

朝陽科技大學
106學年度第2學期教學大綱

當期課號	B112	中文科名	文化創意設計
授課教師	蔡佳玟	開課單位	工業設計系
學分數	3	修課時數	3
開課班級	日間部四年制3年級 Y班		
修習別	專業選修		
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
思考整理產品設計訊息資料之邏輯能力	能夠進行創意思考與構想發展	✓		
產品設計之提案、說明、設計、執行與發表能力	具備良好的設計基礎技術	✓		

本課程培養學生下列知識：

文化產業已經成為知識經濟中重要的關鍵產業，而文化如何從「人類生活的總集」轉型成為具經濟價值、可消費的文化商品，成為民間組織、文化館與紀念館思考的問題。對於社區、場域、文化館或是民間組織而言，社區再造不再只是環境整建與硬體供給，如何從當地能量發展出可長久經營的「商品」，使社區或是在地組織經營有永續生存的力量，是重要的。而「文化」，要如何成為可被辨識的「文化商品」，則成為現今設計師重要的課題。

1. 培養學生瞭解文化資產的能力
2. 培養學生具備從文化資產轉化及活化為創意設計的能力
3. 培養學生掌握時代趨勢與潮流的能力
4. 培養學生具備文化創意設計的能力

Cultural industry has become a key industry in the knowledge economy, and how the culture from "the total set of human life," transformed into economic value, consumption of cultural goods can become non-governmental organizations, cultural centers and memorial to think about. The "culture" can be identified and how to become a "cultural goods", the designer has become an important issue today.

每週授課主題

- 第01週：課程大綱介紹
- 第02週：文化產業與創意產業的定義
- 第03週：文化創意產業市場
- 第04週：文化創意產業鏈
- 第05週：文化創意設計與創造力
- 第06週：文化創意產品風險
- 第07週：產品設計開發流程
- 第08週：創意產業與智慧財產權
- 第09週：期中報告
- 第10週：文化創意與地方產業特色連結
- 第11週：文化創意與舊區活化
- 第12週：象徵符號與創意發想
- 第13週：品牌形象與識別
- 第14週：文化品牌經營
- 第15週：產品/品牌/行銷整合
- 第16週：文化品牌與產業特色研究(一)
- 第17週：文化品牌與創意設計整合(二)
- 第18週：期末發表

成績及評量方式

- 平時作業與出席：40%
- 期中報告：30%
- 期末報告：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. 《老寶貝·新創意：產業文化資產轉化設計－產業文化資產再利用系列4》蕭明瑜(2009)台中：行政院文化建設委員會文化資產總管理處籌備處(教科書)(教科書)

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/>

E-Mail：cwtsai@cyut.edu.tw

Office Hour：

分機：

[\[關閉\]](#) [\[列印\]](#)

尊重智慧財產權，請勿不法影印。