

提案 5

文化創意產業經營學系

碩士班教學計劃附件

班級：文創系碩士班	學分：2.0	選別：選修
科目代碼：	科目：產業調查專題研究	
開課系所：文化創意產業經營學系碩士班		
課程核心能力：		
(一)專門知識（知識層面） 具備保存文化財基本知能。 瞭解文化創意產業的結構、發展脈絡與歷史演變。 (二)認知過程能力（認知層面） 具備批判思考與獨立研究的能力。 具備撰寫嚴謹學術論文能力。 (三)博雅關懷（視野養成/社會關懷層面） 培育文化經濟之論述與批評能力，在產業發展與社會公義間取得平衡。 (四)社會實踐（職能發展/社會貢獻層面） 針對全球化時代、文化創意產業趨勢，發展適合台灣社會的競爭力模式。		
教學目標：		
1.能熟悉產業市場調查的資料來源(一手、次級) 2.能瞭解產業市場調查的質化、量化方法 3.能以合適分析方法解讀所蒐集的資料		
教材大綱：		
產業市場調查資料蒐集方法：一手資料 產業市場調查資料蒐集方法：次級資料 焦點團體訪談 數位資料庫蒐集與分析 產品生命週期分析 產品評估和選擇分析 市場趨勢分析 競爭對手分析 技術預測和評估 消費需求調查與分析 市場潛力與使用者評估 客戶滿意調查		
實施方法：		
報告閱讀、課堂講授、專題報告		
評量方式：		
平時參與 期中作業 期末報告		
參考資料：【請遵守智慧財產權，不得非法影印】		
W .Law rence Neum an(2000) 社會研究方法：質化與量化取向。(ISBN 9578181167)課堂補充		

班級：文創系碩士班 學分：2.0 選別：選修					
科目代碼： 科目：文化創意產業管理專題					
開課系所：文化創意產業經營學系碩士班					
課程核心能力：					
教學目標：					
一、學生研究主題專題報告與討論 二、分享文化創意產業專家學者之理論與實務 三、進行文化創意產業參觀與策略規劃 四、學生研究主題相關碩士論文報告分享					
教材大綱：					
第一週 9/15 授課內容、課程目標 第二週 9/22 論文剖析重點案例分析 第三週 9/29 第一組主要參考論文剖析 第四週 10/6 第二組主要參考論文剖析 第五週 10/13 第三組主要參考論文剖析 第六週 10/20 第四組主要參考論文剖析 第七週 10/27 參觀文博會 第八週 11/3 第五組主要參考論文剖析 第九週 11/10 文創產業專題講演一 第十週 11/17 文創產業專題講演二 第十一週 11/24 文創產業區域參訪暨文創產業專題講演三 第十二週 12/1 區域文創產策略規劃一 第十三週 12/8 區域文創產策略規劃二 第十四週 12/15 區域文創產策略規劃三 第十五週 12/22 區域文創產策略規劃四 第十六週 12/29 規劃計畫報告分享暨專家參與一 第十七週 1/5 規劃計畫報告分享暨專家參與二 第十八週 1/12 論文期末報告與分享					
實施方法：					
一、教師進行理論、實例、作業及意見之講解。 二、學生進行研究主題發表、相關碩士分享及論文計畫撰寫等。					
評量方式：					
一、學習中之態度、出席及參與討論佔 30% 二、學習後之報告撰寫佔 70%					
參考資料：【請遵守智慧財產權，不得非法影印】					
專題講演資料、研究論文、策略計畫等課程資料					

班級：文創系碩士班		學分：2.0		選別：必修	
科目代碼：		科目：創新設計專題研究			
開課系所：文化創意產業經營學系碩士班					
課程核心能力：					
(一)專門知識（知識層面） 瞭解國內外文化創意產業發展歷程、文化政策脈絡及推展模式。 瞭解文化創意產業的結構、發展脈絡與歷史演變。 (二)認知過程能力（認知層面） 具備與文化研究基本的相關能力。 具備批判思考與獨立研究的能力。 具備撰寫嚴謹學術論文能力。 (三)博雅關懷（視野養成/社會關懷層面） 培育文化經濟之論述與批評能力，在產業發展與社會公義間取得平衡。 (四)社會實踐（職能發展/社會貢獻層面） 針對社會區域發展進行完善的產業分析、規劃與設計能力。 針對全球化時代、文化創意產業趨勢，發展適合台灣社會的競爭力模式。					
教學目標：					
本課程以創新設計（或設計創新）為核心，探討其理論與實務分析。課程分為兩大主軸：創新設計之相關議題及實務活動，包括：設計創新趨勢、創新設計與科技實務、產品設計、產業技術及創意產業等；實務活動則包括：個案討論、論文導讀分析、專題報告及企業參訪等。期使學生能將創新應用於設計的發展，且能考量個人專業將其注入產業實務應用。 1.認知：學生能瞭解創新設計的相關理論與設計思考方法 2.情意：學生能正確使用心智圖、腦力激盪、聯想等方法，並應用在設計創新表現 3.技能：從實作及體驗中學習，培養學生創新思考以及解決問題的能力					
教材大綱：					
1.創新設計理論 2.設計創新 3.【商業創新】個案討論：Apple 公司的設計思考及創新 4.期中報告 5.產品創新技術與訣竅 6.新產品開發密技-為夢想而設計 7.【設計創新】個案分析與討論：IDEO 工業設計公司 8.企業參訪-法藍瓷/碩石文創設計 9.務實創新 10.持久創新 11.創新的兩難 12.專題演講-創意管理 13.產品創新流程 14.創意思考 15.科技與創新專題-3D printing & RP 16.創新的擴散 17.創新思考與管理 18.期末專題					
實施方法：					

1.講授與問答 2.書報導讀分享 3.個案分析討論 4.期末專題報告					
評量方式：					
1.平時表現與互動討論：20 % 2.書籍或論文導讀與分享：30 % 3.期中個案分析報告：20% 4.期末分組報告：30 %					
參考資料：【請遵守智慧財產權，不得非法影印】					
1.王鴻祥譯原著 Bettina von Stamm（凡施塔姆）（2006）創新・設計與創意管理。臺北市，六合出版社。2.Adam Jolly,A.(2010)The Innovation Handbook:How to Profit from Your Ideas, Intellectual Property and Market Knowledge. Intellectual Property Office, London 3.Stamm ,B.V. and A.Trifilova (2009) The Future of Innovation.Gower Publishing, Ltd.USA 4.Clayton M .Christensen (1997)The Innovator's Dilemma - When New Technologies Cause Great Firms to Fail.Boston, Massachusetts:Harvard Business School Press 5.Paul Stoneman (2010) Soft Innovation - Economics, Product Aesthetics, and the Creative Industries.New York:Oxford University Press Inc.6.Amelle Le Corre & Gerald Mischke (2005)The Innovation Game - A New Approach to Innovation Management and R&D. Boston:Springer Science + Business Media, Inc.7.Fiona Patterson,DrMaura Kerrin, Geraldine Gatto-Roissard and Phillipa Coan (2009)Everyday innovation -How to enhance innovative working in employees and organizations.UK :NESTA 8.MichaelThomson & Tapio Koskinen (2012)Design for Growth & Prosperity.Report and Recommendations of the European Design Leadership Board 9.Design Council (2011). Design for Innovation -Facts, figures and practical plans for growth 10.Elke den Ouden (2012) Innovation Design - Creating Value for People, Organizations and Society.Springer.11.Australian Institute of Management (2004) Innovation and Imagination at Work.McGraw-Hill 12.Craig M .Vogel,Jonathan Cagan,& Peter Boatwright (2005) The Design of Things to Come -How Ordinary People Create Extraordinary Products.New Jersey:Pearson Education, Inc.					

班級：文創系碩士班		學分：2.0		選別：必修	
科目代碼：		科目：企業經營理論與實務專題			
開課系所：文化創意產業經營學系碩士班					
課程核心能力：					
(一)專門知識（知識層面） 具備基礎管理理論知識。					
(二)認知過程能力（認知層面） 具備批判思考與獨立研究的能力。					
教學目標：					
本課程結合理論、實務與個案研究，以培養藝文產業的基本管理技能。					
教材大綱：					
一 課程、作業與評分方式說明 二 文化與藝術的定義 三 公部門為何補助文化與藝術 四機構使命與任務 五創造消費者價值 六 經營策略 七 數字的意義 八個案研究 九期中簡報 十 財務管理 十一 募款 十二 人力資源管理 十三 志工管理 十四 藝文機構與資源互依 十五機構管理指標建構 十六 機構發展 十七 個案研究 十八期末簡報					
實施方法：					
授課、分組討論與報告、演講、參觀、實作					
評量方式：					
平時成績與出席 10%、期末報告 90%					
參考資料：【請遵守智慧財產權，不得非法影印】					
李田樹等譯(2003)管理是什麼？台北市：天下文化。 李振昌、陳俐雯譯(2004)活用數字作分析。商智文化。 高登第譯(1998) 票房行銷：菲利浦 科特勒談表演藝術行銷策略。臺北市：遠流。 桂雅文、閻蕙群譯(2004)藝術管理這一行。台北市：五觀。 黃恆獎、王仕茹、李文瑞(2005) 管理學。台北市：華泰。 曾光華(2006)行銷管理：理論解析與實務應用。台北縣：前程文化。 張振明譯(2004)行銷是什麼？台北市：商周文化。 張譽騰等譯(2001)世紀曙光：非營利事業組織管理。台北市：五觀。 樓永堅、方世榮譯(2006)行銷管理學。台北市：東華。 Kotler, P. and Kotler, N. (1998) Museum Strategy and Marketing. San Francisco: Jossey-Bass.					

