

课程名称: 纯净之手 触感之美

(吉隆坡循人中学)

小组成员: 胡立珉师(商科)、吴莉琛师(马来文)、胡丽颐师(美术)、姜信进师(电脑)、潘佩娟师、曾佩敏师、蔡婉玲师、刘紫媛师、钟伟豪师(科学)

学生起点: 2024年, 循人中学高中三商科专题课程, 一班高三选修课同学里的各组同学成立了虚拟公司, 此班级各组同学当时产出了至少一套产品, 并设想虚拟销售的情况。2025年, 循中商科大专题进一步优化该课程, 让今年高中三同学成立虚拟公司同时量产出产品, 最后在展销会时实际进行售卖的活动。

课程主题	课程名称	纯净之手 触感之美 Tangan bersih, sentuhan indah
1. 依据情境分析学生素质与先备知识。 2. SWOT分析	说明	<p>2025年, 循中商科组进一步优化商科大专题课程内容, 其中参与今年商科大专题课程有4个班级, 共145位高三生。各班同学需成立虚拟公司, 量产出多套清洁类和护肤类化妆品: 肥皂soap, 洗手乳soap liquid, 磨砂scrub, 乳液lotion这四种手部清洁与护肤产品, 并在校内进行真实产品的售卖活动。因此, 此课程集合了商科、科学、美术、电脑和国文课的跨科项目, 希望同学能在一整年的课程中, 学习与实践同步, 克服困难同时提升问题解决能力。另外, 发挥创意之际也着重与沟通交流, 提升领导能力和团队精神。更重要的是, 在必要的生产与消费的需求下, 我们强调以更天然的原料制作产品, 同时避免过度包装, 要求减塑环保, 推动可持资源发展的理念, 增强社会责任感。</p> <p>重要性:</p> <ol style="list-style-type: none">1. 促进跨学科整合学习, 让学生在真实商业情境中运用所学知识。2. 提升商业与财务管理能力, 帮助学生掌握创业与经营的基本技能。3. 培养环保意识, 鼓励学生关注可持续发展问题, 并实践环保理念。4. 锻炼创新与实践能力, 让学生能够自主研发、推广和销售产品。5. 加强沟通与团队协作, 培养学生的领导力、团队合作和问题解决能力。

		<p>课程价值:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 跨学科整合:结合商科、科学、美术、马来文及电脑课程,培养学生多方面能力,提高学习兴趣。 2. 实践性强:学生亲自制作肥皂、洗手乳、磨砂、乳液,并在展销会上售卖,提升动手能力和实际应用能力。 3. 培养商业意识:通过成本计算、利润分析、财政预算及营销策略的学习,让学生理解商业运作,提高财务管理能力。 4. 环保与社会责任:强调天然原料和环保包装,培养学生的可持续发展意识,增强社会责任感。 5. 团队合作与沟通能力:学生需分工合作,涵盖产品制作、设计、营销及销售,锻炼团队协作能力。 <p>预期效应:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 学术效益:学生掌握商业、科学、美术、马来文及电脑技术的综合技能,提升多元能力。 2. 职业发展:为学生提供真实商业运作体验,提高职场竞争力,增强未来就业或创业能力。 3. 社会效益:推广环保产品与理念,影响更多人关注可持续发展。 4. 学校发展:提升学校课程创新能力,为未来课程改革提供参考案例。 		
课程类别	<input type="checkbox"/> 初中		<input type="checkbox"/> 高中	
勾选跨科之年段、学科及类型	<input type="checkbox"/> 语文	<input type="checkbox"/> 数学	<input type="checkbox"/> 基础知识类	<input type="checkbox"/> 专业知识类
	<input type="checkbox"/> 自然科学	<input type="checkbox"/> 社会科学	<input type="checkbox"/> 艺能类	<input checked="" type="checkbox"/> 综合实践类
	<input type="checkbox"/> 艺术	<input type="checkbox"/> 体育与健康	<input type="checkbox"/> 加深加广类	
	<input type="checkbox"/> 科技与生活	<input type="checkbox"/> 综合实践		
	<input type="checkbox"/> 其他	适用 <input type="checkbox"/> 初中 <input checked="" type="checkbox"/> 高中 <input type="checkbox"/> 初、高中		

课程形式	教学对象和人数	1. 年级:高中三商科大专题 2. 人数:145
<input type="checkbox"/> 教学对象和人数 <input type="checkbox"/> 课程时间多长(同步 vs 异步) <input type="checkbox"/> 课程的空间(实体 vs 虚拟) <input type="checkbox"/> 其他考量	课程时数	商科:约16小时; 科学:约10小时; 电脑:约10小时; 美术:约2小时; 国文:约2小时
	空间、环境与设备	1. 实体教室类型:普通课室、大讲堂、未来课室、实验室、大礼堂 2. 校外工作坊 3. 产品包装软件、短视频拍摄设备和软件
	SDGs目标	<p>此课程对应以下联合国永续发展的具体目标, 并培育学生在真实情境下的核心素养与社会责任。</p> <p>目标 3:良好健康与福祉 3.9(减少有害物质与污染):透过科学方法与科技应用, 减少产品制造与使用过程中的有害物质, 降低环境污染与健康风险。</p> <p>目标 4:优质教育 4.4(促进就业与创业技能):发展学生的沟通、行销与团队合作技能, 提升创业精神与职业能力, 为未来投入职场与社会做好准备。</p> <p>目标 12:负责任消费和生产 12.2(永续管理自然资源) 在产品制造中, 合理使用天然资源, 降低对环境的冲击, 追求永续发展。</p> <p>12.5(废弃物大幅减量) 通过减塑设计与避免过度包装, 减少废弃物产生, 落实减量、回收与再利用的原则。</p> <p>12.8(资讯与永续发展觉知):确保学生掌握永续发展的相关资讯及觉知, 培养符合永续理念的消费意识, 理解产品设计与消费行为对环境与社会的影响。</p>

