

備查文號：
中華民國114年4月14日新北教技字第1140691537號函備查

高級中等學校課程計畫
崇義學校財團法人新北市崇義高級中學
學校代碼：011312

進修部課程計畫

本校114年1月20日113學年度第1次課程發展委員會會議通過

(114學年度入學學生適用)

中華民國114年4月14日

學校基本資料表

學校校名	崇義學校財團法人新北市崇義高級中學			
普通型高中	普通科			
技術型高中	專業群科	商業與管理群:電子商務科		
	建教合作班			
	重點 產業 專班	產學攜手合作 專班		
		產學訓專班		
		就業導向課程 專班		
		雙軌訓練旗艦 計畫		
	其他			
進修部	商業與管理群:電子商務科			
聯絡人	處 室	教務處	電 話	(02)86482078
	職 稱	教務主任	行動電話	個資不予顯示
	姓 名	個資不予顯示	傳 真	個資不予顯示
	E-mail	個資不予顯示		

壹、依據

- 一、總統發布之「高級中等教育法」第43條中央主管機關應訂定高級中等學校課程綱要及其實施之有關規定，作為學校規劃及實施課程之依據；學校規劃課程並得結合社會資源充實教學活動。
- 二、教育部發布之「十二年國民基本教育課程綱要」總綱。
- 三、教育部發布之「高級中等學校課程規劃及實施要點」。
- 四、十二年國民基本教育高級中等學校進修部課程實施規範。

貳、學校現況

一、班級數、學生數一覽表

表 2-1 前一學年度班級數、學生數一覽表

類型	群別	科班別	一年級		二年級		三年級		小計	
			班級	人數	班級	人數	班級	人數	班級	人數
普通型高中	學術群	普通科	1	19	1	6	1	8	3	33
技術型高中	商業與管理群	電子商務科	1	9	1	32	1	24	3	65
進修部	商業與管理群	電子商務科	1	4	1	13	1	14	3	31

備查版

二、核定科班一覽表

表 2-2 114學年度核定科班一覽表

類型	群別	科班別	班級數	每班人數
普通型高中	學術群	普通科	1	45
技術型高中	商業與管理群	電子商務科	2	45
進修部	商業與管理群	電子商務科	1	45

備查版

參、學校願景與學生圖像

一、學校願景

本校以校訓「崇禮尚義」為品格教育的基石，透過運動及科技的教學結合，強調人文素養的良善，做為課程與活動的核心價值，經由體能的開發，培養良好的運動態度，達到強健體魄及腦力充分開發的目標。

以突破傳統教育框架，採取行動中學習的課程設計，培養崇義五力「學習力」、「行動力」、「溝通力」、「創新力」、「整合力」，成為崇義人的圖像。

備查版

二、學生圖像

學習力

建立正確的學習態度，養成主動學習的習慣，以提升學習成效。

創新力

開發學生多元智慧與創意潛能，擴大創意發想空間，突破學習框架。

整合力

探索自身能力，配合學習與創新，結合行動與溝通，找出並做出有意義的事

溝通力

落實校訓「崇禮尚義、做人有禮、做事有義」的精神，有禮的溝通，有理的依據，培育未來領袖人才

行動力

建立規劃能力，以五育均衡為基礎，付出、探索、實踐不同的未來



肆、課程發展組織要點

新北市崇義高級中學課程發展委員會組織要點

111年05月06日課程發展委員會提案討論決議通過

一、依據教育部110年3月15日臺教授國部字第 1100016363B號頒布「十二年國民基本教育課程綱要總綱」之宗旨、實施要點，訂定本校課程發展委員會組織要點(以下簡稱本要點)。

二、本校課程發展委員會(以下簡稱本委員會)置委員16人，委員任期一年，任期自每年八月一日起至隔年七月三十一日止，其組織成員如下：

(一)主任委員：校長。

(二)學校行政人員：由各處室主任(教務主任、人事主任)，共計2人；並由教務主任兼任執行秘書。

(三)領域/科目教師：由各領域/科目召集人(含語文(國語文和英語文)領域、數學領域、自然領域、社會領域及藝術領域)擔任之，每領域/科目1人，共計5人。

(四)專業群科(學程)教師：由各專業群科(學程)之科主任或學程召集人擔任之，每專業群科(學程)1人，共計1人。

(五)年級教師代表：由學校各年級聘任1人擔任之，共計4人。

(六)專家學者：由學校聘任專家學者1人擔任之。

(七)產業代表：由學校聘任產業代表1人擔任之。(設有專業群科學程者應設置之)

(八)學生家長委員會代表：由學校學生家長委員會推派1人擔任之。

(九)社區代表：由學校聘任社區代表1人擔任之。

(十)學生代表：由學生代表1人擔任之。

三、本委員會根據總綱的基本理念和課程目標，進行課程發展，其任務如下：

(一)掌握學校教育願景，發展學校本位課程。

(二)統整及審議學校課程計畫。

(三)審查學校教科用書的選用，以及全年級或全校且全學期使用之自編教材。

(四)進行學校課程自我評鑑，並定期追蹤、檢討和修正。

四、本委員會其運作方式如下：

(一)本委員會由校長召集並擔任主席，每年定期舉行二次會議，以十月前及六月前各召開一次為原則，必要時得召開臨時會議。

(二)如經委員二分之一以上連署召開時，由校長召集之，得由委員互推一人擔任主席。

(三)本委員會每年十一月前召開會議時，必須完成審議下學年度學校課程計畫，送所屬教育主管機關備查。

(四)本委員會開會時，應有出席委員三分之二(含)以上之出席，方得開議；須有出席委員二分之一(含)以上之同意，方得議決。

(五)本委員會得視需要，另行邀請學者專家、其他相關人員列席諮詢或研討。

(六)本委員會相關之行政工作，由教務處主辦，實習處和進修部協辦。

五、本委員會設下列組織：(以下簡稱研究會)

(一)各領域/科目教學研究會：由領域/科目教師組成之，由召集人召集並擔任主席。

(二)各專業群科(學程)教學研究會：由各科(學程)教師組成之，由科(學程)主任召集並擔任主席。

(三)各群課程研究會：由該群各科(學程)教師組成之，由該群之科(學程)主任互推召集人並擔任主席。

研究會針對專業議題討論時，應(或得)邀請業界代表或專家學者參加。

六、各研究會之任務如下：

(一)規劃校訂必修和選修科目，以供學校完成各科和整體課程設計。

(二)規劃跨群科或學科的課程，提供學生多元選修和適性發展的機會。

(三)協助辦理教師甄選事宜。

(四)辦理教師或教師社群的教學專業成長，協助教師教學和專業提升。

(五)辦理教師公開備課、授課和議課，精進教師的教學能力。

(六)發展多元且合適的教學模式和策略，以提升學生學習動機和有效學習。

(七)選用各科目的教科用書，以及研發補充教材或自編教材。

(八)擬定教學評量方式與標準，作為實施教學評量之依據。

(九)協助轉學生原所修課程的認定和後續課程的銜接事宜。

(十)其他課程研究和發展之相關事宜。

七、各研究會之運作原則如下：

(一)各領域/科目/專業群科(學程)教學研究會每學期舉行三次會議，必要時得召開臨時會議；各群課程研究會每年定期舉行二次會議。

(二)每學期召開會議時，必須提出各領域/科目和專業群科之課程計畫、教科用書或自編教材，送請本委員會審查。

(三)各研究會會議由召集人召集，如經委員二分之一以上連署召集時，由召集人召集之，得由連署委員互推一人為主席。

(四)各研究會開會時，應有出席委員三分之二(含)以上之出席，方得開議；須有出席委員二分之一(含)以上之同意，方得議決，投票得採無記名投票或舉手方式行之。

- (五) 經各研究會審議通過之案件，由科(群)召集人具簽送本委員會核定後辦理。
- (六) 各研究會之行政工作及會議記錄，由各領域/科目/專業群科(學程)/各群召集人主辦，教務處和實習處協助之。
- 八、本組織要點經校務會議提案討論決議通過後，陳校長核定後施行，修正時亦同。



崇義學校財團法人新北市崇義高中 113 學年度 課程發展委員會名單

代表屬性	職稱	姓名
主任委員	校長	陳春色
行政代表	教務主任	鎖震岳
行政代表	人事主任	楊惠雯
行政代表	教學組長	鎖震岳
行政代表	註冊組長	高子威
教師代表	語文教師	王東生
教師代表	數學教師	陳文杰
教師代表	資訊教師	鄭丞竣
教師代表	商管教師	傅敬群
總導師代表		鐘俊麟
進修部導師代表		曾嘉汶
專家學者		鄭章鉅
業界代表		劉怡均
社區代表		楊清風
學生家長代表		賴宗福
學生代表		馬林家緯

伍、課程發展與規劃

□專業群科

一、群科教育目標與專業能力

表5-1 群科教育目標、專業能力與學生圖像對應表

群別	科別	產業需求或職場進路	科教育目標	科專業能力	學生圖像				
					學習力	創新力	整合力	溝通力	行動力
商業與管理群	電子商務科	1. 商業行政人員 2. 行動商務應用人員 3. 行動商務應用軟體基礎開發人員 4. 物流服務人員	1. 培養商業基礎人才 2. 培養行動商務軟體應用人 才 3. 培養行動商務軟體基礎開發技術人才 4. 培養電子商務相關領域繼續進修之人才	具備電子商務網站規劃、架設及經營能力	●	●	●	○	●
				具備資訊科技、商業資訊軟體操作及應用基礎能力	●	●	○	●	●
				具備程式語言設計基礎能力	●	●	○	●	●
				具備初級會計基礎之專業能力	●	●	●	○	●
				具備蒐集、整理資訊及報告繼續進修能力	●	○	●	●	●
				具備網路數位行銷企劃與實務創新思考之能力(分流1)	●	○	●	●	○
				具備開發電商與創業平台之基本能力(分流2)	●	●	○	●	●
				具備人際溝通能力之公民素養	●	●	●	○	●
具備良好工作習慣、職業道德與終身學習的態度	●	●	●	○	●				

備註：

- 各科教育目標、科專業能力：請參照群科課程綱要之規範敘寫。
- 學生圖像欄位，請填入學生圖像文字，各欄請以打點表示科專業能力與學生圖像之對應，「●」代表高度對應，「○」代表低度對應。

二、群科課程規劃

(一) 電子商務科(425)

科專業能力：

1. 具備電子商務網站規劃、架設及經營能力
2. 具備資訊科技、商業資訊軟體操作及應用基礎能力
3. 具備程式語言設計基礎能力
4. 具備初級會計基礎之專業能力
5. 具備蒐集、整理資訊及報告繼續進修能力
6. 具備網路數位行銷企劃與實務創新思考之能力(分流1)
7. 具備開發電商與創業平台之基本能力(分流2)
8. 具備人際溝通能力之公民素養
9. 具備良好工作習慣、職業道德與終身學習的態度

