

教育部顧問室人文教育革新中綱計畫

人文數位教學計畫

數位內容與創新教學應用專業學程

期 末 報 告

補 助 單 位：教育部

指 導 單 位：人文數位教學計畫辦公室

執 行 單 位：國立臺灣師範大學圖書資訊學研究所

計畫主持人：陳昭珍 教授

執 行 期 程：97 年 8 月 1 日至 98 年 7 月 31 日

98 年 7 月 31 日

目次

一、 學程內容	1
(一)、 核心理念	1
(二)、 學程目標	2
(三)、 課程規劃重點	3
(四)、 課程架構與課表	5
二、 執行成果摘要	8
(一)、 開設課程	8
(二)、 各課程執行成果摘要	8
三、 學程成果介紹	16
(一)、 培育創意數位內容產業人才	16
(二)、 開設數位內容行銷系列專題講座	18
(三)、 邀請海外學者舉辦學術演講	21
(四)、 各課程舉辦相關專題演講	22
(五)、 科技結合人文之學生作品成果	24
(六)、 結合 Bb 教學平台優勢整合課程	37
(七)、 體貼用心的學習輔導支援	38
四、 經費運用情形	39
(一)、 學校配合款	39
(二)、 經費運用情形一覽表(至 98 年 7 月 28 日)	40
五、 課程目標達成情況	40
(一)、 數位內容行銷研究	40
(二)、 數位內容與歷史教學	41
(三)、 數位影像處理	42
(四)、 專題實作	43

六、 面臨問題與因應措施.....	43
七、 後續課程構想與進度規劃.....	44
八、 結論.....	45
九、 附錄.....	46

附錄一：教學參考資料

附錄二：教學意見調查表

附錄三：數位化成果產出清單

附錄四：97 學年度下學期課程大綱

一、學程內容

(一)、核心理念

數位內容產業具有發展知識經濟與數位經濟之指標意義，也是各國提升國家競爭力之基礎。近年來，臺灣數位內容產業在政府積極推動下，持續成長。自 2002 年推動第一期「加強數位內容產業發展推動方案」以來，數位內容產業產值持續提升，成效良好。因此政府隨後制定第二期(2007-2011)年推動方案，希望促進內需市場發展與跨領域合作。預計 2011 年，臺灣數位內容產業總產值將達 6,000 億，而臺灣也將成為數位內容創新應用的國家。

為提升數位內容產業之發展，培育數位內容產業所需人才是最基本要務。而數位內容產業所需人才相當多元，包括如數位科技應用、網路多媒體製作、數位內容設計、行銷策略規劃等。就目前臺灣發展現況，具有個別專長之人才並不匱乏，較欠缺的是具備整合應用能力的人才，例如同時兼具數位技術與內容應用能力的人才，其需求就極為殷切。

基於上述理念，國立臺灣師範大學圖書資訊學研究所（以下簡稱本所）於 2007 年設立「數位內容與創新教學應用專業」學程，期望結合本所在內容管理之專業知識，與本校各系所在教育領域之優勢，共同培育兼具數位技術與創新教學能力之人才。過去幾年，本所與校內各系所有多項數位內容合作計畫進行，包括如音樂學院民族音樂研究所（與本所合作音樂資料數位典藏）、藝術學院美術系（與本所合作美術資料數位典藏）、科技學院圖文傳播學系（與本所合作數位典藏拍攝）等。而在此基礎上，本所設立之學程，除持續與校內系所合作（包括文學院之國文系及歷史系），更進一步朝向跨校及跨國合作教學。例如本學程與交通大學數位圖書資訊學程進行師資合作，也邀請到臺灣藝術大學多媒體動畫藝術系主任鐘世凱教授擔任授課教師，及美國 University of North Carolina - Pembroke 數位內容學院院長 John Antoine Labadie 至本學程擔任客座教授。本學程積極整合跨領域教學資源，以提供學生更多元之師資及課程訓練。本學程成立近兩年，共有 13 位教師開設 21 門課程，並邀請到 59 位學界及業界專家學者演

講。而修課同學之背景多元，有來自教育學院、文學院、科技學院、僑教學院、藝術學院、體育學院，人數已超過 80 人，並舉辦 5 場成果展。綜合上述，本學程促進了跨領域與跨校之合作教學機制，也提供學生多元開放的學習機會，對於培育數位內容與創新教學人才，已有初步成效。

本學程將持續透過各領域師資的結合、不同專業背景學生的融入、及創新教學的實踐與提倡，以人文與科技並進的理念，進一步培育學生，使之成為兼具數位技術與創新教學能力之數位內容應用人才。

(二)、學程目標

本學程提供數位內容相關課程，透過數位學習資源與專業師資，讓學習者具備素材數位化、典藏管理、數位創作的概念和基礎技能，進而靈活運用於創意加值、教學教材設計之多方位人才。首先希望同學可透過對數位內容產業之介紹，產生基礎的了解，如掌握各類素材，了解各類素材之數位化與加值應用之過程；第二，期望同學可學習各種新興教學模式，如虛擬教室、協同教學等，以利學習教材之製作；第三，學習實際加值應用之技能，及數位典藏技術，如電子書製作、XML 技術等；最後，透過結合智慧財產權、數位內容行銷等課程，學習如何將數位內容銷售至市場，產生更大的價值。圖 1 為本學程之概念圖：



根據上述之學程概念，學程之具體目標如下列七大點：

1. 培育數位內容產業之設計與整合人才，讓有意投身於數位內容產業之大學學生及研究生了解內容創作及擁有數位技術之知能。
2. 透過數位典藏內容的應用改善現有的教學方式，建立創新的數位學習模式，並藉此推廣數位教學理念。
3. 培育數位內容應用於創新教學之種子教師，讓將來欲從事教職，或是任教於國高中人文藝術教育領域之學生具備開發創新教材之能力，或使其畢業後能取得「教學設計師」等專業證照。
4. 推廣數位典藏應用於教學情境，讓大學教授及人文藝術領域學生更熟悉數位典藏內容的應用。
5. 整合不同領域的教學資源，建立跨校、跨國合作模式，提升學生國際競爭力，且透過跨領域的課程設計與師資合作，建立數位協同教學模式。
6. 結合學生專業背景，培育其專業內容數位典藏、數位設計能力。
7. 人文藝術教育結合科技新知、數位內容、創新教學，建構人文數位學習之全新視野與體驗。

(三)、課程規劃重點

希望藉由人文藝術教育結合科技新知、數位內容、創新教學，建構人文數位學習的全新視野與體驗，以及培育數位內容產業之整合人才，讓有意投身於數位內容產業之大學學生了解內容創作及擁有數位技術之知能。因此學程以數位內容創作、跨領域協同教學、數位典藏應用、創新教學模式四面向為主要課程規劃重點，以達成人文數位學習之教學目標如圖 2，以下分項說明：



圖 2 課程規劃重點

■ 數位內容創作

- 結合數位內容的應用，提升學生創新教學與數位教材創作的能力。
- 結合學生專業背景，培育其專業內容數位典藏及數位內容設計能力。

■ 跨領域協同教學

- 整合不同領域的教學資源，透過跨領域的課程設計與師資合作，建立數位協同教學模式。
- 建立跨校系統合作模式。

■ 數位典藏應用

- 培育優秀的數位教學人才，進而提升中小學學生的數位典藏應用能力與網路學習素養。
- 推廣數位典藏於教學情境之應用，讓大學教授及人文藝術領域學生更熟悉數位典藏相關內涵。

■ 創新教學模式

- 透過數位典藏內容的應用改善現有的教學方式，建立創新的數位學習模式，並藉此推廣數位教學理念。

- 培育數位內容應用於創新教學之教師，使將來欲從事教職，或是任教於國
高中人文藝術教育領域之學生具備開發創新教材之能力，或使其畢業後能
取得「教學設計師」等專業證照。

(四)、課程架構與課表

本學程之課程分為基礎課程、內容數位化課程、數位典藏內容與人文藝術教育課程、數位內容創作、數位內容管理課程、數位教學設計課程、數位出版課程，專題實作課程，內容涵蓋理論概述、實務應用、專題創作等範疇。課程架構如圖3，課程內容如表1。

表 1 數位內容與創新教學應用專業學程課程表

課程類別		課程名稱	必/選修
基礎課程	基礎課程	數位內容與創新教學應用概論	必修
		資料數位化與加值應用設計	必修
進階課程	數位內容與人文藝術教育課程	數位內容與藝術教學	必修 (3 選 1)
		數位內容與歷史教學	
		數位內容與語文教學	
	數位內容創作	數位影像處理	必修
		聲音及動畫多媒體設計	必修
	數位出版課程	數位出版與數位發行	選修
		數位出版技術	選修
	數位教學設計課程	數位學習研究	選修
		學習素材設計與製作	選修
	數位內容管理課程	數位典藏與數位圖書館研究	選修
		網路技術研究	選修

		資訊檢索研究	選修
		數位內容行銷研究	選修
		智慧財產權研究	選修
實作課程	專題實作	專題實作	必修

本學程為兩年制課程設計，目前已執行至第二年，共開設 15 門課，整體課程架構及每學期開課情形如下：

學期	科目名稱	授課教師	備註
96(上)	數位內容與創新教學應用概論	陳昭珍	本校圖資所專任教授
	數位內容與藝術教學	林達隆	本校美術系專任副教授
	網路技術研究	謝建成	本校圖資所專任副教授
	智慧財產權研究	張孟元	金管會資訊處處長
	數位學習研究	吳美美	本校圖資所專任教授
96(下)	資料數位化與加值應用設計	邱銘心	本校圖資所專任助理教授
	數位內容與語文教學	羅凡晷	本校國文系專任助理教授
	數位影像處理	John Antoine Labadie	美國北卡羅來那大學數位藝術學程主任
	學習素材與製作	John Antoine Labadie	美國北卡羅來那大學數位藝術學程主任
	資訊檢索研究	曾元顯	本校資訊中心研究員
97(上)	數位內容與創新教學應用概論	陳昭珍	本校圖資所專任教授

	數位內容與藝術教學	林達隆	本校美術系專任副教授
	聲音及動畫多媒體設計	謝建成	本校圖資所專任副教授
	網路技術研究	謝建成	本校圖資所專任副教授
	智慧財產權研究	張孟元	金管會資訊管理處處長
97(下)	數位影像處理	鐘世凱	臺灣藝術大學多媒體動畫藝術系主任
	數位內容行銷研究	卜小蝶	本校圖資所專任教授
	數位內容與歷史教學	吳志鏗	本校歷史系副教授
	專題實作	柯皓仁	交通大學圖書館副館長

二、執行成果摘要

(一)、開設課程

科目名稱	全/ 半	必/ 選	學 分	時 數	時間	任課 教師	選修 人數
數位內容行銷研究	半	選	3	3	星期五 09:10-12:00	卜小蝶	34
數位內容與歷史教學	半	必	3	3	星期五 13:10-16:00	吳志鏗	17
數位影像處理	半	必	3	3	星期三 18:30-21:15	鐘世凱	42
專題實作	半	必	3	3	星期四 13:10-16:00	柯皓仁	11

(二)、各課程執行成果摘要

1. 數位內容行銷研究

項目	內容
每週主題 概要	第一週：課程概述 第二週：數位行銷基本概念 第三週：數位行銷趨勢 第四週：數位行銷研究 第五週：網站設計與使用者體驗 第六週：網路行銷工具 I-網路廣告、關鍵字行銷 第七週：網路行銷工具 II-搜尋引擎優化(SEO)、e-mail 行銷、電子報行銷 第八週：網路行銷工具 III-Google Analytics、AdWord、Adsense 第九週：期中報告

	第十週：網路行銷成效評估(CRM &KPI) 第十一週：數位文化行銷 第十二週：數位音樂行銷 第十三週：網路拍賣行銷 第十四週：數位出版行銷 第十五週：部落格行銷 第十六週：參訪活動-台灣 google 第十七週：期末專題報告 第十八週：期末專題報告
參考書目 或指定閱讀	Kent, W., & Ian, F. (2008)。數位行銷：新時代行銷人的必修課。台北市：天下雜誌出版。 Judy S., Adel E., & Raymond F (2008)。網路行銷概論。台北市：華泰文化。 王志平 (2008)。網路行銷導論。台北市：全華科技。
修課人數	34 人
成績評量	1. 期中報告：網路行銷創意比賽 (30%) 2. 心得報告 (30%) 3. 期末報告：網路行銷個案研究 (30%) 4. 課程參與 (10%)
人員與相關活動	1. 設有 TA 一名，提供課業協助。 2. 舉辦數位內容行銷系列講座，邀請知名業界人士說明行銷個案、分享實戰經驗。 3. 鼓勵同學參加 4A YAHOO!行銷創意競賽，全班共有 12 組分別參加「學生網路廣告獎」與「最佳學生網路行銷創意獎」。
設備使用	使用本校數位學習平台(Blackboard)，以利管理課程進度，公佈課程大綱、每週參考資料、課程資料，並將相關學習資源收錄於此，以

	供同學利用及參考，另外此平台為一互動平台，同學們可於此進行討論，授課老師及 TA 可進行個人化教學，除上課時間外仍可利用此平台促進學習之效果。
整體成效	本課程透過一連串的實用演講，要求同學應用於 4A YAHOO!行銷創意競賽，除了知識上的吸收外，在應用知識的過程中，更可以了解到實際操作上的困難及技巧，經過每週的討論、修正，到最後的參賽結果，同學們表示收穫很大，學習不在只是空泛的知識，透過實作的成果，使學生擁有較大的學習成就感。

2. 數位內容與歷史教學

項目	內容
每週主題 概要	第一週：課程簡介/數位學習、歷史教學、評量 第二週：介紹六大學習網課程服務平台 第三週：網站的搜尋與利用 第四週：歷史教材的數位化 第五週：電子書與歷史教學 第六週：電子書設計與製作流程 第七週：電子書創作與分享 第八週：動畫與歷史教學 第九週：歷史動畫設計與製作流程 第十週：歷史動畫創作概念與分享 第十一週：歷史電子教學地圖 第十二週：數位歷史地圖的製作流程 第十三週：數位歷史地圖資料收集與分享 第十四週：數位遊戲與歷史教學 第十五週：歷史情境動畫遊戲創作 第十六週：動畫遊戲創作概念分享

	第十七週：期末報告與心得分享 第十八週：期末報告與心得分享
參考書目或 指定閱讀	教育部六大學習網入口網站。上網日期：2009 年 2 月 22 日。網址： http://learning.edu.tw/sixnet/index.php 陳昭珍(民 88，10 月)。地方文獻電子化問題與實作。書苑季刊，42，1-19。 陳昭珍(民 88 年，12 月)。打造台灣的回憶。台北市立圖書館館訊，17(2)。 江世豪、郭重吉(民 93，12 月)。以認知腳本詮釋國一學生從事科學學習活動的知覺之初探。科學教育學刊，12(4)，445-468。 余泰魁(民 96)。科技媒介學習環境之學習成效比較研究。教育心理學報，39(1)，69-90。 林紀慧(民 88)。電腦超媒體主題註解與使用時機對國小學生歷史思考學習的作用分析。新竹師院學報，12，141-163。 王鼎銘(民 86，4 月)。動畫影像科技在教育上之應用及未來發展。資訊與教育雜誌，58，24-28。 江天健(民 88，4 月)。電腦光碟軟體與歷史學習環境—以美國發展經驗為例。教學科技與媒體，44，36-46。 江天健(民 88，6 月)。電子佈告欄輔助歷史教學—以中國歷史專題討論課程為例。國立新竹師範學院社會科教育學報，2，75-102。 江天健(民 87，4 月)。西洋歷史教學的電腦資訊介紹。人文及社會學科教學通訊，8(6)，186-207。 蔡俊傑(民 83)。電腦輔助教學的理論與實務，師友月刊，319，9-12。 朱彩馨(民 90)。以科技中介架構探討線上學習成效之詮釋研究。中山大學資管系博士論文。

	吳志鏗(民 98, 2 月)。網站輔助歷史學習的理念與實際。歷史教學，14。
修課人數	17 人
成績評量	1. 出缺席及學習互動，在 Bb 教學平台上每週撰寫作業進度，並將成果上傳。25% 2. 作業：分組完成動畫、地圖、遊戲的創作概念、腳本、學習指引及學習單。配分概念占 25%、腳本 25%、學習單 25%。(共占學期成績 75%。其得分由同學互評占 50%，教師 50%)
人員與相關活動	1. 設有 TA 一位，為台灣史研究所碩士生。 2. 錄製數位教材共 12 堂課。 3. 辦理兩場專題演講，分別為「教育部教學資源與課程服務之創意教學應用」及「教學動畫製作流程」。
設備使用	數位教材錄製專用電腦、數位攝影機及收音麥克風。
總體成效	從教學教案的設計至歷史教學地圖的完成，本課程強調學生需具備獨立完成教學教案設計及可利用於歷史教學之電子地圖，教學教案包含：學習指引、學習單及學習評量等，電子地圖則需包含一個單元之完整歷史知識，本堂課之學生大部分為文學院學生，以後將成為國高中教師，因此將科技融入於教學為本課程之重點，同學們體驗了與以往較為不同的課程訓練與作業練習，相信有助於日後教學設計之發想。

3. 數位影像處理

項目	內容
----	----

每週主題概要	第一週：課程介紹與說明 第二週：數位影像(一) 第三週：數位影像(二) 第四週：數位影像(三) 第五週：數位影像處理基本觀念 第六週：影像處理軟體介紹 第七週：影像的調整與編輯(一) 第八週：影像的調整與編輯(二) 第九週：影像的調整與編輯(三) 第十週：影像的調整與編輯(四) 第十一週：圖層與色彩應用(一) 第十二週：圖層與色彩應用(二) 第十三週：圖層與色彩應用(三) 第十四週：特效文字與效果製作(一) 第十五週：特效文字與效果製作(二) 第十六週：數位影像資料的管理與儲存(一) 第十七週：數位影像資料的管理與儲存(二) 第十八週：成果發表與檢討
參考書目或指定閱讀	Pratt, W.K. (1991). <i>Digital Image Processing</i>. John Wiley. Websites related to Digital Image Processing.
修課人數	42 人
成績評量	1. 課堂講授及電腦作業，期中作業 40% 2. 期末作業 40% 3. 課程參與 20%。
人員與相關活動	設有 TA 一位，為台灣藝術大學多媒體藝術系碩士生，熟悉各種相關影像軟體之操作，有利於課後輔導同學。
設備使用	數位照相機

總體成效	本課程前階段著重於基本軟體技術之學習，後階段則是注重作品之思維與創作，不僅訓練科技應用能力，更重視對於影像設計之美感訓練，透過欣賞大師作品及同學老師間的對話，希望激盪出不同創意之作品。
------	--

4. 專題實作

項目	內容
每週主題概要	第一週：課程介紹、數位典藏內容選擇與建置(一) 第二週：數位典藏內容選擇與建置(二)、構想書與相關文件說明 第三週：分組討論(一)：構想說明 第四週：期初報告 第五週：專題實作(一) 第六週：專題實作(二) 第七週：構想書報告(校內外老師講評) 第八週：專題實作(三) 第九週：分組討論(二) 第十週：分組討論(三) 第十一週：期中報告(一) 第十二週：期中報告(二) 第十三週：分組討論(四) 第十四週：分組討論(五) 第十五週：專題實作(四) 第十六週：期末報告(一) 第十七週：期末報告(二) 第十八週：成果展示

參考書目或指定閱讀	楊英風數位美術館http://yuyuyang.e-lib.nctu.edu.tw/ 浩然藝文數位博物館 http://folkartist.e-lib.nctu.edu.tw/ 浩然藝文原稿特藏室http://folkartist.e-lib.nctu.edu.tw/collection/
修課人數	11 人
成績評量	本課程將以同學實作、報告為主，老師扮演指導的角色。採分組方式進行。以臺灣師範大學、國立交通大學所擁有的數位內容，或數位典藏與數位學習國家型科技計畫的典藏品為標的，發展加值或與創新教學相關的應用或系統。
人員與相關活動	設有 TA 一位，為圖書資訊學研究所碩士生，專長為網站製作，以利指導同學架設、製作數位典藏專題網站。
設備使用	數位相機、數位攝影機、錄音設備
總體成效	此課程主要要求同學之實作能力，因此課程方向以同學實作一數位典藏網站為主要目標，除了共同上課之外，每周與教師個別小組討論其專題進度、困難，於期末時共製作出三個數位典藏網站：愛蓮說、臺灣八景、呦呦~來去農村-楊英風數位典藏，並舉辦成果展，邀請各界人士批評與指教。

三、學程成果介紹

97 學年度上學期學程成果共有五大項特色：(一)、培育創意數位內容產業人才；(二)、開設數位內容行銷系列專題講座；(三)、邀請海外學者舉辦學術演講；(四)、各課城舉辦相關專題演講；(五)、科技結合人文之學生作品成果；(六)、結合數位學習平台優勢整合課程；(七)、體貼用心的學習支援，以下分項敘述之。

(一)、培育創意數位內容產業人才

本學期持續進行招生，連同前兩屆學生共 108 人，其中已有 5 位同學修畢課程獲得學程證書。本學期共招收 42 位學生，學生來自不同學院，包含文學院、科技學院、國際與僑教學院、教育學院、運動管理學院，年級以一年級最多有 25 人，二年級 13 人，三年級 2 位，碩士班 2 位。

- 文學院：國文系 8 人、歷史系 1 人。
- 科技學院：工業科技教育學系 3 人、工業教育學系 3 人、工業教育所 1 人、圖文傳播學系 1 人。
- 國際與僑教學院：應用華語系 6 人
- 教育學院：公民教育與活動領導學系 2 人、社會教育所 1 人、社會教育學系 10 人、特殊教育學系 1 人、健康促進與衛生教育學系 1 人、教育系 1 人。
- 運動管理學院：體育系 1 人。

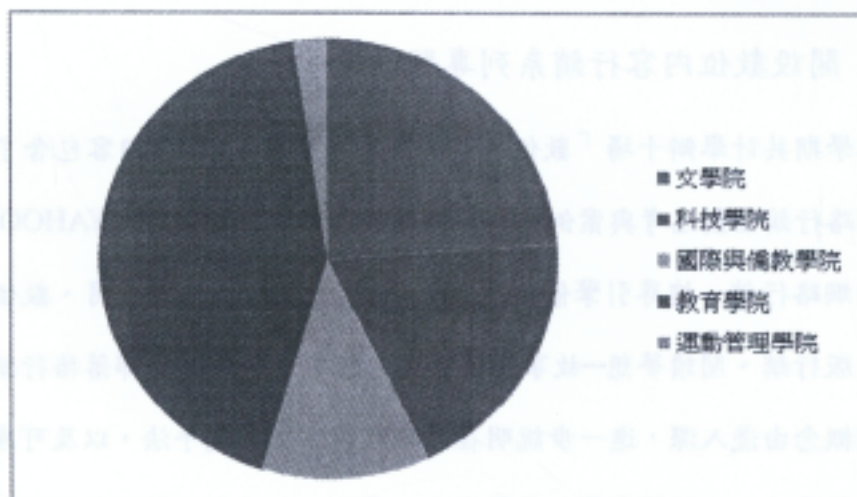


圖 3 第三屆學生學院分佈圖

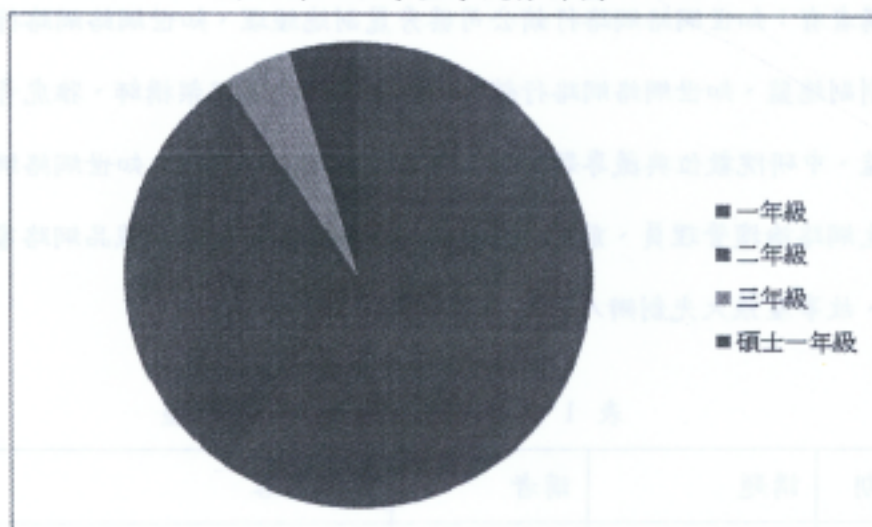


圖 4 第三屆學生年級分佈圖

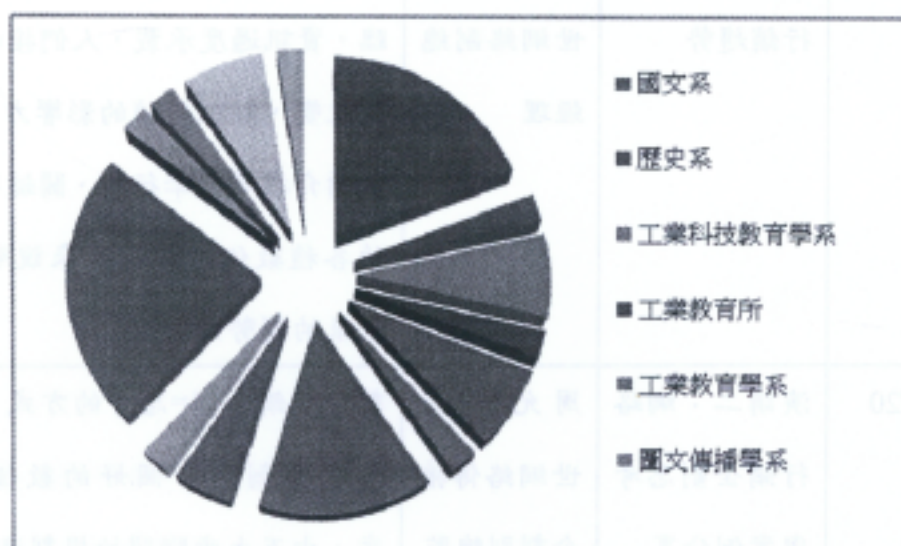


圖 5 第三屆學生科系分佈圖

(二)、開設數位內容行銷系列專題講座

本學期共計舉辦十場「數位內容行銷專題講座」，講座內容包含了數位行銷趨勢、網路行銷企劃思考與案例分享、網站設計與使用者體驗、YAHOO!後電視廣告時代的網路行銷、搜尋引擎優化(SEO)、網路行銷分析工具應用、數位文化行銷、數位出版行銷、閱讀夢想—故事屋的故事、您不可不知道的部落格行銷等等。從數位行銷概念由淺入深，進一步說明在網路環境下之行銷手法，以及可應用哪些行銷工具，另外，也以不同產業之業界人士之案例、觀點對於數位行銷進行剖析。邀請之演講者有：知世網絡網路行銷公司蔡秀麗副總經理、知世網絡網路行銷公司周允玉企劃副總監、知世網絡網路行銷公司陳啟亮網站資訊架構師、雅虎奇摩劉文硯客戶總監、中研院數位典藏專題開發與介面設計賴國峰助理、知世網絡網路行銷公司陳文生網路論壇管理員、前 Crossing Art 郭佩宜展覽企劃、誠品網路書店薛良凱營運長、故事屋張大光創辦人。

表 1 數位內容行銷系列專題講座

日期	講題	講者	講座內容
3/13	演講一：數位行銷趨勢	蔡秀麗 / 知世網絡副總經理	行銷變革-數位新力量，數位時代的來臨，資訊過度承載，人們接收資訊的管道改變，數位行銷的影響力不可小覷，由簡介搜尋引擎行銷、關鍵字廣告等等的各種數位行銷模式來說明數位行銷未來的趨勢走向。
3/20	演講二：網路行銷企劃思考與案例分享	周允玉 / 知世網絡傳播企劃副總監	數位行銷企劃=思考的方式。介紹如何思考及創作一個好的數位行銷企劃案，由五大步驟開始規劃進行：1.確定目標、2.市場分析、3.顧客分析、4.溝通

			策略、5.數位行銷策略。
3/27	演講三：網站設計與使用者體驗	陳啟亮 / 知世網絡網站資訊架構師	說明使用者、使用者需求、資訊與資料之間的關係，藉由網站設計的案例分享以及由使用者角度觀看切入，與同學們分析怎麼樣的網站設計才是好的，與使用者最無距離的。
4/3	演講四：YAHOO! 後電視廣告時代的網路行銷	劉文硯 / 雅虎奇摩客戶總監	不斷進化再進化的吸睛廣告，攻陷你錢包的最後一道防線。消費者媒體使用行為的驟變，千變萬化的廣告新型態剖析，忍不住想試著輸入的關鍵字，不知不覺就陷入的社群行銷，網路媒體最前線的案例分享。
4/10	演講五：搜尋引擎優化(SEO)	賴國峰 / 中研院數位典藏專題開發與介面設計技術助理	Search Engine Marketing, SEM 是利用搜尋引擎來進行網路行銷的行銷方式。本講座講述如何進行搜尋引擎行銷，以及如何實際操作搜尋引擎優化(Search Engine Optimization)，如優化界面內容、網站架構等。
4/17	演講六：網路行銷分析工具應用	陳文生 / 知世網絡網路論壇管理員	介紹目前網路行銷分析工具，說明如何分析網路行銷成效的方法、概念、架構等，以及身為網路論壇管理員如何評鑑網路行銷成效。
5/8	演講七：數位文化行銷	郭佩宜 / 前 Crossing Art 展覽企劃	透過協辦過藝術展覽的企劃，由辦展的觀點分享其企劃經驗以及有哪些行銷方法可以使用，進一步說明如何制定宣

			傳策略、實行行銷步驟，將可達其最大成效。
5/15	演講八：數位出版行銷	薛良凱 / 誠品網路書店營運長	從經營網路書店談數位出版行銷，如果在出版業一片不景氣中，找出新的出路，市場對於數位出版目前接受的程度，以及數位出版行銷帶來什麼樣新的創意與商機。
5/22	演講九：閱讀夢想—故事屋的故事	張大光 / 故事屋創辦人	張大光先生為故事屋創辦人，本次演講主要說明創辦故事屋的心路歷程，以及如何行銷故事屋。
6/6	演講十：您不可不知道的部落格行銷	劉玲君 / 部落格觀察發言人	先從個人部落格介紹、一些知名部落格介紹說起，接下來說明部落格行銷的目的、如何進行病毒式傳播、口碑行銷、何謂群眾智慧及如何應用、部落格行銷的特徵，以及新名詞的出現：眼球經濟、社群經濟、感性經濟、第二人生經濟，最後以部落格行銷之於傳統行銷做為總結。



國立臺灣師範大學圖書館學研究所
GRADUATE INSTITUTE OF LIBRARY & INFORMATION STUDIES, NTNU

97學年度 數位內容行銷系列演講 Digital Marketing Invited Talks

★ 演講日程表：

日期	時間	地點	演講主題	演講者
3/13(五)	9:10-11:00	教104	數位行銷趨勢	知世網絡傳播企劃總監-蔡秀蘭
3/26(五)	9:10-11:00	教104	數位行銷研究	知世網絡傳播企劃總監-周光玉
3/27(五)	9:10-11:00	教104	網站設計與使用者體驗	知世網絡傳播企劃總監-陳偉堯
4/03(五)	13:10-15:00	第一會議室	網路廣告與關鍵字行銷	Yahoo! 搜尋客戶總監-劉文斌
4/10(五)	9:10-12:00	教104	搜尋引擎優化(SEO)	數位內容與數位學習網路建置技術助理-魏錦輝
4/17(五)	9:10-12:00	教104	網路行銷分析工具應用	網路論壇管理員-陳文生
5/06(五)	9:10-11:00	教104	網路行銷成效評估	知世網絡傳播企劃總監-周光玉
5/15(五)	9:10-12:00	教104	數位文化行銷	前Crossing Art展覽企劃-郭麗宜
5/22(五)	9:10-11:00	教104	數位出版行銷	誠品網路書店營運長-許良凱
5/25(五)	9:10-11:00	教104	部落格行銷	部落格經營負責人-劉祐君