学习目标	自主学习		沟通协作	社会参与	
<p>采用 SMART 的原则来设定课程目标三领域, 即具体(Specific)、可测量(Measurable)、可达到(Attainable)、有关联(Relevant), 以及有时限(Time bound)</p> <p>■学习目标写法: 学习情境/工具+行为动词+学习内容+达成目标标准</p> <p>范例: 〔认知〕 学生将透过观看教学视频, 认识海洋垃圾产生的三个原因。</p> <p>〔技能〕 学生将通过各媒介搜集相关信息, 并归纳整理出“各单位对海洋保育采取的积极行动”的关键内容, 制作海报并分享。</p> <p>〔情意〕</p>	核心素养	☑身心平衡与美感素养	☐积极态度与正面价值	☐品德素质与人文关怀	
		☑善用知识与运用科技	☐领导能力与团队合作	☐国家认同与多元文化	
		☑创意思维与解决问题	☑语言素养与沟通表达	☑全球视野与永续发展	
	認知	层次	目标		
		<input type="checkbox"/> 记忆 C1 <input checked="" type="checkbox"/> 理解 C2 <input checked="" type="checkbox"/> 运用 C3 <input checked="" type="checkbox"/> 分析 C4 <input checked="" type="checkbox"/> 评估 C5 <input checked="" type="checkbox"/> 创造 C6	<p>1) 同学透过商科课程的学习, 掌握有关成本与利润计算, 最终掌握编写产品预算案的方式。另外, 同学能够了解营销策略、市场推广方案, 最终掌握有效推展和销售产品的商科知识。(C2~C6)</p> <p>2) 同学透过科学课程、各种阅读活动, 了解个人护理产品的基本成分、科学原理、制作原理及其对皮肤的影响。另外, 同学阅读并认识天然环保原料的特性, 并理解可持续发展的重要性。(C2~C5)</p> <p>3) 同学透过美术课程的学习, 理解包装设计的基本原理, 品牌标志 Logo 的设计、颜色的搭配、排版原则等。(C2~C5)</p> <p>4) 同学透过马来文课程的学习, 掌握国文品牌名称的命名和说明书的正确写作方式, 并能运用清晰的语言进行品牌叙述。(C2~C5)</p> <p>5) 同学透过电脑课程, 学会数种帮助设计产品标签与包装盒子的软件。另外, 同学也学会能够学会产品广告短片制作的知识, 如: 文案撰写、拍摄技巧。(C2~C5)</p>		
技能	<input checked="" type="checkbox"/> 模仿 P1 <input checked="" type="checkbox"/> 操作 P2 <input checked="" type="checkbox"/> 精确 P3 <input checked="" type="checkbox"/> 协调 P4	<p>1) 同学透过学习成本与利润计算、预算编制、营销策略、市场推广计划书等商科知识, 和参与到真实公司雅筑集团的举办的工作坊, 从一开始学习拟定计划书, 到撰写出产品销售等计划书, 最终依照计划书方案推出产品和进行销售。(P1~P4)</p>			

<p>学生透过讨论与分享活动，能够接受针对改善海洋污染的各方提案，进而履行自身的责任行为。</p>	<p><input type="checkbox"/> 自然化 P5</p>	<p>2) 同学透过科学课程、书籍和网上资料、校外工作坊、校外顾问(雷文君师)的建议来学习制作产品的方式，不断习作以便调配出符合各组设计理念的产品配方。(P2~P4)</p> <p>3) 同学透过美术课程学习品牌标志Logo设计、产品包装设计等知识，设计出符合自身企业形象的Logo与包装盒。(P1, P2)</p> <p>4) 同学透过马来文课程学习有关国文品牌名称、国文产品说明书书写方式，书写出各组产品与包装盒上的说明书。(P1, P2)</p> <p>5) 同学透过电脑课程习作常见的包装模板软件、制作并打印出产品标签与包装盒。同学也透过广告短片的制作，如：撰写脚本、拍摄技巧、剪辑等，最终制作出产品的广告宣传短片。(P1, P2)</p>
	<p>情意</p> <p><input type="checkbox"/> 接受 A1</p> <p><input type="checkbox"/> 反应 A2</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> 价值判断 A3</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> 价值组织 A4</p> <p><input type="checkbox"/> 价值内化 A5</p>	<p>1) 同学透过整个展销售卖活动，培养企业家精神、体验真实的商业运作模式。另一方面，透过在展销会中实践销售技巧和客户沟通能力，提升和增强同学门的自信心。(A2, A3)</p> <p>2) 同学透过产品制作和生产的过 程，同时培养环保和减塑意识，同时避免过度包装，从而推动可持资源发展的理念。(A2, A3)</p> <p>3) 同学透过标签、包装盒、短片制作等习作过程，提高创造力和审美能力，同时鼓励学生在产品设计中发挥创意。(A2)</p> <p>4) 同学透过整个学年的商科大专题课程，提升沟通与协作能力，最终增强团队合作的精神。(A2, A3)</p>

