

江苏联合职业技术学院陶都中专办学点

理论课程教案

(2024—2025 学年 第 二 学期)

课程类别 专业课

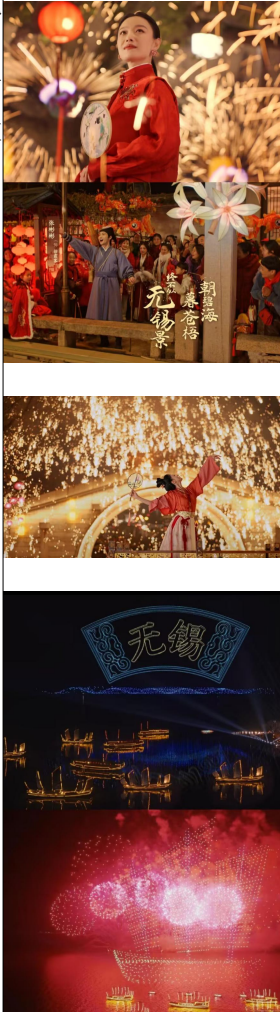
课程名称 创意学概论

授课教师 顾文婧

学 校 江苏联合职业技术学院陶都中专办学点

课题序号	1	授课形式	讲授、练习	授课课时	4
授课班级及日期	2 月 13 日 (一 周星期 四) 文创 2351 班; 2 月 18 日 (二 周星期 二) 文创 2351 班;				
授课章节名称	文化创意学概念				
教学设备、资源	多媒体课件				
教学目标	知识目标: 了解文化与创意的概念, 了解文化创意学的学科概念。 技能目标: 通过案例分析, 使学生能够对外文化进行分析调研。 素养目标: 通过对生活日常的探索, 让学生发现生活中的美, 树立起对创意设计学习的兴趣。				
教学重点	文化与创意的概念				
教学难点	文化创意与文化创意产业之间的关系				
教法学法	讲授法				
板书设计	文化创意 文化创意学: 文化、市场、创意、载体 文化: 物质文化 非物质文化 创意: 旧东西的新的组合方式				

教 学 过 程

教学环节	教 学 内 容 及 步 骤	师生活动	设计意图
组织教学	教师自我介绍，让学生谈谈对文化与创意的看法，增进师生之间的相互了解。了解学生的学习进度以及知识需求。	教师展示 学生观察交流	通过展示常见的招贴海报，激发学生对招贴海报的兴趣
导入新课	我们经常说的文化自信、文化传承 文化到底是什么含义？		
讲授新课	一、文化与创意概念 “文化”的一群人共同拥有的“生活指南”，它包含了大家默认为的价值观、习惯、传统和表达方式。文化决定了人们“怎样生活在一起”，并通过日常行为代代相传。简单来说，文化是“我们这群人做事的方式”。 物质文化 非物质文化 理解文化： 1. 传统节日 - 中国人过春节吃饺子、贴春联、发红包，传递团圆和祝福； - 西方人过圣诞节装饰圣诞树、互送礼物，表达爱与分享。 *（同样的节日，不同文化有不同的表达方式。） 2. 饮食习惯 - 印度人用手抓饭，认为这是亲近食物的方式； - 东亚人用筷子吃饭，背后有“阴阳和谐”的传统观念。 *（吃什么、怎么吃，都和文化有关。）* 3. 社交礼仪 - 日本人见面鞠躬表示尊重，深度反映对他人的重视； - 法国人见面贴面吻，体现热情和亲密感。 *（一个动作背后藏着文化的密码。）* 4. 语言与幽默 - 中文里的“客气”很难直译成英文，因为它包含了谦虚、礼节等复杂含义； - 西方脱口秀的讽刺幽默，可能让其他文化的人感到困惑。 *（语言和笑点都是文化的镜子。）* 文化就像空气，看不见但无处不在，它让一群人成为“我们”，而不是“他们”。	展示图片  教师在听讲过程中认识到知识的迁移 教师讲解分析，学生观察思考 教师分析 学生聆听 学生讨论 教师巡回辅导	展示图片，运用对比法，让学生更直观地了解教学内容 学生在听讲过程中认识到知识的迁移 学生讨论助于学生结合本课内容自主学习，提高学生学习的主动性

