

美和科技大學



企業管理系

課程規範

課程名稱：

創意發想

中華民國 114 年 10 月制定

1. 課程基本資料：

科目名稱	中文	創意發想	
	英文	Creative Thinking	
適用學制	二年制專科	必選修	必
適用部別	進修部	學分數	2
適用系科別	夜二專企業管理科	學期/學年	1 學期
適用年級/班級	夜二專企二甲	先修科目或先備能力	無

2. 企業管理系目標培育人才

依據 UCAN 系統，本系以培育「專業職能」為目標。

專業職能	就業途徑	職能
	一般管理	A1-掌握企業營運與交易相關法規。 A2-分析經營環境、擬定經營策略與模式。 A3-擬定行銷計畫及業務流程。 A4-訂定生產流程與作業計畫。 A5-規劃並執行人力資源管理。 A6-進行財務分析與管理。 A7-進行新產品或服務的開發
	行銷管理	B1-擬定產品或服務策略，以回應市場的需求。 B2-擬定通路策略，以降低成本並發揮通路之最大效益。 B3-擬定價格以及調整價格，以追求利潤與顧客價值的最大化。 B4-擬訂與產品的服務以及形象相關的宣傳策略，以達到理想之效果。 B5-進行行銷管理以及例行作業和溝通，以確保與相關單位的溝通及作業順暢。

3. 課程對應之 UCAN 職能

課程	職能	專業職能 M	專業職能 A

創意發想	A7 進行新產品或服務的開發 B4-擬訂與產品的服務以及形象相關的宣傳策略，以達到理想之效果。	B1-擬定產品或服務策略，以回應市場的需求。
------	--	------------------------

註：M 表示課程內容須教授之「主要」相關職能 A 表示課程內容須教授之「次要」相關職能

4. 教學目標

本課程可以達到以下目標：

本課程旨在啟發學生的創意思維與創造能力，使其能靈活運用多元發想工具，提出具創意與實用性的構想。透過理論講授、實作演練與案例分析，培養學生觀察問題、激發創意、整合思維及提出創新解決方案的能力。課程並引導學生運用 AI 生成工具與設計思維方法，強化其在新產品開發與行銷企劃中的創造力與應用力，進而奠定企業管理與創新行銷的基礎能力。

5. 課程描述

5.1 課程說明

本課程以「創意思維」為核心，探討創意的理論基礎、發想方法與應用實務，內容涵蓋創造力的形成、創意思考模式、腦力激盪、SCAMPER 技法、心智圖法、設計思維及 AI 創意生成等主題。透過講授、分組討論與創意實作，培養學生在面對問題時能以開放思維進行多角度思考，並將創意具體化為可執行的企劃或產品構想，提升創新思維與實務應用能力。

5.2 課程綱要

本課程規劃內容綱要及課程設計養成之職能：

週次	課程內容規劃	課程設計養成之職能	時數
1	蒐集資料的創意方法介紹	M-A7	2
2	創意與創造力的基礎 1. 創意與創造力的定義 2. 創意的重要性 3. 創意的限制	M-A7	2

週次	課程內容規劃	課程設計養成之職能	時數
	4. 創意改變世界		
3	創意思維模式 1. 創意思維的特點 2. 左腦與右腦的功能 3. 發散性思維與收斂性思維 4. 水平思維與系統思維	M-A7	2
4	創意發想方法 1. 環境對創意的影響 2. 創意激發的技巧 3. 創意激發的工具 4. 創意激發圖表運用	M-A7	2
5	創意發想技法 1. 腦力激盪法 2. 六頂思考帽 3. SCAMPER 技法 4. 自由創意發想方法	M-A7、 B4 A-B1	2
6	創意發想技法 1. 心智圖法 2. 曼陀羅九宮格	M-A7	2
7	創意與 AI 生成 1. AI 生成對創意的影響 2. ChatGpt 與創意生成	M-A7	2
8	創意與 AI 生成 1. Gamma AI 簡報 2. 創意生成 Copilot	M-A7	2
9	期中作業報告	M-A7、 B4 A-B1	2
10	創意與設計思維 1. 設計思維的應用 2. 創意設計思維案例	M-A7、 B4 A-B1	2
11	問題解決與創意 1. 問題識別與定義 2. 創意解決問題 3. 創意解決問題步驟 4. 案例分析	M-A7、 B4 A-B1	2
12	創意與創新 1. 創意與創新的區別 2. 創新的類型	M-A7、 B4 A-B1	2