班級：文創系碩士班		學分：2.0		選別：選修	
科目代碼：		科目：文化地理專題研究			
開課系所：文化創意產業經營學系碩士班					
課程核心能力：					
(一)專門知識（知識層面） 具備保存文化財基本知能。 (二)認知過程能力（認知層面） 具備與文化研究基本的相關能力。 具備對地方文化環境進行資源整合與規劃的能力。 (三)博雅關懷（視野養成/社會關懷層面） 培育學生社會關懷、社會實踐、信守人際與專業倫理，並願意追求個人與整體社會健全成長的整體態度與能力。 (四)社會實踐（職能發展/社會貢獻層面） 具備文化創意產業實踐的能力。 (五)倫理精進（信守倫理/專業精進層面） 推動創意城市、魅力城市、幸福城市，強化跨界對話整合才能。					
教學目標：					
認知 1.了解鄉土文化環境 2.認識文化的空間觀點 3.了解重要人地關係文化現象與空間理論 技能 1.建立文化空間實查能力 2.文化地理資料彙整與分析 3.文化資料網路搜尋空間化與評價 情意 1.培養人與文化環境之倫理正義 2.重視文化環境保育與生產					
教材大綱：					
一、文化地理主要概念 1.移動 2.空間 3.文化與自然 4.社會與空間 5.在地與全球 6.結構與能動性 7.自我與他者 8.影像與現實 二、文化空間之主題 1.現代性與現代化 2.記憶與襲產 3.想像的地理 4.地景（寺廟、節慶、活動運動競賽、市集、會展演唱與劇場、商圈、車站） 5.地方感（家鄉--大河戀、電影、在地日常生活紀錄片之拍攝：如××店的一天） 三、文化空間之脈絡與地景 1.身體 2.城鄉					

3.歐洲 4.後殖民主義 5.遷移與流移 6.旅行與觀光 7.媒體 8.網際空間與網際文化 9.文學地景 10.多重中介的環境 11.商品與消費 12.生產的文化					
實施方法：					
1.以討論為主，講述為輔 2.輔導學生蒐集文化空間資料，實查報告能力。 3.文化環境規劃書寫					
評量方式：					
1.考試：期末考。 2.文化環境資料實查與藝文規劃報告撰寫。 3.問題討論：擬定文化環境問題（東區、SOGO、火車站、西門町、淡水、八里、故宮、士林夜市、新北投、通化街、公館夜市、師大路夜市），輔導蒐集資料，共同討論，學生發表文化政策建言。					
參考資料：【請遵守智慧財產權，不得非法影印】					
1.王志弘等譯 人文地理概論 巨流圖書 2006 2.王民等 人文地理—文化社會與空間 北京師大 1988 3.王志弘等譯 文化地理 巨流書局 2003 4.李鹿苹 台灣小區域地理研究集 國立編譯館 1984 5.陳正祥 台灣地誌 南天書局 1996 6.陳坤宏 空間結構理論與方法 明文 1991.9 7.楊裕富 都市空間理論與實例調查 明文 1989.1 8.夏鑄九 空間的文化形式與社會理論讀本 明文 1988.4 9.蔡相輝 台灣社會文化史 國立空中大學 2003 10.邱延亮譯 貧窮文化 巨流 2004 11.張君玖 文化消費與日常生活 巨流 2005 12.馮久玲 文化是好生意 臉譜 2003 13.彭德中譯 餘暇社會學 遠流 1989.11 14.蔡義輝譯 地表景觀 科技圖書公司 1990.9 15.陳嘉映譯 存在與時間（上下冊） 唐山 1989 16.盧鳳蘭譯 社會世界的現象學 久大桂冠 1991 17.詹志宏 城市觀察 遠流 1989 18.黃恆正譯 符號社會的消費 遠流 1988 19.孫隆基 中國文化的深層結構 唐山 1991 20.邱誌勇等譯 文化研究的基礎 韋伯文化 2006 21.羅世宏等譯 文化研究理論與實踐 五南 2000 22.夏鑄九等譯 網路社會之崛起 唐山 1998 23.沈台訓譯 文化與發展 批判性導論 巨流書局 2003 24.王志宏等譯 現代地理思想 國立編譯館 2005 25.王志宏等譯 地方：記憶、想向與認同 學群 2006 26.王鑫 地景保育 國立編譯館 1997 27.薛益中譯 社會的空間組織 幼獅文化 1985. 28.Paul Cloke, Philip Crang and Mark Goodwin, 1999, <i>Introducing Human Geography</i> Oxford: A mold					

- 29 Derek Gregory, Rom M artin & Graham Smith 1994 : Human Geography Univ. of Minnesota Press
- 30 Trevor Barnes & Derek Gregory 1997 : Reading Human Geography, NY : Arnold
- 31 John Agnew, David N. Livingstone & Alistair Rogers 1996 : Human Geography, Oxford : Blackwell
- 32 Pamela Shum er-Smith, 2002: Doing Cultural Geography, London, Thousand Oaks, New Delhi, SAGE Publication,

班級：文創系碩士班		學分：2.0		選別：必修	
科目代碼：		科目：都市空間治理與規劃			
開課系所：文化創意產業經營學系碩士班					
課程核心能力：					
(一)專門知識（知識層面） 具備保存文化財基本知能。 具備基礎管理理論知識。 瞭解現代傳媒的創意策略、方法與意涵。 (二)認知過程能力（認知層面） 具備與文化研究基本的相關能力。 具備批判思考與獨立研究的能力。 具備撰寫嚴謹學術論文能力。 具備分析空間機能與設計元素的能力。 具備基本展演活動規劃、行銷與執行能力。 具備文化創意產業經營管理行銷之整合性能力。 具備對地方文化環境進行資源整合與規劃的能力。 (三)博雅關懷（視野養成/社會關懷層面） 培育學生社會關懷、社會實踐、信守人際與專業倫理，並願意追求個人與整體社會健全成長的整體態度與能力。 培育文化經濟之論述與批評能力，在產業發展與社會公義間取得平衡。 (四)社會實踐（職能發展/社會貢獻層面） 具備文化創意產業實踐的能力。 針對社會區域發展進行完善的產業分析、規劃與設計能力。 針對全球化時代、文化創意產業趨勢，發展適合台灣社會的競爭力模式。 (五)倫理精進（信守倫理/專業精進層面） 具備整體美感與關係美學的鑑賞能力。 推動創意城市、魅力城市、幸福城市，強化跨界對話整合才能。					
教學目標：					
本課程核心能力為掌握 Space Theories(architectutre landscape and urban design)之間的關係。也就是會先從這三個主要學科與理論脈絡去梳理目前的文創與城市之間的關鍵討論。					
教材大綱：					
1. Introduction :regarding Space Theory 從空洞到空凍 2.消費地景 3.奢華空間與現代設計 4.欲望地景 5 空間活化與其文化性 6 鄉愁地景 8 家與屋之差異 9 Any where? 10 城市漫遊 與田野紀錄:參訪台北地景 11-15 Student Presentation and design issue and case study 16 期末評論與報告					
實施方法：					
教授演講 影片 同學讀書報告分享與討論					

評量方式：					
學習態度與到課率 30% 期末報告與評論 40% 小組討論合作 20%					
參考資料：【請遵守智慧財產權，不得非法影印】					
必讀： 1 邱詠婷，《空凍空間的生與死》，臺北：五南出版，2013 8 月。 2 約翰·厄里(John Urry) 著，江千綺 譯，《消費場所 Consum ing Places》，臺北：書林出版，2013。 選讀： 2 雪倫·朱津(Sharon Zukin) 著，王志弘、王珣民、徐苔玲 譯，《裸城：純正都市地方的生與死》(Naked City: The Death and Life of Authentic Urban Places)，臺北：群學，2012。 3 雪倫·朱津(Sharon Zukin) 著，王志弘、王珣民、徐苔玲 合譯，《權力地景：從底特律到迪士尼世界》(Landscapes of Power: From Detroit to Disney World)，臺北：群學，2012。					

班級：文創系碩士班		學分：2.0		選別：選修	
科目代碼：		科目：文化產業經濟學專題			
開課系所：文化創意產業經營學系碩士班					
課程核心能力：					
教學目標：					
國內文化產業場域，眾聲喧嘩卻又空虛寂靜。本課程旨在貼近掌握全球文化產業之動態發展及其經濟價值與共同特質。分析脈絡包括：分析媒體文化產業，包括電影、電視廣播、音樂、有線電視、出版玩具及遊戲等；以及現場文化產業，包括博奕、運動、表演藝術、遊樂園和主題樂園等。最後，針對總體文化產業提出總結和相關政策建議。					
教材大綱：					
1.導論 2.經濟理論 3.媒體理論 4.電影產業 5.音樂產業 6.廣播電視產業 7.有線電視產業 8.出版產業 9.玩具和遊戲產業 10.博奕產業 11.運動產業 12.表演藝術和文化產業 13.遊樂園和主題樂園產業 14.績效和政策					
實施方法：					
透過一連串的提問，挑動同學探究本課程之理論、思想、策略與實務運用。					
評量方式：					
1.課堂參與（60%） 2.專題簡報（40%）					
參考資料：【請遵守智慧財產權，不得非法影印】					
1.陳智凱（2011）。《娛樂-解構文創》，台北：藍海文化。 2.陳智凱譯（2008）。《娛樂經濟》，台北：五南。 3.陳智凱與邱詠婷(2013)。《消費-浪漫流刑》，台北：巨流。 4.陳智凱(2010)。《消費是一種翻譯》，台北，博雅書屋。 5.陳智凱(2011)。《後現代哄騙》，台北：博雅書屋。 6.Vogel(2007).Entertainment Industry Economics:A guide for financial analysis,6e,Cambridge University Press. 7.Hesmondhalgh,D.(2002)The Cultural Industries,London,Thousand Oaks,CA and New Delhi:Sage 8.Storey,John(1999).Cultural Consumption and Everyday Life.London:Amold. 9.Bocock,Robert(1993).Consumption.London:Routledge. 10.ChristopherH,Lovelock(1991).Services Marketing,2e,NJ:Prentice-Hall. 11.鄭郁欣譯（2009）。《設計的文化》。台北，韋伯。 12.趙偉姣譯（2011）。《速度文化》。台北，韋伯。					