与其他课程的联结		
	横向	<p>此跨科专题课程结合商科、科学、美术、马来文、电脑五大学科，帮助学生掌握产品制作、财务管理、行销策略、品牌设计、数码行销等综合技能。学生最终将在8月18~22日循中上课大专题成品展销会上实践所学，完成从产品研发到市场销售的全过程。此课程在培养创业精神与跨学科协作能力同时，始终贯彻天然原料、减塑包装、避免过度包装，鼓励学生关注可持续发展问题，培养环保意识以增强社会责任感。</p> <p>总的来说，商科、科学、美术、马来文、电脑必须同步配合完成课程，如：当同学在提供成本核算数据同时，也需确保环保与经济效益的平衡。在确保产品配方合理、安全，符合环保标准后，应制作产品成分及使用指南于包装上，确保说明书内容精准，避免误导消费者。与此同时，将包装设计和品牌形象塑造，设计销售宣传广告及产品包装，使用设计软件制作优化的包装视觉效果。</p>
	纵向	<p>商科：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 明确说明课程目标和宗旨，介绍整体课程，进行分组，成立虚拟公司。 2. 教导成本与利润的计算、成本数据核算方式，尽量确保环保与经济效益的平衡。 3. 教导行销策略，同学制定财政预算和行销策略计划书(可纳入数据可视化图表)。 4. 建议结合市场调研，设计符合消费者偏好的包装。 5. 制作行销相关的宣传短片。 6. 根据预算案与行销策略在展销会进行产品售卖。 7. 展销会结束后同学将进行检讨与汇报。 <p>科学：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 教导产品的基本成分、相关科学原理、对皮肤的影响等(部分内容配合Form 5 Science Chapter 5 的课程内容)。 2. 指导同学亲自制作肥皂、洗手乳、磨砂、乳液(老师也另外提供同学各种制作方案)。

3. 同学从思考自己想要生产的产品, 不断改进来得出最终的产品配方, 同时确保产品配方合理、安全, 并符合环保标准。
4. 确保包装上说明书内容精准, 避免误导消费者, 同时附有产品成分和使用指南等。依据产品特性选择合适的包装材质与视觉元素。
5. 科学老师带领同学进行阅读、讨论与分享, 拓展同学的视野之余, 鼓励学生关注可持续发展问题, 培养环保意识并增强社会责任感。

美术:

1. 教导品牌标志设计、产品包装设计等基础知识。导入有关产品特性, 以利包装设计和品牌形象塑造。
2. 配合包装设计, 确保文字排版与视觉风格一致。要求同学先拟出草稿, 终需设计出公司的品牌标志、包装的设计图案等。
3. 结合视觉设计, 优化广告视频与包装视觉效果。

马来文:

1. 教导包装上品牌名称、说明书的正确书写方式。
2. 要求同学先拟出草稿, 撰写科学化的产品说明书确保包装文案的精准表达, 最终需产出写有品牌标志与说明书等的包装盒。

电脑:

1. 教导包装设计、三维结构、包装模板的基础知识,
2. 使用设计软件制作包装视觉效果, 利用软件排版优化说明书, 提高可读性。最终需打印出写有品牌标志与说明书等的包装盒。
3. 教导广告短视频的基础知识, 要求拟出广告脚本, 利用软件进行广告视频的拍摄, 最终需产出推广自家产品的广告视频。

教学方法与策略

跨阅5.0以UBD概念为本的课程设计教案为书写格式, 重视学习目标, 及教学活动与评量之间的逻辑关系。

教学方法

教学方法与策略

1. 倒转设计策略

- 策略应用: 从“展销成果”倒推至所需知识技能, 确保每项教学活动都服务于最终表现任务。
- 逻辑连结: 每一个教学目标(如: C3~C6认知层次)都有对应的评量证据(如: 计划书、展销销售记录), 教学活动(如: 预算练习、拍摄技巧训练)紧扣学习目标。

2. 跨学科专题式学习

- 策略应用: 以“学生成立虚拟公司并实际售卖产品”为真实情境任务, 跨越五大学科进行协同教学。
- 逻辑连结:
 - 商科目标 → 预算表、利润分析 → 财务规划与销售成果为评量依据
 - 科学目标 → 原料知识与制作过程 → 产品说明书与实际配方成品
 - 美术目标 → 企业形象 → Logo与包装设计 → 包装视觉作品
 - 马来文目标 → 品牌命名与文案 → 正确说明书
 - 电脑目标 → 广告脚本与剪辑 → 短片宣传视频

3. 表现任务评量

- 策略应用: 以实际制作、销售、宣传和团队汇报作为学习成果等评量方式。
- 逻辑连结: 课程强调“产出导向”评量, 学生必须完成商品开发与营销全过程。
评量依据是产品销售和质量、团队合作、沟通表达能力、环保实践等关键指标。

4. 差异化教学

- 策略应用: 允许学生选择制作哪一种手部清洁产品、采用何种天然配方、如何设计品牌与广告, 使任务具有个性化与弹性。
- 逻辑连结: 虽有统一大方向, 但活动内容因学生专长而异, 有助于提升动机与投入度。

		<p>5. 形成性评量与同侪回馈</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 策略应用:在课程过程中安排多次“阶段汇报”、小组展示、同侪互评与教师反馈。 ● 逻辑连结:课程设计包括多轮制作迭代(如产品测试与优化),每次迭代都作为学习进展的评量依据。强调学习过程的可视化与修正。
	任教老师	<p>商科:詹文龙师、胡立珉师、蔡静娴师、陈慧琳师、劳智湄师</p> <p>科学:潘佩娟师、曾佩敏师、蔡婉玲师、刘紫媛师、钟伟豪师</p> <p>马来文:吴莉璞师、卢丽珠师</p> <p>美术:胡丽颐师、洪俊豪师</p> <p>电脑:娄信进师、陈汉舜师</p>

