

內部行銷、教學信念與教學效能之研究 -教師專業發展之中介角色

黃靖文 張韶蘭* 康永昌

摘要

關於探討教師專業能力發展對於教學效能之影響，以往研究較少同時整合外在因素與內在因素；本研究採取行銷導向的觀點，將教師視為學校組織的內部顧客，整合內部行銷策略為外在因素、教學信念為內在因素，以探討內部行銷、教學信念、教師專業發展與教學效能之關係。本研究以國民中學 332 位教師為研究對象進行實證問卷調查，資料分析方法為結構方程模式。研究結論發現：內部行銷與教學信念對於教師專業發展有顯著正向的影響；教師專業發展對教學效能有顯著正向的影響；並且更進一步驗證教師專業發展的中介效果，內部行銷與教學信念能夠經由教師專業發展的中介轉化機制，進而有助於提升教學效能。最後提出供學校組織參考之實務建議及未來研究建議。

關鍵詞：內部行銷、教師專業發展、教學信念、教學效能

* 張韶蘭，高雄市興糖國民小學 輔導主任（本文通訊作者）

黃靖文，國立屏東大學 教育行政研究所 教授

康永昌，國立屏東大學 教育行政研究所 碩士

電子信箱：elizabeth690108@yahoo.com.tw

來稿日期：2023 年 1 月 31 日；修稿日期：2023 年 3 月 31 日；採用日期：2023 年 4 月 6 日

本文為碩士論文改寫，指導教授為黃靖文教授

A Study of Internal Marketing, Teaching Belief, and Teaching Effectiveness - The Mediating Role of Professional Development

Jing-Wen Huang Shao-Lan Chang* Yung-Chang Kang

Abstract

Little research explores the effects of external and internal factors on teacher professional development and teaching effectiveness. Based on the marketing-oriented perspective, this study regards teachers as internal customers in school organizations. This study integrates internal marketing strategies as external factors and teaching beliefs as internal factors to explore the relationships between internal marketing, teaching belief, teachers' professional development, and teaching effectiveness. This study employs a quantitative survey method to collect data from 332 teachers in junior high schools. The data analysis method is structural equation modelling. The results indicate that internal marketing and teaching belief have significantly positive influences on teaching effectiveness. Professional development has a significantly positive influence on teaching effectiveness. The mediating role of professional development is further demonstrated in the relationships between internal marketing, teaching belief, and teaching effectiveness. This study provides specific suggestions to educational organizations and future research.

Keywords: Internal Marketing, Teacher Professional Development, Teaching Belief, Teaching Effectiveness

* Shao-Lan Chang Counseling Director, Kaohsiung Municipal Sing-Tang Elementary School ,
(Corresponding author)

Jing-Wen Huang Professor, Graduate Institute of Educational Administration, National Pingtung University

Yung-Chang Kang Master, Graduate Institute of Educational Administration, National Pingtung University

E-mail: elizabeth690108@yahoo.com.tw

Manuscript received: January 31, 2023; Modified: March 31, 2023; Accepted: April 6, 2023

This article is a rewrite of master's dissertations, and the supervisor is Prof. Jing-Wen Huang

壹、緒論

因應時代的變遷與社會型態的改變，教師的專業發展須隨著時代發展與之精進（許籐繼，2019），尤其十二年國民基本教育課綱從規劃到正式上路，政府在教師專業發展上提出了許多政策與目標，如以教育愛、專業力與未來力作為三個向度（潘文忠，2016），再進一步提出九個核心內涵，以作為教師專業發展的指引（洪詠善，2019）。為了提升教師參加教師專業發展的意願與績效，從由上而下以客觀、標準及普遍性的教師專業發展評鑑轉變為由下而上以學校為本位的教師專業支持系統，包括專業學習社群、國教輔導團、共備議觀課與區域策略聯盟等，經由鏈結多樣化資源，提供學生品質化與多元化之教學內容。教學活動的良莠與否取決在於教師的專業能力，相關研究指出，教師專業發展的程度越高，可增進學校組織效能（張媛甯、邱美雲，2010；林湘芸、黃靖文，2019）；另外，若教師具備良好的專業能力，有助於學生展現良好的學習成就，提升教師的教學效能（葉子明、周君芳，2020；劉倚禔、吳勁甫，2017）。因此學校組織十分鼓勵教師參與教師專業發展與學習活動，具備更多的專業知識與能力以因應教育改革的挑戰，以及教育革新後帶來的全新教育環境。

要提升教師專業發展要先改變教師的動機（蔡孟耘等人，2020），而教師從事專業發展的動機，可大致分為兩大因素：其一主要受到內在因素的影響，包括個人經驗能力、內在教學信念及追求成就之高層次需求等；其二受到外在情境因素的影響，包括工作難易度與特質、組織成員凝聚力、學校組織的資源環境與管理支援、社會的聲望與期待等。個人信念是內隱的心理狀態，含有個人的思考、價值判斷、意見知覺等，引導個體之態度與行為，在教學歷程中，教師的教學信念會展現在班級經營、上課與評量方法、師生互動等教學行為上，同時影響教師的專業發展與教學實踐（朱耀明、李宜芳，2017；宋佩芬，2016）。司徒達賢（2021）亦提到個人價值觀會詮釋個人所認知的組織目標，同時影響個人的選擇。要讓教師願意且保有熱情投入教師專業發展，除了做什麼（what）跟怎麼做（how）之外，更要觸動教師心中的為什麼（why）要去做，因此本研究欲探討教師個人內在教學信念對於教師專業發展之影響。

少子化威脅已是教育現場面臨的常態，學生來源成為學校必須關注的議題，常以注重學生、家長、社區及潛在顧客之需求為主；從服務行銷的角度而言，教師為學校組織重要的人力資源，應將教師視為內部顧客，進行內部行銷（internal marketing）以提升其工作滿意度（余瑞陽，2016；張奕華、李

春芳，2010）。先前管理領域研究結果指出，內部行銷之意涵是指將員工視為內部顧客（Rafiq & Ahmed, 2000），組織進行內部行銷對於成員工作投入、組織承諾與工作滿意度之正面的影響效果（邱貝玲等人，2016；陳筱華、劉柏好，2012）。學校行銷相關研究則指出行銷執行後評估效能的重要性；Logaj 與 Trnavcevic（2006）指出，學校傳統之改革牽涉十分複雜的過程，改革重點在於教師及學生，而內部行銷能夠增進學校效能，提升顧客滿意度。

內部行銷策略能影響教師工作動機與工作投入態度，進而增進教師滿意度與促進教師組織承諾，達成外部行銷的效果，提升學校效能（陳玉娟，2014；黃義良、王怡又，2016；楊瑞霞、丁學勤，2014；Cano & Sams, 2009）。因之，學校內部行銷會正面提升教師滿意度及學校效能，然而卻缺乏探討學校內部行銷與教師專業發展兩者之關係。職是之故，本研究欲探討學校進行內部行銷對於教師專業發展之影響。

回顧相關文獻，有關教師專業發展的研究對象大多以國民中小學教師為主，主題大多探討教師專業發展之概念與現況（林弘昌、陳彥綸，2019；林思騏、陳盛賢，2018），或是單一因素對於教師專業發展與教學效能或學校效能之影響，例如：教學信念（張明文等人，2016）、教學風格（邱憲義、蕭佳純，2019）、進修動機（蔡孟耘

等人，2020）等。由於先前研究缺乏同時整合外在因素與內在因素探討對於教師專業發展與教學效能之影響，本研究於是採取行銷導向的觀點，將教師視為學校組織的內部顧客，整合內部行銷策略為外在因素、教師個人教學信念為內在因素，探討內部行銷、教學信念、教師專業發展與教學效能之間的關係。另一方面，過去曾有研究論述教師專業發展的中介效果，將教師教學風格或是團體凝聚力透過教師專業發展機制轉化為正面力量，有助於提升學校發展與學校組織效能（林湘芸、黃靖文，2019；邱憲義、蕭佳純，2019）。然而，先前研究較少關注於學校內部行銷策略與教師個人的教學信念如何透過教師專業發展來提升教學效能等面向，為填補研究缺口，本研究進一步探討教師專業發展之中介效果，界定教師專業發展為可能影響學校內部行銷、教師教學信念與教學效能關係之中介變數。

