

海洋文化与法律学院  
2022 版教学大纲

上海海洋大学海洋文化与法律学院编制  
2022 年 11 月

文化产业管理专业课程教学大纲.....	1
1. 《中外文学经典》教学大纲.....	1
2. 《艺术美学》教学大纲.....	9
4. 《设计学概论》教学大纲.....	22
5. 《中国文化史》教学大纲.....	30
6. 《经济学概论》教学大纲.....	38
7. 《西方文化史》教学大纲.....	46
8. 《会计学基础》教学大纲.....	53
9. 《创业学》教学大纲.....	61
10. 《应用统计学》教学大纲.....	68
11. 《组织行为学》教学大纲.....	75
12. 《构成设计》教学大纲.....	81
13. 《文化资源概论》教学大纲.....	91
14. 《文化产业经济学》.....	98
15. 《文化产业管理概论》教学大纲.....	107
16. 《品牌管理》教学大纲.....	116
17. 《商务写作》教学大纲.....	120
18. 《人力资源管理》教学大纲.....	127
19. 《财务管理》教学大纲.....	135
20. 《文化项目策划与管理》教学大纲.....	142
21. 《文化市场营销学》教学大纲.....	150
22. 《统计软件与数据分析》教学大纲.....	159
23. 《文化产业政策与法规》教学大纲.....	167
24. 《文化经济经纪理论与实务》教学大纲.....	174
25. 《战略管理》教学大纲.....	181
26. 《商务英语》教学大纲.....	189
27. 《海洋文化导论》教学大纲.....	196
28. 《海洋经济学》教学大纲.....	204
29. 《滨海旅游产品包装与设计》教学大纲.....	209
30. 《水族馆创意与设计》教学大纲.....	218
31. 《海洋文化创意与设计》教学大纲.....	225
32. 《中外音乐经典赏析》教学大纲.....	232
33. 《现代服务业管理》教学大纲.....	238
34. 《广告创意与策划》教学大纲.....	245
35. 《运营管理》教学大纲.....	252
36. 《电子商务》教学大纲.....	258
37. 《流行音乐文化》教学大纲.....	265
38. 《公司治理》教学大纲.....	271
39. 《数字产业经营管理》教学大纲.....	280
40. 《影视产业经营管理》教学大纲.....	286
41. 《大众传媒管理》教学大纲.....	293
42. 《数据可视化分析》教学大纲.....	301
43. 《文献阅读与论文写作》教学大纲.....	312
44. 《企业伦理》教学大纲.....	316

45.	《会展策划》教学大纲 .....	324
46.	《新媒体运营》教学大纲 .....	329
47.	《电脑美术与创意设计实训》教学大纲 .....	336
48.	《文化项目策划实训》教学大纲 .....	342
49.	《商务礼仪与沟通交流实训》教学大纲 .....	346
50.	《文化市场调查与分析》教学大纲 .....	350
51.	《文化企业岗位实习》教学大纲 .....	354
52.	《毕业实习》教学大纲 .....	359
53.	《毕业论文》教学大纲 .....	369

# 文化产业管理专业课程教学大纲

## 1. 《中外文学经典》教学大纲

### 一、课程基本信息

课程名称	中文名称：中外文学经典				
	英文名称：Chinese and World Literature Classics				
课程号	75021001	学分	2		
学时	总学时：32	讲授学时	实验学时	上机学时	讨论学时
		28	0	0	4
开课学院	海洋文化与法律学院		开课学期	1	
课程负责人	楼兰		适用专业	文化产业管理专业	
先修课程及要求	无				

### 二、课程简介

#### （一）课程概况

《中外文学经典》是文化产业管理专业的必修课程，本课程将对浩瀚的中外文学经典进行初步的梳理与勾勒，并遴选出 10 多位作家作品，加以阅读与赏析。本课程以丰厚的中外文学传统，帮助大学生学习评价经典作品的成就，了解经典作品的社会意义与审美特点。通过本课程的学习，可以培养学生一定的文学阅读、欣赏与审美能力，使源远流长的历史文脉在年轻一代的身上得以延续，并获得开放性的眼光与胸襟，初步树立起对人类命运的终极关怀意识。

Chinese and Foreign Literary Classics is a compulsory course for students majoring in cultural industry management. It highlights over 10 writers and their works with appreciation after sorting out the outline of vast Chinese and foreign literary classics. With profound Chinese and foreign literary traditions, we can help college students learn to evaluate the achievements of classic works and understand their social significance and aesthetic characteristics. Through the study of this course, students can be trained to obtain the ability of literary reading and appreciation with aesthetics. With open vision and mind, they can carry forward the long history of culture and gradually establish the ultimate concern for human destiny.

#### （二）课程目标

课程目标 1：通过梳理和熟悉中外文学发展脉络，弘扬优秀的中外文化，培养学生的文学阅读与鉴赏能力；

课程目标 2：学习选择、阅读、鉴赏优秀的经典作品，撰写并分享文学论文，提高学生们的写作能力；

课程目标 3：通过对优秀的中外文学经典作品的阅读与鉴赏，滋养学生们的心灵与情操，使其拥有一定的人文情怀。

### (三) 课程目标和毕业要求的对应关系

课程目标	毕业要求指标点	毕业要求
1	2-3 掌握文化史论与设计类专业知识，把握文化发展脉络，提升设计能力。	2（专业知识）：能够将产业、管理、经济、文化、艺术、设计类等专业知识用于分析和解决文化产业相关领域的管理问题，具备基本的文化创意设计能力，掌握创造、创新基本方法。
2	1-4 掌握文化艺术类基础理论知识，提升艺术审美修养。	1（基础理论）：掌握马列主义基本原理、毛泽东思想和中国特色社会主义理论、习近平新时代中国特色社会主义思想等思想政治理论，以及数理、管理、经济、文化艺术等专业学科基础理论。
3	8-2 具有感受美、鉴赏美的能力和崇高的审美追求、高尚的人格修养、坚定的文化自信。	8（综合素质）：体质健康、体魄健强、人格健全、意志坚韧，善于感受美、鉴赏美、追求美、弘扬美；具有正确的劳动价值观、必备的劳动能力、积极的劳动精神、良好的劳动习惯和品质。

### 三、教学内容、要求与学时分配

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式（讲授、实验、上机、讨论）	支撑课程目标
第一章 绪论 (1) 课程教学内容及考核方式等的说明； (2) 阅读书目推荐； (3) 文学经典如何阅读；阅读文学经典的收获。	了解本课程教学与考核的相关要求；了解学习《中外文学经典》的重要性；阅读和理解经典作品的方法与收获	<b>重点：</b> 本课程教学与考核的相关要求 <b>难点：</b> 阅读和理解经典作品的方法	2	讲授	1、3
第二章 《诗经》 (1) 《诗经》的思想内容及艺术特色； (2) 《硕人》、《采薇》。	了解《诗经》的性质、内容、艺术成就及其在文学史上的地位和影响。理解《采薇》思想内容的复杂性，体味其重章叠句的作用和情景交融的艺术意境。理解《硕人》的比兴手法	<b>重点：</b> 《采薇》思想内容的复杂性及其艺术特色 <b>难点：</b> 现实主义创作传统	2	讲授、讨论	1、2、3
第三章 楚辞 (1) 楚辞的三重涵义； (2) 屈原作品中的“香草美人之	了解地域因素对文学创作的影响；有关诗人气质问题；记诵《离骚》的经典名句	<b>重点：</b> 屈原作品分析 <b>难点：</b> 浪漫主义创作传统	2	讲授、讨论	1、2、3

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式（讲授、实验、上机、讨论）	支撑课程目标
喻”； (3)“发愤抒情”文学传统的形成。					
第四章 魏晋时期诗歌及陶渊明 (1) 魏晋时期的文学特征； (2) 陶渊明诗歌的简净与率真。	体会魏晋时期文学创作的特殊风格；了解陶渊明所追求的人生意义	<b>重点：</b> 陶渊明诗歌自然冲淡的艺术特色 <b>难点：</b> 魏晋时期的文学特征	2	讲授、讨论	1、2、3
第五章 唐代诗歌及杜甫 (1) 唐代诗歌概述； (2) 杜甫作品分析。 思政融入点：分析杜甫等人的作品，开展“诗意人生”主题，让学生感悟关爱他人、关爱民众的重要意义。	体会时代与个人生活的变化，对杜甫创作的影响	<b>重点：</b> 杜甫作品分析 <b>难点：</b> 体会时代与个人生活的变化	2	讲授、讨论	1、2、3
第六章 宋代诗词及苏东坡 (1) 宋代诗词概述； (2) 苏东坡作品分析。 思政融入点：苏东坡始终以天下为己任，体现了古代士大夫“不以己悲”的家国情怀。引导学生把理想与国家命运联系在一起，奉献国家，展现新时代青年的责任与担当。	了解被后世文人奉为典范的苏东坡的人生态度；记诵苏东坡的经典诗词	<b>重点：</b> 苏东坡作品分析 <b>难点：</b> 苏东坡“以诗为词”	2	讲授、讨论	1、2、3

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式（讲授、实验、上机、讨论）	支撑课程目标
第七章 曹雪芹《红楼梦》 (1) 《红楼梦》的研究概况； (2) 《红楼梦》的艺术特色。	了解《红楼梦》以太虚幻境为代表的虚幻的背景，如何将琐碎的日常事务糅合为一体，使它们与日常生活有了区别，不再是现实世界的局部翻版，而成为一个独立完整的心灵世界	<b>重点：</b> 《红楼梦》的艺术特色 <b>难点：</b> 《红楼梦》中由隐秘的信息所组成的世界，以及其与现实世界之间的关系	2	讲授、讨论	1、2、3
第八章 鲁迅作品 (1) 鲁迅生平； (2) 解读鲁迅的杂文。	了解三大“鲁迅式命题”；了解并学习鲁迅独有的看世界的方法；理解鲁迅作品在文学史的地位	<b>重点：</b> 鲁迅杂文分析 <b>难点：</b> 鲁迅精神的现代价值	2	讲授、讨论	1、2、3
第九章 中国现代新诗选读 (1) 中国现代新诗概述； (2) 胡适作品分析； (3) 郭沫若作品分析。	了解东西方不同的文明形态对诗歌发展的影响；体会中国古典诗歌的辉煌传统对新诗创作的影响；胡适等诗人在中国现代新诗史上的地位与影响	<b>重点：</b> 初期白话诗的“俗”与“白” <b>难点：</b> 胡适等诗人在中国现代新诗史上的地位与影响	2	讲授、讨论	1、2、3
第十章 雨果《巴黎圣母院》 (1) 雨果生平； (2) 《巴黎圣母院》分析	了解雨果的创作经历；《巴黎圣母院》在雨果作品中的独特地位	<b>重点：</b> 《巴黎圣母院》的思想内容 <b>难点：</b> 《巴黎圣母院》在文学史上的地位	2	讲授、讨论	1、2、3
第十一章 列夫·托尔斯泰《复活》 (1) 列夫·托尔斯泰生平； (2) 《复活》分析	在阅读托尔斯泰作品的同时，了解作为思想家的托尔斯泰；了解托尔斯泰目光的锐利，能够穿透生活的壁垒而发现隐藏其中的真实	<b>重点：</b> 《复活》的思想内容 <b>难点：</b> 《复活》的语言与素材	2	讲授、讨论	1、2、3
第十二章 艾米莉·勃朗特《呼啸山庄》 (1) 艾米莉·勃朗特生平； (2) 《呼啸山庄》	了解勃朗特三姐妹的独特地位与文学成就；体会《呼啸山庄》中所展现的强大的爱情力量	<b>重点：</b> 《呼啸山庄》的思想内容 <b>难点：</b> 《呼啸山庄》对后世作品的影响	2	讲授、讨论	1、2、3

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式（讲授、实验、上机、讨论）	支撑课程目标
分析					
第十三章 海明威的作品 (1) 海明威生平; (2) 《老人与海》分析	了解海明威作为“迷惘的一代”作家中的代表人物, 其作品对人生、世界、社会所表现出的迷茫与彷徨; 理解海明威的“冰山理论”	<b>重点:</b> 《老人与海》的思想内容 <b>难点:</b> 海明威小说中的直观形态及其语言特色	2	讲授、讨论	1、2、3
第十四章 卡夫卡的小说 (1) 卡夫卡生平; (2) 《变形记》分析	体会卡夫卡作品中的恐惧与犹疑气质; 理解其作品在文学史上的地位	<b>重点:</b> 《变形记》的思想内容 <b>难点:</b> 《变形记》对后世作品的影响	2	讲授、讨论	1、2、3
第十五章 芥川龙之介的小说 (1) 芥川龙之介生平; (2) 《罗生门》分析	了解芥川龙之介作品借古讽今, 针砭时弊的特点; 理解其在日本文学史上的地位	<b>重点:</b> 《罗生门》的思想内容 <b>难点:</b> 日本文化的独特性以及其对日本作家的影响	2	讲授、讨论	1、2、3
第十六章 毛姆的作品 (1) 毛姆生平; (2) 《月亮与六便士》分析	了解毛姆作品的艺术特色; 理解作为职业作家的毛姆对他的创作的影响。	<b>重点:</b> 《月亮与六便士》的思想内容 <b>难点:</b> 文艺创作的“补偿说”	2	讲授、讨论	1、2、3

#### 四、课程考核评价方式

##### (一) 考核方式

期末考试采用融合文学常识和重要作家作品分析的试卷, 以闭卷笔试方式进行。

学生考试课程成绩由两部分组成: 平时综合成绩和期末考试成绩。

##### (二) 课程成绩

##### 1. 考核环节及说明

成绩构成	考核说明
平时成绩	(1) 平时成绩满分为 40 分, 占总成绩的 40%。 (2) 平时综合成绩主要包括课堂作业、交流和讨论等模块, 根据学生平时出勤情况、课堂讨论、课堂作业等情况综合评定, 着重评价学生平时对专业知识和思政内容的理解、应用和接受能力。

成绩构成	考核说明
期末考试	(1) 考试方式及占比：采用闭卷笔试，考试成绩 100 分，占课程考核成绩的 60%。 (2) 评定依据：考试成绩的评定根据试卷参考答案和评分标准进行。 (3) 考试题型：包含填空题、简答题和论述题。 (4) 考试内容：针对期末考试对应的课程目标。

## 2. 考核与评价方式

课程目标	成绩构成（平时成绩 40%+期末成绩 60%）					合计
	平时成绩（40%）				期末考试成 绩（60%）	
	小组汇报 （20%）	作品分析 （10%）	课堂讨论 （10%）	课后作业 （10%）		
1	3	4	2	3	25	37
2	3	2	3	4	20	32
3	4	4	5	3	15	31
合计（成绩 构成）	10	10	10	10	60	100

## 五、教学方法

1、教学设计：基于 OBE 理念将教学设计分为三个阶段。第一阶段为上课前一周，教师发布《中外文学经典》相关知识点的教学课件以及参考书籍等，由学生自主完成资料学习。第二阶段为授课的一周：在每周两小节课中，第一小节课由教师讲授相关章节的重点内容和扩展问题。采取精讲与指导泛读相结合的方法，使课内与课外相结合。第二小节课学生结合课前自主学习进行课堂讨论交流。充分调动学生的主观能动性，让学生结合社会用字相关情况来分析，以此激发学生的学习热情，让学生主动地去获取新知识。第三阶段为课后的一周：学生完成教师课堂布置的作业，并自主学习下一周的教学内容。

2、具体方法：在采用 OBE 理念的三个教学阶段，即课前知识传授、课中知识内化、课后延伸评价中都有意识融入热爱中华优秀传统文化作品、强化对祖国优秀传统文化的认同感等思政内容，并采用课前资料阅读，课上小组汇报、作品讨论、视频观看、课后作业等多种多样形式开展教学。

## 六、参考材料

1. 刘建军，《中外文学名著导读》，高等教育出版社，2014年2月，第1版。
2. 余冠英，《诗经选》，中华书局，2012年9月，第1版。
3. 马茂元，《楚辞选》，商务印书馆，2021年1月，第1版。
4. 赵昌平，《唐诗三百首全解》，复旦大学出版社，2019年6月，第1版。
5. 蔡义江，《宋词三百首全解》，复旦大学出版社，2020年4月，第1版。
6. 曹雪芹，《红楼梦》，人民文学出版社，2013年1月，第1版。
7. 艾青等，《中国现代诗歌选》，人民文学出版社，2018年5月，第1版。
8. 雨果，《巴黎圣母院》，时代文艺出版社，2019年12月，第1版。
9. 列夫·托尔斯泰，《复活》，译林出版社，2019年8月，第1版。

10. 艾米莉·勃朗特，《呼啸山庄》，作家出版社，2015年8月，第1版。
11. 芥川龙之介，《罗生门》，时代文艺出版社，2017年12月，第1版。
12. 卡夫卡，《变形记》，西安交通大学出版社，2017年8月，第1版。
13. 欧内斯特·海明威，《老人与海》，人民文学出版社，2018年4月，第1版。
14. 毛姆，《月亮与六便士》，时代文艺出版社，2019年6月，第1版。

主撰人：楼兰

审核人：高雪

英文校对：沈庆会

教学副院长：郑建明

日期：2022年8月25日

## 附件：各类考核与评价标准表

### 1. 平时成绩评分标准

成绩 课程目标	优秀 (分数 $\geq 90$ 分)	良好 ( $78 \leq$ 分数 $< 90$ )	中等 ( $68 \leq$ 分数 $< 78$ )	及格 ( $60 \leq$ 分数 $< 68$ )	不及格 ( $< 60$ 分)
课程目标 1 (12%)	在课堂讨论和作业中能够很好地将所学文学理论、文学作品鉴赏知识应用于分析和讨论文学作品中。	在课堂讨论和作业中能够较好地将所学文学理论、文学作品鉴赏知识应用于分析和讨论文学作品中。	在课堂讨论和作业中基本能将所学文学理论、文学作品鉴赏知识应用于分析和讨论文学作品中。	在课堂讨论和作业中将所学文学理论、文学作品鉴赏知识应用于分析和讨论文学作品存在一定困难。	在课堂讨论和作业中不能将所学文学理论、文学作品鉴赏知识应用于分析和讨论文学作品中。
课程目标 2 (12%)	学习积极主动，认真听讲，课堂讨论问题积极，能正确完成课堂作业。总体能够熟练掌握文学基础知识，鉴赏写作能力强。	学习态度端正，能认真听讲，课堂讨论较为积极，较为正确完成课堂作业。总体能够掌握文学基础知识，鉴赏写作能力较强。	学习态度较为端正，能参加课堂讨论，基本正确完成课堂作业。基本掌握文学基础知识，鉴赏写作能力一般。	很少参与课堂讨论，完成课堂作业存在一定的难度。对文学基础知识的掌握不够充分，鉴赏写作能力有所欠缺。	课堂上不能参与讨论及课堂作业，不能认真听讲。总体不能掌握文学基础知识，鉴赏写作能力弱。
课程目标 3 (16%)	在课前阅读预习，课堂讨论和回答问题中能够很好地理解并分析相关思政意义。	在课前阅读预习，课堂讨论和回答问题中能够较好地理解并分析相关思政意义。	在课前阅读预习，课堂讨论和回答问题中基本能够理解并分析相关思政意义。	在课前阅读预习，课堂讨论和回答问题中，理解并分析相关思政意义存在一定困难。	在课前阅读预习，课堂讨论和回答问题中不能理解并分析相关思政意义。

### 2. 期末考核与评价标准

成绩 课程目标	优秀 (分数 $\geq 90$ 分)	良好 ( $78 \leq$ 分数 $< 90$ )	中等 ( $68 \leq$ 分数 $< 78$ )	及格 ( $60 \leq$ 分数 $< 68$ )	不及格 ( $< 60$ 分)
课程目标 1 (25%)	能够很好地回答中外重要作家作品、文体知识与类别、有关作品内容的知识等重要文学常识和基本概念。	能够较好地回答中外重要作家作品、文体知识与类别、有关作品内容的知识等重要文学常识和基本概念。	基本能准确回答中外重要作家作品、文体知识与类别、有关作品内容的知识等重要文学常识和基本概念。	不能完整回答中外重要作家作品、文体知识与类别、有关作品内容的知识等重要文学常识和基本概念。	不能回答中外重要作家作品、文体知识与类别、有关作品内容的知识等重要文学常识和基本概念。
课程目标 2 (20%)	熟练掌握中外文学形成、发展、演	能较好掌握中外文学形成、发展、演	基本掌握中外文学形成、发展、演	对于掌握中外文学形成、发展、演变	不能全面掌握中外文学

成绩 课程目标	优秀 (分数≥90分)	良好 (78≤分数<90)	中等 (68≤分数<78)	及格 (60≤分数<68)	不及格 (<60分)
	变的过程;注重文史结合,全面深刻地理解作品的地位与价值。	演变的过程;注重文史结合,较为深刻地理解作品的地位与价值。	变的过程;较为正确理解作品的地位与价值。	的过程存在一定困难;基本理解作品的地位与价值。	形成、发展、演变的过程;不注重文史结合,对作品的地位与价值不能正确理解。
课程目标3 (15%)	能够很好地分析和评价中外经典文学作品,并深入分析文学作品的艺术特色及其背后体现的高尚人格、蕴涵的道德精神。	能够较好地分析和评价中外经典文学作品,并合理分析文学作品的艺术特色及其背后体现的高尚人格、蕴涵的道德精神。	基本能合理分析和评价中外经典文学作品,分析其艺术特色不够深入,挖掘作品背后体现的高尚人格、蕴涵的道德精神稍有欠缺。	对合理分析和评价中外经典文学作品存在一定困难,分析其艺术特色不够全面,不能完整分析作品背后体现的高尚人格、蕴涵的道德精神。	不能合理分析和评价中外经典文学作品,不能分析文学作品的艺术特色及其背后体现的高尚人格、蕴涵的道德精神。

## 2. 《艺术美学》教学大纲

### 一、课程基本信息

课程名称	中文名称:《艺术美学》				
	英文名称: Art Aesthetics				
课程号	7503408		学分	2	
学时	总学时: 32	讲授学时	实验学时	上机学时	讨论学时
		30			2
开课学院	海洋文化与法律学院		开课学期	1	
课程负责人	高榕		适用专业	文化产业管理	
先修课程及要求	无				

### 二、课程简介

#### (一) 课程概况

《艺术美学》是文化产业管理专业的学科基础课程,主要讲授艺术美学的基本概念、基本观点进行评述,并对流传至今的艺术观念和美学理论进行梳理、总结,再结合专业实际、具体案例和一些前沿问题进行探究分析。

通过课程学习，学生可以掌握艺术美学的基本原理、主要类别和历史演变过程、基本掌握运用艺术美学原理进行实践。学会欣赏、鉴别、运用美学知识等；

"Art Aesthetics" is a basic subject course for cultural industry management majors. It mainly teaches the basic concepts and basic viewpoints of art aesthetics, and reviews the artistic concepts and aesthetic theories that have been passed down to the present. Some frontier issues are also explored and analyzed.

Through the course study, students can master the basic principles, main categories and historical evolution of art aesthetics, and are basically capable of carrying out practice of using the principles of art aesthetics. Learn to appreciate, identify and apply aesthetic knowledge, etc.;

### (二) 课程目标

课程目标 1: 学习《艺术美学》应该具备的职业道德，理解诚实公正、诚信守则的职业操守和规范，并能在理论学习中自觉遵守法律道德和文化知识产权等相关法律法规；

课程目标 2: 理解并掌握《艺术美学》的基础知识。能够运用艺术美学所包含的设计布置、装饰陈设等知识指导工作生活实践。具备运用基本美学知识解决实践和品味问题的能力；

### (三) 课程目标和毕业要求的对应关系

课程目标	毕业要求指标点	毕业要求
1	1-4 掌握文化艺术类基础理论知识，提升艺术审美修养。	1. (基础理论)：掌握马列主义基本原理、毛泽东思想和中国特色社会主义理论、习近平新时代中国特色社会主义思想等思想政治理论，以及数理、管理、经济、文化艺术等专业学科基础理论。
2	8-2 具有感受美、鉴赏美的能力和崇高的审美追求、高尚的人格修养、坚定的文化自信。	8. (综合素质)：体质健康、体魄健强、人格健全、意志坚韧，善于感受美、鉴赏美、追求美、弘扬美；具有正确的劳动价值观、必备的劳动能力、积极的劳动精神、良好的劳动习惯和品质。

## 三、教学内容、要求与学时分配

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式 (讲授、实验、上机、讨论)	支撑课程目标
第一章 美学 第一节 美学概论 第二节 美的本质 第三节 美的分类 第四节 现实美与艺术美 第五节 美与趣味 第六节 中国美学发展梗概与民族美 民族文化自信	掌握美学基本原理	<b>重点：美学的发展脉络</b>  <b>难点：美学体系繁杂，哲学意味多</b>	12	讲授 讨论	1、2

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式 (讲授、 实验、上 机、讨论)	支撑课程 目标
第二章 艺术 第一节 艺术起源 第二节 艺术活动 第三节 艺术与审美 第四节 艺术与形式 第五节 艺术与观念 第六节 艺术与再现 中国特有艺术美	掌握艺术的基 本理论	<b>重点：艺术的规律</b>  <b>难点：艺术原理性知 识晦涩难懂</b>	12	讲授 讨论	1、2
第三章 艺术美学案列 第一节 博物馆陈列展览 案例（一） 第二节 博物馆陈列展览 案例（二） 第三节 企业空间艺术 第四节 产业园区空间艺 术 认真且实事求是	通过实际案例 呼应理论学习， 掌握理论转化 方法	<b>重点：理论转化实践</b>  <b>难点：具体情况多种 多样</b>	8	讲授 讨论	1、2

#### 四、课程考核评价方式

考核以课程目标的达成度为主要目的，以检查学生对各知识点的掌握程度和应用能力为重要内容。

##### （一）考核方式

课程考核由平时成绩与期末考试成绩相结合的方式进行。

1. 平时成绩占比 50%，主要包括：课堂表现（25%）和作业（25%）。
2. 期末考核占比 50%，采用闭卷考试，考核内容主要包括：《艺术美学》基础客观知识点和运用知识论述题等。

##### （二）课程成绩

###### 1. 考核环节及说明

成绩构成	考核说明
平时成绩	（1）平时成绩满分为 100 分，占总成绩的 50% （2）针对平时成绩对应的课程目标，由作业、考勤、课堂表现等部分构成，各部分占比及评分标准由教师根据实际情况决定。
期末考试	（1）考试方式及占比：采用闭卷笔试，考试成绩 100 分，占课程考核成绩的 50%。 （2）评定依据：考试成绩的评定根据试卷参考答案和评分标准进行。 （3）考试题型：包含单项选择题、填空题、简答题。 （4）考试内容：针对期末考试对应的课程目标。

## 2. 考核与评价方式

课程目标	成绩比例（平时成绩50%+期末成绩50%）			合计
	平时成绩（50%）		期末成绩 （50%）	
	作业 （25%）	课堂表现 （25%）		
1	10	15	25	50
2	15	10	25	50
合计(成绩构成)	25	25	50	100

## 五、教学方法

教学紧扣“课堂讲授、课程讨论、作业训练、考核”等教学要素，灵活采用讨论式、和翻转课堂的讲授方式，通过观看录像、电子教案、课程资源上网等多种方法与手段开展教学。同时通过提供教学参考资料、推荐课外阅读材料等拓宽和深化学生的知识面和知识结构。课件课后提供给学生。对学生的辅导，主要采用当面答疑、线上等形式。

## 六、参考教材

1. 丁宁，《艺术美学》，上海人民美术出版社，2020年10月，第1版。

### 阅读书目：

田川流，《艺术美学》，东南大学出版社，2018年6月，第1版。

主撰人：高榕

审核人：高雪

英文校对：沈庆会

教学副院长：郑建明

日期：2022年9月26日

## 附件：各类考核与评价标准表

### 1. 平时成绩评分标准

成绩 课程目标	优秀 (分数≥90分)	良好 (78≤分数<90)	中等 (68≤分数<78)	及格 (60≤分数<68)	不及格 (分数<60分)
课程目标 1 (25%)	牢牢掌握《艺术美学》应该具备的职业道德，理解诚实公正、诚信守则的职业操守和规范，并熟悉基本的文化知识产权等相关法律法规；	熟练掌握《艺术美学》应该具备的职业道德，理解诚实公正、诚信守则的职业操守和规范，并知晓基本的文化知识产权等相关法律法规；	掌握《艺术美学》应该具备的职业道德，理解诚实公正、诚信守则的职业操守和规范，并知晓基本的文化知识产权等相关法律法规；	基本掌握《艺术美学》应该具备的职业道德，理解诚实公正、诚信守则的职业操守和规范，并知晓基本的文化知识产权等相关法律法规；	未掌握《艺术美学》应该具备的职业道德，理解诚实公正、诚信守则的职业操守和规范，不熟悉基本的文化知识产权等相关法律法规；
课程目标 2 (25%)	深刻理解并熟练掌握《艺术美学》的基础知识。能够运用艺术美学所包含的设计布置、装饰陈设等知识指导工作生活实践。具备运用基本美学知识解决实践和品味问题的能力；	理解并熟练掌握《艺术美学》的基础知识。能够运用艺术美学所包含的设计布置、装饰陈设等知识指导工作生活实践。具备运用基本美学知识解决实践和品味问题的能力；	基本理解并熟练掌握《艺术美学》的基础知识。能够运用艺术美学所包含的设计布置、装饰陈设等知识指导工作生活实践。	理解并掌握《艺术美学》的基础知识。具备运用基本美学知识解决实践和品味问题的能力；	未理解且未掌握《艺术美学》的基础知识。

### 2. 期末考核与评价标准

成绩 课程目标	优秀 (分数≥90分)	良好 (78≤分数<90)	中等 (68≤分数<78)	及格 (60≤分数<68)	不及格 (分数<60分)
课程目标 1 (25%)	能够准确且全面的答出艺术美学论述中应该具备的职业道德和职业操守和规范相关内容，以及基本的文化知识产权等相关法律法规；	能够准确的答出艺术美学论述中应该具备的职业道德和职业操守和规范相关内容，以及基本的文化知识产权等相关法律法规；	能够基本准确的答出艺术美学论述中应该具备的职业道德和职业操守和规范相关内容，以及基本的文化知识产权等相关法律法规；	能够答出艺术美学论述中应该具备的职业道德和职业操守和规范相关内容，以及基本的文化知识产权等相关法律法规的主要部分；	未能答出艺术美学论述中应该具备的职业道德和职业操守和规范相关内容，以及基本的文化知识产权等相关法律法规的主要部分；
课程目标 2 (25%)	能够准确且全面的答出艺术美学的基础知识。论述深刻、	能够准确的答出艺术美学的基础知识。论述深刻、	能够基本准确的答出艺术美学的基础知识。论述深	能够答出艺术美学的基础知识的主要部分。论述深	未能答出艺术美学基础知识的主要部分。

成绩 课程目标	优秀 (分数≥90分)	良好 (78≤分数<90)	中等 (68≤分数<78)	及格 (60≤分数<68)	不及格 (分数<60分)
	述深刻、思考全面、逻辑清楚、能联系实际；	逻辑清楚、能联系实际；	刻、逻辑清楚、能联系实际；	刻、逻辑清楚、能联系实际；	

### 3. 《管理学原理》教学大纲

#### 一、课程基本信息

课程名称	中文名称：管理学原理				
	英文名称：MANAGEMENT				
课程号	6301505		学分	3	
学时	总学时：48	讲授学时	实验学时	上机学时	讨论学时
		32	0	0	16
开课学院	经济管理学院		开课学期		
课程负责人	车斌		适用专业	文化产业管理	
先修课程及要求	无				

#### 二、课程简介

##### (一) 课程概况

《管理学原理》是文化产业管理专业的必修课程，主要讲授管理学基本概念，相关理论、原理、以及基本方法。在经济管理类专业本科生四年的学习中，起着引导学生入门及培养学生初步养成管理思维模式以及管理技能的作用。

通过课程学习，可以使学生正确理解管理的内涵以及相关概念，在了解现代管理学理论演进的基础上，掌握管理学的基本原理和一般方法，并能综合运用于实际问题的分析，初步具备解决一般管理问题的能力，培养学生的综合管理素质，为后续学习专业课程打下基础。

This course is an introduces of the basic rules of managerial events in all kinds of social organization, including managerial principal theory, methodology, and technology and provides students with an introduction to management concepts, functions and strategies. It also studies the development of Managerial science and skills. It could be the fundamental subject for major in management and economic students.

The course starts by looking at the evolution of management theory and the broad environment in which organizations operate. It then looks at internal issues in organizations including planning, decision-making and communication before widening its scope to look at the relationships between the organization and the outside world. The purpose of this course is to provide students an opportunity to gain an overview of management theory and practice and

serves as a basis for further detailed study of the elements that contribute to successful management.

## （二）课程目标

课程目标 1：学习管理学课程，培养学生具备的基本的职业道德，理解诚实公正、诚信守则的职业操守和规范，并能在今后的学习和工作中自觉遵守相关规章制度，成为合格、有用的社会公民；

课程目标 2：理解并掌握管理学基础知识。能够基本运用管理环境分析、计划职能、组织职能、领导职能和控制职能等知识。在了解管理学理论代表性流派的基础上，培养初步具备运用管理学理论知识分析、解决管理实践问题的能力；

课程目标 3：通过掌握现代管理学知识，理解管理的重要性，为后续其他经济管理学科课程的学习打好理论基础。

## （三）课程目标和毕业要求的对应关系

课程目标	毕业要求指标点	毕业要求
1	7-1 具有良好的道德修养和社会责任感、积极向上的人生理想、符合社会进步要,具备良好的沟通、团队合作和创新能力。	7. 职业素养
2	1-1 系统掌握管理学基础理论知识与方法	1. 基础理论
3	9-1 具有自主学习、不断学习和终身学习的意识和能力,具有社会适应力	9. 终身学习

## 三、教学内容、要求与学时分配

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式	支撑课程目标
第一章 管理的内涵与本质 (1) 管理的内涵与本质 (2) 管理的基本原理与方法 (3) 管理活动的时代背景	理解管理及管理者的概念	<b>重点：管理概念管理的重要性及其作用</b> <b>难点：管理内涵及其四职能</b>	2	讲授/ 讨论	目标 1 目标 2
第二章 管理理论的历史演变 第一节 古典管理理论 第二节 现代管理流派 第三节 当代管理理论	通过本部分的学习,使学生对管理学的历史演变有基本了解,熟悉管理学的经典理论。	<b>重点：经典流派</b> , 理解不同时期的划分特征、理解“管理理论丛林”的含义及主要流派分类; 理解组织趋同、合法性、企业再造等概念。 <b>难点：管理的先进性与局限性</b>	2	讲授	目标 1 目标 2 目标 3
第三章 决策与决策过程 第一节 决策及其任务 第二节 决策的类型与特征 第三节 决策过程与影响	通过本部分的学习,让学生对决策原理有基本认识,了解决	<b>重点：决策与计划的关系</b> 理解决策与计划之间的关系、决策的不同分类标准; 能够区分不同的决策类型	2	讲授	目标 2 目标 3

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式	支撑课程目标
因素	策过程,能够分析影响决策的因素有哪些。	<b>难点: 掌握决策过程模型和决策准则</b> ,能够在不确定情境下根据不同的标准做出不同的决策。			
第四章 管理与环境 (1) 影响组织绩效的因素构成 (2) 环境因素对管理的影响 (3) 环境的管理	通过本部分的学习,让学生能够理解环境对决策过程的影响,掌握 PEST、SWOT 等环境分析方法,掌握决策树等决策方法,能够进行简单分析和决策。	<b>重点: 组织环境</b> ,理解一般环境、具体环境和组织内部环境的主要构成部分和彼此之间的关系; <b>难点: 组织环境与组织的关系</b> ,掌握 PEST、SWOT 等环境分析工具;掌握环境不确定性评估模型、决策背景分析步骤,以及活动方案生成方法;	2	讲授/ 小组展示	目标 2 目标 3
第五章 决策的实施与调整 第一节 实施决策的计划制定 第二节 推进计划的流程与方法 第三节 决策追踪与调整	通过本部分的学习,让学生了解到计划编制和组织实施的方法,讨论决策和计划在组织实施过程中怎样根据外部环境与内部条件的变化而进行适当的调整。	<b>重点: 决策</b> 掌握决策的基本过程和方法;掌握决策树的内涵和实施步骤; <b>难点: 决策基本方法</b> ,了解鱼刺图、雷达图和趋势图等决策追踪与调整方法	2	讲授	目标 2 目标 3
第六章 组织设计 第一节 组织设计的任务与影响因素 第二节 组织结构 第三节 组织整合	通过本部分的学习,让学生意识到组织设计对管理活动的重要作用,认识组织设计的主要任务和影响因素。	<b>重点: 组织结构</b> 理解组织整合过程中正式组织与非正式组织、管理幅度和管理层级、集权和分权、直线和参谋之间的关系。 <b>难点: 结构分析</b> 掌握组织结构的定义、内容和表现形式,了解各种组织结构的优缺点;并能够进行基本组织结构分析。	2	讲授/ 小组展示	目标 2 目标 3

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式	支撑课程目标
第七章 人员配备 第一节 人员配备的任务、工作内容和原则 第二节 人员选聘 第三节 人事考评 第四节 人员的培训与发展	通过本部分的学习,让学生了解人员配备的基本流程,意识到人员配备的重要性。	<b>重点:</b> 了解人员配备的任务、工作内容和人员来源; 了解人员录用的流程和方法; 了解人事考评的方法和程序。 <b>难点:</b> 人员考评的主要方法及各自的优缺点。	2	讲授	目标 2 目标 3
第八章 组织文化 第一节 组织文化概述 第二节 组织文化的构成和功能 第三节 组织文化塑造	通过本部分的学习,让学生了解组织文化的重要性。	<b>重点:</b> 组织文化的分类 掌握组织文化的定义、特征和影响因素; <b>难点:</b> 组织文化的构成、功能和反功能;	2	讲授	目标 2 目标 3
第九章 领导的一般理论 第一节 领导的内涵与特征 第二节 领导与领导者 第三节 领导与被领导者 第四节 领导与情境	通过本部分的学习,让学生对与领导职能有基本的认识,能够掌握经典领导理论的主要观点。	<b>重点:</b> 领导与管理之间的关系, 掌握领导的内涵和特征; <b>难点:</b> 情景领导模型 掌握领导特质理论、行为理论、情景领导模型、领导者角色理论、权变领导理	2	讲授	目标 2 目标 3
第十章 激励 第一节 激励基础 第二节 激励理论 第三节 激励方法	通过本部分的学习,让学生理解激励的本质,能对如何调节和引导人的行为发表看法。	<b>重点:</b> 激励机理 了解激励的基础; <b>难点:</b> 常用的激励方法。 握行为基础理论、过程激励理论和行为强化理论的基本观点及各自的先进性和局限性; 掌握常用的激励方法	2	讲授	目标 2 目标 3
第十一章 沟通 第一节 沟通与沟通类型 第二节 沟通障碍及其克服 第三节 冲突及其管理	通过本部分的学习,让学生体会到管理实践中沟通的重要性,对沟通的障碍有所认识,并能够辩证看待冲突。	<b>重点:</b> 沟通过程模型 了解有效沟通的标准模型 <b>难点:</b> 冲突管理的策略 理解如何克服沟通障碍; 理解不同冲突类型及其对组织的影响; 理解冲突管理中抑制和激发冲突的权衡。	2	讲授	目标 2 目标 3

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式	支撑课程目标
第十二章 控制的类型与过程 第一节 控制的内涵与原则 第二节 控制的类型 第三节 控制的过程	通过本部分的学习,让学生能够了解控制的内涵和原则,对控制过程有基本认识	<b>重点:</b> 控制系统的组成 了解控制系统的组成 <b>难点:</b> 不同的控制类型及其优缺点 理解不同的控制类型及其优缺点。	2	讲授	目标 1 目标 2 目标 3
第十三章 控制的方法与技术 第一节 层级控制、市场控制与团体控制 第二节 质量控制方法 第三节 管理控制的信息技术	通过本章学习基本主要的控制方法与技术。	<b>重点:</b> 控制的过程 掌握控制的定义、内涵、原则和控制的过程; <b>难点:</b> 常用的控制方法 掌握常用的控制方法。	2	讲授	目标 2 目标 3
第十四章 风险控制与危机管理 第一节 风险识别与分析 第二节 风险评估与控制 第三节 危机管理	通过本部分的学习,让学生了解到风险对企业经营的影响,对风险管理和危机管理的目标、内容和方法有基本的了解。	<b>重点:</b> 风险管理的目标 了解风险及其分类。 理解风险管理的目标;理 <b>难点:</b> 危机预警、反应和恢复的基本流程 掌握风险识别、风险评估、风险控制的过程和主要方法、策略;	2	讲授	目标 1 目标 2
第十五章 创新原理 第一节 组织管理的创新职能 第二节 管理创新的类型与基本内容 第三节 创新过程及其管理	通过本部分的学习,让学生对创新在整个管理过程中的角色有所认识,理解创新与维持之间的相互关系。	<b>重点:</b> 创新的定义和内涵; 了解创新评估方法和技术。 理解管理创新和维持之间的关系;理解不同的管理创新类型。 <b>难点:</b> 主要动力、创新管理决策和创新领导 掌握创新的定义和内涵;掌握创新的主要动力、创新管理决策和创新领导。	2	讲授	目标 1 目标 2 目标 3
第十六章 组织创新 第一节 组织变革与创新 第二节 组织结构创新 第三节 创新与学习型组织	通过本部分的学习,让学生了解组织创新的主要模式和变革中的障碍,对	<b>重点:</b> 组织结构创新的历史背景。 了解不同组织结构创新的历史背景。 理解制度结构创新、层级结	2	讲授	目标 1 目标 2 目标 3

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式	支撑课程目标
	学习型组织有基本的认识。	构创新、文化结构创新的过程和结果； <b>难点：</b> 理解组织学习和组织修炼的基本观点；以及知识创新的模式和过程。			
总复习			2	讲授	

#### 四、课程考核评价方式

考核以课程目标的达成度为主要目的，以检查学生对各知识点的掌握程度和应用能力为重要内容。

##### （一）考核方式

考试主要采用闭卷方式，考试范围应涵盖所有讲授及自学的内容，考试内容应能客观反映出学生对本门课程主要概念的记忆、掌握程度，对有关理论的理解、掌握及综合运用能力。

##### （二）课程成绩

平时成绩主要根据学生平时作业、测验、实验、课堂表现等情况综合评定。各部分占比及评分标准由教师根据实际情况决定。

##### 1. 考核环节及说明

成绩构成	考核说明
平时成绩	(1) 平时成绩满分为 50 分，占总成绩的 50% (2) 针对平时成绩对应的课程目标，由作业、测验、实验、课堂表现等部分构成，各部分占比及评分标准由教师根据实际情况决定。
期末考试	(1) 考试方式及占比：采用闭卷笔试，考试成绩 100 分，占课程考核成绩的 50%。 (2) 评定依据：考试成绩的评定根据试卷参考答案和评分标准进行。 (3) 考试题型：可以包含单项选择题、多项选择题、填空题、简答题、计算题和设计题。 (4) 考试内容：针对期末考试对应的课程目标。

##### 2. 考核与评价方式

课程目标	成绩比例（平时成绩××%+期末成绩××%）						合计
	平时成绩（50%）					期末成绩（50%）	
	作业（30%）	测验（0%）	实验（0%）	课堂表现（0%）	课堂讨论（20%）		100
1	10	0	0	0	5	20	35
2	10	0	0	0	5	20	35
3	10	0	0	0	10	10	30
合计(成绩构成)	30	0	0	0	20	50	100%

## 五、教学方法

本课程将整个课程按照上述内容结构划分为九个单元，每个单元再由理论授课、案例分析、研讨、自学、作业或者模拟、实习、参观、调查等方式构成。EOL 平台将作为本课程网络教学辅助平台发布各类通知、访问资源和学习资料、开展在线测试和讨论。

## 六、参考材料

### 指定教科书

马工程，《管理学》，高等教育出版社，2019 年

### 参考教材：

序号	作者（或编者译者等）	教材或参考书名称	出版社	出版年份
1	[美]达夫特著	《管理学》（第 10 版）	机械工业出版社	2018 年
2	周三多、陈传明、鲁明泓编著，	《管理学：原理与方法》	复旦大学出版社	2020 年

主撰人：车斌

审核人：郑建明

英文校对：沈庆会

教学副院长：郑建明

日期：2022 年 9 月 26 日

## 附件：各类考核与评价标准表

### 1. 平时作业评分标准

成绩 课程目标	优秀 (分数≥90分)	良好 (78≤分数<90)	中等 (68≤分数<78)	及格 (60≤分数<68)	不及格 (分数<60分)
课程目标 1 (10%)	管理学的基本知识掌握全面，基本概念正确、论述逻辑清楚、层次分明，解题过程完整，答案正确，书写清晰。	管理学的基本知识掌握较全面，基本概念较正确、论述比较清楚，解题过程较完整，答案较正确，书写清晰。	管理学的基本知识掌握较全面，概念基本正确、论述比较清楚，解题过程基本完整，答案基本正确。	管理学的基本知识掌握一般，概念基本正确、论述基本清楚、解题过程基本完整，答案大部分正确。	管理学的基本知识掌握较少，解题过程不完整，答案正确率低于60%，或存在作业抄袭现象。
课程目标 2 (10%)	熟练掌握管理学基础知识。能够熟练运用管理环境分析、计划职能、组织职能、领导职能和控制职能等知识。具备分析企业案例，基本正确。	能够较为正确掌握管理学基础知识。能够较为熟练运用管理环境分析、计划职能、组织职能、领导职能和控制职能等知识。具备一定分析企业案例，正确率达到80%。	能够基本正确掌握管理学基础知识。能够基本熟练运用管理环境分析、计划职能、组织职能、领导职能和控制职能等知识。具备一定分析企业案例，正确率达到70%。	难以正确掌握管理学基础知识。难以运用管理环境分析、计划职能、组织职能、领导职能和控制职能等知识。分析企业具体案例，错误率较高。	无法正确掌握管理学基础知识。无法运用管理环境分析、计划职能、组织职能、领导职能和控制职能等知识。不具备分析企业案例。
课程目标 3 (10%)	能够熟练管理理论知识详细分析社会热点问题，具有很高的管理素养。	能够较为熟练运用管理学理论详细分析管理热点问题，具有较高的管理素养。	能够运用管理理论知识详细分析管理热点问题，具有一定的管理素养。	能够基本运用管理理论知识详细分析管理热点问题，基本具有管理素养。	难以运用管理理论知识详细分析管理热点问题，欠缺管理素养。

### 2. 课堂讨论评价标准

成绩 课程目标	优秀 (分数≥90分)	良好 (78≤分数<90)	中等 (68≤分数<78)	及格 (60≤分数<68)	不及格 (分数<60分)
课程目标 1 (5%)	管理学的基本知识掌握全面，基本概念正确、论述逻辑清楚、层次分明，解题过程完整，答案正确，书写清晰。	管理学的基本知识掌握较全面，基本概念较正确、论述比较清楚，解题过程较完整，答案较正确，书写清晰。	管理学的基本知识掌握较全面，概念基本正确、论述比较清楚，解题过程基本完整，答案基本正确。	管理学的基本知识掌握一般，概念基本正确、论述基本清楚、解题过程基本完整，答案大部分正确。	管理学的基本知识掌握较少，解题过程不完整，答案正确率低于60%，或存在作业抄袭现象。
课程目标 2 (5%)	熟练掌握管理学基础知识。能够熟练运用管理环境分析、计划职能、组织职能、领导职能和控制职能等知识。具备分析企业案例，基本正确。	能够较为正确掌握管理学基础知识。能够较为熟练运用管理环境分析、计划职能、组织职能、领导职能和控制职能等知识。具备一定分析	能够基本正确掌握管理学基础知识。能够基本熟练运用管理环境分析、计划职能、组织职能、领导职能和控制职能等知识。具备一定分析	难以正确掌握管理学基础知识。难以运用管理环境分析、计划职能、组织职能、领导职能和控制职能等知识。分析企业具体案例，错误率	无法正确掌握管理学基础知识。无法运用管理环境分析、计划职能、组织职能、领导职能和控制职能等知识。不具备分析企业案例。

成绩 课程目标	优秀 (分数≥90分)	良好 (78≤分数<90)	中等 (68≤分数<78)	及格 (60≤分数<68)	不及格 (分数<60分)
		企业案例，正确率达到80%。	企业案例，正确率达到70%。	较高。	
课程目标3 (10%)	能够熟练管理理论详细分析社会热点问题，具有很高的管理素养。	能够较为熟练运用管理理论详细分析管理热点问题，具有较高的管理素养。	能够运用管理理论详细分析管理热点问题，具有一定的管理素养。	能够基本运用管理理论详细分析管理热点问题，基本具有管理素养。	难以运用管理理论详细分析管理热点问题，欠缺管理素养。

### 3. 期末考核与评价标准

成绩 课程目标	优秀 (分数≥90分)	良好 (78≤分数<90)	中等 (68≤分数<78)	及格 (60≤分数<68)	不及格 (分数<60分)
课程目标1 (20%)	管理学的基本知识掌握全面，基本概念正确、论述逻辑清楚、层次分明，解题过程完整，答案正确，书写清晰。	管理学的基本知识掌握较全面，基本概念较正确、论述比较清楚，解题过程较完整，答案较正确，书写清晰。	管理学的基本知识掌握较全面，概念基本正确、论述比较清楚，解题过程基本完整，答案基本正确。	管理学的基本知识掌握一般，概念基本正确、论述基本清楚、解题过程基本完整，答案大部分正确。	管理学的基本知识掌握较少，解题过程不完整，答案正确率低于60%，或存在作业抄袭现象。
课程目标2 (20%)	熟练掌握管理学基础知识。能够熟练运用管理环境分析、计划职能、组织职能、领导职能和控制职能等知识。具备分析企业案例，基本正确。	能够较为正确掌握管理学基础知识。能够较为熟练运用管理环境分析、计划职能、组织职能、领导职能和控制职能等知识。具备一定分析企业案例，正确率达到80%。	能够基本正确掌握管理学基础知识。能够基本熟练运用管理环境分析、计划职能、组织职能、领导职能和控制职能等知识。具备一定分析企业案例，正确率达到70%。	难以正确掌握管理学基础知识。难以运用管理环境分析、计划职能、组织职能、领导职能和控制职能等知识。分析企业具体案例，错误率较高。	无法正确掌握管理学基础知识。无法运用管理环境分析、计划职能、组织职能、领导职能和控制职能等知识。不具备分析企业案例。
课程目标3 (10%)	能够熟练管理理论详细分析社会热点问题，具有很高的管理素养。	能够较为熟练运用管理理论详细分析管理热点问题，具有较高的管理素养。	能够运用管理理论详细分析管理热点问题，具有一定的管理素养。	能够基本运用管理理论详细分析管理热点问题，基本具有管理素养。	难以运用管理理论详细分析管理热点问题，欠缺管理素养。

## 4. 《设计学概论》教学大纲

### 一、课程基本信息

课程名称	中文名称：设计学概论		
	英文名称：Introduction to Design		
课程号	7503409	学分	2

学时	总学时：32	讲授学时	实验学时	上机学时	讨论学时
		28			4
开课学院	海洋文化与法律学院		开课学期	4	
课程负责人	高雪		适用专业	文化产业管理	
先修课程及要求	艺术美学				

## 二、课程简介

### （一）课程概况

《设计学概论》这门课程是文化产业管理专业的基础课程，主要讲授设计学有关知识。通过课程学习，学生可以了解设计学的研究范围及其现状、设计的多重特征、中西方设计的溯源及观念、现代设计的分类、设计师及设计批评等。能使学生在客观上了解设计学科的体系及其概貌，了解设计类各专业方向及其领域的基本特征和内容，树立正确的设计观念和思想，为今后的设计类课程打下基础。

Introduction to design is a basic course for cultural industry management, which mainly teaches the knowledge of design. Through the course learning, students can understand the research scope and current situation of design, the multiple characteristics of design, the origin and concepts of Chinese and Western designs, the classification of modern design, designers and design criticism. It can enable students to objectively understand the system and overview of the design discipline, understand the basic characteristics and contents of various professional directions and fields of design and establish correct design concepts and ideas, laying a foundation for future design courses.

