



文化創意產業知識創造、創意加值、商品化與 事業化交換樞紐計畫—100 年度自評報告

國立政治大學吳思華校長

國立台灣師範大學張國恩校長

國立台灣科技大學陳希舜校長

2012/05

目次

壹、整體計畫執行目標說明	1
貳、100 年度執行成效	5
參、經費分配及執行情形	25
肆、現況問題及因應策略	25
附錄	
附表 1 重點領域自訂績效目標及分年目標值及 100 年實際值	i
一 國立政治大學	i
一 國立臺灣師範大學	iii
一 國立臺灣科技大學	iv
附表 2 學校推動邁向頂尖大學計畫經費使用情形	v

壹、 整體計畫執行目標說明

一、 總體說明

依據 100 年 8 月 1 日教育部「邁向頂尖大學計畫」推動大學人文社會領域卓越發展審查暨諮詢會議審議建議，由國立政治大學、國立台灣師範大學、國立台灣科技大學三校以「創意」作為整合主軸議題，擬定整合推動計畫。

據此，三校以「文化創意產業」作為三校共同探討之領域，共擬「文化創意產業知識創造、創意增值、商品化與事業化交換樞紐計畫」（以下簡稱本計畫），以圖 1「文化創意產業發展系統示意圖」作為本計畫所主張之文創發展系統概念，由三校各以其專長投入其中部分區塊角色功能之強化或個別區塊任務間鏈結能耐之增強，期在文化創意產業的知識創造、創意增值、商品化與事業化，發展出以大學為核心單位之新知識經濟經驗交換樞紐。

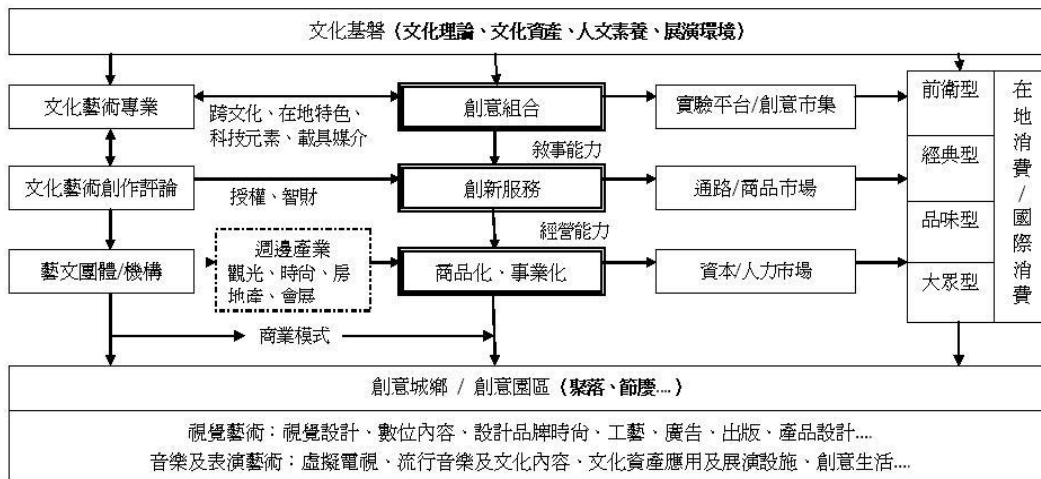


圖 1 文化創意產業發展系統示意圖(吳思華,2010)

三校各有其計畫，優先深化自身特色是第一年的重點，但不僅只於關注原有的努力版圖，部分工作如：課程開放互選、合作進行商品開發、相互協助展演、競賽、活動進行、輪辦國際學術論壇、成果發表交流等，將在計畫期間逐步加深成員間的合作密度，並適度開放三校以外學校人員參與，以達成原訂目標。

二、個別學校計畫重點

方案一：創意與創新行動研究平台建置計畫（國立政治大學）

以建立並經營一個以人為本、具在地脈絡之跨領域、跨國界、跨產業之「創意與創新行動研究平台」為目標，此平台之貢獻將體現在人才培育、產學合作、基礎環境建設和應用實務推廣等方面，並期許此一跨領域創意與創新行動研究平台成為台灣對國際發聲的交流管道。推動策略如下：

- (1) 建構創意教學與行動研究實驗場域，尋找並激發學生創意與創新潛能：推動新的人才養成模式，在書院體制與住宿教育中，透過工作坊，帶領學生自我探索、體驗生活；寒暑假期間則以實踐專案方式，鼓勵學生跨校學習交流甚而以創意行動回饋社會鄉里。
- (2) 規劃文創多元課程，積極培育跨領域產業人才：因應文創產業需要，推動大學部、研究所之系列課程/學程，包括「文創產業發展架構」、「台灣文創產業的政策及其實踐」、「文化底蘊與創意轉化」、「文藝創作人才與創意組合」、「文化園區與城鄉」、「文創商品化與產業化」、「文創消費市場與文創投資」等內涵。
- (3) 舉辦系列活動散播文創種籽，鼓勵全民參與：以校園為基礎從而帶動社區，透過工作坊、研討會、公共論壇的方式，讓文創成為全民可參與之議題，厚實文化底蘊，培養更多懂得欣賞與消費之社會大眾。
- (4) 從創意到創業，推廣產學合作，落實文創田野研究：建構文創事業的養成網絡，整合相關資源，成立「創意創新創業交易所」（又稱「創立方」），打造亞洲頂尖的青年創業中心。此外將積極回應社群媒體與數位匯流發展趨勢，建置重點實驗室，打造創新研究實驗基地。

方案二：文化創意產業知識交換樞紐建置計畫（國立臺灣師範大學）

在藝術學院、音樂學院、科技學院、教育學院與資訊中心的優良特質與深厚基礎上，規劃「高行健藝術」之文創展演開發，整合跨學院與系所資源。並進行創新與創意歷程的基礎研究、設置課程、工作坊、論壇與展演活動等，透過學界與業界進行產學交流規劃，以培育擁有前瞻性、未來性、具備科技視野與藝術品味之創意人才。執行目標如下：

- (1) 探究文化創意領域中創新創意發展的歷程，淬取創新創意發想的元素與成分，以作為後續相關課程設計的參採依據；
- (2) 以創新創意歷程和成分為基礎，建立視覺藝術、表演藝術、資訊科技、機電科技等跨領域學程，培育跨領域的藝術設計和展演人才；
- (3) 透過跨領域的整合，提升新媒體視覺和表演藝術結合的展演能量，建立創新的創作典範；
- (4) 強化文化創意領域學生和教師的作品和產品的創新性，提升產學合作的能量；
- (5) 建構新媒體實驗室，作為新媒體時代所需之媒體創作硬體基礎。

方案三：創意設計計畫（國立臺灣科技大學）

以創意設計為樞紐之前提，擴大創意設計人才培育的規模與質量、著重數位內容之創意設計及具創新加值之服務設計、為六大新興及四大智慧產業創意加值、建構臺灣品牌，提升產業競爭力等為首要執行目標。策略如下：

- (1) 市場趨勢研究：推動未來生活型態、生活風格、產業變遷、產業診斷、顧客體驗輔導、色彩、材質、通用設計、永續設計等市場趨勢研究，並以文化創意產業為樞紐進一步開展創設產業與六大

