



## 主編序/藝才示例研編的 5C 之道

藝才課綱展新頁(Curriculum)：108 年 7 月，藝術才能班課程實施規範暨藝術才能專長領域課程綱要，以及特殊教育課程實施規範暨藝術才能資賦優異專長領域課程綱要發布，啟動中小學藝才教育全方位之課程發展。

藝才輔群創新路(Consulting)：109 年 6 月，《教育部藝術才能專長領域輔導群設置及運作要點》發布，9 月，藝才輔導群成立，15 位音樂、美術與舞蹈專長之中小學藝才班/藝才資優班教師為首屆輔導員，111 年 8 月，第 2 屆續力前行。

藝才手冊釋綱領(Connection)：109 年 12 月，透過 5 位藝推主持人員策劃、34 位教師研編、20 位專家審查及 2 位助理執編，達 560 頁之《十二年國民基本教育課程綱要-藝術才能專長領域課程手冊》發行，提示藝才課程掌握課綱內涵，充實學習構面教學效益，並以專業社群永續之。

藝才示例交享閱(Communication)：110 年 8 月，111 年 7 月，112 年 7 月，113 年 7 月，每學年度定期分組及全體研編會議的激盪討論，聚斂於諮審會議的專業對話，輔導員及教師夥伴展現課程、教材、教法創新研發之成果，聚焦各教育階段卻能呈現系列整合之藝才教學示例，如期完竣。

藝才教研續策進(Collaboration)：衷心感謝副主編陳沁紅、丘永福、曾瑞媛教授之協力引領，歷屆(略)及本學年度諮審委員黃新財、郭美女、呂文慈、江淑君、徐玫玲、趙惠玲、陳箐繡、林美吟、吳望如、鄭明憲、曾照薰、董述帆、戴君安、周素玲、潘莉君諮審委員之慧眼檢視，翁宗裕、柯逸凡、高瑀婕、桑慧芬、林怡君、熊培伶、鐘兆慧、莊浩志、簡俊成、鍾政岳、楊芬林、葉宛芃、蕭家盈、徐子晴、尤曉晴輔導員暨呂孟珊、陸澤芸教師之熱情編撰[依冊別序]，以及李威廷、賴昱丞、鄭湘蓁助理之奮力執編，終有所成。此系列為藝才輔導群每學年度定期出版品，期能提供藝才教育多元思考，亦請各界不吝指教。

國立臺灣師範大學音樂學系副教授  
暨教育部藝術才能專長領域輔導群召集人

吳舜文 謹識

民國 113 年 7 月



## 副主編序/ 藝術專題：課程的專業開展

每一年的示例研編過程中，熱心專業、努力不懈的輔導員們不斷進化，今年以「藝術專題」作為主題，除已發展出「類教科書」的書寫方式，亦呈現出「教師操作手冊」的內容。突顯音樂班課程蘊含動態活動/展演的特性，如何在有限的紙本中展現音樂班教師發展活動的想法？輔導員們的做法非常值得關注，冀能有拋磚引玉的共鳴。



翁宗裕輔導員「探索作曲家的藝想世界」，以曼陀羅思考法為引導，藉由小書的製作，讓小朋友學習主動探索、整理資訊、並發表自己的想法，在聆聽音樂過程中建立並深化與作品的連結，也切合新課綱素養導向的精神。

柯逸凡輔導員「兒童音樂劇《小紅襪與笑臉狼》導演實務」，音樂劇的製作過程龐雜，怎麼執行每個步驟與細節，考驗著老師和學生的教育意義與學習面向，柯輔導員不吝發表他的導演手冊，是一篇非常值得參考的範例。

高瑀婕輔導員「結合 TPACK 教學法的藝術專題課程」，在科技學科教學知識的範疇中，進行看得見的泛音列、即興演唱、聽寫自主學習等主題；善用當代科技工具，深化國中學生對專業領域探索，帶來不一樣的理論實踐。

桑慧芬輔導員「寰宇音樂文化寶藏」，在高中階段引入聯合國教科文組織審查登錄於「世界非物質文化遺產名錄」中的文化項目，拓展學生對世界音樂的眼界，站在古典音樂的基礎，帶來擁抱全球化的當代情懷。

林怡君輔導員「藝術行銷與演奏家品牌的建立」，在學生練琴之餘，能夠藉由品牌的概念，重新認識自己並建立學習的意義，尤其是在當代自媒體與網紅當道的時代，是音樂家無可迴避的議題，青年藝術家應會很有興趣。

以上五篇教學示例從小學第二學習階段，到高中第五學習階段，可以看到輔導員們在導入自主學習、劇場製作、科技媒材、多元文化與媒體運用等，亦納入音樂班在進入當代所關切的題材，提供教師們可操作的實務面向，希望這多元的成果展現，能啟發一線教師們對專業課程更豐碩多元的專業發展！

