

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：國立岡山高級農工職業學校

執行教師：張嘉蓉 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

壹、課程計畫概述

一、課程實施對象

申請學校	國立岡山高級農工職業學校		
授課教師	張嘉蓉		
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	_ 22 _ 名學生

二、課程綱要與教學進度

課程名稱	食品類產品的 VI 設計及包裝設計
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 _ _ _ _ (若有，請填寫 1 項) ☐ 相關觸及： _ _ _ _ _ (若有，請填最多 3 項)
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	■ 參考他人課程： 1.110學期，桃園市立大園國際高中，張瑜 老師，課程名稱：包裝設計 2.110學期，苗栗縣立興華高中，賴玉萍 老師，課程名稱：美感袋著走 課程設計創意作法： 1.與學校的食品科合作，讓學生可以為研發出來的食品進行視覺識別設計與包裝設計。 2.能夠嘗試與食品科的學生進行溝通及討論，經由了解食品的特色及研發理念，進行標誌設計的發想。 3.結合基本設計相關的美的形式原理、構成等概念，進行圖象跟包裝的設計。
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：色彩原理、造形原理、模型製作、圖學，上學期基本設計 I * 先備能力：需要具備色彩原理的概念及上學期基本設計訓練到的點線面構成原理，加上造形原理有提及的構成及美的形式原理，能夠進行視覺識別設計。另外由圖學學習到的展開圖原理搭配模型製作的實作技能，希望可以將包裝實體化設計。	
三、課程概述（300字左右）	
在下學期的基本設計 II 有單元是針對 VI 設計跟延伸設計，在學生學習完上學期的基本設計 I 後，對於設計有初步的了解及基礎圖樣構成的練習，結合圖學的展開圖概念，進行產品的 VI 設計及包裝設計，讓學生可以從一開始進行腦力激盪思考，到實際執行完成成品，從頭到尾體驗設計的完整流程。	
四、課程目標	
美感觀察	觀察食品類產品的品牌標誌、標準字及配色 觀察目前食品包裝的結構 關於包裝的材質及應用
美感技術	展開圖相關理論 結構的結合方式（卡扣方式或者黏合方式） 標誌設計及配色設計
美感概念	包裝的相關理論

	圖形的構成及配色 設計流程的體驗		
其他美感目標	與校內食品加工科合作進行跨域統整教學		
五、課程大綱、教學進度（基本設計課程一週連上三節）			
週次/序	上課日期	課程目標	內容綱要/操作描述
1	2026/5/5	企業識別與包裝設計	了解企業識別各種功能，以及相關 VI 的實例分享。
2	2026/6/2	了解產品及探討定位	與食品科學生的作品進行討論，讓學生了解研發出來的食品特色，製作相關的模型後，進而發想關於 VI 的構想。
3	2026/6/9	VI 設計	進行圖像構成設計草圖 能夠配合產品的風格進行相關的設計 完成 LOGO 的圖象及配色設計
4	2026/6/16	包裝結構練習	練習簡易展開圖的繪製及切割黏合製作，試著了解各種包裝的結構及特性。
5	2026/6/29	包裝設計發想	依據產品的特性進行包裝結構的設計，並將設計好的 VI 進行結合
6	2026/6/30	發表分享	將各自的設計進行報告及分享，可以探討是否符合產品的特性及需求
六、預期成果			
希望可以跟食品科合作，將食品科學生研發出來的食品進行 VI 的設計並依據食品的特性進行包裝的設計。讓學生可以經由了解食品的特色，發想到實際設計，從頭體驗設計的流程，藉此也可以得到溝通合作的經驗。			
七、參考書籍（請註明書名、作者、出版社、出版年等資訊）			
1.〈Ps,Package Structure Design 包裝結構〉，王炳南 著，全華圖書 2.〈設計摺學2：從完美展開圖到絕妙包裝盒，設計師不可不知的立體結構生成術〉，保羅·傑克森，積木出版 3.〈設計師一定要懂得產品包裝設計知識〉，福井 政弘、菅 木棉子 著，旗標			
八、教學資源			
冷切機、印切機、電腦、投影幕、雷射機			