新興、四大智慧產業跨領域合作。

- (2) 創意設計人才培育：培育 π 型人才，擴大並提升創意設計人才培育的規模與質量；透過國際級大師工作坊、國際頂尖大學交換訪問、國際知名設計公司及海外設計中心合作移地訓練等，培育跨領域設計以及創設產業經營與行銷人才。
- (3) 數位內容創新加值：透過創意工作坊及實務參與機制，建構與產業的緊密聯結。同時，推展 APP 微型應用程式（指尖經濟）、微型創業及教學提升方面之研發水準。
- (4) 服務設計創新加值：以使用者為中心之概念開發更有利於提升產品服務、消費服務的方案。
- (5) 提升國內外各類創意活動及競賽能見度：加強理論與實務兼備、且具備獨立思考、判斷能力、跨領域整合、社會關懷與國際競爭力之教育內涵，培育高水準工業設計與商業設計人才。

貳、100 年度執行成效

本計畫自教育部核定以至計畫正式啟動，時程緊迫，考量三校過去並無合作經驗，故第一年（100 年度）以形成各自團隊、尊重個別發展為先。

各校計畫明確，第一年期滿，各有極具特色的表現，亦都達到原本承諾之產出目標。其中，政大推出多項創新想法，深具意義，例如：推動 X 書院，改造學生宿舍生活內涵，讓生活即創作的概念引導學生創意潛能開發；在研究產出型式上，強調專書和本土個案更勝於期刊論文，企圖讓我國文創產業發展論述更見完整；在產學合作方面，則是成功引進了美國最新的創業工作模式，帶動新的創業服務平台概念。台師大則在其藝術學科傳統上，引進科技藝術的技術與概念，企圖以大型展演，整合校內創意能量與業界資源，讓大師作品在展演表現手法上更見精緻創新。臺科大向來在國際各大創意獎項表現卓越，本計畫中尤以數位內容及服務創新二項成就最為顯著。其中數位內容創新加值部分，架構完整，學生已在國際動畫大獎備受注目、另一重點服務創新，已有多項成功協助傳統產業轉型為製造服務業並形成策略聯盟服務創新的案例，也將在新學程、新人才、新方法論上持續精進。

三校除了各自擁有豐富成果外，亦積極尋求合適的合作項目。100 年 12 月由政大主辦之「文化創意產業研討會」，即邀請了師大與臺科大學者參與，並列協辦。101 年 2 月 20 日在三校校長會議上更決議，將以人才培育作為三校合作方向，並組織三校工作小組研商 101 學年度開辦三校合作學程、暑期學生工作坊籌辦細節。期在此基礎上，逐步擴大並深化彼此在文化創意產業教學研究以及產學合作上的合作程度。以下謹就 100 年度個別學校執行成果整理說明：

方案一：創意與創新行動研究平台建置計畫（國立政治大學）

政大擁有發展文創的完整專業學門，而創造力、創新與創業主體，

過去一直也是校內不同單位耕耘不輟的教研重點，所以本計畫即是在此基礎上，重新組隊，由創新與創造力研究中心整合校內傳播學院、商學院、外語學院、公企中心、政大書院等單位推動相關工作。

第一年（100 年度）原訂之量化成果均已達成，其中尤以穩定計畫基磐為最主要成就，在擴大人才養成深度與廣度、打造有利於創意、創新與創業進行之行動/研究環境、創造具影響力之學術產出等，都有極具特色的成果。而過去政大較不善長之產學合作，在本計畫成員的努力下，也有相當難得的發展。

1. 擴大人才養成深度與廣度

政大雖無藝術設計相關系所，但重視創新的辦學文化，形成校園相當獨特的創意性格，也造就了不少備受文化、藝術界所推崇的傑出校友。持續政大這項特殊傳統，同時積極尋找並激發學生創意與創新潛能，是政大近來努力的重點；而不同目的層次之人才培育，則是本工作向度的特點。

1.1 尋找學生創意潛能

配合學校書院教育，在書院架構下，成立了以大二、三學生為對象之主題式書院-『X 書院』，作為大一新生博雅教育後之主題式宿舍學習延伸，並於 100 學年正式招生。第一屆招收學生 47 名。

『X 書院』是一統合通識教育、專業教育的實驗體驗教育，新的教育模式，引用 Univ. of Goldsmiths 的創造力評量觀點，「X 書院」的學習定義為一個從「狂想（Faked Future）→構思（Conceptualizing）→實做（Modeling）→評量（Assessment），並在過程中不斷反思（Reflection）」的歷程。X 書院所營造的是一個見樹又見林的學習場域，也希望因為提供了實作環境，並導入未來文化與未來產業趨勢，可以成功協助學生在做中學、教中學的過程中，培養熱情、勇氣、動機以及面對未來的執行力。

100 年度 X 書院共開設「創意入門」、「服務學習課程—營造 X 書

院生活學習圈」、「問題、創意與實踐」等課程，同時辦理多個系列工作坊，提供書院生與全校有興趣的同學進行自我探索，學生可在不同的體驗生活中進行創作與思考，如：《X 書院你在煩惱什麼啊！》（6 次），協助學生進行煩惱之自我釐清與面對；《X 書院認證型專業課程工作坊》（12 次），內容包括：自由書寫、創意寫作、影像紀錄；《X 書院傍晚食堂系列工作坊》（6 次），以生活中的食物、食材與烹飪，激發學生新型態創作的思考方式。

1.2 橫向延伸跨領域知能

文化創意產業知識鏈涵蓋了與文學院、外語學院有關的上游創意開發、文本創作；與中游數位內容產製有關的傳播學院專業；以及下游商品化後所必要的商學教育；還有法學院關注的法制規範。本計畫積極開拓學生專業學科與文化創意視野的連結，總結校內資源，提供全校學生接觸文化創意產業之相關入門課程，100 學年度傳播學院、商學院、文學院、外語學院等，所開設之相關課程達 64 門。

1.3 積極因應產業人才需求

因應產業人才需求，提供主題導向之系統性專業課程，開辦「文化、傳播與現代社會學分學程」、「數位內容與科技學位學程」、「數位內容碩士學位學程」。同時也接受新聞局委託開設「大眾文化與流行音樂課程」，以全國年滿 16 歲之民眾為招收對象，協助政府發掘與培育更多文創人才，計 264 人次修讀。

2. 打造有利於創意、創新與創業進行之行動/研究環境

2.1 完成「傳播學院研究導向實驗室」建置，提供從事量化實驗研究、質化觀察研究與跨領域研究之人員一個具多元型態、富真實情境的研究場所，這是臺灣首間以人文科學研究為導向的互動設計實驗室。傳播學院多項未來傳播趨勢研究，如：探討人們如何從電視、智慧型手機與其他各種媒界交叉解讀人與新媒體的互動現況、跨媒介比較研究、雲端電視收視型態研究、網路日常生活實驗等主題，都將在此研究基地上進行。

2.2 充實數位內容藝術中心軟硬體設備，提供師生兼具人文、科技、藝術的高階數位藝術體驗、創作與展示環境，為校園培育文化創意種子，成為國內重要數位內容與文化創意產業的孕育基地。

2.3 改造公企中心部分閒置教室為創意創新創業交易所，以共有空間（coworking space）的概念，成為創業夢想者創業與創意交易的起點。100 年度已有近 70 個廠商進駐。

