

素養導向教案設計

單元名稱	6-4 行銷策略	教材來源	商業概論 II
教學日期	12 月 25 日	教學時間	50 分鐘
教學年級	商業經營科一年級	教學設計者	
教材研究分析	參考課本製作產品的五種不同層次的部分進行實際案例教具以及產品線的案例語字卡，且製作大型海報使學生一目瞭然，進行課程的教學。		
學生學習經驗分析	學生對於市場區隔的必備條件、選定目標市場的檢驗因素、五力分析、目標市場的選擇策略以及市場定位有一定的了解程度。		
教學方法	直接教學法，個案教學法。		
總綱 核心素養	U-A2：具備系統思考、分析與探索的素養，深化後設思考，並積極面對挑戰以解決人生的各種問題。 U-A3：具備規劃、實際與檢討反省的素養，並以創新的態度與作為因應新的情境或問題。 U-B2：具備適當運用科技、資訊與媒體之素養，進行各類媒體識讀與批判，並能反思科技、資訊。		
商業群 核心素養	1. 具備商業創新之能力，透過自我精進與超越，啟發創新商業活動與行銷思惟與方法，展現跨文化及國際視野。		
學習內容	商管-專-商概-F-c 行銷組合。		
學習表現	商管-專-商概-1 具備商業與管理基本知識，能進行系統思考以解決問題。 商管-專-商概-3 具備創新商業活動與行銷思維，展現自我精進、團隊合作、創新之素養。		
教學資源	1. 設備：白板、白板筆。 2. 護貝圖片 3. 大綱海報		
教學目標	單元目標	具體目標	
	【認知】 1-1. 學生能夠明白產品的五種不同層次。 1-2. 學生能夠知曉產品決策的內容。 1-3 【情意】 2-1. 學生參與上課情況表現良好 2-2 學生專心填寫講義 【技能】 3-1. 學生能夠計算產品組合 3-2. 學生能夠分析產品生命週期。	【認知】 1-1-1. 學生能夠描述核心產品、基本產品、期望產品、引申產品與潛在產品的定義。 1-2-1. 學生能夠解釋產品延伸策略的三種方式 1-2-2. 學生能夠詮釋產品生命週期之各期。 1-2-3 學生能夠解釋個別產品策略 【情意】 2-1-1. 學生回答問題很熱絡 2-2-1. 學生填寫講義完整。 【技能】 3-1-1. 學生計算產品廣度、長度、深度。 3-2-1. 學生能夠分辨產品生命週期。	

教 學 流 程					
學習表現	教學目標	教 學 活 動	時間	形成性評量	教學資源
商管-專-商概-1 商管-專-商概-3	2-1-1	壹、準備活動			
		1. 先用問答法的方式幫助同學們複習上次課程內容。	3		
		2. 將大綱海報貼在白板上，並且說明本節課大致上會教到哪裡。	2		大綱海報
		貳、發展活動			
商管-專-商概-1 商管-專-商概-3	1-1-1	1. 配合自製講義來解釋產品策略當中五種不同類型的產品。		學生能夠說明五種類型不同的產品，且能夠將其分類清楚。	護貝圖片
	2-1-1				
	2-2-1				
		說明核心產品的意思，且請同學舉例說明市面上有甚麼東西屬於核心產品。並且請同學將講義的填空部分填上。	3		
		講解基本產品是與核心產品來去做搭配的內容。請同學將講義填空部分填上	3		
		說明期望產品的意義。且請同學將講義填空部分填上	3		
		說明引申產品及潛在產品的內容。且請同學將講義填空部分填上。	3		
			5		
		小節：抽同學上台將老師準備的教具分 5 類，進行與學生間的活動，並且做個小節，說明這五類的內容。			
			5		
商管-專-商概-1 商管-專-商概-3	1-2-1			學生能夠講解產品線的三種延伸方式	護貝圖片
	1-2-2				
	1-2-3	2. 說明產品決策當中的內容。			
	2-1-1	首先說明產品線的意義，再去說明產品線延伸的三種方式。以及		學生能夠計算產品線的廣度、長度	
	2-2-1	為什麼企業要去做產品延伸。	7		
	3-1-1				
	3-2-1	說明產品組合當中的廣度、長			

商管-專- 商概-1 商管-專- 商概-3		<p>度、深度、一致性。且運用教具來與學生互動，來讓學生將各項產品放置各產品線上，且要求學生計算出產品的廣度、長度。</p> <p>說明產品生命週期當中四期的各期的內容，且搭配講義來與同學做互動。</p> <p>將個別產品策略當中的四個策略說明清楚。</p>	7	與深度，並且說明其內容	
	1-1-1	參、綜合活動		學生能夠說出各期當中的特徵與目標	
	1-2-1		4	學生能夠說明各策略的意義。	
	1-2-2				
	1-2-3	用問答法來替同學做一個完整的複習。完畢後再帶著同學們一起將內容覆誦一遍。	5		
	2-1-1				
	2-2-1				
	3-1-1				
	3-2-1				