



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 二 學期

學校全銜	桃園市立中壢商業高級中等學校
申請類別	☐ 標竿學校 ☒ 種子學校
創課方案名稱	未來關鍵力-跨域行銷
團隊成員	藝術類教師： ☒視覺藝術/美術： <u>葉佳怡</u> 非藝術類教師： 黃品茲(國貿科)、吳淑惠(數學科)、吳思婷(英文科)、楊婕妤(國文科)、盧健瑋(資處科) 總人數：6 人
實施對象	☒高中/職：綜合高中科 <u>二</u> 年級 參與班級數： <u>普通班(社會組) 2</u> 參與總人數： <u>66 人</u>
課程屬性 (可複選)	☐ 必修課程 ☐ 選修課程 ☒ 校本課程 ☐ 雙語課程 ☐ 其他： _____
創課方案來源	☐創新課程 (為全新自創之跨領域方案) ☐精進課程 (延續之前跨領域方案內容，但加以聚斂優化) ☒延伸課程 (依據之前跨領域方案走向，但延伸擴充之) ☐其他： <u>如改編自其他美感教育計畫方案</u>
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	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。 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。 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。 品牌行銷 以校園園遊會為情境，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。 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。 壠南 美食博覽會
課程發展理念	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「壠南美食博覽會」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。 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： 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)： 以壠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。																											
跨領域 美感素養	※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。																											
	<table border="1"> <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>☒</td><td>3</td></tr> <tr> <td>2.符號識讀與脈絡應用</td><td>☐</td><td>4</td></tr> <tr> <td>3.藝術參與及社會行動</td><td>☐</td><td></td></tr> <tr> <td>4.設計思考與創意發想</td><td>☒</td><td>1</td></tr> <tr> <td>5.數位媒體與網絡掌握</td><td>☒</td><td>5</td></tr> <tr> <td>6.文化跨域與多元詮釋</td><td>☒</td><td></td></tr> <tr> <td>7.藝術探究與生活實踐</td><td>☒</td><td>2</td></tr> <tr> <td>8.其他：(請自行填寫)</td><td>☐</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	☒	3	2.符號識讀與脈絡應用	☐	4	3.藝術參與及社會行動	☐		4.設計思考與創意發想	☒	1	5.數位媒體與網絡掌握	☒	5	6.文化跨域與多元詮釋	☒		7.藝術探究與生活實踐	☒	2	8.其他：(請自行填寫)	☐	
	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	☒	3																									
	2.符號識讀與脈絡應用	☐	4																									
	3.藝術參與及社會行動	☐																										
	4.設計思考與創意發想	☒	1																									
	5.數位媒體與網絡掌握	☒	5																									
	6.文化跨域與多元詮釋	☒																										
7.藝術探究與生活實踐	☒	2																										
8.其他：(請自行填寫)	☐																											
跨領域 課程類型	※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。																											
	<table border="1"> <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>☐</td><td></td></tr> <tr> <td>2. 議題式課程</td><td>☐</td><td></td></tr> <tr> <td>3. 窗外式課程</td><td>☐</td><td></td></tr> <tr> <td>4. 交集性課程</td><td>☒</td><td>1</td></tr> <tr> <td>5. 學校本位課程</td><td>☒</td><td>2</td></tr> <tr> <td>6. 混成式課程</td><td>☐</td><td></td></tr> <tr> <td>7.其他：(請自行填寫)</td><td>☐</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	☐		2. 議題式課程	☐		3. 窗外式課程	☐		4. 交集性課程	☒	1	5. 學校本位課程	☒	2	6. 混成式課程	☐		7.其他：(請自行填寫)	☐				
	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	☐																										
	2. 議題式課程	☐																										
	3. 窗外式課程	☐																										
	4. 交集性課程	☒	1																									
	5. 學校本位課程	☒	2																									
6. 混成式課程	☐																											
7.其他：(請自行填寫)	☐																											
跨領域內涵	☒藝術科目：<u>視覺藝術、表演藝術</u>																											
	☒非藝術科目：<u>AI 應用、品牌行銷、語言表達、3D 列印與雷雕實作</u>																											

	☐ 融入之議題：_____	
	☐ 其他：_____	
美感元素 與美感形式	美感元素 ☒ 視覺藝術： ☒ 點 ☒ 線 ☒ 面 ☐ 空間 ☒ 構圖 ☐ 質感 ☒ 色彩 ☐ 明暗 ☐ 音 樂： ☐ 節奏 ☐ 曲調 ☐ 音色 ☐ 力度 ☐ 織度 ☐ 曲式 ☒ 表演藝術： ☒ 聲音 ☐ 身體 ☐ 情感 ☒ 時間 ☐ 空間 ☐ 勁力 ☐ 即興 ☒ 動作 ☒ 主題 美感形式 ☒ 均衡 ☒ 和諧 ☒ 對比 ☐ 漸層 ☐ 比例 ☐ 韻律 ☐ 變奏 ☐ 反覆 ☒ 秩序 ☒ 統一 ☐ 單純 ☒ 虛實 ☐ 特異	
本期發展重點 (其他議題請參照 課程模組 4.2 核心 內涵)	☒ 聯合國永續發展目標 (SDGs) : ☐ A.消除貧窮 ☐ B.終結飢餓 ☐ C.健康與福祉 ☒ D.優質教育 ☐ E.性別平等 ☐ F.淨水與衛生 ☐ G.可負擔的永續能源 ☐ H.就業與經濟成長 ☐ I.永續工業與基礎建設 ☐ J.消彌不平等 ☒ K.永續城鄉 ☐ L.責任消費與生產 ☐ M.氣候行動 ☐ N.永續海洋與保育 ☐ O.陸域生態 ☐ P.制度的正義與和平 ☒ Q.永續發展夥伴關係	
	☒ 社會情緒學習 (SEL) : ☒ 甲.自我覺察 ☒ 乙.自主管理 ☒ 丙.社會覺察 ☒ 丁.人際技巧 ☒ 戊.負責任的決定	
	☒ 其他議題： <u>108 課綱十九項議題：科技教育、資訊教育、生涯規劃教育、多元文化教育</u> ☐ 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 (依前述跨領域美 感素養表格代碼 1-8 填寫)	本期發展重點 (依前述本期發 展重點表格 SDGs 代碼 A-Q/ SEL 代碼甲-戊填 寫)
主題(一)名稱：AI 應用 單元 1 名稱：視覺象徵進階：AI 精修 Logo 課程目標： 一、 運用 AI 輔助工具精修品牌 Logo 設計。 二、 理解形狀、色彩與字體在品牌識別中的象徵意義。 三、 設計具文化意涵與市場吸引力之品牌 Logo。 實施節數：2 一、導入活動 ➤ 課前準備 (一)學生： 1.已完成前次小組討論與 Logo 初稿設計，具備基礎構想與品牌定位概念。 2.能夠說明 Logo 設計理念，包括形狀、顏色與文字的象徵意涵。	1.2.4.5.7	D、K 甲乙丁戊