週次	課程內容規劃	課程設計養成之職能	時數
	3.創新管理 4.創意創新價值		
13	創意與文化 1.文化對創意的影響 2.跨文化創意 3.文化創意產品 4.文化創意產業	M-A7、 B4 A-B1	2
14	創意與科技 1.科技對創意的影響 2.創意科技的應用 3.未來科技趨勢	M-A7、 B4 A-B1	2
15	視覺創意發想 1.視覺創意的基本原理 2.視覺創意的表現形式 3.AI 生成創意視覺 4.廣告與創意	M-A7、 B4 A-B1	2
16	創意產業 1.創意產業的概念 2.創意產業的發展 3.創意產業的案例 4.創意產業與智慧財產權	M-A7、 B4 A-B1	2
17	創意與市場需求 1.市場調查與分析 2.創意產品的市場定位 3.創意產品的推廣策略 4.創意產品企劃案設計	M-A7、 B4 A-B1	2
18	期末作業報告	M-A7、 B4 A-B1	2

5.3 教學活動

- (1)面授：18週共36小時（含期中、期末作業發表）。針對各週主題，進行講授與個案討論，讓學生了解該章節表現的核心概念。
- (2)網路輔助教學：運用網路教學平台提供網路教材。內容包含教材、作業、師生互動、網路補充教材等。

6. 成績評量方式

- (1)期中考：30%，簡報作業

- (2)期末考：30%，簡報作業
- (3)平時成績：40%，包含出席率、上課表現、分組討論、課堂學習單等。
- (4)各項成績比率得由授課老師彈性決定。授課老師須於學期初向任教班級詳細說明成績計算方式並填入教學計畫表；必要時，授課老師得依學校成績計算相關規定調整，並公告週知，以免爭議。

7. 教學輔導

7.1 課業輔導/補救教學對象：

- (1)成績預警之學生：學習進度落後，以及期中作業和成績低於 60 分的同學依「美和科技大學學生課業及考照輔導辦法」，配合教師發展中心、成績預警制度進行輔導。
- (2)成績欠佳之學生：凡學習成效不佳、動機不強之學生，除特別提醒外並安排於課輔時間了解原因並輔導，同時強化學生於報告及討論等平時成績的參與及重視。
- (3)有特別學習需求之學生：因其他特殊學習需求，學生有個別需要深入瞭解本科目更深入的學習內容、特殊主題或進階應用有興趣者。

7.2 課業輔導/補救教學之實施

課業輔導/補救教學之實施方式，採下列方式進行：

- (1)分組互助教學：建立小組同儕學習制度，將學生予以分組，並於每組中安排成績優異的學生擔任組長，以隨時協助成績欠佳學生跟上學習進度，並可借此形成互相觀摩學習的讀書風氣。
- (2)課後輔導：由授課教師於課輔時間（Office Hours），幫助成績欠佳或有特別學習需求之學生，進行課後輔導。
- (3)補救教學：授課教師額外指定成績欠佳學生，進行課後作業練習，使其能在不斷的練習中獲得進步。

7.3 課業輔導/補救教學時間與聯絡方式

- ◆ 輔導時間：授課老師安排
- ◆ 輔導老師聯繫方式：

(1). 授課教師手機：

(2). 授課教師：

(3). 教師研究室：