

國立東華大學教學卓越中心  
110-2 三創教學課程成果報告書

計畫主持人：張淑華 助理教授  
單位：國立東華大學藝術創意產業學系

# 目錄

壹、110-2 期末成果報告確認-----	3
貳、執行成果總報告-----	4
參、附件-----	8

**國立東華大學-三創教學課程  
110-2 執行成果報告書確認表**

課程/學程名稱：藝術經營與管理		
授課教師：張淑華		
服務單位：藝術創意產業學系 / 助理教授		
班級人數:60 若為跨領域學程，請列出每學程修課學生人數		
勾選	繳交項目	說明內容
<input type="checkbox"/>	本確認表	請確實填報，以俾利核對
<input type="checkbox"/>	執行成果總報告表-電子檔 (Word)	字型：標楷體 (中文)； Times New Roman (英文) 行距：單行間距 字體大小：12 號字
<input type="checkbox"/>	活動記錄表	當期程全部活動紀錄，如講座、參訪、期末成發展等
<input type="checkbox"/>	本年度活動照片 (原檔)	精選 5-8 張即可 (請將檔案另外上傳並控制在 20 MB 以內以便日後回報教育部)

- 繳交期末成果報告時，請確認繳交項目是否齊全
- 本年度所有受補助課程/學程之成果報告，將上述資料匯集成冊(封面、目錄、內容、附件)，做為本期成果報告書
- 若有相關疑問，請與承辦人郭心怡助理聯繫  
(#6591；imyeee@gms.ndhu.edu.tw)

# 三創課程-執行成果總報告

## 單一課程/跨領域課程

### 一、課程內容特色

設計本課程目標和特色為何

本課程教學/計畫目標，以藝術創意產業特色與組織型態，透過管理議題為之基礎，涵蓋決策、規劃與控制、組織、及領導管理課題，探討藝術創意產業案例剖析。學習目標經由與在地藝術/文創產業場域合作或模擬創業團隊，以藝術/文創產業當今趨勢，結合實作研討，增進理論應用於管理實務的了解，學習管理學基礎的 A(Attitude)、S(Skill)、K(Knowledge)，培養藝文組織經營管理的企劃與執行能力。

### 二、特殊創意/活動規劃

說明本課程如何運用三創概念(創意、創新、創生)等概念規畫在教學上

課程規劃設計，以問題導向學習(problem-based learning; PBL) 及方案導向學習(solution-based learning; SBL)為主，著重經營管理專業經理人知識與技能的培養。本計畫規劃教學方式或活動特色概述如下：

#### 1. 課堂教學與問題討論，強化組內與跨組間之學習激盪

依課程規劃，於課程主題相關範疇，以課程主題相關案例或問題，由小組進行組內及跨組討論，增進組內及跨組間之學習激盪，再由小組提出分析結果，建構問題導向學習基礎。課堂進行之分組討論，納入平時成績。

#### 2. 業師實務經驗分享，增進管理實務學習

邀請相關業界代表分享交流實務經驗，於課程後回饋心得報告，納入個人平時作業。

#### 3. 實地紀錄訪查，製作數位藝術/文創事業主題社群之經營

為內化問題導向學習，將與相關藝術/文創產業場域合作或同學模擬創業團隊，由同學自行洽找及由授課老師推薦名單如本系相關實習單位，採取實地紀錄訪查藝文職場之運作內容，運用課堂所學藝文管理知識，由同學設計訪綱，實際蒐集了解藝文/文創產業管理之實務，訪調結果，製作數位藝術/文創事業主題社群之經營，透過數位社群平台(如 FB)，進行組內與跨組間發表意見，學習線上藝術/文創事業經營之實務，促進相互學習觀摩。

#### 4. 成果報告及發表分享

學期期末報告分組專題報告，針對訪調結果，進行創意構思問題解決之方案，期末發表數位社群經營成果與檢討，視情形邀集業師於期末報告講評，增進成果學習性。

### 三、教學策略/教學方法

請描述運用的教學方法、策略等創意教學

為增進學生自我探尋藝文/文創事業經營場域之管理實務與理論的應用，與相關藝術/文創產業場域合作或同學模擬創業團隊，設定藝文/文創產業經營面對之主要趨勢，如疫情下的經營行銷、人力發展等議題方向，增進學生思考藝文/文創產業經營與外在環境趨勢之關聯，實際訪查藝文/文創產業經營場域，