(二)教師：

- 1.準備教學簡報。
- 2.課程包含 AI 輔助設計，事先設定可使用的 AI 圖像生成平台，並說明什麼是合適的關鍵字？

➤ 引起動機

1. 回顧前一節課的學習重點，討論「Logo 為何能代表品牌價值」與「極簡設計如何讓形象更具辨識度」。
2. 問題討論(一)：以各組的初稿為例，哪些地方能再簡化？哪些顏色或符號能更明確地傳達品牌特色？
3. 問題討論(二)：「Logo 是品牌價值的濃縮，形狀與顏色並非隨意搭配，而是設計者透過思考與文化理解後的選擇。」如何運用 AI 系統輔助設計延伸？



二、開展活動

活動一 | AI 輔助 Logo 設計導入

- ◆ 教師說明關鍵字輸入方式
 - 品牌名稱
 - 風格關鍵字
 - 主色調
 - 形狀類型
 - 整體氛圍
- ◆ 展示範例：如「自然風飲料品牌、大地色、葉形符號、圓角字體」，讓學生理解文字與圖像生成之間的關聯。

Logo生成常見的關鍵字類別

品牌(店家)性質：飲料店、咖啡廳、書店、運動用品、科技公司

風格：極簡、手寫、復古、現代、文青、可愛、奢華、科技感

圖形元素：圓形、三角形、葉子、山、水滴、星星、太陽、動物

顏色：黑白、金色、綠色、藍色、紅色、粉色

字體：粗體、細體、書法字、幾何字體、無襯線、手繪字

氛圍：親和力、信任感、速度、力量、傳統、創新

活動二 | 小組實作與精修

- ◆ 學生進入指定的 AI 設計平台，以教師提供的範例指令修改並輸入屬於自己品牌的設定。
- ◆ 調整方向包括：
 - **配色修改：**嘗試不同色彩組合，思考色彩心理效果。
 - **圖案修改：**將原本複雜的構圖簡化，以「極簡主義」為原則保留核心象徵。
 - **字體調整：**挑選符合品牌調性的字型，強化整體一致性

活動三 成果整理與上傳 ◆ 完成新版 Logo，將作品上傳至雲端資料夾 三、綜合活動 1. 使用 AI 輔助設計工具，嘗試輸入與品牌相關的關鍵字（如品牌性質、風格、形狀、顏色與氛圍），生成多種草圖，並討論哪一種設計最能有效傳達品牌核心價值？ 2. 延伸雷雕應用實作： 未來學生能將 Logo 應用於雷雕創作中，透過實際作品的呈現，體驗設計在不同媒介中展現出的力量與影響力。 3. 反思： 回顧本次課程的學習重點，反思自己在設計思考與 AI 應用上的收穫與困難。		
單元 2 名稱：AI 輔助品牌形象與實作 課程目標： 一、能運用生成式 AI（Gemini）將手繪 Logo 精修為數位化品牌識別。 二、將抽象品牌概念轉化為可實體輸出的貼紙成品，並運用於商品包裝上。 三、培養以 AI 作為設計輔助工具的數位素養與設計判斷能力。 實施節數：2 一、導入活動 ➤ 課前準備 (一)學生：手繪 LOGO 圖、對電繪 LOGO 的初步構想。 (二)教師：製作教學簡報、標籤貼、博士膜。 ➤ 引起動機 請學生拿出前一單元完成的「手繪 Logo 草圖」與「品牌個性關鍵字」。提問引導「這個 Logo 想讓顧客感覺到什麼？」「如果要讓更多人一眼就懂你的品牌，還能怎麼調整？」並向學生強調：AI 不是取代設計，而是「讓設計更精準、更容易被看懂」。「讓抽象品牌，變成可貼、可用、可展示的實體貼紙。」 二、開展活動 活動一 AI 精修 Logo 為了達到企業營運效益，結合 AI 進行 LOGO 設計，以手繪 LOGO 為原形進行設計，利用先前課程「AI 輔助商品設計」，透過提示詞的運用，設計出各組的電繪 LOGO，並透過不一樣的修圖軟體進行修圖，以完成各組之 LOGO。	1.2.4.5.7	D、K 甲乙丁戊

◆ AI (Gemini) 生成電繪 Logo

- 教師示範如何將以下資訊轉為提示詞：

- 品牌名稱
- 品牌個性 (如：可愛／科技／自然)
- 主色系與風格
- Logo 形式 (圓形、幾何、簡約等)

AI 產圖使用的提示詞	
我的設計理念	

- 學生以手繪稿為基礎，使用 Gemini 產出 2-3 款電繪 Logo。



- 教師教學重點強調「選擇」也是設計決策。



活動二 | Logo 優化與貼紙實作

- 學生將選定 Logo 匯入修圖軟體 (Canva／PPT／其他) 進行調整
 - 線條清晰度
 - 色彩對比
 - 版面比例 (適合貼紙輸出)
 - 成果產出
- 每組完成 1 款「最終版 Logo 貼紙設計檔」

三、綜合活動

◆ 小組分享

- 各組選出 1 個最喜歡的 LOGO 或貼紙實體，進行作品展示。
- 以句型「這個 LOGO 設計，設計理念是_____，主要符合企業的_____ (特色)」
- 教師從「品牌一致性／視覺清楚度／市場辨識度」給予回饋。



主題(二)名稱：品牌行銷

單元 1 名稱：行銷策略分析

課程目標：

- 一、能理解行銷核心在於「消費者」而非產品本身。
- 二、能運用 STP 分析（市場區隔、目標市場、定位）釐清品牌策略。
- 三、能結合 4P 分析，提出具體且可執行的攤位行銷策略。
- 四、透過小組討論與決策，培養合作溝通與負責任的決策能力。

實施節數：4

一、導入活動

➤ 課前準備

- (一)學生：已完成前兩單元之「攤位商品構想」與「品牌形象設定」。
- (二)教師：準備 STP、4P 教學簡報與分析學習單。



➤ 引起動機

◆ 教師提問：

「為什麼同樣是飲料，市場上會有這麼多不同品牌存在？」
 「以手搖飲為例，你最喜歡的品牌是哪個？為什麼？」，讓學生從選擇中帶出「市場定位」概念。

◆ 提問引導：

「你為什麼選這一個？」
 「是因為價格？外觀？口味？還是感覺比較適合你？」
 教師統整學生回答，歸納出影響選擇的關鍵因素，並引出核心概念「行銷的重點不是產品本身，而是『誰』會選擇它。」

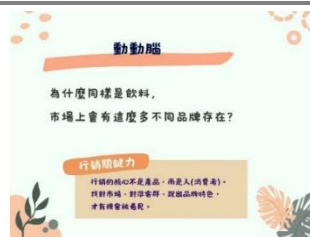
◆ 教師補充說明行銷關鍵概念：

行銷的核心不是產品，而是「人（消費者）」，並引導學生思考，不同品牌，其實對準的是不同客群與需求。

1.4.7

D、K、Q

甲乙丙丁



二、開展活動

活動一 | 複習 STP 概念

◆ STP 概念



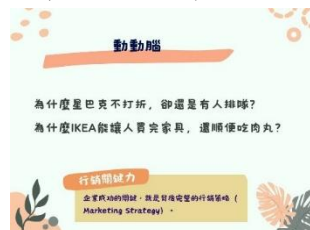
- S | 市場區隔 (Segmentation) :
地理、人口統計、心理、行為變數
- T | 目標市場 (Targeting) :
從多個市場中選擇最有潛力的族群
- P | 市場定位 (Positioning) :
決定品牌在消費者心中的獨特位置

◆ 教師說明 STP 架構

- S | 市場區隔 (Segmentation)
園遊會會有那些不同顧客?
- T | 目標市場 (Targeting)
你最想吸引哪一群?
- P | 品牌定位 (Positioning)
你希望顧客怎麼記住你?

