

C6-1 彈性學習課程計畫(統整性主題/專題/議題探究課程-單元活動設計)
臺南市公立新化區荖拔國民小學 115 學年度第一學期六年級彈性學習 預見荖拔 課程計畫

學習主題名稱 (中系統)	荪拔好物特派員(上)	實施年級 (班級組別)	六年級	教學 節數	本學期共(20)節
彈性學習課程 四類規範	■統整性探究課程 (■主題□專題□議題)				
設計理念	1. 由認識學校的特色產物——從左手香出發，引導學生化身為「荪拔好物特派員」，利用數位工具與創意圖文表達，尋找推廣在地好物的機會，讓更多人「預見」荪拔。 2. 互動與關聯：覺察荪拔與新化的連結，讓學生用特派員的新鮮視角，探索家鄉的歷史與發展，從不同角度認識自己的文化生活圈。				
本教育階段 總綱核心素養 或議題實質內涵	E-A3 具備擬定計畫與實作的能力，並以創新思考方式，因應日常生活情境。 E-B2 具備科技與資訊應用的基本素養，並理解各類媒體內容的意義與影響。 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	1.透過親身體驗左手香的特色，找出產品的獨特亮點，並設定適合推薦的對象（目標客群）。 2.能運用數位設計軟體（如 Canva），發想有趣好記的宣傳標語，並排版出吸睛的海報。 3.發揮團隊合作與創意，共同完成推廣在地好物的短影音分鏡腳本。				
配合融入之 領域或議題	■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	能完成一場「荪拔好物特派員：左手香推廣提案」，包含以下三項要件： 1. 產品特色與推薦客群的定位說明。 2. 一張具備視覺焦點的平面推廣海報。 3. 一份 15-30 秒的短影音分鏡腳本。				
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)					
特派員出任務(6) 完成產品特色圖卡與推薦對象設定 ➡ 海報魔法師(7) 能運用 Canva 設計出吸睛平面 海報 ➡ 創意短片開拍(7) 能完成短影音分鏡腳本創作					

本表為第一單元教學流設計/(本學期共 3 個單元)

單元名稱		特派員出任務	教學期程	第一週至第六週	教學節數	6 節 240 分鐘
學習重點	學習表現 校訂或相關領域與參考指引或議題實質內涵	國：5-III-12 運用圖書館(室)、科技與網路，進行資料蒐集、解讀與判斷，提升多元文本的閱讀和應用能力 2-III-5 把握說話內容的主題、重要細節與結構邏輯。 數：數-E-B2 具備報讀、製作基本統計圖表之能力。 資 E1 認識常見的資訊系統 資 E8 認識基本的數位資源整理方法。 閱 E5 發展檢索資訊、獲得資訊、整合資訊的數位閱讀能力。				
	學習內容 (校訂)	產品賣點萃取(雷達圖分析)、目標客群設定(人物誌 Persona)、成本計算與定價基礎。				
學習目標		1. 透過親身體驗左手香的特色，找出產品的獨特亮點並繪製雷達圖。 2. 能設定適合推薦的對象，完成人物誌(Persona)設定。 3. 能計算基本成本，並推演出合理的產品定價策略。				
教師提問/學習活動 學習評量/學習資源	節數 規劃	教師的提問或引導	學生的學習活動		學習評量	學習資源 自選編教材或學習單
	2 節	1. 引起動機與體驗：提供市售藥膏與自製「左手香膏」，引導學生進行感官體驗與產品特徵比較。 2. 提問與發散思考：提問「若左手香膏具備超能力，其產品優勢為何？」引導學生運用便利貼進行產品賣點的發散性思考。 3. 概念收斂與視覺化：指導學生將發想特點進行分類，篩選出核心特色，並引導繪製「產品特色雷達圖」。 4. 差異化分析：提問「與市售天然產品相	1. 五感體驗：觀察校園左手香葉片，試用並口頭比較不同藥膏的觸感與氣味差異。 2. 腦力激盪：小組限時進行便利貼發想，盡可能列出左手香膏的各項特點。 3. 資訊統整與繪圖：小組討論並歸納出 5 項核心特點，合作繪製出「左手香特色雷達圖」。		1. 實作評量：檢視小組完成的「特色雷達圖」，評估學生是否能精準歸納出產品賣點與在地獨特優勢。 2. 觀察評量：觀察學生在五感體驗、便利貼發想與小組討論時的參與投入程度及邏輯表達能力。	1. 實體素材：市售蚊蟲藥膏(如曼秀雷敦等)、校園左手香實體植物、自製左手香膏成品。 2. 文具用品：便利貼(每組數疊)、全開或半開海報紙、彩色