单元学习内容(应以 20 周, 800 分钟, 作为一个学习期限来设计, 也方便学分的计算)				教学材料
周数/节数	日期	单元主题	单元学习内容	材料

<p>第 1 周</p>	<p>17/2 ~ 18/2/2025</p>	<p>整体课程讲解</p>	<p>第一和二节 【引起动机】: 播放去年大专题-虚拟化妆品公司活动短片 【课程活动】: 说明课堂要求、今年大专题的教学目标、教学流程和跨越科目的意义。 【表现任务】: 分组、讨论公司组织、选举、集资、规划 【评量方式】:-</p> <p>第三和四节 【引起动机】: 说明去年大专题的教学目标与今年的教学目标的异同点 【课程活动】: 使用PPT讲解何谓STP, 通过案例让学生更明白如何设定STP目标</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Segmentation: 市场区隔 ● Targeting: 市场选择 ● Positioning: 市场定位 <p>【表现任务】: 通过各组别(各部门) 讨论及建议产品STP的目标设定、并编写一份初步计划书。 【评量方式】: 2025 年商科大专题初步计划书评分标准 25%</p> <table border="1" data-bbox="837 1031 1442 1318"> <thead> <tr> <th>项目 分 数</th> <th>0~1% 规划不清楚 排版及设计不符合要求</th> <th>2~3% 规划适当, 排版及 设计一般</th> <th>4~5% 规划条理清晰, 排 版及设计有创意</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>5% 封 面</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>5% 公司愿景</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>5% 公司组织表</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>5% STP</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>5% 集资规划</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	项目 分 数	0~1% 规划不清楚 排版及设计不符合要求	2~3% 规划适当, 排版及 设计一般	4~5% 规划条理清晰, 排 版及设计有创意	5% 封 面				5% 公司愿景				5% 公司组织表				5% STP				5% 集资规划				<p>PPT和 短片</p>
项目 分 数	0~1% 规划不清楚 排版及设计不符合要求	2~3% 规划适当, 排版及 设计一般	4~5% 规划条理清晰, 排 版及设计有创意																									
5% 封 面																												
5% 公司愿景																												
5% 公司组织表																												
5% STP																												
5% 集资规划																												
<p>第 2 周</p>		<p>1) 皮肤课程: “护手之道”</p>																										

	24/2 ~ 2/3/2025	2)肥皂和洗手乳理论与阅读课	<p><u>第一和二节</u></p> <p>【引起动机】从“你有一双好看的手吗？”，引入从古至今人类护手之道</p> <p>【课程活动】讲解与讨论皮肤的结构与功能、护肤品的工作原理、护肤品的基本制作、护肤品的成分影响</p> <p>【表现任务】针对“你有一双好看的手吗？”在同学群中进行问卷调查，现场总结与讨论分享</p> <p>https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSf5HRhRHZLG6SpdsXK3SxAS_Ugp4FQEolj65iRibEIQItQaoA/viewform</p> <p>【评量方式】没有纳入分数评量与计算</p> <p><u>第三和四节</u></p> <p>【引起动机】提问：肥皂和洗手乳的用途是什么？它们的清洗功能是因为什么科学原理？（提醒：高二Form 5 Science学习过有关课程）</p> <p>【课程活动】1) 引导科学原理~肥皂和洗手乳的亲水亲油，进行科学小活动 2) 引导阅读活动：从Form 5 Science Chapter 5和网上搜寻相关资讯。</p> <p>【表现任务】阅读后，分组完成学习记录</p> <p>【评量方式】参考下述阅读(1)评分规准</p>	
--	-----------------	----------------	---	--

第 3 周	3/3 ~ 9/3/2025	制作肥皂和洗手乳	<p><u>第一和二节</u></p> <p>【引起动机】讲解制作时评分的规准、讲解各组自行阅读理解的需求、提醒随时记录学习检讨/心得/总结</p> <p>【课程活动】 1)制作前讲解。</p> <p>2)各组根据制作肥皂Form 5 Science Chapter 5 Experiment 5.1 课本的配方初次制作肥皂。</p> <p>3)同学记录学习检讨/心得/总结。</p> <p>4)老师总结此节课程, 包括补充讲解在家制作肥皂的做法、播放相关视频。</p> <p>【表现任务】肥皂的制作</p> <p>【评量方式】参考下述科学产品配方评量规准</p> <p><u>第三和四节</u></p> <p>【引起动机】如何自己按配方在家制作肥皂和洗手乳？</p> <p>【课程活动】 1)老师简介在家制作肥皂和洗手乳的步骤、播放相关视频。</p> <p>2)各组同学制作肥皂和洗手乳。</p> <p>3)同学记录学习检讨/心得/总结。</p> <p>4)老师总结此节课程, 包括补充讲解和播放相关视频。</p> <p>【表现任务】肥皂和洗手乳的制作</p> <p>【评量方式】参考下述科学产品配方评量表</p>	
-------	----------------	----------	--	--

<p>第 4 周</p>	<p>10/3 ~ 16/3/2025</p>	<p>磨砂和洗手乳 理论课、制作磨砂 和洗手乳</p>	<p><u>第一和二节</u></p> <p>【引起动机】提问：“有使用去角质产品吗？为什么需要去角质？如何保养皮肤”</p> <p>【课程活动】 1)讲解强调去角质在护肤流程中的作用、原理、重要性等 2)进行小活动:观察皮肤、感受不同磨砂颗粒触感比对。 3)讨论不同磨砂颗粒适合去角质的身体部分。 4)讲解乳液的发展、好处、种类、使用方式、成分等。 5)各组观察自行携带的乳液成分。</p> <p>【表现任务】 同学相互观察手部皮肤、感受和分享不同磨砂颗粒触感、观察和分享自行携带的乳液成分。</p> <p>【评量方式】没有纳入分数评量与计算</p> <p><u>第三和四节</u></p> <p>【引起动机】播放家具制作磨砂和乳液参考视频。</p> <p>提问:自己制作scrub和lotion, 你们准备好了吗？</p> <p>【课程活动】 让同学依据配方制作磨砂和乳液。完成后, 同学也可自行磨砂和乳液成分, 自行研制配方。</p> <p>【表现任务】 同学制作磨砂和乳液</p> <p>【评量方式】没有纳入分数评量与计算</p>	
<p>第 5 周</p>	<p>17/3 ~ 23/3/2025</p>	<p>阅读竞赛: 《减法护肤》</p>	<p><u>第一和二节</u></p> <p>【引起动机】分享你的经历:分享你用的清洁类、护肤类产品(包括防晒)。 由 1 ~ 4 评价你的生活环境的空气情况、课业压力、人际关系、饮食健康、运动频率、睡眠质量。</p> <p>【课程活动】 1)介绍将阅读的书籍作者(宇泽木龙一)、“肌断食”。 2)安排各组进行阅读, 同时制作mindmap。</p>	

