

114年臺南市學校環境教育推動成果

課程名稱	那拔時光故事	實施日期	2/5-2/27(4節)
教學目標	<p>1.學生能從閱讀與分析中理解品牌故事的結構與價值，並能應用於自身產品的品牌建構。</p> <p>2.學生能透過口述歷史與在地探究認識家鄉文化，並結合在地故事發展具有文化底蘊的品牌故事。</p> <p>3.學生能發揮創意思維，合作撰寫與自身產品（左手香膏、手工肥皂）相關的品牌故事，並理解其社會價值。</p>		
進行方式	<p>1.課堂引導與文章分析：教師提供品牌故事相關文章，提出引導問題（Q1-Q3），學生於學習單中回答。</p> <p>Q1.從文章中，什麼是品牌故事？品牌故事對商品產生哪些價值和影響？</p> <p>Q2.從文章中，品牌故事要融入那些品牌重點？</p> <p>Q3.從文章中，提供什麼架構讓我們發想品牌故事？</p> <p>2.在地文化探索：學生透過網路搜尋、訪談長輩與學長姊等方式，探究那拔國小官將首與藝陣的起源與精神（Q4-Q7）。</p> <p>Q4.請問那拔里當地有哪些傳說故事？</p> <p>Q5.請問那拔國小的官將首是怎麼成立的？有哪些宗旨、理念、背後有哪些故事？</p> <p>Q6.請問那拔國小的藝陣又是如何成立的？有哪些宗旨、理念、背後有哪些故事？</p> <p>Q7.上述兩個成立的宗旨、理念和創立背後的故事，哪些的地方相類似？</p> <p>3.品牌價值思考：學生思考自身產品的理念與社會價值（Q8-Q9），明確目標客群與故事設計主軸（Q10-Q14）。</p> <p>Q8.我們的產品左手香膏和手工肥皂想帶給消費者什麼價值觀和理念？</p> <p>Q9.請問上述的官將首、藝陣創立的宗旨、理念如何與我們的產品左手香膏和手工肥皂的價值觀和理念有關？</p> <p>Q10.我們的目標客戶群是誰？針對這些客戶群，我們的品牌故事以誰作為主角較為合適？(WHO)</p> <p>Q11.有哪些真實故事可以和我們的品牌故事產生連結？我們要融入什麼情感？</p>		

	<p>Q12. 為什麼消費者應該選擇我們？我們提供了什麼價值？品牌對消費者的重要性是什麼？(WHY)</p> <p>Q13. 品牌的核心價值是什麼？品牌的產品或服務是什麼？我們的產可以幫客戶解決什麼問題？(WHAT)</p> <p>Q14. 產品的原產地在哪裡？以及我們在哪裡販售此產品？(WHERE)</p> <p>4. 品牌故事撰寫與統整：學生進行小組討論、便條紙集思、統整成完整品牌故事（Q15-Q16），並以口頭發表或圖文呈現方式展示成果。</p> <p>Q15. 對於我們的產品—左手香膏和手工肥皂，社會上有什麼重大的事件發生，導致我們想創立這個品牌？(WHEN)</p> <p>Q16. 我們的產品左手香膏和手工肥皂的製作過程與其他社會上的產品販售有什麼不同和特色？那對於同樣是純手工製作的產品又有什麼不同？(HOW)</p>
<p>成果描述</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 完成一份結合地方文化與產品理念的品牌故事書寫作品，可作為產品包裝、行銷素材或成果展展示內容。 2. 學生透過小組合作與探究學習，展現高參與度與創造力，並能有條理地分享自己的品牌觀點。 3. 達成跨領域整合（語文、社會、環境、藝術、生活），深化學生對 SDGs、地方文化與創業概念的理解與實踐。
<p>實施心得</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 地方文化轉化為品牌養分： 引導學生從家鄉的官將首、藝陣故事中汲取素材，有效連結地方文化與品牌故事，讓產品更具文化深度。 2. 品牌思維啟發學生創新視野： 設計 WHO、WHAT、WHY 等問題架構，讓學生從品牌經營角度思考自己的產品，展現行銷邏輯與價值思辨能力。 3. 學習歷程具探究與真實性： 學生透過訪問、討論、資料搜尋、影片製作等歷程，深化對品牌背後理念的理解，達到真正的專題式學習目標。
<p>學習者心得</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 以前覺得官將首只是表演，沒想到它的精神可以和我們的產品理念結合，讓我對家鄉文化更有認同感。 2. 寫品牌故事不是只介紹產品，而是要講出讓人有感覺的價值，像是保護環境、關心在地、愛家鄉。 3. 跟同學一起討論、貼便條紙、發想故事角色，感覺像在創作動畫劇情，讓我對語文課有新的感覺。

教學照片
(請提供
至少2張照
片並附上
文字說
明)



說明：採摘左手香



說明：榨油