貳、課程執行內容

一、核定課程計畫調整情形

由於本課程仍需配合原有課程進度進行，因此在規劃教學內容時，將此次課程融入原本的課程架構中，並依照學生的學習進度進行搭配與調整。考量各階段所需的學習時間，課程內容之間會有些許時間間隔，前期先以觀念講解、案例說明及模擬試作為主，讓學生先建立基本概念與操作經驗；待原課程進度發展至適當階段後，再逐步帶入後續的實際設計與製作內容。

透過這樣循序漸進的安排，讓學生能將前階段所學的概念與練習，延續並應用到後續的設計實作中，也能降低課程內容過於集中所造成的學習負擔，使整體教學能更符合原有課程進度與學生的學習需求。

二、課程執行紀錄

課堂 1 (3 節) 一

A 課程實施照片：



B 學生操作流程：

1. 案例導入與企業識別認識：

介紹具代表性的產品包裝、Logo 及企業識別系統 (CIS) 案例，引導學生觀察品牌視覺設計與商品包裝之間的關聯，了解企業識別在品牌形象建立與市場溝通上的重要性。

2. 延續既有作品進行應用設計：

延續上學期學生完成的設計作品，結合本學期影像處理課程的教學內容，引導學生將自行設計的圖像元素應用於商品包裝模擬，透過數位影像合成與視覺呈現，觀察設計圖像與實際商品包裝結合後的整體效果，培養學生將平面設計轉化為實際應用的能力。

C 課程關鍵思考：

引導學生了解企業識別設計的功能與優勢，認識一致性的視覺形象如何強化品牌辨識度、傳達企業理念，並提升產品與品牌在市場上的競爭力。

課堂 2 (3節) —

A 課程實施照片：



B 學生操作流程：

1. 案例與原理介紹：

邀請業界講師介紹食物模型的發展、用途及實際應用案例，並說明食物模型的製作原理與相關技術。

2. 食物模型實作：

由講師示範食物模型的製作流程，帶領學生實際操作翻模、灌注及上色等製作技術，完成個人食物模型作品。

3. LOGO 案例蒐集與分析：

發放學習單，請學生為自己完成的食物模型命名，並蒐集喜愛或具有特色的 LOGO 設計案例，分析其造型、色彩、文字及視覺特色，說明選擇該 LOGO 的原因，作為後續品牌與包裝設計的參考。

C 課程關鍵思考：

1. 透過講師介紹與實際操作，讓學生了解食物模型的發展與應用，並掌握翻模、灌注及上色等基本製作技巧，體驗模型製作與實務應用的關聯。
2. 透過 LOGO 案例蒐集與分析，引導學生觀察不同品牌的視覺設計特色，思考 LOGO 如何傳達產品特色與品牌形象，建立後續品牌設計的基礎。
3. 從「食物模型 → 命名 → LOGO → 包裝」的設計歷程，引導學生思考產品特色與視覺形象之間的關聯，培養整合設計與創意思考能力。

課堂 3 (3 節) —

A 課程實施照片：



B 學生操作流程：

1. 學習單回顧與設計方向確認：
收回上次課程的學習單，與學生討論食物模型的命名及預計發展的品牌風格，確認設計方向後，請學生延續學習單內容，完成右側三個 LOGO 草圖構想。
2. LOGO 案例分析與電繪實作：

