

淡江大學 103 學年度第 1 學期課程教學計畫表

課程名稱	文化創意產業專題	授課 教師	趙雅麗 CHAO YALY
	SEMINAR ON CULTURAL AND CREATIVE INDUSTRIES		
開課系級	大傳一碩士班 A	開課 資料	選修 單學期 3學分
	TAMXM1A		
系（所）教育目標			
<p>一、培養具文化創意產業分析、企劃與行銷專業之傳播人才。</p> <p>二、訓練具訊息研究與跨媒體創新開發專業之傳播人才。</p>			
系（所）核心能力			
<p>A. 倫理道德能力：具備理解傳播相關倫理與社會責任之能力。</p> <p>B. 訊息分析與研究能力：具備系統蒐集、解釋、分析與研究訊息之相關議題。</p> <p>C. 獨立思考能力：具備獨立發掘、分析與解決傳播相關議題之能力。</p> <p>D. 結合理論與實務能力：具備運用傳播理論與研究方法，以執行傳播專案。</p> <p>E. 研發創新能力：具備理解文化創意產業之趨勢與跨媒體創新研發之能力。</p>			
課程簡介	<p>對實務界而言，傳播理論到底是不好用、還是不會用？該怎麼用？如何找出文化創意產業中的傳播專業定位，回答這些問題，是本課程的主要目標。</p> <p>本課程首先介紹文化創意產業的生成脈絡與產業特質，並介紹如何從「意義科學」的理論架構，思考傳播專業的獨特定位。</p> <p>接着以分組討論，分析代表性產業個案，引導同學整理各個案例中涉及的傳播理論與重要概念。最後透過「產學提案」的任務情境，找尋以傳播專業協助文創產業創新的可能方向。</p>		
	<p>The course first introduces the characteristics of the industry, and reflects on the positioning of the communication profession through exploring the framework of the “science of meaning.”</p> <p>The course then guides the students to organize, and identify the crucial communication theories involved in the industry, and thoroughly analyze these representative cases through group discussions. Moreover, the students will discover the possible directions in which the communication profession can help the cultural creativity industry expand towards by simulating the academia-proposing scenario.</p>		

本課程教學目標與目標層級、系(所)核心能力相關性

一、目標層級(選填)：

- (一)「認知」(Cognitive 簡稱C)領域：C1 記憶、C2 瞭解、C3 應用、C4 分析、C5 評鑑、C6 創造
- (二)「技能」(Psychomotor 簡稱P)領域：P1 模仿、P2 機械反應、P3 獨立操作、P4 聯結操作、P5 自動化、P6 創作
- (三)「情意」(Affective 簡稱A)領域：A1 接受、A2 反應、A3 重視、A4 組織、A5 內化、A6 實踐

二、教學目標與「目標層級」、「系(所)核心能力」之相關性：

- (一)請先將課程教學目標分別對應前述之「認知」、「技能」與「情意」的各目標層級，惟單項教學目標僅能對應C、P、A其中一項。
- (二)若對應「目標層級」有1~6之多項時，僅填列最高層級即可(例如：認知「目標層級」對應為C3、C5、C6項時，只需填列C6即可，技能與情意目標層級亦同)。
- (三)再依據所訂各項教學目標分別對應其「系(所)核心能力」。單項教學目標若對應「系(所)核心能力」有多項時，則可填列多項「系(所)核心能力」。(例如：「系(所)核心能力」可對應A、AD、BEF時，則均填列。)

序號	教學目標(中文)	教學目標(英文)	相關性	
			目標層級	系(所)核心能力
1	了解文化創意產業的現況與趨勢，以及面對的機會與挑戰	Understanding the current trend of the cultural creativity industry and the opportunities and challenges faced.	C5	BCDE
2	瞭解傳播專業在文化創意產業中的定位	Understanding where the communication professions stand in terms of the cultural creativity industry	C5	ACDE
3	認知傳播學與術之間的關係	Acknowledging the relationship between academia and the industry within the communication discipline.	A2	ACD
4	掌握從傳播專業分析文化創意產業問題的基本能力	Possessing the basic ability in analyzing the problems associated with the cultural creativity industry from the communication-profession standpoint.	P6	ABCDE

教學目標之教學方法與評量方法

序號	教學目標	教學方法	評量方法
1	了解文化創意產業的現況與趨勢，以及面對的機會與挑戰	講述、討論、問題解決	報告、上課表現
2	瞭解傳播專業在文化創意產業中的定位	講述、討論	報告、上課表現
3	認知傳播學與術之間的關係	講述	報告、上課表現
4	掌握從傳播專業分析文化創意產業問題的基本能力	講述、討論	報告

