

文化創意產業傳播人才培育課程與資源規劃之研究

林聯發

高苑科技大學資訊傳播系
821高雄縣路竹鄉中山路1821號
lienfa@cc.kyu.edu.tw

黃成永

高苑科技大學資訊傳播系
821高雄縣路竹鄉中山路1821號
cheng-yong@cc.kyu.edu.tw

陳朝鈞

南台科技大學資訊傳播系
71005 台南縣永康市南台街一號
ccc.stut@gmail.com

摘要

「挑戰 2008：國家發展重點計畫」，提出「全球佈局，在地深耕」的策略發展文化創意產業，其中與資訊傳播相關的產業共計有六項產業，市值高達三千多億與 15 萬多就業人數。因此如何有效為國家培育所需人才實刻不容緩。

本論文調查與資訊傳播相關產業之人才供需現況，發現目前產業人才供需問題有五項：欠缺創意、專業能力不足、行銷企劃能力不夠、缺乏國際視野與缺乏專案執行能力。因此從資訊傳播之本位課程角度擬訂兩種課程與實務並重的策略來強化相關人才培訓。並以高苑科技大學資訊傳播系為例，提出師資面、課程面與學生面的改進方案。發展結合地方特色文化創意知識網，從產業人才培育、發揚地方文化進而與國際接軌、行銷至全球市場。

並以永續經營角度逐步將建置與執行的成果加以商品化。包含開辦認證課程、線上教學與觀摩、實驗室設備出租、產學合作與研究案、創意商品販售平台、紀錄影片、教學影片銷售、地方特色文化之旅遊導覽等方式，初期能夠自給自足進而創造新的商機，預期這種結合課程與實務並重之人才培育策略能貼近產業人才需求，讓我國文化創意產業在世界上發光發熱。

關鍵字:文化創意產業、課程與教學、人才培育

一、緒論

因應全球化競爭，國外廉價市場，產業大量外移所帶動的低經濟成長率時代的來臨，行政院正積極推動高科技、數位臺灣，以及以生態和生活價值為目標的發展模式，例如文化產業、學習產業、休閒遊憩產業、體育運動產業、環境生態產業等[1]。「挑戰 2008：國家發展重點計畫（2002-2007）」[6]重點之一，即是以

「全球思考，在地行動」的原則，提出發展文化創意產業[3]，將文化、藝術及設計等相關產業，原各自分屬不同系統的行業，統籌在「創意產業」的大概念下，首次納入國家發展的重點計畫。希望能藉此創造大量投資及就業機會。

本校(高苑科技大學)一向重視人文與科技整合，人才培育方向與當前國家發展重點吻合，而且在教學、研究與推廣服務方面已具備了初步的基礎。科技與人文並重是本校教育特色目標，基於辦學的責任對於關懷地方、繁榮地方有著很大使命感，對於地方特色文化創意產業非常重視，著眼於如何保留地區特性以營造特色，特別整合通識中心、資訊傳播系、建築系等單位的師資與設備成立文化創意產業研究中心，此一中心為學校中長程計畫中提升研究水準中的重點研究中心。因此所謂的本土化、地區化與在地化，已經成為本校發展結合地方特色文化創意產業過程在「同中求異」的方法。未來應該由地方文化特色中，尋求創意的來源，藉由資訊傳播力量，繼續延續地方文化特色的價值。

本系(資訊傳播系)的發展重點包括:1.培養學生獨立思考、發掘議題及執行專案的實務能力。2.著重於網路科技、地方文化省思與人文內涵的整合。3.配合地方政府與路竹科學園區發展數位內容產業，培植高等專業人才、協助推動國家知識經濟發展。4.配合社會需求，運用資訊技術於媒體傳播，以提昇大眾傳播的品質，同時達成研發創新及提昇媒體製作的水準。是學校發展人文藝術、設計、數位傳播的主要科系，學校付予建立特色教學領域的重任。為了建立此一特色教學領域本系提出的因應策略為將地方特色文化創意與加值的概念融入數位內容人才的培育[10, 11]。目的在訓練整合資訊科技、互動多媒體設計、視訊動畫以及數位傳播等技能成為整合性數位傳播人才外，並能結合關懷地方文化、進而協助將地方特色文化從整體形象、創意、增值、品牌化以及商品化進行整體性社區營造與增值性商品設計，進一步達到文化保存與推廣的目的。以結合地方特色文化創意產業人才培育與融入具文化加值的創意商品設計實作兩個策略面來執行整個規劃，整個規劃分成師資面、課程面、學生面與永續經營三個面相，分述如下：

師資面部份將成立協同教學委員會以提升師資專業、建立教學支援機制與教師獎勵機制，鼓勵教師製作數位教材、國際交流、國際出版、參與研討會、地方文化研究、產學合作與帶領學生參加相關競賽，以教學支援平台作為未來遠距教學機制，藉此提昇教師的專業技能與教學品質。

課程面則建立技術認證課程與結合地方特色文化創意學程(文創學程)，認證課程則結合目前本校資訊傳播系擁有之相關硬體、軟體與韌體資源來建立相關之專業技術認證；文創學程則以結合地方特色文化為出發點，包含文化創意傳播內容層面基礎課程(四門)、文化創意傳播技術層面進階課程(三門)、文化創意傳播專案層面(三門)的實作課程，以文創傳播內容分析為開始，進而針對內容來寫文案、畫腳本、做企劃，搭配多媒體介面、動畫與程式技術，最終產出多媒體與虛擬實境網站、創意短片與創意商品，以專案方式執行期望能提升學生專案創作之能力。

學生面以實作整合為主要考量，訂定相關之學生十項輔導措施，包涵文創學程輔導、整套實戰演練之主軸訓練、情境融入生活學習、體驗學習、融入地方特色商品展示空間與文化創意知識輔導平台、加值商品年鑑、舉辦創意商品競賽、巡迴展等來培育結合地方特色文化創意產業人才。以學生輔導平台供學生線上學習、課程管理與專案管理。另外建立地方特色文化創意知識網平台來加以整合師資面、課程面與學生面進而推廣國內外。

永續經營面，為了整個系的傳承與發展，我們特別希望整個系的發展能如企業般有著永續經營的機制與理念。除了將軟硬體設施建設完成，並盡力整合資源外，必需將執行成果所獲得資源做有效的運用，並將其實體化、商務化，結合有形商品與無形的知識，包含提出與成果相關的後續研究與產學合作計畫、認證課程持續開辦、線上教學與觀摩、實驗室設備出租、創意商品販售、紀錄影片與教學影片銷售、地方特色文化旅遊導覽，並希望成立文化創意媒體與製作研發中心，作為永續經營之機制。期望經本研究規劃達到教師專業成長、學生學習成效提升、教學資源整合、社會關懷、國際交流及教學環境的改善，培育優越的高苑學生，使在就業市場上具有堅強的優勢，成為企業機構的最愛及品德高尚的人才。本研究的主要貢獻包括如下：

- 1.落實本位課程設計的精神。
- 2.理論與實務並重與配合國家特色發展的文化創意學程設計。
- 3.情境與融入教學的環境建置。
- 4.整合資訊傳播系各專業領域的產學合作。
- 5.專題製作產學合作化以及數位創意設計實體化、商品化。
- 6.建立此研究規劃的永續經營機制。

本篇論文的其餘架構如下，第二節為文獻探討與現況分析。第三節說明本論文的研究方法與成果說明。第四節是本論文的總結與未來展望。

二、文獻探討與現況分析

(一)、文化創意產業分析

二十一世紀全球市場邁入新經濟時代，「知識」取代土地、貴金屬、天然資源等傳統的有形資產，成為改變社會結構、支配企業競爭力與決定國家前途的關鍵因素。惟「創新」(Innovation)與「創意」(Creativity)是知識經濟的核心，為因應知識經濟的衝擊與挑戰，行政院將「創意台灣」(Creative Taiwan)規劃為未來施政的目標與願景。行政院(2003)「挑戰 2008：國家發展重點計畫」[6]中，特別提出「文化創意產業發展計畫」，將文化、藝術及設計等相關產業，原各自分屬不同系統的行業，統籌在「創意產業」的大概念下，首次納入國家發展的重點計畫，如圖 1 所示。顯示出台灣經濟發展面臨轉型的殷切，已經是全國的共識。在知識經濟的時代，文化與產業的關係日益密切，文化是需要花錢扶持的產業，而產品也可以透過文化的加值成為賺錢的產業。對產業而言，文化加值創造了產品價值的核心理心；對文化而言，產業是推動文化發展的動力；也就是「文化產業化，產業文化化」。

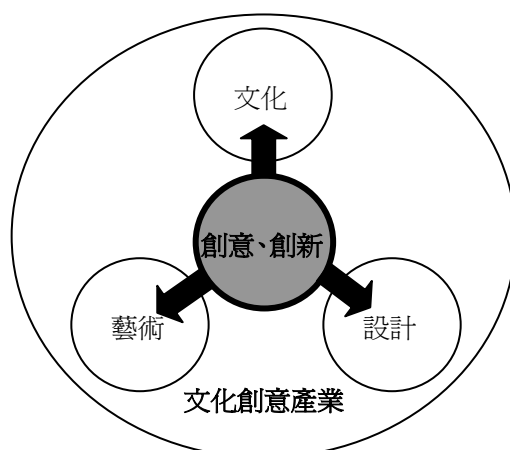


圖 1. 文化創意產業架構

文化代表一國藝術與生活經驗的特色與累積，以文化結合新的靈感、創意，將足以為一個國帶來新的發展潛能與商業化的機會，進而創造工作機會。由於創意文化的資源除了代表該國文化之內涵與特色之外，也蘊藏了相當高的商業價值，對於地方特色文化創意產業[7, 13, 18]發展突顯出其重要性與必要性。