數位內容與創新教學應用學程

<http://www.glis.ntnu.edu.tw/blog/index.php>

主辦單位：國立臺灣師範大學圖書館學研究所
日期：2008.3.13 - 2008.5.25
地點：國立臺灣師範大學圖書館02室及01樓
聯絡電話：(02) 2221-3668 # 11
聯絡地址：台北市大龍橋七甲路一段124-1號 4067 臺大博
學行政組 <http://www.glis.ntnu.edu.tw/blog/index.php>

圖 6 數位內容行銷系列專題講座海報

(三)、邀請海外學者舉辦學術演講

從淺入深的學術演講，讓同學可進一步了解相關領域的知識。本學期舉辦了「數位圖書館評鑑：評鑑指標、方法與挑戰」專題討論會，舉辦時間於 98 年 5 月 13 日 9:00-16:30，參加人數約 120 人。本次專題討論會邀請解紅教授(Professor Iris Xie)來引言及分享個人研究經驗，解紅教授目前任教於美國威斯康辛大學密爾瓦基分校資訊學院 (School of Information Studies, University of Wisconsin - Milwaukee)，研究專長於數位圖書館評鑑及使用者研究，其研究表現傑出，自

1998 年於美國新澤西州羅格斯大學傳播資訊暨圖書館學 (School of Communication, Information and Library Studies, Rutgers University) 博士畢業後，十年來已發表超過百餘篇之學術論文，因此於 2006 年曾獲選為美國圖資領域研究人員之研究產能傑出獎，並在 ISI 引文索引資料中 (1999-2004)，名列圖資領域排名前 3% 之研究人員。此次專題研討將介紹數位圖書館評鑑中的重要核心議題，包括評鑑指標之建構、評鑑方法之實施、相關實證研究結果及未來研究方向等，對於關心數位圖書館相關研究的師生及同道，除獲取重要知識概念及瞭解最新發展趨勢外，也將有機會與講者進行更深入的互動。



圖 7 專題討論會實況

(四)、各課程舉辦相關專題演講

本學期「數位內容與歷史教學」、「專題實作」各舉辦兩場專題演講，以加強輔助學生製作期末作業。「數位內容與歷史教學」特地邀請虎尾科技大學蘇暉凱教授講授「教育部教學資源語課程服務之創意教學應用」，以及天王星多媒體公司蘇曼珍專案經理、林靜如動畫組組長講授「教學動畫製作流程」，透過了解一些創意教學應用以及教學動畫的製作方式，以利學生發展教案以及於期末製作一歷史教學電子地圖。此外，「專題實作」課程則是邀請師大出版中心與交大浩然圖書館兩大數位出版、典藏中心，進行實務分享，以及介紹該中心之相關數位典藏計畫。

表 2 課程專題演講

課程名稱	講題	講者	講座內容
數位內容 與歷史教 學	教育部教學 資源與課程 服務之創意 教學應用	蘇暉凱 教 授/虎尾科 技大學電機 工程學系	本學期數位內容與歷史教學之課程 將舉辦【教育部教學資源與課程服 務之創意教學應用】之專題演講， 希望藉由講者介紹相關教學資源， 以利師範體系學生發展教學方式及 教案，將所學結合既有資源應用於 實際教學。
	教學動畫製 作流程	蘇曼珍 專 案經理、林 靜如 動畫 組組長(天 王星多媒體 股份有限公 司)	本學期數位內容與歷史教學之課程 將舉辦【教學動畫製作流程】之專 題演講，請來天王星多媒體股份有 限公司專業指導，以利學生學習如 何製作教學動畫。 講題：教學動畫製作流程
專題實作	數位內容加 值與應用--以 師大出版中 心為例	翁正修 / 師大出版中 心執行長	想了解數位內容到底有哪些加值及 應用嗎？透過師大出版中心執行長 翁正修執行長，簡介說明師大出版 中心目前正在進行的實務，例如： 將師大年畫、歷史博物館等典藏素 材編輯成電子書、影音檔，使其可 在數位內容平台、手機上播放。 歡迎對於數位內容加值與應用有興 趣的同學來參加，機會難得，敬請

			把握！
	數位內容加 值與應用-以 浩然藝文數 位博物館為 例	蔡珊珊小姐 /國立交通 大學圖書館 浩然藝文數 位典藏工作 室	有關數位內容加值與應用，本周特 定邀請交通大學圖書館浩然藝文數 位典藏工作室來分享實例，其詳細 實例請參見浩然藝文數位博物 館： http://folkartist.e-lib.nctu.edu.tw/ 想知道這樣龐大的數位典藏計畫是 如何進行的嗎？其中又需要哪些領 域的專業人士？詳細的工作內容、 流程如何分配進行？趕快來聽演 講，就可以得知數位典藏的秘辛喔！ 歡迎踴躍參加！

(五)、科技結合人文之學生作品成果

97 學年度下學期期末舉辦成果發表會，四門課皆有作品產出，以下分述「數位內容行銷研究」、「數位內容與歷史教學」、「數位影像處理」與「專題實作」各課程作品。

1. 數位內容行銷研究

以參加 4A YAHOO! 創意行銷競賽為目標，製作數位內容行銷相關企劃案，共有 12 組同學報名，其中 2 組獲銀獎，7 組獲佳作。「4A 創意獎」是國內兩大廣告獎之一，具有國際性的影響力與權威性，是一項具有全球認證特性的專業廣告獎。因而，此廣告獎項在廣告業界被定義成「高標準的專業獎」，是廣告人不斷自我激勵追求的理想，每年的頒獎典禮是最受期待的年度盛事，因此學生能夠參加這樣的比賽並且獲獎，對他們而言實屬不易，也大大增加了在學習的成就感上。

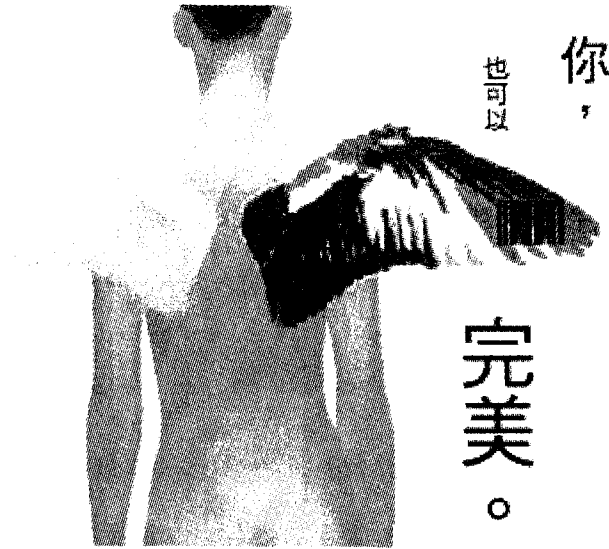
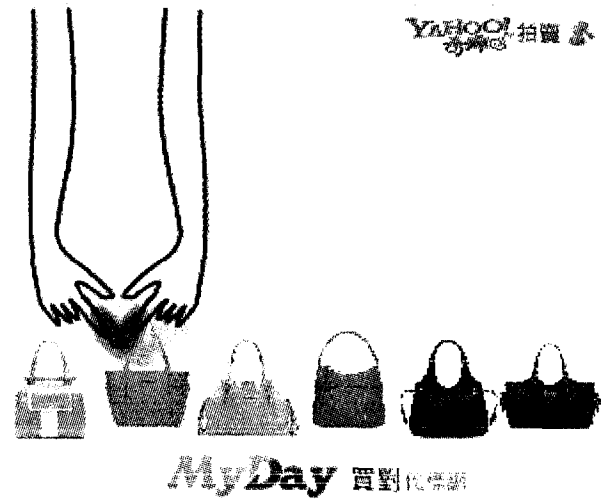
本次競賽，同學主要參加的項目為最佳學生網路廣告獎及最佳學生網路行銷創意獎，最佳學生網路廣告獎主要希望運用網際網路特性，將創意展現於網路媒體上之圖像式廣告形式，吸引網路瀏覽者的興趣，完成訊息傳達；最佳學生網路行銷創意獎主要是將網路當成媒體平台，運用至少兩種網路行銷媒介形式(例：網站、網路圖像式廣告、關鍵字廣告、電子報、EDM 等)，以完整的創意行銷企劃，吸引目標族群的興趣及參與，完成訊息傳達目的。

有關於行銷主題之背景，主要設定為大環境不景氣的陰霾加上媒體的報導，台灣民眾的消費心態開始改變，節衣縮食的氣氛發酵，減少開銷儼然成為全民運動，行政院新聞局(設定客戶)希望鼓勵人們多消費，以活絡國內經濟。因此希望發想一個刺激消費的方案，從食衣住行育樂各角度切入均可，除發想創意外需考量其具體可執行性，並以創意傳播手法進行。

註：以上簡介 4A YAHOO! 創意行銷競賽內容主要引用自 4A YAHOO! 創意獎網站<http://tw.promo.yahoo.com/yahoo4a/>

以下分別介紹學生參賽「最佳學生網路廣告獎」及「最佳學生網路行銷獎」入圍之作品：

最佳學生網路廣告獎		
作品編號/名稱	作者	作品說明
81 I am perfec!	畢謹琳	人是只有一隻翅膀的天使，在內心追求完美的本能下，不斷嘗試五顏六色的另外一隻翅膀，總有一天會找到符合自己期待的翅膀，成為完美的天使。 http://www.wretch.cc/blog/f7811630/11323108

		
232 MyDay 買對網	江舜琦	「每個都好想要，最想要的總是買不到？」表達女性消費者在購物時的心境，導出「MyDay 買對網」不只讓你買到，更讓你買對! http://www.wretch.cc/blog/breeze9999/29540 
243 刺激消費	高楚鈞 王尤敏 黃若涵	這則網路廣告，期望透過優良的台灣品牌，刺激國內食品業的消費。鎖定經常上網的網路族群，不論老少，只要看到這則廣告，就會想要馬上去購買。以會動的嘴巴作為滑鼠的游標，點擊可使嘴巴開合，在吃到布丁後會跳到標語主畫面，「30 年老字號，吃出"心"味道」。不但是強調業者 30 年來的用

		心，更凸顯統一布丁所帶給人們長久以來內心的感動和懷念的味道。 http://www.wretch.cc/blog/coolgogo/20116369 
371 刺激消費	黃柏堯 林芳伶 吳叔華	以新鮮的蔬果作為動畫的開頭，並使用鮮艷的顏色讓人耳目一新，藉此宣傳虛構的網路超市服務「頂好Online購」。最後的畫面呈現熱騰騰的菜餚以及slogan：「E廚師新鮮不打烊，讓您料理變EASY」，企圖宣傳頂好Online購的快速、方便以及新鮮，以此達到消費的目的。 http://www.wretch.cc/blog/wellpay/19915 
404 刺激消費	謝志佳 吳佳典	法師佈道，傳遞和平的意念、道理給予世人，希望能救贖世界。是以一己之力祈能改變人們的心靈。

	洪范文	將這樣救贖的概念做轉換，面對經濟風暴的台灣，需要個人投入一些心力；藉由每個個人的消費，讓全台灣的人們有工作，刺激經濟的成長，以度過經濟的難關。傳輸人們一種人人可以當英雄的意象，只要藉由個人消費的動作就能拯救目前的困境，對於現今人們一味負面的思考經濟的敗壞而不進行消費的動作，導致經濟困近更趨險惡，這會是一種正面促使人們消費的驅動力。 http://www.wretch.cc/blog/blackfanwu/30470 
740 笑笑向前看	張育鳳	別讓你的錢冰凍了！流通可以創造更多財富！ http://www.wretch.cc/blog/darksuncloud/23024 
906 別再嘆氣了	鄭敬鐸	有別於以往的網路廣告，結合網誌中的音樂播放器，利用嘆氣聲與消費者的購買心情產生連結，以

		聲音吸引注意力，嘆息聲會不斷的出現，讓人開始想要尋找聲音的來源，並且想將音樂關掉。 http://www.wretch.cc/blog/yoogle/20725 
--	--	--

最佳學生網路行銷創意獎		
作品編號/名稱	作者	作品說明
601 Pay&Play~ 用發票去旅行~	陳映竹 李堃瑛 王沛彤	主旨為「消費集點兌換旅遊」，消費者上網登錄購物證明之統一發票，在活動期間累積到一定金額，可兌換不同旅遊行程，以達到刺激消費的目的。 http://www.wretch.cc/blog/paynplay 最佳學生網路行銷創意獎 Pay&Play ~用發票去旅行~  2009 4A Yahoo! 創意獎 參賽獎項：最佳學生網路行銷創意獎
846 微旅行	成維寧 謝惠雯 鍾逸茹 李玉文 林介棋 李央晴	活動一：透過票選與抽獎的方式，鼓勵大家踴躍到平台分享與討論旅遊行程，增加平台的互動性。票選活動所贈與的獎品也以再度刺激消費為目的設計，達到鼓勵消費之最終目的。 活動二：希望能發掘更多具地方特色店家，並且能藉由此活動廣為宣傳，活動概念在於希望民眾保

	周芷綺 王怡璇	持一種探險、赤子之心，挖掘台灣的寶藏，並分享給更多人。另外，希望能藉由這次的活動，讓民眾以少少的錢，獲得大大的趣味，店家能夠打開知名度、增加客源；民眾可以藉由玩樂，紓解抑鬱的心，更希望可以由尋寶，找到自己獨一無二的寶藏。 http://www.wretch.cc/blog/minitriptw 
--	------------	---

2. 數位內容與歷史教學

結合相關歷史知識製作出一教學教案，並設計一歷史教學電子地圖，可於實際教學時使用，本學期共有五件作品：美國國土擴張史、神巡足跡-大甲媽祖繞境、日軍平台路線及武裝抗日地、郁永河遊台灣路線。詳細說明如下：

作品名稱	作者	電子地圖作品展示
美國國土擴張史	楊憶頻 王若馨 周筱珍 許佩君	以美國國土擴張史為主軸，以地圖的方式說明當時所發生的史事，地圖設計包含了最初英國殖民地美東十三州、獨立革命取得密西西比河以東的土地、路易斯安那、佛羅里達、德克薩斯、奧勒岡、墨西哥割地、哥斯登、阿拉斯加、夏威夷。

		
神巡足跡- 大甲媽祖 繞境	吳妮臻 林佳筠	以大甲媽祖繞境為主題，設計一電子地圖說明經過的路線以及介紹傳統文化、典禮。每年農曆三月，來自各地的十餘萬信徒組成聲勢浩大的進香隊伍，以鎮瀾宮為出發點，在八天七夜中徒步來回鎮瀾宮與新港奉天宮。遶境隊伍跨越台灣中部沿海四縣市（台中、彰化、雲林、嘉義），經過廿一個鄉鎮，八十餘座廟宇，跋涉三百三十公里路。每年大甲媽祖遶境進香的日子並不固定，都是在當年的元宵節擲筊決定進香出發的日期與時辰。在整個八天七夜的遶境活動中，依照傳統舉行獻敬禮儀，往年皆為八大典禮，近年來因舉辦大甲媽祖國際觀光文化節，為將傳統文化繼續發揚，將典禮擴大為十大典禮，分別有擲筊、豎旗、祈安、上轎、起駕、駐駕、祈福、祝壽、回駕、安座等十個主要的典禮，每一項典禮都按照既定的程序、地點及時間虔誠行禮。遶境進香的活動花八天七夜以徒步方式行經台中、彰化、雲林、嘉義四個縣，十五個鄉鎮，六十多座廟宇，全程約二百七十九公里。第八天媽祖回駕大甲鎮瀾宮，是遶境活

		動最後的高潮，進香團們進入了大甲市區，會在各街道遊行，當天大甲居民也會準宴請親朋好友，所以媽祖回駕是大甲鎮最熱鬧的一天。 
日軍平台 路線及武 裝抗日地	王湘雯 陳怡璇 謝泊諭	1895 年 5 月 29 日下午日軍登陸澳底，同年 10 月 21 日完全佔領台南城，前後共費時 5 個月有餘，日方出動約 3 萬 7 千餘人，馬匹 7 千頭，台灣正規軍約 3 萬 3 千人，民間反抗軍無從估算。可確知的是，日軍採取「無差別掃蕩」手段，台灣民眾家毀人亡，不計其數，全部傷亡應在日軍數倍以上。此地圖依照當時日軍平台路線：澳底、基隆獅球嶺、台北城、新竹城、北埔、尖筆山、苗栗、霧社、八卦山、林圯埔、鐵國山、西來庵、台南城——述說當時所發生的歷史事件。

		日治時期台人武裝抗日地圖
玄奘西行 取經記	陳淑恬 曾嘉妍 戴心儀 范蔚敏 洪筆聿	玄奘(602 年-664 年)，唐朝著名的三藏法師，是佛教史上最偉大的譯經師。此地圖依照玄奘取經西行的路線說明玄奘是如何西行取經以及途中所發生的故事。
郁永河遊 臺灣路線	王輝鄰 林于喬	丙子年(康熙 35 年/西元 1696 年)冬天，因福州火藥庫失火，將庫存硝石、硫磺燒個精光，朝廷要求保管官員賠償補足損失，需要有人到盛產硫磺的臺灣北部一帶採辦硫磺，令嚮往一遊臺灣的郁永河不禁笑曰：「我的理想要實現了！」。並在丁丑年(康熙 36 年/西元 1697 年)正月整裝出發踏上臺灣之旅，開啟了臺灣西部大縱走的



3. 數位影像處理

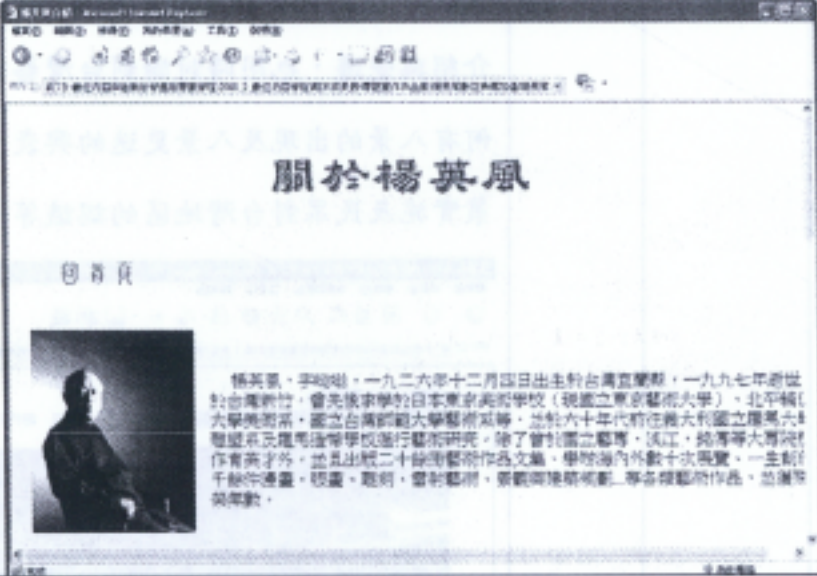
此課程學習各種數位影像處理的軟體，如：photoshop、illustrator 等，期末作業則是以這些軟體技能模擬手機的材質，以及以 Andy Warhol 的表現手法呈現自我。



圖 8 數位影像處理作品

4. 專題實作

作品名稱	作者	作品說明
台灣八景	高鈺彥 洪筆聿 陳宛資	以藝術、歷史及教學三角度去增加八景的深度（縱向的時間軸變化）及廣度（橫向的同時期相關資料延展）。分期分為三個時期：清代、日據時期、民國時期（初期及現代）。資料蒐集包含：清代文獻資料（方志）、日據時期（日日新報及官方記錄，例如手稿、展覽、報導）、民國（官方記錄：觀光局）。藝術主要以作品為導向，除了手繪作品與照片的介紹與變遷，也同時討論到台灣藝術的演變。歷史講述為何有八景的出現及八景更迭的興衰，帶入政府對觀光的政策實施及民眾對台灣地區的認識等。 
呦呦～來去農村	范蔚敏 陳雯婷 馬郁凝	楊英風數位美術館中，典藏了許多有關楊英風這位台灣藝術家的相關資料，包括楊英風之照片、日記、個人著述和美術作品等。楊英風之藝術作品充滿了濃濃的臺灣鄉土味，內容價值高，但是一般人平常不易接觸到這類的資訊，加上數位典藏的網站在使用上並沒有那麼普及，要如何將

		典藏的內容加值、行銷便是我們想要努力的方向。我們將楊英風數位美術館中的典藏品與創意故事結合，讓社會大眾對楊英風的藝術創作產生興趣，並加以探究；同時也可透過使用數位典藏的過程，更了解數位典藏。利用楊英風數位美術館中典藏之美術藏品為素材，以「務農」為主軸，再分別以「農家」、「農耕」、「傳統節慶」為子題，編撰連串畫作的三則故事，製作成動畫，結合數位典藏內容和藝術欣賞之目的。 
愛蓮說	唐詠傑 張婷嫣 蘇鈺涵 林瑞誼	深感數位典藏國家型科技計劃中關於國文領域方面的資料雖豐富，但是多趨於專題式的資料化搜集與典藏，鮮少有與國文教學應用方面相關的數位加值，實為可惜，故本小組欲嘗試選擇國民中學中國文領域中陶淵明的〈愛蓮說〉，嘗試做教學上可延伸補充的教學應用加值，使珍貴知識得以活用，亦藉由此計畫將數位典藏國家型科技計劃的豐富內容介紹推廣，讓學生們懂得應用這些珍貴的資源。因此期望建立以〈愛蓮說〉為主題的教學網頁，網頁內容以愛蓮說課文教學為主，扣緊蓮花植物，蒐集與蓮花相關的各

領域相關資料，有蓮花相關成語、蓮花對聯、蓮花謎語、蓮花歌謠、蓮花書法作品、蓮花畫作欣賞、蓮花植物介紹、蓮花生活應用、白河蓮花的介紹等等。另外以愛蓮說的語文教學為主，統整自然與科技、藝術與人文、社會等各領域，結合數位典藏做教學上的延伸補充。可結合之領域具體內容包含：自然與科技領域：蓮花植物介紹、藝術與人文領域：詩歌作品補充閱讀、蓮花相關美術畫作欣賞、蓮花歌謠、社會領域：結合鄉土教育介紹台灣盛產蓮花的白河鎮、蓮花的生活應用。



(六)、結合 Bb 教學平台優勢整合課程

利用數位學習平台與網路資源結合課程教材，強化教學輔導與有效追蹤學生學習品質。97 學年度下學期共申請建立 4 位教師帳號、4 位教學助理帳號，共 4 堂數位平台課程，學生選修總人數達 104 人。數位教學平台範例，如下圖 9。

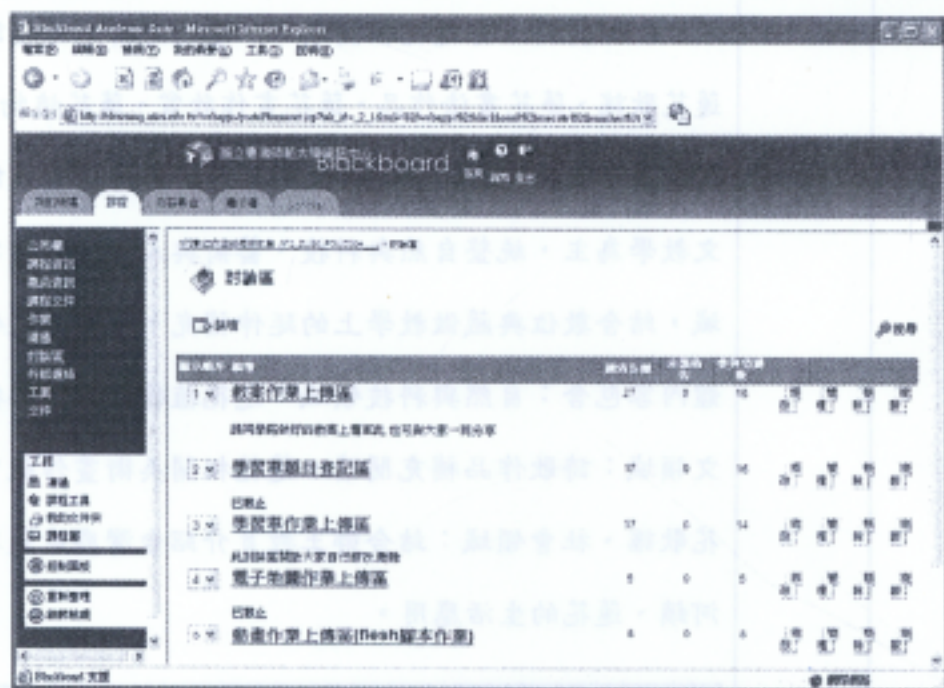


圖 9 數位教學平台

(七)、體貼用心的學習輔導支援

97 學年度下學期共培訓 4 位教學助理，針對實體課程及數位學習平台之需求進行培訓，定期與教師、學生舉行協同教學討論及提供課業諮詢輔導。教學助理培訓課程內容涵蓋數位學習平台、教學設計、攝錄影操作、教學助理成功經驗分享；共計舉行兩堂課 3.5 小時。另配合學校舉辦之教學助理研習課程，要求 4 位教學助理全程參加，研習課程共 7.5 小時。本學程教學助理共受訓 11 小時。

圖 10 為教學助理培訓課程表。

	網路行銷分析工具應用等實作工具之運用，當同學了解這些知識之後，也要求參加如 4A YAHOO!行銷競賽，以增加應用策略、工具等實作能力。 3. 舉辦參訪活動：除了在課堂上講述有關數位行銷之理論、工具等，本課程亦安排參訪活動，本次參訪台灣 google，藉由台灣 google 總經理簡立峰先生的導覽，以及與同學的互動，讓同學不僅有聽課的學習、實作的學習，另外還有體驗的學習。
自我評估	本學期共辦理十場數位內容行銷系列講座，並鼓勵同學參加數位行銷相關競賽，共有 12 組參 4A YAHOO!創意競賽，獲得 2 銀獎 7 佳作，參加者眾多，同學能有此佳績實屬不易。

(二)、數位內容與歷史教學

課程目標	1. 讓學生了解數位學習與歷史教學的沿革及現況 2. 讓學生了解歷史教材如何以數位內容呈現及其在教學上的應用 3. 讓學生學習創作數位內容的歷史教材教具，並學習管理數位教學素材 4. 讓學生了解數位內容與歷史教學的未來展望
達成情形	1. 辦理相關教育資源講座：邀請虎尾科技大學蘇暉凱教授講授「教育部教學資源與課程服務之創意教學應用」，讓同學了解教學資源有哪些、如何應用這些教學資源。 2. 加強同學軟體運用技能，辦理培訓課程：除課程教授相關軟體技能外，另外為加強同學軟體應用技能，邀請圖資所研究生指導影片剪輯技能，共六小時。 3. 邀請業界有經驗動畫製作廠商說明實際流程與工作情形：邀請天王星多媒體公司之動畫製作蘇曼珍經理講授「教學動畫製作流程」，

	以利同學實作歷史教學教材。 4. 要求學生實作歷史數位教材：於期末要求同學實作歷史教學電子地圖，以增進實作能力。
自我評估	本課程除了於課堂上教授數位內容、數位學習與歷史教學之沿革與現況，另外亦安排相關的演講、軟體技能課程，由於本課程多以文學院學生為主，因此特別加強學生之軟體技能，以輔助同學實際製作歷史教學教材，於期末共製作出五組歷史教學電子地圖，除增強了實作能力，讓學生完成一完整的作品，也增強了對自我的自信心，於往後進行教學時，也能大膽嘗試不同的創意教學方式，學生也表示實作教案跟以往僅僅從課堂上獲得知識之學習，比較起來受益良多。

(三)、數位影像處理

課程目標	1. 瞭解數位影像處理之定義及基本原理 2. 瞭解點陣圖、色彩學基本觀念 3. 熟悉影像處理軟體之操作 4. 能實際完成作品
達成情形	1. 邀請業界講師講述數位影像合成技術：邀請曾任業界及多所大學講師楊東岳老師進行影像合成技術之演講，讓學生學習進階影像合成技術。 2. 要求同學實作作品：於期末要求學生以 Andy Warhol 表現手法創作作品。
自我評估	此課程不僅強調學生應用科技之能力，更重視創意結合、創作能力之展現，因此除於課堂上教學影像處理軟體外，也讓學生多多欣賞創意結合之作品，培養創作思考能力，並於期末展示其實作作品。

(四)、專題實作

課程目標	使學生依據興趣及專長領域，選擇數位內容與創新教學應用相關之主題，綜合運用學程所修習之課程、技能製作一專題作品
達成情形	1. 與相關數位典藏單位合作：邀請師大出版中心翁正修執行長講授「數位內容加值與應用——以師大出版」，以及國立交通大學圖書館浩然藝文數位典藏工作室蔡珊珊小姐講授「數位內容加值與應用——以浩然藝文數位博物館為例」，除邀請兩單位專業人士進行演講外，也與該單位合作，由該單位提供數位典藏標地物以供學生實作。 2. 製作專題作品：要求學依照興趣、專長製作一數位典藏網站，期末共有三組作品：愛蓮說、台灣八景以及悠悠來去農村-楊英風數位典藏。
自我評估	本課程之特色為結合學生專長培養實作能力，例如：國文系學生製作「愛蓮說」數位典藏專題網站，不僅進行數位典藏實作，亦可視為一教學網站，使得數位典藏可被應用於實際教學，也開啟學生發想不同創意教學之思維。

六、面臨問題與因應措施

以下就 97 學年度下學期面臨到的問題，分項描述，並提出因應措施，以說明解決問題之方式。

(一)、學程進階課程困難度高

由於學程之課程設計分為基礎、進階以及實作，但未設擋修，因此造成有些同學尚未修習基礎課程，就修習軟體技能需求較高之課程，未來將持續宣導學生

修習課程之順序，另外加強教學助理之訓練，訂定課後輔導時間，及配合線上教學平台輔導學生，以強化學生學習成效。

(二)、學程課程銜接性不明顯

本學期學生成果雖豐碩，但課程與課程之銜接性，似乎無法達到加成效果，學生學習之技能無法累積運用，例如：重複於兩堂課程學習 flash 之製作。因此未來課程規劃將結合各門課程，重新調整，盡量避免重複教學，課程設計也以思考、創作、企劃能力為主要訴求，軟體技能則多以其他方式輔助，期望學生之學習、作品能多加深化，另外也重新調整學程之整體主軸，要求各課程配合，加強突顯學程之特色。

七、後續課程構想與進度規劃

98 學年度上學期之課程構想於 7/7(二)所舉辦之學程教師會議進行討論，初步決議各課程之主軸將以”閱讀”作為中心，配合師大圖書館閱讀政策，以及與中華民國圖書館學會在今年夏天發起的「喜閱臺灣，臺灣喜閱：找尋 319 喜閱服務團隊服務計畫」等相關閱讀計畫合作。

98 學年度上學期開設課程有：數位內容與創新教學應用概論(基礎)、資料數位化與增值應用設計(基礎)、數位內容與藝術教學(進階)、聲音及動畫多媒體設計(進階)、網路技術研究(進階)、智慧財產權研究(進階)，各課程大綱請參見附錄四。本學期開課時間如下：

科目名稱	學期	選別	學分	時間	授課教師
數位內容與創新教學應用概論	半	必	3	五 6-8	陳昭珍
資料數位化與增值應用設計	半	必	3	一 11-13	柯皓仁
數位內容與藝術教學	半	必	3	三 6-8	林達隆
聲音及動畫多媒體設計	半	必	3	三 11-13	鐘世凱
網路技術研究	半	選	3	五 2-4	謝建成
智慧財產權研究	半	選	3	一 11-13	張孟元

八、 結論

本學程強調之特色在於下列三點：(一)、學生成果豐碩；(二)、跨校、跨系、跨領域合作教學；(三)、建立產業界合作關係。以下分列三點進行說明：

(一)、 學生成果豐碩

本學期學生成果豐碩，四門課程皆有作品產出，共 20 件組作品、42 件個人作品，另外也辦理期末成果展培養學生行銷作品能力，學生亦參加 4AYAHOO! 行銷競賽，且優秀獲獎。未來，課程設計將以作品為導向，培養學生獨立思維與創作能力，繼續鼓勵同學參加相關競賽，培養實作能力，進一步規劃取得相關證照，增進學生競爭力。

(二)、 跨校、跨系、跨領域合作教學

本學期與師大歷史系吳志鏗教授合開「數位內容與歷史教學」、與台藝大多媒體藝術系鍾世凱教授合開「數位影像處理」、與交大圖書館柯皓仁教授合開「專題實作」。未來將持續擴大辦理，積極邀請校內外、跨領域教師合作，鼓勵不同系所同學加入學程，以獲不同領域激盪之創意。

(三)、 建立產業界合作關係

辦理「數位內容行銷系列專題講座」，邀請業界專家提供實際企劃、行銷等經驗分享，且辦理「數位內容加值與應用」、「教學教案設計專題」演講以充實教學內容，另外安排了參訪活動，帶領同學參訪台灣 google，了解企業實際工作情形。未來每學期力求規劃不同主題之系列專題演講，另外積極尋求相關產業之實習、合作機會。

九、 附錄

附錄一：教學參考資料

附錄二：教學意見調查表

附錄三：數位化成果產出清單

附錄四：97 學年度下學期課程大綱

目次

數位內容行銷研究.....	1-1
數位內容與歷史教學.....	1-37
數位影像處理.....	1-78
專題實作.....	1-87

註：附錄一僅附上部分教材，較完整之教材請參見光碟。

附錄一

課程教學參考資料

數位內容行銷 (Marketing of Digital Content)

卜小蝶

台灣師範大學圖書資訊學研究所



The aim of marketing is to make selling superfluous ... is to know and understand the customer so well that the product or service fits him and sells itself
- Drucker



海角七號變七億



文君一定要嫁給荃麟哦！



http://www.youtube.com/watch?v=g2F8X..._atf

應徵世界上最棒工作 逾30,000人搶破頭



<http://www.youtube.com/watch?v=03...LMB0Q0>

Clare, Taiwan (117766)



http://www.youtube.com/watch?v=g2B8LJ_kr68&feature=www.klenderjob.com

Julia, Russian Federation (124208)



Coke換口味



大綱

- 行銷 (Marketing)
- 數位與網路行銷 (DigiMarketing and Net Marketing)

對行銷的一些誤解 1/2

- 銷售 (Selling)
 - 不止是買賣關係
- 推廣 (Promotion)
 - 不止是單相思
- 廣告 (Advertising)
 - 產品並只能聽一次
- 公關 (PR, Public Relation)
 - 有實力才能長久

對行銷的一些誤解 2/2

- 與營利有關?
 - 價值才是行銷的本質 (value)
- 組織才需要?
 - 個人、國家都需要 (anything)
- 針對有形產品?
 - 無形產品更需要 (invisible)
- 好東西才行銷?
 - 有時也要反向行銷 (de-marketing)

何謂行銷？

Manage profitable customer relationship
— Kotler

What is Marketing?

