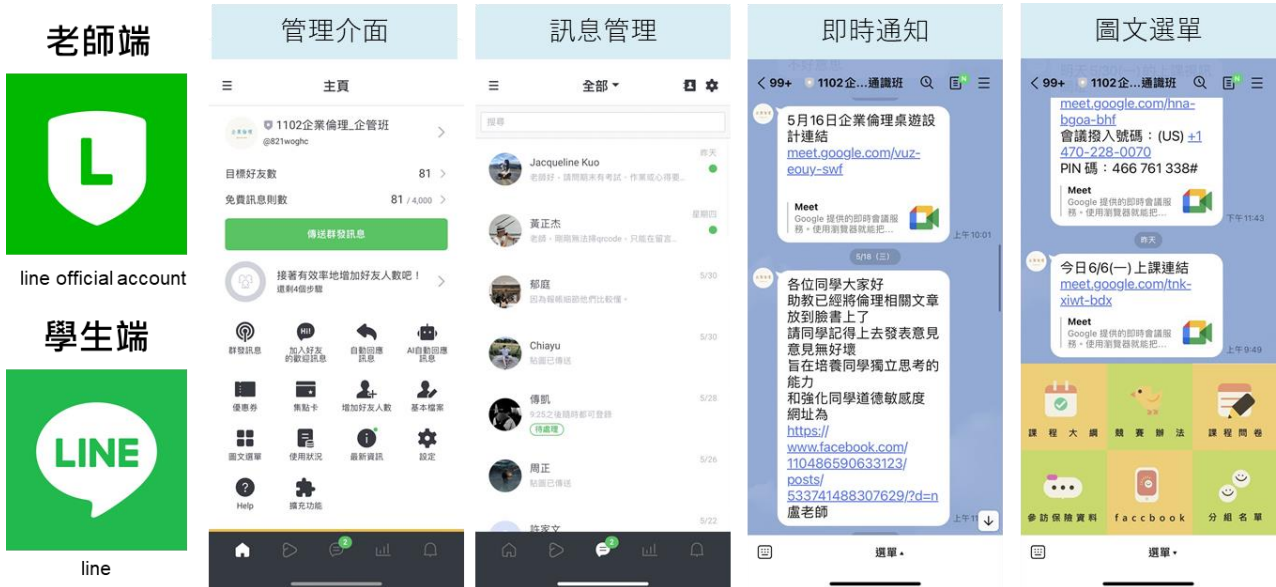
運用其功能整合 LINE Solutions，導引學生成為會員好友、緊密連結教學與活動，輕鬆高效地滿足教學需求！

5. 教學暨研究成果 Teaching and Research Outcomes

(1) 教學過程與成果

本次教學過程與成果分為七大面向，分別為課程教學管理(Line official account)、企業倫理專題演講、『理想決策』線上版桌遊、企業倫理創意短片競賽、企業倫理議題討論、線上軟體 Kahoot 互動及教學成效，說明如下：

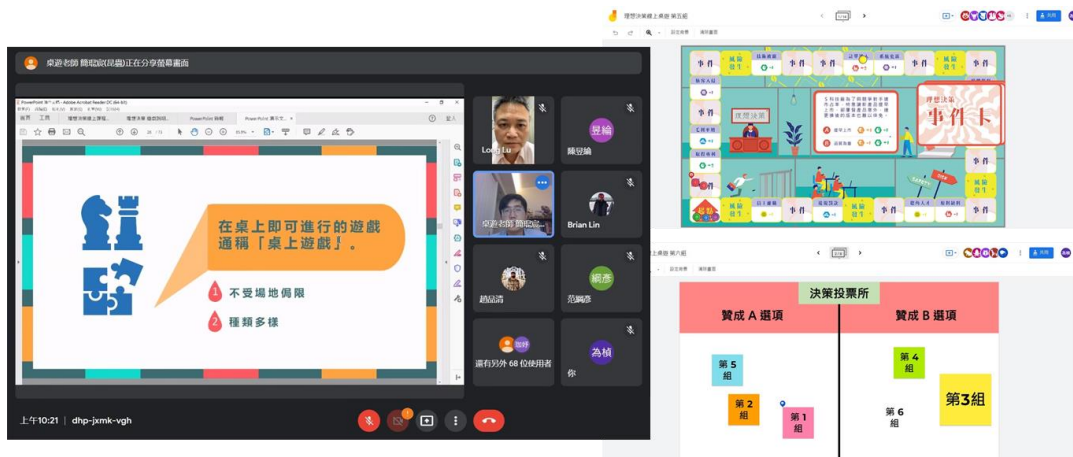
● 課程教學管理(Line official account)