綜合上述，本研究目的為：一、檢驗內部行銷、教學信念、教師專業發展以及教學效能之關係模式；二、檢驗國民中學進行內部行銷與教師之教學信念，如何透過教師專業發展的中介機制，進而提升教師教學效能。本研究之價值與貢獻在於整合教師專業發展與行銷管理的文獻，探討內部行銷、教學信念、教師專業發展與教學效能之間的影響關係，並進一步探討學校組織的內外在因素對於教學效能之影響，是否透過教師專業

發展運作產生中介作用。希冀透過本研究拓展國民中學關於教師專業發展的實證研究資料與豐富研究視野。

貳、文獻探討

一、內部行銷之意涵

行銷意指針對顧客、夥伴和社會進行傳遞與交換產品或服務，並溝通與創造新價值的一種活動和過程。在學校組織中，希望藉由行銷策略來推動教育政策的執行和教育成效的宣傳。學校組織的顧客是多元的，包含內外部顧客，藉由服務業行銷架構，可以將學校行銷分成三部分，「外部行銷」為學校對於家長與學生的行銷，主動去發掘他們的潛在需求，塑造學校特色以符合家長及學生的想法與需求；「內部行銷」為學校將教師當成內部顧客，激勵並滿足其需求；「互動行銷」則為教師與學生、家長應對互動的過程（余瑞陽，2016；張奕華、李春芳，2010）。

內部行銷可視為一種管理哲學，大致分為四階段：一是驅使組織導入顧客及行銷導向觀點；二是將組織成員視為顧客，採用與行銷相似的做法；三是滿足成員需求及改善工作績效，進行員工關係管理；四是建立組織信任與互惠關係，為內外部顧客創造附加價值（Longbottom et al., 2006）。在教育現場，內部行銷透過具體的做法，例如：成員招募、訓練、溝通與增能等；激勵成員履行承

諾的意願與能力，讓成員自動自發努力提升服務品質與效率（Rafiq & Ahmed, 2000）。

相較於外部行銷與互動行銷，內部行銷最為重視內部成員的需求，將教師視為顧客，以行銷策略來滿足教師需求與充實教師實踐承諾的能力及意願，透過教師滿意程度的提升而達到學生和家長滿意度的提升（黃義良、王怡又，2016；Cano & Sams, 2009；Logaj & Trnavcevic, 2006）。好的學校經營者如果先將教師當成顧客，以內部行銷策略增強教師對於學校之認同感及忠誠度，讓家長因為感受到教師的教育熱忱與教學效能而滿意，形成良好口碑行銷之廣告效果，更是具有教育價值的行銷（陳玉娟，2014；楊瑞霞、丁學勤，2014）。

整合上述，本研究認為內部行銷為學校將教師視為顧客，經由溝通與關懷、分享與信任、支援與環境營造的策略，整合個人與學校的目標、知能與資源，以滿足個人的需求，提升個人創造組織所立目標之意願，進而促成外部顧客滿意，形成三贏局面。本研究參考相關文獻將內部行銷分成三大構面（陳玉娟，2014；黃義良、王怡又，2016），包括「溝通關懷」指的是學校藉由各種溝通管道，闡述其學校願景與組織目標，兼顧教師需求及給予關懷；「增能賦權」指的是學校辦理各項研習及活動，鼓勵教師進修，提升教師相關專業知能，並尊重專業開放參與決策；「資源環境」指的是學校行政能支援

教學所需的資源設備，建立舒適安全的校園環境。

二、教學信念之意涵

「信念」在社會認知理論及自我效能理論裡為相當重要的概念（Bandura, 1982），人們具有意願去從事某一項工作，積極正向的信念有助於人們發揮其工作能力達成效能。信念亦是一個人內隱的心理狀態、一種由內而外的動作系統，含有個人的思考、價值判斷、意見與知覺等，經由經驗之建構展現出態度，引導個體之行為、思想與決定。教學活動屬於帶有意向的行為，教學信念為整體教學活動的引擎，在教學過程中，教師依其教學信念、專業知識能力、經驗及喜好來進行教學活動（Kiss & Lin, 2016; Wang et al., 2013）。朱耀明、李宜芳（2017）認為教師根據自身的專業與認真，將抽象、內隱的觀念轉化為外在的具體教學行為，整個過程中必須運用本身的信念與經驗處理突發的狀況和問題。教師的教學信念反映出教師如何詮釋教學理論與經驗，不僅會影響其教學策略（梁鳳珠，2012；宋佩芬，2016；蕭佳純，2018），而且會影響師生互動、教師的教學實踐內容，包含教學規劃、教材設計、教學方法與教學成效等（Dunn & Rakes, 2011; Kiss & Lin, 2016; Northcote, 2009）。

基於上述，教學信念係指教師對本身角色扮演、師生關係、課程認知的內隱想法，

此種想法會因成長背景、專業能力、教學經驗與外在環境而不同，進而表現在班級經營、上課方式與評量方法、師生互動等方面的教學行為上。本研究參考相關文獻將教學信念分成三大構面（張明文等人，2016；梁鳳珠，2012），包括「課程教學」指的是教師進行教學前課程目標、教材內容之選擇，教學進行中所使用之教學策略，教學後之評量方式與回饋；「角色立場」指的是教師在教學各方面對於本身角色期許、專業能力、教學成效與自我認同所持之信念；「關係互動」指的是教師對班級經營、對學生管教方式與溝通討論等相處模式所持之信念。

三、教師專業發展之意涵

《教育基本法》第 8 條第 1 項規定，應尊重教師專業自主；《教師法》第 31 條第 1 項第 6 款規定：「教師之教學及對學生之輔導依法令及學校章則享有專業自主。」教育改革成功的重要關鍵之一在於提升教師專業（許籐繼，2019），教學歷程以專業發展為導向、以學生學習為中心，許多國家的教育政策主軸也都強調增進教師專業素質與教學品質之目標（Glazer & Hannafin, 2006）。

教師是身處教育第一線的角色，對於教育的體現具有關鍵影響力，「教師專業發展」更是教育改革的核心議題（Villegas-Reimers, 2003）。在台灣的教育現場，課程

改革與教師專業發展兩者之間彼此互相影響與回應（洪詠善，2019），教師已不是標準課程的忠實傳遞者，必須隨著時代腳步不斷精進，掌握教育發展的趨勢和脈動，除了在職前所受的師資培育教育訓練、更要不斷求新和精熟自我的知能，否則將陷入「用從前的知識，教導目前的學生，面對未來的情境」的危機（邱憲義、蕭佳純，2019；林弘昌、陳彥綸，2019）。教師專業發展在本研究係指教師在教學職涯中，為精進教學能力、提升教學品質或滿足個人自我實現需求，積極自主性參加各項成長學習活動，藉此持續反省思考與增進其專業知能、技能與態度。本研究參考相關文獻將教師專業發展分成三大構面（邱憲義、蕭佳純，2019；蔡孟耘等人，2020），包括「知識能力」是指教師有充分的專業知能，依課程目標規劃教學活動，掌握學生學習狀況與有效評估學生學習成效；「態度精神」是指教師能主動關注教育議題，積極參與校務發展；「研究進修」是指教師在教學過程能保有不斷的好奇心與向上心，積極參與校內外研習成長活動，精進教師專業知能。

四、教學效能之意涵

教學活動具備高度專業化，教學效能對於學生學習品質與學習成效有相當大的影響（張德銳，2004）。在師生互動過程中，學習的主體雖然是學生，但真正主宰教學活

動過程卻是教師。教師在過程中扮演角色極其重要，具有高自我效能的教師，有較強的自信心，較能盡心投入教學工作進行有效率的教學，對學生學習行為與成就表現將會產生良善積極的影響；然而，具有低自我效能的教師則無法在教學上全力以赴，易導致學生學習之不良影響（黃建翔、吳清山，2013）。

