

**文化创意学院文化产业管理专业**

**课程教学大纲汇编**

**（2021版）**

****

杭州师范大学文化创意学院

2021年9月

**目录**

[《文化产业管理专业导论》课程教学大纲 4](#_Toc78013072)

[《创意思维训练》课程教学大纲 8](#_Toc78013073)

[《产业经济学》课程教学大纲 13](#_Toc78013074)

[《管理学》课程教学大纲 22](#_Toc78013075)

[《传播学概论》课程教学大纲 37](#_Toc78013076)

[《中国文化概论》课程教学大纲 45](#_Toc78013077)

[《艺术概论》课程教学大纲 52](#_Toc78013078)

[《文化产业与管理概论》课程教学大纲 59](#_Toc78013079)

[《文化资源概论》课程教学大纲 68](#_Toc78013080)

[《文化政策与法规》课程教学大纲 77](#_Toc78013081)

[《文化产业项目策划与管理》课程教学大纲 86](#_Toc78013082)

[《表演艺术鉴赏》课程教学大纲 95](#_Toc78013083)

[《广告文案》课程教学大纲 100](#_Toc78013084)

[《文化经纪理论与实务》课程教学大纲 110](#_Toc78013085)

[《文学名著选读》课程教学大纲 119](#_Toc78013086)

[《当代艺术》课程教学大纲 123](#_Toc78013087)

[《平面摄影》课程教学大纲 128](#_Toc78013088)

[《设计方法论》课程教学大纲 133](#_Toc78013089)

[《知识产权法》课程教学大纲 139](#_Toc78013090)

[《文化产业园区管理》课程教学大纲 146](#_Toc78013091)

[《影视主题策划》教学大纲 152](#_Toc78013092)

[《音频基础》课程教学大纲 159](#_Toc78013093)

[《影视音乐赏析》课程教学大纲 163](#_Toc78013094)

[《电影美术》课程教学大纲 166](#_Toc78013095)

[《影视后期与特效》课程教学大纲 171](#_Toc78013096)

[《影视营销与发行专题》课程教学大纲 177](#_Toc78013097)

[《短片创作与赏析》课程教学大纲 184](#_Toc78013098)

[《演艺娱乐产业经营管理》课程教学大纲 191](#_Toc78013099)

[《中外动漫大师精品赏析》课程教学大纲 196](#_Toc78013100)

[《文化品牌管理》课程教学大纲 202](#_Toc78013101)

[《文化投资学》课程教学大纲 209](#_Toc78013102)

[《出版经营与管理》课程教学大纲 217](#_Toc78013103)

[《艺术品投资与拍卖》课程教学大纲 225](#_Toc78013104)

[《公共事业管理》课程教学大纲 231](#_Toc78013105)

[《商业谈判》课程教学大纲 240](#_Toc78013106)

[《会展业经营管理》课程教学大纲 249](#_Toc78013107)

[《影视概论》课程教学大纲 257](#_Toc78013108)

[《世界电影史》课程教学大纲 263](#_Toc78013109)

[《编剧基础》课程教学大纲 268](#_Toc78013110)

[《影视视听语言》课程教学大纲 273](#_Toc78013111)

[《戏剧影视批评》课程教学大纲 280](#_Toc78013112)

[《制片管理》课程教学大纲 285](#_Toc78013113)

[《影视市场与院线管理》课程教学大纲 295](#_Toc78013114)

[《摄像基础》课程教学大纲 303](#_Toc78013115)

[《剪辑基础》课程教学大纲 308](#_Toc78013116)

[《影视产业项目创意与策划》课程教学大纲 314](#_Toc78013117)

[《文化产业主题创新创意》课程教学大纲 321](#_Toc78013118)

[《创新创业指导训练》课程教学大纲 336](#_Toc78013119)

[《艺术体验》课程实践教学大纲 339](#_Toc78013120)

[《专业调研》课程实践教学大纲 341](#_Toc78013121)

[《专业实习》课程实验教学大纲 344](#_Toc78013122)

[《毕业论文（设计）》课程教学大纲 347](#_Toc78013123)

# 《文化产业管理专业导论》课程教学大纲

Introduction to Culture Industry Management

大纲主撰人：俞香云 大纲审核人：管尔东

【**课程代码**】234530001 【**课程修习类型**】必修

【**开课学院**】文化创意学院 【**适用专业**】 文化产业管理

【**学分数**】 0.5学分 【**学时数**】16(16/0)

【**建议修读学期**】 一秋 【**先修课程**】无

**一、课程说明**

**1.课程介绍**

本课程是学生学习文化产业管理专业的入门必修基础课程，主要针对文化产业管理专业学生以及学生家长开放。本课程主要介绍文化产业管理专业发展历史和现状、本专业要研究的对象和专业特点，介绍本校本专业的培养方案、专业方向和特色、课程体系、实践教学方式，介绍本专业毕业后的就业情况，同时指导学生学习本专业要做好哪些方面准备，指导学生在大学期间要注意的学习方式变化和学习方法。

This course is an introduction to student learning culture industry management a compulsory basic course, mainly for cultural industries management professional students, and students' parents. This course mainly introduces the culture industry management professional development history. This major to study objects, and professional characteristics, introduces the school-based professional training plan, professional direction and the characteristic, course system, practical teaching methods, introduce the professional employment after graduation, and guide students to learn this major to prepare for what, to guide students in college should pay attention to the study way change and the ways to learn.

**2.课程内容及课时安排**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 章次 | 内 容 | 总学时 | 理论学时 | 实验、实践学时 |
| 一 | 文化产业管理专业的发展历史和现状、研究对象、专业特点 | 4 | 4 |  |
| 二 | 本校本专业的培养方案、专业方向和特色、实践教学方式、本专业的就业情况 | 6 | 6 |  |
| 三 | 专业学习准备、阅读书目、大学学习方法 | 6 | 6 |  |

**3．课程教学目标**

（1）课程教学目标：

➀开设本课程目的是使学生在入学时能了解本专业的发展历史和现状，了解本专业的研究对象。

➁了解本校本专业的课程体系、专业方向和特色。

➂了解学好本专业要做哪些准备，了解毕业后的就业去向，以便学生做好准备，更好地学好本专业。

**④课程思政目标：**通过对文化产业管理专业的介绍，使同学们对本专业形成正确、整体的认识，树立对专业的热情和自信，形成传承与繁荣社会主义文化的职业使命感，培育和践行社会主义核心价值观。

（2）课程目标对培养要求的支撑：

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 培养要求 | 课程支撑点 | 课程教学目标 |
| 1.知识要求：系统掌握文化产业管理专业的核心知识和基础理论。 | 文化产业管理管专业的发展历史和现状及其特点；文化产业管理专业的课程体系。 | 教学目标① |
| 2.能力要求：具有独立思考、自主探究和终生学习的能力；做好学好文化产业管理专业的准备，适应大学的学习方式等实践能力。 | 文化产业管理专业的培养目标、专业方向、实践教学模式、大学学习方式等理论与实践模拟训练。 | 教学目标②、③ |

**4．课程教学方法与手段**

在课程教学过程中，综合运用了理论讲解教学法、问题探究教学法、案例讨论教学法等。

**5．课程资源**

（1）推荐教材及参考文献：

《文化产业概论》（第三版），李思屈 李涛编著，浙江大学出版社，2015年出版；

《文化产业管理概论》李向民、王晨 著，清华大学出版社，2015年11月出版；

（2）课程网站：

中国文化产业网www.cnci.net.cn

中国文化创意产业网www.ccitimes.com

**6．学生成绩评定**

（1）考核方式：考查

（2）评价标准：

|  |  |
| --- | --- |
| 考核等级 | 评价标准 |
| 优秀（90-100） | 准确而全面掌握文化产业管理专业导论课程知识点，学习主动性强。 |
| 良好（80-89） | 较为准确掌握文化产业管理专业导论课程知识点，学习主动性较强。 |
| 中等（70-79） | 准确掌握大部分文化产业管理专业导论课程知识点，学习主动性一般。 |
| 及格（60-69） | 基本掌握文化产业管理专业导论课程主要知识点，学习态度较差。 |
| 不及格（低于60） | 没有掌握文化产业管理专业导论课程主要知识点，学习态度差。 |

1. 成绩构成：平时成绩占 30 % ，期中成绩占 30 % ，期末成绩占40 %
2. 过程考核：平时成绩的具体构成：出勤率、迟到早退、学习态度、团队精神。学生上课过程监控主要是点名、教学工作记录、自主学习、学习表现与观察。

**二、教学内容和学时分配**

**第一讲 文化产业管理专业发展历史、现状和专业特点（4学时）**

**1.教学要求**

文化产业管理专业的发展历史和现状、研究对象和专业特点。

**2.主要内容**

文化产业管理专业的研究对象和专业特点。

**3.教学方法**

课堂讲授和讨论结合。

**4.学习资料**

《文化产业管理概论》李向民、王晨 著，清华大学出版社，2015年11月出版。

中国文化产业网www.cnci.net.cn

中国文化创意产业网www.ccitimes.com

**5.思考题**

查阅文献，了解文化产业管理专业的相关情况，思考文管专业的特点有哪些？

**第二讲 文管专业的培养方案、课程体系和就业去向（6课时）**

**1.教学要点**

介绍本校本专业的培养方案、课程体系、专业方向和特色、实践教学方式和就业去向等。

**2.教学重难点**

介绍培养方案和专业方向。

**3.教学方法**

理论讲解和讨论结合。

**4.学习资料**

《文化产业概论》（第三版），李思屈 李涛编著，浙江大学出版社2015年；

《文化产业管理概论》李向民、王晨 著，清华大学出版社，2015年11月出版。

中国文化产业网www.cnci.net.cn

中国文化创意产业网www.ccitimes.com

**5.思考题**

文管专业课程体系的特点是什么？

**第三讲 本专业的学习准备、阅读书目和大学学习方式方法（6课时）**

**1.教学要点**

介绍本专业的学习准备、阅读书目和大学学习方式和方法，理论学习和实践学习的方式方法。

**2.教学重难点**

大学的学习方式方法。

**3.教学方法**

理论讲解和讨论结合。

**4.学习资料**

学习上学校图书馆和图书馆网页上查找资料

中国文化产业网www.cnci.net.cn

中国文化创意产业网www.ccitimes.com

**5.思考题**

大学的学习方式与高中相比会有哪些变化？

# 《创意思维训练》课程教学大纲

Creative Thinking Training

大纲主撰人：秦东旭　　大纲审核人： 管尔东

【**课程代码**】234500001　　　　　　 　【**课程修习类型**】必修

【**开课学院**】文化创意学院　　　　　　 【**适用专业**】文化产业管理

【**学分数**】2.5　　　　　　　　　　　　【**学时数**】40（40/0）

【**建议修读学期**】一秋 【**先修课程**】无

**一、课程说明**

**1.课程介绍**

《创意思维训练》是文化产业管理专业的学科基础平台课程，同时，也是一门综合性很强的独立课程。开设本课程，旨在为学生提供创意思维的方法论指导。课程具有基础性﹑综合性﹑时代性，普适于不同学科领域内容，帮助学生建立思考﹑分析问题的多种角度，锻炼学生发散性思维和创意能力。

Creative thinking training is a basic platform course for cultural industry management major. It is also a comprehensive and independent course. This course is designed to provide students with methodological guidance in creative thinking. The course is basic, comprehensive and time oriented，which is suitable for different subjects. This course helps students build a variety of angles of thinking and analysis, and trains students' divergent thinking and creative ability.

**2.课程内容及课时安排**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 章次 | 内容 | 总学时 | 理论学时 | 实验、实践学时 |
| 一 | 第一章 创意思维训练概论 | 2 | 2 | 0 |
| 二 | 第二章 创意思维与思维定式 | 4 | 4 | 0 |
| 三 | 第三章 创意思维的实现方法 | 6 | 6 | 0 |
| 四 | 第四章 创意思维的方法实训 | 12 | 12 | 0 |
| 五 | 第五章 创意思维在广告中的运用 | 4 | 4 | 0 |
| 六 | 第六章 创意思维在电影中的运用 | 4 | 4 | 0 |

**3．课程教学目标**

（1）课程教学目标：

①掌握创意思维的基本原理。

②通过多种训练进一步改善创意思维能力，在其思维的广度﹑深度﹑速度﹑精度上有更高层次的发展。

③挖掘思维潜能，唤醒创新意识，激发创新欲望，塑造创新型人才，使其实现个人价值和社会价值。

**④课程思政目标：**把社会主义核心价值观融入学生创新与创意思维和能力培养之中，树立社会责任感，育家国情怀和人文精神，丰富思维模式，增强创新意识，促进学生的全面成长。

（2）课程目标对培养要求的支撑：

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 培养要求 | 课程支撑点 | 课程教学目标 |
| 1．知识要求：系统掌握创意思维的核心知识和基础理论； | 创意思维训练概论；创意思维的实现方法 | 教学目标① |
| 2．能力要求：熟悉国际、国内先进的创意思维训练理念和制造、运营、管理模式； | 学习思维定式；聚合与发散思维；逆向思维；横向思维 | 教学目标② |
| 3．素质要求：通过具体案例训练、培养创意思维意识、专业技术技巧运用，巩固学生将创意思维虚化实的能力；巩固对案例的分析、识别、评价能力，实现对创意思维虚化实过程的判断、分析和评价的综合能力。 | 创意思维在广告中的运用；创意思维在电影中的运用 | 教学目标①、教学目标②、教学目标③ |

**4．课程教学方法与手段**

本课程旨在为学生提供如何学习思考的方法论指导。课程具有基础性﹑综合性﹑时代性，普适于不同学科领域内容，建立思考﹑分析问题的多种角度，锻炼学生思维能力。

（1）系统了解创意思维的原理和规律，掌握创意的方法与技能。

（2）了解国内外创意思维的发展，正确认识创意思维的理论和经验。

（3）理论联系实际，将创意思维原理和方法与文化创意产品的策划有机组合，引导学生进行创意分析，培养学生的创造性，提高学生的策划能力。

**5．课程资源**

推荐教材及参考文献：

1. 段轩如.创意思维实训 第2版[M].北京：清华大学出版社.2018.
2. [英]罗德•贾金斯著，肖璐然译.学会创新[M].北京：中国人民大学出版社，2017.
3. 陈琳.艺术与设计 创意思维拓展训练[M].重庆：西南师范大学出版.2017.
4. 宫承波.创新思维训练教程[M].北京：中国广播影视出版社.2016.
5. 罗玲玲.创意思维训练[M].北京：首都经济贸易大学出版社.2015.

**6．学生成绩评定**

（1）考核方式：考查

（2）评价标准：

|  |  |
| --- | --- |
| 考核等级 | 评价标准 |
| 优秀（90-100） | 能掌握创意思维的基本概念、基本原理、基本方法等，能完成初级策划文案、产品设计等训练，并能进行完整的案例分析与评价。 |
| 良好（80-89） | 基本掌握创意思维的基本概念、基本原理、基本方法等，完成初级策划文案、产品设计等的一般框架，并进行基本的案例分析与评价。 |
| 中等（70-79） | 初步掌握创意思维的基本概念、基本原理、基本方法等，需要帮助下才能完成初级策划文案、产品设计等的框架，可进行简单的案例分析与评价。 |
| 及格（60-69） | 初步掌握创意思维的基本概念、基本原理、基本方法等，勉强能完成级策划文案、产品设计等的框架，对于案例分析与评价仍不太擅长。 |
| 不及格（低于60） | 基本无法掌握创意思维的基本概念、基本原理、基本方法等，勉强能处理初级级策划文案、产品设计等的框架，无法对一般案例进行分析与评价。 |

（3）成绩构成：

平时成绩占30 % ，期中成绩占 30 % ，期末成绩占40 %。

（4）过程考核：

学生出勤情况、学习态度主要由出勤率、听讲专注度、课上发言积极性等部分构成；平时成绩课后作业、重点答题等几部分构成。监控方式主要为课前考勤、组织讨论和提问、布置课后和课堂作业等。

**二、教学内容和学时分配**

**第一章 创意思维概论**

**1.教学要求**

对创意思维的概念有基本的认识，理解创意思维的特征，掌握创意思维的过程。

**2.主要内容**

创意思维及其特征；创意思维的过程；思维的类型；思维的方法及意义

**3.教学方法**

理论讲解与多媒体结合。

**4.学习资料**

《创新思维训练教程》：导论；阅读：《学会创新》：尝试然后看会发生什么（p1-4）

**5.思考题**

作业题：从生活中发现创意的妙趣，并将其创意展示出来。

**第二章 创意思维与思维定式**

**1.教学要求**

让学生了解思维定式，认识思维定式，并掌握打破思维定式的方法。

**2.主要内容**

思维定式是什么；思维定式的表现形式；如何打破思维定式

**3.教学方法**

理论讲解与多媒体结合。

**4.学习资料**

《创新思维训练教程》：理论篇：第二章；《创意思维实训》第一章；阅读：《学会创新》：在平凡中为创意开枪p55；摆脱思想（p264-267）；《学会创新》：跳出盒子(p267-269)

**5.思考题**

作业题：安排每位同学（或分组）收集一个思维定式的案列进行分析。

**第三章 创意思维的实现方法**

**1.教学要求**

了解创意思维的实现方法，掌握常用的创意方法。

**2.主要内容**

设问法 奥斯本检核表法 和田十二法 5W1H 法

列举法 特性列举法 缺点列举法 希望点列举法

组合法 主体添加法 二元坐标法 焦点组合法 同类组合法

联想法 仿生法 移植法 综摄法

**3.教学方法**

理论讲解、课堂讨论、多媒体结合。

**4.学习资料**

文学、影视中创意案列；阅读：《学会创新》：成熟到充满童心（p91-95）

**5.思考题**

如何有效使用和转换不同的创意方法？

**第四章 创意思维的方法实训**

**1.教学要求**

了解不同思维方法的内涵和特点，掌握创意思维方法，提高创意思维能力。

**2.主要内容**

聚散自由创意的发散和聚合思维；思维导图实训；逆向思维；横向思维和六顶思考帽

**3.教学方法**

理论讲解、课堂讨论、多媒体结合。

**4.学习资料**

《创新思维训练教程》：实训篇：第三章；《创意思维实训》第五章

**5.思考题**

使用六顶思考帽思维法解决现实中的问题。

**第五章 创意思维在广告中的运用**

**1.教学要求**

了解广告中的创意思维，掌握广告设计的创意思维方法。

**2.主要内容**

广告中的创意思维；创意广告案例分析

**3.教学方法**

理论讲解、课堂讨论、多媒体结合。

**4.学习资料**

《创意思维训练》第四篇 创意设计实践篇；阅读：《学会创新》：探索如何去探索（p171-174）

**5.思考题**

作业题：小组讨论广告创意的未来方向。

**第六章 创意思维在电影中的运用**

**1.教学要求**

了解创意思维在电影中运用的情况，可以结合实际案例分析创意思维在电影以及电影衍生品中的使用。

**2.主要内容**

创意思维在电影中的运用；电影中的创意思维案例分析；电影衍生品中的创意思维

**3.教学方法**

理论讲解、课堂讨论、多媒体结合。

**4.学习资料**

金韶.创意社群和影视产业的发展[J].国际文化管理,2017(00):103-109；阅读：《学会创新》：寻找高雅和低俗（p179-184）

**5.思考题**

作业题：寻找电影衍生品中创意思维的使用并提出改进建议。

# 《产业经济学》课程教学大纲

Industrial Economics

大纲主撰人：付缦 大纲审核人：管尔东

【**课程代码**】234507001 【**课程修习类型**】必修

【**开课学院**】 文化创意学院 【**适用专业**】文化产业管理

【**学分数**】3 【**学时数**】48（48/0）

【**建议修读学期**】二春 【**先修课程**】无

**一、课程说明**

**1.课程介绍**

产业经济学是研究国民经济中产业发展、产业结构、产业组织和产业管理的经济理论，是介于宏观和微观之间的“中观”经济学，是国际上公认的相对独立的新兴应用经济学科，是经济学各专业的核心课程之一。它包括产业组织理论、产业结构理论、产业发展理论和产业管理与政策理论等主要内容，揭示了产业发展，组织变化和结构演进的一般趋势。产业经济学基本理论是理解和分析文化创意产业的组织形态、市场结构、产业布局、产业政策等文化产业管理相关问题的知识基础。

Industrial economics is the economic theory of studying industrial development, industrial structure, industrial organization and industrial management in national economic. It is a "meso economics" that between the microscopic and macroscopic, and is internationally recognized as a relatively independent applied economics, and also one of the core courses of economics majors. It mainly includes the theory of industrial organization, industrial structure theory, theory of industrial development and industrial policy and management theory. The theory and knowledge of industrial economics is fundamental for analyzing the cultural industries in terms of market structure，industrial cluster, cultural policy and other related issues.

**2.课程内容及课时安排**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 章次 | 内 容 | 总学时 | 理论学时 | 实验、实践学时 |
| 一 | 产业经济学导论 | 3 | 3 | 0 |
| 二 | 产业组织之S-C-P分析范式 | 3 | 6 | 0 |
| 三 | 产业组织之市场结构 | 6 | 6 | 0 |
| 四 | 产业组织之市场行为 | 6 | 6 | 0 |
| 五 | 产业组织之市场绩效 | 3 | 6 | 0 |
| 六 | 产业结构理论的发展 | 6 | 6 | 0 |
| 七 | 产业结构之产业关联 | 3 | 3 | 0 |
| 八 | 产业结构的演变 | 6 | 6 | 0 |
| 九 | 产业布局与集聚 | 6 | 6 | 0 |
| 十 | 产业政策 | 6 | 6 | 0 |

**3．课程教学目标**

（1）课程教学目标：

①使学生能够系统地掌握产业经济学基本理论知识，了解产业经济学及其相关研究领域的最新研究成果，学会运用产业经济学的基本分析方法和分析工具，深入研究国内外产业经济领域中的新现象、新问题，提高学生分析问题、解决问题的实际能力和创新能力。

②为政府政策部门、企业决策机构、科学研究机构以及高等教育教学部门培养研究型、创新型和决策型人才。

**③课程思政目标：**产业经济学在讲授理论知识的同时，会让学生重点学会关注中国经济问题，重视培养学生的本土思维与家国情怀，作为文化产业管理系的经济学基础平台课程，本课程还将结合中国文化产业发展以及我国经济转型和产业结构调整升级的实践和案例，提升学生对文化和经济关系的理解，有利于培养学生的文化自信、制度自信和理论自信。此外，学习过程中在知识讲授的基础上，会以小组案例分析的方式帮助学生巩固知识点，在此自主性的合作学习中，培养学生的团队意识和自主探索的精神。

（2）课程目标对培养要求的支撑：

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 培养要求 | 课程支撑点 | 课程教学目标 |
| 1.知识要求：系统掌握文化产业管理专业的核心知识和基础理论。 | 产业经济学理论发展过程  产业关联涵义和关联方式  市场结构的基本概念和基本原理  企业市场行为的性质、特点和种类  产业结构理论与演变  产业政策的起源、存在依据和分类 | 教学目标① |
| 2.能力要求：具有独立思考、自主探究的能力 | 垄断厂商的定价和决策行为  运用相关指标评价市场绩效  产业结构合理化和优化的判定指标和方法  运用相关理论分析现行产业政策 | 教学目标② |

**4．课程教学方法与手段**课堂讲授、提问及课后作业

**5．课程资源**

推荐教材及参考文献：

①苏东水：《产业经济学（第4版），高等教育出版社，2015年。

②[考林·霍斯金斯](http://search.dangdang.com/?key2=%BF%BC%C1%D6%A1%A4%BB%F4%CB%B9%BD%F0%CB%B9&medium=01&category_path=01.00.00.00.00.00) 等：《全球电视和电影产业经济学导论》，[刘丰海](http://search.dangdang.com/?key2=%C1%F5%B7%E1%BA%A3&medium=01&category_path=01.00.00.00.00.00)、[张慧宇](http://search.dangdang.com/?key2=%D5%C5%BB%DB%D3%EE&medium=01&category_path=01.00.00.00.00.00)译，[新华出版社](http://search.dangdang.com/?key3=%D0%C2%BB%AA%B3%F6%B0%E6%C9%E7&medium=01&category_path=01.00.00.00.00.00),2004年. <https://www.wenku365.com/p-34906296.html> (可线上阅读）

③让·梯若尔.《产业组织理论》，中国人民大学出版社，2018年。（中文版）

Tirole,Jean,1988.The Theory of Industrial Organization,Cambridge,MA:MIT Press.

[**https://max.book118.com/html/2018/0306/156039733.shtm**](https://max.book118.com/html/2018/0306/156039733.shtm)

④UNCTAD .Creative Economy Report 2010: Creative Economy-A feasible development option, Berne: UNCTAD, UNDP.

**6．学生成绩评定**

（1）考核方式：考试

（2）评价标准：

|  |  |
| --- | --- |
| 考核等级 | 评价标准 |
| 优秀（90-100） | 能熟练的用经济学思维分析解决其他问题 |
| 良好（80-89） | 能运用产业经济学理论分析问题 |
| 中等（70-79） | 较好的理解了产业经济学的概念及理论 |
| 及格（60-69） | 基本掌握产业经济学的基本概念 |
| 不及格（低于60） | 未能掌握产业经济学的基本概念 |

（3）成绩构成：成绩构成：平时成绩占 30 % ，期中成绩占 30 % ，期末成绩占40 %。

（4）过程考核：平时成绩的具体构成：出勤率、迟到早退、学习态度、团队精神。学生上课过程监控主要是点名、教学工作记录、自主学习、学习表现与观察。

1. **教学内容和学时分配**

**第一章 产业经济学导论**

**1.教学要求**

本章主要是让学生了解产业经济学理论发展过程；重点掌握产业经济学的研究对象和内容；熟悉产业经济学的主要研究方法；知道产业经济学在整个经济学学科中的地位，清楚学习这门课程的主要意义。

**2.主要内容**

本章主要讲解产业经济学理论发展过程，研究对象和研究内容，介绍主要研究方法，并明确产业经济学的学科地位和学习产业经济学的意义。

**3.教学方法**

课堂教授

**4.学习资料**

产业经济学（第4版），苏东水，高等教育出版社

[考林·霍斯金斯](http://search.dangdang.com/?key2=%BF%BC%C1%D6%A1%A4%BB%F4%CB%B9%BD%F0%CB%B9&medium=01&category_path=01.00.00.00.00.00) 等：《全球电视和电影产业经济学导论》，[刘丰海](http://search.dangdang.com/?key2=%C1%F5%B7%E1%BA%A3&medium=01&category_path=01.00.00.00.00.00)、[张慧宇](http://search.dangdang.com/?key2=%D5%C5%BB%DB%D3%EE&medium=01&category_path=01.00.00.00.00.00)译，[新华出版社](http://search.dangdang.com/?key3=%D0%C2%BB%AA%B3%F6%B0%E6%C9%E7&medium=01&category_path=01.00.00.00.00.00),2004年. <https://www.wenku365.com/p-34906296.html> (可线上阅读）

**5.思考题**

教材相关章节后的习题。

**第二章 产业组织之S-C-P分析范式**

**1.教学要求**

本章重点在于让学生了解西方产业组织理论的三个主要学派（哈佛学派、芝加哥学派和新产业组织理论）；重点掌握影响市场结构的主要因素和市场绩效的评价指标以及SCP三者之间的相互关系；熟悉市场行为分析的方法。

**2.主要内容**

本章主要讲解传统产业组织理论的S-C-P分析范式，围绕市场结构、市场行为、市场绩效等基本研究范畴，介绍市场结构的基本类型和影响因素，介绍市场价 格行为、广告行为、兼并行为和企业技术进步等四方面市场行为，介绍市场绩效及其评价指标，并进一步探讨SCP三者之间的相互关系。

**3.教学方法**

课堂教授

**4.学习资料**

产业经济学（第4版），苏东水，高等教育出版社

**5.思考题**

教材相关章节后的习题。

**第三章 产业组织之市场结构**

**1.教学要求**

本章重点在于要求学生初步掌握市场结构的基本概念和基本原理及其在产业组织理论分析中的应用，重点掌握各种对市场结构的衡量指标。

**2.主要内容**

本章主要学习产业组织理论的重要概念市场结构。包括以下内容：市场结构的含义和类型、决定市场结构的因素包括市场集中度，规模经济，产品差别化、进入退出壁垒等。通过本章的学习了解市场结构的基本含义和类型；了解和掌握市场结构的影响因素；掌握市场集中度、规模经济、进入退出壁垒、产品差别化的概念、相应的度量方法及影响的因素。

**3.教学方法**

课堂教授

**4.学习资料**

产业经济学（第4版），苏东水，高等教育出版社

**5.思考题**

教材相关章节后的习题。

**第四章 产业组织之市场行为**

**1.教学要求**

本章重点在于要求学生通过学习，了解企业市场行为的性质、特点和种类；掌握并学会运用相关模型分析垄断厂商的定价和决策行为；掌握企业非价格行为的动因及其变化条件。

**2.主要内容**

企业市场行为,即企业在市场上为实现其目标(如利润最大化、更高的市场占有率)而采取的适应市场环境要求不断调整战略和策略的行动。企业市场行为主要包括 市场竞争行为和市场协调行为。市场竞争行为包括以控制和影响价格为基本特征的定价行为;以产权变动、组织调整为主要特征的并购行为；以提高竞争力、拓展市 场为目的的促销行为等（前者为价格行为；后两者为非价格行为）。市场协调行为主要是企业合作竞争行为，包括卡特尔、企业战略联盟等（既有价格合作也有非价格合作）

**3.教学方法**

课堂教授

**4.学习资料**

产业经济学（第4版），苏东水，高等教育出版社

**5.思考题**

教材相关章节后的习题。

**第五章 产业组织之市场绩效**

**1.教学要求**

本章重点在于要求学生通过本章的学习，了解市场绩效的评价准则，掌握并学会运用相关指标评价市场绩效。了解市场绩效综合评价的内容与方法，把握市场行为、结构与绩效的关系。

**2.主要内容**

市场绩效是指在一定的市场结构下，通过一定的市场行为使某一产业价格、产量、费用、利润、质量和品种以及技术进步等方面所达到的现实的状态。市场结构、市场行为与市场绩效是相互关联的一个整体，市场结构是产业内部组织关系的表现形式；市场行为是产业组织状态与结构形成与变动的推动力量；市场绩效是产业组织合理化的基本判别标准。本章在阐述评价市场绩效的准则和度量方法的基础上，介绍市场绩效的综合评价方法，并着重分析产业技术进步对市场绩效的作用。最后对市场结构、行为与绩效的关系做概括性总结。

**3.教学方法**

课堂教授

**4.学习资料**

产业经济学（第4版），苏东水，高等教育出版社

**5.思考题**

教材相关章节后的习题。

**第六章 产业结构理论的发展**

**1.教学要求**

本章重点在于要求学生通过本章的学习，了解产业结构的含义、把握产业结构理论的理论体系和研究特点，把握产业结构理论演进的脉络。

**2.主要内容**

本章是产业经济学重要内容之二——产业结构理论的概括性介绍。主要介绍了产业结构理论的形成与发展，产业结构理论的理论体系和研究方法，使大家对产业结构理论有一个比较清晰的总体性认识。本章主要介绍产业结构理论的形成与发展；产业结构理论的研究对象及理论体系；产业结构的演变及其规律；产业结构变动的影响因素以及产业结构优化等。重点掌握产业结构演变规律的理论；需求因素对产业结构变动的影响以及产业结构的合理化。

**3.教学方法**

课堂教授

**4.学习资料**

产业经济学（第4版），苏东水，高等教育出版社

**5.思考题**

教材相关章节后的习题。

**第七章 产业结构之产业关联**

**1.教学要求**

本章重点在于要求学生了解产业关联涵义和关联方式，掌握投入产出分析法，学会计算直接消耗系数和完全消耗系数，了解产业波及及产业波及效果。

**2.主要内容**

本章从量的角度，静态考察国民经济各产业部门间技术经济联系，即产业间的“投入”与“产出”的量化比例关系，主要介绍产业关联分析的方法、基本工具和主要内容。

**3.教学方法**

课堂教授

**4.学习资料**

产业经济学（第4版），苏东水，高等教育出版社

**5.思考题**

教材后习题

**第八章 产业结构演变**

**1.教学要求**

本章重点在于要求学生通过学习认识和把握产业结构、产业结构演变的含义，正确理解结构变动与经济增长之间的关系；认识和理解产业结构演变的影响因素、演变机理和规律。了解已有理论关于产业结构演变规律的解释。

**2.主要内容**

产业结构演变理论主要研究产业结构变化对经济增长的影响和产业结构演变的规律。产业结构的变动受需求因素、供给因素等各种因素的影响。产业结构变动从不同的角度分析表现出不同的规律性。

**3.教学方法**

课堂教授

**4.学习资料**

产业经济学（第4版），苏东水，高等教育出版社

**5.思考题**

教材相关章节后的习题。

1. **产业布局与集聚**

**1.教学要求**

本章重点在于要求学生掌握产业布局理论的基本知识，以及产业布局形成的过程及其影响因素，并对文化产业领域文化创意园区兴起的现象从产业布局的视角进行分析和阐释。

**2.主要内容**

产业布局理论是产业结构理论的重要组成部分，产业布局理论主要研究产业布局的条件、特点、层次、机制和区域产业结构等内容。本章所要讲述的主要知识内容分为以下四个方面：一、产业布局主要理论，二、产业布局的影响因素，三、产业集群定义及主要类型，四、产业集聚与文化创意园区的形成

**3.教学方法**

课堂教授

**4.学习资料**

产业经济学（第4版），苏东水，高等教育出版社

UNCTAD .Creative Economy Report 2010: Creative Economy-A feasible development option, Berne: UNCTAD, UNDP.

**5.思考题**

教材相关章节后的习题。

**第十章 产业政策**

**1.教学要求**

本章重点在于要求学生通过学习，了解产业政策的起源、存在依据和分类；掌握产业政策评估的依据与原则；掌握产业结构政策、产业组织政策、产业技术政策和产业布局政策的内容和手段。能够运用相关理论分析现行产业政策。

**2.主要内容**

产业政策通常是对以产业组织理论、产业结构理论、产业布局理论和产业发展理论为基本内容的产业经济学基本理论的应用，也是产业经济学理论价值的最终体现。因此，产业政策研究理应成为产业经济学的重要组成部分。本章在介绍产业政策的基本理论（包括产业政策的涵义、起 源、存在依据、目标、作用和局限性和产业政策评估原则与标准）的基础上，分别分析产业组织政策、产业结构政策、产业布局政策和产业技术政策的内容、目标和 手段及作用，并通过对发达国家产业政策的演进考察，阐述产业政策的特征和演变规律。

**3.教学方法**

课堂教授

**4.学习资料**

产业经济学（第4版），苏东水，高等教育出版社

UNCTAD .Creative Economy Report 2010: Creative Economy-A feasible development option, Berne: UNCTAD, UNDP.

**5.思考题**

教材相关章节后的习题。

# 《管理学》课程教学大纲

Management

大纲主撰人：管尔东 大纲审核人：俞香云

【**课程ID**】234504001 【**课程修习类型**】必修

【**学分数**】3 【**适用专业**】文化产业管理

【**开课学院**】文化创意学院 【**学时数**】48（48/0）

【**建议修读学期**】一春 　　　　　　　 【**先修课程**】

**一、课程说明**

**1.课程介绍**

管理学是研究管理活动的普遍规律和一般方法的理论体系。 《管理学》是文化产业管理专业学生的启蒙课程，使学生通过学习这门课程系统掌握管理学的基本原理和基础理论，掌握分析管理问题的技巧，为以后学习文化产业园区管理等专业课程打下基础。

Management is the theoretical system of the general rules of management activities and general methods. "Management" is the cultural industry management students’ enlightenment course, and it enable students to learn this course to master the basic principle and basic theory of management science, master management of skills for the future learning cultural industry management major courses.

**2.课程的主要内容及课时安排**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 章次 | 内 容 | 总学时 | 理论学时 | 实验、实践学时 |
| 一 | 管理与管理学 | 1 | 1 |  |
| 二 | 管理思想的演变 | 2 | 2 |  |
| 三 | 道德与社会责任 | 2 | 2 |  |
| 四 | 环境分析 | 2 | 2 |  |
| 五 | 决策 | 3 | 3 |  |
| 六 | 计划 | 6 | 6 |  |
| 七 | 战略 | 4 | 4 |  |
| 八 | 组织设计 | 6 | 6 |  |
| 九 | 人员配备 | 2 | 2 |  |
| 十 | 组织变革与组织文化 | 3 | 3 |  |
| 十一 | 领导 | 3 | 3 |  |
| 十二 | 激励 | 3 | 3 |  |
| 十三 | 沟通 | 2 | 2 |  |
| 十四 | 控制 | 4 | 4 |  |
| 十五 | 创新 | 7 | 7 |  |

**3．课程教学目标**

（1）课程教学目标：

①通过本课程的学习，学生应明确企业或一般社会、经济组织管理的基本概念、基本原理和基本方法；

②熟悉管理过程的主要工作内容及其组织方法；

③在熟练掌握上述内容的基础上，应能利用有关理论和方法，分析各类工商企业和一般社会、经济组织管理中的具体问题。

**④课程思政目标：**作为一门综合性的交叉学科，管理学是系统研究管理活动的基本规律和一般方法的科学，能够适应现代社会化生产和各类事业的实际需要。该课程以决策与计划、组织、领导、控制、创新等职能为主线，课程内容与学生日常生活联系密切。小到自我管理，大到社会组织，管理可谓无处不在。因此，在专业理论讲解的同时，可以把“立德树人”作为中心环节，教学内容与思政元素有机融合，实现课程育人功能的最大化。其中，中国传统文化思想和管理智慧、产业经营管理与道德原则等章节更是可以成为思政教育的有力抓手，借此提升学生的思想道德素养，提高服务国家服务人民的社会责任感。

（2）课程目标对培养要求的支撑：

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 培养要求 | 课程支撑点 | 课程教学目标 |
| 1.知识要求：掌握管理学的基础理论和知识 | 掌握管理学的各种理论 | 教学目标① |
| 2.能力要求：具备组织和企业管理的基本能力和创业能力 | 掌握管理学的管理技巧 | 教学目标② |
| 3、素质要求：具备管理学的辨别力和思考力 | 提升各种组织管理的能力 | 教学目标③ |

**4．课程教学方法与手段**

要系统、全面、准确地阐述管理学的基本原理和实务，在原理的阐述和案例的列举中要多联系中国实际，使之既忠实于学科原貌，又通俗易懂。 2、增加案例教学的比重，要突出典型案例的剖析。同时安排必要的作业和实验，给学生接触实际、动手分析的机会。 3、应着重进行重点的归纳、难点的剖析。建议布置适量的作业题，以综合练习和案例分析的形式为主。

**5．课程资源**

《管理学》编写组，《管理学》（马工教材），高等教育出版社，2019年版

决策咨询杂志社网站  <http://www.jczx.net/>

**6．学生成绩评定**

（1）考核方式：考试

（2）评价标准：

|  |  |
| --- | --- |
| 考核等级 | 评价标准 |
| 优秀（90-100） | 能够掌握管理学课程的知识点要求，理解组织管理的理论和技能，提高管理的基本能力。 |
| 良好（80-89） | 能够掌握管理学课程的知识点要求，理解组织管理的理论和技能，了解管理的基本手段 |
| 中等（70-79） | 能够掌握管理学课程的知识点要求，提高管理的基本手段不够 |
| 及格（60-69） | 能够掌握管理学课程的知识点要求，理解组织管理的理论和技能不够 |
| 不及格（低于60） | 无法掌握管理学课程的知识点要求 |

1. 成绩构成：平时成绩占 30 % ，期中成绩占 30 % ，期末成绩占40 %

（4）过程考核：平时成绩的具体构成：出勤率、迟到早退、学习态度、团队精神。学生上课过程监控主要是点名、教学工作记录、自主学习、学习表现与观察。

**二、教学内容和学时分配**

**第一章 管理与管理学**

**1.教学要求**

了解管理的概念、职能、管理者及管理的性质等内容。旨在对管理、管理对象及管理者有个概括的了解，为以后各章的学习奠定一定的基础；  同时还应了解管理理论的形成与发展，掌握主要管理先驱者对管理理论和实践的贡献以及管理活动的演变和历史。旨在认识比较完整的管理理论的形成经历了一段漫长的历史过程。

**2.主要内容**

第一节 管理

一、为什么需要管理

二、管理的定义

三、管理的职能

第二节 管理学

 一、什么是管理学？

 二、管理学分类

 三、管理学的特点

四、如何学好管理学

第三节 管理者

一、管理工作的性质

二、管理者的层次

**3.教学方法**

讲授、举例、提问、讨论、多媒体教学

**4.学习资料**

《管理学》，斯蒂芬 • 罗宾斯著，中国人民大学出版社出版；（1-35页）

**5.思考题**

（1）什么是管理？试述管理活动对组织的重要性？

（2） 管理具有哪些职能？它们之间具有怎样的关系？

**第二章  管理思想的演变**

**1.教学要求**

通过本章的教学，使学生掌握古典管理理论的主要观点及人际关系学说和行为科学理论的主要内容，了解现代管理理论的主要管理学派。

**2.主要内容**

第一节 中西方早期管理思想

一、中国古代管理思想

二、西方古代管理思想

第二节 古典管理理论

一、科学管理理论

二、科学管理理论的主要特点

第三节 行为科学理论

一、行为科学的创始人——梅奥

二、梅奥的主要观点

 三、行为管理理论的特点

第四节 现代管理理论

一、管理理论丛林：百花园

(1)管理过程学派：法约尔、孔茨、罗宾斯

(2)管理科学学派：布莱克特、里奇蒙

(3)系统理论学派：约翰逊、马斯特

(4)决策理论学派：西蒙

(5)权变理论学派：莫尔斯、洛西 二、管理理论的新发展

**3.教学方法**

讲授、举例、提问、讨论、多媒体教学

**4.学习资料**

《管理学》，哈罗德.孔茨著，经济科学出版社。（20-37页）

**5.思考题**

(1)泰罗科学管理理论的主要内容是什么？

(2)什么是霍桑试验？

**第三章 道德与社会责任**

**1.教学要求**

通过本章的的教学，使学生掌握道德及社会责任的基本含义，清楚道德管理的特征、改善企业道德行为的途径及企业社会责任的具体体现。

**2.主要内容**

第一节 道德

 一、什么是道德？

二、影响管理者道德的因素

三、道德管理的特征

四、如何提高组织的道德行为？

 第二节 社会责任

 一、什么是社会责任？

 二、两种社会责任观

三、社会责任与经营业绩

 四、企业承担社会责任的度

五、社会责任的具体体现

**3.教学方法**

讲授、举例、提问、讨论、多媒体教学

**4.学习资料**

《管理学》，斯蒂芬 • 罗宾斯著，中国人民大学出版社出版；（35-60页） 2．《管理学》，哈罗德.孔茨著，经济科学出版社。（38-71页）

**5.思考题**

（1）什么是道德？

（2）道德管理有何特征？

**第四章 环境分析**

**1.教学要求**

通过本章的学习要求学生掌握企业运行的一般环境要素、行业环境要素和竞争对手，并能用来分析实际的企业运行环境,让学生认知环境以及环境变化可能对组织产生的影响，包括好的影响和坏的影响。

**2.主要内容**

第一节 环境概述 一、环境的概念 二、环境的构成 三、环境研究的意义 第二节 宏观环境与任务环境 一、宏观环境构成 二、任务环境因素对组织的影响 第三节 环境管理  一、组织环境的分类 二、组织对环境的反应模式 三、组织与环境的协调 四、环境管理步骤

**3.教学方法**

讲授、举例、提问、讨论、多媒体教学

**4.学习资料**

《管理学精要》第6版 安德鲁 J 杜伯林 著  清华大学 胡左浩等译 电子工业出版社2003年5月 第1版 p129－135

**5.思考题**

组织的环境主要包括哪些？请加以简单说明。 2、试对组织与环境的关系进行简要说明。

**第五章 决策**

**1.教学要求**

通过本章教学，使学生了解决策的定义，原则与依据，掌握决策的类型，了 解决策的过程，理解决策的方法。

**2.主要内容**

第一节 决策及其类型  一、决策的概念 二、决策类型 三、决策的依据 第二节 理性决策的过程  一、察觉和分析问题 二、明确决策目标 三、制订可行方案 四、分析比较方案 五、选择满意方案 六、实施决策方案 第三节 科学决策的方法 一、定性决策方法 （一）群体决策及其优缺点 （二）群体决策的方法 1、头脑风暴法 2、名义小组法 3、德尔菲技术 二、定量决策方法 1、确定型决策方法 2、风险型决策 3、不确定型决策

**3.教学方法**

启发式、引导式、讨论式

**4.学习资料**

卡尼曼和前景理论，《读者》2003.12

**5.思考题**

管理与决策之间究竟是一种什么样的关系？对于“管理就是决策”这种说法，你认为应该怎样去理解？

**第六章 计划**

**1.教学要求**

通过本章教学，使学生掌握计划的概念和性质，了解计划的类型，理解计划制定的原则，掌握目标管理的概念及其适用性

**2.主要内容**

第一节 计划及其制订

一、计划及其作用

二、计划的层次

三、计划的类型

四、计划的特点

五、计划制订过程

第二节 目标与目标管理

一、目标

二、目标管理

第三节 计划技术与方法

一、甘特图法

二、滚动计划法

三、网络计划技术

四、时间管理：个人计划的工具

**3.教学方法**

讲授式、启发式、引导式

**4.学习资料**

目标管理的精髓，《中外管理》，2006.9

**5.思考题**

（1）什么是计划？

（ 2）计划的编制包括哪些步骤？

（ 3）目标制订的原则有哪些？

**第七章 战略**

**1.教学要求**

通过本章教学，使学生掌握战略管理的基本概念、特点和过程，熟悉成长型战略和基本竞争战略的几种类型并可以用其分析现实案例。

**2.主要内容**

第一节 战略层次及类型

 一、战略概念

二、战略的特征

三、战略层次

四、战略类型

第二节 战略管理过程

一、确立企业的使命和目标

二、外部环境分析

三、内部环境分析

四、战略分析与选择

五、战略实施、控制和评价

**3.教学方法**

讲授、举例、提问、讨论、多媒体教学

**4.学习资料**

曹康林：生态位现象，《读者》2009.9

**5.思考题**

美的集团案例分析，请回答：美的集团采取了什么样的发展战略，其动机是什么？

**第八章 组织设计**

**1.教学要求**

通过本章教学，了解和掌握组织设计的基本内容及组织结构的类型。

**2.主要内容**

第一节  组织设计基础

一、组织的概念

二、组织的作用

三、组织设计

（1）组织结构设计的体现

（2）组织结构设计过程

（3）组织设计的原则

（4）组织设计的影响因素

第二节  组织的基本问题

一、部门化 1、组织部门化的原则 2、部门化的基本方法

二、管理层次与管理幅度 1、管理层次与管理幅度的关系 2、管理幅度的影响因素

三、职权的分配 1、直线职权与参谋职权 2、职能职权 3、集权与分权 4、授权

第三节  组织结构的类型

一、直线型组织结构

二、直线职能型组织结构

三、事业部型组织结构

四、矩阵型组织结构

五、控股型组织结构

六、网络型组织结构

**3.教学方法**

讲授、举例、提问、讨论、多媒体教学

**4.学习资料**

联想集团组织模式转变的思考

**5.思考题**

（1）什么是组织？你认为组织有何作用？

（2）组织设计的原则有哪些？

**第九章 人员配备**

**1.教学要求**

通过本章教学，使学生理解人员配备的主要任务，理解人员选聘的原则、标 准、渠道等，理解培训和绩效考核的主要内容和相关技术与方法等

**2.主要内容**

第一节 人员配备的任务和原则

一、人员配备的任务

二、人员配备的基本要求

 三、人员配备的内容和原则

四、人员配备的过程

第二节 人员招聘

一、人员招聘的程序

二、人员招聘的来源与方法外部招聘与内部提升

第三节 人员培训与绩效考核

一、员工培训

二、绩效考核

**3.教学方法**

讲授、举例、提问、讨论、多媒体教学

**4.学习资料**

东京迪斯尼乐园员工培训案例，《经济管理文摘》，2004年第2期。

**5.思考题**

（1）人员配备在管理中有何作用？

（2）人员配备的原则是什么？

**第十章  组织变革与组织文化**

**1.教学要求**

通过本章教学，了解和掌握组织变革和组织文化的基本内容。

**2.主要内容**

第一节 组织变革

一、组织变革的动因

二、组织变革的阻力

三、有效的组织变革

四、组织变革的过程

五、组织变革的类型

第二节 组织文化

一、组织文化的概念

二、组织文化的构成

 三、组织文化的核心内容

 四、组织文化的功能

五、组织文化的塑造

**3.教学方法**

讲授、举例、提问、讨论、多媒体教学

**4.学习资料**

（1）欧洲的翅膀与中国的云彩；

（2）一套西装引发的管理难题。

**5.思考题**

（1）组织变革的动因是什么？

（2）组织变革的过程包括哪些？

（3）组织文化有何功能？

**十一章 领导**

**1.教学要求**

通过本章的教学，使学生了解领导职能在管理活动中的重要作用，树立正确 的领导权力意识，明确领导活动的基本因素及其相互关系，能够运用适当的领导理论对现实中的领导行为、风格及其有效性进行评析

**2.主要内容**

第一节 领导概述

一、领导的概念与作用

二、领导活动基本要素

 三、领导者权力及其构成

 四、管理者与领导者的区别

 五、领导者的素质与领导群体结构

 六、领导风格 第二节 领导理论

一、领导特质理论

二、领导行为理论

（1）密歇根大学的研究

（2）俄亥俄州立大学的“领导行为四分图理论”

 （3）德克萨斯大学的“管理方格图理论”

三、领导权变理论

（1）费德勒的权变领导理论（费德勒模型）；

（2）赫塞—布兰查德的领导生命周期理论 3、豪斯的路径—目标理论。

**3.教学方法**

讲授、举例、提问、讨论、多媒体教学

**4.学习资料**

郄永忠，优秀领导力的共同基因， 《企业管理》2006.8；

**5.思考题**

费德勒权变理论的三个环境因素是什么？该理论的结论是什么？

**第十二章 激励**

**1.教学要求**

通过本章教学，掌握激励的作用机制和过程，理解各类激励理论，掌握激励的各种方法

**2.主要内容**

第一节 激励原理

一、需要、动机、行为与激励

二、激励机制和原则

三、激励的内因和外因

第二节 激励理论

一、内容型激励理论

（1）需求层次理论

（2）双因素理论

（3）成就激励论

（4）ERG理论

二、过程型激励理论

（1）期望理论

（2）公平理论

三、行为改造型激励理论 强化理论

第三节 激励方法与实务

一、激励方法

二、激励实务

（1）绩效工资

（2）分红

（3）员工持股计划

（4）总奖金

（5）知识工资

（6）灵活的工作日程

**3.教学方法**

讲授、举例、提问、讨论、多媒体教学

**4.阅读材料**

成语故事：朝三暮四

**5.思考题**

“让员工更忠诚------安利中国人性化的激励制度”。回答问题：1、你是如何评价安利中国公司的激励制度？2、安利中国公司的激励制度体现了哪些激励理论？

**第十三章 沟通**

**1.教学要求**

通过本章教学，要求学生理解沟通过程和正式组织的沟通网络，了解沟通障 碍及其克服方法，掌握沟通的方法和技巧。

**2.主要内容**

第一节 沟通的原理

一、沟通概念和重要性

二、沟通的过程

三、有效沟通的条件

 四、沟通的分类

第二节 组织沟通

 一、自我沟通

 二、人际沟通

三、组织沟通

第三节 沟通管理

一、有效沟通的主要障碍

二、有效沟通的实现

**3.教学方法**

讲授、举例、提问、讨论、多媒体教学

**4.学习资料**

不良习惯对沟通的影响（见教材P277）

**5.思考题**

（1）什么是沟通？包括哪几个步骤？

（2）沟通在管理中有什么意义？

**第十四章 控制**

**1.教学要求**

通过本章教学，使学生了解控制的含义和重要性，理解控制的类型，掌握控制的基本过程和方法。

**2.主要内容**

第一节  控制概述

一、控制的含义和必要性

二、控制类型

三、控制过程

四、有效控制

第二节  控制的基本方法

 一、预算控制

 二、其他控制技术

**3.教学方法**

讲授、举例、提问、讨论、多媒体教学

**4.学习资料**

成功前的偏离，《读者》2004年第11期；

**5.思考题**

（1）什么是控制？控制的内容有哪些？

（2）为什么要进行控制？

**第十五章 创新**

**1.教学要求**

通过本章的学习了解创新及其作用，掌握创新职能的基本内容，并能够对创新过程进行管理**。**

**2.主要内容**

第一节 创新与管理创新

一、创新的概念及类型

二、管理创新的概念及作用

第二节 创新的基本内容与模式

一、创新的基本内容

 二、创新模式与原则

三、创新的思维方法

 第三节 创新的管理

 一、创新的障碍

 二、创新的管理

**3.教学方法**

讲授、举例、提问、讨论、多媒体教学

**4.学习资料**

“太钢不锈”全球争雄的创新之路

**5.思考题**

（1）什么是创新？

（2）什么是管理创新？管理创新对组织有何重要性？

# 《传播学概论》课程教学大纲

Introduction to Communication

大纲主撰人：沈松华 大纲审核人：管尔东

【**课程代码**】25120030 【**课程修习类型**】必修

【**开课学院**】文化创意学院 【**适用专业**】 动画、数媒、文管

【**学分数**】3 【**学时数**】48(48/0)

【**建议修读学期**】 一秋 【**先修课程**】无

**一、课程说明**

**1.课程介绍**

《传播学概论》是学科平台基础课程，也可作为全校通识教育公选课程。本课程主要涉及三方面的内容：一、传播学的历史和研究对象。二、传播过程及其相关要素:传播的概念、特点、分类、发展、模式和功能；传播者、传播信息、传播符号、传播媒介、传播受众、传播效果。三、传播学的两大流派：经验学派和批判学派。并结合现实传播案例和讨论，提高学生媒介素养，增强传播能力。

This course is a subject course in the management of the culture industry, and can also be used as a public choice course for the whole school. It includes three parts: a) The history and object of communication science. b) Process and elements of communication science: concept, characteristic, classification, revolution, mode and function of communication science; disseminators, information, symbol, media and audience; communication environment. c) Communication strategy and effect: communication skill and strategy, media effect theory and mode construction. Combined with the actual communication cases and discussions, we will improve students' media literacy and enhance their communication skills.

**2.课程内容及课时安排**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 章次 | 内容 | 总学时 | 理论学时 | 实践、实验学时 |
| 一 | 传播学绪论与概述 | 6 | 6 | 0 |
| 二 | 传播与传播者 | 6 | 6 | 0 |
| 三 | 传播和信息 | 3 | 3 | 0 |
| 四 | 传播与符号 | 6 | 6 | 0 |
| 五 | 传播媒介 | 6 | 6 | 0 |
| 六 | 受众分析 | 6 | 6 | 0 |
| 七 | 传播效果 | 6 | 6 | 0 |
| 八 | 批判学派 | 9 | 9 | 0 |

**3.课程教学目标**

**（1）课程教学目标**

本课程通过对传播学研究的历史追溯及独特研究对象的分析，试图让学生

①理解与人类传播相关的理论知识，诸如传播者、传播过程、传播符号、传播信息、媒介、受众等概念及其特点；

②理解传播效果的达成，传播如何造成影响，如何进行评估；

③增强批判意识，提高媒体素养，增强传播能力，提升传播水平。

**④课程思政目标：**通过对传播学知识体系的系统学习和对传播现象的分析，确立正确科学的马克思主义信息传播观，深刻认识信息背后的意识形态性，明确传播的社会责任，树立正确的思想政治导向。

**（2）课程目标对培养要求的支撑**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **培养要求** | **课程支撑点** | **课程教学目标** |
| 1．知识要求：系统掌握传播学的基础理论和核心知识点，熟悉当代传播的各种形式及特点。 | 掌握第1-5、7、8章传播理论基本框架以及传播系统各要素的理论知识，掌握传播效果理论。 | 教学目标① |
| 2．能力要求：具备较强的传媒现象分析能力和传播能力，提升自身传播水平。 | 通过2-8章的学习，学会运用相关理论分析传播现象，了解传播谋略技巧，提升传播能力。 | 教学目标②③ |
| 3.素质要求：提高学生媒体素养，懂得传播运行规律及应对方法，具备独立思考、团结协作与批判的精神。 | 通过所有章节的学习，能透视身边的各种传播媒介与现象，理论联系实际，能独立思考，对媒介化社会有清晰的认知与批判。 | 教学目标③ |

**4.课程教学方法与手段**

（1）教师多媒体讲授（讲授核心概念、案例、总结，按顺序提示下一次课程内容、答疑、公布讨论主题等）；

（2）课后阅读和课堂互动（按照事先公布的讨论题目和推荐的参考书目，进行小组分工，安排阅读和讨论工作）；

（3）案例分析（由个人自由发言或小组代表发言、提问回答和教师点评等环节组成）。

**5.课程资源**

推荐教材及参考文献：

李彬：《传播学引论》（第三版），高等教育出版社，2013年版。

郭庆光：《传播学教程》（第2版），中国人民大学出版社，2011年版。

邵培仁：《传播学》（第3版）“面向21世纪课程教材”，高等教育出版社，2015年版。

段鹏：《传播学基础》（第二版），中国传媒大学出版社，2013年版。

刘海龙：《传播理论：范式与流派》，中国人民大学出版社，2008年版。

[美]赛佛林、坦卡特：《传播理论：起源、方法与应用》，郭镇之译，华夏出版社，2000年版。

[美]斯蒂芬·李特约翰：《人类传播理论》，史安斌译，清华大学出版社，2004年版。

[英]丹尼斯·麦奎尔：《麦奎尔大众传播理论》，崔保国、李昆译，清华大学出版社，2006年版。

[美]鲁伯特·W·麦克切斯尼：《富媒体，穷民主》，谢兵译，新华出版社，2004年版。

**6.学生成绩评定**

（1）考核方式：考试。

（2）评价标准：

|  |  |
| --- | --- |
| 考核等级 | 评价标准 |
| 优秀（90-100） | 准确而全面掌握传播学概论课程知识点，能够运用理论知识分析实践问题，学习主动性强，。 |
| 良好（80-89） | 较为准确掌握传播学概论课程知识点，能够运用理论知识分析问题，学习主动性较强。 |
| 中等（70-79） | 准确掌握大部分传播学概论课程知识点，分析问题能力一般，学习主动性一般。 |
| 及格（60-69） | 基本掌握传播学概论课程主要知识点，学习态度较差。 |
| 不及格（低于60） | 没有掌握课程主要知识点，学习态度差。 |

1. 成绩构成：平时成绩占 30 % ，期中成绩占 30 % ，期末成绩占40 %
2. 过程考核：平时成绩的具体构成：出勤率、迟到早退、学习态度、发言与作业、团队精神。学生上课过程监控主要是点名、教学工作记录、自主学习、学习表现与观察。

**二、教学内容和学时分配**

**第一章 传播学绪论与概述（6学时）**

**1.教学要求**

了解传播学的概念、研究对象和研究宗旨，把握传播的本质和传播学的学科特点，知道传播学与其他学科的关系，掌握传播学研究的知识层次和理论框架。

了解传播学产生与发展的知识根源和历史脉络，知道传播学研究中的重要任务和当代传播研究现状，熟悉传播学迅速流传、扩散的深层原因和传播学基本成熟的主要标准。

**2.主要内容**

1. 传播学的研究对象与体系
2. 传播学的学习意义与研究方法
3. 传播学的渊源与产生
4. 传播学的现状与趋势

**3.教学方法**

讲授与讨论，多媒体教学方法，穿插案例研讨。

**4.学习资料**

①[美]施拉姆、波特：《传播学概论》，陈亮等译，新华出版社，1994年版。

②[美] 罗杰斯（Rogers,E.M.）：《传播学史：一种传记式的方法》，殷晓蓉译，上海译文出版社，2005年版。

**5.思考题**

①传播学与宣传学、新闻学的联系和区别是什么？

②传播学的创始人是哪几位学者？

③为什么说施拉姆是传播学的集大成者？

**第二章 传播和传播者（9学时）**

**1.教学要求**

掌握传播的概念、特点、种类和功能，熟悉人类历史上传播的发展历程。

了解传播者的特点、权利与责任，熟悉媒介的组织控制和制度控制，掌握守门人理论。

**2.主要内容**

第一节 传播的概念与特征

第二节 传播的分类

第三节 传播的革命

第四节 传播的模式

第五节 传播的功能与原则

第六节 个人传播者

第七节 媒介组织

第八节 传播制度研究

**3.教学方法**

讲授与讨论，多媒体教学方法，穿插案例研讨。

**4.学习资料**

①[美] 罗伯特·W·麦克切斯克：《传播革命:紧要关头与媒体的未来》，高金萍译，上海译文出版社，2009年版。

②[美]弗雷德里克·S·西伯特等：《传媒的四种理论》，中国人民大学出版社，2008年。

**5.思考题**

①为什么说媒介组织具有双元、混合、兼容的特性？

②简述守门人理论。

③简述传媒的四种理论。

**第三章 传播与信息（3学时）**

**1.教学要求**

掌握信息的概念，了解与讯息、知识、符号、媒介的关系，知道信息爆炸、知识匮乏、信息污染、信息侵略的表现，懂得如何治理信息污染、抵御信息侵略。

**2.主要内容**

1. 信息概述
2. 信息爆炸与匮乏
3. 信息污染与侵略

**3.教学方法**

讲授与讨论，多媒体教学方法，穿插案例研讨。

**4.学习资料**

①理斯曼、格拉泽、戴尼：《孤独的人群:美国人性格变动之研究》，刘翔平译，辽宁人民出版社，1989年版。

②[美]罗斯扎克：《信息崇拜》，苗华健等译，北京，中国对外翻译出版公司，1994年版。

**5.思考题**

①信息与物质、讯息和知识的关系是什么？

②信息爆炸易产生哪些不良后果？

③产生信息匮乏的原因有哪些？

**第四章 传播与符号（6学时）**

**1.教学要求**

掌握符号和语言的特性、功能以及非语言符号的特点、作用和类型，熟悉传播的符号学研究，掌握编码译码理论、选择性心理机制以及人际传播媒介影响的相关理论。

**2.主要内容**

1. 符号、意义与传播
2. 语言符号与非语言符号
3. 传播的符号学研究
4. 认知心理机制
5. 人际影响与媒介效应

**3.教学方法**

讲授与讨论，多媒体教学方法，穿插案例研讨。

**4.学习资料**

①[法]罗兰•巴尔特：《符号学原理》，李幼蒸译，中国人民大学出版社，2008年版。

②[英]特伦斯•霍克斯：《结构主义与符号学》，上海译文出版社，1987年版。

③[美]埃弗雷特·M. 罗杰斯：《创新的扩散》，中央编译出版社，2002年版。

**5.思考题**

①为什么说“人是符号的动物”？

②选择性定律如何影响我们对周围事物的认知？

③试以创新扩散论考察新技术推广的案例。

**第五章 传播媒介（6学时）**

**1.教学要求**

了解媒介的概念与特点，掌握媒介功能的主要观点和媒介研究的主要理论。

**2.主要内容**

1. 传播媒介的概念与特点
2. 拟剧论与游戏论
3. 功能分析与隐性功能
4. 议程设置
5. 媒介生态论

**3.教学方法**

讲授与讨论，多媒体教学方法，穿插案例研讨。

**4.学习资料**

① [加] 马歇尔•麦克卢汉：《理解媒介:论人的延伸》，何道宽译，商务印书馆，2000年版。

②[美]欧文·戈夫曼：《日常生活的自我呈现》，北京大学出版社，2016年版。

③[美]尼尔·波兹曼：媒介批评三部曲（《娱乐至死》《童年的消逝》《技术垄断》），中信出版社，2019年版。

**5.思考题**

①试以拟剧论理解当代网络新媒体现象。

②麦克卢汉是如何论述“媒介是人体的延伸”这一观点的？

③如何理解尼尔·波兹曼的“娱乐至死”？

**第六章 受众分析（6学时）**

**1.教学要求**

熟悉受众观的历史演变，掌握各个受众理论的主要观点。

**2.主要内容**

1. 受众概论
2. 中弹即倒的受众
3. 联合御敌的受众
4. 使用与满足论
5. **教学方法**

讲授与讨论，多媒体教学方法，穿插案例研讨。

**4.学习资料**

①张晨阳《受众学说: 多维学术视野的观照与启迪》，复旦大学出版社，2007年版。

②[美]丹尼斯·麦奎尔：《受众分析》中国人民大学出版社，2009年版。

**5.思考题**

①受众在大众传播中扮演了什么样的角色？

②受众观经历了怎样的演变？

③如何评价使用与满足理论?

**第七章 传播效果（6学时）**

**1.教学要求**

了解传播效果研究的历史，熟悉效果分析关于劝服和态度改变的各种理论，懂得效果分析的复杂性。

**2.主要内容**

1. 媒介效果研究的历程与阶段理论
2. 效果分析：劝服艺术
3. 效果分析：态度改变

**3.教学方法**

讲授与讨论，多媒体教学方法，穿插案例研讨。

**4.学习资料**

①[英]丹尼斯·麦奎尔：《麦奎尔大众传播理论》，崔保国、李昆译，清华大学出版社，2006年版。

②[美]洛厄里，[美]德弗勒：《大众传播效果研究的里程碑》，刘海龙译，中国人民大学出版社，2009年版。

**5.思考题**

①简述霍夫兰的劝服研究。

②平衡论、和谐论和均衡论的不同之处在哪里？

③沉默的螺旋理论在网络时代是否依然有效？

**第八章 批判学派（9学时）**

**1.教学要求**

了解批判学派的研究路径与研究内容，熟悉全球化时代的相关传播批判理论，形成对当下各种传播现象的批判反思意识，了解批判的方法。

**2.主要内容**

第一节 批判学派的鸟瞰与透视

第二节 全球化与相关理论

第三节 文化帝国主义

**3.教学方法**

讲授与讨论，多媒体教学方法，穿插案例研讨。

**4.学习资料**

①[美]约翰·菲斯克：《理解大众文化》，中央编译出版社，2001年版。

②加]莫斯可：《传播政治经济学》，华夏出版社，2000年版。

③陆扬、王毅：《大众文化与传媒》，上海三联书店，2000年版。

**5.思考题**

①批判学派与经验学派的主要区别在哪里？

②批判学派有哪些主要研究进路？

③如何认识文化帝国主义理论？

# 《中国文化概论》课程教学大纲

Survey on Chinese Culture

大纲主撰人 ：管尔东 大纲审核人：俞香云

【**课程ID**】234531001 【**课程修习类型**】必修

【**学分数**】3 【**适用专业**】文化产业管理专业

【**开课学院**】文化创意学院 　 【**学时数**】48（48/0）

【**建议修读学期**】一秋　　　　　　　　　　　【**先修课程**】无

**一.课程说明**

**1.课程介绍**

《中国文化概论》是文化产业管理专业的学科基础课程，也可作为全校通识教育公选课程。本课程旨在概要介绍和探讨中国文化包含的主要内容.基本特征及其发展历程等，使学生通过学习，能够较全面.系统地掌握中国文化史的主要内容和发展历程，正确地理解和分析传统文化与现代文明的源流关系，为进一步认识.研究中国文化打下基础，同时培养学生的理性态度与务实精神，提高人文素质，增强爱国热情和民族自信心。

"Cultural history of China" is a subject course in the management of the culture industry, and can also be used as a public choice course for the whole school. Summary of this course is to introduce and discuss the Chinese culture contains the main content, basic characteristic and its development course, etc., make the student through the study, can grasp comprehensively and systematically the main contents and development course of the history of the Chinese, correct understanding and analysis of the traditional culture and the origin of modern civilization, in order to further understanding, research lays the foundation of Chinese culture, and cultivate the students' rational attitude and pragmatic spirit, improve the humanistic quality, enhance patriotism and national self-confidence.

