

人文与传播学院

文
化
产
业
管
理
专
业
修
读
指
南

目 录

一、文化产业管理专业介绍	1
(一) 历史沿革及现状	1
(二) 专业建设规划	2
(三) 专业特色及前景	3
二、专业建设情况：在地化、服务现代产业、特色化、重实践	4
(一) 适宜齐全的办学环境与设施	4
(二) 多层次跨学科的师资体系	4
(三) 差异化特色化的培养方案	5
三、文化产业管理专业人才培养方案（2025 版）	6
四、文化产业管理专业学生选课指导	19
(一) 学分构成	19
(二) 选课说明	19
1.技能教育模块的选课说明	19
2.通识教育模块的选课说明	21
3.专业教育模块的选课说明	22
(三) 文化产业管理专业主要课程介绍	24
1. 学科基础平台课	24
2. 文管专业必修课	24
3. 文管专业选修课	26
4. 其他专业选修课	30
五、常见问题解答（Q&A）	31
附录：文化产业管理专业主要教职员工联系方式	

欢迎加入厦门大学嘉庚学院

文化产业管理专业



一、 文化产业管理专业介绍

(一) 历史沿革及现状

文化产业管理专业，隶属于厦门大学嘉庚学院人文与传播学院，是**福建省省级服务产业特色专业、福建省应用型本科旅游文创专业类教学联盟理事单位、海峡两岸文化创意产业人才联盟理事单位、校级一流专业、校级示范文化创新与实践教学团队。**

人文与传播学院是厦门大学嘉庚学院首批院系之一。本院最早的中文专业、广告专业创建于2003年，2009年12月原中文系与新闻传播系合并成立人文与传播学院。经过15年发展，人文与传播学院目前拥有5个与社会需求紧密联系的人文类、传播类、管理类的专业：汉语言文学、新闻学、广播电视学、广告学、文化产业管理专业。目标建成国内同类院校中办学水平一流、有鲜明特色、毕业生广受社会好评的人文类学院。

为适应现代服务行业、现代管理行业、社会文化的飞速发展和人才需求，厦门大学嘉庚学院文化产业管理专业遵循教高[2013]4号文件，创立于2013年，招收培养全日制本科生，于2017年3月顺利接受增列学位授权评审，评估优秀，获学士学位授权专业，颁发管理学学士学位。本专业整合两岸三地优秀人才及业界资深专家，为培养人才、提升教学、促进科研、服务产业做出了实际贡献。目前本专业已毕业400多名，在校学生200余人。自创办以来，本专业就业率含升学率均走势良好。有多名毕业生先后考入厦门大学、中国美术学院、华中师范大学、云南大学、华南师范大学等一流学府深造，还有多名毕业生前往香港地区、英国、澳大利亚、美国等各国著名高校或研究所攻读本专业或相近专业研究生，其他毕业生多就职于政府机关、文化企事业单位以及自主创业。

文化产业管理专业所属的人文与传播学院办学实力强劲、特色鲜明，拥有福建省高校人文社会科学研究基地：两岸语言应用与叙事文化研究中心；拥有丹溪映画文化产业创新中心。在建数项福建省本科教学质量工程项目，包括一个省级实验中心、两个省级特色专业、三门省级精品课程、一支省级优秀教学团队、一位福建省教学名师、一门省级一流课程、二项省级重大教改项目、多项省级教改项目。文化产业管理专业重视实践教学，与政府、企业等共建水平高、专业对口、充满活力的使用中实习基地30余个。所在人文与传播学院现有教学科研用房达3000余平方米，教学研究依托的“全媒体实验中心”是我省首家全媒体实验中心，其前身为现代传播技术实验中心，2009年已获“福建省示范中心”称号。拥有先进的数字化实验教学设施，设有虚拟空间创作与拍摄、文化创意与展示、大数据处理、设计制作等多方面功能。现有非线性编辑室、多功能数字编辑室、普通话测试中心、摄影实验室、线性编辑室、多动能影音实验室、

演播厅、媒体融合实验室、MIXAR-虚拟现实与媒体艺术实验室等多间专业实验室。文化产业管理专业自主拥有文化创意中心、文化产业与创意互动中心两大实验基地。

厦门大学嘉庚学院培养具有较高综合素养和实践能力的人才为目标。人文与传播学院现有在校学生 2000 多人，学生来源于全国各省，外省生源占比大于 50%。自 2014 年始，与厦门大学联合培养 6 个二级学科方向的硕士研究生，累计毕业 30 余名研究生。人文与传播学院注重培养学生的应用能力和创新能力，历年来，5 个专业的学生们的在国际、国内专业竞赛中，屡创佳绩，获省级以上奖励 1500 余项。获国内外重要专业竞赛奖 400 余项；200 多名毕业生考入国内外著名高校就读硕士学位，多名考入博士研究生。

（二）专业建设规划

厦门大学嘉庚学院从创办之日起就确立了“面向人才市场办学，通过市场谋求发展”的战略思路。文化产业管理专业属于适应国家“十二五”发展规划的“**新兴产业专业**”、“**跨学科交叉专业**”，是为适应中国文化产业快速发展而设立的新型专业，以培养具有宽阔的文化视野、掌握现代产业理念和经营技能的复合型文化产业人才为目标。厦门大学嘉庚学院文化产业管理专业从创办之日起就注意到：本专业的人才培养直接面对多层次、多种类的人才市场需求和多选择、多变化的个人发展诉求；同时，也面临着人才市场需求多元化、社会经济发展加速度、立足本土面向世界背景等现实状况。经过多年的发展，文化产业进入了与实体产业深度融合的阶段，文化产业的经营人才受到普遍重视，特别是具有商业能力又精通文化产业商业模式的复合型人才，以及精通全媒体和全产业链经营的人才将存在较大的缺口，人才的培养将成为文化产业市场竞争的核心要素。

在厦门大学嘉庚学院全面实现腾飞的背景下，直接面对多层次、多种类的人才市场需求和多选择、多变化的个人发展诉求，积极推动人文学科研究与推广，文化产业管理专业力图建设为具有：时代化、集成化、国际化、在地化，四个特点相结合的新型人文社科及管理科学的教学和研究平台。本专业坚持立足市场需求来确立人才培养模式，设置专业课程，改革教学方案；并坚持确立和贯彻嘉庚学院以学生为中心的办学原则到本专业管理和教学、科研中，切实为学生提供人性化的一流的教育与服务。

文化产业管理专业自建成后，**逐年升级，成为强势专业**。在 2016 年获批福建省高等学校服务产业特色专业，2017 年获批建设“基于职业资格测评标准化体系建构的文化产业管理人才培养模式探索”福建省本科高校教育教学改革项目（“十三五”教育科学规划本科高校教改专项），2018 年文管专业被推荐成为海峡两岸文化创意产业人才联盟理事会理事单位，2019 年文管专业被推选为福建省应用型本科旅游文创专业类教学联盟理事单位、专业主任被推选为该联盟副理

事长，2020 年获批建设福建省重大教改项目“传统文化继承创新与实践教学体系探索”，2021 年评估为校级一流专业，2021 年入海峡文旅创意产业协会任理事。2022 年“新文科背景下交叉学科传统文化继承与创新创业实践综合教学改革”获校级教学成果特等奖。2023 年完成漳州市海洋美学与漳州海丝文脉传承与创新项目。2024 年完成福建省高校原创文化精品项目。2025 年专业签约政企校地合作项目服务厦门市海沧区文化提升工作。

文化产业管理专业积极响应福建省“高校服务产业转型升级和创新创业行动计划”，力争建成服务以学校为基点辐射周边区域、支撑现代服务业行业升级、解决现代服务业中相关行业方向，集中挂靠现代服务业、现代文化产业中的**国际会展业、现代休闲文旅产业、艺术市场管理、媒介管理** 4 个方向的实际技术和发展问题的应用型专业；并以建成服务社会治理和公共服务特殊需求的特色专业。

(三) 专业特色及前景

文化产业管理专业以**培养二十一世纪急需的应用型文化创意产业高级经营/管理专门人才**为培养目标，特别注重培养学生的文化创意辨识能力、方法与技术、面向文化市场的管理能力，构建了“以文化创意产业经营管理为基础、以文化创意项目实践为特色”的课程体系。本专业与各专业秉持资源共享原则，在师资、教学和设备上相互支持，学生可以依据自己的兴趣与生涯规划选修各种课程组课程，创造个人专长，实现一专多能的知识和技能叠加。