透過數位社群平台（如 FB），進行組內與跨組間發表意見，學習線上藝術/文創事業經營之實務，促進學生銜接大三專題畢製團隊模擬藝文/文創管理之問題思考與解決。

為增進學習面向多元，除邀請外縣市與花東地區藝文/文創實務界之專業經理人，分享藝文/文創產業職場管理之實際案例外，結合工作坊方式，增進同學學習藝文管理問題解決的創意構思。期末成果發表，由小組製作數位社群平台，促進同學間相互學習觀摩。

在評量尺規方面，增列組間互評，依評分項目，由小組同學相互評量點評各組報告之優劣處，促進同儕間之共學成長。

#### 四、課程/學程相關產業分析

藝術/文創產業的發展型態日趨多元，經營管理是藝文組織發展與專業經理人需具備的知識與技能，狹義的藝術管理指藝術活動管理的技能，廣義而言，包括文化藝術相關的政策、機制、法規、實務案例。

花東地區具多元人文、文化、生態之特性，此亦成為文創產業發展之獨特資源，然而，受限於地形狹長，文創產業發展之產業鏈不易形成，中小型甚或微型文創事業模式，相對而言，基於花東地區微型產業特性，難以單打獨鬥更不易形成規模經濟，是以朝向跨文化媒材、跨文化資源及到跨領域產業的整合，本系培育人才的方向亦是因應花東地區產業特性，並並期延伸於學生未來回鄉就業貢獻。面對全球化與在地化的文創產業，勢需兼具全球化觀察與在地化洞察的轉合能力，本系亦需加強結合產業實務向前整合工藝設計、創作轉換之跨領域專業，促使藝術經營人才能多元適用於產業文創化及文創產業化領域。

#### 五、整體活動執行成果效益

結合本系實習單位及在地藝文/文創事業合作，探討環境趨勢對藝術/文創產業經營之課題，經營實作知識社群共 12 組臉書社群議題經營

### 藝文/文創事業社群經營

98裡作 走吧·花蓮	島人藝術空間 邱藝夏(chill一下)	洄瀾窯 陶陶不絕	好地下藝術空間 你好藝思嗎
豐田走廊 藝木了然	乙皮畫廊 櫻FORMATION	原風藝站 原來如此有藝思	黏土工坊 袖珍藝術知多少
FLAVOR HUALIEN 花生加藝仁	Queen Flower 花藝二三事 Floral ART	島人藝術空間 觀展大小事	文創市集 早安、咖啡、牛奶、 呼啦

**【質化指標】**(對應當初申請計畫之預期成果)

- 增進學生藝術/文創產業實務經營管理實務之學習，培養專業經理人基本知能。
- 蒐集本課程相關實務分析，提供系課程調整之參考，以契合本系學生因應產業需求之學程。

**【量化指標】**(對應當初申請計畫之預期成果)

- 80%修課學生參與訪查 1 場次。
- 80%修課學生參與專家講座研討 2 場。
- 100%修課學生產出學期報告 12 案。
- 學期成果發表活動 1 場以上，推廣教學成果。
- 

六、多元評量尺規

出席分組討論

平時作業

期中報告評量

期末報告評量

小組同學互評

七、學生整體意見與回饋 (整體活動滿意度、文字意見回饋等)

- 可善用卓越期中回饋意見調查取得學生質性/量化意見，做為未來課程改進與精進依據。
- 有很多實作報告讓我們可以更熟悉內容。
- 實際訪談課程計畫與結合訪談內容之粉絲專頁設計。
- 老師對於我們的成果都會給予回饋，非常受用。
- 老師有條理，清晰的課堂知識說明，並耐心解答同學們的問題。
- 老師每堂課的小作業對於課程理解有幫助。
- 作業都很充實能使學生自主學習更多知識，有更多經驗。
- 老師很用心在指導同學，也很樂意讓同學發表意見，整個上課的氛圍很棒，還有採訪跟議題發想，也可以讓我們知道目前的藝文趨勢，增廣見聞。
- 訪談藝術機構單位並做出題目設計、成果發表。

八、檢討與建議

- 本期活動的執行困難處及問題
- 修課同學運用藝術經營管理分析與規劃知識，透過實地訪談及次級資料蒐集，探討花蓮藝術/文創事業面對外在環境變化之影響，增進藝術/文創經營管理理論與實務之學習。並以學期中探析之經營課題，各小組延續進行社群議題經營，反思藝術/文創經營問題探索與經營實務之關聯。
- 受嚴重特殊傳染性肺炎影響，未實際參訪實例，改以線上講座及線上工作坊，促進學習討論與交流。唯線上上課，難以看到全部同學之上課互動情形，課程溝通有時較未能達到即時效果。