2002 年政府正式將「文化創意產業」列為「挑戰 2008：國家重點發展計畫」中，這是我國首次將抽象的「文化軟體」視為國家建設的重大工程。依據中華經濟研究院就文化創意產業之產值、營收、廠商家數推估研究報告，2002 年文化創意產業產值為 3 千 44 億元，就業人口為 32.55 萬人，可見文化創意產業對於創造就業人口與提高附加價值著實有正面的助益。

茲針對本規劃研究包含之六項產業類別整理如表 1 所示，可以發現 2002 年以資訊傳播為基礎之地方特色文化創意產業其整體營業額高達三千多億，附加價值接近一千五百億，共有兩萬三千多家廠商，提供了 15 萬 5 千就業人數。

表 1. 六項文化創意產業產值表

業別	營業額	附加價值	家數	就業人數
電影產業	141.85 億	80.85 億	703 家	4706 人
廣播電視產業	882.95 億	503.28 億	1742 家	31375 人
出版產業	616.68 億	431.68 億	2984 家	40462 人
廣告產業	1072.36 億	246.64 億	10169 家	41850 人
設計產業	220.3 億	154.21 億	1624 家	12500 人
數位休閒娛樂產業	111.55 億	76.97 億	5813 家	23859 人
總計	3045.69 億	1493.63 億	23035 家	154752 人

依據台灣文化創意產業發展年報[4]所做的人才需求與培訓報告，推估文化創意產業人才供需的狀況，如表 2 所示，可以發現與本研究相關之文化創意產業類別平均每年人力需求人數為九千到一萬人，但是報告中也提到，推算台灣每年所有大學相關科系所產出之畢業生人力超過產業所增加需求人力。

表 2. 六項文化創意產業人力需求表

業別	2004 年	2005 年	2006 年
電影產業	4,453 (2,309)	5,189 (2,196)	4,000 (1,954)
廣播電視產業	5,280 (459)	6,406 (459)	6,592 (459)
出版產業	56,851 (4,503)	63,996 (2,412)	66,528 (2,375)
廣告產業	3,346 (879)	3,702 (892)	4,183 (905)
設計產業	2,391 (1,932)	2,996 (2,125)	3,110 (2,338)
數位休閒娛樂產業	2,145 (1,362)	2,700 (1,430)	3,403 (1,501)
總計	74466(11444)	84995(9514)	87816(9532)

注：括弧中的數據表各產業之新增人才需求。(資料來源：2005 年台灣文化創意產業發展年報)

在 2005 年台灣文化創意產業發展年報[4]中也有上述六個文化創意產業領域人才供需現況之檢討，分別摘錄如表 3：

表 3、六項文化創意產業人才供需檢討表

業別	人才供需現況檢討
電影產業	新聞局指出，電影產業的人才主要因為人才斷層、訓練不足、或因創意缺乏，致使本土電影產品內容逐漸貧乏，未來有待建立高原創性、高優質性、高度市場性暨世界行銷性的「高創意優質內容」創意人才之專業培訓及激勵機制。另因長期未著力於國際及國內市場行銷專業人才之培訓，致形成產銷脫節現象，妨礙我國電影產業的永續發展，也因上述原因，使得電影事業長期處於低迷狀態，致使人才多不願加入電影行列，造成惡性循環。
廣播電視產業	無本產業相關調查資料
出版產業	根據行政院新聞局委託中華徵信所辦理「2002 年圖書出版產業調查」結果發現，受到近年來整體經濟環境不景氣、消費者閱讀型態改變、業界削價競爭、利潤減少等因素的影響，出版社基於降低固定成本的考量，大大減少正職人員的僱用比例，相對地，兼職人員的比例不斷調升；另由此產業的人力分布來看，以文字編輯的員工最多，行政人員僅有 17%，其他部門則不到 10%，導致員工的教育程度與學歷背景在產業中無法發揮所長，再加上專業人才培訓不易，往往造成產業品質提升的困難。
廣告產業	中國生產力中心進行之「廣告產業人力需求調查」(2004) 發現：廣告產業對人才需求若渴。調查中指出，應屆畢業生在廣告產業並不受到青睞，而廣告產業職場中流動率(折損)與其工作挑戰及能力是造成此產業對人才需求殷切的重要原因。
設計產業	現階段設計產業人才在「質」方面，亟需強化前段設計企劃與國際接軌之能力，而目前教育體制所培育出的多為「通才」，並無法立即滿足企業所需，故未來宜加強創意設計與提升國際視野等相關課程，以促使設計相關科系畢業生之專業能力能快速與產業需求相銜接，降低教育體制所培育之供給予產學需求間之「學用落差」。

數位休閒娛樂產業	數位休閒娛樂產業在國際上已有相當亮眼的成績與發展，但以國內發展環境來看，卻尚未足以讓產業蓬勃發展，諸如法令環境的限制以及業者自律等問題，均使得產業的發展面臨困境；正因如此，導致真正適合的人才不願投入此相關產業。因此，為滿足產業實際之人才需求，未來必須在改善產業發展環境以及產業形象推廣上著力，去除人才投入產業之障礙，提高投入產業之誘因，以提升人才投入，滿足業界需求。
----------	---

由表 5 可以發現目前結合地方特色文化創意產業在人才供需部分所發生的問題有：1.人才欠缺創意；2.人才專業能力不足；3.人才行銷企劃能力不夠；4.人才缺乏國際視野；5.人才缺乏專案執行能力。針對上述五個問題點，本研究規劃的因應策略為將地方特色文化創意與加值的概念融入數位內容人才的培育。目的在訓練整合資訊科技、互動多媒體設計、視訊動畫以及數位傳播等技能成為整合性數位內容人才外，並能結合關懷地方文化、進而協助將地方特色文化從整體形象、創意、增值、品牌化以及商品化進行整體性社區營造與增值性商品設計，進一步達到文化保存與推廣的目的。除了增加學生就業發展的競爭力外，更可以為國家訓練推動文化產業的推手。

(二)、本校現況分析

本校之辦學理念為學術與產業結合、人文與科技並重，具備了數位資訊、光機電整合、綠色技術及人文之教育特色。目前設有高雄縣自然史教育館，展示高雄族群人文景觀、推動提昇人文藝術教育，並將第一校區規劃為人文藝術校區，目前已建立基礎網路平台，可供結合地方特色文化創意產業人才培訓。學校資源有自然史教育館，自然史教育館內有豐富的平埔文化的典藏、通識中心有一系列國語文與藝術文化的教學課程與原住民文化文獻研究，另外高苑藝文中心有一系列的展演與特展以及橋頭糖廠藝術村的規劃以及已被收錄到公共藝術年鑑的多樣性校園公共藝術造景皆是很好的人文與藝術教育的題材。

另外與本領域有關之網路傳播平台為人文藝術數位傳播網 (<http://epaper.kyu.edu.tw/ha2/common/>)，是一利用寬頻網路建構之數位化文化創意傳播平台，其目標為利用多媒體的影像呈現來營造人文藝術學習環境，讓人文藝術更具有活潑性及吸引力；且經由網路媒體多元化管道，達到更大的傳播效應，透過數位化更易保存及流通各類資料。包含內容有「人文藝術數位傳播網-電子報數位化平台之建構與經營」、「國語文的溝通與表達訓練課程學習網」、「英文文化與課程學習網」、「人文藝術活動欣賞學習網」、「心理衛生資訊學習網」及「課程規劃與教材製作」等六大主題。藉由寬頻網路暨隨選視訊設備來播放音樂、繪畫、戲劇等人文藝術欣賞相關影片，讓使用者能夠隨時透過網路接受人文藝術之薰陶。

由上述兩個已建置的平台可以看出本校對於結合地方特色文化創意產業之重視與發展決心，在國內有很多學校積極發展文化創意產業的競爭中，如何保留地區特性以營造特色，就益形重要。因此，所謂的本土化 (localization)、地區化或在地化，已經成為本校發展結合地方特色文化創意產業過程在「同中求異」的方法。如何結合地方文化特色發揮文化創意產業，營造特色，將是未來本校發展重要特色，提升地方特色產業首要的課題。未來應該由地方文化特色中，尋求創意的來源，藉由資訊傳播力量，繼續延續地方文化特色的價值。

(三)、落實本位課程

科技大學課程設計模式頗多，常見的設計模式有：Taylor 的目標模式，Blank 的能力本位模式以及 Finch & Crunkiton 的技職教育課程設計模式等。由於各課程設計模式多受文化、社會、環境與經濟等因素的影響。本系本位課程的規劃依據教育部推動技專校院建立系科本位課程發展機制參考手冊計畫[2，19]採用 Blank 的能力本位模式設計[8，16]，其目的在於建立學校系科本位課程發展機制，代替以教師為本位的課程發展機制，縮短或解決技專校院所培育人才與業界所需人才之間，在質與量上之落差，均衡人才供需。以及透過系科本位課程發展機制，確立系科之產業定位，發展特色課程，強化學生就業知能，提升系科就業率，落實技職教育「務實致用」之教育目標。整體課程規劃流程圖如圖 2。