文化产业管理作为典型的交叉学科，知识体系融合了人文社科、经济管理、艺术技术等多领域，宽基础、通专业、重实践、强应用是本专业的特色，本专业人才对于市场的应用场景适配度高。

响应福建省“高校服务产业转型升级和创新创业行动计划”，对接省委省政府确定的九大产业领域当中的现代服务业领域，力争建成用以服务国家和省文化发展需求、能够促进文化创意市场开发、引领文化产业发展的较高水平专业；建成服务以学校为基点辐射周边区域、支撑现代服务业行业升级、解决现代服务业中相关行业方向，集中研究现代服务业中的国际会展业、现代休闲文旅产业、艺术市场管理、媒介管理 4 个方向的实际技术和发展问题的研究应用型专业；并以建成服务社会治理和公共服务特殊需求的特色专业，形成了“**时代化、在地化、国际化、集成化、跨学科、人性化**”的专业特点：

1、面向文化产业与实体产业深度融合的现实状况

2、关联学历教育与职业能力的实际专业培养

3、开展复合型文化产业行业职业专业人才培养

4、创意产业与经营管理结合的新文科专业建设

二、专业建设情况：服务现代产业、特色化、重实践

（一）适宜齐全的办学环境与设施

厦门大学嘉庚学院为学子成长提供了一流的软硬件设施。现代化气息浓郁的图书馆，提供198万册藏书和优雅宁静的学习环境。完善的实验室配套/实训基地，提供强化动手能力的优越平台。与306家知名企事业单位合作建立的实习基地，构筑实习就业的畅通渠道。嘉庚学院特色的转专业制度和教师答疑制度，使学子在以兴趣为导向的学习环境和亲密的师生关系中快乐成材。我校拥有一流的图书馆及其数字图书资源，并且与母体学校厦门大学图书馆馆藏资源共享，为文化产业管理专业准备了充足的图书、报刊等研究、学习资源。

（二）多层次跨学科的师资体系

文化产业管理专业集合了厦门大学嘉庚学院多学科、人文与传播学院多专业的教师资源，辅以行业兼职教师队伍，共同建构了一只综合化、全方位、目标统一的教师队伍。

主要体现了以下四个特征：

多层次的师资融合。文化产业管理专业教师形成了教授-副教授-讲师-助教的合理层级结构，均为国内外名校硕博，以及行业精英。

多学科的互补融合。聘请了来自于文化学、传播学、管理学、经济学、语言学、设计学等多个学科的共享教师资源，共同打造文化产业管理人才的核心竞争力。

多个国家地区教育经验及行业经验的融合。文化产业管理专业为培养学生的多元化文化素养和创意能力，有意识地聘请了拥有美国、日本、德国、英国、澳大利亚等多个国家博士、硕士学习及工作经历的教师共同授课。

理论素养与实践能力相结合的专业团队。文化产业管理专业博士导师、硕士导师、硕博梯队、以及行业人才构建的师资队伍，理想的将理论研究与行业实践相结合，实现了对文化产业管理专业传统内涵与时尚文化的双重建构。

(三) 差异化特色化的培养方案

文化产业管理专业特色化、差异化办学，经过对业界、学界的全面调研，对培养方案进行了精细化、系统化论证，详见第四部分《文化产业管理专业人才培养方案》。

1.学历教育与职业培训相关联的应用型课程体系

在专业体系架构上，注重与多重学科及专业的交叉融合，形成4个方向下各自的核心课程建设。为贯彻执行国发〔2014〕10号文《国务院关于推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干意见》的精神，推动实施文化创意和设计服务人才扶持计划，以具体行业的策划与管理为核心的基础课程建设，培养专业化的服务人才，弥补福建在现代文化产业服务及管理人才培养上的薄弱环节，推动厦门乃至福建会展产业、现代休闲文化旅游产业、艺术品市场管理、媒介管理的发展。在产业研究上，着重解决现代各文化相关产业在发展过程中遇到的突出问题，为文化产业的发展建言献策。

2.面向职业标准能力测试的实践教学模式

深化产教融合。在课程建构的基础上，积极加强与各实践基地的联系，建设校企合作平台；努力建设学校和其他地方会展企业的联系，建立校企实习基地，实现课程教材与职业标准、教学过程与生产过程的深度对接。同时加强信息化服务。积极运用新媒体手段，注重对特色专业的营销推广，加强与其他院校的联系与合作。

3.推动行业标准化体系建立的校企服务建设

鼓励学生积极独立参与专业教育下的4个行业方向的策划和执行，培养学生的独立思维能力，对教学成果进行直接运用。坚持以企业需求为第一要务。努力根据产业需求和行业标准、职业资格调整人才培养，以适应不断发展的文化产业变化。

建立为企业提供充分的文化市场人才信息咨询服务高地，建立有信息交流平台。根据市场需求，建立相关资料库，为文化产业管理人才提供咨询服务和人才库。

三、 文化产业管理专业人才培养方案（2025 版）

（一）培养目标

培养担当民族复兴大任、具有社会责任感、具有创新精神、实践能力突出、德智体美劳全面发展的应用型、复合型、创新型的文化创意产业高级经营管理专门人才；具有智能时代急需的文化产业经营管理能力，熟悉文化经济运行规律、懂得文化资源运作、具备文化创意辨识能力、坚守文化产业法律法规和数字伦理意识、熟练运用文化创意方法与技能的智能型管理专业人才。毕业生能在文化产业相关企事业单位从事项目执行、策划、管理等相关工作，也可到境内外学术科研机构攻读本专业或相关专业的硕士学位。

（二）培养规格

1. 素质要求

1.1 具有良好的身体素质和道德素质

1.2 具有良好的人文与科学素养，掌握计算机、外语、人工智能等通用技能

1.3 具有终身学习的觉悟和习惯，具有批判性思维，具有人工智能伦理意识，具有文化产业管理职业素养

2. 能力要求

2.1 具有良好的沟通表达和团队协作能力

2.2 具有良好的数据化资源运作能力，能够运用科学的方法，通过课堂、文献、网络、实习时间等渠道获取知识；具有文化资源研发的基本能力

2.3 具有良好的文化产业市场调查与分析能力

2.4 具有人机协同创新能力、一定文化创意制作能力

2.5 具有良好的智能化经营管理能力、文化项目经营管理能力

3. 知识要求

3.1 熟练掌握管理学、经济学等基础学科的理论和方法，掌握文化产业市场规律及经营管理的基本理论与基本知识

3.2 系统掌握与文化产业密切相关的工商管理类专业理论知识与方法，掌握本学科的理论前沿及发展动态，掌握文化资源开发及项目运营与执行等实务知识和技能

3.3 掌握哲学、社会学、心理学、法学、科学技术、语言文学、健康艺术、职业发展等方面的通识性知识，熟悉中外文化发展形态，具有一定文化创新技术知识

3.4 掌握人工智能基础理论与文化产业数字化转型规律，掌握会展业、艺术市场管理、现代休闲文化旅游业、媒介管理方向的相关知识

3.5 熟悉文化产业相关政策和法规

(三) 学制及学习年限：学制四年，学习年限三至六年

(四) 学分说明：毕业最低总学分 155。

(五) 授予学位：管理学学士。

(六) 课程设置与学分分配表

类别	课程名称	课程学分数			课程学时数			建议修读学期 (周学时)							
		合计	理论	实践	合计	理论	实践	一上	一下	二上	二下	三上	三下	四上	四下
技能教育模块	技能必修课	20	10	10	448+3周	162	286+3周	6	4	6	4				
	计算机基础	1	1		32	18	14	1+1							
	大学英语 I	3	2	1	64	32	32	2+2							
	大学英语 II	3	2	1	64	32	32		2+2						
	大学英语 III	3	2	1	64	32	32			2+2					
	大学英语拓展课程	3	2	1	64	32	32				2+2				
	军事训练	1		1	3周		3周	3周							
	体育 I	1		1	32		32	2							
	体育 II	1		1	32		32		2						
	体育 III	1		1	32		32			2					
	体育 IV	1		1	32		32				2				
	创新与创业基础	2	1	1	32	16	16			1+1					
	技能选修课	10	5	5	240	80	160		2		2	2	4		
技能选修	1.技能选修课分设语言技能类、计算机技能类和职业技能类，其中职业技能类中的《生涯规划-探索与管理》须修读合格，其余类别无最低修读学分要求。 2.鼓励学生积极参加各类创新创业实践活动。学生参加学校认可的学科竞赛、学术科研、社会实践、创														