- "Marketing is a social and managerial process by which individuals and groups obtain what they need and want through creating and exchanging products and value with others" — Kotler

Core Concepts of Marketing



Need, Want, Demand

- People need foods (需要)
- Some want dumplings (想要)
- I demand 鼎泰豐 (需求)

Marketing Offers (市場供給)

- Products (產品)
- Services (服務)
- Experiences (體驗)



Value and Satisfaction (價值與滿意度)

- Value = Perceived Value - Cost
- Satisfaction = Performance - Expectation



Exchange, Transactions, Relationships

- Exchange (交換)
- Transaction (交易)
- Relationship (交關)

Markets (市場)

- Place where buyers and sellers gathered to exchange goods
- The set of all actual and potential buyers of a product or service

Marketing Management (行銷管理)

- The art and science of choosing target markets and building profitable relationships with them (針對目標市場，透過創造、傳遞及溝通優質的顧客價值，來增加及維繫顧客的藝術與科學)
 - Creating, delivering and communicating superior customer value is key
- Customer Management (顧客管理)
 - Marketers select customers that can be served well and profitably
- Demand Management (需求管理)
 - Marketers must deal with different demand states, ranging from no demand to too much demand

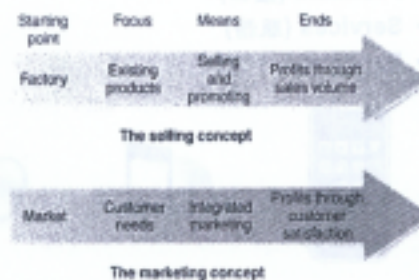
Marketing Management Orientations (行銷管理取向)

- 生產 (production-oriented)
 - 顧客窮 → 提高生產力
- 產品 (product-oriented)
 - 顧客喜新 → 改善產品
- 銷售 (selling-oriented)
 - 顧客無知 → 儘力推銷
- 行銷 (marketing-oriented)
 - 顧客聰明 → 滿足顧客需求
- 社會行銷 (social-oriented)
 - 顧客公益 → 重視社會責任

都是洗潔精，您要買哪一種？



Selling vs. Marketing Orientation



Social Marketing Concept (社會行銷觀念)



Customer Relationship Management (CRM) (顧客關係管理)

- The overall process of building and maintaining profitable customer relationships by delivering superior customer value and satisfaction
 - 建立及維持有利的顧客關係
 - 提升顧客滿意度與忠誠度
 - 增加公司所能獲取之顧客權益(customer equity)
- 企業藉由與客戶的溝通過程中，進一步瞭解並影響客戶的行為，以增加新客戶、留住舊客戶、增加顧客忠誠度與利潤貢獻度的管理方式

Strategic Planning (策略規劃)

- The process of developing and maintaining a strategic fit between the organization's goals and capabilities and its changing marketing opportunities
- 策略分析工具

Growth-Share Matrix (成長佔有率分析)



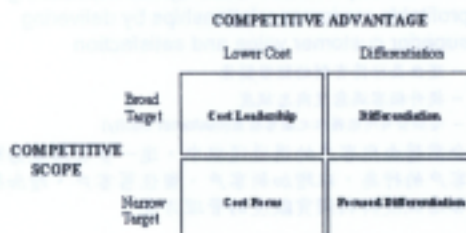
Product / Market Expansion Grid (產品/市場成長策略分析)

	Existing products	New products
Existing markets	Market penetration	Product development
New markets	Market development	Diversification

SWOT (情勢分析)

	有利	不利
內部	Strengths (search)	Weakness (confront)
外部	Opportunities (exploit)	Threats (avoid)

Competitive Strategies (競爭優勢分析)



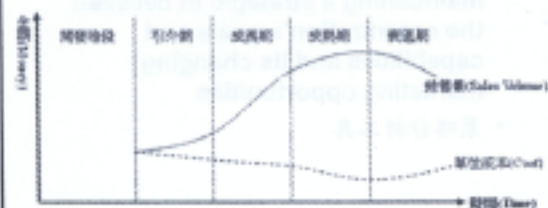
5 Forces Framework (五力分析)



Value Chain Activities (價值鍊分析)



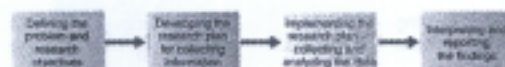
Product Life Cycle (PLC) (產品生命週期)



Marketing Process

- R → STP → MM → I → C
- Research (收集情報)
- Segmentation (市場區隔)
- Targeting (目標市場)
- Positioning (定位)
- Marketing Mix (4P) (設計行銷組合)
 - 產品(Product)
 - 定價(Price)
 - 通路(Place)
 - 推廣(Promotion)
- Implementation (執行)
- Controlling (控制)

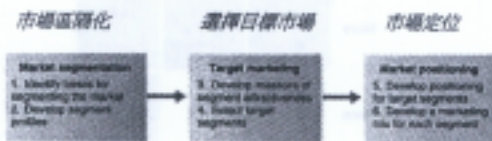
Marketing Research Process



行銷個體環境與總體環境



Steps in Market Segmentation, Targeting, and Positioning

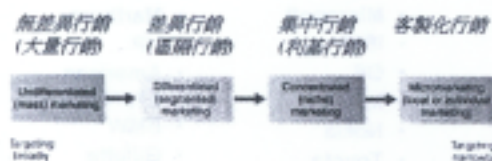


Segmenting Consumer Markets

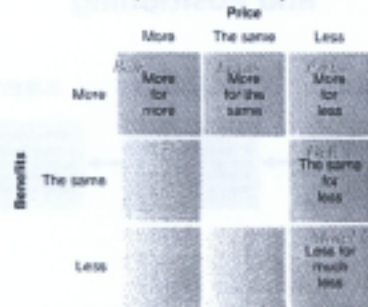
- Geographical segmentation (地理)
- Demographic segmentation (人口)
- Psychographic segmentation (心理)
- Behavioral segmentation (行為)
- Using multiple segmentation variables



Target Marketing Strategies



Possible Value Propositions (價值主張)



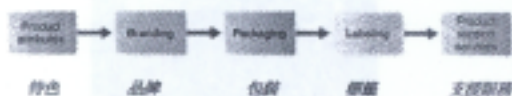
Marketing Mix (行銷組合)



4R、4C、4P

行銷 4R	行銷 4C	行銷 4P
良好的顧客關係 (relationship)	顧客需求 (customer needs)	產品 (product)
導引顧客嘗試減少顧客不便 (attachment)	便利 (convenience)	地點 (place)
專精服務項目建立專業形象 (relevancy)	溝通 (communication)	推廣 (promotion)
給予忠誠顧客附贈的獎賞 (reward)	成本 (cost)	價格 (price)

Individual Product and Service Decisions



Top 20 Valuable Brands

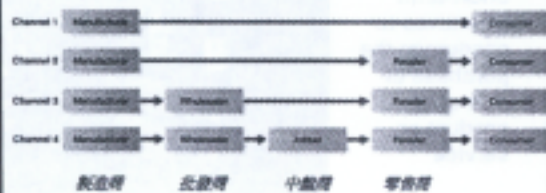
- Coca cola
- Microsoft
- IBM
- GE
- Intel
- Nokia
- Toyota
- Disney
- McDonald
- Mercedes-Benz
- Citi
- Marlboro
- HP
- American Express
- BMW
- Gillette
- LV
- Cisco
- Honda
- Samsung

http://www.businessweek.com/cgi/realtime/06_30/2006/06/30/top20valuablebrands.htm

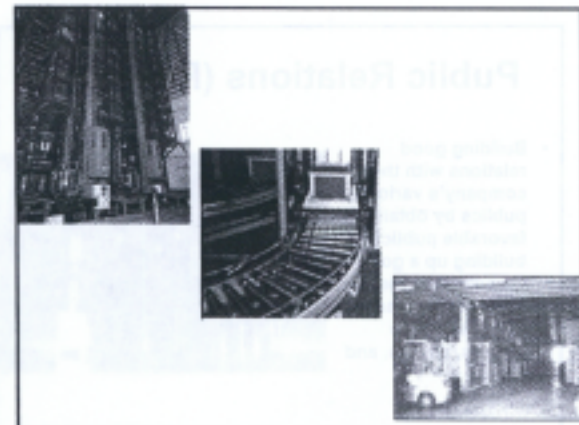
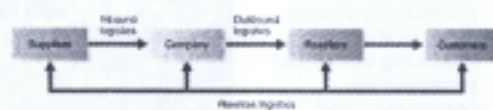
Factors Affecting Price Decisions



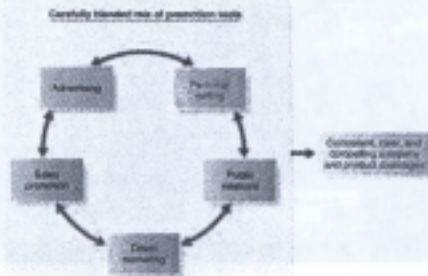
Consumer Marketing Channels (消費品的通路階層)



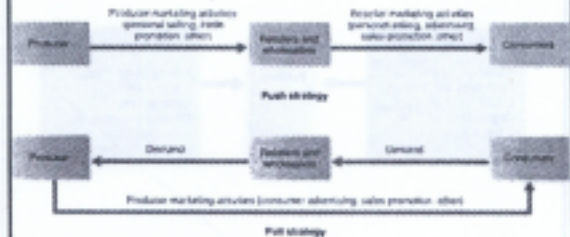
Supply Chain Management (SCM) (供應鏈管理)



Integrated Marketing Communications (IMC) (整合性行銷溝通)



Push vs. Pull Promotion Strategy (推 vs. 拉式策略)



Advertising (廣告)

- Any paid form of non-personal presentation and promotion of ideas, goods, or services by an identified sponsor



Sales Promotion (促銷)

- Short-term incentives to encourage the purchase or sale of a product or service



Public Relations (PR) (公關)

- Building good relations with the company's various publics by obtaining favorable publicity, building up a good corporate image, and handling or heading off unfavorable rumors, stories, and events



Personal Selling (人員銷售)

- An individual acting for a company by performing one or more of the following activities: prospecting, communicating, servicing, and information gathering



Direct Marketing (直銷)

- Direct communications with carefully targeted individual consumers to obtain an immediate response



Sales Funnel → AIDA



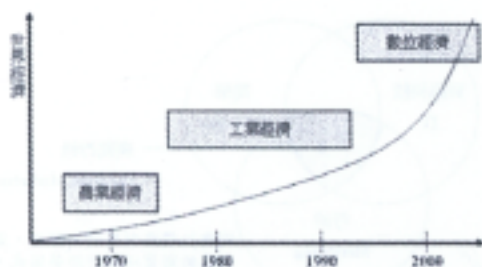
大綱

- 行銷 (Marketing)
- 數位與網路行銷 (DigiMarketing and Net Marketing)

數位行銷環境的改變

- Digital Economy (數位經濟)
- Digital Convergence (數位匯集)
- Net Laws (網路法則)

數位經濟的來臨



三經二義

- 網路經濟
- 知識經濟
- 顧客經濟
- 個人主義
- 社群主義

三義實例

Google YAHOO!

二義實例

You Tube myspace.com
a place for friends

Gift Economy (禮物經濟學)

- 網站提供資訊，並不要求消費者有直接的回報，而是從其他方面獲得間接的報酬

Google AdSense



Digital Convergence (數位匯集)

- Computer (電腦產業)
- Content (內容產業)
- Communication (通訊產業)
- Example
 - Times-Warner 和 AOL 合併

網路行銷之意涵



Harvard (2001)

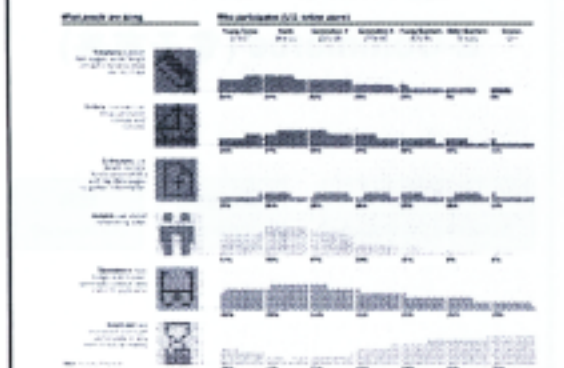
Net Marketing

- 運用各種網路科技達到行銷目標
- 相關概念
 - Internet Marketing
 - Web Marketing
 - e-Marketing
 - Digital Marketing

網路應用的成長



網路使用者的改變



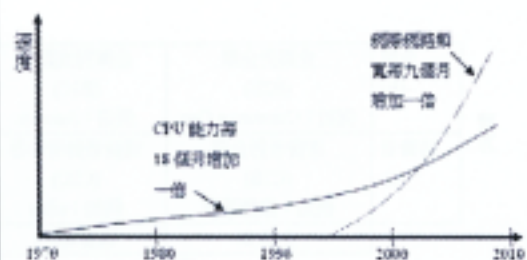
行銷工具的改變



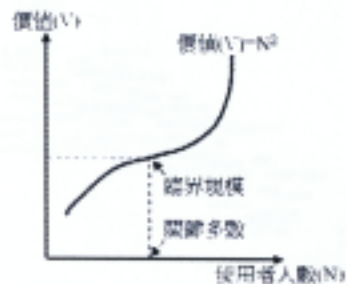
網路經濟法則舉例

- Moore's Law (摩爾定律)
- Metcalfe's Law (梅特卡夫定律)
- Law of Increasing Returns (報酬遞增定律)
- Long-tail Effect (長尾效應)

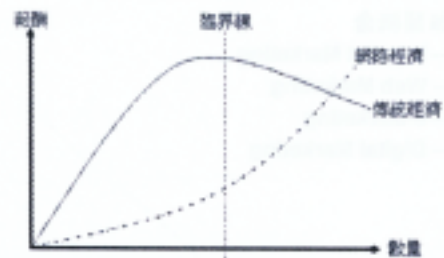
Moore's Law (摩爾定律)



Metcalf's Law (梅特卡夫定律)



Law of Increasing Returns (報酬遞增定律)



Long-tail Effect (長尾效應)



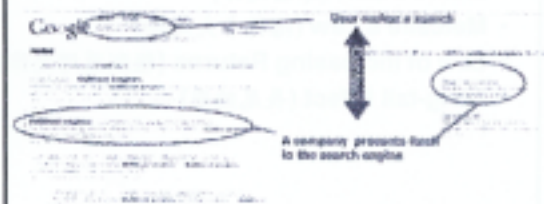
E-Commerce (電子商務)



電子商務模式

賣方	企業 (B)	企業對企業 (B2B) 例如：Commerce One	企業對消費者 (B2C) 例如：Amazon
	消費者 (C)	消費者對企業 (C2B) 例如：集體議價 企業(B)	消費者對消費者 (C2C) 例如：eBay 消費者(C)
		買方	

Search Engine Marketing (SEM) (搜尋引擎行銷)





Web 2.0

- 網路價值 (Network Value)
 - 由大量使用者個別提供少量資訊，集成龐大的資料庫
- 全民參與 (User Contribution)
 - 任何人皆可加入，不止於技客(Geek)
- 混搭系統 (Mashup)
 - 各系統提供 API，新興系統創意無限

Web2.0應用舉例

- Wikipedia → 百科共筆
- Yahoo! 奇摩知識+ → 網民合作問答
- YouTube 或 I'm Vlog → 影音共享
- Flickr 或 無名 → 圖像共享
- Slideshare → 簡報共享
- Digg → 新聞、網摘共享
- Del.icio.us 或 黑米 → 書籤共享
- LibraryThing 或 豆瓣 → 書訊共享
- CiteULike → 引文共享

網路行銷工具

- 資料庫行銷
- 電子郵件行銷 (E-mail Marketing)
- 病毒式行銷 (Viral Marketing)
- 許可式行銷 (Permission Marketing)
- 聯盟網站行銷 (Affiliated Web Sites Marketing)
- 關鍵字行銷
- 部落格行銷等

數位行銷趨勢

- 行動行銷
- 社群行銷
- 影音行銷
-

搜尋引擎優化 Search Engine Optimization, SEO

賴國峰 < mouz16@gmail.com >
數位典藏成果入口網 網站建置助理
<http://digitalarchives.tw>

- Search Engine Marketing, SEM
- Search Engine Optimization, SEO
- Google Webmaster Tools
- Google Analytics

Search Engine Marketing, SEM

搜尋引擎行銷

SEM的目標

- Search Engine Marketing, SEM
是利用搜尋引擎來進行網路行銷
透過關鍵字廣告、搜尋引擎優化等方式
增加經由搜尋引擎帶來的網站流量
以進行銷售或提升知名度



SEM的項目

- 贊助商廣告
contextual advertising 內容關聯廣告
paid placement 競價排名
pay per click, PPC 點選付費
- 搜尋引擎優化
search engine optimization, SEO
- 付費收錄
paid inclusion



挑選合適的關鍵詞

- Google關鍵詞
- Yahoo!奇摩關鍵詞
- 百度關鍵詞
- Wordtracker Free Keyword Suggestion Tool
- Google Trends

關鍵字	搜尋量	本地搜尋量	趨勢
Google	1,400,000	1,400,000	100%
201	1,200,000	1,200,000	86%
202	1,200,000	1,200,000	86%
203	1,200,000	1,200,000	86%
204	1,200,000	1,200,000	86%
205	1,200,000	1,200,000	86%
206	1,200,000	1,200,000	86%
207	1,200,000	1,200,000	86%
208	1,200,000	1,200,000	86%
209	1,200,000	1,200,000	86%
210	1,200,000	1,200,000	86%

Case study

某公司有50%的客戶來自網路
最近60天的關鍵字廣告統計

- 平均排名 2
- 平均單次點選成本 18.47 元
- 平均單日曝光次數 7,829 次
- 平均單日點選次數 61.82 次
- 平均點選率 0.79 %
- 平均單日廣告成本 1147.52 元

競價排名競爭激烈

- 熱門關鍵詞點選價格大幅上昇
- 挑選較便宜的關鍵詞組
- 採用SEO



Search Engine Optimization, SEO

搜尋引擎優化
搜尋引擎最佳化

SEO的目標

- 提升搜尋引擎查詢結果排名以利網路行銷
- SERP = search engine results page



Distribution of Clicks on Google's SERPs





Google eye-tracking (2)

<http://googleblog.blogspot.com/2008/02/eye-tracking-studies-more-than-meets.html>

搜尋引擎不容易處理的網頁

- Flash、Java Script、AJAX
- Dynamic url 動態網址
http://www.cla.gov.tw/cgi-bin/SM_theme?page=49ab456b
- meta refresh 網頁跳轉
- frame、iframe 頁框
- Login、Deepweb 需要登入的網頁
- 圖片文字 / 圖片選單
http://www.cla.gov.tw/cgi-bin/SM_theme?page=49ab456b

搜尋引擎如何決定排序

- 網頁內容
- 外部連結
- PageRank
- 更新速度
- 網站種類
- 使用者點擊
- etc



優化頁面內容 (1)

- 網頁標題 <title>
- Meta描述 keywords、description
- 導覽連結 首頁：體育：網球
- 內文大綱 http://en.wikipedia.org/wiki/World_War_II
- 內文
 - 前250字最重要
 - 標註文章標題 <h1> <h2> <h3>
 - 用粗體字標示關鍵字
 - 關鍵字密度

優化頁面內容 (2)

- 圖片替代文字 alt
圖像說明文字 surrounding text
- 內部連結
- 外部連結
- 反向連結
- RSS
- tag

優化網站架構

- 減低目錄層級到三層
<http://www.mypage.com/dir1/dir3/dir4/page.htm>
- 將樹狀目錄攤開提高到首頁
- 將動態網頁轉換成靜態網頁
- 製作網站地圖
- 向Google提交網址清單(sitemap)

挑選合適的網址

- 包含關鍵詞的網址
- 盡量採用一級網域
Good www.mypage.com
No good perter.mypage.com
> < www.mypage.com/peter
- .org / .net / .tw

外部連結

- 登錄到搜尋引擎
<http://www.dmoz.org/>
http://www.google.com.tw/intl/zh-TW/submit_content.html
- 與同類型網站交換連結
- 與高PageRank的網站交換連結
- 參與社交網站 ex. [Delicious](#)、[Flickr](#)
- 參與大型的討論區
- 參與熱門的 Blog
- 參與奇摩知識+



SEO的原則

- 針對搜尋引擎蜘蛛抓取網頁和搜尋引擎索引的特性優化網站，以提升搜尋的自然排名
- 挑選有效的關鍵字
- 提供有益的內容、服務或小工具
- 讓外部網站樂於對你連結
- 以文字為主，標註標題、標示關鍵字
- 選擇可靠的主機服務

有爭議的技巧

- 大量關鍵詞堆疊
- 建立大量外部網站互相交換連結
- 網頁跳轉
- 隱藏連結

——摘錄自《Google不愛的101種SEO技巧》

SEO的功用

- 大型網站的網路行銷專案
- 中小型網站提升排名
- 個人網站提升知名度
- 賺取 Google AdSense
- 出售流量

Blog SEO

- 撰寫吸引人的標題
 - ◻ ex. 饒河夜市十大美食、歐巴馬最愛的手錶
- 寫軟性文章
- 翻譯專業新聞
- 集中主題
- 提供常用服務、小工具、桌布
- 經常更新
- 自製版面
- 關注反向連結，尋找交換連結的機會
- 增加圖片吸引圖像搜尋
- 加入適當的tag
- RSS輸出
- 支援行動裝置閱讀

台灣風味 Blog SEO

- Yahoo!奇摩站長工具－部落格排行榜
<http://tw.webmaster.yahoo.com/chart/blog/all/>



延伸閱讀

- SEO知識完全手冊
- SEO網路營銷
- SEO從入門到精通
- SEO技巧中文版
- Google's Search Engine Optimization Starter Guide (Google SEO官方入門手冊)

延伸閱讀

- SEO部落格
<http://www.dns.com.tw/blog/>
- SEO資料庫
<http://www.chinaseo.org.cn/>
- 點石互動論壇
<http://www.dunsh.org/forums/index.php>
- SEOmoz | Beginner's Guide to Search Engine Optimization
<http://www.seomoz.org/article/beginners-guide-to-search-engine-optimization>
- Search Engine Watch
<http://blog.searchenginewatch.com/>
- SEO Book.com
<http://www.seobook.com/>
- John Battelle's Searchblog
<http://battellemedia.com/>
- Matt Cutts: Gadgets, Google, and SEO
<http://www.matcutts.com/blog/>

Google站長工具 (Google Webmaster Tools)

<http://www.google.com/webmasters/tools/>

- Overview
 - ◻ Web crawl errors
- Diagnostics
 - ◻ Content analysis
- Statistics
 - ◻ Crawl stats
 - ◻ Index stats
- Links
 - ◻ Pages with external links
 - ◻ Pages with internal links

Google分析 (Google Analytics)

<http://www.google.com/analytics/zh-TW/>

- 控制主頁
- 訪客
 - ◻ 瀏覽器
 - ◻ 螢幕解析度
- 流量來源
 - ◻ 推薦連結網站
 - ◻ 搜尋引擎
- 內容
 - ◻ 主要內容

Q & A

我要提問！



您不可不知的部落格行銷

打造數位品牌，造就產品第二生命

分享者：Alice

alice425@gmail.com

http://www.askareiko.com/

Agenda

- 部落格具市場行銷優勢
- 部落格行銷的目的
- 部落格行銷的特徵
- 部落格行銷v.s傳統行銷
- 部落格行銷的方式
- 部落格行銷的實例
- 部落格行銷的Do's & Don't's
- 部落格行銷v.s專業寫手
- 結語：部落格行銷該怎麼做？



自我介紹

- Alice - 歡迎語彙中“溫馨的資訊”之星
- 曾任工程師與PM，工程師與企劃間的玩家
- 曾任：魅力地工程師、美空傳媒社副社長企劃編輯
- 現任：香品書籍行銷企劃、部落格經營共同創辦人
- 一些經歷：
 - 2003年12月自創部落格
 - 2003年9月-2004年8月部落格經營顧問
 - 2003年12月另創部落格經營顧問
 - 2006年6月工商時報部落格人物專訪
 - 2006年7月中國「部落格有種了不起」節目專訪
 - 2006年9月部落格觀察正式上線
 - 2007年1月ITHome online IT人物專訪
 - 2007年1月中時部落格專訪(部落格觀察)
 - 2007年4月第三屆台灣網誌青年運動會引言人
 - 2007年12月Punch DC Party分享者
 - 2008年10月世界領袖教育基金會分享者
 - 2008年11月台灣數位文化協會部落格行銷策略課程講師
 - 2008年12月台灣數位文化協會網路商店Web 2.0講座
 - 2008年3月-6月擔任活動活動共同主辦人

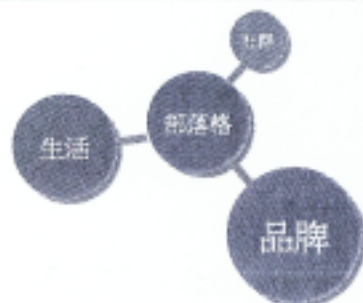


簡而言之，我是個...

Blogger
Broker
產業代表



你已經準備好，讓部落格打造品牌、產生行銷效益嗎？



來看看幾張圖片

了解一下網路時代的溝通

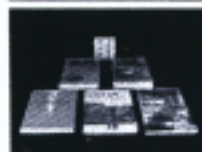
這是很久以前的我(大學四年級下學期)



- 時間：82年4月
- Windows 3.1剛出來
- BBS也剛出來



這是剛開始推廣部落格時



- 時間：92年11月23日
- 只有幾家剛成立的BSP和一堆很熱血推廣Blog概念的自願部落客
- 無名那時候還真的是很無名
- PTT的b2還比無名有名
- 出版資源少得可憐，有大半都是日文資料，想像現在平均一個月一個半月出一本跟BLOG有關的中文書



這是不久之前的我



- 時間：95年7月
- 參加中僑「部落格有啥了不起」節目錄音
- BSP很多，而且已經開始營運
- 無名真的變有名了，而且很有名
- 跟blog有關的出版資源變多，類型從教人怎麼自架部落格→教人怎麼使用BSP服務架部落格→教人怎麼做部落格行銷



這是兩年前的我



- 時間：95年12月
- 學學文創幫講師們拍照畫像
- 部落格的應用從個人跑到各行各業，連招小蝦的皮條客和經紀人都有專屬部落格！
- 而且，部落格行銷居然可以開課了！



這是現在的我



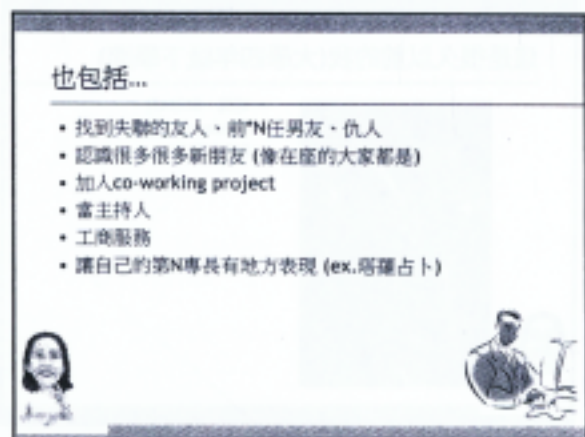
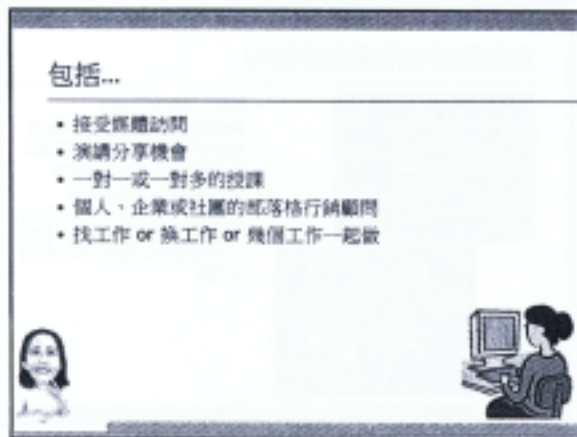
- 時間：98年4月
- 在生慧峰由Punch Party雇用攝影師拍下的工作照
- 部落格的應用更加多元，部落格行銷的案例越來越多，連馬總統都開始要花160萬做部落格了！
- 部落格行銷不只可以開課，還可以一賣再賣三賣，同樣的課換個名稱繼續賣～
- 專門做部落格行銷的大小團隊紛紛投入市場，但是...

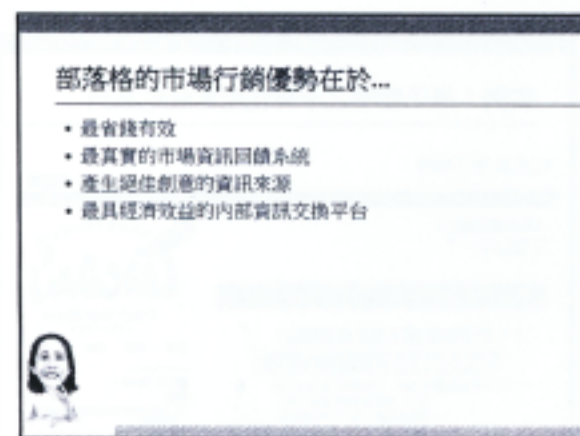
他們的說法
你會相信多少？



部落格開始流行之前

我根本不相信自己會有機會...