			<p>3) 各组展示所阅读的段落的mindmap, 同时口头分享阅读内容。 分享后进行Q&A和相互评分环节。</p> <p>4) 老师进行阅后分享与总结。</p> <p>5) 总结分数, 进行颁奖。</p> <p>【表现任务】 根据阅读的内容制作mindmap, 同时口头分享阅读内容</p> <p>【评量方式】 参考下述阅读(2): 阅读比赛评分规准</p>	
第6周	24/3~30/3/2025	<p>传导知识: 介绍企业形象设计与设计范畴</p>	<p>【教学活动】 传导知识</p> <p>【引发动机】 企业形象设计是一个企业中扮演最重要的角色之一。</p> <p>【课程过程】 第一节: 利用PPT讲解:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 何谓“企业形象”。 2. 企业形象设计范畴的种类: <ol style="list-style-type: none"> a. 基本系统: 商标和标准字体 b. 应用系统 3. 老师实际举例市场上的标志与包装设计以供学生参考与学习。 <p>第二节: 学生各自分组讨论与构思产品的标志设计与色系应用。</p> <p>【任务布置】 学生可以利用手绘或电绘标志设计图构思其设计, 也可以在课后找老师指导, 完成后的设计再制作PPT于下一堂课作为口述呈现用途。</p> <p>【教学活动】: 认识产品说明书, 如何写好产品说明书</p> <p>【引发动机】: 以提问方式引导学生了解产品说明书的重要性。例如</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 你们在买护肤品或洗手液时, 会阅读产品说明吗? 2. 什么信息最吸引你? 3. 你认为一份好的产品说明书应该包含哪些内容? <p>*教师展示 现有的护肤液或洗手液说明书, 让学生观察格式和内容。</p>	

		<p>认识产品说明书, 如何写好 产品说明书</p>	<p>【课程过程】 第一节和第二节:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 讲解产品说明书的结构 说明书基本结构: <ul style="list-style-type: none"> ● 产品名称(洗手液/护肤液/磨砂等) ● 产品简介(描述产品的主要功能) ● 成分表(列出主要成分, 突出天然精油) ● 使用方法(如何正确使用, 适用于哪些肤质) ● 注意事项(皮肤敏感者需测试、防止儿童误食等) 2. 教师讲解写产品说明书的格式与技巧: <ul style="list-style-type: none"> ● 语言要清晰、准确 ● 内容要有次序: 产品简介→使用方法→注意事项 ● 使用专有名词时要说明或附图 <p>*老师提供范文模板/格式参考</p> 3. 教师讲解评分标准 <ul style="list-style-type: none"> ● 展示评标表(双语) ● 讲解重点 4. 学生练习 任务: 撰写说明书初稿 <ul style="list-style-type: none"> ● 分组讨论产品名称, 选择“洗手液”, “护肤液”或“磨砂” ● 讨论说明书的6个部分 ● 突出精油特点(如镇静、滋润、抗菌等) 	
--	--	------------------------------------	--	--

			<p>5. 每组学生说明产品名称</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 教师给予鼓励与建议, 指出亮点与改进之处 ● 教师点评亮点, 并提出改进建议 <p>6. 任务布置</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 作业: 完成一篇完整的产品说明书, 可配图, 准备下节课展示 ● 说明书应清楚呈现产品特点、使用方法、环保信息 ● 语言应简洁, 避免冗长复杂 ● 完成一篇完整说明书, 下节课展。 	
第 7 周	31/3 ~ 6/4/2025	开斋节假期	假期安排: 各组初步制作产品	
第8周	7/4 ~ 13/4/2025	口述呈现: 标志设计概念	<p>【教学活动】 学生口述呈现——设计概念(标志设计)</p> <p>【引发动机】 学生学习懂得如何以口述呈现表达产品标志的设计概念, 如何让消费者对该产品留下最初和最深刻印象。</p> <p>【课程过程——2节课】</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 每组派出代表以口述呈现和PPT表达产品的标志设计的概念与色系采用的原因。 2. 老师会给予每组设计的评价与建议, 以供学生可以更好的改进其设计。 3. 老师会在最后为每一组的设计做总结、回馈和建议。 <p>【任务布置】</p> <p>口述呈现后, 学生必须依据老师给予的回馈改进设计或课后找老师指导。完成的定稿将会使用在电脑课电绘及应用在包装设计上。</p> <p>【教学活动】 : 口述呈现产品说明书 + 教师给予反馈</p>	

		口述呈现产品说明书 + 教师给予反馈	<p>【课程过程】</p> <p>第一节和第二节:</p> <p>1. 导入 & 讲解评分标准</p> <ul style="list-style-type: none">● 教师向学生说明:根据这几个方面来评分,也会给予纠正和建议。* 内容完整性- 是否包含了产品的所有重要信息如名称、功能、使用方法、注意事项等。(50%)* 语言的表达 - 语言是否简洁明了、通俗易懂,是否有语法错误,品牌名字是否创意与创新性,是否有独特的描述方式,创新的功能说明。(30%)* 词汇表达与运用 - 词汇表达是否清晰及准确运用,词汇丰富性。(20%) <p>2. 小组呈现 (流程)</p> <ul style="list-style-type: none">● 每组轮流上台或前面站立讲解他们的“产品说明书”(可带图、模型或PPT辅助)● 每位成员简短发言,讲解不同部分(如:组长讲产品介绍,另一人讲使用方法等) <p>3. 教师点评总结</p> <ul style="list-style-type: none">● 汇总本堂课共同表现: “今天大部分小组都能做到分工合作,表达内容清楚。”● 点出1-2个优秀小组或精彩表现作范例● 提出全班共性问题,如: **“说明书要避免用‘不正确替“代名词”语句” 如:Aloe Vera 学生用 buaya kulit替代。” **“开头介绍产品时可以更简练,直接进入重点。”	
--	--	--------------------	--	--