**2.课程的主要内容及课时安排**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 章次 | 内 容 | 总学时 | 理论学时 | 实验、实践学时 |
| 一 | 文化的基本概念 | 3 | 3 | 0 |
| 二 | 中国文化的生态环境和历史发展过程 | 3 | 3 | 0 |
| 三 | 中国古代文学和艺术 | 18 | 18 | 0 |
| 四 | 中国民俗文化 | 9 | 9 | 0 |
| 五 | 中国传统文化中的儒道佛及其他思想 | 12 | 12 | 0 |
| 六 | 中国文化的基本精神 | 3 | 3 | 0 |

**3．课程教学目标**

（1）课程教学目标

①能够较全面、系统地掌握中国文化史的主要内容和发展历程，正确地理解和分析传统文化与现代文明的源流关系；

②为进一步学习文化产业管理专业课程打下文化底蕴的基础；

③培养学生的理性态度与务实精神，提高人文素质，增强爱国热情和民族自信心。

**④课程思政目标：**通过对中华传统文化的全面学习，深入了解中华优秀传统文化的价值观和人生观，把握中华传统文化精神，形成热爱中华传统文化的爱国主义情怀，牢固树立中国文化自信，积极主动地继承和发扬中华优秀传统文化。

（2）课程目标对培养要求的支撑

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 培养要求 | 课程支撑点 | 课程教学目标 |
| 1．知识要求：掌握中国文化的基础理论和知识 | 掌握文化的各种理论 | 教学目标① |
| 2．能力要求：具备了解、运用、  创新中国文化的能力 | 掌握文化利用、创新的技巧 | 教学目标② |
| 3．素质要求：具备对文化的辨别力和思考力 | 提升各种综合文化素质 | 教学目标③ |

**4．课程教学方法与手段**

利用多媒体设备教学，讲授和讨论相结合。

**5．课程资源**

（1）推荐教材及参考文献：

教材：

《中国文化概论》（修订版），张岱年.方克立 主编，北京师范大学出版社2004年。

参考文献：

《中国文化史》冯天瑜.杨华.任放 编著，高等教育出版社2007年。

《中国文化史导论》修订本 钱穆 著，商务印书馆1994年。

《中国文化史》吕思勉 著，商务印书馆2016年。

（2）国学网www.guoxue.com

中国文化网[www.chinaculture.org](http://www.chinaculture.org)

**6．学生成绩评定**

（1）考核方式：考试

（2）评价标准：（明确评价学生学习效果的基本标准，可从课程教学目标的达成度阐述）

|  |  |
| --- | --- |
| 考核等级 | 评价标准 |
| 优秀（90-100） | 能够掌握中国文化概论课程的知识点要求，深入把握文化的理论，提高综合文化素质。 |
| 良好（80-89） | 能够掌握中国文化概论课程的知识点要求，了解理解文化的理论，提高综合文化素质 |
| 中等（70-79） | 能够掌握中国文化概论课程的知识点要求，提高综合文化素质不够 |
| 及格（60-69） | 能够掌握中国文化概论课程的知识点要求，理解理解文化的理论不够 |
| 不及格（低于60） | 无法掌握中国文化概论课程的知识点要求 |

（3）成绩构成：平时成绩占 30 % ，期中成绩占 30 % ，期末成绩占40 %

（4）过程考核：平时成绩的具体构成：出勤率、迟到早退、学习态度、团队精神。学生上课过程监控主要是点名、教学工作记录、自主学习、学习表现与观察。

**二.教学内容和学时分配**

**第一章 文化的基本概念（3学时）**

**1.教学要求**

掌握文化的基本概念.结构层次和功能等知识。

**2.主要内容**

第一节 文化的概念

（一）文化的基本概念

（二）文化的结构层次

第二节 文化的功能

（一）记录功能

（二）认知功能

（三）传播功能

（四）教化功能

（五）凝聚功能

（六）调控功能

第三节 学习中国文化的目的、意义

（一）学习中国文化的目的

（二）学习中国文化的意义

**3.教学方法**

讲授与讨论相结合

**4.阅读材料**

张岱年、方克立主编《中国文化概论》北京师范大学出版社，2004年。

**5.思考题**

“文化”与“文明”的联系与区别；文化的结构层次。

**第二章 中西文化的对比（3学时）**

**1.教学要求**

掌握中西方文化的特征，差异及其根源。

**2.主要内容**

第一节 中西文化差异的具体表现

（一）外显的差异

（二）内隐的区别

第二节 中国文化与理想人格

（一）“中国文化”的概念

（二）中华民族与“中华”之涵义

第三节 什么是传统？

（一）大传统和小传统

（二）中国传统文化的价值

**3.教学方法**

讲授与讨论相结合

**4.阅读材料**

张岱年、方克立主编《中国文化概论》北京师范大学出版社，2004年。

**5.思考题**

东西方文化的联系与区别；传统文化的当下价值。

**第三章 中国文化的生态环境和历史发展过程（3学时）**

**1.教学要求**

掌握中国文化的地理等生态环境。

**2.主要内容**

第一节 中国文化的生态环境

（一）地理环境

（二）经济土壤

（三）社会结构

（四）国际条件

第二节　　中国文化的历史发展过程

（一）中华民族的起源与发展

（二）中国文化的历史发展过程

**3.教学方法**

讲授和讨论

**4.阅读材料**

钱穆《中国文化史导论》（第一、二章）商务印书馆1996年

**5.思考题**

中国文化的生态环境；中国文化的特质及其世界影响。

**第四章 中国古代文学和艺术（18学时）**

**1.教学要求**

掌握中国古代文学和美术的艺术成就。

**2.主要内容**

第一节 中国古代文学（6课时）

（一）诗

（二）词

（三）曲

（四）散文

第二节 中国古代艺术（12课时）

（一）戏曲

（二）书法

（三）绘画

（四）园林

**3.教学方法**

讲授和讨论结合

**4.学习资料**

《中国文学史》《中国美术史》《中国戏曲史》等

**5.思考题**

中国诗词曲的发展变化；古代国画的艺术成就。

**第五章 中国民俗文化（9学时）**

**1.教学要求**

掌握中国人的服饰、美食等文化的特点

**2.主要内容**

第一节 中国的服饰文化（3课时）

（一）中国服饰起源与中国原始文化

（二）中国服饰观念与中国哲学

（三）中国服饰制度与中国礼制

（四）中国服饰演化与中华民族发展史

（五）中国服饰习俗与中国民俗

第二节 中国的饮食文化（3课时）

（一）中国饮食文化的特色

（二）饮食民俗中的思维方式

（三）饮食文化折射的人生信念

（四）饮食文化的社会功能

第三节 中国的节令文化（3课时）

（一）中国的传统节日

（二）中国的二十四节气

（三）中国节令的习俗

（四）中国节令文化的内涵

**3.教学方法**

讲授和讨论结合

**4.学习资料**

吕思勉《中国文化史》第十三章

**5.思考题**

中国服饰和饮食文化的特点

**第六章 中国传统文化中的儒、释、道及其他思想（12课时）**

**1.教学要求**

掌握儒家、道家的基本思想，了解佛教文化

**2.主要内容**

第一节 儒家思想（6课时）

（一）“儒”的概念

（二）儒家思想发展的大致脉络

（三）先秦儒学

（四）汉代经学

（五）宋明理学

（六）儒家的人生哲学模式

（七）儒家文化的历史地位和作用

第二节 道家思想（3课时）

（一）先秦道家思想的形成与发展

（二）秦汉道家思想的发展

（三）魏晋道家思想的深化

（四）唐宋道家思想的宗教形态

（五）道家的理想人格

（六）道家思想文化的历史作用

　第三节 佛家思想及佛教文化（3课时）

（一）佛家的基本思想

（二）佛教在中国的传播和发展

（三）佛教对中国文化的影响

**3.教学方法**

讲授和讨论结合

**4.学习资料**

阅读《论语》《老子》《庄子》《坛经》《传习录》等。

**5.思考题**

儒释道三教的基本思想。

**第七章 中国文化的基本精神（3学时）**

**1.教学要求**

掌握中国文化的基本精神

**2.主要内容**

（一）刚健有为

（二）以人为本

（三）天人合一

（四）贵和尚中

**3.教学方法**

讲授和讨论

**4.学习资料**

张岱年、方克立主编《中国文化概论》北京师范大学出版社2004年

**5.思考题**

中国文化的基本精神是什么？

# 《艺术概论》课程教学大纲

Introduction to Art

大纲主撰人：程振翼 大纲审核人：俞香云

【**课程代码**】234501111 【**课程修习类型**】 必修

【**开课学院**】文化创意学院 【**适用专业**】动画、数媒、文管

【**学分数**】 2 【**学时数**】32（32/0）

【**建议修读学期**】 一春 【**先修课程**】无

**一、课程说明**

**1.课程介绍**

《艺术概论》是一门重艺术理性开发并以此指导艺术实践为主的基础理论课程，该课程是为文化产业管理、艺术类专业学生开设的一门专业基础理论课，且属于一门必修课，旨在使学生掌握艺术学的基本原理，了解文化艺术系统以及艺术种类，提升学生欣赏美和创造美的能力。

This course is an obligatory course oriented to the students majoring in management of cultural industry and arts. Through overall and systematic training offered in the course, students can master the fundamental principle of arts, enhance their background and knowledge of the system and categories of arts, and improve their aesthetic judgment and creative ability.

**2.课程内容及课时安排**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 章次 | 内 容 | 总学时 | 理论学时 | 实验、实践学时 |
| 一 | 导论：何为艺术和艺术学？ | 4 | 4 | 0 |
| 二 | 第一章 艺术本体 | 6 | 6 | 0 |
| 三 | 第二章 艺术作为一种文化 | 2 | 2 | 0 |
| 四 | 第三章 艺术的起源与发生 | 4 | 4 | 0 |
| 五 | 第四章 艺术的发展 | 4 | 4 | 0 |
| 六 | 第五章 艺术的门类 | 4 | 4 | 0 |
| 七 | 第六章 艺术创作与艺术作品 | 4 | 4 | 0 |
| 八 | 第七章 艺术接受与艺术消费 | 4 | 4 | 0 |

**3．课程教学目标**

（1）课程教学目标：

①学习和理解有关艺术理论的基本概念与原理、艺术类型的划分及其主要艺术门类的审美特征；

②了解和掌握艺术发生、发展的一般知识与原理；明确艺术在整个社会文化中地位以及与其它文化现象的相关性，把握艺术创作过程的艺术观念以及艺术创作的条件和规律；

③了解艺术消费与艺术传播、艺术接受的基本理论，强化进行艺术活动的美育观念与实践能力。

**④课程思政目标：**促进学生坚持以马克思主义文艺理论指导艺术实践和欣赏，加深学生对中华民族艺术理论的文化记忆，树立本土文化价值观，培养学生的爱国情怀，增强文化自信心、民族自豪感、以及保护和传承优秀民族文化的自觉性。

（2）课程目标对培养要求的支撑：

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 培养要求 | 课程支撑点 | 课程教学目标 |
| 1.知识要求：掌握文化艺术学科的基础知识和基础理论；学习人类文明进步与文化发展的通识知识，包括人文社科知识、自然科学知识等。 | 主要通过第一章至第四章内容的讲授，使学生掌握艺术、艺术学、美、审美等核心概念，掌握中西自古以来关于艺术本质、艺术发生、艺术发展、艺术文化、艺术风格等问题的经典理论论述，使学生对于艺术的认识和理解能够上升到一定层次的理论高度。 | 教学目标①  教学目标②  教学目标③ |
| 2.能力要求：具有良好的艺术鉴赏和审美能力；具有独立思考、自主探究和终生学习的能力。 | 主要通过第五章、第六章、第七章等内容的讲授，使学生熟悉艺术各主要门类的特点，理解西方近现代以来关于艺术接受和艺术消费的理论主张，能通过理论学习将所学内容运用到具体的艺术作品分析上，提升和培养学生的艺术批评与鉴赏功力，并将某些艺术创作论自觉运用于自身的创作活动之中。 | 教学目标③ |

**4．课程教学方法与手段**

根据本专业的特点和学生的基础知识储备情况，课程教学以课堂讲授为主，同时灵活使用和穿插鉴赏、讨论、讲座等多种教学方式与手段，积极采用课堂互动教学等形式，促使学生在理论、见识、修养等方面全面的协调发展。

**5．课程资源**

推荐教材及参考文献：

张伟，宋伟：《艺术概论》，北京大学出版社，2015年版；

王一川：《艺术学原理》，北京师范大学出版社，2011年版；

**6．学生成绩评定**

（1）考核方式：考试

（2）评价标准：

|  |  |
| --- | --- |
| 考核等级 | 评价标准 |
| 优秀（90-100） | 充分掌握了艺术学的基本原理和研究方法，系统理解艺术活动的发生、发展的规律，能够灵活运用艺术概论的理论知识分析艺术现象和作品。 |
| 良好（80-89） | 较好地艺术学的基本原理和研究方法，较为全面地理解艺术活动的发生、发展的规律，具有较好的理论分析现象和作品的能力。 |
| 中等（70-79） | 对艺术学的基本原理和研究方法、艺术活动的发生和发展的规律有一般了解，能运用艺术概论的基本原理分析艺术现象和作品。 |
| 及格（60-69） | 基本了解艺术学的基本原理和研究方法，大致了解艺术活动的发生、发展的规律，具备最基本的理论活用能力。 |
| 不及格  （低于60） | 未能掌握艺术学的基本原理和研究方法，对艺术活动的发生、发展的规律理解不足，无法运用艺术概论的基本原理分析艺术现象和作品。 |

（3）成绩构成：

该课程考核方式为考试，课程总成绩综合考察学生出勤情况、学习态度、平时作业、期末考试成绩，其中出勤及学习态度占30%、期中作业占30%、期末考试成绩占40%。

（4）过程考核：

平时成绩主要由日常出勤情况、课上发言、课后作业等几部分构成；监控方式主要为课前考勤、组织讨论和提问、布置课后和课堂作业等。

**二、教学内容和学时分配**

**导论：何为艺术和艺术学？**

**1.教学要求**

指导学生明确认识艺术和艺术学研究的一般对象、任务和研究方法，全面认识该学科所学的基本内容。

**2.主要内容**

讲授人类早期的艺术观，主要包括先秦时期的儒家和道家主要艺术观点，古希腊时代柏拉图、亚里士多德等人的艺术哲学思想；梳理艺术学学科的形成线索及学科架构。

**3.教学方法**

以课堂讲授为主，穿插学生讨论。

**4.学习资料**

柏拉图：《柏拉图文艺对话集》；杨伯峻：《论语译注》。

**5.思考题**

思考古代中国与西方对于艺术的看法有何主要不同点。

**第一章 艺术本体**

**1.教学要求**

指导学生理解“艺术何以成为艺术”、“艺术如何成为其自身”等艺术本体论问题，通过使学生掌握不同哲学、美学流派的本体论思想，启示其思考艺术的本质。

**2.主要内容**

第一，本体论和本体的基本内涵；第二，历史上经典的艺术本体论论述（再现本体论、表现本体论、形式本体论、心理本体论、审美本体论、生存本体论等）；第三，如何从人类生存实践中去寻找艺术的本体。

**3.教学方法**

以课堂讲授为主，穿插学生讨论，欣赏和分析和讨论相关影视剧作品。

**4.学习资料**

康德：《判断力批判》，人民出版社；黑格尔：《美学》，商务印书馆；苏珊·朗格：《情感与形式》，中国社会科学出版社；

**5.思考题**

通过具体案例分析，思考艺术再现论称雄西方艺术史两千年之久的原因。

**第二章 艺术作为一种文化**

**1.教学要求**

指导学生全面地领会艺术在整个文化领域中地位及其彼此的辨证关系，基本了解艺术的几种代表性的观点；指导学生深入全面地认识艺术的社会功用。

**2.主要内容**

介绍艺术文化学的基本理论视角，概述艺术与文化的内在关联、艺术的文化功能；分析艺术与科学、道德、宗教、技术等学科门类的主要差异、共通性和联系性。

**3.教学方法**

以课堂讲授为主，穿插学生讨论。

**4.学习资料**

丹纳：《艺术哲学》，人民文学出版社；马尔库塞：《爱欲与文明》，上海译文出版社；

**5.思考题**

谈谈你对“日常生活艺术化”倾向的看法。

**第三章 艺术的起源与发生**

**1.教学要求**

通过一些实证与思辩的论证引导学生正确认识艺术发生的表层性与深层性原因，全面正确地认识艺术的发生问题，有重点地认识艺术发生几种学；指导学生通过对人类艺术发展简史的回顾与透析，了解几种主要的艺术发展观，深刻认识艺术的发展之主要动因与一般规律。

**2.主要内容**

介绍历史上曾经出现的具有较大影响力的艺术发生理论。

**3.教学方法**

以课堂讲授为主，穿插学生讨论。

**4.学习资料**

朱狄：《艺术的起源》，中国社会科学出版社；弗雷泽：《金枝》，商务印书馆；

**5.思考题**

思考巫术说、本能说、游戏说、劳动说等关于艺术起源的理论有何合理之处？

**第四章 艺术的发展**

**1.教学要求**

指导了解几种主要的艺术发展观，深刻认识艺术的发展之主要动因与一般规律。

**2.主要内容**

介绍艺术发展史上形成过的主要艺术流派、风格和艺术思潮，讲述艺术在当代社会的发展状况和基本处境。

**3.教学方法**

以课堂讲授为主，穿插学生讨论。

**4.学习资料**

阿瑟·丹托：《艺术的终结》，江苏人民出版社；贡布里希：《艺术发展史》，天津人民美术出版社；

**5.思考题**

如何理解丹托、黑格尔等人所说的艺术终结论？

**第五章 艺术的门类**

**1.教学要求**

了解艺术门类的划分标准，掌握几大艺术门类的审美特征、理解各艺术门类之间的相互关系和影响。

**2.主要内容**

美术、设计、音乐与舞蹈、戏剧与影视等艺术的门类划分、艺术门类的多样性、各艺术门类的审美特征、艺术门类之间的关系。

**3.教学方法**

以课堂讲授为主，欣赏并讨论经典影视、舞蹈作品。

**4.学习资料**

卡冈：《艺术形态学》，学林出版社；

**5.思考题**

思考历史上有哪些主要的艺术形态分类方式。

**第六章 艺术创作与艺术作品**

**1.教学要求**

一方面使学生能够掌握艺术创作的基本环节，并从审美感受上认识艺术作品的创作过程，体会艺术家的创作心理；另一方面使学生掌握艺术作品的基本构成规律、审美结构层次。

**2.主要内容**

介绍艺术家的涵义与特质、艺术家的修养、艺术家与社会生活的关系、艺术创作过程及创作中的心理和思维活动，重点分析艺术创作论中出现的若干重要概念、范畴和理论。介绍艺术作品研究理论，重点讲解艺术作品的构成、艺术形象、艺术意境等几个方面内容。

**3.教学方法**

以课堂讲授为主，穿插课堂讨论。

**4.学习资料**

王国维：《人间词话》，上海古籍出版社；宗白华：《艺境》，北京大学出版社；

**5.思考题**

结合具体作品和相关理论，分析艺术典型的塑造或艺术意境的营造。

**第七章 艺术接受与艺术消费**

**1.教学要求**

使学生掌握艺术欣赏与艺术批评之间的区别，了解艺术传播的基本方式、主要因素等；掌握艺术批评的基础知识，理解人类艺术接受活动中的复杂性和丰富性，能够简单的对艺术作品进行欣赏与批评。

**2.主要内容**

介绍艺术接受的性质和特点，逐步分析艺术接受的主要过程、以及艺术接受的基本类型，重点讲解“期待视野”、“隐含的读者”、“移情”等重要理论概念。

**3.教学方法**

以课堂讲授为主，穿插课堂讨论。

**4.学习资料**

胡经之：《文艺美学》，北京大学出版社；迈克·费瑟斯通：《消费与后现代主义》，译林出版社。

**5.思考题**

结合你过去的经验，试分析艺术欣赏与艺术消费的关系。

# 《文化产业与管理概论》课程教学大纲

Introduction to Cultural Industry and Management

大纲主撰人：俞香云 大纲审核人：郭持华

【**课程代码**】234511001 【**课程修习类型**】必修

【**学分数**】 4学分 【**适用专业**】文化产业管理专业

【**开课学院**】 文化创意学院 【**学时数**】64(48/32)

【**建议修读学期**】一秋 【**先修课程**】无

**一、课程说明**

**1.课程介绍**

《文化产业与管理概论》是学科基础课程，是文化产业管理专业的入门课程。该课程主要介绍文化产业的定义、内涵、性质、国内外发展历史与现状及未来趋势、所包含的具体行业门类以及各门类的特点，同时介绍文化产业经营管理的宏观管理与微观管理基础知识。通过这门课程的学习，学生能够了解文化产业到底是什么，包括哪些门类和行业，各门类具有什么样的特点，国际国内文化产业的发展现状和发展模式等，文化产业经营管理的基础知识，从而为深入学习文化产业管理专业打下基础。

An introduction to the culture industry is a basic course subject, is an introductory course of cultural industry management. This course mainly introduces the definition, connotation, nature and cultural industry development status and contains specific categories and the characteristics of each category. By learning this course, students can understand what cultural industries, including those categories and industries, each category has the characteristics of the kind, the international and domestic cultural industry development present situation and development model, which lays the foundation for the further study of cultural industry management profession.

**2.课程的主要内容及课时安排**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 章次 | 内 容 | 总学时 | 理论学时 | 实验、实践学时 |
| 一 | 文化产业的基本概念 | 6 | 6 | 3 |
| 二 | 文化产业与文化经济 | 6 | 3 | 3 |
| 三 | 文化产业与国家软实力 | 3 | 3 | 0 |
| 四 | 当代文化创意产业的九大类别 | 9 | 3 | 6 |
| 五 | 国际文化产业发展现状 | 9 | 6 | 3 |
| 六 | 数字技术与文化产业发展新趋势 | 6 | 3 | 3 |
| 七 | 文化产业模式 | 5 | 3 | 2 |
| 八 | 文化内容产业与市场策略 | 6 | 3 | 3 |
| 九 | 文化产业品牌战略 | 9 | 6 | 3 |
| 十 | 文化产业管理体系与层次 | 9 | 6 | 3 |
| 十一 | 文化产业的项目管理 | 9 | 6 | 3 |

**3．课程教学目标**

（1）课程教学目标

➀通过这门课程的学习，让学生掌握文化产业的基本概念，了解文化产业的发展现状； ➁较熟练地掌握艺术文化鉴赏能力、文化行业的观察和把握能力；

➂初步掌握文化项目的创意、策划和经营能力，文化项目和企业的管理能力和团队协作能力。

**③课程思政目标：**通过文化产业基本概念、特征和发展规律等理论问题的阐述，将知识背后的思想、精神与价值有效传达给学生，培养学生正确的价值追求、理想信念、文化自信和爱国情操。

（2）课程目标对培养要求的支撑：

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 培养要求 | 课程支撑点 | 课程教学目标 |
| 1.知识要求：系统掌握文化产业管理专业的核心知识和基本理论。 | 掌握第1-11章中文化产业的基本概念、文化经纪、文化软实力、当代文化产业类别、国际文化产业发展现状、数字文化产业等理论知识点。 | 教学目标① |
| 2.能力要求：具有较强的文化产业管理、营销、策划、经纪等专业能力。 | 第7-11章中文化产业的商业模式、市场策略和品牌管理等知识点的实践训练。 | 教学目标②、③ |
| 3.素质要求：具有良好的人文素养，具有不断追求新知识、独立思考和理论联系实际的科学精神。 | 通过第1-11章的学习，能够培养良好的素质要求，学习新知识、独立思考和理论联系实践。 | 教学①、②、③ |

1. **课程教学方法与手段**

本门课程是实践性较强的理论课程，因此在教学过程中会深入文化企业调研，多以案例教学和课堂讨论为主，激发学生积极参与能力，并适当地让学生参与具体项目的策划和执行工作，让学生切身感受和领会文化产业领域的氛围和专业技能。

**5．课程资源**

（1）推荐教材及参考文献：

《文化产业概论》（第三版），李思屈、李涛编著，浙江大学出版社2015年；

《文化产业精要读本》蔡尚伟、车南林著，江苏人民出版社2015年；

《文化产业与管理》（第3版），赵晶媛编著，清华大学出版社2016年；

《文化产业》大卫·赫斯蒙德夫著，中国人民大学出版社2007年；

《世界文化产业研究》熊澄宇著，清华大学出版社，2012年；

“世界文化产业”丛书：《英国文化产业》《美国文化产业》《法国文化产业》陆地主编；

《文化创意产业》，人大复印资料，双月刊。

（2）课程网站：

中国文化产业网www.cnci.net.cn

中国文化创意产业网www.ccitimes.com

**6．学生成绩评定**

（1）考核方式：本课程考核方式是期中考查和期末考试，期末采用闭卷考试。

（2）评价标准：

|  |  |
| --- | --- |
| 考核等级 | 评价标准 |
| 优秀（90-100） | 准确而全面掌握文化产业概论课程知识点，能够运用理论知识分析实践问题，学习主动性强，。 |
| 良好（80-89） | 较为准确掌握文化产业概论课程知识点，能够运用理论知识分析问题，学习主动性较强。 |
| 中等（70-79） | 准确掌握大部分文化产业概论课程知识点，分析问题能力一般，学习主动性一般。 |
| 及格（60-69） | 基本掌握文化产业概论课程主要知识点，学习态度较差。 |
| 不及格（低于60） | 没有掌握课程主要知识点，学习态度差。 |

（3）成绩构成：平时成绩占 30 % ，期中成绩占 30 % ，期末成绩占40 %

（4）过程考核：平时成绩的具体构成：出勤率、迟到早退、学习态度、团队精神。学生上课过程监控主要是点名、教学工作记录、自主学习、学习表现与观察。

**二、教学内容和学时分配**

**第一章 文化产业的基本概念**

**1.教学要求**

充分理解和掌握文化产业相关的基本概念。

**2.主要内容**

第一节 文化与符号： 什么是“文化”？文化的三要素与符号，大众文化；

第二节 文化产业与创意产业：文化产业的内涵和外延，“创意产业”与“文化创意产业”，“内容产业”及其与文化产业的关系，文化产业与文化事业

第三节 文化产业的基本特征

第四节 为什么要大力发展文化产业？

**3.教学方法**

讲授与课堂讨论结合，采用多媒体课件，案例教学，适当采用翻转课堂的教学方式。同时采用深入文化企业调研的实践教学方式。

**4.阅读材料**

认真阅读《文化产业概论》第一章和《文化产业》导论部分。

**5.思考题**

1）为什么文化产业很重要？

2）文化产业与其他产业有何异同？

**第二章 文化产业与文化经济**

**1.教学要求**

掌握文化经济学的基本概念和内涵。

**2.主要内容**

1. 文化经济的兴起
2. 文化资本
3. 文化经济中的城市
4. 文化产品的符号性质与审美经济

**3.教学方法**

课堂讲授和讨论一次，实践课一次。

**4.学习资料**

研读《文化经济学》，胡惠林。

**5.思考题**

文化经济有哪些基本特征？“3T”理论的基本内容是什么？

**第三章 文化产业与国家软实力**

**1.教学要求**

掌握国家软实力概念及其与文化产业的关系。

**2.主要内容**

1. “文明的冲突”与“符号的战争”
2. 文化产业与“文化安全”
3. 文化产业与知识产权保护

**3.教学方法**

课堂讲授和讨论。

**4.学习资料**

研读《软实力》，[美]约瑟夫·奈。

**5.思考题**

1. 什么是符号的战争？
2. 什么是国家的“硬实力”与“软实力”

**第四章 当代文化创意产业的九大类别**

**1.教学要求**

掌握文化产业的九大门类及其特点。

1. **主要内容**
2. 图书出版业
3. 报刊业
4. 广播电视业
5. 音像产业
6. 网络产业
7. 广告业
8. 旅游业
9. 艺术产业
10. 体育产业

**3.教学方法**

课堂讲授和讨论一次，实践课一次实地考察运河天地文创园区。

**4.学习资料**

研读《文化产业概论》（第四章）李思屈

**5.思考题**

分小组调查本地文化产业有哪些门类？

**第五章 国际文化产业发展现状**

**1.教学要求**

掌握美国、英国文化产业的大体现状及其特点。

**2.主要内容**

第一节文化产业形成过程与发展模式

第二节欧洲的文化产业

第三节北美的文化产业

第四节亚洲的文化产业

**3.教学方法**

课堂讲授和讨论一次，实践课一次。

**4.学习资料**

研读《世界文化产业研究》熊澄宇著，清华大学出版社，2012年；“世界文化产业”丛书：《英国文化产业》、《美国文化产业》、《法国文化产业》陆地主编；

**5.思考题**

以工作小组形式，每个小组确定一个国际文化企业为研究专题，通过图书馆、互联网等手段查阅文献，提出一份《xxx企业研究报告》，要求对这个企业的发展历程、经营业务、赢利模式和核心竞争力进行考察，并提出中国借鉴其发展经验的对策性建议。

**第六章 数字技术与文化产业发展新趋势**

**1.教学要求**

掌握数字技术发展现状与文化产业发展新趋势。

1. **主要内容**
2. 数字动画
3. 电子游戏
4. 数字影视
5. 数字音乐与手机文化

**3.教学方法**

课堂讲授和讨论。

**4.学习资料**

研读《文化产业概论》（第六章）李思屈

**5.思考题**

以小组为单位，调查一下同学或学校周围对网络动画和手机动画的知晓使用情况，要求统计出受调查者知道网络动画、手机动画的百分比和使用的百分比，根据调查统计的情况，研究目前动画发展的趋势，提出对策性建议。

**第七章 文化产业模式**

**1.教学要求**

掌握文化产业的基本商业模式。

**2.主要内容**

1. 简单文化产业模式
2. 复杂文化产业模式

**3.教学方法**

课堂讲授和讨论。

**4.学习资料**

研读《文化产业商业模式》陈少锋。

**5.思考题**

明星经济的特点及表现？

**第八章 文化内容产业与市场策略**

**1.教学要求**

掌握文化产业集群概念及其特点。

**2.主要内容**

1. 内容产业与文化产业链
2. 产业集群与文化战略

**3.教学方法**

课堂讲授和讨论一次，实践课一次。

**4.学习资料**

研读《文化产业集群竞争力评价实证研究——以杭州数字娱乐产业集群为例》[J]，史征。

**5.思考题**

在社会调查基础上，使用波特“钻石模型”分析一个地区的文化产业竞争力要素，并提出面向政府和企业的文化产业发展建议方案。

**第九章 文化产业品牌战略**

**1.教学要求**

掌握文化产业品牌战略的概念和思路。

**2.主要内容**

1. 文化产业品牌战略的界定
2. 文化产业品牌的价值
3. 运用品牌战略发展文化产业
4. 文化产业品牌战略的符号学运用

**3.教学方法**

课堂讲授和讨论，

**4.学习资料**

研读《文脉品牌》[日]阿久津聪，上海人民出版社，2004。

**5.思考题**

思考题：我国文化产业品牌战略的成功经验和不足之处有哪些？

1. **文化产业管理体系与层次**

**1.教学要求**

掌握文化产业的产业组织要素、文化产业管理的基本层次和基本体系等基本知识。

**2.主要内容**

1. 文化产业的产业组织要素
2. 文化产业管理的基本层次
3. 文化产业管理的基本体系

**3.教学方法**

课堂讲授和讨论，

**4.学习资料**

李向民 王晨 著《文化产业管理概论》，清华大学出版社，2015年。

**5.思考题**

思考题：文化产业宏观管理、中观管理和微观管理的基本内容及各自特点是什么？

1. **文化产业项目管理**

**1.教学要求**

掌握文化项目的特点和文化产业项目管理的基本理论，掌握文化项目的范围与计划管理、项目团队、项目成本与进程控制等基础知识。

**2.主要内容**

1. 项目管理的一般理论
2. 文化项目的范围与计划管理
3. 项目团队
4. 项目资金筹措与成本控制
5. 项目进程控制

**3.教学方法**

课堂讲授和讨论，

**4.学习资料**

李向民 王晨 著《文化产业管理概论》，清华大学出版社，2015年。

**5.思考题**

文化项目经理的基本职责和能力要求有哪些？

**三、实践教学内容安排**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序  号 | 实践项目名称 | 主 要 内 容 | 学时 | 实践属性 | 类型 | 组织方式 | 考核要求 |
| 1 | 参观 | 参观文创园区（一） | 3 | 专业 | 综合 | 任课教师带队组织去 | 撰写参观感受和思考 |
| 2 | 参观 | 参观文创园区（二） | 3 | 专业 | 综合 | 任课教师带队组织去 | 撰写参观感受和思考 |
| 3 | 参观 | 文化企业（一） | 3 | 专业 | 综合 | 任课教师带队组织去 | 撰写参观感受和思考 |
| 4 | 参观 | 文化企业（二） | 3 | 专业 | 综合 | 任课教师带队组织去 | 撰写参观感受和思考 |

# 《文化资源概论》课程教学大纲

Introduction to Cultural Resources

大纲主撰人：程振翼 大纲审核人：俞香云

【**课程代码**】234506001 【**课程修习类型**】 必修

【**开课学院**】文化创意学院 【**适用专业**】 文化产业管理

【**学分数**】 3 【**学时数**】48（42/6）

【**建议修读学期**】一秋 【**先修课程**】无

**一、课程说明**

**1.课程介绍**

《文化资源概论》在系统介绍文化资源学的相关概念和基本理论的基础上，以宏观的文化角度分析文化资源的类型及其特点，讨论文化资源保护、开发与利用的现状、原则与方法，同时注重将理论学习与案例分析相结合，关注文化资源利用过程中的热点问题。

This course is an obligatory course oriented to the students majoring in management of cultural industry. On the basis of introducing study of cultural resource and its fundamental theory system comprehensively, this course will analyses the types and features of cultural resources from macroscopic perspective, and discusses the current status, principle and method of cultural resources protection and exploitation. Meanwhile, this course not only inclines to integrate theory into case case analysis, but also pay close attention to the hot-topics emerge in the process of cultural resource exploitation.

**2.课程内容及课时安排**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 章次 | 内 容 | 总学时 | 理论学时 | 实验、实践学时 |
| 一 | 导论：什么是文化和文化资源？ | 4 | 4 | 0 |
| 二 | 第一章 文化与经济 | 8 | 8 | 0 |
| 三 | 第二章 文化展示与软实力 | 6 | 6 | 0 |
| 四 | 第三章 文化遗产资源 | 9 | 6 | 3 |
| 五 | 第四章 文化遗产的消费 | 6 | 6 | 0 |
| 六 | 第五章 非物质文化遗产资源 | 9 | 6 | 3 |
| 七 | 第六章 文化品牌 | 6 | 6 | 0 |

**3．课程教学目标**

（1）课程教学目标：

①提高学生对文化资源的认识和理解，激发学生对文化资源产业化现象的兴趣与敏感度，增强学生对于历史文化资源保护的意识；

② 掌握文化资源的常用分析和评价方法；

③能针对具体案例，运用相关理论和方法进行较为深入的分析。

**④课程思政目标：**充分挖掘中华优秀文化资源中的思政要素和德育元素，增强学生的家国情怀和文化认同，培育和提升学生对于本土文化资源保护、传承、利用的社会责任感和历史使命感。

（2）课程目标对培养要求的支撑：

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 培养要求 | 课程支撑点 | 课程教学目标 |
| 1.知识要求：系统掌握文化产业管理专业的核心知识和基础理论；掌握文化艺术学科的基础知识和基础理论； | 重点掌握导论、第一章、第三章、第五章等章节内容，使学生了解文化资源学的基本理论知识，文化与经济、经济学之间的基本关系理解市场配置文化资源的作用；了解文化软实力的基本内涵及文化展示的基本范畴和主要作用，掌握当代社会文化展示的主要发展趋向；掌握物质文化遗产、非物质文化遗产的种类、范围及其在当下的存在方式。 | 教学目标① |
| 2.能力要求：具有良好的创意思维和文化创意产品研发的能力；具有较强的文化产业管理、营销、策划、经纪等专业能力； | 主要通过第二章至第五章的学习，掌握文化资源的诸种类别的保护和开发路径，通过案例分析和具体的社会实践调查熟悉文化资源产业化的基本模式，具备一定文化资源管理能力。 | 教学目标②  教学目标③ |
| 3.素质要求：具有良好的科学和人文素养；具有不断追求新知识、独立思考和理论联系实际的科学精神；具有包容精神和国际视野。 | 通过第二章、第四章、第六章等章节内容的学习，使学生掌握国内外文化资源管理的先进方法，培养学生的理论素质以及理论指导实践的素养。 | 教学目标①  教学目标③ |

**4．课程教学方法与手段**

根据本专业的特点和学生的基础知识储备情况，课程教学以课堂讲授为主，同时灵活使用和穿插课外参观实践、讨论、讲座等多种教学方式与手段，积极采用课堂互动教学等形式，促使学生在理论、见识、专业实践等方面全面的协调发展。

**5．课程资源**

推荐教材及参考文献：

姚伟钧：《文化资源学》，清华大学版社，2015年版；

李树榕：《文化资源学概论》，东南大学出版社，2014年版；

秦枫：《文化资源概论》，中国科学院大学出版社，2014年版；

Thomas F. King：A Companion to Cultural Resource Management，Blackwell Publishing，2011.

**6．学生成绩评定**

（1）考核方式：考试

（2）评价标准：

|  |  |
| --- | --- |
| 考核等级 | 评价标准 |
| 优秀（90-100） | 充分、全面地掌握文化资源的类型和特点，以及文化资源保护、开发与利用的现状、原则与方法，能够灵活运用所学理论知识进行问题分析和解决； |
| 良好（80-89） | 比较系统地掌握文化资源的类型和特点，以及文化资源保护、开发与利用的现状、原则与方法，能够所学理论知识对典型性问题进行分析； |
| 中等（70-79） | 对文化资源的类型和特点，以及文化资源保护、开发与利用的现状、原则与方法有一般性了解，基本能够所学理论知识对典型性问题进行分析； |
| 及格（60-69） | 对文化资源的类型和特点，以及文化资源保护、开发与利用的现状、原则与方法有基本认识，理论联系实际能力较差； |
| 不及格（低于60） | 对文化资源的类型和特点，以及文化资源保护、开发与利用的现状、原则与方法认识不清晰，缺乏理论联系实际能力； |

（3）成绩构成：

该课程考核方式为考试，课程总成绩综合考察学生出勤情况、学习态度、平时作业、期末考试成绩，其中出勤及学习态度占30%、期中作业占30%、期末考试成绩占40%。

（4）过程考核：

平时成绩主要由日常出勤情况、课上发言、课后作业等几部分构成；监控方式主要为课前考勤、组织讨论和提问、布置课后和课堂作业等。

**二、教学内容和学时分配**

**导论：什么是文化和文化资源？**

**1.教学要求**

指导学生直接文化概念的发展和基本内涵；了解文化资源问题的研究现状；理解文化资源的研究意义。

**2.主要内容**

第一节 什么是文化

一、中外对于文化概念的经典定义；二、文化的几个层次；三、如何全面地理解文化；

第二节 文化资源问题的提出

文化资源的研究意义

第三节 文化资源的研究现状

文化资源的研究现状、研究目的、方法。

**3.教学方法**

以课堂讲授为主，穿插学生讨论。

**4.学习资料**

姚伟钧：《文化资源学》，清华大学出版社，2015年版；

**5.思考题**

是人塑造文化，还是文化塑造人？

对比国外语境，请思考文化资源研究在当下中国的现实意义。

**第一章 文化与经济**

**1.教学要求**

本章的教学目的是使学生了解请文化与经济、经济学之间的基本关系；理解资源配置与市场机制的概念；理解市场配置文化资源的作用；举例分析市场机制在文化资源配置中的主要缺陷。

**2.主要内容**

第一节 经济—价值—文化

1.1经济学中价值理论；

1.2文化价值；

1.3文化价值与经济价值；

第二节 文化作为一种资本

第三节　文化资源市场合理配置的基本原理

资源配置的概念、优化配置的基本原理，市场机制的内涵

第四节　市场在文化资源配置中的作用

市场配置文化资源的主要功能及机制

第五节　文化资源市场配置的缺陷

市场机制在文化资源配置中的失灵及其原因

**3.教学方法**

以课堂讲授为主，穿插学生讨论，展开案例分析。

**4.学习资料**

姚伟钧：《从文化资源到文化产业》，华中师范大学出版社，2012年；

**5.思考题**

试论述文化资本与经济资本、社会资本之间的相互转化关系。

**第二章 文化展示与软实力**

**1.教学要求**

本章的教学目的是使学生了解文化软实力的基本内涵及其主要力量来源；理解文化展示的基本范畴和主要作用，掌握当代社会文化展示的主要发展趋向；理解文化软实力建构与文化展示之间的有机关系。

**2.主要内容**

第一节 文化软实力

1.1文化软实力的概念起源。

1.2文化软实力的力量之源。

1.3案例分析：美国文化软实力是怎样炼成的？

第二节 文化展示

2.1文化展示的基本内涵。

2.2文化展示的历史发展进程.

2.3当代文化展示的发展倾向。

第三节 文化展示与软实力建构

一、文化软实力与文化展示的联系。 二、案例分析：文化展示如何打造软实力。

**3.教学方法**

以课堂讲授为主，穿插学生讨论，观看并分析相关影音材料。

**4.学习资料**

约瑟夫·奈：《软实力》，中信出版社，2013年版；

贝拉·迪克斯：《被展示的文化:当代"可参观性"的生产》，北京大学出版社，2012年版；

**5.思考题**

结合实例总结并论述当代文化展示的特性与趋向。

**第三章 文化遗产资源**

**1.教学要求**

本章的教学目的是使学生了解优文化遗产的概念及其发展，理解文化遗产的价值及其主要评价方式，了解当代中国文化遗产的保护和开发现状，掌握将文化遗产资源进行产业化的基本路径和手段。

**2.主要内容**

第一节 文化遗产概说

1.1文化遗产的概念及其发展。

1.2文化遗产的分类及其标准。

1.3文化遗产与历史的关系。

第二节 文化遗产作为资源

2.1当代“遗产热”产生的原因。

2.2遗产资源化的历程。

2.3文化遗产资源的价值判断。

2.4遗产资源的经济价值。

第三节 文化遗产产业

3.1经济领域中的主要遗产产业开发类型。

3.2遗产产业化的运作方式和过程。

3.3遗产商品化的得与失。

**3.教学方法**

以课堂讲授为主，穿插学生讨论；外出实地参观考察博物馆等文化遗产机构一次。

**4.学习资料**

彭兆荣：《文化遗产学十讲》，云南教育出版社，2012年版；

**5.思考题**

结合案例，谈谈你对于文化遗产商品化与原真性之间矛盾的看法，并提出解决问题的思路。

**第四章 文化遗产的消费**

**1.教学要求**

本章的教学目的是以文化遗产旅游产业为中心，使学生了解文化消费兴起的原因以及遗产消费的主要动机，理解影响文化遗产消费的主要主客观因素；掌握遗产旅游的扩展方式和基本类型；以浙江宗教文化遗产业的发展为个案，分析当前遗产旅游消费中存在的主要问题，启发学生寻找解决问题的途径。

**2.主要内容**

第一节 遗产消费的主要动机

一、怀旧——现代人的一种普遍心理倾向。

二、遗产资源的吸引力。

第二节 遗产旅游需求的产生

一、遗产旅游的概念界定。

二、影响遗产旅游的主要因素。

第三节 遗产旅游的扩展方式及类型

第四节 案例分析：浙江宗教文化旅游

一、浙江宗教文化遗产的特征和优势。

二、浙江宗教文化旅游的开发现状分析。

三、制约浙江宗教文化旅游发展的主要因素。

四、解决目前问题的途径研究。

**3.教学方法**

以课堂讲授为主，穿插学生讨论。

**4.学习资料**

蒂莫西，博伊德：《世界遗产旅游研究》，旅游教育出版社，2007年版；

**5.思考题**

结合具体现象来分析浙江宗教遗产资源在旅游开发中所存在的突出问题，并提出相应对策。

**第五章 非物质文化遗产资源**

**1.教学要求**

本章教学要求使学生对非物质文化遗产有一个总体的认识，掌握课程中涉及的基本概念与基本理论，掌握非物质文化遗产项目的历史、类别、管理办法、保护手段及产业等相关问题。

**2.主要内容**

第一节 什么是非物质文化遗产

1.1非物质文化遗产概念释义。

1.2非物质文化遗产与其他人类遗产的关系。

1.3非物质文化遗产的基本特性。

第二节 “非遗”与文化创意产业

2.1非物质文化遗产保护与创意产业的融合。

2.2非物质文化遗产与文创产业之间的矛盾。

第三节 “非遗”产业中的力量格局

**3.教学方法**

以课堂讲授为主，穿插案例分析和分组讨论，实地参观非遗博物馆和历史文化街区。

**4.学习资料**

苑利，顾军：《非物质文化遗产学》，高等教育出版社，2009年版；

**5.思考题**

试结合具体产业案例，概述文创产业中的“非遗”功能。

**第六章 文化品牌**

**1.教学要求**

使学生比较全面系统地掌握品牌的基本理论、基本知识和、品牌管理方法，充分认识在经济全球化背景下品牌的重要性，了解品牌的发展、品牌形象、品牌资产、品牌战略和品牌管理等方面的内容，并能合理地运用于营销实践活动。

**2.主要内容**

第一节 品牌是什么？

1.1品牌的起源。

1.2品牌的定义及其发展。

第二节 品牌与文化资源

2.1品牌与文化内涵。

2.2品牌与身份价值。

第三节 名牌塑造的主要模式

3.1消费心理占有率式。

3.2情感式品牌。

3.3病毒式品牌。

3.4文化式品牌。

第四节 文化式品牌塑造的策略

4.1文化式品牌建构的核心战略。

4.2经典文化品牌案例分析。

**3.教学方法**

以课堂讲授为主，穿插课堂讨论、观看分析相关影视作品。

**4.学习资料**

道格拉斯·霍尔特：《品牌如何成为偶像：文化式品牌塑造的原理》，商务印书馆，2010年版；

**5.思考题**

以所体验过的某一文化偶像式品牌为个案，分析其品牌建构成功的关键策略。

# 《文化政策与法规》课程教学大纲

Cultural Policies and Regulations

大纲主撰人：程振翼 大纲审核人：郭持华

【**课程代码**】234510001 【**课程修习类型**】 必修

【**开课学院**】文化创意学院 【**适用专业**】文化产业管理

【**学分数**】 3 【**学时数**】48（45/3）

【**建议修读学 期**】一春 【**先修课程**】234506001文化资源概论

**一、课程说明**

**1.课程介绍**

《文化政策与法规》是面向文化产业管理专业本科生所开设的的一门必修和核心课程，本课程主要介绍中外围绕文化产业而制定的各项政策和法律、法规文件。通过本课程的学习，学生们需要掌握文化政策及文化法规产生的现实语境、文化政策和法规的基本特征和功能，熟悉各类主要文化政策和法规的内容，并能够在此基础上灵活运用各类相关政策和法规。

This course is an obligatory and backbone course oriented to the students majoring in management of cultural industry. This course focus on a series of policies, laws and regulations which formulated encompassing cultural industries. Through this course, the students will have a more comprehensive and deep understanding of the background under which cultural policies and regulations emerges, and grasp the fundamental characteristics, main content and functions of cultural policies and regulations which been used frequently. On the basis of that, this course requests students to use these policies and regulations to deal with problems flexibly.

**2.课程内容及课时安排**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 章次 | 内 容 | 总学时 | 理论学时 | 实验、实践学时 |
| 一 | 文化、文化政策和文化产业政策 | 6 | 6 | 0 |
| 二 | 公共文化政策与法规 | 6 | 6 | 0 |
| 三 | 当代中国公共文化政策案例分析 | 6 | 6 | 0 |
| 四 | 文化产业政策基本理论 | 8 | 8 | 0 |
| 五 | 区域文化产业政策 | 8 | 5 | 3 |
| 六 | 广播影视类法律法规 | 6 | 6 | 0 |
| 七 | 文化娱乐与休闲服务类法律法规 | 4 | 4 | 0 |
| 八 | 网络文化市场管理类法律法规 | 4 | 4 | 0 |

**3．课程教学目标**

（1）课程教学目标：

①使学生能正确地把握文化政策、文化产业政策的基本特点、核心内容、制定和实施原则等相关理论知识，掌握文化产业各领域的基本的政策，了解文化产业的有关法律法规；

②在熟悉主要文化政策法规重要条文的基础之上，能对文化产业各领域政策法规及案例进行分析；

③培养学生认识和分析相关法律问题和案 例的能力，加强对文化产业政策和法规的执行和保障。

**④课程思政目标：**通过介绍我国完善的文化政策与法规体系，使学生感受到中国特色社会主义的制度优越性，使学生们认识到中国文化产业的发展壮大离不开党的领导和法制建设；强化学生守法遵规的观念，提升学生自觉参与国家文化建设、促进文化大繁荣的社会责任感。

（2）课程目标对培养要求的支撑：

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 培养要求 | 课程支撑点 | 课程教学目标 |
| 1.知识要求：系统掌握文化产业管理专业的核心知识和基础理论；熟悉国家的文化战略、文化政策和相关法规；熟悉国际先进文化产业的经营理念和运营模式； | 通过第一章、第二章、第三章内容教学，使学生掌握政策、文化政策、文化法规的基本内涵、特点、意义、发展简史等基本理论知识，理解文化政策作为一项公共政策的特殊性；熟悉国内外文化政策制定、实施、评价的基本原则和模式。 | 教学目标① |
| 2.能力要求：具有良好的创意思维和文化创意产品研发的能力；具有较强的文化产业管理、营销、策划、经纪等专业能力；具有良好的沟通协调和团队合作能力；具有独立思考、自主探究和终生学习的能力； | 通过第四至第八章课程内容教学，使学生能够基本掌握国家和区域文化法规及文化政策的核心内容，熟悉娱乐、广播电视、电影等主要文化产业领域的相关法规和政策条文，为培养学生的理论指导实践能力奠定基础。 | 教学目标①  教学目标② |
| 3.素质要求：具有不独立思考和理论联系实际的科学精神；树立正确的世界观、人生观和价值观，具有良好的思想品德、社会公德、职业道德和团队合作精神。 | 主要在第四至第八章课程教学中穿插讲解国内外成功法规和政策建设案例，锻炼学生的案例分析能力，保证学生在今后从事相关行业工作时不会犯原则性的错误。 | 教学目标③ |

**4．课程教学方法与手段**

根据本专业的特点和学生的基础知识储备情况，课程教学以课堂讲授为主，同时灵活使用和穿插鉴赏、讨论、讲座等多种教学方式与手段，积极采用课堂互动教学等形式，促使学生在理论、见识、修养等方面全面的协调发展。

**5．课程资源**

推荐教材及参考文献：

黄虚峰：《文化产业政策与法律法规》，北京大学出版社，2013年版；

赵阳，徐宝祥：《文化产业政策与法规》，中山大学出版社，2012年版；

胡惠林：《文化政策学》，清华大学出版社，2015年版。

**6．学生成绩评定**

（1）考核方式：考试

（2）评价标准：

|  |  |
| --- | --- |
| 考核等级 | 评价标准 |
| 优秀（90-100） | 系统掌握文化政策及文化法规和基本理论知识，充分、准确地识记国内外各类文化政策和法规的核心内容，并能够在此基础上灵活运用各类相关政策和法规； |
| 良好（80-89） | 较好地掌握文化政策及文化法规和基本理论知识，对于国家主要文化政策和法规的核心内容有较全面的把握，具备较好的理论实践能力； |
| 中等（70-79） | 对于文化政策及文化法规和基本理论知识、重要的文化法规和政策有一般性的认识，基本具备案例分析能力； |
| 及格（60-69） | 对于文化政策及文化法规和基本理论知识、重要的文化法规和政策具有最基本的了解，相关案例分析能力不强； |
| 不及格（低于60） | 无法掌握文化政策及文化法规和基本理论知识、重要的文化法规和政策，难以形成基本的案例分析能力； |

（3）成绩构成：

该课程考核方式为考试，课程总成绩综合考察学生出勤情况、学习态度、平时作业、期末考试成绩，其中出勤及学习态度占30%、期中作业占30%、期末考试成绩占40%。

（4）过程考核：

平时成绩主要由日常出勤情况、课上发言、课后作业等几部分构成；监控方式主要为课前考勤、组织讨论和提问、布置课后和课堂作业等。

**二、教学内容和学时分配**

**第一章 文化、文化政策和文化产业政策**

**1.教学要求**

指导学生掌握文化、文化产业、文化政策、文化产业政策的定义与特点，理解文化与文化产业的关系，了解政策与法律的概念、区别、关系。

**2.主要内容**

1）政策与法律的概念、区别、关系

2）文化政策与法规的研究范围

3）文化、文化产业、文化政策、文化产业政策的定义与特点

**3.教学方法**

以课堂讲授为主，穿插学生讨论。

**4.学习资料**

戴维·索罗斯比：《文化政策经济学》，东北财经大学出版社，2013年版；吉姆•麦奎根：《重新思考文化政策》，中国人民大学出版社，2010年；

**5.思考题**

思考文化产业政策的独特性。

**第二章 公共文化政策与法规**

**1.教学要求**

指导学生掌握公共政策的定义、基本原理、要素、常规手段；理解公共文化的特点、原则和主要目标；重点掌握公共文化政策中的政府职能、社会参与方式以及公共文化政策的评估方式；了解《公共文化服务保障法》、《公共图书馆法》等重要法规及相关重要政策文件的基本内容。

**2.主要内容**

第一节 作为公共政策的公共文化

一、公共政策的定义及基本原理

二、什么是公共文化

三、中国当代公共文化政策体系

第二节 公共文化政策中的政府职能

一、公共文化服务政府供给

二、政府供给的方式

第三节 公共文化政策中的社会参与

一、社会力量

二、社会力量参与主要模式

第四节 公共文化政策的评估

一、公共文化政策的评估主体

二、公共文化服务总体性评估指标

**3.教学方法**

以课堂讲授为主，穿插学生讨论。

**4.学习资料**

凯文·马尔卡希：《公共文化、文化认同与文化政策：比较的视角》，商务印书馆，2017年；

**5.思考题**

在当下，政府如何更好地在公共文化政策活动扮演主导供给者的角色？

**第三章 当代中国公共文化政策案例分析**

**1.教学要求**

本章的教学目的是使学生通过田野调查、数据分析、小组与集体讨论等方式发现当下我国公共文化政策和法规在实践过程中的主要成效和问题，并能结合地方实际和理论资源提出合理的改进思路。

**2.主要内容**

第一节 社区公共文化的价值

一、过去的20年中国社区的发展变迁

二、新的社区空间及其新的矛盾

三、公共文化的在当下社区建设中的价值

第二节 当下基层公共文化发展的主要问题及成因

一、问题的主要表现

二、问题背后的症结

第三节 解决问题的思路

一、文化层次

二、制度层面

三、价值层面

**3.教学方法**

组织学生开展基层公共文化机构调研，要求学生先形成调研报告并进行集体讨论，教师进行分析总结。

**4.学习资料**

杨永恒，龚璞，潘雅婷：《公共文化服务效能评估：理论与方法》，科学出版社，2018年版；

**5.思考题**

如何在制度层面上有效保障社区公共文化的共建共享性， 构建以社区居民为建设主体和服务对象的完善的社区公共文化服务体系？

**第四章 文化产业政策基本理论**

**1.教学要求**

本章的教学目的是使学生掌握文化产业政策的基本理论，主要包括集群理论、文化产业人才政策理论、公共财政扶持理论、文化产业外贸政策理论等四个方面。

**2.主要内容**

第一节 文化产业政策的兴起

一、公共文化政策到文化产业政策

二、文化产业政策兴起的背景与原因；

第二节 文化产业集群理论

一、产业集群的理论渊源

二、现代经典产业集群的理论

三、文化产业集群

第三节 文化产业人才理论

一、文化创意产业与就业

二、佛罗里达的创意资本理论

三、案例分析：杭州市文创产业人才政策

第四节 文化产业公共财政扶持理论

一、文创产业财政政策支持的原因

二、如何解决外部性问题——外部性的内在化

三、文化产业的税收效应

第五节 文化产业外贸政策理论

**3.教学方法**

以课堂讲授为主，穿插学生讨论。

**4.学习资料**

丁芸，蔡秀云：《财税政策促进文化产业创新发展的作用研究》，中国税务出版社，2016年版；

**5.思考题**

结合案例总结分析政府财税政策支持文化产业发展的基本路径。

**第五章 区域文化产业政策**

**1.教学要求**

本章的教学目的是使学生了解区域与产业及产业政策之间的联系，熟悉中国目前区域文化产业政策的主要模式和核心作用领域，能够对典型性的区域文化产业政策进行合理的分析与评判。

**2.主要内容**

第一节 区域&经济&政策

一、什么是区域？

二、经济发展与区域；

三、区域产业发展与政策；

第二节 区域文化产业政策

一、区域文创产业政策发展的国际趋势；

二、区域文化产业政策布局基本任务：

第三节 中国区域文化产业政策主要模式和领域

一、中国区域文化产业发展政策的四大模式

二、中国文化产业区域政策的主要领域；

**3.教学方法**

以课堂讲授为主，穿插学生讨论，进行案例分析和解读。

**4.学习资料**

梁君：《区域文化产业升级机制与路径》，广西师范大学出版社，2016年版；

**5.思考题**

在《杭州市文化创意产业十三五发展规划》这一政策文件中，政府政策的作用领域主要有哪些？又提出了哪些具体的解决问题的措施？

**第六章 广播影视类法律法规**

**1.教学要求**

使学生掌握广播影视类法律法规，理解电影事业发展专项基金扶持、资助的项目，了解中外合作摄制的电影应本着什么样的要求。

**2.主要内容**

第一节 电影类政策法规

一、全球电影产业的基本特征；二、加拿大电影产业政策；三、中国电影类法规；四、中国电影业面临的主要问题；五、讨论中国电影如何突破瓶颈；

第二节 广播电视类政策法规

一、广播电视产业的新趋势；二、加拿大的广播电视产业政策；三、中国的广播电视政策法规；

**3.教学方法**

以课堂讲授为主，欣赏并讨论相关影视作品的政策和法规影响。

**4.学习资料**

国务院：《电影管理条例》；

**5.思考题**

试概述九十年代以来中国电影法规政策是如何对该时期的电影发展产生影响的。

**第七章 文化娱乐与休闲服务类法律法规**

**1.教学要求**

要求学生掌握文化娱乐与休闲服务类法律法规，理解公共文化服务最主要的功能，了解公共娱乐服务市场管理。

**2.主要内容**

一、文化娱乐市场法规概述；

二、娱乐场所经营活动的主管部门；

三、娱乐场所的设立；

四、娱乐场所的经营活动管理；

五、娱乐场所的治安管理；

**3.教学方法**

以课堂讲授为主，穿插课堂讨论。

**4.学习资料**

国务院：《中华人民共和国娱乐场所管理条例法》；

**5.思考题**

结合所学内容谈一谈当前我国旅游市场存在着那些乱象，如何进行进一步规范？

**第八章 网络文化市场管理类法律法规**

**1.教学要求**

使学生掌握网络文化市场管理类法律法规，理解互联网管理的相关法律责任，了解上网服务经营单位应如何履行消防安全职责。

**2.主要内容**

一、互联网审查制度；

二、场所管理及相关法律责任；

**3.教学方法**

以课堂讲授为主，穿插课堂讨论。

**4.学习资料**

文化部：《互联网文化管理暂行规定》；

**5.思考题**

案例分析。

# 《文化产业项目策划与管理》课程教学大纲

Cultural Industry Project Planning and Management

大纲主撰人：俞香云 大纲审核人：郭持华

【**课程代码**】234514001 【**课程修习类型**】必修

【开课学院】 文化创意学院 【适用专业】文化产业管理

【**学分数**】 4 【**学时数**】80（48/32）

【**建议修读学期**】二春 【**先修课程**】文化产业管理概论

**一、课程说明**

**1.课程介绍**

《[文化产业](http://baike.baidu.com/view/40273.htm)项目策划与管理》从文化产业的要素、特性以及内在规律入手，系统而深入地分析讨论了文化产业项目策划的基本要素、基本原理、主要流程以及实践方法，同时对于文化产业项目的可行性评估、文化产业项目策划方案撰写、文化产品的开发及策划、文化产业园区策划等项目策划实务进行了详实地探讨。通过阅读该书，可以从文化产业理论和实践紧密结合的视域，对文化产业项目运作过程有清晰的理解和切实的把握，达到知行合一、学以致用的目的。

Cultural industry project planning and management from the elements of culture industry, characteristics and inherent law of system and in-depth analysis of the cultural industry of the basic elements of project planning is discussed, the basic principle, main process and practice, and at the same time for cultural industry project feasibility evaluation to write, cultural products, cultural industry project planning scheme of development and planning, cultural industry park planning project planning practice is discussed in detail. By reading the book, from the vision of cultural industry closely combines theory and practice, the cultural industry project operation process has a clear understanding and grasp, achieve the goal of unity, put this to use.