### （二）课程目标

课程目标 1：掌握设计学相关理论知识，理清设计学研究范围及现状，领会设计的多重特征。客观看待设计与艺术、设计与科技、设计与经济之间的关系。

课程目标 2：系统掌握设计学分类方法，熟悉各设计专业的风格流派及代表设计师。理清有关设计批评的对象及其主体、设计批评理论等方面的知识，拥有宏观看待现代设计发展脉络及分析评判设计作品的的能力。

课程目标 3：学习了解作为设计师应该具备的职业道德，理解诚实公正、诚信守则的职业操守和规范，并能在设计工作中自觉遵守设计师职业道德；

课程目标 4：深入设计溯源，具备分析各个历史时期设计特点的能力，用史学知识评价设计在不同社会时期发展特色的能力。对比中外设计特色，挖掘民族设计深度，增强文化自信；

### （三）课程目标和毕业要求的对应关系

课程目标	毕业要求指标点	毕业要求
1	1-4 掌握文化艺术类基础理论知识，提升艺术审美修养。	1.（基础理论）掌握马列主义基本原理、毛泽东思想和中国特色社会主义理论、习近平新时代中国特色社会主义思想等思想政治理论，以及数理、管理、经济、文化艺术等专业学科基础理论。

课程目标	毕业要求指标点	毕业要求
2	2-3 掌握文化史论与设计类专业知识, 把握文化发展脉络, 提升设计能力。	2. (专业知识) 能够将产业、管理、经济、文化、艺术、设计类等专业知识用于分析和解决文化产业相关领域的管理问题, 具备基本的文化创意设计能力, 掌握创造、创新基本方法。
3	7-2 能够在管理实践中理解并遵守文化产业管理的有关方针、政策和法规, 履行责任。	7. (职业素养) 具备良好的语言沟通和规范的文字表达能力、资料收集与分析能力、人文社会科学素养和社会责任感, 严格遵守职业道德与规范, 正确把握团队和个人的关系, 在团队中胜任个体、团队成员或负责人的角色。
4	8-2 具有感受美、鉴赏美的能力和崇高的审美追求、高尚的人格修养、坚定的文化自信	8. (综合素质) 体质健康、体魄健强、人格健全、意志坚韧, 善于感受美、鉴赏美、追求美、弘扬美; 具有正确的劳动价值观、必备的劳动能力、积极的劳动精神、良好的劳动习惯和品质。

### 三、教学内容、要求与学时分配

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式(讲授、实验、上机、讨论)	支撑课程目标
第一章作为学科的设计 (1) 第一节设计的理论阐述 (2) 设计研究的现状	通过本章的学习两节设计的研究范畴, 理解相关的设计理论。	重点: 设计研究的重要理论概述 难点: 相关设计理论的概念理解	2	讲授	1
第二章 设计: 人类的第一行为 (1) 功能需求的设计 (2) 心理需求的设计 (3) 设计附加值 思政融入点: 设计附加值—一些优先发展设计的国家所取得的成绩, 带给我国设计发展的启示。	通过本章的学习, 了解设计作为人类的第一行为在功能需求方面、心理需求方面的特质, 同时根据实例了解设计附加值带给人类社会的影响。	重点: 功能需求的设计 难点: 设计附加值	2	讲授	1、2
第三章 设计溯源 (1) 史前设计: 距今约250万年—约公元前3500年 (2) 古代设计(上): 公元前3500年—公元16世纪初	通过本章学习设计发展历史, 从史前时期到现代设计之前漫长的阶段, 人类社会的设计发展脉络对比中外设计特色, 挖掘	重点: 古代设计上 古代设计下 难点: 近代设计	10	讲授、视频资料	1、4

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式（讲授、实验、上机、讨论）	支撑课程目标
(3) 古代设计（下）： 古代建筑 (4) 近代设计：15 世纪初期—1769 年 思政融入点：对比中外设计特色，挖掘民族设计深度，增强文化自信；	民族设计深度，增强文化自信；				
第四章 现代设计 (1) 机器革命 (2) 19 世纪的设计 (3) 现代主义设计 (4) 后现代主义设计	通过本章的学习使学生了解机器革命之后现代主义和后现代主义这两个核心的概念，以及这两个主义不同阶段的发展特征。	重点：现代设计 难点：后现代设计	10	讲授、讨论、专题汇报	2、4
第五章 设计的现代分类 (1) 视觉传达设计 (2) 产品设计 (3) 环境设计 (4) 新媒介设计	通过本章的学习使学生能够了解设计的现代分类，以及不同类别设计的范畴和特征。	重点：视觉传达设计 产品设计 难点：新媒介设计	4	讲授	2
第六章 设计师 (1) 设计师的历史演变 (2) 设计师的类型 (3) 设计师的从业指南 (4) 设计师的业务发展 思政融入点：设计师的职业道德	本章的学习使学生了解设计师职业的发展历史、种类和从业指南。使学生了解职业特征并对自己有一定的职业规划。	重点：设计师的从业指南 难点：设计师的业务发展	2	讲授、讨论	3
第七章 设计批评 (1) 设计的批评对象及其主体 (2) 设计批评的标准 (3) 设计批评的特殊方式 (4) 设计批评的理论	通过本章的学习使学生能够理解设计批评的对象及主体，并了解设计批评的标准、理论以及特殊方式。	重点：设计批评的对象及主体 设计批评的标准 难点：设计批评的理论	2	讲授	2

#### 四、课程考核评价方式

### （一）考核方式

课程考核由平时成绩与期末考试成绩相结合的方式进行。

1. 平时成绩占比 40%，主要包括：平时作业（20%）及课堂表现（20%）。
2. 期末考核占比 60%，采用闭卷考试。

### （二）课程成绩

#### 1. 考核环节及说明

成绩构成	考核说明
平时成绩	(1) 平时成绩满分为 40 分，占总成绩的 40% (2) 针对平时成绩对应的课程目标，由作业、课堂表现等部分构成，课堂表现由小组汇报、交流和讨论等模块，根据学生平时出勤情况、课堂讨论、小组汇报等情况综合评定，着重评价学生平时对专业知识和思政内容的理解、应用和接受能力。
期末考试	(1) 考试方式及占比：采用闭卷笔试，考试成绩 100 分，占课程考核成绩的 60%。 (2) 评定依据：考试成绩的评定根据试卷参考答案和评分标准进行。 (3) 考试题型：选择题、填空题、简答题和论述题。 (4) 考试内容：涵盖课程目标 1、2、3、4。

#### 2. 考核与评价方式

课程目标	成绩比例（平时成绩40%+期末成绩60%）			合计
	平时成绩（40%）		期末成绩 （60%）	
	作业 （20%）	课堂表现 （20%）		
1	5	5	15	25
2	5	5	15	25
3	5	5	15	25
4	5	5	15	25
合计(成绩构成)	20	20	60	100

## 五、教学方法

教学紧扣“课堂讲授、课程讨论、作业训练、小组课题”等教学要素，灵活采用传统讲授方式、观看视频资料、电子教案、使用电子课件、课程资源上网等多种方法与手段开展教学。同时通过提供教学参考资料、推荐课外阅读材料等拓宽和深化学生的知识面和知识结构。课堂采用分组讨论、小组课题及汇报等方式，采用翻转课堂增加教学的互动性。对学生的辅导主要采用课下指导、当面答疑、E-MAIL 等形式。

## 六、参考材料

1. 尹定邦、邵红主编，《设计学概论（全新版）》，人民美术出版社，2016年11月，第1版。

2. 张鑫主编，《设计学概论》，北京大学出版社，2013年7月，第1版。
3. 李砚祖主编，《艺术设计概论》，湖北美术出版社，2009年3月，第1版。
4. 徐恒醇主编，《设计美学概论》，北京大学出版社，2016年3月第1版。
5. 凌继尧主编，《设计概论》，北京大学出版社，2012年3月，第1版。

主撰人：高雪

审核人：郑建明

英文校对：沈庆会

教学副院长：郑建明

日期：2022年9月26日

## 附件：各类考核与评价标准表

### 1. 平时成绩评分标准

成绩 课程目标	优秀 (分数 $\geq 90$ 分)	良好 (78 $\leq$ 分数 $< 90$ )	中等 (68 $\leq$ 分数 $< 78$ )	及格 (60 $\leq$ 分数 $< 68$ )	不及格 (分数 $< 60$ 分)
课程目标 1 (10%)	按照要求完成课前阅读预习。按时出勤，课堂上积极讨论，认真听讲，能够很好地完成小组汇报。总体能够熟练掌握设计学概论有关专业理论知识	按照要求完成课前阅读预习。按时出勤，课堂上参与讨论，认真听讲，能够完成小组汇报。总体能够熟练掌握设计学概论有关专业理论知识	按照要求基本完成课前阅读预习。出勤率高，课堂上参与讨论，听讲较为认真，能够参与完成小组汇报。总体能够掌握设计学概论基本专业理论知识	基本完成课前阅读预习。出勤率达标，能够参与完成小组汇报。掌握设计学概论部分基本专业理论知识	不能完成课前阅读预习。出勤不率达标，不能够参与完成小组汇报。未掌握设计学概论部分基本专业理论知识
课程目标 2 (10%)	能够认真高质量的完成有关设计学分类方法，熟悉各设计专业的风格流派及代表设计师的调研及作业，按规定格式上交。	能够完成有关设计学分类方法，熟悉各设计专业的风格流派及代表设计师的调研及作业，按规定格式上交。	能够完成有关设计学分类方法，了解各设计专业的风格流派及代表设计师的作业，按规定格式上交。	基本能够完成有关设计学风格流派及代表设计师的调研作业，按时上交。	不能完成有关调研及作业，未按规定格式上交。
课程目标 3 (10%)	积极参加课程讨论，小组汇报主题明确，讲述完整而精彩，富有吸引力，掌握作为设计师应该具备的职业能力和职业道德，理解诚实公正、诚信守则的职业操守和规范，并能全面的设计和规划未来的职业工作	全程参加讨论，小组汇报主题明确，汇报完整有逻辑，了解作为设计师应该具备的职业道德，理解诚实公正、诚信守则的职业操守和规范，能设计和规划未来的职业工作	参加讨论，小组汇报主题明确、讲述完整，基本了解作为设计师应该具备的职业道德，理解诚实公正、诚信守则的职业操守和规范。	参加讨论，小组汇报，基本了解作为设计师应该具备的职业道德和规范。	未参加讨论，不了解作为设计师应该具备的职业道德和规范。
课程目标 4 (10%)	认真高质量完成平时作业，深入设计溯源，具备分析各个历史时期设计特点的能力，用史学知识评价设计在不同	认真完成平时作业，能够了解设计溯源，具备分析历史时期设计特点的能力，用史学知识评价设计在不同社会时期发展特色的	完成平时作业，基本了解设计历史，具备一定的分析历史时期设计特点的能力，对比中外设计特色，挖掘民族设计深度，具	完成部分平时作业，了解部分设计历史，基本具备分析历史时期设计特点的能力，对比中外设计特色，挖掘民族设计，具有	不了解部分设计历史，不具备分析各历史时期设计特点的能力。

课程目标	成绩				
	优秀 (分数≥90分)	良好 (78≤分数<90)	中等 (68≤分数<78)	及格 (60≤分数<68)	不及格 (分数<60分)
	社会时期发展特色的能力。对比中外设计特色，挖掘民族设计深度，具有强烈的民族文化自信心；	能力。对比中外设计特色，挖掘民族设计深度，具有民族文化自信心；	有民族文化自信心；	一定的民族文化自信心；	

## 2. 期末考核与评价标准

课程目标	成绩				
	优秀 (分数≥90分)	良好 (78≤分数<90)	中等 (68≤分数<78)	及格 (60≤分数<68)	不及格 (分数<60分)
课程目标 1 (15%)	通过试题测试完全掌握设计学相关理论知识，理清设计学研究范围及现状，领会设计的多重特征。客观看待设计与艺术、设计与科技、设计与经济之间的关系。	通过试题测试掌握设计学相关理论知识，理清设计学研究范围及现状，领会设计的多重特征。客观看待设计与艺术、设计与科技、设计与经济之间的关系。	通过试题测试基本掌握设计学相关理论知识，基本了解设计学研究范围及现状，领会设计的多重特征。客观看待设计与艺术、设计与科技、设计与经济之间的关系。	通过试题测试掌握一部分设计学相关理论知识，基本了解设计学研究范围及现状，领会设计的多重特征。	未掌握设计学相关理论知识，不了解设计学研究范围及现状。
课程目标 2 (15%)	通过试题测试反映出学生系统掌握设计学分类方法，熟悉各设计专业的风格流派及代表设计师。理清有关设计批评的对象及其主体、设计批评理论等方面的知识，拥有宏观看待现代设计发展脉络及分析评判设计作品的的能力。	通过试题测试反映出学生掌握设计学分类方法，了解各设计专业的风格流派及代表设计师。理清有关设计批评的对象及其主体、设计批评理论等方面的知识，拥有客观看待现代设计发展脉络的能力。	通过试题测试反映出学生基本掌握设计学分类方法，了解各设计专业的风格流派及代表设计师。基本了解有关设计批评的对象及其主体、设计批评理论等方面的知识。	通过试题测试反映出学生掌握部分设计学分类方法，了解部分设计专业的风格流派及代表设计师。	未掌握设计学相关理论知识，不了解设计学研究范围及现状，不能够领会设计的多重特征。
课程目标 3 (15%)	通过试题测试出学生掌握作	通过试题测试出学生了解作为设计师	通过试题测试出学生基本了解作	通过试题测试出学生基本了解作	通过试题测试出学生不了解

成绩 课程目标	优秀 (分数≥90分)	良好 (78≤分数<90)	中等 (68≤分数<78)	及格 (60≤分数<68)	不及格 (分数<60分)
		为设计师应该具备的职业道德,理解诚实公正、诚信守则的职业操守和规范,并能全面的设计和规划未来的职业工作	应该具备的职业道德,理解诚实公正、诚信守则的职业操守和规范,能设计和规划未来的职业工作	为设计师应该具备的职业道德,理解诚实公正、诚信守则的职业操守和规范。	为设计师应该具备的职业道德和规范。
课程目标 4 (15%)	通过试题测试反映出学生能够深入设计溯源,具备分析各个历史时期设计特点的能力,用史学知识评价设计在不同社会时期发展特色的能力。对比中外设计特色,挖掘民族设计深度,具有强烈的民族文化自信心;	通过试题测试反映出学生能够了解设计溯源,具备分析历史时期设计特点的能力,用史学知识评价设计在不同社会时期发展特色的能力。对比中外设计特色,挖掘民族设计深度,具有民族文化自信心;	通过试题测试反映出学生基本了解设计历史,具备一定的分析历史时期设计特点的能力,对比中外设计特色,挖掘民族设计深度,具有民族文化自信心;	通过试题测试反映出学生了解部分设计历史,具备部分分析历史时期设计特点的能力,对比中外设计特色,挖掘民族设计,具有一定的民族文化自信心;	不了解部分设计历史,不具备分析各历史时期设计特点的能力。

## 5. 《中国文化史》教学大纲

### 一、课程基本信息

课程名称	中文名称: 中国文化史				
	英文名称: History of Chinese Culture				
课程号	77070001		学分	3	
学时	总学时: 48	讲授学时	实验学时	上机学时	讨论学时
		44			4
开课学院	海洋文化与法律学院		开课学期	2	
课程负责人	李 华		适用专业	文化产业管理	
先修课程及要求	无				

## 二、课程简介

### （一）课程概况

本课程主要阐述中国文化发生、发展、变化过程，考察历史文化产生的自然环境、经济社会制度，并在此基础上形成的思维方式、价值观念及精神活动。这些内容将通过对各个历史期，某一具有代表性的器物文化的检视、描述、阐释，进而分析中国文化史上先秦，秦汉、魏晋南北朝、唐宋、元明清等时代经济社会活动，价值观念及精神活动的特征及前后因袭变化之原因。

This course mainly describes the occurrence, development and change process of Chinese culture, investigates the natural environment, economic and social system in which history and culture originated, and forms the mode of thinking, values and spiritual activities on this basis. These contents will analyze the characteristics of economic and social activities, values and spiritual activities in the Pre-Qin, Qin and Han Dynasties, Wei, Jin, Southern and Northern Dynasties, Tang and Song Dynasties, Yuan, Ming and Qing Dynasties in the history of Chinese culture, as well as the reasons for the changes and inheritance over the course through the inspection, description and interpretation of a representative utensil culture in each historical period.

### （二）课程目标

课程目标 1: 了解中国文化发展的主要历程，理解中国历史进程中物质文明发展与思想文化的相互关系，提高文化理论水平。

课程目标 2: 掌握文化史论知识，把握文化发展脉络，提升对文化现象产生、发展的认识能力。

课程目标 3: 提高学生的文化素养，增强学生的中国文化自信。

### （三）课程目标和毕业要求的对应关系

课程目标	毕业要求指标点	毕业要求
1	1-1 掌握并运用马克思主义基本原理、毛泽东思想和中国特色社会主义理论、习近平新时代中国特色社会主义思想树立正确的世界观、价值观、人生观，坚定政治立场和理想信念，能够用马克思主义辩证法分析和判断问题。	1. 基础理论：掌握马列主义基本原理、毛泽东思想和中国特色社会主义理论、习近平新时代中国特色社会主义思想等思想政治理论，以及数理、管理、经济、文化艺术等专业学科基础理论。
2	2-3 掌握文化史论与设计类专业知识，把握文化发展脉络，提高对文化现象产生、发展的认识能力。	2. 专业知识：能够将产业、管理、经济、文化、艺术、设计类等相关专业知识用于分析和解决文化产业相关领域的管理问题，具备基本的文化创意设计能力，掌握创造、创新基本方法。
3	9-2 提高学生的文化素养，增强学生的中国文化自信。	9-2. 具有良好的历史文化知识，能够适应时代和产业发展不断自我提升。

## 三、教学内容、要求与学时分配

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式 (、实验、 上机、讨 论)	支撑课 程目标
第一章与《中国文化史》课程的几个概念 一、中国、文明与文化 二、文化与文明文化与文明 三、历史与文化史	能区分“文明、文化；历史、文化史”的	重点：文化史在历史研究中的意义  难点：文明与文化的联系与区别	2	讲授	1
第二章中国文化的地理背景 一、文化与地理自然环境 二、中国文化产生的土壤 三、中华文化圈的周边环境 东亚海陆关系特点 东西方海洋观 思政融入点：明清“海禁”，中国古代海洋事业成就与局限	把了解环境因素对传统中国文化的的作用。	重点：了解环境因素对传统中国文化的的作用。  难点：不同环境因素对对文化生成的影响	4	讲授 讨论	1 2
第三章中国文化植根的经济与依托的社会结构 一、农耕经济与农业文明 农业经济的发展与传统农业文明 中国前资本主义生产方式的主要形态 二、宗法社会下的传统社会结构定势  中国“封建制度”的特征 宗法——专制社会的伦理 ——政治型文化范式 思政融入点：宗法制度的由来、确立与专制政体	作为基础的经济与社会结构对文化思想的作用	重点：作为基础的经济与社会结构对文化思想的作用  难点：宗法制度的演变对几千年传统文化如何影响。	4	讲授 讨论	1, 2 3
第四章中国文化的多元发生与殷商西周时期 一、上古——中华文化的多元发生 二、殷商到周：从神本走向人本 1、文字创制：汉字起源 2、青铜时代：技艺、器用；祭祀、精神 3、神奇的八卦与《周易》 4、春秋时代，诸子“百家”争鸣	从器物看文化、看历史	重点：青铜上时代的“文化”；  难点：从商尚鬼到周的“天命靡常”、敬德保民的理性思想发展的原因现前后关系。	8	讲授 讨论	1 2 3

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式 (、实验、 上机、讨 论)	支撑课 程目标
思政融入点：国家与文物的命运					
第五章秦汉——一统帝国与统一的文化(6) 一、大一统中央集权国家确立与官僚政治的登场 二、崇尚黄老到独尊儒术 1、黄老盛衰 2、尊儒兴学、制度教化 3、“天一感应”与“三纲五常” 4、礼文化的完善 三、佛教西来与道教的形成 四、阔阔的文化精神(例举) 1、气势恢宏的建筑与雕塑 2、天人世界：画像砖(石)与帛画 3、“铺采摘文”“夸丽风骇”的汉赋	大一统与尊儒兴学、制度教化；“天一感应”与“三纲五常”思想的确立。	重点：从秦法家治国，到汉初崇尚黄老，再到独尊儒术的思想发展过程。  难点：从秦始皇到汉武，大一统中央集权国家与思想文化一统如何转变。	8	讲授 讨论	1 2 3
第六章魏晋南北朝：乱世，人的觉醒(4) 一、动乱时世 二、分化中生长 1 名教与自然：儒学与玄谈 2 追仙与拜佛：炼丹与般若 三、文化的自觉 1、文学的自我发现 2、绘画艺术的自觉	人的觉醒与文化艺术的创造	重点：1、文学的自我发现；2、绘画艺术的自觉 难点：名教与自然：儒学与玄谈	6	讲授 讨论	1、2
第七章 隋唐：文化隆盛时代(4) 一、壮阔舞台 1 辽阔帝国 2 宽松氛围 3 科举大行与统治基础的扩大 4 文官制度的完善 二、文学艺术的全面繁荣 1 古文运动与儒学复兴 2 诗国的高峰 3 唐代绘画与书法	科举大行与统治基础的扩大对唐代文化隆盛的作用	重点：从唐诗里体会唐人的精神世界  难点：唐代绘画与书法。	6	讲授 讨论	1、2

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式 (、实验、 上机、讨 论)	支撑课 程目标
<p>第八章 两宋：内省精致文人文化与市井娱乐文化勃兴（4）</p> <p>一、变更的根由：</p> <p>1 文人的自觉</p> <p>2 社会经济</p> <p>3 宗族的新变</p> <p>二、从儒学复兴到理学构建</p> <p>1 禅悦之风</p> <p>2 易道太极</p> <p>3 理学：佛道入儒</p> <p>三、文人天地</p> <p>1 宋诗与宋词：哲思与寄情</p> <p>2 文人的雅好</p> <p>四、市民娱乐文化的兴起</p> <p>1 瓦舍勾栏的说唱艺术</p> <p>2 宋人热闹的市井生活</p>	精致文人文化与市井娱乐文化勃兴	<p>重点：从儒学复兴到理学构建</p> <p>难点：从宋代日常生活看其文化风尚。</p>	6	讲授 讨论	1、2
<p>第九章 明清：沉暮与开新（2）</p> <p>一、文化专制与灭异端</p> <p>二、复古与拟古</p> <p>三、西学流播</p> <p>1、耶稣会士来华</p> <p>2、西学的输入</p> <p>3、晚明中西文化冲突</p>	文化专制与灭异端对文化发展的阻碍。	<p>重点：文化专制与灭异端</p> <p>难点：晚明中西文化冲突</p>	2	讲授	1、2、3
<p>第十章 近代：中西文化碰撞与应变（2）</p> <p>一、洋货、炮舰与西学</p> <p>1、工业文明与农业文明</p> <p>2、碰撞中的先进与落后</p> <p>二、图变</p> <p>1、教育改制</p> <p>2、近代图书馆、博物馆的出现</p> <p>3、新知识分子群的形成</p> <p>三、洋务运动的文化意义及体用之辩</p> <p>四、 1、《新青年》与“德、赛两先生”</p> <p>2、“打倒孔家店”</p> <p>3、文学革命</p>	洋务运动的文化意义及体用之辩；“十月革命”与马列主义在古老东方大地。	<p>重点：从义和团运动到“五四”狂飚</p> <p>难点：文化如何从传统与走向现代？</p>	2	讨论	1、2、3

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式 (、实验、 上机、讨 论)	支撑课 程目标
4、复制西方政治制度 5、从义和团运动到“五四” 狂飚					

#### 四、课程考核评价方式

##### (一) 考核方式

考核方式为闭卷笔试。

考试课程成绩一般由期末成绩和平时成绩构成。

##### (二) 课程成绩

平时成绩占课程考核成绩的比例 60%，主要根据学生平时学习态度、听课、作业、课堂讨论、教学参观等情况综合评定。

##### 1. 考核环节及说明

成绩构成	考核说明
平时成绩	(1) 平时成绩满分为 100 分，占总成绩的 60% (2) 平时成绩对应的课程目标，由学习态度、课堂讨论、听课三等部分构成。
期末考试	(1) 考试方式及占比：采用闭卷笔试，考试成绩 100 分，占课程考核成绩的 40%。 (2) 评定依据：考试成绩的评定根据试卷参考答案和评分标准进行。 (3) 考试题型：可以包含单项选择题、多项选择题、填空题、简答题、计算题和设计题。 (4) 考试内容：针对期末考试对应的课程目标。

##### 2. 考核与评价方式

课程目标	成绩比例：平时成绩60%+期末成绩40%			合计
	平时成绩60%		期末成绩 40%	
	讨论发言与作业 (40%)	课堂表现 (20%)		
1	15	5	10	30
2	15	10	20	45
3	10	5	10	25
合计( 成绩构成)	40	20	40	100

#### 五、教学方法

以课堂讲授为主，学生阅读相关文献材料、讨论为辅；同时适当组织参观考察，丰富学生的感性认识。

一结合教材设计专题讨论，通过课堂讨论，引导学生从细微处切入宏大问题。结合教材内容，设计了宗法制度与传统孝道，青铜、玉器与周代礼乐文化、易与周人的理性精神、史记里的秦汉人物精神世界等专题讨论，调动学生课外主动学习积极性。

二为学生提供大量网络资源，特别是直接呈现先秦，秦汉等古代历史时期的器物文化的考古视频资源，弥补教材理论性较多而器物文化介绍少的不足，丰富了学生的文物知识，为全面客观了解不同时期文化提供基础。

三引导学生咀嚼文本，通过对文本反复的互动研讨，提高学生理解经典能力，了解传统思想文化的基本观点。

## 六、参考材料

线上：

1. 《考古公开课》，CCTV—10 科教频道。
2. <https://www.gushiwen.cn/gushi>

线下：

1. 吕思勉，《中国文化史》，新世界出版社，2008年3月，第1版。
2. 钱穆，《中国文化导言》，：华东理工大学出版社，2005年1月，第1版。
3. 柳诒徵，《中国文化史》，东方出版社，1988年3月，第1版。
4. 苏秉琦，《中国文明起源新探》，三联书店，1999年10月，第2版。
5. 许倬云，《西周史》，三联书店，1994年12月，第1版。
6. 冯友兰，《中国哲学简史》，北京大学出版社，2013年1月，第1版。
7. 葛兆光：《中国思想史》，复旦大学出版社 2005年12月，第1版。
8. 李泽厚，《美的历程》，文物出版社，1989年8月，第2版。
9. 孙机，《中国古代物质文化》，中华书局，2014年7月，第1版。
10. 陈鼓应，《老子今著今译》，中华书局，2015年10月，第1版。
11. 杨伯峻，《论语注译》，中华书局，2009年10月，第3版。
12. [美] D.G. 贝茨（Bates）著，吴爱明、邓勇译 《文化的演进与人类行为》，辽宁人民出版社，1988年10月，第1版。

主撰人：李 华

审核人：高 雪

英文校对：沈庆会

教学副院长：郑建明

日 期：2022年9月26日

## 附件：各类考核与评价标准表

### 1. 课堂专题讨论评分标准

成绩 课程目标	优秀 (分数 $\geq 90$ 分)	良好 ( $78 \leq$ 分数 $< 90$ )	中等 ( $68 \leq$ 分数 $< 78$ )	及格 ( $60 \leq$ 分数 $< 68$ )	不及格 (分数 $< 60$ 分)
课程目标 1 (15%)	收集专题讨论文献材料，论说逻辑清晰；引用材料有力；语言准确流畅。	能收集专题讨论文献材料，论说逻辑较清晰；引用材料较有力；语言流畅。	收集专题讨论文献材料一般，逻辑较清晰；引用材料不足；语言欠准确。	无文献材料，发言逻辑不清晰；引用材料少；语言欠准确。	无文献材料，发言逻辑不清晰；引用材料极少；语言不准确。
课程目标 2 (15%)	能以正确的态度与历史唯物辩证思维，看待与分析传统文化的发生与现象。观点主旨正确且独到。	能以正确的态度与辩证思维，看待与分析传统文化的发生与现象。观点主旨正确。	能以正确的态度，看待与分析传统文化的发生与现象。观点正确。	能以正确的态度，看待与分析传统文化的发生与现象。观点无误。	不能以正确的态度，看待传统文化的发生与现象，观点不正确。
课程目标 3 (10%)	与中国传统文化内容相关性高。	与中国传统文化内容相关性高。	与中国传统文化内容相关一般。	与中国传统文化内容相关。	与中国传统文化内容不相关。

### 2. 课堂表现评价标准

成绩 课程目标	优秀 (分数 $\geq 90$ 分)	良好 ( $78 \leq$ 分数 $< 90$ )	中等 ( $68 \leq$ 分数 $< 78$ )	及格 ( $60 \leq$ 分数 $< 68$ )	不及格 (分数 $< 60$ 分)
课程目标 1 课程目标 2 课程目标 3 (占比 20%)	听课认真、无旷课、请假。	听课较认真、无旷课、有请假。	听课一般、有旷课一次以上。	听课一般、有旷课二次以上。	听课不认真、不能参与讨论发言、有旷课三次以上。

### 3. 期末考核与评价标准

成绩 课程目标	优秀 (分数 $\geq 90$ 分)	良好 ( $78 \leq$ 分数 $< 90$ )	中等 ( $68 \leq$ 分数 $< 78$ )	及格 ( $60 \leq$ 分数 $< 68$ )	不及格 (分数 $< 60$ 分)
课程目标 1 (10%)	论说逻辑清晰；引用材料有力；语言准确流畅。	论说逻辑较清晰；引用材料较有力；语言流畅。	逻辑较清晰；引用材料不足；语言欠准确。	逻辑不清晰；引用材料少；语言欠准确。	论说逻辑不清晰；引用材料极少；语言不准确。
课程目标 2 (20%)	能以正确的态度与历史唯物辩证思维，看待与分析传统文化的发生与现象。	能以正确的态度与辩证思维，看待与分析传统文化的发生与现象。	能以正确的态度，看待与分析传统文化的发生与现象。	能以正确的态度，看待与分析传统文化的发生与现象。	不能以正确的态度，看待传统文化的发生与现象。

成绩	优秀 (分数≥90分)	良好 (78≤分数<90)	中等 (68≤分数<78)	及格 (60≤分数<68)	不及格 (分数<60分)
课程目标	对中国传统文化相关知识与内容较全面掌握。	对中国传统文化相关知识与内容掌握较好。	对中国传统文化相关知识与内容有一般了解。	对中国传统文化相关知识与内容有一定了解。	对中国传统文化相关知识与内容没有基本了解。
课程目标 3 (10%)					

## 6. 《经济学概论》教学大纲

### 一、课程基本信息

课程名称	中文名称：经济学概论				
	英文名称：Essentials of Economics				
课程号	7909909		学分	3	
学时	总学时：48	讲授学时	实验学时	上机学时	讨论学时
		46	0	0	2
开课学院	经管学院		开课学期	2	
课程负责人	张海清		适用专业	文化产业管理专业	
先修课程及要求	先修课程：《高等数学》。 要求：掌握《高等数学》中微分、积分的基本知识。				

### 二、课程简介

#### (一) 课程概况

《经济学概论》是经济学基础理论课，起着引导学生入门及培养学生初步养成经济学思维模式的作用。通过本课程的学习，一方面使学生掌握现代经济学的基本理论、基本概念和基本方法，为进一步学习相关专业课程及将来从事经济工作奠定基础；另一方面使学生能运用现代经济学知识，分析实际情况中的问题。

“Essentials of Economics” is a basic course of economics, which cultivates students economic thinking mode. Studying this course, on the one hand, students can master the basic theories, concepts, and methods of modern economics; lay a solid foundation for further study and work in economics; On the other hand, it enables students use modern economic tools to analyze practical problems.

#### (二) 课程目标

课程目标 1：掌握现代经济学的基本理论、基本概念和基本方法。

课程目标 2：能够运用理论分析实际经济现象和经济问题。

课程目标 3：为相关专业课程学习及将来从事经济工作奠定基础。

课程目标 4：培养学生具有正确的价值观，理解国家经济管理政策，理解个人目标与社会目标的关系，引导学生形成正确的世界观和方法论，提高辩证思维能力。

### （三）课程目标和毕业要求的对应关系

课程目标	毕业要求指标点	毕业要求
1	1-2 掌握数理理论、经济学理论，形成较好的逻辑能力，能用经济学原理观察和思考文化产业相关现象和问题。	1 基础理论
2	4-1 根据社会经济环境和文化产业特征，创造性地设计管理方案或项目方案，策划运营路线。	4 设计、策划解决方案
3	1-3 掌握定性和定量研究方法，提升分析问题的能力。	1 基础理论

### 三、教学内容、要求与学时分配

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式（讲授、实验、上机、讨论）	支撑课程目标
第1章 经济学十大原理 (1) 经济学研究什么问题 (2) 人们如何做决策 (3) 人们如何相互影响 (4) 整体经济如何运行	了解经济学研究的基本内容，掌握统一经济学研究的几个中心思想。	<b>重点：</b> 初步了解有关经济学规律的十个定理。 <b>难点：</b> 理解经济学是一门方法论的课程。	4	讲授	1, 2
第2章 像经济学家一样思考 (1) 作为科学家的经济学家 (2) 作为政策顾问的经济学家 (3) 经济学家意见分歧的原因	理解经济学家是如何研究这个世界的，学习经济学的目的是学会经济学家的思考方式。	<b>重点：</b> 了解经济学家的角色。 <b>难点：</b> 掌握经济学的分析方法。	3	讲授/讨论	1, 2, 4
第4章 供给与需求的市场力量 (1) 市场 (2) 竞争市场 (3) 需求量 (4) 供给量 (5) 需求定理 (6) 供给定理 (7) 需求曲线 (8) 供给曲线 (9) 均衡 (10) 均衡价格	掌握供给与需求理论，了解市场经济中供给与需求如何决定价格，以及价格如何配置经济中的稀缺资源。	<b>重点：</b> 需求曲线、供给曲线、均衡的概念。 <b>难点：</b> 影响需求曲线变动、供给曲线变动的因素。	4	讲授/习题讲解	1, 2, 3

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式（讲授、实验、上机、讨论）	支撑课程目标
(11) 替代品 (12) 互补品					
第5章 弹性及其应用 (1) 弹性 (2) 总收益 (3) 需求的价格弹性 (4) 需求的收入弹性 (5) 需求的交叉价格弹性 (6) 供给价格弹性	掌握衡量买者与卖者对市场条件变化反应程度的工具——弹性。	<b>重点：</b> 弹性、需求价格弹性、需求收入弹性、需求交叉价格弹性的概念。 <b>难点：</b> 弹性的应用。	3	讲授/习题讲解	1, 2, 3
第6章 供给、需求与政府政策 (1) 价格控制 (2) 税收 思政素材：介绍税收在解决我国经济社会发展不充分、不平衡矛盾中发挥着重要作用。	掌握供求工具分析各类政府政策的方法。	<b>重点：</b> 价格控制概念、税收政策。 <b>难点：</b> 价格控制政策的效果分析。	2	讲授/案例分析	1, 2, 4
第7章 消费者、生产者与市场效率 (1) 支付者意愿 (2) 成本 (3) 消费者剩余 (4) 生产者剩余 (5) 效率 (6) 福利经济学	运用福利经济学的方法度量如何使买者和卖者从参与市场中得到最大利益。	<b>重点：</b> 支付意愿、消费者剩余、生产者剩余概念。 <b>难点：</b> 消费者剩余、生产者剩余的画图分析。	2	讲授	1, 2
第12章 生产成本 (1) 固定成本 (2) 可变成本 (3) 总成本 (4) 总收益 (5) 利润	通过本章学习，掌握厂商生产成本的有关概念、函数以及各种成本与产量之间的关系，为分析厂商利润最大化行为做准备。	<b>重点：</b> 厂商利润最大化的分析方法。 <b>难点：</b> 掌握不同成本之间的关系。	3	讲授/习题/讨论	1, 2

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式（讲授、实验、上机、讨论）	支撑课程目标
(6) 经济利润 (7) 会计利润 (8) 生产函数 (9) 边际产量 (10) 规模经济 (11) 规模收益不变					
第 13 章 竞争市场上的企业 (1) 什么是竞争市场 (2) 利润最大化与竞争企业的供给曲线 (3) 竞争市场的供给曲线	掌握完全竞争厂商的短期均衡和长期均衡的条件,说明完全竞争厂商和行业的短期、长期供给曲线,评价完全竞争市场的经济效率。	<b>重点:</b> 竞争市场含义、利润最大化条件。 <b>难点:</b> 竞争市场供给曲线的由来。	2	讲授/讨论	1, 2
第 14 章 垄断 (1) 为什么会产生垄断 (2) 垄断者如何做出生产与定价决策 (3) 垄断的福利代价 (4) 价格歧视 (5) 垄断的公共政策 思政素材: 讲授反垄断法和政府规制的相关内容时,介绍中国市场竞争实践的最新趋势。	掌握完全垄断市场理论,垄断的代价,针对垄断政府能采取哪些政策。	<b>重点:</b> 垄断产生的原因、垄断者如何决策。 <b>难点:</b> 垄断的治理。	2	讲授/案例分析	1, 2, 3, 4
第 10 章 外部性 (1) 外部性和市场无效率 (2) 针对外部性的公共政策 (3) 外部性的私人解决方法	掌握为什么市场有时不能有效地配置资源,政府政策如何潜在地改善市场配置,哪种政策能最好地发挥作用。	<b>重点:</b> 外部性产生的原因。 <b>难点:</b> 外部性的治理。	2	讲授/讨论	1, 2

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式（讲授、实验、上机、讨论）	支撑课程目标
第 15 章 一国收入的衡量 (1) 经济的收入与支出 (2) 国内生产总值的衡量 (3) GDP 的组成部分 (4) 真实 GDP 与名义 GDP	了解宏观经济学的研究对象和研究方法, 掌握一国总收入的核算方法, 国民收入核算中的恒等关系。	<b>重点:</b> GDP 概念及构成。 <b>难点:</b> 货币的跨期比较。	3	讲授/习题讲解	1, 2
第 16 章 生活费用的衡量 (1) 消费物价指数 (2) 根据通货膨胀的影响校正经济变量	理解经济学家如何用消费物价指数来衡量通货膨胀率, 以及如何用消费物价指数比较不同时期的美元数字, 为以后的分析提供背景知识。	<b>重点:</b> CPI 概念及计算。 <b>难点:</b> 货币的跨期比较。	3	讲授/习题讲解	1, 2
第 18 章 储蓄、投资和金融体系 (1) 美国经济中的金融机构 (2) 国民收入账户中的储蓄与投资 (3) 可贷资金市场	了解经济中组成金融体系的各种机构有哪些, 理解储蓄与投资间的关系, 通过资金供求模型解释政府政策如何影响利率, 从而影响社会对稀缺资源的配置。	<b>重点:</b> 金融机构组成、可贷资金的均衡分析。 <b>难点:</b> 金融政策。	2	讲授	1, 2
第 20 章 失业 (1) 失业的确认 (2) 寻找工作 (3) 最低工资法 (4) 工会和集体谈判 (5) 效率工资理论	掌握政府如何衡量经济中的失业率, 在解释失业数据时有哪些不足, 一般情况下失业者没有工作的时间会持续多长。	<b>重点:</b> 失业的不同类型。 <b>难点:</b> 区分失业。	3	讲授/讨论	1, 2, 3
第 21 章 货币制度 (1) 货币的含义 (2) 联邦储备体系 (3) 银行与货币供给	掌握货币的含义, 货币的形式, 银行体系如何有助于创造货币, 以及政府如何控制流通中的货币。	<b>重点:</b> 货币的形式、银行体系与货币创造。 <b>难点:</b> 货币政策。	3	讲授	1, 2

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式（讲授、实验、上机、讨论）	支撑课程目标
第 22 章 货币增长与通货膨胀 (1) 古典通货膨胀理论 (2) 通货膨胀的成本	通过货币数量论来理解通货膨胀, 及通货膨胀对社会造成的影响是什么。	<b>重点:</b> 通货膨胀的成因。 <b>难点:</b> 通货膨胀的影响。	2	讲授/讨论	1, 2
第 23 章 总需求与总供给 (1) 关于经济波动的三个关键事实 (2) 解释短期经济波动 (3) 总需求曲线 (4) 总供给曲线 (5) 经济波动的两个原因	掌握分析短期经济波动的总需求与总供给模型。	<b>重点:</b> 总需求、总供给概念。 <b>难点:</b> 分析经济波动。	3	讲授/讨论	1, 2
第 24 章 货币政策和财政政策对总需求的影响 (1) 货币政策如何影响总需求 (2) 财政政策如何影响总需求 (3) 运用政策来稳定经济	掌握政府的政策工具如何影响总需求曲线的位置, 以及在现实中运用这些政策工具时会出现哪些困难。	<b>重点:</b> 货币政策、财政政策概念。 <b>难点:</b> 货币政策、财政政策应用。	2	讲授/案例分析	1, 2, 3

#### 四、课程考核评价方式

##### (一) 考核方式

考核方式采用闭卷笔试, 考试课程成绩由期末成绩和平时成绩构成。

##### (二) 课程成绩

平时成绩主要根据学生平时作业、课堂讨论等情况综合评定。平时成绩占课程考核成绩的 40%, 期末考试成绩占 60%。

##### 1. 考核环节及说明

成绩构成	考核说明
平时成绩	(1) 平时成绩满分为 100 分, 占总成绩的 40% (2) 针对平时成绩对应的课程目标, 由作业、课堂表现等部分构成。

期末考试	<p>(1) 考试方式及占比：采用开卷笔试，考试成绩 100 分，占课程考核成绩的 60%。</p> <p>(2) 评定依据：考试成绩的评定根据试卷参考答案和评分标准进行。</p> <p>(3) 考试题型：可以包含选择题、判断题、名词连线题、简答题和计算题。</p> <p>(4) 考试内容：针对期末考试对应的课程目标。</p>
------	--

## 2. 考核与评价方式

课程目标	成绩比例（平时成绩40%+期末成绩60%）						合计
	平时成绩（40%）					期末成绩 （60%）	
	作业 (30%)	测验 (0%)	实验 (0%)	课堂表现 (0%)	课堂讨论 (10%)		
1	20	0	0	0	0	50	70
2	5	0	0	0	5	10	20
3	5	0	0	0	5	0	10
合计(成绩构成)	30	0	0	0	10	60	100%

## 五、教学方法

本课程教学所采用的教学方法为以课堂讲授、课堂讨论为主，主要为板书与多媒体相结合的形式，辅以课堂提问等形式；利用配套的泛雅平台课程在线资源辅助学习，结合经济学实例进行案例式教学。

## 六、参考材料

线上资源学习泛雅平台：<https://mooc1.chaoxing.com/course/220016266.html>

线下：参考教材、阅读书目等

1. 曼昆著，梁小民，梁砾译，《经济学基础》，北京大学出版社 2022 年 1 月，第 8 版。
2. 《西方经济学》编写组，《西方经济学（上、下册）》，高等教育出版社 2019 年 10 月，第 2 版。

主撰人：张海清

审核人：张祖平

英文校对：沈庆会

教学副院长：郑建明

日期：2022 年 9 月 26 日

## 附件：各类考核与评价标准表

### 1. 平时作业评分标准

成绩 课程目标	优秀 (分数≥90分)	良好 (78≤分数<90)	中等 (68≤分数<78)	及格 (60≤分数<68)	不及格 (分数<60分)
课程目标 1 (20%)	微观经济学、宏观经济学基本知识掌握全面，基本概念正确、论述逻辑清楚、层次分明，解题过程完整，答案正确，书写清晰。	微观经济学、宏观经济学基本知识掌握较全面，基本概念较正确、论述比较清楚，解题过程较完整，答案较正确，书写清晰。	微观经济学、宏观经济学基本知识掌握较全面，概念基本正确、论述比较清楚，解题过程基本完整，答案基本正确。	微观经济学、宏观经济学基本知识掌握一般，概念基本正确、论述基本清楚、解题过程基本完整，答案大部分正确。	微观经济学、宏观经济学基本知识掌握较少，解题过程不完整，答案正确率低于60%，或存在作业抄袭现象。
课程目标 2 (5%)	能够正确掌握供给定理、需求定理，具备画图分析均衡变动的能力，画图正确，书写清晰。	能够较正确掌握供给定理、需求定理，具备较全面画图分析均衡变动的能力，画图基本正确，书写清晰。	能够基本正确的掌握供给定理、需求定理，基本具备画图分析均衡变动的能力，画图基本正确，书写清晰。	能够部分掌握供给定理、需求定理，部分具备画图分析均衡变动的能力。	不能正确掌握供给定理、需求定理，不具备画图分析均衡变动的能力。
课程目标 3 (5%)	能够运用通货膨胀、失业等知识，优化公共管理政策，政策方案完善。	能够运用通货膨胀、失业等知识，优化公共管理政策，政策方案合理。	能够运用通货膨胀、失业等知识，制定公共管理政策，政策方案合理。	能够运用通货膨胀、失业等知识，制定公共管理政策，政策方案基本合理。	能够运用通货膨胀、失业等知识，制定公共管理政策，政策方案不合理。

### 2. 课堂讨论评价标准

成绩 课程目标	优秀 (分数≥90分)	良好 (78≤分数<90)	中等 (68≤分数<78)	及格 (60≤分数<68)	不及格 (分数<60分)
课程目标 2 (5%)	掌握实证经济学、规范经济学分析方法，能正确运用2种分析方法，并能拓展知识和正确举例分析	能正确阐述2种经济学分析方法，采用教材中的举例分析	能正确阐述2种经济学分析方法，并正确举例分析	能正确阐述2种经济学分析方法，但无举例说明，理解不够深刻	不能正确阐述2种经济学分析方法，未掌握相关基本概念
课程目标 3 (5%)	掌握货币政策、财政政策等内容，能举例说明，分析透彻	掌握货币政策、财政政策等内容，有案例分析，分析准确	掌握货币政策、财政政策内容，举例分析合理	基本货币政策、财政政策等内容，举例分析基本正确	未能掌握货币政策、财政政策等内容，无实例分析或分析不正确

### 3. 期末考核与评价标准

成绩 课程目标	优秀 (分数≥90分)	良好 (78≤分数<90)	中等 (68≤分数<78)	及格 (60≤分数<68)	不及格 (分数<60分)
课程目标1 (50%)	明晰微观经济学、宏观经济学知识框架, 知晓现代经济学的基本理论、基本概念和基本方法。	知晓微观经济学、宏观经济学知识框架, 知晓现代经济学的基本理论、基本概念和基本方法。	知晓微观经济学、宏观经济学知识框架, 掌握了大部分现代经济学的基本理论、基本概念和基本方法。	不清楚微观经济学、宏观经济学知识框架, 部分掌握现代经济学的基本理论、基本概念和基本方法。	不清楚微观经济学、宏观经济学知识框架, 未掌握现代经济学的基本理论基本方法, 基本概念模糊。
课程目标2 (10%)	理解并掌握生产成本理论、一国收入衡量、生活费用的衡量, 知识点应用分析灵活。	理解并掌握生产成本理论、一国收入衡量的衡量, 生活费用的衡量, 知识点应用分析较灵活。	理解并掌握生产成本理论、一国收入衡量的衡量, 生活费用的衡量, 能够应用知识点开展分析。	理解并掌握生产成本理论、一国收入衡量的衡量, 生活费用的衡量, 能够部分应用知识点分析。	理解并掌握生产成本理论、一国收入衡量的衡量, 生活费用的衡量, 应用知识点分析欠缺。

## 7. 《西方文化史》教学大纲

### 一、课程基本信息

课程名称	中文名称: 西方文化史				
	英文名称: A History of Western Culture				
课程号	7503411		学分	2	
学时	总学时: 32	讲授学时	实验学时	上机学时	讨论学时
		28	0	0	4
开课学院	海洋文化与法律学院		开课学期	3	
课程负责人	沈庆会		适用专业	文化产业管理	
先修课程及要求	无				

### 二、课程简介

#### (一) 课程概况

《西方文化史》是文化产业管理专业的专业基础课程, 主要讲授西方文化的起源、形成和发展, 即从上古到中世纪再到近现代发展的历史进程, 主要包括古希腊文化、罗马文化、中世纪文化、文艺复兴、宗教改革、科学革命、启蒙运动等内容, 特别凸现贯穿其中推动西方文明进程、对人类社会进步产生重要影响的思想、运动和成就, 以及西方文化与世界其它地区、民族文化的交流与融合, 涉及西方宗教、文学、哲学、艺术等文化范畴的多个领域。通过本课程的学习使学生对西方文化有整体理解, 提高文化素养的同时为今后从事文化管理事业奠定坚实的知识基础, 以适应新时代文化发展战略的市场需求。

A History of Western Culture is a basic course for the major of cultural industry management, which mainly deals with the origin, formation and development of western culture, namely, the

historical evolution of culture from ancient through medieval to modern times, including the ancient Greek culture, Roman culture, the Middle Ages culture, the Renaissance, religious reform, the scientific revolution, the enlightenment, particularly highlighting the ideas, movements and achievements that have advanced the progress of western civilization and greatly impacted the human society, as well as the exchanges and integration of western culture with other parts of the world and national cultures, involving many fields of western religion, literature, philosophy, art and other cultural categories. Through the study of this course, students can have an overall understanding of Western culture, improve their cultural literacy, and lay a solid knowledge foundation for future cultural management career, so as to meet the market demand of cultural development strategy in the new era.

### (三) 课程目标

课程目标 1: 理解文化与文化理论的基本知识, 对西方文化的起源、发展与走向, 西方文化的内涵与特质、西方文化与西方精神有整体的认识和把握。

课程目标 2: 理解并掌握文化与文明之间的联系, 文化规律与文化体系问题, 深化学生对现代西方文化流派和文化思潮的理性认识, 提升思辨能力。

课程目标 3: 对西方文化与东方文化、西方文化与世界潮流等问题有全面的认识与把握, 了解世界文化的多样性、各国各民族文化交流的重要性。

课程目标 4: 通过学习使学生提高文化差异的敏感性、宽容性, 提升批判性思维能力以及艺术欣赏能力, 正确认识和反思中国传统文化, 培养文化自信和民族自豪感。

### (三) 课程目标和毕业要求的对应关系

课程目标	毕业要求指标点	毕业要求
1	2-3 掌握文化史论与设计类专业 知识, 把握文化发展脉络, 提升设计 能力。	2 (专业知识): 能够将产业、管理、经济、文化、艺术、设计类等相关专业知识用于分析和解决文化产业相关领域的管理问题, 具备基本的文化创意设计能力, 掌握创造、创新基本方法。
2	1-4 掌握文化艺术类基础理论知识, 提升艺术审美修养。	1 (基础理论): 掌握马列主义基本原理、毛泽东思想和中国特色社会主义理论、习近平新时代中国特色社会主义思想等思想政治理论, 以及数理、管理、经济、文化艺术等专业学科基础理论。
3	7-1 较强的语言和人际沟通表达能力; 规范的专业文件、公务文案 文书写作能力。	7 (职业素养): 具备良好的语言沟通和规范的文字表达能力、资料收集与分析能力、人文社会科学素养和社会责任感, 严格遵守职业道德与规范, 正确把握团队和个人的关系, 在团队中胜任个体、团队成员或负责人的角色。
4	8-2 具有感受美、鉴赏美的能力和 崇高的审美追求、高尚的人格修 养、坚定的文化自信。	8 (综合素质): 体质健康、体魄健强、人格健全、意志坚韧, 善于感受美、鉴赏美、追求美、弘扬美; 具有正确的劳动价值观、必备的劳动能力、积极的劳动精神、良好的劳动习惯和品质。

## 三、教学内容、要求与学时分配

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式（讲授、实验、上机、讨论）	支撑课程目标
<p>第一章西方文化概论</p> <p>(1) 什么是文化、文明, 文化的层次</p> <p>(2) 文化有无规律</p> <p>(3) 文化体系</p> <p>(4) 西方文化起源与发展脉络</p>	掌握文化的概念、文化的层次以及规律; 西方文化的发展脉络	<p>重点:</p> <p>文化的层次、规律</p> <p>难点:</p> <p>文化体系</p>	2	讲授	1、4
<p>第二章古代东方文化与西方文化的比较</p> <p>(1) 古代东方历史的特点</p> <p>(2) 古代东方的灿烂文化</p> <p>(3) 古代东方文化的特点及其对西方文化、世界文化的影响</p> <p>(4) 古代东西方文化比较</p> <p>思政融入点: 古代中国文化对世界文化的贡献</p>	掌握: 古代东方灿烂文化的具体表现和特点; 古代东方文化对西方世界的影响; 古代东方文化何以在世界最先崛起。	<p>重点: 古代东方文化的特点及其对西方文化的影响;</p> <p>难点: 古代中西方文化比较</p>	4	讲授、讨论	2、3
<p>第三章古代西方文化</p> <p>(1) 古希腊的自然条件与文化起源</p> <p>(2) 希腊文化</p> <p>(3) 希腊文化繁荣的原因及影响</p> <p>(4) 古罗马文化</p>	掌握古希腊文化对西方文化的影响; 古希腊文化的海洋性特征; 古罗马文化的主要内容及特点; 古希腊文化对世界文化的影响。	<p>重点: 古希腊文化、古罗马文化对西方文化的重大影响;</p> <p>难点: 古希腊文化、古罗马文化的业绩</p>	6	讲授、讨论	2、3
<p>第四章基督教与基督教文化</p> <p>(1) 基督教产生的历史文化背景</p> <p>(2) 基督教的教阶、教派与教义</p> <p>(3) 基督教文化</p>	掌握基督教产生的原因、主要内容及变迁历史; 原是基督教如何演变为统治阶级的工具; 什么是世界宗教; 基督教对后世的影响。	<p>重点: 基督教的主要内容及演变。</p> <p>难点: 基督教对后世的影响。</p>	4	讲授、讨论	1、4
<p>第五章中世纪的西方文化</p> <p>(1) 西欧教会的文化专制主义</p> <p>(2) 经院哲学</p> <p>(3) 人文文化的开端</p>	掌握文化专制主义对西欧社会的影响; 人文文化如何开启。	<p>重点: 西欧教会的文化专制主义;</p> <p>难点: 人文文化的开端及其意义。</p>	4	讲授	2、4

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式（讲授、实验、上机、讨论）	支撑课程目标
第六章文艺复兴时期的文化 (1) 文艺复兴运动产生的原因 (2) 文艺复兴时代的巨人及其伟大成就	掌握：文艺复兴时期出现的伟人及其成就；文艺复兴的性质对后世的影响。	重点：文艺复兴的重要成就； 难点：文艺复兴对后世的重大意义。	4	讲授	1、3
第七章启蒙运动时期的文化 (1) 启蒙运动产生的背景 (2) 启蒙运动的特点 (3) 启蒙运动时期的文化 (4) 对启蒙运动的评价	掌握启蒙运动产生的原因、理性主义的内涵；启蒙运动时期的思想家及其主张以及对后世的影响。	重点：启蒙运动的思想主张。 难点：启蒙运动的影响及正确评价。	4	讲授	2、4
第八章十九世纪的西方社会与西学东渐 (1) 十九世纪的西方社会与西方科技发展 (2) 中国科学技术在近代落后的原因 (3) 明清时期的西学东渐思政融入点：通过西学东渐的学习增强爱国情感、社会责任。	掌握 19 世纪西方社会与中国社会的差异及原因；西学东渐的内容与影响。	重点：十九世纪西方社会的发展状况、中西方的差异； 难点：西学东渐的主要内容及正确评价。	4	讲授、讨论	1、2、3、4

#### 四、课程考核评价方式

以课程目标的达成度为主要目的，考核检查学生对各知识点的掌握程度和应用能力为重要内容。

##### （一）考核方式

期末考试采用以课上讲授内容为相关主题的研究论文。

考试课程成绩由期末成绩（70%）和平时成绩（30%）构成。

##### （二）课程成绩

平时成绩：

主要根据学生平时学习态度、听课表现、课堂讨论、小论文作业等情况综合评定。平时成绩的评定有明确要求。

期末成绩：

采用研究论文，占课程考核成绩 70%。撰写内容主题包括古希腊文化、罗马古典文化、基督教文化、西方文化的近代化转型、西方近代启蒙文化、西学东渐等课上所学重点内容。研究论文是在课上小组讨论、专题汇报、平时作业等基础上的进一步深入和拓展。

##### 1. 考核环节及说明

成绩构成	考核说明
平时成绩	(1) 平时成绩满分为 100 分，占课程考核总成绩的 30%。 (2) 对应课程目标，平时成绩由小组讨论发言、专题汇报、平时作业等模块构成，各模块占比及评分标准见附件考核与评价方式。
期末成绩	(1) 考试方式及占比：采用研究论文形式，成绩 100 分，占课程考核总成绩的 70%。 (2) 考试内容：对应课程目标。 (3) 评定依据：考试成绩的评定根据评分标准进行。

## 2. 考核与评价方式

课程目标	总成绩比例（平时成绩30%+期末成绩70%）			合计
	平时成绩（30%）		期末成绩 （70%）	
	专题汇报、讨论、发言 （15%）	作业 （15%）		
1	5	5	28	38
2	4	4	19	27
3	3	2	11	16
4	3	4	12	19
合计(成绩构成)	15%	15%	70%	100%

考核评价方式见附件。

## 五、教学方法

本课程基于 OBE 理念，采用课前知识引导、课中传授知识内化、课后延伸评价三个阶段，教师讲授与学生自学相结合，显性课堂与隐性课堂相结合，系统讲解与重点难点讲授相结合，紧扣“课堂讲授、课程讨论、作业训练、对应考核”等教学要素。每一阶段都有意识地融入世界视野、文化强国建设、强化对祖国优秀传统文化的认同感等思政内容。

课前知识引导阶段：推荐课外阅读材料、辅助电子教案、网上课程资源等多种平台，激发学生的学习兴趣与热情，带有问题意识、研究意识进行提前学习。

课中传授知识内化阶段：采取精讲与指导泛读相结合的方法，设计专题进行小组讨论、发言汇报，通过史实分析、视频观看、案例分析等充分调动学生的主观能动性。

课后延伸评价阶段：布置思考作业，撰写小论文，充分利用辅导、答疑对学生进行学习指导，拓展延伸课上知识。通过微信、E-MAIL 等形式随时与学生交流，进行混合式教学。

## 六、参考材料

1. 徐新，《西方文化史》，北京大学出版社，2020年8月，第3版。
2. 庄锡昌，《西方文化史》，高等教育出版社，2011年10月，第1版。
3. 陈佛松，《世界文化史》，华中理工大学出版社，1990年6月，第1版。
4. 徐葆耕，《西方文学十五讲》，北京大学出版社，2002年8月，第1版。
5. 威尔·杜兰特，《世界文明史》，东方出版，1998年6月，第2版。
6. 马文·佩里，《西方文明史》，商务印书馆，1993年年9月，第1版。

主撰人： 沈庆会  
审核人： 高雪  
英文校对： 沈庆会  
教学副院长：郑建明  
日期：2022年9月26日

## 附件：各类考核与评价标准表

### 1. 平时综合成绩评价标准

成绩 课程目标	优秀 (分数 $\geq 90$ 分)	良好 ( $78 \leq$ 分数 $< 90$ )	中等 ( $68 \leq$ 分数 $< 78$ )	合格 ( $60 \leq$ 分数 $< 68$ )	不合格 (分数 $< 60$ 分)
课程目标 1 (10%)	按照要求完成并提交作业。 作业认真，答案准确、完整，观点正确。 课堂上与老师积极互动，认真听讲，主题汇报、讨论主动，熟练掌握西方文化史的基本知识。	按照要求完成并提交作业。 作业认真，答案准确、完整，观点正确。 课堂上较好地主题汇报、讨论，较好地掌握西方文化基本知识。	按照要求完成并提交作业。 作业认真，答案比较准确、完整，观点正确。 课堂上能够进行主题汇报、讨论，能基本掌握西方文化基础知识。	完成作业不足。 课堂上不能较好地完成主题汇报，讨论与回答问题不够主动积极，不太认真听讲。总体上掌握西方文化史知识有一定难度。	不能按时完成作业。 课堂上不能完成专题汇报，不能参与讨论与回答问题，不能按时出勤、不认真听讲。
课程目标 2 (8%)	在课上专题汇报、讨论和发言中能够很好地将所学西方文化史的基础知识进行正确的判断和分析。	在课堂专题汇报、讨论和发言中能够较好地将所学基础知识进行正确、客观的判断、分析和评价。	在课堂专题汇报、讨论和发言中能够将所学基础知识进行判断、分析和评价。	在课堂专题汇报、讨论和发言中运用所学基础知识进行判断、分析和评价存在一定困难。	在课堂专题汇报、讨论和发言中不能将所学基础知识进行判断、分析和评价。
课程目标 3 (5%)	在作业撰写中能够很好地将所学西方文化史的基本理论、概念、原理等进行正确的运用和分析。	在作业撰写中能够较好地将所学西方文化史的基本理论、概念、原理等进行正确的运用和分析。	在作业撰写中能够将所学西方文化史的基本理论、概念、原理等进行正确的运用和分析。	在作业撰写中将所学西方文化史的基本理论、概念、原理等进行运用和分析存在一定困难。	在作业撰写中不能将所学西方文化史的基本理论、概念、原理等进行运用和分析。
课程目标 4 (7%)	在作业、专题汇报、讨论中能够很好理解并分析相关思政内容与文化意义。	在作业、课上专题汇报、讨论中能够较好理解并分析相关思政内容与文化意义。	在作业、专题汇报、讨论中能够理解并分析相关思政内容与文化意义。	在作业、专题汇报、讨论中分析相关思政内容与文化意义存在一定困难。	在作业、专题汇报、讨论中不能理解并分析相关思政内容与文化意义。

## 2. 期末成绩评价标准

成绩 课程目标	优秀 (分数≥90分)	良好 (78≤分数<90)	中等 (68≤分数<78)	合格 (60≤分数<68)	不合格 (分数<60分)
	课程目标 1 (28%)	研究论文认真完成, 按时提交, 符合论文规范和要求。	研究论文认真完成, 按时提交, 符合论文规范和要求。	研究论文认真完成, 按时提交, 符合论文规范和要求。	研究论文完成并按时提交, 符合论文规范和要求。
课程目标 2 (19%)	能够很好地运用课上所学, 将所学西方文化史基础知识与文化强国建设、我国传统文化传承等重大问题结合, 对重要文化史实主题进行分析和论述, 有理有据提出问题、分析问题、解决问题。	能够较好地运用课上所学, 将所学西方文化史基础知识与文化强国建设、我国传统文化传承等重大问题结合, 对重要文化史实主题清晰的展开分析和论述。	能够运用课上所学, 将所学西方文化史基础知识与文化强国建设、我国传统文化传承等重大问题结合, 对重要文化史实和主题较为清晰地进行分析 and 论述。	不能熟练地运用课上所学, 对重要文化史实和专题进行分析和论述。主题不太明确, 分析问题、解决问题存在一定困难。	不能运用课上所学对重要文化史实和专题进行正确的分析和论述, 没有主题, 不能分析问题、解决问题。
课程目标 3 (11%)	论文框架合理, 结构清晰, 层次条理; 内容丰富, 有明确的主题。	论文框架合理, 层次较条理; 内容较丰富, 有比较明确的主题。	论文有比较明确的主题但框架欠合理, 层次不太鲜明。	论文主题不够明确, 结构框架不太合理。	没有明确主题; 没有层次结构; 内容单薄。
课程目标 4 (12%)	能充分搜集参考文献, 有很强的文献查阅和分析能力; 有优秀的写作能力。	能比较充分搜集参考文献, 有较强的文献查阅和分析能力; 有较好的写作能力。	内容一般, 能搜集参考文献但不能较好地整理分析; 写作能力一般。	没有查阅相关参考文献, 分析论述不清晰条理。	没有查阅相关文献; 整体逻辑混乱; 有照搬抄袭现象。

## 8. 《会计学基础》教学大纲

### 一、课程基本信息

课程名称	中文名称: 会计学基础				
	英文名称: Fundamental Accounting				
课程号	7903721		学分	3	
学时	总学时: 48	讲授学时	实验学时	上机学时	讨论学时
		44	4		
开课学院	经管学院		开课学期	3	
课程负责人	张峰		适用专业	文化产业管理专业	
先修课程及要求	无				

## 二、课程简介

### （一）课程概况

本课程是经济和管理类各专业的必修课程，主要讲授会计信息系统必备的共性知识，包括会计的基本理论、基本规范和基本方法。

本课程涉及的会计基本理论有：会计目标、会计假设、会计对象和会计要素等；涉及的会计基本规范包括：会计法律规范、会计准则规范、会计制度规范和会计道德规范；涉及的会计核算基本方法和程序包括：设置账户、复式记账、填制和审核凭证、登记账簿、成本计算、财产清查、编制财务会计报告等。本课程还介绍了会计学科的框架体系。

通过本课程的学习，学生应能够全面了解现代会计学的总体框架和基本理论，熟悉会计核算的基本方法和基本技能，较熟练地解读财务报表。

This course is a compulsory course for all majors of economics and management. It mainly teaches the common knowledge of accounting information system, including the basic theory, norms and methods of accounting.