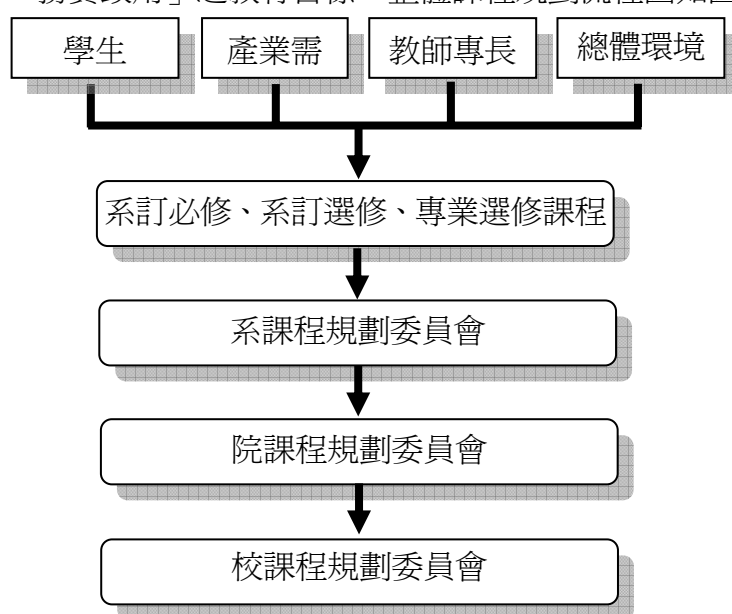


圖 2：資訊傳播系課程規劃流程圖

本系在培育特色與目標的設定，藉由多次與產業界、學界諸多專家的互動諮詢，並考量目前業界數位傳播相關產業之發展趨勢與人才需求[17]，採用「骨」→「肉」→「皮」環環相扣的連貫概念，亦即從「基礎網路技術」→「資訊傳播內容」→「資訊傳播表現技巧」，制訂出循序漸進的整體課程規劃，達成培養本系畢業生除了具備網路「資訊傳播內容」上的創意思考能力之外，更是需兼具「資訊傳播表現技巧」之外顯能力，以作為培育畢業生的整合性目標。

整體而言，培育特色以網路技術為資訊傳播的共同基礎，媒體之「資訊傳播內容」與「資訊傳播表現技巧」為兩大主軸，由於「資訊傳播表現技巧」又以「互動多媒體設計」與「視訊 3D 動畫」之表現技巧為當前資訊傳播表現的主流。因此，本系即分別以「資訊傳播內容」、「互動多媒體設計」、「視訊 3D 動畫」等三大軸向為規劃架構，期以培養內含與外顯能力兼具之資訊傳播人才。圖 3 為本系課程規劃之核心概念，其內容詳述如下：

1、「資訊傳播內容」軸向（組）：

「資訊傳播內容」為資訊傳播活動的核心能力，本系特別強調說故事、編故事與寫故事的能力，內容面的課程包含相關基礎理論與製作實務之傳授與訓

練。所培養的傳播內容製作能力包含「新聞編採」、「創意文案」、「劇本編寫」、「節目企劃」、「廣告行銷」及「錄音配樂」等領域，並以此六個領域的課程支援本系之「網路傳播組」、「互動多媒體組」及「視訊動畫組」三大組別，使學生畢業後不論在數位媒體或傳統媒體的內容製作上均能游刃有餘。

2、「視訊 3D 動畫」軸向（組）：

視訊與 3D 動畫是對閱聽大眾極具吸引力的一種表現媒材，數位視訊 3D 也是 21 世紀政府極力推動的重要高科技產業。除了傳統影視媒體有大量需求外，亦可整合應用在網路平台及影音互動多媒體光碟，是當前網路傳播活動主流的數位表現形式，也是忠實傳播網路資訊不可或缺的工具。本系培養學生具備在視訊 3D 動畫軸向的課程，包含了相關基礎理論與製作實務之傳授與訓練，並以「基礎數位影視」、「數位影視後製」、「3D 動畫與遊戲」、「動態擷取」、「影音整合」等一系列課程，達成培育視訊 3D 人才之目標。

3、「互動多媒體設計」軸向（組）：

視覺設計表現關乎傳播內容能否引起閱聽大眾的注意，影響其資訊傳播的接收性。多媒體設計成果的呈現則牽繫著傳播內容能否對閱聽大眾產生吸引力。互動設計則決定資訊內容傳播時與閱聽大眾的交互作用之使用性與趣味性。學生除了在基礎網路技術方面的養成，以及在「資訊傳播內容」製作及「視訊 3D 動畫」技巧上的培育之外，還必須在創意、互動性及多媒體整合的視覺表現上具備專業知能。因此，「互動多媒體設計」的課程在規劃上，包含「創意開發」、「視覺傳達」、「互動設計」及「多媒體整合」等四個領域。



圖 3：資訊傳播系課程規劃核心概念

三、研究方法與策略

經由上一章的資料分析了解文化創意產業人才培育所面臨的問題，故整合學校與系上現有的資源提出的研究規劃將從兩方面進行，結合地方特色文化創意產業人才培育以及融入具文化加值的創意商品設計實作。

人才培育的目的相當多元，這樣的特性使得培育策略擬定相當複雜，在總體層次涉及人力資源的再生與競爭力的養成，學校與系上需要整合課程規劃、師資

教學能力提昇、學生學習效率提升，在個體層次則是爲了協助企業與人才媒合，消除其專業上之落差，協助學生應映產業之需求，或者是讓學生到相關產業上學會如何做事、人際相處與專業成長。

在這種多元的目的下，爲了讓人才培育的投入更有效率，進行人才培育策略之投入與規劃時，必須考量經濟發展的貢獻進行思考，包含第二章提到之六大產業能量之提升，人才培育之產出可以分成公平與效率兩個面向進行考量。公平主要是所謂的立足點的平等，每個人才能在進入培育課程前，可以視爲白紙一張，端看培育之課程帶予並輔助他們怎樣之訓練來與企業做接軌；而所謂的效率，則是資源配置的效率，包含了靜態的配置及考量資源長期累積之動態效率，除了考量到短期間所影響之人才培育產出外，也應當從資本存量的角度，思考資源配置對長期人力資本累積之影響，其中涵蓋到學校與系所之資源分配如何做有效之應用。

因此在人才培育的策略中，有必要從個人及總體人力資本累積，以及人才培育對於整體國家競爭力所產生影響進行考量，依造人才的條件差異，尋求有效運用整體資源，以累積適當面向的人力資本，才有助於產業競爭力之提升。

在這樣人才培育轉變成人力資本進而提升產業競爭力的思維下，對於人才培育擬定的策略空間將涵蓋資源整合與產業之提升之總體策略，策略系統如圖 4 所示：

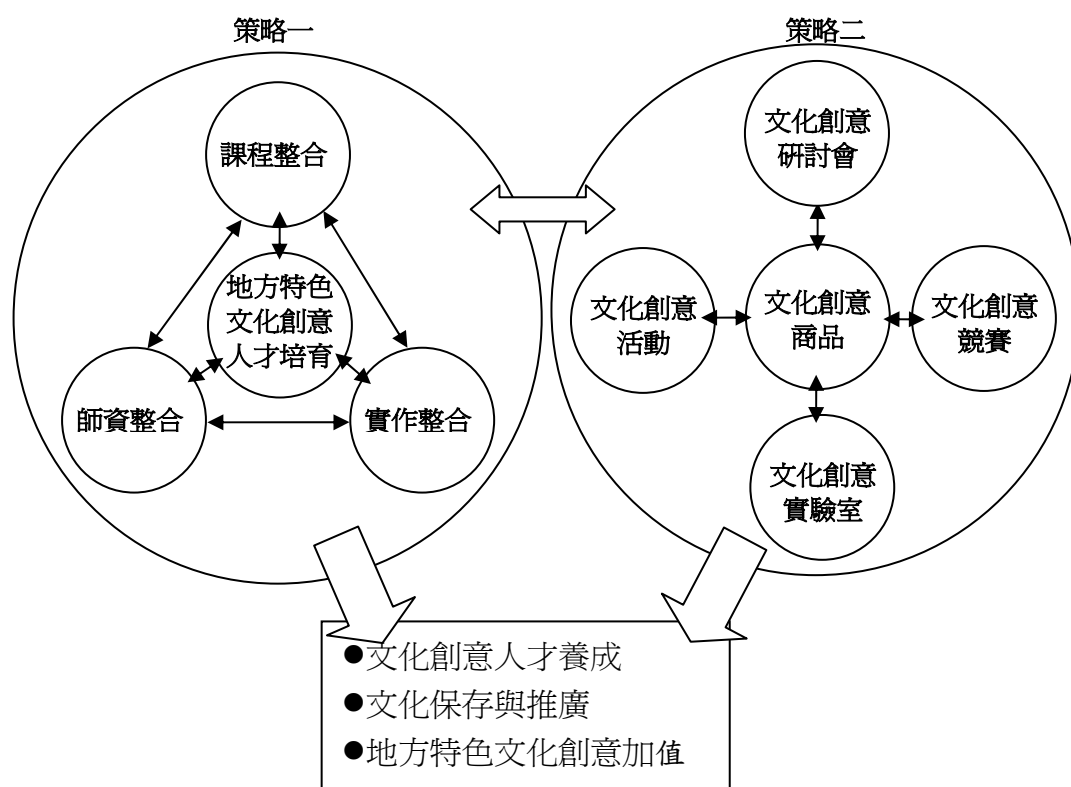


圖 4.策略架構圖

(一)、策略一：結合地方特色文化創意產業人才培育

製作數位化的多媒體地方特色文化商品時，經常遇到的困難是懂資訊技術卻沒有視覺美感設計的能力；或懂視覺美感設計又沒有互動程式設計的能力，設計出來的商品運用了大量的視覺技術，但卻沒有內容，這些作品通常就只能炫耀視覺技術罷了，沒有辦法深入人心讓人感動。就算是一個好的作品已經完成，若沒有好的行銷企劃與數位傳播的能力，那麼這樣的作品終就只能孤芳自賞，無法成為商品達到推廣的目的地，足見整合能力的重要性。因此結合地方特色文化創意人才培育課程設計與教育目標就是要訓練學生成為整合資訊科技、互動多媒體設計、視訊動畫以及數位傳播的整合性文化創意人才。整合的相關策略有：課程整合、師資整合、實作整合，分述如下：