1. 课程的主要内容及课时安排：

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 章次 | 内 容 | 总学时 | 理论学时 | 实验、实践学时 |
| 一 | 项目与文化产业项目 | 6 | 6 | 0 |
| 二 | 文化产业项目策划的要素和基本原理 | 8 | 8 | 0 |
| 三 | 文化产业项目策划的项目调研与数据分析 | 10 | 6 | 4 |
| 四 | 文化产业项目的营销与融资策划 | 12 | 6 | 6 |
| 五 | 文化产业项目可行性研究与评估 | 8 | 4 | 4 |
| 六 | 文化产业园区策划 | 10 | 4 | 6 |
| 七 | 文化产业项目管理概述 | 6 | 6 | 0 |
| 八 | 文化产品的开发及策划 | 10 | 4 | 6 |
| 九 | 文化产业项目策划方案撰写 | 10 | 4 | 6 |

**3．课程教学目标**

（1）课程教学目标：

➀这门课致力于使学生了解文化产业项目策划的基本知识，了解文化产业项目策划的主要方法和特点，掌握文化产业项目管理的基本知识体系。

➁能够小组合作完成一份策划案作为该课学习的实践成果，锻炼实际操作能力，为学生后续课程的学习和未来文化产业项目管理生涯奠定基础。

**③课程思政目标：**通过对文化产业项目策划的基本要素、基本原理、主要流程以及实践方法等理论知识的阐述与传授，将知识背后的思想、精神与价值有效传达给学生，培养学生正确的价值追求、理想信念、文化自信和爱国情操。

（2）课程目标对培养要求的支撑：

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 培养要求 | 课程支撑点 | 课程教学目标 |
| 1.知识要求：掌握文化产业管理专业的核心知识和基础理论 | 掌握第1-9章项目的基本概念、文化产业项目策划的要素和基本原理、项目调研与数据分析、营销与融资策划、可行性研究与评估文化产业园区策划、文化产品的开发及策划及策划方案撰写等理论知识点。 | 教学目标① |
| 2.能力要求：具有较强的文化产业管理、营销、策划的专业能力 | 第3、4、5、6、8、9章中文化项目策划、调研、分析，文化园区策划、策划方案撰写等实践环节训练。 | 教学目标② |
| 3.素质要求：具有良好的人文素养和团队合作精神，具有理论联系实际的科学精神。 | 通过第1-9章理论知识点的学习与实践训练，培养良好的专业素养与科学精神。 | 教学①、② |

**4.课程教学方法与手段**

授课方式为课堂教学和课外实践结合；教学方法多媒体课件教学并辅助部分影视资料，部分案例采取课堂讨论和分组演示方式进行，调查分析采用真实场景收集基础资料数据。

**5．课程资源**

推荐教材及参考文献：

《文化产业项目策划与管理》，张立波著 ，北京大学出版社，2015年；

《文化产业项目管理》，金青梅著，西安交通大学出版社出版的图书，2015年。

《文化产业商业模式》 ，陈少峰，张立波，北京大学出版社，2016年。

《文化产业经营管理案例》，张胜冰著，中国海洋大学出版社，2015年。

《文化产业管理概论》，赵晶媛主编，清华大学出版社，2015年。

**6．学生成绩评定**

（1）考核方式：考查课，非闭卷考试。

（2）评价标准：

|  |  |
| --- | --- |
| 考核等级 | 评价标准 |
| 优秀（90-100） | 准确而全面掌握课程知识点，能够运用理论知识分析实践问题，项目策划能力强，学习主动性强。 |
| 良好（80-89） | 较为准确掌握课程知识点，能够运用理论知识分析问题，项目策划能力较强，学习主动性较强。 |
| 中等（70-79） | 准确掌握大部分课程知识点，分析问题能力一般，项目策划能力一般，学习主动性一般。 |
| 及格（60-69） | 基本掌握课程主要知识点，学习态度较差。 |
| 不及格（低于60） | 没有掌握课程主要知识点，学习态度差。 |

1. 成绩构成：平时成绩占 30 % ，期中成绩占 30 % ，期末成绩占40 %
2. 过程考核：平时成绩的具体构成：出勤率、迟到早退、学习态度、团队精神。学生上课过程监控主要是点名、教学工作记录、自主学习、学习表现与观察。

**二、教学内容和学时分配**

**总论**

**1．教学要求**

对文化产业的概念有基本的理解，初步认识文化产业，对这门课程有个整体框架的形成。

**2.主要内容**

①文化产业基础知识

②文化产业的产生与发展

③文化产业的基本概念

**3.教学方法**

讲授与讨论，运用多媒体设备教学，运用案例教学法。

**4.学习资料**

《文化产业项目策划与管理》，张立波著 ，北京大学出版社，2015年；

**5.思考题**

什么是文化产业？

**第一章 项目与文化产业项目**

**1.教学要求**

了解项目的概念，与文化产业相结合，了解文化产业的基本要素与特性，熟悉其运作过程与特点。

**2.主要内容**

①项目的概念及其特征

②项目管理与项目策划

③文化产业的基本要素和特性

④文化产业项目的运作过程与特点

**3.教学方法**

讲授与讨论，运用多媒体设备教学，运用案例教学法。

**4.学习资料**

《文化产业项目策划与管理》，张立波著 ，北京大学出版社，2015年；

《文化产业项目管理》，金青梅著，西安交通大学出版社出版的图书，2015年。

**5.思考题**

什么是项目？文化产业项目是指什么？

**第二章 文化产业项目策划的要素和基本原理**

**1.教学要求**

熟悉并掌握文化产业项目策划的基础性要素，能够根据相关的策划原则，延展出策划的方法。

**2.主要内容**

①文化产业项目策划的基础性要素

②文化产业项目策划的基本原理

③文化产业项目策划的原则

④文化产业项目策划的方法

**3.教学方法**

讲授与讨论，运用多媒体设备教学，运用案例教学法。

**4.阅读材料**

《文化产业项目策划与管理》，张立波著 ，北京大学出版社，2015年；

**5.思考题**

文化产业项目策划的基本原则是什么？

**第三章 文化产业项目策划的项目调研与数据分析**

**1.教学要求**

了解文化产业项目调研所需内容，学会如何进行数据分析，并掌握分析工具。

**2.主要内容**

①文化产业项目调研

②项目市场调研

③数据挖掘与分析

④项目调研中的几种分析工具

**3.教学方法**

课堂授课、课外实践

**4.学习资料**

《文化产业项目策划与管理》，张立波著 ，北京大学出版社，2015年；

《文化产业项目管理》，金青梅著，西安交通大学出版社出版的图书，2015年。

**5.思考题**

在进行文化产业调研的时候，怎么样进行数据分析？

**第四章 文化产业项目的营销与融资策划**

**1.教学要求**

对文化市场有所了解，在经济学基础上，结合文化产业特性，掌握文化产业项目基本营销方式与融资方式。

**2.主要内容**

①文化产业项目的市场细分

②项目市场的定位和选择

③项目策划的营销组合及策略

④文化产业项目融资的概念及其结构

⑤文化产业项目基本融资方式

⑥文化产业项目其他复合融资模式

⑦文化产业项目融资策划流程

⑧文化产业项目融资面临的问题及对策

**3.教学方法**

讲授与讨论，运用多媒体设备教学，运用案例教学法。

**4.学习资料**

教材相关及PPT课件

**5.思考题**

在进行文化产业调研的时候，怎么样进行数据分析？

**第五章 文化产业项目可行性研究与评估**

**1.教学要求**

对于每一份文化产业项目的策划案，都要进行可行性分析才能付诸于实践，因此本章节要求熟练掌握。

**2.主要内容**

①文化产业项目可行性研究的作用与过程

②文化产业项目可行性研究的要素与报告

③文化产业项目的评估

**3.教学方法**

讲授与讨论，运用多媒体设备教学，运用案例教学法。

**4.学习资料**

教材相关及PPT课件

**5.思考题**

文化产业项目可行性研究的要素有哪些？

**第六章 文化产业园区策划**

**1.教学要求**

了解并熟悉文化产业园区的要素，对于文化产业园区的定位和发展商业模式有较为深刻的掌握。

**2.主要内容**

①文化产业园区的核心要素

②文化产业园区的定位和经营理念

③文化产业园区的发展模式

④文化产业园区的商业模式

**3.教学方法**

课堂授课

**4.学习资料**

教材相关及PPT课件，文化产业园区策划方案举例

**5.思考题**

如何理解文化产业园区的商业模式？

**第七章 文化产业项目管理概述**

**1.教学要求**

了解文化产业管理的特征和意义，熟悉过程管理，掌握文化产业项目的要素管理。

**2.主要内容**

①文化产业项目管理的特征和意义

②文化产业项目的过程管理

③文化产业项目的要素管理

**3.教学方法**

讲授与讨论，运用多媒体设备教学，运用案例教学法。

**4.学习资料**

教材相关及PPT课件

**5.思考题**

如何理解文化产业项目管理的意义？有哪些要素管理？

**第八章 文化产品的开发及策划**

**1.教学要求**

充分认知文化产品的特征之后，在广告学、市场营销的基础上，策划文化产品的开发，要求符合市场规律和受众要求。

**2.主要内容**

①文化产品的特征概说

②文化产品的质量标准

③内容为王与故事第一

④文化产品的内容创意及其扩展

⑤文化产品开发策划

**3.教学方法**

课堂授课、实践作业

**4.学习资料**

教材相关及PPT课件

**5.思考题**

怎么理解文化产品？选择一个你认为的文化产品赋予一个新的故事。

**第九章 文化产业项目策划方案撰写**

**1.教学要求**

在完成了以上的学习之后，要求学生可以熟练运用学习过的知识，学习其他相关策划案，进行文化产业项目的策划，并且有完整性的撰写出来。

**2.主要内容**

①文化产业项目策划与规划

②文化产业项目策划方案撰写

③文化产业项目策划方案的延伸文件

**3.教学方法**

课堂授课、课外实践

**4.学习资料**

教材相关及PPT课件、优秀文化产业项目策划案

**5.思考题**

进行文化产业项目策划方案的撰写。

**三、实践教学内容安排**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序  号 | 实验（实践）项目名称 | 主 要 内 容 | 学时 | 实验（实践）属性 | 类型 | 组织方式 | 考核要求 |
| 1 | 调研 | 项目数据调研 | 4 | 专业基础 | 综合 | 分小组 | 撰写调研报告 |
| 2 | 项目策划书撰写 | 项目营销与融资策划书撰写 | 6 | 专业基础 | 综合 | 分小组 | 策划书评比 |
| 3 | 调研 | 项目可行性调研 | 4 | 专业基础 | 综合 | 分小组 | 撰写调研报告 |
| 4 | 调研 | 调研文创园区 | 6 | 专业基础 | 综合 | 分小组 | 撰写调研报告 |
| 5 | 撰写策划书 | 文化产品的开发及策划 | 6 | 专业基础 | 综合 | 分小组 | 撰写策划书并评比 |
| 6 | 撰写策划书 | 撰写文化产业项目策划方案 | 6 | 专业基础 | 综合 | 分小组 | 撰写策划书并评比 |

# 《表演艺术鉴赏》课程教学大纲

Performance Arts Appreciation

大纲主撰人： 管尔东 大纲审核人：郭持华

【**课程ID**】235532001 【**课程修习类型**】选修

【**开课学院**】文化创意学院 【**适用专业**】文化产业管理

【**学分数**】 2 【**学时数**】 32(32/0)

【**建议修读学期**】二秋 【**先修课程**】234201111艺术概论

**一、课程说明**

**1.课程介绍**

本课程主要向学生介绍表演艺术的基本知识、主要类型和发展历史，使之能懂得各类表演艺术独特的语言、表演特征和艺术风格。通过对什么是表演、表演的种类、表演艺术的边界、各种表演艺术的共性和差异等各方面知识的系统介绍，让学生具备鉴赏不同舞台表演的基本能力，提升其从事演艺类文化产业的能力和素养，并使一部分学生掌握基本的舞台表演技巧，能进行简单的演出活动。

This course introduces students to the basic knowledge and development history of Performance Arts, so that they can understand the unique stage language, performance characteristics and artistic style of Performance Arts. Through the concept and system of performance, the boundary of performing arts, commonness and difference of performance is introduced, so that students have the basic ability to appreciate all kinds of Performance Arts, to enhance its Ability and accomplishment in Performing arts industry, and makes some students master the basic skills of Performance, can perform a simple act.

**2.课程的主要内容及课时安排**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 章次 | 内容 | 总学时 | 理论学时 | 实验、实践学时 |
| 一 | 表演与表演艺术 | 8 | 8 | 0 |
| 二 | 表演艺术的发展和类型 | 6 | 6 | 0 |
| 三 | 曲艺、戏剧表演的技巧与特征 | 8 | 8 | 0 |
| 四 | 影视表演的技巧与特征 | 6 | 6 | 0 |
| 五 | 其他表演艺术赏析（音乐、舞蹈等） | 4 | 4 | 0 |

**3．课程教学目标**

（1）课程教学目标：

①本课程主要向学生介绍表演和各类表演艺术的基本知识、发展历史和相关技巧，使之能懂得不同演艺形态的特征和基本规律。

②通过对语言、音乐、肢体、代言、叙述、谐谑、模仿等各类表演的系统介绍，学生能具备鉴别和欣赏表演艺术的基本能力，提升其管理、经营演艺产业的能力和素养。

③借助实践课程，部分学生还可以初步掌握一些舞台表演的基本技能，并进行业余的演出活动。

**④课程思政目标：**表演作为诸多艺术门类中的一种，具有突出的寓教于乐功能。通过对戏剧、曲艺、音乐、舞蹈等艺术的讲解，并结合赏析中国传统演艺的经典作品，能够有效地将学生的认知、情感、价值观等引导容纳其中，体现思政教育的人文性、多元性。在此基础上，帮助学生在专业知识学习之余，养成有情趣、有品位、有思想、重道德的价值取向，激活学生的创造活力，将他们培养成品德高尚、专业过硬、审美高雅、热爱艺术的新时代好青年。

（2）课程目标对培养要求的支撑：

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 培养要求 | 课程支撑点 | 课程教学目标 |
| 1.知识要求：掌握文化艺术学科的基础知识和基础理论 | 第一章、表演与表演艺术；第二章、表演艺术的发展和类型； | 教学目标① |
| 2.能力要求：具有良好的艺术鉴赏和审美能力 | 第三章、曲艺、戏剧表演的技巧与特征；第四章、影视表演的技巧与特征；第五章 其他表演艺术赏析（音乐、舞蹈等） | 教学目标②③ |
| 3.素质要求：具有良好的心理素质、情商水平和健康的体魄；具有良好的科学和人文素养 | 第三章、曲艺、戏剧表演的技巧与特征；第四章、影视表演的技巧与特征；第五章 其他表演艺术赏析（音乐、舞蹈等） | 教学目标①②③ |

**4．课程教学方法与手段**

本课程以老师讲解为主，适当安排一些学生学习表演技艺的实践课。试图将史论知识介绍和艺术鉴赏相结合，在课程讲解的同时，通过表演示范或播放一些经典表演的影像资料，使学生对各种演艺形式的表演特点和要求有全方位的了解，具有一定的艺术鉴赏能力。此外，借助课堂上的讨论和表演实践，进一步增强学生对表演艺术的直观感受和创作能力。

**5.课程资源**

（1）推荐教材及参考文献：

林洪桐，《表演艺术教程》，中国传媒大学出版社，2000年

（2）课程网站：

http://www.jingju.com/

http://www.cnhuaju.cn/

http://www.zaixiankan.net/

**6．学生成绩评定**

（1）考核方式：非卷面考查

（2）评价标准：

|  |  |
| --- | --- |
| 考核等级 | 评价标准 |
| 优秀（90-100） | 熟练掌握表演艺术鉴赏课程的知识点要求，理解组织表演的理论和技能，具备较好的艺术鉴赏和表演能力。 |
| 良好（80-89） | 能够掌握表演艺术鉴赏课程的知识点要求，了解组织表演的理论和技能，有一定的艺术鉴赏能力。 |
| 中等（70-79） | 基本掌握表演艺术鉴赏课程的知识点要求，了解组织表演的理论和技能。 |
| 及格（60-69） | 基本掌握表演艺术鉴赏课程的知识点要求。 |
| 不及格（低于60） | 无法掌握表演艺术鉴赏课程的知识点要求 |

（3）成绩构成：平时成绩占 30 % ，期中成绩占 30 % ，期末成绩占40 %

（4）过程考核：平时成绩的具体构成：出勤率、迟到早退、学习态度、团队精神。学生上课过程监控主要是点名、教学工作记录、自主学习、学习表现与观察。

**二、教学内容和学时分配**

**第一章 表演与表演艺术（8学时）**

**1.教学要求**

让学生基本掌握表演的理论和发展历史，了解人类表演学、社会表演学与表演艺术之间的共性和区别，对表演艺术的各种技巧、类型和历史沿革有宏观的把握。

**2.主要内容**

第一节 表演理论

一、表演的缘起和本质；二、表演的要素；三、表演的类型；四、表演的观念和特征；五、表演的主要技巧；六。表演的作用。

第二节 人类表演学与社会表演学

一、人类表演学；二、社会表演学。

第三节 表演与表演艺术

一、表演与表演艺术的共性特征；二、演艺表演的特殊性

**3.教学方法**

以老师课堂讲述为主，结合部分图片和影音资料进行系统介绍。适当安排一些思考题，组织学生进行讨论。

**4.学习资料**

孙惠柱主编，《人类表演学》（第1、2辑），文化艺术出版社，2007、2008年

理查德·鲍曼，《作为表演的口头艺术》，广西师范大学出版社，2008年

艾利卡·费舍尔·李希特，《行为表演美学:有关演出的理论》，华东师范大学出版社，2012年

**5.思考题**

表演的本质是什么？表演与表演艺术有何区别？

**第二章 表演艺术的发展和类型　（6学时）**

**1.教学要求**

让学生掌握表演艺术的发展历史和主要类型，具备区分不同演艺形式表演特征的基本能力，了解表演艺术创作和欣赏的要素和规律。

**2.主要内容**

第一节 表演艺术的要素和技巧

一、演员与观众；二、演出场所；三、表演的内容与技巧。

第二节 表演艺术的历史

一、表演艺术的诞生；二、古典主义表演艺术；三、现代主义表演艺术；四、现代科技对于演艺的影响。

第三节 表演艺术的类型

一、单一性与综合性；二、叙述与代言；三、表现与摩仿；四、语言、音乐、肢体、谐谑、模仿及其代表性的艺术形式

**3.教学方法**

以老师课堂讲解为主，结合部分图片、影音资料和一部分谈艺录进行分析。适当安排一些思考题，组织学生进行讨论。

**4.学习资料**

尼尔·格兰特，《演艺的历史》，希望出版社，2005年

乌塔·哈根 、哈斯克尔·弗兰克尔，《尊重表演艺术》，世界图书出版公司，2014年

**5.思考题**

表演艺术的类型、要素和技巧有哪些？

**第三章 曲艺、戏剧表演的技巧与特征（8学时）**

**1.教学要求**

让学生了解曲艺、戏剧表演的类型、特征，掌握曲目、剧目排演的基本规律。

**2.主要内容**

第一节 曲艺的表演

一、曲艺的类型：说书类、鼓曲类、谐谑类；二、曲艺的表演风格和特征；三、曲艺对戏曲的影响。

第二节 戏曲的表演

一、戏曲史论概述；二、戏曲的表演技巧；三、戏曲表演的风格、特征；四、戏曲表演的文化内涵。

第三节 话剧的表演

一、话剧与戏曲的区别；二、话剧的表演技巧；三、表现派与体验派；四、三大表演体系。

**3.教学方法**

在老师讲解的同时，播放部分经典剧目的表演片段，在赏析的基础上对不同类型戏剧的表演技巧、规律和欣赏角度进行讲解。用专门的课时，让学生学习一些简单的戏剧表演技巧。

**4.学习资料**

梅兰芳，《舞台艺术四十年》，团结出版社，2006年

胡导，《戏剧表演学》，中国戏剧出版社，2004年

**5.思考题**

三大表演体系各有什么特征？戏曲与话剧表演的区别是什么？

**第四章 影视表演的技巧与特征（6学时）**

**1.教学要求**

让学生了解电影、电视产生和发展的历史，掌握其表演的技巧、特征以及与舞台剧表演的差异。用专门的课时，让学生学习影视表演的基本技巧。

**2.主要内容**

第一节 电影、电视的发展简史和传播媒介。

第二节 影视表演的特征与技巧。

第三节 影视表演与舞台剧表演的异同及其原因

**3.教学方法**

以教师课堂讲述为主，结合部分图片和影音资料进行系统介绍。适当安排一些思考题，组织学生进行讨论。

**4.学习资料**

刘诗兵，《影视表演基础》，中国传媒大学出版社，2011年

**5.思考题**

影视表演与舞台剧表演的异同及其原因是什么？

**第五章 其他表演艺术赏析（音乐、舞蹈等）（4学时）**

**1.教学要求**

让学生了解音乐、舞蹈、杂技等其他演艺形式的特征和表演技巧，具备一定的艺术鉴赏能力。

**2.主要内容**

第一节　　 歌舞的类型和表演技巧。

第二节　　 杂技、魔术、马戏、皮影、木偶的表演鉴赏。

第三节　　 后现代表演（包括行为艺术）的分类及其表演元素。

**3.教学方法**

教师课堂讲解，结合部分图片和影音资料进行系统介绍。适当安排一些思考题，组织学生进行讨论。

**4.学习资料**

蔡青，《行为艺术现场》，世界图书出版公司，2013年

**5.思考题**

后现代表演的特征和意义是什么？

# 《广告文案》课程教学大纲

Advertising Copy

大纲主撰人：程振翼 大纲审核人：俞香云

【**课程代码**】230200924 【**课程修习类型**】 选修

【**开课学院**】文化创意学院 【**适用专业**】数媒、文化产业管理

【**学分数**】 2 【**学时数**】32（32/0）

【**建议修读学期**】二秋 【**先修课程**】无

**一、课程说明**

**1.课程介绍**

本课程的教学内容主要包括广告的基本原理、广告文案的写作、广告的创意、广告原创作品分析等。从宏观入手，继之以微观的讲解，让学生了解广告的基础理论，并掌握广告文案写作的具体方法。

The teaching content of this course includes the basic principles of advertising, advertising copywriting, creative advertising, advertising original works analysis. Starting from the macro, followed by a micro-explanation, so that students understand the basic theory of advertising, and master the specific method of advertising copywriting.

**2.课程内容及课时安排**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 章次 | 内 容 | 总学时 | 理论学时 | 实验、实践学时 |
| 一 | 第一章 广告文案概说 | 4 | 4 | 0 |
| 二 | 第二章 广告及消费心理学 | 4 | 4 | 0 |
| 三 | 第三章 广告的创意策划 | 4 | 4 | 0 |
| 四 | 第四章 广告文案的结构 | 4 | 4 | 0 |
| 五 | 第五章 广告文案的写作艺术 | 8 | 8 | 0 |
| 六 | 第六章 媒体广告文案 | 6 | 6 | 0 |
| 七 | 第七章 软文广告文案 | 2 | 2 | 0 |

**3．课程教学目标**

（1）课程教学目标：

①使学生全面、系统了解广告文案的理论和原则，深刻认识广告文案写作的特点和规律，掌握广告文案写作的主要方法和相关技能。

②借鉴广告业发达国家的相关理论和成就，立足于我国广告业实际，着眼于广告发展趋势，讲授广告文案的原理、规律、写作方法和技能。

③培养学生的创新性才能和在实践中操作的能力。

**④课程思政目标：**突出社会主义核心价值观与广告伦理之间的联系，引导学生牢固树立正确的广告价值观，以服务和促进社会主义建设为出发点、坚持法律与道德的双重要求，培养学生良好的政治素质、职业道德和专业素养。

（2）课程目标对培养要求的支撑：

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 培养要求 | 课程支撑点 | 课程教学目标 |
| 1.知识要求：系统掌握文化产业管理专业的核心知识和基础理论；熟悉国际先进文化产业的经营理念和运营模式； | 通过第一章、第二章、第三章内容的教学，使学生了解广告、广告文案的基本概念，理解广告文案在当代社会以及产业经济中的特殊作用，掌握广告文案写作的基本规范和写作原则，通过理论讲解与案例分析将结合的方式使学生了解创意对于文案生产的重要性、广告文案的主要创意来源以及如何运用消费心理学进行营销。 | 教学目标① |
| 2.能力要求：具有较强的文化产业管理、营销、策划、经纪等专业能力；具有独立思考、自主探究和终生学习的能力。 | 通过第四章至第七章内容的教学，使学生了解广告文案的基本结构和创作技巧，通过课堂练习和课后作业等形式使学生能够熟练掌握广告文案创作的基本模式，能够写出规范、得体、不乏创意思维的文案文本。介绍报刊、电视、互联网等各类主要媒体广告的基本写作要求和特点，使学生掌握系列广告文案创作的基本技巧和规律；讲授广告效果调查的基本方法，使学生能够在掌握方法的基础上能够更好地进行文案设计并对文案活动进行评估和改进。 | 教学目标②  教学目标③ |

**4．课程教学方法与手段**

根据本专业的特点和学生的基础知识储备情况，课程教学以课堂讲授为主，同时灵活使用和穿插鉴赏、讨论、讲座等多种教学方式与手段，积极采用课堂互动教学等形式，促使学生在理论、见识、修养等方面全面的协调发展。

**5．课程资源**

推荐教材及参考文献：

乐剑峰：《广告文案:文案人的自我修炼手册》，中信出版社，2016年版；

大卫·奥格威：《一个广告人的自白》，中信出版社，2015年版；

汪豪：《笔尖:创意文案42式》，企业管理出版社，2015年版；

苏航：《软文写作与营销实战从入门到精通》，人民邮电出版社，2016年版。

**6．学生成绩评定**

（1）考核方式：考查

（2）评价标准：

|  |  |
| --- | --- |
| 考核等级 | 评价标准 |
| 优秀（90-100） | 熟练掌握广告文案的写作规律和写作技巧，能灵活运用所掌握的基本功进行广告策划创意、设计、制作，撰写各种类型的广告文案作品均能令人满意； |
| 良好（80-89） | 较好地掌握广告文案的写作规律和写作技巧，具有良好的广告策划创意、设计、制作能力，能较出色地撰写不同类型的广告作品文案； |
| 中等（70-79） | 一般掌握广告文案的写作规律和写作技巧，能够撰写主要类型的广告作品文案； |
| 及格（60-69） | 掌握最基本的广告文案写作技巧，只能撰写部分类型广告文案，创意表现的主观能动性不强； |
| 不及格（低于60） | 未能掌握广告文案基本的写作规律和写作技巧，无法撰写不同类型的广告作品文案，创意表现的主观能动性严重不足。 |

（3）成绩构成：

该课程考核方式为考试，课程总成绩综合考察学生出勤情况、学习态度、平时作业、期末考试成绩，其中出勤及学习态度占30%、期中作业占30%、期末考试成绩占40%。

（4）过程考核：

平时成绩主要由日常出勤情况、课上发言和作业、课后作业等几部分构成；监控方式主要为课前考勤、组织讨论和提问、布置课后和课堂作业等。

**二、教学内容和学时分配**

**第一章 广告文案概说**

**1.教学要求**

认识到广告的基本性质和广告文案的定义；了解广告文案的特性与广告文案的写作特性；明确广告文案的写作要求；了解广告文案的分类；认识广告文案生成的特殊规律。

**2.主要内容**

第一节 广告与广告文案

一、广告的性质；

二、广告文案的定义；

第二节 广告文案的特性

一、广告文案的地位；

二、广告文案的特性；

三、广告文案的要求；

四、广告文案的用途；

第三节 广告文案的分类

第四节 广告文案的生成

**3.教学方法**

多媒体教学，案例讨论。

**4.学习资料**

乐剑峰：《广告文案》，上海人民美术出版社，2009年版；

**5.思考题**

在特定网站搜集广告，并进行合理分类。

**第二章 广告及消费心理学**

**1.教学要求**

使学生认识消费活动中受众个体的心理活动特点及消费心理的影响机制，对广告活动中的心理规律和特点有一定了解，从而增强在广告市场运作中对实际问题的分析解决能力。

**2.主要内容**

第一节 广告和消费心理学的重要性

一、消费者主权理论；

二、互联网时代的消费者主权；

三、用户思维转向；

第二节 一般消费心理法则

一、互惠心理

二、从众心理

三、曝光效应

四、锚定效应

五、参照效应

六、稀缺效应

七、损失规避心理

八、基模效应

第三节 消费决策心理机制

一、为什么消费者往往是不理性的？

二、消费决策的原则吸

三、如何引消费者注意力的原则

四、如何将注意力转化为消费决策

第四节 案例分析：痛点思维与痛点营销

**3.教学方法**

多媒体教学演示、理论讲授与案例分析相结合

**4.学习资料**

佘贤君：《触发非理性消费》，机械工业出版社，2018年版；

**5.思考题**

分析总结小米10400mAh充电宝广告是如何提炼痛点、卖点的。

**第三章 广告的创意策划**

**1.教学要求**

掌握广告文案的各种写作原则 ，了解广告创意的生成来源，了解广告创意的生成条件，掌握广告创意的各类方法，认识广告创意的各种特征，掌握广告创意的全部过程，了解广告语言的的各种特征，掌握广告语言的运用技巧。

**2.主要内容**

第一节 广告文案的写作原则；

第二节 广告创意的生成与实现；

一、广告创意的生成；

二、广告创意的特征；

三、广告创意的实现；

第三节 广告语言的基本要求；

一、语言内容的真实准确；

二、语言艺术的生动形象；

三、语言传播的好懂易记；

四、语言符号的有的放矢

**3.教学方法**

多媒体教学，课堂练习，习作讲解。

**4.学习资料**

阮卫：《广告文案案例评析》，武汉大学出版社，2015年版；

**5.思考题**

从创意的角度出发，选择并分析特定广告文案，指出其特征，试着用发散思维将这些创意衍变成其他多种文案。

**第四章 广告文案的结构**

**1.教学要求**

使学生了解广告文案各要素的概念和特点，理解广告文案各要素之间的关系和实现要素整合的方法。

**2.主要内容**

第一节 广告文案的构成要素；

一、广告文案的构成要素；

二、广告文案的结构原则和要求；

三、广告文案案例研究；

第二节 广告文案各要素之间的关系

一、辩证统一性；

二、系统完整性；

三、创意综合性；

第三节 广告文案各要素的整合

一、广告文案各要素在信息传播的“同一种声音”上整合；

二、广告文案各要素都要为于受众沟通服务整合；

三、广告文案各要素应整合到传播意识、商品意识、以人为本上；

**3.教学方法**

多媒体教学，课堂练习，习作讲解。

**4.学习资料**

孙亿文：《广告创意与策划》，人民邮电出版社，2015年版；

**5.思考题**

以小组为单位研读大卫·奥格威、威廉·伯恩巴克、李奥·贝纳、罗瑟·瑞夫斯等广告大师撰写的广告文案的结构。

**第五章 广告文案的写作艺术**

**1.教学要求**

通过教学使学生明确广告自身是个虚拟的世界，认识文案内容结合形象美的表达，认识文艺术美的主要特征，认识广告的写作技巧，认识广告的语言艺术。

**2.主要内容**

第一节 广告文案内容的创造性；

一、广告文案—结合形象美的表达；

二、广告文案—结合形式美的表达；

三、广告文案—应具有艺术美的特征；

第二节 广告文案的写作技巧；

第三节 广告文案的语言艺术；

一、语义—指向主旨；

二、语式—多种多样；

三、修辞—平添活力；

**3.教学方法**

多媒体教学，课堂练习，习作讲解。

**4.学习资料**

大卫·奥格威：《一个广告人的自白》，中信出版社，2015年版。

**5.思考题**

欣赏世界经典影视广告作品及分析其中的广告文案。

**第六章 媒体广告文案**

**1.教学要求**

熟悉印刷广告文案的种类、特点和要求，能写出报刊广告文案；掌握广播广告文案、电视广告文案的写作过程，写作广播广告文案，将电视广告创意写成电视广告脚本或分镜头剧本；了解网络广告文本写作的基本原则以及应注意的问题。

**2.主要内容**

第一节 印刷广告文案的写作；

一、报纸广告；

二、杂志广告；

第二节 广播广告文案的写作；

一、我国广播广告的概况；

二、广播广告的利弊分析；

三、符合广告文案的写作要求；

四、撰写广播广告文案的要求；

五、广播广告的传播方式；

六、广播广告语言风格；

七、广播广告的写作；

第三节 电视广告文案的写作；

一、我国电视广告的概况；

二、电视广告的生产过程；

三、电视广告文案—脚本、剧本举例；

四、电视广告文案—脚本、剧本写作要求；

五、电视广告文案的创意；

六、电视广告分镜头剧本的写作（起、承、砖、合）；

第四节 网络广告文案的写作；

一、基本原则（内容为主、主题明确、顾全大局）；

二、写作程序；

三、网页文案的设计；

第五节 其他广告文案写作；

**3.教学方法**

讲授讨论，课堂练习，习作讲解。

**4.学习资料**

大卫·奥格威：《一个广告人的自白》，中信出版社，2015年版。

**5.思考题**

以手机、计算机、运动鞋为对象写作出同一主题的平面广告、电视广告、广播广告、售点广告的文案。

**第七章 软文广告文案**

**1.教学要求**

掌握系列软文广告文案的特性、优势，懂得软文文案的基本写作要求；学会软文文案的基本写作技巧，了解主要软文文案类型的写作策略。

**2.主要内容**

第一节 认识广告软文；

一、软文的概念；

二、早期软文广告的启示；

第二节 软文广告的优势和基本写作要求

一、软文的优势；

二、基本写作要求；

三、经典案例讲解

第三节 软文文案的基本写作技巧；

一、第一步：写作准备；

二、第二步：标题写作；

三、第三步：导语写作；

四、第四步：正文写作；

五、第五步：植入信息；

第四节 主要软文文案类型的写作要略

一、新闻式软文；

二、故事式软文；

三、悬念式软文；

四、情感式软文；

**3.教学方法**

讲授讨论，课堂练习，习作讲解。

**4.学习资料**

阮卫：《广告文案案例评析》，武汉大学出版社，2015年版；

**5.思考题**

运用情感式软文策略为New Blance运动鞋设计一份软文广告。

# 《文化经纪理论与实务》课程教学大纲

Cultural Brokerage Theory and Practice

大纲主撰人：沈松华 大纲审核人：管尔东

【**课程ID**】234512001 【**课程修习类型**】选修

【**开课学院**】文化创意学院 【**适用专业**】文化产业管理

【**学分数**】3 【**学时数**】48（48/0）

【**建议修读学期**】4 【**先修课程**】文化产业概论

**一、课程说明**

**1.课程介绍**

《文化经纪理论与实务》是文化产业管理专业的选修课程。主要讲授文化经纪人的基本概念、运行机制、功能作用、素质能力，文化经纪人的规范管理、营销公关以及各类文化产业经纪人等文化经纪理论和文化经纪实务操作的内容。本课程可以帮助学生系统掌握文化经纪人的基本面貌及其与文化市场、文化产业发展的关系，并能够将所学理论运用到实践中来，具备从事文化经纪工作的基本能力。

It is a cultural industry management professional courses. It mainly introduces the basic concept, operation mechanism, function, quality and ability of cultural brokers, the standardized management of cultural brokers, marketing public relations, various cultural industry brokers and other cultural brokerage theories and practical operations. This course can help students systematically master the basic features of cultural brokers and their relationship with the development of cultural market and cultural industry, and to be able to learn theory into practice, have the basic ability of work in the cultural broker.

**2.课程内容及课时安排：**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 章次 | 内 容 | 总学时 | 理论学时 | 实验、实践学时 |
| 一 | 经纪导论 | 3 | 3 | 0 |
| 二 | 文化经纪人 | 6 | 6 | 0 |
| 三 | 文化经纪人的规范管理 | 6 | 6 | 0 |
| 四 | 文化经纪合同 | 3 | 3 | 0 |
| 五 | 文化经纪项目运作 | 3 | 3 | 0 |
| 六 | 文化经纪的营销策略 | 6 | 6 | 0 |
| 七 | 文化经纪的危机管理 | 3 | 3 | 0 |
| 八 | 艺人经纪人 | 9 | 9 | 0 |
| 九 | 演出经纪人 | 3 | 3 | 0 |
| 十 | 艺术品经纪人 | 3 | 3 | 0 |
| 十一 | 出版经纪人 | 3 | 3 | 0 |

**3．课程教学目标**：

（1）课程教学目标：

①通过教学，使学生掌握文化经纪人的职业特点与活动内容，了解其运行机制，熟悉政府部门对文化经纪人的有关管理规定，了解文化经纪人的素质能力要求。

②使学生熟悉文化经纪工作各个环节的具体实务以及各类经纪人的工作特点，具备初步的文化经纪业务能力，成为高素质复合型的文化经纪人才。

**③课程思政目标：**通过对文化经纪的市场、法律、明星等知识的学习了解，能够辩证批判地认识明星崇拜、艺人炒作等文化经纪现象，树立积极正确的职业价值观，牢固确立遵纪守法、弘扬先进文化的文化经纪观念。

（2）课程目标对培养要求的支撑：

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 培养要求 | 课程支撑点 | 课程教学目标 |
| 1.知识要求：系统掌握文化经纪的核心知识和基础理论；熟悉文化经纪的工作内容。 | 第一至七章关于文化经纪的概念、分类、产生机制及职能与作用分析等基础知识理论；文化经纪人的规范管理、文化经纪合同、项目运作、营销与危机管理等专业知识。 | 教学目标① |
| 2.能力要求：熟悉文化经纪具体操作方式与各类经纪人的工作特点，具有初步的文化经纪业务能力，具有良好的沟通协调和团队合作能力。 | 第三至十一章关于文化经纪人的素质能力；文化经纪合同、项目运作、营销策略、危机管理等工作内容；艺人、演出、艺术品、出版等各类经纪人的实务内容与运作方法。 | 教学目标② |
| 3.素质要求：培养学生良好的职业道德素质、专业素养、市场意识和人际沟通素养。 | 第一至三章关于文化经纪的运作机制、职能作用、规范管理与素质能力等部分；第四至十一章关于文化经纪实务开展的各方面要求。 | 教学目标①② |

**4．课程教学方法与手段：**

根据本专业的特点和学生的基础知识储备情况，课程教学以课堂讲授为主，同时灵活使用和穿插案例分析、讨论、实务训练等多种教学方式与手段。

**5．课程资源：**

推荐教材及参考文献：

胡晓明、肖春晔：《文化经纪理论与实务》，中山大学出版社，2014年。

徐海龙：《文化经纪人概论》，北京大学出版社，2010年。

王海文：《文化经纪概论》，高等教育出版社，2017年。

李岳等：《经纪人概论》，中央广播电视大学出版社，2004年。

菲利普·科特勒：《市场营销：原理与实践》，中国人民大学出版社，2015年。

李康化：《文化市场营销学》，清华大学出版社，2015年。

**6．学生成绩评定：**

（1）考核方式：考试。

（2）评价标准：

|  |  |
| --- | --- |
| 考核等级 | 评价标准 |
| 优秀（90-100） | 系统掌握文化经纪的核心知识和基础理论；熟悉文化经纪具体操作方式与各类经纪人的工作特点，具备良好的本行业工作素质能力。 |
| 良好（80-89） | 较好地掌握文化经纪的核心知识和基础理论；较为熟悉文化经纪具体操作方式与各类经纪人的工作特点，具备较好的本行业工作素质能力。 |
| 中等（70-79） | 大体上能文化经纪的核心知识和基础理论；了解文化经纪具体操作方式与各类经纪人的工作特点，本行业工作素质能力一般。 |
| 及格（60-69） | 对文化经纪人的基本知识和基础理论的掌握停留在表层，对文化经纪具体操作方式与各类经纪人的工作特点只有大致了解，本行业工作素质能力较弱。 |
| 不及格（低于60） | 没有掌握文化经纪基本理论，不了解文化经纪具体操作方式与各类经纪人的工作特点，课程中的表现未能反映出胜任本行业工作的匹配性。 |

（3）成绩构成：平时成绩占30%，期中成绩占30%，期末考试占40%。

（4）过程考核：平时成绩由作业、课堂出勤、课堂答问讨论、实务训练等构成。要求学生认真听课、认真做笔记，积极参与分析讨论和训练作业，按时完成各项小组与个人的作业任务。

**二、教学内容和学时分配**

**第一章 经纪导论 3学时**

**1.教学要求**

通过对经纪的概念分析与分类，以及经纪人的历史发展描述，使学生了解经纪人产生的历史及其作用，掌握经纪和经纪人的概念与类别，不同经纪类型的异同点。

**2.主要内容**

第一节　经纪与经纪人

第二节　居间、行纪与代理

第三节　经纪人的分类与历史发展

**3.教学方法**

讲授、讨论

**4.学习资料**

李岳等：《经纪人概论》，中央广播电视大学出版社，2004年。

**5.思考题**

（1）什么是经纪？经纪的三个类别有何异同？

（2）经纪人的职业为什么会产生？

**第二章 文化经纪人 6学时**

**1. 教学要求**

通过本章教学，使学生把握文化市场的概念、特征与分类；掌握文化经纪人的概念分类，了解文化经纪的产生机制；熟悉文化经纪人的职能与作用，了解文化经纪的市场发展态势。

**2. 主要内容**

第一节　文化市场

第二节　文化经纪人的概念与分类

第三节　文化经纪人的产生机制

第四节　文化经纪人的职能与作用

第五节　文化经纪的市场发展态势

**3. 教学方法**

讲授、讨论

**4. 学习资料**

徐海龙：《文化经纪人概论》，北京大学出版社，2010年。

王海文：《文化经纪概论》，高等教育出版社，2017年。

**5. 思考题**

（1）文化市场具有什么样的特征？

（2）文化经纪人的产生机制主要有哪些？

（3）网络时代，文化经纪的市场需求是否会面临下降的危险？

**第三章 文化经纪人的规范管理 6学时**

**1. 教学要求**

通过本章教学，使学生了解文化经纪行业存在的问题及管理原则，熟悉文化经纪规范管理所涉及的法规管理、资格管理、行政管理、行业管理、企业管理，掌握文化经纪人的从业资格制度、注册登记制度和备案许可制度，了解文化经纪人所需要具备的各方面素质能力。

**2. 主要内容**

第一节　文化经纪的存在问题与管理原则

第二节　文化经纪的规范管理

第三节　文化经纪人的素质能力

**3. 教学方法**

讲授、讨论

**4. 学习资料**

《营业性演出管理条例》

《演出经纪人员管理办法》

《艺术品经营管理办法》

**5. 思考题**

（1）如何获得文化经纪人的从业资格？

（2）如何获得从事文化经纪活动的许可？

**第四章 文化经纪合同 3学时**

**1. 教学要求**

通过本章教学，使学生掌握合同的概念、主要类别和基本内容，掌握要约、要约邀请和承诺，了解合同的效力和解除，了解合同的基本原则，熟悉文化经纪合同中委托合同、行纪合同、居间合同各自的要点，并能用所学知识撰写文化经纪合同、判断解析相关合同案件。

**2. 主要内容**

第一节 合同

第二节 文化经纪合同

**3. 教学方法**

讲授、讨论、实训

**4. 学习资料**

《中华人民共和国合同法》

**5. 思考题**

（1）合同的基本要件有哪些？

（2）演艺经纪合同与委托合同有何区别？

**第五章 文化经纪项目运作 3学时**

**1. 教学要求**

通过本章教学，使学生把握项目的概念与特征，了解项目的生命周期与项目管理，掌握文化经纪项目的运作流程。

**2. 主要内容**

第一节 项目与项目管理

第二节 文化经纪项目运作流程

**3. 教学方法**

讲授、讨论

**4. 学习资料**

唐建军：《文化产业项目管理》，海峡出版发行集团、福建人民出版社，2017年。

**5. 思考题**

（1）项目与日常工作的区别是什么？

（2）文化经纪项目运作的流程有哪些环节？

**第六章 文化经纪营销策略 6学时**

**1. 教学要求**

通过本章教学，使学生把握市场营销的六大核心概念，熟悉市场分析的相关环节，掌握文化经纪市场营销的STP战略与4P营销组合，了解其他营销策略。

**2. 主要内容**

第一节 营销观念与市场分析

第二节 文化经纪营销策略

**3. 教学方法：**讲授、讨论

**4. 学习资料**

菲利普·科特勒：《市场营销：原理与实践》，中国人民大学出版社，2015年。

李康化：《文化市场营销学》，清华大学出版社，2015年。

**5. 思考题**

（1）如何理解市场营销的核心观念？

（2）什么是STP战略？

（3）什么是4P组合？

**第七章 文化经纪危机管理 3学时**

**1. 教学要求**

通过本章教学，使学生理解危机的概念与种类，掌握危机的生命周期与管理原则，熟悉危机公关与危机修辞，掌握危机声明的协作，理解媒体公关及其原则与要点。

**2. 主要内容**

第一节 危机与危机管理

第二节 危机管理的原则与策略

**3. 教学方法**

讲授、讨论、实训

**4. 学习资料**

胡百精：《危机传播管理》，中国人民大学出版社，2014年。

**5. 思考题**

（1）危机与风险有什么区别？

（2）危机管理有哪些原则？

**第八章 艺人经纪人 9学时**

**1. 教学要求**

通过本章教学，使学生了解艺人经纪的历史发展与现状，掌握明星与明星制度，掌握明星制的运行机制；熟悉明星广告代言及其应对。

**2. 主要内容**

第一节　艺人经纪的历史发展与现状

第二节 明星与明星制度

第三节 明星制的运作机制

第四节 明星广告代言

**3. 教学方法**

讲授、讨论、实训

**4. 学习资料**

理查德·戴尔：《明星》，北京大学出版社，2010年。

**5. 思考题**

（1）什么是明星制度？

（2）明星制的运作机制是怎样的？

（3）明星广告代言有哪些风险？

**第九章 演出经纪人 3学时**

**1. 教学要求**

通过本章教学，使学生了解演出与演出市场，掌握演出经纪人的资格认定与业务内容，了解演出经纪人的素质要求，了解演出制作的相关知识。

**2. 主要内容**

第一节　演出与演出市场

第二节　演出经纪人

第三节 演出制作

**3. 教学方法**

讲授、讨论

**4. 学习资料**

教材、讲义

**5. 思考题**

（1）演出市场有哪些基本制度？

（2）进行演出经纪活动需要经过哪些手续？

**第十章 艺术品经纪人 3学时**

**1. 教学要求**

通过本章教学，使学生了解艺术和艺术品的概念，了解艺术品市场的发展现状与运行机制，掌握艺术品经纪人的概念与经纪活动方式，了解艺术品经纪人的素质条件。

**2. 主要内容**

第一节　艺术与艺术品

第二节　艺术品市场

第三节　艺术品经纪人

**3. 教学方法**

讲授、讨论

**4. 学习资料**

《艺术品经营管理办法》

**5. 思考题**

（1）简述艺术品市场的运行机制。

（2）艺术品经纪人的经纪活动方式有哪些？

**第十一章 出版经纪人 3学时**

**1. 教学要求**

通过本章教学，使学生掌握出版的相关概念，了解西方现代出版经纪活动的特点，了解国内出版经纪的主要业务内容。

**2. 主要内容**

第一节　出版

第二节　西方现代出版经纪

第三节　版权运营

**3. 教学方法**

讲授、讨论

**4. 学习资料**

《中华人民共和国著作权法》

**5. 思考题**

（1）简述西方现代出版经纪人的主要工作。

（2）什么是版权运营？

# 《文学名著选读》课程教学大纲

Literary Classics Reader

大纲主撰人：郭梅 大纲审核人：郭持华

【**课程ID**】 235151001 　　　　　　　【**课程修习类型**】 必修

【**开课学院**】文化创意学院　　　　　　　【**适用专业**】动画、数媒、文化产业管理

【**学分数**】 2 【**学时数**】32（32/0）

【**建议修读学期**】三秋 【**先修课程**】 无

**一、课程说明**

**1.课程介绍**

本课程通过对中外经典文学作品的具体分析赏鉴，使学生了解一般的中外文学知识，激发对文学的兴趣，提高文学素养和阅读、鉴赏、评论文学作品的能力，了解经典作品的跨媒介改编、传播的一般规律，从而更好地完成专业学习打下良好的文学基础。

This course through a detailed analysis of Chinese classical literary works appreciation, to enable students to understand the general knowledge of Chinese and foreign literature, stimulate interest in literature, edify sentiment, improve the ability of literacy and reading, criticism of literary works, get better understanding of the general rules of cross media adaptation and dissemination of classic works. For better completion of professional learning, lay a good literary foundation.

**2.课程的主要内容及课时安排：**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 章次 | 内 容 | 总课时 | 理论课时 | 实验课时 |
| 一 | 中国古代文学名篇选读 | 12 | 12 | 0 |
| 二 | 中国现当代文学名篇选读 | 10 | 10 | 0 |
| 三 | 世界文学名篇选读 | 10 | 10 | 0 |

**3．课程教学目标**：

（1）课程教学目标：

①通过对文学名著的介绍，使学生了解名著、熟悉名著，掌握文学史的基本知识。

②通过对文学名著的分析鉴赏，培养学生基本的文本分析能力与鉴赏能力，提升文学叙事能力。

③通过对经典文学名著跨媒介的改编现象研究，使学生了解文本的跨媒介改编一般规律以及媒介传播的基本特征，并提升媒介内容策划能力。

**③课程思政目标：**通过阅读经典文学名著原本，引导学生深刻理解中国传统文学发展的基本脉络，在社会主义核心价值观引导下，坚持创造性转化与创新性发展，同时坚守中华文化立场、传承中华文化基因。

（2）课程目标对培养要求的支撑：

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 培养要求 | 课程支撑点 | 课程教学目标 |
| 1.知识要求：掌握文化艺术学科的基础知识和基础理论。 | 中国古代文学伟大成就（思想内容与艺术价值）  中国现当代文学的重要成就  外国文学发展的基本线索 | 教学目标① |
| 2.能力要求：具有基本的文本分析能力与鉴赏能力，提升文学叙事能力。 | 中国古代古典名著选读  中国现当代名家名篇选读  外国文学名篇选读 | 教学目标② |
| 3、掌握文本的跨媒介改编与不同媒介传播特征。 | 作品主题、人物形象、情节结构在不同媒介传播中的改编。 | 教学目标①、教学目标②、教学目标③ |

**4.课程教学方法与手段：**

根据本专业的特点，通过讲授、鉴赏、讨论、讲座等多种教学手段和课堂互动教学等多种形式的训练，促使学生在理论、见识、修养等方面全面的协调发展。在理解的基础上，积极引导和鼓励学生探究和创新。

由于课程的特点，教学是与大量的作品鉴赏相结合的；穿插式的进行教学，在具体案例分析中进行深入的讲解与综合学习。

**5．课程资源：**

《世界文学名著选读》，陶德臻，高等教育出版社。

**6．学生成绩评定：**

（1）考核方式：考查

（2）评价标准：

|  |  |
| --- | --- |
| 考核等级 | 评价标准 |
| 优秀（90-100） | 精准掌握文学史知识，鉴赏批评能力高 |
| 良好（80-89） | 较好掌握文学史知识，鉴赏批评能力较强 |
| 中等（70-79） | 掌握文学史知识，鉴赏批评能力中等 |
| 及格（60-69） | 掌握基本文学史知识，鉴赏批评合格 |
| 不及格（低于60） | 文学史知识掌握不够，鉴赏批评不合格 |

（3）成绩构成：平时成绩占30%，期中成绩占30%，期末考查占40%

（4）过程考核：平时成绩由作业、课堂出勤、课堂答问讨论等构成；期中成绩由读书笔记等评定。

**二、教学内容和学时分配**

**第一阶段 中国古代文学名篇选读（12学时）**

**1.教学要求：**

了解中国古代文学伟大成就，能够分析其艺术成就与思想价值

**2.主要内容**：

“诗骚”传统（包括汉乐府民歌）

唐宋诗词名篇解读

中国传统史传文学

古代小说发展（“魏晋志怪小说”“唐传奇”“宋话本”“明清章回小说”）

古代戏曲发展（傩戏-宋代南戏-元杂剧-古代戏曲的繁盛“京剧”）

**3.教学方法**：

本课程以课堂教学为主，以自学和讨论为辅；多媒体教学。

**4.学习资料**：四大名著等

**5.思考题：**唐诗艺术风格；宋词的发展与成就；《红楼梦》的人物分析；史传文学体裁的特征；小说发展与市民社会审美心理的形成；传统戏曲的传播与接受心理等。

**第二阶段 中国现当代文学名篇选读（10学时）**

**1.教学要求：**

了解我国现当代重要作家的生平、思想和创作道路， 理解他们代表作品的思想内容和艺术特色； 提高阅读、评析各类文学作品的能力。

**2.主要内容：**

鲁迅、沈从文的小说。

20世纪80年代文学（韩少功、贾平凹、莫言的小说）

20世纪90年代大众文化和文学的兴起（王朔现象、《顽主》和《白鹿原》）

文化市场影响的文学生产（文学策划的文学生产；铁凝、王安忆、阿来等的创作）

**3.教学方法**：

本课程以课堂教学为主，以自学和讨论为辅；多媒体教学。

**4.资料**相关文学名篇

**5.思考题：**

鲁迅与沈从文的乡间书写；莫言小说的民间性；王朔与大众文化；《白鹿原》的改编；文学的市场化问题；王安忆的城市书写

**第三阶段 外国文学名篇选读（10学时）**

**1.教学要求：**

掌握外国文学发展的基本线索，对外国文学经典作品有充分理解，比较中外文学与文化的异同。

**2.主要内容**：

过渡时期的“奇异之花”波德莱尔与《恶之花》

营造幻象的艺术大师：弗兰兹·卡夫卡与《变形记》《城堡》

“荒诞哲学”的代表人物：阿尔贝·加缪与《局外人》、

最好的寓言式童话作家伊塔洛·卡尔维诺

拉美魔幻现实主义的代表：加西亚·马尔克斯与《百年孤独》

**3.教学方法**：

实行研讨型教学法，精讲多练，以学生为文本细读、课堂研讨等活动的主体。

**4.学习资料**：相关文学名篇

**5.思考题：**

《恶之花》对 20 世纪现代主义文学创作的影响；魔幻现实主义的基本特征；理解荒诞哲学中荒诞与现实的关系；卡夫卡的创作特色等。

# 《当代艺术》课程教学大纲

Contemporary art

大纲主撰人：安明 审核人：管尔东

【**课程代码**】235615001 　 【**课程修习类型**】选修

【**开课学院**】文化创意学院 【**适用专业**】文化产业管理

【**学分数**】 2.5 　 【**学时数**】48（32/16）

【**建议修读学期**】二春 【**先修课程**】艺术概论

**一、课程说明**

**1.课程介绍**

当代艺术是文化产业管理而开设的专业选修课，通过本课程的学习，为专业课程打下良好的审美和鉴赏基础。课程要求学生掌握当代艺术的发展脉络和人类审美意识变迁的过程，对具有代表性的当代艺术作品具有鉴赏分析能力。通过理论与体验相结合的教学方法，学习与体验当代艺术，为专业课程的学习打下良好的艺术鉴赏基础。

Contemporary art is a professional elective course which is set up for Cultural Industry Management major. By learning this course, students will lay a good foundation of aesthetic and appreciation for the relevant professional courses. It needs students who will select the course to grasp the development thought sequence of the contemporary art and the transition process of human aesthetic consciousness, to possess the capacity of analyzing and appreciating the representative works of contemporary art has the appreciation ability. The course with the teaching method of combining theory and practice will help students learn and experience the contemporary art and lay a good foundation for appreciating art well.

**2.课程内容及课时安排**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 章次 | 内容 | 总学时 | 理论学时 | 实验、实践学时 |
| 一 | 导论与当代艺术的起源与背景 | 4 | 4 | 0 |
| 二 | 分析世界著名当代艺术作品 | 8 | 8 | 0 |
| 三 | 体验生活中的当代艺术作品 | 10 | 10 | 0 |
| 四 | 当代艺术作品鉴赏 | 10 | 10 | 0 |

**3．课程教学目标**

（1）课程教学目标：

①通过本课程的讲授和对形象资料的分析与讨论，使学生了解当代艺术发展的脉络与规律，引发学生对艺术发展规律及表现方式的探讨与思考。

②通过当代艺术作品的体验，深入地认识当代艺术，并为今后进一步的学习奠定基础。

**③课程思政目标：在学习、感受、解读、传递中国当代艺术美的过程中，领略中国当代艺术的灿烂多姿，增强国家文化艺术的认同感，激发民族自信和爱国情感。**

（2）课程目标对培养要求的支撑：

文化产业管理专业：

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 培养要求 | 课程支撑点 | 课程教学目标 |
| 1. 知识要求：系统掌握文化产业管理专业的核心知识和基础理论，掌握电影电视、网络文艺等文化艺术学科的基础知识和理论，具备良好的管理学、艺术学素养与思维方式。 | 分析与讨论不同形式的当代艺术作品。 | 教学目标① |
| 2. 能力要求：具有良好的艺术鉴赏和审美能力；具有良好的创意思维和文化创意产品研发的能力；具有较强的文化产业管理、营销、策划、经纪等专业能力；具有良好的沟通协调和团队合作能力；具有良好的创新创业能力。 | 体验与鉴赏，分析与讨论当代艺术作品，有助于培养和提高学生良好的艺术鉴赏和审美能力。 | 教学目标② |

**4．课程教学方法与手段**

根据本专业的特点，通过讲授、鉴赏、讨论等多种教学手段，促使学生在理论、修养等方面的协调发展。

**5．课程资源**

推荐教材及参考文献：

《世界当代艺术》，（英）夏洛特·伯纳姆-卡特 大卫·霍奇，金城出版社；

《观赏之道：如何体验当代艺术》，[奥西安.沃德](http://book.jd.com/writer/奥西安.沃德_1.html)，北京美术摄影出版社；

《中外美术史》，周祥，李卓，清华大学出版社；

《现代设计史》，[美]瑞兹曼，人民大学出版社；

**6．学生成绩评定**

（1）考核方式：

考试课程。结合各个阶段作业进行考查，其中“自选一件当代艺术作品进行体验与鉴赏分析”为期中考试作业。

（2）评价标准：

|  |  |
| --- | --- |
| 考核等级 | 评价标准 |
| 优秀（90-100） | 掌握当代艺术起源与发展脉络，思考深刻，具备优秀分析鉴赏能力 |
| 良好（80-89） | 基本掌握当代艺术起源与发展脉络，具备良好分析鉴赏能力 |
| 中等（70-79） | 基本掌握当代艺术起源与发展脉络，具备基本分析鉴赏能力 |
| 及格（60-69） | 了解当代艺术起源与发展脉络，具备基础的分析鉴赏能力 |
| 不及格（低于60） | 不了解当代艺术起源与发展脉络，分析鉴赏能力弱 |

（3）成绩构成：

平时成绩占30%；期中成绩占30%；期末成绩占40%，平时成绩主要由日常出勤情况、课上表现、课堂作业三部分构成。

（4）过程考核：

平时成绩有考勤与课程表现构成，考勤由学工部门和教师点名册共同核对确定，课堂表现为学习态度、课堂活跃程度、课堂讨论表现组成。

**二、教学内容和学时分配**

**第一章 导论与当代艺术的起源与背景（4学时）**

**1.教学要求**

了解当代艺术的起源与背景，学习当代艺术的重要性。

**2.主要内容**

（1）学习当代艺术的重要性与意义。

（2）当代艺术的起源与背景。

（3）当代艺术与美术史的关系。

**3.教学方法**

课程讲授，案例图表展示，课堂讨论。

**4.学习资料**

《世界当代艺术》，（英）夏洛特·伯纳姆-卡特大卫·霍奇，金城出版社；

**5.思考题**

当代艺术与思维方式的联系。

当代艺术的学习方法。

**第二章 世界著名当代艺术作品分析（8学时）**

**1.教学要求**

基于现实的多维度地评价与分析世界当代著名艺术作品。

**2.主要内容**

（1）二维平面静态作品

（2）三维立体静态作品

（3）二维平面动态作品

（4）三维立体动态作品

**3.教学方法**

作品由任课选择与介绍，课堂讨论。

**4.学习资料**

《观赏之道：如何体验当代艺术》，[奥西安.沃德](http://book.jd.com/writer/奥西安.沃德_1.html)，北京美术摄影出版社；

**5.思考题**

当代艺术与创新方法的联系。

**第三章 当代艺术作品体验与分析（10学时）**

**1.教学要求**

在现实生活中体验当代艺术作品，并进行分析与讨论。

**2.主要内容**

（1）现实生活中的二维平面静态作品

（2）现实生活中的三维立体静态作品

（3）现实生活中的二维平面动态作品

（4）现实生活中的三维立体动态作品

**3.教学方法**

由学生选择与介绍在现实生活中的当代艺术作品，并进行分析与讨论。

**4.学习资料**

《现代设计史》，[美]瑞兹曼，人民大学出版社；

**5.思考题**

科学技术对当代艺术表现形式的影响。

当代艺术与设计的联系。

**第四章 当代艺术作品创作鉴赏（10学时）**

**1.教学要求**

通过鉴赏当代艺术作品，进一步理解当代艺术与现实生活的相关性，培养创新思维与鉴赏能力。

**2.主要内容**

（1）当代艺术的各种表现技法

（2）当代艺术的各种展示方式

**3.教学方法**

讲解与辅导相结合，讨论与点评相结合。

**4.学习资料**

教师自制课件

**5.思考题**

当代艺术作品对设计与现实生活的影响。

**三、实践教学内容安排**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序  号 | 实验（实践）项目名称 | 主 要 内 容 | 学时 | 实验（实践）属性 | 类型 | 组织方式 | 考核要求 |
| 1 | 观摩调研 | 参观具体的当代艺术作品 | 10 | 专业 | 综合 | 小组 | 撰写评论 |
| 2 | 创作实践 | 进行各种类型的艺术实践活动 | 6 | 专业 | 综合 | 小组 | 提供相应成果 |

# 《平面摄影》课程教学大纲

Static Photography

大纲主撰人：周辰 大纲审核人：管尔东

【**课程代码**】234407101　　　　　　 【**课程修习类型**】专业选修

【**开课学院**】文化创意学院 【**适用专业**】文化产业管理

【**学分数**】 2.5 【**学时数**】48（32/16）

【**建议修读学期**】三春 【**先修课程**】无

**一、课程说明**

**1.课程介绍**

《平面摄影》课程是文化产业管理专业选修课，课程的主要任务是帮助学生了解艺术创作的媒体手段，掌握基础的影像创作手段，学习平面摄影创作的基本规律，了解相关的平面摄影理论、摄影流派及各种摄影风格，能运用各种摄影技巧与技法，提高学生对摄影构图、画面色调的把握能力，发挥在文化产业管理人才培养中的文化创意产品研发过程中的摄影能力。

Static photography is a specialized elective course in Cultural Industry Management, the main task of the course is to help students develop the artistic creation means of media, grasp the basic means of image creation, learning the basic rule of plane photography creation, understand the related theory of plane photography, photography schools and all kinds of style of photography, can use all kinds of photographic skills and techniques, improve the student's ability to grasp the photographic composition, the picture is tonal, to help students develop their photographic abilities in the R&D of cultural and creative products in the cultivation of cultural industry management talents.

**2.课程内容及课时安排**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 章次 | 内容 | 总学时 | 理论学时 | 实验、实践学时 |
| 一 | 平面摄影概论 | 8 | 8 | 0 |
| 二 | 照相机镜头和成像原理 | 12 | 8 | 4 |
| 三 | 摄影构图和用光 | 12 | 8 | 4 |
| 四 | 摄影表现技法和创作 | 16 | 8 | 8 |

**3．课程教学目标**

（1）课程教学目标：

①获得平面摄影的基本概念、技术原理和视觉规律等方面的基础知识，了解并关注平面摄影基础知识的作用。

②理解摄影语言对专业学习的重要意义并能对作品进行分析。

③初步掌握运用平面摄影语言的图像表达能力、摄影拍摄实践能力，具备运用镜头观察和捕捉图像信息的能力。

④掌握良好的中西方摄影艺术修养。

**⑤课程思政目标：**通过对摄影知识和影像基础理论的学习，了解摄影本体语言在本专业的价值和学习目标，启发学生学习摄影知识导向能动的认知、认同和内化功能。

（2）课程目标对培养要求的支撑：

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 培养要求 | 课程支撑点 | 课程教学目标 |
| 1.知识要求：系统掌握文化产业管理专业的核心知识和基础理论，掌握电影电视、网络文艺等文化艺术学科的基础知识和理论，具备良好的管理学、艺术学素养与思维方式。 | 平面摄影的基本概念、技术原理的基础知识以及摄影技术的原理 | 教学目标①  教学目标② |
| 2.能力要求：具有良好的艺术鉴赏和审美能力；具有良好的创意思维和文化创意产品研发的能力；具有较强的文化产业管理、营销、策划、经纪等专业能力；具有良好的沟通协调和团队合作能力；具有良好的创新创业能力。 | 掌握摄影的图像表达能力、拍摄实践能力，具备摄影艺术的审美能力，具备良好的研发能力。 | 教学目标③  教学目标④ |

**4.课程教学方法与手段**

结合优秀平面摄影作品范例进行剖析，使学生了解多种平面摄影风格的创作方法，同时提高对照相机的技术的实践操作，传授摄影造型的基本创作方法。

**5．课程资源**

（1）《摄影技术教材（第二版）》人大出版社

**6．学生成绩评定**

（1）考核方式：考查。

（2）评价标准：

|  |  |
| --- | --- |
| 考核等级 | 评价标准 |
| 优秀（90-100） | 平面摄影表达思路清晰，技法表现效果恰当准确，无摄影图像错误 |
| 良好（80-89） | 平面摄影表达思路较清晰，技法表现效果比较恰当准确，有少许摄影图像错误 |
| 中等（70-79） | 平面摄影表达思路基本清晰，技法表现效果基本准确，有一定摄影图像错误 |
| 及格（60-69） | 平面摄影表达思路比较勉强，技法表现效果较差，有很多摄影图像错误 |
| 不及格（低于60） | 平面摄影表达思路混乱，技法表现效果很差，有大量摄影图像错误 |

（3）成绩构成：平时成绩占30%，期中成绩占30%（期中作业单独保存），期末成绩占40%。

（4）过程考核：平时成绩由课内和课后作业的平均成绩作为考核分数，含出勤情况、课堂纪律、作业、实践操作和课后自我学习效果等。

**二、教学内容和学时分配**

**总论**

**1.教学要求**

掌握摄影操作技巧和创作方法

**2.主要内容**

摄影的概念及语言特征、表现技巧

**3.教学方法**

课堂拍摄结合户外拍摄

**4.阅读材料**

《摄影技术基础》

**第一章 平面摄影概论（8课时）**

**1.教学要求**

教授相关的摄影理论、摄影流派及各种摄影风格基本要求。

**2.主要内容**

第一节 摄影发展史

第二节 主要摄影流派和摄影师介绍

第三节 摄影作品欣赏

**3.教学方法**

本单元在整个课程体系中占有巩固基础的重要作用。通过学习，学生应达到熟悉摄影的发展与现状、学习摄影的目的和需要解决的问题，掌握其基本性质。

**4.阅读材料**

《摄影技法》

**5.思考作业题**

收集相关的摄影作品。

**第二章 照相机和镜头原理（12课时）**

**1.教学要求**

第一节 各种性能的照相机

第二节 数码相机的基本功能介绍

第三节 镜头的原理、分类以及功能介绍

**2.主要内容**

通过学习，学生应掌握照相机的结构、原理，各种镜头的运用规律。

**3.教学方法**

理论讲授结合实践操作，让学生能够独立拍摄摄影作品。

**4.阅读材料**

《摄影技法》

**第三章摄影构图和用光（12课时）**

**1.教学要求**

让学生熟练了解和掌握摄影构图和摄影用光的基本规律、章法和要求。

**2.主要内容**

第一节 熟悉使用掌握拍摄角度的变化

第二节 学会利用画面构图的形式去良好地揭示和表现主题内容

第三节 画面空间与摄影构图，画面时间与摄影构图，运动与画面构图

第四节 各种光线下的拍摄方法，包括顺光、逆光、侧光等

**3.教学方法**

讲授理论和课堂实践

**4.阅读材料**

《摄影构图和用光》

**5.思考作业题**

摄影构图练习5幅，摄影用光练习5幅。

**第四章摄影表现技法和创作（16课时）**

**1.教学要求**

让学生熟练了解和掌握了解和掌握景深控制，摄影色彩、色调与画面感，并运用摄影各种技法进行创作。

**2.主要内容**

第一节 景深在摄影中的重要作用以及学会如何控制景深

第二节 各种光线下的拍摄方法，包括顺光、逆光、侧光等

第三节 学习控制色温、画面整体色彩和色调

**3.教学方法**

讲授理论和课堂实践

**4.阅读材料**

《摄影表现技巧》

**5.思考作业题**

摄影综合技法创作5幅。

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序  号 | 实验（实践）项目名称 | 主要内容 | 学时 | 实验（实践）属性 | 类型 | 组织方式 | 考核要求 |
| 1 | 照相机镜头使用实践 | 照相机结构和使用实践 | 2 | 专业基础 | 综合 | 课堂练习 | 拍摄 |
| 2 | 摄影构图表现实践 | 摄影构图练习拍摄 | 2 | 专业基础 | 综合 | 课堂练习 | 拍摄 |
| 3 | 摄影用光表现实践 | 摄影用光练习拍摄 | 4 | 专业基础 | 综合 | 课堂练习 | 拍摄 |
| 4 | 摄影表现技法创作 | 摄影创作综合表现技法练习 | 8 | 专业基础 | 综合 | 课外练习 | 拍摄 |

# 《设计方法论》课程教学大纲

Design Methodology

大纲主撰人： 邓佳 大纲审核人： 管尔东

【**课程代码**】235507001 　　 【**课程修习类型**】专业选修

【**开课学院】**文化创意学院 **【适用专业】**文化产业管理

【**学分数**】 2 【**学时数**】32（32/0）

【**建议修读学期**】 二春 【**先修课程**】无

**一、课程说明**

**1.课程介绍**

本课程为文化产业管理专业的专业选修课程，课程需要学生围绕“问题”的思维程序展开学习。所谓“问题”，是指设计各要素交织在一起时产生的关系或矛盾。课程内容上主要分为：设计本体论、设计认识论、设计方法论、创新设计思维等四个方面。该课程主要引导学生掌握认识“事物”的观念和方法，了解设计的创意思维和方法，继续提高学生的创意思维能力。

This course is a specialized elective course in Cultural Industry Management, which requires students to study around the "problem" thinking process. The term "problem" refers to the relation or contradiction produced when the elements of a design are intertwined. The main content of the course is divided into four aspects: Design ontology, design epistemology, design methodology, creative design thinking. The course is to guide students to master the knowledge of the concepts and methods of "things ",understand creative thinking and methods of design, improve students` creative thinking ability.

