

2022 级文化产业经营与管理专业人才培养方案

（三年制）

一、专业名称与代码

专业名称：文化产业经营与管理

专业代码：550402

二、入学要求

普通高中毕业生或同等学力者。

三、修业年限

三至五年。

四、职业面向

所属专业 大类（代码）	所属专业 类（代码）	对应行业 （代码）	主要职业类别（代 码）	主要岗位类别 （或技术领域）	职业资格证书或技 能等级证书举例
文化艺术大类 （55）	文化服务类 （5504）	文化活动服务 （9051） 文化娱乐经纪人 （9053）	文化经纪人 （4-13-05-01） 演出监督 （2-09-04-07） 营销员 （4-01-02-01）	文化经纪 文化活动组织策划 经纪代理 项目宣传推广 客户服务 演出监督	演出经纪人 演出督导（四级） 中国市场营销经理 助理资格证书 教师考级资格证 研学旅游策划与管 理（EPPM）职业技能 等级证书

五、培养目标与培养规格

（一）培养目标

本专业以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，坚持立德树人根本任务，培养适合粤港澳大湾区建设发展需要，理想信念坚定，德、智、体、美、劳全面发展，具备良好的人文素养和艺术素养，良好的职业道德和精益求精的工匠精神，熟知我国文化产业的现状和发展趋势，掌握文化作品生产、传播的规律，了解国家的文化战略与政策，具备较强的书面与口头表达能力，以及较强的创意策划与执行能力，在文化产业宣传、策划、营销、管理等方面具有实际操作技能，能从事各类文化公司、一般企事业单位文化活动与文

化项目的策划组织、统筹管理，文化产品及服务的营销策划、推广管理等工作，具备较强的就业能力和可持续发展能力的复合型技术技能人才。

（二）培养规格

本专业学生应在素质、知识、能力方面达到以下要求。

1. 素质

（1）思想政治素质：坚定拥护中国共产党领导和中国特色社会主义制度，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）职业素质：具有开阔的文化事业、丰富的人文情怀、健康高雅的审美趣味；强烈的社会责任感和专业责任感；坚持职业操守，爱岗敬业、服务社会、诚实守信、严谨求实。

（3）人文素养与科学素质：具有较为宽阔的视野，具有一定人文和科学素养；具备健康、高雅的审美情趣，有较强的审美能力；有文化服务意识；具备创新精神与创业意识，有自我学习能力。

（4）身心素质：具有一定的体育运动和生理卫生知识，达到国家规定的体育健康标准；积极乐观的态度、良好的人际关系、健全的人格品质。

2. 知识

（1）了解党史、新中国史、改革开放史、社会主义发展史及习近平新时代中国特色社会主义思想的理论。

（2）掌握大学专科的文化基础知识、道德修养以及创新创业知识、加深对法治理念、法治原则及法律法规的认知。

（3）了解中华优秀传统文化、理解其思想精华和时代价值，掌握文学艺术欣赏知识。

（4）了解文化产品和服务的运作特点及规律。

（5）了解中国文化基本概况、地方特色民俗文化。

（6）掌握文学、艺术学等方面的基本理论和知识。

（7）熟悉文化产业的方针、政策和法规。

3. 能力

（1）职业通用能力

具有良好的文字和口语表达的基本能力、职业沟通能力、社交能力、应变能力、逻辑思维能力和信息搜集和总结能力。

（2）职业专门能力

- ①具备对新知识、新技能的学习能力和创新创业能力。
- ②具备剧场管理与巡演管理能力。
- ③具备销售成本核算能力，掌握演出票务的销售方式及销售技巧。
- ④具备合同拟定与执行能力，以及合理调整合同规避风险的能力。
- ⑤掌握策划文案的写作方法和媒体广告语言的编辑技巧，具备文化活动项目的推广能力。
- ⑥了解文化活动项目的执行流程，能够根据项目需要选择合适的商业联动方式。
- ⑦了解文化活动项目选择流程，具备项目的筛选分析能力。

（三）专业群设置情况

1. 专业群介绍

社会文化系依托国家、省市大力发展文化事业、文化产业的大政方针，以及教育部、财政部、省教育厅对建设高水平专业群建设的指导意见，以“高效+共享”为原则，以“一岗多能、首岗适应、多岗迁移”为人才培养目标，以“文化服务+管理”为特色，成立公共文化服务与管理专业群。本专业群以公共文化服务与管理专业为核心引领和主导专业，响应国家政策和人才需求，服务社会公共文化；以文化产业经营与管理专业为主干专业，响应市场需求，服务文化产业和市场；以现代文秘专业为支撑专业，提供人力资源管理、文书档案、会务策划、礼仪接待等服务，全方位服务文化事业和文化产业。三专业具有共享的基础课程、共享的实训设备、共享的师资力量、共享的校内外实训场所等，对接文化事业、文化产业发展过程中必不可少的各个环节，环环相扣，相辅相成，有效提高学生获得知识和技能的可迁移性，从而达到人才按社会需求培养的要求。

