

真理大學 108 學年度第 1 學期教學計劃表

科目名稱：(中) 動漫與文創產業 (英) 「ACGN」 IN CULTURAL & CREATIVE INDUSTRIES

授課教師：周文鵬

系別：通識教育中心_人社

專任 兼任

開課班級	<input type="checkbox"/> 校訂共同必修 <input type="checkbox"/> 通識核心必修 <input checked="" type="checkbox"/> 通識分類選修
學分數	2 學分 2 小時 預備知識：
授課方式	<input checked="" type="checkbox"/> 口頭講授 <input checked="" type="checkbox"/> 分組討論 <input checked="" type="checkbox"/> 媒體教學 <input type="checkbox"/> 上機實習 <input type="checkbox"/> 其他（請詳述於後）
教學目標	<p>中文</p> <ul style="list-style-type: none"> 銜接當代資訊變遷，以數位科技、多元媒體為範例，探討視覺化、圖像化的敘事脈絡；梳理動漫創作的文化及產業軌跡，透過知名作品的研讀與析論，探究 ACGN（Animation,Comic,Game,Novel）世界的面向及構成。 結合文化創意產業思維，導入歷程、原理、操作三項要素，落實知能與應用的並重；針對「圖像敘事」、「動漫文化」、「文創產業」、「動漫文創」四項議題，深化學員理解及創用的能力。 <ol style="list-style-type: none"> 1. 解析圖像敘事的脈絡及原理 2. 探討動漫文化的創作與產業 3. 整理文化創意產業的發展與理論 4. 結合思維與視野，啟發思考及應用能力。
	<p>英文</p> <ul style="list-style-type: none"> • Analysis the Structure and Principle of Image carrier. • Investigate the Creation and Industry of Culture of ACGN（Animation,Comic,Game and Novel）. • Organize the Developing and Theory of Cultural and creative industries. • Integrate the Horizons and Cogitation to inspire member's ability.
教材課本	<ul style="list-style-type: none"> • 課程 PPT • 自編教材
參考書籍	<ul style="list-style-type: none"> • 《萌的宣言：圈內人看漫畫、動畫與遊戲的世界》：Patrick W. Galbraith 作，江素慧譯，國立交通大學出版社，2018 年 2 月。 • 《讀圖漫記：漫畫文學的工具與臺灣軌跡》：周文鵬，國立交通大學出版社，2018 年 1 月。 • 《漫畫原來要這樣看》：Scott McCloud，愛米粒出版，2017 年 1 月。 • 《日本漫畫為什麼有趣》：夏目房之介，新星出版（北京），2012 年 3 月。 • 《動畫之魂》：Ian Condry，交通大學出版，2015 年 11 月。 • 《劇漫塾-看漫畫學習劇本與分鏡》：林迺晴，東立出版，2016 年 12 月。 • 川上徹也著、涂綺芳譯：《逼人買到剁手指的 77 個文案促購技巧：抓住眼球、刺進要害、留在心上的廣告文案力》（臺北，商周出版社，2017 年 2 月）。 • Joe Pulizzi 著、廖亭雲譯：《內容電力公司：用好內容玩出大事業》（臺北，行人

