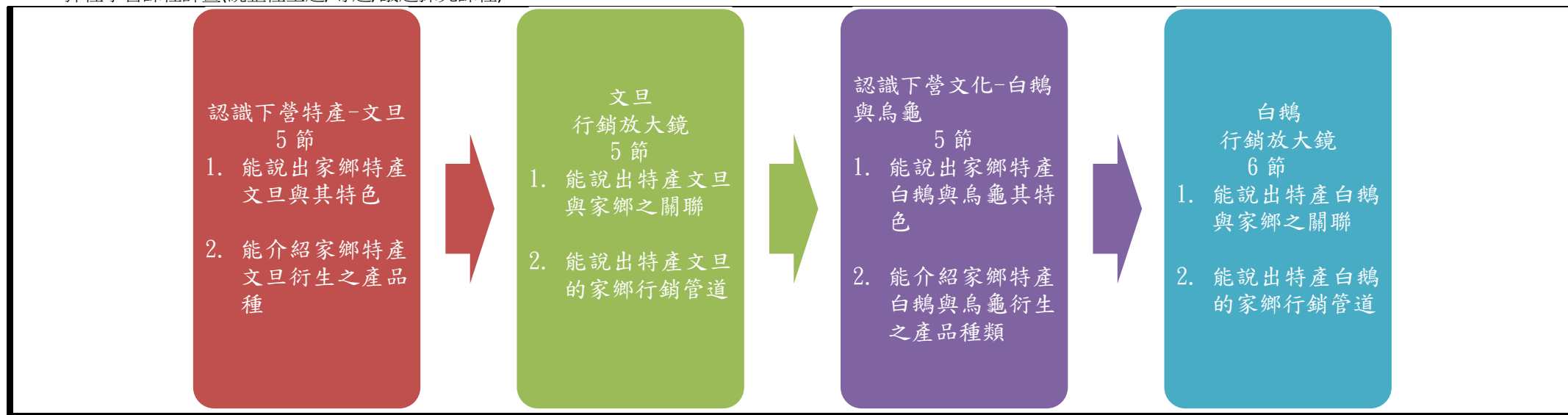


臺南市公立下營區下營國民小學 114 學年度(第一學期)四年級彈性學習看見家鄉課程計畫

學習主題名稱 (中系統)	海墘營行腳學－下營特產花 路米	實施年級 (班級組別)	四年級	教學 節數	本學期共(21)節
彈性學習課程 四類規範	1. ■統整性探究課程 (■主題 □專題 □議題)				
設計理念	互動與關聯：參訪家鄉特產與家鄉之連結性，探索特產行銷管道，形成在地文化認同。				
本教育階段 總綱核心素養 或議題實質內涵	E-A2 具備探索 問題的 思考 能力，並 透過體驗 與實踐處理 日常生活問題。 E-C2 具備 理解他人感受 ， 樂於 與人 互動 ，並與團隊成員 合作 之素養。				
課程目標	透過 資料蒐集與參訪 體驗 ， 思考 家鄉產品特色及產品與家鄉之連結性，並 探索 家鄉特產行銷管道， 樂於 與家鄉的人事物進行互動與合作。				
配合融入之領域 或議題 有勾選的務必出現在 學習表現	■國語文 □英語文 □英語文融入參考指引 □本土語 □數學 ■社會 □自然科學 □藝術 □綜合活動 □健康與體育 □生活課程 □科技 □科技融入參考指引				□性別平等教育 □人權教育 ■環境教育 □海洋教育 □品德教育 □生命教育 □法治教育 □科技教育 □資訊教育 □能源教育 ■安全教育 □防災教育 □閱讀素養 □多元文化教育 □生涯規劃教育 □家庭教育 □原住民教育 ■戶外教育 □國際教育
總結性 表現任務 須說明引導基準：學 生要完成的細節說明	產品花路米分享發表會 一、 資料分享：展示一系列的資料及創作 1. 下營特產的照片與資料 2. 下營特產行銷管道資料。 二、 口頭發表： 1. 下營產品特色海報 2. 下營特產學習單				
課程架構脈絡(單元請依據學生應習得的素養或學習目標進行區分)(單元脈絡自行增刪)					



