

113 年至 115 年美感與設計課程創新計畫

114 學年度第 2 學期 學校課程實施計畫

高級中等學校及國民中學

設計教育課程 / 基本設計 種子教師

成果報告書

委託單位：教育部 師資培育及藝術教育司

執行單位：國立新營高級工業職業學校

執行教師：陳秀雯教師

輔導單位：南區 基地大學輔導

目錄

壹、課程計畫概述

- 一、課程實施對象
- 二、課程綱要與教學進度

貳、課程執行內容

- 一、核定課程計畫調整情形
- 二、課程執行紀錄
- 三、教學觀察與反思
- 四、學生學習心得與成果
- 五、附錄：課程簡報與其他照片

壹、課程計畫概述

一、課程實施對象

申請學校	國立新營高級工業職業學校		
授課教師	陳秀雯		
申請類別	☐ 設計教育課程 (至少 6 小時) ☒ 基本設計 (18 小時)		
課程執行類別	☐ 國民中學 ☐ 普通型高中 ☒ 技術型高中 ☐ 綜合型高中		
授課年級	☐ 國一 ☐ 國二 ☐ 國三 ☐ 高一 ☐ 高二 ☒ 高三		
班級類型	☒ 普通班 ☐ 美術班		
高中課程類型	☐ 多元選修 ☒ 加深加廣 ☐ 其他： _ _ _ _ _		
班級數	1班	學生數	10名學生

二、課程綱要與教學進度

課程名稱	企業識別 VIS 創作與運用
操作構面 (可複選)	☒ 色彩 ☒ 質感 ☒ 比例 ☒ 構成 ☒ 結構 ☒ 構造
重大議題 (勾選一或兩項)	☒ 特別聚焦：A11.科技 ☒ 相關觸及：A10.資訊、A17.多元文化
課程主題 選填項目 (填入上方欄位)	【A】教育部 108 課綱之 19 項重大議題 A1.性別平等、A2.人權、A3.環境、A4.海洋、A5.品德、A6.生命、A7.安全、A8.家庭教育、A9.生涯規劃、A10.資訊、A11.科技、A12.法治、A13.國際教育、A14.閱讀素養、A15.防災、A16.能源、A17.多元文化、A18.戶外教育、A19.原住民族教育。 【B】SDGs 聯合國「2030 永續發展目標」 B1.終結貧窮、B2.消除飢餓、B3.健康與福祉、B4.優質教育、B5.性別平權、B6.淨水及衛生、B7.可負擔的潔淨能源、B8.合適的工作及經濟成長、B9.工業化/創新及基礎建設、B10.減少不平等、B11.永續城鄉、B12.責任消費及生產、B13.氣候行動、B14.保育海洋生態、B15.保育陸域生態、B16.和平/正義及健全制度、B17.多元夥伴關係。
創新課程說明	本次課程設計創意作法： 1.將 VIS 融合專題製作 2.辦理成果展 3.帶學生參訪設計展

一、課綱核心素養 (請勾選符合項目)	
A.自主行動	☐ A1.身心素質與自我精進 ☒ A2.系統思考與解決問題 ☐ A3.規劃執行與創新應變
B.溝通互動	☐ B1.符號運用與溝通表達 ☐ B2.科技資訊與媒體素養 ☒ B3.藝術涵養與美感素養
C.社會參與	☐ C1.道德實踐與公民意識 ☒ C2.人際關係與團隊合作 ☐ C3.多元文化與國際理解
二、學生先修科目或先備能力 (300字左右)	
* 先修科目： ☐曾修美感教育實驗課程： ☒並未修習美感教育課程：未修習美感教育課程 * 先備能力：色彩學基本知識、美的原理原則、廣告行銷概念、文字排版基本概念等。	
三、課程概述 (300字左右)	
本課程為多媒體技術科加深加廣課程，著重設計思考流程的實作，透過看、想、做的過程，將所觀察到的問題深入解析，並想出解決問題的不同方式擇一施行。此課程著重學習歷程的摸索過程，且在完成時呈現出兼具美感的 VIS 企業識別 LOGO、標準字和標準色、吉祥物等。課堂內準備有許多生動的影音資源來讓同學欣賞優質設計的範例，讓初次接觸設計思考來創作的同學，可以開闊視野的同時也了解設計範疇的多元與好的設計的要件，培養同學對於生活中任何設計物件的敏銳度，讓設計所學可以提升各方面生活的品質，而不只是少數人可以享用的奢侈品。	
四、課程目標	
美感觀察	1.欣賞優秀 VIS 的作品，了解設計的意涵與多樣性的內容，並拆解好的設計有哪些要素，激發學生的創意。 2.觀察星巴克、麥當勞等國際型商家的主視覺，了解主視覺與商標設計的要件。
美感技術	1.將「設計思考流程」實際應用於 VIS 的單元。 2.指導學生分組，並設計 VIS 企業識別 LOGO、標準字和標準色、吉祥物等，延伸應用該圖像於周邊商品的設計。 3.指導學生自製周邊商品，將自己設計好的商店週邊應用產品拍攝成形象照，同時學會商業攝影，並初步了解行銷與包裝。
美感概念	1.了解成功品牌主視覺的要件與演進趨勢。 2.了解「設計」與「美術」的差別，並熟悉「設計思考流程」的運用。 3.產品本身的理念引導主視覺的風格設計，透過 LOGO、標準字、吉祥物、攝影等傳達，發想的開端要有十足的市場分析與品牌定位規劃。
其他美感目標	1.欣賞優秀 VIS 的作品，了解設計的意涵與多樣性的內容，並拆解好的設計有哪些要素，激發學生的創意。 2.觀察星巴克、麥當勞等國際型商家的主視覺，了解主視覺與商標設計的要件。