國內外研究因應不同之研究目的，對於教師教學效能的定義有各方的見解，有學者提出自我教學信念的觀點，認為教學效能是一整體性的概念，是對工作的專業程度與自我能力的知覺、信念，教師經由對自我肯定增強教學信念，進行各階段之教學活動，達成有效教學目標，幫助學生有效學習。也有學者以有效教學行為為基準，指出教師若有良好掌握自我教學能力，隨時精進及調整自身的教學、規劃有效率的教學程序、安排良好的學習環境、精熟教學內容，即為達到教學效能（陳依婷等人，2019；劉倚禔、吳勁甫，2017）。此外，有的研究從教學結果的觀點，如依據學生的學習成效來評斷衡量教學效能的高低（Money, 1992）；有的則著眼於教師信念，依據教師對於學生的影響程度來衡量教學效能的高低（Gibson & Dembo, 1984）。

教學效能在本研究的定義為：教師在實際的教學中，能夠根據對學生程度、自身能力的經驗知覺來設計教學活動，掌控班級互

動與時間，達成教學目標，並透過評量結果對個別學生補強，以提升學生學習成效。本研究參考相關文獻將教學效能分成三大構面（陳依婷等人，2019；劉倚禎、吳勁甫，2017），包括「自覺反思」是指教師自身之後設認知，並在教學過程中依學生程度與反應持續調整以增進教學成效；「經營管理」是指教師能營造良好的班級氣氛、重視與學生的互動、並掌控教學活動狀況，使其順利進行；「策略評量」是指教師能依學生程度、教學目標來設計課程活動，運用多元的評量方式。

五、變數間之關係

（一）內部行銷與教師專業發展

本研究探討內部行銷對於教師專業發展之影響，此觀點在過去的研究尚缺乏相關的討論。雖沒有研究直接探討內部行銷與教師專業發展兩者之關係，但一些管理領域的研究結果可以發現內部行銷對於工作動機、工作投入、組織承諾呈現正向且顯著之影響，組織能夠藉由內部行銷的概念，對待員工如內部顧客般，滿足內部員工需求，可預期達成組織目標（邱貝玲等人，2016；陳筱華、劉柏好，2012）。

本研究以服務業行銷觀點來看待學校經營，將教師視為內部顧客，學校對教師進行內部行銷，提升工作動機與工作投入，增加其滿意度。在學校行銷的文獻中亦指出學

校領導者重視內部行銷策略的推動，對內凝聚教職員共識，能使教職員具備服務意識及熱忱，展現出優質的教學活動和專業服務，增進教職員工作投入與組織承諾，有助於提升學校組織績效（余瑞陽，2016；張奕華、李春芳，2010）。

楊瑞霞、丁學勤（2014）的實證研究指出，內部行銷的構面中，激勵獎酬與內部溝通兩者有益於增進教師組織承諾。黃義良、王怡又（2016）針對 2006 至 2013 年的相關文章進行後設分析，研究結論指出學校內部行銷會影響教師滿意度及學校效能。陳玉娟（2014）從教育角度切入，建構內部行銷指標，認為內部行銷應包括管理支援、組織氣氛、工作環境、激勵誘因、教育訓練及授權賦能等層面，因此可看出學校的內部行銷策略能夠提供教師適宜的管理支援與工作環境和氣氛，透過激勵誘因鼓勵教師參與教育訓練的學習活動，有助於教師彼此互動與協調合作，促進教師專業發展。基於上述，學校進行內部行銷有益於教師工作滿意度與組織承諾，使教師更有意願投入教學活動與專業發展。由此本研究推論內部行銷對於教師專業發展應該存在著關聯性，並提出以下假設：

H1：內部行銷對教師專業發展有正向且顯著的影響。

（二）教學信念與教師專業發展

信念對於個體的工作行為是非常重要的因素，好的信念可以帶領個體有正向行為的發展，因此提升信念確實有其必要性。有關信念的討論可大略分為兩個方向，其一是個體相信自己能夠完成某項任務的程度，另一是個體對於某項事物所抱持觀點的信念。在教學現場中，教師會依據個人所認為學生需求以及對自己本身角色之信念，進行班級經營、採取適當的教材教法、進行評量輔導與親師溝通等行為（朱耀明、李宜芳，2017；宋佩芬，2016；蕭佳純，2018）。

張明文等人（2016）以高職電機電子群教師為對象，探討教學信念、教師專業發展與教學效能關係，結果發現教師具有良好的教學信念與專業發展認同度，教學信念與教師專業發展間存在正向的關聯性，教師教學效能情況良好。Wang et al.（2013）曾提出教師投入對於工作意願與行動信念影響程度之討論；Kiss 與 Lin（2016）以及 Northcote（2009）的研究則指出：較強的教學信念有益於良好的教學行為。事實上，教師本身的教學信念對於自我教學行為與教學效能會產生正面影響效果（Dunn & Rakes, 2011）。本研究發展下列假設：

H2：教學信念對教師專業發展有正向且顯著的影響。

（三）教師專業發展與教學效能

在台灣，因應《十二年國教課綱》推動，教師專業發展有其必要性，學校必須培養教師素養導向專業能力，提供彈性多元與激勵創新的環境空間（洪詠善，2019）。課程改革與教師專業發展政策彼此息息相關，教師若能具備專業發展的觀念，為精進教學能力、提升教學品質或滿足個人自我實現需求，積極自主性參加各項成長學習活動，藉此持續思考精進其專業知識、技能與態度，將會對學生的學習表現帶來正面的助益（林思騏、陳盛賢，2018）。

教師專業發展的發展面向十分多元，面對各種多樣的專業成長活動，教師能夠積極主動參與，增進自我專業知能，在人際溝通、態度與技能之進步，促進教學品質與教學效能之提升（Glazer & Hannafin, 2006）。而一些研究亦指出教師專業發展與教學效能之關係，例如：黃建翔、吳清山（2013）以 TEPS 資料庫為例，指出臺灣地區教師對教師專業發展與教學效能的覺知屬於中上程度，教師專業發展顯著且正向的影響教學效能；陳依婷等人（2019）指出師資多元化後國民小學教師專業發展與教師效能兩者具有高度關聯性；蔡孟耘等人（2020）的研究發現教師專業成長與教學效能有高度正相關，教師具有良好的教師專業成長表現，則教學效能越佳；葉子明、周君芳（2020）探討資訊科技融入國小教師教學，結果指出

教師專業成長對於教學效能有正面的影響效果，且達顯著水準。

由上述可知，教師參與不同類型的研習和成長活動，透過與其他教師互動交流或不同領域刺激教師創意思考，進而增進教師知能及專業素養，有助於提升教學效能。本研究發展下列假設：

H3：教師專業發展對教學效能有正向且顯著的影響。

(四) 教師專業發展之中介角色

教師專業發展的層面包含：專業知識能力、專業態度精神、專業研究進修（張明文等人，2016；黃建翔、吳清山，2013）。因應新的教育趨勢與十二年國教課綱的提出，教師專業發展必須因應時代變遷不斷精進，運用多元的資源鏈結，使學生獲得更多元與高品質的教學內容（洪詠善，2019）。對於學校教育組織而言，營造出教師專業成長的學習環境，提供開放與創新學習管道與機制，教師專業發展激發教師進行知識分享，帶動持續精進學習的風氣，鼓舞教師將所學分享予其他教師，更能凝聚學校向心力與提升教師之間信任感，進而促進組織效能（林湘芸、黃靖文，2019；蔡孟耘等人，2020）。

一些研究曾討論教師專業發展的中介角色，例如邱憲義、蕭佳純（2019）針對高中教師的研究結果發現，教師專業發展在教學風格與教學效能之間的關係產生重要的

中介效果；林湘芸、黃靖文（2019）探討國小教師團體凝聚力，研究發現教師專業發展的中介效果，團體凝聚力會透過教師專業發展間接影響學校組織效能。由上述可知，雖然相關研究指出教師專業發展的重要性，然而過去較少研究關注學校行銷策略與教師個人的教學信念如何透過教師專業發展來提升教學效能。