The basic theories in accounting involve accounting objective, accounting assumption, accounting's object and accounting element etc. The basic norm involving includes the accounting law norm, accounting standard norm, accounting system norm and accounting morals norm. The accounting record methods and procedure includes establishing the account, double entry, and property checks, establishment financial report. The course still introduced the frames system of accounting course.

By the end of this course, students will be able to understand the framework of accounting principles and basic theories, to get familiar with basic accounting methods, and interpret financial statements.

### （二）课程目标

课程目标 1：熟悉会计的基本理论，了解会计的本质和特点，理解和掌握会计的基本职能、目标、会计假设、会计基础、会计信息质量要求、会计的基本方法等内容；掌握会计对象及其内容和特点；了解会计的法规体系和学科体系。（支撑毕业要求 1-4、7-2）

课程目标 2：掌握设置账户、复式记账、填制和审核会计凭证、登记账簿、成本计算、财产清查、编制会计报表等会计核算的基本方法。（支撑毕业要求 2-1、7-2）

课程目标 3：熟悉企业资金筹集、材料采购、产品生产、销售、利润形成及分配各阶段的主要经济业务和常用账户，能熟练地进行相应的会计核算。了解成本计算的基本要求和程序，熟悉产品生产成本、销售成本的构成与计算。（支撑毕业要求 2-1、7-2）

课程目标 4：引导学生培养爱岗敬业、诚实守信、廉洁自律、客观公正、坚持准则、提高技能、参与管理、强化服务的职业道德。（课程思政目标）

### （三）课程目标和毕业要求的对应关系

课程目标	毕业要求指标点	毕业要求
1	1-3 掌握管理学原理，能理解文化产业相关组织的管理和运行。	1. 基础理论
2	2-2 掌握文化产业相关组织管理领域战略、财会、人力、品牌、组织行为、营销等知识，理解文化产业相关组织运行的机理。	2. 专业知识
3	7-2 能够在管理实践中理解并遵守文化产业管理的有关方针、政策和法规，履行责任。	7. 职业素养

课程目标	毕业要求指标点	毕业要求
	7-3 能与其他学科的成员有效沟通，合作共事，并能够在团队中独立或合作开展工作；能够组织、协调和指挥团队开展工作。	

### 三、教学内容、要求与学时分配

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式（讲授、实验、上机、讨论）	支撑课程目标
第一章总论 (1) 会计的含义 (2) 会计发展简史 (3) 会计的对象 (4) 会计方法概述 (5) 会计核算的基本假设和会计信息质量要求 (6) 会计计量与会计基础 (7) 会计法规体系 (8) 会计学科体系 <b>思政融入点：</b> 文化自信、爱国情怀、坚持原则、遵纪守法、职业道德、会计诚信	熟悉会计的基本理论	<b>重点：</b> 会计的对象 会计核算的基本方法 会计核算的基本假设 会计信息质量要求 会计基础 <b>难点：</b> 会计的对象 会计假设 会计基础	6	讲授	目标 1 目标 4
第二章账户 (1) 会计等式 (2) 会计科目 (3) 会计账户 <b>思政融入点：</b> 坚持原则、遵纪守法、职业道德、会计诚信、职业素养、职业技能	理解和掌握会计等式、能够分析经济业务对会计等式的影响，熟悉常用会计科目及分类	<b>重点：</b> 会计等式 会计科目 <b>难点：</b> 分析经济业务的影响	6	讲授	目标 1 目标 2 目标 4
第三章复式记账法 (1) 记账方法概述	理解和掌握复式记账法的特点与优势，掌握借贷记账法的基本内容，理解总分类账户与	<b>重点：</b> 借贷记账法 <b>难点：</b> 编制会计分录	6	讲授	目标 1 目标 2 目标 4

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式（讲授、实验、上机、讨论）	支撑课程目标
(2) 借贷记账法 (3) 总分类账户和明细分类账户 <b>思政融入点：</b> 坚持原则、遵纪守法、职业道德、会计诚信、职业素养、职业技能	明细分类账户的平行登记	<b>试算平衡</b>			
第四章账户与复式记账法的运用 (1) 资金筹集业务的核算 (2) 采购业务的核算 (3) 生产业务的核算 (4) 销售业务的核算 (5) 利润形成及分配业务的核算 <b>思政融入点：</b> 职业素养、职业技能、坚持原则、遵纪守法、职业道德、会计诚信	熟悉企业资金筹集、采购、生产、销售、利润形成及分配阶段的主要经济业务和常用账户，能熟练地进行相应的会计核算	<b>重点：</b> <b>采购、生存、销售业务的核算</b> <b>难点：</b> <b>利润形成及分配业务的核算</b>	1 2	讲授/实验	目标 3 目标 4
第五章成本计算 (1) 成本计算概述 (2) 成本计算的基本要求和程序 (3) 产品生产成本的计算 (4) 产品销售成本的计算 <b>思政融入点：</b> 职业素养、职业技能、坚持原则、遵纪守法、职业道德、会计诚信	了解成本计算的基本要求和程序，熟悉产品生产成本、销售成本的构成与计算	<b>重点：</b> <b>成本计算的基本要求、产品生产成本的计算、销售成本的计算</b> <b>难点：</b> <b>产品生产成本的计算</b>	4	讲授/实验	目标 3 目标 4

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式（讲授、实验、上机、讨论）	支撑课程目标
第六章会计凭证 (1) 会计凭证的意义和种类 (2) 原始凭证的填制和审核 (3) 记账凭证的填制和审核 (4) 会计凭证的传递与保管 <b>思政融入点：</b> 职业素养、职业技能、坚持原则、遵纪守法、职业道德、会计诚信	熟悉会计凭证的分类，了解原始凭证、记账凭证的填制与审核、会计凭证传递与保管等内容	<b>重点：</b> <b>会计凭证的种类</b> <b>记账凭证的填制和审核</b> <b>难点：</b> <b>记账凭证的填制</b>	3	讲授	目标2 目标4
第七章会计账簿 (1) 会计账簿的意义和种类 (2) 会计账簿的设置和登记 (3) 会计账簿启用和登记的规则 (4) 对账和结账 (5) 会计账簿的更换与保管 <b>思政融入点：</b> 职业素养、职业技能、坚持原则、遵纪守法、职业道德、会计诚信	了解账簿的概念和设置账簿的意义，熟悉会计账簿的分类，了解各类账簿的设置与登记，了解账簿启用和登记的规则。掌握更正错账的方法。理解对账和结账的基本要求，了解会计账簿的更换与保管	<b>重点：</b> <b>会计账簿的种类</b> <b>会计账簿的启用和登记规则</b> <b>难点：</b> <b>更正错账的规则</b>	3	讲授	目标2 目标4
第八章财产清查 (1) 财产清查的意义和种类 (2) 财产物资的盘存制度和清查方法 (3) 财产清查结果的处理 <b>思政融入点：</b> 职业素养、职业技能、坚持原则、遵纪守法、职业	了解财产清查概念和意义，熟悉财产清查的种类、财产物资的盘存制度、财产清查的具体方法，掌握银行存款余额调节表的编制和财产清查结果的账务处理	<b>重点：</b> <b>财产清查的种类</b> <b>银行存款的清查</b> <b>财产清查结果的处理</b> <b>难点：</b> <b>银行存款的清查</b> <b>财产清查结果的处理</b>	4	讲授	目标2 目标4

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式（讲授、实验、上机、讨论）	支撑课程目标
道德、会计诚信					
第九章会计报表 (1) 会计报表的意义和种类 (2) 资产负债表 (3) 利润表 (4) 现金流量表 (5) 所有者权益变动表 <b>思政融入点：</b> 职业素养、职业技能、坚持原则、遵纪守法、职业道德、会计诚信	了解财务报表的种类和编制要求等，掌握资产负债表和利润表及其编制的基本方法，了解现金流量表和所有者权益变动表的编制	<b>重点：</b> 会计报表的种类 资产负债表的编制 现金流量表的编制 <b>难点：</b> 资产负债表的编制	4	讲授	目标2 目标4

#### 四、课程考核评价方式

考核以课程目标的达成度为主要目的，以检查学生对各知识点的掌握程度和应用能力为重要内容。

##### (一) 考核方式

考核方式采用闭卷笔试，考试课程成绩由期末成绩和平时成绩构成。

##### (二) 课程成绩

平时成绩主要根据学生平时作业、实验、课堂表现等情况综合评定。平时成绩占课程考核成绩的40%，期末考试成绩占比60%。

##### 1. 考核环节及说明

成绩构成	考核说明
平时成绩	(1) 平时成绩满分为40分，占总成绩的40% (2) 针对平时成绩对应的课程目标，由作业、实验、课堂表现等部分构成。
期末考试	(1) 考试方式及占比：采用闭卷笔试，考试成绩100分，占课程考核成绩的60%。 (2) 评定依据：考试成绩的评定根据试卷参考答案和评分标准进行。 (3) 考试题型：可以包含单项选择题、多项选择题、判断题、填空题、简答题、计算题和业务题等。 (4) 考试内容：针对期末考试对应的课程目标。

##### 2. 考核与评价方式

课程目标	成绩比例（平时成绩40%+期末成绩60%）						合计
	平时成绩（40%）					期末成绩 （60%）	
	作业 （10%）	测验 （××%）	实验 （10%）	课堂表现 （20%）	.....		
1				20		20	40

课程目标	成绩比例（平时成绩40%+期末成绩60%）					期末成绩 （60%）	合计
	平时成绩（40%）						
	作业 (10%)	测验 (××%)	实验 (10%)	课堂表现 (20%)	.....		
2	10					20	30
3			10			20	30
合计(成绩构成)	10		10	20		60	100%

## 五、教学方法

本课程教学采用的教学方法以课堂讲授、案例分析为主，配合实验环节，采用多媒体形式，辅以课堂提问和练习等形式。

## 六、参考材料

参考教材、阅读书目等

1. 杨德利 谭春兰，《会计学基础教程（第二版）》，立信会计出版社，2021年1月、第2版
2. 中华人民共和国财政部，《企业会计准则（2022年版）》，立信会计出版社，2022年1月第1版
3. 中华人民共和国财政部，《企业会计准则应用指南（2022年版）》，立信会计出版社，2022年1月第1版

主撰人：张峰

审核人：高雪

英文校对：沈庆会

教学副院长：李玉峰

日期：2022年9月20日

附件：各类考核与评价标准表

1. 课堂表现评分标准

成绩 课程目标	优秀 (分数 $\geq 90$ 分)	良好 (78 $\leq$ 分数 $< 90$ )	中等 (68 $\leq$ 分数 $< 78$ )	合格 (60 $\leq$ 分数 $< 68$ )	不合格 (分数 $< 60$ 分)
课程目标 1 (20%)	熟悉会计的基本概念和理论, 积极回应老师的提问, 回答正确、表述清楚。	较熟悉会计的基本概念和理论, 回应老师提问比较积极, 回答基本正确、表述比较清楚。	较熟悉会计的基本概念和理论, 回应老师提问比较积极, 能正确回答大部分问题。	较熟悉会计的基本概念和理论, 有时能回应老师的提问, 能正确回答一部分问题。	不熟悉会计的基本概念和理论, 不能回答老师的提问。

2. 作业评价标准

成绩 课程目标	优秀 (分数 $\geq 90$ 分)	良好 (78 $\leq$ 分数 $< 90$ )	中等 (68 $\leq$ 分数 $< 78$ )	合格 (60 $\leq$ 分数 $< 68$ )	不合格 (分数 $< 60$ 分)
课程目标 2 (10%)	全面掌握会计核算基本方法, 提交相关作业答案正确、书写清晰。	掌握会计核算基本方法, 提交相关作业答案基本正确, 书写比较清晰。	基本掌握会计核算基本方法, 提交相关作业大部分答案正确, 书写比较清晰。	基本掌握会计核算基本方法, 提交相关作业存在较多错误。	不能掌握会计核算基本方法, 不能提交相关作业。

3. 实验评价标准

成绩 课程目标	优秀 (分数 $\geq 90$ 分)	良好 (78 $\leq$ 分数 $< 90$ )	中等 (68 $\leq$ 分数 $< 78$ )	合格 (60 $\leq$ 分数 $< 68$ )	不合格 (分数 $< 60$ 分)
课程目标 3 (10%)	能熟练地编制基本业务的会计分录和进行成本计算。答案正确, 书写清晰。	能熟练地编制大部分业务的会计分录和进行成本计算。答案基本正确, 书写清晰。	能编制大部分业务的会计分录和进行成本计算。大部分答案正确, 书写比较清晰。	能编制部分业务的会计分录和进行成本计算。答案存在错误较多。	不能正确编制大部分业务的会计分录和进行成本计算。不能提交实验结果。

4. 期末考核与评价标准

成绩 课程目标	优秀 (分数 $\geq 90$ 分)	良好 (78 $\leq$ 分数 $< 90$ )	中等 (68 $\leq$ 分数 $< 78$ )	合格 (60 $\leq$ 分数 $< 68$ )	不合格 (分数 $< 60$ 分)
课程目标 1 (20%)	熟悉会计的基本概念和理论, 解答正确、表述清楚。	较熟悉会计的基本概念和理论, 解答基本正确、表述比较清楚。	较熟悉会计的基本概念和理论, 能正确解答大部分题目。	较熟悉会计的基本概念和理论, 能正确解答部分题目。	不熟悉会计的基本概念和理论, 不能正确解答相关问题。
课程目标 2 (20%)	全面掌握会计核算基本方法, 解答正确。	掌握会计核算基本方法, 解答基本正确。	基本掌握会计核算基本方法, 大部分解答正确。	基本掌握会计核算基本方法, 解答存在较多错误。	不能掌握会计核算基本方法, 不能正确解答。

成绩 课程目标	优秀 (分数 $\geq 90$ 分)	良好 ( $78 \leq$ 分数 $< 90$ )	中等 ( $68 \leq$ 分数 $< 78$ )	合格 ( $60 \leq$ 分数 $< 68$ )	不合格 (分数 $< 60$ 分)
课程目标 3 (20%)	能熟练地编制基本业务的会计分录和进行成本计算, 答案正确。	能熟练地编制大部分业务的会计分录和进行成本计算。答案基本正确。	能编制大部分业务的会计分录和进行成本计算。大部分答案正确。	能编制部分业务的会计分录和进行成本计算。答案存在错误较多。	不能正确编制会计分录和进行成本计算。

## 9. 《创业学》教学大纲

### 一、课程基本信息

课程名称	中文名称: 创业学				
	英文名称: Entrepreneurship				
课程号	6309902		学分	2	
学时	总学时: 32	讲授学时	实验学时	上机学时	讨论学时
		28	0	0	4
开课学院	经济管理学院		开课学期	第 3 学期	
课程负责人	杜卓君		适用专业	文化产业管理	
先修课程及要求	先修课程: 管理学原理 要求: 对经济领域和商业行为有一定的认知, 理解管理学和市场营销学的基本概念和理论。				

### 二、课程简介

#### (一) 课程概况

本课程主要讲授创业学的基本概念和相关理论, 并结合实际引导学生开发创业思维, 通过课程学习培养学生的创业意识和创业能力, 使学生了解创业的模式和创业管理的基本理论, 掌握企业创办的基本要求, 并能够初步撰写创业计划和模拟创业, 为学生将来开办企业和从事相关管理工作奠定一定的基础。

This course introduces the basic concepts of entrepreneurship and related theories. Teacher should guide students to develop entrepreneurial thinking, develop students' pioneering consciousness and entrepreneurial ability, so that students can understand business models, master the requirements of the enterprise founded, and write a business plan. The course provides students with a theoretical basis for later work.

#### (二) 课程目标

课程目标 1: 通过课程学习, 深刻认识创新和创业精神在当前社会背景下的存在意义, 树立正确的价值观和人生观; 培养创新与创业精神, 学习并践行创业者应该具备的道德规范和职业操守; 关注企业社会责任, 能够在创业活动中自觉遵守国家相关法律法规, 践行社会主义核心价值观。(支撑课程思政目标和毕业要求观测点 2-1)

课程目标 2: 掌握创业学的基本概念, 理解创业精神的内涵, 了解创业活动的模式和过程; 认识创业者的特征, 掌握创业机会的分析方法, 掌握创业团队的组建和发展, 掌握创业资本的含义和来源, 了解企业创建的法律程序, 学习并理解创业计划书的撰写要求和作用。  
(支撑毕业要求观测点 2-1)

课程目标 3: 具备和发展个人的创业分析和决策能力。能够对创业环境、创业机会进行分析评估; 充分理解企业成长的过程与规律, 能够结合创业实际案例进行分析和决策, 客观分析创业成功或失误的深层原因。能够深入思考和撰写符合要求的创业计划书, 并对创业计划的实施与落实有足够的认识。(支撑毕业要求观测点 9-2)

### (三) 课程目标和毕业要求的对应关系

课程目标	毕业要求指标点	毕业要求
1	2-1 掌握文化产业领域经济、资源、政策法规、管理等原理知识, 形成对文化产业的系统化认知。	毕业要求 2: 专业知识
2	2-1 掌握文化产业领域经济、资源、政策法规、管理等原理知识, 形成对文化产业的系统化认知。	毕业要求 2: 专业知识
3	9-2 具有良好的自主学习能力和习惯, 能够通过自主学习解决问题、提升专业能力和水平。	毕业要求 9: 终身学习

## 三、教学内容、要求与学时分配

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式(讲授、实验、上机、讨论)	支撑课程目标
第一章 创业的基本概念与初步认识 (1) 创业的相关概念与内涵 (2) 创业动机与风险 (3) 创业的类型与过程 (4) 创业管理的模式 思政融入点: 从加强理想信念教育入手, 学习习近平的创新观, 深刻认识创新和创业精神在当前社会背景下的存在意义。	理解创业的基本概念、创业类型、创业管理的模式等理论, 了解创业学基本框架。 引导学生树立正确的价值观和人生观, 将个人创新创业梦想与中华民族伟大复兴中国梦有机结合起来, 对自己的人生进行合理规划, 树立远大目标。 培养学生创新与创业精神, 对创业和创新活动进一步认识, 做好学习和工作计划, 切实提高学生的创新创业能力和社会责任感。	重点: 树立正确的价值观和人生观; 培养创新与创业精神; 掌握创业的基本概念和创业学的特点、研究对象, 了解创业活动的模式和过程  难点: 创业管理的模式	6	以课堂讲授为主, 辅以作业、小组讨论等方式。	目标 1 目标 2
第二章 创业者与创业精神	理解创业精神的内涵, 发现创业者的特征, 能	重点: 创业精神的内涵、创业者的特质、	4	以课堂讲授为主, 辅以作业、小组讨	目标 1 目标 2

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式（讲授、实验、上机、讨论）	支撑课程目标
<p>(1) 创业者与创业精神的涵义</p> <p>(2) 创业者与企业家</p> <p>思政融入点：一个优秀的创业者应该具备什么特质</p>	<p>能够对当前的创业者特质进行分析。</p> <p>通过向优秀的企业家学习，树立学习榜样，提升社会责任感。</p>	<p>创业动机、创业技能</p> <p>难点：创业者和职业经理人的区别</p>		论等方式。	
<p>第三章 创业环境与机会</p> <p>(1) 创业环境</p> <p>(2) 机会的含义</p> <p>(3) 如何发现机会</p> <p>思政融入点：国家相关经济政策分析</p>	<p>能够对当前国内的创业环境进行分析，对身边的创业机会进行发掘和评价。</p> <p>引导学生关注国家的政策，关心国家大事，能够认识到相关政策的重要意义。</p>	<p>重点：创业机会的发掘、分析和评估</p> <p>难点：如何发现机会</p>	6	以课堂讲授、作业、小组讨论相结合的方式。	目标1 目标2 目标3
<p>第四章 创业计划准备</p> <p>(1) 如何撰写创业计划书</p> <p>(2) 创业计划书的格式与案例</p>	<p>能够对创业计划书在整个创业活动中的功用有深刻的认识，理解创业计划书的写作要求和规范格式，最终撰写符合要求的创业计划书。</p>	<p>重点：创业计划书的格式要求</p> <p>难点：如何写出一份好的创业计划书</p>	2	以课堂讲授为主	目标2 目标3
<p>第五章 创业团队</p> <p>(1) 团队的概念</p> <p>(2) 创业团队的要求</p>	<p>了解创业团队在创业活动中的重要性，深刻认识人才是企业发展的关键资源；掌握选择团队成员的要求、了解团队合作和成员相处的基础，并能够对创业团队的变动有清醒的认识。</p>	<p>重点：团队的组成要素、团队的类型，团队人员的特征与匹配</p> <p>难点：如何构建创业团队</p>	4	以课堂讲授、作业、小组讨论相结合的方式。	目标2 目标3
<p>第六章 创业资本</p> <p>(1) 创业资本概述</p> <p>(2) 创业融资</p> <p>思政融入点：合法融资、合理使用</p>	<p>理解创业资本的概念及重要性；掌握创业融资的渠道及其特点。</p> <p>从创业者的角度思考如何合法合理的使用创业资本。</p>	<p>重点：创业资本的概念、融资渠道</p> <p>难点：创业不同阶段对于融资的要求</p>	2	以课堂讲授为主，辅以作业、小组讨论等方式。	目标2 目标3

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式（讲授、实验、上机、讨论）	支撑课程目标
第七章 企业创建与新企业的成长 （1）企业的创建类型 （2）企业创建需考虑的问题 （3）企业成长模式 思政融入点： （1）企业创建过程中的法律问题 （2）创建新企业时应注意的伦理问题以及企业的社会责任。	了解企业创建的法律程序与要求；能够分析创业成功或失误的深层原因；掌握创业初期管理决策的要求；理解企业成长的过程与规律。 能够在创业活动中自觉遵守国家相关法律法规和职业道德规范，关注企业伦理与社会责任。	重点：各种企业组织形式的比较，创业不同阶段的法律问题、伦理问题，企业的社会责任，企业成长的模式  难点：创业失败的原因分析	6	以课堂讲授、作业、小组讨论相结合的方式。	目标 1 目标 2 目标 3
第八章 创业计划汇报与点评	对自己的创业决策进行展示和回顾，分析创新性与可行性，通过与其他小组的对比和教师点评进一步思考、获得成长。	重点：制作符合要求的计划书和展示 ppt  难点：创业计划的创新性和可行性分析	2	学生提交创业计划书并根据要求公开展示和陈述，教师进行点评	目标 3

#### 四、课程考核评价方式

考核以课程目标的达成度为主要目的，以检查学生对各知识点的掌握程度和应用能力为重要内容。

##### （一）考核方式

考核方式为提交创业计划书（论文）并进行口头汇报。

考试课程成绩由平时成绩与期末考试成绩构成。

##### （二）课程成绩

平时成绩主要根据学生平时学习态度、听课、作业、课堂讨论等情况综合评定。

##### 1. 考核环节及说明

成绩构成	考核说明
平时成绩	（1）平时成绩占课程总成绩的 50%。 （2）由案例分析作业、讨论、口头报告、课堂表现等部分构成，各部分占比及评分标准由教师根据实际情况决定。

期末考试	<p>(1) 考试方式及占比：采用提交创业计划书（论文）的形式，考试成绩 100 分，占课程考核成绩的 50%。</p> <p>(2) 评定依据：考试成绩的评定根据试卷参考答案和评分标准进行。</p> <p>(3) 考试题型： 创业计划书</p> <p>(4) 考试内容：针对期末考试对应的课程目标。</p>
------	--

## 2. 考核与评价方式

课程目标	成绩比例（平时成绩50%+期末成绩50%）				合计
	平时成绩（50%）			期末成绩 （50%）	
	作业 (20%)	讨论 (20%)	课堂展示 (10%)		
1	5%	5%	0	5%	15%
2	10%	10%	5%	25%	50%
3	5%	5%	5%	20%	35%
合计(成绩构成)	20%	20%	10%	50%	100%

## 五、教学方法

教学紧扣“课堂讲授、课程讨论、作业训练、考核”等教学要素，运用 OBE 教学理念，灵活采用 PBL、任务导向、讨论式、翻转课堂多种方法与手段开展教学。同时通过提供教学参考资料、推荐课外阅读材料等拓宽和深化学生的知识面和知识结构。

课程采用线上线下混合式教学，将整个课程按照内容结构划分为多个单元模块，每个单元再由理论授课、案例分析、研讨、自学、作业、课后调研等方式构成。课前通过在线课程平台发布相关教学信息，提前布置作业和自学研讨内容，课堂上鼓励学生主动参与案例分析和课堂讨论。教学期间安排当面辅导答疑以及线上辅导（线上主要采用泛雅/学习通平台、微信、E-MAIL 等形式）。

本课程采用的教学媒体主要有：文字教材（包括主教材和学习指导书）、视频辅助材料、课件（教学幻灯片）

考核采用小组（或个人）上交创业计划书+展示 PPT+口头汇报方式，考核范围应涵盖所有讲授及自学的内容，考核内容应能客观反映出学生对本门课程主要概念的记忆、掌握程度，对有关理论的理解、掌握及综合运用能力。

## 六、参考材料

线上：

主要平台：泛雅/学习通平台：[上海海洋大学网络教学平台 \(chaoxing.com\)](http://chaoxing.com)

辅助材料：中国大学慕课：[中国大学 MOOC\(慕课\) 国家精品课程在线学习平台 \(icourse163.org\)](http://icourse163.org)

线下：

1. 《创业管理》、张玉利、机械工业出版社、2020 年 7 月、第 5 版。

2. 《创新与企业家精神》、[美]彼得·德鲁克、机械工业出版社、2018年11月、第1版。

3. 《创业学》、[美]杰弗里·蒂蒙斯，小斯蒂芬·斯皮内利、人民邮电出版社、2005年7月、第1版。

4. 《创业学、21世纪的企业家精神》、[美]斯蒂芬·斯皮内利，罗伯特·亚当斯、机械工业出版社、2022年3月、第1版。

主撰人：杜卓君

审核人：高雪

英文校对：沈庆会

教学副院长：郑建明

日期：2022年9月26日

附件：各类考核与评价标准表

1. 平时成绩评分标准

成绩 课程目标	优秀 (分数≥90分)	良好 (78≤分数<90)	中等 (68≤分数<78)	及格 (60≤分数<68)	不及格 (分数<60分)
课程目标 1 (10%)	在作业中能够体现正确的价值观和人生观，展示个人的创新与创业精神，对职业道德、社会责任等方面非常关注。	在作业中能够体现正确的价值观和人生观，表现出一定的个人的创新与创业精神，对职业道德、社会责任等比较关注。	在作业中能够体现正确的价值观和人生观，认识到创新与创业精神职业道德、社会责任等概念重要性，但表现不明显。	对于相关领域的认知停留在初步了解的程 度，有意愿进一步学习和深入领会。	对相关概念认识不足或不重视。
课程目标 2 (25%)	对创业学相关知识掌握全面，概念和理论阐述正确、完整。	对创业学相关知识掌握较为全面，概念和理论阐述正确、较为完整。	掌握了大部分创业学相关知识，在概念和理论阐述方面虽然比较完整，但理解不够。	掌握了创业学的一些主要概念，理论理解的不完善。	创业学的主要概念及理论认识模糊或不理解。
课程目标 3 (15%)	具备突出的创新意识，能够结合实际对创业活动开展分析决策，对现实中发生的问题提出合理的解决意见；具备批判性思维，能够敏锐的发现问题并进行思考。	具备明显的创新意识，能够结合实际对创业活动进行分析决策，对现实中发生的问题提出合理解决意见；能够发现问题并进行思考。	具备创新意识，能够结合实际对创业活动进行分析，决策建议较为合理；能够发现部分问题并进行一定的思考。	愿意进行创新，能够结合实际对创业活动进行分析，决策建议基本合理；在识别问题和解决问题方面存在一定不足。	没有创新意识；缺乏批判性思维；分析决策不合理。

2. 期末考核与评价标准

成绩 课程目标	优秀 (分数≥90分)	良好 (78≤分数<90)	中等 (68≤分数<78)	及格 (60≤分数<68)	不及格 (分数<60分)
课程目标 1 (5%)	在计划书中能够展示正确的价值观和人生观，展示个人的创新与创业精神，对职业道德、社会责任等方面非常关注。	在计划书中能够体现正确的价值观和人生观，表现出一定的个人的创新与创业精神，对职业道德、社会责任	计划书能够表达正确的价值观和人生观，认识到创新与创业精神职业道德、社会责任等概念重要性，但表现不	对于相关领域的认知停留在初步了解的程 度，有意愿进一步学习和深入领会。	对相关领域认识不足或不重视。

成绩 课程目标	优秀 (分数 $\geq 90$ 分)	良好 ( $78 \leq$ 分数 $< 90$ )	中等 ( $68 \leq$ 分数 $< 78$ )	及格 ( $60 \leq$ 分数 $< 68$ )	不及格 (分数 $< 60$ 分)
		比较关注。	明显。		
课程目标 2 (25%)	对所涉及的创业学相关知识掌握全面, 概念和理论阐述正确、完整。	对创业学相关知识掌握较为全面, 概念和理论阐述正确、较为完整。	掌握大部分创业学相关知识, 在概念和理论阐述方面比较完整, 但理解不够。	掌握了创业学一些主要概念, 对相关理论理解不完善。	创业学的主要概念及理论认识模糊或不理解。
课程目标 3 (20%)	创业计划书完全符合格式要求, 展示出比较优秀的分析和创业决策能力, 对创业计划有清晰的认识和把握, 创业计划合理可行。	创业计划书符合格式要求, 展示出一定的分析和创业决策能力, 能够较为清晰阐述创业计划的实施设想, 创业计划合理可行。	创业计划书格式符合要求, 能够体现分析决策能力, 对创业计划的实施有比较合理的阐述, 但是分析和结论不够全面。	创业计划书框架基本符合要求, 能够初步进行分析决策, 对创业计划能够进行阐述, 但较空洞。	明显缺乏创业分析决策能力, 对创业计划考虑不周或完全不具可行性, 或不能提出见解或结论。

## 10. 《应用统计学》教学大纲

### 一、课程基本信息

课程名称	中文名称: 应用统计学				
	英文名称: Applied Statistics				
课程号	9109901		学分	3	
学时	总学时: 48	讲授学时	实验学时	上机学时	讨论学时
		44	0	0	4
开课学院	经济管理学院		开课学期	第四学期	
课程负责人	平瑛		适用专业	文化产业管理专业	
先修课程及要求	先修课程: 高等数学、概率论与数理统计 要求: 学生在本课程之前, 掌握计算机基础使用技术, 高等数学相关理论。				

### 二、课程简介

#### (一) 课程概况

本课程是为文化产业管理本科生开设的专业基础课。其目的在于通过教与学, 使学生正确理解统计的概念, 掌握统计学的基本原理和一般方法, 并能综合运用于对实际问题的分析, 初步具有解决一般统计问题的能力, 为以后学习其它专业相关课程打下基础。

本课程主要讲授统计学的基本原理、基本方法及基本统计指标的核算，通过教师讲授和课堂案例分析等环节使学生能掌握统计学的基本知识和技能，能运用所学的统计理论对社会经济现象进行调查，并能运用统计方法分析、研究有关经济问题，为国民经济的管理提供真实可靠的数字资料，提高经济管理水平。

This course is a basic course for undergraduates whose majoring in Cultural Industry Management. The purpose is to make students understand the concept of statistics by using the basic principles of statistics and general methods. Meanwhile, it will can be analyzed by using integrated into the analysis of practical problems when undergraduates understand correctly. It also establishes the ability to solve general statistical problems for the future initially and become a foundation course to learn other major-related courses.

This course mainly introduces the basic principles and methods of statistics; it also includes the calculation of basic statistical indicators. The undergraduates will understand the basic knowledge and skills of statistics through teaching methods and case analysis. They can apply the statistical theory into the socio- phenomenon, and use statistical methods to analyze and study the economic issues for the management of the national economy. It also may provide the reliable digital information to improve the economic management level.

### （二）课程目标

课程目标 1：通过学习，使学生了解统计工作应该具备的职业道德，遵守统计工作者诚实守信、实事求是、忠实保密的职业操守，树立保守国家秘密统计资料、保密统计对象调查资料、遵守国家统计法律等职业素养。

课程目标 2：认识应用统计学的性质、任务及研究对象，了解应用统计学的体系与结构。理解应用统计学的基本概念、基本原理与基本过程。掌握统计数据的收集、整理、特征数的描述统计方法，具备运用描述统计方法展示数据特征的能力。掌握抽样分布、参数估计、假设检验的推断统计方法。掌握经济管理领域常用的统计分析方法，培养定性和定量分析有机结合的技能。

课程目标 3：会运用所学知识针对经济管理领域的现实问题设计统计调研方案，进行数据收集、整理、分析、解释等统计活动，形成问题解决方案和思路。

### （三）课程目标和毕业要求的对应关系

课程目标	毕业要求指标点	毕业要求
1	7-2 具有社会主义核心价值观、诚实劳动意识、人文社会科学素养、法治观念和社会责任感，能够在实践中理解并遵守职业道德和规范，履行责任。	7（职业素养）：具备良好的语言沟通和规范的文字表达能力、资料收集与分析能力、人文社会科学素养和社会责任感，严格遵守职业道德与规范，正确把握团队和个人的关系，在团队中胜任个体、团队成员或负责人的角色。
2	2-1 掌握文化产业领域经济、资源、政策法规、管理等原理知识，形成对文化产业的系统化认知。	2（专业知识）：能够将产业、管理、经济、文化、艺术、设计类等相关专业知识用于分析和解决文化产业相关领域的管理问题，具备基本的文化创意设计能力，掌握创造、创新基本方法。
3	3-1 能够应用数学、统计学、市场营销和管理学的基本原理，识别、表达提出相关问题。	3（问题分析）：能够应用数学、统计学、经济学和管理学的基本原理，通过文献分析和市场调研分析方法，准确识别、阐释文化产业领域的相关管理问题。

### 三、教学内容、要求与学时分配

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式（讲授、实验、上机、讨论）	支撑课程目标
<p>第一章 绪论</p> <p>(1)本课程的教学目的、主要教学内容与教学安排</p> <p>(2)统计与统计学</p> <p>(3)统计学的基本概念</p>	<p>拓宽视野，鉴真统计学的广泛应用性，统驭全课程。正确理解三对统计学基本概念，建立起基本统计思想。</p>	<p><b>重点：</b>统计与统计学的含义；统计学与其他学科的关系</p> <p><b>难点：</b>区分描述统计与推断统计；理解统计学相关基本概念</p>	4	讲授	2
<p>第二章 统计数据的收集</p> <p>(1)统计数据的来源</p> <p>(2)统计数据的质量</p> <p>(3)统计调查方案及问卷设计</p> <p>思政融入点：统计调查中的伦理问题</p>	<p>懂得统计调查与非统计调查的区别；掌握统计调查问卷编制、统计调查方案的设计，懂得获取原始数据的科学方法与次级数据的来源渠道。</p>	<p><b>重点：</b>统计数据的来源和收集方法；统计调查方式的特点和适用条件；统计误差的种类及形成原因</p> <p><b>难点：</b>统计调查方案与问卷设计</p>	4	讲授、讨论	1、2、3
<p>第三章 统计数据的整理与显示</p> <p>(1)数据的审核与编录</p> <p>(2)统计数据的整理</p> <p>(3)统计数据的显示</p> <p>思政融入点：统计数据整理中的伦理问题</p>	<p>掌握科学的数据整理方法，具备恰当地显示数据整理结果的能力，并熟练地运用Excel画统计表与统计图。培养学生初步的描述性统计分析的能力。</p>	<p><b>重点：</b>品质数据与数值型数据的整理与显示方法</p> <p><b>难点：</b>如何利用统计图表挖掘有用的信息，把握事物的基本统计特征</p>	4	讲授、讨论	1、2、3
<p>第四章 统计数据的描述</p> <p>(1)集中趋势的定量描述</p> <p>(2)离散程度的定量描述</p> <p>(3)偏态与峰度的测度</p>	<p>进一步培养学生的描述性统计分析的能力。</p>	<p><b>重点：</b>集中趋势、离散程度、偏态与峰度各测度值的计算方法</p> <p><b>难点：</b>理解集中趋势与离散程度不同测试值的特点和应用场景</p>	6	讲授、讨论	2、3

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式（讲授、实验、上机、讨论）	支撑课程目标
第五章 抽样与参数估计 (1)抽样推断概述 (2)抽样分布及其应用 (3)常见的抽样分布 (4) 参数估计 (5)区间估计的计算	综合运用统计调查与抽样推断的知识于实践，培养学生运用知识付诸实践的能力。	<b>重点：</b> 抽样分布与参数估计的基本概念；抽样分布与参数估计的计算方法 <b>难点：</b> 抽样分布与区间估计在经济管理实际问题中的应用	6	讲授、讨论	2、3
第六章 假设检验 (1)假设检验的一般问题 (2)一个正态总体的参数检验 (3)假设检验中的其他问题	综合运用的假设检验知识、理论与方法于专业中，培养学生理论联系实际的能力。	<b>重点：</b> 假设检验的基本思想与计算步骤 <b>难点：</b> 运用假设检验方法，分析、解决经济管理领域内的实际问题	6	讲授	2、3
第七章 相关与回归分析 (1)变量间的相关关系 (2)一元线性回归 (3)线性回归方程拟合优度的测定	综合运用相关回归分析的知识、理论与方法于专业中，培养学生理论联系实际的能力。	<b>重点：</b> 相关分析与回归分析的基本概念与计算方法 <b>难点：</b> 运用相关与回归分析的计算方法，分析、解决企业经营的现实问题	6	讲授、讨论	2、3
第八章 时间序列分析 (1)时间序列分析概述 (2)时间序列水平指标分析 (3)时间序列速度指标分析 (4)时间序列的成分分析	善于注意时间序列的可比性问题，理解时间序列的解构与预测，掌握长期趋势分析、季节变动分析的方法。	<b>重点：</b> 时间序列、长期趋势与季节变动的计算、分析方法 <b>难点：</b> 运用时间序列指标分析、长期趋势与季节变动分析方法对社会经济现象的变化趋势进行分析与判断	6	讲授、讨论	2、3
第九章 统计指数 (1)统计指数概述 (2) 综合指数 (3) 平均指数 (4)指数体系及因素分析	理解统计指数的概念，掌握总指数的编制与指数分析方法，了解几种重要的常用指数；质疑当前指数分析方法的严谨性。	<b>重点：</b> 综合指数与平均指数的计算方法，指数体系及因素分析的计算方法 <b>难点：</b> 运用相关统计指数及指数体系的计算方法对社会经济现	6	讲授、讨论	2、3

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式（讲授、实验、上机、讨论）	支撑课程目标
		象进行计算与分析，发现现象的内在变化规律			

#### 四、课程考核评价方式

##### （一）考核方式

课程考核由平时成绩与期末考试成绩相结合的方式进行。

平时成绩考核以课堂讨论和课堂测验两种形式开展，期末考核以闭卷笔试形式进行。

##### （二）课程成绩

###### 1. 考核环节及说明

成绩构成	考核说明
平时成绩	（1）平时成绩满分为100分，占总成绩的40%。 （2）针对平时成绩对应的课程目标，由课堂讨论（占总成绩15%）、课堂测验（占总成绩25%）两部分构成。
期末考试	（1）考试方式及占比：采用闭卷笔试，考试成绩100分，占课程考核成绩的60%。 （2）评定依据：考试成绩的评定根据试卷参考答案和评分标准进行。 （3）考试题型：单项选择题、多项选择题、判断题和计算题。 （4）考试内容：各章节内容在考试中所占比重如下：绪论（5%）、统计数据的收集（5%）、统计数据的整理与显示（10%）、统计数据的描述（12%）、抽样与参数估计（12%）、假设检验（8%）、相关与回归分析（16%）、时间序列分析（16%）、统计指数（16%）。

###### 2. 考核与评价方式

课程目标	成绩比例（平时成绩40%+期末成绩60%）			合计
	平时成绩（40%）		期末成绩（60%）	
	课堂讨论（15%）	课堂测验（25%）		
2		25	35	60
3	15		25	40
合计(成绩构成)	15	25	60	100

#### 五、教学方法

本课程使用多种教学方法和手段：

1. 讲授法：对重要的理论知识的教学采用讲授的教学方法，直接、快速、精炼地让学生掌握，为在实践中能更游刃有余的应用打好坚实的理论基础。

2. 案例教学法：在教师指导下，由学生对选定的具有代表性的典型案例，进行有针对性的分析和讨论，做出自己的判断和评价，拓展学生的思维空间。

3. 讨论法：学生通过讨论，进行合作学习，加深对应用统计学课程知识的理解。

## 六、参考材料

线上：

1. 中国大学 MOOC《统计学》（南京财经大学 国家精品课）

[https://www.icourse163.org/course/NJUE-1001752031?from=searchPage&outVendor=zw\\_mooc\\_pcssljg\\_](https://www.icourse163.org/course/NJUE-1001752031?from=searchPage&outVendor=zw_mooc_pcssljg_)

线下：

1. 贾俊平，《统计学》（第7版），中国人民大学出版社，2018年1月

2. 李连江，《戏说统计：文科生的量化方法》，中国政法大学出版社，2017年10月

3. 李连江，《戏说统计续编：文科生的量化操作指南》，当代世界出版社，2019年7月

4. 冯国双，《白话统计》，电子工业出版社，2018年1月

5. 李舰，《统计之美：人工智能时代的科学思维》，2019年3月

6. (美)加里·史密斯，《简单统计学：如何轻松识破一本正经的胡说八道》，江西人民出版社，2018年1月

7. 戴维·萨尔斯伯格，《女士品茶》，江西人民出版社，2016年8月

主撰人：徐璞

审核人：平瑛

英文校对：平瑛

教学副院长：李玉峰

日期：2022年9月8日

## 附件：各类考核与评价标准表

### 1. 课堂测验评分标准

成绩 课程目标	优秀 (分数 $\geq 90$ 分)	良好 ( $78 \leq$ 分数 $< 90$ )	中等 ( $68 \leq$ 分数 $< 78$ )	及格 ( $60 \leq$ 分数 $< 68$ )	不及格 (分数 $< 60$ 分)
课程目标 2 (25%)	全面掌握应用统计学各章节的主要概念、计算与分析方法。	较好掌握应用统计学各章节的主要概念、计算与分析方法。	一般掌握应用统计学各章节的主要概念、计算与分析方法。	基本掌握应用统计学各章节的主要概念、计算与分析方法。	未掌握应用统计学各章节的主要概念、计算与分析方法。

### 2. 课堂讨论评价标准

成绩 课程目标	优秀 (分数 $\geq 90$ 分)	良好 ( $78 \leq$ 分数 $< 90$ )	中等 ( $68 \leq$ 分数 $< 78$ )	及格 ( $60 \leq$ 分数 $< 68$ )	不及格 (分数 $< 60$ 分)
课程目标 3 (15%)	全面掌握统计调查方案的设计方法，能熟练应用统计学工具分析、解决现实问题。	较好掌握统计调查方案的设计方法，能较熟练应用统计学工具分析、解决现实问题。	一般掌握统计调查方案的设计方法，能一般应用统计学工具分析、解决现实问题。	基本掌握统计调查方案的设计方法，能基本应用统计学工具分析、解决现实问题。	未掌握统计调查方案的设计方法，不能应用统计学工具分析、解决现实问题。

### 3. 期末考核与评价标准

成绩 课程目标	优秀 (分数 $\geq 90$ 分)	良好 ( $78 \leq$ 分数 $< 90$ )	中等 ( $68 \leq$ 分数 $< 78$ )	及格 ( $60 \leq$ 分数 $< 68$ )	不及格 (分数 $< 60$ 分)
课程目标 2 (36%)	全面掌握应用统计学各章节的主要概念、计算与分析方法。	较好掌握应用统计学各章节的主要概念、计算与分析方法。	一般掌握应用统计学各章节的主要概念、计算与分析方法。	基本掌握应用统计学各章节的主要概念、计算与分析方法。	未掌握应用统计学各章节的主要概念、计算与分析方法。
课程目标 3 (24%)	全面掌握统计调查方案的设计方法，能熟练应用统计学工具分析、解决现实问题。	较好掌握统计调查方案的设计方法，能较熟练应用统计学工具分析、解决现实问题。	一般掌握统计调查方案的设计方法，能一般应用统计学工具分析、解决现实问题。	基本掌握统计调查方案的设计方法，能基本应用统计学工具分析、解决现实问题。	未掌握统计调查方案的设计方法，不能应用统计学工具分析、解决现实问题。

## 11. 《组织行为学》教学大纲

### 一、课程基本信息

课程名称	中文名称：组织行为学				
	英文名称：Organizational Behavior				
课程号	6301514		学分	2	
学时	总学时：32	讲授学时	实验学时	上机学时	讨论学时
		28		0	4
开课学院	海洋文化与法律学院		开课学期	3	
课程负责人	高小玲		适用专业	文化产业管理	
先修课程及要求					

### 二、课程简介

#### (一) 课程概况

《组织行为学》是一门应用性的行为科学，建立在众多行为科学分支的基础上。《组织行为学》是管理专业的核心课程，综合运用心理学、社会学、人类学、生理学、生物学、经济学和政治学等知识，探讨个体、群体以及结构对组织内部行为的影响，目的是应用这些知识改善组织绩效。《组织行为学》关注“人们在组织中做什么”、“这种行为的内在机理与如何影响组织绩效”，主要教授：（1）个体行为层面，包括对个体一切行为的驱力——动机，对个体心理因素中知觉、价值观和态度的认识，以及对人的需要的认识及有关激励理论。（2）群体行为层面，主要对群体的功能、分类、压力、规范、冲突、竞争等方面做专题研究，领导行为也作为一个重要内容得到比较深入的研究并形成了众多的领导理论。（3）对组织的心理及行为规律的研究，并应用这一理论研究组织与社会的交换关系、社会环境和文化对组织行为的影响、组织设计、组织变革和组织发展。

*Organizational Behavior* is designed to provide insights into human behavior that will help you attain greater personal effectiveness in organizational settings. The course draws from psychology, sociology, and organization theory, and covers topics such as personality, motivation, leadership, communication, conflict, group dynamics, organizational structure and culture.

The concept and connotation of Organizational Behavior, and that's what we'll begin in the course with, is a stark illustration of the origin and development and theoretical basis. The individual basis for behavior that we normally hold dear, like motivation, consciousness, morality, attitude and so on. The questions that preoccupy group level are how do individuals come to behave in one group, how to motivate yourself and others toward the attainment of your own and organizational goals, how to work with others, how to make better decisions, how to cope with stress and change, and in particular, how much of it is hard-wired, built-in, and how

much of it is product of culture, of leadership style, of schooling.

There are also the questions of organizational continuity, to what extent in that organizations going to be that way forever? To what extent structure and culture of organizations matters?