表5-2-1商業與管理群電子商務科課程規劃與科專業能力對應檢核表（以科為單位，1科1表）

課程類別	領域/科目		科專業能力對應檢核									備註	
	名稱	名稱	1	2	3	4	5	6	7	8	9		
部定必修	專業科目	商業概論	●	●	●	●	○	●	○	●	●		
		數位科技概論	●	●	●	○	○	●	●	●	●		
		會計學	○	○	●	●	●	●	●	●	●		
		經濟學	●	●	●	○	●	●	●	●	○	●	
	實習科目	數位科技應用	●	●	○	●	●	●	○	●	●		
		商業溝通	●	●	●	○	●	●	●	○	●		
		資訊應用技能領域	程式語言與設計	○	○	○	●	●	●	●	●	●	
			多媒體製作與應用	●	●	●	○	○	●	●	○	●	
			資料庫應用	●	●	●	●	●	○	○	●	●	
		校訂必修	實習科目	專題實作	●	●	●	○	●	●	○	●	●
校訂選修	專業科目	電子商務概論	●		○	●	●	●	○	●	●		
		網站架設與安裝	○	○	●		○			○	○		
		網路行銷	●	●	●	●	○	●	●	●	○		
	實習科目	電子商務實務	●	○		○	●	●	●	●	●		
		商品攝影與錄影			○			●	●	●	●		
		文案美學設計			○			●	●	●	●		
		行動商務實務		○	○	○	○	●	●	●	●		
		網頁程式設計		●	●	●		●	○	○	●		
		數位行銷實務		●	○		○	●	○	○	●		
		經濟分析實務		●	○		○	●	○	○	●		
		商業經營實務		●	○		○	●	○	○	●		
		創意商品行銷企劃	●	●	○	○	●	●	●	●	●		
		新零售案例與實務	○	○		○	●	●	○	●	●		
		數位影像實務	○	○	●		○	●	●	●	●		

備註：

1. 科專業能力欄位，請於空格中以打點表示科目與科專業能力的對應，「●」代表高度對應，表示該科目中有章節明列；「○」代表低度對應，表示科目中雖沒有章節明列，教師於授課時仍會提及。
2. 本表不足，請自行增列。

三、科課程地圖

(一) 電子商務科(425)



四、議題融入

(一) 電子商務科(425)

表5-4-1 電子商務科 議題融入對應表(以科為單位, 1科1表)

科目	議題																		
	性別平等教育	人權教育	環境教育	海洋教育	品德教育	生命教育	法治教育	科技教育	資訊教育	能源教育	安全教育	防災教育	家庭教育	生涯規劃教育	多元文化教育	閱讀素養教育	戶外教育	國際教育	原住民族教育
校必一般 / 原住民族語文	✓	✓				✓							✓	✓					✓
校必實習 / 專題實作															✓	✓		✓	
校選專業 / 電子商務概論	✓	✓			✓		✓	✓	✓					✓					
校選專業 / 網站架設與安裝							✓	✓	✓	✓		✓		✓					
校選專業 / 網路行銷	✓	✓			✓		✓	✓	✓					✓					
校選實習 / 文案美學設計	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓					✓				✓	
校選實習 / 行動商務實務	✓	✓	✓		✓		✓	✓	✓										
校選實習 / 商品攝影與錄影	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									✓	
校選實習 / 商業經營實務								✓	✓						✓	✓			
校選實習 / 創意商品行銷企劃				✓	✓		✓	✓	✓						✓	✓			
校選實習 / 新零售案例與實務		✓			✓		✓	✓		✓				✓	✓	✓			
校選實習 / 經濟分析實務															✓	✓		✓	
校選實習 / 電子商務實務	✓	✓			✓		✓	✓	✓					✓					
校選實習 / 網頁程式設計					✓		✓	✓	✓					✓					
校選實習 / 數位行銷實務					✓		✓	✓	✓					✓					
校選實習 / 數位影像實務					✓		✓	✓	✓										
科目數統計	7	8	3	2	11	3	12	12	13	1	1	1	1	8	6	5	2	2	1

陸、群科課程表

一、教學科目與節數表

 專業群科

表 6-1-1 商業與管理群電子商務科 教學科目與節數表

114學年度入學新生適用

課程類別	領域 / 科目及節數		授課年段與節數配置						備註		
			第一學年		第二學年		第三學年				
名稱	名稱	節數	一	二	一	二	一	二			
部定必修課程	語文	國語文	12	2	2	2	2	2	2		
		英語文	12	2	2	2	2	2	2		
		閩南語文	2	2							
		客語文	0 (2)								
		閩東語文	0 (2)								
		臺灣手語	0 (2)								
		原住民族語文	0 (2)								
	數學	數學	4	2	2					B版	
	社會	歷史	2	1	1						
		公民與社會	2			1	1				
	自然科學	物理	2			1	1				A版
		化學	2		2						A版
	藝術	美術	2	1	1						
		藝術生活	2			1	1				
	綜合活動	生涯規劃	2	1	1						
	科技	資訊科技	2			1	1				
	健康與體育	健康與護理	2					1	1		
		體育	2	1	1						
		全民國防教育	2			1	1				
	小計	52	12	12	9	9	5	5		部定必修一般科目總計52節數	
專業科目	商業概論	4	2	2							
	數位科技概論	4	2	2							
	會計學	10	3	3	2	2					
	經濟學	8			4	4					
	小計	26	7	7	6	6	0	0		部定必修專業科目總計26節數	
實習科目	數位科技應用	4			2	2					
	商業溝通	2							2		
	資訊應用	程式語言與設計	4	2	2						
		多媒體製作與應用	6			3	3				
		資料庫應用	4					2	2		
小計	20	2	2	5	5	2	4		部定必修實習科目總計20節數		
	專業及實習科目節數合計	46	9	9	11	11	2	4			
	部定必修節數合計	98	21	21	20	20	7	9		部定必修總計98節數	

表 6-1-1 商業與管理群電子商務科 教學科目與節數表(續)

114學年度入學新生適用

課程類別		領域 / 科目及節數		授課年段與節數配置						備註		
名稱	節數	名稱	節數	第一學年		第二學年		第三學年				
				一	二	一	二	一	二			
校訂必修	一般科目 4節數 2.99%	原住民族語文	4					2	2	校訂必修一般科目總計4節數		
		小計	4					2	2			
	實習科目 3節數 2.24%	專題實作	3					3			校訂必修實習科目總計3節數	
		小計	3					3				
校訂必修節數合計			7	0	0	0	0	5	2	校訂必修總計7節數		
校訂課程	專業科目 7節數 5.22%	網站架設與安裝	2			2						
		電子商務概論	2				2					
		網路行銷	3						3			
		最低應選修節數小計	7									
	實習科目 22節數 16.42%	創意商品行銷企劃	2						2			
		行動商務實務	2							2		
		電子商務實務	2						2			
		商品攝影與錄影	2		2							
		文案美學設計	2	2								
		數位行銷實務	4						2	2	同科單班 AA2選1	
		新零售案例與實務	4						2	2	同科單班 AA2選1	
		網頁程式設計	4						2	2	同科單班 AB2選1	
		數位影像實務	4						2	2	同科單班 AB2選1	
		經濟分析實務	4						2	2	同科單班 AC2選1	
		商業經營實務	4						2	2	同科單班 AC2選1	
		最低應選修節數小計	22									
		校訂選修節數合計			29	2	2	2	2	10	11	多元選修開設 12 節
		學生應修習節數總計			134	23	23	22	22	22	22	部定必修、校訂必修及選修課程節數總計
		每週團體活動時間(節數)			6	1	1	1	1	1	1	
每週彈性學習時間(節數)			4	0	0	1	1	1	1			
每週總上課時間(節數)			144	24	24	24	24	24	24			

二、課程架構表

表 6-2-1 商業與管理群電子商務科 課程架構表(以科為單位, 1 科 1 表)

114學年度入學新生適用

項目			相關規定	學校規劃情形		說明	
				節數	百分比(%)		
一般科目	部定		48-56 節	52	36.11 %		
	校訂	必修	各校課程發展組織自訂	4	2.78 %		
		選修		0	0 %	不含跨屬性	
	合計 (A)			56	38.89 %		
專業及實習科目	部定	專業科目	節(依總綱規定)	26	18.06 %		
		實習科目	節(依總綱規定)	20	13.89 %		
		專業及實習科目合計		節(依總綱規定)	46	31.95 %	
	校訂	專業科目	必修	各校課程發展組織自訂	0	0 %	
			選修		7	4.86 %	不含跨屬性
		實習科目	必修	各校課程發展組織自訂	3	2.08 %	
			選修		22	15.28 %	不含跨屬性
	校訂多元選修跨專業及實習科目/屬性節數合計			各校課程發展組織自訂	0	0 %	
合計 (B)			節(依總綱規定)	78	54.17 %		
部定及校訂必修節數合計			節(依總綱規定)	105	72.92%		
校訂多元選修跨一般、專業及實習科目/屬性節數合計 (C)			各校課程發展組織自訂	0	0%		
學生應修習節數總計			節(依總綱規定)	134 節		(A)+(B)+(C)	
六學期團體活動時間(節數)合計			6 - 12 節	6 節			
六學期彈性教學時間(節數)合計			2 - 4 節	4 節			
上課總節數			144 節	144 節			
畢業條件	依照「高級中等學校進修部學生學習評量辦法」之規定辦理。						
備註：	1、百分比計算以上課總節數 144 節為分母。 2、上課總節數 = 學生應修習節數總計 + 六學期團體活動時間 + 六學期彈性教學時間。						

柒、團體活動時間實施規劃

說明：

1. 團體活動時間每週教學節數以 1-2 節為原則。其中班級活動 1 節列為教師基本節數。各校可因應實際需求，於團體活動課程安排班級活動、社團活動、學生自治會活動、學生服務學習活動及週會或講座。
2. 團體活動整體實施計畫之擬訂，應參酌師生家長意見，結合各類課程，納入學校課程計畫，並參酌各校特性、指導人員、設備、場地、活動時間與社區資源等因素彈性設計實施。

表7-1 團體活動時間規劃表

序號	項目	團體活動時間節數						備註
		第一學年		第二學年		第三學年		
		一	二	一	二	一	二	
1	班級活動	18	18	18	18	18	18	
	合計	18	18	18	18	18	18	(節/學期)
		1	1	1	1	1	1	(節/週)

備註：每學期以18週計算

捌、彈性學習時間實施規劃表

說明：

1. 每週 0-2 節，六學期合計2-4節。
2. 課程類型為「充實(增廣)性教學」或「補強性教學」，且為全學期授課時，須檢附教學大綱，敘明授課內容等。
3. 本表以校為單位，1校1表。