1、課程整合：整合各領域業界課程諮詢委員與系內師資共同規劃符合業界需求的認證課程與結合地方特色文化創意學程(簡稱文創學程)，原則上由各領域分別提出需要，其它領域配合的技能與上課內容由該專門領域師資或業界師資開設相關課程。

2、師資整合

(1)、系內師資整合

成立協同教學委員會，啟動協同教學的機制。例如同一學期不同專長領域同一期末 Project 設計、協同系展、競賽作品、專題、產學合作、畢業製作…等作品指導。

(2)、南台灣相關科系與業界文化創意人才整合

藉由執行經濟部工業局數位內容學院南部資源中心 95 年南部地區產學界資源普查及需求調查報告，整合南台灣數位內容與資源形成文化創意產業聚落。

(3)、實作整合

包括系展、競賽、專題、產學合作或國科會提案等作品，皆含括內容設計、視覺設計、互動機制設計、行銷企劃以及商品形象包裝，以四人為一組的學生與老師共同創作為原則。並推動專題製作產學合作化，讓專題製作與產學合作整合在一起。例如：93 學年有包括高雄縣內門鄉之宋江陣文化特色之 CF 短片「內門宋江陣廣告影片」拍攝與剪輯專案，高雄縣多媒體觀光導覽影片製作以及「2004 老濃颯山競水泛舟活動網頁製作」等 3 件產學合作與專題結合。94 學年則有與智凰網路科技股份有限公司，進行「傳統農具建模動畫」專案之產學合作，與「得意中華食品有限公司」進行企業識別整體規劃與設計以及與「永觀工業股份有限公司」，進行「三日廚下」企業識別整體規劃與設計之產學合作案等 3 件。

(二)、策略二：融入具文化加值的創意商品設計實作

本著認同文化進而推廣文化的理念，以「情境學習」與「做中學」的概念，將文化創意與加值概念融入實作教學中，進行的方式如下：

1、營造地方特色文化創意概念的情境：

- 推動文化創意學習護照，鼓勵學生參與校內外的文化活動
- 舉辦全國性地方文化創意加值競賽
- 舉辦具文化創意的數位內容人才種子師資培育計畫

- 舉辦具文化創意的數位內容人才培育產、官、學、研討會
- 舉辦全國性文化創意產業相關的學術研討會
- 成立文化創意增值實驗室
- 成立創意商品展示走廊

2、設定以文化、創意、增值為目標商品製作

(1)、產學合作部份[5]

目前已完成的實例包括:高雄縣內門鄉之宋江陣文化特色之 CF 短片「內門宋江陣廣告影片」拍攝與剪輯專案之合作案;「高雄縣觀光局—高雄縣多媒體觀光導覽影片製作」;「高雄縣觀光局 2004 老濃颯山競水泛舟活動網頁製作」;智凰網路科技股份有限公司,「傳統農具建模動畫」專案之產學合作;「得意中華食品有限公司」,進行其企業識別整體規劃與設計、企業形象短片製作、視覺包裝設計、展場規劃與設計等專案之產學合作案;以及「永觀工業股份有限公司」,「三日廚下」企業識別整體規劃與設計之產學合作案。另外規劃中的案件有華文古書法數位應用增值網、「藏墨數位藝術股份有限公司中華文化創意教學平台建置」以及應用 ontology 於數位動作典藏資料庫之建置。

(2)、專題製作

定訂以華文文化以及地方特色文化為主軸的專題製作

- 92 級專題製作-華文文化增值專題計畫
- 93、94 級專題製作-地方文化增值高雄縣一鄉一特色(路竹的蕃茄與蛋、岡山螺絲工業、內門宋江陣、美濃紙傘、美濃窯、寶來溫泉、燕巢芭樂...等)。

(3)、實務講座

藉由執行大學院校藝術與設計系所人才培育計畫雲科大數位媒體資源中心的實務與虛擬創作並重的創意設計人才培育計畫引進業界師資開設、文化創意商品設計、互動多媒體實作以及公仔塑型製作實務講座。

為了有效執行上述兩個結合地方特色文化創意產業策略,必須應用現今無遠弗屆的網際網路,來加以推廣與發揮包含不受限時空限制之地方特色行銷、文化創意產業推廣、遠距教學人才培育,真正以地方特色文化創意知識平台來結合地方、產業、學術界進而於國內外推廣生根,整個平台如圖 5 所示是由教學支援機制、課程支援機制、學習輔導機制三個支援機制所組成將在第三節改進方案中詳細說明,未來將結合電子商務之創意與構想,把整個研究執行的所有相關資源電子化與商業化,達到永續經營的功效。

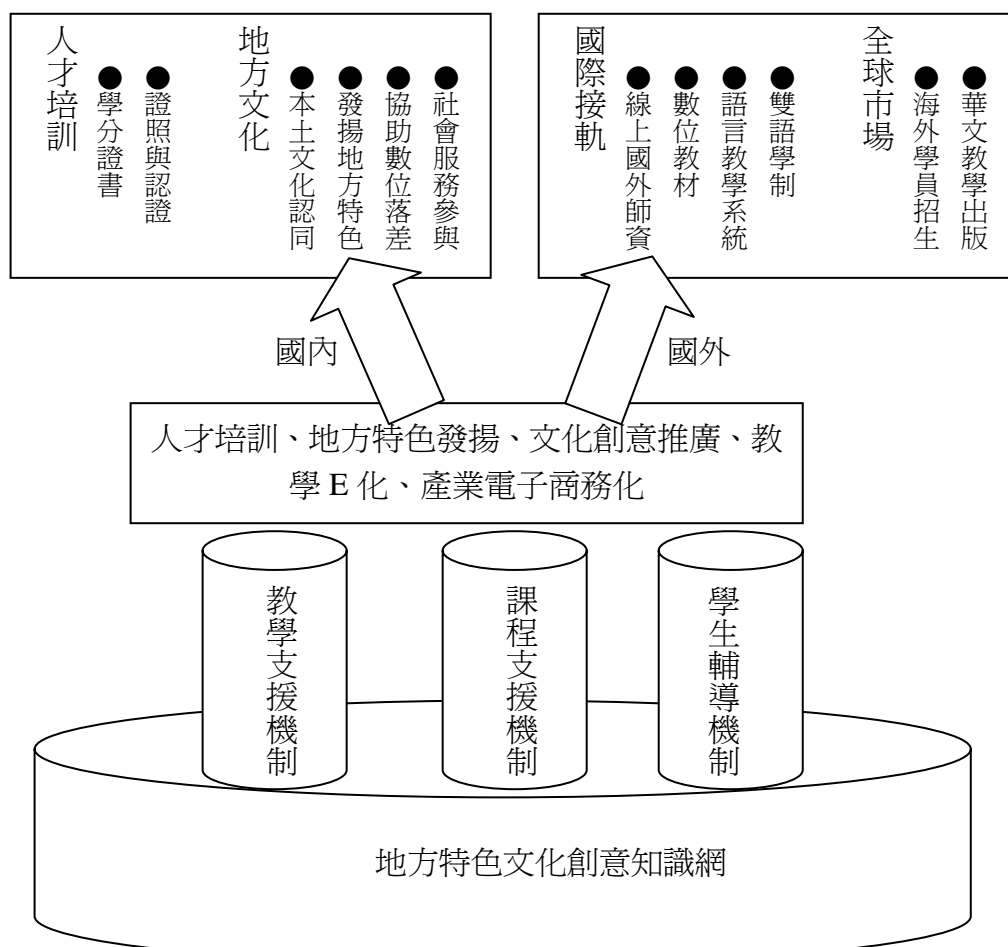


圖 5. 地方特色文化創意知識網平台架構圖

涵蓋上述策略擬定與下面改進方案，是透過研究方法中的焦點團體訪談法 (Focus Group Interview) 來加以制定的，焦點團體是從事方案評估、行銷、公共政策、廣告及傳播等應用社會科學重要研究工具之一，團體(group)是一群有共同興趣的互動個體，深度(depth)則涉及尋求比一般人際關係層次可得知更深入資訊，訪談(interview)主要是應用團體為工具來獲取資料，焦點(focus)為限定少數議題上面，本研究中焦點團體訪談會議包含了本系傳播內容組、視訊 3D 動畫組與互動多媒體設計組教師，校外相關產業界之專家與學者，共舉辦五次焦點團體討論會議(focus group session)，每次約兩個半到三個半小時，焦點團體在整個研究計畫各個階段有提出寶貴的意見，特別在於現象了解較少之探索性發揮的功效最大，主要在整個策略擬定與改進方案之潛在性(potential)涵蓋資源整合與文化加值，產業與人才接軌方案發揮很大之功效。

(三)、改進方案

1、師資面

因應結合地方特色文化創意產業人才培育策略，在師資整合的部份，將成立協同教學委員會，其目的在於整合委員會成員的創意提出有效的辦法與方案用以提升師資專業、建立教學支援機制與教師獎勵機制。透過協同教學委員會可以隨時針對外在環境之改變對於整體教師教學品質、方向與方法做進一步之檢討與改