陳沁紅 國立臺灣師範大學音樂學系教授暨教育部藝術才能專長領域副召集人 謹識

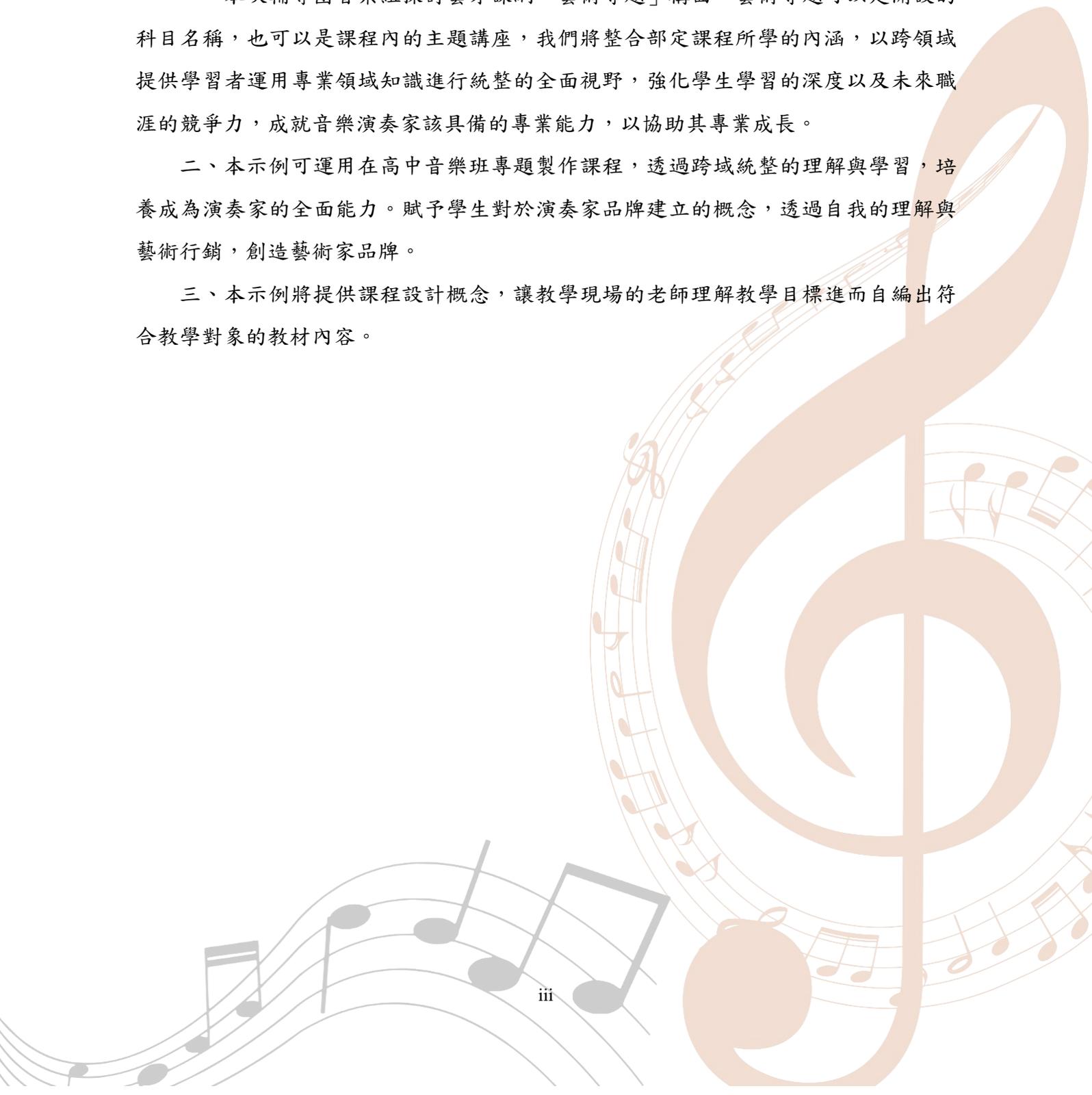
## 摘要

第五學習階段藝術才能音樂班的學生，對於音樂專業基礎的能力，有一定的程度，此階段可以開始思考，成為一位專業領域人員，所需要面對的舞台樣貌是何種形式？如何透過不同領域的知識完整自我舞台上的形象？此次示例研編結合業界講師，共同設計一門藝術行銷專題課程，此課程事例，將提供第五學習階段藝術才能音樂班教師，如何進行專題製作之備課內容，提供學生更多元的學習知識，運用於自我行銷與舞台演出。

一、本次輔導團音樂組探討藝才課綱「藝術專題」構面，藝術專題可以是開設的科目名稱，也可以是課程內的主題講座，我們將整合部定課程所學的內涵，以跨領域提供學習者運用專業領域知識進行統整的全面視野，強化學生學習的深度以及未來職涯的競爭力，成就音樂演奏家該具備的專業能力，以協助其專業成長。

