

弘光科技大學
107-109 年度系所專業自我評鑑
文化創意產業系
自我評鑑報告



中華民國 108 年 5 月 27 日

弘光科技大學

107-109 年度科技大學評鑑

文化創意產業系

專業自我評鑑報告

校長	黃月桂	簽章		(請蓋關防)
主管	涂 卉	簽章		
聯絡人資訊				
姓名	涂 卉	職級	系主任	
電話				
傳真				
手機				
E-mail				
日期	中華民國 108 年 5 月 12 日			

目 錄

壹、摘要	1
貳、導論	3
參、系所之歷史沿革	4
肆、自我評鑑過程	6
伍、自我評鑑之結果	9
項目一：系所發展經營與特色	9
一、現況描述	9
1-1 自我定位、發展目標、教育目標及辦學特色	10
1-2 核心能力指標訂定做法與教育目標之關聯性	19
1-3 所培育之學生是否符合高等教育人才培育目標，提供國家、社 會、產業需求與未來學術及技術發展趨勢所需人才	21
1-4 教育目標及核心能力之宣導與教職員生及外部利害關係人（如 畢業生、雇主等）之瞭解與認同程度	24
二、特色	29
三、問題與困難	31
四、改善策略	32
五、小結	32
項目二：課程教學與師資	34
一、現況描述	34
2-1 課程規劃設計之運作機制，其架構、內容與教育目標、核心能力 及辦學特色之關聯性	35
2-2 教材內容與教學方式實施之妥適性	42
2-3 課程規劃與教學如何因應產業發展之人才需求	55
2-4 專兼任師資聘任質量與專長符合教育目標及滿足學生學習需求情形 ..	58
2-5 教師教學科目與個人專業領域相符情形及教學工作負擔之合理性 ..	68
二、特色	69
三、問題與困難	70
四、改善策略	70

五、小結	71
項目三：教學品保與學生輔導.....	73
一、現況描述	73
3-1 教師運用多元教學方法與學習評量，提升學生學習成效情形	73
3-2 鼓勵或協助學生學習之相關制度、策略及執行情形	77
3-3 鼓勵學生進行跨領域、跨校際（含國際學習活動）多元學習之 機制與執行情形	82
3-4 學生生活、實習與職涯輔導機制之建立及執行情形	84
3-5 教學評鑑結果協助教師改進教學設計、教材教法、多元學習評 量方法及教師教學專業成長情形	91
二、特色	94
三、問題與困難	94
四、改善策略	95
五、小結	96
項目四：系所資源與專業發展.....	97
一、現況描述	97
4-1 教師實驗/研究相關軟硬體設備、設施、空間、環境及圖書...等 之適宜與充足程度	98
4-2 學生學習資源之適宜與充足程度	100
4-3 教師專業發展與服務成效	102
4-4 具備足以確保教學品質、發展目標及教師專業成長之行政支援 人力與經費	109
4-5 具備使教學/研究/實驗/創作相關軟硬體設備、設施及空間有效 運作之維護管理機制及行政支援人力與經費	113
二、特色	116
三、問題與困難	117
四、改善策略	117
五、小結	117
項目五：成效評估與改善.....	119
一、現況描述	119

5-1 確保達成教育目標及實現核心能力的有效評估方式	119
5-2 學生學習成效評估機制之設計與執行情形	123
5-3 學生專業能力、校基本素養與核心能力評量機制之設計及執行情形	124
5-4 學生之學習表現情形	127
5-5 學生之學術研究與專業表現情形 ※研究所適用	136
5-6 追蹤畢業生生涯發展之機制與執行情形	137
5-7 雇主對畢業生滿意度調查機制之設計與執行情形	139
5-8 自我改善機制與回饋調整/改善情形	140
二、特色	146
三、問題與困難	151
四、改善策略	151
五、小結	152
陸、總結	153

圖 目 錄

圖 0-2-1 文化創意產業系發展沿革與相關評鑑時程圖	4
圖 0-4-1 本系自我評鑑流程圖	7
圖 1-1-1 文化創意產業系-總整性課程架構圖	14
圖 1-1-2 弘光科技大學中程校務發展計畫架構圖	16
圖 1-1-3 文化創意產業系教育目標核心能力意見調查-系教育目標....	25
圖 1-1-4 文化創意產業系教育目標核心能力意見調查-系核心能力....	26
圖 1-1-5 文化創意產業系教育目標核心能力意見調查-系未來發展方向.	27
圖 1-1-6 文化創意產業系教育目標發展圖	28
圖 1-2-1 106~107 系上課程協助農會舉辦行銷活動	31
圖 2-1-1 本系課程發展機制流程圖	34
圖 2-1-2 本系專業課程規劃圖	36
圖 2-1-3 目前產業需求	37
圖 2-1-4 文化創意產業系課程規劃發展架構	38
圖 2-1-5 文化創意產業系專業課程地圖	41
圖 2-1-6 實作教學與工作坊的授課方式	42
圖 2-1-7 實作課程的成果展現在校園空間或創意市集	43
圖 2-1-8 文化創意產業系模組課程教師分布圖	44
圖 2-1-9 邀請業界專家協同教學，指導設計評圖	49
圖 2-1-10 106 年創意生活美學設計課程實施校外教學	49
圖 2-1-11 專題涉入真實場域，擬定規劃藍圖	54
圖 2-1-12 大一學生參與 2018 花現龍井的貨櫃屋設計	56
圖 2-1-13 系上建置完備的儀器實作空間	57
圖 3-1-1 補救教學機制	80
圖 3-1-2 期末進行各年級的選課說明	82
圖 3-1-3 本校學務處整體輔導機制圖	85
圖 3-1-4 本系學生實習實施歷程	86
圖 3-1-5 本系學生課業生活輔導機制圖	87
圖 3-1-6 學生職涯輔導機制圖	88

圖 3-1-7 本校教學品質架構圖	92
圖 4-1-1 數位多媒體教室	99
圖 4-1-2 設計教室	99
圖 4-1-3 圖文組版工作室	100
圖 4-1-4 本系研究發展制度與運作機制架構圖	102
圖 4-1-5 文創系設有臉書（Facebook）粉絲專頁和 Line 專頁	112
圖 5-1-1 104-105 學年度畢業生畢業流向分析	120
圖 5-1-2 105 級畢業專題製作	130
圖 5-1-3 106 級畢業專題製作	131
圖 5-1-4 107 級畢業專題製作	131
圖 5-1-5 「愛台中創意獎學金競賽」	132
圖 5-1-6 104-106 學年度實習機構評分圖	135
圖 5-1-7 系友會社群媒體	138
圖 5-2-1 106 學年度海外研習活動刊物	148
圖 5-2-2 104 學年度海外實習國家	148
圖 5-2-3 105 學年度海外實習國家	149
圖 5-2-4 106 學年度海外實習國家	150
圖 5-2-5 106 學年度海外實習出版刊物	151

表 目 錄

表 0-4-1 評鑑工作第一階段小組組織	8
表 1-1-1 104-107 學年本系入學管道人數統計表	20
表 1-1-2 文化創意產業系跨系學程一覽表	23
表 1-2-1 文化創意產業系專業實習刊物出版一覽表	30
表 2-1-1 104-1071 本系課程委員會召開一覽表	35
表 2-1-2 本系 104-106 學年度專業師資結構表	45
表 2-1-3 本系教師具博士學位及助理教授以上師資比	45
表 2-1-4 本系專任教師專長背景與授課科目關聯一覽表	45
表 2-1-5 104-107 學年度本系專業課程與業界參訪活動對照表	50
表 2-1-6 專業實作課程開設情形	51
表 2-1-7 本系 104-106 學年度獎勵教材申請統計	52
表 2-1-8 本系師資結構一覽表	59
表 2-1-9 本系教師學術專長一覽表	60
表 2-1-10 本系教師參與教學專業成長之活動或研討會	61
表 2-1-11 本系舉辦提昇教師專業成長活動之業界典範研習	62
表 2-1-12 成立文創系教師多元專業成長社群	62
表 2-1-13 本系 104-106 專任教師證照取得一覽表	63
表 2-1-14 本系 104-106 兼任教師證照取得一覽表	64
表 2-1-15 本系 104-106 專任教師業界實務經驗一覽表	66
表 2-1-16 本系 104-106 兼任教師業界實務經驗一覽表	67
表 3-1-1 104-107 學年度協同教學課程業師資歷及教學評量數據	74
表 3-1-2 104-107 學年度雙師授課課程實施一覽表	76
表 3-1-3 104-107 學年度本系獲校內急難救助金（緊急紓困金）與申請弱勢 助學金補助人次統計表	78
表 3-1-4 104-107 學年度本系身心障礙學生參與資源教室活動統計	79
表 3-1-5 本系 104-106 學年度補救教學實施一覽表	81
表 3-1-6 104-107 學年度本系各類教學助理及受輔導人次統計表	82
表 3-1-7 104-107 學年度本系選讀輔系、雙主修人數統計表	83

表 3-1-8 104-107 學年度本系參與教學資源中心多元教學與學習社群統計表..	84
表 3-1-9 104-107 學年度本系校內外住宿訪視輔導人數.....	87
表 3-1-10 104-107 學年度本系舉辦之協同教學次數統計表.....	90
表 3-1-11 104-106 學年度辦理證照考試輔導班成果一覽表.....	91
表 3-1-12 104-107 學年度本系教師教學評量成果統計一覽表.....	93
表 4-1-1 空間使用說明表	97
表 4-1-2 104-107 學年度本系各類型專業館藏資源統計表.....	99
表 4-1-3 104-107 學年度本系各類型專業館藏資源使用統計表.....	100
表 4-1-4 104-106 學年度本系教師承接專案計畫案件統計表.....	103
表 4-1-5 104-106 學年度本系代表性之產學合作與政府補助研究計畫案一覽表	103
表 4-1-6 104-107 學年度本系專任教師論文與研發產出成果統計表..	106
表 4-1-7 104-107 學年度本系教師專業成長活動次數統計表.....	107
表 4-1-8 104-106 學年度本系執行產學合作或研究成果融入教學情形	108
表 4-1-9 本系各委員會議設置情形與主要任務	110
表 4-1-10 教師行政協助分組（106 學年度）	111
表 4-1-11 本系 104-107.1 學年度向其他政府單位申請計畫補助一覽表 ..	114
表 4-1-12 本系 104-107 學年度各項經費來源一覽表.....	116
表 5-1-1 104-106 學年度本系學生參與國內外競賽獲獎彙整表.....	121
表 5-1-2 104-106 學年度就業輔導機制活動講座總表.....	125
表 5-1-3 104-106 學年度文化創意產業系專題刊物出版一覽表.....	130
表 5-1-4 104-106 學年度本系學生參與社會參與服務彙整表.....	132
表 5-1-5 104-106 學年度雇主對本系系友職場表現評估表.....	134
表 5-1-6 弘光科技大學文創系第一屆系友會理監事名單	143
表 5-2-1 104-106 學年度本系畢業生任職於原實習單位一覽表.....	147

壹、摘要

一、系所發展經營與特色：

依循本校校務與院務發展目標、專業發展趨勢及自身發展條件，本系教育目標是以培育設計與行銷之整合型專業人才為目標。同時，本系也期待培育出具關懷與服務態度特質之文化創意產業專業人員，以回應本校「以人為本、關懷生命」之辦學理念。立基於上述教育目標，本系及本校訂定基本與專業能力畢業條件，並據以發展課程。課程之發展，除設法對應教育目標之實現外，亦參考課程諮詢會議與雇主意見及畢業生就業狀況與滿意度。本系課程規劃，以文化基礎為底蘊，希望培養出具備創意設計應用能力，兼具整合型行銷人才為目標。

本系教學與行政之相關運作，以系務會議為核心，並根據行政與教學上的各項需求，成立各委員會或進行任務分配，例如課程、教師評審、招生、學術、福利、學生實習、學程規劃、圖書諮詢、整體發展經費、學生申訴等委員會。各委員會及組織均訂定相關辦法，明訂工作職責、運作模式，以健全本系之各項業務運作。本系教學空間有專業多媒體教室、數位編輯及圖文組版工作室、藝文展映專業教室、設計教室、造形設計教室、陶藝實作教室等，提供學生藝術、設計、數位應用與行銷相關課程之使用。另有創意文化走廊，提供學生創意設計作品展示之空間。

二、課程教學師資：

在課程方面，本系課程規劃符合教育目標、社會及產業發展需求，特別著重實務課程之規劃，亦強化落實人文精神與服務關懷之熱忱。在師資方面，本系 104-106 有 11 名專任教師與 15 名兼任教師；但由於本系在 107 學年度開始進行上課程翻轉，加重設計類專業課程比重，因此在師資結構上有中等幅度的變動，在 107-2 將完整師資結構重塑完成。本系專、兼任教師之聘任皆符合系教育目標與特色。系上教師透過教育方法學研習、業界典範研修、教師專業成長社群之參與，精進課程與教學品質。

與國內其他大學文化創意產業系相比，本系積極推動國際交流合作，含邀請國外專家學者蒞校短期授課、海外實習與教師進行海外學術交流及訪視、參與國際展覽等活動(台灣文博會、廈門文博會等)，以深化師生國際視野。在學術交流方面，系上教師積極參與相關領域之國際研討會並發表論文，教師也盡力

爭取科技部計畫或是以個人專長承接政府部門相關計畫。

三、教學品保與學生輔導：

本系教師致力於學生之學習輔導、生活輔導與就業輔導，學習輔導部分設有課業學習輔導導師一人，針對學習成效不佳之學生施作問卷，找出學習落後的原因後加以輔導；生活輔導係由導師針對導生之生活狀況、住宿安全、生涯規劃進行約談與訪視；實習輔導部分本系與國內外 80 處文創相關公民營機構簽訂實習合約，包含文化部文化資產局、范特喜文創機構、國立台灣美術館、華陶窯文化園區、花蓮文創園區、果陀劇團、木匠兄妹木工坊、金典綠園道商場等；就業輔導部分本系設有職涯導師、業界導師雙師制度，進行職涯輔導，邀請系友及雇主返校參與就業輔導座談，並積極開辦證照考照輔導班，輔導學生考取威力導演創新影音剪輯 CyberLink Certified Associate 與 Smart Apps Creator-IMADC 認證。

四、系所資源與專業發展：

本系教師積極參與產學合作計畫、政府委託案與科技部計畫。產學合作計畫 104-106 學年度共計 3 件，總金額達 350,000 元；政府委託案 104-106 學年度共計 12 件，總金額達 7,351,370 元；科技部計畫(大專生專題、一般型計畫與產學合作計畫)104-106 學年度共計 4 件，總金額達 1,082,000 元，上述各項計畫總計共 19 件，總金額達 8,783,370 元，且本系教師所承接之產學合作計畫與政府委託案皆能回饋課程與教學，銜接最後一哩，增加學生之就業競爭力。

五、成效評估與改善：

本系透過協同教學、專題製作與跨領域學程、證照輔導、海外短期研修及海外實習等多元管道，提昇學生專業實務能力與就業力。104 至 106 學年間，本系獲得教育部「學海築夢」6 件計畫經費補助，計有 21 名學生至海外實習。海外實習機構含美國、日本、馬來西亞、泰國、澳洲、中國等相關文化創意設計與行銷公司，例如歐比特國際創意公司加州總部，該公司為美國最大購物網站 Amazon 平面印刷與包裝設計之最大供應商。另外，本系透過輔助與畢業門檻方式，鼓勵學生在求學四年期間參與工作坊、研習、演講、參訪與餐與競賽以文化護照之認證，藉此提升學生設計的廣度與視野、增進美學能力，多與人際互動及學習問題解決之核心能力，有助未來職場的競爭力及執行力。

本系訂定適合產業特色之實務能力指標與評核制度，並透過職涯輔導導師

幫助學生及早訂定職涯指標，隨時反思自省目標達成的進路發展。2013 年起有五年獲行政院勞委會職訓局就業學程補助，有助於提升畢業生就業率，並根據畢業生就業後雇主滿意度調查，檢討修訂核心能力與課程規劃設計。

本校訂有校務自我評鑑實施辦法，且確實實施自評及評鑑後的改善。同時，本校也建立系本位課程發展及補救教學稽核機制。這些措施，可協助本系從不同向度更為周延的發現與解決問題，從而更能培育出優質文化創意產業之整合型專業人才。

貳、導論

文創系創立於 2006 年，為台灣中部最早成立之文化事業相關科系。成立以來根據本校辦學理念、校教育目標、院教育目標，參酌專業發展趨勢與自身發展條件，訂定本系教育目標、學生核心能力、師資聘任策略、課程規劃，以及推動系專業發展與產學合作與學生學習成效，培養學生具關懷與服務熱忱的人文精神，並強化學生的專業能力，以落實本校以培育具關懷生命特質專業人才之卓越科技大學的願景與理念。

每年度招收日間部四年制高職畢業之全職生兩班，進修部招收在職生 1 班。目前班級數有四技日間部 8 班約 369 人，四技進修部 4 班約 113 人，學生人數共計 482 人。本系 104-106 共有專任教師 11 名，含 1 位教授、2 位副教授、7 位助理教授、1 位講師，助理教授以上師資比例為 90.9%。教師專長分為文化基礎、創意設計、行銷企劃三大領域，同時依其專長與研究領域擔任適合之任教科目。

本系期盼培育文化創意產業設計與行銷之整合型人才為目標，學生來源大致有高職商管群、高職商設群等 2 類。為因應系教育目標與不同學生來源的學習特性，本系學生須修通識基礎課程(約佔 32 學分)之外，尚需修習文化基礎課程，亦於大二下學期開始，依創意設計、行銷企劃兩大領域修習專業必、選修課程約 96 學分，以利學生專業實務能力之養成。

相較於其他科技大學之相關科系，本系的辦學特色有：

- 一、教育目標符應政策發展趨勢與文化創意產業需求，培育整合型人才。
- 二、國際交流與海外實習涵蓋歐、美、亞洲，擴展學生之國際視野。
- 三、專、兼任教師之聘任符合系教育目標與兩大專業領域，課程結合產學合作與實務，提升學生專業實務能力。
- 四、在期中實施教學關懷問卷，將意見回饋教學研討會中檢討，適時改善教學。

五、學生藉由文化護照的認證項目，強化文創產業實務之學習。

此外，有關目標、特色與系務發展；課程規劃、師資結構與教師教學；教學品保與學生輔導；系所專業發展與產學合作；學生成就與職涯發展，以及自我改善評鑑資料的呈現詳如項目伍。

參、系所之歷史沿革

因應台灣本土文化蓬勃發展及文化產業提振經濟產值的世界趨勢，故於2004年開始積極規劃成立文化事業發展系。2005年，本校成立文化事業發展系籌備組；2006年正式成立「文化事業發展系」，招收日間部四年制高中及高職畢業之全職生一班；2008年開始招收日間部新生兩班；2010年本系日間部、進修部分別招收全職生2班與在職生1班；2013年，因應國家重點發展政策與產業需求，正式更名為「文化創意產業系」。目前班級數有四技日間部8班，四技進修部4班，學生人數約568人。本系之歷史沿革與相關評鑑時程如圖0-2-1。



圖 0-2-1 文化創意產業系發展沿革與相關評鑑時程圖

本系之歷史發展可分成以下三個時期：

一、籌備期（2004-2006）

由本校通識教育中心負責籌設文化事業發展系與老人福利事業系兩個新系，本系由黃雅淳老師擔任文化系籌備組組長，於2004年申請設系。2005年起，通識教育中心之李文琪、鄭慧翎老師(兩位皆中文背景)、羅際芳老師(法政與大眾傳播背景)、王靜儀老師(歷史與文化資產背景)加入本系籌備組，並新聘哥倫比亞大學藝術教育博士余昕晏老師與法國高等藝術學院藝術理論博士蘇信恩老師，計有7位老師。歷經28次的籌備會議，並邀請相關背景之學者專家進行8次專題研討，積極參訪國內其他相關系科，參加研討會，深入了解產業發展趨勢及所需人才條件，規劃本系培育目標、課程與發展特色。本系為全臺第三所成立文化事業發展相關科系之學校。

二、草創期(2006-2009)

在文化系草創時期以培育文化事業企劃、文化教育推廣、文化傳播與行銷、多媒體製作與應用之專業人才為目標。教育目標與課程設計以透過創意、編寫、數位能力之養成，培育學生從事編輯、廣告、文藝創作、企劃、傳播、行銷之文化創意產業專業人才。2008年起，本系微調培育目標為文化創意產業所需的文化行政與經紀人才為目標，專業課程規劃有「文化基礎」、「創意轉化與科技運用」、「文化實務」三大類。2009年度科技大學評鑑專業系所評鑑中本系評鑑結果為一等。此時期本系之師資加入了數位與多媒體背景之林奎佑老師、林坤誼老師；紀錄影片製作背景之專技教師許鴻龍老師；媒體、編輯採訪與寫作、公共關係背景教師林育卉老師。籌備期加入之鄭慧翎、羅際芳老師回歸通識學院。

三、發展期（2009-2014）

由於評鑑委員建議培育目標與課程應更聚焦在文化創意產業之職場與領域，故本系自2010年8月起，系主任在系務會議與系課程委員會中與全系教師充分討論本系教育目標與課程調整方向；同年2月政府公告「文化創意產業法」，為台灣推動文化創意產業之依據。自2011年2月起，本系陸續增加設計與行銷課程，並將本系定位為培育文化創意產業設計與行銷之整合型經紀人才為目標，以創意生活產業為就業職場。此時期陸續聘任林鴻洲老師(行銷與廣告專長)、陳冠勳老師、廖倫光老師(以上兩位皆設計背景)、施淑萍老師(藝術行政與策展背

景)等師資，並數次在系務會議中討論更改系名事宜。在本系 100 學年度第 5 次系務會議（100.11.24）中通過決議，更改系名為「文化創意產業系」，同時向教育部提出申請，並於 2013 年 8 月正式更名。除在原有系網上加以註記說明外，在 100 學年度上、下學期（2011/9/22、2012/3/15）；101 學年度上學期（2012/9/27）的師生座談會中，均由本系系主任向全系師生說明系名更改之原因，以及課程調整之因應補救措施，使全系師生瞭解課程調整因應。

2013 年 2 月起，因應系教育目標與課程之調整，本系又陸續聘任田其虎老師(公共關係與大眾傳播背景)、涂卉老師(綠色永續設計與空間設計規劃)，並與本校健康事業管理系合聘胡庭禎老師(管理學與組織發展背景)；與通識學院合聘楊士奇老師(哲學與文化研究背景)，以及兩位約聘教學人員黃錦華老師(企劃行銷與廣告管理背景)、陳黎枚老師(商業設計與插畫背景)加入本系師資陣容、顏加松老師(大眾傳播背景)。

四、檢驗期（2015-2018）

在訂定分組目標與兩組的架構後，隨後因教師的離職因素，陸續有更換專案教師。2015 年起定期邀請專家學者檢討本系課程發展與方向，發現在發展時期，由於新進教師的類型廣泛，難免形成因人設課而淡化了學習主軸。故全面性地檢核課程架構與專業課程，發現課程需要做系統性之調整。此外，多次座談中發現，當初分組雖為專業教學目的，但是學生往往修習另一組之課程的意願低，以至於無法將文創整合型人才確實落實。再者，自 2018 年初起，面臨學院重整與少子化影響，因而決定於 2018 年 9 月入學起進行大幅度課程翻轉，三個學習主軸目標不變，但加重設計專業比重，未來採取不分組方式，由同學自我選課組合，搭配三大目標之比重，讓其依據個人特性發展，並具完整之整合能力，符合文創行整合人才之培養目標。

肆、自我評鑑過程

本校為了協助各教學單位能有效落實系務發展計畫之執行，並基於自我考核改善之目的，訂定「校務自我評鑑辦法」，詳見【附錄 0-1】。依此辦法，每年舉行「校內自評」，完全仿照正式的訪視評鑑，聘請校外專家學者擔任委員，作為本系系務運作修正依據。

每一次自我評鑑後，隨即依據評鑑結果召開檢討會議，針對評鑑委員所提的缺失進行討論，並研擬改善措施，以達到精益求精的辦學目標。本校於各系

自評完成後，分別召開評鑑後檢討會。委員及校內各相關單位所提出之意見，皆於後續的系務會議、系課委會中提出討論，並具體修正。本校已建立完善的稽核運作機制，就評鑑意見、ISO 文件、校系務發展品質目標進行追蹤檢核。此外，本校推動全面品質管理，從校務發展到系務運作採取 PDCA 品質循環圈之概念，以落實「持續不輟、精進品質」的自我評鑑與自我管理的精神。本校系自我評鑑辦法流程請參見下圖 0-4-1。

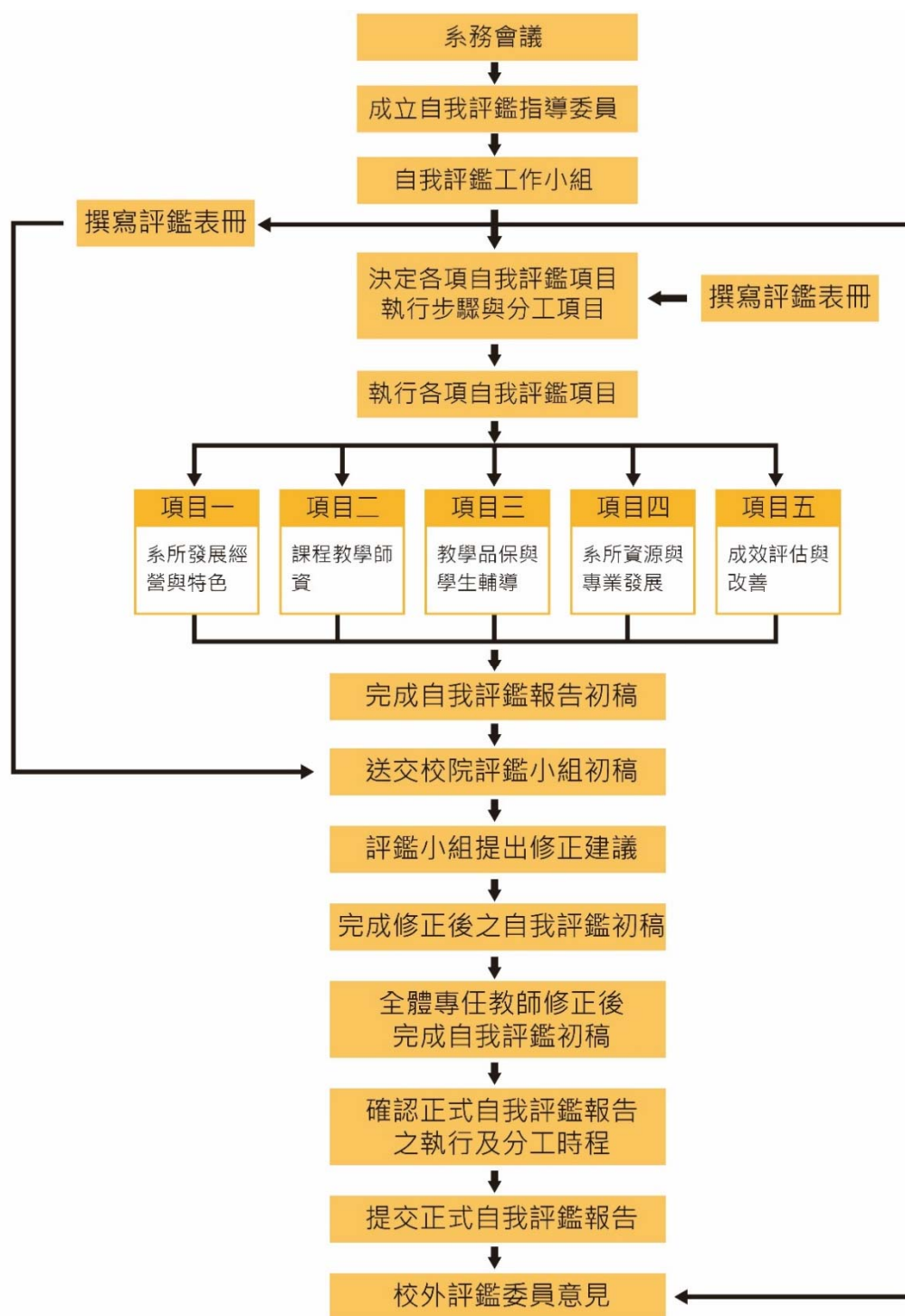


圖 0-4-1 本系自我評鑑流程圖

本系於 2018 年 5 月起開始準備評鑑相關事宜，建構完整嚴謹之系自我評鑑組織、機制與運作模式。其規劃及建構之機制、組織與運作模式如下：

一、組織系評鑑工作小組

為順利推動自我評鑑機制，本系於 2018 年 5 月舉行第一次籌備會議，由本系全體專任教師組成「系自我評鑑規劃小組」，共分 5 組，由系主任擔任總召集人。另外，由 5 位教師擔任各組召集人，負責規劃本系自我評鑑事宜，並撰寫評鑑報告，小組組織參見表 0-4-1。

表 0-4-1 評鑑工作第一階段小組組織

總召集人：涂 卉 主任	小組召集人	組員
第一組： 系所發展經營與特色	吳振廷老師	林敬榮老師、吳政霖老師
第二組： 課程教學師資	吳振廷老師	林敬榮老師、吳政霖老師
第三組： 教學品保與學生輔導	施淑萍老師	黃錦華老師、陳俊利老師
第四組： 系所資源與專業發展	王靜儀老師	陳俊利老師、田其虎老師
第五組： 成效評估與改善	黃錦華老師	田其虎老師、王靜儀老師

二、訂定系所評鑑時程

依據本校規劃之校務自我評鑑時程執行各階段之工作。評鑑時程請見【附錄 0-2】。

三、整理系所評鑑資料

依據系所評鑑各項目，整理所需之資料。包括本系基本資料、組織要點、各委員會組成辦法、相關會議記錄、教師個人資料夾、教學與學習活動資料等。

伍、自我評鑑之結果

項目一：系所發展經營與特色

評鑑指標

- 1-1 自我定位、發展目標、教育目標及辦學特色。
- 1-2 核心能力指標訂定做法與教育目標之關聯性。
- 1-3 所培育之學生是否符合高等教育人才培育目標，提供國家、社會、產業需求與未來學術及技術發
- 1-4 教育目標及核心能力之宣導與教職員生及外部利害關係人（如畢業生、雇主等）之瞭解與認同程度。展趨勢所需人才。

一、現況描述

本系創立於 2006 年，為台灣中部最早成立之文化事業相關科系。成立之初，以培育文化事業企劃、文化教育推廣、文化傳播與行銷、多媒體製作與應用之專業人才為目標，透過創意、編寫、數位能力之養成，培育學生從事編輯、廣告、文藝創作、企劃、傳播、行銷之文化事業專業人才。

2008 年起，本系審酌世界發展趨勢與國家政策目標，著手進行調整本系培育人才之方向，以文化創意產業所需人才為依歸，規劃「文化基礎」、「創意轉化與科技運用」、「文化實務」等三大類專業課程，重點培育文化經營與產業經紀等人才。2009 年度科技大學評鑑專業系所評鑑，本系獲評鑑為一等，評鑑委員並建議培育目標與課程可更聚焦於文化創意產業之職場與領域；加以 2010 年 2 月政府公告「文化創意產業法」以為台灣推動文化創意產業之依據，故自 2010 年 8 月起，在本校校務與人文社會學院發展架構下，本系鎖定「設計」與「行銷」兩大文創主軸作為本系人才培育方向，並根據政府政策、社會發展趨勢與條件，訂定本系教育目標：著眼於國家社會之需求，培養具備生活應用設計能力、品牌經營管理能力、與文化實踐創新能力之人才，期許本系成為中部地區培育文化創意產業整合型人才之重點科系。2011 年，本系 100 學年度第 5 次系務會議（100.11.24）決議，更改系名為「文化創意產業系」，並向教育部提出申請，於 2013 年 8 月（102 學年度）起正式更名運作。

簡言之，本系目前之發展與經營策略，本於關切社會文化發展脈動、培育優秀專業人才之教育宗旨，以社會設計為教育主軸，以培養兼具文化實踐創新、生活應用設計與品牌行銷規劃三大能力之學生為教育目標，期能為國家社會培育優秀的文創專才。

1-1 自我定位、發展目標、教育目標及辦學特色

本系自我期許為台灣中部地區培育文創人才之重點科系，教育重點著眼於培育兼具設計、行銷與文化視野，能關懷社會之文創人才，並由此擬定系之發展目標與系教育目標，形成獨到的辦學特色。

(一) 整體環境評估及分析策略

近年來，文化創意產業的推展，逐漸成為台灣形塑文化主體、整合國力發展、接軌國際脈動的重要政策。茲就全球發展趨勢、國家重點政策與目前社會文化環境，略述本系教育目標所著眼的背景基礎如下：

1、全球經濟發展趨勢

由全球整體發展趨勢來看，自二十世紀末起，以文化開發、創意設計為基底的軟性經濟動能，有超乎預期的亮眼表現，部分已開發國家如澳、英、日、韓等，甚至將發展「創意產業」、「文化產業」訂為國策，成為國家社會經濟發展的重要動力。以最新的觀察與統計為例，聯合國在 2016 年所發表的《文化時代：首份文化創意產業世界地圖》(*Cultural times——The first global map of cultural and creative industries*)中，不僅首次肯認「文創產業」一詞，更指出當前文創產業發展中數個值得我們參考的數據：

- (1) 文創產業的產值：「當前，全球文創產業的增加值達 2.25 萬億美元，佔全球 GDP 的 3%，超過了全球電信服務業產值（1.57 萬億美元）、印度的 GDP（1.9 萬億美元）。」
- (2) 亞太地區的機會：「按區域劃分，亞太地區文創產業的收入與就業數量均為全球最大，其中，收入達到了 7430 億美元，佔全球的 33%，創造工作機會 1270 萬，佔全球的 43%。」
- (3) 數位經濟的帶動：「數位經濟是數位時代文創產業的另一種特殊經濟類型，文創產業的能量在此間的影響，包括：①在網際網路上銷售實物（書籍、音樂、遊戲、視頻）；②數位文化內容（電子書、音樂、視頻、遊戲）；③線上媒體廣告（線上媒體和免費流媒體服務）；④數位廣告創作等。數位文化產品，是數位經濟最大的收入源，2013 年 B2C 的銷售額達到了 660 億美元（電子書、音樂、視頻、遊戲），線上媒體和免費流媒體網站（如 Youtube）的廣告收入達到了 217 億美元。文化創意內容及服務也促進了文化導向設備（如電視機）、可獲得文化產品和服務的

多功能設備（如平板電腦、智慧手機）及娛樂性數位設備（如智慧手機、平板電腦、電子書閱讀器、電視、DVD 播放器）的銷售，2013 年數字設備銷售達 5320 億美元。文化內容也是高頻寬電信服務（4G 和 5G 網路，光纜線路等）發展的關鍵推動力。

(4)青年就業的契機：「創意活動明顯有益於青年就業者。在歐洲，文創產業比其他產業，通常更多地會僱傭 15-29 歲間的年輕人。與傳統產業相比，創意產業也傾向於喜歡女性就業。英國政府的統計顯示，2014 年音樂產業的女性就業者所佔比例超過了 50%（而在總就業人口裏，女性佔 47%）。此外，由中小企業或個人帶來的創意，使得靈活且富有創新的就業者不斷出現。加拿大 53% 的遊戲商認為，他們是獨立的運營商。而在美國，願意創業的藝術工作者是美國工人總數的 3.5 倍。」

(5)文化旅遊的風潮：豐富的文化生活是國家和城市賴以吸引企業高層管理和人才的主要資產，而這些人都是文化娛樂行業的熱情消費者——這一點同樣適用於被文化吸引前來的遊客。發展文化基礎設施對於新興國家尤為重要，在 2030 年這將會吸引超過半數的國際遊客。

2、國家發展重點計畫

行政院自 2002 年起便整合「文化產業」與「創意產業」的內涵與概念，以「文化創意產業」為名，針對文化藝術核心產業（精緻藝術之創作與發表，如表演、視覺藝術、傳統民俗藝術等）、設計產業（建立在文化藝術核心基礎上的應用藝術類型）及創意支援與週邊創意產業（支援上述產業之相關部門，如展覽設施經營、廣告企劃、流行文化包裝）等三項以創意設計為核心、具高度知識經濟附加價值之生產領域，提出中長程發展規劃，作為推動國家文化與經濟發展的重要策略之一。

2009 年 12 月 31 日，行政院會議通過「中華民國 99 年國家建設計畫」，選定生物科技、綠色能源、精緻農業、觀光旅遊、醫療照護及文化創意等六大產業為重點發展計畫。其中的文化創意產業發展計畫，更擬定了「工藝產業」、「電視內容產業」、「電影產業」、「流行音樂產業」、「設計產業」與「數位內容產業」等六大旗艦計畫。為提升台灣的全球競爭力，在 2010 年 2 月 3 日頒布的文化創意產業發展法中，整合了前述發展項目，明訂視覺藝術、音樂及表演藝術、文化資產應用及展演設施、工藝、電影、廣播電視、出版、

廣告、產品設計、視覺傳達設計、設計品牌時尚、建築設計、數位內容、創意生活、流行音樂及文化內容等十五項，作為政府推動文化創意產業的範疇。2012 年 5 月 20 日文化部成立，下設文創發展司，更說明政府對於文創領域推動發展的重視。

目前，文創發展司設定的重要施政策略為：(1) 深耕文化內容，以文化內涵提升文化經濟；(2) 以市場庇護概念支持新銳新創；(3) 結合科技創新，豐富文化產業內涵與應用；(4) 打造國家隊，行銷臺灣文化品牌；(5) 精進多元資金應用；(6) 成立文化經濟專業中介組織等。主要的施政要點，大略著重在：盤點在地文化素材、建構文化資料庫並扶持藝文創作；輔導文創產業創新育成，加速創意實踐；「鼓勵業者跨界應用」、「輔助產業跨域交流整合」，提高文化產業結合科技創新應用之可能性；集結文化能量，並強化多元文化外交，行銷臺灣文化品牌；以「投資」與「補助」雙軌資金並行，扶植實驗性藝術，呵護新生創意，透過多元資金挹注，結合民間資源共同投資，打開市場；成立文化經濟專業中介組織，導入企業經營理念，形成共同推動文化經濟發展的體系等。

3、當前社會與文化環境

聯合國教科文組織(UNESCO)定義文化創意產業為結合創作、生產與商品化等方式，運用本質為無形的文化內容，這些內容基本上受到著作財產權之保障，其形式可以是貨品或服務。2003 年，行政院文化建設委員會對於文化創意產業的發展，提出了「品牌、行銷、管理」之觀點，且最終目標應該是品牌。當時文建會主委陳郁秀指出，台灣文化創意產業雖有優良的藝術家創作與特殊地方文化之文化價值，卻欠缺品牌設計、行銷網絡與管理人才，其中品牌設計與行銷網絡應是文化創意產業的兩大重點。學者亦紛紛指出，台灣的文化創意產業必須在通路、行銷及形象上定義出台灣的品牌產品，而文化藝術必須要結合設計與行銷，方能使文化創意達到產業化的目的。台灣文化創意產業缺乏品牌行銷管理人才，而品牌之建立與行銷，對文創產業之形成或轉型是不可或缺的一環。

近來，文化部也指出，文創產業的基礎來自國家的文化底蘊，文化經濟的發展需以藝文產業內容為核心，掌握文化主體性，逐步開展。文化部認為，文化是國家的根本，人民是文化創造的主體。文化政策的核心理念即是追求

藝術的積極性自由，讓人民享有充分的表意自由。文化部並以「厚植文化力，帶動文化參與」為使命，進行五大主軸的文化施政：(1)再造文化治理、建構藝術自由支持體系；(2)連結與再現土地與人民的歷史記憶；(3)深化社區營造，發揚生活「所在」的在地文化；(4)以提升文化內涵來提振文化經濟；(5)開展文化未來新篇：重視青年創意、強化數位革新，創造國際連結等。就此而言，文創的根基，主要在於提升文化內涵提振文化經濟，以「向下紮根，走向國際」兩個面向逐步落實，期望透過文化經濟的傳播，將在地文化推向全球，進而提升經濟，讓文創產業形成一種正向的循環，實現「愈在地、愈國際」的文化價值。

綜上所述，本系認為，當前文創產業的發展，實是背負著重新創造人類文明生活的重要使命，而在此遠大的目標背後，無論實際從事哪種產業，事實上依賴的多是「設計」、「行銷」與「文化視野」三個重要的能力，以及積極參與社會的態度。換言之，唯有具備了設計能力、行銷能力、文化視野以及掌握社會脈動、積極參與社會的人才，方能在當代的文創風潮中，擁有強大的競爭力。正是這些體察與理解，構成了本系思考教育方針、規劃課程訓練的認知基礎，且正是在此認知基礎上，本系走出了積極參與社區、與國際接軌的辦學特色。

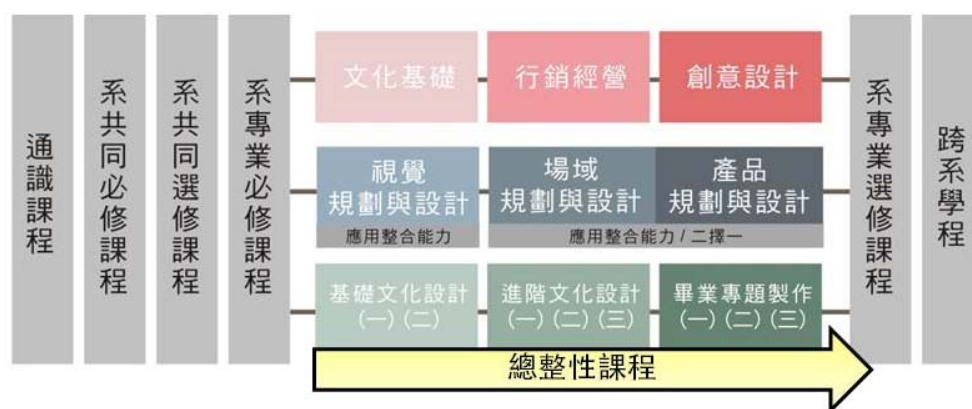
整體說來，本系教育目標符應政策發展趨勢與文化創意產業需求，培育文化、設計、行銷等三合一整合型人才。更重要的是，本系理出文創產業的基本內涵，釐清了文創必須由文化內容做起，才能進一步擁有產業、創造產值的道理；而文化內容的寶藏蘊藏在社會、社區之中，要有進一步的文化創造，則不能脫離社區、社會。有鑑於此，本系重要的教學特色之一，便是帶領學生參與社會，由學校所在的社區開始向外擴展延伸，透過走入社區、體察社會需求，真實地與人交往互動，由中汲取生活底蘊與文化內容，實地觀察、體悟文化真實面貌與特色，累積想法與創意，結合時代的議題，再造文化新內容。為此，本系教師之授課亦多配合中部地區文化創意產業專家協同教學，並簽訂產學合作計畫，實有助於協助學生就業。

此外，在全球化潮流的脈絡帶動下，國際競爭勢不可免。為此，本系積極拓展國際交流與海外實習機會，帶領學生走出台灣，面向世界，觸及範圍涵蓋歐、美、亞洲，目的即在於擴展學生之國際視野，增進文化見識。同時，

本系亦積極邀請包括馬來西亞、法國、日本、中國等海外專家學者與知名藝文人士來系進行短期授課，亦安排學生至中國、馬來西亞、日本、美國、澳洲、泰國等國進行海外實習，實習結束後更與全系師生分享實習閱歷與心得，有助於擴展本系學生之國際視野，提升其就業競爭力。

(二) 自我定位、發展目標、教育目標及辦學特色之內涵與規劃擬訂過程完備

本系是台灣中部地區第一所文化事業相關科系，無論是經驗累積或是學術聲望，都是中部地區重要的座標之一；如何由中台灣出發，領導在地文創產業的發展，更是本系一直以來的重要思考與自我期許。然而，有鑑於文創法所涵納的文創產業範圍過於廣泛，本系在向校內外學者專家請益之後，決議以「創意生活產業」作為教學背景主題，以「設計」與「行銷」作為本系教學訓練的兩大發展軸心，在文化涵養的培蘊下，施之於課程規劃與教學訓練之中。



本系總整性課程皆採取小班教學，讓同學和老師可以充分討論設計構想與提案。

圖 1-1-1 文化創意產業系-總整性課程架構圖

- 1、以培蘊文化涵養的基礎課程：本系十分重視學生的文化涵養，在課程設計上，以文化人類學作為課程開展的軸心，向上延伸至文化與經濟，並在選修課程中涵蓋各面向的文化課程，如宗教藝術與民俗文化、漢語哲學、世界藝術史與文化空間等。
- 2、以生活應用設計專業課程：本系在設計課程上除了基礎課程色彩學、基本設計、創意概論、設計方法、基本素描、電腦繪圖外，向上延伸至各領域之設計專業如角色造型設計、飾品設計、文化空間設計與包裝設計及材料設計等，同學可以其興趣自己規劃選課。

3、以品牌行銷規劃專業課程：本系品牌行銷規劃在課程設計上，以行銷概論作為課程開展的軸心，向上延伸至管理概論、品牌行銷與管理、消費者心理學、成本分析與定價策略、專案企劃與財務分析等，並在選修課程中涵蓋各面向行銷規劃課程，如產業分析與經營策略、溝通與提案等，亦包含視覺、產品、場域設計與行銷規劃，讓同學獲得文創設計的整合性專業能力。

4、總整性課程串聯本系進階課程：本系在大二下學期雖以分成設計與行銷組，但開設共同混組之整合課程共三類，依漢寶德老師的文創設計理論將專業分為三大領域，視覺、產品、場域三大類型，藉由不同尺度分為三階段課程，三項專業皆涵蓋設計與行銷規劃跨領域整合，而本系定義的總整性課程乃培養文創設計的整合性專業能力。107-1規劃基礎文化設計、進階文化設計、畢業專題，橫向串聯專業核心課程，包括：影像規劃設計(一)~(三)、產品設計與行銷(一)~(三)、空間設計與行銷(一)~(三)等，尤其在大三下學期至大四畢業，連續三學期的畢業專題製作，確實執行整合性的文創行銷與設計課程訓練，朝向跨領域的整合性學習，符合文創產業對整合性設計人才的需求。另外，亦鼓勵同學參與跨系跨域學程、第二專長課程及跨校課程，多面向的學習可增進同學跨域整合的能力。