		比，我們的獨特優勢為何？」引導學生探究在地化（如：荳蔻故事）與手工製作的獨特價值。	4. 優勢定位與觀摩：找出並註記產品的獨佔賣點（如：在地特色），完成海報後，進行分組輪流觀摩與標記回饋。	3. 同儕互評：透過海報輪流觀摩與標記貼紙的回饋活動，評量學生欣賞他人作品及客觀評斷的能力。	筆或麥克筆、圓點標記小貼紙（互評用）。
	4 節	1. 客群定位與提問：提問「這款特色產品最適合推薦給誰？能解決什麼問題？」引導學生思考並聚焦目標客群（如：易遇蚊蟲叮咬的學童、做家事需保養的長者等）。 2. 人物誌 (Persona) 導入：發放「人物誌」學習單，指導學生具體描繪目標對象的輪廓特徵、生活習慣與痛點需求。 3. 成本概念與計算：提供左手香膏材料清單與價格，引導學生運用數學概念，精算單一產品的製作成本。 4. 定價策略與促銷：提問「若成本為基礎，定價多少才合理且符合該客群的消費能力？」引導小組制定合理售價，並發想一項具創意的促銷方案。	1. 鎖定目標客群：小組討論並凝聚共識，選定該組產品的主要推薦對象。 2. 描繪人物誌：分工合作完成「人物誌學習單」，以文字或圖畫具體呈現目標對象的特徵與痛點。 3. 精算製作成本：根據教師提供的材料表，正確計算出單個左手香膏的基礎材料成本。 4. 制定售價與發表：討論出合理售價與促銷點子，並上台發表「客群定位與定價策略」，具體說明推薦理由與定價邏輯。	1. 文件評量：檢視「人物誌學習單」，評估學生設定的客群痛點與產品特色是否具備合理的邏輯關聯性。 2. 實作評量：檢核產品成本數學計算的正確性，以及最終定價與促銷策略在現實中的可行性與合理性。 3. 口語與同儕評量：透過上台發表階段，評量學生的口語表達與邏輯論述能力，並透過台下的提問與回饋，檢視學生的傾聽與同儕互評能力。	1. 自編教材：「人物誌 (Persona) 九宮格」學習單。 2. 數據資料：左手香膏材料成本試算表。 3. 數位媒材：「用 Persona 找出目標客群」 https://www.youtube.com/watch?v=N1MBqwf19c8

本表為第二單元教學流設計/(本學期共 3 個單元)

單元名稱		海報魔法師	教學 期程	第七週至第十三週	教學節數	7 節 280 分鐘
學習 表現 校訂或 相關領 域與 參考指 引或 議題實	學習 重點	國：2-III-6結合科技與資訊，提升表達的效能。 藝：1-III-3能學習多元媒材與技法，表現創作主題。 1-III-6能學習設計思考，進行創意發想和實作。				

C6-1 彈性學習課程計畫(統整性主題/專題/議題探究課程-單元活動設計)

