

朝陽科技大學 094學年度第2學期教學大綱
Introduction to Western Art 西洋美術概論

| | | | |
|------|--|--------------------|--|
| 當期課號 | 3292 | Course Number | 3292 |
| 授課教師 | 林媛婉 | Instructor | LIN, YUEN WAN |
| 中文課名 | 西洋美術概論 | Course Name | Introduction to Western Art |
| 開課單位 | 視覺傳達設計系(二進)三A | Department | |
| 修習別 | 選修 | Required/Elective | Elective |
| 學分數 | 2 | Credits | 2 |
| 課程目標 | 1 · 引導學生熟悉西洋各個時代之後的藝術風格表現 2 · 指導學生分析西洋藝術的視覺特徵以及把該特徵運用在設計領域的方法 | Objectives | This course is the first section of Western art history. It focuses on the introduction and analysis of visual styles of Western Art from Egypt to the Renaissance. Through lecture and slide presentation, the students will be able to recognize the similarities and differences of stylistic development, and understand the cultural background of various Western art styles . |
| 教材 | 陳坤宏, (2000), 消費文化理論, 揚智文化 張君玫, 黃鵬仁譯, 1995, 消費, 巨流出版社 張君玫譯, 2001, 文化消費與日常生活, 巨流出版社 Shopping 演化史. Thomas Hine, (2003), I want that: How we all become shoppers. 雅言文化. 流行陰謀: 名牌時裝帝國遊記. Nicholas Coleridge. (1988), The fashion conspiracy. 時報文化出版 大衛布魯克斯. (2001) BoBo族-新社會菁英的崛起. 遠流出版 孫本治. (2004). 個人化與生活風格社群. 唐山書局. 李天鐸編. 日本流行文化在台灣與亞洲. 孫本治/譚又寧譯. 全球地方化, 新地區概念與生活風格. 當代, 168期54-63 頁. 文化理論與通俗文化導論, 巨流出版社, John Storey (2001), Cultural theory and popular culture: An introduction. 文化產業, 遠流出版社 透明色的無印良品, 數位時代雙週, 2002/06/01第36期 美學的經濟, 詹偉雄, 藍鯨出版 Naomi Klein, 2000, No Logo: No space, no choice, no job. London: Flamingo. Naomi Klein, 2002, Fences and Windows: Dispatches from the front lines of the globalization debate. USA: St. Martin's Press. Pierre, Bourdieu, 1984, Distinction: A social critique of the judgement of taste, Cambridge, MA: Harvard University Press. Adorno, The Cultural industry: Selected essays on mass culture. London: Routledge. Nigel Whiteley, (1993). Design for society. London: Reaktion Books. Penny Sparke. (1986). An introduction to design and culture in | Teaching Materials | |

| | | | |
|---------------|---|-----------------|---|
| | the Twentieth century. Routledge. | | |
| 成績評量方式 | <p>1. 每組分配章節閱讀, 在課堂上報告閱讀心得及問題討論 30%</p> <p>分組, 決定題目</p> <p>單元議題與主持討論 挑選單元報告, 帶領討論, 並提供相關資料</p> <p>2. 每人選擇四部分其中之一, 於每週/期中/ 期末繳交報告 70%</p> <p> 課堂參與 每週於課後以提問, 提供資料, 或答覆問題為主</p> <p> 讀書心得報告 期末設計報告</p> | Grading | <p>1. mid-term report 30%</p> <p>2. final paper 70%</p> |
| 教師網頁 | - | | |
| 教學內容 | <p>本課程以消費文化理論為主, 探討台灣在消費與生活風格的演變以及相關的議題與文獻. 本課程以消費理論為主要發展脈絡, 分為四大部分; 一為現代消費的出現; 二為消費文化理論的建立; 三為消費與品牌象徵; 四為消費與慾望, 認同. 目的在透過文獻閱讀與課堂的討論, 擴大同學對於人文層面的關心, 思考設計與社會的關係.</p> | Syllabus | <p>This course focuses on consumption theories. It is mainly divided into four issues. First, the historical aspect of modern consumption. second, the establishment of consumption. third, consumption and brand. fourth, consumption, desire, and identity.</p> |

尊重智慧財產權，請勿非法影印。