教學期程	節數	單元與活動名稱	學習表現 校訂或相關領域與 參考指引或 議題實質內涵	學習內容 (校訂)	學習目標	學習活動	學習評量	自選自編教材 或學習單
1~5 週	4	認識下營特產-文旦	國 2-II-3 把握說話的重點與順序，對談時能做適當的回應。 社 2a-II-1 關注居住地方社會事物與環境的互動、差異與變遷等問題。 環 E1 參與戶外學習與自然體驗，覺知自然環境的美、平衡與完整性。	1. 家鄉特產 2. 特產加工品	1. 能說出家鄉特產文旦與其特色 2. 能介紹家鄉特產文旦衍生之產品種類	一、教師提問問題： 1. 你認識家鄉特產文旦並了解其特色嗎？ 2. 能說出各組經由資料蒐集及訪談了解家鄉特產相關產品嗎？ 二、學生學習策略 1. 各組上台介紹家鄉特產各產品種類	實作評量： 分組發表	1. 「認識下營特產」簡報  2. 下營特產學習單 

C6-1 彈性學習課程計畫(統整性主題/專題/議題探究課程)

6~10 週	5	文旦行銷放大鏡	國 2-II-3 把握說話的重點與順序，對談時能做適當的回應。 社 1a-II-3 舉例說明社會事物與環境的互動、差異或變遷現象。	1. 特產與家鄉之關聯 2. 行銷管道	1. 能說出特產文旦與家鄉之關聯 2. 能說出特產文旦的家鄉行銷管道	一、教師提問問題： 1. 你認識特產文旦與家鄉之關聯嗎？ 2. 你認識目前家鄉特產文旦的行銷管道嗎？ 二、學生學習策略 1. 各組上台介紹家鄉行銷特產學習單內容	實作評量：分組發表	1. 「文旦行銷放大鏡」簡報  2. 文旦行銷放大鏡學習單 
11~15 週	5	認識下營文化-白鵝與烏龜	國 2-II-3 把握說話的重點與順序，對談時能做適當的回應。 社 2a-II-1 關注居住地方社會事物與環境的互動、差異與變遷等問題。 環 E1 參與戶外學習與自然體驗，覺知自然環境的美、平衡與完整性。	1. 家鄉特產 2. 特產加工品 3. 創意商品開發與行銷語設計	1. 能說出家鄉特產白鵝與其特色 2. 能介紹家鄉特產白鵝衍生之產品種類 能將下營特產意象轉化為烏龜圖像設計，展現創意。 3. 能運用學到的行銷知識，發想產品名稱與品牌標語。 4. 能透過分組合作方式，共同完成一項產品提案與展示。 5. 提升學生對家鄉文化的認同感與創造力。	一、教師提問問題： 1. 你認識家鄉特產白鵝並了解其特色嗎？ 2. 各組能說出經由資料蒐集及訪談了解家鄉特產相關產品嗎？ 3. 除了白鵝，你知道「烏龜」也是下營的特色象徵嗎？ 4. 如果要設計一件能代表下營的 T 恤，你會怎麼運用「白鵝」或「烏龜」的圖像和意義？ 5. 你覺得如何行銷這樣的創意商品，讓更多人了解我們家鄉的特色？ 二、學生學習策略 1. 各組上台介紹家鄉行銷特產學習單內容 2. 教師簡介「下營象徵文化」中的烏龜意象，並展示 T 恤範例，啟發靈感。 3. 學生繪製自己心中的烏龜圖案，可使用色鉛筆、水彩筆等。可搭配 T 恤模板。 4. 小組討論並擬定品牌名稱、Logo、標語，並設計一頁「品牌提案小海報」。 5. 各組分享他們的 T 恤圖樣設計與品牌概念，老師與同學給予回饋與票選人氣作品。	實作評量：分組發表 圖像設計與 T 恤呈現 品牌命名與標語設計 小組發表與口語表達	1. 「認識下營文化-白鵝與烏龜」簡報  2. 認識下營文化-白鵝與烏龜學習單 