案例：通用FastLane Blog



案例：LiveDoor元社長堀江貴文



案例：日本網路教父—伊藤穰一



部落格行銷的目的

堅持下去，機會就是我的！

部落格行銷的目的在於...

- 病毒式傳播
- 口碑行銷
- 群眾智慧



案例：果子咖啡之卡馬也能當飯吃系列



案例：果子咖啡之卡馬也能當飯吃系列



案例：元樂年輪蛋糕之美食部落客試吃活動



案例：EeePC試用本票事件

- 華碩EeePC、聯廣廣告及痞客邦台辦的活動
- 50名素人部落客體驗
- 寄發說明會通知時發現領機時要簽等值本票
- 2008/11/03晚上寫第一篇文章
- 2008/11/04早上，華碩高層接到來自電腦商業同業公會高層轉寄全文
- 2008/11/04下午接到聯廣廣告電話，要求晚上到說明會場
 - 聯廣PM與華碩PM都到現場
 - 溝通是否可以取消領機簽本票
- 2008/11/05下午寫第二篇文章，晚上領機說明會全面免簽本票，之前有簽的本票寄回給各當事人



案例：EeePC試用本票事件



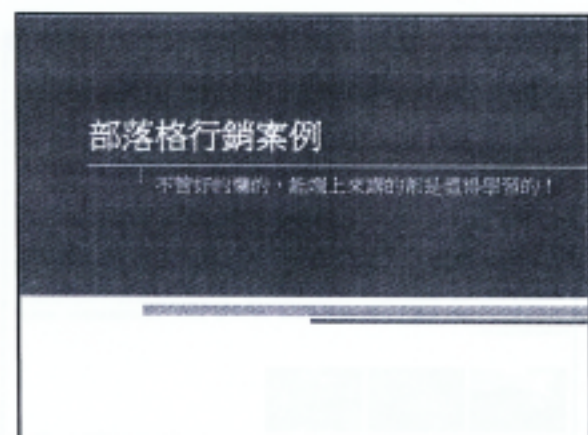
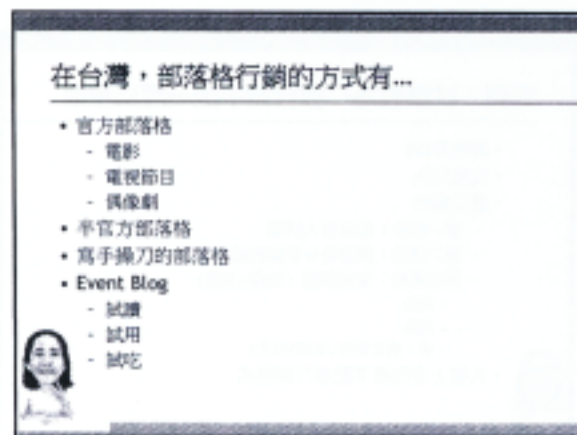
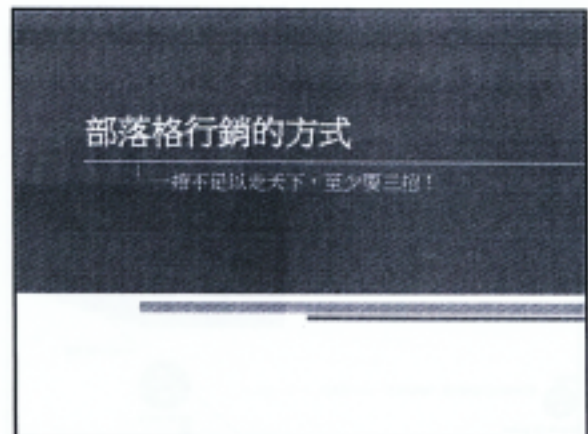
部落格行銷的特徵

寧靜持融，無挂不利。

您不可忽略的部落格行銷特徵

- 眼球經濟
- 社群經濟
- 感性經濟
- 第二人生經濟





案例：北台灣麥酒溫先生

台灣麥酒溫先生

「有熱度的酒最難得...」北台灣溫先生的



2006.12.20

北台灣溫先生

北台灣溫先生

北台灣溫先生

北台灣溫先生

北台灣溫先生

北台灣溫先生

北台灣溫先生

北台灣溫先生

北台灣溫先生

北台灣溫先生

北台灣溫先生

北台灣溫先生

北台灣溫先生

北台灣溫先生

北台灣溫先生

北台灣溫先生

北台灣溫先生

北台灣溫先生

北台灣溫先生

北台灣溫先生

北台灣溫先生

北台灣溫先生

北台灣溫先生

北台灣溫先生

北台灣溫先生

北台灣溫先生

北台灣溫先生

北台灣溫先生

北台灣溫先生

北台灣溫先生

北台灣溫先生

北台灣溫先生

北台灣溫先生

北台灣溫先生

北台灣溫先生

北台灣溫先生

北台灣溫先生

北台灣溫先生

北台灣溫先生

北台灣溫先生

北台灣溫先生

北台灣溫先生

北台灣溫先生

北台灣溫先生

北台灣溫先生

北台灣溫先生

北台灣溫先生

北台灣溫先生

北台灣溫先生

北台灣溫先生

北台灣溫先生

北台灣溫先生

北台灣溫先生

北台灣溫先生

北台灣溫先生

北台灣溫先生

北台灣溫先生

北台灣溫先生

北台灣溫先生

北台灣溫先生

北台灣溫先生

北台灣溫先生

北台灣溫先生

北台灣溫先生

北台灣溫先生

北台灣溫先生

北台灣溫先生

北台灣溫先生

案例：無米樂

無米樂

無米樂

無米樂

無米樂

無米樂

無米樂

無米樂

無米樂

無米樂

無米樂

無米樂

無米樂

無米樂

無米樂

無米樂

無米樂

無米樂

無米樂

無米樂

無米樂

無米樂

無米樂

無米樂

無米樂

無米樂

無米樂

無米樂

無米樂

無米樂

無米樂

無米樂

無米樂

無米樂

無米樂

無米樂

無米樂

無米樂

無米樂

無米樂

無米樂

無米樂

無米樂

無米樂

無米樂

無米樂

無米樂

無米樂

無米樂

無米樂

無米樂

無米樂

無米樂

無米樂

無米樂

無米樂

無米樂

無米樂

無米樂

無米樂

無米樂

無米樂

無米樂

無米樂

無米樂

無米樂

無米樂

無米樂

無米樂

無米樂

無米樂

無米樂

無米樂

無米樂

無米樂

無米樂

無米樂

無米樂

無米樂

案例：聖稜的星光試映+部落客旅行團

聖稜的星光試映+部落客旅行團

聖稜的星光試映+部落客旅行團

聖稜的星光試映+部落客旅行團

聖稜的星光試映+部落客旅行團

聖稜的星光試映+部落客旅行團

聖稜的星光試映+部落客旅行團

聖稜的星光試映+部落客旅行團

聖稜的星光試映+部落客旅行團

聖稜的星光試映+部落客旅行團

聖稜的星光試映+部落客旅行團

聖稜的星光試映+部落客旅行團

聖稜的星光試映+部落客旅行團

聖稜的星光試映+部落客旅行團

聖稜的星光試映+部落客旅行團

聖稜的星光試映+部落客旅行團

聖稜的星光試映+部落客旅行團

聖稜的星光試映+部落客旅行團

聖稜的星光試映+部落客旅行團

聖稜的星光試映+部落客旅行團

聖稜的星光試映+部落客旅行團

聖稜的星光試映+部落客旅行團

聖稜的星光試映+部落客旅行團

聖稜的星光試映+部落客旅行團

聖稜的星光試映+部落客旅行團

聖稜的星光試映+部落客旅行團

聖稜的星光試映+部落客旅行團

聖稜的星光試映+部落客旅行團

聖稜的星光試映+部落客旅行團

聖稜的星光試映+部落客旅行團

聖稜的星光試映+部落客旅行團

聖稜的星光試映+部落客旅行團

聖稜的星光試映+部落客旅行團

聖稜的星光試映+部落客旅行團

聖稜的星光試映+部落客旅行團

聖稜的星光試映+部落客旅行團

聖稜的星光試映+部落客旅行團

聖稜的星光試映+部落客旅行團

聖稜的星光試映+部落客旅行團

聖稜的星光試映+部落客旅行團

聖稜的星光試映+部落客旅行團

聖稜的星光試映+部落客旅行團

聖稜的星光試映+部落客旅行團

聖稜的星光試映+部落客旅行團

聖稜的星光試映+部落客旅行團

聖稜的星光試映+部落客旅行團

聖稜的星光試映+部落客旅行團

聖稜的星光試映+部落客旅行團

聖稜的星光試映+部落客旅行團

聖稜的星光試映+部落客旅行團

聖稜的星光試映+部落客旅行團

聖稜的星光試映+部落客旅行團

聖稜的星光試映+部落客旅行團

案例：試讀做為一種行銷手法—歷史學家

- 2006年8月
- 大塊文化
- 歷史學家
 - 第一階段：徵求百人試讀
 - 第二階段：試讀者分享讀後感
 - 第三階段：文章彙編（初選+決選）
 - 獎金
 - 贈品
 - 書：歷史學家（市價380元）
- 大書上市的基本配套行銷模式



案例：試讀做為一種行銷手法—歷史學家

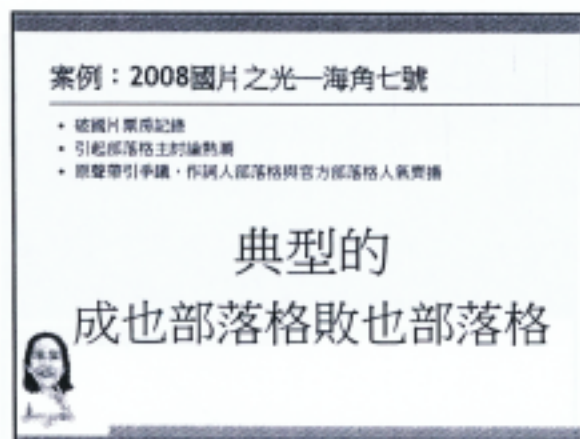


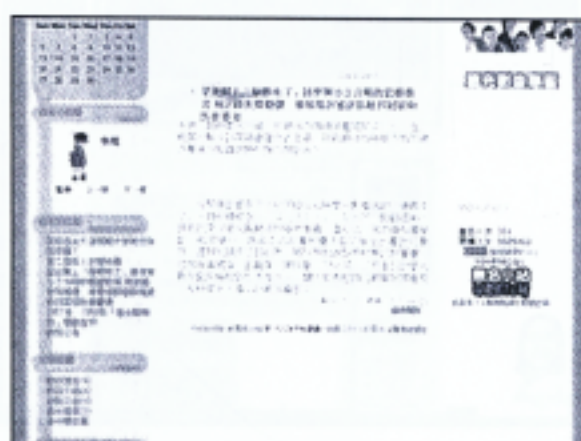
案例：時尚風水師—開運龍老師

- 2006年10月開站，至今滿兩年
- 2006年10月-12月第一次改版
- 2007年4月-6月第二次改版
- 2008年10月起第三次改版，並設計分身部落格

來自網路營收
由0%~40%

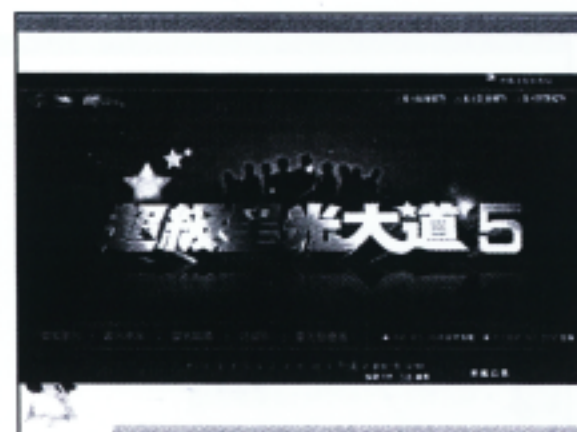








序號	姓名	年齡	職業	學歷	學歷	學歷
1	陳偉	25	學生	大學	大學	大學
2	陳偉	25	學生	大學	大學	大學
3	陳偉	25	學生	大學	大學	大學
4	陳偉	25	學生	大學	大學	大學
5	陳偉	25	學生	大學	大學	大學
6	陳偉	25	學生	大學	大學	大學
7	陳偉	25	學生	大學	大學	大學
8	陳偉	25	學生	大學	大學	大學
9	陳偉	25	學生	大學	大學	大學
10	陳偉	25	學生	大學	大學	大學
11	陳偉	25	學生	大學	大學	大學
12	陳偉	25	學生	大學	大學	大學
13	陳偉	25	學生	大學	大學	大學
14	陳偉	25	學生	大學	大學	大學
15	陳偉	25	學生	大學	大學	大學
16	陳偉	25	學生	大學	大學	大學



身為部落客的Do's & Don't's

- 收了好處又扯廠商→不要做
- 收了好處一味講廠商好→不要做
- 姿態太高→千萬不要
- 向廠商回過多的好處→不要做
- 批判多於批評→不要做
- 有數據必查證→要做
- 引用資料、圖片有來源註明→要做
- 虛心接受錯誤指正→要做
- 對自己所寫的文章負責→要做



企業找部落客行銷的Do's & Don't's

- 負評的處理與沙盤推演→要做
- 有效的客服、行銷、公關支援→要做
- 一味地要求部落客寫好話→不要做
- 因部落客配合改稿→不要做



部落格行銷v.s專業寫手

寫手v.s.部落客，是行銷的雙刃刀

寫手v.s.部落客的真相與迷思

- 寫手可能只有幾個；部落客可以找很多個
- 寫手要“懂行”；部落客可以不用“懂行”
- 影子寫手要有職業道德；部落客沒有章法可管
- 寫手頂多只能寫幾家公司；部落客什麼都可以寫



你的企業需要專業寫手嗎？還是只需要部落客？

- 寫手的“門檻”
- 效益：寫手>>部落客 or 部落客>>寫手
- 花費的成本



企業尋找部落客或寫手的考量

- 曝光度
- 知名度
- 可識別度
- 人氣指數
- 目標群眾(TA)的深度與廣度
- Tone調對不對
- 有沒有 Credit



結語：部落格行銷該怎麼做？

只靠我這一句話，即可立即起飛

虛與實的結合，應該要有的認識(7W3H)

- Why：為什麼要做？
- What：什麼該寫、什麼不該寫？
- When：何時該寫、何時該合作？
- Who：誰來寫、找誰寫？
- Where：該在哪些地方曝光？
- Whom：寫給誰看？(TA在哪裏？)
- Which：怎麼曝光？(曝光的方法)
- How many：需要多少時間？
- How much：初步效益與成本計算
- How to：怎麼做？



分享是件簡單又快樂的事

我可以，相信你也可以做得更好

謝謝大家，敬請指教！

感激您的用心聆聽

分享者：Alice

alice425@gmail.com

<http://www.askareiko.com/>



數位內容與歷史教學

- 一、前言：因應資訊傳播革命的時代
- 二、何謂數位學習
- 三、歷史科數位學習活動設計
- 四、以歷史文化網為例
- 五、結語



前言：因應資訊傳播革命的時代

近世的資訊傳播革命

- 印刷術的發明：庶民文化的興起
- 大眾傳播媒體興起：推翻專制帝王的統治
- 當前的資訊傳播革命



何謂數位學習

定義：

以數位工具，
透過有線或無線網路，
取得數位教材，
進行線上或離線之學習活動



何謂數位學習

範疇：

- 一、數位學習工具的研發
- 二、數位學習網路環境之建置
- 三、數位教材內容開發
- 四、數位學習活動的設計



歷史科數位學習活動的設計

- 新的知識傳播形式
- 數位化的教材內容



歷史科數位學習活動的設計

新的知識傳播形式(遠距教學)

- B B S 站
- 網站
- 部落格



歷史科數位學習活動的設計

數位化的教材內容

- 簡報大綱321.ppt
- 圖片
- 動畫：Flash 影片



以歷史文化學習網為例

網站架構

- 初級、進階、教學
- 九大主題
- 時間長廊
- 文化風貌
- 關鍵詞



以歷史文化學習網為例

教學資源區

- 政權演變傳襲
- 大事年表
- 本網辭典
- 歷史教學電子地圖



以歷史文化學習網為例

教學活動設計及應用

- 教師備課
- 引起動機
- 課堂穿插
- 課後作業



以歷史文化學習網為例

教師備課

- 教材對應表
- 子題內容



以歷史文化學習網為例

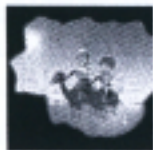
引起動機

- 動畫
- 遊戲
- 線上活動

以歷史文化學習網為例

課堂穿插

- 動畫
- 遊戲
- 圖片
- 子題內容文字



以歷史文化學習網為例

課後作業

- 我要挑戰
- 線上遊戲
- 歷史知識交流區
- 歷史知識問答

結語

- 做為新時代的教師
- 教師永遠是教學的主體



報告內容

- 一、網站建置依據
- 二、網站建置目標
- 三、網站內容特色
- 四、網站內容架構
- 五、網站願景

歷史文化 一、網站建置緣起

依據：行政院「挑戰2008-
建構數位化學習內容」計畫

執行：（逐年核撥經費）

- 第一年度（92.9~93.5）
- 第二年度（93.9~94.6）
- 第三年度（94.8~95.7）
- 第四年度（95.12~97.4）

歷史文化 二、網站建置目標

- 順應數位學習的時代潮流
- 回歸教育本質的資訊教育
- 培養科技社會的人文情懷
- 養成學生主動學習的態度
- 協助中、小學的歷史教學

歷史文化 三、網站內容特色

教育性：方便教與學使用的
組織式與正確性知識

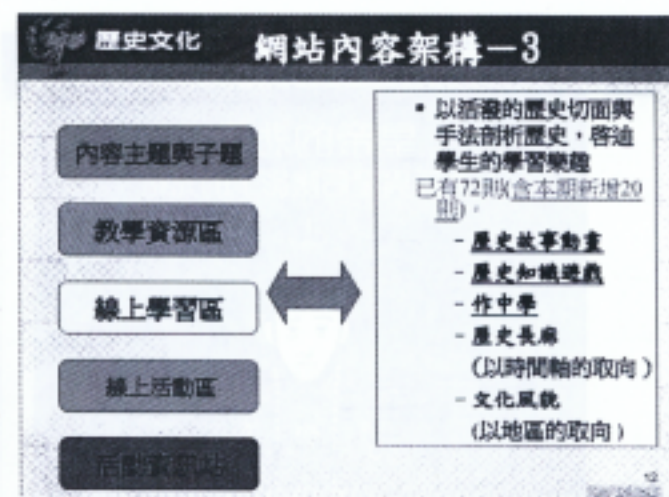
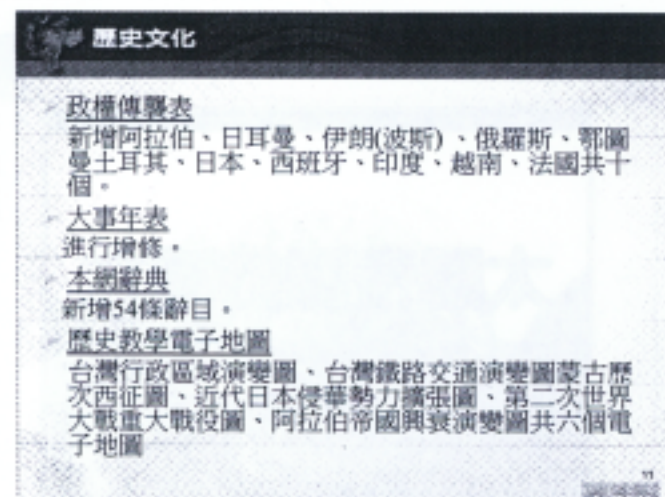
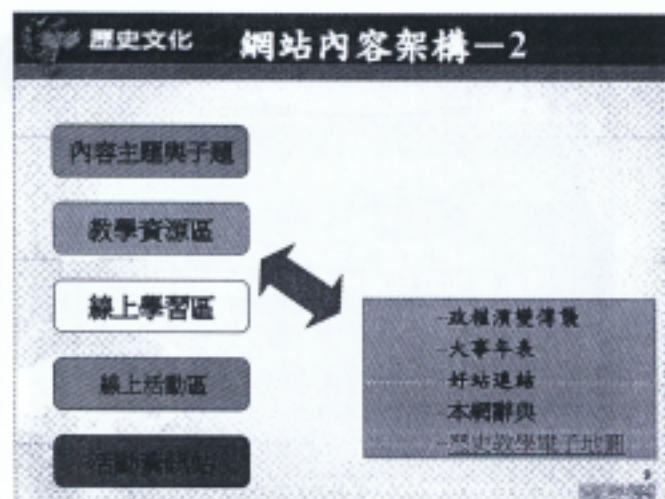
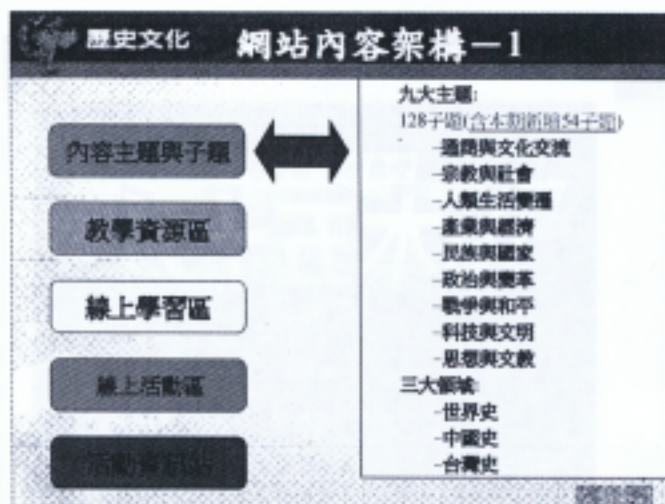
生活性：貼近生活的實用性知識

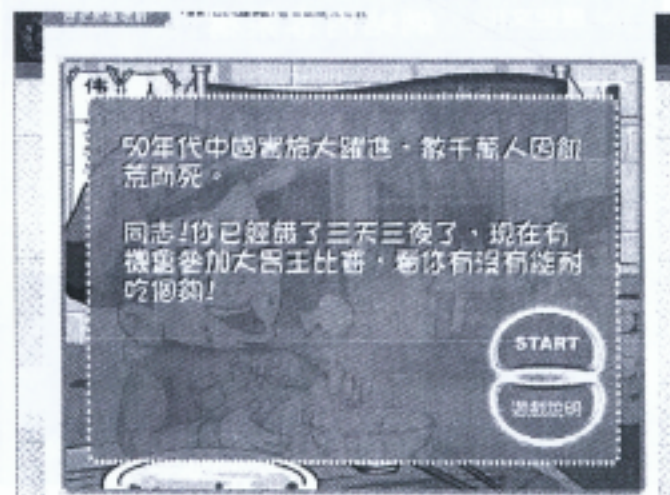
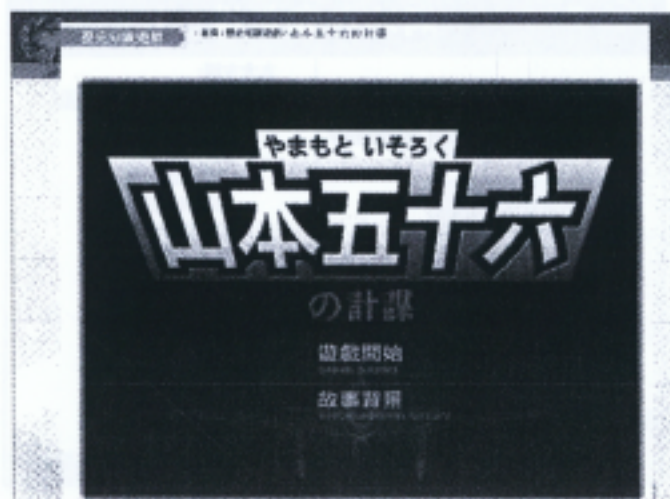
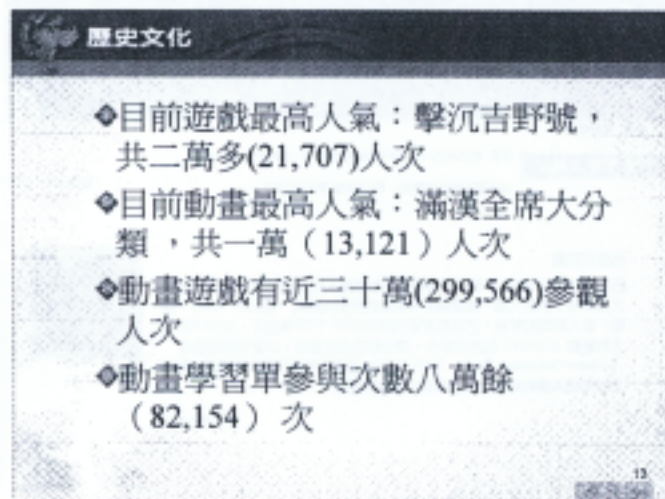
時代性：優先選製具有時代意義
的歷史文化知識主題

活潑與趣味性：啟發學生學習
意願的豐富圖片、動畫

歷史文化 四、網站內容架構

- 1、內容主題與子題
- 2、教學資源區
- 3、線上學習區
- 4、線上活動區
- 5、活動資訊站





歷史文化 網站內容架構-4

內容主題與子題

教學資源區

線上學習區

線上活動區

歷史知識交流區

教學教案設計競賽
(歡迎上網報名)

歷史大公投

歷史圖片彙集

歷史知識問答

歷史圖片來找碴

鄉土教學網站推薦

歷史危機警

教材放大鏡

歷史知識交流區

首頁 / 歷史知識交流區

代碼	標題	發表者	最後回覆	高點數	發表日期
120	歷史圖片來找碴	台大附中五班 謝凡		223	2007-11-07 11:20:51
121	教學教案設計競賽	蘇維達		187	2007-10-28 22:45:29
122	歷史知識問答	伊維達		285	2007-09-30 18:20:43
123	台灣之歷史年表-詳述	陳寶隆	山雲	537	2007-09-19 18:36:23
124	台北府城發展與城市空間變遷			420	2007-08-08 14:47:38
125	台灣歷史文化與地理教學資源	謝凡		411	2007-07-05 11:12:57
126	中國歷史大事記-夏商周春秋戰國	謝凡	山雲	967	2007-07-05 18:36:23
127	請問一下古史大事	謝凡	123	587	2007-07-01 19:28:24
128	台北府城發展與城市空間變遷	蘇維達	TS07070707	188	2006-07-01 13:41:28

線上活動區

2007年度參與人次 1291人
已作答題次(包含錯誤與正確的) 431540題次

歷史知識機智問答挑戰賽

你為歷史知識達人嗎？想挑戰你的歷史知識程度嗎？歡迎大家來挑戰，挑戰今年度的歷史知識達人寶座！

來挑戰吧！

[活動說明] [我要挑戰] [歷史知識達人排行榜]

教材放大鏡

首頁 / 歷史知識交流區 / 教材放大鏡

YMD9 - 台灣歷史博物館 - 4月 - 台灣歷史博物館

你覺得教材放大鏡有什麼用？

歷史知識轉徵文活動!

參加徵文活動 徵文怎麼寫? 徵文要寫什麼? 徵文要寫多少?

主辦單位: 教育部歷史文化學習網

1. 徵文主題: 台灣歷史博物館

2. 徵文對象: 全國各級各類學校學生

3. 徵文時間: 2007.12.31 以前

4. 徵文地點: 全國各級各類學校

5. 徵文地點: 全國各級各類學校

6. 徵文地點: 全國各級各類學校

7. 徵文地點: 全國各級各類學校

8. 徵文地點: 全國各級各類學校

9. 徵文地點: 全國各級各類學校

10. 徵文地點: 全國各級各類學校

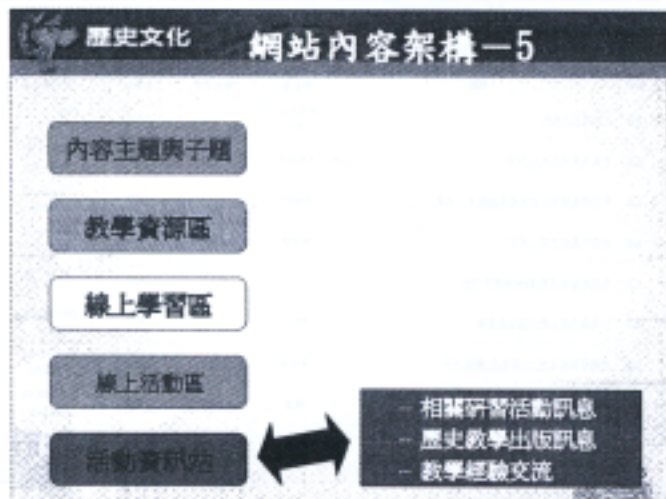
教材放大鏡

首頁 / 歷史知識交流區 / 教材放大鏡

YMD9 - 台灣歷史博物館 - 4月 - 台灣歷史博物館

你覺得教材放大鏡有什麼用？

代碼	標題	發表者	最後回覆	高點數	發表日期
120	歷史圖片來找碴	台大附中五班 謝凡		223	2007-11-07 11:20:51
121	教學教案設計競賽	蘇維達		187	2007-10-28 22:45:29
122	歷史知識問答	伊維達		285	2007-09-30 18:20:43
123	台灣之歷史年表-詳述	陳寶隆	山雲	537	2007-09-19 18:36:23
124	台北府城發展與城市空間變遷			420	2007-08-08 14:47:38
125	台灣歷史文化與地理教學資源	謝凡		411	2007-07-05 11:12:57
126	中國歷史大事記-夏商周春秋戰國	謝凡	山雲	967	2007-07-05 18:36:23
127	請問一下古史大事	謝凡	123	587	2007-07-01 19:28:24
128	台北府城發展與城市空間變遷	蘇維達	TS07070707	188	2006-07-01 13:41:28



歷史文化 五、網站願景

- 1、依推廣活動之回饋調整架構或修正內容知識
- 2、配合中小學歷史課程之調整，擴大內容知識之建置
- 3、配合教育行政單位或各區教學輔導團，設計各種歷史文化知識遊戲競賽，發揮本網之功能，增進學生學習歷史的興趣與效果

歷史文化

謝謝大家
敬請指教

數位學習資源的搜尋與利用

- 前言：數位學習的範疇
- 廣泛搜尋
- 專業搜尋
- 截取與選用
- 建立個人資料庫
- 結語

數位學習資源的搜尋與利用

前言：數位學習的範疇

- 一、數位學習工具（載具及輔具）的研發。
- 二、數位學習網路環境之建置。
- 三、數位教材內容開發。
- 四、數位學習活動的設計

網路廣泛搜尋

GOOGLE大神？

GOOGLE在教學上的應用

<http://moodle.boe.ttct.edu.tw/course/category.php?id=17>

圖片搜尋
庫存頁檔

立即測試你的功力

- 阿西亞特里亞達



花了多少時間？

- 原文為 Moni Agia Triada (Monastery Holy Trinity)。
- 此處有許多修道院，主要為逃避土耳其人入侵的戰禍而建，現為著名觀光景點，每年有百萬人次遊客，位於希臘中部 Meteora

專業搜尋

- 史學連線
- <http://saturn.ihp.sinica.edu.tw/~shih/>



專業搜尋

- 各博物館學習資源

歷史博物館 <http://www.nmh.gov.tw/zh-tw/Download/Content.aspx?unkey=30>

故宮博物院 <http://elearning.npm.gov.tw/index.htm>

歷史文物陳列館
http://www.ihp.sinica.edu.tw/~museum/tw/instruction_techer.php



專業搜尋

- 數位典藏與數位學習成果入口網

- <http://digitalarchives.tw/collection.jsp>



專業搜尋

- 教育部

- 教學資源網
<http://etoe.edu.tw/scripts/learning/index.asp>

- 數位內容交換分享平台
<http://edshare.edu.tw/erportal/index.jsp>

- 學習加油站
<http://content1.edu.tw/signon.do?username=anonymous&password=anonymous>

- 六大學習網共同平台 <http://learning.edu.tw/sixnet/>



專業搜尋

- 歷史學科中心

- <http://history.csqhs.tp.edu.tw/xoops2/>

- 地方縣市政府教育網路中心

- <http://nc.boe.ttct.edu.tw/96nc/modules/news/>



截取與選用

- 新石器時代疆域圖

- <http://www.nmh.gov.tw/zh-tw/History/List.aspx?unkey=32>

- 歷史學科中心 [近代的衝擊\(晚清\)](#)

- 決戰金陵

- <http://tech2.npm.gov.tw/jinling/home.htm>



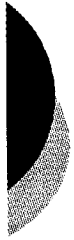
截取選用原則的考量

- 配合教學單元

- 教學環境與可使用輔助器材

- 配合教學活動設計

- 影片時間長短



建立個人資料庫

- 基本資料
- 如何運用於教學活動



建立個人資料庫

- 基本資料
 - 編號
 - 屬性
 - 作者
 - 引用出處
 - 檔案名稱



建立個人資料庫

- 如何運用於教學活動
- 配合課綱教學單元
- 教學指引
- 學習單
- 分類(史別、年級...)



