

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

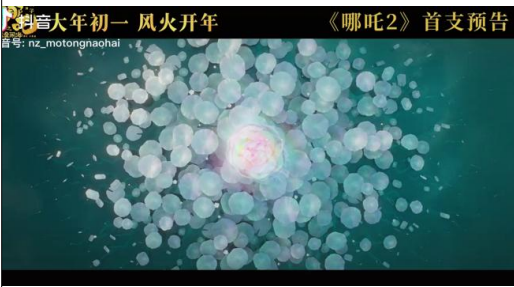
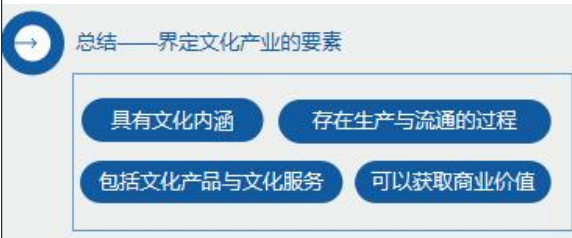
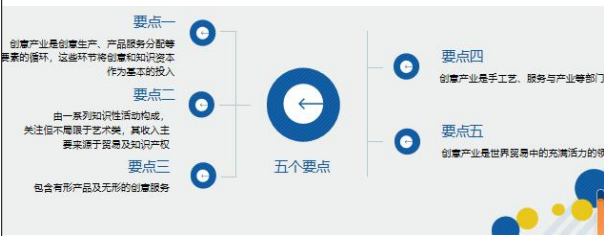
课程名称创意学概论

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	2	授课形式	讲授、练习	授课课时	4
授课班级及日期	2 月 20 日（二 星期四） 文创 2351 班； 2 月 25 日（三 星期五） 文创 2351 班；				
授课章节名称	文化创意与文化创意产业				
教学设备、资源	多媒体课件				
教学目标	知识目标：了解文化创意与文化创意产业的内涵。 技能目标：通过案例分析，使学生能够了解文化创意与文化创意产业之间的关系。 素养目标：通过对案例的分析，激发学生学习兴趣，让学生产生文化自信。				
教学重点	文化创意与文化创意产业的内涵				
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、讨论、案例分析				
板书设计	文化产业 创意产业 文化创意产业：核心要素 商业价值				

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	学生轮流分享文化知识	学生展示	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	 哪吒为何火爆，火爆全网的营销策略是？	师生互动：询问学生春节档电影看了吗 其中最热门的是？ 学生交流回答 教师播放哪吒预告短片	
讲授新课	一、文化创意 是从创意产业、文化创意产业等产业相关概念中提炼出来的，并不是“文化”+“创意”的简单机械组合。 文化产业  从艺术和哲学角度对文化工业进行了批判：“文化工业”是因资本介入而使文化逐渐商品化、同质化、缺乏创造性的一种娱乐化工业体系。随着全球的“文化工业”发展，这一词逐渐演变成“文化产业”并被普遍接受与广泛使用。 按照工业标准界定：“生产、再生产、储存以及分配文化产品和服务的一系列活动” 1993年：以艺术创造表达形式、遗产古迹为基础而引起的各种活动和产出。 1998年：开发利用文化资产，生产有形/无形的艺术性和创意性产品，提供以知识为基础的产品/服务的行业。 2009年：联合国教科文组织重新修订《文化统计框架》全新的界定：“为社会公众提供文化产品和文化相关产品的生产活动的集合”。 创意产业 	《哪吒2》火爆全网的营销策略 02 传统神话的“年轻化”表达：文化内核的重构 在大众固有印象中，传统文化总是严肃刻板的，但《哪吒2》打破常规，大刀阔斧改造传统神话，它放弃“前传续写”的惯性思维，打造“打破枷锁”的成长新路径，敢闯和敢玩的冲劲，映射出Z世代职场内卷与身份焦虑，引发年轻人群共鸣。 据说，视觉上也很有巧思，融合三星堆纹样、敦煌色彩，画面更是东方古典，川剧方言又接地气与亲切，这些创新让古典元素变成热门话题，引发年轻人二创、自发传播，成社交宠儿。 品牌启示：不能守旧，要敢打破常规加新内容，让它成为共鸣载体，传统文化才能在新时代重焕生机。 总结：守旧终归不能走得更长远，有了新内涵才能在新时代重焕生机，最终才能有商业价值。 教师讲解分析，学生观察思考 教师分析 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，提高学生主动性

二、文化创意产业

文化创意产业从内涵和外延上，更接近创意产业。如学者欧克利（K. Oakley）：从更为宽泛的文化角度来讲，“文化创意产业”与“创意产业”含义相同

2012年《国家“十二五”时期文化改革发展规划纲要》：将包括文化创意产业在内的四个产业纳入新兴文化产业行列，并提出加快发展这四个产业
同年，修订的《文化及相关产业分类》：文化及相关产业新增了“文化创意与设计服务”，其中的文化创意特指“建筑设计服务和专业设计服务”



展示文化创意产业图谱，共同探究文化创意的展现形式。

三、文化创意与文化创意产业的不同

文化产业早于创意产业
文化创意产业最后出现

文化产业与创意产业不属于同一范畴；与创意产业关联的还有其它产业。
文化创意产业有两种理解：一是在文化范畴内的创意产业；另一种是与广义的文化产业或创意产业相似的行业。

通过讲解演示，给学生直观地展示图片



微博话题讨论数 6290.7万
【山西文旅×黑神话：悟空】
(长达4年的意向奔赴)
4年前，山西省文旅厅和山西省文物局在保护好文物的前提下，共同启动黑神话制作团队完成了黑神话。
最终，《黑神话：悟空》在各省市 36 个取景地，山西被选中 27 个，据称游戏将占其第一版“钱”。



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

激发学生自主学习的能力

教学环节	教 学 内 容 及 步 骤	师生活动	设计意图
总 结	文化创意学 文化创意学的学科定义 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 文化创意与经济生产、产业发展、消费者市场等有着天然而紧密的联系，也是一门理论与实践紧密的学科。 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、会展业等。 从四个要素对文化创意产品进行分析 “大闹天宫”系列产品 产品根据《西游记》人物形象，进行再创作，将人物形象、产品造型深度融合。 “故宫角楼”系列产品 产品的设计灵感源自故宫角楼，以故宫角楼为原型，进行再创作，将角楼形象与产品造型深度融合。 文化：锦衣卫形象 创意：动作形象 造型新颖 市场：消费者需求 系列产品 载体：手机支架 文化：养生秘诀 创意：漫画形式 市场：消费者需求 载体：绘本 故宫角楼无线充音箱氛围灯 故宫角楼无线充音箱氛围灯，将故宫角楼形象与无线充电、音箱功能深度融合，打造一款集文化、科技、艺术于一体的文创产品。	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	选择一种文创产品进行四要素分析		
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。		