## (二) 课程目标

课程目标 1: 学生理解并掌握个体、群体以及组织结构影响组织内部行为的心理学理论以提升其管理智慧, 提供更为准确的预测行为的基础, 用系统化的办法完善未来管理者的直觉。

课程目标 2: 发展学生主要从组织学、心理学和社会学视角批判式理解组织管理理论和典型研究方法的能力。

课程目标 3: 通过掌握组织行为学知识, 学生能够对关键战略以及组织行为问题尤其是涉及道德陷阱的问题保持高度敏感。

## (三) 课程目标和毕业要求的对应关系

课程目标	毕业要求指标点	毕业要求
1	2-1 掌握文化产业领域经济、资源、政策法规、管理等原理知识, 形成对文化产业的系统化认知。	2. 专业知识
2	3-1 能够应用数学、统计学、市场营销和管理学的基本原理, 识别、表达提出相关问题。	3. 问题分析
3	2-2 掌握文化产业相关组织管理领域战略、财会、人力、品牌、组织行为、营销等知识, 理解文化产业相关组织运行的机理。	2. 专业知识

## 三、教学内容、要求与学时分配

教学内容	学时	备注	对课程目标的支撑度		
			课程目标 1	课程目标 2	课程目标 3
<b>第一章 组织行为学课程</b> <b>导读</b> 组织行为学为什么如此重要 组织行为学是什么 课程学习的关键 组织行为学内容框架 组织行为学能解决什么问题, 组织中的多元化 考核方式与要求 推荐书籍与资料	2		√	√	
<b>第二章 组织行为学概述</b> 对组织行为学有贡献的学科	6	案例: 苹果的全球化之路	√	√	√

教学内容	学时	备注	对课程目标的支撑度		
			课程目标 1	课程目标 2	课程目标 3
<p>组织行为学的产生与发展</p> <p>组织行为学基础理论与研究前沿</p> <p>组织行为学的研究方法</p> <p>运用组织行为学概念，列举管理者面对的主要挑战和机遇</p>					
<p><b>第三章 个体行为：动机与激励</b></p> <p>定义工作动机</p> <p>动机理论</p> <p>动机的种类、激发及调适</p> <p>讨论有关工作动机的主要内容理论</p> <p>有关工作动机的主要过程理论</p> <p>激励理论的应用</p>	4	<p>案例：公正与高管薪酬</p> <p>案例：奖励机制的正反两面</p>	√	√	
<p><b>第四章 个性行为：知觉与个人决策</b></p> <p>知觉的定义及知觉的特点</p> <p>社会知觉概念、分类及其影响因素</p> <p>社会知觉理论的应用</p> <p>解释社会归因理论及其应用</p> <p>解释知觉和决策之间的联系</p> <p>解释个体差异和组织限制如何影响决策</p>	6	<p>小讨论 1： 超市的卖场如何布局最能吸引顾客注意力</p>	√	√	√
<p><b>第五章 人格、情绪、态度及其管理</b></p> <p>定义“人格”的概念</p> <p>测量个体差异及个性特质</p> <p>描述情绪劳动、压力管理</p> <p>解释态度与工作态度的形成、测量以及改变方法</p>	6	<p>课程讨论：组织行为学的研究前沿与研究方法</p> <p>课堂讨论：咖啡与贺卡广告软文与态</p>	√	√	√

教学内容	学时	备注	对课程目标的支撑度		
			课程目标 1	课程目标 2	课程目标 3
考察工作价值观、工作满意度与组织承诺		度匹配问题			
<b>第六章 群体心理：群体行为基础</b> 群体、团队的概念及分类 团队的有效性及其影响因素 群体发展的阶段 群体属性 群体沟通的概念与渠道选择 有效团队建设	6	小讨论 2：荒岛逃生记  案例学习：“汤姆的一天”  案例：社交媒体，为你所用	√	√	√
<b>第七章 领导过程与领导理论</b> 领导与领导力 领导与管理的区别 特质理论 行为理论 权变理论 领导理论的新发展 领导策略与方法	4	课程大讨论：打造领袖	√	√	
<b>第八章 群体行为：政治、冲突与谈判</b> 冲突的概念 冲突过程和冲突解决策略 组织政治的定义及其现实表现 引发政治行为的因素 印象管理 文化对政治行为的影响	2	讨论：公司高层团队和公司政治研究主题	√	√	√
<b>第九章 组织行为：组织结构的基础与组织文化</b> 组织结构与组织文化概念 组织结构中的关键因素 组织结构的基本类型 组织文化的功能与传播形	6	案例：奥运品牌文化	√	√	

教学内容	学时	备注	对课程目标的支撑度		
			课程目标 1	课程目标 2	课程目标 3
式 组织文化的创建与维系					
变革的动力和阻力, 克服 变革阻力的方法, 管理组织变 革的方法, 工作压力及其管理 人力资源政策与实践	2				
课程大讨论汇报	4				

#### 四、教学方法

本课程实行板块化教学, 整个课程综合运用教师课堂讲授、课堂讨论、情景模拟等多种教学方法, 以提高教学效率和教学效果。在树立全球视野的基础上, 还特别强调选择来自经济或产业前沿的新鲜案例, 以及中国古代管理智慧或中国企业的案例和教学资料。

#### 五、考核与评价方式及标准

本课程考试采用平时成绩(包括出勤、课堂参与、案例讨论)和闭卷考试相结合的办法, 课程成绩构成比例如下表。出勤、课堂参与、目标达成度课程问卷共 5 分; 学生需要至少参加二次案例小讨论, 课堂小讨论每次记 10 分, 课堂随机组队讨论, 并当场提交成员名单, 共 20 分; 案例大讨论 25 分, 大讨论为必须参加项, 学生自主组队完成, 讨论中需要设计研究进度计划, 交流报告方案结论, 且各组纸质材料第 16 周前上交给任课老师或助教。评价内容占比如下:

出勤、课堂参与、问卷填写	5%
课堂案例讨论	45%
期末闭卷	50%

#### 五、课程思政素材

序号	课程思政素材	对应章节	教学方法	对课程目标的支撑度		
				课程目标 1	课程目标 2	课程目标 3
1	人性假设理论	第二章 第 3 节	小组讨论		√	√
2	《乌合之众: 大众心理研究》	第六章 第 1 节	讲授	√		√
3	游戏: 荒岛求生	第六章 第 2 节	小组讨论	√		√

## 六、参考教材和阅读书目

### 参考教材：

序号	作者（或编者译者等）	教材或参考书名称	出版社	出版年份
1	组织行为学编写组	《组织行为学》马工教材	高等教育出版社	2019年版

### 阅读书目：

序号	作者（或编者译者等）	教材或参考书名称	出版社	出版年份
1	格里格·津巴多著	《心理学与生活（第19版）》	人民邮电出版社	2016
2	（法）勒庞	《乌合之众》	中央编译出版社	2004
3	托马斯·C. 谢林	《微观动机与宏观行为》	中国人民大学出版社	2013
4	尤瓦尔·赫拉利著	《人类简史》	中信出版社	2017
5	约翰·罗尔斯	《正义论》	中国社会科学出版社	2001

### 文章阅读（课堂公布）

## 七、本课程与其他课程的联系

该门课程以《管理学原理》、《市场学原理》、《心理学》等课程为基础，它更加关注学生组织管理行为规律的把握与战略思考方式的训练。

主 撰 人：	高小玲
日 期：	2022年2月17日

## 12. 《构成设计》教学大纲

### 一、课程基本信息

课程名称	中文名称：构成设计				
	英文名称：Design Composition				
课程号	56030001		学分	3	
学时	总学时：48	讲授学时	实验学时	上机学时	讨论学时
		32	14	0	2
开课学院	海洋文化与法律学院		开课学期	3	
课程负责人	庄静		适用专业	文化产业管理	
先修课程及要求	《设计学概论》				

### 二、课程简介

#### （一）课程概况

构成设计是艺术设计类专业一门重要的基础造型设计课。它包括平面构成、色彩构成、立体构成，是设计创造与创新能力培养的基础课程。该课程是从事艺术设计首先要学会用视觉语言的一种基本训练。现代设计花样百出，平面设计、网页设计、工业设计、建筑设计、室内设计、动画设计等等，每一个分支更可细分出近数十种的职位，不同的职能，在各自的领域有着独特的创意产生手法，但他们都有一个共同的“根”-“构成设计”也就是我们说的三大构成。三大构成是所有设计者的启蒙课程，像大江大河各个支流的发源地。通过本课程的学习，使学生掌握平面构成、色彩构成、立体构成的基本理论、基本知识及平面、色彩的基本表现能，平面图形与空间形体的感悟及创造能力，提高实际的操作能力、设计能力、空间想象能力以及审美和概括能力，为后续课程打好基础。

Design composition is an important basic modeling design course for art design majors. It includes plane composition, color composition and three-dimensional composition. It is a basic course for the cultivation of design creation and innovation ability. It is a basic training for art design to learn to use visual language first. Variety of modern design, graphic design, web design, industrial design, architecture design, interior design, animation design, etc., each branch can be subdivided more nearly dozens of positions, different functions, in their respective areas has a unique creative technique, but they all have a common "root" - "design composition" of the three major also is what we say. The three components are an initiation lesson for all designers, like the tributaries of great rivers. Through learning of this course, make the students master plane composition, color composition, three-dimensional construction of basic theories, basic knowledge and the basic performance of plane, colour, plane figure and space form of inspiration and creativity, improve practical operation ability and design ability, space imagination ability and aesthetic and generalization ability, lay the foundation for subsequent courses.

#### （二）课程目标

**课程目标 1:** 学习设计师应该具备的职业道德，理解诚实公正、诚信守则的职业操守和规范，并能在设计过程中自觉遵守相关的管理条例；

**课程目标 2:** 通过团队合作, 培养诚实、守信、善于沟通与合作的良好品质, 为发展职业能力奠定良好的基础;

**课程目标 3:** 理解并掌握平面构成、色彩构成、立体构成基础知识。能够运用相关专业知 识提高从事本行业工作的能力;

**课程目标 4:** 锻炼学生动手和创意思维, 建立学生的基础设计思想, 能够在课程结束后完成相对专业领域的基本设计任务;

**课程目标 5:** 通过老师讲授与设计作品的创作与讨论, 培养学生的审美能力和健康人格, 为工作中的协同协作打下良好的基础;

### (三) 课程目标和毕业要求的对应关系

课程目标	毕业要求指标点	毕业要求
1	1-1 掌握并运用马克思主义基本原理、毛泽东思想和中国特色社会主义理论、习近平新时代中国特色社会主义思想树立正确的世界观、价值观、人生观, 坚定政治立场和理想信念, 能够用马克思主义辩证法分析和判断问题。	1 (基础理论) 掌握马列主义基本原理、毛泽东思想和中国特色社会主义理论、习近平新时代中国特色社会主义思想等思想政治理论, 以及数理、管理、经济、文化艺术等专业学科基础理论。
2	7-3 能与其他学科的成员有效沟通, 合作共事, 并能够在团队中独立或合作开展工作; 能够组织、协调和指挥团队开展工作。	7 (职业素养) 具备良好的语言沟通和规范的文字表达能力、资料收集与分析能力、人文社会科学素养和社会责任感, 严格遵守职业道德与规范, 正确把握团队和个人的关系, 在团队中胜任个体、团队成员或负责人的角色。
3	2-3 掌握文化史论与设计类专业知 识, 把握文化发展脉络, 提升设计能力。	2 (专业知识) 能够将产业、管理、经济、文化、艺术、设计类等相关专业知 识用于分析和解决文化产业相关领域的管理问题, 具备基本的文化创意设计能力, 掌握创造、创新基本方法。
4	4-3 掌握海洋文化产业相关知 识, 运用于海洋特色或相关文化产业项目设计、策划或管理。	4 (设计、策划解决方案) 具有创新意识, 能够综合考虑社会、经济、健康、安全、法律、文化等多元因素, 以问题和需求为导向, 设计出满足特定需求的管理或项目方案及实施流程。
5	8-2 具有感受美、鉴赏美的能力和崇高的审美追求、高尚的人格修养、坚定的文化自信。	8 (综合素质) 体质健康、体魄健强、人格健全、意志坚韧, 善于感受美、鉴赏美、追求美、弘扬美; 具有正确的劳动价值观、必备的劳动能力、积极的劳动精神、良好的劳动习惯和品质。

### 三、教学内容、要求与学时分配

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式 (讲授、实验、上机、讨论)	支撑课程目标

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式 (讲授、 实验、上 机、讨论)	支撑 课程 目标
第一章 构成概述 (1) 构成的概念和历史发展 思政融入点: 文化艺术类基础理论知识, 提升艺术审美修养。	明确平面构成课程的性质, 明确学习平面构成课程的意义。	<b>重点:</b> 平面构成课程的性质 <b>难点:</b> 明确学习平面构成课程的意义	1.5	讲授	1, 5
第二章平面构成学习准备 (1) 平面构成学习方法与工具准备	了解基础学习方法学会素材工具使用。	<b>重点:</b> 学习平面构成准备工作 <b>难点:</b> 掌握平面构成的学习方法	0.5	讲授	3
第三章 平面构成造型法则 (1) 形态与形态创造 (2) 平面构成基本形-设计 (3) 平面构成基本形-组合 (4) 平面构成基本形-错视	学习形态创造和基本图形的构成、组合、形错视, 完成基本形态设计。	<b>重点:</b> 形态与形态创造与形错视的理解 <b>难点:</b> 基本形的组合与设计实践	2	讲授、讨论、实验	2, 3
第四章 平面构成形式美法则 (1) 平面构成的审美与形式美控制	理解和谐、对比、对称、平衡、比例、重心、节奏、韵律等形式美法则的基本含义	<b>重点:</b> 理解平面构成的审美与形式美法则的含义 <b>难点:</b> 把控运用形式美的法则要领完成作业设计	1	讲授、实验	3
第五章点、线、面构成 (1) 基本形-点和线的构成技法 (2) 基本形-面的构成和点线面综合构成	理解点线面是一切造型要素中最基本的构成三要素, 掌握点线面在表现方面的特点。	<b>重点:</b> 理解点线面是基本的构成三要素 <b>难点:</b> 掌握点线面的表现方面特点	1	讲授、讨论	3
第六章构成中的骨骼 (1) 构成中的骨骼 思政融入点: 掌握专业学科理论知识, 提升文化创新能力	理解骨骼的概念和骨骼的分类, 理解骨骼在平面构图设计中的作用。 做能体现骨格用的平面构成设计。	<b>重点:</b> 理解骨骼的概念、在平面设计中的作用 <b>难点:</b> 做体现骨骼的平面构成设计	1	讲授	3
第七章平面构成设计法则 (1) 重复与近似构成 (2) 渐变与特异构成 (3) 发射与聚散构成	理解平面构成设计法则: 重复近似、渐变与特异、发射与聚散。区分法则之间的差异, 尝试应用。	<b>重点:</b> 理解各法则之间的概念 <b>难点:</b> 能区分法则并应用	1	讲授、讨论	3

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式 (讲授、 实验、上 机、讨论)	支撑 课程 目标
第八章空间构成 (1) 空间构成	了解表现空间感的常用方法。	<b>重点:</b> 了解空间构成 <b>难点:</b> 理解掌握空间构成的常用方法	1	讲授	3
第九章肌理探索 (1) 肌理探索	理解肌理的概念,了解创造肌理变化的常用方法。	<b>重点:</b> 理解肌理的概念 <b>难点:</b> 了解创造肌理变化的常用方法	1	讲授、讨论、实验	3, 4, 5
第十章平面构成综合实训 习 (1) 平面构成综合实训 思政融入点: 设计专业知识用于分析和解决文化产业相关领域的管理问题,理论联系实际。	练习平面构成技法	<b>重点:</b> 理论结合实际练习 <b>难点:</b> 在练习中体会平面构成	8	实验	1, 4, 5
第十一章色彩构成基础 (1) 色彩构成基础	了解色彩的基本科学规律,色彩的产生,了解色彩的三属性。	<b>重点:</b> 了解色彩产生的基本科学规律 <b>难点:</b> 理解色彩的属性	1	讲授	3
第十二章色彩基本原理 (1) 色彩基本原理	了解色彩的基本语言及色彩的基本概念。	<b>重点:</b> 了解色彩的基本概念 <b>难点:</b> 理解掌握色彩的基本语言	1	讲授	3
第十三章色彩对比 (1) 色彩对比	了解色彩对比的概念,驾驭在设计作品中处理好对比和统一关系。	<b>重点:</b> 了解色彩对比 <b>难点:</b> 理解色彩对比产生的画面差异	0.1	讲授	3
第十四章色彩调和 (1) 色彩调和	了解色调,是由于各种单色光被物体反射和汲取的程度不同而形成,驾驭蒙赛尔色相环、奥氏色相的区别。	<b>重点:</b> 了解色调形成原理 <b>难点:</b> 驾驭色相环并运用	1	讲授	3
第十五章色彩混合 (1) 色彩混合	了解色彩混合的概念,区别加色法混合、减色法混合与空间混合。	<b>重点:</b> 了解色彩混合概念 <b>难点:</b> 区别各类混合法	0.5	讲授	3

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式 (讲授、实验、上机、讨论)	支撑课程目标
第十六章色彩的视觉心理 (1) 色彩的视觉心理	了解色彩视觉心理概念,了解色彩的心理功能、心理要素、心理感受。	<b>重点:</b> 了解视觉心理概念 <b>难点:</b> 理解运用色彩心理感受与心理功能的在设计中的作用。	2	讲授、讨论	3
第十七章色彩构成综合实训 (1) 色彩构成综合实训 思政融入点: 具备基本的文化创意设计能力,掌握创造、创新基本方法。	练习色彩构成设计,作完整的色彩构成设计。	<b>重点:</b> 练习色彩构成 <b>难点:</b> 运用色彩构成设计语言,创作完整作品	8	实验	2,4
第十八章立体构成概述 (1) 立体构成概述	了解立体构成的概念,起源和特征。	<b>重点:</b> 立体构成的特征 <b>难点:</b> 立体构成概念	1	讲授	3,5
第十九章立体构成造型原理 (1) 立体构成的造型与视觉要素 (2) 立体构成的美学法则(1) (3) 立体构成的美学法则(2) (4) 立体构成造型技法	了解立体构成,掌握形式要素美学法则:重复构成、多样统一、节奏与规律等。	<b>重点:</b> 立体构成的美学法则 <b>难点:</b> 立体构成造型技法	2	讲授	2,5
第二十章立体构成的空间创造 (1) 立体构成的空间创造	了解点材、线材、面材的立体构成,掌握平衡发则、构成规律。	<b>重点:</b> 点、线、面材立体构成 <b>难点:</b> 构成规律	2	讲授	3
第二十一章立体构成的材料探索 (1) 认识材料 (2) 材料、肌理的加工与创造	认识常用立体构成创作材料,了解不同材料肌理的加工方式与创造,会产生不同的视觉效果和心理感受。	<b>重点:</b> 认识常用立体构成创作材料 <b>难点:</b> 不同肌理带来的不同的视觉效果产生心理感受。	1	讲授,讨论	2,4
第二十二章面材立体构成 (1) 面材立体构成	了解立体构成中的面与平面的区别,形态上有平面和曲面,熟知立体构成面的特征。	<b>重点:</b> 了解平面和曲面在立体构成的效果 <b>难点:</b> 立体构成面的特征	0.5	讲授	3

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式 (讲授、 实验、上 机、讨论)	支撑 课程 目标
第二十三章线材立体构成 (1) 线材立体构成	了解线材是空间立体构成的基础,线的不同形态构成的形式区别	<b>重点:</b> 掌握线材不同形态 <b>难点:</b> 分析观察线材构成立体空间	0.5	讲授	3
第二十四章块材立体构成 (1) 块体的构成变化 (2) 块体的组合及分割构成	了解立体是平面运动的轨迹这一概念,明确块体的主要类别,掌握块体的分割构成。	<b>重点:</b> 明确块体的主要别 <b>难点:</b> 掌握块体的分割构成	1	讲授	3
第二十五章立体构成综合实训 (1) 立体构成综合实训	把艺术或设计上所需要的各种形态巧妙地配置在指定的空间中,按照视觉效果,运用力学的原理进行组合。	<b>重点:</b> 掌握立体构成要素法则, 练习设计 <b>难点:</b> 按照视觉效果运用力学原理组合设计	8	实验	1, 4, 5

#### 四、课程考核评价方式

考核以课程目标的达成度为主要目的,以检查学生对各知识点的掌握程度和应用能力为重要内容。

##### (一) 考核方式

考核方式为开卷笔试。

总成绩由两部分组成:平时成绩和期末成绩。

期末成绩占期末总成绩的 60%,以作品形式综合考核,考核内容要求应用平面构成、色彩构成、立体构成的基本理论与基本知识等。

##### (二) 课程成绩

###### 1. 考核环节及说明

成绩构成	考核说明
平时成绩	(1) 平时成绩满分为 40 分, 占总成绩的 40% (2) 针对平时成绩对应的课程目标, 由作业、测验、实验、课堂表现等部分构成, 主要包括: 综合实训 (20%)、平时作业与课堂讨论 (10%) 及考勤作业 (10%) 等。
期末考试	(1) 考试方式及占比: 采用作品形式, 考试成绩 100 分, 占课程考核成绩的 60%。 (2) 评定依据: 平面构成、色彩构成、立体构成的基本理论与基本知识等。 (3) 考试题型: 主题创作 (4) 考试内容: 综合考察学生对专业知识的掌握程度, 考察平面构成的基本方法和理论知识基础, 实际设计的应用能力和视觉审美能力。

###### 2. 考核与评价方式

课程目标	成绩比例（平时成绩40%+期末成绩60%）				期末成绩 (60%)	合计
	平时成绩（40%）					
	签到 (5%)	小组讨论 (5%)	案例分析 (10%)	综合实训 (20%)		
1	1	1	2	0	10	14
2	1	1	2	5	0	9
3	1	1	2	5	20	29
4	1	1	2	10	20	34
5	1	1	2	0	10	14
合计(成绩构成)	5	5	10	20	60	100

## 五、教学方法

本课程教学所采用的教学方法如下：

**1. 案例式方法：**以课堂讲授为主，灵活结合音频、视频、电子资源多种教学方式，同时通过提供案例教学参考资料、推荐课外阅读材料等拓宽和深化学生的知识面和知识结构。

**2. 在线学习方法：**课程结合泛雅平台，线上进行辅助教学，通过在线课程平台发布相关教学信息、实施课程补充与拓展内容自主学习；

**3. 讨论式方法：**课程将通过课堂讲授、分组讨论、课后阅读补充资料以及实践等方式开展教学。

**4. 其他教学方法：**课后对学生的辅导，主要采用当面答疑、社交平台，邮件等形式开展。

## 六、参考材料

线上：无

线下：

1. 黄毅、吴化雨著：《构成设计基础（第二版）》，中国轻工业出版社，2019年5月。
2. 喻小飞著：《设计构成（第二版）》，人民邮电出版社，2019年9月。
3. 赵博编著：《设计构成基础（第一版）》，电子工业出版社，2020年7月。
4. 万轩、刘琪、孔晓燕著：《设计构成（第二版）》，中国电力出版社，2014年12月。
5. 文健、胡华中、钟卓丽著：《设计构成》，北京大学出版社，2009年8月。
6. 冉健著：《构成设计（第二版）》，清华大学出版社，2018年12月。
7. 马洪伟著：《构成设计（第三版）》，化学工业出版社，2020年10月。

主撰人：庄静

审核人：高雪

英文校对：沈庆会

教学副院长：郑建明

日期：2022年8月29日

## 附件：各类考核与评价标准表

### 1. 平时成绩评分标准

成绩 课程目标	优秀 (分数 $\geq 90$ 分)	良好 ( $78 \leq$ 分数 $< 90$ )	中等 ( $68 \leq$ 分数 $< 78$ )	及格 ( $60 \leq$ 分数 $< 68$ )	不及格 (分数 $< 60$ 分)
课程目标 1 (4%)	能够保持高度积极的上课状态,做到准时上课,不迟到不早退,100%的出勤率。	能够保持较高积极的上课状态,做到准时上课,不迟到不早退,95%以上的出勤率	能够保持一定积极的上课状态,做到准时上课,不迟到不早退,90%的出勤率。	上课的积极性状态一般,迟到早退现象出现5次以上,85%的出勤率。	不能够保持积极的上课状态,和课堂纪律,低于80%的出勤率
课程目标 2 (9%)	按照要求完成课堂团队合作内容,善于沟通协作,课堂上能够积极讨论和回答问题十分准确。	按照要求基本完成课堂团队合作内容,沟通协作能力良好,课堂上较为积极论,回答问题较确。	能够完成一定的课堂讨论协作内容,沟通能力尚可,课堂讨论较积极回答问题基本准确。	完成部分的课堂讨论协作内容,沟通能力一般,课堂讨论不太积极回答,问题准确性一般。	不能完成课堂讨论协作内容,沟通能力较差,课堂讨论不积极回答,问题不准确。
课程目标 3 (9%)	能够非常熟练掌握构成设计的基本概念、法则和基本要素等基础知识。能够独立运用所学知识设计十分符合所学内容的作品。	能够较熟练掌握构成设计的基本概念、法则和基本要素等基础知识。能够运用所学知识设计较符合所学内容的作品。	能够基本掌握构成设计的基本概念、法则和基本要素等基础知识。能够运用所学知识设计初步符合所学内容的作品。	能够一般掌握构成设计的基本概念、法则和基本要素等基础知识。能够运用所学知识尝试设计作品。	不能够掌握构成设计的基本概念、法则和基本要素等基础知识。不能够独立运用所学知识设作品。
课程目标 4 (14%)	能够非常熟悉构成设计的基础操作方法,具有很高的实践能力,动手能力很强。	能够较熟悉构成设计的基础操作方法,具有较高的实践能力,动手能力较强。	能够基本知道构成设计的基础操作方法,具有一定的实践能力和动手能力。	知道一定构成设计的基础操作方法,具有一定的实践能力和动手能力。	不了解基本知识构成设计的基础操作方法,不具有实践能力和动手能力。
课程目标 5 (4%)	能够积极参与课堂教师互动讨论,审美和设计能力都十分优秀。	能够较积极参与课堂教师互动讨论,审美和设计能力都较优秀。	能够参与课堂教师互动讨论,有基本审美和设计能力。	能够参与一定课堂教师互动讨论,有一定审美和设计能力。	不能够参与课堂教师互动讨论,审美和设计能力较差。

## 2. 期末考核与评价标准

成绩 课程目标	优秀 (分数 $\geq 90$ 分)	良好 (78 $\leq$ 分数 $< 90$ )	中等 (68 $\leq$ 分数 $< 78$ )	及格 (60 $\leq$ 分数 $< 68$ )	不及格 (分数 $< 60$ 分)
课程目标 1 (10%)	具有十分优秀的诚信守则的格,在设计过程中自觉遵守独立自主设计原则,个人设计能力十分优秀。	具有优秀的诚信守则的品格,在设计过程中较规范遵守独立自主设计原则,个人设计能力较优秀。	具有诚信守则的品格,在设计过程中规范遵守独立自主设计原则,个人设计能力良好。	具有诚信守则的品格,在设计过程中遵守规范基本独立设计创作,个人设计能力一般。	具有诚信守则的品格,在设计过程中遵守规范不可以独立完成设计创作个人设计能力较差。
课程目标 2 (0%)	按照要求完成优秀考核作品,团队协作能力十分优秀,探讨学习为积极,考核问题回答十分准确。	基本按照要求完成考核品,团队沟通协作能力良,探讨学习较为积极,考核问题回答较准确。	基本完成考核作品,团队沟通协作能力良好探讨学习较为积极,考核问题回答基本准确。	基本完成考核作品,团队沟通协作能力良好探讨学习积极性一般,考核问题回答准确性一般。	不完成考核作品,团队协作能力差,探讨学习积极性差,考核问题回答准确差。
课程目标 3 (20%)	准确理解并掌握平面构成、色彩构成、立体构成基础知识。能够运用相关专业知知识分析十分切合的作品。	较为准确理解并掌握平面构成、色彩构成、立体构成基础知识。能够运用相关专业知知识分析较切合的作品。	基本理解并掌握平面构成、色彩构成、立体构成基础知识。能够运用相关专业知知识基本分析作品。	初步理解平面构成、色彩构成、立体构成基础知识。能够大致运用相关专业知知识分析作品。	不理解平面构成、色彩构成、立体构成基础知识。不能够运用相关专业知知识分析作品。
课程目标 4 (20%)	独立思考能力优秀,理解作品有思辨性,手工能力强,制作的的作品精细度完整度非常高。	具有独立思考能力优秀,理解作品有一定思辨性,手工能力较强,制作的的作品精细度完整度较高。	有一定独立思考能力,对作品有一定理解性,手工能力良好,制作的的作品精细度完整度良好。	独立思考能力一般,对作品理解性较浅,手工制作能力较弱,作品的精细度完整度欠缺。	独立思考能力较差,手工能力弱,不能独立制作完整作品。
课程目标 5 (10%)	能够很好地利用已学的理论知识进行案例分析,并熟练掌握构成设计规律和设计语言。	能够较好地利用已学的理论知识进行案例分析,较为熟练掌握构成设计规律和设计语言。	能够利用已学的理论知识进行案例分析,基本掌握构成设计规律和设计。	基本能够利用已学的理论知识进行案例分析,基本掌握构成设计规律设计能力一般。	不能够利用已学的理论知识进行案例分析,不能掌握构成设计规律。

## 13. 《文化资源概论》教学大纲

### 一、课程基本信息

课程名称	中文名称：文化资源概论				
	英文名称：An Introduction to Cultural Resources				
课程号	7503413	学分	2		
学时	总学时：32	讲授学时	实验学时	上机学时	讨论学时
		30	0	0	2
开课学院	海洋文化与法律学院		开课学期	3	
课程负责人	楼兰		适用专业	文化产业管理专业	
先修课程及要求	无				

### 二、课程简介

#### （一）课程概况

《文化资源概论》是文化产业管理专业的核心课程，主要讲授文化资源历史脉络、空间分布、价值评估、非产业化保护传承与产业化开发利用、未来发展趋势等内容，是一门理论性和应用性、实践性兼备的应用型学科。通过课程学习，学生可以了解文化资源的类别、现状，把握文化资源功能与价值评估，掌握保护与利用文化资源的方法，解决文化资源整合与优化配置等问题。

This course is a core course of cultural industry management major. It mainly teaches the historical context, spatial distribution, value evaluation, non-industrial protection and inheritance, industrial development and utilization, and future development trend of cultural resources. It is an applied discipline with both theoretical and practical characteristics. Through this course, students will be able to understand the types and current situation of cultural resources, grasp their function and value evaluation, master the methods of protection and utilization of cultural resources, and solve the problems of integration and optimal allocation in the field.

#### （二）课程目标

课程目标 1：理解并掌握文化资源概念、内涵与分类、要素等基础知识，能够分析总结某区域文化资源的基本特性及其保护传承或开发利用措施。

课程目标 2：掌握文化资源的价值属性，学会构建文化资源价值评估体系，并将文化资源学基本理论和基础知识用于实践，能够综合分析判断文化资源开发利用的相关管理问题。

课程目标 3：掌握文化资源的保护传承的基本价值理念，通过学习学生能够结合某种（类）具体文化资源，提出城市、乡村（镇）文化资源的固态性或活态化，生态性、生产性、生活性保护传承策略。

课程目标 4：通过掌握文化资源等相关知识，培养学生的文化资源历史感、空间感和地方感，使学生热爱祖国光辉灿烂的文化，培养学生的文化自信和民族自豪感。

#### （三）课程目标和毕业要求的对应关系

课程目标	毕业要求指标点	毕业要求
1	2-1 掌握文化产业领域经济、资源、政策法规、管理等原理知识，形成对文化产业的系统化认知。	2（专业知识）：能够将产业、管理、经济、文化、艺术、设计类等相关专业知识用于分析和解决文化产业相关领域的管理问题，具备基本的文化创意设计能力，掌握创造、创新基本方法。
2	3-3 具备相应从文化产业观察透析能力、分析判断力、趋势预测能力、把握文化产业的未来发展趋势。	3（问题分析）：能够应用数学、统计学、经济学和管理学的基本原理，通过文献分析和市场调研分析方法，准确识别、阐释文化产业领域的相关管理问题。
3	4-1 根据社会经济环境和文化产业特征，创造性地设计管理方案或项目方案，策划运营路线。	4（设计、策划解决方案）：具有创新意识，能够综合考虑社会、经济、健康、安全、法律、文化等多元因素，以问题和需求为导向，设计出满足特定需求的管理或项目方案及实施流程。
4	8-3 具有正确劳动价值观、必备的劳动能力、积极的劳动精神、良好劳动习惯和品质。	8（综合素质）：体质健康、体魄健强、人格健全、意志坚韧，善于感受美、鉴赏美、追求美、弘扬美；具有正确的劳动价值观、必备的劳动能力、积极的劳动精神、良好的劳动习惯和品质。

### 三、教学内容、要求与学时分配

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式（讲授、实验、上机、讨论）	支撑课程目标
第一章 文化资源概述 (1) 绪论；(2) 文化资源相关概念；(3) 文化资源属性、特征及作用。	了解课程性质、目的及考核方式；掌握文化资源概念及其属性、特征	<b>重点：</b> 文化资源的属性及特征 <b>难点：</b> 文化资源的与文化产业之间的关系	4	讲授	1、4
第二章 文化资源形态 (1) 物质与精神文化资源；(2) 城市与乡村文化资源；(3) 民族与世界文化资源；(4) 历史与智能文化资源。	了解不同角度的文化资源分类；理解不同类别的文化资源特征	<b>重点：</b> 不同类别的文化资源特征 <b>难点：</b> 物质文化资源与精神文化资源相互依存	4	讲授、讨论	1、4

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式（讲授、实验、上机、讨论）	支撑课程目标
<p>第三章 文化资源调查与评估</p> <p>（1）文化资源调查；（2）文化资源价值评估。</p> <p>思政融入点：掌握国内文化资源基本情况，分析总结区域文化资源的基本特性。培养学生文化资源历史感、空间感和地方感，使学生热爱祖国光辉灿烂文化。</p>	<p>了解文化资源调查对象、调查形式及其调查意义；熟悉文化资源价值评估方法、原则和评估指标</p>	<p><b>重点：</b>文化资源调查方式及其优缺点</p> <p><b>难点：</b>文化资源价值评估指标的现实意义</p>	2	讲授、讨论	1、2
<p>第四章 文化资源保护与管理（1）文化资源生态性保护与管理；（2）政府保护与管理；（3）社会保护与管理；（4）市场保护与管理；（5）文化资源保护与管理困境与措施。</p> <p>思政融入点：掌握文化资源的保护传承的基本价值理念，培养学生对文化资源的空间感和地方感。能够结合某种（类）具体文化资源，提出城市、乡村（镇）文化资源的固态性或活态化，生态性、生产性、生活性保护传承策略，坚持“四个自信”。</p>	<p>了解文化资源保护与管理的概念、意义和价值；掌握文化资源保护与管理的困境与措施</p>	<p><b>重点：</b>文化资源保护管理的困境与措施</p> <p><b>难点：</b>市场对文化资源的保护与管理</p>	8	讲授、讨论	1、2、4

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式（讲授、实验、上机、讨论）	支撑课程目标
第五章 文化资源开发与利用 (1) 文化资源开发利用的可能性与必要性；(2) 文化资源开发与利用的现状与问题；(3) 文化资源开发与利用的一般模式；(4) 文化资源开发与利用的路径与策略；(5) 文化资源开发利用与公共文化服务。	了解文化资源开发利用的意义及现状；熟悉文化资源开发与利用的模式；掌握文化资源开发与利用的路径与策略	<b>重点：</b> 文化资源开发与利用的原则与具体措施 <b>难点：</b> 文化资源开发与利用过程中政府的角色定位	6	讲授、讨论	2、3、4
第六章 文化资源与资本运营 (1) 资本运营基本概念；(2) 文化资源与文化资本；(3) 文化资源与金融资本；(4) 文化资源产业开发融资渠道。	了解资本运作的常用模式；理解文化资源向文化资本转化机制、途径和意义；掌握文化资源产业开发的投资、融资方式和渠道	<b>重点：</b> 文化资源产业开发的投资形式、融资渠道 <b>难点：</b> 文化资源与文化资本之间的关系	4	讲授、讨论	1、2、4
第七章 文化资源与数字科技 (1) 文化资源与数字科技概述；(2) 文化资源数字化概念；(3) 文化资源数据库建设；(4) 文化资源数字化应用前景；(5) 黄梅戏数字保护与利用探索。	理解文化资源数字化的意义及价值；掌握物态文化资源数字化的种类及非物态文化资源数字化的形式；了解文化资源数字化成果的商业性开发与公益性利用	<b>重点：</b> 数字科技对文化资源开发利用的影响、路径 <b>难点：</b> 文化资源在数字化转换过程中的困境	4	讲授、讨论	1、2、3、4

#### 四、课程考核评价方式

##### (一) 考核方式

期末考试采用融合文化资源相关基础知识和重要案例分析的试卷，以闭卷方式进行。

学生考试课程成绩由两部分组成：平时综合成绩和期末考试成绩。

## （二）课程成绩

### 1. 考核环节及说明

成绩构成	考核说明
平时成绩	(1) 平时成绩满分为 40 分，占总成绩的 40%。 (2) 平时综合成绩主要包括小组汇报、交流和讨论等模块，根据学生平时出勤情况、课堂讨论、小组汇报等情况综合评定，着重评价学生平时对专业知识和思政内容的理解、应用和接受能力。
期末考试	(1) 考试方式及占比：采用闭卷笔试，考试成绩 100 分，占课程考核成绩的 60%。 (2) 评定依据：考试成绩的评定根据试卷参考答案和评分标准进行。 (3) 考试题型：包含名词解释、简答题和论述题。 (4) 考试内容：针对期末考试对应的课程目标。

### 2. 考核与评价方式

课程目标	成绩构成（平时成绩 40%+期末成绩 60%）					合计
	平时成绩（40%）				期末考试成绩 （60%）	
	小组汇报 （10%）	案例分析 （10%）	课堂讨论 （10%）	课后作业 （10%）		
1	2	2	3	4	10	21
2	3	2	2	2	20	29
3	3	3	2	2	20	30
4	2	3	3	2	10	20
合计（成绩构成）	10	10	10	10	60	100

## 五、教学方法

1、教学设计：基于 OBE 理念将教学设计分为三个阶段。第一阶段为上课前一周，教师发布《文化资源概论》相关知识点的教学课件以及参考书籍等，由学生自主完成资料学习。第二阶段为授课的一周：在每周两小节课中，第一小节课由教师讲授相关章节的重点内容和扩展问题。采取精讲与指导泛读相结合的方法，使课内与课外相结合。第二小节课学生结合课前自主学习进行课堂讨论交流。充分调动学生的主观能动性，让学生结合社会用字相关情况来分析，以此激发学生的学习热情，让学生主动地去获取新知识。第三阶段为课后的一周：学生完成教师课堂布置的作业，并自主学习下一周的教学内容。

2、具体方法：在采用 OBE 理念的三个教学阶段，即课前知识传授、课中知识内化、课后延伸评价中都有意识融入文化强国建设、强化对祖国优秀文化资源的认同感等思政内容，并采用课前资料阅读，课上小组汇报、案例讨论、时事分析、视频观看、课后作业等多种多样形式开展教学。

## 六、参考材料

1. 秦枫，《文化资源概论》，中国科学技术大学出版社，2021 年 12 月，第 2 版。

2. 王耀希,《民族文化遗产数字化》,人民出版社,2009年5月,第1版。
3. 吕庆华,《文化资源的产业开发》,经济日报出版社,2006年9月,第1版。
4. 苑利、顾军,《非物质文化遗产学》,高等教育出版社,2022年4月,第2版。
5. 于海广、王巨山,《中国文化遗产保护概论》,山东大学出版社,2008年5月,第1版。
6. 单霁翔,《城市化发展与文化遗产保护》,天津大学出版社,2020年3月,第1版。
7. 朱瑾、王军,《城市文化简论》,中国建筑工业出版社,2020年10月,第1版。
8. 柏定图,《2014:中国文化品牌评估报告》,世界图书出版公司,2015年1月,第1版。
9. 申维辰,《文化资源评估与文化产业评价研究》,陕西教育出版社,2005年7月,第1版。
10. 张胜冰,《文化资源与文化产业》,湖南文艺出版社,2008年1月,第1版。

## 七、本课程与其他课程的联系

本课程是《管理学原理》等相关基础理论课程的后续课程,与《文化产业管理概论》、《文化产业经济学》等课程关系密切。在专业课程体系与知识结构中该课程具有承上启下的重要作用。各章应重点讲授基本概念、原理和方法,使学生对文化资源有一个总体上的认识、把握。

主撰人:楼兰

审核人:高雪

英文校对:沈庆会

教学副院长:郑建明

日期:2022年8月25日

## 附件：各类考核与评价标准表

### 1. 平时成绩评分标准

成绩 课程目标	优秀 (分数 $\geq 90$ 分)	良好 ( $78 \leq$ 分数 $< 90$ )	中等 ( $68 \leq$ 分数 $< 78$ )	及格 ( $60 \leq$ 分数 $< 68$ )	不及格 ( $< 60$ 分)
课程目标 1 (11%)	能够很好按照要求完成课前阅读预习。能够熟练掌握文化资源学基本理论和基础知识。	能较好按照要求完成课前阅读预习。能较好掌握文化资源学基本理论和基础知识。	基本能够按照要求完成课前阅读预习。基本掌握文化资源学基本理论和基础知识。	完成课前阅读预习不足,总体掌握文化资源学基本理论和基础知识存在一定困难。	不能完成课前阅读预习,不能掌握文化资源学基本理论和基础知识。
课程目标 2 (9%)	课堂上能够很好地完成小组汇报,非常积极参加讨论,非常认真听讲。能够很好掌握文化资源的价值属性,能熟悉构建文化资源价值评估体系。	课堂上能够较好地完成小组汇报,较为积极讨论,较认真听讲。能够较好掌握文化资源的价值属性,能较好构建文化资源价值评估体系。	课堂上基本能够完成小组汇报,讨论与回答问题不积极,基本回答正确。基本能掌握文化资源的价值属性,基本学会构建文化资源价值评估体系。	课堂上完成小组汇报存在一定困难,讨论与回答问题不够完整。对于掌握文化资源的价值属性、学会构建文化资源价值评估体系存在一定困难。	课堂上不能完成小组汇报,不能参与讨论与回答问题,不能认真听讲。不能掌握文化资源的价值属性,不会构建文化资源价值评估体系。
课程目标 3 (10%)	在课堂案例讨论和时事分析中能够很好地将所学文化资源学基本理论和基础知识应用于判断、分析和讨论中。	在课堂案例讨论和时事分析中能较好地将所学文化资源学基本理论和基础知识应用于判断、分析和讨论中。	在课堂案例讨论和时事分析中基本能将所学文化资源学基本理论和基础知识应用于判断、分析和讨论中。	在课堂案例讨论和时事分析中将所学文化资源学基本理论和基础知识应用于判断、分析和讨论存在一定困难。	在课堂案例讨论和时事分析中不能将所学文化资源学基本理论和基础知识应用于判断、分析和讨论中。
课程目标 4 (10%)	在课前阅读预习,小组汇报和课堂讨论中,能够很好地理解并分析相关思政意义。	在课前阅读预习,小组汇报和课堂讨论中,能较好地理解并分析相关思政意义。	在课前阅读预习,小组汇报和课堂讨论中,基本能理解并分析相关思政意义。	在课前阅读预习,小组汇报和课堂讨论中,理解分析相关思政意义存在困难。	在课前阅读预习,小组汇报和课堂讨论中,不能理解并分析相关思政意义。

## 2. 期末考核与评价标准

成绩 课程目标	优秀 (分数≥90分)	良好 (78≤分数<90)	中等 (68≤分数<78)	及格 (60≤分数<68)	不及格 (<60分)
课程目标 1 (10%)	能够准确回答文化资源形态、文化资本、文化资源保护等基本概念和重要理论。	比较准确回答回答文化资源形态、文化资本、文化资源保护等基本概念和重要理论。	基本准确回答文化资源形态、文化资本、文化资源保护等基本概念和重要理论。	不能完整回答文化资源形态、文化资本、文化资源保护等基本概念和重要理论。	不能回答文化资源形态、文化资本、文化资源保护等基本概念和重要理论。
课程目标 2 (20%)	能够准确回答文化资源的价值属性，能够很好构建文化资源价值评估体系，并结合具体文化资源进行价值评估。	比较准确回答文化资源的价值属性，比较准确构建文化资源价值评估体系，并结合具体文化资源进行价值评估。	基本准确回答文化资源的价值属性，基本能构建文化资源价值评估体系，并结合具体文化资源进行价值评估。	回答文化资源的价值属性不够完整，对于构建文化资源价值评估体系，并结合具体文化资源进行价值评估存在一定困难。	不能回答文化资源的价值属性，不能构建文化资源价值评估体系，不能结合具体文化资源进行价值评估。
课程目标 3 (20%)	能够很好地将所学文化资源学基本理论和基础知识应用于重要案例分析 and 时事讨论，有理有据剖析问题及提出相应路径。	能够较好地将所学文化资源学基本理论和基础知识应用于重要案例分析 and 时事讨论，较为深入剖析问题及提出相应路径。	基本能够将所学文化资源学基本理论和基础知识应用于重要案例分析和时事讨论，能够剖析问题及提出相应路径。	将所学文化资源学基本理论和基础知识应用于重要案例分析和时事讨论，且剖析问题及提出相应路径存在一定困难。	不能将所学文化资源学基本理论和基础知识应用于重要案例分析和时事讨论，且不能剖析问题及提出相应路径。
课程目标 4 (10%)	能够很好地将国家文化资源管理相关政策与案例分析和问题论述中的专业知识剖析有机融合，深入分析文化资源保护与开发相关问题背后的传承优秀传统文化、文化强国建设等重大意义。	能够较好地将国家文化资源管理相关政策与案例分析和问题论述中的专业知识剖析进行融合，较好分析文化资源保护与开发相关问题背后的传承优秀传统文化、文化强国建设等重大意义。	基本能够将国家文化资源管理相关政策与案例分析和问题论述中的专业知识剖析进行融合，基本能分析文化资源保护与开发相关问题背后的传承优秀传统文化、文化强国建设等重大意义。	将国家文化资源管理相关政策与案例分析和问题论述中的专业知识剖析有机融合，以及分析文化资源保护与开发相关问题背后的传承优秀传统文化、文化强国建设等重大意义都存在一定困难。	不能将国家文化资源管理相关政策与案例分析和问题论述中的专业知识剖析有机融合，也不能分析文化资源保护与开发相关问题背后的传承优秀传统文化、文化强国建设等重大意义。

## 14. 《文化产业经济学》

## 一、课程基本信息

课程名称	中文名称：文化产业经济学				
	英文名称：Cultural Industry Economics				
课程号	7503414	学分	2		
学时	总学时：32	讲授学时	实验学时	上机学时	讨论学时
		28			4
开课学院	海洋文化与法律学院		开课学期	第3学期	
课程负责人	王建军		适用专业	文化产业管理专业	
先修课程及要求	管理学原理、经济学概论、组织行为学				

## 二、课程简介

### （一）课程概况

《文化产业经济学》是文化产业管理专业的核心课程，主要以产业组织学为基础，系统地阐述了文化产业的基本概念、特征和影响因素，文化产业的经济学原理和理论，文化产业中文化类企业的行为特征和规律。以及现行时代背景下，文化产业发展对经济发展的影响，文化产业发展的制度安排。具体包括文化产业概述、文化产业经济学基本原理、文化产业市场结构、文化产业企业行为、文化产业市场绩效、转型中的中国文化产业、文化产业发展与经济增长、文化产业政府规制等。通过课程学习，学生可以了解文化产业运行的经济学原理，文化类企业的行为特征，初步了解文化产业的经济规律。

The Cultural Industry Economics is the core course of the major of cultural industry management. Based on industrial organization, it systematically expounds the basic concepts, characteristics and influencing factors of cultural industry, the economic principles and theories of cultural industry, and the behavior characteristics and laws of cultural enterprises in cultural industry. Moreover, the course will explain the impact of cultural industry development on economic development and the institutional arrangement of cultural industry development in the current ear. Specifically, it includes the overview of cultural industry, basic principles of cultural industry economics, cultural industry market structure, cultural industry enterprise behavior, cultural industry market performance, Chinese cultural industry in transition, cultural industry development and economic growth, and cultural industry government regulation. Through the course study, students can understand the economic principles of the operation of the cultural industry, the behavior characteristics of cultural enterprises, and preliminarily understand the economic laws of the cultural industry.