班級：文創系碩士班		學分：2.0		選別：選修	
科目代碼：		科目：文化設施專題研究			
開課系所：文化創意產業經營學系碩士班					
課程核心能力：					
教學目標：					
本課程從世界文化遺產、世界設計之都、歐洲文化之都等國際視野，帶領學生瞭解文創展演設施對於文化發展的重要性；接著從創意園區、地方文化館、觀光工廠與文化商圈觀點來瞭解台灣文創展演設施發展現況；最後，透過文創展演設施空間構成、氛圍塑造、表現技法等規劃原則，配合實務案例的分享，進行文創展演設施規劃實作演練與報告。					
教材大綱：					
1. 緒論：文創展演設施對文化發展的重要性 2. 文化遺產城市-義大利羅馬、佛羅倫斯 3. 世界設計之都-義大利杜林、韓國首爾、臺灣台北 4. 歐洲文化之城-荷蘭阿姆斯特丹、法國巴黎、西班牙馬德里、德國柏林 5. 歐洲文化之都-法國亞維農、普羅旺斯、斯洛維尼亞馬里博爾、奧地利格拉茲 6. 梵谷足跡-荷蘭阿姆斯特丹、法國亞耳 7. 台灣城市文創展演設施現況-創意園區 8. 台灣城市文創展演設施現況-地方文化館 9. 台灣城市文創展演設施現況-觀光工廠與文化商圈 10. 文創展演設施的空間構成 11. 文創展演設施的氛圍塑造 12. 文創展演設計的表現技法 13. 文創展演設施規劃個案分享-1 14. 文創展演設施規劃個案分享-2 15. 文創展演設施規劃個案分享-3 16. 文創展演設施規劃實作與報告-1 17. 文創展演設施規劃實作與報告-2 18. 文創展演設施規劃實作與報告-3					
實施方法：					
講述、討論、報告、實作					
評量方式：					
1.平時作業與出席 40% 2.期中作業 30% 3.期末作業 30%					
參考資料：【請遵守智慧財產權，不得非法影印】					
郑曦阳，徐宏，王莉编著(2013)。展示设计与分析。中国建筑工业出版社。(ISBN：9787112151622) 莫健伟與崔德伟主编(2012)。文化创意空间:艺术与商业的集聚与融合。社会科学文献出版社。(ISBN：9787509728031)					

班級：文創系碩士班	學分：2.0	選別：選修
科目代碼：	科目：當代媒體與藝術專題研究	
開課系所：文化創意產業經營學系碩士班		
課程核心能力：		
教學目標：		
課程中透過多媒體教學介紹各國跨領域藝術家和設計師的作品，藉此了解藝術家如何運用不同媒介整合他們所關注的人文思維。並認識藝術家如何將跨領域發展影響下的社會總體現象，透過藝術與設計形式表現出來，藉以探索多元時代中的跨領域文化內涵。		
教材大綱：		
一,課程說明 二,當代跨領域藝術早期發展與趨勢概論 三, 當代科技藝術 四, 當代影像藝術 五,校外教學 1 六, 當代表演藝術 七, 當代空間藝術 八, 當代數位與網路藝術 九,期中考周 十, 當代設計與藝術趨勢 1 十一, 當代設計與藝術趨勢 2 十二, 專題報告 1 十三, 專題報告 2 十四,專題報告 3 十五,專題報告 4 十六,專題報告 5 十七,專題報告 6 十八,期末討論與分享		
實施方法：		
課程講述及專題報告		
評量方式：		
出席率/ 缺席達五次扣考 專題報告與心得分享 專題報告/1 人一組，報告時間為 一節課 選定一位設計師或藝術家進行研究分析報告。 分析/ 創意理念、風格表現、文化特質、相關影響等		
參考資料：【請遵守智慧財產權，不得非法影印】		
看懂設計,你要懂的現代藝術/ 陳怡靜譯/ 威爾.岡波茲著/* 大是文化		

班級：文創系碩士班		學分：2.0		選別：選修	
科目代碼：		科目：觀光工廠規劃與輔導專題研究			
開課系所：文化創意產業經營學系碩士班					
課程核心能力：					
教學目標：					
透過政府研發經費補助計畫的介紹與案例研討，瞭解產官學合作研發模式。進一步與業主訪談、觀察、調查，實地撰寫補助計畫，以厚值文創產業的研發能量，並促進文創產業營運模式的改變，進而增加就業的核心競爭力。					
教材大綱：					
1. 產官學合作模式 2. 國科會產學合作補助計畫介紹 3. 國科會產學大聯盟、產學小聯盟 4. 經濟部創新研發補助計畫介紹 5. SIIR 服務業創新研發計畫 6. CITD 協助傳統產業技術開發計畫 7. SBIR 小型企業創新研發計畫 8. 地方型 SBIR 地方產業創新研發推動計畫 9. 計畫書表格及範例 10. 如何瞭解公司概况 11. 風險評估與因應對策 12. 計畫執行查核點說明 13. 經費需求與編列原則 14. 產官學合作研發計畫實作與報告-1 15. 產官學合作研發計畫實作與報告-2 16. 產官學合作研發計畫實作與報告-3					
實施方法：					
講述、討論、報告、實作					
評量方式：					
1. 平時作業與出席 40% 2. 期中作業 30% 3. 期末作業 30%					
參考資料：【請遵守智慧財產權，不得非法影印】					
孫保瑞(2011)。(SBIR)(ASTD)(CITD)產業創新研發計畫撰寫範例大全。出版社：千華數位文化。 王泰武(2011)。老闆，您創新服務了沒！：服務型科專申請關鍵解碼。鼎茂。 王泰武(2011)。老闆你 SBIR 了沒？計畫申請教戰守則。鼎茂。					

班級：文創系碩士班		學分：2.0		選別：選修	
科目代碼：		科目：非營利組織與管理專題			
開課系所：文化創意產業經營學系碩士班					
課程核心能力：					
教學目標：					
一、文化活動內涵與基本概念 二、文化活動企劃撰寫理論與實務 三、文化活動財務募款理論與實務 四、文化活動企劃與募款個案研究 五、文化活動企劃參訪與專家講演					
教材大綱：					
第一週 授課內容、課程目標、相關書籍剖析 第二週 文化活動企劃理論架構 第三週 文化活動相關計畫案例分享一 第四週 文化活動相關計畫案例分享二 第五週 企劃與企劃書的基本概念 第六週 專家經驗分享一（黃振銘董事長，前台創副執長） 第七週 企劃的基本流程 第八週 企劃書內容說明 第九週 專家經驗分享二（力撰行歐陽穎華董事長） 第十週 企劃書的撰寫技巧 第十一週 企劃書的排版與視覺化呈現 第十二週 文化活動募款理論 第十三週 文化活動企劃案規劃 第十四週 企劃顧問管理公司參訪（中衛發展中心） 第十五週 文化活動企劃案討論 第十六週 文化活動企劃案設計完稿 第十七週 文化活動企劃案報告（邀請三位評審與會） 第十八週 期末評量、學期總結					
實施方法：					
一、理論與實務相配合，應用講解及實作教學。 二、教師進行企劃理論、活動實例、作業指導及問題講解。 三、專家學者專題經驗分享及專案管理企業參訪。 四、學生進行相關理論分享、活動計畫撰寫、專案計畫簡報、活動成果評鑑等。					
評量方式：					
一、學習中之態度、出席及參與討論佔 30% 二、學習後之活動計畫撰寫、活動經費規劃、計畫成果評鑑等佔 70%					
參考資料：【請遵守智慧財產權，不得非法影印】					
戴國良（民 94）。企劃案撰寫-理論與案例。臺北市:鼎茂。 戴國良（民 92）。企劃案撰寫實戰全書。臺北市:商周。 戴國良（民 91）。企劃案管理實務。臺北市:商周。 陳梅廬（民 94）。優質企劃案撰寫。台北市：五南。 陳儀 譯（民 92）。預算控管。台北市：麥格羅希爾。 丁惠民 譯（民 92）。進階專案管理。台北市：麥格羅希爾。 陳希林、方怡雯、陳麗如、曾于珍 譯（91）。募款成功。臺北市:五觀。 陳希林、閻蕙群（民 93）。節慶與活動管理。臺北市:五觀。					

張文娟 譯（民 90）。企劃案撰寫手冊。台北市：美商麥格羅希爾。
黃德舜（民 95）。非營利事業財務管理。臺北市：鼎茂。
台灣企劃塾（民 99）。青年活動企劃師培訓。台北市：台灣企劃塾。
鄭啓川、趙滿鈴、洪敏莉（民 99）。贏在企劃專業的起跑點。臺北市：前程。
韓明文（民 97）。企劃+：從企劃 2.0 的角度整合出高競爭力的企劃書。臺北市：基峯資訊。
相關文化活動企劃服務建議書約 100 本