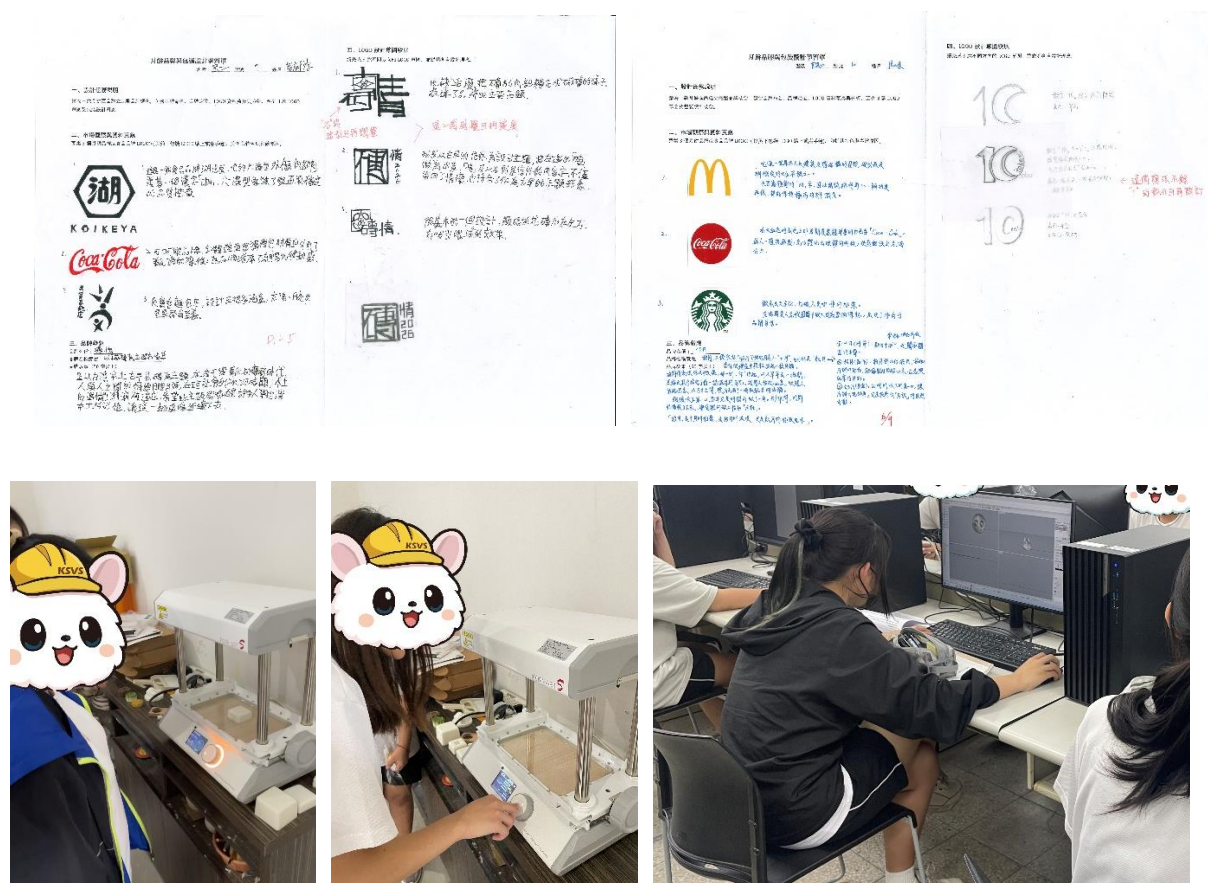
講解電繪軟體的基本操作與相關設計技巧，並結合學生先前蒐集的 LOGO 案例進行臨摹與分析。引導學生觀察知名 LOGO 在造型、比例、線條、字體及構圖上的設計細節，在練習電繪技巧的同時，培養對 LOGO 視覺設計的觀察與分析能力。

C 課程關鍵思考：

1. 透過 LOGO 案例臨摹與分析，讓學生觀察實際品牌設計中的造型、比例、線條及字體等細節，理解 LOGO 設計的基本原則與視覺特色。
2. 結合電繪實作，讓學生在操作過程中熟悉數位繪圖工具與基本技巧，將觀察到的設計元素轉化為自己的設計構想。
3. 透過「案例觀察→技術練習→草圖發想」的學習歷程，引導學生逐步建立品牌視覺設計概念，並為後續 LOGO 完稿及包裝設計奠定基礎。

