



## 逢甲大學學生報告 ePaper

報告題名：國內知名數位學習網站功能分析與比較

— 巨匠電腦數位學習網

勞委會職訓局數位學習網

逢甲大學網路教室

作者：劉文琪 王慧梅

系級：土管碩二 財稅碩二

學號：M9432019 M9416816

開課老師：劉安之 黃焜煌 林豐智 陳建文

課程名稱：數位學習

開課系所：電子商務學程

開課學年：95 學年度 第 1 學期

# 目錄

壹、前言	2
貳、案例選擇	3
參、一般網站業務(流程)之介紹	4
肆、主要網站與比較網站業務(流程)之介紹	8
伍、主要網站與比較網站的比較	14
陸、網站學習成效	20
柒、結論	20
捌、心得	21
參考文獻	24
附件一	25

# 國內知名數位學習網站功能分析與比較

— 巨匠電腦數位學習網

勞委會職訓局數位學習網

逢甲大學網路教室

王慧梅 劉文琪

## 摘要

在這個知識爆漲的時代裡，有了網路使得知識流通更為迅速。網路的世界讓我們的生活更為豐富，學習不在受限於學校，在網路裡也有網路教學、網路教室、甚至是視訊溝通與討論等。本文探討了國內的數位網站(巨匠電腦數位學習網、勞委會職訓局數位學習網)內容的比較，並與逢甲大學數位學習的網路教室作 SWOT 分析與探討，最後以提出自己對數位網路的感想來作結。

關鍵字：數位學習、巨匠電腦數位學習網、勞委會職訓局數位學習網、逢甲大學數位學習的網路教室

## 壹、前言

在這知識爆漲的時代裡，有了網路使得知識流通更為迅速，透過一條傳輸線，甚至是無線網路的運用，或是更先進的行動式的數位化，不用出門就可以知道天下事。網路的世界讓我們的生活更為豐富，學習不在受限於學校，在網路裡也有網路教學、網路教室、甚至是視訊溝通與討論等。因此，根據統計<sup>1</sup>結果會使用數位學習的前三大原因：個人生涯發展(52%)，在職進修取得學位(50%)，賺取更多的錢(48%)。以及周樹林（2005）指出使用數位學習的優點：可以滿足消費者自由選擇時間與地點的彈性。<sup>2</sup>

若以區域市場來探討「成長率」：美洲→歐洲→與亞太地區。由此可知，數位學習已成為美國企業教育訓練方式的主流。又根據了資策會MIC研究，2005年台灣企業的數位學習，可得知：若以「員工人數」來區分的話，則100-149人的企業應用比例比較高(中小型企業)；若以「區域」分析的話，則北部應用比例較高；而以「企業內部資訊人員人數」來區分的話，則人員在3人以上的企業，數位學習應用比例最高。以「行業別」區分，服務業的應用狀態較高。<sup>3</sup>

而在2008年台灣企業數位學習建置比例，以150-199人的中大型企業建置比例最高。而中小型企業受到規模與資訊應用能力的限制，對於數位學習的應用方式，可能是ASP(Application Services Provider)模型。<sup>4</sup>

就整體來看，未來企業數位學習的應用趨勢：<sup>5</sup>

- 一、 企業資訊系統：特別與知識管理系統、人力資源管理系統，以及客戶關係管理系統的整合。
- 二、 混合學習 (Blended Learning)：結合傳統學習與數位學習的優點，進行學習，以確保學習的成效，來應用於工作上。
- 三、 內容製作或平台管理委外(Outsourcing)：對中小型企業，擁有數位平台與自製數位學習是很大的負擔，傾向委外處理。而許多新興數位

---

<sup>1</sup> 根據FeedBank Research針對美國地區，18歲以上的網友調查。

<sup>2</sup> 周樹林(2005)，2008年台灣數位學習應用趨勢前瞻，財團法人資訊工業策進會.資訊市場情報中心(MIC)，1-7。

<sup>3</sup> 同上。

<sup>4</sup> 同上。

<sup>5</sup> 同上。

## 國內知名數位學習網站功能分析與比較

— 巨匠電腦數位學習網 勞委會職訓局數位學習網 逢甲大學網路教室

學習服務業者，將扮演中小型企業數位學習的支援廠商，協助企業發展與訓練人力資源。

- 四、 學校與企業在建教合作更為頻繁：企業可更有系統培育人才，在職學習並取得學位，學校藉此提升產業實務，與知名品牌企業合作，塑造在某特定領域領導者的形象。
- 五、 學習重點轉移到即時資訊的掌握與補充：目前數位學習的重點在於傳統學習課程為主，強調課程的完整性。而未來的學習重點是現有知識的補充，而非完整的課程。

因此，我們藉由探討國內的數位學習網站的內容，並加入目前學者或研究出對數位化的網路形式所呈現的探討，再從國內數位學習網站的介紹、由 SWOT 分析來比較、業務流程、主要網站與比較網站的整合比較，將所有的資料整理歸納作為結論，最後提出個人的感想。

## 貳、 案例選擇

在現今的科技進步下，很多知識不一定要藉由著書本上才獲得，從 Google 網站在搜尋引擎，在搜尋處打上你想要尋找的字詞，按個搜尋就可以找到你所要找的資料，這就是現今科技所帶動無限資訊的功能。因此，我們可以從網路上找尋到我們所想要知道的事物、所要學習的知識、想要購買的商品等功能。學習不在是侷限於紙本式的資源，數位化的學習利用了影音、動畫、甚至是互動式的教學，使學習方式更為多元，以下會列舉些現行熱門的數位學習網站來做個比較，讓我們更能了解網路資源的豐富且實用的價值。

「巨匠電腦數位學習網」打著以線上教學、數位學習的主題，進入了電子商務的市場。本網站專以軟體教學為主軸的方式，運用了電子商務化來做市場行銷的手段，並以其專業特性，強化了數位程式、網頁設計、搜尋連結等功能，是個值得去探討的商業性網站。一般數位化學習的網站，能做得的地步，在「巨匠電腦數位學習網」更能做到什麼樣的境界。因此，可以從多方面去探討比較，應該更可以瞭解得知其網站的優越性及專業化的程度，再去探討與其他網站在電子行銷策略上的差異性。我們主要針對，其網站的目標顧客群、產品、通路、行銷策略…等、及網站主要功能說明比較，因此成為我們主要的研究動機以及目的。

另外，資訊時代下知識量的成長與日遽增，使得在職教育成為企業發展的重要工作，然而企業教育實施的軟硬體成本相當高，除了大企業外很難負擔，同時有些基層勞工也很難有機會接收在職教育的機會。為了全面提升我國勞工素質，使能面臨 e 化的挑戰，除了建立勞工們的職業技能外，e 化能力的培訓也刻不容緩。

