**《**文化创意产业导论**》课程教学大纲**

|  |  |
| --- | --- |
| **课程名称：**文化创意产业导论 | **课程类别（必修/选修）：**选修 |
| **课程英文名称：** Introduction of Cultural & Creative Industries  |
| **总学时/周学时/学分：**32/2/2 | **其中实验学时：** |
| **先修课程：**  |
| **授课时间：**周三第3-4节 | **授课地点：**实验大楼 313 |
| **授课对象：** 18级多媒体设计系 |
| **开课院系：** 粤台学院多媒体设计 |
| **任课教师姓名/职称：**洪秀锦  |
| **答疑时间、地点与方式:** 实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),[向晓梅](http://search.dangdang.com/?key2=%CF%F2%CF%FE%C3%B7&medium=01&category_path=01.00.00.00.00.00),[李娟](http://search.dangdang.com/?key2=%C0%EE%BE%EA&medium=01&category_path=01.00.00.00.00.00) 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) 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)、[穆秀英](http://search.dangdang.com/?key2=%C4%C2%D0%E3%D3%A2&medium=01&category_path=01.00.00.00.00.00) 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) 出版时间:2017

**教学参考资料：*** 重构、颠覆 文创产业变革中的互联网精神 作者: 范周 出版社: 知识产权出版社出版时间:2016
* 文化IP 在无形资产中创造文化价值 作者: 陈琼 出版社: 中国电影出班社 出版时间:2017
* 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
* 文化创意产业概论 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
* 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
 |
| **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。在创意产业中，消费者的选择行为不再是由传统的消费者理论所描述的一系列动机 (例如, 个人在社会中的 “艺术”见解或创意体驗)所主导,而是在复杂的社会系统中其他个体的选择。因为创意产业本身的创新性与不确定性，其生产与消费的主要关键决定取决於在社交网路中其他人的选择。此课程针对文化创意产业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.具有运用数学、基础科学、计算机科学与技术、基本美学、基础设计、多媒体、数位游戏与文化创意产业设计相关专业知识的能力。 ■核心能力2. 设计与执行多媒体、数位游戏与文化创意产业设计专业相关实践，以及分析与整合能力。 ■核心能力3.多媒体、数位游戏与文化创意产业设计领域所需技能、技术以及使用软硬体工具的能力。■核心能力4.多媒体、数位游戏与文化创意产业设计的能力。■核心能力6. 具有运用计算机科学与技术理论及应用知识，分析与解决相关问题的能力，亦可以将自己的专业知识创造性地应用于新的领域或跨多重领域，进行研发或创新的能力, 以及发掘、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，具有应对计算机科学与技术快速变迁的能力，并培养持续学习的习惯与能力。 |
| **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** |
| 1 | 课程介绍 | 2 | 文化创意产业基础1 | 讲授  |  |
| 2 | 文创概念与意义 | 2 | 文化创意产业基础2 | 讲授 |  |
| 3 | 全球文创趋势 | 2 | 全球文化创意产业介绍 | 讲授 |  |
| 4 | 导论(1) 意涵 | 2 | 文化创意产的媒体经济观 | 讲授 |  |
| 5 | 导论(2) 范畴 | 2 | 社交网络市场 | 讲授 |  |
| 6 | 文创设计概念 | 2 | 文创产品设计 | 讲授 |  |
| 7 | 文创行销 | 2 | 体验性商品行销与品牌意义 | 讲授 |  |
| 8 | 文创与怀旧 | 2 | 文化产业与流行情绪: 作为内容和社会创意的怀旧  | 讲授 |  |
| 9 | 期中考 | 2 | 小组口头报告 | 小组报告 |  |
| 10 | 文创争议 | 2 | 文化产业与新帝国主义 | 讲授 |  |
| 11 | 文创反思 | 2 | 创造力、创新理论与产业发展 | 讲授 |  |
| 12 | 文化IP | 2 | 探讨中国、美国政策的差异 | 讲授 |  |
| 13 | 互联网+ | 2 | 互联网与文创产业 | 讲授 |  |
| 14 | 文化众筹 | 2 | 文化众筹与文创产业 | 讲授 |  |
| 15 | 文创产业亮点与经济效益 | 2 | 各国文创产业亮点 | 讲授 |  |
| 16 | 文创管理 | 2 | 文化产业的未来发展进化方向 | 讲授 |  |
| 17 | 期末作品设计与讨论 | 2 | 作品初稿讨论与修改 | 讨论 |  |
| 18 | 期末作品 | 2 | 个人作品发表 | 发表 |  |
| **合计：** | 32 |  |  |  |
| **成绩评定方法及标准** |
| **考核形式** | **评价标准** | **权重** |
| 平时成绩 | 上课讨论参予度、学习态度与出席 | 0.3 |
| 期中成绩 | 小组口头报告 | 0.3 |
| 期末成绩 | 个人作品 | 0.4 |
|  |  |  |
|  |  |  |
| **大纲编写时间：2019, 03, 12** |
| **系（部）审查意见：**系（部）主任签名： 日期： 年 月 日 |