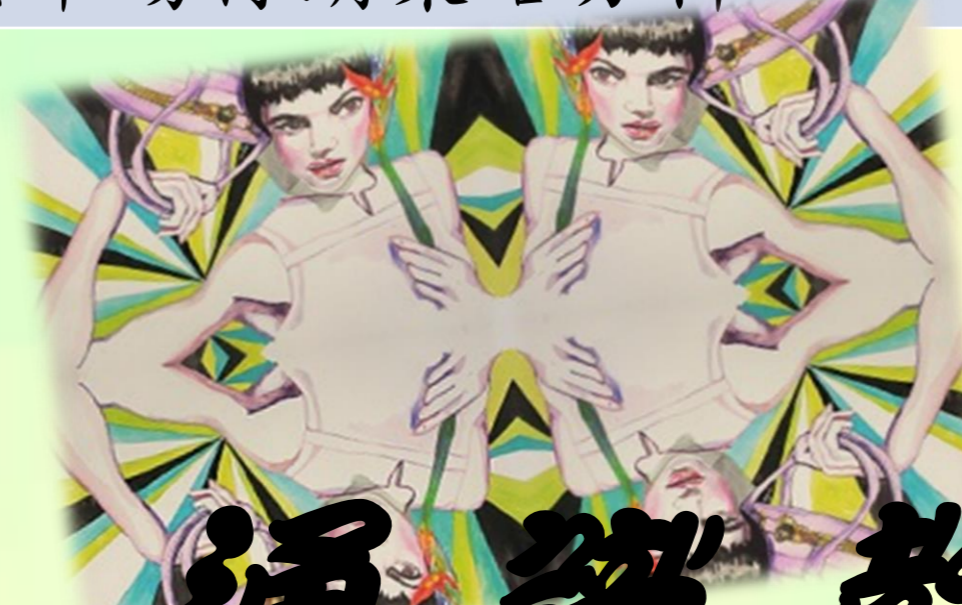


102學年度 第二學期

文 創 學 程 開 課 資 訊

課程名稱 授課教師/學分數	上課時間 教室	課程內容
藝術行銷 陳建勳/2學分	(三)7、8 承405	以"最了解創意經濟的管理學院"為思考中心，協助學生了解為何要了解藝術產業和管理的關係。課程內容從藝術與商業、商業與藝術的交互關聯，提供學生學習管理知識中更加寬廣的思維。
創意學 馬睿平/2學分	(二)7、8 承401	任課教師為資深業界平面設計師，透過系統歸納方式帶領同學開發創造力想像力，並欣賞各領域之成功個案，訓練同學成為創意無限的職場優秀人才。
城市與博物館 吳姿瑩/2學分	(一)5、6 承503	博物館是城市的窗，凝結城市的歷史，娓娓講述城市的故事。博物館蒐藏人類文明的精華，帶給人們無限靈感，啟發更多創新改革。當代的博物館更成為城市品牌打造工程的一環，是啟動文創意產業的發電機，帶著城市一起成長。 本課程將帶領同學，認識博物館與她們的城市，看看博物館如何影響城市的風貌與人們的生活，認識博物館與文化創意產業，包括跨界合作、文化行銷、美學經濟，並從中學習如何思考、創造與表達。
策展規劃與實習 陳建勳/2學分	(三)5、6 行政大樓8樓 音樂廳	課程特色將帶領學生進行田野調查，由學生分組進行台灣創意展覽之探訪主題以日常生活體驗為主要探討範疇，引導學生進行風格與美感策展的能力開發，跨界結合管理、休閒與博物館學領域，培養創意產業的生力軍。
創意產業新勢力 馬睿平/2學分	(二)5、6 承401	文化創意產業正在台灣起飛，教師為資深的業界平面設計師，學術專長即為文化創意產業，帶領同學了解此新興產業的發展與未來趨勢。開拓同學日後從事文化創意產業行銷與管理部門的就業可能性。
設計鑑賞 黃盟欽/2學分	(一)1、2 承401	本課程設計分為概念培育期、敏覺期及思辯創作期三階段，在教師授課帶領學生閱讀賞析、思辯解讀、創作理念等作討論及引導，建立其對商品的正確閱讀及創作意義的理解、再從設計商品賞析到創作藝術作品的完整學習階段。課程希望理解及認識藝術設計商品存在的意義，透過社會之熱門議題引入課程，使其瞭解藝術即存在或體現於生活的認知，透過欣賞、閱讀、理解與創作。
品牌設計與文化變遷 吳宇然/2學分	(二)1、2 承404	「品牌沒告訴你的事；文化所蘊含的意義，是本課程試圖與同學共同探討的內容。透過實例的解說，使同學正確認識品牌設計的精神與文化變遷對產品的影響。其次，能增加同學對藝文訊息的敏感度，進而陶冶個人的氣質；熟悉商品的行銷策略則可增進對產品的操作與駕馭能力。」
創意生活產業 林翰宗/2學分	(五)7、8 承503	本課程教學的進度與內容總共分為三個階段。首先介紹什麼是文化與生活美學開始，培養學生感性與美的認知。並從企業層面剖析文化創新與美學經濟的重要性。在企業形象、品牌美學、產品設計、行銷展演上，每一個環節都需要創意與創新。活用老祖宗的智慧，讓文化創意獨一無二，這就是柔性的競爭力。 其二。設計產業隨著現代主義的啟蒙而專業化。回顧二十世紀，每一件重要設計作品都可以反應當下時代與文化背景。藉由設計考古學，讓學生了解到設計師如何從時代與文化的脈絡中尋找創意與創新，並如何影響當代的生活。 第三階段，以世界設計大國日本與北歐諸國為例，從公仔設計、插畫、包裝、海報至產品設計中進行文創產業的探討與分析。從實際的案例中了解現代設計如何與文化創新結合，為人類帶來更美好的生活。
時尚產業入門 黃鍾宇/2學分	(四)5、6 行政大樓8樓 音樂廳	以深入淺出方式介紹當代百年時尚發展史，佐以圖片與影片輔助學生了解與學習。培養學生了解當代時尚產業，詳細介紹品牌歷史與故事，研究時尚精品成長脈絡。課程中針對世界精品時尚潮流，介紹各項時尚品牌相關內容，包括服裝、珠寶、包包與鞋子等品牌品項，並針對品牌進行產品設計的美感賞析，與商業市場行銷策略分析。



開放網路自行選課：選課時程請依校方102.2公告為準則

通識教育中心