2. 专业群优势、特色

（1）三专业培养的人才都具备“艺术+管理”的特色，通过专业群资源整合与共享，实施平台课程、实训基地、师资队伍等共建共享还发挥集群效益，突出优势特色，提升专业群发展的实力。

（2）以“一岗多能、首岗适应、多岗迁移”的人才培养目标，按照“底层共享、中间分立、高层互选”的思路设计“平台+模块”的课程体系。

(3) 围绕产业岗位按照专业、专业群分层建设校内外实训基地。

(4) 社会服务效果显著。

3. 群内专业及代码

专业名称：公共文化服务与管理

专业代码：550403

专业名称：文化产业经营与管理

专业代码：550402

专业名称：现代文秘

专业代码：590401

4. 群内共享课

管理基础与实务

企业文化

中国文化概论

新媒体写作

主持艺术

5. 群内共享资源

(1) 师资团队

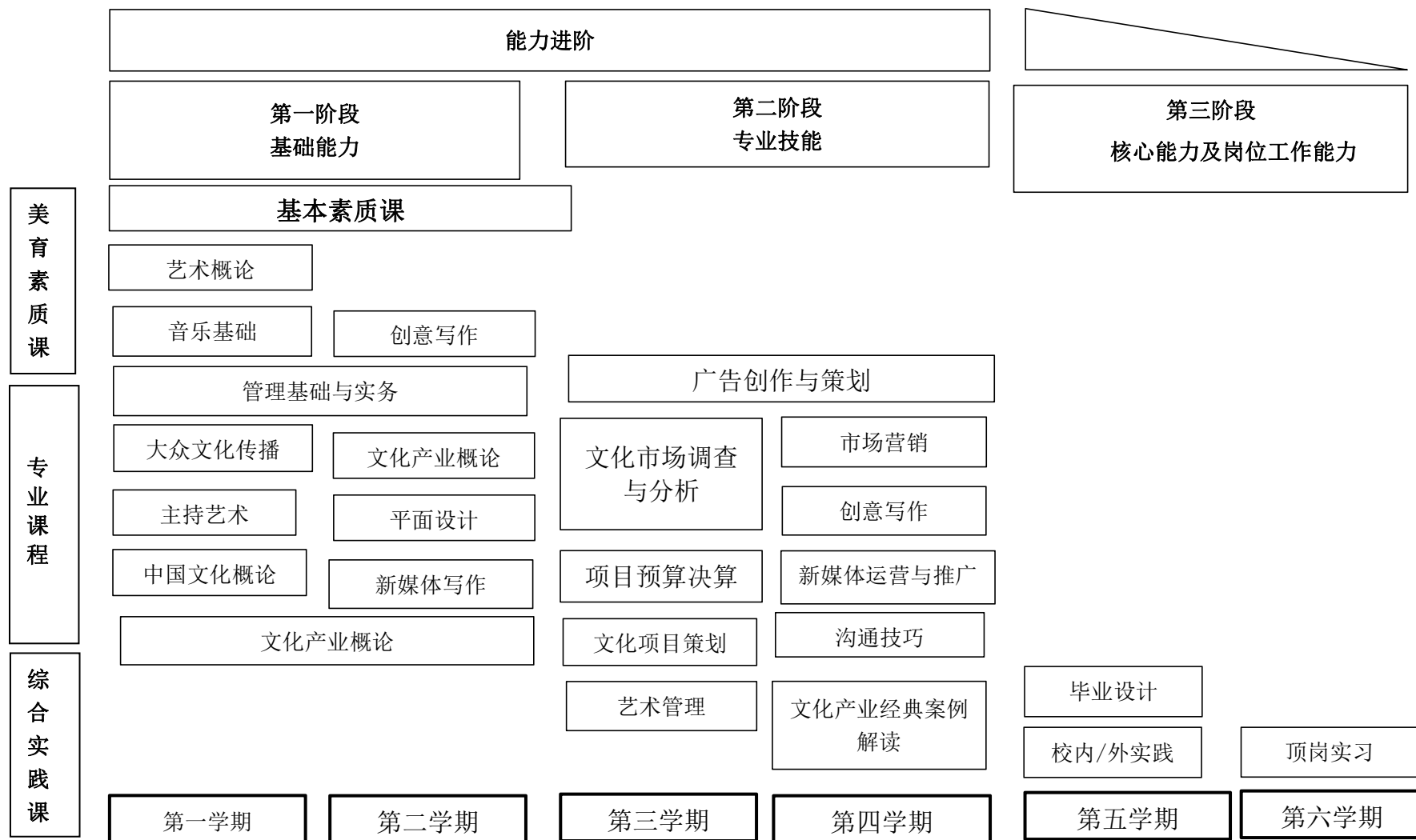
本专业群拥有一支素质优良、结构合理、专兼结合的“优、专、新”教学团队。专业群内共有教师 40 人，其中专任教师 32 名，“双师型”教师达 96.87%，高级职称 14 人，占比 35%，硕博士以上学历 21 人，占比 52.5%。