◆ 教師提問：

- 為什麼星巴克不打折，仍有人排隊?
- IKEA 為何能讓顧客「買家具又吃東西」?



活動二 | 小組 STP 實作

◆ 小組實作

掌握市場關鍵力-STP 分析與行銷策略實戰

◆ STP 分析

品牌名稱		
品牌特色 (3-5 個特點)		
目標客群	市場區隔	☐ 地理變數 (Geographic Variables) 包括地區、氣候...等。 ☐ 人口統計變數 (Demographic Variables) 包括性別、年齡、所得、職業、教育、宗教、族裔等。 ☐ 心理統計變數 (Psychographic Variables) 包括人格特質、生活型態、興趣、價值觀與動機等。 ☐ 行為變數 (Behavioral Variables) 包括追求利益、時機、使用率、購買頻率、忠誠度等。
	目標市場選擇	目標客群描述
	市場定位	給 _____ 顧客， 提供 _____ 價值與體驗。

● 各組完成 STP 分析學習單：

- ✚ 寫出目前設計產品名稱與特色
- ✚ 園遊會有哪些不同顧客？
→ 列出至少 2 種顧客族群
- ✚ 你最想吸引哪一群？
→ 依 STP 架構選擇 1 個主要目標客群
- ✚ 你希望顧客怎麼記住你？
→ 寫出一句適合自己的市場定位。
- ✚ 分析完 STP 重新檢視自己的產品是否能滿足目標客群

★教師提醒學生，產品定位不是「什麼都賣」，而是「為某一群人設計」。

◆ 小組分享

- 邀請各組分享其目標客群與定位句。
- 教師回饋重點：
 - ✚ 市場區隔與定位是否明確？
 - ✚ 商品特色是否與目標客群相符？

活動三 | 介紹市場上常見的行銷工具，以行銷 4P 概念說明



◆ 行銷 4P 之簡易說明。



- Product (產品)：依產品特色制定商品名稱
- Price (價格)：市場上訂價策略說明，如：畸零訂價法、

成本加價法。

- Place（通路）：實體通路 VS 虛擬通路
- Promotion（促銷）

◆ 促銷（Promotion）策略之介紹

- 促銷之目的
- 拉式 VS 推式策略



- 常見的促銷策略介紹
折價券、集點卡、會員卡、抽獎等

★教師強調：4P 是把「定位」轉化為「實際行動」

活動四 | 小組 4P 策略實作

◆ 各組以自己攤位商品為例，依學習單完成以下討論：

- 產品名稱、特色與價格策略
商品亮點是什麼？
價格是否有競爭力？

◆ 4P 分析

產品		價格
名稱	特色	

◆ 擬訂促銷策略

- 促銷策略（勾選＋補充說明）
有哪些促銷或吸睛方式？

推廣策略	☐ 折價卷 ☐ 集點卡 _____元集 1 點，滿 _____點送 _____ ☐ 會員卡 會員福利為 _____ ☐ 身份促銷 _____ ☐ 抽獎券 ☐ 公共關係
------	--

★教師提醒學生策略須考量可行性與成本與人力限制

◆ 促銷策略實作

- 參考學長姐設計範本



● 產品適合的色調／顏色（連結後續視覺設計）



三、綜合活動

◆ 小組分享

- 每組分享一項最有信心的行銷策略。
- 其他組可給予簡短回饋或提問。

◆ 教師統整與回饋

- 策略是否對準目標客群？
- 是否清楚說出與其他攤位的差異？
- 是否具實際執行可能？

◆ 結合 SEL 進行學習單設計，學生完成學習單

- 小組合作紀錄
 - ① 我在小組中的角色是：_____ (如：領導者/分享者/文書處理者)
 - ② 我們在溝通時最困難的地方是...
我們是如何一起克服問題

③今天我從其他同學的想法中學到： ● 自我反思 ①今天課堂上，我覺察到自己_____的情緒，因為_____。 ②我覺得這次行銷策略最能打動顧客的地方是： ③今天我在討論中最擅長或最有信心的部分是：		
主題(三)名稱：視覺設計 單元 1 名稱：美學設計與視覺表現 課程目標： 一、認識色彩心理、三色原則與冷暖色對視覺感受的影響。 二、理解版面配置、主視覺、留白與資訊層級的重要性。 三、能分析海報與菜單的視覺問題，並提出具體改善方向。 四、透過實作修改，提升視覺判斷與設計表達能力。 實施節數：4 一、導入活動 ➤ 課前準備 (一)學生： 1. 攜帶已完成之 Logo、品牌色彩與商品照片。 2. 準備先前製作之海報或菜單初稿。 (二)教師： 1. 準備優良與不佳設計案例簡報。 2. 準備 Canva、PowerPoint 與 AI 圖像生成工具。 3. 準備色彩心理與版面配置範例。 ➤ 引起動機 教師進行「細節大考驗」活動，引導學生觀察設計差異。 提問引導：「哪些海報讓你會停下來？為什麼有些設計看起來舒服，有些卻很雜亂？」 教師總結：設計會影響感受，而感受會影響選擇。 二、開展活動 活動一 色彩心理與三色原則 ◆ 教師說明 1. 類似色與對比色的差異。 2. 冷色與暖色帶來的心理感受。 3. 色彩如何影響消費者情緒與品牌形象。	1.2.4.5.7	D、K、Q 甲乙丁戊



◆ 三色原則介紹

介紹「三色原則」，70% 主色、25% 輔助色、5% 點綴色。並透過案例觀察，教師展示不同品牌簡報與海報案例，帶學生分析色彩過多造成的混亂感、主色不明確造成的視覺失焦、色彩與品牌個性不一致的問題



◆ 小組討論，各組檢視目前品牌色彩配置

- 是否有主要色彩？
- 是否符合品牌定位？
- 是否容易辨識？

活動二 | 主視覺建立

◆ 教師說明

介紹主視覺的重要性，包含 Logo、招牌菜照片、品牌金句及品牌代表色。另外介紹**構圖原則**(對稱構圖、三分法構圖、焦點聚焦原則)