(三) 自我定位、教育使命及願景與校、院教育理念及辦學特色之對應良好

弘光的辦學理念為「以人為本、關懷生命」，源自於醫護領域，卻放諸四海皆準。由文創的角度來看，文化的起源來自於人的生活內涵，而文創之目的，最終也要回顧、促進人們對於生命本質的追求。為此，本系承接本校的辦學理念，在文創教育、教學訓練的內容與過程中，皆以「以人為本、關懷生命」為依歸。

此外，本系的辦學目標，在 104 與 105 學年對應弘光人文社會學院的教育目標：1.提升人文社會素養，精進專業學習知能；2.促進銀髮休閒產業，培育專業實用人才；3.強化文化創意思維，落實創新服務精神；4.增進海外國際交流，拓展前瞻宏觀作為。在 106 年因應學校學院改組，亦對應弘光民生創新學院的教育目標：1.培養具專業知識、實務技能及終身學習之人才；2.培育具公民素養、專業倫理與社會責任的民生創新服務人才；3.培育具前瞻性、國際觀及持續創新能力之人才；4.奠定專業技術根基、培養團隊合作精神與提升

專業實務經驗。

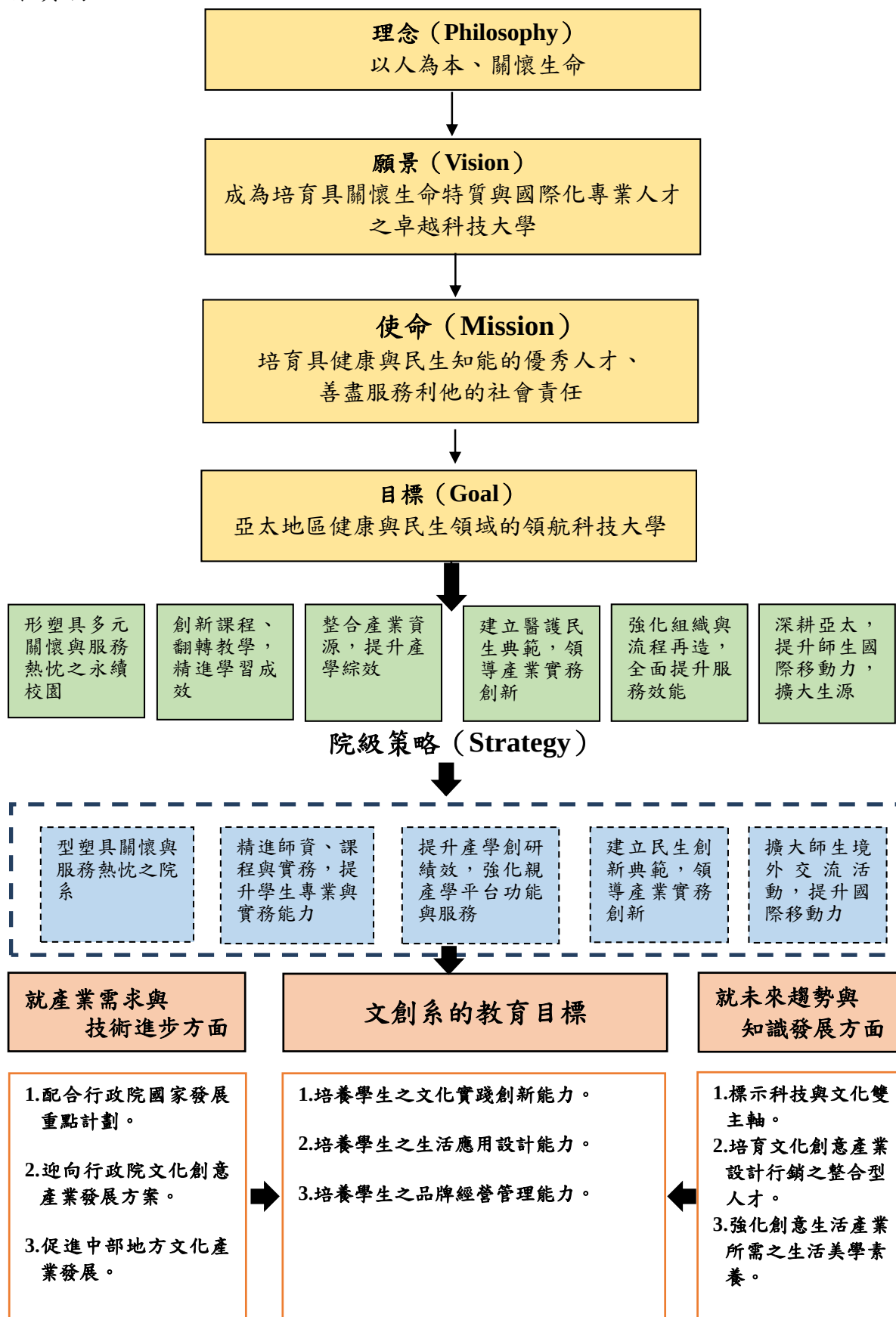


圖 1-1-2 弘光科技大學中程校務發展計畫架構圖

(四) 系所/學程名稱制定適當反應教育目標與內涵

本系創立於 2006 年，成立之初，以培育文化事業企劃、文化教育推廣、文化傳播與行銷、多媒體製作與應用之專業人才為目標，透過創意、編寫、數位能力之養成，培育學生從事編輯、廣告、文藝創作、企劃、傳播、行銷之文化事業專業人才。

2008 年起，本系審酌世界發展趨勢與國家政策目標，著手進行調整本系培育人才之方向，以文化創意產業所需人才為依歸，規劃「文化基礎」、「創意轉化與科技運用」、「文化實務」等三大類專業課程，重點培育文化經營與產業經紀等人才。2009 年度科技大學評鑑專業系所評鑑，委員建議培育目標與課程可更聚焦於文化創意產業之職場與領域；加以 2010 年 2 月政府公告「文化創意產業法」以為台灣推動文化創意產業之依據，故自 2010 年 8 月起，本系鎖定「設計」與「行銷」兩大主軸作為本系人才培育方向，並根據政府政策、社會發展趨勢與條件，訂定本系教育目標：著眼於國家社會之需求，培養具備生活應用設計能力、品牌經營管理能力、與文化實踐創新能力之人才，期許本系成為中部地區培育文化創意產業整合型人才之重點科系。2011 年本系 100 學年度第 5 次系務會議（100.11.24）決議，更改系名為「文化創意產業系」，並向教育部提出申請，於 2013 年 8 月（102 學年度）起正式更名運作。

本系目前之名稱制定適當反應教育目標與內涵，以培養兼具文化實踐創新、生活應用設計與品牌行銷規劃三大能力之學生為教育目標，期能為國家社會培育優秀的文創專才。

(五) 教育目標具體陳述學生未來就業就學發展途徑

本系教育目標主要有三項：1.培養學生之文化實踐創新能力。2.培養學生之生活應用設計能力。3.培養學生之品牌經營管理能力。初期為使學生具備文化創意產業法規之認識與產業調查能力，亦兼具美學藝術涵養與文字表達技巧，以訓練學生的企畫撰寫、專案規劃之整合能力。強化學生創意思考與設計應用能力，以生活美學觀點出發，培育結合實用與設計之創造型人才。培植學生行銷企劃與經營管理之實務能力，以培育文化創意產業所需之整合型人才。文化創意產業的就業發展範圍很廣泛，除了政府明訂的 15+1 文創產業外，其實各大中小企業需要文創整合型人才進行設計與行銷相關工作；簡單比喻，每間公司都需要會計，但會計系畢業不會每一位都去當會計，而是去

各公司從事會計工作。文創系畢業的學生具備設計、行銷與文化基礎的能力，除了文創 15+1 產業外也可至各類型公司從事設計行銷整合的工作。本系亦訂定適合產業特色之實務能力指標與評核制度，並透過職涯輔導導師幫助學生及早訂定職涯指標，隨時反思自省目標達成的進路發展。2013-2018 年，本系連續五年獲行政院勞委會職訓局就業學程補助，有助於提升畢業生就業率，並根據畢業生就業後雇主滿意度調查，檢討修訂核心能力與課程規劃設計。

(六) 教育目標落實對專業倫理與社會責任之承諾

文化創意產業系自 2016 年開始將整合性的畢業專題落實於在地議題與區域，象徵弘光文創系逐步以社會設計和社區設計為主軸，對於我們所居住的這塊土地展現充分熱情與關懷。期望學生可以腳踏實地的從這塊土地紮根並將此文創血脈延續，為我們的土地與環境付出更多關懷、創造更多的故事。本系亦在 2017 與 2018 參與水保舉辦農村共創計畫，將學生的專業課程與社區場域及主題結合，落實對專業倫理與社會責任之承諾，另外亦於 2018 年加入本校 USR 大學社會責任計畫，多方面讓同學以專業付出社會實踐。

(七) 現有資源條件對教育目標之妥適性與可行性提供適當支持

本系專任教師員額計有 11 名教師（含兩名約聘教學人員）。專任教師之學位、研究領域或實務經驗背景，皆符合教育目標，師資專長包含三大領域文化基礎背景、創意設計、行銷企劃與公關策展活動等，可充分配合系上課程規劃授課，並可配合系務發展目標，規劃或推展相關活動。

在兼任教師聘任策略：本系邀請該課程領域之專家、產學合作廠商、就業講座講師，以及實習單位代表等具有豐富業界經驗之教師擔任本系兼任授課教師，為本系聘請兼任教師之主要策略。兼任教師除可將業界經驗直接授予學生外，更可以帶入業界資源包含產學合作與實習名額提供等。

本系所空間與資源乃以強化學生專業學習與實務操作能力為目的，並增進教師教學品質之基礎。目前本系空間規劃以本校 L 棟生活應用大樓 1 樓與 2 樓為主，逐年完成專業教室與設備之建置，空間充足，使用與分配有助於本系研究與教學發展。並於 107 年度進行課程翻轉，校方再撥予本系 S 棟兩層樓空間做為小班設計教室討論課使用。在每年的整體發展預算中，系上也編列經費添購各式新型設計機器，讓學生可以與業界無縫接軌。

(八) 落實教育目標、辦學特色之具體策略及程序適當

為落實本系教育目標，自 104 年度起，每年以在地專題為總整性課程，分別將主題設定在台中第二市場、沙鹿龍井區、清水梧棲區等，確實落實設計與行銷整合性的能力，並相對在每次開學之教學會議。要求教師課程彼此要縱向與橫向鏈結，以讓學生將總整文創能力徹底實現。具體策略與程序如下所述：

- 1、每學期期中期末邀請系上專兼任教師召開教學研討會。
- 2、每學期2-3次專題總評，並於總評後檢討專題方向與各組執行情形。
- 3、定期邀集學界與業界專家學者檢視本系課程內容與授課大綱，並給予建議。
- 4、定期邀請實習合作廠商或是知名文創機構，討論本系課程內容與專業培育目標。
- 5、學期中、期末邀請文創設計或行銷相關專家或大師進行專題演講，讓學生對未來就業職場所需具備之能力有更明確的認知。

(九) 教育目標與辦學特色之定期檢視、修訂情形及相關執行成果良好

上述每學期的具體策略與程序皆定期檢視與修訂，並配合學校相關的稽核安排包含課程、實習、表單、條文法規等皆確實執行，若在審視過程中需要修正或是改善，本系亦訂定期限自我改善並予以回報，相關執行成果良好。

1-2 核心能力指標訂定做法與教育目標之關聯性

(一) 招生對象之資格條件、來源管道之妥適性及配合教育目標執行情形良好

目前本系日間部招生入學方式有四類，繁星入學、技優入學、推薦甄試與聯登分發，詳細名額可見表 1-1-1；招考類在 104-106 學年度以設計類群和商管類群兩群各占一半，但為因應本系課程之調整，已於 107 學年度酌收土木建築群，本系在文化場域設計與規畫及文化空間這塊非常適合土木建築群同學之專業發展，本系預計將於 108 學年度調整比例設計/商管/土建分別為 6:2.5:1.5。減少商管比例之原因是在歷年分析中，商管同學往往對於設計課程的認知與興趣較不足，造成轉系休學比例交高，調整為 6:2:2 之後，相信足以讓入學生符合本系之教育目標。在入學分式分析上，往往技優與徵選入學的學生報到比率會高於聯登分發的學生，因為學生選填志願時就已經對文創系

有較多的了解，因此報到率近乎滿額，但相反的聯登分發學生可能在眾多志願中被分配到，時常在報到當下就無意願，造成在數據上就有顯著差異，本系期望向校方爭取更高比例的甄選入學名額，招考了解本系教育方向的學生。在進修部部分，本校至 105 學年度起獨立招生，招生管道分為高職與高中比例約 9:1，但入學高中類群則不分類，凡對文創系有興趣之高中職學生可藉由備審資料與電話面試訪談方式入學，105、106 學年度因首次辦理，因此同學修退比例較高，本系已於 106 修訂課程已將進修部改以實作課程為主，主理論課程為輔，在 107 學年度招生狀況比往年優異許多。

表 1-1-1 104-107 學年本系入學管道人數統計表

入學方式			104 學年	105 學年	106 學年	107 學年
四技日間部	繁星入學(外加)		3	3	3	3
	技優申請(外加)	設計	6	5	5	5
		商管	6	5	5	4
		土建	*	*	*	1
	推薦甄選	設計	26	26	23	23
		商管	26	26	22	18
		土建	*	*	*	4
	聯登分發	設計	18	21	22	20
		商管	17	17	19	14
		土建	*	*	*	4
四技進修部	聯合分發		45	*	*	*
	獨立招生		*	45	45	47

(二) 學生核心能力指標之內容與規劃適當

本系學生核心能力指標為：文化實踐創新能力、生活應用設計能力、品牌經營管理能力，使學生具備文化創意產業的專業整合能力，以培育文化創意產業所需之整合型經紀人才，與核心能力指標之內容與規劃適當。

(三) 教育目標與學生核心能力指標之關聯明確適當

本系之設立乃以培育從事文化創意產業設計與行銷之整合型人才為目標。本系培育目標之特色為：使學生具備文化創意產業政策與法規之基本認識，亦兼具美學歷史涵養與文字表達技巧，以訓練學生的企畫撰寫、專案規劃之整合能力。強化學生創意思考與設計應用能力，以生活美學觀點出發，培育

結合實用與設計之創造型人才。培植學生行銷企劃與經營管理之實務能力，以培育文化創意產業所需之整合型經紀人才。因此本系在大三下學期會進行核心能力檢定考試，文化實踐創新能力（共同必考）、生活應用設計能力（創意設計組）、品牌經營管理能力（行銷企畫組）確實將教育目標與核心能力檢定相連結。

1-3 所培育之學生是否符合高等教育人才培育目標，提供國家、社會、產業需求與未來學術及技術發展趨勢所需人才

（一）人才培育目標符合相關領域發展趨勢及跨領域整合需求

台灣一般定義「文創」指的是「文化創意產業」，最早由行政院於 2002 年 5 月依照「挑戰 2008：國家發展重點計畫」的子計畫「發展文化創意產業計畫」所提出定名。根據經濟部文化創意產業推動辦公室目前定義，是指「源自創意或文化積累，透過智慧財產的形成與運用，具有創造財富與就業機會潛力，並促進整體生活環境提升的行業」。台灣的「文化創意產業」在英國所定義的「創意產業」前又再加上了「文化」。把「文化產業」(Cultural Industries) 與「創意產業」(Creative Industries) 結合成一體。然而，在「文創」的各種討論中，台灣的文創被批評「太商業化」、「假文創」，因此，作為文創人才培育的教育單位？如何培育兼顧創意、文化藝術、經營運作的跨領域設計人才？畢業後能銜接創意產業的上下游生產鏈呢？

又蘋果的成功與賈伯斯的傳奇讓我們認識到設計的重要，這個設計需要幾個面向的有效整合：技術、美學、人本與執行。文創的設計亦然：創意需要技術，作為具有文化意義的產品製造不能缺少美學，又或是營造適宜身體與心靈居所的文化空間必須對人與文化有深刻的了解，然後就是精確有效的執行。缺少任何一環，再好的設計構想都不算是好的文創實踐。

是故，我們處在連結數位雲端與大地的世代，面對前所未有的廉價文創危機及城鄉流動，我們企圖創新整合人文、文創與社區設計的 21 世紀新典範。這個典範兼顧：以人為本的，需要照顧到社區的實質功能與心理、歷史文化需求的文創設計；需要永續與健康的面向；需要結合社區照護，整合跨領域的產業需求。面對新的環境與社會挑戰，文創系將以不同尺度的場域設計、全球地方化的品牌經營、及多元化的產品系統思維，融入本校已經啟動的跨

領域設計合作，並積極與地方產業整合。以一致的方向，結合兩者的能量，建構一個弘光的文化設計實踐的基地。

（二）所培養畢業生能於產業市場扮演適當角色

設計師的社會價值來自於服務的精神和真誠地解決人與社會的問題；其創新力的驅動也往往來自「能為世界做甚麼」的自我提問。在這樣的態度上，因而有上述提到賈伯斯蘋果的創新以及范特喜微創文化在台中商街發展出獨特的文創聚落經營模式，以及建築師黃聲遠在人文歷史課題上不斷的宜蘭的建築實驗。

首先，我們期盼弘光文創系的學生具備「社會意識」與「人道關懷」的專業者，能以文化設計的實踐來創造幸福、愉悅和美學。不必然是擁有桂冠的明星設計師，不必然只是為資本服務的形式，也可以是為大眾創造好的生活品質的專業者。我們可以由社會設計的趨勢看到這樣的可能，也可以自信的說，具備此認知與理想的系所來自要求學子需具備人文關懷素養的弘光科技大學。

再來，依據文化創意產業質性需求調查結果，文創產業界普遍存在學與用的落差，目前學生多缺乏領域創意思考能力，同時也缺乏執行力，以及對產業的了解。再加上，文創產業具高變動且多元的產業型態，人才和業者的媒合有其困難性。102 年度預計增聘人才數部分，約有 6 成受訪業者表示將增聘 1-5 人；其中，以創作研發(57%)、行銷(57%)、銷售服務(50%)及管理(28.57%)為主要職缺，所需能力以行銷能力、創作研發能力、專案執行能力為主，其次依序為創意思考能力、團隊合作能力、跨領域整合能力以及專業技術能力。換句話說，文化創意產業行業中，最迫切需要的是扮演「觸媒」角色的中介者來協助文化人及創意人與產業接軌，而本系充分展現跨界的師資結構，包含：文化歷史、行銷管理、產業經營、視覺傳達與場域設計的專業師資，採取共同授課、小班教學與產學合作，成為經營管理、產品研發、行銷的多方人才，畢業後投入文化創意產業中。

（三）教育目標能適當反應國家、社會、產業需求、未來學術與技術發展

學校傳統課程教學模式教不易打破框架跨領域結合，致使學校培育出來的人才無法快速因應新興文創產業需求及業界跨領域人才需求，因此，面對產學斷層與整合性人才需求，我們的教育目標建立具有整合性的規劃設計能

力；由文創系以社會設計為核心的跨領域課程，嘗試帶動弘光科大各學域與地方產業環境有進一步的跨域創新。文創就如同許多的其他領域一般，不能只是固守發展自身既有的知識與技術範疇，需要藉由跨域合作以尋求解決問題與創新的出路。

(四) 學生未來就業就學符合教育目標內涵

1、文創系所培養未來跨領域整合的設計人才，除了專業核心課程外，由校或學院共同開設跨領域跨系所學程，原先類型繁雜共有九類之多，後在與各系所協調後於106學年度進行整併，對於停招的學程系上也會將學生輔導至學成修畢，並不會影響學生權益；目前共有六類跨領域學程，詳見下表，可增進同學第二專長之能力。另外本系也連續辦理勞動部中彰投分屬就業學程計畫，提升學生就業與教育目標相符。

表 1-1-2 文化創意產業系跨系學程一覽表

編號	學程名稱	合開系所	備註
1	文化觀光學程	文創/運休/餐旅/應英	
2	兒童文化產業學程	幼保/文創	
3	美髮與文化創意學程	美髮/文創	
4	時尚與文化創意學程	妝品/文創	
5	創意產業服務學程	應英/文創	105 停招
6	3D 列印創新設計學程	資管/文創	106 停招
7	全球文化數位傳播學程	文創/應英	106 停招
8	微電影行銷學分學程	文創/資管/妝品	106 停招
9	多媒體學分學程	文創/資管	106 停招
10	資源再生產品開發學分學程	妝品/美髮/文創/食科 環安/生科	107 新開
11	數位媒體動漫製作學分學程	資管/資工/文創	107 新開

2、本系以「文創專業實習」與「專題製作」作為未來就業的前置平台，專業實習得過程可讓學生了解職場倫理與文創職場的現況，進一步選擇其

適合的業別；系上亦透過產學合作，積極與企業媒合帶動多元就業，與規劃設計公司探討新鄉村的生活模式、與農會合作研發農食商品、讓同學提案籌辦區域型大型活動設計到流程規劃等，正符合跨域整合學習並落實大學社會責任。

- 3、依據2017台灣文創產業發展年報統計2016年台灣文化創意產業總家數為63339家，較2015年成長0.72%；我國文化創意產業營業額主要來自內銷收入，2016年佔總營業額的88.53%，雖該年全球經濟降溫，但我國文創產業外銷收入逆勢成長4.51%，由上述數據目前台灣文創產業的人才需求是正向且逐步成長的。就產業別分類本系主軸創意生活產業與三大主軸空間、產品、視覺四類在2016年文創業總比例達12.99%，公司數達8228間，由於本系教學目標為文創整合人才，因此在此四領域之外的文創相關產業，畢業生所學亦可發揮極大貢獻。

1-4 教育目標及核心能力之宣導與教職員生及外部利害關係人（如畢業生、雇主等）之瞭解與認同程度

（一）教育目標及核心能力對教職員生之公告與宣導情況適當

本系在每學期舉辦期初與期末兩次的全系師生聯合班會中針對系上教育目標與核心能力相關內容對本系教職員生公告，並適時宣導與提醒；亦會在每學期導師會議中請各班導師在班會中提醒同學本系教育目標與核心能力，讓學生都可以清楚並謹記在心。

除此之外，文創系設立各委員會議審議相關業務，透過會議討論、凝具共識並推動系務發展，各委員會議設置情形與主要任務參閱表 4-1-9(本系各委員會議設置情形與主要任務)，依據本系設置辦法訂定相關委員會實施要點，所有教職員均參與組織之運作，各司其職互相協調及協助，在會議中也會針對教育目標及核心能力做宣導與檢討。

（二）利害關係人對教育目標規劃理念瞭解及認同

經過這幾年的逐步修正與課程翻轉，本系辦學績效獲社會大眾、家長及學生肯定，並且讓利害關係人理解本系教育目標規畫理念，整合型的文創人才是現今各產業皆需要的類型，藉由我們的教育目標與規畫理念讓其可以融滲至各產業當中。本系為提升教育品質與成效，以及畢業生就業之競爭力，

預計每年八至九月針對利害關係人實施「文化創意產業系教育目標核心能力意見調查」，並接此調查納入系本位課程發展機制工作指導書，做為後續確實落實的依循。依據 1071 學年度的調查結果顯示，問卷填具者身份別主要為學生(45.3%)，其次為畢業校友(22.6%)，其餘為家長(11.3%)、教師(11.3%)與企業主(9.4%)；有關本系之系教育目標，同意具備文化基礎知能有 86.8%、同意具備應用設計知能有 84.9%、同意具備品牌經營知能有 84.9%、具備創意生活設計行銷整合知能 88.7%。因此，大多數的利害關係人認同本系教育目標。

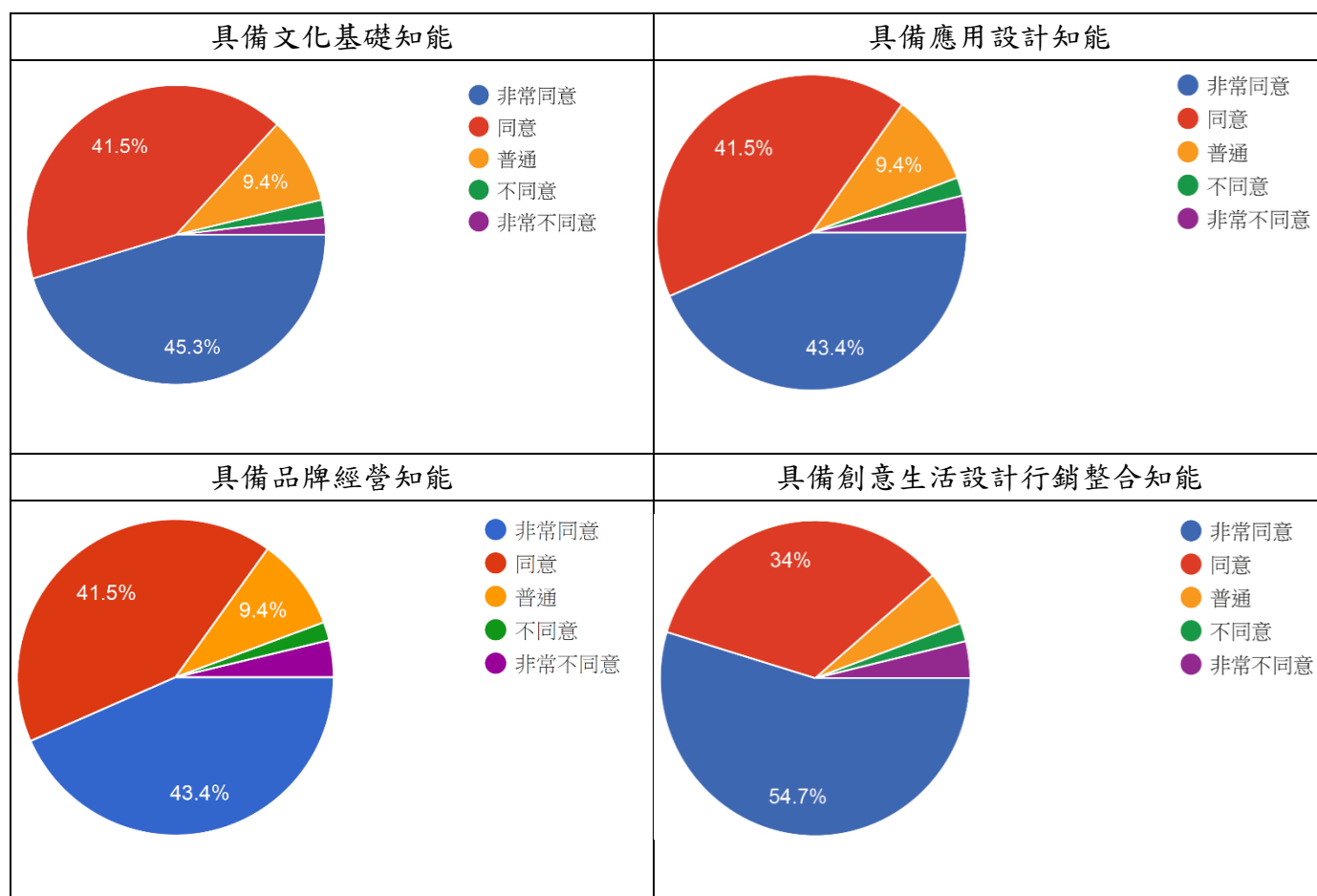


圖 1-1-3 文化創意產業系教育目標核心能力意見調查-系教育目標

關於本系之系核心能力，同意培養學生之文化實踐創新能力有 90.6%、同意培養學生之生活應用設計能力有 90.5%、同意具備品牌經營知能有 88.7%、具備創意生活設計行銷整合知能 86.8%。因此，大多數的利害關係人認同本系所培育的核心能力。

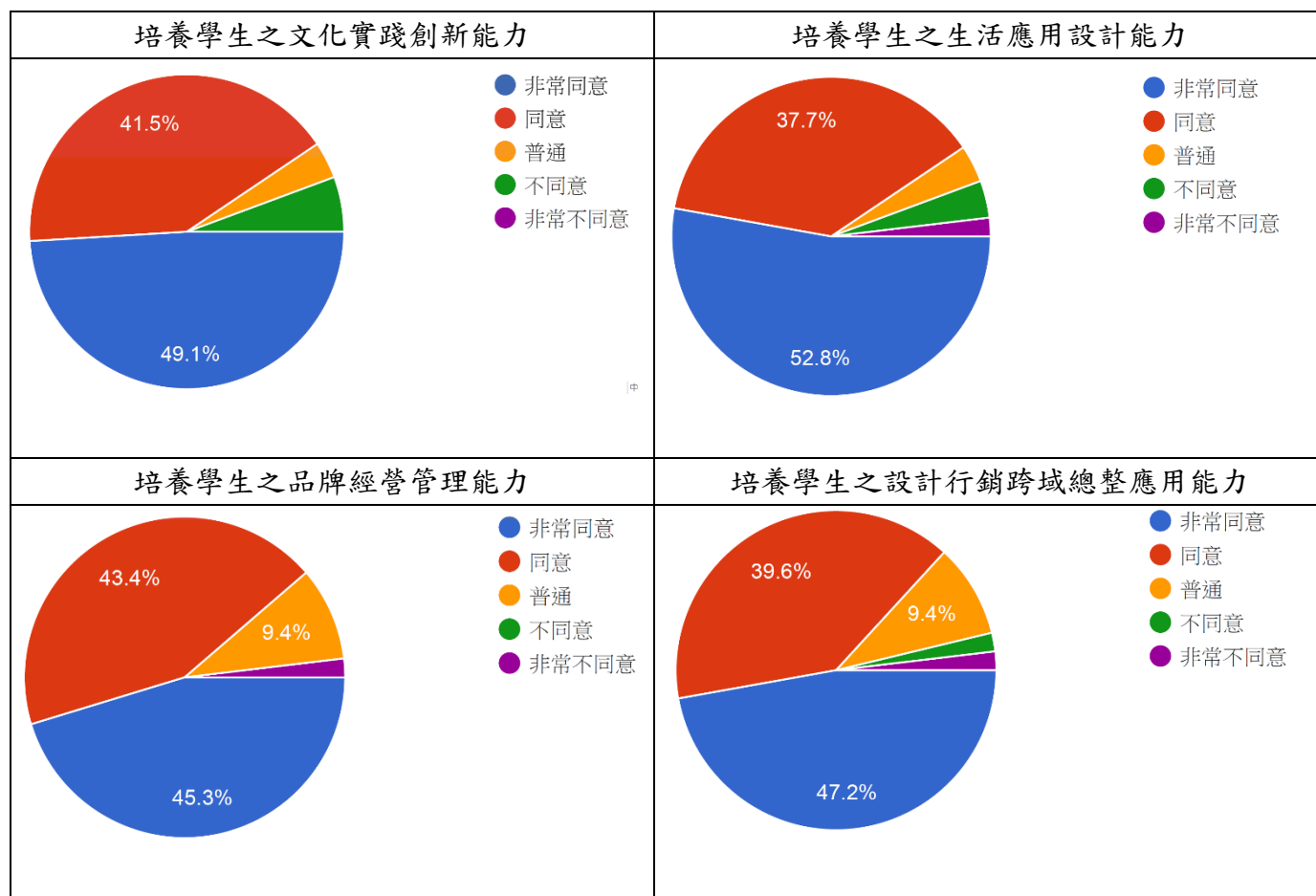


圖 1-1-4 文化創意產業系教育目標核心能力意見調查-系核心能力

有關本系未來發展方向，同意具備社會設計與社區設計之能力有 79.2%、同意熟悉文創業界軟硬體及週邊設備之操作能力有 84.9%、同意培養國際觀與外語之能力有 71.7%。因此，大多數的利害關係人認同本系未來發展方向。

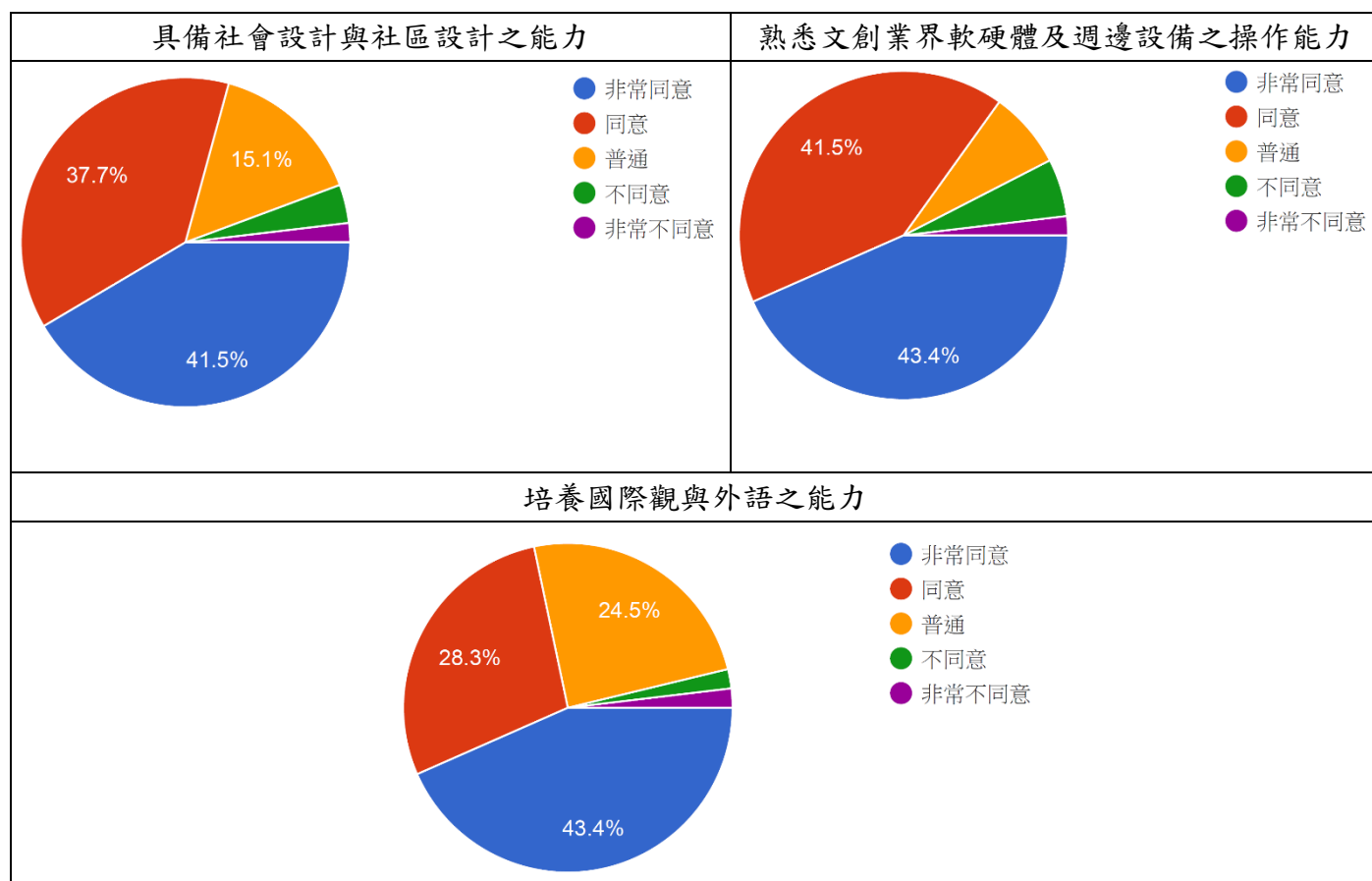


圖 1-1-5 文化創意產業系教育目標核心能力意見調查-系未來發展方向

(三) 利害關係人（教師、學生、畢業生、雇主及專家學者代表）適當參與教育目標之制定、檢討及執行成效評估

本系相關會議規定皆包含系上利害關係人在其中，系課程委會議（含專任教師、學生代表，視議題需要聘請校外學者專家、產業界代表、校友代表）、系實習委員會（含專任教師、學生代表、畢業生代表、家長代表、機構代表）、教學研討會議（含專兼任教師、校內外專家學者），本系皆讓利害關係人參與相關目標制定、檢討及執行成效評估。請參見【附錄 1 文化創意產業系委員會設置辦法】

(四) 本系學生畢業條件

本系之課程規劃計有通識課程 32 學分，文化實踐創新、生活應用設計與

品牌經營管理專業必修課程 61 學分，文化實踐創新、生活應用設計與品牌經營管理專業選修課程 35 學分。為提昇畢業學生之就業競爭力，本校及本系訂定涵蓋一般基本能力、專業核心能力檢定及修畢至少一跨系學程等畢業條件：請參見圖 1-1-5

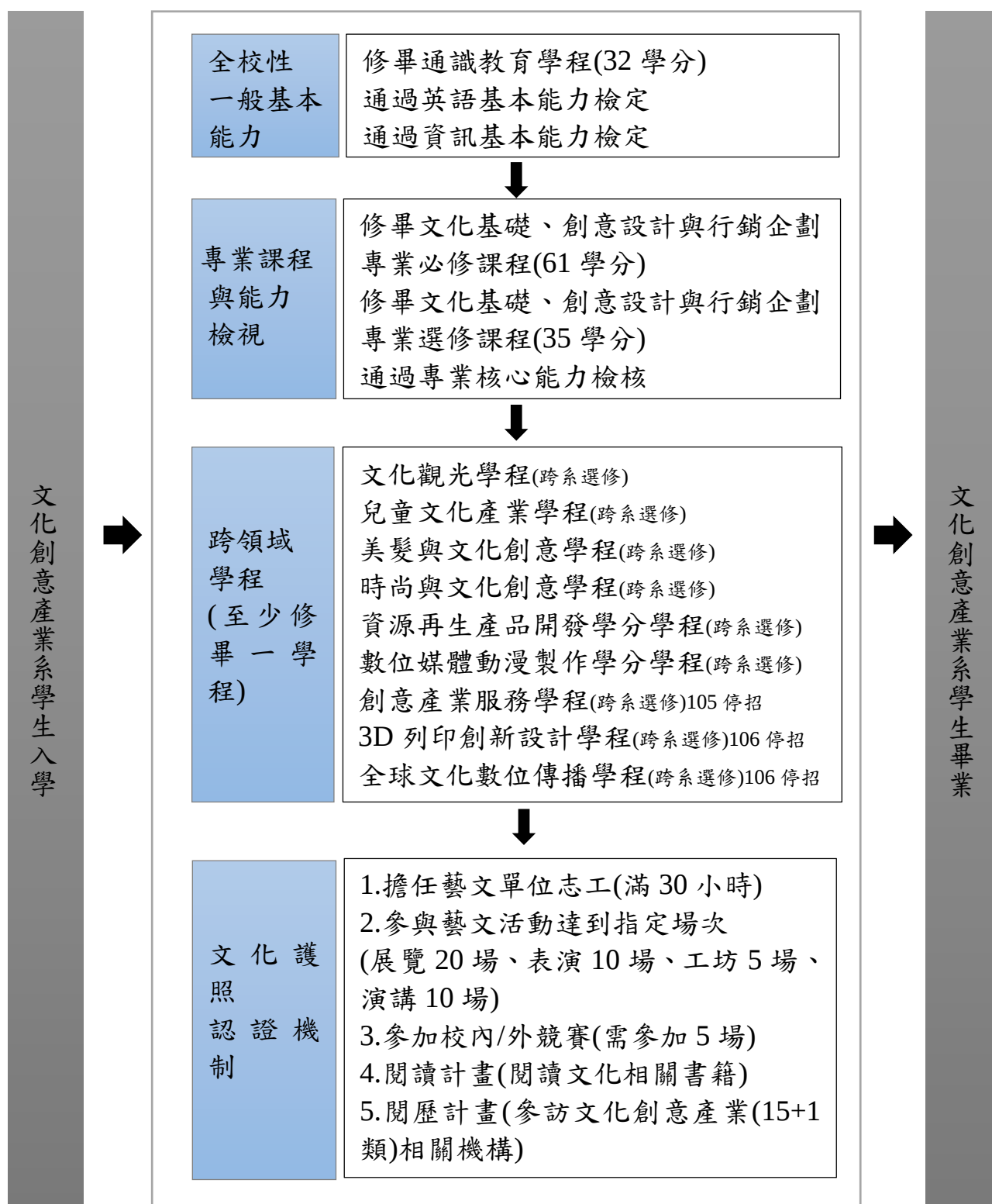


圖 1-1-6 文化創意產業系教育目標發展圖

二、特色

- (一) 本系教育目標符合政策發展趨勢與文化創意產業需求培育整合型人才。設計能創造產值，卻也需要好的行銷與管理才可以將其推廣販售，本系以設計與行銷整合為主要培育方向。本系專兼任教師之授課多配合中部地區文化創意產業專家協同教學，並積極簽訂相關文創簽訂產學合作計畫，實有助於協助學生實習與就業，達到學用接軌。
- (二) 國際交流與海外實習涵蓋歐、美、亞洲，擴展學生之國際視野文化創意產業發展不能局限在台灣，應該參考歐美國家之發展案例。本系自 104 學年度起每年暑假舉辦短期海外見習（104/日本東京、105/日本京阪、106/韓國首爾、107/泰國曼谷）大約七天六夜的見習行程，我們排除了觀光團思維而採自助苦行的方式，地鐵、公車與雙腳的組合讓我們走出非典型的海外短研行程，讓學員在見習過程中更貼近感受當地的生活層面與文化元素。旅程中我們帶著學生調查當地之歷史聚落、文創經營、飲食文化、自然資源、人文空間與設計教育等主題，另外也安排和當地相關大學交流互動，同時引導學員以手繪與文字紀錄的方式記錄其個別感想與觀察，期望藉此培養學員全方位觀察、紀錄與調查之核心能力。105-107 年皆將弘光文創海外短期研修之紀錄與感想出版成冊並印刷，期望這樣的方式可以繼續延續下去，除了提升同學的國際視野與移動力外，也增進其文化觀察與紀錄分析的能力。

在學期中我們也邀請日本、泰國專家學者與藝術家蒞校短期授課，本系亦自 104 學年度起，加強海外實習部分，並申請教育部學海築夢計畫給與同學補助，分別安排學生至馬來西亞、日本、美國、澳洲、泰國、中國等國進行海外實習，實習結束後與全系師生分享實習過程與心得，也將其在實習過程中的專業所學和利用假日的文化觀察繪製成書籍出版成冊，這樣的做法有助於擴展本系學生之國際視野並增加其國際移動力，提升其就業競爭力，請參見表 1-2-1。

表 1-2-1 文化創意產業系專業實習刊物出版一覽表

編號	書名	ISBN	出版時間
1	2016 短期海外研修/日本京都	978-986-90667-8-5	2016/11
2	2016 海外專業實習/澳洲	978-986-90667-9-2	2017/01
3	2016 海外專業實習/日本東京	978-986-94118-3-7	2017/01
4	2016 海外專業實習/馬來西亞	978-986-94118-0-6	2017/01
5	2016 海外專業實習/中國上海	978-986-94118-2-0	2017/01
6	2016 海外專業實習/中國北京	978-986-94118-1-3	2017/01
7	2017 短期海外研修/韓國	978-986-96152-0-4	2018/02
8	2017 海外實習手札	978-986-94118-8-2	2018/02
9	2018 短期海外研修/泰國	978-986-96152-6-6	2019/01
10	2018 海外實習手札	978-986-96152-5-9	2019/01

(三) 設計整合人才能力的自我擴充與精進，系上除了必修課程與相關畢業資格外，另設計了一本文化護照亦列為畢業資格。設計教育光是從課堂上的練習是不足以將個人內涵更充足與精進，系上規劃了「文化護照」，讓同學在四年當中針對展覽、表演、演講、競賽、文化志工、文創單位參訪等進行自我充實，如此有助於同學增進美學與設計相關課外知識，並與業界實際鏈結。

(四) 本系為中部科大文創系所首以農村社區為經營及訓練場域，進行社區設計與社會設計，以此目標為系上的發展主軸。設計人基本上都嚮往著某種美學，追求藝術的境界，希望從中表現出自我；這是同學的優點，但如果過於著重表現自我，往往會覺得自己設計的東西就是優異的，反倒忘了考量使用者、環境、文化等，導致做出來的作品可能傷害環境，甚至是社會不需要的。系上在總整性課程中強調「同學們需要進入一個實際的場域去學習，真正去體驗、去執行，與人群互動，與環境共存，與現實連結。」秉持著這樣的初衷，連續兩年系上選擇農村做為學生的實踐場域，而不是一般的商場或企業，是希望同學在設計作品時，能少一些商業化的考量，

多一些人文的思考，尊重人群，尊重自然，從社會設計的理念出發，從自己關心的土地做起。

- (五) 不同型態課程模式，帶來多元創意提案，因為地理優勢弘光科大鄰近台中龍井及沙鹿地區，是典型的農業鄉鎮，農田面積龐大。龍井區地理景觀多樣，山林與海景兼具，擁有多變的自然景色，農產主要以水稻、地瓜、甘蔗、花生、西瓜為主，大肚溪河川地近年則多改種植金蘭西瓜。為了推廣在地農產，龍井區農會絞盡腦汁，每年舉辦西瓜節及各種各樣的活動，但總是少了些新意與趣味。連續在 106 與 107 兩年，文化創意產業系學生們來到龍井區農會實習，不僅協助設計了各式 Logo、海報及明信片、西瓜冰品包裝，更推出新的禮盒包裝。系上也在整合課程中讓同學練習西瓜節提案，從視覺形象到活動也不再只是吃各種西瓜製品，藉由闖關遊戲，提高民眾參與的熱情，民眾得到樂趣，農會也達到了想要的行銷效果，如圖 1-2-1。更在 107 年度將原本在龍井活動的西瓜節場地移到了台中市中心的草悟道廣場，讓更多人看到西瓜節的趣味與增加其販售銷量。



