國立勤益科技大學通識教育學院

115 學年度 二 學期 教學大綱

部別	☐日間部 ☐進修部 ☐推廣部	學制	☐四技 ☐二技 ☐二專
授課教師	廖婕軒	教師學歷	國立彰化師範大學 教育研究所博士
教師經歷	國民小學藝術與人文教師 32 年 臺中市清水區東山國民小學校長	教師級職	助理教授
科目名稱(中)	藝術行銷與創意		
科目名稱(英)	Marketing and Creative Arts		
開課單位	☐基礎通識教育中心 ☐博雅通識教育中心	學分/學時數	2 /2
領域	☐人文藝術 ☐社會科學 ☐自然科技		
優質課程類別	☐一般課程、☐智慧財產權、☐內涵式服務學習課程、☐性別平等、☐綠色課程 ☐創新、創意課程、☐工作（職場）倫理課程、☐工具機技術研發 創新、創意課程定義：課程目標為「激發學生獨特的想像與創意思考，透過企劃與執行以創新模式解決實際問題。」		
科目與通識核心能力關聯	☐知識統整能力 35 % ☐創意思維能力 25 % ☐溝通表達能力 20 % ☐美感鑑賞能力 20 % ☐邏輯推理能力 % ☐法治思辨能力 % ☐博通宏觀能力 % ☐倫理關懷能力 % (核心能力定義請參見附件一，請選擇 2~3 項相關程度較高之核心能力)		
科目屬性	☐核心課程 ☐跨域性課程 ☐生活性課程		

	□學術性課程 □通論性課程 □經典性課程 (屬性定義請參見附件二，可複選)
跨領域課程	□人文藝術領域：(請填寫所跨之本領域之學科及百分比) □社會科學領域：(請填寫所跨之本領域之學科及百分比) □自然科技領域：(請填寫所跨之本領域之學科及百分比) (以上總和百分比須達 100%)
教科書	自編講義
參考書目	◆林學益（2001）。創意行銷征服未來。台北：台灣實業。 ◆陳亦宇（2002）。創意行銷指南：銷售大作戰。 ◆李璞良譯（2003）。創意經濟:好點子變成好生意。台北:典藏藝術家 ◆仲曉玲,徐子超譯（2003）。文化創意產業:以契約達成藝術與商業的媒合。台北市:典藏藝術家 ◆溫瑞芯譯（2006）。創新設計:如何打造風靡消費者的優質產品。台北市:培生教育 ◆蕭湘文（2006）。廣告創意。台北：五南 ◆姚大鈞譯（2007）。創意黏力學。台北：大塊文化 ◆夏學理等（2011）。文化市場與藝術票房。台北:五南 ◆陳智凱（2011）。後現代哄騙：行銷的顛覆和再生。台北：博雅書屋 ◆黃光男（2011）。詠物成金：文化創意產業析論。台北：典藏藝術家 ◆歐凱寧譯（2011）。這樣思考才會有創意。台北：城邦文化。 ◆璞玉發光：103 年藝術行銷活動作品集:新竹生活美學館 ◆何勝峰（2014）。創意行銷：激發腦力.靈活應用的行銷故事。台北：德威 ◆方淑惠譯（2015）。玩出好創意：向全球頂尖高手學創意技法和行銷策略，提升創造力！台北：奇光。 ◆劉慧玉譯（2015）。丹麥人為什麼這麼有創造力？台北：城邦文化。 ◆戴至中譯（2017）勾癮：創造品牌幻想，從心理學與腦神經科學解構行銷創意，觸發消費渴望。台北：寶鼎。

