



教育部跨領域美感教育卓越領航計畫

合作學校創課方案(4.2版)

114 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
申請類別	<input type="checkbox"/> 標竿學校 <input checked="" type="checkbox"/> 種子學校
創課方案名稱	未來關鍵力-跨域行銷
團隊成員	<p>藝術類教師：</p> <p><input checked="" type="checkbox"/>視覺藝術/美術：<u>葉佳怡</u></p> <p>非藝術類教師：</p> <p><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)、盧健璋(資處科)</u></p> <p>總人數：6人</p>
實施對象	<p><input checked="" type="checkbox"/>高中/職：<u>綜合高中科 二 年級</u></p> <p>參與班級數：<u>普通班(社會組) 2</u></p> <p>參與總人數：<u>66人</u></p>
課程屬性 (可複選)	<input 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：_____
創課方案來源	<p><input type="checkbox"/>創新課程 (為全新自創之跨領域方案)</p> <p><input type="checkbox"/>精進課程 (延續之前跨領域方案內容，但加以聚斂優化)</p> <p><input checked="" type="checkbox"/>延伸課程 (依據之前跨領域方案走向，但延伸擴充之)</p> <p><input type="checkbox"/>其他：<u>如改編自其他美感教育計畫方案</u></p>
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	<p>視覺設計 課程透過色彩心理、LOGO 設計，引導學生將品牌概念依特性轉化為視覺符號，培養美感、符號識讀與基礎視覺溝通能力。</p> <p>AI應用 引導學生運用生成式AI 進行商品命名、圖像生成與文案優化，學習撰寫提示詞，並判斷生成結果優缺點，培養基礎AI 应用能力。</p> <p>3D與雷雕實作 學生將平面設計成果轉化為立體作品，實際操作 3D 列印與雷射雕刻，體驗設計落地過程，培養實務操作能力與問題解決素養。</p> <p>品牌行銷 以校慶園遊會為情境，帶領學生認識品牌定位、STP 與 4P 行銷概念，分析目標客群需求，培養市場思維、策略規劃能力與負責任的決策態度。</p> <p>語言表達 課程聚焦 Slogan 發想、產品腳本寫作與黃金 15 秒介紹，透過實例分析與口語演練，提升學生語言組織、表達自信與品牌溝通說服力。</p> <p>壠南 美食博覽會</p>

<p>課程發展理念</p>	<p>中壢高商為引導學生職涯探索並培養未來核心能力，於綜高二年級社會組開設「未來關鍵力—跨域行銷」課程。114 學年度主要以「壢商美食博覽會」作為主題，課程內容聚焦「AI 應用」、「品牌行銷」、「視覺設計」、「語言表達」與「3D 列印與雷雕實作」五大主軸，引導學生使用在地特色食材，將創意構想轉化為具體成果，並在學習過程中融入 SEL 社會情緒學習概念，使學生能在專業學習中兼顧情緒管理、人際互動與社會責任。</p> <p>本課程強調「跨領域整合」與「實務導向」學習，透過專題式與實作導向的教學設計，培養學生完整的人格素養，讓學生具備「專業力×情緒智能×創造力」，使其在未來升學與職涯發展中具備競爭力與影響力。課程發展同時對應 SEL 五大核心能力，期達成以下目標：</p> <ol style="list-style-type: none"> 自我覺察 (Self-Awareness)： 透過 LOGO 設計與品牌金句撰寫，引導學生覺察自身價值觀與創意表現方式，理解個人特質如何影響企劃與設計風格。 自我管理 (Self-Management)： 在 AI 應用與產品實作歷程中，培養學生規劃進度、調適情緒與面對壓力的能力，展現自律與持續投入的態度。 社交意識 (Social Awareness)： 以壢商美食博覽會為案例，引導學生理解並尊重不同文化特色與經營理念，增進同理心與社會責任感。 人際關係技巧 (Relationship Skills)： 透過團隊合作為各組設計之美食攤位進行行銷分析、腳本撰寫與成果製作，培養有效溝通、協調分工與合作共好的能力。 負責任的決策 (Responsible Decision-Making)： 在行銷策略擬定與成果發表過程中，引導學生考量倫理、團隊與社會影響，學習為決策結果負責與承擔結果的能力。 																											
<p>跨領域美感素養</p>	<p>※請參閱跨領域美感課程模組核心內涵 4.2 版，勾選課程對應之跨領域美感素養(可複選)，並依課程設計相關程度排序。</p> <table border="1" data-bbox="379 1115 1442 1529"> <thead> <tr> <th>跨領域美感素養</th> <th>勾選欄</th> <th>排序欄 (1 為相關程度最高，以此類推)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1.美學思辨與覺察省思</td> <td><input checked="" type="checkbox"/></td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>2.符號識讀與脈絡應用</td> <td><input checked="" type="checkbox"/></td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>3.藝術參與及社會行動</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td></td> </tr> <tr> <td>4.設計思考與創意發想</td> <td><input checked="" type="checkbox"/></td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>5.數位媒體與網絡掌握</td> <td><input checked="" type="checkbox"/></td> <td>5</td> </tr> <tr> <td>6.文化跨域與多元詮釋</td> <td><input checked="" type="checkbox"/></td> <td></td> </tr> <tr> <td>7.藝術探究與生活實踐</td> <td><input checked="" type="checkbox"/></td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>8.其他：(請自行填寫)</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	跨領域美感素養	勾選欄	排序欄 (1 為相關程度最高，以此類推)	1.美學思辨與覺察省思	<input checked="" type="checkbox"/>	1	2.符號識讀與脈絡應用	<input checked="" type="checkbox"/>	2	3.藝術參與及社會行動	<input type="checkbox"/>		4.設計思考與創意發想	<input checked="" type="checkbox"/>	4	5.數位媒體與網絡掌握	<input checked="" type="checkbox"/>	5	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 checked="" type="checkbox"/>	3	8.其他：(請自行填寫)	<input type="checkbox"/>	
跨領域美感素養	勾選欄	排序欄 (1 為相關程度最高，以此類推)																										
1.美學思辨與覺察省思	<input checked="" type="checkbox"/>	1																										
2.符號識讀與脈絡應用	<input checked="" type="checkbox"/>	2																										
3.藝術參與及社會行動	<input type="checkbox"/>																											
4.設計思考與創意發想	<input checked="" type="checkbox"/>	4																										
5.數位媒體與網絡掌握	<input checked="" type="checkbox"/>	5																										
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 checked="" type="checkbox"/>	3																										
8.其他：(請自行填寫)	<input type="checkbox"/>																											
<p>跨領域課程類型</p>	<p>※請參閱跨領域美感課程模組核心內涵 4.2 版，勾選課程對應之跨領域課程類型(可複選)，並依課程設計相關程度排序。</p> <table border="1" data-bbox="379 1612 1442 2004"> <thead> <tr> <th>跨領域課程類型</th> <th>勾選欄</th> <th>排序欄 (1 為相關程度最高，以此類推)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1. 活化型課程</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td></td> </tr> <tr> <td>2. 議題式課程</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td></td> </tr> <tr> <td>3. 窗外式課程</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td></td> </tr> <tr> <td>4. 交集性課程</td> <td><input checked="" type="checkbox"/></td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>5. 學校本位課程</td> <td><input checked="" type="checkbox"/></td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>6. 混成式課程</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td></td> </tr> <tr> <td>7.其他：(請自行填寫)</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	跨領域課程類型	勾選欄	排序欄 (1 為相關程度最高，以此類推)	1. 活化型課程	<input type="checkbox"/>		2. 議題式課程	<input type="checkbox"/>		3. 窗外式課程	<input type="checkbox"/>		4. 交集性課程	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5. 學校本位課程	<input checked="" type="checkbox"/>	2	6. 混成式課程	<input type="checkbox"/>		7.其他：(請自行填寫)	<input type="checkbox"/>				
跨領域課程類型	勾選欄	排序欄 (1 為相關程度最高，以此類推)																										
1. 活化型課程	<input type="checkbox"/>																											
2. 議題式課程	<input type="checkbox"/>																											
3. 窗外式課程	<input type="checkbox"/>																											
4. 交集性課程	<input checked="" type="checkbox"/>	1																										
5. 學校本位課程	<input checked="" type="checkbox"/>	2																										
6. 混成式課程	<input type="checkbox"/>																											
7.其他：(請自行填寫)	<input type="checkbox"/>																											

