



《尊重智慧財產權，請使用正版教科書，勿非法影印書籍及教材，以免侵犯他人著作權》

開課班級：碩客家一A

授課老師：劉明修

學分數：3

課程大綱：

近年來政府大力支持文化創意產業，使創意這個關鍵詞，讓大家越來越重視，許多相關產業也應運而生，並創造了許多經濟效益。本課程首先分析現有客家文化創意產業的現狀及發展，同時從生活發現設計靈感，到實際設計與行銷客家文創商品。

outline:

Creativity has become a key word for recent years due to the government ' s supports on cultural and creative industries. This not only helps new businesses of related industries springing up but also generating economic benefits. As for this course, we will first analyze the current situation and development of Hakka cultural and creative industries. Secondly, we will put the concepts of design and marketing of Hakka cultural and creative products into practice. Moreover, we will learn to find inspirations for design from life.

教學型態：

課堂教學

成績考核方式：

平時成績:20%
期中考:20%
期末考:40%
其它:出缺勤20%%

本科目教學目標：

- 1.掌握文化設計創意的產業脈動，
- 2.具備觀察、思考、解決問題之能力，
- 3.對文創產品具獨特見解之能力，
- 4.具備創意設計實務與研究的能力。

參考書目：

- 1.Ming-Feng Wang, 2020, “ Cultural Realism and Virtualism Design Model ” , Springer.
- 2.楊裕富，1998，《設計的文化基礎》，亞太圖書出版社。
- 3.漢寶德，2014，《文化與文創》，聯經。
- 4.周德禎，2011，《文化創意產業理論與實務》，五南。
- 5.廖世璋，2013，《文化創意產業》，巨流。
- 6.財團法人國家文化藝術基金會，2004，《文化創意產業實務全書》，商周出版。



課程進度表：

週次	起訖月日	授課單元(內容)	備註
第1週	9.09~9.16	1.課程說明 2.商品設計的啟動模式 2.1心智慣性 2.2 創意思維 3.行銷的理論與應用	8日正式上課。8~12日課程加退選，轉學(系)生、復學生及延修生選課，雙主修、輔系申請，12日申辦抵免學分截止日
第2週	9.16~9.23	1.個人創意啟動 2.個人創意構思	
第3週	9.23~9.30	團隊文創商品討論與其可行性探討	28日(日)孔子誕辰紀念日/教師節(放假),29日(一)補假
第4週	9.30~10.07	團隊文創商品的設計 1.文創元素的蒐集 2.文創元素的設計呈現-->VS -->STP的行銷理論	29日成績優異提前畢業者提出申請截止日
第5週	10.07~10.14	團隊文創商品的設計 1.文創元素的蒐集 2.文創元素的設計呈現-->VS -->STP的行銷理論	6日(一)中秋節(放假)，10日(五)國慶日(放假)
第6週	10.14~10.21	團隊文創商品的設計 1.文創元素的蒐集 2.文創元素的設計呈現-->VS -->STP的行銷理論	14日學生宿舍安全輔導暨複合式防災疏散演練。18日多益測驗
第7週	10.21~10.28	STP理論的滿足條件探討	24日(五)補假，25日(六)光復暨古寧頭大捷日(放假)。
第8週	10.28~11.04	STP理論的滿足條件探討	30日校課程委員會
第9週	11.04~11.11	期中小組發表；	3~9日期中考試
第10週	11.11~11.18	執行面 1.團隊創意討論後之具體文案 2.創意之可行性探討。	13日教務會議,16日教師期中成績上網登錄截止日
第11週	11.18~11.25	執行面 3.創意之執行面探討 4.創意到行銷;	
第12週	11.25~12.02	5.創意行銷文創設計商品模型製作	24~28體育運動週。24日校園路跑。27日運動大會夜間開幕，28日運動大會活動，29日101週年校慶活動日，照常上班
第13週	12.02~12.09	5.創意行銷文創設計商品模型製作	
第14週	12.09~12.16	文創商品STP目標行銷之實證探討1	12日申請停修課程截止日
第15週	12.16~12.23	文創商品STP目標行銷之實證探討2	
第16週	12.23~12.30	文創商品STP目標行銷之實證探討3	22日校務會議。25日行憲紀念日(放假)
第17週	12.30~1.06	文創商品STP目標行銷之實證探討4	1日(四)開國紀念日(放假)
第18週	1.06~1.13	期末成果展	5~11日期末考試，10~11日學生退宿