



藝術及設計學院

設計學士學位課程

學科單元大綱

學年	2024 / 2025	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	鄧寶誼 林健新	電郵	t1867@mpu.edu.mo t1804@mpu.edu.mo
辦公室	氹仔校區珍禧樓 2 樓 P223 室	辦公室電話	--

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. 透過不同設計領域基礎知識和技能，實現其設計的可能性的設計知識和技能	✓		✓
P2. 通過從研究寫作到藝術與設計歷史、文化研究和設計評論的理論研究，獲得國際化的設計觀點	✓	✓	✓
P3. 在文化創意產業、概念創新和技術應用領域理解跨學科和整合設計		✓	✓
P4. 在各種媒體中以創意方式應用設計，從印刷到數字化		✓	✓



課程預期學習成效	M1	M2	M3
P5. 通過研究方法和反映社會文化問題的實際項目分析和評估設計	✓	✓	✓
P6. 在文化創意設計、技術應用和創新設計領域發展整合的實踐技能		✓	✓
P7. 通過跨學科研究和專業實踐在設計中應用創意思維技能	✓	✓	✓
P8. 在本地和國際情境中通過研究和分析進行設計項目	✓		✓
P9. 展示具有美學意識的設計知識，並以團隊精神有效溝通		✓	✓

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



週	涵蓋內容	面授學時
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	M1, M2, M3
A3. 參與度：出席率、積極性與參與度	20	M1, M2, M3

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/。