說明：

本計畫重點為使用社群媒體(Line official account)進行課程管理，教師端使用 Line official account 做為後台管理，學生端使用一般 Line 帳號即可，教師在建立帳號時名稱命名建議使用學年度+課程名稱(+開課單位)，方便區分，本人教授兩班企業倫理課程，因以開課單位另行做為區隔。**帳號設定**可以在開學前一至二周完成，並於開學公佈教學課綱同時告訴同學本官方帳號 QR code 或連結方便同學直接加入。**圖文選單**的部分，針對常用資訊提供相關資訊，並可以不定期更換內容，本次圖文選單，本人設計以課程大綱、影片競賽辦法、課程問卷…等作為主題。這部分可以讓學生直接點選，就可以連結資料索取的地方。最後在簡單介紹**訊息管理與及時通知**的部分，每個月有 500 則的免費群發訊息，老師可以根據使用量進行購買，若老師有很多班級，另有教育優惠。500 則為輕量級，另有 4000 則為中量級，若老師有成本考量，可以再用完 500 則訊息後再做升級動作，因使用量收費是按一個月的日期遞減。同學資料可以從其中通訊錄做編輯，也有記事本方便老師記錄同學狀況，有時學生詢問問題，無法馬上解決或有助教協助代管無法馬上回答，可設為待處理，方便記錄有問題尚未解決，可提醒忙碌的老師有訊息尚未回覆。若老師想用集點獎勵制度，裡面還有集點卡，總之裡面還有很多有趣免費的小功能供老師使用。

● 『理想決策』線上版桌遊：遊戲化學習



說明：

為增加同學對企業倫理事件的思考，本課程結合本人執行 109 年教育部教學實踐計畫所開發的企業倫理桌由『理想決策』，以線上版桌遊形式，進行遊戲化教學，增加課堂趣味性，也讓同學可以在線上互相討論與交流，達到寓教於樂的學習效果。

● 企業倫理專題演講：企業實務分享



永續經營ESG 鮮活果汁吳明憲發言人



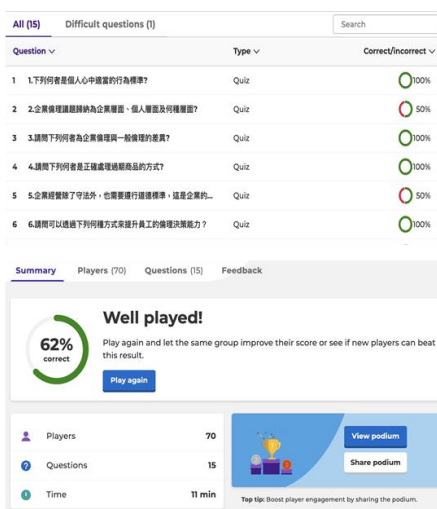
ESG改變世界的力量 資誠 陳子豪 經理



說明：

本次專題演講，邀請到鮮活果汁吳明憲發言人談企業永續經營 ESG 及資誠陳子豪經理分享 ESG 改變世界的力量，吳發言人從一句富與貴，是人之所欲也，不以其道得之，不處也。帶出了永續經營的典範。企業要有良心且須遠瞻未來，從不同角度去思考與分析的事情，面對環境責任和食安問題的危機，卻也迎來轉機。陳經理則分享永續新浪潮、ESG 對企業營運的影響及永續經濟發展到 NetZero 與 ESG。另外礙於疫情期間，政府與學校對參訪規範，取消原訂校外參訪，也請講者著重在企業內部永續經營的部分，從學生心得反饋也看出講者豐富的演講內容，學生獲益良多。