五、課程大綱、教學進度（課程週次請依課程需求增減）

週次/序	上課日期	課程目標	內容綱要/操作描述
1	每週兩節課	了解「設計是什麼？」	介紹飛利浦史塔克設計師，透過設計師的自述影片與作品，了解設計師的思維與設計的定義。
2	每週兩節課	設計思考實戰	1.教師介紹設計思考的步驟 2.讓學生假想自己開了一間公司，請學生至少100個字分析整間店的風格背景。
3	每週兩節課	VIS 設計（一）認識品牌視覺識別的要素	1.欣賞麥當勞、星巴克近年的主視覺發表案例，讓學生拆解商品主視覺包含的原素有哪些，並比較前後期風格的差異。 2.欣賞星巴克 LOGO 的演進，同學生分析近年 LOGO 進化的趨勢。 3.設計虛擬公司 LOGO 與相關圖案，並使用麥克筆繪製概念草圖。
4	每週兩節課	VIS 設計（二）認識品牌視覺識別的要素	設計虛擬公司標準字和標準色設計，並使用麥克筆繪製概念草圖。
5	每週兩節課	VIS 設計（三）認識品牌視覺識別的要素	設計虛擬公司吉祥物設計，並使用麥克筆繪製概念草圖。
6	每週兩節課	VIS 設計運用（一）	將設計的 VIS 應用衍伸出店家風格的周邊應用商品設計實例，包含名片、包裝、標籤、菜單、文創等。
7	每週兩節課	VIS 設計運用（二）	將設計的 VIS 應用衍伸出店家風格的周邊應用商品設計實例，包含名片、包裝、標籤、菜單、文創等。
8	每週兩節課	VIS 設計運用（三）	將設計的 VIS 應用衍伸出店家風格的周邊應用商品設計實例，包含名片、包裝、標籤、菜單、文創等。
9	每週兩節課	VIS 設計運用（四）	將設計的 VIS 應用衍伸出店家風格的周邊應用商品設計實例，包含名片、包裝、標籤、菜單、文創等。
10	每週兩節課	結合商業攝影	1.教師講解商業攝影基本的知識。

			2.教師與學生準備各式拍照佈景與氣氛呈現的道具，並擺放出具有氛圍的畫面構圖。 3.學生用相機、腳架、環形燈拍攝商家產品形象照。 4.學生可利用 AI 平台協助修圖或創作。
11	每週兩節課	發表會 同學能清楚傳達自己的設計思考流程與創作理念	1.同學輪序上台發表作品，台下可以發問與回饋。 2.最後同學透過類似集資的方式互相給評出兼具視覺美感與創意的商家視覺設計。 3.為激發學生的創作靈感及對於美感的自我探索，由教師帶領前往高雄2026放視大賞參觀，以利於期末辦理成果展

六、預期成果

經過 VIS 設計單元的學習，讓學生發現設計和生活是息息相關的，而好的商品識別設計也不只是好看，更多的店舖分析、目標客群、創店的軸心理念等都是需要縝密的籌畫，從發現問題的開端到整體視覺的包裝，設計思考流程貫穿整個課程的前後。預期學生未來能把設計思考應用在自己的生活裡、職場裡等，讓學生有更敏銳的感官與解決問題、靈活的思考等能力，期設計可以讓生活更美好，而不只是課堂裡或專有領域裡的名詞，而是無所不在的生活裡。

