**《全球文化创意产业趋势》课程教学大纲**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **课程名称：**全球文化创意产业趋势 | | | | | **课程类别（必修/选修）：必修** | | | | |
| **课程英文名称：** Global Cultural & Creative Industries Trends | | | | | | | | | |
| **总学时/周学时/学分：**54/3/3 | | | | | **其中实验学时：** | | | | |
| **先修课程：** | | | | | | | | | |
| **授课时间：**3 | | | | | **授课地点：**实验大楼 217 | | | | |
| **授课对象：** 17级多媒体设计系 | | | | | | | | | |
| **开课院系：** 多媒体设计 | | | | | | | | | |
| **任课教师姓名/职称：**洪秀锦 副教授 | | | | | | | | | |
| **联系电话：**22269481 | | | | | **Email:**2018106@dgut.edu.cn | | | | |
| **答疑时间、地点与方式：**星期一到四 实业208 面对面 | | | | | | | | | |
| **课程考核方式：**开卷**（ ）** 闭卷**（ ）** 课程论文**（√ ）** 其它**（ ）** | | | | | | | | | |
| **使用教材：**   * 文化创意产业现状与发展前景/新兴产业和高新技术现状与前景研究丛书   作者:[赵英](http://search.dangdang.com/?key2=%D5%D4%D3%A2&medium=01&category_path=01.00.00.00.00.00" \t "_blank),[向晓梅](http://search.dangdang.com/?key2=%CF%F2%CF%FE%C3%B7&medium=01&category_path=01.00.00.00.00.00" \t "_blank),[李娟](http://search.dangdang.com/?key2=%C0%EE%BE%EA&medium=01&category_path=01.00.00.00.00.00" \t "_blank) 出版社:[广东经济出版社有限公司](http://search.dangdang.com/?key3=%B9%E3%B6%AB%BE%AD%BC%C3%B3%F6%B0%E6%C9%E7%D3%D0%CF%DE%B9%AB%CB%BE&medium=01&category_path=01.00.00.00.00.00" \t "_blank) 出版时间:2015   * 文化创意产业理论与实践 作者:[张岩松](http://search.dangdang.com/?key2=%D5%C5%D1%D2%CB%C9&medium=01&category_path=01.00.00.00.00.00" \t "_blank)、[穆秀英](http://search.dangdang.com/?key2=%C4%C2%D0%E3%D3%A2&medium=01&category_path=01.00.00.00.00.00" \t "_blank) 出版社:[清华大学出版社](http://search.dangdang.com/?key3=%C7%E5%BB%AA%B4%F3%D1%A7%B3%F6%B0%E6%C9%E7&medium=01&category_path=01.00.00.00.00.00" \t "_blank) 出版时间:2017   **教学参考资料：**   * 文化与文创 作者: 汉寳德 出版社: 联经出版 出版时间:2014 * 文化创意产业读本: 创意管理与文化经济 编者: 李天铎 出版社:远流出版公司   出版时间: 2016 (第六版)   * 文化创意产业基础 主编: 卢涛 李玲 出版社: 武汉大学出版社 出版时间:2014 * 文化创意产业忾论 作者: 夏里学等 出版社: 五南 出版时间:2011 * 全球视野的文化政策 作者: 郭为藩 出班社: 心理 出版时间:2014 * 文化创意产业理论与实务 编者: 周德祯 出版社: 五南 出版时间:2016 * 世界文化创意产业园研究 作者: 徐中孟、李季 出版社: 秀威资讯 出版时间:2012 * 韩国文化创意产业政策与动向 作者: 郭秋雯 出版社: 远流 出版时间: 2013 * 文化创意产业 作者: 廖世璋 出版社: 巨流图书公司 出版时间: 2011 * 2017 文化创意产业永续与前瞻学术研讨会: 文化创意产业教育论文集出版社: 国立屏东大学 出版时间: 2018 * Nicolas Garnham (2005) From Cultural to Creative Industries: An analysis of the implications of the “creative industries” approach to arts and media policy making in the United Kingdom, *International Journal of Cultural Policy*, Vol. 11, No.1 * Stuart Cuningham (2002) From cultural to creative industries: Theory, industry and policy implications, *Media International Australia Incorporation Culture and Policy*, 102 (1) * Jo Foord (2008) Strategies for creative industries: an international review, *Creative Industries Journal*, Vol.1 No.2 * Jason Potts etl. (2008) Social network markets: A new definition of the creative industries, *Journal of Cultural Economics*, Vol. 32, No.3 | | | | | | | | | |