**2.课程内容及课时安排**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 章次 | 内容 | 总学时 | 理论学时 | 实验、实践学时 |
| 一 | 设计本体论：   1. 元设计——概念的剖析 2. 设计的源与流 3. 设计的变与不变 | 4 | 4 | 0 |
| 二 | 设计认识论：   1. 设计的复杂性 2. 关于人的认识 3. 关于物的认识 | 8 | 8 | 0 |
| 三 | 设计方法论   1. 设计方法概述 2. 设计事理学方法论 3. 从设计“物”到设计“事”的思维转变 4. 案例分析 | 12 | 12 | 0 |
| 四 | 创新设计思维   1. 创新的悖论 2. 创新的模式 3. 不同类型的创新设计思维 | 12 | 12 | 0 |

**3．课程教学目标**

（1）课程教学目标：

①了解并掌握“元设计”的内涵及意义。

②引导学生以“问题”为轴线对设计展开思考，理解并掌握“物的认识”和“人的认识”的定义。

③重点培养学生掌握认识“事物”的观念和方法，使设计观念从设计“物”到设计“事”方向转变，学生将需要从心理学、设计学等学科角度重新思考“人”和“物”，为形成争取的设计观而做准备。

**④课程思政目标：**结合案例，通过对设计思维、设计方法、传统文化等内容的讲解，培养学生正确的设计价值观、社会责任感、职业道德。

（2）课程目标对培养要求的支撑：

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 培养要求 | 课程支撑点 | 课程教学目标 |
| 1. 知识要求：统掌握文化产业管理专业的核心知识和基础理论，掌握电影电视、网络文艺等文化艺术学科的基础知识和理论，具备良好的管理学、艺术学素养与思维方式。 | 掌握设计本体论、设计认识论、设计方法论 | 教学目标1）、2）、3） |
| 2. 能力要求：具有良好的艺术鉴赏和审美能力；具有良好的创意思维和文化创意产品研发的能力；具有较强的文化产业管理、营销、策划、经纪等专业能力；具有良好的沟通协调和团队合作能力；具有良好的创新创业能力。 | 掌握创新设计思维方法；掌握设计认识论、设计方法论。 | 教学目标2）、3） |

**4．课程教学方法与手段**

根据本专业的特点，通过讲授、辅导、鉴赏、讨论、讲座等多种教学手段和论文等多种形式的训练，促使学生在理论、能力、修养等方面的协调发展。

**5．课程资源**

推荐教材及参考文献：

a. 柳冠中 （作者），《设计方法论》，高等教育出版社；第1版（2011年2月1日）

b.丁月华 (作者)，《图证设计方法论》，东南大学出版社；第1版（2012年12月1日）

**6．学生成绩评定**

（1）考核方式：考试课程。

具体内容如下：

a．期中考试：以调研分析报告PPT形式，选取一个优秀设计案例，结合课程内容对其进行设计方法论分析。

b. 期末考试：以小论文形式，对创新设计思维方法的定义、发展历史、分类、设计程序与方法等内容进行研究，字数3000-5000。

（2）评价标准：

|  |  |
| --- | --- |
| 考核等级 | 评价标准 |
| 优秀（90-100） | 掌握设计方法与程序、具备对设计的优秀鉴赏能力、课程结业论文格式规范、观点鲜明、层次清晰、论述充分。学习态度端正，认真听课，按时完成作业；积极参与课堂研讨和小组讨论，文献整理和归纳能力、语言组织能力强，并有一定的个人观点。 |
| 良好（80-89） | 基本掌握设计方法与程序，具备对设计的良好鉴赏能力、课程结业论格式规范、观点明确、层次清晰，但论述深度不够。学习态度端正，认真听课，按时完成作业；积极参与课堂研讨和小组讨论，文献整理和归纳能力、语言组织能力较强。 |
| 中等（70-79） | 基本掌握设计方法与程序、具备对设计的基本鉴赏能力、课程结业论文格式规范、观点明确，但论述不够充分。学习态度端正，认真听课，按时完成作业；能够参与课堂研讨和小组讨论，文献整理和归纳能力、语言组织能力一般。 |
| 及格（60-69） | 了解设计方法与程序、具备对设计的基础鉴赏能力、课程结业论文格式规范、观点明确，但论述较为肤浅。学习态度一般，能认真听课，作业完成不及时；较少参与课堂研讨和小组讨论，文献整理和归纳能力、语言组织能力一般。 |
| 不及格（低于60） | 设计方法与程序含糊、设计鉴赏能力弱、不能完成课程结业论文，或虽能完成，但论文格式和法言法语不规范，层次不清、论述肤浅。学习态度不端正，作业未完成或上交不及时；没有参与课堂研讨和小组讨论，文献整理和归纳能力、语言组织能力较差。 |

（3）成绩构成：

平时成绩占30%；期中成绩占30%；期末成绩占40%，平时成绩主要由日常出勤情况、课上表现、课堂作业三部分构成。

（4）过程考核：

平时成绩有考勤与课程表现构成，考勤由学工部门和教师点名册共同核对确定，课堂表现为学习态度、课堂活跃程度、课堂讨论表现组成。

**二、教学内容和学时分配**

**第一章 设计本体论（4学时）**

**1.教学要求**

了解并掌握“元设计”基本概念，思考设计的原动力及出发点，以及设计的着眼点。

**2.主要内容**

（1）元设计——概念的剖析

（2）设计的源与流

（3）设计的变与不变

**3.教学方法**

课堂讲授法，图文结合，以启发式教学方法为主，将枯燥的理论生动化，抽象的原理形象化。

**4.学习资料**

（1）教师自制课件

（2）《设计方法论》第一章

**5.思考题**

何为设计的本源？

**第二章 设计认识论（8学时）**

**1.教学要求**

了解设计的复杂性，学习并掌握设计中“关于人的知识”和“关于物的知识”，重新梳理设计的思考脉络。

**2.主要内容**

（1）设计的复杂性

（2）关于人的认识

（3）关于物的认识

**3.教学方法**

（1）课堂讲授法，图文结合，以启发式教学方法为主，将枯燥的理论生动化，抽象的原理形象化。

（2）现场演示法，多维结合，结合学生动手设计的作品，教师现场演示如何提升作品效果，让学生一目了然，更快消化知识。

**4.学习资料**

（1）教师自制课件

（2）《设计方法论》第二章

**5.思考题**

在设计中如何做好“人”与“物”的和谐共生？

**第三章 设计方法论（12学时）**

**1.教学要求**

了解并掌握设计程序与方法，使设计观念由设计“物”做设计“事”改变。

**2.主要内容**

（1）设计方法概述

（2）设计理事学方法论

（3）从设计“物”到设计“事”的思维转变

（4）案例分析

**3.教学方法**

（1）课堂讲授法，图文结合，以启发式教学方法为主，将枯燥的理论生动化，抽象的原理形象化。

（2）现场演示法，多维结合，结合学生动手设计的作品，教师现场演示如何提升作品效果，让学生一目了然，更快消化知识。

**4.学习资料**

（1）教师自制课件

（2）《设计方法论》第三章、第四章

**5.思考题**

移动端互联网产品设计程序是什么？

**第四章 创新设计思维（12学时）**

**1.教学要求**

了解不同创新设计思维方法，结合一些案例进行创新设计思维训练，并逐步摸索出适合个人使用的个性化的创新设计思维。

**2.主要内容**

（1）创新的悖论

（2）创新的模式

（3）不同类型的创新设计思维

**3.教学方法**

课堂讲授法，图文结合，以启发式教学方法为主，将枯燥的理论生动化，抽象的原理形象化。

**4.学习资料**

（1）教师自制课件

（2）《设计方法论》第五章

**5. 思考题**

创新思维如何应用到设计实践中？都有哪些注意事项呢？

# 《知识产权法》课程教学大纲

Intellectual Property Law

大纲主撰人：付缦 大纲审核人： 管尔东

【**课程代码**】234509001 【**课程修习类型**】必修

【**开课学院**】文化创意学院 【**适用专业**】文化产业管理

【**学分数**】 2 【**学时数**】32（32/0）

【**建议修读学期**】二春 【**先修课程**】无

**一、课程说明**

**1.课程介绍**

本课程为文化产业管理专业本科生的专业平台课，文化创意产业是知识密集型产业，人的创造性智力劳动是文化创意产业的核心。通过本课程的学习，可以让学生系统学习和了解我国现行知识产权法的基本知识，把握知识经济时代背景下的知识产权法律制度的变革发展，有助于学生更好地理解文创产业的本质与特征，并分析实践中的法律问题。对于帮助学生树立现代化的法制观念，完善学生的知识结构，培育开放性、复合性的专业人才资源，将具有前瞻务实的重要意义。

This course is a specialized course for undergraduates of cultual industry management major.The cultural creative industries is knowledge intensive, of which the the creative mental labor is the core element.Through this course, students can learn the basic knowledge of current intellectual property law in China, grasp the change and development of intellectual property legal system under the background of knowledge economy, better understand the essential of cultural industries and establish a modern legal system, improve the knowledge structure of students, cultivate open, complex professional human resources, will have a forward-looking and pragmatic significance.

**2.课程内容及课时安排**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 章次 | 内 容 | 总学时 | 理论学时 | 实验、实践学时 |
| 一 | 知识产权法导论 | 4 | 4 | 0 |
| 二 | 著作权法（上）：  著作权概念、主体与客体、以及取得与归属 | 4 | 4 | 0 |
| 三 | 著作权法（中）：著作权的内容 | 6 | 4 | 0 |
| 四 | 著作权法（下）：领接权 | 4 | 4 |  |
| 五 | 专利法与商标法 | 4 | 4 | 0 |
| 六 | 反不正当竞争法 | 2 | 2 | 0 |
| 七 | 知识产权国际公约 | 4 | 4 | 0 |
| 八 | 文化产业与版权贸易 | 4 | 4 | 0 |

**3．课程教学目标**

（1）课程教学目标：

①本课程教学拟采用书本讲解与学生自学相结合的方式进行。学生应紧紧围绕书本中的知识点，用所学的基本理论去分析社会生活中的各种相关法律现象。

②切实以理论联系实际的做法去学习、掌握知识产权法。

**③课程思政目标：**在数字技术、网络技术、传播技术不断革新的知识经济时代背景，数字文化产业兴起的背景下，培养学生的懂法守法的意识，对版权和文化产业的核心要素-创意创新有深刻的认知，并引导学生要在理解版权贸易核心的基础上坚持总体国家安全观，对文化安全与文化经济发展的关系有正确的认识。

（2）课程目标对培养要求的支撑：

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 培养要求 | 课程支撑点 | 课程教学目标 |
| 1．知识要求：系统掌握文化产业管理专业的核心知识和基础理论；熟悉国家的文化战略、文化政策和相关法规；熟悉国际先进文化产业的经营理念和运营模式。 | 知识产权的概念，性质与分类  著作权、商标权、专利权的内容  不正当竞争行为的主要表现  知识产权主要国际公约  网络环境下著作权保护 | 教学目标② |
| 2．能力要求：具有较强的文化产业管理、营销、策划、经纪等专业能力。 | 用所学的基本理论去分析社会生活中的各种相关法律现象 | 教学目标① |
| 3．素质要求：具备良好的现代管理意识，能够胜任在政府文化管理机关、新闻出版广播影视机构、艺术产业机构、文化传媒等文化企事业单位从事管理、经纪等工作 | 以现代化的法制观念对文化现象与文化市场加以前瞻务实的知识产权判断的素质。 | 教学目标①  教学目标② |

**4．课程教学方法与手段**

本课程采用多媒体教学手段，教学辅助资料有试题库等，作业方面尽量能够考察学生学习知识产权法后的分析问题解决问题的能力，培养学生学习知识产权法的兴趣。考试采用闭卷形式，尽量增加案例分析的题量。

**5．课程资源**

推荐教材及参考文献：

①吴汉东：《知识产权法学（第七版）》，北京大学大学出版社，2019年。（ISBN：9787301307311）

1. WIPO.世界知识产权报告2017：全球价值链中的无形资产[R].WIPO,2017:70-100.

③Stephen E. Siwek.Copyright industries in the U.S. economy 2014[R].prepared for the International Intellectual Property Alliance (IIPA), December 2014, available at [www.iipa.com.](http://www.iipa.com.)

④https://www.riaa.com/wp-content/uploads/2015/09/2014\_CopyrightIndustries\_USReport. pdf

**6．学生成绩评定**

（1）考核方式： 考试

本课程采用平时考核和期终考试相结合的方式，平时考核主要采用考勤、作业和平时检测等形式，期末考试采用笔试闭卷形式。

（2）评价标准：

|  |  |
| --- | --- |
| 考核等级 | 评价标准 |
| 优秀（90-100） | 准确而全面掌握知识产权法课程知识点，能够运用理论知识分析实践问题，学习主动性强，。 |
| 良好（80-89） | 较为准确掌握知识产权法课程知识点，能够运用理论知识分析问题，学习主动性较强。 |
| 中等（70-79） | 准确掌握大部分知识产权法课程知识点，分析问题能力一般，学习主动性一般。 |
| 及格（60-69） | 基本掌握课程主要知识点，学习态度较差。 |
| 不及格（低于60） | 没有掌握课程主要知识点，学习态度差。 |

（3）成绩构成：平时成绩30%，期中成绩30%，期末成绩40%。

（4）过程考核：平时成绩由课堂表现、课后作业构成。以课堂考勤、课堂练习、讨论加以衡量和监控。

**二、教学内容和学时分配**

**第一章 知识产权法导论**

**1.教学要求**

了解并掌握知识产权的概念，知识产权与其他民事权利的同一性和区别，知识产权的对象的本质与特征，知识产权的性质与分类。

**2.主要内容**

本章讲述知识产权的概念，知识产权与其他民事权利的同一性和区别，知识产权的对象的本质与特征，知识产权的性质与分类，知识产权制度的历史与现状。具体主要分四节内容展开：一、知识产权概念；二、知识产权的特征；三、知识产权保护体系；四、知识产权与文化产业发展的关系。

**3.教学方法**

课堂讲授：理论教学；教学辅助资料：多媒体。

**4.阅读材料**

WIPO.世界知识产权报告2017：全球价值链中的无形资产[R].WIPO,2017:70-100.

**5.思考作业题**

知识产权与文化产业发展的关系。

**第二章 著作权法（上）：著作权的概念、主客体及取得与归属**

**1.教学要求**

了解并掌握著作权的概念、特征和历史发展；著作权的主体、客体。

**2.主要内容**

本章讲述著作权的概念、特征和历史发展；著作权的主体、客体以及取得与归属，具体可划分为以下四节内容：一、著作权的概念 二、著作权的由来和历史发展 三、著作权的客体：作品的概念及分类 四、著作权的取得与归属。

**3.教学方法**

课堂讲授：理论教学；教学辅助资料：多媒体。

**4.阅读材料**

对著作权的保护和法律限制。

**5.思考作业题**

英美法系和大陆法系著作权概念的差异及其原因

**第三章 著作权法（中）：著作权的内容**

**1.教学要求**

了解著作权的内容。

**2.主要内容**

本章讲述著作权内容相关知识，包括人身权和财产权，具体可划分为以下几节内容：一、著作人身权； 二、 著作财产权之复制权和演绎权；三、著作权财产权之传播权；四、著作权的保护期；五、网络信息环境下的著作权保护问题。

**3.教学方法**

课堂讲授：理论教学；教学辅助资料：多媒体。

**4.阅读材料**

网络环境下著作权保护的新发展

**5.思考作业题**

网络信息传播权的发展及相关问题。

1. **著作权（下）：邻接权**

**1.教学要求**

了解并掌握著作权中的邻接权概念及特征。

**2.主要内容**

本章讲述著作权中邻接权的概念及内容，主要可分为以下几节：一、邻接权的含义及其与著作权的关系； 二、表演者权概念内容； 三、录音录像制作者权； 四、广播组织权概念及内容； 五、板式设计权。

**3.教学方法**

课堂讲授：理论教学；教学辅助资料：多媒体。

**4.阅读材料**

教材《知识产权法学（第七版）》（吴汉东著）邻接权部分内容。

**5.思考作业题**

邻接权与著作权的关系。

1. **其他知识产权法：专利法与商标法**

**1.教学要求**

了解专利权、商标权的概念、特征及其法律保护相关知识。

**2.主要内容**

本章讲述专利法与商标法的基本概念、特征与功能和历史发展；专利权、商标权的取得和具体内容；对商标权的法律保护。主要分为三节内容：一、专利权的概念与功能；二、商标权的概念与功能；三、专利法和商标法的基本内容。

**3.教学方法**

课堂讲授：理论教学；教学辅助资料：多媒体。

**4.阅读材料**

教材《知识产权法学（第七版）》（吴汉东著）商标法和专利法部分内容。

**5.思考作业题**

文化产业管理实践中的商标权和专利权保护问题。

1. **反不正当竞争法**

**1.教学要求**

了解并掌握不正当竞争的概念，反不正当竞争法的起源和发展。

**2.主要内容**

本章讲述不正当竞争的概念及内容，可分为以下几节：

一、反不正当竞争法的起源和发展；二、反不正当竞争法与知识产权法的关系；三、不正当竞争行为的主要表现；四、不正当竞争行为的法律责任。

**3.教学方法**

课堂讲授：理论教学；教学辅助资料：多媒体。

**4.阅读材料**

不正当竞争行为的主要表现。

**5.思考作业题**

反不正当竞争法与知识产权法的关系。

**第七章 知识产权国际公约**

**1.教学要求**

了解并掌握保护工业产权巴黎公约的基本内容和基本原则；保护文学艺术作品伯尔尼公约的保护客体范围和基本原则。

**2.主要内容**

本章讲述与知识产权保护相关的主要国际公约，具体包括：一、保护工业产权巴黎公约的基本内容和基本原则；二、保护文学艺术作品伯尔尼公约的保护客体范围和基本原则；三、世界版权公约的基本原则；四、世界贸易组织和与贸易有关的知识产权协议；五、保护表演者、录音制品作者和广播组织者的国际公约；

**3.教学方法**

课堂讲授：理论教学；教学辅助资料：多媒体。

**4.阅读材料**

世界贸易组织和与贸易有关的知识产权协议。

**5.思考作业题**

知识产权国际公约与国际版权贸易实践的关系。

**第八章 文化产业与版权贸易**

**1.教学要求**

理解并分析文化产业经营管理中的版权贸易问题。

**2.主要内容**

本章旨在让同学完成了对知识产权保护相关知识（尤其是版权保护的内容）基础上理解版权贸易在文化产业经营管理中的作用，具体内容包括：版权在文化经济中的作用 二、什么是版权产业 三、版权贸易的类型 ；四、我国在国际版权贸易的现状与问题

**3.教学方法**

课堂讲授：理论教学；教学辅助资料：多媒体。

**4.阅读材料**

Stephen E. Siwek.Copyright industries in the U.S. economy 2014[R].prepared for the International Intellectual Property Alliance (IIPA), December 2014, available at www.iipa.com.

<https://www.riaa.com/wp-content/uploads/2015/09/2014_CopyrightIndustries_USReport.pdf>

**5.思考作业题**

观察与分析文化产业不同行业领域的版权贸易实践现象。

# 《文化产业园区管理》课程教学大纲

Cultural Industry Park Management

大纲主撰人：俞香云 大纲审核人：郭持华

【**课程代码**】234515001 【**课程修习类型**】选修

【**开课学院**】 文化创意学院 【**适用专业**】文化产业管理

【**学分数**】 2.5 【**学时数**】　48（32/16）

【**建议修读学期**】 三秋 【**先修课程**】《管理学》《文化产业与管理概论》

**一、课程说明**

**1.课程介绍**

本课程是专业选修课程，主要讲授文化产业园区、文创楼宇、文创特色小镇的运营与管理，旨在培养文创园区经营与管理人才。本课程的主要内容包括文创园区的定义、发展历史、类型、功能、产业特色和治理模式以及代表性的园区治理等内容。

This course is a professional elective course, mainly teaching the operation and management of cultural industry park, cultural creativity building and cultural creativity special town. It aims to cultivate the management and management talents of cultural creativity park. The main contents of this course include the origin, type, function, industrial characteristics and governance model of the cultural creativity park, as well as representative management of the park.

**2.课程内容及课时安排**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 章次 | 内 容 | 总学时 | 理论学时 | 实验、实践学时 |
| 一 | 文化产业园区基本概念和发展历史 | 6 | 6 | 0 |
| 二 | 文化产业园区的类型、功能和发展现状 | 8 | 6 | 4 |
| 三 | 中外经典文创园区、文创楼宇及其管理现状 | 12 | 6 | 4 |
| 四 | 文化产业园区的治理模式 | 10 | 6 | 4 |
| 五 | 中国文化产业园区的现状与问题 | 6 | 4 | 4 |
| 六 | 文化产业园区综合评价体系的构建 | 6 | 4 |  |

**3．课程教学目标**

（1）课程教学目标：

➀本课程的教学目标是让学生通过学习本课程对文创园区有深入的了解和认识，掌握文创园区的类型、文创产业集聚等功能，

➁掌握文创园区建立的相关条件和考虑因素，掌握文创园区的运营和管理。

**③课程思政目标：**通过对文化产业园区的定义、发展历史、类型、功能、产业特色和治理模式以及代表性的园区治理等知识内容的阐述与传授，将知识背后的思想、精神与价值有效传达给学生，培养学生正确的价值追求、理想信念、文化自信和爱国情操。

（2）课程目标对培养要求的支撑：

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 培养要求 | 课程支撑点 | 课程教学目标 |
| 1.知识要求：系统掌握文化产业管理专业的核心知识和理论。 | 第1-6章文化产业园区的基本概念、发展历史、类型、功能等知识点；了解中外经典文创园区的发展状况；掌握文化产业园区的治理模式；了解中国文化产业园区的现状与问题等知识点。 | 教学目标① |
| 2.能力要求：具有文化产业管理、营销、策划、经纪等专业能力。 | 通过第5、6章关于文化产业园区的治理模式、中国文化产业园区的现状与问题、文化产业园区综合评价体系等实践调研与分析，培养实践能力。 | 教学目标② |
| 3.素质要求：具有不断追求新知识、独立思考和理论联系实际的科学精神和团队合作精神。 | 通过第1-6章理论知识点的学习与实践调研、模拟训练等，培养良好的专业素养和科学精神。 | 教学目标①、② |

**4．课程教学方法与手段**

讲授和讨论相结合，注重实践教学，深度考察、调研文创园区，运用多媒体、互联网等科技手段，注重案例教学。

**5．课程资源**

推荐教材及参考文献：

《中国经典文化产业园区》，于少东、李季主编，中国建筑工业出版社，2015年。

《世界经典文化产业园区》，武常岐 主编，中国建筑工业出版社，2015年。

《中国文化产业园区治理模式研究》，陈娴颖 著，社会科学文献出版社，2016年。

《浙江文化创意园区实践与研究》，余伟忠编著，中国美术学院出版社，2015年。

《中国文化产业集群治理：基于典型案例的实证研究》，张艳 著，经济管理出版社，2017。

《文化产业园区生命周期研究——基于中韩园区的对比》，杨剑飞 著，社会科学文献出版社，2016年。

《中国文化产业园区评价体系研究》，李季 著，经济科学出版社，2016年。

**6．学生成绩评定**

（1）考核方式：本课程为考试课程。

（2）评价标准：

|  |  |
| --- | --- |
| 考核等级 | 评价标准 |
| 优秀（90-100） | 准确而全面掌握文化产业园区管理课程知识点，能够运用理论知识分析实践问题，学习主动性强，。 |
| 良好（80-89） | 较为准确掌握文化产业园区管理课程知识点，能够运用理论知识分析问题，学习主动性较强。 |
| 中等（70-79） | 准确掌握大部分文化产业园区管理课程知识点，分析问题能力一般，学习主动性一般。 |
| 及格（60-69） | 基本掌握课程主要知识点，学习态度较差。 |
| 不及格（低于60） | 没有掌握课程主要知识点，学习态度差。 |

1. 成绩构成：平时成绩占 30 % ，期中成绩占 30 % ，期末成绩占40 %。
2. 过程考核：平时成绩的具体构成：出勤率、迟到早退、学习态度、团队精神。学生上课过程监控主要是点名、教学工作记录、自主学习、学习表现与观察。

**二、教学内容和学时分配**

**第一章 文化产业园区的基本概念和发展历史**

**1.教学要求**

掌握文化产业园区的定义，了解中外文化产业园区的发展历史。

**2.主要内容**

第一节 文化产业园区的基本概念

第二节 文化产业园区的发展历史

**3.教学方法**

理论讲授和讨论互动相结合，案例教学，运用多媒体、PPT等教学手段。

**4.学习资料**

《世界经典文化产业园区》，武常岐 主编，中国建筑工业出版社，2015年。

《中国经典文化产业园区》，于少东、李季主编，中国建筑工业出版社，2015年。

**5.思考题**

中外对文化产业园区的定义有何不同？

**第二章 文化产业园区的功能、类型和发展现状**

**1.教学要求**

了解文创园区的主要功能、类型和发展现状，掌握文创园区的主要产业和特色。

**2.主要内容**

第一节 文化产业园区的功能和四种类型

第二节 文化产业园区的主要产业和特色

第三节 文化产业园区的发展现状

**3.教学方法**

理论讲授和讨论互动相结合，案例教学，实地考察，运用多媒体、PPT等教学手段。

**4.学习资料**

《浙江文化创意园区实践与研究》，余伟忠编著，中国美术学院出版社，2015年。

《中国经典文化产业园区》，于少东、李季主编，中国建筑工业出版社，2015年。

**5.思考题**

建造文创园区要考虑哪些因素？

**第三章 中外经典文创园区、文创楼宇及其管理现状**

**1.教学要求**

了解中外代表性的文创园区和特点。

**2.主要内容**

中国代表性的文创园区及其管理现状

国外代表性的文创园区及其管理现状

**3.教学方法**

理论讲授和讨论互动相结合，案例教学，运用多媒体、PPT等教学手段。

**4.学习资料**

《世界经典文化产业园区》，武常岐 主编，中国建筑工业出版社，2015年。

《中国经典文化产业园区》，于少东、李季主编，中国建筑工业出版社，2015年。

**5.思考题**

中外文创园区有何不同？

**第四章 文化产业园区的治理模式**

**1.教学要求**

掌握文化产业园区的治理模式。

**2.主要内容**

中国文化产业园区的主要治理模式

国外文化产业园区的主要治理模式

**3.教学方法**

理论讲授和讨论互动相结合，案例教学，运用多媒体、PPT等教学手段。

1. **学习资料**

《中国文化产业园区治理模式研究》，陈娴颖 著，社会科学文献出版社，2016年。

《浙江文化创意园区实践与研究》，余伟忠编著，中国美术学院出版社，2015年。

《中国文化产业集群治理：基于典型案例的实证研究》，张艳 著，经济管理出版社，2017。

**5.思考题**

中国目前文创园区的治理方式主要是哪些？存在哪些问题？

1. **中国文化产业园区的现状与问题**

**1.教学要求**

了解中国文化产业园区的发展现状和存在问题。

**2.主要内容**

第一节 中国文化产业园区的发展现状

第二节 中国文化产业园区存在的问题

**3.教学方法**

理论讲授和讨论互动相结合，案例教学，运用多媒体、PPT等教学手段。

**4.学习资料**

《中国文化产业园区治理模式研究》，陈娴颖 著，社会科学文献出版社，2016年。

《浙江文化创意园区实践与研究》，余伟忠编著，中国美术学院出版社，2015年。

《中国文化产业集群治理：基于典型案例的实证研究》，张艳 著，经济管理出版社，2017。

《文化产业园区生命周期研究——基于中韩园区的对比》，杨剑飞 著，社会科学文献出版社，2016年。

**5.思考题**

中国目前文创园区存在哪些问题？

1. **文化产业园区综合评价体系的构建**

**1.教学要求**

了解文创园区的综合评价体系。

**2.主要内容**

第一节 文化产业园区的评价体系

第二节 文化产业园区综合评价体系的建设

**3.教学方法**

理论讲授和讨论互动相结合，案例教学，运用多媒体、PPT等教学手段。

1. **学习资料**

《中国文化产业园区评价体系研究》，李季 著，经济科学出版社，2016年。

**5.思考题**

文创园区的评价体系如何建立？

**三、实践教学内容安排**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序  号 | 实验（实践）项目名称 | 主 要 内 容 | 学时 | 实验（实践）属性 | 类型 | 组织方式 | 考核要求 |
| 1 | 调研 | 实地调研文创园区，了解文创园区的类型和功能 | 4 | 专业 | 综合 | 小组 | 撰写调研  报告 |
| 2 | 调研 | 实地调研文创楼宇 | 4 | 专业 | 综合 | 小组 | 撰写调研  报告 |
| 3 | 调研 | 实地调研文创小镇 | 4 | 专业 | 综合 | 小组 | 撰写调研  报告 |
| 4 | 调研 | 调研文创园区治理模式 | 4 | 专业 | 综合 | 小组 | 撰写调研  报告 |

# 《影视主题策划》教学大纲

Film and Television Theme Planning

大纲主撰人：秦东旭 大纲审核人： 管尔东

【**课程代码**】235622001　　　　　 【**课程修习类型**】专业选修

【**开课学院**】 文化创意学院 【**适用专业**】文化产业管理

【**学分数**】 2 【**学时数**】（32/0）

【**建议修读学期**】三秋 【**先修课程**】影视概论、影视视听语言

**一、课程说明**

**1.课程介绍**

本课程是文化产业管理的专业选修课,拟从多个角度和层面对影视策划理论和方法做深入的、探索性的研究。本课程涉及影视策划领域中最主要、最实用的知识，主要内容有：影视策划概述，影视语言与画面，电视节目的选题、策划，剧本创作，电视节目制作、管理、运作，综艺节目策划，电影、电视的营销策划及宣传炒作，电视宣传策划及剧本创作等内容。本课程主要的任务是学习影视策划的基本原理知识，培养影视主题策划的专业技能，提高学生独立进行影视主题策划的专业及创新素质。

This course is a professional elective course for cultural industry management. The course is planned to do in-depth and exploratory research on film and television planning theory and methods from multiple angles and levels. This course covers the most important and practical knowledge in the field of film and television planning. The main contents include overview of film and television planning, language and screen of film and television, topic selection and planning of television programs, script creation, television program production, management, operation, and variety program planning, marketing planning and promotional hype for movies and TV, TV promotional planning and script creation, and so on. The main task of this course is to learn the basic principles of film and television planning, develop professional skills in film and television theme planning, and improve students' professional and innovative quality in film and television theme planning independently.

**2.课程内容及课时安排**

| 章次 | 内容 | 总学时 | 理论学时 | 实验、实践学时 |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 一 | 影视发展历程及影视主题策划概述 | 6 | 6 | 0 |
| 二 | 影视语言与画面 | 2 | 2 | 0 |
| 三 | 电视节目的选题与策划 | 4 | 4 | 0 |
| 四 | 影视剧本的创作与策划 | 6 | 6 | 0 |
| 五 | 电视节目制作和管理 | 4 | 4 | 0 |
| 六 | 综合电视文艺节目策划 | 4 | 4 | 0 |
| 七 | 电影分销与促销推广策划 | 6 | 6 | 0 |

**3．课程教学目标**

（1）课程教学目标：

①获得影视主题策划的基本概念、影视语言和影视剧本等方面的基础知识，了解并关注影视策划的作用。

②理解影视主题策划专业学习的重要意义。

③初步掌握电视节目的选题与策划、影视剧本的创作与策划、电视节目制作和管理，具备运用影视主题策划能力。

④掌握影视主题策划能力，胜任影视节目策划工作。

**⑤课程思政目标：**通过影视主题策划的理论学习和策划实践，培养学生使命意识、坚定理想信念，引导学生积极思考时代需要策划何种主题的影视作品并付诸实践。

（2）课程目标对培养要求的支撑：

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 培养要求 | 课程支撑点 | 课程教学目标 |
| 1.知识要求：系统掌握文化产业管理专业的核心知识和基础理论，掌握电影电视、网络文艺等文化艺术学科的基础知识和理论，具备良好的管理学、艺术学素养与思维方式。 | 影视发展历程及影视策划概述、影视语言与画面、影视剧本的创作与策划，培养艺术思维方式。 | 教学目标①  教学目标② |
| 2.能力要求：具有良好的艺术鉴赏和审美能力；具有良好的创意思维和文化创意产品研发的能力；具有较强的文化产业管理、营销、策划、经纪等专业能力；具有良好的沟通协调和团队合作能力；具有良好的创新创业能力。 | 电视节目的选题与策划、影视剧本的创作与策划、电视节目制作和管理，培养影视产业策划能力。 | 教学目标③  教学目标④ |

**4．课程教学方法与手段**

本课程在理论教学上结合影视作品范例进行剖析，使学生了解不同影视主题，以讲授影视节目选题、创意、定位、方案、措施、应策、规划、评估等内容为主，有较强的理论应用性，培养学生的工作能力与素质，使之能够胜任影视主题策划工作。

**5．课程资源**

推荐教材及参考文献：

①《影视制片完全手册：从项目策划到营销发行》莫琳·A·瑞安 北京联合出版公司

②《电视节目策划学》胡智锋主编 复旦大学出版社

③《电视策划教程》游洁著 中国传媒大学出版社

**6．学生成绩评定**

（1）考核方式：考查。具体内容如下：

a．期中考试：以分析报告PPT形式，选取一个影视作品案例，结合课程内容对其进行影视主题策划的分析。

b. 期末考试：提交一份影视主题策划书，字数3000-5000。

（2）评价标准：

|  |  |
| --- | --- |
| 考核等级 | 评价标准 |
| 优秀（90-100） | 掌握影视主题策划方法、具备影视主题策划能力、策划书格式规范、有创意、层次清晰、内容完整。学习态度端正，认真听课，按时完成作业；积极参与课堂研讨和小组讨论，整理和归纳能力、语言组织能力强，并有一定的个人观点。 |
| 良好（80-89） | 基本掌握影视主题策划方法、具备良好的影视主题策划能力、策划书格式规范、有创意、层次清晰、内容完整，但论述深度不够。学习态度端正，认真听课，按时完成作业；积极参与课堂研讨和小组讨论，文献整理和归纳能力、语言组织能力较强。 |
| 中等（70-79） | 基本掌握影视主题策划方法、具备基本的影视主题策划能力、策划书格式规范、有创意、层次清晰、内容完整但论述不够充分。学习态度端正，认真听课，按时完成作业；能够参与课堂研讨和小组讨论，文献整理和归纳能力、语言组织能力一般。 |
| 及格（60-69） | 了解影视主题策划方法、具备基础的影视主题策划能力、策划书格式规范、有创意、层次清晰、内容完整，但论述较为肤浅。学习态度一般，能认真听课，作业完成不及时；较少参与课堂研讨和小组讨论，文献整理和归纳能力、语言组织能力一般。 |
| 不及格（低于60） | 影视主题策划方法含糊、影视主题策划能力弱、不能完成课策划书，或虽能完成，但格式不规范，没有创意、内容不完整。学习态度不端正，作业未完成或上交不及时；没有参与课堂研讨和小组讨论，文献整理和归纳能力、语言组织能力较差。 |

（3）成绩构成：

平时成绩占30%；期中成绩占30%；期末成绩占40%，平时成绩主要由日常出勤情况、课上表现、课堂作业三部分构成。

（4）过程考核：

平时成绩有考勤与课程表现构成，考勤由学工部门和教师点名册共同核对确定，课堂表现为学习态度、课堂活跃程度、课堂讨论表现组成。

**二、教学内容和学时分配**

**第一章 影视发展历程及影视策划概述（6学时）**

**1.教学要求**

通过本章的学习使学生对中外影视发展的历史背景有所了解，了解电影和电视[的](http://www.edudo.com)诞生整个发展过程，理解影视策划的概念及特点。

**2.主要内容**

第一节　外国电影的发展历程

第二节　外国电视的发展历程

第三节　中国电影的发展历程

第四节　中国电视的发展历程

第五节　影视策划的含义状况等内容。

**3.教学方法：**多媒体教学

**4.学习资料**

蒋璧蔚.影视节目策划制作探讨[J].传媒论坛,2018,1(09):66-67.

1. **思考题**

简述中外影视发展史？

**第二章 影视语言与画面（2学时）**

**1.教学要求**

通过教学，使学生了解影视创作的语言和画面的种类及各自特点。

**2.教学内容**

第一节　影视语言

第二节　画面与场景

**3.教学方法**

多媒体教学

**4.学习资料**

朴哲浩.论影视语言的特性[J].燕山大学学报(哲学社会科学版),2007(01):116-121+126.

**5.思考题**

举例阐释对影视语言和画面的理解。

**第三章 电视节目的选题与策划（4学时）**

**1.教学要求**

通过本章教学了解电视节目策划流程，掌握信息资料采集，掌握策划战略拟定，策划方案的实施。

**2.教学内容**

第一节　电视节目选题和策划的原则

第二节　电视节目的策划方法

第三节　影视节目策划的过程

**3.教学方法**

多媒体教学

**4.学习资料**

李洁.电视节目选题策划的理念与策略[J].传播力研究,2018,2(20):63.

**5.思考题**

举例分析影视节目策划的方法和过程。

**第四章 影视剧本的创作与策划（6学时）**

**1.教学要求**

通过本章教学，使学生了解影视剧本创作的原则，掌握进行影视策划的方法及一般流程。

**2.教学内容**

第一节　剧本策划与创作

第二节　剧本的创作程序

第三节　剧本创作的常见规律研究

**3.教学方法**

多媒体教学

**4.学习资料**

黄春雷.电视动画片的创作与策划[J].中国西部科技,2011,10(14):72-73.

**5.思考题**

思考剧本创作的规律。

**第五章** 电视节目制作和管理**（4学时）**

**1.教学要求**

掌握电视新闻节目策划与真实报道、新闻节目策划活动的特征与新闻节目策划要素、各类谈话类节目策划技巧。

**2.教学内容**

第一节　电视节目的分类

第二节　电视节目的制作程序

第二节　电视节目制作过程的管理

**3.教学方法**

多媒体教学

**4.学习资料**

侯欣. 电视节目制作项目化管理研究[D].山东大学,2006.

**5.思考题**

思考电视节目的策划技巧。

**第六章 综合电视文艺节目策划（4学时）**

**1.教学要求**

了解电视文艺节目起源和发展，掌握电视文艺节目市场需求，重点掌握电视文艺节目的分类及策划。

**2.教学内容：**

第一节　 确定主线和设计节

1. 晚会剧本创作与设计
2. 撰写综艺晚会节

**3.教学方法**

多媒体教学

**4.学习资料**

陈萍.电视文艺在城市危机公关中的策划——以《杭州感谢你》特别节目为例[J].声屏世界,2017(06):56-58.

**5.思考题**

设计和策划综艺晚会剧本。

**第七章 电影分销与促销推广策划（6学时）**

**1.教学要求**

了解电影分享的渠道、原则及方法。

**2.教学内容**

第一节　电影分销渠道的分类

第二节　发行中间商与放映商

第三节　分销渠道的组建

第四节　电影促销原则

第五节　电影促销的方法

**3.教学方法**

多媒体教学

**4.学习资料**

丁宇. 国产电影网络推广研究[D].黑龙江大学,2017.

**5.思考题**

寻找电影案例分析其分销与推广策略。

# 《音频基础》课程教学大纲

Audio Foundation

大纲主撰人：叶米兰 大纲审核人：范小春

【**课程代码**】235614001　　 【**课程修习类型**】必修

【**开课学院**】文化创意学院 【**适用专业**】数媒专业（媒体设计方向）

【**学分数**】2 【**学时数**】36（28/8）

【**建议修读学期**】二春 【**先修课程**】无

**一、课程说明**

**1.课程介绍**

音频基础是针对数字媒体设计专业开设的专业选修课程。课程主要讲解配音与音效的分类、基本原理，理解声音在作品中的作用及使用技巧，学会用工具软件制作简单音效和录制配音，并学会给作品配音。该课程为后期的动态图形设计等课程提供录配音支持。

Audio foundation is a specialized elective course designed for digital media design major. The course mainly deals with the classification and basic principles of dubbing and sound effects, understanding the function and skills of sound in the work, and learning to make simple sound effects and record dubbing with the tool software, and learn to dub the works. This course provides dubbing support for later courses such as dynamic graphic design.

**2.课程内容及课时安排**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 章次 | 内容 | 总学时 | 理论学时 | 实验、实践学时 |
| 一 | 视频作品中声音的分类与作用 | 8 | 8 | 0 |
| 二 | 声音录制 | 12 | 8 | 4 |
| 三 | 配音与音效的技巧 | 16 | 12 | 4 |

**3．课程教学目标**

（1）课程教学目标：

①通过本课程的教学，使学生系统的了解视频作品中配音与音效的基础知识与原理，掌握一定的录音、配音技巧。

②通过本课程中的实践训练，掌握一定的录音、配音技巧和操作方法。

③培养学生的视听能力，提高声音鉴赏能力与专业修养。

**④课程思政目标：**通过对经典音频作品的解析，让学生了解音频制作的基本流程，鼓励学生了解优秀音频作品背后的思想、精神与价值，培养学生正确的价值追求、理想信念和文化自信。

（2）课程目标对培养要求的支撑：

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 培养要求 | 课程支撑点 | 课程教学目标 |
| 1.知识要求：掌握数字媒体作品创作的基本原理与基本技能。具有一定的设计鉴赏能力和创作能力，懂得数字媒体艺术学科的一般规律。 | 配音与音效的基础知识与原理。 | 教学目标① |
| 2.能力要求：运用专业知识和技能分析与创作数字媒体艺术作品。 | 录音、配音技巧和操作方法。 | 教学目标② |
| 3.素质要求：具有较好的中西方文化素养、文学艺术修养。 | 视频作品中声音的分类与作用。 | 教学目标③ |

**4．课程教学方法与手段**

课程讲授、案例分析、实践操作练习。

**5．课程资源**

推荐教材：[美]Tomlinson Holman 著，彭碧萍 译：《电影电视声音》

伍建阳：《影视声音创作艺术》

参考书目：王健林：《录音技术基础》

钟金虎：《录音技术基础与数字音频处理指南》

**6．学生成绩评定**

（1）考核方式：考试课程，非闭卷考试。考核方式分平时考查和大作业考查两部分。平时考查：包括口头提问理论知识和现场录音效果；大作业考查：为视频录配音的作业效果。

（2）评价标准：

|  |  |
| --- | --- |
| 考核等级 | 评价标准 |
| 优秀（90-100） | 理论知识掌握扎实、全面，录配音技巧运用娴熟。 |
| 良好（80-89） | 理论知识掌握较为扎实，录配音技巧运用较为熟练。 |
| 中等（70-79） | 理论知识基本掌握，录配音技巧基本会运用。 |
| 及格（60-69） | 理论知识掌握较为粗浅，会简单运用录配音技巧。 |
| 不及格（低于60） | 理论知识基本没有掌握，录配音技巧运用生疏。 |

（3）成绩构成：

平时成绩占30%；期中成绩占30%；期末成绩占40%。平时成绩主要由日常出勤情况、课上表现、课堂作业三部分构成。

（4）过程考核：

平时成绩的考勤由学工部门和教师点名册共同核对确定，课堂表现为学习态度、课堂活跃程度、课堂讨论表现组成。大作业由教研室集体评分。

**二、教学内容和学时分配**

**第一章 视频作品中声音的分类与作用（8学时）**

**1.教学要求**

了解音效与配音的基础知识和原理，视频作品中声音的分类与作用。

**2.主要内容**

1. 音效与配音的基础知识和原理
2. 视频作品中声音的分类与作用

**3.教学方法**

课程讲授，案例展示，课堂讨论。

**4.学习资料**

由任课教师根据需要自备资料。

**5.思考题**

论述声音产生的原理，以及声音产生变化的各个因素

**第二章 声音录制（12学时）**

**1.教学要求**

了解界面设计与人的紧密联系，在界面设计过程中考虑用户体验的原则。

**2.主要内容**

1. 录音技巧
2. 录音设备介绍与使用

**3.教学方法**

课程讲授，案例展示，课堂讨论。

**4.学习资料**

由任课教师根据需要自备资料。

**5.思考题**

了解录音所需要的各种类型的传声器。

**第三章 配音与音效的技巧（16学时）**

**1.教学要求**

掌握界面视觉设计的准则，多平台兼容设计要求。

**2.主要内容**

1. 声音设计
2. 配音技巧
3. 音效制作与处理
4. 影音合成

**3.教学方法**

课程讲授，案例展示，课堂讨论。

**4.学习资料**

由任课教师根据需要自备资料。

**5.思考题**

考试形式：视频配音

考试要求：熟练录音技术，为一段视频录制声音并配音。

**三、实践教学内容安排**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序  号 | 实验（实践）项目名称 | 主要内容 | 学时 | 实验（实践）属性 | 类型 | 组织方式 | 考核要求 |
| 1 | 录音 | 使用传声器录制声音 | 4 | 专业 | 综合 | 个人 | 随堂练习 |
| 2 | 大作业 | 为一段视频录制声音并配音 | 4 | 专业 | 综合 | 个人 | 独立完成创作 |

# 《影视音乐赏析》课程教学大纲

Film and Television Music Appreciation

大纲主撰人：胡亚飞 大纲审核人：李丰君

【**课程代码**】235604001 【**课程修习类型**】选修课

【**开课学院**】文化创意学院 【**适用专业**】文管

【**学分数**】 2 【**学时数**】32

【**建议修读学期**】二秋 【**先修课程**】电影美术、平面摄影

**一、课程说明**

**1.课程介绍**

电影音乐这门课，培养大学生的审美和艺术素养，提升学生的影视音乐欣赏能力，从而提升学生的人文素养。影视音乐是感知、理解、体验与试听结合的一项实践性很强的活动。课程讲授影视音乐的基本特征与规律，重点阐释“运动的声画影像”。以中外优秀的影视音乐作品为基础，介绍一些相关的音乐知识理论和影视音乐的基本常识。创造规定情境中的听觉形象，处理音乐与画面的对立、对位等蒙太奇关系，建立大学生音乐欣赏的基本素养。

The course of movie music aims to cultivate the students' aesthetic and artistic qualities, and to enhance their ability to appreciate films and music so as to enhance their humanistic quality. Film and television music is a very practical activity which combines perception, understanding, experience and audition. The course introduces the basic features and laws of film and television music, and focuses on the "sound and picture" of sports". On the basis of Chinese and foreign excellent film and television music works, this paper introduces some basic knowledge about music knowledge theory and film and television music. Create a set of auditory images in the context, dealing with music and picture opposition, counterpoint and other montage relations, establish the basic literacy of college students music appreciation.

**2.课程内容及课时安排**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 章次 | 内 容 | 总学时 | 理论学时 | 实验、实践学时 |
| 一 | 电影音乐的发展历程和分类 | 10 | 10 |  |
| 二 | 电影音乐的风格 | 10 | 10 |  |
| 三 | 电影音乐的特性 | 12 | 12 |  |

1. **课程教学目标**

（1）课程教学目标：

①通过课堂讲述和影视片段欣赏，使学生了解音乐在影视作品中的作用，了解影视音乐的在影视艺术中的发展历程。

②使学生对影视音乐的分类，以及文化特点有所了解。

③通过有典型的影视片欣赏，使学生深如了解影视音乐在电影中的作用。

**④课程思政目标：**通过对优秀影视作品音乐部分的解析，让学生了解制作影视音乐的基本流程，鼓励学生了解优秀的影视音乐设计背后的思想、精神与价值，培养学生正确的价值追求、理想信念和文化自信。

（2）课程目标对培养要求的支撑：

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 培养要求 | 课程支撑点 | 课程教学目标 |
| 1.知识要求：掌握影视艺术中影视音乐的发展史，了解影视音乐的基本知识 | 掌握电影音乐发展的历史 | 教学目标1 |
| 2.能力要求：了解音乐的基础知识，对于影视音乐的分类有大概的了解 | 掌握影视音乐的分类以及音乐创作的主要因素 | 教学目标2 |
| 3.素质要求：具备对于电影美学中音乐的审美力和思考力 | 提升对于音乐语言的运用 | 教学目标3 |

**4．课程教学方法与手段**

课堂讲述和影片欣赏

**5．课程资源**

（1）推荐教材及参考文献：

推荐教材：林洪桐：《电影表演艺术》

狄其安：《电影中的音乐》

马克·夏泰《音乐的真相》

皮埃尔·贝托米厄《电影音乐赏析》

参考书目：罗展凤：《电影\*音乐》

（2）课程网站：落网电台等

**6．学生成绩评定**

（1）考核方式：本课程是考查课

（2）评价标准：

|  |  |
| --- | --- |
| 考核等级 | 评价标准 |
| 优秀（90-100） | 理论知识掌握扎实、全面。 |
| 良好（80-89） | 理论知识掌握较为扎实。 |
| 中等（70-79） | 理论知识基本掌握。 |
| 及格（60-69） | 理论知识掌握较为粗浅。 |
| 不及格（低于60） | 理论知识基本没有掌握。 |

（3）成绩构成：平时成绩占30%，期中成绩占30%，期末成绩占40%。

（4）过程考核：平时成绩的具体构成：出勤率、迟到早退、学习态度、团队精神。学生上课过程监控主要是点名、教学工作记录、自主学习、学习表现与观察。

**二、教学内容和学时分配**

**第一章 电影音乐的发展历程和分类 （10学时）**

**1.教学要求**

电影音乐的形成和发展，了解主题曲、插曲、主题音乐、背景音乐在电影中的应用。

**2.主要内容**

电影音乐例片赏析，举例演示。

**3.教学方法**

理论讲解结合影片观摩，引导学生欣赏。

**4.学习资料**

影片数字素材。

**5.思考题**

从不同的文化背景下的音乐进行了解，了解电影音乐的形成主要有哪些因素。

**第二章 电影音乐的风格 （10学时）**

**1.教学要求**

这个阶段所要了解的是音乐的分类，也是比较结构性的学习。学生学会自己对音乐的风格进行主观判断

**2.主要内容**

试听不同风格的音乐，介绍电影音乐的特性：依附性及独立性

**3.教学方法**

结合实例示范。

**4.学习资料**

数字资料。

**5.思考题**

电影音乐的分类的依据有哪些？

**第三章 电影音乐的特性 （12学时）**

**1.教学要求**

从电影本身的特性去理解电影音乐的性质。理解音乐语言在影视中的体现。

**2.主要内容**

**影视音乐的特性，陈述方式，音乐语言在影视中的体现。**

**3.教学方法**

结合实例示范和理论知识点讲解。

**4.学习资料**

数字资料以及说明资料。

**5.思考题**

简述构成音乐的基本要素及相互关系，音乐语言是如何在影视中体现的

# 《电影美术》课程教学大纲

Film art

大纲主撰人：李丰君 大纲审核人：范小春

【**课程代码**】235601001 【**课程修习类型**】选修课

【**开课学院**】文化创意学院 【**适用专业**】文管专业

【**学分数**】 2.5 【**学时数**】48（32/16）

【**建议修读学期**】二秋 【**先修课程**】影视视听语言、影视概论

**一、课程说明**

**1.课程介绍**

本课程是影视艺术专业的专业基础课，通过本课程的教学使学生掌握影视美术的基本概念与工作内容和工作流程,并具备一定的设计和操作能力。

This course is a professional course of film and television art, through the teaching of this course so that students master the basic concepts of film and television art and work content and work processes, and have a certain design and operational capacity.

**2.课程内容及课时安排**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 章次 | 内容 | 总学时 | 理论学时 | 实验、实践学时 |
| 一 | 电影美术基础理论 | 8 | 8 | 0 |
| 二 | 电影美术概念设计 | 16 | 12 | 4 |
| 三 | 电影美术作品鉴赏与分析 | 24 | 12 | 12 |

**3．课程教学目标**

（1）课程教学目标：

①掌握电影美术的基本内容，掌握小型投入影片美术设计制作能力与影视美术审美素质。

②了解电影美术场景设计的基本工作流程与棚内置景设计的方法。

③掌握电影美术场景设计的基本文字表述能力。

**④课程思政目标：**通过对革命历史题材影片美术设计的系统解析，使得学生了解不同历史时期不同地域民族文化背景下环境的呈现、人物造型的设计，从而从视觉上有形象感的了解中国近代历史。

（2）课程目标对培养要求的支撑：

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 培养要求 | 课程支撑点 | 课程教学目标 |
| 1.专业知识方面：能够基本运用专业知识和技能对所要创作的数字媒体艺术作品进行综合分析，阐释其意义、把握其风格、运用相应的专业技艺使其得以实现 | 影视美术概念设计（气氛图、三视图、人物设计、道具设计）  电影美术设计流程 | 课程教学目标①② |
| 2.专业实践能力方面：了解数字媒体艺术作品，从策划、创作到推广的至少一个重要环节，能够与他人合作策划、创作、推广一至两个应用项目。 | 场景模型设计与制作工艺流程（不同阶段的资料） | 课程教学目标② |
| 3.专业素质方面：具有较好的中西方传统文化素养、文学艺术修养，并具有现代意识和人际交往意识；具有良好的思想品德、社会公德和职业道德。 | 电影美术设计阐述  故事梗概  人物小转 | 课程教学目标①③ |

**4．课程教学方法与手段**

多媒体理论讲解结合课堂课下制作

**5．课程资源**

周登富《电影美术概论》山东美术出版社

杨占家《美术师杨占家作品集》中国电影出版社；

宋鸿荣《电影画面透视学》中国电影出版社

（2）课程网站：

电影工业网http://107cine.com/openclass/

**6．学生成绩评定**

（1）考核方式：非卷面技术考试

（2）评价标准：

|  |  |
| --- | --- |
| 考核等级 | 评价标准 |
| 优秀（90-100） | 创意优秀，制作精良，文献细致，出勤完整 |
| 良好（80-89） | 创意良好，制作完整，文献完整，出勤完整 |
| 中等（70-79） | 制作完整，文献完整，出勤完整 |
| 及格（60-69） | 制作完整，文献简单，请假理由不充分 |
| 不及格（低于60） | 出勤不完整，团队合作不佳 |

（3）成绩构成：（明确平时成绩与课程总成绩之间比例）

①平时成绩30%（出勤10%，集体工作10%，展板设计10%）

②期中成绩30%（概念设计，小组工作量统计）

③期末成绩40%（模型工艺，模型图片效果）

（4）过程考核：

①平时成绩：出勤表、小组练习合作作业、小组工作量统计表

②期中成绩：前期中期文献资料与创作小组合作文献工作量

③期末成绩：成片、创作小组合作中后期工作量

**二、教学内容和学时分配**

**总论**

随着电影、电视的发展，到今天影视美术在影视创作中已经成为不可缺少的一种创作、一个队伍庞大的一个部门。它是涉及多工种协作，涉及多个专业领域，是影视创作中非常关键的组成部分。

**1.教学要求**

让每个学生了解“影视美术”这门课所承载的内容与掌握基础的执行能力。

**2.主要内容**

（1）影视美术的任务与工作范围

（2）影视美术部门的人员构成

（3）概念美术设计实践

（4）棚内场景模型设计与制作

**3.教学方法**

多媒体理论讲解

**4.学习资料**

自备电子文件下发

**5.思考题**

电影美术在电影创作中的地位如何？美术师创作的依据是什么？

**第一章 电影美术基础理论**

**1.教学要求**

掌握影视美术基础理论知识，掌握影视美术基本内容与实践能力。

**2.主要内容**

（1）场景造型设计

（2）服装造型设计

（3）化妆造型设计

（4）道具造型设计

（5）分镜头绘制

（6）影视后期美术设计

（7）跟场（场景、服装、化妆、道具）

**3.教学方法**

多媒体理论讲解结合课堂实践

**4.学习资料**

自备电子文件下发

**5.思考题**

**第二章 电影美术概念设计**

**1.教学要求**

根据自己选定的故事进行概念美术设计，场景作为主要的创作内容

**2.主要内容**

（1）主场景（日、夜）景气氛图

（2）主场景三视图

（3）主场景鸟瞰图

（4）故事梗概

（5）角色服装设计

（6）道具设计

（7）美术设计阐述

**3.教学方法**

多媒体理论讲解结合课堂实践

**4.学习资料**

自备电子文件下发

**5.思考题**

如何理解电影美术创作中的“整体设计”和“美术创作阐述？

**第二章 棚内置景模型制作**

**1.教学要求**

根据概念美术设计进行主场景模型设计与制作

**2.主要内容**

（1）放线

（2）下料

（3）景片制作

（4）表面材质下料

（5）结构搭建固定

（6）表面效果制作

（7）道具制作

（8）整体做旧处理与灯光设计

（9）日夜景布光拍摄

（10）展示设计

（11）课程教学总结

**3.教学方法**

多媒体理论讲解结合课堂实践

**4.学习资料**

自备电子文件下发

**5.思考题**

电影场景模型分三种除了我们完成另两种是什么？它们的功能是什么？

**三、实践教学内容安排**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序  号 | 实验（实践）  项目名称 | 主要内容 | 学时 | 实验（实践）属性 | 类型 | 组织方式 | 考核要求 |
| 1 | 场景设计项目分析 | 了解日夜景气氛图绘制  三视图表现的一些方法 | 2 | 专业 | 设计研究 | 1-2 | 掌握基本知识 |
| 2 | 人物设计的方法 | 参与服装设计  角色造型、化妆设计的实践 | 2 | 专业 | 设计研究 | 1-2 | 完成小作业 |
| 3 | 分镜头临摹的技巧 | 自选影片节选自己喜欢的一场戏+相邻两场戏的两个镜头 | 4 | 专业 | 综合 | 1 | 完成小作业 |
| 4 | 场景模型制作和其他电影美术作品的鉴赏 | 分析各种根据故事设计制作置景模型的方法和特征 | 8 | 专业 | 设计研究 | 1-2 | 撰写评论文章 |

# 《影视后期与特效》课程教学大纲

Film Effect

大纲主撰人：谢艳虹 大纲 审核人：李丰君

【**课程代码**】235535001 【**课程修习类型**】必修

【**开课学院**】文化创意学院 【**适用专业】**数媒专业（影视艺术方向）

【**学分数**】 3 【**学时数**】48（40/8）

【**建议修读学期**】二春 【**先修课程**】导演基础、编剧基础

**一、课程说明**

**1.课程介绍**

通过本课程的学习，使学生掌握影视后期制作中的基本概念，对常见的影视后期软件有一定的了解和认识，熟练掌握After Effects软件制作动画，抠像合成，校色以及特效制作的技巧。通过本课程的教学和训练，为学生今后的短片创作打下良好的技术基础。

Through the study of this course, students can master the basic concepts in film and television production, have a certain understanding and understanding of the common film and television software, proficient in After, Effects software, animation, drawing, compositing, color correction, and special effects. Through the teaching and training of this course, it will lay a good technical foundation for students' short film creation in the future.

**2.课程内容及课时安排**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 章次 | 内容 | 总学时 | 理论学时 | 实验、实践学时 |
| 一 | AE 入门 | 12 | 10 | 2 |
| 二 | AE影视合成与特效 | 16 | 14 | 2 |
| 三 | 短片制作 | 20 | 16 | 4 |

**3．课程教学目标**

（1）课程教学目标：

通过本课程的学习，使学生了解影视设计与制作，通过学习影视后期合成软件AfterEffects（AE），使用AE创作与制作短片，培养学生的独立思考能力，创新和再学习能力。

①了解影视后期制作应用的方向。

②认识了解影视后期，培养良好的影片后期设计理念。

③通过不同类型的影片，了解和认知影片的种类。

④掌握影视后期制作，熟练应用AE软件来制作短片。

**⑤课程思政目标：**

通过影视创作弘扬优秀传统文化，传递社会主义核心价值观，将知识背后的思想、精神与价值有效传达给学生，培养学生正确的价值追求、理想信念和文化自信。 （2）课程目标对培养要求的支撑：

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 培养要求 | 课程支撑点 | 课程教学目标 |
| 1.知识要求：掌握数字媒体艺术专业必要的理论知识，具有一定的设计鉴赏能力和创作能力。 | 掌握AE特效软件基本操作应用 | 教学目标① |
| 2.能力要求：能够基本运用专业知识和技能对所要创作的数字媒体艺术作品进行综合分析，运用相应的专业技艺使其得以实现。 | 掌握使用AE特效软件进行特效制作 | 教学目标② |
| 3.素质要求：具有良好的团体合作意识，具有较好的中西方传统文化素养。 | 掌握使用AE特效软件进行综合创作能力 | 教学目标①、教学目标②、教学目标③、④ |

**4．课程教学方法与手段**

课堂讲授使用多媒体教学手段为主，结合实验机房制作，理论学习与实践学习并重。

**5．课程资源**

《After Effects CS5影视特效制作标准教程》 曾诚编著 中国电力出版社 2011年

**6．学生成绩评定**

（1）考核方式：非闭卷考试。考核方式为完成相应的专业作品。

（2）评价标准：

|  |  |
| --- | --- |
| 考核等级 | 评价标准 |
| 优秀（90-100） | 短片设计思路新颖，主题明确，对软件使用熟练，掌握程度好，并能在作业体现出良好的设计思路。 |
| 良好（80-89） | 有较好的设计思路，主题明确，软件使用较熟练，掌握程度较好，能在作业体现出较好的设计思路。 |
| 中等（70-79） | 基本能体现设计思路，主题较明确，软件使用存在一些问题，掌握程度一般，作业中出现一些问题，效果一般。 |
| 及格（60-69） | 短片设计思路不够明显，有主题但不够明确，软件使用不熟练，未能很好掌握软件操作，作业中出现比较多问题，效果较差。 |
| 不及格（低于60） | 短片设计思路混乱，没有主题，软件使用很差，不能独立进行软件操作，作业中出现比较大问题，效果差。 |

（3）成绩构成：平时考查占课程总成绩的30%，平时作业占课程总成绩的30%，期末考查占课程总成绩的40%。

（4）过程考核：由出勤率，课堂参与的积极性，知识运用的效果等组成。

**二、教学内容和学时分配**

**第一章 AE入门（16学时）**

**1.教学要求**

初步了解AE软件，掌握AE的基本操作。通过AE入门，了解有关影视的制作规范和流程。

**2.主要内容**

（1）基本操作

* 工作区及工具
* 素材加载与管理

（2）合成

* 合成设置
* 嵌套与渲染嵌套合成
* 创建层与管理层

（3）3D图层

* 3D层的轴模式
* 效果和遮罩
* 旋转和视图
* 摄像机层
* 灯光层

（4）基础动画

* 时间面板
* 关键帧
* 钢笔工具
* 图标编辑器
* 速度与时间

（5）高级动画

* 改变速度
* 调整手柄
* 运动追踪和稳定运动
* 空对象

（7）遮罩蒙板

* AE蒙板概念
* 蒙板工具与属性
* 蒙版模式

（8）文本

* 文本创建与编辑
* 文字层的特点
* 制作文字动画

**3.教学方法**

结合实例讲授、讨论

**4.学习资料**

《After Effects CS5影视特效制作标准教程》

**5.思考题**

作业：根据所讲实例，进行上机练

**第二章 AE影视合成与特效（16学时）**

**1.教学要求**

通过实例与技术讲解，了解AE中高级技术，例如调色、合成、特效等后期合成与特效技术。

**2.主要内容**

（1）视频效果

* 使用和控制效果
* 3D通道效果
* 模糊和锐化
* 色彩校正
* 扭曲效果
* 生成特效
* 燥波与颗粒
* 模拟效果
* 风格化效果
* 时间效果
* 过渡和应用

（2）粒子特效

* 粒子的创建和控制
* 爆炸效果
* 三维效果

（3）表达式

* 创建表达式
* 修改和添加表达式

（4）渲染和输出

* 渲染设置
* 输出格式

**3.教学方法**

课堂演示讲解和上机操作实践

**4.学习资料**

《After Effects CS5影视特效制作标准教程》

**5.思考题**

作业：根据所讲实例，进行上机练习

**第三章 短片制作（32学时）**

**1.教学要求**

综合前面所学AE软件，学会运用相关技术，通过短片制作实战，真正了解AE的功能，全面了解影视后期合成的制作规范和流程。

**2.主要内容**

（1）综合案例制作

* 素材的加载与解释
* AE中图层的属性、混合模式、样式
* 关键帧的创建、编辑，运动路径的创建与修改
* 蒙版的创建与编辑
* 文本层的属性设置
* 特效的参数调整，以及多个特效相互叠加的使用技巧
* 表达式的使用技巧

（2）短片制作

**3.教学方法**

课堂演示讲解和上机操作实践

**4.学习资料**

《After Effects CS5影视特效制作标准教程》

**5.思考题**

作业：要求学生使用AE软件，进行短片创作。

作业要求：30至60秒视频短片一部。

**三、实践教学内容安排**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序  号 | 实验（实践）项目名称 | 主要内容 | 学时 | 实验（实践）属性 | 类型 | 组织方式 | 考核要求 |
| 1 | 软件基础 | AE软件操作 | 2 | 专业基础 | 综合 | 课堂练习 | 作业考核 |
| 2 | 案例实践 | AE综合案例 | 2 | 专业基础 | 综合 | 课堂练习 | 作业考核 |
| 3 | 独立创作 | 短片制作 | 4 | 专业基础 | 综合 | 课堂练习 | 作业考核 |

# 《影视营销与发行专题》课程教学大纲

Film and Television Marketing and Issue

大纲主撰人：沈松华 大纲审核人：管尔东

【**课程代码**】235535001 【**课程修习类型**】选修

【**开课学院**】 文化创意学院 【**适用专业**】文化产业管理

【**学分数**】 2 　　　 【**学时数**】48（16/32）

【**建议修读学期**】 三春 【**先修课程**】影视概论

**一、课程说明**

**1.课程介绍**

本课程是文化产业管理专业的选修课程，主要内容是向学生讲授当代影视市场营销的基本理论和基本方法，了解影视营销的全过程，包括整体营销战略和各环节具体策略，熟悉影视宣传发行的技巧，使文化产业管理专业学生对影视作品的市场营销发行工作有较全面的了解和掌握，能够解决实际问题，以便更好地掌握影视产业的经营与管理。

This course is an elective course for the major of cultural industry management. Its main content is to teach the students the basic theories and methods of contemporary film and television marketing, understand the whole process of film and television marketing, including the overall marketing strategy and specific strategies of each link, be familiar with the technology of film and television publicity and distribution, and make the students of cultural industry management have a more comprehensive marketing and distribution of film and television works In order to better understand the operation and management of the film and television industry.

