

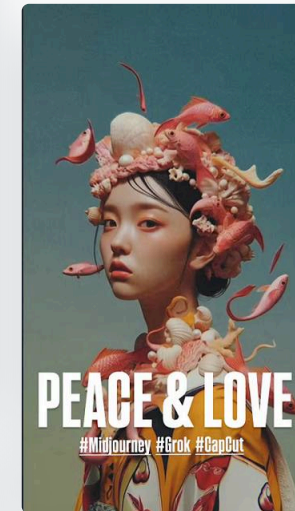
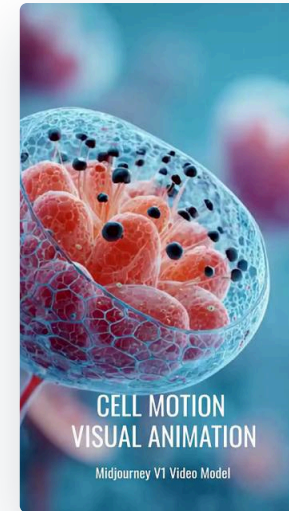
AIGC 多模態生成工具融入 商業攝影技巧課程

對學生動態廣告創作能力之研究

邱義盛 Yi-Sheng Chiu

計畫主持人

臺北城市科技大學 行銷與流通管理系 助理教授





Contents

01	業師視角	P3
	我在業界做什麼，又怎麼帶進教室	
02	整體流程框架	P9
	四個問題、四個階段、一個教學循環	
03	研究問題與驗證	P14
	每一階段都有前測與後測	

01 • PRACTITIONER

業師視角

十年的工作室現場、八年的商設講台，
再加上一路跑過的 AIGC 推廣現場。



從工作室到教室，把實務流程帶進課堂

2015 —

8F DESIGN STUDIO 創辦人

長期承接品牌規劃、廣告設計、商業攝影與網站設計專案。每一案都要回答同一個問題：這張圖、這支影片，能不能幫品牌把話說清楚。

2015 — 2023

國立臺灣科技大學 商業設計系 兼任講師

教授商業攝影、影像處理、視覺整合設計、數位攝影與應用、專題設計與實習。

2023 —

臺北城市科技大學 行銷與流通管理系 助理教授

從品牌與視覺的角度切入行銷教育。



邱義盛 Yi-Sheng Chiu

計畫主持人

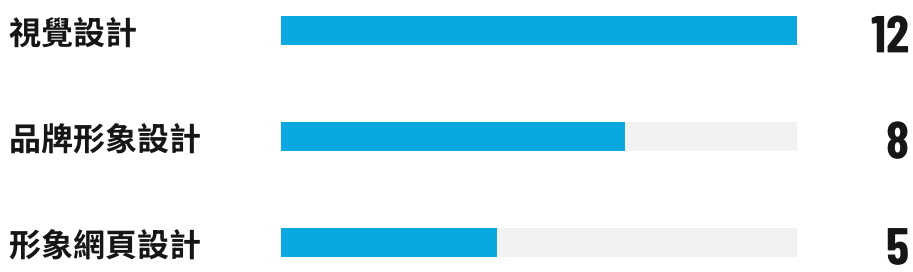
這次計畫想做的事

把產業正在發生的「拍攝×生成並行」流程，轉成一年級、非設計背景學生也走得完的課程。

從手機拍照開始，
最後完成一支 20 秒的 AIGC 動態廣告。

近五年業界專案

25 件



每一案都與「攝影」息息相關，透過設計載體達成行銷訴求

2025	國立臺灣體育運動大學 《30》	視覺	鴻梅國際藝術村	網頁
2024	國立臺北藝術大學 焦點舞團 《曜》	視覺	道禾教育機構	品牌
2023	礦山藝術季	網頁	鈺統食品 纖烤燕麥	品牌
	苑裡鎮農會 《四季苑裡》	網頁	易製作 《解穢酒》	視覺
	大美生活提案所	視覺		
2022	美室家居 MiiX Home	品牌	赫申設計 HERSEN	品牌
	哥倫比亞藝術美語學校	品牌	純白舍 Dance Lab 《白 II》	視覺
2021	Read Group	品牌	智薈國際管理顧問	品牌
	培訊國際管理顧問	品牌	妙璇舞團 《驛》	視覺

