

授課人員：林雨萱 任教年級：七年級 任教領域/科目：探索世界

回饋人員：黃姿蓓 教學單元：Create travel agency

觀察前會談（備課）日期：114 年 04 月 23 日 第五節 地點：學務處

預定入班教學觀察（公開授課）日期：114 年 04 月 25 日 第三節 地點：哈佛講堂

自 我 省 思

本課核心任務為引導學生設計一家屬於自己的旅行社，並以六大要素（1. Travel Agency Name, 2. Slogan, 3. Target Customers, 4. Tour Type & Highlight, 5. Destination, 6. Promotion）進行完整企劃。部分學生在選擇顧客群的興趣、年齡、目的、消費習慣時仍較模糊，難以連結顧客特性與行程設計，未來或許可提供更明確的「人物範本卡片」（例如：30 歲上班族愛冒險、70 歲長輩想放鬆），幫助學生具體化思考。

觀 課 老 師 的 回 饋

建議在教學中運用圖片比較時可以說明清楚一點，如：

➤ **平價 vs 奢華商品對比圖**（拖鞋、椅子、香蕉）：

幫助學生理解「高價＝豪華定位」、「目標客群不同」、「不是所有人都買得起」→ 引導他們設計不同目標客群的行程（例如學生團、蜜月團、退休族等）

➤ **iPhone vs Samsung 價格比較圖**：

讓學生討論品牌印象、行銷策略等，轉化為旅遊產品的定位思維（例如「文化深度之旅」vs「IG 網美行程」）

引導學生思考「市場定位」與「消費習慣」的概念。圖片不僅作為視覺輔助，更能成為學生深入思考的起點。舉例來說，當學生看到價格極高的奢華的椅子時，便可能產生疑問：「這樣的商品是為誰設計的？誰會願意花這個錢？」進一步便能將這種思考轉化至自身的旅遊產品設計中，例如：「我的產品是要給誰的？走高價還是平價路線？要強調體驗還是價格？」如此一來，有助於學生培養「從顧客角度出發」的行銷思維。