



教育部跨領域美感教育卓越領航計畫

種子學校創課方案表

113 學年度 第 一 學期

學校全銜	桃園市立中壢商業高級中等學校
創課方案名稱	跨域行銷壠
團隊成員	藝術類教師： <input checked="" type="checkbox"/> 視覺藝術/美術： <u>葉佳怡</u> <input type="checkbox"/> 音樂： <u>教師姓名</u> <input type="checkbox"/> 表演藝術： <u>教師姓名</u> 非藝術類教師： <u>黃品茲(國貿科)、吳淑惠(數學科)、吳思婷(英文科)、楊婕妤(國文科)</u> 其他人員： <u>姓名(單位/職稱)</u> 總人數：5人
實施對象	<input type="checkbox"/> 國小： _____ 年級 <input type="checkbox"/> 國中： _____ 年級 <input checked="" type="checkbox"/> 高中/職： <u>綜合高中科 二</u> 年級 參與班級數： <u>普通班 4</u> 參與總人數： <u>138 人</u>
課程屬性 (可複選)	<input checked="" type="checkbox"/> 必修課程 <input type="checkbox"/> 選修課程 <input checked="" type="checkbox"/> 校本課程 <input type="checkbox"/> 雙語課程 <input type="checkbox"/> 其他： _____
學生先備能力	具有基本人際溝通及簡報製作的能力。
跨領域美感 課程架構圖	
課程發展理念	
跨領域 美感素養 (可複選)	<input checked="" type="checkbox"/> 1. 美學思辨與覺察省思 <input type="checkbox"/> 2. 符號識讀與脈絡應用 <input type="checkbox"/> 3. 藝術參與及社會行動 <input checked="" type="checkbox"/> 4. 設計思考與創意發想 <input checked="" type="checkbox"/> 5. 數位媒體與網絡掌握 <input type="checkbox"/> 6. 文化跨域與多元詮釋 <input checked="" type="checkbox"/> 7. 藝術探究與生活實踐 <input type="checkbox"/> 8. 其他： _____
跨領域 課程類型 (可複選)	<input type="checkbox"/> 活化型課程 <input type="checkbox"/> 議題式課程 <input type="checkbox"/> 窗外式課程 <input type="checkbox"/> 交集性課程 <input checked="" type="checkbox"/> 學校本位課程 <input type="checkbox"/> 混成式課程 <input type="checkbox"/> 其他： _____
跨領域內涵	<input checked="" type="checkbox"/> 藝術科目： <u>視覺藝術、表演藝術</u> <input checked="" type="checkbox"/> 非藝術科目： <u>行銷、國文、產品設計、影片剪輯</u> <input type="checkbox"/> 融入之議題： _____