3. 致力具影響力的學術產出

文創研究是一新興領域，研究者少，可資參酌之文獻亦有限。本計畫成員除持續期刊論文穩定發表外，咸認為以我國文創產業目前進展，相較於期刊論文，專書以及本土個案可產生更廣大深遠的影響，故將專書寫作及本土個案教材開發列為本計畫專注的優先項目。

3.1 期刊論文

本團隊成員所從事之研究主題有：創意城鄉、文創行銷、電影產業、數位藝術、遊戲設計、文創產業、文創政策...等。100 年度已發表 80 篇文創有關文章，包括期刊論文 20 篇、研討會會議論文 60 篇。

3.2 學術專書

已開始進行二個系列專書之寫作，其一為「文化基磐與政策」系列，此系列文創專書著眼於他國經驗引介，目前進行中的有：《文化基磐與政策 01—20 分鐘文化時間廊：十二個英雄的旅程》、《文化基磐與政策 02—韓國文化創意產業政策動向》、《文化基磐與政策 03—文化基磐與文創政策之研究—以歐洲文化首都為例》。其二為「未來傳播」系列，已進入寫作階段的有《未來傳播 01-數位電視與新媒體平台政策》專書。本書結合了九位來自產官學研等不同領域成員，將對我國數位電視及新媒體平台之發展提出政策建言。上述 4 本專書都將在 101 年年底出版。

3.3 文創本土化個案

以人為本、在地關懷是文創產業發展能否成功的關鍵，台灣多元社會、自由創作、透明資訊、教育普及、創新靈活、民主開放的優勢，使得台灣近年來成為精緻創新華人文化的孕育地，本土文創個案研究、出版個案教材，無疑是整理轉化這些本土經驗為教育學術有用素材最重要的作為。

100 年已完成 4 件本土化個案，分別是《自由書寫教案設計—以 2011 年超政「大學小革命」三小時課程為例》、《文山青年打造區域品牌之行動研究三部曲第一部—從無感到五感》、《大洲魚寮如何開展文化與創意—以 5C 架構為觀點的創意生活產業個案分析》、《爻域互動科技公司創新應用服務模式的發展》。另有即將完成的 6 件，包括《以設計思考架構輔助創意城鄉之想像》、《數位電視與新媒體平台政策》、《大學生，網路瘋什麼》(上、下)、《Facebook 上的企業品牌行銷戰》、《手機廣告的關鍵 50%！》及《大學生的上網團購「瘋」》等。以上產出之 10 項本土個案教材將陸續出版，可謂台灣文創發展實證到課堂教學的延伸與系統整理。

3.4 文創電子資料庫

資料庫內容收錄文創相關出版書籍、學術文章期刊、學報、專刊、研究計畫報告、研究論文、影音紀錄、知名學者等資料，已累積有 2500 筆資料，將持續維護更新資料，將於 101 年度上線提供各界搜尋使用。

3.5 文化創意產業發展研討會

第一年研究成果已透過 100 年 12 月 5 日召開之「文化創意產業發展研討會」進行發表，共 150 位國內學者專家與會，反應熱烈。會中共有關於創意城鄉、電影產業、遊戲設計、科技使用、數位博物館、文創行銷等 15 篇論文發表，亦透過本研討會進行部分本土個案教材教學示範，在此基礎上，「2012 創新研究國際學術研討會-創新研究之跨領域對話」已規劃完畢，將擴大邀請認知科學、文化創意、傳播/資訊、服務系統及未來研究等領域之國內外學者專家，提出探索創新、連結創新、增生創新、發表創新相關研究成果。

4.舉辦系列活動散播文創種籽，鼓勵全民參與

共舉辦座談會及研討會 46 場、工作坊 19 場、講座及演講 41 場與表演活動 15 場，競賽活動 1 場，目的在將專業知識轉化為大眾文創科普內涵，或是引進業界/國際觀點與實例進行產學對話，或是創作實務分享促進草根活力交流，讓文創成為是全民可親近可參與的議題。如：X-Mind 系列—資訊科技的異想世界，探討的範疇包括行動傳播、新媒體環境、媒體產製與營運、數位內容與科技等議題；又如：傳播沙龍系列，強調產學對話，以未來傳播關鍵議題新敘事、新素養、風險傳播、群體智慧、弱勢傳播權...等為重點。

本年度所辦理之活動中，部分係國際合作計畫的延伸，一方面引進他國經驗與觀點、二方面進行跨國比較對話。國外合作大學夥伴有：澳洲昆士蘭科技大學、日本明治大學、泰國朱拉隆功大學、香港浸會大學、美國南加州大學、美國雪城大學...等。

另政大傳院麥高芬劇團與國立臺灣戲曲學院京劇系合作，於 100 年暑假舉辦「移動魔法空間」全台公益巡迴演出，巡演場次遍及台北、南投、彰化、台中等地區，從文本創作到藝術展演，不只培養學生跨領域整合與大型表演製作行銷能力，藝術下鄉服務的方式，也讓藝術資源缺乏的地區民眾與學生了解獨特多元的美學魅力。

5.加強創業促進與產學合作

5.1 創業促進

成立「創意創新創業交易所」(International Entrepreneurship Hub, IEH, 簡稱創立方)，是台灣學術界第一個引進劍橋、史丹佛大學、矽谷最新創業工作模式「共有微型辦公室」(或「共有工作空間」, coworking space) 概念模式，為國際創業家、跨國專業獨立工作者服務的創業工作平台。100 年度已成功媒合 70 個創業單位進駐，廠商類型多元，包含軟體科技產業 (21 家)、資訊科技產業 (18 家)、創新服務 (12 家)、文化創意產業 (11 家)、及社會企業 (1 家) 等，並成功推動第一次國際級創業競賽—Startup weekend Taipei 及每月周一

的 Mobile Monday。頻密的行動科技新知激盪與國際友人交流，對進駐廠商創業思維與技術產生相當啟蒙效應。

5.2 產學合作

5.2.1 服科中心開發完成世界第一個智慧會展服務系統 Orbi，並將服務科學研究運用於實際商展，獲得高達八成使用者的認同，已於 100 年 7 月結案。100 年 7 月以後輔導 WorkLohas Technology Co.進行 Justaple 專案，此專案為網路服務系統，使用者可以將喜歡的網頁永久儲存，不僅使用者本身可以享用接收的資訊，也可以將此資訊分享給其他人。此專案獲得日本 2012 年亞洲企業精神獎 (Asian Entrepreneurship Award 2012)。

5.2.2 完成國內第一部數位匯流、多平台產製之影音作品「福爾摩沙的指環」，成品包括數位資料庫網站、平版電腦互動版、智慧手機影音播放版 APP 內容，提供中英文三種語版，供智慧型手機 iPhone、HTC 及平版電腦 iPad 等下載瀏覽，本作品更榮獲日本 NHK 年度國際教育文化節目大賽「日本賞」入圍。

5.2.3 推動「故事雲」計畫，「故事雲」為一種新的故事敘說型式，供亞洲各地青年透過網路集體創作的數位故事。實驗第一號作品《憂鬱地震帶》<http://Orz.tw/0klqX> 已於 101 年 3 月完成。

