

淡江大學 114 學年度第 1 學期課程教學計畫表

課程名稱	美學策略與設計	授課 教師	葛昌惠 CHANG HUEI GE
	AESTHETIC STRATEGIS AND DESIGN		
開課系級	資傳二A	開課 資料	實體課程 選修 單學期 3學分
	TAIXB2A		
課程與SDGs 關聯性	SDG5 性別平等 SDG9 產業創新與基礎設施 SDG10 減少不平等 SDG17 夥伴關係		
系（所）教育目標			
一、強化專業知識與倫理。 二、訓練實務知能與技能。 三、開發創意思維與潛能。			
本課程對應院、系(所)核心能力之項目與比重			
A. 能理解資訊傳播基本學理。(比重：5.00) B. 能分析資訊與解讀資訊意義。(比重：5.00) C. 能運用資訊傳播實務技術與工具。(比重：5.00) D. 能善用美學知識與創造力。(比重：50.00) E. 能知曉資訊傳播產業發展趨勢。(比重：5.00) F. 能企劃與執行資訊傳播專案。(比重：30.00)			
本課程對應校級基本素養之項目與比重			
1. 全球視野。(比重：10.00) 2. 資訊運用。(比重：10.00) 3. 洞悉未來。(比重：5.00) 4. 品德倫理。(比重：5.00) 5. 獨立思考。(比重：5.00) 6. 樂活健康。(比重：5.00) 7. 團隊合作。(比重：30.00) 8. 美學涵養。(比重：30.00)			

課程簡介	本課程將結合實務分析與理論探討，帶領學生深入了解美學策略與設計在行銷中的應用。學生將學習如何運用創意與美學理論，來設計與論述自己的創作。此外，課程還將涵蓋藝術策展與展演規劃，幫助學生建立個人品牌形象並提升行銷美學。				
	This course combines practical analysis and theoretical exploration to guide students in understanding the application of aesthetic strategies and design in marketing. Students will learn how to use creativity and aesthetic theories to design and articulate their own creations. Additionally, the course will cover art curation and exhibition planning, helping students build personal brand images and enhance marketing aesthetics.				
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	在設計與策展中的美學策略			Aesthetic strategies in design and curation	
2	品牌實務與行銷			Brand practices and marketing	
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	ABCDEF	12345678	講述、討論、發表	作業、討論(含課堂、線上)、實作、報告(含口頭、書面)、活動參與
2	認知	ABCDEF	12345678	講述、討論、實作	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	114/09/15~ 114/09/21	課程介紹與美學概論 / 分組報告說明			
2	114/09/22~ 114/09/28	美學概論1當代藝術中的視覺文化			
3	114/09/29~ 114/10/05	美學概論2當代藝術中的設計思維			

4	114/10/06~ 114/10/12	美學概論3策略與行銷	
5	114/10/13~ 114/10/19	美學概論4經典案例與設計方法	
6	114/10/20~ 114/10/26	設計研究與實務1設計思考	
7	114/10/27~ 114/11/02	設計研究與實務2策展之道	
8	114/11/03~ 114/11/09	分組（個人）報告 / 個人品牌論述1	繳交期中作業
9	114/11/10~ 114/11/16	分組（個人）報告 / 個人品牌論述2	繳交期中作業
10	114/11/17~ 114/11/23	設計研究與實務3藝術策展與商業企劃	
11	114/11/24~ 114/11/30	設計研究與實務4創意黏力	
12	114/12/01~ 114/12/07	業師演講：策展行銷思維	確定日期將依聯繫時間而定
13	114/12/08~ 114/12/14	美學未來趨勢1 預測機器人工智慧	
14	114/12/15~ 114/12/21	美學未來趨勢2 創意與美學趨勢	
15	114/12/22~ 114/12/28	期末策展規劃評鑑1	繳交期末作業
16	114/12/29~ 115/01/04	期末策展規劃評鑑2	繳交期末作業
17	115/01/05~ 115/01/11	校外藝術策展參訪：展示空間與策展導覽	確定日期將依聯繫時間而定
18	115/01/12~ 115/01/18	教師彈性教學週	
課程培養 關鍵能力	自主學習、國際移動、資訊科技、社會參與、人文關懷、問題解決、跨領域		
跨領域課程	素養導向課程(探索素養、永續素養或全球議題STEEP(Society ,Technology, Economy, Environment, and Politics)) 授課教師專業領域教學內容以外，融入其他學科或邀請非此課程領域之專家學者進行知識(教學)分享		
特色教學 課程	產學合作課程 專案實作課程		
課程 教授內容	性別平等教育 邏輯思考		
修課應 注意事項	1本課程有期中、期末兩次報告，可選擇單人或組隊合作，但兩次作業參與人員需維持一致，不得中途換人。 2本學期末需完成企畫書一份，內容可以為個人創作補助投案、策展企劃、品牌行銷、或與任何實務競賽結合。 3每堂點名，無故缺席三次以上成績將以不及格計算。		

教科書與教材	自編教材：簡報
參考文獻	<p>Berger, J. (2013). Contagious: How to build word of mouth in the digital age. Simon and Schuster.</p> <p>George, A. (2015). The curator's handbook: Museums, commercial galleries, independent spaces.</p> <p>Koskinen, I. et al. Design Research Through Practice: From the Lab, Field, and Showroom. Waltham: Morgan Kaufmann Publishers, 2011.</p> <p>陳品秀, &amp; 吳莉君. 觀看的實踐：給所有影像世代的視覺文化導論：全新彩色版 Practices of looking: an introduction to visual culture: new color edition.</p> <p>Adrian George (2017). The Curator's Hand Book. 策展人工作指南</p>
學期成績計算方式	<p>◆出席率： 20.0 %    ◆平時評量：20.0 %    ◆期中評量：30.0 %</p> <p>◆期末評量：30.0 %</p> <p>◆其他〈 〉：            %</p>
備考	<p>「教學計畫表管理系統」網址：<a href="https://web2.ais.tku.edu.tw/csp">https://web2.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。</p> <p>※「遵守智慧財產權觀念」及「不得非法影印、下載及散布」。請使用正版教科書，勿非法影印他人著作，以免觸法。</p>