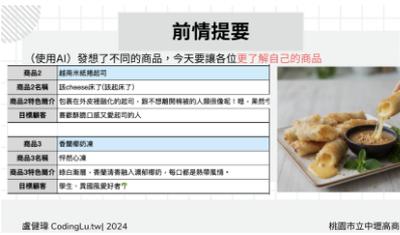
2. 準備 AI 文字與圖像生成工具 (Google AI Studio)。
3. 準備可上網之平板設備。

➤ 引起動機

1. 教師開場以問題引導，等待所有學生開啟簡報：「有用過 AI 嗎？用來做什麼」



2. 接著提出今天要让同學更了解自己發想的商品。



3. 介紹什麼是生成式 AI，可以和學生互動機器學習、深度學習與今天生成式 AI 在猜測圖片時的差別。讓學生以寶可夢為例，知道生成式 AI 它不只是「知道答案」，而是「根據規律，生出新的可能性」。



二、開展活動



活動一 | 使用 Google AI Studio 進行圖像生成

◆ 教師說明任務與示範範例

- 介紹 Nano Banana 並介紹生成範例
- 示範提示詞輸入方式與生成順序。
- 等待同學開啟網站
- 利用 AI Studio 自由創作



◆ 使用老師的版本進行生圖（較有生成順序）



◆ 小組討論與創意發想

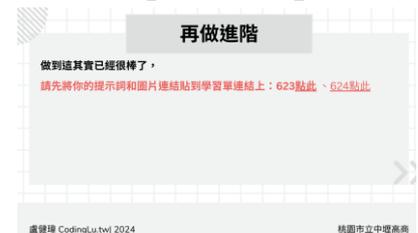
各組選出 3 種食物作為改造對象，討論內容包括：

- 產生文字，透過 AI 生成提示詞與圖片。
- 討論如何修改提示詞，優化圖片。



活動二 | 圖像風格升級與再生成

◆ 成果要求：將「提示詞」與「圖片」上傳到雲端。



◆ 教師說明：「如何製造更多的風格」。



◆ 介紹如何利用 ChatEverywhere 找到更多的風格與如何用圖片再生成圖片。



三、綜合活動

1. 問題反思：

「AI 繪圖如何在商品上應用？」包含在互動網站中，每個欄位所代

表的意思（主物體、風格、光影等...）

2. 教師回顧本單元學習流程：

- ◆ 如何透過提示詞生成圖片。
- ◆ 如何透過圖片去修改圖片。
- ◆ 如何去查詢更多種風格，做不同感覺的圖片。

3. 留時間讓學生上傳檔案。

請將學習單討論商品繕打至表格，至少設計3項美食商品

主題	
商品介紹簡報標題	
店名	
組員姓名	
商品1	
商品1名稱	
商品1特色簡介	
目標顧客	
你的最終提示詞	
商品圖片建議	
商品2	
商品2名稱	
商品2特色簡介	
目標顧客	
你的最終提示詞	
商品圖片建議	

請打上組員姓；

商品名稱請多替

主題(二)名稱：品牌行銷

單元 1 名稱：壟商美食博覽會

課程目標：

- 一、以美食博覽會為真實市場情境，進行商品與品牌構想。
- 二、引導學生主動發想品牌理念與行銷目標，建立基礎品牌與行銷概念。
- 三、培養團隊合作精神，學習尊重多元意見並分工完成任務。

實施節數：4

一、導入活動

➤ 課前準備

(一)學生：有舉辦園遊會攤位的經驗。

(二)教師：

1. 製作教學簡報(含創意美食圖片)。
2. 準備學習單與 AI 文字生成工具。
3. 準備可以上網的平板。

➤ 引起動機

1. 教師開場以問題引導：

「每次園遊會，你最期待吃到什麼？那有沒有哪一攤的食物，讓你覺得特別吸睛？」

2. 接著展示幾張創意美食圖片(例如：冰淇淋花朵、臭薯條、彩色地瓜球)，讓學生觀察造型、包裝、色彩設計如何提升吸引力。

3. 教師總結引言：

「今天我們要挑戰，把傳統小吃改造成更有話題性的新潮美食！用創意、行銷力與 AI 的幫助，讓你的攤位成為全場焦點！」

二、開展活動

活動一 | 小組分組

- ◆ 教師說明分組原則，每組 6 人。
- ◆ 以 DISA 人格測驗進行分組

1.2.4.5.7

D、K、Q

甲乙丙丁戊

DISC人格測驗

- DISC人格測驗由美國心理學家維廉·馬斯頓 (WILLIAM MOULTON) 創建，透過四種不同的性格，包括：
— 掌控型 (DOMINANCE)、影響型 (INFLUENCE)、穩定型 (STEADINESS) 和分析型 (COMPLIANCE)，來解釋人的情緒反應和行為風格。
- 想知自己屬於哪種性格，是否容易獲得僱主垂青？
- 根據自己的第一感覺，從每組四個形容詞中選出最適合自己的形詞。



分組前，進行 DISC 人格測驗，每組都要有 D、I、S、C 不同的人格。

活動二 | 討論改造食物創意

- ◆ 教師說明任務與示範範例
 - 臭豆腐→「臭薯條」：外型像薯條、附特製沾醬。
 - 地瓜球→「彩虹星球 Q 彈球」：不同顏色球體
 - 引導學生思考：「怎樣的改造能吸引拍照打卡？」
- ◆ 小組討論與創意發想
 - 各組選擇 3 種食物進行改造，食物原型與改造方式（形狀、口味、包裝、配色）
 - 說明改造吸引顧客的原因與實際可行性。
 - ✚ 為什麼這樣改造會吸引顧客？
 - ✚ 是否能在校園園遊會實際製作？

活動三 | 討論目標顧客

- ◆ 教師說明：「成功的商品，必須知道要賣給誰！」
- ◆ 小組討論
 - 討論目標顧客是誰？（如小朋友、學生、老師、家長）
 - 討論如何用造型、口味、命名吸引他們？