16~21 週	6	白鵝 行銷放大鏡	國 2-II-3 把握說話的重點與順序，對談時能做適當的回應。 社 1a-II-3 舉例說明社會事物與環境的互動、差異或變遷現象。 安 E4 探討日常生活應該注意的安全。 戶 E1 善用教室外、戶外及校外教學，認識生活環境（自然或人為）。	1. 特產與家鄉之關聯 2. 行銷管道	1. 能說出特產白鵝與家鄉之關聯 2. 能說出特產白鵝的家鄉行銷管道 3. 能發展簡報表達能力，並於分組合作中練習適當回應與溝通。 4. 了解在地產業與環境、社會發展的互動關係。 5. 善用學校旁的公園認識白鵝，並思考行銷的初步能力。 6. 探討食品行銷中的安全與標示觀念，養成消費安全意識。	一、教師提問問題： 1. 你認識特產白鵝與家鄉之關聯嗎？ 2. 你知道目前家鄉特產白鵝的行銷管道嗎？ 3. 如果要行銷白鵝，你覺得哪一種方式最有效？為什麼？ 4. 行銷白鵝產品時，要注意哪些安全標示或衛生規定？ 二、學生學習策略 1. 各組上台介紹家鄉行銷特產學習單內容 2. 觀看簡短在地白鵝行銷影片或教師介紹圖卡。 3. 填寫行銷學習單：分析家鄉行銷白鵝的方式，記錄可行建議。 4. 組內分工準備簡報內容，強調行銷重點與安全教育概念。 5. 各組上台發表，其他組提出回饋與提問，養成口語應對能力。 6. 教師結語：行銷要貼近家鄉，也要考慮消費者安全與社會責任。	1. 學生完成「認識下營特產」簡報一份，內容包含白鵝特色、來源與行銷建議。 2. 學生完成「學習單」，可包含行銷方式、角色分工、安全標示、戶外觀察紀錄等。 3. 教師觀察學生於簡報發表時之語言表達、內容組織與應對能力。 4. 評量學生是否能舉例說明在地產業與環境、社會互動的具體情境。	1. 「白鵝行銷放大鏡」簡報  2. 行銷放大鏡學習單 
---------	---	-------------	---	-----------------------------------	--	--	--	--

◎教學期程請敘明週次起訖，如行列太多或不足，請自行增刪。

臺南市公立下營區下營國民小學 113 學年度(第二學期)四年級彈性學習看見家鄉課程計畫

學習主題名稱 (中系統)	海墘營行腳學－下營特產行銷趣	實施年級 (班級組別)	四年級	教學節數	本學期共(20)節
彈性學習課程	1. ■統整性探究課程 (■主題 □專題 □議題)				
設計理念	互動與關聯：以特產為主軸，討論與資料蒐集認識下營特產，理解下營特產的重要。				
本教育階段 總綱核心素養 或校訂素養	E-A2 具備 探索 問題的思考能力， 並透過體驗與實踐處理 日常生活問題。 E-C3 具備 理解 與關心本土與國際事務的素養， 並認識與包容文化的多元性 。				
課程目標	透過 探索 下營特產， 理解 下營產品特色及產品與下營之連結性，並 探索 下營特產行銷管道。				
配合融入之領域 或議題 有勾選的務必出現在 學習表現	■國語文 □英語文 □英語文融入參考指引 □本土語 □數學 ■社會 □自然科學 □藝術 □綜合活動 □健康與體育 □生活課程 □科技 □科技融入參考指引 □性別平等教育 □人權教育 □環境教育 □海洋教育 □品德教育 □生命教育 □法治教育 □科技教育 □資訊教育 □能源教育 ■安全教育 □防災教育 □閱讀素養 □多元文化教育 □生涯規劃教育 □家庭教育 □原住民教育 ■戶外教育 □國際教育				
總結性 表現任務 須說明引導基準：學生要完成的細節說明	下營特產行銷趣分享發表會 一、資料分享：展示一系列的資料及創作 1. 下營特產的照片與資料。 2. 介紹下營特產的特色。 二、口頭發表： 1. 下營特產學習單。 2. 行銷特產學習單。				
課程架構脈絡圖(單元請依據學生應習得的素養或學習目標進行區分)(單元脈絡自行增刪)					