由上述變項間關係討論之文獻可看出，假設 H1 連結內部行銷與教師專業發展，H2 連結教學信念與教師專業發展，而 H3 連結教師專業發展與教學效能，本研究依據程序取向的觀點認為教師透過內部行銷策略的影響以及自我本身的教學信念，提高教師專業發展的認知與意願，進而將個人專業知能轉化為教學表現，提高教學效能。教師專業發展對於內部行銷、教學信念與教學效能之間的關係應扮演中介角色。

內部行銷必須與內部顧客密切合作，才能對外部顧客提供更有品質、有效能的服務（Cano & Sams, 2009; Logaj & Trnavcevic, 2006），即當學校進行內部行銷策略，整合校內知識資源以提升效能時，應該將教師當作內部顧客看待，給予教師多元的專業成長空間，給予教師決定教學或學生相關事務的自主權，鼓勵教師進修，積極參與各項研習成長活動，展現專業態度，精進教學能力。透過教師專業發展的轉化機制，有助於將內部行銷策略所產生的力量以及教師個人正

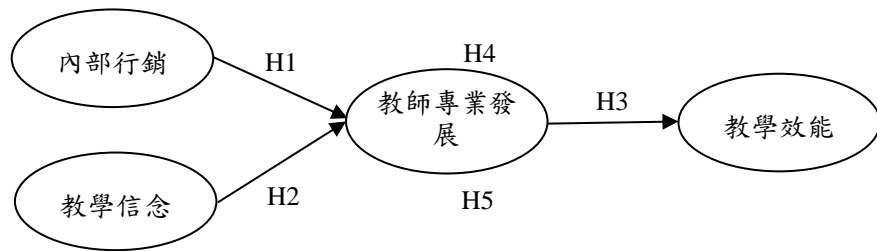
向的教學信念加以進一步提昇為教學效能。

本研究發展下列假設：

- H4：內部行銷會透過教師專業發展之中介作用而正向影響教學效能
- H5：教學信念會透過教師專業發展之中介作用而正向影響教學效能

參、研究方法

圖 1
本研究架構



二、研究對象

本研究以屏東縣國民中學的教師為主要研究對象，依據屏東縣教育產業工會統計 109 學年度屏東縣立國民中學共 38 所，教師人數為 1,498 人，本研究發放預試問卷 60 份，回收後之問卷進行項目分析與信度分析，對於沒有達到顯著水準之題項調整敘述以形成正式問卷。正式問卷施測之樣本規模參酌 Dillman 與 Smyth (2007) 公式，在 95% 的信心水準與 ± 5% 的抽樣誤差下，計算出樣本數需求為 303 人，為了避免問卷回收份

一、研究架構

本研究主要探討屏東縣國民中學教師在學校進行的內部行銷、教師本身的教學信念對於教師專業發展與教學效能之影響，根據文獻探討提出研究架構和假設，進一步探討教師專業發展在內部行銷、教學信念與教學效能之間關係所扮演之中介變項效果，本研究之觀念性模型如圖 1 所示。

數偏低，本研究共計發出 400 份問卷，回收 338 份，有效問卷 332 份，有效問卷回收率 83.0%。

表 1 呈現本研究之基本資料分析。在有效樣本中，女性教師多於男性教師，佔 61.4%；在年齡方面，以 41 - 50 歲為最多，佔 49.1%，其次為 31 - 40 歲佔 26.5%，51 (含) 歲以上佔 20.5%，30 (含) 歲以下佔 3.9%；在學歷方面，超過半數集中在研究所學歷，共佔 65.7%；在服務年資方面，多集中在 11 - 20 年，比例佔 50.3%，其次為 21 (含) 年以上佔 34.6%，10 (含) 年以下佔

15.1%；在職務方面，多集中在擔任導師佔 46.7%，其次為專任教師佔 29.5%。基本資

料分析結果顯示，本研究抽樣樣本結構大致符合母群體現況。

表 1
樣本基本資料次數分配表 (n = 332)

問項	類別	樣本數	百分比 (%)	累積百分比 (%)
性別	男生	128	38.6	38.6
	女生	204	61.4	100.0
年齡	30 (含) 歲以下	13	3.9	3.9
	31-40 歲	88	26.5	30.4
	41-50 歲	163	49.1	79.5
	51 (含) 歲以上	68	20.5	100.0
學歷	大學 (專科) 以下	86	25.9	25.9
	四十學分班	28	8.4	34.3
	研究所 (任教後)	80	24.1	58.4
	研究所 (任教後)	138	41.6	100.0
服務年資	10 (含) 年以下	50	15.1	15.1
	11-20 年	167	50.3	65.4
	21 (含) 年以上	115	34.6	100.0
職務	教師兼主任	24	7.2	7.2
	教師兼組長	55	16.6	23.8
	導師	155	46.7	70.5
	專任教師	98	29.5	100.0

三、研究工具

本研究工具為量化之問卷，包括內部行銷、教學信念、教師專業發展與教學效能四個變數。填答者針對每個題項所認知的同意程度加以回答。基本資料為類別選項，另外各個變數題項之衡量採用李克特五點量表，數字從 1 表示「非常不同意」到 5 表示「非常同意」。依據文獻探討與參考相關研究，本研究編擬出問卷初稿，函請相關領域學者及專家共五位提供意見，依據專家意見針對

問卷題項進行修改與語句調整，以符合研究情境，因此本研究工具具備相當程度之內容效度。

表 2 列出各變數之衡量構面與題項，驗證性因素分析的結果顯示，內部行銷之因素負荷量介於 0.77 到 0.88 之間，教學信念之因素負荷量介於 0.85 到 0.91 之間，教師專業發展之因素負荷量介於 0.81 到 0.89 之間，教學效能之因素負荷量介於 0.80 到 0.91 之間，皆大於 0.70 以上的水準 (Hair et al., 2020)。

表 2
各變數衡量題項與因素負荷量

變數	構面與題項	負荷量
內部行銷	【溝通關懷】	
	學校有暢通的溝通管道讓我能各單位之間交換意見。	0.88
	學校要實施新措施時，會事先與教職員工充分溝通，藉以獲得支持。	0.86
	學校會關心我的生活狀況，並提供必須之協助。	0.81
	【增能賦權】	
	學校會支持並鼓勵我參加各項研習或進修活動，以提升我的專業知能。	0.88
	學校會尊重我的專業能力，賦予我在職權範圍內的決策空間	0.77
	學校讓我能夠參與校內各項會議，以發表對學校政策的建議。	0.84
	【資源環境】	
	在經費許可範圍內，學校能改善各項軟硬體設備，以符合師生需求。	0.79
學校行政能為教職員工提供工作上必要的各項支援。	0.85	
我覺得學校的環境安全、便利，對於教學成效上有提升。	0.81	
教學信念	【課程教學】	
	我認為教師應對課程目標和教材內容充分的瞭解且精熟。	0.90
	我認為教師應有選擇教學教材、教學方式與評量方式的自主權。	0.90
	我認為教師應有系統、有組織並以多元方式呈現教學內容。	0.91
	【角色立場】	
	我認為教師不僅是教學者，也是輔導者。	0.88
	我認為教師應具有愛心與幽默感等特質，以縮短師生之間的距離。	0.87
	我認為教師應隨時反省自己的教學歷程與實施情況。	0.85
	【關係互動】	
	我認為在課堂上，師生間應建立互相討論的溝通模式，以營造良好的學習氣氛。	0.90
我認為教師應和學生建立真誠、信賴的師生關係。	0.90	
我認為教師應隨時關注學生的學習歷程與態度，並適時引導。	0.90	
教師專業發展	【知識能力】	
	我具備任教領域學科的專門知識與教學知能。	0.83
	我能根據課程需求與學生程度運用各種不同的教學方法。	0.88
	我會隨時檢視學生學習目標的達成情況，並適當調整教學內容與方法。	0.81
	【態度精神】	
	我對於教學工作保持正向積極的態度，關心各種教育問題。	0.87
	我能認同教育工作，願意在個人精力許可情況下投入更多心力與時間。	0.87
	我時常關心學生的日常生活與學習狀況。	0.83
	【研究進修】	