(2) 实训实践基地

本专业群已有燃媒创意坊、商务文秘实训室、“声色”实训室、舞蹈实训室、数码钢琴室、文化技能教学实训室、商务文秘机房等校内实训场所，计划新增“互联网+”公共服务文化研究中心、岭南文化创意工作室、现代秘书事务所三个新实训室，达到互相促进、互相拉动的效果。

六、课程设置与专业核心课程

(一) 课程体系的架构与说明



（二）专业核心课程设置

序号	课程名称	教学内容	能力要求	参考学时
1	文化产业概论	通过本课程学习，对“文化产业”的概念有正确理解，各国文化产业发展现状及趋势，文化产业经营思想及经营管理模式等内容。	1. 能根据我国文化产业相关文件及政策，分析我国文化产业发展的现状及问题。 2. 能运用文化产业理论对我国文化产业发展过程有对策性思考。	72
2	市场营销	本课程以菲利普·科特勒市场营销管理的基本原理为主线，以培养学生市场营销的职业能力和实践能力为核心，系统讲解市场营销的基本知识和核心理论，内容涵盖营销环境分析、消费者行为分析、市场营销战略、市场营销组合策略。	1. 全面而系统地掌握分析市场营销环境、研究市场购买行为、制定市场营销组合策略等一系列营销活动的基本程序和方法。 2. 能够应用市场营销原理解决企业营销问题。 3. 有市场为导向的经营理念、共创共赢的思维意识，提升就业、创业的竞争力。	36
3	文化市场调查与分析	本课程结合互联网、大数据的时代背景，系统介绍认识市场、研究市场的方法。以理论联系实际为原则，按照市场调查项目的实际运作过程展开。包括市场调查与研究的基本流程、知识和方法，数据收集、处理、分析和解释。	1. 了解文化市场调查的具体内容。 2. 掌握并应用市场信息收集的专业方法。 3. 掌握数据分析的统计技术和市场调研报告的撰写技巧。	36
4	创意写作	本课程用写作的方式进行思维训练，介绍工作坊教学方式方法，类型写作的训练过程，任务写作的操作方式，欣赏类阅读文本，生产性创意文本，工具类功能文本等写作的训练。	1、熟悉创意写作基本理念和工作坊组织程序。 2、能够用文字清晰表达个人观点。 3、有能力完成工作生活中的写作任务。	36

5	广告创作与策划 I	课程教授广告创作与广告策划；通过本课程的学习，锻炼学生的思维能力，使学生具备初步的广告营销语言艺术创作能力，并能综合运用各种媒体形式、工具（包括图、文、视频、音频等），充分表达广告营销创作的思想与意图；教授基础的商业策划与管理的知识与技能。	1. 习得广告创作能力；习得广告策划能力。 2. 习得创意思维能力。 3. 习得策划思维能力。 4. 习得作为一个传播从业人员的执行力。 5. 习得作为一个传播从业人员的敏锐；习得协作能力。	36
6	广告创作与策划 II			36
7	项目预算决算	本课程以案例分析引入教学，通过介绍项目成本管理理论，结合项目成本管理生动实例，系统传授项目资源规划、项目成本的估算、项目成本预算和成本控制、项目成本核算与分析的理论，简单了解如何进行项目成本决算。通过学习本课程，使学生能综合运用相关知识进行项目策划，做好项目成本的预算与决算。	1. 掌握项目资源规划的编制方法。 2. 掌握项目成本估算的计算方法。 3. 掌握项目成本预算的编制方法。 4. 了解项目成本控制的基本内容。 5. 了解项目成本核算的分析方法。 6. 了解项目成本决算。	36
8	新媒体运营与推广	本课程的教学内容包括用户运营的方法与策略、产品运营的思路及重点、内容运营的核心技巧、活动运营的策划与执行、新媒体营销的策划与执行等。	1. 能够根据热点快速制作适合新媒体传播的内容。 2. 能运用新媒体开展公关活动、广告推广。 3. 能够运营、推广和管理自媒体产品。 4. 能够及时监控和应对互联网负面舆情。	36