## 九、與本課程相關成果報導、競賽獲獎或研討會發表

無

## 十、活動精彩剪影 (請檢附二至四張活動照片，並予以簡述)



## 講座實務經歷簡介



## 台北世大運商品開發案例分享



## 文創商品媒體行銷記者會

## 文創商品媒體體驗會

附件一

### 活動紀錄表

活動主題	文創商品開發行銷講座暨研習
活動時間	_111_年_5_月_16_日 _09_時_10_分 至 _12_時_30_分
活動地點	線上課程
主講人	吉而好文創公司／趣活文創 執行長侯勝敦
參與人數	60
活動內容	<p>● 活動進行方式與內容</p> <p>侯勝敦執行長從產品開發走向整合設計師平台，創立 cheerfor 趣活，承辦知名展覽如高雄設計節設計能大賣館共同策展人、2010、2011 年高雄好漢玩字節自摸館 共同策展人。</p> <p>活動重點包括</p> <p>文創商品開發實例經驗／線上研習商品開發設計思考／業師講評</p> <p>● 講座重點與預期助益</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 分享吉而好文創商品開發及趣活設計平台實例經驗</li> <li>✓ 線上研習商品開發設計思考：講座以設計思考引導小組同學進行商品開發構想，講座及授課教師參與線上小組討論</li> <li>✓ 小組線上發表分享商品構想，業師講評與獎勵</li> <li>✓ 經由實務案例分享與小組討論，助益同學學習商品開發實作之思維，並有助於探析構想與市場探索之要項</li> </ul>

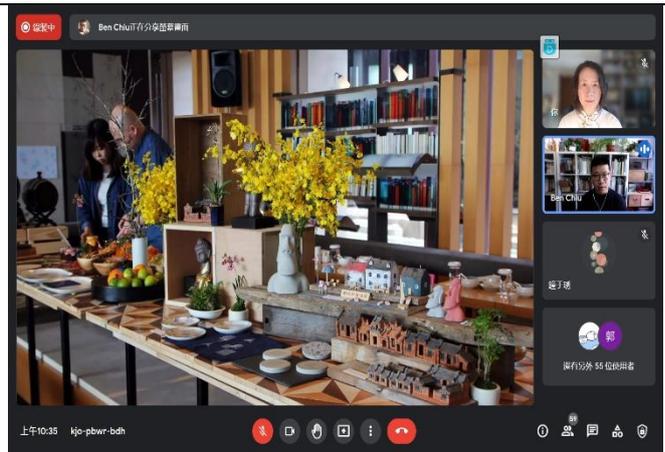


附件二

活動紀錄表

活動主題	文創商品媒體行銷
活動時間	__111__年__5__月__30__日 __10__時__10__分 至 12__時__00__分
活動地點	線上課程
主講人	台灣設計師連線執行統籌 邱乾珉
參與人數	60
活動內容	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 活動進行方式與內容</li> <li>✓ 邱乾珉講師任台灣設計師連線 Taiwan Designers' Week 執行統籌，近年執行縣市政府文創產業專案計畫之推動如宜蘭縣政府、嘉義縣政府等。</li> <li>✓ 講師介紹該單位之文創產業經營之運作</li> <li>✓ 分享文創商品品牌媒體行銷之作法及實例</li> <li>✓ 線上提問與業師回饋</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 講座重點與預期助益</li> </ul> <p>講座分享文創商品媒體行銷的實務，經由實際案例分析不同媒體行銷作法之優劣處，如記者會、展會活動等。增進同學從媒體行銷知識運用至實務時，如何活用知識及因應不同情境問題。</p>
活動回饋與成效	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 意見與回饋</li> </ul> <p>(內容可包括此活動對與會者之實際助益、與會者分享交流之重點摘錄、其他意見與回饋...等)</p> <p>修課同學提問媒體活動的相關問題及由講座加以解析回復，提問事項如下。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 媒體記者會自行主持與委託主持之優劣?</li> <li>✓ 媒體活動現場風險管理與應變?如媒體出席率低</li> <li>✓ 與媒體關係如何維護?</li> </ul>

活動剪影(請檢附二至四張活動照片，並予以簡述)



台灣設計師連線執行統籌 邱乾珉演講



線上分享媒體行銷實例與 QA



記者會文宣設計分享

媒體體驗情形分享