			<ul style="list-style-type: none"> ● 给全班正向鼓励： *“说明书不是死板的文字，只要你能清楚讲出来，就是一个有说服力的沟通者。” <p>4. 学生修订说明书草稿(课后)</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 根据组员与教师反馈，学生在原稿上进行修改。 ● 老师根据学生修改后在进行评分。 	
第9周	14/4 ~ 20/4/2025	商科:成本利润、 财政预算案	<p>1. 成本及利润计算 2. 拟定财政预算 (布置作业:财政预算案 Manufacturing Account)</p>	
第10周	21/4 ~ 27/4/2025	电脑:设计与制作 包装纸盒	<p>【教学活动】</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 基础知识讲解 讲解化妆品产品包装盒的设计理念与结构构造，介绍不同包装材质、造型与功能设计。 ● 动手实作 各组使用(Adobe Illustrator 或 Canva)进行包装盒设计。 ● 包装分析 学生利用网络搜索引擎或电商平台，搜集品牌设计与广告制作的案例参考。透过设计软件实际创建品牌形象、包装设计与广告制作，提升实际操作技能。 <p>【引发动机】 案例研究-通过展示多个成功化妆品品牌的包装盒设计，引导学生讨论包装在消费者购买决策中的重要性。以视觉化方式呈现各类创新与功能性包装，激发学生的创意思维与设计灵感。</p> <p>【课程过程】 第十周：</p>	
第11周	28/4 ~ 4/5/2025			

			<p>每组检视小组所使用的化妆品容器, 测量容器体积, 规划包装盒尺寸。</p> <p>完成初步包装盒设计后, 先将设计列印至 A4 纸上, 制作纸盒雏形模型进行测试。</p> <p>第十一周:</p> <p>针对纸盒雏形进行点评与修改优化。</p> <p>讲解包装纸材的种类与选用建议。</p> <p>各组购买适合的纸材, 正式列印设计图, 裁剪并组装完成成品包装盒。</p> <p>【任务布置】</p> <p>各组根据所选用的化妆品容器, 设计并制作相应尺寸的包装盒。设计时需参考市售包装盒的结构, 注重整体美观、实用性与品牌形象的呈现。</p>	
第 12 周	5/5 ~ 11/5/2025	电脑:制作广告视频	<p>【教学活动】</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 广告视频观看 各组观看市面上不同品牌的广告视频, 分析其题材、风格与市场影响力。 ● 讨论与剧本撰写 学生围绕所观看的广告展开讨论, 确定自己的广告视频题材, 并合作撰写剧本。 ● 拍摄与剪辑 各组在校园内或其他适当场地拍摄广告短片, 随后使用剪辑软件进行后期制作。 ● 成果分享与评估 各组展示所制作的广告短片, 全班进行分享与互评, 并由老师给予反馈。 <p>【引发动机】</p> <p>播放几支经典化妆品广告短片, 分析其艺术表现手法与市场影响力;同时讨论广告</p>	

<p>第 13 周</p>	<p>12/5 ~ 18/5/2025</p>	<p>电脑:制作广告视频</p>	<p>在消费者决策中的作用, 引导学生思考如何通过题材选择与创意表现来吸引目标观众。</p> <p>【课程过程】</p> <p>第十二周:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 广告视频观看: 各组观看一系列广告视频, 记录观察与感受, 重点分析影片亮点与不足之处。 2. 小组讨论与剧本撰写: 确定广告主题、目标受众及核心信息, 共同撰写完整剧本, 涵盖每个场景的画面描述与对白内容。 3. 拍摄规划: 各组制定详细拍摄计划, 包含地点选择、演员安排、道具准备与分工合作, 确保拍摄顺利完成。 <p>第十三周:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 广告拍摄与剪辑: 利用学校提供的设备进行拍摄, 拍摄完成后使用剪影软件进行剪辑, 适当添加配乐与效果, 提升影片流畅度与观赏性。 2. 展示与反馈: 各组依次展示所制作的广告短片, 进行小组互评与老师点评, 讨论影片内容与表现手法的优化方向。 <p>【任务布置】</p> <p>在观看市面广告视频后, 各组需讨论广告题材、撰写剧本、筹备拍摄与剪辑作业, 最终完成一支完整的广告短片作品。</p> <p>【表现任务】</p> <p>学生需以小组为单位, 完成以下任务:</p>	
---------------	-------------------------	------------------	---	--

			<ul style="list-style-type: none"> ● 观看并分析市面上不同品牌广告影片，了解其创意构思与表现手法。 ● 讨论并决定本组广告主题、目标受众与核心信息。 ● 撰写完整广告剧本，规划拍摄内容、场景与对白。 ● 拍摄广告短片，并使用剪辑软件完成后制，包括剪辑、配乐、字幕与特效等。 ● 最终于课堂上展示广告短片，并进行作品介绍与分享。 	
第 14 周	19/5 ~ 25/5/2025	第一学期期末考	—————	
第 15 周	26/5 ~ 1/6/2025	第一学期期末考试	—————	
第 16 周	2/6 ~ 8/6/2025	学校假期	假期安排:各组根据脚本及分镜图开展视频拍摄。	
第 17 周	9/6 ~ 15/6/2025	电脑	追踪广告视频进度	
第 18 周	16/6 ~ 22/6/2025	产品量产	各科目追踪任务进度	
第 19~24 周	23/6 ~ 3/8/2025	产品量产	2025年8月2日跨阅5.0	
第 25 周	4/8 ~ 10/8/2025	产品量产、展出	8月10日校园开放日展览	
第 26 周	11/8 ~ 17/8/2025		准备展销工作	
第 27 周	18/8 ~ 24/8/2025	产品展销会	8月18 ~ 8月22日成品展销会	
第 28 周	25/8 ~ 31/8/2025	检讨及汇报准备	各班检讨与汇报准备	
第 29 周	1/9 ~ 7/9/2025	全级大专题汇报	高三商科大专题汇报	

