

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(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，服務設計，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)

宜蘭傳藝園區整建暨營運移轉案運績效評估委員(2025 迄今)

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, M., Chen R., Lee H., (2026). The designer's turn: Reconfiguring professional identity for project innovation in the generative AI era. *Technovation*, 155, 103694.
2. Hsieh, M., Lee H., Chen R., (2026). Creative process strategies and design project performance: the complementary roles of generative ai and professional experience. *Industrial Management & Data Systems*, Forthcoming.
3. 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(執行完畢)。
4. 謝明宏(Ming-hung Hsieh)；羅艷(Yan Luo), 以文化資本觀點探討如何促進藝術活動之共創—以合製劇目「遺失的第24個白鍵」為例，《休閒研究》15卷1期 (2025 / 08) Pp. 119-143.
5. 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)。
6. 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。
7. 高曰菡、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.
8. 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。
 9. 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)。
 10. 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)。
 11. 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)。
 12. 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)。
 13. Hsieh, M. H., Tsai, K. H., & Jan Hultink, E. (2006). The relationships between resource configurations and launch strategies in Taiwan's IC design industry: an exploratory study. *Journal of Product Innovation Management*, 23(3), 259-273.
 14. Hsieh, M. H., & Tsai, K. H. (2007). Technological capability, social capital and the launch strategy for innovative products. *Industrial Marketing Management*, 36(4), 493-502.
 15. Tsai, K. H., Hsieh, M. H., & Hultink, E. J. (2011). External technology acquisition and product innovativeness: The moderating roles of R&D investment and configurational context. *Journal of Engineering and Technology Management*, 28(3), 184-200.