學習內容 (校訂)	質內涵				
	宣傳標語設計與修辭應用、視覺排版草圖繪製、數位設計平台（Canva）操作實務與版面美學原則。				
	學習目標				
1. 能設計平面廣告，包含標題、圖片、文字、色彩和佈局。 2. 能運用修辭手法設計廣告標語。 3. 能完成針對那拔國小社區民眾的左手香膏平面廣告。					
教師提問/ 學習活動 學習評量/ 學習資源	節數 規劃	教師的提問或引導	學生的學習活動	學習評量	學習資源 自選編教材或學習單
	2 節	1. 視覺焦點觀察：展示經典平面推廣海報或具視覺衝擊力的圖文廣告，引導學生觀察並分析「吸睛」的關鍵視覺要素。 2. 海報要素解析：歸納優秀海報的三大核心元素（主視覺大圖、精簡文字、高對比色彩配置）。 3. 標語（Slogan）修辭教學：解析經典廣告金句的修辭技巧（如押韻、對比、雙關等），引導學生體會文字精煉與洗腦的傳達力量。 4. 草圖發想引導：指導各組特派員針對前一單元的「目標客群」，發想專屬宣傳標語，並引導繪製海報版面的空間配置草圖。	1. 案例分析與討論：觀察教師提供的廣告範例，於數位白板（如 Padlet）上進行討論，歸納海報的視覺亮點。 2. 標語腦力激盪：小組合作進行標語發想，運用修辭技巧，共同產出至少 3 句切合產品痛點與特色的宣傳短語。 3. 版面草圖繪製：在空白紙張上進行海報草圖排版（Wireframe），初步確認產品圖、宣傳標語、定價等資訊的空間配置與比例。	1. 文件評量：檢核小組產出的推廣標語是否簡明扼要、具備記憶點且符合目標客群需求。 2. 實作評量：檢視紙本海報草圖的版面配置是否合理，包含主次分明、資訊清晰且不擁擠。	1. 數位媒材：國內外經典平面廣告範例簡報、Padlet 數位白板平台。 2. 實體文具：A4 空白紙張（繪製草圖用）、鉛筆、橡皮擦。
	5 節	1. 數位工具導入：示範 Canva 數位設計平台的基本操作（包含範本搜尋、字體與色彩修改、圖層順序概念）。 2. 影像處理教學：指導學生如何上傳實體拍攝的產品素材，並運用去背工具處理主視覺圖片。 3. 美學與排版指導：講述「限制字數、統一個	1. 數位排版實作：登入 Canva 平台，運用資訊科技能力，將紙本海報草圖轉化為數位化設計。 2. 素材編輯與應用：實作產品圖片去背功能，並挑選合	1. 科技素養評量：觀察並評估學生操作 Canva 設計平台各項基本工具與影像處理的熟練度。 2. 美感實作評量：檢核最終匯出的數位海報作品，	1. 軟體與素材：Canva 教育版平台、左手香膏去背圖檔與相關影像素材庫。

C6-1 彈性學習課程計畫(統整性主題/專題/議題探究課程-單元活動設計)

		調、重點放大」等視覺美學原則，並於學生實作時進行巡視與個別技術指導。 4. 成果發表與賞析： 辦理「海報魔法師大賞」，引導學生投影展示數位作品，並建立正向的同儕互評機制。	適的背景與插圖元素進行版面美化。 3. 滾動式修正與匯出： 依據教師與同儕的視覺建議，微調字體大小與色彩對比，完成最終設計並匯出高解析度圖檔。 4. 作品賞析與互評： 各組上台展示海報成果，並針對他組作品給予具體的優點讚美與修改建議。	評分其色彩搭配、排版層次感與視覺傳達的精準度。 3. 同儕互評： 透過海報大賞的觀摩活動，檢視學生給予他人具體回饋（如兩項讚美、一項建議）的鑑賞與表達能力。	
--	--	--	---	---	--

本表為第三單元教學流設計/(本學期共 3 個單元)						
單元名稱		創意短片開拍	教學期程	第十四週至第二十週	教學節數	7 節 280 分鐘
學習重點	學習表現 校訂或相關領域與參考指引或議題實質內涵	國： 2-III-6結合科技與資訊，提升表達的效能。 藝： 1-III-6能學習設計思考，進行創意發想和實作。 藝： 1-III-3能學習多元媒材與技法，表現創作主題。				
	學習內容(校訂)	短影音敘事結構分析、產品推廣影片風格設定、三幕劇分鏡腳本企劃撰寫。				
學習目標		1. 能分析時下熱門短影音的敘事結構（如 Hook 破題、痛點、解方）與吸睛元素。 2. 能依據產品核心特色，小組共創並設定合適的影音推廣風格。 3. 能應用三幕劇概念，團隊合作完成一份 15-30 秒的短影音分鏡腳本企劃。				
教師提問/學習活動 學習評量/學習資源	節數 規劃	教師的提問或引導	學生的學習活動		學習評量	學習資源 自選編教材或學習單
	3 節	1. 媒體識讀與觀察： 播放時下流行的短影音（Shorts/Reels），引導學生	1. 影片解碼：觀看並分析短片範例，計算畫面		1. 觀察評量： 評估學生在影片分析階段，是否能精	數位媒材： YouTube Shorts 或 IG Reels 經典範例影片清

