

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

2020 / 2021 學年 第 2 學期

學科單元	設計市場與管理		班別編號	DSGN3104-321,322,323	
先修要求	沒有				
授課語言	中文/英文			學 分	2
理論課課時	15 課時	實踐課課時	15 課時	總 課 時	30 課時
教師姓名	陳雅莉 區穎晞 曹朗妍		電 郵	t1485@ipm.edu.mo t1330@ipm.edu.mo t1628@ipm.edu.mo	
辦 公 室	氹仔校區珍禧樓 2 樓 P260 室		電 話		

學 科 單 元 概 論

本學科單元介紹設計在商業中的角色，以及設計在市場運作及組織創造價值方面的重要性。內容包括以模擬案例演練，探討設計的市場和管理策略、過程和執行方面所需的技巧，並著重訓練學生的市場意識。

學 習 目 標

修習完此學科單元後，學生將能夠：

1. 認識設計市場及管理與商業的關係
2. 瞭解設計管理應用的形式並且掌握市場調查、描述、評估的方法
3. 運用設計市場與管理的營銷和品牌策略，建立市場意識及營造機遇

教學內容

1. 設計市場與管理和設計營銷、品牌營銷、營銷管理在商業中的關係
2. 設計市場管理的策略方法
3. 設計市場管理方法：市場營銷管理、營銷工具、推廣項目、推廣活動和評估品牌設計的方法等
4. 設計管理、設計營銷，設計創造價值的關係
5. 設計市場管理練習，激發市場意識的意識力和創造力

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

項目	說明	百分比
1. 課堂作業： 設計市場與管理方法	設計管理方法：項目策劃、活動推廣、調查、描述、評估品牌設計策略和營銷市場等 課堂練習，激發並掌握對市場與管理技巧意識	80%
2. 參與度	出席率、積極性與參與度	20%
		總百分比：100%

*本學科單元不設補考

教材

參考材料

參考書

1. Kathryn, B., (2010), *The Fundamentals of Design Management*, WG: AVA Publishing.
2. Michael, R.S., Greg, W.M., Elnora, W.S., (2011), *Marketing: Real People, Real Choices*, NJ: Prentice Hall.
3. Steven, H. and Lita, T., Beverly, M., (2008), *The Design Entrepreneur: Turning Graphic Design Into Goods That Sell*, MA: Rockport Publishers.