三、商品名稱設計與特色簡介：（至少要設計 3 項商品，之後要製作商品模型）

1. 商品 1 名稱：_____
- 商品 1 特色簡介：_____
- 目標顧客：_____
2. 商品 2 名稱：_____
- 商品 2 特色簡介：_____
- 目標顧客：_____
3. 商品 3 名稱：_____
- 商品 3 特色簡介：_____
- 目標顧客：_____
4. 商品 4 名稱：_____
- 商品 4 特色簡介：_____
- 目標顧客：_____

活動四 | 攤位主題與名稱設計

- ◆ 各組討論園遊會攤位主題
例如：「星空派對」、「甜點實驗室」、「異國食堂」
- ◆ 根據主題構想攤位名稱
例如：「PlayFood 潮食實驗室」、「夜空甜點屋」，鼓勵學生在名稱中融入雙語（中英混合）或潮流語感，提升辨識度，或是可以利用諧音、縮寫、擬聲字。

堰商美食博覽會-創意企劃學習單

班級：____ 第__組 組員：_____

一、美食博覽會主題發想：

主題可以結合異國文化/在地特色/未來科技/奇幻想像

範例：泰式街頭小吃、未來實驗料理、哈利波特魔法甜點

主題：_____

二、店家名稱創意：

請為你們的店想一個吸引人的名字！（中英文皆可）(店家名稱必須切合主題)

範例：環遊世界小吃車、魔法糖果舖 The Sweet Spell

店名：_____

活動五 | 利用 AI 優化創意

- ◆ 教師示範使用 AI 重新命名商品與撰寫口號。
範例提示詞：「請幫我想 5 個創意攤位名稱，主題是夜空與甜點結合。」
請幫我把『臭薯條』這個商品改寫成更吸引學生購買的名稱與標語。
- ◆ 學生實際操作 AI，
 - 各組實際操作 AI，優化商品名稱、口號或特色描述。
 - 教師引導學生思考 AI 生成結果的優缺點，強調人工創意與 AI 協作的關係。

活動六 | 線上表單彙整各組討論成果

- 各組至教師提供的線上表單，填寫商品名稱、改造內容說明、目標顧客、攤位主題與名稱。
- 教師可即時投影部分學生作品進行簡短分享。

三、綜合活動

(一)教師邀請 2~3 組分享討論成果與創意發想過程。

(二)教師回顧本單元學習流程：

- 創意改造如何提升商品吸引力？
- 行銷設計與目標顧客的關聯性？
- AI 如何協助我們更快找到好點子？

單元 2 名稱：品牌形象與 LOGO 設計

課程目標：

- 一、認識品牌形象的定義與要素。
- 二、分析不同品牌的形象與特色。
- 三、了解 Logo 設計的三大要素：形狀、色彩、字體。

1.2.4.7

D、K、Q

甲乙丙丁戊

- 四、能設計出符合品牌形象的 Logo 草圖。
- 五、培養自我覺察與同理他人品牌觀點的能力。

實施節數：4

一、導入活動

➤ 課前準備

- (一)學生：攜帶文具、筆記工具。
- (二)教師：備妥簡報、學習單、烤箱、熱縮片、丙烯馬克筆、剪刀、打洞機、尖嘴鉗、鑰匙扣。



➤ 引起動機

(一)引言-品牌形象的力量

品牌形象是消費者對品牌的整體感知印象，包括視覺、情感與價值認知的總和。它不只是 Logo 或顏色，而是消費者心中對品牌的完整聯想。



(二)品牌猜猜看遊戲

- ◆ 學生完成學習單品牌形象探索（品牌名稱、Logo、及 LOGO 設計特色）

◆ 品牌形象探索

Logo			
品牌		麥當勞	中壢高商
特色			

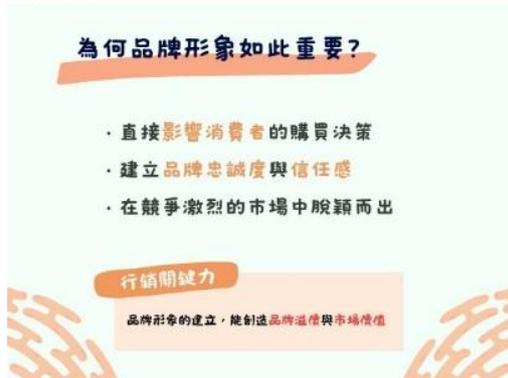
- 「猜 Logo VS 畫 Logo」(7-11、麥當勞、中壢高商)。
- 問題引導：「你認得出它嗎？LOGO 設計的特色是什麼？讓你有什麼感覺？」



二、開展活動

活動一 | 品牌形象概念與分析

◆ 品牌形象定義說明



◆ 品牌分析練習

- 學生完成學習單品牌分析練習（品牌關鍵字、故事、Logo 一致性）

◆ 品牌分析練習

請在市場中，選擇你熟悉或喜歡的品牌，完成下列問題：

品牌名稱	
品牌形象關鍵字 (3 個形容詞)	
品牌故事/特色	
說說看 Logo 與品牌形象 是否一致? 為什麼?	

透過學生平時最喜歡的品牌進行分析，讓學生可以從自己最熟悉的店家進行品牌分析，進而學會判斷 LOGO 設計與品牌形象的關聯性。

品牌分析練習

TOPIC 1	TOPIC 2	TOPIC 3
品牌形象 關鍵字	品牌故事 / 特色	品牌形象 vs Logo
說說看，企業的 3個形容詞	說說看，企業的 品牌故事或特色 是什麼?	說說看，Logo 與品牌形象是否 一致? 為什麼?

動手作作看

TOPIC 1	TOPIC 2	TOPIC 3
品牌形象 關鍵字	品牌故事 / 特色	品牌形象 vs Logo
<ul style="list-style-type: none"> 活力 熱情 信任感 	<ul style="list-style-type: none"> 快速便捷的「一站式便利服務」 創新與多角化經營 社會責任與永續發展 	<ul style="list-style-type: none"> 「7-Eleven」代表營業時間 紅、橙、綠三色象徵活力與平衡 綠意的小字「7」是為了美觀，使其更具現代感並與年輕世代連結

老師以 7-11 為例進行分析，帶領學生進行品牌分析，進而導入商業相關知識，進而讓學生探索未來科系之選擇，是要以設計為主的文創系、商品設計為主，還是以分析為主的行銷系、企管系為主。

活動二 | 品牌形象建立

◆ 品牌形象建立

- 學生完成學習單品牌設計練習（品牌名稱、關鍵字、品牌個性）

◆ 品牌設計練習

<ul style="list-style-type: none"> ● 美食博覽會主題： ● 店家名稱： ● 請用一句話描述你的企業(品牌形象關鍵字) 	
品牌個性 (品牌故事/特色)	<ul style="list-style-type: none"> ● 企業代表的角色 或 物品： ● 具有的特色：

以目前業界最廣泛使用的是 Jennifer Aaker 在 Dimensions of Brand Personality (1997) 分析出的個性形容詞，進行各組之品牌個性建立，進而設計品牌形象。

品牌個性

1. 擬人化、有個性的品牌，容易與消費者產生「人際關係」，進而提高顧客忠誠度。

2. 能描述品牌的人格特質有哪些？

目前業界最廣泛使用的是 Jennifer Aaker 在 Dimensions of Brand Personality (1997) 分析出的個性形容詞：

真誠	興奮感	能力	高級/氣質	組織
親切親切 誠實 信譽佳/導引的 認真 專業 可靠 誠實 透明 可靠 誠實	活潑 活潑 活潑 活潑 活潑 活潑 活潑 活潑 活潑 活潑	專業 專業 專業 專業 專業 專業 專業 專業 專業 專業	正式 正式 正式 正式 正式 正式 正式 正式 正式 正式	正式 正式 正式 正式 正式 正式 正式 正式 正式 正式