二、本示例可運用在高中音樂班專題製作課程，透過跨域統整的理解與學習，培養成為演奏家的全面能力。賦予學生對於演奏家品牌建立的概念，透過自我的理解與藝術行銷，創造藝術家品牌。

三、本示例將提供課程設計概念，讓教學現場的老師理解教學目標進而自編出符合教學對象的教材內容。



## 目錄

主編序/藝才示例研編的 5C 之道.....	i
副主編序/藝術專題：課程的專業開展.....	ii
摘要.....	iii
目錄.....	iv
前言.....	1
課程設計架構概念與教學活動執行-『藝術行銷與演奏家品牌的建立』.....	5
一、課程模式：.....	5
二、實施階段：.....	5
三、課程名稱：.....	5
四、課程執行步驟：.....	5
五、課程目標：.....	5
專題製作課程內容規劃說明.....	7
一、單元教學內容 / 拆解個人品牌.....	7
二、課程單元設計.....	8
三、單元內容說明.....	8
(一)「品牌」vs「個人品牌」概念和定義.....	8
(二)分析成功個人品牌案例.....	9
(三)探討個人品牌的核心要素.....	10
(四)課堂小組練習.....	14

# 前言

## 壹、單元名稱

藝術行銷與演奏家品牌建立

## 貳、設計理念

一、本次輔導團音樂組探討藝才課綱「藝術專題」構面，藝術專題可以是開設的科目名稱，也可以是課程內的主題講座，我們將整合部定課程所學的內涵，以跨領域提供學習者運用專業領域知識進行統整的全面視野，強化學生學習的深度以及未來職涯的競爭力，成就音樂演奏家該具備的專業能力，以協助其專業成長。

二、本示例可運用在高中音樂班專題製作課程，透過跨域統整的理解與學習，培養成為演奏家的全面能力。賦予學生對於演奏家品牌建立的概念，透過自我的理解與藝術行銷，創造藝術家品牌。