**2.课程内容及课时安排**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 章次 | 内 容 | 总学时 | 理论学时 | 实验、实践学时 |
| 一 | 市场营销及其过程 | 6 | 3 | 3 |
| 二 | 影视市场营销 | 3 | 3 | 0 |
| 三 | 影视营销市场分析 | 6 | 2 | 4 |
| 四 | 影视营销战略 | 9 | 2 | 7 |
| 五 | 影视发行策略 | 9 | 2 | 7 |
| 六 | 影视传播策略 | 6 | 2 | 4 |
| 七 | 社交媒体营销 | 9 | 2 | 7 |

**3．课程教学目标**

（1）课程教学目标：

➀本课程的教学目标是使使文化产业管理专业学生掌握影视市场营销的基本理论与方法，对影视产品的发行渠道和营销方式有较全面的了解。

➁理论联系实际，能够运用所学理论知识分析解决实践问题，具有一定的影视宣发能力，更好地掌握影视产业的经营与管理。

**③课程思政目标：**通过对影视市场营销相关知识的学习，深刻认识影视产业背后的意识形态属性，树立正确的影视营销价值观念导向，弘扬积极向上的社会主义影视文化。

（2）课程目标对培养要求的支撑：

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 培养要求 | 课程支撑点 | 课程教学目标 |
| 1．知识要求：掌握影视市场营销与发行的相关基础知识和基本理论。 | 第1-6章关于市场营销和影视市场营销的市场分析、营销战略与策略等知识点。 | 教学目标① |
| 2．能力要求：具有较好的信息调研分析能力，市场公关能力，具备影视营销发行的实践操作能力。 | 影视营销市场分析、营销策略、发行策略、传播策略、社交媒体营销。 | 教学目标② |
| 3．素质要求：能理论联系实际，具有实干精神和开拓创新精神，敏锐的市场意识和团队合作精神。 | 全部课程的理论学习与实践的调研及模拟训练。 | 教学目标①② |

1. **课程教学方法与手段**

本课程采取课堂理论讲授和深入影视市场参观调研、模拟训练等实践教学相结合，并运用经典案例教学，使学生通过案例讨论和调研实践深化对理论的认识，熟悉影视市场营销的各个环节，增强分析问题、解决问题的能力。

**5．课程资源**

推荐教材及参考文献：

菲利普·科特勒、加里·阿姆斯特朗：《市场营销：原理与实践》第16版，中国人民大学出版社，2015年。

唐·舒尔茨：《整合营销传播：创造企业价值的五大关键步骤》，清华大学出版社，2013年。

迈克尔·所罗门：《消费者行为学》，中国人民大学出版社，2018年。

李康化：《文化市场营销学》第2版，清华大学出版社，2015年。

于丽：《电影市场营销》，中国电影出版社，2015年。

刘嘉、季伟：《电影发行与市场营销》，人民出版社，2016年。

**6．学生成绩评定**

（1）考核方式：考试

（2）评价标准：

|  |  |
| --- | --- |
| 考核等级 | 评价标准 |
| 优秀（90-100） | 准确而全面掌握影视营销与发行的知识点，能够运用理论知识分析实践问题，学习主动性强。 |
| 良好（80-89） | 较为准确掌握影视营销与发行的课程知识点，能够运用理论知识分析实践问题，学习主动性较强。 |
| 中等（70-79） | 准确掌握大部分影视营销与发行的课程知识点，分析问题能力一般，学习主动性一般。 |
| 及格（60-69） | 基本掌握影视营销与发行的课程主要知识点，学习态度较差。 |
| 不及格（低于60） | 没有掌握影视营销与发行的课程主要知识点，学习态度差。 |

1. 成绩构成：平时成绩占 30 % ，期中成绩占 30 % ，期末成绩占40 %
2. 过程考核：平时成绩的具体构成：出勤率、学习态度、实训表现、团队精神。学生上课过程监控主要是点名、教学工作记录、自主学习、学习表现与观察等。

**二、教学内容和学时分配**

**第一章 市场营销及其过程 6学时**

**1.教学要求**

掌握什么是市场营销和市场营销的六大核心概念构成的知识体系。

**2.主要内容**

第一节 市场及其要素

第二节 市场营销观念

**3.教学方法**

讲授、讨论、实践调研。

**4.学习资料**

菲利普·科特勒、加里·阿姆斯特朗：《市场营销：原理与实践》第16版，中国人民大学出版社，2015年。

1. **思考题**

（1）简述市场营销的观念演进。

（2）市场营销的六大核心概念是什么？

**第二章 影视市场营销 3学时**

**1.教学要求**

掌握影视的多重属性和影视产业链构成，熟悉影视营销概念，掌握影视营销的核心要素。

**2.主要内容**

第一节 影视的多重属性

第二节 影视产业链

第三节 影视营销

**3.教学方法**

讲授、讨论。

**4.学习资料**

于丽：《电影市场营销》，中国电影出版社，2015年。

1. **思考题**

（1）影视作品与市场有哪些特殊属性？

（2）影视营销的核心要素是什么？

**第三章 影视营销的市场分析 6学时**

**1.教学要求**

了解影视市场营销环境，熟悉市场消费者分析，掌握主要的决策模型；了解市场营销信息系统，熟悉影视市场调研过程。

**2.主要内容**

第一节 营销环境与消费者分析

第二节 影视市场调研

**3.教学方法**

讲授、讨论、实践调研。

**4.学习资料**

菲利普·科特勒、加里·阿姆斯特朗：《市场营销：原理与实践》第16版，中国人民大学出版社，2015年。

迈克尔·所罗门：《消费者行为学》，中国人民大学出版社，2018年。

于丽：《电影市场营销》，中国电影出版社，2015年。

1. **思考题**

（1）什么是购买决策过程模型？

（2）如何开展市场调研？

**第四章 影视营销战略 9学时**

**1.教学要求**

通过本章的学习，掌握作为市场营销核心的STP战略，理解各个环节的主要内容；在市场营销4P组合的基础上把握影视营销组合，了解影视产品策略和价格策略。

**2.主要内容**

第一节 市场营销STP战略

第二节 影视市场营销组合

**3.教学方法**

讲授、讨论、实践调研。

**4.学习资料**

菲利普·科特勒、加里·阿姆斯特朗：《市场营销：原理与实践》第16版，中国人民大学出版社，2015年。

于丽：《电影市场营销》，中国电影出版社，2015年。

1. **思考题**

（1）什么是STP战略？

（2）影视市场的4P组合该怎么理解？

**第五章 影视发行策略 9学时**

**1.教学要求**

通过本章的学习，了解中国影视发行的历史演变情况，掌握影视的发行要素，了解电影档期安排与电视栏目编排；掌握影视发行模式，了解影视渠道策略。

**2.主要内容**

第一节 影视发行的历史变革

第二节 影视的发行要素与时间策略

第三节 影视的发行模式与渠道策略

**3.教学方法**

讲授、讨论、实践调研。

**4.学习资料**

于丽：《电影市场营销》，中国电影出版社，2015年。

刘嘉、季伟：《电影发行与市场营销》，人民出版社，2016年。

1. **思考题**

（1）电影档期安排有哪些影响因素？

（2）电影有哪些发行模式？

**第六章 影视传播策略 6学时**

**1.教学要求**

通过本章的学习，掌握整合营销传播的概念与步骤，理解影视传播策略构成，了解各种主要的营销传播方法。

**2.主要内容**

第一节 整合营销传播

第二节 影视传播策略

**3.教学方法**

讲授、讨论、实践调研。

**4.学习资料**

于丽：《电影市场营销》，中国电影出版社，2015年。

唐·舒尔茨：《整合营销传播：创造企业价值的五大关键步骤》，清华大学出版社，2013年。

1. **思考题**

（1）什么是整合营销传播？

（2）影视传播策略主要由哪几部分构成？

**第七章 社交媒体营销 9学时**

**1.教学要求**

掌握社交媒体时代的用户产消理论，了解常用社交媒体平台及其特点，熟悉口碑营销等营销方法。

**2.主要内容**

第一节 作为产消者的用户

第二节 常用社交媒体

第三节 口碑营销

**3.教学方法**

讲授、讨论、实践调研。

**4.学习资料**

菲利普·科特勒、加里·阿姆斯特朗：《市场营销：原理与实践》第16版，中国人民大学出版社，2015年。

史蒂芬·达尔：《社交媒体营销：理论与实践》，清华大学出版社，2018年。

1. **思考题**

（1）为什么称社交媒体时代的消费者为产消者？

（2）如何理解网络口碑？

**三、实践教学内容安排**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序  号 | 实验（实践）项目名称 | 主 要 内 容 | 学时 | 实验（实践）属性 | 类型 | 组织方式 | 考核要求 |
| 1 | 市场营销观察 | 选择一家企业，用市场营销六大概念进行考察分析 | 3 | 专业 | 综合 | 小组 | 课堂汇报 |
| 2 | 影视市场调研 | 选择一个影视项目进行市场调研 | 4 | 专业 | 综合 | 小组 | 撰写调研报告 |
| 3 | 影视营销战略调研 | 调研电影公司的市场营销战略 | 7 | 专业 | 综合 | 小组 | 撰写调研报告 |
| 4 | 影视发行调研 | 调研影片的发行策略 | 7 | 专业 | 综合 | 小组 | 撰写调研报告 |
| 5 | 影视传播调研 | 调研影视产品的传播策略 | 4 | 专业 | 综合 | 小组 | 撰写调研报告 |
| 6 | 社交媒体营销调研 | 调研影视产品的社交媒体营销策略 | 7 | 专业 | 综合 | 小组 | 撰写调研报告 |

# 《短片创作与赏析》课程教学大纲

Plot Video Creation and Appreciation

大纲主撰人：付缦 大纲审核人： 管尔东

【**课程代码**】235609001 【**课程修习类型**】主修专业选修课程

【**开课学院**】文化创意学院 【**适用专业**】文化产业管理

【**学分数**】2 【**学时数**】32（32/0）

【**建议修读学期**】 二秋 【**先修课程**】无

**一、课程说明**

**1.课程介绍**

短片创作与赏析是文化产业管理专业的个性选修课，通过教学使学生熟悉影视短片创作制作的整个流程，从前期准备、拍摄、后期制作和发行宣传等；并掌握影视短片拍摄和制作的基本原理与方法，包括脚本创意创作、摄像镜头的使用、电影构图的原理、组建拍摄团队、拟定拍摄计划和进行摄制管理以及非线性编辑后期制作。能够结合理论知识分析影片的制作技巧、拍摄手法及艺术表现方式，并具备对作品思想性和创新性进行研究与评价的能力。

Plot Video Creation and Appreciation is a personalized selective course for the cultural industry management major. Through teaching, students could get familiar with the whole process of film creation and production, including the preparation, shooting, post production and distribution. and master the basic principles and methods of film shooting and production, including scrip creation, the use of camera the principle of film composition, and the skills of shooting and post-production. Studengt could be able to analyze the production skills, shooting techniques and artistic expressions of the film in combination with theoretical knowledge, and have the ability to evaluate the ideological and innovative nature of the work.

**2.课程内容及课时安排**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 章次 | 内 容 | 总学时 | 理论学时 | 实验、实践学时 |
| 一 | 短片创作导论：电影的产生与发展 | 4 | 4 | 0 |
| 二 | 镜头运动与拍摄的基本知识 | 6 | 6 | 0 |
| 三 | 经典影视短片鉴赏分析 | 4 | 4 | 0 |
| 四 | 短片创作团队：角色与职能 | 4 | 4 | 0 |
| 五 | 创意创作：构思、剧本和脚本 | 4 | 4 | 0 |
| 六 | 短片拍摄准备 | 4 | 4 | 0 |
| 七 | 短片制作：拍摄安排与过程管理 | 2 | 2 | 0 |
| 八 | 影片剪辑与后期制作 | 4 | 4 | 0 |

**3．课程教学目标**

（1）课程教学目标：

《短片创作与赏析》课程是与影视制片管理、编剧基础等课程联系密切，开课目的在于使学生:

①理解和掌握短片创作的基础理论知识和基本方法。

②掌握影视短片创作准备工作的主要内容；了解和掌握短片创作和制作的基本过程和技巧并能够完成短片创作；了解和掌握短片创作拍摄过程管理和团队人员管理的相关问题。

③能够运用短片创作的基础理论和知识对影片进行艺术表现力、基本技巧、思想表达以及情节架构各方面的综合评价，提高学生影视鉴赏能力，为从事影视文化产业管理工作奠定基础。

**④课程思政目标：**

培养学生的审美意识和价值观，引导学生关注生活的真善美，关注社会关爱他人，发现身边的人物、事件，学会正确的表达自我和表现生活，并运用影像来记录和感知有意义的人事物，提升其在人人都是创作者时代的媒介素养，提升影视作品的鉴赏能力。

（2）课程目标对培养要求的支撑：

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 培养要求 | 课程支撑点 | 课程教学目标 |
| 1．知识要求：  系统掌握文化产业管理专业的核心知识和基础理论； | 短片制作导论  影视短片的类型、特征及其发展； | 教学目标① |
| 2．能力要求：  能够胜任在新闻出版广播影视机构、艺术产业机构、文化传媒等文化企事业单位从事管理、创意、创作、经纪等工作； | 短片创作团队：角色与职能  安排拍摄进度  管理拍摄进程  影片剪辑与后期制作 | 教学目标②、③ |
| 3．素质要求：具备良好的人文艺术素养； | 脚本创作与创意，  镜头运动与摄制的基本知识  经典影视短片鉴赏 | 教学目标③ |
| 4．综合：具有较强的文化产业管理、营销、策划、经纪等专业能力； | 以上全部 | 教学目标  ①、②、③ |

**4．课程教学方法与手段**

通过课程内容的讲解，要求学生理解影视短片创作的基础理论知识、影视拍摄相关镜头运动和电影美学的基本理论，并掌握影视短片创作制作流程和技巧，分镜头剧本写作、拍摄安排与协调管理以及后期制作等相关知识，能够完成一部简单的短片创作制作。结合经典影视短片赏析讨论，通过对其艺术表现形式、创新创意性、情节和思想表达、制作技巧及其管理特色等各个方面要素进行鉴赏式分析，提高学生的影视审美素养、文化品位和批判力。

**5．课程资源**

（1）推荐教材及参考文献：

彼特.W.雷：《影视短片制作与编导 （第5版）》 ，清华大学出版社，2019年。

常江:《影视制作基础》，北京大学出版社，2013年。（十二五规划教材，ISBN:9787301225516）

**6．学生成绩评定**

（1）考核方式：考查

（2）评价标准：

|  |  |
| --- | --- |
| 考核等级 | 评价标准 |
| 优秀（90-100） | 熟练掌握短片创作与赏析的理论和技能，学生的综合素养、实践能力和分析能力有明显提高。 |
| 良好（80-89） | 基本掌握短片创作与赏析的理论和技能，但学生的综合素养、实践能力和分析能力得到一定程度提高。 |
| 中等（70-79） | 初步掌握商务谈判的各种技能和技巧，学生的综合素养、实践能力和分析能力提高较少。 |
| 及格（60-69） | 初步掌握短片创作与赏析的理论和技能，但学生的综合素养、实践能力和分析能力提高不明显。 |
| 不及格（低于60） | 既没有短片创作与赏析的理论和技能，也没有提高综合素养、实践能力和分析能力。 |

（3）成绩构成：

平时成绩30%，期中成绩30%，期末成绩40%。

（4）过程考核：

平时成绩主要由日常出勤情况、课上发言、课后作业等几部分构成；监控方式主要为课前考勤、组织讨论和提问、布置课后和课堂作业等。期末成绩由小组所完成的影视短片质量综合评价。

1. **教学内容和学时分配**

**第一章 短片创作与赏析导论：电影的产生与发展**

**1.教学要求**

通过教学，使学生明确影视短片的构成要素，影视短片的历史和发展以及影视赏析的基本理论和知识；了解电影艺术的起源，电影产业发展的基本脉以及新媒体影视艺术的现状和络。

**2.主要内容**

本章的主要内容是向学生介绍电影发明的技术背景和电影产业兴起的社会、经济背景，世界影视产业发展的主要阶段及其特征，数字电影的形成及其特征，以及互联网环境下我国影视产业的现状与特征。

**3.教学方法**

课堂讲授，结合影片材料演示。

**4.学习资料**

彼特.W.雷：《影视短片制作与编导 （第5版）》 ，清华大学出版社，2019年。

**5.思考题**

数字电影短片的类型及特征。

**第二章 镜头运动与拍摄的基本知识**

**1.教学要求**

通过教学，使学生了解和掌握摄像机的基本原理、镜头运动的理论和知识，并学会使用镜头表现内容与情节。

**2.主要内容**

本章教学的主要内容包括让学生理解摄像机成像的基本原理，近景、远景、特写、前景、后景的概念及其组合在电影中的使用与功能，以及电影表现的其他要素-对话和台词设计，音乐、生活声音以及其他音效的合理使用，光线和色彩的运用。理解和掌握蒙太奇的概念及其作用，转场的含义及方法，长镜头的概念和作用等。

**3.教学方法**

课堂教学结合操作演示。

**4.学习资料**

彼特.W.雷：《影视短片制作与编导 （第5版）》 ，清华大学出版社，2019年。

常江:《影视制作基础》，北京大学出版社，2013年。

**5.思考题**

实现转场的方式及其效果差异。

**第三章 经典影视短片鉴赏分析**

**1.教学要求**

通过结合前三章关于电影艺术的基本要素构成镜头运动和拍摄技巧的基本理论和知识，对影视短片进行赏析、评价和分析研究的讨论式教学，使学生了解和掌握鉴赏和分析影片的能力。

**2.主要内容**

本章教学的主要内容是选择几种不同实用功能和不同风格以及不同主题情节的影片，对影片进行从创意构思、拍摄手法到表现风格和技巧以及情节铺陈各个方面的鉴赏式分析，提高学生的电影欣赏能力，并使其将学到的电影艺术基本理论和拍摄技巧等相关知识进行应用，培养学生的独立思考和分析能力。

**3.教学方法**

课堂教学结合讨论互动。

**4.学习资料**

彼特.W.雷：《影视短片制作与编导 （第5版）》 ，清华大学出版社，2019年。

书中推荐的几部经典影片以及其他国内近几年新出的优秀短片视频资料。

**5.思考题**

作业：影片观后感，赏析评论（2000字）。

**第四章 短片创作团队：角色与职能**

**1.教学要求**

通过教学使学生了解和认知影视短片创作团队合作与协同的重要性，并理解编剧、导演、制片、摄像、外联、组务等不同职能的角色定位和作用。

**2.主要内容**

本章教学的主要内容是介绍影视短片创作制作团队的构成及其组建的原则和注意事项以及不同角色的人员在创作、制作中的互动和沟通问题。大致包括以下几节内容：编剧及其职能，导演及其职能，其他人员及其职能，创作团队组建的相关事务。

**3.教学方法**

课堂教学结合讨论互动。

**4.学习资料**

彼特.W.雷：《影视短片制作与编导 （第5版）》 ，清华大学出版社，2019年。

**5.思考题**

创作团队成员及其职能。

**第五章 创作与创意：构思、剧本和分镜头**

**1.教学要求**

通过教学，使学生了解影视短片创意创作阶段的主要工作，掌握如何使有趣的创意从概念转化为剧本表达再形成可用于拍摄的分镜头脚本。

**2.主要内容**

本章的主要内容包括创意沟通与头脑风暴，拟定故事大纲，短片剧本写作（方法与原则），编制分镜头脚本。其中分镜头脚本是进入下一步制作环节的关键，分镜头剧本是将文字转换成立体视听形象的中间媒介，主要任务是根据剧本设计相应画面,配置音乐音响,也就是将纯粹的文字表达转换为镜头设计。

**3.教学方法**

课堂教学结合案例分析和学生操作。

**4.学习资料**

彼特.W.雷：《影视短片制作与编导 （第5版）》 ，清华大学出版社，2019年。

**5.思考题**

思考：理解剧本和分镜头脚本的区别。

小组作业：制定拍摄主题，初拟剧本。

**第六章 短片拍摄准备**

**1.教学要求**

通过教学，使学生理解并掌握影视短片从创意创作环节进入到制作环节之前所必须完成的必要准备。

**2.主要内容**

本章主要内容包括分镜头拍摄顺序的选定，演职人员的拍摄时间安排，导演与摄像的事前沟通，导演、编剧、制片讨论并确定拍摄方案，服装道具的准备，拍摄地点的选择、场景布置和演职人员的安排以及拟定拍摄预算等。

**3.教学方法**

课堂教学结合案例分析和学生讨论。

**4.学习资料**

彼特.W.雷：《影视短片制作与编导 （第5版）》 ，清华大学出版社，2019年。

**5.思考题**小组作业：完成分镜头脚本

**第七章 短片制作：拍摄安排与过程管理**

**1.教学要求**

通过教学使学生了解和掌握如何实现拍摄制作过程的合理管理以及处理常见问题，保障拍摄制作任务有效完成。

**2.主要内容**

本章的主要内容是影片拍摄的现场管理和流程管理的原则和方法。

**3.教学方法**

课堂教学结合学生讨论。

**4.学习资料**

彼特.W.雷：《影视短片制作与编导 （第5版）》 ，清华大学出版社，2019年。

**5.思考题**

作业：制定影片拍摄计划书

**第八章 影片剪辑与后期制作**

**1.教学要求**

通过教学，是学生了解剪辑与和后期制作在影片创作中的作用，并掌握使用premiere非线性编辑软件剪辑的基本方法。

**2.主要内容**

本章的主要内容包括剪辑与故事情节表达，拍摄和剪辑的关系，素材的整理和挖掘，剪辑的创造性和原则，剪辑的过程和方法，剪辑与影片的风格，影片剪辑中不同艺术表现要素的合理安排以及影片包装的相关知识。

**3.教学方法**

课题讲授结合学生操作。

**4.学习资料**

彼特.W.雷：《影视短片制作与编导 （第5版）》 ，清华大学出版社，2019年。

**5.思考题**

作业：完成影视短片的素材整理和初剪。

# 《演艺娱乐产业经营管理》课程教学大纲

Management to Performing Arts Entertainment Industry

大纲主撰人：管尔东 大纲审核人：俞香云

【**课程ID**】234519001 【**课程修习类型**】 必修

【**开课学院**】文化创意学院 【**适用专业**】文化产业管理

【**学分数**】 3学分 【**学时数**】48（48/0）

【**建议修读学期**】三春 【**先修课程**】管理学

**一、课程说明**

**1.课程介绍**

本课程是具有理论前沿性，涉及演艺、城市休闲娱乐等领域的研究，因而本课程的学习，不仅可以对市场上一些成功的演艺娱乐开发案例进行理论阐释，为学生的研究扩展了视野，而且要注重现实操作性。在讲授过程中，本课配备了大量典型案例，分析了兴新的演绎与娱乐产业的发展状况，以此提高学生实际解决问题的能力。

This course is a theoretical frontier, involving the performing arts, urban leisure and entertainment and other fields of study, so this course of study, not only on the market success of some cases of the development of entertainment entertainment theory for students to expand the field of vision, and to focus on practical operability. In the process of teaching, this lesson is equipped with a large number of typical cases, analysis of the new interpretation of the entertainment industry and the development of the situation in order to improve students' ability to solve problems.

**2.课程的主要内容及课时安排**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 章次 | 内 容 | 总学时 | 理论学时 | 实验、实践学时 |
| 一 | 演艺娱乐及其相关概念 | 8 | 8 | 0 |
| 二 | 演艺文化的构建 | 10 | 10 | 0 |
| 三 | 演艺娱乐空间研究 | 10 | 10 | 0 |
| 四 | 演艺娱乐产品的开发与管理 | 10 | 10 | 0 |
| 五 | 演艺经济与运营管理 | 10 | 10 | 0 |

**3．课程教学目标**

（1）课程教学目标：

①通过对本课程的学习，不仅可以加深学生对系统地掌握演艺娱乐产业的基本理论、基本观点和一些前瞻性研究视角；

②更重要的是能理论联系实际，运用这些基本理论、基本原则、基本方法，解决企业在经营演艺娱乐产品时面临的问题；

③提升企业的经营业绩和整个演艺娱乐产业的发展水平。

**④课程思政目标：**作为文化产业的组成部分，演艺娱乐产业是主要包含演艺产品的创作、生产、表演、销售、消费及经纪代理、艺术表演场所等配套服务机构共同构成的产业体系。由于该产业带有浓郁的商业化气息，部分演艺公司缺乏正确的价值导向和管理方法。因此，部分地区出现了诸多不合理的现象，例如：虚捧一些道德修养低下的艺人传播负面思想；过分追求经济效益，忽视社会效益；演艺作品的庸俗、低劣严重影响青少年心理健康等。因此，该课程从演艺娱乐产业的特征、经营管理方法等专业知识入手，详细介绍监督与管理的必要性，以及引导演艺娱乐产业良性发展的具体方法。在此基础上，让学生懂得要借助演艺娱乐行业积极宣传正能量，形成良好的社会风气。从而为学生解答价值困惑，帮助其在创造社会价值过程中明确自身价值和社会定位。

（2）课程目标对培养要求的支撑：

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 培养要求 | 课程支撑点 | 课程教学目标 |
| 1.知识要求：掌握文化艺术学科的基础知识和基础理论；熟悉国家的文化战略、文化政策和相关法规 | 第一章、演艺娱乐及其相关概念；第二章、演艺文化的构建 | 教学目标① |
| 2.能力要求：具有良好的创意思维和文化创意产品研发的能力；具有较强的文化产业管理、营销、策划、经纪等专业能力 | 第四章、演艺娱乐产品的开发与管理；第五章、演艺经济与运营管理 | 教学目标②③ |
| 3.素质要求：具有良好的科学和人文素养；具有不断追求新知识、独立思考和理论联系实际的科学精神； | 第二章、演艺文化的构建；第三章、演艺娱乐空间研究； | 教学目标②③ |

**4．课程教学方法与手段**

本课程在讲授时将主要以案例结合理论为主。由于课时有限，课程内容比较繁多，因此会增加学生实践，对所要讲述的理论内容有个基本理解。

**5．课程资源**

（1）推荐教材及参考文献：

叶文：《城市休闲旅游》，南开大学出版社，2006年。

戴斌：《旅游与休闲业服务质量管理》，南开大学出版社，2004年。

**6．学生成绩评定**

（1）考核方式：期末论文，非闭卷考试

（2）评价标准：

|  |  |
| --- | --- |
| 考核等级 | 评价标准 |
| 优秀（90-100） | 能够掌握演艺娱乐经营管理课程的知识点要求，理解演艺娱乐经营管理的理论和技能，提高相关行业经营管理的基本能力。 |
| 良好（80-89） | 能够掌握演艺娱乐经营管理课程的知识点要求，理解演艺娱乐经营管理的理论和技能，了解演艺娱乐经营管理的基本手段 |
| 中等（70-79） | 能够掌握演艺娱乐经营管理课程的知识点要求，提高演艺娱乐经营管理基本能力不够 |
| 及格（60-69） | 能够掌握演艺娱乐经营管理课程的知识点要求，理解演艺娱乐经营管理的理论和技能不够 |
| 不及格（低于60） | 无法掌握演艺娱乐经营管理课程的知识点要求 |

（3）成绩构成：平时成绩占 30 % ，期中成绩占 30 % ，期末成绩占40 %

（4）过程考核：平时成绩的具体构成：出勤率、迟到早退、学习态度、团队精神。学生上课过程监控主要是点名、教学工作记录、自主学习、学习表现与观察。

**二、教学内容和学时分配**

**第一章 演艺娱乐及其相关概念**

**1.教学要求**

使学生掌握演艺娱乐的定义、特征，了解演艺娱乐的发展历程，理解演艺与娱乐关 系，掌握本课程的学习方法。

**2.主要内容**

第一节 演艺与娱乐的内涵及其演化

第二节 中西方演艺娱乐发展历程

第三节 演艺与娱乐的特征

**3.教学方法**

课堂讲授与个人自学相结合，课堂讲授采用传统授课方式。

**4.学习资料**

演艺娱乐的定义、特征及其与旅游的关系。

**5.思考题**

演艺娱乐与旅游的关系，演艺娱乐与娱乐的特征。

**第二章 演艺文化的构建**

**1.教学要求**

通过本章的学习，了解演艺娱乐与不同文化类型的互动、掌握演艺娱乐文化的影响因素， 理解演艺娱乐的规范与演艺娱乐教育的内容。

**2.主要内容**

第一节 演艺娱乐与不同文化类型的互动

第二节 演艺娱乐文化的影响因素

第三节 演艺娱乐的规范

第四节 演艺娱乐的教育

第五节 案例讨论：湖南卫视的演艺娱乐文化与运营；武林风、梨园春与康熙来了、女人我最大、综艺最爱宪的文化比较。

**3.教学方法**

课堂讲授与个人自学相结合，课堂讲授采用传统教授方式。

**4.学习资料**

演艺娱乐与不同文化的互动、演艺娱乐娱乐的规范与教育。

**5.思考题**

思考演艺娱乐文化的影响因素。

**第三章 演艺娱乐空间研究**

**1.教学要求**

了解演艺娱乐空间结构的构成，理解演艺娱乐与城市规划的关系，掌握演艺娱乐业对城市风貌的影响。

**2.主要内容**

第一节 演艺娱乐空间结构概述

第二节 演艺娱乐与城市规划

第三节 演艺娱乐业对城市风貌的影响

**3.教学方法**

课堂讲授与个人自学相结合，课堂讲授采用传统教授方式。

**4.学习资料**

演艺娱乐空间结构、演艺娱乐与城市规划。

**5.思考题**

演艺娱乐业对城市风貌的影响。

**第四章 演艺娱乐产品的开发与管理**

**1.教学要求**

通过本章学习，掌握演艺娱乐产品的特征、分类，了解典型的演艺娱乐产品的内容。

**2.主要内容**

第一节 演艺产品概述

第二节 典型娱乐产品概述

第三节 案例分析

**3.教学方法**

课堂讲授与个人自学相结合，课堂讲授采用传统授课方式。

**4.学习资料**

演艺娱乐活动的分类、演艺产品的特征、典型娱乐产品的特点。

**5.思考题**

演艺娱乐产品的特征，典型演艺娱乐产品概述。

**第五章 演艺经济与运营管理**

**1.教学要求**

通过本章的学习，理解演艺娱乐经济的本质属性，了解城市的演艺娱乐经济供求关系， 掌握演艺娱乐产业概念的界定及特征，理解演艺娱乐产业发展的动因，了解演艺娱乐产业的作用于构建。

**2.主要内容**

第一节 演艺娱乐经济的本质

第二节 城市与演艺娱乐经济

第三节 演艺娱乐产业

第四节 案例分析：宋城集团“世界休闲博览会”的运营与管理

**3.教学方法**

课堂讲授与个人自学相结合，课堂讲授采用多媒体方式。

**4.学习资料**

演艺娱乐经济的本质、城市与演艺娱乐经济。

**5.思考题**

城市与演艺娱乐经济，演艺娱乐产业。

# 《中外动漫大师精品赏析》课程教学大纲

Appreciation of China and Foreign Cartoon

大纲主撰人：程振翼 大纲审核人：俞香云

【**课程代码**】230200912 【**课程修习类型**】 选修

【**开课学院**】文化创意学院 【**适用专业**】文化产业管理

【**学分数**】 2 【**学时数**】32（32/0）

【**建议修读学期**】三春 【**先修课程**】无

**一、课程说明**

**1.课程介绍**

中外动漫大师精品赏析是文化产业管理专业方向的学生的专业选修课程，教学中主要包括三个方面的内容：中国漫画史概况及作品赏析，西方漫画史概况及作品赏析，国内外动画史概况及作品赏析。课程内容设置重点以中西方漫画史及动画史和作品赏析为主线，欣赏动漫画艺术作品，提升艺术审美；旨在培养学生欣赏动漫画作品中的艺术表现形式，为开拓艺术和文化视野打基础。

Appreciation of China and Foreign Cartoon course is oriented to the students who majoring in management of cultural industry. The focus of the course content is to focus on the history of Chinese and western cartoon and the history of illustrations and the appreciation of works. The aim is to cultivate students to appreciate the art form of the manga, and to set the foundation for the development of creative vision.

**2.课程内容及课时安排**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 章次 | 内 容 | 总学时 | 理论学时 | 实验、实践学时 |
| 一 | 总论 | 4 | 4 | 0 |
| 二 | 中国动漫史概况及大师作品赏析 | 6 | 6 | 0 |
| 三 | 西方动漫史概况及大师作品赏析 | 6 | 6 | 0 |
| 四 | 国内外动画史概况及大师作品赏析 | 8 | 8 | 0 |
| 五 | 当代动漫大师作品赏析 | 8 | 8 | 0 |

**3．课程教学目标**

（1）课程教学目标：

①让学生对中西方漫画史和动画有整体的认识，了解两者的基本概念和发展历史；

②让学生学习和掌握艺术作品的鉴赏分析能力，理解动漫画艺术的表现形式和主题阐释；

1. 让学生通过中西方动漫画的作品欣赏，提升动漫画的审美水平。

**④课程思政目标：**以符合时代特色、弘扬中华传统文化、充分体现主流意识形态的动漫作品为主要案例进行介绍和剖析，引导学生的世界观、人生观、价值观和艺术观，强化学生对于社会主义核心价值观的认同，鼓励倡导学生更加积极地参与传承和弘扬民族精神的动漫艺术活动。

（2）课程目标对培养要求的支撑：

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 培养要求 | 课程支撑点 | 课程教学目标 |
| 1.掌握文化艺术学科的基础知识和基础理论；学习人类文明进步与文化发展的通识知识，包括人文社科知识、自然科学知识等。 | 通过总论部分的综述以及第一章至第四章每章的引论部分教学，让学生了解中国漫画史、西方漫画史的发展历程，各个时期的漫画语言和艺术特征，各个时期的主要代表作品和重要艺术家；了解国内外当代动画的艺术特征、发展趋势和代表艺术家及作品等。 | 教学目标① |
| 2.具有良好的艺术鉴赏和审美能力，具有良好的创意思维和文化创意产品研发的能力；具有独立思考、自主探究和终生学习的能力； | 通过第一章至第四章内容的教学，使学生理解动漫画艺术的表现形式和主题阐释；通过具体的动画和漫画作品赏析解读，使学生了解各个时期的漫画、发展历程和主要代表作品，扩大学生的艺术视野，通过具体的案例细读提升学生动漫画的创作视野和审美水平。 | 教学目标②  教学目标③ |

**4.课程教学方法与手段**

课程教学以理论讲授为主，学生课堂分享与交流。

**5.课程资源**

推荐教材及参考文献：

《中国漫画史 全景总揽中国动漫画的典籍》 作者：陈维东 现代出版社；

《西方漫画史》 作者： （英）林奇　著，张春颖　译 中央编译出版社；

**6.学生成绩评定**

（1）考核方式：考查

（2）评价标准：

|  |  |
| --- | --- |
| 考核等级 | 评价标准 |
| 优秀（90-100） | 文章思路新颖，主题明确，语言流畅，具有独立的艺术观点，文章评论性强，字数达标。能够反映出学生很好地掌握了中西动漫画艺术的创作理念，对于具体的作品可以提出正确的、有价值的独立见解。 |
| 良好（80-89） | 文章思路较新，主题较明确，语言较流畅，观点较清晰，文章评论性较强，字数达标。文章能够反映出学生对于中西动漫画艺术的基本创作理念有较为全面的把握，能够对具体作品提出较为合理的见解，但不够有创造性。 |
| 中等（70-79） | 学生对于中西动漫画艺术的了解程度仅限于少数大师及其经典作品，文章思路一般，主题不太明确，语言组织一般，评论意识不够强，难以形成独立观点，字数达标，有一定的缺课。 |
| 及格（60-69） | 学生对于中西动漫画艺术的了解范围相当狭窄，文章思路较为混乱，主题不够明确，字数达标，考勤基本达到学校规定，但有一定的缺课。 |
| 不及格（低于60） | 学生对课上所讲授知识缺少最基本的掌握和理解，文章思路混乱，主题不明确，毫无创意，没完成作业、无故旷课超出学校规定的。 |

（3）成绩构成：

该课程考核方式为考察，课程总成绩综合考察学生出勤情况、学习态度、平时作业、期末考试成绩，其中出勤及学习态度占30%、期中作业占30%、期末考试成绩占40%。

（4）过程考核：

平时成绩的具体构成：出勤率、迟到早退、学习态度、团队精神。学生上课过程监控主要是点名、教学工作记录、自主学习、学习表现与观察。

**二、教学内容和学时分配**

**总论**

1. **教学要求**

让学生了解中国漫画史、西方漫画史的发展历程，各个时期的漫画语言和艺术特征，各个时期的主要代表作品和重要艺术家；了解国内外当代动画的艺术特征、发展趋势和代表艺术家及作品等。

**2.主要内容**

第一节 中国漫画史概况及作品赏析

第二节 世界漫画史概况及作品赏析

第三节 国内动画作品赏析

第四节 当代动画作品赏析

**3.教学方法**

课程教学以理论讲授为主，学生课堂分享与交流。

**4.学习资料**

《[中国漫画史 全景总揽中国动漫画的典籍](http://product.dangdang.com/23803853.html" \o " 中国漫画史  全景总揽中国动漫画的典籍。 " \t "http://search.dangdang.com/_blank)》 作者：陈维东 现代出版社

《[西方漫画史](http://product.dangdang.com/20191645.html)》 作者： （英）[林奇](http://search.dangdang.com/?key2=%C1%D6%C6%E6&medium=01&category_path=01.00.00.00.00.00)　著，[张春颖](http://search.dangdang.com/?key2=%D5%C5%B4%BA%D3%B1&medium=01&category_path=01.00.00.00.00.00)　译 [中央编译出版社](http://search.dangdang.com/?key3=%D6%D0%D1%EB%B1%E0%D2%EB%B3%F6%B0%E6%C9%E7&medium=01&category_path=01.00.00.00.00.00)

**5.思考题**

完成课程论文1篇，1篇作品赏析

**第一章 中国漫画史概况及大师作品赏析**

**1.教学要求**

让学生了解中国各个时期的漫画发展历程和主要代表作品。

1. **主要内容**

本章共6个课时，以理论教学为主，课程内容为中国漫画史概况及作品赏析。

第一节 渊源有自来：历史上的漫画（远古―1976）   
 第二节 继往开来：百花竞芳的新时期漫画（1976―1994）   
 第三节 上下求索：“5155工程”时期的漫画（1995―1999）

第四节 万象更新：市场化时期的原创漫画

第五节 异彩纷呈：初露端倪的“中式漫画”

第六节 时代之光：信息化发展的原创漫画

1. **教学方法**

课程教学以理论讲授为主，学生课堂分享与交流。

**4.学习资料**

《[中国漫画史 全景总揽中国动漫画的典籍](http://product.dangdang.com/23803853.html)》 作者：陈维东 现代出版社

**5.思考题**

思考：中国漫画各个阶段的艺术特征，受哪些艺术形式的影响？

**第二章 西方漫画史概况及大师作品赏析**

**1.教学要求**

让学生了解漫画的本质和起源，以及西方各个时期的漫画发展历程和主要代表作品。

**2.主要内容**

本章共6个课时，以理论教学为主，课程内容为西方漫画史概况及作品赏析。

1. 漫画的本质  
    第二节 古代到中世纪的漫画  
    第三节 早期世俗漫画  
    第四节 偏见漫画  
    第五节 欧陆漫画

第六节 作品赏析

**3.教学方法**

课程教学以理论讲授为主，学生课堂分享与交流。

**4.学习资料**

《[西方漫画史](http://product.dangdang.com/20191645.html)》 作者： （英）[林奇](http://search.dangdang.com/?key2=%C1%D6%C6%E6&medium=01&category_path=01.00.00.00.00.00)　著，[张春颖](http://search.dangdang.com/?key2=%D5%C5%B4%BA%D3%B1&medium=01&category_path=01.00.00.00.00.00)　译 [中央编译出版社](http://search.dangdang.com/?key3=%D6%D0%D1%EB%B1%E0%D2%EB%B3%F6%B0%E6%C9%E7&medium=01&category_path=01.00.00.00.00.00)

**5.思考题**

思考：西方漫画各个阶段的艺术特征，与同时期的中国漫画有哪些不同？

作业：完成1篇作品赏析

**第三章 国内外动画史概况及大师作品赏析**

**1.教学要求**

让学生了解当下国内外动画的发展现状、主要趋势和知名动画家作品，通过学生课外自发学习进行课堂分享，充分挖掘学生的自我学习能力，激发学生的艺术热情和兴趣发展。

**2.主要内容**

本章共10个课时，以理论教学和课堂交流为主，课程内容为中外动画家及作品赏析。

学生进行分组合作，每组选择一位知名动画家及作品进行PPT展示。

1. 国外动画发展现状与作品赏析
2. 课堂分组展示与交流
3. 国内动画发展现状与作品赏析
4. 课堂分组展示与交流

**3.教学方法**

课程教学以理论讲授为主，学生课堂分享与交流。

**4.学习资料**

国外内经典动画作品

**5.思考题**

思考：当今动画的艺术性和商业性，分享国内外知名动画家的作品及创作历程。

作业：分组合作做PPT选择一名动画家的作品进行课堂分享

完成课程1篇小论文

**第四章 当代动漫画大师作品赏析**

**1.教学要求**

让学生了解当代动画的发展现状、主要趋势和知名动画家作品，通过学生课外自发学习进行课堂分享，充分挖掘学生的自我学习能力，激发学生的艺术热情和兴趣发展。

**2.主要内容**

本章共8个课时，以理论教学和课堂交流为主，课程内容为当代动画家及作品赏析。

学生进行分组合作，每组选择一位知名动画家及作品进行PPT展示。

1. 当代动画风格的主要类型
2. 当代动画家介绍与作品赏析
3. 课堂分组展示与交流

**3.教学方法**

课程教学以理论讲授为主，学生课堂分享与交流。

**4.学习资料**

当代经典动画作品

**5.思考题**

思考：当今动画的艺术性和商业性，分享国内外当代动画家的作品及创作历程。

作业：分组合作做PPT选择一名动画家的作品进行课堂分享

完成课程1篇小论文

# 《文化品牌管理》课程教学大纲

Cultural Brand Management

大纲主撰人：俞香云 大纲审核人： 管尔东

【**课程代码**】(235533001) 【**课程修习类型**】选修

【**开课学院**】 文化创意学院 【**适用专业**】 文化产业管理

【**学分数**】 2学分 【**学时数**】32（25/7）

【**建议修读学期**】 三春 【**先修课程**】《管理学》、《文化产业管理概论》

**一、课程说明**

**1.课程介绍**

本课程是面向文化产业管理专业的专业选修课，是学生学习品牌管理方向专业课程的基础，也是学生学好专业方向课程所必须掌握的基本内容之一。开设本课程的目的是使学生了解品牌管理的基础理论，掌握品牌管理的经典与现代知识，学会品牌环境的分析和品牌系统的开发与设计、运作与管理、衡量、维护与改进，并通过案例、实验、实训或实习教学，将品牌管理知识和技能在实践中综合运用，提高学生的学习、实践和创新能力。

This course is geared to the needs of cultural industry management professional elective course, is the basis for the student to study the direction of the brand management professional courses, students learn professional direction course also one must master the basic content. Open the purpose of this course is to make the students understand the basic theory of brand management, brand management of classic and modern knowledge, learn to brand environment analysis and system development and design, operation and management, measurement, maintenance and improvement, and through the case study, experiment, practice and practice teaching, the brand management integrated use of knowledge and skills in practice, improve the students' learning, practice and innovation ability.

**2.课程内容及课时安排**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 章次 | 内 容 | 总学时 | 理论学时 | 实验、实践学时 |
| 一 | 文化品牌管理基础 | 6 | 6 | 0 |
| 二 | 文化品牌环境分析 | 4 | 4 | 0 |
| 三 | 文化品牌展望与承诺 | 4 | 4 | 0 |
| 四 | 文化品牌战略与组织 | 6 | 4 | 2 |
| 五 | 文化品牌创意与设计 | 6 | 3 | 3 |
| 六 | 文化品牌营销管理 | 6 | 4 | 2 |

**3．课程教学目标**

（1）课程教学目标：

➀开设本课程的目的是使学生了解文化品牌管理的基础理论，掌握文化品牌管理的经典与现代知识。

➁学会品牌环境的分析和品牌系统的开发与设计、运作与管理、衡量、维护与改进，并通过案例、实验、实训或实习教学，将品牌管理知识和技能在实践中综合运用，提高学生的学习、实践和创新能力。

**③课程思政目标：**通过对文化品牌的开发与设计、运作与管理、衡量、维护与改进等知识内容的阐述与传授，将知识背后的思想、精神与价值有效传达给学生，培养学生正确的价值追求、理想信念、文化自信和爱国情操。

（2）课程目标对培养要求的支撑：

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 培养要求 | 课程支撑点 | 课程教学目标 |
| 1．知识要求：掌握文化产业管理专业的核心知识和基础理论；熟悉国际先进文化产业的经营理念和运营模式。 | 掌握第1-6章文化品牌管理基础、环境分析、品牌战略与组织、品牌创意与设计、品牌营销管理等知识点 | 教学目标① |
| 2．能力要求：具有良好的创意思维和文化创意产品研发的能力；具有较强的文化产业管理、营销、策划、经纪等专业能力。 | 第3-6章文化品牌展望与承诺、品牌战略与组织、品牌创意与设计、文化品牌营销管理等理论知识点与实践训练，培养文化品牌管理实践能力。 | 教学目标② |
| 3．素质要求：具备良好的科学和人文素养，不断追求新知识、独立思考和理论联系实际的科学精神。 | 通过第1-6章理论与实践知识的学习，培养良好的专业素养和科学精神。 | 教学目标①、教学目标② |

**4．课程教学方法与手段**

在课程教学过程中，综合运用了理论讲解教学法、电子演示教学法、问题探究教学法、案例讨论教学法、作业法，以及参观陶冶法、读书指导教学法、行为引导教学法（含角色扮演模拟法、发现探究法、练习法、实验法、实习作业法）、项目式教学法等。

**5．课程资源**

推荐教材及参考文献：

(美)凯文·莱恩·凯勒著.卢泰宏、吴水龙译.战略品牌管理(第 3 版).北京:中国人民大学出版社, 2009年。

[臧丽娜](https://book.jd.com/writer/臧丽娜_1.html) 著，文化创意产业品牌传播案例研究：以山东为例，山东教育出版社，2016年。 沈婷、郭大泽 编 文创品牌的秘密 从创意设计到营销，广西美术出版社，2017年。

周志明编著.品牌管理.天津:南开大学出版社,2008年。

陈少峰、张立波 等著，中国文化企业品牌案例，清华大学出版社，2015年。

**6．学生成绩评定**

（1）考核方式：考查

（2）评价标准：

|  |  |
| --- | --- |
| 考核等级 | 评价标准 |
| 优秀（90-100） | 准确而全面掌握课程知识点，能够运用理论知识分析实践问题，学习主动性强，。 |
| 良好（80-89） | 较为准确掌握课程知识点，能够运用理论知识分析问题，学习主动性较强。 |
| 中等（70-79） | 准确掌握大部分课程知识点，分析问题能力一般，学习主动性一般。 |
| 及格（60-69） | 基本掌握课程主要知识点，学习态度较差。 |
| 不及格（低于60） | 没有掌握课程主要知识点，学习态度差。 |

1. 成绩构成：平时成绩占 30 % ，期中成绩占 30 % ，期末成绩占40 %
2. 过程考核：平时成绩的具体构成：出勤率、迟到早退、学习态度、团队精神。学生上课过程监控主要是点名、教学工作记录、自主学习、学习表现与观察。

**二、教学内容和学时分配**

**第一章 文化品牌管理基础**

**1.教学要求**

应用品牌本质的有关知识分析品牌现象和问题；了解中外品牌发展的历史；区分有关品牌理论；掌握品牌管理和品牌资产的含义，品牌价值的来源。

**2.主要内容**

品牌的特征、内涵与外延、形态与属性、功能与效应、分类、时间与空间，品牌与相关概念关系；中国品牌发展史，外国品牌发展史；品牌人格化的理论基础，古典品牌理论，现代品牌理论，当代品牌理论，品牌科学的形成与发展，全球化与品牌管理新趋势；品牌管理的定义，品牌资产的含义及结构，利益相关者感知与行为对品牌的影响，品牌价值的来源，品牌管理过程与框架。重点：品牌的特征、内涵与外延、功能与效应、分类；品牌资产的含义及结构，品牌价值的来源，品牌管理过程与框架。难点：品牌人格化的理论基础，古典品牌理论，现代品牌理论，当代品牌理论。

**3.教学方法**

讲授与讨论，运用多媒体设备教学，运用案例教学法。

**4.学习资料**

(美)凯文·莱恩·凯勒著.卢泰宏、吴水龙译.战略品牌管理(第 3 版).北京:中国人民大学出版社, 2009年。

沈婷、郭大泽 编 文创品牌的秘密 从创意设计到营销，广西美术出版社，2017年。

**5.思考题**

品牌人格化的内涵是指什么？

**第二章 文化品牌环境分析**

**1.教学要求**

了解品牌宏微观环境分析的内容和方法；掌握品牌组织软硬环境、品牌利益相关者价值需求、品牌资源分析的内容和方法。

**2.主要内容**

社会/文化环境，政治/法律环境，经济环境，自然环境，技术环境，宏观环境分析方法；消费环境，竞争环境，产业集群，人力资源环境，金融环境，微观环境分析方法；品牌组织软硬环境，品牌利益相关者价值需求，品牌资源，品牌组织及内外环境综合分析方法。重点：品牌内部环境分析。难点：品牌宏微观环境分析。

**3．教学方法**

讲授与讨论，运用多媒体设备教学，运用案例教学法。

**4.学习资料**

(美)凯文·莱恩·凯勒著.卢泰宏、吴水龙译.战略品牌管理(第 3 版).北京:中国人民大学出版社, 2009年。

[臧丽娜](https://book.jd.com/writer/臧丽娜_1.html) 著，文化创意产业品牌传播案例研究：以山东为例，山东教育出版社，2016年。 沈婷、郭大泽 编 文创品牌的秘密 从创意设计到营销，广西美术出版社，2017年。

周志明编著.品牌管理.天津:南开大学出版社,2008年。

陈少峰、张立波 等著，中国文化企业品牌案例，清华大学出版社，2015年。

**5.思考题**

品牌内部环境指哪些？

**第三章 文化品牌展望与承诺**

**1．教学要求**

区分品牌展望与承诺的构成要素；了解品牌目的与愿景的开发过程；掌握品牌精髓、品牌个性、品牌行为规范的确立原则、流程和规律；区分品牌目标、品牌原则与品牌任务。

**2.主要内容**

品牌展望与承诺的构成要素；品牌化决策，品牌创建者决策，品牌总体战略决策，品牌目的与愿望陈述；品牌精髓，品牌个性，品牌行为规范；品牌目标，品牌原则，品牌任务。

重点：品牌目的与愿景；品牌伦理与文化；品牌目标与任务。难点：品牌目的与愿景；品牌伦理与文化。

**3．教学方法**

讲授与讨论，运用多媒体设备教学，运用案例教学法。

**4.学习资料**

(美)凯文·莱恩·凯勒著.卢泰宏、吴水龙译.战略品牌管理(第 3 版).北京:中国人民大学出版社, 2009年。

[臧丽娜](https://book.jd.com/writer/臧丽娜_1.html) 著，文化创意产业品牌传播案例研究：以山东为例，山东教育出版社，2016年。 沈婷、郭大泽 编 文创品牌的秘密 从创意设计到营销，广西美术出版社，2017年。

周志明编著.品牌管理.天津:南开大学出版社,2008年。

陈少峰、张立波 等著，中国文化企业品牌案例，清华大学出版社，2015年。

**5.思考题**

品牌伦理与文化是指什么？

**第四章 文化品牌战略与组织**

**1.教学要求**

区分品牌战略的类型、品牌开发的路线；能够应用品牌定位的理论和方法、品牌管理的组织理论与设计知识；掌握品牌规划的基本内容。

**2．主要内容**

品牌战略体系与决策；品牌定位；品牌开发路线的战略选择；品牌规划；品牌管理的组织。重点：品牌战略体系与决策；品牌定位；品牌开发路线的战略选择；品牌管理的组织。难点：品牌定位；品牌规划。

**3．教学方法**

讲授与讨论，运用多媒体设备教学，运用案例教学法。

**4.学习资料**

(美)凯文·莱恩·凯勒著.卢泰宏、吴水龙译.战略品牌管理(第 3 版).北京:中国人民大学出版社, 2009年。

[臧丽娜](https://book.jd.com/writer/臧丽娜_1.html) 著，文化创意产业品牌传播案例研究：以山东为例，山东教育出版社，2016年。 沈婷、郭大泽 编 文创品牌的秘密 从创意设计到营销，广西美术出版社，2017年。

周志明编著.品牌管理.天津:南开大学出版社,2008年。

陈少峰、张立波 等著，中国文化企业品牌案例，清华大学出版社，2015年。

**5.思考题**

文化品牌定位的决定因素有哪些？

**第五章 文化品牌创意与设计**

**1.教学要求**

了解品牌创意与设计的概念、原则及内容；了解品牌故事的作用及其开发规律；掌握品牌要素的选择与设计知识。

**2.主要内容**

品牌创意与设计的概念、原则及内容；品牌故事设计；品牌要素的选择与设计。

重点：品牌故事的设计，品牌要素的选择与设计。难点：品牌要素的选择与设计。

**3.教学方法**

讲授与讨论，运用多媒体设备教学，运用案例教学法。

**4.学习资料**

(美)凯文·莱恩·凯勒著.卢泰宏、吴水龙译.战略品牌管理(第 3 版).北京:中国人民大学出版社, 2009年。

[臧丽娜](https://book.jd.com/writer/臧丽娜_1.html) 著，文化创意产业品牌传播案例研究：以山东为例，山东教育出版社，2016年。 沈婷、郭大泽 编 文创品牌的秘密 从创意设计到营销，广西美术出版社，2017年。

周志明编著.品牌管理.天津:南开大学出版社,2008年。

陈少峰、张立波 等著，中国文化企业品牌案例，清华大学出版社，2015年。

**5.思考题**

如何设计品牌故事？

**第六章 文化品牌营销管理**

**1.教学要求**

了解品牌与顾客之间的关系；掌握品牌营销方案的设计方法；区分顾客体验营销的类型；掌握品牌整合传播的方法与技巧；了解品牌口碑营销的基本原理；应用品牌策划知识与创意概念。

**2.主要内容**

设计营销方案；品牌体验营销；品牌整合传播；品牌口碑营销；品牌策划与创意。

重点：设计营销方案；品牌整合传播；品牌策划与创意。难点：顾客体验营销；品牌口碑营销。

**3.教学方法**

讲授与讨论，运用多媒体设备教学，运用案例教学法。

**4.学习资料**

(美)凯文·莱恩·凯勒著.卢泰宏、吴水龙译.战略品牌管理(第 3 版).北京:中国人民大学出版社, 2009年。

[臧丽娜](https://book.jd.com/writer/臧丽娜_1.html) 著，文化创意产业品牌传播案例研究：以山东为例，山东教育出版社，2016年。 沈婷、郭大泽 编 文创品牌的秘密 从创意设计到营销，广西美术出版社，2017年。

周志明编著.品牌管理.天津:南开大学出版社,2008年。

陈少峰、张立波 等著，中国文化企业品牌案例，清华大学出版社，2015年。

**5.思考题**

品牌营销方案设计要考虑哪些因素？

**三、实践教学内容安排**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序  号 | 实验（实践）项目名称 | 主 要 内 容 | 学时 | 实验（实践）属性 | 类型 | 组织  方式 | 考核  要求 |
| 1 | 调研 | 文化品牌战略与组织 | 2 | 专业 | 综合 | 小组实地调研 | 撰写调研报告 |
| 2 | 文化品牌创意与设计 | 文化品牌创意与设计 | 3 | 专业 | 综合 | 课堂练习 | 现场展示 |
| 3 | 文化品牌营销管理 | 文化品牌营销管理策划和模拟 | 2 | 专业 | 综合 | 小组策划和练习 | 撰写策划书并评比 |

# 《文化投资学》课程教学大纲

Cultural Industry Investment

大纲主撰人：俞香云 大纲审核人：郭持华

【**课程代码**】234516001 【**课程修习类型**】选修

【**开课学院**】文化创意学院 【**适用专业**】文化产业管理

【**学分数**】3 【**学时数**】48（48/0）

【**建议修读学期**】 三秋 【**先修课程**】《文化产业概论》、《产业经济学》

**一、课程说明**

**1.课程介绍**

本课程是专业选修课，面向文化产业管理专业本科学生，授课对象要求在这之前已经初步掌握专业知识结构，具有初步的文化产业管理知识和投资意识，因此对大三以上的本科学生比较适合。《文化投资学》借助投资学的基础知识和理论，全面地反映文化投资相关的基本问题，划定文化投资学的基本内容，对文化投资学的文化经济之特殊生产要素的金融化问题和投融资问题分别阐述。同时根据文化投资的特点，吸收了文化投资案例，引导读者认识现实，并形成分析问题和解决问题的能力。

This course is a professional elective course, and the cultural industry management professional undergraduate students, the teaching object request before this has preliminary master professional knowledge structure, with preliminary knowledge of the culture industry management and investment consciousness, so is suitable for undergraduate students of three or more. "Cultural investment" in accordance with the basic knowledge and theories of investment, fully reflect the culture of basic problems related to investment, defined the basic content of the investment culture, the culture of investment of economic financial special factor of production, investment and financing problems respectively in this paper. At the same time, according to the characteristics of cultural investment, it absorbs cultural investment cases, guides readers to realize the reality, and forms the ability to analyze problems and solve problems.

**2.课程内容及课时安排**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 章次 | 内 容 | 总学时 | 理论学时 | 实验、实践学时 |
| 一 | 投资学基础 | 3 | 3 | 0 |
| 二 | 文化产业与文化投资 | 3 | 3 | 0 |
| 三 | 文化投资体制、结构与政策 | 6 | 6 | 0 |
| 四 | 文化投融资工具 | 6 | 6 | 0 |
| 五 | 版权金融化 | 6 | 6 | 0 |
| 六 | 艺术品金融化 | 6 | 6 | 0 |
| 七 | 文化项目投融资 | 6 | 6 | 0 |
| 八 | 文化企业投融资 | 6 | 6 | 0 |
| 九 | 中国文化投融资典型模式 | 6 | 6 | 0 |

**3．课程教学目标**

（1）课程教学目标：

➀通过这门课程的学习，让学生对投资和文化产业投资有深入的了解，了解资本市场，了解文化产业投资的发展状况与特点，较熟练地掌握文化企业资本运营模式和财务报表分析。

➁目标是使学生将来既能从事文化资源与文化产业管理方面的理论研究，又能在宣传文化系统、文化管理部门和文化产业各个行业的综合管理层中，从事相关的实际工作。

**③课程思政目标：**通过对投资和文化产业投资等基本理论知识的阐述与传授，将知识背后的思想、精神与价值有效传达给学生，培养学生正确的价值追求、理想信念、文化自信和爱国情操。

（2）课程目标对培养要求的支撑：

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 培养要求 | 课程支撑点 | 课程教学目标 |
| 知识要求：系统掌握文化产业管理专业的核心知识和基础理论； | 掌握第1-6章投资学基本概念，文化产业投资的特点，文化投资体制、结构与政策，文化投融资工具，版权、艺术品金融化等知识点 | 教学目标① |
| 能力要求：具有较强的文化产业管理、营销、策划、经纪等专业能力；具有良好的创新创业能力。 | 灵活运用第7-9章文化项目投融资、文化企业投融资及中国文化投融资典型模式等知识点和模拟实践训练，培养文化投资的实践能力。 | 教学目标② |
| 素质要求：具有不断追求新知识、独立思考和理论联系实际的科学精神 | 通过第1-9章知识点的学习，培养良好的专业素养和科学精神。 | 教学目标①、② |

1. **课程教学方法与手段**

根据本专业的特点和学生的基础知识储备情况，课程教学以课堂讲授为主，同时灵活使用和穿插讨论、讲座、校外实习实践等多种教学方式与手段，积极采用课堂互动教学等形式，促使学生在理论、见识、及解决实际问题等方面全面协调发展。教师侧重于重点、难点的讲授，简易章节让学生自学，重要内容可用作业方式完成。

**5．课程资源**

推荐教材及参考文献：

教材：《文化投资学》，王广振著，福建人民出版社，2015年。

参考书目：《投资学》（精要版），滋维•博迪 著， 机械工业出版社，2015年。

《投资学》， 张宗新著 复旦大学出版社，2013年。

《公司理财》，斯蒂芬 A.罗斯著， 机械工业出版社，2012年。

**6．学生成绩评定**

（1）考核方式：闭卷考试

（2）评价标准：

|  |  |
| --- | --- |
| 考核等级 | 评价标准 |
| 优秀（90-100） | 准确而全面掌握课程知识点，能够运用理论知识分析文化投资问题，学习主动性强。 |
| 良好（80-89） | 较为准确掌握课程知识点，能够运用理论知识分析文化投资问题，学习主动性较强。 |
| 中等（70-79） | 准确掌握大部分课程知识点，分析问题能力一般，学习主动性一般。 |
| 及格（60-69） | 基本掌握课程主要知识点，学习态度较差。 |
| 不及格（低于60） | 没有掌握课程主要知识点，学习态度差。 |

1. 成绩构成：平时成绩占 30 % ，期中成绩占 30 % ，期末成绩占40 %
2. 过程考核：平时成绩的具体构成：出勤率、迟到早退、学习态度、团队精神。学生上课过程监控主要是点名、教学工作记录、自主学习、学习表现与观察。

**二、教学内容和学时分配**

**第一章 投资学基础**

**1.教学要求**

了解投资和融资的概念，了解我国的投资体制和投资结构。

**2.主要内容**

第一节 投资与融资

第二节 投资体制

第三节 投资结构  
**3.教学方法**

讲授、课堂讨论相结合，运用多媒体设备教学。

**4.学习资料**

《文化投资学》，王广振著，福建人民出版社，2015年。

《投资学》（精要版），滋维•博迪 著， 机械工业出版社，2015年。

《投资学》， 张宗新著 复旦大学出版社，2013年。

**5.思考题**

投资机构是什么？

**第二章 文化产业与文化投资**

**1.教学要求**

掌握文化资本、文化经济的概念，及其与文化产业的关系。

**2.主要内容**

第一节 文化资本与文化资源

第二节 文化经济与文化产业

**3.教学方法**

讲授、课堂讨论相结合，运用多媒体设备教学。

**4.学习资料**

《文化投资学》，王广振著，福建人民出版社，2015年。

《投资学》（精要版），滋维•博迪 著， 机械工业出版社，2015年。

《投资学》， 张宗新著 复旦大学出版社，2013年。

**5.思考题**

什么是文化资本?

**第三章 文化投资体制、结构与政策**

**1.教学要求**

了解文化投资体制，掌握文化投资结构，了解文化投资政策。

**2.主要内容**

第一节 文化投资体制

第二节 文化投资结构

第三节 文化投资政策

第四节 国外文化投资体制

**3.教学方法**

讲授、课堂讨论相结合，运用多媒体设备教学。

**4.学习资料**

《文化投资学》，王广振著，福建人民出版社，2015年。

《投资学》（精要版），滋维•博迪 著， 机械工业出版社，2015年。

《投资学》， 张宗新著 复旦大学出版社，2013年。

**5.思考题**

文化投资体制有哪些内容？文化投资结构是什么？

**第四章　文化投融资工具**

**1.教学要求**

了解文化投融资的六大主要工具和途径。

**2.主要内容**

第一节 信贷

第二节 基金

第三节 证券

第四节 信托

第五节 保险

第六节 众筹

**3.教学方法**

讲授、课堂讨论相结合，运用多媒体设备教学。

**4.学习资料**

《文化投资学》，王广振著，福建人民出版社，2015年。

《投资学》（精要版），滋维•博迪 著， 机械工业出版社，2015年。

《投资学》， 张宗新著 复旦大学出版社，2013年。

**5.思考题**

文化投融资的六种工具各有什么特点？

**第五章 版权金融化**

**1.教学要求**

了解版权与文化产业的关系，了解版权价值的评估方式，掌握版权投融资的具体模式。

**2.主要内容**

第一节 版权与文化产业

第二节 版权价值评估

第三节 版权投融资模式

第四节 版权投融资案例

**3.教学方法**

讲授、课堂讨论相结合，运用多媒体设备教学。

**4.学习资料**

《文化投资学》，王广振著，福建人民出版社，2015年。

《投资学》（精要版），滋维•博迪 著， 机械工业出版社，2015年。

《投资学》， 张宗新著 复旦大学出版社，2013年。

**5.思考题**

版权投融资的具体模式有哪些？

**第六章 艺术品金融化**

**1.教学要求**

了解艺术品金融化的内涵和途径。

**2.主要内容**

第一节 艺术品与艺术品市场

第二节 艺术品金融化

第三节 中国艺术品金融化实践

**3.教学方法**

**4.学习资料**

《文化投资学》，王广振著，福建人民出版社，2015年。

《投资学》（精要版），滋维•博迪 著， 机械工业出版社，2015年。

《投资学》， 张宗新著 复旦大学出版社，2013年。

**5.思考题**

什么是艺术品金融化？艺术品金融化要注意哪些问题？

**第七章 文化项目投融资**

**1.教学要求**

掌握文化项目的融资和融资模式。

**2.主要内容**

第一节 项目管理与融资

第二节 文化项目融资

第三节 文化项目融资模式

第四节 文化项目融资案例

**3.教学方法**

讲授、课堂讨论相结合，运用多媒体设备教学。

**4.学习资料**

《文化投资学》，王广振著，福建人民出版社，2015年。

《投资学》（精要版），滋维•博迪 著， 机械工业出版社，2015年。

《投资学》， 张宗新著 复旦大学出版社，2013年。

**5.思考题**

文化项目融资模式有哪些？

**第八章 文化企业投融资**

**1.教学要求**

了解文化企业投融资方式和途径。

**2.主要内容**

第一节 文化企业与企业管理

第二节 文化企业投融资战略

第三节 文化企业投融资方式

第四节 文化企业投融资案例

**3.教学方法**

讲授、课堂讨论与实践相结合，运用多媒体设备教学。

**4.学习资料**

《公司理财》，斯蒂芬 A.罗斯著， 机械工业出版社，2012年。

**5.思考题**

文化企业投融资方式和途径有哪些？

**第九章 中国文化投融资典型模式**

**1.教学要求**

掌握中国文化投融资的典型模式和特点。

**2.主要内容**

第一节 资源主导模式

第二节 内容主导模式

第三节 创意引领模式

第四节 地产支撑模式

第五节 园区集聚模式

第六节 渠道扩张模式

第七节 互联网支撑模式

**3.教学方法**

讲授、课堂讨论与实践相结合，运用多媒体设备教学。

**4.学习资料**

《文化投资学》，王广振著，福建人民出版社，2015年。

**5.思考题**  
 中国文化投融资的典型模式有哪些？各自有什么特点？

# 《出版经营与管理》课程教学大纲

Publishing Management

大纲主撰人：沈松华 大纲审核人：管尔东

【**课程代码**】235528001 【**课程修习类型**】 主修专业选修课程

【**开课学院**】文化创意学院 【**适用专业**】文化产业管理

【**学分数**】 2 【**学时数**】32（32/0）

【**建议修读学期**】三春 【**先修课程**】无

**一、课程说明**

**1.课程介绍**

《出版经营与管理》课程为文化产业管理专业的专业选修课程，通过本课程的学习，学生能够初步了解我国的出版事业的概况，掌握编辑出版学、出版流程、出版物、出版业、出版经营管理、数字出版的基础理论知识，把握出版活动的一般规律，初步具备编辑出版行业的专业素质和实践能力，为从事相关文化产业工作奠定基础。

This course is an elective course for cultural industry management major. Through studying of this course, students can understand general situation of China's publishing industry, master the basic theoretical knowledge of editing and publishing, publishing process, publications, publishing management and digital publishing, the general rule of holding publishing activities, acquire professional quality and practical ability of the publishing industry, and to lay the foundation for engaging in relevant cultural industry work.