课		业实践以及其他创新创业实践活动，可依学校规定申请认定学分。													
	生涯规划-探索与管理	2	1	1	32	16	16		1+ 1						
通识教育模块	通识必修课	19	15	4	368	272	96	5	3	3	2	4			2
	《形势与政策》每学期开设至少 8 学时，在综合考核合格的基础上，统一至毕业前最后一学期给定 2 学分。														
	军事理论	2	2		32	32		2							
	思想道德与法治	3	2	1	48	32	16		2+ 1						
	中国近现代史纲要	3	2	1	48	32	16	2+ 1							
	马克思主义基本原理	3	3		48	48				3					
	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	2	2		32	32					2				
	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	2	2		32	32						2			
	思想政治理论课实践	2		2	64		64					4			
	形势与政策	2	2		64	64									2
通识选修课	通识选修课	16	12	4	320	192	128	1	4	2	4	2	2		1
	通识选修课课程详见每学期开课计划。修读要求： 1. “人文艺术类”中包含“人文类”和“艺术类”两个课程组，其中“艺术类”课程组至少修读 2 学分。 2. “社会科学类”中包含《大学生心理健康教育》《劳动教育》《国家安全教育》和“四史”课程组、“社会科学类”课程组；其中《大学生心理健康教育》《劳动教育》《国家安全教育》和“四史”课程														

	组中的《党史、新中国史、改革开放史、社会主义发展史专题》须修读合格。 3. “自然科学类”至少修读2学分。														
	大学生心理健康教育	1	1		16	16		1							
	劳动教育	1		1	32	8	24								2
	国家安全教育	1	1		16	16					2				
	党史、新中国史、改革开放史、社会主义发展史专题	1	1		16	16					2				
专 业 教 育 模 块	专业必修课	41	38	3	656	556	100	10	8	8	6	6	3		
	学科基础课	10	10	0	160	144	16	2	6	2					
	传播学概论	2	2		32	32			2						
	中国传统文化	2	2		32	32		2							
	写作基础	2	2		32	24	8		2						
	美学原理	2	2		32	32			2						
	人文学科研究方法	2	2		32	24	8			2					
	专业基础课	31	28	3	496	412	84	8	2	6	6	6	3		
	文化产业导论	2	2		32	24	8	2							
	文化资源开发	2	2		32	28	4				2				
	财务管理(C)	2	2		32	32				2					
	管理学原理	2	2		32	32		2							

	(B)													
	文化研究	2	2		32	28	4					2		
	整合营销传播	3	2	1	48	32	16						2+ 1	
	艺术概论	2	2		32	32		2						
	文化产业经营管理	2	1	1	32	16	16				1+ 1			
	文化产业商业模式	2	2		32	28	4			2				
	文化产业项目与策划	2	1	1	32	16	16					1+ 1		
	文化产业政策解读	2	2		32	32			2					
	文化产业应用文案	2	2		32	24	8				2			
	文化产业经济学	2	2		32	28	4			2				
	中外文化史	2	2		32	32		2						
	媒介运营	2	2		32	28	4					2		
专业选修课	专业选修课	36	33	3	576	472	104		2	4	4	8	12	6
	修读要求: 1.专业选修课设置了 A/B/C/D/E/F 课程组: 课程组 A 为基础理论与提升课程组, 以培养更高阶的专业人才提供理论深化及研究类课程; 课程组 B 为国际会展产业课程组; 课程组 C 为艺术市场管理课程组; 课程组 D 为休闲文旅管理课程组; 课程组 E 为媒介管理课程组; 课程组 F 为文化创新创业工作室课程组, 为创新创业人才培养提供教学资源。 2.专业选修课需要选满 36 学分, 须在课程组 A 中选修 6 学分。其余学分可以在其它课程组及课程组 A 的剩余课程中选修。													

课程组 A: 基础理论与提升														
微观经济学原理	3	3		48	48				3					
宏观经济学原理	3	3		48	48					3				
市场调查与分析(B)	2	1	1	32	16	16					1+			
危机公关管理	2	2		32	24	8				2				
媒体品牌策略	2	2		32	24	8					2			
人力资源管理(B)	2	2		32	32								2	
管理咨询工具	2	2		32	28	4					2			
公共关系学原理	2	2		32	24	8			2					
公关策划与专题活动	2	2		32	24	8			2					
文化创意方法	2	2		32	24	8		2						
演讲与口才	2	1	1	32	16	16			1+					
神话与文化	2	2		32	32					2				
闽南文化研究	2	2		32	32						2			
文化产业案例分析	2	2		32	32							2		
中外文化产	2	2		32	32						2			

业史														
文化产业研究前沿	2	2		32	32					2				
统计原理与分析软件	2	2		32	24	8					2			
跨文化传播	2	2		32	24	8			2					
文化产业知识产权保护与管理	2	2		32	32				2					
现代传播技术实验 I (硬件)	1		1	16		16			1					
现代传播技术实验 II (软件)	1		1	16		16				1				
课程组 B: 国际会展产业														
会展产业	2	2		32	32			2						
会展项目管理	2	2		32	28	4				2				
会展活动创意与设计	2	2		32	28	4					2			
会展场馆经营与管理(B)	2	1	1	32	16	16						1+		
会展策划与组织	2	1	1	32	16	16			1+					
艺术策展与管理	2	2		32	24	8							2	
文化节事策划与执行	2	2		32	24	8				2				

国际会展业发展史	2	2		32	32				2					
会展经济学	2	2		32	32					2				
课程组 C: 艺术市场管理														
博物馆经营与管理	2	2		32	24	8					2			
艺术品市场学	2	2		32	32						2			
文化继承与创新	2	2		32	32						2			
古琴音乐弹奏与欣赏	2	1	1	32	16	16			1+ 1					
纪录片作品赏析	2	2		32	24	8		2						
西方艺术史	2	2		32	32					2				
书法	2	1	1	32	16	16		1+ 1						
美术基础	2	1	1	32	16	16			1+ 1					
音乐基础	2	2		32	32			2						
美国文学简史	2	2		32	32							2		
中国工艺美术史	2	2		32	32						2			
艺术管理学	2	2		32	28	4					2			
西方音乐史	2	2		32	32							2		
课程组 D: 休闲文旅管理														
旅游产业概	2	2		32	28	4			2					

论														
文化旅游管理	2	2		32	28	4				2				
文化旅游模式研究	2	2		32	28	4					2			
社区文化营造	2	2		32	24	8				2				
文化创意与城市更新	2	2		32	24	8					2			
地方创生实践	2	1	1	32	16	16							1+	
民俗文化创意	2	2		32	24	8					2			
文化遗产经济学	2	2		32	32						2			
旅游经济学	2	2		32	32			2						
餐饮文化创意	2	2		32	24	8					2			
现代休闲产业管理	2	2		32	32							2		
摄影基础	2	2		32	24	8			2					
遗产旅游	2	2		32	26	6				2				
非遗保护与旅游利用	2	2		32	24	8			2					
文化旅游项目策划	2	2		32	26	6						2		
课程组 E: 媒介管理														
广告文案写作	2	2		32	24	8		2						

媒介营销实务	2	2		32	24	8				2				
媒介产品运营	2	2		32	24	8			2					
媒介文化通论	2	2		32	32								2	
微视频运营	2	1	1	32	16	16						1+ 1		
网络直播经济	2	2		32	32								2	
纪录片制作	2	2		32	24	8					2			
影视制片管理	2	2		32	24	8			2					
品牌策略与管理	2	1	1	32	16	16					1+ 1			
媒介关系与策略	2	2		32	24	8			2					
广告摄影	2	2		32	24	8					2			
影视艺术史	2	2		32	24	8			2					
影视作品分析	2	2		32	24	8					2			
新媒介艺术研究	2	2		32	32								2	
新媒体概论	2	2		32	24	8				2				
课程组 F: 文化创新创业工作室														
剧院经营管理	2	1	1	32	16	16					1+ 1			
娱乐经纪理论与实践	2	1	1	32	16	16							1+ 1	

文化市场营销	2	2		32	28	4			2					
创意技术基础	2	2		32	24	8		2						
创意商品设计	2	1	1	32	16	16		1+ 1						
非遗创意与营销	2	1	1	32	16	16					1+ 1			
品牌形象设计(文传)	2	1	1	32	16	16			1+ 1					
餐饮服务管理	2	1	1	32	16	16						1+ 1		
跨媒体整合传播实务	2	1	1	32	16	16						1+ 1		
移动互联媒体商业模式	2	2		32	24	8					2			
移动广告界面设计	2	1	1	32	16	16			1+ 1					
人工智能生成广告	2	1	1	32	16	16					1+ 1			
视觉传播专题策划与实践	2	1	1	32	16	16				1+ 1				
GIS 概论与实践	2	1	1	32	16	16							1+ 1	
影视广告创意	2	2		32	24	8					2			
纪录片项目工作坊	2	1	1	32	16	16						1+ 1		
微记录 IP 孵	2	2		32	24	8							2	