課堂 4 (3 節) —

A 課程實施照片：



B 學生操作流程：

1. LOGO 設計討論與修正：

逐一檢視學生完成的 LOGO 草圖，針對造型、比例、構圖及視覺辨識度提供修改建議，引導學生完善品牌識別設計。

2. 包裝泡殼原理介紹：

介紹包裝內塑膠泡殼的功能、結構及真空成型製作原理，讓學生了解泡殼在產品固定、保護及展示上的作用。

3. 真空成型實作：

由教師進行操作示範，說明製作流程與操作注意事項，再讓學生依據自身作品的尺寸與造型進行實際操作，完成產品泡殼包裝。

4. 個別造型設計與3D 建模：

針對希望製作特殊造型的學生，進一步引導其進行 3D 建模，依照設計需求調整模型尺寸與結構，並協助完成後續模貝製作與真空成型。

C 課程關鍵思考：

1. 引導學生思考 LOGO 的造型、比例與色彩搭配是否符合產品定位與品牌特色，培養學生從產品需求與視覺形象角度進行整體設計的能力。
2. 透過真空成型製作原理的介紹與實際案例，讓學生了解真空成型的基本原理、製流程及適用範圍，並思考其可應用於哪些產品與包裝設計。

課堂 5 (3 節) 一

A 課程實施照片：



B 學生操作流程：

1. LOGO 描繪與定稿：

學生依據前期草圖與案例分析結果，進行 LOGO 的數位描繪與細節修正，完成品牌識別圖像的最終定稿。

2. 包裝設計整合與確認：

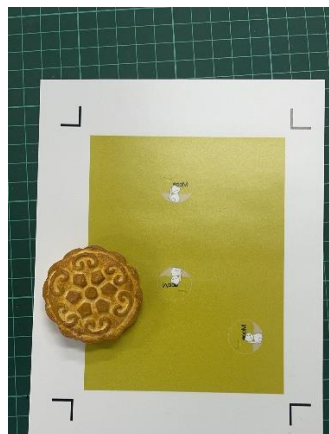
檢視目前包裝設計成果，討論 LOGO、圖像、文字及版面配置的整體關係，確認包裝尺寸與結構，並完成包裝展開圖的細節繪製，作為後續實體製作的依據。

C 課程關鍵思考：

引導學生將 LOGO、品牌形象、產品特色及包裝結構進行整合，思考各設計元素之間的關聯性，培養從視覺設計到實體包裝的整體規劃與整合設計能力。

課堂 6 (3 節) 一

A 課程實施照片：



B 學生操作流程：

1. 設備操作與展開圖製作：

介紹科上相關設備的操作方式與使用注意事項，帶領學生將完成的包裝展開圖進行切割與加工。

2. 模型與包裝尺寸比對：

將完成的食物模型與實際包裝進行尺寸、比例及結構上的比對，觀察包裝與產品之間的契合程度，並針對需要調整的部分進行討論與修正。

3. 包裝組裝與成果展示：

完成包裝紙盒的黏合與組裝，將食物模型與包裝進行整合，完成最終作品，並透過成果分享說明設計理念與製作過程。

C 課程關鍵思考：

1. 引導學生思考產品與包裝之間的尺寸、比例及結構關係，了解包裝設計不僅需考量視覺效果，也必須符合實際產品的尺寸與使用需求。
2. 讓學生理解從電腦數位設計到實體製作的過程中，可能產生尺寸與比例上的落差，必須透過實際打樣、比對及修正，才能確保最終成品符合設計需求。
3. 透過「數位設計→實體製作→尺寸比對→修改調整→完成作品」的實作歷程，培養學生的空間概念、尺寸判斷、問題解決及設計修正能力。

三、教學觀察與反思

第一次規劃此課程時，原先認為在有限的課程時間內，可以透過教師講解與示範，完成 LOGO 及包裝設計等相關內容。然而實際執行後發現，除了教學講解之外，學生在設計過程中仍需要充分的討論、發想、實作與修改時間，因此原先安排的課程內容較為緊湊，部分學生的設計成果仍有進一步調整與改善的空間。

