

## 不同學習階段的評估策略

學習階段		學習知識/概念/ 態度	課堂評估活動 (各課堂之活動，乃是學生對其喜愛品牌的生產和消費進行探究，進而幫助其掌握探究技能及全球化相關概念)	持續的評估	評估目標	
1	評估學生的起步點(興趣、關注、已有知識、能力及態度。	相互關聯和依賴	<ul style="list-style-type: none"> <li>班內進行最受歡迎品牌調查(評估興趣)</li> <li>小組/個人報告：某品牌的廣告及推銷策略、價格變化、鎖售地點、消費群等等(評估知識及調查能力)</li> </ul>		iv	
以下探討課題及次序，應按學生情況調/改動						
2	<ul style="list-style-type: none"> <li>品牌的消費：品味與個人身份的建構</li> <li>文化意義的流動</li> </ul>	<p><b>*概念知識</b></p> <p>個人品味、自我、身份、消費文化、需要</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>利用以上「對品牌的消費」報告資料，分析消費品牌與「身份」、「自我」、「需要」、「欲望」等關係(評估應用概念能力)</li> <li>書寫個人愛上某品牌的故事(評估個人反思及應用概念能力)</li> </ul>		i-iii,iv	
<b>測驗(總結性評估)</b>						
3	<ul style="list-style-type: none"> <li>概覽：一個品牌的打造、生產和消費過程</li> <li>品牌的生產：利益分佈與程序公義</li> <li>資金的流動</li> </ul>	<p><b>*概念知識</b></p> <p>經濟一體化、發展、最低工資、國際組織/協定、跨國企業、自由貿易與政府干預、反全球化</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>小組/個人報告：某「品牌的生產過程」(評估能否應用概念於生產過程的描述)利用以上報告資料，分析生產品牌與「經濟一體化」、「發展」、「勞工權利」、「企業責任」、「規管」等關係(評估應用概念能力)</li> </ul>	vii,viii,ix		
<b>測驗(總結性評估)</b>						
4	<ul style="list-style-type: none"> <li>反思個人在整個品牌消費及生產的角色，建立個人的消費</li> <li>回應：參與(反)全球化的位置</li> </ul>	世界公民、個人及社會價值觀	個人/小組計劃：書寫及推銷行動計劃(評估學生態度、價值觀變化/建立、概念及知識的應用)	v,x,xiv		