表8-1 彈性學習時間規劃表

開設 年段	開設名稱	每週 節數	開設 週數	實施對象	開設類型				師資 規劃	備註		
					自主 學習	選 手 培 訓	充 實 (增) 性 教 學	補 強 性 教 學			學 校 特 色 活 動	
第一學期	自主學習	1	18	電子商務科	V					內聘		
	理財我最行	1	9	全校各科			V			內聘		
	生活飲食VS身體機能	1	9	全校各科			V			內聘		
	運動都來自基礎訓練	1	9	全校各科			V			內聘		
	閩南語語歌曲	1	9	全校各科			V			內聘		
	文書處理	1	9	全校各科			V			內聘		
	高爾夫	1	9	全校各科			V			內聘		
	國際禮儀	1	9	全校各科			V			內聘		
	第二學期	自主學習	1	18	電子商務科	V					內聘	
		理財我最行	1	9	全校各科			V			內聘	
		生活飲食VS身體機能	1	9	全校各科			V			內聘	
		運動都來自基礎訓練	1	9	全校各科			V			內聘	
		閩南語語歌曲	1	9	全校各科			V			內聘	
		文書處理	1	9	全校各科			V			內聘	
高爾夫		1	9	全校各科			V			內聘		
國際禮儀		1	9	全校各科			V			內聘		
第三學期	第一學期	自主學習	1	18	電子商務科	V				內聘		
	原民舞蹈	1	9	全校各科			V			內聘		
	攝影的技巧	1	9	全校各科			V			內聘		

第二學期	運動防護	1	9	全校各科			V			內聘
	熱血棒球	1	9	全校各科			V			內聘
	心靈點播站	1	9	全校各科			V			內聘
	插畫技巧	1	9	全校各科			V			內聘
	韻律舞蹈	1	9	全校各科			V			內聘
	自主學習	1	18	電子商務科	V					內聘
	原民舞蹈	1	9	全校各科			V			內聘
	攝影的技巧	1	9	全校各科			V			內聘
	運動防護	1	9	全校各科			V			內聘
	熱血棒球	1	9	全校各科			V			內聘
	心靈點播站	1	9	全校各科			V			內聘
	插畫技巧	1	9	全校各科			V			內聘
	韻律舞蹈	1	9	全校各科			V			內聘
	崇新回義	1	9	全校各科					獨創性	內聘

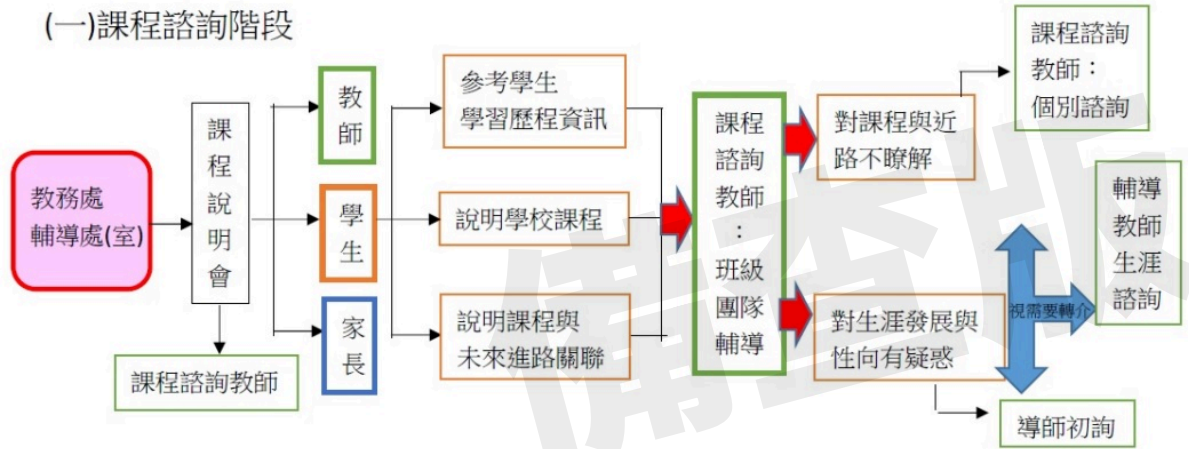
玖、學生選課規劃與輔導

一、選課輔導流程規劃

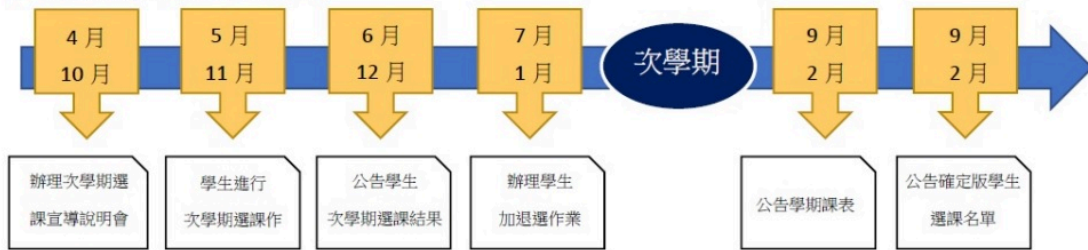
(一) 流程圖(含選課輔導及流程)

選課輔導流程規劃

(一) 課程諮詢階段



(二) 選課及加退選階段



(二)日程表

表9-1 選課日程表

序號	時間	活動內容	說明
1	上學期課程4月/ 下學期課程10 月	選課宣導	利用班會，進行入班宣導。 宣導後二週，將各群科的學生分組， 在不同場地 集合，由主任向學生宣導選課內容
2	上學期課程5月/ 下學期課程11 月	學生選課及教師提供諮詢輔導	1. 進行選課試填，確認開課班級 2. 以電腦選課方式進行 3. 規劃1.2~1.5倍選修課程 4. 相關選課流程參閱流程圖 5. 選課諮詢輔導
3	上學期課程6月/ 下學期課程12 月	公告學生加、退選	公告學生家退選之課程
4	上學期課程7月/ 下學期課程1月	加、退選	得於上一學期開放第二次加退選，由 學生自行加退、選。
5	上學期課程9月1 日/ 下學期課程 2月中旬	正式上課	開學即正式跑班上課
6	學期末	檢討	課發會進行選課檢討

二、選課輔導措施

(一)生涯探索

1. 辦理大學博覽會。(高一高二高三)
2. 學期進行中辦理生涯輔導活動。(高二高三)
3. 協助大學端進行大學宣導活動。(高一高二高三)
4. 運用生涯規劃課高一進行分組大學校系參訪。(高一)
5. 豐富學校網站及生涯資訊，讓學生第一時間了解外在環境的變化。
6. 辦理生涯講座與親職教育。

(二)興趣量表

興趣量表及性向測驗，於高一下學期運用生涯規劃課時施測。

(三)課程諮詢教師

課程諮詢教師協助編輯學生選課手冊，讓學生與家長可以有書面的詳細資料可以查詢，在每個學期開始選課之前辦理公開的說明會，回答學生或家長對於相關內容的疑問。參考學生的學習歷程檔案，提供學生團體或個人的諮商，並將諮商內容登載於學生的學習歷程檔案。

三、校訂選修課程規劃(含跨科、群、校選修課程規劃)

表 9-3-1 原班級選修方式課程規劃表

序號	科目屬性	科目名稱	適用群科別	授課年段與學分配置					
				第一學年		第二學年		第三學年	
				一	二	一	二	一	二
1.	專業	網站架設與安裝	電子商務科	0	0	2	0	0	0
2.	專業	電子商務概論	電子商務科	0	0	0	2	0	0
3.	專業	網路行銷	電子商務科	0	0	0	0	0	3
4.	實習	創意商品行銷企劃	電子商務科	0	0	0	0	2	0
5.	實習	行動商務實務	電子商務科	0	0	0	0	0	2
6.	實習	電子商務實務	電子商務科	0	0	0	0	2	0
7.	實習	商品攝影與錄影	電子商務科	0	2	0	0	0	0
8.	實習	文案美學設計	電子商務科	2	0	0	0	0	0

表 9-3-2 多元選修方式課程規劃表

序號	科目屬性	科目名稱	適用群科別	授課年段與學分配置						開課方式	同時段開課
				第一學年		第二學年		第三學年			
				一	二	一	二	一	二		
1.	實習	數位行銷實務	電子商務科	0	0	0	0	2	2	同科單班	AA2選1
2.	實習	新零售案例與實務	電子商務科	0	0	0	0	2	2	同科單班	AA2選1
3.	實習	網頁程式設計	電子商務科	0	0	0	0	2	2	同科單班	AB2選1
4.	實習	數位影像實務	電子商務科	0	0	0	0	2	2	同科單班	AB2選1
5.	實習	經濟分析實務	電子商務科	0	0	0	0	2	2	同科單班	AC2選1
6.	實習	商業經營實務	電子商務科	0	0	0	0	2	2	同科單班	AC2選1

拾、學校課程評鑑

一、114學年度學校課程評鑑計畫

114學年度崇義高中課程評鑑計畫

109年6月22日課發會通過

114年01月20日課發會通過

壹、依據：

- 一、「十二年國民基本教育課程綱要」實施要點之「課程評鑑」及相關行政權責規定。
- 二、107.9.6 臺教授國字第 1070106766 號「國民中學與國民小學實施課程評鑑參考原則」。

貳、目的：

- 一、確保及持續改進學校課程發展、學生學習之成效。
- 二、針對學校課程計畫與執行予以回饋，協助改進教學。
- 三、利用系統化資料分析教學過程與技巧，以提供教師教學方面客觀之回饋。
- 四、確保及持續改進學校課程發展、教學創新及學生學習之成效。

參、實施方式：

一、內部評鑑

- (一)教師自評：教師針對個人之教學設計、教學活動及學生學習成效進行自我評鑑。
- (二)同儕互評：領域課程小組針對該領域課程設計、實施及學生學習成效進行同儕互評。
- (三)學校評鑑：學校「課程發展委員會」組成評鑑小組，針對學校課程計畫之規劃、實施學生學習成效進行學校內部評鑑。

二、外部評鑑：配合主管教育機關、或視需要主動邀請專家學者進行外部評鑑。

肆、評鑑內容

一、教師自評：由教師視個人教學及課程需要進行之。

- (一)教師於課程設計、隨時檢視個人教學狀況，並進行形成性評量，瞭解學生學習狀況。
- (二)課程實施後，針對學習進行總結性評量，了解課程設計與實際表現之落差，利於進行課程修正調整。
- (三)每學期進行個人教學計畫與實施現況之檢視，必要時提交領域教學小組或學校課發會進行評鑑。

二、同儕互評：由領域課程小組進行之。

- (一)各領域填妥「公開授課時間調查表」並推派一位教師開放校外家長觀課，其餘老師則每學年至少進行一次校內公開觀課，藉以了解各領域教師教學及課程實施狀況。
- (二)定期針對領域課程設計、實施及學生學習成效進行教學研討，以期瞭解領域教學效果。
- (三)每學期期末進行學期課程評鑑，完成該學期課程檢討再給予修正。

三、學校評鑑：每學期由學校課程發展委員會依各領域小組課程評鑑結果進行覆核，並針對全校課程計畫進行全盤性評鑑檢核。

四、外部評鑑：

- (一)配合上級主管機關相關規定及時程辦理之。(二)視實際需求邀請課程專家協助進行之。

伍、評鑑結果之運用：

- 一、作為學校課程計畫與實現的參考依據。
- 二、檢核各領域課程之實施及學生學習績效，以了解課程適切性。陸、本計畫經學校課程發展委員會討論通過後實施；修正時亦同。

