



藝術及設計學院

跨領域藝術碩士學位課程

學科單元大綱

學年	2024/2025	學期	1
學科單元編號	IART6103		
學科單元名稱	創意策略與實踐		
先修要求	沒有		
授課語言	中文		
學分	3	面授學時	45 課時
教師姓名	李澄暉 蕭朋威	電郵	patricklei@mpu.edu.mo pwhsiao@mpu.edu.mo
辦公室	氹仔校區珍禧樓 2/F, P212 氹仔校區珍禧樓 2/F, P228	辦公室電話	88936-910 88936-919

學科單元概述

本學科單元主要介紹創意策略相關的理論，認識創意策略在文化、商業及社會方面的核心角色、作用和發展趨勢，提供進階知識及脈絡；學習運用創意策略知識，為品牌、活動或服務撰寫策略計劃、簡報提案及實踐方案。

學科單元預期學習成效

完成本學科單元，學生將能達到以下預期學習成效：

M1.	認識創意策略的本質和流程，以及其社會及商業價值
M2.	運用品牌形象策略撰寫設計計劃
M3.	掌握體驗設計與遊戲化的結合模式與應用
M4.	理解創意設計策略，理論文獻與研究主題的整合與實踐設計方法

有關預期學習成效促使學生取得以下課程預期學習成效：

課程預期學習成效	M1	M2	M3	M4
P1. 跨領域藝術的內涵與應用	✓	✓	✓	
P2. 跨領域藝術的創造性思維和概念	✓	✓		
P3. 跨領域藝術與設計在交互、技術和文化創意方面的整合與實踐			✓	✓



課程預期學習成效	M1	M2	M3	M4
P4. 展示相關專業領域的研究能力		✓	✓	✓
P5. 展示藝術領域的管理技能，如活動策劃和營銷		✓	✓	✓
P6. 支持促進社會可持續發展的跨領域藝術理念	✓			✓
P7. 展示跨領域整合的全球視野、創造力和能力		✓	✓	✓
P8. 根據社會需求整合技術和文化創造力	✓	✓		✓
P9. 對社會和環境持積極態度	✓	✓		
P10. 堅持高尚的道德標準，在終身學習中追求卓越	✓	✓		

教與學日程、內容及學習量

週	涵蓋內容	面授學時
1	創意策略的本質、內容與發展趨勢 ● 從設計創意到設計思維，創意策略的發展背景 ● 設計思維的本質，社會及商業應用趨勢	3
2	定位策略與形象設計分析 ● 文化產業、地方文化、體驗價值、生活風格對品牌營造的影響 ● 品牌形象設計策略：商業品牌、文化品牌、個人品牌	3.5
3	文化/非物質文化遺產的傳承與創新 ● 文化/非物質文化遺產的傳承與創新 ● 品牌文化資源：觀念、造型、色彩、材質、工藝、美學基礎等	3.5
4	非物質文化遺產實地考察及調研 ● 非物質文化遺產戶外課堂、實地考察、記錄及調研	3.5
5	品牌形象策略與設計實踐 ● 文化品牌調研分析、品牌定位策略、品牌概念、品牌形象設計 ● 品牌形象方案的構思及撰寫	3.5
6	品牌形象策略與傳播 ● 品牌形象傳播概念與創意分析 ● 品牌形象策略及傳播計劃討論	3.5



週	涵蓋內容	面授學時
7	期中匯報：品牌形象策略及傳播計劃 ● 品牌形象計劃 PPT 匯報及繳交 ● 計劃評估、討論與評價	3.5
8	「體驗設計」創意思考、方法與案例 ● 認識與瞭解甚麼是「直覺設計」、「驚奇設計」、「故事設計」 ● 情感、創意與體驗設計過程與研究探討	3.5
9	「玩」創意、遊戲與互動體驗 ● 創意設計策略如何邊玩、邊學與共同體驗 ● 遊戲化八角框架，結合遊戲設計理論與動機心理學等模式 ● 沉浸式互動體驗案例分析與討論，思考虛擬世界中虛擬角色扮演與互動	3.5
10	遊戲化與體驗設計實踐，遊戲化教學的關鍵、競爭與回饋 ● 掌握遊戲理論八項核心動力，進行設計策略、發想與實踐 ● 瞭解甚麼是遊戲化教學，拆解遊戲化教學的重要技巧 ● 探討教學者心中對遊戲化的困擾、配合相關研究與個案進行分析	3.5
11	永續設計文化遺產的定義、種類與發展，認識文化遺產的重要性 ● 傳統與文化進行永續發展或保存的方法 ● 文化遺產的保存與永續發展如何結合互動體驗 ● 創意策略發想與永續概念整合設計	3.5
12	文化遺產的創意策略與整合實踐 (外邀專家分享) ● 專家研究項目的執行經驗分享 ● 研究項目主題方向、創意策略方法擬訂、理論文獻與研究支撐等方法探討 ● 分組討論與具體實踐設計	3.5
13	期末展示與展演匯報：創意策略、體驗設計與文化遺產主題整合報告 ● 文化遺產結合體驗式設計與創意實踐、期末 PPT 匯報及繳交 ● 計劃評估、討論與評價	3.5