2015
8F DESIGN STUDIO 成立

8 年
國立臺灣科技大學 商業設計系 兼任講師

5.29-5.46
本校歷學期教學評量（滿分 6）

AIGC 推廣：跑過的教學現場

114 數位行銷與 AI 應用設計實務學程
勞動部就業學程 | 國立臺中科技大學 商業設計系

114 進階設計：AI × Canva 跨平台整合實戰
高教深耕 教師成長社群 | 臺北城市科技大學

114 藝術 × AI：相遇無界，創意無極限
產業雙師講座 | 國立臺灣體育運動大學 舞蹈學系

113 食物造型及攝影研習
教師精進研習 | 穀保家商 餐飲科

— AIGC 創作：Midjourney 視覺探索
設計工作坊



現場觀察：多數學生與老師，仍停留在「AI = ChatGPT」

接觸 , 嘗試 , 理解 , 反饋 , 主動使用

把提示詞拆成卡牌：AIGC 靈感指南

初學者卡在哪裡

提示詞的語句沒有結構，說不出想要的畫面

「文字生圖」與「圖生文字」之間有斷層

缺少風格、構圖、色彩的視覺專業詞彙

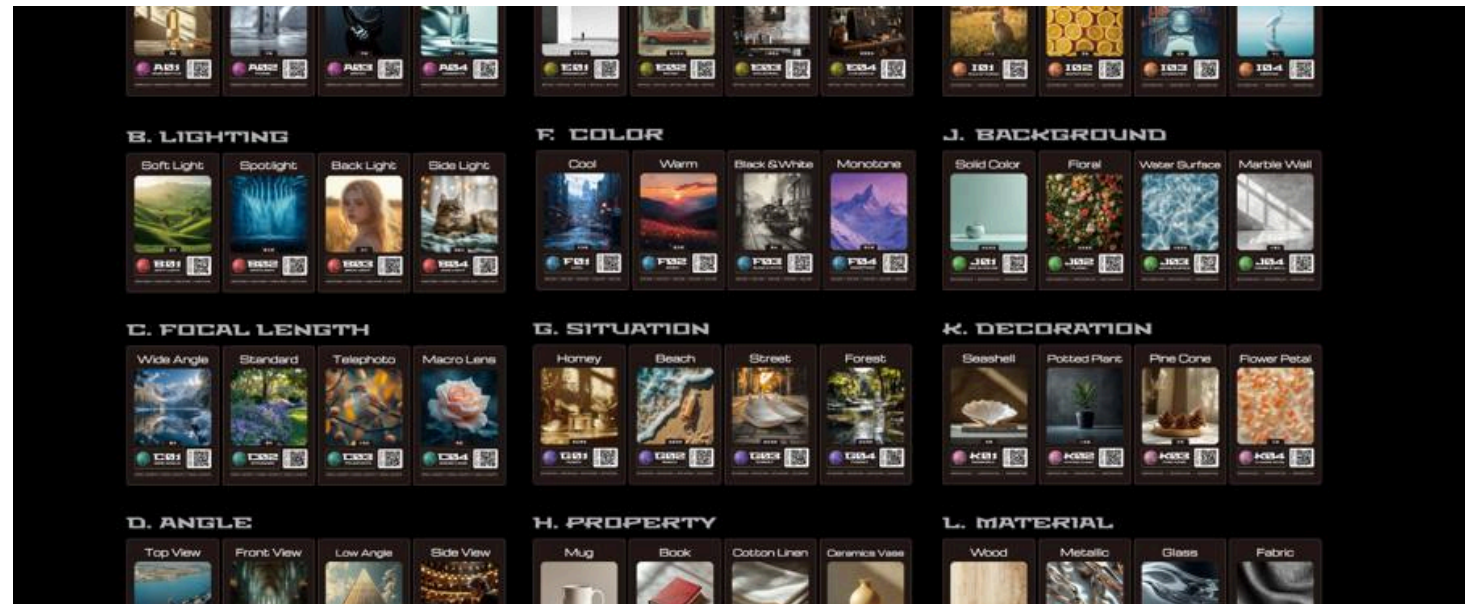
卡牌怎麼解

卡牌規則對應 Midjourney 提示詞語句

卡片 × QR Code 切換，直接看懂風格畫面

依提示詞屬性分類，補足視覺知識點

這套卡牌的 12 個屬性分類，後來直接成為本計畫第三階段「商品情境描述」的教學骨架。



113 年度 臺北城市科技大學 教師自製教材 | AIGC 靈感指南：Midjourney 提示詞語結構卡牌組

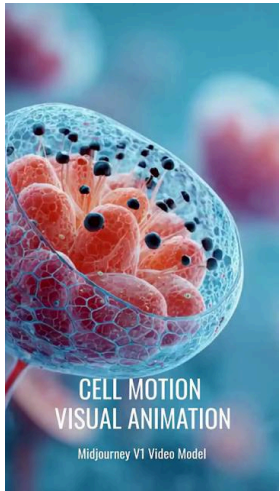
先自己做一遍：全 AIGC 動態 Shorts

14 支全 AIGC 動態作品

持續創作，才能把最新的工具
流程，轉成學生走得完的教學
流程。



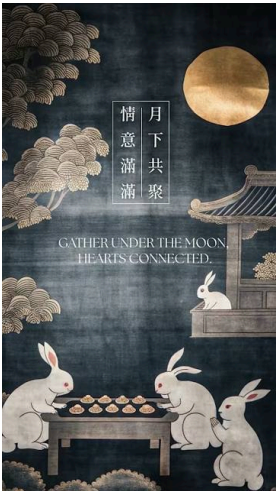