圖 1-2-1 106~107 系上課程協助農會舉辦行銷活動

三、問題與困難

- (一) 文創產業領域很廣，本系雖聚焦在創意生活產業，但設計專業多如鱗毛，系上極力地為學爭取每一個實習機會與專家演講，但現實環境上，本校同學半數經濟能力較不優渥，因此課餘時間或是周末假日需要打工，無法參與工作營、演講或是參訪活動，而喪失難得的學習機會。
- (二) 文創系 104-105 年分屬於本校人文社會學院，106 因校組織調整改為民生創新學院，本系屬設計相關科系但學院、學校中都無相關類型之科系，因

此不但在課程安排上、師資聘任上、甚至是升等上都有相當的難度，需要花很多時間安排與溝通協調。

四、改善策略

- (一) 提供弱勢學生相關工讀機會，工讀機會以學校或是相關產業活動為主，讓學生在打工之餘還可以學習到專業。系上為此簽訂數個產學計畫案讓同學有工讀名額，包含龍井農會的規劃設計計畫與教育部智慧鐵人競賽初賽場地承辦，都讓同學可以有些許收入。另外系上也分別在日間及行政的上班時間聘任清寒學生擔任行政工讀，也利用文創系同學的整合性能力介紹於各處室工讀（藝術中心、弘櫻館、總務處等），雖然數量有限但也算是減輕部分學生經濟負擔。

學校也於 1062 學年度開始，運用高教深耕計畫的經費給與部分弱勢補助，期望可以讓同學有更多時專心向學而非為了賺生活費而荒廢學業。

- (二) 目前在新的翻轉課程中會加入校內數個相關科系發展整合性的主題，讓學校也讓學生知道文創產業無所不在，並非單一領域而是現今所需要的跨領域整合式學門，也得以讓民生創新學院各科系執行跨域合作。另外在教師本校專業學門歸屬就人文、商社、理工、醫農、藝術、教育體育、專業技術人員等七類，雖其中已有藝術類別，但本系在升等規範中多只針對美術類敘述，對於本系日益增多的設計類教師並不相符，故系上會盡力爭取校方重視設計類教師的升等相關條件與準則。

五、小結

本系自創系以來，逐步轉型以培育符合文化創意產業所需之設計與行銷整合人才，為有效為達到此一目標，本系自大二下學期分為「創意設計組」及「行銷企畫組」，以培養學生主要專長，未來方能跨域整合。其作法為大一至大二上學期的一年半期間，培養同學文化涵養、創意設計及行銷企畫等基礎課程，大二下學期開始分組教授專業課程，再透過「專題製作」、「文化專案與財務分析」及「文創商品整合應用」等跨組課程來培養整合應用之能力。

本系為提昇國內外創意設計產業之國際競爭力，積極結合現有文創產業資源進行策略聯盟，以學理及實務化課程為基礎，規劃實務操作與實習體驗課程、業界協同教學、技術服務與合作、參與國際、政府單位與民間社團舉辦之相關

活動競賽與計畫，藉由參與的學習過程中，增進學生規劃、執行等實務能力，達到產學鏈結合一。另外掌握文創產業發展之動向，並提供學生多元豐富之學習與就業機會，發展成更具特色與務實之系所，為文化創意產業之人才培育貢獻更大之心力。在今日文創產業的發展需求下，本系之本位課程發展方向定位在培育「創意生活產業」、並輔以「視覺傳達設計產業」、「產品設計產業」及「文創場域規劃設計」所需之專業人才，並配合本校發展特色與中長程發展目標，研擬適切的本位課程，希望本系訓練之畢業生能合乎目前求職求才現況。本系訂定之四技課程，能教導及培養學生從事相關工作所需之專業能力；並且在開課鐘點允許範圍內，探討其他職場所需之專業課程開課之適切性。針對 104~106 年度畢業生出路流向的調查，因文創在各就業市場的遍地開花，本系的就業發展範圍相對廣泛，畢業生除了擔任一般藝術、設計與行銷事務所之外，多數擔任各中小企業的設計與企劃的相關部門，例如：印刷事業的設計員、文青餐旅服務人員、多媒體傳播事業的助理、CNN 作業員等，亦有青創事業，同樣在餐飲業、服飾業、電商、服飾與文創店鋪等業種業態展露頭角。

項目二：課程教學與師資

評鑑指標

- 2-1 課程規劃設計之運作機制，其架構、內容與教育目標、核心能力及辦學特色之關聯性。
- 2-2 教材內容與教學方式實施之妥適性。
- 2-3 課程規劃與教學如何因應產業發展之人才需求。
- 2-4 專兼任師資聘任質量與專長符合教育目標及滿足學生學習需求情形。
- 2-5 教師教學科目與個人專業領域相符情形及教學工作負擔之合理性（含研究所教師指導研究生之負擔情形）。

一、現況描述

落實課程發展機制，實現教學目標

為確保本系課程規劃能夠兼顧課程發展的基本原理、並呼應國家、社會、產業發展的需求，本系課程規劃除了透過系科本位課程委員會，改善課程規劃內容外，並運用 PDCA 的課程發展程序，確保本系課程兼顧學生專業能力與競爭力。同時整合校課程委員會、系科本位課程委員會、系務會議、專家諮詢會議、教務會議、課程教學意見調查、師生座談會等方式，持續改善課程內容，詳細的持續改善機制如下圖 2-1-1 所示。本系之 PDCA 持續改善機制，是採每 1-2 年重新檢視教育目標及學生核心能力，必要時予以做適當修訂。本系每年由秘書室稽核組與教學資源中心，針對課程發展歷程與機制進行稽核，研提具體改善建議。工作指導書如 ISO 文件 IC-20570-001 見【附錄 2-1】。本系課程發展流程圖如下：

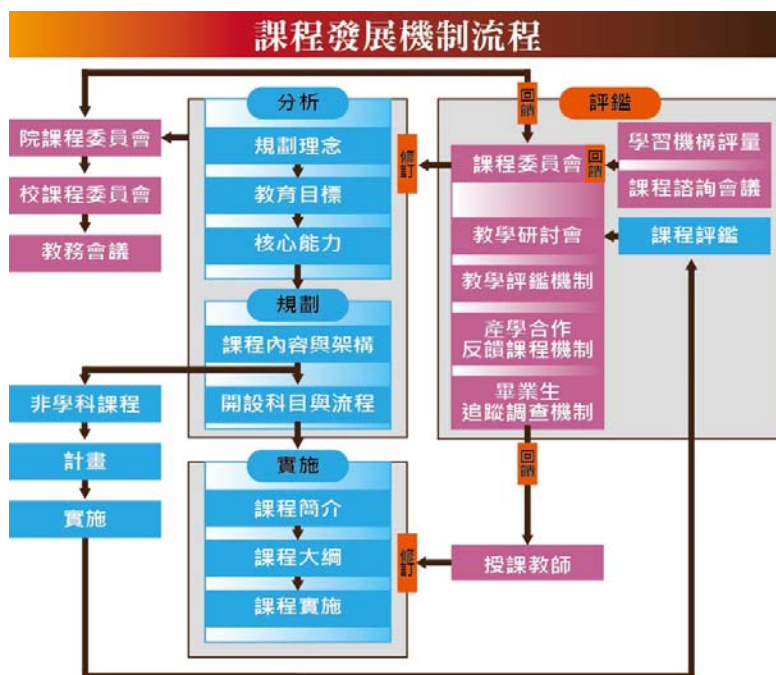


圖 2-1-1 本系課程發展機制流程圖

2-1 課程規劃設計之運作機制，其架構、內容與教育目標、核心能力及辦學特色之關聯性

(一) 課程規劃組織成員及運作方式(含定期檢討機制)適當

本系設有課程委員會，由本系專任教師組成，於每學期期初、期末定期召開，學期中遇有課程相關事務，亦隨時召開會議，以商議解決問題。課程委員成員由全系專任教師所組成，並在過程中邀請學生、畢業生或是學者專家給予建議，只要是系上與課程相關之議題皆需由系課程委員會開會決議，每學期為由專任教師中選出一名系課程委員會主席。本系自 104 學年度起大幅修正課程方向，也因為目標與課程逐漸明確與清晰而課委會的召開次數逐漸減低，但教師會利用社群與其他時間，或是期初與期中的教學研討會彼此溝通共授或是橫向連結的課程，因此並不會因為系課委會會議逐年減少而影響課程發展，課程委員會會議召開時間表請見表 2-1-1。

表 2-1-1 104-107.1 本系課程委員會召開一覽表

編號	學年度	召集人	會議時間
1	104-1	楊士奇	1.104/08/24 、 2.104/09/11 、 3.104/09/24 、 4.104/10/15 、 5.104/10/22、6.104/11/26、7.104/12/03、8.104/12/17、9.105.01/07
2	104-2	楊士奇	1.105/03/17、2.105/04/28、3.105/05/05
3	105-1	楊士奇	1.105/09/09 、 2.105/10/12 、 3.105/10/19 、 4.105/10/25 、 5.105/11/03、6.105/12/01、7.106/01/05
4	105-2	楊士奇	1.106/02/23、2.106/03/23、3.106/04/06、4.106/05/25
5	106-1	楊士奇	1.106/08/14、2.106/10/26、3.107/01/18
6	106-2	楊士奇	1.107/03/29、2.107/05/03、3.107/06/14
7	107-1	王靜儀	1.107/08/07、2.107/09/20、3.107/10/25、4.108/01/14

(二) 課程架構設計(含必修課程比重、學程規劃)及呼應教育目標/核心能力/特色發展情況良好

課程發展均經過課程委員會之充分討論，並納入課程諮詢會議中徵詢產業界及專家學者的意見，課程發展過程同時採納授課教師意見、學生意見及教學評量回饋，亦納入學生實習及就業表現、雇主滿意度、畢業生意見回饋，期使本系之課程發展更加完善。

本系自 104 學年度至今，邀請文化創意產業之專家學者召開課程諮詢會議，合計舉辦 7 場，參與之校外產官學界代表總計 37 人，相關會議的決議均

有具體改善措施或回應。課程依上述機制設定在「文化基礎」、「創意設計」、「行銷企畫」三大類，用以對應本系培育設計與行銷整合型人才教育目標。自 102 學年度起，本系學生可於大二下學期在兩大專業核心中擇一「創意設計組」或「行銷企畫組」，採取分班分組上課，這與其後續的專業選必修課目有很大的關連性。自 104 學年度起召開課程諮詢會議，依委員建議調整後課程架構，如下圖 2-1-2。初期分班狀態均衡，但自 105 年起「創意設計組」同學增加，且在畢業製作與實習時經老師與實習單位反映，「創意設計組」僅在行設計相關科目，「行銷企畫組」僅在行行銷相關科目，此與當初系訂目標之培養設計與行銷的整合型人才有所落差。

在經過多次會議與課程翻轉的討論後，於 107 學年入學開始，將採取不分組分班的方式，系上在中高年級大量開設選修課程，鼓勵同學依興趣選擇自己的修課科目，並新增總整性課程由大一的基礎文化設計（一）（二）到大二進階文化設計（一）（二）（三）到畢業專題製作，系上將以總性課程將該年級課程橫向串聯，並以小班授課的方式提升同學獨立思考與解決問題的能力，在總整性的課程設定也會由多位老師共同討論出每個階段學生所需要的知能進而進行課程與主題設定，達到設計與行銷整合型人才的培育目標。



圖 2-1-2 本系專業課程規劃圖

（三）課程規劃/課程地圖（含核心課程、課程擋修規定等）設計體現教育目標/核心能力與特色發展

1、課程規劃符合文化創意產業發展趨勢與社會需求

繼第三波「資訊產業」經濟後，文化創意產業被視為「第四波」經濟動

力，為營造台灣文化創意產業發展之良好環境，促進其轉型與升級，2009年行政院文建會推動「創意台灣—文化創意產業發展方案」，其中「設計產業」是六大旗艦計畫之一。故文化創意人才正面臨高度需求的優勢。而為了配合國家政策與兩岸經貿發展，本系培育學生具備：(1)一般能力：文化創意產業中行銷與設計基礎能力。(2)專業能力的培育以文化行政能力「C(Cultural Competence)」、「行銷企畫能力」M(Marketing Planning)、「創意設計能力」C(Creative Design)為專業課程發展重點，契合目前產業發展之需求如下圖 2-1-3。



圖 2-1-3 目前產業需求

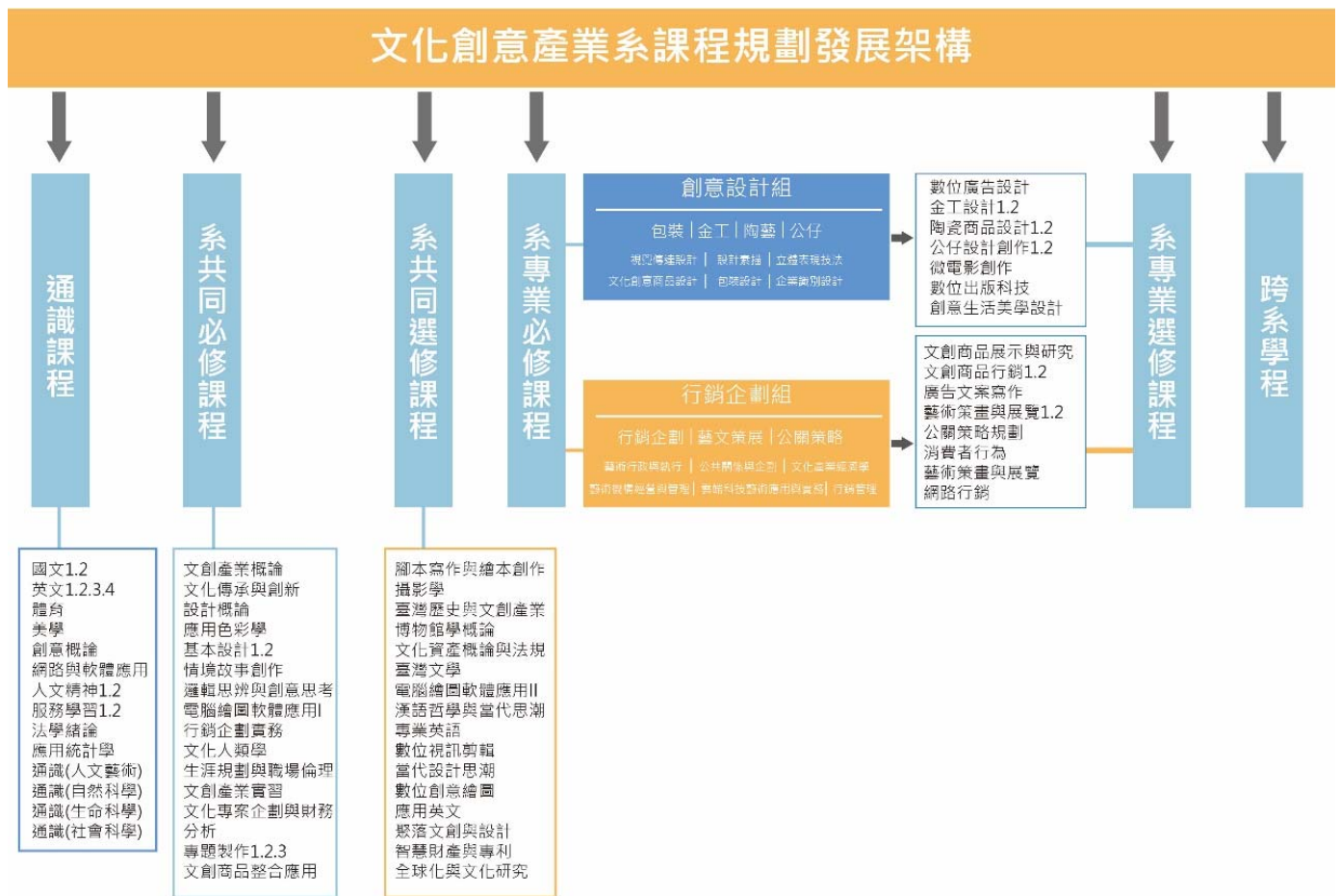


圖 2-1-4 文化創意產業系課程規劃發展架構

台灣文化創意產業雖有優良的藝術家創作與特殊地方文化之文化價值，卻欠缺品牌設計、行銷網絡與管理人才，其中品牌設計與行銷網絡應是文化創意產業的兩大重點。學者亦紛紛指出，台灣的文化創意產業必須在通路、行銷及形象上定義出台灣的品牌產品，而文化藝術必須要結合設計與行銷，方能使文化創意達到產業化的目的。設計能創造產值，卻也需要好的行銷與管理，本系以設計與行銷整合為主要培育方向，課程規劃亦遵循三大領域與專業能力的融合為目標。

2、本系課程規劃考量學生經驗與背景本系招生的學生對象主要以商設群、商管群為主(107年度加入土建群)，為了協助學生未來能夠順利成為文化創意產業所需的整合型人才，本系的課程規劃除通識課程與文化基礎課程之外，亦規劃創意設計與行銷企畫兩大專業課程。創意設計課程主要培養學生創意想像與設計應用能力，以生活美學觀點出發，結合文化與

科技創意；行銷企畫課程則培育培植學生行銷企劃與經營管理之實務能力，以培育品牌行銷與企劃管理人才。

3、完善之課程地圖規劃，建置學習導航系統

本校執行教育部以通識教育為核心之全校課程革新計畫之子計畫「全校課程地圖建置」，建立全校課程地圖目的是讓學生於大學四年能有清楚之學習路徑，能夠依據未來欲達到的目標來選擇課程或學程。本系參與全校課程地圖建置計畫，透過參與通識教育學院的會議、研討會，全系老師對於能力本位課程及課程地圖的發展皆有清楚的認識。因應系名調整，本系則自 2013 年 2 月起，經過系多次的討論，根據文化創意產業所需人才所需具備「創意設計」及「行銷經營」之專業知能與就業競爭力，進而調整課程地圖規劃。本校課程地圖成果網站平台目前擁有 6 部分功能：1.最新消息、2.查詢相關工作與課程、3.查詢相關證照與課程、4.查詢通識課程、5.各系課程總表 6.課綱索引平台。

課程地圖之規劃首先運用 SWOT 分析現行課程之優勢、弱勢、機會、威脅之策略分析，相關考量因素有：系上之資源、特色、規模、設備、教師特質、未來發展目標、學生需求狀況、畢業生就業環境…等因素。並透過課程發展組織成員相互討論，將討論結果歸納成表 A1 之「文化創意產業系 SWOT 分析表」，再查閱「中華民國職業分類典」，選定廣告公關企劃師等 27 種等工作職稱，回溯該工作職稱所須之一般與專業能力後，對應系上通識與專業必、選修課程，建置從通識到專業，基礎至專精的學習導航系統。

（四）修課規定相關內容的合理性及與教育目標配合情形良好

修課規定在當初課程大綱制定時已經依先後順序與層級安排，特別是有序列性的課程會依適當年即建議修課與安排，另外本系在學期末選課前都會進行選課輔導說明，針對課程的專業性與課程大綱和授課方式給予同學分析建議，希望大都可以選到適性的課程。針對操作行課程為因應個別指導時間和工具數，因此常會設有 35 上限，以維持課程教學品質。另外在電腦相關應用課程方面，因受限於本系電腦教室設備，最多修課上現人數為 55 人，在 106 學年度前的基本設計課每班的師生狀況為老師 1 對 60 位學生，時間只有 2 學分 2 小時，無法有效討論導致成效不佳。雖本校考量開課成本，但經過多次與校方說明設計課程的重要性與其他課程的差異性之後，最終，將於 107 學年度起設計改為老師與學生為 1:20 的小班制比例，藉此可以提升本系學生的

專業設計的能力。

進階課程或是有序列性的課程，本系會要求學生具備先修課程的基礎，逐步理解設計的邏輯與技法，並透過擋修機制控管學習品質，換句話說，課程若有先後順序者，則會以擋修管控。

(五) 課程名稱制定能適切反應教育目標及課程內涵

1、專業課程規劃理念架構與各年級修課流程與核心能力重點本系專業必修課程規劃以未來從事文化創意產業相關工作所需之設計與行銷整合型人才之所需能力為目標。文化實踐創新、生活應用設計、品牌經營管理三大類課程，課程設計理念兼顧理論與實務，以培養學生就業能力，未來可從事相關創意生活產業為主要職場。茲將三大課程培育目標說明如下：

- (1)文化實踐創新：使學生具備文化傳承與創新知識能力，亦兼具美學藝術涵養與文學基礎及文字表達技巧，並學會如何閱讀與轉化文化。
- (2)生活應用設計：培養學生創意想像與設計應用能力，以生活美學觀點出發，結合文化與科技創意。
- (3)品牌經營管理：培植學生行銷企劃與經營管理之實務能力，以培育品牌行銷與企劃管理人才。
- (4)本系為了使課程符合文創系核心能力的培育，將課程分為基礎知能、專業技能、整合應用三大類；並在 104 學年度起加入整合性課程，包括：視覺規劃與設計、產品設計與行銷、空間設計與行銷等皆以(一)(二)(三)階段授課。讓每年級皆有總整性課程搭配雙師授課，讓同學可以進行跨領域和應用整合技能。



弘光科技大學文化創意產業系 簡介 / 2017 March

圖 2-1-5 文化創意產業系專業課程地圖

2-2 教材內容與教學方式實施之妥適性

(一) 各學年實際開課清單、課程分析及教學方式適當

1、課程特色與教學方法分析：

(1)總整性、雙師授課的學習環境：104 學年度起加入總整性課程，包括：視覺規劃與設計、產品設計與行銷、空間設計與行銷：透過雙師授課，讓師資群在教材、教學方法上發揮最大創意與學習效益。於是，專兼任老師與學生能學習跨領域合作，也間接提升多元專業融滲文創系的強度。授課方式：課程以多元的方式進行，包括課堂講授，田野訪查、實作教學、工作坊等，課程實施方式如圖 2-1-6。



圖 2-1-6 實作教學與工作坊的授課方式

(2)動手實作：我們期許學生在理論基礎上，多動手實作，不僅能讓創意提早成型為創新產物，更可以經由製作過程，啟發更多創意來源，一般來說，整合性課程的授課方式需在短時間內集中且密集的討論，創意發想，並且完成實作成果，因此課程將儘量集中時間授課，以不同場域配合實作空間，讓學生在不受限制的環境下發揮最大的創意。例如：「立體表

現技法」傢飾成品與「攝影學」靜態影像，展示於弘光的實習餐廳；「產品設計與行銷」文創商品結合市集規劃，策動在校園廣場等，課程展現成果如圖 2-1-7。



圖 2-1-7 實作課程的成果展現在校園空間或創意市集

(3)解決社區真實問題：我們期許學生面對社區的真實問題，了解問題的發源與其複雜度，逐漸從田野訪談中定義問題，再有系統的分析並進行創意發想，最後經由呈現與驗證體認失敗經驗，進而能擁抱最後的成果。具體操作在專題實作與專業實習課程上。

(4)「文化設計」的開創性：本系的核心課程「文化設計」，107.1 將以小班教學正式啟動。以專業教師與其他領域教師共同規劃課程內容並共同授課的方式發展主題式文化設計。再者於學校新的各種創新設計的計畫，本課程之設計可以成為在空間、展示、商品與視覺設計方面的具體操作平台，有機會參與校內外各創新計畫與產學合作。此外「文化設計」教學與國內文創系之間的區隔在於，本學程核心是文化設計，與設計系的區隔是「社會設計」；與視傳系的區隔是「文化空間」與「構築」。

(5)跨域實作課程：

107.1「空間設計與行銷(三)」、「文化空間(一)」特別將學習場域選在彰化南郭與龍井社區，師生與業師、社區組織、規劃團隊形成跨域的合作模式，於學期間提出產品與空間規劃的提案，擬每年將提出跨領域整合計畫 1 件。另外，針對跨域學程本系也將結合本校其他專業辦理跨領域學程，預計每年將有 50 位同學修習完畢跨領域學程，另本系與靜宜

大學和開設之跨校課程，也將持續辦理，並逐年增加課程開設與提升參與學生人數。

(二) 選課前公告教學大綱與教材

本系皆會依校方規定在選課之前要求專兼任教室上傳教學大綱與教學目標，讓學生可以對幾所選的課程有充分了解與準備。在每次的課程後也會請老師上傳教材內容，但這部分是採自由鼓勵性質，因為部分教師認為上傳課程教材會有版權疑慮，甚至是同學因此上課都沒有做筆記的習慣，所以這部份就由授課教師自行決定。近年系上也積極鼓勵老師，可以多利用學校創課平台收取作業報告，以達到該平台之使用與點閱數及建置功能。

(三) 教師教學方式符合專業特性、學生特質與社會發展需求

1、系所專兼任師資結構、專長與系所教育目標及特色之相關性。

本系之設立乃以培育行銷與設計整合型專業人才為目標，並透過能力本位的課程發展機制以規劃課程，培養學生具備多元整合能力。因此，在師資的延聘與整合上均朝此目標規劃及執行。師資結構依系教育目標分為「文化實踐創新」、「生活應用設計」與「品牌經營管理」三個特色模組，模組課程教師分布圖如圖 2-1-8。



圖 2-1-8 文化創意產業系模組課程教師分布圖

本系 104-106 學年度有專任師資 11 位，包括教授 1 位、副教授 2 位、助理教授 7 位、講師 1 位。具博士學位之教師比例為 72.7%，具助理教授資格之教師比例為 90.9%。專業師資結構如表 2-1-2。

表 2-1-2 本系 104-106 學年度專業師資結構表

專任師資 職級	104 學年度		105 學年度		106 學年度		107 學年度
	上	下	上	下	上	下	上
教授	1	1	1	1	0	0	0
副教授	2	2	2	2	2	2	1
助理教授	8	8	8	8	8	8	6
講師	0	0	0	1	1	1	3
合計	11	11	11	12	11	11	10

本系截至 106 學年度為止，具博士學位與助理教授以上師資百分比為 90.9%，如表 2-1-3：

表 2-1-3 本系教師具博士學位及助理教授以上師資比

具博士學位/ 具助理教授 以上師資 人數	104 學年度		105 學年度		106 學年度		107 學年度	
	上	下	上	下	上	下	上	下
	11	11	11	11	10	10	7	8
教師總數	11	11	11	12	11	11	10	11
百分比%	100	100	100	91.6	90.6	90.9	70	72

本系 11 位專任教師中，可分為文化基礎類師、行銷企畫、設計類及其他，因專案教師這幾年去留頻繁，又兩位教師分別在 1052 與 1062 退休故以表列方式呈現。本系教師之專長與背景如下表 2-1-4：

表 2-1-4 本系專任教師專長背景與授課科目關聯一覽表

本系 特色 模組	教師	學位/經歷	學術領域	授課科目	備註
文化 基礎	王靜儀	國立中興大學歷史學系博士 國立台灣師範大學歷史學系碩士 弘光科技大學文創系系主任(99-102)	台灣史、文化資產、中國文化史、文化觀光	文化傳承與創新 文化資產概論與法規 文創產業概論 台灣歷史與文創產業	
	楊士奇	國立政治大學哲學系博士 中央研究院歐美研究所國科會博士後研究學者 中央研究院歐美研究所博士後研究	哲學、文化研究、社區營造	創意思辨與邏輯思考 漢語哲學與現代思潮 文化規劃與社區營造 全球化與文化研究	106-2 轉任中山大學通識中心
行銷 企畫	林奎佑	國立交通大學建築研究所博士進修 國立政治大學科技管理研究所碩士 三立電視股份有限公司創意總監	數位影音、動畫、多媒體整合與應用	雲端科技藝術運用實務 網路多媒體行銷	105-2 退休

本系特色模組	教師	學位/經歷	學術領域	授課科目	備註
		中國時報文化事業股份有限公司專欄記者 甲馬創意股份有限公司執行長 自立晚報社股份有限公司漫畫評論 海華影視事業股份有限公司製作人 魚夫企業管理顧問社負責人 聯意製作股份有限公司新聞製作中心主任			
	田其虎	國立中正大學成人教育研究所博士 國立中正大學電訊傳播研究所碩士 東森國際網路股份有限公司襄理 聯合報企劃	大眾傳播、公共關係	公共關係概論 公關策略與企劃 口語表達與提案	本校國際長
	施淑萍	法國國立貝藏松大學人文科學研究所藝術史博士班先修學位 DEA 文憑 法國巴黎第八大學語言學研究所碩士 國立台灣美術館研究員	博物館行政與展示、藝文策劃與展覽、藝術行政與管理、藝術行銷、藝術史	藝文策劃與展覽 藝術行銷 藝術行政與管理 文化展示與研究 藝術概論 美學	本校藝術中心主任
	顏加松	國立彰化師範大學工業教育與技術所博士	工業教育 大眾傳播 公共關係	傳播概論 剪輯概論 數位視訊剪輯 廣告文案寫作 微電影創作 微電影行銷(一)(二)	105-2 離職 專案 教師
	劉書銘	中央大學企業管理研究所博士	程式語言與數據分析 雲端服務應用與實務	管理概論 網路行銷 視覺規劃與設計 雲端整合行銷	106-2 離職 專案 教師
	黃錦華	國立中央大學企業管理研究所博士 中興大學博士後研究員	行銷管理、消費者行為研究、廣告研究	文化創意行銷 消費者行為 國際行銷 非營利組織管理 文創品牌管理 廣告管理	105-2 專案教師轉專任教師
行銷企畫	何宣霈	亞洲大學經營管理博士班 (博 1) 臺灣大學創業創新 MBA (碩 3) 加拿大 Simon Fraser University 數位媒體碩士 加拿大 University of British Columbia 劇場設計學士	電腦繪圖、影片剪輯、廣告與數位特效、設計思考、創業與創新管理、行銷與策略管理、專案管理、簡報技巧	電腦繪圖、視覺規劃與設計、音像創作與數位行銷	107-2 新進專案教師
創意設計	陳冠勳	中原大學設計學程博士 美國密蘇里州聖路易市 FONTBONNE UNIVERSITY 藝術碩士 弘光科技大學藝術中心主任 弘光科技大學時尚創意中心主任 弘光科技大學文創系系主任(103-1041)	雕塑、傳統木雕、傳統建築裝飾藝術、視覺傳達設計	基本設計(一)(二) 文化創意商品設計 視覺傳達設計 公仔設計與製作	1062 退休
	廖倫光	中原大學設計學程博士 中原大學建築系碩士 中央研究院歷史語言研究所專任研究助理 屋場文化資產研究工作室負責人	文化資產、陶瓷工藝設計	設計概論 陶瓷工藝設計 設計素描 當代設計思潮 宗教與民俗文化藝術	1062 離職
	涂 卉	臺北科技大學設計研究所博士 東海大學景觀學系碩士	文創空間設計、綠色永續設	創意思考與文創產業 聚落文創與設計	

本系特色模組	教師	學位/經歷	學術領域	授課科目	備註
		中華民國專業者都市改革組織規劃師 中原大學景觀學系專任講師 東海大學博士後研究員 臺灣通用設計有限公司設計部協理 弘光科技大學文創系系主任(1042-107)	計、設計專利申請、文創商品設計	基本設計(一)(二) 設計表現技法 創意生活美學設計	
	陳黎枚	國立雲林科技大學設計學系博士班 國立雲林科技大學設計學系碩士 人間廣告企業藝術指導 又一創意整合有限公司藝術指導 中文廣告有限公司藝術指導	設計教育、視覺傳達設計、包裝設計、編輯設計	數位視覺設計 電腦繪圖軟體應用 包裝設計 情境故事創作	1032 轉任台南應用科技大學
	黃志龍	國立成功大學工業設計學系數位設計與同步工程組博士	工業設計 電腦輔助設計 文化創意商品設計 數位傳達設計	創意概論 基本設計(一) 基本設計(二) 應用色彩學 腳本寫作與繪本創作	105-2) 離職 專案教師
	林敬榮	美國紐約哥倫比亞大學不動產開發碩士 國立臺灣藝術大學創意產業設計研究所博士班(進修中)	品牌規劃設計 空間規劃設計	品牌行銷與管理 包裝設計	1052 新 進專任 教師/ 本校營 運中心 主任
	吳振廷	國立台灣大學建築與城鄉研究所博士	城鄉規劃與環境策略 地方產業輔導 社區營造 社會設計	創意概論 基礎文化設計(一)(二) 空間設計與行銷(一)(三) 文化空間(一)(二) 產品設計與行銷(三)	1061 新 進專案 教師
創意設計	吳政霖	國立雲林科技大學設計學研究所博士候選人	傳統工藝產業轉型、創意生活產業、體驗設計、創意思考、生活型態觀察分析	基礎文化設計(一)(二) 設計圖學 產品設計與行銷(一) 故事創作與腳本寫作	1071 新 進專案 教師
	陳俊利	國立成功大學工業設計系博士班(進修中)	建築與空間設計、產品與工藝設計、材料與製程、結構與專利	基礎文化設計(一)(二) 空間設計與行銷(一) 材料設計 3D 電腦繪圖	1071 新 進專案 教師
	鄭淑娟	國立台灣藝術學院學士/工藝學系	立體造型設計與製作(立體人形、角色造型設計)、黏土公仔創作、黏土浮雕創作、創意繪畫、水彩畫、素描	角色造型與設計(一) 角色造型與設計(二) 基本素描 設計素描	1071 新 進專案 教師

在經歷課程翻轉與教師循環代謝後，系上專任教師以設計領域比例佔多數，主要是文創產業中設計扮演極重要的角色也需要更多專任教師花更多的時間進行討論與實作課程，針對本系三大領域的行銷企畫與文化基礎的部分，雖專任教師比例不均，系上由兼任老師補齊這部分的授課內容，

特別是在行銷方面，文創領域的行銷企劃與品牌管理單就商管專業學歷不一定能與文創產業的行銷企劃相契合，近年來也曾陸續聘任相關專任教師，但皆因產業經驗不足或是產業類型差異過大而無法在課程中給予正確知能。105學年度開始陸續邀請業界相關行銷企劃教師授課，以更多的產業經驗與分析帶給學生更符應文創領域的行銷規劃課程。在文化類方面的教師，也因為文化領域跨及法規、歷史、藝術、邏輯與全球化等議題，該領域亦找尋適合的專業兼任教師授課，給予學生更適切的知能。

2、專兼任教師授課能因應產業特性及學生特質，運用適切之教學內容與方法，提升學習成效。

文化創意產業著重於將文化轉化創意設計而進行商業行為，因此所需的人才需具備實務的技能，而本系學生來源多為商設類、商管群（107年始收土建群），商設群學生大部分具有創意設計的基礎能力，而商管群則具有行銷企畫的基礎能力，為因應不同學生的特質，課程規畫以分流課程為創意設計與行銷企畫兩大組課程。規劃一年級先修習設計與行銷兩類組織之基礎學習，讓不同背景的學生皆有此兩類組織相關基礎知識與技能，二年級下學期則可依自身高中職學習背景或興趣與意願自由選擇行銷或設計的修習更專業的課程。若學習落後或有困難者，系將啟動補救教學機制，針對學習困難與落後學生進行補救教學。

為因應產業需求，本系教師授課以實務為導向，除了課程上提供學生實作機會，強調專業實作與實地演練；也結合業界專家進行課程協同教學，加深學生對產業特性與技術需求之認識；或融入業界實地參訪方式強化學生實務能力；對於學習效果不佳的學生，也施行補救教學。

(1)業界協同教學

本系在課程規劃上，特別強調文創實務知識與能力之訓練，如「包裝設計」、「聚落文創設計」、「創意生活美學設計」、「文化資產概論與法規」、「畢業專題製作」等課程中，皆聘請業界師資擔任協同教學。104學年度共7場次；105學年度共92場次，106學年度共48場次合計，三學年累計共148場次。例如：106學年在大三包裝設計課程，採用弘光文創和地方農會合作的專案所屬包裝作為主題，在期末總評時邀請「佔空間」創辦

人AJ張宗舜先生，期望讓同學們聽到業界專家更深入的評論與經驗傳承，並建構教學網絡，以引導文創新血無縫接軌業界實務。



圖 2-1-9 邀請業界專家協同教學，指導設計評圖

(2)校外教學或業界參訪

本系為使學生了解相關產業的最新動態與發展所需，結合專業課程，安排學生到文化產業相關機構進行參訪，瞭解產業內部的運作機制與過程。業界參訪活動同時可為學生未來就業之參考。自 104-106 學年度起本系之業界參訪活動 10 場次。例如：106 學年在創意生活美學這門課程中，吳振廷老師帶領大四學生們到琉璃工坊參觀與山板樵臉譜文化生活館實作，從導覽與實作的過程中，了解每一件藝術品的產生需要經過多種繁複的步驟，每個成品都是獨一無二的創意，透過顏色、形狀、雕刻、塗色等技巧呈現不一樣的理念。經由校外展覽參訪，能讓同學理解到更多關於美的意義與產業文化。



圖 2-1-10 106 年創意生活美學設計課程實施校外教學

表 2-1-5 104-107 學年度本系專業課程與業界參訪活動對照表

學年度	日期	課程名稱	地點
104	104/10/06	文創產業概論	香蕉新樂園
	105/04/25	環境行為與空間設計	台中市霧峰區光復新村
105	105/11/07	文創聚落與設計	南投縣魚池鄉日月老茶廠、和菓森林紅茶故事館
	106/04/27	創意生活美學設計	大禾竹藝博物館
	106/10/05	文創園區與會場實務	范特喜微創文化股份有限公司
106	107/04/19	文創商品整合應用	華陶窯文創園區
	107/04/30	包裝設計(二)	宮原眼科、第二信用合作社
	107/05/03	文創商品整合應用	振昌興業股份有限公司
	107/05/07	創意生活美學設計	山板樵臉譜文化生活館
	107/05/21	創意生活美學設計	琉璃工房威尼斯特展
107.1	107/12/17	民生創新產業概論	山板樵臉譜文化生活館

(四) 實驗、實作或校內外實習(含臨床實習)之規劃與執行成效良好

專業實作與技術課程、專題製作、專業實習等相關實務課程，並推行基本核心能力檢定，以檢核學生實務能力，設置有相關課程開設辦法與運作機制。本系專業實習課程規劃皆結合文創產業之公、民營單位，例如文化部文化資產局、高雄科工館、南投工藝研究中心、國立臺灣美術館、花蓮文創園區、二十號倉庫、商瑪廣告公司、大風吹文創公司、范特喜創意公司、大開劇團、高源印刷、木匠兄妹、筌美術、岩磊建築、禾翌行銷設計、勤美金典綠園道商場、勤美術館、小鎮文創、佔空間等…約九十家，使學生得以文化環境之薰陶，具備生活美學之藝術涵養，配合創意設計之概念與語彙，做整合性之規劃與行銷。海外實習部分，本系自 98 學年度起安排學生至馬來西亞、日本、美國、澳洲等國進行海外實習，藉由海外實習有助於擴展學生之國際視野，增進國際競爭力。詳細專業實習流程與說明詳見(圖 3-1-4 本系實習實施歷程)。

本系實務課程規劃與運作情形如下：

本系在創意設計組行銷企畫組規劃實作課程中，有共同必修實作課程如四年級的專題製作(一)(二)(三)。於二年級始分流為創意設計組必修與行銷企畫組必修課程，另一針對產業需求開設實作選修課程，協助學生瞭解文化創意產業的發展方向與趨勢，以培育從事文化創意產業之整合型人才。實作課程規劃如表 2-1-6，本系共同必修實作課程如「電腦繪圖」實作內容為運用電

腦繪圖 illustrator 軟體技能。共同選修如「聚落文創與設計」課程，實作內容為分組討論聚落文創產業的特色與發想，每學期擇一相關競賽進行實作，並參與競圖。創意設計組實作課程如公仔設計實作內容為公仔人物形像討論、公仔設計製作與翻模，行銷企畫組課程如「行銷管理」為分組進行廣告分析與廣告影片與平面廣告實作，本系學生積極參與校內、外專業競賽，並榮獲佳績，驗證了本系的專業實務課程之開設確有其實際的效益，專業實作課程開設情形請見表 2-1-6。

表 2-1-6 專業實作課程開設情形

課程分組	共同必/選修課程名稱	專業必修課程名稱	專業選修課程名稱
創意設計組課程	必修 文化人類學 2/2 研究方法 2/2 電腦軟體與應用 2/2 管理概論 2/2 行銷概論 2/2 消費者心理學 2/2 應用色彩學 2/2 基本設計(一)2/2 基本設計(二)*2/2 電腦繪圖(一)2/3 電腦繪圖(二)*2/3 基本素描 2/2	立體表現技法 2/2 設計方法 2/2 包裝設計(一)2/2 包裝設計(二)*2/2 材料設計(一)2/2 材料設計(二)*2/2	角色造型(一)2/3 飾品設計(一)2/3 文化空間(一)2/3 角色造型(二)*2/3 飾品設計(二)*2/3 文化空間(二)*2/3
行銷企劃組課程	設計圖學 2/2 視覺規劃與設計(一)2/2 視覺規劃與設計(二)*2/2 視覺規劃與設計(三)*2/2 故事創作與腳本寫作 2/2 專題製作(一)1/2 專題製作(二)*2/2 專題製作(三)*1/2 文創產業實習 3/3 選修 產品設計與行銷(一)2/2 產品設計與行銷(二)*2/2 產品設計與行銷(三)*2/2 空間設計與行銷(一)2/2 空間設計與行銷(二)*2/2 空間設計與行銷(三)*2/2 設計素描 2/3	行銷分析與策略 2/2 品牌行銷與管理(一)2/2 品牌行銷與管理(二)*2/2 產業分析與經營策略(一)2/2 產業分析與經營策略(二)*2/2	雲端整合行銷(一)2/3 廣告管理與公關策略(一)2/2 音像創作與數位行銷(一)2/3 雲端整合行銷(一)*2/3 廣告管理與公關策略(一)*2/2 音像創作與數位行銷(一)*2/2

課程分組	共同必/選修課程名稱	專業必修課程名稱	專業選修課程名稱
	設計表現技法 2/2 成本分析與定價策略 2/2 3D 電腦繪圖 2/2 空間電腦繪圖 2/2 專案企畫與財務分析 2/2 專利寫作與商標申請 2/2 聚落文創與社區營造 2/2		

(五) 教師教材上網公告及學生使用情形良好

依學校規定，教師都依規定將教材上網公告，學生可以在課後上網複習或是重複觀看在課堂上不熟悉的部分，但這教材僅限於理論部分，文創系很多都是設計實作課程，無法在網路教材獲得實際的幫助，這部分就會請同學利用課餘時間再向老師詢問。

(六) 教師適當運用講義編撰、數位教材製作及教具輔助教學

文創系強調整合性課程與實務性操作，很少有合適的教科書可以一貫之，因此教師多以自編講義或是自製數位教材來授課，以實物案例佐以實作，並在一些特定課程如角色造型設計或是實作類型會再搭配輔助教具，讓同學可以理解每一個階段的操作方式。系上也鼓勵教師參與學校所舉辦的教材獎勵製作與教學輔助媒材製作的申請，請參見表 2-1-7。

表 2-1-7 本系 104-106 學年度獎勵教材申請統計

編號	申請年度	申請教師	課程名稱或主題	教材類型
1	104-1	楊士奇	文化人類學	一般課程教材
2	104-1	王靜儀	文創產業概論	一般課程教材
3	104-2	施淑萍	藝術行政與執行	一般課程教材
4	104-2	顏加松	微電影創作	一般課程教材
5	105-1	王靜儀	文化資產概論與法規	一般課程教材
6	105-1	王靜儀	台灣歷史與文創產業	產學合作反饋課程教材
7	105-2	黃錦華	消費者行為	一般課程教材
8	105-2	廖倫光	宗教藝術與民俗文化	一般課程教材
9	106-1	楊士奇	漢語哲學與當代思潮	一般課程教材
10	106-1	吳振廷	基本設計(一)	一般課程教材
11	106-2	王靜儀	全球化與文化研究	一般課程教材
12	106-2	吳振廷	設計概論	一般課程教材

(七) 教師適當使用各類輔助教學教材及工具(如非同步遠距教學之輔助、個案教學之使用、參與式教學之運用、實習課程的配合、本土與西方教材之融合...等)提升學生學習成效

1、參與式教學—「社區參與式設計」，涉入社區，面對真實的產業環境議題

設計教學上必須建構參與式設計的工具與社區展開設計溝通，包括：大圖、模型與多媒體設施，學習的節奏乃隨時討論、隨時修正與隨時設計，學生在過程中嘗試學習設計溝通並且獲得真實的社區回饋。本系自 104 學年度開始將系畢業專題課程理念擬定以社區設計為主要目標，關注在地性的議題。104 年度的專題區域定在台中市第二市場的歷史建築空間；105 年度鎖定在沙鹿、龍井地區為主題，106 年則確認在梧棲、清水地區。又因社區設計強調整合性的思維，必須整合空間規劃、微型經濟、社區營造，因此，需要跨領域的專業共同合作，包括：設計事務所、文史協會、藝術團體、NGO 組織及農會組織均給予教學上不同程度的專業思維與技術。連續多年的教學已養成師生對於既成產業環境觀察力、洞察力，甚至是批判力，且設計成果鑲嵌於地方，整體成效頗佳，有別於傳統文創系的設計專業教育侷限在設計的象牙塔，欠缺人本，徒留設計形式。

2、實習課程的部分-整合型課程結合產學計畫，與地方共推動文創事業

首先，本系開設「空間設計與行銷」及「產品設計與行銷」的整合性課程，引導學生具備跨界知識及實作的創新能力，並透過產學計畫案的資源，帶領學生涉入真實場域進行實作教學。再者，推動扎根在地的校外實習，尤其海線地地區包括龍井、沙鹿、梧棲及清水等，爭取校外實習的機會，在為期二個月的專業訓練後對該機構所屬的產業有完整認識與了解，並且邀請業師參與教學。若學生實習表現優良且該機構有職缺需求，即可留用，達到畢業即就業的目標，且可讓年輕新血流入在地機構。例如：105 年開始透過產學計畫與龍井農會共同開發文創產品，與地方共同發展「食農地方學」。總的來說，從教學上的夥伴關係逐步推動微型產學聯盟，建構一條在地青年返鄉就業的路徑。