◆ 小組實作

各組確認主視覺元素、品牌代表圖像、品牌標語位置、視覺焦點安排，並完成宣傳單構圖草稿。

活動三 | 色彩與字體一致性檢查

◆ 教師說明

1. 字體與品牌個性的關聯性。
2. 字體數量不宜過多。
3. 字體粗細與閱讀感受。

◆ 小組檢核 各組依照檢核表確認字體是否統一、色彩是否一致、是否有資訊層級、是否容易閱讀 ◆ 同儕互看 兩組互相交換作品，提供改善建議。 活動四 排版練習 (Z 字型 / F 字型) ◆ 教師說明 介紹常見版面閱讀動線(Z 字型版面、F 字型版面)，說明視線如何移動與資訊排序的重要性。 ◆ 實作練習 學生利用 Canva 或 PowerPoint 進行文字位置調整、加入圖片與留白、強化標題與重點資訊 ◆ 教師巡迴指導 協助學生修正過多的資訊、解決焦點不明及圖文比例失衡的問題。 活動五 AI 製作背景、插畫與構圖輔助 ◆ 教師示範 示範如何使用 AI 工具生成背景、進行插畫風格轉換、光影強化及提供構圖建議 ◆ 學生實作 各組利用 AI 生成品牌背景、製作品牌插畫、強化主視覺氛圍。 ◆ 小組互評與修改 各組展示目前成果，進行色彩一致性檢查、主視覺檢查、資訊層級檢查，並依回饋進行修正。 三、綜合活動 ◆ 小組觀摩作品 ◆ 教師提供優化方向 (留白、焦點、資訊層級) ◆ 每組產出正式宣傳單 × 海報 ◆ 教師提供市場化視角建議		
單元 2 名稱：策展與展板實作暨成果發表 課程目標： 一、能統整整學期品牌行銷與設計成果，完成視覺展板。 二、能以清楚架構呈現品牌故事、產品亮點與視覺特色。 三、培養策展思維、視覺統整、空間配置與美感表現能力。 四、透過展示與回饋，進行學習歷程反思與表達。 實施節數：4 一、導入活動 ➤ 課前準備 (一)學生：1.完成展板海報、宣傳單及菜單架設計。 2.購買相關策展小物。 (二)教師：1.示範完整的展板供學生參考 2.準備12條桌巾、無痕膠帶、泡棉膠及。 3.準備平板車及分組桌。 ➤ 引起動機 老師展示完整範例展板，並藉由實際操作教導學生策展技巧，	1.2.4.7	D、K、Q 甲乙丙丁戊

教師提問：「你第一眼看到的是什麼？」「哪些資訊讓你快速理解這個品牌？」「一個好的展板需要哪些資訊？」

二、開展活動

活動一 | 展板要素介紹

◆ 教師說明好的展板需具備要素

- 清楚主題
- 有邏輯的資訊順序
- 視覺重點明確

活動二 | 展板構圖設計與實際佈展

◆ 展板結構配置：

- 品牌區 (Logo+故事)
- 商品區 (產品、菜單、貼紙)
- 視覺區 (色彩、主視覺、金句)

◆ 學生實作

- 小組團隊分工：
 -  排版與面整理
 -  貼附
 -  美感檢視
- 完成實體展板佈置。

活動三 | 成果發表+回饋與反思

◆ 成果發表

- 報告規則
各組進行 3-5 分鐘展板介紹，說明我們的品牌是什麼？最想被記住的是哪一點？
- 報告項目
 -  3D 立體招牌
 -  行銷 slogan
 -  行銷海報、折價卷、宣傳單
 -  商品模型
 -  招牌菜菜單
 -  雷雕菜單架

◆ 評分項目

- 老師評分項目
 -  個人口語表達
 -  舞台記憶點
 -  行銷策略
 -  展板設計
- 同儕評分項目
 -  個人口語表達
 -  各組優、缺點

三、綜合活動

- ◆ 同儕與教師從「清楚度／吸引力／一致性」進行回饋，並給予建議。
- ◆ 學生進行學習歷程反思，完成線上回饋表，主要針對「學習自我檢視」、「跨域行銷壟之學習與反思」及「收穫與成長」進行回覆。

主題(四)名稱：語言表達 單元 1 名稱：腳本寫作-產品介紹要點說明與實作 一、能理解產品介紹腳本的基本架構與撰寫重點。 二、能運用 Slogan、黃金 15 秒開場與商品特色，完成產品介紹腳本。 三、能透過 AI 工具輔助生成腳本初稿，並進行人工修正與優化。 四、能展現團隊合作精神，尊重彼此意見，分工完成產品介紹任務。 五、透過口語練習與同儕回饋，強化語言表達與跨科溝通能力。 實施節數：4 一、導入活動 ➤ 課前準備 (一)學生： 1.完成產品模型製作。 2.完成各組的 logo 及金句設計。 3.已完成開頭「黃金15秒」介紹初稿。 (二)教師： 1.製作腳本寫作簡報與學習單。 2.準備商品介紹範本。 3.準備學長姐競賽簡報或產品介紹影片範例。 4.準備小白板、分組桌與平板設備。 ➤ 引起動機 請各組在小白板上寫出「店家名稱」、「販賣產品」、「最想讓顧客記住的一句話」。 各組進行簡短分享後，教師隨機詢問學生 「你對哪一組的介紹最有印象？為什麼？」 「請各組討論一個你印象最深刻的產品廣告，並說明它令人難忘的原因。」 各組分享後，教師將廣告特色關鍵字寫在黑板上，例如：吸睛、好記、押韻、有畫面、情緒感染、產品特色清楚。教師引導學生思考：「一個好的商品介紹，需要包含哪些重要部分？」 ◆ 教師總結： 「好的產品介紹不是把資料念完，而是讓顧客在短時間內聽懂、記住，甚至產生購買慾望。」 接著跟學生介紹今天的課程主題：產品介紹的腳本寫作 二、開展活動 活動一 產品介紹要點說明 ◆ 產品介紹各要點分析。 ◆ 以學長姐全國技藝競賽產品介紹做為示範，提供學生不同的介紹模板。 ◆ 將各要點的撰寫重點紀錄在學習單上。	1.2.4.5.7	D、Q 甲乙丙丁戊
--	------------------	-------------------------

✿ 產品介紹



✿ 1) 黃金15秒 + 開頭自介

2) Hook + 創店動機 3) 招牌菜推薦 X 3

4) 行銷方案 5) Ending + 金句

Hook >>> 動機



提問

數據

個人故事

3. 招牌菜介紹



細節描述



形象具體化

5. 行銷方案



薄利多銷



品牌信仰

6. Ending



亮點歸納

形象強化

行動呼籲

活動二 | 腳本寫作

- ◆ 請學生決定要負責撰寫的部分。
- ◆ 學生透過 AI 工具生成腳本初稿並進行修正及調整。
- ◆ 將最終版的講稿寫在學習單上並進行發表練習。

活動三 | 組內彩排

- ◆ 教師說明下週各組模擬擺攤的流程及注意事項。
- ◆ 各組討論產品介紹的工作分配及報告順序。
- ◆ 各組員分別進行組內介紹並由同儕提供回饋。
- ◆ 在學習單上寫下同學的建議並以紅筆修改講稿內容。

活動四 | 產品介紹的黃金15秒

- ◆ 教師以學長姐參加全國技藝競賽的範例來介紹開頭吸睛的黃金15秒的重要性。
- ◆ 介紹三種設計方式(數來寶;改編歌曲及自由創作)並以日常廣告來展示並歸納設計要點。
- ◆ 以教師組的產品示範如何以 AI 生成兩種不同的設計方式呈現黃金15秒開頭內容,並分享教師如何透過不斷修正完成最終的版本。

✿ 注意力碎片化時代

“消費者注意力有多短?”

比金魚還短!”