七、学时学分安排

文化产业经营与管理专业课程学时与学分分配表

课程模块	学时数	学时占%	学分数	学分占%
基本素质课	746	29%	37	27%
美育素质课	64	3%	4	3%
专业基础课（含专业群平台课）	448	18%	26	19%
专业核心课	360	14%	20	14%
专业拓展课（含系内限选和公共选修）	324	13%	18	13%
综合实践课	612	24%	34	24%
合计	2554	100%	139	100%
理论课总学时	1001	39%		
实践课总学时	1553	61%		
合计	2554	100%	139	100%

八、教学进度表

课程 类型	序 号	课程代码	课程名称	课程 性质	学 分	考核 方式	学时 总数	理论 教学	实践 教学	按学年及学期教学周数					
										第一学年		第二学年		第三学年	
										16	18	18	18	18	18
										各课程每周学时数					
基本 素质 课	1	110010005	思想道德与法治 I	必修	1.5	考试	24	24	0	2/12 周					
	2	110010006	思想道德与法治 II	必修	1	考试	16	16	0		2/8 周				
	3	110010105	习近平新时代中国特 色社会主义思想概论 II	必修	2	考试	36	30	6			2/18 周			
	4	110010106	习近平新时代中国特 色社会主义思想概论 I	必修	1	考试	18	14	4		2/9 周				
	5	110010107	毛泽东思想和中国特 色社会主义理论体系 概论	必修	1.5	考试	28	28	0				2/14 周		
	6	110010010	形势与政策	必修	1	考查	32	32	0	8/学期	8/学期	8/学期	8/学期		
	7	110010037	思想政治教育实践课	必修	1	考查	16	0	16		2/4 周	2/4 周			

8	110010023	马克思主义中国化进程 与青年学生使命担当	必修	1	考查	24	24	0	2/12 周					
9	110010038	社会主义发展史	必修	1	考查	18	14	4		2/9 周				
10	110010015	大学生心理健康教育	必修	2	考试	32	28	4	2/16 周					
11	110010001	大学语文 I	必修	1	考试	18	12	6	2/9 周					
12	110010002	大学语文 II	必修	1	考试	18	12	6		2/9 周				
13	110010003	实用英语 I	必修	1	考试	18	12	6	2/9 周					
14	110010004	实用英语 II	必修	2	考试	32	22	10		2/16 周				
15	110010011	体育与健康 I	必修	2	考试	36	4	32	2+校运会 4 节					
16	110010012	体育与健康 II	必修	2	考试	36	4	32		2				
17	110010030	体育与健康 III	必修	2	考试	36	4	32			2			
18	110010013	计算机应用基础 I	必修	1	考试	22	11	11	2/11 周					
19	110010014	计算机应用基础 II	必修	2	考试	32	16	16		2/16 周				
20	110010016	创新创业通识课	必修	1	考查	18	14	4					2 /9 周	

	21	110010017	大学生就业指导	必修	1	考查	18	14	4					2 /9 周	
	22	110010018	军事理论	必修	2	考查	36	36	0	4/9 周					
	23	110010031	军事技能	必修	2	考查	112	0	112	2 周					
	24	110010019	国家安全教育	必修	1	考查	18	8	10	8/学期	2/学期	2/学期	2/学期	2/学期	2/学期
	25	110010025	大学生健康教育	必修	1	考查	16	16						2/8 周	
	26	110010026	劳动教育	必修	2	考查	36	18	18	3/学期	3/学期	3/学期	理论 2/9 周 3/学期	3/学期	3/学期
	小计				37		746	413	333	14	11	4	4	3	1
美育 素质 课	1	110010022	艺术概论	必修	2	考试	32	32		2					
	2	113010122	音乐基础	必修	2	考试	32		32	2					
	小计				4		64	32	32	4					
专业 基础 课 (含 专业 群平 台课)	1	115010018	管理基础与实务 I *	必修	2	考试	32	16	16	2					
	2	115010019	管理基础与实务 II *	必修	2	考试	36	18	18		2				
	3	115040123	艺术管理	必修	4	考试	68	32	32	4					
	4	115010015	文化产业经典案例解 读	必修	2	考试	36	18	18				2		
	5	115010009	文化项目策划*	必修	2	考试	36	12	24			2			
	6	115030130	沟通技巧	必修	2	考试	36	12	24			3			
	7	115040015	平面设计	必修	2	考试	36	12	24		2				