5.2.4 與業界合作，客製化設計開發適合高中教育用之電子書閱讀器軟體，並同步建立數位網路學習平台。現與政大附中合作進行實驗。

5.2.5 完成二項 APP 開發，分別是「創意引晴—旅遊手札 FunTrip APP」、「創意引晴—旅遊手札 HuayuNavi App」。前者不同於一般觀光店家的導覽，特色在推薦在地綠色消費和公平貿易商店，地點可分成健康樂活、藝術文化、都會時尚、美食之旅等四種風格，並可輸入空檔時間、設定距離，客制化行程，還有雨天過濾的功能，避免遊客掃興的巧思設計。後者是「創意引晴—旅遊手札 HuayuNavi App」的開發，用相機鏡頭讀取書報、菜單等平面紙本上的漢字，即使不知道如何拼音、書寫，或是不會查字典，也能藉著此 APP 查閱字義，是正在

學習華語、或想更即時檢索字義人士的隨身便利工具。未來電子書閱讀器軟體的研發成果將擴及國小至高中學生。

5.2.6 開發「師生水族箱」，結合網路通訊與 3D 互動技術之數位互動平台，可運用社群網路（如 facebook 或 MSN）即時更新，呈現師生的即時動態。

方案二：文化创意產業知識交換樞紐建置計畫（國立臺灣師範大學）

師大結合藝術學院、音樂學院、科技學院、教育學院與資訊中心的優良傳統，針對本計畫所規劃之「高行健藝術」文創展演開發，進行跨學院與系所資源整合（參圖 1），非以舊有之系所成果與內容置入。並進行創新與創意歷程的基礎研究，建構專業論文。設置課程、工作坊、論壇與展演活動等，透過學界與業界進行產學交流規劃，以培育擁有前瞻性、未來性、具備科技視野與藝術品味之創意人才。100 年度執行成果如下：



圖 1 計畫整合概念圖

1. 空間、設備、經費與人員資源挹注

1.1 提供專用空間供知音劇場與電算中心相關空間設備作為本專案用。

1.2 提供經費提升整體規劃實驗室與相關設施。

1.3 整合藝術學院、音樂學院、科技學院、教育學院之相關師資與

設備。

1.4 教務處規劃跨領域學分學程，提供更多系所學生學習機會。

1.5 在有限的經費之下建構新的文創開發模組與跨校創意學程、工作坊擴大影響力。

1.6 建構文創網路平台，將本計畫成果與創新模式進行公開分享

2. 領域（中心）延攬及培育優秀人才、研究團隊建立、與國內外相關學校、研究機構合作之成效

2.1 延攬及培育優秀人才

本計畫學程著重影音藝術與數位科技之整合，並著重學生參與實作展演產出之能力，故在 100 學年度聘請兩位資深產學界專業人士(白紀齡老師、黃茂嘉老師)，皆具備豐富的產業實務及教學經驗。於 101 學年度開設【科技與人文社會】、【多媒體影像投影實務】、【音樂專題企畫製作】、【新媒體企劃製作】四門課程，並完成學程課程與學生招募。

2.2 組成國際研究團隊赴德國與法國參訪

2.2.1 國際研究團隊於 2012 年 3 月 7 日~18 日德國與法國考察。

2.2.2 高行健藝術相關延伸應用獲得支持與深度細節探討。台師大將發展數位影音與科技藝術為主軸之方向，深度考察 ZKM 科技藝術中心學校教育系統與國家級科技藝術的合作開發方式，台師大將在原有深厚傳統藝術之基礎進行跨領域之整合，期望能為台灣文創領域建構一個新的發展方向。針對博物館文創商品，校內一級主管能清楚認同台師大在文創領域之共識與方針，校內未來之重大建設之內涵方向，皆在此行之中完成。

2.3 結合國內知名劇團展現藝術活力

100 年度結合嘉義縣政府、國立臺灣師範大學、國立臺灣師範大學表演藝術研究所、果陀劇團、長榮交響樂團及力譔堂整合行銷股份

有限公司之資源及努力，共同呈現《我是油彩的化身》陳澄波音樂劇。舉辦高規格展覽與表演活動 10 次之指標，《我是油彩的化身》全省巡迴演出 13 場，共計 18,000 人次觀眾欣賞。

整體之具體實質成效如下：

1. 透過文化創意產業-創意創新歷程基礎研究計畫，完全完成本期 KPI 指標，提升師大由傳統藝術邁向跨領域新媒體藝術之形象地位。
2. 新媒體與表演結合之高規格展演《我是油彩的化身》全省巡迴演出 13 場，讓師大在藝術價值與品牌形象上有所提升。
3. 規畫表演所期末展演《樂戰》，宣傳師大特色，培養師生與民眾觀賞音樂劇之興趣。
4. 規劃 2011 國際創意產業論壇與論文集編撰，擴大論壇影響力。
5. 3 場產學合作創意產品開發工作坊，共有 15 件獨具創意之文創作品產出，突破學術與產業結合的開發限制。
6. 建置總計劃文化創意產業知識交換樞紐建置計畫網站。建立總計劃之資訊分享的機制與平台。
7. 2011 醞—文化創意產業知識交換樞紐建置計畫第一期成果展，擴大本計畫第一期完整成果之整體展示發表。
8. 組成國際研究團隊考察德國 ZKM 科技中心，與法國高行健實質對談文創發展內容探討研究。
9. 建構當代科技媒體實驗室於校級資訊中心。

3. 帶動學校整體發展之措施及成效

3.1 文化創意產業-創意創新歷程基礎研究計畫

本計畫最大特色在於強調創造力的基礎研究，進行各領域之創造想像力運作機制與認知歷程分析，凝聚本校各系所在創意領域之研究

能量，促進跨領域合作與提升論文產出。計畫之最終目的在應用實徵研究結果，建構藝術領域之創新歷程模式。目前已完成研究報告 1 冊、會議論文 3 篇、期刊論文 1 篇、專書篇章 1 篇。

3.2 文化創意課程精進計畫

本計畫學程為本校唯一結合科技及藝術專業領域之學分學程，旨在培育具備實作能力的跨領域人才，學程課程著重實際產出成果，如結合聲光投影技術及表演藝術之音樂劇成果發表。特別聘請業界專業人士，建構學子科技藝術領域之知識基礎，並在未來進階課程中修習各種實務技術，從而獲取參與科技藝術展演之經驗。

本計畫學程於 100 學年度完成學校學程設立程序、師資聘任、課程設計與招生說明會，並於 101 學年度開始授課，預計 102 學年度將有 10 名以上學生完成學程。

3.3 科技藝術創新展演計畫

3.3.1 展現學校有承接大型展演之能力：本計畫於 100 年度積極爭取舉辦中華民國百年展演活動—嘉義縣政府陳澄波音樂劇展演企畫執行委託案。透過此委託案不僅拓展學校與表演藝術領域業界之合作，並更進一步讓各界了解到本校有製作大型展演之能力。

3.3.2 提升學校師生接觸表演藝術之風氣：本計畫積極協助與輔導辦理表演藝術之展演與成果發表會，讓本校師生有更多接觸表演藝術之機會，有助於提升全校師生之人文藝術涵養。

