

****职业学院 人才培养方案

专业名称: 文化产业经营与管理

专业代码: 550402

专业学制: 三年制大专

专业层次: 专 科

****学院(部门)制订

制定日期: 2023年5月

目 录

一、专业名称及代码	- 1 -
二、入学要求	- 1 -
三、修业年限	- 1 -
四、职业面向	- 1 -
五、培养目标	- 1 -
六、培养规格	- 2 -
(一) 素质	- 2 -
(二) 知识	- 3 -
(三) 能力	- 4 -
七、课程设置及学时安排	- 5 -
(一) 课程设置	- 5 -
1.公共基础课程	- 5 -
2.专业课程	- 5 -
3.专业基础课程主要教学内容	- 6 -
4.专业核心课程主要教学内容	- 7 -
5.实践性教学环节	- 9 -
(二) 学时安排	- 9 -
八、教学进程总体安排 (详见进程表)	- 10 -
九、实施保障	- 10 -
(一) 师资队伍	- 10 -
1. 队伍结构	- 10 -
2. 专任教师	- 10 -
3. 专业带头人	- 11 -
4. 兼职教师	- 11 -
(二) 教学设施	- 11 -
1. 专业教室基本条件	- 11 -
2. 校内实训室基本要求	- 11 -
3. 校外实训基地基本要求	- 12 -
4. 学生实习基地基本要求	- 12 -
(三) 教学资源	- 12 -
1. 教材选用基本要求	- 12 -
2. 图书文献配备要求	- 13 -
3. 数字教学资源要求	- 13 -
十、质量管理	- 13 -
十一、毕业要求	- 13 -
附件：教学进程表	- 14 -

一、专业名称及代码

文化产业经营与管理（550402）

二、入学要求

普通高级中学毕业、中等职业学校毕业或具备同等学力

三、修业年限

三年

四、职业面向

文化产业经营与管理专业职业面向							
专业大类	专业类	专业代码	对应行业	主要职业类别	主要岗位类别（技术领域）	职业技能等级证书	社会认可度高的行业企业标准和证书
文化艺术大类（55）	文化服务类（5504）	550402	文化艺术业（88）、娱乐业（90）、互联网和相关服务（64）	文化经纪人（4-13-05-01）、全媒体运营师（4-13-05-03）、其他文化、体育和娱乐服务人员（4-13-99）	文化经纪、文化活动策划、文化产品销售、全媒体运营	初级会计证、演出经纪人资格	教师资格证、茶艺师证、机动车驾驶证等

五、培养目标

本专业培养能够践行社会主义核心价值观，德智体美劳全面发展，具有一定的科学文化水平，良好的人文素养、职业道德和创新意识，精益求精的工匠精神，较强的就业创业能力和可持续

发展的能力，掌握本专业知识和技术技能，面向文化艺术业、娱乐业、互联网和相关服务行业的文化经纪人、全媒体运营师以及其他文化、体育和娱乐服务人员等职业，能够从事文化经纪、文化活动策划、文化产品营销、全媒体运营等工作的高素质技术技能人才。

六、培养规格

（一）素质

1. 坚定拥护中国共产党领导和我国社会主义制度，在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感；

2. 崇尚宪法、遵法守纪、崇德向善、诚实守信、尊重生命、热爱劳动，履行道德准则和行为规范，具有社会责任感和社会参与意识；

3. 具有较强的质量意识、环保意识、安全意识和信息素养、工匠精神、创新思维；

4. 勇于奋斗、乐观向上，具有自我管理能力、职业生涯规划的意识，有较强的集体意识和团队合作精神；

5. 具有健康的体魄、心理和健全的人格，掌握基本运动知识和 1-2 项运动技能，养成良好的健身与卫生习惯，良好的行为习惯；

6. 具有一定的审美和人文素养，能够形成 1—2 项艺术特长或爱好。

(二) 知识

1. 掌握与本专业从事职业活动相关的国家法律、行业规定，具有环境保护、安全防护、质量管理的意识与相关知识，了解相关产业文化，遵守职业道德准则和行为规范，具备社会责任感和担当精神；