數位學習在未來將會成為學習的主流，世界經濟型態轉變為著重知識經濟，我國經濟發展也正處於轉型期，亟需靠著數位學習以快速、有效的培育需用人才，而人才專長的轉換也是重要課題。因此，未來在人才的職業訓練再教育中，數位學習將會成為學習的主要管道。

勞委會職訓局多年來與學術界通力合作，配合職訓發展中心開發多種技職訓練教材，同時推行技能檢定制度，並落實在各地區的職訓中心與各級職業學校。因此配合已開發完成的教材，利用網際網路管道將此功能推

## 國內知名數位學習網站功能分析與比較

— 巨匠電腦數位學習網 勞委會職訓局數位學習網 逢甲大學網路教室

展到各類人員，以達資源共享，提升職業勞工的技能素養。另外失業勞工的資訊能力訓練與專長再造訓練也是數位學習的重要目的。

由於先進國家已成功利用數位學習科技於職業訓練及學校教育，而學校教育又以大學教育較為成熟，且數位學習產業正急速擴大中。而網路學習比傳統教室情境學習更強調自我探索與自主學習。因此，本次研究另外將以勞委會職訓局數位學習網為案例之一，並與逢甲大學網路教室的功能進行比較，探討兩者提供的服務性質與使用者的屬性，並討論網站的功能。最後藉由三個網站的比較分析，歸納出三者之間的相似與相異處，了解數位學習網站中的網路資源與其存在的價值。

## 參、一般網站業務(流程)之介紹：

在我們探討國內的數位學習網站的SWOT分析前，先探討產業本身的優劣勢，優勢可有效地掌握市場機會，而劣勢要避免外部環境所帶來的威脅。因此，藉由表一、(如下頁所示)所作的產業SWOT分析資料來探討。就台灣業者具備相對競爭力高低得知，在各領域市場的機會的確有自己的優劣情勢，並提出幾個比較有優勢的產業，其產業如下：(黃怡音, 2005)<sup>6</sup>

### 一、線上音樂：

近年來興起的線上音樂具有相當多的使用人口，但付費觀念不健全，而目前的業者要在舊市場與舊流程中的健全市場商業機制，來把握此潛力市場機會。線上音樂商店透過網路傳輸歌曲，使海外市場的拓展較容易。且唱片業者透過授權國外線上音樂商店，將歌曲銷售到海外市場。網路的出現改變了歌曲傳遞的媒介，也改變了音樂的產銷流程。歌曲創作不再侷限唱片公司出版，自己可透過網路發表。

### 二、線上學習：

因台灣補習風氣興盛，且業者在教材內容製造有很強的能力，其中以學生和上班族兩大族群為使用人口。因此線上學習市場應該為業者首要把握的目標市場之一，來提高兩大族群對線上學習的接受度，以行銷手法建立自我品牌知名度，增加使用比例，來加速市場成長。內容除了配合學校教育外，也可針對其他市場區隔開發不同的課程內容，課程的內容多元化外，也可朝多重平台發展。

### 三、行動應用：

台灣業者有自行開發新興服務及內容的能力，但因傳輸速度、技術平台及訂價等，且業者投入不如日、韓業者積極，使台灣行動應用服務使用比例偏低。業者應對年輕族群提高其使用意願，方法：調整訂價，電信業者應考慮降低傳輸費用外，亦需制定內容業者合理訂價。若直接與消費者接觸，可將原先所支付給電信業者之手續費轉變行銷費用，來提高市場能見度。再者，將舊有的內容與服務升級，可提升既有族群使用意願。因目前行動應用服務多以娛樂內容為主，能將行動交易機制與硬體設備、購物、教育或廣播影視結合，或推行生活娛樂外的應用。像許多開發中國家

---

<sup>6</sup> 黃怡音(2005)，台灣數位內容市場發展機會探索，財團法人資訊工業策進會.資訊市場情報中心(MIC)，1-22。



(如中國)，行動電話的日漸普及，行動上網人口隨之提高，能將內容進行海外市場的輸出也是市場發展機會。

#### 四、電腦遊戲：

業者可朝向其他遊戲類型或平台發展，或進行異業結盟，利用遊戲本質所具有的特色，結合健身或學習，以吸引新的使用族群。且台灣網路遊戲人口多，若可創造遊戲內容與人物加值的版權衍生商品，會有極大的商機。就產業長遠發展，業者應強化研發能力，提高自製產品市場比重，有助於拓展海外市場。

#### 五、電腦動畫：

台灣自製動畫以電視及網路動畫為主，尤其在網路動畫有許多創意產生，但故事題材與劇情延伸的能力則較缺乏，若與國外業者合作有助於國內動畫業者提升企畫及行銷能力，也助於開拓海外市場。動畫業者可朝異業結盟來發展，讓動畫應用更為多元化，以增加自製動畫使用人口。

#### 六、影視

在頻道逐步數位化的過程中，將對內容需求大為增加，為符合不同市場區隔的需求，業者應多元開發影視內容題材，來創造更多的商機。

以上所述，我們接下來主要是針對「線上學習」這方面，來探討其數位網站的優劣勢。並比較「巨匠電腦數位學習網」、「勞委會職訓局數位學習網」與「逢甲大學的網路教室」，來作 SWOT 分析：

表一 台灣數位內容產業優劣勢分析：

優勢	劣勢
<ul style="list-style-type: none"><li>● 資通訊基礎建設完備</li><li>● 資通訊製造能力獨步全球</li><li>● 深厚華文素材、文化歷史</li><li>● 製作成本較歐美低</li><li>● 內容創意與創新比大陸、東南亞佳</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>● 研發能力不足、自有產品少</li><li>● 國際行銷能力不足</li><li>● 政府資源不夠集中</li><li>● 業者規模小，資源不足</li></ul>
機會	威脅
<ul style="list-style-type: none"><li>● 亞洲開發中國家市場興起</li><li>● 新平台與技術的發展</li><li>● 國際業者代工的釋出</li><li>● 消費者數位消費習慣逐漸建立</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>● 韓國產品市場影響力超越台灣</li><li>● 大陸、東南亞業者急起直追，影響力漸增</li><li>● 盜版、侵權問題嚴重</li><li>● 台灣消費者偏好舶來品</li></ul>

資料來源：黃怡音(2005)，台灣數位內容市場發展機會探索，從文中整理出來。  
逢甲大學學生報告 ePaper(2007 年)