- 數位時代



1. 黃金15秒 ✨



數來寶

改編歌曲

自由創作

活動五 | 換你試試看

- ◆ 學生個別操作 AI 工具,將店家及產品名稱,產品特色及希望

呈現的方式等指導語輸入，並修正內容完成黃金15秒介紹。 ◆ 同組同學討論並決定其中一個最符合店家的介紹並進行內容的微調並將最終版本寫在學習單上。 ◆ 各組練習搭配手勢及聲調完成黃金十五秒介紹。 ◆ 同儕互評，各組依序上台呈現黃金15秒內容，並由其他組別給予回饋 (一個欣賞及一個建議)，最後由全班票選最佳產品介紹。 三、綜合活動 1.教師回顧本單元學習活動： 黃金15秒介紹→產品介紹各要點回顧→收回學習單 2.提醒下週模擬擺攤學生需要提前準備的工作。 1.教師總結：好的開頭是成功的一半，如何在短時間內吸引別人的目光，讓客人願意停下腳步聽你的介紹，才有機會成功的把產品推銷出去！ 2.確認各組的黃金 15 秒介紹都已完成。		
單元 2：口語表達 課程目標： 一、培養學生運用適當的語速、語調、停頓及音量進行清楚且具感染力的口語表達能力。 二、引導學生透過錄音自我檢核與同儕回饋，覺察並修正自身口語表達的優缺點，提升表達品質。 三、培養學生依據腳本進行重點標記與表達調整，使介紹內容更具層次、自然且生動。 四、透過小組彩排與成果發表演練，增進學生臨場應變、團隊合作及互動溝通能力。 五、建立學生以「向顧客介紹商品」而非「背誦稿件」的表達觀念，提升真實情境中的口語表達自信與說服力。 六、培養學生能善用同儕回饋持續修正表達內容，並將口語技巧應用於成果展及實際擺攤等公開發表情境中。 實施節數：6 活動一 換你試試看 ◆ 請學生拿出自己在上一堂課完成的期末分享的口說腳本，用正常的方式念一次並進行錄音。 ◆ 聽看看自己的錄音，檢查是否有符合檢核表上的條件:	1.2.7	D、K、Q 甲乙丁戊

一、聲音表現

項目	有做到	可以加強
聲音清楚，聽得懂	☐	☐
音量適合擺攤	☐	☐
有語調變化（不是平平的）	☐	☐
有停頓或強調重點字	☐	☐

- ◆ 請同學以兩人一組方式討論，並在腳本上標註停頓；音調(上揚及下降)及停頓點，使介紹詞變得更生動活潑。
- ◆ 依照標記要點練習過後，請同學重新再錄音一次。
- ◆ 將同學重新配對，並邀請新夥伴聽完新的錄音檔後，給予回饋及建議。

第四節課 | 彩排、互動與臨場表現

教師說明本節課為「期末擺攤前彩排練習」。

二、開展活動（約 35 分鐘）

活動一 | 小組彩排練習

各組回到原組，依序練習自己負責的介紹內容。

討論其他組員可如何配合（眼神、動作、互動問句）。

活動二 | 小組上台演示

各組輪流上台示範擺攤口語介紹。

其他學生依指定檢核表進行聆聽與記錄。

活動三 | 同儕回饋

每組分享後，由觀眾同學輪流給予一項具體回饋。

三、綜合活動（約 10 分鐘）

教師總結與提醒

不是背稿，而是「對客人說話」。

好的口語表達來自練習與修正。

學習收尾

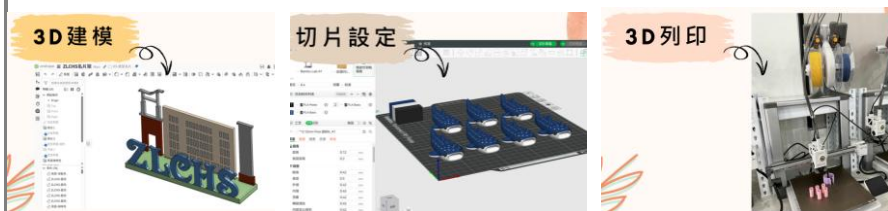
鼓勵學生課後持續練習，為成果展與實際擺攤做好準備。

綜合活動：

彩排練習：請學生回到自己的組別，依序練習自己負責的部分內容，並討論其他同學可以如何與報告者進行互動及協助。

同儕回饋:每一組輪流上台演示，其他同學聆聽時須完成指定同學的檢核表，並在每組分享結束輪流給予回饋。  聲音表徵檢核表 (同儕回饋用) 被觀察者姓名: _____ 觀察者姓名: _____ 一、聲音表現 <table border="1"> <thead> <tr> <th>項目</th> <th>有观察到</th> <th>可以加強</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>聲音清楚，聽得懂</td> <td>☐</td> <td>☐</td> </tr> <tr> <td>音量適中(適量)</td> <td>☐</td> <td>☐</td> </tr> <tr> <td>有轉折變化 (不是平平的)</td> <td>☐</td> <td>☐</td> </tr> <tr> <td>有停頓或強調重點字</td> <td>☐</td> <td>☐</td> </tr> </tbody> </table> 二、表情與互動 <table border="1"> <thead> <tr> <th>項目</th> <th>有观察到</th> <th>可以加強</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>有看著聽眾人臉</td> <td>☐</td> <td>☐</td> </tr> <tr> <td>表情自然 (微笑、有禮貌)</td> <td>☐</td> <td>☐</td> </tr> <tr> <td>儘量聊天，不要害羞</td> <td>☐</td> <td>☐</td> </tr> </tbody> </table> 三、內容感受 (聽的人角度) ☐ 對該團體產品印象很清晰 ☐ 對該團體產品特色 ☐ 對該團體一詞有認同 四、我記得最清楚的一句話是： _____ 五、給同學的一句話 (回饋) _____ ➤ 活動總結：由老師進行最後的講評及提醒，並請同學多加練習以便在成果展上有好的表現。	項目	有观察到	可以加強	聲音清楚，聽得懂	☐	☐	音量適中(適量)	☐	☐	有轉折變化 (不是平平的)	☐	☐	有停頓或強調重點字	☐	☐	項目	有观察到	可以加強	有看著聽眾人臉	☐	☐	表情自然 (微笑、有禮貌)	☐	☐	儘量聊天，不要害羞	☐	☐		
項目	有观察到	可以加強																											
聲音清楚，聽得懂	☐	☐																											
音量適中(適量)	☐	☐																											
有轉折變化 (不是平平的)	☐	☐																											
有停頓或強調重點字	☐	☐																											
項目	有观察到	可以加強																											
有看著聽眾人臉	☐	☐																											
表情自然 (微笑、有禮貌)	☐	☐																											
儘量聊天，不要害羞	☐	☐																											
主題(五)名稱：3D 列印與雷雕實作 單元 1 名稱：3D 概念入門 x AI 創意文字設計 課程目標： 1. 了解 AI 輔助設計與 3D 列印在商品設計中的應用。 2. 能以 3D 列印技術製作立體品牌招牌，展現設計與製作能力。 實施節數：4 一、導入活動 課前準備 (一)學生：1.構思自己攤位的主題名稱或概念。 2.熟悉基本電腦操作與 PowerPoint 基礎功能。 (二)教師：1.製作簡報(含3D 建模與3D 列印介紹、日常應用範例、3D 字樣設計成品圖片)。 2.準備 AI 文字生成工具，並示範操作。 3.準備可使用 PowerPoint 的電腦教室，確認字型庫完整。 二、引起動機 (一)教師開場提問：「你有沒有在夜市、園遊會看過一個讓人一眼就想去拍照的攤位？」 (二)接著展示幾張創意攤位與 3D 立體字招牌照片，讓學生觀察「吸睛文字設計」的特色，如： 1.字型粗細與主題的關聯(如：圓潤可愛 vs 銳利科技) 2.顏色搭配與品牌形象 (三) 引導學生：「今天，我們要從 AI 的靈感開始，設計屬於你們攤位的立體字！」 二、開展活動 活動1：3D 建模與3D 列印概念導入 ◆ 教師以生活範例說明：3D 列印如何應用於鞋底、牙套、公仔、展覽字樣等。	1.2.4.5.7	D、K、Q 甲乙丙丁戊																											