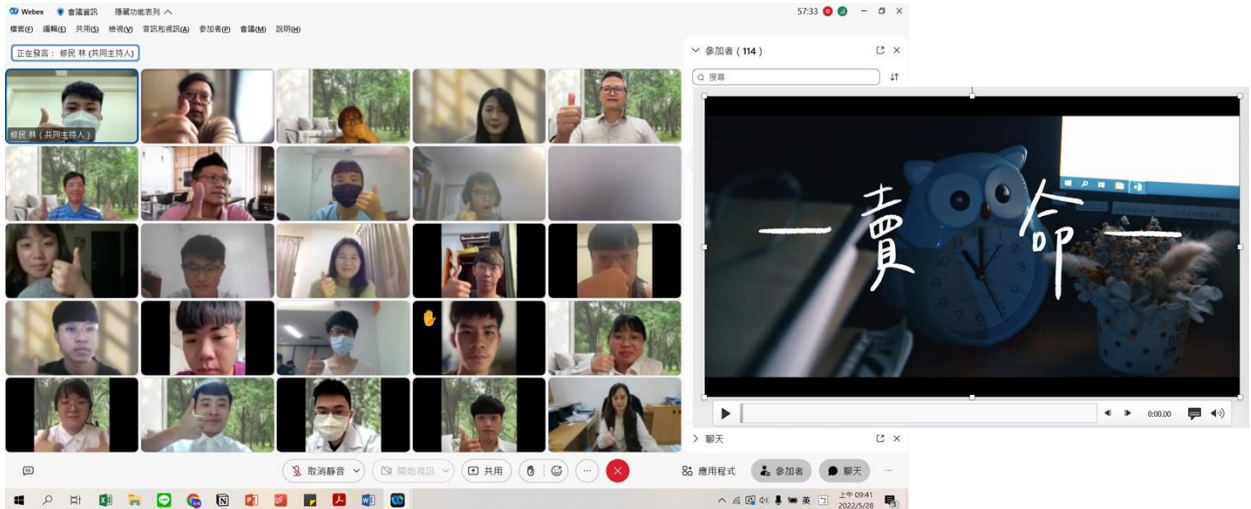
● 線上軟體 Kahoot：在螢幕前雙向互動



說明：

配合課程學習內容，不定時與學生進行 Kahoot 互動，透過學生答題復習上課內容，並了解

學生學習狀況，是一個可以實用又有趣的教學工具。



● 企業倫理創意短片競賽：激發創造力

說明：

為了提升莘莘學子對企業倫理的觀念與涵養，並落實企業倫理教育扎根工作，中正大學管理學院與學務處已經連續四年舉辦「台灣企業倫理創意短片競賽」，讓參賽隊伍自行挑選企業倫理相關題材，像是企業永續發展、企業社會責任、企業倫理、SDGs 等，不同於傳統教學，而是讓學生發揮創意互相合作，對於學生在學習企業倫理的觀念上更有助益。期待透過企業倫理議題短片競賽實作方式，提供學生深思個人價值的機會，增進面對倫理衝突時的獨立判斷能力，增進學生對倫理議題的思辨能力，並且讓同學對企業倫理有更進一步的認識，培養同學對人文及環境的關懷，引導對倫理道德的省思，進而提升個人的道德標準，並希望為台灣企業的未來，注入一股清流。