	8	115040005	大众文化传播	必修	2	考试	32	16	16	2					
	9	115020046	中国文化概论*	必修	2	考试	32	32	0	2					
	10	115010001	新媒体写作*	必修	2	考试	36	12	24		2				
	11	115020070	主持艺术*	必修	2	考试	32	18	18		2				
	12	115050137	视频剪辑技术	必修	2	考试	36	18	18		2				
	小计				26	0	448	216	232	10	10	5	2	0	0
专业 核心 课	1	115040124	文化产业概论	必修	4	考试	72	72	0		4				
	2	115020080	市场营销	必修	2	考试	36	12	24				2		
	3	115040006	文化市场调查与分析	必修	2	考试	36	12	24			2			
	4	115040133	创意写作	必修	2	考试	36	12	24		2				
	5	115020078	广告创作与策划 I	必修	2	考试	36	18	18			2			
	6	115020079	广告创作与策划 II	必修	2	考试	36	18	18				2		
	7	115040125	项目预算决算	必修	4	考试	72	24	48			4			
	8	115010039	新媒体运营与推广	必修	2	考试	36	18	18				2		
	小计				20	0	360	186	174	0	6	8	6	0	0
专业 拓展 课 (含 系内 限选)	1	115040013	艺术品鉴赏与推广	限选	2	考试	36	18	18		2				
	2	115030035	艺术欣赏	限选	2	考试	36	36	0		2				
	3	115010042	文化经纪实务**	限选	2	考试	36	18	18				2		
	4	115020108	声音训练	限选	2	考试	36	0	36			2			
	5	115010034	公共关系	限选	2	考试	36	12	24			2			
	6	115010047	外国文化概论	限选	2	考试	36	36	0		2				

课、公共选修课)	7	115010115	中国戏曲剧种鉴赏	限选	2	考查	36	36	0		2				
	8	115020072	形体	限选	2	考试	32	0	32	2					
	9	115010022	舞蹈 I	限选	2	考查	36	0	36		2				
	10	115010023	舞蹈 II	限选	2	考查	36	0	36			2			
	11	115030100	职业技能训练	限选	2	考查	36	0	36				2		
	12	115010105	合唱艺术 I	限选	2	考查	36	0	36			2			
	13	115010106	合唱艺术 II	限选	2	考查	36	0	36				2		
	14	115010116	经济学基础	限选	2	考查	36	36	0		2				
	15	115010006	人力资源管理	限选	2	考试	36	18	18		2				
			公共选修课	公选	8	考查	144	72	72						
	小计				38	0	644	264	380	2	14	8	6	0	0
	实计				18		324	162	162	0	6	6	6	0	0
综合实践课	1	115040021	毕业设计(文化市场经营管理)	必修	2	考查	36	0	36						2 周
	2	115040020	校内/外实践(文化市场经营管理)	必修	8	考查	144	0	144			2 周	2 周	10 周	
	3	115040019	顶岗实习(文化市场经营管理)	必修	24	考查	432	0	432					6 周	18 周
	小计				34		612		612			2 周	2 周	16	20
总计					139		2554	1001	1553	28	33	23	18	19	21

备注：1. 系内限选课记 10 学分，180 个学时。

2. 顶岗实习及校内实践，按一周记 1 学分的标准执行。

3. **号标记课程为课证融合课程，学生可以通过考取演出经纪人证书免去考试。

4. *号标记课程为专业群平台课。

九、实施保障

（一）师资条件

1. 专任教师

序号	核心课程	主讲教师	数量
1	文化产业概论	本科或以上学历，并具有高等职业学校教师任职资格。了解和关注文化产业的行业动态与相关技术发展，对本专业课程有较为全面的了解，熟悉教学规律，具备课程的教学设计和实施能力。具备双师素质，有 3 年以上教学经验。	1
1	市场营销	本科或以上学历，并具有高等职业学校教师任职资格。了解和关注市场营销行业动态与相关技术发展，对本专业课程有较为全面的了解，熟悉教学规律，具备课程的教学设计和实施能力。具备双师素质，有 3 年以上教学经验。	1
2	文化市场调查与分析	本科或以上学历，并具有高等职业学校教师任职资格。了解和关注市场调研相关技术发展，对本专业课程有较为全面的了解，熟悉教学规律，具备课程的教学设计和实施能力。具备双师素质，有 3 年以上教学经验。	1
3	创意写作	本科或以上学历，并具有高等职业学校教师任职资格。对本专业课程有较为全面的了解，熟悉教学规律，具备课程的教学设计和实施能力。具备双师素质，有 3 年以上教学经验。	1
4	项目预算决算	本科或以上学历，并具有高等职业学校教师任职资格。了解和关注财务领域相关技术发展，对本专业课程有较为全面的了解，熟悉教学规律，具备课程的教学设计和实施能力。具备双师素质，有 3 年以上教学经验。	1
5	新媒体运营与推广	本科或以上学历，并具有高等职业学校教师任职资格。了解和关注新媒体行业动态与相关技术发展，对本专业课程有较为全面的了解，熟悉教学规律，具备课程的教学设计和实施能力。具备双师素质，有 3 年以上教学经验。	1
6	广告创作与策划	本科或以上学历，并具有高等职业学校教师任职资格。了解和关注广告行业动态与相关技术发展，对本专业课程有较为全面的了解，熟悉教学规律，具备课程的教学设计和实施能力。具备双师素质，有 3 年以上教学经验。	1