### 一、 台灣數位內容產業優勢：

- (一) 資通訊基礎建設完備：台灣寬頻普及，為數位內容發展奠定良好基礎。藉由通路的擴張，創造更多的商機。
- (二) 資通訊製造能力獨步全球：因台灣資通訊硬體製造商長期為國際大廠代工，製造能力的肯定。
- (三) 深厚華文素材、文化歷史：台灣擁有深厚的華文素材及文化歷史，提供數位內容產業的創作來源。
- (四) 製作成本較歐美低：因台灣人力品質高，成本較歐、美等先進國家低，成為國際大廠委外的首選，而取得許多代工的機會。
- (五) 內容創意與創新比大陸、東南亞佳：台灣業者在長期代工過程所累積的經驗與能力是不容忽視的，且開放的社會環境使內容創意與創新較佳。

### 二、 台灣數位內容產業劣勢

- (一) 研發能力不足、自有產品少：因長期代工，相對研發能力是不足的，使自有產品少，使台灣業者在國際競爭力不足。且台灣業者資金規模小，關鍵技術落後其他國際大廠，產品開發或內容創作常產生心有餘而力不足的窘境，會對台灣產業長期發展造成不利影響。
- (二) 國際行銷能力不足：因自有產品少，業者普遍缺乏國際化經驗，國際行銷能力也相對不足。
- (三) 政府資源不夠集中：因數位內容屬於新興產業，涉及領域廣泛，政府未成立單一專責機構統一協調管理下，資源未能集中使用。
- (四) 業者規模小，資源不足：台灣業者多屬中小企業，資金規模皆不足與國際大廠抗衡，使海外市場拓展不易，且本地市場亦受到國外大廠排擠，為發展過程不利之因素。

### 三、 台灣數位內容產業機會

- (一) 亞洲開發中國家市場興起：亞洲市場：中國、其他東南亞國家因為同文同種的優勢、距離近，洞悉市場需求，更易進入市場。
- (二) 新平台與技術的發展：此為業者開創更多市場的機會，以遊戲為例，當行動平台興起後，遊戲下載為熱門服務，開發成本較低的手機遊戲為國內業者的機會點。
- (三) 國際業者代工的釋出：國際廠商為了控制成本，而釋出了代工機會，台灣業者有委外商機。
- (四) 消費者數位消費習慣逐漸建立：寬頻普及、新興商業模式出現，及數位內容多樣化，成為台灣數位內容產業發展創造更多的市場機會。

#### 四、 台灣數位內容產業威脅

- (一) 韓國產品市場影響力超越台灣：南韓政府近年來政策大力推動並提升業者能力等因素的影響，使南韓在硬、軟體產品的市場影響力都超越台灣，排擠了台灣業者生存的空間，造成業者的威脅。
- (二) 大陸、東南亞業者急起直追，影響力漸增：就目前台灣業者是較有創意上的優勢，但隨當地產業環境成熟時，業者內容發展能力逐漸提高，其影響力會消弱台灣業者在代工市場的優勢。
- (三) 盜版、侵權問題嚴重：相較歐美、日等國家，台灣對智慧財產權的重視程度低，產生盜版等問題，而造成內容軟體市場萎縮。
- (四) 台灣消費者偏好舶來品：國家產業能否蓬勃發展，內需市場的扮演重要角色。而台灣內需市場小，且消費者偏愛外來品，使台灣業者生存空間受限。

## 肆、主要網站與比較網站業務(流程)之介紹：

### 一、巨匠電腦數位學習網

就以「巨匠電腦數位學習網」市場的區隔(Segmentation)，明顯得知為「線上教學」為主要市場，專為學習電腦軟體者所開設的網站，有各種軟體教學的課程陳列出來，並與政府合作開設了不少協助失業者的就業課程，也為了要考電腦軟體證照的人開設課程。由此可知，本網站所區分自己的網路市場，並針對消費者需求，在網路上設立課程，而方便所學。而市場定位(Positioning)於考證照者、想學專業軟體技能者等，這些有想學習軟體的消費者著手。目標市場(Targeting)針對了以上所述的潛力消費者設立不少課程，例如：Excel2003 實務技巧、數位相片拍攝與 Picasa 應用、CorelDRAW X3 嶄新體驗等。

若以SWOT<sup>7</sup>來分析研究，「巨匠電腦數位學習網」的管理策略並探討，有以下所列：

- (一) 優勢(Strengths)：本網站最大的特色，就是以軟體的線上教學，當然也運用了其專業性的網頁技巧來陳設整個課程、網站設計美感等，這些都是本學習網站所主要的設計內容，當然由此可見，運用了不少專業性技巧，更增添了讓想學習軟體技能消費者的動力。主要更運用了專業性的網頁設計技巧，讓學習者可利用網站的教學資源，輕鬆學習，這也是架設此數位學習網站的主要原因。
- (二) 劣勢(Weaknesses)：由於不是免費型的學習網站，要經過購買一定的點數才能上課程，使用網路上的教學資源。購買點數定價若消費者覺得沒有其價值，並不會想使用其網站的資源。更因為網路的資源豐富，使消費者選擇性更多，而網路學習也不再是「巨匠電腦數位學習網」的唯一選擇，所以也將成為「巨匠電腦數位學習網」的劣勢主因。

---

<sup>7</sup> 優勢(Strengths)、劣勢(Weaknesses)、機會(Opportunities)、以及威脅(Threats)應用於產業分析主要在考量企業內部條件的優勢和劣勢，是否有利於在產業內競爭；機會和威脅是針對企業外部環境進行探索，探討產業未來情勢之演變。此一思維模式可幫助分析者針對此四個面向加以考量、分析利弊得失，找出確切之問題所在，並設計對策加以因應。

- (三) 機會(Opportunities)：就「巨匠電腦數位學習網」的專業性軟體的教學網站，更要運用專業技能來吸引顧客群，將自己網站的劣勢來轉化為優勢。依自己的觀點來看其網站的特色，就運用了動畫教學、動畫廣告，結合了影音的效果，使其教學更為生動。
- (四) 威脅(Threats)：在網路上無奇不有，相對的，模仿性的網站亦為不少。若「巨匠電腦數位學習網」的網站設計，或是服務品質等，不夠吸引顧客來光臨，可能面臨著淘汰的危機。因此，教學品質上的保證是「巨匠電腦數位學習網」所要強調的重點之一。現今亦強調著服務品質，若能針對”服務品質”，”教學品質”等重點去強化其優勢，而其他的網站也不能在這市場上所被取代，才會在這數位化的教學市場地位有一席之地。

由以上分析之後，綜合歸納後，針對劣勢面來強化優勢的重要性，以機會的可能性來減少其威脅性。以「巨匠電腦數位學習網」來說，運用了專業的軟體技能來顯示與其他網站的獨特性、不能被取代的重要性。加強了其他網站所不能提供的服務、可利用網路教學的數位課程，提供了影音般的享受，甚至是品牌方面的知名度，可利用刊登廣告等方式，強調其網站的品質與其他的不同特色，因此在消費者的心裡肯定會佔有一席之地。