### （二）课程目标

**课程目标 1：**能掌握文化产业概述、文化产业经济学基本原理、文化产业市场结构、文化产业企业行为、文化产业市场绩效、转型中的中国文化产业、文化产业发展与经济增长、文化产业政府规制等方面的基础理论知识。

**课程目标 2：**能够透过现象看本质，理论转化为实践。将文化产业经济学基本理论和基础知识用于实践，能够综合结合文化产业市场结构、企业行为、文化产业经济发展等原理认知理性分析判断文化产业发展中的问题。

**课程目标 3:** 能在大中型企业、国家行政机构或事业单位等胜任文化产业管理相关工作，能运用所学文化产业经济学中的理论和知识解决工作中的相关实务问题。能站在产业发展的视角，对企业行为或政策制定提出合理建议。

**课程目标 4:** 能够形成较强的团队协作意识，能够在案例讨论和时事分析中培养形成团队合作精神，以便在今后的文化产业企业运营、文化产业政策制定等方面工作中主动参与团队工作，以及协调组织团队工作。

**课程目标 5:** 能初步培养文化产业从业者的专业素养及职业道德素养，能对我国文化产业发展的特点有科学的认知。以文化产业为桥梁，挖掘和展现中国文化的魅力，增强热爱中国文化的情怀。帮助学生树立正确的人生态度，以国家需求为己任，成为国家和社会需要的文化产业管理人才。

### （三）课程目标和毕业要求的对应关系

课程目标	毕业要求指标点	毕业要求
1	2-1 掌握文化产业领域经济、资源、政策法规、管理等原理知识，形成对文化产业的系统化认知。	2（专业知识）：能够将产业、管理、经济、文化、艺术、设计类等相关专业知用于分析和解决文化产业相关领域的管理问题，具备基本的文化创意设计能力，掌握创造、创新基本方法。
2	3-2 通过文献分析和市场调研分析文化产业相关领域的管理问题。 3-3 具备相应的从文化产业观察透析能力、分析判断力、趋势预测能力、把握文化产业的未来发展趋势。	3（问题分析）：能够应用数学、统计学、经济学和管理学的基本原理，通过文献分析和市场调研分析方法，准确识别、阐释文化产业领域的相关管理问题。
3	4-1 根据社会经济环境和文化产业特征，创造性地设计管理方案或项目方案，策划运营路线。	4（设计、策划解决方案）：具有创新意识，能够综合考虑社会、经济、健康、安全、法律、文化等多元因素，以问题和需求为导向，设计出满足特定需求的管理或项目方案及实施流程。
4	7-1 较强的语言和人际沟通表达能力；规范的专业文件、公务文案文书写作能力；较好的掌握一门外语，能够查阅文献，阅读书刊，具备听、说、读、写的的能力。	7（职业素养）：具备良好的语言沟通和规范的文字表达能力、资料收集与分析能力、人文社会科学素养和社会责任感，严格遵守职业道德与规范，正确把握团队和个人的关系，在团队中胜任个体、团队成员或负责人的角色。
5	8-3 具有正确劳动价值观、必备的劳动能力、积极的劳动精神、良好劳动习惯和品质。	8（综合素质）：体质健康、体魄健强、人格健全、意志坚韧，善于感受美、鉴赏美、追求美、弘扬美；具有正确的劳动价值观、必备的劳动能力、积极的劳动精神、良好的劳动习惯和品质。

## 三、教学内容、要求与学时分配

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式 (讲授、实验、讨论)	支撑课程目标
<p>第一章 导言</p> <p>(1) 文化产业发展的重大理论问题研究</p> <p>(2) 文化产业的研究对象、内容与方法</p> <p>思政融入点：中国文化产业</p>	<p>明确文化产业发展的重大理论问题研究；了解文化产业的研究对象、内容与方法。</p>	<p>重点：文化产业的研究内容和方法</p> <p>难点：文化产业发展的重大理论</p>	2	讲授	1, 5
<p>第二章 文化产业概述</p> <p>(1) 文化产业基本概念</p> <p>(2) 文化产业的特征</p> <p>(3) 文化产业发展的影响因素</p> <p>思政融入点：热爱弘扬中国文化</p>	<p>掌握文化产业基本概念、特征以及文化产业发展的影响因素。</p>	<p>重点：文化产业的概念特征</p> <p>难点：文化产业发展的影响因素</p>	2	讲授	1, 5
<p>第三章 文化产业经济学基本原理</p> <p>(1) 文化产业相关经济概念</p> <p>(2) 文化产业消费者和厂商行为</p> <p>(3) 文化产业宏观经济分析</p> <p>(4) 当代文化产业几个前沿理论应用精析</p>	<p>掌握文化产业相关经济概念；理解文化产业消费者和厂商行为；明确文化产业宏观经济分析；了解当代文化产业几个前沿理论应用</p>	<p>重点：文化产业经济概念</p> <p>难点：文化产业宏观经济分析</p>	4	讲授、案例	1
<p>第四章 文化产业市场结构</p> <p>(1) 市场结构类型分析</p> <p>(2) 市场集中度的衡量及形成分析</p> <p>(3) 市场的进入与退出</p> <p>(4) 产品差异化、错位竞争与纵向、横向一体化</p>	<p>掌握市场结构类型分析；理解市场集中度的衡量及形成分析；掌握市场的进入与退出以及产品差异化、错位竞争与纵向、横向一体化。</p>	<p>重点：文化市场特点</p> <p>难点：文化市场战略</p>	4	讲授、案例	3

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式 (讲授、实验、讨论)	支撑课程目标
第五章 文化产业企业行为 (1) 定价策略 (2) 非价格策略性行为 (3) 不对称信息下的文化企业竞争策略 (4) 利益集团、寻租与规制	掌握定价策略、非价格策略性行为、不对称信息下的文化企业竞争策略以及利益集团、寻租与规制。	重点：文化企业行为策略  难点：文化企业竞争战略	4	讲授、案例、讨论	4
第六章 文化产业市场绩效 (1) 资源配置效率 (2) 规模结构效率 (3) 技术进步 (4) 效率	掌握文化产业市场资源配置效率、规模结构效率；理解技术进步对文化产业发展的影响。	重点：文化产业市场的效率  难点：各类因素对市场效率的影响	4	讲授、案例	2
第七章 转型中的中国文化产业 (1) 转型背景 (2) 发展模式 (3) 制度安排	理解并掌握中国文化产业转型的背景；明确中国文化产业发展的模式；理解中国文化产业发展的制度安排。	重点：中国文化产业现阶段特点  难点：中国文化产业转型	4	讲授、案例	2
第八章 文化产业发展与经济增长 (1) 经济增长理论 (2) 二元结构下的文化产业发展 (3) 文化产业对经济增长的推动作用	掌握经济增长理论；明确二元结构下的文化产业发展；理解文化产业对经济增长的推动作用。	重点：文化产业发展与经济增长的关系  难点：二元结构下的文化产业发展	4	讲授、案例	3
第九章 文化产业政府规制 (1) 政府规制经济学分析 (2) 国内外文化产业政策法规综述 (3) 国内外文化产业规制比较分析	掌握政府规制经济学分析；了解国内外文化产业政策法规的现状和特点；了解国内外文化产业规制的异同点及其原因。	重点：国内外文化产业发展对比  难点：中国文化产业政府规制	4	讲授、案例、讨论	4

#### 四、课程考核评价方式

考核以课程目标的达成度为主要目的，以检查学生对各知识点的掌握程度和应用能力为重要内容。

##### (一) 考核方式

考核方式为闭卷笔试。

总成绩由两部分组成：平时成绩和期末成绩。

期末成绩占期末总成绩的 70%，采用融合文化产业经济学的理论的案例分析和论述题的试卷，采用闭卷考试方式进行。

## （二）课程成绩

### 1. 考核环节及说明

成绩构成	考核说明
平时成绩	<p>(1) 平时成绩占期末总成绩的 30%</p> <p>(2) 主要包括小组汇报评估、开放式命题小论文、典型案例分析、课堂交流和讨论等模块，根据学生平时小组汇报、课堂讨论、小论文写作等情况综合评定，着重评价学生平时对专业知识和思政内容的应用能力。</p>
期末成绩	<p>(1) 考试方式及占比：采用闭卷笔试，考试成绩 100 分，占课程考核成绩的 70%。</p> <p>(2) 评定依据：考试成绩的评定根据试卷参考答案和评分标准进行。</p> <p>(3) 考试题型：主要是选择题、判断题、名词解释、案例分析题和论述题。</p> <p>(4) 考试内容：综合考察学生对专业知识的掌握程度，对文化产业经济学相关理论和概念理解程度，对文化产业市场结构、文化产业企业行为等案例问题的分析能力和问题解决能力，对文化产业发展与经济增长和政府规制等的理解程度，以及相应的文字组织和表达能力，此外还考察学生对案例和实务问题背后思政内涵的理解能力，针对课程目标 1、2、3、4、5。</p>

### 2. 考核与评价方式

课程目标	成绩构成（平时成绩 30%+期末成绩 70%）					合计
	平时成绩（30%）				期末考试成绩 （70%）	
	小组汇报 （10%）	案例分析 （10%）	课堂讨论 （5%）	课后作业 （5%）		
1	2	2	1	1	10	16
2	2	2	1	1	20	26
3	2	3	1	1	20	27
4	2	1	1	1	10	15
5	2	2	1	1	10	16
合计（成绩构成）	10	10	5	5	70	100

## 五、教学方法

本课程教学所采用的教学方法如下：

**1. 翻转课堂教学法：**基于 OBE 理念将教学设计分为三个阶段。第一阶段为上课前一周，教师发布《文化产业经济学》相关知识点的学习清单、教学课件和案例资料等，由学生自主完成资料学习。第二阶段为授课的一周：在每周两小节课中，第一小节课让学生分小组汇报自学情况，并进行交流讨论；第二小节课由教师解答学生汇报中的疑难问题，同时补充讲

解重点内容和扩展问题，并对每个小组予以点评辅导。第三阶段为课后的一周：学生完成教师课堂布置的作业，并自主学习下一周的教学内容。

**2. 研究式教学方法：**文化产业市场结构知识模块，采用研究式的教学方法。下载市场竞争主体竞争策略、并购等相关的文献，让学生进行文献阅读，并对文献阅读结果进行汇报。进一步激发学生，撰写相关论文，并进行小组论文汇报。

**3. 其他教学方法：**采用课前资料阅读，课上进行小组汇报、案例讨论、时事分析、经典阅读汇报等形式开展教学。

## 六、参考教材和阅读书目

参考教材和书目：

1. 顾江，《文化产业经济学》，南京大学出版社，2007年6月，第1版。
2. 王海文，《文化产业经济学：原理-行业-政策》，高等教育出版社，2013年3月，第1版。
3. 杨剑飞，《文化产业园区生命周期研究：基于中韩园区的对比》，社会科学文献出版社，2016年5月，第1版。
4. 唐燕，[德]克劳斯·昆兹曼（Klaus R.Kunzmann），《文化、创意产业与城市更新》，清华大学出版社，2016年12月，第1版。
5. [美]约翰·布罗克曼（John Brockman）著，侯新智，许云萍，盛杨燕，文化（Culture），浙江人民出版社，2019年3月，第1版。

杂志和期刊：

1. 《The Review of Economic Studies》（top）
2. 《Quarterly Journal of Economics》（top）
3. 《American Economic Review》（top）
4. 《Econometrica》（top）
5. Academy of Management Journal (top)
6. Journal of Financial Economics (top)
7. 《经济管理》（注：经管类中文顶刊）
8. 《公共管理学报》
9. 《管理世界》

主撰人：王建军

审核人：高雪

英文校对：沈庆会

教学副院长：郑建明

日期：2022年8月19日

附件：各类考核与评价标准表

1. 平时成绩评分标准

成绩 课程目标	优秀 (分数≥90分)	良好 (78≤分数<90)	中等 (68≤分数<78)	及格 (60≤分数<68)	不及格 (分数<60分)
课程目标 1 (6%)	按照要求完成课前阅读和预习。课堂上能够积极讨论和回答问题。能应用相关理论分析案例问题。	按照要求完成课前阅读和预习。课堂上基本能够参与讨论。能应用相关理论分析案例问题。	基本按照要求完成课前阅读和预习。课堂上基本能够参与讨论。基本能应用相关理论分析案例问题。	基本能够按照要求完成课前阅读和预习。课堂上能回答问题，但不是很积极。案例分析问题回答不积极。	不能按照要求完成课前阅读和预习。课堂上不回答问题。不能应用相关理论大致分析案例问题。
课程目标 2 (6%)	能撰写某一个文化产业市场状况的分析报告，小组研究论文课堂汇报流畅，逻辑清晰。	基本能撰写某一个文化产业市场状况的分析报告，小组研究论文汇报逻辑较为清晰。	基本能撰写某一个文化产业市场状况分析报告，小组研究论文汇报逻辑基本清晰。	基本能撰写某一个文化产业市场状况分析报告，小组研究论文课堂汇报完成，逻辑一般。	不能撰写某一个文化产业市场状况分析报告，小组研究论文汇报逻辑混乱。
课程目标 3 (7%)	课堂案例讨论和回答问题积极、准确。	课堂案例讨论和回答问题较为积极，较准确。	课堂案例讨论和回答问题较积极，回答基本准确。	课堂案例讨论和回答问题不积极，准确性一般。	课堂案例讨论和回答问题不积极，不准确。
课程目标 4 (5%)	能很好地在课堂小组案例调研分析中形成较强的团队协作意识，在案例讨论和时事分析中培养形成团队合作精神。	能较好地在课堂小组案例调研分析中形成较强的团队协作意识，在案例讨论和时事分析中培养形成团队合作精神。	能一般地在课堂小组案例调研分析中形成较强的团队协作意识，在案例讨论和时事分析中培养形成团队合作精神。	能简单地在课堂小组案例调研分析中形成较强的团队协作意识，在案例讨论和时事分析中培养形成团队合作精神。	不能在课堂小组案例调研分析中形成较强的团队协作意识，在案例讨论和时事分析中培养形成团队合作精神。
课程目标 5 (6%)	课堂案例讨论和回答问题中，能够很好地理解并分析相关思政意义。	课堂案例讨论和回答问题中，能够较好地理解并分析相关思政意义。	课堂案例讨论和回答问题中，大致能理解并分析相关思政意义。	课堂案例讨论和回答问题中，理解并分析相关思政意义存在一定困难。	课堂案例讨论和回答问题中，不能理解并分析相关思政意义。

## 2. 期末考核与评价标准

成绩 课程目标	优秀 (分数≥90分)	良好 (78≤分数<90)	中等 (68≤分数<78)	及格 (60≤分数<68)	不及格 (分数<60分)
课程目标 1 (10%)	能够准确回答文化产业特点、研究对象和方法等问题,能回答文化产业基本概念和发展影响因素等问题。	能比较准确回答文化产业特点、研究对象和方法等问题,较为准确回答文化产业基本概念和发展影响因素等问题。	基本能准确回答文化产业特点、研究对象和方法等问题,基本能回答文化产业基本概念和发展影响因素等问题。	回答文化产业特点、研究对象和方法等问题,文化产业基本概念和发展影响因素等问题不完整。	不能回答文化产业特点、研究对象和方法等问题,不能回答文化产业基本概念和发展影响因素等问题。
课程目标 2 (20%)	能够准确回答文化产业经济学、文化产业市场的相关概念问题,准确对相关问题进行分析和论述。	能比较准确回答文化产业经济学、文化产业市场的相关概念问题,比较准确对相关问题进行分析和论述。	基本能准确回答文化产业经济学、文化产业市场的相关概念问题,基本能准确对相关问题进行分析和论述。	回答文化产业经济学、文化产业市场的相关概念问题不完整,对相关问题进行分析和论述不全面。	不能回答文化产业经济学、文化产业市场的相关概念问题,不能对相关问题进行分析和论述。
课程目标 3 (20%)	能够准确回答企业行为和市场效率的相关概念问题,准确对相关问题进行分析和论述。	能比较准确回答企业行为和市场效率的相关概念问题,比较准确对相关问题进行分析和论述。	基本能准确回答企业行为和市场效率的相关概念问题,基本能准确对相关问题进行分析和论述。	回答企业行为和市场效率的相关概念问题不完整,对相关问题进行分析和论述不全面。	不能回答企业行为和市场效率的相关概念问题,不能对相关问题进行分析和论述。
课程目标 4 (10%)	能够准确回答中国文化产业及其与经济增长关系的相关概念问题,准确对相关问题进行分析和论述。	能比较准确回答中国文化产业及其与经济增长关系的相关概念问题,比较准确对相关问题进行分析和论述。	基本能准确回答中国文化产业及其与经济增长关系的相关概念问题,基本能准确对相关问题进行分析和论述。	回答中国文化产业及其与经济增长关系的相关概念问题不完整,对相关问题进行分析和论述不全面。	不能回答中国文化产业及其与经济增长关系的相关概念问题,不能对相关问题进行分析和论述。
课程目标 5 (10%)	能够准确回答国内外文化产业政府规制的相关概念问题,准确对相关问题进行分析和论述。	能比较准确回答国内外文化产业政府规制的相关概念问题,比较准确对相关问题进行分析和论述。	基本能准确回答国内外文化产业政府规制的相关概念问题,基本能准确对相关问题进行分析和论述。	回答国内外文化产业政府规制的相关概念问题不完整,对相关问题进行分析和论述不全面。	不能回答国内外文化产业政府规制的相关概念问题,不能对相关问题进行分析和论述。

## 15. 《文化产业管理概论》教学大纲

### 一、课程基本信息

课程名称	中文名称：文化产业管理概论				
	英文名称：Introduction of Cultural Industry Management				
课程号	7503415	学分	2		
学时	总学时：32	讲授学时	实验学时	上机学时	讨论学时
		28			4
开课学院	海洋文化与法律学院		开课学期	第4学期	
课程负责人	王建军		适用专业	文化产业管理专业	
先修课程及要求	管理学原理、组织行为学				

### 二、课程简介

#### （一）课程概况

《文化产业管理概论》是文化产业管理的专业核心课程，主要讲授文化产业概述，文化产业管理的路径、原则和模式，文化产业的资源与开发，文化产业的投资管理，文化产业的人力资源管理和文化产业的知识产权管理等，具体论述文化产业中主要行业部门的管理实务和方法策略。课程内容包括文化产业管理学的基本问题、文化产业管理的属性、文化产业的行政管理、文化产业的经济管理、文化产业的法治管理、文化产业的舆论管理、文化企业的融资管理、文化企业的生产管理、文化企业的营销管理、文化企业的价值链管理及文化企业的人力资源管理等。通过课程学习，学生可以了解文化产业的管理原理、方法与策略，学习探索文化产业领域管理的路径、原则和模式。

Introduction of Cultural Industry Management is a professional core course of cultural industry management. It mainly teaches the overview of cultural industry, the path, principle and mode of cultural industry management, the resources and development of cultural industry, the investment management of cultural industry, the human resources management of cultural industry and the intellectual property management of cultural industry. It specifically discusses the management practices, methods and Strategies of major industry departments in cultural industry. There are series of contents in the course, which includes the basic issues of cultural industry management, the content of cultural industry management, the administrative management of cultural industry, the economic management of cultural industry, the legal management of cultural industry, the public opinion management of cultural industry, the financing management of cultural enterprises, the production management of cultural enterprises. Through the course study, students can understand the management principles, methods and Strategies of cultural industry, and learn to explore the paths, principles and modes of cultural industry management.

#### （二）课程目标

**课程目标 1：**能掌握文化产业管理学的基本问题，文化产业管理的属性，文化产业的行政管理、经济管理、法治管理、舆论管理，文化企业的融资管理、生产管理、营销管理、价值链管理、人力资源管理等方面的基础理论知识。

**课程目标 2:** 能够透过现象看本质, 理论转化为实践。将文化产业管理理论和基础知识用于实践, 能够结合我国文化产业发展的现状, 理性和科学地分析判断文化产业及企业管理中所遇到的问题。

**课程目标 3:** 能在大中型企业、国家行政机构或事业单位等胜任文化产业管理相关工作, 能运用所学文化产业管理的理论和知识解决工作中的相关实务问题。能基于文化产业管理特点和现状, 对文化产业的发展提出科学的对策和建议。

**课程目标 4:** 能够形成较强的团队协作意识, 能够在案例讨论和时事分析中培养形成团队合作精神, 以便在今后的文化产业企业或项目的管理运营等方面工作中主动参与团队工作, 以及协调组织团队工作。

**课程目标 5:** 能初步培养文化产业从业者的专业素养及职业道德素养, 能对我国文化产业发展的特点有科学的认知。以文化产业为桥梁, 挖掘和展现中国文化的魅力, 增强热爱中国文化的情怀。帮助学生树立正确的人生态度, 以国家需求为己任, 成为国家和社会需要的文化产业管理人才。

### (三) 课程目标和毕业要求的对应关系

课程目标	毕业要求指标点	毕业要求
1	2-3 掌握文化史论与设计类专业知识, 把握文化发展脉络, 提升设计能力。	2 (专业知识): 能够将产业、管理、经济、文化、艺术、设计类等专业知识用于分析和解决文化产业相关领域的管理问题, 具备基本的文化创意设计能力, 掌握创造、创新基本方法。
2	3-2 通过文献分析和市场调研分析文化产业相关领域的管理问题。 3-3 具备相应的从文化产业观察透析能力、分析判断力、趋势预测能力、把握文化产业的未来发展趋势。	3 (问题分析): 能够应用数学、统计学、经济学和管理学的基本原理, 通过文献分析和市场调研分析方法, 准确识别、阐释文化产业领域的相关管理问题。
3	4-1 根据社会经济环境和文化产业特征, 创造性地设计管理方案或项目方案, 策划运营路线。	4 (设计、策划解决方案): 具有创新意识, 能够综合考虑社会、经济、健康、安全、法律、文化等多元因素, 以问题和需求为导向, 设计出满足特定需求的管理或项目方案及实施流程。
4	7-3 能与其他学科的成员有效沟通, 合作共事, 并能够在团队中独立或合作开展工作; 能够组织、协调和指挥团队开展工作。	7 (职业素养): 具备良好的语言沟通和规范的文字表达能力、资料收集与分析能力、人文社会科学素养和社会责任感, 严格遵守职业道德与规范, 正确把握团队和个人的关系, 在团队中胜任个体、团队成员或负责人的角色。
5	8-3 具有正确劳动价值观、必备的劳动能力、积极的劳动精神、良好劳动习惯和品质。	8 (综合素质): 体质健康、体魄健强、人格健全、意志坚韧, 善于感受美、鉴赏美、追求美、弘扬美; 具有正确的劳动价值观、必备的劳动能力、积极的劳动精神、良好的劳动习惯和品质。

### 三、教学内容、要求与学时分配

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式 (讲授、实验、讨论)	支撑课程目标
第一章 文化产业管理学的基本	掌握文化产业管理学的	重点: 文化产业		讲授	

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式 (讲授、实验、讨论)	支撑课程目标
问题 (1) 文化产业管理学的内涵 (2) 文化产业管理学的研究内容 (3) 文化产业管理学的研究方法 思政融入点: 中国灿烂文化的价值	内涵、研究内容、研究方法	管理研究内容和方法  难点: 文化产业管理学相关概念	2		1, 5
第二章 文化产业管理的属性 (1) 文化产业管理的商业属性 (2) 文化产业管理的意识形态属性 (3) 文化产业管理的社会属性 (4) 文化产业管理的艺术创新属性 思政融入点: 热爱中国文化, 弘扬中华文化	掌握文化产业管理的商业属性、意识形态属性、社会属性、艺术创新属性	重点: 文化产业管理的多种属性  难点: 文化产业管理的意识形态属性	2	讲授	1, 5
第三章 文化产业的行政管理 (1) 文化产业行政管理概述 (2) 从“条块分割”到“大部制”: 我国文化产业行政管理 (3) 文化产业行政管理的功能	了解文化产业行政管理概述; 理解和掌握从“条块分割”到“大部制”: 我国文化产业行政管理; 掌握文化产业行政管理的功能	重点: 现行文化产业行政管理  难点: 文化产业行政管理的功能	2	讲授、案例	2, 3
第四章 文化产业的经济管理 (1) 市场经济下的调控: 文化产业经济管理概述 (2) 从计划到市场: 我国文化产业经济管理的变迁 (3) 文化产业经济管理的手段	掌握市场经济下的调控: 文化产业经济管理概述; 了解从计划到市场: 我国文化产业经济管理的变迁; 掌握文化产业经济管理的手段;	重点: 文化产业经济管理的概念  难点: 文化产业经济管理的手段	4	讲授、案例	4
第一章 文化产业管理学的基本问题 (1) 文化产业管理学的内涵 (2) 文化产业管理学的研究内容 (3) 文化产业管理学的研究方法 思政融入点: 中国灿烂文化的价值	掌握文化产业管理学的内涵、研究内容、研究方法	重点: 文化产业管理研究内容和方法  难点: 文化产业管理学相关概念	2	讲授	1, 5
第二章 文化产业管理的属性 (1) 文化产业管理的商业属性 (2) 文化产业管理的意识形态属性 (3) 文化产业管理的社会属性 (4) 文化产业管理的艺术创新属性	掌握文化产业管理的商业属性、意识形态属性、社会属性、艺术创新属性	重点: 文化产业管理的多种属性  难点: 文化产业管理的意识形态属性	2	讲授	1, 5

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式 (讲授、实验、讨论)	支撑课程目标
思政融入点：热爱中国文化，弘扬中华文化					
第三章 文化产业的行政管理 (1) 文化产业行政管理概述 (2) 从“条块分割”到“大部制”：我国文化产业行政管理 (3) 文化产业行政管理的功能	了解文化产业行政管理概述；理解和掌握从“条块分割”到“大部制”：我国文化产业行政管理；掌握文化产业行政管理的功能	重点：现行文化产业行政管理  难点：文化产业行政管理的功能	2	讲授、案例	2, 3
第四章 文化产业的经济管理 (1) 市场经济下的调控：文化产业经济管理概述 (2) 从计划到市场：我国文化产业经济管理的变迁 (3) 文化产业经济管理的手段	掌握市场经济下的调控：文化产业经济管理概述；了解从计划到市场：我国文化产业经济管理的变迁；掌握文化产业经济管理的手段；	重点：文化产业经济管理的概念  难点：文化产业经济管理的手段	4	讲授、案例	4
第五章 文化产业的法治管理 (1) 立法、执法、司法三位一体：文化产业法治管理总述 (2) 填补上位法空缺：文化产业的立法建设 (3) 文化市场综合行政执法：文化产业的行政执法 (4) 维护知识产权：文化产业的司法保护	理解和掌握立法、执法、司法三位一体：文化产业法治管理总述；理解填补上位法空缺：文化产业的立法建设明确文化市场综合行政执法：文化产业的行政执法；理解维护知识产权：文化产业的司法保护；	重点：三位一体的法治管理  难点：如何利用法治推动文化产业管理的发展	2	讲授、案例	3, 4
第六章 文化产业的舆论管理 (1) 文化产业舆论管理概述 (2) 文化产业舆论管理方法	理解文化产业舆论管理概述；掌握文化产业舆论管理方法；	重点：文化产业舆论管理概念  难点：文化产业舆论管理的方法	2	讲授、案例	4
第七章 文化企业的融资管理 (1) 企业融资管理概述 (2) 文化企业融资管理的特殊性 (3) 文化企业融资渠道	理解企业融资管理概述；掌握文化企业融资管理的特殊性；掌握文化企业融资渠道；	重点：文化产业融资管理的渠道  难点：各种融资模式的理解	4	讲授、案例、讨论	2
第八章 文化企业的生产管理 (1) 工作室：个性化文化生产的组织与管理 (2) 大制片厂：工业化文化生产的组织与管理 (3) 企业集聚：专业化的文化生产组织与管理	掌握工作室：个性化文化生产的组织与管理；掌握大制片厂：工业化文化生产的组织与管理；理解企业集聚：专业化的文化生产组织与管理；	重点：文化企业生产的过程  难点：文化企业生产过程管理	4	讲授、案例	2, 4
第九章 文化企业的营销管理	理解文化企业的营销及	重点：文化企业		讲授、案	

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式 (讲授、实验、讨论)	支撑课程目标
(1) 文化企业的营销及管理 (2) 文化消费需求与目标市场选择 (3) 文化企业的营销策略	管理；掌握文化消费需求与目标市场选择；理解文化企业的营销策略；	营销策略  难点：理解 4Ps、7Ps 的运作	4	例、讨论	3, 4
第十章 文化企业的价值链管理 (1) 文化企业价值链 (2) 文化企业的战略性价值活动和特点 (3) 文化企业价值链管理	明确文化企业价值链；掌握文化企业的战略性价值活动和特点；掌握文化企业价值链管理；	重点：理解价值链管理的底层逻辑  难点：价值链各类活动如何衔接	4	讲授、案例	2, 3
第十一章 文化企业的人力资源管理 (1) 从知识型员工到创意人：文化企业人力资源概述 (2) 文化人才：文化企业人力资源管理的核心 (3) 创意团队：文化企业人力资源的组织管理	明确从知识型员工到创意人；文化企业人力资源概述；掌握文化人才；文化企业人力资源管理的核心；理解创意团队；文化企业人力资源的组织管理；	重点：理解文化企业人力资源管理的本质特征  难点：人力资源的组织管理	2	讲授、案例	1, 4

#### 四、课程考核评价方式

考核以课程目标的达成度为主要目的，以检查学生对各知识点的掌握程度和应用能力为重要内容。

##### (一) 考核方式

考核方式为闭卷笔试。

总成绩由两部分组成：平时成绩和期末成绩。

期末成绩占期末总成绩的 70%，采用融合文化产业管理理论的案例分析和论述题的试卷，采用闭卷考试方式进行。

##### (二) 课程成绩

###### 1. 考核环节及说明

成绩构成	考核说明
平时成绩	(1) 平时成绩占期末总成绩的 30% (2) 主要包括小组汇报评估、开放式命题小论文、典型案例分析、课堂交流和讨论等模块，根据学生平时小组汇报、课堂讨论、小论文写作等情况综合评定，着重评价学生平时对专业知识和思政内容的应用能力。
期末成绩	(1) 考试方式及占比：采用闭卷笔试，考试成绩 100 分，占课程考核成绩的 70%。 (2) 评定依据：考试成绩的评定根据试卷参考答案和评分标准进行。 (3) 考试题型：主要是选择题、判断题、名词解释、案例分析题和论述题。 (4) 考试内容：综合考察学生对专业知识的掌握程度，对文化产业管理中相关案例问题的分析能

成绩构成	考核说明
	力，对文化产业管理中的系列问题的解决能力，对文化产业管理中的模式或价值链底层逻辑的理解程度，以及相应的文字组织和表达能力，此外还考察学生对案例和实务问题背后思政内涵的理解能力，针对课程目标 1、2、3、4、5。

## 2. 考核与评价方式

课程目标	成绩构成（平时成绩 30%+期末成绩 70%）					合计
	平时成绩（30%）				期末考试成绩 （70%）	
	小组汇报 （10%）	案例分析 （10%）	课堂讨论 （5%）	课后作业 （5%）		
1	2	2	1	1	10	16
2	2	2	1	1	20	26
3	2	3	1	1	20	27
4	2	1	1	1	10	15
5	2	2	1	1	10	16
合计（成绩构成）	10	10	5	5	70	100

## 五、教学方法

本课程教学所采用的教学方法如下：

**1. 翻转课堂教学法：**基于 OBE 理念将教学设计分为三个阶段。第一阶段为上课前一周，教师发布《文化产业管理概论》相关知识点的学习清单、教学课件和案例资料等，由学生自主完成资料学习。第二阶段为授课的一周：在每周两小节课中，第一小节课让学生分小组汇报自学情况，并进行交流讨论；第二小节课由教师解答学生汇报中的疑难问题，同时补充讲解重点内容和扩展问题，并对每个小组予以点评辅导。第三阶段为课后的一周：学生完成教师课堂布置的作业，并自主学习下一周的教学内容。

**2. 研究式教学方法：**在文化产业的融资管理知识模块，采用研究式的教学方法。下载企业投融资方面的文献或报告，让学生进行文献阅读和分析，并对文献阅读结果进行汇报。进一步激发学生，撰写相关论文，并进行小组论文汇报。

**3. 其他教学方法：**采用课前资料阅读，课上进行小组汇报、案例讨论、时事分析、经典阅读汇报等形式开展教学。

## 六、参考教材和阅读书目

参考教材和书目：

1. 何群，《文化产业管理学》，中国人民大学出版社，2016年4月，第1版。
2. (美)理查德·E.凯夫斯(Richard E. Caves)，《创意产业经济学：艺术的商业之道》，新华出版社，2004年5月，第1版。
3. 王广振，《文化投资学》，福建人民出版社，2015年8月，第1版。
4. 胡惠林，《文化政策学》，清华大学出版社，2015年1月，第2版。

5. 蒋晓丽, 《全球化背景下中国文化产业论》, 四川大学出版社, 2006年5月, 第1版。

杂志和期刊:

1. Administrative Science Quarterly
2. Academy of Management Review
3. Academy of Management Journal
4. 《经济管理》
8. 《公共管理学报》
9. 《管理世界》

主撰人: 王建军

审核人: 高雪

英文校对: 沈庆会

教学副院长: 郑建明

日期: 2022年8月19日

## 附件：各类考核与评价标准表

### 1. 平时成绩评分标准

成绩 课程目标	优秀 (分数 $\geq 90$ 分)	良好 ( $78 \leq$ 分数 $< 90$ )	中等 ( $68 \leq$ 分数 $< 78$ )	及格 ( $60 \leq$ 分数 $< 68$ )	不及格 (分数 $< 60$ 分)
课程目标 1 (6%)	按照要求完成课前阅读和预习。课堂上能够积极讨论和回答问题。能应用相关理论分析案例问题。	按照要求完成课前阅读和预习。课堂上基本能够参与讨论。能应用相关理论分析案例问题。	基本按照要求完成课前阅读和预习。课堂上基本能够参与讨论。基本能应用相关理论分析案例问题。	基本能够按照要求完成课前阅读和预习。课堂上能回答问题,但不是很积极。案例分析问题回答不积极。	不能按照要求完成课前阅读和预习。课堂上不回答问题。不能应用相关理论大致分析案例问题。
课程目标 2 (6%)	能撰写某个文化企业营销的分析报告,小组研究论文课堂汇报流畅,逻辑清晰。	基本能撰写某个文化企业营销的分析报告,小组研究论文汇报逻辑较为清晰。	基本能撰写某个文化企业营销分析报告,小组研究论文汇报逻辑基本清晰。	基本能撰写某个文化企业营销分析报告,小组研究论文课堂汇报完成,逻辑一般。	不能撰写某个文化企业营销分析报告,小组研究论文汇报逻辑混乱。
课程目标 3 (7%)	课堂案例讨论和回答问题积极、准确。	课堂案例讨论和回答问题较为积极,较准确。	课堂案例讨论和回答问题较积极,回答基本准确。	课堂案例讨论和回答问题不积极,准确性一般。	课堂案例讨论和回答问题不积极,不准确。
课程目标 4 (5%)	能很好地在课堂小组案例调研分析中形成较强的团队协作意识,在案例讨论和时事分析中培养形成团队合作精神。	能较好地在课堂小组案例调研分析中形成较强的团队协作意识,在案例讨论和时事分析中培养形成团队合作精神。	能一般地在课堂小组案例调研分析中形成较强的团队协作意识,在案例讨论和时事分析中培养形成团队合作精神。	能简单地在课堂小组案例调研分析中形成较强的团队协作意识,在案例讨论和时事分析中培养形成团队合作精神。	不能在课堂小组案例调研分析中形成较强的团队协作意识,在案例讨论和时事分析中培养形成团队合作精神。
课程目标 5 (6%)	课堂案例讨论和回答问题中,能够很好地理解并分析相关思政意义。	课堂案例讨论和回答问题中,能够较好地理解并分析相关思政意义。	课堂案例讨论和回答问题中,大致能理解并分析相关思政意义。	课堂案例讨论和回答问题中,理解并分析相关思政意义存在一定困难。	课堂案例讨论和回答问题中,不能理解并分析相关思政意义。

## 2. 期末考核与评价标准

成绩 课程目标	优秀 (分数 $\geq 90$ 分)	良好 ( $78 \leq$ 分数 $< 90$ )	中等 ( $68 \leq$ 分数 $< 78$ )	及格 ( $60 \leq$ 分数 $< 68$ )	不及格 (分数 $< 60$ 分)
课程目标 1 (10%)	能够准确回答文化产业管理相关概念及属性特征等相关问题,准确对相关问题进行分析和论述。	能比较准确回答文化产业管理相关概念及属性特征等相关问题, , 比较准确对相关问题进行分析和论述。	基本能准确回答文化产业管理相关概念及属性特征等相关问题, , 基本能准确对相关问题进行分析和论述。	回答文化产业管理相关概念及属性特征等相关问题不完整,对相关问题进行分析和论述不全面。	不能回答文化产业管理相关概念及属性特征等相关问题, , 不能对相关问题进行分析和论述。
课程目标 2 (20%)	能够准确回答文化产业的行政管理和经济管理的相关概念问题,准确对相关问题进行分析和论述。	能比较准确回答文化产业的行政管理和经济管理的相关概念问题, 比较准确对相关问题进行分析和论述。	基本能准确回答文化产业的行政管理和经济管理的相关概念问题, 基本能准确对相关问题进行分析和论述。	回答文化产业的行政管理和经济管理的相关概念问题不完整,对相关问题进行分析和论述不全面。	不能回答文化产业的行政管理和经济管理的相关概念问题, 不能对相关问题进行分析和论述。
课程目标 3 (20%)	能够准确回答文化产业的法治和舆论管理等相关概念问题,准确对相关问题进行分析和论述。	能比较准确回答文化产业的法治和舆论管理等相关概念问题, 比较准确对相关问题进行分析和论述。	基本能准确回答文化产业的法治和舆论管理等相关概念问题, 基本能准确对相关问题进行分析和论述。	回答文化产业的法治和舆论管理等相关概念问题不完整,对相关问题进行分析和论述不全面。	不能回答文化产业的法治和舆论管理等相关概念问题, 不能对相关问题进行分析和论述。
课程目标 4 (10%)	能够准确回答文化产业的融资和生产管理的相关概念问题,准确对相关问题进行分析和论述。	能比较准确回答文化产业的融资和生产管理的相关概念问题, 比较准确对相关问题进行分析和论述。	基本能准确回答文化产业的融资和生产管理的相关概念问题, 基本能准确对相关问题进行分析和论述。	回答文化产业的融资和生产管理的相关概念问题不完整,对相关问题进行分析和论述不全面。	不能回答文化产业的融资和生产管理的相关概念问题, 不能对相关问题进行分析和论述。
课程目标 5 (10%)	能够准确回答文化产业的营销、价值链和人力资源管理的相关概念问题,准确对相关问题进行分析和论述。	能比较准确回答文化产业的营销、价值链和人力资源管理的相关概念问题, 比较准确对相关问题进行分析和论述。	基本能准确回答文化产业的营销、价值链和人力资源管理的相关概念问题, 基本能准确对相关问题进行分析和论述。	回答文化产业的营销、价值链和人力资源管理的相关概念问题不完整,对相关问题进行分析和论述不全面。	不能回答文化产业的营销、价值链和人力资源管理的相关概念问题, 不能对相关问题进行分析和论述。

## 16. 《品牌管理》教学大纲

### 一、课程基本信息

课程名称	中文名称：品牌管理				
	英文名称：Brand Management				
课程号	7901124		学分	2	
学时	总学时：32	讲授学时	实验学时	上机学时	讨论学时
		22	0	0	10
开课学院	经管学院		开课学期	4	
课程负责人	何清		适用专业	文化产业管理	
先修课程及要求	先修课程：《管理学》 要求：掌握《管理学》中一般管理基本理论、团队合作及组织有效性相关方法等。				

### 二、课程简介

#### （一）课程概况

本课程从品牌战略层面讲授品牌运作过程中各环节的关键之处。本课程结构遵循开发、管理和品牌维护顺序，通过系统理论框架，为学生讲授品牌基本理论、品牌的发展历史、品牌战略整合设计等。此外，在对企业品牌树立的时机选择、品牌设计的市场定位、品牌资产、品牌个性、品牌形象等内容分析的基础上，结合新经济发展和全球市场竞争等问题，深入探讨建立品牌的实践性相关问题，引导学生全面了解品牌运营的社现实，使学生通过本课程的学习，掌握企业品牌管理的基本理论和方法，具备品牌整合设计的能力，能够独立进行企业品牌战略策划和设计。

#### （二）课程目标

课程目标 1：掌握品牌管理专业知识，且能将所学知识应用于解决企事业单位或政府部门营销管理、品牌运营与实践等领域的重要问题、复杂问题。（支撑毕业要求 2）

课程目标 2：能够应用品牌管理基本理论、方法和分析工具，识别、表达和分析营销管理、品牌运营中有关问题，并能获得现实、有效、能经受市场检验的合理结论。（支撑毕业要求 3）

课程目标 3：具有品牌整合设计能力，能够独立进行企业品牌战略策划与设计，并能推动方案付诸实施。（支撑毕业要求 4）

课程目标 4：经由民族品牌的案例教学激发学生的民族自豪感和责任感；引导学生形成经由品牌提升国家竞争力的基本思想和理念，培养学生工作和生活中的品牌化意识。

#### （三）课程目标和毕业要求的对应关系

课程目标	毕业要求指标点	毕业要求
------	---------	------

课程目标	毕业要求指标点	毕业要求
1	2-2 掌握文化产业相关组织管理领域战略、财会、人力、品牌、组织行为、营销等知识，理解文化产业相关组织运行的机理。	毕业要求 2
2	3-2 通过文献分析和市场调研分析文化产业相关领域的管理问题。 3-3 具备相应的从文化产业观察透析能力、分析判断力、趋势预测能力、把握文化产业的未来发展趋势。	毕业要求 3
3	4-1 根据社会经济环境和文化产业特征，创造性地设计管理方案或项目方案，策划运营路线。 4-2 评估和优化管理方案或项目方案，总结经验，形成可复制、可推广的解决方案。	毕业要求 4
4	7-2 能够在管理实践中理解并遵守文化产业管理的有关方针、政策和法规，履行责任。 7-3 能与其他学科的成员有效沟通，合作共事，并能够在团队中独立或合作开展工作；能够组织、协调和指挥团队开展工作。	毕业要求 7

### 三、教学内容、要求与学时分配

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式（讲授、实验、上机、讨论）	支撑课程目标
第一章绪论 (1) 品牌的定义 (2) 品牌的起源和发展 (3) 品牌要素 思政融入点： 中国悠久品牌历史的自豪感	1. 正确理解品牌的涵义与构成要素 2. 能分析品牌的类型与价值 3. 了解品牌的发展历程。	<b>重点：</b> 品牌发展的几个关键时期与主要影响因素，品牌的理性要素与感情要素 <b>难点：</b> 品牌现象的实质。	2	讲授/讨论	目标 1 目标 4
第二章品牌定位 (1) 定位与品牌定位 (2) 定位的过程与定位策略 (3) 品牌个性特征 (4) 品牌再定位	1. 了解定位理论及其起源和发展 2. 分析产品定位、品牌定位和公司定位三者间的区别与联系 3. 概述定位过程及其相关策略 4、讨论品牌个性特征以及相关评价技术和指标 4. 了解品牌在定位的必然性和重要性。	<b>重点：</b> 企业定位系统、影响品牌定位的关键因素、品牌行为与品牌个性的内在联系、品牌再定位的时机选择 <b>难点：</b> 品牌个性的内在联系	4	讲授/讨论/案例讲述	目标 1 目标 2
第三章 品牌成长 (1) 新品牌的建立	1. 了解建立品牌的原则与标准 2. 讨论品牌识别的各种要素 3. 分析品牌核心：产品质量	<b>重点：</b> 品牌识别的构成要素，影响品牌成长的关键因素，如何建立强势品牌	4	讲授/讨论/案例分析	目标 1 目标 4

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式（讲授、实验、上机、讨论）	支撑课程目标
(2) 品牌的成长 (3) 做品牌领导者	4. 概述影响品牌成长的因素及其成长特点 5. 建立强势品牌。	<b>难点：</b> 如何建立强势品牌			
第四章 品牌资产 (1) 品牌忠诚度 (2) 品牌知名度 (3) 品质认知度 (4) 品牌联想	1. 掌握品牌忠诚度的定义以及相关模型及获取顾客品牌忠诚度的基本策略 2. 掌握品牌知名度的相关概念 3. 了解获取品牌知名度的基本策略 5. 掌握品牌认知度的相关概念、重要作用及基本策略 6. 掌握品牌联想的相关概念、重要作用及基分类	<b>重点：</b> 品牌资产的外延与内涵，品牌忠诚度的心理与行为衡量指标，品牌知名度在购买行为中的表现，建立品牌认知度的关键要素 <b>难点：</b> 品牌资产的评估	4	讲授/讨论	目标 2 目标 3
第五章 品牌形象塑造 (1) 品牌形象的含义 (2) 品牌形象力 (3) 品牌形象塑造	1. 了解品牌形象的定义及其与品牌资产的内在联系 2. 掌握品牌形象力的重要作用 3. 分析品牌形象塑造的相关策略	<b>重点：</b> 对品牌形象功能的掌握，知名度与美誉度的测定和运用，品牌形象指标体系的确定及构造 <b>难点：</b> 品牌形象的测定	4	讲授/讨论/案例分析	目标 2 目标 4
第六章 品牌发展战略 (1) 单一品牌与品牌延伸 (2) 多品牌策略与创建新品牌 (3) 品牌特许经营	1. 了解品牌延伸的分类以及重要作用 2. 讨论品牌延展的危害以及相关决策准则 3. 了解多品牌策略的涵义以及功能 4. 分析多品牌策略的优势和劣势 5. 品牌特许经营概述	<b>重点：</b> 品牌延伸与扩张的联系与区别，多品牌的成本管理，品牌特许经营在中国的发展 <b>难点：</b> 品牌策略的合理性	4	讲授/讨论/案例分析	目标 1 目标 2
第七章 品牌整合营销传播 (1) 市场营销的变革 (2) 整合营销传播基本理论 (3) 整合营销传播实践	1. 了解市场营销发展过程的几个阶段 2. 分析比较整合营销传播和传统营销的差异 3. 了解整合营销传播的基本要点	<b>重点：</b> 市场营销变革与整合营销传播现象的内在联系，数据库营销在整合营销传播中的意义。 <b>难点：</b> 整合传播的有效运营	4	讲授/讨论	目标 2 目标 3

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式（讲授、实验、上机、讨论）	支撑课程目标
第八章 品牌管理与维护 (1) 品牌管理 (2) 商标管理 (3) 品牌危机管理 (4) 品牌规划管理	1. 了解品牌管理的必然性及其内容和方式 2. 了解商标管理的重要作用 3. 分析品牌危机管理的必然性及其规律性 4. 掌握品牌规划管理的基本步骤。	<b>重点：</b> 品牌管理的两个维度，品牌管理方式的优、缺点，品牌规划管理的构成要素 <b>难点：</b> 品牌危机管理	4	讲授/讨论/案例分析	目标3 目标4
第九章 新经济发展与品牌创建 (1) 新经济发展与知识经济 (2) 高技术背景下品牌的创建 (3) 注意力经济与网络品牌	1. 了解新经济的内涵与外延 2. 分析高技术背景下品牌创建的特殊性 3. 讨论网络品牌的发展空间	<b>重点：</b> 创建高技术背景下品牌的特殊性，注意力经济与网络品牌的内在联系 <b>难点：</b> 网络品牌	2	讲授/讨论/案例分析	目标3 目标4

#### 四、课程考核评价方式

考核以课程目标的达成度为主要目的，以检查学生对各知识点的掌握程度和应用能力为重要内容。

##### (一) 考核方式

考核方式采用闭卷笔试，考试课程成绩由期末成绩和平时成绩构成。

##### (二) 课程成绩

平时成绩主要根据学生平时出勤、作业、课堂讨论等情况综合评定。平时成绩占课程考核成绩的60%，期末考试成绩占课程考核成绩的40%。

##### 1. 考核环节及说明

成绩构成	考核说明
平时成绩	(1) 平时成绩满分为100分，占总成绩的60% (2) 针对平时成绩对应的课程目标，由出勤、作业、发言、课堂讨论等部分构成。
期末考试	(1) 考试方式及占比：采用闭卷笔试，考试成绩100分，占课程考核成绩的40%。 (2) 评定依据：考试成绩的评定根据试卷参考答案和评分标准进行。 (3) 考试题型：可以包含简答题、计算题、案例（材料）分析题、名词解释、讨论题等。 (4) 考试内容：针对期末考试对应的课程目标。

##### 2. 考核与评价方式

课程目标	成绩比例（平时成绩60%+期末成绩40%）						合计
	平时成绩（60%）					期末成绩 （40%）	
	作业 (20%)	测验 (0%)	实验 (0%)	课堂表现 (20%)	课堂讨论 (20%)		
1	5	0	0	5	5	10	25
2	10	0	0	6	5	20	41
3	5	0	0	9	10	10	34
合计(成绩构成)	20	0	0	20	20	40	100%

## 五、教学方法

本课程教学所采用的教学方法为以课堂讲授、课堂讨论及案例分析为主，主要为板书与多媒体相结合形式，辅以课堂提问等形式；利用配套的泛雅平台课程在线资源辅助学习，部分章节采用线上学习线下研讨的混合式教学。

## 六、参考材料

线上资源：校园网泛雅平台《品牌管理》课程相关栏目。

线下参考教材、阅读书目：

1. [美]凯文·莱恩·凯勒著，《战略品牌管理》，中国人民大学出版社，2009
2. 迈克尔·波特：《竞争优势》，华夏出版社，1997年。
3. 迈克尔·波特：《竞争战略》，华夏出版社，1998年。
4. 萨姆·希尔、克里斯·莱德勒：《品牌资产》，机械工业出版社，2004年。

主撰人：何清

审核人：高雪

英文校对：沈庆会

教学副院长：李玉峰

日期：2022年9月20日

## 17. 《商务写作》教学大纲

### 一、课程基本信息

课程名称	中文名称：商务写作				
	英文名称：Business Writing				
课程号	74057002		学分	2	
学时	总学时：32	讲授学时	实验学时	上机学时	讨论学时

		24	0	0	8
开课学院	海洋文化与法律学院		开课学期	4	
课程负责人	滕新贤		适用专业	文化产业管理	
先修课程及要求	无				

## 二、课程简介

### （一）课程概况

本课程是文化产业管理专业的一门与商务活动密切相关的课程,对于提高文化产业管理专业大学生的商务文书写作能力起着重要作用。

本课程教学目的在于通过理论联系实践的教学活动,培养学生的商务文书写作能力,同时进一步提高学生的观察思维能力和文字表达水平,满足当前及今后学习、工作需要。

This course is a course closely related to business activities and plays an important role in improving college students' business writing ability.

The teaching purpose of this course is to cultivate students' business writing ability through the teaching activities of combining theory with practice, and meanwhile further improve students' observation and thinking ability and written expression level, so as to meet the current and future study and work needs.

### （二）课程目标

课程目标 1: 通过对常用商务文种的学习,学生能够具有较强的书面语言沟通和规范的文字表达能力,掌握规范商务文书的基础知识,具备较高的人文社会素养和社会责任感。

课程目标 2: 通过写作练习,学生能够具备熟练查阅文献和正确写作常用商务文种的能力,能够严格遵守职业道德与规范,正确把握团队和个人的关系。

课程目标 3: 通过商务文书写作的学习,帮助学生树立责任意识、创新意识,诚信品质,树立正确的人生观、价值观、世界观,具备分析社会普遍问题的能力。

### （三）课程目标和毕业要求的对应关系

课程目标	毕业要求指标点	毕业要求
课程目标 1	7-1 较强的语言和人际沟通表达能力;规范的专业文件、公务文案文书写作能力;较好的掌握一门外语,能够查阅文献,阅读书刊,具备听、说、读、写的能力。	7 (职业素养): 具备良好的语言沟通和规范的文字表达能力、资料收集与分析能力、人文社会科学素养和社会责任感,严格遵守职业道德与规范,正确把握团队和个人的关系,在团队中胜任个体、团队成员或负责人的角色。
课程目标 2	7-1 较强的语言和人际沟通表达能力;规范的专业文件、公务文案文书写作能力;较好的掌握一门外语,能够查阅文献,阅读书刊,具备听、说、读、写的能力。	7 (职业素养): 具备良好的语言沟通和规范的文字表达能力、资料收集与分析能力、人文社会科学素养和社会责任感,严格遵守职业道德与规范,正确把握团队和个人的关系,在团队中胜任个体、团队成员或负责人的角色。
课程目标 3	8-2 具有感受美、鉴赏美的能力和崇	8 (综合素质): 体质健康、体魄健强、人

课程目标	毕业要求指标点	毕业要求
	高的审美追求、高尚的人格修养、坚定的文化自信	格健全、意志坚韧，善于感受美、鉴赏美、追求美、弘扬美；具有正确的劳动价值观、必备的劳动能力、积极的劳动精神、良好的劳动习惯和品质。

### 三、教学内容、要求与学时分配

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式（讲授、实验、上机、讨论）	支撑课程目标
绪论 第一章 商务信函 (1) 询价报价函 (2) 推销订购函 (3) 催款索赔函 (4) 委托书 思政融入点： 推销函与诚信品质；委托书与责任意识。	熟悉常用商务信函的含义、特点、作用、种类、写作方法、表达方式和注意事项。	<b>重点：</b> 推销函的技巧 <b>难点：</b> 委托书须符合相关法律条文。	4	讲授 3； 案例讨论、练习 1	课程目标 1 课程目标 2 课程目标 3
第二章 契约文书 (1) 协议 (2) 合同 思政融入点： 通过对党政公文严肃性、权威性、实用性的介绍，帮助学生树立责任意识，形成实事求是作风。	掌握契约类文书的含义、作用、特点及写作注意事项。	<b>重点：</b> 掌握协议、合同的特点，以及写作方法和技巧。 <b>难点：</b> 合同的选用条款。	5	讲授 4； 案例讨论、练习 1	课程目标 1 课程目标 2 课程目标 3
第三章 招标投标文书 (1) 招标公告 (2) 标书 (3) 投标书 思政融入点： 招标投标文书须遵纪守法、在追求经济效益的同时重视社会效益。	熟悉招标投标文书的含义、作用和特点、种类、写作注意事项、法律相关问题等。	<b>重点：</b> 掌握常用招标投标文书的特点和写作技巧。 <b>难点：</b> 合同的补充条款。	4	讲授 3； 案例讨论、练习 1	课程目标 1 课程目标 2 课程目标 3

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式（讲授、实验、上机、讨论）	支撑课程目标
第四章 广告类文书 (1) 商务广告 (2) 商务说明书 思政融入点： 广告需遵守诚信原则。	掌握商务广告的策划和甄别，以及商务说明书的注意事项。	<b>重点：</b> 商务广告策划 <b>难点：</b> 商务广告策划中的法律警戒线	4	讲授 3； 案例讨论、练习 1	课程目标 1 课程目标 2 课程目标 3
第五章 行政事务文书 (1) 党政公文 (2) 事务文书	掌握商务活动中常用的党政公文和事务文书的写作规则和相关技巧。	<b>重点：</b> 常用文种的适用范围 <b>难点：</b> 计划主体部分的写作；总结经验问题分析部分的写作。	9	讲授 7； 案例讨论、练习 2	课程目标 1 课程目标 2 课程目标 3
第六章 公关文书 (1) 公关邀请 (2) 公关信函 (3) 讲话稿	掌握请柬、邀请函、聘书、欢迎词、欢送词、答谢词等文种的写法。	<b>重点：</b> 熟练掌握各种致辞的写作。 <b>难点：</b> 不同情况下欢迎词与答谢词的注意事项。	5	讲授 4 案例、练习 1	课程目标 1 课程目标 2 课程目标 3
辅导答疑	解答疑问		2		课程目标 1 课程目标 2 课程目标 3

#### 四、课程考核评价方式

考核以课程目标的达成度为主要目的，以检查学生对各知识点的掌握程度和应用能力为重要内容。

##### （一）考核方式

本课程注重过程考核。期末以结课论文形式考核。

##### （二）课程成绩

平时成绩主要根据学生平时学习态度、听课、作业、课堂讨论等情况综合评定。平时成绩占课程考核成绩的比例为 60%；期末成绩为论文成绩，满分 100 分，占总成绩 40%。

##### 1. 考核环节及说明

成绩构成	考核说明
平时成绩	(1) 平时成绩满分为 100 分，占总成绩的 60%； (2) 针对平时成绩对应的课程目标，由作业（练习）、课堂表现等部分构成。各部分占比见下表。
期末成绩	(1) 考试方式及占比：采用论文，成绩 100 分，占课程考核成绩的 40%。 (2) 评定依据：根据论文评分标准进行。

## 2. 考核与评价方式

课程目标	成绩比例（平时成绩60%+期末成绩40%）					合计	
	平时成绩（60%）				期末成绩 （40%）		
	作业 (30%)	测验 0	实验 0	课堂表现 (30%)			.....
课程目标1	7%	0	0	7%		10%	24%
课程目标2	16%	0	0	16%		20%	52%
课程目标3	7%	0	0	7%		10%	24%
合计(成绩构成)	30%	0	0	30%		40%	100%

## 五、教学方法

本课程教学采用混合式教学方法，主要采用讲授式、讨论式、案例式教学，并通过在线学习等，将线下教学与线上教学结合起来。

### 1. 教学设计

本课程采取模块式教学，即将全部教学内容分为6个模块。每个模块内包括知识讲授、问题讨论、技能训练、自主学习、课外练习等若干教学点。

### 2. 具体方法

本课程采用混合式教学。所使用的教学媒介主要有文字教材（包括教科书和学习指导用书）、课件、网络平台（含泛雅平台、微信、腾讯会议平台、E-MAIL等）。教师在课堂上对课程的基本概念、原则、特性等进行必要的讲授，并详细讲授每章的重点、难点；在讲授中注意联系社会热点商务文书案例，通过必要的分析和讨论，启迪学生的思维，加深学生对有关知识的理解，并采用多媒体辅助教学，增加课堂教学内容的知识含量。课堂讨论次数不少于10次，主要安排在文种写作技巧讲授中进行。在讨论前，教师指导学生进行必要的阅读；讨论过程中，教师把握讨论的进度和方向，根据情况进行必要提示，引导学生运用所学知识独立分析问题、解决问题的能力；讨论结束时，教师及时进行重点点评和总结。课堂练习不少于3次，采用学生互评与教师点评相结合的方式进行。

## 六、参考材料

线上：泛雅学习平台 <http://fanya.chaoxing.com/>

线下：参考教材、阅读书目

1. 党政机关公文处理与写作实用手册编写组，《党政机关公文处理与写作实用手册》，中国文史出版社，2012年8月，第1版。
2. 王珏，《商务写作与外贸函电》，中国人民大学出版社，2021年4月，第1版。
3. 周爱荣，《商务写作与实训》，重庆大学出版社，2010年10月，第1版。

主撰人：滕新贤

审核人：高雪

英文校对：沈庆会

教学副院长：郑建明

日期：2022年9月26日

## 附件：各类考核与评价标准表

### 1、平时综合成绩评价标准

课程目标	评价标准				
	优秀 (分数≥90分)	良好 (78≤分数<90)	中等 (68≤分数<78)	及格 (60≤分数<68)	不及格 (分数<60分)
课程目标1 (14%)	认真听讲，积极讨论，准确把握商务文书写作本质，掌握公文写作的基本理论和基础知识。	认真听讲，根据教师要求参与讨论，准确把握商务文书写作本质，掌握公文写作的基本理论和基础知识。	听讲和讨论问题表现一般，能够准确把握商务文书写作特点，掌握基础知识。	听讲不够认真，不能对所讨论问题进行认真思考，基本能把握商务文书写作特点，掌握基础知识。	不认真听讲，不参与讨论，不能准确把握商务文书写作特点，不能较好地掌握基础知识。
课程目标2 (32%)	熟练掌握常用商务文书的写作技能，写作练习表现优秀；能够很好地运用所学理论参与课堂讨论，并提出具有一定创新性的观点。	比较熟练掌握常用商务文书的写作技能，写作练习表现较好；能够熟练运用所学理论参与课堂讨论。	基本掌握常用商务文书的写作技能，能够按要求完成写作练习；能够运用所学理论参与课堂讨论。	写作基本技能的掌握情况较差，基本能够完成写作练习；基本能够运用所学理论参与课堂讨论。	写作基本技能的掌握情况差；写作练习完成情况差；不能运用所学理论参与课堂讨论。
课程目标3 (14%)	责任意识、创新意识强，有实事求是精神，人生观、价值观、世界观非常正确，具备良好的分析社会普遍问题的能力。	责任意识、创新意识比较强，有实事求是精神，人生观、价值观、世界观正确，具备比较好的分析社会普遍问题的能力。	责任意识、创新意识一般，人生观、价值观、世界观基本正确，具备一定的分析社会普遍问题的能力。	责任意识、创新意识比较弱，人生观、价值观、世界观存在一定偏误，基本具备分析社会普遍问题的能力。	责任意识、创新意识差，人生观、价值观、世界观偏误较严重，基本不具备分析社会普遍问题的能力。

### 2、期末论文评分标准

课程目标	评价标准				
	优秀 (分数≥90分)	良好 (78≤分数<90)	中等 (68≤分数<78)	及格 (60≤分数<68)	不及格 (分数<60分)
课程目标1 (10%)	准确把握商务文书写作本质，掌握公文写作的基本理论和基础知识；论文格式正确。	比较准确地把握商务文书写作本质，掌握公文写作的基本理论和基础知识；论文格式偶有错误。	基本能够正确把握商务文书写作本质，掌握公文写作的基本理论和基础知识；论文格式存在明显错误。	对公文写作的基本理论和基础知识的掌握不够准确；论文格式存在较多错误。	对公文写作的基本理论和基础知识的掌握不够准确；论文格式存在较多错误。
课程目标2 (20%)	学术介绍和梳理准确，观点突出，论述严谨、充分，结构合理，层次清晰，语言	学术介绍和梳理准确，观点较突出，论述较严谨，结构合理，	学术介绍和梳理基本准确，观点明确，论述较充分，结构较合	学术介绍和梳理基本准确，观点比较明确，论述不充分，结构	观点明显错误，论证过程逻辑混乱，语言不通顺；或

课程目标	评价标准				
	优秀 (分数≥90分)	良好 (78≤分数<90)	中等 (68≤分数<78)	及格 (60≤分数<68)	不及格 (分数<60分)
	准确、简洁、流畅。	层次清晰，语言准确、流畅。	理，层次较清晰，语言流畅。	不够合理，层次较混乱，语言不够流畅。	错别字数、格式错误数合计超过15处的。
课程目标3 (10%)	责任意识、创新意识非常强,有实事求是精神,人生观、价值观、世界观非常正确,具备良好的分析社会普遍问题的能力。	责任意识、创新意识强,有实事求是精神,人生观、价值观、世界观正确,具备比较好的分析社会普遍问题的能力。	责任意识、创新意识比较强,有实事求是精神,人生观、价值观、世界观正确,具备比较好的分析社会普遍问题的能力。	责任意识、创新意识比较弱,人生观、价值观、世界观存在一定偏误,基本具备分析社会普遍问题的能力。	责任意识、创新意识差,人生观、价值观、世界观偏误较严重,基本不具备分析社会普遍问题的能力。。

## 18. 《人力资源管理》教学大纲

### 一、课程基本信息

课程名称	中文名称：人力资源管理				
	英文名称：Human Resource Management				
课程号	6305512		学分	2	
学时	总学时：32	讲授学时	实验学时	上机学时	讨论学时
		28	0	0	4
开课学院	经管学院		开课学期	第四学期	
课程负责人	徐璞		适用专业	文化产业管理	
先修课程及要求	本课程开设前必须学习《管理学原理》课程，可自学《劳动经济学》课程，在本课程学习结束后，可进一步学习《组织行为学》、《管理心理学》、《员工素质测评》、《绩效管理》、《薪酬管理》、《职业生涯管理》《劳动法》等课程。				

### 二、课程简介

#### (一) 课程概况

《人力资源管理》是文化产业管理专业的专业课程，是管理理论的重要组成部分，是各项专业管理的基础。它是一门广泛吸收多学科知识的边缘科学，具有很强的实践性和应用性。

本课程主要讲授人力资源规划、工作岗位分析、员工招聘、人员培训、绩效管理、薪酬管理、员工关系管理等主要内容。学生应在对人的管理方面，学习基本的现代化人力资源管理的原则和技术，在招聘、录用、培训、激励、考核、薪酬、企业文化等环节的人力资源管理工作中能进行基本的操作和监管，并具备待人接物、激励自我和他人基本素质。

通过本课程的教学，可以使学生掌握人力资源管理的基本知识、基本原理，学会用人力资源管理理论知识分析和解决企业实际问题，同时培养学生综合素质能力，为毕业后成功地走上社会参加企业经营管理实践打下基础。

This course is a major course of cultural industry management. Human resource management is an important part of management theory, as well as the basis of all the specialty management. It is a marginal science that absorbs multidisciplinary knowledge extensively. It has strong practicality and applicability.

