



才德兼備理財學校計劃

The Chin Family Financially Literate Schools Programme

教學資源分享

主題：精明抉擇

東華三院黃士心小學

小學五年級 常識



CENTRE FOR
UNIVERSITY & SCHOOL
PARTNERSHIP
大學與學校夥伴協作中心
香港中文大學教育學院 • FACULTY OF EDUCATION CUHK

東華三院黃士心小學
2019-2020 年度 常識科 五年級
共同備課教學計劃

第四冊 第五課 精明抉擇

- 探究問題
 1. 如何獲得消費資訊的途徑。
 2. 如何減低廣告的策略對消費意向的影響。
- 技能重點
 1. 能找出獲得消費資訊的途徑。
 2. 運用批判思考分析廣告的策略。
- 情意和態度
 1. 培養做一個精明的消費者。
 2. 透過討論培養分析的能力。
- 課題學習重點
 1. 能找出獲得消費資訊的途徑。
 2. 分析廣告對個人購物的影響。
 3. 運用批判思考分析廣告的策略。
- 相關理財能力
 1. A9 消費時要抵擋朋輩壓力和宣傳資訊的影響。
 2. CR2 辨認尋找貨品資料的不同方法
 3. SC9 認識產品或服務的價值和價錢。
 4. B9 尋找貨品的基本資料
 3. B11 購物時要抵抗對消費的慾望和誘惑。
- 相關品德：自制、精明

第一部份：教學步驟 (2 節)

項目	學習活動	教材與 教具	技能 與 情意*
預習	課堂前著每位學生在報章雜誌剪下或上網下載列印，一份能吸引你購買該產品的平面廣告。		
7 分 鐘	提問： <ul style="list-style-type: none"> ● 你們昨天有購物嗎？(自由作答) ● 買了什麼？(自由作答) ● 老師的波鞋破了，想買過一雙，你們認為我在選購時要考慮什麼因素？ 2 人小組活動： 教師派發紙 4.5.1(全面因素)着學生完成並進行匯報。 在選購時我們要考慮什麼因素？(價格、款式、潮流、質料、品牌、折扣、售後服務、商店信譽、售貨員的服務態度、自己的需要等) 提問： <ul style="list-style-type: none"> ● 要獲取貨品的資訊有什麼途徑？ (朋友推介、社交網站、不同類型的廣告、貨品網站、貨品銷售網上平台、選擇月刊、電視、銷售員、父母等)	紙 4.5.1	
8 分 鐘	提問： 我們可以在哪見到廣告？ (電視、報章、雜誌、互聯網、街道、大廈外牆、車身、巴士站等) 播放影片： https://www.youtube.com/watch?v=XvHzTQ9aDY0 (全智賢 - Reebok Easy Tone)	投影片	

* 思考技能包括分類、排序、比較、因果分析、正反兩面看、不同持分者分析、多角度、創造力。
 研習技能包括擬定問題、整理及組織資料、分析資料、問卷調查、訪問、實地考察、口頭匯報。