從以上對巨匠電腦數位學習網的 SWOT 分析後，本次研究也蒐集了一些相關資料，以巨匠電腦在企業委託訓練的課程方案中，進一步討論巨匠數位學習網的功能與服務。首先，巨匠電腦企業委託訓練的特色為實體教室結合虛擬的線上教學。巨匠電腦自 2000 年推動數位學習以來，規劃出以全省 90 間直營分校、數位學院、數位學習中心所組成的「金三角」訓練服務網絡，成功整合了巨匠的實體以及虛擬的學習管道，提供企業與個人最完善的訓練服務，讓學習者獲得最佳的學習成效。

因應不同產業 e 化的需求和教育訓練目標，巨匠電腦提供多元培訓方案，包括實體教學和線上教學兩大領域，並整合虛實教學的優點為規劃完整的培訓課程。其優點如下：

- 1.節省人力時間成本：由公司整體學習，可節省單獨學習的時間。
- 2.整體學習效果高：整體學習可針對相同的問題相互切磋與討論。

3. 因材施教互動性佳：根據不同企業設計不同的課程，彼此的互動性較佳。
4. 結訓頒發證書：結訓時頒發證書，可作為求職時的工具。

而巨匠數位學習服務網中的企業委託訓練能協助企業在有限期間內針對多數員工完成特定的教育訓練，並有完整訓練報告與統計分析提供企業主日後規劃課程的依據。透過這樣的企業委託訓練課程，有使用過的企業主對巨匠數位學習網的整體滿意度有 63%。

## 二、勞委會職訓局數位學習網

- (一) 優勢(Strengths)：本網站最大的特色，就是政府單位與企業界、學術界合作，而有經費運作並以免費的線上技職教育為課程。在網站的頁面環境中運用專業性的網頁技巧來陳設，以虛擬教室的環境提供使用者自行學習，但整體的介面與環境仍然以一制性的設計原則為設計原則，以簡單、易學引導使用者使用。主要更運用了網路無界便利性的便利性，讓學習者可利用網站的教學資源，輕鬆學習。
- (二) 劣勢(Weaknesses)：訴求的對象主要是技職體系的民眾，或是一般民眾對各職業類的有興趣者，提供的課程主要是通識課程，是以理論為主，可能較無法滿足使用者從技職課程中獲得實際的操作，而無法吸引一般民眾對課程的求知慾。技職教育中很重要的一個關鍵，是從實際的操作中培養技能。但從職訓局的數位學習網中很難達到此項目標，因此對於數位學習網的成效與發展會成為一項阻礙。因為當職訓局的數位教學網內的教材內容不足，「互動性」不夠，學習者無法感受到傳統課堂的「臨場感」，缺乏資源支援，主管機關沒有完整的數位學習導入策略，而一般民眾也不習慣利用數位學習的方式，使得數位學習網的發展面臨較不利的情形。
- (三) 機會(Opportunities)：在國家推動數位學習國家型科技計劃下，勞委會職訓局多年來與學術界通力合作，配合職訓發展中心開發多種技職訓練教材，同時推行技能檢定制度，並落實在各地區的職訓中心與各級職業學校。因此配合已開發完成的教材，利用網際網路管道將此功能推展到各類人員，以達資源共享，提升職業勞工的技能素養。另外失業勞工的資訊能力訓練與專長再造訓練也是數位學習的重要目的。在政府政令的推廣，推行數位學習中能獲得資金與資源的補，使得職訓局的數位學習網得以運作，並藉由政令宣導，讓民眾知道這項資源，而讓數

位學習網友的服務性質獲得推廣。

- (四) 威脅(Threats)：技職教育的數位學習是配合國家政策宣導下的產物，因此各地區的職訓局開始架設類似的數位學習網，提供一般民眾使用，造成同類性質的網站充斥於網路世界，但卻因為免費的服務性數位學習網主要是依賴政府補助而運作。因此，過多同性質的技職數位學習網可能會出現競爭的情況，但競爭的是資金補助而忽略了實質上數位學習網內的課程內容與運作。

由以上分析之後，綜合歸納後，針對劣勢面來強化優勢的重要性，以機會的可能性來減少其威脅性。以「勞委會職訓局數位學習網」來說，勞委會職訓局多年來與學術界通力合作，配合職訓發展中心開發多種技職訓練教材，以免費的線上技職教育為課程，以達資源共享，提升職業勞工的技能素養，佐以利用網路教學的數位課程，提供虛擬的教室的教育環境，並藉由政令宣導，讓民眾知道這項資源，而讓數位學習網站的服務性質獲得推廣。

從以上對勞委會職訓局數位學習網的SWOT分析後，本次研究也蒐集了一些相關資料，由這些資料來討論職訓局推動線上學習的成效與問題。由 2005-2006 數位學習白皮書說明<sup>8</sup>：

*21 世紀是知識經濟世代，面對環境快速的變動，如何利用網路環境幫助學習，有效達成學習目標，將是關鍵因素之一。行政院勞工委員會（以下簡稱勞委會）主管勞工事務，對於勞工因應產業結構變遷、技術更新及數位環境日趨成熟，如何提升勞工數位能力，並藉數位學習強化其職業能力，使失業者能迅速再就業，在職者避免失業，一直勞委會努力之目標。*

*勞委會以自有之施政計畫與預算參與數位學習國家型科技計畫，計有 3 項子計畫，分別是「勞工的數位學習」、「縮減勞動力數位落差機制之規劃與示範模式之建立」及「數位學習專業人才之培育二」，自 2003 年至 2005 年間共執行 20 項計畫，投注約新臺幣 4 億元經費，依照業務之需求，主要辦理有關勞工相關訊息之傳遞、職業訓練網路學習教材開發及學習模式之建置、技能檢定即測即評系統、其他週邊輔助系統及相關之研究計畫與調查評估等，對於勞工數位能力之提升，以及利用數位學習來推動相關之勞工業務，均有良好之成效。*

而郭達沂（2003）<sup>9</sup>以台南職業訓練中心接受訓練的失業勞工為調查對象。藉由讓受測者試用線上學習範例平台後，衡量受測者對於線上學習之

<sup>8</sup> 2005-2006 數位學習白皮書，

<http://www.elearn2.org.tw/iiiwiki/index.php?title=2005-2006%E6%95%B8%E4%BD%8D%E5%AD%B8%E7%BF%92>

<sup>9</sup> 郭達沂（2003），以科技接受模型探討失業勞工對公共職業訓練採用線上學習的使用意願，國立中正大學資訊管理研究所碩士論文。

接受程度，並探討學習動機之影響。由研究結果顯示，多數失業勞工對於職業訓練採用線上學習持正面看法，線上學習推行當屬樂觀。失業勞工對

於職業訓練採用線上學習的意願而言，「感覺有用性認知」的影響，明顯高於「感覺易用性認知」。而目前線上學習平台的技術並非推行時的障礙，而是可體會失業勞工，在面臨失業的壓力之下，必然需要能確實提供有用訓練課程的學習平台，這也才是推廣的重點。