2. 掌握支撑本专业学习和可持续发展必备的思想政理论、科学文化基础、中华优秀传统文化、信息技术等基础知识，具有良好的科学素养与人文素养，具备职业生涯规划能力；

3. 掌握文化市场营销、文化资源开发、文化创意等方面的专业基础理论知识；

4. 掌握各类策划文案写作方法，具有策划与组织各类线下、线上文化、展演、娱乐、节庆活动的基本能力；

5. 掌握新媒体数据分析的基本方法，具有编制各类数据分析

报告，并精准调整媒体分发渠道、策略和动作的能力；

6. 掌握新媒体音频、视频、图像、文案的创作方法，具有根据运营策略，对新媒体传播信息进行策划和制作的能力；

7. 掌握媒体用户运营、产品运营、平台运营的核心技巧，具有新媒体运营的基本能力。

(三) 能力

1. 能撰写常用的应用文书；

2. 能熟练使用常用办公软件，能熟练操作常见办公设备；

3. 能根据岗位工作要求，进行人际、部门、单位间的沟通协调；

4. 能为文创项目提供高水平策划方案；

5. 能将专业领域的新成果应用于文创实践，完成重要文创项目的方案设计和开发工作；

6. 能够根据文化消费者的心理进行文化传播，获取市场需求的准确信息；

7. 能熟练运用信息化平台，运用新媒体进行企业宣传活动；

8. 能有一定的创新创业能力。

七、课程设置及学时安排

（一）课程设置

本专业课程主要包括公共基础课程和专业课程两大类。

1. 公共基础课程

据相关文件要求，将思政类课程、体育、军事理论与军训、国家安全教育、就业指导与职业规划类课程、心理健康教育、劳动素质课。并将党史教育、四史教育、创新创业类课程、大学语文、大学英语、信息技术、中国传统文化等课程列为必修课。

2. 专业课程

一般包括三类：专业基础课、专业核心课、专业拓展课。

（1）专业基础课

专业基础课一般设置 6-8 门，包括文化产业经济学、中国文化史、纸媒编辑、形体、文创产品设计、商务礼仪、文化产业政策与法规、文化产业投融资等。

（2）专业核心课

专业核心课一般设置 6-8 门，包括文化产业导论、文化市场营销、文化市场调查、文化创意与策划、新媒体文案写作、文化产业项目创意与策划、节事活动策划、融媒体编创等。

(3) 专业拓展课

包括茶艺、化妆与服饰、声乐训练、泰语入门、舞台艺术语言、民族文化等。

3. 专业基础课程主要教学内容

表 2 专业基础课主要教学内容

序号	课程名称	课程类型 (A/B/C)	学时	学分	主要内容
1	文化产业经济学	A	72	4	本课程主要讲解经济学的各种概念原理、分析方法及推到过程。重点理解和掌握市场经济中产品的供给与需求曲线、消费者行为理论、生产与成本的关系、各种市场情况的性质与特点、生产要素、以及各类政府的微观经济政策。
2	中国文化史	A	72	4	本课程主要讲述中国文化的观念层面及其物化形态，以“精神文化”为主线，加强文化发展的阶段性归纳，彰显每一历史阶段的文化主潮。另外，还把中国文化与其他文化的互动历程作为一条重要线索，凸现中国文化在世界的地位。
3	纸媒编辑	B	72	4	本课程学习常用的办公软件 Office、InDesign 等，掌握常用排版软件进行编辑排版，能够熟练使用排版软件进行现代办公，制作规范精美的纸媒体。
4	形体	B	36	2	本课程主要以芭蕾训练为基础，学习芭蕾的手位、脚位提升学生整体气质表现，学习地面开绷脚背组合和地面踢腿组合增强学生身体控制力，学习中国古典舞组合对传统文化进行提升的同时改变呼吸、体态等相关身体控制力。