● 企業倫理議題討論：思辨能力養成

發佈時間	貼文	類型	分享對象	觸及人數	參與互動
2022-5-12 上午12:15	打榜企業倫理 - 「經濟vs. 員工健康」公司選哪個?	討論	公開	1.3K	710 139
2022-5-12 上午12:14	ESG 浪潮反思：一體面表現優異，但產品有害健康的企業，符合	討論	公開	397	156 67
2022-5-10 上午11:04	是永續還是濫採? 這位商學院教授用 AI 把企業行動 隨著永續發展	討論	公開	292	86 60
2022-5-9 下午1:26	CEO 界的高紅話：為什麼做「數、星巴克、Nike、郵局都要「淨	討論	公開	331	152 36
2022-5-8 下午10:05	讓一眾企業主重修 20 多年的課：ESG 對於倫理的重視，才是公司	討論	公開	689	375 59
2022-5-8 下午10:05	重量級人才有「道德瑕疵」，該辭退嗎? Airbnb 前法務長：領導者	討論	公開	321	106 49
2022-5-5 下午3:32	美，是驅動前行的力量 台灣萊雅以創新美力迎向永續未來 作為全	討論	公開	207	82 37
2022-5-4 下午2:46	讓綠能更有價值! 從電能運用太陽能推動共好價值鏈 全球追求淨	討論	公開	273	96 33
2022-5-4 上午12:02	企業淨零如何下手? 看台積電、台達電、友達，三大巨頭怎麼做!	討論	公開	196	74 28

說明：

企業倫理議題討論之內容選擇以時事相關倫理議題為主，並張貼 18 篇在國立中正大學企業倫理中心網站上，供學生閱讀使用，並轉載 9 篇熱門話題文章至國立中正大學企業倫理中心臉書粉絲專業讓學生從中選擇 5 篇有共鳴文章做討論互動，讓學生從學習思辨之能力。

● 教學成效：

1. 企業倫理課堂需求問卷調查

<p>Q1 請問為什麼會修這門課</p> <p>請問為什麼會修這門課 50 則回應</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>原因</th> <th>次數</th> <th>百分比</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>必修</td> <td>27</td> <td>54%</td> </tr> <tr> <td>課程設計有趣</td> <td>12</td> <td>24%</td> </tr> <tr> <td>授課教師風格</td> <td>4</td> <td>8%</td> </tr> <tr> <td>課程內容豐富</td> <td>3</td> <td>6%</td> </tr> <tr> <td>對企業倫理想深入瞭解</td> <td>16</td> <td>32%</td> </tr> <tr> <td>同學推薦</td> <td>12</td> <td>24%</td> </tr> <tr> <td>因為我還差第五項度的課</td> <td>1</td> <td>2%</td> </tr> </tbody> </table>		原因	次數	百分比	必修	27	54%	課程設計有趣	12	24%	授課教師風格	4	8%	課程內容豐富	3	6%	對企業倫理想深入瞭解	16	32%	同學推薦	12	24%	因為我還差第五項度的課	1	2%
原因	次數	百分比																							
必修	27	54%																							
課程設計有趣	12	24%																							
授課教師風格	4	8%																							
課程內容豐富	3	6%																							
對企業倫理想深入瞭解	16	32%																							
同學推薦	12	24%																							
因為我還差第五項度的課	1	2%																							
<p>Q2 希望從這門課學到什麼？</p>																									
聽講座獲取知識	想多探討各個公司在企業倫理的表現																								
有關企業倫理的內涵以及例子	了解經營一家企業的倫理及原則																								
企業倫理如何在生活中實際應用	企業倫理相關知識																								
企業倫理相關知識	學到一些企業的倫理道德																								
對企業倫理的了解	提高自己的道德標準																								
企業對於員工的倫理	企業在倫理面的規劃																								
企業倫理對打造良好的職場環境非常重要	希望除了理論外還能學到其他有趣的東西																								
業界實務經驗	希望學到道德的種類																								
企業倫理的相關知識	對企業的運營有初步的認識																								
學到經營企業真的要考量很多看不到事	了解企業，以對未來工作有幫助																								
了解並反思一些倫理議題。	企業道德精神																								
<p>企業的倫理，有體驗遊戲的樂趣，還有相關影片的欣賞，以及實際企業的說明。</p>																									
<p>在這半學期以來，從這堂課程中我學到了對於企業的認知與企業對於社會上的回饋與影響。</p>																									
<p>I studied ethics from the outside and my research assistant position as well as a student of the law course in Vhng Cheng University. I am hoping that this course will provide me an opportunity to have a look at the ethic as discipline under new angle for my more successful future as future professor and ph. D. Student.</p>																									
<p>我希望能藉由這堂課，補足一些在我的領域學習不到的企業倫理相關知識，並能有進一步的了解</p>																									
<p>聽到很多企業時事，知道社會上（跟企業財團有關的）發生過什麼不能明講的秘密</p>																									