未來將傳統訓練教材轉換至線上學習平台，必須在「有用性」多費心力。因此慎選符合人力市場所需之課程、提昇線上學習教材之效能，實為重要課題。此外，在職業訓練推行線上學習時，若遭逢資源侷限，則提高系統的有用性，應比提高系統的易用性應更為優先。

### 三、逢甲大學的網路教室

由於逢甲的網路教室，專門為逢甲師生所設計而成的免費數位學習網站，提供了不少的功能給師生所使用，目的在加強數位化的學習。並提供了教學平台來補充上課的資訊，給予學生有發問學習的平台空間，以及師生間的學習交流，很多的資訊都可以藉由此教學平台來提供。因這個教學平台主要為一般的提供，所以在網頁版面的設計並非商業化網站般，主要設計在於操作使用上的功能性，因此，針對「逢甲大學的網路教室」來作SWOT分析：

- (一) 優勢(Strengths)：「逢甲大學的網路教室」廣泛地為逢甲師生所使用，並免費性質的提供給校內師生，而使用者能熟悉並慣用於使用此平台的話，此平台將成為所受歡迎的數位學習網站之一。
- (二) 劣勢(Weaknesses)：就針對「逢甲大學的網路教室」需要再多加強宣導。此平台剛剛成立，使用次數並不如預期般的多，很可能是老師們並不常使用數位網站，且學生沒有感覺到此平台功能性的優點，很可能會造成數位平台的劣勢原因。
- (三) 機會(Opportunities)：既然已提到可能會讓「逢甲大學的網路教室」處於劣勢的情況下，試著去把劣勢給扭轉過來。就是加強宣導使用網路教室，若老師能夠帶領學生使用數位平台的話，更能在個人使用平台的次數會較多，因學生知道老師會將課程資訊放在平台，學生因此也會將學習問題放在平台上，老師知道學生問題所在時，也可針對問題所解決，更可以達到互動的教學方式。



(四) 威脅(Threats)：相對的，若沒把握住機會的話，是導致威脅的存在風險更大。因為「逢甲大學的網路教室」提供了學術性的交流，以及師生間的互動式學習。但老師及學生沒有好好利用平台的功能性，往往會使此平台的功能衰退，喪失了原本設計此平台的功能性。

綜合上述的分析，逢甲大學數位網站所設立的本意是很好的。的確是有助於全校師生的學習協助。就我自己本身使用了數位網路教室，確實幫助了自己在學習上所遇到的困擾或問題，有老師(或助教)幫忙協助之後，可以很快地得到解答，這就是數位學習網站所設立的最大目的之一——提供了解決自己問題的管道。

然而，當師生無法運用逢甲大學數位網路教室的話，就無法成為有效的師生溝通的橋樑，就會喪失了數位網路教室的原意。因此，若可以鼓勵師生多多運用網路教室，這確實是個學習上的好幫手。

## 伍、主要網站與比較網站的比較

本次研究內容，以「巨匠電腦數位學習網」為主要比較目標的網站，而以「勞委會職訓局數位學習網」與「逢甲大學的網路教室」為比較網站，並依據網站介面衡量的 7C 的原則為標準，進行比較。而衡量的原則如下：

- 一、情境(Context)<sup>10</sup>：網站的設計與擺設。
- 二、內容(Content)<sup>11</sup>：網站所包含的文字、圖片、聲音和影像。
- 三、社群(Community)<sup>12</sup>：網站促進使用者對使用者溝通的方式。
- 四、客製化(Customization)<sup>13</sup>：網站為不同使用者訂做，或使用者可發起與管理網站的個人化能力。
- 五、溝通(Communication)<sup>14</sup>：網站讓使用者對網站，網站對使用者，或雙向溝通的方式。
- 六、連結(Connection)<sup>15</sup>：網站與其他網站連結的程度。
- 七、商務(Commerce)<sup>16</sup>：網站促進商業交易的能力。

數位學習網站內容如下：

### (一) 巨匠電腦數位學習網

【網址】：<http://www.pcschool.tv/2006/index.htm>

【服務對象】：消費者(想學電腦的人)，以社會人士的專業軟體技能，以及想考軟體證照的人為主。

【使用者需求】：以想學習的專業軟體為主。

【提供的功能】：分為兩大區，會員區與非會員區

—會員區：上課教室、測驗中心、學習記錄查詢、評量成績查詢、會員服務專區、排行榜等。

—非會員區：免費試讀、電子報的訂閱、課程資訊的檢

---

<sup>10</sup> 網站的情境必須捕捉美觀性和機能性感受。根據不同公司所希望帶給顧客的印象，決定網站的設計和擺設。

<sup>11</sup> 內容的定義指網站所有的數位主題，包括文字、影像、音效和圖形。網站的文字背景強調如何設計網站，而內容則強調所要呈現的事物。

<sup>12</sup> 網站使用者之間的互動便構成網站的社群。

<sup>13</sup> 網站為自己量身訂做或為個別使用者量身訂做的能力，分為：(1)訂做(tailoring)；(2)個人化(personalization)。

<sup>14</sup> 指網站與使用者之間所展開的對話。有三種形式：網站對使用者、使用者對網站和雙向溝通。

<sup>15</sup> 指網站與其它網站間的正式連結。

<sup>16</sup> 商務的定義指網站上的貨物、產品或服務之銷售；包括：購物籃內資訊、訂單追蹤與付款機制。

索。(本網站主要為商業性網站，因此專為本網站的會員所設計，很多項目的使用多需要使用者付費才能使用)

【性質】：商業性。

【主要目的】：軟體教學的課程學習，為了沒有時間上電腦中心去學習的消費者開立而成的，利用了網路的便利性，將老師上課的資訊錄影，學習者點選所需課程，即可線上交學，達到互動式的教學。

【行銷策略】：較商業化的性質，若以會員身份進入，需繳納入會費，並非免費性質。

【網頁介面衡量】：

情境—美觀、簡單大方的網頁設計。兼具機能+美觀導向。

內容—網站混合動畫、圖片、照片、文字來傳達內容(包括產品供給、服務和非線上的實體服務)

社群—能讓兩個使用者能同時在網站瀏覽與學習。(因本身非會員，無法更深入探討其內容)

客製化—網站也可藉由顧客購買特性寄發有關的廣告內容給個人。(例如：電子報、郵件)

溝通—使用者在採購/使用上時，有問題時，可以mail給網站的服務人員，還有內容更新的提醒(例如：最新消息)