2. 兼职教师

序号	课程	兼职教师	数量
1	文化产业经典案	本科或以上学历，具有扎实的专业知识和技能，具	1

	例解读	有文化产业相关企业岗位工作经验,能承担起专业的教学任务。	
2	文化项目策划	本科或以上学历,具有扎实的专业知识和技能,具有文化项目相关企业岗位工作经验,能承担起专业的教学任务。	1
3	平面设计	本科或以上学历,具有扎实的专业知识和技能,具有平面设计相关企业岗位工作经验,能承担起专业的教学任务。	1
4	企业文化*	本科或以上学历,具有扎实的专业知识和技能,具有企业文化相关企业岗位工作经验,能承担起专业的教学任务。	1
5	中国文化概论*	本科或以上学历,具有扎实的专业知识和技能,能承担起专业的教学任务。	1
6	节目策划与制作	本科或以上学历,具有扎实的专业知识和技能,具有节目策划等相关企业岗位工作经验,能承担起专业的教学任务。	1
7	主持艺术*	本科或以上学历,具有扎实的专业知识和技能,具有主持岗位工作经验,能承担起专业的教学任务。	1

(二) 教学设施

1. 校内实训基地

文化产业经营与管理专业校内实训环境

序号	实训室名称	主要实训项目	对应课程名称	学生数
1	文体馆	课内实训: 1. 组织、策划“迎新晚会”“毕业汇报”“演讲比赛”实训项目(节目策划与制作、艺术管理)。 2. 舞台管理、剧场管理现场实操项目(艺术管理)。 课外活动: 1. 参加“职业教育周”等志愿者服务。 2. 参加社团活动组织的志愿者服务。	节目策划与制作、艺术管理、公共关系	100
2	实验剧场	课内实训: 1. 组织、策划小型公益活动实训项目(节目策划与制作、市场营销)。 2. 舞台管理、剧场管理现场实操项目(艺术管理)。 3. 语言节目表演实践(文化市场调查与分析、主持艺术)。	节目策划与制作、市场营销、艺术管理、文化市场调查与分析、主持艺术	50

		课外活动： 4. 组织小型社团活动。 5. 组织学生会活动。		
3	报告厅	课内实训： 1. 语言节目表演实践（主持艺术）。 2. 校企合作网络直播、网络红人大赛项目实训（公共关系）。 课外活动： 3. 创新创业、就业指导讲座。 4. 组织小型社团活动。 5. 组织学生会活动。	主持艺术、公共关系、文化市场调查与分析	50
4	燃媒工作坊	课内实训： 1. 无领导小组群面（每周 10*3=30 人）。 2. 计划与控制的工具实训（每周 6*4=24 人）。	管理基础与实务 市场营销、项目预算决算、文化项目策划、新媒体运营与推广	20
5	经营决策模拟实训室（在建）	课内实训： 1. 企业经营实战模拟软件：团队建设与企业沟通设计；前期控制、中期控制、后期反馈。 2. 市场营销实训软件：教师固定一类产品，提出设计与运作要求；学生进行市场环境调研分析，完成产品设计、原料采购生产，产品定位与功能定位、消费者行为分析、竞争对手分析，确定产品价格、目标市场及营销渠道、售后服务、促销方案，制定营销战略目标，根据目标进行市场营销策略的设计与组合实施。 课外活动： 1. 广东省大学生创业大赛沙盘模拟。 2. 学院创新创业大赛模拟。	管理基础与实务 市场营销、项目预算决算、文化项目策划	60

2. 校外实践基地

序号	基地所在单位名称	主要合作内容	接纳学生数
1	广州荔支网络技术有限公司	市场营销、艺术管理、管理基础与实务、顶岗实习	20
2	深圳市群众文化学会	市场营销、艺术管理、公文写作、管理基础与实务、顶岗实习	20
3	广州穗演文化活动策划有限公司	市场营销、项目预算决算、文化市场调查与分析、创意写作、顶岗实习	20

4	中艺（深圳）教育有限公司	文化产业概论、项目预算决算、文化市场调查与分析、创意写作、顶岗实习	10
---	--------------	-----------------------------------	----

（三）教学资源

对教材选用、图书文献配备、数字资源配备等提出有关要求。

1.教材选用基本要求

优先选用高职教育国家规划教材、省级规划教材。学校应建立有专业教师、行业专家和教研人员等参加的教材评议选用机制，完善教材选用制度，经过规范程序择优选用教材。鼓励校企合作开发校本教材。禁止不合格的教材进入课堂。