良，對於整個人才培育改進計畫之執行將可提供強大之助益。

(1)、強化師資專業

爲了結合地方特色與文化創意產業，人才培育改進研究將發展下列六個具有地方文化特色產業，分別爲電影產業、廣播電視產業、出版產業、廣告產業、設計產業、數位休閒娛樂產業。現今本系現有的師資具備包含多媒體設計、互動程式、網路傳播與視訊 3D 的能力，故需特別著重於下列五項方案，其方案整理如表 4 所示：

- 1.提升創意課程與設計整合課程教學的能力。
- 2.鼓勵國際交流,可以吸收新知與創新促進國際數位藝術交流，鼓勵數位創作的風氣，同時提升數位創作的質與量，以配合台灣文化創意產業的發展，滿足人力與人才的需求。
- 3.鼓勵專業教師培訓。
- 4.延攬海外優秀人才與海外藝術或設計師資回國擔任教職或開辦講座。
- 5.延攬國內業界專業人士協助教學。

相關方案辦法整理如下表 5 所示：

表 5. 強化師資專業方案、辦法表

方案	辦法
1.提升整合教學能力	1.提升創意教學能力 2.提升數位工具技術整合教學能力 3.由不同專業師資共同指導學生專題或專案，藉以提升教學視野範疇
2.鼓勵國際交流	1.鼓勵教師於寒暑假至國外短期交流或進修 2.鼓勵教師到國外參加相關領域之國際研討會
3.鼓勵專業教師培訓	1.鼓勵教師參加同領域之種子教師培訓 2.鼓勵教師參加相關領域之 workshop 3.鼓勵教師與產業交流進行產學
4.延攬海外優秀師資與人才回國	1.聘請海外優秀師資來台擔任客座教授 2.聘請海外文化創意學者專家來台巡迴講座 3.聘請海外業界優秀人才來台進行短期 workshop 4.聘請海外優秀師資回台擔任專兼任教師
5.延攬國內業界專業人士協助教學	1.邀請國內業界專家或學者開辦講座 2.舉辦相關之研討會，邀請國內業界專家或學者前來演講 3.以數位紀錄的方式加以訪談做成記錄片來協助教學 4.鼓勵教師親自實地考察與廠商參訪了解各地方特色文化與進行本領域之調查研究

上述之方案與辦法是針對師資整合能力提升所延伸出來權宜措施，由於執行之辦法太多，未來可能受限於經費而無法完整有效的來加以執行，因此協同教學委員會在此部分將扮演重要角色，在於評估上述辦法之執行功效，隨著方案的執

行，隨時進行檢討補強改進，以發揮最大的提升教師能力之效益。

(2)、教學支援機制

教學支援機制是附屬於地方特色文化創意知識網之下的網路平台，主要是輔助教師教學上所有電子化的資訊，只有教師可以登入系統裡面，其功能包含基本資料管理、課程教材數位化管理、與學生管理三個功能，分項整理如表 7 所示，老師可自行於該平台上更新課程資料，應用多媒體或影音資料，讓學生能於課後利用網路自習。另外，提供遠距教學與教材製作輔助工具，如留言板、即時討論等，以改善傳統學習模式的缺點，讓教學不受時間與空間限制、避免教師重複講解課程、雙向互動溝通、避免情緒影響教學品質、提供學生分組與群組討論及記錄、公告上課交代事項。

表 6. 教學支援平台功能項目表

功能	項目
基本資料管理	<ol style="list-style-type: none"> 1. 帳號密碼管理 2. 個人基本資料管理(個人照片、姓名、通訊住址、辦公電話、電子郵件、個人網站、學歷、經歷、專長) 3. 教師研究管理(期刊論文、研討會論文、著作專書、學術活動/展演/創作、學位論文、國科會計畫、產學計畫、專利、獲獎/榮譽)
課程教材數位化管理	<ol style="list-style-type: none"> 1. 課程總表(學期所有課程時間、地點、修課班級、修課人數) 2. 課程資訊(單一課程之課程大綱、上課進度、教科書目、參考書籍、修課規定、修課限制、作業與考試說明、公告) 3. 教材上傳(影片檔、PPT、聲音檔、DOC 檔、參考檔案上傳)
學生管理	<ol style="list-style-type: none"> 1. 學生資料管理(修課學生照片、學生基本資料) 2. 學生修課管理(學生成績輸入、學生分組、學生作業預覽與下載、學生留言、學生教學評量、學生即時討論)

(3)、教師獎勵機制

依據上述強化教師專業與教學支援機制，提出教師獎勵措施分為國際部分、國內部份與教學部份，國際部份包含 1.獎勵國際交流，短期赴國外進修、2.獎勵國際出版，結合華文教學，將華文文化推廣國際，製作創意商品宣傳影片獎勵教師邀請國際級大師來台進行專題演講與授課、3.獎勵教師參與國際文化創意研討會；4.國內部份包含 1.獎勵教師從事國內地方文化之調查研究、2.獎勵教師與地方文化產業合作進行產學、3.獎勵教師參加或舉辦國內地方文化創意研討會、4.獎勵教師邀請國內文創專家進行專題講座；教學部份包含 1.獎勵教師自製認證課程與文化創意學程之數位教材，2.輔助教師將教學成果商品化、3.獎勵教師帶領學生參加國內外之相關競賽、4.獎勵教師參加相關數位工具認證與文化創意之種子教師培訓、5.獎勵教師開創

相關之文創認證課程。

2、課程面

在課程面的部份，依據策略一課程整合的部份，依據目前本校資訊傳播系發展之專業技術領域與實驗室來規劃認證課程，認證課程對於往後之永續經營可帶來相當大之收益，另外規劃整套結合地方特色文化創意產業之特殊學程[9，12，14，15]，此學程用以人才培育部份，對於擁有資訊傳播技術的人才可快速導入從事地方特色文化創意產業之發展應用。

(1)、課程與學程規劃

認證課程部份：

認證課程部份，需結合本校資訊傳播系目前擁有之相關硬體、軟體與韌體資源來建立相關之專業技術認證課程，目前本校資訊傳播系積極投入建設之軟體、硬體與韌體有：

1. 『高苑電子報』是資訊傳播系數位社區實驗室(1999 年)的實驗成果產物，初期皆使用數位社區實驗室之設備支援，92、93 年參與「高苑技術學院提升人文藝術基礎教育計畫」，獲補助設備預算總計 213 萬 1 千 2 百元整，執行成果榮獲 92 年度全國大專院校績優學生社團評鑑優等-高苑電子報，本學期本系積極投入教學資訊網路傳播化、製作數位教材，發展本系教學特色，加強學生在課餘時有多元化學習管道，因此學校進而投入 189 萬元整，成立影音互動傳播網(<http://www.formosa.kyu.edu.tw/>)，可現場直播節目，如沒有現場活動就放學校宣傳影片、教學影片，或最新消息的活動影片。並將相關影片與數位教材經由有系統的節目安排，來達到情境教學與學習的成效。
2. 『數位視訊暨多媒體動畫製作』是未來六年國建政府推動國家總體建設重要的一環，配合挑戰 2008 國發計畫，經濟部正計畫整合各界力量，共同創造有利於我國數位發展的環境。由於正值發展初期，本校將配合發展相關技術，以便在此潮流中能成為最具競爭力的單位之一，因而本校將依臨近的科學園區科技產業發展以「數位視訊」的「創新數位內容」，因此計畫將成立研究中心之構想。而此中心將整合數位技術（資訊管理系資訊平台及資料庫之整合及建置、電算中心之基礎資訊網路建設）、數位內容製作（資訊管理系遠距學習組之教材數位化、資訊傳播系之攝影棚設備、通識教育中心之紀錄影片與數位典藏）等多方面的人才。而本校目前有資管及資傳共同開發之高苑電子報及通識中心之人文藝術數位學習網已開發平台後進行運作中，攝影棚也具備後製作的能量，同時通識教育中心已有多位老師正在從事數位內容課程製作，另外希望借此研究將原來攝影棚的功能提昇為可結合 3D 動畫與視訊的虛擬攝影棚，運用這些人力資源，正可以整合現有之所有技術能量，成立文化創意加值實驗室。
3. 『3D 電腦動畫與後製作系統』，提供 3D 動畫塑模、動畫製作、數位視訊音效訓練課程及虛擬實境整合課程，以加強整體的影片製作及動畫觀念與技巧，還需配合電腦動畫有關的訓練課程，包括了動畫基礎、3D 動畫、進階場景及模型製作、角色(人物)動畫、電腦遊戲製作等，本實驗室可滿足數位視訊、3D 數位化、虛擬實境與 3D 動畫研究之需求。在教學方面，除了教導學生基礎的電腦動畫概念、角色模型製作等之外，並搭配多媒