連結—其網站本身並沒有和其他網站連結。就數位學習的主題學苑，而加以延伸，連結了很多課程的簡介、內容、及會員可以學習的管道等。

商務—提供數位產品項目的功能，以及使用購買學習點數的資訊等。且以動畫型式來做廣告行銷手段。

## (二) 勞委會職訓局數位學習網

【網址】：<http://el.evta.gov.tw/>

【服務對象】：一般民眾，任何有興趣者皆可免費加入。

【使用者需求】：使用者針對何種職業有興趣，可自行加入課程。

【提供的功能】：分為兩大區，個人區與校園廣場

—個人區：「我的學習中心」、「我的課程」、「我的設定」、「我的學習歷程」。

—校園廣場：「最新消息」、「常見問題」、「校務問卷」、「課程排行」、「學習榮譽榜」、「校務意見箱」。

【性質】：服務性。

【主要目的】：職業教育課程的推廣，期盼就業中的使用者，透過網路隨選隨上的課程，幫助使用者獲得技能教育的資訊與技能交流。

【行銷策略】：勞委會職訓局數位學習網隸屬於行政院勞工職業訓練局，非商業性的行為為主導，以全民再教育、職業課程再進修為目標，因此所有民眾皆可免費加入，透過網站功能，達到學習的效果。

【網頁介面衡量】：

情境—簡單易上手的網頁。具機能導向，並在網路中營造一個教室的環境，提高使用者學習的慾望與動機。

內容—網站主要以文字傳達內容資訊，但進入課程之後，透過真人錄影方式，進行授課。

社群—多個使用者同時在網站瀏覽與學習，可進行交流、課後測驗、心得交換，互動學習效果佳。並開放各課程的交流討論區，讓有選修的使用者可以進行意見交流，或是針對議題進行討論與回應。

客製化—使用者可自行設定個人的喜好，並記錄個人的學習狀況與學習時間。網站會記錄使用者每次上網的時間，與學習的累計時間，並透過個人學習狀況進行課後測驗，讓使用者方便掌握自己的學習成效。

溝通—網站上設有交流區與公告欄，讓使用者可以掌握最新的消息，並隨時反映學習上的需求或是困難。

連結—網站本身性質屬於服務性質，從網站上也可連接到其他同為服務性質的職業訓練網。也提供工作機會的查詢。(但要先登出網站，如果登入後就直接進入學習環境)  
連結的網站有：行政院勞工委員會、勞委會職訓局、全國就業e網、全國職訓e網、無障礙e網…等。

商務—因非商業行為，所以不以商務性為導向。

### (三) 逢甲大學網路教室

【網址】：<http://bb.fcu.edu.tw>

【服務對象】：學校內的師生。

【使用者的需求】：以校內課業學習的交流為主要目的。

【提供的功能】：網路教室提供的功能主要仍是以傳遞課程資訊、課程的電子資源、作業繳交的平台。

【性質】：學術性。

【主要目的】：學術資訊的交流，提供老師多元教學的管道，而學生也可以透過網路教室，增加主動學習的機會，達到師生之間的學習互動，可以即時反應教學與教學上的問題。

【行銷策略】：非商業性的行為為主導，但會員身份以校內師生為主，學習間互動式的交流。

【網路介面的衡量】

情境—簡單易上手的網頁。具機能導向。

內容—網站主要以文字來傳達內容訊息（包括：課程資訊、最新公告）

社群—對學習需求上的滿足感、歸屬感、互相影響，以及交流經驗分享。

客製化—在某種限度下，使用者能在將網站設計為個人化的使用。（版面的色調、內容資訊的增減）

溝通—使用者在使用上時，有問題時，可以mail給圖書館的館員，來請教相關問題。（例如：公告欄）

連結—主要是根據學生個人本身的課程做個連結所需，前往與老師交流的討論區。若老師有在網頁設立其他的網站連接，是可以透過超文字或超連結方式到另一網頁。

商務—因非商業行為，所以不以商務性為導向。

針對以上三者，比較分析整理如下表二：

表二 數位學習網站背景與內容比較表

項目	主要網站	比較網站一	比較網站二
名稱	巨匠電腦數位學習網	勞委會職訓局數位學習網	逢甲大學網路教室
網址	<a href="http://www.pcschool.tv/2006/index.htm">http://www.pcschool.tv/2006/index.htm</a>	<a href="http://el.evta.gov.tw/">http://el.evta.gov.tw/</a>	<a href="http://bb.fcu.edu.tw">http://bb.fcu.edu.tw</a>
網頁首頁	詳如附件一	詳如附件一	詳如附件一
目標顧客群	消費者，以社會人士的專業軟體技能為主。	一般民眾，任何有興趣者皆可免費加入。	學校內的師生
目的	學習的專業軟體為主。	針對有興趣的，自行加入課程。	校內課業學習的交流。
性質	商業性。	服務性。	學術性。
主要功能	軟體的教學。	技能資訊的交流。	學術資訊的交流。
行銷策略	商業化的性質，若以會員身份進入，需繳納入會費。	非商業性的行為為主導，所有民眾皆可免費加入，透過網站功能，達到學習的效果。	非商業性的行為為主導，但會員身份以校內師生為主，學習間互動式的交流。
網路介面的衡量	情境	美觀、簡單大方的網頁設計。兼具機能+美觀導向。	簡單易上手的網頁。具機能導向。
	內容	網站混合動畫、圖片、照片、文字來傳達內容(包括產品供給、服務和非線上的實體服務)	網站主要以文字傳達內容資訊，但進入課程之後，透過真人錄影方式，進行授課。
	社群	能讓兩個使用者能同時在網站瀏覽與學習。(因本身非會員，無法更深入探討其內容)	多個使用者同時在網站瀏覽與學習，可進行交流、課後測驗、心得交換，互動學習效果佳。
			對學習需求上的滿足感、歸屬感、互相影響，以及交流經驗分享。

表二 數位學習網站背景與內容比較表（續）

項目	主要網站	比較網站一	比較網站二
名稱	巨匠電腦數位學習網	勞委會職訓局數位學習網	逢甲大學網路教室
網路介面的衡量	客製化	網站也可藉由顧客購買特性寄發有關的廣告內容給個人。(例如：電子報)	使用者可自行設定個人的喜好，並記錄個人的學習狀況與學習時間。
	溝通	使用者在採購/使用上時，有問題時，可以 mail 給網站的服務人員，還有內容更新的提醒（例如：最新消息）	使用者在將網站設計為個人化的使用。(版面的色調、內容資訊的增減)
	連結	使用者在使用上時，有問題時，可以 mail 給圖書館的館員，來請教相關問題。(例如：公告欄)	其網站本身並沒有和其他網站連結。就數位學習的主題學苑，而加以延伸，連結了很多課程的簡介、內容、及會員可以學習的管道等。
	商務	網站本身性質屬於服務性質，從網站上也可連接到其他同為服務性質的職業訓練網。也提供工作機會的查詢。	提供數位產品項目的功能，以及使用購買學習點數的資訊等。且以動畫型式來做廣告行銷手段。
		因非商業行為，所以不以商務性為導向。	因非商業行為，所以不以商務性為導向。