	化														
	实习与实践	13		13	26 周	0	26 周		1		1		1		10
	教学实践 I： 文化资源调研	1		1	2 周		2 周		2 周						
	教学实践 II： 文化项目见习	1		1	2 周		2 周				2 周				
	教学实践 III： 文化项目策划	1		1	2 周		2 周						2 周		
	毕业实习(文管)	4		4	8 周		8 周								8 周
	毕业论文/设计(文管)	6		6	12 周		12 周							12 周	
学分、学时总计及学分学期分布		155	113	42	2608	1734	874	22	24	23	23	22	22	6	13

(七) 学期教学活动安排情况

项目周数 学年学期		课程 教学 周	实践 教学 周	军事 训练	复习 考试 周	毕业 实习	毕业论文(设 计)及答辩	教研 活动 周	合 计
一	1	16		(3)	2			1	19
	2	16	2		2			1	21
二	3	16			2			1	19
	4	16	2		2			1	21
三	5	16			2			1	19
	6	16	2		2			1	21
四	7	16			2		(12)	1	19
	8	16			2	(8)		1	19
合计		128	6	(3)	16	(8)	(12)	8	158

备注：教研活动周于期末考试后进行，学生不需参与。

四、文化产业管理专业学生选课指导

(一) 学分构成

文化产业管理专业学生必须修满 155 个学分，方可毕业。文化产业管理专业每个教育模块对学生提出了不同的学分要求。如果其中任何一个课程模块没有修满相应学分，即使在其它课程模块当中学分已经超出，总学分数超过规定，也不符合毕业的要求。

详细内容请参阅前面的《课程设置与学分分配表》。

(二) 选课说明

在文化产业管理专业的培养计划当中，一共设立了三个模块的课程：“技能教育模块”（《计算机》、《大学英语》等），“通识教育模块”（《马克思主义基本原理》、《大学体育》等），“专业教育模块”（所有的专业课程都在这个模块）。上述三个模块当中各有必修课和选修课，必须分别修满相应的学分才能达到毕业要求。

同学们要按规定完成各个课程模块当中的相应学分。在充分了解所设课程主要内容、教学方法、考核形式的基础上，制定一个合理的、灵活的选课计划。由于有些课程热门，选修的人很多，不同课程对于课程班人数的限制也不同。要做好落选的准备，最好有多个备选的方案，不能因为选不上而耽误自己的学习计划，以至于不能达到毕业所需的学分要求。

课程体系中的必修课部分开课时间、学时、学分一般是固定的。选修课学生要根据该学期开设情况选择。每个学期结束前两周，每个同学要网上通过选课系统选择下个学期的选修课程。在选课之前，请先仔细阅读相关候选课程的介绍，特别要注意有些课程有先修课程的特别要求，如果没有预先修读其要求的先修课程，该门选修课程是不能选的。

1.技能教育模块的选课说明

在该模块内设立的所有课程，旨在为专业学习和职业愿景提供“技术能力”的支持。

技能教育课程由必修、选修和实习与实践三部分组成。其中必修课程安排 14 个学分，是国家规定的英语、计算机和职业规划课程。选修课要求在四个课程组中选择 6 个学分，涵盖职业技能、沟通技能、语言技能和网络应用技能。实习和实践课程由院统一安排。根据培养计划，必须修满这个模块当中所有必修课学分 33 分，以及完成 6 分的选修课学分。

我校是应用型本科院校，重视学生实践、实习环节的训练。我校文化产业管理专业根据学生学习需要，环环相扣、循序渐进地设计各个实习、实践环节。

(1) 教学实践周实习

教学实践周是厦门大学嘉庚学院特色教育模式、特色教学环节，在促进学生德智体全面发展的基础上，加强学生实践创新能力和应用能力的培养，实现学院“宽口径、厚基础、重能力、求个性”的人才培养目标，设置在每一学年的考试周结束后，为期2个星期的集中实践教学周期。根据文化产业管理专业的教学特色，本专业对实践周的教学活动进行了细心的设计与安排如下：

教学实践Ⅰ：文化资源调研
教学实践Ⅱ：文化项目见习
教学实践Ⅲ：文化项目策划

《教学实践Ⅰ：文化资源调研》：是面向文化产业管理学生开设的实践周必修课程，一般在一年级开设。本课程教学以实践课程为主，辅以讨论课。本课程目的是通过学生对各地文化资源及文化产业资源的搜集、整理，培养系统的文化资源开发的认识、理解和分析表达能力，并培养学生热爱祖国文化产业的感情，自觉肩负起传承和振兴祖国优秀传统文化的重任。

《教学实践Ⅱ：文化项目见习》：文化项目见习是文化产业管理专业的必修课程及实践周课程，一般在二年级下学期开设。课程以培养学生的实践能力为切入点，为学生提供观摩、认识、了解文化项目具体操作的途径。从而为后续参与文化项目策划打下良好的基础。主要包括：实践周动员大会、学生集中/分散到行业单位进行见习、教师指导、学生撰写实践报告。培养文化产业管理职业素养，锻炼文化项目运营能力，掌握文化项目策划知识。本课程要求学生积极主动参与，从文化产业的要素、特性以及内在规律的分析入手，见习、了解并掌握文化项目运营流程与方法。

《教学实践Ⅲ：文化项目策划》：文化项目策划是文化产业管理专业的必修课程，及实践周课程，一般在三年级下学期开设。课程以培养学生的实践能力和创新意识为切入点，为学生提供认识、了解业界的有效途径，并让学生实际参与到文化项目的策划中。从而为后续走上工作岗位打下良好的基础。主要包括：实践周动员大会、学生集中/分散到行业单位进行见习、教师指导、学生撰写产业策划全案及前期市场分析及研究报告。课程着力于文化产业管理职业素养的培育、获得文化项目运营能力、团队合作能力，熟练掌握文化项目策划知识及策划案撰

写的各项要求。本课程要求学生积极主动参与，学生从文化产业的要素、特性以及内在规律的分析入手，掌握文化项目策划流程与方法，提升调研、分析、创新、管理以及团队合作的能力。

(2) 专业毕业实习

毕业实习是文化产业管理专业培养学生社会实践能力和全方位素质的关键一环，目的在于培养学生综合应用知识的能力和从事本学科科学研究的初步能力，培养学生独立思考问题、分析问题和解决问题的能力，既为学生提供了理论联系实际的平台，又是检验学生学业的一个直接而有效途径。本专业始终坚持以培养学生能力的全面发展为教育之本，坚持以宽口径、厚基础、重能力、求个性的人才培养模式来培养学生人才培养的根本不在于知识的传授，而在于能力的培养。毕业实习安排在第四学年第二学期进行，共8周。

根据文化产业管理4培养方向（休闲文化产业管理、会展方向、艺术品市场管理、媒介管理），组织学生在行政机构、公司企业等多种文化产业相关行业、岗位开展线上及线下实习，进行与文化相关的实习工作。以使学生了解社会，巩固专业理论知识，提高实际工作能力，更好地理解文化产业管理专业毕业生的工作性质、特点，明确本专业在社会构成中的重要地位。部分学生可以由专业安排在专业对口挂靠的实习基地集中实习。要求学生通过毕业实习，巩固课堂所学的专业知识和专业技能，提高运用所学专业理论知识观察问题、分析问题和解决问题的能力，尽快适应毕业后实际工作需要，要求学生在实习结束后递交实习报告和成果。

(2) 劳动教育实践

文化产业管理专业以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，为全面贯彻党的教育方针，落实全国教育大会精神，坚持立德树人，坚持培育和践行社会主义核心价值观，按照中共中央、国务院《关于全面加强新时代大中小学劳动教育的意见》、教育部《大中小学劳动教育指导纲要（试行）》和厦门大学嘉庚学院《〈劳动教育〉课程教学实施方案》，结合文化产业管理专业特点，制订了文化产业管理专业《劳动教育》课程实践环节教育计划。在专业学习的每个学年，依托具体专业课程，组织在校本专业学生开展劳动实践活动项目，包括“日常生活劳动”、“生产劳动”、“服务性劳动”三种类型的实践课程及劳动体验。