youtube.com/
@easonchiu100/shorts



01 Cell Motion



02 LOVE



03 Jade Rabbit



04 PEACE & LOVE



05 Student Works



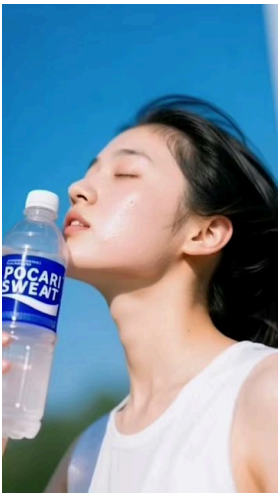
06 Mid-Autumn Bunny



07 Future Creative AI



08 Courage at Sixty



09 POCARI SWEAT



10 DyDo Coffee



11 Lady First Cocktail



12 Kirin Beer



13 Lemon Tea

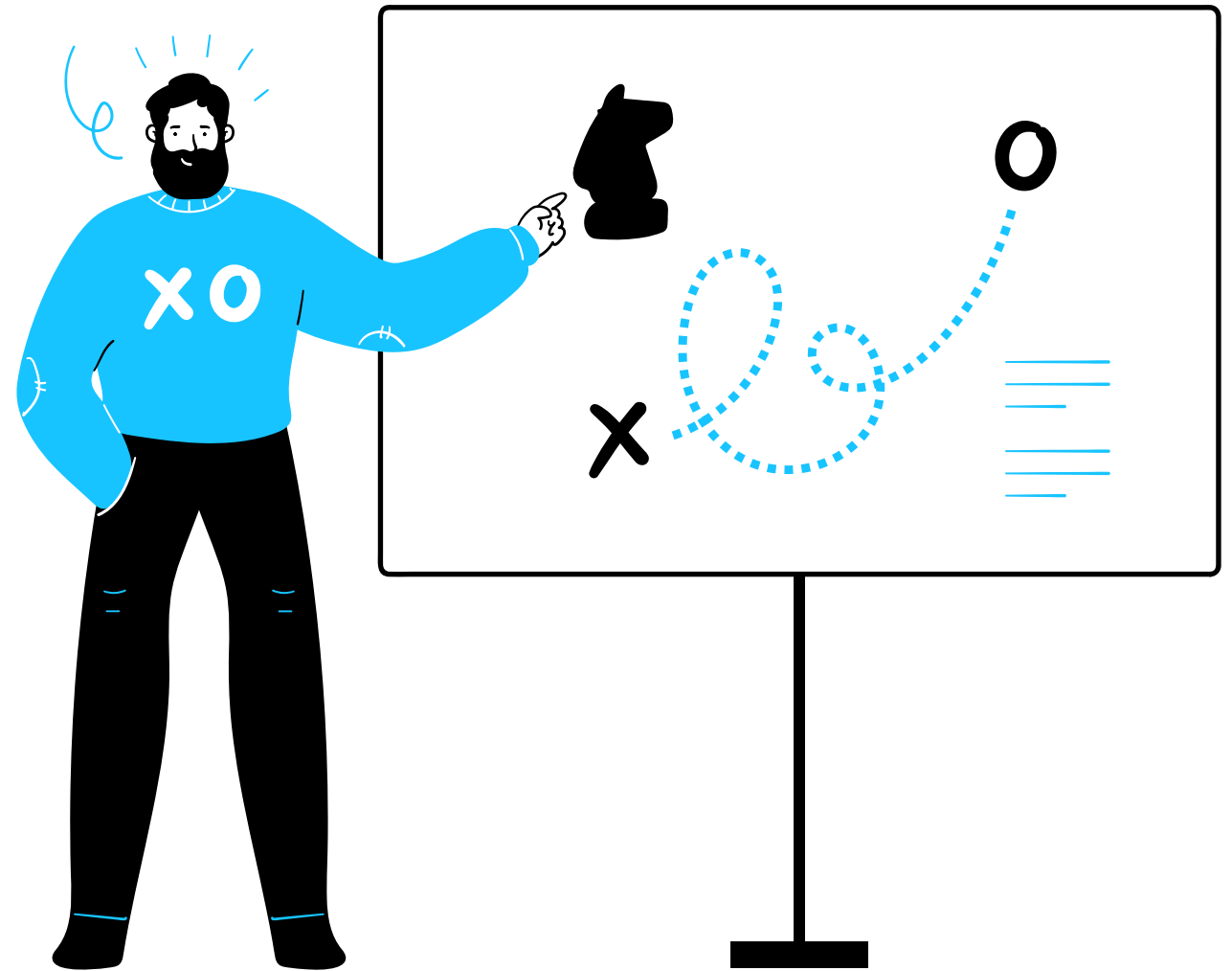


14 Royal Blend