2. 企業倫理問卷分析：

本研究針對中正大學修習企業倫理課程之 99 位同學，透過 Line 官方帳號推送問卷，實際回收有效問 88 份，進行人口統計變數分析及迴歸分析，探討學生對消費倫理及金錢態度的關係。

表 1 人口 變項敘述統計結果 (n=88)

統計變數	類別	N	%
性別	男性	50	56.8
	女性	38	43.2
年級	一年級	11	12.5
	二年級	7	8.0
	三年級	57	64.8
	四年級	13	14.8
院別	管理學院	62	70.5
	教育學院	2	2.3
	社科院	8	9.1
	文學院	1	1.1
	理學院	5	5.7
	工學院	5	5.7
每月生活費	6000 以下	11	12.5
	6001-10000	48	54.5
	10001-15000	24	27.3
	15001-20000	4	4.5
	20001 及以上	1	1.1
過去半年內 12 做過倫理決策	是	37	42.0
	否	17	19.3
	不確定	34	38.6

表2 金錢態度與消費倫理之相關矩陣(N=88)

	金錢態度	消費倫理
金錢態度	1	
消費倫理	.482**	1

*p<.05 **p<.01 ***p<.001

以Pearson相關分析表如表2，結果發現金錢態 [r(86)=.48, p<0.001] 度對消費倫理有顯著正相關。

表3 金錢態度與消費倫理之線性回歸

模型		非標準化係數		標準化係數	T	顯著性	共線性統計量	
		B	標準錯誤	β			允差	VIF
1	(常數)	1.014	.308		3.290	.001		
	金錢態度	.515	.101	.482	5.106	.000	1.000	1.000

a. 應變數：消費倫理

以回歸分析檢驗金錢態度與消費倫理之關係，結果如表3。結果顯示金錢態度對消費倫理有顯著關係， $\beta=.482$ ， $p<0.001$ ，校費倫理態度越高，對金錢的態度越慎重。

表4 金錢態度與消費倫理之線性回歸

模型		非標準化係數		標準化係數	T	顯著性	共線性統計量	
		B	標準錯誤	β			允差	VIF
1	(常數)	.897	.289		3.108	.003		
	權力	.035	.057	.058	.624	.534	.641	1.560
	著迷	.428	.048	.701	8.939	.000	.900	1.112
	保留	.102	.083	.100	1.229	.223	.829	1.207
	焦慮	.074	.078	.105	.944	.348	.451	2.218
	不信任	.032	.062	.051	.513	.609	.551	1.816

a. 應變數: 消費倫理

以回歸分析檢驗權力、著迷、保留、焦慮、不信任與消費倫理之關係，結果如表4。結果顯示著迷對消費倫理有顯著關係， $\beta=.701$ ， $p<0.001$ ，其餘對金錢的權力、保留、焦慮、不信任不顯著。

3. 比較 109.110 學年度學生成績

	平均值(標準差)		自由度	T 值	p	效果量
	110(N=101)	109(N=104)				
成績	81.8(12.79)	81.1(12.78)	213	.388	.938	1.75

說明：

雖導入社群媒體教學，學生在成績上較無顯著差異，但成績上表現 110 學年度之學生些微優於 109 年度學生。

2、教學成效：學校教學滿意度調查結果

學年度	科目代碼	科目名稱	總平均數	問卷回收率	修課人數	問卷回收數	學分數	標準差
1092	5203084	企業倫理	3.44	70	60	42	2	1.13
1092	7406015	企業倫理	3.68	64.71	85	55	2	1.12
1102	5203084	企業倫理	3.63	54.67	75	41	2	1.05
1102	7406015	企業倫理	4.07	54.17	24	13	2	0.7