變數	構面與題項	負荷量
	我會時時反思自身的教學方法與教學策略。	0.88
	我會尋求並嘗試各種新的教學方法，並分辨其優劣。	0.89
	我能虛心接納他人的各項建議與做法來修正自己的教學方式。	0.88
教學效能	【自覺反思】	
	即使學生的學習動機不強，我也能讓他們達到合理目標與水準。	0.80
	我認為經由適當的輔導，可以改變學生的偏差行為。	0.83
	我覺得自己能對學生的學習成就有產生正面的影響力。	0.84
	【經營管理】	
	我會營造教室裡和諧愉快的學習氣氛。	0.91
	我會與學生保持良好互動的師生關係。	0.91
	我會以簡短而有效的方式處理課堂上的突發狀況。	0.84
	【策略評量】	
	我會依據班級學生程度的差異，設計不同的教學方案。	0.81
我能依教學科目與目標選用適當的教學媒材或輔具。	0.86	
我能利用多元評量的結果，調整教學的進度、難度與方法。	0.89	

內部行銷指的是學校將教師視為顧客，整合個人與學校的目標、知能與資源，以滿足個人的需求，提升個人達成組織目標之意願，轉而促成外部顧客滿意度，形成三贏局面（陳玉娟，2014；黃義良、王怡又，2016）。本研究內部行銷之衡量包括「溝通關懷」3題，「增能賦權」3題，「資源環境」3題。

教學信念係指教師對本身角色扮演、師生關係、課程認知的內隱想法，此種想法會因背景經驗、專業能力、與外在環境而不同，進而表現在班級經營、師生互動與評量方式等教學行為上（張明文等人，2016；梁鳳珠，2012）。本研究教學信念之衡量包括「

課程教學」3題，「角色立場」3題，「關係互動」3題。

教師專業發展意義是指教師在教學職涯中，自主積極的參加各項成長學習活動，藉此持續反省思考與增進其專業知能、技能與態度（邱憲義、蕭佳純，2019；蔡孟耘等人，2020）。本研究教師專業發展之衡量包括「知識能力」3題，「態度精神」3題，「研究進修」3題。

教學效能係指教師能夠達成教學目標，並透過評量結果提升學生學習成效（陳依婷等人，2019；劉倚禔、吳勁甫，2017）。本研究教學效能之衡量包括「自覺反思」3題，「經營管理」3題，「策略評量」3題。

參、研究結果分析

本研究以描述性統計分析針對基本資料進行次數分配，採偏最小平方法（partial least squares, PLS）以結構方程模式進行資料分析，以下說明分為測量模型信效度檢定與結構模型檢定兩個部分。

一、測量模型信效度檢定

本研究變數的相關係數表與信效度分析如表 3 所示，顯著的相關係數顯示研究架構中各變數間存在關聯性。以 Cronbach's α 值與組合信度（composite reliability, CR）檢驗問卷信度，各量表之 α 值介於 0.78 ~ 0.92，CR 值介於 0.84 ~ 0.93，均高於 0.70 以上的標準，因此變數之衡量具有可靠性及一致性（Hair et al., 2020）。在收斂效度方面，內部行銷、教學信念、教師專業發展、及教學效能之所有參數估計呈現顯著水準（ $p < 0.05$ ），而且各變數題項之因素負荷量介

於 0.77 到 0.91 之間，皆大於 0.70 以上的水準，各變數平均萃取變異量（average variance extracted, AVE）介於 0.50 ~ 0.61，符合大於 0.50 的標準，測量指標能充分反映出共同因素構念的潛在特質，這些結果顯示本研究符合收斂效度的條件（陳寬裕，2018；Hair et al., 2020）。

依據相關文獻之判斷準則，區別效度檢驗方式為每個構念的平均萃取變異量平方根大於各構念與模型中其他構念間的相關係數（陳寬裕，2018；Fornell & Larcker, 1981），各變數之平均萃取變異量平方根計算出之數值介於 0.61 至 0.78 之間，大於各變數間的相關係數，此外各變數的交叉負荷量均小於其構面的因素負荷量，因此本研究問卷具有區別效度。

二、結構模型檢定

（一）直接效果檢定

表 3
相關係數與信效度分析

構面	1	2	3	4	Alpha	CR	AVE
1. 內部行銷	0.61				0.78	0.84	0.50
2. 教學信念	0.42	0.78			0.92	0.93	0.61
3. 教師專業發展	0.38	0.52	0.76		0.91	0.92	0.58
4. 教學效能	0.56	0.45	0.69	0.75	0.90	0.92	0.56

註：CR 為組合信度；AVE 為平均變異萃取量；對角線數值為平均變異萃取量之平方根；下三角數值為 Pearson 相關係數

本研究以線性結構模式進行 bootstrapping 分析，來檢驗假設之各變項間的影響關係。圖 2 為模式路徑係數圖，標準化路徑係數代表因果關係強弱，決定係數 R^2 值代表內因構面的變異解釋量， R^2 值越大表

示模型的解釋能力越佳 (Cohen, 1988)。由圖 2 可得知，教學效能的 R^2 值為 0.58，教師專業發展的 R^2 值為 0.3，依據學者的建議，各構面之間具有良好的解釋變異量，顯示本研究模型解釋能力良好 (Cohen, 1988)。

圖 2
模式路徑係數圖

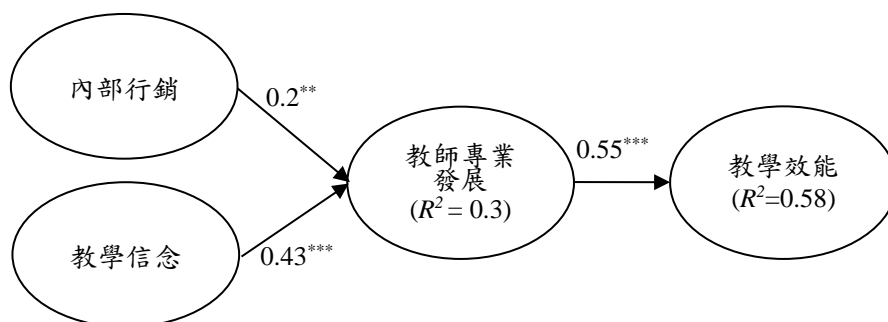


表 4 為路徑係數之結果彙整表，除了呈現顯著性檢定，亦呈現信賴區間估計數據。圖 2 與表 4 顯示，內部行銷對教師專業發展的直接效果值為 0.2，且達顯著水準 ($p < 0.01$)，假設 H1 驗證成立；教學信念對教師專業發展的直接效果為 0.43，且達顯著水準 ($p < 0.001$)，假設 H2 驗證成立；教師專業發展對教學效能的直接效果為 0.55，且達顯著水準 ($p < 0.001$)，假設 H3 驗證成立。這些結果指出學校進行內部行銷策略以及教師本身具備的教學信念，有助於增進教師學習成長、專業知能提升之教師專業發展。此外，教師專業發展對於教學效能亦有顯著正向的影響。

(二) 中介效果檢定

由於內部行銷、教學信念對於教師專業發展之關係以及教師專業發展對於教學效能之關係，經模式驗證後均有正向顯著關係，且由表 4 路徑係數之結果彙整表可看出，內部行銷經由教師專業發展而影響教學效能之間接路徑具有顯著性 ($\beta = 0.11, t$ 值 = 2.91, $p < 0.01$)，教學信念經由教師專業發展而影響教學效能之間接路徑具有顯著性 ($\beta = 0.24, t$ 值 = 5.96, $p < 0.001$)，因而符合進一步驗證中介效果的先決條件。

本研究採用解釋變異量比例 (variance accounted for, VAF) 公式來檢驗間接效果 (

Nitzl et al., 2016)，當 VAF > 80 % 屬於完全中介，VAF 介於 20 - 80 % 屬於部分中介，而 VAF < 20 % 無中介效果。由表 4 可知，內部行銷對教學效能之直接效果值為 0.34，間接效果值為 0.11，依據此公式計算，得出內部行銷經由教師專業發展而影響教學效能之 VAF 為 24.44% 「 $0.11 / (0.11 + 0.34)$ 」，表示教師專業發展具有部分中介效果