動手作作看

請利用上述之品牌分析練習，為自己美食博覽會主題進行品牌分析

行銷關鍵力

有「辨識度」的品牌，是成功的關鍵。

他/她就像一個人，有外觀及內在靈魂

- 有的人會喜歡他/她，
- 有的人會崇拜他/她，
- 甚至追尋他/她。



品牌個性

◆ 品牌形象三要素



以品牌形象三要素（視覺識別、品牌價值、品牌故事）進行說明，以確立各組品牌形象之建立與企業特性相符。

活動三 | 品牌 Logo 建立

◆ LOGO 設計探索

- 學生完成學習單 LOGO 設計探索（目標客群）

◆ Logo 設計探索

目標客群	市場區隔	<input type="checkbox"/> 地理變數 (Geographic Variables) <input type="checkbox"/> 人口統計變數 (Demographic Variables) 包括性別、年齡、所得、職業、教育、家庭生命週期、宗教、族裔等。 <input type="checkbox"/> 心理統計變數 (Psychographic Variables) 包括人格特質、生活型態、價值觀與動機等。 <input type="checkbox"/> 行為變數 (Behavioral Variables) 包括追求利益、時機、使用率等。
	目標市場選擇	
	市場定位	

藉由常用的商業分析-STP 進行目標客群分析，進而鎖定目標客群特性進行 LOGO 設計，並依 LOGO 設計三大核心元（形狀、色彩、字體）進行思考小組 LOGO 想要設計的方向。

目標客群

市場區隔

- 每個市場的定義是什麼？
- 每個市場中消費者的主要特質？

選擇市場

- 市場與市場間的不同？
- 每個市場的「錢、量及發展性」？

市場定位

- 品牌定位與品牌價值是什麼？
- 我與競爭對手的差異？

Logo設計三大核心元素

形狀設計

簡便圖形、線條流動、視覺平衡感代表物



品牌高度辨識度、規格的變化提供品牌附加價值

色彩搭配

運用色彩心理學、傳達品牌情感與個性特質



最能吸引消費者視線與提高品牌

字體選擇

字型風格反映品牌調性、影響視覺層次與閱讀體驗



品牌「字體」將「品牌」與「品牌」結合

● 學生完成學習單 LOGO 設計探索（品牌個性 VS 顏色）

品牌個性 相對應顏色	<input type="checkbox"/> 紅色 (熱情 / 活力) <input type="checkbox"/> 藍色 (專業 / 信任) <input type="checkbox"/> 綠色 (自然 / 健康) <input type="checkbox"/> 黑色 (高端 / 穩重) <input type="checkbox"/> 黃色 (陽光 / 創意) <input type="checkbox"/> 白色 (純潔 / 和平) <input type="checkbox"/> 紫色 (創意 / 神秘) 其他： _____ 理由： _____
企業代表色 (最多3色)	如果要設計一個品牌 Logo，我會選擇 _____ 色， 因為它讓我覺得 _____

藉由品牌個性與色彩心理學的連結，選擇小組個性之代表色，並依 LOGO 設計原則選出適合企業的代表色。

色彩心理學連結



Color wheel with brand logos: Marvel (Red), Coca-Cola (Red), Pepsi (Blue), McDonald's (Yellow), Starbucks (Green), Twitter (Blue), Apple (Grey), YouTube (Red/White), Yahoo! (Purple).

色彩心理學連結

熱情 活潑 勇氣 自信	溫暖 誠實 和諧 包容	創意 好奇 理想 個人	簡單 專業 真實 善良
年輕 大膽 魄力	女性 浪漫 感性	青春 神秘	和平 謙卑
現代 自信 智慧 信仰	外向 動力 誠實 堅強	大膽 高貴 嚴肅 威嚴	和平 富裕 自然 平衡 安全
真摯 勇氣 開誠	樂觀 自信 溫暖	威嚴 時尚	依偎 依偎

活動四 | Logo 實作
◆ Logo 實作設計

<p>②在 LOGO 發想與設計合作中，我發現自己…</p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ 優點： ➢ 需要改進的地方： <p>③我最喜歡小組成員 LOGO 的地方是_____， 因為_____。</p>		
<p>主題(三)名稱：視覺設計 單元 1 名稱：視覺象徵的力量：形狀 × 色彩 × 情感 課程目標： 結合美感設計各組專屬 LOGO，設計具有文化底蘊與市場吸引力的品牌 LOGO。 實施節數：4</p> <p>一、導入活動</p> <p>➢ 課前準備</p> <p>(一)學生：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.具備基本色彩學知識與設計概念，能辨識不同色彩與形狀所傳達的情感與象徵意涵。 2.了解 Logo 的基本構成元素，能進行簡單的圖像觀察與分析 3.準備個人設計構想或品牌主題，作為 Logo 設計的發想基礎 <p>(二)教師：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.準備教學簡報與各國品牌 Logo 範例，供學生觀察與比較。 3.準備實作材料(素描紙、色鉛筆或電腦繪圖設備) <p>➢ 引起動機</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 以《魷魚遊戲》為例，帶領學生觀察影視作品中如何運用幾何形狀（圓形、三角形、方形）建立權力與階級的象徵，並引導學生理解這些形狀如何成為強烈的「視覺符號」。 <div data-bbox="213 1162 1018 1391" data-label="Image"> </div> <ol style="list-style-type: none"> 2. 問題討論(一)：「在日常生活中，有哪些品牌 Logo 或廣告設計最容易吸引你的目光？」是顏色、形狀、字體，還是整體的構圖設計？ 3. 問題討論(二)：Logo 的設計除了美觀，更是「視覺語言」的表達，是否能以形狀、色彩、字體傳達品牌的個性與情感？小組從自己熟悉的品牌出發，探索這些設計元素如何彼此影響、喚起情感共鳴，並分享觀察結果。 <p>二、開展活動</p> <p>活動一 讓學生觀察各式飲料店 Logo 的設計</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 教師展示台灣飲料品牌 Logo(如五十嵐、清心、85°C …等)，引導學生觀察不同品牌在色彩與形狀上的設計策略。 ◆ 學生以繪圖的方式，重現並分析這些 Logo 的構圖特色，體會成功的設計不僅展現美感，更能傳遞品牌核心價值與市場定位。 	<p>1.2.4.7</p>	<p>D、K、Q</p> <p>甲乙丙丁戊</p>

挑戰你的記憶極限

1 請根據記憶繪製出題目中的Logo，包括其造型和顏色

2 請在2-3分鐘內畫出印象中品牌的Logo

挑戰你的記憶極限

1 請根據記憶繪製出題目中的Logo，包括其造型和顏色

2 請在2-3分鐘內畫出印象中品牌的Logo

活動二 | 小組 LOGO 設計

◆ 小組討論

- 哪些 Logo 給人「印象最深」？提示學生從顏色心理學、字體特性與構圖簡化的角度分析。
- 為什麼簡潔的 Logo 更容易被記住？顏色如何影響消費者的情緒與購買決策？