**2.课程内容及课时安排**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 章次 | 内 容 | 总学时 | 理论学时 | 实验、实践学时 |
| 一 | 出版概论 | 4 | 4 | 0 |
| 二 | 出版物 | 2 | 2 | 0 |
| 三 | 编辑概论 | 4 | 4 | 0 |
| 四 | 出版管理制度 | 2 | 2 | 0 |
| 五 | 出版过程 | 4 | 4 | 0 |
| 六 | 出版经营管理 | 4 | 4 | 0 |
| 七 | 出版市场营销 | 4 | 4 | 0 |
| 八 | 数字出版 | 8 | 8 | 0 |

**3.课程教学目标**

（1）课程教学目标：

➀应让学生牢固地掌握了解我国的出版事业的概况，掌握编辑出版学、出版物、出版流程、出版业经营管理与数字出版的基础理论知识；

➁把握出版活动各个环节的主要内容和实践要领；

➂初步具备编辑出版行业人才的专业素质和实践能力；

**④课程思政目标：**通过对出版产业相关知识的了解把握，深刻认识出版的意识形态属性，坚持出版的“两为”方向与“双百”方针，树立正确的出版价值与思想政治导向，积极建设与弘扬社会主义优秀文化。

（2）课程目标对培养要求的支撑：

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 培养要求 | 课程支撑点 | 课程教学目标 |
| 1.知识要求：系统掌握出版的核心知识和基础理论。 | 主要通过全八章内容的教学，使学生掌握出版行业的基本概况，编辑出版的整个流程，出版的体制管理、经营管理与营销管理知识，数字出版的相关知识。 | 教学目标➀➁ |
| 2.能力要求：熟悉出版产业的经营理念和运营模式，具有一定的编辑出版及出版业经营管理等专业能力。 | 主要通过第四章、第六、七、八章的教学，使学生理解世界出版管理制度，出版业的经营管理方略与市场营销策略，以及最新的数字出版实践。 | 教学目标➁ |
| 3.素质要求：具有良好的审鉴把关等专业素养和市场运营素养，具有发扬优秀文化的责任意识。 | 主要通过全八章的教学，使学生懂得从事编辑出版所需综合素质能力，特别是出版选题策划、组编稿件、装帧设计、经营管理、市场营销、数字出版等出版业务的内容和管理方法。 | 教学目标➂ |

**4.课程教学方法与手段**

根据本专业的特点和学生的基础知识储备情况，课程教学以课堂讲授为主，同时灵活使用和穿插案例分析、讨论、实训等多种教学方式与手段，积极采用课堂互动教学等形式，促进学生在理论知识、实践能力、专业修养等方面全面协调发展。

**5.课程资源**

推荐教材及参考文献：

庞沁文：《现代出版学概论》，中国书籍出版社，2015年。

罗紫初：《出版学导论》，武汉大学出版社，2014年。

肖东发：《出版经营管理》，北京大学出版社，2008年。

张立、李广宇：《数字出版学导论》，中国书籍出版社，2015年。

格罗斯：《编辑人的世界》，新星出版社，2014年。

**6.学生成绩评定**

（1）考核方式：考查

（2）评价标准：

|  |  |
| --- | --- |
| 考核等级 | 评价标准 |
| 优秀（90-100） | 系统掌握出版的核心知识和基础理论，熟悉出版产业的经营理念和运营模式，具有良好的编辑出版与经营管理等专业能力。 |
| 良好（80-89） | 基本掌握出版的核心知识和基础理论，熟悉出版产业的经营理念和运营模式，具有基本的编辑出版与经营管理等专业能力。 |
| 中等（70-79） | 掌握一定出版的核心知识和基础理论，了解出版产业的经营理念和运营模式，具有初步的编辑出版与经营管理等专业能力。 |
| 及格（60-69） | 初步掌握出版的核心知识和基础理论，了解出版产业的经营理念和运营模式，编辑出版与经营管理等专业能力较弱。 |
| 不及格（低于60） | 无法掌握出版的核心知识和基础理论，不了解出版产业的经营理念和运营模式，编辑出版与经营管理等专业能力明显不足。 |

（3）成绩构成：

该课程考核方式为考试，课程总成绩综合考察学生出勤情况、学习态度、平时作业、期末考试成绩，其中出勤及学习态度占30%、期中作业占30%、期末考查成绩占40%。

（4）过程考核：

平时成绩主要由日常出勤情况、课上发言、课后作业等几部分构成；监控方式主要为考勤、参与程度、组织讨论和提问、布置课后和课堂作业等。

**二、教学内容和学时分配**

**第一章 出版概论 4学时**

**1.教学要求**

通过本章教学，使学生掌握出版的概念、分类，理解出版与传播之间的关系，出版工作的组成环节与产业链构成，掌握出版的方针与原则，了解中外出版业发展的历程。

**2.主要内容**

出版的概念

出版与传播

出版的分类

出版的构成环节

出版产业链

出版方针与原则

出版简史

**3.教学方法** 讲授、讨论。

**4.学习资料**

于殿利：《出版是什么》，中国传媒大学出版社，2018年。

罗紫初：《出版学导论》，武汉大学出版社，2014年。

肖东发、杨虎：《中国出版史》，北京大学出版社，2017年。

**5.思考题**

在网络时代，如何理解“出版”？

我国出版事业的方针原则是什么？

**第二章 出版物 2学时**

**1.教学要求**

通过本章教学，使学生掌握出版的概念、分类，理解出版与传播之间的关系，出版工作的组成环节与产业链构成，掌握出版的方针与原则，了解中外出版业发展的历程。

**2.主要内容**

出版物的六要素

出版物的类型与结构

出版物的开本与印张

出版物的标准化标志

**3.教学方法** 讲授、讨论。

**4.学习资料**

庞沁文：《现代出版学概论》，中国书籍出版社，2015年。

罗紫初：《出版学导论》，武汉大学出版社，2014年。

**5.思考题**

出版物的六要素是什么？

一本图书有哪些结构组成？

**第三章 出版管理制度 4学时**

**1.教学要求**

通过本章教学，使学生了解世界出版管理制度概况，熟悉中国的管理法规以及具体行政管理事项，包括对出版单位、出版人员、出版活动及出版物的管理规定。

**2.主要内容**

出版管理制度

出版行政管理

**3.教学方法** 讲授、讨论。

**4.学习资料**

庞沁文：《现代出版学概论》，中国书籍出版社，2015年。

肖东发：《出版经营管理》，北京大学出版社，2008年。

**5.思考题**

如何区分出版单位、主办单位、主管单位？

简述出版人员职业资格制度。

什么是责任编辑制？

**第四章 编辑概论 2学时**

**1.教学要求**

通过本章教学，使学生掌握编辑的概念、特点与功能，熟悉编辑的四种模式，了解编辑的素质能力，理解编辑与作者、读者之间的关系。

**2.主要内容**

编辑的概念、特点与功能

编辑的四种模式

编辑的素质能力

编辑与作者、读者

**3.教学方法** 讲授、讨论。

**4.学习资料**

罗紫初：《出版学导论》，武汉大学出版社，2014年。

格罗斯：《编辑人的世界》，新星出版社，2014年。

周浩正：《优秀编辑的四门必修课》，金城出版社，2008年。

**5.思考题**

说说编辑工作的特点。

编辑有哪四种模式？

编辑应该如何处理好与作者、读者的关系？

**第五章 出版过程 4学时**

**1.教学要求**

通过本章教学，使学生掌握从选题策划到组稿审稿到编辑校对装帧设计的整个出版过程，熟悉每个环节的操作流程、工作方法与要点事项，形成实际操作的能力。

**2.主要内容**

选题策划

组稿与审稿

编发稿件

书刊校对

整体设计

**3.教学方法** 讲授、讨论、实训。

**4.学习资料**

庞沁文：《现代出版学概论》，中国书籍出版社，2015年。

格罗斯：《编辑人的世界》，新星出版社，2014年。

**5.思考题**

选题策划有哪些原则要求？

什么是三审责任制度？

**第六章 出版经营管理 4学时**

**1.教学要求**

通过本章教学，使学生了解中国出版业的发展历史和现状，熟悉各种出版组织的情况，了解出版社的基础管理构成，熟悉出版业的版权管理。

**2.主要内容**

出版业的历史与现状

出版组织

出版社基础管理

版权管理

**3.教学方法** 讲授、讨论。

**4.学习资料**

肖东发：《出版经营管理》，北京大学出版社，2008年。

杨海平：《现代出版业经营管理》，北京交通大学出版社，2015年。

**5.思考题**

谈谈实体书店的出路在哪里？

版权贸易包括哪些形式？

**第七章 出版市场营销 4学时**

**1.教学要求**

通过本章教学，使学生了解开展出版市场分析的方法，熟悉出版营销的主要内容，熟悉图书发行的主要购销方式与定价的主要方法。

**2.主要内容**

出版市场分析

出版营销战略

发行策略

价格策略

**3.教学方法** 讲授、讨论。

**4.学习资料**

肖东发：《出版经营管理》，北京大学出版社，2008年。

约翰·克雷默：《1001种图书营销方法 》，译林出版社，2016年。

**5.思考题**

出版物有哪些购销方式？

图书定价有哪些方法？

**第八章 数字出版 8学时**

**1.教学要求**

通过本章教学，使学生了解掌握数字出版的相关概念，了解数字出版的发展历程与现状，熟悉数字出版的主要内容环节和主要运营模式与管理体系，了解数字出版发展趋势。

**2.主要内容**

数字出版及相关概念

数字出版发展概况

数字出版的内容环节

数字出版的运营管理

**3.教学方法** 讲授、讨论。

**4.学习资料**

张立、李广宇：《数字出版学导论》，中国书籍出版社，2015年。

万安伦：《数字出版研究——运营模式与发展趋势》，中国传媒大学出版社，2017年。

**5.思考题**

如何理解数字出版的概念？

数字出版有哪些主要运营模式？

# 《艺术品投资与拍卖》课程教学大纲

Art Investment and Auction

大纲主撰人：秦东旭 大纲审核人： 管尔东

【**课程ID**】235529001 【**课程修习类型**】必修

【**开课学院**】文化创意学院 【**适用专业**】文化产业管理

【**学分数**】 2学分 　　　　　　 　　【**学时数**】32（28/4）

【**建议修读学期**】二春 【**先修课程**】产业经济学

**一、课程说明**

**1.课程介绍**

艺术品投资与拍卖是文化产业管理专业的选修课程之一。通过该课程的学习，一方面使学生掌握艺术品投资与拍卖的基本理论、基本概念和基本方法，提高学生的专业的理论知识，为进一步学习其他课程打下坚实的基础；另一方面，使得学生可以运用所学的基本理论，分析现实中艺术品投资行为，并把所学知识在实际工作中加以运用。

Art Investment and Auction is an elective course for cultural industry management major. Through the study of the course, first, let the students master the basic theory of art investment & auction, basic concepts and basic methods to improve the professional knowledge of students, to further study other courses to lay a solid foundation; second, let the students apply the basic theory, analysis of the reality of art investment behavior, and the knowledge in the practical work to be applied.

**2.课程的主要内容及课时安排：**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 章次 | 内 容 | 总学时 | 理论学时 | 实验、实践学时 |
| 一 | 艺术品概论 | 2 | 2 | 0 |
| 二 | 艺术品市场 | 8 | 8 | 0 |
| 三 | 艺术品投资 | 8 | 8 | 0 |
| 四 | 艺术品拍卖 | 8 | 8 | 0 |
| 五 | 艺术品投资与拍卖实训 | 6 | 0 | 6 |

**3.课程教学目标**

（1）课程教学目标：

➀对艺术品市场有较为全面的认识，掌握艺术品投资的基本理论、基本概念和基本方法。

➁理解并掌握艺术品投资与拍卖的规律、投资的步骤、策略、技巧。

➂能够运用所学内容对艺术品投资与拍卖行为进行分析。

**④课程思政目标：**引用和分析中国古代经典、与时代共生互融的艺术品的价值和价格，增强艺术品审美和评估能力，通过学习和了解中国海外流失和拍卖艺术品案例，增强学生民族文化认同感和爱国情感。

（2）课程目标对培养要求的支撑：

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 培养要求 | 课程支撑点 | 课程教学目标 |
| 1.知识要求：系统掌握文化产业管理专业的核心知识和基础理论；掌握文化艺术学科的基础知识和基础理论；熟悉国家的文化战略、文化政策和相关法规；熟悉国际先进文化产业的经营理念和运营模式； | 重点讲解艺术品的定义、分类、特殊性、艺术品的市场效应和艺术品的分类；艺术品收藏概述。 | 教学目标➀  教学目标➁ |
| 2.能力要求：具有良好的创意思维和文化创意产品研发的能力；具有较强的文化产业管理、营销、策划、经纪等专业能力；具有良好的沟通协调和团队合作能力； | 重点讲解艺术品价格的人为因素和制定价格的具体依据；艺术品投资的各种途径；艺术品拍卖的程序；进行艺术品投资与拍卖实训。 | 教学目标➂ |

**4.课程教学方法与手段**

除了讲授之外，将结合教学内容，给学生布置作业，包括艺术品投资分析作业、艺术品价格分析作业等。

**5.课程资源:**

推荐教材：

范正红，宋述林主编：中国书画艺术品投资导论，高等教育出版社, 2017。

奥拉夫·维尔苏斯：《艺术品如何定价》，艺林出版社，2017年。

云大慧：《艺术品投资法律风险防范》，法律出版社，2018年。

倪进：《艺术品金融》，凤凰美术出版社，2015年。

剑武：《我与中国艺术品市场拍卖二十年》，大象出版社，2017年。

维佳·克里斯纳：《拍卖理论》，中国人民出版社，2010年。

西蒙·德·普瑞：《苏富比拍卖大师》，中国人民大学出版社，2018年。

秦春荣：《艺术品投资》，上海大学出版社，2005年。

祝君波：《艺术品拍卖与投资实战教程》，上海人民美术出版社，2006年。

秦春荣：《艺术品拍卖》，上海大学出版社，2004年。

**6.学生成绩评定**

（1）考核方式：考查

（2）评价标准：

|  |  |
| --- | --- |
| 考核等级 | 评价标准 |
| 优秀（90-100） | 熟练掌握艺术品投资与拍卖的基本理论、基本概念、基本方法，能够灵活运用所学知识分析现实中的艺术品投资和拍卖行为，实务实训出色。 |
| 良好（80-89） | 较好掌握艺术品投资与拍卖的基本理论、基本概念、基本方法，能够较为灵活运用所学知识分析现实中的艺术品投资和拍卖行为，实务实训良好 |
| 中等（70-79） | 能够掌握艺术品投资与拍卖的基本理论、基本概念、基本方法中的主要方面，运用所学知识分析现实中的艺术品投资和拍卖行为能力一般，实务实训中等。 |
| 及格（60-69） | 可以掌握艺术品投资与拍卖的基本理论、基本概念、基本方法中的主要方面，运用所学知识分析现实中的艺术品投资和拍卖行为能力较差，实务实训合格 |
| 不及格（低于60） | 不能掌握艺术品投资与拍卖的基本理论、基本概念、基本方法中的主要方面，运用所学知识分析现实中的艺术品投资和拍卖行为能力很差，实务实训不合格。 |

（3）成绩构成：平时成绩占30%，期中成绩占30%，期末考查占40%

（4）过程考核：平时成绩由作业、课堂出勤、课堂答问讨论等构成；实训成绩由小组综合表现评定。

**二、教学内容和学时分配**

**第一章 艺术品概论（2课时）**

**1.教学要求**

了解并掌握艺术品定义、门类、特性、价值艺术品的市场效应和艺术品的分类、艺术品收藏的概貌。

**2.主要内容**

第一节 艺术品

一、艺术品的定义

二、艺术品的门类

三、艺术品的特征

四、艺术品的价值

第二节 艺术品的市场效应

第三节 艺术品的收藏

一、国家收藏

二、私人收藏

**3.教学方法**

课堂讲授：理论教学；教学辅助资料：多媒体。

**4.学习资料**

范正红，宋述林主编：中国书画艺术品投资导论，高等教育出版社, 2017。

**5.思考题**

艺术品的分类。

**第二章 艺术品市场（8课时）**

**1.教学要求**

了解并掌握中外艺术品市场的历史渊源及发展现状，艺术品市场的分类及基本概况，了解并掌握决定价格的因素、艺术品价格的人为因素和制定价格的具体依据。

**2.主要内容**

第一节 艺术品市场今昔

一、艺术品市场的历史渊源

二、艺术品市场现状

第二节 艺术品市场的分类

一、画廊、画店和艺术经营公司

二、拍卖行

三、艺术博览会、艺术基金和文交所

第三节 影响艺术品市场价格的因素

一、 直接因素

二、间接因素

三、制定价格的具体依据

**3.教学方法**

课堂讲授：理论教学；教学辅助资料：多媒体。

**4.学习资料**

范正红，宋述林主编：中国书画艺术品投资导论，高等教育出版社, 2017。

剑武：《我与中国艺术品市场拍卖二十年》，大象出版社，2017年。

西蒙·德·普瑞：《苏富比拍卖大师》，中国人民大学出版社，2018年。

奥拉夫·维尔苏斯：《艺术品如何定价》，艺林出版社，2017年。

**5.思考题**

思考制定价格的具体依据。

**第三章 艺术品投资（8课时）**

**1.教学要求**

了解并掌握艺术品投资的各种途径，了解并掌握艺术品投资收益分析与操作技巧。

**2.主要内容**

第一节 依据投资主体划分

一、个人

二、古玩市场和文物商店

三、画廊与艺术博览会

四、拍卖与典当

五、网络

第二节 依据投资形式划分

一、艺术品基金

二、艺术品信托

三、艺术品指数

四、艺术品保险

第三节 艺术品投资的金融逻辑

一、艺术品投资策略及程序

二、艺术品投资风险与回报

第四节 艺术品投资的认识误区

**3.教学方法**

课堂讲授：理论教学；教学辅助资料：多媒体。

**4.学习资料**

范正红，宋述林主编：中国书画艺术品投资导论，高等教育出版社, 2017。

祝君波：《艺术品拍卖与投资实战教程》，上海人民美术出版社，2006年。

倪进：《艺术品金融》，凤凰美术出版社，2015年。

云大慧：《艺术品投资法律风险防范》，法律出版社，2018年。

**5.思考题**

思考艺术品投资途径的多元化。

**第四章 艺术品拍卖（8课时）**

**1.教学要求**

了解并掌握艺术品拍卖的发展历程、艺术品拍卖的构成要素以及艺术品拍卖公司的运作方式，掌握艺术品拍卖的程序及策略。

**2.主要内容**

第一节 艺术品拍卖概论

一、艺术品拍卖起源

二、艺术品拍卖由来

三、艺术品拍卖的发展历程

第二节 艺术品拍卖构成要素

第三节 艺术品拍卖程序及策略

第四节 艺术品拍卖公司运作

**3.教学方法**

课堂讲授：理论教学；教学辅助资料：多媒体。

**4.学习资料**

祝君波：《艺术品拍卖与投资实战教程》，上海人民美术出版社，2006年。

维佳·克里斯纳：《拍卖理论》，中国人民出版社，2010年。

**5.思考题**

思考艺术品投资收益难点与误区。

**第五章 艺术品投资与拍卖实训（4）**

**1.教学要求**

了解并掌握艺术品拍卖的程序及注意事项，在实训中体会和思考艺术品拍卖时应注意的问题，并重点关注何种艺术品可以拍出较高价格，有何种拍卖技巧可以使用。

**2.主要内容**

第一节 艺术品投资演练

第二节艺术品拍卖演练

第三节 艺术品拍卖仿真实验——拍卖学生作品

**3.教学方法**

课堂讲授：理论教学；教学辅助资料：多媒体。

**4.学习资料**

秦春荣：《艺术品拍卖》，上海大学出版社，2004年。

维佳·克里斯纳：《拍卖理论》，中国人民出版社，2010年。

西蒙·德·普瑞：《苏富比拍卖大师》，中国人民大学出版社，2018年。

**5.思考题**

思考如何提高艺术品拍卖的成交率。

# 《公共事业管理》课程教学大纲

Public Utilities Management

大纲主撰人：俞香云 大纲审核人：郭持华

【**课程代码**】235526001 【**课程修习类型**】选修

【**开课学院**】文化创意学院 【**适用专业**】文化产业管理

【**学分数**】 2 【**学时数**】32（28/4）

【**建议修读学期**】 三春 【**先修课程**】管理学

**一、课程说明**

**1.课程介绍**

公共事业管理属于现代管理学的范畴，是公共管理学的一个重要组成部分和分支学科，应用性学科。《公共事业管理概论》作为文化产业管理专业选修课程，其内容和任务主要是从理论上阐述公共事业和公共事业管理的基本范畴、公共事业管理的体制和方法等，同时，根据公共事业管理的基本理念，对公共事业管理的各个门类进行概述。

Public utility management is an important part of public management, and it belongs to the category of modern management science. This course as an elective course for cultural industry management major, the content and the main task is to expatiate the system and the method of basic category, public utilities and public utilities management of public utilities management, at the same time, according to the basic idea of the management of public utilities, to outline the various categories of public utilities management.

**2.课程内容及课时安排**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 章次 | 内 容 | 总学时 | 理论学时 | 实验、实践学时 |
| 一 | 公共事业管理导论 | 4 | 4 | 0 |
| 二 | 公共事业管理环境 | 4 | 4 | 0 |
| 三 | 公共事业管理的模式与体制 | 4 | 2 | 2 |
| 四 | 公共事业管理中的组织 | 4 | 4 | 0 |
| 五 | 公共事业管理的职能、方式与方法 | 4 | 4 | 0 |
| 六 | 公共事业部门的战略管理 | 4 | 4 | 0 |
| 七 | 公共事业管理的一般过程 | 4 | 2 | 2 |
| 八 | 公共事业的绩效管理与外部评价 | 4 | 4 | 0 |

**3.课程教学目标**

（1）课程教学目标：

➀通过教学，应让学生牢固地掌握公共事业和公共事业管理的基本概念，把握公共事业管理的基本特点、基本规律和原则。

➁了解公共事业管理的体制、过程及发展趋势，能较好地较熟练地认识和掌握公共事业管理的一般方法和技术，并对公共事业管理各个部门有初步的认识和了解。

**③课程思政目标：**通过对公共事业和公共事业管理的基本概念、特点、基本规律和原则等基本理论知识的阐述与传授，将知识背后的思想、精神与价值有效传达给学生，培养学生正确的价值追求、理想信念、文化自信和爱国情操。

（2）课程目标对培养要求的支撑：

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 培养要求 | 课程支撑点 | 课程教学目标 |
| 1.知识要求：掌握文化产业管理专业的核心知识和基础理论。 | 掌握第一至八章公共事业管理基本概念、模式与体制、组织、职能、方式与方法等知识点，掌握公共事业部门的战略管理、公共事业管理的一般过程与绩效管理及外部评价等知识点。 | 教学目标① |
| 2.能力要求：具有较强的文化产业管理、营销、策划、经纪等专业能力；具有良好的沟通协调和团队合作能力。 | 第二至八章的理论知识点与实践训练，培养公共事业管理的实践能力。 | 教学目标② |

**4.课程教学方法与手段**

根据本专业的特点和学生的基础知识储备情况，课程教学以课堂讲授为主，同时灵活使用和穿插讨论、讲座、校外实习实践等多种教学方式与手段，积极采用课堂互动教学等形式，促使学生在理论、见识、及解决实际问题等方面全面协调发展。教师侧重于重点、难点的讲授，简易章节让学生自学，重要内容可用作业方式完成。

**5.课程资源**

推荐教材及参考文献：

朱仁显：《公共事业管理概论》，中国人民大学出版社，2016年版；

崔运武：《公共事业管理》，复旦大学出版社，2013年版；

欧文.E.休斯：《公共管理导论》，中国人民大学出版社，2015年版。

**6.学生成绩评定**

（1）考核方式：考查

（2）评价标准：

|  |  |
| --- | --- |
| 考核等级 | 评价标准 |
| 优秀（90-100） | 准确掌握课程的知识点，并能灵活运用知识点分析实践问题。 |
| 良好（80-89） | 掌握课程知识点，能够运用知识点分析实践问题。 |
| 中等（70-79） | 大体掌握课程知识点，理论联系实际的能力一般。 |
| 及格（60-69） | 掌握课程大部分的知识点。 |
| 不及格（低于60） | 没能掌握课程主要的知识点。 |

1. 成绩构成：平时成绩占 30 % ，期中成绩占 30 % ，期末成绩占40 %

（4）过程考核：平时成绩的具体构成：出勤率、迟到早退、学习态度、团队精神。学生上课过程监控主要是点名、教学工作记录、自主学习、学习表现与观察。

**二、教学内容和学时分配**

**第一章 公共事业管理导论**

1. **教学要求**

通过本章教学，使学生理解公共管理、公共事业、公共事业管理的概念，公共事业的基本内涵及特征；了解管理与公共管理、公共事业与公共事业管理的区分、公共事业管理中的权利、公共事业管理与其他管理的关系。

1. **主要内容**

第一节 管理与公共管理

一、管理；

二、公共管理

第二节 公共事业

一、公共事业；

二、社会公共事务、准公事务、企业事务；

三、公共产品理论；

四、公共事业的基本内涵及特征

第三节 公共事业管理

一、定义；

二、公共组织——公共事业管理的主体；

三、公共事业管理中的权利；

四、公共事业管理与其他管理的关系

第四节 研究对象、方法和意义

**3.教学方法**

讲授与课堂讨论结合，采用多媒体课件，案例教学。

**4.学习资料**

斯蒂芬·P.罗宾斯：《管理学》，清华大学出版社，2013年版；

**5.思考题**

公共事业管理与行政管理之间有何联系和区别？

**第二章 公共事业管理环境**

**1.教学要求**

通过本章教学，使学生理解公共事业管理环境基本概念，理解公共事业管理与环境关系，了解环境对管理的影响、环境对公共事业管理的影响。

**2.主要内容**

第一节 公共事业管理环境的基本问题

一、公共事业管理环境的含义

二、公共事业管理环境的特征和分类

三、公共事业管理环境和公共事业管理的基本关系

第二节 公共事业管理的生态环境与文化环境

一、公共事业管理环境生态环境

二、文化环境

第三节 公共事业管理的政治环境与经济环境

一、 公共事业管理的政治环境

二、 公共事业管理的经济环境

**3.教学方法**

讲授与课堂讨论结合，采用多媒体课件，案例教学。

**4.学习资料**

张承中：《环境规划与管理》，高等教育出版，2011年；

**5.思考题**

概述环境对公共事业管理的影响。

**第三章 公共事业管理的模式和体制**

**1.教学要求**

本章的教学目的是使学生理解公共事业管理模式的基本内涵、当代的公共事业管理模式的形成与基本特点；了解公共事业管理模式的历史演变、公管模式的实质及其决定因素、当代公共产品提供方式。

**2.主要内容**

第一节 公共事业管理模式的概念、演变与决定因素

一、 公共事业管理模式的基本内涵

二、 公共事业管理模式的历史演变

三、 公共事业管理模式的实质及其决定因素

第二节 当代公共事业管理模式的机理和特点

一、 公共事业管理市场模式机理形成的基础

二、 当代公共事业产品的提供方式

三、 当代公共事业管理模式的基本特点

第三节 当代公共事业管理的层次与体制

一、宏观公共事业管理

二、微观公共事业管理

三、宏观与微观公共事业管理的关系及公共事业管理体制

**3.教学方法**

讲授与课堂讨论结合，采用多媒体课件，案例教学。

**4.学习资料**

编写组：《推动社会主义文化大发展大繁荣专题解读》，中央编译出版社；

**5.思考题**

公共事业管理模式的实质及其决定因素是什么？

**第四章 公共事业管理中的组织**

**1.教学要求**

通过本章教学，使学生理解公共组织，公共事业组织基本概念、政府职能、政府在公共事业管理中的地位；了解非政府组织的定义、特点、地位。

**2.主要内容**

第一节 政府与公共事业管理

一、 政府概述

二、 政府在公共事业管理中的地位

三、 公共事业管理与当代我国政府社会管理改革

第二节 非政府组织与公共事业管理

一、 非政府组织概述

二、 非政府组织在公共事业管理中的地位和作用

三、 当代我国公共事业管理中的非政府组织

第三节 事业单位与公共事业管理

**3.教学方法**

讲授与课堂讨论结合，采用多媒体课件，案例教学。

**4.学习资料**

彼得·德鲁克：《非营利组织的管理》，机械工业出版社；

**5.思考题**

阐述政府职能、政府在公共事业管理中的地位。

**第五章 公共事业管理的职能、方式和方法**

**1.教学要求**

本章的教学目的是使学生理解公共事业管理的基本职能、公共政策的基本概念、公共事业管理的基本方法；了解公共政策与公共事业管理的关系。

**2.主要内容**

第一节 公共事业管理的基本职能

一、 计划职能 ；

二、 组织职能 ；

三、 协调职能 ；

四、 控制职能

第二节 政府管理公共事业的基本方式

一、 公共政策及其与公共事业管理的关系

二、 政府在公共事业管理中的政策制定

三、 公共事业产品政策的执行

第三节 政府管理公共事业的基本方法

一、 政府管理公共事业基本方法：概念及分类

二、 政府管理公共事业的刚性方法

三、 政府管理公共事业的柔性方法

四、 当代政府管理公共事业方法运用的特点

**3.教学方法**

讲授与课堂讨论结合，采用多媒体课件，案例教学。

**4.学习资料**

彭国甫：《地方政府公共事业管理的绩效评估与模式创新研究》，人民出版社，2010；

**5.思考题**

简述政府管理公共事业的基本方式。

**第六章 公共事业部门的战略管理**

**1.教学要求**

通过本章教学，使学生理解战略管理的基本概念、公共事业管理部门的战略管理过程和原则、公共事业管理部门的战略规划基本内容，理解SWOT分析；了解战略分析工具。

**2.主要内容**

第一节 公共事业管理部门战略管理概述

一、战略管理概述

二、公共事业管理部门战略管理的价值和特点

第二节 公共事业管理部门战略管理过程和原则

一、 公共事业管理部门战略管理过程

二、 公共事业管理部门战略管理的基本原则

第三节 公共事业管理部门战略规划

一、概述

二、战略规划过程

三、SWOT分析

**3.教学方法**

讲授与课堂讨论结合，采用多媒体课件，案例教学。

**4.学习资料**

西武：《管理方法》，电子工业出版社，2013；

**5.思考题**

针对具体案例撰写一份SWOT分析材料。

**第七章 公共事业管理的一般过程**

**1.教学要求**

通过本章教学，使学生理解公共问题的确认、公共事业管理的一般过程、公共财产和资源管理；了解公共项目的定义、公共项目管理。

**2.主要内容**

第一节 公共事业管理问题

一、公共事业管理问题的界定

二、公共事业管理问题的形成、提出与认定

三、调查公共事业管理问题的基本方法

第二节 公共项目管理

一、公共项目

二、项目管理中目标的确定与计划的形成

三、公共项目运作方案的决策

四、公共事业管理运作方案的实施

第三节 公共财产和资源管理

一、公共财产和资源

二、公共财产和资源的管理

**3.教学方法**

讲授与课堂讨论结合，采用多媒体课件，案例教学。

**4.学习资料**

刘平：《企业战略管理:规划理论、流程、方法与实践》，清华大学出版社，2010；

**5.思考题**

针对具体案例撰写一份公共事业管理运作方案。

**第八章 公共事业的绩效管理与外部评价**

**1.教学要求**

通过本章教学，使学生理解绩效、绩效管理的概念、绩效管理的基本内涵、公共事业绩效管理的标杆管理；理解绩效管理过程、绩效管理的价值、绩效管理的必备条件；了解公共事业管理的外部评价的方法。

**2.主要内容**

第一节 公共事业绩效管理

一、公共事业管理绩效理念的树立和绩效管理的形成

二、公共事业绩效管理的基本内涵

三、公共事业绩效管理的价值

四、公共事业绩效评估指标

五、标杆管理在公共事业绩效管理中的应用和作用

六、公共事业绩效管理成功的必备条件

第二节 公共事业管理的外部评价

一、公共事业管理的社会评价

二、公共事业管理的公众满意评价

**3.教学方法**

讲授与课堂讨论结合，采用多媒体课件，案例教学。

**4.阅读材料**

胡八一：《高绩效革命：提升公共部门绩效的钥匙》，中国致公出版社，2010年。

**5.思考题**

针对某一具体公共事业管理案例设计、收集、分析公众评价调差表。

**三、实践教学内容安排**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序  号 | 实验（实践）项目名称 | 主 要 内 容 | 学时 | 实验（实践）属性 | 类型 | 组织方式 | 考核要求 |
| 1 | 调研 | 调研公共事业管理部门的模式与体制 | 2 | 专业 | 综合 | 小组 | 撰写调研报告 |
| 2 | 调研 | 调研公共事业管理的一般过程 | 2 | 专业 | 综合 | 小组 | 撰写调研报告 |

# 《商业谈判》课程教学大纲

Business Negotiation

大纲主撰人：付缦 大纲审核人： 管尔东

【**课程代码**】235530001 【**课程修习类型**】主修专业选修课程

【**开课学院**】文化创意学院 【**适用专业**】文化产业管理

【**学分数**】2 【**学时数**】32（32/0）

【**建议修读学期**】三秋 【**先修课程**】无

**一、课程说明**

**1.课程介绍**

《商务谈判》课程是文化产业管理专业的一门实用性较强的专业课。本课程的任务：以实际商务工作对商务谈判人员的素质与能力为导向，以学生商务谈判素质和技能的培养为目的，以理论够用为原则安排教学，使学生树立正确的商务谈判意识，熟悉商务谈判的流程，掌握商务谈判的技能。

Business negotiation course is a practical and professional course of the management of the culture industry major. The task of this course: the quality and the ability to work on the actual business negotiation personnel oriented, to cultivate students' qualities and skills of business negotiation for the purpose, according to the theory of the principle of sufficient arrangement of teaching, to enable students to establish a correct business negotiation consciousness, familiar with the business negotiation process, master business negotiation skills.

**2.课程内容及课时安排**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 章次 | 内 容 | 总学时 | 理论学时 | 实验、实践学时 |
| 一 | 商务谈判概述 | 2 | 2 | 0 |
| 二 | 商务谈判的理论 | 4 | 4 | 0 |
| 三 | 商务谈判的准备 | 6 | 6 | 0 |
| 四 | 商务谈判的开局阶段 | 4 | 4 | 0 |
| 五 | 商务谈判的磋商阶段 | 4 | 4 | 0 |
| 六 | 商务谈判的价格谈判 | 4 | 4 | 0 |
| 七 | 商务谈判的策略与技巧 | 4 | 4 | 0 |
| 八 | 商务谈判的结束 | 2 | 2 | 0 |
| 九 | 商务谈判的文化与礼仪 | 2 | 2 | 0 |

**3.课程教学目标**

（1）课程教学目标：

《商务谈判》课程是与商务礼仪、市场营销等课程联系密切，开课目的在于使学生

①理解和掌握商务谈判的基本理念；

②掌握商务谈判准备工作的主要内容；了解和掌握商务谈判的基本过程和技巧；了解和掌握商务谈判的礼仪礼节；

③掌握商务谈判准备工作的主要内容；了解和掌握商务谈判的基本过程和技巧；了解和掌握商务谈判的礼仪礼节。

**④课程思政目标：**学会在复杂的商业环境中理解诚信、公平、合作等价值观和职业道德的重要性，开拓创新性思考，从竞争性对抗思维转化为共赢合作思维，并提升处理日常生活中需要协调和解决争端问题的能力，培养与人良好沟通的职业素质。

（2）课程目标对培养要求的支撑：

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 培养要求 | 课程支撑点 | 课程教学目标 |
| 1.知识要求：系统掌握文化产业管理专业的核心知识和基础理论； | 商务谈判概述 | 教学目标① |
| 2.能力要求：熟悉国际先进文化产业的经营理念和运营模式； | 商务谈判的方式  商务谈判的内容  商务谈判的准备  商务谈判中的价格谈判  商务谈判的沟通 | 教学目标② |
| 3.素质要求：具有较强的文化产业管理、营销、策划、经纪等专业能力； | 商务谈判心理  商务谈判的过程  商务谈判策略 | 教学目标   1. 、②、③ |

**4.课程教学方法与手段**

通过内容的讲解，要求学生掌握谈判的涵义和类型、谈判的构成要素、成功谈判的模式、各国的谈判礼仪等基本知识；学会建立良好的开局氛围、制定总体谈判方案、各种谈判技巧以及威胁和僵局的应用、讨价还价等基本技能；进而提高团队配合的精神、双赢理念等基本素养。

**5.课程资源**

（1）推荐教材及参考文献：

程英春、李娟：《商务谈判》，清华大学出版社，2018年。

陈文汉:《商务谈判实务（第二版）》，9787302494034，清华大学出版社，2018年。

罗伊 J.列维奇：《国际商务谈判（英文版第6版）》 ，中国人民大学出版社，2018年。

**6.学生成绩评定**

（1）考核方式：考查

（2）评价标准：

|  |  |
| --- | --- |
| 考核等级 | 评价标准 |
| 优秀（90-100） | 基本掌握商务谈判的各种技能和技巧，学生的综合素养和商务洽谈实践能力有明显提高。 |
| 良好（80-89） | 基本掌握商务谈判的各种技能和技巧，但学生的综合素养和商务洽谈实践能力的提高层次普通。 |
| 中等（70-79） | 初步掌握商务谈判的各种技能和技巧，学生的综合素养和商务洽谈实践能力仍较一般。 |
| 及格（60-69） | 初步掌握商务谈判的各种技能和技巧，但学生的综合素养和商务洽谈实践能力几乎没有提高。 |
| 不及格（低于60） | 既没有掌握商务谈判的各种技能和技巧，也没有提高综合素养和商务洽谈的实践能力。 |

（3）成绩构成：

平时成绩30%，期中成绩30%，期末成绩40%。

（4）过程考核：

平时成绩主要由日常出勤情况、课上发言、课后作业等几部分构成；监控方式主要为课前考勤、组织讨论和提问、布置课后和课堂作业等。

**二、教学内容和学时分配**

**第一章 商务谈判概述**

**1.教学要求**

通过教学，使学生明确谈判的含义和特征：了解谈判的类型；掌握谈判的程序。

**2.主要内容**

第一节  商务谈判的概念与特点

一、谈判的含义

二、谈判的特征

第二节  商务谈判的概述

一、商务谈判的形式

二、商务谈判的原则

三、商务谈判的基本内容

第三节  商务谈判的程序与管理

一、商务谈判的基本程序

二、商务谈判的管理模式-PRAM模式

**3.教学方法**

根据学生的基础不同，适当举例，增强教学的趣味性。

**4.学习资料**

程英春、李娟：《商务谈判》，清华大学出版社，2018年。

**5.思考题**

谈判的涵义；商务谈判的类型与特征。

**第二章 商务谈判理论**

**1.教学要求**

通过教学使学生了解商务谈判的经济学、心理学理论基础，掌握博弈论在商务谈判中的应用，理解整合式谈判和分配式谈判的特征，并了解其他主要理论。

**2.主要内容**

第一节 需求层次理论与商务谈判

一、需求层次理论主要内容

二、需求层次理论在商务谈判中的应用

第二节 行为科学理论与商务谈判

一、行为科学理论的主要含义

二、行为科学理论在商务谈判中的应用

第三节 博弈论与商务谈判

一、博弈论的主要内容

二、博弈论对谈判的解释

三、博弈论在合作谈判中的作用

**3.教学方法**

根据学生的基础不同，适当举例，增强教学的趣味性。

**4.学习资料**

程英春、李娟：《商务谈判》，清华大学出版社，2018年。

**5.思考题**

博弈论对实现商务谈判双赢的启示

**第三章 商务谈判准备**

**1.教学要求**

让学生了解和掌握商务谈判准备的主要内容，包括信息的概念、作用和搜集，商务谈判的组织准备、时间和地点的选择以及商务谈判方案的制定等。通过学习使同学能够能运用适当的手段和方法进行谈判背景的调查研究，能够根据拟定的谈判目标制定相应的谈判方案。

**2.主要内容**

第一节 商务谈判前期调研

1. 调研的作用
2. 调研的渠道和方法

三、调研的主要内容

1. 谈判人员的准备

一、对谈判人员的管理和控制

二、对谈判地点的管理和控制

三、信息传递工作的准备

四、其他行政事务的准备

第三节 谈判计划的拟订

一、谈判计划的要求

二、确定谈判的主题和目标

三、拟定谈判的议程

四、制定谈判的基本战略

第五节 模拟谈判

一、模拟谈判的必要性

二、模拟谈判过程

**3.教学方法**

课堂教授及学生参与模拟实践

**4.学习资料**

程英春、李娟：《商务谈判》，清华大学出版社，2018年。

**5.思考题**

如何确定谈判目标？选择谈判时间的长短应考虑哪些因素？

**第四章 商务谈判开局阶段**

**1.教学要求**

通过教学，使学生掌握如何建立良好谈判开局，灵活运用开局策略，掌握开局目标的设计、表达和实现。

**2.主要内容**

第一节 商务谈判的开局

一、商务谈判的过程

二、开局气氛建立的必要性

三、如何建立良好的开局气氛

四、谈判人员的精力分配及注意事项

第二节 商务谈判的策略

一、具体谈判的结构

二、谈判开局的方式与原则

三、开局策略、开局调整和注意事项

**3.教学方法**

本章讲授过程中应增加案例教学，形成人人参与讨论的氛围，以便使学生更好地理解和掌握；可适当增加实验内容，增强学生的建立良好开局的技能。

**4.学习资料**

程英春、李娟：《商务谈判》，清华大学出版社，2018年。

**5.思考题**

商务谈判开局策略。

**第五章 商务谈判磋商阶段**

**1.教学要求**

通过教学，使学生理解并掌握谈判中的磋商策略，学会在谈判中向对方施加压力，并能够处理僵局，威胁的压力，把握让步的分寸，突进谈判的进展。

**2.主要内容**

第一节 谈判的磋商与较量

一、谈判磋商应遵循的原则

二、谈判目标和方案的调整

三、谈判磋商过程时间的运用

第二节 较量过程的威胁与僵局

一、威胁战术和应对竞争者的威胁

二、谈判种施加压力

三、谈判较量中的僵局

四、谈判中的障碍

第三节 谈判的让步与进展

一、对谈判让步的认识、让步的原则和因素

二、谈判让步的方式和种类

三、谈判让步中的错误和迫使对方让步的策略

**3.教学方法**

课堂教授和学生讨论。

**4.学习资料**

程英春、李娟：《商务谈判》，清华大学出版社，2018年。

**5.思考题**

谈判中的僵局；让步的策略。

**第六章 价格谈判**

**1.教学要求**

通过教学，使学生了解报价的含义，并掌握谈判中报价的策略和技巧、价格谈判的策略和技巧，学会根据商务谈判任务进行谈判报价的设计。

**2.主要内容**

第一节 价格的内涵

一、买卖双方对价格的理解

二、报价时必须遵循的原则

第二节 报价的策略和技巧

一、报价的基础和基本原则

二、报价的方式

三、报价的策略

第三节 讨价还价

一、讨价还价的目的

二、讨价和还价前的准备和讨价还价中的让步方法

第四节 价格谈判策略和技巧

一、价格范围的确定

二、价格谈判的策略和技巧

**3.教学方法**

课堂讲授和学生参与

**4.学习资料**

程英春、李娟：《商务谈判》，清华大学出版社，2018年。

**5.思考题**

报价的原则；报价的策略和技巧；价格谈判的策略和技巧

**第七章 商务谈判策略与技巧**

**1.教学要求**

通过教学，使学生学会把握谈判时说话、提问、回答、说服、电话洽谈的技巧，把握施加压力是语言的艺术。

**2.教学内容**

第一节 打破商务谈判僵局的技巧  
一、打破商务谈判僵局的技巧

二、 商务谈判僵局产生的原因

三、 破解商务谈判僵局的方法

第二节 对付威胁的策略与技巧

一、 按对手的态度制订策略

二、 按对手的实力制订策略

三、 按对手的谈判作风制订策略

第三节 商务谈判的沟通技巧

一、谈判中的语言交流 ； 二、 送出信息； 三、 接受信息； 四、接收

**3.教学方法**

本章讲授过程中应增加案例教学，形成人人参与讨论的氛围，以便使学生更好地理解和掌握；可适当增加实验内容，增强学生对语言和谈判技巧的运用技能。

**4.学习资料**

陈文汉:《商务谈判实务（第二版）》，清华大学出版社，2018年。

**5.思考题**

谈判中的威胁有哪几种类型以及如何应对？

**第八章 商务谈判的结束**

**1.教学要求**

通过教学，使学生学会把握商务谈判的结束时机，能够做好谈判的技术准备及谈判后的工作，掌握谈判结束的技巧方法。

**2.主要内容**

第一节 商务谈判结束的时机选择

一、交易条件

二、谈判时间

三、谈判结束的策略

第二节 谈判结束的技巧和方法

一、达到合作的条件

二、有效结束谈判的技巧和方法

三、商务谈判结束的技术准备和谈判后的工作

**3.教学方法**

本章讲授过程中应增加案例教学，形成人人参与讨论的氛围，以便使学生更好地理解和掌握；可适当增加实验内容，增强学生把握成交时机的技能。

**4.学习资料**

程英春、李娟：《商务谈判》，清华大学出版社，2018年。

**5.思考题**

谈判技术的时机选择；结束谈判的技巧和方法。

**第九章 商务谈判文化与礼仪**

**1.教学要求**

通过教学，使学生了解了解商务谈判中应给以重视的客商运送、会谈、宴请、协议签字、服饰、举止、谈吐、赠礼等方面的礼仪，自觉养成在谈判交往中必须身体力行的各种礼节，了解不同国家和民族客商的习俗和禁忌，以便在交往中不失礼仪，促进交往与合作。

**2.主要内容**

第一节 礼仪概述

一、礼仪的含义、地位和作用

二、礼仪的基本原则

第二节 谈判人员的礼仪

一、服饰利益

二、肢体语言和情感语言

三、宴请礼仪

四、与谈判相关专题活动的礼仪

第三节 商务谈判的禁忌

一、装扮和个人卫生的禁忌

二、称呼、握手和沟通的禁忌

三、交谈的禁忌

四、使用名片的禁忌

**3.教学方法**

课堂讲授与学生参与式观察

**4.学习资料**

程英春、李娟：《商务谈判》，清华大学出版社，2018年。

**5.思考题**

商务谈判的礼仪、礼节要求。

# 《会展业经营管理》课程教学大纲

MICE Management

大纲主撰人：秦东旭 大纲审核人： 管尔东

【**课程代码**】235525001 【**课程修习类型**】选修课

【**开课学院**】文化创意学院 【**适用专业**】文化产业管理

【**学分数**】2 【**学时数**】总学时32（32/0）

【**建议修读学期**】 三秋 【**先修课程**】文化产业概论

**一、课程说明**

**1.课程介绍**

《会展业经营管理》是文化产业管理专业的专业选修课，本课程的任务是着重训练学生的会展经营和管理的技能，对学生会展职业能力的培养和职业素养起重要的支撑作用；让学生掌握了会展经营与管理的理论与实践能力。该课程既强调对会展策划基本理论的掌握，更强调对会展经营和管理技能的实际运用，具有综合性和实践性强的特点。

This course is an elective course for cultural industry management major. The task of this course is to focus on training students' skills of operating and management, let the students grasp the exhibition operating and management theory and practice ability. This course not only emphasizes the basic theory of operating and management, but also emphasizes the practical application of exhibition operating and management skills, which is characterized by comprehensive and practical.

**2.课程内容及课时安排**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 章次 | 内 容 | 总学时 | 理论学时 | 实验、实践学时 |
| 一 | 会展与会展业概述 | 2 | 2 | 0 |
| 二 | 会展业运行机制和管理模式 | 2 | 2 | 0 |
| 三 | 会展业流程管理 | 2 | 2 | 0 |
| 四 | 展会项目策划与管理 | 4 | 4 | 0 |
| 五 | 会议活动策划与管理 | 4 | 4 | 0 |
| 六 | 节事活动策划与管理 | 4 | 4 | 0 |
| 七 | 会展业营销与管理 | 6 | 6 | 0 |
| 八 | 会展业场馆管理 | 4 | 4 | 0 |
| 九 | 会展业危机管理 | 4 | 4 | 0 |

**3．课程教学目标**

（1）课程教学目标：

➀本课程旨在使学生通过对会展业发展的基本概念和基础理论的学习，了解会展的运营机制与管理模式析，会展场馆的运营与管理。

➁掌握会务相关知识，能够独立进行展会和会议活动策划。

**③课程思政目标：**认识会展业发展，了解国家发展成就，在提高国家认同感以强化学生爱国情怀。学生学会学思用贯通，知信行统一，用新时代思维解决问题，以创新思维进行会展业经营和管理。

（2）课程目标对培养要求的支撑：

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 培养要求 | 课程支撑点 | 课程教学目标 |
| 1.知识要求：掌握文化产业管理专业的基础理论与知识。 | 会展与会展业的基本概述、会展业经营管理的基本理论、基本模式 | 教学目标① |
| 2.能力要求：具有文化产业管理、营销、策划、经纪等能力。 | 会展业项目、场馆设施、及危机管理 | 教学目标② |
| 3.素质要求：具有追求新知识、理论联系实际、独立思考的科学精神和团队合作精神。 | 第一至九章 | 教学目标①、② |

**4．课程教学方法与手段**

根据本专业的特点和学生的基础知识储备情况，课程教学以课堂讲授为主，同时灵活使用和穿插讨论、讲座、校外实习实践等多种教学方式与手段，积极采用课堂互动教学等形式，促使学生在理论、见识、及解决实际问题等方面全面协调发展。教师侧重于重点、难点的讲授，简易章节让学生自学，重要内容可用作业方式完成。

**5．课程资源**

推荐教材及参考文献：

（1）马骐. 会展策划与管理 第2版[M]. 北京交通大学出版社, 2018.07.

（2）刘明广.国际会展业经典案例[M]. 清华大学出版社, 2019.09.

（3）舒波、冯麟茜：《会展策划与管理》，清华大学出版社，2016年版；

（4）王保伦主编. 会展经营与管理[M]. 北京：北京大学出版社, 2006.08.

（5）张兵主编. 会展场馆经营与管理[M]. 北京：中国旅游出版社, 2018.08.

**6．学生成绩评定**

（1）考核方式：本课程是考查课。

（2）评价标准：

|  |  |
| --- | --- |
| 考核等级 | 评价标准 |
| 优秀（90-100） | 准确而全面掌握会展业经营管理的知识点，能够运用理论知识策划会展，策划会展能力强，学习主动性强。 |
| 良好（80-89） | 较为准确掌握会展业经营管理的知识点，能够运用理论知识策划会展，策划会展能力较强，学习主动性较强。 |
| 中等（70-79） | 准确掌握课程知识点，策划经营会展能力一般，学习主动性一般。 |
| 及格（60-69） | 基本掌握课程大部分主要知识点，策划会展能力较差。 |
| 不及格（低于60） | 没有掌握课程主要知识点，不会策划会展。 |

（3）成绩构成：平时成绩占 30 % ，期中成绩占 30 % ，期末成绩占40 %

（4）过程考核：平时成绩的具体构成：出勤率、迟到早退、学习态度、团队精神。学生上课过程监控主要是点名、教学工作记录、自主学习、学习表现与观察。

**二、教学内容和学时分配**

**第一章 会展业概述（2课时）**

**1.教学要求**

通过本章内容的教学，了解会展业的基本概念及分类，熟悉会展业的发展概况，明确会展业的特征和在国民经济中的作用。

**2.主要内容**

第一节 会展业的概念及分类

会展的概念 （二）会展的类型（三）会展的性质（四）会展业的发展条件

第二节 会展业发展过程

国际会展业发展过程 （二）国际会展业发展现状 （三）我国会展业发展过程 （四）我国会展业发展现状

第三节 会展业的特征与作用

**3.教学方法**

讲授和案例分析相结合，运用多媒体教学。

**4.学习材料**

王保伦：《会展经营与管理》，北京出版社；

**5.思考题**

会展业在国民经济中发挥了怎样的作用。

**第二章 会展业运行机制与管理模式（2课时）**

**1.教学要求**

通过本章内容的教学，使学生了解会展业的市场运作机制，会展业的参与机构，掌握会展业的市场参与机制，了解主要的会展业管理模式。

**2.主要内容**

第一节 会展业的市场运作机制

（一）展览业的运作机制（二）会议的市场运作机制

第二节 会展业的参与主体

（一）会展组织者（二）展览公司/专业机构（三）目的地管理公司（四）参展商/与会者

第三节 会展业管理模式

（一）政府主导型模式（二）市场主导型模式（三）协会主导型模式（四）政府市场结合型模式

**3.教学方法**

讲授和案例分析相结合，运用多媒体教学。

**4.学习材料**

刘明广.国际会展业经典案例[M]. 清华大学出版社, 2019.09.

**5.思考题**

试述不同管理模式的优劣。

**第三章 会展流程管理（2课时）**

**1.教学要求**

通过本章内容的教学，使学生了解会议和展览的主要操作流程，掌握会展的安全管理。会议策划、会议选址、会议营销等主要内容。

**2.主要内容**

第一节 会议流程管理

（一）会前准备（二）实施会议（三）总结和评估

第二节 展览流程管理

（一）策划阶段 （二）实施阶段 （三）展后阶段

第三节 会展安全管理

（一）会展安全管理的内涵 （二）会展安全管理内容

**3.教学方法**

讲授和案例分析相结合，运用多媒体教学。

**4.学习材料**

马骐. 会展策划与管理 第2版[M]. 北京交通大学出版社, 2018.07

**5.思考题**

寻找案例，对会展管理的阶段进行分析。

**第四章 展会项目策划管理（4课时）**

**1.教学要求**

通过本章内容的教学，使学生了解会展策划的内涵，掌握会展项目立项的分析能力与活动策划的操作能力。

**2.主要内容**

第一节 会展策划概述

（一）会展题材的选择和主题确定 （二）会展主题的确定与选择 （三）会展主题实例

第二节 会展立项策划

（一）用SWOT模型进行可行性分析（二）会展项目可行性研究的内容（三）会展项目可行性研究的步骤（四）会展项目可行性研究报告的撰写规范

第三节 展会项目立项策划

（一）展会的名称和地点 （二）办展机构 （三）办展时间 （四）展会定位 （五）参展计划 （六）招展策划 （七）招商策划

**3.教学方法**

讲授和案例分析相结合，运用多媒体教学。

**4.学习材料**

郑建瑜：《大型活动策划与管理(第2版)》，中南大学出版社，2013；

马骐. 会展策划与管理 第2版[M]. 北京交通大学出版社, 2018.07

**5.思考题**

分小组完成一份展会项目立项策划书。

**第五章　　会议活动策划与管理（4课时）**

**1.教学要求**

通过本章内容的教学，使学生了解会议的概念、要素及筹备，理解并掌握会议活动策划的相关知识，运用所学知识撰写会议活动策划方案及相关会议活动策划的活动。

**2.主要内容**

第一节 会议活动概述

会议的概念 （二）会议的要素 （三）会议筹备

第二节 会议活动策划

确定会议目标和诉求 （二）选择召开会议的形式 （三）会议的流程与设计 （四）组织与主持会议

第三节 会议活动策划方案

一日会议的策划方案 （二）简便的三日会议策划方案

第四节 会议活动策划的相关事务

（一）资源中心 （二）文化活动 （三）休息区 （四）纪念礼品 （五）影像纪录

**3.教学方法**

讲授和案例分析相结合，运用多媒体教学。

**4.学习材料**

郑建瑜：《大型活动策划与管理(第2版)》，中南大学出版社，2013；

**5.思考题**

撰写一份会议活动策划方案。

**第六章 节事活动策划与管理（4课时）**

**1.教学要求**

通过本章内容的教学，使学生了解会解释活动策划的定义及分类、掌握解释活动策划以及形象策划的能力。

**2.主要内容**

第一节 节事活动的定义及分类

第二节 节事活动策划流程

第三节 节事活动的的形象策划

**3.教学方法**

讲授和案例分析相结合，运用多媒体教学。

**4.学习材料**

马骐. 会展策划与管理 第2版[M]. 北京交通大学出版社, 2018.07（P130-142）

**5.思考题**

分组撰写节事活动策划书。

**第七章 会展业营销管理（6课时）**

**1.教学要求**

通过本章内容的教学，使学生了解会展业营销的主体、基本流程，掌握会展营销关系和手段，会展营销阶段。

**2.主要内容**

第一节 会展营销主体

（一）会展活动市场主体（二）会展活动主办者（三）会展营销管理

第二节 会展营销关系

第三节 会展营销手段

第四节 会展营销阶段

**3.教学方法**

讲授和案例分析相结合，运用多媒体教学。

**4.学习材料**

马骐. 会展策划与管理 第2版[M]. 北京交通大学出版社, 2018.07（P25-42）

**5.思考题**

思考会展营销应如何创新。

**第八章　会展业场馆管理（4课时）**

**1.教学要求**

通过本章内容的教学，使学生了解会展场馆和设施设备管理的基本方法、管理方法、管理制度和发展前景，掌握展览中心和会议中心选址、内部布局规划，运营管理的要点。

**2.主要内容**

第一节 会展中心选址

第二节 会展内部布局规划

第三节 会展运营管理

**3.教学方法**

讲授和案例分析相结合，运用多媒体教学。

**4.学习材料**

张兵主编. 会展场馆经营与管理[M]. 北京：中国旅游出版社, 2018.08.

**5.思考题**

分小组开展一项会展场馆调查。

**第九章　会展危机管理（4课时）**

**1.教学要求**

通过本章内容的教学，使学生了解会展危机是什么，并能够掌握预见危机和处理危机的能力。

**2.主要内容**

第一节 会展危机概述

第二节 危机公关5S原则

第三节 会展危机管理的必要性

第四节 会展危机的种类

第五节 会展危机的预见

第六节 会展投诉与处理

第七节 会展媒体管理

**3.教学方法**

讲授和案例分析相结合，运用多媒体教学。

**4.学习材料**

马骐. 会展策划与管理 第2版[M]. 北京交通大学出版社, 2018.07（P143-160）

**5.思考题**

如何快速处理会展危机。

# 《影视概论》课程教学大纲

Introduction to film and television

大纲主撰人：郭梅 大纲审核人：郭持华

【**课程ID**】 234503001 【**课程修习类型**】 选修

【**开课学院**】文化创意学院　　　　　　 　　【**适用专业**】文化产业管理

【**学分数**】 2 【**学时数**】 32(32/0)

【**建议修读学期**】一春 【**先修课程**】 无

**一、课程说明**

**1.课程介绍：**

影视概论从理论入手，进入影视的具体形态，使学生在掌握影视艺术基本原理、了解和掌握影视创作方法的基础上，增强影视审美能力和批评能力。通过本课程的教学，使学生了解影视艺术的基本知识、影视艺术的历史发展及其审美鉴赏方法等，丰富学生的美育知识，提高对影视作品的审美感受力及鉴赏能力，全面提高学生的综合艺术素养。

The introduction to film and television starts from the theory and enters into the specific form of film and television, so that students can enhance the aesthetic and critical ability of film and television on the basis of mastering the basic principles of film and television art, understanding and mastering the creation methods of film and television. Through the teaching of this course, students can understand the basic knowledge of film and television art, the historical development of film and television art and its aesthetic appreciation methods, enrich their aesthetic education knowledge, improve their aesthetic feeling and appreciation ability of film and television works, and comprehensively improve their comprehensive artistic quality.

**2.课程的主要内容及课时安排**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 章次 | 内 容 | 总学时 | 理论学时 | 实验、实践学时 |
| 一 | 影视艺术的基本概念 | 4 | 4 | 0 |
| 二 | 世界影视发展简史 | 4 | 4 | 0 |
| 三 | 中国影视发展简史 | 4 | 4 | 0 |
| 四 | 电影的分类 | 4 | 4 | 0 |
| 五 | 电视的分类 | 4 | 4 | 0 |
| 六 | 影视的艺术语言 | 4 | 4 | 0 |
| 七 | 影视作品的内容配置 | 4 | 4 | 0 |
| 八 | 新媒体与影视艺术 | 4 | 4 | 0 |

**3．课程教学目标**

（1）课程教学目标：

①通过本课程的教学，使学生了解或掌握影视艺术的基本知识、影视艺术的历史发展及其审美鉴赏方法等。

②通过本课程的教学，丰富学生的美育知识，提高学生对影视作品的审美鉴赏能力。

③通过本课程的教学和训练，使学生具备基本的影视批评能力。

**④课程思政目标：**选一些革命历史题材的影片，结合摄影表现语言研究的课题，把经典具体的蒙太奇镜头表现技巧和蒙太奇段落进行表现意义的分析，从而达到从摄影角度的思想政治教育的教学目的。

（2）课程目标对培养要求的支撑：

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 培养要求 | 课程支撑点 | 课程教学目标 |
| 1.知识要求：掌握戏剧影视学科之影视方向的基础理论与知识 | 第一至五章 | 使学生了解或掌握影视艺术的基本知识、影视艺术的历史发展及其审美鉴赏方法等。 |
| 2.能力要求：具备戏剧影视学科之影视方向的语言表达能力和主题建构能力。 | 第六至七章 | 丰富学生的美育知识，提高学生对影视作品的审美鉴赏能力。 |
| 3.素质要求：具备戏剧影视学科之影视方向的审美力和思考力 | 第六至八章 | 使学生具备基本的影视批评能力。 |

**4．课程教学方法与手段**

理论为主，实践为辅；借助多媒体教学和案例教学等手段。

**5. 课程资源**

教材：

梁颐主编《影视艺术概论》，北京大学出版社2017

参考文献：

周星《影视艺术概论》，高等教育出版社2007

李玉芝《影视艺术概论》，中国传媒大学出版社2014

(美)大卫·波德维尔、克里斯汀·汤普森著 [曾伟祯](http://search.dangdang.com/Standard/Search/Extend/hosts/\\/?key2=曾伟祯&medium=01&category_path=01.00.00.00.00.00" \o "（美）大卫波德维尔（David Bordwell） 克里斯汀汤普森（Kristin Thompson）  著  曾伟祯 译)译《电影艺术》，北京联合出版公司2015

课程网站资源：

<http://tv.cntv.cn/videoset/C14345>

央视电影频道、央视纪录片频道、优爱腾等

参考公号:

中国艺术头条、中国艺术报、电影山海经、电影收藏夹、中国文艺评论、浙江文艺评论

**6．学生成绩评定**

（1）考核方式：考查

（2）评价标准：

|  |  |
| --- | --- |
| 考核等级 | 评价标准 |
| 优秀（90-100） | 精准掌握基本知识，实践操作出色 |
| 良好（80-89） | 较好掌握基本知识，实践操作良好 |
| 中等（70-79） | 掌握基本知识，实践操作中等 |
| 及格（60-69） | 掌握基本知识，实践操作合格 |
| 不及格（低于60） | 基本知识掌握不够，实践操作不合格 |

（3）成绩构成：平时成绩占30%，期中成绩占30%，期末考查占40%。

（4）过程考核：平时成绩和期中成绩由作业、课堂出勤、课堂答问讨论等构成和评定。

1. **教学内容和学时分配**

**第一章 影视艺术的基本概念**

**1.教学要求**：掌握影视艺术中的基本概念

**2.主要内容**：影像、镜头、声音

**3.教学方法**：多媒体教学

**4.学习资料**：教材第一章

**5.思考题：**熟悉影视艺术的各种基本概念。

**第二章 世界影视发展简史**

**1.教学要求**：了解世界影视发展的历程

**2.主要内容：**

第一节 欧美影视发展简史  
　　第二节 亚洲影视发展简史

**3.教学方法**：多媒体教学

**4.学习资料：**教材第二章

**5.思考题：**世界影视的发展对中国影视有何影响？

**第三章 中国影视发展简史**

**1.教学要求：**了解中国影视的发展历程

**2.主要内容：**

第一节 20世纪前期的中国影视（1905—1949）  
　　第二节 20世纪中期的中国影视（1949—1976）  
　　第三节 20世纪后期到21世纪的中国影视（1976－）

**3.教学方法**：多媒体教学

**4.学习资料：**教材第三章

**5.思考题：**你认为中国影视的发展趋势如何？

**第四章 电影的分类**

**1.教学要求：**了解电影的分类原则及主要类别

**2.主要内容：**

第一节 电影分类原则  
　　第二节 类型电影  
　　第三节 故事片  
　　第四节 纪录片  
　　第五节 电视电影  
　　第六节 数字电影

**3.教学方法：**多媒体教学

**4.学习资料**：教材第七章

**5.思考题：**请问电影分类的原则是什么？为什么？

**第五章 电视的分类**

**1.教学要求**：了解电视的分类原则及主要类别

**2.主要内容：**

第一节 电视分类的原则  
　　第二节 电视剧  
　　第三节 电视栏目

**3.教学方法：**多媒体教学

**4.学习资料：**教材第八章

**5.思考题：**请问电视分类的原则是什么？为什么？

**第六章 影视的艺术语言**

**1.教学要求**：了解影视的艺术语言

**2.主要内容：**

第一节 影视的光影  
　　第二节 影视的声音

第三节 蒙太奇  
　　第四节 意识流

**3.教学方法：**多媒体教学

**4.学习资料：**教材第五章

**5.思考题：**请问如何理解影视艺术的综合性。

**第七章 影视作品的内容配置**

**1.教学要求：**了解影视作品的内容配置

**2.主要内容：**

第一节 大片  
　　第二节 母题

**3.教学方法：**多媒体教学

**4.学习资料**：教材第六章

**5.思考题：**请谈谈你对灰姑娘母题的认识。

**第八章 新媒体与影视艺术**

**1.教学要求：**了解新媒体对影视艺术发展的影响

**2.主要内容：**

第一节 新媒体  
　　第二节 新媒体与影视艺术

**3.教学方法：**多媒体教学

**4.学习资料：**教材第四章、第九章

**5.思考题：**请结合新媒体，谈谈你对影视艺术未来发展的看法。

# 《世界电影史》课程教学大纲

Film History

大纲主撰人：张富坚 大纲审核人：郭持华

【**课程代码**】 【**课程修习类型**】选修

【**开课学院**】文化创意学院 【**适用专业**】文化产业管理

【**学分数**】 2 【**学时数**】32（32/0）

【**建议修读学期**】三秋 【**先修课程**】无

**一、课程说明**

**1.课程介绍**

主要学习世界电影史上各个历史阶段的主要电影运动和电影潮流、重要的电影艺术家和代表性作品，梳理出世界电影历史的发展脉络。 电影的历史是技术、艺术、经济和思想文化共同作用的结果，在进行中外电影史的脉络梳理时以不同时期最为重要的电影现象为重点，梳理出世界电影语言发展的进程，主要内容包括电影的发明、有声电影的出现、好莱坞电影类型的形成、蒙太奇学派的观念及其创作、意大利新现实主义、法国新浪潮、新好莱坞电影发展以及当代亚洲电影的现状。本课程的目的不仅在于使学生获得完整的世界电影发展历史的脉络，对电影历史中出现的各种文艺创作潮流以及电影语言的发展有初步的了解，也为学生进行自我艺术设计和进入影像创作市场提供文化和艺术资源。

It mainly studies the major film movements and trends, important film artists and representative works in various historical stages of the world film history, and combs out the development context of the world film history. The history of film is the result of the joint action of technology, art, economy and ideology. When combing the context of Chinese and foreign film history, focusing on the most important film phenomenon in different periods, the paper combs out the development process of world film language, including the invention of film, the emergence of sound film, the formation of Hollywood film type, the concept and creation of montage school Production, Italian new realism, French new wave, the development of new Hollywood films and the current situation of Contemporary Asian films. The purpose of this course is not only to enable students to obtain a complete history of world film development, to have a preliminary understanding of various literary and artistic creation trends and the development of film language in the film history, but also to provide cultural and artistic resources for students to carry out their own artistic design and enter the image creation market.