結語

- 教師永遠都是學習引導的中心
- 書(數位教材)到用時方很少



工作團隊

(六大學習網共同平台)

http://learning.edu.tw

職位職稱	姓名	服務單位	職務
主持人	黃國勝	中正大學電機系	教授
共同主持人	黃仁雄	中正大學實工系	教授
共同主持人	蘇輝凱	虎尾科技大學電機系	助理教授
顧問群 (資訊技術專家)	陳景華	中正大學電機系	教授
	游寶通	中正大學實工系	教授
	孫金玲	世新大學管理系	副教授
顧問群 (課程教育專家)	張貴貞	臺灣師範大學大學部師範系	副教授
	蕭敏旭	國立技術學院實工系	講師
	孫和行	華梵大學二管系	副教授

2

簡報大綱

- 簡介
- 教育部教學資源
- 課程服務
- 課程服務操作與線上體驗
- 結論
- 問題與討論

3

簡介 (1)

- 傳統教學與創意教學
 - 一綱多本
 - 本位課程
 - 考量學校條件、社區特性、家長期望、學生需要等相關因素，結合全體教師和社區資源
- 教育部教學資源
 - 六大學習網
 - 學習加油站
 - 社教博識網
 - 教學資源網 (EtoE)
 - 數位內容分享平台 (EdShare)

4

簡介 (2)

- 教學資源使用問題
 - 老師面對龐大六大學習網教學資源，不知如何適當引用到教學第一現場。
 - 學生不知如何善用網路資源輔助，以增加學習效益。
- 主題
 - 教育部教學資源介紹
 - 六大學習網課程服務

5

教育部教學資源 (1)

- 六大學習網
 - 共同平台, <http://learning.edu.tw>
 - 歷史文化網, <http://culture.edu.tw/>
 - 自然生態網, <http://nature.edu.tw/>
 - 科學教育網, <http://science.edu.tw/>
 - 生命教育網, <http://life.edu.tw/>
 - 健康醫學網, <http://health.edu.tw/>
 - 人文藝術網, <http://arts.edu.tw/> (<http://140.113.208.93/arts/>)
- 教學資源種類：
 - Flash 互動媒材、影片、教案、教材、學習單、素材



6

六大學習網共同平台



歷史文化網



自然生態網



科學教育網



生命教育網



健康醫學網



教育部教學資源網 <http://learning.edu.tw>

人文藝術網

13

教育部教學資源網 <http://learning.edu.tw>

教育部教學資源 (2)

- 學習加油站
 - 學習資源, 知識 Cool, 遊戲網
 - <http://coolnet.moe.edu.tw/>
- 社教博識網
 - 提供社教機構教學整合資源
 - <http://wise.edu.tw/>
- 數位內容分享平台 (EdShare)
 - 提供教學元件分享與交換服務
 - <http://edshare.edu.tw/>
- 教學資源網 (EtoE)
 - from E-education to E-learning
 - 提供教材索引 (metadata) 交換服務
 - (1) 制定數位教學資源交換規格 2.0, (2) 引入台灣創用CC官網 (Creative Commons)
 - <http://etoe.edu.tw/>

14

教育部教學資源網 <http://learning.edu.tw>

學習加油站

15

教育部教學資源網 <http://learning.edu.tw>

社教博識網

16

教育部教學資源網 <http://learning.edu.tw>

數位內容分享平台 (EdSAHRE)

17

教育部教學資源網 <http://learning.edu.tw>

教學資源網 (ETOE)

18

資訊融入課程之考量

- 數位資源版權問題
- 數位資源來源與尋找問題
- 數位資源與課程關聯問題
- 數位資源下載、儲存與管理問題
- 軟體工具與平台管理與維護問題

課程服務與其他計畫關係圖



課程服務內容

- 服務對象：國中小課程規劃者與教師
- 課程服務
 - 提供一個具有友善教材搜尋機制之課程編輯介面
 - 提供一個課程、教材存放與展示之環境
 - 可攜式課程服務工具
- 六大學習網路服務
 - 代管連通縣市學校課程服務平台作業
 - 建置縣市學校申請課程服務平台作業
 - 協助縣市學校建置課程大綱作業
 - 協助課程服務平台解決網站相關問題
 - 課程教學使用者回饋問卷調查
- 加值服務
 - 課程教材推薦
 - 示範課程



課程編輯 (1)

課程名稱	課程目標	課程內容	課程資源	課程評估
第一學期	1. 了解課程目標與內容	1. 課程目標與內容	1. 課程目標與內容	1. 課程目標與內容
第二學期	2. 了解課程目標與內容	2. 課程目標與內容	2. 課程目標與內容	2. 課程目標與內容
第三學期	3. 了解課程目標與內容	3. 課程目標與內容	3. 課程目標與內容	3. 課程目標與內容
第四學期	4. 了解課程目標與內容	4. 課程目標與內容	4. 課程目標與內容	4. 課程目標與內容
第五學期	5. 了解課程目標與內容	5. 課程目標與內容	5. 課程目標與內容	5. 課程目標與內容
第六學期	6. 了解課程目標與內容	6. 課程目標與內容	6. 課程目標與內容	6. 課程目標與內容

課程編輯 (2)

課程名稱	課程目標	課程內容	課程資源	課程評估
第一學期	1. 了解課程目標與內容	1. 課程目標與內容	1. 課程目標與內容	1. 課程目標與內容
第二學期	2. 了解課程目標與內容	2. 課程目標與內容	2. 課程目標與內容	2. 課程目標與內容
第三學期	3. 了解課程目標與內容	3. 課程目標與內容	3. 課程目標與內容	3. 課程目標與內容
第四學期	4. 了解課程目標與內容	4. 課程目標與內容	4. 課程目標與內容	4. 課程目標與內容
第五學期	5. 了解課程目標與內容	5. 課程目標與內容	5. 課程目標與內容	5. 課程目標與內容
第六學期	6. 了解課程目標與內容	6. 課程目標與內容	6. 課程目標與內容	6. 課程目標與內容

課程展示 (1)

課程名稱	課程目標	課程內容	課程資源	課程評估
第一學期	1. 了解課程目標與內容	1. 課程目標與內容	1. 課程目標與內容	1. 課程目標與內容
第二學期	2. 了解課程目標與內容	2. 課程目標與內容	2. 課程目標與內容	2. 課程目標與內容
第三學期	3. 了解課程目標與內容	3. 課程目標與內容	3. 課程目標與內容	3. 課程目標與內容
第四學期	4. 了解課程目標與內容	4. 課程目標與內容	4. 課程目標與內容	4. 課程目標與內容
第五學期	5. 了解課程目標與內容	5. 課程目標與內容	5. 課程目標與內容	5. 課程目標與內容
第六學期	6. 了解課程目標與內容	6. 課程目標與內容	6. 課程目標與內容	6. 課程目標與內容

課程展示 (2)



http://learning.edu.tw

課程服務操作與線上體驗

- 教育部六大學習網共同平台
 - <http://learning.edu.tw/>
- 教育部六大學習網課程服務入口
 - <http://learning.edu.tw/moodle/>



http://learning.edu.tw

可攜式課程編輯與展示工具

- 提供個人化離線編輯工具，可透過隨身碟攜帶
- 提供個人化私有展示空間
- 方便地將課程展示於教學第一現場（不受網路與設備限制）
- http://learning.edu.tw/tools/portable_tools.zip



http://learning.edu.tw

課程服務預期效益 (1)

- 課程規劃者（各校課發會教師）
 - 協助教學課程規劃
 - 協助各校本位課程發展
 - 發展教學範例課程包
 - 觀摩其他學校教學課程發展
- 教師
 - 很方便地將引用數位資料到教學第一現場
 - 教師教學經驗交流

http://learning.edu.tw

課程服務預期效益 (2)

- 家長與學生
 - 瞭解學校課程內容與進度
 - 方便課後練習與輔導
- 教材開發者（六大學習網）
 - 瞭解教材被引用狀況
 - 瞭解教材與課程被引用關係（如：生命教育網之融入教學）
 - 瞭解第一線教師對教學輔助資料之需求

http://learning.edu.tw

結論

- 需求面：
 - 調查與分析課程規劃者與教學現場老師之需求
- 技術面：
 - 配合需求層面，開發課程服務編輯、展示與可攜式工具。
 - 協助網站系統技術性功能之管理與維護。
- 服務面：
 - 提供六大學習網課程服務與推廣活動

http://learning.edu.tw



問題與討論

<http://learning.edu.tw>

- 教學現場硬體資源與軟體資源現況？
- 課程展示模式？
 - 週次展示 與 主題式展示
 - 課程與教案展示
- 課程服務對於學生學習效果與教師自我成長影響？

31

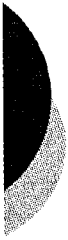


報告完畢
敬請指教



<http://learning.edu.tw>

32



歷史教材的數位化

- 數位學習的核心—數位化教材
(Digital teaching material)
- 將教材數位化，儲存於電子媒體中，以提供教師教學與學生學習之用，這是資訊科技融入教學的前提



數位教材的分類

- 純文字型：利用文字的敘述，來說明課程
- 圖文並茂型：使用大量圖表、相片等圖檔或影像呈現的課程
- 聲音多媒體：利用聲音與文字同步，藉由授課人活潑的講解，提高學習成效
- 影像多媒體：利用影像動畫製作數位化教材



傳統歷史教材的特色

- 以文字敘述為主
- 數位學習的特色：
利用聲音、影像來陳述
- 如何融冶於一爐？又能方便呈現？



eXe軟體

- eXe 是eLearning XHTML Editor的簡稱
- XHTML：
eXtensible HyperText Markup Language，
可擴展的超文件標記語言



eXe軟體

- 以開放源始碼的瀏覽器firefox為基礎，讓每個人都可以去使用與分享，不會有版權問題
- 是網路學習資源的設計與製作技術的應用
- 支援多種教材格式的多媒體教材製作軟體



eXe軟體

- 官方網站 <http://exelearning.org>
- 在 Download eXe 下的 windows
- 下載 eXe-install-1[1].04.exe

開啓 eXe

- 安裝
- 執行



eXelearning XHTML editor

eXe版面



eXe版面：頁面控制

- 增加頁面
- 刪除
- 重新命名
- 箭頭：主題垂直移動
- 三角箭頭：頁面垂直移動

eXe版面：iDevices項目

- 左下各項

eXe版面：製作頁面



iDevices工具：文字

- 有標題的文字：
 - 學習活動
 - 目標(目的)
 - 預備知識

iDevices工具：文字

- 無標題文字：自由文字
- 案例型文字：
 - 問題與回答
 - 案例分析

iDevices工具：圖像

- 學習活動
- 圖像畫廊
- 圖像局部放大

iDevices工具：評量

- 填空
- 選擇
- 是非
- SCORM(Sharable Content Object Reference Model共享內容物件參考模型)練習題



iDevices工具：其他

- java applet：方便製作幾何圖形
- RSS:自行訂閱所選網站的即時更新
- Wiki文章:會向各個Wiki網站搜尋有關輸入關鍵字的文章
- 外部網頁：



eXe儲存

- 合併教材
- 檔案匯出：檔案→匯出→IMS內容包裹就可以將其教材匯出成zip檔
- 儲存檔案：每次均儲存新檔。勿用中文路徑及檔名

西方人眼中的慈禧太后

—慈禧太后的多種不同形象

從慈禧太后的兩張畫像說起



華士胡博(Vos Hubert)的兩張畫像



慈禧的畫像

另一張畫像：by Katherine Carl



哪一張才比較接近真實的慈禧？



慈禧太后照片



Katherine Carl所畫的皇妃



Katherine Carl所畫的皇妃



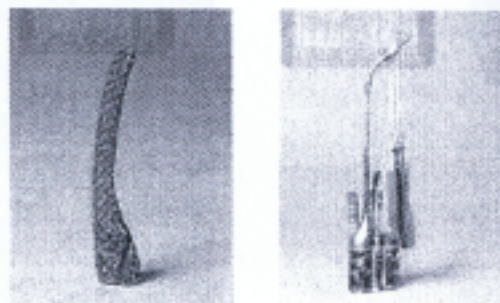
大綱

- 一般印象：無識見卻擅權謀奢侈腐化
- 另類慈禧：多才多藝操持全局和藹慈祥
- 西方人眼中的慈禧太后
神秘的女人
陰險的悍婦
高雅的貴婦

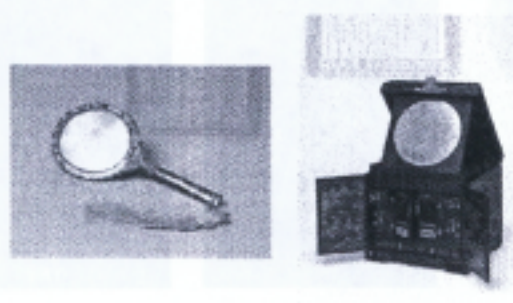
無識見卻擅權謀奢侈腐化

- 生活奢侈 嬉樂揮霍
- 保守銅蔽 迷信仇外
- 破壞體制 攬權把持

奢華的生活用品



奢華的生活用品



奢華的生活用品



奢華的生活用品



嬉樂揮霍

- 平劇
- 打麻將



另類慈禧： 多才多藝操持全局和藹慈祥

- 多才多藝：書法、繪畫、醫術、文采
- 操持全局，維繫綱常名教
- 御下有方 國母典範



神秘的女人

- 身世之謎
- 政變之謎
- 陰險之謎

身世之謎

- 出身江南
 - 小名蘭兒
 - 因擅江南小調得寵
 - 惠玉蘭

身世之謎

- 山西長治縣
- 綏遠城
- 滿洲鑲黃旗中等貴族之家



政變之謎：一生中發動三次政變

- 辛酉政變
- 甲申政變
- 戊戌政變



陰險之謎

- 毒死慈安太后
- 毒死光緒皇帝



陰險的悍婦

- 悍婦
- 蕩婦
- 愚婦

高雅的貴婦

- 宮廷畫師筆下的慈禧
- 宮廷醫師筆下的慈禧
- 公使夫人眼中的慈禧
- 宮廷女官筆下的慈禧

宮廷畫師筆下的慈禧

- 憂心國事
- 生日節省
- 奢侈：管理不良
- 正義：為民伸冤



宮廷醫師筆下的慈禧

- 對慈禧身世有許多傳說

公使夫人眼中的慈禧

- 和藹可親
- 當眾揮毫
- 擅繪畫

慈



宮廷女官筆下的慈禧（德齡郡主）



結語

- 清宮二年記
顧秋心譯
- 御香縹緲錄
Imperial Incense
秦復鵬譯
- 清宮夜談錄
李若水譯

- 慈禧的自我形象
- 女權意識高漲下的慈禧形象
- 商業化以後的慈禧
- 當東方碰上西方一天大的誤會

慈禧的自我形象



學習單的原則

什麼是學習單？
學習單等於評量？
學習單等於測驗卷？

需要學習單的理由？

- (1)幫助學生有結構的學習
- (2)提示學習的方向與重點
- (3)幫助學生兜攏注意力
- (4)為了完成學習單，學生較投入學習活動
- (5)每個學生的學習都均等
- (6)落實形成性評量
- (7)產出作業易於評量
- (8)方便作為學習檔案
- (9)方便家長了解孩子平時學習狀況
- (10)某種情況下可代替教案

不需要學習單的理由

- (1) 學習單只不過是縮小版的考卷
- (2) 設計的層次停留在低階的「標準答案題」
- (3) 制式化的學習單，學生看了就膩
- (4) 每張學習單都要寫字，學生看了就煩
- (5) 只要求完成學習單，沒有導讀，遑論討論
- (6) 忽略學習單以外的學習
- (7) 老師過度仰賴別人設計的學習單
- (8) 學生不讀文本，把學習單完成，交差了事
- (9) 一書一單，倒盡孩子閱讀的胃口
- (10) 學習單越多，老師越認真，學生成績越好

學習單的作用

- 規範學生的學習範圍與歷程
- 對學生的學習成效作某種程度的保證

為什麼需要自己設計學習單？

- 從坊間一些試題說起

例一

- 自強運動前後三十餘年，歷經清朝哪三位皇帝？
 - (A)道光、咸豐、同治
 - (B)咸豐、同治、光緒
 - (C)道光、同治、光緒
 - (D)同治、光緒、宣統。

例二

- 清政府發布上諭，宣布：「自丙午（1906年）科為始，所有鄉、會試一律停止。各省歲科考試亦即停止。」請問：這是在哪一年？
- (A) 光緒二十年
(B) 光緒二十九年
(C) 光緒三十一年
(D) 光緒三十三年。

例三

- 「一、崇拜皇上帝；二、不好拜邪神；三、不好妄題皇上帝之名；四、七日禮拜頌讀皇上帝恩德；五、孝順父母；六、不好殺人害人；七、不好奸邪淫亂；八、不好偷竊劫搶；九、不好講謊話；十、不好起貪心。」請根據上文，回答下列問題：提出上述主張的組織或團體，先後歷經那幾個皇帝？
- (A) 道光→咸豐→同治
(B) 咸豐→同治→光緒
(C) 咸豐→道光→同治
(D) 道光→同治→咸豐
(E) 同治→咸豐→光緒

例四

- 乾隆帝統治的時間很長，但晚年吏治不善，諸弊叢生，社會動盪不安。當他讓位給兒子嘉慶的時候，正是湖北□□□叛變之時，清朝統治由盛極走向衰微。請問：□□□應填入何者？
- (A) 白蓮教
(B) 天地會
(C) 太平天國
(D) 小刀會。

例五

- 下列那個清代的亂事不是在同治年間所平定？
- (A) 太平天國
(B) 新疆回變
(C) 雲貴回變
(D) 陝甘回變

例六

- 素有東方明珠之稱的香港，已於1997年7月1日回歸中國，但香港實際上並沒有租借期限的問題，租約到期的是九龍界限街以北的新界，試問香港與九龍的割讓分別在那個條約？1、南京條約；2、天津條約；3、北京條約；4 璦琿條約
- (A) 1、2
(B) 2、3
(C) 3、4
(D) 1、4

例七

- 1864年美國標準書《萬國公法》之中譯本出版後，直接輸入日本。明治初期的日本啟蒙思想家福澤諭吉說：「百卷之萬國公法，不若數門大砲，幾冊和親條約，不若一筐彈藥。」一語道破武力為國際法後盾的本質。請問：這本《萬國公法》的作者是誰？
- (A) 赫德
(B) 惠頓
(C) 蒲安臣
(D) 海約翰

例八

- 下列哪些近代歷史人物曾經來過臺灣？
- (A)孫中山
- (B)羅福星
- (C)林則徐
- (D)沈葆楨
- (E)劉銘傳。

設計學習單的原則

- 版面整潔大方
- 引人入勝的設計
- 趣味加分
- 情意教育

學習單編輯原則

- 符合教學目標及學習者的學習程度。
- 兼顧個別差異及團體合作
- 學習內容要活潑、有趣及生活化。
- 活動設計應由淺而深、由易而難、由簡而繁、由具體而抽象
- 開放性的學習，多元化的答案
- 提供學習者更多的成功經驗
- 每個學習單就是一個活動，活動內容份量應適宜
- 學習後的評量方式應多元化且人性化

學習單的種類

- 操作實驗：
- 遊戲方式：
- 引導啟發：
- 小組合作：
- 情境探索：

學習單的製作

- 釐清學習目標
- 選擇適合的學習單種類
- 選擇適合學習者身心發展及舊經驗
- 依據活動內容大綱排定細部活動流程
- 將細部活動流程活潑生動有趣生活化
- 設計多元化、人性化的評量
- 依據學習者的回饋，適度修正、補充學習單內容。

學習單的數位化

- 互動式呈現
- 影音效果
- 虛擬實境
- 遠距學習

課後活動與數位學習

歷史文化學習網

一、數位學習的特色：

數位化教材

遠距教學

自我學習

虛擬情境

1

學者研究成果

歷史文化學習網

- 林紀慧
- 電腦超媒體主題註解與使用時機對國小學生歷史思考學習的作用分析
- 新竹師院學報12期，1999

2

研究方法

歷史文化學習網

- 以板橋江翠國小六年級11個班級學生為對象
- 以「中西文化交流」作主題式教學，分別採用不同的註解形式
- 觀察場地依賴型學生與場地獨立型學生的不同學習反應

3

- 場地依賴型學生：
- 學習受到情境脈絡所影響
- 較珍視實際的訊息
- 偏好互動交談
- 希望得到老師同學的肯定

4

研究策略

歷史文化學習網

- 場地獨立型學生：
- 感覺事物或多或少獨立於週遭的場地
- 對概念感到興趣
- 能設定自我學習目標並執行
- 可以主動分析、組織和再組織其場地而不受背景的影響。

5

自變項：
超媒體使用時機
註解方式

依變項：
學習成就
學習態度

6

歷史文化學習網

初步結論

大體而言，電腦單獨教學成效較差

與以超媒體預習、複習、教師教學相比

7

歷史文化學習網

初步結論

對場地依賴型學生而言

利用註解，利用超媒體效果顯著較優

利用段落註解，效果優於主題註解

8

歷史文化學習網

初步結論

- 使用時機顯著影響教學
- 認知風格顯著影響學習成效
- 學習態度顯著影響學習成效

9

歷史文化學習網

學習風格的類型

- 心理的／情意的型態
- 學習者的感覺、意識、人格特質、自尊
- 內向／外向型
感覺／直覺型
思維／情感型

10

歷史文化學習網

學習風格的類型

- 生理的型態
- 經由感官或環境刺激的使用來促進學習
- 聽覺
視覺
觸覺

11

歷史文化學習網

學習風格的類型

- 認知的型態
- 環境裡一致性的反應與使用刺激
- 事物的被覺知及賦予意義
- 分析／整體
內向／外向
衝動／思考
場地依賴／場地獨立

12



歷史文化學習網

三、教學理念與資源運用

提供輔助學習工具：

教材對應表
歷史長廊
文化風貌
電子教學地圖
政權演變傳表
大事年表
本網辭典

13



歷史文化學習網

該如何設計教學活動

- 針對教學環境(鄉土、學校、教室...)
- 針對學資源
- 針對教材內容
- 針對學習者

14

歷史文化學習網

鄉土史教材的數位化

1

歷史文化學習網

鄉土史的重要

激發學生主動學習的興趣

培養學自我探索的能力

台灣的再發現

培養學生尊重大地愛護鄉土的觀念

建構屬於自我的、真實的「傳統」

2

歷史文化學習網

鄉土史教學素材

類別	定義	範圍
古物	指可供鑑賞、研究、發掘、宣揚而具有藝術價值或教育研究之價值之器物。	年代久遠之禮器、樂器、兵器、農具、舟車、貨幣、繪畫、法書、雕版、織物、漆器、器皿、圖書、文獻、印章、文玩、家具、雜器及其他文化遺物。
古蹟	指古蹟遺物、遺址及其他文化遺蹟。	所指的年代久遠之建築物，其全部或重要部分仍完整者，包括城郭、園林、市街、宮殿、衙署、書院、宅第、寺廟、祠廟、牌坊、陵墓、堤壩、橋樑及其他建築物。
民俗及有關文物	指與生活有關之文物。	衣食、衣、住、行、敬祖、信仰、年節、遊樂、其他風俗、習慣之文物。
自然文化景觀	指產生人類歷史文化之背景、區域、環境及珍貴稀有之動植物。	自然保護區：指以保護之特殊動、植物之生存、棲息地，與其代表性生態體系，或具有獨特地形、地質景觀，或具有基礎保存永久數年、教育研究價值之區域。 珍貴稀有動植物區：本國特有之動植物或族群數量上稀少或有絕滅危險之動植物。
產業	與地方發展相關之產業。	金屬、林、漁、牧、礦、工業、商業等相關之圖書、期刊、照片、檔案、非書資料等。

歷史文化學習網

鄉土史教學素材

文學	民間語言、文字及表達社會、團體、個人的生活、思想、情感的藝術。	詩、散文、小說、民間文學（故事、歌謠、諺語、諷刺）等等
藝術	含美的價值之活動，或其活動之產物。	指足以表現民族及地方特色之傳統技藝及藝術，包括編織、刺繡、泥塑、琢玉、木作、髹漆、竹木牙雕、漆器、雕刻、造紙、蒸餾、作樂、製糖、戲曲、古樂、歌謠、舞蹈、說唱、雜技等。音樂、舞蹈、建築、雕塑、篆刻、陶瓷、漆器、書畫、攝影
史料	歷史資料	田野調查、方志、檔案、證書

4

歷史文化學習網

鄉土史題材的選定

鄉土教材七大向度：

- 地理環境
- 特產
- 歷史
- 藝術文化
- 季節氣候
- 環境與生態保護
- 交通

5

歷史文化學習網

鄉土史題材的選定

- 與個人關係最密切的
- 人物
- 家族
- 學校

6

歷史文化學習網

鄉土史題材的選定

鄉土的共同記憶

- 地方生態：景點、海岸、垃圾山…
- 宗教信仰：廟宇、教堂、祠堂…
- 經濟活動：工廠、產業、土產…
- 生活型態：眷村、五分車…
- 文化活動：戲劇、社團…

7

歷史文化學習網

著手搜集資料

- 圖書館
- 文史工作室
- 人民團體、基金會
- 地方政府單位

8

歷史文化學習網

採集製作資料

- 實地踏勘
- 採訪
- 錄製
- 重新編製

9

歷史文化學習網

初步編寫

- 部落格
- 網頁
- 建立個人教學資源資料庫

10

歷史文化學習網

匯入教案

- 與九年一貫課程的搭配
- 與教學進度的協調

11

歷史文化學習網

範例

- 雲林縣特教教材編輯小組
<http://163.27.240.80/%7Eboe29/report.htm>
<http://163.27.240.80/%7Eboe29/>
- 屏東縣客家語教材資源中心網站
<http://163.24.17.16/modules/xoopspartners/>

12



範例

歷史文化學習網

教育部歷史文化學習網

<http://culture.edu.tw>

從做中學

鄉賢耆老

歷史圖片徵集

13

歷史文化學習網

歷史教學電子地圖

1

歷史文化學習網

E 世代的電子地圖

電腦製成數位的向量式電子地圖，包括所有點線面的座標值、相對關係、屬性資料等，可在生活上廣泛利用

動態搜尋

可展現空間資訊

2

歷史文化學習網

E 世代的電子地圖

- GOOGLE EARTH
- GOOGLE MAP

3

歷史文化學習網

電子地圖科技

- GPS (Global Position System)
全球衛星定位系統
- 結合衛星及通訊發展的技術

4

歷史文化學習網

電子地圖科技

- GIS
(Global Information System)
(Geographical Information System)
地理資訊系統
- 利用電腦技術建立地理資料庫，並且加以處理、分析、再應用

5

歷史文化學習網

電子地圖的活用

- 時空之旅-蘇軾
- http://cls.hs.yzu.edu.tw/su_shih/

6

歷史文化學習網

電子地圖的活用

- 人生到處知何似
—宋人與宋詩地理資訊系統
- <http://cls.hs.yzu.edu.tw/sung/sung/>
- 在數位地圖上加上宋人、宋詩、宋詩語言等三項訊息，
功能：可以輸入任何地名及地名同義詞而查詢到該地名，並在地圖顯示其地理位置，可以從任何地名連結該地之「宋人、宋詩、宋詩語言」資訊

7

歷史文化學習網

電子地圖的活用

上海歷史文化名人電子地圖

人文上海，魅力申城

—88位近現代上海歷史文化名人電子地圖

8

歷史文化學習網

電子地圖的活用

- 歷代疆域變遷圖
(中國歷代行政區域疆界變化)
- <http://ccts.sinica.edu.tw/framework.php?lang=zh-tw>

9

歷史文化學習網

電子地圖的活用

- 歷代黃河變遷圖
- <http://ccts.sinica.edu.tw/animation/river5.htm>

10

歷史文化學習網

電子地圖的活用

- 中華文明之時空基本架構
- <http://ccts.sinica.edu.tw/framework.php?lang=zh-tw>
- 譚其驤中國歷史地圖原始影像瀏覽系統
- <http://140.109.14.86/tan/>, 'blank', width=800, height=600

11

歷史文化學習網

電子地圖的活用

- 上海復旦大學中國歷史地理研究中心
- <http://yugong.fudan.edu.cn/cpgis/default.asp>

12

歷史文化學習網

歷史教學電子地圖

教育部歷史文化學習網
<http://culture.edu.tw/emap/index.php>

- 簡單清楚
- 有階段性
- 主題式製圖
- 配合文字說明

13

歷史文化學習網

歷史教學電子地圖的製作

- 一、擬訂主題
- 與教材課程相關
- 能呈現時間動態

14

歷史文化學習網

歷史教學電子地圖的製作

- 二、搜集資料
- 選定合適底圖
- 編輯大事年表(史事日誌)

15

歷史文化學習網

歷史教學電子地圖的製作

- 三、初步繪製
- 繪製底圖
- 繪製不同圖層點線(編寫腳本綱要)
- 撰寫說明文字(編寫腳本內容)

16

歷史文化學習網

FreeMind 心智圖軟體應用

1

歷史文化學習網

什麼是心智圖？

慣用的記憶方法為條列式重點整理方法，但往往因連貫性不足，無法深刻記憶下來。根據研究，大腦傳遞訊息的方式是以放射狀的呈現，Tony Buzan(東尼布贊)從大腦思考模式發明了心智圖法，提升對資料分析及記憶的能力。

心智圖法主要步驟：

1. 訂定主題
2. 將主題放在中心位置
3. 以中心題目為主軸，引出生線
4. 支線內容如果是多項的、複雜的，可再細分小支線，以此類推。

2

歷史文化學習網

心智圖製作的方法

- 四種不同切入思考方式
- 腳本
- 場景
- 角色
- 故事

3

腳本



歷史文化學習網

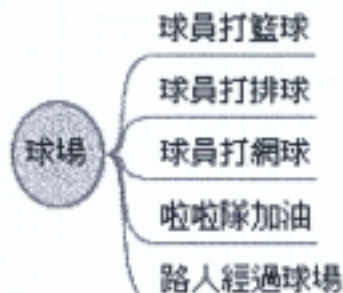
球場



5

歷史文化學習網

角色



故事

歷史文化與習俗



FreeMind下載與安裝

陳建文、李國明

在安裝FreMind心智圖軟體以前，
須先安裝JAVA Runtime Enviornment
<http://ptolemy.eecs.berkeley.edu/ptolemyII/ptII4.0/download.htm>

下載 [j2re-1_4_2_04-windows-i586-p.exe](#)
執行

FreeMind下載與安裝

歷史文化學刊

- 連結FreeMind官方網站
- http://freemind.sourceforge.net/wiki/index.php/Main_Page
- 下載
- FreeMind-Windows-Installer-0.8.1-max.exe

執行FreeMind

歷史文化學習網

- 開啟FreeMind
- 打開freemind.mm



執行FreeMind

歷史文化學習網

- 功能列切換模式
- 瀏覽模式 Browse Alt+2
- 檔案模式 File Alt+3
- 編寫模式 MindMap Alt+1

歷史文化學習網

編輯模式

- 功能列—新增
- 新增平行節點
- 新增父、子結點
- 刪除節點
- 新增雲狀

13

歷史文化學習網

編輯模式

- 編輯節點
- 加入檔案
- 調整移動節點

14

歷史文化學習網

編輯模式

- 設定節點外觀
- 設定節點文字
- 設定節點顏色

15

歷史文化學習網

編輯模式

- 超連結的設定
- 連結檔案
- 連結網頁

16

歷史文化學習網

編輯模式

- 匯入分支節點
- 匯出分支節點
- 匯入分支檔案

17

歷史文化學習網

編輯模式

- 節點連線型式與顏色
- 插入圖示
- 個人化設定

18

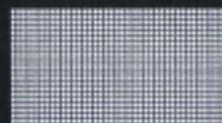
Computer Graphics: Basics

Definitions

Pixel : Image element of the raster

Scan Line: A row of pixels

Raster: A rectangular array of dots



Pixel

Pixel - The basic addressable image element in a screen

Pitch - Size of a pixel, distance from center to center of individual pixels

Screen Resolution - measure of number of pixels on a screen

ex. VGA: 640 x 480

640 - Horizontal screen resolution

480 - Vertical screen resolution

Scanning An Image

Frame: The image to be scanned out on the CRT.