三、本示例將提供課程設計概念，讓教學現場的老師理解教學目標進而自編出符合教學對象的教材內容。

## 參、教材來源/分析

一、本課程將透過專業協同的教學策略來執行課程。

二、透過網際網路的收尋，建立案例分析資料庫進行學習教材的建置。

三、藝術領域典範代表大師。

## 肆、關鍵字

藝術行銷、演奏家、品牌

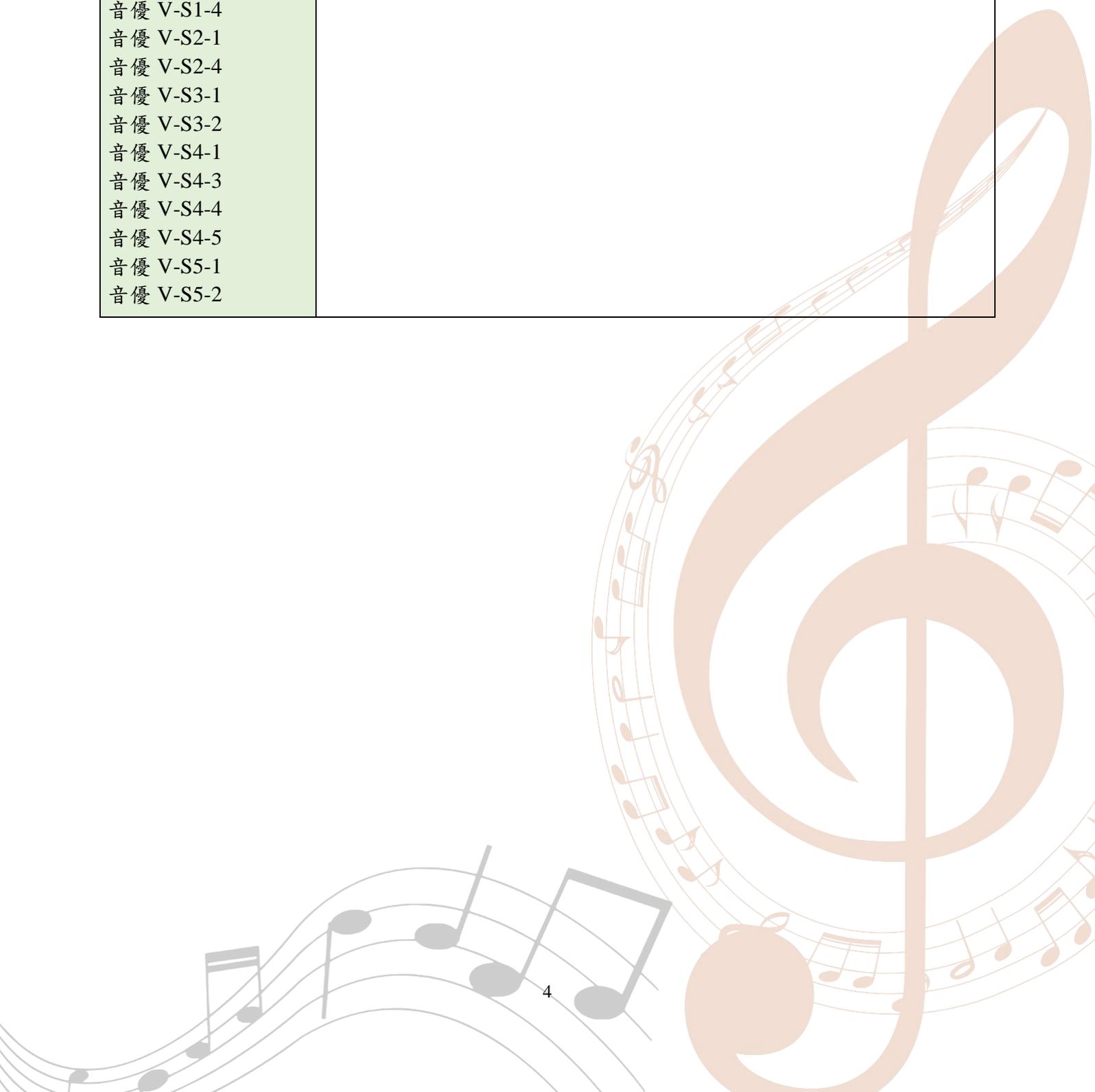


伍、課綱對應

課綱依據 (領綱)	學習重點	學習表現	<p>音優 V-A6 關注藝術相關時事與媒體報導並進行反思。</p> <p>音優 V-A7 結合音樂相關活動，引領公民藝術美感。</p> <p>音優 V-S1 展現音樂相關專題的組織與執行能力。</p> <p>音優 V-S2 應用數位科技與媒體於音樂及藝術成果的展現。</p> <p>音優 V-S3 積極參與音樂相關活動。</p> <p>音優 V-S4 關注音樂相關議題的發展。</p> <p>音優 V-S5 運用音樂專長解決問題，發揮創意思維。</p>	核心素養	<p>藝才 E-A2 循序漸進擴充藝術學習的經驗，探索生活中的藝術課題。</p> <p>藝才 E-B3 藉由多元的學習方式，促發藝術感知與實作的潛能，培養日常生活中的美感素養。</p> <p>藝才 E-C2 在藝術專長學習與日常生活的相關歷程中，樂於與他人合作與分享。</p>
		學習內容	<p>音優 V-A6-1 藝術相關時事與媒體報導的定期蒐整。(取材考量不同性別、族群)</p> <p>音優 V-A6-2 藝術相關時事與媒體報導的簡要分析。</p> <p>音優 V-A6-3 藝術相關時事與媒體報導的評價與反思。</p> <p>音優 V-A7-1 公民藝術美感的基本認知。</p> <p>音優 V-A7-2 多元的音樂服務學習活動場域：含學校、社區等。</p> <p>音優 V-A7-3 多元的音樂服務學習活動類型：含展演、導聆等。</p> <p>音優 V-S1-1 音樂及藝術相關專題的提綱或方案。(取材考量不同性別、族群)</p> <p>音優 V-S1-2 音樂及藝術相關專題執行歷程的記錄。</p> <p>音優 V-S1-3 音樂及藝術相關專題的積極參與。</p> <p>音優 V-S1-4 音樂及藝術相關專題的自我反思。</p> <p>音優 V-S2-1 數位科技與媒體於舞臺的基本應用。</p>		

		<p>音優 V-S2-4 音樂及藝術成果的創意表現。</p> <p>音優 V-S3-1 音樂或藝術相關節慶活動資訊。(取材考量不同性別、族群)</p> <p>音優 V-S3-2 各類音樂活動：含校際、地區性、全國性或國際性等不同場域。</p> <p>音優 V-S4-1 藝術生態與趨勢的討論：含在地與國際的思潮、形式、實驗、創新等。</p> <p>音優 V-S4-3 音樂跨藝術或跨學門合作的個案討論。</p> <p>音優 V-S4-4 音樂產業應用、行銷與市場趨勢的個案討論。</p> <p>音優 V-S4-5 跨領域、多元性別議題與面對全球化發展衍生之相關藝術課題探究：含傳統與創新、全球在地化、在地全球化、多元文化等。</p> <p>音優 V-S5-1 具創意特質的音樂人、事、物。(取材考量不同性別、族群)</p> <p>音優 V-S5-2 音樂相關實務的調整與變通。</p>		
設備資源	<p>■投影機 ■布幕 ■音響 ■電腦 □電視 ■樂器 ■PPT</p> <p>■小白板 ■白板筆 □其他：</p>			
學習評量	評量工具	<p>1.定期/總結評量：比例 <u>50%</u></p> <p>□口頭發表 □書面報告 □作業單 ■作品檔案 □實作表現</p> <p>□試題測驗 □課堂觀察 □同儕互評 □其他：</p> <p>2.平時/歷程評量：比例 <u>50%</u></p> <p>■口頭發表 □書面報告 □作業單 □作品檔案 ■實作表現</p> <p>□試題測驗 ■課堂觀察 □同儕互評 □其他：</p>		
學習目標				
學習表現 學習內容	<p>音優 V-A6 音優 V-A7 音優 V-S1 音優 V-S2 音優 V-S3 音優 V-S4</p>			

