

淡江大學 105 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
	TAMAM1A		
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	Understanding the current trend of the cultural creativity industry and the opportunities and challenges faced.	C2	CD
2	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.	C3	BCE
3	3 認知傳播學與術之間的關係	Examining the relationship between learning the theoretical of the communication discipline and applying them in the industry.	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	Possessing the basic ability in analyzing the problems associated with the cultural creativity industry from the communication-profession standpoint.	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	105/09/12~ 105/09/18	1.課程介紹 / 2.分組與作業說明	
2	105/09/19~ 105/09/25	主題一：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	105/09/26~ 105/10/02	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	105/10/03~ 105/10/09	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	105/10/10~ 105/10/16	主題二：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	105/10/17~ 105/10/23	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	105/10/24~ 105/10/30	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	105/10/31~ 105/11/06	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	105/11/07~ 105/11/13	主題三：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、長恨歌到迪士尼	
10	105/11/14~ 105/11/20	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	105/11/21~ 105/11/27	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	105/11/28~ 105/12/04	單元四：移動通訊帶來哪些文化行銷的新產業模式與變革	
13	105/12/05~ 105/12/11	單元五：電視節目如何創新？從後宮甄嬛傳、芈月傳、狼牙榜到中國好聲音，節目創新有哪些要素？和哪些傳播理論有關？又如何應用？	
14	105/12/12~ 105/12/18	續上週案例分析	
15	105/12/19~ 105/12/25	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	
16	105/12/26~ 106/01/01	主題四：文創產學小組提案報告與討論	
17	106/01/02~ 106/01/08	續上週	
18	106/01/09~ 106/01/15	繳交期末小組報告	
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）：</p> <p>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創意產業之獨特定位，並作為相關產業創新與研發之參考。</p> <p>簡而言之，「代表性個案分析」的主要任務有三：</p> <ol style="list-style-type: none"> 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>二、產學提案期末小組報告：</p> <p>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。</p> <p>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> <p>1.課堂表現：30%</p> <p>2.代表性個案小組分析報告（小組自選主題）：30%</p> <p>3.產學提案期末小組報告：40%</p> <p>備註：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.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」。 2.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，否則即交由教師暫時保管。 		
教學設備	電腦、投影機		
教材課本	每週閱讀教師提供之資料，並進行小組報告與討論。		
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 %</p> <p>◆期末評量： %</p> <p>◆其他〈期末提案與報告〉：40.0 %</p>		

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。