體、後製作剪輯、虛擬實境等技術，使學生充分學習到相關電腦數位動畫專業知識，使學生在學習後能符合業界需求，達到培育專業、全方位的電腦動畫人才。

4. 『建構數位影像製作系統』，文化創意商品設計影片後製剪輯實驗室提供數位視訊製作訓練課程及數位電影研究，包括數位攝影、數位影片後製作、剪輯、特效製作及數位影音整合等課程使用及研究，以加強整體的數位影片製作觀念與技巧。再搭配「3D 動畫與數位後製作專業教室」可做為一數位視訊整合的實驗教室，朝 2D 及 3D 動畫與數位影音整合的多媒體傳播功能為發展目標；除了培育學生具有虛擬攝影棚內外影視製作的能力及觀念外，並能將所完成的 2D 及 3D 動畫作品透與虛擬攝影棚的效果整合應用於網路及數位傳播媒體上。而所製作完成的結合 2D 及 3D 動畫的視訊節目與作品。除可透過電腦網路做網路直播及隨選視訊服務外，並可提供電視牆做為高畫質影片的展演內容。
5. 『建構動作擷取系統(Motion Capture System)』，虛擬攝影棚還經常伴隨著虛擬人物的動作控制問題，通常是藉由「動作捕捉設備(Motion Capturing Devices)」由真人來控制虛擬人物的動作。動作擷取(Motion Capture)技術可以捕捉細膩的肢體動作變化，在製作人物角色的動畫時，能夠幫助動畫師精確掌握所欲表現的人物動作神髓。在另一方面，對於複雜的人物動作變化而言，傳統以正向方式產生 key frame 的程序必須依靠動畫師的經驗反覆調整修改，若是藉由動作擷取系統的輔助，可以大大的縮減角色動作設定的時程。利用一套結合了 Motion Capture、動畫及互動式的即時彩繪製作系統，可以很容易的整合、3D 動畫軟體(Maya、CINEMA)等動畫軟體的角色及場景資料庫並進行 3D Digital Content 的即時預覽及 Story Board 的修正、改善動畫品質及提昇生產效率(Productivity)，培養學生的成本意識，擁有完整的動畫製作流程及「市場競爭力」。
6. 『節目與作品數位音效、配樂後製系統』，一個好的節目與作品若能搭配適當的配樂與音效將使此一節目或作品達到畫龍點睛的功效，這些例證我們可以很輕意的在電影裡面看到如源遠流長的電影主題曲與令人娛悅或是驚聳的特效音樂比比皆是。節目與作品的數位音效、配樂後製系統是為各種影片、動畫及遊戲之聲音製作所建置。為因應數位內容潮流之需求，已朝數位影音整合的多媒體傳播功能為發展目標；培育學生具有配樂、配音、製作音效的能力及觀念外，並能將所完成作品應用於網路及數位傳播媒體上。目前系上已經有 4 位種子教師完成 Pro-Tools 錄音工程認證的教育訓練，此一系統的建制目標為培育數位音效後製人才、提升學生現代的數位音效後製創作空間、提供學生接觸更多元的數位音效傳播領域之機會、結合相關技術豐富學習環境之多樣性、建構完整的數位內容鏈。借由節目與作品的數位音效、配樂後製系統將培育出專業的數位音效後製人才並提升學生先進的數位音效後製創作空間及提供學生接觸更多元的數位音效傳播領域之機會，達到結合相關技術豐富學習環境之多樣性，建構完整的數位後製整合系統。
7. 『數位創意媒體實驗室』，本系旨在培育以創意為導向的「文化創意產業」人才，使其兼具設計人以及媒體人的特質，結合數位藝術及影音 3D 互動多媒體技術為學習目標的創新實務人才，以因應未來文化創意產業人才需求，並且強化與實務界的互動，讓本系同學可於這股數位媒體科技的革命

浪潮取得優勢競爭力。計畫之實施的核心為文化創意的訓練，為南部第一個以文化創意為發展目標的實驗中心，除了可以協助本系改善教學品質並進一步發展成為本系、本校之重點特色外；亦可以承接國科會數位典藏或是南部各類典藏單位的數位化委託工作，特別商請學校內其他單位重新規劃合適空間提供做為翻拍、製作、出圖等多功能實驗室。

依據上述七項軟硬體設備，在專業技術認證課程部份擬定開設平面繪圖類認證課程、多媒體設計類認證課程、視訊類認證課程、3D 類認證課程、音訊類認證課程。茲將認證名稱與認證軟體分別說明如表 7：

表 7. 認證課程一覽表

類別	認證名稱	認證軟體
平面繪圖類	Adobe 平面設計認證	● Adobe Photoshop ● Adobe Illustrator
多媒體設計類	Adobe 多媒體網頁認證	● Adobe Flash ● Adobe Dreamwaver
視訊類	Adobe 視訊剪輯認證	● Adobe AfterEffect ● Adobe Premier
	Combusion 國際認證	● Autodesk Combusion
3D 類	3D max 國際認證	● Autodesk 3D max
音訊類	Protools 認證	● Protools

文創學程部分：

結合地方特色文化創意(以下簡稱**文創**)學程架構包含文化創意傳播內容層面基礎課程(四門)、文化創意傳播技術層面進階課程(三門)、文化創意傳播專案層面(三門)的實作課程，共十門課，每門課由授課老師邀請三位業界專家或學者，到課堂上針對該科目講授業界經驗與學術發展面向，提供授課學生最新之相關知識。

基礎課程以文化創意傳播內容分析為核心輔以文創傳播文案寫作、文創傳播腳本製作與文創傳播行銷企劃共四門課，培養學生傳播內容分析與創意發想溝通能力；進階課程以互動多媒體製作設計、互動多媒體介面設計與互動多媒體程式設計三門課來訓練學生互動多媒體製作能力；實作課程以創意短片創作、虛擬實境創作、創意商品三門課來強化學生專案創作之能力，學程架構如圖 7 所示。

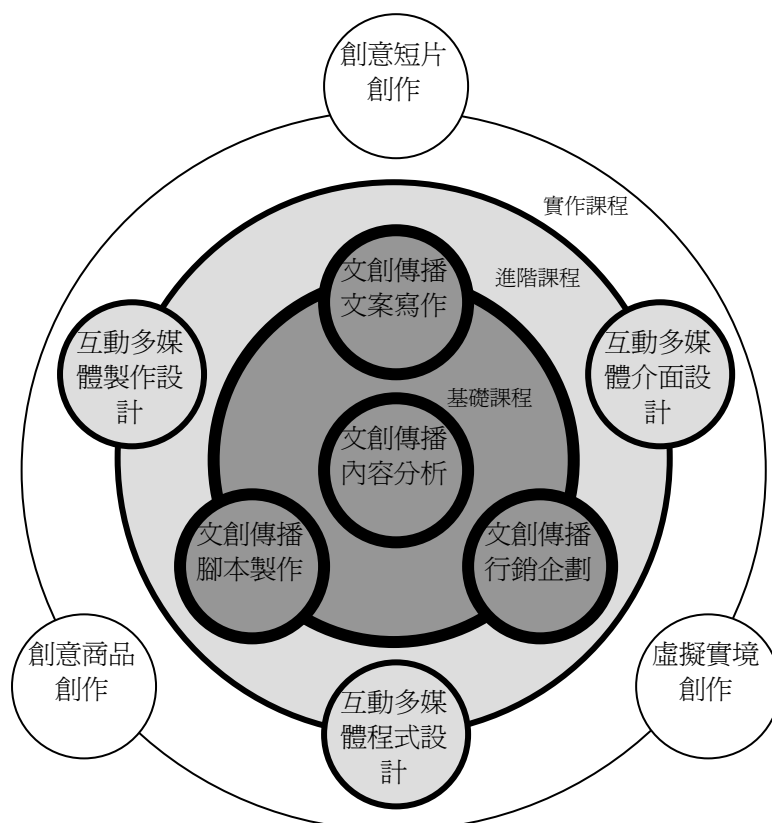


圖 7. 數位資訊傳播創作學程架構圖

(2)、教學設計

文創學程規劃特色在於各科目之間的相關性，主要是以基礎課程為主，文創傳播內容分析後，有助於文案寫作、腳本製作與行銷企劃之執行，文案與腳本完成後於進階課程可以導入互動多媒體製作設計、文案與行銷完成後可以導入互動多媒體介面設計，互動多媒體程式設計可以輔助互動多媒體製作設計與互動多媒體介面設計之作品完整性，在實做課程部分，則是進階課程之延伸，創意短片創作互動可以置入多媒體製作設計來提升作品之內容豐富，虛擬實境創作可以搭配互動多媒體介面來增加介面多樣化之操作呈現，創意商品則是綜合之延伸做加值之創作，規劃特色如圖 8 所示。

文創學程特殊設計之處在於以專案形式之教學方式，授課學生從修課開始必須挑選一個主題，此主題必須貫穿整個學程，因此能夠產出一系列作品，包含傳播主題內容分析報告、文案報告、腳本繪本、行銷企劃書、互動網站(多媒體、程式與介面)、創意短片、創意商品與虛擬實境導覽，特殊設計如圖 9 所示。