班級：文創系碩士班		學分：1.0		選別：選修	
科目代碼：		科目：園區與創意空間專題研究			
開課系所：文化創意產業經營學系碩士班					
課程核心能力：					
教學目標：					
一、進行企業個案研究理論分析 二、規劃企業個案研究評量表 三、規劃企業個案參訪與研究行程 四、實地進行企業個案參訪 五、分享與展出企業個案研究成果					
教材大綱：					
第一週授課內容、課程目標、企業個案研究基本概念 第三週企業個案研究評量分析與參訪行程規劃 第五週工藝產業個案參訪與研究（法藍瓷、頑石文創、頑石數位、琉璃工坊、琉園、八方新氣等） 第七週表演藝術產業個案參訪與研究（朱宗慶打擊樂團、明華園、雲門、漢唐樂府、優人神鼓、蘆洲功學社總部等） 第九週視覺藝術與展演設施產業個案參訪與研究（兩廳院、當代藝術館、故宮、蘇荷美術館、天使美術館等） 第十一週設計產業個案參訪與研究（台創中心、吉而好、奧美、橙果等） 第十三週數位設計產業個案參訪與研究（遊戲橘子、宏廣動漫等） 第十五週影視出版產業個案參訪與研究（遠流、滾石、年代、TVBS 等） 第十七週成果分享與展覽					
實施方法：					
一、本課程採實地企業方式進行，參訪研究行程由師生共同研議產生。 二、學生進行研究相關資料收集、討論議題規劃、參訪行程協調、研究成果之發表。 三、教師進行教學目標、行程、進度、品質、活動、討論及成果之督導與協調。					
評量方式：					
一、學習中之態度、出席及參與討論佔 50% 二、學習後之企業個案評量報告撰寫佔 50%					
參考資料：【請遵守智慧財產權，不得非法影印】					
相關企業個案研究叢書自行參考，本課程未指定專用參考書目					
					頁：1/1
國立臺北教育大學 102 學年度第 2 學期 教學大綱			列印日期：2014/4/22		
班級：文碩一		學分：2.0		選別：選修	
科目代碼：0812900		科目：文化產業行銷設計理論與實務			
開課系所：文化創意產業經營學系碩士班-碩士班		任課教師：林詠能			
課程核心能力：					
教學目標：					
本課程結合行銷學理論、實務與個案研究，以培養藝文產業行銷之研究能力與進入職場應具備之行銷管理技能。					
教材大綱：					
一、何謂行銷？ 二、行銷研究 三、行銷與策略 四、藝文產業環境分析					

五、了解藝文產業市場				
六、消費者行爲				
七、藝文產業的市場區隔				
八、個案研究				
九、期中簡報				
十、文化產品				
十一、藝文產業的品牌塑造				
十二、藝文產業行銷通路				
十三、促銷				
十四、藝文產業的定價策略				
十五、行銷管理與策略				
十六、訂藝文產業行銷計畫				
十七、個案研究				
十八、期末簡報				
實施方法：				
授課、分組討論與報告、實作、個案研究				
評量方式：				
平時成績與出席 10%、期末報告 90%				
參考資料：【請遵守智慧財產權，不得非法影印】				
李振昌、陳俐雯譯(2004)活用數字作分析。商智文化。 林潔盈譯(2002)如何行銷博物館。台北市：五觀。 林潔盈譯(2004)如何開發藝術市場。台北市：五觀。 高登第譯(1998)票房行銷：菲利浦·科特勒談表演藝術行銷策略。臺北市：遠流。 陳正芬譯(2007)好價錢讓你賺翻天：你不可不知的定價策略。台北市：經濟新潮社。 陳秀玲譯(2000)行銷基本教練。台北市：臉譜。 陳智凱譯(2003)消費者行爲。台北市：麥格羅·希爾。 張振明譯(2004)行銷是什麼？台北市：商周文化。 黃光男(1997)博物館行銷略策。台北市：藝術家。 樓永堅、方世榮譯(2006)行銷管理學。台北市：東華。 Hannagan, T. J. (1992) Marketing for the Non-profit Sector. Hampshire: Macmillan Press. Hill, E. et al. (1995) Creative Arts Marketing. Oxford: Butterworth Heinemann. Kolb, B. M. (2000) Marketing Cultural Organisations: new strategies for attracting audience to classical music, dance, museums, theatre and opera. Dublin: Oak Tree Press. Kotler, P. and Armstrong, G. (1997) Marketing: an introduction. 4th ed. New Jersey: Prentice Hall. Kotler, P. and Kotler, N. (1998) Museum Strategy and Marketing. San Francisco: Jossey-Bass. McLean, F. (1997) Marketing the Museum. London: Routledge.				

班級：文創系碩士班		學分：2.0		選別：選修	
科目代碼：		科目：人力資源專題理論與實務專題			
開課系所：文化創意產業經營學系碩士班					
課程核心能力：					
教學目標：					
1.掌握人力資源之基本理論與技術 2.了解目前人力資源發展趨勢與新知 3.訓練系統思考能力					
教材大綱：					
PART(1)人力資源相關觀念與技能 01 人力資源管理功能與角色 Introduction of HRM 02 人力資源管理內外環境 HRM Function in Internal and External Environment 03 事業策略與人力資源管理 Business Strategy and HRM 04 企業發展與人力資源規劃 Business Development and Human Resource Planning 05 工作分析與人力招募活動 Job Analysis and Recruiting 06 人力甄選與測試面試作業 Human Resource Selection and Interview 07 企業員工訓練與才能發展 Staffs Training and Development 08 員工績效評估與績效管理 Performance Appraisal and Management 09 員工職涯發展與職涯管理 Career Planning and Management 10 有效薪資設計與薪資管理 Effective Pay Design Management and Management 11 有效薪資設計與薪資管理 Effective Pay Design Management and Management 12 激勵制度設計與實務運作 Incentive Design and Practices 13 員工福利計畫與服務措施 Employee Benefits 14 企業倫理與職業倫理議題 Business Ethics and Career Ethics Issues 15 企業勞資關係與爭議處理 Labor-Capital Relationships and Dispute Resolutions 16 人力資源管理之未來發展 HRM Development in the Future PART(2)人力資源相關發展趨勢與新知 HBR 相關期刊文獻研討 人力資源專書研討 PART(3)個案討論 人力資源相關個案討論					
實施方法：					
1.課堂報告與討論 2.論文與專書報告與討論 3.個案分析與討論					
評量方式：					
1.課堂參與 2.個案與專書心得 3.報告內容					
參考資料：【請遵守智慧財產權，不得非法影印】					
人力資源管理 吳秉恩 華泰 人力資源 5/e 黃郁仁等譯 東華 人力資源管理 簡建忠 前程 圖解人力資源管理 戴國良 五南 人力資源管理 許世雨等 五南					

班級：文創系碩士班		學分：2.0		選別：選修	
科目代碼：		科目：文化與現代消費專題			
開課系所：文化創意產業經營學系碩士班					
課程核心能力：					
教學目標：					
本課程分為兩大部分。第一部分導論消費心理觀念架構，以及全球文化產業之經濟價值與共同特質。第二部分挑選及直面最新國內外個案，透過提問思辯挑動同學探究本課程之理論、思想、策略與實務運用。					
教材大綱：					
1.消費生產了生產 2.文化意識是深刻的無意識 3.消費是一個翻譯過程 4.愈是記不得愈是忘不掉 5.隱形和盲眼 6.記憶是用來拯救現實 7.我甚至和我自己都沒有共通點 8.身分是分身 9.群體是同化和異化 10.階級是無法忍受流行美學 11.態度是情感豐富的若無其事 12.感性是理性的計算 13.流行出於模仿和差異 14.欲望是期待和幻滅的輪迴 15.處置宣告新的姿態 16.辯證 10~15 則國內外文化產業個案					
實施方法：					
透過一連串的提問，挑動同學探究本課程之理論、思想、策略與實務運用。					
評量方式：					
1. 課堂參與（60%） 2. 專題簡報（40%）					
參考資料：【請遵守智慧財產權，不得非法影印】					
1.陳智凱與邱詠婷(2013)，《哄騙-精神分裂》，台北，巨流。 2.陳智凱與邱詠婷(2013)，《消費-浪漫流刑》，台北，巨流。 3.陳智凱(2010)。《消費是一種翻譯》，台北，博雅書屋。 4.陳智凱(2011)。《後現代哄騙》，台北，藍海文化。 5.陳智凱（2011）。《娛樂-解構文創》，台北：藍海文化。 6.陳智凱譯（2003），《消費者行為／二版》，台北，麥格羅希爾。 7.A mould, E., Price, L. and Zinkan, G（2002）, Consumers, 2e, McGraw-Hill					