	◆鍾嘉惠譯（2018）光榮特庫摩的創意行銷力：「三國志」「無雙系列」「安琪莉可」日本遊戲金牌製作人襟川陽一從 0 到 1 的成功法則。台灣東販。
教學目標	藝術無遠弗屆，是全世界共通的語言。而創意的獨創、精進、流暢特質已漸漸為世界競爭主要產業項目之一，期於該大方向潮流下，介紹行銷相關知能與策略做法，使學生能從課程講解與實作演練中具備藝術行銷與創意之基本觀念與技能。從日常生活中搜尋創意商品與創意行銷方式，並分享與探討創意的類型與價值，透過各類創意訓練方式，來激發同學的創意思考，從撰寫藝術行銷企劃的討論與撰寫過程，來體悟創意行銷的實務內涵，深刻體認創意行銷實務過程中的環節與問題，以具備初步的藝術行銷知能。
評量方式	量化： 1.出席（30%）：每出席一次得總平均 2 分，一學期若出席達 15 次，此項分數就能得到滿分，若全數 18 次皆出席，則酌以加分。 2.參與提問與討論、作業及分組報告（每人報告之充實程度需達 15-20 分鐘，但教師會視選課人數多寡略作調整）以及對同學報告互評的投入程度(30%) 3.期中期末考（30%） 質性：對於創意的發揮與詮釋、以及對於自身所行銷產品之創新與投入程度、以及平常態度表現及禮貌或自願服務酌以彈性加分（10%）。 ※特別提醒： 1.每節上課需在簽名表上簽名或教師點名，點名簽名的時間截止時間為 08：30。簽名表就會收回，或不再受理補點名。（請不要試圖代簽）

	2.輪到當週報告者（或者期中考），若真有突發急事，請提前在群組上或私下找同學幫忙交換時間，若是報告當日才提出你無法出席報告（若遇有重大不可抗力變故者除外），便無法補行報告，因為每個同學都已經有預定時間，須尊重其權益，先行說明！
內容綱要	1.激發同學的創意思考、瞭解創意思考的訓練方式與技術 2.培養用創意來從事藝術行銷企劃的構想與規劃能力 3.瞭解創意行銷策略的重要性與實行方式 4.掌握從事行銷與創業的評估與規劃能力 5.培養對藝術的鑑賞力及有效的傳達及推廣的創意就業技能
教學方式	(填寫講授 / 實習 / 網路教學課程...等，依據課程授課實際情形填寫) 教師講授、學生分組報告之回饋、評析與分享
創新教學 活動設計	一、 以解決問題為導向 本課程略別於主題式學習，教師除了向學生講述單一主題的領域知識之外，也試圖將各藝術領域作一個整合式的綜觀，以一窺藝術的種類、涵意，並且經由行銷策略的學習與運用，將各類藝術作品行銷的手法、呈現的方式等等的過程中培養學生發表疑問、釐清觀念、發現問題以及解決問題的能力，以作為試探性的探索課程。 二、 如何運用創意行銷自己的產品 本課程先從行銷策略的學科知識開始入門，初步認識各類行銷知識之後，將其運用在報告及討論中，並融入自己創新的策略，讓行銷變得有趣，除了有基本的理論基礎之餘，也能讓學生有多元創作的空間。 三、 將不同類別的藝術整合成一項新產品 藝術無國界，除了各組逐一分享報告各組行銷的藝術種類及方式策略之外，本課程亦有將不同類的藝術作整合行銷的展望，以作為一實驗性的課程，屆時將端看學生學習及師生互動的情形來作因應及調整。 四、 能透過此課程的學習，對九大藝術有概括的輪廓認識，並瞭解藝術相通及動人之處，進一步融入個人的專門領域中，做一個跨界、跨領域的全方位業界人才。

科目進度與內容			
第一部份：序論與概說			
週次	教 學 內 容 ※申請跨領域課程時，將特別針對教學內容細節審核，請詳細說明，以作為審核依據	備註 (課程活動與作業) ※請務必填寫	※若勾選「跨域課程請標註每週次涵蓋領域，
1	課程內容介紹、單元的分配、作業說明、報告分組	準備下星期的提問、分組分工、分配單元	□人文藝術領域 □社會科學領域 □自然科技領域
2	課程內容介紹、作業說明、報告分組 專業社群、廣告媒體與分類 （教師講述）	根據教師指定的閱讀教材提出問題： 蕭湘文（2006），廣告創意，頁83-104	□人文藝術領域 □社會科學領域 □自然科技領域
3	行銷的演進、策略、品牌、產品概說 （教師講述）	根據教師指定的閱讀教材提出問題: 蕭湘文（2006），頁157-180	□人文藝術領域 □社會科學領域 □自然科技領域
4	創意的理論概說與實例(教師講述)	根據教師指定的閱讀教材提出	□人文藝術領域