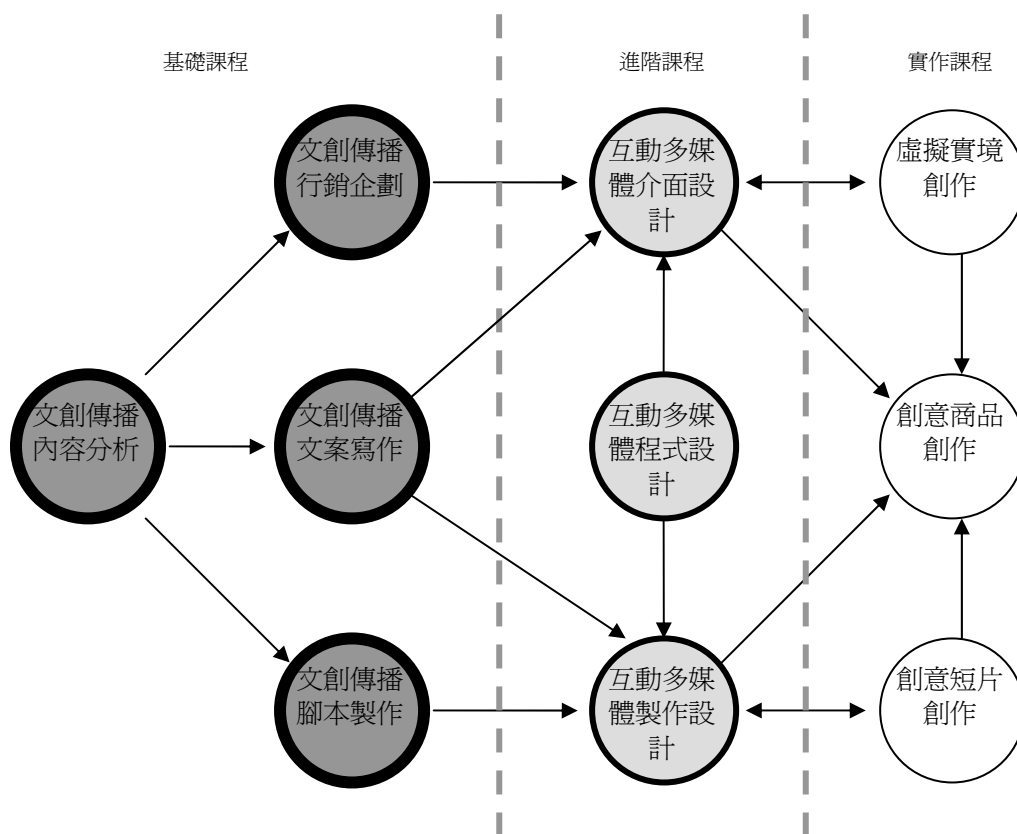


圖 8、數位資訊傳播創作學程規劃特色

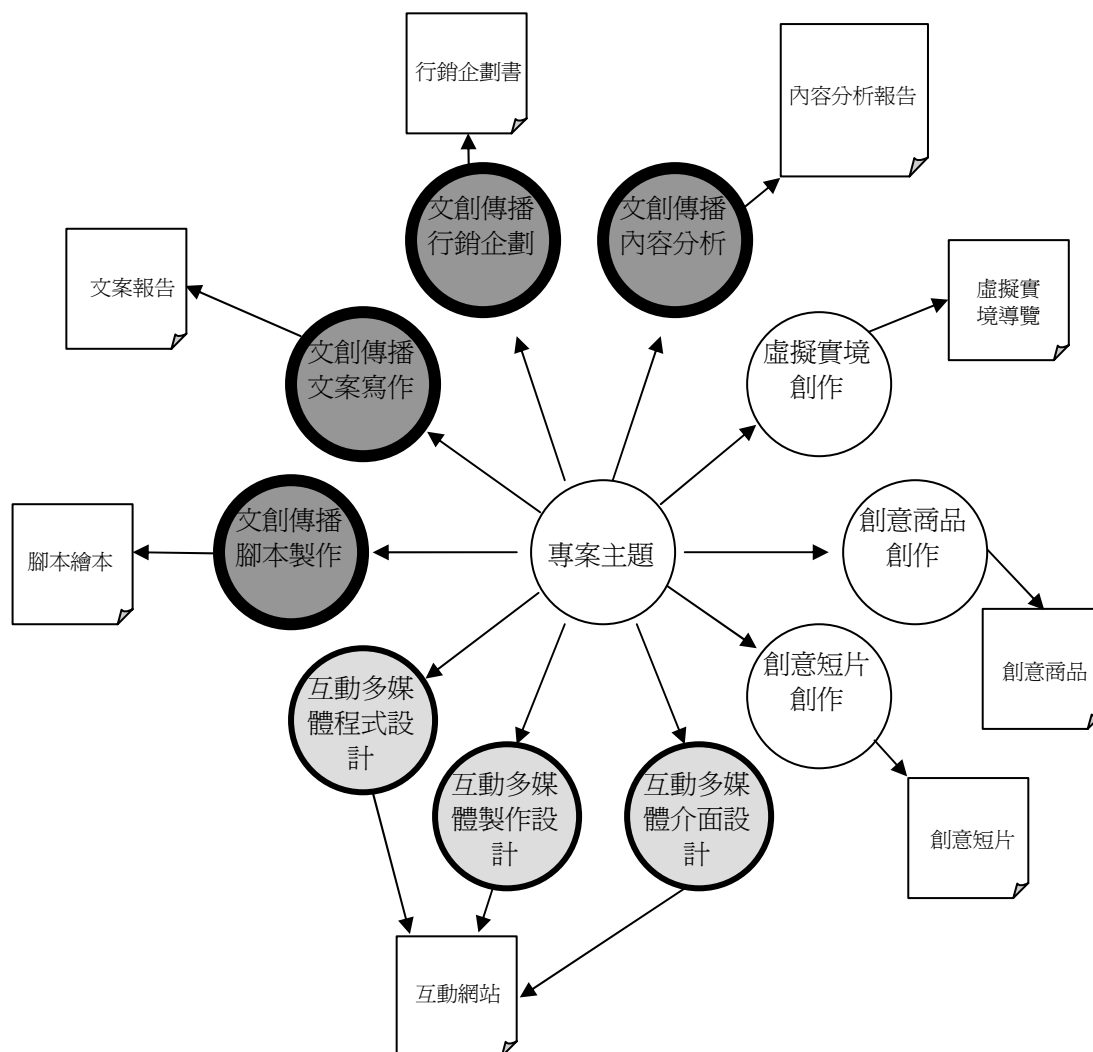


圖 9. 文創學程特殊設計圖

(3)、課程及教學檢討評估機制

本學程之自評方式與指標有：

- 透過問卷調查方式，針對各科目教學準備、教學內容、教學方法、教學評量、教學態度、教學溝通、教學責任、教學效果與教學滿意度，九個教學指標，請學生分別填寫問卷加以統計。
- 將採用專家審查方式，於計畫完成後，邀請三至五位相關之業界專家與學者與協同教學委員會，針對學程科目、授課內容安排與創作成果開辦課程審查會議，由與會人士針對學程課程之安排、創意性、執行面、發展性與成果，五個指標提出批評與建議，作為未來改進之依據。

(4)、課程支援機制

課程支援機制是附屬於地方特色文化創意知識網之下的網路平台，主要是輔助課程上所有電子化的資訊，包含策略中所執行之專案管理、研討會、座談會、產學合作成果、競賽與地方文化活動等等，其功能包含即時與非即時之課程支援機制，老師、教學助理與平台管理者可自行於該平台上更新相關資料，應用多媒體或影音資料，讓學生能於課後觀賞。另外，提供即時遠距教學與非即時之遠距教學輔助工具，讓資訊不受時間與空間限制。其功能與項目整理如表 9 所示：

表 8. 課程支援機制平台之功能項目表

功能	項目
即時課程支援	1.即時研討會與即時互動溝通 2.即時座談會與即時互動溝通 3.即時遠距教學即時互動溝通 4.即時之競賽頒獎實況 5.即時之文化活動報導
非即時課程支援	1.非即時研討會紀錄影片 2.非即時座談會紀錄影片 3.非即時教學紀錄影片 4.非即時之競賽紀錄影片 5.非即時之文化活動紀錄影片

3、學生面

依據人才培育之策略，學生面的部份需要考慮到實作整合，從無到有以專案的方式來執行，所謂從無到有是先從主題界定、資料收集分析、分類整合製做作、整體評估，其內容包含內容設計分析、行銷企劃、互動機制、形象包裝等等。此外也需要讓學生去了解文化、認同文化，因此情境學習變的非常重要，必須讓學生去了解與參與地方文化活動與競賽。

(1)、學生基本能力指標及學習成效之考核

由於課程規劃部分是由學生組成團隊來修習課程，因此基本能力指標及學習成效之考核，將以個人修課與團隊成果來加以評量考核，在個人修課部份包含平時成績與期中考核、期末考核；在團隊成果部份則分成團隊分工、產出成果來加以考核，分別說明如下：

個人部分：

- 平時成績包含學習態度、出缺席狀況、師生間互動、平時作業等
- 期中考核包含期中作業、期中發表、期中考試等
- 期末考核包含期末作業、期末發表、期末考試等

團隊部分：

- 團隊分工由老師與學生團隊分別評量，老師可依據團隊平常表現狀況給予團隊成員分數，團隊間的評分包含由團員們相互評等給予加分
- 產出成果，於學程結束後舉辦小型各組成果發表會，並邀請相關國內外專家學者來擔任評審，給予團隊成員建議，最終挑選出前三名與佳作，頒發獎座或獎狀予以鼓勵。

(2)、學生學習輔導機制

- 1.透過具人文涵養與實務創作能力並重的文創學程，於寒暑假期間輔助學生於相關文化創意廠商公司實習。
- 2.強調符合技職教育「實戰演練」作主軸的教育訓練，自創意發想、文化產業企劃案的起草到參與個案操作的完整過程與輔導學生取得相關專業認證為主要目標。
- 3.強調「情境與融入生活」學

習,坐落於校內的自然史教育館、藝文中心、校園公共創意作品、高苑 formosa 傳播網以及規劃中資訊傳播系創意商品展示走廊提供學生融入生活的情境學習,讓學生能在每日的生活與學習中隨時接受創意的刺激。