因此，若後續再次執行此教案，會考慮將課程延伸規劃為一整個學期的完整課程，以提供學生更充裕的設計與修正時間。課程安排上，可將上學期以 LOGO 的發展與設計為主要重點，從品牌定位、設計概念、造型發想、草圖繪製到 LOGO 定稿，逐步完成品牌識別設計；下學期則以包裝結構與外觀設計為主要重點，讓學生將上學期完成的 LOGO 與品牌概念延伸至包裝設計，進一步進行結構規劃、尺寸設定、打樣、修改與製作。

透過一學年的循序漸進，讓學生有更充足的時間進行發想、討論、實作與修正，也能使 LOGO 與包裝設計之間具有更完整的連結，最終呈現出較具整體性與完整度的包裝成品。

四、學生學習心得與成果



電腦實習 & 教案



室設二 09

學習單

品牌設計與包裝設計學習單

姓名：____ 班級：____ 學號：____

一、品牌名稱與定位

品牌名稱：____ 品牌定位：____

二、品牌發展與包裝設計

品牌發展：____ 包裝設計：____

三、品牌包裝設計

包裝設計：____

四、LOGO 設計與包裝設計

LOGO 設計：____ 包裝設計：____

五、品牌包裝設計

包裝設計：____

一、任務：

1. 品牌命名與定位。
2. LOGO 資料蒐集與分析。
3. 至少 3 款 LOGO 草圖發展與包裝設計概念。

二、品牌發想（品牌核心）

- 一 品牌名稱：磚情
- 品牌名稱意義：以「磁磚」為主軸，傳遞「有情感」的連結。
- 品牌故事：「是以台灣本土古早花磚為主題。在這千變萬化的摩登時代，人與人之間的情感暖月減（日漸消滅），在這社會的冰河時期，社（會）的溫暖漸漸被遺忘。希望此主題能喚醒許多人對台灣本土的記憶，讓這一絲溫暖延續下去。」

月餅模型

月餅模型是使用樹脂為材料做成的，將調整完比例的液體倒入模具，經過一段時間慢慢凝固成乳白色。拆模完即可使用壓克力顏料上色，看起來如此真實。





盒面上融入了古早花磚的圖案。青綠色與淡黃色的加入也讓整體視覺非常現代且文青。

Logo&包裝設計



磚情LOGO

以古早的信件為設計主題。將「磚」做成印章形式、「情」及「2026」則是信件的内容字。不僅帶回了懷懷，也符合古老的主題形象。

成果展示



總結與反省

這次的月餅品牌包裝設計課，對我來說是一次非常完整的「設計實戰體驗」。從一開始的想法戰爭，到最後真正把包裝的工業圖紙做出來 真的嘗試了許多新鮮的事物，比如與台灣花磚結合的想法，Logo也經歷了三種不同的草圖。

雖然想法部分還是需要些進步空間，但這種「從零到有」的過程讓我非常有成就感！

課程認證

班級	座號	學號	姓名	說明 +
室設二	23	311623		

學年期

114-2(二年級)

修習方式

學期

科目名稱

數位影像處理實習

開課年級

2

修課學分

3

成果簡述

做這些用電腦排版做包裝盒以及製作月餅LOGO讓我更加熟悉要怎麼製作屬於自己的商品

***至少選擇一種上傳(必填)**

文件檔案 (上傳格式限定:pdf、.png、.jpg,檔案大小限制4MB)

月餅LOGO及盒子設計.pdf

文件檔案說明

月餅LOGO及包裝盒設計

一開始創作發想是先幫作品
取名叫流星御月，叫這個名字
原因是：流星代表每個人
都是獨一無二的，而御跟月
代表尊貴及團圓



然後就以流星御月這個名字發想
延伸出月餅的LOGO設計以及月
餅的模型