表现任务	表现任务格式:改造与创作【产品配方:科学】
------	-----------------------

评分项	5	4	3	2	1
材料和用具	理解每个材料和用具的用途。各组所准备材料/设备完全齐全。	对大部分材料和用具的用途有基本了解。各组所准备材料/设备大致齐全。	对部分材料和用具的用途不清楚。各组所准备材料/设备有少许缺失或准备不完全。	制作过程中需要不断的帮助。准备的材料或用具不完整。	需要导师在旁帮助整个制作过程。没有准备所有所需的实验材料或用具。
实验操作	严格按照实验步骤进行, 精确控制实验条件(如用量、时间等)。	能够正确完成大部分实验步骤, 偶尔有小的失误。	部分步骤不够精准, 存在一些失误。	操作不熟练, 频繁出现失误, 实验进展缓慢。	操作不当, 导致实验不能顺利进行。
制作记录与分析			制作(数据)记录清晰完整, 进行讨论并合理分析结果, 有效进行活动总结。	缺少量制作(数据)的记录。同组讨论不积极同时分析和总结解释不够清楚。	缺大量制作(数据)的记录, 包括缺少成品的图片。没有分析和总结活动结论。
实验安全与清洁			始终遵循实验室安全规定, 实验过程中保持实验区域整洁。	有时忽视安全规定, 实验区域略显杂乱。	未遵守基本安全规定, 实验区域极为脏乱。

表现任务	表现任务格式: 口头表达与竞赛【阅读活动: 科学】
------	---------------------------

阅读(1): 阅读分享

等级 评估事项	3	2	1
科学理论课程 (亲水 Hydrophilic、 疏水 Hydrophobic 亲油 lipophilic、 皂化 saponification等) 上课表现	学生专注听课, 表现出浓厚的学习兴趣, 对课程内容有深刻理解, 回答问题时表达清晰准确, 并将科学概念应用于实际情境中	学生大部分时间专注听课, 理解课程基本概念, 偶尔参与讨论和回答问题, 应用科学概念用于实际情境中需老师的帮助和提点	学生注意力分散, 对课程缺乏兴趣, 无法理解课程的基本概念, 不主动参与课堂讨论, 表现不积极。
科学理论小活动 参与表现	学生在老师和督促下参与活动, 进行互动, 帮助活动善后。	学生始终主动参与, 并与同学、老师进行有效互动。主动帮助活动进行, 活动善后。	学生对活动缺乏兴趣不参与活动, 课堂表现不积极
阅读能力 (香皂和洗手乳主要成分、保存方式)	学生能够准确并完整地列出香皂和洗手乳的主要成分, 并提供一定的背景知识。能够清晰地描述其存放的方法, 并且具备正确的科学依据。最后完整、准确地完成学习单, 在课堂上发表并展示了清晰的思维和理解。	学生提供了部分香皂和洗手乳主要成分的信息, 但缺乏详细或准确性。学生提供了部分关于香皂和洗手乳存放的建议, 但细节不足或不完全。学生的学习单部分内容有遗漏, 课堂上解释或表达不清晰。	学生未能有效搜寻或提供香皂和洗手乳主要成分的信息。学生未能查找或理解如何使香皂和洗手乳存放得更久的相关信息。学生未能完成学习单或仅完成部分内容, 课堂上的表达显得对课程不理解。

阅读(2): 阅读比赛

序	项目	4	3	2	1
---	----	---	---	---	---

1	内容介绍	归纳摘要所有重点	归纳摘要大部分重点	归纳摘要少部分重点	归纳摘要没有重点
		报告内容连贯有系统	报告内容部分连贯有系统	报告内容连贯有无系统	报告内容无连贯无系统
2	理解和认识	明显增加听众对报告主题的了解	提升听众对大部分报告主题的了解	提升听众对部分报告主题的了解	无法增加听众对主题的了解
		有效的说服听众去认知论点的可信度	清楚呈现论点, 但发展或支持度不够完整	清楚呈现出论点, 但论点发展或支持度缺乏	无法有效的说服听众
		mindmap主次分明	mindmap主次部分分明	mindmap主次欠缺分明	mindmap主次不分明
		资料完成呈现程度	适当的资料蒐集方式	薄弱的资料蒐集方式	非常薄弱的资料蒐集方式
3	表达呈现	与现场听众的互动佳	与现场听众的互动尚可	与现场听众的互动欠佳	没有与现场听众的互动
		音量和声调吸引全部观众的聆听	音量和声调吸引部分观众的聆听	音量和声调吸引少数观众的聆听	音量和声调没有吸引观众的聆听
		整场展现对主题的热情或正向感觉	适当呈现出小组成员分工合作成果	缺乏效能的成员轮流负责报告	由 1 人负责口头报告
4	视觉资料	麻将纸里的颜色、字体、版面设计恰当, 帮助听众掌握报告内容	部分麻将纸里的颜色、字体、或版面设计无法帮助听众掌握内容	大部分颜色、字体、版面设计不恰当, 和报告内容不相配合	整份麻将纸里的制作失败或没有使用视觉资料
5	时间掌控	充分掌握报告时间	超出报告时间 5 分钟内	报告时间掌握不佳影响呈现内容	报告时间太短
6	团队合作	全部组员合理分工	部分组员合理分工	少数组员合理分工	全部组员分工不明确