This course introduces the main contents of human resource planning, job analysis, staff recruitment, personnel training, performance management, compensation management and labor relations. Students should acquire knowledge of principles and techniques in human resource management, carry out basic operations in the aspects of staff recruitment, personnel training, employee motivation, performance management and compensation management, possess the quality of dealing with people and motivating others.

By the end of this course, students will be able to master the basic knowledge and principles of human resource management, learn how to analysis and solve practical business problems with theoretical knowledge. A solid foundation could be laid for the students to participate in enterprise management practice.

### （二）课程目标

课程目标 1: 学习人力资源管理从业者应该具备的职业道德，理解遵纪守法、保守机密、公平公正、准确可靠、爱岗敬业、强化服务的职业操守和规范，并能在未来的人力资源管理工作中自觉遵守《劳动法》、《劳动合同法》等法律法规，依法办事，严于律己，并服从企业合法合理的规章制度。

课程目标 2: 理解人力资源管理的基本概念与主要职能，掌握人力资源管理在现代企业中的战略意义及其与经济技术发展间的依存关系，认识领导者和管理者的人力资源管理责任。

课程目标 3: 理解人力资源规划及各职能模块（工作分析、招募甄选、培训开发、绩效管理、薪酬管理、员工关系管理）的主要内容与方法。

课程目标 4: 能运用所学知识进行企业内人力资源管理基础工作的方案设计，能识别企业人力资源管理工作中存在的实际问题，对问题产生原因及可能的解决方案有基础思考能力。

### （三）课程目标和毕业要求的对应关系

课程目标	毕业要求指标点	毕业要求
1	7-3 能与其他学科的成员有效沟通，合作共事，并能够在团队中独立或合作开展工作；能够组织、协调和指挥团队开展工作。	7(职业素养)
2	2-1 掌握文化产业领域经济、资源、政策法规、管理等原理知识，形成对文化产业的系统化认知。	2(专业知识)
3	2-2 掌握文化产业相关组织管理领域战略、财会、人力、品牌、组织行为、营销等知识，理解文化产业相关组织运行的机理。	2(专业知识)
4	3-1 能够应用数学、统计学、市场营销和管理学的基本原理，识别、表达提出相关问题。	3(问题分析)

### 三、教学内容、要求与学时分配

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式（讲授、实验、上机、讨论）	支撑课程目标
<p>第一章 人力资源管理导论</p> <p>(1) 人力资源概述</p> <p>(2) 人力资源管理概述</p> <p>思政融入点：人力资源管理从业者职业道德</p>	<p>了解为什么要引入人力资源管理，掌握人力资源管理的概念、人力资源在企业管理中的定位，人力资源管理的历史与发展，人力资源管理面临的主要问题。</p>	<p><b>重点：</b></p> <p>人力资源的内涵与特性</p> <p>人力资源管理的定义、内涵及作用</p> <p><b>难点：</b></p> <p>人力资源管理的主要职能</p> <p>领导者与管理者的人力资源管理责任</p>	2	讲授	课程目标 1、2
<p>第二章 人力资源战略与规划</p> <p>(1) 战略性人力资源管理的基本原理</p> <p>(2) 人力资源规划</p>	<p>掌握战略性人力资源管理的内涵，认识人力资源规划的重要性，掌握人力资源规划的内涵及主要内容，掌握制定人力资源规划的主要步骤，熟悉人力资源供需预测方式和基本方法，掌握人力资源供需平衡的基本策略。</p>	<p><b>重点：</b></p> <p>人力资源规划的意义和主要过程</p> <p>高绩效工作系统的概念及其主要观点</p> <p>人才盘点的意义和主要过程</p> <p><b>难点：</b></p> <p>人力资源需求和供给预测的考虑因素和主要方法</p> <p>平衡人力资源供求的主要对策</p>	2	讲授	课程目标 2、3
<p>第三章 职位分析与胜任素质</p> <p>(1) 职位分析与职位设计</p> <p>(2) 胜任素质模型</p>	<p>理解工作分析的定义与内容，了解工作分析的过程，熟悉工作分析及岗位信息收集的方法，掌握工作说明书的结构和内容，理解胜任素质模型及其构建步骤。</p>	<p><b>重点：</b></p> <p>职位分析的定义、原则和流程</p> <p>职位分析的主要方法</p> <p>胜任素质模型的内涵与作用</p> <p><b>难点：</b></p> <p>职位说明书的编撰</p> <p>胜任素质模型的构建</p>	4	讲授 讨论 实训项目 案例研究	课程目标 2、3、4
<p>第四章 招募与甄选</p> <p>(1) 招募与甄选概述</p> <p>(2) 招募</p> <p>(3) 甄选</p> <p>思政融入点：招</p>	<p>了解招募与甄选的含义、意义和原则，掌握招募与甄选的程序、方法，认识录用考核技术。</p>	<p><b>重点：</b></p> <p>招募的基本程序和相关内容</p> <p>招募的内部和外部来源</p> <p>甄选的基本程序和影响因素</p>	6	讲授 讨论 实训项目	课程目标 1、2、3、4

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式（讲授、实验、上机、讨论）	支撑课程目标
聘选拔中的伦理问题		<b>难点：</b> 甄选的参考依据 心理测试、面试、评价中心、履历分析等主要的甄选方法			
第五章 培训与开发 (1) 培训与培训管理概述 (2) 培训管理的主要内容 (3) 员工开发与职业发展 思政融入点：培训开发中的伦理问题	了解培训计划的设计，认识培训需求评估的组成部分，掌握新员工培训和在职培训的一般程序、常用的培训方法、培训效果评估的思路方式。	<b>重点：</b> 培训管理的基本框架构成 培训的主要方法 培训成果转化及其主要影响因素 员工开发的主要方法 <b>难点：</b> 培训需求分析的主要内容 培训计划的制定 培训效果评估的主要方法与方案设计	4	讲授 讨论 实训项目 案例研究	课程目标 1、2、3、 4
第六章 绩效管理 (1) 绩效与绩效管理的基本原理 (2) 绩效评价方法与评价表格设计 (3) 绩效评价与反馈 思政融入点：绩效管理中的伦理问题	掌握绩效、绩效考核、绩效管理、绩效面谈的概念与内涵、特点，绩效考核表格的设计，了解绩效考核指标体系的构建方法。	<b>重点：</b> 绩效管理的目的和主要程序 绩效评价的主要信息来源 绩效评价误差的类型及成因 绩效辅导与绩效评价面谈 <b>难点：</b> 绩效评价的结果法与行为法 绩效评价表格的设计	6	讲授 讨论 实训项目 案例研究	课程目标 1、2、3、 4
第七章 薪酬福利管理 (1) 薪酬与薪酬管理的一般原理 (2) 职位薪酬体系设计 (3) 绩效薪酬 (4) 员工福利 思政融入点：薪酬管理中的伦理	掌握薪酬的含义、构成要素、体系和功能，了解薪酬管理的职能和流程，知道如何进行薪酬体系设计。	<b>重点：</b> 报酬、薪酬、总薪酬辨析 绩效薪酬的类型与不同特点 员工福利的种类 <b>难点：</b> 职位薪酬体系及其设计 四种主要的职位评价	6	讲授 讨论 实训项目	课程目标 1、2、3、 4

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式（讲授、实验、上机、讨论）	支撑课程目标
问题		技术 薪酬水平决策与薪酬结构设计			
第八章 员工关系管理 (1) 员工关系管理及其管理概述 (2) 劳动关系管理 (3) 离职管理 (4) 组织文化管理 (5) 员工安全与健康 管理 思政融入点：员工关系管理中的伦理问题	掌握员工关系的含义、本质，了解劳动法律关系，劳动合同管理与集体合同管理，劳务派遣，劳动争议处理程序，裁员管理，劳动安全生产，了解劳动时间规定，对特殊劳动群体保护，员工沟通。	<b>重点：</b> 员工关系、劳资关系与劳动关系的异同 员工关系管理的内涵和目的 员工安全与健康 <b>难点：</b> 劳动关系管理的主要内容 自愿与非自愿离职管理 组织文化及组织文化建设	2	讲授 讨论	课程目标 1、2

#### 四、课程考核评价方式

考核以课程目标的达成度为主要目的，以检查学生对各知识点的掌握程度和应用能力为重要内容。

##### （一）考核方式

考核方式包括随堂测验、课堂讨论、小组作业、开卷笔试。

##### （二）课程成绩

课程成绩由平时成绩与期末考试成绩组成。

1. 平时成绩占比 60%，主要包括：小组作业（36%）、课堂讨论（12%）、随堂测验（12%）。
2. 期末考核占比 40%，采用开卷考试，考核内容主要包括：人力资源管理概述（4%）、人力资源规划（4%）、工作分析（6%）、招募与甄选（6%）、员工培训（6%）、绩效管理（6%）、薪酬管理（6%）、员工关系管理（2%）。

##### 1. 考核环节及说明

成绩构成	考核说明
平时成绩	(1) 平时成绩满分为 60 分，占总成绩的 60% (2) 针对平时成绩对应的课程目标，由小组作业、随堂测验、课堂讨论等部分构成，各部分占比及评分标准由教师根据实际情况决定。
期末考试	(1) 考试方式及占比：采用开卷笔试，考试成绩 100 分，占课程考核成绩的 40%。 (2) 评定依据：考试成绩的评定根据试卷参考答案和评分标准进行。 (3) 考试题型：文件筐、案例分析。 (4) 考试内容：针对期末考试对应的课程目标设计。

## 2. 考核与评价方式

课程目标	成绩比例（平时成绩60%+期末成绩40%）				合计
	平时成绩（60%）			期末成绩 （40%）	
	随堂测验 （12%）	课堂讨论 （12%）	小组作业 （36%）		
2	2			5	7
3	12	4		10	24
4		8	36	25	69
合计 (成绩构成)	12	12	36	40	100

## 五、教学方法

本课程采用线上线下混合式教学方法。

### 1. 线上环节覆盖课前预习

学生于课前在中国大学 MOOC 平台上自学中央财经大学《人力资源管理》国家级精品课程的相关内容。

### 2. 线下环节覆盖课中讲授与课后复习

教学紧扣“课堂讲授、案例讨论、作业巩固”等教学要素，灵活采用传统讲授、观看小视频、电子教案、网络学习等多种方法与手段开展教学。同时通过提供教学参考资料、推荐课外阅读材料等拓宽和深化学生的知识面和知识结构。

对重要理论知识的教学采用讲授法，直接、快速、精炼地让学生掌握，为学生在实践中能更游刃有余的应用打好坚实的理论基础。在教师指导下，由学生对选定的具有代表性的典型案例，进行有针对性的分析和讨论，进行合作学习，做出自己的判断和评价，拓展学生的思维空间。让学生在课堂上进行角色扮演，设定不同的场景，锻炼学生的沟通能力和技巧，更好地理解企业人力资源管理实践。

3. 采用的教学资料包括教材与课件。泛雅平台将作为本课程网络教学辅助平台发布各类通知、访问资源和学习资料、开展在线测试和讨论。对学生的辅导，主要采用当面答疑、电话沟通、微信沟通、电子邮件沟通等形式。

## 六、参考材料

### 1. 国家精品课程《人力资源管理》

[https://www.icourse163.org/course/CUFE-1003438001?from=searchPage&outVendor=zw\\_mooc\\_pcjsjg\\_](https://www.icourse163.org/course/CUFE-1003438001?from=searchPage&outVendor=zw_mooc_pcjsjg_)

2. 刘昕，《人力资源管理》，中国人民大学出版社，2020年10月，第4版

3. 加里·德斯勒，《人力资源管理》，中国人民大学出版社，2017年7月，第14版

4. 姜启军，《人力资源管理》，中国农业出版社，2018年12月

5. 刘洪波，《人力资源数字化转型：策略、方法、实践》，清华大学出版社，2022年5月

6. 马海刚,《HR+数字化》,中国人民大学出版社,2022年2月
7. 戴维·尤里奇,《变革的HR》,机械工业出版社,2020年5月
8. 戴维·尤里奇,《高绩效的HR》,机械工业出版社,2020年5月
9. 戴维·尤里奇,《赢在组织》,机械工业出版社,2019年8月
10. 里德·霍夫曼、本·卡斯诺查、克里斯·叶,《联盟:互联网时代的人才变革》,中信出版集团,2018年8月
11. 马海刚、彭剑锋、西楠,《HR+三支柱:人力资源管理转型升级与实践创新》,中国人民大学出版社,2017年6月

主撰人: 

审核人: 姜启军

英文校对: 姜启军

教学副院长: 李玉峰

日期: 2022年9月8日

## 附件：各类考核与评价标准表

### 1. 小组作业评分标准

成绩 课程目标	优秀 (分数≥90分)	良好 (78≤分数<90)	中等 (68≤分数<78)	及格 (60≤分数<68)	不及格 (分数<60分)
课程目标 4 (36%)	对人力资源管理各模块的基本知识掌握非常全面，基本概念正确、方案设计(或案例分析)逻辑清楚、资料收集全面，内容层次分明，细节考虑周全，行文规范。	对人力资源管理各模块的基本知识掌握较全面，基本概念较正确、方案设计(或案例分析)逻辑较清楚、资料收集较全面，内容层次较分明，细节考虑较周全，行文较规范。	对人力资源管理各模块的基本知识掌握一般全面，基本概念较正确、方案设计(或案例分析)逻辑一般清楚、资料收集一般充足，内容层次一般分明，细节考虑一般周全，行文一般规范。	对人力资源管理各模块的基本知识掌握不太全面，基本概念一般正确、方案设计(或案例分析)逻辑不够清楚、资料收集不够全面，内容层次不够分明，细节考虑不够周全，行文一般规范。	对人力资源管理各模块的基本知识掌握不全面，基本概念不正确、方案设计(或案例分析)逻辑不清楚、资料收集不全面，内容层次不分明，细节考虑不周全，行文不规范。

### 2. 课堂讨论评价标准

成绩 课程目标	优秀 (分数≥90分)	良好 (78≤分数<90)	中等 (68≤分数<78)	及格 (60≤分数<68)	不及格 (分数<60分)
课程目标 3 (4%)	全面掌握人力资源管理各职能模块的主要概念、基本流程与实操方法。	较好地掌握人力资源管理各职能模块的主要概念、基本流程与实操方法。	一般掌握人力资源管理各职能模块的主要概念、基本流程与实操方法。	基本掌握人力资源管理各职能模块的主要概念、基本流程与实操方法。	未掌握人力资源管理各职能模块的主要概念、基本流程与实操方法。
课程目标 4 (8%)	能将企业实践问题与所学理论知识很好地对接，问题分析思路很清晰，阐述很充分，语言表述很规范。	能将企业实践问题与所学理论知识较好地对接，问题分析思路较清晰，阐述较充分，语言表述较规范。	能将企业实践问题与所学理论知识一般地对接，问题分析思路一般清晰，阐述一般充分，语言表述一般规范。	不太能将企业实践问题与所学理论知识进行对接，问题分析思路不太清晰，阐述不太充分，语言表述不够规范。	不能将企业实践问题与所学理论知识对接，问题分析思路不清晰，阐述不充分，语言表述不规范。

### 3. 随堂测验评价标准

成绩 课程目标	优秀 (分数≥90分)	良好 (78≤分数<90)	中等 (68≤分数<78)	及格 (60≤分数<68)	不及格 (分数<60分)
课程目标 2 (2%)	全面认识人力资源管理在企业中的战略地位及不同级别人力资源管理者主要职责。	较全面认识人力资源管理在企业中的战略地位及不同级别人力资源管理者主要职责。	一般认识人力资源管理在企业中的战略地位及不同级别人力资源管理者主要职责。	基本认识人力资源管理在企业中的战略地位及不同级别人力资源管理者主要职责。	未认识人力资源管理在企业中的战略地位及不同级别人力资源管理者主要职责。

成绩 课程目标	优秀 (分数≥90分)	良好 (78≤分数<90)	中等 (68≤分数<78)	及格 (60≤分数<68)	不及格 (分数<60分)
课程目标 3 (10%)	全面掌握人力资源管理各职能模块的主要概念、基本流程与实操方法。	较好地掌握人力资源管理各职能模块的主要概念、基本流程与实操方法。	一般掌握人力资源管理各职能模块的主要概念、基本流程与实操方法。	基本掌握人力资源管理各职能模块的主要概念、基本流程与实操方法。	未掌握人力资源管理各职能模块的主要概念、基本流程与实操方法。

#### 4. 期末考核与评价标准

成绩 课程目标	优秀 (分数≥90分)	良好 (78≤分数<90)	中等 (68≤分数<78)	及格 (60≤分数<68)	不及格 (分数<60分)
课程目标 2 (5%)	全面认识人力资源管理在企业中的战略地位及不同级别人力资源管理者的主要职责。	较全面认识人力资源管理在企业中的战略地位及不同级别人力资源管理者的主要职责。	一般认识人力资源管理在企业中的战略地位及不同级别人力资源管理者的主要职责。	基本认识人力资源管理在企业中的战略地位及不同级别人力资源管理者的主要职责。	未认识人力资源管理在企业中的战略地位及不同级别人力资源管理者的主要职责。
课程目标 3 (10%)	全面掌握人力资源管理各职能模块的主要概念、基本流程与实操方法。	较好地掌握人力资源管理各职能模块的主要概念、基本流程与实操方法。	一般掌握人力资源管理各职能模块的主要概念、基本流程与实操方法。	基本掌握人力资源管理各职能模块的主要概念、基本流程与实操方法。	未掌握人力资源管理各职能模块的主要概念、基本流程与实操方法。
课程目标 4 (25%)	能将企业实践问题与所学理论知识很好地对接，问题分析思路很清晰，阐述很充分，文字表述很规范。	能将企业实践问题与所学理论知识较好地对接，问题分析思路较清晰，阐述较充分，文字表述较规范。	能将企业实践问题与所学理论知识一般地对接，问题分析思路一般清晰，阐述一般充分，文字表述一般规范。	不太能将企业实践问题与所学理论知识进行对接，问题分析思路不太清晰，阐述不太充分，文字表述不够规范。	不能将企业实践问题与所学理论知识对接，问题分析思路不清晰，阐述不充分，文字表述不规范。

## 19. 《财务管理》教学大纲

### 一、课程基本信息

课程名称	中文名称：财务管理				
	英文名称：Financial Management				
课程号	6304511		学分	3	
学时	总学时：48	讲授学时	实验学时	上机学时	讨论学时
		44	0	0	4
开课学院	海洋文化与法律学院		开课学期	4	
课程负责人	温艳萍		适用专业	文化产业管理	

先修课程及要求	先修课程：会计学基础、管理学原理、经济学概论 要求：熟悉财务管理的基本理论和财务分析方法；掌握企业投资管理、筹资管理、营运资金管理、收益分配管理的理论和决策方法。
---------	--

## 二、课程简介

### （一）课程概况

《财务管理》文化产业管理专业课，是国家教育部规定的财经类专业十门核心课程之一。它是在学生学习了《管理学原理》、《微观经济学》及《会计学基础》课程后开设。本课程主要以微观经济学为理论基石，以资本市场为课程背景，以现代公司制企业为对象，着重研究企业的资本筹集与运用问题。它是基于企业角度研究财务管理，不仅具有完整的理论体系，而且是一门应用性较强的学科，在管理类、经济类专业的教学体系中起着衔接一般经济理论课和专业课的中介作用，是一门重要的学科基础课。课程的开设，旨在使学生通过系统学习，了解和掌握财务管理的基础知识、基本理论和基本技能，了解该学科在理论和实践中的最新发展。

“Financial management” is a professional course of cultural industry management. It is opened after the students have studied the courses of Principles of Management, Microeconomics and Essentials Accounting. This course mainly takes microeconomics as the theoretical foundation, capital market as the background of the course, and modern corporate enterprises as the object, and focuses on the study of capital raising and utilization of enterprises. It studies financial management from the perspective of enterprises. It not only has a complete theoretical system, but also is a subject with strong application. It plays an intermediary role in connecting general economic theory courses and specialized courses in the teaching system of management and economics majors, and is an important basic subject course. The course is designed to enable students to understand and master the basic knowledge, basic theory and basic skills of financial management through systematic learning, and to understand the latest development of the subject in theory and practice.

### （二）课程目标

课程目标 1：熟悉财务管理的基本理论；理解财务分析相关概念及综合分析方法；掌握财务管理的基础概念，包括时间价值、风险报酬和证券估价等。（支撑毕业要求 2-1）

课程目标 2：掌握财务活动的管理，包括企业投资管理、企业筹资管理、企业营运资金管理、企业分配管理。（支撑毕业要求 2-2）

课程目标 3：通过学习财务管理理论知识学习和案例分析与讨论，锻炼和培养认识问题、解决问题的创新意识和能力；熟练运用所学知识对公司筹资、投资和分配活动进行计量、评估、预测、分析和决策。（支撑毕业要求 5-3）

课程目标 4：培养学生具有正确的价值观，引导学生形成正确的世界观和方法论，提高辩证思维能力；理解个人与社会的关系，激发学生的民族责任感和家国情怀；培养学生在工作和生活理财意识。（支撑课程思政目标）

### （三）课程目标和毕业要求的对应关系

课程目标	毕业要求指标点	毕业要求
1	2-1 能够运用经济学、管理学理论和知识、行业政策法规等分析文化产业市场条件和发展规律,发现和解决文化产业相关管理问题,研究产业发展对策;	2(专业知识)能够将产业、管理、经济、文化、艺术、设计类等相关专业知用于分析和解决文化产业相关领域的管理问题,具备基本的文化创意设计能力,掌握创造、创新基本方法。
2	3-2 具有发现组织管理问题的敏锐性和判断力,能够运用管理学理论和方法,系统分析、解决组织管理的问题;	3(问题分析)能够应用数学、统计学、经济学和管理学的基本原理,通过文献分析和市场调研分析方法,准确识别、阐释文化产业领域的相关管理问题。
3	4-3 成为文化运营管理、文创市场策划、文化创意设计、文化产业研究等领域的中层管理人才或项目主管,或者具备相应职业发展潜力。	4(设计、策划解决方案)具有创新意识,能够综合考虑社会、经济、健康、安全、法律、文化等多元因素,以问题和需求为导向,设计出满足特定需求的管理或项目方案及实施流程。

### 三、教学内容、要求与学时分配

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式(讲授、实验、上机、讨论)	支撑课程目标
第一章总论 (1) 财务管理的概念 (2) 财务管理的目标 (3) 企业价值的实现 (4) 财务管理的环境 思政融入点: 企业社会责任与理财目标	了解财务管理的概念及企业价值的实现;掌握财务管理的目标;理解财务管理的环境。	<b>重点:</b> 财务管理的目标。 <b>难点:</b> 财务管理最佳目标的选择。	4	讲授/讨论	目标 1 目标 4
第二章财务管理的基本概念 (1) 时间价值 (2) 风险报酬 (3) 证券估价	理解时间价值、年金、风险及风险报酬的概念,掌握时间价值、风险报酬和证券估价的计算方法。	<b>重点:</b> 复利、年金的现值及终值的折算方法;风险报酬的计算;证券估价。 <b>难点:</b> 对时间价值、风险报酬等计算方法的灵活应用。	8	讲授	目标 1
第三章财务分析 (1) 财务分析概述 (2) 企业偿债能力分析 (3) 企业营运能	了解财务分析的目的和意义,知晓财务分析的基本程序和判别标准;掌握企业偿债能力、营运能力、获利能力的评价指标及分析	<b>重点:</b> 企业偿债能力、营运能力、获利能力的评价指标及分析方法;杜邦分析法。 <b>难点:</b> 运用杜邦分析法的案例分析。	6	讲授/案例分析	目标 1

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式（讲授、实验、上机、讨论）	支撑课程目标
力分析 (4) 企业获利能力分析 (5) 企业发展能力分析 (6) 综合财务分析	方法；掌握杜邦分析法。				
第四章企业投资管理（上） (1) 投资管理概述 (2) 投资决策中的现金流量 (3) 投资决策指标 思政融入点：增强职业判断能力和职业素质。	了解投资管理的基本要求，掌握投资决策中现金流量的计算；掌握投资决策方法及原理。	<b>重点：</b> 现金流量的计算；净现值、现值指数及内部报酬率的计算；基本决策方法。 <b>难点：</b> 净现值及内部报酬率的计算。	4	讲授	目标 2 目标 4
第五章企业投资管理（下） (1) 投资决策指标的应用 (2) 风险投资决策	掌握投资决策指标的灵活运用；掌握风险投资决策方法。	<b>重点：</b> 固定资产更新决策；风险投资决策。 <b>难点：</b> 固定资产更新决策。	4	讲授/案例分析	目标 2 目标 3
第六章企业筹资管理（上） (1) 企业筹资概述 (2) 资金需要量的预测 (3) 股权性资金的筹集 (4) 债权性资金的筹集 (5) 混合性资金的筹集	了解企业筹资管理的意义和要求；知晓企业筹资来源与筹资方式；掌握资金需要量预测中的营业百分比法；掌握各种筹资方式的客观评价。	<b>重点：</b> 营业百分比法、各种筹资方式的客观评价。 <b>难点：</b> 运用营业百分比法做资金需要量预测。	4	讲授/讨论/案例分析	目标 2
第七章企业筹资管理（下） (1) 资金成本 (2) 杠杆分析 (3) 资本结构	掌握资金成本、经营杠杆、财务杠杆及资本结构的含义；掌握综合资金成本、经营杠杆系数、财务杠杆系数的计	<b>重点：</b> 企业综合资金成本的计算；杠杆系数的计算；最优资本结构的决策。 <b>难点：</b> 每股利润分析	6	讲授/讨论	目标 2 目标 3

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式（讲授、实验、上机、讨论）	支撑课程目标
	算和解读；掌握最优资本结构的决策方法。	法。			
第八章营运资金管理 (1) 营运资金管理概述 (2) 流动资产资产管理 (3) 流动负债管理	了解营运资金的概念、特点，及营运资金管理的内容；知晓营运资金的管理策略；掌握现金、应收账款、存货及应付账款的管理方法。	<b>重点：</b> 现金、存货及应收账款的管理 <b>难点：</b> 存货的管理	8	讲授/案例分析	目标 3
第九章企业分配管理 (1) 企业分配概述 (2) 企业与员工之间的分配 (3) 企业与股东之间的分配 思政融入点：审视度视，顾全大局，学会处理各方利益关系。	了解企业分配的概述、企业与员工之间的分配方式；掌握企业与股东之间的分配方式及评价。	<b>重点：</b> 企业与股东之间的分配方式选择 <b>难点：</b> 股利政策的选择	4	讲授/讨论/案例分析	目标 3 目标 4

#### 四、课程考核评价方式

考核以课程目标的达成度为主要目的，以检查学生对各知识点的掌握程度和应用能力为重要内容。

##### (一) 考核方式

考核采用开卷笔试，考试课程成绩由期末成绩和平时成绩构成。

##### (二) 课程成绩

###### 1. 考核环节及说明

成绩构成	考核说明
平时成绩	(1) 平时成绩满分为 40 分，占总成绩的 40% (2) 课堂讨论占 20%，平时作业占 20%。
期末考试	(1) 考试方式及占比：采用开卷笔试，考试成绩 100 分，占课程考核成绩的 60%。 (2) 评定依据：考试成绩的评定根据试卷参考答案和评分标准进行。 (3) 考试题型：可以包含单项选择题、简答题、计算题和案例分析题。 (4) 考试内容：针对期末考试对应的课程目标。

###### 2. 考核与评价方式

课程目标	成绩比例（平时成绩40%+期末成绩60%）			合计
	平时成绩（40%）		期末成绩（60%）	
	平时作业 (20%)	课堂讨论 (20%)		
1	5%	10%	15%	30%
2	5%	5%	20%	30%
3	10%	5%	25%	40%
合计(成绩构成)	20%	20%	60%	100%

## 五、教学方法

本课程教学所采用的教学方法为以课堂讲授、课堂讨论为主，主要为板书与多媒体相结合的形式，辅以课堂提问等形式；利用配套的泛雅平台课程在线资源辅助学习，结合科研、工程实例进行案例式教学，部分章节采用线上学习线下研讨的混合式教学。

## 六、参考材料

1. 王化成等，《财务管理学》，中国人民大学出版社，2021年，第9版。
2. 中国注册会计师协会，《财务成本管理》，中国财政经济出版社，2022年版。
3. [美] Stewart C. Myers 等，《财务管理原理（Principles of Corporate Finance）》，机械工业出版社，2007年版。

主撰人：温艳萍

审核人：高雪

英文校对：沈庆会

教学副院长：郑建明

日期：2022年11月16日

## 附件：各类考核与评价标准表

考核方式里有几种类型，就写几种评分标准，参考如下：

### 1. 平时作业评分标准

成绩 课程目标	优秀 (分数≥90分)	良好 (78≤分数<90)	中等 (68≤分数<78)	及格 (60≤分数<68)	不及格 (分数<60分)
课程目标 1 (5%)	对财务管理相关基本知识掌握全面，基本概念正确、论述逻辑清楚、层次分明，解题过程完整，答案正确，书写清晰。	对财务管理相关基本知识掌握较全面，基本概念较正确、论述比较清楚，解题过程较完整，答案较正确，书写清晰。	对财务管理相关基本知识掌握较全面，概念基本正确、论述比较清楚，解题过程基本完整，答案基本正确。	对财务管理相关基本知识掌握一般，概念基本正确、论述基本清楚、解题过程基本完整，答案大部分正确。	对财务管理相关基本知识掌握较少，解题过程不完整，答案正确率低于60%，或存在作业抄袭现象。
课程目标 2 (5%)	能够正确掌握企业投资管理、筹资管理、营运资金管理方法及分配管理的方法，具备分析投资决策与筹资决策的能力，方案决策正确，书写清晰。	能够较正确掌握企业投资管理、筹资管理、营运资金管理方法及分配管理的方法，较为全面地具备分析投资决策与筹资决策的能力，方案决策基本正确，书写清晰。	能够基本正确掌握企业投资管理、筹资管理、营运资金管理方法及分配管理的方法基本具备分析投资决策与筹资决策的能力，方案决策基本正确，书写清晰。	部分掌握企业投资管理、筹资管理、营运资金管理方法及分配管理的方法部分具备分析投资决策与筹资决策的能力，方案决策部分正确。	不能正确掌握企业投资管理、筹资管理、营运资金管理方法及分配管理的方法不具备分析投资决策与筹资决策的能力，方案决策不正确，或存在作业抄袭现象。
课程目标 3 (10%)	能够熟练运用所学知识对案例公司筹资、投资和分配活动进行计量、评估、预测、分析和决策，书写清晰。	能够较熟练运用所学知识对案例公司筹资、投资和分配活动进行计量、评估、预测、分析和决策，书写清晰。	基本能够运用所学知识对案例公司筹资、投资和分配活动进行计量、评估、预测、分析和决策，书写较清晰。	能够部分熟练运用所学知识对案例公司筹资、投资和分配活动进行计量、评估、预测、分析和决策，书写较清晰。	不能运用所学知识对案例公司筹资、投资和分配活动进行计量、评估、预测、分析和决策，存在拼凑现象。

### 2. 课堂讨论评价标准

成绩 课程目标	优秀 (分数≥90分)	良好 (78≤分数<90)	中等 (68≤分数<78)	及格 (60≤分数<68)	不及格 (分数<60分)
课程目标 1 (10%)	全面掌握财务管理的基本理论和基本概念，有正确的见解，观点深刻	较全面掌握财务管理的基本理论和基本概念，有正确见解	掌握财务管理的基本理论和基本概念，有所见解	基本掌握财务管理的基本理论和基本概念，无自我见解	未掌握财务管理的基本理论和基本概念，理解不深刻
课程目标 2 (5%)	能正确阐述企业投资决策、筹资决策的评价方法，并能知识拓	能正确阐述企业投资决策、筹资决策的评价方法，采用	能基本正确阐述企业投资决策、筹资决策的评价方法，	能正确阐述企业投资决策、筹资决策的评价方法，理解	不能正确阐述企业投资决策、筹资决策的评价方法，

成绩 课程目标	优秀 (分数≥90分)	良好 (78≤分数<90)	中等 (68≤分数<78)	及格 (60≤分数<68)	不及格 (分数<60分)
	展和正确举例分析	教材中的举例分析	并正确举例分析	不够深刻	未掌握相关基本概念
课程目标3 (5%)	掌握投资决策与筹资决策中的需考虑的因素及注意事项,能举例说明,分析透彻	掌握投资决策与筹资决策中的需考虑的因素及注意事项,有案例分析,分析准确	基本掌握投资决策与筹资决策中的需考虑的因素及注意事项,举例分析较合理	部分掌握投资决策与筹资决策中的需考虑的因素及注意事项,举例分析基本正确	未能掌握投资决策与筹资决策中的需考虑的因素及注意事项,无实例分析或分析不正确

### 3. 期末考核与评价标准

成绩 课程目标	优秀 (分数≥90分)	良好 (78≤分数<90)	中等 (68≤分数<78)	及格 (60≤分数<68)	不及格 (分数<60分)
课程目标1 (15%)	全面掌握财务管理的基本理论和基本概念,有正确的见解,回答完全正确	较全面掌握财务管理的基本理论和基本概念,回答正确	掌握财务管理的基本理论和基本概念,回答基本正确	基本掌握财务管理的基本理论和基本概念,回答部分正确	未掌握财务管理的基本理论和基本概念,理解不深刻
课程目标2 (20%)	理解并掌握企业投资管理、筹资管理、营运资金管理和分配管理的主要目标和方法,知识点掌握全面	理解并掌握企业投资管理、筹资管理、营运资金管理和分配管理的主要目标和方法,知识点掌握较全面	理解并掌握企业投资管理、筹资管理、营运资金管理和分配管理的主要目标和方法,能够掌握知识点	基本理解并掌握企业投资管理、筹资管理、营运资金管理和分配管理的主要目标和方法,对基本知识有所掌握	部分理解并掌握企业投资管理、筹资管理、营运资金管理和分配管理的主要目标和方法,对基本知识缺乏清晰认识
课程目标3 (25%)	掌握企业投资决策、筹资决策的具体灵活应用,理解正确,计算过程正确	较好掌握企业投资决策、筹资决策的具体应用,理解正确,计算过程正确	掌握企业投资决策、筹资决策的具体应用,基本思路正确,主要因素考虑得当	基本掌握企业投资决策、筹资决策的具体应用,计算方法正确	未掌握企业投资决策、筹资决策的具体应用,计算方法不正确

## 20. 《文化项目策划与管理》教学大纲

### 一、课程基本信息

课程名称	中文名称: 文化项目策划与管理				
	英文名称: Cultural Project Planning and Management				
课程号	7503416		学分	2	
学时	总学时: 32	讲授学时	实验学时	上机学时	讨论学时
		24	6	0	2

开课学院	海洋文化与法律学院	开课学期	4
课程负责人	曹原	适用专业	文化产业管理
先修课程及要求	《文化资源概论》《文化产业管理概论》《文化产业政策与法规》《文化经纪理论与实务》等		

## 二、课程简介

### (一) 课程概况

文化艺术活动是与文化艺术创作的各种物质要素和精神要素的总称，文化艺术的创造、构建，以及文化艺术资源的保护和利用是艺术管理的重要课题。为创造良好的文化产业机制与环境，推进文化艺术项目创作的繁荣，本课程将培养学生具备以下素质和能力：

(1) 建立有益于艺术活动的社会机制。艺术活动需要良好的机制，无论是艺术企业，群体或人，需建立在良好的、通的运行机制之上，方能保证艺术创作活动的高效率运行。

(2) 创造和谐的人际环境。艺术活动中人与人的关系，是艺术生产力发展的强大驱动力。艺术活动中人与人的关系主要包括：艺术生产者与管理者，艺术生产者之间，生产者与消费者。

(3) 保护艺术家的利益。艺术生产者是艺术生产力中的第一要素。在艺术生产力发展中尊重人才，艺术家建立和健全人才培养，极大地调动艺术生产者的积极性和创作动力，是驱动文化艺术健康与可持续发展的关键。

Cultural and artistic activities are the general term of various material and spiritual elements of cultural and artistic creation, and the creation and construction of culture and art, as well as the protection and utilization of culture and art resources are important subjects of art management. In order to create a good mechanism and environment for cultural industry and promote the prosperity of cultural and artistic projects, this course will train students with the following qualities and abilities:

(1) Establishing social mechanisms beneficial to arts activities. Art activities need good mechanism ; whether art enterprises, groups, individuals, all need to build on good and smooth running mechanism, so that art creation activities can run efficiently.

(2) Creating a harmonious interpersonal environment. The relationship between people in art activities is a powerful driving force for the development of artistic productive forces. The relationship between people in art activities includes: art producers and managers, art producers with each other, and art producers and consumers.

(3) Protecting the interests of artists. Art producers are the first element of artistic productivity. The key to the healthy and sustainable development of arts and culture is to respect talents in the development of artistic productivity, establish and perfect talented people, and bring into full play the initiative and creative drive of art producers.

## （二）课程目标

课程目标 1：培养学生具备优良的思想与道德修养，具有清醒的政策与法规意识，具有高尚的道德修养，具有宏观的视野与敏锐的思想。

课程目标 2：积累丰富的哲学与人文知识，掌握一定的文化艺术创新能力，具有一定水平的现代科学技术知识。

课程目标 3：培养学生在文化艺术项目实践中的创新意识、创新能力、组织才干。

课程目标 4：懂得经济规律、熟悉市场经营；熟悉艺术活动；善于规划运筹。

课程目标 5：学习艺术宏观管理的政策法规、艺术行政、法律制约以及常见营销手段。

## （三）课程目标和毕业要求的对应关系

课程目标	毕业要求指标点	毕业要求
1	7-2 能够在管理实践中理解并遵守文化产业管理的有关方针、政策和法规，履行责任。	7.（职业素养）：具备良好的语言沟通和规范的文字表达能力、资料收集与分析能力、人文社会科学素养和社会责任感，严格遵守职业道德与规范，正确把握团队和个人的关系，在团队中胜任个体、团队成员或负责人的角色。
2	8-2 具有感受美、鉴赏美的能力和崇高的审美追求、高尚的人格修养、坚定的文化自信。	8.（综合素质）：体质健康、体魄健强、人格健全、意志坚韧，善于感受美、鉴赏美、追求美、弘扬美；具有正确的劳动价值观、必备的劳动能力、积极的劳动精神、良好的劳动习惯和品质。
3	6-1 把握时代发展脉搏，准确判断文化产业及相关领域发展方向。	6.（时代与发展）：把握时代发展脉搏，准确判断文化产业及相关领域发展方向。
4	4-1 根据社会经济环境和文化产业特征，创造性地设计管理方案或项目方案，策划运营路线。	4.（设计、策划解决方案）：具有创新意识，能够综合考虑社会、经济、健康、安全、法律、文化等多元因素，以问题和需求为导向，设计出满足特定需求的管理或项目方案及实施流程。
5	2-1 掌握文化产业领域经济、资源、政策法规、管理等原理知识，形成对文化产业的系统化认知。	2.（专业知识）：能够将产业、管理、经济、文化、艺术、设计类等相关专业知识用于分析和解决文化产业相关领域的管理问题，具备基本的文化创意设计能力，掌握创造、创新基本方法。

## 四、教学内容、要求与学时分配

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式	支撑课程目标
第一部分 （一）文化艺术管理的当代使命与任务 （二）文化艺术管理的基本原则 （三）文化艺术管理者的基本素质具体要求	培养学生具备优良的思想与道德修养，具有清醒的政策与法规意识，具有高尚的道德修养，具有宏观的视野与敏锐的思想。	重点： 文化艺术管理的基本原则 难点：中国演艺业的管理体制的形成与变革历	8	讲授	1

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式	支撑课程目标
思政融入点：推动中华文化走向世界，是新时代青年肩负的责任与使命，打造成新时代具有创新精神、跨学科能力的复合型人才		程			
第二部分 (四) 良好的创新与组织才干 (五) 全面的经营与运筹能力  思政融入点：深入理解“艺术为人民服务”这一要义，为人民、为社会服务，争做新时代艺术文明传播者	积累丰富的哲学与人文知识，掌握一定的文化艺术创新能力，具有一定水平的现代科学技术知识；培养学生在文化艺术项目实践中的创新意识、创新能力、组织才干。	重点： 文化产业管理者组织力培养  难点：文化产业微观组织管理遵循管理学的一般规律和四项基本职能	8	讲授	2、3
第三部分 (六) 宏观管理方法的构成 (七) 艺术营销的种类和策略  思政融入点：文化发展要遵循中国式现代化的本质要求，坚守中国文化立场、讲好中国故事、传播中国好声音，推进文化自信自强，铸就社会主义文化新辉煌	学习艺术宏观管理的政策法规、艺术行政、法律制约以及常见营销手段。	重点： 不同文化产品的营销种类和策略  难点：政府文化行政管理的主要职能	8	讲授	5
第四部分 特定文化艺术项目相关案例分析  思政融入点：学习中华优秀传统文化项目案例，胸怀祖国、放眼世界、守正创新。积极推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展	懂得经济规律、熟悉市场经营；熟悉艺术活动；善于规划运筹。		6	讲授、讨论	4

#### 四、课程考核评价方式

考核以课程目标的达成度为主要目的，以检查学生对各知识点的掌握程度和应用能力为重要内容。

### （一）考核方式

考核方式为闭卷笔试。

考试课程成绩由期末成绩和平时成绩构成。

### （二）课程成绩

#### 1. 考核环节及说明

成绩构成	考核说明
平时成绩	(1) 平时成绩满分为 100 分，占总成绩的 30%。 (2) 针对平时成绩对应的课程目标，由作业、考勤、课堂表现等部分构成，各部分占比 10%。
期末考试	(1) 考试方式及占比：采用笔试，考试成绩 100 分，占课程考核成绩的 70%。 (2) 评定依据：考试成绩的评定根据试卷评分标准进行。 (3) 考试题型：主观题。 (4) 考试内容：特定文化艺术项目的策划案写作等。

#### 2. 考核与评价方式

1. 平时成绩占比 30%，主要包括：课堂表现、考勤和作业。

2. 期末考核占比 70%，采用考核方式，考核内容主要包括：特定文化艺术项目的策划案等。

课程目标	成绩比例（平时成绩30%+期末成绩70%）				合计
	平时成绩（30%）			期末成绩（70%）	
	作业 (10%)	考勤 (10%)	课堂表现 (10%)		
1		10		10	20
2	5			15	20
3			5	15	20
4			5	15	20
5	5			15	20
合计(成绩构成)	10	10	10	70	100

## 五、教学方法

教学紧扣“课堂讲授、课堂演示、课堂实践、课程讨论、作业训练、考查”等教学要素，采用传统讲授方式、电子教案、课程资源上网等多种方法与手段开展教学。同时通过提供教学参考资料、推荐课外阅读材料等拓宽和深化学生的知识面和知识结构。加强策划实践，教学示范等。

注重对学生自主鉴别、欣赏能力的挖掘和开发，大量增加文化艺术项目策划的实践和技巧示范，引导学生大胆创作和参加相关实践活动。

## 六、参考材料

参考教材：

1. 张立波：《文化产业项目策划与管理》，北京大学出版社，2013年3月，第1版。

阅读书目：

1. 斯蒂芬·P·罗宾斯、玛丽·库尔特：《管理学》，中国人民大学出版社，2022年3月，第15版，2017年12月，第1版。

2. 董峰：《艺术管理学》，东南大学出版社，2017年12月，第1版。

3. 董峰：《艺术项目策划：全国大学生艺术项目策划大赛优秀作品评析》，东南大学出版社，2014年12月，第1版。

4. 郑新文：《艺术管理概论：香港地区经验及国内外案例》，上海音乐出版社，2020年1月，第1版。

5. 黄昌勇：《剧场管理：艺术学理论的新视界》，复旦大学出版社，2015年3月，第1版。

6. 陈平：《剧院运营管理：国家大剧院模式构建》，人民音乐出版社，2014年1月，第1版。

主撰人：曹原

审核人：高雪

英文校对：沈庆会

教学副院长：郑建明

日期：2022年9月26日

## 附件：各类考核与评价标准表

### 1.作业评分标准

成绩 课程目标	优秀 (分数 $\geq 90$ 分)	良好 ( $78 \leq$ 分数 $< 90$ )	中等 ( $68 \leq$ 分数 $< 78$ )	及格 ( $60 \leq$ 分数 $< 68$ )	不及格 (分数 $< 60$ 分)
课程目标 2 (5%)	丰富的哲学与人文知识,掌握一定的文化艺术创新能力,具有一定水平的现代科学技术知识。	基本掌握文化产业领域经济、资源、政策法规、管理等原理知识,基本形成对文化产业的系统化认知。	一般掌握文化产业领域经济、资源、政策法规、管理等原理知识,初步形成对文化产业的系统化认知。	勉强掌握文化产业领域经济、资源、政策法规、管理等原理知识。	不能掌握文化产业领域经济、资源、政策法规、管理等原理知识。
课程目标 5 (5%)	掌握和熟练运用艺术宏观管理的政策法规、艺术行政、法律制约以及常见营销手段。	熟悉和一般运用艺术宏观管理的政策法规、艺术行政、法律制约以及常见营销手段。	比较熟悉艺术宏观管理的政策法规、艺术行政、法律制约以及常见营销手段。	对艺术宏观管理的政策法规、艺术行政、法律制约以及常见营销手段不熟练。	对艺术宏观管理的政策法规、艺术行政、法律制约以及常见营销手段不理解。

### 2.出勤评分标准

成绩 课程目标	优秀 (分数 $\geq 90$ 分)	良好 ( $78 \leq$ 分数 $< 90$ )	中等 ( $68 \leq$ 分数 $< 78$ )	及格 ( $60 \leq$ 分数 $< 68$ )	不及格 (分数 $< 60$ 分)
课程目标 1 (10%)	全勤或偶有迟到	请假 1 次,偶有迟到	请假 2 次以上或经常迟到	请假 3 次以上或经常迟到早退	不请假缺席

### 3.课堂表现评价标准

成绩 课程目标	优秀 (分数 $\geq 90$ 分)	良好 ( $78 \leq$ 分数 $< 90$ )	中等 ( $68 \leq$ 分数 $< 78$ )	及格 ( $60 \leq$ 分数 $< 68$ )	不及格 (分数 $< 60$ 分)
课程目标 3 (5%)	在文化艺术项目实践中较好发挥创新意识、创新能力、组织才干。	在文化艺术项目实践中尽力发挥创新意识、创新能力、组织才干。	在文化艺术项目实践中一般发挥创新意识、创新能力、组织才干。	在文化艺术项目实践中较少发挥创新意识、创新能力、组织才干。	不能在文化艺术项目实践中发挥作用。
课程目标 4 (5%)	较好懂得经济规律、熟悉市场经营;熟悉艺术活动;善于规划运筹。	基本懂得经济规律、熟悉市场经营;比较熟悉艺术活动;比较善于规划运筹。	一般懂得经济规律、熟悉市场经营;一般熟悉艺术活动;一般善于规划运筹。	勉强懂得经济规律、熟悉市场经营;不太熟悉艺术活动;不太善于规划运筹。	不懂得经济规律、熟悉市场经营;不熟悉艺术活动;不善于规划运筹。

### 3. 期末考核与评价标准

成绩 课程目标	优秀 (分数≥90分)	良好 (78≤分数<90)	中等 (68≤分数<78)	及格 (60≤分数<68)	不及格 (分数<60分)
课程目标 1 (10%)	具备优良的思想与道德修养,具有清醒的政策与法规意识,具有高尚的道德修养,具有宏观的视野与敏锐的思想。	比较具备优良的思想与道德修养,具有清醒的政策与法规意识,高尚的道德修养,宏观的视野与敏锐的思想。	一般具有清醒的政策与法规意识,宏观的视野与敏锐的思想。	勉强具备具有宏观的视野与敏锐的思想。	不太具有宏观的视野与敏锐的思想。
课程目标 2 (15%)	丰富的哲学与人文知识,掌握一定的文化艺术创新能力,具有一定水平的现代科学技术知识。	基本掌握文化产业领域经济、资源、政策法规、管理等原理知识,基本形成对文化产业的系统化认知。	一般掌握文化产业领域经济、资源、政策法规、管理等原理知识,初步形成对文化产业的系统化认知。	勉强掌握文化产业领域经济、资源、政策法规、管理等原理知识。	不能掌握文化产业领域经济、资源、政策法规、管理等原理知识。
课程目标 3 (15%)	在文化艺术项目实践中较好发挥创新意识、创新能力、组织才干。	在文化艺术项目实践中尽力发挥创新意识、创新能力、组织才干。	在文化艺术项目实践中一般发挥创新意识、创新能力、组织才干。	在文化艺术项目实践中较少发挥创新意识、创新能力、组织才干。	不能在文化艺术项目实践中发挥作用。
课程目标 4 (15%)	较好懂得经济规律、熟悉市场经营;熟悉艺术活动;善于规划运筹。	基本懂得经济规律、熟悉市场经营;比较熟悉艺术活动;比较善于规划运筹。	一般懂得经济规律、熟悉市场经营;一般熟悉艺术活动;一般善于规划运筹。	勉强懂得经济规律、熟悉市场经营;不太熟悉艺术活动;不太善于规划运筹。	不懂得经济规律、熟悉市场经营;不熟悉艺术活动;不善于规划运筹。
课程目标 5 (15%)	掌握和熟练运用艺术宏观管理的政策法规、艺术行政、法律制约以及常见营销手段。	熟悉和一般运用艺术宏观管理的政策法规、艺术行政、法律制约以及常见营销手段。	比较熟悉艺术宏观管理的政策法规、艺术行政、法律制约以及常见营销手段。	对艺术宏观管理的政策法规、艺术行政、法律制约以及常见营销手段不熟练。	对艺术宏观管理的政策法规、艺术行政、法律制约以及常见营销手段不理解。

## 21. 《文化市场营销学》教学大纲

### 一、课程基本信息

课程名称	中文名称：文化市场营销学				
	英文名称：Cultural Marketing				
课程号	79063002	学分	2		
学时	总学时：32	讲授学时	实验学时	上机学时	讨论学时
		16	14		2
开课学院	海洋文化与法律学院		开课学期	第 5 学期	
课程负责人	王建军		适用专业	文化产业管理专业	
先修课程及要求	品牌管理、管理学原理、文化项目策划与管理				

### 二、课程简介

#### （一）课程概况

《文化市场营销》是文化产业管理专业的核心课程。本课程较全面系统地介绍文化企业市场营销的基本知识、原理和方法。具体内容包括：市场营销环境、文化消费需求、文化创意设计、文化市场定位、市场营销伦理、水平营销、免费营销、故事营销、场景营销、社群营销、电影营销、演艺营销、手作营销以及网游营销等。本课程可以加强学生对文化企业市场管理重要性的认识，帮助学生初步掌握分析文化企业市场营销环境、研究文化市场购买行为、制定恰当的市场营销组合决策和组织和控制文化市场营销活动的方法。课程将帮助学生树立起正确的营销观念，学会运用基本营销理论知识分析和解决文化市场具体营销问题。通过学习本课程，使学生了解掌握一定文化市场营销基本原理、基本技能和基本方法，以及常见的不同文化市场领域内的营销技能和方法，能对具体的文化市场做出一些的基础性判断。

Cultural Marketing is the core course of cultural industry management. This course comprehensively and systematically introduces the basic knowledge, principles and methods of cultural enterprise marketing. The specific contents include marketing environment, cultural consumption demand, cultural creative design, cultural market positioning, marketing ethics, horizontal marketing, free marketing, story marketing, scene marketing, community marketing, film marketing, performance marketing, manual marketing and online game marketing. This course can strengthen students' understanding of the importance of cultural enterprise market management, and help students preliminarily master the methods of analyzing the marketing environment of cultural enterprises, studying cultural market purchasing behavior, making appropriate marketing mix decisions, and organizing and controlling cultural marketing activities. The course will help students establish correct marketing concepts and learn to analyze and solve specific marketing problems in the cultural market by using basic marketing theories. Through learning this course, students can understand and master the basic principles, basic skills and basic methods of certain cultural marketing, as well as common marketing skills and methods in different cultural market fields, and can make some basic judgments on specific cultural markets.

