朝陽科技大學
100學年度第2學期教學大綱

當期課號	1865	中文科名	產品企劃
授課教師	李朝金	開課單位	工業設計系
學分數	2 修課時數 2	開課班級	日間部四年制3年級 A班
修習別	專業選修		
類別	一般課程		

本課程與系所培養學生核心能力關聯度	高度關聯	中高關聯	中度關聯	中低關聯	低度關聯
觀察記錄產品設計環境背景之辨證能力。	✔				
思考整理產品設計訊息資料之邏輯能力。	✔				
產品設計之提案、說明、設計、執行與發表能力。	✔				
溝通協調與組織分工之跨領域協同整合能力。	✔				
市場需求之體察與評估能力。	✔				
材料特性與製造技術之掌控能力。					✔

本課程培養學生下列知識：

一、使學生對一般產品企劃的整體作業流程及其各個階段之工作內容有所瞭解，以期將來面臨工業設計師工作崗位上之設計企劃任務時，能備有必要之基礎知識。二、使學生更具市場之敏感度，真正養成使用者導向之設計價值觀。以期能夠經常確保其所從事之設計正是使用者所需求之產品。三、在課程中養成同學自行完成一件產品企劃案之能力，以期在畢業專題設計之企劃上可有正確之著力點。

1.瞭解產品企劃的整體作業流程
2.加強市場之敏感度與使用者導向之設計價值觀
3.養成自行完成一件產品企劃案之能力

1.Understanding procedures and contents in each step of a product planing project. 2.Enhancing marketing awareness amomg students, which in tern, will make them becoming more user oriented in their future designs. 3.Devicing students with the ability to program a product planing projet，expect to have the correct point of put forth effort on the planning of the graduation monograph design.

每週授課主題

第01週：課程大綱、上課要求及作業規定說明
第02週：產品企劃之基本概念
第03週：產品企劃之基本概念
第04週：產品開發循環介紹
第05週：產品開發循環介紹
第06週：全方位參與之產品企劃理念
第07週：全方位參與之產品企劃理念
第08週：期中報告
第09週：期中報告
第10週：產品企劃之內涵與步驟
第11週：產品企劃之內涵與步驟
第12週：產品企劃之內涵與步驟
第13週：產品企劃必備的七大能力
第14週：市場需求資料之收集與分析
第15週：市場需求資料之收集與分析
第16週：SWOT分析與產品策略
第17週：期末報告
第18週：期末報告

成績及評量方式

口頭報告：60%
平時作業及出席：40%

證照、國家考試及競賽關係

本課程無證照、國家考試及競賽資料。

主要教材

2.由授課教師自行編寫(iLMS數位學習系統)

參考資料

書名：產品規劃與策略運用 = Product management 作者：劉水深著 出版年(西元)：民70[出版社：臺北市 : 劉水深
書名：產品企畫的藝術 作者：愛文・仏蘭徳(Erwin A. Frand)著; 鄒應瑗訳 出版年(西元)：民82[出版社：臺北市 : 中國生產力出版 : 聯經經總經銷
書名：新產品研發策略 : 產品行銷策略 作者：朝野熙彥, 山中正彥著; 產品行銷策略研究小組譯 出版年(西元)：2005 出版社：桃園縣龍潭鄉 : 和昌發行 : 先鋒企業管理發展中心經銷

建議先修課程

本課程無建議先修課程

教師資料

教師網頁：http://www.cyut.edu.tw/~kim.cklee/
E-Mail： kim.cklee@msa.hinet.net
Office Hour：
星期一,第5~6節,地點:D-430;
星期五,第5~6節,地點:D-430;
分機:5201

[關閉] [列印]
尊重智慧財產權，請勿不法影印。