## 陸、網站學習成效

在學習環境成效中，本次報告將以科技接受模型初步討論主要網站與比較網站的學習成效。

科技接受模型是Davis (1986)<sup>17</sup>根據理性行為理論，探討理性與感性因素與科技使用的關係所發展而來，為探討使用者接受新電腦科技之行爲所設計的行爲意念模式中的一種。其目的是在簡化理性行為理論，找出一個簡單有效的行爲模式，特別適用於廣泛地解釋與使用者有關的電腦科技和使用者。郭達沂（2003）曾指出「科技接受模型(TAM)」已被廣泛應用於解釋個人行爲產生的原因，而此模式又特別適用於解釋使用者接受新資訊科技的行爲。<sup>18</sup>

數位學習所能提供的服務項目也應要有所水準的程度，才能讓使用者有易用的感覺，這個在巨匠的數位學習網的確是做得還不錯。本體的網站設計、所能提供的資料、功能都能夠讓使用者易上手，達到了「感覺易用」與「感覺有用」的主要特性之一。當然除了要探討數位學習網站所能提供的之外，使用數位學習者基本上應要具有自我學習的本能，這樣的搭配才能相輔相成。學習不是單方面所能做到的，本身自己要有所付出，才能收穫滿滿。因此才會探討到使用者對「使用系統所持的態度」及「使用意願」，進一步地使用過後，再衡量評估出實際使用的效益。

而在勞委會職訓局數位學習網逢甲大學網路教室的網站設計中，網站提供的服務對使用者來說是容易上手的。但是，從數位學習的過程中得到成效，其效果可能較不容巨匠數位學習網。因為使用者的學習意願是出於被動而非主動，或是主動學習但是意願與興趣不高。所以對網站的使用意願是未來數位學習發展很值得注意的一環。

---

<sup>17</sup> Davis, F. D.(1986), "A Technology Acceptance Model of Empirically Testing New End-User Information Systems: Theory and Results", Doctoral Dissertation, Sloan School of Management, Massachusetts Institute of Technology.

<sup>18</sup> 郭達沂（2003），以科技接受模型探討失業勞工對公共職業訓練採用線上學習的使用意願，國立中正大學資訊管理研究所碩士論文。



## 柒、結論

網路將這個世界串起來了，無線網路的發展讓無所不在的數位學習環境成爲可能。在這無所不在的數位學習環境中，許多不同的學習模式正在開發：巨匠電腦數位學習網的主題是學習；勞委會職訓局數位學習網的目標式學習與逢甲大學網路教室的學科式學習，皆是學習者透過網路參與學習活動。數位學習的教育環境最終的目的是讓參與的人可以在數位化的環境中，學習到他想學以及他所需要的內容。

在綜合前面的 SWOT 分析、三者間內容簡介與比較，發現現今的網路科技如此地發達，數位學習更是現今所熱門的學習方式。此次報告雖僅針對所觀察到的地方做個 SWOT 敘述性的整理。再從一些次級資料在加以討論數位學習在巨匠電腦數位學習網、勞委會職訓局數位學習網與逢甲大學網數教室的實際使用情況。

這些網站大多呈現了自己的優點，提供了使用者很好的使用環境。巨匠電腦的數位學習網是由專業團隊的建立，提供多元的且專業的數位學習內容並以此爲營利，是以顧客的需求爲導向，偏商業性質。在使用者付費的機制運作下，而推廣數位學習。因爲是付費機制，學習的成效受到提供者與消費者重視，因此網站提供的整體服務最爲完善，提供者希望精益求精提供更好的服務內容；消費者亦希望從數位學習中獲得成效，較能刺激網站數位學習內容的發展。

在勞委會職訓局數位學習網與逢甲大學網數教室所提供的數位學習環境中，提供的內容與互動的方式仍不足，因爲這類使用者的需求並不像是巨匠數位學習網使用者有更強的學習需求，所以學習成效可能沒有這麼明顯。勞委會職訓局數位學習網的定位性質是服務性質，營造一個人人都有學習的機會，但是網站所提供的內容略偏理論，對於勞工階層實質的幫助不大，瀏覽職訓局的網站最後的誘因可能不是融入數位學習的環境，而是工作機會的查詢。

而逢甲大學網數教室目前主要是授課老師教學的輔助工具，網站提供的功能多，但是使用者的互動性是需要師生的配合。逢甲大學網路教室學習平台的使用者除了學生以外，老師也是很重要的推手。但是目前仍然有很多的老師並沒有善加利用網路教室的功能。另外，學生的主動學習意願在這裡並沒有呈現，學生的心態是老師有規定才需要使用，沒有就不需要。

## 捌、感想

### 一、慧梅的感想

在各領域因產業發展階段與業者所具備的能力不同，所需優先掌握市場機會也有所不同，採取的做法各異。而我們從文獻中<sup>19</sup>所提到的，亞洲市場的興起，與研發產品及培養國際行銷能力的建議，可增加業者尋求更有利的機會。

我們可以看到台灣的數位化，在未來的成就是可給予肯定的。尤其是從台灣業者有具備相當的競爭力，可以看到台灣與國外所競爭的行業。從文獻<sup>20</sup>中的作者指出，優缺點的比較，也提出了不少的建議及方法。很多方面都是需要再努力的重點，來開拓新興的市場並創新開發。

就我所知的「電腦遊戲」，國人所製造的軟體方面，其實不輸給韓國或日本，就單機遊戲的大宇科技，出了不少有名的電腦遊戲，令許多玩家愛不釋手。因此，我從電腦遊戲的科技中，看見到台灣在製造軟體方面可給予肯定。就作者所提到的網路遊戲，可能是目前遊戲界的主攻，但也因著往往追趕著這種網路遊戲的流行，忽略了既有單機遊戲的市場，使得台灣的單機市場不似以往那樣的盛行，其他國家的單機遊戲軟體猛往台灣市場直攻，這是在電腦遊戲軟體所見到的另一種隱憂。而現在所盛行的「線上音樂」，新科技所帶動的新音樂的傳輸，數位化的音樂交流，引領了不少熱門的音樂。我們所見到的音樂流行，不只是在電視上所能見到，網路上的音樂流行更帶動了無限的可能性。很多國內外的音樂部分地從網路媒體所傳播而造成回響，這也是一種音樂文化的交流。歌手可以成名的管道也不再受限於平面電視管道，更可以開啓了全球的熱門音樂潮。

台灣的產業科技的進步，以及需要再多加強的地方。尤其國際行銷能力方面，就台灣所屬的科技產業可能真的有所欠缺，因此往往無法擺脫為「代工」的頭銜。這是事實，也是令人感到痛心的地方。