二、112學年度學校課程自我評鑑結果

建議上傳課程評鑑結果

備查版

附件一：課程及教學規劃表

專業群科

一、部定一般科目各領域跨科之統整型、探究型或實作型課程規劃

二、校訂一般科目教學大綱(以校為單位)

三、校訂專業科目教學大綱

表 11-2-3-1 校訂專業科目教學大綱

科目名稱	中文名稱	網站架設與安裝		
	英文名稱	Practice Web Page design		
師資來源	內聘			
科目屬性	校訂選修 專業科目			
科目來源	群科中心學校公告—校訂參考科目			
學生圖像	學習力、溝通力、行動力			
適用科別	電子商務科			
	2			
	002000 第二學年第一學期			
建議先修科目	無			
教學目標 (教學重點)	<ol style="list-style-type: none"> 1. 瞭解網際網路的時代意義。 2. 了解網頁設計軟體的基本功能。 3. 學習設計網頁的基本觀念和技巧。 4. 瞭解並能使用Dreamweaver 設計網頁。 5. 能配合Flash、Photoshop 等相關軟體設計網頁。 6. 能架設網站，藉此展現網頁設計的成果。 6. 法治教育議題融入，法治教育與網站課程關聯在於強調遵守法律精神與原則，透過教育應用於網站建置與安裝，提升對法律規範的認識與尊重。 7. 科技教育議題融入，強調運用最新科技發展，培養學生網站架設能力，並瞭解數位世界的運作原理，促進學生科技素養與創新思維。 8. 資訊教育議題融入，強調數位資訊素養、網站技術應用及安裝技巧，培養學生資訊科技能力，建構線上學習環境及實踐數位公民意識。 			
議題融入	電子商務科：法治教育、科技教育、資訊教育、能源教育、防災教育、生涯規劃教育			
教學內容				
主要單元(進度)	內容細項	分配節數	備註	
(一)網頁的發展	新媒體藝術、網頁設計與視覺文化	2		
(二)HTML語法介紹	HTML語法介紹，標籤的使用	4		
(三)建立網站	網站規劃、設計與管理。	2		
(四)網頁軟體介紹	學習Dreamweaver 設計網頁軟體的基本功能	7		
(五)多媒體處理	網頁影像與多媒體處理。	7		
(六)文字排版	網頁文字編輯排版	7		
(七)表格排版	表格的使用	7		
(八)版面規劃	網頁版面規劃與資料編排	7		
(九)CSS樣式	CSS 樣式網頁美化技巧	7		
(十)圖層與行為	圖層與行為在網頁上的應用	8		
(十一)網站測試	多元化頁框設計與網站測試	7		
(十二)進階應用	網頁設計的進階技巧等重要技能	7		
合計		72		
學習評量 (評量方式)	1. 指定作業成績。 2. 多元評量成績。			
教學資源	1. 市售教材。 2. 教師自編教材。			

教學注意事項	<ol style="list-style-type: none">1. 教學方法：以課堂講授為主，任課教師除講解相關之課程內容外，應於課堂上實際演算部分例題，以幫助學生瞭解課程內容。2. 教學評量 (1)總結性評量、形成性評量並重。(2)掌握學生學習成效，作為教學改進參考
--------	--

表 11-2-3-2 校訂專業科目教學大綱

科目名稱	中文名稱	電子商務概論		
	英文名稱	Introduction to Electronic Commerce		
師資來源	內聘			
科目屬性	校訂選修 專業科目			
科目來源	群科中心學校公告—校訂參考科目			
學生圖像	學習力、創新力、整合力、溝通力、行動力			
適用科別	電子商務科			
	2			
	000200 第二學年第二學期			
建議先修科目	無			
教學目標 (教學重點)	<p>一、理解電子商務概念、類型及商業模式。</p> <p>二、練習操作網路行銷、電子商務網平台。</p> <p>三、規劃微型電子商店之模擬實務。</p> <p>四、運用正確的電子商務應用方式。</p> <p>五、建立電子商務概論的學習興趣。</p> <p>六、法治教育議題融入，強調合法經營、消費者權益及網路遵循法規，培養學生遵守法規、風險管理及商業倫理觀念。</p> <p>七、科技教育議題融入，強調數位化商業趨勢、電子支付、資訊安全及資料分析，培養學生理解與應用科技於商業營運。</p> <p>八、資訊教育議題融入，強調數位化商業操作、資料管理與分析、網站建置與安全等，培養學生運用資訊科技發展商業的能力。</p>			
議題融入	電子商務科：性別平等教育、人權教育、品德教育、法治教育、科技教育、資訊教育、生涯規劃教育			
教學內容				
主要單元(進度)	內容細項	分配節數	備註	
(一)電子商務基本概念	1. 電子商務的沿革與現況。 2. B2C、B2B、C2C、C2B、O2O類型及商業模式。 3. 電子商務新知探討。 4. 電子商務案例探討。	4		
(二)電子商務架構	1. 了解K&W電子商務架構圖及內含說明。 2. 認識企業角度下電子商務架構及內容說明。	4		
(三)電子商務環境	1. 全球網路人潮 2. 公共政策(如智慧財產權、課稅議題) 3. 技術標準 4. 企業電子化	4		
(四)電子商務經濟活動	1. 網路金融 2. 人力派遣 3. 電子購物 4. 電子商圈 5. 網路行銷 6. 網路廣告 7. 宅配 8. 拍賣 9. 旅遊 10. 網路作家 11. 網路日誌	4		
(五)電子商務網路行銷概念	1. 了解商業行銷與網路行銷的異同點。 2. 了解電子新盛世的網路行銷策略與	4		

	方法。 3. 了解網路行銷的困難與因應之道。		
(六)商業模式	1. 商業模式的定義 2. 商業模式的主要成份 2.1 價值主張 2.2 收益模式 2.3 市場機會 2.4 競爭環境 2.5 競爭優勢 2.6 市場策略 2.7 組織發展 2.8 管理團隊	4	
(七)電子商務網站建置流程	1. 了解電子商務網路商店建置前的準備工作。 2. 了解電子商務網路商店建置的流程。 3. 了解電子商務網路商店開幕行銷的方法。 4. 租用平台增進電商網站的實戰經驗。	4	
(八)電子商務安全機制與法律議題	1. 網路犯罪手法與類型。 2. 電子商務的安全機制與防護。 3. 電子商務相關法律議題。	4	
(九)電商成功案例分析	1. 解析電商成功案例，了解成功電商的經營策略與要素。 2. 從成功案例解析「振聲商城」個人網商店的優缺點並進行改進。	4	
合 計		36	
學習評量 (評量方式)	1. 學生分組討論，分工合作，團體合作評量。 2. 學習單評量、期末成果發表評量。 3. 平時評量40%，含課堂表現、回答問題、認真聽講、出缺勤狀況、主動參與分組討論、按時繳交作業。 4. 個人報告、學習單評量、期末分組成果發表評量60%。		
教學資源	1. 電子商務概論相關專業書籍。 2. 網路相關議題影音資源，探討電子商務現況與議題。 3. 補充講義、學習單。 4. 電腦教室或使用行動裝置。 5. 電子商店模擬軟體。		
教學注意事項	1. 合作學習教學法、發表教學法、協同教學法，配合實務情形進行小組討論，合作學習。 2. 電腦、行動裝置及網路，進行電子商務平台實務操作。 3. 社群網站、電子商務平台、電子商店模擬軟體，實務操作。		

表 11-2-3-3 校訂專業科目教學大綱

科目名稱	中文名稱	網路行銷		
	英文名稱	Internet Marketing		
師資來源	內聘			
科目屬性	校訂選修 專業科目			
科目來源	群科中心學校公告—校訂參考科目			
學生圖像	創新力、溝通力、行動力			
適用科別	電子商務科			
	3			
	000003 第三學年第二學期			
建議先修科目	無			
教學目標 (教學重點)	<p>一、建立正確的網路行銷觀念，奠定網路行銷技能學習的基礎知識。</p> <p>二、學習具體的網路行銷技巧，作為從事網路行銷業務工作時的技能專長。</p> <p>三、培養完整的網路行銷組合與整合運用之能力，以實作性且適合學生就業所需者為考量。</p> <p>四、法治教育議題融入網路行銷課程，關注線上廣告合法性、消費者權益保障、資料隱私保護等，培養學生合法且負責任的行銷實踐能力。</p> <p>五、科技教育議題融入網路行銷課程，強調資料分析、社群媒體運用、行動行銷等趨勢科技，培養學生具備數位行銷專業知識與技能。</p> <p>六、資訊教育議題融入網路行銷課程，強調資料分析、網站最佳化、網路廣告等數位工具，培養學生掌握線上市場推廣策略及實戰操作。</p>			
議題融入	電子商務科：性別平等教育、人權教育、品德教育、法治教育、科技教育、資訊教育、生涯規劃教育			
教學內容				
主要單元(進度)		內容細項	分配節數	備註
(一)導論		網路行銷導論	6	
(二)網路經營模式		網際網路經營模式與4P策略。	6	
(三)消費者行為		網路消費者行為與虛擬社群。	4	
(四)網路行銷-1		網路廣告策略。	7	
(五)網路行銷-2		行動載具的行銷。	6	
(六)網路拍賣-1		網路拍賣的經營模式與策略。	6	
(七)網路拍賣-2		網路拍賣顧客心理學。	7	
(八)案例分析		網路拍賣網站與案例分析。	6	
(九)實作		網拍攝影的必備技巧、相片美編。	6	
合計			54	
學習評量 (評量方式)	1. 指定作業成績。 2. 多元評量成績。			
教學資源	1. 市售教材。2. 教師自編教材。			
教學注意事項	<p>(一)教材編選： 選擇簡單扼要、深入淺出、生活化的教科書。(二)教學方法： 宜多元化而有彈性，著重學生的個別差異；教學時能善用網路資源，配合案例的分析，安排實務或實際相關活動之參訪，觀摩後進行討論分析，以幫助學生領會網路行銷的經營方式。(三)教學評量 著重形成性評量，顧及認知、實務、情意的評量，以作為教學進度與教材編擬之參考。(四)教學資源 網路行銷、拍賣相關書籍、多媒體教材、團購網站等。</p> <p>(五)教學相關配合事項 使用網際網路教室，讓同學能上網實際觀摩網路行銷相關資源</p>			