3.4 精緻文創作品產出計畫

3.4.1 本計畫 2011 國際創意產業論壇，邀請國內外來自設計藝術、科技、音樂不同領域知名專家學者擔任講者。內容豐富多元，提升產學價值，為期兩天的議程，共計有 252 人次來自不同學校的師生共同參與。獲得相當大的迴響。活動後更將論壇的精采內容增加多位教授之相關論文，編撰論文集，讓論壇效益持續發酵。

3.4.2 最新趨勢與技術專題工作坊皆特別邀請產業界專家擔任講師。有別於學校課程，豐富的產業訊息、案例分析與經驗分享，3場工作坊共計90人次學生參與，產出的15項文創作品相當具有可看性。

3.5 國際化與交流合作計畫

本計畫由本校一級主管張國恩校長、林淑真學務長、吳正己教務長、林安邦主任秘書、表演藝術研究所何康國所長、視覺設計系許和捷主任等教授組成國際研究團隊，考察國際當代科技與文化產業模組，了解當前國際 ZKM 科技藝術與文創相關發展現況，此次短暫之歐洲八天行程，帶回許多具體之實質內容，在人文創意與科技藝術部分對於學校教育系統與國家級科技藝術的合作開發 ZKM 藝術中心之考察，以作為本計畫執行之方向已建構綜合大樓十樓之媒體中心與本計畫之發展重點，並出版歐美新媒體藝術專書。高行健藝術相關延伸部分實質獲得高行健之信任與讚許，將在今年六月之重要論壇獲得明確之方針與物件，了解實質之內涵與發展重點。尤其校內一級主管能清楚認同台師大在文創領域之共識與方針，校內為來之重大建設之內涵方向，皆在此行之中完成。針對博物館文創商品部分實質進行專論分析報告，並在年底針對歐洲新媒體藝術出版專書。

方案三：創意設計計畫（國立臺灣科技大學）

臺科大近年辦學績效屢獲國內外肯定，2011年德國 iF 設計獎（世界四大設計獎）之設計概念獎，學校在 100 件得獎作品中佔 14 件，勇奪世界之冠，iF 大學排名躍居世界第一。2011年德國紅點設計獎（世界四大設計獎）之設計概念獎，獲獎 20 件，創下世界單一學校獲獎最多的紀錄，其中兩項更獲 best of the best。紅點設計獎 2012 年首度公佈亞太及歐美的分區大學排名，台科大榮獲亞太區大學第一名。

臺科大以「創意設計人才培育」、「文創產業樞紐」、「數位內容創新加值」、「服務設計創新加值」等方向訂定具體行動方案，本年度已順利達成各項量化指標（詳如附表 1），並有顯著的質化提昇效益。

1.各子計畫重要達成情形

1.1 創意設計人才培育

1.1.1 設計課程全方位數位化管理與教學模式之建立

設計與創意產業，是屬於高知識密集的領域。為了建立設計課程全方位數位化學習環境，發展有效的教學活動及策略，並建立實際的教學環境以進行實證，除了建立完整的設計課程數位化教學、評量、分析與管理機制外，透過這些新興科技輔助的學習模式，將使學生在設計課程的學習過程中，有更高的學習動機，以及更多的同儕互動與實務經驗。

本計畫已開授與電腦輔助建築設計相關的「虛擬建構遊戲 (Virtual Construction Games)」課程及手機應用程式開發課程。由教學成果發現，在數位媒體控制的設計過程中，以電腦輔助設計為基礎的遊戲設計，能模擬空間構成、創造的過程，鼓勵學生以自我導向的玩耍方式，達成內在積極的學習目的。在手機應用程式開發方面，已發展出 8 件以 iOS 及 Android 為基礎的 APP 程式，部分已透過產學合作商品化。

1.1.2 跨國工作坊

針對跨國學生辦理文創設計工作坊，透過活動帶領學生深入文創領域，藉由落實文創理論與實務並重，提出文化創意設計的產品。活動聘請設計之權威 Henri Christiaans 擔任特聘講座（現為 Delft University of Technology 助理教授及設計研究期刊 (Journal of Design Research) 主編），並邀請 Delft 大學 13 名學生與本校學生 38 名共同參與，本工作坊全程以英語授課。此工作坊成果如下：

- 體察與學習各國文化創意設計之脈絡，作為我國學員文創設計之借鏡，並透過不同觀點的設計思維，激盪出更前瞻性的文創商品概念。
- 藉由舉辦公開性之文化創意設計講座，使一般大眾能明瞭文化產業之重要知識。

- 將工作坊之設計概念與成果，參與國際設計競賽及落實於商品化與產業化，彰顯我國對文化創意之重視及設計產值，增進相關人員國際合作與溝通協調能力及文創產業之設計競爭力。
- 工作坊結果將提供學員在文創設計上之運用參考，達到文創設計人才培育與產學接軌，培育優秀設計人才。
- 本次跨國交流吸引學生報考跨領域人數超過 25 人；文創設計成果之參與國際設計競賽件數達 2 件，專利申請數 1 件。

1.1.3 建置「設計經典體驗教室」

為培養學生的美感能力，並藉由親身體驗名家的經典設計作品，體會好設計的精義，以達到深度理解設計大師的設計哲理與創作思維，進而提升設計知能的學習成效。本校工商業設計系建置設計經典體驗教室，做為設計創意發想討論室，以及各種設計課程的教材、教具支援教室，成為全國第一所建置設計經典體驗教室的設計系所。已購置 49 張設計名家的經典設計座椅（每張椅子都不相同）以及 5 款燈具。後續將依預算編列逐年購置各種 2D、3D 之設計精品。預計可達成提升設計教學成效，進一步強化學生的士氣及向心力，並作為國內外學者專家參訪時的特色教學設施。

1.2 文創產業樞紐

落實文創產業設計的第一步，著重在地思考，對當地地域性的文化特點進行設想之後，發展具有代表當地色彩的地景與活動，吸引人潮聚集觀光旅遊、增進產業發展。台科大以文化產業樞紐為方向執行「文創產品商品化」，將科技與設計人才整合，形成台灣第一個 MIT Media Lab。除透過工作坊之形式，進行跨國文化創意經濟人力培育及訓練，並經設計成果進行產業媒合及開發。本年度從創意設計中心 2011 年 10 件獲國際獎項作品中選取 3 件，透過科技與設計整合，實行量產修改並且商品化。主要成果為：

- 設計 3 款前瞻性概念產品投入國際參賽：新產品持續投入國際競賽，如 iF、Red Dot 等競賽獎項。
- 在學校行銷上，建立屬於創意設計中心的相關產品：將已獲獎作品生產成為學校未來紀念品，可贈予國際學者與來台貴賓，宣揚台科大創新多元實力。
- 產品上市後可拓展國內與國際行銷通路。

截至目前，設計系林雨柔、蘇筱西之「2D3D 包」已商品化，銷售金額達 \$1,360 萬；設計系邱啟審之「flexible love (folding chair)」已商品化，行銷法國、西班牙等 15 個國家，銷售金額達 \$5,900 萬，並已被美國現代藝術博物館典藏展示。

1.3 數位內容創新加值

本計畫以數位內容加值為主要重點，計畫以五大向度，包含「文創研究」、「人才培育課程規劃推動」、「產品/服務開發」、「展演、競賽、論壇、活動」等。在此年度學生獲得了共 6 大項國際動畫設計競賽的獎項，為本次成果的重點產出。