	平均值(標準差)	自由度	T 值	p
	N=88			
整體而言，你對本課程的滿意度是	4.15(.766)	87	50.770	.000

說明：

本學期(110 學年度)的總平均(科目代碼: 5203084，總評分數: 3.63；科目代碼: 7406015，總評分數: 4.07)分數優於前一學年度(109 學年度)修課學生(科目代碼: 5203084，總評分數: 3.44；科目代碼: 7406015，總評分數: 3.68)。另針對本學期學生進行課程滿意度調查，整體而言，學生對本學期企業倫理課程的滿意度高達 4.15 分，代表學生對於本學期課程安排、教學品質、課程管理都算是高度肯定。

(2) 教師教學反思

教學計劃到落實總會有一小段差距，或與理想不符，本次計畫運用社群媒體 Line official account，期望改善在多數課堂都會面對到學生因為電子產品而產生的不專心的問題，並還可以成為管理課堂的好幫手。經歷一學期的教學實踐，確實在課堂的使用 Line official account 讓學生與老師透過 Line 官方帳號有良好的互動，老師不管是課前提醒、上課資料或問題討論互動、課後繳交功課甚至是課堂點名都可以透過 Line 來完成，而且清楚明瞭，降低溝通誤差。但在專心度的層面較難衡量，雖然期望每位學生都開視訊鏡頭，專心上課並與老師互動，但班級學生數過多，無法一一留意，這方面較為可惜，但透過線上互動活動，依舊可以看出學生學習狀況及專心程度，是否用心於課堂。

另外，為避免學生靠著臆測去理解企業倫理，所以安排多元活動進行，與老師課程互動，透過不同方式探討決策情境，引導同學真實探索企業營運中所遇到的倫理問題，建立同學思考的脈絡，應用商學的專業知識未來進行企業倫理實踐行動，使中正大學的學生對真實的社會議題有感，養成商業意識。本人在此課程目標設定上做規劃，但因課程從線下轉往線上，導致部分課程安排，效果不如預期，同學間也因線上課程互動降低，使部份作業及團體討論困難度上升，對於學習效果大打折扣

最後本人認為從教學現場發現問題，在提出解決方法運用於課堂，或許與預期不符，但每次的嘗試都是優化給學生的教學品質，身為老師不僅要提供學生豐富的知識及與時俱進科技運用，才能發展新的教學模式，翻轉學生多元學習，提高學生學習成效。

(3) 學生學習回饋

● 摘錄學生文字反饋：

1	老師講了很多企業案例讓我們去思考道德倫理 我覺得很棒
2	拍一部 5 分鐘的影片還蠻累的，但很有趣。
3	老師教學有熱忱，課堂也請來很多外面的專業人士，讓我們體驗不一樣的課程，很棒！
4	學到很多！謝謝老師~
5	很讚。

6	上課學到很多老師在社會上的經歷，很開心！
7	上這門課，的確除了企業倫理外，也讓人思考了很多道德倫理議題。同時更加深 品行為最重要的觀念
8	本課程可以激發腦袋運轉，邏輯思考，需要很多心思去理解與研究，但希望可以 實際的去看看操作。

