

●影片選取

搭配教材	B1L7 Pao-chun Wu: A Living Legend
教學資源	1. 龍騰版高職英文第一冊教科書 2. 《五星主廚快餐車》影片 3. 電影研究室學習單

●教學建議

教學流程	建議細節	預計時間 (分鐘)
1.引起動機	(a) 詢問學生平時造訪未曾去過的餐廳之前，是否會先上網看評價？如果發現負評多過於好評，還會決定前往嗎？ (b) 詢問學生是否會因為「打卡優惠」，而在私人 Facebook 頁面推薦餐廳？為何眾多餐廳都會推出類似方案，吸引顧客打卡上傳照片？ (c) 介紹這部影片，敘述網路的力量不可小覷，一般企業或店家如何藉由社群網站吸引客源。	8
2.播放影片	(a) 建議撥放片段：00:02:48~00:13:43 (b) 此段 Carl 因為與餐廳老闆產生衝突，不得不做出自己不喜歡的料理來迎接美食家，結果得到非常傷人的評價。	11
3.引導討論	(a) 建議撥放片段：00:10:47~00:11:35 (b) Carl 與兒子 Percy 在路上遇到街頭藝人表演，歌曲是 AI Green 演唱的〈Tired of Being Alone〉，歌詞彷彿與 Carl 的心境相呼應：「不被賞識的孤寂，只能任由他人擺佈，沒有自己的靈魂、只剩空殼」。	10
4.播放影片	(a) 建議撥放片段：00:21:20~00:25:05 (b) 親自下廚為兒子做早餐的 Carl，因為好奇社群網站 Twitter 的使用，以及別人在網路上的負面評論，而開啟兩人之間難得的交談：「我們現在這樣挺酷的。相處、打發時間，一起做點什麼。不是一定要一起做什麼或看什麼，而是相處、聊天，還有互相學習。」	5
5.引導討論	(a) 詢問學生平常的時間安排，在上學、補習、與朋友相約和讀書之後，會留下多少時間給家人？覺得自己跟父母親的關係是親近還是疏遠？為什麼？是否與片中的 Percy 有類似感受？ (b) 如果有機會的話，學生最希望能和父母一起從事什麼活動，如何讓彼此更了解對方？如何將「科技」變成助力而非阻力？	10

6.播放影片	(a) 建議撥放片段：00:39:00~00:43:45 (b) Carl 因為不熟悉社群網站的使用方法，意外引發一場網路論戰。在餐廳的情緒失控被其他用餐民眾錄下，影片在網路上瘋狂流傳。	5
7.引導討論	● 詢問學生是否曾一時衝動在網路發表言論，事後反悔卻已無濟於事。一來是已經廣為流傳，二來可能遭到有心人備份，成為無法抹滅的證據。該如何避免這樣的情形發生？	5
8.播放影片	(a) 建議撥放片段：00:43:51~00:48:56 (b) 失去工作之後，Carl 因無法兌現帶兒子 Percy 去紐奧良的承諾而自責。他認為自己的暴怒影片事件使兒子丟臉，而且覺得自己不了解兒子。 (c) 由於 Percy 正處於成長的年紀，於是朋友建議他，利用這段時間了解他，不要忽略人生中應該注意的事情。	5
9.播放影片	(a) 建議撥放片段：01:00:50~01:08:59 (b) Carl 聽從前妻建議，弄來一臺破爛餐車。一起採購廚具時，Carl 似乎不再把 Percy 視為乳臭未乾的小子，而是真心想要學習廚藝的學徒。 (c) 可提醒學生，父子關係從此段開始有了轉變。	8
10.播放影片	(a) 建議撥放片段：01:12:04~01:17:44 (b) 為了感謝工人幫忙，Carl 答應要請他們吃「全世界最好吃的古巴三明治」，負責烤麵包的 Percy 將一個麵包烤焦了：Percy：「沒關係，反正他們是吃免錢的。」 Carl 察覺兒子的態度問題，嚴肅地告訴他：「工作的成就不是來自於利益，而是熱情與快樂。」	6
11.播放影片	(a) 建議撥放片段：01:29:35~01:31:55 (b) 餐車抵達紐奧良之後，擅於使用社群網站的 Percy 在 Twitter 發表照片，並使用定點打卡。所有人都慕名而來，讓餐車外大排長龍。	3
12.引導討論	● 老師可蒐集「網路起家」的創業故事，或是「網路紅人」、「網路行銷」的真實案例，如：東京著衣或蔡阿嘎。帶領學生討論網路的力量及行銷手法。如果學生是老闆，會如何運用這項科技工具開發客源？	8
13.播放影片	(a) 建議撥放片段：01:38:00~01:44:22 (b) 雖然餐車生意興隆，但 Percy 的假期也將結束。一天夜裡，父子倆肩並肩、敞開心房談天： Carl：「你成為很棒的廚師。任誰都無法奪走我們共同的經歷，我很高興有機會多了解你。」 (c) Carl 後來收到 Percy 於餐車旅途中錄製的「一天一秒」影片，決定讓 Percy 假日來幫忙，繼續他們的甜蜜回憶。	7

14.學習單 指導	(a) 帶領學生閱讀問題，並完成 1 至 6 題的是非、選擇題。可視情況分組討論。 (b) 請學生回家自行完成簡答題，發表自己的看法。	15
15. 收回 學習單	● 老師可安排時間，請小老師收回學習單，於下一堂課討論分享。	課後

●補充資料：群眾外包（Crowdsourcing）商業模式

在「客製化」當道的年代，消費者不喜歡照單全收。他們勇於表達自己的聲音，反過來決定企業應該生產什麼給消費者。「群眾外包」是指企業集結民眾的看法，並依此開發產品或是提供服務。全民編輯的維基百科就是一個典型的例子。

這種互利共生的商業模式不僅能讓業者更貼近群眾的心，也讓素人的創意有宣洩管道，增加產品的噱頭及吸引力。

參考資料：

1. 群眾力量大！群眾外包的另類網路行銷
<https://www.smartm.com.tw/article/313333cea3>
2. 四分鐘讓你了解新的工作趨勢：「群眾外包」Crowdsourcing
<http://tw.blog.voicetube.com/archives/4469>