(Nitz et al., 2016)，因而假設 H4 成立。由表 4 可知，教學信念對教學效能之直接效果值為 0.02，間接效果值為 0.24，教學信念經由教師專業發展而影響教學效能之 VAF 為 92.31 % 「 $0.24 / (0.24 + 0.02)$ 」，表示教師專業發展具有完全中介效果 (Hair et al., 2020)，因而假設 H5 成立。

表 4
路徑係數之結果彙整表

路徑 指標	影響效果			信賴區間	
	路徑係數	誤差	顯著 <i>t</i> 值	顯著 <i>p</i> 值	[2.5%, 97.5%]
內部行銷 → 教師專業發展	0.20	0.07	2.92	0.004	[0.02, 0.30]
教學信念 → 教師專業發展	0.43	0.06	7.90	0.000	[0.33, 0.55]
教師專業發展 → 教學效能	0.55	0.06	9.27	0.000	[0.42, 0.67]
內部行銷 → 教學效能	0.34	0.06	5.26	0.000	[0.23, 0.48]
教學信念 → 教學效能	0.02	0.05	0.37	0.710	[-0.09, 0.11]
內部行銷 → 教師專業發展 → 教學效能	0.11	0.04	2.91	0.004	[0.01, 0.17]
教學信念 → 教師專業發展 → 教學效能	0.24	0.040	5.96	0.000	[0.17, 0.34]

肆、結論與建議

一、結論與理論意涵

(一) 內部行銷之正向效果

過去雖然缺乏內部行銷與教師專業發展兩者之直接關聯性研究，但一些文獻指出內部行銷有助於提升教師組織承諾與滿意度 (黃義良、王怡又, 2016; 楊瑞霞、丁學

勤, 2014)。本研究發現內部行銷對教師專業發展存有正向顯著的影響，學校應該將教師視為學校內具有價值的人力資源以及有價值的內部顧客，能夠影響學習品質良窳。透過辦理各種研習及增能活動，鼓勵教師進修以提升教師相關知能，尊重其教學自主權及賦予參與各項學校政策討論的機會，促使

內部行銷確實有助於提高教師願意追求其專業發展。

(二) 教學信念之正向效果

本研究發現教學信念對教師專業發展存有正向顯著的影響；研究結果顯示，教師對在課程教學、自我角色立場或與學生互動的方式所抱持的信念愈高時，愈能影響教師持續參與學習與成長的專業發展活動之意願。此研究結果與相關實證研究的結論相符合，教師正面積極的教學信念，有助於達到有意義的學習成果以及教學成效（宋佩芬，2016；張明文等人，2016）。

(三) 教師專業發展之正向效果與中介效果

本研究發現教師專業發展對教學效能存有正向顯著的影響。研究結果顯示，教師若能積極主動參加各項成長學習活動，精進個人教育專業能力，提升教學品質，也對各種教育政策、學校發展、學生需求會有興趣，並能主動關心，如此將有助於教師的教學效能。此外，本研究驗證教師專業發展對於內部行銷、教學信念與學習效能之間的關係具有部分中介效果。教師對於自己的角色立場、管教輔導方法或教學實施策略所秉持之教學信念，若透過更進一步的專業發展學習後，能夠增進其教學效能。

(四) 理論意涵

回顧教學效能之相關研究大多將教師當成員工看待，並沒有將教師視為顧客。本研究貢獻在於採取行銷導向的觀點，將教師視為內部顧客，以多元角度及服務的觀點來看待教師角色，可使教育領域的研究理論更加周延完備。尤其目前實施之十二年國教課綱，因課綱內容大幅劇變，與以往教師所受專業訓練有所差距，是以教育主管機關非常重視教師專業能力與素養之提升，以因應培養未來需要之人才。本研究發現學校內部行銷策略與教師個人教學信念，對於教師專業發展具有相當重要的影響力。學校若能夠透過宣導、正式會議與非正式會議，暢通溝通管道，促使教師了解學校目標並兼顧教師的需求，同理教師實際教學情境，鼓勵教師進修並尊重其專業，提供充分教學資源並建立舒適、安全教學環境，教師則更願意參與各種專業發展活動，增進本身教育專業能力，進而提升教學效能，故本研究的結果可作為如何提升教師參與專業發展動機之參考方向。

先前關於教師專業發展之相關文獻，雖有研究探討教師專業發展之中介角色（林湘芸、黃靖文，2019；邱憲義、蕭佳純，2019），但是鮮少有同時整合外在因素與內在因素對於教師專業發展之影響進行探討。本研究貢獻在於結合外在因素的內部行銷、內在因素的教學信念對於教師專業發展與教學效能進行整合性研究，並且進一步檢視教師專

業發展之中介效果。本研究結論能提供不同於以往的研究視野，以及另一個向度的思考，豐富教師專業發展領域的研究文獻。

二、實務建議

(一) 考量教師需求，進行內部行銷

本研究建議學校應將教師視為顧客並提供所需之服務，除了能讓教師充分了解學校的願景，建立通暢的溝通管道外，更要適時關懷教師個人生活狀況、工作情境，在合理範圍內滿足其個人需求，讓教師在組織與個人的目標之間取得最大公約數；擴大教師參與校內決策的機會，接收教師的意見，使溝通暢行無阻。相信教師的能力，給教師有充分教學自主空間，提升教師與學校為共同體的信念；提供充足設備與資源，建立舒適安全校園環境，以此來增加教師身為內部顧客的滿意度，轉而滿足外部顧客的需求。

(二) 增進正式與非正式交流，強化教學信念

本研究建議學校應建立教師與教師間的交流管道，以聯誼或聚餐的方式讓教師間能夠在參與活動過程中交流彼此間的教學信念，藉由其他教師的觀點來反思、補強本身之信念，強化正式與非正式交流管道。教師也應與學生建立互相討論、良性的溝通方式，以及建立互信的師生關係，將學生視為學習主體，從旁引導與協助，引導學生開展

自我潛能，因材施教，採用多元的評量方式，而教師積極正向的教學信念更有助於教師專業發展。

(三) 規劃多元活動，增進教師專業發展

本研究結果顯示，教師專業發展對於教學效能有正向影響，以及教師專業發展在內部行銷、教學信念與教學效能之間具有中介效果。因此，建議學校應妥善規劃教師的課務與排課之適宜性，將參與進修與專業成長活動的時間，納入排課的考量，減輕教師的壓力與負擔，提高教師參加教師專業發展相關活動的意願及時間，熱情投入教學與學習成長。並且建議學校規劃教師之間共同的交流活動時段，透過多元活動以增加教師彼此互動與教學實務經驗的分享，刺激教師之間創意展現，增進良性的教師專業共同發展。

(四) 充實專業能力，提升教學效能

本研究建議教師在教學上要保持好奇心，時常關心學生的學習狀況，反思本身教學方法是否仍有改善之處；保持積極態度，關心教育問題，主動積極協助校務；保持一顆向上的心，參加進修與研究，學習教學新知，以增進本身專業能力及專業素養，進而改善並提升教學效能。

三、未來研究建議

本研究採用量化調查法，所使用的問卷量表是參考其他相關研究所使用過之量表

修改而成，雖然經過專家效度考驗、項目分析、信效度分析，尚有未臻完備之處，建議未來從事相關研究者，能夠參考國內外相關文獻資料，視研究目的、研究情境及實際需求、發展方向，來調整問卷量表評量向度。此外，問卷填答者時可能受到其閱讀認知、個人情緒、學校氛圍的影響，出現不合實際之填答，造成內容或結果的推論會產生些許的誤差，建議後續研究者可採質性訪談方式來進行相關研究。

本研究之對象為屏東縣立國民中學教師，故無法推論到私立國中或其他縣市的情境，因此建議未來從事相關研究者，倘若時間、經費、環境與能力等各項條件許可，可以考慮擴展研究對象與範圍，將之擴展至全國與跨越其他縣市，建立更為完整的實證資料，以增加其解釋力與推論性。