	音優 V-S5
音優 V-A6-1 音優 V-A6-2 音優 V-A6-3 音優 V-A7-1 音優 V-A7-2 音優 V-A7-3 音優 V-S1-1 音優 V-S1-2 音優 V-S1-3 音優 V-S1-4 音優 V-S2-1 音優 V-S2-4 音優 V-S3-1 音優 V-S3-2 音優 V-S4-1 音優 V-S4-3 音優 V-S4-4 音優 V-S4-5 音優 V-S5-1 音優 V-S5-2	1.能完成自我品牌條件分析與歷程建立檔案 2.能提出未來職涯生活中對於自我品牌的規劃與方向



## 課程設計架構概念與教學活動執行-『藝術行銷與演奏家品牌的建立』

### 一、課程模式：

- 1.透過專業協同與業師共同進行教學資源共備，達到跨域合作，進而設計符合藝術才能班課程綱要精神之專題製作主題式課程。
- 2.開課前，與專業業師進行領域語言的整合，互相理解不同領域之間有哪些共通性，作為課程設計之主軸。
- 3.此次課程設計的示例教材，與專業協同課程講師葉元兆老師共同完成。



### 專業協同講師簡介 / 葉元兆

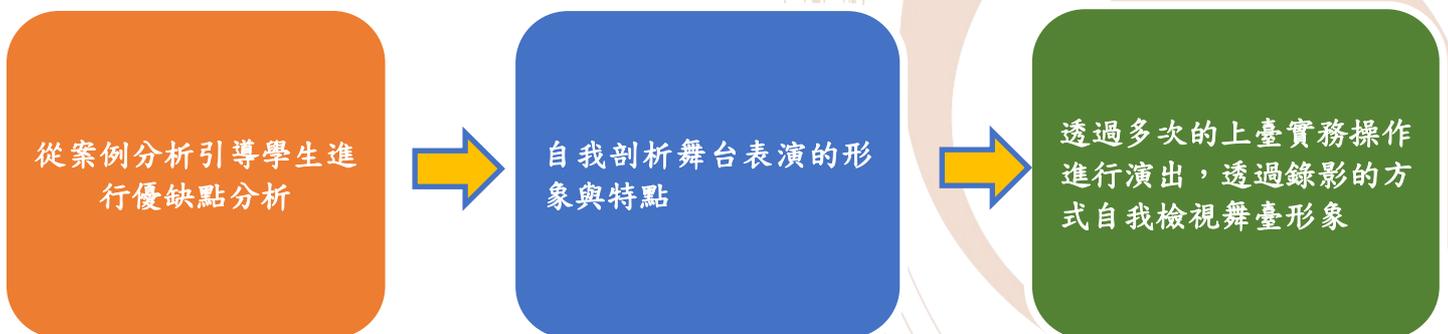
畢業於義大利學院 Domus Academy。擅長結合商業和美學，打造出可以推動產業文化的品牌價值。曾任職新創品牌 KKday、Hahow 品牌行銷團隊，現於美商品牌顧問公司擔任品牌策略師。喜歡看美術展、聽團、喝濃縮咖啡。

### 二、實施階段：

第五學習階段藝術才能音樂資賦優異班

### 三、課程名稱：『專題製作』

### 四、課程執行步驟：



## 五、課程目標：

- 1.簡歷製作 / 透過國內外演奏家簡歷，探討文字內容如何展現出演奏家的形象特色。
- 2.解析行銷概念 / 市場行銷概念，了解新世代受眾群組特色。
- 3.策展規劃 / 從曲目選擇、樂曲風格等，進行一場具新意的古典音樂會。
- 4.自媒體通路運用 / 新世代青年媒體語言。
- 5.舞台演出整體形象朔造 / 攝影、舞台妝髮設計如何選擇適合自我身形的演出服裝。



## 專題製作課程內容規劃說明

### 一、單元教學內容 / 拆解個人品牌

#### 課程教學目標

引導學生思考，Why 為什麼要打造『我』的品牌？透過專業協同講師的講解課程，一起了解『音樂家形象與品牌建立』的知識理論，運用其策略概念在教學實務中，使其能夠引導學生建立並擬定有效的個人學習歷程與自我檔案的產生，幫助學生在音樂領域建立具體的個人品牌形象。

#### 課程目標概述

如果演奏家希望透過自己的.....個性特質、樂器專長演奏能力、形象風格來爭取更多機會，那麼可以透過第五學習階段的專題製作課程，引導學生進行「經營個人品牌」教學目標，開啟身為一位演奏家之外，可以借重藝術行銷的觀念，了解自我並且多元展現自己的舞台魅力！