具體教學方法上，辦理設計工作坊、異地參訪及戶外教學，邀請業師協同教學，藉由業師的指導、實習機構與地方組織的共同合作，建構公民參與和專業服務的學習領域，讓學生從真實的產學合作中體悟，進而在畢

業專題展開社會設計。範例如下：

(1) 專題共同授課的實作範例

一般來說共分為三個步驟，首先，校內實作課，同學以分組方式進行主題探討，教師與業師的授課以理論與技術性的知識技能為主，主題鎖定在地方的產業環境的調查與設計實踐為主；第二步驟，實際涉入場域，每兩週至少乙次，調查場域的環境資源為主。第三步驟，師生至社區展開參與式工作坊，透過參與式設計 A.地區資源圖整合、B.擬定規劃藍圖或可執行方案。

(2)以 106 年「農食」專題組的課程規劃架構如下：

活動一、農村的潛力與機會（現在社區發展困境之理論探討，設計教室授課）

活動二、田野調查方法 A（社區大圖的操作。地方實地踏勘，設計教室製作大圖）

活動三、田野調查方法 B (以農食系統建構社區大圖。設計教室討論)

活動四、農村社區設計(議題探討。邀請具有社區設計專長的業師指導)

活動五、農村參與式設計工作坊 A（根據基礎調查與社區進行討論，社區活動中心）

活動六、農村微型經濟規劃（邀請具有農食規劃實務經驗的業師指導，設計教室評圖）

活動七、農村參與式設計工作坊 B（與社區共同擬定農食規劃圖，社區活動中心）

活動八、專題評圖（邀請業師參與評圖，設計教室）

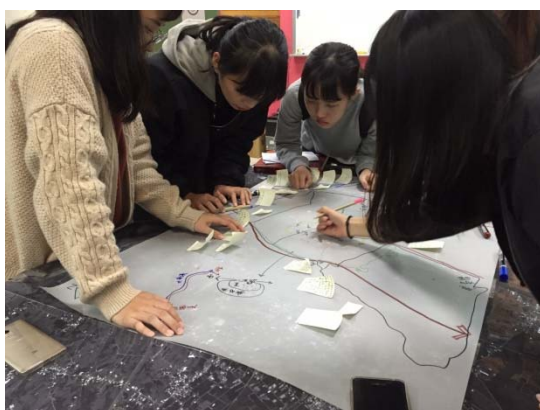


圖 2-1-11 專題涉入真實場域，擬定規劃藍圖

(八) 授課教師課程教學內容符合跨領域整合之機制及其運作情形良好

文創系本屬高度跨領域之科系，為徹底實踐跨領域之教學，總整性課程：視覺規劃與設計、空間設計與行銷、產品設計與行銷、包裝設計等課程都採取雙師授課，背景不相同的老師相互搭配，以主題式的課程給予同學不同專業的思考模式與觀察點，乃徹底落實跨領域整合機制的方式。事實上，初期少數雙師溝通不良，導致成果不如預期，但在多次磨合與課程討論和模擬後，雙師授課日益達到其效果，同學也可從中學習藉由不同專業角度去看同一個事件，目前運作情形良好。

2-3 課程規劃與教學如何因應產業發展之人才需求

(一) 課程規劃與教學能因應專業特性、產業發展需求及學生特質，並能配合外部環境適時調整之機制適當

本系課程規劃、核心能力依本系教育目標，並參照國際經濟發展情勢、國家政策發展、文創產業發展與人才需求，規劃以未來從事文化創意產業相關工作中，兼具設計與行銷能力之整合型人才為目標。課程內容以培養學生之文化實踐創新能力、生活應用設計能力、品牌經營管理能力。文化實踐創新能力為涵養，以創意設計與行銷企畫能力為專業知能，以文化創意相關產業所包含之內容為主要職場。分為一般能力與專業能力：

1、一般能力：電腦基本操作、人際溝通表達、工作態度素養、人文藝術涵養。

2、專業能力：文化實踐創新能力、生活應用設計能力、品牌經營管理能力。

(二) 教師配合課程需求進行實務教學之成果良好

本系教師為讓學生學習更有成效，在創意設計組行銷企畫組規劃實作課程中，已經有越來越豐富的實務課程，包含與社區或是在地組織合作，讓學生實際練習實務提案；例如 2018 花現龍井活動讓大一學生作整個活動園區的動線規劃、與貨櫃屋設計，二年級同學則是負責園區中的食農教育區，從提案到繪製教育看板到設計食農耕作區等，都是與課程搭配最實際的實務交學案例。另外在大四的文創商品整合設計課程，連續兩年我們都讓同學以西瓜節提案，從活動規劃提案、向業主農會簡報、進行場地和活動道具製作、甚至在現場擔任活動的服務志工，都是由本系同學完整實務操作，雖然過程中老師要花較多的時間指導，但是這種實務的成果在展現的霎那，同學都會萬

分感動。系上極力爭取多樣的文創實務作業，搭配課程希望為同學帶來更豐富的經驗與成果。



圖 2-1-12 大一學生參與 2018 花現龍井的貨櫃屋設計

(三) 實習課程之學生參與、發展定位及其與教育目標相符情形良好

本系課程規劃重視專業實務課程的開設，包括必修「文創產業實習」與選修「文創產業進階實習」二階段實習課程。

1、國內文創產業實習課程

本系實習課程規劃執行之依據為「弘光科技大學文化創意產業系學生校外實習實施準則」，請參見【附錄 2-2】。在實習過程中，每一位學生都有指派的校內指導老師及實習單位指導人，實習期間進行機構訪視、個別督導，以及每週批閱實習週記與心得報告，使指導老師得以全面了解學生實習狀況。實習課程之修課同學必須於每年 3 月完成申請手續，經系方核准後進行選填實習機構志願，再依其志願分配實習機構。本系實習辦法完善，共分三階段媒合面試，讓學生在實習期間都可以盡量找到符合興趣之單位。另外由於文創產業多為微型機構，因此實習時間不宜過長，以大三升大四之暑假，至少 324 小時之實習時數，期間學生需遵守相關規定。實習初期須先準備個人之實習計畫書與作品集，實習過程中同學每週需至弘光創課系統平台繳交實習週記，並於實習結束後繳交實習工作週記、期末實習報告，由系上及實習單位指導人進行評分。學生實習結束後，本系辦理實習成果發表會，分享實習成果，實習發表會除了可以讓實習生對這兩個月的工作作一個檢討和省思外，我們也會要求全系其他年級一起參與發表會，讓他們更早對於實習態度和實習單位有更多的了解，可以及早完美準備。本系每年實習結束後，都會有表現優異的學生留下來工讀，畢業後轉為正職的案例不在少數，藉由專業實習可以讓同學更加認識職場特色。

2、海外實習

為拓展本系學生之國際視野，本系教師積極簽訂海外實習機構。本系教師自 97 學年度展開海外實習機構聯繫與洽談、實地拜訪與規劃，104-106 年暑假共有 33 學生至馬來西亞、泰國、澳洲、美國、日本與中國進行實習，在該公司學習相關專業知識，也利用假日體驗當地文化與設計各色。上述海外實習皆有本系教師前往訪視，並與當地其他文創業者交流。本系師生透過海外實習與訪視，除擴展師生之國際視野，亦增加學生之就業競爭力。每年的海外實習系上也盡量為同學爭取教育部的學海築夢的之補助，讓學生經濟儘量不會負擔過大。

(四) 學生體驗產業情境之執行成果(如校外觀摩、實習、業師、校外專家演講…等)良好

本系認為文創產業的領域極廣，校外觀摩一直是每學期的重點，包含聚落產業參訪、文創產業實作體驗等。實習如上段所述，單位包含國內外公私部門八十幾間不同類型可以讓同學選擇；業師則有兼任教師和協同教學兩種方式，業師的分享可以讓學生對於產業文化有更清楚之輪廓與概念。校外專家演講則在每學期兩次的系上大型集會，儘可能邀請文創設計業界的知名人物到校演講，讓學生可以對於自己的未來有更明確的認知；除此之外系上也利用其他計畫的補助資源，開設實務工坊：如雷射雕刻機、紙膜打樣機、3D 掃描列印、甚至是縫紉課等，增加同學的軟硬實力、可以體驗業界的不同領域與專業。



圖 2-1-13 系上建置完備的儀器實作空間

(五) 因應環境變遷及職場需求變化，統合教師、學生、畢業生、學者及業界專家意見檢視調整課程設計與教材內容實施情形良好

本系自 104 學年度至今，邀請文化創意產業之專家學者召開課程諮詢會議，相關會議決議均有具體改善措施或回應。首先，為了因應文創業界在整合型人才的需求，課程設定在「文化基礎」、「創意設計」、「行銷企畫」三大類，對應本系培育設計與行銷整合型人才教育目標。再者，為了符合兩大專業核心「創意設計組」與「行銷企畫組」的課程設計，大幅度的調整專業選必修課，使課程地圖架構更趨完整。並且，回應社會對於新的永續、人文關懷、地方美學等課題，專題實作的方向乃朝向社會設計發展。最後，因應就業狀況，亦參考實習廠商雇主意見及畢業生就業狀況與滿意度，在課程上增加行銷提案在整合型課程上的安排，電腦繪圖設計相關軟體的訓練、輔導學生考取威力導演創新影音剪輯 CyberLink Certified Associate 與 Smart Apps Creator-IMADC 認證，加強職場倫理的行前教育等。



圖 2-1-14 邀請專家學者及實習機構負責人商討課程改革

2-4 專兼任師資聘任質量與專長符合教育目標及滿足學生學習需求情形

(一) 專兼任師資之聘任機制符應系發展定位

為符合本系教育目標與特色，教師專長分為文化基礎、創意設計、行銷企劃三大領域，本系依其專長與研究領域擔任適合之任教科目，同時建立專、兼任師資聘任策略如下：

1、專任教師聘任策略：

「符合教育目標需求」乃本系專任師資聘任方針，聘任策略則透過科技部與人力銀行及本校徵才網站廣告刊登後，由系教評委員會進行第一階段篩

選，再實施第二階段面試與試教活動，由系教評委員與學生代表投票，選出錄取之三倍數候選人，提交院教評委員會，再由校教評委員會審議提出兩倍數之候選人送校面試會議，後再經過校教評會審議，資料篩選與兩次面試後，三級三審通過，才完成該師資之聘任程序。

(二) 現有師資結構分析(如教師之人數/學歷/年齡/教學年資分布情形、具實務經驗教師比重…等)結果良好

專任教師百分之八十具有博士學位，平均年齡為 47 歲，在本校的教學年資平均為 17 年，亦有一位教師具有長達二十多年的豐富教學經驗，到本校前多有實務經驗；三分之一為中生代 37~45 歲的教師，顯示歷年本系之專任教師年齡分佈狀況極佳，且兼具教學經驗，師資結構如表 2-1-8。

表 2-1-8 本系師資結構一覽表

應聘學年	教師姓名	學歷	年齡區間(歲)	教學年資	實務經驗	備註
83	王靜儀	博士	41-50	24 年	無	
96	林奎佑	碩士	51-60	10 年	有	105-2 退休
100	陳冠勳	博士	51-60	18 年	有	106-2 退休
100	廖倫光	博士	51-60	7 年	有	106-2 離職
101	施淑萍	碩士	41-50	6 年	有	
101	田其虎	博士	41-50	5 年	有	
101	涂 卉	博士	41-50	14 年	有	
101	楊士奇	博士	41-50	8 年	有	106-2 離職
102	胡庭禎	博士	41-50	25 年	有	102-2 回健管系
102	黃錦華	博士	41-50	5 年	有	
103	顏加松	博士	41-50	3 年	有	105-2 離職
105	黃志龍	博士	31-40	1 年	有	105-2 離職
105	林敬榮	博班 一年級	41-50	1 年	有	
106	吳振廷	博士	31-40	9 年	有	
106	劉書銘	博士	41-50	無	有	106-2 離職
107	吳政霖	博班 七年級	31-40	無	有	
107	陳俊利	博班 二年級	41-50	2 年	有	
107	何宣霈	博班 一年級	31-40	3 年	有	

(三) 現有師資所具備專長符合(學術經驗、研究方向與內容、實務技術領域…等)自我定位、發展目標、教育目標及辦學特色需求

本系 104-106 共有專任教師 11 名，含 1 位教授、2 位副教授、7 位助理教授、1 位講師，助理教授以上師資比例為 90.9%。106 學年度後教師異動較大，自 107 學年度起因應課程翻轉，教師專長分為文化基礎、創意設計、行銷企劃三大領域，其中涂卉、林敬榮、吳振廷、吳政霖、陳俊利共五位師資為空間、視傳、產品的設計背景；王靜儀為歷史與文化資產背景，田奇虎與黃錦華為企劃行銷與廣告管理背景，施淑萍為藝文策展專長，何宣需為多媒體影音專長；而設計背景的老師亦同時具備空間行銷、文資活化與產業規劃等專業，換句話來，除了可依其專長與研究領域擔任適合之任教科目，同時符合本系跨領域教學合作的授課模式，教師學術專長一覽表請見表 2-1-9。

表 2-1-9 本系教師學術專長一覽表

教師姓名	教師學術專長	備註
王靜儀	台灣史、地方史論、文化資產法規、文化資產	
林奎佑	雲端行銷、多媒體整合應用	105-2 退休
陳冠勳	文化創意商品設計、視覺傳達設計專長	106-2 退休
廖倫光	陶瓷工藝設計、泥染專長	106-2 離職
施淑萍	藝術行政與藝文策展、國美館研究員轉任	
田其虎	大眾傳播與公共關係專長	
涂 卉	文化空間、文化景觀、綠色永續設計、設計專利、	
楊士奇	哲學與文化研究專長(與通識學院合聘)	106-2 離職
胡庭禎	管理與組織發展專長(與健康事業管理系合聘)	102.2 回健管系
黃錦華	廣告與行銷企劃專長	
顏加松	大眾傳播(約聘教學人員)	105-2 離職
黃志龍	工業設計(約聘教學人員)	105-2 離職
林敬榮	商業設計與設計行銷	
吳振廷	文化空間、城鄉設計、環境設計(約聘教學人員)	
劉書銘	工業管理(約聘教學人員)	106-2 離職
吳政霖	視覺設計、傳統工藝調查研究(約聘教學人員)	
陳俊利	商業設計、工藝設計、工業設計(約聘教學人員)	

鄭淑娟	立體造型設計與製作（立體人形、角色造型設計）、 創意繪畫、水彩畫、素描(約聘教學人員)	
何宣霈	電腦繪圖、影片剪輯、廣告與數位特效、設計思考、 創業與創新管理、行銷與策略管理、專案管理、簡 報技巧(約聘教學人員)	

(四) 教師學術經驗、研究方向與內容能協助提升其教學專業與滿足學生學習需求

1、教師參與教學專業成長之活動或研討會可提升教學內容與品質，本系教師每年皆參與教學專業成長，以精進教學內涵，相關活動或研討會詳如表2-1-10。

表 2-1-10 本系教師參與教學專業成長之活動或研討會

教師	活動名稱	主辦單位	活動種類	活動日期
涂 卉 吳振廷	大專院校農村實踐共創成果 分享會	行政院農委會水土保持局	學術研討 會	107/09/16
吳振廷	6th AMER International Conference on Quality of Life Pulau Perhentian Resort, Malaysia	Association of Malaysian Environment-Behaviour Researchers	學術研討 會	107/03/03- 107/03/04
涂 卉 黃錦華 楊士奇	大專院校農村實踐共創成果 分享會	行政院農委會水土保持局	學術研討 會	106/12/20
黃錦華	Directors' and Officers' Liability Insurance and Internal Controls	American Accounting Association	學術研討 會	105/08/06-105/08/10
廖倫光	東臺灣區域研究工作坊臺東 客家二次移民與社會文化調 適	中央研究院人社中心 客家文化研究計畫	學術研討 會	105/05/07
涂 卉	2016 創新感性設計學術研討 會	萬能科技大學	學術研討 會	105/04/28
涂 卉	The 3rd International Academic Conference on Social Sciences	Higher Education Forum	學術研討 會	105/12/06-105/12/08
王靜儀	天光雲影--桃園地方社會學 術研討會	桃園市文化局	學術研討 會	105/06/03
王靜儀	本土經驗與國際口述歷史的 多元發展國際學術研討會	中國社科院近代史研 究所	學術研討 會	105/12/25-105/12/28
楊士奇	哲學與管理的遭逢：哲學的創 業歷險工作坊	台灣哲學學會	學術研討 會	105/10/28
楊士奇	台灣哲學學會 2016 年學術研 討會	台灣哲學學會	學術研討 會	105/11/05-105/11/06
楊士奇	2016 數位典藏與數位人文國 際研討會：數位學者，一個新 興領域的誕生？	國立臺灣大學數位人 文研究中心	學術研討 會	105/12/01-105/12/03

教師	活動名稱	主辦單位	活動種類	活動日期
田其虎	The Asian Conference on Education & International Development 2016	The International Academic Forum	學術研討會	105/04/03-105/04/06
黃錦華	2015 AAA Annual Meeting	American Accounting Association	學術研討會	104/8/8-104/8/12
廖倫光	噍吧哖事件 100 周年學術性研討會	臺南市政府文化局主辦	學術研討會	104/08/22-104/08/22
廖倫光	有形文化資產研習暨研討會	弘光科技大學	學術研討會	104/12/04-104/12/06
田其虎	2015 ACSSC Annual Conference on Social Studies, Communication	Higher Education Forum	學術研討會	104/12/02-104/12/04
涂卉	2015 ACSSC Annual Conference on Social Studies, Communication	Higher Education Forum	學術研討會	104/12/02-104/12/04

2、舉辦業界典範研習課程以強化本系教師的實務能力，辦理業界典範研習，對於本系教師的專業能力提升，有相當大的助益。104-105學年度辦理情形如表2-1-11。

表 2-1-11 本系舉辦提昇教師專業成長活動之業界典範研習

學年度	辦理日期	業界典範地點
105	105.11.11	台北科技大學/設計學院/自造者中心

表 2-1-12 成立文創系教師多元專業成長社群

學年度	社群名稱	參與教師
104	創新翻轉教學社群	陳冠勳、田其虎、王靜儀、施淑萍、楊士奇、廖倫光、涂卉、黃錦華、顏加松、陳黎枚
104	護理倫理跨科際翻轉教學社群	楊士奇
105	創新設計與音像傳播教學增能社群	顏加松、涂卉、黃志龍、陳冠勳
105	創意思考翻轉教學社群	王靜儀、楊士奇、涂卉
105	1052 人文精神課程運用 PBL 教師教學精進探究社群計畫	紀金慶、廖炳創
106	數位設計創意行銷 PBL 教學社群	顏加松、陳冠勳、廖倫光
105	創新設計行銷教學增能社群	涂卉、黃志龍、黃錦華、楊士奇
106	跨領域創新學習過程	涂卉、林敬榮、黃錦華、劉書銘

學年度	社群名稱	參與教師
107	文化設計教學探究社群	涂卉、吳振廷、吳政霖、陳俊利
107	逆向思考—玩轉產品設計與行銷	涂卉、吳振廷、吳政霖、陳俊利

(五) 教師具有專業證照、臨床實習經驗等有助於教學之非學校實務經驗

文創產業實務兼具建築、設計管理、品牌經營、多媒體與觀光遊憩等面向，因而本系專兼任教師積極參與證照的相關培訓，獲取專業證照提供實務性的專業成長，平均每位專任教師每人有 4.67 張證照，兼任教師每人有 4 張證照，對於系上設計與行銷等課程之授課有正向助益，專、兼任教師證照取得情形詳如表 2-1-13 及表 2-1-14。

表 2-1-13 本系 104-106 專任教師證照取得一覽表

編號	教師	證照類型	發照機構	證照名稱
1	涂 卉	其他相關證照	CIIP International Certification	文化節慶觀光休閒管理師 CFTLM 專業級/甲級
2				品牌行銷管理師 BMKTM 專業級/甲級
3				品牌設計師 BDD-專業級/甲級
4				品牌經營管理師 BMM-專業級/甲級
5				城市行銷管理師 UMKTM-專業級/甲級
6				時尚行銷管理師 FMKTM-專業級/甲級
7				時尚流行設計管理師 專業級/甲級
8				時尚經營管理師 FMM-專業級/甲級
9				國際禮儀管理師 IEMM 專業級/甲級
11				觀光行銷管理師 TMKTM-專業級/甲級
10			行政院環境保護署	環境教育人員認證
12	王靜儀	其他相關證照	中華數位關懷協會	SPPA 專案特助證照
15			中華專案管理學會	專案助理證書
13		專技高普考	考試院	考試院考試及格證書-華語領隊人員
14				考試院考試及格證書-華語導遊人員
16	田其虎	其他相關證照	中華民國工業安全衛生協會	甲種勞工安全衛生業務主管證書
17			中國生產力中心	防火管理人證書
18			社團法人中華採購與供應管理協會	認證採購管理師
19	施淑萍	其他相關證照	台灣服務禮儀品質管理協會	BIM 顧客服務管理師合格證書
20			香港商智恒軟體公司(Smart Apps Creator 台灣總代理)	『Interactive Multimedia Apps Design 多媒體互動 APP 設計師』國際證照
21			台灣數位教學創意	觀光餐旅人力資源管理師-專業級/甲級

編號	教師	證照類型	發照機構	證照名稱
22			發展協會-CEO 國際認證中心	觀光餐旅客戶關係管理管理師 CRMTHM-專業級/甲級
23				觀光餐旅消費者行為管理師-專業級/甲級
24				觀光餐旅專業英文管理師 THPEM-專業級/甲級
25	楊士奇	其他相關證照	GOOGLE	Adwords 認證
26			電腦技能基金會	企業人才技能合格證書之物聯網智慧應用及技術：專業級
27	黃錦華	其他相關證照	香港商智恒軟體有限公司 (Smart Apps Creator 台灣總代理)	Interactive Multimedia Apps Design 多媒體互動 APP 設計師 國際證照
28			全域科技有限公司	文創精準關鍵行銷 Google Adwords 認證
29	吳政霖	乙級證照	行政院勞工委員會	廣告設計 圖文組版-圖像排版
30		國際證照	CyberLink	CyberLink Certified Associate PowerDirector
31	陳俊利	國際證照	CyberLink	CyberLink Certified Associate PowerDirector

表 2-1-14 本系 104-106 兼任教師證照取得一覽表

編號	教師	證照類型	發照機構	證照名稱
1	鍾文榮	其他相關證照	中華民國品質協會	服務業品質專業師資證書
2			台灣亞太產業分析專業協進會	資深產業分析師
3	何宣螢	丙級證照	行政院勞工委員會	會計事務
4	黃心磊	其他相關證照	BSI Management Systems Taiwan	ISO27001 主導稽核員
5			翊利得資訊科技有限公司	國際性 MOS 授權認證中心監評委員證書
6			臺中縣政府	臺中縣社區大學教師合格證書
7	陳達得	其他相關證照	Adobe ACE 國際認證	Adobe Certified Expert in Photoshop CS2
8	楊宏祥	專技高普考	內政部	建築師證書
9	陳黎枚	其他相關證照	MAGIX	Music Maker 16
10		其他相關證照	Microsoft	Microsoft Office Specialist for Office Excel 2007
11				Microsoft Office Specialist for Office Word 2007
12				Microsoft Office Specialist Master
13				Microsoft Office Specialist Office Excel 2007 Office PowerPoint 2007 Office Word 2007 Office Outlook
14				Microsoft Office Specialist Office for PowerPoint 2007

編號	教師	證照 類型	發照機構	證照名稱
15		其 他 相 關 證 照	Adobe Certified	Rich Media Communication using Adobe Flash CS5
16			Adobe Certified	Rich Media Communication using Adobe Photoshop CS5
17		其 他 相 關 證 照	臺灣數位教學創意 發展協會	市場行銷策略管理師 MSM
18				商業經營策略管理師 BMSM
20				會議管理策略管理師 CMSM
19				溝通談判策略管理師 CNSM
21				數位企業管理策略師 DBSM
22				簡報管理策略管理師 PMSM
23	林嵩閔	其 他 相 關 證 照	台灣服務禮儀品質 管理協會	BIM 顧客服務管理師
24			Certificate of Professional	EPC Certified Internet of Things Expert
25		Foundation Certificate in EPC Architecture Framework		
26		其 他 相 關 證 照	財團法人資訊工業 策進會	TIPS 自評員登錄證書
27		專 技 高 普 考	考試院	英語外語領隊人員
28				英語外語導遊人員
30		其 他 相 關 證 照	工業技術研究院	雲端技術資訊管理師
31		乙 級 證 照	華夏訊評	雲端技術資訊管理師
32	劉彥青	其 他 相 關 證 照	Project Management Institute	Project Management Professional

(六) 兼任教師之研究及實務能力符合課程教學需求

本系兼任教師授課以實務為導向，除了課程上提供學生實作機會，強調專業實作與實地演練；也結合業界專家進行課程協同教學，加深學生對產業特性與技術需求之認識；或融入業界實地參訪方式強化學生實務能力；對於學習效果不佳的學生，也施行補救教學。兼任教師專業能力充足但部分教學經驗不足，前幾次的教學評量可能不如預期，但經過 1-2 學期教學研討會的互動或是私下教師間的交流討論後，業界教師的教學評量往往會獲得同學的青睞，科大體系的同學對於他們來說，實作會比理論性的文字來的更有吸引力，專、兼任教師業界實務經驗證照取得情形詳如表 2-1-15 及表 2-1-16。

表 2-1-15 本系 104-106 專任教師業界實務經驗一覽表

編號	教師	工作機構	職稱
1	林奎佑	三立電視股份有限公司	創意總監
2		中國時報文化事業股份有限公司	專欄記者
3		甲馬創意股份有限公司	執行長
4		自立晚報社股份有限公司	漫畫評論
5		海華影視事業股份有限公司	製作人
6		魚夫企業管理顧問社	負責人
7		聯意製作股份有限公司	新聞製作中心主任
9	田其虎	東森國際網路股份有限公司	襄理
10		聯合報	企劃
11	涂 卉	中華民國專業者都市改革組織	規劃師
12		臺灣通用設計有限公司	設計部協理
13		東海大學	博士後研究員
14	陳冠勳	允晨文化實業股份有限公司	美術編輯
15		台北市事務機器業職業工會	美術編輯
16		東昇傳播事業股份有限公司	設計指導
17		致果有限公司	美術指導
18		群視傳播事業有限公司	美術指導
19	施淑萍	國立臺灣美術館	研究員
20	廖倫光	中央研究院	約聘人員
21		屋場文化資產研究工作室	負責人
22	楊士奇	中央研究院歐美研究所	博士後研究員
23	黃錦華	國立中興大學	博士後研究員
24	吳振廷	大桌環境整合(股)公司	規劃策略部經理
25	顏加松	嘉義市政府文化局	局長
26	賴仁輝	辰科國際股份有限公司	企業形象顧問
27		花王髮廊	顧問
28		星際髮廊	顧問
29		能盛牙醫診所	諮詢顧問
30		健橋健康服務股份有限公司	專業顧問
31		彩麗投資股份有限公司	藝術設計諮詢顧問
32		琴妮麗品企業有限公司	專業顧問
33		程曦資訊整合股份有限公司	空間規劃顧問
34		網際整合行銷股份有限公司	專業顧問
35	劉書銘	志群國際股份有限公司	工程師
36		致伸科技股份有限公司	工程師
37		華邦電子股份有限公司	工程師
38		新寶科技股份有限公司	工程師
39	黃志龍	弘鑫皮件廠	設計師
40	陳黎枚	人間廣告企業	藝術指導
41		又一創意整合有限公司	藝術總監
42		中文廣告有限公司	藝術總監
43	吳政霖	Sofine 嬰幼童百貨代理商產品開發設計	設計師
44	陳俊利	威林模具工業社	負責人

編號	教師	工作機構	職稱
45	何宣霈	創享家國際有限公司	製作人
46		Quadro Media	製作人
47		兔將影業	專案經理

表 2-1-16 本系 104-106 兼任教師業界實務經驗一覽表

編號	教師	工作機構	職稱
1	蘇理彰	全國廣播股份有限公司	節目主持人
2	魏彰志	台中區就業服務中心	計畫諮詢輔導委員
3		行政院文建設委員會創意產業專案中心	經營輔導顧問團顧問
4		傳動數位策略設計有限公司	總經理
5	簡金生	中央研究院近代史研究所	約聘助理
6		中央研究院近代史研究所	博士後研究人員
7	鍾文榮	喬福泡綿股份有限公司	經理
9	鄭芮喬	大開劇團	行政總監
10	談明軒	一木森環境設計事務所	專案設計師
11	劉彥青	一零四人力資源顧問股份有限公司(財團法人資訊工業策進會)	計畫助理
12		財團法人資訊工業策進會	副規劃師
13		福爾仕自動化工程股份有限公司	專利專員
14	楊宏祥	文化部文化資產局	助理研究員
15		文化部文化資產局	技士
16	楊子興	禾翌創意有限公司	藝術指導
17	陸冠全	流星花園事業有限公司	執行長
18	陳達得	普生數位科技有限公司	總經理
19	徐垂文	綠邦實業室內裝修有限公司	美術執行
20	林嵩閔	冠霆電信科技股份有限公司	法務經理
21	汪政億	日億升有限公司	執行總監
22	李澄益	財富自由網路科技股份有限公司	總經理
23	李明宗	天稜澄水媒體科技股份有限公司	製作人\導演
24	何宣螢	中華民國紡織業拓展會	珠寶設計師
25		世騰國際有限公司	設計師
26		財團法人婦女權益促進發展基金會	金工講師
27		財團法人婦女權益促進發展基金會	專案人員
28		廉誠實業股份有限公司	專員
29		台中市政府新聞局行政科	社會外語替代役
30		兔將視覺特效股份有限公司	3D 影片製作部專案經理
31	何佳修	阿罩霧文化基金會	專任執行長
32	卜唯平	禾翌創意有限公司	行銷總監

（七）專任教師在職情況描述

專案教師由於鐘點數過高流動率高，在職留任情況不穩定。專任教師原本流動低，但因為近年來專任教師需負擔的工作變多（招生、計畫、學生關懷），加上中國文創相關科系崛起，大量獵才，造成本系 106 度專任教師流動高，一位轉任國立大學，兩位轉任中國教職。雖此為一危機，但也恰好可將老師的專長與 107 新翻轉的課程重新調整，更符合文創系整合型才的培育目標。

2-5 教師教學科目與個人專業領域相符情形及教學工作負擔之合理性。（含研究所教師指導研究生之負擔情形）

（一）現有師資專長(學位、研究或實務技術領域…等)能與任教科目配合

目前大多數師資專長接與任教科目皆相符，但由於本系經歷過多次轉型，在 107 年度開始將以設計為主體，屆時將會有一位老師專長與系上之關聯度較低，目前系上在思考解決方法，是否藉由轉任通識中心，進而聘任與本系實務技術領域較相近之教師。

（二）專兼任教師教學負擔合理

專兼任教師在授課時數應符合學校，多數專任教師不願意超鐘點，導致需要聘任大量的兼任教師，兼任教師可以帶來更多業界的資源，未嘗不是件好事。但對於約聘教師來說，需要同時負擔 16 鐘點加導師工作加行政事務，常蠟燭雙頭燒導致離職率高，建議校方可藉由行政工作減授鐘點之方式，留住優秀的專案教師，為系上及學校效力。

（三）專業技術人員適當參與協助實習/實驗/實作課程

本系僅有田其虎老師為專業技術人員，其所擔任之工作為弘光之國際長，相對在系上課程與學分數較少，但對於授課和導師關懷的成果優異。本系尚無實驗課程，在實習課程部分目前由本系專案教師吳振廷老師負責，包含聯繫廠商、確定工作內容和面試媒合等，部分公文往返和合約部分則由助理協助，實習工作高峰強在每年 3 月至 8 月，相對來說負責老師格外辛苦，且工作量大，建議學校可以考慮用減鐘點方式處理實習負責老師這部分。

二、特色

（一）教師與產業界建立長期夥伴關係

本系除邀請業界實務經驗師資到校參加教學研討會及擔任協同教學授課外，亦與產業界建立長期夥伴關係。「文創產業實習」課程，本系教師更經由長期與該單位之接觸而簽訂相關之產學合作案，進一步提升彼此之合作關係及教師之實務研究能力。與本系建立合作關係之產業詳見【附錄 2-3】。

（二）定期邀請產官學專家檢視課程並回饋至課程修訂

課程之規劃完善與執行是否落實為本系能達教育目標之主要關鍵因素。針對本系教育目標、核心能力與各課程之教學目標，落實課程諮議委員會，參酌學界、業界專家、系友與在校學生代表之意見，邀請專業學者與本系系友，針對文創系課程進行相關檢核審查，委員意見提至系課程委員會討論，並藉此修正課程。

（三）課程多元豐富，整合設計與行銷，符合產業趨勢

依據本系發展目標，課程規劃包括通識人文素養課程，基礎課程以及文化創新、行銷企畫、創意設計專業課程，能滿足設計與行銷整合型人才培育的目標，而本系課程除在行銷與設計專業架構下，為更寬廣學生畢業之發展方向，特設跨系學程，有助於學生未來就業多方的選擇。

（四）實施分組教學，強化實務課程

102 學年度起本系落實適性教學，學生自二年級下學期分為行銷企畫組與創意設計兩專業組別，學生可依自我未來職涯規畫選擇適性的專業組課程學習，且本系實務課程總學分數占專業課程總學分數之比頗高，其課程內容多融入實務製作教學，可提升學生實務能力。經過四年整合型成效不佳，學生只專注該領域而忽略整合性的重要，自 107 學年度入學起取消分組，由增加選修的課程，讓同學可以更適性發展。

（五）教師專業多元，持續專業成長

因應系教育目標，本系聘任教師專業知能符合課程規劃之教師，教師授課科目皆能符合其學歷與經驗背景。本系師資結構依系教育目標分為「文化基礎組」、「行銷企畫組」與「創意設計組」三個特色模組。教師多具有國內外博士學歷，學有專長且教學與實務經驗豐富；創意設計組教師學經歷多元，均在其領域有 10 年以上實務經驗或擁有證照與專利。

(六) 聘任業界中、高階主管擔任本系兼任教師，將業界實務經驗融入課程

為加強學生就業競爭力，兼任教師多為業界中高階主管，專長與實務經驗均符合本系教育目標及重點發展特色，可將業界豐富的實務經驗與能力落實於實務技能課程中，其專長與任教科目如【附錄 2-4】。

(七) 本系專題課程以在地為主角，找尋地方需求進行社會設計與社區設計

本系專題製作課程，以在地場域為主題，學生經由專題課程落實產業實務製作與行銷方式，並進行校內展與校外展，每年 5 月在臺中創意文化園區之將專題成果參加 A+ 創意設計展、可吸引廠商之注意，並能協助應屆畢業生就業。

三、問題與困難

- (一) 本系經過 107 學年度起的課程翻轉在未來文化實踐創新、品牌經營管理、生活應用設計上會調整比例，約為 2:2:6，加上本系在 106.2 學期結束後師資有大幅度的變動，未來也計畫在 107.2 補足師資的缺口。
- (二) 由 107 教師學歷來看，目前有三位教師正在博士進修中，會督促其儘快完成學位以升等助理教授，達到較高的助理教授和博士比例。
- (三) 因學校專案教師聘任辦法，本系目前專案教師佔 1/3 強，若未來在 107.2 補足師資缺口時，專案教師比例將會達到 1/2，過渡時期在比例上較不理想，但本系經驗專案教師經過兩年若表現優異可轉專任教師，本系黃錦華老師及以此方式轉專任。
- (四) 實作課程在本系佔很大部分，多由授課教師自己掌控，雖需要 TA 給予支援，但學校總是會已經費拮據為由一系僅給 1-2 位 TA，對於大量操作課程的科系根本數量不足夠，尤其設計課程又遇到大班數時，學習效果較容易不彰。比較特別的實作為飾品設計，這部分的實作由於危險性較高，所以需要在專業教室授課，且平時不開放讓學生單獨作業，以確保學生安全。

四、改善策略

- (一) 目前師資缺口部分先由兼任教師補足，計畫在 107.2 可以將專任師資補足。

- (二) 給予進修教師較多的發表機會與空間，使其儘速畢業，以專注於教學研究工作。
- (三) 給予專案教師更多獎勵或是減鐘點之替代方案，滿兩年表現優異將積極幫其爭取轉為專任教師，相信這樣也可以減低教師的流動率，讓系上的經營更穩定。但是減授鐘點部分就需要校方由政策面著手，系上無此權限。
- (四) 配合校方的開放名額，本系鼓勵教師積極升等，預計三年後至少有乙位教師升等為副教授。

五、小結

- (一) 基於系教育目標，本系課程涵蓋理論與實務課程，兼顧產業需求及諮詢產官學專家與系友及在校學生，了解產業所需人才背景，推動文創相關產業實務課程規劃。為讓學生提早融入職場並預作準備，本系安排業界教師協同教學，減少學生學用落差，增加學生實務經驗。本系透過專業實習課程，鼓勵學生取得相關證照並參與國內外競賽與展覽，拓展學生視野。
- (二) 本系以培育設計與行銷整合型人才，課程除兼顧產業需求及本位課程，課程發展架構依系三項教育目標分為規劃文化基礎課程、創意設計課程與行銷企畫課程三大課程，課程設計理念兼顧理論與實務，並以循序漸進的方式進行，促使學生達到本系教育目標。
- (三) 因應系教育目標，本系聘任教師專業知能符合課程規劃之教師，教師授課科目皆能符合其學歷與經驗背景。本系師資結構依系教育目標分為「文化實踐創新」、「生活應用設」與「品牌經營管理」三個特色模組。本系專任教師之學經歷背景，能密切對應本系教育目標與課程，均具備足夠之專業知能與技術，除精進自身之專業能力外，也積極參與各項教學知能提昇之活動，有助於專業領域之發展。兼任教師之實務專長與經驗背景，亦可對應各課程之授課需求。
- (四) 本系教師能透過業界教師協同教學、帶領學生將實作練習融入課程內容等方式，因應學生喜歡實務與操作之特質。本校透過鼓勵、協助教師參與上述各種活動，並輔以完善的教學評鑑制度作為教師教學成果的參考

指標。教師依學生評鑑教師教學結果，反思與調整教學內容之安排及教學方法之展現，也獲得學生肯定。

- (五) 本系配合學校人事政策，採完善的審核與轉正制度，104-2 黃錦華老師已轉聘為專任教師，預計 108 年吳振廷老師將轉聘為專任教師。亦回歸到本校四項評量機制及鼓勵教師執行產學合作及研究的獎勵措施。相信在 107 年新進教師陸續到位後，人事、研究與產學的能量將逐步穩定。

項目三：教學品保與學生輔導

評鑑指標

3-1 教師運用多元教學方法與學習評量，提升學生學習成效情形。

3-2 鼓勵或協助學生學習之相關制度、策略及執行情形。

3-3 鼓勵學生進行跨領域、跨校際（含國際學習活動）多元學習之機制與執行情形。

3-4 學生生活、實習與職涯輔導機制之建立及執行情形。

3-5 教學評鑑結果協助教師改進教學設計、教材教法、多元學習評量方法及教師教學專業成長情形。

一、現況描述

本系依據系上特色規劃符合學生特質以及未來職涯發展之教學方式和學習活動，以強化學生的專業能力與學用合一本系推動以多元教學方法及多元評量方式為特色之「整合式創新教學課程」。

自 104 年度起至 106 年度已規劃 7 門課程由雙教師共同授課，課程嘗試以不同領域之師資結合之特色，相輔相成，以多元教學方法以如：講述法、分組報告、討論式教學、服務學習...等教學方法；及多元評量方式如：課後指定作業、課堂討論與問題回答、課堂測驗、測驗會考、口頭發表...等方式規劃和實施課程，以提升教師教學及學生學習成效。

3-1 教師運用多元教學方法與學習評量，提升學生學習成效情形

（一）教師依欲培育之核心能力設計課程與學習評量方式

本系每學期均邀請業界專家與學者至系上開會，針對業界於文創領域之專業人才能力之需求提供意見，以供系上專業課程規畫之參考。本係自 102 年度起依據業界意見及本系教育目標，針對學生個人志向及專業能力，規劃課程為「設計組」、「行銷組」和共同課程三種類型，以強化學生之專業能力，以培育同時具有設計和行能能力之整合型專業人才。與此同時，也邀請文創業界相關專家至課堂進行為期 3 或 6 週之短期協同教學，透過業界人士之實務案例分析介紹，讓學生更瞭解未來職場工作狀況，以提早規畫自己專業能力和未來就業方向與目標。每學期期中系上均會先針對專業課程進行學生學習狀況進行期中關懷問卷，並召開會教學研討會針對學生評量反應內容進行討論修正，每學期末授課老師均有學生教學評量成績，針對評量成績狀況再進行討論與修正授課內容以提升學生學習成效。

(二) 教師運用多元教學方法達成預定教學目標及提升學生學習成效

本系課程規畫以結合實務與理論為主軸，配合多元教學方法，如：講述法、分組報告、討論式教學、戶外教學、業界協同教學、專題講座等提升學生學習興趣，並鼓勵學生參與各項課程內容相關之競賽，學以致用，增進學生對專業能力運用之機會，並培養榮譽感增強自信心；及多元評量方式如：課後指定作業、課堂討論與問題回答、課堂測驗、測驗會考、口頭發表等方式規劃和實施課程，以提升教師教學及學生學習成效。

(三) 運用協同教學/合開課程提升學生學習成效(從學生滿意度資料分析)

為使課程內容與產業接軌，本系自 102 學年度起開始進行短期業界協同教學，每學期皆有數門課程會邀請到文創業界執行長、總經理、設計師等業界專家，配合課程內容提供職場相關實務經驗分享，並職場內專業能力需求條件或安排至公司參觀，讓學生能夠職場情況。於課堂結束前本系亦安排學生教學評量問卷，以分析學生學習效果，問卷平均分數達 4.59，如表 3-1-1 協同教學問卷分析所述，得知本系自 104 至 106 年業界協同教學成效不錯，學生喜愛業師授課可以增廣見聞，並感受到在專業知識與能力上有所獲得。

表 3-1-1 104-107 學年度協同教學課程業師資歷及教學評量數據

編號	學期	課程名稱	協同教學業師	單位/職稱	問卷分析
1	104-1	藝術管理與經營	廖○昌	首傑藝術事業有限公司執行長	4.8
2	104-2	視覺傳達設計	曾○勤	玩印網設計總監	4.6
3	104-2	企業識別設計	曾○勤	玩印網設計總監	4.6
4	104-2	藝術管理與經營	蔣○賢	橋頭廠白屋藝術總監	4.7
5	105-1	文化資產概論與法規	吳○宗	文化部文化資產局主任秘書	4.6
6	105-1	文化資產概論與法規	陳○瑞	文化部文化資產局科長	4.6
7	105-1	文創商品行銷(一)	許○倫	台中市建築品管協會顧問	4.5
8	105-1	文創商品行銷(一)	邱○鈞	樸真國際股份有限公司經理	4.7
9	105-1	聚落文創與設計	馮○蔚	日本松波工房合同会社社長	4.5
10	105-1	聚落文創與設計	張○舜	佔空間 Artqpie 總監	4.5
11	105-1	聚落文創與設計	石○樺	普林斯企業有限公司經理	4.7
12	105-1	聚落文創與設計	邱○璋	宜蘭縣政府解說志工	4.6
13	105-1	聚落文創與設計	朱○儀	范特喜微創文化(股)公司營運經理	4.6
14	105-1	藝術機構經營與管理	王○生	中華民國畫廊協會理事長	4.6
15	105-1	藝術機構經營與管理	廖○昌	首傑藝術事業有限公司執行長	4.5
16	105-1	文化資產概論與法規	周○宏	木匠兄妹科技有限公司總經理	4.8
17	105-1	文創商品行銷(一)	卜○平	禾翌創意有限公司行銷總監	4.9
18	105-1	數位視訊剪輯	許○倩	天稜澄水媒體 (股)公司企劃剪輯	4.5
19	105-1	文化創意商品設計	李○振	藝樹股份有限公司設計總監	4.3

編號	學期	課程名稱	協同教學業師	單位/職稱	問卷分析
20	105-1	設計概論	詹○榮	承熙建築師事務所建築師	4.5
21	105-2	文創商品整合應用	李○山	山水文創有限公司總經理	4.4
22	105-2	文創商品整合應用	林○議	龍井鄉農會總幹事設計師	4.5
23	105-2	文創商品整合應用	馮○蔚	日本松波工房合同会社社長	4.6
24	105-2	文創商品整合應用	熊○儀	大風吹文創有限公司設計師	4.7
25	105-2	文創商品整合應用	蔡○祥	葛菲雅奇視像有限公司藝術總監	4.5
26	105-2	文創商品整合應用	賴○謙	佔空間 Artqpie 設計師	4.6
27	105-2	文創品牌行銷(二)	楊○興	禾翌創意有限公司藝術指導	4.6
28	105-2	文創品牌行銷(二)	李○山	山水文創有限公司總經理	4.4
29	105-2	文藝策劃與展覽(二)	邱○哲	原匠空間設計事務所負責人	4.6
30	105-2	視覺規劃與設計(一)	莊○孝	羅特列克廣告事業有限公司	4.6
31	105-2	微電影行銷(二)	李○宗	天稜澄水媒體 (股)公司總監	4.5
32	106-1	專題製作(二)	馮○蔚	日本松波工房合同会社社長	4.7
33	106-1	專題製作(二)	呂○中	水牛設計部落有限公司負責人	4.5
34	106-1	專題製作(二)	廖○昌	首傑藝術事業有限公司執行長	4.6
35	106-1	專題製作(二)	林○良	荻達寓見美學管家	4.6
36	106-2	專題製作(三)	楊○祥	文化部文化資產局組長	4.6
37	106-2	專題製作(三)	張○舜	Artqpie 佔空間創辦人	4.7
38	106-2	專題製作(三)	林○議	龍井區農會總幹事	4.6
39	106-2	專題製作(三)	熊○儀	大風吹文創有限公司設計總監	4.7
40	106-2	專題製作(三)	莊○勳	檜意森活村駐村藝術家	4.4
41	106-2	專題製作(三)	周○廷	爾威特創意設計設計師	4.5

