|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| PILOT 生活技能訓練國小版教案設計 | | | | | | | | | |
| 領域 | 綜合活動領域/健康與體育領域 | 設計者 | | | 蔡佩真 | | | | |
| 實施年級教學對象 | 五、六年級 | 總節次 | | | 4節課 | | | | |
| 單元名稱 | 透析廣告 | | | | | | | | |
| 課程架構圖 | 解析置入性行銷的法規並瞭解其廣告意圖  第三節、第四節  健康魔法棒  第二節  瞬間即永恆  第一節  美麗的背後  透過模擬廣告設計反思廣告手法  關注並思考廣告媒體現象、探究問題  換位思考理解廣告手法與企圖  認識置入性行銷  探討廣告媒體的目的  節次  學習活動與重點  對應之學習目標  透析廣告 | | | | | | | | |
| 設計依據 | | | | | | | | | |
| 領域 | | 綜合活動領域 | | | | | 健康與體育領域 | | |
| 核心素養 | 總綱核心素養 | 面向：B溝通互動  項目：B2 科技資訊與媒體素養 | | | | | 面向：B溝通互動  項目：B2 科技資訊與媒體素養 | | |
| 領域核心素養 | 綜-E-B2  蒐集與應用資源，理解各類媒體內容的意義與影響，用以處理日常生活問題。 | | | | | 健體-E-B2  具備應用體育與健康相關科技及資訊的基本素養，並理解各類媒體刊載、報導有關體育與健康內容的意義與影響。 | | |
| 主題 | 主題軸 | 3.社會與環境關懷 | | | | | 2. 情意 | | |
| 主題項目 | a.危機辨識與處理 | | | | | a. 健康覺察 | | |
| 學習重點 | 學習表現 | 2c-III-1 分析與判讀各類資源，規劃策略以解決日常生活的問題。 | | | | | 4b-Ⅲ-1 公開表達個人對促進健康的觀點與立場。 | | |
| 學習內容 | Bc-III-2媒體對日常生活的影響。 | | | | | Bb-Ⅲ-3 媒體訊息對青少年吸菸、喝酒行為的影響。 | | |
| 議題融入 | 實質內涵 | 資訊教育 | | | | | | | |
| 所融入之學習重點 | 資 E11 建立康健的數位使用習慣與態度。 | | | | | | | |
| 與其他領域/科目的連結 | | 藝術領域 | | | | | | | |
| 教材來源 | | 改編自國小版LST生活技能訓練翻譯版+自編 | | | | | | | |
| 教學設備/資源 | 器材、教學簡報、書籍   1. 學生手冊 2. 教學簡報 3. 投影設備 4. 參考影片(『怎麼會燃起我的購物魂？置入性行銷』 - 木擊者)：https://youtu.be/7rTrb60hMtc 5. 參考影片(鬼怪最強置入孔劉變身最佳銷售員)   https://youtu.be/mctTLg2wni0。 | | 教具   1. 廣告圖片 2. 法規截圖圖片 | | | 教材包 | | | |
| 學習目標 | | | | | | | | | |
| 1. 覺察健康消費受到媒體訊息的影響，分析與判讀廣告的目的。 2. 辨析八種廣告行銷手法，釐清健康的生活規範、態度與價值觀。 3. 關注健康議題的法規，受到生活中的媒體、社會討論等因素的交互作用之影響。 4. 藉由設計與健康產品相關的廣告，公開表達個人對促進健康的觀點與立場。 | | | | | | | | | |
| 單元主題介紹 | | | | | | | | | |
| 廣告行業的首要任務，就是說服消費者購買他們販售的產品。這幾年來，廣告商改變了行銷策略，他們知道人們會在潛移默化中養成對產品的偏好，也了解年輕人對行銷策略的接受度高於年長者，兒童常常會因為會受到廣告的影響進而購買產品。  這個單元的課程將向學生介紹消費主義和目標行銷的概念，然後會讓兒童有機會運用這些策略來設計一種健康的產品並加以行銷，藉此使兒童能換位思考理解廣告的手法和企圖。 | | | | | | | | | |
| 教學活動設計 | | | | | | | | | |
| 教學活動內容及實施方式 | | | | 時間 | 學習評量 | | | 教具 | 備註 |
| **第一節 美麗的背後**  **觀察廣告圖片並運用ORID分析，探討廣告的目的、手法、銷售目標對象等，喚起對廣告的警覺與思考。**  【準備活動】   1. 分組卡、商品廣告圖片、學習單\_美麗的背後 2. 引起動機 3. 教師將學生分組，一組4-5人。 4. 請學生先腦力激盪想一想，說一說自己在哪些地方看過廣告？廣告中的人物是誰？賣什麼？先各自寫在學習單美麗的背後「一、生活中的廣告」，再向小組成員說出自己的答案進行分享討論。 5. 教師抽點各組一人向全班說明小組分享的結果，並同時在黑板上記錄關鍵詞，歸納覺察到的廣告之人物、銷售品、出現的地方。 | | | | 10 | 課堂參與及回應 | | | 學習單\_美麗的背後 |  |