班級：文創系碩士班		學分：2.0		選別：選修	
科目代碼：		科目：行銷理論與企劃實務專題			
開課系所：文化創意產業經營學系碩士班					
課程核心能力：					
教學目標：					
本課程結合行銷學理論、實務與個案研究，以培養藝文產業行銷之研究能力與進入職場應具備之行銷管理技能。					
教材大綱：					
一、何謂行銷？ 二、行銷研究 三、行銷與策略 四、藝文產業環境分析 五、了解藝文產業市場 六、消費者行為 七、藝文產業的市場區隔 八、個案研究 九、期中簡報 十、文化產品 十一、藝文產業的品牌塑造 十二、藝文產業行銷通路 十三、促銷 十四、藝文產業的定價策略 十五、行銷管理與策略 十六、訂藝文產業行銷計畫 十七、個案研究 十八、期末簡報					
實施方法：					
授課、分組討論與報告、實作、個案研究					
評量方式：					
平時成績與出席 10%、期末報告 90%					
參考資料：【請遵守智慧財產權，不得非法影印】					
李振昌、陳俐雯譯(2004)活用數字作分析。商智文化。 林潔盈譯(2002)如何行銷博物館。台北市：五觀。 林潔盈譯(2004)如何開發藝術市場。台北市：五觀。 高登第譯(1998) 票房行銷：菲利浦科特勒談表演藝術行銷策略。臺北市：遠流。 陳正芬譯(2007)好價錢讓你賺翻天：你不可不知的定價策略。台北市：經濟新潮社。 陳秀玲譯(2000)行銷基本教練。台北市：臉譜。 陳智凱譯(2003)消費者行為。台北市：麥格羅、希爾。 張振明譯(2004)行銷是什麼？台北市：商周文化。 黃光男(1997)博物館行銷略策。台北市：藝術家。 樓永堅、方世榮譯(2006)行銷管理學。台北市：東華。 Hannagan, T J. (1992) Marketing for the Non-profit Sector. Hampshire: Macmillan Press. Hill, E. et al. (1995) Creative Arts Marketing. Oxford: Butterworth Heinemann. Kolb, B M. (2000) Marketing Cultural Organisations: new strategies for attracting audience to classical music, dance, museums, theatre and opera. Dublin: Oak Tree Press. Kotler, P. and Armstrong, G. (1997) Marketing: an introduction. 4th ed. New Jersey: Prentice Hall. Kotler, P. and Kotler, N. (1998) Museum Strategy and Marketing. San Francisco: Jossey-Bass. McLean, F. (1997) Marketing the Museum. London: Routledge.					

班級：文創系碩士班		學分：2.0		選別：選修	
科目代碼：		科目：觀光休閒文化專題研究			
開課系所：文化創意產業經營學系碩士班					
課程核心能力：					
教學目標：					
瞭解觀光與休閒的意義、理論暨觀光事業與休閒產業的意義、沿革、政策與管理，休閒觀光事業未來的發展及趨勢。					
教材大綱：					
一、觀光與休閒的概念 二、觀光與觀光事業 三、觀光機構與政策 四、休閒觀念之探討 五、休閒行為的理論 六、新興的閒暇產業 七、新興觀光閒暇產業的發展 八、觀光休閒的負面影響 九、文化觀光促進國內外文經發展 十、參訪					
實施方法：					
講授、討論、參訪					
評量方式：					
出席率 報告內容 討論情形					
參考資料：【請遵守智慧財產權，不得非法影印】					
涂淑芳，休閒與人類行為 / Gene Bammel, Lei Lane Burnus 著，桂冠。 Preservation, tourism and nationalism : the jewel of the Gem an past / Joshua Hagen. . - Aldershot, England : Ashgate, c2006. Identity tourism : imaging and imagining the nation / Susan Pitchford. - Bingley, UK : Emerald, 2008 Quantitative tourism industry analysis : introduction to input-output, social accounting matrix modeling and tourism satellite accounts / Tadayuki Hara. - Oxford : Butterworth-Heinemann, 2008. The economics of recreation, leisure and tourism / John Tribe. . - Oxford : Elsevier, 2005.					

班級：文創系碩士班				
學分：2.0 選別：選修				
科目代碼：				
科目：社區營造文化資產保存與活化				
開課系所：文化創意產業經營學系碩士班				
課程核心能力：				
(一)專門知識（知識層面） 瞭解文創相關政策與法規。 具備保存文化財基本知能。 瞭解國內外文化創意產業發展歷程、文化政策脈絡及推展模式。 瞭解文化創意產業的結構、發展脈絡與歷史演變。 瞭解現代傳媒的創意策略、方法與意涵。 (二)認知過程能力（認知層面） 具備與文化研究基本的相關能力。 具備分析空間機能與設計元素的能力。 具備文化創意產業經營管理行銷之整合性能力。 具備對地方文化環境進行資源整合與規劃的能力。 (三)博雅關懷（視野養成/社會關懷層面） 培育學生社會關懷、社會實踐、信守人際與專業倫理，並願意追求個人與整體社會健全成長的整體態度與能力。 培育文化經濟之論述與批評能力，在產業發展與社會公義間取得平衡。 (四)社會實踐（職能發展/社會貢獻層面） 具備文化創意產業實踐的能力。 針對社會區域發展進行完善的產業分析、規劃與設計能力。 (五)倫理精進（信守倫理/專業精進層面） 具備整體美感與關係美學的鑑賞能力。 推動創意城市、魅力城市、幸福城市，強化跨界對話整合才能。				
教學目標：				
社區營造的課程乃針對未來投入社會工作產業學生們的人文需求與提昇整體思維能力而設計，主要由社區營造的經驗，使同學瞭解現階段在研究的時空定位，再依社區培力、實例的行動探討，切入文化性導覽文創產業，以及課堂案例式操作演練等方式，循序培養同學對社區營造與文化導覽工作的詳細認知。				
教材大綱：				
第一週：課程綱要介紹 第二週：課程構成/台灣社區營造的啟動 第三週：社區營造文獻研讀與討論台灣社區營造的經驗 第四週：台灣社區營造面對的各項課題 第五週：國外社區營造的經驗 第六週：社區資源調查 第七週：社造點社區的實體環境現地調查 社區資源調查的方法與注意事項 第八週：社造點社區的人文環境現地調查 第九週：學期報告架構簡報 第十週：社區組織與培力發展 第十一週：社區營造實務工作 第十二週：社造計畫書寫作分析與討論 第十三週：文化導覽之文創產業 第十四週：文化性資源調查與開發 第十六週：文化資產的認定與運用				

第十七週：文化導覽的內容選擇與技巧				
第十八週：期末報告發表				
實施方法：				
一、教學方式 (一)演說式 以透過傳統的口授教學，輔以影像教學媒體，並配合文獻導讀講授 (二)討論式 修課同學分組進行社區營造與文化導覽實務演練，各小組彼此討論交換意見，來完成交付的實務操作練習，並安排各小組進行成果報告。 (三)實務個案現場教學 (四)其他 二、教學觀摩 (一)實務演練 (二)參觀 若於學期中適逢有與課程相關的社造與文化導覽主題，則機動安排相關的參觀活動。 (三)研習 若於學期中適逢有與課程相關的研討會，則安排配合課程。 (四)其他				
評量方式：				
期中架構簡報 20%、期末報告 40%。課程中參與討論占 40%				
參考資料：【請遵守智慧財產權，不得非法影印】				
1.石原照敏・吉兼秀夫・安福惠美子/著，2005，觀光發展與社區營造，品度 2.吉野正治/著，陳湘琴譯，2008，寫給一般民眾的社區總體營造，詹氏 3.西村幸夫/著，1997，王惠君譯，故鄉魅力俱樂部，遠流 4.李松根，2002，社區營造與社會發展，問津堂 5.陳其南，社區總體營造的軌跡，文建會 6.曾旭正，2007，台灣的社區營造，遠足文化 7.黃世輝，2006，社區自主營造的理念與機制，建築情報 8.蔡宏進，2006，社區原理，三民書局 9.蕭家興，2007，社區創新營造論文集，唐山 10.其他課堂指定讀物 11.文建會及各縣市政府網站 12.相關社造單位網站				

班級：文創系碩士班	學分：2.0	選別：選修			
科目代碼：	科目：博物館經營管理專題				
開課系所：文化創意產業經營學系碩士班					
課程核心能力：					
教學目標：					
本課程結合理論、實務與個案研究，以培養博物館學的基礎概念與理解。					
教材大綱：					
教材大綱： 一 博物館定義、使命與任務 二 公部門為何補助博物館 三 博物館機構發展 四 博物館觀眾研究 五 多媒體概論與實務 六 博物館教育功能 七 博物館與休閒專題 八 消費者管理 九 期中簡報 十 博物館與社會公平原則 十一 博物館政策 十二 演講 十三 博物館與資源互依 十四 博物館管理指標建構 十五 社交媒體 十六 博物館展示專題 十七 個案研究 十八 期末簡報					
實施方法：					
授課、分組討論與報告、演講、參觀、實作（本課程與國立歷史博物館共同合作、授課）					
評量方式：					
平時成績與出席 10%、期末報告 90%					
參考資料：【請遵守智慧財產權，不得非法影印】					
蕭翔鴻譯(2006)展覽複合體－博物館展覽的理論與實務。台北市：藝術家。 DCM S (2005) Understanding the Future: Museum s and 21st century life - The value of museum s. London: DCM S. Heilbrun, J. and Gray, C M . (2001) The Economics of Art and Culture. 2nd ed. Cambridge: Cambridge University Press. Hooper-Greenhill, E. ed. (1994) The Education Role of the Museum s. London: Routledge. Kotler, N. and Kotler, P. (1998) Museum Strategy and Marketing: Designing missions, building audiences, generating revenue and resources. San Francisco: Jossey Bass Publishers. MA (2002) Code of Ethics: Ethical principles for all who work for or govern museum s in the UK. London: Museum s Association. McLean, F. (1997) Marketing the Museum. London: Routledge. MLA (2005) Developing Performance Indicators for Local Authority Museum s, Libraries and Archives. London: MLA. Myerscough, J. et al. (1988) The Economic Importance of the Arts in Britain. London: Policy Studies Institute. Runyard, S. and French, Y. (1999) Marketing & Public Relations Handbook: For museum s, galleries & heritage attractions. London: The Stationary Office. *請遵守智慧財產權，不得非法影印					