認識下營特產-蠶絲
與烏龜

5 節

1. 能說出家鄉特產蠶絲與烏龜其特色
2. 能介紹家鄉特產蠶絲與烏龜衍生之產品種

蠶絲
行銷放大鏡

5 節

1. 能說出特產蠶絲與家鄉之關聯
2. 能說出特產蠶絲的家鄉行銷管道

認識下營特產-黑豆
5 節

1. 能說出家鄉特產黑豆與其特色
2. 能介紹家鄉特產黑豆衍生之產品種類

黑豆
行銷放大鏡
6 節

1. 能說出特產黑豆與家鄉之關聯
2. 能說出特產黑豆的家鄉行銷管道

教學期程	節數	單元與活動名稱	學習表現 校訂或相關領域與 參考指引或 議題實質內涵	學習內容 (校訂)	學習目標	學習活動	學習評量	自選自編教材 或學習單
1~5 週	5	認識下營特產-蠶絲與烏龜	國 2-II-3 把握說話的重點與順序，對談時能做適當的回應。 社 2a-II-1 關注居住地方社會事物與環境的互動、差異與變遷等問題。 環 E1 參與戶外學習與自然體驗，覺知自然環境的美、平衡與完整性。	1. 家鄉特產 2. 特產加工品 3. 創意商品開發與行銷語設計	1. 能說出家鄉特產蠶絲與其特色 2. 能介紹家鄉特產蠶絲衍生之產品種類 3. 能創造具識別性的品牌角色，並與家鄉文化連結。 4. 能設計烏龜角色應用於 T 恤、貼圖、徽章等多種商品中。 5. 發展團隊協作、簡報表達與	一、教師提問問題： 1. 你認識家鄉特產蠶絲並了解其特色嗎？ 2. 各組能說出經由資料蒐集及訪談了解家鄉特產相關產品嗎？ 3. 你還記得上學期我們設計過的烏龜 T 恤嗎？你覺得烏龜在我們家鄉代表什麼？ 4. 你有看過像 OPEN 醬、熊本熊這樣的「品牌角色」嗎？你覺得他們為什麼這麼受歡迎？ 5. 如果下營也有自己的烏龜角色，你覺得牠會是什麼個性？長怎樣？牠會說什麼口頭禪？ 二、學生學習策略 1. 各組利用學習單內容上台介紹各產品種類 3. 教師介紹「品牌角色」概念（如 OPEN 醬、熊本熊），激發學生想像。 4. 烏龜角色設計，學生發想角色名、個性、口頭禪、造型、代表色，繪製角色形象與設定表。 5. 行銷提案製作 小組合作設計角色 T 恤草	實作評量： 分組發表有明確角色形象、造型有創意、故事背景具說服力 小組簡報發表	1. 「認識下營特產-蠶絲與烏龜」簡報  認識下營文化-蠶絲與烏龜 2. 下營特產學習單 

C6-1 彈性學習課程計畫(統整性主題/專題/議題探究課程)