	<p>文化實驗室，2016年5月)。</p> <ul style="list-style-type: none"> • 《文化與文創》：漢寶德，聯經出版，2014年10月。 • 葉鳳強：《整合行銷傳播：理論與實務》(臺北，五南出版社，2014年1月)。 • 松尾里央著、賴惠鈴譯：《好企劃都是偷來的》(新北，楓書坊文化出版社，2013年9月)。 • 《La Vie》編輯部：泰國人憑什麼？創意慢活，泰國美學產業價值的源頭(臺北，麥浩斯出版股份有限公司，2007年12月。) 																																																												
<p>教學進度 及內容</p>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th colspan="3" style="text-align: center;">授課進度表</th> </tr> <tr> <th style="width: 10%;">週次</th> <th style="width: 30%;">單元主題</th> <th style="width: 60%;">內容</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>1</td><td>載體 vs.內容</td><td>課程說明與動漫釋義</td></tr> <tr><td>2</td><td>情感 vs.消費</td><td>動漫愛與非購物消費</td></tr> <tr><td>3</td><td>情感 vs.消費</td><td>IP 現象與 ACG 經驗</td></tr> <tr><td>4</td><td>邏輯 vs.結構</td><td>ACG 內容與構成策略</td></tr> <tr><td>5</td><td>邏輯 vs.結構</td><td>ACG 效應與受眾說服</td></tr> <tr><td>6</td><td>圖像 vs.符號</td><td>ACG 敘事與視覺整合</td></tr> <tr><td>7</td><td>圖像 vs.符號</td><td>ACG 商品與圖符轉化</td></tr> <tr><td>8</td><td>喜愛 vs.探討</td><td>申論意識與執行方法</td></tr> <tr><td>9</td><td colspan="2" style="text-align: center;">期中考</td></tr> <tr><td>10</td><td>本質 vs.定義</td><td>文化認知與圈層理路</td></tr> <tr><td>11</td><td>本質 vs.定義</td><td>產業軌跡與他國歷程</td></tr> <tr><td>12</td><td>歸納 vs.應用</td><td>創意類型與思維方法</td></tr> <tr><td>13</td><td>歸納 vs.應用</td><td>質性轉譯與商模橋接</td></tr> <tr><td>14</td><td>情懷 vs.企劃</td><td>主題開發與次元操作</td></tr> <tr><td>15</td><td>情懷 vs.企劃</td><td>產業鏈動與文創 2.0</td></tr> <tr><td>16</td><td>原創 vs.市場</td><td>國人 ACG 與歷史命題</td></tr> <tr><td>17</td><td>原創 vs.市場</td><td>政策輔導與適性落差</td></tr> <tr><td>18</td><td colspan="2" style="text-align: center;">期末考</td></tr> </tbody> </table>	授課進度表			週次	單元主題	內容	1	載體 vs.內容	課程說明與動漫釋義	2	情感 vs.消費	動漫愛與非購物消費	3	情感 vs.消費	IP 現象與 ACG 經驗	4	邏輯 vs.結構	ACG 內容與構成策略	5	邏輯 vs.結構	ACG 效應與受眾說服	6	圖像 vs.符號	ACG 敘事與視覺整合	7	圖像 vs.符號	ACG 商品與圖符轉化	8	喜愛 vs.探討	申論意識與執行方法	9	期中考		10	本質 vs.定義	文化認知與圈層理路	11	本質 vs.定義	產業軌跡與他國歷程	12	歸納 vs.應用	創意類型與思維方法	13	歸納 vs.應用	質性轉譯與商模橋接	14	情懷 vs.企劃	主題開發與次元操作	15	情懷 vs.企劃	產業鏈動與文創 2.0	16	原創 vs.市場	國人 ACG 與歷史命題	17	原創 vs.市場	政策輔導與適性落差	18	期末考	
授課進度表																																																													
週次	單元主題	內容																																																											
1	載體 vs.內容	課程說明與動漫釋義																																																											
2	情感 vs.消費	動漫愛與非購物消費																																																											
3	情感 vs.消費	IP 現象與 ACG 經驗																																																											
4	邏輯 vs.結構	ACG 內容與構成策略																																																											
5	邏輯 vs.結構	ACG 效應與受眾說服																																																											
6	圖像 vs.符號	ACG 敘事與視覺整合																																																											
7	圖像 vs.符號	ACG 商品與圖符轉化																																																											
8	喜愛 vs.探討	申論意識與執行方法																																																											
9	期中考																																																												
10	本質 vs.定義	文化認知與圈層理路																																																											
11	本質 vs.定義	產業軌跡與他國歷程																																																											
12	歸納 vs.應用	創意類型與思維方法																																																											
13	歸納 vs.應用	質性轉譯與商模橋接																																																											
14	情懷 vs.企劃	主題開發與次元操作																																																											
15	情懷 vs.企劃	產業鏈動與文創 2.0																																																											
16	原創 vs.市場	國人 ACG 與歷史命題																																																											
17	原創 vs.市場	政策輔導與適性落差																																																											
18	期末考																																																												
<p>本課程能達成 通識之教育目標 *請老師勾選 (複選)</p>	<p><input type="checkbox"/>培養學生成為一個具品德及人文教養的人。</p> <p><input checked="" type="checkbox"/>培養學生成為一個具獨立思考和批判能力的人。</p> <p><input checked="" type="checkbox"/>培養學生成為一個具自我學習的人。</p> <p><input checked="" type="checkbox"/>培養學生成為一個具國際視野的人。</p> <p><input type="checkbox"/>培養學生成為一個懂得愛護地球環境與保育生命的人。</p>																																																												
<p>學生基本素養 *請老師勾選 (複選，並填寫權 重。權重總分需為 100分。)</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/>人文反省素養。權重 30%</p> <p><input type="checkbox"/>溝通表達素養。權重 %</p> <p><input type="checkbox"/>社會實踐素養。權重 %</p> <p><input checked="" type="checkbox"/>多元文化素養。權重 35%</p> <p><input type="checkbox"/>自然與健康素養。權重 %</p> <p><input checked="" type="checkbox"/>資訊素養。權重 35%</p> <p><input type="checkbox"/>體育素養。權重 %</p>																																																												
<p>成績考核方式</p>	<p>期中考：30 %、期末考：40 %、團體成績 %、出缺席及上課態度：30 %</p>																																																												