文創研究以動畫設計專案執行為主，結合「數位典藏加值服務」的概念，與產業界合作，例如故宮博物館等，進行相關數位典藏合作的資訊轉換，並提供其文創研究應用產品化，與內容研究的產出，達到產學應用類別的文創國際研討會論文的產出。

在人才培育、課程規劃推動方面，目前以動畫、數位教育等相關教育為主，預期達到動畫人才培育共 40 人的推行目標。課程並與產業合作規劃，安排學生短期實習及個案探討，讓學生可以在研究階段得到更為全面的思考。學生亦積極參與交換學生課程與國際比賽，提供學生對於國際動畫作品的認知與學習，達到相關的成果。

在產品/服務開發方面，每年舉辦 2 次課程成果發表會，邀請各界觀摩比較。成果發表會可提供產業界與學校的合作機會，並且可提供雙方研擬相關專利產品授權的平台，以及人才的流通。

在展演、競賽、論壇、活動方面，每年參與一次新一代設計展；本校建築科技中心規劃之五樓設計動畫展場，受理約 300 人次外賓參訪；鼓勵學生參加國際競賽，已獲得不錯的成績與表現。專案教師陳彥廷亦因其得獎作品無數，發表了「設計獎道理」的研究書籍，將可作為學生參考理論。而在國際化方面，學生亦積極參與類似 iF communication, red dot, SIGGRAPH Computer Animation Festival、安錫動畫影展 (Festival d'Annecy)，金馬影展暨國際數位短片競賽，富川國際學生動畫影展 (Puchon International Student Animation Festival (PISAF)) 等影展，擴展國際視野，提升本系國際知名度，並達到國內設計社群對於台科大設計的高度肯定。

1.4 服務設計創新加值

為促進服務設計創新加值，特以傳統製造產業轉型為製造服務業為應用情境。本計畫分為服務產業人才培育與服務創新研究以及服務創意商品化整合量大工作項目。在服務產業人才培育，共開設 12 門課程及 1 次教育訓練；服務創新研究，共發表 5 篇 SSCI/SCI 國際期刊。而在服務創意商品化，協助正崙集團、日商 Epson、良興電子、HTC 魔力實驗室等傳統製造產業轉型為製造服務業並策略聯盟。

研究目標促成國內服務創新理論與應用的發展，希望能透過服務創新核心理論與技術的研發，進行三項工程：推動服務科學跨領域學程、育成創意創新創業人才、發展服務創新方法論。藉以培育服務創新人才，協助製造產業，運用服務創新科技、創新商業用模式，以提昇其服務價值。同時，藉由系統化的步驟，協助業者建立創新應用服務的成功典範。

2.領域（中心）延攬及培育優秀人才、研究團隊建立、與國內外相關學校、研究機構合作之成效

本校建立計畫推動與管考機制，篩選執行團隊與計畫，並成立「台灣科大創意設計中心」，聘任陳彥廷及邱珮華等優秀設計人才，邀請國外知名學者，並舉辦跨國工作坊等活動，其中聘請設計界權威 Henri

Christiaans 擔任特聘講座，其從事工業設計教學已 30 年，現為 Delft University of Technology 助理教授及設計研究期刊 (Journal of Design Research) 主編。相關人才培育措施透過整合設計學院、人文社會學院、管理學院以及教學資源中心來推動。

2.1 重要措施

2.1.1 開設跨領域學程：透過設置輔系及雙主修等機制，並規劃有 30 個跨領域學分學程及兩個學位學程。並已與臺師大、臺北市立教育大學等校簽訂交換選課、選讀學程、輔系及雙主修協定。並榮獲教育部跨科技問題解決導向課程計畫審查。每學年度修習各類跨領域學程者逐年增加，績效良好。

2.1.2 名家講座博雅通識：邀請國內外具有卓越聲譽的學者專家，以群體教學方式設計並講授高品質而「有縱度且深化」的通識教育講座課程，並與大型文化事業、傳播媒體、文教團體、出版事業等達成長期合作計畫，且敦聘知名作家及文化藝術工作者為駐校作家、駐校藝術家，合作開授名家系列講座；另有美術、攝影、地理、人文、設計...等多元藝文展覽不定時舉辦，提供有深度且豐富的美學饗宴。

2.1.3 多元文化欣賞：調整傳統的大一國文課程為兩個階層，第一個階層講究基本國語文能力，採用中文托福標準成就測驗工具與聽說讀寫四項國語文技能的培育課程。第二個階層則以文學經典來培養學生對豐富文化欣賞之能力，目前已經開授的課程包括：當代文學、流行文學、生活文學、世界類型小說、新詩散文、經史子集、詩詞曲賦、紅樓夢等。結合本校人文社會學科及設計學院文明與藝術史專長之教師協同規劃，並敦聘校內外教師共同開授「歷史與文化」、「歷史與人生」、「藝術史」、「設計史」、「建築史」、「科技發展史」等文明與藝術史方面的課程，協助學生瞭解、欣賞多元文化演進過程。

2.1.4 校園藝術饗宴：人文藝術教育可以培育學生處理複雜性與多元化的人類社會的能力、誘導及發展學生的創造力、提供學生對不同時地人類文明體驗。本校邀請雲門舞集 2 藝術駐校，敦聘林懷民為駐

校藝術家，開授「與雲門 2 共舞」通識課程，共開授 3 班，約 120 名學生選修，學生反應熱烈，未來將持續邀請駐校，並計畫加開進階班課程。另外，聘任陳麗芬、周文彬（音樂家）及林敏毅（雕塑家）擔任駐校藝術家，舉辦音樂藝文活動，開授公共藝術賞析等課程，提供音樂藝文饗宴。目前已在兩個學期期間，實施每週至少一次由駐校音樂家籌劃的「音樂名家演奏」、由駐校藝術家籌劃的「心靈與藝術美學」及「藝術與我」講座。

2.2 與國內外相關機構合作成效

2.2.1 國內研究機構合作：與資策會合作共同打造「服務創新與設計」人才，增設「服務創新與設計」MBA 課程，每年培育 15 名碩士生，期望培育學生回到工作崗位後，進行服務創新與設計，將商業流程最佳化，進而提昇對客戶的價值。課程以「服務創新與設計」為核心，首創以方法論為基礎之特色課程，採用資策會「服務體驗工程方法」(S.E.E.)，並邀集資策會在趨勢研究 (FIND)、服務價值鏈研究 (Innovation Net)、服務實證 (Design Lab) 及場域實證 (Living Zone) 各服務開發領域之專家教師，與國內外服務創新與設計之學者專家，共同以全球與多元觀點，孕育創新服務設計。

2.2.2 國內產業合作：包括與正崙集團共同創造「通路服務增值創新」：以提供「通路服務增值創新」的概念，協助正崙集團轉型 3C 通路之策略方向，將主要轉型資源投入 STUDIO A 蘋果專賣店，2011 年因 3C 通路佈局成功，集團營收成長率高達 43%，創下集團史上最高的年成長幅度。協助日商 Epson 臺灣分公司轉型：將 Epson 的影像網路平台連結 Epson 影像輸出領導廠商的形象，定位成為最豐富的影像內容提供者，重新塑造新舊核心競爭力的整合，以「硬包軟創新策略」（硬體與軟體及數位內容結合），產生綜效。參與良興電子轉型電子商務事業：發跡自實體通路的良興電子，在數位時代 2011 年網路人氣賣家 100 強調查中顯示，良興 EcLife 購物網名列第 8 強。由於 3C 商品毛利較低，因此從 2012 年也開始擴大產品種類，跨足日用品，同時推出 iphone 應用程式，方便會員隨時查詢紅利及購買資訊，以及發行 ipad