四、校訂實習科目教學大綱

表 11-2-4-1 校訂實習科目教學大綱

科目名稱	中文名稱	專題實作		
	英文名稱	Project Study		
師資來源	內聘			
科目屬性	校訂必修 實習科目			
科目來源	學校自行規劃			
學生圖像	學習力、創新力、整合力、溝通力、行動力			
適用科別	電子商務科			
	3			
	000030 第三學年第一學期			
建議先修科目	無			
教學目標 (教學重點)	1. 認識專題實作的基本概念 2. 認識專題實作的程序 3. 認識專題實作的發表 4. 專題製作議題融入多元文化教育，以認識社會中性別、種族與階級的權力結構關係。 5. 專題製作議題融入閱讀素養能力，促進閱讀素養，培養評估線上資訊的能力，提升辨識真假資訊、理解條款條件的能力。 6. 專題製作議題融入國際教育，深化跨文化交流、促進全球商務合作，開展跨國數位學習，提升學生國際競爭力。			
議題融入	電子商務科：多元文化教育、閱讀素養教育、國際教育			
教學內容				
主要單元(進度)	內容細項	分配節數	備註	
(一)專題實作介紹	1-1 專題實作的認識 1-2 專題實作的程序 1-3 專題實作的辦法	5		
(二)專題實作初步	2-1 成員的選擇 2-2 題目的選擇 2-3 資料的蒐集	5		
(三)專題實作準備	3-1 設計構想 3-2 設計圖的繪製 3-3 材料的準備	5		
(四)專題實作實務-1	4-1 實作	9		
(五)專題實作實務-2	5-1 進度報告	9		
(六)書面資料撰寫	6-1 專題報告格式 6-2 專題報告撰寫要領	5		
(七)書面觀摩	7-1 專題報告範例	4		
(八)簡報製作	8-1 簡報製作	6		
(九)口頭報告	9-1 各組口頭報告	6		
合計		54		
學習評量 (評量方式)	1. 指定作業成績。 2. 多元評量成績。			
教學資源	選用教育部審定合格之教科書與自編教材			
教學注意事項	1. 教學方法：以課堂講授為主，任課教師除講解相關之課程內容外，應於課堂上實際演算部分例題，以幫助學生瞭解課程內容。 2. 教學評量 (1) 總結性評量、形成性評量並重。 (2) 掌握學生學習成效，作為教學改進參考。			

表 11-2-4-2 校訂實習科目教學大綱

科目名稱	中文名稱	創意商品行銷企劃		
	英文名稱	Creativity Merchandise Marketing		
師資來源	內聘			
科目屬性	校訂選修 實習科目			
科目來源	學校自行規劃			
學生圖像	學習力、創新力、整合力、溝通力、行動力			
適用科別	電子商務科			
	2			
	000020 第三學年第一學期			
建議先修科目	無			
教學目標 (教學重點)	<ol style="list-style-type: none"> 1. 瞭解行銷在商業活動中所佔的地位和重要性。 2. 分析行銷環境和消費者購買行為。 3. 瞭解市場區隔與選擇目標市場。 4. 瞭解產品、價格、推廣通路規劃與決策。 5. 瞭解各種溝通與推廣策略。 6. 瞭解各種行業的行銷方式。 7. 瞭解行銷的方法。 8. 法治教育議題融入，培養學生合法行銷觀念，倡導誠信營銷，引導學生理解法規對營銷活動的指導作用。 9. 科技教育議題融入，科技教育豐富創意行銷課程，促進學生掌握最新數位工具，拓展行銷渠道，創新營銷策略，提高行銷效率。 10. 資訊教育議題融入，資訊教育促進學生了解市場趨勢，運用資料分析與數位技能，創造創新行銷策略，提升行銷效能，擴大行銷範圍。 11. 多元文化教育議題融入，多元文化教育有助於理解不同文化消費者需求，創造更具包容性的行銷策略，促進國際市場的開拓。 12. 閱讀素養教育議題融入，閱讀素養教育有助於理解消費者需求、品牌訊息，提升行銷溝通效果和創意營銷策略的構思能力。 			
議題融入	電子商務科：海洋教育、品德教育、法治教育、科技教育、資訊教育、多元文化教育、閱讀素養教育			
教學內容				
主要單元(進度)	內容細項	分配節數	備註	
(一)行銷觀念及其演進	1. 行銷的意義與範圍 2. 行銷的重要產與觀念 演進、對社會的影響	3		
(二)行銷環境及其變遷對行銷工作的影響	行銷環境的分析、個體環境對行銷工作的影響及總體環境對行銷工作的影響	4		
(三)顧客與市場分析	市場結構分析、消費者市場與組織市場的顧客分析	5		
(四)行銷目標與行銷組合	目標市場、市場區隔、STP、SWOT分析	5		
(五)產品管理	產品概論、產品策略、產品生命週期模式、新產品開發。	5		
(六)價格管理	價格的決策的決定因表、基本定價方法、價格競爭策略、訂價與經濟分析。	5		
(七)推廣管理-促銷、人員銷售、公共關係	推廣的基本概念、促銷人員銷售、公共關係	5		
(八)廣告	廣告的意義、廣告的類型、廣告的決策與管理	4		
合計		36		
學習評量 (評量方式)	紙筆測驗、閱讀心得、期末報告、上課討論及心得分享。			
教學資源	<ol style="list-style-type: none"> 1. 市售教材。 2. 教師自編教材。 			

教學注意事項	<ol style="list-style-type: none">1. 教學方法:<ol style="list-style-type: none">(1) 重視基本觀念的講授，使學生容易瞭解行銷的意義。(2) 理論應配合實務應用情形，以提昇學生學習興趣。(3) 依學生差異，適時調整課程內容。2. 教學評量：配合課程進度，進行單元評量及綜合評量，以掌握教學績效，並督促學生達成學習目標。3. 依據評量結果、改進教材、教法、實施補救或增廣教學。4. 教學時運用創意並利用各項教學設備及多媒體，以提升學習興趣。5. 充分利用圖書館的報章及雜誌，以為學生閱讀商業知識，例如：商業周刊、今周刊、天下雜誌、工商時報周一的華爾街日報摘要、工商時報及經濟日報等。6. 美國youtube各種商業行銷廣告、國內國外各項廣告比賽得獎書籍及廣告、雜誌內廣告及各項入口網站的廣告等。7. 鼓勵學生以報告或表演或作業方式蒐集資料及呈現學習成果，若能至銷售地點作實地的觀察、訪談紀錄等更佳。8. 零售的行銷技能介紹，加強學生行銷口才以及表達能力之訓練，以利學生就業之準備。
--------	--

表 11-2-4-3 校訂實習科目教學大綱

科目名稱	中文名稱	數位行銷實務		
	英文名稱	Digital Marketing Practice.		
師資來源	內聘			
科目屬性	校訂選修 實習科目			
科目來源	學校自行規劃			
學生圖像	學習力、創新力、行動力			
適用科別	電子商務科			
	4			
	000022 第三學年			
建議先修科目	無			
教學目標 (教學重點)	<p>體的數位化程度越來越高，透過網路的商業交易也越來越頻繁，消費者接觸媒體的管道也越來越多元，如何運用科技來協助行銷，也就越來越顯得重要。本課程的目標設定在讓學生先了解數位行銷與媒體的本質與技術現況，再讓學生實際操作一個小型的數位媒體專案，建立基本的數位廣告的概念與經驗。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 數位行銷與廣告的基本概念 2. 廣告受眾與數位內容經營概要 3. 台灣數位媒體現況 4. Facebook 內容經營實作 5. GOOGLE 關鍵字廣告實作 6. APP行銷實作 7. O to O 模式運作 8. LINE實作 9. 法治教育議題融入，法治教育促進了解數位行銷法規，建立合法合規的行銷策略，強調誠信和責任，維護品牌形象和消費者權益。 10. 科技教育議題融入，科技教育強調數位工具與應用知識，數位行銷強調線上宣傳、資料分析和跨平臺整合，兩者皆融合創新科技提升行銷效果。 11. 資訊教育議題融入，資訊教育培養數位工具與資料理解能力，數位行銷課程著重利用資訊科技進行行銷策略與資料分析，促進運用科技優勢進行線上行銷。 			
議題融入	電子商務科：品德教育、法治教育、科技教育、資訊教育、生涯規劃教育			
教學內容				
主要單元(進度)	內容細項	分配節數	備註	
(一)數位行銷好好玩	1. 何謂數位行銷。 2. 數位行銷發展趨勢、數位行銷工具。	6		
(二)數位行銷案例	1. 數位行銷案例介紹。 2. 數位行銷策略。	6		
(三)社群行銷	1. 社群網站與社群行銷概述。 2. 社群行銷案例。	8		
(四)臉書粉絲專頁操作	1. 申請帳號、建立粉絲專頁。 2. 粉絲專頁外觀美化(大頭貼、封面照片、「關於」我)。 3. 後台設定。 4. 如何貼文(多型態的發文方式)。 5. 在粉絲專頁新增商店專區。 6. 臉書粉絲專頁洞察報告。 7. 臉書廣告-加強推廣貼文。 8. 社群行銷之王-全聯。 9. 粉絲專頁的經營管理範例。	8		
(五)Google關鍵字廣告	1. 搜尋聯播網廣告。 2. 多媒體廣告聯播網。 3. Google AdWords關鍵字廣告操作。 4. 建立AdWords帳戶。 5. AdWords帳戶架構。	8		

	6. Google AdWords關鍵字廣告操作。 7. 計算廣告預算。 8. 選擇關鍵字(關鍵字規劃工具)。 9. Google AdWords關鍵字廣告操作。 10. 設定廣告活動。 11. 廣告文案。		
(六)行動商務	行動商務的意義、趨勢、商機	8	
(七)App行銷	App行銷運用、成功案例	8	
(八)O2O行銷模式	1. O2O商業模式介紹 2. O2O行銷案例。 2. O2O行銷案例。	6	
(九)Line@生活圈	1. Line@生活圈介紹、Line行銷案例。 2. Line@帳號登入與管理、Line生活圈。 3. Line@訊息傳送管理、主頁設定、優惠券	6	
(十)學習實作報告	成果報告	8	
合 計		72	
學習評量 (評量方式)	1. 除學校規定筆試及作業成績外，宜考核學生實習操作技巧、熟練程度及決策力，作為平時與段考的成績。 2. 實作報告。 3. 學習態度		
教學資源	1. 課程相關市售教材。 2. 課程相關網路資源。 3. 教師整合自編教材。		
教學注意事項	1. 教學方法： (1) 本科目為專業科目、實習科目。 (2) 以學生既有知識或經驗為基礎，說明生活上的應用實例以引起學習動機。 (3) 隨時提供學生相關新知，以符合現代生活的應用。 (4) 可採個別學習、小組合作學習或全班團體學習來完成一個完整的數位行銷專案。 2. 教學資源補充說明： (1) 實習電腦網路教室、廣播教學設備、相關教學參考圖片、媒體等。 (2) 為避免軟體取得價格昂貴，宜選用自由軟體或免費軟體做為教學資源。 (3) 學校宜將相關自由軟體或免費軟體儲存於校園網站，供學生自由下載；或由學校製作光碟提供給學生回家安裝練習。 3. 教學相關配合事項： 教導學生尊重智慧財產權，選用自由軟體或免費軟體可讓學生一方面取得軟體容易，另一方面更瞭解軟體授權的觀念。		