班級：文創系碩士班	學分：2.0	選別：選修		
科目代碼：	科目：兩岸文創產業專題研究			
開課系所：文化创意產業經營學系碩士班				
課程核心能力：				
教學目標：				
本課程結合理論、實務與個案研究，從各國文化產業發展歷程及文化政策脈絡下的文化產業現況出發，以培養國際文化產業的資料蒐集與研究能力。				
教材大綱：				
1 課程介紹 2.文化產業 v.s.文化创意產業 3.英國文化政策 4.英國文化创意產業概況(一) 5.英國文化创意產業概況(二) 6.美國文化政策 7.美國文化创意產業概況 8.個案研究 or 演講 9.期中考周 10.中國文化政策 11.中國文化创意產業概況 12.韓國文化政策 13.韓國文化內容產業概況 14.丹麥文化政策與文化创意產業概況 15.台灣文化创意產業政策 16.台灣文化创意產業概況 17.參訪 or 演講 18.期末考周				
實施方法：				
授課、分組討論與報告				
評量方式：				
心得報告 10%、學期報告 90%				
參考資料：【請遵守智慧財產權，不得非法影印】				
仲曉玲等譯(2003)文化创意產業。台北市：典藏。(Caves,D 著) 花建(2003)文化+創意=財富。台北市：帝國。 鄒應瑗譯(2003)創意新貴。台北市：寶鼎。(Florida,R 著) 傅振焜譯(2006)創意新貴。台北市：寶鼎。(Florida,R 著手) 廖珮君譯(2006)文化產業。台北市：韋伯。(Hesmondhalgh,D 著) ACE: http://www.arts council.org.uk DCMS: http://www.culture.gov.uk IIPA: http://www.iipa.com NBSC: http://www.stats.gov.cn NEA: http://www.nea.gov				

班級：文創系碩士班		學分：2.0		選別：選修	
科目代碼：		科目：數位內容專題研究			
開課系所：文化創意產業經營學系碩士班					
課程核心能力：					
教學目標：					
為使學生充分習得數位內容設計的相關知識和技術，本課程由淺入深規劃數位內容的設計範疇，由基礎核心概念，數位技術課程，以至於應用與創作三個部分。課程內容涵蓋兩個軸線，一是數位平面創作的應用，函授內容包括數位影像創作與數位平面電腦繪圖，主要以平面創作實例練習，訓練同學的數位平面創作的美學與創意能力。另一主軸則是在數位加值應用，隨著手機、平板電腦的興起，電子書儼然成為數位內容設計的寵兒，因此在數位內容加值部分著重在電子書的設計與創作，希望在理論與實務並重中學習數位時代的設計觀、美學、創作與工具等應用範疇，引導同學進入文化產業數位內容設計殿堂，並進而活絡數位內容產業發展推動之目標。					
教材大綱：					
一、課程說明 二、數位內容設計概論 三、數位內容設計之數位平面創作：數位影像創作一 四、數位內容設計之數位平面創作：數位影像創作二 五、數位內容設計之數位平面創作：向量繪圖創作一 六、數位內容設計之數位平面創作：向量繪圖創作二 七、數位內容設計之數位加值應用：電子書創作一 八、數位內容設計之數位加值應用：電子書創作二 九、數位內容設計之數位加值應用：電子書創作三 十、專題期末成果報告					
實施方法：					
理論課程 30%、數位工具軟體教學及電腦操作練習 40%、專題討論 30%					
評量方式：					
出席：30% 期中報告(or 創作)：30% 期末報告(or 創作)：40%					
參考資料：【請遵守智慧財產權，不得非法影印】					
Bob Gordon and Maggie Gordon, 2002, Digital Graphic Design, London: Thames & Hudson Ltd. Mario Pricken, 2004, Visual Creativity: Inspirational ideas for advertising, animation and digital design, London: Thames & Hudson Ltd. Marc Silver, 2005, Exploring interface design, New York: Thomson. Clay Andrews, 1999, Great web architecture, New York: IDG books. 葉謹睿, 2007, 數位藝術概論, 台北, 藝術家出版社。 Steven Krug, Don't make me think 如何設計好網站, 胡為君譯, 2006, 上奇科技股份有限公司。 文化創意產業實務全書(財團法人國家文化藝術基金會/簡周出版 胡一威, PhotoShop+Illustrator創意思維與設計, 上奇出版社 銳藝視覺, PhotoShop 平面廣告精品案例大製作, 上奇出版社 新知互動, 超夯的 IllustratorCS5 經典創意設計學堂, 上奇出版社					

班級：文創系碩士班	學分： 2	選別：選修
科目代碼：	科目： 使用者經驗專題研究	
開課系所：文化創意產業經營學系碩士班		
課程核心能力：		
(一)專門知識（知識層面） 瞭解文化創意產業的結構、發展脈絡與歷史演變。		
(二)認知過程能力（認知層面） 具備批判思考與獨立研究的能力。 具備撰寫嚴謹學術論文能力。		
(三)博雅關懷（視野養成社會關懷層面） 培育文化經濟之論述與批評能力，在產業發展與社會公義間取得平衡。		
(四)社會實踐（職能發展社會貢獻層面） 針對全球化時代、文化創意產業趨勢，發展適合台灣社會的競爭力模式。		
教學目標：		
學習使用者研究之要領與方法 學習如何將使用者經驗視覺化 學習如何透過 UX 的知識與方法產出好的設計		
教材大綱：		
1. 使用者經驗設計介紹 (UX Introduction) 2. 使用者經驗設計流程 (UX Process) 3. 使用者經驗設計方法 (UX Design Methods) 4. 使用者研究的緣由 (UX Research Introduction) 5. 使用者研究與市場研究關係 (UX Research and Market) 6. 使用者經驗研究趨勢方法 (UX Trendy Study) 7. 服務設計介紹 (SD Introduction) 8. 服務設計方法與執行 (SD Process) 9. 使用者中心設計介紹 (UCD Introduction) 10. 使用者中心設計流程 (UCD Process) 11. 使用者中心設計方法與實例介紹 (UCD Methods and Case Study) 12. 介面圖像設計介紹 13. 原型(Prototyping)介面開發工具與配色技巧 14. 易用性設計介紹 (Usability Introduction) 15. 易用性設計流程 (Usability Design Process) 16. 易用性設計評估流程與方法 (Usability Review) 17. 互動設計介紹 (IxD Introduction) 18. 互動設計規劃與流程 (IxD Process)		
實施方法：		
講授、討論、實作		
評量方式：		
期中 30%、期末 30%、平時 40%		
參考資料：【請遵守智慧財產權，不得非法影印】		
Kunjavsky, M .2003, "Observing the User Experience: A Practitioner's Guide to User Research", San Francisco: Morgan Kaufmann Publishers. Goodwin, K ., Cooper, A .2009, "Designing for the Digital Age: How to Create Human-Centered Products and Services." John Wiley & Sons.		

班級：文創系碩士班	學分： 2	選別：選修
科目代碼：	科目： 實驗設計	
開課系所：文化創意產業經營學系碩士班		
課程核心能力：		
(一)專門知識（知識層面） 瞭解文化創意產業的結構、發展脈絡與歷史演變。 (二)認知過程能力（認知層面） 具備批判思考與獨立研究的能力。 具備撰寫嚴謹學術論文能力。 (三)博雅關懷（視野養成/社會關懷層面） 培育文化經濟之論述與批評能力，在產業發展與社會公義間取得平衡。 (四)社會實踐（職能發展/社會貢獻層面） 針對社會區域發展進行完善的產業分析、規劃與設計能力。		
教學目標：		
實習實驗設計與分析方法 養成正確分析統計資料的能力 具備從事實驗研究所需的統計技能		
教材大綱：		
1. 實驗設計的介紹 (Introduction to design of experiments) 2. 常態分配、卡方分配、t分配、F 分配 3. 完全隨機化設計 4. 統計基本假定 5. 統計考驗力之考量以決定所需之樣本數大小 6. 主要效果考驗、事後比較、事前比較 7. 交互作用效果的概念 8. 比較實驗(comparative experiments) 9. 單因子實驗設計 (Design of single-factor experiments) 10. 多因子實驗設計 (Design of factorial experiments) 11. 實驗設計流程管理 (Management of designing and analyzing an experiment) 12. 集區實驗設計 (Design of block experiments) 13. 兩水準因子實驗設計 (Design of two-level factorial experiments) 14. 兩水準因子實驗的區集化與交絡 (Blocking and confounding in the two-level) 15. 兩水準部分因子實驗設計 (Design of two-level fractional factorial experiments) 16. 三水準及混合水準因子實驗設計(Design of three-level and mixed-level) 17. 實驗設計規劃 18. 實驗設計實作		
實施方法：		
講授、討論、實作		
評量方式：		
期中 30%、期末 30%、平時 40%		
參考資料：【請遵守智慧財產權，不得非法影印】		
Wu and Hamada (2000), Experiments - Planning, Analysis, and Parameter Design Optimization, Wiley. Montgomery, D.C. (2005). Design and Analysis of Experiments. 6th Ed. NY : John Wiley & Sons Inc.. 黎正中， 陳源樹編譯(2008)， 實驗設計與分析 ，臺北：高立。		

