

109-1 《文化創意產業專題研究》
(Seminar on the culture creative industries)

劉文英

世新大學一〇九學年度第一學期 課程大綱 Course Description First 2020					
科目名稱 Course Title	文化創意產業專題研究 Seminar on the culture creative industries			課程簡碼 Course No.	CMD-614-02-S1
開課系級 Dept	傳管上海碩二	學分數 Credit(s)	3	時數 Hour(s)	3
選別 Required or Elective	7-選修	開課別 Duration	半年 第一學期		
授課教師 Instructor	劉文英				
扣考規定	不執行扣考 Attendance not compulsory				
中文課程概要 Chinese Course Description	本課程希望透過案例實證與文獻閱讀，使同學了解：(一)文化產業特性；(二)文化商品衍生性商品開發的情況；(三)文化產業協作分工整合情況；(四)透過商業價值的實踐過程，如何促成文化價值的再生產。				
英文課程概要 English Course Description	Through literature review, this course is geared toward a comprehensive understanding of (1) the nature of cultural industries; (2). Cultural products and spin-off development (3). Cultural industries: task analysis and production line (4). Conceptualization Value chain and value-added activities that help a cultural product thrive				
基本核心能力 / 系核心能力 Core Competency	核心能力	核心能力說明			
	傳播產業識析與資源整合能力	1. 立基傳播產業特質，建立政治、經濟、社會文化、法規與科技等分析傳播產業構面之基本知識。 2. 從媒體匯流、數位化與全球化等產業環境趨勢，瞭解市場結構、內容產製發展現況與問題，打造分析傳播產業之敏覺、洞悉及判斷力。			
教學目標 Course Objectives	本課程主要授課範圍為文化創意產業衍生商品中有關社群媒體內容策略管理之議題。本課程之教學目標為： 1. 認識文化創意產業的及社群媒體內容管理之核心概念				

	<ol style="list-style-type: none"> 2. 認識社群媒體消費者特性 3. 學習有效社群媒體影響力策略 4. 分析增進社群媒體有效經營模式
授課方式 Approach to Instruction	堂授、討論、案例分析。
成績評定 Grading	<ol style="list-style-type: none"> 1. 課堂出席、參與、提問 30% 2. 理論說明與案例個人應用報告 70%（挑選一個網紅，以 PPT 製作懶人包，根據（但不限於）課程內容，分析該網紅成功因素。懶人包內容必須包括：至少三個文獻來源，並將於 PPT 最後以參考資料方式標註）
參考書目 Textbooks and References	<ol style="list-style-type: none"> 1. 上課講義（教師提供） 2. （暫定）Nahai, N. (2017). Webs of influence: The psychology of online persuasion (2nd Edition). UK: Person.
週次 Week	進度內容 Syllabus
1(9/13~9/19)	課程介紹
2(9/20~9/26)	線上決策行為模式
3(9/27~10/03)	社群媒體目標受眾特性分析
4(10/04~10/10)	文化背景對於網路行為之影響力
5(10/11~10/17)	受眾個人特質對網路行為之影響
6(10/18~10/24)	有效網路說服訊息策略基本元素
7(10/25~10/31)	如何優化社群媒體介面
8(11/01~11/07)	學習建立有效商品形象
9(11/08~11/14)	認識關鍵色彩心理學元素
10(11/15~11/21)	學習社群媒體管理與客戶服務
11(11/22~11/28)	規劃引人注目之社群媒體影音內容
12(11/29~12/05)	分析說服受眾之關鍵元素
13(12/06~12/12)	認識社群媒體說服要素
14(12/13~12/19)	學習增加銷售量之關鍵元素
15(12/20~12/26)	認識社群媒體商品訂價策略
16(12/27~1/02)	學習引發社群行為鏈方法
17(1/03~1/09)	期末報告
18(1/10~1/16)	期末報告