2.通识教育模块的选课说明

这是一个搭建知识结构框架的课程模块。在大学的学习中，专业课程只是一个环节，尽管它非常重要，但不能构建起完整的知识结构框架，专业修养的提高需要辅之以专业课程之外的知识内容。这个模块当中包括《马克思主义基本原理》等8门通识类必修课程。全院性通识

选修课程，由嘉庚学院所属各个院系提供。内容涵盖人文艺术、社会科学、自然科学等，门类齐全、内容丰富。在这个模块当中，必须完成 23 个必修课学分和 14 个选修课学分。

通识教育课程有必修和选修两部分内容，其中必修课程安排 25 个学分，由国家规定的思想政治、法律常识、军事理论、体育和素质教育相关课程组成。

通识教育选修课程包括人文艺术、自然科学和社会科学等三大类课程，每类至少修读 1 门。通识课程需要修满 14 个学分，建议在这个板块选课的时候根据以下原则：

(1) 加强文化产业管理能力，选修一些与经济、管理、贸易、财务等相关的课程。比如，管理学院、商学院等教师为全院开设的相关通识选修课一般可以帮助提升管理水平；

(2) 加强文化创意与设计能力，选修一些视觉传达、数码媒体、动画、建筑、旅游开发等方面的课程。比如，艺术设计系、音乐系、建筑系等教师开设的课程一般可以帮助提升创意素养和能力。

(3) 加强文化修养与文化内涵，则选修音乐系、艺术设计系、通识教学部等课程。

(4) 增加一些法学、行政管理、公共管理的知识，法学、行政管理、公共管理等专业教师为全院开设的通识课程，这将有助于站在法律、公共管理的视角看待文化与社会，以便自己更好地工作与生活。

3.专业教育模块的选课说明

这个模块当中的所有课程，是在吸取国内外相关高校经验，广泛征求业界经验及总结过往教学效果经验之上，结合本科专业人才培养的规格和目标而设计的。由史、论、方法、技能四个部分构成，这个模块将为专业素养和专业能力的提升提供重要支持。技能教育模块、通识教育模块、专业教育模块的占比及学分分布可参考文化产业管理专业人才培养方案（2019 版）中的课程分类统计表中的详细数据。

(1) 专业必修课程组

文化产业管理人才基本素养、文化产业管理专业的基础知识和基本能力教学及训练，主要包括：5 门文传学院学科基础平台课，分别是写作基础、传播学概论、人文学科研究方法、中国传统文化、美学原理；15 门专业必修课，主要包括：管理学原理(B)、文化产业管理学、文化产业经济学、整合营销、文化资源开发、文化产业经营管理、文化产业商业模式、文化产业项

目与策划、文化研究、文化符号学、艺术概论、文化产业政策解读、文化产业应用文案、中外文化史、媒介运营。

(2) 专业选修课程组

专业选修课需要选满 36 学分。

旨在以适应社会需求为目标，培养服务于国际会展产业、现代休闲文化旅游业、艺术市场管理、媒介管理 4 个具体专业方向要求的文化产业管理专业人才，并另设文化项目工作室课程组，因此专业选修课共设置了 A/B/C/D/E/F，6 大课程组：A 基础理论及提升课程组以培养更高阶的专业人才提供理论深化及研究类课程，B 国际会展产业课程组、C 艺术市场管理课程组、D 休闲文旅管理课程组、E 媒介管理课程组，分别提供 4 个具体专业方向要求的课程，F 文化项目工作室课程组为创新创业人才培育提供教学资源。须在课程组 A 中选修 6 学分。其余学分可以在其它课程组，以及课程组 A 的剩余课程中选修。

(3) 其他专业选修课

其他专业选修课将来自于人文与传播学院、管理学院、会计与金融学院、艺术设计系相关课程平台，为学生提供更加广泛的专业选修机会。在这个模块当中，人文与传播学院其他四个专业（广播电视学、广告学、新闻学、汉语言文学）、管理学院、会计与金融学院、艺术设计系部分选修课程都有可能成为专业选修课，需根据具体开课情况决定。这些课程在培养计划当中单列的“专业选修课”之外。跨专业选修课程的时候，需要特别注意选修课程的先修课程要求。

(4) 综合实践训练体系

文化产业管理专业设立了课程组 F：文化创新创业工作室课程组，设有综合实践性选修课程等，并与实践周、毕业实习等挂钩。锻炼学生将文化产业管理知识转化为实践能力，教师按照实战项目设计课程班人数，教师对学生有选拔权，与学生双向选择。

(5) 创新研究训练体系

主要培养学生的创新实践、科学研究能力，为学生出国留学、考研深造打基础，主要包括：文化产业管理研究前沿、文化产业管理专业英语等。鼓励学生积极参加各类创新创业实践活动。学生参加学校认可的学科竞赛、学术科研、社会实践、创业实践以及其他创新创业实践活动，可依学校规定认可为技能选修课学分。鼓励学生选修本专业开设的融合双创教育的实训实践类课程。

(三) 文化产业管理专业主要课程介绍

1. 学科基础平台课

《传播学概论》是为了让同学们科学认识大众传播，通过了解大众传播如何影响政治、经济、文化和我们的日常生活，学会有效利用传播，为将来在媒介或与媒介相关的工作单位奠定基础。

《写作基础》是学生必须掌握的基础性、兼具理论性和综合应用性的实际操作型课程。它是一门从理论到实践，从知识到技能转化，主体意识性、社会实践性都很强的课程；必须充分调动写作主体的综合知识、智能、素质与修养参与教学过程的课程。通过教学手段，使学生掌握写作原理、写作要领与写作技巧，获取必备的写作能力，完成从中学“应试”式写作到“创造”性写作的质的转化，以适应专业学习、研究与社会工作的写作需要。

《中国传统文化》旨在为学生提供一个了解祖国悠久、丰厚文化遗产的简明文本，使之对中国文化的产生、发展脉络、文化成果和特征有所把握，并对中国文化的继承和创新问题，引发思考。帮助学生了解祖国的历史文化和发展规律，以提高当代大学生的人文素质，增强其民族自信心、自尊心和自豪感和爱国主义情操。

《人文学科研究方法》是让人文与传播学科专业的学生能掌握科学研究方法、原理与操作技巧。并能将其应用到人文与传播活动中，科学地了解和解释现实中的传播现象，并为将来开展人文研究、媒体研究、受众分析、市场调查、广告调研、公关调研打下坚实的基础。

《美学原理》是重要的人文基础理论课程。1. 重点掌握和理解什么是美、美感和艺术。具有基本的美学理论知识和素养。掌握马克思主义哲学美学的核心内容。2. 理解美学与哲学、文学及其它相关学科的逻辑关系；美学原理自身的逻辑体系及历史发展，了解马克思主义美学的历史地位；掌握并能运用马克思主义美学历史和逻辑相统一、从现象到本质的方法分析人类审美文化现象。3. 在具体的运用上，做到将马克思主义美学用以研究美(理论分析思想)与欣赏美(体验)相结合的审美实践活动，做到形而上与形而下、理论与实际、古典与当下的结合，为人类审美活动和审美现象的鉴赏与研究提供理论的指导和哲学的视野。包括审美的哲学基础和方法论原则、审美的本质、审美的起源、审美意识、审美符号、审美文化、审美范畴、审美的历史发展、审美解释、审美的功能和美育等，以全面揭示审美活动的性质、特征。

2. 文管专业必修课

《管理学原理》是对各类组织管理活动进行研究的科学，其目的在于阐明组织进行各项管理活动的基本原理、基本规律和一般方法，为组织管理提供一种指导框架。《管理学原理》课程主要是由低向高从三个层次来阐述：第一层次是管理的概述，包括管理活动、管理思想与管

理原理；第二层次是管理过程，包括决策、计划、组织、人力资源、领导、激励、沟通、控制等管理的职能活动；第三层次是管理的改进与创新。通过课程的教学，使学生在掌握管理的理论框架基础上，能够认识管理活动的各项职能和管理活动的各种规律，并能运用所学的管理思想和管理方法分析并解决实际问题。了解管理学发展的新趋势及其面临的挑战，同时为学习其他专业课程打下基础。