參考文獻

- 司徒達賢 (2021)。管理學的新世界 (最新修訂版)。天下文化。
- [Seetoo, D. H. (2021). *A new world of management* (Latest revision). Commonwealth Publishing.]
- 朱耀明、李宜芳 (2017)。自造者教師的教學信念研究。工業科技教育學刊，10，1-11。https://doi.org/10.6306/JITE.201711_(10).0001
- [Chu, Y. M., & Lee, I. F. (2017). A study of teachers' beliefs, formation and transformation of maker educators. *Journal of Industrial Technology Education, 10*, 1-11. https://doi.org/10.6306/JITE.201711_(10).0001]
- 余瑞陽 (2016)。學校教育行銷之策略與建議。臺灣教育評論月刊，5 (5)，32-37。
- [Yu, J. Y. (2016). Strategies and suggestions for school educational marketing. *Taiwan Educational Review Monthly, 5*(5), 32-37.]
- 宋佩芬 (2016)。扶助弱勢學生學習：教師教學信念與教學取向之探究。嘉大教育研究學刊，37，149-180。
- [Sung, P. F. (2016). Helping disadvantaged students learn: An exploration of teacher beliefs and teaching approaches. *National Chiayi University Journal of the Educational Research, 37*, 149-180.]
- 林弘昌、陳彥綸 (2019)。十二年國教生活科技教師專業發展途徑與現況之探討—以桃園市生活科技教師為例。科技與人力教育季刊，6 (2)，60-80。https://doi.org/10.6587/JTHRE.201912_6(2).0004
- [Lin, H. C., & Chen, Y. L. (2019). Discussion on the professional development

- approaches and current status of living technology teachers in the 12-year basic education: A case study of living technology teachers in Taoyuan City. *Technology and Manpower Education Quarterly*, 6(2), 60-80. [https://doi.org/10.6587/JTHRE.201912_6\(2\).0004](https://doi.org/10.6587/JTHRE.201912_6(2).0004)
- 林思騏、陳盛賢 (2018)。自主學習－教師專業發展的現實之需及其概念探析。《教育脈動》，15，1-7。
- [Lin, S. C., & Chen, S. H. (2018). Self-directed learning- The practical needs and conceptual analysis of teachers' professional development. *Pulse of Education*, 15, 1-7.]
- 林湘芸、黃靖文 (2019)。國小教師團體凝聚力與組織效能關係之研究－教師專業發展之中介效果。《師資培育與教師專業發展期刊》，12 (1)，83-102。 <https://doi.org/10.3966/20713649201904120104>
- [Lin, H. Y., & Huang, J. W. (2019). A study of the relationship between group cohesiveness and organization effectiveness in elementary schools- The mediating effect of teachers' professional development. *Journal of Teacher Education and Professional Development*, 12(1), 83-102. <https://doi.org/10.3966/207136492019041201004>]
- 邱貝玲、陳星助、朱正一 (2016)。醫院內部行銷對員工工作滿意度與組織承諾之影響。《醫務管理期刊》，17 (1)，12-30。 [https://doi.org/10.6174/JHM2016.17\(1\).12](https://doi.org/10.6174/JHM2016.17(1).12)
- [Chiu, P. L., Chen, H. C., & Chu, C. I. (2016). The effects of internal marketing on job satisfaction and organizational commitment of hospital staffs. *Journal of Healthcare Management*, 17(1), 12-30. [https://doi.org/10.6174/JHM2016.17\(1\).12](https://doi.org/10.6174/JHM2016.17(1).12)]
- 邱憲義、蕭佳純 (2019)。高中教師教學風格與教學效能之相關研究－以教師專業發展為中介變項、學校組織文化為調節變項。《當代教育研究季刊》，27 (1)，39-78。 [https://doi.org/10.6151/CERQ.201903_27\(1\).0002](https://doi.org/10.6151/CERQ.201903_27(1).0002)
- [Chiu, H. Y., & Hsiao, C. C. (2019). The study of the relationship between teachers' teaching styles and teaching effectiveness in high schools- The mediating effects of teachers' professional developments and the moderating effects of organizational cultures of schools. *Contemporary Educational Research Quarterly*, 27(1), 39-78. [https://doi.org/10.6151/CERQ.201903_27\(1\).0002](https://doi.org/10.6151/CERQ.201903_27(1).0002)]
- 洪詠善 (2019)。台灣課程改革脈絡中教師專業發展的回顧與展望。《教育學報》，47 (1)，49-69。
- [Hung, Y. S. (2019). Teachers' professional

development in the context of curriculum reforms in Taiwan: Retrospect and prospect. *Education Journal*, 47(1), 49-69.]

蔡孟耘、陳棟樑、陳俐文（2020）。教師進修動機、教師專業成長與教學效能關係之研究—以「夢的 N 次方」為例。**兩岸教育職業論壇**，4（1），45-57。https://doi.org/10.6685/ASVEJ.202010_4(1).0005

[Tsai, M. Y., Chen, T. L., & Chen, L. W. (2020). A study of the relationship between teachers' motivation to participate in teacher training, professional growth and teaching effectiveness: Taking the “Dream to the Nth” as an example. *Across-Strait Vocational Education Journal*, 4(1), 45-57. https://doi.org/10.6685/ASVEJ.202010_4(1).0005]

張明文、張忠興、游玉英、高曼婷、戴建耘（2016）。高職電機電子群教師教學信念、教師專業發展與教學效能關係之研究。**技術及職業教育學報**，6（3），45-65。https://doi.org/10.6235/TVE.2510

[Chang, M. W., Chang, C. H., Yu, Y. Y., Kao, M. T., & Dai, C. Y. (2016). A study on the relationships among teaching belief, teacher professional development, and teaching efficiency for the teachers of the electrical and electronic cluster in vocational high schools. *Journal of*

Technological and Vocational Education, 6(3), 45-65. https://doi.org/10.6235/TVE.2510]

張奕華、李春芳（2010）。國民中學學校內部行銷認知、運作與執行困境之研究。**學校行政**，68，1-26。https://doi.org/10.6423/HHHC.201007.0001

[Chang, I. H., & Lee, C. F. (2010). Research on the perception, operation and difficulties of school internal marketing in junior high schools. *School Administrators*, 68, 1-26. https://doi.org/10.6423/HHHC.201007.0001]

張媛甯、邱美雲（2010）。台南市國民小學教師專業成長與學校效能關係之研究。**學校行政**，69，63-82。https://doi.org/10.6423/HHHC.201009.0063

[Chang, Y. N., & Chiou, M. Y. (2010). A study of the relationship between teachers' professional growth and school effectiveness in Tainan elementary schools. *School Administrators*, 69, 63-82. https://doi.org/10.6423/HHHC.201009.0063]

張德銳（2004）。專業發展導向教師評鑑的規劃與推動策略。**教育資料集刊**，29，169-193。

[Chang, D. R. (2004). Planning and promoting strategies of professional development-oriented teacher evaluation. *Bulletin of*

- National Institute of Educational Resources and Research*, 29, 169-193.]
- 梁鳳珠 (2012)。教師教學信念之影響因素分析。 *教育研究論壇*, 3 (2), 157-172。 <https://doi.org/10.6480/FER.201206.0157>
- [Liang, F. C. (2012). A study of teacher's teaching belief. *Forum Education Research*, 3(2), 157-172. <https://doi.org/10.6480/FER.201206.0157>]
- 許籐繼 (2019)。中小學教師專業發展支持系統架構的探究：規範與自主交織的觀點。 *臺灣教育評論月刊*, 8 (2), 1-6。
- [Sheu, T. J. (2019). Exploration on the framework of support system for professional development of primary and secondary school teachers: A perspective of interweaving norms and autonomy. *Taiwan Educational Review Monthly*, 8(2), 1-6.]
- 陳玉娟 (2014)。幼兒園內部行銷評估指標建構之研究。 *臺中教育大學學報：教育類*, 28 (2), 49-68。
- [Chen, Y. C. (2014). A study on the construction of preschool internal marketing indicators. *Journal of National Taichung University: Education*, 28(2), 49-68.]
- 陳依婷、胡惟喻、劉欣怡 (2019)。師資多元化後國民小學教師對工作承諾、教師效能與專業發展之研究。 *中華科技大學學報*, 77, 57-78。
- [Chen, I. T., Hu, W. Y., & Liu, H. Y. (2019). The study of job commitment, teaching efficiency and professional development of elementary school teachers under the teacher education deregulation. *Journal of China University of Science and Technology*, 77, 57-78.]
- 陳筱華、劉柏妤 (2012)。內部行銷、組織承諾、工作投入、及工作滿意對工作績效之影響－以台灣老人服務機構為例。 *行銷評論*, 9 (3), 277-301。 <https://doi.org/10.29931/MR.201209.0002>
- [Chen, S. H., & Liu, P. Y. (2012). Effects of internal marketing, organizational commitment, job involvement and job satisfaction on work performance: A study of the elderly care institutions in Taiwan. *Marketing Review*, 9(3), 277-301. <https://doi.org/10.29931/MR.201209.0002>]
- 陳寬裕 (2018)。 **結構方程模型分析實務：SPSS 與 SmartPLS 的運用**。五南。
- [Chen, K. Y. (2018). *Structural equation modeling analysis practice: Application of SPSS and SmartPLS*. Wunan.]
- 黃建翔、吳清山 (2013)。國民中學教師專業發展、專業承諾與教學效能關係之研究－以 TEPS 資料庫為例。 *師資培育與教師專業發展期刊*, 6 (2), 117-140。 <https://doi.org/10.3966/207136492013120602006>

