

澳門理工學院  
藝術高等學校  
設計學士學位課程

學科單元大綱

2021 / 2022 學年 第 1 學期

學科單元	設計與廣告應用 I			班別編號	DSGP4114-411
先修要求	沒有				
授課語言	中文/英文			學分	3
理論課課時	9 課時	實踐課課時	36 課時	總課時	45 課時
教師姓名	王芷君		電郵	joannewong@ipm.edu.mo	
辦公室	氹仔校區珍禧樓 2 樓 P225 室		電話	88936916	

## 學科單元概論

設計研究、實踐與評論是掌握設計專業知識最為重要的手段，本學科單元提供同學應用不同策略為研究方向，探索設計在社會、經濟、人文等各方面的利用及影響，並要求以創新且具實用方向的设计研究呈現。研究範圍包括品牌與廣告，文化與社會議題等內容。

## 學習目標

修習完此學科單元後，學生將能夠：

1. 認識社會經濟與人文藝術範疇中，設計與廣告專業可做出的貢獻與改善之處
2. 認識當前文化創意產業與中小企業的的創作主題
3. 應用創思方法製定創新而實用的設計方案

## 教學內容

1. 設計與社會需要 - 馬斯洛需求層次 (Maslow's Hierarchy of Needs)
2. 文創、設計與廣告 - 文化創意產業發展趨勢與設計與廣告專業發展的互相關係
3. 文創與中小企業 - 文化創意產業與中、小、微企業的經營狀況與需要
4. 當前文化創意產業與中小企業的的創作主題
5. 進階創思方法 - 逆向思維、思維導圖與腦力激蕩等進深創思方法
6. 應用創思方法製定創新而實用的設計方案

## 教學方法

課堂教學、短片播放、個案分析、分組討論

## 考勤要求

按《澳門理工學院學士學位課程教務規章》規定執行。

## 評分標準

採用 100 分制評分：100 分為滿分、50 分為合格。

項目	說明	百分比
1. 項目調研分析	社會經濟與人文藝術等範疇調研與主題項目的釐定	30%
2. 項目主題設計	項目主題設計的構思與創作展現	50%
3. 參與度	出席率、積極性與參與度	20%
總百分比：		100%

\*此學科單元不設補考

## 教材

### 參考材料

1. 文燦、金美子(2012)。《與眾不同的思考術》。北京：電子工業出版社。
2. Ken Nah 等(2010)，許乃云譯。《設計要怎麼企劃》。台北：博碩文化股份有限公司。
3. Sean Adams 等(2014)，高卫泉譯。《設計的原則-有所為有所不為》。北京：電子工業出版社。
4. 劉瑞芬(2006)。《設計程序與設計管理》。北京：新華書店。
5. Alina W., Joel K.(2011), *Brand Atlas : Branding Intelligence made Visible*, New Jersey : John Wiley and Son Inc.
6. David S.(2010), *Creative Workshop – 80 Challenges to sharpen your Design Skills*, Cincinnati : How Books.
7. Shapiro, Ellen (2003), *The Graphic Designer Guide to clients*, New York : All Worth Press.

### 網站

1. <http://www.landor.com>
2. <http://www.pillandpillow.com>