“创意”就是“跳出常规的新点子”——用别人没想到的方式，把旧东西组合出新价值，或者解决老问题的新方法。它像大脑的“魔法”，把平凡的事物变得有趣、有用或令人惊喜。 1. 日常生活中的创意 - 旧物改造：把饮料瓶剪开种绿植，变成迷你花盆； - 沟通方式：用表情包代替文字，让聊天更生动（比如 表示无奈， 表示自嘲）。 *（创意不一定要高大上，小改变也能带来新鲜感。）* 2. 艺术与设计 - 梵高的《星空》：用扭曲的笔触画夜晚，把普通的天空变成涌动的梦境； - 乐高玩具：同样的积木块，有人搭城堡，有人拼出机器人，全靠想象力。 *（创意让普通材料变身无限可能。）* 3. 科技与商业 - 扫码点餐：用手机代替纸质菜单，既环保又高效； - 宜家家具：设计平板包装，让用户自己组装，省运费又增加参与感。 *（创意常常是“换个角度解决问题”。）* 4. 反常规的幽默 - 广告文案：“充电 5 分钟，通话 2 小时” → 用夸张对比突出手机快充； - 电影《头号玩家》→ 把 80 年代游戏、动漫彩蛋塞进未来世界，引发怀旧狂欢。 *（创意往往打破惯性思维，制造意外惊喜。）* 创意的本质： - 旧元素的新组合：比如“手机+摄像头=随时拍照” - 解决问题的新路径：快递箱印上失踪儿童信息，既送包裹又帮寻人 - 情感共鸣的桥梁：博物馆让文物“开口说话”（用 AR 技术还原历史场景） 创意是给大脑插上翅膀——让普通的事情变得不普通，让难题变成机会。	通过讲解演示，给学生直观地展示图片   学生欣赏 搜索展示 能说能想 学生讲解 教师补充  图片展示结合现在热点，引起学生共鸣，同时认识到学习的不足	通过讲解，让学生从形、色、意等方面加以理解 学生获取灵感，激发学生创造性 激发学生自主学习能力
---	--	--

教学环节	教 学 内 容 及 步 骤	师生活动	设计意图
总 结 作业布置	文化创意学  文化创意学是一门以文化为元素，以创意为核心，以市场为导向，以载体为形态的综合性应用学科。 产生根基 文化是文化创意产生的根基 是我们在进行文化创意活动所需要的内在支撑 也是我们取之不尽的创意源泉。 制胜关键 创意则是文化创意制胜的关键 运用科学的方法对创意人才的培养是文化创意学的重要任务之一 紧密联系 文化创意学与经济生产、产业发展、消费者市场等有最天然而紧密的联系 也是一门理论与实践互动频繁的学科 重要依托 文化创意得以实现的重要依托就是载体，既包括我们熟知的文化创意产品、文化创意服务和文化创意活动，也逐渐延伸到更多的领域中如动漫、游戏、旅游业、金融业等 作业要求： 1. 学习本章节后，请结合自己的经验谈谈对文化的理解。 2. 课后作业：寻找出色的案例，从四个方面分析一下故宫文创 IP，讲讲 600 年的故宫为何成为了网红之地。 故宫文创彰显了什么文创特点？请说明理由。 故宫文创通过哪些学科交叉成就了顶流博物馆？请说明理由。 故宫文创可持续发展力在哪里？是否可以保持持续发展？请说明理由	通过讲解演示，给学生直观地展示图片	根据案例分享，激发同学们对招贴海报的学习热情，寻找灵感进行构思。
课后作业	完成课堂作业		
教学反思	本课通过现实生活中的文化表现让同学们认识文化创意，对文化创意有初步理解。同时拆分文化以及创意两个词进行解释说明，为学生能够更深刻了解文化创意产业、文化创意专业奠定基础。同时文化较为重要，在讲解过程中，学生能够互动起来，但是在讲解理论部分过程中学生注意力不太集中。		