4. 強調「體驗學習」的相關措施以文化創意學習護照來執行
5. 融入地方特色文化創意商品展示空間設計與文化創意作品知識管理平台與文化創意商品商城,出版南台灣文化創意加值商品年鑑
6. 培育地方文化觀光與創意產業行銷人才,加強地方形象設計、地方產業行銷、與地方特色宣傳等規劃與執行能力,以增加旅遊人口與消費金額,創造地方產值。
7. 舉辦地方特色文化加值競賽與舉辦推廣地方特色文化 Blog 大賽與文化創意商品巡迴展。
8. 成立整合性文化創意商品設計製作實驗室,此中心除了提供學生文化創意商品專題實作的平台外,它亦是跨文化、藝術、設計、資訊科技與傳播的跨學科研究中心另外它也是一個結合產官學思維的平台並針對文化產業化的概念作思考,進一步思考各種文化如何產業化的問題。
9. 協助與藝術文化相關之基金會、學會、協會等組織健全發展,建立人文文化創意產業才資料庫,整合南台灣數位文化創意人才培育、創意管理、技術研發與商品化設計成為推動文化創意與文化加值的『南台灣文化數位創意加值中心』並進而結合南區數位內容廠商推動『南台灣文化數位創意園區』以專業團體的資源與動力,強化市場行銷功能,厚實台灣文化創意產業的發展能量。

(3)、學生選課之彈性機制及多元能力之培養

學生選課彈性機制與多元能力培養部份,初期將以 WORKSHOP 形式公開徵求校內學生組成之團隊,團隊以 3-5 人小組報名參加本學程,小組必須提供參加本學程專案企劃書,本系將召開遴選審查會議,針對小組企劃書中之主題、創意、可行性與發展性進行評估,挑選出之學生小組才能修習本學程。預計於 96 學年期末召開成果評鑑會議,挑選出最優前三名與佳作,頒發獎座與獎金,獎金部分由本系經費中支出,遴選會議時間甘特圖如圖 7 所示。未來等整個課程機制建立口碑後,學生修課將採取相關技術測試,達到標準者才能參加。

(4)、畢業生就業輔導及追蹤機制

畢業生輔導方式,將開創各類就業及留學講座,舉辦校園徵才博覽會、就業創意資訊說明會、協助畢業生就業、創業、留學進修。為與企業建立良好互動關係,將邀請企業提供行政助理專責聯繫以及處理就業相關事宜,以利課程、師資聯繫以及就業輔導業務等的進行。學生具備該實務能力之後,透過就業輔導專責人員安排學生能在寒、暑假期間,至相關的業界進行實習,透過此種方式讓學生充分了解理論與實務運作的情形,業界也能藉此培養及挖掘適當的人才。

畢業後就業追蹤措施:畢業後對於仍未就業學生以問卷調查之,並了解問題,針對問題進行改善。對於已經於企業工作之學生與企業分別也以問卷調查有關學生就業之工作能力、態度,作為未來課程改進之參考。

(5)、學生輔導機制

學生輔導機制是附屬於地方特色文化創意知識網之下的網路平台,主要是輔助學生學習上所有電子化的資訊,只有學生可以登入系統裡面,其功能包含基本

資料管理、課程管理、溝通管理四個平台，分項整理如表 10 所示：

表 9. 學生輔導機制平台之功能項目表

功能	項目
基本資料管理	1. 學生帳號密碼管理 2. 個人基本資料管理(個人照片、姓名、通訊住址、通訊電話、電子郵件、個人網站)
課程管理	3. 課程總表(學期所有課程時間、地點) 4. 課程資訊(單一課程之課程大綱、上課進度、教科書目、參考書籍、修課規定、修課限制、作業與考試說明、公告欄、教學講義與影片、成績、請假系統、缺曠課) 5. 作業上傳(影片檔、PPT、聲音檔、DOC 檔、參考檔案上傳)
溝通平台	1. 專案成員間即時溝通機制 2. 教學留言板 3. 即時與非即時之遠距教學 4. 教師與學生間多人即時討論平台
就業輔導	1. 廠商徵才公告 2. 人才庫登入 3. 自動媒合機制

4、永續經營機制

由於本研究為三年期之補助計畫，在三年教育部補助期間，需要將軟硬體設施建設完成，並盡力整合資源，未來在整個補助結束後，必需將執行成果所獲得資源做有效的運用，並將其商務化，結合有形商品與無形的知識，將未來三年後可以商務化的部份整理如表 10 所示：

表 10. 永續經營發展項目說明表

商務項目	項目說明
開辦認證課程	在認證課程部分，預計會有平面繪圖類、多媒體設計類、視訊類、3D 類、音訊類共計 11 門認證課程，未來這些認證課程將會對外招生收費，招生額滿後開課，課程結束後輔導學生考取證照。
線上教學與觀摩	本研究於教師支援系統中將會產出課程教學多媒體教材，這些教材成為線上教學最好的資料，因此能夠以地方特色文化創意知識網對外招收網站會員，以小額付費讓使用者能透過線上學習來習得相關知識與技術。
實驗室設備出租	本系目前擁有之攝影棚、3D 動畫虛擬實境實驗室、數位音效實驗室、數位媒體創意實驗室皆有能夠輔助多媒體動畫製作之工具，未來建設成熟後將可以對外開放出租。
產學合作與研究案	以文化創意媒體與製作研發中心為核心，對外承接相關 CASE，包含國科會輔導計畫、勞工局就業輔導計畫、文

	化局調查研究案、產官學合作、學校與廠商間媒合、廠商與廠商間媒合等。
創意商品販售平台	在實作整合的部份，將會有創意商品的產出，在產學合作的部份也會有相關商品的產出，因此可以建立一個針對地方特色文化創意商品市集，供學生與廠商販售其創意商品，並幫助這些商品行銷，從中收取服務費用。
紀錄影片、教學影片銷售	在師資整合與能力培養部分，會有教材與文化創意研討會與講座，地方特色文化之參訪調查，將這些紀錄影片與教學影片，整理剪輯後製作成 DVD 來加以販售
地方特色文化之旅遊導覽	以地方特色文化創意推廣的角度，結合地方文物館、文化專家導遊、旅遊業者，開辦相關旅遊導覽商品，讓參與民眾了解地方文化特色，也可以帶動地方觀光產業的發展。

四、結論與建議

文化創意結合數位內容產業，經過這幾年行政院大力推廣，已慢慢形成了一種趨勢，除了一般我們熟知的八大領域外，有很多傳產企業，也希望透過過往所累積的資源，與創意結合，開發出具創意的商品，這樣的需求之下，對於人力的需求就比較強烈；政府目前為鼓勵科技研發以及產業創新，104 人力銀行分析指出，目前 104 資料庫中的兩兆雙星產業的人才需求估計有四萬兩千人，約佔 104 人力銀行的整體資料庫的 44.2%。尤其數位產業發展蓬勃，人力需求將極為亟迫。因此，及早因應如此龐大的人力需求，妥善的在高等教育體系當中規劃適合的人才養成是勢不容緩的事。

本論文主要目的在於結合產業資源與專業實務人力資源，使得本系規劃之課程更為「實務性」與「應用性」；更貼近產業界的真正實務需求，更符合技職教育精神；相對的，也將使得本系學生所接受的教育課程不會與產業脫節，畢業後可以立即投入實務工作，節省人力訓練再教育的資源浪費，更提供產業發展優質的人力需求；以此不斷正面循環則我國「結合地方特色文化創意產業」必然能在全球市場上佔一席之地。

五、參考文獻

- [1] 中華民國科學技術年鑑(2006)。台北：行政院國家科學委員會。
- [2] 林俊彥、翁上錦(2000)，科技大學/技術學院發展學校本位課程工作手冊。台北：教育部技職司。
- [3] 文化創意產業專屬網站(2007)，文化創意產業發展計畫，取自 <http://www.cci.org.tw/portal/plan/index.asp>。
- [4] 文化創意產業年報, <http://www.cci.org.tw/portal/download/index.asp>，2005。
- [5] 田振榮、吳育昇，健全建教合作教育開展技職教育特色之探討，第十七屆技術及職業教育研討會論文集，2000。

- [6] 行政院，「挑戰 2008：國家發展重點計畫」十大重點投資計畫，
<http://www.cepd.gov.tw>，2003。
- [7] 辛晚教，地方文化產業與國際休閒化，載於辛晚教、古宜靈、廖淑容編著，文化生活圈與文化產業，台北：詹氏書局，2005。
- [8] 李隆盛，技職學校本位課程規劃與教育品質，師友，419，2002，頁 11-19。
- [9] 梁定澎、李慶章，電子商務課程規劃與資訊管理教育，資訊管理學報，第七卷第一期，2000:頁 173-195。
- [10] 教育部，96 年度大學院校藝術與設計系所人才培育計畫，2007。
- [11] 教育部，95 年度教育部補助重要特色領域人才培育改進計畫，2007。
- [12] 陳昭君，我國科技大學財務金融系學生應具備專業能力之研究，國立台北科技大學技術與職業教育研究所碩士論文，2003。
- [13] 陳建勳、管倖生，以設計帶動地方文化產業創新之經營模式初探，藝文產業發展暨藝術教育發展國際論壇，2006，A2-2。
- [14] 陸文豪，我國科技大學資訊管理系專業課程架構規劃之研究。國立台北科技大學技術與職業教育研究所碩士論文，2005。
- [15] 許評貴，科技大學光電領域學程規劃之研究。國立台北科技大學技術與職業教育研究所碩士論文，2005。
- [16] 黃政傑、李隆盛，技職教育概論，台北:師大書苑，1996。
- [17] 楊宜真，傳播科技人才之能力需求與學程設計原則：修正式德菲研究。國立交通大學傳播研究所碩士論文，1999。
- [18] 楊敏芝，地方文化產業與地域活化互動模式之研究-以埔里文化創意產業為例，台北大學都市計畫研究所論文，2002。
- [19] 蕭錫錡、陳甦彰、張仁家，技專校院建立系科本位課程發展機制參考手冊計畫，教育部技職業教育司專案計畫，2002。

