

## 97-2 大葉大學 完整版課綱

### 基本資訊

課程名稱	工業設計(二)	科目序號 / 代號	2434 / IDV3003
開課系所	工業設計學系	學制 / 班級	四技部3年1班
任課教師	林幸蓉	專兼任別	兼任
必選修 / 學分數	必修 / 3	畢業班 / 非畢業班	非畢業班
上課時段 / 地點	(五)34 / G409 (五)567 / G409	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）對產品（Tangible product）與服務（Intangible product）等需求之設計專業問題。

#### 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. 提倡以人為本的設計理念
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

#### D. 課程目標：

1. 經由課程講解，閱讀工業設計相關書籍、雜誌，得以充分瞭解工業設計之意涵，培養正確的工業設計思維，體認工業設計之價值，同時強調以人為本的設計理念。（B3、C1.3）
2. 校外教學、資料蒐集，幫助學生擬定

設計方向，可以全方位思考，同時提升學生的生活文化與感性造形能力。

( A2、 B1.3、 C3 )

3. 市場分析報告與討論，可以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，以及分析、歸納與創新設計能力；加強使用者導向的創新思維應用，以及造形語意、造形創意與審美觀的養成。

( A1、 B3、 C2.5 )

4. 設計圖學演練，得以掌握科技工程的能力，培養完整設計、視覺化表達與溝通能力；將來進入職場，可以很快進入狀況，展現產學合一、學以致用的學習成效。( B2、 C4.7 )

5. 透過設計的宏觀界定與設計的微觀界定，決定設計的方向與設計的主題，確實掌握工業設計之價值，然後才進入設計發展流程。

( A1.2、 B1.2.3.4、 C1.2.3.4.5.6 )

6. 優良產品介紹：讓學生提高設計的眼界，瞭解更多優良產品的設計背景與功能、製作細節等。

( A1.2、 B1.2.3.4、 C1.2.3.4.5.6 )

7. 產品製造技術介紹：幫助設計思考與實踐之可行性。

( A1.2、 B2.4、 C4.5.6 )

8. 設計發展、模型製作、設計裱板製作及成果發表：透過市場分析、資料蒐集、分組討論以及個別指導等實際操作，讓學生確實瞭解完整之工業設計流程。

( A1.2、 B1.2.3.4、 C1.2.3.4.5.6 )

9. 本課程之課程目標著重在：讓學生確實瞭解完整之設計流程，建立正確之工業設計觀念以及做到每一個環節之實際操作；而非僅重視創意或製作技巧。

( A1.2、 B1.2.3.4、 C1.2.3.4.5.6 )

## 課程大綱

1. 工業設計概念再述；課程內容說明；分組
2. 期初課題：設計競賽的背景與得獎案例分析、主題探討，PPT共同發表、講評

成績稽核

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
無參考教材及專業期刊導讀				

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	2/27 評鑑工作	20		80		
2	3/6 SET、POG找大方向	20		80		
3	3/13 評鑑工作、蒐集資料、產品之POG	20		80		
4	3/20 評鑑工作、Q&A	20		80		
5	3/27 Bike Study 人因角度分析、產品分析、使用者觀察、Charactor Mapping	20		80		
6	4/3 Story Board (清明節)	20		80		
7	4/10 歸納成設計訴求、Key Theme、Design Issue 車架人體、尺寸、硬體、配置規範	20		80		
8	4/17 構想發展，根據有尺寸觀念之Sketch (期中考)	20		80		
9	4/24 初步 Concept 設計構想	20		80		
10	5/1 比例尺寸之草模，以人與情境之模擬與使用情境之體驗與認證	20		80		
11	5/8 提出概念模型之模擬、觀察認證結果、報告與改善	20		80		
12	5/15 細部感性語意與造型屬性方向	20		80		
13	5/22 整組發表、提出需設品牌之LOGO與產品視覺識別概念	20		80		
14	5/29 放假 (端午節)	20		80		
15	6/5 Concept Feasibility 設計概念可能性	20		80		
16	6/12 Functional、Mock Up、DummyModel+3D DrawingD	20		80		
17	6/19 完成個人與小組 Final Report 設計成果報告	20		80		