	<p>https://www.youtube.com/watch?v=lcfl9C2K4 (Reebok EasyTone TechFilm 中文字幕)</p> <p>提問：</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 看完兩則廣告會否購買這款波鞋？為什麼？（自由作答） <p>小統計： 統計有多少位同學看完廣告後會購買這款波鞋。</p> <p>提問：</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 廣告的目的是什麼？（提供消費資訊、推銷產品） 																																						
18 分鐘	<p>播放影片： http://hk.apple.nextmedia.com/international/art/20110930/15660508 (塑身鞋不瘦身 Reebok 賠 2 億)</p> <p>提問：</p> <p>就以上廣告片段，你認為用了甚麼方法吸引消費者購買？ 消費者最容易出現甚麼弱點，會被引誘作出購買決定？ 如果盡信廣告內容，消費者會有甚麼後果？</p> <p>講述：</p> <p>廣告的目的主要是推銷產品，所以廣告多運用不同的策略去製作，吸引消費者購買產品，常見的廣告策略包括名人效應、羊群心態、誇大效用和對專業的信服。</p> <p>*介紹廣告策略 輪流播放廣告 1-4，並提問以下內容：</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 這廣告的推銷對象是誰？ ● 這廣告有什麼令你印象深刻？ ● 這廣告是利用了什麼策略？ <p>(名人效應 / 羊群心態 / 誇大效用 / 對專業的信服)</p> <table border="1"> <tr> <td>1.</td> <td>http://www.youtube.com/watch?v=WUt0g0gSH2g 牛欄</td> <td>羊群心態</td> </tr> <tr> <td>2.</td> <td>https://www.youtube.com/watch?v=rdZ72D8N9xc 惠氏</td> <td>名人效應</td> </tr> <tr> <td>3.</td> <td>https://www.youtube.com/watch?v=2Z8ZqRLUqkk 雅培</td> <td>誇大效用</td> </tr> <tr> <td>4.</td> <td>https://www.youtube.com/watch?v=K02D_6QvC14 雀巢</td> <td>對專業的信服</td> </tr> </table> <p>*練習分析廣告策略 輪流播放廣告 5-12 着學生指出廣告策略</p> <table border="1"> <tr> <td>5.</td> <td>https://www.youtube.com/watch?v=PacXUcTcI-Y 金象米</td> <td>羊群心態</td> </tr> <tr> <td>6.</td> <td>https://www.youtube.com/watch?v=g7pxrq3pqRl 美心西餅</td> <td>名人效應</td> </tr> <tr> <td>7.</td> <td>https://www.youtube.com/watch?v=RUYLTIjWH4 葡萄適</td> <td>誇大效用</td> </tr> <tr> <td>8.</td> <td>https://www.youtube.com/watch?v=hwmR8pQZSxk 高露潔</td> <td>對專業的信服</td> </tr> <tr> <td>9.</td> <td>https://www.youtube.com/watch?v=4gfNe5operg Samsung Galaxy S5</td> <td>名人效應</td> </tr> <tr> <td>10.</td> <td>https://www.youtube.com/watch?v=YYVE1SW80IQ 維特健靈</td> <td>誇大效用 名人效應</td> </tr> <tr> <td>11.</td> <td>https://www.youtube.com/watch?v=WuKkMqPZGYQ 海馬</td> <td>羊群心態 名人效應</td> </tr> <tr> <td>12.</td> <td>https://www.youtube.com/watch?v=6S1nTndmXOI 牛奶公司</td> <td>對專業的信服</td> </tr> </table>	1.	http://www.youtube.com/watch?v=WUt0g0gSH2g 牛欄	羊群心態	2.	https://www.youtube.com/watch?v=rdZ72D8N9xc 惠氏	名人效應	3.	https://www.youtube.com/watch?v=2Z8ZqRLUqkk 雅培	誇大效用	4.	https://www.youtube.com/watch?v=K02D_6QvC14 雀巢	對專業的信服	5.	https://www.youtube.com/watch?v=PacXUcTcI-Y 金象米	羊群心態	6.	https://www.youtube.com/watch?v=g7pxrq3pqRl 美心西餅	名人效應	7.	https://www.youtube.com/watch?v=RUYLTIjWH4 葡萄適	誇大效用	8.	https://www.youtube.com/watch?v=hwmR8pQZSxk 高露潔	對專業的信服	9.	https://www.youtube.com/watch?v=4gfNe5operg Samsung Galaxy S5	名人效應	10.	https://www.youtube.com/watch?v=YYVE1SW80IQ 維特健靈	誇大效用 名人效應	11.	https://www.youtube.com/watch?v=WuKkMqPZGYQ 海馬	羊群心態 名人效應	12.	https://www.youtube.com/watch?v=6S1nTndmXOI 牛奶公司	對專業的信服	投影片	
1.	http://www.youtube.com/watch?v=WUt0g0gSH2g 牛欄	羊群心態																																					
2.	https://www.youtube.com/watch?v=rdZ72D8N9xc 惠氏	名人效應																																					
3.	https://www.youtube.com/watch?v=2Z8ZqRLUqkk 雅培	誇大效用																																					
4.	https://www.youtube.com/watch?v=K02D_6QvC14 雀巢	對專業的信服																																					
5.	https://www.youtube.com/watch?v=PacXUcTcI-Y 金象米	羊群心態																																					
6.	https://www.youtube.com/watch?v=g7pxrq3pqRl 美心西餅	名人效應																																					
7.	https://www.youtube.com/watch?v=RUYLTIjWH4 葡萄適	誇大效用																																					
8.	https://www.youtube.com/watch?v=hwmR8pQZSxk 高露潔	對專業的信服																																					
9.	https://www.youtube.com/watch?v=4gfNe5operg Samsung Galaxy S5	名人效應																																					
10.	https://www.youtube.com/watch?v=YYVE1SW80IQ 維特健靈	誇大效用 名人效應																																					
11.	https://www.youtube.com/watch?v=WuKkMqPZGYQ 海馬	羊群心態 名人效應																																					
12.	https://www.youtube.com/watch?v=6S1nTndmXOI 牛奶公司	對專業的信服																																					