		觀察並討論「高觀看數」影片的共通視覺與節奏特徵。 2. 敘事結構解析：歸納短影音的「黃金公式」：前三秒破題（Hook）引發共鳴、點出痛點、提出產品解方、行動呼籲（呼籲購買或關注）。 3. 風格定位討論：引導小組依據左手香膏的產品賣點與目標客群，討論適合的影片呈現風格（如：幽默搞笑短劇、情境生活風、快節奏開箱等）。	切換頻率，感受短影音的快節奏特性。 2. 結構拆解：運用數位白板或學習單，拆解範例影片的起承轉合與敘事邏輯。 3. 風格確立：小組討論並凝聚共識，決定本組推廣短片的視覺風格與情境設定，並初步確認主要演員與角色分配。	確點出短影音的敘事結構與節奏特性。 2. 口語評量：檢核小組對於影片風格設定的理由是否切合產品賣點與目標對象。	單
4 節	1. 分鏡概念導入：講解「分鏡圖（Storyboard）」在影像創作中的重要性，說明影片拍攝前的企劃規劃是節省拍攝時間的關鍵。 2. 分鏡表填寫教學：示範如何將文字轉化為畫面，講解分鏡表的四大要素：鏡頭景別（特寫/遠景）、畫面構圖（草圖）、人物台詞/旁白、預估秒數。 3. 三幕劇鷹架示範：提供基礎情境鷹架（如：遭遇蚊蟲叮咬的困擾 -> 左手香膏救援 -> 舒緩與推薦），引導學生構思情節。 4. 期末統整引導：巡視各組腳本邏輯，並指導學生將第一單元的「產品圖卡」、第二單元的「海報」與本單元的「分鏡腳本」統整，準備期末提案。	1. 情節腦力激盪：團隊合作發想短片情節，設計具吸引力的開場與結尾。 2. 繪製分鏡腳本：將討論結果落實於「分鏡學習單」，以簡易圖示繪製畫面，並標註台詞、動作與拍攝角度。 3. 腳本紙上推演：小組內部進行實境排練與走位推演，確認台詞順暢度及整體影片長度是否精準控制於 30 秒內。 4. 期末提案發表：統整本學期三項產出，上台進行「那拔好物特派員：左手香推廣提案」，展現一學期以來的學習成果。	1. 實作評量：檢核「短影音分鏡表」的完整度（畫面構圖、台詞設計、時間標示是否明確且合理）。 2. 邏輯流暢度評量：評估腳本情節是否具備起承轉合，且能有效凸顯產品特色。 3. 總結性表現評量：透過期末提案發表，綜合評分學生對於產品定位、海報設計與影音企劃的統整與口語表達能力。	1. 自編教材：「短影音分鏡表（Storyboard）」學習單（需包含畫面框、秒數、台詞/音效欄位）。 2. 數位媒材：「分鏡圖的重要性與繪製技巧」概念教學影片。 https://www.youtube.com/watch?v=ne-pckHfzt4	

臺南市公立新化區荖拔國民小學 115 學年度第二學期六年級彈性學習 預見荖拔 課程計畫

學習主題名稱 (中系統)	荖拔好物特派員(下)	實施年級 (班級組別)	六年級	教學節數	本學期共(18)節
彈性學習課程	統整性探究課程 (☒ 主題 ☐ 專題 ☐ 議題)				
設計理念	1. 延續上學期的企劃，引導學生持續化身為「荖拔好物特派員」，將紙本的左手香推廣提案轉化為實際的數位影音與實體展演，創造讓更多人「預見」荖拔的機會與擴展。 2. 互動與關聯：覺察荖拔與新化的關係及連結，讓學生用特派員的新鮮視角，探索家鄉的歷史與發展，從不同角度更認識自己的文化生活圈。				
本教育階段 總綱核心素養 或校訂素養	E-A3 具備擬定計畫與實作的能力，並以創新思考方式，因應日常生活情境。 E-B2 具備科技與資訊應用的基本素養，並理解各類媒體內容的意義與影響。 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	1. 能將上學期設計的分鏡圖腳本，運用行動載具實際拍攝，並運用剪輯軟體完成短影音。 2. 能理解數位推廣的基本概念，為自己的推廣影片設計吸睛的標題與封面縮圖。 3. 能發揮團隊合作，結合數位影音與實體互動，完成充滿自信的實體推廣與展演。				
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	1. 完成一支流暢且能凸顯產品特色的 15-30 秒推廣短影音。 2. 產出一個具備視覺焦點的影片封面縮圖與吸睛標題。 3. 小組合作進行 3 分鐘的實體推廣展演（如現場互動介紹或模擬產品開箱）。				