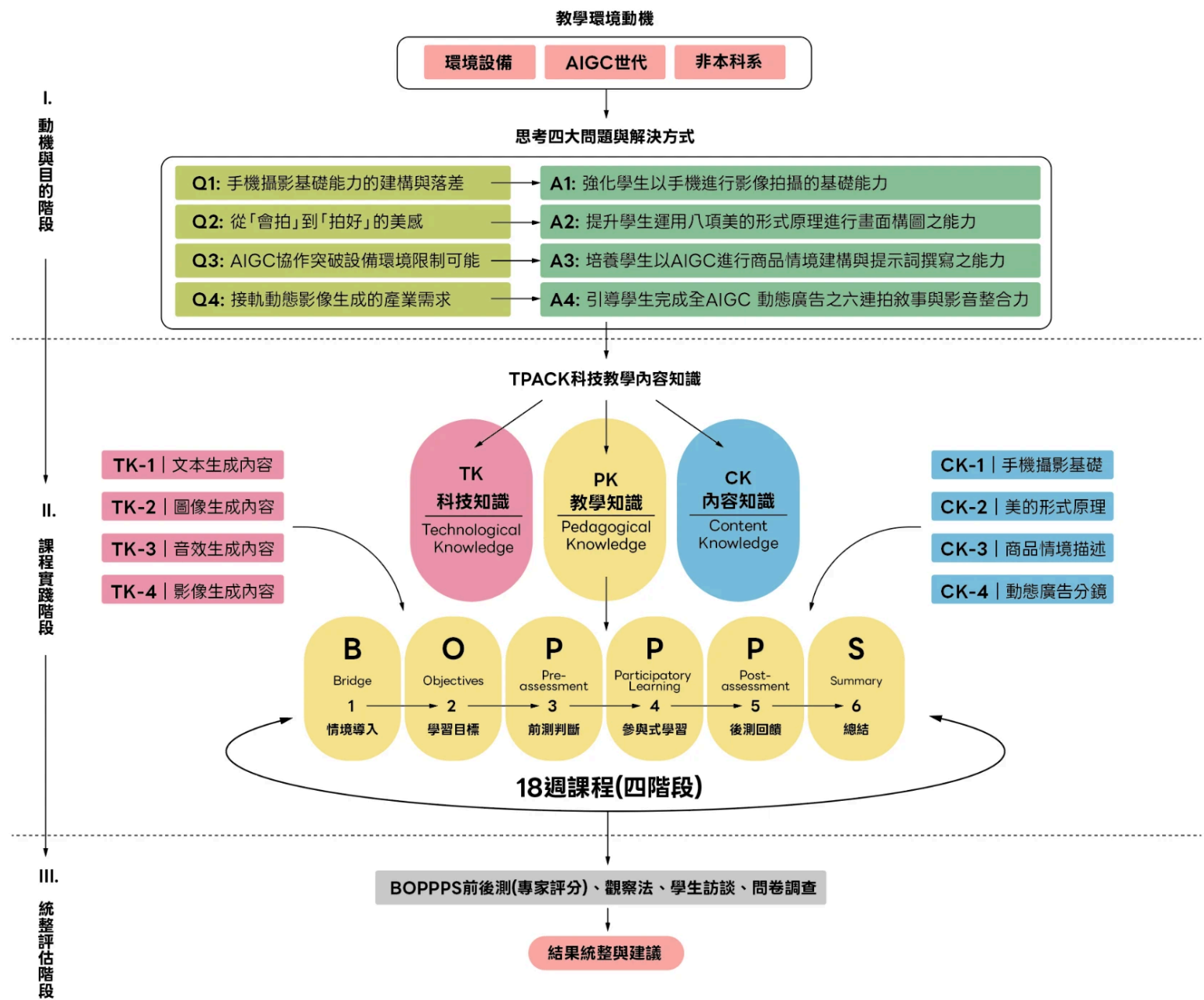
02 • FRAMEWORK

整體流程框架

四個教學現場的問題，
對應四個階段，用同一套循環走完 18 週。

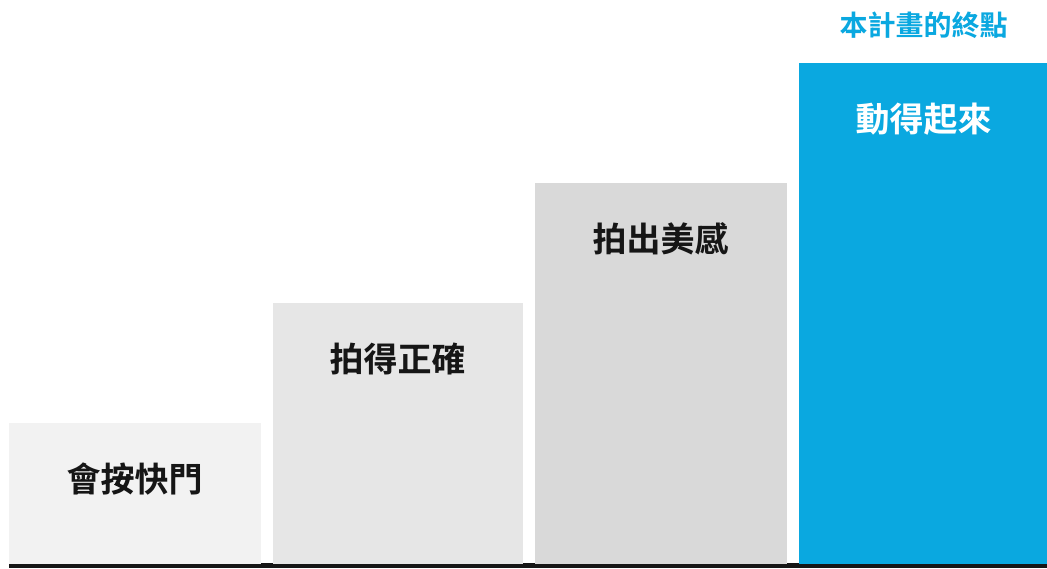


整體計畫框架圖

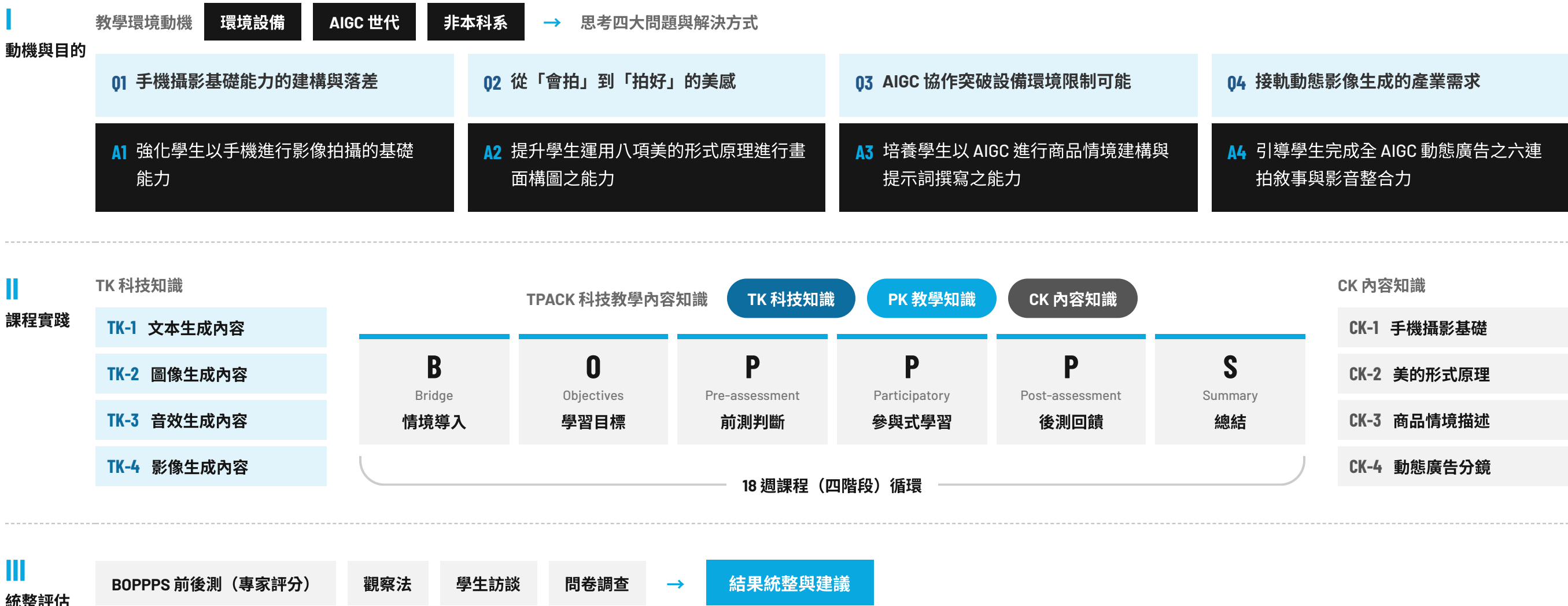


教學現場的三個限制

「商業攝影技巧」是行銷系一年級必修。學生多來自商業、餐飲觀光、語文類群，手上都有高階手機，卻不熟悉距離、角度與光線。



整體計畫框架：動機、實踐、評估



II

課程實踐

TK 科技知識

TK-1 文本生成內容

TK-2 圖像生成內容

TK-3 音效生成內容

TK-4 影像生成內容

TPACK 科技教學內容知識

B

Bridge

情境導入

O

Objectives

學習目標