**2.课程的主要内容及课时安排**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 章次 | 内 容 | 总学时 | 理论学时 | 实验、实践学时 |
| 一 | 早期电影史 | 4 | 4 |  |
| 二 | 经典好莱坞时代 | 4 | 4 |  |
| 三 | 欧洲先锋派电影 | 8 | 8 |  |
| 四 | 新现实主义、新浪潮时代 | 8 | 8 |  |
| 五 | 东方电影 | 4 | 4 |  |
| 六 | 当代世界电影格局 | 4 | 4 |  |

**3．课程教学目标**

（1）课程教学目标：

①通过对本课程的学习，使学生掌握世界电影发展的历史脉络。

②塑造基本的电影鉴赏和电影史学观念。

**③课程思政目标：**本课程过对世界电影整体的概览，对中外电影流派、经典作品进行梳理，引导积极、正向的价值观。将知识背后的思想、精神与价值有效传达给学生，培养学生正确的价值追求、理想信念和文化自信。

（2）课程目标对培养要求的支撑：

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 培养要求 | 课程支撑点 | 课程教学目标 |
| 知识要求：掌握电影史的基础知识和基础理论；学习人类文明进步与电影史发展的通识知识。 | 电影史发展的基本阶段、 电影工业的形成过程 | 教学目标① |
| 能力要求：具有良好的电影艺术鉴赏和审美能力，建立系统的电影史学基础。 | 影视戏剧剧本创作的方法  影视戏剧剧本改编的基本方法  剧本创作实践及方法练习 | 教学目标② |
| 素质要求：具备良好的人文艺术素养，能够胜任在艺术产业机构、文化传媒等文化企事业单位从事创意等工作 | 对电影艺术的审美批评与市场化营运分析的基本素质 | 教学目标①  教学目标② |

**4．课程教学方法与手段**

①理论与实践相结合

②多媒体教学

③案例教学

**5．课程资源**

(1)教材：

《世界电影史》，[美] 道格拉斯·戈梅里，中国电影出版社,2016；

(2)参考文献：

《闪回 电影简史 认识电影作者揭秘世界电影百年历史》，（美）路易斯·贾内梯，北京联合出版公司，2016；

《论电影艺术》，[英]欧内斯特．林格伦，中国电影出版社，1994；

《电影的观念》，[美]梭罗门，中国电影出版社，1986。

(3)课程网站：<https://ke.qq.com/course/416646>

**6．学生成绩评定**

（1）考核方式：闭卷考试。

（2）评价标准：

|  |  |
| --- | --- |
| 考核等级 | 评价标准 |
| 优秀（90-100） | 除达到良好标准处，且能对电影史有全方位的了解，能阐述不同类型影片的风格及历史地位，能全面反映专业知识和独立思考能力。 |
| 良好（80-89） | 除达到中等标准处，尚有较系统的电影史观念与阐释能力，对世界电影的格局版图有概念。 |
| 中等（70-79） | 除达到及格标准外，尚能知晓电影史的脉络，电影工业的形成原因。 |
| 及格（60-69） | 基本掌握教学内容，能够解读部分经典影片。 |
| 不及格（低于60） | 未能达到基本教学之要求，或电影史观混乱、逻辑混乱之任一情形。 |

（3）成绩构成：平时成绩占 30 % ，期中成绩占 30 % ，期末成绩占40 %

（4）过程考核：平时成绩由课堂表现、课后作业构成。以课堂考勤、课堂练习、讨论加以衡量和监控。

**二、教学内容和学时分配**

**第一章 从大电影角度看电影的历史**

**1．教学要求：**了解科学的电影史观

**2．主要内容：**

1.1电影史作为叙事

1.2电影史作为叙事

1.3经典影评结构

1.4实验电影结构

1.5电影史作为叙事

1.6电影的发明及诞生

1.7电影的技术的要素

**3．教学方法：**课堂讲授和多媒体手段相结合，辅以充分实践环节。

**4．学习资料：**《世界电影史》教材第一章

**5．思考作业题：**早期电影的风格对后世的影响。

**第二章 美国早期电影业与电影成为艺术**

**1．教学要求：**了解美国早期电影业与电影成为艺术的原因

**2．主要内容：**

2.1美国早期电影工业

2.2确立基本的电影叙事语言

2.3格里菲斯的电影拍摄情况和艺术贡献

**3．教学方法：**课堂讲授和多媒体手段相结合，辅以充分实践环节。

**4．学习资料：** 教材第二章

**5．思考作业题：**概括格里菲斯电影的贡献。

**第三章 欧洲先锋派**

**1．教学要求：**现实主义与实验派的区分

**2．主要内容：**

3.1瑞典的现实主义电影

3.2法国的立体派、达达主义、超现实主义

3.3德国表现主义

**3．教学方法：**课堂讲授和多媒体手段相结合，辅以充分实践环节。

**4．学习资料：** 教材第三章

**5．思考作业题：**分析法国与德国实验派的区别。

**第四章 好莱坞片场制时期**

**1．教学要求：**掌握好莱坞黄金期的成因

**2．主要内容：**

4.1有声片的发明

4.2大公司与明星制

4.3类型片

**3．教学方法：**课堂讲授和多媒体手段相结合，辅以充分实践环节。

**4．学习资料：**教材第四、五章

**5．思考作业题：**分析

**第五章 欧洲艺术电影、电影工业的不同选择**

**1．教学要求：**现代电影运动的成因

**2．主要内容：**

5.1新浪潮美学

5.2三位新浪潮导演

5.3新德国电影

5.4国际电影艺术家个体

**3．教学方法：**课堂讲授和多媒体手段相结合，辅以充分实践环节。

**4．学习资料：**教材第六章

**5．思考作业题：**请思考你新浪潮电影和各国艺术电影工业体系的关系？

**第六章 当代电影工业格局**

**1．教学要求：**剧本编写中常见病例与应对策略

**2．主要内容：**

6.1中国电影

6.2丹麦的Dogma 95运动

6.3韩国新电影运动

6.4好莱坞的再次繁荣

**3．教学方法：**课堂讲授和多媒体手段相结合，辅以充分实践环节。

**4．学习资料：**教材第6、7章

**5．思考作业题：**尝试分析某一部九十年代好莱坞大片，论证其市场成功的原因。

# 《编剧基础》课程教学大纲

Drama Script Writing

大纲主撰人：李毅 大纲审核人：俞香云

【**课程代码**】235531001 【**课程修习类型**】选修

【**开课学院**】 文化创意学院 【**适用专业**】文化产业管理

【**学分数**】 3 【**学时数**】48（32/16）

【**建议修读学期**】二秋 【**先修课程**】无

**一、课程说明**

**1.课程介绍**

本课程根据影视戏剧艺术特有的创作特点，分别从形态与类型、创作与格式、创意与选题、人物与冲突、时空与结构、情节与细节、语言与风格等角度介绍影视戏剧剧本创作的基本知识、基本规律和基本方法技巧，并针对性地进行创作训练，旨在培养学生基本的剧本创作能力。

The course introduces and explores the basic knowledge, basic rules and basic skills of the creation of drama script writing from the angle of format and creation, creative topics, characters and conflicts, space and structure, plot and details. The course provides targeted training of creative writing, which fosters the basic ability of script creation for students.

**2.课程的主要内容及课时安排**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 章次 | 内 容 | 总学时 | 理论学时 | 实验、实践学时 |
| 一 | 影像、叙事与戏剧性 | 12 | 8 | 4 |
| 二 | 剧本 | 12 | 8 | 4 |
| 三 | 创作方法与实践 | 16 | 8 | 8 |
| 四 | 关于改编 | 8 | 4 | 4 |

**3．课程教学目标**

（1）课程教学目标：

①通过对本课程的学习，使学生掌握影视戏剧艺术编剧的特点与基本方法、基本模式。

②具备基本的影视戏剧剧本创作能力与改编能力。

**③课程思政目标：**融合影视剧本背后的思想、精神和价值在优秀国产影视作品的分享中，以增加学生的文化认知，培育学生的文化自信，建立学生的文化价值。

（2）课程目标对培养要求的支撑：

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 培养要求 | 课程支撑点 | 课程教学目标 |
| 1．知识要求：掌握文化艺术学科的基础知识和基础理论；学习人类文明进步与文化发展的通识知识。 | 戏剧艺术的基本特点、 影像与戏剧性的关系  剧本创作的文体、谋篇布局、情节、场面及人物塑造 | 教学目标① |
| 2．能力要求：具有良好的创意思具有良好的艺术鉴赏和审美能力；具有良好的创意思维和文化创意产品研发的能力。 | 影视戏剧剧本创作的方法  影视戏剧剧本改编的基本方法  剧本创作实践及方法练习 | 教学目标② |
| 3．素质要求：具备良好的人文艺术素养，能够胜任在艺术产业机构、文化传媒等文化企事业单位从事创意等工作 | 对影视剧本的审美批评与市场化营运分析的基本素质 | 教学目标①  教学目标② |

**4．课程教学方法与手段**

①理论与实践相结合

②多媒体教学

③案例教学

**5．课程资源**

（1）教材：

《救猫咪:电影编剧宝典》，[美]布莱克·斯奈德，浙江大学出版社,2011；

（2）参考文献：

《故事：材质、结构、风格和银幕剧作的原理》（美）罗伯特·麦基著 周铁东译。天津人民出版社2014

《电影剧本写作基础》 (美) 悉德·菲尔德著 钟大丰译，世界图书出版公司2012《动画编剧》，凌紓，海洋出版社；

《小说课:折磨读者的秘密+偷故事的人》，许荣哲，中信出版社；

（3）课程网站：

<http://tv.cntv.cn/videoset/C14345>

微信公众号：海飞工作室、第一编剧、好戏、戏剧的艺术、戏剧艺术

**6．学生成绩评定**

（1）考核方式：随堂考查，平时成绩占30％，期中30%，期末考查成绩占40％。

（2）评价标准：

|  |  |
| --- | --- |
| 考核等级 | 评价标准 |
| 优秀（90-100） | 除达到良好标准处，且能使剧本构思新颖并有价值导引力，富有艺术表现与人文表达，能全面反应专业知识和独立创作能力。 |
| 良好（80-89） | 除达到中等标准处，尚有较系统编创见解与能力，编写文本具有影视空间的可演绎性。 |
| 中等（70-79） | 除达到及格标准外，尚能使文本结构合理，人物鲜明，情节集中，语言规范。 |
| 及格（60-69） | 基本掌握教学内容，能够对一定情境的主题性与戏剧性加以设计、编写。 |
| 不及格（低于60） | 未能达到基本教学之要求，或构思牵强附会、逻辑混乱之任一情形。 |

（3）成绩构成：平时成绩占 30 % ，期中成绩占 30 % ，期末成绩占40 %。

（4）过程考核：平时成绩由课堂表现、课后作业构成。以课堂考勤、课堂练习、讨论加以衡量和监控。

**二、教学内容和学时分配**

**第一章 概述**

**1.教学要求：**了解剧本创作的文体、谋篇布局、情节、场面及人物塑造

**2.主要内容：**

1.1 剧本的写作特点

1.1.1 视听VS阅读——小说家一定是好编剧？

1.1.2 自由VS限制——实拍影视、舞台戏剧、动画影视剧本的区别

1.1.3 散文还是小说？——剧本的多元叙事“文体”

1.2 剧本的格式

1.2.1 格式范例分析

1.2.2 剧本与分镜台本格式的区别

1.2.3 练习与点评：

**3.教学方法：**课堂讲授和多媒体手段相结合，辅以充分实践环节。

**4.学习资料：**芦苇《白鹿原》剧本

**5.思考作业题：**请还原自己喜欢的影视剧中任意三分钟片段的剧本。

1. **“点子”都从哪里来？**

**1.教学要求：**了解剧本最吸引观众的“卖点” 核心是什么

**2.主要内容：**

2.1 生活与原始表达欲

2.2 改编

2.3 概念先行

**3.教学方法：**课堂讲授和多媒体手段相结合，辅以充分实践环节。

**4.学习资料：** 教材第1章

**5.思考作业题：**请收集一个自己最喜欢的故事，概括其最吸引人的“卖点”。

1. **故事梗概与主题确定**

**1.教学要求：**故事的主题、逻辑设计；影片类型

**2.主要内容：**

3.1 形成故事的五个W

3.2 旧主题与新主题；影片类型主题的模式化

3.3 圆谎游戏——逻辑思维训练

**3.教学方法：**课堂讲授和多媒体手段相结合，辅以充分实践环节。

**4.学习资料：** 教材第2章

**5.思考作业题：**请分析一些跨年代改编剧与原作主题有哪些变动。

1. **展开动画剧本大纲**

**1.教学要求：**故事的结构与情节设计

**2.主要内容：**

4.1 剧本结构

4.2三幕式结构

4.3 起承转合

4.3常见动画电影结构套路

4.4有效的模式化情节

4..5 时空设计：角度、含量截取、线索

4.6 节奏与张力

4.7 重复的力量

**3.教学方法：**课堂讲授和多媒体手段相结合，辅以充分实践环节。

**4.学习资料：**教材第4、5章

**5.思考作业题：**铺垫练习，请依据教师给出的情节做1-3分钟内的铺垫练习

**第五章 角色的塑造**

**1.教学要求：**角色与性格、行为、弧光设计

**2.主要内容：**

5.1矛盾最值得看——提炼角色性格关键词

5.2出场“好彩头”——角色行为方式设计

5.3弧光——角色变或印象变

5.4群体角色设定性格分配

**3.教学方法：**课堂讲授和多媒体手段相结合，辅以充分实践环节。

**4.学习资料：**教材第3章

**5.思考作业题：**请思考你喜欢的影视作品中人物身上是否有不同于概念角色的矛盾与弧光？

1. **剧本医院**

**1.教学要求：**剧本编写中常见病例与应对策略

**2.主要内容：**

6.1合理科——假

6.2原创科——抄

6.3 戏剧科——没劲

6.4 时代科——老套

**3.教学方法：**课堂讲授和多媒体手段相结合，辅以充分实践环节。

**4.学习资料：**教材第6、7章

**5.思考作业题：**尝试为你看过的影视剧内容挑刺，给出修改建议。

**三、实践教学内容安排**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序  号 | 实验（实践）项目名称 | 主 要 内 容 | 学时 | 实验（实践）属性 | 类型 | 组织方式 | 考核要求 |
| 1 | 影像与戏剧性风格讨论 | 探讨影视戏剧艺术的风格流变、影像与戏剧性的关系 | 8 | 专业基础 | 其他 | 随堂 |  |
| 2 | 剧本观摩 | 观摩文本并分析创作要素 | 8 | 专业基础 | 演示 | 随堂 |  |
| 3 | 写作实践 | 剧本创作实践及方法练习 | 12 | 专业基础 | 设计研究 | 随堂 |  |
| 4 | 改编练习 | 剧本改编基本方法练习 | 4 | 专业基础 | 综合 | 随堂 |  |

# 《影视视听语言》课程教学大纲

Audio-Visual Language

大纲主撰人：郭梅 大纲审核人：郭持华

【**课程ID**】235347121 【**课程修习类型**】 选修

【**开课学院**】文化创意学院 【**适用专业**】文化产业管理

【**学分数**】2 【**学时数**】　32（20/12）

【**建议修读学期**】二春 【**先修课程**】影视概论

**一、课程说明**

**1.课程介绍**

**本课程介绍视听语言的各构成要素，从镜头、构图、景别、角度、运动、轴线、场面调度、剪辑、声音等不同方面进行深入分析，讲解视听语言在影视艺术中的主要特点与常用表现手法。**

This course introduces the system of audio-visual language elements from the Angle of the lens, composition, scenes, motion, axis, scheduling, editing, sound different aspects, such as an in-depth analysis on audio-visual language in film and television animation, the main characteristics and the commonly used expression of specialized courses.

**2.课程的主要内容及课时安排**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 章次 | 内容 | 总课时 | 理论课时 | 实践课时 |
| **一** | 视听语言概述 | 2 | 2 | 0 |
| **二** | 视听语言发展历史 | 2 | 2 | 0 |
| **三** | 焦距原理 | 2 | 2 | 0 |
| 四 | 构图 | 4 | 2 | 2 |
| 五 | 景别 | 4 | 2 | 2 |
| 六 | 角度与运动 | 6 | 3 | 3 |
| 七 | 光线与色彩 | 6 | 3 | 3 |
| 八 | 声音 | 3 | 2 | 1 |
| 九 | 场面调度 | 3 | 2 | 1 |

**3．课程教学目标**

（1）课程教学目标：

①**本课程通过系统阐述动画视听语言的各构成要素，从镜头、构图、景别、角度、运动、轴线、场面调度、剪辑、声音等不同方面进行深入分析，使学生掌握视听语言在影视艺术中的主要特点与常用表现手法**。

②本课程通过知识讲述和课堂实践，**让学生树立正确的视听语言概念**。

③本课程通过知识讲述和课堂实践，，**拓展学生的艺术思维空间**。

**③课程思政目标：**通过讲述视听语言的构成及其功能，辅以国产优秀影视作品以案例，将我国优秀传统文化、社会主义文化理念有效传达给学生，培养学生正确的文化观、价值观，树立文化自信。

（2）课程目标对培养要求的支撑：

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 培养要求 | 课程支撑点 | 课程教学目标 |
| 1．知识要求：掌握文化艺术学科的基础知识和基础理论；熟悉国家的文化战略、文化政策和相关法规 | 视听语言概述、视听语言发展历史 | 教学目标① |
| 2．能力要求：具有良好的艺术鉴赏和审美能力；具有良好的创意思维和文化创意产品研发的能力 | 焦距原理、构图、景别、角度与运动、光线与色彩、声音、场面调度 | 教学目标② |
| 3．素质要求：具有良好的科学和人文素养；具有不断追求新知识、独立思考和理论联系实际的科学精神 | 焦距原理、构图、景别、角度与运动、光线与色彩、声音、场面调度 | 教学目标①、教学目标②、教学目标③ |

**4．课程教学方法与手段**

基本知识讲授与课堂实践结合。启发学生自由感受、主动思考创作实践。

**5．课程资源**

教材参考文献：

《分镜头台本设计》姚光华 武汉理工大学出版社

《STORYBOARDING分镜头脚本设计》，(美国)温迪·特米勒罗 译者:赵嫣 王璇，中国青年出版社

《电影语言语法》（乌拉圭） 阿里洪 中国电影出版社

**6．学生成绩评定**

（1）考核方式：非卷面考察

（2）评价标准：

|  |  |
| --- | --- |
| 考核等级 | 评价标准 |
| 优秀（90-100） | 精准掌握基本理论，艺术实践出色 |
| 良好（80-89） | 较好掌握基本理论，艺术实践良好 |
| 中等（70-79） | 掌握基本理论，艺术实践中等 |
| 及格（60-69） | 掌握基本理论，艺术实践合格 |
| 不及格（低于60） | 基本理论掌握不够，艺术实践不合格 |

（3）成绩构成：平时成绩占30%，实践成绩占30%，期末考查占40%

（4）过程考核：平时成绩由作业、课堂出勤、课堂答问讨论等构成；实训成绩由小组综合表现评定。

**二、教学内容和学时分配**

**第一章 视听语言概述（2学时）**

**1.教学要求**

掌握视听语言基本理论，掌握视听语言基本构成与相互关系，

掌握视听语言规律与及经验。

**2.主要内容**

第一节 了解影视片结构的基本单位—镜头及其种类

第二节 理解画面构成的各元素及特点

第三节 理解声音构成的各元素及特点

**3.教学方法**

多媒体教学

**4.学习资料**

《电影语言语法》（乌拉圭） 阿里洪 中国电影出版社

**5.思考题**

用照片形式进行画面构成练习

**第二章 视听语言发展历史（2学时）**

**1.教学要求**

掌握视听语言基本理论与发展简史。

掌握视听语言特点与分类。

掌握视听语言规律与及经验。

**2.主要内容**

第一节 了解电影发展史

第二节 理解视听语言在电影史中的逐步探索过程

第三节 理解视听语言发展历程中各个电影大师的贡献

**3.教学方法**

多媒体教学

**4.学习资料**

《电影语言语法》（乌拉圭） 阿里洪 中国电影出版社

**5.思考题**

收集电影蒙太奇的电影选段分析理解视听语言在动画电影发展历程中的作用。

**第三章 焦距原理（2学时）**

**1.教学要求**

掌握运动镜头与固定镜头的区别。

掌握运动镜头的种类。

掌握各种运动的含义。

**2.主要内容**

第一节 了解物理镜头的原理

第二节 理解物理镜头的特征—焦距

第三节 理解长焦镜头和短焦镜头的区别

**3.教学方法**

多媒体教学

**4.学习资料**

《电影语言语法》（乌拉圭） 阿里洪 中国电影出版社

**5.思考题**

a. 对动画短片运动镜头的分析与分解。

b. 要求学生对实际的景物或静物进行运动镜头的实际拍摄。

**第四章 构图（4学时）**

**1.教学要求**

重点：常见构图原则

难点：构图的结构成分

a. 掌握关系构图。

b. 掌握双人对话与多人对话设计。

c. 掌握多角度构图。

**2.主要内容**

第一节 了解镜头的第一视觉特征—构图的含义

第二节 了解构图的结构成分

第三节 掌握常见构图原则

**3.教学方法**

多媒体教学

**4.学习资料**

《电影语言语法》（乌拉圭） 阿里洪 中国电影出版社

**5.思考题**

学生根据对主题构图分析理解，初步形成主题核心概念，通过多种手法，去表达主题（材料、摄影、DV、绘画、装置、平面图形等手法不限）。

**第五章 景别（4学时）**

**1.教学要求**

掌握景别的类型及种类。

理解景别的互动原则。

各景别的运用原则。

**2.主要内容**

第一节 了解景别的定义及种类

第二节 理解景别的划分原则

第三节 理解各景别运用的意义

**3.教学方法**

多媒体教学

**4.学习资料**

《电影语言语法》（乌拉圭） 阿里洪 中国电影出版社

**5.思考题**

学生根据对主题分析理解，初步形成主题核心概念，通过多种手法，去表达这个主题（材料、摄影、DV、绘画、装置、平面图形等手法不限）。

**第六章 角度与运动（6学时）**

**1.教学要求**

了解运动镜头与固定镜头的区别。

掌握运动镜头的种类。

掌握各种角度与运动的含义。

**2.主要内容**

第一节 了解分角度拍摄的原因及意义

第二节 理解角度的种类

第三节 掌握分角度拍摄的镜头组接原则

**3.教学方法**

多媒体教学

**4.学习资料**

《电影语言语法》（乌拉圭） 阿里洪 中国电影出版社

**5.思考题**

a.对动画短片运动镜头的分解以及分析。

b.要求学生对实际静物或景物进行拍摄。

**第七章 光线与色彩（6学时）**

**1.教学要求**

掌握色彩的属性。

掌握色彩与光线的关系。

掌握色调在动画片中的功能。

**2.主要内容**

第一节 了解光的属性和色温概念

第二节 理解影调的含义

第三节 运用影调进行叙事

**3.教学方法**

多媒体教学

**4.学习资料**

《电影语言语法》（乌拉圭） 阿里洪 中国电影出版社

**5.思考题**

要求学生对不同的色彩进行联想，对不同的色彩设计出相应的背景。

**第八章 声音 （3学时）**

**1.教学要求**

掌握声音的各组成部分。

掌握声音各成分的含义。

掌握各声音的艺术运用成分。

**2.主要内容**

介绍动画视听语言的声音部分

**3.教学方法**

多媒体教学

**4.学习资料**：无

**5.思考题**

a. 对动画片的声音进行分析。

b. 要求学生进行一段动画片进行配音，音效，音乐设计与配制。

**第九章 场面调度（3学时）**

**1.教学要求**

了解的历史渊源

了解场面调度的意义和原则

**2.主要内容**

介绍场面调度的意义和原则

**3.教学方法**

多媒体教学

**4.学习资料**

《电影语言语法》（乌拉圭） 阿里洪 中国电影出版社

**5.思考题**

教师布置命题，并讲解命题基本的核心概念。运用蒙太奇理论和长镜头理论完成主题创意性短片创作（表现手法不限）。

**三、实践教学内容安排**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序  号 | 实验（实践）项目名称 | 主 要 内 容 | 学时 | 实验（实践）属性 | 类型 | 组织方式 | 考核要求 |
| 1 | DV 短片1 | 用镜头拍摄一个场景或事件 | 4 | 专业 | 综合 | 小组 |  |
| 2 | DV 短片2 | 声音的创造性处理 | 4 | 专业 | 综合 | 小组 |  |
| 3 | DV 短片3 | 期末大作业 | 4 | 专业 | 综合 | 小组 |  |

# 《戏剧影视批评》课程教学大纲

Criticism on Drama and Movie

大纲主撰人：郭梅 大纲审核人：郭持华

【**课程ID**】 235537001 　　　　　【**课程修习类型**】 选修

【**开课学院**】文化创意学院　　　　　【**适用专业**】文化产业管理

【**学分数**】 2 【**学时数**】 32（32/0）

【**建议修读学期**】3 【**先修课程**】 无

**一、课程说明**

**1.课程介绍**

本课程以各种具体的戏剧影视作品作为研究对象，其中心是对作品进行分析判断和评价，揭示作品在思想蕴含和艺术技巧方面的价值，使学生掌握戏剧影视批评的基本概念与常用方法，提升自身的审美素养。

This course takes a variety of specific drama, film and television and works as the research object. Its center is to analyze, judge and evaluate the specific drama, film and television works, reveal the value of works in ideological content and artistic skills, enable students to master the basic concepts and common methods of drama, film and television criticism, and improve their aesthetic quality.

**2.课程的主要内容及课时安排**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 章次 | 内 容 | 总学时 | 理论学时 | 实验、实践学时 |
| 一 | 绪论 | 2 | 2 | 0 |
| 二 | 叙事学批评法 | 5 | 5 | 0 |
| 三 | 作者批评法 | 5 | 5 | 0 |
| 四 | 接受批评法 | 5 | 5 | 0 |
| 五 | 文化批评法 | 5 | 5 | 0 |
| 六 | 女性主义批评法 | 5 | 5 | 0 |
| 七 | 精神分析批评法 | 5 | 5 | 0 |

**3．课程教学目标**

（1）课程教学目标：

①通过本课程的课堂讲述，使学生了解或掌握戏剧影视批评的基本概念、戏剧影视批评的不同模式等。

②通过本课程的实际操作训练，使学生能掌握戏剧影视批评写作的基本方法和技能。

③通过本课程的综合学习，提高学生对于戏剧影视作品的鉴赏能力和理论素养。

**④课程思政目标：**选一些革命历史题材的影片，结合摄影表现语言研究的课题，把经典具体的蒙太奇镜头表现技巧和蒙太奇段落进行表现意义的分析，从而达到从摄影角度的思想政治教育的教学目的。

（2）课程目标对培养要求的支撑

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 培养要求 | 课程支撑点 | 课程教学目标 |
| 1.知识要求：掌握戏剧影视学科和戏剧影视批评的基础理论与知识。 | 绪论 | 使学生了解或掌握戏剧影视批评的基本概念、戏剧影视批评的不同模式等。 |
| 2.能力要求：具备戏剧影视学科和戏剧影视批评的语言表达能力和主题建构能力。 | 第二-七章 | 使学生能掌握戏剧影视批评写作的基本方法和技能，提高学生对于戏剧影视作品的鉴赏能力和理论素养。 |
| 3.素质要求：具备戏剧影视学科和戏剧影视批评的审美力和思考力。 | 第二-七章 | 使学生能掌握戏剧影视批评写作的基本方法和技能，提高学生对于戏剧影视作品的鉴赏能力和理论素养。 |

**4．课程教学方法与手段**

理论为主，实践为辅；借助多媒体教学和案例教学等手段。

**5. 课程资源**

教材：

史可扬著《影视批评方法论》，中山大学出版社2015

参考文献：

1.袁智忠、虞吉主编《影视批评纲要》，重庆大学出版社2009

2.沈义贞《影视批评学导论》，中国电影出版社2004

3.李道新编著《影视批评学》，北京大学出版社2003

课程网站资源：

<http://tv.cntv.cn/videoset/C14345>

<http://course.pkudl.cn/yspp2010/>

微信公众号：

中国文艺评论、浙江文艺评论、中国艺术报、中国艺术头条、电影山海经、电影收藏夹、广电时评、广电独家海飞工作室、好戏、戏剧传媒、戏剧的艺术、戏剧艺术

**6．学生成绩评定**

（1）考核方式：考查

（2）评价标准：

|  |  |
| --- | --- |
| 考核等级 | 评价标准 |
| 优秀（90-100） | 精准掌握基本理论，批评实践出色 |
| 良好（80-89） | 较好掌握基本理论，批评实践良好 |
| 中等（70-79） | 掌握基本理论，批评实践中等 |
| 及格（60-69） | 掌握基本理论，批评实践合格 |
| 不及格（低于60） | 基本理论掌握不够，批评实践不合格 |

（3）成绩构成：平时成绩占30%，期中成绩占30%，期末考查占40%

（4）过程考核：平时成绩和期中成绩由作业、课堂出勤、课堂答问讨论等构成和评定。

**二、教学内容和学时分配**

**绪论**

**1.教学要求：**了解戏剧影视批评学的基本概念

**2.主要内容：**戏剧影视批评学的学科构成、戏剧影视批评学的观念变革和建构

**3.教学方法：**多媒体教学

**4.学习资料：**教材第一章、结语

**5.思考题 ：**请简述我们需要什么样的戏剧影视批评。

**第二章 叙事学批评法**

**1.教学要求：**掌握叙事学批评法的特点和用法

**2.主要内容：**

第一节 叙事学批评法介绍

第二节 叙事学批评法实例

**3.教学方法：**多媒体教学

**4.学习资料：**教材第六章

**5.思考题：**请任选一部戏剧影视作品用叙事学批评法进行批评。

**第三章 作者批评法**

**1.教学要求：**掌握作者批评法的特点和用法

**2.主要内容：**

第一节 作者批评法介绍  
 第二节 作者批评法实例

**3.教学方法：**多媒体教学

**4.学习资料：**教材第七章

**5.思考题：**请任选一部戏剧影视作品用作者批评法进行批评。

**第四章 接受批评法**

**1.教学要求：**掌握接受批评法的特点和用法

**2.主要内容：**

第一节 接受批评法介绍  
 第二节 接受批评法实例

**3.教学方法：**多媒体教学

**4.学习资料：**教材第八章

**5.思考题：**请任选一部戏剧影视作品用接受批评法进行批评。

**第五章 文化批评法**

**1.教学要求：**掌握文化批评法的特点和用法

**2.主要内容：**

第一节 文化批评法介绍  
 第二节 文化批评法实例

**3.教学方法：**多媒体教学

**4.学习资料：**教材第二章、第九章

**5.思考题：**请任选一部戏剧影视作品用文化批评法进行批评。

**第六章 女性主义批评法**

**1.教学要求：**掌握女性主义批评法的特点和用法

**2.主要内容：**

第一节 女性主义批评法介绍  
 第二节 女性主义批评法实例

**3.教学方法：**多媒体教学

**4.学习资料：**教材第十一章

**5.思考题：**请任选一部戏剧影视作品用女性主义批评法进行批评。

**第七章 精神分析批评法**

**1.教学要求：**掌握精神分析批评法的特点和用法

**2.主要内容：**

第一节 精神分析批评法介绍  
 第二节 精神分析批评法实例

**3.教学方法：**多媒体教学

**4.学习资料：**教材第四章

**5.思考题：**请任选一部戏剧影视作品用精神分析批评法进行批评。

# 《制片管理》课程教学大纲

Film and Television Production

大纲主撰人：程振翼 大纲审核人：俞香云

【**课程代码**】235534001 【**课程修习类型**】 专业选修

【**开课学院**】文化创意学院 【**适用专业**】 文化产业管理

【**学分数**】 3.5 【**学时数**】64（48/16）

【**建议修读学期**】三春 【**先修课程**】影视概论

**一、课程说明**

**1.课程介绍**

《制片管理》是文化产业管理专业的学科专业选修课程。通过本课程的学习，使学生系统地理解和掌握影视制片管理学的基本理论和基础知识，把握住新时期影视制片管理发展的最新动态，使学生能够获得影视作品制片人的理论视野，运用影视制片管理学的基本原理和方法，来具体分析影视制片管理现象，指导具体的影视制片管理实践。

This course is an elective course oriented to the students majoring in management of cultural industry. Through overall and systematic training offered in the course, students can master the fundamental principle and theory of management of film and television production, and grasp the new trends of management of film and television production, furthermore, use these knowledges to analyze the phenomenon of film and television production and to guide relevant practice.

**2.课程内容及课时安排**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 章次 | 内 容 | 总学时 | 理论学时 | 实验、实践学时 |
| 一 | 第一章 绪论 | 4 | 4 | 0 |
| 二 | 第二章 电影业的宏观管理 | 6 | 6 | 0 |
| 三 | 第三章 电影业的微观管理 | 8 | 6 | 2 |
| 四 | 第四章 剧本研发 | 8 | 4 | 4 |
| 五 | 第五章 影视制片团队组建 | 6 | 4 | 2 |
| 六 | 第六章 制片部门 | 6 | 4 | 2 |
| 七 | 第七章 导演与摄影部门 | 6 | 4 | 2 |
| 八 | 第八章 录音与美术部门 | 4 | 4 | 0 |
| 九 | 第九章 后期制作 | 6 | 4 | 2 |
| 十 | 第十章 宣传和发行 | 6 | 4 | 2 |
| 十一 | 第十一章 影视剧融资 | 4 | 4 | 0 |

**3．课程教学目标**

（1）课程教学目标：

①通过本课程的学习和实践，使学生能够获得影视作品制片人的理论视野，掌握影视制片管理学的基本原理和方法；

②能运用影视制片管理学的基本原理和方法，来具体分析影视制品管理现象，指导具体的影视制片管理实践。

**③课程思政目标：**制片管理是一门理论结合实践的专业必修课。制片管理除了理解相关专业理论知识和熟悉掌握制片流程以外，最重要的是懂得和实现不同职能部门的分工与合作。在制片管理的实践中，培养同学们互助、协作的精神和协调合作的能力，提高凝聚力是本课程思政的主要内容构成。

（2）课程目标对培养要求的支撑：

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 培养要求 | 课程支撑点 | 课程教学目标 |
| 知识要求：掌握文化艺术学科的基础知识和基础理论；熟悉国际先进文化产业的经营理念和运营模式； | 主要通过第一章、第二章、第三章已经绪论部分的课堂理论教学，使学生掌握电影制片管理的基本概念，熟悉和认识电影制片管理的作用；从宏观层面介绍，产业市场以及国家、政府和行业协会等外部机构对电影产品、作品所进行的管理与约束；使学生掌握影视作品制片从策划筹资到摄制生产过程中的具体的微观层面的管理方式。 | 教学目标① |
| 能力要求：具有较强的文化产业管理、营销、策划、经纪等专业能力；具有良好的沟通协调和团队合作能力； | 通过第四章的学习，使学生掌握在影视管理中如果将IP资源成功地转化为直接投入生产的剧本资源。第五至八章重点介绍影视生产各部门管理，主要通过校外实践的教学方式，使学生了解影视产品制造过程中涉及到哪些主要环节，以及每个生产环节具体的核心管理事项。通过第九章至第十一章内容的教学，使学生了解影视产品在后期制作和发行等环节的主要工作，掌握后期管理的主要方法，学习影视制作融资的主要模式和手段。 | 教学目标② |

**4．课程教学方法与手段**

根据本专业的特点和学生的基础知识储备情况，课程教学以课堂讲授为主，以实地参加教学实践为辅，同时灵活使用和穿插讨论、讲座等多种教学方式与手段，积极采用课堂互动教学等形式，促使学生在理论、实践、见识等方面全面协调发展。

**5．课程资源**

推荐教材及参考文献：

宋培义，谭华，刘洁：《影视制片管理》，中国传媒大学版社，2016年版；

高福安，宋培义：《影视制片管理基础》，中国传媒大学出版社，2013年版；

夏洛特•沃辛顿：《国际经典影视制作教程:制片必读》，电子工业出版社，2012年版；

**6．学生成绩评定**

（1）考核方式：考试

（2）评价标准：

|  |  |
| --- | --- |
| 考核等级 | 评价标准 |
| 优秀（90-100） | 系统掌握影视制片管理学的基本理论、基础知识以及影视制片管理发展的最新动态，能出色地运用影视制片管理学的原理和方法来具体分析和指导实践，实践环节作品优秀； |
| 良好（80-89） | 能较为全面地掌握影视制片管理学的基本理论、基础知识以及影视制片管理发展的最新动态，具有较强的理论联系实践能力，实践环节表现较为突出； |
| 中等（70-79） | 对影视制片管理学的基本理论、基础知识以及影视制片管理发展的最新动态有一般性了解，基本具备将理论运用于实践的能力，能完成实践环节主要任务； |
| 及格（60-69） | 对于影视制片管理学的基本理论、基础知识以及影视制片管理发展的最新动态有基本了解，理论指导实践能力不强，实践作业平庸； |
| 不及格（低于60） | 未能掌握影视制片管理学的基本理论、基础知识，不具备将所学知识运用于实际管理和实践的能力，实践环节未能完成基本学习任务。 |

（3）成绩构成：

该课程考核方式为考试，课程总成绩综合考察学生出勤情况、学习态度、平时作业、期末考试成绩，其中出勤及学习态度占30%、期中作业占30%、期末考试成绩占40%。

（4）过程考核：

平时成绩主要由日常出勤情况、课上发言、课后作业等几部分构成；监控方式主要为课前考勤、组织讨论和提问、布置课后和课堂作业等。

**二、教学内容和学时分配**

**第一章 绪论**

**1.教学要求**

指导学生掌握电影制片管理的基本概念，熟悉和认识电影制片管理的作用。

**2.主要内容**

第一节 电影制片管理的基本概念

一、电影制片； 二、影片的生产系统；三、电影制片的管理。

第二节 电影制片管理的作用

**3.教学方法**

以课堂讲授为主，穿插学生讨论。

**4.学习资料**

季伟：《中国电影制片史别话》，中国电影出版社，2011年版；

**5.思考题**

试概括电影制片管理的现实功能和主要意义。

**第二章 电影业的宏观管理**

**1.教学要求**

使学生了解影视作品作为商品，在市场流通领域内价值规律作用下，生产者与消费者之间因利益需求关系而产生的宏观调控，掌握国家、政府和行业协会等外部机构对电影产品、作品所进行的管理与约束。

**2.主要内容**

第一节 电影制片业的性质、任务和目的

一、电影制片业的性质； 二、电影制片业的任务 ；三、生产目的；

第二节 电影制片业的宏观管理

一、电影制片管理的功能；

二、电影制片管理的几个基本观念；

**3.教学方法**

以课堂讲授为主，带领学生参观相关影视展览、影视管理机构等。

**4.学习资料**

路易斯•贾内梯：《认识电影》，世界图书出版公司，2008年版；

**5.思考题**

分析政府层面对于影视制片进行宏观调控的必要性。

**第三章 电影业的微观管理**

**1.教学要求**

本章的教学目的是使学生掌握影视作品制片从策划筹资到摄制生产过程中的具体管理方式，其中主要包括部门组建、内容管理、计划管理、资金管理等部分。

**2.主要内容**

第一节 电影摄制组的组建

一、指令；二、资金；三、剧本； 四、主创人员的确定；五、确定建组部门；

第二节 摄制组人员及其职责

一、人员构成及人员职责；二、摄制中各部门工作关系；

第三节 电影摄制组管理内容

一、合同的签订；二、摄制组内部管理规定；三、文案管理、准备、收集与整理；四、生产管理的重要意义；五、安全管理；

第四节 资金财务管理

一、概算；二、整体预算（总预算）；三、项目实施过程中的财务管理

第五节 摄制组的计划管理

一、分析分镜头剧本；二、制定设置计划；

第六节 摄制过程管理

一、传统影片摄制工艺流程；二、摄制过程管理的具体内容；三、制片生产的分阶段管理；

**3.教学方法**

以课堂讲授为主，以课外实践为辅，参观剧组管理实际运作过程，邀请相关行业专家做讲座。

**4.学习资料**

汉赛娜：《完全制片手册》，人民邮电出版社，2014年版；

**5.思考题**

试总结摄制过程环节管理过程中的主要阶段及各阶段的主要任务。

**第四章 剧本研发**

**1.教学要求**

本章的教学目的是使学生了解优美、崇高、悲剧、喜剧、丑、荒诞等审美范畴的本质及特征。

**2.主要内容**

第一节 剧本研发综述

一、影视剧剧本的三种来源：1.编剧独自完成创作； 2.由小说或其他文学作品改编而来； 3.由制片人出面组织一个由策划、导演、专业编剧以及助手组成的创作团队，集体创作剧本。

二、影响剧本研发的三个因素：（1）受众视野；（2）市场状况；（3）政策因素；

第二节 剧本研发预算表格及说明

**3.教学方法**

以课堂讲授为主，穿插学生讨论。

**4.学习资料**

潘·丹萨姆：《鳄鱼骑士:剧本创作策略与生存之道》，人民邮电出版社，2017年版；

**5.思考题**

分小组创作一份微电影剧本。

**第五章 影视制片团队组建**

**1.教学要求**

本章的教学目的是使学生了解摄制组的基本组成，熟悉各个部门的主要职责和分工，了解各个部门之间的合作关系。

**2.主要内容**

第一节 制片部门

1、制片人；2、执行制片人；3、制片主任 ；4、统筹；5、 外联制片；6、剧务；7、现场制片；

第二节 导演部门；

第三节 摄影部门；

第四节 录音部门；

第五节 美术部门；

**3.教学方法**

以课堂讲授为主，实地参观片场实践。

**4.学习资料**

麦克纳布：《顶级电影制片大师访谈》，人民邮电出版社，2015年版；

**5.思考题**

概述影视剧摄制组各个部门的主要职能分别是什么。

**第六章 制片部门**

**1.教学要求**

使学生掌握制片部门的工作职责，以及部门中各个成员的职责分工。

**2.主要内容**

第一节 制片部门综述；

第二节 成员职责阐释；

一、核心成员：1.制片人职责；2.执行制片人职责；3. 制片主任职责；4. 统筹职责；5.生产制片职责；6. 外联制片职责；7. 生活制片的职责；8. 会计职责；

二、其他成员职责：1.出品人职责；2. 副制片人职责； 3.财务监制职责； 4.会计助理职责；5.剧务和场务的职责；

**3.教学方法**

以课堂讲授为主，邀请影视制片人来校讲座。

**4.学习资料**

梁奕：《制片人》，作家出版社，2010年版；

**5.思考题**

试总结影视制片人的主要职责。

**第七章 导演与摄影部门**

**1.教学要求**

要求学生通过学习了解导演部门和摄影部门的核心成员和主要职责。

**2.主要内容**

第一节 导演部门

一、核心成员；二、其他成员；

第二节 摄影部门

一、摄影部门综述；二、成员职责阐释；

**3.教学方法**

以课堂讲授为主，赴校内、外片场参观和实训。

**4.学习资料**

迈克尔·拉毕格：《导演创作完全手册》，北京联合出版公司，2016年版；

**5.思考题**

总结导演部门的主要功能及其内部分工关系。

**第八章 录音与美术部门**

**1.教学要求**

要求学生通过学习了解录音部门和美术部门的核心成员和主要职责。

**2.主要内容**

第一节 录音部门

一、核心成员；二、其他成员；

第二节 美术部门

一、美术部门的作用；二、成员职责阐释；

**3.教学方法**

以课堂讲授为主，赴校内、外片场参观和实训。

**4.学习资料**

麦克纳布：《顶级电影制片大师访谈》，人民邮电出版社，2015年版；

**5.思考题**

总结和分析美术部门对于影视作品的主要贡献。

**第九章 后期制作**

**1.教学要求**

要求学生通过学习了后期制作部门的核心成员和主要职责。

**2.主要内容**

一、 核心成员

（一）剪辑师职责 ； （二）助理剪辑师职责； （三）字幕编辑师职责；（四）音乐编辑师职责；

二、其他成员

（一）作曲家；（二）指挥；（三）乐师；

**3.教学方法**

以课堂讲授为主，赴校内、外片场参观和实训。

**4.学习资料**

麦克纳布：《顶级电影制片大师访谈》，人民邮电出版社，2015年版；

**5.思考题**

提交后期制作实践实验报告。

**第十章 宣传和发行**

**1.教学要求**

要求学生通过学习掌握电影的宣传和发行的主要模式和渠道，以及各种方式的优缺点；掌握电视剧的市场营销主要策略和途径。

**2.主要内容**

第一节 电影的宣传和发行

一、电影的宣传； 二、电影的发行；三、影院发行；四、影院发行对其他发行渠道的影响；五、辅助市场收入；六、其他辅助权限；

第二节 电视剧的市场营销

一、中国电视剧的市场形成过程； 二、中国电视剧的市场主体；三、中国电视剧的市场构成；四、中国电视剧市场的市场容量；五、电视台对于电视剧产品的相对需求；

**3.教学方法**

以课堂讲授为主，要求校外行业专家讲座。

**4.学习资料**

D.B.吉勒斯：《剧本创作与营销策略》，人民邮电出版社，2014年版；

**5.思考题**

请总结当前我国电视剧市场营销的主要模式和策略。

**第十一章 影视剧融资**

**1.教学要求**

要求学生通过学习掌握电影的宣传和发行的主要模式和渠道，以及各种方式的优缺点；掌握电视剧的市场营销主要策略和途径。

**2.主要内容**

第一节 中国影视剧融资历史沿革

第二节 融资的基本手段和途径

（1）影视机构投资；（2）媒体预购；（3）政府资助；（4）；其他行业投资；（5）银行贷款；（6）赞助；（7）境外资金；

第三节 融资方式的分类

**3.教学方法**

以课堂讲授为主，要求校外行业专家讲座。

**4.学习资料**

露易丝•利维森：《电影制片人融资指南》，北京联合出版公司，2016年版；

**5.思考题**

请尝试撰写一份制作影视剧作品的商业计划书。

**三、实践教学内容安排**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序  号 | 实验（实践）项目名称 | 主 要 内 容 | 学时 | 实验（实践）属性 | 类型 | 组织方式 | 考核要求 |
| 1 | 参观调研 | 参观调研剧组管理（一） | 8 | 专业 | 综合 | 小组 | 撰写调研报告 |
| 2 | 参观调研 | 参观调研剧组管理（二） | 8 | 专业 | 综合 | 小组 | 撰写调研报告 |
| 3 | 参观调研 | 参观调研剧组制片流程（一） | 8 | 专业 | 综合 | 小组 | 撰写调研报告 |
| 4 | 参观调研 | 参观调研剧组制片流程（二） | 8 | 专业 | 综合 | 小组 | 撰写调研报告 |

# 《影视市场与院线管理》课程教学大纲

Film and Television Drama Market & Management of Cinema Chain

大纲主撰人：沈松华 大纲审核人：管尔东

【**课程ID**】235539001 　 　【**课程修习类型**】选修

【**开课学院**】文化创意学院 　 【**适用专业**】文化产业管理

【**学分数**】 2.5学分 　　　　 　　【**学时数**】 48（32/16）

【**建议修读学期**】三秋　　　　 【**先修课程**】制片管理

**一、课程说明**

**1.课程介绍:**

本课程主要向学生介绍中国影视市场的历史发展脉络与基本现状，主要影视门类与市场环节的发展概况，以及院线的历史发展和现状态势，院线管理的主要内容要点，使之能懂得影视市场变革的发展动力，全面了解中国影视市场发展的各个门类和环节的概貌，了解院线管理的主要内容与操作方法。使学生具备从事市场分析、院线管理等影视市场相关行业工作的基本能力和素养。

This course mainly introduces the historical development context and basic status of the film and television market, the development overview of the main film and television categories and market links, as well as the historical development and current situation of the cinema, the main content and key points of the cinema management, so that it can understand the development power of the film and television market reform, and fully understand China's film and television market The general situation of various categories and links of the development of the venue, the main content and operation methods of the management of the cinema. Let students have the basic quality and quality to engage in market research, cinema management and other related industries in the film and television market.

**2.课程的主要内容及课时安排**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 章次 | 内容 | 总学时 | 理论学时 | 实验、实践学时 |
| 一 | 绪论 | 3 | 3 | 0 |
| 二 | 中国电影市场发展历程 | 6 | 6 | 0 |
| 三 | 中国电影市场现状格局 | 6 | 3 | 3 |
| 四 | 电视剧市场发展演变 | 3 | 3 | 0 |
| 五 | 电视剧市场现状问题 | 6 | 3 | 3 |
| 六 | 电视综艺节目发展概况 | 3 | 2 | 1 |
| 七 | 互联网+影视 | 6 | 3 | 3 |
| 八 | 影视受众 | 3 | 1 | 2 |
| 九 | 院线管理 | 9 | 5 | 4 |

**3．课程教学目标**

（1）课程教学目标：

①本课程主要向学生介绍影视市场的发展脉络与现状态势、院线管理的主要内容流程，使之能形成对影视市场的基本面貌的把握，对电影院线的发展现状与特征的了解。

②过对受众分析、档期分析、技术管理、营销策略等的系统介绍，学生能具备经营管理院线的基本能力，提升其管理、经营影视产业的能力和素养。

③借助课程实践，部分学生还可以初步掌握一些影视营销管理的基本技能，并进行业余的实践活动。

**④课程思政目标：**通过对中国影视市场的发展的回顾与总结，了解我国影视产业发展取得的伟大成绩，树立文化自豪感；通过对典型影视作品的分析，牢固树立意识形态价值导向，形成影视实现价值引导、思想引领、审美熏陶的文化使命感。

（2）课程目标对培养要求的支撑：

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 培养要求 | 课程支撑点 | 课程教学目标 |
| 1.知识要求：系统掌握影视市场的基础理论和知识框架；掌握院线管理的基础知识。 | 影视市场的概念体系与各种影视类型，影视市场的历史变革与政策演变，互联网对影视的影响，消费者分析及院线管理的系统知识。 | 教学目标① |
| 2.能力要求：具有良好的影视市场各个类型的分析能力；具有初步的院线管理能力。 | 分析透视影视市场的发展态势、热点现象及影响因素，进行影视受众分析，院线与影院管理的方法与策略。 | 教学目标②③ |
| 3.素质要求：具有敏锐把握影视市场现象的市场洞察意识、独立思考的科学精神和艺术人文关怀；具有良好的分析综合素质和团队合作精神。 | 影视市场类型分析、动态趋势分析，受众分析，院线与影院管理运营策略分析。 | 教学目标②③ |

**4.课程教学方法与手段**

本课程以教师讲解为主，适当安排一些学生考察分析影视市场与院线的实践课。试图将理论知识介绍和分析实践、管理操作相结合，在课程讲解的同时，通过案例分析及市场调研实践，使学生对影视市场和院线的类型和管理有全方位的了解，具有一定的市场洞察力、艺术鉴赏能力和管理能力。

**5.课程资源**

推荐教材及参考文献：

靳斌、罗弦：《影视产业概论》，中国国际广播出版社，2017年。

虞吉：《中国电影史》，重庆大学出版社，2011年。

杨旦修：《中国电视剧产业发展研究》，暨南大学出版社，2015年。

刘嘉：《中国电影院线概论》，人民出版社，2017年。

俞剑红、吴曼芳：《院线经营管理》， 中国电影出版社，2013年。

**6.学生成绩评定**

(1)考核方式：考试

(2)评价标准：

|  |  |
| --- | --- |
| 考核等级 | 评价标准 |
| 优秀（90-100） | 准确而全面地掌握影视市场与院线管理的知识点，能够运用理论知识分析实践问题，学习主动性强。 |
| 良好（80-89） | 较好地掌握影视市场与院线管理的知识点，能够运用理论知识分析实践问题，学习主动性较强。 |
| 中等（70-79） | 一般掌握影视市场与院线管理的知识点，能够运用理论知识分析实践问题，学习主动性一般。 |
| 及格（60-69） | 基本掌握影视市场与院线管理的知识点，能够运用理论知识分析实践问题，学习主动性不足。 |
| 不及格（低于60） | 无法掌握影视市场与院线管理课程的知识点要求，学习态度差。 |

（3）成绩构成：平时成绩占 30 % ，期中成绩占 30 % ，期末成绩占40 %

（4）过程考核：平时成绩的具体构成：出勤率、迟到早退、学习态度、团队精神。学生上课过程监控主要是点名、教学工作记录、自主学习、学习表现与观察。

**二、教学内容和学时分配**

**第一章 绪论 3学时**

**1.教学要求**

让学生基本掌握市场及其要素、影视市场的特点与构成。

**2.主要内容**

市场及其要素

影视市场的特点

中国影视市场现状

**3.教学方法**

讲授、讨论。

**4.学习资料**

靳斌、罗弦：《影视产业概论》，中国国际广播出版社，2017年。

**5.思考题**

影视市场有什么特点？

**第二章 中国电影市场发展历程 6学时**

**1.教学要求**

通过本章的学习，使学生掌握中国电影市场的基本发展阶段，了解每个阶段的政策环境与电影市场发展特点、成就。

**2.主要内容**

第一节 晚清民国时期的电影市场

第二节 新中国的电影市场

**3.教学方法**

讲授、讨论。

**4.学习资料**

虞吉：《中国电影史》，重庆大学出版社，2011年。

**5.思考题**

（1）民国时期有哪些代表性的民营电影公司？

（2）十七年电影的生产管理体制有什么特点？

（3）新世纪以来的电影体制改革主要有哪些内容？

**第三章 中国电影市场现状格局 6学时**

**1.教学要求**

通过本章的学习，使学生了解当前中国电影的发展现状、取得的成绩与存在的问题，了解各个类型电影产品的市场情况，学会进行产品市场分析。

**2.主要内容**

第一节 电影市场现状

第二节 电影产品分析

**3.教学方法**

讲授、讨论、实践调研。

**4.学习资料**

司若：《中国影视产业发展报告》，社会科学文献出版社，当年。

**5.思考题**

（1）当前中国电影市场有什么值得关注的主要现象？

（2）试调研主流电影类型产品在市场上的表现。

**第四章 电视剧市场发展演变 3学时**

**1.教学要求**

通过本章的学习，使学生掌握电视剧的产业链，熟悉中国电视剧发展的制度演变，了解各个时期的成就与问题。

**2.主要内容**

第一节 电视剧及其产业链

第二节 中国电视剧市场演变

**3.教学方法**

讲授、讨论。

**4.学习资料**

杨旦修：《中国电视剧产业发展研究》，暨南大学出版社，2015年。

**5.思考题**

（1）电视剧市场包含哪些市场交易行为？

（2）试述中国电视剧发展的体制变迁。

**第五章 电视剧市场繁荣与危机 6学时**

**1.教学要求**

通过本章的学习，使学生了解当前中国电视与电视剧的发展现状、取得的成绩与存在的问题，了解主要类型电视剧的市场情况，学会进行产品市场分析。

**2.主要内容**

第一节 当前电视产业的发展趋势

第二节 电视剧市场发展态势

**3.教学方法**

讲授、讨论、实践调研。

**4.学习资料**

司若：《中国影视产业发展报告》，社会科学文献出版社，当年。

**5.思考题**

电视剧市场的危机表现在哪些方面？

**第六章 电视综艺节目发展概况 3学时**

**1.教学要求**

通过本章的学习，使学生熟悉综艺节目的类型特征与发展演变，了解当前中国电视综艺的发展现状、取得的成绩与存在的问题，了解主要类型综艺的市场情况，学会进行产品市场分析。

**2.主要内容**

第一节 综艺节目类型与演变

第二节 当前综艺节目发展态势

**3.教学方法**

讲授、讨论、实践调研。

**4.学习资料**

司若：《中国影视产业发展报告》，社会科学文献出版社，当年。

**5.思考题**

当前综艺节目发展存在哪些主要问题？

**第七章 互联网+影视 6学时**

**1.教学要求**

通过本章的学习，使学生熟悉综艺节目的类型特征与发展演变，了解当前中国电视综艺的发展现状、取得的成绩与存在的问题，了解主要类型综艺的市场情况，学会进行产品市场分析。

**2.主要内容**

第一节 网络新媒体的特征与发展

第二节 网络新媒体环境下影视产业的变革

第三节 网络影视的发展

**3.教学方法**

讲授、讨论、实践调研。

**4.学习资料**

司若：《中国影视产业发展报告》，社会科学文献出版社，当年。

**5.思考题**

（1）网络新媒体的主要特征是什么？

（2）网络新媒体给影视产业带来哪些主要的变革？

**第八章 影视受众 3学时**

**1.教学要求**

通过本章的学习，使学生掌握受众的概念特征，影视受众的特点，懂得受众分析的路径，了解当前电影市场受众状况。

**2.主要内容**

第一节 受众与受众研究

第二节 电影受众分析

**3.教学方法**

讲授、讨论、实践调研。

**4.学习资料**

李法宝：《影视受众学》，中山大学出版社，2008年。

**5.思考题**

影视受众进行研究有哪些主要学术视野？

**第九章 院线管理 9学时**

**1.教学要求**

通过本章的学习，使学生掌握院线的概念、特点、类别、职能与营利模式，熟悉院线的历史发展，了解院线与影院的当前市场发展态势，熟悉院线管理的内容流程，了解院线的品牌战略、资本运营、营销管理等手段。

**2.主要内容**

第一节 院线概述

第二节 影院概述

第三节 院线管理

**3.教学方法**

讲授、讨论、实践调研。

**4.学习资料**

刘嘉：《中国电影院线概论》，人民出版社，2017年。

俞剑红、吴曼芳：《院线经营管理》， 中国电影出版社，2013年。

**5.思考题**

（1）院线有哪些营利模式？

（2）院线如何实现品牌化？

**三、实践教学内容安排**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序  号 | 实验（实践）项目名称 | 主 要 内 容 | 学时 | 实验（实践）属性 | 类型 | 组织方式 | 考核要求 |
| 1 | 影视市场产品分析 | 当前影视市场主流电影、电视剧、综艺节目类型产品分析 | 7 | 专业 | 综合 | 小组课堂汇 报 | 作业提交 |
| 2 | 互联网影视市场分析 | 网络新媒体对影视市场的影响分析 | 3 | 专业 | 综合 | 小组课堂汇 报 | 作业提交 |
| 3 | 影视受众分析 | 影视受众市场调研分析 | 2 | 专业 | 综合 | 小组课堂汇 报 | 调查问卷提交 |
| 4 | 院线管理特色分析 | 院线与影院市场状况与管理特色调研分析 | 4 | 专业 | 综合 | 小组课堂汇 报 | 调查问卷提交 |

# 《摄像基础》课程教学大纲

Camera Shooting Basis

大纲主撰人：李丰君 大纲审核人：范小春

【**课程代码**】 　　　【**课程修习类型**】选修课

【**开课学院**】文化创意学院 【**适用专业**】文化产业管理专业

【**学分数**】 2 【**学时数**】32（24/8）

【**建议修读学期**】三春 　　 【**先修课程**】

**一、课程说明**

**1.课程介绍**

本课程是文化产业管理专业模块选修课，本课程主要包括平面摄影技术、灯光设计和视频摄像三个重要组成部分，学习后需要使学生系统的掌握平面摄影机和视频摄影机的原理与操作；掌握棚内、室内、室外灯光设计原理与补光操作；视频摄影基础与镜头语言基础理论与练习应用。

This course is composed of three major components: graphic photography, lighting design and video photography. After learning, it is necessary to make the students master the principle and operation of the flat camera and video camera. Interior, outdoor, outdoor lighting design principles and fill light operation; video photography and lens language basic theory and practice applications.

**2.课程内容及课时安排**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 章次 | 内容 | 总学时 | 理论学时 | 实验、  实践学时 |
| 一 | 绪论  照相机、视频摄影机原理与操作 | 8 | 8 | 0 |
| 二 | 影视灯光设计 | 8 | 4 | 4 |
| 三 | 视频摄像基础理论与镜头语言  课程总结 | 16 | 12 | 4 |

**3．课程教学目标**

（1）课程教学目标：

①系统的掌握平面摄影、影视摄影的基础理论知识。

②系统的掌握影视灯光设计原理与基础理论知识。

③系统的掌握平面摄影、影视摄影的实践能力。

④统的掌握影视照明的实践能力。

⑤通过课程培养使学生学生具备一定的影视艺术中摄影、摄像与灯光的艺术修养。

⑥通过课程培养使学生学生具备一定的影视影视灯光创作的艺术修养。

⑤学会租借、使用、养护相关器材。

**⑥课程思政目标：**选一些革命历史题材的影片，结合摄影表现语言研究的课题，把经典具体的蒙太奇镜头表现技巧和蒙太奇段落进行表现意义的分析，从而达到从摄影角度的思想政治教育的教学目的。

（2）课程目标对培养要求的支撑：

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 培养要求 | 课程支撑点 | 课程教学目标 |
| 1.知识要求：系统、扎实地掌握本专业规定的基础知识、基本理论。 | 专业知识方面：掌握平面摄影与影视摄影、以及影视灯光设计的基础理论知识 | 课程教学目标①  课程教学目标② |
| 2.能力要求：系统、扎实地掌握本专业规定的基本技能；掌握文化产业管理专业必要的理论知识，有较强的专业策划、创作和推广技能。 | 专业能力方面：掌握照相机、影视摄影机、影视灯光照明技术的操作实践能力。 | 课程教学目标③  课程教学目标④ |
| 3.素质要求：具有较好的中西方传统文化素养、文学艺术修养，并具有现代意识和人际交往意识；具有良好的思想品德、社会公德和职业道德。 | 素质要求：掌握照相机、影视摄影机、影视灯光照明艺术创作休养与素质。 | 课程教学目标⑤ 课程教学目标⑥ |

**4．课程教学方法与手段**

多媒体理论讲解与课堂实践

**5．课程资源**

（1）推荐教材及参考文献：（核心阅读材料，必须提供经典的文献和前沿的文献）

《美国纽约摄影学院教材》，《灯光师圣经》，《摄影大师的成功秘诀——铸造照片的视觉冲击力》——汤姆.麦凯，《影视摄像技术与技巧》，《单机拍摄与制作》

（2）课程网站：

影视工业网：http://107cine.com/openclass/

**6．学生成绩评定**

（1）考核方式：专业技术非卷面考试

三个课题的创作与练习的完成效果考察

（2）评价标准：

|  |  |
| --- | --- |
| 考核等级 | 评价标准 |
| 优秀（90-100） | 作业创意优秀，制作精良，团队合作优秀，出勤完整 |
| 良好（80-89） | 作业创意良好，制作完整，团队合作优秀良好，出勤完整 |
| 中等（70-79） | 作业创意一般，制作完整，团队合作合格，出勤比较完整 |
| 及格（60-69） | 制作完整，团队合作合格，出勤不全请假理由不充分 |
| 不及格  （低于60） | 作品低劣，出勤不完整，病假事假过多，团队合作出现问题多 |

（3）成绩构成：平时成绩30%,期中成绩30%,期末成绩40%。

（4）过程考核

①出勤、平面摄影、特技拍摄或延时拍摄作业

② 灯光设计作业

③视频作业

**二、教学内容和学时分配**

**总论**

**1.教学要求**

视频摄像技术和影视灯光布光应用能力是这门课有两个核心组成部分，照相机原理与操作是熟悉影视摄影机的先导，也是灯光练习作业的呈现方式。

**2.主要内容**

（1）照相机与影视摄影机以及电视摄像机的关联

（2）灯光设计对于摄影的重要性

（3）影视摄影常规技术与特技技术是支撑影视艺术的直接载体

**3.教学方法**

多媒体理论讲解

**4.学习资料**

自备电子文件下发

**5.思考题**

影视摄影和灯光设计在影视专业中都是一个独立的专业，我们为什么在影视摄像的课程中要加入一个灯光的课题？

**第一章 照相机、视频摄影机原理与操作**

**1.教学要求**

严格考勤、严格完成课上课下课题练习作业

**2.主要内容**

（1）照相机基本原理

（2）照相机的专业应用

（3）特技平面摄影

**3.教学方法**

多媒体理论讲解结合课堂练习

**4.学习资料**

自备电子文件下发

**5.思考题**

作业：特技摄影或延时拍摄（延时作业要剪成视频）

**第二章 影视灯光设计**

**1.教学要求**

（1）掌握影视用灯的种类与相关器材，练习小剧组的照明方法

（2）熟悉照明管理流程，注意人员和器材安全

（3）影视照明设计的根据与多种的实现方法（重点、难点）

（4）拍摄现场根据现有器材最好的发挥灯光的作用（难点）

**2.主要内容**

（1）常规影视用灯的种类与相关器材

（2）影视照明基础管理流程

（3）影视照明的目标与方法

（4）光的控制

**3.教学方法**

多媒体理论讲解结合课堂练习

**4.学习资料**

自备电子文件下发

**5.思考题**

在影视灯光布光设计中，是要根据客观光源进行设计。那么它们是什么？

作业：

（1）棚内景物（图片）

（2）室内模拟光效人物拍摄（图片）

（3）室外夜景补光剧情拍摄（图片）

**第三章 视频摄影基础理论与镜头语言**

**1.教学要求**

（1）熟悉掌握应用影视摄像机及相关的设备

（2）影视摄像艺术内容（重点）

（3）熟悉掌握影视摄像的专业技能（重点、难点）

**2.主要内容**

（1）影视视频拾取、监看、传输相关器材应用

（2）影视摄像专业艺术内容

（3）影视摄像专业技术内容与操作手段

**3.教学方法**

多媒体理论讲解结合课堂练习

**4.学习资料**

自备电子文件下发

**5.思考题**

（1）影视摄像基础技术有哪些？

（2）影视摄像特技技术有哪些？

（3）影视摄像表现艺术有哪些？

作业（1）模仿4个段落拍摄推、拉、摇、移剪原片

作业（2）自编剧情事件过拍摄肩镜头练习或模仿拍摄追逐、打斗镜头组

作业（3）用表现性蒙太奇拍摄剪辑自编剧情（几组不一样的蒙太奇）

**三、实践教学内容安排**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序  号 | 实验（实践）项目名称 | 主要内容 | 学时 | 实验（实践）属性 | 类型 | 组织方式 | 考核要求 |
| 1 | 特技平面摄影 | 延时拍摄 | 2 | 专业基础 | 其他 | 个人 | 必做短片 |
| 2 | 棚内布光 | 棚内多种布光方法练习 | 2 | 专业 | 演示 | 个人 | 必做图片 |
| 3 | 镜头语言 | 蒙太奇长镜头镜头感练习 | 4 | 实验 | 综合 | 分组 | 必做短片 |

# 《剪辑基础》课程教学大纲

Clip Basis

大纲主撰人：谢艳虹 大纲审核人：李丰君

【**课程代码**】2300200870 【**课程修习类型**】选修课

【**开课学院**】文化创意学院 【**适用专业**】文化产业管理

【**学分数**】 2 【**学时数**】32（16/16）

【**建议修读学期**】三春 【**先修课程**】摄像基础

**一、课程说明**

**1.课程介绍**

通过该课程的学习，学生能对影视剪辑所涉及的视听元素有明确的认识和感受能力，初步掌握影视在叙事表意方面的独特性、剪辑艺术的基本规律和方法。熟练掌握Premiere等软件的使用，能进行视听元素非叙事性的剪辑。培养学生独立创作剪片的能力，为后期创作奠定良好的基础。

Learn through the course , students can have a clear understanding and sensibility of audio-visual elements involved in film editing，mastering the uniqueness of film and television in narrative and ideographic、the basic rules and methods of editing art。Proficiency in the use of Premiere and other software，they can editing audio-visual elements。To cultivate students' ability of independent creative ones, lay a good foundation for the later creation.