本系自 104 年度起針對培養學生之生活應用設計能力、品牌經營管理能力、文化創新實踐能力之教育目標，將課程規劃為雙師授課，如表 3-1-2 等課程。雙師授課施行方式是依課程名程安排適合且不同專業領域背景之教師，並依各課程單元內容適度分開授課與共同授課，兩位授課教師並於期初與期中時針對授課內容與方式進行溝通與調整。首先在學期開始前先進行教學研討會，由該課程兩位老師依教學大綱設定，分別討論課程設計後再整合成符合課程目的之內容；授課期中再進行教學研討會以確認在教授過程中所產生的問題與調整作法。事實上，由於背景不同的老師相互搭配，初期少數雙師溝通不良，導致成果不如預期，但在多次磨合與課程討論和模擬後，雙師授課日益達到其效果，同學也可從中學習藉由不同專業角度去看同一個事件，目前運作情形良好。因此，安排雙師授課不僅能提升學生學習成效，並體會跨領域合作的精神，在雙師授課過程中同學可以針對同一主題聽到不同的專業觀點。由於雙師授課之課程規劃，同學於期末報告不但能融合跨領域的專

業知識，且報告內容亦受到實務界的採用並獲得更多的實習機會與產學合作，例如：文創商品整合應用課程由設計背景的涂卉老師與行銷背景的黃錦華老師共同授課，針對台中市龍井區每年舉辦的西瓜節進行設計行銷提案，且連續兩年獲得龍井區農會的採用，將同學的期末報告落實至龍井西瓜節的場域；因為雙師授課而增加的實習機構包括龍井鄉農會、日本松波工房合同会社、文化部文化資產局、山水文創有限公司、Artqpie 佔空間、首傑藝術事業有限公司、禾翌創意有限公司、大風吹文創有限公司等。此外，為落實學習成效，於暑假期間提供學生至國內外文化創意相關產業機構進行短期實習機會，帶給學生不同的文化體驗與專業的工作培訓，藉此提升學生的競爭力。實習期間並安排老師至機構單位訪視，瞭解學生實習情況，並於實習結束後安排實習經驗分享會議，讓後續學弟妹們清楚實習工作內容與注意事項。

表 3-1-2 104-107 學年度雙師授課課程實施一覽表

編號	年度/ 學期	部別	課程名稱	授課教師 1	授課教師 2
1	105-1	日間部	生活商品設計(一)	陳冠勳	廖倫光
2	105-1	日間部	角色造型設計(一)	涂 卉	陳冠勳
3	105-1	日間部	創意飾品設計(一)	何宣螢	廖倫光
4	105-1	進修部	生活商品設計(一)	何宣螢	廖倫光
5	105-2	日間部	視覺規劃與設計(一)	陳冠勳	顏加松
6	105-2	日間部	空間設計與行銷(一)	涂 卉	施淑萍
7	105-2	日間部	產品設計與行銷(一)	黃錦華	陳冠勳
8	105-2	日間部	行銷分析與決策	黃錦華	趙寧宇
9	105-2	日間部	組織理論與管理	施淑萍	黃錦華
10	105-2	日間部	創意飾品設計(二)	廖倫光	何宣螢
11	105-2	日間部	生活商品設計(二)	陳冠勳	何宣螢
12	105-2	日間部	角色造型設計(二)	陳冠勳	廖倫光
13	105-2	日間部	文創商品整合應用	陳冠勳	顏加松
14	105-2	日間部	文創商品整合應用	涂 卉	黃錦華
15	105-2	日間部	文創產業經營管理	王靜儀	顏加松
16	105-2	進修部	組織理論與管理	施淑萍	黃錦華
17	105-2	進修部	視覺規劃與設計(一)	陳冠勳	顏加松
18	105-2	進修部	行銷分析與決策	黃錦華	趙寧宇
19	105-2	進修部	口語表達與提案	顏加松	田其虎
20	105-2	進修部	文創商品整合應用	黃錦華	趙寧宇
21	106-1	日間部	視覺規劃與設計(一)	陳冠勳	楊浚昇
22	106-1	日間部	視覺規劃與設計(二)	陳冠勳	劉書銘
23	106-1	日間部	產品設計與行銷(一)	黃錦華	陳冠勳
24	106-1	日間部	空間設計與行銷(一)	涂 卉	施淑萍
25	106-1	日間部	產品設計與行銷(二)	施淑萍	廖倫光

編號	年度/ 學期	部別	課程名稱	授課教師 1	授課教師 2
26	106-1	日間部	空間設計與行銷(二)	涂 卉	楊士奇
27	106-1	日間部	包裝設計(一)	涂 卉	林敬榮
28	106.1	日間部	品牌行銷與管理(一)	黃錦華	卜唯平
29	106.1	日間部	產業分析與經營策略	黃錦華	施淑萍
30	106-1	進修部	產品設計與行銷(一)	黃錦華	陳冠勳
31	106-2	日間部	視覺規劃與設計(二)	陳冠勳	何宣霈
31	106-2	日間部	視覺規劃與設計(三)	楊子興	黃錦華
33	106-2	日間部	產品設計與行銷(二)	施淑萍	廖倫光
34	106-2	日間部	空間設計與行銷(二)	楊士奇	談明軒
35	106-2	日間部	產品設計與行銷(三)	黃錦華	廖倫光
36	106-2	日間部	空間設計與行銷(三)	涂 卉	吳振廷
37	106-2	日間部	組織理論與管理	施淑萍	劉書銘
38	106-2	日間部	包裝設計(二)	涂 卉	林敬榮
39	106-2	日間部	文創商品整合應用	涂 卉	黃錦華
40	106-2	日間部	文創商品整合應用	楊士奇	廖倫光
41	106-2	日間部	文創產業經營管理	黃錦華	涂 卉
42	106-2	進修部	視覺規劃與設計(一)	陳冠勳	楊浚昇
43	106-2	進修部	產品設計與行銷(二)	施淑萍	廖倫光
44	106-2	進修部	文創商品整合應用	劉書銘	談明軒

(四) 運用多元適性學習評量(如成績考核方式、評分水準與分數配等)協助提升學生學習成效

「教」與「學」是一體兩面的，本系在課程執行中於教學過程會依據學生不同的學習表現，在成績考核上也提供不同學習成果階段的評分方式，如大三、大四的專題課程，依據不同學習階段提供不同考核方式，於每次學習考核中也邀請到校外專業學者或業師來系上進行學生各組的評分，提供寶貴意見。本課程於學習結束後，會安排校內外不同時期的成果展示，讓學生於成果展示中分享學習的成效。其他課程則是會安排學生在每個課程的學習期中階段，以問卷關懷的模式，讓學生針對課程內容提出學習上的困難，本系專任老師會針對問題部分開會討論，相互交流以提供修正方案以提升學生學習成效。

3-2 鼓勵或協助學生學習之相關制度、策略及執行情形

(一) 學生入學、休學、退學、轉學、畢業之相關輔導機制完善

本校針對學生入學、休學、退學、轉學、畢業均設有相關輔導機制，並訂定「弘光科技大學學生休、復學施行辦法」參見【附錄 3-1】。

本系亦安排學業輔導教師，針對轉復學生給予課業和生活輔導。

(二) 績優與清寒學生之獎勵補助措施多元，有助於協助學生順利完成學業

本系弱勢學生與身心障礙學生輔導機制如下：

1、弱勢學生輔導機制

為協助弱勢學生安心就學，除配合教育部弱勢助學政策，鼓勵學生申請，本系 104 學年度共有 81 位學生獲得補助，金額達 2,349,013 元；105 學年度共有 80 位學生獲得補助金額 4,858,680 元；106 學年度共有 57 位學生獲得補助金額 1,717,000 元；107.1 學期共有 48 位學生獲得補助金額 1,422,500 元。此外，本校提撥 5%學雜費收入用於學生，隨時公布各縣市政府及名聞單位獎助學金訊息，鼓勵符合條件的學生申請。對於遭逢變故的學生則給予緊急紓困補助，104-107 學年度期間，本系共有 19 位同學申請這項補助。且優先安排家境清寒學生在校內擔任工讀生，讓其能兼顧生活與課業。

另外搭配有校方多項弱勢學生獎助學金，協助需要者取得，例如學產基金低收入戶獎學金，每名學生補助 20,000 元。獎助學金本系在 104 學年度共有 73 位學生獲得，金額達 2,208,500 元；105 學年度共有 74 位學生獲得，金額達 3,482,120 元；106 學年度共有 55 位學生獲得，金額達 2,622,000 元；107 學年度上學期有 45 位學生獲得，金額達 1,362,500 元。至於政府其他多項助學措施，如學雜費減免、農漁牧獎助學金、失業家庭子女補助…等，本系教師亦視弱勢學生實際需要輔導申請之。表 3-1-3 為本系 104-107 學年度獲校內急難救助金（緊急紓困金）人次統計。

表 3-1-3 104-107 學年度本系獲校內急難救助金（緊急紓困金）與申請弱勢助學金補助人次統計表

學年度		104	105	106	107.1	合計
項目						
急難救助金	人次	8	6	2	3	19
	金額(元)	140,513	105,000	50,000	60,000	335,513
弱勢助學金	人次	73	74	55	45	202
	金額(元)	2,208,500	4,753,680	1,667,000	1,362,500	8,312,620

2、身心障礙學生輔導

- (1)本系為提供身心障礙學生就學機會，目前計有身心障礙學生計 11 人，除了資源教室給予學生學習與生活輔導協助外，本系亦提供學生電腦及學習設備借用，並透過教學研討會討論如何對身心障礙學生進行個別化教學輔導與評量，視學生需要進行補救教學，學生參與資源教室活動之統計詳如表 3-1-4。

表 3-1-4 104-107 學年度本系身心障礙學生參與資源教室活動統計

學年度 項目	104	105	106	107.1
參與資源教室各類活動參與人次	63	2	1	54
參與資源教室課業加強人數	104	0	1	1
參與資源教室工讀人數	93	0	1	0

本系的身心障礙生在透過有效的輔導與支援後，在學習上逐漸步上軌道，都能夠克服困難，順利完成各項科目的課業要求，達到良好的學習效果。

- (2)申請伴讀與器材借用：104 學年度至 106 學年度申請伴讀人數共 3 名學生；104 學年度至 106 學年度器材借用人數共 236 名學生。並於教學研討會中與任課教師討論學生之學習狀況，邀請資源教室老師參與，共同研討適性教學模式，以增進身心障礙學生之學習成效。並訂定有「學習設備借用辦法」，以幫助學生得到完善之學習資源方便學生學習。

(三) 學習成效不佳(學習弱勢)學生學習輔導機制(含預警機制、補救教學及輔導措施)完備

課業學習導師之職責，主要在協助學習成效不佳之學生以及新生，解決其學習困難，提升其學習效果。具體作法是在期中考之後，晤談全班成績後 10%的同學，了解其學習困難，視學生需要安排學習輔導小老師(由成績優異之學長姐擔任)，進行學習輔導。本系課業學習輔導具體措施如規劃完善的學習輔導暨補救教學作業(參見【附錄 3-2】)，並確實落實：為協助本系學生能夠在學習方面獲得最完善的照應，本系規劃有「補救教學機制」，並依此機制研擬每學年度之補救教學實作。在此一補救教學機制規劃下，本系授課教

師可透過成績預警制度提醒學習進度落後的學生應接受補救教學，而學生也可以自行視需求主動向授課教師申請補救教學。此外，本系各班導師亦可透過資訊系統獲得該班的預警名單，且可協助學生申請補救教學。

(四) 學生學習診斷評估機制及補救教學執行成效良好

本系在接獲前述不同管道的補救教學申請之後，主要透過三種不同管道實施補救教學：授課教師針對個人或團體進行補救教學；透過學習輔導教學助理針對個人或團體進行補救教學；以及利用本校數位學習系統進行補救教學。進行補救教學之後，授課教師、學習輔導教學助理、學生等都必須填寫補救教學成果的記錄單，並透過量化或質性的資料來說明補救教學前後的差異，所有補救教學的實施成效也將提交本系課程委員會或教學研討會進行成效檢討，以作為未來檢討與改善補救教學的具體方針。補救教學機制如圖 3-1-1，104-106 學年度本系補救教學實施情形見表 3-1-5。

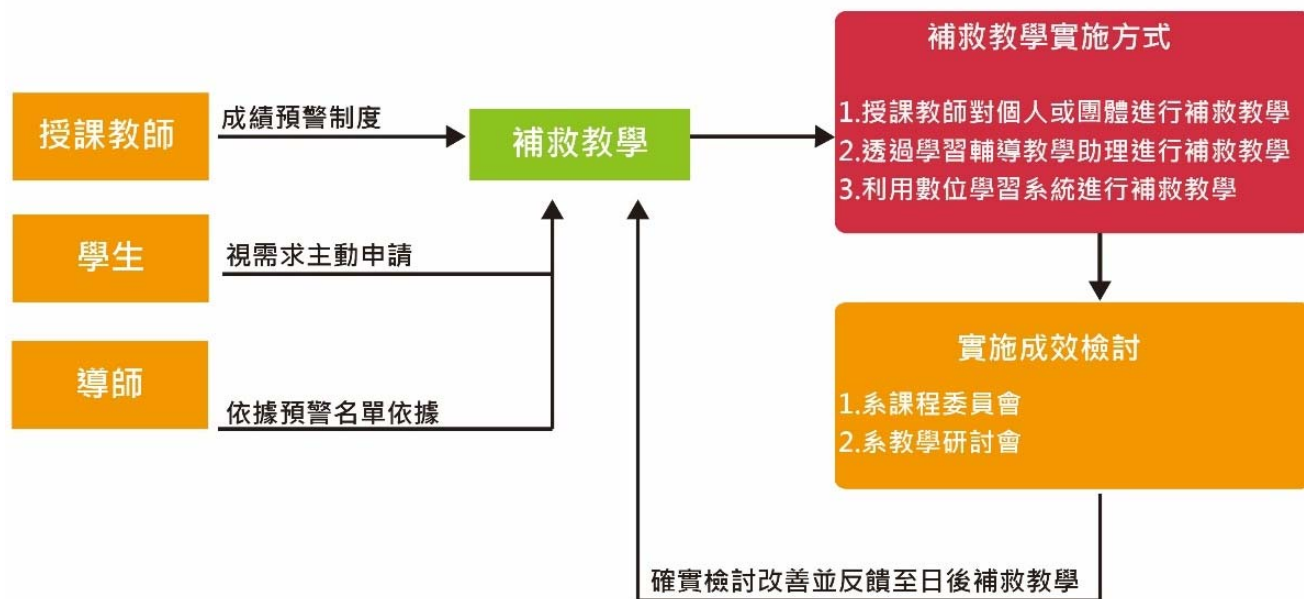


圖 3-1-1 補救教學機制

表 3-1-5 本系 104-106 學年度補救教學實施一覽表

學年度 項目	104	105	106	總計
補救教學次數	5	4	8	17
補救教學參與人次	48	51	47	146
補救教學後獲改善人次	45	36	44	125
改善率	94%	71%	94%	86%

由上表得知，補救教學後學習成果獲實質改善率為 86%。

(五) 教學助理培訓管理機制能協助提升其運作品質與成效

規劃完善的教學助理與學習輔導小老師制度，以協助提升本系教師教學品質：依據「弘光科技大學教學助理制度實施要點」【附錄 3-3】，本校教學助理主要區分為實驗課程教學助理、操作課程教學助理、課業輔導教學助理、英語學習教學助理、數位科技教學助理等五大類，而本系由於並未規劃有實驗課程，故主要採用的教學助理僅有四大類，說明如下：

- 1、課業輔導教學助理係指於課堂之外時間，透過面對面或數位學習平台互動等方式，提供課堂學習內容、作業完成要領或課程選修等諮詢服務與學習輔導者。
- 2、操作課程教學助理係指於課堂進行過程，協助授課教師操作、示範或準備必要教具與教學資源者。其與實驗課程教學助理之差異，在於操作課程助理並不進入實驗室中。
- 3、英語學習教學助理係指課堂之外時間，透過面對面或數位學習平台互動方式，提供聽、說、讀、寫等英語諮詢與學習服務者。
- 4、數位科技教學助理係指協助本校各教學單位教師製作數位與多媒體教材及提供數位學習平台諮詢等相關服務。

教學助理由本校教學資源中心聘請，內容與績效表現亦由教學資源中心負責，其中英語學習教學助理統一由教學資源中心聘請。本系同學 104-106 學年度擔任其他各類教學助理及受輔導人次如下表。

表 3-1-6 104-107 學年度本系各類教學助理及受輔導人次統計表

學年度 類別		104		105		106		107
		上	下	上	下	上	下	上
學習輔導	人數	6	6	5	4	2	2	2
	輔導人次	2740	573	681	180	434	45	32
操作課程	人數	2	1	3	3	1	1	8
	輔導人次	775	500	1849	1023	360	450	86

(六) 選課輔導機制能滿足學生需求

因應產業需求及師生的反饋，系上的專業課程逐年有所調整，為了增進學生對於課程與修課規定的了解，在學期末選課前都會進行選課輔導說明，針對課程的專業性與課程大綱和授課方式給予同學分析建議，特別是有序列性的課程會依適當年即建議修課與安排，掌握學習的節奏。另外針對操作型的課程，授課老師更提供課程諮詢，包括：修課需要使用的耗材、工具、修課時數等，上述的輔導機制，主要希望學生普遍可以選到適性的課程，並且能夠提前規劃與培養預習的態度，選課說明示意如圖 3-1-2。



圖 3-1-2 期末進行各年級的選課說明

3-3 鼓勵學生進行跨領域、跨校際（含國際學習活動）多元學習之機制與執行情形

(一) 跨域學程、輔系、雙主修、跨系/跨校選課之推動及學生學習情況良好

本系學生須在畢業前選選跨域學程外，也考選讀雙主修及輔系外，本系與應用英語系、幼兒保育系、化妝品應用系及美髮造型設計系等合開就業導向之跨領域學程，有助於學生就業競爭力。104-106 學年本系選讀輔系、雙主修人數如表 3-1-7。

表 3-1-7 104-107 學年度本系選讀輔系、雙主修人數統計表

學年度 類別	104	105	106	107
輔系	1	2	2	1
雙主修	1	2	1	0

教育部為強化大專校院與區域連結合作，培育大學生對在地發展創造價值的認知，陸續投入許多相關計畫，基於實踐在地大學生對當地的認知與文化理解，本系與靜宜大學提出聯合開課計畫，聯合課程的目的期望大學生可以在區域發展上扮演關鍵的角色，藉由實作課程讓學生發掘在地文化歷史，並透過在地優勢與兩校間屬性的差異共同進擬定課程，帶動社區文化的創新發展；藉由學習的過程，也讓大學生感受到「被社區需要」，凝聚青年學子對區域發展的認同。本計畫在 107.1 學年度由兩校共同開設二門課的方式進行，未來在視區域內各社區的屬性與需求逐步增加社區範圍與課程數，希望由在地大專校院共同合作，創造符合在地城鄉、文化發展的創新價值。本系開設課名為「紀錄影像中的人文敘事」、靜宜大學則由產業學院開設「人文探查與影像微學分」，在 107.1 學年度中兩校共有 24 位學生完成這兩門課程的修習，過程中學生由田野調查、實地訪談、腳本創作、影片拍攝到剪輯，最終完成屬於清水社區的六部影像實紀。

（二）運用適當措施鼓勵學生多元學習、交流與成長

本系透過產學合作、海外短期研習、海外實習等方式提供許多學生更多元的學習機會，產學合作方面，如學習在地農村文化資源調查與彙整，或以工作坊形式聯結在地中小學校，訓練學生組織規劃能力，學習如何設計活動將創意帶入社區中。本系也透過辦理飲食文化體驗、生活教育體驗、自然生態體驗、工藝文化體驗等活動使學生藉此有相互學習、知識交流的機會。每年暑假本系均舉辦至日本、韓國、泰國等海外短期文化研習，讓學生感受到不同國家的文化和創意設計。海外實習方面，則提供學生至美國、澳洲、日本、泰國、馬來西亞、北京、上海等地進行行銷與設計方面的業務學習，增進業界實務經驗。

本校教學資源中心在 105 學年度起舉辦多樣學生多元學習活動，包含多元社群、實作創課等，系上都積極鼓勵同學參與申請，或的更多元的知識與技能。

表 3-1-8 104-107 學年度本系參與教學資源中心多元教學與學習社群統計表

學年度 社群類別	104	105	106	107.1
自主學習社群	NA	NA	3	NA
實作創課計畫	NA	2	2	1
專題研究社群	3	1	1	NA
學生自主學習	3	2	NA	NA
行動反思校外實習社群	NA	1	NA	NA
實作反思服務學習社群	NA	NA	2	NA

此外，本系還設有許多軟硬體專業設備以及開設許多相關證照班，同時也邀請業界專家教授使用課程和技術，提供學生學習專業知識，讓學生可以藉由設計專業設備的使用，嘗試自己製作創意商品，為將來就業直接連結相關產業做準備。

(三) 鼓勵學生參與課外活動機制及教師協助學生參與課外活動情形良好

本系系學會每學期均舉辦許多課外活動，讓學生發展更多的興趣和培養新的興趣；如大一迎新活動、合唱團比賽、啦啦隊比賽。使學生透過親身的體驗，滿足對合群的需求；產生友愛、合作和獨立行動的觀念，也在活動中養成對道德和性靈的認知，讓學生學習到如何善用閒暇，擴大學生之間的交友圈，也提供學生能夠充份地發揮其創造力和團隊精神的機會。學會也會在學期之中舉辦各項活動，系上學生都積極參加。

3-4 學生生活、實習與職涯輔導機制之建立及執行情形

(一) 學生生涯、實習、就業輔導管機制(如 office hour、導生制度及其他回應學生需要之即時回饋機制)與執行成效良好

本系依循弘光「以人為本、關懷生命」之辦學理念，除專業能力之培育外，重視學生全人之發展，因此在學生之課業生活、生涯及就業輔導上，以學務處為中心之整合方案，匯通各行政與教學單位，提供學生整合性及全面性之輔導。本校整體輔導機制圖如圖 3-1-3：

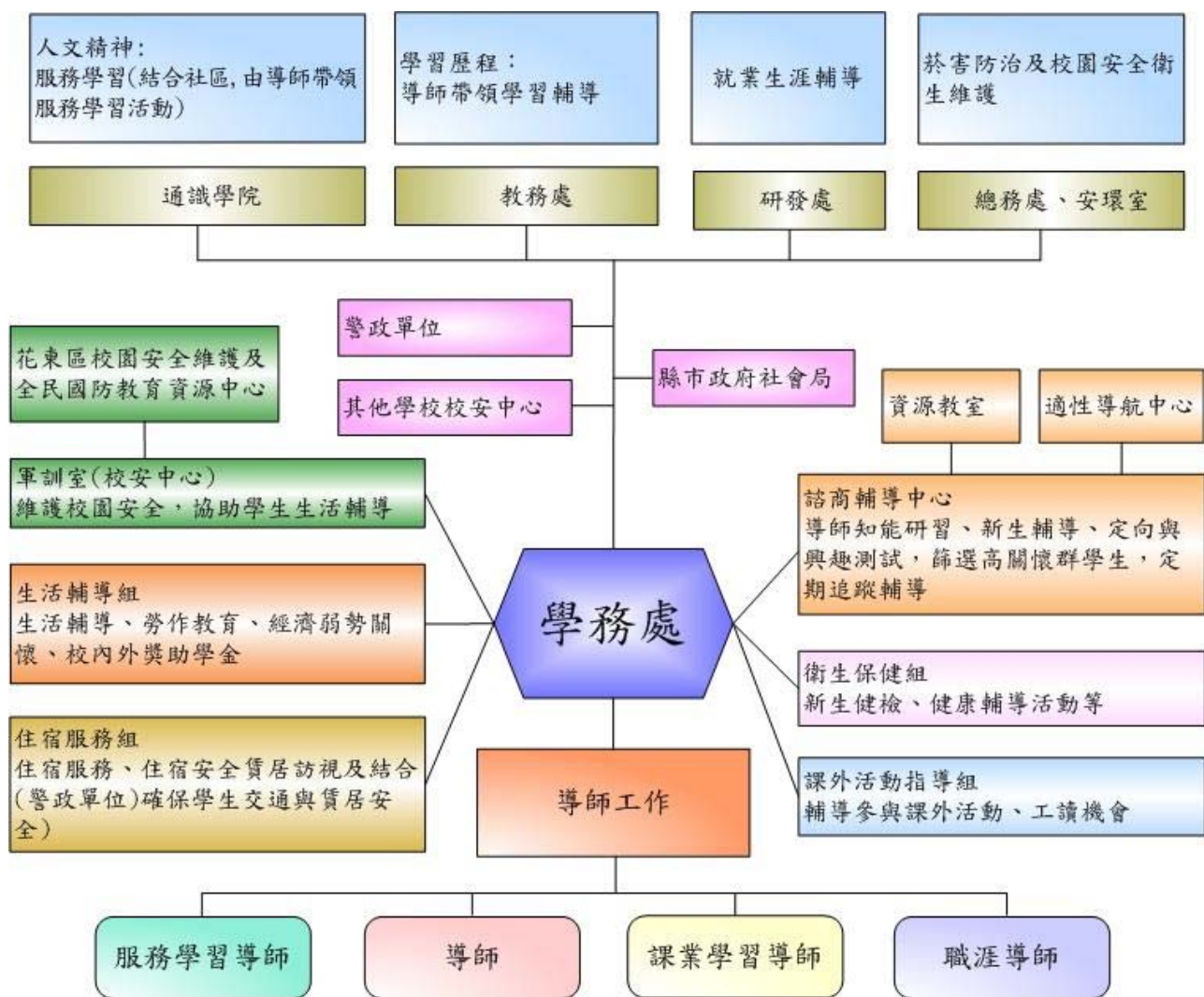


圖 3-1-3 本校學務處整體輔導機制圖

(二) 學生生涯、實習、就業輔導資訊取得管道便利，並可獲得教師個別諮商輔導

本系十分重視學生對於自己生涯與就業之規劃，設有生涯輔導老師協助提供學生「從入學到就業」一貫之生涯、就業輔導。自新生入學起，便協助學生定向輔導，參加生涯導航中心所實施之生涯興趣量表測驗，以協助學生了解個人之興趣導向，並作為選課之參考。此外，配合本校研發處所建置之「職涯規劃加油站」，本系鼓勵學生利用電腦與網路進行求職資訊之蒐尋，以及各種最新求才、證照考試、技術檢定等資訊。此外，本系亦透過本校職涯規劃專員每週進行之各政府機構、職訓中心、人力銀行等求才資訊之分類、統計與分析，了解各職類工作機會之變化，除作為課程規劃參考之外，亦提供給本系導師作為學生生涯規劃輔導之依據。

本系與國內外文創機構簽訂實習課程合約，提升學生國際觀與實務能力：本系實習安排在大三升大四的暑假，共 324 小時，學生至文創產業相關機構進行 324 小時之實地實習。為確保學生實習有所收穫，本系重視學校督導與機構督導之間的協調和溝通，主動聯繫與探訪機構，實習結束後並辦理「成果發表會」，分享實習成果。本系亦積極簽訂學生海外實習機構，並爭取教育部學海築夢計畫，以擴展學生國際視野與就業能力。有關本系學生實習實施歷程如圖 3-1-4。

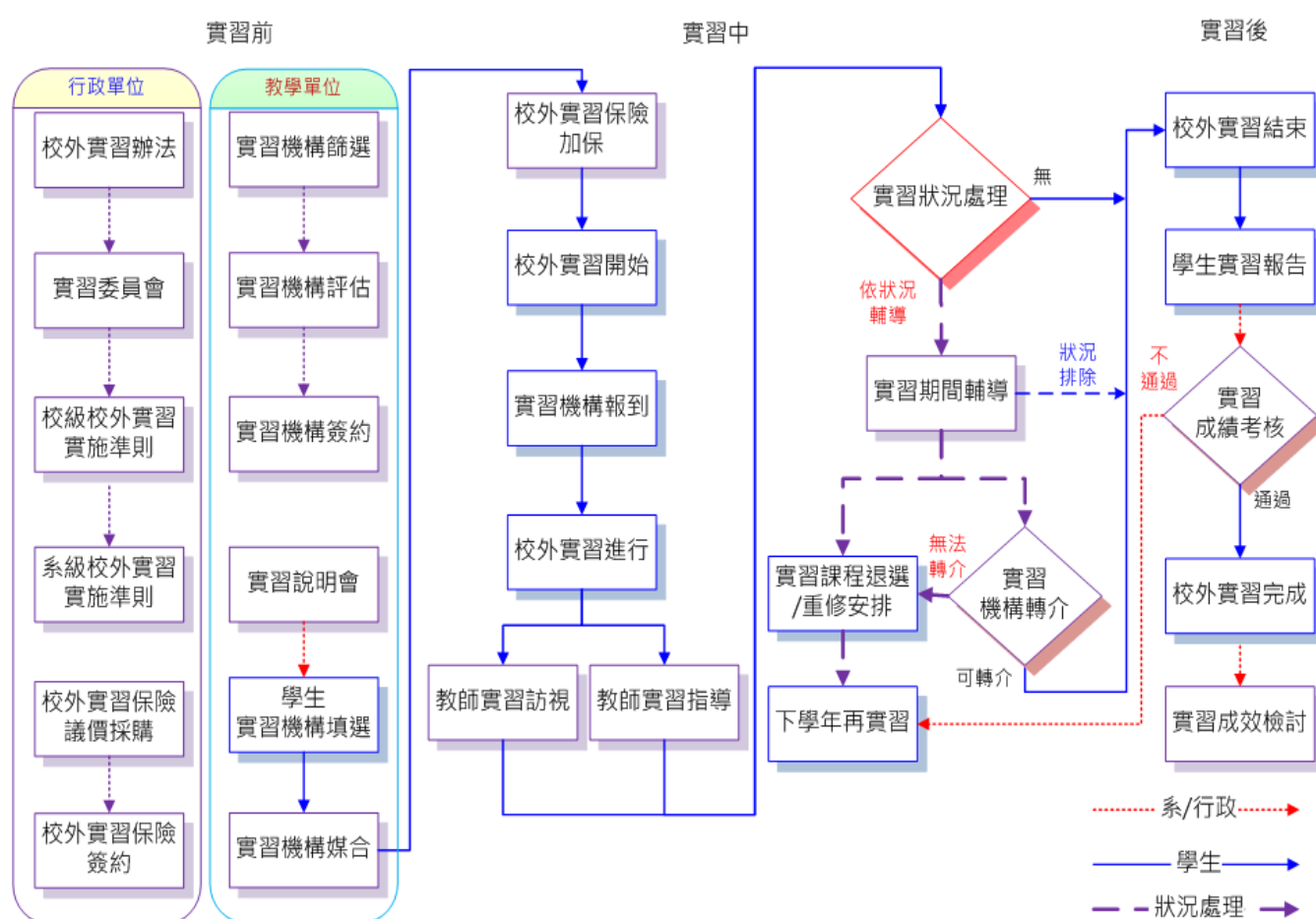


圖 3-1-4 本系學生實習實施歷程

本系學生在課業生活、生涯及就業輔導上，有多元諮詢對象，包含班級導師、服務學習導師、課業學習導師、職涯發展導師及主任導師（系主任）、學習輔導教學助理（學習輔導小老師），以及諮商輔導中心輔導教師。各類導師之執掌與執行成效如圖 3-1-5，並分述如下：

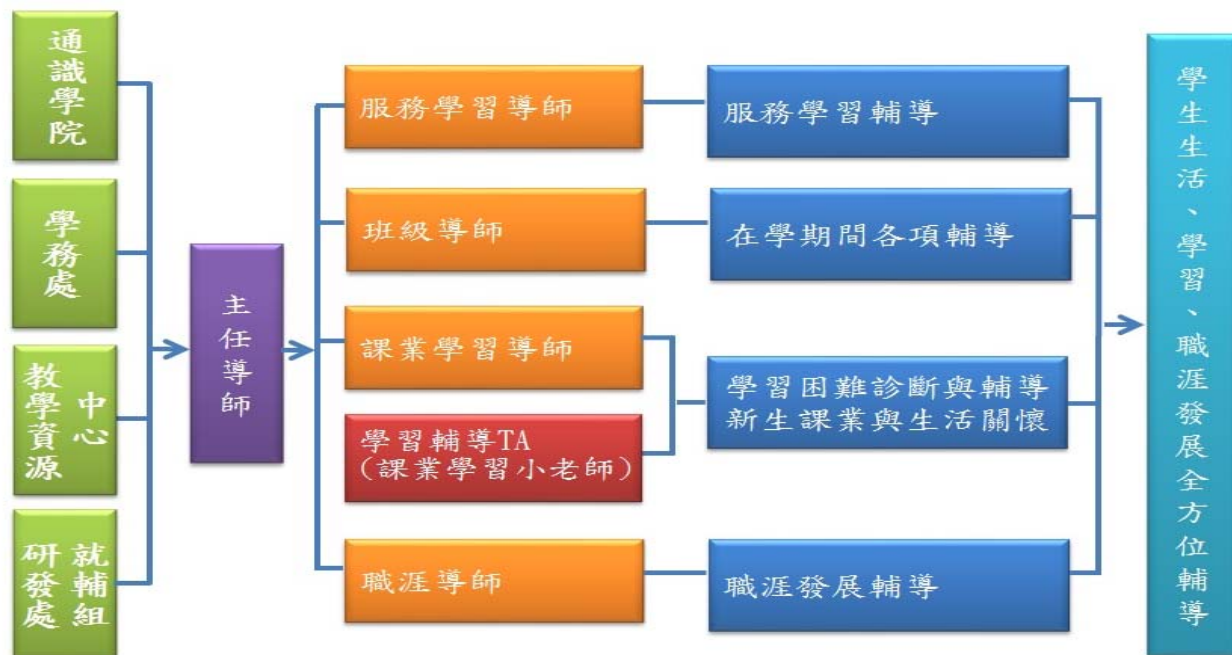


圖 3-1-5 本系學生課業生活輔導機制圖

由班級導師透過定期召開班會、住宿訪視、約談等方式瞭解並協助學生解決生活相關問題。為落實學生的生活輔導，本系導師均定期召開班會，藉此了解學生的日常生活狀況，包含住宿、交通等方面之各種問題，並確實記錄於各班的班會紀錄簿。為協助學生之生活適應，學務處設有住宿輔導組，專人負責優良宿舍之簽約、房東座談及住宿訪視，導師每學期亦會進行宿舍訪視，隨時將學生住宿中所遇到之問題反映予住宿組，及時協助學生解決與宿舍相關之問題。近三年本系教師宿舍訪視人次如下：

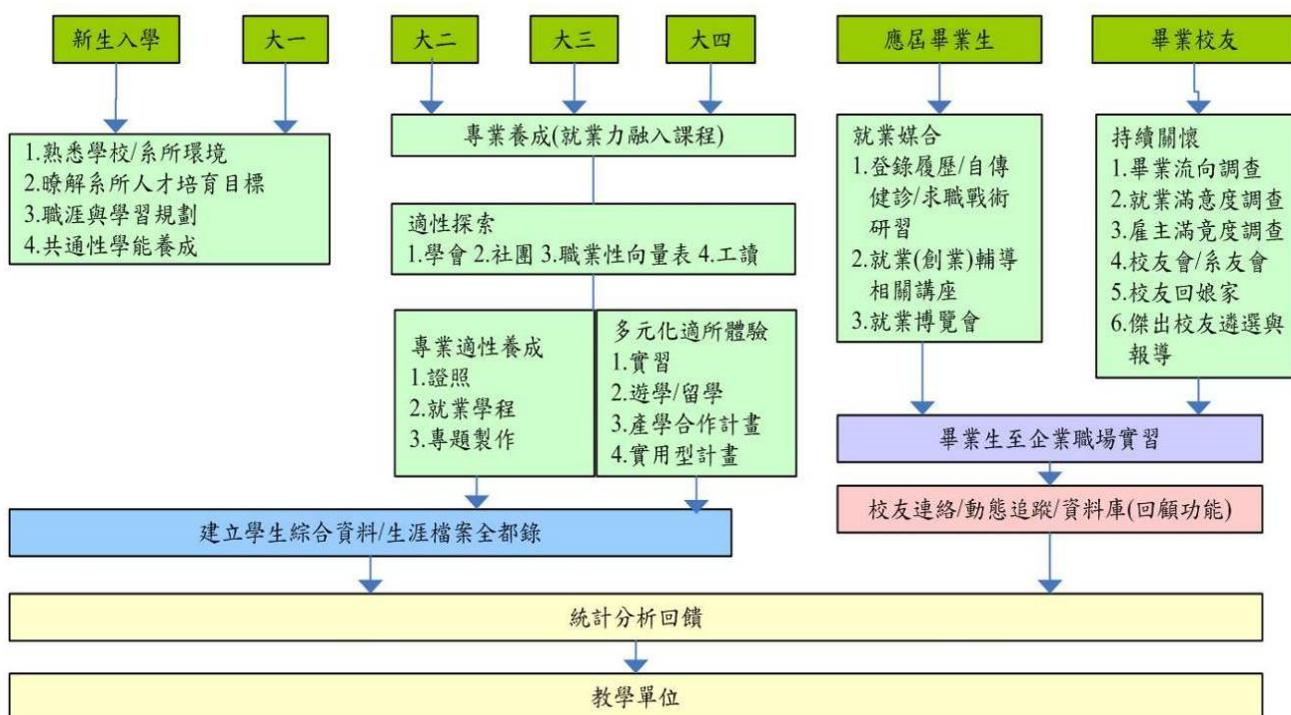
表 3-1-9 104-107 學年度本系校內外住宿訪視輔導人數

學年度 人次	104	105	106	107.1
合計	182	185	201	131
總計	699			

(三) 學生生涯發展、就業輔導與產業界之合作情形良好

本系十分重視學生對於自己生涯與就業之規劃，設有生涯輔導老師協助提供學生「從入學到就業」一貫之生涯、就業輔導。自新生入學起，便協助學生定向輔導，參加生涯導航中心所實施之生涯興趣量表測驗，以協助學生了解個人之興趣導向，並作為選課之參考。此外，配合本校研發處所建置之「職涯規劃加油站」，本系鼓勵學生利用電腦與網路進行求職資訊之蒐尋，以及各種最新求才、證照考試、技術檢定等資訊。此外，本系亦透過本校職涯規劃專員每週進行之各政府機構、職訓中心、人力銀行等求才資訊之分類、統計與分析，了解各職類工作機會之變化，除作為課程規劃參考之外，亦提供給本系導師作為學生生涯規劃輔導之依據。

另外，為掌握本系學生畢業後之發展，特建置畢業生資料庫及進行應屆畢業生的進路調查、職涯輔導記錄、畢業生流向調查等，配合校友/系友大會的召開、就業滿意度的調查、或系友網站的架設等，讓導師於學生畢業後也能協助畢業校友轉業或開創新職涯，並提供在校生與畢業生之間溝通交流的管道，透過本系與諮商中心及研發處所銜接之完整職涯輔導網絡，協助學生適性發展並掌握就業資訊。本系的學生職涯輔導機制圖主要可如圖 3-1-6 所示：



因此，學生職涯輔導機制之成效包括以下：

1、畢業生就業狀況

於 104-106 學年度之畢業生平均就業率為 86.9%，畢業生就業之工作領域，主要從事行銷相關職務，其中，以網路行銷、業務助理與行銷企劃等職務為多數畢業生之就業選擇；選擇設計類型工作的學生多半是以設計與美編人員以及自行從事設計工作為主。

2、職涯導師輔導與畢業校友職涯講座

職涯導師輔導與畢業校友職涯輔導本系於 104-106 學年度之職涯導師輔導人次共約 250 人，畢業校友職涯輔導場次共有 10 場。

3、畢業生返校職涯輔導與座談

本系每年舉辦系友回娘家，並與在校生作職涯輔導，另外畢業生返校輔導座談共有 5 場 8 位講者。

（四）學生生活與職涯輔導制度與推動措施可因應社會環境變遷及學生個別特質

1、本系為增進學生對畢業後職場的認識，在就業職涯輔導上採取以下措施：

(1)結合諮商中心心理測驗資源，全面實施生涯興趣量表，增進學生對個人生涯發展方向之認識。

(2)透過專業自我探索與專業生涯課程增進學生自我了解，強化生涯定向。

(3)舉辦對產業環業界參訪、利用協同教學導入業界師資、並舉辦產業趨勢研討會等活動，增進學生境之認識。

(4)結合實習、職場倫理與就業學程等課程，提升學生實務能力。

104 上下學年度職涯導師分別為廖倫光老師以及陳冠勳老師；105 上下學年度職涯導師分別為黃錦華老師以及陳冠勳老師；106 學年度職涯導師由楊士奇老師擔任。職涯導師主要利用在校時間，以個別諮詢與晤談方式，協助學生瞭解產業趨勢與就業市場概況，並填寫有輔導紀錄表。104-106 學年度期間，職涯導師輔導人次共約 250 人。由於本系所有教師對學生生活、學習及職涯輔導的投入，本系 104-106 學年度之畢業生共有 3 屆，平均就業率為 86.9%，為充分掌握學生就業狀況，除電話聯繫外更辦理校友回娘家活動與職場訪視，以深入了解學生之職場適應狀況。

2、本系推動措施可因應社會環境變遷及學生個別特質包括：

- (1)與國內外文創機構簽訂實習課程合約，提升學生國際觀與實務能力：積極簽訂產學合作計畫以提升教學資源，善用產學合作成果反饋至課程與教學：本系教師為了促進與產業間的互動關係，積極簽訂產學合作計畫，而透過產學合作計畫的實施，一方面促使本系師生能夠更加瞭解業界發展趨勢，另一方面也能夠提升教師教學資源。教師所執行的產學合作計畫，皆會盡力將相關成果反饋至課程與教學改善，藉此不斷提升教師教學品質，且亦能讓本系學生接觸到最新的產業資訊，使學生得以因應社會環境變遷。
- (2)積極簽訂產學合作計畫以提升教學資源，善用產學合作成果反饋至課程與教學：本系為使學生了解相關產業的最新動態與發展，結合專業課程安排多場校外企業參訪活動，而參與學生對於業界參訪活動的實施感到獲益良多，業界參訪活動辦理情形請見 46 頁，表 2-1-5。
- (3)邀請具備豐富實務經驗的產官學界實務專家學者進行協同教學：為突顯技職體系學校辦學的特色，強化學生的實務能力，並加強師生與業界間的連結，本系積極邀請產官學界具有豐富實務經驗的專家學者蒞校進行協同教學統計，如表 3-1-10。本系在 105 學年度因教育部實務增能計畫程序四的補助，因此大量的業師參與協同教學的部分，106 學年度協同教學為因應總整問題課程，因此教師數明顯降低，但系上仍有其他產學計畫配合，所以仍維持在 48 人次之上。

表 3-1-10 104-107 學年度本系舉辦之協同教學次數統計表

學年度	104	105	106	107.1
教師人次	7	92	48	27
總計	174			

- (4)辦理證照考試輔導以強化學生實務能力：本系 104 年開始針對 Smart Apps Creator 互動多媒體 APP 設計師威力導演國際認證 CCA 認證輔導班進行培訓，104-106 學年度辦理證照考試輔導班成果如表 3-1-11。

表 3-1-11 104-107 學年度辦理證照考試輔導班成果一覽表

學年度	辦理日期	證照輔導班	修課人數	考照人數	通過人數	考取率
104	104.12.19	Smart Apps Creator 互動多媒體 APP 設計師	13	10	10	100%
	105.03.26	Smart Apps Creator 互動多媒體 APP 設計師	42	38	38	100%
105	105.11.05	威力導演國際認證 CCA 認證輔導班	33	33	32	97%
	106.04.29	Smart Apps Creator 互動多媒體 APP 設計師	22	22	22	100%
106	106.11.18	威力導演國際認證 CCA 認證輔導班	29	29	29	100%
	107.04.29	Smart Apps Creator 互動多媒體 APP 設計師	23	23	23	100%
107.1	107.11.17	威力導演國際認證 CCA 認證輔導班	29	29	29	100%
總 計			191	184	183	99.5%

3-5 教學評鑑結果協助教師改進教學設計、教材教法、多元學習評量方法及教師教學專業成長情形

(一) 教學評鑑與回饋改善機制能確實運作以確保教學品質之提升

本系教師聘用皆對準培育目標所需師資專長，教師亦依照所屬專長進行授課，為進一步確保教學品質，本系全數教師遵照「弘光科技大學教師評鑑實施細則」，以提升教學品質之成效。本校教學評量之評審內容分為教學評量、教學競賽及專題指導、教材上網、教學研習、外加項目等。

本校教學品質完整之辦法與架構（如圖 3-1-7），根據架構之「投入」、「評鑑、回饋、檢核」及「產出」，從學生、教師、課程、設備、系所、院及校，均設置完整的執行辦法，且定期稽核。稽核結果再回饋至相關的規定及執行修正。

