

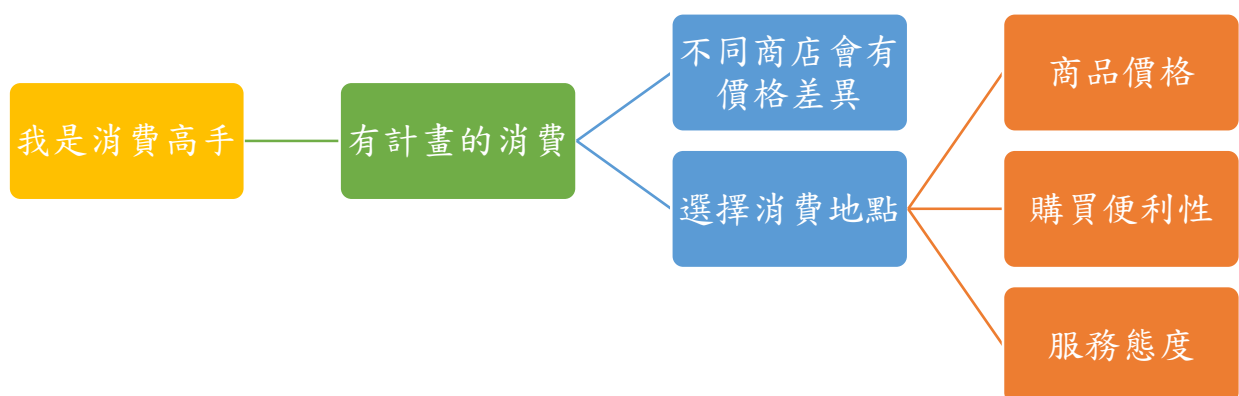
# 桃園市 111 學年度國民中小學教師素養導向優良教學示例評選 課程活動設計

## 壹、課程設計理念

「如何成為消費高手」貫穿這單元的課程設計。課程進入前，會先和學習者探討「何謂消費高手？」，是購買商品時花費最少的？還是質量最好的？抑或是時間成本最少的？消費者在消費時經常蒐集商品的各項情報，例如優惠方案、評價、品質等，追求的就是 CP 值(性價比)最高的。在本單元中，將與學習者在資訊多元的世代中，利用科技、紙本 DM 蒐集需要的資料，並以貨比三家的方式，討論出 CP 值最高的商店，進而成為消費高手。

## 貳、課程架構

- (一)引起動機：透過師生問答，複習在進行消費時，可能會影響的關鍵。
- (二)發展活動：利用網路和紙本資料，蒐集賣場的相關資訊，以及同一商品在各賣場的狀況，最後決定去哪間賣場消費。
- (三)綜合活動：明白「消費高手」的定義非單純追求價格便宜的商品，而是在蒐集其相關資訊後，貨比三家，選出 CP 值最高的商品、商店。



參、課程內容

主題/單元名稱		第五單元 儲蓄與消費 二、我是消費高手	設計者	洪愷均
實施年級		三年級	節數	共 1 節 (40 分鐘)
課程類型		融入 <u>綜合活動領域</u> <u>生活經營與創新</u>	課程實施時間	校訂必修/選修
總綱核心素養		C2 人際關係與團隊合作		
領域 學習 重點	核心素養	社-E-C2 建立良好的人際互動關係，養成尊重差異、關懷他人及團隊合作的態度。		
	學習表現	3b-II-3 整理資料，製作成簡易的圖表，並加以說明。 3c-II-1 聆聽他人意見，並表達自己的看法。		
	學習內容	Db-II-1 滿足需要的資源有限，在進行各項消費時要做評估在選擇。		
學習目標		1. 透過物價調查，發現地點、品質與價格差異。(3b-II-3, Db-II-1) 2. 透過評估自己的需求，學習有計畫性的消費。(3c-II-1, Db-II-1)		
教學策略		合作學習法、電子教學法		
教材來源		課本、習作、學習單		
教學設備/資源		平板、電子白板、賣場 DM		
教學活動設計(活動進行步驟)				
教學內容及實施方式			時間	評量
<p>一、引起動機</p> <p>(一)教師詢問：在不同類型的商店裡購買相同的商品，有時候會有價格上的差異，因此我們在進行消費前，可以事先考量哪些因素？(課 P74~P75：價格、購買便利性、老闆態度、距離、營業時間、超市的商品種類等。)</p>			2分鐘	口頭 評量
<p>二、發展活動</p> <p>(一)請學生打開社會習作 P26~27貨比三家。</p> <p>(二)教師詢問習作 P26</p> <p>1. 如何在不去實體店的情況下，知道各商店的商品價格？(商品 DM)</p>			5分鐘	