紅色 + 黃色 → 速度、食慾
傳達「快餐、快速、隨時享用」

麥當勞 (M) 漢堡王 樂事 (Lay's)

綠色 + 葉子 / 自然符號 → 健康、新鮮
傳達「新鮮蔬菜、有機、可持續」

Subway 全家 Family Mart 星巴克

藍色：解渴、清涼
搭配流動性圖案 → 強調飲品的功能性

寶礦力水得 舒跑 Godiva

黑色 / 漸層色 + 幾何或字母 → 高級、精緻
傳達「高級精品」，提升食物價值感

TWG Tea

◆ 小組實作

- 各組依設計原則進行小組 LOGO 設計，每人設計一個具有特色之 LOGO。
- 小組討論與分享
各組最後檢視作品是否能清楚傳達品牌核心價值，並反思極簡與新極簡風格在當代視覺設計中的應用差異，理解「簡化不等於單調」，並透過精準的視覺選擇與符號轉化，提升設計溝通的效率與深度，作為後續小組品牌設計創作的基礎。

極簡主義
優勢：簡潔線條與幾何形狀，辨識度佳
缺點：可能過於冷漠、缺少情感共鳴

幾何結構 + 柔和曲線，配上暖色調，增添親和力

三、綜合活動

1. 從「圖像、文字、形式、意涵」四個面向，比較「極簡主義」與「新極簡主義」Logo 的差異，歸納出視覺設計的重點。
2. 小組以心智圖方式整理發想過程，釐清作品的設計方向與象徵意涵。

單元2 名稱：招牌菜介紹及菜單設計

課程目標：

- 一、了解招牌菜敘述的構成要素。
- 二、能運用品牌語言風格撰寫產品介紹文。
- 三、以視覺構圖原則設計海報。
- 四、完成攤位招牌菜主視覺草案。

實施節數：4

一、導入活動

➤ **課前準備**

(一)學生：

各組小組討論與初步設計的 Logo 草圖，具備基礎構想與品牌定位概念。

(二)教師：準備教學簡報、實作成品範本。

➤ **引起動機**

觀察常見飲料店、甜點店招牌菜寫法。討論：「什麼描述能讓你想要買？」

二、開展活動

活動一 | 招牌菜製作

◆ 輕黏土製作技巧與成品展示



活動二 | 海報視覺設計原則

- ◆ 對比
- ◆ 留白
- ◆ 主視覺 × 輔助色
- ◆ 圖文比例



1.2.4.5.7

D、K、Q

甲乙丙丁戊

活動三 | Canva/PowerPoint 海報設計實作



三、綜合活動

1. 小組展示海報
2. 教師與同儕回饋視覺與文案改善建議

主題(四)名稱：語言表達

單元 1 名稱：金句與 slogan 發想

課程目標：

- 一、理解 Slogan 與金句在品牌溝通中的功能與影響力。
- 二、學習金句的結構原則與常見修辭技巧。
- 三、透過小組合作完成品牌 Slogan 創作與修正。
- 四、強化語言表達能力、溝通力與團隊合作能力。

實施節數：4

一、導入活動

➤ 課前準備

(一)學生：

觀察日常生活中的廣告語或 IG 貼文語，預先蒐集一則自己覺得印象深刻的句子。

(二)教師：

準備知名品牌或社群金句範例(如 NIKE「Just do it」、全聯「全聯經濟美學」、投影片與範例海報。

➤ 引起動機

教師提問播放「中秋烤肉」廣告案例，提問：「為什麼一句話能改變整個節目習慣？」引導學生感受語言的力量。接著撥放具有代表性的廣告影片、標示出經典金句，讓學生感受語言如何影響購買或情感共鳴。引導學生思考：「如果你能用一句話征服市場，那會是什麼？」



1.2.4.7

D、K、Q

甲乙丙丁戊

二、開展活動

活動一 | 語感覺醒

- ◆ 分析〈一家烤肉，萬家香〉的修辭與節奏結構。

- 引導學生拆解金句要素。
- 金句公式 = 對比 + 節奏 + 感官意象 + 情感共鳴

分析面向	語言特色	效果說明
修辭結構	雙關語：「萬家香」既是品名，又有「家家萬香」的字面意。	一語雙關、印象深刻。
句型結構	對偶句：「一家／萬家」「烤肉／香」形成句式平衡。	節奏感強、朗朗上口。
語音節奏	七字兩節（3+4拍），中間逗號自然分節。	念起來有韻律，具口語傳播性。
語義層次	從「一家」的行為→昇華為「萬家」共享的香氣，具體應感。	聯想社會關照、共享的幸福。
情感訴求	熱情、團圓、香味的聯想。	觸發家庭溫度與節慶氣氛。
語言策略	「具體動作」+「感官描寫」+「價值延伸」。	把「烤肉」轉化為「團圓的象徵」。

活動二 | 技巧歸納

為何它們好記?

4C + R 原則

- Clear: 清晰
- Concise: 簡潔
- Credible: 可信
- Compelling: 動人
- Resonant: 共鳴

對比、節奏、畫面感

- ◆ 講解4C+R原則(清晰、簡潔、可信、動人、共鳴)

- 清晰

例句：全聯福利中心——「便宜有好貨，天天都便宜」

✚ 首尾「便宜」首尾呼應，加深價格印象；「天天」把承諾綁到頻率/可得性（每天都成立）

✚ 品牌核心：便宜有好貨

- 精煉

例句：Nike——「Just Do It.」/Apple--「Think different.」

✚ 僅兩三個字，語意完整、留白充足

✚ 濃縮品牌主張與受眾自我認同

- 好記

例句：點睛品--「鑽石恆久遠，一顆永流傳」

✚ 節奏：5+5 對句，逗點停頓

✚ 上句「抽象+時間」/下句「具體+數量」

✚ 押韻：遠/傳

- 共鳴

例句：全家便利商店--「全家就是你家」

✚ 打造親切如家的品牌氛圍

例句：遠傳電信--「只有遠傳沒有距離」

✚ 強調拉近人與人距離的品牌願景

- ◆ 常見修辭句型（對比、排比、轉化、問句）。
 - 介紹常見修辭句型(類疊、呼告、排比、對偶、雙關、回文、頂真、諧音雙關、設問)
 - 引導學生判斷不同修辭適合的品牌情境。