表 11-2-4-4 校訂實習科目教學大綱

科目名稱	中文名稱	新零售案例與實務		
	英文名稱	New retail case study and practices		
師資來源	內聘			
科目屬性	校訂選修 實習科目			
科目來源	群科中心學校公告—校訂參考科目			
學生圖像	創新力、溝通力、行動力			
適用科別	電子商務科			
	4			
	000022 第三學年			
建議先修科目	無			
教學目標 (教學重點)	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解何為「新零售」的定義。 2. 了解「新零售」模式對傳統企業與消費者的衝擊與影響。 3. 了解 O2O、物流、大數據分析與「新零售」發展的新關係。 4. 了解「新零售」的商業經營模式帶來的新商機。 5. 了解各國「新零售」發展的現況與案例解析。 6. 法治教育議題融入，強調法規遵循，促進學生了解法律風險和合規營運。 7. 安全教育議題融入，應考量社會責任，提升品牌形象及對社會的影響。 8. 多元文化教育議題融入，有助於新零售課程理解不同文化需求，促進跨文化溝通與產品定位。 9. 閱讀素養教育議題融入，有助理解市場報告、消費者評論，協助他們做出購物決策和對新零售趨勢的理解。 			
議題融入	電子商務科：人權教育、品德教育、法治教育、資訊教育、安全教育、生涯規劃教育、多元文化教育、閱讀素養教育			
教學內容				
主要單元(進度)	內容細項	分配節數	備註	
(一)「新零售」基本概念【一】	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解何為「新零售」。 2. 了解「新零售」的商業模式。 	9		
(二)「新零售」基本概念【二】	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解「新零售」模式對傳統企業的衝擊。 2. 了解「新零售」模式對消費者的影響。 	9		
(三)「新零售」建立新關係【一】	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解O2O與「新零售」的整合應用。 2. 了解物流與「新零售」的整合應用。 	9		
(四)「新零售」建立新關係【二】	了解大數據分析對「新零售」的重要性。	9		
(五)「新零售」帶來新商機【一】	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解「新零售」的商業經營模式。 2. 了解「新零售」的經營與行銷策略。 	9		
(六)「新零售」帶來新商機【二】	了解「新零售」帶來的全新商機。	9		
(七)「新零售」案例解析【一】	解析各國「新零售」的成功案例。	9		
(八)「新零售」案例解析【二】	了解「新零售」成功案例的經營與行銷策略。	9		
合計		72		
學習評量 (評量方式)	<ol style="list-style-type: none"> 1. 除學校規定筆試及作業成績外，宜考核學生實習操作技巧、熟練程度及決策力，作為平時與段考的成績。 2. 評量方式除傳統的是非、選擇外，宜多增加問答題，以增進學生思考的溝通力。 			
教學資源	1. 課程相關市售教材。 2. 課程相關網路資源。 3. 教師整合自編教材。			
教學注意事項	1. 教學方法：(1)本科目為專業科目、實習科目。(2)以學生既有知識或經驗為基礎，說明生活上的應用實例以引起學習動機。(3)隨時提供學生相關新知，以符			

合現代生活的應用。(4)可採個別學習、小組合作學習或全班團體學習來完成一個完整的多媒體專案。

2. 教學資源補充說明：(1)實習電腦網路教室、廣播教學設備、相關教學參考圖片、媒體等。(2)為避免軟體取得價格昂貴，宜選用自由軟體或免費軟體做為教學資源。(3)學校宜將相關自由軟體或免費軟體儲存於校園網站，供學生自由下載；或由學校製作光碟提供給學生回家安裝練習。

3. 教學相關配合事項：(1)教導學生尊重智慧財產權，選用自由軟體或免費軟體可讓學生一方面取得軟體容易，另一方面更瞭解軟體授權的觀念。(2)目前自由軟體或免費軟體在市場及業界佔有率雖不高，但教學與商業應用仍屬不同領域，且軟體改版迅速，教學無法百分之百滿足業界，宜強調軟體功能與文件製作的一致性觀念，才能適用於各種軟體。

表 11-2-4-5 校訂實習科目教學大綱

科目名稱	中文名稱	行動商務實務		
	英文名稱	Mobile Commerce Practice		
師資來源	內聘			
科目屬性	校訂選修 實習科目			
科目來源	學校自行規劃			
學生圖像	學習力、創新力、溝通力、行動力			
適用科別	電子商務科			
	2			
	000002 第三學年第二學期			
建議先修科目	無			
教學目標 (教學重點)	<p>一、描述電子商務應用架構、電子商務商業模式及其最佳實務。</p> <p>二、規劃設計微型事業電子商店之模擬。</p> <p>三、建立正確電子商務應用方式。</p> <p>四、建立行動商務實務的學習興趣。</p> <p>五、法治教育議題融入，法治教育幫助學生了解在行動商務行銷中的合法規定與商業倫理，促進合法合規的行銷實踐。</p> <p>六、科技教育議題融入，有助於瞭解行動商務行銷的數位工具與趨勢，提升其在數位行銷領域的競爭力。</p> <p>七、資訊教育議題融入，掌握行動商務行銷所需的資料分析、網路行銷策略和數位銷售技巧，提升市場競爭優勢。</p>			
議題融入	電子商務科：性別平等教育、人權教育、環境教育、品德教育、法治教育、科技教育、資訊教育			
教學內容				
主要單元(進度)	內容細項	分配節數	備註	
(一)電子商務與商業模式	<ol style="list-style-type: none"> 1. 電子商務架構。 2. 電子商務商業模式。 3. 電子商務策略發展。 4. B to C 電子商務。 5. C to C 電子商務。 6. B to B 電子商務。 	9		
(二)企業資源規劃	<ol style="list-style-type: none"> 1. 企業電子化。 2. 企業資源規劃。 3. 供應鏈管理。 4. 顧客關係管理。 5. 知識管理與e-Learning。 	9		
(三)網路行銷	<ol style="list-style-type: none"> 1. 網路行銷的意義。 2. 網路行銷的發展。 3. 網路廣告與關鍵字廣告。 4. 網路安全性。 	9		
(四)電子商務實務	<ol style="list-style-type: none"> 1. 電子商務案例。 2. 電子商務平台。 3. 電子商店管理。 4. 電子商店規劃設計。 5. 電子商店軟體操作實務。 6. 綜合練習。 	9		
合計		36		
學習評量 (評量方式)	<ol style="list-style-type: none"> 1. 平時評量40%，含課堂表現、回答問題、認真聽講、練習、出缺勤狀況、主動參與分組討論、按時繳交作業。 2. 個人報告、學習單評量、期末分組成果發表評量60%。 3. 學生分組討論，分工合作，團體合作評量。 4. 學習單評量、期末成果發表評量。 			
教學資源	<ol style="list-style-type: none"> 1. 實例介紹，多媒體教學，教學活潑化。 2. 行動商務相關專業書籍。 3. 網路相關議題影音資源，探討行動商務現況與議題。 			

	<ol style="list-style-type: none">4. 補充講義、學習單。4. 電腦教室或使用行動裝置。5. 電子商務專業組織參觀與訪談。
教學注意事項	<ol style="list-style-type: none">1. 依實務情形進行小組討論，提升學習興趣。2. 示範及練習電子商店規劃與設計的技巧，提高就業能力。3. 安排參觀企業或大學電子商務中心，引導擷取專家思考、接近實務社群、專業社群的機會。4. 培養報告能力，進行報告分享。

表 11-2-4-6 校訂實習科目教學大綱

科目名稱	中文名稱	電子商務實務		
	英文名稱	Electronic Commerce Practice		
師資來源	內聘			
科目屬性	校訂選修 實習科目			
科目來源	學校自行規劃			
學生圖像	學習力、創新力、整合力、行動力			
適用科別	電子商務科			
	2			
	000020 第三學年第一學期			
建議先修科目	無			
教學目標 (教學重點)	<p>本課程主要介紹電子商務實務的歷程及現狀，針對商業模式分析C2B、B2C、B2B、C2C等實務。電子商務所跨領域是多元豐富的，其中將會探討法規、物流、商流、金流、資訊流、人才流、設計流及最新資訊科技等議題，用以培養學生對電子商務實務的認知並引發其對未來的規劃。</p> <p>1. 法治教育議題融入，法治教育融入電子商務行銷課程，強調了解法律法規對於電子商務經營的規範，培養合法合規經營意識。</p> <p>2. 科技教育議題融入，科技教育融入電子商務行銷課程，幫助了解數位科技工具與趨勢，提升其在電子商務領域的競爭優勢。</p> <p>3. 資訊教育議題融入，促進學生掌握資料分析、網路行銷策略及電子商務品牌推廣的相關知識，提升競爭力。</p>			
議題融入	電子商務科：性別平等教育、人權教育、品德教育、法治教育、科技教育、資訊教育、生涯規劃教育			
教學內容				
主要單元(進度)	內容細項	分配節數	備註	
(一)電子商務的基本概念	1. 定義 2. 架構 3. 演進及發展	2		
(二)營運模式	1. B2B2C模式 2. B2B模式 3. C2C模式 4. C2B模式 5. B2G模式	4		
(三)EC構面簡介	1. 商流 2. 金流 3. 物流 4. 資訊流 5. 設計流 6. 服務流 7. 人才流	4		
(四)EC付款與交易安全機制	1. 電子支付系統簡介 2. 電子支付常見模式 3. 網路安全與犯罪模式 4. 資訊安全 5. 電子商務交易安全機制	4		
(五)EC網站的建立與成效評估	1. 網站製作 2. 電商網站成效評估	4		
(六)行動商務	1. 基本架構介紹 2. 行動商務的創新應用 3. LBS 4. RFID 5. NFC 6. QR Code 7. TSM 8. HCE	4		

(七)企業電子化與企業資源規劃	1. 介紹企業電子化 2. 人機整合的呈現 3. 資訊系統的應用 4. 網路科技的結合 5. 企業願景	4	
(八)顧客關係管理架構	1. 聯絡潛在客戶 2. 客戶獲取 3. 轉換 4. 客戶維繫 5. 客戶忠誠度	3	
(九)知識管理與數位學習	1. 知識管理簡介 2. 知識管理運作流程 3. 數位學習的簡介與類型	3	
(十)社群行銷實務	1. 社群網路的發展 2. 社群行銷類型探討	2	
(十一)電子商務的法律與未來發展	1. 電子商務與智慧財產權相關法規 2. 創新科技應用與發展 3. 大數據與電子應用	2	
合 計		36	
學習評量 (評量方式)	1. 個人簡報作業 2. 分組討論與報告 3. 平台開店利潤評比		
教學資源	1. 實習電腦網路教室及廣播教學設備。 2. 相關教學參考圖片、視訊等。		
教學注意事項	1. 提醒學生文字、影像等著作權問題。 2. 加入各項網路資訊安全與法律相關議題。 3. 善用CC資源。		