#### 課程教學內容

教師必須先透過與講師之間進行共備，瞭解行銷界跨域的背景知識。

##### 1.何謂品牌？

- 品牌代表一個身份識別（Identity），可以幫助大眾在心中建立一個形象。

##### 2.企業品牌 V.S 個人品牌

- 「企業品牌」強化企業產品的價值，如 YAMAHA、Apple、Kawai；而『個人品牌』強調個人形象與特質，如陳銳、大衛蓋瑞、林懷民。

- 國際音樂演奏舞台趨勢強調演奏家的個人特質，透過個人形象的建立，展現個人品牌魅力，讓更多受眾願意透過音樂會的演出了解音樂家本人，讓學生思考用有效的方式接近更多受眾。

- 個人品牌的建立除了演奏家的音樂天份之外，透過行銷說故事，讓聽眾有更多的管道與聯想，有效的提升對於演奏家的形象認同。

## 二、課程單元設計

01. 「品牌」vs 「個人品牌」概念和定

02. 分析成功個人品牌案例

03. 探討個人品牌的核心要素

04. 課堂小組練習

## 三、單元內容說明

### (一) 「品牌」vs 「個人品牌」概念和定義

品牌代表一個身份識別 (Identity)，一個大眾在心中建立的形象。『經營』品牌，就是一種『累積』形象的過程，讓形象有共識性、認同感，進而產生品牌價值。

Tips：透過小組，共同討論並舉列還有哪些『企業品牌』與『個人品牌』的例子

	(企業) 品牌	個人品牌
	將願景、使命、價值累積成品牌聲譽，進而做相關產品銷售獲取收入。	將個人觀點、專長、個性累積成品牌聲望，進而做相關內容產製獲取收入。
命名	公司名稱	個人名稱 (或藝名)
架構	組織層次，多元組成	個人層次，單一組成
訴求	強調事業體形象	強調獨特人物價值
	<p>一般「品牌」強化產品價值，如： YAMAHA、APPLE。</p> 	<p>而「個人品牌」強調個人特質，如： 馬友友、周杰倫。</p> 

## (二) 分析成功個人品牌案例

### 案例一：由個人品牌走向組織品牌/RAW 與江振誠

#### RAW 與江振誠



圖片來源：YouTubeu 影片截圖



圖片來源：天下文化

- ▶江振誠作為一位米其林廚師，以獨特的烹飪風格代表著他的烹飪哲學，以及對料理藝術的追求。
- ▶江振誠個人品牌代表著烹飪界的地位和聲望，以及他對美食創新的貢獻。
- ▶RAW 是一間米其林餐廳，主廚江振誠透過提供創意、創新的餐點，突出了對食材的追求、料理技術的精湛以及對料理藝術的熱愛，打造 RAW 高端餐飲品牌形象。

### 案例二：由個人品牌走向組織品牌/雲門舞集與林懷民

#### 個人與舞臺相輔相成：「林懷民老師」與「雲門舞集」



圖片來源：天下雜誌

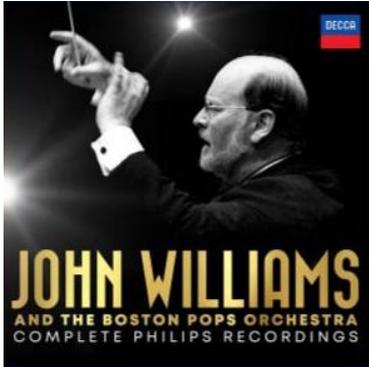


圖片來源：雲門舞集

- ▶林懷民老師是雲門舞集的創始人和藝術總監，也是一位國際知名的舞蹈家和編舞家。
- ▶他的個人品牌代表著她的舞蹈才華、藝術理念和對臺灣現代舞蹈界的貢獻，這些是他在個人層面上的品牌聲譽和價值。
- ▶雲門舞集是一個享譽國際的舞蹈團體，融合了亞洲神話、民俗以及現代美感的動作風格，體現了舞團集體創作的表演水平與藝術風格。

案例三：透過組織品牌強化個人形象/波士頓大眾管弦樂團與電影配樂大師約翰·威廉斯

個人與舞臺相輔相成：「約翰·威廉斯」與「波士頓大眾管弦樂團」



圖片來源：John Williams and The Boston Pops Orchestra: Complete Philips Recordings 專輯封面

圖片來源：BSO 官網

- ▶ 約翰·威廉斯是美國作曲家、鋼琴家、指揮家，並為電影音樂史上最偉大的作曲家之一，**有好萊塢的音樂教父之稱。**
- ▶ 他的作品充滿情感、動人而感人**擅長運用管弦樂團的豐富色彩和旋律**，營造出極具戲劇性的視覺效果的音樂氛圍。
- ▶ 波士頓大眾管弦樂團微波是噸交響樂團的流行分身。約翰·威廉斯於 1980 年-1993 年擔任 13 年波士頓大眾管弦樂團**首席指揮**期間，不僅演繹了許多經典的管弦樂作品，還將自己的音樂風格和才華帶給了該樂團，為其注入了新的活力和魅力。