	<input type="checkbox"/> 其他：_____	
美感元素 與美感形式	美感元素 <input checked="" type="checkbox"/> 視覺藝術： <input checked="" type="checkbox"/> 點 <input checked="" type="checkbox"/> 線 <input checked="" type="checkbox"/> 面 <input type="checkbox"/> 空間 <input checked="" type="checkbox"/> 構圖 <input type="checkbox"/> 質感 <input checked="" type="checkbox"/> 色彩 <input type="checkbox"/> 明暗 <input type="checkbox"/> 音樂： <input type="checkbox"/> 節奏 <input type="checkbox"/> 曲調 <input type="checkbox"/> 音色 <input type="checkbox"/> 力度 <input type="checkbox"/> 織度 <input type="checkbox"/> 曲式 <input type="checkbox"/> 表演藝術： <input type="checkbox"/> 聲音 <input type="checkbox"/> 身體 <input type="checkbox"/> 情感 <input type="checkbox"/> 時間 <input type="checkbox"/> 空間 <input type="checkbox"/> 動力 <input type="checkbox"/> 即興 <input type="checkbox"/> 動作 <input type="checkbox"/> 主題 美感形式 <input checked="" type="checkbox"/> 均衡 <input checked="" type="checkbox"/> 和諧 <input checked="" type="checkbox"/> 對比 <input type="checkbox"/> 漸層 <input type="checkbox"/> 比例 <input type="checkbox"/> 韻律 <input type="checkbox"/> 變奏 <input type="checkbox"/> 反覆 <input checked="" type="checkbox"/> 秩序 <input checked="" type="checkbox"/> 統一 <input type="checkbox"/> 單純 <input checked="" type="checkbox"/> 虛實 <input type="checkbox"/> 特異	
	本期發展重點 (其他議題請參照 課程模組 4.1 核心 內涵)	
	<input type="checkbox"/> 聯合國永續發展目標 (SDGs)： <input type="checkbox"/> A.終結貧窮 <input type="checkbox"/> B.消除飢餓 <input type="checkbox"/> C.健康與福祉 <input checked="" type="checkbox"/> D.優質教育 <input type="checkbox"/> E.性別平權 <input type="checkbox"/> F.淨水及衛生 <input type="checkbox"/> G.負擔的潔淨能源 <input type="checkbox"/> H.合適的工作及經濟成長 <input type="checkbox"/> I.工業化、創新及基礎建設 <input type="checkbox"/> J.減少不平等 <input checked="" type="checkbox"/> K.永續城鄉 <input type="checkbox"/> L.責任消費及生產 <input type="checkbox"/> M.氣候行動 <input type="checkbox"/> N.保育海洋生態 <input type="checkbox"/> O.保育陸域生態 <input type="checkbox"/> P.和平、正義及健全制度 <input type="checkbox"/> Q.多元夥伴關係	
	<input type="checkbox"/> 社會情緒學習 (SEL)： <input type="checkbox"/> 甲.自我意識 (覺察) <input checked="" type="checkbox"/> 乙.關係技巧 (情感識別) <input checked="" type="checkbox"/> 丙.社會覺察 (社交能力) <input type="checkbox"/> 丁.自我管理 <input type="checkbox"/> 戊.負責的決策	
	<input checked="" type="checkbox"/> 其他議題： <u>如 108 課綱十九項議題：生涯規劃教育</u> <input type="checkbox"/> 無	
學習活動設計 (依實際課程之主題數、課程目標與單元數逐一增列撰寫)		
	學習活動內容與流程	跨領域美感 素養(依前述表 格之代碼填寫)
		本期發展重 點(依前述表格 之代碼填寫)
主題(一)名稱：跨域行銷力 課程目標：透過不同角度了解中壢寶藏店家，進而提升學生對在地文化的認同感。 單元 1 名稱：品牌故事 實施節數：4 一、導入活動 【播放 Apple 的 “Get a Mac” 廣告】		
		
提問引導學生思考：影片中使用了哪些行銷策略來吸引消費者？什麼使這個廣告成功？		
	4 5 7	D K 丙

使用教室投影設備播放 YouTube 影片，並使用 Padlet 讓學生在觀看後立刻在線上分享他們的初步想法。



二、開展活動

【故事行銷概念講解】

介紹故事行銷的定義，包括傳統定義與專業定義，並強調故事行銷的目標——透過故事為商品附加心理價值，以提升其吸引力和銷售量。



【小組討論與分析品牌故事行銷五要素】

將學生分為 4-5 人一組。每組選擇一個品牌（例如 Nike、Mastercard 等），使用教師提供的故事行銷五要素（簡單、意外、情感、金句、具體）來分析該品牌的行銷策略。使用 Jamboard 進行數位化記錄和討論。



【品牌故事案例分享】

每組選出一名代表簡短分享他們分析的品牌故事行銷五要素，並討論該品牌如何通過故事行銷來吸引消費者。

使用投影設備展示各組在 Jamboard 上的分析結果，方便其他同學觀看並參與討論。

故事的兩種套路 與三種角度

楊婕妤

著名廣告 超級比一比

故事優化五要素

楊婕妤

NOTES 去掉形容詞

1. 改短動作
【原句】車速很快、超快
改寫：改每次轉彎時都踩二十分鐘
2. 改短對白
【原句】你怎麼這麼美！
改寫：主：真漂亮，對女人：你美到不知道我等了你多久？
3. 動作地用
【原句】在雨中，主角一路淋淋雨淋淋地跑向地鐵站
改寫：在雨中(口)？主角在雨中嗎？這是一場大雨？ 兩者差異？
【原句】他爸爸是個很厲害的大學畢業生
改寫：你爸爸是個很厲害的大學畢業生？ 兩者差異？

NOTES 與拉三要素

NOTES 與拉三要素

1. 聽眾感
【原句】這是一項極具挑戰性、令人動容
2. 增情感
【原句】這是一項極具挑戰性、令人動容、一切來不及.....
3. 設定感
【原句】這是一項極具挑戰性、令人動容、一切來不及.....