表 11-2-4-7 校訂實習科目教學大綱

科目名稱	中文名稱	商品攝影與錄影		
	英文名稱	Commercial Photography and Video Practice		
師資來源	內聘			
科目屬性	校訂選修 實習科目			
科目來源	群科中心學校公告—校訂參考科目			
學生圖像	學習力、創新力、溝通力、行動力			
適用科別	電子商務科			
	2			
	020000 第一學年第二學期			
建議先修科目	無			
教學目標 (教學重點)	<p>一、描述商品攝影的內涵及美學表現，並實際示範攝影技巧。</p> <p>二、理解影像表達的概念，建立攝影與設計實務的整合能力。</p> <p>三、遵守電腦教室的使用規定。</p> <p>四、遵守攝錄影設備器材的使用規定。</p> <p>五、遵守智慧財產權的法令規定</p> <p>六、法治議題融入，強調尊重智慧財產權、遵守廣告規章，提倡合法、誠實、尊重的行銷宣傳。</p> <p>七、科技教育議題融入，強調數位影像技術應用、後製軟體操作、與商品行銷相關之多媒體製作技能。</p> <p>八、資訊教育議題融入，強調數位工具應用、資料管理、多媒體技術與視覺傳播，有助於提升學生在商品行銷領域的專業能力。</p>			
議題融入	電子商務科：性別平等教育、人權教育、環境教育、海洋教育、品德教育、生命教育、法治教育、科技教育、資訊教育、戶外教育			
教學內容				
主要單元(進度)	內容細項	分配節數	備註	
(一)相機及攝影觀念與技術介紹	1. 相機、攝影機原理的認識。 2. 相機、攝影機的種類介紹。 3. 相機、攝影機操作實作	2		
(二)簡易攝影棚建置及拍攝	1. 簡易攝影棚建置及情境佈置。 2. 打光技巧。 3. 因應產品特性去決定拍攝時產品的擺位、角度和拍攝方法。	4		
(三)數位影像處理	Photoshop後製商品圖像之實用技巧使用，如調整亮度、裁切、去背…等。	6		
(四)商品拍攝及修圖技術應用	1. 商品拍照作品構思。 2. 商品拍照作品拍攝。 3. 商品拍照作品後製。 4. 商品拍照作品發表。	6		
(五)影音剪輯軟硬體設備介紹	1. 影音剪輯軟硬體設備簡介。 2. 影音剪輯硬體操作。 3. 影音剪輯軟體操作。	6		
(六)非線性剪輯軟體介紹	1. 影片的擷取與匯入。 2. 媒體素材的編輯。 3. 視覺特效。 4. 標題字幕。 5. 視訊編輯。 6. 音訊編輯。 7. 覆疊合成。 8. 剪輯與後製的技能。 9. 影音光碟基本認識。 10. 影音光碟製作流程。	6		

(七)影片拍攝及剪輯技術應用	1. 影片作品構思。 2. 影片作品拍攝。 3. 影片作品剪輯。 4. 影片作品發表。	6	
合 計		36	
學習評量 (評量方式)	1. 平時上課態度與出缺勤狀況，為評定平時成績依據。 2. 參與實作，進行實機操作評量。 3. 期末作品成果發表。		
教學資源	1. 電腦影像繪圖及影音剪輯相關書籍，攝錄影工具書。 2. 網路相關議題影音資源。 3. 電腦教室及使用行動裝置。 4. 專業攝錄影器材。		
教學注意事項	1. 優秀作品欣賞、實作練習。 2. 收集資料與提出平面廣告、影片創作理念。 3. 進行小組討論，提升學習興趣。 4. 電腦多媒體繪圖軟體及影音剪輯軟體完成期末影片作品。 5. 實作拍攝、後製及剪輯，體驗團隊合作的重要。		

表 11-2-4-8 校訂實習科目教學大綱

科目名稱	中文名稱	文案美學設計		
	英文名稱	Copywriting Aesthetics Design Practice		
師資來源	內聘			
科目屬性	校訂選修 實習科目			
科目來源	群科中心學校公告—校訂參考科目			
學生圖像	學習力、創新力、溝通力、行動力			
適用科別	電子商務科			
	2			
	200000 第一學年第一學期			
建議先修科目	無			
教學目標 (教學重點)	<p>一、描述文案美學設計的內涵。</p> <p>二、理解內容畫面設計及美學的編排概念。</p> <p>三、練習編輯有效且具有影響的多媒體文案的能力。</p> <p>四、遵守電腦教室的使用規定。</p> <p>五、遵守智慧財產權的法令規定。</p> <p>六、法治教育議題融入，重視言論自由與公平準則，促進學生對法律、倫理與創意表達的認識與尊重。</p> <p>七、科技教育議題融入，數位創意工具應用、視覺設計原則及多媒體互動，提升學生科技素養與美學審美觀。</p> <p>八、資訊教育議題融入，強調數位創意工具運用、設計美感與視覺傳達，培養跨領域素養與資訊素養。</p>			
議題融入	電子商務科：性別平等教育、人權教育、環境教育、品德教育、生命教育、法治教育、科技教育、資訊教育、生涯規劃教育、戶外教育			
教學內容				
主要單元(進度)	內容細項	分配節數	備註	
(一)課程介紹，文案設計美學基本概念	1. 文案美學設計基本概念。 2. 美學的意義、範圍與本質。 3. 文案的基本架構	9		
(二)設計基礎與美學	1. 中西方美學的歷程與發展。 2. 視覺傳達設計與美。 3. 產品設計與美。 4. 環境設計與美。 5. 多媒體設計與美。	9		
(三)設計實務與美學案例分析	1. 設計實務探討。 2. 活動主題命名與發想。 3. 電商文案撰寫技巧。 4. 優良文案設計範例探討。	9		
(四)文案設計實作	1. 文案設計實作指導。 2. 文案設計作品成果發表。	9		
合計		36		
學習評量 (評量方式)	<p>1. 平時評量40%，含課堂表現、回答問題、認真聽講、出缺勤狀況、主動參與分組討論、按時繳交作業。</p> <p>2. 個人報告、學習單評量、期末分組成果發表評量60%。</p> <p>3. 學生分組討論，分工合作，團體合作評量。</p> <p>4. 學習單評量、期末作品成果發表評量。</p> <p>5. 學習單設計及文案設計作品分組報告。</p>			
教學資源	<p>1. 文案美學設計實務演練規劃與設計相關專業書籍。</p> <p>2. 網路相關議題影音資源。</p> <p>3. 補充講義、學習單。</p> <p>4. 電腦教室或使用行動裝置。</p>			
教學注意事項	<p>1. 進行講授、問答與對話引導、經驗分享。</p> <p>2. 進行觀摩佳作、合作學習。</p> <p>3. 進行實作</p>			

表 11-2-4-9 校訂實習科目教學大綱

科目名稱	中文名稱	網頁程式設計		
	英文名稱	Practice Web Page design		
師資來源	內聘			
科目屬性	校訂選修 實習科目			
科目來源	群科中心學校公告—校訂參考科目			
學生圖像	創新力、溝通力、行動力			
適用科別	電子商務科			
	4			
	000022 第三學年			
建議先修科目	無			
教學目標 (教學重點)	<ol style="list-style-type: none"> 1. 瞭解網際網路的時代意義。 2. 了解網頁設計軟體的基本功能。 3. 學習設計網頁的基本觀念和技巧。 4. 瞭解並能使用Dreamweaver 設計網頁。 5. 能配合Flash、Photoshop 等相關軟體設計網頁。 6. 能架設網站，藉此展現網頁設計的成果。 7. 法治教育議題融入，強調網路倫理、資訊法制觀念、資訊安全意識，培養網路專業倫理與法規意識。 8. 科技教育議題融入，著重數位工具應用、程式語言知識、互動設計觀念，培養學生多元創新思維及技術能力。 9. 資訊教育議題融入，重視資訊素養、程式語言應用、數位內容創作，培養學生結合科技及設計概念，發展跨領域解決問題的能力。 			
議題融入	電子商務科：品德教育、法治教育、科技教育、資訊教育、生涯規劃教育			
教學內容				
主要單元(進度)	內容細項	分配節數	備註	
(一)網頁的發展	新媒體藝術、網頁設計與視覺文化	4		
(二)HTML語法介紹	HTML語法介紹，標籤的使用	8		
(三)建立網站	網站規劃、設計與管理。	6		
(四)網頁軟體介紹	學習Dreamweaver 設計網頁軟體的基本功能	6		
(五)多媒體處理	網頁影像與多媒體處理	6		
(六)文字排版	網頁文字編輯排版	6		
(七)表格排版	表格的使用	6		
(八)版面規劃	網頁版面規劃與資料編排	6		
(九)CSS樣式	CSS 樣式網頁美化技巧	6		
(十)圖層與行為	圖層與行為在網頁上的應用	6		
(十一)網站測試	多元化頁框設計與網站測試	6		
(十二)進階應用	網頁設計的進階技巧等重要技能	6		
合計		72		
學習評量 (評量方式)	1. 指定作業成績。 2. 多元評量成績。			
教學資源	1. 市售教材。 2. 教師自編教材。			
教學注意事項	<ol style="list-style-type: none"> 1. 教學方法：以課堂講授為主，任課教師除講解相關之課程內容外，應於課堂上實際演算部分例題，以幫助學生瞭解課程內容。 2. 教學評量 (1)總結性評量、形成性評量並重。(2)掌握學生學習成效，作為教學改進參考。 			

表 11-2-4-10 校訂實習科目教學大綱

科目名稱	中文名稱	經濟分析實務		
	英文名稱	Economic Analysis Practice		
師資來源	內聘			
科目屬性	校訂選修 實習科目			
科目來源	群科中心學校公告—校訂參考科目			
學生圖像	學習力、創新力、整合力			
適用科別	電子商務科			
	4			
	000022 第三學年			
建議先修科目	無			
教學目標 (教學重點)	<p>一、總結台灣產業的發展對整體經濟的影響。</p> <p>二、能描述相關市場結構特性與廠商行為。</p> <p>三、分辨個案瞭解廠商行為、產業結構及其經濟績效，強化學生相關分析能力與實務瞭解。</p> <p>四、多元文化教育議題融入，強調全球市場影響、國際貿易條件，培養學生跨文化與國際經濟視野。</p> <p>五、閱讀素養議題教育融入，培養學生批判性思考、資訊辨識與閱讀經濟資料能力，強化學習經驗與知識應用。</p> <p>六、國際教育教育議題融入，強調全球市場趨勢、貿易政策與國際經濟影響，培養跨文化溝通與國際競爭能力。</p>			
議題融入	電子商務科：多元文化教育、閱讀素養教育、國際教育			
教學內容				
主要單元(進度)	內容細項	分配節數	備註	
(一)緒論	1. 經濟學的發展。 2. 經濟學的研究目的。 3. 經濟學的內容與研究方法。	4		
(二)廠商理論	1. 廠商的出現與發展。 2. 廠商的規模大小。 3. 現代的企業組織。 4. 廠商經營績效的衡量。	4		
(三)產業與市場	1. 市場與產業。 2. 產品的性質與市場的範圍。 3. 產業與市場的分類。	4		
(四)台灣的產業發展及其結構	1. 大規模企業對整體經濟的影響。 2. 台灣產業的發展及結構的變化。	4		
(五)產業結構的決定因素	1. 廠商的加入與退出。 2. 加入障礙的因素。	4		
(六)完全競爭市場結構	1. 完全競爭市場的特質。 2. 完全競爭廠商的行為。 3. 完全競爭市場的優缺、缺點。 4. 完全競爭市場與價格機能。	4		
(七)獨占市場結構	1. 獨占市場的特質。 2. 獨占廠商的行為。 3. 獨占市場的優缺、缺點。 4. 獨占市場與價格機能。	4		
(八)差別取價	1. 差別取價的目的。 2. 差別取價的種類。	4		
(九)獨占性競爭市場結構	1. 獨占性競爭市場的特質。 2. 獨占性競爭廠商的行為。 3. 獨占性競爭市場的優缺、缺點。 4. 獨占性競爭市場與價格機能。	4		
(十)寡占市場結構：領導性廠商	1. 領導廠商的寡占市場。 2. 領導廠商的行為。	4		