(三) 探討個人品牌的核心要素

先有個人  
再造舞臺

個人與舞臺  
相輔相成

先有舞臺  
再造個人

「個人」與「舞臺」沒有絕對的先後順序

- ▶ 重點是把握演出的機會、跨域機會
- ▶ 善用演出資源與環境（聯盟、解鎖咖啡廳、灣聲）

「品牌」與「個人品牌」間的差異性	
「品牌」	「個人品牌」
<p>●可以傳承發展 ●價值認同</p> <p>體現業界的作品水平</p> <p>提供產品/服務價值</p> <p>TA：對這個「領域」的愛好者</p>	<p>●可以多元發展 ●情感認同</p> <p>體現業界的貢獻和影響力</p> <p>提供才華/理念故事</p> <p>TA：對「個人」的理念作品感興趣的人</p>

### 建立「個人品牌」的架構



相乘成為無可取代的「價值」

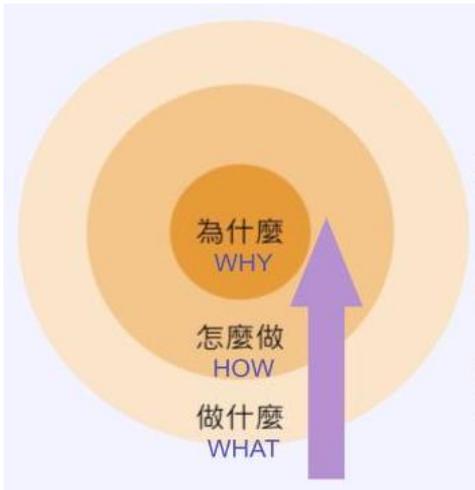
圍繞專長、個性、觀點和聲望  
所創立的「表演環境」

### 透過「黃金圈理論」思考個人發展策略

知名演說家、創業家賽門·西奈克(Simon Sinek)於 2009 年所提出的黃金圈理論(Golden Circle)，此理論被廣泛應用在個人職涯探索規劃與商業品牌策略中。



credit: Simon Sinek



(多數的個人品牌)

**WHAT**

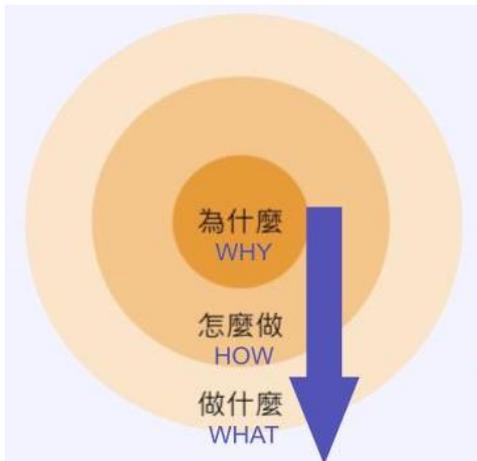
「我是舞團的創始人和藝術總監」

**HOW**

「我的表演融合了傳統臺灣文化和現代舞蹈元素」

**WHY**

「我希望將美好的舞蹈藝術帶給更廣大的觀眾，想要來看我表演嗎?」



(林懷民老師的個人品牌)

**WHY**

「深感臺灣缺乏自己的現代舞蹈文化，希望創造出屬於臺灣的現代舞，啟發觀眾的靈感和想像力，透過舞蹈認識臺灣。」

**HOW**

「我深入挖掘臺灣豐富的文化和歷史底蘊，並以自身的實踐來演繹現代舞的精髓，讓我們的舞臺作品更具深度和情感共鳴。」

**WHAT**

「我不僅定期舉辦演出，也積極參與離島、偏鄉學校活動，將臺灣舞蹈藝術帶到更廣泛的群眾中。我也透過教學和講座分享我的職涯歷程，鼓勵更多年輕人對現代舞文化的投入與熱愛。」

透過「市場定位」思考個人發展方向

我是古典音樂家 VS 實驗音樂家

古典音樂家	實驗音樂家
在某個領域演繹得更傑出，或是在特定風格、流派或樂器演奏方面有卓越的表現。	創造獨到的表演哲學，注重在音樂表演中帶來獨特的體驗和觀感。
<b>優點：</b> 省去市場教育，容易接受和理解。	<b>優點：</b> 市場競爭者少，展現多元性。
<b>缺點：</b> 競爭者多，易被取代。	<b>缺點：</b> 需時間說服潛在聽眾認同曲風。