電子雜誌，取代原有的紙本 DM。足見該公司「虛實整合服務增值創新」之成效已顯現。

2.2.3 國外學術機構合作：與荷蘭艾恩德霍芬科技大學（Eindhoven University of Technology）建立學術合作，發展「創新科學」作為中長期發展標竿，透過建置「服務科學跨領域學程」的開放式學習平台，媒合跨領域服務創新與創意的校園內外師資，讓來自各種不同領域的產、學、研專家，依此建立連結、互動之後，一起教導學生，從創意方案到技術可行性和事業可行性的智能開發，為青年學子賦予新的生命力。

3.帶動學校整體發展之措施及成效

3.1 研發成果卓越

以蔡今中、林義貴、黃國禎等講座教授領導的人文社會研究團隊，在近年來有卓越成效，SSCI 論文成長超過 3 倍，並先後獲得多項榮譽。其中，蔡今中講座教授獲教育部人文社會類學術獎。蔡今中、林義貴、黃國禎等獲國科會傑出獎四人次。蔡孟蓉、侯惠澤、高宜敏三位老師獲國科會吳大猷獎。

3.2 建立專業倫理典範

本校長期開設「職業倫理」課程，內容以職業倫理、工程倫理、人際關係等主題為研討範圍。近年各院系亦開設「職場倫理」、「企業倫理」、「機械產業分析與工程倫理」、「材料產業分析與工程倫理」等課程，每年有約 300 人修習。未來將擴大邀請業界主管與專家開設職業倫理系列課程，並納入核心通識群組必選課程，透過實際案例強化學生專業倫理與人文素養，開設一系列職業倫理相關課程，包括倫理專業、智財權、專利、營業秘密與競業禁止等相關規定，以及管理層面的企業倫理理論與內涵、企業社會責任、倫理領導與倫理氣候等課程。進行方式除由專業教師講授外，亦邀請相關領域專家學者，透過實際案例對倫理議題進行探討，強化學生專業倫理責任並培養對社會與環境之關懷，進而培育科技與人文素養兼具的專業人才。

3.3 策略聯盟帶動鄰近發展

加強與鄰近人文藝術與社會見長的大學合作。邀請業界專家講座以協助學生建構科技、人文、產業的鏈結。邀請國際學者專家蒞校開設短期課程，擴大與國際知名大學展開教師互訪、交換學生、雙聯學制等合作關係。持續透過組織再造，開創更多跨領域整合機制，以提升教學研發。亦期望能透過各項策略聯盟、國際合作、校際合作與區域教學資源中心機制帶動鄰近大專校院共同發展。

3.4 創意設計突破：

近年師生在藝術創意設計領域表現優異，累積獲得 iF、red dot、SIGGRAPH、IDEA 等最重要國際級設計競賽超過 200 個獎項。2012 年德國 iF 大學參賽的總分排名，本校累積三年分數以 340 分穩居第一，2012 年有 5 件作品入選百大，居台灣的大學之冠，更連續兩年蟬聯 iF 的全球大學排名第一寶座，在文化創意產業領域扮演國內舉足輕重的角色。

3.5 數位學習突破

將技職教育研究所改名為數位學習與教育研究所，鎖定數位學習領域尖端突破。並由本校蔡今中講座教授所帶領的網路學習研發團隊在三年內爭取到政府補助計畫金額超過 6,000 萬。其研究成果不但在國內佔有舉足輕重的地位，且受國際矚目。自 2009 年 7 月起蔡今中教授獲聘為目前世界排名第一的數位學習國際期刊主編，奠定了台科大在數位學習研究領域的國際地位。

3.6 文學創作獲獎

本校人文社會學科張瀛太教授在最近幾年陸續完成古國琴人、熊兒悄聲對我說等著名小說，多次獲得台北國際書展文學類等大獎。

參、經費分配及執行情形

國立政治大學、臺灣師範大學及臺灣科技大學執行本計畫，100年度獲教育部核定經費為新臺幣 5,000 萬元，含經常門 4,000 萬元，資本門 1,000 萬元，經資門需求配置如表 1：

表 1：100 年度經資門需求配置		單位：新臺幣元	
門別	項目	金額	比例
經常門	召集學校行政業務費	800,000	1.6%
	國外差旅費	2,320,000	4.6%
	人事、業務費	36,880,000	73.8%
資本門	圖書、資料庫及儀器設備費	10,000,000	20.0%
總計		50,000,000	100.0%

100 年度總體經費執行情形率達 97.65%，剩餘經費將納入 101 年使用。剩餘經費中之 1,042,486 元屬已發生契約責任擬展期費用。

肆、現況問題及因應策略

政大、臺師大、臺科大三校已有繼續加強三校合作共識，未來將以「文創」為題，以人才培育為核心，共同推動三校跨校合作學分學程、三校學生文創社團等。前者以 101 學年度上學期開辦為目標，目前已建立三校聯絡窗口，並召開多次會議，針對簽署合作協約、課程規劃與開課分工，以及學生共同輔導機制等細節進行討論籌備；後者則預計於 101 年暑假合辦二梯次「夏日音樂營」。日後三校辦理與文創課題相關之學術活動或大型計畫亦將以開放三校人員共同參與為推動目標。

附表 1：重點領域自訂績效目標及分年目標值及 100 年實際值

工作類型	政大 (Commercialization)						
	實施策略	對照於圖 1 致力之區塊任務/鏈結能耐	5 年後總目標 (質/量化績效指標)	100 年預計目標值	100 年實際達成值	達成率	未達成之原因說明及改進策略
文創研究	產學合作文創田野研究	文創發展系統示意圖任一環節	編撰 10 個本土化個案教材、期刊和專書篇章與研究報告等約 53 篇、叢書 5 冊、文創電子資料庫	本土化個案教材：2 期刊、專書篇章與研究報告：10 叢書：1 文創電子資料庫平台：資料更新維護	本土化個案教材：10 期刊/會議論文：80 專書：4 冊 (進行中) 文創電子資料庫平台：已建置完成，後期持續資料更新維護	>100%	-
人才培育、課程規劃	建構創意教學與行動研究實驗平台：推動 X 書院	跨文化與科技元素之載具媒介開發、敘事能力	每年招收 50 名學生，逐年遞增成長至 200 名	X 書院招生：50 名	X 書院招生：47 名	97%	因第一次辦理，報名人數有限、基於「擇優不擇額」原則，錄取 47 名學生。有鑑於第一招生經驗與成果，第二屆招生情況定能達成目標
	規劃文創多元課程，培育跨領域產業人才	跨文化、敘事能力、經營能力、智財與授權、商業模式	跨領域課程累計開設 28 門	跨領域課程：2 門	開設文化創意產業相關課程：64 門	>100%	-
產品/服務開發 (微型創業)	產學合作文創田野研究：微型創業-公企中心創立方	輔導微型創業者具有創新服務與經營的能力，將產品/服務順利傳遞至市場消費端	媒合進駐廠商公企中心「創立方」30-40 件	-	產品/服務開發：7 件 微型創業：70 件	>100%	-
	產學合作文創田野研究：顧客體驗-IBM	服務流程設計	-	-	1. 服科中心開發完成世界第一個智慧會展服務系統 Orbi，並將服務科學研究運用	>100%	-