七、參考書籍（請註明書名、作者、出版社、出版年等資訊）

- 1.字型設計 左佐 果禾文化 104/7
- 2.LOGO 設計力 何亞龍 上奇時代 2017/6
- 3.最可愛的橡皮章 金惠仁 木馬文化 2017/6
- 4.合文誌 合字文間 遠流文化 2016/1/29
- 5.好設計の配色圖鑑：即翻即用，色彩搭配靈感見本帳！ 伍言莞 邦聯文化2019/4/1

八、教學資源

- 1.飛利浦。史塔克簡歷。維基百科。<https://g.co/kgs/hLTk6h>
2. Design for All | Collaborators | Philippe Starck。 <https://youtu.be/is5rdmWl1yg>
- 3.【設計鬼才專題】設計無所不在，徹底入侵人們生活—法國鬼才 Philippe Starck。明日誌。<https://reurl.cc/OXZzMg>
- 4.Joseph Joseph 廚具設計。<https://reurl.cc/yndoKq>
- 5.台北設計之都 The Food Project 中西大融合（凱擘大台北數位新聞）。
<https://youtu.be/Kn-ZN5GB9lg>
- 6.都市酵母。食物 x 設計工作營網路展。<https://reurl.cc/5ojVA6>

7. 「Food Re-design TDC X W TAIPEI」 The Journey of Food Re-design n TDC X W TAIPEI project。 <https://youtu.be/XKhZLYIDsw4>

貳、課程執行內容

一、核定課程計畫調整情形

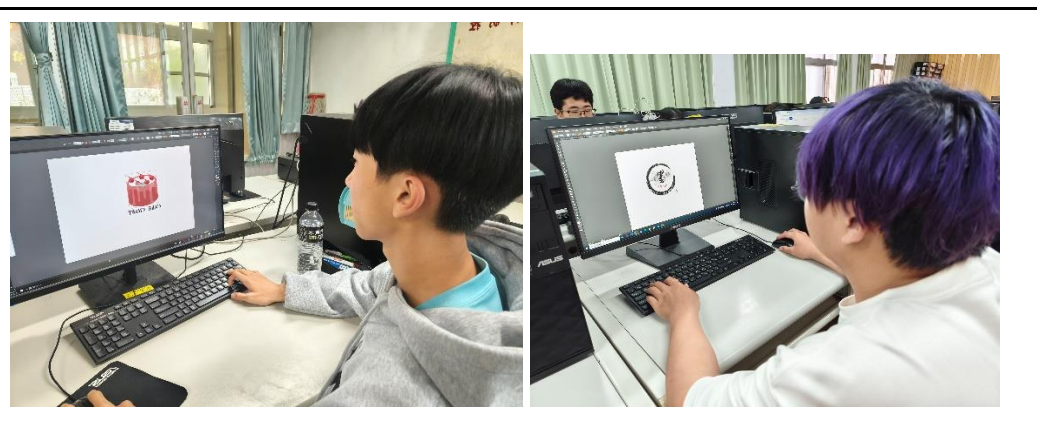
無

二、課程執行紀錄

課堂 1

A 課程實施照片：	
B 學生操作流程：了解「設計是什麼？」	
C 課程關鍵思考：打破「設計=美化」的誤區，探討如何透過定義問題、創新思考與跨域解決方案，為使用者創造價值。	