活動三 | Slogan 創作

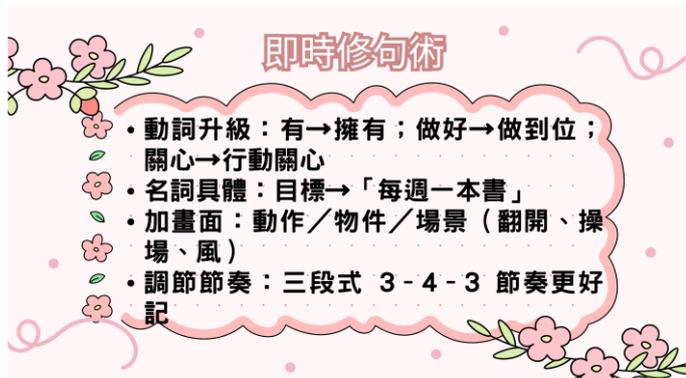
◆ 創作練習

以「小組商店」為主題，每人創作1-2句 Slogan。

活動四 | 即時修句術

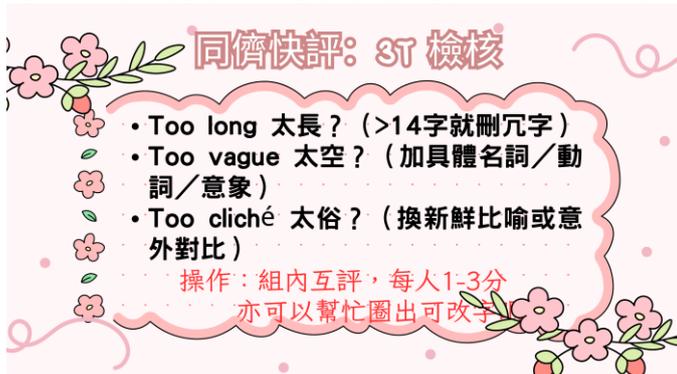
◆ 運用3T 檢核法改寫：

- Too long
- Too vague
- Too cliché
- 以檢核三大重點進行小組內修正語句，並選出一個最適合的 Slogan 作為行銷金句。



◆ 同儕快評

小組互評，圈出可改進字眼（太長、太空、太俗）。



◆ 作品發表

小組代表發表並說明設計理念，全班票選最具感染力作品。各組派代表發表 Slogan，說明：

- 品牌定位
- 使用的修辭技巧
- 想傳達的核心價值

三、綜合活動

- 1.教師回饋：「好 Slogan = 語感 + 節奏 + 價值」。
- 2.學生反思：「我最想讓世界記住的一句話是？」

<p>3.延伸任務： 將作品結合圖像或品牌 Logo，製作「校園文創標語海報」。</p>		
<p>單元 2：口語表達訓練 課程目標： 一、學習運用聲音表情、語調、音量與停頓，進行清楚且有吸引力的商品介紹。 二、理解口語表達的重點在於「與人互動」，而非單純背誦稿件。 三、透過反覆練習與同儕回饋，提升臨場表達的自然度與自信。 實施節數：4</p> <p>一、導入活動： ➤ 課前準備 (一)學生： 1. 完成美食博覽會之商品或品牌基本設定（商品名稱、特色）。 2. 攜帶可錄音之行動裝置（手機或平板），供課堂錄音與回聽使用。 3. 攜帶書寫工具，用於腳本標註、同儕回饋與自我反思紀錄。 (二)教師 1. 規劃並製作教學簡報 2. 準備課堂活動所需之學習單與檢核表（口語表達檢核表、同儕回饋單）。 3. 規劃情緒體驗活動、準備播放與錄音設備（電腦、投影機、音響），以利示範與成果播放。</p> <p>➤ 引起動機 教師引導學生回想園遊會或夜市經驗，提問：「當你走過一排攤位時，是什麼原因讓你停下腳步？」「如果攤位賣的東西差不多，為什麼有些人會吸引你，有些卻不會？」 補充說明，很多時候，吸引顧客的不是商品本身，而是「說話的人」。聲音、語氣、表情與互動，會決定顧客願不願意聽、願不願意買</p> <p>二、開展活動： 活動一 聲音表情訓練 – Emotions matter! ◆ 情緒聲音體驗</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 請一位同學上台，由教師指定一種情緒（如開心、緊張、生氣、興奮）。 ● 請該生以指定情緒說出「Hey」，全班猜測其情緒，並說明判斷依據及原因（音量、速度、語氣）。 	<p>1.2.4.7</p>	<p>D、K、Q 甲乙丙丁戊</p>



活動四 | 換你試試看：腳本到活說話

◆ 第一次錄音

- 學生拿出產品介紹腳本，以「正常念稿方式」錄音。
- 聆聽自己的錄音，並依檢核表自我檢視。

◆ 腳本標註與練習

- 兩人一組討論腳本，標註：
 - ✚ 語調上揚／下降
 - ✚ 停頓位置
 - ✚ 重點字詞
 - ✚ 依標記內容進行練習。

◆ 第二次錄音與同儕回饋

- 重新錄音。
- 更換夥伴互聽錄音，給予具體回饋與建議。

三、綜合活動:

◆ 小組彩排與角色分工練習

- 請學生回到原本的攤位小組，依期末擺攤情境進行完整口語介紹彩排。
- 各組依成員特性分工（如主介紹者、互動輔助者、產品展示者），
- 小組討論：
 - ✚ 介紹者如何吸引顧客目光與注意力
 - ✚ 其他組員可如何透過眼神、動作或簡短問句協助互動
 - ✚ 小組內彼此給予即時建議，調整語調、音量與停頓位置。

◆ 同儕觀摩與回饋

- 各組輪流上台示範一段「擺攤式口語介紹」。
- 其他學生依教師提供之口語表達檢核表進行觀察與紀錄，重點包含：
 - ✚ 聲音是否清楚、有變化
 - ✚ 是否有眼神與互動
 - ✚ 是否讓人願意停下來聆聽

<ul style="list-style-type: none"> ● 每組展示結束後，邀請 2-3 位同學給予具體回饋與建議。 <p>◆ 教師統整與學習反思</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 口語表達的重點在於「對人說話」，而非背誦稿件 ● 聲音表情與互動能有效提升商品吸引力 ● 引導學生進行自我反思（可口頭或書面）： ● 今天我在口語表達上最大的進步是什麼？ ● 哪一個技巧最能幫助我在擺攤時與顧客互動？ 		
<p>主題(五)名稱：3D 列印與雷射雕刻 單元 1 名稱：雷射專屬菜單架 課程目標：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 了解 AI 輔助設計與雷射雕刻在商品設計中的應用。 2. 能以雷射雕刻技術製作專屬菜單架，展現設計與製作能力。 <p>實施節數：4</p> <p>一、導入活動</p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ 課前準備 教師展示不同風格的雷射作品（如木質飲料架、壓克力指示牌、打卡框架）。 ➢ 引起動機 「如果你的攤位要在園遊會中吸引目光，你會如何設計一個專屬的菜單架？」今天，我們將利用 AI 設計圖樣、轉換為可雕刻的向量圖，為自己的攤位設計獨一無二的菜單架！ <p>二、開展活動</p> <p>活動一 雷射雕刻概念導入 教師介紹雷射雕刻原理、可使用材料、應用場域。 介紹雷射的大概流程。</p> <p>活動二 AI 設計框架圖案 教師示範 AI 提示語輸入。 學生使用 AI 圖像工具生成多款構圖。 各組選擇較適合雷射的框架圖案。</p> <p>活動三 向量編輯與圖形優化 利用向量圖編輯軟體將 AI 生成圖掃描成向量圖檔。 利用向量圖編輯軟體調整框架大小，並製作相框底板與中間層板。 可在菜單框架上，加上攤位 LOGO 或文字。 另存為向量檔格式 .dxf 檔。</p> <p>活動四 雷射軟體設定介紹 匯入向量圖→排版位置→設定加工模式→設定功率與速度。 解釋設定差異：功率越高、速度越慢→雕刻越深；反之則淺。 請學生預覽加工過程，確定加工設定無誤。</p> <p>活動五 雷射機操作示範與學生實作雷射 教師操作步驟： 放置材料→對焦→傳輸圖檔→加工範圍預覽→按下啟動。 學生輪流操作雷射機。</p>	1.2.4.5.7	D、K、Q 甲乙丁戊

