

謝明宏 (Prof. Hsieh Ming-hung)



臺灣實踐大學管理學院副院長(2024 年迄今)

臺灣實踐大學創意產業博士班教授兼所長(2012 年迄今)

臺灣實踐大學智慧服務管理英語學士學位學程主任兼教授(2025 年迄今)

臺灣實踐大學管理學院企業管理學系 教授

Email: mingh@g2.usc.edu.tw

研究領域(Research Interests)

創意產業科技與管理、創意產業設計與管理，創意產業研究、創意產品之市場分析與行銷，文化都會品牌行銷等

學歷背景(Education)

臺北大學企業管理學系博士

美國佛羅里達大學資訊與會計碩士

教授科目(Courses Taught)

創意設計與管理，創意產業策略管理專題，創意產業研究方法、創意產業研究專題等

社會服務 (Social services)

臺灣文化部促進民間參與文化公共建設案訪視委員(2022 迄今)
臺灣臺北市政府產業發展局委託”南港瓶蓋工廠”審查委員
北京光華基金會所評定”服務設計專家代表”(2022-2023)
臺灣文化部「2019 年度文化創意產業政策推動協力計畫」評選委員
臺灣文化部「2019 臺灣文化創意產業發展年報編印」評選委員
臺灣文化部「文化創意產業發展法研修規劃」評選委員
臺灣臺灣大專校院委託辦理品質保證認可工作評鑒委員(2019 迄今)
中山管理評論 論文審查
國際期刊 Technovation 論文審查
臺灣臺北市產業發展獎勵補助計畫審查委員(文創產品)
臺灣文化部影視音金融菁英班評論委員

研究計畫 & 專論 (Research Projects & Publications)

1. Hsieh, Ming-hung (2025), “The Impact of Digital Technology and Artificial Intelligence on the Creative Industries: Re-Evaluating Creativity and the Creative Process”, International Journal of Arts Management, forthcoming.
2. 謝明宏(2025)，文化創意產業 AI 涉入之產業變革與新商業模組研究，校內計畫，計畫編號：USC-113-05-04003(執行中)。
3. 孫佩韶、李慶芳、謝明宏(2022)， “藝術市場的發展歷程：以泓盛拍賣為例，創意管理評論(第 7 卷，115-128 頁)。
4. 楊芃葳、謝明宏(2022)， “知識密集型非利組織之價值共創—以文創產業為例”， 文創 20—回顧與前瞻學術論壇暨研討會，台北教育大學。
5. 高曰菖、辛向陽、謝明宏(2020)， “基於開放式創新的醫療傢俱服務設計研究”， Design Research, Vol. 5, pp. 55-61.
6. 謝明宏(2019) 電影產業的創意組合—社會網絡理論的應用，上海東華大學，第三屆中國創意管理高峰論壇。
7. 謝明宏(2012)，組織記憶與新產品績效--MOME 模式(2 年期計畫)，科技部計畫編號 NSC 100-2410-H-158 -007 -SS2 (執行完畢)。
8. 謝明宏(2009)，預期遺憾之前因及購買意願之探索—以新產品及非典型消費為例，國科會計畫編號 NSC 98-2410-H-158-001 (執行完畢)。
9. 謝明宏(2008)，跨組織合作型態與創新績效關係之再檢視—權變觀點，國科會計畫編號 97-2410-H-158-006- (執行完畢)。
10. 謝明宏(2007)，預應式與回應式市場導向、資源構形對新產品績效之影響-探索性研究，國科會計畫編號 96-2416-H-158-001- (執行完畢)。

11. 謝明宏(2006)，市場導向與上市能力之干擾效果對產品優勢與產品績效關係之影響，國科會計畫編號 95-2416-H-158-003-（執行完畢）。
12. 謝明宏(2003)，公司資源與市場特性對新產品上市策略之影響—以臺灣 IC 設計業為例，國科會計畫編號 NS C 92-2626-H-163-0002（執行完畢）。
13. 謝明宏(2002)，上市策略對產品績效之影響--以臺灣中小資訊電子業為例，國科會計畫編號 NSC 91-2626-H-163-0001（執行完畢）。