問：若能失去這什麼重要的人物？
現在有什麼後悔或遺憾之事嗎？
有什麼時候明明知道卻沒去做？

NOTES 細節

【簡化資訊】就是等於○○○
★ ipod (容量5G + 重量6.4盎司, MP3隨身聽)
改寫：ipod就是口袋裡的一千首歌

【素材取捨】只讓別人留下好印象
A. 放棄幫我賺了不少錢，為自己加薪。
B. 買股票漲了百分之二，為自己加薪。
C. 放棄幫我賺了兩萬元，為自己加薪。

NOTES 意外

【公式】意外=誤導+轉彎
★(誤導階段)誤導認為《哈利波特》中的石內卜是壞蛋，一直危害哈利。
(轉彎階段)石內卜看似攻擊哈利的行為，其實都是在保護哈利，壞人另有其人。

【公式】驚喜=熟悉+意外
★第一屆盃足球的人選是斯，愛德林。只是比阿爾斯杜埃選出小瓶卻不被人記得。我們熟悉的《玩具總動員》，便是向這位偉大的太空人致敬，取為「巴斯光年」。

三、綜合活動

【店家品牌故事撰寫活動】

每組選擇一店家進行訪問，書寫店家的品牌故事。

分組投票。

廣告新星 STAR

用 Canva，運用這些設計技巧
設計一頁有趣的海報，祝設計愉快！

單元 2 名稱：行銷策略

實施節數：4

一、導入活動

以學生最容易了解的「星巴克」為例，讓學生探討星巴克之行銷策略(產品、價格、促銷、通路)及品牌形象。

二、開展活動

1. 簡介「行銷的重要涵義」及「行銷組合 4P」。

2. 利用企業願景及品牌理念，建立寶藏店家的品牌個性，並找出品牌代表色。

3. 簡介常見的推廣策略。

4. 簡介常見的訂價策略與通路策略

三、綜合活動

1. 針對寶藏店家進行品牌個性及形象設計。

2. 利用品牌個性與代表色，為寶藏店家設計專屬的「促銷策略」。

1
4
5
7

D
K
丙



3. 透過商圈評估圖，分析寶藏店家現有的競爭者及潛在客群。

商圈評估

產品類別	
主要商標	主要商標 佔營業額 55%-70%
次要商標	次要商標 佔營業額 15%-25%
邊緣商標	邊緣商標 佔營業額 5%-10%
現有競爭者 (紅色標記)	<ol style="list-style-type: none"> 1. 2. 3. 4. 5.
潛在客群 (綠色標記)	<ol style="list-style-type: none"> 1. 2. 3. 4. 5.



4. 以寶藏店家為主統整課程內容與研究動機，製作學習歷程檔案。



單元 3 名稱：視覺象徵的力量-LOGO 設計

實施節數：2

一、導入活動

1. 以「視覺象徵的力量」為例，探索生活中的案例並進行討論。



首先，想一想日常生活中哪一些品牌標誌、廣告設計會特別令我們留意？這些視覺元素是如何在第一眼就吸引我們的眼光？是顏色的對比、簡潔的圖形，還是巧妙的設計？



2. 分組探索這些元素是如何相互影響，從而喚起情感共鳴，並具備將創意化為現實的力量。

1
4
5
7

D
K
乙
丙

也有受益良多的地方，讓我學會如何完美的把自己的商品行銷出去，不僅僅是店面產品動線的安排，還有商品的設計及推銷產品所需的口條，透過與同學分享商品的時，要學習如何大聲地說話以及完美的把自己的商品行銷給別人，每一堂課老師都會教我們如何製作紀念品及如何行銷，更教會我們如何把店面放在具有人流與車流的正確位置。