活動六 | 學生組裝與黏合菜單架

學生組裝與黏合菜單架。

學生將之前製作好的招牌菜宣傳單，放進菜單架。



三、綜合活動

1.各組展示完成的雷雕菜單架作品。

2.教師回顧本單元學習流程：

AI 設計框架圖案→向量圖編輯→雷雕加工設定→雷雕實作

3.若還有時間，可以提問，幫學生強化部分雷射雕刻的觀念。

評量方式(請參見跨領域美感課程模組核心內涵 4.2 版，並詳述之)：

1.實作評量：雷雕菜單架、海報設計、熱縮片、輕黏土招牌菜模型

2.檔案評量：LOGO 設計、AI 輔助產品圖

3.學習單

4.觀察法

5.自我評量與同儕互評

教學省思

● 跨域整合的成效

■ 學生在 AI 工具操作、行銷概念、美感設計、語言表達與實作技術之間，能逐步建立跨域學習的概念，而非零散活動。

■ 對社會組學生而言，原本較陌生的 3D 列印、雷雕與 AI 應用，透過「園遊會美食」這個具體情境，學習動機明顯提升。

● 時間與技術操作的壓力

AI 圖像生成與雷雕向量檔處理，對於基礎較弱的學生較為吃力，需要更多示範與分組協助，容易造成「等待時間過長」，需預先設計平行任務（例如等待期間進行文案修正或口語練習），避免學生閒置。

● 學習落差與分組合作

在分組過程中，能力較強的學生容易成為「主導者」，部分學生則傾向安靜旁觀。雖透過角色分工（發想者、繪圖者、口語代表等）稍微平衡參與度，但仍需更明確的角色任務與評量連動，讓每位成員的貢獻更具可視性。

● 調整課程的節奏

操作課程部分，可提前提供「示範影片」與「操作步驟卡」，讓學生在課外也能複習步驟；課堂中則以協助與提問為主，提高使用效率。

● 擴大學生對外展示與同儕分享機會

將學生作品（Logo、海報、菜單架、金句）以走廊展形式呈現，讓其他組別有相互學習作用，有效提升學生學習成果的品質。

學生/家長回饋

- 這門課最讓我成長的是耐心。電腦常卡住、作品要重做、與 AI 溝通也常答非所問，讓我多次感到煩躁、甚至延後下課、錯過午休。但久而久之，我學會冷靜處理、按部就班完成進度，這種耐心也開始延伸到生活中。課後我甚至成立自己的手作賣場，利用生成式 AI 設計 logo、包裝並架設線上平台，也開始思考會員系統、曝光方式與品牌定位。未來希望能學到更多實用的行銷技巧，讓商品在競爭激烈的網路世界被看見。
- 在這學期的跨域行銷課程中，我最大的收穫是「對外表達」的成長。從最初的 logo 設計到品牌形象建立，每一步都是與組員討論、修正後逐漸成形的成果。過程中，我學會聆聽不同觀點，也更敢提出自己的想法。印象最深刻的是金句 SLOGAN 那堂課，我原本只是隨口講出一些有趣的句子，沒想到在同學創意與老師建議的整合下，竟能變成完整又有吸引力的文案，讓我感受到創意是可以被討論與打磨的。最終呈現時，我更深刻理解到：好的成果不是靠一個人完成，而是來自團隊合作、反覆調整與彼此支持。而在發表結束那一刻，我真的感受到「原來我可以做到這些事」。透過這門課，我不僅更了解行銷實作的流程，也更確信表達、嘗試與溝通是行銷最重要的核心能力。
- 這學期最大的收穫，是發現電腦其實能做到很多原本想不到的事情。從資料調整、匯出，再把設計變成實體作品，讓我對雷雕有全新的認識。雖然過程很複雜，像我在做菜單架時電腦常當機、圖層消失又突然出現一堆長方形，真的做到很頭痛，但最後完成時還是很有成就感。
- 這次課程以「設計一個攤販」為主題，從無到有完成菜單、宣傳詞、食物模型與攤位佈置，讓我更理解攤販不是只賣食物，而是一種整體形象的呈現。設計菜單讓我思考顧客需求；宣傳詞訓練創意；模型製作則考驗耐心與細節；成果展更需要整合所有設計元素。對我來說最大挑戰的是成果發表，原本聽到教授與兩班同學都會在底下，我超想請假，但最後還是勇敢上場，而且表現比彩排好多了。雖然我仍不太習慣在很多人面前講話，也還沒找到最適合自己的報告方式，但這次經驗確實讓我更有勇氣，也讓我知道自己可以做得比想像中更好。
- 學期的課程讓我最大的收穫是學會從多元角度思考行銷，透過跨域與跨界行銷的介紹，我逐漸理解行銷需要結合消費者心理、品牌定位與實際市場需求，才能真正滿足消費者的需要。課堂討論中，我學到分析不同族群的特性，並依客群調整行銷內容與溝通方式，這也讓我體會到跨域行銷的核心其實在於「溝通與整合」。此外，這門課也訓練了我的團隊合作與表達能力。在小組討論時，我學習傾聽他人意見，嘗試將不同觀點整合成較完整的行銷構想。雖然老師講解的節奏較快，有些概念與實際案例分析我並沒有完全跟上，討論時也較少主動發言，但仍能感受到老師在備課與教學上的用心。整體而言，這門課不僅拓展了我對行銷的理解，也讓我對跨領域學習有更多認識與反思。希望這次的學習經驗，能為未來提供一些參考，也謝謝老師這學期的用心指導。
- 這學期課堂中的熱縮片與雷雕實作，是我從未接觸過的領域。因不熟悉電腦軟體，一開始連匯入檔案都卡關，無法順利雕刻。我透過不斷向老師與同學請教，並用手機拍下每個步驟，從開機到輸出都完整記錄，慢慢熟悉流程，也讓我成為組內的操作指南。這個習慣幫助我避免上課剛學就忘記的情況，也提升了自我解決問題的能力。在金句發想、海報與 logo 設計時，組內常因風格偏好不同而意見不一，有人喜歡簡約，有人希望增加圖片。為了避免無止盡爭論，我們採取投票機制、以多數決定設計方向，成功降低分歧並提高效率。課

程節奏雖快，但也讓我學會在時間壓力下快速決策。我會先抓核心元素（主圖、金句大綱），再調整語句、配色與排版；同時透過分工合作，有人負責文案、有人找圖片，使整體進度順利推進。過程中也常遇到突發狀況，如臨時改版或組員缺席，逼迫我學會彈性思考並迅速調整。這些經驗不僅提升了我的合作能力與抗壓性，也為未來面對專案設計與報告挑戰累積寶貴實戰能力，讓我更有信心處理類似任務。

