

淡江大學 108 學年度第 1 學期課程教學計畫表

課程名稱	創意漢學產業概論	授課 教師	周文鵬 CHOU, WEN-PENG
	INTRODUCTION TO CREATIVE SINOLOGY INDUSTRY		
開課系級	中文三 P	開課 資料	實體課程 選修 單學期 2學分
	TACXB3P		
系 ( 所 ) 教育目標			
<p>一、經典閱讀能力的養成。</p> <p>二、中國文學美感的涵養與體現。</p> <p>三、從事文教工作的基本知能。</p> <p>四、培植學術研究的基礎知識。</p>			
本課程對應院、系(所)核心能力之項目與比重			
C. 語文表達與應用的能力。(比重：100.00)			
本課程對應校級基本素養之項目與比重			
<p>1. 全球視野。(比重：20.00)</p> <p>4. 品德倫理。(比重：25.00)</p> <p>5. 獨立思考。(比重：30.00)</p> <p>8. 美學涵養。(比重：25.00)</p>			
課程簡介	<p>。文化是人類生活方式與邏輯的累積，產業則來自文化衍生的務實或精神需求。換言之，無論任何一種產業，其成立和續行，自然必須對架於接受者生活，擁有被需求或創造需求的理據。</p>		
	<p>。鑑於漢學底蘊的經營與應用，實與文化創意產業並行，是為當代愈發重要的前瞻命題，本課程結合歷程分析與方法論，協助學員提升相關認知，建構綜合發想及實務操作能力。</p>		
	<p>* Culture is the accumulation of human living habits and logic, whereas industry is defined as the pragmatism or mental requirements of extended culture. No matter which industry establishes and operates in all walks of life, it must be relevant to the receivers so as to acquire the capability to be needed or the competence to provide needs.</p>		
<p>* In view of the application of the sinology will be a important proposition in contemporary era, this course investigate the process and methods, assist students to possess the ability of imagine and operate.</p>			

本課程教學目標與認知、情意、技能目標之對應

將課程教學目標分別對應「認知 (Cognitive)」、「情意 (Affective)」與「技能(Psychomotor)」的各目標類型。

- 一、認知(Cognitive)：著重在該科目的事實、概念、程序、後設認知等各類知識之學習。
- 二、情意(Affective)：著重在該科目的興趣、倫理、態度、信念、價值觀等之學習。
- 三、技能(Psychomotor)：著重在該科目的肢體動作或技術操作之學習。

序號	教學目標(中文)	教學目標(英文)
1	梳理文化創意產業的發展軌跡及思維，協助學員理解整體脈絡及方法論。	Organize the evolvement of Cultural and Creative Industry, assist students to comprehend the course and methods.
2	針對企劃書寫、簡報製作等操作議題進行研討，提升學員基本實務能力。	Investigate the point of planning and presentation, assist students to train the ability of actual operation.
3	分析市場結構、商品類型、行銷策略等各領域實例，培養學員產業意識。	Analyze the case of market, commodity, and marketing strategy, assist students to possess the industrial awareness.
4	探究漢學定義及其文化體系，引導學員對照相關案例，發想可實踐模組。	Discuss the definition and system of the sinology, guide students to imagine the successful mode.

教學目標之目標類型、核心能力、基本素養教學方法與評量方式

序號	目標類型	院、系(所)核心能力	校級基本素養	教學方法	評量方式
1	認知	C	1458	講述、討論、實作	測驗、作業、討論(含課堂、線上)、實作、報告(含口頭、書面)
2	技能	C	1458	講述、討論、實作	測驗、作業、討論(含課堂、線上)、實作、報告(含口頭、書面)
3	認知	C	1458	講述、討論、實作	測驗、作業、討論(含課堂、線上)、實作、報告(含口頭、書面)
4	認知	C	1458	講述、討論、實作	測驗、作業、討論(含課堂、線上)、實作、報告(含口頭、書面)

授課進度表

週次	日期起訖	內容 (Subject/Topics)	備註
1	108/09/09~ 108/09/15	(中秋節)	
2	108/09/16~ 108/09/22	課程說明與文創釋義	

3	108/09/23~ 108/09/29	場域活化與代言屬性	
4	108/09/30~ 108/10/06	場域活化與代言屬性	
5	108/10/07~ 108/10/13	(國慶調整放假)	
6	108/10/14~ 108/10/20	文化圈層與邏輯本質	
7	108/10/21~ 108/10/27	產業認知與他國歷程	
8	108/10/28~ 108/11/03	產業認知與他國歷程	
9	108/11/04~ 108/11/10	申論執行與重點意識	
10	108/11/11~ 108/11/17	期中考試週	
11	108/11/18~ 108/11/24	簡報製作與企劃書寫	
12	108/11/25~ 108/12/01	簡報製作與企劃書寫	
13	108/12/02~ 108/12/08	創意類型與思維方法	
14	108/12/09~ 108/12/15	創意類型與思維方法	
15	108/12/16~ 108/12/22	質性轉譯與商模橋接	
16	108/12/23~ 108/12/29	質性轉譯與商模橋接	
17	108/12/30~ 109/01/05	產業生態與政策焦距	
18	109/01/06~ 109/01/12	期末考試週(本學期期末考試日期為:109/1/3-109/1/9)	
修課應 注意事項	<p>一、本課程含加分作業。請留意課堂說明及相關資訊。</p> <p>二、平時成績依出勤、隨堂習作、討論問答等項目綜合評分。分組、習作成績以現場學員為主。相關請假事宜依校方規定行之。</p> <p>三、以上課程單元及規範細則，或依實際狀況隨適調整。如遇難處，請積極於授課現場、電子郵件尋求對話，以利獲取協助。</p>		
教學設備	電腦、投影機		
教科書與 教材	<p>· 課堂PPT</p> <p>· 主題講義</p> <p>Joe Pulizzi著、廖亭雲譯：《內容電力公司：用好內容玩出大事業》（臺北，行人文化實驗室，2016年5月）。</p> <p>《文化與文創》：漢寶德，聯經出版，2014年10月。</p> <p>葉鳳強：《整合行銷傳播：理論與實務》（臺北，五南出版社，2014年1月）。</p> <p>松尾里央著、賴惠鈴譯：《好企劃都是偷來的》（新北，楓書坊文化出版社，2013年9月）。</p>		
參考文獻			

批改作業 篇數	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：40.0 % ◆其他〈 〉：            %
備 考	「教學計畫表管理系統」網址： <a href="https://info.ais.tku.edu.tw/csp">https://info.ais.tku.edu.tw/csp</a> 或由教務處 首頁→教務資訊「教學計畫表管理系統」進入。 <b>※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。</b>