* 思考技能包括分類、排序、比較、因果分析、正反兩面看、不同持分者分析、多角度、創造力。
研習技能包括擬定問題、整理及組織資料、分析資料、問卷調查、訪問、實地考察、口頭匯報。

5分 鐘	<p>播放影片：</p> <p>https://www.youtube.com/watch?v=KtFDHHqa2EQ (神奇益生菌 藥劑師踢爆奶粉通便是噱頭)</p> <p>https://www.youtube.com/watch?v=1cmtAXMEvUA (超級奶粉洗衣球 純粹亂吹)</p> <p>提問：</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 以上兩段影片說明了什麼？(廣告的內容並不完全真確。) <p>小結：</p> <p>不同的廣告策略均着重速銷，所以我們需要對廣告作出分析。</p>	投影片	
15分 鐘	<p>4人小組活動：</p> <p>教師派發紙4.5.2，着學生在組內選出一則在預習時所搜集最能吸引人購買的廣告，分析它運用的銷售策略，並評論其可信性，最後進行匯報。 (鼓勵學生要理性分析廣告內容，勿因受其誘惑，一時衝動就去購買。)</p>	紙4.5.2	
15分 鐘	<p>教師派發紙4.5.3，着學生從廣告資訊，把不可完全相信的地方用鉛筆圈出，並解釋它不可信的原因。 每組說出一個點子(不重複)進行匯報。 最後綜合六組結果後，回答下列問題。</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 以上廣告資訊採用什麼策略？ ● 這則廣告可完全相信嗎？為什麼？ ● 你會怎樣跟進不可信的地方？ <p>(鼓勵學生透過細閱產品說明細節、消委會產品比較報告、信賴的朋友用家口碑、去商店親身試用產品、網上用家評論等途徑跟進。還要考慮產品的性能與價錢(性價比)是否匹配。當然，沒有任何單一的途徑是完全可靠的，還需我們處處提高警覺。)</p>	紙4.5.3	
2分 鐘	<p>總結：</p> <p>購物時需小心謹慎，不要過分相信廣告，應作出分析和思考才作出抉擇，以免浪費金錢。</p>		

(部份廣告片段學校已下載作教學用途, 網上連結或已刪除)

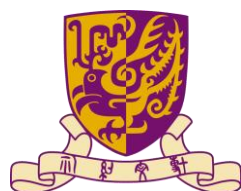
* 思考技能包括分類、排序、比較、因果分析、正反兩面看、不同持分者分析、多角度、創造力。
研習技能包括擬定問題、整理及組織資料、分析資料、問卷調查、訪問、實地考察、口頭匯報。

才德兼備理財學校計劃

The Chin Family Financially Literature Schools Programme



工作紙



CENTRE FOR
UNIVERSITY & SCHOOL
PARTNERSHIP
大學與學校夥伴協作中心
香港中文大學教育學院 • FACULTY OF EDUCATION CUHK

東華三院黃士心小學

五年級 常識科

第五課精明抉擇

單元工作紙 (4.5.2)

姓名：_____ () 班別：5 () 日期：_____

《最深刻印象的廣告》

選擇一則令你印象最深刻及最能吸引人購買的廣告，分析它運用的廣告策略，並評論其可信性。

請把廣告貼在這裏

(1) 廣告名稱：

(2) 廣告策略：

名人效應 _____

誇大效用 _____

羊群心態 _____

專業信服的心理 _____

(3) 可信程度： 高 一般 低

因為_____

你會不會買這件產品？為甚麼？

東華三院黃士心小學

五年級 常識科

第五課 精明抉擇

單元工作紙 (4.5.1)