- [Huang, C. H., & Wu, C. S. (2013). A study of the relationship among teachers' professional development, teachers' professional commitment and teachers' teaching effectiveness- TEPS database for example. *Journal of Teacher Education and Professional Development*, 6(2), 117-140. <https://doi.org/10.3966/207136492013120602006>]
- 黃義良、王怡又（2016）。學校內部行銷、教師滿意度與學校效能關聯之探討：後設分析結合結構方程式模型之驗證。彰化師大教育學報，28、29，25-52。
- [Huang, Y. L., & Wang, I. Y. (2016). Exploration of the correlation among school internal marketing, teachers' satisfaction and school effectiveness: Verification using combination of meta-analysis and structural equation modelling. *Journal of Education National Changhua University of Education*, 28, 29, 25-52.]
- 楊瑞霞、丁學勤（2014）。高雄市偏鄉小學教師內部行銷與組織承諾關係之研究。教育經營與管理研究集刊，10，93-127。 [https://doi.org/10.6713/BEEM.201401_\(10\).0004](https://doi.org/10.6713/BEEM.201401_(10).0004)]
- [Yang, J. H., & Ting, S. C. (2014). A study of the relationship between internal marketing and organizational commitment for remote elementary school teacher in Kaohsiung City. *Bulletin of Educational Entrepreneurship and Management*, 10, 93-127. [https://doi.org/10.6713/BEEM.201401_\(10\).0004](https://doi.org/10.6713/BEEM.201401_(10).0004)]
- 葉子明、周君芳（2020）。資訊素養、資訊科技融入教學對國小教師專業成長及教學效能影響之研究。全球科技管理與教育期刊，9（1），20-41。 [https://doi.org/10.6617/GTME.202003_9\(1\).0002](https://doi.org/10.6617/GTME.202003_9(1).0002)]
- [Yeh, T. M., & Chou, C. F. (2020). The effects of information literacy, information technology integrated into teaching on professional growth and teaching effectiveness for elementary school teachers. *Journal of Global Technology Management and Education*, 9(1), 20-41. [https://doi.org/10.6617/GTME.202003_9\(1\).0002](https://doi.org/10.6617/GTME.202003_9(1).0002)]
- 劉倚禔、吳勁甫（2017）。教師專業學習社群與教師教學效能關係之後設分析。教育科學期刊，16（1），157-169。
- [Liu, Y. T., & Wu, J. F. (2017). A meta-analysis of the relationship between teacher's professional learning community and teaching effectiveness. *The Journal of Educational Science*, 16(1), 157-169.]
- 潘文忠（2016）。中小學教師專業發展評鑑105年案例專輯：發展專業力教出未來力：教師專業十年有成。教育部。
- [Pan, W. C. (2016). *The case study of primary and secondary school teachers'*

- professional development evaluation in 2016: Development of professional competencies and instruction of competencies for the future: The success of ten-year teaching professional.* Ministry of Education.]
- 蕭佳純 (2018)。實習教師成就目標、教師信念及任教意願與創意教學信念關係之研究。《教育研究學報》，52(1)，41-64。
- [Hsiao, C. C. (2018). A study on the correlations between a practice teacher's achievement goal, beliefs, teaching willingness and creative teaching beliefs. *Journal of Education Studies*, 52(1), 41-64.]
- Bandura, A. (1982). The self and mechanisms of agency. In J. Suls (Ed.), *Psychological Perspectives on the self* (Vol.1, pp. 3-39). Lawrence Erlbaum Associates.
- Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences* (2nd Ed.). Lawrence Erlbaum Associates.
- Cano, C. R., & Sams, D. (2009). The Importance of an Internal Marketing Orientation in Social Service. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 14(3), 285-295. <https://doi.org/10.1002/nvsm.357>
- Dillman, D. A., & Smyth, J. D. (2007). Design effects in the transition to web-based surveys. *American Journal of Preventive Medicine*, 32(5), 90-96. <https://doi.org/10.1016/j.amepre.2007.03.008>
- Dunn, K. E., & Rakes, G. C. (2011). Teaching teachers: An investigation of beliefs in teacher education students. *Learning Environments Research*, 14, 39-58. <http://dx.doi.org/10.1007/s10984-011-9083-1>
- Fornell, C. R., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50. <https://doi.org/10.1177/002224378101800104>
- Gibson, S., & Dembo, M. H. (1984). Teacher efficacy: A construct validation. *Journal of Educational Psychology*, 76(4), 569-582. <https://doi.org/10.1037/0022-0663.76.4.569>
- Glazer, E. M., & Hannafin, M. J. (2006). The collaborative apprenticeship model: Situated professional development within school settings. *Teaching and Teacher Education*, 22(2), 179-193. <https://doi.org/10.1016/j.tate.2005.09.004>
- Hair, J. F., Howard, M. C., & Nitzl, C. (2020). Assessing measurement model quality in PLS-SEM using confirmatory

- composite analysis. *Journal of Business Research*, 109, 101-110. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.11.069>
- Kiss, T., & Lin, C. (2016). Beliefs, knowledge and practices of grammar pedagogy: Teaching dyslexic learners. *Malaysian Journal of ELT Research*, 12(1), 37-59.
- Logaj, V., & Trnavcevic, A. (2006). Internal marketing and schools: The Slovenian case study. *Managing Global Transitions*, 4(1), 79-96.
- Longbottom, D., Osseo-Asare Jr., A. E., Chourides, P., & Murphy, W. D. (2006). Real quality: Does the future of TQM depend on internal marketing? *Total Quality Management & Business Excellence*, 17(6), 709-732. <https://doi.org/10.1080/14783360600594370>
- Money, S. M. (1992). *What is teaching effectiveness? A survey of student and teacher perceptions of teacher effectiveness*. (ERIC Reproduction Service No. ED351056).
- Nitzl, C., Roldan, J. L., & Cepeda-Carrión, G. (2016). Mediation analysis in partial least squares path modelling: Helping researchers discuss more sophisticated models. *Industrial Management & Data Systems*, 116(9), 1849-1864. <https://doi.org/10.1108/IMDS-07-2015-0302>
- Northcote, M. (2009). Educational beliefs of higher education teachers and students: Implications for teacher education. *Australian Journal of Teacher Education*, 34(3), 68-81.
- Rafiq, M., & Ahmed, P. K. (2000). Advances in the internal marketing concept: Definition, synthesis and extension. *Journal of Service Marketing*, 14(6), 449-462. <https://doi.org/10.1108/08876040010347589>
- Villegas-Reimers, E. (2003). *Teacher professional development: An international review of the literature*. International Institute for Educational Planning.
- Wang, J. L., Zhang, D. J., & Jackson, L. A. (2013). Influence of self-esteem, locus of control, and organizational climate on psychological empowerment in a sample of Chinese teachers. *Journal of Applied Social Psychology*, 43(7), 1428-1435. <https://doi.org/10.1111/jasp.12099>