表现任务

文字表达、图像表达、口头报告【品牌名称、说明书：国文】

Edisi Bahasa Melayu

Aspek Penilaian	Penerangan	Markah
Kelengkapan Kandungan (内容完整性) Mengandungi semua maklumat penting produk (nama, fungsi, cara penggunaan, langkah-langkah keselamatan dan sebagainya).	Menilai maklumat yang disampaikan lengkap dan merangkumi semua aspek penting produk. Ini termasuklah: <ul style="list-style-type: none">• Nama produk yang tepat dan jelas.• Penerangan fungsi produk secara menyeluruh.• Panduan penggunaan yang mudah difahami.• Maklumat keselamatan atau langkah-langkah pencegahan yang perlu diambil.	50%
Penggunaan Bahasa (语言表达) Bahasa yang digunakan ringkas, jelas, mudah difahami, dan gramatis. Turut dinilai ialah kreativiti dan inovasi dalam penamaan jenama, keunikan cara penyampaian, dan penerangan fungsi yang inovatif	Aspek ini menilai mutu bahasa yang digunakan, termasuklah: <ul style="list-style-type: none">• Kejelasan dan ketepatan tatabahasa• Gaya bahasa yang mudah difahami dan tidak berbelit-belit.• Kreativiti dalam pemilihan kata dan frasa.• Keaslian dan daya tarikan nama jenama.• Inovasi dalam cara menerangkan fungsi produk.	30%
Perbendaharaan Kata dan Penggunaannya (词汇表达与运用) Kejelasan dan ketepatan penggunaan kosa kata, serta keayaan perbendaharaan kata.	Menilai keupayaan menggunakan kosa kata yang tepat, sesuai, dan pelbagai. Ini termasuklah: <ul style="list-style-type: none">• Ketepatan pemilihan kata untuk menyampaikan maksud yang dikehendaki.• Kepelbagaian kosa kata yang digunakan untuk mengelakkan pengulangan kata dan menjadikan teks lebih menarik.• Penggunaan istilah yang betul dan berkaitan dengan produk.	20%
	Jumlah markah	100%

表现任务	图像表达:标志设计【美术】
------	---------------

	评分维度	分数	评分细则与准则
1.	独特性 & 识别度	30%	商标是否具有辨识度强、不易与他人混淆,造型或文字独特有创意。 30%:非常独特,极具识别性;15%-25%:有一定特色;0%-10%:容易混淆,缺乏特色。
2.	简洁性	20%	商标设计是否简洁明了,易于识别和传播。 20%:简洁大方;10%-15%:略复杂但不影响使用;0%-5%:过于复杂、冗余。
3.	行业相关性	20%	商标是否与品牌所属行业、业务定位契合,有贴合感。 20%:高度相关;10%-15%:有一定关联;0%-5%:毫无关联。
4.	视觉美感	20%	色彩搭配、排版、整体构图是否美观协调,视觉冲击力强。 20%:视觉效果优秀;10%-15%:视觉尚可;0%-5%:颜色杂乱、布局混乱。
5.	适用性 & 延展性	10%	商标在不同媒介(如名片、网站、产品包装等)是否易用,是否具备延展空间。 10%:高度适用,适配性强;5%-8%:适用性一般;0%-3%:局限性强。
	总分	100%	

表现任务	多媒体运用【包装设计、广告视频:电脑】
------	---------------------

包装设计:

项目	评分标准描述	分数
创意与美感	设计是否有创意、独特, 整体美观, 配色和谐	3分:设计富有创意, 整体美观, 配色协调, 独具特色。 2分:设计完整, 配色与整体协调性良好, 创意一般。 1分:设计普通, 缺乏美感与创意。 0分:设计杂乱无章, 缺乏统一风格
实用性	包装盒结构是否合理, 是否能真正用于包装目的	2分:结构合理, 能够真实应用于包装。 1分:基本合理, 有小部分结构问题。 0分:结构不合理, 无法实际使用。
完成度	是否完整呈现包装盒, 包括必要的元素 (如封面、折叠结构等)	2分:完整呈现包装结构, 包含封面、折叠结构等必要元素。 1分:大部分元素齐全, 部分细节欠缺。 0分:完成度低, 缺少关键组成。
主题符合度	是否有围绕题目或主题进行设计, 表达清晰	2分:设计贴合目标品牌或主题, 表达清晰。 1分:基本表达主题, 略显模糊。 0分:主题不明确, 表达混乱。
整洁度	作品是否干净整齐, 剪裁整齐等	1分:作品干净整齐, 裁剪精准, 黏贴平整。 0分:作品不整洁, 裁剪粗糙。
	总分:	10

广告视频:

项目	评分标准描述	分数
----	--------	----

1. 剧本与创意构思	主题明确、创意新颖, 符合目标受众与广告目的。	3分: 主题明确、创意新颖, 符合目标受众。 2分: 主题清晰, 创意一般。 1分: 主题模糊, 缺乏创意。
2. 拍摄技巧	画面稳定、构图美观、画质清晰, 拍摄手法合适。	2分: 画面稳定、构图美观, 画质清晰。 1分: 基本稳定, 画面略有瑕疵。 0分: 画面晃动严重, 拍摄质量差。
3. 剪辑与后制	剪辑流畅, 转场、配乐、字幕与整体节奏搭配良好。	2分: 剪辑流畅, 配乐、字幕、转场合理。 1分: 剪辑基本完成, 有少量技术问题。 0分: 剪辑杂乱, 影响观赏。
4. 团队合作与执行	小组分工合理, 成员积极投入、有效合作完成任务。	2分: 小组分工合理, 成员积极合作。 1分: 分工略有不均, 合作尚可。 0分: 合作不良, 成员贡献度悬殊。
5. 成果展示与表达	展示表达清晰、有条理、自信完整介绍作品。	1分: 展示表达清楚、自信, 有条理。 0分: 表达不清晰, 逻辑混乱。
	总分:	10

表现任务	表现任务格式: 改造与创作【初步计划书: 商科】
------	--------------------------

2025 年商科大专题初步计划书评分标准 25%

项目 分数	0~1% 规划不清楚 排版及设计不符合要求	2~3% 规划适当，排版及 设计一般	4~5% 规划条理清晰，排 版及设计有创意
5% 封面			
5% 公司愿景			
5% 公司组织表			
5% STP			
5% 集资规划			