本課程之設計與教學已融入本校校級基本素養

淡江大學校級基本素養	內涵說明
◆ 全球視野	培養認識國際社會變遷的能力，以更寬廣的視野了解全球化的發展。
◆ 資訊運用	熟悉資訊科技的發展與使用，並能收集、分析和妥適運用資訊。
◆ 洞悉未來	瞭解自我發展、社會脈動和科技發展，以期具備建構未來願景的能力。
◇ 品德倫理	了解為人處事之道，實踐同理心和關懷萬物，反省道德原則的建構並解決道德爭議的難題。
◆ 獨立思考	鼓勵主動觀察和發掘問題，並培養邏輯推理與批判的思考能力。
◇ 樂活健康	注重身心靈和環境的和諧，建立正向健康的生活型態。
◇ 團隊合作	體察人我差異和增進溝通方法，培養資源整合與互相合作共同學習解決問題的能力。
◇ 美學涵養	培養對美的事物之易感性，提升美學鑑賞、表達及創作能力。

授課進度表

週次	日期起訖	內容 (Subject/Topics)	備註
1	103/09/15~ 103/09/21	主題一：總論：什麼是文化創意產業 (1週)；分組	
2	103/09/22~ 103/09/28	主題二：專論 單元一：文化與傳播：從文化盤點、文化傳播與文化創新的意義創造	
3	103/09/29~ 103/10/05	單元二：創意與傳播：說故事的創意人，傳播如何成為創意產製的基礎工程？	
4	103/10/06~ 103/10/12	單元三：產業與傳播：從文化商品到文化行銷的產業價值鏈	
5	103/10/13~ 103/10/19	主題三：意義科學與文化創意產業 單元一：意義經濟：文化創意產業就是意義產業	
6	103/10/20~ 103/10/26	單元二：什麼是意義科學？從意義系統、意義活動到意義生態系	
7	103/10/27~ 103/11/02	單元三：文化創意產業的核心內涵：創造意義、分享意義、消費意義	
8	103/11/03~ 103/11/09	單元四：文化創意產業的意義層次：從訊息設計和文化行銷	
9	103/11/10~ 103/11/16	主題四：代表性個案分析 (小組報告)：以意義科學的分析架構，繪製各個文創產業案例的傳播理論地圖，案例為暫擬，將視實際選修狀況調整 單元一：體驗是什麼：從誠品、印象劉三姐到迪士尼	
10	103/11/17~ 103/11/23	單元二：什麼叫新媒體？社群媒體、通訊軟體與文創產業：FB、LINE	
11	103/11/24~ 103/11/30	單元三：何謂生活脈絡：手機到底改變了什麼？	

12	103/12/01~ 103/12/07	單元四：移動通訊帶來哪些行銷的新模式與新變革	
13	103/12/08~ 103/12/14	單元五：電視節目如何創新？從蘭陵王、後宮甄嬛、到我是歌手，節目創新有哪些要素？和傳播理論有什麼關係？	
14	103/12/15~ 103/12/21	單元六：韓流怎麼來？從「文創產業、影視先行」，拆解韓國打造國家品牌的策略	
15	103/12/22~ 103/12/28	主題五：文創產學提案討論（期末小組報告）	
16	103/12/29~ 104/01/04	期末小組報告	
17	104/01/05~ 104/01/11	期末小組報告	
18	104/01/12~ 104/01/18	期末小組報告	
修課應 注意事項	<p>一、代表性個案小組分析報告（小組自選主題）： 代表性個案分析的「組別、每組人數與主題」，將視實際修課人數進行調整。代表性個案分析的方向，主要是為引導同學蒐集代表性個案所屬產業之發展趨勢，同時透過意義科學的理論架構，找尋、發展與整合該產業相關之傳播理論，藉此帶領同學探討傳播專業於文化创意產業之獨特定位，並作為相關產業創新與研發之參考。 簡而言之，「代表性個案分析」的主要任務有三： 1. 蒐集、分析產業現況與未來趨勢。 2. 發展與整理對應之相關傳播理論工具。 3. 從傳播專業角度，定義該產業之市場機會與關鍵問題。</p> <p>二、產學提案期末小組報告： 期末作業，將由代表性個案分析的結果，進一步往下延伸，並聚焦於「定義該產業之市場機會與關鍵問題」，也就是思考如何根據市場機會或趨勢之預測，提出一份「可驗證這些預測」的問題。 本階段的作業可視為一份產業市場調查之企畫報告，相關工作主要集中在「提出好問題」，而非著重於市調執行之研究設計或統計操作等細節的說明。從問卷設計的角度觀之，本階段作業，主要著重於問題「效度」之界定。</p>		
教學設備	電腦、投影機		
教材課本			
參考書籍			
批改作業 篇數	2 篇（本欄位僅適用於所授課程需批改作業之課程教師填寫）		
學期成績 計算方式	<p>◆出席率： % ◆平時評量：30.0 % ◆期中評量：30.0 % ◆期末評量：40.0 % ◆其他〈 〉： %</p>		
備考	<p>「教學計畫表管理系統」網址：http://info.ais.tku.edu.tw/csp 或由教務處首頁〈網址：http://www.acad.tku.edu.tw/CS/main.php〉業務連結「教師教學計畫表上傳下載」進入。</p> <p>※不法影印是違法的行為。請使用正版教科書，勿不法影印他人著作，以免觸法。</p>		