**2.课程内容及课时安排**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 章次 | 内容 | 总学时 | 理论学时 | 实验、实践学时 |
| 一 | 剪辑基础理论 | 6 | 4 | 2 |
| 二 | Premiere Pro技术操作 | 4 | 2 | 2 |
| 三 | Premiere Pro实例运用 | 8 | 4 | 4 |
| 四 | 综合剪辑创作 | 14 | 6 | 8 |

**3．课程教学目标**

（1）课程教学目标：

①掌握所需的理论知识。

②掌握剪辑的非线性编辑软件Premiere Pro的应用技术，掌握视频创作的再创作手法。

③培养对于剪辑艺术本身的明确认知与合理的思维方式。

**④课程思政目标：**通过影视创作弘扬优秀传统文化，传递社会主义核心价值观，将知识背后的思想、精神与价值有效传达给学生，培养学生正确的价值追求、理想信念和文化自信。

（2）课程目标对培养要求的支撑：

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 培养要求 | 课程支撑点 | 课程教学目标 |
| 1.知识要求：掌握文化产业管理专业必要的理论知识，具有一定的设计鉴赏能力和创作能力。 | 掌握剪辑基础理论相关知识 | 教学目标① |
| 2.能力要求：能够基本运用专业知识和技能对所要创作的艺术作品进行综合分析，运用相应的专业技艺使其得以实现。 | 掌握非线性编辑软件Premiere应用技术 | 教学目标② |
| 3.素质要求：具有良好的团体合作意识，具有较好的中西方传统文化素养。 | 综合运用premiere进行后期剪辑 | 教学目标①、教学目标②  教学目标③ |

**4．课程教学方法与手段**

课堂讲授使用多媒体教学手段为主，结合实验机房制作，理论学习与实践学习并重。

**5．课程资源**

推荐教材：《Premiere Pro 2020视频编辑标准教程》 宋晓明 朱琦编者 清华大学出版社 2020年。

参考书目：《眨眼之间》 （美）沃尔特·默奇（Walter Murch）北京联合出版公司、后浪出版咨询（北京）有限责任公司 2012年

**6．学生成绩评定**

（1）考核方式：考查（完成相应的专业作品）。

（2）评价标准：

|  |  |
| --- | --- |
| 考核等级 | 评价标准 |
| 优秀（90-100） | 短片设计思路新颖，主题明确，对软件使用熟练，掌握程度好，并能在作业体现出良好的设计思路。 |
| 良好（80-89） | 有较好的设计思路，主题明确，软件使用较熟练，掌握程度较好，能在作业体现出较好的设计思路。 |
| 中等（70-79） | 基本能体现设计思路，主题较明确，软件使用存在一些问题，掌握程度一般，作业中出现一些问题，效果一般。 |
| 及格（60-69） | 短片设计思路不够明显，有主题但不够明确，软件使用不熟练，未能很好掌握软件操作，作业中出现比较多问题，效果较差。 |
| 不及格（低于60） | 短片设计思路混乱，没有主题，软件使用很差，不能独立进行软件操作，作业中出现比较大问题，效果差。 |

（3）成绩构成：平时考查占课程总成绩的30%，平时作业占课程总成绩的30%，期末考查占课程总成绩的40%。

（4）过程考核：由出勤率，课堂参与的积极性，知识运用的效果等组成。

**二、教学内容和学时分配**

**第一章 剪辑基础理论**

**1.教学要求**

了解剪辑发展沿革，通过剪辑相关理论知识，对影视剪辑所涉及的视听元素有一定的认识和感受能力。

**2.主要内容**

（1）剪辑的诞生与发展

（2）剪辑的基本原则

（3）镜头组接技巧

（4）蒙太奇艺术

**3.教学方法**

结合实例讲授、讨论

**4.学习资料**

《Premiere Pro 宝典》

**5.思考题**

作业：选择一个影视片段从剪辑角度进行分析

**第二章 Premiere Pro技术操作**

**1.教学要求**

（1）掌握数字视频基本知识

（2）掌握Premiere Pro软件的基本操作

**2.主要内容**

（1）premiere基本操作

* Premiere Pro 的界面和基本操作
* Premiere Pro菜单简介
* Premiere Pro制作视频的基本过程
* 时间线的操作

（2）视频转场效果

* 加入转场效果
* 转场效果设置窗口的使用
* 常用的过渡效果

（3）视频特效应用

* 掌握视频特效组：模糊 & 锐化（Blur & Sharpen）视频特效、通道（Channel）视频特效、颜色校正（Color Correction）视频特效
* 掌握视频特效组：扭曲（Distort） 视频特效、GPU效果（GPU Effects）特效、噪声 & 颗 粒（Noise & Grain）视频特效
* 掌握视频特效组：透视（Perspective）视频特效、渲染（Render）视频特效
* 掌握视频特效组：风格化（Stylize）视频特效、时间（Time）视频特效、转换（Transition）视频特效和视频（Video）视频特效

（4）字幕设置

* Title菜单与工具
* Title面板参数
* 制作字幕文件
* 制作路径字幕
* 图形对象的建立
* 滚动字幕的制作
* 模板的应用

（5）文件输出

* 渲染输出影片
* 各种编码解码器

**3.教学方法**

课堂演示讲解和上机操作实践

**4.学习资料**

《Premiere Pro 宝典》

**5.思考题**

作业：根据给定素材随堂实践练习

**第三章 Premiere Pro实例运用**

**1.教学要求**

掌握综合运用多种软件进行视频后期编缉的能力，主要包括画面的处理叠加、动画效果添加制作、音频处理、字幕制作、音视频合成等方面的操作。

**2.主要内容**

（1）Premiere与辅助软件的综合运用

* Premiere Pro与Photoshop的关系
* Premiere Pro与Illustrator的关系
* Premiere Pro与After Effect综合使用

（2）实例综合运用

**3.教学方法**

课堂演示讲解和上机操作实践

**4.学习资料**

《Premiere Pro 宝典》

**5.思考题**

作业：根据给定素材随堂实践练习

**第四章 综合剪辑创作**

**1.教学要求**

能够在熟练掌握premiere一般技术特点及规律的基础上，针对不同的影视素材进行剪辑，从而依据具体要求和条件编辑处理出符合预期结果的视音频作品。

**2.主要内容**

（1）前期策划

（2）采集素材

（3）视频制作

（4）音频制作

（5）合成文件

**3.教学方法**

课堂演示讲解和上机操作实践

**4.学习资料**

《Premiere Pro 宝典》

**5.思考题**

作业：独立制作完成一则完整的视听综合作品。

作业要求：(1)熟练Premiere软件的操作，将前期拍摄的影视素材通过运用Premiere软件进行视、音频编辑，时长2-5分钟。

(2)主题健康向上，结构完整，输出格式正确。

**三、实践教学内容安排**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序  号 | 实验（实践）项目名称 | 主要内容 | 学时 | 实验（实践）属性 | 类型 | 组织方式 | 考核要求 |
| 1 | 拉片 | 影视片段分析 | 4 | 专业基础 | 综合 | 课堂练习 | 作业考核 |
| 2 | 软件技术 | 剪辑软件操作 | 4 | 专业基础 | 综合 | 课堂练习 | 作业考核 |
| 3 | 独立创作 | 策划、采集、后期制作 | 8 | 专业基础 | 综合 | 课堂练习 | 作业考核 |

# 《影视产业项目创意与策划》课程教学大纲

Film and Television Industry Project Plan

大纲主撰人：秦东旭 大纲审核人： 管尔东

【**课程代码**】235541001 【**课程修习类型**】必修

【**开课学院**】文化创意学院 【**适用专业**】文化产业管理

【**学分数**】 3 【**学时数**】64（32/32）

【**建议修读学期**】三春 【**先修课程**】《创意思维训练》、《影视产业概论》、《文化产业项目策划与管理》

**一、课程说明**

**1.课程介绍**

《影视产业项目创意与策划》从影视产业的要素、特性以及内在规律入手，系统而深入地分析讨论了影视产业项目创意与策划的基本要素、基本原理、主要流程以及实践方法，同时对于影视产业项目的可行性评估、影视产业项目创意与策划方案撰写、影视产品的开发及策划、影视产业园区策划等项目创意与策划实务进行了详实地探讨。从影视产业理论和实践紧密结合的视域，对影视产业项目运作过程有清晰的理解和切实的把握，达到知行合一、学以致用的目的。

This course analyzes the basic elements, basic principles, main processes and practical methods of the film and television industry project planning systematically and deeply from the elements, characteristics and internal laws of the film and television industry. At the same time, it analyzes the film and television industry project Feasibility study, film and television industry project plan writing, film and television product development and planning, film and television industry park planning and other project planning practice. By reading the book, you can from the film and television industry theory and practice closely integrated field of vision, the operation of the film and television industry project has a clear understanding and practical grasp to achieve unity of knowledge and practice, for the purpose of learning.

**2.课程内容及课时安排**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 章次 | 内 容 | 总学时 | 理论学时 | 实验、实践学时 |
| 一 | 影视产业项目策划概说 | 4 | 4 | 0 |
| 二 | 电视产业项目创意与策划 | 16 | 8 | 8 |
| 三 | 电影产业项目创意与策划 | 12 | 6 | 6 |
| 四 | 影视产业项目的投资与融资策划 | 8 | 4 | 4 |
| 五 | 影视产业项目营销与发行策划 | 8 | 4 | 4 |
| 六 | 影视产业园区创意与策划 | 8 | 2 | 6 |
| 七 | 影视产业文化产品的创意与策划 | 8 | 4 | 4 |

**3．课程教学目标**

（1）课程教学目标：

➀了解影视产业项目创意与策划的特点和方法，掌握影视产业项目管理的基本知识体系；

➁能够以小组合作完成一份策划案作为该课学习的实践成果，锻炼实际操作能力，为学生后续课程的学习和未来影视产业项目管理生涯奠定基础。

**③课程思政目标：**选择主流优秀影视作品作为策划案例，积极引导学生讨论影视产业项目的策划原则和价值坚守，指引学生深刻体悟“讲好中国故事”的必要性，并主动策划符合时代需求的、服务大局的影视产业项目书。

（2）课程目标对培养要求的支撑：

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 培养要求 | 课程支撑点 | 课程教学目标 |
| 1.知识要求：系统掌握文化产业管理专业的核心知识和基础理论；熟悉国际先进文化产业的经营理念和运营模式。 | 电视、电影产业项目创意与策划、项目的营销与融资策划 | 教学目标➀ |
| 2.能力要求：具有良好的创意思维和文化创意产品研发的能力；具有较强的文化产业管理、营销、策划、经纪等专业能力。 | 影视产业项目创意与策划、产业园区策划、文化产品的开发及策划、项目创意与策划方案撰写 | 教学目标➁ |
| 3.素质要求：具备良好的现代管理意识，能够胜任在政府文化管理机关、新闻出版广播影视机构、艺术产业机构、文化传媒等文化企事业单位从事管理、创意、经纪等工作的高素质 | 从影视产业理论和实践紧密结合的视域，对影视产业项目运作过程有清晰的理解和切实的把握，以达到具备知行合一、学以致用的素质。 | 教学目标①  教学目标② |

**4．课程教学方法与手段**

授课方式为课堂教学和课外实践结合；教学方法多媒体课件教学并辅助部分影视资料，部分案例采取课堂讨论和分组演示方式进行，调查分析采用真实场景收集基础资料数据。

**5．课程资源**

推荐教材及参考文献：

（1）魏永刚，冯建力，张小争编著. 电视剧集管理 操盘影视项目八大流程[M].中国传媒大学出版社, 2010.02.

（2）高福安，宋培义编著. 影视剧制片管理.2版[M]. 中国广播影视出版社, 2018.

（3）（美）瑞安著. 创意制片完全手册 从项目策划到营销发行[M].北京联合出版公司, 2015.03.

（4）陆耿主编. 文化产业项目策划与实务[M].中国科学技术大学出版社, 2016.08.

（5）袁连升，王元伦主编. 文化产业创意与策划[M].清华大学出版社, 2016.12.

**6．学生成绩评定**

（1）考核方式：考试，闭卷

（2）评价标准：（明确评价学生学习效果的基本标准，可从课程教学目标的达成度阐述）

|  |  |
| --- | --- |
| 考核等级 | 评价标准 |
| 优秀（90-100） | 除达到良好标准处，且能有构思新颖并有价值导引力，富有艺术表现与人文表达，能全面反应专业知识和独立创新能力。 |
| 良好（80-89） | 除达到中等标准处，符合考核基本目标，达到教学要求。 |
| 中等（70-79） | 除达到及格标准外，尚能使答题思路明确，内容完全，掌握一定方法。 |
| 及格（60-69） | 基本掌握教学内容。 |
| 不及格（低于60） | 未能达到基本教学之要求，或答题牵强附会、逻辑混乱之任一情形。 |

（3）成绩构成：平时（作业）成绩30%，期中成绩30%，期末成绩40%。

（4）过程考核：平时成绩由课堂表现、课后作业构成。以课堂考勤、课堂练习、讨论加以衡量和监控。

**二、教学内容和学时分配**

**第一章 影视产业项目创意与策划概说（4课时）**

**1.教学要求**

了解影视产业的发展概况、创意与策划概况、

**2.主要内容**

第一节 影视产业发展概况

一、影视产业的含义及基本要素

二、影视产业的特性

第二节 影视产业项目解读

一、狭义的影视产业项目

二、广义的影视产业项目

第三节 影视产业项目的成长路径

第四节 影视产业项目创意与策划基本内容

一、影视产业项目创意与策划基本内涵

二、影视产业项目策划的基本原则

**3.教学方法**

课堂讲授和多媒体手段相结合，辅以充分实践环节。

**4.学习资料**

袁连升，王元伦主编. 《文化产业创意与策划》 清华大学出版社, 2016.教材P3-P20；124-145

**5.思考作业题**

影视产业项目创意与策划的重要性

**第二章 电视产业项目创意与策划（16课时）**

**1.教学要求**

掌握电视节目的创意和策划流程，并了解不同节目类型的策划差异，掌握电视节目的策划能力。

**2.主要内容**

第一节 电视新闻节目的 创意与策划

第二节 电视综艺节目的创意与策划

第三节 电视记录片的创意与策划

第四节 电视剧的创意与策划

**3.教学方法**

课堂讲授和多媒体手段相结合，辅以充分实践环节。

**4.教学资源**

案例分析材料

**5.思考作业题**

选取你最喜欢的电视节目，分析其成功之处。（不少于500字）

**第三章 电影产业项目创意与策划（12课时）**

**1.教学要求**

掌握电影产业项目策划的基本流程，掌握影视产业项目策划方案的撰写能力。

**2.主要内容**

第一节 电影产业项目策划基本流程

1. 寻找创意素材
2. 对原创或者改变作品的所有权
3. 剧情梗概、剧本及再创作

第二节 电影产业项目提案与写作及范例

1. 项目提案与写作
2. 项目提案范例

第三节 电影产业项目创意与策划案例分析

**3.教学方法**

课堂讲授和多媒体手段相结合，辅以充分实践环节。

**4.学习资料**

案例分析及论文材料

**5.思考作业题**

请阐释电影产业项目策划过程中创意的重要性。

**第四章 影视产业项目的融资与风险控制策划（8课时）**

**1.教学要求**

掌握影视产业项目融资的策略

**2.主要内容**

第一节 影视产业项目的融资计划

1. 影视产业项目融资的概念及其结构
2. 影视产业项目基本融资方式
3. 影视产业项目其他复合融资模式
4. 影视产业项目融资策划流程
5. 影视产业项目融资面临问题及对策

第二节 影视产业项目的风险与控制

第三节 案例分析

**3.教学方法**

课堂讲授和多媒体手段相结合，辅以充分实践环节。

**4.学习资料**

案例分析及论文材料

**5.思考作业题**

影视产业项目融资有哪些方式？

**第五章 影视产业项目宣传和发行策划（8课时）**

**1.教学要求**

掌握影视产业项目宣传与发行的基本策略

**2.主要内容**

第一节 影视产业项目的宣传

第二节 影视产业项目的发行

第三节 影视产业项目的营销

第四节 案例分析

**3.教学方法**

课堂讲授和多媒体手段相结合，辅以充分实践环节。

**4.学习资料**

案例及论文材料

**5.思考作业题**

怎样做好影视产业项目的宣传工作？

**第六章 影视产业园区创意与策划（8课时）**

**1.教学要求**

了解影视产业园区的创意与策划流程，掌握影视产业园区的策划方法。

**2.主要内容**

第一节 影视产业园区的核心要素

第二节 影视产业园区的定位和经营理念

第三节 影视产业园区的发展模式

第四节 影视产业园区的商业模式

第五节 影视产业园区案例

1. 青岛东方影都影视产业园区
2. 中国（浙江）影视产业国际合作试验区

**3.教学方法**

课堂讲授和多媒体手段相结合，辅以充分实践环节。

**4.学习资料**

观看影视产业园区视频

**5.思考作业题**

如何做好影视产业园区的开发？

**第七章影视产业项目衍生品的创意与策划**

**1.教学要求**

了解影视产业产品的创意与策划方法

**2.主要内容**

第一节 影视产业衍生品开发现状

第二节 影视产业衍生品的创意与策划

**3.教学方法**

课堂讲授和多媒体手段相结合，辅以充分实践环节。

**4.学习资料**

论文材料

**5.思考作业题**

如何做好影视产业项目衍生品的开发？

**三、实践教学内容安排**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序  号 | 实验（实践）项目名称 | 主 要 内 容 | 学时 | 实验（实践）属性 | 类型 | 组织方式 | 考核要求 |
| 1 | 创意策划实践 | 电视产业项目创意与策划 | 8 | 专业基础 | 综合 | 随堂 |  |
| 2 | 创意策划实践 | 电影产业项目创意与策划 | 6 | 专业基础 | 综合 | 随堂 |  |
| 3 | 创意策划实践 | 影视产业项目的投资与融资策划 | 4 | 专业基础 | 综合 | 随堂 |  |
| 4 | 创意策划实践 | 影视产业项目营销与发行策划；考察：影视公司 | 4 | 专业基础 | 综合 | 社会考察 |  |
| 6 | 创意策划实践 | 影视产业园区策划  参观：影视产业园区 | 6 | 专业基础 | 综合 | 社会考察 |  |
| 7 | 创意策划实践 | 影视产业文化产品的开发及策划 | 4 | 专业基础 | 综合 | 随堂 |  |

# 《文化产业主题创新创意》课程教学大纲

Creative Theme to Cultural Industry

大纲主撰人：俞香云 大纲审核人：郭持华

【**课程代码**】235542001 　　　 【**课程修习类型**】选修

【**开课学院**】文化创意学院 　　　 【**适用专业**】文化产业管理

【**学分数**】 4 　　　 【**学时数**】80（48/32）

【**建议修读学期**】 三春 　　　 【**先修课程**】文化产业概论、创意思维训练

**一、课程说明**

**1.课程介绍**

本课程是创新创业类选修课程，主要讲授文化产业领域的创新创业内容，通过理论讲授和创新创业实践模拟训练，着力培养学生的创新创业理念和实践能力。本课程是对前期专业理论课程学习之后的综合实践运用能力的培养和锻炼，是培养学生创新创业能力的重要课程。

This course is a creative class courses, the main content of teaching innovation in the field of cultural industry business, through the theory teaching and practice simulation training innovative undertaking and strive to cultivate the students' innovative entrepreneurial ideas and practical ability. This course is to early to professional theory courses study comprehensive practice ability and exercise. It’s important course to cultivate students' innovative ability.

**2.课程内容及课时安排**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 章次 | 内 容 | 总学时 | 理论学时 | 实验、实践学时 |
| 一 | 绪论 | 4 | 4 | 0 |
| 二 | 创业、创新与创业管理 | 10 | 6 | 4 |
| 三 | 创新与创业者的源头 | 10 | 6 | 4 |
| 四 | 市场和商机 | 8 | 4 | 4 |
| 五 | 创业风险与危机管理 | 10 | 6 | 4 |
| 六 | 创业方案策划 | 10 | 6 | 4 |
| 七 | 企业初创期管理 | 10 | 6 | 4 |
| 八 | 创业企业激励 | 8 | 4 | 4 |
| 九 | 创新与企业成长 | 10 | 6 | 4 |

**3．课程教学目标**

（1）课程教学目标：

➀使学生掌握开展创业活动所需要的基本知识。认知创业的基本内涵和创业活动的特殊性，辨证地认识和分析创业者、创业机会、创业资源、创业计划和创业项目。

➁使学生具备必要的创业能力。掌握创业资源整合与创业计划撰写的方法,熟悉新企业的开办流程与管理，提高创办和管理企业的综合素质和能力。

➂使学生树立科学的创业观。主动适应国家经济社会发展和人的全面发展需求，正确理解创业与职业生涯发展的关系，自觉遵循创业规律，积极投身创业实践。

**③课程思政目标：**通过对文化产业领域的创新创业内容和创新创业实践模拟训练等理论知识与实践内容的阐述与传授，将知识背后的思想、精神与价值有效传达给学生，培养学生正确的价值追求、理想信念、文化自信和爱国情操。

（2）课程目标对培养要求的支撑：

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 培养要求 | 课程支撑点 | 课程教学目标 |
| 1.知识要求系统掌握文化产业管理专业的核心知识和基础理论。 | 第1-9章创业、创新与创业管理的基本概念，市场和商机的基本概念，创业风险与危机管理知识，创业方案策划，初创期创业企业管理，创业企业激励，创新对于企业成长的重要性等。 | 教学目标➀ |
| 2.能力要求：具有良好的创意思维和文化创意产品研发能力。具有良好的沟通协调和团队合作能力；具有良好的创新创业能力。 | 第5-9章创业方案策划，初创期创业企业管理，创业企业激励等理论与实践，培养实践能力。 | 教学目标➁ |
| 3.素质要求：具有不断追求新知识、独立思考和理论联系实际的科学精神和团队合作精神 | 通过学习第1-9章理论知识与实践锻炼，培养良好的专业素养和科学精神。 | 教学目标➂ |

1. **课程教学方法与手段**

本课程是一门理论性、政策性、科学性和实践性很强的课程。应遵循教育教学规律，坚持理论讲授与案例分析相结合、小组讨论与角色体验相结合、经验传授与创业实践相结合，把知识传授和实践体验有机统一，调动学生学习积极性、主动性和创造性，不断提高教学质量和水平。第一，设计真实的学习情境。通过运用模拟、现场教学等方式，努力将相关教学过程情境化，使学生更真实地学习知识、了解原理、掌握规律。第二，提供完备的支持条件。根据课程教学需要提供基本的教学条件，重点提供创业模拟实验室、模拟教学软件、创业信息资源等。

第三，拓展有效的实践途径。通过在校内组织开展创业项目设计、创业计划大赛以及创业社团活动，通过在校外组织开展创业者访谈、创业项目考察、企业创办等活动，将课堂知识与创业实践紧密结合起来，培养学生在实践中运用所学知识发现问题和解决实际问题的创业能力。

**5．课程资源**

推荐教材及参考文献：

（1）《创新与创业精神》，彼得.德鲁克著，上海人民出版社，2002年，第1版；

（2）《创新者的思考：发现创业与创意的源头》，大前研一著，机械工业出版社，2007年，第1版；

（3）《大学生就业与创业指导教程》申健强等主编，北京：人民邮电出版社，2013年2月版。

（4）《大学生创业能力提升与模拟实训及就业指导使用手册》张浩明，北京：中国青年出版社，2010年版。

**6．学生成绩评定**

（1）考核方式：考察

（2）评价标准：

|  |  |
| --- | --- |
| 考核等级 | 评价标准 |
| 优秀（90-100） | 准确而全面掌握课程知识点，能够运用理论知识分析解决实践问题，创新创意能力强，学习主动性强。 |
| 良好（80-89） | 较为准确掌握课程知识点，能够运用理论知识分析问题，创新创意能力较强，学习主动性较强。 |
| 中等（70-79） | 准确掌握大部分课程知识点，分析问题能力一般，创新创意能力一般，学习主动性一般。 |
| 及格（60-69） | 基本掌握课程主要知识点，创新创意能力较差。 |
| 不及格（低于60） | 没有掌握课程主要知识点，创新创意能力差。 |

（3）成绩构成：平时成绩占 30 % ，期中成绩占 30 % ，期末成绩占40 %。

（4）过程考核：平时成绩的具体构成：出勤率、迟到早退、学习态度、团队精神。学生上课过程监控主要是点名、教学工作记录、自主学习、学习表现与观察。

**二、教学内容和学时分配**

**第一章 绪论（共4学时）**

**1.教学要求**

识记大学生创业计划大赛，领会大学生创业的产业领域和创业策略的选择，简单应用大学生创业成功率的对策。

**2.主要内容**

第一节 中国高等院校创业教育

知识点：当代中国创业历程，创业教育在中国，中国高校创业和创业教育概况，我国高校创业教育的模式。

第二节 当代中国大学生的创业

知识点：当代中国大学生创业概况，创业教育定位，我国大学生创业失败案例分析：案例1。

第三节 大学生创业的选择与借鉴

知识点：创业产业领域的选择分析，创业项目的选择分析，创业借鉴：案例2。

第四节 提高大学生创业成功率的思考

知识点：高等院校亟待实施正规的创业教育，树立创业的自信心和强烈的竞争意识，重在培养创业意识、提高创业素质，营造全社会浓郁的创业环境和氛围，创业前尽量把风险降到最低，强化实践、弥补创业经验的不足。

**3.教学方法**

理论讲授结合案例分析。

**4.学习资料**

（1）《创新与创业精神》，彼得.德鲁克著，上海人民出版社，2002年，第1版；

（2）《创新者的思考：发现创业与创意的源头》，大前研一著，机械工业出版社，2007年，第1版；

**5.思考题**

（1）如果你开始创业，你将从哪些方面进行创业领域和创业项目的选择？

（2）从我国大学生创业失败的典型案例中，你能概括出哪些经验教训？

**第二章 创业、创新与创业管理（共10学时）**

**1.教学要求**

识记创新原则、创业管理的本质特征等；领会创新的三个条件；简单应用有目的创新和创新机遇的七个来源；综合应用两个重要的创业模型。

**2.主要内容**

第一节 系统化的创新精神

知识点：创业精神，变革是永恒的，创业不代表高风险。

第二节 有目的创新和创新机遇的七个来源

知识点：出乎意料的情况，不一致，程序需要，产业与市场结构，人口的统计数据，认知的变化，科学及非科学的新知识。

第三节 创新原则

知识点：创新要求，创新禁忌，创新的三个条件。

第四节 从创新到创业的过程

知识点：创新的过程，从创新到创业，两个重要的创业模型。

第五节 创业管理的内涵与特征

知识点：创业管理的内涵，创业管理的本质特征，创业管理与传统企业管理的区别。

本章教学重点：有目的创新和创新机遇的七个来源，创新的三个条件。

本章教学难点：两个重要的创业模型。

**3.教学方法**

理论讲授结合实践教学。

**4.学习资料**

（1）《创新与创业精神》，彼得.德鲁克著，上海人民出版社，2002年，第1版；

（2）《创新者的思考：发现创业与创意的源头》，大前研一著，机械工业出版社，2007年，第1版；

**5.思考题**

（1）思考自己身边有哪些创新机会，自己在哪方面有创新的优势。与同学或朋友一起讨论你所想到的和创业有关的创意。

（2）寻找几个创业案例，用Timmons模型或者Sahlman模型来解释这些新创企业的发展过程。

**第三章 创新与创业者的源头（共10学时）**

**1.教学要求**

识记行动力、创业者的共同点等 ；领会：打破“心理之墙”的方法；简单应用数字时代开创事业的构思法，想象力训练法；综合应用制定创业计划书。

**2.主要内容**

第一节 用创业打破旧秩序

知识点：通过打破“心理之墙”来锻炼自己，成功者的共同点，把流动的东西都看成事业的构思，掌握打破“心理之墙”的方法，找到自己最喜欢的领域。

第二节 挑战自己，创新思想

知识点：事业成功的关键词，成就事业的开门锁，颠覆常识，把握创业机会，用不受束缚的心构思创意，信息收集靠网络检索和自己的双手。

第三节 数字时代开创事业的构思法

知识点：网络商业的关键是附加值，国际竞争力的杀手锏：“生产指挥中心”，电子商务衍生的商机，远程教育将称为一项巨大产业，前所未有的创业时代。

第四节 企业家成功的必备条件

知识点：必须具备向人学习的行动力，是否具有预见未来的想象力，创业者的共同点，市场细分极其重要，制定创业计划书的几点建议。

第五节 什么是开创事业必需的

知识点：训练就会掌握想象力，不自我否定就产生不了新的构想，没有想象力就没有创新，具有不同思考方式的性格互补“二人组”是企业发展的原动力。

本章教学重点：数字时代开创事业的构思法，想象力训练法。

本章教学难点：制定创业计划书。

**3.教学方法**

理论讲授结合实践教学。

**4.学习资料**

（1）《创新与创业精神》，彼得.德鲁克著，上海人民出版社，2002年，第1版；

（2）《创新者的思考：发现创业与创意的源头》，大前研一著，机械工业出版社，2007年，第1版；

（3）《大学生就业与创业指导教程》申健强等主编，北京：人民邮电出版社，2013年2月版。

（4）《大学生创业能力提升与模拟实训及就业指导使用手册》张浩明，北京：中国青年出版社，2010年版。

**5.思考题**

（1）哪些素质和品质为创业者所特有？我们应当如何培育和锤炼这些素质与品质？

（2）马云创办阿里巴巴的艰辛创业历程对我们有何启示？我们能从中学到些什么？

**第四章 市场和商机（共8学时）**

**1.教学要求**

市场经济条件下，企业的生产经营活动不是孤立进行。创业伊始，企业首先需要进行市场调研和分析，清楚当前和将来企业可能所处的宏微观环境状况，及时把握创业的有利条件和市场机会，为创业成功和未来企业稳定发展提供科学依据和决策保障。掌握正确的市场调研和分析方法，及时把握创业的有利条件和时机，是创业能否成功和未来企业能否稳定发展的重要条件和基础。

本章论述了调研和分析市场环境，搜集市场信息，识别、筛选和捕捉商业机会的方法；讨论了创业时机的选择判断以及如何当机立断、快速进入创业状态的基本程序、步骤和方法。首先学习如何从宏观环境、行业环境、目标市场和竞争对手四个方面分析市场。其次讨论如何调研、搜集市场信息，如何筛选、识别和捕捉商业机会。最后探讨如何当机立断、快速进入创业状态。

**2.主要内容**

第一节 市场分析

一、宏观环境分析

二、行业环境分析

三、目标市场分析

四、竞争对手分析

第二节 商机识别与捕捉

一、广泛收集市场信息

二、紧盯目标市场行情

三、及时把握商机

第三节 创业时机选择与决策

一、创业机会选择

二、创业项目评价

三、创业项目决策

四、快速进入创业状态

第四节 创新的激励机制

**3.教学方法**

理论讲授结合实践教学。

**4.学习资料**

（1）《创新与创业精神》，彼得.德鲁克著，上海人民出版社，2002年，第1版；

（2）《创新者的思考：发现创业与创意的源头》，大前研一著，机械工业出版社，2007年，第1版；

（3）《大学生就业与创业指导教程》申健强等主编，北京：人民邮电出版社，2013年2月版。

（4）《大学生创业能力提升与模拟实训及就业指导使用手册》张浩明，北京：中国青年出版社，2010年版。

**5.思考题**

（1）收集并阅读一些创业成功者创新的案例故事，对比自己进行分析和借鉴。

（2）思考自己身边有哪些创新机会？自己在哪方面有创新的优势？与同学或朋友一起讨论你所想到的和创业有关的创意。

（3）从创新到创业可以采用的途径有哪些？

（4）运用你学习到的创新技法，尝试着对自己的工作方式、生活方式或学习方式进行创新。

（5）思考身边你所熟悉的事物中存在哪些创新与创业的机会。

**第五章 创业风险与危机管理（共10学时）**

**1.教学要求**

识记创业风险的类型；领会创业前期的风险，创业过程中风险，创业后期的风险；简单应用技术冲突问题解决过程，物理冲突问题解决过程；综合应用创业危机管理。

**2.主要内容**

第一节 创业风险的类型

知识点：机会风险，技术风险，市场风险，资产风险，管理风险。

第二节 创业前期的风险

知识点：临渊羡鱼，悲观主义，计划不明，资源不足，仓促上阵。

第三节 创业过程中风险

知识点：目标游离，急功近利，孤军奋战，遇难而退，用心不专。

第四节 创业后期的风险

知识点：盲目冒进，好大喜功，挥霍浪费，小富即安，缺乏创新，降低创业成功后风险的策略。

第五节 创业危机管理

知识点：危机预防，危机预防的步骤，危机预防的途径，危机处理，危机恢复管理。

本章教学重点：创业风险的类型。

本章教学难点：创业危机管理。

**3. 教学方法**

理论讲授结合实践教学。

**4.学习资料**

（1）《创新与创业精神》，彼得.德鲁克著，上海人民出版社，2002年，第1版；

（2）《创新者的思考：发现创业与创意的源头》，大前研一著，机械工业出版社，2007年，第1版；

（3）《大学生就业与创业指导教程》申健强等主编，北京：人民邮电出版社，2013年2月版。

（4）《大学生创业能力提升与模拟实训及就业指导使用手册》张浩明，北京：中国青年出版社，2010年版。

**5.思考题**

选择最近几年失败的1~2个典型创业企业案例分析，探讨其在商业模式上的缺陷，并分析其失败的原因。

**第六章 创业方案策划（共10课时）**

**1.教学要求**

明确创业者个人创业目标和企业目标，弄清追求创业目标所要冒的风险，选择好创业项目，进行准确的市场分析、财务评价，在此基础上，进行商业模式的设计和企业经营方式的选择。企业必须选择一个适合自己的、有效的、成功的商业模式和灵活的经营方式，并且随着客观情况的变化不断加以调整和创新，才能获得持续的竞争力，为创业成功奠定良好的基础。

1. **主要内容**

第一节 创业目标策划

一、个人目标

二、企业目标

三、目标与风险

第二节 商业模式选择

一、商业模式的概念

二、商业模式的选择

三、商业模式的评价

四、选择商业模式应当注意的问题

第三节 企业设立方式与法律形式选择

一、企业设立方式的选择

二、创业企业法律形式的选择

第四节 企业注册登记

一、开业登记的一般程序

二、各类企业登记注册相关规定

三、企业税务登记

**3.教学方法**

理论讲授结合实践教学。

**4.学习资料**

（1）《创新与创业精神》，彼得.德鲁克著，上海人民出版社，2002年，第1版；

（2）《创新者的思考：发现创业与创意的源头》，大前研一著，机械工业出版社，2007年，第1版；

（3）《大学生就业与创业指导教程》申健强等主编，北京：人民邮电出版社，2013年2月版。

（4）《大学生创业能力提升与模拟实训及就业指导使用手册》张浩明，北京：中国青年出版社，2010年版。

**5.思考题**

（1）个人的创业目标和企业的创业目标是怎样确立的，二者存在怎样的联系？

（2）怎样才能正确选择创业企业的商业模式？

（3）在选择创业方式时，主要从哪几个方面权衡利弊？

**第七章 初创期创业企业管理（共10课时）**

**1.教学要求**

如何在纷繁复杂的创业事务中，使自己始终保持清醒的头脑，使新创企业保持正常的运行状态，是创业者必然面临和必须解决的关键问题。本章关注的焦点是新创企业的决策管理、人力资源管理、财务管理和市场营销问题。确保新创企业能进入正常运行状态，顺利进入市场并在市场上站稳脚跟；掌握创业初期管理决策的技巧；了解融资方式，学会创业融资与财务控制方法；清醒认识创业营销与市场开发对新创企业的重要性。

**2.主要内容**

第一节 创业期企业的决策管理

一、坚持科学决策管理的程序

二、遵循科学决策管理的原则

三、科学决策的分析方法

第二节 创业期人力资源管理

一、人力资源规划

二、员工招聘

三、员工培训

四、绩效考核

第三节 创业期财务管理

一、确立财务管理理念

二、控制好财务关键点

三、高度关注资金控制

四、实施恰当的财务战略

第四节 创业期营销管理

一、营销队伍组建

二、市场定位

三、市场细分

四、营销组合

**3.教学方法**

理论讲授结合实践教学。

**4.学习资料**

（1）《创新与创业精神》，彼得.德鲁克著，上海人民出版社，2002年，第1版；

（2）《创新者的思考：发现创业与创意的源头》，大前研一著，机械工业出版社，2007年，第1版；

（3）《大学生就业与创业指导教程》申健强等主编，北京：人民邮电出版社，2013年2月版。

（4）《大学生创业能力提升与模拟实训及就业指导使用手册》张浩明，北京：中国青年出版社，2010年版。

**5.思考题**

(1)创业决策管理应当注意哪些原则，避免哪些决策误区？

(2)谈谈创业期财务管理应当关注哪些问题？

(3)创业企业如何进行市场定位？市场细分对于新创企业该如何把握？

(4)你觉得对于新创企业市场营销最重要的环节是什么，如何实施营销组合策略？

(5)运用市场营销理论，选择并调查分析某一进口产品在国内市场的定位。

**第八章 创业企业激励（共8学时）**

**1.教学要求**

创业企业激励机制的设计是一个系统工程，不仅要有战略考虑，同时要具有操作性。在生命周期的不同阶段，企业的激励机制设计应有所区别。激励方案设计是创业管理中不可缺少的部分。本章以层级激励机制设计为主线，阐述了创业企业激励机制设计的战略性和操作性原则，讨论了不同层级的激励机制和方法，重点突出了投资者、创业者、研发人员作为企业的人力资本与一般员工的激励机制的不同。重点分析研究了现代企业产权的基本特征、创业企业产权激励设计安排的原则、产权激励的不同对象和方法，探讨了股票期权、企业员工持股计划等热点问题。

**2.主要内容**

第一节 创业激励机制的设计

一、创业企业激励机制设计的战略性原则

二、创业激励机制设计系统性原则

第二节 创业企业层级激励

一、对风险投资者的激励

二、对创业者的激励

三、对关键技术人员和研发人员的激励

四、对一般员工的激励

第三节 创业企业的产权激励

一、产权激励基本原理

二、创业企业产权激励机制的设计

**3.教学方法**

理论讲授结合实践教学。

**4.学习资料**

（1）《创新与创业精神》，彼得.德鲁克著，上海人民出版社，2002年，第1版；

（2）《创新者的思考：发现创业与创意的源头》，大前研一著，机械工业出版社，2007年，第1版；

（3）《大学生就业与创业指导教程》申健强等主编，北京：人民邮电出版社，2013年2月版。

（4）《大学生创业能力提升与模拟实训及就业指导使用手册》张浩明，北京：中国青年出版社，2010年版。

**5.思考题**

（1）创业企业激励机制设计的基本思想和原则是什么?激励机制设计尤其要注意哪些问题？

（2）结合高技术企业的特点，谈谈高技术创业企业与传统创业企业在激励机制设计上的异同。

（3）谈谈创业企业激励机制设计中不同层次、职位人员在激励形式和内容上的区别，请分别从一般办公室管理人员、销售人员、技术人员、生产员工等分析激励问题。

（4）经营者激励问题十分重要，我国已经有一些企业推行年薪制、股票期权制度等，请结合实际谈谈创业企业在管理者、经营者激励问题上的现实选择。

（5）创业企业人力资本产权激励可以运用哪些方法？谈谈其适用性。

**第九章 创新与企业成长（共10学时）**

**1.教学要求**

创业的关键在于创新。创新伴随着创业企业的各阶段发展，促成创业的成功并推进企业的不断发展。本章主要学习企业生命周期理论，了解企业在生命周期各阶段尤其是创业阶段的成长特点，了解并掌握创业企业的成长模式与特征，堵塞和防范创业企业快速成长中的漏洞，调控企业的发展；分析讨论创业企业在产品创新、品牌创新、市场创新和文化创新等方面的内容、规律与方法，以促进创业企业的健康成长；掌握企业生命周期理论、创业企业成长模式及其特征，深刻领会技术创新、产品创新、品牌创新的特点并注重应用，理解企业文化创新的精髓。

实践教学：中小企业考察调研或参加创业实践 2学时。参观实际企业，了解企业运营环境和机制，增加直观认识。

**2.主要内容**

第一节 创业企业成长模式与特征

一、企业生命周期理论

二、创业企业成长：内涵与模式

第二节 创业企业产品创新

一、产品创新的特点

二、产品创新的新趋势

三、产品创新的策略和技巧

四、新产品开发的程序

第三节 创业企业品牌创新

一、发达国家品牌发展概况

二、中国品牌发展现况

三、创业企业品牌创新的策略

第四节 创业企业市场创新

一、市场理念创新

二、寻求市场进入机会

三、市场进入的方法

四、市场创新的策略选择

**3.教学方法**

理论讲授结合实践教学。

**4.学习资料**

（1）《创新与创业精神》，彼得.德鲁克著，上海人民出版社，2002年，第1版；

（2）《创新者的思考：发现创业与创意的源头》，大前研一著，机械工业出版社，2007年，第1版；

（3）《大学生就业与创业指导教程》申健强等主编，北京：人民邮电出版社，2013年2月版。

（4）《大学生创业能力提升与模拟实训及就业指导使用手册》张浩明，北京：中国青年出版社，2010年版。

**5.思考题**

（1）企业生命周期各阶段有何特点？成长阶段有何特征？

（2）试述产品创新的趋势和新产品开发的策略。

（3）我国企业应当怎样实施品牌创新？

（4）谈谈企业文化创新的思路与对策。

（5）试述当前企业营销创新的趋势与做法。

**三、实践教学内容安排**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序  号 | 实验（实践）项目名称 | 主 要 内 容 | 学时 | 实验（实践）属性 | 类型 | 组织方式 | 考核要求 |
| 1 | 市场调研 | 通过多种形式做文化产业市场调研 | 8 | 专业 | 综合 | 分为3-5人小组 | 撰写调研报告 |
| 2 | 调研 | 到文创企业做调研，了解文创企业的风险管理机制 | 6 | 专业 | 综合 | 分为3-5人小组 | 撰写调研报告 |
| 3 | 实训：创业策划书写作 | 文创项目创业策划书写作训练 | 6 | 专业 | 综合 | 分为3-5人小组 | 撰写策划书 |
| 4 | 调研 | 到创业型文创企业调研，了解文创企业管理机制 | 6 | 专业 | 综合 | 分为3-5人小组 | 撰写调研报告 |
| 5 | 调研 | 到文化企业调研，了解文化企业的激励机制 | 6 | 专业 | 综合 | 分为3-5人小组 | 撰写调研报告 |

# 《创新创业指导训练》课程教学大纲

Innovation and entrepreneurship training

大纲主撰人：张富坚 大纲审核人：郭持华

【**课程代码**】 【**课程修习类型**】必修

【**开课学院**】文化创意学院 【**适用专业**】文化产业管理

【**学分数**】 2 【**学时数**】32（32/0）

【**建议修读学期**】三年级暑期短学期 【**先修课程**】无

**一、课程说明**

**1.课程介绍**

创新创业训练项目是本科生个人或团队，在导师指导下，自主完成创新性研究项目设计、研究条件准备和项目实施、研究报告撰写、成果（学术）交流等工作。团队中每个学生在项目实施过程中扮演一个或多个具体的角色，通过编制商业计划书、开展可行性研究、模拟企业运行、参加企业实践、撰写创业报告等工作。在学校导师和企业导师共同指导下，采用前期创新训练项目（或创新性实验）的成果，提出一项具有市场前景的创新性产品或者服务，以此为基础开展创业实践活动。

It Innovation and entrepreneurship training project is an individual or team of undergraduate students who, under the guidance of their tutors, independently complete innovative research project design, research condition preparation and project implementation, research report writing, achievement (Academic) exchange, etc. Each student in the team plays one or more specific roles in the project implementation process, through the preparation of business plan, feasibility study, simulation of enterprise operation, participation in enterprise practice, writing entrepreneurship report and other work. Under the guidance of the school tutor and the enterprise tutor, an innovative product or service with market prospect is proposed based on the results of the early innovation training project (or innovative experiment), and entrepreneurial practice activities are carried out on this basis.

**2.课程的主要内容及课时安排**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 章次 | 内 容 | 总学时 | 理论学时 | 实验、实践学时 |
| 一 | 文创产品的知识产权保护与法律界限 | 4 | 2 | 2 |
| 二 | 文化产业前沿趋势 | 4 | 2 | 2 |
| 三 | 电视行业现状 | 8 | 4 | 4 |
| 四 | 电影行业现状 | 8 | 4 | 4 |
| 五 | 出版、广告行业现状 | 4 | 2 | 2 |
| 六 | 创业原理、法规与当下机遇 | 4 | 2 | 2 |

**3.课程教学目标**

（1）课程教学目标：

①通过对本课程的学习，使学生掌握创新创业的基本法律规范。

②塑造基本的创新创业观念。

**③课程思政目标：**通过对创新创业相关知识的学习和实践训练，深刻把握创新创业对于当代社会发展的重要意义，积极投身双创实践，为加强社会主义文化建设、繁荣社会主义优秀文化而努力。

（2）课程目标对培养要求的支撑：

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 培养要求 | 课程支撑点 | 课程教学目标 |
| 1.知识要求：掌握创新创业的基础知识和基础理论。 | 知识产权保护与法律界限 | 教学目标① |
| 2.能力要求：具有良好的电影艺术鉴赏和审美能力，建立系统的电影史学基础。 | 影视市场运营特点与方法  出版与广告市场运营特点与方法 | 教学目标② |
| 3.素质要求：具备良好的人文艺术素养，能够胜任在艺术产业机构、文化传媒等文化企事业单位从事创意等工作 | 对创业原理、法规与当下机遇的研判能力与市场化营运分析的基本素质 | 教学目标①  教学目标② |

**4．课程教学方法与手段**

①理论与实践相结合

②多媒体教学

③案例教学

**5．课程资源**

由讲座、分组讨论与实践指导三个部分组成。

**6．学生成绩评定**

（1）考核方式：非闭卷考试，团队分组表现，案列分析与策划书。

（2）评价标准：

|  |  |
| --- | --- |
| 考核等级 | 评价标准 |
| 优秀（90-100） | 除达到良好标准处，且能对创新创业理论有全方位的了解，能全面反映专业知识和独立思考能力。 |
| 良好（80-89） | 除达到中等标准外，尚有较系统的创新创业理论的阐释能力。 |
| 中等（70-79） | 除达到及格标准外，尚能知晓创新创业理论脉络，文化产业的形成原因。 |
| 及格（60-69） | 基本掌握教学内容，能够解读创新创业一般理论。 |
| 不及格（低于60） | 未能达到基本教学之要求，出勤不达标、分析案例混乱、逻辑混乱之任一情形。 |

（3）成绩构成：平时成绩占 30 % ，团队分组表现 30 % ，期末策划案成绩占40 %。

（4）过程考核：平时成绩由课堂表现、课后作业构成。以课堂考勤、课堂练习、讨论加以衡量和监控。

**二、教学内容和学时分配**

由讲座、分组讨论与实践指导三个部分组成。

讲座——讲座专家为校内导师或外请导师。内容围绕三个主题：知识产权与创新、文化产业现状与创新、创业分析与公司运营。（12）

分组讨论——分组讨论为命题案例分析，讲座内容中涉及的重要事例及理论进行讨论，在此基础上做分组演示。要求每个学生必须承担实际任务。（10）

实践指导——实践指导为命题策划案练习，由授课老师做点评与指导，最后形成实践总结。（10）

# 《艺术体验》课程实践教学大纲

Artistic Experience

大纲主撰人：俞香云 大纲审核人：郭持华

【**课程代码**】230200882 　　 【**课程修习类型**】必修

【**开课学院**】文化创意学院 　　 【**适用专业**】文化产业管理

【**学分数**】2学分 　 【**学时数**】2周

【**建议修读学期**】一短 　 【**先修课程**】艺术概论

**一、课程简介**

艺术体验是一年级短学期的专业平台课，课程主要内容和主要任务是让学生实地考察体验社会艺术，通过参观博物馆的形式了解各种类型的艺术形式和文化发展脉络，能够主动研究、撰写一篇有关艺术行业发展或者现存问题的调查见习报告。

Art experience is a short term professional platform, grade class, main content and main task is to let student’s social art field experience, through visiting museums to understand all kinds of art forms and cultural development, to take the initiative to research and write an article about art industry development and existing problems of survey trainee reports.

**二、实践教学目标与基本要求**

①了解我国艺术行业运行现状以及行业最新指导理念，实践考察学习博物馆艺术。

②了解艺术和博物馆的历史发展，学会运用博物馆整理和学习艺术资料。

③理解艺术的社会属性和社会价值，提高个人的艺术观念和艺术修养。

**④课程思政目标：**通过对各艺术场馆的考察体验，了解中华文化艺术的伟大成就，形成文化自豪感，理解艺术在思想引领、价值引导、文化熏陶方面的重要作用。

**三、课程教学目标对培养要求的支撑**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 培养要求 | 课程支撑点 | 课程教学目标 |
| 1．知识要求：掌握文化艺术学科的基础知识和基础理论。 | 考察博物馆的相关艺术种类 | 教学目标① |
| 2．能力要求：具有良好的艺术鉴赏和审美能力。 | 运用博物馆整理和学习艺术资料 | 教学目标② |
| 3．素质要求：具有良好的科学和人文素养；具有不断追求新知识、独立思考和理论联系实际的科学精神。 | 提高对艺术社会作用的认识和理解 | 教学目标③ |

**四、主要仪器设备**

可记录图像或影像资料的照相机

**五、实践课程内容和学时分配**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序  号 | 实践项目  名 称 | 实 践 项 目 内 容 | 项目  学时 | 实践  属性 | 项目  类型 | 每组人数 | 项目要求 |
| 1 | 浙江美术馆考察 | 浙江美术馆体验学习 | 6 | 专业基础 | 综合 | 5 | 必做 |
| 2 | 中国丝绸博物馆考察 | 中国丝绸博物馆体验学习 | 6 | 专业基础 | 综合 | 5 | 选做 |
| 3 | 杭州工艺美术博物馆考察 | 杭州工艺美术博物馆体验学习 | 6 | 专业基础 | 综合 | 5 | 选做 |
| 4 | 浙江省博物馆考察 | 浙江省博物馆体验学习 | 6 | 专业基础 | 综合 | 5 | 必做 |
| 5 | 良渚博物馆考察 | 良渚博物馆体验学习 | 6 | 专业基础 | 综合 | 5 | 选做 |

**六、成绩考核**

(1)考核方式：考查

(2)评价标准：

|  |  |
| --- | --- |
| 考核等级 | 评价标准 |
| 优秀（90-100） | 能够独立分析和阐述艺术观点，思路清晰论点明确 |
| 良好（80-89） | 能够较好地分析和阐述艺术观点，思路较清晰论点较明确 |
| 中等（70-79） | 分析和阐述艺术观点思路不够明确，论点一般 |
| 及格（60-69） | 分析和阐述艺术观点思路较混论，论点不明确 |
| 不及格（低于60） | 分析和阐述艺术观点思路混论，无论点 |

（3）成绩构成：平时成绩占30%，期末考查成绩占70%。

（4）过程考核：平时成绩由课内和课后作业的平均成绩作为考核分数，含出勤情况、课堂纪律、作业、实践操作和课后自我学习效果等。

**七、建议教材及参考书目**

《中国艺术史》中国人民美术出版社

**八、其他说明**

**（一）艺术体验准备**

**1.教学要求：**听取博物馆艺术行业相关专业人员的讲解和介绍

**2.主要内容：**杭州主要博物馆的艺术门类和历史发展

**3.教学方法：**本单元在整个课程体系中占有巩固基础的重要作用。通过学习，学生应达到熟悉实践课程的目的和需要解决的问题。

**4.学习资料：**任课教师可根据学生的实际情况指定学习书目

**5.思考题：**博物馆艺术体验的目的

**（二）艺术体验专业实习**

**1.教学要求：**分别考察浙江美术馆、中国丝绸博物馆、杭州工艺美术博物馆、浙江省博物馆、良渚博物馆

**2.主要内容：**通过学习，学生应掌握博物馆的各种艺术知识

**3.教学方法：**实地考察、学习记录资料

**4.学习资料：**任课教师可根据学生的实际情况指定学习书目

**5.思考题：**博物馆对艺术发展的作用

**（三）艺术体验总结**

**1.教学要求：**撰写一篇有关艺术行业发展和博物馆现存问题的调研报告

**2.主要内容：**考察当地艺术行业的发展现状和博物馆的现存问题，寻找解决办法。

**3.教学方法：**讲授理论和课堂实践

**4.学习资料：**任课教师可根据学生的实际情况指定学习书目

**5.思考题：**当地博物馆艺术的调研报告或者论文

# 《专业调研》课程实践教学大纲

Professional Survey

大纲主撰人：俞香云 大纲审核人：郭持华

【**课程代码**】234519301 【**课程修习类型**】必修

【**开课学院**】文化创意学院 【**适用专业**】文化产业管理

【**学分数**】 2学分 【**学时数**】2周

【**建议修读学期**】二短 【**先修课程**】《文化产业管理概论》

**一、课程简介**

本课程是文化产业管理专业二短学期的实践课程，是必修课程。本课程主要内容是走进文创园区和文化企业进行深入调研，了解文创园区的运营管理和文创企业的经营管理，将课堂理论学习与产业实践结合起来，让学生更加深入地掌握文化产业管理的规律。本课程在文化产业管理专业人才培养过程中的是一门非常重要的必修实践课程，对培养学生的实践能力起着重要作用。

This course is a professional management of the practice of the two short term courses, is a compulsory course. This course is the main content into a park and cultural enterprises in-depth research, understand the operational management of a park and the enterprise operation and management, combining theory study and industrial practice, let students master the law of culture industry management more deeply. This course in the process of culture industry management professional talent training is a very important compulsory practical courses, to cultivate the students' practical ability plays an important role.

**二、实践教学目标与基本要求**

①本课程主要内容是走进文创园区和文化企业进行深入调研，了解文创园区的运营管理和文创企业的经营管理。

②将课堂理论学习与产业实践结合起来，让学生更加深入地掌握文化产业管理的规律，培养学生沟通、组织、调研等实践能力。

**③课程思政目标：**通过对文化产业企业与行业的专业调研考察，把握文化产业对于国家社会主义文化建设的重要意义，深刻认识文化产业的思想文化价值引领作用，使学生在调研中受感动、受激励，增强对专业的热爱和投身实践、服务社会的意识。

**三、课程教学目标对培养要求的支撑**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 培养要求 | 课程支撑点 | 课程教学目标 |
| 1．知识要求：系统掌握文化产业管理专业的核心知识和基础理论。 | 了解文化产业园区的运营管理 | 教学目标① |
| 2．能力要求：具有较强的文化产业管理、营销、策划、经纪等专业能力，具有良好的沟通协调和团队合作能力。 | 去文创企业进行调研，深入了解文创产业发展现状，培养实践能力。 | 教学目标② |
| 3．素质要求：具有不断追求新知识、独立思考和理论联系实际的科学精神和团队合作精神。 | 深入调研，了解情况，撰写调研报告 | 教学目标①、② |

**四、主要仪器设备**

用于拍照的照相机和用于采访的录音笔

**五、实践课程内容和学时分配**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序  号 | 实践项目  名 称 | 实践 项 目 内 容 | 项目  学时 | 实验  属性 | 项目  类型 | 每组人数 | 项目要求 |
| 1 | 调研 | 去2个及以上具有代表性的文创园区进行深入调研，了解其运营管理的机制和状况。 | 1周 | 专业 | 综合 | 5-10人 | 撰写调研报告 |
| 2 | 调研 | 去3个及以上具有代表性的文创企业调研，了解其经营管理机制和状况。 | 1周 | 专业 | 综合 | 5-10人 | 撰写调研报告 |

**六、成绩考核**

1.考核方式：考查

2.评价标准：

|  |  |
| --- | --- |
| 考核等级 | 评价标准 |
| 优秀（90-100） | 准确掌握课程知识点，调研非常全面深入，问题分析透彻，有很好地解决问题的思路。 |
| 良好（80-89） | 掌握课程知识点，调研较为全面深入，问题分析较为透彻，有解决问题的思路。 |
| 中等（70-79） | 掌握课程知识点，完成调研，问题分析一般。 |
| 及格（60-69） | 掌握课程大部分知识点，完成调研，问题分析不够 |
| 不及格（低于60） | 没有掌握课程知识点，没有完成调研。 |

3.成绩构成：平时成绩30%，考试成绩70%

4.过程考核：时成绩由课内和课后作业的平均成绩作为考核分数，含出勤情况、课堂纪律、作业、实践操作和课后自我学习效果等。

**七、建议教材及参考书目**

1.余伟忠 编著，《浙江文化创意园区实践与研究》，中国美术学院出版社，2015年。

2.戴力农 著《设计调研》，电子工业出版社，2016年。

**八、其他说明**

1.调研前准备

调研小组对调研对象文创园区和文创企业事先联系好，并通过网络查找其相关资料，了解其大体情况。并设计好调研方式，拟好所要了解的问题。

2.调研后及时整理、总结调研资料，思考所发现的问题。

3.课程结束后一周内撰写出高质量的调研报告。

# 《专业实习》课程实验教学大纲

Graduation Practice

大纲主撰人：俞香云 大纲审核人：郭持华

【**课程代码**】234520301 【**课程修习类型**】必修

【**开课学院**】文化创意学院 【**适用专业**】文化产业管理

【**学分数**】 12学分 【**学时数**】总学时16周

【**建议修读学期**】三春-四秋 【**先修课程**】《专业调研》

**一、课程简介**

文化产业管理专业是一个应用型专业。专业实习作为该专业的必修课，是人才培养中的一个主要实践教学环节，是文化产业管理专业教学计划的重要组成部分，是培养文化产业管理专业学生综合运用本专业所学的基础理论、基本技能和专业技能解决实际问题的重要教学过程，也是学生走出校门、适应社会、顺利就业的排演和前奏。

Culture industry management is an applied major. Professional practice as the professional required course, is one of the main practice teaching links of talent cultivation, is an important part of culture industry management professional teaching plan, is to develop culture industry management professional students integrated use of the professional knowledge of the basic theory, basic skills and professional skills to solve practical problems of the important teaching process, is also a student out of school, to adapt to the society and the smooth employment of rehearsal and a prelude.

1. **实践教学目标与基本要求**

①培养和提高学生职业素质，提高适应社会的综合能力。通过实习，有针对性地对学生运用专业观察问题、分析问题和解决问题的能力得到有效锻炼。同时通过实习，对专业、社会、人际交往等方面加深认识，培养较强的沟通能力、社会活动能力。

②运用和检验教学成果。专业实习中，学生把课堂上学到的系统化的理论知识，尝试性地应用于实践工作，并通过综合分析，找出教学中存在的不足，以便为完善教学计划，改革教学内容与方法提供实践依据。

③预演和准备就业工作。通过实习，让学生找出自身状况与社会实际需要的差距，并在其后的学习期间及时补充相关知识，为求职与正式工作做好充分的知识、能力准备，从而缩短从校园走向社会的心理转型期。

**④课程思政目标：**通过一个学期的专业实习，深入了解文化产业管理工作的实际运作，增强对文化产业的政策引导、价值引领的认识，形成正确的人生价值追求和积极的工作观念，树立服务国家文化振兴的职业责任意识和使命意识。

**三、实践课程内容和学时分配**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 章次 | 内 容 | 总学时 | 实践  属性 | 类型 | 组织方式 | 考核要求 |
| 一 | 实习前期准备、安全教育及职业教育 | 0.5周 | 专业 | 演示 | 集体指导 | 态度 |
| 二 | 项目考察与熟悉、调研 | 2.5周 | 专业 | 设计研究 | 集体与个别辅导 | 态度和业务能力 |
| 三 | 企业项目实践 | 8周 | 专业 | 设计研究 | 集体与个别辅导 | 态度和业务能力 |
| 四 | 专业实习的总结和交流 | 1周 | 专业 | 演示 | 集体指导 | 成果展示 |

**四、成绩考核**

（1）考核方式：考查

（2）评价标准：

|  |  |
| --- | --- |
| 考核等级 | 评价标准 |
| 优秀（90-100） | 能独立、按时完成实习单位的业务；具有较好的职业素养；具有一定的创造力；态度端正。 |
| 良好（80-89） | 在指导老师的指导下能较好完成实习任务，有一定的职业素养；态度端正。 |
| 中等（70-79） | 在指导老师的指导下能基本上能完成实习任务，综合表现一般。 |
| 及格（60-69） | 在指导老师的指导下能勉强能完成实习任务，综合表现一般；态度不太端正。 |
| 不及格（低于60） | 考勤不达标，态度不端正，业务能力较弱。 |

（3）成绩构成：由企业导师评分（70%）与校内带队教师评分（30%）共同组成。考核内容包括：考勤、实习态度、业务能力、实习效果、实习记录、实习总结。

（4）过程考核：出勤率，实习记录，企业导师评价、校内导师评价、专业实习总结。

**六、其他说明**

**总论（或绪论、概论等）**

**1.教学要求：**实习实行“双导师制”，校内实习带队指导教师和实习单位指导教师共同负责实习的各项工作。校内带队指导教师为指导实习的第一责任人。

专业实习前集中进行始前教育培训。介绍企业实习相关内容，实习的管理制度，让学生从心理上做好由学习向工作角色的转变。

**2.主要内容：**实习安全问题、学校对于实习制度的规定、专业技能与知识的应用、企业人事管理制度。

**3.教学方法：**集体指导，理论讲解。

**4.学习资料：**收集相关行业信息

**5.思考题：**

实习的目的是什么？如何进行有效实习？

校园与企业的专业与为人处世待人接物有何区别？学生与员工角色的切换？

**第一章 熟悉阶段**

**1.教学要求：**引导学生梳理实习内容的思路和方向。

**2.主要内容：**通过业务的熟悉、观察、调研，了解项目前期、中期、后期及周边项目的相关情况。

**3.教学方法：**集体讨论和个别指导。

**4.学习资料：**根据实习单位的实习内容与要求，查阅相关资料。

**5.思考题：**如何进行任务前期的调研？

**第二章 实训阶段**

**1.教学要求：**深入分析学生在业务上面临的问题。

**2.主要内容：**分析学生在参与文化产业项目经营管理实践过程中出现的问题，通过尝试、探讨、总结、解决。

**3.教学方法：**集体讨论和个别指导。

**4.学习资料：**根据实习单位的实习内容与要求，查阅相关资料。

**5.思考题：**如何进行有效的文创项目管理？

**第三章 总结阶段**

**1.教学要求：**对每位学生和参与项目管理有较充分了解。

**2.主要内容：**专业实习的总结和交流。

**3.教学方法：**集体总结与交流。

**4.学习资料：**根据实习单位的实习内容与要求，查阅相关资料。

**5.思考题：**如何在今后的学习期间补充相关知识？

# 《毕业论文（设计）》课程教学大纲

Graduation Thesis(Project）

大纲主撰人：管尔东 大纲审核人：郭持华

【**课程ID**】230200884 【**课程修习类型**】必修

【**开课学院**】文创学院 【**适用专业**】文管

【**学分数**】 12 【**学时数**】12周

【**建议修读学期**】四春 【**先修课程**】《专业调研》

**一、课程简介**

1. **课程介绍**

毕业论文是文管专业本科最后的一个教学环节，它既是对学生大学四年来学习情况、知识掌握的集中展现，也是一次学习成果的考核。要求学生运用掌握的文化产业管理的专业知识与创造性思维，开展对影视、动画、设计、新媒体等相关业态的研究、分析，撰写一篇代表自己学术能力的毕业论文。

Graduation thesis is the last teaching link of the undergraduate course of cultural management major. It is not only a concentrated display of students' learning situation and knowledge mastery in the past four years, but also an assessment of learning achievements. Students are required to use the professional knowledge and creative thinking of cultural industry management to carry out research and Analysis on film and television, animation, design, new media and other related formats, and write a graduation thesis representing their academic ability.

**二、实验教学目的与基本要求**

（1）课程教学目标：

①毕业设计是检验教学效果和学生四年学习的成绩课程。这也是一个学生的第一学历最严肃的一段“工作”。说他不是单纯的学习是因为学生将通过这里展示他们的才华，将通过这段“工作”延展到他们日后的现实工作与学习。

②培养检验科研能力和学术规范。

**③课程思政目标：**通过对专业学术论文的训练和写作，一方面强化独立思考的习惯和批判精神，形成学术规范意识；另一方面在研究中深刻理解文化产业对传承弘扬优秀传统文化、建设社会主义新文化的重要意义，把握文化产业的思想政治导向，推动文化事业全面繁荣和文化产业快速发展。

**三、课程教学目标对培养要求的支撑**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 培养要求 | 课程支撑点 | 课程教学目标 |
| 1.知识要求：掌握文管专业的基础知识和基础理论。 | 开题 | 教学目标① |
| 2.能力要求：具有较好的论文撰写能力和科研水平。 | 论文撰写指导 | 教学目标② |
| 3.素质要求：具备良好的学术素养，能够胜任相关研究工作 | 论文整理、预审、答辩 | 教学目标①  教学目标② |

**四、主要仪器设备**

计算机

**五、实验课程内容和学时分配**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序  号 | 实验项目  名称 | 实验项目内容 | 项目  学时 | 实验  属性 | 项目  类型 | 每组人数 | 项目要求 |
| 一 | 确定毕业创作选题 | 查阅资料，确定选题 | 2周 | 专业 | 综合 | 1 | 必做 |
| 二 | 收集毕业创作资料 | 调研，拓展阅读，制定毕业创作计划 | 2周 | 专业 | 综合 | 1 | 必做 |
| 三 | 分析研究资料，进行创作 | 创作，交流，中期检查 | 6周 | 专业 | 综合 | 1 | 必做 |
| 四 | 完成毕业创作正稿 | 毕业展览，毕业答辩 | 2周 | 专业 | 综合 | 1 | 必做 |

**六、成绩考核**

1.考核方式：考查，本课程考核方式是答辩。

2.评价标准：

|  |  |
| --- | --- |
| 考核等级 | 评价标准 |
| 优秀（90-100） | 能独立、较好完成毕业创作；具有较好的撰写能力；具有一定的创造力；态度端正。 |
| 良好（80-89） | 能较好完成毕业创作，有一定的撰写能力；态度端正。 |
| 中等（70-79） | 在指导老师的指导下能基本上能完成毕业创作，综合表现一般。 |
| 及格（60-69） | 在指导老师的指导下能勉强能完成毕业创作，综合表现一般；态度不太端正。 |
| 不及格（低于60） | 考勤不达标，态度不端正，业务能力较弱。 |

3．成绩构成：

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **评价项目** | | **评价内涵** | **分值** |
|
| **答辩表现** | **报告内容** | 报告思路清晰，语言表达准确，概念清楚，论点正确；方法科学，分析归纳合理；结论严谨；论文、设计结果有应用价值。 | 25 |
| **答辩过程** | 答辩思路清晰，基本概念清楚，回答问题有理论根据，主要问题回答准确、深入。 | 25 |
| **创新点** | 对前人工作有改进或突破，或有独特见解，有一定的应用价值。 | 10 |
| **毕业设计（论文）质量** | **选题** | 符合本学科发展和专业培养目标，体现专业特点和培养方案中对知识、能力、素质的基本要求，达到毕业设计（论文）综合训练的目的。题目具有一定的理论价值和应用价值，有较强科学性、前沿性，难易适度，大小适中，可行性较强 | 10 |
| **能力水平** | 能综合运用所学知识与技能，具备一定的分析与解决实际问题的能力、具备一定的设计与应用能力。 | 15 |
| **撰写质量** | 毕业设计（论文）较完整地回答了题目所设定的有关问题；立论正确，观点鲜明，有一定的个人见解；论述充分，结构严谨合理；分析处理科学；文字通顺，用语格式、图表、数据、各种资料的运用及引用都符合规范。 | 15 |

4.过程考核：平时成绩的具体构成：出勤率、迟到早退、学习态度、团队精神。