

雲科師培中心 113 學年教案設計競賽

領域/科目	商業經營群/商業概論&經濟學		設計者	林宇庭
實施年級	高一至高二		教學節次	共 2 節，本次教學為第 1-2 節
單元名稱	瓜瓜樂：從地瓜看商機(農產品行銷、食農教育與永續經濟)			
設計依據				
學習重點	學習表現	<ol style="list-style-type: none"> 能依產品生命週期階段，分析農產品面臨的市場挑戰並擬定通路策略。 能運用行銷 4P 設計農產品品牌策略，並評估其市場結構下的銷售可行性。 能以供需法則與國際貿易概念，分析在地農產的競爭優勢與拓展潛力。 能提出結合 ESG 理念與地方特色的創新行銷構想，實踐永續品牌發展。 		核心素養
	學習內容	商業概論 ：產品生命週期、行銷 4P、通路策略 經濟學 ：供需法則、市場結構、國際貿易理論 永續與創新 ：ESG 概念、綠色消費、地方創生		
議題融入	實質內涵	農業生產與環境： <ul style="list-style-type: none"> 食 U1:分析應用科學與科技提高農業生產與經濟價值或改善農業生產對環境影響的相關策略 食 U4:探討農業與聯合國永續發展目標的關聯性，提出有助達成永續發展的農業生產策略 飲食健康與消費： <ul style="list-style-type: none"> 食 U6:運用生命期營養需求的概念及食物選購原則，為家人設計健康飲食計畫 食 U7:關注全球性食安議題，探討由消費行動響應食安運動及提升食安的相關策略 飲食生活與文化： <ul style="list-style-type: none"> 食 U11:探討各國飲食文化特色，分析飲食文化與農業生產的關聯性 		
	所融入之學習重點	課程中以產品生命週期分析結合通路設計（學習表現 1）、行銷 4P 搭配市場結構實作（學習表現 2）、供需概念與國際貿易（學習表現 3）、ESG 融入品牌提案（學習表現 4），融合學科知識、食農與永續議題。		
與其他領域/科目的連結	<ul style="list-style-type: none"> 地理科：地瓜產地與自然地理條件探討 公民與社會：消費選擇、地方創生與永續發展之社會責任 			
教材來源	<ul style="list-style-type: none"> 自製簡報與學習單 瓜瓜園品牌介紹影片與官方網站 地瓜創意產品（實物展示） 農業部食農教育資源網、ESG 個案（如：維格餅家） 			
教學設備/資源	<ul style="list-style-type: none"> 投影機、電腦、麥克風 小組討論單、創新地瓜商品展示樣本 			

● PPT 教材、品牌設計學習單、4P 分析表
學習目標
<ul style="list-style-type: none"> ● 透過地瓜案例理解「農業價值鏈」的商業意涵。 ● 能夠解釋地瓜產品如何應用行銷 4P（產品、價格、通路、促銷）策略。 ● 以商業概論與經濟學視角，分析在地農產的市場機會與挑戰。 ● 能提出兼具創意與永續的品牌行銷企劃。

教學活動設計			
教學活動內容及實施方式		時間	備註
第一節課:小地瓜大商機			
引起動機	地瓜也能變精品？	10 分鐘	媒體欣賞、引導討論 食 U11:飲食文化與農業生產連結 學習表現 1:產品生命週期導入動機。
播放本土地瓜創新品牌影片（瓜瓜園），藉此與學生討論其與印象中的傳統農業差異為何 提出問題：農產品如何突破傳統銷售框架？			
發展活動	地瓜的產品生命週期分析	15 分鐘	講授、案例分析 食 U1、U4:農業生產科技與永續發展策略 學習表現 1:產品生命週期、價值鏈分析。
教師說明產品生命週期五階段（導入、成長、成熟、衰退、終止），並介紹每一階段常見的市場現象與行銷挑戰。 搭配案例講解地瓜於各階段的產銷困境與轉機。			
綜合活動	通路策略對對碰	15 分鐘	小組合作、學習單 食 U7:以通路設計探討市場與食安 學習表現 1:通路策略應用與整合。
小組完成學習單：將地瓜在不同生命週期的階段對應合適的通路選擇（例：導入期建議以市集試吃、成長期走網路電商等）並說明理由。			
總結活動	小組學習成果交流與回饋	10 分鐘	小組簡報、教師統整 學習表現 1:通路策略與市場挑戰整合，強化溝通與表達能力。
各組輪流分享其地瓜產品在不同階段的通路選擇與市場對策。教師簡要點評與同儕並總結通路策略核心概念。			
第二節課:打造專屬的地瓜品牌			
引起動機	行銷 4P 大解密	10 分鐘	講授、案例導入 食 U6:消費選擇與健康永續飲食 學習表現 2:行銷策略概念建立。
教師簡介行銷 4P 模型（產品、價格、通路、促銷），搭配實體地瓜創新商品（如烤地瓜冰棒、地瓜珍珠圓）進行說明。			
發展活動	農產品市場結構	10 分鐘	講授 食 U7、學習表現 3:從全球市場與競爭結構理解食安與供需概念。
教師簡介市場結構（完全競爭、壟斷、寡占）與供需概念。學生須在品牌設計中分析自身產品處於哪種市場結構並推論可行性。			
綜合活動	設計你的地瓜品牌	20 分鐘	小組合作、學習單 食 U4、U11:永續發展與飲食文化結合 學習表現 4:行銷與創新企劃整合。
小組運用「品牌設計畫布學習單」，設計一個地瓜創新品牌與完整行銷方案，需涵蓋品牌產品、定價策略、銷售通路與促銷方式，並納入 ESG 理念（如採永續包裝、公益回饋）。			
總結活動	地瓜品牌發表會	10 分鐘	小組發表、互評回饋 學習表現 2、4:整合性應用，表達與公民意識實踐。
小組輪流發表品牌設計方案，其他組同儕與教師給予回饋與建議。			
參考資料： 農業部食農教育教案手冊高中篇、商管群科中心教學資源、翻轉教育教案設計指南、瓜瓜園官網			