課堂 2

A 課程實施照片：	
-----------	--

B 學生操作流程：設計思考實戰

C 課程關鍵思考：精煉品牌核心，將抽象轉化為具高度辨識與延展性的視覺符號。

課堂 3、4、5

A 課程實施照片：

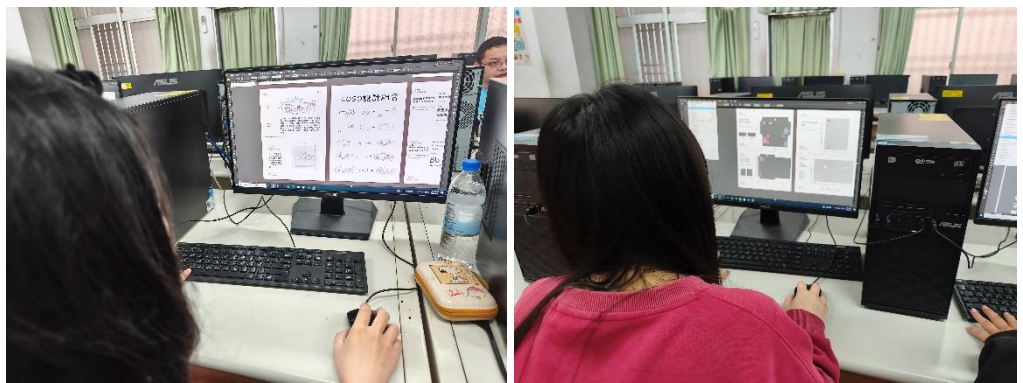


B 學生操作流程：VIS 設計認識品牌視覺識別的要素

C 課程關鍵思考：建構系統化視覺思維，將企業理念與文化轉譯為具備一致性、延展性與市場識別度的策略識別。

課堂 6、7、8、9

A 課程實施照片：



B 學生操作流程：VIS 設計運用

C 課程關鍵思考：聚焦規範與應用的平衡，確保視覺符號在不同載體上皆能精準、一致且高效傳遞品牌精神。

課堂 10、11



A 課程實施照片：

B 學生操作流程：發表會、設計參訪

C 課程關鍵思考：同學能清楚傳達自己的設計思考流程與創作理念

三、 教學觀察與反思

教學中遇到學生常將 VIS 延展誤視為「圖案複製」的問題，導致設計在不同載體（如網頁與實體印刷）上缺乏彈性與系統邏輯。對策方法課堂上即時引入「跨載體規範比對」，並透過小組審查引導學生修正字體級距與操作規範。

未來將提早導入「多情境模擬實作」，減少純理論講授。教學重心將由單純的「視覺美化」提升至「系統化思維與動態延展力」的培養，並加入業界真實案例的痛點分析，全面強化學生在商業環境中的實戰執行力。

四、 學生學習心得與成果

學習心得：

在這門課程中，學生經歷了從單一視覺設計到「系統化思維」的深刻蛻變。過去總認為設計只是把畫面變好看，但透過 VIS 的實作，學生學會了在嚴謹的規範與跨載體的應用之間找到平衡。從最初的品牌核心定位、標誌轉譯，到後續複雜的應用系統延展，每一步都在考驗邏輯與實務執行的細緻度，學生理解到「好的設計必須兼具美感與商業落地性」。

校內成果展的考驗：

在校內成果展中，學生們組別將課堂所學完整呈現。面對觀展者的提問，不僅展示了精美的視覺作品，更當場演練了 VIS 設計系統在各方面運用與實體周邊上的延伸。好的設計往往源自於對「人」的細緻觀察。無論是追求極致美感的商業包裝，還是解決生活不便的通用設計，核心都在於如何透過創意來解決實際問題。

參觀設計展的：

走入展場，除了滿滿的啟發，更多的是對自身專業的審視。這次的觀展經驗點燃了學生對設計的更大野心。在未來的創作中，將不再滿足於「做出好看的圖」，而是要自己從更宏觀的系統化視角出發，去思考設計背後的策略、脈絡與影響力，努力讓自己的作品也能具備走入大眾視野的深度與張力。

五、 附錄：課堂簡報與其他照片

Fun 創作 Art 無限 P04 Logo造型簡介 logo屬於視覺性的語言，利用圖案與文字結合來呈現某種事、物或現象的象徵意義，簡化後的獨特造型具有能讓人輕鬆辨明、區別的作用。 一個良好的logo設計應該具備下列幾項特點 01. 識別性 02. 獨特性 03. 審美性	Fun 創作 Art 無限 P05 logo並沒有固定的表現形式， 但市面上的logo大致可分成以下三類： 01. 文字式 02. 圖案式 03. 綜合式
說 明：上課簡報	說 明：上課簡報
Fun 創作 Art 無限 P07 文字是我們傳達訊息之主要工具之一，因此如何達到最佳傳達效果，則有賴字體的設計與編排。 logo圖案與標準字的設計是將較抽象的企業精神與經營理念，透過設計巧思來決定適合的造型，使人們在看到logo的同時，能自然而然地對企業產生認同。	Fun 創作 Art 無限 P07 一組logo設計，背後往往需要先設計多款造型，透過不斷的修正和編排，選出最適合傳遞公司形象且識別度最高的組合，最後才能深深的留在大眾心中。 主色系 C05 130 C16 M60 Y90 C50 190 輔助色 M65 Y25 C50 150 Y20
說 明：上課簡報	說 明：上課簡報
Fun 創作 Art 無限 P11 學生範例 鉛筆打稿 → 依Logo顏色上色 → 上色完成 → 描述心得與美感	Fun 創作 Art 無限 P20 05. 我的麵包店商標設計 ◆ 筆畫的轉折與接合 1. 先於紙上草擬幾種不同造型草稿。 2. 選擇較理想的logo草圖，並將構想草圖描繪在畫紙上。 3. 經過簡潔的修飾後定稿，利用繪圖工具描繪。 4. 將定稿的logo 著上顏色，更能表現設計的完整性。 5. 完成之後，貼在黑板上，全班進行賞析並自我評價。 ~ 學習重點 ~ 以麵包或烘焙為主要發想概念，重新繪製一個圖像，並結合自己的名字，設計出屬於自己的麵包店商標設計。
說 明：上課簡報	說 明：上課簡報