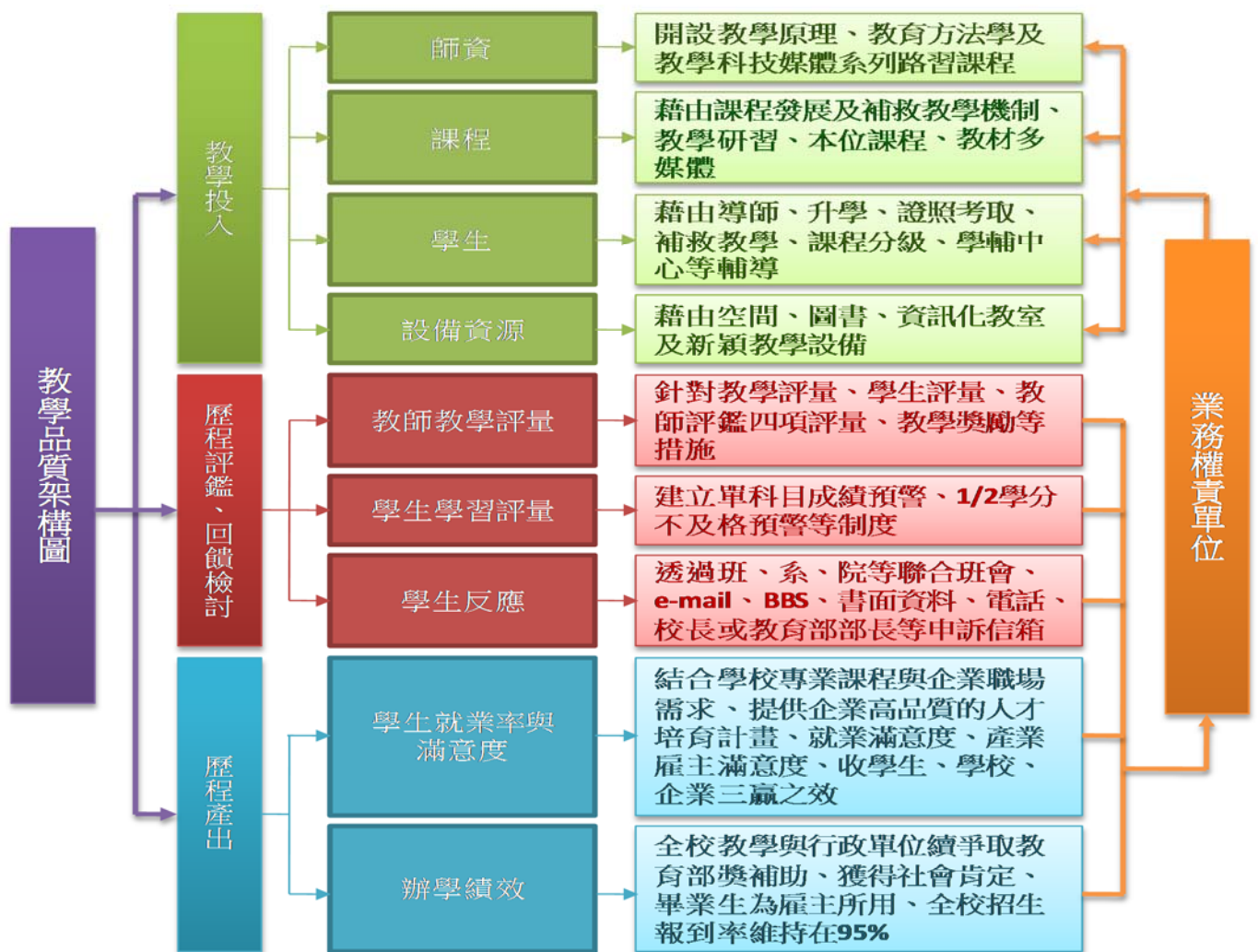


圖 3-1-7 本校教學品質架構圖

為達成教學品保之目的，本校以各項完善辦法鼓勵並支持教師善用校內外資源、製作多元教材與運用不同教學策略，提升教學品質：

- 1、訂定教學教材製作獎勵辦法（參見【附錄3-4】）以鼓勵教師開發特色教材：為促進本校教學教材多元化，提高製作及使用自編教材意願，本系104-106學年度教師教材獎勵通過共計12件（參見表2-1-7）。
- 2、訂定完善的教師考核與評鑑辦法（參見【附錄3-5】）與教師考核與評鑑獎懲準則(參見【附錄3-6】)並落實完善的追蹤與輔導機制：本系教師之聘用，皆依培育目標所需師資專長辦理，教師亦依照所屬專長進行授課，為進一步確保教學品質，本系全數教師遵照「弘光科技大學教師評鑑辦法」及相關準則、細則，以提升教學品保之成效。本校教學評量之評審內容分為教學評量、教學競賽及專題指導、教材上網、教學研習、外加

項目等。本校針對教學績優之教師均加以獎勵，本系王靜儀老師、曾獲得優良教師之榮譽。

- 3、每學年透過產、官、學課程諮詢會議及課程委員會等機制檢討課程，並將畢業生流向、雇主滿意度調查、教師校外實習輔導及學生實習建議回饋至課程委員會討論，並針對課程規劃與實施做必要之調整和修改。
- 4、每學期開學前及期中考後辦理教學研討會，審議各課程之教學大綱，使授課內容能與各科目設課之意旨一致，並使各科目教學能互相銜接且不重複。期中考後則進行關懷問卷，並將結果提供給各專兼任教師，讓老師有機會在學期中即進行教學改善，不致於學期末教學評量實施時已無改善機會。

（二）教學評鑑結果追蹤辦理情形成效良好

本系專兼任教師於學生教學評鑑平均分數，104至106學年度如表3-1-12，顯示教師教學品質獲在學學生肯定。（教師教學評量與輔導實施辦法請參【附錄3-7】）。

表 3-1-12 104-107 學年度本系教師教學評量成果統計一覽表

學期	104-1	104-2	105-1	105-2	106-1	106-2	107.1	備註
平均	4.33	4.40	4.35	4.32	4.30	4.42	4.31	滿分為5分

本系自95學年度成立以來，為改善教學成效與增進教學品質，率先實施教學研討會之定期召開與關懷問卷之施作：

- 1、本系專兼任老師於每學期開學前辦理教學研討會，審議授課教師教學大綱，使授課內容能與各科目設課之意旨一致，並使各科目教學能互相銜接且不重複。
- 2、本系於每學期期中關懷問卷後，統整學生意見，於期中考後召開教學研討會，將學生建議交由各專兼任任課老師，提供教師作為改進與提升教學輔導之參考，提早了解學生之問題，選用適當教材及教學方法。學期末由教務處所施作的教師教學評量，教師已可提前調整授課內容與方式。

二、特色

- (一) 針對學生之學習、生活及職涯發展，建立並實施多元輔導機制：教師全面投入輔導工作，提供有效能之服務，且盡量參加學生舉辦之各類活動。經常與學生約談，無論在課業、生活、生涯及就業方面都能根據學生需求給予幫助，能夠有效提供學生身心靈多面向之照顧。本系學生畢業後之就業與升學表現良好：本系畢業生共有三屆，平均就業率達 86.9%。除了就業，本系學生於升學部份亦有良好表現，104-106 學年，計有 6 名畢業生考取研究所。
- (二) 師生關係密切：本系師生及系上工作夥伴之間感情緊密有如家人，教室集中，系學會經常舉辦大、小型活動，成功串連師生情誼，結合專題與方案，師生互動頻繁，各項競賽屢獲佳績，成功締造全系師生強烈之認同感、凝聚力與向心力。
- (三) 定期舉行教學研討會並討論各班學習情況與問卷分析：

本系於每學期開學前舉行教學研討會，審議教學大綱，使授課內容能與各科目教學目標一致，並使各科目教學能互相銜接且不重複。另外，本系於期中考前進行教學問卷施作，統整學生意見，於期中考後一週召開教學研討會，將學生建議回饋各任課老師，提供教師作為改進教學之參考。學期末由教務處所施作的教師教學評量，針對學生教學評量分數低於 4.0 的問項加以討論，若教學評量中有文字表述或是其他建議也會在會議中匿名提出討論，教師方能調整授課內容與方式。

三、問題與困難

- (一) 人際互動、溝通協調、團隊合作及問題解決能力，乃目前職場所需之基本態度。然而這些能力之培養不容易透過課程教學達成，需透過實際的操作、反思與調整，方可逐漸發展出來。例如本系學生在大三升大四暑假的實習課程中，因學習心態與適應問題，臨時有意離退或要求轉換實習單位之情形，如何在短暫時間內調整學生心態進行有效溝通，解決實習問題及輔導是一大困難。
- (二) 由於學生來源不同（目前本系計有商業管理、商業設計等二類 107 年起新增土木建築群），造成教師在專業課程的教授時有學生基礎不一的困難。為協助解決此困境，本系積極透過協同教學、多元實作課程及分組報告等

方式，讓學生能互相討論，彼此學習，但仍有難以滿足不同學生需求的困境。另外，本校近年提供各系「第零哩課程」的開設，由設計與行銷背景的教師分別規劃玩設計與玩行銷課程，共同訂定主題，透過簡單的任務並以問題導向學習方式讓同學體驗設計與行銷跨領域之整合課程。由於第零哩課程的先行體驗，協助不同來源的學生能初步理解未曾學習過的課程領域，其課程成效以下兩部份：

- 1、針對課程進行前後的學習成效撰寫成文章，並已於2016年發表於國內發行已久且具審查機制之期刊，相關成果亦會陸續發表。
- 2、此課程協助不同來源的學生能初步理解未曾學習過的課程領域。於104-106學年二年級的分組結果顯示，104-106學年度在設計組與行銷組之比例約為1：1。

四、改善策略

- (一) 為了讓學生對實習場域的工作環境、內容有更深刻的瞭解，同時及早建立專業的工作態度，未來考慮將藝文志工及活動參與，納入實習機構選填順序計分項目：為鼓勵輔導學生參與本系及系學會所辦理各項活動，本系將學生參與志工及系或系學會辦理活動情形，列入選擇實習機構計分項目，以擴大學生參與面，並引導學生從實踐中體悟多元參與及關懷服務之價值。現行之系上舉辦的校外實習說明會於3月舉辦，並提前媒合實習單位，由實習指導老師輔導實習學生，尤其是實習工作性質及專業態度方面，使學生即早準備。
- (二) 針對學生來源不同造成各任課老師在專業課程教授方面的困擾，本系除善加規劃運用開學前的第零哩課程，另請各教學助理協助輔導學習上碰到困難的同學，老師也採補救教學措施，對提出需求的學生加強課程或實作的訓練。102 學年度入學之學生在二年級下學期專業必、選修課程將分成設計、行銷兩大組，讓學生可依個人興趣與專長選擇未來就業方向。

五、小結

- (一) 綜合上述，本系「教學品保與學生輔導」之規劃，能夠依據學生能力需求，制訂學習成效檢核方式，並針對學生之課業、生活、生涯及就業設立相關輔導機制，透過相關課程，有效進行提升學生實務能力之具體措施。
- (二) 其他有關增進學生學習意願及提升學習成效方面，本系運用多元策略以增進學生學習意願及確保教學品質；同時，本系專兼任教師均能配合學生特質及產業發展需求，規劃並達成符合本系專業核心能力之教學目標，運用並整合校內外資源，發展教材，制訂多元學習成效檢核機制，以提升教與學的效率。
- (三) 系上定期在學期前舉辦專兼任老師教學會議，反思學期的教學結果，藉此討論學生的學習狀況，會議中也將針對學生教學評量分數低於 4.0 的問項加以討論，若教學評量中有文字表述或是其他建議也會在會議中匿名提出討論，相互討論的過程與資深或優秀教師的建議相信可以幫助專兼任教師，可以更明確的掌握教學方向。
- (四) 要求新進教師及共同授課教師，需要參與課程銜接會議與增能社群，藉此方法讓相互觀摩、檢討，提升教學品質。目前基礎文化設計(一)(二)的課程，授課教師每月須定期舉辦課程工作坊，擬定課程目標與相關執行方式。另自 104 學年度起，本系新進教師若無大專任教經驗 2 年以上，皆需參與教學增能社群。近三學年平均皆在 4.3，期望經由課程銜接會議與增能社群，逐年提升教學評量分數。
- (五) 本系師生及系上工作夥伴之間感情緊密有如家人，師生之間互動頻繁，常利用課後時間指導學生，使學生在專題上能夠用心投入，在每年各項競成功地締造佳績，形成師生間之認同感、凝聚力與向心力，讓學生在這和諧大家庭的氛圍中，激發出愉悅、熱誠、創新、積極努力的學習動機和氣氛，達到落實學生課業生活、生涯及就業輔導機制之功能。

項目四：系所資源與專業發展

評鑑指標

- 4-1 教師實驗/研究相關軟硬體設備、設施、空間、環境及圖書...等之適宜與充足程度。
- 4-2 學生學習資源之適宜與充足程度。
- 4-3 教師專業發展與服務成效。
- 4-4 具備足以確保教學品質、發展目標及教師專業成長之行政支援人力與經費。
- 4-5 具備使教學/研究/實驗/創作相關軟硬體設備、設施及空間有效運作之維護管理機制及行政支援人力與經費。

一、現況描述

本系所空間與資源乃強化學生專業學習與實務操作能力，以及增進教師教學品質之基礎。目前本系空間規劃以本校生活應用大樓 1 樓與 2 樓為主，逐年完成專業教室與設備之建置，空間充足，使用與分配有助於本系研究與教學發展。本系與 107 學年度起進行課程翻轉，校方在給予 S 棟二樓與三樓小班教學設計教室之空間，本系之專業教室與配合課程情形如下表 4-1-1：

表 4-1-1 空間使用說明表

序號	空間編號	管理人員	空間名稱	空間坪數	使用活動/課程
1	L101	呂佩穎	藝文展映專業教室	26.62 坪	提供學生藝文課程使用，例：「世界藝術史（一）（二）」、「文創產業概論」、「創意概論」、「美學」、「歷史與文明」、「宗教藝術與民俗文化」等。
2	L102	吳振廷	創意實作研究室	26.62 坪	提供學生產品設計課程與專題實作使用，例：「產品設計與行銷（一）（二）（三）」、「畢業專題製作（一）（二）（三）」等。
3	L112	彭淑如	數位多媒體教室	26.92 坪	提供學生電腦多媒體類及影像設計等相關課程使用，例：「電腦繪圖（一）（二）」、「影像規劃與設計（一）（二）（三）」、「3D 電腦繪圖」、「空間電腦繪圖」、「攝影學」等。
4	L210	吳政霖	專業設計教室	24.76 坪	提供學生產品、場域及空間設計課程使用，例：「產品設計與行銷（一）（二）（三）」、「場域設計與行銷（一）（二）（三）」、「畢業專題製作（一）（二）（三）」等。
5	L211	陳俊利	造形設計教室	24.09 坪	提供學生設計實作課程使用，例：「金工實務」、「木工實務」等。
6	L212	彭淑如	數位編輯及圖文組版工作室	25.76 坪	提供學生編輯印刷及溝通討論相關課程使用，例：「印刷實務」、「設計溝通」等。
7	L213	吳振廷	設計教室	24.76 坪	提供學生設計基礎及進階課程使用，例：「基礎文化設計（一）（二）」、「進階文化設計（一）（二）（三）」、「應用色彩學」、

序號	空間編號	管理人員	空間名稱	空間坪數	使用活動/課程
					「基本素描」、「設計素描」、「設計表現技法」等。
8	S201	彭淑如	設計無限工作室II	43.79坪	提供學生設計基礎及進階課程使用，例：「基礎文化設計(一)(二)」、「進階文化設計(一)(二)(三)」、「設計方法」、「基本素描」、「設計素描」、「設計表現技法」等。
9	S301	彭淑如	設計無限工作室III	43.79坪	提供學生設計基礎及進階課程使用，例：「基礎文化設計(一)(二)」、「進階文化設計(一)(二)(三)」、「邏輯思考」、「基本素描」、「專題製作」、「設計表現技法」等。

4-1 教師實驗/研究相關軟硬體設備、設施、空間、環境及圖書...等之適宜與充足程度

(一) 教師研究空間配置充足、適當

每位教師均擁有個人研究室（約 3 坪），以提供教師教學與研究空間。目前在 L114、L201、L202 共 9 間研究室。

(二) 實驗室、創作教室之器材設備可充足且妥適供應教師進行實驗/研究/創作

造型設計教室有 30 組金工桌、工具組，以及焊接設備機器，做為金工實務和木工實務課程教學之用，另購置有雷射雕刻機、紙模與包裝設計切割機、3D 列印機、3D 掃描器、電腦刺繡縫紉機、數位網版製版機、UV 直噴機、金屬印表機、緞帶印製機及手壓式燙金機等專業器材設備，提供相關設計實作課程與專題製作課程進行創作之所需。

(三) 網路及電腦設備(含軟體)可充足且妥適供應教師之實驗與研究

數位多媒體教室建置有 56 部內裝 CS5.5 版本之之 Photoshop、Illustrator、Indesign 等 18 種套裝軟體之電腦、攝錄影設備與專業商業攝影棚等空間，使學生得以運用數位之軟體與硬體，學習數位設計內容及行銷傳播所需之職場技能。圖文組版工作室目前建置有 7 部 Apple imac 電腦，其規格為 3.8GHz 四核心第七代 Intel Core i5 處理器 Radeon Pro 580 配備 8GB 影像記憶體 Retina 5K 5120 x 2880 P3 顯示器，提供專題製作課程之小組設計實務所需。圖 4-1-1 及圖 4-1-2 分別為本系數位多媒體教室及設計教室示意圖。



圖 4-1-1 數位多媒體教室



圖 4-1-2 設計教室

(四) 中/外文圖書期刊、電子期刊/資料庫資源之質與量可滿足教師進行實驗及研究需求

本系每年編列圖書經費，由系上教師推薦並經過系務會議審核後，購入圖書、期刊及電子資料庫等各類型專業資源，均妥善典藏於本校圖書館，並遵循圖書館制定的管理辦法與維護機制。本系各類型專業館藏數量如表 4-1-2 所示。

表 4-1-2 104-107 學年度本系各類型專業館藏資源統計表

學年度 資料類型	104		105		106		107.1	
	中文	外文	中文	外文	中文	外文	中文	外文
圖書(冊)	30,623	5,794	31,025	5,898	31,472	6,133	31,623	6,173
紙本期刊(種)	60	3	60	3	56	3	58	1
視聽資料(筆)	4,309	1,323	4,554	1,323	4,744	1,338	4,933	1,338
電子期刊(種)	123	206	152	447	152	210	149	226
資料庫(種)	1	6	1	7	1	6	1	6

本系師生統一到本校圖書館借閱圖書及視聽之館藏資源，亦可於本系圖書室借閱專業資源，而暫置於系上之專業紙本期刊則直接到系辦公室閱覽。同時，師生不論在校外或校內皆可透過電子資源整合系統，運用單一檢索介面查詢及瀏覽電子資源。各類型專業館藏資源之運用成效呈現如表 4-1-3。

表 4-1-3 104-107 學年度本系各類型專業館藏資源使用統計表

學年度 資料類型	104		105		106		107.1	
	借閱 人次	借閱 冊數	借閱 人次	借閱 冊數	借閱 人次	借閱 冊數	借閱 人次	借閱 冊數
圖書	1,749	4,359	1,328	4,348	955	3,142	408	1,445
視聽資料	1,966	1,745	1,351	1,044	1,485	848	490	312
	使用人次		使用人次		使用人次		使用人次	
紙本期刊	168		230		600		239	
電子資源	213		22		58		15	

本校圖書館積極參與各項合作組織及聯盟，建立館際間資源互享之合作機制，本系師生亦可藉由館際合作方式，尋求校外之圖書與電子資源，不僅拓展師生之圖書借閱管道，更可增加電子資源之深度與廣度，型塑師生多元且便捷的資源檢索環境。

另外，本系基於閱讀習慣的培養，有助於學生文化涵養的厚植與設計概念的啟發，故規劃有圖書及影音資料區，編列經費購置相關書籍、雜誌共 4 千餘冊，影音光碟共 587 片等，提供師生參閱。並設有「文史工作室」、「數位編輯及圖文組版工作室」作為閱讀討論的空間，如圖 4-1-3。



圖 4-1-3 圖文組版工作室

4-2 學生學習資源之適宜與充足程度

(一) 教室、研究室、實驗室及其他學習用途之空間總量足夠且分配適當

本系專業教室有 6 間共計 153 坪，作為各式基礎理論、藝文展映、設計

討論與實作課程之教學空間總量足夠且分配適當。教師研究室 11 間共計 33 坪，作為教師研究空間，上述空間皆位於生活應用大樓（L 棟）一、二樓，便於聯絡師生感情，形塑文創系空間之氛圍。

（二）教室環境可協助學生提升教學成效

本系普通教室均備有單槍投影機、電腦連線設備、珠光螢幕、擴音設備，方便老師教學使用。同時，本系亦逐年編列教學輔助設備，各項設備與儀器均配合課程需要與本系特色，充分使用。系上所有儀器與設備購置後均經系內初驗及保管組複驗。使用時皆有例行性之維護與保養，如有損壞或不正常運作，則儘速聯絡廠商維修保養，以不影響學生上課使用為原則。每間教室皆訂定環境管理規則，並落實三分鐘環保，每堂課下課由小老師確實檢查教室整潔與專業設備使用狀況，利於再使用者，提升教學成效。

（三）實驗室、創作教室之器材設備可充足且妥適供應學生學習

造型設計教室有 20 組金工桌、工具組，以及焊接設備機器，做為金工實務和木工實務課程教學之用，另購置有雷射雕刻機、紙模與包裝設計切割機、3D 列印機、3D 掃描器、電腦刺繡縫紉機、數位網版製版機、UV 直噴機、金屬印表機、緞帶印製機及手壓式燙金機等專業器材設備，提供相關設計實作課程與專題製作課程進行創作之所需。上述儀器設備充足，妥適供應本系日間部與進修部學生之學習。

（四）網路及電腦設備(含軟體)可充足且妥適供應學生學習

數位多媒體教室建置有 56 部內裝 CS5.5 版本之之 Photoshop、Illustrator、Indesign 等 18 種套裝軟體之電腦、專業錄音室與攝影棚等空間，使學生得以運用數位之軟體與硬體，學習數位設計內容及行銷傳播所需之職場技能。圖文組版工作室目前建置有 7 部 Apple imac 電腦，其規格為 3.8GHz 四核心第七代 Intel Core i5 處理器 Radeon Pro 580 配備 8GB 影像記憶體 Retina 5K 5120 x 2880 P3 顯示器，提供專題製作課程之小組設計實務所需。上述儀器設備充足，妥適供應本系日間部與進修部學生之學習。

（五）中/外文圖書期刊、電子期刊/資料庫資源之質與量能滿足學生學習需求

本校圖書館擁有豐富圖書館藏資源，亦有暫置於系上之專業紙本期刊，可直接到系辦公室閱覽。同時，師生不論在校外或校內皆可透過電子資源整合系統，運用單一檢索介面查詢及瀏覽電子資源。本系另規劃有圖書及影音

資料區，編列經費購置相關書籍、雜誌共 4 千餘冊，提供師生參閱。並設有「文史工作室」、「數位編輯及圖文組版工作室」作為閱讀討論的空間。上述之中/外文圖書期刊、電子期刊/資料庫資源之質與量均能滿足學生學習需求。

(六) 視聽設備可充足且妥適供應學生學習

本校圖書館擁有豐富視聽館藏資源，本系另規劃有圖書及影音資料區，編列經費購置影音光碟共 587 片等，提供師生參閱。視聽設備充足且妥適供應學生學習。

4-3 教師專業發展與服務成效

(一) 教師專業成長與評鑑機制(含教學方法訓練、教學輔導、升等、進修、第二專長培養、評鑑機制與措施)及其執行情形良好

依據社會發展與產業需求以及本系的教育目標，本系規劃教師專業成長制度與運作機制（參見圖 4-1-4），並針對系所專業發展與產學合作有以下措施：

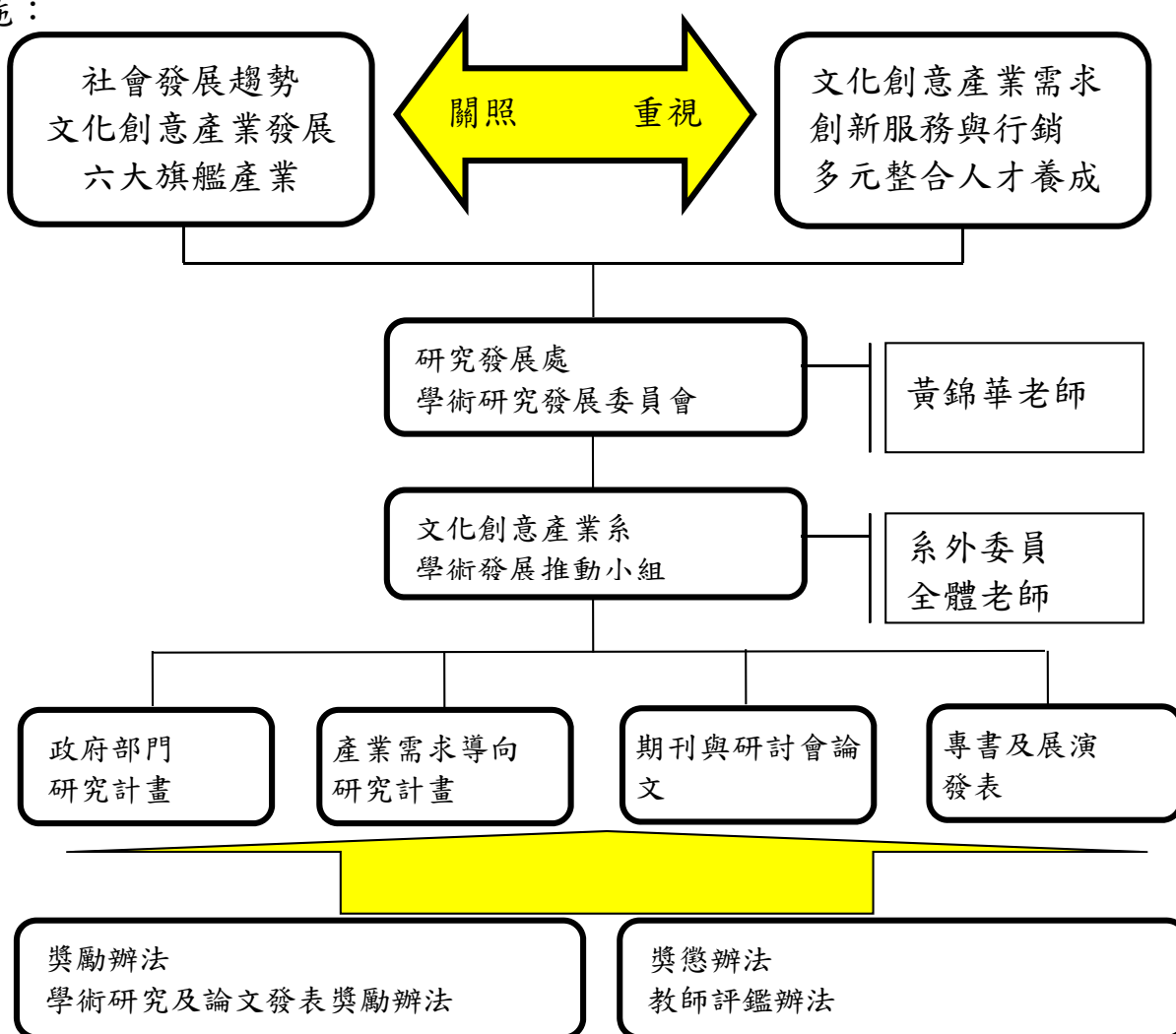


圖 4-1-4 本系研究發展制度與運作機制架構圖

(二) 鼓勵教師教學、研究(含研究計畫、著作、產學合作、專利與發明、技轉...等)、創作展演與服務(如顧問諮詢、建教合作、專案指導...等)機制及其執行成效良好

1、本系產學合作與政府部門計畫成果

系上鼓勵專任教師針對社會與文化創意產業需求，加強產學合作與政府部門計畫提案，並以跨領域與多元發展的產學合作與研究計畫經驗，訓練學生具備專案規劃、創意設計、與行銷經營之整合能力。關於 104-107 學年度本系之產學合作與政府補助研究計畫成果中，104 學年度共計 7 件，總金額達 4,793,000 元；105 學年度共計 7 件，總金額達 2,089,635 元；106 學年度共計 5 件，總金額達 1,900,735 元；104-107.1 學年度共計 21 件，總金額達 9,352,818 元。有關 104-106 學年度本系專任教師已獲得的產學合作與政府補助研究計畫統計表請參見表 4-1-4。

表 4-1-4 104-107 學年度本系教師承接專案計畫案件統計表

學年度		104	105	106	107.1	合計
類別						
科技部計畫案	件數	2	1	1	0	4
	金額(元)	284,000	355,000	443,000	0	1,082,000
政府部會計畫案	件數	4	5	3	1	13
	金額(元)	4,419,000	1,534,635	1,397,735	493,692	7,845,062
產學合作計畫	件數	1	1	1	1	4
	金額(元)	90,000	200,000	60,000	75,756	425,756
承接計畫總計	件數	7	7	5	2	21
	金額(元)	4,793,000	2,089,635	1,900,735	569,448	9,352,818

經由教師與學生所執行的產學合作與研究計畫，整體成果不僅有助於本系教師專業能力與教學成效的提升，亦增加學生的就業競爭力。有關 104-106 學年度本系具有代表性之產學合作與政府補助研究計畫案請參見表 4-1-5：

表 4-1-5 104-107 學年度本系代表性之產學合作與政府補助研究計畫案一覽表

學年度	計畫名稱	主持人 (共同主持人)	委託單位	計畫 總金額	執行 起迄日
104	104 年霧峰光復新村摘星計畫專管中心案	顏加松 (陳冠勳、廖倫光)	臺中市文化資產處	1,150,000	104/11/25-105/11/24
	『水墨意象-臺、日、美水墨交流展』台灣參展相關事項	施淑萍	文化部駐紐約辦事處臺北文化中心	1,219,000	105/4/8-105/9/30

學年度	計畫名稱	主持人 (共同主持人)	委託單位	計畫 總金額	執行 起迄日
	KUSO 計畫-臺灣當代藝術展	施淑萍	文化部駐紐約辦事處臺北文化中心	1,300,000	105/6/16-105/9/30
	文創產業行銷傳播與設計整合人員就業學程	涂卉	勞動部勞動力發展署中彰投分署	750,000	105/7/1-106/8/31
	媽祖寶貝地方特色伴手禮研發計畫-文化產業調查	陳冠勳	媽寶文創工作室	90,000	104/10/1-104/11/30
	臺中市大肚區公所-2016 好運(孕)大肚來活動	(陳冠勳)	臺中市大肚區公所		105/5/18-105/10/2
	2015 年成都市衛生研習團計畫-1	(田其虎)	創照管理諮詢(上海)有限公司		104/11/1-105/1/31
	2015 年成都市衛生研習團計畫-2	(田其虎)	創照管理諮詢(上海)有限公司		104/11/1-105/1/31
	2015 年成都市學前教育研習團計畫	(田其虎)	創照管理諮詢(上海)有限公司		104/8/1-104/11/30
	老年事業的營運諮詢輔導	(田其虎)	創照管理諮詢(上海)有限公司		104/10/15-106/10/14
	2016 年成都市中職學生研習團計畫	(田其虎)	創照管理諮詢(上海)有限公司		105/5/1-105/8/31
	2016 年成都市衛生研習團計畫-1	(田其虎)	創照管理諮詢(上海)有限公司		105/4/1-105/6/30
	2016 年成都市衛生研習團計畫-2	(田其虎)	創照管理諮詢(上海)有限公司		105/5/1-105/7/31
105	「光復新村摘星計畫專管中心案」協助作業朔自 105 年 11 月 25 日起至 105 年 12 月 31 日止	顏加松	臺中市文化資產處	98,235	105/11/25-105/12/31
	仁愛鄉梅子酒、咖啡產品文創包裝設計打樣品製作	施淑萍	南投縣仁愛鄉公所	50,000	105/9/1-105/12/31
	淡江大橋里程 4K+860~5K+680 工區內基座調查、記錄工作	廖倫光	交通部公路總局西部濱海公路北區臨時工程處	277,200	105/8/3-105/12/31
	文創產業品牌設計與推廣人才培育學程	黃錦華	勞動部勞動力發展署中彰投分署	750,000	106/07/01-107/08/31

學年度	計畫名稱	主持人 (共同主持人)	委託單位	計畫 總金額	執行 起迄日
	用心聆聽土地的故事- 文創的農村實踐	涂卉	行政院農業委員會水土保持局	359,200	106/03/01- 106/12/20
	中冠礁溪大飯店品牌管理服務計畫	楊士奇	雲鼎國際開發股份有限公司	200,000	106/07/01- 106/08/31
	2017 年成都市中職學生研習團計畫	(田其虎)	創照管理諮詢(上海)有限公司		106/04/01- 106/07/31
	2017 年成都市職業教育研習團計畫	(田其虎)	創照管理諮詢(上海)有限公司		106/05/01- 106/08/31
	2017 年貴州省中職學生研習團計畫-1	(田其虎)	創照管理諮詢(上海)有限公司		106/04/01- 106/07/31
106	107 年度全國智慧鐵人創意競賽初賽計畫	涂卉	國立臺灣大學	347,735	107/2/8- 107/7/31
	文創品牌多元人才培育就業學程	涂卉	勞動部勞動力發展署中彰投分署	750,000	107/7/1- 108/8/31
	107 年度大專院校農村實踐共創計畫-共譜一首動感的詩歌-台中海線區域的農村實踐	涂卉	行政院農業委員會水土保持局	300,000	107/2/1- 107/12/20
	食在有趣/農是為你-國產米糧創新行銷計畫	涂卉	臺中市龍井區農會	60,000	107/1/2- 107/3/5
	2017年成都市學前教育研習團計畫	(田其虎)	創照管理諮詢(上海)有限公司		106/10/01- 106/12/31
107	水果糕餅產品行銷	林敬榮	台中市梧棲區農會	75,756	107/9/1- 107/9/30
	108 年度全國智慧鐵人創意競賽初賽計畫	涂卉	國立臺灣大學	493,692	108/1/23- 108/8/31
	108 年度大專院校農村實踐共創計畫-繫結・細節-台中海線區域的農村實踐與創生	涂卉	行政院農業委員會水土保持局	300,000	108/2/1- 108/12/20

註：計畫總金額未呈現之為本系教師擔任共同/協同主持人。

2、論文發表與研發成果

有關 104-106 學年度本系專任教師論文與研發成果之產出數量，請參見表 4-1-6。

表 4-1-6 104-107 學年度本系專任教師論文與研發產出成果統計表

學年度 類別	104	105	106	107.1	合計
期刊論文	6	7	1	2	16
研討會論文	12	11	3	0	26
專利	3	0	0	0	3
展覽	11	9	2	0	22
獲獎	2	3	1	4	10
產出合計	34	30	7	6	77

(三) 教師能參與跨領域、跨單位學術研究及產學合作

1、本系推動產學合作之作法

(1) 教師與產業界建立長期夥伴關係

本系除邀請業界實務經驗師資到校參加教學研討會及擔任協同教學授課外，亦與產業界建立長期夥伴關係。例如「文創產業實習」課程，本系教師更經由長期與該單位之接觸而簽訂相關之產學合作案，進一步提升彼此之合作關係及教師之實務研究能力。與本系建立合作關係之產業詳見【附錄 2-3】。

(2) 透過學校措施與制度，以推動本系的研究與產學合作發展

本校對於教師之研究與產學合作皆制定相關規範與獎勵措施，例如：「弘光科技大學專任教師學術論文發表獎勵辦法」、「教師赴公民營機構研習服務作業要點」、「弘光科技大學專任教師學術論文發表獎勵辦法」、「弘光科技大學專任教師產學合作績優及技術移轉獎勵辦法」、「弘光科技大學專任教師專利獎勵辦法」等，以上獎勵辦法有助於教師從事研究與產學合作計畫之推動。

(3) 鼓勵教師指導專題實作，並與在地社區結合，累積師生實務成果

本系自 105 學年度起，學生之專題實作以結合在地社區設計為主題，以與社區場域空間、文史資源結合，凝聚社區共識，解決社區居民問題，並設計在地特色產品或透過社群網路之媒介，達到共感行銷之目的。

(4) 邀請產業中高階主管蒞校協同教學

為突顯技職體系學校辦學的特色，強化學生的實務能力，並加強師生與業界間的連結，本系積極邀請產官學界具有豐富實務經驗的專家學者蒞校進行協同教學。本系 104 至 107.1 學年度協同教學場次共 174 次，因協同教學而簽訂之產學合作計畫則有涂卉主任主持之「用心聆聽土地的故事-文創的農村實踐」、「107 年度大專院校農村實踐共創計畫-共譜一首動感的詩歌-台中海線區域的農村實踐」及「食在有趣/農是為你-國產米糧創新行銷計畫計畫」、陳冠動老師主持之「媽祖寶貝地方特色伴手禮研發計畫-文化產業調查」計畫、顏加松老師主持之「104 年霧峰光復新村摘星計畫專管中心案」及施淑萍老師主持之「仁愛鄉梅子酒、咖啡產品文創包裝設計打樣品製作」計畫等。

(5)透過學生實習連結與產業界關係

本系近三年的實習學生共 312 位，實習機構總計 100 家，且實習機構家數陸續增加中。系上教師藉由學生實習訪視連結與產業界之關係，並進一步洽談產學合作計畫之可能。

(四) 教師專業成長、教學、研究與服務機制能支援教學及協助提升學生學習成效

1、規劃系所專業發展之措施

本系鼓勵系上教師參加校外文化創意產業相關之研習課程與研討會，以提升教師之專業知識與實務能力，並與官方及業界持續互動，更新文化創意產業相關知能。本系教師在 104 至 106 學年度共參加 188 場次之實務性課程訓練及研討會，有關專業成長活動次數與時數統計表，請參見表 4-1-7。

表 4-1-7 104-107 學年度本系教師專業成長活動次數統計表

學年		104	105	106	107.1	合計
活動項目						
學術研討會	場次	8	7	3	1	19
	時數	152	168	18	2	340
進修研習	場次	20	15	4	9	48
	時數	20	16	8	65	109
總計	場次	28	22	7	10	67
	時數	172	184	26	67	449

(五) 教師獲校外(含國內外)獎項/榮譽事績，能回饋至教學改善及學生學習成效提升

本系為培育出符合社會與文化創意產業需求之人才，將承接之產學合作與研究計畫回饋至教學與學生實習，包括：產學合作與研究成果所開發之題材與成果融入正式課程、產學合作之業界協同教學、及提供學生實習機會等，具體作法如下：

1、產學合作或研究成果融入教學課程狀況

本系教師執行產學合作或研究成果融入教學及培育人才情形，如表 4-1-8。

表 4-1-8 104-106 學年度本系執行產學合作或研究成果融入教學情形

學年度	產學合作案	合作企業	計畫主持人 (共同主持人)	執行 期程	融入教學課程
104	媽祖寶貝地方特色伴手禮研發計畫-文化產業調查	媽寶文創工作室	陳冠勳	104/10/1-104/11/30	視覺傳達設計、企業識別設計
105	仁愛鄉梅子酒、咖啡產品文創包裝設計打樣品製作	南投縣仁愛鄉公所	施淑萍	105/08/03-105/12/31	專題製作
	用心聆聽土地的故事-文創的農村實踐	行政院農業委員會水土保持局	涂 卉	106/03/01-106/12/20	專題製作
	中冠礁溪大飯店品牌管理服務計畫	雲鼎國際開發股份有限公司	楊士奇	106/07/01-106/08/31	專題製作
106	食在有趣/農是為你-國產米糧創新行銷計畫	臺中市龍井區農會	涂 卉	107/01/02-107/03/05	專題製作
	107 年度大專院校農村實踐共創計畫-共譜一首動感的詩歌-台中海線區域的農村實踐	行政院農業委員會水土保持局	涂 卉	107/02/01-107/12/20	專題製作

(六) 教師專業發展推動機制與執行情形良好

本系教師專業發展推動機制健全，執行情形良好，有以下特色：

1、積極爭取與合力完成各項產學合作計畫

本系專任教師依其專長及授課課程，不僅能將接獲的產學合作計畫，與教學研究結合，並且以本系教育目標、社會需求為前提，配合校內外資源，

合力爭取公、民營文化事業相關機構之政府委託案與產學合作計畫。

2、因應產業需求強化實務能力

本系因應產學合作與就業職場的需求，師資聘任、課程規劃與研究領域皆重視實務能力，教師除帶領授課學生參與產學合作計畫外，更將產學計畫成果回饋相關課程之教學。

3、藉由實務課程連結產學合作計畫

經由產學合作計畫，將系上課程與理論結合實務，增進學生進入職場的工作經驗，培養學生在文化創意產業的實務經驗。本系計有 44 門專業必修實務課程，能成為連結產學合作計畫的基礎。

(七) 運用具體激勵與回饋機制鼓勵教師透過多元措施提升教學品質(如推動英語或外語教學、具審查機制之各項研討/展演/創作/競賽等之舉辦...等)

本系於 107 學年開設英語授課之「設計溝通」課程，舉辦具審查機制之研討會與競賽，例如 104 學年度由本系與文化部文化資產學院合辦之「有形文化資產研習暨研討會」，提升本系師生有形文化資產維護與管理之概念，並推薦表現傑出之專題組別參加民生創新學院之專題口頭發表、海報、實作競賽，每年皆獲佳績。

(八) 建立有效整合教師教學、研究與服務之合宜機制(如合理的授課時數、考量兼任行政職教師之教學時數等)

本系目前有專任資 11 位，包括副教授 1 位、助理教授 7 位、講師 3 位。具博士學位之教師比例為 55%，具助理教授資格之教師比例為 72.7%。校內針對專任教師有教學、研究、服務、輔導之考核機制，鼓勵教師在教學研習、研究發展精進，給予論文發表和計畫申請之獎勵，校內服務亦以獎勵方式鼓勵教師參加，例如招生與學生活動事務。在每周授課時數方面，教授為 8、副教授及助理教授為 9、講師為 10；在專案教師部分，專案講師為 16、專案助理教授 14、專案副教授為 12，兼任主任級行政職教師則減扣 4 鐘點。設計相關課程採 20 人小班制教學，以維教學品質。

4-4 具備足以確保教學品質、發展目標及教師專業成長之行政支援人力與經費

(一) 行政支援人力與經費足夠，未來具體規劃情形良好

本系行政人力除系主任及兩位助理外，有 2-3 名專案教師支援，且經費充

足。專案教師服務滿兩年後，教學及服務表現良好者改聘為專任教師，有具體之未來規劃，對專案教師有鼓勵作用。目前本系已有兩位專案教師轉專任成功之案例。

(二) 各項行政措施(含組織架構、運作情形及相關制度)之規劃能配合並達成發展目標

為使務發展能有效率的進行，本系相關規劃與措施分述如下：

1、設置專業委員會

依系務發展需求，設置各項專業委員會，以提昇各項決議之品質，具體內涵如表 4-1-9。

表 4-1-9 本系各委員會設置情形與主要任務

名稱	成員與依據辦法	主要任務
系務會議	依本系系務會議設置辦法召開，由全系專任教師組成。	系務發展特色與重要工作項目及實施策略之確立、系教育目標與系名調整之討論。
系教師評議委員會	依本系教評會議設置辦法召開，委員會設置委員 5 人，分當然委員與選任委員，系主任為當然委員，選任委員由系內副教授級以上教師推選 4 人，任期 1 年，必要時得經本委員會同意，外聘校內外教師擔任委員。	師資聘任、升等相關事宜；學生反映與投訴之處理。
課程委員會	依本系課程委員會設置辦法召開，本系專任教師皆為本委員會之當然委員，並由專任教師推派一名擔任召集人，負責推動本系課程規劃與發展的相關工作。	課程規劃與調整、課程地圖之建置、各年級選課輔導、轉學（系）生修課輔導、學分抵免審查。
實習委員會	依本實習委員會設置辦法召開，委員由下列人員組成：一、召集人：系主任。二、當然委員：當年度實習專責教師。三、選任委員：由本系專任(含專案)教師相互推派三員擔任之。四、學生代表：由系學會推選一員擔任之。五、校外代表：每學年視實際需要得聘請實習機構代表、學界或業界代表、家長代表及畢業校友參與實習課程規劃或檢討會議。	實習辦法之修訂、實習單位之訪視評估與簽訂、學生與實習單位之媒合、學生實習期間訪視之安排、實習中離退機制之輔導。
招生委員會	依本系招生委員會組織辦法召開，由本系專任教師全員組成。	每學年度申請入學、技優甄試、推薦甄試、轉學、轉系各項招生事宜之審議和確立。

2、教師分組協助系務推動

依系務工作需求及教師意願，將系內教師進行行政協助分組，以增進系務推動之效率和品質（見表 4-1-10 所示 106 學年度之例）。

表 4-1-10 教師行政協助分組（106 學年度）

組別	負責人	協助事項
課程規劃	楊士奇	1.系專業必修課程之規劃。 2.本系課程地圖之建置與檢核修正。 3.專業選修課程之選課輔導。 4.召開系課程委員會以制定或修正相關法規及學分認定或抵免事宜。
畢展指導	涂 卉 楊士奇	1.協助 107 級學生畢業成果展之申請場地、佈展與成果展示。 2.協助 107 級學生專題製作課程之一審、二審、三審、總審活動之進行與審查委員之邀請
產學合作	涂 卉	爭取產學合作計畫、提升本系產學合作風氣。
國際交流	田其虎 吳振廷	1.協助規劃、推動與辦理國際交流活動。 2.協助規劃、推動與辦理海外實習相關活動。
學術研討	施淑萍 廖倫光	1.協助推動系定期學術研討及辦理國內外學術研討會。 2.協助院、校學術期刊徵稿與出版各項事項。 3.協助推動本系學術期刊論文發表。
招生宣導	黃錦華 王靜儀	1.協助高中職教師及學生至本系參訪。 2.安排教師前往高中職進行招生說明和宣導。 3.編製本系概況招生宣導折頁。 4.安排高中職教師專業研習活動。
學會指導	王靜儀 黃錦華	1.系學會組織運作指導。 2.偏遠小學與山地服務活動指導、迎新送舊活動指導。 3.校級系際盃大型比賽活動指導。
課業輔導	黃錦華	1.學習輔導教學助理遴選、評鑑及實施方式等事項。 2.擔任系課業學習輔導導師，並進行相關輔導工作。 3.針對學習落後之學生進行補救輔導。 4.協助擬定學生參與系所辦理各項活動之規範。
證照輔導	涂 卉	1.每學期開設證照輔導班 2.協助課程開設與考照事宜
職涯輔導	涂 卉 楊士奇	1.協助應屆畢業生瞭解產業趨勢。 2.協助應屆畢業生瞭解就業市場概況。 3.協助輔導職場相關事宜。
綜合業務	吳振廷	1.協助辦理核心能力檢定輔導。 2.就業學程之規劃、聯繫與執行。 3.其他系務發展相關活動之協助。