班級：文創系碩士班	學分：2	選別：選修
科目代碼：	科目：設計管理與策略	
開課系所：文化創意產業經營學系碩士班		
課程核心能力：		
(一)專門知識（知識層面） 瞭解國內外文化創意產業發展歷程、文化政策脈絡及推展模式。		
(二)認知過程能力（認知層面） 具備與文化研究基本的相關能力。		
(三)博雅關懷（視野養成/社會關懷層面） 培育文化經濟之論述與批評能力，在產業發展與社會公義間取得平衡。		
(四)社會實踐（職能發展/社會貢獻層面） 針對社會區域發展進行完善的產業分析、規劃與設計能力。 針對全球化時代、文化創意產業趨勢，發展適合台灣社會的競爭力模式。		
教學目標：		
學習設計管理的定義與工作範疇 瞭解設計管理的程序與介面 能夠實際進行設計管理的執执行程序		
教材大綱：		
1. 課程介紹與修課要求說明 2. 國內外設計作業現況分析 3. 設計常見的問題與對策 4. 設計作業成本的架構 5. 設計的專案管理 6. 設計的美學品質 7. 設計的機能品質 8. 設計作業的作業品質 9. 期中考 10. 設計作業的專案管理 11. 國內外設計專業的經驗回饋 12. 設計企業的組織架構與技能關係 13. 設計估算作業的電腦應用創作 14. 設計估算作業的品質查核 15. 跨域設計個案研究（I） 16. 跨域設計個案研究（II） 17. 跨域設計個案研究（III） 18. 期末考		
實施方法：		
講授、討論、實作		
評量方式：		
期中 30%、期末 30%、平時 40%		
參考資料：【請遵守智慧財產權，不得非法影印】		
*Cross, N. 2008, "Engineering design methods strategies for product design", Wiley, West Sussex *Stickdom, M. & Schneider, J. 2010, "This is Service Design Thinking. Basics - Tools - Cases", Amsterdam : BIS Publishers Osterwalder and Pigneur, 2009, "Business Model Generation" Self Published (ISBN 978-2-8399-0580-0)		

班級：文創系碩士班		學分：2		選別：選修	
科目代碼：		科目： 策略管理理論與實務專題			
開課系所：文化創意產業經營學系碩士班					
課程核心能力：					
專門知識 具備產業經營和行銷管理的理論與知識。 認知過程能力 培養文化創意產業經營與行銷管理的整合能力。 培養批判思考、獨立研究、團隊合作與解決問題的能力。 認知過程能力 培養撰寫學術論文的能力。 培養地方文化環境資源整合與規劃的能力。 培養文化創意產業經營與行銷管理的整合能力。 培養批判思考、獨立研究、團隊合作與解決問題的能力。 社會實踐 具有文化創意產業實踐與發展的能力。 具有跨界對話的整合能力，能推動發展創意城市、魅力城市與幸福城市。 具有文化創意產業的國際觀，能發展適合台灣社會的競爭模式。					
教學目標：					
本課程焦點集中在策略管理領域中的重要議題。課程會專注於現代分析方法及能持續成功的策略性實務，課程將兼顧從科技及全球的觀點來設計，本課程試圖提供學生一個典範型的方法，使其能夠引導公司、企業及部門功能型的策略的形成與執行。					
教材大綱：					
1. 策略管理程序 2. 競爭優勢的本質 3. 策略 4. 高科技產業策略 5. 全球策略 6. 集團策略 7. 策略的執行 8. 跨產業與跨國競爭策略					
實施方法：					
本課程將結合課前閱讀、個案研究、講課、及客座講座等方式進行，並且學生會被要求完成一份獨立的研究專題。					
評量方式：					
1.課堂參與 2. 期末報告 3. 個案分析周延度					
參考資料：【請遵守智慧財產權，不得非法影印】					
1.《策略管理》 黃營杉、楊景傳譯 華泰文化 2.《策略管理》 林建煌 智勝文化 3.Hax, and Majluf. 《策略的概念與過程：實務的方法》(The Strategy Concept and Process: A Pragmatic Approach)，第二版。Prentice Hall，1996 4.其他閱讀書目:閱讀材料組合包括不同的文章及個案，每天應該閱讀的文章將會在課程大綱裡列出。					

班級：文創系碩士班		學分：2.0		選別：選修	
科目代碼：		科目：電子商務理論與實務專題			
開課系所：文化創意產業經營學系碩士班					
課程核心能力：					
專門知識 具備產業經營和行銷管理的理論與知識。 瞭解現代傳媒的意涵、創意策略與方法。 認知過程能力 培養撰寫學術論文的能力。 培養地方文化環境資源整合與規劃的能力。 培養文化創意產業經營與行銷管理的整合能力。 培養批判思考、獨立研究、團隊合作與解決問題的能力。 博雅關懷 培養具有社會關懷與實踐、信守人際與倫理，並願意追求個人與社會發展的態度和能力。 社會實踐 具有文化創意產業實踐與發展的能力。 具有跨界對話的整合能力，能推動發展創意城市、魅力城市與幸福城市。 具有文化創意產業的國際觀，能發展適合台灣社會的競爭模式。					
教學目標：					
1.掌握電子商務發展趨勢與應用 2.電子商務經營模式分析與關鍵成功因素探討					
教材大綱：					
PART(1)電子商務相關觀念與應用介紹 01 電子商務的概念-說明電子商務的基本觀念與範疇 02 電子商務策略發展與商業模式-探討電子商務的基本營運架構、策略與獲利來源。 03 B2C 電子商務-瞭解 b2c 網站的營運模式與關鍵成功因素 04 C2C 電子商務-瞭解 c2c 網站的營運模式與關鍵成功因素 05 B2B 電子商務-藉由 b2b 的營運模式個案討論，以掌握課本觀念之應用 06 企業電子化-說明企業電子化的類型與區別 07 企業資源規劃說明 ERP 系統的發展歷程與內涵 08 供應鏈管理-說明 SCM 系統的運作方式與利弊得失 09 客戶關係管理-說明顧客關係系統的應用與概念 10 知識管理與 e-learning-說明知識管理理論與系統應用 11 網路行銷-說明網路行銷模式與促銷手法 PART(2)電子商務企業經營個案分析與報告 針對特定廠商或營運模式的業者進行其電子商務應用模式分析，並提出比較優缺點與相關建議。 PART(3)電子商務企業經營個案討論與分析 針對目前已建立的企業電子商務經營教學個案，挑選出合適個案於課堂來進行分析與討論。					
實施方法：					
1.課堂報告與討論 2.個案分析與討論 3.期末專題報告					
評量方式：					

- 1.課堂參與
- 2.期末報告
- 3.個案分析周延度

參考資料：【請遵守智慧財產權，不得非法影印】

電子商務(7/e) 樂斌、陳苡任 滄海
 電子商務概論(3/e) 張瑞芬等譯 華泰
 電子商務 盧希鵬 雙葉
 網路行銷 盧希鵬 雙葉
 網路行銷:結合觀念與實務經驗 榮泰生 五南

班級：文創系碩士班	學分：2.0	選別：選修							
科目代碼：	科目：財務管理理論與實務專題								
開課系所：文化創意產業經營學系碩士班									
課程核心能力：									
教學目標：									
一、透過基本觀念之介紹，使學子理解企業管理與產業管理之重點。 二、探討產業發展時所面臨之籌資問題、財務規劃與財務決策模式。 三、針對文化產業之特性以及個案分析，探討文化產業財務管理所應著眼的重點與前瞻議題。									
教材大綱：									
一、財務管理導論——從個人與企業角度立論 二、個人財務規劃——理財工具之檢視 三、產業化過程之財務管理（一） 四、產業化過程之財務管理（二） 五、文化產業發展特性與財務規劃之運作 六、財務規劃之落實——業者現身說法 七、財務規劃之個案研究（分組討論） 八、財務規劃之個案研究（分組討論） 九、文化產業財務管理之發展趨勢與重點									
實施方法：									
一、教授講述為主，並請同學參與討論 二、邀請業者（或親訪）現身說法，分享財務管理經驗。 三、以個案進行分組討論									
評量方式：									
一、課堂參與討論情形（50%） 二、分組報告呈現內容（50%）									
參考資料：【請遵守智慧財產權，不得非法影印】									
一、李智仁等人合著，《企業管理與法律》，2011 年 9 月三版，元照出版公司。 二、謝劍平著，《財務管理原理》，2010 年 2 月三版，智勝文化事業有限公司。									

班級：文創系碩士班		學分：2.0		選別：選修	
科目代碼：		科目：節慶活動與文化管理專題			
開課系所：文化創意產業經營學系碩士班					
課程核心能力：					
認知過程能力 培養文化創意產業經營與行銷管理的整合能力。 社會實踐 具有文化創意產業實踐與發展的能力。					
教學目標：					
本課程結合理論、實務與個案研究，以培養文化節慶與策展學術研究能力及進入職場所應具備的管理技能。					
教材大綱：					
一何謂文化節慶？文化節慶的影響與衝擊 二活動規畫策略、法律與危機管理 三 文化節慶行銷、時程控制 四 經濟衝擊評估 五策展規畫策略、展覽設計 六故事主軸與展覽文字、展覽行政與管理 七 展覽行銷策略、電腦科技在展覽中的運用 八個案研究 九期末簡報					
實施方法：					
演講、分組討論、報告、實作					
評量方式：					
出席率 10%、期末報告 90%					
參考資料：【請遵守智慧財產權，不得非法影印】					
Bowdin, G. et al. (1999) Events Management. Oxford: Butterworth-Heinemann. Falassi, A. ed. (1987), Time Out of Time: Essays on the Festival. Albuquerque: University of New Mexico Press. Getz, D. (1991) Festivals, Special Events, and Tourism. New York: Van Nostrand Reinhold. Hall, C.M. (1992) Hallmark Tourist Events- Impact, Management and Planning. London: Belhaven Press. Hannagan, T.J. (1992) Marketing for the Non-profit Sector. London: Antony Rowe Ltd. Hill, E. et al (1995) Creative Arts Marketing. Oxford: Butterworth-Heinemann.					