《文化产业管理学》是一门结合文化产业的特殊性系统而深入地讲授文化的概念、文化产业的概念、文化产业管理的路径、原则和模式、文化宏观系统管理、文化创意团队管理、文化创意氛围管理、文化创意战略管理、文化创意营销管理等文化产业管理方法的课程，一般开设在第一学年第一学期，以理论教学为主，适当引导学生分析一些文化管理案例，使学生在案例中更切实地领悟文化管理之道。教学目的是培养学生熟悉文学艺术、新闻出版、广播电影电视等广泛的文化领域的科学管理能力，掌握产业管理的特性与规律。

《文化产业经济学》是一门结合文化产业的特殊性系统而深入地讲授文化生产、文化需求、文化供给、文化均衡、文化消费、文化市场、文化商品、文化商品价格、文化投资、文化发展战略等文化经济现象与规律的课程，一般开设在第二学年第二学期。以理论教学为主，适当引导学生分析一些文化经济现象，使学生在案例中更切实地领悟文化经济规律。《文化产业经济学》课程的教学目的是帮助学生文学艺术、新闻出版、广播电影电视等广泛的文化领域的经济现象与规律，掌握文化项目的经济学分析方法与技巧，培养学生文化的财富力。

《文化产业商业模式》是一门结合文化产业的特殊性系统而深入地讲授何为商业模式，如何进行文化产业商业模式的构建与创新的课程。课程目标：预期素质获得人文与科学素养；文化产业管理职业素养。预期能力获得：文化产业商业模式的分析能力；文化产业商业模式的建构能力。预期知识获得：商业模式的基本理论、基本构成，建立文化产业协作网络、内部基础、产品、收益、市场等知识体系。基本要求：通过本课程的学习，学生应该了解文化产业商业模式的分析，掌握文化产业商业模式创新的技巧和能力。

《文化产业项目与策划》是实践教学与理论教学相结合的课程，系统而深入地讲授文化产业项目策划的基本要素、基本原理、主要流程、实践方法，以及文化产业项目的可行性研究与评估、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，一般开设在第三学年第一学期，以理论教学为主，适当穿插相应的项目案例，使学生更真实地感受理论在实践中的应用。

《文化产业经营与管理》课程的教学目的是帮助学生从文化产业的要素、特性以及内在规律的分析入手，掌握文化项目策划流程与方法，培养学生调研、分析、创新、管理以及团队合作的能力。在此基础上，作为文化产业项目策划的延续或延伸，文化产业项目管理阶段则有重点地介绍和分析了文化产业项目的团队建设、进度控制、质量管理、成本管理以及风险控制等基本管理环节。

《财务管理》是帮助学生在创业、管理文化企业的过程中树立财务意识、增长财务知识的重要课程，主要讲授财务制度、税务常识、会计知识、财务报表、财务管理等知识。以理论教学为主，适当引导学生分析一些公司财务现象，使学生在案例中更切实地学习公司财务管理技能。帮助学生熟悉公司财务常识，认识中小企业创业、管理中的财务现象与管理方法，培养学生文化项目财务管理的一般技能。

《中外文化产业史》将评述和研究中外文化产业的历史，使学生了解中外文化产业的历史沿革，熟悉中外文化产业史中的事件、人物、媒体及新闻制度。通过本课程的学习，使学生增进对中外文化产业发展历程的认识，理解文化产业、文化背景之间的相互作用，从而提高自身的人文素养。

《文化研究》是在全球化文化的背景下，讲授文化研究的基础知识，了解文化研究的最新动态，对跨学科的文化研究思潮有所了解，藉此拓展思路和研究视野，培养自己的问题意识和洞察社会现实、文化现象的能力，最终培养一定的文化现象和文化产业研究能力。教学基本要求理解和掌握文化研究的基本理论要点和观点，理解中西文化现象，能够当今大众文化产生和发展的基本情况；能运用文化研究的理论方法和相关知识观察和分析文化现象，认知当今大众文化的现状、存在问题和发展趋势，提高自身人文素养。

《整合营销传播》是文化产业管理专业的主干专业必修课程之一，也是工商管理、工程管理(工商项目管理)专业的一门专业选修课，它是一门结合文化市场的特殊性系统而深入地讲授文化市场营销的基本要素、基本原理、基本流程以及实践方法，同时对于图书市场、演艺市场、文化旅游、会展市场等文化项目营销实务进行有针对性地实践演练的课程。以理论教学为主，适当穿插相应的文化市场营销案例，使学生更真实地感受理论在实践中的应用。

3.文管专业选修课

(1) 选修课概况

专业选修课旨在以适应社会需求为目标，培养服务于会展产业、现代休闲文化旅游业、艺术市场管理、媒介管理四个专业方向要求的文化产业管理专业人才。使学生在进入本专业后，按各自的兴趣和特质以及学习规划，逐渐向三个社会服务型人才培养目标发展，分别成为各自方向的高级服务型人才，使得学生不仅具备较为系统的会展行业知识架构、现代休闲文化旅游业知识架构、艺术品鉴赏能力与市场、收藏管理的专业理论知识，了解相应的产业和市场的基本规律，并且能应用于实际的产业操作与服务管理的文管专业人才。

(2) 选修课课程组

文化产业管理专业 2024 版人才培养方案面向 4 个方向：国际会展产业、现代休闲文化旅游业、艺术市场管理、媒介管理开设有 6 个选修课程组，提供了 90 门课程作为专业选修课程。

课程组 A：“基础理论与提升课程组”，提供有《微观经济学原理》、《宏观经济学原理》、《市场调查与分析(B)》、《危机公关管理》、《媒体品牌策略》、《人力资源管理(B)》、《管理咨询工具》、《公共关系学原理》、《公关策划与专题活动》、《文化创意方法》、《统计原理与分析软件》等选修课程，以满足理论提升、升学考研等需求。

课程组 B：“国际会展产业课程组”纳入选修课程有：《会展产业》、《会展项目管理》、《会展活动创意与设计》、《会场场馆经营与管理》、《艺术策展与管理》、《会展经济学》等；

课程组 C：“艺术市场课程组”纳入选修课程有：《艺术管理》、《艺术产业概论》、《艺术产业运营管理》、《艺术产业项目策划》、《艺术品市场学》、《博物馆营销》等；

课程组 D：“休闲文旅业课程组”纳入选修课程有：《现代休闲产业管理》、《旅游学概论》、《文化旅游管理》、《文化旅游产品开发研究》、《文化旅游模式研究》、《民俗文化创意》、《文化遗产经济学》、《文化继承与创新》、《餐饮文化创意》等；

课程组 E：“媒介管理课程组”纳入选修课程有：《媒介经营与管理》、《影视制片管理》、《媒体品牌策略》、《媒介产品运营》、《媒介营销实务》、《公民媒介素养》、《公关策划与专题活动》等。

课程组 F：“文化创新创业工作室课程组”纳入选修课程有：《剧院经营管理》、《娱乐经纪理论与实践》、《文化市场营销》、《创意技术基础》、《创意商品设计》、《非遗创意与营销》、《品牌形象设计(文传)》、《餐饮服务管理》、《跨媒体整合传播实务》、《移动互联网媒体商业模式》、《移动广告界面设计》、《人工智能生成广告》、《视觉传播专题策划与实践》、《GIS 概论与实践》、《影视广告创意》、《纪录片项目工作坊》、《微记录 IP 孵化》等。

3、部分选修课介绍

《创意技术基础》是一门涉及艺术、设计、创意产品与相关应用技术的知识普及型的课程。该课以理论教学为主，穿插相应的软件技术教学使学生更真实地感受理论在实践中的应用。《文化创意技术》课程的教学目的是提高学生艺术修养和审美品位，掌握基本的创意理论与软件技能，培养学生自学、调研、个人表达以及团队合作的能力。帮助学生在未来的专业课程中可以更加直观地表现创意思路，更加准确、客观地评估创意作业中的业务成本以及更加有效地安排工作流程计划。

《文化创意方法》是一门结合文化市场的特殊性系统而深入地讲授文化创意的思维方式、原理与基本方法等文化创意路径与技巧，同时对于发现、分析、综合等文化创意流程进行针对性地的实践演练的课程，一般开设在第一学年第二学期。文化创意理论与实践相结合，适当穿插文化创意演练与游戏，使学生更真实地学习到文化创意的具体方法。《文化创意方法》课

程的教学目的是帮助学生熟悉与掌握文化创意的基本要素、环节、策略与技巧，掌握文化创意的基本原则与方法，培养学生文化创意中的调研、分析、创新、管理以及团队合作的能力。

《市场调查与分析(B)》是使学生在具备一定的文化市场调查与分析知识，掌握文化市场调查分析的理论和技巧，具有组织、执行和控制市场调研、数据分析与预测的能力，一般开设在第一学年第二学期，以理论教学为主。