P

Pre-assessment

前測判斷

P

Participatory

參與式學習

P

Post-assessment

後測回饋

S

Summary

總結

18 週課程（四階段）循環

CK 內容知識

CK-1 手機攝影基礎

CK-2 美的形式原理

CK-3 商品情境描述

CK-4 動態廣告分鏡

III

統整評估

BOPPPS 前後測（專家評分）

觀察法

學生訪談

問卷調查

→ 結果統整與建議

18 週・四階段，從手機到動態廣告

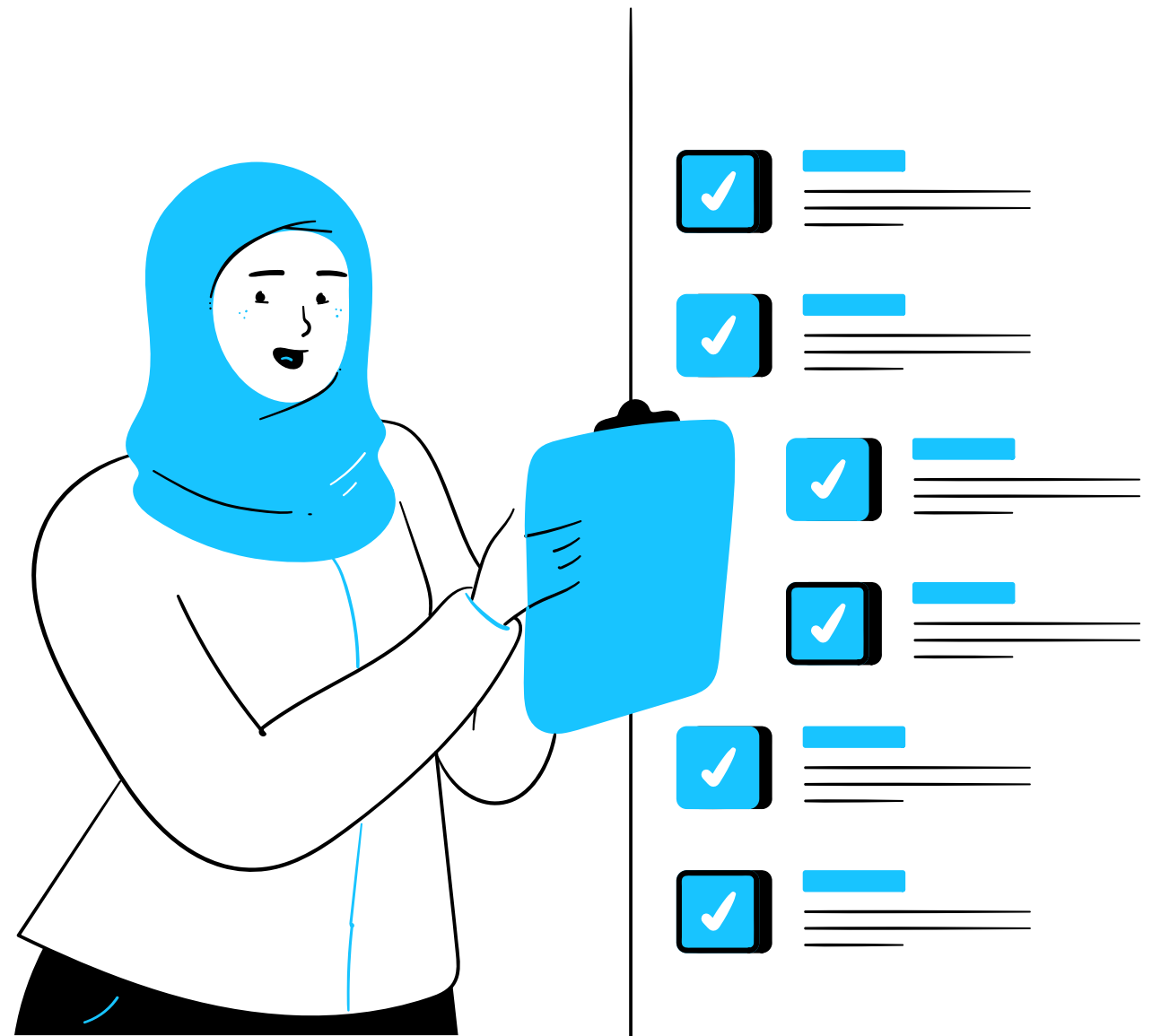
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
概述		攝影基礎			美的形式原理				商品情境描述				動態廣告分鏡				

STAGE 1 攝影基礎能力 W2-W5 4 週 內容 距離：遠、中、近、特寫 角度：平、俯、仰、斜側 光線：正、上、側、背 工具 手機 ChatGPT、Gemini 輔助理解 每組作品 36 張	STAGE 2 美的形式原理 W6-W9 4 週 內容 對稱、重複、漸變、對比 律動、動態、強調、平衡 工具 手機零食擺拍 ChatGPT、Gemini 每組作品 16 張	STAGE 3 商品情境描述 W10-W13 4 週 內容 12 個畫面屬性：商品、光線、焦段、角度、風格、色調、情境、道具、構圖、背景、裝飾、材質 工具 ChatGPT、Midjourney、Nano Banana 每人系列作 6 張	STAGE 4 動態廣告分鏡 W14-W18 5 週 內容 六連拍：開場吸睛、商品特寫、使用情境、亮點呈現、情感感受、品牌收尾 工具 Midjourney、Nano Banana、Grok、Suno、剪輯 每人動態廣告 20 秒
---	--	---	---