教與學活動

修讀本學科單元，學生將透過以下教與學活動取得預期學習成效：

教與學活動	M1	M2	M3	M4
T1. 透過課堂案例講解，促進學生學習知識概念	✓	✓		
T2. 透過實地調研，讓學生深入案例進行觀察及分析		✓	✓	
T3. 邀請校外專家分享，推動學生從專業角度進行思考	✓	✓	✓	✓
T4. 透過分組討論，合作撰寫計劃報告		✓	✓	
T5. 透過技術指導，推動學生將理論與計劃實踐		✓	✓	✓

考勤要求

考勤要求按澳門理工大學《碩士位課程教務規章》規定執行，未能達至基本要求者，本學科單元成績將被評為不合格（“F”）。

考評標準

修讀本學科單元，學生需完成以下考評活動：

考評活動	佔比 (%)	所評核之 預期學習成效
A1. 品牌形象策略及傳播計劃 ● 選取一項文化/非物質文化遺產作為對象，透過調查分析，問題發現，運用創意策略、品牌策略及營銷構想，為該項目塑造品牌形象策略及傳播計劃，以激發品牌生命力。	40%	M1、M2
A2. 創意策略、體驗設計與文化遺產主題整合報告 ● 延續前期品牌形象策略及傳播方案，藉由後期課堂知識（體驗設計、遊戲化或沉浸式體驗等）模式分組討論與思考創意策略如何擬訂，並針對各組題的設計概念、理論依據進行最後設計實踐展演。	40%	M3、M4
A3. 參與度：出席率、積極性與參與度	20%	M1、M2、 M3、M4

有關考評標準按大學的學生考評與評分準則指引進行（詳見www.mpu.edu.mo/teaching_learning/zh/assessment_strategy.php）。學生成績合格表示其達到本學科單元的預期學習成效，因而取得相應學分。



評分準則

採用 100 分制評分：100 分為滿分、50 分為合格。本學科單元不設補考。

參考文獻 (APA 格式第七版)

1. 胡傳建 (2024)。品牌共創：新一代品牌傳播與建設新工作方式。人民郵電出版社。
2. 蔡奕屏 (2023)。地方編輯：日本頂尖創意團隊公開跨界編輯祕訣，從出版、策展、住宿到體驗，打造最具魅力的地域品牌。果力文化。
3. 華少 (2022)。瘋長：新消費時代，如何打造、運營新品牌。中國科學技術出版社。
4. Mike, K. (2022)。個人品牌獲利關鍵：8 大藍圖打造 99%有效數位行銷力，引爆變現的複利效應(李翊巧譯)。墨刻。
5. 艾瑞克·巴爾、史坦·博斯威爾 (2022)。體驗設計：打造觸動情感、深植價值的沉浸式空間(李雅玲譯)。馬可孛羅。
6. 玉樹真一郎 (2021)。體驗設計創意思考術(江宓蓁譯)。平安文化。
7. 上海世久非物質文化遺產保護基金會(2022)。京都工藝：尋訪 20 家傳統工藝品牌。上海交通大學出版社。
8. 傑西·謝爾 (2021)。遊戲設計的藝術(盧靜譯)。大家出版。
9. 匡山、羅伯·法布坎 (2020)。我們的行為是怎樣被設計的：友善設計如何改變人類的娛樂、生活與工作方式(趙盛慈譯)。大塊文化。
10. Hanington, B. (2021). *The Pocket Universal Methods of Design*. Rockport Publishers.

主要期刊

- *International Journal of Intangible Heritage*. <https://www.ijih.org>
- *Strategic Design Research Journal (SDRJ)* E-ISSN: 1984-2988
- *International Journal of Design* ISSN: 1994-036X (online); 1991-3761 (print)

學生反饋

學期結束時，學生將被邀請以問卷方式對學科單元及有關教學安排作出反饋。你的寶貴意見有助教師優化學科單元的內容及教授方式。教師及課程主任將對所有反饋予以考量，並在年度課程檢討時正式回應採取之行動方案。

學術誠信

澳門理工大學要求學生從事研究及學術活動時必須恪守學術誠信。違反學術誠信的形式包括但不限於抄襲、串通舞弊、捏造或篡改、作業重覆使用及考試作弊，均被視作嚴重的學術違規行為，或會引致紀律處分。學生應閱讀學生手冊所載之相關規章及指引，有關學生手冊已於入學時派發，電子檔載於 www.mpu.edu.mo/student_handbook/。