● 摘錄學生訪談概述

訪談大綱：

1. 對於課程使用 Line 官方帳號的看法
2. 最喜歡老師用 Line 官方帳號的哪一部分

1	大部分老師使用 E-Ccourse 作為課程訊息公告平台，如果有即時訊息很容易漏收老師的公告，盧老師用 Line 的官方帳號進行課程訊息發布，整體上便利很多，也不會像以往寄信給老師，害怕老師漏收信件，整個很加分。
2	我最喜歡圖文選單的部分，這樣在重要訊息的部分，我就能馬上知道我需要的資訊內容，例如：分組名單，因為通識課程大家都不熟悉，以前這類型的分組，我都需要上平台下載，很容易遺失。但這個老師教學用的 Line 官方帳號，只要一鍵點選就能查詢到，真的很感謝老師，在學校線上進行課程，提供這麼便利的互動方式，謝謝老師。
3	使用 Line 官方帳號確實可以增加老師與師生間的互動，對我而言，我比較喜歡老師提醒的部分，因為我平常比較常忘東忘西，有老師的提醒，我比較不會丟三落四，老師會提醒作業繳交時間和形式，我覺得真的和貼心，然後我沒想到原來 Line 官方帳號的使用可以除了店家行銷推廣外，也能用於課堂，算是開開眼界，謝謝老師在科技發達的時代，與時俱進，讓我們感受到科技帶來的便利，謝謝老師。

6. 建議與省思 Recommendations and Reflections

因為疫情爆發，學校教學政策從線下轉往線上，又從線下轉往線上，只要疫情升溫或加聚，確診人數攀升，學校進行課程的方式就會有所異動，當初在申請本計畫的時候只是想使用 Line 官方帳號的功能來進行課程管理，殊不知在這轉換過程中，確實增加了需多便利性。因此本計畫改善線上教學課程的管理善用社群媒體(Line official account)工具於課程管理，對於學生互動參與度與學習成效有提高。與學生互動即時性提高，縮短老師與學生間距離。再者，相較於傳統發放在學校教學平台，運用社群媒體(Line official account)增加老師對課堂管理的便利性，及學生接收訊息的準確性。也就是說 Line official account 時在可以優化師生間的溝通和訊息間的傳遞，但美中不足的是當時在做課程安排時，還是以線下為主，所以在學生參與度的面向，安排的課程多樣化，讓學生學習有點過滿，例如拍攝為電影，同學沒有實體課程的熟識，要一起合作的密切度就會下降，這是原本始料未及的，未來依舊建議其他老師可以考慮使用 Line official account 座位課程管理工具，但授課內容線上和實體的教學及學生互動的考量也要列入考慮，這樣才能增加學生的學習成效。

二. 參考文獻 References

1. Garrison, D. R. (2011). *E-learning in the 21st century: A framework for research and practice*. Taylor & Francis.
2. Palloff, R., & Praff, K. (1999). *Building learning communities in cyberspace: Effective strategies for the online classroom*. San Francisco, CA: Jossey-Bass.
3. William J. Schroer (2013). *Generations X , Y , Z and the others*. Retrieved from <https://ccampeador.wordpress.com/2013/05/22/generations-xy-z-and-the-others-william-j-schroer/>
4. 吳尚庭, & 陳五洲. (2011). 社群媒體網站對體育輔助教學之應用—以 Facebook 粉絲專頁為例. *臺灣體育論壇*, (2), 1-10.
5. 李雅筑、侯良儒(2020)。雲端教育大爆發:病毒比 108 課綱更快翻轉學習觀念!觸發遠距商機。商業周刊, 1963, 48-57。 [Li, Y.-Z., & Hou, L.-Z. (2020). Explosion of online education: Virus transforms learning faster than 108 curriculum guidelines! Trigger business opportunities of remote learning. *Business Weekly*, 1963, 48-57.]
6. 林莉婷. (2019). Z 世代青少年智慧型手機使用現況之我見. *臺灣教育評論月刊*, 8(12), 160-164.
7. 施文玲. (2006). 教師導入數位化教學之理論模式. *生活科技教育月刊*.
8. 施伯燁, & 劉怡亭. (2018). 多元數位學習平臺與社群媒體之可用性, 互動性與學習滿意度比較. *教育傳播與科技研究*, (119), 47-57.
9. 蔡承佑. (2019). 教學運用社群媒體能否減緩學生抗拒行為, 提升學習動機, 增進學習成效?. 淡江大學會計學系碩士班學位論文, 1-104.
10. 蔡瑞君. (2020). 消失或加劇的社會距離? 新型冠狀病毒疫情下 課程與教學數位化面臨的挑戰與契機. *Journal of Curriculum Studies*, 15(1), 35-51.