- ◆ 介紹3D 建模→切層設定→3D 列印的流程，讓學生了解之後的作品如何實體化。
- ◆ 展示一組3D 列印文字作品，讓學生可以觀察。



活動2：AI 工具優化攤位名稱

- ◆ 教師示範如何輸入提示詞？
如：「我要賣炸彩色地瓜球、薯條花束、冬瓜寒天、炒泡麵，請幫我生成10個有創意又吸睛的攤位名稱，主題是校園潮味派對，強調繽紛、有趣、吸引學生族群」。
- ◆ 每個學生分組操作 AI 工具，生成3~5個攤位名稱。
- ◆ 教師引導學生討論名稱特色：是否符合主題？是否容易記憶？
- ◆ 各組成員討論選出最具創意與識別度的名稱。
- ◆ 請各組將最後確定的名稱填入 Google 表單。

吸睛的攤位名稱

記憶點

創意性

主題連結性

吸睛的攤位名稱

- ◆ 有節奏感與押韻感 - 薯來運轉、甜甜團團
- ◆ 有雙關語或諧音 - 雞不可失(炸雞攤)
- ◆ 有畫面感或情境感 - 星空冰吧、煙火薯條花園
- ◆ 結合主題或校園特色- 潮味研究所、青春食光站
- ◆ 簡短有力(3-5字最佳)- 甜點島、吃貨基地、酷飲舖
- ◆ 搭配外語或表情符號- BUBBLE LAB、🌟 星星薯條屋
- ◆ 能引發好奇或幽默感- 這杯不科學、禁止減肥區

活動3：字體風格與視覺設計討論

- ◆ 教師引導學生討論攤位名稱的個性、字型、主色與輔色搭配、線條粗細
- ◆ 攤位名稱的「個性」是什麼？(可愛/潮流/科技/文青)
- ◆ 字型應該是什麼風格？(粗體/手寫/幾何/復古)
提醒學生盡量挑筆畫有較多部分連接的字型，這樣後續處理比較簡單。
- ◆ 主色與輔色搭配？(例如：夜市可用黑+亮黃；冰品攤可用藍+白)
- ◆ 請各組將確定的字型、配色、線條粗細填入 Google 表單。

字體風格

可愛

潮流

科技

復古

主輔色搭配-利用AI

主色 (Primary)	輔色 (Accent / Secondary)	給人感覺	適合用途
鮮黃色 + 深灰色	#FFD60A + #333333	活潑、有朝氣、醒目、年輕	遊戲攤位、甜點飲料攤、學生活動主標
湖水藍 + 白色	#00B4D8 + #FFFFFF	清新、乾淨、科技感	飲品攤、實驗室主標、夏日涼飲攤
薰衣草紫 + 粉白色	#8B88E8 + #FDE2F3	夢幻、柔和、浪漫感	甜品攤、筆記贈送、異國飲品系列
亮橘 + 藏藍色	#FFA500 + #002855	熱情、活力、穩重中帶活潑	美食攤、炸物、主題活動標識字
珊瑚紅 + 奶油米白	#FF6666 + #FFF5E4	溫暖、親切、有溫度	手作甜點、校園主題活動
黑色 + 亮黃綠	#000000 + #D0FF00	強烈對比、潮流、夜店感	「潮食實驗室」、夜晚派對風格

活動4：PowerPoint 文字設計實作

- ◆ 先將 PowerPoint 版面改為空白，不要使用標題框或副標題框輸入文字。
- ◆ 插入文字框，輸入店家名稱，更改字體，字型大小改為200。
- ◆ 再複製一個文字框，使用圖形格式/合併圖案/分割，就可以將

文字轉成圖形，並刪除多餘的部分。

- ◆ 利用「編輯端點」或「移動分開的筆畫部分」，讓文字的各部分重疊。
- ◆ 調整文字的主色(填充顏色)與輔色(線條顏色)搭配，接著調整線條粗細，最後另存成圖片。



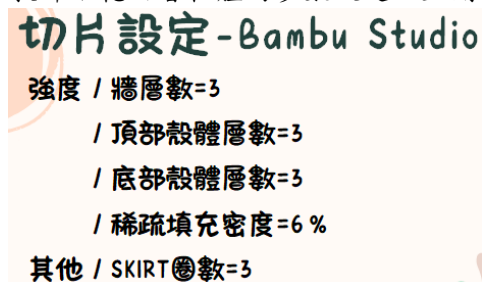
活動 5：線上建模平台(makerworld)操作

- ◆ 請學生先到 makerworld 註冊，並打開 makerworld→makerlab→圖像鑰匙扣生成器。
- ◆ 匯入文字設計圖片檔，判斷是否要保留背景？
- ◆ 自動匹配顏色設定：選擇 4 種顏色。
- ◆ 該平台是用顏色判斷進行建模，故需把相近的顏色改為同一個顏色，並把沒有使用的顏色刪除。
- ◆ 先調整文字大小：高度設定為 160mm
- ◆ 列印厚度設為 6mm，圖片厚度設為 0.4mm，底面打印打勾。
- ◆ 底面顏色請選最淺的顏色，並在預覽區觀察模型的樣子
- ◆ 匯出 3D 列印專案檔：3mf 檔



活動6：3D 切層軟體介紹與參數設定

- ◆ 教師示範切層軟體的基本操作
- ◆ 教師示範切層軟體的參數設定，並開始進行切層

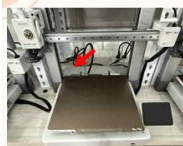


活動7：實際操作3D 列印機

- ◆ 教師簡單介紹線材的種類。
- ◆ 教師示範3D 列印機的操作步驟：開機、裝料、穿線…。
- ◆ 學生開始操作3D 列印機。(教師看學生是否有什麼問題？適當給予協助)
- ◆ 請學生記下每個線材軸對應的線材顏色。

3D 列印機操作

打開電源 / 開關在機器平台左後方



3D 列印機操作

上線 / 先將線材裝上線材架(配合進線孔)

記得推到底



3D 列印機操作

穿線 / 將橘色控制鈕往上推，將線穿入至自動捲線即可(記得拆掉長尾夾)