03 • RESEARCH

研究問題與驗證

每個階段都留下前測與後測，
讓「學到什麼」有證據可以看。



研究問題

核心問題 以 TPACK × BOPPPS 設計的 AIGC 商業攝影課程，能否提升非設計科系學生的動態廣告創作能力？

RQ1 學生能否依需求判斷距離、角度與光線，穩定控制手機拍攝的畫面？

目標一 | 第一階段
手機攝影基礎

RQ2 八項美的形式原理訓練，能否讓作品從「拍得正確」進到「拍出美感」？

目標二 | 第二階段
美的形式原理

RQ3 以 12 個畫面屬性撰寫提示詞，能否提升學生用 AIGC 重現商品情境的精準度？

目標三 | 第三階段
商品情境描述

RQ4 在六連拍分鏡引導下，學生能否完成具完整品牌敘事的 20 秒 AIGC 動態廣告？

目標四 | 第四階段
動態廣告分鏡

驗證方式：每一階段都有前測與後測

階段	前測 教學前	後測 教學後	比較依據	評量者
RQ1 攝影基礎	12張，未教學狀態下 12 分類各拍 1 張	36張，3 屬性 × 12 分類作品	同分類前後照片並列，看距離、角度、光線的控制	授課教師 專業攝影師
RQ2 美的形式原理	30題形式原理照片選擇題	16張，8 形式 × 2 張零食擺拍	前測答對率 vs. 後測作品能否傳達原理定義	授課教師 專業攝影師
RQ3 商品情境描述	看指定廣告圖，用自己的描述生成	同一張圖，以 12 屬性重寫提示詞再生成	生成結果與原圖的相似等級	3 位攝影及影像專家
RQ4 動態廣告分鏡	20 秒廣告分鏡配對題，寫下每格感受	20 秒 AIGC 動態廣告	敘事結構完整度、作品點評、學生訪談	授課教師 業界專家

量化

四階段前後測比較：答對率、作品評分、專家相似等級評定。

質性

教學歷程紀錄、作品產出流程、學生回饋與訪談、專家點評。

執行調整：把「人的企劃」與「AI 的畫面」分開評

雙軌評分標準（Rubrics） 區分學生創意企劃與 AI 生成效果的貢獻

人為企劃 Human	機器生成 AI
- 分鏡邏輯與品牌敘事 12 畫面屬性的描述完整度 - 構圖與美的形式判斷 - 素材篩選與剪輯節奏	- 畫面擬真與一致性 - 動態流暢度 - 音畫整合效果 - 技術瑕疵處理



Prompt Logs 納入質性分析

每位學生保留提示詞修改歷程，看見「怎麼想」而不只是「生出什麼」。

初版提示詞

生成結果

修改理由

修正版

最終選圖

- 1

改用虛構原創品牌

避免真實品牌的商標與著作權風險，成果展出更安心
- 2

加重攝影基礎與美感訓練

前兩階段為後續生成打底，確保專業深度
- 3

工具依功能分類，保留替換彈性

文本、圖像、音樂、動態各留備案，因應工具快速迭代
- 4

精簡任務與工具，降低認知負荷

每階段聚焦一種核心工具，分組協作分擔
- 5

研究倫理與經費

執行前完成知情同意書；工具訂閱依階段需求配置

預期成果

36張/組

手機攝影作品
距離、角度、光線 12 分類

16張/組

美的形式原理作品
8 種形式原理零食擺拍

6張/人

商品情境生成
12 畫面屬性提示詞系列作

20秒/人

AIGC 動態廣告
六連拍分鏡、配樂、剪輯

79

位修課學生
四技行一真 | 115 學年度第 1 學期

- 可複製的四階段 AIGC 攝影教材體系
- 四階段前後測比較證據
- 雙軌評分規準與 Prompt Logs 分析

- 18 週完整教學歷程與操作紀錄
- Notion 學生成果網站
- 未來 AIGC 攝影課程的開課建議

謝謝聆聽

從按下手機快門，
到完成一支 20 秒的動態廣告。

邱義盛 Yi-Sheng Chiu

臺北城市科技大學 行銷與流通管理系

www.8f-design.com



SUPPLEMENT

補充連結

研討會論文工作台
進度表 × 文獻清單



FULL PROPOSAL

完整計畫書 PDF

掃描 QR Code
或點擊開啟下載