		問題: 蕭湘文（2006），頁181-218 林學益（2001），頁85-113	□社會科學領域 □自然科技領域
5	創意思考技術及創意銷售、舉例介紹 （教師講述）	準備分組報告與分享討論	□人文藝術領域 □社會科學領域 □自然科技領域
6	若遇教師課程預定進度尚未講完， 報告便順延開始	0/0前結束教師前導講授課程	□人文藝術領域 □社會科學領域 □自然科技領域
第二階段　同學報告分享			
7	創意廣告分享（一）-----平面媒體(報紙、雜誌、海報、刊物)及網路（網路、影片、置入式廣告）、網路電台及廣播劇與000(跨另外一個藝術領域或學門)		□人文藝術領域 □社會科學領域 □自然科技領域
8	創意行銷擂臺（一）-----雕塑 （介紹1-2項雕塑作品的特色並運用創意，行銷介紹給同學，國內外、任何時期均可）與000(跨另外一個藝術領域或學門)		□人文藝術領域 □社會科學領域 □自然科技領域
9	創意行銷擂臺（一）-----建築 （介紹1-2項建築的特色及運用創意，		□人文藝術領域 □社會科學領域

	行銷介紹給同學，國內外、任何時期均可)與000(跨另外一個藝術領域或學門)		□自然科技領域
10	創意行銷擂臺（一）-----音樂 （介紹1-2項音樂、歌劇或交響曲歌舞劇、舞台劇的特色及運用創意，行銷介紹給同學，國內外、任何時期均可）與000(跨另外一個藝術領域或學門)		□人文藝術領域 □社會科學領域 □自然科技領域
11	創意行銷擂臺（一）-----文學 （介紹1-2本文學作品的特色及運用創意，行銷介紹給同學，國內外、任何時期均可）與000(跨另外一個藝術領域或學門)		□人文藝術領域 □社會科學領域 □自然科技領域
12	創意行銷擂臺（一）-----舞蹈 （介紹1-2齣舞蹈劇的特色及運用創意，行銷介紹給同學，國內外、任何時期均可）與000(跨另外一個藝術領域或學門)		□人文藝術領域 □社會科學領域 □自然科技領域
13	創意行銷擂臺（一）-----戲劇 （介紹1-2齣戲劇的特色及運用創意，行銷介紹給同學，國內外、任何時期均可)與000(跨另外一個藝術領域或學門)		□人文藝術領域 □社會科學領域 □自然科技領域

14	創意行銷擂臺（一）-----電影 （介紹1-2部電影的特色及運用創意，行銷介紹給同學，國內外、任何時期均可)與000(跨另外一個藝術領域或學門)		□人文藝術領域 □社會科學領域 □自然科技領域
15	創意行銷擂臺（一）-----繪畫 （介紹1-2幅繪畫的特色及運用創意，行銷介紹給同學，國內外、任何時期均可)與000(跨另外一個藝術領域或學門)		□人文藝術領域 □社會科學領域 □自然科技領域
16	期末筆試多元評量		
17	創意行銷擂臺（一）-----新興遊戲（桌遊手遊或電競)(以內容純正、競賽程序正當的遊戲軟體為主，提供1-2個遊戲軟體，正向的行銷，並運用創意融入行銷技巧）與000(跨另外一個藝術領域或學門)		□人文藝術領域 □社會科學領域 □自然科技領域
18	課程回顧與總結--------	課程回顧複習並提出問題、分享心得	□人文藝術領域 □社會科學領域 □自然科技領域

請遵守智慧財產權觀念，不得非法影印