(十一)寡占市場結構：合作	1. 卡特爾的形成因素。 2. 公平交易法對聯合行為的規範。	4	
(十二)寡占市場結構：非合作	1. 價格領導。 2. 市場佔有率模型。 3. 寡佔市場的經濟績效。	4	
(十三)廠商的價格行為	1. 成本加成訂價法。 2. 傾鎖。 3. 其他訂價法。	4	
(十四)廠商的價格策略	1. 目標價格訂價法。 2. 降低生產成本	4	
(十五)整合與多角化	1. 企業多角化。 2. 水平與垂直整合。 3. 複式整合與集團企業。	4	
(十六) 整合與多角化	1. 國內外企業合併。 2. 策略聯盟。	4	
(十七)市場結構與經濟績效	1. 廠商規模與創新。 2. 市場結構與創新。	4	
(十八)廣告與競爭	1. 廣告與產業結構。 2. 廣告與利潤率。	4	
合 計		72	
學習評量 (評量方式)	1. 平時成績40%：筆記、作業、平時考試、分組討論及發表 2. 定期評量：期中考30%，期末考30%		
教學資源	教學時教材內容之難易，應適合學生程度，運用創意並利用各項教學設備及媒體，避免艱深晦澀而降低學生學習意願。		
教學注意事項	一、教材編選 編輯教材時，內容之選擇與次序之安排，應參照教材大綱之內涵，並符合課程目標。 二、教學方法 教學除研討經濟有關之基本知識外，尤須培養學生職業道德觀念，並培養學生積極進取之學習態度。 三、教學相關配合事項 編寫教材時，宜多引用國內、外較新之相關資料，以免內容太過陳舊與現實脫節。		

表 11-2-4-11 校訂實習科目教學大綱

科目名稱	中文名稱	數位影像實務		
	英文名稱	Digital Marketing Practice		
師資來源	內聘			
科目屬性	校訂選修 實習科目			
科目來源	群科中心學校公告—校訂參考科目			
學生圖像	創新力、行動力			
適用科別	電子商務科			
	4			
	000022 第三學年			
建議先修科目	無			
教學目標 (教學重點)	<p>媒體的數位化程度越來越高，透過網路的商業交易也越來越頻繁，消費者接觸媒體的管道也越來越多元，如何運用科技來協助行銷，也就越來越顯得重要。本課程的目標設定在讓學生先了解數位行銷與媒體的本質與技術現況，再讓學生實際操作一個小型的數位媒體專案，建立基本的數位廣告的概念與經驗。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 數位行銷與廣告的基本概念 2. 廣告受眾與數位內容經營概要 3. 台灣數位媒體現況 4. Facebook 內容經營實作 6. GOOGLE 關鍵字廣告實作 7. APP行銷實作 8. 0 to 0模式運作 9. LINE實作 <p>議題融入：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 法治教育議題，重視著作權、隱私權等議題，強調合法使用、內容創作責任及數位倫理觀念培養。 2. 科技教育議題，重視視訊製作技能、多媒體應用及數位素養，培養學生科技創新能力與數位媒體素養。 3. 資訊教育議題，強調數位工具應用、媒體素養與數位技能培養，讓學生具備有效使用和表現資訊的能力。 			
議題融入	電子商務科：品德教育、法治教育、科技教育、資訊教育			
教學內容				
主要單元(進度)	內容細項	分配節數	備註	
(一)數位行銷好好玩	1. 何謂數位行銷。 2. 數位行銷發展趨勢、數位行銷工具。	5		
(二)數位行銷案例	1. 數位行銷案例介紹。 2. 數位行銷策略。	5		
(三)社群行銷	1. 社群網站與社群行銷概述。 2. 社群行銷案例	5		
(四)臉書粉絲專頁操作	1. 建立粉絲專頁。 2. 粉絲專頁外觀美化(大頭貼、封面照片、「關於」我)。 3. 後台設定。 4. 如何貼文(多型態的發文方式)。 5. 在粉絲專頁新增商店專區。 6. 臉書粉絲專頁洞察報告。 7. 臉書廣告-加強推廣貼文。 8. 社群行銷之王-全聯。 9. 粉絲專頁的經營管理範	9		
(五)Google關鍵字廣告	1. 搜尋聯播網廣告。 2. 多媒體廣告聯播網。 3. Google AdWords關鍵字廣告操作。 4. 建立AdWords帳戶。 5. AdWords帳戶架構。 6. Google AdWords關鍵字廣告操作。	9		

	7. 計算廣告預算。 8. 選擇關鍵字(關鍵字規劃工具)。 9. Google AdWords關鍵字廣告操作。 10. 設定廣告活動。 11. 廣告文案。		
(六)行動商務	行動商務的意義	5	
(七)App行銷	App行銷運用、成功案例	8	
(八)O2O行銷模式	1. O2O商業模式介紹 2. O2O行銷案例。 2. O2O行銷案例。	8	
(九)Line@生活圈	1. Line@生活圈介紹、Line行銷案例。 2. Line@帳號登入與管理、Line生活圈。 3. Line@訊息傳送管理、主頁設定、優惠券。	9	
(十)學習實作報告	成果報告	9	
合計		72	
學習評量 (評量方式)	1. 除學校規定筆試及作業成績外，宜考核學生實習操作技巧、熟練程度及決策力，作為平時與段考的成績。 2. 實作報告。 3. 學習態度		
教學資源	1. 課程相關市售教材。 2. 課程相關網路資源。 3. 教師整合自編教材。		
教學注意事項	1. 教學方法：(1)本科目為專業科目、實習科目。(2)以學生既有知識或經驗為基礎，說明生活上的應用實例以引起學習動機。(3)隨時提供學生相關新知，以符合現代生活的應用。(4)可採個別學習、小組合作學習或全班團體學習來完成一個完整的數位行銷專案。 2. 教學資源補充說明：(1)實習電腦網路教室、廣播教學設備、相關教學參考圖片、媒體等。(2)為避免軟體取得價格昂貴，宜選用自由軟體或免費軟體做為教學資源。(3)學校宜將相關自由軟體或免費軟體儲存於校園網站，供學生自由下載；或由學校製作光碟提供給學生回家安裝練習。 3. 教學相關配合事項：(1)教導學生尊重智慧財產權，選用自由軟體或免費軟體可讓學生一方面取得軟體容易，另一方面更瞭解軟體授權的觀念。(2)目前自由軟體或免費軟體在市場及業界佔有率雖不高，但教學與商業應用仍屬不同領域，且軟體改版迅速，教學無法百分之百滿足業界，宜強調軟體功能與文件製作的一致性觀念，才能適用於各種軟體。		

表 11-2-4-12 校訂實習科目教學大綱

科目名稱	中文名稱	商業經營實務		
	英文名稱	Business Management Practice		
師資來源	內聘			
科目屬性	校訂選修 實習科目			
科目來源	學校自行規劃			
學生圖像	學習力、創新力、整合力、行動力			
適用科別	電子商務科			
	4			
	000022 第三學年			
建議先修科目	無			
教學目標 (教學重點)	<p>一、舉例說明各類型中小商店之經營實務。</p> <p>二、解釋商業經營內容及內涵。</p> <p>三、理解現代商業實際運作之系統、程序及作業方法。</p> <p>四、學會操作使用簡易商業自動設備。</p> <p>五、說明個案研討實例，以求理論與實務相結合。</p> <p>六、科技教育議題，著重於資料分析、線上行銷及數位創新，提升學生對商業科技應用的理解與能力。</p> <p>七、資訊教育議題，提升學生對數位市場趨勢、線上行銷策略、資訊安全及資料分析的瞭解與應用能力。</p> <p>八、多元文化教育議題商，增加跨文化溝通、全球商業趨勢、文化尊重及多元消費者洞察，培養企業國際視野。</p> <p>九、閱讀素養教育議題，有助培養學生批判性思考、資訊解讀能力與商業文書寫作，提升溝通與解決問題的能力。</p>			
議題融入	電子商務科：科技教育、資訊教育、多元文化教育、閱讀素養教育			
教學內容				
主要單元(進度)	內容細項	分配節數	備註	
(一)營業準備	1. 商店定位 2. 資訊蒐集實務 3. 開店規劃設計	6		
(二)商品策略與管理	1. 商品策略 2. 商品陳列管理 3. 提升商品附加價值	6		
(三)銷售管理	1. 銷售人員管理 2. 賣場管理 3. 促銷管理	8		
(四)銷售時點資訊管理	1. 企業資訊化 2. 銷售時點資訊管理之功能 3. 整合商品管理及銷售管理	8		
(五)商品採購	1. 採購的基本原則 2. 採購計畫及作業分析	8		
(六)庫存管理	1. 庫存管理及周轉率 2. 盤點作業	9		
(七)供應商管理與電子訂貨系統	1. 進、退貨作業管理系統 2. 付款及收款作業管理	9		
(八)風險管理	1. 經營與財務風險管理概要 2. 風險防範	9		
(九)中小型商店之營運管理實務	1. 商店經營規劃 2. 中小型商店之問題因應解決方法	9		
合計		72		
學習評量 (評量方式)	1. 平時成績40%：筆記、作業、平時考試、分組討論及發表 2. 定期評量：期中考30%，期末考30%			

教學資源	<ol style="list-style-type: none"> 1. 教學時運用創意並利用各項教學設備及多媒體，提升學習興趣。 2. 美國 YOUTUBE 網站各種商業行銷廣告、國內國外各項廣告比賽得獎書籍及廣告、雜誌內廣告及各項入口網站廣告等。 3. 充分利用圖書館報章及雜誌，供學生閱讀商業知識，例如：商業周刊、今周刊、天下雜誌、華爾街日報摘要、工商時報及經濟日報等。
教學注意事項	<ol style="list-style-type: none"> 1. 本科目含實務實習課程，採分組教學。 2. 至商店或其他場所實習，則採參觀活動方式，或分組到現場實習。 3. 實務或實習內容，考慮學生學習成效及實作安全，視教學編制或教學需要，得採分組授課。 4. 元化而有彈性，著重學生個別差異；教學時儘量列舉實例、利用多媒體，安排實務或實際相關活動之參訪，參觀後進行討論分析，幫助學生領會商經實務融入生活之重要性。 5. 電腦教室，供學生上網查詢商經實務相關資料。 6. 教師講授外，更應該加強學生口頭表達能力訓練，以利學生就業準備。 7. 及選用教材時，宜多注意當前經濟環境並搭配各項商業時事，儘可能以多媒體方式呈現，甚至利用電腦教室或單槍投影機等。

五、彈性學習時間之充實(增廣)/補強性課程 (全學期授課)