三. 附件 Appendix (請勿超過 10 頁)

研究問卷

同學您好，
為了教學研究需要，請針對下列行為表示您的看法。答案沒有對或錯，也與學期成績無關，老師也無法追蹤誰答了哪一份問卷，所以請按照真正的想法作答。謝謝

第一部分

說明：請在適當的 <input type="checkbox"/> 內打勾，謝謝您。	非常不同意	不同意	普通	同意	非常同意
1. 退回自己所損壞的商品	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 向店員謊報未標價商品之價格	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 飲用超市內的罐裝汽水，卻不付錢	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 當搬入新住所時，觀賞仍未斷訊之第四台，而不付費	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 謊報小孩的年齡以獲取價格優惠	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. 對服務生漏記帳單裝做不知道	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. 結帳時，對店員多找的錢悶不吭聲	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. 看到有人在店內行竊卻裝做不知道	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. 購買手機議價時，謊報他家價格藉以殺價	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. 申報個人所得稅時浮報個人可列舉之支出	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. 購買某商品後，發現不喜歡而退回	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. 從網路下載最新電影觀賞	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. 試穿衣服超過一小時卻不做任何購買	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. 即使標有環保字眼的產品其品質不一定比較好，但還是會購買。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. 購買由回收原料再製成的產品，即使它們的價格貴一些	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. 只向盡力於保護環境的公司購買產品	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17. 盡量試著回收可以回收的物品	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18. 若發現店員漏算，我會返回商店為漏算的商品付錢	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

第二部分

說明：請在適當的□內打勾，謝謝您。	非常不同意	不同意	普通	同意	非常同意
1. 我覺得有錢人的身分地位比較高。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 我覺得金錢可以讓一個人有更大的權力。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 我覺得可以用金錢來要求別人做事情。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 我覺得花錢大方的人比較有權力。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 我對有錢人的印象比較深刻。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. 為了讓別人更喜歡我，我會花錢請他吃東西。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. 我覺得家裡有錢的同學，比較容易受到同學的歡迎。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. 我覺得只要能賺錢，用任何方法都可以。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. 賺錢是一個人一生中最重要的事。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. 我覺得金錢可以解決一切的問題。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. 我會經過思考後才花錢。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. 我會把錢存起來，等長大再用。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. 現在應該花錢享受，等長大後再去擔心存錢的事。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. 我會計劃如何運用我的錢。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. 只要錢多就好，怎麼計畫用錢不重要。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. 沒有錢，我會有不安心的感覺。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17. 當我沒有足夠的錢可用時，我會很擔心。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18. 當我看到便宜的東西時，如果我不買，我會很難受。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19. 花錢能讓我心情較好。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20. 當我買東西時，我常常會報怨東西太貴。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
21. 在買完東西後，我常常會後悔花錢買下它。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22. 我買完東西後，會想知道別的地方是否賣得更便宜。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
23. 當我在買東西的時候，我常常沒辦法很快做決定。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

第三部分

性別	<input type="checkbox"/> 男 <input type="checkbox"/> 女
年級	<input type="checkbox"/> 一年級 <input type="checkbox"/> 二年級 <input type="checkbox"/> 三年級 <input type="checkbox"/> 四年級

院別	<input type="checkbox"/> 管理學院 <input type="checkbox"/> 教育學院 <input type="checkbox"/> 社科院 <input type="checkbox"/> 文學院 <input type="checkbox"/> 理學院 <input type="checkbox"/> 工學院 <input type="checkbox"/> 法學院
每月生活費	<input type="checkbox"/> 6000 元以下 <input type="checkbox"/> 6001-10000 元 <input type="checkbox"/> 10001-15000 元 <input type="checkbox"/> 15001-20000 元 <input type="checkbox"/> 20001 元及以上
過去半年內 12 做過倫理決策	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否 <input type="checkbox"/> 不確定

本問卷到此結束，非常感謝您的填答!