

南臺科技大學 106 學年度第 2 學期課程資訊

課程代碼	J0N14M01
課程中文名稱	文化設計行銷(與專四技視傳二甲合開)
課程英文名稱	Marketing of Cultural Design
學分數	3.0
必選修	必修
開課班級	夜四技視傳二甲
任課教師	陳一夫
上課教室(時間)	週五第 12 節(T0803) 週五第 13 節(T0803) 週五第 14 節(T0803)
課程時數	3
實習時數	0
授課語言 1	華語
授課語言 2	
輔導考照 1	
輔導考照 2	
課程概述	本課程將讓學生明白行銷管理對文化設計的重要與影響，上課內容探討行銷管理的基礎理論，並介紹涵蓋視覺藝術、音樂與表演藝術、文化展演、工藝、電影、廣告、工業設計、品牌時尚、建築、創意生活、數位休閒娛樂等文化設計發展概況。
先修科目或預備能力	
課程學習目標與核心能力之對應	※編號，中文課程學習目標，英文課程學習目標，對應系指標 ----- 1.瞭解文化設計之範疇，--，1 設計知識 2.理解文化設計行銷的內容與推廣，--，5 行銷企劃 3.體會文化設計行銷特質與經營策略，--，6 創意思考 4.建構設計創意運用於文化產業之思維，--，6 創意思考
中文課程大綱	週次與課程內容： 1. 課程內容介紹 2. 二十一世紀的行銷 3. 發展和執行行銷策略和計畫 4. 了解市場、市場需求與行銷環境 5. 創造顧客價值、滿意度和忠誠度 6. 分析消費者市場 7. 分析企業市場 8. 確認市場區隔與選擇目標市場

	9. 期中考週 10. 創造品牌權益 11. 創造定位並面對競爭 12. 產品生命週期中的產品設定與行銷策略 13. 設計與管理服務 14. 發展定價策略與計畫 15. 設計與管理價值網絡與通路 16. 設計與管理整合性行銷溝通 17. 全球行銷管理 18. 期末考週
英/日文課程大綱	
課程進度表	02/23 課程介紹 03/02 文化設計行銷基本概念 03/09 文化調查面向與方法 03/16 文化調查面向與方法 03/23 校外教學(一)：臺史博、鹿耳社區、台江 NP(遊覽車接送全天，安南區) 03/30 平時作業：台江上河圖校外參訪報告 04/13 文化產品及其生命週期 04/20 期中報告：古地圖活起來初步企劃(共時教學，陳姿汝) 04/27 期中考週：修改期中報告 05/04 市場區隔與定位 05/11 目標客群定位工作坊：親子族群、無牽族群、黃金世代(共時教學，曾碧卿) 05/18 行銷組合規劃(一) 05/25 行銷組合規劃(二) 06/01 古地圖活起來工作坊(一) 06/08 古地圖活起來工作坊(二) 06/15 期末報告(一)：古地圖活起來設計行銷方案 06/22 期末報告(二)：古地圖活起來設計行銷方案 06/29 修改後期末報告繳交
教學方式與評量方法	※課程學習目標，教學方式，評量方式 ----- 瞭解文化設計之範疇，課堂講授，日常表現 理解文化設計行銷的內容與推廣，啟發思考，作業 體會文化設計行銷特質與經營策略，分組討論，口頭報告 建構設計創意運用於文化產業之思維，成果驗收，書面報告
指定用書	書名： 作者： 書局：

	年份： ISBN： 版本：
參考書籍	1.Jenn, V. O. and Ken, V. O.,林易騰、劉非予譯，2014，你該怎麼賣設計？瞭解、定義與行銷設計作品的價值。 2.李錫東，2009，文化產業的行銷與管理，台北市：宇河文化。 3.廖世彰，2011，文化創意產業，新北市：巨流。 4.謝惠如、易博士，2010，圖解第一次做行銷就上手，台北市：易博士文化出版。
教學軟體	
課程規範	<ul style="list-style-type: none"> • 培養學習態度,請勿遲到或曠課,老師會不定期點名並 列入成績評量,生病或有要事未能出席請先請假並告知原 因。 • 工作坊及作業討論需各組員共同參與,學期末會進行「小組成員互評」,將作為加減分及是否當掉重要依據。 • 請尊重他人學習權利,上課時手機請關機或震動,切勿滑 手機,請勿聊天及用餐。 • 請同學尊重智慧財產權,不得非法影印,不得抄襲參考資 料,以免觸犯智慧財產權相關法令。