《文化市场营销》是一门结合文化市场的特殊性系统而深入地讲授文化市场营销的基本要素、基本原理、基本流程以及实践方法，同时对于图书市场、演艺市场、文化旅游、会展市场等文化项目营销实务进行有针对性地实践演练的课程，一般开设在第二学年第一学期。以理论教学为主，适当穿插相应的文化市场营销案例，使学生更真实地感受理论在实践中的应用。课程的教学目的是帮助学生从文化市场的特殊性出发，分析文化市场的基本要素、环境与策略，掌握文化市场营销的流程、方法与技巧，培养学生营销调研、分析、创新、管理以及团队合作的能力。

《媒介文化通论》可以使学生了解和掌握媒介文化批评的相关知识，拓展视界，培养良好的学习和生活情趣，增强文化审美意识，提高媒介文化素养和能力。一般开设在第三学年第二学期。以理论教学为主，通过小组讨论、媒介文化现象分析、和科研报告等实践活动，培养学生初步的科研能力，为今后从事文化产业管理相关工作奠定良好的基础。

《人力资源管理(B)》以理论教学为主，并穿插实践教学，使理论和实践更好结合。该课程使学生能掌握人力资源管理的基本理论和技能，为他们以后的相关课程的学习及工作奠定良好的理论基础。学生掌握人力资源管理的基本理论和技能，了解人力资源管理的职能体系，能够进行案例分析及基本的实践操作。课程主要介绍人力资源管理的基本概念及理论基础、工作分析、人力资源规划、员工招聘与录用、员工培训、绩效考核、薪酬制度设计等相关方法与原理。

《文化旅游管理》以中国旅游文化及各国文旅市场为主要内容、以培养学生的文化审美意识和技能为目的，探讨的是旅游过程中的文化现象，包括主体文化现象、客体文化现象等等，核心的问题是各种文化现象间的相互区别与联系及其发展规律。学习本课程，可以使学生了解和掌握文化旅游的相关知识，拓展视野，培养良好的学习和生活情趣，提高传统文化素养，增强文化旅游审美意识和文化创意产业的策划能力。在本课程教学过程中，通过实际操作、实地考察、项目竞赛和课程小论文写作等实践活动，培养学生初步的科研能力，为今后从事科学研究和文化旅游企业管理奠定良好的基础。

《移动媒体艺术》课程教学把手机等移动媒体作为人类传播行为中的一环，将其置于人类传播史的进程中，对移动媒体的未来进行研究、判断，即整合多种媒体类型的、个人持有的、完全互动的移动设备，一种重要的私人信息接收终端和信息发布平台。在此基础上，课程对手机的技术选择、产业发展方向、内容生产方式和市场推广策略等具体问题做出了全面解析。

《网页创意设计》从网页美工到网页设计，内容涵盖网页设计理论、网页创意、图形图像、文字与编排、网页版式、配色效果、网页排版、动画以及综合实例，系统地介绍了 Photoshop、Fireworks、Flash 及 Dreamweaver 在网页制作中分工合作、各尽其职的搭配操作细节。

《影视广告文化》广告既是一门科学，又是一门艺术，创意的产生来自于有意识的逻辑思维，有规范的操作流程和成熟的技巧体现。在追求娱乐、崇尚体验的创意产业时代，广告创意需要突破对人才的“专业限制”，需要适应媒体、产业之间融合的趋势，需要把握“80 后”新消费群体的消费心理等。广告业真正的赢家一定是深谙游戏规则、善于创新、敢于突破，能够把握市场、创造市场的策划与创意高手。

《民俗文化创意》以宏观与微观、理论与实践相结合的方式，从动漫、影视、游戏、歌节、旅游、广告等不同角度，解析民俗文化与创意产业之间的密切关系，总结已经成功的个案经验，为未来创意产业与民俗文化资源的联合与发展提供理论上的借鉴；《民俗文化与创意产业》从民俗文化资源的现代转换角度，研究各种民俗文化元素在创意产业中的作用，考察传统基因在当代社会的功能转变过程、状态、优势、特点和规律性，探讨中国民俗文化的丰富资源在创意产业中的自觉运用。

《会展策划与管理》以会展策划与管理的基本原理为核心，以实际操作和运用能力培养为目标组织课程教学。具体内容分为三大模块：一是原理和方法篇，主要从会展活动策划角度系统讲解会展策划原理、方法、步骤和立项策划、可行性分析等，包括会展业与会展活动概述、会展策划原理与方法、会展立项策划与可行性分析、会展征集与造势策划等方面的内容；二是项目组织和管理篇，主要从实务操作角度介绍会展活动招商、招展和项目管理、现场管理、财务管理、风险管理等，包括会展活动项目组织与实施、会展市场营销与宣传推广、会展媒体合作与服务商确定、会展活动现场管理等方面内容；三是旅游和服务篇，主要从会展旅游服务和会展客户关系角度，强调会展服务的重要性，包括会议与会展旅游策划、会展客户关系与跟踪服务等方面内容。

文化项目工作室系列课程，以实际文化项目为依托，教师根据需要招收学生，课程形式主要采取传统师傅带徒弟的方式，培养学生的实际文化创意、项目策划、管理实践等技能。如《品牌形象设计（文传）》是文化产业管理专业的专业选修课程之一，隶属于课程组 F：文化项目工作室。主要内容：本课程以理论和实践教学相结合。侧重于大量实例的欣赏及经典案例的分析、讲评及适量的实践内容，结合课堂讨论，旨在引导、指导学生进行设计实验，建立一个既与理论课有机联系，又具有相对独立性的科学的、合理的、创意性强的实验教学课程体系。基本要求：本课程要求学生通过本课程实验教学，不只是加深理解和巩固所学理论知识，更重要培养学生的创造力和对 CI 制作的整个设计流程的把握，以及 CI 设计的具体制作及各种表现手法，学会在理解 CI 战略的基本理论和运作规律的基础上进行创意与设计的技巧，同时养成良好的设计习惯。

4. 其他专业选修课

其他专业选修课可以根据本专业教学秘书每一学期开课计划公布的实际情况自由选择。

《品牌策略与管理》：广告是营销的一种重要手段和方法，更是品牌的重要推手之一，成功的品牌是一个企业良好的营销策略和广告策略的结果。通过这门课的学习，可以深入地了解品牌创建和提升的相关策略；掌握品牌传播、品牌定位，帮助站在更高、更全面的角度去认知品牌的推广与管理策略。

《平面设计应用技术》，广告是一门综合性学科，会涉及到具体的作品制作和创意，特别是平面广告作品的表现。因此，有必要学习和掌握平面设计的应用技术，掌握电脑设计图形的技能，为以后的广告设计打好基础。

《广告法规与管理》，通过这门课的学习，可以从宏观与微观角度了解与广告相关的法律法规，为今后参与广告实践活动提供法规支持和管理认知。

《网络广告》，网络已是当下社会意见领袖人群的主流媒体，网络广告的互动性具有传统媒体不可替代的优势。通过这门课程的学习，可以掌握网络广告的基本理论和技能，了解网络广告市场的全貌，能够独立地进行网络广告策划书的撰写、网络广告的创意、策划和制作、发布等。

《媒介关系与策略》课程关注的是公共关系沟通的信息载体—媒介。通过学习可以掌握媒介整合的理论和方法，把握建立媒介关系的要领、学会选择合适的媒介进行信息的传播，从而建立积极有效的媒介关系。

《新闻摄影》课程是摄影学基本知识在新闻报道中的实际运用，培养学生正确理解和掌握新闻摄影的基本原理和方法、培养学生拍摄有价值新闻摄影作品的的能力，掌握新闻摄影的方法和技巧，介绍分析各类摄影题材的拍摄实践和具体案例。

《新闻编辑》课程的目的与任务是探讨和了解报纸、广播、电视、网络等媒体新闻编辑工作的功能和特性，掌握稿件编写、标题制作、节目和版面的编排和设计，是为培养和检验学生的新闻编辑的理论知识 and 应用能力而设置的一门专业基础课程。

《新闻评论》课程主要讲授新闻评论的特性和功能、新闻评论的各种样式及新闻评论的写作要求。通过学习，要求学生掌握新闻评论的基础知识、新闻评论的基本写作技巧和对新闻评论作品的分析理解能力，能够独立撰写编者按、短评、评论员文章和专栏评论。