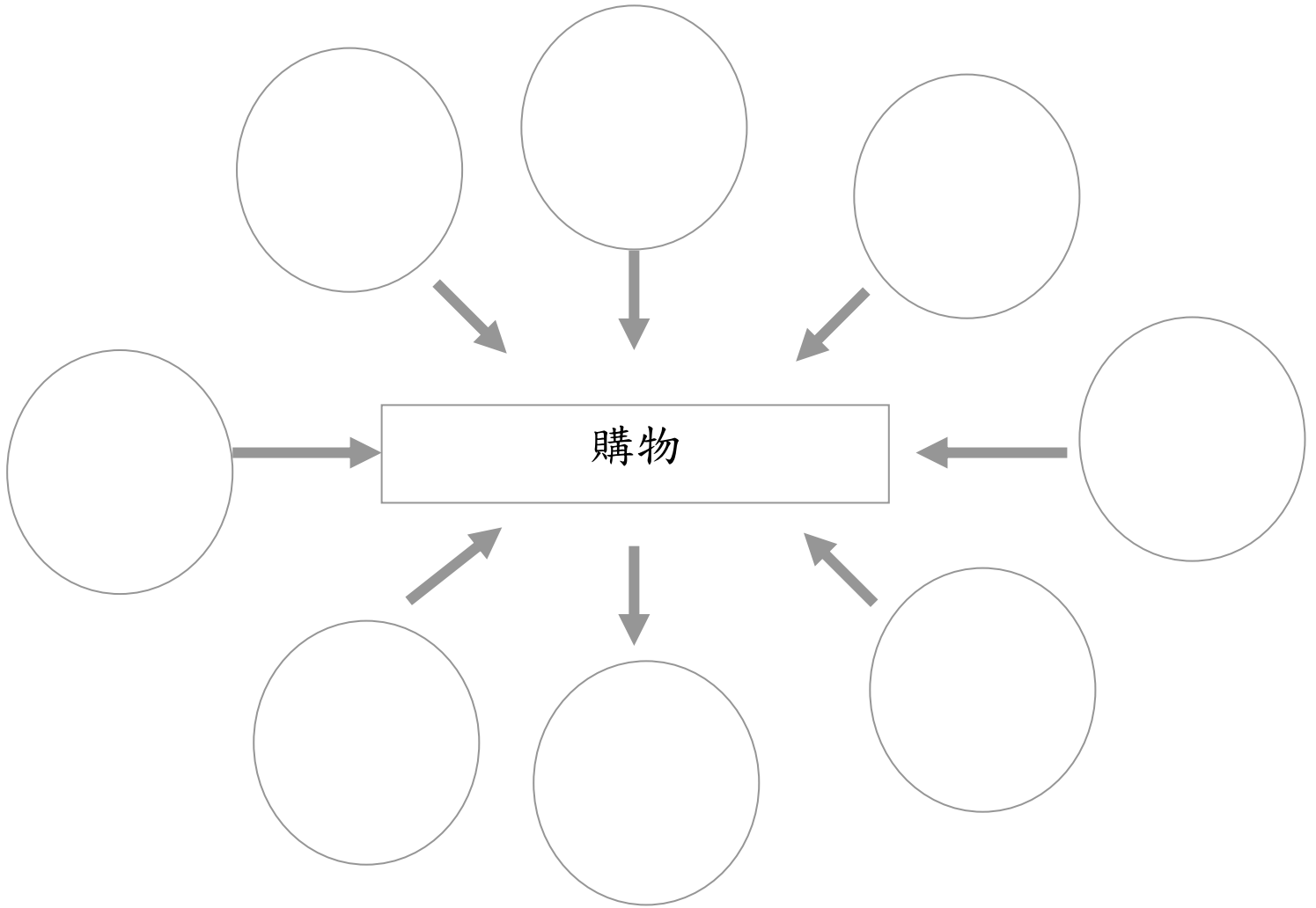
姓名：_____ () 班別：5 ()

日期：_____

購物因素逐個捉

學習目標：利用全面因素找出影響購物的因素。

甲) 你最近買了甚麼產品？當時你考慮了哪些因素？把你認為影響購物的因素列寫出來。



乙) 你認為哪項產品的資訊較重要？

a) _____ b) _____ c) _____

丙) 要獲取產品的資訊有什麼途徑？

a) _____ b) _____ c) _____

姓名：_____ () 班別：5 () 日期：_____

《批判性思考－資訊、廣告的可信性》

以下是一則廣告資訊，把不可信的地方以英文代碼填在下表中，並解釋它不可信的原因。

越吃越瘦
21世紀營養瘦身
均衡營養、活化細胞
調理腸胃、加速代謝

我們的承諾：

- A→ 安全：美國上市公司，純天然營養產品
- B→ 有效：全球66個國家衛生局檢驗合格之營養產品，
超過六千萬個滿意客戶
- C→ 健康：3-80歲男女老幼，懷孕婦女均可使用，
絕無副作用

我們的保證：

- D→ 保證完全免費
- E→ 保證效果顯著
- F→ 保證方法健康

圖片

寫出不可信的地方	事實/意見	為什麼不可信？
	<input type="checkbox"/> 事實 <input type="checkbox"/> 意見	
	<input type="checkbox"/> 事實 <input type="checkbox"/> 意見	
	<input type="checkbox"/> 事實 <input type="checkbox"/> 意見	

1. 以上廣告資訊採用什麼策略？ _____

2. 這則廣告可信嗎？為什麼？ _____

3. 你會怎樣跟進不可信的地方？ _____