

淡江大學 105 學年度第 2 學期課程教學計畫表

課程名稱	漢文化及其創意	授課 教師	王皖佳
	THE SINOLOGY CULTURE AND ORIGINALITY		
開課系級	共同科－文 A	開課 資料	選修 單學期 2學分
	TGAXB0A		
系（ 所 ） 教 育 目 標			
一、培養學生成為具人文關懷與科學精神之知識份子。 二、培養知識管理與文化創意之人才。			
系（ 所 ） 核 心 能 力			
A. 文創產業知識的應用能力。 B. 語文表達能力。 C. 歷史詮釋能力。 D. 文獻解讀能力。 E. 媒體傳播應用能力。 F. 美學鑑賞與應用能力。 G. 創意思考能力。			
課程簡介	文化創意是近年來產業界的熱門趨勢，在學界也已經有許多相關的研究，希望同學能夠確實配合上課進度，勤勞閱讀相關的理論資料，學習蒐集、分析案例，逐步培養批判思維與創造性思考的能力。		
	Cultural and creative industry is a popular trend in recent years , and there are many in the academic community has also been related research , I hope the students can really progress with the class , industrious read the relevant information theory , learning to collect , analyze cases , and gradually develop critical thinking and creative thinking ability.		

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.具備文化行銷相關知識	1.To understand the basic concept of marketing in cultural and creative industries 2.To apply the techniques of cultural and creative marketing	A6	ABEFG
2	2.具備創意行銷操作能力	2.To apply the techniques of cultural and creative marketing	P6	AEFG

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.具備文化行銷相關知識	講述、討論	紙筆測驗、報告、上課表現
2	2.具備創意行銷操作能力	講述、實作、問題解決	報告、上課表現

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	106/02/13~ 106/02/19	漢文化創意產業之範圍、特性及定義	
2	106/02/20~ 106/02/26	漢文化創意產業的發展與政策概觀	
3	106/02/27~ 106/03/05	漢文化與全球文創發展趨勢概觀	
4	106/03/06~ 106/03/12	文創產業提案實務 1	
5	106/03/13~ 106/03/19	文創產業提案實務 2	
6	106/03/20~ 106/03/26	漢文化創意與影視產業	
7	106/03/27~ 106/04/02	文創產業提案企畫書撰寫原理	
8	106/04/03~ 106/04/09	小組案例調研發表與互評 1	
9	106/04/10~ 106/04/16	小組案例調研發表與互評 2	
10	106/04/17~ 106/04/23	期中考試週	
11	106/04/24~ 106/04/30	漢文化創意與品牌建立 1	
12	106/05/01~ 106/05/07	漢文化創意與品牌建立 2	

13	106/05/08~ 106/05/14	漢文化創意融入廣告產業	
14	106/05/15~ 106/05/21	漢文化創意與城市行銷	
15	106/05/22~ 106/05/28	漢文化創意與城市行銷	
16	106/05/29~ 106/06/04	漢文化品牌創意提案 1	
17	106/06/05~ 106/06/11	漢文化品牌創意提案 2	
18	106/06/12~ 106/06/18	期末考試週	
修課應 注意事項			
教學設備		電腦、投影機	
教材課本		講師自編教材。	
參考書籍		文化創意產業讀本：創意管理與文化經濟 / 李天鐸等 / 遠流 / ISBN：9789573267928 韓國文化創意產業政策與動向 / 郭 秋雯 / 初版 / 臺北市：遠流, 2012[民101] 創意空間：文化創意產業園區的理論與實踐 / 楊 敏芝 / 初版./ 臺北市：五南, 2009[民98] 安迪沃荷經濟學：紐約夜店引爆的億萬創意生產線 / 裘芮 (Currid, Elizabeth)、李 佳純、Currid Elizabeth / 臺北市：原點出版：大雁文化發行, 2008[民97] 文化與文創 / 漢寶德 / 臺北市：聯經, 2014	
批改作業 篇數		3 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： 20.0 % ◆平時評量：20.0 % ◆期中評量：30.0 % ◆期末評量：30.0 % ◆其他〈 〉： %	
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。	