



臺灣大學進修推廣學院
NTU SPECS

NTU School of Professional Education and Continuing Studies

創意產業經濟學



馮勃翰 教授
臺大經濟學系

授課時間：每週四晚7:00-9:45，9/15(四)開學。

課程介紹：

從商業、產業與管理角度看影視娛樂，兼談出版、遊戲、音樂、時尚與IP經營。適合相關產業各環節從業人員、媒體記者與編輯、創作者，以及所有在工作上會涉及文化創意的經理人。

課程目的：

1. 透過知名公司與影視作品的案例，深入瞭解精采與賣座的作品如何產生？
2. 藉由影視娛樂產業的各種現象，認識最前沿也最實用的經濟學觀念，包括誘因設計、市場設計、不對稱訊息、不完全契約等。
3. 思考文化創意的商業與管理課題。

授課教材/授課方式/評分標準

授課教材：上課講義

授課方式：演講為主、討論為輔

評分標準：課堂討論 (20%)、期中報告 (30%)、期末報告 (50%)

課程綱要與進度

週數	單元主題	個案或作業
第1週	數位科技如何衝擊表演藝術的產業生態？ ——認識經濟學的分析方法	The Met Opera
第2週	巴菲特為何投資派拉蒙？ ——談影視內容的商業模式	Netflix、Paramount Global
第3週	Nobody Knows！爆款為何難以預測？ ——談娛樂市場裡的消費者行為	Music Lab
第4週	藝術與商業如何調和？ ——談誘因設計和風險管理	Blumhouse
第5週	創意如何與資本合作？ ——談合約設計	Toy Story
第6週	好萊塢的故事文本哪裡來？ ——談創意的市場	Done Deal Pro
第7週	台灣影視產業面對的困境與機會 ——談篩選機制	The Black List / 期中報告

課程綱要與進度(續)

週數	單元主題	個案或作業
第8週	如何設計媒合平台？ ——談市場設計	Coverfly / 期中報告
第9週	電視劇的過去、現在與未來 ——談科技、商業與內容的交互作用	ABC、Netflix
第10週	服裝品牌用AI團隊取代首席設計師？ ——談大數據的應用與誤用	GAP、StoryFit
第11週	漫威為何曾經破產，又如何重新崛起？ ——談IP的建造與經營	Marvel
第12週	憤怒鳥從芬蘭飛向世界 ——談國際化作品的打造與市場開拓	Angry Birds
第13週	韓國為什麼能？ ——談創意產業的轉型升級	CJ E&M
第14週	出版業何去何從？ ——談數位轉型	期末報告
第15週	課程總結	期末報告