5	文创产品设计	B	72	4	本课程主要学习文创产品设计，掌握文创产品设计的方法，会使用 Photoshop 等软件进行绘制处理图像，能够使用平面设计软件进行文创产品设计，培养学生具有设计思维表达和完成设计作品的方法及能力。
6	商务礼仪	B	36	2	通过本门课程的学习，使学生了解商务礼仪的内涵，掌握正确的礼仪习惯，培养学生的礼仪素养，提高学生自身素质，使他们懂得如何塑造成功的个人形象及进行得体的人际交往。
7	文化产业政策与法规	B	72	4	主要介绍以下内容:政策的概念、特征和分类;法的概念、特征和分类;政策与法律的联系与区别;我国文化产业政策法规发展进程;广播电视产业管理政策法规;电影产业政策法规;出版物管理政策法规;网络产业管理政策法规;演出娱乐市场管理政策法规;艺术品市场管理政策法规;会展业管理政策法规;广告业管理政策法规;旅游业管理政策法规。
8	文化产业投融资	B	72	4	本课程主要讲解会计学基础的基本概念、基本理论及基本的操作技能、技巧，了解基本的财务、会计概念和含义、来源及其用途。

4. 专业核心课程主要教学内容

表 3 专业核心课主要教学内容

序号	课程名称	课程类型(A/B/C)	学时	学分	主要内容
1	文化产业导论	A	72	4	本课程主要介绍文化产业的行业环境、市场格局、探讨文化资源的开发利用、故事驱动、文化资产的价值实现、营销创新与商业模式、集聚发展、文化治理、发展趋势等基础理论问题。
2	文化市场调查	B	72	4	本门课程主要介绍国内外市场分析的基本理论、操作方法和各种分析技术，内容包括明确

					调查问题、设计调查方案、选择调查方法、处理调查数据、整理调查资料、进行市场分析、开展营销策划等。
3	新媒体文案写作	B	72	4	<p>新媒体文案是立足于传统策划性文案写作，又兼顾互联网大数据时代具有即时通讯且同时传输信息类型多样（涵盖文本，图片，音频，动画乃至视频等）规模海量的特点而生的一种新兴文案架构课程。需要在牢固掌握传统的面向平面媒体的文本型文案写作的基础上，结合新媒体的特点，构思撰写可以在新媒体上投放的文案。因此该课程讲授内容主要但绝不仅限于创意性策划性文案的写作要领，还涉及对新兴媒体特点的归纳与分析，以及基于新媒体所常用的高效文案写作资源平台及软件或小程序的使用技术。</p>
4	文化市场营销	B	72	4	<p>包括市场营销的核心概念及各种营销观念、市场营销环境分析、消费者购买行为分析、市场营销战略、产品策略、价格策略、分销策略和促销策略等。该门课程在内容编排上侧重于对学生能力的培养，融入了大量案例分析。</p>
5	文化产业项目创意与策划	B	72	4	<p>本门课程全面、系统地论述了文化产业的行政管理、经济管理、法制管理和舆论管理等宏观管理方式，以及文化企业的融资管理、生产管理、营销管理、价值链管理和人力资源管理 etc 微观管理规律。</p>
6	文化创意与策划	B	72	4	<p>文化的特点与类型、文化创意与策划的特点、原则、程序；影视文化、广告文化、动漫文化、网络文化、旅游文化、会展文化等类型产品的创意与策划基本方法和策略。</p>
7	融媒体编创	B	72	4	<p>本课程主要学习 Premiere 软件进行视频编辑的知识和技巧，能够使用视频编辑软件进行</p>