#### （二）课程目标

**课程目标 1:** 能掌握市场营销环境、文化消费需求、文化创意设计、文化市场定位、市场营销伦理、水平营销、免费营销、故事营销、场景营销、社群营销、电影营销、演艺营销、手作营销以及网游营销等方面的基础理论知识。

**课程目标 2:** 能够透过现象看本质，理论转化为实践。将文化市场营销基础理论知识用于实践，能够综合文化产业不同产品对象的特点，理性分析判断文化市场营销中常见的问题。

**课程目标 3:** 能在大中型企事业单位中胜任文化营销管理相关工作，能运用所学的文化营销管理理论知识解决工作中的相关实务问题。能从文化产业产品特点的视角，对不同文化产品营销方案提出合理建议。

**课程目标 4:** 能够形成较强的团队协作意识，能够在案例讨论和时事分析中培养形成团队合作精神，以便在今后的文化营销管理不同环节的工作中主动参与团队工作，以及协调组织团队工作。

**课程目标 5:** 能初步培养文化产业从业者的专业素养及职业道德素养，能对我国文化产业发展的特点有科学的认知。以文化产业为桥梁，挖掘和展现中国文化的魅力，增强热爱中国文化的情怀。帮助学生树立正确的人生态度，以国家需求为己任，成为国家和社会需要的文化产业管理人才。

### (三) 课程目标和毕业要求的对应关系

课程目标	毕业要求指标点	毕业要求
1	2-2 掌握文化产业相关组织管理领域战略、财会、人力、品牌、组织行为、营销等知识，理解文化产业相关组织运行的机理。	2（专业知识）：能够将产业、管理、经济、文化、艺术、设计类等相关专业知识用于分析和解决文化产业相关领域的管理问题，具备基本的文化创意设计能力，掌握创造、创新基本方法。
2	3-1 能够应用数学、统计学、市场营销和管理学的基本原理，识别、表达提出相关问题。	3（问题分析）：能够应用数学、统计学、经济学和管理学的基本原理，通过文献分析和市场调研分析方法，准确识别、阐释文化产业领域的相关管理问题。
3	4-1 根据社会经济环境和文化产业特征，创造性地设计管理方案或项目方案，策划运营路线。	4（设计、策划解决方案）：具有创新意识，能够综合考虑社会、经济、健康、安全、法律、文化等多元因素，以问题和需求为导向，设计出满足特定需求的管理或项目方案及实施流程。
4	7-3 能与其他学科的成员有效沟通，合作共事，并能够在团队中独立或合作开展工作；能够组织、协调和指挥团队开展工作。	7（职业素养）：具备良好的语言沟通和规范的文字表达能力、资料收集与分析能力、人文社会科学素养和社会责任感，严格遵守职业道德与规范，正确把握团队和个人的关系，在团队中胜任个体、团队成员或负责人的角色。
5	8-3 具有正确劳动价值观、必备的劳动能力、积极的劳动精神、良好劳动习惯和品质。	8（综合素质）：体质健康、体魄健强、人格健全、意志坚韧，善于感受美、鉴赏美、追求美、弘扬美；具有正确的劳动价值观、必备的劳动能力、积极的劳动精神、良好的劳动习惯和品质。

### 三、教学内容、要求与学时分配

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式 (讲授、 实验、讨 论)	支撑 课程 目标
第一章 市场营销环境 (1) 宏观环境 (2) 媒介环境 (3) 竞争环境	掌握宏观环境、媒介环境、竞争环境；	重点：宏观环境 难点：竞争环境	1	讲授	1, 2
第二章 文化消费需求 (1) 需求：企业发展的动力 (2) 冲突：企业营销的实质 (3) 转化冲突实现需求	掌握需求：企业发展的动力；掌握冲突：企业营销的实质；理解转化冲突实现需求；	重点：市场的需求 难点：营销的本质	1	讲授	2, 3
第三章 文化创意设计 (1) 文化创意设计的特点 (2) 创意设计与文化产品 (3) 创意设计与文化市场 思政融入点：中国文化创意设计	掌握 文化创意设计的特点；理解 创意设计与文化产品；明确 创意设计与文化市场；	重点：文化创意的特点 难点：文化创意与市场	1	讲授	1, 5
第四章 文化市场定位 (1) 传统时代的定位类别 (2) 视觉时代定位的内涵 (3) 视觉时代定位的策略 (4) 视觉时代定位的陷阱	掌握传统时代的定位类别；掌握 视觉时代定位的内涵、策略及陷阱；	重点：文化市场定位概念 难点：视觉时代定位	1	讲授	2, 3
第五章 市场营销伦理 (1) 社会责任与营销伦理 (2) 市场营销中的伦理问题 (3) 市场营销伦理决策 思政融入点：营销道德和伦理	理解社会责任与营销伦理；明确市场营销中的伦理问题；掌握市场营销伦理决策；	重点：营销伦理决策 难点：营销伦理与社会责任	1	讲授	2, 4, 5
第六章 水平营销 (1) 市场层面的水平营销 (2) 产品层面的水平营销 (3) 组合营销层面的水平营销	掌握市场层面、产品层面及组合层面的水平营销；	重点：不同层面水平营销 难点：水平营销的策略	4	教授、讨论	1, 4
第七章 免费营销 (1) 免费营销的类型和市场 (2) 免费营销的实施诱因	掌握免费营销的类型和市场，以及 免费营销的实施诱因；	重点：免费营销的策略 难点：免费营销的诱因	1	讲授	1, 3
第八章 故事营销 (1) 故事及故事营销的内涵 (2) 象征性故事的架构策略 (3) 故事营销的效果与评估	掌握故事及故事营销的内涵；理解 象征性故事的架构策略；掌握故事营销的效果与评估；	重点：故事营销的策略 难点：故事营销的评估	4	教授、实验	2, 4

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式 (讲授、 实验、讨 论)	支撑 课程 目标
第九章 场景营销 (1) 理解场景的三种角度 (2) 场景的类型与特征 (3) 场景营销的流程与策略 (4) 场景营销的问题	理解场景的三种角度；掌握 场景的类型与特征；掌握 场景营销的流程与策略；能分析 场景营销的问题；	重点：场景营销的策略 难点：场景营销的问题	4	讲授、实验	2, 4
第十章 社群营销 (1) 社群的特征与类型 (2) 社群经营策略 (3) 社群营销策略	掌握社群的特征与类型；理解社群经营策略；	重点：社群营销的策略 难点：社群营销本质	6	教授、实验	2, 3, 4
第十一章 电影营销 (1) 电影、电影产业与电影市场 (2) 电影市场营销的流程 (3) 数字技术背景下的电影营销	理解 电影、电影产业与电影市场；掌握 电影市场营销的流程；理解 数字技术背景下的电影营销；	重点：电影营销的策略 难点：数字化背景下的电影营销	4	讲授、实验	1, 2, 3
第十二章 演艺营销 (1) 演艺市场的特征与分类 (2) 演艺市场营销的流程 (3) 演艺市场的营销战略 (4) 演艺市场的营销策略	掌握演艺市场的特征与分类；掌握演艺市场营销的流程；理解演艺市场的营销战略和策略；	重点：演艺营销的策略 难点：演艺营销的流程	1	讲授	1
第十三章 手作营销 (1) 传统民间工艺品市场的供需矛盾 (2) 基于供给侧改革的市场营销策略 (3) 基于需求侧管理的市场营销策略 思政融入点：中国传统工艺文化和手作	掌握传统民间工艺品市场的供需矛盾；理解基于供给侧改革的市场营销策略；掌握基于需求侧管理的市场营销策略；	重点：手作营销的策略 难点：供给侧改革背景下的手作营销	1	讲授	2
第十四章 网游营销 (1) 从游戏到虚拟游戏 (2) 网游的市场营销 (3) 网游营销的流弊与创新	了解从游戏到虚拟游戏；理解网游的市场营销；了解网游营销的流弊与创新；	重点：网游营销策略 难点：网游营销的流弊	1	讲授	3
第十五章 地方营销 (1) 地方营销的内涵 (2) 地方营销的对象 (3) 地方营销的策略	了解地方营销的内涵；掌握对方营销的对象和策略	重点：地方营销的策略 难点：对方营销的对象	1	讲授	2

#### 四、课程考核评价方式

考核以课程目标的达成度为主要目的，以检查学生对各知识点的掌握程度和应用能力为重要内容。

### （一）考核方式

考核方式为闭卷笔试。

总成绩由三部分组成：平时成绩、实验成绩和期末成绩。

期末成绩占期末总成绩的 50%，采用融合文化市场营销学的理论的案例分析和论述题的试卷，采用闭卷考试方式进行。

### （二）课程成绩

#### 1. 考核环节及说明

成绩构成	考核说明
平时成绩	(1) 平时成绩占期末总成绩的 20% (2) 主要包括小组汇报评估、开放式命题小论文、典型案例分析、课堂交流和讨论等模块，根据学生平时小组汇报、课堂讨论、小论文写作等情况综合评定，着重评价学生平时对专业知识和思政内容的应用能力。
实验成绩	(1) 实验成绩占期末总成绩的 30% (2) 主要包括对实验计划、实验调研、数据分析、实验报告撰写及汇报等情况综合评定，着重评价学生根据所学知识对实验项目策划、实施和总结报告的能力。
期末成绩	(1) 考试方式及占比：采用闭卷笔试，考试成绩 100 分，占课程考核成绩的 50%。 (2) 评定依据：考试成绩的评定根据试卷参考答案和评分标准进行。 (3) 考试题型：主要是选择题、判断题、名词解释、案例分析题和论述题。 (4) 考试内容：综合考察学生对专业知识的掌握程度，对文化市场营销理论体系和知识体系的理解程度，对文化市场营销案例的分析能力和相应问题解决的能力，以及相应的文字组织和表达能力，此外还考察学生对案例和实务问题背后思政内涵的理解能力，针对课程目标 1、2、3、4、5。

#### 2. 考核与评价方式

课程目标	成绩构成（平时成绩 20%+实验成绩 30%+期末成绩 50%）							合计
	平时成绩（20%）				实验成绩（30%）		期末成绩（50%）	
	小组汇报	案例分析	课堂讨论	课后作业	实验策划报告	实验总结报告	闭卷考试	
1	1	1	1	1	3	2	11	20
2	1	1	1	1	6	2	12	24
3	1	1	1	1	6	2	15	27
4	1	1	1	1	3	2	6	15
5	1	1	1	1	2	2	6	14
合计	5	5	5	5	20	10	50	100

## 五、教学方法

本课程教学所采用的教学方法如下：

**1. 翻转课堂教学法:** 基于 OBE 理念将教学设计分为三个阶段。第一阶段为上课前一周, 教师发布《文化市场营销学》 相关知识点的学习清单、教学课件和案例资料等, 由学生自主完成资料学习。第二阶段为授课的一周: 在每周两小节课中, 第一小节课让学生分小组汇报自学情况, 并进行交流讨论; 第二小节课由教师解答学生汇报中的疑难问题, 同时补充讲解重点内容和扩展问题, 并对每个小组予以点评辅导。第三阶段为课后的一周: 学生完成教师课堂布置的作业, 并自主学习下一周的教学内容。

**2. 研究式教学方法:** 在故事营销知识模块, 采用研究式的教学方法。下载故事营销、事件营销等方面的文献, 让学生进行文献阅读, 并对文献阅读结果进行汇报。进一步激发学生, 撰写相关论文, 并进行小组论文汇报。

**3. 其他教学方法:** 采用课前资料阅读, 课上进行小组汇报、案例讨论、时事分析、经典阅读汇报等形式开展教学。

## 五、参考教材和阅读书目

参考教材和书目:

1. 李康化, 《文化市场营销学》, 中国人民大学出版社, 2018 年 1 月, 第 1 版。
2. 大卫·赫斯蒙德夫, 《文化产业》, 中国人民大学出版社, 2016 年 6 月, 第 3 版。
3. 彭翊, 《中国省市文化产业发展指数报告 2017》, 中国人民大学出版社, 2018 年 12 月, 第 1 版。
4. 翁昌寿, 《文化创意: 移动互联网时代的文化生产与创新》, 中国人民大学出版社, 2020 年 1 月, 第 1 版。
5. 哈罗德·L·沃格尔, 《娱乐产业经济学: 财务分析指南》, 中国人民大学出版社, 2013 年 10 月, 第 8 版。

杂志和期刊:

1. 《Journal of Marketing Research》
2. 《Journal of Marketing》
3. 《Journal of Consumer Research》
4. 《Marketing Science》
5. Journal of Consumer Psychology
6. Academy of Management Journal
7. 《营销科学学报》
8. 《经济管理》
9. 《管理世界》
10. 《南开管理评论》

主撰人: 王建军

审核人: 高雪

英文校对: 沈庆会

教学副院长: 郑建明

日期: 2022 年 8 月 19 日

## 附件：各类考核与评价标准表

### 1. 平时成绩评分标准

成绩 课程目标	优秀 (分数 $\geq 90$ 分)	良好 ( $78 \leq$ 分数 $< 90$ )	中等 ( $68 \leq$ 分数 $< 78$ )	及格 ( $60 \leq$ 分数 $< 68$ )	不及格 (分数 $< 60$ 分)
课程目标 1 (4%)	按照要求完成课前阅读和预习。课堂上能够积极讨论和回答问题。能应用相关理论分析案例问题。	按照要求完成课前阅读和预习。课堂上基本能够参与讨论。能应用相关理论分析案例问题。	基本按照要求完成课前阅读和预习。课堂上基本能够参与讨论。基本能应用相关理论分析案例问题。	基本能够按照要求完成课前阅读和预习。课堂上能回答问题，但不是很积极。案例分析问题回答不积极。	不能按照要求完成课前阅读和预习。课堂上不回答问题。不能应用相关理论大致分析案例问题。
课程目标 2 (4%)	能撰写某个企业营销模式的分析报告，小组研究论文课堂汇报流畅，逻辑清晰。	基本能撰写某个企业营销模式的分析报告，小组研究论文汇报逻辑较为清晰。	基本能撰写某个企业营销模式分析报告，小组研究论文汇报逻辑基本清晰。	基本能撰写某个企业营销模式分析报告，小组研究论文课堂汇报完成，逻辑一般。	不能撰写某个企业营销模式分析报告，小组研究论文汇报逻辑混乱。
课程目标 3 (4%)	课堂案例讨论和回答问题积极、准确。	课堂案例讨论和回答问题较为积极，较准确。	课堂案例讨论和回答问题较积极，回答基本准确。	课堂案例讨论和回答问题不积极，准确性一般。	课堂案例讨论和回答问题不积极，不准确。
课程目标 4 (4%)	能很好地在课堂小组案例调研分析中形成较强的团队协作意识，在案例讨论和时事分析中形成团队合作精神。	能较好地在课堂小组案例调研分析中形成较强的团队协作意识，在案例讨论和时事分析中形成团队合作精神。	能一般地在课堂小组案例调研分析中形成较强的团队协作意识，在案例讨论和时事分析中形成团队合作精神。	能简单地在课堂小组案例调研分析中形成较强的团队协作意识，在案例讨论和时事分析中形成团队合作精神。	不能在课堂小组案例调研分析中形成较强的团队协作意识，在案例讨论和时事分析中形成团队合作精神。
课程目标 5 (4%)	课堂案例讨论和回答问题中，能够很好地理解并分析相关思政意义。	课堂案例讨论和回答问题中，能够较好地理解并分析相关思政意义。	课堂案例讨论和回答问题中，大致能理解并分析相关思政意义。	课堂案例讨论和回答问题中，理解并分析相关思政意义存在一定困难。	课堂案例讨论和回答问题中，不能理解并分析相关思政意义。

## 2. 实验成绩评分标准

成绩 课程目标	优秀 (分数 $\geq 90$ 分)	良好 ( $78 \leq$ 分数 $< 90$ )	中等 ( $68 \leq$ 分数 $< 78$ )	及格 ( $60 \leq$ 分数 $< 68$ )	不及格 (分数 $< 60$ 分)
课程目标 1 (5%)	能很好地应用所学知识和理论对实验进行设计,形成可实施的实验计划和流程。	能较好地应用所学知识和理论对实验进行设计,形成可实施的实验计划和流程。	能一般地应用所学知识和理论对实验进行设计,形成可实施的实验计划和流程。	能简单地应用所学知识和理论对实验进行设计,形成可实施的实验计划和流程。	不能应用所学知识和理论对实验进行设计,形成可实施的实验计划和流程。
课程目标 2 (8%)	能够应用文化市场营销学理论和知识对既定营销实验项目进行相关调研并形成数据详实的报告。	能较好地应用文化市场营销学理论和知识对既定营销实验项目进行相关调研并形成数据较为详实的报告。	能一般地应用文化市场营销学理论和知识对既定营销实验项目进行相关调研并形成有一定数据支撑的报告。	能简单地应用文化市场营销学理论和知识对既定营销实验项目进行相关调研并形成有简单数据支撑的报告。	不能应用文化市场营销学理论和知识对既定营销实验项目进行相关调研,没有调研报告。
课程目标 3 (8%)	能很好地对设计好的营销实验项目进行落地实施,并能产生项目预期销售额。	能较好地对设计好的营销实验项目进行落地实施,并能完成大部分项目预期销售额。	能一般地对设计好的营销实验项目进行落地实施,并能完成部分项目预期销售额。	能简单地对设计好的营销实验项目进行落地实施,并能完成小部分项目预期销售额。	不能对设计好的营销实验项目进行落地实施,没有营销实验项目相关销售额。
课程目标 4 (5%)	能很好地对营销实验项目运营过程进行得失总结,并形成有理由据的总结报告。	能较好地对营销实验项目运营过程进行得失总结,并形成较为有依据的总结报告。	能一般地对营销实验项目运营过程进行得失总结,并形成有一定依据的总结报告。	能简单地对营销实验项目运营过程进行得失总结,并形成简单依据支撑的总结报告。	不能对营销实验项目运营过程进行得失总结,没有总结报告。
课程目标 5 (4%)	能很好地以实验过程和结论为契机,形成对营销项目的理解,并在课堂上展开讨论。	能较好地以实验过程和结论为契机,形成对营销项目的理解,并在课堂上展开讨论。	能一般地以实验过程和结论为契机,形成对营销项目的理解,并在课堂上展开讨论。	能简单地以实验过程和结论为契机,形成对营销项目的理解,并在课堂上展开讨论。	不能以实验过程和结论为契机,形成对营销项目的理解,并在课堂上展开讨论。

### 3. 期末考核与评价标准

成绩 课程目标	优秀 (分数≥90分)	良好 (78≤分数<90)	中等 (68≤分数<78)	及格 (60≤分数<68)	不及格 (分数<60分)
课程目标 1 (11%)	能够准确回答宏观环境、文化消费需求及文化创意设计的相关概念问题,准确对相关问题分析 and 论述。	能比较准确回答宏观环境、文化消费需求及文化创意设计的相关概念问题,比较准确对相关问题分析 and 论述。	基本能准确回答宏观环境、文化消费需求及文化创意设计的相关概念问题,基本能准确对相关问题分析 and 论述。	回答宏观环境、文化消费需求及文化创意设计的相关概念问题不完整,对相关问题分析 and 论述不全面。	不能回答宏观环境、文化消费需求及文化创意设计的相关概念问题,不能对相关问题分析 and 论述。
课程目标 2 (12%)	能够准确回答劳动力需求行为分析的相关概念问题,准确对相关问题分析 and 论述。	能比较准确回答劳动力需求行为分析的相关概念问题,比较准确对相关问题分析 and 论述。	基本能准确回答劳动力需求行为分析的相关概念问题,基本能准确对相关问题分析 and 论述。	回答劳动力需求行为分析的相关概念问题不完整,对相关问题分析 and 论述不全面。	不能回答劳动力需求行为分析的相关概念问题,不能对相关问题分析 and 论述。
课程目标 3 (15%)	能够准确回答文化市场定位、营销伦理及水平营销等相关概念问题,准确对相关问题分析 and 论述。	能比较准确回答文化市场定位、营销伦理及水平营销等相关概念问题,比较准确对相关问题分析 and 论述。	基本能准确回答文化市场定位、营销伦理及水平营销等相关概念问题,基本能准确对相关问题分析 and 论述。	回答文化市场定位、营销伦理及水平营销等相关概念问题不完整,对相关问题分析 and 论述不全面。	不能回答文化市场定位、营销伦理及水平营销等相关概念问题,不能对相关问题分析 and 论述。
课程目标 4 (6%)	能够准确回答免费营销、故事营销及场景营销等相关概念问题,准确对相关问题分析 and 论述。	能比较准确回答免费营销、故事营销及场景营销等相关概念问题,比较准确对相关问题分析 and 论述。	基本能准确回答免费营销、故事营销及场景营销等相关概念问题,基本能准确对相关问题分析 and 论述。	回答免费营销、故事营销及场景营销等相关概念问题不完整,对相关问题分析 and 论述不全面。	不能回答免费营销、故事营销及场景营销等相关概念问题,不能对相关问题分析 and 论述。
课程目标 5 (6%)	能够准确回答社群营销、电影营销、演艺营销、手作营销、网游营销、地方营销等相关概念问题,准确对相关问题分析 and 论述。	能比较准确回答社群营销、电影营销、演艺营销、手作营销、网游营销、地方营销等相关概念问题,比较准确对相关问题分析 and 论述。	基本能准确回答社群营销、电影营销、演艺营销、手作营销、网游营销、地方营销等相关概念问题,基本能准确对相关问题分析 and 论述。	回答社群营销、电影营销、演艺营销、手作营销、网游营销、地方营销等相关概念问题不完整,对相关问题分析 and 论述不全面。	不能回答社群营销、电影营销、演艺营销、手作营销、网游营销、地方营销等相关概念问题,不能对相关问题分析 and 论述。

## 22. 《统计软件与数据分析》教学大纲

### 一、课程基本信息

课程名称	中文名称：统计软件与数据分析				
	英文名称：Statistical Software and Data Analysis				
课程号	52040006		学分	2	
学时	总学时：32	讲授学时	实验学时	上机学时	讨论学时
		16		16	
开课学院	海洋文化与法律学院		开课学期	第5学期	
课程负责人	杨 杨		适用专业	文化产业管理专业	
先修课程及要求	应用统计学				

### 二、课程简介

#### (一) 课程概况

《统计软件与数据分析》是文化产业管理专业必修课程。课程以数据的收集、整理、探索、分析、展示和分享为主线，以统计软件应用操作为抓手，以数据分析方法为核心，以透过数据发现规律为目的，强化学生对数据分析方法的运用能力。针对文化产业管理专业学生的特点，课程内容力求文化产业管理实际问题 and 实际背景出发，强调分析方法的应用环境，强化学生使用正确的统计软件和数据分析方法解决实际问题的能力。同时，对研究方法的介绍尽量避免复杂的数学推导，更注重强调其背景、思想以及如何操作应用。

Statistical Software and Data Analysis is a required course. It focuses on data analysis methods such as data extracting, cleaning, exploring, analyzing, presenting, and sharing to discover rules through data for students and to strengthen their ability of using quantitative research methods. According to the characteristics of students, it bases on the real and practical problems of cultural industry management, emphasizes the application environment of the research method to strengthen their ability to use the right approaches to solve the practical problems. At the same time, based on the students' features, it avoids the complicated mathematics, and highlights the background, thoughts, and operational methods behind.

#### (二) 课程目标

**课程目标 1:** 提升数据分析素养。数据分析素养主要包括知识与能力两个方面，兼具理论性与实践性、方法性与思想性、规范性与批判性。

**课程目标 2:** 掌握统计软件和数据分析的基本原理、基本方法及数据处理的基本知识。

**课程目标 3:** 运用数据分析知识，完成对数据资料的搜集、整理和分析，提高学生对本学科及相关学科问题的定量分析能力。

**课程目标 4:** 培养团队协作意识，能够在实验操作中合作探讨遇到的问题，创造性地解决问题，策划实施路径。

### （三）课程目标和毕业要求的对应关系

课程目标	毕业要求指标点	毕业要求
1	1-2 掌握数理理论、经济学理论，形成较好的逻辑能力，能用经济学原理观察和思考文化产业相关现象和问题。	1（基础理论）掌握马列主义基本原理、毛泽东思想和中国特色社会主义理论、习近平新时代中国特色社会主义思想等思想政治理论，以及数理、管理、经济、文化艺术等专业学科基础理论。
2	3-1：能够应用数学、统计学、市场营销和管理学的基本原理，识别、表达提出相关问题。	3（问题分析）能够应用数学、统计学、经济学和管理学的基本原理，通过文献分析和市场调研分析方法，准确识别、阐释文化产业领域的相关管理问题。
3	3-2：通过文献分析和市场调研分析文化产业相关领域的管理问题。	3（问题分析）能够应用数学、统计学、经济学和管理学的基本原理，通过文献分析和市场调研分析方法，准确识别、阐释文化产业领域的相关管理问题。
4	5-1：选择和应用先进的信息、资源技术及使用现代统计学工具	5（使用现代化工具）针对复杂的文化产业管理问题，能够选择和使用合适的信息、资源、技术和现代统计学工具、计算机辅助设计软件、人工智能等现代信息技术，对文化产业相关领域复杂管理问题进行预测、干预，并提出解决方案。

### 三、教学内容、要求与学时分配

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式	支撑课程目标
<p>第一章 数据基础</p> <p>(1) 数据是什么？ (2) 如何获取数据 (3) 排序和筛选 (4) 必要的数学基础 (5) 分析数据 (6) 从数据到图 (7) 常见的误区</p> <p>思政融入点： 数据分析素养不仅包括分析数据的知识与能力，还包括分析数据的唯物辩证的科学思维。例如集中趋势与离散程度的描述中融入了一分为二的看待问题的思维，既要关注数据水平的高低还要关心数据波动程度的大小，带来的启发是既要看到事物的优势也要看到面临的困难和问题。又例如，加权平均计算中融入了抓主要矛盾和矛盾的主要方面的思维，回归分析中融入了科学把握事物之间的联系的科学思维。</p>	<p>掌握数据分类、获取数据的途径、能够对电子表格数据进行排序筛选及基本的分析操作；掌握衡量集中趋势、离散趋势以及分布形态的统计量，并能进行数据描述统计判断；能根据数据类型选择适合的统计图；了解统计常见误区。</p>	<p>重点： 数据分类 数据描述统计分析 难点： 数据描述统计分析</p>	2	讲授	3

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式	支撑课程目标
<p>实验一：数据基础</p> <p>思政融入点： 数据分析素养不仅包括处理数据的知识与能力，还包括处理数据的精益求精的工匠精神。例如，在用图表展示数据时，不仅仅能使用基本的图表描述数据的信息，还能够运用一些数据可视化的技巧，将技术与艺术完美结合，借助图形化的手段，更清晰、灵活、有效的反映数据信息。</p>	世界银行获取数据；锁定、排序和筛选；数据描述性分析；通过公式和函数计算；制作人均医疗保健支出前十国家的柱形图。	<p>重点： 数据描述统计分析</p> <p>难点： 通过公式和函数计算</p> <p>数据描述统计分析</p>	2	上机	3
<p>第二章 数据提取</p> <p>(1) 从 pdf 中提取表格数据 (2) 从网页中提取表格数据</p> <p>思政融入点： 收集数据的科学严谨的务实态度关键在于保证统计数据的质量，数据质量是统计学的生命，如果收集的数据有问题，就好比污染源之水、朽本之木，会导致后续的一系列分析出现偏差，严重时将酿成难以挽回的损失。</p>	掌握非结构化数据如何转化为结构化数据的方法	<p>重点： 非结构化数据转化为结构化数据的方法</p> <p>难点：非结构化数据转化为结构化数据的方法</p>	2	讲授	1, 2
<p>实验二：数据提取</p>	gImageReader (pdf 图片文件，文本读取)；pdf to excel on line (包括各种格式之间的相互转换)；Google Spreadsheets 抓取网页中的指定表格数据	<p>重点： pdf to excel on line</p> <p>难点：Google Spreadsheets 抓取网页中的指定表格数据</p>	2	上机	1, 2, 3
<p>第三章 数据整理</p> <p>(1) 数据整理简介 (2) 表格中的隐形人 (3) 数据录入的一致性 (4) 数据的结构化 (5) 借助 excel 整理数据 (6) 借助 ASAP 整理数据</p>	掌握非打印字符移除方法；掌握替换、日期型数据、拼写检查的方法；掌握 ASAP 数据整理的方法	<p>重点： 各种数据整理方法</p> <p>难点：理解为什么要做数据整理</p>	2	讲授	1, 2
<p>实验三：数据整理</p>	移除非打印字符；利用排序发现数据格式错误；使用公式检测错误；替换、日期型数据、拼写检查、特殊技巧；合并地址信息；函数。	<p>重点：数据整理的操作方法</p> <p>难点：函数</p>	2	上机	1, 2, 3

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式	支撑课程目标
第四章 相关分析 (1) 相关分析的类型; (2) 相关的测定; (3) 相关系数的显著性检验	掌握相关分类; 相关系数计算及检验的方法	重点: 相关方向和大小的解读 难点: 显著性检验	2	讲授	1, 2
实验四: 相关分析	从散点图获得相关系数; 借助 Excel 分析工具库进行相关分析; 借助 spss 进行相关分析	重点: 相关分析的三种操作 难点: 对实验结果进行正确解读	2	上机	1, 2, 3
第五章 回归分析 (1) 线性回归模型的估计; (2) 从散点图中获得回归方程; (3) 使用 Excel 的分析工具库进行回归; (4) 利用回归模型进行预测; (5) 线性回归模型的检验 思政融入点: 数据分析素养不仅包括解释数据的知识与能力, 还包括解释数据的理性实证的谨慎探索。解释数据的理性实证的谨慎探索意味着要意识到统计研究的不确定性和风险性, 统计方法无法完全消除风险, 只能做到减少风险、控制风险。例如, 对于统计估计问题, 需要思考估计的误差有多大, 对应着多大的置信水平; 对于统计检验问题, 需要思考判断出错的可能性有多大, 对应着多高的显著性水平。	掌握线性回归分析的估计、检验与预测方法; 能借助统计软件开展回归分析, 并正确解读回归结果	重点: 回归建模、检验与预测  难点: 参数检验	2	讲授	1, 2
实验五 回归分析	从散点图中获得回归方程; 使用 Excel 的分析工具库进行回归; 利用回归模型进行预测; 线性回归模型的检验; 非线性回归;	重点: 回归分析的三种操作 难点: 对实验结果进行正确解读	2	上机	1, 2, 3
第六章 聚类分析 (1) 距离测度; (2) 系统聚类法; (3) 最短距离法; (4) 离差平方和法; (5) K 均值聚类	掌握不同的距离测度方法; 掌握系统聚类法、最短距离法、离差平方和法和 K- 均值聚类方法, 并能够借助统计软件开展聚类分析。	重点:  难点:	2	讲授	1, 2
实验六 聚类分析	系统聚类法; 最短距离法; 离差平方和法; K- 均值聚类;	重点: 距离测度、聚类方法 难点: 对实验结果进行正确解读	2	上机	1, 2, 3

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式	支撑课程目标
第七章 主成分分析和因子分析 (1) 主成分分析的基本思想; (2) 主成分分析在 spss 中的实现; (3) 因子分析与主成分分析的差异; (4) 基本原理、实验操作、结果分析	理解主成分分析和因子分析的基本思想及其差异; 借助统计软件开展主成分分析和因子分析, 并能对实验结果进行解读。	重点: 主成分分析和因子分析的基本思想和原理  难点: 分析结果解读	2	讲授	1, 2
实验七 主成分与因子分析	主成分分析在 spss 中的实现及结果分析; 因子分析在 spss 中的实现及结果分析。	重点: 主成分表达式、因子表达式 难点: 对分析结果进行正确解读	2	上机	1, 2, 3
第八章 空间分析 (1) 借助空间分析方法进行公共政策制定; (2) 公共事件的空间分布特征及动态演变	了解空间分析方法的基本原理; 能够借助空间分析软件对有空间特征的公共事件开展空间动态演变分析。	重点: 空间分析的基本原理、空间自相关、空间建模 难点: 空间权重矩阵、	2	讲授	1, 2
八 空间分析	借助 GEODA 进行空间分析, 全局空间自相关分析; 局部空间自相关分析	重点: 空间权重矩阵、莫兰指数 难点: 对分析结果进行正确解读	2	上机	1, 2, 3

#### 四、课程考核评价方式

考核以课程目标的达成度为主要目的, 以检查学生对各知识点的掌握程度和应用能力为重要内容。

##### (一) 考核方式

考核方式为闭卷笔试。

考试课程成绩由期末成绩和平时成绩构成。

平时成绩占总成绩的 55%, 主要包括出勤、课堂讨论、上机操作等模块, 根据学生平时出勤情况、实验报告、讨论参与等情况综合评定, 着重评价学生平时对专业知识的理解、应用和接受能力。期末考试成绩占总成绩的 45%, 采用闭卷考试方式进行。

##### (二) 课程成绩

###### 1. 考核环节及说明

成绩构成	考核说明
平时成绩	(1) 平时成绩满分为 100 分, 占总成绩的 55%。 (2) 主要包括出勤、课堂讨论、上机操作等模块, 根据学生平时出勤情况、实验报告、讨论参与等情况综合评定, 着重评价学生平时对专业知识的理解、应用和接受能力。

成绩构成	考核说明
期末考试	(1) 考试方式及占比：采用闭卷笔试，考试成绩 100 分，占课程考核成绩的 45%。 (2) 评定依据：考试成绩的评定根据试卷参考答案和评分标准进行。 (3) 考试题型：主要包含判断题、单项选择题、应用题。 (4) 考试内容：综合考察学生对专业知识的掌握程度，重点考核学生运用数据基础、数据提取、数据整理、相关分析、回归分析、聚类分析、主成分与因子分析、空间分析等相关知识点分析数据，并能很好地透过数据发现规律的能力。针对课程目标 1、2、3。

## 2. 考核与评价方式

课程目标	成绩比例（平时成绩55%+期末成绩45%）				合计
	平时成绩（55%）			期末成绩 (45%)	
	出勤 (10%)	上机 (40%)	课堂表现 (5%)		
1	2	10	2	15	29
2	3	10	1	15	29
3	2	10	1	15	28
4	3	10	1	0	14
合计(成绩构成)	10	40	5	45	100%

## 五、教学方法

遵循循序渐进的原则，讲述基本概念及相关理论问题时，确保概念准确、层次分明、逻辑清晰，使学生对统计软件和数据分析方法有全面系统的认识。由于课程具有极强的应用性，因此，特别注意理论与上机操作相结合讲授本课程，通过上机操作提高学生对研究方法的应用能力。学生在上课前需要提前预习课程内容，课后通过上机练习熟悉相关研究方法的操作。同时，在每一个数据分析方法课堂学习之后，通过软件操作或阅读相关文献、撰写操作报告等，加深对所学知识的理解、运用，拓宽知识面。

紧扣“课堂讲授、上机操作、考核”等教学要素，灵活采用课堂讲授、操作演示、课程录播等多种方法与手段开展教学。通过泛雅平台发布相关教学信息、教学资源 and 上机数据资料，批改上机实验报告，有助于学生实施自主学习和掌握数据分析操作情况；本课程采用的教学媒体主要有：课件和实验数据。对学生的辅导和答疑主要采用上机指导、课程微信群、学习通等形式。同时通过提供教学参考资料、推荐课外阅读材料等拓宽和深化学生的知识面和知识结构。

## 六、参考材料

1. 袁政著：《公共管理定量分析—方法与技术》（第2版），重庆大学出版社，2009年6月
2. 王钢著：《定量分析与评价方法》（第1版），华东师范大学出版社，2003年1月
3. 陈永国著：《公共管理定量分析方法》（第1版），上海交通大学出版社，2006年9月

4. 范柏乃著：《公共管理研究与定量分析方法》（第2版），科学出版社，2013年6月
5. 李子奈著：《计量经济学》（第5版），高等教育出版社，2020年10月
6. 魏娜、张璋著：《公共管理中的方法与技术》（第2版），中国人民大学出版社，2011年3月

主撰人：杨杨

审核人：张祖平

英文校对：赵玲

教学副院长：郑建明

日期：2022年9月28日

## 附件：各类考核与评价标准表

### 1. 平时成绩评分标准

成绩 课程目标	优秀 (分数≥90分)	良好 (78≤分数<90)	中等 (68≤分数<78)	及格 (60≤分数<68)	不及格 (分数<60分)
课程目标 1 (14%)	在课堂学习及课堂表现中，能够很好的理解数据分析方法的科学精神，能够深入理解并分析思政意义。	在课堂学习及课堂表现中，能够较好的理解数据分析方法的科学精神，能够较为深入理解并分析思政意义。	在课堂学习及课堂表现中，能够理解数据分析方法的科学精神，能够理解并分析思政意义。	在课堂学习及课堂表现中，能够部分理解数据分析方法的科学精神，能够部分理解并分析思政意义。	在课堂学习及课堂表现中，不能理解数据分析方法的科学精神，不能理解并分析思政意义。
课程目标 2 (14%)	能够对所学知识有非常好的掌握，并能够根据实际情况进行分析，分析得当，逻辑清晰，有理有据。	基本能够对所学知识有较好的掌握，并能够较好的根据实际情况进行分析，分析较得当，逻辑较清晰。	基本能够对所学知识有较好的掌握，并能够根据实际情况进行分析，分析基本得当，逻辑基本清晰，有一定根据。	基本能够对所学知识有掌握，并能够根据实际情况进行分析，有一定依据。	不能对所学知识掌握，对实际情况不能进行分析，分析逻辑混乱。
课程目标 3 (13%)	能高质量完成数据分析实验报告，作业完成质量高。	能较高质量完成数据分析实验报告，作业完成质量较高。	数据分析实验报告完成情况一般，作业完成质量一般。	基本能完成数据分析实验报告，作业完成情况一般。	不能很好地完成数据分析实验报告，作业完成情况差。
课程目标 4 (14%)	课堂作业及讨论积极，语言表达流畅，逻辑清晰。	课堂作业及讨论较积极，语言表达较流畅，逻辑较清晰。	课堂作业及讨论积极性一般，语言表达流畅度一般，逻辑清晰度一般。	课堂作业及讨论不积极，语言表达流畅度一般，逻辑清晰度一般。	不参加课堂讨论，小组作业汇报不流畅，逻辑较乱。

### 2. 期末考核评分标准

成绩 课程目标	优秀 (分数≥90分)	良好 (78≤分数<90)	中等 (68≤分数<78)	及格 (60≤分数<68)	不及格 (分数<60分)
课程目标 1 (15%)	能够运用所学数据分析知识正确分析社会现象和社会问题，	能够较好的运用所学数据分析知识正确分析社会现象和社会问题，具有	能够基本运用所学数据分析知识正确分析社会现象和社会问题，具有科	能够部分运用所学数据分析知识正确分析社会现象和社会问题，具有科	不能运用所学数据分析知识正确分析社会现象和社会问题，具有科学

成绩 课程目标	优秀 (分数≥90分)	良好 (78≤分数<90)	中等 (68≤分数<78)	及格 (60≤分数<68)	不及格 (分数<60分)
		具有科学精神。	科学精神。	学精神。	学精神。
课程目标 2 (15%)	能够准确回答数据分析研究方法的相关知识点及问题。	能够较准确回答数据分析研究方法的相关知识点及问题。	能够基本准确回答数据分析研究方法的相关知识点及问题。	能够用自己的语言回答数据分析研究方法的相关知识点及问题。	不能回答数据分析研究方法的相关知识点及问题。
课程目标 3 (15%)	能够选择合适的数据分析方法对社会现象和问题进行分析,并提出可行的解决方案。研究实施中考虑全面。	能够较好的选择合适的数据分析方法对社会现象和问题进行分析,并提出可行的解决方案。研究实施中考虑较为全面。	基本能够选择合适的数据分析方法对社会现象和问题进行分析,并提出可行的解决方案。研究实施中考虑部分因素。	基本能够选择合适的数据分析方法对社会现象和问题进行分析,并提出可行的解决方案。研究实施中能进行考虑。	不能选择合适的数据分析方法对社会现象和问题进行分析,并提出可行的解决方案。研究实施中考虑不周全。

## 23. 《文化产业政策与法规》教学大纲

### 一、课程基本信息

课程名称	中文名称: 文化产业政策与法规				
	英文名称: Cultural industry policies and regulations				
课程号	7503418		学分	2	
学时	总学时: 32	讲授学时	实验学时	上机学时	讨论学时
		30			2
开课学院	海洋文化与法律学院		开课学期	第 5 学期	
课程负责人	常飞		适用专业	文化产业管理专业	
先修课程及要求	了解文化产业领域经济、资源、管理等原理知识,初步形成对文化产业的系统化认知;建议在学完《文化产业管理概论》、《文化资源概论》后,修读该课程。				

### 二、课程简介

#### (一) 课程概况

文化政策与法规主要探讨文化方面的有关政策和相关法律关系。政策与法律是现代社会调控和治国互为补充的两种手段,发展文化产业必须完善文化产业发展的对策体系,其中包括文化产业法律体系。课程内容主要包括九个部分,政策与法的基础知识、文化产业政策与

法规概述、国外文化产业政策概述、出版类法律法规、演出市场管理类法律法规、广播影视类法律法规、文化与娱乐与休闲服务类法律法规、网络文化市场管理类法律法规、知识产权保护类法律法规。这些是学生必须掌握了解的文化产业管理的基本内容，培养学生认识掌握文化产业法律法规体系。

Cultural policies and regulations mainly discuss the relevant policies and related legal relations in the field of culture. Policy and law are two complementary means of modern social regulation and governance. To develop cultural industry, we must improve the countermeasure system of cultural industry development, including the legal system of cultural industry. The course mainly includes nine parts: basic knowledge of policies and laws, overview of cultural industry policies and regulations, overview of foreign cultural industry policies, publishing laws and regulations, performance market management laws and regulations, radio, film and television laws and regulations, cultural entertainment and leisure services laws and regulations, network cultural market management laws and regulations, and intellectual property protection laws and regulations. These are the basic contents of cultural industry management that students must master and understand, and train students to understand and master the legal and regulatory system of cultural industry.

## （二）课程目标

课程目标 1: 通过本课程的学习，使学生了解文化产业的有关法律法规，并在此基础上，培养学生认识和分析相关法律问题和案例的能力，加强对文化产业法律的执行和保障。

课程目标 2: 通过本课程的学习，使学生掌握我国文化产业政策发展进程，对我国文化产业的现状和发展方向有系统的了解。

课程目标 3: 通过本课程的学习，使学生掌握文化产业各领域的基本的政策与法规，能对文化产业各领域政策法规及案例进行分析。

课程目标 4: 通过本课程的学习，使学生熟悉文化产业发展政策和法规，能够在文化企事业单位、政府文化管理部门从事相关经营、管理工作的德智体美劳全面发展的社会主义建设者和接班人。

## （三）课程目标和毕业要求的对应关系

课程目标	毕业要求指标点	毕业要求
1	2-1 掌握文化产业领域经济、资源、政策法规、管理等原理知识，形成对文化产业的系统化认知。	2（理论基础）：掌握马列主义基本原理、毛泽东思想和中国特色社会主义理论、习近平新时代中国特色社会主义思想等思想政治理论，以及数理、管理、经济、文化艺术等专业学科基础理论。
2	3-3 具备相应的从文化产业观察透析能力、分析判断力、趋势预测能力、把握文化产业的未来发展趋势。	3（问题分析）：能够应用数学、统计学、经济学和管理学的基本原理，通过文献分析和市场调研分析方法，准确识别、阐释文化产业领域的相关管理问题。
3	7-2 能够在管理实践中理解并遵守文化产业管理的有关方针、政策和法规，履行责任。 7-3 能与其他学科的成员有效沟通，合作共事，并能够在团队中独立或合作开展工作；能够组织、协调和指挥团队开展工作。	7（职业素养）：具备良好的语言沟通和规范的文字表达能力、资料收集与分析能力、人文社会科学素养和社会责任感，严格遵守职业道德与规范，正确把握团队和个人的关系，在团队中胜任个体、团队成员或负责人的角色。
4	8-2 具有感受美、鉴赏美的能力和崇高的审美追求、高尚的人格修养、坚定的文化自信。	8（综合素质）：体质健康、体魄健强、人格健全、意志坚韧，善于感受美、鉴赏美、追求美、弘扬美；具有正确的劳动价值观、必备的劳动能力、积极的劳动精神、良好的劳动习惯和品质。

### 三、教学内容、要求与学时分配

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式（讲授、实验、上机、讨论）	支撑课程目标
第一章 文化、文化政策和文化产业政策 (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。	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。	重点：文化产业政策的定义与特点。 难点：法律与政策的关系。	2	讲授	1、4
第二章 国外文化产业政策概述 (1) 国际公约和国际法中的文化产业政策； (2) 西方文化产业政策概述。	掌握：西方文化产业政策。 理解：西方国家对文化艺术事业的管理模式有哪些。	重点：西方文化产业政策。 难点：文化艺术的管理模式。	2	讲授	1
第三章 中国文化产业政策概述 (1) 中国文化产业产生和发展； (2) 中国文化产业的基本方针和政策。	掌握：中国文化产业的基本方针和政策。 理解：中国文化产业产生和发展。	重点：我国文化产业法律法规概况。 难点：我国文化产业法律法规现状和发展方向。	2	讲授	1
第四章 出版类法律法规 (1) 出版物市场管理； (2) 音像出版与市场管理； (3) 电子出版物管理。	掌握：出版类法律法规。 理解：出版物市场管理。	重点：我国当前出版物现状、我国出版物市场政策法规现状。 难点：我国图书管理、报刊市场管理、音像制品管理以及电子出版物管理法律制度。	4	讲授、案例	4
第五章 演出市场管理类法律法规 (1) 演出市场管理； (2) 涉外文化艺术表演管理。	掌握：演出市场管理类法律法规。 理解：文化艺术表演市场管理。	重点：演出市场管理类法律法规。 难点：我国营业性演出方式的规制。	4	讲授、案例	2、3
第六章 广播影视类法律法规 (1) 电影类法规； (2) 广播电视类法规。	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。	重点：广播影视类法律法规。 难点：广播电台、电视台播放录音制品付酬数额、电视剧的内容管理。	4	讲授、案例	2、3

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式（讲授、实验、上机、讨论）	支撑课程目标
第七章 文化与娱乐与休闲服务类法律法规 (1) 文化娱乐市场管理； (2) 旅游服务与管理。	掌握：文化与娱乐与休闲服务类法律法规。 理解：公共娱乐服务市场管理。	重点：文化与娱乐与休闲服务类法律法规。 难点：公共文化服务最主要的功能。	4	讲授、案例	2、3
第八章 网络文化市场管理类法律法规 (1) 互联网审查制度； (2) 场所管理及相关法律责任。	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。	重点：网络文化市场管理类法律法规。 难点：互联网管理的相关法律责任。	4	讲授、案例	2、3
第九章 知识产权保护类法律法规 (1) 著作权法； (2) 商标权法； (3) 专利权法。	掌握：知识产权保护类法律。 理解：著作权合理使用的情形有哪些？	重点：知识产权保护类法律。 难点：商标注册申请有哪些原则？	4	讲授、案例	2、3

#### 四、课程考核评价方式

考核以课程目标的达成度为主要目的，以检查学生对各知识点的掌握程度和应用能力为重要内容。

##### (一) 考核方式

考核方式为闭卷笔试。

总成绩由两部分组成：平时成绩和期末成绩。

期末成绩占期末总成绩的 60%，采用融合文化产业政策理论与案例分析和论述题的试卷，采用闭卷考试方式进行。

##### (二) 课程成绩

###### 1. 考核环节及说明

成绩构成	考核说明
平时成绩	(1) 平时成绩占期末总成绩的 40% (2) 主要包括小组汇报评估、开放式命题小论文、典型案例分析、课堂交流和讨论等模块，根据学生平时小组汇报、课堂讨论、小论文写作等情况综合评定，着重评价学生平时对专业知识和思政内容的应用能力。
期末考试	(1) 考试方式及占比：采用闭卷笔试，考试成绩 100 分，占课程考核成绩的 60%。 (2) 评定依据：考试成绩的评定根据试卷参考答案和评分标准进行。 (3) 考试题型：主要是案例分析题和论述题。 (4) 考试内容：综合考察学生对专业知识的掌握程度，对文化产业相关法律问题的分析能力，以及相应的文字组织和表达能力，此外还考察学生对案例和实务问题背后思政内涵的理解能力，针对课程目标 1、2、3、4。

###### 2. 考核与评价方式

课程目标	成绩比例（平时成绩40%+期末成绩60%）					合计	
	平时成绩（40%）						期末成绩 （60%）
	小组汇报	案例分析	课堂讨论	课后作业	……		
1	2	2	1	2		10	17
2	3	2	1	2		10	18
3	5	3	1	3		20	32
4	5	3	2	3		20	33
合计(成绩构成)	15	10	5	10		60	100%

## 五、教学方法

写明本课程教学所采用的教学方法（如讨论式、案例式、研究式、在线学习、翻转课堂、混合式教学等）

**1. 翻转课堂教学法：**基于 OBE 理念将教学设计分为三个阶段。第一阶段为上课前一周，教师发布《文化产业政策与法规》相关知识点的学习清单、教学课件和案例资料等，由学生自主完成资料学习。第二阶段为授课的一周：在每周两小节课中，第一小节课让学生分小组汇报自学情况，并进行交流讨论；第二小节课由教师解答学生汇报中的疑难问题，同时补充讲解重点内容和扩展问题，并对每个小组予以点评辅导。第三阶段为课后的一周：学生完成教师课堂布置的作业，并自主学习下一周的教学内容。

**2. 研究式教学方法：**在网络文化市场法律法规知识模块，采用研究式的教学方法。下载网路文化市场法律规制方面的文献，让学生进行文献阅读，并对文献阅读结果进行汇报。进一步激发学生，撰写相关论文，并进行小组论文汇报。

**3. 其他教学方法：**采用课前资料阅读，课上进行小组汇报、案例讨论、时事分析、经典阅读汇报等形式开展教学。

## 六、参考材料

- 1、赵阳主编，《文化产业政策与法规》，中山大学出版社，2012年4月第1版。
- 2、胡慧林主编，《文化政策学》，上海文艺出版社，2003年。
- 3、《中华人民共和国文化法规全书》，文化艺术出版社，2008年。
- 4、李德成主编，《文化传媒业政策法规精解》，法律出版社，2006年。

主撰人：常飞

审核人：高雪

英文校对：沈庆会

教学副院长：郑建明

日期：2022年9月9日

## 附件：各类考核与评价标准表

### 1. 平时综合成绩评分标准

成绩 课程目标	优秀 (分数 $\geq 90$ 分)	良好 ( $78 \leq$ 分数 $< 90$ )	中等 ( $68 \leq$ 分数 $< 78$ )	及格 ( $60 \leq$ 分数 $< 68$ )	不及格 (分数 $< 60$ 分)
课程目标 1 (7%)	按照要求完成课前阅读预习。课堂上能够完成小组汇报, 积极讨论。能够熟练掌握文化产业政策与法律的基本理论和基础知识。	按照要求完成课前阅读预习。课堂上能够完成小组汇报, 积极讨论。总体能够掌握文化产业政策与法律的基本理论和基础知识。	按照要求完成课前阅读预习。课堂上能够完成小组汇报, 积极讨论。基本能够掌握文化产业政策与法律的基本理论和基础知识。	完成课前阅读预习不足, 课堂上不能较好完成小组汇报, 讨论与回答问题不积极。总体掌握文化产业政策与法律的基本理论和基础知识存在一定困难。	不能完成课前阅读预习, 课堂上不能完成小组汇报, 讨论与回答问题不积极, 不能认真听讲。总体不能掌握文化产业政策与法律的基本理论和基础知识。
课程目标 2 (8%)	在课堂案例讨论和时事分析中能够很好地将所学基本理论和基础知识应用于判断、分析和讨论中。	在课堂案例讨论和时事分析中能较好地将所学基本理论和基础知识应用于判断、分析和讨论中。	在课堂案例讨论和时事分析中基本能够将所学基本理论和基础知识应用于判断、分析和讨论中。	在课堂案例讨论和时事分析中将所学基本理论和基础知识应用于判断、分析和讨论时, 存在一定困难。	在课堂案例讨论和时事分析时, 不能将所学基本理论和基础知识应用于判断、分析和讨论。
课程目标 3 (12%)	能够较好撰写文化产业政策与法规案例分析的研究论文, 课堂汇报流畅, 逻辑清晰。	能够撰写文化产业政策与法规案例分析的研究论文, 汇报逻辑较为清晰。	基本能够撰写文化产业政策与法规案例分析的研究论文, 汇报逻辑基本清晰。	基本能够撰写文化产业政策与法规案例分析的研究论文, 课堂汇报逻辑一般。	不能撰写文化产业政策与法规案例分析的研究论文, 汇报逻辑混乱。
课程目标 4 (13%)	在课前阅读预习, 课堂案例讨论和回答问题中, 能够很好地理解并分析相关思政意义。	在课前阅读预习, 课堂案例讨论和回答问题中, 能够较好地理解并分析相关思政意义。	在课前阅读预习, 课堂案例讨论和回答问题中, 能够基本理解并分析相关思政意义。	在课前阅读预习, 课堂案例讨论和回答问题中, 理解并分析相关思政意义, 存在一定困难。	在课前阅读预习, 课堂案例讨论和回答问题中, 不能够理解并分析相关思政意义。

## 2. 期末考核与评价标准

成绩 课程目标	优秀 (分数 $\geq 90$ 分)	良好 ( $78 \leq$ 分数 $< 90$ )	中等 ( $68 \leq$ 分数 $< 78$ )	及格 ( $60 \leq$ 分数 $< 68$ )	不及格 (分数 $< 60$ 分)
课程目标 1 (10%)	能够很好的理解我国文化产业政策与法规的总体情况及发展趋势。	能够较好的理解我国文化产业政策与法规的总体情况及发展趋势。	基本能够理解我国文化产业政策与法规的总体情况及发展趋势。	能够初步理解我国文化产业政策与法规的总体情况及发展趋势。	不能够理解我国文化产业政策与法规的总体情况及发展趋势。
课程目标 2 (10%)	能够很好的回答出版类法律法规、演出市场管理类法律法规、广播影视类法律法规、文化与休闲娱乐与休闲服务类法律法规、网络文化市场管理类法律法规、知识产权保护类法律法规等基本原理。	能够较好的回答出版类法律法规、演出市场管理类法律法规、广播影视类法律法规、文化与休闲娱乐与休闲服务类法律法规、网络文化市场管理类法律法规、知识产权保护类法律法规等基本原理。	基本能够回答出版类法律法规、演出市场管理类法律法规、广播影视类法律法规、文化与休闲娱乐与休闲服务类法律法规、网络文化市场管理类法律法规、知识产权保护类法律法规等基本原理。	不能够完整回答出版类法律法规、演出市场管理类法律法规、广播影视类法律法规、文化与休闲娱乐与休闲服务类法律法规、网络文化市场管理类法律法规、知识产权保护类法律法规等基本原理。	不能够回答出版类法律法规、演出市场管理类法律法规、广播影视类法律法规、文化与休闲娱乐与休闲服务类法律法规、网络文化市场管理类法律法规、知识产权保护类法律法规等基本原理。
课程目标 3 (20%)	能够很好地将所学文化产业政策与法律的基本理论和基础知识应用于案例分析和时事讨论,有理有据判断剖析相关法律问题。	能够较好地将所学文化产业政策与法律的基本理论和基础知识应用于案例分析和时事讨论,有理有据判断剖析相关法律问题。	基本能够将所学文化产业政策与法律的基本理论和基础知识应用于案例分析和时事讨论,有理有据判断剖析相关法律问题。	不能够完整地将所学文化产业政策与法律的基本理论和基础知识应用于案例分析和时事讨论,有理有据判断剖析相关法律问题。	不能够将所学文化产业政策与法律的基本理论和基础知识应用于案例分析和时事讨论,有理有据判断剖析相关法律问题。
课程目标 4 (20%)	能够很好地将文化产业发展态势与案例分析和问题论述中的专业知识剖析有机融合,深入理解中国特色社会主义先进文化等重大意义。	能够较好地将文化产业发展态势与案例分析和问题论述中的专业知识剖析有机融合,深入理解中国特色社会主义先进文化等重大意义。	基本能够将文化产业发展态势与案例分析和问题论述中的专业知识剖析有机融合,深入理解中国特色社会主义先进文化等重大意义。	不能够完整地将文化产业发展态势与案例分析和问题论述中的专业知识剖析有机融合,深入理解中国特色社会主义先进文化等重大意义。	不能够将文化产业发展态势与案例分析和问题论述中的专业知识剖析有机融合,深入理解中国特色社会主义先进文化等重大意义。

## 24. 《文化经济经纪理论与实务》教学大纲

### 一、课程基本信息

课程名称	中文名称：文化经纪理论与实务				
	英文名称：Cultural Brokers: Theory and Practice				
课程号	7503419	学分	2		
学时	总学时：32	讲授学时	实验学时	上机学时	讨论学时
		18	10	0	4
开课学院	海洋文化与法律学院		开课学期	5	
课程负责人	吕霓虹		适用专业	文化产业管理	
先修课程及要求	文化创意管理概论、文化项目策划与管理				

### 二、课程简介

#### (一) 课程概况

《文化经纪理论与实务》是文化产业管理专业的核心课程，这是一门运用管理学、文化市场学、文化策划学等多学科理论与方法专门研究文化经纪人及其活动规律的学科。主要讲授文化经纪人的基本概念、职责和功能、基本素质，化经纪人的管理，化经纪人和文化市场的关系等文化经纪理论和文化经纪实务操作的内容。

本课程的教学力求反映国内外文化经纪研究领域的新成果和新信息，通过学习文化经纪人的基础理论和基础操作方法，使学生在宏观上掌握文化经纪人的活动内容和策略，了解政府部门对文化经纪人的有关管理规定，熟悉我国各类文化经纪人的素质要求和业务技巧等基本情况，掌握国内文化市场规律，适应在文化产业部门从事有关经纪活动的需要，成为精通文化产业经营管理之道的高素质复合型的文化经纪人才。

Cultural Brokers : Theory and Practice is one of the core course of cultural industry management, which is a subject that specializes in the study of cultural brokers and their activities by using multidisciplinary theories and methods such as management, cultural marketing and cultural planning. It mainly teaches the basic concepts, duties and functions, and basic qualities of cultural brokers, management of cultural brokers, relationship between cultural brokers and cultural markets, and other cultural brokerage theories and the practice of cultural brokerage.