	<p>2. 如何知道哪家商店距離最近？ (Google maps ~ 公里、公尺比大小)</p> <p>3. 有什麼指標可以做為店員親切度、食材新鮮度等參考？ (Google 評價)</p> <p>(三) 小組分工：DM 比價、Google maps、Google 評價、上台分享</p> <p>(四) 公布採買主題：<b>開學前的準備</b>。抽選小組商品包和學習單。</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 衛生紙-可麗舒 (家樂福、小北百貨、大潤發)</li> <li>2. 衛生紙-春風 (家樂福、小北百貨、大潤發)</li> <li>3. 衛生紙-唯潔雅 (家樂福、小北百貨、大潤發)</li> <li>4. 衛生紙-舒潔喀什米爾 (家樂福、全聯、寶雅)</li> <li>5. 舒酸定-牙膏 (家樂福、小北百貨、全聯)</li> <li>6. 舒酸定-牙膏 (家樂福、小北百貨、全聯)</li> </ol> <p>(五) 小組討論。</p> <p>(六) 討論結束後，請小組將討論結果拍照，並 Air Drop 給教師。</p> <p>(七) 小組分享。</p> <div data-bbox="384 958 1023 1435" data-label="Form"> <p>組別：_____ 姓名：_____</p> <p><b>我是購物高手 貨比三家</b></p> <table border="1"> <tr> <td>購買商品： _____</td> <td>家樂福</td> <td>_____</td> <td>_____</td> </tr> <tr> <td>價錢</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>距離</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>評價</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table> </div>	購買商品： _____	家樂福	_____	_____	價錢				距離				評價				<p>3分鐘</p> <p>15分鐘</p> <p>10分鐘</p> <p>5分鐘</p>	<p>小組 評量</p> <p>口頭 評量</p> <p>紙本 評量</p>
購買商品： _____	家樂福	_____	_____																
價錢																			
距離																			
評價																			
<p>參考資料</p>	<p>教師手冊</p>																		

<p>實施歷程</p>	<p>(一)引起動機：透過師生問答，複習在進行消費時，可能會影響的關鍵，過程中學習者能確實回答影響消費的因素。</p> <p>(二)發展活動：利用網路和紙本資料，蒐集賣場的相關資訊，以及同一商品在各賣場的狀況，最後決定去哪間賣場消費。過程中學習者能夠有效整理商品 DM、Google maps 等資料，並製作成簡易的圖表，也能利用蒐集好的資料，進行小組討論，討論出最適宜的消費地點，並加以說明。</p> <p>(三)綜合活動：明白「消費高手」的定義非單純追求價格便宜的商品，而是在蒐集其相關資訊後，貨比三家，選出 CP 值最高的商品、商店。</p>
<p>實施省思</p>	<p>透過經常出現在生活中的商品 DM，帶學生進行資料的整合，以及連結數學的統計表概念，輸出成能夠一目了然的表格，並能針對此發表自己的看法。</p> <p>發下商品 DM 時，聽見學生驚呼：「原來這幾家賣的價錢不一樣！」，當時就覺得花時間蒐集、比對這些商品 DM 是值得的，透過他們生活中經常看見卻容易忽略的事物，做課程的設計，就是為了讓學生能夠對生活有感。再加上平板的運用，除了指定的消費要素(距離、評價)需要紀錄外，學生也能善用科技將表格的留白處填滿，在此看見學生舉一反三的學習力。</p> <p>上台分享時，有學生將小組之間不同的看法和決定與全班分享，這是很喜歡的課中片段之一。「小組討論」增加了學生之間的對話與課堂的互動，但也擔心有些表達能力較弱的學生，在沒有教師的引導下，被迫接受小組的共識決。因此，當我聽見這組學生依據各種影響消費的因素，有了不同的消費決定，並且願意聆聽、理解後和全班分享，我想他們已漸漸成為了期待中那位「懂得聆聽的發言者」了。</p>