

淡江大學 104 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>本課程將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，透過分組討論，進行代表性產業個案分析，引導同學整理釐清各個產業案例中涉及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>Through literature review and case study, this course is geared toward a comprehensive understanding of (1) the nature of cultural industries; (2) Cultural products and spin-off development; (3) Cultural industries: task analysis and production line; (4) Conceptualization Value chain and value-added activities that help a cultural product thrive.</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	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		C2	CD
2	2 瞭解傳播專業在文化創意產業中的定位		C3	BCE
3	3 認知傳播學與術之間的關係		C2	CD
4	4掌握傳播專業分析文化創意產業問題的基本能力		P4	BCD

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	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	報告
2	2 瞭解傳播專業在文化創意產業中的定位	講述、討論、問題解決	報告
3	3 認知傳播學與術之間的關係	講述、討論、問題解決	報告
4	4掌握傳播專業分析文化創意產業問題的基本能力	講述、討論、問題解決	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	104/09/14~ 104/09/20	主題一：總論：什麼是文化創意產業 (1週) 含分組	
2	104/09/21~ 104/09/27	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	104/09/28~ 104/10/04	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	104/10/05~ 104/10/11	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	104/10/12~ 104/10/18	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	104/10/19~ 104/10/25	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	104/10/26~ 104/11/01	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	104/11/02~ 104/11/08	單元四：文化創意產業的意義層次：從訊息設計到文化行銷	
9	104/11/09~ 104/11/15	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	104/11/16~ 104/11/22	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	104/11/23~ 104/11/29	單元三：何謂生活脈絡：移動通訊帶來哪些行銷的新模式與新變革？	

12	104/11/30~ 104/12/06	續上週	
13	104/12/07~ 104/12/13	單元四：電視節目如何創新？從蘭陵王、後宮甄嬛到我是歌手，內容/意義創新有哪些要素？和傳播理論有什麼關係？	
14	104/12/14~ 104/12/20	單元五：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	104/12/21~ 104/12/27	主題五：文創產學提案討論（期末小組報告）	
16	104/12/28~ 105/01/03	期末小組報告	
17	105/01/04~ 105/01/10	期末小組報告	
18	105/01/11~ 105/01/17	期末小組報告	
修課應 注意事項	1.每週閱讀教師提供之資料，並進行或個人或小組報告討論（視選課人數而定）。 2.期中報告：代表性個案分析。代表性個案分析之「組別、每組人數與主題」，將視實際修課人數進行調整（相關說明於課堂中提供）。 3.期末報告：以代表性個案分析之結果，進一步往下延伸，提出一份產業市場調查之企畫（相關說明於課堂中提供）。 4.每堂課上課遲到超過15分鐘即視同「缺課」。「無故缺席」累計3次，或請假日數超過（含）全學期上課日1/3者，學期成績即計為「不及格」。 5.上課時間不得使用手機、電腦等通訊設備，除非經教師同意或做指定用途。		
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	◆出席率： % ◆平時評量：30.0 % ◆期中評量：30.0 % ◆期末評量： % ◆其他〈期末提案與報告〉：40.0 %		
備考	「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。 ※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。		