					融媒体创编，培养学生具有用视频表达和完成作品的方法及能力。
8	节事活动策划	B	72	4	本课程主要学习节事活动基本类型、特点、功能。节事活动策划内容及策划书撰写。掌握节事促销基本形式与策略手段。节事赞助策划书的撰写，培养学生具备现场状况分析能力与现场管理实施能力和技巧。掌握节事活动人力资源管理工作流程及实施、掌握节事物流的计划和控制。

5. 实践性教学环节

主要包括实训、实习、毕业设计、社会实践等，以“以项目导向、任务驱动、职场情景化”方式展开，以教学过程对接职业工作过程为目标。第一、二学期主要以开展专业认知及课程中的实践教学环节为主；第三、四学期主要开展校内集中综合实训环节，充分利用校内教学资源，尽可能创设与职业岗位一致的教学环境，提升学生动手实践能力；第五学期以毕业设计为依托开展综合实训，检验课程实践教学效果；第六学期为校外岗位实习实践环节，学生到中小型企事业单位进行对口岗位实习，充分利用校外资源开展实践教学，锻炼学生的综合能力。实训实习既是实践性教学，也是专业课教学的重要内容，应注重理论与实践一体化教学。应严格执行《职业学校学生实习管理规定》要求。

(二) 学时安排

总学时一般为 2656 学时，每 16-18 学时折算一学分。公共基础课总学时一般不少于总学时的 25%，实践性教学学时原则上不少于总学时的 50%，其中岗位实习累计时间一般不少于 6 个月，可集中或分阶段开展实习。各类选修课程学时累计不少于总学时的 10%。

八、教学进程总体安排（详见进程表）

九、实施保障

（一）师资队伍

1. 队伍结构

生师比不高于 18:1。双师素质教师占专业教师比例一般不低于 60%，专业教师团队要综合考虑职称、年龄、学缘结构等，形成合理的梯队结构。

2. 专任教师

专任教师应具有高校教师资格证；有理想信念、道德情操、扎实学识、仁爱之心；具备文化服务类专业本科及以上学历；具有本专业扎实的理论功底和实践能力；具备信息化教学能力，能够开展信息化教学和科研工作。

3. 专业带头人

专业带头人原则上应具有副高及以上职称；能够较好地把握行业前沿动态，专业水平高，带领团队开展教学科研能力强，专业能力得到普遍认可。

4. 兼职教师

兼职教师主要从本专业相关的行业企业聘任，具备良好的思想政治素质、职业道德，具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，具有中级及以上相关专业职称或职业技能等级证书，能承担专业课程、实习实训指导工作等教学任务。

(二) 教学设施

教学设施主要包括能满足正常的课程教学、实习实训所需的专业教室、校内实训室和校外实训基地。

1. 专业教室基本条件

专业教室一般配备多媒体设备(一体机),互联网接入或 Wi-Fi 覆盖，并实施网络安全防护措施，安装应急照明装置，设置紧急疏散明显标志。

2. 校内实训室基本要求

应建有适应文化产业经营与管理专业的校内实训室 1 间，包

括现代办公实训室，完善管理制度，配备管理员，互联网接入或Wi-Fi覆盖，并实施网络安全防护措施，安装应急照明装置，设置紧急疏散明显标志。

3. 校外实训基地基本要求

具有校外稳定的实训基地，能够开展见习、跟班学习等实训活动，实训设备齐全，实训岗位、实训指导教师确定，实训管理与规章制度健全。

4. 学生实习基地基本要求

具有校外稳定的实习基地，能够提供顶岗实习等实习岗位，可接纳一定规模的实习学生；能够配备实习指导教师对学生进行指导和管理，有保障实习生日常工作、学习、生活的规章制度，有安全、保险措施。