《网络新闻》课程的目的是使学生了解网络新闻传播的主要特点和发展趋势，以及传统媒体面临的机遇和挑战。并使学生掌握网络新闻采访、写作及编辑技能，能运用有关软件制作一个以原创内容为主的新闻网页，为从事相关工作打好基础。

《新闻策划》课程的目的是使学生了解新闻策划的原则与基本方法，理解新闻策划在新闻传播过程中的作用，掌握专题报道、典型报道、深度报道、重大事件报道、突发事件报道、介入式报道策划的技能，培养新闻策划意识，为从事相关工作打好基础。

《深度报道》课程是一种综合性业务课程，主要介绍深度报道的基本原理，深度报道思想的演进，深度报道的一般特征。讲授独立文体的深度报道写作，包括调查性报道、解释性报道、预测性报道。以及组合文体的道中整合报道、连续报道和系列报道的写作。

《公共事务管理》课程涉及面广，包括公共事务管理中的领导、沟通、激励、监督机制，社区管理、人力资源开发等内容。学生既要培养起对公共事务管理专业的深刻认识和浓厚兴趣，也应掌握公共事务管理领域所涉及的概念、管理方法、管理技术等，并能结合市场经济的实际情况进行探讨、研究。

《档案管理学》课程是行政管理和公共事业管理专业的课程，主要以档案的管理工作为研究对象。学生通过系统学习这门课程，全面理解档案管理的基本理论，逐步掌握档案的整理、保管、检索、提供利用、编辑等步骤，能够科学地组织档案的业务管理，做好档案信息的开发利用工作。

五、常见问题解答 (Q&A)

(一) 关于选课

Q: 选修课没通过考核，是否需要重修学分？

A: 学分重取，针对的是必修课，而选修课不必通过学分重取的形式获得学分，可以在下次选课时重新选择该门课程，或者选择其他课程。选修课的自主性比较大，这是和必修课的根本区别。虽然选修课没有通过，不需要学分重取，但并不代表选修课不必重视。请同学们注意一个问题，即学生修读的任何一门课程的考核成绩都会在系统中记录，包括选修课。另外，学生在每个学期的选课数量是受到严格规定的，不能够多选课程，如果因为选修课没有通过，就需要在大四上学期多选选修课，这会造成四年级的学业负担加重，不利于学习。最后要提醒大家的是，重复选择同一门选修课，系统不会覆盖以往成绩，学分也能认可一次，所以请慎重对待所选的选修课。

Q: 选修的课程都要参加期中考吗，都列入奖学金测评之列吗？如果选了两门相同课程的是不是就只能拿一门的学分？

A: 根据该课程考核的要求而定，选修课成绩也算入奖学金测评之列。选择相同的选修课，不重复计算学分，只能算一次成绩。

Q: 在选课系统里选修了一门课程，为什么任课老师的名单里没有我的名字？

A: 当任课老师的名单与选课系统里的名单不一致时，以选课系统里的名单为准。如果在系统中，该门课程有名字，请提醒老师登陆教师的教务系统，下载最新的学生考勤考核表。如果登录的教务选课系统中没有名字，那代表没有选课成功，总之，教学系统是课程管理的唯一标准，因此请同学务必试试关注自己的教务系统。

Q: 每个学期可以选多少选修课程？是否可以多选几门课程？

A: 选修课程分为技能选修课、通识选修课和专业选修课，学生每个学期选修课程的数量有一定的限制，是根据循序渐进、总量控制的原则规定的，目的是保证同学们的学习质量和效果，具体请参照专业教学计划。如果学习成绩优秀，学有余力，可以向系里提出先修申请，具体要求是：（参照最新《厦门大学嘉庚学院普通本科学生学业管理办法（试行）》）

原则上，除新生第一学期外，允许学有余力的学生，在教学资源允许的前提下申请先修或兼修，并于每学期第一周内向所在系提交申请表。具体审核标准为：

- 1) 前一学期课程修读门数 ≥ 8 ，全部课程平均成绩平均分 ≥ 85 ，且单科课程成绩 ≥ 80 分者，申请后总学分最高不得高于 28 学分。
- 2) 前一学期课程修读门数 ≥ 8 ，全部课程平均成绩平均分 ≥ 90 ，且单科课程成绩 ≥ 85 分者，申请后总学分最高不得高于 32 学分。
- 3) 前一学期课程修读门数 ≥ 8 ，全部课程平均成绩平均分 ≥ 90 ，且单科课程成绩 ≥ 88 分者，申请后总学分最高不得高于 40 学分。

Q: 我已经修满了教学计划所要求的学分，可是这个学期的一门新的课程我很喜欢，能不能再选修呢，需不需要交纳额外的修课费用？

A: 当已经完成了培养计划所要求的学分后，根据学院现在的管理规定，只要具有选课资格，仍然可以再选修自己喜欢的课程，也无需为多修课程交纳任何费用。当然，也可以选择旁听这门课程，只是旁听不能获得学分，也没有参加考试的资格。

Q: 怎么核对已经取得的学分？

A: 课程设置和开课计划基本遵照教学计划，因此，请同学参照教学计划统计各门选修课所获得的学分，而必修课是所有学生统一开设，只要关注考试没有通过的课程即可，并需要及时申请学分重取，以获得必修课的学分。

Q: 如果我多选了通识选修课，能否拿来抵专业选修课的学分？

A: 不同类型的选修课学分是不能互抵的, 通识选修课是不能拿来抵专业选修课的学分的, 必须补足专业选修课规定的学分数。同样, 多选的专业选修课也是不能拿来抵通识选修课的学分的。

(二) 关于转专业学生的修读问题

Q: 我是一名转专业的学生, 请问我如何安排自己的课程修读计划?

A: 首先要认真阅读并熟悉文化产业管理专业的《人才培养方案》, 参加每年第一学期为新生开设的学科入门指导课程。为了跟上班级同学的学习进度, 要做好付出更多时间和精力准备。要和教务秘书老师商量, 并征求同班同学的意见, 制定一个可操作的修读计划。必修课程需每学期开学第一周提出报告, 网上申请补修, 具体参照学院的相关规定。

选修课部分, 需按照本系教学计划规定的选课类型和门数, 如需增加选修课, 可以在开学第一周到教务部找我系教务秘书, 不必到网上申请补修, 以免造成管理混乱。

另外需要强调的是, 每个转专业的同学都会有一份《学分转换表》, 请参照已经完成学分转换的课程, 合理安排自己的修读进度。

Q: 我是其他专业转过来的学生, 已修读课前一专业必修课, 是否可以转为文化产业管理专业的选修课, 学分如何转换?

A: 根据文化产业管理专业的教学计划设置, 已修读并未在文化产业管理专业必修课程组、选修课程组里的课程, 可以作为全院选修的通识课程转换。每位转专业的同学都会有一份《学分转换表》, 具体课程的转换情况以《学分转换表》为准。不同意转换的课程不予以转换, 同意转换的课程按照本专业课程的学分数予以承认。





文化产业管理专业美丽乡村文化建设实践活动



文化产业管理专业海峡两岸文博会策展布展工作组图

附录:

文化产业管理专业

主要教职员工联系方式

姓名	职务	工作职责	教研方向	办公室	办公电话	邮箱
苏新春	人文与传播学院院长、教授、博导, 学科带头人	统筹学院所有工作	应用语言学、文化符号学	主 1#5F-01	6288531	suxch@xujc.com
朱盈蓓	人文与传播学院副院长、文化产业管理主任、副教授、硕导	分管学院教学、科研、师资建设、对外交流; 文化产业管理专业整体建设	美学、中外文化比较、文化产业研究与实践	主 1#5F-02	6288376 13774653398	zhuyb@xujc.com
沈顺玉	人文与传播学院教务工作负责人	院教务管理工作负责人、中文及文管专业教务工作		主 1#411-2	6288825	shyushen@xujc.com
陈远昇	辅导员、行政秘书	文化产业管理专业学生工作		主 1#411	6288133	chenys@xujc.com
谢 昕	讲师	学业导师、文化项目工作室负责人	文化产业经济学、文化资本运营	主 1#506-B4	6289025	xiexin@xujc.com
江榕	讲师	学业导师、文化项目工作室负责人	剧场管理、项目策划	主 1#5F-06	6289132	rongjiang@xujc.com
李宏江	助理教授	学业导师、文化项目工作室负责人	文化产业管理学、企业管理	主 1#2F-58		
林祁	教授	教学科研, 文化项目规划指导	非遗、民俗文化研发及管理	主 1#5F-26	6288839	linqi@xujc.com