



藝術及設計學院

設計學士學位課程

學科單元大綱

學年	2023 / 2024	學期	1
學科單元編號	DSCC0101		
學科單元名稱	文化創意與設計		
先修要求	沒有		
授課語言	中文		
學分	3	面授學時	45
教師姓名	王芷君 · 林健新	電郵	王芷君： jaonnewong@mpu.edu.mo 林健新： t1804@mpu.edu.mo
辦公室	王芷君：氹仔校區珍禧樓二樓 P225 室 林健新：氹仔校區珍禧二樓 P223 室	辦公室電話	王芷君：8893 6916 林健新：————

學科單元概述

本學科單元旨在介紹文化創意產業的本質和發展理論，產業發展脈絡及多樣化的文化創意產業分類，引導學生以傳達設計手法進行創作，為不同類別的文創產業或產品，進行設計項目推廣。

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.	認識文化創意產業的本質、發展脈絡及分類特色
M2.	掌握文化創意設計的構成策略及視覺傳達方法
M3.	運用設計策略為文創產業建立品牌形象及推廣項目

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
P1. 設計倫理與人文美學涵養	✓	✓	✓
P2. 溝通與國際視野	✓	✓	
P3. 設計思維與應用能力		✓	✓
P4. 資訊應用與計劃能力	✓	✓	✓
P5. 實踐與設計整合能力		✓	✓
P6. 研究與探索基本能力	✓	✓	✓

教與學日程、內容及學習量

週	涵蓋內容	面授學時
1	1. 文化創意的本質與意義、定義與分類 1.1 文化創意產業的本質及發展意義 1.2 近代文化創意產業的定義與分類	3.5
2	2. 文化創意產業的發展脈絡與特色 2.1 不同地區文化創意產業的特色與發展路徑 2.2 文化產業化及產業文化化的差異	3.5
3	3. 文創設計的價值與類型 3.1 源於傳統文化的文創產品設計 3.2 智識產權 IP 引導的文創產品設計 3.3 文旅融合的旅遊文創產品設計	3.5
4	4. 文化創意設計的構成策略 4.1 用戶需求觀察，發現問題 4.2 文化元素調查: 文獻調查、觀察、分類比較	3.5
5	5. 從文化元素到文化設計的視覺傳達方法 5.1 文化元素的提煉與轉化 5.2 文創產品的設計構思與視覺表現	3.5
6	6. 文創產品設計匯報與討論 6.1 文創產品設計項目匯報、效益討論 6.2 文創產品設計項目分析與反思	3.5
7	7. 文化創意品牌形象設計策略 7.1 文化創意與品牌形象概念 7.2 品牌策略、品牌定位、品牌識別設計	3.5



8	8. 品牌田野調查及資源分析 (校外進行) 8.1 物質/非物質文化遺產實地調查: 訪談與文化符號資源記錄 8.2 觀念、造型、色彩、材質、工藝、美學基礎等	3.5
9	9. 品牌文化定位及視覺分析 9.1 物質/非物質文化遺產調研及分析、品牌文化定位 9.2 文化符號及元素分析及轉化、文案設計	3.5
10	10. 品牌識別設計 10.1 圖形標誌、字體標誌、品牌色彩等 10.2 核心圖形、系統延伸	3.5
11	11. 視覺系統延伸設計 1 11.1 包裝設計、推廣設計討論 11.2 空間設計、體驗設計討論	3.5
12	12. 視覺系統延伸設計 2 12.1 模擬方案討論 12.2 模擬方案修正	3.5
13	13. 文創品牌形象設計項目報告 13.1 文創品牌設計項目匯報、效益討論 13.2 文創品牌設計項目分析與反思	3

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
T1. 課堂教學	✓	✓	✓
T2. 短片播放	✓	✓	✓
T3. 個案分析	✓	✓	✓
T4. 分組討論	✓	✓	✓



考勤要求

考勤要求按澳門理工大學《學士學位課程教務規章》規定執行，未能達至要求者，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. 文創產品設計 選擇一項文化元素，進行資料蒐集與分析、符號提煉及圖形轉化，設計符合用戶需求的文創產品，以項目報告形式匯報並撰寫設計反思。	30	M1、M2、M3
A2. 文創品牌形象設計 以分組形式選擇一項非物質文化遺產或老字號企業，透過文化資源的田野發掘及調查，制定品牌形象設計策略，提出符合傳承與創新的文創品牌形象設計項目，以項目報告形式匯報並撰寫設計反思。	50	
A3. 參與度：出席率、積極性與參與度	20	

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

1. 天津老字號課題組（2019）。*品牌塑造與創新：天津老字號的現代轉型*。科學技術文獻出版社。
2. 沈婷等（2021）。*文創品牌的秘密*。廣西美術出版社。
3. 張耀文等（2021）。*文化創意：產業、就業與創業*。全華圖書。
4. 梅原真（2021）。*重塑日本風景：頂尖設計師的地方創生筆記*（方瑜譯）。行人出版。



5. 蔡奕屏 (2021)。《地方設計》。果力文化。
6. 除適 (2019)。《品牌設計法則》。人民郵電出版社。
7. Kolb, B. M. (2020). *Entrepreneurship for the Creative and Cultural Industries*. Routledge.
8. Radim, M. (2020). *Book of Branding: a guide to creating brand identity for startups and beyond*. Brandnu.
9. David, A. (2019). *Identity Designed: The Definitive Guide to Visual Branding*. The Quarto Group.

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/。