台灣的科技實力著實不容小覷，數位化的時代已經來臨，但是我們要怎麼去創立自我風格、開啓特有的產業來抓住這時代的趨勢，這都是所有

---

<sup>19</sup> 黃怡音(2005)，台灣數位內容市場發展機會探索。

<sup>20</sup> 同上。

產業與數位化所能結合創造出來的另一種面貌。若能領先這個趨勢的話，台灣將會在這世界潮流所領導著，因此我對台灣數位化未來感到有信心。

## 二、文琪的感想

台灣的數位產業市場在基礎設備的環境已十分完善，也漸漸培養出消費者接受數位消費的習慣，在政策方面雖然推動的較緩慢，但整體而言，數位內容產業發展在歷年來努力的經營與累積的經驗中，台灣在這數位產業這塊大餅上仍然有發展的空間。在這學期閱讀數位學習與數位產業內容的相關文章與蒐集一些資料後，提出一些個人感想與看法。

數位學習能有效的降低學習的成本，並透過更個人化、高互動的學習方式提升學習品質，故我們應了解數位學習並不僅是定位在一種新的學習方式，而是一項帶領我國成功邁入知識經濟時代的重要策略。台灣雖然仍處在起步階段，但數位學習在台灣應該可以建立起龐大的使用人口。在考試主義盛行的社會裡，不管你是學生還是上班族都會接觸到補習班，成為補習班的座上客。當數位學習的市場前景看好時，業者應該把握使用者的目標群與市場，以行銷的手法建立品牌知名度，增加使用者的比例，刺激市場的成長。

另外，在勞工方面的數位學習中，親自體驗了勞委會職訓局數位學習網，認同網路學習是給勞工們很好的學習機會，但在學習的內容與平台中，仍有很大的改善空間。因為使用者如果是失業勞工時，他們並不像一般學生有充分的時間與能力學習，他們大多有經濟壓力，更想要速成的滿足需求。政府雖有美意想幫助失業勞工或是勞工階層的再學習，但是卻還是忽略了他們的需求，無法提升網路學習的使用效能，而造成政策上推動不利，浪費了許多資源與經費。

整體而言就這學期的學期過程，發現數位學習在國內受重視不過是一、兩年的事，目前市場仍處於宣傳導入期。但透過數位學習資訊網站的建立及活絡經營，使業者市場訊息與導入經驗交流頻繁，甚至於技術、概念互相的刺激成長，強化企業競爭力。台灣長期以來一直在創新上努力，但是，創新的技術層面越來越容易被取代，台灣數位產業的未來不僅要做到創新，還必須走到更上游創意的領域，才能可長可久。因為創意不但創造新的產值，還能創造出自我的價值。再者若政府從旁協助，整合我國數位學習業者共同開創大陸市場，則不僅因團結力量可與歐美數位學習大廠抗衡，亦可因較優的實務導入經驗，媲美大陸當地業者，贏得更多的商機。

## 參考文獻：

### 中文文獻：

Rayport & Jaworski(2002)，電子商務(E-Commerce)，高立書局，譯者：黃士銘、洪育忠，957-493-535-3

周樹林(2005)，2008年台灣數位學習應用趨勢前瞻，財團法人資訊工業策進會.資訊市場情報中心(MIC)，1-7。

黃怡音(2005)，台灣數位內容市場發展機會探索，財團法人資訊工業策進會.資訊市場情報中心(MIC)，1-22。

郭達沂(2003)，以科技接受模型探討失業勞工對公共職業訓練採用線上學習的使用意願，國立中正大學資訊管理研究所碩士論文。

### 外國文獻：

Davis, F. D.(1986), “A Technology Acceptance Model of Empirically Testing New End-User Information Systems: Theory and Results” , Doctoral Dissertation, Sloan School of Management, Massachusetts Institute of Technology.

### 網路來源資料出處：

國際合作知識網- SWOT分析

<http://www.ipc.itri.org.tw/content/menu-sql.asp?pid=73>

產業策略評析：SWOT、PEST與五力分析

[http://cdnet.stpi.org.tw/techroom/analysis/pat\\_A025.htm](http://cdnet.stpi.org.tw/techroom/analysis/pat_A025.htm)

2005-2006 數位學習白皮書

<http://www.elearn2.org.tw/iiiwiki/index.php?title=2005-2006%E6%95%B8%E4%BD%8D%E5%AD%B8%E7%BF%92>

巨匠電腦數位學習網

<http://biz.pcschool.tv/>

勞委會職訓局數位學習網

<http://el.evta.gov.tw/>

逢甲大學網數教室

<http://bb.fcu.edu.tw>

## 國內知名數位學習網站功能分析與比較

— 巨匠電腦數位學習網 勞委會職訓局數位學習網 逢甲大學網路教室

附件一

### ※巨匠電腦數位學習網

### ※勞委會職訓局數位學習網

## ※逢甲大學網路教室

Feng Chia University

首頁 說明 登出

我的逢甲 課程 內容集合 服務台

歡迎, 修改內容 修改版面設定

**工具**

- 公佈欄
- 行事曆
- 工作
- 檢視成績
- 傳送電子郵件
- 使用者目錄
- 通訊錄
- 個人資訊
- Blackboard Newsletters

**我的公佈欄**

最近 7 天沒有張貼任何系統公佈事項。

**951-公共選擇PUBLIC CHOICE(財稅碩二)**

- 最新教學大綱與下一次報告的文章請見課程文件

**951-數位學習E-LEARNING(電子商務學程(碩士班))**

- 11/10期中報告公告!
- 本週線上作業繳交期限公告
- 本週為線上課程
- 期中與期末報告大綱通知
- 9/22黃山年老師演講錄影資料歡迎瀏覽!
- 演講日期異動通知
- 10/13演講地點在第八國際會議廳,請上午9點之前入席
- 請同學踴躍至討論區發表意見
- 9/29停課

**商學資料庫利用學習**

- 情報贏家、大中華經營服務網一開放試用至 10/31
- 歡迎您與助教報名網路教室說明課程 10/2-10/19
- 95年智慧財產權碩博士論文輔助學分撰寫要點,由該至 11/30底

**我的課程**

**您註冊的課程：**

- 951-企業租稅策略CORPORATE TAX PLANNING(財稅專班 碩一)
- 951-公共選擇PUBLIC CHOICE(財稅碩二)
- 951-數位學習E-LEARNING(電子商務學程(碩士班))
- 951-研究方法RESEARCH METHODS(財稅碩二)
- 951-碩士論文MASTER THESIS(財稅碩二)
- 951-租稅專題 ISSUES IN TAXATION(財稅碩二)

**您擔任助教的課程：**

- 商學資料庫利用學習