（三）行政支援系統具高效率與效果(如學術主管之資格與領導能力、行政團隊執行能力、行政運作穩定性、行政人力充足性、行政電腦化推動情形、校內各行政單位之溝通聯繫情形、學生選課作業流程及其便利性、圖書館提供資訊服務時間...等)

系主任涂卉為臺北科技大學設計研究所博士，曾擔任中華民國專業者都市改革組織規劃師、東海大學博士後研究、台灣通用設計有限公司設計部協理，並擁有多項新型產品專利。系主任及行政團隊對系務工作執行情形有良好配合默契，高度行政運作穩定性。由於有 2-3 位專案教師協助行政事務，因此行政人力充足。行政作業皆採電腦化，例如公文往來、與校內各單位溝通聯繫、學生選課作業流程等，學生選課作業除學校公告外，亦進行各班選課輔導，圖書館提供資訊皆電腦化處理，可查詢館內藏書和電子資料，亦可申請館際合作。

(四) 資訊公開化並能即時更新(如網站資訊更新情形、考生或社會大眾詢問相關訊息之即時處理機制...等)

本系設有臉書 (Facebook) 粉絲專頁和 Line 專頁，有專人管理，資訊公開化並能即時更新，例如網站資訊每月更新情形，建立考生或社會大眾詢問相關訊息之即時處理機制，大四學生實習期間則每週公告實習單位之工作情形與學生之心得與回饋與大眾分享，本系臉書 (Facebook) 粉絲專頁和 Line 專頁示意如圖 4-1-5。



圖 4-1-5 文創系設有臉書 (Facebook) 粉絲專頁和 Line 專頁

(五) 具體評估行政支援系統效率與效果，並設立改善機制

1、周延的自我評鑑與改善機制

具體評估行政支援系統效率與效果，訂定相關辦法與改善機制。

2、多面向的自我評鑑與革新

針對整體系務發展及行政支援系統進行自我稽核，同時也蒐集產、官、學專家與畢業校友，以及畢業生就業、畢業生滿意度和雇主滿意度等資料，進行多面向的自我評估，以更能發現及改善自我之問題。

(六) 財務自主，能提供充足財務資源支持教學品保、教育目標達成及教師專業成長

本系擁有充足之經費，且財務自主。善用經費來源才得以規劃本系資源，並建立運用、管理及維護機制，能提供充足財務資源支持教學品保、教育目標及教師專業成長。

4-5 具備使教學/研究/實驗/創作相關軟硬體設備、設施及空間有效運作之維護管理機制及行政支援人力與經費

(一) 建立教學/研究/實驗/創作相關軟硬體設備之維護管理機制，並與校內其他單位相互支援

本系普通教室均備有單槍投影機、電腦連線設備、珠光螢幕、擴音設備，方便老師教學使用。同時，本系亦逐年編列教學輔助設備，各項設備與儀器均配合課程需要與本系特色，充分使用。系上所有儀器與設備購置後均經系內初驗及保管組複驗。使用時皆有例行性之維護與保養，如有損壞或不正常運作，則儘速聯絡廠商維修保養，以不影響學生上課使用為原則。每間教室皆訂定環境管理規則，並落實三分鐘環保，每堂課下課由小老師確實檢查教室整潔與專業設備使用狀況，利於再使用者，提升教學成效。學生借用各項儀器設備需填寫借用單，由專人予以指導使用。本系專業設備軟硬體均與校內其他單位相互支援運用。

(二) 教室環境維護管理機制（含實習/實驗場所安全維護相關措施、無障礙空間之規劃與設施、資源整合運用情形...等）執行成效良好

為管理維護專業教室空間與資源，具體措施有：

- 1、各專業教室皆訂定管理暨使用辦法，相關管理辦法見【附錄4-1】。
- 2、各專業教室皆安排具相關專長與背景之管理教師。
- 3、各專業教室皆安排專人管理空間整潔、儀器設備之借還與定期維護保養事宜，且於每學期期末進行財產盤點，以落實儀器設備管理與維護更新工作。
- 4、各專業教室管理教師，每年可評估設備更新與維修之需求，建請系上編列經費進行維修或採購，以精進教學品質。

(三) 研究助理之配置、聘任及培訓機制完備

本系教師計畫之研究助理皆由研發處研究發展組協助聘任及培訓，並訂定有考核機制，堪稱完備周詳。

(四) 學校、企業、民間組織與政府機構之經費挹注有於於教育目標之達成

本系擁有充足之經費，主要來源有五：學校預算、教育部整體發展經費、教育部教學卓越計畫補助款、教師研究計畫與產學合作經費，以及其他單位之經費補助款。善用以上經費來源才得以規劃本系資源，並建立運用、管理及維護機制，簡述如下：

本系經費來源主要依學校每年預算分配原則分配，增購教學設備，協助系務發展。本系經費來源包含校內經費、整體發展經費、教學卓越計畫經費、計畫配合款與其他單位補助款，茲說明如下：

- 1、學校預算：是系科發展的重點來源，每年經由系務會議提出經費申請，其中以教學、行政所需之設備及儀器維修、耗材使用為主，對本系教學運作幫助甚大。
- 2、教育部整體發展經費：本系每年均提出計畫構想書，本校特成立整體發展經費評選小組，邀請校外委員，舉辦學院間之競賽，再分配給各系金額，對本系教學儀器設備有相當之助益。
- 3、教育部教學卓越計畫補助款：本系每年執行教育部獎勵大學教學卓越計畫補助款，作為系所發展重點特色使用。
- 4、教師研究計畫與產學合作經費：本系教師積極申請研究計畫與產學合作計畫，並回饋到校方與本系以及課程之中，對本系研究與教學資源多有助益。
- 5、其他單位之經費補助款：除上述經費來源外，本系亦積極向其他政府單位申請計畫補助，茲說明如下表4-1-11：

表 4-1-11 本系 104-107.1 學年度向其他政府單位申請計畫補助一覽表

學年度	申請計畫名稱	補助費用
104	104 學年度教育部補助辦理實務課程發展計畫	165,000(元)
	104 年度學海築夢-多元文化創意共學體驗-東亞兩國海外實習	404,166 (元)

105	「行銷設計整合人員」就業學程	600,000(元)
	105 學年度教育部補助技專校院辦理師生實務增能計畫	1,045,260(元)
	105 年度-「學海築夢」東亞文化設計與行銷實務海外實習	424,615(元)
	105 年度-「學海築夢」澳洲文化設計與行銷實務海外實習	247,692(元)
	105 學年度技專校院技優領航計畫	92,308(元)
106	「行銷設計整合人員」就業學程	600,000(元)
	106 學年度教育部補助技專校院辦理師生實務增能計畫	521,006(元)
	106 年度學海築夢-體現日本文化傳承與創意延伸海外實習	192,000(元)
	106 年度學海築夢-美國影音像製作與行銷實務海外實習	443,862(元)
	106 年度新南向學海築夢-澳洲多元文化藝術行銷海外實習	144,000(元)
	106 學年度技專校院技優領航計畫	58,380(元)
107	「行銷設計整合人員」就業學程	600,000(元)
	107 年度學海築夢-日本文化與金工設計創意整合海外實習	240,000(元)
	107 年度新南向學海築夢-泰國藝術文化行銷實務與版畫製作海外實習	158,952(元)
	107 年度新南向學海築夢-澳洲國際藝術文化行銷設計海外實習	252,000(元)
	(A4 落實學生多元學習輔導成效)107 年度高教深耕計畫-文創商品設計	25,000(元)
	(A4 落實學生多元學習輔導成效)107 年度高教深耕計畫-創新提案模式	25,000(元)
	(G1 拓展師生國際交流)107 年度高教深耕計畫-泰國文化藝術及文創產業見習	195,000(元)
	(A3-418 學生專業知識與實務能力_實務課程_文創系)107 年度高教深耕計畫	100,000(元)
	(A3-468 學生專業知識與實務能力_總整課程_文創系)107 年度高教深耕計畫	130,000(元)

本系 104-106 學年度各項經費來源詳如下表 4-1-12：

表 4-1-12 本系 104-107 學年度各項經費來源一覽表

單位：元

學年度 經費來源	104	105	106	107
資本門	2,111,506	808,564	1,301,635	3,361,163
經常門	1,021,419	846,884	842,560	302,893
教育部整體發展經費	1,727,655	448,000	895,795	1,421,203
勞動部就業學程	750,000	750,000	750,000	750,000
教學卓越計畫補助款	439,270	590,952	578,317	--
總 計	6,049,850	3,444,400	4,368,307	5,835,259

(五) 經費足以支應教學/研究/實驗/創作相關軟硬體設備之取得、保養與運轉
上述學校、企業、民間組織與政府機構之經費挹注足以支應教學/研究/
實驗/創作相關軟硬體設備之取得、保養與運轉。

二、特色

(一) 目前本系空間規劃以本校生活應用大樓 1 樓與 2 樓為主，逐年完成專業教室與設備之建置，空間充足，使用與分配有助於本系研究與教學發展。

(二) 本系擁有充足之經費，主要來源有學校預算、教育部整體發展經費、教育部教學卓越計畫補助款、教師研究計畫與產學合作經費，以及其他單位之經費補助款。善用以上經費來源才得以規劃本系資源，並建立運用、管理及維護機制。

(三) 積極爭取與合力完成各項產學合作計畫

本系專任教師依其專長及授課課程，不僅能將接獲的產學合作計畫，與教學研究結合，並且以本系教育目標、社會需求為前提，配合校內外資源，合力爭取公、民營文化事業相關機構之政府委託案與產學合作計畫。

(四) 因應產業需求強化實務能力

本系因應產學合作與就業職場的需求，師資聘任、課程規劃與研究領域皆重視實務能力，教師除帶領授課學生參與產學合作計畫外，更將產學計畫成果回饋相關課程之教學，例如文化觀光實務課程由師生共同參與「臺中歐洲文創商圈評估計畫」產學合作案。

（五）藉由實務課程連結產學合作計畫

經由產學合作計畫，將系上課程與理論結合實務，增進學生進入職場的工作經驗，培養學生在文化創意產業的實務經驗。本系計有 44 門專業必選修實務課程，能成為連結產學合作計畫的基礎。

三、問題與困難

- （一）台灣業界目前對設計概念仍然很薄弱，整合行銷觀念亦不清楚，成為爭取產學合作計畫之阻力。
- （二）相關文化創意產業產學合作計畫總金額偏低。
- （三）106 學年度因為有四位老師離職，均未填寫評量系統，導致數據低落。

四、改善策略

針對上述困難，本系有以下兩項改善作法：

- （一）經由學生專題製作與校外實習課程取得合作先機與默契，以建立合作模式：例如本系涂卉老師於 106 學年度取得龍井區農會「龍井西瓜節產學合作計畫」，此計畫即是產學合作計畫結合專題製作與校外實習之案例。
- （二）以跨領域、跨系、跨校團隊合作方式爭取科技部計畫或政府部門計畫：例如 2014 年 1 月由本系王靜儀老師與涂卉老師共同主持的「《余如季與臺中市的懷念照片專輯》出版計畫」，即是文史與設計美編專業領域結合之案例。
- （四）關於推動相關措施以增進教師專業發展成果，系上要求新進教師與舊有教師，積極投入產學計畫與研究，每年每位教師至少需有一件相關產出（產學研究計畫、期刊論文、展覽或作品）。並在每次系務會議後，由系上老師分享相關計畫與研究論文，以增進教師專業研發成果。

五、小結

- （一）本系系務之推動，以系務會議為運作中心，除設有系教評會、課程規劃委員會外，更因應不同之需求，另設有招生委員會、產學合作推動小組、專題製作推動小組、證照輔導小組、就業學程專案小組與實習輔導小組，各委員會與行政分組皆能順利運作。

- (二) 本系經費來源主要為學校經費預算、教育部教學卓越計畫、整體發展經費、教師研究計畫與產學合作案與其他政府機構單位經費，各項經費使用均能有效提升本系輔導成效與學生素質、學習環境優質化、精進教學品質與提升教師素質。本系教學、研究空間規劃完善，對教師之研究與教學發展有良好助益。
- (三) 配合社會發展趨勢與文化創意產業需求，引進產學合作計畫並融入教學，是本系研究發展的主要概念。本系近三年來，加強系級與校級學術研究單位的資源整合、著重爭取產學合作計畫與政府委託案。本系教師專業背景各異，雖難以取得大型之科技部計畫或政府委託案，相關研究人力也相形薄弱的情況下，教師仍以跨領域、跨系、跨校團隊合作方式爭取科技部計畫或政府委託案。
- (四) 本系基於強調理論與實務並重之特色，推動產學合作、技術開發、專業服務及研發等工作，提昇計畫數量與成效，持續尋求與教師研究領域及課程結合、能融入教學及多元化的產學合作與研究。系上教師執行產學合作計畫後，能將研究成果以期刊、研討會論文及技術報告等方式發表，回饋教學。學生也能藉此機會增加自身實務經驗，增加就業競爭力。雖有教師流動率高，導致計畫無法繼續在本系執行，以及本系教師之專業背景領域，較難取得大金額之產學合作計畫之困難。本系教師仍積極結合課程、實習，爭取政府委託案與產學合作計畫，不論金額或件數均有穩定成長。擬每年每位教師至少需有一件相關產出(產學研究計畫、期刊論文、展覽或作品)。
- (五) 本系教師多為專技或以實務導向的操作，故以出版專書、技術報告、產學合作等方式代替學術論文。將教師專業與計畫成果融入教學，並適度的引進業界經驗，使學生的學習更能貼近社會現實與業界需求。

項目五：成效評估與改善

評鑑指標

- 5-1 確保達成教育目標及實現核心能力的有效評估方式。
- 5-2 學生學習成效評估機制之設計與執行情形。
- 5-3 學生專業能力、校基本素養與核心能力評量機制之設計及執行情形。
- 5-4 學生之學習表現情形。
- 5-5 學生之學術研究與專業表現情形※研究所適用。
- 5-6 追蹤畢業生生涯發展之機制與執行情形。
- 5-7 雇主對畢業生滿意度調查機制之設計與執行情形。
- 5-8 自我改善機制與回饋調整/改善情形。

一、現況描述

本系之教育目標主要有三：1.培養學生之文化實踐創新能力；2.培養學生之生活應用設計能力；3.培養學生之品牌經營管理能力。有鑑於本系教學目標不僅僅培養學生的設計、行銷等專業能力，近年來更著眼於社會文化發展，引導學生將社會文化傳承與再創造視為未來投身文創領域的志業。因此本系建構一系列的學習成果機制，以期讓文創系的同學們能由認識我們的土地做起，以文化創造的眼光，改善自己所身處的生活環境，致力提昇社會文化的內涵與氛圍，更期待同學們能立足於設計、行銷的觀點，思考自身的發展目標，創造全新的文化價值。

5-1 確保達成教育目標及實現核心能力的有效評估方式

（一）自訂績效衡量指標

本系鼓勵學生在校期間參與各種證照訓練及考試，以取得與文創相關證照，加強同學日後畢業與企業接軌的能力，並鼓勵同學跨領域之學習，以培養整合型人才為目標。因此本系除了搜集並公告相關專業證照以供學生參考與考照外，並定期舉辦證照考照輔導。此外，本系針對畢業生的就業率與畢業流向定期進行分析，以期能即時回饋於教學課程中。以下說明相關的專業證照成果與畢業生就業分析：

1、專業證照率取率

本系於 104-106 學年度期間，舉辦相關證照訓練班課程，提供學生一項管道加強自身技能。在學生積極投入與老師悉心指導之下，學生之專業證照取得成果豐碩，相關證照與考取結果請參照 91 頁，表 3-1-11。

另外，本系結合 UCAN 職能專業課程，於 106 學年度開設「威力導演創新影音剪輯 CCA 技巧」班，希望以更加精確與多元的課程目標，提供給學生作為一個良好的學習管道。學生對於課程的詢問與參與度熱烈，參與人數經過統計共 100 人。綜合 104-106 學年度期間參與系上相關證照輔導課程並實際獲取證照計有：Smart Apps Creator 互動多媒體 APP 設計師共 93 張、威力導演國際認證 CCA 認證共 61 張，考照通過率接近 100%，104-106 學年度辦理證照考照輔導班成果一覽表請見 91 頁，表 3-1-11。

2、畢業生就業率

本系主要培育學生具備社會洞察力，兼具美學藝術基礎與文字表達技巧，訓練學生的企畫撰寫、專案規劃之整合能力，並強化學生創意思考與設計應用能力，以養成結合行銷與設計之整合型人才。本系 104-105 學年度畢業後一年之畢業生，平均就業率為 88.95%，並持續透過系友會訊息與論壇傳送求才訊息以供畢業生得到求職資訊與謀得更合適的工作機會。

3、畢業生就業分析

本系鼓勵學生多方面培養自身興趣，不讓學生思維局限於現有的範疇之中，學習以遠觀的角度思考，本系期許畢業生能夠發揮自身優勢，以及將在系上所學之技能與創意思維實際應用於各產業中。依據圖 5-1-1 之 104-105 學年度畢業生畢業流向分析結果來看，本系畢業生就業之工作領域，主要從事行銷相關職務，其中，以網路行銷、業務助理與行銷企劃等職務為多數畢業生之就業選擇；選擇設計類型工作的學生多半是以設計與美編人員以及自行從事設計工作為主。另外，其他畢業流向除了行政人員的就業領域外，尚包括選擇持續進修以及到海外留學的學生。

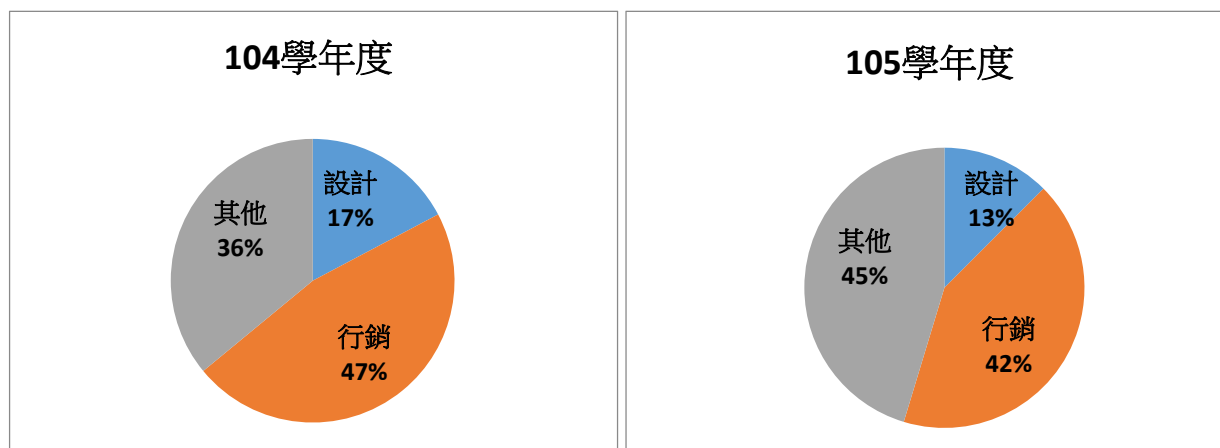


圖 5-1-1 104-105 學年度畢業生畢業流向分析

(二) 運用多元評估方式持續檢視教育目標達成情形學生學習成效

1、專業核心能力檢定指標

為了有效提昇本系學生之學習成效，本系除自訂「文創法規與產業調查基本能力檢定實施辦法」、「創意設計基本能力檢定實施辦法」、「行銷企劃基本能力檢定實施辦法」等核心能力檢定，並於 101 學年度起全面實施新版核心能力檢定，分別為「文化實踐創新能力」、「生活應用設計能力」與「品牌經營管理能力」三大專業領域將更符合系上課程目標；並安排檢定考不及格的同學，給予補救教學，並安排合宜的教學內容後再給予重新檢定之機會。本系基本能力檢定考之閱卷工作交委業界教師評分，予以加強檢定考之公正性。而本系學生必須通過以三大核心主軸的專業考核，本系也能藉由專業核心能力之通過率的數據評估以及檢視學生是否已具備相關基礎能力。

2、校內外競賽獲獎：

本系鼓勵學生在學期間積極參與校內外各項競賽，除體現課程所學之專業知能，並拓展視野外，也藉此培養團體合作能力，同時累積未來的競爭優勢。本系亦積極鼓勵學生以個人及組隊參賽方式參加國外各類競賽，競賽內容包含視覺傳達設計、國際學生設計競賽、行銷企劃、創意影片、天然染色文化商品、攝影等領域。各項比賽皆成果斐然，且競賽類型包含設計與行銷等競賽，其競賽名稱與得獎名次如下表 5-1-1：

表 5-1-1 104-106 學年度本系學生參與國內外競賽獲獎彙整表

學年度	國內/國外	競賽項目	個人/團體 競賽	獲獎名稱
104	國外	天然染色文化商品	團體	獎勵賞
104	國內	設計比賽	個人	佳作
104	國內	全國大專院校創意 3D 列印競賽	個人	第一名
104	國內	全國大專院校創意 3D 列印競賽	個人	第一名
104	國內	全國大專院校創意 3D 列印競賽	個人	第二名
104	國內	全國大專院校創意 3D 列印競賽	個人	第一名
104	國內	全國大專院校創意 3D 列印競賽	個人	第二名
104	國內	全國大專院校創意 3D 列印競賽	個人	第三名
104	大陸、港、澳	視覺傳達設計類	個人	優選獎
104	大陸、港、澳	數字媒體設計類	團體	優選獎
104	大陸、港、澳	職業技能競暨創新科技作品成果展	團體	創新優勝獎
104	國外	天然染色文化商品	團體	榮譽獎
104	國內	物聯網創意商業設計(交通類)	個人	第二名
104	國內	物聯網創意商業設計(交通類)	個人	佳作

學年度	國內/國外	競賽項目	個人/團體 競賽	獲獎名稱
104	國內	物聯網創意商業設計(居住類)	個人	佳作
104	國內	全國學生設計競賽__大專組	個人	參與
104	國內	全國學生設計競賽__大專組	個人	參與
104	國內	Linker 行銷文案企劃組	團體	最佳活動企劃獎
104	國內	飢餓三十 T 恤徵選	個人	參與
105	國外	2016 海峽兩岸高校設計展	個人	銀獎
105	國外	2016 海峽兩岸高校設計展	團體	銅獎
105	國內	2016 莎士比亞的十四行詩漫畫 x 繪本競賽	個人	佳作
105	國內	2016 布同凡響創意設計競賽	團體	第三名
105	國內	全國銀髮長照 4.0 設計競賽	個人	第一名
105	大陸、港、澳	"兩岸同心 翰墨書香"書法比賽	個人	二等獎
105	大陸、港、澳	創新營銷設計	個人	銀獎
105	大陸、港、澳	創新營銷設計	個人	優秀獎
106	國外	臺灣國際海報設計	個人	優選/臺灣優選
106	國外	第四屆生肖創意設計國際競賽	個人	佳作
106	國內	106 年度愛臺中創意獎學金	團體	銀獎
106	國內	106 年度愛臺中創意獎學金	團體	佳作
106	國內	「愛在幸福 愛戀家人」微電影及攝影競賽	個人	佳作
106	國內	第十屆千里馬盃模擬創業競賽	團體	佳作
106	教育部	2017 臺灣國際學生創意設計大賽	個人	佳作
106	國內	「溫馨心，世代情-穿越時空認識您」祖孫生命故事微電影徵選	社會組	優等獎
106	國內	「溫馨心，世代情-穿越時空認識您」祖孫生命故事微電影徵選	社會組	佳作獎

本系學生於 104 年度參與校外競賽獲得佳作以上之獎項共計 14 件，105 年度參與校外競賽獲得佳作以上之獎項共計 8 件，106 年度參與校外競賽獲得佳作以上之獎項共計 8 件。其中以 106 學年度本系學生，參與教育部於 2017 年所舉辦的大型國際設計競賽，從 18932 件作品中獲選為佳作，對於系上的學弟妹是相當正向的鼓舞。本系學生所參與的競賽內容也不斷轉化，朝向更加多元的面向發展，且參賽成果斐然。

3、職涯導師訪談機制

本校於 100 年 4 月行政會議通過弘光科技大學職涯導師實施辦法起，為幫助學生建立職涯發展之準備及與職業相關專業性問題之解答等學習及輔導，由研發處就業輔導暨校友聯絡組統籌規劃實施職涯導師，本系依學校規定每學期設置職涯導師一名。本系 104 上下學年度職涯導師分別為廖倫光老師以及陳冠勳老師；105 上下學年度職涯導師分別為黃錦華老師以及陳冠勳

老師；106 學年度職涯導師為楊士奇老師。職涯導師必須參加學校所舉辦職涯導師模組培訓課程，透過職涯理論、測評工具及實務演練等進階式課程，提升教師本身的職輔知能，以期協助學生了解未來就業市場趨勢走向，並提升同學就業競爭力，達成大專校院學界理論與職場實務接軌之目的。系上並將相關職涯導師信箱資料及 office hour 提供給全系日夜間部各年級同學，以供學生尋求職涯諮詢。

本系職涯導師、業界導師之職責遵從學校相關辦法辦理，對於職能測評工具、職涯理論、就業市場趨勢等具有一定概念，以能輔導學生相關職場知能事項等基本協助為原則。並配合 UCAN(大專校院就業平台)之施測安排。本系職涯導師、業界導師應針對需職涯諮詢之學生，因應當時人數、場地、學生需求之情況，以個別指導、小組討論或其它適合進行輔導等之方式舉行。並於每學期提出 30 人次以上之輔導或服務內容紀錄。本系職涯導師針對不同年級學生對其大學生涯選擇(輔導&轉系&轉學相關輔導)、學習目標與方法、升學就業資訊、系所學程選修、專業證照、生涯興趣性向測驗安排等給予適當協助。每次於輔導或晤談後記錄於「職涯導師輔導學生紀錄表」當中，提供給系上職涯導師做為參考依據，以此了解或是評估該提供何種協助措施。

5-2 學生學習成效評估機制之設計與執行情形

(一) 學生學習成效評量之具體措施及執行情形

本系運用多元評估的機制針對學生學習成效結果進行教學評量與規劃改善，為避免期末教學評量未能及時調整而影響學生的學習成效，本系每學期定期舉辦兩次教學評量，透過期中教學評量能預先確認學生學習狀況，再適時調整教學實務。例如 104-106 學年度本系針對學生分別於期中與期末實施教學評量，並針對期中與期末學生所提出之意見與建議，分別舉辦教師教學研討會，分享相關教學實務經驗與關切學生學習成效，持續改善與修正適宜的教學內容。

(二) 進行各項資源(如圖書期刊、電子資料庫、實驗設備…等)之使用分析與評估，展現學生持續學習精神與能力

本系師生可透過本校圖書館借閱圖書及視聽之館藏資源，亦可於系圖書室借閱專業資源；同時，不論在校外或校內皆可透過電子資源整合系統，運

用單一檢索介面查詢及瀏覽電子資源。此外，本校圖書館積極參與各項合作組織及聯盟，建立館際間資源互享之合作機制，本系師生亦可藉由館際合作方式，尋求校外之圖書與電子資源。各類型專業館藏資源統計與運用成效呈現如表 4-2、4-3，透過館藏資源統計表之分析，外文之圖書資料類型有逐年增加之趨勢，顯示本系期望提升學生國際專業知識與外語能力。另外，依據館藏資源使用統計表之分析來看，圖書之借閱冊數有逐年增加趨勢，顯示本系學生展現學習精神有提升現象；相較於電子資源，本系之紙本期刊使用人次遠高於電子資源，且使用人次逐年上升，呈現本系在知識獲取的管道上仍然較為仰賴紙本期刊，亦顯示出在電子資源的使用上仍有很大的宣傳空間。

5-3 學生專業能力、校基本素養與核心能力評量機制之設計及執行情形

本系因應市場趨勢，規劃提升學生就業力的配套措施，包括訂定學生基本能力和專業能力指標，輔助學生畢業時達成指標同時進行就業輔導、證照取得、參與競賽、實習與專題製作、以及就業學程計畫等方式，以多元管道並進方式來瞭解與協助同學未來畢業之後的就業或升學方向的可能性，讓學生隨時掌握人力市場的潮流，不斷充實本身的優勢與技能，順利進入職場工作。

(一) 學生專業能力、基本素養與核心能力之檢核機制適當，執行成果能適當反應教育目標

1、訂定學生基本能力指標

- (1)英文能力指標：畢業時必須具有全民英檢初級或同級之能力。
- (2)資訊能力指標：通過「弘光科技大學文化創意產業系資訊能力檢定實施辦法」中規定資訊相關證照任一項，並取的證書。
- (3)通識及服務學習課程指標：完成通識課程 38 學分及服務學習課程(含 20 小時校外服務)。
- (4)跨領域學程指標：鼓勵學生研習學程、增廣學習領域，培養多元技能之跨領域能力，畢業時須完成一個跨領域之學程課程。

2、職業性向量表的施測輔導與就業輔導機制

本系透過性向量表的施行，同學們可以更清楚自己的專長所在，也透過班導師和主任導師的引導，甚或藉著本校諮商輔導中心輔導老師深入晤談來瞭解同學們未來可能的職涯規劃或升學之路，並為本系學生畢業之後的發展走向給予最有利的建議與協助。

另外，本系並於 104-106 學年度期間，皆獲得勞動部勞動力發展署中彰投分署專款補助，共舉辦 6 場「彩弘人生就業服務系列活動」之就業講座、業界參訪與就業博覽會活動，建構全方位之就業輔導工作機制，以落實「人盡其才」、「量才適性」之精神，就業輔導機制活動講座請參照表 5-1-2。此外，本系師生一起參與產學合作計畫，與業界培養友好合作關係，也積極鼓勵同學至產業界擔任志工。系上不時更新、提供就業職缺訊息在文創系 Google 論壇，使同學們瞭解目前的文創產業就業資訊。本系就業輔導工作分成以下三階段：(1)學生在學期間就業力的培養；(2)學生畢業前的就業輔導；(3)學生畢業後的就業追蹤。

表 5-1-2 104-106 學年度就業輔導機制活動講座總表

學年度	主題	主講人/單位
104	企業參訪	香蕉新樂園
	雇主座談會 I	李雲山/傳動數位策略股份有限公司副總、陳冠諭/綠祚國際股份有限公司公關副理、林鈺珊/首傑藝術事業有限公司。荃美術總經理特助
	雇主座談會 II	楊子興/禾翌創意設計公司藝術總監、熊秉儀/大風吹文創有限公司設計總監、涂雅玲/肆零柒設計工作室總監
105	企業參訪	大禾竹藝工坊
	企業參訪	范特喜微創文化股份有限公司
106	企業參訪	大風吹文創有限公司
	企業參訪	高源印刷有限公司
	企業參訪	佔空間設計公司
	企業參訪	振昌興業股份有限公司
	企業參訪	華陶窯文化事業股份有限公司

(二) 畢業門檻檢核機制適當、執行成果(含辦理情形、學生通過率等)能反應教育目標

1、畢業門檻檢核機制

本系除提供大四生實習方向與未來升學和就業的規劃準備外，亦協助轉系生與低年級學生學程選擇方向，提供全系學生職涯發展之相關協助。本系學生於畢業時必須具備英文能力以及資訊能力指標且通過通識及服務學習課程指標、完成通識課程學分及服務學習等課程。此外，本系學生領域學程指標的部分，鼓勵本系學生研習學程、增廣學習領域，培養多元技能之跨領域能力。為增進學生參與勞動部勞動力發展署中彰投分署所舉辦的就業學程計畫，也提出一項畢業門檻抵免機制若是應屆畢業生有全程參與計畫則可以

結業證書抵免跨學程學分所必須達成的學分數。本系於 104 學年度起提倡文化護照之操作目的，並於 105-106 學年度期間積極實施，必且將其納入本系的畢業門檻機制當中。本系文化護照的認證包括以下項目：

(1)擔任文化志工

學生必須擔任公、民營等系上任證的相關機構其志工服務且須達 30 小時。透過擔任志工的活動，接觸不同領域的環境，使學生參與社會關懷的情境，發揮同理以及反思的思維，將其融入創作以及設計當中。

(2)參與藝文相關活動

學生可以選擇親臨現場或是透過多媒體設備的方式欣賞藝文表演、演講活動。參觀校內外社教場所所舉辦之展覽以及相關性的手作工坊等。每一個項目都有場次的要求標準，學生必須在畢業時完成每一項標準門檻。目的是培養學生的生活美學觀點，透過五種感官的感受作用下，激勵學生的創意思維與靈感。

(3)參與校內外競賽

參與校內外舉辦之全國性、區域性及各項相關競賽。其用意是希望本系學生透過參與的過程，能夠使學生透過競賽的形式來挑戰自身能力，與來自不同領域的對手相互切磋，累積相關經驗。

(4)閱讀計畫

透過閱讀授課老師所推薦之書籍或是學生自發性的選讀相關文化書物，主要是培養學生自身的文化素養以及蒐集、理解資訊之能力運用。

(5)閱歷計畫

藉由參訪由文化部認證文化創意產業(15+1 類)的相關機構地點，學生以實際走訪的方式觀察欣賞，了解其文化內涵，增廣視野並且提升素質能力。

2、學生畢業門檻通過率

本系的教育目標與特色，為有效提昇本系學生之學習成效，本系除自訂「文創法規與產業調查基本能力檢定實施辦法」、「創意設計基本能力檢定實施辦法」、「行銷企劃基本能力檢定實施辦法」等核心能力檢定，並於 101 學年度起，全面實施新版核心能力檢定，分別為「文化實踐創新能力」、「生活應用設計能力」與「品牌經營管理能力」三大專業領域。此面向更符合系

上課程目標；並安排檢定考不及格的同學，給予補救教學，安排合宜的教學內容後再給予重新檢定之機會。本系之學生專業核心能力檢定通過率結果，於 104 學年度本系學生通過比率為 85%；105 學年度通過比率為 62%；106 學年度的部分則為 72%。未通過的同學必須參加本系辦力的補救教學內容，再次進行補考措施後其通過率則為 100%。由此數據可探討出本系學生對於初次測驗中，能夠精確掌握的考題以及其多元變化的學生其比例是相對薄弱，但學生經過本系所制定補救輔導措施的教學後，能夠重新思索與定義考題內容與其用意，以更加縝密的心態與角度應對。由上述的數據可得知，學生在文創設計或是統合行銷這些領域的認知以及想法上是較欠缺的，本系也會落實檢討機制以及加強學生相關方面的學習認知與技能。

5-4 學生之學習表現情形

（一）畢業生之就業、升學情形能適當對應學生核心能力與教育目標

由於本系於 102 學年度正式轉型為培育設計與行銷整合型人才，並已陸續增設設計與行銷相關課程。依據畢業生畢業流向分析結果來看，本系畢業生就業之工作領域，主要從事網路行銷、業務助理與行銷企劃等行銷相關職務，原因在於行銷相關職務多元而職缺多；另外在選擇設計類型工作的比例，相對於行銷職務而言較為稀少，原因除了設計相關職缺不若行銷職務來得多元外，主要原因在於本系面臨轉型初期，而設計專業知識亦需歷經一段時間始能產生學習成效；有關本系畢業生就職於設計與行銷相關職務上已佔就業率的 65%以上。而在升學方面，本系畢業生升學途徑主要是選考設計與藝術相關研究所，以及行銷與商業管理相關研究所。綜合畢業生的就業與升學現況能逐漸適當對應學生核心能力與教育目標。

（二）建立機制鼓勵學生參與專題研究計畫、取得專業證照、參加國內外專業相關競賽等，執行成果良好

1、專題製作

依照本系課程核心能力的規劃，本系學生於三年級下學期開設為期三個學期的「專題製作」課程。進行方式是由同學以 2-6 人自成小組，依據各組的專長與興趣，並經過與老師的充分溝通後，選定專題進行方式(包括商品設計、空間規劃與設計、活動企劃與實作、圖文與音像創作等形式)。學生依據審查之標的進行不同程度的企劃與實作。歷時三個學期，共有五次實作

審查，說明如下：

(1)一審、初步提案發想：

A.研究背景

a.研究動機：為什麼要選擇此主題？

b.研究目的：藉由這次的專題，想達成什麼樣的目標（列舉 2-3 個）

B.方法：各組想以什麼樣的方式更進一步地去驗證這地方值得更加深入的探討，例如：藉由田野調查、與當地居民做口述訪談，又或者是採用問卷調查的方式呈現。

C.主題基地或場域背景分析（可以拍照做記錄）：針對專題的主題做簡單的介紹。

D.文獻探討：將與專題相關的書籍、期刊、論文或網路資料做大略介紹，更進一步地佐證主題的可行性。

E.針對主題提出 3 個方案：以何方式具體呈現主題內容。舉例來說：舉辦活動、做紀錄影片、繪本、桌遊等等…。此部分建議同學們找相關案例舉例說明（例如：找出符合各組別的風格及感覺，以圖片呈現）

F.配分：口語表達 10%、資料掌握度、可行性 40%、創意、內容呈現 50%。

(2)二審

A.專題企劃書：

a.主題說明：摘要、動機、目的、基地場域分析

b.操作方法：研究方法、執行步驟

c.企業識別 CIS：進度視各指導老師而定

d.預期成果：可列出活動的場次與人數、作品項目與數量，或其他量化指標

e.效益評估：相關質性成果描述

f.進度甘特圖：包括三個學期的時間序列和工作項目，從 107 年 2 月自 108 年 5 月止

B.展示內容：主視覺海報（格式：A1 大小）

C.作品呈現：以實體方式呈現（立體、平面、影音等，可傳達專題理念之方式，給予展示），約完成至少其中一項完成 25% 以上。

D.配分：企劃書 35%、海報 A1 大小 1 張(主視覺)35%、作品呈現 30%。

(3)三審

A.口語表達

B.展示內容(主視覺設計、展板/展櫃規劃圖)

a.海報--尺寸：A1 兩張(ex：立體層架、隔板陳列方式/影音、電源/色彩計畫/燈光設計、主視覺)。

C.作品呈現

a.企劃書

b.實體方式呈現--視各組進度完成，需完成 80%。

D.配分：口語表達 10%、作品呈現 60%、展示內容(展示設計、主視覺設計) 30%。

(4)四審

A.口語表達：主題內容、報告完整性及流暢度。

B.展示內容：主題設計理念、操作方式、未來展櫃規劃圖。(建議各組至少要有一張海報、完整企畫書)。

C.作品呈現：以實體方式呈現(立體、平面、影音等，可傳達專題理念之方式)。進度須至少完成 85%。

D.配分：口語表達 10 %、展示內容 30 %、作品呈現 60 %。

(5)總審 整體完整度

A.配分：口語表達 10%、展板內容 40%、作品完整度 50%。

本系 104-105 學年度專題製作多結合文創產業實務，透過產業連結或是自創品牌來累積實務設計與行銷企劃能力，有助於培養本系學生之就業競爭力。

近年來本系以社會設計核心深入當地文化，選擇在地鄰近地區為專題研究基地的文化背景，讓學生洞察與深入探討其文化本質與內涵。例如：本系 105 學年的專題製作，選擇以台中第二市場為主題，結合當地著名小吃特色，運用各式媒材與獨特的思維，重新顛覆傳統市場的意義。不僅建立專屬網頁發布消息並且邀請民眾一同參與，互動設計的觀點與當地區民產生共鳴。獲得許多正面迴響以及專題報導。有多位應屆畢業生由於專題製作所展現出卓

越的行銷與設計能力，讓到場參觀的企業主大為驚豔，當場邀請學生畢業後直接到該企業就職。106 學年則以沙鹿龍井作為專題主題基地，希望同學深根在地，在 106 學年執行專題期間系上學生與鄰近農會、NGO 團體甚至是國中小學合作串聯，希望確實落實以專業深耕在地，並確實實踐社會設計與社區設計，這一年的執行成果讓弘光文創為在地找出更多的機會也讓在地更加認識地方的特色與文化。另外每年都會將專題成果出版成作品集，106 學年度更有專題組別自行募資將專題作品出版，讓設計落實於實際不在只是紙上談兵或是模擬情境而已，104-106 學年度文化創意產業系專題刊物出版一覽表如表 5-1-3，105-107 級畢業專題資訊詳如【附錄 5-1】。

表 5-1-3 104-106 學年度文化創意產業系專題刊物出版一覽表

編號	書名	ISBN	出版時間
1	105 級畢業專刊 嬉遊記	978-986-90667-5-4	105/05
2	106 級畢業專刊 鬧 NOW	978-986-94118-5-1	106/04
3	樂油遊	978-986-94118-9-9	107/01
4	107 級畢業專刊 in 沙龍	978-986-96152-1-1	107/04
5	聊寮	978-986-96152-2-8	107/04

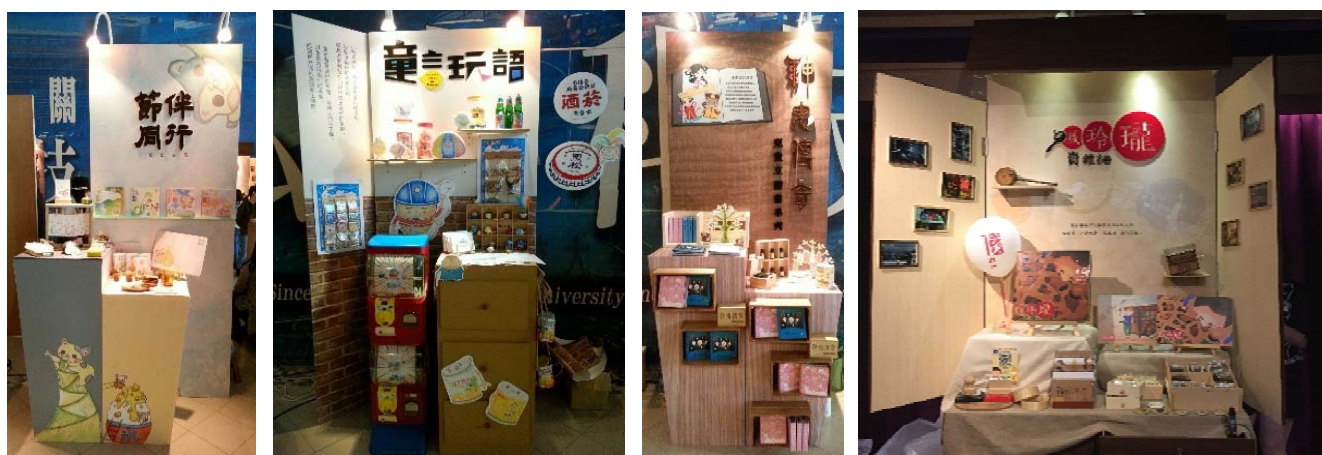


圖 5-1-2 105 級畢業專題製作



系師生共同參與第二市場畢業專題展覽



本系師生共同參與 A+ 畢業專題展覽



學生畢業專題之新聞報導



學生畢業專題之新聞報導

圖 5-1-3 106 級畢業專題製作

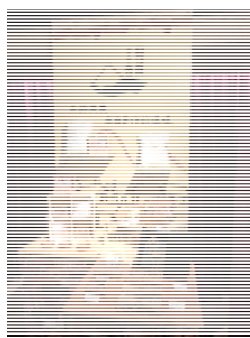
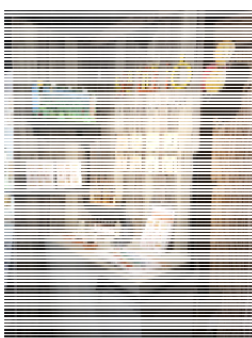


圖 5-1-4 107 級畢業專題製作

2、校內外競賽獲獎

本系 104-106 學年度持續增開設計與行銷課程，為增加同學專業競爭能力，鼓勵參與校外大小競賽，將競賽與課程內容相互結合，本系學生正逐漸累積足夠的能量參加校外競賽，且相關競賽亦逐漸已有豐碩的成果。例如 105 學年度「創意思考與文創產業」課程，學生參加「2016 海峽兩岸高校設計展」，並獲得銀獎殊榮。106 學年度之「視覺規劃與設計」課程，同學參加由教育部舉辦之「2017 臺灣國際學生創意設計競賽」，從 18932 件作品中獲選為佳作。另外，同學以畢業專題作品參加台中市政府舉辦的「愛台中創意獎學金競賽」，不但分別獲得銀獎與佳作，更獲得 4 萬元與 1 萬元之獎學金。近三年有如此成果學生都深具肯定，目前仍持續參加國內大小競賽，期