2.图书文献配备基本要求

图书、文献配备应能满足学生全面培养、教科研工作、专业建设等的需要，方便师生查询、借阅。

3.数字资源配备基本要求

建设和配置与专业相关的一定数量的多媒体素材（如图形/图像、音频、视频和动画）、教学课件、案例库、虚拟仿真软件、电子教材、教辅材料等数字资源，种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新、满足教学。充分利用国家教学资源库相关资源。

（四）教学方法

1.落实“教、学、做”一体的情境教学方法

以强化职业能力、创新能力和就业能力培养为目标，以现代信息技术为手段，以校内外实训场地为依托，落实“教、学、做”一体的情境教学方法。尤其是《市场营销》等核心课程，教师应充分发挥燃煤工作坊、互动实训室等校内实训场地的优势，模拟典型场景，营造情境式教学环境；同时利用校外实践基地，由企业兼职教师带领学生在真实岗位环境中学习、实操，真正实现“学中做、做中学”。

2.深入开展校企合作，发挥企业优势，进行项目教学、任务教学等方法

将校企合作落到实处，发挥企业的优势，聘请企业行业专家到校任教，同时参与人才培养方案的制定、专业课程设置、课程标准的制定等，将企业培训模式与学校传统教学模式相结合，使学生一方面掌握好专业基础，另一方面能通过快速有效的手段掌握职业核心技能；开展项目教学法，将行业企业实际项目与学生专业课程无缝对接，实行校内教师和企业指导教师双指导模式，使学生在校期间就了解真实工作岗位、了解企业工作方式方法。

3. 分析课程性质、课程特点，实施有针对性的教学方法

深入分析解读课程性质、课程特点，不同性质特点的课程采用不同的教学方法，管理、营销、策划类课程，建议使用案例教学法、情境模拟法、行为导向法等；创意写作、文化市场调查与分析等实操性强、动手能力要求高的课程，建议使用四步教学法（讲解、示范、模仿、练习）、目标教学法等。

（五）学习评价

教学评价实施多元评价、多点考核。建立突出学生能力与素质培养的考核评价体系，结合、课堂考核与职业技能鉴定相结合，校内考核与行业企业考核相结合、学生自评与互评相结合的多元评价方式。既关注学生对知识的理解和技能的掌握，更注重学生在实践中运用知识解决实际问题的能力水平。

1. 课程考核

体系结构	评价项目与内容	评价方法或手段	评价主体
知识与技能评价	1. 学习态度。 2. 学习过程考核成绩。 3. 学习目标完成情况。 4. 期末考试各科学业成绩。 5. 参加技能竞赛等。	1. 过程与结果记载。 2. 自我评价与学生互评、师评。 3. 考试成绩。 4. 竞赛成绩。 5. 座谈。	1. 任课教师。 2. 学生本人。 3. 企业。 4. 其他。
岗位职业能力评价	从业认证或技能认证。	认证考试	国家教育部考试中心、人力资源和社会保障部

2. 评价方式

考核项目		考核内容	考核方式	备注
过程考核	态度纪律	出勤情况、作业完成情况、课堂回答问题、课堂实践展示情况、课后拓展训练。	自评、互评、教师评价	具体占比与分配根据课程性质及特点适当调整
	单元(项目)实践	任务实现：运用知识能力，技能掌握能力； 创新能力：分析与解决问题能力。 表达沟通：正确描述问题、回答问题能力。	自评、互评、教师评价	
结果考核	期末笔试	根据课程标准制定的内容进行考核。	自评、互评、教师评价	
	综合实训	态度纪律：出勤、团队合作情况。 任务实现：任务的设计、实施。 创新能力：发现问题、分析问题、解决问题能力。 文档编写：实训报告书书写是否规范。 表达沟通：讲解、分析任务、回答问题能力。	自评、互评、教师评价或企业评价	

（六）质量管理

为保证和提高文化产业经营与管理专业人才培养质量，树立质量意识和全面的质量观，严格把好质量关，建立科学合理的教学评估督导体系，形成分析、评价、反馈制度，营造良好的教学环境，达到最佳教学效果。

1. 抓好专业核心课的建设与教学：文化产业经营与管理专业职业核心技能主要通过该专业核心课程来实现，核心课程的建设与教学尤为重要，系部成立由专业带头人、专业负责人、企业专家组成的质量监控小组，主要评估、监控核心课程的建设与教学情况，发现问题迅速反馈、并责令及时整改。

2. 建立教学质量检查考核制度：教学评估工作要与日常教学管理与建设相结合，以教师教学和学生学习为重点，制订科学的、可操作的教学质量评估指标体系，开展针对专业、课程和教师教学质量和学生学习质量评估工作。教学评估工作要和学校内部的激励机制与约束机制相结合。

3. 针对文化产业经营与管理专业的特点及岗位要求，建立企业评价、学生评价、教师互评、督导评价等多元结合的教学评价机制及量化标准，实行企业评价、督导评价一票否决制，量化评分不合格者，为其配备专门指导教师，同时优先安排专业技能类培训，帮助其提高业务水平与能力，系部领导及教研室负责人将其列为重点听课对象。