3D 列印機操作

記住線材顏色位置



活動8：發送3D 列印檔

- ◆ 教師示範如何設定列印顏色對應與列印檔案發送。
- ◆ 學生發送3D 列印檔。
- ◆ 請學生觀察前幾層噴頭移動與層層堆疊的過程，理解「加法製造」原理。

PS：若前幾層未正常列印，請停止列印，再重新發送列印檔。

三、綜合活動：

1.教師回顧本單元學習流程：

AI 優化攤位名稱→平面文字設計→3D 建模→列印實作。

2.若還有時間，可以提問，幫學生強化部分 3D 列印的觀念。

提問的問題如下：

- (1)什麼是切層？
- (2)每一層的列印高度是多少？
- (3)為什麼要調整填充密度？
- (4)3D 列印機如何執行換色？
- (5)為什麼建模的參數設定，圖片厚度只要設定 0.4mm？

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：3D 立體招牌、LOGO 貼紙、展板海報設計、展板佈置
- 2.檔案評量：AI 輔助 LOGO 設計、促銷策略
- 3.學習單
- 4.觀察法
- 5.自我評量與同儕互評

教學省思

- AI 讓學生快速產出，但「選擇能力」仍需加強
學生能很快用 AI 生成 Logo、海報背景、宣傳文案，但「如何挑選最適合自己品牌的版本」仍需教師介入。後續課程可加入更多「比較分析」與「錯誤

	案例解析」，以強化評判能力。 ● 學生視覺基礎弱，需持續訓練版面與留白 ■ 大部分學生在排版上容易，塞太多字、太多顏色、不確定焦點放哪裡、視覺層級不清楚。 ■ 引入「三色原則」「Z 字型排版」「三分法構圖」後，改善明顯。 ■ 除了針對各組海報提供修正建議外，未來可以在需注意的重點中加入「反例」：錯的比對照更能讓學生快速理解。 ● 語言表達明顯進步 ■ 錄音 → 回聽 → 修正 的方式最有效，學生能真實聽到自己的問題。但正式演練時依然會緊張。 ■ 透過小組間互相演練、學習能增加報告的豐富性。 ● 行銷策略分析偏向理論 雖然 STP 與 4P 在商管群學生是基礎的概念，但社會組學生第一次接觸，建議未來放慢上課節奏，並加入加入「反向操作」引導學生學習，例如：讓學生拆解，為什麼某些攤位沒人排隊？更能讓學生更懂得行銷策略的必要性。 ● 3D 列印與雷射雕刻技術需更多練習時間 學生興趣高、專注度高，但 Makerworld 步驟多，且 3D 列印需要等待時間，未來將以「兩階段制」進行教學，課堂：建模 → 上傳 → 參數設定，課後：排程列印，由助教或教師控管列印機，隔週發放作品，能有效提升效率。 ● 學生整體成就感顯著提升 ■ 期末引入外部資源，邀請大學教授與業界專家學者參加成果展，並提供相關意見，有效提升學生參與度。 ■ 最終成果包含：Logo、宣傳單／海報、菜單架、3D 招牌、口語推廣演示、攤位佈展 ■ 學生看到「完整攤位從零到一被自己打造出來」時的成就感極高，大幅提升自信與成就感，這是跨域課程最大的價值。
學生/家長回饋	● 這門課讓我接觸到平時社會組較少碰到的內容，如 3D 列印、雷射雕刻菜單架與展板製作，不僅拓展眼界，也激發了我在商品行銷與自媒體上的興趣。發想腳本時需要運用文筆與表達能力，讓我在之後準備報告時更有經驗，也能提升口條。教授講評時提到「找尋自己的報告風格」讓我印象深刻，開始思考如何展現特色。回頭看成果發表，透過團隊合作、分工與討論，我與同學的感情也變得更加融洽。 ● 這學期修習「跨域行銷壟」這門課，我最大的收穫在於學會如何以跨領域的角度思考行銷問題，並將理論實際應用於真實情境中。過去我對行銷的理解多半停留在宣傳、廣告或社群經營等單一面向，但透過這門課，我開始意識到行銷其實是結合策略、數據分析、創意發想、科技工具，甚至是心理學與文化觀察的整合過程。在課程中，透過案例分析與分組討論，我學會從不同角色與產業角度思考同一個行銷議題。例如，面對地方品牌或在地活動的推廣，不只是設計吸睛的視覺或文案，而是要先理解目標族群的需求、生活型態與痛點，再搭配合適的傳播管道與合作資源，才能真正產生影響力。這讓我體會到跨域整合的重要性，也訓練了我更有系統地思考問題。 此外，小組合作的過程也是我很大的收穫之一。每位組員來自不同背景與專長，在討論時常能激盪出意想不到的想法。透過溝通與協調，我不僅提升了表達與傾

聽能力，也學會尊重不同觀點，並將多元意見整合成可執行的行銷策略。這樣的經驗對未來無論是繼續升學或進入職場，都具有相當實用的價值。

總結來說，「跨域行銷壜」不只是讓我學到行銷知識，更重要的是培養了我跨領域思考、團隊合作與解決問題的能力，這些都是我認為這學期最珍貴、也最實際的收穫。

- 身為組長的我，再加上本來就很希望能把每一個活動都做到最完美，但是，這學期遇到了很多像是時間不夠，以致沒辦法做出我想呈現的作品。這讓我非常懊惱。後來知道學期末的成果展的評分更為重要，所以我一直在想有什麼方法能讓最後的成果驚艷自己，驚艷他人。所以我開始認真規劃、設計展板樣式，為了讓我們這組在課程中有辦法有效率地佈置展板，我會在家裡先把樣式畫好，把設計稿打好，到上課時在把卡紙等分配給組員剪裁、黏貼，也在課餘時間上樓加強展板，雖然很累，但最後的成果讓我很滿意！當然，空有好看的展板根本不夠，為了讓提升整個報告的豐富度，我也絞盡腦汁想了很多版本的口說內容，並規劃時間跟組員們一起練習，練習過程中，我們互相點出對方能改進的地方，不斷地練習、修正，最後把最好的一面展現給大家看。我認為，跨域行銷壜不只讓我學會了各種行銷策略、商業知識，更重要的是讓我學到如何帶領整組前進、與同學合作、解決問題等。回顧整個學期，我從一開始對「完美」的執著，轉變為學會在有限時間內做出最有效的決策。跨域行銷課程讓我理解，真正的成果不只是作品本身，而是能帶領團隊共同完成目標的能力，這也是我在這門課中最大的收穫。
- 這次的上台報告對我來說是一個很重要的學習經驗。剛開始準備時，我其實非常緊張，擔心自己會忘詞、表達不清楚，或是無法吸引大家的注意力。因此我花了很多時間整理資料、反覆練習，希望能讓內容更有條理，也讓自己更有信心。真正站上台的那一刻，心跳加快、手心冒汗，但當我深呼吸並專心把重點說清楚後，緊張感逐漸減少，也開始能自然地 and 教授進行眼神交流。透過這次報告，我發現事前準備真的非常重要，充足的練習能讓表達更流暢，也能提升臨場應變的能力，而且我也學會如何控制語速、調整音量，以及運用簡單的肢體動作來加強表達效果。雖然還有一些地方可以再改進，例如口語表達的流暢度與時間掌控，但整體而言，這次經驗讓我更有勇氣面對「報告」這件事，也增強了自信心。我相信只要持續練習，未來一定能表現得更好。
- 這學期的跨域行銷課程讓我重新理解什麼是「行銷」。它不只是賣產品或做廣告，而是結合設計、美學、心理學、故事與媒體等跨領域元素，去創造真正能被感受到的價值。過程中我學到如何以不同角色的角度思考，並將創意轉化為具體企劃，也看到團隊中不同背景的想法碰撞後能激發新的點子。這些都讓我感受到行銷其實非常貼近生活，從包裝到宣傳詞每個細節都會影響消費者的選擇。另一方面，這門課對我來說也是一種挑戰。因為我本來就不擅長推銷，也曾在園遊會因為銷售不佳而失望，所以剛開始很沒有自信。這次雖然學到 AI 輔助設計與 3D 列印等新技能，但課程內容很多、時間常常不夠，甚至忙到沒吃午餐，也讓我感到辛苦。加上團隊成員湊合在一起，合作上不太順利，讓我這個完美主義者感到挫折。最後雖然成果我並不完全滿意，但我真的學到重要的一課-不能把所有事情都扛