市場性



創新性

## 案例

古典音樂家案例	
<p>日本小提琴女神童吉村妃鞠 9歲演奏柴可夫斯基小提琴協奏曲</p>	 <p>圖片來源：YouTube 影片截圖</p>
<p>南韓鋼琴家 YunChan Lim 范克萊本大賽最年輕金牌得主</p>	 <p>圖片來源：Van Cliburn Competition</p>
<p>現代神童李映衡(Christian Li) 10歲成為梅紐因國際小提琴大賽有史以來最年輕的首獎得主，李映衡以成熟和精湛的技藝吸引了全世界的目光。2020年與 Decca 唱片公司簽約，成為該公司最年輕的錄音藝術家；2021年發行首張專輯，收錄韋瓦第《四季》，以及巴齊尼、克萊斯勒、馬斯內和李自立的小提琴和鋼琴作品，獲得 BBC 音樂雜誌五星級評價。</p>	 <p>圖片來源：CHRISTIAN LI Vivaldi The Four Seasons 專輯</p>

## 實驗音樂家案例

C-LAB 臺灣聲響實驗室聲音設計人員  
臺灣第一座沉浸式立體聲場空間，運用 3D  
Audio 空間音效技術，支援實驗性創作與劇  
場表演。以務實的研究觀點、開放的創作態  
度、深耕的學校教育，推動臺灣聲響藝術發  
展與國際交流。



圖片來源：La Vie



圖片來源：C-LAB 臺灣聲響實驗室

### 「古典音樂家」與「實驗音樂家」的定位發展

古典音樂家	實驗音樂家
專注於精湛的技術和技巧 ●卓越●文化啟蒙●技術精湛 較高的商業價值，大眾吸引力與影響力成為文 化榜樣。	專注於顛覆的形式和創造力 ●大膽創新●探索性●跳脫框架 較高的藝術價值，對音樂演進有種要意義。

#### (四) 課堂小組練習

##### 1. 主流音樂家的案例說明與討論

透過分組形式，讓每一組學生能夠針對主流音樂家的表現形式與品牌之間的  
關聯性進行討論與說明。

##### 2. 案例分析的重點

- 做一個讓人『偏心』的品牌
- 『偏好-產品』（可選擇） VS 『偏心-品牌』（無法選擇）
- 我想讓誰『偏心』我，受眾分析，了解受眾特質、行為、想法。

### 3. 小組討論執行提示 / How 『我』怎麼開始？

- 把「個人品牌」想像成「立體化的履歷」
- 經營「個人品牌」的三大要素：個人特質、演奏特色、舞台風格
- 跨界整合展演分析

### 4. 透過現今 AI 科技的輔助，進行展演活動之策展規劃

- AI 圖片生成 / logo 設計、音樂會海報主視覺創作  
引導學生透過對於自身演出的音樂會節目，進行文字的描述，找出音樂會演出的特色，輔以 AI 科技，產生出符合音樂會意象的 Logo 或者海報主視覺。
- 使用 Canva 模板進行音樂會海報的設計，結合前項 AI 生成圖片，尋找最具代表品牌形象之意象圖片，作為往後全系列音樂會的主要視覺形象。  
[https://www.canva.cn/zh\\_tw/](https://www.canva.cn/zh_tw/)
- 運用 ChatGPT，來回修正音樂會小編文案編輯，透過自媒體進行整系列的藝術行銷包裝。

## 編著者介紹/ 林怡君

服務於桃園市立武陵高中班任音樂班專長領域課程教師，在 17 年的音樂班教學生涯當中特別喜歡觀察音樂班孩子們學習的狀況，也因此有許多教學的火花是來自於學生們在通往藝術專業領域道路上的學習問題，藉由教學創新與改革逐漸累積自己的教育能量。曾獲選 107 年桃園市優良教師、天下雜誌第二屆「未來教育臺灣 100」創新教育方案教師、108 年桃園市藝術教育貢獻獎。



## 教育部藝術才能專長領域輔導群

### 教學示例：專題製作⑤藝術行銷與演奏家品牌的建立

主 編 吳舜文

副 主 編 陳沁紅

編 著 者 林怡君

執行編輯 李威廷、賴昱丞、鄭湘綦

出 版 國立臺灣師範大學

地 址 臺北市和平東路一段 162 號

電 話 02-77493276

指 導 教育部

執 行 教育部 112 至 113 學年度藝術才能專長  
領域輔導群工作計畫

官方網站 <https://artistic.fincarts.ntnu.edu.tw/>

粉絲專頁 FB 搜尋-教育部藝術才能專長領域輔導  
群

初 版 2024 年 07 月

I S B N 9786267545010 (PDF)

版權所有・翻印必究

- 電子版本可至藝術教育推動資源中心網址下載，歡迎各界參考利用，引用時請註明出處。
- 本書所刊載之作品、文字或圖片，僅為說明輔助之用，非做為商標之使用。
- 如相關作品或圖片內含他人之著作或商標者，該著作或商標皆屬原權利人所有，特此說明。





教育部



藝術教育推動資源中心



教育部藝術才能專長領域輔導群