- 這學期的跨域行銷課與以往完全不同，不再只是坐著聽課，而是從零開始動手打造一個品牌。從金句發想、LOGO 與海報設計，到製作食品模型、雷雕菜單架，每一步都充滿挑戰。我們的商品是原住民竹筒飯、飲料與烤香腸，一開始很難把文化特色轉成吸引人的商品，但透過不斷討論與修改，逐漸找出屬於我們的風格，也更理解行銷不是單純賣東西，而是讓觀眾「看得懂、記得住、願意停下來了解」。這門課也讓我在設計與團隊合作上有很大的成長。例如在金句撰寫時，我學會讓文案更有節奏、押韻且具記憶點；而在合作過程中，我深刻體會到效率與默契的重要。有次我忙著設計海報，回頭卻發現組員已經把其他工作默默完成，讓我又驚喜又感動。
- 這門課一開始讓我覺得很困難，內容看起來什麼都要學，感覺非常廣泛。但隨著幾週過去，我逐漸熟悉課程節奏，也才真正理解「跨域」的精神——就是跳脫舒適圈，去嘗試平常完全接觸不到的事物。從菜單架設計，到金句發想、品牌形象與行銷規劃，這些都不只是做一個園遊會攤位，而是在「經營一間店」。這種全方位的實作讓我學到的其實能運用得更長久。過程中，我在不同面向都有收穫：像是 logo 繪製、與 AI 溝通，屬於動手操作的技能；而金句設計、產品介紹、slogan 發想，則是訓練思考與表達。兩者結合起來，讓我真正感受到跨域課程的意義。從一開始的不適應到期末展示那天，心情已經轉為成就與欣慰。聽完評審的講解，我甚至有種「好想再重做一次」的感覺，覺得如果當初再多想一點，作品可能會更吸引人。但也正因為有這些小小的美中不足，提醒我下次要更勇敢、更主動、更精準地把握機會。謝謝老師這學期的用心教導，這門課讓我真正理解跨域行銷的價值，也讓我更相信自己的可能性。
- 這學期的跨域行銷課，徹底打破了我對行銷僅停留在「理論」的既定印象。從第一堂開始構思產品與店名，到後續逐步把構想落地執行，我真正體驗到行銷是一個融合策略、設計與實作的完整流程。我們不只要反覆調整菜單結構、發想吸睛金句，還要親手捏黏土做食物模型、用雷雕製作菜單框架，讓抽象的想法變成可以拿在手上的成果。最令我驚豔的，是 AI 技術在課程中的應用。我們運用 AI 生成高還原度的食物圖片、設計品牌 logo，大幅提升效率，也開啟更多創作可能。這讓我真正理解：行銷不是單一專業，而是美術設計、科技工具、手作能力與策略思維的跨界整合。透過案例分析與小組討論，我也學習從多角度理解消費者需求，思考品牌如何透過故事、體驗與情感建立連結。同時，課程中的數位工具與內容行銷概念，讓我認識到社群、數據與創新思維在現代行銷中的重要性。親身參與從 0 到 1 的攤位打造，不僅鍛鍊我在分工、合作與解決問題上的能力，也讓我真正具備跨領域整合的視角。整體來說，這門課讓我收穫滿載，是未來學習與職涯都能受用的重要基礎。
- 這學期的跨域行銷課程，讓我對行銷有了更深入、也更貼近實作的理解。一開始我對這門課充滿期待，覺得內容新穎又好玩，但隨著課程進行，節奏變得緊湊，常常沒有足夠時間思考如何讓成果更精緻，這也讓我的期待逐漸降低。不過在這樣的壓力下，我反而學到最珍貴的能力團隊合作。我們組能在有限

的時間內迅速討論、做決定，找到最適合我們的方法，效率明顯提升，最後成果雖不完美，但仍讓我們感到滿意。如果時間更充裕，相信我們能做得更好、更完整。透過分組討論、企劃發想，我逐漸理解行銷不是單一領域，而是結合創意、溝通、觀察與執行力的跨域整合。從一開始大家意見不同，到後來找到共識，這段過程雖然不容易，卻讓我學會尊重不同想法，並從不同角度思考問題。這門課也讓我在表達能力與責任感上有明顯成長。每個環節都需要彼此配合，只要有一個人沒跟上就會影響全組，這讓我更懂得負責任、也學會在壓力下冷靜思考與解決問題。整體而言，跨域行銷絕不只是學到行銷知識，更讓我在合作、反思與自我成長上收穫滿滿。下次如果有類似課程，我希望能有更充裕的時間，讓我們能把創意發揮得更完整。

- 在活動籌備的過程中，我們小組透過分工合作完成了多項任務，也在不同的實作中累積了寶貴的經驗。金句發想讓我學會如何用簡潔、有吸引力的語言推廣產品。在多次腦力激盪中，我發現創意往往來自生活觀察與對產品的深度理解，當成功想出符合「捲一夏」主題的金句時，那份成就感非常難忘。產品實作部分，我們製作食品模型，讓我更直觀理解產品外觀，也提升了動手能力。品牌設計則透過熱縮片、雷雕菜單架將想法具象化，雖然難度高但非常有成就感；美學設計的 LOGO 與海報更讓我學會從細節與整體風格出發，打造一致且鮮明的品牌形象。AI 輔助課程也讓我眼界大開。利用 AI 生成圖片與協助 logo 設計，不僅提升效率，也讓作品更具科技感與專業度。這次跨領域行銷展讓我深刻體會到跨域合作的魅力與必要性。只有把設計、實作、行銷與科技整合起來，作品才能真正展現競爭力。我也明白每位組員的專長都能為團隊增值。未來，我會將這些經驗應用在學習與生活中，不斷提升自己。
- 這學期修習跨域行銷課程，主要是為下學期園遊會規劃販售商品與行銷方式。一開始我以為只是想商品、做宣傳，但實際操作後才發現行銷遠比想像中複雜。從討論目標客群、訂定價格，到思考如何吸引消費者注意，每個環節都需要仔細規劃。這讓我體會到，行銷並不是單純把產品推出去，而是要站在消費者的角度，思考他們為什麼會想買、願不願意停下來了解。課程中有許多分組討論與合作，過程難免出現不同意見，但透過不斷溝通與調整，我們逐漸找出較合適的決策方式。我也發現行銷其實結合了企劃、表達、創意與分析等多種能力，並不是只靠單一專長就能完成。透過這次實際規劃園遊會商品的經驗，我學會將想法轉化為可行的計畫，也更清楚認識自己的優勢與不足。這些實作經驗讓我對行銷有更具體的理解，對未來的學習方向也帶來很大的幫助。

影像紀錄



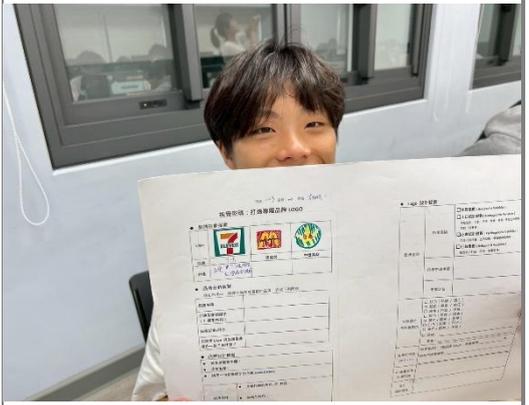
課程執行-Disc 人格測驗分組



課程執行-美食博覽會主題討論



課程執行-AI 輔助商品設計



課程執行-品牌形象與 LOGO 設計



課程執行-視覺象徵的力量-LOGO 設計



課程執行-海報設計



課程執行-商品樣品創作



課程執行-口語表達訓練



課程執行-雷雕專屬菜單架

其他對於
本計畫之建議

無