2. 在這次行銷作業中，我學到了很多以前沒有注意到的東西，特別是關於如何介紹我的產品。以前覺得行銷就只是發廣告寫文宣，但實際操作後才發現，行銷需要很深入計劃與花很多的巧思。不僅要了解產品本身，還要去想誰會需要它，甚至要考慮商圈評估圖，還要寫品牌金句、與店家聯絡，思考什麼樣的宣傳影片最容易吸引人。過程中，我覺得最困難的是如何讓我們的計畫看起來有創意又實際。每個細節都得小心思考，甚至連一張海報的配色和字體都不能夠照自己的喜好搭配。雖然有點麻煩，但最後當看到自己的創意與想法成為了實際的產物，我真的覺得很有成就感。這次的作業讓我明白，行銷不是隨便亂做，而是一門結合觀察力、創造力和耐心的課堂。希望以後還有機會挑戰類似的課堂。
3. 這學期修讀「跨域行銷壜」課程，最大的收穫是學到了如何將理論應用於實際情境，並在合作中克服自身不足。課程中，我們的行銷品牌是「初一車輪餅」，這不僅讓我對行銷有了更深刻的理解，也提升了我的溝通與團隊合作能力。在課堂中學習的行銷知識，例如目標市場定位、品牌價值塑造以及行銷策略設計還有商圈評估，都透過實際專案得以應用。我們需要針對「初一車輪餅」設計行銷方案，這要求我們深入了解品牌特色、產品優勢以及顧客需求，進一步制定具體的行動計畫。過程中，我對行銷理論的認識不再停留在書本，而是真正明白如何運用這些知識解決實際問題。這次的團隊合作過程對我來說是一個重要的學習經驗。我負責的部分需要與其他組員密切協調，尤其是製作簡報時，我發現自己的技能不足，於是主動請教同組夥伴，學到了製作簡報的技巧，這讓我成功完成了報告，同時也讓我遇到需要製作簡報時不再那麼抗拒。這讓我明白，主動尋求幫助和學習是克服困難的重要方法。我也從中學會了如何有效分工並與團隊保持良好的溝通。每位組員都有不同的專長，我們透過明確的分工和定期討論來確保工作順利進行。這段經驗讓我更懂得團隊合作的重要性，以及如何在不同角色中找到自己的定位。總結來說，「跨域行銷壜」課程不僅讓我學到品牌行銷的實用技能，也提升了我的解決問題能力與團隊合作精神。這段經歷不僅是學術上的收穫，更是成長的一大步。
4. 這學期參與「跨域行銷壜」課程，我最大的收穫在於學會如何整合不同領域的知識與資源，應用在行銷實務中。課程中，我們與來自不同背景的同学組成團隊，在合作過程中學習接納多元觀點，並激發新的行銷創意。透過實際參與專案，我不僅學到了市場分析、受眾定位和策略設計等專業技巧，更體會到溝通與協作的重要性。特別是在跨領域合作中，如何將各自的專長融合為一套完整的行銷方案，對我來說是一個全新的挑戰，也是成長的重要契機。此外，課堂上的案例分析與實地調研，讓我更深刻理解如何將理論轉化為具體行動，並透過數據驗證策略的成效。整體而言，這門課不僅提升了我的行銷實務能力，還讓我更有自信面對未來的專業挑戰，也啟發了我在不同領域中探索更多可能性。
5. 在這學期的「跨域行銷壜」課程中，我最大的收穫是學會如何將行銷策略實踐於真實情境中，並透過跨領域合作提升自己的能力。課程讓我掌握市場分析、創意發想與專案執行的完整流程，特別是在分析目標受眾需求時，更深刻理解行銷策略對成果的重要性。此外，跨領域合作帶給我全新的視角，團隊中每位成員的專業背景為專案注入不同思維，讓整體

方案更具創新性與完整性。在這過程中，我學到有效溝通與資源整合的技巧。這門課也改變了我對行銷的看法，行銷不僅是吸引客戶，更是一種能結合商業目標與社會價值的互動橋樑。實作專案讓我看到行銷的實際影響力，並強化了我對未來挑戰的信心。總結來說，「跨域行銷壠」老師幫了我很多，課程也讓我在實踐中成長，為我的專業發展奠定了更堅實的基礎。