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)

開拍！小導演(6)

能將分鏡圖轉化為實際影片，並完成軟體剪輯。



抓住眼球的密碼(6)

能理解數位推廣邏輯，並設計出吸睛影片標題與封面縮圖。

特派員推廣 Show
(6)

能結合影音作品，展現自信進行實體的產品推廣與互動。

本表為第一單元教學流設計/(本學期共 3 個單元)

單元名稱		開拍！小導演	教學期程	第一週至第六週	教學節數	6 節 240 分鐘
學習重點	學習表現 校訂或相關領域與參考指引或議題實質內涵	國語：2-III-6結合科技與資訊，提升表達的效能。 藝術：1-III-6能學習設計思考，進行創意發想和實作。 藝術：1-III-3能學習多元媒材與技法，表現創作主題。 資E5使用資訊科技與他人合作產出想法與作品。				
	學習內容(校訂)	1. 行動裝置基礎攝影技巧與運鏡、數位影音軟體剪輯實務（裁切、轉場、配樂、上字幕）。				
學習目標		1. 能運用平板或手機進行穩定拍攝與基本運鏡操作。 2. 能依照上學期的分鏡表確實執行拍攝任務，並發揮團隊合作精神。 3. 能操作剪輯軟體完成影片的裁切、轉場、上字幕與配樂，產出推廣短影音。				
教師提問/學習活動 學習評量/學習資源		節數 規劃	教師的提問或引導	學生的學習活動	學習評量	學習資源 自選編教材或學習單
		3 節	1. 任務喚醒與確認：請學生拿出上學期完成的分鏡表，確認今日的實地拍攝任務。 2. 基礎攝影教學：教導行動裝置的穩定持握姿勢（如手肘貼緊身體防手震），並示範基本運鏡技巧（如平移 Pan、特寫近拍）。 3. 團隊分工指導：協助確認各組的角色分配（包含導演、攝影師、演員、道具管理）。 4. 實地拍攝控場：帶領學生至校園各處所進行拍攝，隨時提醒場地安全與錄音時的音量控制。	1. 行前會議：小組內部確認拍攝場景順序與所需道具（左手香膏實體）。 2. 實機拍攝：依據分鏡表逐格進行畫面拍攝，每個鏡頭至少錄製兩次以備後製剪輯之需。 3. 素材確認：拍攝告一段落後，即時回放檢查平板內的影片收音狀況與畫面清晰度。	1. 由分鏡圖的繪製可以讓老師了解學生是否能應用到行銷手法 2. 由影片的拍攝與後製可以讓老師了解學生是否能應用到行銷手法	1. 上學期產出之「短影音分鏡表」。 2. 學校平板或手機、穩定腳架。 3. 左手香膏實體與相關拍攝道具。
		3 節	1. 剪輯軟體導入：介紹並打開 CapCut 或 Canva 影音編輯功能，示範如何將拍攝素材匯入專案。	1. 素材粗剪：	1. 資訊素養評量：檢核學生操作數位剪輯軟體各項基本功能	1. 學生用平板電腦或電腦。 2. 剪輯軟體（CapCut