望以此方式可以讓學生更具信心，並能提供學正向的學習動力。104-106 學年度詳細競賽名稱與得獎名次請參照表 5-1-1。

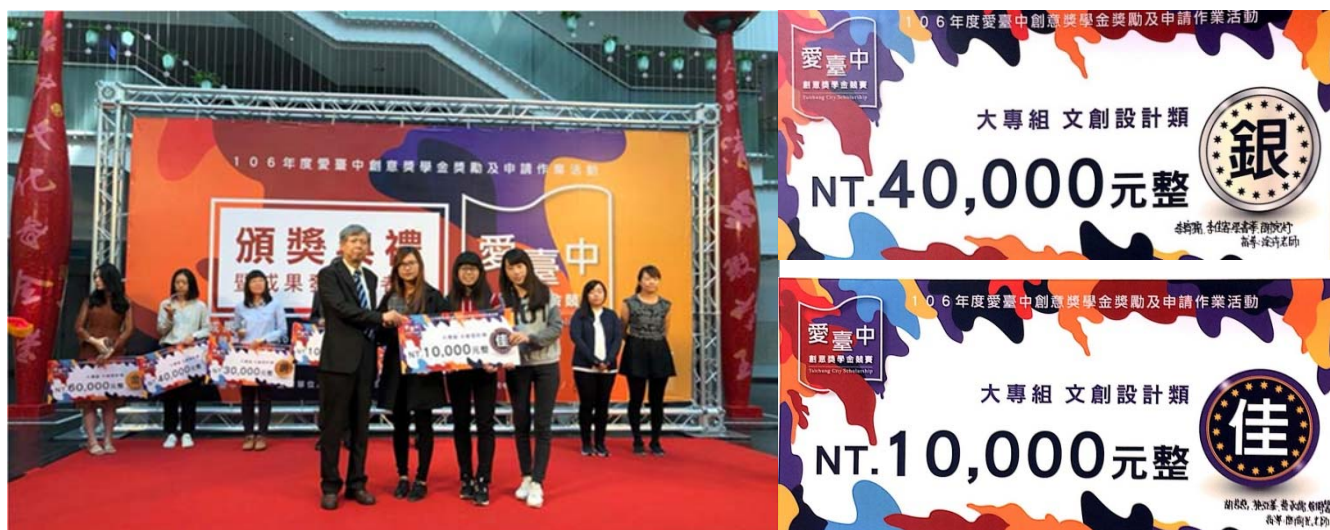


圖 5-1-5 「愛台中創意獎學金競賽」

(三) 學生積極參與國內、外實務應用

1、社會參與服務

本系同學發揮專業所學，應用課堂所學之技能參與社會服務。透過自發性參與校內外專業服務，引領學生體悟「以人為本、關懷生命」之意旨，並涵養其透過實際行動關懷生命弱勢族群之實踐力。例如 104 學年度，本系學生於皇家老人養護中心擔任志工，喚醒學生對社會的關懷心視野，啟發利他主義的行為，運用觀點進而融入設計中。本系學生不僅將參與社會服務之感想融入到創作中，還將課堂所學之內容，帶入鄰近社區中，辦理體驗活動，邀請當地居民一同參與。例如 105 學年度由本系所辦理體驗活動，將泥染培訓與技巧導入社區發展，藉此協助社區經濟面向與關懷弱勢創業之議題探討。104-106 學年度學生參與社會服務活動資訊請參照以下表 5-1-4

表 5-1-4 104-106 學年度本系學生參與社會參與服務彙整表

學年度	活動項目	參與人次	參與時間
104	「台中市調酒大賽暨好酒行銷與菸酒法令宣導」活動	7	8 小時
104	皇家老人養護中心志工	29	6 小時
105	原鄉服務-聚落村活活動	22	2 天

學年度	活動項目	參與人次	參與時間
105	皇家老人養護中心志工	15	6 小時
105	「用愛打造孩子的大樂園」活動	66	660 小時
105	「銀髮藝術創作方案-媒合師資教學」	112	714 小時
105	「泥染培訓社區發展之體驗」活動	10	60 小時
106	「天津路服飾商圈年貨大街」活動	1	30 小時
106	「2017 龍井區西瓜節」活動	70	420 小時
106	「台中大忠社區國際工作營」	1	37 小時
106	「國立台灣美術館藝術駐點員」	1	9 小時
106	「蘋果劇團龍騎士戲劇」活動	1	5 小時
106	「台中市立圖書館清水分館志工服務」	8	71.5 小時

本系結合服務學習課程與藝文志工等活動，使學生透過校外公益服務與藝文活動參與，除能使學生具備社會關懷精神與人文素養，更能培養藝文相關專業知能。本系學生不僅參與校內藝文公益活動以及志工服務，還利用課餘時間至校外參與龍井區農會所舉辦的龍井區西瓜節活動擔任志工，能夠藉此參與文化產業節慶學習與在地文化活動實作。透過進行實務參與，理解相關流程與運作，相關經驗的積累，使本系學生能夠習得不同於課堂上所教授之知識內容。

(四) 學生專業實務能力符合職場需求

1、畢業生雇主滿意度調查

本系結合本校研究發展處所蒐集畢業生與企業雇主對學生學習或就業滿意度之調查，104-106 學年度之畢業後一年之調查結果，如表 5-1-5，其中外語能力之滿意度為較低，達到 3.05 與 3.68(介於普通與滿意)；另外，工作穩定度與創新創意能力之滿意度是逐年微幅增加，而願意推薦本校系(所)畢業生之滿意度亦是逐年增加的，表示本系學生之職場表現逐漸讓雇主願意推薦本系學生。

表 5-1-5 104-106 學年度雇主對本系系友職場表現評估表

項目 \ 學年度	104	105	106
職涯適應	4.00	3.96	4.03
公司認同度	4.03	4.04	4.02
主動學習態度	4.03	3.89	3.88
工作的抗壓性	4.00	3.75	4.00
工作的穩定度	3.93	4.14	4.20
職涯精進	3.76	3.89	3.66
外語能力	3.43	3.68	3.05
專業能力	3.90	4.07	4.00
解決問題能力	3.97	4.07	3.73
獨立作業能力	3.70	3.82	3.62
溝通協調能力	3.80	3.89	3.67
創新創意能力	3.77	3.82	3.87
整體評價	3.99	3.88	3.91
人際關係表現	4.03	3.75	3.88
個人品德表現	4.07	3.89	3.92
整體能力評價	3.87	4.00	3.93
願意推薦本校系(所)畢業生	3.77	3.79	3.88

*滿意度(滿分5分)

2、在校生實習機構滿意度調查

本系針對在校生之實習機構雇主搜集實習機構滿意度調查，104-106 學年度調查結果顯示高達 90%以上的實習機構給予實習學生的工作表現評分是 80 分以上；且由質化評量的分析結果如圖 5-1-6 顯示，實習機構認為多數學生的表現認真、學習態度良好，並能夠確實完成雇主提出的工作內容。

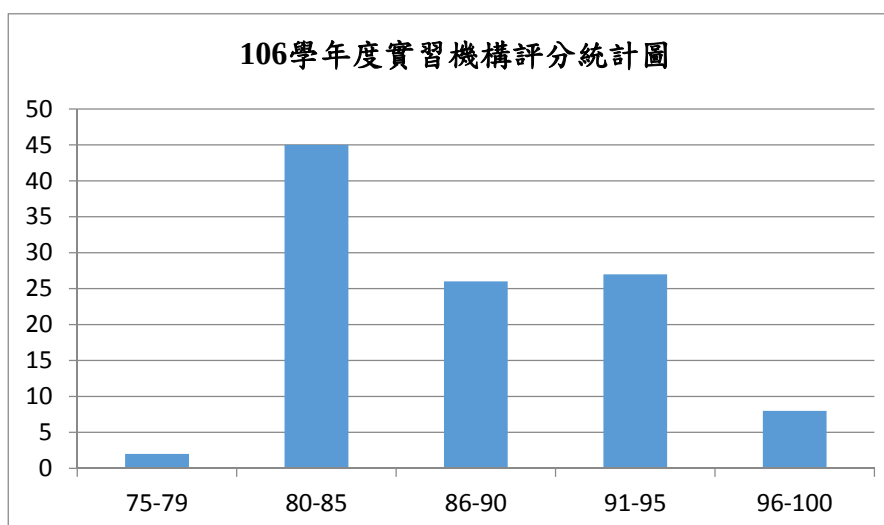
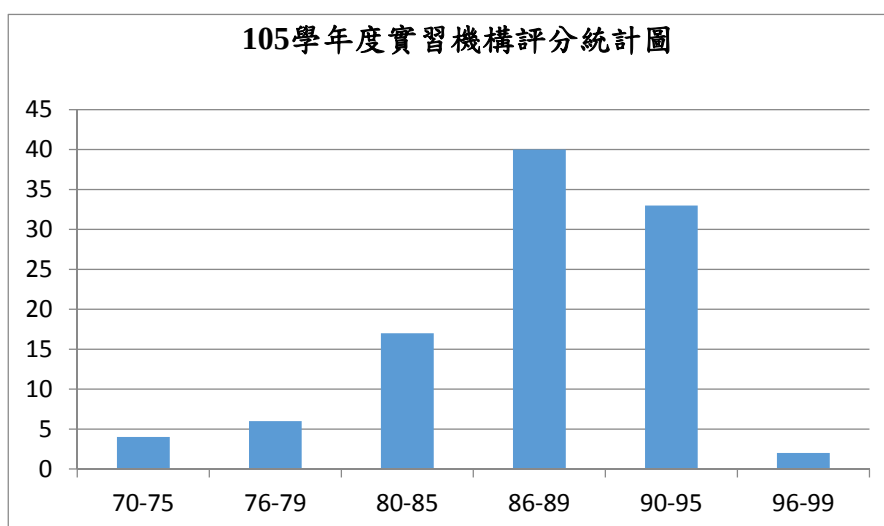
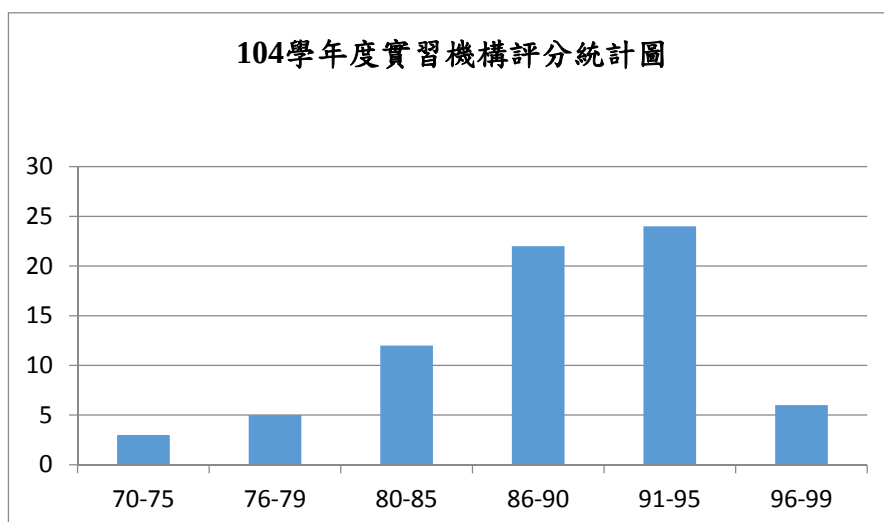


圖 5-1-6 104-106 學年度實習機構評分圖

3、實習、課程連結就業之改進計畫：

(1)加強電腦繪圖實作

105~106 學年度以設計為導向的實習機構在電腦繪圖、影像拍攝、後製剪輯的實務性操作較多，因此在課程配合上，除了既有的基礎電腦課程進行軟體更新、進階的產品設計電腦製圖的練習，並加開影像剪輯的專業課程。同時，亦要求專任教師進修威力導演的影像編輯之證照。

(2)強化設計流程之理解

實習機構印刷廠、包裝設計公司、木作工坊等實習須具備設計製程的基本知識。故 106 學年度加開「設計流程與製程」專業選修課程，讓學生了解業界的實務操作流程、步驟與介面。

(3)導覽與企劃的實作

有鑑於學生在公部門的實習工作多從事活動企劃與導覽，因此課程上宜開設實務與理論兼具的「導覽設計」，操作上可從校園導覽的規劃設計為出發點。

(4)社區設計與地方創生的趨勢

實習機構為符合地方創生的設計改造需求，業務導向朝向整合性的設計與行銷，場域也多在社區型，符合本系課程的核心價值。為了讓實習與課程相輔相成，在課程的場域操作上，宜選定鄰近地區、市街區或是議題性高的小規模社區。另外，小型的實習機構掌握市場小規模的設計實作，因此從業界的需求來發展設計題目，並且引入業師給予指導。例如：文化空間、空間設計與行銷、產品設計與行銷、包裝設計等課程，加強設計與實作的連結。

(5)整合性能力的培養

從畢業後流向相關資料得知，本系畢業學生有部分從事服務業或製造業的門市。然而，現今產業環境來看，職場應具備的專業條件不單是銷售也需要設計與企劃的基本能力，換言之，本系學生縱使在門市工作也需具備整合性的能力，符合目前實習機構的實務訓練取向。

(6)從門市到設計端的練習

台灣設計產業規模較小，但營業屬性較廣，學生通常在第一線擔任門市，經過職後訓練之後，方能轉進設計或行銷部門。於是本系針對文創園

區、中型規模的設計與行銷公司，特別溝通安排讓學生經歷各部門，以利於學生未來就業。

(7)創新事業與文創網絡的啟發

台灣設計產業鏈採取跨領域分工合作，小規模的設計公司乃相互連結，因此，畢業後即便在服務業仍有機會連結到設計、企劃或文創事業。因此，回應到課程內涵，必要講授文創產業的網絡關係，例如：文化創意概論、創新概論。另外，持續在系大會邀請不同產業別的業師給予學生創新事業的啟發。

5-5 學生之學術研究與專業表現情形 ※研究所適用

- (一) 研究生學位論文、期刊/研討會發表或創作成果能符應自我定位、發展目標、教育目標及辦學特色

本系並無設立研究所學位。

- (二) 研究生之國際觀及參與國際學術交流情形(如出席國際會議、參與國際型藝術創作競賽、赴國外大學實驗室進行短期進修或研究)良好

本系並無設立研究所學位。

5-6 追蹤畢業生生涯發展之機制與執行情形

本系積極與畢業系友保持良好互動，藉此了解系友之畢業狀況並追蹤其生涯發展。本系所建立之追蹤機制包括：

- (一) 設立畢業生組織支援目標政策、課程、學生職涯發展情況良好

1、成立系友會

本系系友會於 100 年 7 月 31 日成立至今，於 104-106 學年度期間仍然保持密切的交流，因應新媒體設備的發展走向，本系也使用新的社群媒體來與系友保持聯繫，例如：Facebook 粉絲專、Line 系友會群組，如圖 5-1-7 示意。藉此來推動系友會聯絡之相關事宜，暢通畢業生與在校生的溝通管道，除了掌握畢業校友最新動態，將系上最新訊息傳播給畢業校友之外，更能邀請畢業系友返校參加系上活動，透過其與學弟妹的直接對話，讓學弟妹了解業界的趨勢與就業需求。



成立系友會專屬社群

建立系友成員 LINE 群組

圖 5-1-7 系友會社群媒體

2、辦理「系友回娘家活動」

本系辦理「系友回娘家」活動，邀請系友返校參與職涯諮詢輔導等聯繫管道與活動，以加強系友之間及系友與本系密切的互動；此外，本系舉辦系友回娘家的相關活動，讓已畢業的系友與學弟妹分享、相談，藉由彼此互動的關係，使本系的學生能夠進一步了解與認識，相關產業之運行與就業之趨勢。

3、邀請系友返校參與職涯諮詢輔導

本系定期邀請系友返校參與職涯諮詢輔導，並安排文創領域傑出校友跟系上同學做分享座談，以提供目前的職場趨勢與求職技巧，且能增進系友與本系師生之間的聯繫。

4、透過學校之校友系統與文創系之網路社團，以了解系友動態，本系亦透過學校所提供之校友系統與文創系之網路做聯繫，提供系上相關活動資訊、展覽等訊息加強畢業校友與系上的緊密連結。

(二) 畢業生追蹤聯繫機制與執行情況良好

1、調查系友現狀

請該屆畢業生之導師及系辦公室定期針對歷屆畢業系友現況調查，並不時更新資料和統整，以供本系了解歷屆畢業生進入職務或繼續進修及其職場適應情況。

2、本系為了加強與系友之間的聯繫，建立一套專屬的聯絡資料庫機制，在歷屆各班的系友當中，挑選出一至兩位擔任本系與系友們之間的聯絡窗口，作為系上與系友會之間的聯繫管道，為了確保彼此之間的互動與相關協助，並不定時的發布系上的相關資訊，系友們也能透過此項管道詢

問。

(三) 能分析與檢討畢業生追蹤調查結果

本系配合 UCAN（大專校院就業平台）之施測安排，針對本系畢業生每年定期追蹤畢業生之流向與雇主滿意度，並針對 UCAN 之分析結果召開系課程會議，以檢討畢業生在學時與就職時之專業需求狀況以及雇主對畢業生之專業滿意度。另外，本系亦設立職涯導師、業界導師亦針對需職涯諮詢之學生，因應當時人數、場地、學生需求之情況，以個別指導、小組討論或其它適合進行輔導等之方式舉行。

5-7 雇主對畢業生滿意度調查機制之設計與執行情形

(一) 雇主對畢業生服務/工作表現之滿意度調查機制與執行情況良好

本系定期施作畢業生及企業雇主對學生學習成效意見，並針對其結果召開系課程會議以進行檢討並回饋至課程教學實務。在雇主與主管追縱調查意見中顯示，由於本系 104-106 學年度畢業生之系培育目標與課程主要著重在設計與行銷整合型人才，因此系上同學的外語能力較弱；另外，在創新創意能力、獨立作業能力與溝通協調能力等為文創人才極為重要的能力且尚有加強之空間；因此本系針對其問卷作出改善，期望可以提升學生未來職場之競爭力。

1、英文能力加強方面

本系除配合學校將學生基本能力指標設置英文文力指標，要求畢業時必須具有全民英檢初級或同等之能力。且本系為更加強化英語能力，積極提升學生應能力措施如下：

- (1)於系務會議中通過加強學生多益考照成效，將學校相關外語加強課程及外語考照課程公布給全系同學，並請導師針對外語能力不佳同學給予協助選課等輔導，希望可以藉此提高學生對於外語學習的動力及考照檢定的比例。
- (2)本系也在 104-106 學年度期間，建議授課老師可以在每門學科中，每學期至少給予三次以上英文摘要、期刊閱讀、英文條列大綱或是英文短片等方式，讓同學頻繁且習慣接觸英文，不再只是懼怕而逃避。

(3)系上也請各導師積極宣導學校的 English Corner，希望學生可以前往增進其英語對話能力；並安排學習輔導教學助理，協助英文程度較弱之學生學習，提供學生一處合適的環境接觸外來語言，增進學生外語學習意願。

2、創新創意能力加強方面

(1)系上除配合學校將美學訂定為通識必修課程外，並由系上老師親自授課，結合創意思考的課程，讓同學在美學課程中可以融入更多的創新與創意能力。

(2)系上於 104-106 學年度期間，皆在一年級開設創意思考與邏輯思辯的課程，讓同學由低年級即開始多接觸腦力開發與創意聯想的課程。

(3)系上老師於相關課程中鼓勵同學參與國內外相關創意設計與行銷競賽，學生也以實際操作與累積相關經驗。

3、提升獨立作業能力與溝通協調能力

(1)在課程安排上，針對創意設計與行銷企劃兩大組別做課程縱向與橫向串聯，並讓同學分組參與以增加溝通協調能力，並運用問題導向來激勵學生增加獨立作業能力。

(2)鼓勵同學藉由多參與國內外設計與行銷整合型競賽，透過任務導向的賽事，提供同學解決問題、分工合作與溝通協調的機會。

(3)加強專業實習課程系上教師與企業主的緊密聯繫網，讓同學以更嚴謹確實的態度在實習單位工作，藉此加深其獨立作業與溝通協調能力。

5-8 自我改善機制與回饋調整/改善情形

(一)分析學生學習成效評估、核心能力評量、畢業生追蹤及雇主滿意度調查等結果，回饋至發展目標調整、課程規劃改善、教學支援提升…等執行成果良好

在畢業生流向之追蹤調查意見中發現，畢業生對職場不滿意的部分多為福利及獎勵制度部分，其可能原因為公司規模較小故無完整制度。在專業技能與課程內涵等並無呈現不足或需加強等意見。在雇主滿意度與實習機構滿意度問卷中，相關數據顯示，本系學生對於實習課程以及進行實務操作的相關經驗與能力略顯不足，所欠缺之外語能力的培養等，將會是本系進行檢討會議之重點議題。於本系的系務會議中決議除了針對專業知識傳授外，積極

提升學生職場應能力措施如下：

- 1、本系教師多利用課堂與課餘時間，加強同學人際關係與職場倫理觀念培養，也希望藉此可以增加其日後至業界工作的穩定度。
- 2、本系利用導師時間、系上集會時間宣導人與人合作協調、職場倫理、工作態度等正確觀念的建立，期望就此對學生日後就業有深遠之影響。
- 3、舉行系友返校參與職涯諮詢輔導座談會以及雇主蒞校座談，希望藉此交流修正系課程與就業能力培養之調整；提供在學之學生生涯規劃上的諮詢與建議，並請畢業校友針對系上課程架構給予建議。
- 4、舉辦校友就業網絡座談會，針對課程特色、通識課程、專業必修課程、專業選修課程、整體課程與其他等請畢業校友給予意見，多數校友認為現在課程規劃符合產業界趨勢，大量專業師資與特色課程是本系的發展優勢，與通識課程的緊密結合更可以加強學生之人文素養，更可以再多況展多元化的實習特色，突顯文化創以產業系的多面向與跨領域教學概念，培養出整合行的人才。

（二）妥適訂定各項學習成效評量之基準與檢討機制

本系訂定適合產業特色之實務能力指標與評核制度，並透過職涯輔導導師幫助學生及早訂定職涯指標，隨時反思自省目標達成的進路發展。本系皆獲得勞動部勞動力發展署中彰投分署「文創產業品牌設計與推廣人才培育就業學程」計畫補助，此項計畫有助於提升畢業生就業率，且本系將根據畢業生就業後雇主滿意度調查，檢討修訂核心能力與課程規劃設計。

（三）自我評鑑規劃、整體架構及組成、相關辦法規章及執行過程嚴謹

本系自我評鑑規劃完整且嚴謹，於2018年5月起開始準備評鑑相關事宜，且在2018年5月舉行第一次籌備會議，由本系全體專任教師組成「系自我評鑑規劃小組」，共分5組，由系主任擔任總召集人，5位教師擔任各組召集人，負責規劃本系自我評鑑事宜，依據系所評鑑各項目，整理所需之資料，包括本系基本資料、組織要點、各委員會組成辦法、相關會議記錄、教師個人資料夾、教學與學習活動資料等，並撰寫評鑑報告。另外，本系依據「校務自我評鑑辦法」，完全仿照正式的訪視評鑑，聘請校外專家學者擔任委員，作為本系系務運作修正依據；並依據評鑑結果召開檢討會議，針對評鑑委員所提的缺失進行討論，並研擬改善措施。於各系自評完成後，分別召開評鑑後檢

討會，委員及校內各相關單位所提出之意見，皆於後續的系務會議、系課委會中提出討論，並具體修正。

(四) 自我評鑑結果之追蹤考核機制及其回饋調整或改善情形良好(納入前次評鑑改善結果)。

依據 103 年度自我評鑑前中審查委員所提建議，調整改善說明如下：

1、創意設計組主修課程之課程時數相對較少，建議提供適量之進階選修課程。

本系已依委員建議，自 104 年已將主軸課程由 3 學分/3 小時課程，經系課程、院課程、校課程會議同意更改為 2 學分/3 小時課程，且各主軸課程皆有基礎(一)與進階課程(二)；另外，於 105 學年依校外課程委員建議，將包裝、金工與公仔等基礎與進階課程更名為包裝設計(一)、(二)；飾品設計(一)、(二)；角色造型(一)、(二)課程。

2、行銷企畫組在教學目標與課程設計之銜接上，宜有更明確之定位。

本系行銷企畫組是培養行銷企畫人才為主，並於 105 年進一步確立行銷企畫組之教學目標為培養學生之品牌經營管理能力。因此在課程設計上主要以品牌經營管理為主，包括品牌行銷與管理(一)、(二)等，公關企畫課程理念偏重於廣告與企畫；另外，微電影製作與紀錄片製作等課程之理念亦偏重行銷推廣之工具，並於 106 學年整合於視覺規劃與設計(一)、(二)。

3、該系要求學生須獲取基本英文證照，建議提供對未能通過證照檢定者並未陳述補救辦法

本系於 103 年規定未通過英文證照的學生，根據「弘光科技大學學生英文能力畢業資格檢定實施辦法」，需補修應用英語系開設之「英文文法與習作」，該課程成績及格視為通過英文能力畢業資格。

4、該系於每學期開學前確實做到授課教師教學大綱審議，建議未來教學大綱部分能夠進行外審制度與確保教學內容與品質

本系自 103 年經系課程委員會決議，每學年至少辦理一次將本系創意設計與行銷企畫兩大專業課程之教學大綱送交校外相關科系專家學者審議。於 105 年 6 月本系已於完成教學大綱送交校外相關科系專家學者審議，並依委員意見送交系課程委員會進行大規模修訂調整；另外，

於106年10月針對專業課程教學大綱送交校外相關科系專家學者審議，並依委員意見課程修訂完成。

- 5、該系於100年成立系友會，但未呈現系友會組織章程與施行辦法，亦未呈現系友會會長與重要幹部人員名冊。

經由評鑑檢討後，本系已輔助系友會召開系友大會並遴選理監事人選，相關名單如下表5-1-6：

表 5-1-6 弘光科技大學文創系第一屆系友會理監事名單

職稱	姓名	學號級
理事長	許 O 汎	95
副理事長	張 O 涵	95
祕書	林 O 怡	96
祕書	楊 O 瑜	97
理事	賴 O 慧	97
理事	王 O 翰	98
理事	陳 O 學	98
理事	柯 O 騰	99
理事	歐 O 維	100
理事	盧 O 廷	100
監事	易 O 怡	95
監事	許 O 惠	95
監事	范 O 淳	96
監事	張 O 慈	99
監事	黃 O 棠	99
監事	蔡 O 柔	100

此外，本系亦輔助系友會訂定組織章程與施行辦法，並以臉書方式聯繫聚會與相關訊息發布，組織章程請參見附錄【5-2】。

關於本次107-109年度系所自我評鑑過程，本校安排於107年12月20日進行內部評鑑，由校內四位委員作資料審視與實地訪查，該次審查委員所提建議，調整改善說明如下：

- 1、該系利害關係人對教育目標與核心能力的認同程度之調查較為不足，宜加以補強，並依調查結果的統計分析，回饋教育目標與核心能力的檢討和調整。本系已於1071學期針對利害關係人完成「文化創意產業系教育目標核心能力意見調查」，並將調查結果之統計分析呈現於「1-4教育目標及核心能力之宣導與教職員生及外部利害關係人(如畢業生、雇主等)

之瞭解與認同程度」之「(二) 利害關係人對教育目標規劃理念瞭解及認同」。本系為提升教育品質與成效，以及畢業生就業之競爭力，預計每年八至九月針對利害關係人實施「文化創意產業系教育目標核心能力意見調查」，並接此調查納入系本位課程發展機制工作指導書，做為後續確實落實的依循。調查後瞭解利害關係人對本系之教育目標與畢業生須具備的核心能力是否認同，以作為未來本系改善教學與就業輔導依據，達到符合實務界人才需求之期望。

- 2、該系所著重之文創產業及其人才培育往往涉及跨域整合，惟目前尚還缺乏具體成果，應就此加強推動相關措施，以提升人才培育成效。

本系於106著手進行系課程翻轉規劃，歷經課程與師資的調整，確實在短時間難以呈現具體成果。107-1即規劃「基礎文化設計」、「進階文化設計」、「畢業專題」為總整課程，橫向的專業核心課程乃「影像規劃設計(一)~(三)」、「產品設計與行銷(一)~(三)」、「空間設計與行銷(一)~(三)」，朝向跨領域的整合性學習，符合文創產業對整合性設計人才的需求。另外也鼓勵同學參與跨系跨域學程、第二專長課程以及跨校課程，多面向的學習將可增進同學跨域整合的能力。

107-1「空間設計與行銷(三)」、「文化空間(一)」特別將學習場域選在彰化南郭與龍井社區，師生與業師、社區組織、規劃團隊形成跨域的合作模式，於學期間提出產品與空間規劃的提案，預計本系每年將提出跨領域整合計畫1件。另外，針對跨域學程本系也將結合本校其他專業辦理跨領域學程，預計每年將有50位同學修習完畢跨領域學程，另本系與靜宜大學和開設之跨校課程，也將持續辦理，並逐年增加課程開設與提升參與學生人數。

- 3、該系副教授以上師資所佔比率較低，建議推動相關措施以鼓勵教師升等

由於本系歷經轉型與課程翻轉，且定位在社會設計的實作取向，乃需要引進年輕的業師與學者投入系務與課務，故教師年輕化，相對的副教授所佔比例較低。但仍鼓勵教師透過教學實務、一般著作、技術報告等管道進行多元升等。

- 4、該系專案教師目前約佔 40%，107.2 學期可能達 45%，建議推動相關措施協助表現優良教師轉聘為專任教師，以降低教師流動率及避免影響

人才培育目標的達成。

本系配合學校人事政策，採完善的審核與轉正制度，104-2黃錦華老師已轉聘為專任教師，預計108年吳振廷老師將轉聘為專任教師。

- 5、該系學生教學評量結果，近 3 學年平均皆在 4.20 以上（5 點量尺），惟未促使專兼任教師全面運用學生教學評量結果提升教學成效，建議就此加以強化，以進一步提升教學品質。

系上定期在學期前舉辦專兼任老師教學會議，反思學期的教學結果，藉此討論學生的學習狀況，會議中也將針對學生教學評量分數低於4.0的問項加以討論，若教學評量中有文字表述或是其他建議也會在會議中匿名提出討論，相互討論的過程與資深或優秀教師的建議相信可以幫助專兼任教師，可以更明確的掌握教學方向。另外要求新進教師及共同授課教師，需要參與課程銜接會議與增能社群，藉此方法讓相互觀摩、檢討，提升教學品質。目前基礎文化設計(一)(二)的課程，授課教師每月須定期舉辦課程工作坊，擬定課程目標與相關執行方式。另自104學年度起，本系新進教師若無大專任教經驗2年以上，皆需參與教學增能社群。

- 6、該系於教師承接外部計畫、發表論文及研發成果數量，於 106 學年皆有下降現象，宜瞭解原因，並推動相關措施以增進教師 專業發展成果。

106學年度因為有四位老師離職，均未填寫評量系統，導致數據低落。目前學校鼓勵執行產學合作及研究獎勵的相關要點下，系上要求新進教師與舊有教師，積極投入產學計畫與研究，每年每位教師至少需有一件相關產出(產學研究計畫、期刊論文、展覽或作品)。並在每次系務會議後，由系上老師分享相關計畫與研究論文，以增進教師專業研發成果。

- 7、系 104 至 106 學年雇主滿意度調查，獨立作業與問題解決等能力為得分較低題項，系上透過系務會議請授課教師將其列入評分項目，惟教師未必能配合，且此種做法並非從系統規劃的角度提升學生能力，建議更為深入的結合課程的規劃與開設，以深入培養學生相關能力。

誠如項目1-2所述，本系107學年度起已規劃總整課程與實作課程，由總整課程啟動整合性的實作教學：小班教學的「文化設計」培養學生自主性學習的解決設計問題，在課程題目設定上將解決問題能力列為重

要教學目標；在小組合作的「畢業專題製作」以挖掘地方性議題，落實專案設計，強化學生在未來就業上專案實務的知識與技能，並要求同學由提案、設計到行銷過程的完整訓練，將會加強期解決能力與獨立作業之能力。另外自107學年度起從大一到大四的總整性課程將有助於學生獨立作業與問題解決能力，並搭配產學鏈結將課程實際落實於產業之中。107學年度起專業課程將與真實場域結合，將課堂所學實際落實於專業。因高較深根本系計畫總整課程已107-1展開推動，預計每學年度將完成真實場域規劃提案20件以上。參與業界設計與規劃競賽20人次以上。

二、特色

政府大力扶植台灣文化創意產業，冀望以文化力為台灣競爭優勢。本系依據教育目標與特色，輔導學生學習，發展重點特色如下：

（一）開設課程實作導向

本系每年投注大量經費採購文創設計與行銷相關軟體設備，期望學生能夠與業界接軌，學生使用最新穎設備將概念實體化，將其轉化成為商品，創新的技術學習內容，對於學生往後進入職場來說，無疑是一大優勢。本系目前計有專業金工教室、數位多媒體教室、系專業圖書室、陶瓷工藝教室與藝文展映教室等共 11 間專業教室；此外有關設備包括：雷射雕刻機、紙模與包裝設計切割機、電腦刺繡機、3D 掃描機、大圖輸出機、縫紉機等硬體設備，並聘請相關廠商到校進行課程指導操作機具，相關設計亦陸續增加中。另外，本系提供相關課程訊息於文創系 Google 論壇，同學能夠進行報名流程，以 20 人次為上限，分別為上午以及下午場次，學生可自行選擇時段。本系期望學生不僅僅只有學習課程上的知識內容，而是能夠多方嘗試其實作面向的操作。

（二）著重校外實習課程，增加實習生留用機會

本系課程規劃重視專業實務課程的開設，包括必修「文創產業實習」與選修「文創產業進階實習」二階段實習課程，實習機構的選擇是每年由本系教師推薦經政府登記核准之公、私立文創產業相關單位或機構，並選定能提供基礎行政、企畫行銷、設計實務與製作等實習內容的相關部門為實習機構。截至目前為止，本系之公、私立文創產業校外實習機構已累計約莫 90 家，且

仍然持續增加中。本系透過與文創產業相關機構簽訂合約，可建立良好的產學合作關係，除了提供學生實習機會外，經由學生校外實習課程取得合作先機與默契，包括：協同教學、學期兼任授課與專題製作審查等。另外，學生透過校外實習，可提供實習機構優先留用人才的機會，本系 104-106 學年度學生至校外實習，本系畢業生任職原實習單位或本系實習單位之情形如下表 5-2-1。

表 5-2-1 104-106 學年度本系畢業生任職於原(或本系)實習單位一覽表

學年度	畢業生姓名	就業單位即原實習單位名稱
104	徐 O 娣	肆零柒工作室
104	紀 O 秀	范特喜微創文化股份有限公司
105	曾 O 雯	玩劇島股份有限公司
105	丁 O 靖	企業家大飯店
105	黎 O 奇	荃美術
105	李 O 孺	佔空間
105	顏 O 茹	翊綺藝術有限公司
106	洪宇萱	共感地景創作有限公司

(三) 強化國際文化交流，主打海外研習與海外實習體驗

1、海外研習

本系為提升學生之國際視野於 104-106 學年度，每年規劃 1 次為期六天五夜短期研習活動，以鼓勵本系同學接觸多元文化以及進行國際交流，並增加多元文化體驗與國際觀。104-106 學年度舉辦海外研習的地點分別為：日本東京以及京都、韓國首爾等地。另外，學生的海外研習成果亦運用手繪與照片方式將工作日常、文化面向與心情點滴記錄呈現，並出版成冊後申請國際標準書號 (ISBN)。在進行研習計畫前，本系會由主任以及負責執導的老師將進行討論會議，將針對參訪地點做出合適的主題以及策畫行程，使學生充分感受當地文化的創新層面與差異性。



圖 5-2-1 106 學年度海外研習活動刊物

2、海外實習

為拓展本系學生之國際視野，本系教師積極簽訂海外實習機構，實習場域主要為廣告設計公司、文創公司、文化藝術協會等，並於 104-106 學年度獲得教育部「學海築夢」計畫補助。104 學年度的實習機構為日本大阪與馬來西亞共計 8 位實習學生；105 學年度海外實習之地點選定為日本東京、馬來西亞與澳洲墨爾本，以及境外中國上海、北京等；106 學年度「學海築夢」計畫則包括：日本東京、馬來西亞、澳洲布里斯本、美國、泰國等五國實習機構，以及中國上海之境外實習。綜上所述，國際與台灣文化創意產業發展趨勢皆包含文化內涵、創意設計、行銷企劃等三大面向與進程，本系亦據此訂定系教育目標，發展系所特色，透過多元業態之海外實習，以深入瞭解國際的文創產業，另一方面則能與國際積極交流、創造文化價值。



馬來西亞柔佛



日本大阪

圖 5-2-2 104 學年度海外實習國家



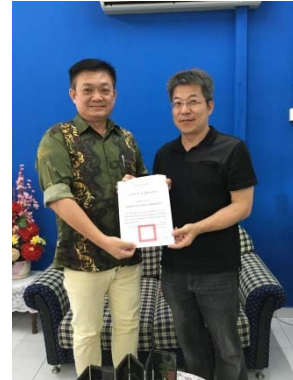
澳洲墨爾本



澳洲墨爾本



馬來西亞柔佛



馬來西亞柔佛



日本東京



日本東京

圖 5-2-3 105 學年度海外實習國家



日本東京



日本東京



馬來西亞柔佛



美國加州



泰國曼谷



澳洲布里斯本

圖 5-2-4 106 學年度海外實習國家

本系在「學海築夢」計畫的經費挹注下，除了積極拓展海外實習合作的機會外，學生的海外實習成果亦以手繪與照片方式將工作日常、文化面向與心情點滴記錄呈現，以增加未來學生申請海外實習的機會，並出版成冊後申請國際標準書號 (ISBN)，相關出版刊物如圖 5-2-5 所示。



圖 5-2-5 106 學年度海外實習出版刊物

三、問題與困難

本系教育目標不僅止於培育創意設計與行銷企畫之整合人才，近年來更著重於社會設計與社區設計，因此在問題察覺與解決能力，以及美學文化涵養方面極為重要，然而這些能力並非一蹴可及。

四、改善策略

對本系目前在學生成就與職涯發展所遇之問題與困難，改善策略如下：

(一) 設計課程小班模式教學

為提升學生學習效率與精進授課品質，本系自 107 學年度起修訂課程架構與授課內容，將部分課程以小班模式(20 人以內)授課，課程包括：日間部之基礎文化設計(一)、基礎文化設計(二)、進階文化設計(一)、進階文化設計(二)、進階文化設計(三)等，每學年有兩班，每班各自拆成三小班，由三位教師於同時段授課，且每門課程共需六位教師。本系期望透過小班教學方式，增加個別指導的機會，以能深化學生對問題察覺與發想解決方案之能力。

(二) 增加同學問題察覺與解決能力，鼓勵參與校外大小競賽

本系於 104-106 學年度持續增開設計與行銷課程，為增加同學專業競爭能力，鼓勵參與校外大小競賽，且相關競賽亦逐漸已有豐碩的成果，競賽內容包含視覺傳達設計、國際學生設計競賽、行銷企劃、創意影片、天然染色文化商品、攝影等領域。自 104 學年度起至 106 學年度陸續增加設計背景之授課教師，將競賽與課程內容相互結合；例如 105 學年度由涂卉老師教授之「創意思考與文創產業」課程，帶領該年度學生李宥儒、李佳容、梁書華以及謝宛妤等同學參加「2016 海峽兩岸高校設計展」，獲得銀獎殊榮，給予全系一年級的同學們正向的鼓勵。另外廖倫光老師所教授泥染相關課程也與競賽相互結合，亦獲得「2016 布同凡響創意設計競賽」佳作獎項。例如 106 學年度第二學期由陳冠勳老師教授之「視覺規劃與設計」課程，帶領林俊銘同學參加由教育部舉辦之「2017 臺灣國際學生創意設計競賽」，從 18932 件作品中獲選為佳作。近三年有如此成果學生都深具肯定，目前仍持續參加國內大小競賽。

五、小結

- (一) 本系以培養具備「創意設計應用能力」，兼具「品牌經營管理能力」為目標，學生多表現出積極、活潑、創意與服務等特質，在師生共同努力之下，於專業證照與校內外競賽方面都有優異表現；未來也將在本系健全完備之教育機制下，培育更多具備創意、設計與行銷專長之人才投入文化創意產業。
- (二) 在課程設計方面，本系之課程安排以創意設計與行銷經營雙軌並進，再加上文化基礎能力的涵養，近年來更深耕於社會文化面向，讓學生擁有文化創意產業所需的創意與行銷能力，使其能順利進入職場，並在文化創意產業這個領域中發光發熱。
- (三) 本系具備完善的就業輔導機制來提升學生就業力，從職業性向量表的施測與輔導、就業講座、企業參訪到企業實習與畢業專題製作，其最大目的就是厚植學生的就業競爭力，期能為台灣文化創意產業培養優質人才，強化台灣文化力的國際競爭力。
- (四) 在畢業系友聯繫方面，透過與畢業校友之聯繫與回饋，除能暢通畢業生與在校生的溝通管道，讓在校生了解企業現狀與人才需求趨勢，使在校生成提早因應之外；更能協助本系掌握培育之方向與目標，培育出符合業界需求之文化創意產業人才。

陸、總結

一、系所發展經營與特色

在今日文創產業的發展需求下，本系之本位課程發展方向定位不斷地在調整與翻轉，已於每年八至九月針對利害關係人實施「文化創意產業系教育目標核心能力意見調查」，並接此調查納入系本位課程發展機制工作指導書，做為後續確實落實的依循。

本系為提昇國內外創意設計產業之國際競爭力，積極結合現有文創產業資源進行策略聯盟，以學理及實務化課程為基礎，規劃實務操作與實習體驗課程、業界協同教學、技術服務與合作、參與國際、政府單位與民間社團舉辦之相關活動競賽與計畫，藉由參與的學習過程中，增進學生規劃、執行等實務能力，達到產學鏈結合一。掌握文創產業發展之動向，並提供學生多元豐富之學習與就業機會，發展成更具特色與務實之系所，為文化創意產業之人才培育貢獻更大之心力。

於此，因符合文創產業對整合性設計人才的需求，本系培育「創意生活產業」、並輔以「視覺傳達設計產業」、「產品設計產業」及「文創場域規劃設計」所需之專業人才，並配合本校發展特色與中長程發展目標，研擬適切的本位課程，希望本系訓練之畢業生能合乎目前求職求才現況。本系訂定之四技課程，能教導及培養學生從事相關工作所需之專業能力；並且在開課鐘點允許範圍內，探討其他職場所需之專業課程開課之適切性。針對 104~106 年度畢業生出路流向的調查，因文化創意產業在各就業市場的遍地開花，本系的就業發展範圍很相對廣泛，畢業生除了擔任一般藝術、設計與行銷事務所之外，多數擔任各中小企業的設計與企劃的相關部門，例如：印刷事業的設計員、文青餐旅服務人員、多媒體傳播事業的助理、CNN 作業員等，亦有青創事業，同樣在餐飲業、服飾業、電商、服飾與文創店鋪等業種業態展露頭角。

二、課程教學與師資

本系課程涵蓋理論與實務課程，兼顧產業需求及諮詢產官學專家與系友及在校學生，了解產業所需人才背景，推動文創相關產業實務課程規劃。107 學年度起規劃「總整性課程」與強化實作課程，由總整課程啟動整合性的實作教學：小班教學的「文化設計」培養學生自主性學習的解決設計問題，在課程題目設

定上將解決問題能力列為重要教學目標；在小組合作的「畢業專題製作」以挖掘地方性議題，落實專案設計，強化學生在未來就業上專案實務的知識與技能，並要求同學由提案、設計到行銷過程的完整訓練，將會加強期解決能力與獨立作業之能力。同時安排業界教師協同教學，減少學生學用落差，增加學生實務經驗，亦透過專業實習課程，鼓勵學生取得相關證照並參與國內外競賽與展覽，拓展學生視野。

因應系教育目標，本系聘任教師專業知能符合課程規劃之教師，教師授課科目皆能符合其學歷與經驗背景。本系師資結構依系教育目標分為「文化實踐創新」、「生活應用設」與「品牌經營管理」三個特色模組。本系專任教師之學經歷背景，能密切對應本系教育目標與課程，均具備足夠之專業知能與技術，除精進自身之專業能力外，也積極參與各項教學知能提昇之活動，有助於專業領域之發展。兼任教師之實務專長與經驗背景，亦可對應各課程之授課需求。由於，本系歷經轉型與課程翻轉且定位在社會設計的實作取向，乃需要引進年輕的業師與學者投入系務與課務，教師年輕化相對的副教授所占比例較低。於此，透過完善的審核與轉正制度。104-2 黃錦華老師轉聘為專任教師，預計 108 年吳振廷老師將轉聘為專任教師。回歸到本校四項評量機制及鼓勵教師執行產學合作及研究的獎勵措施，透過教學實務、一般著作、技術報告等管道進行多元升等，預計三年後至少有乙位教師升等為副教授。相信在 107 年新進教師陸續到位後，研究與產學的能量將逐步穩定。

三、教學品保與學生輔導

依據學生能力需求，制訂學習成效檢核方式，並針對學生之課業、生活、生涯及就業設立相關輔導機制，透過相關課程，有效進行提升學生實務能力之具體措施。運用多元策略以增進學生學習意願及確保教學品質，規劃並達成符合本系專業核心能力之教學目標，運用並整合校內外資源，發展教材，制訂多元學習成效檢核機制，以提升教與學的效率。

具體來說，定期在學期前舉辦專兼任老師教學會議，反思學期的教學結果，會議中也將針對學生教學評量分數低於 4.0 的問項加以討論，若教學評量中有文字表述或是其他建議也會在會議中匿名提出討論。另外要求新進教師及共同授課教師，需要參與課程銜接會議與增能社群，藉此方法讓相互觀摩、檢討，提

升教學品質。目前文化設計(一)(二)的課程，授課教師每月須定期舉辦課程工作坊，擬定課程目標與相關執行方式。自 104 學年度起，本系新進教師若無大專任教經驗 2 年以上，皆需參與教學增能社群。盼透過相關機制，達到落實學生課業生活、生涯及就業輔導機制之功能。

四、系所資源與專業發展

本系在推動系所專業發展與產學合作之際，依據本系規劃的三大培育目標，將教師專業與計畫成果融入教學，並適度的引進業界經驗，使學生的學習更能貼近社會現實與業界需求。本系教師多為專技或以實務導向的操作，故以出版專書、技術報告、產學合作等方式代替學術論文。要求新進教師與舊有教師，積極投入產學計畫與研究，每年每位教師至少需有一件相關產出(產學研究計畫、期刊論文、展覽或作品)。並在每次系務會議後，由系上老師分享相關計畫與研究論文，以增進教師專業研發成果。

五、成效評估與改善

本校已建立完善之全面品質管理及自我評鑑的機制與辦法，從校務發展到系務運作皆抱持持續改善的精神，對各項評鑑建議做出具體回應以確保系務運作之蓬勃發展。為了強化學生獨立作業與問題解決等能力，擬提出量化指標做為努力的方向及成效評估的依據，具體落實在總整課程，預計 107-1 起每學年度將完成真實場域規劃提案 20 件以上；參與業界設計與規劃競賽 20 人次以上。專業課程將與真實場域結合，將課堂所學實際落實於專業。