| **课程简介：**  文化创意产业就其名称本身包含了文化、创意、产业三个内容，既有区别又互相关联的三个阶段，共同构成文化创意产业的内涵。全球文化创意产业创造产值2.25万亿美元，超过电信业全球产值（1.57万亿美元），并超越印度的国内生产总值（1.9万亿美元 ）。  文化创意产业是透过文化创意的产业化,带动新的经济活力、创造就业机会。 创意文化产业以脑力为主要的生产要素,耗用自然资源与能源的比重甚低,同时能产出提升国民的生活质量与认同感,如能顺利发展,无论从社会经济或从经济的层面都极为有益。  但是，全球文化创意产业发展极不均衡，主要集中在以美国为核心的北美地区，以英国为核心的欧洲地区和以中国、日本、韩国为核心的亚洲地区。其中美国占市场总额的43％，欧洲占34%，亚洲、南太平洋国家占19％（其中日本占10％和韩国占5％，中国和其他国家及地区仅占4%）。此课程针对全球文化创意产业的趋势从社会经济与国家政策面向分析与省思 | | | | | | | | | |
| **课程教学目标**   1. 厘清文化工业 、文化产业、创意产业等词汇的忾   念与意涵  2. 了解文化创意产业的政治、社会、经济价值  3. 文化创意产业的永续性和前瞻性  4. 对比审视全球文化创意产业等地方发展的社会  涵与经济效益  5. 多媒体设计与文化创意产业的结合与未来趋势  6. 文化创意产业和国家文化经济的关联性 | | | | | | **本课程与学生核心能力培养之间的关联(授课对象为理工科专业学生的课程填写此栏）：**  **■核心能力1.** 基本美学、基础设计和多媒体设计专业知识的能力。  **■核心能力2.** 设计与执行多媒体设计专业相关实践，以及分析与整合能力。  **□核心能力3.** 多媒体设计领域所需技能、技术以及使用软硬体工具的能力。  **□核心能力4.** 多媒体设计、网页设计、平面设计或者动画设计的能力。  **■核心能力5.**具有项目管理、有效沟通、团队合作及创新能力。  **■核心能力6.** 发掘、分析与解决复杂多媒体设计问题的能力。  **■核心能力7．**认识科技发展现况与趋势，了解设计技术对环境、社会及全球的影响，并培养持续学习的习惯与能力。  **■核心能力8．**理解职业道德、专业伦理与社会责任能力。 | | | |
| **理论教学进程表** | | | | | | | | | |
| **周次** | **教学主题** | | **教学时长** | **教学的重点与难点** | | | **教学方式** | | **作业安排** |
| 3 | 课程介绍 | | 3 | 文化创意产业基础  全球文化创意产业介绍 | | | 课堂讲授 | |  |
| 4 | 导论(1) 概念 | | 3 | 文化创意产业的发展与政策概观 | | | 课堂讲授 | |  |
| 5 | 导论(2) 意涵 | | 3 | 文化创意产的媒体经济观 | | | 课堂讲授 | |  |
| 6 | 导论(3) 范畴 | | 3 | 社交网路市场 | | | 课堂讲授 | |  |
| 7 | 文创管理 | | 3 | 文化产业的未来发展进化方向 | | | 课堂讲授 | |  |
| 8 | 文创反思 | | 3 | 创造力、创新理论与产业发展 | | | 课堂讲授 | |  |
| 9 | 文创转型 | | 3 | 文化产业与流行情绪 | | | 课堂讲授 | |  |
| 10 | 文创争议 | | 3 | 文化产业与新帝国主义 | | | 课堂讲授 | |  |
| 11 | 期中考 | | 3 | 小组口头报告 | | | 课堂讲授 | |  |
| 12 | 各国趋势分析 | | 3 | 英国 | | | 案例分析 | |  |
| 13 | 各国趋势分析 | | 3 | 美国 | | | 案例分析 | |  |
| 14 | 各国趋势分析 | | 3 | 中国 (香港、台湾) | | | 案例分析 | |  |
| 15 | 各国趋势分析 | | 3 | 日本 | | | 案例分析 | |  |
| 16 | 各国趋势分析 | | 3 | 南韩 | | | 案例分析 | |  |
| 17 | 各国趋势分析 | | 3 | 澳洲 | | | 案例分析 | |  |
| 18 | 综合讨论 | | 3 | 比照与省思 | | | 课堂讨论 | |  |
| 19 | 期末考 | | 3 | 个人课程论文 | | |  | |  |
|  |  | |  |  | | |  | |  |
| **合计：** | | | 54 |  | | |  | |  |
| **成绩评定方法及标准** | | | | | | | | | |
| **考核形式** | | **评价标准** | | | | | | **权重** | |
| 平时成绩 | | 上课态度与出席 | | | | | | 0.2 | |
| 期中成绩 | | 小组口头报告 | | | | | | 0.4 | |
| 期末成绩 | | 个人课程论文报告 (3000-5000字) | | | | | | 0.4 | |
|  | |  | | | | | |  | |
|  | |  | | | | | |  | |
| **大纲编写时间：2018, 09, 05** | | | | | | | | | |
| **系（部）审查意见：**  。  系（部）主任签名： 日期： 年 月 日 | | | | | | | | | |

**注：1、课程教学目标：请精炼概括3-5条目标，并注明每条目标所要求的学习目标层次（理解、运用、分析、综合和评价）。本课程教学目标须与授课对象的专业培养目标有一定的对应关系**

**2、学生核心能力即毕业要求或培养要求，请任课教师从授课对象人才培养方案中对应部分复制（http://jwc.dgut.edu.cn/）**

**3、教学方式可选：课堂讲授/小组讨论/实验/实训**

**4、若课程无理论教学环节或无实践教学环节，可将相应的教学进度表删掉。**