		2. 基礎剪輯四步驟教學： 逐步示範「裁切（保留精華）、轉場（畫面切換順暢）、上字（加上重點字幕）、配樂（無版權背景音樂）」。 3. 影片節奏提醒： 提問「影片太長會不會讓人想滑掉？」引導學生剪去拖泥帶水的冗長片段，保持推廣影片的明快節奏。	將拍攝素材匯入軟體，按照分鏡表順序排列，並裁切掉NG 或冗長的片段。 2. 精剪與特效： 加上轉場效果或輔助音效（如叮咚聲、歡呼聲）。 3. 字幕與配樂： 鍵入能輔助說明重點字幕，並搭配節奏輕快的無版權配樂。 4. 匯出成品： 將完成的專案匯出為高畫質MP4 影音檔案。	的熟練程度。 2. 作品評量： 綜合評估影片成品的視覺節奏感、字幕易讀性以及配樂情境的合適度。	或 Canva）。 3. 創用 CC 或無版權音樂素材庫。
--	--	--	---	---	---

本表為第二單元教學流設計/(本學期共 3 個單元)

單元名稱		抓住眼球的密碼	教學期程	第七週至第十二週	教學節數	6 節 240 分鐘
學習重點	學習表現 校訂或相關領域與參考指引或議題實質內涵	國：5-III-12 運用圖書館(室)、科技與網路，進行資料蒐集、解讀與判斷，提升多元文本的閱讀和應用能力 2-III-5 把握說話內容的主題、重要細節與結構邏輯。 資 E8 認識基本的數位資源整理方法。 閱 E5 發展檢索資訊、獲得資訊、整合資訊的數位閱讀能力。				
	學習內容(校訂)	數位流量與點閱率基礎概念、推廣影片吸睛標題設計技巧、數位影音縮圖(封面)視覺設計實作。				
學習目標		1. 理解數位推廣與點閱率的基礎邏輯。 2. 能觀察並分析熱門影片，歸納出吸睛標題與封面的設計特徵。 3. 能應用 Canva 軟體，為專屬推廣影片設計出具視覺焦點的封面縮圖與標題。				

教師提問/學習活動 學習評量/學習資源	節數 規劃	教師的提問或引導	學生的學習活動	學習評量	學習資源 自選編教材或學習單
	3 節	1. 數位流量概念導入：提問「影片剪輯完成並上傳網路後，就一定會爆紅嗎？」藉此引出「曝光度」與「點閱率」的核心概念。 2. 破解百萬流量密碼：於大螢幕展示數個高點閱率的 YouTube 影片截圖，提問「這些封面有哪些共通特徵？」（如：誇張的人物表情、高對比大字體、懸疑符號）。 3. 標題對比與解析：呈現「平淡敘述型標題」（如：左手香膏介紹）與「懸念吸睛型標題」（如：神級左手香實測！結果竟然...？）的對比，引導分析其差異與吸引力來源。	1. 觀察與歸納：分組觀察熱門影片的封面與標題，討論並歸納出吸引觀眾點擊的關鍵視覺與文字要素。 2. 腦力激盪：針對小組產出的推廣短片，發想出 3 個具備懸念、話題性或能引發好奇心的影片標題，並發布於數位白板上。	1. 分析能力評量：檢核是否能正確且具體地歸納出提升點閱率的關鍵圖文要素。 2. 創意實作評量：評估小組產出標題之文字吸引力、話題性以及與產品的關聯度。	1. YouTube 首頁與熱門影片截圖簡報。 2. 數位白板 Padlet 平台。 3. 自編「吸睛標題練習」學習單。
	3 節	1. 設計任務發布：結合上學期習得之 Canva 技能，引導各組特派員為自己的推廣影片製作一張專屬的「數位縮圖封面」。 2. 影像擷取與底圖指導：指導如何從影片檔案中擷取最精彩的畫面，或重新拍攝組員的生動表情照片作為封面底圖。 3. 數位排版提醒：提醒版面設計細節，如「文字需加粗並增添陰影」，以確保在行動裝置的小螢幕上依然具備高易讀性。	1. 素材準備：挑選合適的影片截圖，或實地拍攝一張具備視覺張力的人物照片作為底圖。 2. Canva 數位製作：運用 Canva 平台，將底圖結合吸睛大標題與輔助插圖（如箭頭、驚訝符號）進行版面合成。 3. 模擬上傳建檔：將完成的封面圖檔與影片檔案存放於指定資料夾，模擬數位平台上傳前的準備作業。	1. 設計美學評量：評估數位縮圖封面的視覺衝擊力、色彩對比及文字易讀性。 2. 資訊科技評量：檢核 Canva 軟體圖文編排與影像合成操作之熟練度。	1. 學生用平板電腦或電腦。 2. Canva 教育版設計平台。 3. 各組之前拍攝之影片素材檔。