| 【發展活動】  ◎**教學活動：美麗的背後**   1. 教師發下各組商品廣告(劇照)圖，請學生仔細觀察照片中的人物、表情、服裝、圖片光線、整體感覺等，並與小組成員分享討論後，回答學習單中的ORID問題：。  |  | | --- | | **O (Objective)客觀、事實**：看見了什麼？廣告裡的人物看起來是什麼身分的人？  **R (Reflective)感受、反應**：這個廣告給你什麼感受？能吸引人嗎？  **I (Interpretive)意義、價值、經驗**：這張廣告運用下列哪些手法來吸引人呢？(勾選八大廣告手法分析) 這廣告背後沒說的商品缺點可能是什麼？  **D (Decisional)決定、行動**：如果你想購買這份廣告的產品，會向售貨人員提出什麼疑問呢？ |  1. 教師巡視各小組學生討論情形，瀏覽學生書寫學習單的狀況，等學生約略寫完學習單後，請小組成員推選一位具代表性的答案，教師拍攝學習單內容投射到螢幕上。 | | | | 20 | 實作評量：能將分析廣告結果寫入美麗的背後學習單  口與評量：能與成員分享發現 | | | 商品廣告圖片6-7張 |  |
| 【綜合活動】   1. 教師邀請被拍攝學習單的學生上台說明ORID的想法，同時請台下學生給予口頭回饋。 2. 教師提問：「為什麼老師要讓大家分析廣告圖片呢？」讓學生自由發言後，歸納： 3. 美麗的廣告媒體包裝、強調或誇大商品的優點並以呈現出來的形象說服銷售目標，卻相對地沒有將可能的缺點或付出的代價進行說明。 4. 教師希望透過分析廣告的討論，讓學生理解廣告有許多手法來說服消費者。 5. 學生完成學習單交給教師。 | | | | 10 | 課堂參與及回應 | | | 投影設備 |  |
| **第二節 瞬間即永恆**  **審視廣告法規，了解政府在禁止宣傳香菸上的措施，並進一步的認識置入性行銷。**  【準備活動】   1. 「電視節目廣告區隔與置入性行銷及贊助管理辦法」的截圖 2. 學習單\_瞬間即永恆   一、引起動機   1. 教師發下「電視節目廣告區隔與置入性行銷及贊助管理辦法」的截圖給各組學生，請學生進行小組共同閱讀。 2. 各組學生代表報告自己閱讀的法條中，對保護人民遠離菸害的措施規定。 | | | | 10 | 口語評量：能說出法條保護人孩子遠離危害的規定 | | |  |  |
| 【發展活動】  **◎教學活動：瞬間即永恆**   1. 教師請學生想想：「如果你是香菸的廣告商，會如何突破菸害防治法來銷售你的商品呢？」，播放『怎麼會燃起我的購物魂？置入性行銷』   木擊者：<https://youtu.be/7rTrb60hMtc>   1. 請小組學生討論學習單中的ORID，討論完後再寫出學習單中的答案。  |  | | --- | | **O (Objective)客觀、事實**：這影片在介紹什麼？置入性行銷會出現在哪些地方？  **R (Reflective)感受、反應**：如果自己喜歡的名人常穿某件衣服，你也會對這衣服有好感嗎？如果知道自己欣賞的明星會抽菸，你的感受是什麼？  **I (Interpretive)意義、價值、經驗**：明明知道吸菸害處多，為什麼偶像劇和電視明星還是要吸菸呢？當你看到一篇新聞在報導「明星抽菸照哪個最有範，快來看看自家偶像的另一面！」你會認為新聞背後的目的，是勸觀眾吸菸還是不吸菸？為什麼？  **D (Decisional)決定、行動**：如果你是新聞記者，想報導觀眾不要吸菸，會下什麼標題來吸引讀者呢？ | |  | | | | | 20 | 實作評量：能夠討論置入性行銷並書寫「瞬間即永恆」學習單 | | | 學習單\_瞬間即永恆 |  |
| 【綜合活動】   1. 教師以抽籤方式邀請學生說明小組討論後的各題結論。 2. 教師歸納重點：無論是廣告或置入性行銷，都想「誘使」行銷目標購買商品以獲取錢財。但若人們能仔細辨析廣告手法、回歸到是否真的需要這商品的考量等，就不容易受到廣告的影響！ 3. 請學生各自完成學習單中的「廣告『誘使』誰消費」後交回。 | | | | 10 | 課堂參與及回應 | | |  |  |
| **第三節、第四節 健康魔法棒**  **運用本單元所學讓學生換位思考，模擬廣告商設計行銷手法，以更透徹的理解廣告商的目的與手法。**  【準備活動】   1. 4K海報紙、學習單\_健康魔法棒 2. 引起動機 3. 以小組搶答得分方式，複習前兩個活動學得的廣告知識，包括廣告目的、廣告手法、行銷目標(對象)、置入性行銷等 | | | | 10 | 課堂參與及回應 | | |  |  |
| 【發展活動】  **◎教學活動：健康魔法棒**   1. 請學生以小組為單位，扮演廣告行銷團隊，並為小組取一個公司名稱，以學習單為設計草稿，討論後在小海報上畫出想要販售的商品模樣與名稱。 2. 運用前兩節課所學的廣告目的、目標行銷、廣告手法，顧及國內廣告法規規定，設計一個健康產品的行銷方案。提醒學生可以參考學習單STOP-THINK-GO的指引進行廣告方案設計，考量廣告目的、目標行銷、廣告手法、法規規定等，教師巡視並給予鼓勵或指引。 | | | | 50 | 實作評量：能小組討論並設計一個合乎國內廣告法規的健康商品的廣告行銷。 | | | 學習單\_健康魔法棒  4K海報紙 |  |
| 【綜合活動】   1. 請各組學生輪流上台進行銷售方案的發表(每組2分鐘)，台下同儕學生同時給予銷售方案評估回饋「魔法棒名人榜」，完成學習單後繳回給教師。 2. **教師給予綜合回饋與重點提醒**：   透過自己設計廣告行銷方案，更能了解廣告商的目的與手法，我們必須保有分辨與分析的能力，才不會落入廣告的迷思與煽動。 | | | | 20 | 課堂參與及回應 | | | 學習單\_健康魔法棒 |  |