6. 這學期的行銷課讓我對行銷這個領域有了更深的了解與體會。從課堂理論到實際案例分析，我學到了行銷不僅僅是販賣商品，更是一種與消費者溝通、創造價值的藝術。在課堂上，老師以生動的方式介紹了市場調查、目標客群設定、品牌定位等基礎知識，並透過實際案例讓我們明白如何運用這些技巧。其中，我印象最深的是團隊企劃的部分。透過小組合作，我們模擬設計了一個行銷企劃案，從產品概念的發想到市場推廣策略的制定，過程中不僅學會了分工協作，更體驗到了行銷策劃中需要的創意和細膩的思維。此外，老師也帶領我們分析了幾個知名品牌的成功案例，這些故事讓我更加認識到行銷的影響力以及如何抓住消費者的心理。這門課不僅提升了我的專業知識，還讓我對未來有了新的思考。我發現自己對行銷產生了濃厚的興趣，也希望在未來能將所學應用到實際生活中，或許有一天能參與打造屬於自己的品牌。
7. 我覺得在這個跨域行銷力課程當中我主要收穫了三點。首先，整合思維是核心。跨域行銷需要打破產業的疆界，將不同領域的優勢結合起來。例如，我的報告任海宮我結合了我的口說能力，隊友的製作報告能力，還有訪問訪談的能力。其次，是合作共贏。跨域行銷強調資源共享與合作創新。與不同領域的夥伴合作，能夠激發出更多可能性。例如，我們和其他別組的成員互相客串，增加對方的影片內容豐富程度。這讓我更加重視團隊合作與跨界交流的價值。最後，快速應變與學習能力不可或缺。跨域行銷涉及快速變化的市場環境，唯有不斷學習與適應，才能掌握新機會。總結而言，跨域行銷力是一種將創新與協作落實於行動的能力，它不僅是一種技能，更是一種開放的心態與持續探索的態度。我將以此作為未來學習與實踐的重要指引。
8. 學到如何運用團隊合作來製作完整的行銷內容，也學習到如何與店家溝通希望可以達到宣傳的需求，和同學們溝通也可以學習到很多不同的想法，雖然過程可能不是很順利，但最還是一起完成了這項作業。最重要的是讓我了解到其實創業不容易很需要用到商業經營頭腦不能單單靠著興趣來做事情。
9. 能學到一些行銷策略上的方法以及知道跨領域的不容易，並且使自己能夠在以後去使用這些東西，其中也有上過表演藝術課，讓我們去學習如何用肢體語言表達想說的東西，也有美術老師來說明如何進行排版設計或者修改，還有如何設計一個品牌形象、logo 圖像去吸引顧客的眼球，製作商圈評估圖可以使我們更進一步了解自己所居住的地方附近有什麼東西是平常不會特別注意的。因為只有一個學期導致所有課都被排的很緊湊，覺得有點負荷不了，總而言之，跨域的能力確實是一門比較新穎的課程，跟傳統的一些學科有不一樣的區別。
10. 在這次的專案中，我學到了許多關於行銷策略和消費者行為的重要知識。我們選擇了「小日室」這間日式刨冰店作為介紹對象。這間店的魅力來自於其精緻的日式風格、用心的刨冰製作，以及背後感人的品牌故事，因此我們以這些特色為核心，進行深入的研究與呈現。小日室的特色在於結合了傳統日式文化與當地風味，打造出獨特的用餐體驗。我們發現店

家不僅注重食材的選擇，還將每一份刨冰設計成藝術品，讓顧客在享用甜點的同時，也能感受到視覺與味覺的雙重享受。此外，小日室也透過溫馨的店面設計和細緻的服務，成功營造出一種放鬆與愉悅的氛圍。我們在 PPT 中，介紹了小日室的創立故事、經營理念以及行銷策略，例如如何運用社群媒體與顧客互動，並透過季節限定口味吸引回流客。更透過自創品牌形象與 logo，藉此傳遞小日室的品牌形象。這次的專案不僅讓我們學到如何透過故事行銷提升品牌價值，也讓我們體會到用心經營的力量。小日室的成功讓我們明白，品牌定位的重要性。品牌不僅僅是產品的名稱或標誌，更是消費者心中對產品的認知和情感連結。透過案例研究，我明白了如何透過故事行銷來塑造品牌形象，並與消費者建立深厚的情感聯繫。一家店能夠吸引人們的不只是商品本身，還有它背後的故事與情感連結。

影像紀錄



開課前共同討論課程規劃



邀請他校跨域校必課程分享



課程試跑-品牌故事



課程試跑-行銷策略



邀請表演藝術老師指導電梯簡報技巧



主題發想與動機撰寫



課程執行-視覺象徵的力量-LOGO 設計



課程執行-品牌形象與品牌個性



課程執行中，不斷地進行討論與修正



期末寶藏店家分享

**其他對於
本計畫之建議**

期待計畫能永續發展，讓更多的美感教育融入課程，提升學生對於美學之認識。