Some minimum number of frames must be displayed each second to eliminate flicker in the image.

Critical Fusion Frequency

- ◆ Typically 60 times per second for raster displays.
- ◆ Varies with intensity, individuals, room lighting...



Interlaced Scanning

◆ Scan frame 30 times per second.

◆ To reduce flicker, divide frame into two fields—one consisting of the even scan lines and the other of the odd scan lines.

◆ Even and odd fields are scanned out alternately to produce an interlaced image.

Frame	
1/30 sec	
1/60 sec	1/60 sec
Field 1	Field 2

Video Formats

◆ NTSC - 525x480, 30fs, interlaced

◆ PAL - 625x480, 25fs, interlaced

◆ VGA - 640x480, 60fs, non-interlaced

◆ HDTV = 2048x1152 range resolution

Frame Buffers

A frame buffer may be thought of as computer memory organized as a two-dimensional array with each (x,y) addressable location corresponding to one pixel.

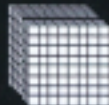
Bit Planes (Depth) is the number of bits corresponding to each pixel

A typical frame buffer resolution might be

640 x 480 x 8

1280 x 1024 x 8

1280 x 1024 x 24



Bit depth



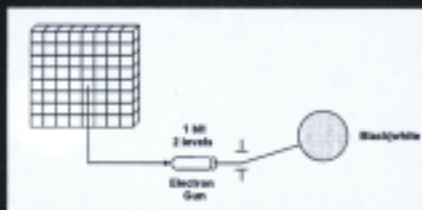
10 bits



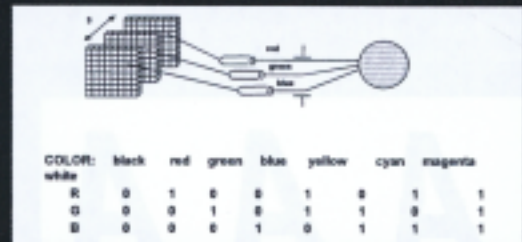
8 bits

1-Bit Memory

Monochrome Display
(Bit-map Display)



3-Bit Color Display



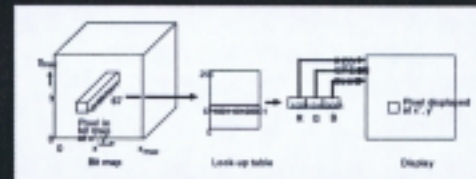
True Color Display

24 bit-planes, 8 bits per color gun.
 $2^{24} = 16,777,216$



Color Map Look-Up Tables

Extends the number of colors that can be displayed by a given number of bit-planes.



Transparency

Alpha values

◆ Transparency per pixel

$\alpha = 0$, is invisible

$\alpha = 1$, is opaque

◆ Typically represented in 8 bits

◆ Alpha blending equation

Color = $\alpha C_1 + (1 - \alpha) C_2$

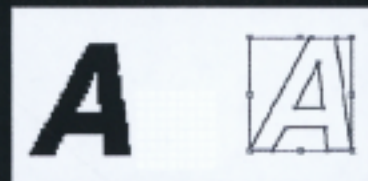
$1 \geq \alpha \geq 0$



Vector vs. Raster ¹⁴

◆ There are two kinds of computer graphics

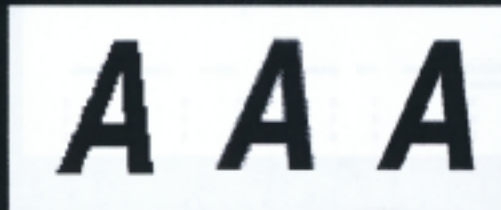
- raster (composed of pixels), commonly called *bitmap* images,
- vector (composed of paths).



Source: <http://www.sketchpad.net>

Vector vs. Raster ¹⁴

- ◆ The jagged appearance of bitmap images is called "Aliasing"
- it can be partially overcome with the use of "anti-aliasing"
- Anti-aliasing makes subtle transitions in the pixels along the edges of images to minimize the jagged effect (below left)



Vector Graphics ¹⁶

◆ Use pure mathematics to draw shapes on an output device

◆ Eg. a circle of radius r :

- a) the radius r ,
- b) the location of the center point of the circle,
- c) the circle color,
- d) line thickness,
- e) line style
- f) fill in or just draw an outline of the circle.



Vector Graphics ¹⁷

- ◆ No pixmap, must execute program 30-60 times /sec to provide a flicker-free display.
- ◆ The graphics subroutines reside in main memory and execute on the general CPU.
- ◆ Common primitives: lines, polygons, ellipses, Bezier curves, and text.
- ◆ When draw, the first "move" instruction is absolute, the rest are relative.
- ◆ Eg. Shockwave's Flash



Vector Graphics ¹⁸

Suppose

LDXA	200	get ready for square
LDYAM	100	move to (200, 100)
LDXRL	200	line to (400, 100)
LDYRL	200	line to (400, 300)
LDXRL	-200	line to (200, 300)
LDYRL	-200	line to (200, 100)



LD: Load M: Move L: Line
A: Absolute R: Relative

Raster Graphics 1.1

- ❖ A raster is a grid of x and y coordinates on a display space.
- ❖ The raster file is sometimes referred to as a **bitmap** because it contains information that is directly mapped to the display grid.
- ❖ Difficult to modify without loss of information.
- ❖ Examples: BMP, TIFF, GIF, ... and JPEG files.



Raster Graphics 1.2

- ❖ Image quality determined by the total number of pixels (resolution) and the amount of information in each pixel (color depth).



Vector vs. Raster 2.1

Advantages of Vector over Raster:

- ❖ The minimal amount of information translates to a much smaller file size.
 - can draw more than 100,000 vectors in a refresh cycle.
 - allow real-time animation of extremely complex shapes.
- ❖ Can be scaled (be resized) without any loss of quality.
 - can work at higher resolutions without jagged edges.

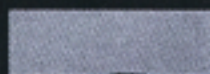
Disadvantages!

Vector vs. Raster 2.2

- ❖ Bitmap images require higher resolutions and anti-aliasing for a smooth appearance.
- ❖ Vector-based graphics are mathematically described and appear smooth at any size or resolution.
- ❖ Bitmaps are best used for photographs and images with subtle shading.
- ❖ Graphics best suited for the vector format are page layout, type, line art or illustrations.

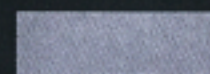
Basic file formats

- ❖ GIF: Graphics Interchange Format.
- ❖ Uses 8-bit (256) colors, and supported by most browsers.
- ❖ Can be used to create animated images.



GIF 1.1

- ❖ GIF: Graphics Interchange Format.
- ❖ Uses 8-bit (256) colors, and supported by most browsers.
- ❖ Can be used to create animated images.



GIF 20

- ❖ Uses *lossless* compression.
- ❖ Optimizing an original 24-bit image as an 8-bit GIF can result in the loss of color information.
- ❖ Can efficiently compresses solid areas of color while preserving sharp detail, eg. line art, logos...



10.3 kb

GIF 30

- ❖ Supports background transparency and background matting
- ❖ Usually a poor choice for texture mapping.



480 x 240 (73 kb), 8 bits per pixel

JPEG 10

- ❖ Supports 24-bit color and preserves the broad range and subtle variations in brightness and hue found in photographs and other continuous-toned images.



480 x 240 (134 kb); Level 12 in Photoshop

JPEG 20

- ❖ 8-bit thru 24-bit lossy compressed images
- ❖ No transparency support
- ❖ An adequate choice for texture mapping



480 x 240 (8.2 kb); Level 1 in Photoshop

PNG 10

- ❖ PNG: Portable Network Graphics.
- ❖ Used for display of images on the World Wide Web.



480 x 240 (223 kb); 24 bits per pixel

PNG 20

- ❖ 8-bit thru 24-bit lossless compressed images
- ❖ 8-bit transparency per pixel
- ❖ Best choice for texture mapping



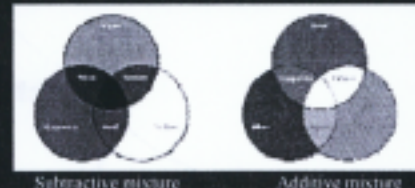
480 x 240 (247 kb); Interlaced

Image compression

- ❖ To reduce the storage space required by bitmap image data.
 - use compression techniques.
- ❖ Compression techniques can be categorized by whether they remove detail and color from the image.
 - Lossless: compress image data without removing detail;
 - Lossy: compress images by removing detail.

Color Model 1.2

- ❖ A color model is an orderly system for creating a whole range of colors from a small set of primary colors.
- ❖ There are two types of color models, those that are **subtractive** and those that are **additive**.



Color Model 2.2

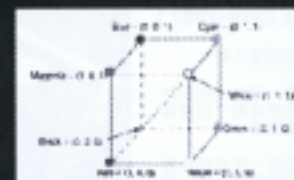
- ❖ Additive color models use **light** to display color.
 - Colors perceived are the result of **transmitted light**.
- ❖ Subtractive models use printing **inks**.
 - Colors perceived are the result of **reflected light**.



Subtractive mixture

Additive mixture

The RGB color model 1.3



- ❖ The simplest color space for us to understand.
- ❖ Using proportions of red, green, and blue that are scaled to a minimum and maximum values for each component.

The RGB color model 2.3

- ❖ This is an additive model since the phosphors are emitting light. A subtractive model would be one in which the color is the reflected light.
- ❖ We can represent the RGB model by using a unit cube. Each point in the cube represents a specific color. This model is the best for setting the electron guns for a CRT.
- ❖ Complementary colors: the sum of the values equals white light (1, 1, 1).

red (1, 0, 0) + cyan (0, 1, 1) = white (1, 1, 1)
 green (0, 1, 1) + magenta (1, 0, 1) = white (1, 1, 1)
 blue (0, 0, 1) + yellow (1, 1, 0) = white (1, 1, 1)

The RGB color model 3.3



- ❖ Most colors in the visible spectrum can be recreated, although not completely.
- ❖ Main diagonal → gray level (the dotted main diagonal)
 black is (0, 0, 0)
 white is (1, 1, 1)



初階2D設計

專題作業-01

講師：許允聖

1



主題：向安迪沃荷致敬

- 普普藝術 (Pop Art)
- 風格化色彩
- 自我表現



2



關於安迪渥荷

- 安迪·沃荷 (Andy Warhol, 1928-1987)

- 美國普普藝術的代表人物。
- 擅長繪畫、印刷、攝影之間的跨領域使用，不斷利用媒體，以重複母題元素為代表風格。
- 電影製片人、作家、搖滾樂作曲家、出版商、優越的社交界、藝術界大紅大紫的明星式藝術家。
- 最會賺錢的過世名人之一。



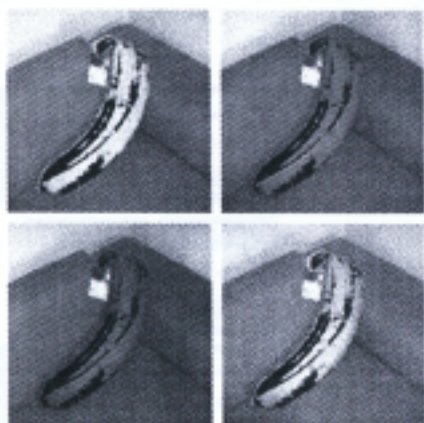
3



"每個人都能當上15分鐘的名人"
 "everyone will be world-famous for 15 minutes."

4





影像選取與調校

- 運用上課教授
 - 配色觀念
 - 影像選取(Select)
 - 影像調整(Adjustment)
- 準備1K以上個人彩色半身照作為取樣

11

版面配置

- 畫布(Canvas)尺寸：A4以上(300dpi)
- 九宮格・中間為原始頭像
- 使用輔助線幫助定位

12

指定效果

- 單色調
- 雙色調
- 多色變化
- 局部換色
- 漸層填色
- 高反差變化
- 色塊化
- 負片效果
- 正片負沖變化
- 冷色系
- 暖色系
- 類似色
- 對比色
- 其他

13

參考範例

- 縱情女郎
Factory Girl(2006)
- 以著名藝術家安迪沃荷的工作室「工廠」(The Factory)為中心，講述了安迪與美麗女孩伊娃塞奇維克之間的糾葛。



14

參考範例



15

參考範例



16

參考範例



17

作品要求

- 交作業時間→
- PSD檔自存，請交原寸高品質JPG檔
- 創作理念(300字以內)—請存DOC檔

18

數位典藏導論~~ Give You an Idea

Outline

- 數位典藏國家型科技計畫簡介
- 數位典藏國家型科技計畫—訓練推廣分項計畫簡介與成果
- 交通大學圖書館之數位典藏—浩然藝文數位博物館
- 劉興欽創意發明學習網

數位典藏定義

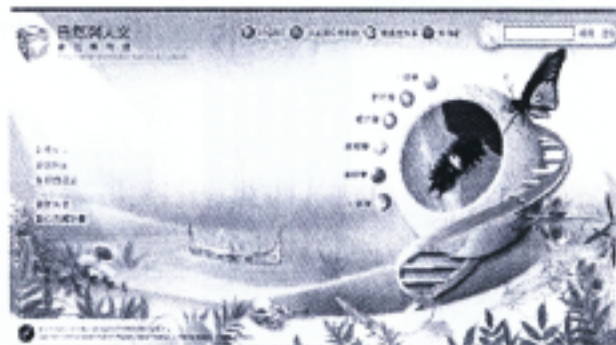
數位典藏的定義與系統特色

- 數位典藏係指將有保存價值之實體或非實體資料，透過數位化科技技術予以保存及應用
- 數位典藏是以網際網路為媒介，以文化資產為內涵，利用資訊技術為工具，所打造的數位資料庫
- 數位典藏將所有典藏資料以數位化形式保存，特色如下：
 - 典藏資料種類：凡是代表人類文明，具有保存價值的資料，不論資料產生的時間和形式，舉凡文化、科學、藝術、音樂、動植物等皆可
 - 數位化資料格式：只要是典藏範圍內的標的物(如文件、器物、標本、繪畫、影片、建築...等)數位化後的電子資料格式，包含文字、語音、影像、2D/3D物件等皆可
 - 資料的品質：數位典藏資料是後續研究與應用加值的基本素材，因此所收錄之數位資訊必須經過不斷地累積與校訂，以確保其典藏資料的完整性與正確性(高品質的資訊要求)

數位典藏應用功能

國立自然科學博物館

- 展示
 - 專題特展、分類目錄展示、虛擬展示、數位藝廊
 - 範例：楊英風數位美術館(<http://yuyuyang.e-lib.nctu.edu.tw/>)
- 研究
 - 提供整合性的資料查詢服務，藉由將其典藏資料進行語意標記及組織分類，配合統一的操作介面，方便研究人員快速精準地進行資料搜尋，以利其研究之進行
- 教育
 - 一般使用者可藉由數位典藏之展示功能達成自我學習的目的
 - 藉由專家學者，配合學校或單位教學課程，彙集展示及研究資源，製作教學課程





國立故宮博物院



數位典藏國家型科技計畫簡介

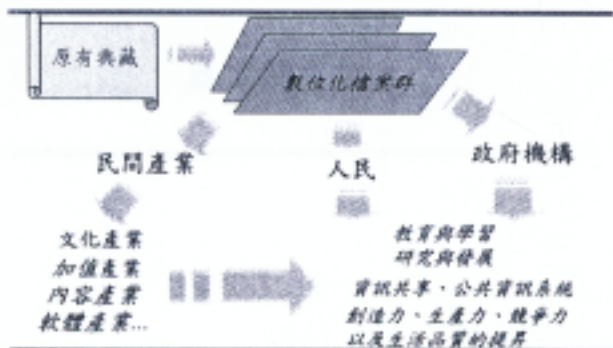
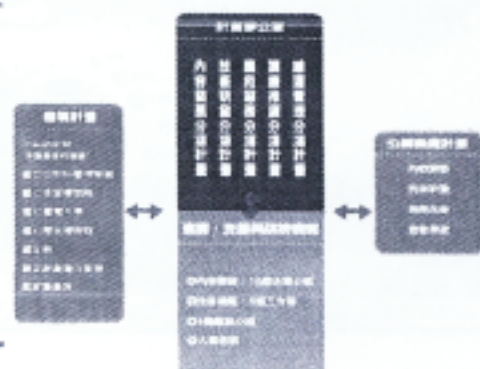


計畫目標

- 第一期：91—95
- 將國家重要的文物典藏數位化，建立國家數位典藏
- 以國家數位典藏促進我國人文與社會、產業與經濟的發展
 - 產業與經濟方面
 - 鼓勵產業加緊利用各項數位典藏，促進各項相關生產與管理技術之研發，進而推動在商業、產業、教育、學術研究，以及民生、官辦方面的積極利用。
 - 人文與社會方面
 - 生活品質的提昇
 - 人力素質的提昇
 - 新文化的學造、承先啟後、離往開來
 - 國家信心與形象的塑造



數位典藏的應用前景

數位典藏國家型科技計畫
組織架構

數位典藏總網站



<http://www.ndap.org.tw>



數位典藏聯合目錄



<http://catalog.ndap.org.tw/dacs5/System/Main.jsp>



典藏主題—數位典藏聯合目錄

- 生物—動物界、植物界、菌菌界
- 地質—古生物、地質探探中心、岩石、礦物
- 檔案—內閣文庫、日治時期台灣州戰事災害檔案文獻、日治時期臺灣研究古籍、台灣地區地方文獻、台灣移民記憶、近代所外交檔案、軍機處檔摺件、國史館國史歷史資料庫、國史館原稿、國立清華大學圖書館—聲聲稿、清新檔案、最新實用筆記、計息奇穴全集、臺灣委員會檔案、臺灣省議會史料、臺灣地質所檔案
- 器物—玉石器、陶器、銅器與金屬器、玻璃器與玻璃器、木竹漆器、象牙與蚌器、其他、media、牙骨與蚌器、編織
- 地圖與遙測—基本地形圖資料
- 新聞—世界日報、台灣時報、國語報、國語報、國語報、綜合分類
- 影音—臺灣現代戲劇

<http://catalog.ndap.org.tw/dacs5/System/Catalog/Catalog.jsp>



典藏主題(續)

- 人類學主題—臺灣原住民、中國少數民族、漢、越語
- 金石拓片主題—甲骨文拓片、石刻、金文、佛敎石刻造像拓本、青銅器拓片、漢代石刻畫象拓本、臺灣古拓碑、漢金文拓片
- 書畫—書法、篆刻、墨拓、繪畫、攝影
- 基本古籍—經部、史部、子部、集部、叢書部
- 漢籍全文—宗教文獻
- 建築—鹿港龍山寺
- 考古—考古地區、考古學文化、考古遺址、考古遺物、考古遺址、考古遺址、遺址遺物
- 語言—近代漢語語法資料庫、現代漢語平語語法庫



執行成果

- <http://www.ndap.org.tw/call-for-proposals/resources.php> (資源分享區)
- 特別推薦
- <http://cell.wtuc.edu.tw/>



數位典藏與數位學習國家型科技計畫

- 數位典藏與數位學習國家型科技計畫(<http://leidap.tw/>)
- 數位典藏與數位學習成果入口網(<http://digitalarchives.tw/>)
- 執行期間：96—100
- 目標
 - 呈現臺灣文化與自然多樣性
 - 促進典藏內容與科技融入產業、教育、研究與社會發展
 - 建立數位典藏與學習產業
 - 深化數位學習在正規教育及終身學習的應用
 - 奠定語文數位教學的國際地位
 - 推動數位典藏與學習成果國際化、建立國際合作網路

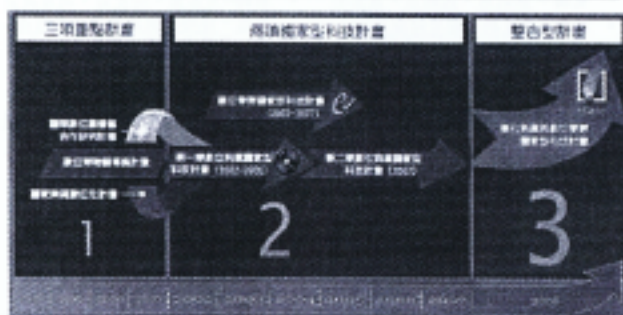


數位典藏與數位學習國家型科技計畫(續)

- 核心計畫
 - 國家台灣數位典藏計畫
 - 數位技術研發與整合計畫
 - 數位核心平台計畫
 - 數位典藏與學習之學術與社會應用推廣計畫
 - 數位典藏與學習之產業發展與推動計畫
 - 數位教育與網路學習計畫
 - 語文數位教學計畫
 - 數位典藏與學習之海外推廣暨國際合作計畫



數位典藏與數位學習國家型科技計畫發展沿革



<http://nsl.nm.edu.tw/introduction/introduction.php>

數位典藏國家型科技計畫— 訓練推廣分項計畫 簡介與成果



訓練推廣分項計畫的目標

- 推廣建置數位典藏所需的經驗及技術，培養數位典藏領域所需之人才
- 加強典藏單位對建置數位典藏的概念與能力，促進相關單位對建置數位典藏的經驗交流
- 促進國外數位典藏相關人員對國內數位典藏相關單位之經驗與技術分享
- 充實中小學教師使用數位典藏及利用該資源設計教學活動之能力，以數位典藏豐富教學資源，促進學習資源開放與學習機會均等
- 提昇民眾對數位典藏的認識及使用能力，協助推動終身學習
- 推廣「數位典藏國家型科技計畫」各項成果



訓練推廣分項計畫的工作項目

- 計畫人員與典藏單位人員培訓：舉辦培訓課程及研討會
- 參加台北國際書展與其他展覽
- 數位典藏技術發表暨研討會
- 中小學教學應用
 - 透過訓練課程、教學設計比賽、比賽作品發表教學觀摩會及提供如數位典藏先導等相關資料，加強中小學教師對數位典藏的認識及應用數位典藏資源充實其教學內容的能力，成為數位典藏推廣的種子
- 融入終身學習
 - 與各地終身學習相關單位合作，在其課程/活動規劃中融入數位典藏使用，以推廣數位典藏為社會大眾終身學習的資源
- 成果推廣暨媒體宣傳活動
- 製作宣傳紀念品



訓練推廣分項計畫首頁

<http://dim.ntu.edu.tw/index.htm>



數位典藏金銀島

<http://dim.ntu.edu.tw/land/>



國內數位典藏網站



國外數位典藏網站



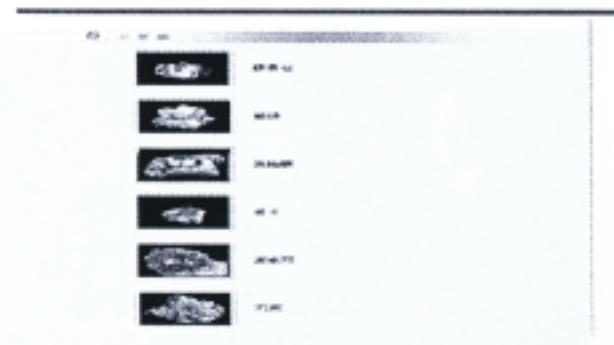
線上遊戲



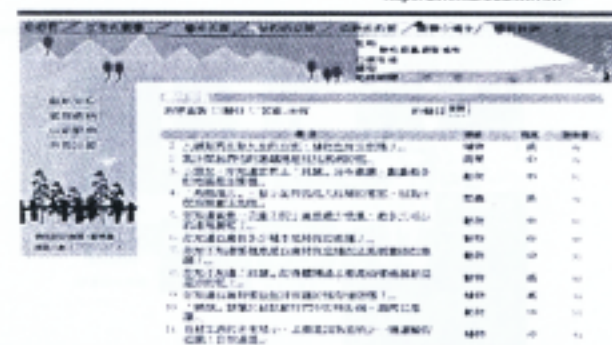
藥用菌類面面觀(自然科學博物館)



地質學影片(自然科學博物館)



數位典藏小百科





數位典藏學習資源網

http://202.168.199.76/index.jsp



浩然藝文數位博物館



台灣地區藝文創作作家手稿徵集計畫

- 交通大學圖書館於1999年初開始推動
 - 增進校內科技教育與人文藝術教育的共同發展
 - 鼓勵校內的藝術研究風氣，傳承國家文化
- 成立特藏室－美術、舞蹈、攝影、漫畫、音樂、雕塑
- 建立浩然藝文數位博物館
 - <http://folkartlib.e-lib.nctu.edu.tw>
 - 楊英風、蘇森雄、高俊、張景國、陳慧坤、白雲英文教基金會
 - 雲中乾坤布袋戲
 - 劉興欽、葉宏甲、牛哥
 - 雲門舞集數位典藏
 - 李泰祥數位典藏



圖書館文化保存任務



浩然藝文數位博物館



楊英風數位美術館



劉興欽數位漫畫博物館



雲門舞集



李泰祥數位音樂圖書館



劉興欽創意發明學習網

計畫簡介

- 在過去的計畫中，已完成
 - 劉興欽數位漫畫館(<http://folkartist.e-lib.ncu.edu.tw/collection/lu/index.htm>)
 - 以劉興欽的漫畫為基礎，進行內容的創意加值
 - 臺灣主題公園
 - 臺灣人物大觀園
 - 漫畫商品設計機
 - 劉興欽創意網(<http://folkartist.e-lib.ncu.edu.tw/collection/2006/2006h.htm>)
 - 以劉興欽的專利發明品為基礎，進行內容的創意加值
 - 發明專利一屋簷
 - FUN 心玩創意WATCH
 - 快樂漫畫
- 此次計畫，將發展一「創意學習平台」
 - 以劉興欽的專利發明品為基礎，加入CPS (Creative Problem Solving) 創新問題解決的發明專利

劉興欽創意發明學習網





劉興欽創意發明學習網(續)

- 認識劉興欽
- 漫畫作品瞧一瞧
- 漫畫人物大觀園
- 看漫畫逛台灣
- 發明專利知多少
- 中小學教師區 (連結浩然藝文互動創意學習網系統平台)
 - 設計數位教材區以及心得討論區，以利教師們利用及教學分享
 - 藉由研習營與工作坊的經驗，設計與建置符合教師教學需求的教案
- 中小學學生區
 - 以創造性問題解決模式(Creative Problem Solving, CPS)解釋劉興欽發明過程，並設計多媒體教材



發明專利知多少



劉興欽創意發明學習網主要工作項目

- 將發明具體化
 - 利用CPS概念解釋劉興欽專利發明品
- 設計並製作多媒體創意教材
 - 為了協助學生自我學習，以增強其創造力、問題解決能力，需運用**創意思考教學**的策略，設計獨特、具啟發力、創造力的課程，讓學生有應用想像力的機會，藉以培養學童變通、精密的思考能力，且能在學習的過程中，享受到快樂、充實與成就。
 - 將創造性問題解決模式的觀念導入創意學習，並以著名發明家劉興欽的發明過程為例，將創造性問題解決模式完整地將發明過程一步一步拆解出來，以落實落實創意思考教學的構想。



創造性問題解決模式(CPS)

- CPS為 Osborn 等人所提出之解決開放性問題的解題模式
- 1966 年Parnes發展有清楚文字描述的五階段CPS
 - 發現事實、發現問題、發現點子、發現解答、尋求可接受的解答。
 - 其最大特色是解題過程中，每一個階段都先有發散性思考，再有聚合性思考，而解題者利用這五個階段系統性的解決問題

資料來源：潘偉君、邱美如(民間)。創造性問題解決(CPS)模式的沿革與應用。《**社會教育月刊**》，223，2-20。

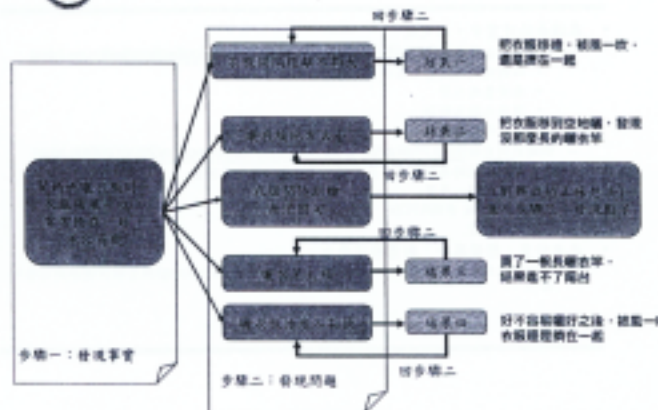


發明星體化

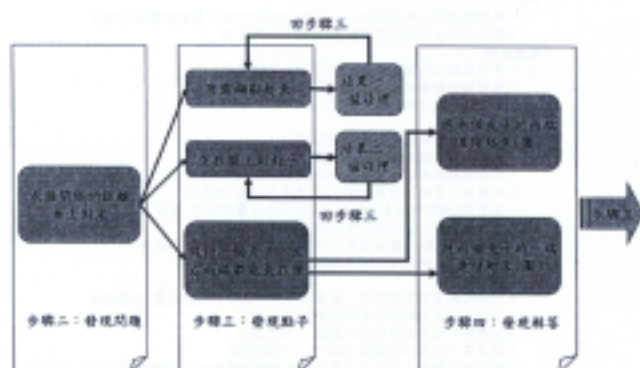
- 以劉興欽的漫畫作品「發明趣譚」及「劉興欽創意館」為基礎
- 目前完成四部作品的CPS學習模式
 - 「心心失」
 - 「定靈調味瓶」
 - 「冷熱水龍蝦」
 - 「熱帶魚飼料控制器」



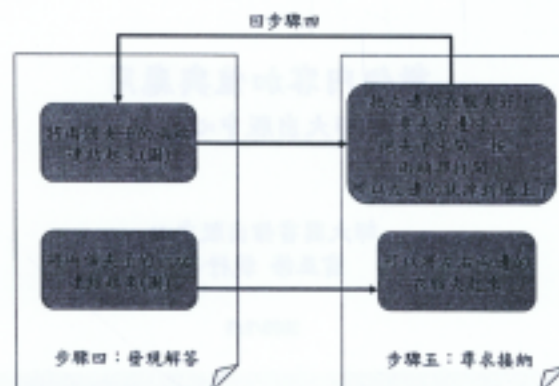
教材流程設計



教材流程設計(續)



教材流程設計(續)



心心夾教案設計

作品名稱	夾子們！大集合		
主題	認識台灣本土漫畫發明家劉興欽與CPS (Creative Problem Solving) 學習應用		
領域	自然與生活科技、社會		
適用年級	國小五、六年級	教學時數	4節課(40分x4節)
融入重大議題指標	資訊教育：5-3-4, 3-4-4, 兩性教育：2-3-5, 人權教育：1-3-2-5 生涯發展教育：3-2-2, 3-3-2		
教學目標	1. 了解日常生活隨處可見的夾子是槓桿原理的應用。 2. 認識台灣本土發明家劉興欽及其發明。 3. 學習CPS發明創造五步驟。 4. 激發學生能運用聯想、腦力激盪、概念圖等程序發展創意及表現自己對產品改變的想法。 5. 以「情緒」的健康態度看待發明，思考發明的意義。		