班級：文創系碩士班		學分：2.0		選別：選修	
科目代碼：		科目：創新與創業管理專題			
開課系所：文化創意產業經營學系碩士班					
課程核心能力：					
專門知識 具備產業經營和行銷管理的理論與知識。 瞭解文化創意產業相關法規與政策。 瞭解國內外文化創意產業的發展、結構與演變。 認知過程能力 培養撰寫學術論文的能力。 培養文化與產業研究的能力。 培養空間機能與設計元素的分析能力。 培養文化創意產業經營與行銷管理的整合能力。 社會實踐 具有文化創意產業實踐與發展的能力。 具有社會區域產業分析、規劃設計與執行的能力。 具有跨界對話的整合能力，能推動發展創意城市、魅力城市與幸福城市。 具有文化創意產業的國際觀，能發展適合台灣社會的競爭模式。 倫理精進 具有智慧財產權的知識、專業倫理與守法態度。					
教學目標：					
在知識經濟與全球化趨勢下，三創：創意、創新與創業已成為重要議題，尤其文化創意產業剛在起步階段，未來，將進一步邁向創業型社會。本課程將帶領同學瞭解文化創意產業的創業趨勢，藉由商業模式的個案分析，描繪出為顧客創造價值的經營策略，進而投入創業育成培育工作，創造文化創意產業新契機。					
教材大綱：					
1.創新與創業管理 2.微型創業經營策略分析 3.行業分析：行業現況及發展前景 4.商業模式：如何為顧客創造價值 5.創業團隊：人力規劃 6.連鎖加盟創業模式 7.創業加盟的可行性評估 8.創新育成的現況與發展					
實施方法：					
1.講授 2.討論 3.報告					
評量方式：					
1.平時 2.期中 3.期末					
參考資料：【請遵守智慧財產權，不得非法影印】					

班級：文創系碩士班		學分：2.0		選別：選修	
科目代碼：		科目：園區與創意空間專題研究			
開課系所：文化創意產業經營學系碩士班					
課程核心能力：					
專門知識 瞭解國內外文化創意產業的發展、結構與演變。 認知過程能力 培養地方文化環境資源整合與規劃的能力。 培養文化創意產業經營與行銷管理的整合能力。 社會實踐 具有文化創意產業實踐與發展的能力。 具有社會區域產業分析、規劃設計與執行的能力。 具有跨界對話的整合能力，能推動發展創意城市、魅力城市與幸福城市。					
教學目標：					
一、進行企業個案研究理論分析 二、規劃企業個案研究評量表 三、規劃企業個案參訪與研究行程 四、實地進行企業個案參訪 五、分享與展出企業個案研究成果					
教材大綱：					
第一週授課內容、課程目標、企業個案研究基本概念 第三週企業個案研究評量分析與參訪行程規劃 第五週工藝產業個案參訪與研究（法藍瓷、頑石文創、頑石數位、琉璃工坊、琉園、八方新氣等） 第七週表演藝術產業個案參訪與研究（朱宗慶打擊樂團、明華園、雲門、漢唐樂府、優人神鼓、蘆洲功學社總部等） 第九週視覺藝術與展演設施產業個案參訪與研究（兩廳院、當代藝術館、故宮、蘇荷美術館、天使美術館等） 第十一週設計產業個案參訪與研究（台創中心、吉而好、奧美、橙果等） 第十三週數位設計產業個案參訪與研究（遊戲橘子、宏廣動漫等） 第十五週影視出版產業個案參訪與研究（遠流、滾石、年代、TVBS 等） 第十七週成果分享與展覽					
實施方法：					
一、本課程採實地企業方式進行，參訪研究行程由師生共同研議產生。 二、學生進行研究相關資料收集、討論議題規劃、參訪行程協調、研究成果之發表。 三、教師進行教學目標、行程、進度、品質、活動、討論及成果之督導與協調。					
評量方式：					
一、學習中之態度、出席及參與討論佔 50% 二、學習後之企業個案評量報告撰寫佔 50%					
參考資料：【請遵守智慧財產權，不得非法影印】					
相關企業個案研究叢書自行參考，本課程未指定專用參考書目					

班級：文創系碩士班		學分：2.0		選別：必修	
科目代碼：		科目：文化研究理論			
開課系所：文化創意產業經營學系碩士班					
課程核心能力：					
教學目標：					
「文化研究」(Cultural Studies) 承接二十世紀以來的重要思想發展，將文化及人類的日常生活變遷視為未完成的動態進行式，透過符號與再現不斷重新詮釋與實踐的社會活動與過程。 本課程將結合跨領域學術理論與議題討論同時進行。學生不僅須透過閱讀文化理論經典並進行探討以理解內涵；透過對比觀看國內外案例，體驗文化差異性與同質性，及其背後的社會、文化、政治、經濟力量，這即是文化分析最重要的力道。主要文化理論包括現代與傳統、東西方、全球化與在地化等文化思辨，同時包含文化空間面向與質量化研究方法的學術介入，務求同學得以從學理了解文化創意產業目前的狀態與現象，藉由分析進行理解，甚至培養批判能力。 從理學出發，思辯如何進行跨領域的理論對話，藉由想像實踐、再現體驗展開回應本地文化的研究問題意識，具體落實「文化研究」知識實踐的工作，並於學期末發表自己的文化思辯歷程。					
教材大綱：					
週次日期教學內容		作業與說明			
1.導論：何謂文化研究？何謂理論？ 一個跨領域的辯證		學習檔案作業說明 環境自傳與反思日誌			
2.導論：文化理論初探與其意義：中西與高低					
3.導論：現代性與傳統的辯證					
4.全球化與美國化 意識形態與霸權：美國的國家主義					
5.後現代狀況：拼貼一場幻覺					
6.影像文化：美學的虛實 I 圖像 Show & tell：請同學上傳 4 張圖像(照片或圖畫)並加上文字敘述，Show and tell 對所在城市的觀察，於下週課程隨機上台發表。					
7.空間的文化分析：再現與書寫		訪談與文本分析			
8.城市閱讀：文本分析		案例城市：			
9.期中考週					
10.文化地景(Where)：觀察與體驗感知					
11.文化批判與評論(Who)：他者是我，集體記憶在地與田野調查		參訪紀錄			
12.文化理論深度分析：閱讀羅蘭巴特文本校外參訪：基地暫訂大稻埕或陽明山仔后美軍眷舍					
13.文化理論深度分析：閱讀班雅明文本					
14.文化理論深度分析：閱讀布希亞文本		小組確立議題			
15.台灣與全球文化議題辯論會 I		分組討論提案			
16.台灣與全球文化議題辯論會 II		確立期末發表呈現方式			
17.課程公開發表		期末公開發表：PK 賽			
18.期末考週					
實施方法：					
將以課程演講配合組別討論、報告與工作坊模式，並有參訪田野(field)、調查紀錄研究(research)與期末發表。					
※請同學務必達到預定書籍閱讀進度並參與參訪行程、期末公開發表。以利課程進行。					
文化範疇界定如下：					

建築文化
 城市文化
 空間文化
 消費文化
 時尚文化
 美學文化
 弱勢文化
 全球文化
 休閒文化
 飲食文化
 次文化
 品文化

※作業說明：

1.參訪與主題式作業：

以城市基地（暫定大稻埕、陽明山山仔后美軍眷舍）或議題相關文化展演作為觀察對象，進行影像及書寫/再現觀察紀錄(不限定表現形式，可藉照片圖像、影片、PPT、編輯書寫等方式呈現)，於隔週課程進行報告並繳交紙本與電子檔。

2.提案想像工作坊：

3-5 位學生一組，自由選擇相關議題(議題於每學期課程調整發布)，試圖以文化研究理論回應議題，嘗試提出解決方法、規劃相關行動方案，並於學期末公開對外發表，各組同學於發表該週繳交書面報告及電子檔。

評量方式：

出席狀況 30%

期末報告 30%

實作提案 30%

課堂表現 10%

自第三週起，無故缺席期末公開發表或累計缺席 4 次同學將不予通過本課程。

參考資料：【請遵守智慧財產權，不得非法影印】

必讀：

1.邱詠婷，《空凍：空間的生與死》，臺北：五南出版，2013。

2.Chris Barker 著，羅世宏等 譯，《文化研究——理論與實踐》（Cultural Studies——Theory and Practice），臺北：五南出版社。

選讀：

1.Tim Edwards 著，林佳誼 譯，《文化理論：古典與當代 Cultural Theory: Classical and Contemporary Positions, 2007》，臺北：韋伯，2011。

2.藍佩嘉 著，《跨國灰姑娘：當東南亞幫傭遇上台灣新富家庭》。臺北：行人出版社，2008。

3.鹿島茂 著，布拉德 譯，《想要買馬車：19 世紀巴黎男性的社會史》，臺北：如果出版社，2013。

4.鹿島茂 著，吳怡文 譯，《明天是舞會：19 世紀巴黎女性的社會史》，臺北：如果出版社，2013。

5.鹿島茂 著，吳怡文 譯，《巴黎時間旅行》，臺北：果實出版社，2005。

6.鹿島茂 著，游蕾蕾、吳怡文 譯，《巴黎文學散步：發現未曾真正認識的新巴黎》，臺北：山岳，2008。

7.鹿島茂 著，王淑儀 譯，《衝動購物日記》，臺北：麥田，2013。

8.鹿島茂 著，王淑儀 譯，《上等舶來學》，臺北：麥田，2013。