在自己身上，要學會放手、給別人機會參與。

總結來說，跨域行銷帶給我的是新的視角、實作經驗與對自己的認識。雖然過程辛苦，但也讓我把心中的大石頭放下，更明白未來要如何調整步調、找到自己的方式前進。

- 這學期的跨域行銷課程，讓我對「行銷」有了全新的理解。原本我以為行銷只是包裝商品或做廣告，但在實際操作「老蘇別生氣」專題後才發現，行銷其實是從消費者角度出發，思考他們真正需要什麼、會被什麼吸引。從宣傳單、菜單、介紹詞到品牌定位、客群分析與產品特色，每一個細節都必須有明確目的，而不是隨便做做。這次也讓我更深刻體會到團隊合作的重要性，每次討論、修改與妥協，都是成果不可或缺的一部分。好的行銷不是靠個人，而是整個團隊共同打磨出來的。課程最後教授分享的報告技巧與通路概念，也讓我反思自己的不足，很多是以前完全沒想到的，聽完真的有種被點醒的感覺。雖然雷雕與 3D 列印對我來說依然太高科技、行銷有些地方也還是看不太懂，但至少我知道自己在哪些地方可以再進步，也從中得到不少養分。雖然過程辛苦、內容多到讓學生抱怨，但對我來說確實帶來不同視野，也讓我面對未來跨領域的挑戰時更有信心。
- 這次的上台報告是我最大的收穫之一，它給了我鍛鍊自己的機會。雖然仍然會緊張，但在多次練習後，我比以往更不害怕報告。教授的講評也讓我清楚知道自己還有哪些地方能改進，未來的報告中我會運用這些建議，讓自己表現得更好。
- 這門課也完全改變了我對行銷的看法。以前我以為行銷就是廣告、社群貼文或辦活動，但實際上課後才發現，行銷牽涉到的層面非常廣，包括受眾分析、品牌定位、企劃發想、數據思考到執行可行性，每一部分都需要深入思考，比我原本想像的更有深度。另一個重要的收穫是團隊合作。小組討論中，因為每個人都有不同想法與擅長領域，常常會出現不同意見，但透過溝通、調整與有效分工，我們最後成功整合出完整的企劃，過程雖然不易，但成果讓人很有成就感。我也在這裡學到如何更清楚地表達自己的想法，同時學會傾聽並尊重他人的觀點。整體而言，這門課讓我從行銷知識、團隊合作到自我表達都有明顯成長，是非常有收穫的一段學習經驗。
- 這學期的跨域行銷課帶給我非常實際且豐富的學習經驗。我們以巧克力品牌「小顆粒」為主題，從品牌發想、產品定位到行銷規劃，完整體驗一次行銷流程。在模型製作與展板設計中，我學會把抽象概念轉成具體視覺呈現，思考色彩、排版與品牌風格，使特色更清楚地呈現在觀眾面前。3D 列印的操作也讓我明白，好的設計不只是好看，更要符合品牌理念與實用性，每個細節都會影響第一印象。而在準備口頭報告時，我學習如何用有條理的方式說明動機與行銷方案，也透過分工合作整合組員不同的意見，體會到跨域行銷結合了設計、製作與溝通，不是單一技能就能完成的。當然，這堂課也有讓我覺得辛苦的地方。例如 3D 列印與鐫雕課程節奏快、講解密度高，有時跟不上會讓我很緊張、甚至有些煩躁。不過在同學的協助下，我還是努力完成作品；雖然現在步驟大部分都忘了，但如果有下次，我會更努力記住。第一次在兩班同學和老師面前背稿報告非常緊張，但我還是順利完成，這讓我覺得自己真的很棒。整體來說，這門課讓我在創意、實作

與表達上都有成長，也更了解行銷的多面向。

- 這次的跨域行銷課程，讓我對「行銷」有了全新的理解。透過案例分析，我了解品牌如何運用不同領域的元素打造故事、創造情感連結，而不是單純把產品推出去。實作活動讓我獲得許多實際能力：海報、Logo、集點卡與會員卡的製作，3D 列印與雷雕操作、Canva 設計、模型製作、品牌形象建立、行銷策略撰寫與展板佈置等，都是從零開始累積出來的成果。這些技能也讓我開始思考，未來若自己開店，如何運用線上行銷搭配實體視覺呈現，打造吸引人的品牌。同時我也學到許多「無形能力」：如何與組員溝通、說服與分工、如何統整不同意見，以及如何在高壓下保持耐心並專注完成每一步。上台報告則讓我挑戰自己的緊張感，在逐漸熟悉後也更能清楚表達想法。整體來說跨域行銷課程不只拓展了我的視野，也讓我在設計、行銷策略、團隊協作與自我表達上都更有自信。這些都是未來任何領域都能用得上的能力。
- 這學期的課程讓我真正體驗到「從零到有」策劃一個完整攤位的流程，也明白分工合作的重要性。從一開始的主題設定就能看出差異化的重要，因為不少組都選擇甜點，我們要突出就較困難，這是我覺得比較可惜的部分。接著在海報、宣傳單、集點卡與會員卡設計時，雖然 Canva 操作不難，但色彩搭配與輸出後的色差讓我們吃了不少苦，實際列印的效果與螢幕完全不同，也讓我學到設計必須考量實際呈現。3D 列印的操作步驟複雜，數值更需要高度注意，不然會浪費時間做出錯誤成品。雖然進度緊湊，但我們組在這部分完成得算順利。展板佈置也是一大挑戰，場地比想像中大，材料該買哪些也沒有把握，只能靠有限的經費到光南採買可能用得上的物品。飲料模型部分，因為我平常有做手作，就拿出自己的材料用 AB 膠製作，效果比預期好很多。口說報告方面，我覺得我們組還能更吸睛，例如節奏、精神表現與肢體語言都可以再加強。不過最有收穫的回饋特別是「要有意識地找尋適合自己的報告模式」。雖然我上台經驗不少，但似乎仍未找到真正自然的呈現方式，眼神交流與互動也還不夠自在。未來我會努力在這些方向上突破，讓自己在表達上更成熟、更自信。

影像紀錄



使用 ai 協助精修 Logo



利用 ai 輔助 logo 設計，並製作熱縮片



美學設計與視覺表現，各組依美學概念設計出各組宣傳單與海報



美術老師給予設計建議

腳本寫作-產品介紹要點說明與實作



	展板設計實作與口語表達練習	期末報告與策展
其他對於 本計畫之建議	無	 
		3D 概念入門 × AI 創意文字設計