

朝陽科技大學
105學年度第1學期教學大綱

當期課號	7726	中文科名	產品設計特殊主題研究(二)
授課教師	吳韋激	開課單位	工業設計系
學分數	3	修課時數	3
修習別	專業選修	開課班級	碩士班1年級 A班
類別	一般課程		

本課程與系所培養學生能力指標關聯度：

核心能力	能力指標	高度關	中度關	低度關
		聯	聯	聯
設計議題的研究、解析與處置能力	具備設計研究的概念與熟悉研究方法	✓		
設計議題的研究、解析與處置能力	能夠從事設計相關研究工作並有成果產出	✓		

本課程培養學生下列知識：

產品企畫是企業凝聚內部資源共識，以對抗企業外部競爭的產品開發腳本，產品開發的展開乃至後續產品設計的整合，與工業設計創意發想的評估都須依循產品企畫書的規範，具創意並兼顧完整面向考量的產品企畫是企業必備的競爭利器。本課程藉由產品企畫案例介紹說明，並依實務導向之理論與技術要求，建立修課同學在產品企畫實務操作所須具備之知見與方法。 1.產品企畫書的功能、規範與案例介紹說明 2.產品企畫與工業設計 3.產品企畫與產品開發 4.產品企畫與品牌策略

- 1.產品企畫實務原理與作業程序
- 2.產品企畫作業一學生主題發表
- 3.產品企畫實務原理與作業程序
- 4.產品企畫作業一設計進度研討
- 5.產品企畫實務原理與作業程序
- 6.產品企畫作業一設計進度研討
- 7.產品企畫實務原理與作業程序
- 8.產品企畫實務操作程序講解
- 9.產品企畫作業一學生主題發表

Product planning is the product development script which needs to solidify corporate inner resources and to enhance corporate competence. Base on the guideline of product planning, product development can follow, then product design can integrate, and industrial design can evaluate. Creative product planning should also consider all factors which will involve into the product developing processes to become effective implement for corporate. This class will offer students in-depth introduction of case study showcase and field operation knowledge and technique.

每週授課主題

- 第01週：特殊主題商品設計限制與規劃
- 第02週：特殊主題商品市場收集 1
- 第03週：特殊主題商品市場收集 2
- 第04週：特殊創意創新商品設計規劃1
- 第05週：特殊創意創新商品設計規劃2
- 第06週：特殊主題創意商品視覺化設計 1
- 第07週：特殊主題創意商品視覺化設計 2
- 第08週：特殊主題創意商品視覺化設計 3
- 第09週：特殊主題創意商品概念視覺化規劃發表 1
- 第10週：特殊主題創意商品概念視覺化規劃發表 2
- 第11週：特殊主題創意商品商品化設計1
- 第12週：特殊主題創意商品商品化設計2
- 第13週：特殊主題創意商品商品化設計3
- 第14週：特殊主題產品商品化虛擬展示 1
- 第15週：特殊主題產品商品化虛擬展示 2
- 第16週：特殊主題產品商品化虛擬展示 3
- 第17週：產品虛擬成果展示設計
- 第18週：特殊主題創意創新設計成果展示

成績及評量方式

- 期中報告：30%
 期末報告：40%
 課程參與與自我管理：30%

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

1.自製(自製教材)

參考資料

本課程無參考資料!

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/~charleswu/>

E-Mail：charleswu@cyut.edu.tw

Office Hour：

星期二,第5~6節,地點:D-502.1;

星期三,第3~4節,地點:D-502.1;

分機:7212、4842

[關閉](#) [列印](#)

尊重智慧財產權，請勿不法影印。