	服科中心				於實際商展，獲得高達八成使用者的認同，已於 100 年 7 月結案。 2.100 年 7 月以後輔導 WorkLohas Technology Co. 進行 Justaple 專案，此專案為網路服務系統，使用者可以將喜歡的網頁永久儲存，不僅使用者本身可以享用接收的資訊，也可以將此資訊分享給其他人。此專案獲得日本 2012 年亞洲企業精神獎(Asian Entrepreneurship Award 2012)		
展演、競賽、論壇活動 (國內社群推廣)	舉辦系列活動 散播文創種子：公企中心	實驗平台、經營能力、敘事能力、事業化	例如舉辦各項活動，推廣文創育成等概念 ◆ Mobil Monday ◆ Startup Weekend ◆ Idea Space ◆ D-Cafe ◆ D-School workshop ◆ 文創論壇 28 場	文創論壇：5	舉辦座談會及研討會：46 舉辦工作坊：19 舉辦講座及演講：41 舉辦展演與表演活動：15 舉辦競賽活動：1	>100%	-
國際學術論壇 (國際社群連結)	-	-	-	文創議題研討會：1	舉辦工作坊：3 舉辦研討會：1 演講及講座：19 協辦國際競賽：1 國際交流：2	>100%	-
環境基礎建設	-	-	互動媒體實驗室、傳播和資訊調查工作室、未來力研究室及其他必要之文創發展所需之教研實驗調查設備	5 年內完成建置與運作	建置互動媒體實驗室、未來力研究室	>100%	-

工作類型	台師大 (Creation)						
	實施策略	對照於圖 1 所致力之區塊任務 / 鏈結能耐	5 年後總目標 (質/ 量化績效指標)	100 年預計目標值	100 年實際達成值	達成率	未達成之原因說明及改進策略
文創研究	創新創意歷程分析與論文發表	-	研究報告 11 冊、會議論文 20 篇、期刊論文 12 篇、專書 6 冊、專書篇章 15 篇	研究報告 1 冊、會議論文 3 篇、期刊論文 1 篇、專書 0 冊、專書篇章 1 篇	研究報告 1 冊、會議論文 3 篇、期刊論文 1 篇、專書 0 冊、專書篇章 1 篇	100%	-
人才培育、課程規劃	精進科技藝術跨領域及文化創意課程	語文、藝術、科技、人文	跨領域課程數累計 5-8 門	開設跨領域課程 0 門	開設跨領域課程 0 門	100%	-
產品/服務開發 (微型創業)	科技與藝術文創產品開發	創意組合→實驗平台/創意市集	可累計產出約 11 件精緻人文藝術與文創商品、6 件產學合作或技轉	精緻人文藝術與文創商品產出 1 件、產學合作或技術移轉 0 件	精緻人文藝術與文創商品產出 3 件、產學合作或技術移轉 0 件	>100%	-
展演、競賽、論壇活動 (國內社群推廣)	科技藝術人文創意展演	文化藝術專業	五年累計舉辦 16 次成果發表會及展演活動、每年 1~2 次高規格展覽與表演活動	成果發表會及展演活動 2 次、高規格展覽與表演活動 1 次	成果發表會及展演活動 2 次、高規格展覽與表演活動 13 次	>100%	-
國際學術論壇 (國際社群連結)	建構國際與亞洲文化創意知識交換論壇	-	形成 4 個國際研究團隊	-	舉辦國際學術論壇 1 次	>100%	-
環境基礎建設	-	-	-	-	-	-	-

工作類型	台科大 (Production)						
	實施策略	對照於圖 1 所致力之區塊任務 / 鏈結能耐	5 年後總目標 (質/ 量化績效指標)	100 年預計目標值	100 年實際達成值	達成率	未達成之原因說明及改進策略
文創研究	文創產業樞紐計畫：市場趨勢研究	文創發展系統示意圖任一環節	發表國際期刊 100 篇、會議論文 100 篇、專書篇章 10 篇	國際期刊：20 篇 會議論文：20 篇 專書篇章：2 篇	國際期刊：34 篇 會議論文：39 篇 專書著作：7 件	>100%	-
人才培育、課程規劃	創意設計人才培育：II 型人才養成	跨領域人才	開設跨領域課程，逐年遞增成長至 250 名	招收修習跨領域學生 50 名	開設推動課程 2 門、服務科學創意設計課程新開 4 門及既有課程 5 門、培育跨領域學生 379 名、培育動畫人才 40 名、服務科學創意設計人才養成 607 名	>100%	-
產品/服務開發 (微型創業)	數位內容創新加值：推展 APP 微型應用程序	文化藝術專業 → 跨文化與科技元素之載具媒介開發 → 創意組合	數位內容創新加值 APP 與 Android 應用產品 40 件	數位內容創新加值 APP 與 Android 應用產品 6 件	開授手機程式及 APP 課程共 4 門課、完成 APP 12 件，部份已商品化	>100%	-
	服務設計創新加值：研究使用者經驗法則，提升服務品質	創新服務 → 商品化、事業化	每年提出研究報告 1 件，並舉行 1 場成果發表活動暨產學交流活動	提出研究報告 1 件 成果發表活動暨產學交流活動	提出研究報告 1 件 成果發表活動暨產學交流活動 13 場 協助正崙集團 2011 年營收持續成長	>100%	-
展演、競賽、論壇活動 (國內社群推廣)	-	-	國際競賽獎項可達 40 件	國際創意設計競賽獎 6 項	國際創意設計各項競賽獲獎數 10 件	>100%	-
國際學術論壇 (國際社群連結)	-	-	-	-	-	-	-
環境基礎建設	-	-	-	-	-	-	-

附表 2：「邁向頂尖大學計畫」推動人文社會領域卓越發展計畫經費使用情形

單位：元

「邁向頂尖大學計畫」補助經費收支結算表								
經費項目	教育部核定/撥付 金額 (A)		實支總額 (B)		已發生契約責任，擬 展期經費 (D)	未發生契約責任，納入 次年度計畫使用 (E)	備註	
經常門 (不含國外差旅)	37,680,000		37,385,188		1,042,486	-747,674	*係包含： 經常門業務費 39,257 元 經常門國外差旅費 73,681 元 資本門 20,331 元	
經常門—國外差旅費	2,320,000		1,459,388		0	860,612		
資本門	10,000,000		9,979,669		0	20,331		
總計	50,000,000		48,824,245		1,042,486	133,269*		
補助經費使用情形								
	資本門		經常門					合計
	購置圖書儀器	其他 (興建或改善 建築設施)	辦理國際學術 交流	延攬人才經費	編制內人員 加給	專案工作人員 薪資	其他	
經費	9,498,130	481,539	2,242,237	2,695,746	0	10,540,736	23,365,857	48,824,245
比例	19.45%	0.99%	4.59%	5.52%	0	21.59%	47.86%	100%