4. 制定专任教师继续教育实施办法，分类别、多渠道组织教师参加专业技能提升培训、学历提升等，鼓励教师考取职业技能证书，不断提高“双师”教师数量，形成优质的专业教师团队。

5. 制定各项规范标准，对课堂教学、实验教学、实习教学、课程设计、毕业设计（论文）等教学环节提出要求，并认真组织实施。

十、毕业要求

（一）毕业要求

学生修完本人才培养方案规定的课程，考核合格，获得规定的学分，总学分不低于 141 学分，并取得第二课堂 8 学分，准予毕业。对于在规定年限内难以完成所要求学分者，可申请延长学习时间，最长可延期 2 年。

（二）职业资格证书要求

启动“学历证书+若干职业技能等级证书”制度试点（1+X 证书制度试点）工作，力求毕业时学生获取职业技能等级证书的比例达学生总数的 30%左右。

证书名称	认证机构	获证要求
演出经纪人	中国演出行业协会	建议获得
演出督导（四级）	全国职业技能鉴定中心	建议获得
中国市场营销经理助理资格证书	中国市场协会	建议获得
教师考级资格证	中国舞蹈家协会	建议获得

教师考级资格证	中国民族民间舞等级考试中心	建议获得
研学旅游策划与管理（EPPM）职业技能等级证书	亲子猫（北京）国际教育科技有限公司	建议获得

（三）基本技能证书

证书名称	认证机构	获证要求
高等学校英语应用能力考试 B 级证书	高等学校英语应用能力考试委员会	建议获得
全国计算机等级考试一级证书	教育部考试中心	建议获得

十一、其他

（一）校企合作

加大校企合作的深度与广度，拟定校企合作实施办法及实施规划，建立合理的利益分配机制，调动企业参与校企合作的积极性。

1. 校企协同制定人才培养方案，切实落实以就业为导向，以能力为本位

聘请广州拂晓文化艺术有限公司、广州江波文化传媒有限公司、万国影业等 8 家企事业单位的专家成立校外专业指导委员会，共同制定人才培养方案。

2. 引进企业优秀专家来校授课，委派教师到校外实践基地挂职锻炼

万国影业等企业优质业界人才、技术骨干担任行业导师，实践类课程教学、继续教育指训、职业指导、行业培训、专题讲座等工作，企业聘请优秀教师担任顾问或者到行业内企业挂职，为企业提供智力支持。已委派 3 名教师分别到中艺（深圳）教育有限公司、广州江波文化传媒有限公司、广州拂晓文化艺术有限公司挂职，分别担任策划指导、培训教师业务提升指导及编创总监等职务。

3. 共同研发申报课题教学成果等，努力实现强强联手，同时使科研课题开发更具实用性，对实际教学产生帮助

与深圳群众文化学会签订协议，在课题开发与申报、科研项目申报上实行合作，群众文化学会拥有职称评审评定、文艺作品评审、文化课题研究和文化发展规划制定等专业平台，可以提供丰富的科研课题资源，又有强大的专家团队，与学院教育、文化系统资源对接，共同申报课题，共同开发项目。

4. 安排学生到校外实践基地实习，增加学生校外实践基地跟岗实习、顶岗实习的人数

文管专业现有 8 家实训基地达成协议，每个企业每年接收文管专业 5-20 名实习生到单位实习，与实习生签订实习协议、三方协议等，企业派专人负责，学校派实习指导教师，与企业指导教师共同指导学生实习。

5. 开发创新创业项目，共建创业孵化基地

在教学过程融入创新创业教育活动，组建创新创业团队、成立创新创业工作室，承接校内外各项活动的组织、策划与执行。与企业及社会团体合作，成立孵化基地，协同育人，共

同开发创新创业项目，注重创新创业在专业能力结构中的融合，系统培养学生的创新创业素质，训练学生的组织创新技能、活动策划技能、组织管理运营创新技能等。

（二）专业特色

1. 引入美育课程，构建艺术+文管人才培养模式

利用学院丰富的艺术教育资源开设艺术素养提升类课程，把艺术审美和艺术技能带入课堂，激发学生认识美、爱好美和创造美的能力，使学生在浓重的艺术氛围中提升人文艺术素养，适应文化艺术机构、演艺集团、剧院剧场、文化传播公司的文化经营管理类人才。

2. 依托艺术院校演出资源优势，具有丰富的校内外实践机会。

学生可参加校内各项文艺演出活动，并有机会参与广东省艺术节、岭南舞蹈大赛、中国舞蹈“荷花奖”当代舞、现代舞评奖活动等国家级、省级文化艺术活动，在真实的演出服务中训练专业技能。