					創意思考能力。	圖，撰寫廣告標語與代言說明卡。 6. 小組發表烏龜角色與品牌提案，模擬商品展示與推薦。		
6~10 週	5	蠶絲行銷放大鏡	國 2-II-3 把握說話的重點與順序，對談時能做適當的回應。 社 1a-II-3 舉例說明社會事物與環境的互動、差異或變遷現象。	1. 特產與家鄉之關聯 2. 行銷管道	1. 能說出特產蠶絲與家鄉之關聯 2. 能說出特產蠶絲的家鄉行銷管道 3. 能創造具識別性的品牌角色，並與家鄉文化連結。 4. 能設計烏龜角色應用於 T 恤、貼圖、徽章等多種商品中。 5. 能撰寫與口說行銷推廣語，發表完整品牌包裝提案。 6. 發展團隊協作、簡報表達與創意思考能力。	一、教師提問問題： 1. 你認識特產蠶絲與家鄉之關聯嗎？ 2. 你認識目前家鄉特產蠶絲與其相關產品的行銷管道嗎？ 二、學生學習策略 1. 各組上台介紹行銷特產學習單內容	實作評量： 分組發表	1. 「蠶絲行銷放大鏡」簡報  2. 行銷特產學習單 
11~15 週	5	認識下營特產-黑豆	國 2-II-3 把握說話的重點與順序，對談時能做適當的回應。 社 2a-II-1 關注居住地方社會	1. 家鄉特產 2. 特產加工品	1. 能說出家鄉特產黑豆與其特色 2. 能介紹家鄉特產黑豆衍生之產品種類	一、教師提問問題： 1. 你認識家鄉特產黑豆並了解其特色嗎？ 2. 各組能說出經由資料蒐集及訪談了解家鄉特產相關產品嗎？ 二、學生學習策略 1. 各組上台利用下營特產學習單介紹各產品種類	實作評量： 分組發表	1. 「認識下營特產」簡報  2. 認識下營特產學習單

C6-1 彈性學習課程計畫(統整性主題/專題/議題探究課程)

			事物與環境的互動、差異與變遷等問題。 環 E1 參與戶外學習與自然體驗，覺知自然環境的美、平衡與完整性。					
16~20 週	5	黑豆行銷放大鏡	國 2-II-3 把握說話的重點與順序，對談時能做適當的回應。 社 1a-II-3 舉例說明社會事物與環境的互動、差異或變遷現象。 安 E4 探討日常生活應該注意的安全。 戶 E1 善用教室外、戶外及校外教學，認識生活環境（自然或人為）。	1. 特產與家鄉之關聯 2. 行銷管道	1. 能說出特產黑豆與家鄉之關聯 2. 能說出特產黑豆的家鄉行銷管道 3. 能發展簡報表達能力，並於分組合作中練習適當回應與溝通。 4. 了解在地產業與環境、社會發展的互動關係。 5. 善用社區農會，認識並思考如何提高黑豆的行銷數量。 6. 探討黑豆行銷中的安全與標示觀念，養成消費安全意識。	一、教師提問問題： 1. 你認識特產黑豆與家鄉之關聯嗎？ 2. 你認識目前家鄉特產黑豆的行銷管道嗎？ 二、學生學習策略 1. 各組上台利用下營特產學習單介紹各產品種類 2. 你知道目前家鄉特產黑豆的行銷管道嗎？ 3. 填寫行銷學習單：分析家鄉行銷黑豆的方式，記錄可行建議。 4. 組內分工準備簡報內容，強調行銷重點與安全教育概念。 5. 各組上台發表，其他組提出回饋與提問，養成口語應對能力。 6. 教師結語：行銷要貼近家鄉，也要考慮消費者安全與社會責任。	實作評量： 分組發表	1. 「黑豆行銷放大鏡」簡報  2. 黑豆行銷放大鏡學習單 

◎教學期程請敘明週次起訖，如行列太多或不足，請自行增刪。