Fun 創作 Art 生活 P.20 05. 我的麵包店商標設計 1 草擬自己的姓名文字 2 初步確定文字筆劃粗細大小 3 繪製多個相關圖案圖像 4 文字與圖像初步結合 5 標準字與logo圖案定稿 6 定稿logo上色	Fun 創作 Art 生活 P.21 05. 我的麵包店商標設計 1 手繪相關圖像 2 嘗試多種字體 3 圖像與字體大致描繪 4 整體圖文定稿 5 初步配色 6 字體筆畫與配色結合 7 我的麵包店logo描繪完成
說 明：上課簡報	說 明：上課簡報

二、課程執行紀錄（二）

說 明：商標意象講解	說 明：標準字與色彩意象講解
說 明：學生分組設計	說 明：學生分組設計



說 明：成果展



說 明：成果展



說 明：成果展



說 明：成果展



說 明：參觀設計展



說 明：參觀設計展

三、教學觀察與反思

課堂 1 (了解設計是什麼？)

- 教學觀察**：學生能透過案例辨析美感與功能的差異，並初步掌握以人為本的設計核心。
- 反思與優化**：理論講述稍多，未來將增加動手實作環節，引導學生從做中學內化設計思維。

課堂 2 (設計思考實戰)

- 教學觀察**：學生在同理心階段討論熱烈，能透過訪談挖掘使用者痛點；但在定義問題時較易失焦，收斂觀點的速度略顯緩慢。
- 反思與優化**：發散時間過長導致後續收斂流於倉促。未來應嚴格執行計時引導，並提供結構化工具，協助團隊高效聚焦關鍵問題。

課堂 3、4、5 (VIS 設計認識品牌視覺識別的要素)

- 教學觀察**：學生對標誌與標準色應用展現高度興趣，能迅速組合核心要素；但在規範輔助圖形時，較難抓到與主視覺的延續性。
- 反思與優化**：實作引導偏向單一要素拼接，缺乏系統觀。後續將加入優秀手冊案例拆解，並強化「圖案與色彩延伸」的邏輯推演。

課堂 6、7、8、9 (VIS 設計運用)

- 教學觀察**：學生能將品牌標誌流暢延伸至海報，視覺張力十足；但在馬克杯等周邊實作時，常忽略材質與印刷範圍的限制。
- 反思與優化**：平面轉立體時缺乏載體操作經驗。未來應提早導入刀模線與材質限制說明，並增加模擬圖檢視，提升作品落地性。

課堂 10、11 (成果展)

- 教學觀察**：學生在布展時充滿熱情，能主動協調空間並自信向觀眾闡述設計理念；但在展場動線規劃與作品標牌的細節處理上較為生疏。
- 反思與優化**：過往缺乏展務實操訓練。未來應於策展前加入「空間導視與動線設計」微課程，並提供公版圖表，協助學生提升展覽精緻度。

四、學生學習心得與成果

從起初釐清設計的定義，到歷經設計思考的同理與收斂，挑戰在 VIS 實作，我們必須系統化地從標誌、標準色推衍至海報與周邊商品。在平面轉立體的過程中，我們克服了刀模限制與材質落差，真正體會到設計落地的嚴謹。最後的成果展是我們創意的集大成，從布展動線到現場解

說，不僅鍛鍊了團隊協作，更深刻理解如何用視覺建立品牌與大眾的對話。這場展覽不僅是作品的發表，更是我們從「設計新手」蛻變為「視覺溝通者」的具體證明。