（三）教学资源

教学资源主要包括能够满足学生专业学习、教师教学科研所需的教材、文献图书资料及数字教学资源。

1. 教材选用基本要求

严格执行国家相关规定，遵循《****职业学院教材选用与征订管理办法（试行）》选用征订各类教材。

2. 图书文献配备要求

图书文献能够满足人才培养、专业教研、教科研的需要，方便师生查询借阅。包括文化服务专业类书籍、专业期刊。

3. 数字教学资源要求

健全本专业需要的音视频资源、教学课件等专业教学的课程资源库。

十、质量管理

本专业按照《****职业学院三类专业分类标准》中的重点专业量化考核。

十一、毕业要求

1. 德智体美劳达到毕业要求；
2. 学生在规定的年限内修完教育教学计划规定的 2656 学时 145 学分，成绩考核合格，达到专业规定最低学分；
3. 经职业资格鉴定所鉴定职业资格合格，获得相应证书；
4. 完成实习实训，完成实习报告；
5. 达到以上条件准予毕业，由学院颁发毕业证书。

附件：教学进程表

教学进程表														
总学分		139		专业		文化产业经营与管理		学制：三年制大专						
序号	课程性质	课程名称	课程类型	学时分配		总学时	学分	各学期周学时数						考核方式
				理论	实践			1	2	3	4	5	6	
1	公共基础课	军事理论课	A	36		36	2	2						考试
2		心理健康与心理素质拓展课	A	36		36	2	2						考试
3		劳动素质课	C		80	80	2	2	2	2	2			考试
4		职业生涯发展与规划	A	36		36	2	2						考试
5		就业与创业指导	B	18	18	36	2				2			考试
6		大学语文	A	30	6	36	2	2						考试
7		英语	A	60	12	72	4	2	2					考试
8		体育与健康	B	12	96	108	6	2	2	2				考试
9		信息技术	B	18	18	36	2		2					考试
10		思想道德与法治	A	45	9	54	3	3						考试
11		毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	A	30	6	36	2	2						考试
12		习近平新时代中国特色社会主义思想概论	A	45	9	54	3		3					考试
13		形势与政策	A	20	0	20	1	0.5	0.5					考试
14		国家安全教育	A	36	0	36	2		2					考试
		合计:		422	254	676	35	19.5	13.5	4	4	0	0	
1	必修课	文化产业经济学	A	54	18	72	4	4						考试
2		中国文化史	A	60	12	72	4		4					考试
3		文创产品设计	B	36	36	72	4		4					考查
4		纸媒编辑	B	36	36	72	4			4				考查
5		形体	C	0	36	36	2			2				考查
6		商务礼仪	C	0	36	36	2				2			考查
7		文化产业政策与法规	B	36	36	72	4				4			考试
8		文化产业投融资	B	36	36	72	4					4		考试
		合计:		258	246	504	28	4	8	6	6	4		
1	专业核心课	文化产业导论	A	54	18	72	4	4						考试
2		文化市场调查	B	36	36	72	4		4					考试
3		新媒体文案写作	A	54	18	72	4			4				考试
4		文化市场营销	B	36	36	72	4			4				考试
5		文化产业项目创意与策划	B	36	36	72	4				4			考试
6		文化创意与策划	B	48	24	72	4				4			考试
7		融媒体编创	B	36	36	72	4				4			考查
8		节事活动策划	B	36	36	72	4					4		考查
		合计:		336	240	576	32	4	4	8	12	4		
1	实践性环节必修课程	社会实践	C	0	108	108	6							考查
2		实习实训	C	0	360	360	20						18周	考查
3		毕业综合考核	C	0	126	126	7					2		考查
		合计:		0	594	594	33							
	选修课	四史教育(限定选)	A	18	0	18	1		1			2		
			合计:				126	7						
1	专业拓展课	云南民族民间舞蹈	C	18	18	36	2	2						考查
2		云南民族民间歌曲演唱	C	18	18	36	2		2					考查
		合计:		90	90	72	4	2	2					
总计:				1106	1424	2548	139	29.5	27.5	22	22	10		

课程类型：A类：纯理论课 B类：理论+实践课 C类：纯实践课