本表為第三單元教學流設計/(本學期共 3 個單元)

單元名稱	特派員推廣 Show	教學期程	第十三週至第十八週	教學節數	6 節 240 分鐘
------	------------	------	-----------	------	------------

學習重點	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)	國語： 2-III-6結合科技與資訊，提升表達的效能。 藝術： 1-III-6能學習設計思考，進行創意發想和實作。 藝術： 1-III-3能學習多元媒材與技法，表現創作主題。 資 E5 使用資訊科技與他人合作產出想法與作品。				
	學習目標	1. 數位推廣與現場展演互動技巧、產品開箱與實體發表實務、團隊合作與自我反思。 1. 觀摩並掌握具感染力的口語表達與產品展演技巧。 2. 能結合數位影音作品與實體互動，規劃並執行一場產品推廣展演。 3. 能發揮團隊合作精神完成發表，並能客觀進行同儕互評與學習反思。				
	教師提問/學習活動 學習評量/學習資源	節數 規劃 3 節	教師的提問或引導 1. 展演技巧觀摩：播放一段節奏明快的產品開箱或現場推廣影片，提問「哪些肢體動作或語氣最能吸引觀眾注意？」 2. 表達技巧拆解：歸納展演關鍵要素：眼神交流、語音抑揚頓挫、產品展示角度，以及與現場觀眾的互動技巧（如：提問、現場試用）。 3. 展演劇本規劃：引導小組設計 3 分鐘的「實體推廣 Show」腳本，包含如何介紹影片內容及現場實體產品的展現方式。 4. 模擬排練指導：針對各組的排練狀況進行走位指導，提醒發言音量、表情管理與團隊默契。	學生的學習活動 1. 技巧分析：觀察並討論範例影片中的表達技巧，找出適合運用在自己小組的互動橋段。 2. 角色分配與腳本編寫：確立小組分工（如：主講人、助、場控），撰寫實體推廣提詞卡與互動流程。 3. 實地走位排練：於教室空間進行實地展演練習，針對語氣與動作流暢度進行小組內的修正與優化。	學習評量 1. 觀察評量：評估學生在小組討論與排練時的參與熱衷度，以及對表達技巧的掌握能力。 2. 團隊合作評量：檢核小組成員是否能各司其職、相互補位，共同完成展演準備。	學習資源 自選編教材或學習單 1. 優質開箱或推廣展演範例影片。 2. 實體推廣腳本發想學習單。 3. 產品推廣用提詞卡。

C6-1 彈性學習課程計畫(統整性主題/專題/議題探究課程-單元活動設計)

	3 節	1. 發表會儀式建立：辦理「預見郝拔：好物特派員成果發表會」，由各組特派員輪流上台進行最終發表。 2. 展演流程掌控：依序進行「影片首映（含縮圖標題展示）」與「實體推廣互動展演」。 3. 互動機制引導：發放「特派員虛擬贊助金（或評分表）」，引導台下觀眾根據各組的表現進行虛擬購買或點數投票。 4. 課程總結與反思：提問「這一年來，你覺得特派員任務中最有成就感的地方在哪裡？」引導學生回顧從產品發想到影片完成的心路歷程。	1. 正式成果展演：進行綜合性的期末發表，展現短影音作品並搭配具感染力的實體產品介紹。 2. 同儕觀摩與互評：專注觀看各組展演，並運用虛擬金幣或評分表，給予他組客觀的評價與回饋。 3. 自我反思撰寫：回顧這兩學期的學習歷程，於數位白板或心得單上寫下對於創意表達與家鄉推廣的成長反思。	1. 總結性表現評量： 綜合評估展演作品的完整度、口語表達的自信度，以及推廣策略的創意與邏輯性。 2. 互評與反思評量： 檢核學生給予他組回饋的客觀性與深度，以及自我成長反思內容的深刻度。	1. 數位白板 Padlet（撰寫期末心得）。 2. 左手香膏實體產品。
--	-----	---	--	--	--