~討論與建議~

數位內容加值與應用 -以師大出版中心為例

師大圖書館出版中心
翁正修 執行長

2009/3/5

簡歷-翁正修

- 學歷：
 - 美國麻州州立大學(Univ. of Massachusetts) 資訊科學(IS)碩士
 - 國立成功大學規劃設計學院 都市計劃學系
- 社團職：
 - 中華數位文化創意發展協會(DCCA) 副理事長
 - 台灣數位創作協會 常務理事
 - 台北市電腦公會(TCA) 顧問
- 經歷：
 - 台灣勞工福利社(股)公司 總經理
 - 聯華國際科技(股)公司 執行長
 - 維多利亞數位內容產業推動計劃公司(DCIPD) 副主席
 - 財團法人資訊工業策進會(ITII)產業支援處 副處長
 - 工業局(IDB)網路多媒體產業發展推動計畫辦公室 主任
 - 智輝科技(Vectron)研發中心產品管理組 經理
 - 雲鼎科技(Chic)產品經理、市場部經理、建構事業處處長
 - 交通部電信研究所(TL)網路發展研究室 助理研究員
- 其他經歷：
 - 「數位學習國家型計畫」產業與企業節節學習輔助計畫 審查委員
 - 「數位典藏國家型計畫研究委員會」委員
 - 維多利亞「大學產業發展諮詢費」評審委員
 - 教育部「科技大學區域二位一體」評審委員
 - 教育部「科技大學區域產業中心及技術研發中心」視察委員
 - 文化建設委員會「數位典藏加值計畫」審查委員
 - 學會會務組員：大學及技術學院教育學科計畫、審查委員

數位內容產業範疇

定義：「將圖像、字元、影像、語音等資料加以數位化並整合運用之技術、產品或服務」



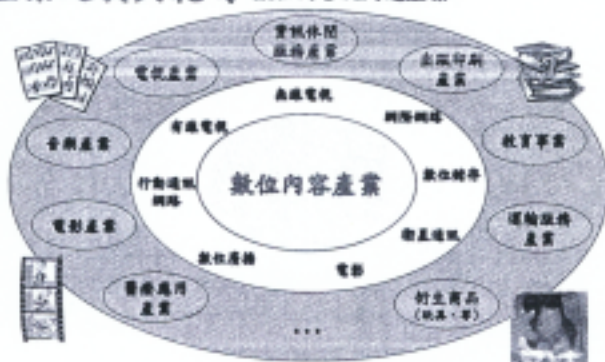
數位內容定義範疇(續)

1. 數位遊戲：以電腦網路平台或網路光碟機給予消費者
●家用遊戲機遊戲 (GameCube, PS2, Xbox, GameCube)
●個人電腦遊戲軟體 (PC Game)
●掌上型遊戲機 (PDA, Gameboy, 手機遊戲)
●掌上型遊戲主機 (Arcade Game)
2. 電腦動畫：運用電腦產生逼真動作和立體影像，
●廣泛應用於娛樂及其他工商用途
●網路應用：網路、網路、網路等應用，豐富於網路通訊
●工商應用：應用於廣告、工業控制、醫學...，豐富於商業的應用
3. 數位學習：以電腦等網路設備為輔助工具提供線上或
●網路學習資源
●包含數位學習內容製作、工具軟體、建置服務
4. 數位影音應用：運用數位化攝影、傳遞、播放
●的影音內容
●包含數位學習內容製作、工具軟體、建置服務

數位內容定義範疇(續)

5. 行動應用服務：運用行動通訊網路提供數據內容服務。
 * 包含手機資訊、行動數據服務(如導航、地圖資訊等)
6. 數位內容典藏：
 * 包含數位出版、數位典藏、電子資料庫(新聞、數據、圖書等)
7. 網路服務：提供網路內容、連線、轉寄、傳送、遠端之服務。
 * 包含網路內容(ICP)、應用服務(ASP)、連線服務(ISP)、網路郵件(IDC)
8. 內容軟體：提供數位內容應用服務所需之軟體工具及平台。
 * 包含內容工具/平台軟體、內容應用軟體、內容管理服務。

產業定義與範疇——數位內容及周邊產業

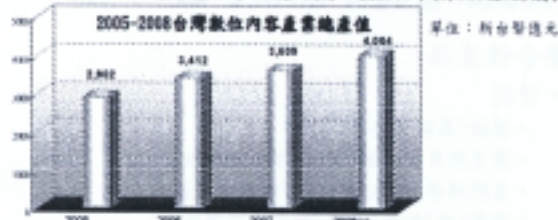


數位內容產業可帶動周邊產業產值成長十倍以上

數位內容產業產值成長情形

國立臺灣師範大學圖書館
National Taiwan Normal University Library

2005年數位內容產業產值4,004億元(e)，較2007年(3,809億元)成長10.94%。

2005-2008
數位內容各領域產值

年區/領域	2005	2006	2007	CAGR(C)	2008(e)	增2007成長%
電視動畫	18	21	22	-12%	30	81.82%
數位遊戲	181	208	227	34%	265	16.41%
數位圖書	344	388	389	4%	410	5.73%
數位影視	144	163	187	22%	210	10.17%
數位音樂	35	54	120	88%	135	8.33%
數位出版與教育	45	52	58	42%	65	7.14%
其他軟體	1,455	1,999	1,799	24%	1,930	10.48%
其他硬體	811	711	794	22%	820	7.23%
總產值	3,205	3,412	3,809	22%	4,004	10.94%

推動數位內容產業發展策略

國立臺灣師範大學圖書館
National Taiwan Normal University Library

二期方案執行策略

發展願景(2007~2011)

發展台灣成為國際及多媒體創新應用的先進國家，
並成為全球數位經濟產業發展成功之典範

依據：行政院第二期「加強數位內容產業發展推動方案」

第二期方案推動主軸
推動具「仙鶴等肉」之領域發展主軸

總目標

- 1) 發展數位內容價值鏈
- 2) 推動整合性大型數位內容之開發
- 3) 創新數位內容服務產業之服務模式
- 4) 管制政策引導數位內容快速發展
- 5) 數位內容學習與教育制度體系現代化基石
- 6) 推動數位內容典藏之數位化與應用
- 7) 發展具全球品牌影響力之內容軟體
- 8) 建立優質網路服務與網路安全
- 9) 持續改善產業生態功能
- 10) 發展區域數位內容特色與創意

1. 總產值達5,000億元，平均比例佔38%
2. 促進國內娛樂及多媒體應用市場達5,000億元
3. 自有版權產品數量成長4倍
4. 促進產業投資額達250億元，國際合作金額達100億元

產業未來發展課題

國立臺灣師範大學圖書館
National Taiwan Normal University Library

產業特性

1. 知識與創意產業：高產內容創意產業，內容創作不是科技層面，而是與生活體驗、具學堂、人文知識有關，是具高感性特質的產業
2. 以內容為目的，以科技為手段：發展形式是數位科技，但本質是內容與創意，軟體和硬體網路是傳遞內容的平台，真正創造價值的是豐富且具創意的內容
3. 製作成本高：大量資本投入和智力投入，就可得到極低的回報率，資金回報率極低
4. 高獲利、高風險：內容可因不同媒介而變換，如從電視到網路，可針對客戶進行差異化設定，創造內容創意的獲利極低，但市場需求難以預測，失敗風險相對提升
5. 通路成本過高：數位內容生產成本高昂，但推廣與生產成本相對低廉，通路成本過高，市場推廣的通路成本則產生高獲利
6. 須配合特定平台：數位內容產品的使用往往需要特定平台的配合，因此消費者在選擇於使用各種平台時往往會產生高獲利

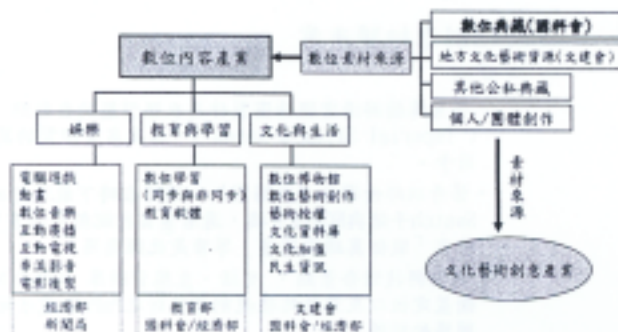
關鍵議題



如何運用數位典藏

國立臺灣師範大學圖書館
National Taiwan Normal University Library

數位典藏與數位內容產業之關係

國立臺灣師範大學圖書館
National Taiwan Normal University Library

數位典藏產業分類

國立臺灣師範大學圖書館
National Taiwan Normal University Library

- I、整合性產品
- II、文化創意相關產業
- III、數位技術軟體及服務

數位典藏加值應用現況(I-1)

國立臺灣師範大學圖書館
National Taiwan Normal University Library

• 整合性產品

- 將數位典藏之數位物件以整合的形式提供研究、教育、及大眾使用(D2D - digital to database)。

- 包括各種資料庫、數位博物館等

- 交易型態：

- B2B/B2L等作為研究及教育加值使用

13

數位典藏加值應用現況(I-2)

國立臺灣師範大學圖書館
National Taiwan Normal University Library

• 整合性產品

- 實例

- 藝術/美術資料庫(華藝)
- 歷史照片資料庫(華藝/中央通訊社)
- 自然科學/昆蟲(科博館/遠流智慧藏)
- 電影(視)影音(台視/國家電影資料館)
- 報紙全文影像(漢珍)、人物誌...等...
- 檔案資料庫(中研院、國史館、台大)
- 電子書(超星數字圖書館)
- 網路資源服務(族譜網)

14

數位典藏加值應用現況(I-3)

國立臺灣師範大學圖書館
National Taiwan Normal University Library

• 整合性產品



15

數位典藏加值應用現況(I-4)

國立臺灣師範大學圖書館
National Taiwan Normal University Library

• 整合性產品

- 關鍵成功因素

- 強調資料的品質及完整性
- 提升資料質量以達成規模經濟
- 上游(取得優質數位物件)及下游(潛在使用機構)之合作關係堆疊
- 選擇專精領域，加強資料深度與廣度，塑造專業而豐富的品牌形象，使產品曝光度擴及到各使用單位，並盡力滿足現有客戶的需求，提高客戶轉換成本，以維持顧客忠誠度。

16

數位典藏加值應用現況(II-1)

國立臺灣師範大學圖書館
National Taiwan Normal University Library

• 文化創意相關產業

- 將數位典藏的數位物件經過加值後變成一般大眾可以使用的產品(大多為D2A - digital to analog)

- 民生用品(藝術複製品、瓷器、紡織等)、旅遊等均屬此類。

- 交易型態：

- B2C、B2B

17

數位典藏加值應用現況(II-2)

國立臺灣師範大學圖書館
National Taiwan Normal University Library

• 文化創意相關產業

- 實例

- 得意傳播將清宮服飾圖製作為衣服型態的自黏貼(Imperial Stick & Notes)，以及名畫印製的萬用卡。
- 藝奇以郎世寧的《百蝶圖》，運用在時下最流行的Swatch手錶與NOKIA手機，選名畫自行配框後高畫質輸出「數位真跡複製畫」等皆是此類應用。
- 研勤科技結合景點、生活、生態資料庫、GPS全球衛星定位以及最佳路徑規劃等設計之PaPaGo電子地圖導航軟體。

18

數位典藏加值應用現況(II-3)

• 文化創意相關產業



數位典藏產業分類表

應用類別	應用形式	交易形式	目標使用者
文化創意相關產業	D2A	B2C	個別消費者
整合性產品	D2D	B2L B2B(教育/出版)	學校、圖書館
數位技術軟體及服務	A2D/D2P	B2B	數位化工作及加值業者

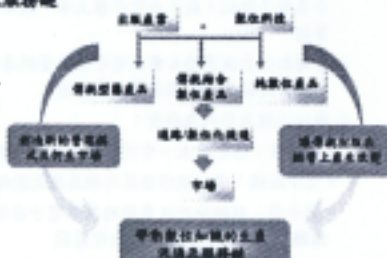
20

數位出版定義及範疇

- ◆ 定義含傳統出版、數位化流通、電子化出版等產業，運用網路網路、資訊科技、硬體設備等技術及版權管理機制，讓傳統出版在經營上產生改變，創造新的營運模式及所衍生之新市場，帶動數位知識的生產、流通及服務鏈。

◆ 範疇：

- ◆ 產品：包含圖像或文字之光碟出版品、多媒體、電子書、電子雜誌/期刊、電子資料庫。
- ◆ 服務：包含電子化出版、數位化流通、資訊加值服務。



21

全球數位出版領域發展趨勢

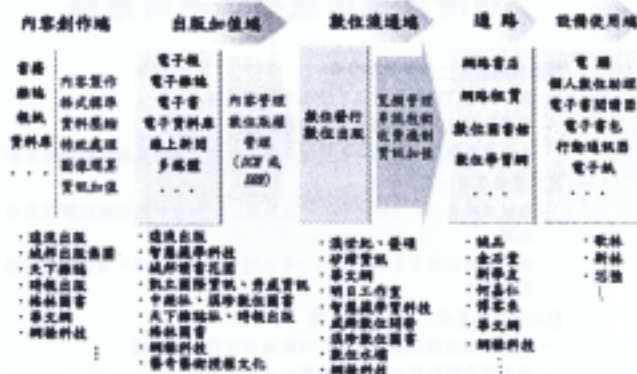
- 根據Andrew Tribute研究指出，全球電子書銷售量每月的為40萬本，估計2010年數位資料的產量將與紙本資料平分秋色，到了2020年，數位資料的市場占有率將達65%。
- 中國出版市場，2004年的統計資料顯示紙本書有12萬品項，電子書高達15萬品項（法規尚未完善，盜版猖獗，較多屬於個人自由創作）。
- 數位出版與典藏已為不可擋之趨勢，將閱讀行為、流通方式、相關數位出版流程的改造，市場將會進入起飛期。

台灣數位出版領域發展現況



23

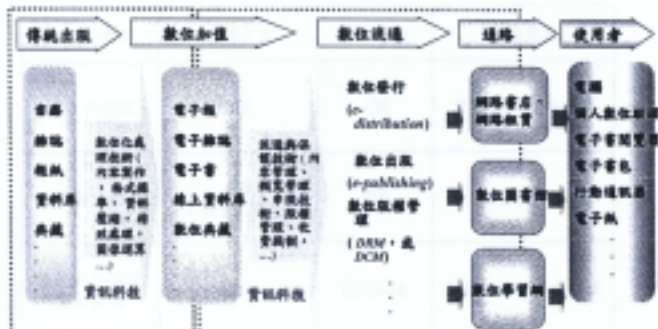
數位出版產業價值鏈及代表廠商



資料來源：財團法人資訊工業發展基金會 2008/08

24

數位出版產業分工



25

2006年數位出版產值

150K200天1.28%-30
金品堂200天1.118%-30

2016年傳統白臘市場規模

類別	2004年 數目	價值 (新加坡元)	佔比	2007 年數目
新聞出版	2,442	158億元	15%	3,888
錄音出版	4,835	300億元	2%	5,818
有聲出版	6,138	45億元	4%	5,405
圖書出版	8,357	550億元	52%	8,282
總計	19,568	1,054億元	100%	24,393

(資料來源：新聞局 2006年出版年鑑
2004年度圖書出版產業研究報告)

2008年數位出版市場產值

领域别	2006	佔比
电子书/雜誌/新聞	39億元	50%
出版服務及其它	2億元	4%
數位出版與典藏資源	3億元	6%
數位典藏與資料庫	16億元	31%
總產值	50億元	100%

(資料來源：實業部ISD 9988/96)

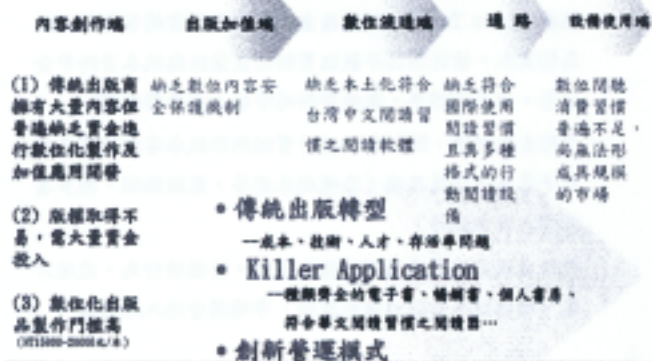
傳統出版 0.054 億元

具代表性廠商

◎遠東百貨	◎威伸集團
◎聯合路上	◎宜興科技
◎凱立國際	◎時報數位
◎明日工作室	◎森林文化
◎華文網	

24

數位出版產業面臨問題



37

台灣數位出版領域發展現況

- 4. 台灣每年有4萬5千本出版品，在閱讀習慣尚未明顯改變、數位版權管理機制尚未健全、出版業者對數位版權與收益模式不具信心，僅有數十本電子雜誌、數千本電子書上市，顯示台灣數位出版產業仍處於萌芽期。
- 4. 台灣數位出版業將目前以電子報與資料庫較為盛行，如華航及Web2.0則是目前較為興盛的新型出版型態。
- 4. 數位出版主要代表廠商：
 - 電子報：聯合線上、中時網路、網路家庭國際資訊、資訊傳真等業者
 - 電子雜誌：則以威研集團的擴展較為積極
 - 電子書：以網維科技集團的花曜電子書坊、凱立國際跨步的旺來數位閱讀、遠流出版社的智慧藏
 - Web2.0及數位創客出版：康達網創會員創想出版

台灣數位出版領域廠商動態

- 傳統出版業者相對較為保守
 - 業者對於IT與數位內容了解程度相對薄弱
 - 同時也有擔心會擠壓及有雷路之疑慮
 - 由於營收與獲利有限，影響新內容投入內容並發展投資經營與意願
- 出版服務業者一趨究拓展
 - 出版服務業者已陸續提供數位出版服務，如數位編輯版與印同步等服務
 - 但是由於出版業者保守與擔心營收遭受侵蝕之疑慮，因此目前業務進展有限
- 雜誌與報紙業者相對有所斬獲
 - 大型雜誌與報紙業者皆已朝向數位出版與服務推進
 - 許多業者開始進行數位內容整合與平台整合

專題製作

- 一、師大大師：
■整理師大大師的事蹟、故事、作品及等，採用數位影音、繪本、數位學習等各種表達方式來進行加值
■甄選優良者，可代為將作品以數位出版方式上市
- 二、年畫典藏：
■數位化之年畫加註說明、轉錄、音白錄音等，已成為可供瀏覽觀賞之數位影音
■甄選優良者，將轉錄、上部呈成數位檔，供手機用戶點選、瀏覽影片
- ✓甄選優良將作品包裝上市前，定先署訂授權合約

3



師大年畫典藏

國立臺灣師範大學圖書館

本計畫以數位化方式保存台灣收藏年畫最豐富的巴蜀文教基金會現藏的兩萬多幅年畫，並透過數位攝影將年畫翻拍成圖檔，建立資料庫。

以便於學者進行歷史、藝術、宗教、民俗文化等相關的學術研究，以及中小學相關課程教材的取用，並可作為數位學習課程教材的來源。

<http://www.chunguo.tmail.cc/frog/ntnu/>

32

國立臺灣師範大學圖書館

附 錄

33

國立臺灣師範大學圖書館

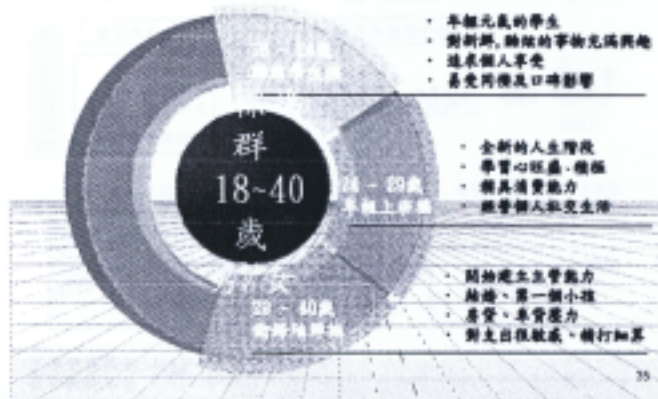
威寶加值內容服務總覽

- 1 WAP 行動上網服務
- 2 影像電話加值服務
- 3 708來電答鈴服務
- 4 LBS 手機定位服務
- 5 701熱門下載服務
- 6 IVR 語音加值服務
- 7 SMS 雙向簡訊服務

34

加值內容服務目標族群

國立臺灣師範大學圖書館



35

國立臺灣師範大學圖書館

WAP服務規劃- VIBO行動網的特色

VIBO行動網用戶可選擇為其他電信行動網網通網的3G手機，
體驗手機化網頁型、豐富的內容！



36

V-Live服務合作之負責事項

國立臺灣師範大學圖書館
National Taiwan Normal University Library

師範大學負責事項

- 提供本案原始流程規劃
- 提供攝影機架設位置及固定電源
- 提供錄製影片檔案
- 提供旁白介紹(可自行錄製或提供素材)
- 簽訂合約(並提供帳號)
- 預定廣告活動

威寶負責事項

- 與客戶討論後擬定內容
- 確認當地訊號及電源
- 協助影片轉檔及上架
- 製作流程及圖卡文字
- 簽訂合約
- 預定廣告活動
- 每月拆帳款項通知

43

Question
& Answer ...

浩然藝文數位典藏之建置與應用

交通大學圖書館
浩然藝文數位典藏之學習與推廣計畫
助理：蔡瑞珊



內容大綱

- 浩然藝文數位典藏簡介
- 浩然藝文數位典藏之推廣活動
- 數位典藏及數位創作課程
- 結語

浩然藝文數位典藏簡介

網站介紹：1.楊英風數位博物館
2.李泰祥音樂數位博物館



台灣藝文創作作家手稿徵集計畫

- 交通大學圖書館於1999年初開始推動
 - 均與校內科技教育與人文藝術教育的共同發展
 - 鼓勵校內的學術研究風氣，傳承國家文化
- 成立特藏室－美術、舞蹈、攝影、漫畫、音樂、雕塑
- 建立浩然藝文數位博物館
 - <http://folkartist.e-lib.nctu.edu.tw>
 - 楊英風、羅森璣、高敏、張原四、陳思坤、白雲藝文基金會
 - 掌中乾坤布袋戲
 - 劉興欽、葉宏甲、牛哥
 - 宮門舞集數位典藏
 - 李泰祥數位典藏



圖書館文化保存任務



浩然藝文數位博物館





楊英風數位美術館



7



呦呦作品集

呦呦作品集
→美術作品
共13類作品加值
《楊英風全集》

呦呦作品集→美術作品→版畫



呦呦作品集→美術作品→版畫→相依



呦呦作品集→美術作品→版畫→相依→放大





呦呦作品集→美術作品→雕塑→家貓



呦呦作品集→日記



呦呦作品集→美術作品→日記



呦呦作品集→美術作品→日記→第一冊



呦呦作品集→文章



呦呦作品集→美術作品→文章





呦呦作品集→美術作品→文章



呦呦作品集→老照片



呦呦作品集→美術作品→老照片



呦呦作品集→美術作品→老照片→1930年



呦呦作品集→美術作品→老照片→1940年→單件



李泰祥數位音樂博物館





李泰祥→傳記→簡歷



李泰祥→傳記→年表



李泰祥→傳記→作品一覽表→春天的故事



李泰祥→傳記→作品一覽表→春天的故事



李泰祥→傳記→有聲出版紀錄→橄欖樹



李泰祥→傳記→有聲出版紀錄→橄欖樹





李泰祥→音樂（收錄作品清單）



李泰祥→音樂→橄欖樹→進入閱讀聆聽



李泰祥→音樂→橄欖樹→連接樂譜



李泰祥→音樂→橄欖樹→音樂VCD詳細內容



李泰祥→照片



李泰祥→照片→點圖放大（防盜圖Flash網頁）





李泰祥→演出紀錄



劉興欽數位漫畫博物館



18



雲門舞集



39

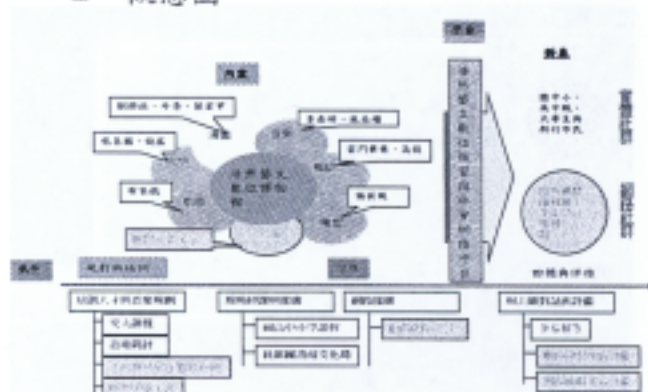
浩然藝文數位典藏之推廣應用

1. 李泰祥兒童音樂教育網～詩歌篇、木笛篇
2. 李泰祥兒童音樂教育網～簫子《童話城》
3. 楊英風兒童玩具電子書
4. 展覽與音樂會活動

40



浩然藝文數位典藏之推廣與應用 概念圖



李泰祥 兒童音樂教育網

- 結合詩與歌
- 教學：經驗分享
- 音樂會：影音資料
- 網站：後續利用



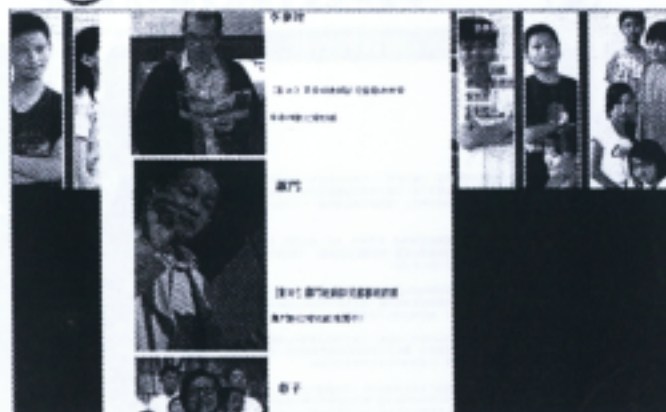
案例：芝山國小-李泰祥音樂教學網
[讀我們的詩，唱我們的歌]音樂會



李泰祥兒童音樂教育網~首頁



李泰祥兒童音樂教育網~詩人與音樂家



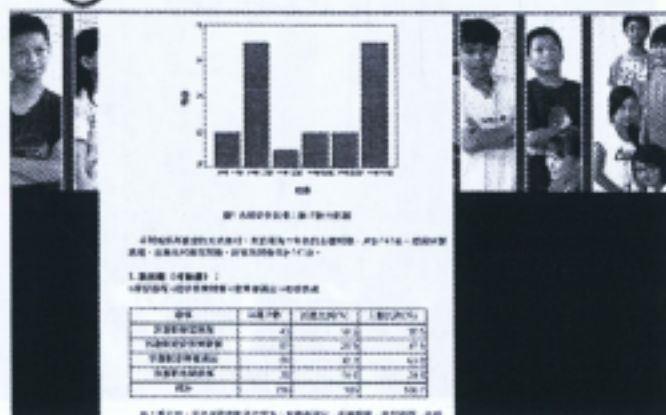
李泰祥兒童音樂教育網~教學流程



李泰祥兒童音樂教育網~分享與回饋



李泰祥兒童音樂教育網～統計分析



李泰祥兒童音樂教育網~音樂示範



李泰祥兒童音樂教育網～
影片、歌詞、導讀、音樂、樂譜



李泰祥兒童音樂教育網



李泰祥兒童音樂教育網～計畫簡介



兒童電子書

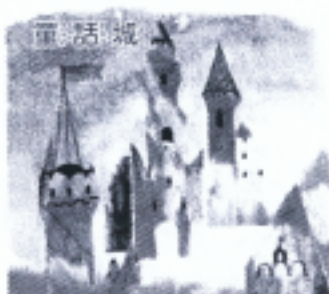
- 女詩人蓉子的童話城
 - 融合了詩、畫、音樂的原本
 - 兒童散文與詩
 - 樂譜
 - 電子書內容
 - Flash 動畫
 - 音樂會錄影
 - 樂譜下載
 - 卡拉OK (Karaoke)
 - 琴譜

33



《童話城》再版（紙本）

童話城



36



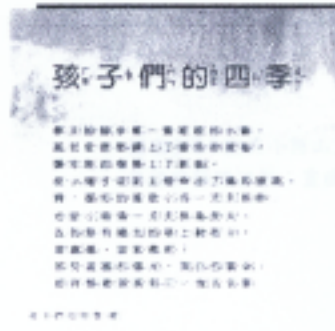
《童話城》



37



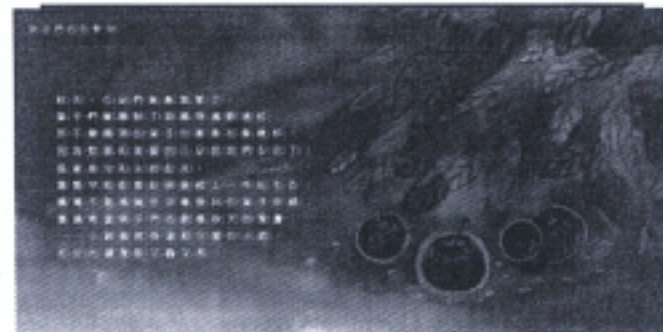
《童話城》



38



《童話城》



39



《童話城》樂譜 ~ 孩子們的四季(秋)



60



特別收錄：詞/管子、曲/李泰祥～青夢湖



61



特別收錄：詞/管子、曲/李泰祥～一朵青蓮



62



配合紙本出版 搭配DVD光碟片一張

光碟內容：

- 1.演出影片：芝山國小天空4.5度樂園
- 2.詩與畫Flash動畫：搭配朗詩與配樂
- 3.鋼琴樂譜
- 4.卡拉OK伴奏

63



兒童電子書(續)

• 《楊英風兒童藝術地圖》

- 【魔法太空鎮】：介紹楊英風的創作理念與生活思考
- 【歡喜呦呦狸】：以幽默的故事解說嚴肅的藝術作品
- 【楊英風版畫玩具書】：從楊英風的版畫作品呈現早期台灣農村社會的生活景象讓觀眾瞭解版畫如何創作
- 【楊英風造型玩具書】：以楊英風的雕塑作品介紹作品的形成及立體空間概念可以跟著本書用剪紙玩出立體雕塑



64



《楊英風兒童藝術地圖》電子書主選單



65



教案製作

教案(版畫、歐式紙雕)影片拍攝與剪接



66



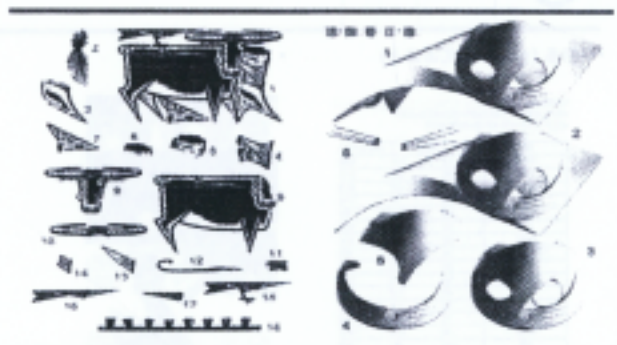
紙雕製作教學～影片截圖



67



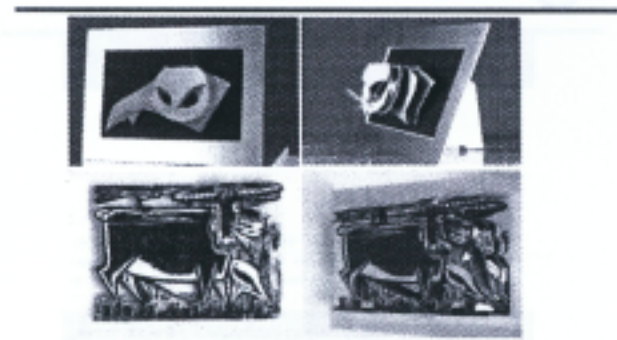
楊英風的藝術地圖—紙雕紙模



68



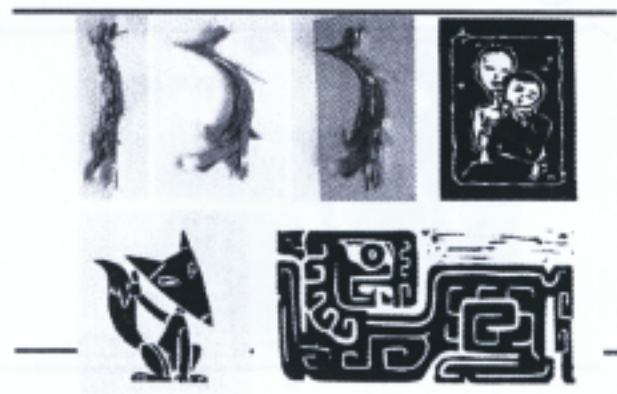
紙雕完成模型



69

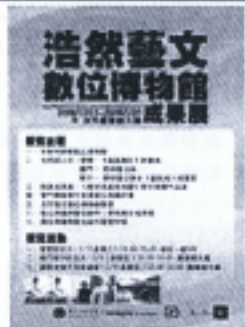


紙雕與版畫完成模型



浩然藝文數位博物館成果展

- 每年有一個月的特展
- 在交大圖書館大廳舉行



70



浩然藝文數位博物館成果展



71



與大師對話～羅門、管子

開幕 (台北市立芝山國小)

