

102-2 大葉大學 完整版課綱

基本資訊

課程名稱	感性工學導論	科目序號 / 代號	0647 / IDD3056
開課系所	工業設計學系	學制 / 班級	大學日間部3年1班
任課教師	白鴻樹	專兼任別	兼任
必選修 / 學分數	選修 / 2	畢業班 / 非畢業班	非畢業班
上課時段 / 地點	(四)34 / G408	授課語言別	中文

課程簡介

A.教育目標

- 1.培養學生結合感性美學、經營管理及科技工程的工業設計創新思維
- 2.解決人類（使用者）需求產品（Tangible Product）與服務（Intangible product）的設計專業問題。

B.教育核心能力

- 1.生活文化、感性的造形能力
- 2.掌握科技工程的能力
- 3.使用者導向的創新思維應用
- 4.跨領域溝通與整合的能力

C.大葉大學工業設計學系課程特色：

- 1.培養正確的工業設計思維
- 2.培養分析、歸納與創新設計能力
- 3.提倡人為本的設計理念
- 4.培養完整設計視覺化表達與溝通能力
- 5.造形語意、造形創意與審美觀的養成
- 6.培養學生融合理論與實際、手腦並用
- 7.產學合作、學以致用

課程目標：

在重視生活的感覺與符合人們感受的時代潮流中，為了使人們能夠接受某產品，基本必須探究的問題就是「人們的感性是什麼？」。但是在這簡單問題的背後，所包含的問題卻有許多，例如感性是什麼？組成要素是什麼？如何測定人的感性？相關的實驗、調查步驟？如何進行統計分析？如何將感性轉化為設計要素？等基本問題，以至於實用化方面的感性式設計的開發程序等皆是值得深入探討的問題(B3)。

課程大綱






- 1.感性的起源
- 2.何謂感性工學
- 3.感性工學系統作成的程序
- 4.色彩和感性工學
- 5.室內照明和感性工學

- 6.汽車和感性工學
- 7.感性工學的效用
- 8.感性時代的消費意識與商品行銷

基本能力或先修課程

無

課程與系所基本素養及核心能力之關連

-  美學知識與涵養
-  工程科技之應用
-  使用者導向之創新
-  跨領域創新整合
-  創意表達與溝通能力

教學計畫表

系所核心能力	權重(%) 【A】	檢核能力指標(績效指 標)	教學策略	評量方法及配分 權重	核心能力 學習成績 【B】	期末學習 成績 【C=B*A 】
美學知識與涵養	20%	具有美學涵養，瞭解形、色、質等美學原理	講述法 學生上台報告	期中考: 30% 期末考: 30% 課堂討論: 10% 課程參與度: 20% 書面報告: 10%	加總: 100	20
工程科技之應用	20%	具備基本的物理學、力學、機構學等工學知識 具備材料、成形、加工、組裝、表面處理等生產製造相關知識 具備人因、認知心理學、介面設計等知識 對新科技的瞭解與掌握	講述法 學生上台報告	期中考: 30% 期末考: 30% 課堂討論: 10% 課程參與度: 20% 書面報告: 10%	加總: 100	20
使用者導向之創新	20%	對消費者生活型態與文化的瞭解 對消費者需求與行為的掌握 使用者導向的創新思維與能力	講述法 學生上台報告	期中考: 30% 期末考: 30% 課堂討論: 10% 課程參與度: 20% 書面報告: 10%	加總: 100	20

跨領域創新整合	10%	具備邏輯思辨的能力 具備認知心理學基本知識 對設計程序與方法的瞭解 跨領域整合創新的能力	講述法 學生上台報告	期中考: 30% 期末考: 30% 課堂討論: 10% 課程參與度: 20% 書面報告: 10%	加總: 100	10
創意表達與溝通能力	30%	能以徒手畫圖、電腦繪圖、電腦動畫、模型製作、攝影、裱板製作等表達設計構想 具有良好的口頭及書面表達能力	講述法 學生上台報告	期中考: 30% 期末考: 30% 課堂討論: 10% 課程參與度: 20% 書面報告: 10%	加總: 100	30

成績稽核

期中考: 30%
 期末考: 30%
 課程參與度: 20%
 書面報告: 10%
 課堂討論: 10%

教科書(尊重智慧財產權，請用正版教科書，勿非法影印他人著作)

書名	作者	譯者	出版社	出版年
無參考教科書				

參考教材及專業期刊導讀(尊重智慧財產權，請用正版教科書，勿非法影印他人著作)

書名	作者	譯者	出版社	出版年
創遊美人(感性時代的消費意識·商品行銷)	平島廉久	黃美卿	遠流出版事業股份有限公司	1990

上課進度

週次	教學內容	分配時數(%)				
		講授	示範	習作	實驗	其他
1	2/20課程講解 & 智財權宣導(含告知學生應使用正版教科書)	100	0	0	0	0
2	2/27感性的起源	100	0	0	0	0
3	3/06何謂感性工學	100	0	0	0	0
4	3/13何謂感性工學	100	0	0	0	0
5	3/20感性工學系統完成的程序	100	0	0	0	0
6	3/27色彩和感性工學	100	0	0	0	0
7	4/03室內照明和感性工學	100	0	0	0	0

8	4/10期中報告	0	0	0	0	100
9	4/17汽車和感性工學	100	0	0	0	0
10	4/24感性工學的效用	100	0	0	0	0
11	5/01感性消費時代來了	100	0	0	0	0
12	5/08新消費哲學	100	0	0	0	0
13	5/15創:創造意識	100	0	0	0	0
14	5/22遊:遊戲意識	100	0	0	0	0
15	5/29美:美感意識	100	0	0	0	0
16	6/05人:人性意識	100	0	0	0	0
17	6/12新行銷學.新商品學	100	0	0	0	0
18	6/19期末報告	0	0	0	0	100