與大師對話

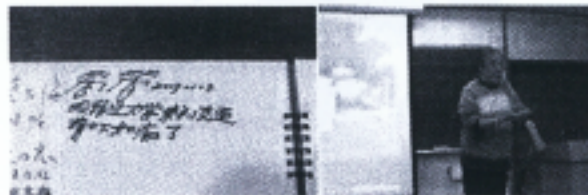
1. 歡迎參觀 (歡迎參觀) 2. 歡迎參觀 (歡迎參觀) 3. 歡迎參觀 (歡迎參觀) 4. 歡迎參觀 (歡迎參觀) 5. 歡迎參觀 (歡迎參觀) 6. 歡迎參觀 (歡迎參觀) 7. 歡迎參觀 (歡迎參觀) 8. 歡迎參觀 (歡迎參觀) 9. 歡迎參觀 (歡迎參觀) 10. 歡迎參觀 (歡迎參觀) 11. 歡迎參觀 (歡迎參觀) 12. 歡迎參觀 (歡迎參觀) 13. 歡迎參觀 (歡迎參觀) 14. 歡迎參觀 (歡迎參觀) 15. 歡迎參觀 (歡迎參觀) 16. 歡迎參觀 (歡迎參觀) 17. 歡迎參觀 (歡迎參觀) 18. 歡迎參觀 (歡迎參觀) 19. 歡迎參觀 (歡迎參觀) 20. 歡迎參觀 (歡迎參觀) 21. 歡迎參觀 (歡迎參觀) 22. 歡迎參觀 (歡迎參觀) 23. 歡迎參觀 (歡迎參觀) 24. 歡迎參觀 (歡迎參觀) 25. 歡迎參觀 (歡迎參觀) 26. 歡迎參觀 (歡迎參觀) 27. 歡迎參觀 (歡迎參觀) 28. 歡迎參觀 (歡迎參觀) 29. 歡迎參觀 (歡迎參觀) 30. 歡迎參觀 (歡迎參觀) 31. 歡迎參觀 (歡迎參觀) 32. 歡迎參觀 (歡迎參觀) 33. 歡迎參觀 (歡迎參觀) 34. 歡迎參觀 (歡迎參觀) 35. 歡迎參觀 (歡迎參觀) 36. 歡迎參觀 (歡迎參觀) 37. 歡迎參觀 (歡迎參觀) 38. 歡迎參觀 (歡迎參觀) 39. 歡迎參觀 (歡迎參觀) 40. 歡迎參觀 (歡迎參觀) 41. 歡迎參觀 (歡迎參觀) 42. 歡迎參觀 (歡迎參觀) 43. 歡迎參觀 (歡迎參觀) 44. 歡迎參觀 (歡迎參觀) 45. 歡迎參觀 (歡迎參觀) 46. 歡迎參觀 (歡迎參觀) 47. 歡迎參觀 (歡迎參觀) 48. 歡迎參觀 (歡迎參觀) 49. 歡迎參觀 (歡迎參觀) 50. 歡迎參觀 (歡迎參觀) 51. 歡迎參觀 (歡迎參觀) 52. 歡迎參觀 (歡迎參觀) 53. 歡迎參觀 (歡迎參觀) 54. 歡迎參觀 (歡迎參觀) 55. 歡迎參觀 (歡迎參觀) 56. 歡迎參觀 (歡迎參觀) 57. 歡迎參觀 (歡迎參觀) 58. 歡迎參觀 (歡迎參觀) 59. 歡迎參觀 (歡迎參觀) 60. 歡迎參觀 (歡迎參觀) 61. 歡迎參觀 (歡迎參觀) 62. 歡迎參觀 (歡迎參觀) 63. 歡迎參觀 (歡迎參觀) 64. 歡迎參觀 (歡迎參觀) 65. 歡迎參觀 (歡迎參觀) 66. 歡迎參觀 (歡迎參觀) 67. 歡迎參觀 (歡迎參觀) 68. 歡迎參觀 (歡迎參觀) 69. 歡迎參觀 (歡迎參觀) 70. 歡迎參觀 (歡迎參觀) 71. 歡迎參觀 (歡迎參觀) 72. 歡迎參觀 (歡迎參觀) 73. 歡迎參觀 (歡迎參觀) 74. 歡迎參觀 (歡迎參觀) 75. 歡迎參觀 (歡迎參觀) 76. 歡迎參觀 (歡迎參觀) 77. 歡迎參觀 (歡迎參觀) 78. 歡迎參觀 (歡迎參觀) 79. 歡迎參觀 (歡迎參觀) 80. 歡迎參觀 (歡迎參觀) 81. 歡迎參觀 (歡迎參觀) 82. 歡迎參觀 (歡迎參觀) 83. 歡迎參觀 (歡迎參觀) 84. 歡迎參觀 (歡迎參觀) 85. 歡迎參觀 (歡迎參觀) 86. 歡迎參觀 (歡迎參觀) 87. 歡迎參觀 (歡迎參觀) 88. 歡迎參觀 (歡迎參觀) 89. 歡迎參觀 (歡迎參觀) 90. 歡迎參觀 (歡迎參觀) 91. 歡迎參觀 (歡迎參觀) 92. 歡迎參觀 (歡迎參觀) 93. 歡迎參觀 (歡迎參觀) 94. 歡迎參觀 (歡迎參觀) 95. 歡迎參觀 (歡迎參觀) 96. 歡迎參觀 (歡迎參觀) 97. 歡迎參觀 (歡迎參觀) 98. 歡迎參觀 (歡迎參觀) 99. 歡迎參觀 (歡迎參觀) 100. 歡迎參觀 (歡迎參觀)



33



與大師對話～管管



34



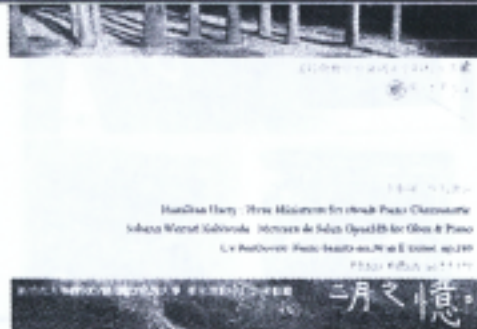
李泰祥作品選曲音樂會



35



李泰祥作品選曲音樂會



36

數位典藏及數位創作II學程

37



計畫緣起

- 傳承十多年數位典藏之經驗
- 強化「人類學」資料彙整分析之基礎
- 提升數位典藏之技術能力
- 激發數位典藏之創意加值
- 創造跨領域之對話機會

38



學程實施辦法

- 凡本校學生均可修讀本學程。修滿本學程規定之科目及學分者，由本校發給學程修畢證明。
- 一門必修課、至少二門核心基礎課、至少選修四門進階課程。
- 修畢至少18學分。

79



學程規劃課程

類別	課名	開課系所	學分	修課規定
必修	數位典藏導論	通識教育中心	2	必修
核心基礎	數位內容檢索與利用	圖書館	2	基礎類
	田野研究法	人文社會學系	3	至少選修一門
	XML與詮釋資料導論	圖書館	2	技術類
	資訊架構設計	圖書館	2	至少選修一門
	設計與創意	傳播與科技系	3	至少修習四門課
進階選修	數位影像創作	傳播與科技系	3	
	數位典藏理論與實務	傳播與科技系	3	
	數位典藏系統設計	圖書館	2	
	數位內容產業分析	圖書館	2	
	數位學習概論	教育研究所	3	
	網路臺灣與倫理專題	教育研究所	3	
	電腦音樂理論與實務	通識教育中心	2	
	多媒體音樂	通識教育中心	2	
	論述性影音作品的分析與創作	人文社會學系	3	

80



971修課學生



大一學生: 20%
大二學生: 18%
大三學生: 18%
大四學生: 12%
其他學生: 12%
其他學生: 12%

人社領域61%：第二專長
理工領域39%：跨領域修課

修課學生年級人數比例



大一學生: 18%
大二學生: 18%
大三學生: 18%
大四學生: 12%
其他學生: 12%

大二、大三 共 64%：
易於畢業前完成學程

81



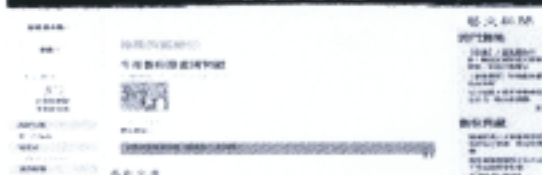
學程活動

項目	場次	參與人數
主題工作坊	2場	80人次
教師座談會	6場	60人次
專題演講	12場	1800人次
校外參訪	2次	100人次

82



虛擬社群網站(雛型)



83



結語

- 透過多面向的活動推廣浩然藝文數位典藏
- 融合虛擬空間與實際空間
- 藉由現場教學「到位」、「深化」
- 與大師對話，領略風騷
- 未來將著重虛擬社群的經營管理

84

附錄二

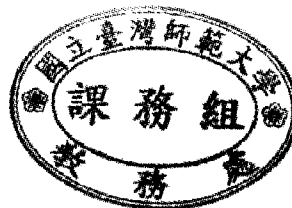
課程意見調查表

此課程意見調查結果經由師大教務處核發。由於填寫時間尚未結束，因此填寫人數尚未完整，此意見調查表僅供參考。

97學年度第2學期數位內容與創新教學應用學程評鑑資料

科目代碼	科目名稱	教師姓名	修課人數	填答人數	平均級分
PGUC006	數位影像處理	鐘世凱	41	29	4.43
ISM0432	數位內容行銷研究	卜小蝶	23	17	4.38
PGUC015	專題實作	柯皓仁	11	1	5
HIU0143	數位內容與歷史教學	吳志鏗	13	7	4.41

註：滿級分為 5 級分



附錄三

數位化成果產出清單

類別	名稱	檔案類型
課程影片	數位學習資源的搜尋與利用	影片
	歷史教材的數位化	影片
	數位教材與創意教學活動設計	影片
	如何設計教學活動	影片
	鄉土史教材的數位化	影片
	歷史教學電子地圖	影片
	FreeMind 心智圖軟體應用	影片
專題討論	演講人：美國威斯康辛大學密爾瓦基分校資訊學院 (School of Information Studies, University of Wisconsin – Milwaukee) 謝紅教授 (Professor Iris Xie)	影片
演講	數位內容加值與應用-以師大出版中心為例 講者：師大圖書館出版中心 翁正修 執行長	影片
	數位內容加值與應用-以浩然藝文數位博物館為例 講者：國立交通大學圖書館浩然藝文數位典藏工作室 蔡珊珊 小姐	影片
	教育部教學資源與課程服務之創意教學應用 講者：虎尾科大電機工程系 蘇暉凱 助理教授	影片
	教學動畫製作 講者：天王星多媒體 蘇曼珍 專案經理	影片
學生作品	台灣八景	網站
	愛蓮說	網站
	楊英風數位典藏加值	網站
	美國國土擴張史	電子地圖
	神巡足跡-大甲媽祖繞境之電子地圖	電子地圖
	日軍平台路線及武裝抗日地圖	電子地圖
	玄奘西行取經記	電子地圖
	郁永河遊台灣路線	電子地圖
	笑笑向前看 / 畢謹琳	企劃
	I am perfec! / 張育鳳	企劃
	MyDay 買對網 / 江舜琦	企劃
	刺激消費 / 高楚鈞、王尤敏、黃若涵	企劃
	刺激消費 / 黃柏堯、林芳伶、吳叔華	企劃
	刺激消費 / 謝志佳、吳佳典、洪范文	企劃
	別再嘆氣了 / 鄭敬鐸	企劃
	微旅行 / 成維寧、謝惠雯、鍾逸茹、李玉文、林介棋、李央晴、周芷綺、王怡璇	企劃
	Pay&Play ~用發票去旅行~/ 陳映竹、李堃瑛、王沛彤	企劃

附錄四

97 學年度下學期

課程大綱

目次

數位內容與創新教學應用概論.....	4-1
資料數位化與加值應用設計.....	4-3
數位內容與藝術教學.....	4-5
聲音及動畫多媒體設計.....	4-10
網路技術研究.....	4-19
智慧財產權研究.....	4-24

科目名稱（中/英文）	數位內容與創新教學應用概論 Introduction to Digital Content and Creative Teaching		類別	■基礎課程 □進階課程 □實作課程
授課教師	陳昭珍老師	開課學期/學分數		97 學年上/三
修課限制	數位內容與創新教學應用專業學程學生優先			
一、簡介	1. 數位內容與創新教學應用學程必修課程。 2. 包含數位內容產業、創新教學理論綜述等議題。			
二、課程目標	1. 探討數位內容產業之發展趨勢，引導學生認識相關領域及產業現況 2. 培養學生數位內容與創新教學應用之基礎概念，建立其專業思維及態度。			
三、課程規劃	第一週：課程簡介：國內外數位典藏與數位內容發展趨勢 第二週：Web2.0 技巧—「個人知識管理」與「Wiki」 第三週：數位內容與創新教學概論 第四週：資訊檢索的利器—透視蒐尋引擎 第五週：商業性的數位資源與創新教學(一) 第六週：商業性的數位資源與創新教學(二) 第七週：Web2.0 環境創新教學模式 (Blog、wiki、tagging 等與創新教學) 第八週：創新教學模式 (數位學習平台)		第九週：創新教學模式 (即時視訊協同教學) 第十週：創新學習模式 (Podcast) 第十一週：數位內容產業實例：概論 第十二週：數位內容產業實例：數位出版產業 第十三週：數位內容產業實例：文化生活產業 第十四週：數位內容產業實例：數位媒體與遊戲學習產業 第十五週：數位內容產業實例：網路與電子產品業 第十六週：期末報告(一) 第十七週：期末報告(二)	
四、課程活動	課程活動視每學期上課情形而定			
五、指定及參考書籍	1. 理查.考夫君(Richard Caves)著；仲曉玲、徐子超譯。文化創意產業：以契約達成藝術與商業的媒合，台北：哈佛大學出版社，2005 年 (上下冊) 2. 丹麥文化部、貿意產業部著；李璞良、林怡君譯。丹麥的創意潛力。台北：典藏藝術家庭出版，2005 年 (四版)			

	3. 肯.貝爾森, 布萊恩.布雷納著;周亞南譯。Hello Kitty: 三麗鷗創造全球億萬商機的策略。台北:商周出版,2004 年 4. 尤瑟夫.皮柏 (Josef Pieper)著;劉森堯譯。閒暇:文化的基礎。台北縣:立緒文化,民 92 年。 5. 范梅君編輯。數位內容: 虛擬與真實交界的產業。臺北市:典藏藝術家庭: 聯豐書報總經銷,2004[民 93] 6. Raugust, Karen. The Licensing Business Handbook。EPM Communications, Inc., 2004 7. Stim, Attorney Richard. Getting Permission: How to license & clear copyrighted materials online & off. NOLO, 2001.
六、評量指標	課堂討論 20% 作業要求 30% 期末作業 50%
七、考試/報告/實作規定	分組討論、期末報告
八、課程網頁之規劃	課程網址規劃中,於計畫啟動後一個月內提出
九、教學助理需求	☐ 無 ☒ 有(需 1 名) 需協助教師將教學資料上傳數位平台、隨堂參與並錄製課程實況、協助演講邀請並招待專家講者、協助學生期末實作及提供同學課業諮詢輔導。

科目名稱（中/英文）	資料數位化與加值應用設計 Digitization and Applications	類別	☐ 基礎課程 ☒ 進階課程 ☐ 實作課程
授課教師	邱銘心老師	開課學期/學分數	98 學年上/三
修課限制	數位內容與創新教學應用專業學程學生優先		
一、簡介	介紹資料數位化工作流程、數位內容加值應用知策略及模式。		
二、課程目標	讓學生了解資料數位化工作之規劃與流程 讓學生了解數位內容加值應用之策略及模式		
三、課程規劃	第一週：課程概要簡介 第二週：數位化標準與技術講座：文字資料的處理及實作 第三週：數位化標準與技術講座：影像資料的處理 第四週：數位化標準與技術講座：聲音及視訊的處理 第五週：數位化標準與技術講座：聲音與視訊資料處理實作一（剪輯） 第六週：數位化標準與技術講座：聲音與視訊資料處理實作二（Flash） 第七週：期中報告-素材整合及光碟作業發表 第八週：數位內容加值應用議題 第九週：數位內容加值應用議題 第十週：數位內容加值應用之案例探討 第十一週：數位內容加值應用之授權模式 第十二週：數位內容加值應用議題 第十三週：數位圖書館/博物館之規劃與作業程序 第十四週：多媒體管理系統操作一 第十五週：多媒體管理系統操作二 第十六週：邀請講者演講 第十七週：期末作業展示一 第十八週：期末作業展示二		
四、課程活動	課程活動視每學期上課情形而定		
五、指定及參考書籍	1. 陳昭珍。「國家典藏數位化及應有的技術規範」，中華民國圖書館年鑑，民 93.05，頁 5-27。 2. 陳昭珍，「數位出版發展現況與趨勢研究」，圖書館學與資訊科學，30(2)，(2004, 10)，頁 107-115。 3. 陳昭珍、鍾季倫。「網頁教材轉成符合 SCORM 規範教材：僑委會網頁初級幼兒學華語教材為例= Transforming SCORM-Compliant Instructional Materials: A Case of Web Content of Chinese for Preschoolers at Overseas Chinese Affair Commission」。國家圖書館館刊。93:2 (民 93.12) 頁 49-68 4. 陳昭珍，何佳欣「數位化圖書館互通檢索機制之探討=Interoperability Protocol of Digital Libraries Systems」，中國圖書館學會會報，70 (民 92.06)：頁 53-68 5. 陳昭珍，「數位典藏計畫異質系統互通機制：以 OAI 建立聯合目錄		

	的理論與實作= Interoperability of Heterogeneous Systems of the National Digital Archives Program: The Theory and Implementation of the OAI-based Union Catalog」, 國家圖書館館刊, 91:1 (民 91.06): 頁 1-17。 6. 陳昭珍,「數位典藏與數位文化」, 資訊與教育, 91 (民 91.10): 資訊與教育, 頁 17-23。 7. 陳昭珍 葉建華,「數位資源命名管理系統=Handle Systems of Digital Resources」, 檔案季刊, 1:3 (民 91.09): 頁 94-106。 8. 陳昭珍、詹雅蘭,「電子檔案長期保存」, 當代檔案管理研討會議題匯編。(台北市:檔案管理局, 2004 年 9 月 2 日-3 日), 頁 2-20~2-61。 9. 陳雪華; 吳海如; 項潔, 國家檔案數位化影像品質之研究, 檔案季刊 3:4 民 93.12 頁 1-15 10. 項潔; 陳雪華; 陳昭珍; 郭筑盈, 數位典藏產業商業模式之探討, 中華民國圖書館學會會報, 75 ?民 94.12 頁 63-748. 11. Amit Sheth, Wolfgang Klas, ed. Multimedia Data Management : Using Metadata to Integrate and Apply Digital Media. N. Y. : McGraw-Hill, c1998. 12. Jones, Maggie and Beagrie, Neil. Preservation management of digital materials : a handbook , The British Library, 2001 13. Bhishop, Ann Peterson, Van House, Nancy A. and Battenfield, Barbara P. eds. Digital Library Use : Social Practice in Design and Evaluation. Cambridge, Massachusetts, MIT Press, 2003? 14. Hughes, Lorna M. Digitizing collections: strategic issues for the information manager. (Z681.3.D53 H84 2004)
六、評量指標	出席：10% 課堂作業：20% 期中作業：30% 期末作業：30%
七、考試/報告/實作規定	講授與專題討論
八、課程網頁之規劃	課程網址規劃中，於計畫啟動後一個月內提出
九、教學助理需求	☐ 無 ☒ 有 (需 名) 需協助教師將教學資料上傳數位平台、隨堂參與並錄製課程實況、協助學生課堂與期末實作及提供同學諮詢。。

科目名稱（中/英文）	數位內容與藝術教學 Digital Content and Art Teaching		類別	☐ 基礎課程 ☒ 進階課程 ☐ 實作課程
授課教師	林達隆老師	開課學期/學分數	97 學年上/三	
修課限制	數位內容與創新教學應用專業學程學生優先			
一、簡介	1. 數位內容處理技術與知識管理、藝術教學數位媒體設計。 2. 美術系或相關領域學生之必修課程。			
二、課程目標	1. 培育數位內容之整合人才 2. 建立數位內容與藝術教學之群組工作平台 3. 培育數位內容應用於創新藝術教學之教師			
三、課程規劃	第一週：數位學習平台 Blackboard 第二週：Project 1：應用數位內容之藝術課程計畫 第三週：數位內容的檔案格式、處理技術與知識管理 第四週：藝術教學課程結構發展圖 第五週：數位博物館系統與數位典藏技術 第六週：討論—藝術教學網站之調查分析 第七週：藝術教學網站建置技術 第八週：網頁視覺語言與介面設計	第九週：報告 Project 1：藝術課程計畫 第十週：Project 2：一分鐘的美術課 第十一週：數位內容加值應用設計 第十二週：數位內容色彩管理 第十三週：數位內容影像剪輯 第十四週：討論：一分鐘的美術課腳本 第十五週：虛擬實境藝術教學 第十六週：虛擬攝影棚 第十七週：報告 Project 2：一分鐘的美術課 第十八週：成果發表與檢討		
四、課程活動	課程活動視每學期上課情形而定			
五、指定及參考書籍	1. Amit Sheth, Wolfgang Klas, Multimedia Data Management: Using Metadata to Integrate and Apply Digital Media, Mcgraw-Hil, 2002. 2. Paul Honeywil, Visual Language for the World Wide Web, Intellect L & D E F a E, 1999. 3. Nick Nettleton, Web Design (Start Here!), Ilex, 2003.			
六、評量指標	出席(20%)、討論(20%)、Project 1、(30%)、Project 2 (30%)			
七、考試/報告/實作規定	教學網站、課堂講解、上課討論、電腦實習			
八、課程網頁之規劃	課程網址規劃中，於計畫啟動後一個月內提出			
九、教學助理需求	☐ 無 ☒ 有（需 1 名） 需協助教師將教學資料上傳數位平台、隨堂參與並錄製課程實況、協助學生課堂實作及提供同學課業諮詢輔導。			

科目名稱（中/英文）	聲音及動畫多媒體設計 Multimedia Design	類別	☐ 基礎課程 ☒ 進階課程 ☐ 實作課程
授課教師	鐘世凱老師	開課學期/學分數	97 學年上/三
修課限制	數位內容與創新教學應用專業學程學生優先		
一、簡介	動畫製作規劃與設計技巧、網頁多媒體介面設計指導。		
二、課程目標	本課程為數位內容創作之進階課程，教導學生具動畫設計製作與網頁多媒體介面設計技能為主。		
三、課程規劃	第一週：課程介紹，優值動畫觀摩 第二週：Flash 1 第三週：Flash 2 第四週：Flash 3 第五週：Flash 4 第六週：Flash 5 第七週：影片技術與影片剪輯 1 第八週：期中報告 第九週：期中報告	第十週：影片技術與影片剪輯 2 第十一週：影片技術與影片剪輯 3 第十二週：影片技術與影片剪輯 4 第十三週：影像編修 1 第十四週：影像編修 2 第十五週：影像編修 3 第十六週：期末報告(一) 第十七週：期末報告(二) 第十八週：期末報告(三)	
四、課程活動	課程活動視每學期上課情形而定		
五、指定及參考書籍	1. 譯碼上就會—Flash 8動畫設計寶典(附光碟) 趙英傑 上奇科技 2. 楊比比·楊 三十七度半 http://www.wretch.cc/blog/mscraft&category_id=2786987 3. PhotoImpact12影音教學~楊淑芬主講錄製 http://www.hres.chc.edu.tw/pcllearning/photoimpact12/index.htm 4. 瀟灑-PhotoImpact教學 http://www.wretch.cc/blog/jackiewu7&category_id=11373011		
六、評量指標	以學生期末動畫實作展示與報告為主		
七、考試/報告/實作規定	本課程兼具實務與技術，因此課程之實施將以三部份進行：專業技能授課、優質動畫觀摩、動畫實作。 平時作業：60% (每週作業) 期末小組作業：40% (每組至多 3 人，製作至少 20 分鐘動畫多媒體內容，並於學程成果發表會上展示)		
八、課程網頁之規劃	課程網址規劃中，於計畫啟動後一個月內提出		
九、教學助理需求	☐ 無 ☒ 有 (需 1 名) 需協助教師將教學資料上傳數位平台、隨堂參與並錄製課程實況、協助學生課堂與期末動畫實作及作業評分。		

科目名稱（中/英文）	網路技術研究 Studies in Internet Technology	類別	☐ 基礎課程 ☒ 進階課程 ☐ 實作課程
授課教師	謝建成 老師	開課學期/學分數	97 學年上/三
修課限制	數位內容與創新教學應用專業學程學生優先		
一、簡介	指導網站資訊架構原理、網頁製作理論和技巧、HTML 介紹。		
二、課程目標	本課程為數位內容創作之進階課程，在學生具備網頁製作的前提下，進一步引導學生認識網站資訊架構原理，並以網頁製作軟體 (Dreamweaver)、HTML、CSS 等實作網站驗證理論所學。		
三、課程規劃	第一週：Introduction 第二週：Chapters Reading—User Needs and Behaviors & The Anatomy of Information Architecture 第三週：Seminar 1 & Reports 第四週：Chapters Reading—Organization Systems 第五週：Seminar 2 & Reports 第六週：Chapters Reading—Labeling Systems 第七週：Seminar 3 & Reports 第八週：Mid-term Exam	第九週：Seminar 4 & Reports 第十週：Chapters Reading— Search Systems 第十一週：Seminar 5 & Reports 第十二週：Chapters Reading—Thesauri, Controlled Vocabularies and Metadata 第十三週：Seminar 6 & Reports 第十四週：Carding Sorting 第十五週：Related Paper Reading 第十六週：Final Exam 第十七週：Final Exam 第十八週：Final Exam	
四、課程活動	課程活動視每學期上課情形而定		
五、指定及參考書籍	1. Rosenfeld, L. & Morville, Peter. (2006). <i>Information Architecture for the World Wide Web</i> , 3 rd edition, O'Reilly.(教科書) 2. Campbell, N. (2001). <i>Usability Assessment of Library-Related Web Sites Methods and Case Study</i> . Chicago: LITA. 3. Douglas K. van Duyne etc. (2003). <i>The Design of Sites: Pattern, Principles and Processes for Crafting a Customer-Centered Web Experience</i> , Addison-Wesley. 4. Morville, P. (2005). <i>Ambient Findability</i> , O'reilly. 5. Web Design Workshop 網頁設計工作坊，郭雅芳，學貫 6. Web Design 圖像元件超活用，劉秀群 譯，博碩文化 7. The Information Architecture Institute : http://iainstitute.org/ 8. Related Papers		
六、評量指標	以學生期末網站設計實作展示與課堂報告為主		
七、考試/報告/實作規定	上課報告討論成績：40%		

	作業成績：30% 期末報告成績：30% (網頁設計 50 web pages or 研究報告 5000 字以上)
八、課程網頁之規劃	課程網址規劃中，於計畫啟動後一個月內提出
九、教學助理需求	☒ 無 ☐ 有 (需 名)

科目名稱 (中/英文)	智慧財產權研究 Studies in Intellectual Property	類別	☐ 基礎課程 ☒ 進階課程 ☐ 實作課程
授課教師	張孟元老師	開課學期/學分數	97 學年上/三
修課限制	數位內容與創新教學應用專業學程學生優先		
一、簡介	研析智慧財產權相關論述及案例，以了解數位經濟時代之智慧財產權		
二、課程目標	本課程主要內容包括：智財權基本理念與沿革；著作權、專利、商標營業秘密、半導體保護等智慧財產權法之立法目的、保護範圍、權利要件、侵權界定、救濟方法及損害賠償；電腦軟體、硬體、多媒體 Internet 等數位經濟時代智財權問題；仿冒抄襲、隱私權及電腦犯罪；國際及各國相關智慧局相關組織及智財權保護；數位經濟時代相關案例之研讀與分析。		
三、課程規劃	第一週：本學期智慧財產權研究課程規劃說明，智慧財產權之基本理念(一)：研討案例說明：KURO & IPR 第二週：智慧財產權之基本理念(二) ISP 業者架設網站與智財權研討案例說明：ISP 業者架設網站是否屬於侵權行為。 第三週：智慧財產權之基本理念(三)公開傳輸權與合理使用原則，研討案例說明：公開傳輸權與合理使用案例說明。 第四週：智慧財產權之基本理念(四)文化遺產與民俗創作，研討案例說明：民俗創作保護之意涵。 第五週：智慧財產權之基本理念(五)重製、散播、出租，研討案例說明：鄰接權制度(表演、錄音、廣播等)之說明。 第六週：智慧財產權之基本理念(六)國際條約對表演人之保護，研討案例說明：表演人侵 第九週：智慧財產權之基本理念(九)全球電子商務架構，研討案例說明：數位簽章法案例說明。 第十週：智慧財產權之基本理念(十)商標專用權，研討案例說明：網域名稱案例說明。 第十一週：智慧財產權之基本理念(十一)專利權，研討案例說明：專利案件說明。 第十二週：智慧財產權之基本理念(十二)著作權與電腦軟體，研討案例說明：印刷電路板案例說明。 第十三週：智慧財產權之基本理念(十三)營業秘密與競業競爭，研討案例說明：公平交易法意涵與案例說明。 第十四週：智慧財產權之基本理念(十四)各國智慧局相關組織—加、英、韓第一組期末報告主題與架構報告。 第十五週：智慧財產權之基本理念(十五)國際組織—EPO、WIPO，第二組期末報告主題與架構報		

	權案例說明。 第七週：智慧財產權之基本理念 (七)數位出版、線上服務與著作權，研討案例說明：數位出版案例說明。 第八週：智慧財產權之基本理念 (八)遠距教學與智慧財產權，研討案例說明：線上服務與著作權。	告。 第十六週：期末報告(一) 第十七週：期末報告(二) 第十八週：期末報告(三)
四、課程活動	課程活動視每學期上課情形而定	
五、指定及參考書籍	1. 劉江彬、黃俊英著，智慧財產管理總論（華泰，2004） 2. 劉江彬編著，智慧財產法律與管理案例評析(一)（華泰，2003 年 10 月） 3. 劉江彬編著，智慧財產法律與管理案例評析(二)（華泰，2004 年 10 月將出版） 4. 劉江彬編著，智慧財產法律與管理案例評析(四)（華泰，2006 年 9 月將出版） 5. 馮震宇編，科技智財法全書，展智文化，1999 6. 林柳君譯，閣樓上的林布蘭（經典傳訊，2002 年 6 月） 7. 張孟元、劉江彬，無形資產評估鑑價之理論與實務(2005 年 1 月) 8. 隨堂補充相關論述與案例分析。	
六、評量指標	課堂討論 50%，期末報告 50%	
七、考試/報告/實作規定	共同研析智慧財產權相關論述，及依據相關案例分析研討。	
八、課程網頁之規劃	課程網址規劃中，於計畫啟動後一個月內提出	
九、教學助理需求	☒ 無 ☐ 有（需 名）	