The teaching of this course seeks to reflect new achievements and information in the field of cultural brokerage research at home and abroad. By learning the basic theory and operation methods of cultural brokers, students can master the contents and strategies of cultural brokers at the macro level, understand the relevant regulations of government departments on cultural brokers, familiarize with the quality requirements and business skills of various types of cultural brokers in China, master the laws of the domestic cultural market, and adapt to the needs of engaging in relevant brokerage activities in the cultural industry sector. With all this, students will become proficient in the management of cultural industries, and become a high-quality composite cultural brokers.

## （二）课程目标

课程目标 1: 学习文化经纪人应该具备的职业道德, 理解诚实公正、诚信守则的职业操守和规范, 并能在文化经纪活动中自觉遵守相关的管理条例;

课程目标 2: 能够非常熟练掌握经纪人的基本概念、职责和功能、基本素质等文化经纪理论和文化经纪实务操作的内容。并在宏观上对文化经纪人与文化市场及文化产业发展的关系、文化经纪人的基本素质等一系列问题进行较为全面地分析, 并能够把所学理论运用到实践中来, 具备从事本行业工作的基本能力以及具备文化产业观察透析能力。

课程目标 3: 具备分析案例的能力, 可以利用已学的理论知识进行案例分析, 学习案例中的经纪人经验, 掌握国内文化市场规律和最新动态, 培养敏锐的文化市场意识, 把握文化产业的未来发展趋势。

课程目标 4: 运用理论知识的能力, 能够将文化经纪理论知识运用到实际的经纪活动中, 培养经纪活动项目策划能力, 在活动策划实践中, 进一步巩固专业知识, 提升自身专业水平。

课程目标 5: 树立正确的文化价值观, 学生通过掌握各类文化艺术的特点, 培养较高的艺术审美情趣和艺术眼光, 具备良好的文化艺术价值判断力, 并且培养团队合作能力, 在合作中践行艺术审美, 从而提升综合素养能力。

## （三）课程目标和毕业要求的对应关系

课程目标	毕业要求指标点	毕业要求
2	3-3 具备相应的文化产业观察透析能力, 分析判断力, 趋势预测能力, 把握文化产业的未来发展趋势。	3 (问题分析) 能够应用数学、统计学、经济学和管理学的基本原理, 通过文献分析和市场调研分析方法, 准确识别、阐释文化产业领域的相关管理问题。
3	3-3 具备相应的文化产业观察透析能力, 分析判断力, 趋势预测能力, 把握文化产业的未来发展趋势。	3 (问题分析) 能够应用数学、统计学、经济学和管理学的基本原理, 通过文献分析和市场调研分析方法, 准确识别、阐释文化产业领域的相关管理问题。
4	4-1 根据社会经济环境和文化产业特征, 创造性地设计管理方案或项目方案, 策划运营路线	4 (设计、策划解决方案) 具有创新意识, 能够综合考虑社会、经济、健康、安全、法律、文化等多元因素, 以问题和需求为导向, 设计出满足特定需求的管理或项目方案及实施流程
1、5	7-3 能与其他学科的成员有效沟通, 合作共事, 并能够在团队中独立或合并开展工作; 能够组织、协调和指挥团队开展工作。	7 (职业素养) 具备良好的语言沟通和规范的文字表达能力、资料收集与分析能力、人文社会科学素养和社会责任感, 严格遵守职业道德与规范, 正确把握团队和个人的关系, 在团队中胜任个体、团队成员或负责人的角色。

## 三、教学内容、要求与学时分配

教学内容	预期的学习成果	重点、难点	学时	教学方式（讲授、实验、上机、讨论）	支撑课程目标
第一章文化经纪导论 第一节文化经纪相关概念 第二节经纪人与文化经纪人	1. 了解：国外著名文化经纪公司。 2. 理解：文化经纪产生的必然性。 3. 掌握：文化经纪人的概念和分类。	<b>重点：</b> 文化经纪人的含义、分类及相关概念。 <b>难点：</b> CAA 的运营管理模式。	4	讲授为主	2, 3
第二章 文化经纪人概述 第一节 中外文化经纪人现状 第二节 文化经纪人的素质、作用及职能 思政融入点：通过案例来讲解诚实公正、诚信守则的职业操守和规范	1. 了解：文化经纪人的现状。 2. 理解：日本杰尼斯事务所的运营管理模式。 3. 掌握：文化经纪人的素质要求和制度规范	<b>重点：</b> 文化经纪人的素质要求和制度规范。 <b>难点：</b> 欧美日韩经纪模式与中国经纪模式的比较	4	讲授+实践	1, 2, 3
第三章 文化经纪活动 第一节 文化经纪活动的主要内容及程序 第二节 文化经纪活动的策略 第三节 文化经纪业务技巧 思政融入点： 赢得谈判的技巧需要自身充满信心，对困难有充分的认识，排除心理因素的干扰等一系列积极的心理构建	1. 了解：文化经纪业务技巧。 2. 理解：文化经纪人的活动策略。 3. 掌握：文化经纪人的活动内容和程序。	<b>重点：</b> 文化经纪人的活动内容和程序。 <b>难点：</b> 文化经纪人的活动策略。	4	讲授+实践	1, 3, 5
第四章 文化经纪合同 第一节 文化经纪合同及其种类 第二节 文化经纪合同的签订及效力 思政融入点： 在了解与模拟合同签订的过程中，要始终秉承诚实信用、平等自愿的合同精神。	1. 了解：文化经纪合同及种类。 2. 理解：文化经纪合同在完善文化市场管理方面发挥着怎样的作用。 3. 掌握：文化经纪合同的内容及效力。	<b>重点：</b> 文化经纪合同的内容。 <b>难点：</b> 文化经纪合同的种类。	2	讲授+案例分析	1, 2
第五章 明星经纪人 第一节 明星与明星制 第二节 明星研究 第三节 明星经纪人与明星形象包装 第四节 明星广告代言	1. 了解：好的影视明星经纪人需要具备哪方面的能力。 2. 理解：明星经纪	<b>重点：</b> 影视明星经纪人的形象包装。 <b>难点：</b> 影视明星经纪人应对危机的公关	4	讲授+实践（策划项目）	1, 3, 4,

第五节 明星与网红	人的活动内容。 3. 掌握：影视明星经纪人应对危机的公关战略及经营策略。	战略及经营策略。			
第六章 音乐经纪人、模特经纪人 第一节 音乐经纪人的活动内容和包装程序 第二节 模特经纪人工作程序及素质 第三节 签约模特经纪合同注意事项 第四节 案例分析  思政融入点： 通过了解近几年比较火的节目，比如《我是歌手》、《中国好声音》等节目的理念与策划技巧，乱象。 理解：演出经纪人的特殊要求帮学生树立正确的文化价值观，以及认识到培养较高的艺术审美情趣和艺术眼光的重要性	1. 了解：音乐经纪人的活动内容、签约模特经纪合同注意事项。 2. 理解：音乐经纪人有哪些特殊之处、我国模特经纪人需要具备的素质。 3. 掌握：音乐经纪人的包装程序、模特经纪人的工作程序。	<b>重点：</b> 音乐经纪人的包装程序、模特经纪人的素质。 <b>难点：</b> 音乐经纪人有哪些特殊之处、模特经纪人的素质。	4	实践为主，讲授为辅	3, 4, 5
第七章 演出经纪人、艺术品经纪人 第一节：演出经纪人资格认定 第二节：演出经纪人的素质 第三节：艺术品市场概述 第四节：艺术品经纪人素质 第五节：案例分析 思政融入点： 艺术品经纪人的素质以及艺术素养与眼光	了解：演出经纪人资格认定的相关问题、我国艺术品市场的概念及分类。  掌握：演出经纪人和艺术品经纪人应具备的素质。	<b>重点：</b> 演出经纪人和艺术品经纪人的素质。 <b>难点：</b> 演出经纪人资格认定的相关问题。	4	讲授+讨论	1, 3, 4, 5
第八章 体育经纪人、出版经纪人 第一节：体育经纪人的概念及分类 第二节：运动员经纪 第三节：出版经纪人运作程序 第四节：西方出版经纪人的活动 第五节：案例分析	了解：体育经纪人的概念及分类、出版业的发展趋势。 理解：国外体育经纪人的管理、我国出版经纪人的总体情况和存在问题。 掌握：体育经纪人的素质、出版经纪人运作程序。	<b>重点：</b> 体育经纪人的素质。 <b>难点：</b> 出版经纪人的运作程序	4	讲授+案例分析	3, 4
复习与答疑			2	讨论	

#### 四、课程考核评价方式

考核以课程目标的达成度为主要目的，以检查学生对各知识点的掌握程度和应用能力为重要内容。

### （一）考核方式

考核方式为闭卷考试为主，考核内容主要包括：文化经纪人概念、文化经纪活动主要内容、文化经纪合同的订立等。

考试课程成绩一般由期末成绩和平时成绩构成。

### （二）课程成绩

考核项目	比重	完成时间	任务量
出勤	10%	第 16 周前	90 分钟
实践作业	20%	第 16 周前	4 小时
课堂讨论	10%	第 16 周前	2 小时
期末作业	60%	第 16 周	90 分钟

#### 1. 考核环节及说明

成绩构成	考核说明
平时成绩	(1) 平时成绩满分为 100 分，占总成绩的 50% (2) 针对平时成绩对应的课程目标，考勤（10%）、平时作业（20%）、小组作业（10%）及课堂讨论（10%）。
期末考试	(1) 考试方式及占比：采用闭卷笔试，考试成绩 100 分，占课程考核成绩的 50%。 (2) 评定依据：考试成绩的评定根据试卷参考答案和评分标准进行。 (3) 考试题型：可以包含单项选择题、多项选择题、填空题、简答题、计算题和设计题。 (4) 考试内容：针对期末考试对应的课程目标。

#### 2. 考核与评价方式

课程目标	成绩比例（平时成绩50%+期末成绩50%）					合计
	平时成绩（50×%）				期末成绩（50%）	
	作业 (20%)	考勤 (10%)	小组作业 (10%)	课堂讨论 (10%)	闭卷考试	
1	3	2	1	2	5	13
2	5	2	2	2	10	21
3	5	2	2	2	10	21
4	5	2	2	2	10	21
5	2	2	3	2	15	24
合计(成绩构成)	20	10	10	10	50	100

期末考试的考核方式为闭卷考试为主，考核内容主要包括：文化经纪人概念、文化经纪活动主要内容、文化经纪合同的订立等。

#### 期末试卷题型

试题类型	判断题	选择题	名词解释	简答题	案例分析	总分
题目量 (个)	10	10	5	5	2	
单个得分 (分/个)	2	2	3	4	20	
总分 (分)	20	20	15	20	25	100 分

## 五、教学方法

本课程采用的教学媒体主要有：文字教材、课件和视频音频。灵活采用传统讲授方式、观看录像、电子教案、课程资源上网等多种方法与手段开展教学。对学生的辅导，主要采用实验指导、当面答疑、E-MAIL 等形式。同时通过提供教学参考资料、推荐课外阅读材料等拓宽和深化学生的知识面和知识结构。

课程将通过课堂讲授、分组讨论、课后阅读补充资料以及实践等方式开展教学，泛雅平台将作为本课程网络教学辅助平台发布各类通知、访问资源和学习资料、开展在线测试和讨论，课堂的 PPT 和资料均上传至泛雅平台。

## 六、参考教材和阅读书目

### 参考教材：

1.胡晓明、肖春晔，《文化经纪理论与实务》，中山大学出版社，2021 年 1 月，第 10 版次。

2.汪京，《文化经纪人》，中国经济出版社，2006 年 2 月，第 1 版。

3.褚岩，《文化经纪人概论》，中国电影出版社，2008 年 3 月，第 1 版。

### 阅读书目：

1.【美】罗伯特·斯雷特著，李斯译，《好莱坞首席明星代理人：迈克尔·奥维茨传》，海南出版社，2001 年 8 月，第 1 版；

2.卢燕，李亦中，《聚焦好莱坞：文化与市场对接》，北京大学出版社，2006 年 1 月，第 1 版。

3.马轶，《新编体育经纪人》，中国经济出版社，2007 年 1 月，第 1 版。

4.胡月明著，《演出经纪人》，人民体育出版社，2002 年 11 月，第 1 版。

5.秦春荣著，《艺术品拍卖》，上海大学出版社，2004 年 6 月，第 1 版。

6.陈少峰，朱嘉著，《中国文化产业十年》，金城出版社，2010 年 1 月，第 1 版。

7.胡晓明，肖春晔主编，《艺术管理》，广州中山大学出版社，2011 年 3 月，第 1 版。

8.胡晓军主编，《网红经济》，背景工业大学出版社，2017 年 2 月，第 1 版。

主撰人：吕霁虹

审核人：高雪

英文校对：沈庆会

教学院长：郑建明

日期：2022 年 8 月 30 日

## 附件：各类考核与评价标准表

### (1) 平时成绩评分标准

成绩 课程目标	优秀 (分数 $\geq 90$ 分)	良好 ( $78 \leq$ 分数 $< 90$ )	中等 ( $68 \leq$ 分数 $< 78$ )	及格 ( $60 \leq$ 分数 $< 68$ )	不及格 (分数 $< 60$ 分)
课程目标 1 (8%)	能够完成文化经纪人的职业操守与规范条例相关内容的课前阅读和预习。并非常准确地完成布置的相关知识类题目。	能够完成文化经纪人的职业操守与规范条例相关内容的课前阅读和预习。并比较准确地完成布置的相关知识类题目。	基本能够完成文化经纪人的职业操守与规范条例相关内容的课前阅读和预习。完成布置的相关知识类题目的准确率低于 70%。	基本完成文化经纪人的职业操守与规范条例相关内容的课前阅读和预习。完成布置的相关知识类题目低于 60%。	不能完成文化经纪人的职业操守与规范条例相关内容的课前阅读和预习。完成布置的相关知识类题目的准确率低于 50%。
课程目标 2 (11%)	能够非常熟练掌握经纪人的基本概念、职责和功能、基本素质等文化经纪理论和文化经纪实务操作的内容。	能够比较熟练掌握经纪人的基本概念、职责和功能、基本素质等文化经纪理论和文化经纪实务操作的内容。	对经纪人的基本概念、职责和功能、基本素质等文化经纪理论和文化经纪实务操作的内容掌握程度一般	掌握 60%-70% 左右的相关经纪人的基本概念、职责和功能、基本素质等文化经纪理论和文化经纪实务操作的内容。	对经纪人的基本概念、职责和功能、基本素质等文化经纪理论和文化经纪实务操作的内容的掌握程度低于 60%
课程目标 3 (11%)	具备较高的分析案例能力，很积极的参与到案例分析活动中	具备较好的分析案例能力，比较积极的参与到案例分析活动中	具备一般的分析案例能力，参与案例分析活动积极性一般	分析案例能力有待提升，参与案例分析活动的积极性较低	分析案例能力偏低，参与案例分析活动的积极性低。
课程目标 4 (11%)	具备很好的创新意识与活动策划能力，参与策划活动的频率与主动性高	具备较好的创新意识与活动策划能力，参与策划活动频率与主动性较高	具备基础的创新意识与活动策划能力，参与策划活动的频率与主动性一般	具备基础的创新意识与活动策划能力，参与策划活动的频率较少，主动性不高	不具备创新意识与活动策划能力，未能参与策划活动。
课程目标 5 (9%)	能够非常积极地参与团队活动中，具有较强的沟通能力与组织能力。	能够比较积极地参与团队活动中，具有较好的沟通能力与组织能力。	能够较积极地参与团队活动中，具有基本的沟通能力与组织能力。	参与团队活动的积极性一般，沟通能力与组织能力一般。	不能够积极地参与团队活动中，缺乏沟通能力与组织能力。

### (2) 期末成绩评分标准

成绩 课程目标	优秀 (分数 $\geq 90$ 分)	良好 ( $78 \leq$ 分数 $< 90$ )	中等 ( $68 \leq$ 分数 $< 78$ )	及格 ( $60 \leq$ 分数 $< 68$ )	不及格 (分数 $< 60$ 分)
课程目标 1 (5%)	能够非常熟练记忆与理解文化经纪的职	能够比较熟练记忆与理解文化经纪的职业操守和	基本能够记忆与理解文化经纪的职业操守和相	记忆与理解文化经纪的职业操守和相关规范条	不能够记忆与理解文化经纪的职业操守和

成绩 课程目标	优秀 (分数≥90分)	良好 (78≤分数<90)	中等 (68≤分数<78)	及格 (60≤分数<68)	不及格 (分数<60分)
	业操守和相关规范条例	相关规范条例	规范条例的熟练程度	的熟练程度一般	相关规范条例
课程目标 2 (10%)	能够全面地分析文化经纪人与文化市场及文化产业发展的关系等问题。具备很好的文化产业观察透析能力	能够较好地分析文化经纪人与文化市场及文化产业发展的关系等问题。具备较好的文化产业观察透析能力。	能够较好地分析文化经纪人与文化市场及文化产业发展的关系等问题。具备一定的文化产业观察透析能力。	能够基本地分析文化经纪人与文化市场及文化产业发展的关系等问题。具备基础的文化产业观察透析能力。	不能够基本地分析文化经纪人与文化市场及文化产业发展的关系等问题。缺乏文化产业观察透析能力。
课程目标 3 (10%)	能够很好地利用已学的理论知识进行案例分析,并熟练掌握国内文化市场规律和最新动态	能够较好地利用已学的理论知识进行案例分析,并较好掌握国内文化市场规律和最新动态	利用已学的理论知识进行案例分析的能力一般,对国内文化市场规律和最新动态的掌握一般	利用已学的理论知识进行案例分析的能力一般,对国内文化市场规律和最新动态的了解意识不高	利用已学的理论知识进行案例分析的能力偏低,对国内文化市场规律和最新动态的缺乏了解。
课程目标 4 (10%)	能够很好地运用理论知识,合理规范地设计管理方案或项目方案	能够较好地运用理论知识,较合理规范地设计管理方案或项目方案	能够一般运用理论知识,大致合理规范地设计管理方案或项目方案	不能很好地运用理论知识,设计管理方案或项目方案存在部分不合理和不规范的地方	不能很好地运用理论知识,设计管理方案或项目方案存在诸多不合理与规范的地方
课程目标 5 (15%)	具备较好文化艺术价值判断力和团队合作能力。具备很好的团队沟通与解决问题的能力	具备较好文化艺术价值判断力和团队合作能力。具备较好的团队沟通与解决问题的能力	具备基础文化艺术价值判断力和团队合作能力。具备基础的团队沟通与解决问题的能力	具备基础文化艺术价值判断力和团队合作能力。团队沟通与解决问题的能力一般。	不具备文化艺术价值判断力和团队合作能力。缺乏团队沟通与解决问题的能力。

## 25. 《战略管理》教学大纲

### 一、课程基本信息

课程名称	中文名称: 战略管理
	英文名称: Strategy Management

课程号	6305045		学分	2	
学时	总学时: 32	讲授学时	实验学时	上机学时	讨论学时
		28	0	0	4
开课学院	经济管理学院		开课学期	7	
课程负责人	姜启军		适用专业	文化产业管理	
先修课程及要求	先修课程: 经济学、管理学 要求: 掌握经济学、管理学的基本理论。				

## 二、课程简介

### (一) 课程概况

《战略管理》是建立在所有职能管理课程基础上的一门总括性、综合性的课程，是文化产业管理专业的专业课程，它整合前修的各个职能管理课程的概念和技能、并把这些知识应用到企业组织的整体管理的分析和运用之中，培养学生从整体上管理组织的知识和技能。讲授战略管理概述、战略视角下的中国食品产业、战略分析、公司战略、业务战略、战略合作、战略执行和控制、企业可持续发展等内容。

"Strategic management" is a comprehensive course established on the basis of all the functions of management courses, and a professional course of cultural industry management, it integrate the various functions of management courses before the concepts and skills, and apply this knowledge to the analysis of the enterprise organization overall management and use, training students' overall management knowledge and skills. This course This course include overview of strategic management, Chinese food industry from a strategic perspective, strategic analysis, corporate strategy, business strategy, strategic cooperation, strategy execution and control, enterprise sustainable development and so on.

### (二) 课程目标

课程目标 1: 掌握战略管理的基本理论和战略分析的基本方法; 整合企业管理理论知识, 培养战略管理理念和思维, 超越具体的管理职能的限制;

课程目标 2: 从企业面临的现实竞争状况、资源约束和有限选择出发, 解释企业作为一个整体如何才能获得持续竞争优势;

课程目标 3: 通过典型案例分析, 强化驾驭知识解决问题的能力;

课程目标 4: 在战略决策中如何进行道德判断, 考虑经济绩效更要考虑社会绩效, 实现企业可持续发展, 成为一个有道德的人。

### (三) 课程目标和毕业要求的对应关系

课程目标	毕业要求指标点	毕业要求
1	能够应用管理理论和方法识别、分析实践问题, 提出解决方案;	(4) 设计、策划解决方案
2	熟练掌握问题分析工具、创新思维工具等经典管理工具;	(5) 使用现代化工具

3	具有较强的驾驭知识解决问题的能力与探索性、批判性思维能力，不断尝试理论和实践创新；	(6) 时代与发展
4	具有良好的道德修养和社会责任感、积极向上的人生理想、符合社会进步要求的价值观念和爱国主义的崇高情感，具备良好的沟通、团队合作和创新能力。	(7) 职业素养

### 三、教学内容、要求与学时分配

#### 理论教学安排

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式	支撑课程目标
<p>第一章、战略管理概述</p> <p>(1) 战略管理起源：战略的起源、企业战略定义、战略管理学派；战略决策：决策框架、决策内涵；</p> <p>(2) 战略管理概述：战略管理过程、战略管理原则；战略管理层次：公司级战略、业务级战略、职能级战略；</p> <p>(3) 企业社会责任战略：企业社会责任、循环经济；</p> <p>思政融入点：企业社会责任、绿色发展</p>	掌握战略管理内涵，有能力分析企业的战略管理层次。	<p>重点：掌握战略管理的基本理论、了解企业社会责任</p> <p>难点：分析在战略决策中如何进行道德判断</p>	4	讲授、讨论	2.1; 2.2; 2.4; 2.5
<p>第二章、战略视角下的中国食品产业</p> <p>(1) 食品产业链分析：食品产业上游：种植、养殖业，食品产业中游：加工、制造业，食品产业下游：流通、销售业；</p> <p>(2) 食品供应链分析：食品供应链、供应链核心企业；</p> <p>(3) 跨国食品企业的商业模式；四大粮商的赢利模式；</p> <p>思政融入点：国家战略和食品安全</p>	利用相关案例分析企业跨国食品企业的商业模式	<p>重点：掌握食品产业链上中下游内容，了解食品供应链核心内容</p> <p>难点：分析中国食品产业链盈利模式</p>	4	讲授、讨论	2.1; 2.2; 2.3; 2.4; 2.5

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式	支撑课程目标
<p>第三章、食品企业战略分析</p> <p>(1) 宏观环境分析：信息搜集、PEST 分析法；行业环境分析：五力模型、行业生命周期分析法；</p> <p>(2) 企业内部条件分析：内部分析框架的理论根源、企业资源基础理论、价值链分析法、波士顿矩阵；</p> <p>(3) 战略分析工具：SWOT 分析法、战略集团分析法、EFE 和 IFE 评价矩阵、QSPM 分析法；</p> <p>思政融入点：如何提升国家核心竞争力，提升科技竞争力</p>	能够利用相关案例分析外部环境变化对企业战略的影响	<p>重点：了解认识企业战略分析的基本方法</p> <p><b>难点：能熟练掌握战略问题分析工具</b></p>	4	讲授、讨论	2.2; 2.3; 2.4; 2.5
<p>第四章、食品企业公司战略</p> <p>(1) 战略选择：增长型战略、稳定型战略、收缩型战略、进攻型战略、防御型战略、混合型战略；</p> <p>(2) 增长战略：集中战略、一体化战略、多元化战略；</p> <p>(3) 国际化战略：解读国际化战略，中国食品企业国际化分析；</p> <p>思政融入点：如何落实国家发展战略，提升爱国热情</p>	整合企业管理理论知识，培养战略管理理念和思维	<p>重点：掌握不同公司战略内涵</p> <p><b>难点：解读国际花展落，对中国食品企业国际化分析</b></p>	4	讲授、讨论	2.2; 2.3; 2.4
<p>第五章、食品企业的业务战略</p> <p>(1) 成本领先战略：成本领先战略的内涵、实现成本领先战略的途径，成本领先战略的关键成功因素，成本领先战略的风险；</p> <p>(2) 差异化战略：差异化战略的含义及优势、实现差异化战略的途径和条件，差异化战</p>	有能力找出食品行业领导企业、一般企业和弱小企业，评价分析他们现行的发展战略	<p>重点：掌握企业业务战略发展的意义</p> <p><b>难点：学会分析采取不同业务战略发展的意义</b></p>	4	讲授、讨论	2.2; 2.3; 2.4

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式	支撑课程目标
略的风险； （3）目标聚焦战略：目标聚焦战略的含义、目标聚焦战略的实现途径，目标聚焦战略的风险、目标聚焦战略的适用性； （4）寻找蓝海：蓝海战略的玄机、蓝海战略在食品领域的应用；电子商务与食品产业发展； 思政融入点：如何建立双赢理念，构建世界命运共同体					
第六章、食品企业战略合作 （1）战略并购：并购—永恒的主题、食品产业并购趋势、并购误区； （2）战略联盟：战略联盟的内涵、战略联盟表现、战略联盟注意事项，“公司+农户”战略联盟模式解析； 外包和平台战略； 思政融入点：如何实施国家走出去战略	能够举例说明分析企业战略并购类型？	重点：掌握企业战略并购和联盟的意义及不同之处 <b>难点：思考企业如何获得持续的竞争优势</b>	4	讲授、讨论	2. 2； 2. 3； 2. 4；
第七章、食品企业战略执行和控制 （1）企业组织结构：企业组织结构的形式、企业组织结构选择，食品集团的组织结构选择； （2）公司治理和组织结构：国外公司治理发展背景、公司治理发展背景，公司治理的内涵； （3）企业经营计划：经营计划的编制要求、如何制定经营计划、预算管理、执行年度经营计划； （4）战略绩效管理：传统绩效管理方法的局限性、推开平	学会分析食品企业常见的经营问题	重点：掌握企业组织结构和经营计划定义。 <b>难点：了解平衡计分卡与传统绩效考核的不同</b>	4	讲授、讨论	2. 1； 2. 2； 2. 3； 2. 4； 2. 5

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式	支撑课程目标
衡记分卡之窗，平衡计分卡在战略执行中的应用，平衡计分卡常用指标体系； 思政融入点：如何提升公司治理水平，防治腐败					
第八章、食品企业可持续发展 (1) 提升企业战略价值：企业战略价值、影响企业战略价值的关键要素； (2) 战略联盟：企业可持续发展内涵、企业发展规律、企业的终极目标； 思政融入点：如何把人的发展和社会发展有机集合	考虑经济绩效的同时要考虑社会绩效，为企业实现可持续发展	重点：明确企业的战略价值的重要性。 难点： <b>解释企业如何才能获得持续竞争优势</b>	4	讲授、讨论	

#### 四、课程考核评价方式

考核以课程目标的达成度为主要目的，以检查学生对各知识点的掌握程度和应用能力为重要内容。

##### (一) 考核方式

考核方式采用闭卷笔试，考试课程成绩由期末成绩和平时成绩构成。

##### (二) 课程成绩

平时成绩主要根据学生平时作业、课堂讨论等情况综合评定。平时成绩占课程考核成绩的40%，期末考试成绩占60%。

##### 1. 考核环节及说明

成绩构成	考核说明
平时成绩	(1) 平时成绩满分为100分，占总成绩的40% (2) 针对平时成绩对应的课程目标，由出勤、小组作业、课堂讨论等部分构成。
期末考试	(1) 考试方式及占比：采用闭卷笔试，考试成绩100分，占课程考核成绩的60%。 (2) 评定依据：考试成绩的评定根据试卷参考答案和评分标准进行。 (3) 考试题型：可以包含简答题、选择题和案例分析题等。 (4) 考试内容：针对期末考试对应的课程目标。

##### 2. 考核与评价方式

课程目标	成绩比例（平时成绩40%+期末成绩60%）					合计	
	平时成绩（40%）						期末成绩 （60%）
	作业	测验	实验	课堂表现	课堂讨论		

	(20%)	(0%)	(0%)	(0%)	(20%)		
1	5	0	0	0	5	20	30
2	5	0	0	0	5	20	30
3	5	0	0	0	5	10	20
4	5	0	0	0	5	10	20
合计(成绩构成)	20	0	0	0	20	60	100%

## 五、教学方法

教学由理论授课、案例分析、研讨、答疑、自学、作业等方式构成。

通过案例、讨论，启迪学生的思维，加深学生对有关概念、理论等内容的理解。

采用的教学媒体主要有：文字教材（包括主教材和学习指导书）和课件（包括主讲老师对全书的系统讲授，还有重要内容的文字提示与电子教学幻灯片、录像等）。

## 六、参考教材

线下：

1. 姜启军，《食品企业战略管理》，中国农业出版社，2022年12月；
2. 迈克尔·希特 R. 杜安·爱尔兰 罗伯特·霍斯，《战略管理：概念与案例》，中国人民大学出版社，2017年8月；
3. 哈佛商业评论期刊，《Harvard Business Review》，《商业评论》杂志社，2018年至今的期刊；
4. 世界经理人文摘期刊，《世界经理人文摘》，《世界经理人》集团出版社，2018年至今的期刊；

主撰人：姜启军

审核人：姜启军

英文校对：徐璞

分管教学院长：郑建明

日期：2022年10月17日

## 附件：各类考核与评价标准表

### 1. 平时作业评分标准

成绩 课程目标	优秀 (分数≥90分)	良好 (78≤分数<90)	中等 (68≤分数<78)	及格 (60≤分数<68)	不及格 (分数<60分)
课程目标 1 (5%)	全面掌握战略管理基本知识，基本概念正确、论述逻辑清楚、层次分明，解题过程完整，答案正确，书写清晰。	掌握战略管理基本知识掌握较全面，基本概念较正确、论述比较清楚，解题过程较完整，答案较正确，书写清晰。	掌握战略管理的基本知识，概念基本正确、论述比较清楚，解题过程基本完整，答案基本正确。	掌握战略管理的基本知识一般，概念基本正确、论述基本清楚、解题过程基本完整，答案大部分正确。	掌握战略管理的基本知识较少，解题过程不完整，答案正确率低于60%，或存在作业抄袭现象。
课程目标 2 (10%)	能够全面正确分析企业如何获取竞争优势，方案正确，书写清晰。	能够比较正确分析企业如何获取竞争优势，方案基本正确，书写清晰。	能够基本正确分析企业如何获取竞争优势，方案基本正确，书写清晰。	能够部分分析企业如何获取竞争优势。设计方案还需进一步完善。	不能正确分析企业如何获取竞争优势。或存在作业抄袭现象。
课程目标 3 (5%)	具有驾驭知识解决问题的能力，案例分析合理，书写清晰。	具有较好的驾驭知识解决问题的能力，案例分析合理，书写清晰。	基本具有驾驭知识解决问题的能力，案例分析比较合理，书写清晰。	缺少驾驭知识解决问题的能力，案例分析不尽合理。	没有具备驾驭知识解决问题的能力，案例分析条理不清。

### 2. 课堂讨论评价标准

成绩 课程目标	优秀 (分数≥90分)	良好 (78≤分数<90)	中等 (68≤分数<78)	及格 (60≤分数<68)	不及格 (分数<60分)
课程目标 1 (5%)	全面掌握不同类型的战略表现，基本概念正确、讨论逻辑清楚、层次分明，具有创新意识。	能够掌握不同类型的战略表现，基本知识掌握较全面，能主动讨论交流，发表自己观点。	基本掌握不同类型的战略表现和基本知识，论述比较清楚，观点基本正确。	掌握了部分战略表现特征，概念基本正确，讨论观点大部分正确。	没有掌握战略表现的基本概念，回答问题模糊，答案正确率低于60%，不能主动参与讨论。
课程目标 2 (5%)	能够全面正确分析讨论企业如何获取竞争优势，方案正确，讨论主动。	能够比较正确分析讨论企业如何获取竞争优势，主动交流互动。	能够基本正确讨论企业如何获取竞争优势，能够回答老师提出的问题。	能够部分讨论企业如何获取竞争优势，知识体系不完善，但不够主动。	不能积极主动分析讨论企业如何获取竞争优势，被动应对。
课程目标 3 (5%)	具有驾驭知识解决问题的能力，分析合理清晰。	具有较好的驾驭知识解决问题的能力，分析合理。	基本具有驾驭知识解决问题的能力，分析比较合理。	缺少驾驭知识解决问题的能力，分析不尽合理。	没有具备驾驭知识解决问题的能力，分析条理不清。
课程目标 4 (5%)	在战略决策中能够进行道德判断，做出战略伦理决策	在战略决策中能够较好地进行道德判断，做出战略伦理决策	在战略决策中具有进行道德判断的意识和方法	在战略决策中缺少进行道德判断的能力	缺少战略伦理决策判断能力

### 3. 期末考核与评价标准

成绩 课程目标	优秀 (分数≥90分)	良好 (78≤分数<90)	中等 (68≤分数<78)	及格 (60≤分数<68)	不及格 (分数<60分)
课程目标1 (20%)	全面掌握战略管理基本知识, 基本概念正确、论述逻辑清楚。	掌握战略管理基本知识掌握较全面, 基本概念较正确、论述比较清楚。	掌握战略管理的基本知识, 概念基本正确、论述比较清楚, 答案基本正确。	掌握战略管理的基本知识一般, 概念基本正确、论述基本清楚, 答案大部分正确。	掌握战略管理的基本知识较少, 解题过程不完整, 答案正确率低于60%。
课程目标2 (20%)	能够全面正确分析企业如何获取竞争优势, 书写清晰。	能够比较正确分析企业如何获取竞争优势, 方案基本正确, 书写清晰。	能够基本正确分析企业如何获取竞争优势, 方案基本正确, 书写清晰。	能够部分分析企业如何获取竞争优势, 方案还需进一步完善。	不能正确分析企业如何获取竞争优势。
课程目标3 (20%)	具有驾驭知识解决问题的能力, 案例分析合理, 书写清晰。	具有较好的驾驭知识解决问题的能力, 案例分析合理。	基本具有驾驭知识解决问题的能力, 案例分析比较合理。	缺少驾驭知识解决问题的能力, 分析不尽合理。	没有具备驾驭知识解决问题的能力, 分析条理不清。

## 26. 《商务英语》教学大纲

### 一、课程基本信息

课程名称	中文名称: 商务英语				
	英文名称: Business English				
课程号	74057001		学分	2	
学时	总学时: 32	讲授学时	实验学时	上机学时	讨论学时
		32	0	0	8
开课学院	外国语学院		开课学期	6 学期	
课程负责人	蒋开召		适用专业	文化产业管理专业	
先修课程及要求	完成 基础类英语课程(基础英语听说或基础英语读写) 或 提高类英语课程(英语视听说或学术英语阅读与写作)				

### 二、课程简介

#### (一) 课程概况

中文: 《商务英语》是针对“文化产业管理专业”的专门用途英语(ESP)课程, 属必修课。本课程将真实的商务活动和英语教学充分融合, 同时关注语言能力和商务知识的学习。通过大量真实生动的素材, 能使学生在掌握语言技能的同时, 了解现代国际商务的现状, 获得国际视野, 以达到在体验商务中学习语言、提高商务交际能力的目的, 使学生具备复合型人才的基本素养, 掌握英语语言技能和国际商务专业知识。

英文：Business English, a branch of ESP (English for Special Purpose), is intended students majoring in Cultural Industry Management as a compulsory course. The course integrates English study into real business context, laying focus on both language proficiency and business knowledge. It aims to familiarize the students with the landscape of the international business in the course of language learning, so as to improve their language proficiency as well as communicative ability in multinational business transactions. Students will grasp multidisciplinary knowledge in this course, mastering language skills, business expertise, and expanding their international horizon.

### (二) 课程目标

课程目标 1：理解并掌握国际商务英语知识和商务文化，具备商务专业人士英语语言素养和综合素质；能够用所学商务英语知识有效开展跨文化商务活动；

课程目标 2：通过课程学习，掌握不同商务活动的综合技能，具备较好的商务英语口头和书面表达能力，培养国际视野和交流能力，为后续其他专业类课程学习打好基础；

课程目标 3：养成正确的商业价值观，具备社会主义核心价值观所要求的商业道德、诚实守信和团队合作等素养，并能在国际商务活动中自觉遵守运用这些原则；具备自主学习和终身学习的意识和能力。

### (三) 课程目标和毕业要求的对应关系

课程目标	毕业要求指标点	毕业要求
1	7-1 较强的语言和人际沟通表达能力；规范的专业文件、公务文案文书写作能力；较好的掌握一门外语，能够查阅文献，阅读书刊，具备听、说、读、写的能力。	7.职业素养
2	7-3 能与其他学科的成员有效沟通，合作共事，并能够在团队中独立或合作开展工作；能够组织、协调和指挥团队开展工作。	7.职业素养
3	9-1 具有积极向上的人生态度和不断自我完善、自我提升、实现人生价值的精神。	9.终身学习

## 三、教学内容、要求与学时分配

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式（讲授、实验、上机、讨论）	支撑课程目标
1. First Impressions (1) Listening and Discussion: First impressions in presentation; (2) Reading 1: It's not what you know (3) Skills: Networking (4) Formal and informal register	<ul style="list-style-type: none"> <li>- recognize the importance of first impressions for Job interviews;</li> <li>- explain the basic terms or concepts on business networking;</li> <li>- distinguish formal from informal register in business writing;</li> <li>- implement proper networking strategies to</li> </ul>	<b>重点：</b> networking skills  <b>难点： register of formal and informal email</b>	4	讲授、讨论	1、2

	raise profile and build contacts in business。				
<p>2. Training</p> <p>(1) Listening and Discussion: Apprenticeships</p> <p>(2) Reading 1: Training leaders to connect the dots</p> <p>(3) Skills: Clarifying and confirming</p> <p>(4) Writing: effective e-mails</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- discuss training-related topics using idiomatic words and expressions.</li> <li>- interpret how different training methods are used in reality.</li> <li>- clarify and confirm information in both oral and written communication. propose some solutions regarding an efficient way of training staff.</li> </ul>	<p><b>重点:</b> business skills for clarifying and confirming</p> <p><b>难点:</b> how to write effective mails</p>	4	讲授、讨论	1、 2
<p>3. Energy</p> <p>(1) Listening and Discussion: clean energy</p> <p>(2) Reading 1: The danger of losing touch with reality</p> <p>(3)Skills: decision-making;</p> <p>(4) layout and structure of reports</p> <p>思政支撑: Reading 1- The traditional Chinese virtue in energy conservation</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- make a list of sources of energy and ways of saving energy.</li> <li>- summarize the reasonable response to the need to limit greenhouse gases.</li> <li>- identify the varying roles played by renewable energy in the US.</li> </ul>	<p><b>重点:</b> grasp the decision-making skills in meetings</p> <p><b>难点:</b> understand the structure of business report</p>	4	讲授、讨论	1、 2、 3
Revision Unit A Business skills	Review of Unit 1-3 units; grasp skills of e-mails and small talk	<p><b>重点:</b> related business skills</p> <p><b>难点:</b> how to work across cultures and make international presentations</p>	2	讲授、讨论	1、 2

<p>4. Marketing</p> <p>(1) Listening and discussion: Customer relationship management</p> <p>(2) Reading 1: Is the customer always right?</p> <p>(3) skills: Making an impact in presentations</p> <p>(4) Writing: Presentation slides</p> <p>思政支撑: Reading 1: Attitude is important in every thing and how to cultivate a positive attitude.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- identify the marketing methods.</li> <li>- constructive conversation and/or discussion with vocabulary and expressions regarding marketing.</li> <li>- distinguish different audience from different presentations and make adjustment accordingly.</li> <li>- design a marketing campaign aiming at a specific customer group.</li> </ul>	<p>重点: how to make an impact in presentations</p> <p>难点: how to produce inspirational presentation slides</p>	4	讲授、讨论	1、 2、 3
<p>5. Employment Trends</p> <p>(1) Listening and discussion: the future of work</p> <p>(2) Reading 1: Giganomics: And what don't you do for a living?</p> <p>(3) Skills: Resolving conflict</p> <p>(4) Writing: avoiding conflict in e-mails</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- identify the main characteristics of work patterns.</li> <li>- summarize the benefits and disadvantages of being a portfolio worker.</li> <li>- utilize techniques for avoiding conflicts in writing.</li> <li>- predict the biggest trend in the workplace in the future.</li> </ul>	<p>重点: grasp techniques for effective writing</p> <p>难点: how to resolve conflicts in business world</p>	4	讲授、讨论	1、 2
<p>6. Ethics</p> <p>(1) Listening and Discussion: Trust me: corporate responsibility</p> <p>(2) Reading 1: The corporate conscience</p> <p>(3) Skills: Ethical problem-solving</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- explain the definition and contents of corporate responsibility.</li> <li>- describe the effects of a whistle-blower on unethical practices.</li> <li>- analyze the ethical problems and offer solutions.</li> </ul>	<p>重点: how to identify and solve ethical problems</p> <p>难点: explain the contents of corporate responsibility</p>	4	讲授、讨论	2、 3

思政支撑: Reading 1: know the importance of being a whistle blower					
Revision Unit B Work across cultures	Review of unit 3-6 Group presentations	重点: grasp the skills in the previous units 难点: what is ethical international business	4	讲授、讨论	1、2
Final exam review and Q&A	Review of all topics and skills	重点: review skills learnt in the term 难点: different modes of business writing	2	讨论	1、2

#### 四、课程考核评价方式

考核以课程目标的达成度为主要目的,以检查学生对各知识点的掌握程度和应用能力为重要内容。

##### (一) 考核方式

本课程采取的考核方式为闭卷笔试。考试范围涵盖所有讲授及自学的内容,考试内容将客观反映出学生对本课程主要知识和各种商务技能的掌握程度,对有关理论的理解、掌握及综合运用能力。

课程成绩由期末成绩和平时成绩构成,其比例为 60%+40%。考核过程中以德才并重为导向,在教师授课、学生汇报展示、课堂互动讨论的过程中,即注重语言知识和商务技能的学习,也引导学生树立正确的三观,帮助学生健康成长。

##### (二) 课程成绩

期末考试成绩以学生卷面表现评定,平时成绩主要根据学生平时学习态度、听课、作业、课堂讨论等情况综合评定。期末考试成绩占课程考核成绩的比例为 60%,平时成绩占课程考核成绩的比例为 40%。

##### 1.考核环节及说明

成绩构成	考核说明
平时成绩	(1) 平时成绩满分为 100 分, 占总成绩的 40% (2) 平时成绩课程目标 1、2、3, 由作业、课堂表现等部分构成, 其占比分别为 30%、10%。
期末考试	(1) 考试方式及占比: 采用闭卷笔试, 考试成绩 100 分, 占课程考核成绩的 60%。 (2) 评定依据: 考试成绩的评定根据试卷参考答案和评分标准进行。 (3) 考试题型: 包含单项选择题、多项选择题、完型填空题、阅读理解、听力理解、写作、翻译题。 (4) 考试内容: 针对期末考试对应的课程目标。

## 2.考核与评价方式

课程目标	成绩比例（平时成绩40%+期末成绩60%）					合计	
	平时成绩（40%）				期末成绩 （60%）		
	作业 (30%)	测验 (0%)	实验 (0%)	课堂表现 (10%)			……
1	10%			5%		30%	45%
2	15%			5%		30%	50%
3	5%						5%
合计(成绩构成)	30%			10%		60%	100%

## 五、教学方法

本课程将采用讨论式、案例式混合式教学方法。针对课程特点，每单元通过讨论与章节内容相关的话题导入教学。然后安排相关商务词汇、听力和阅读、语法和商务技能的学习。中间穿插形式多样的任务活动和商务角色模拟。最后，在充分学习、掌握相关内容和技能的基础上，进行案例学习和商务写作练习。教学过程中突出任务式、体验式的教学活动设计。利用角色扮演和案例学习等交际任务，鼓励学生在完成交际任务的过程中复用所学语言知识，提高商务环境下的语言能力和综合商务技能。

## 六、参考材料

线上：泛雅平台

线下：

1. 严明、佟敏强，体验商务英语综合教程 5，高等教育出版社，2020 年 6 月，第三版；
2. 严明、佟敏强，体验商务英语教师用书 5，高等教育出版社，2020 年 6 月，第三版；
3. 严明、梁瑞清，体验商务英语同步练习 5，高等教育出版社，2020 年 6 月，第三版。

主撰人：蒋开召

审核人：吕丽洁

英文校对：杨德民、吕丽洁

教学副院长：冯延群

日期：2022 年 9 月 23 日

## 附件：各类考核与评价标准表

### 1. 作业评分标准

成绩 课程目标	优秀 (分数≥90分)	良好 (78≤分数<90)	中等 (68≤分数<78)	及格 (60≤分数<68)	不及格 (分数<60分)
课程目标 1 (10%)	高质量按时提交作业；熟练掌握单元语言知识和商务技能。	按时提交作业；基本掌握单元语言知识和商务技能。	基本能按时完成作业；对单元知识和商务技能的掌握不够熟练。	经督促能及时完成作业；对单元语言知识和技能的掌握不够熟练。	不能按时完成作业或抄袭；不能利用所学语言和技能完成学习任务。
课程目标 2 (15%)	汇报展示作业发挥出色，体现较高的语言技能和商务综合素养。	汇报展示作业体现一定的商务语言技能和综合素养。	参与汇报展示但主动性欠缺，仅掌握部分语言知识和商务技能。	不能积极参与汇报展示作业，不能熟练运用所学语言和技能知识。	不愿意参与汇报展示，对学习缺乏兴趣。
课程目标 3 (5%)	团队合作积极主动，体现团队精神和沟通技能；具有自主学习和终身学习的意识和能力。	能配合完成团队合作任务，体现一定的合作精神和沟通技能；基本具有自主学习和终身学习的意识和能力。	基本能参与团队合作，但需要老师和队友推动，合作精神需要加强；具有一定的自主学习和终身学习的意识和能力。	团队合作不主动，态度敷衍，观点时有偏激；勉强具有自主学习和终身学习的意识和能力。	拒绝或逃避课堂活动和小组集体作业，个人学习态度不够端正；不具有自主学习和终身学习的意识和能力。

### 2. 课堂表现评价标准

成绩 课程目标	优秀 (分数≥90分)	良好 (78≤分数<90)	中等 (68≤分数<78)	及格 (60≤分数<68)	不及格 (分数<60分)
课程目标 1 (5%)	按时上下课；积极主动参与课堂互动讨论。	基本能按时到课；课堂互动比较主动积极。	偶有缺课；愿意参与课堂活动。	偶有缺课，多次迟到早退；课堂讨论比较被动。	常无故缺课；不愿意参与课堂互动。
课程目标 2 (5%)	课堂讨论观点正面，积极向上；能熟练运用所学语言和商务技能完成课堂作业。	能较为积极地参与课堂讨论；能较为熟练地利用所学语言和商务技能。	愿意参加课堂讨论；对语言和商务技能的掌握一般。	课堂活动不积极；不能熟练运用所学语言和商务技能。	拒绝或逃避课堂活动；语言和商务技能欠缺。

### 3. 期末考核与评价标准

成绩 课程目标	优秀 (分数≥90分)	良好 (78≤分数<90)	中等 (68≤分数<78)	及格 (60≤分数<68)	不及格 (分数<60分)
	课程目标 1 (30%)	依据卷面考核成绩	依据卷面考核成绩	依据卷面考核成绩	依据卷面考核成绩
课程目标 2 (30%)	依据卷面考核成绩	依据卷面考核成绩	依据卷面考核成绩	依据卷面考核成绩	依据卷面考核成绩

## 27. 《海洋文化导论》教学大纲

### 一、课程基本信息

课程名称	中文名称：海洋文化导论				
	英文名称：Introduction to Marine Culture				
课程号	1706115		学分	2	
学时	总学时：32	讲授学时	实验学时	上机学时	讨论学时
		28	0	0	4
开课学院	海洋文化与法律学院		开课学期	4	
课程负责人	张雯		适用专业	文化产业管理	
先修课程及要求	《中国文化史》、《西方文化史》、《文化资源概论》				

### 二、课程简介

#### (一) 课程概况

21 世纪是海洋的世纪。为了更好地开发、利用和保护海洋，社会需要更多了解海洋和热爱海洋的人才。海洋文化是人类创造的历久弥新的文化现象，包括海洋生产生活习俗、海洋意识和海洋共同体文化的内容，具有综合性、交叉性特点，包罗万象、精彩纷呈。本课程整合地理学、生态学、历史学、社会学、人类学、民俗学、文学等多学科知识向学生讲授海洋文化的过去、现在和未来。课程不仅有助于提高学生的专业素养和能力，而且有助于培养学生的海洋意识和权益意识，增强学生的爱国情怀和文化自信，使其成为服务于国家“海洋强国”和“一带一路”战略的优秀管理人才。

The 21st century is the century of the ocean. In order to better develop, utilize and protect the oceans, the society needs more and more talents who know and love the oceans. Marine culture is a long-standing cultural phenomenon created by mankind, including marine production and living customs, marine consciousness, and marine community culture. It is comprehensive and cross cutting, comprehensive and colorful. This course integrates the knowledge of geography, ecology, history, sociology, anthropology, folklore, literature and other disciplines, to teach students the past, present and future of marine culture. It not only

helps to improve students' professional quality and ability, but also helps to cultivate students' awareness of maritime rights and interests, enhance students' patriotism and cultural confidence, and make them excellent management talents serving the national "maritime power" and the "the Belt and Road" strategy.

## (二) 课程目标

**课程目标 1:** 较为全面地了解和掌握海洋文化的基础知识, 包括海洋生产生活习俗(海洋捕捞文化、海洋养殖文化、航海文化、港市文化等)、海洋意识(海洋宗教与信仰、海洋文学与艺术、海洋强国思想)、海洋共同体文化(传统的海洋共同体、海洋国土)。对海洋文化的过去、现在与未来达到较为充分的理解。

**课程目标 2:** 在掌握海洋文化知识的基础上, 培养策划、设计海洋文化项目方案的能力, 进一步提高学生的职业素养和综合素养。

**课程目标 3:** 能够以政治高度、理论深度、情感温度深入理解海洋文化专业知识点, 牢记青年一代的社会担当和文化使命, 树立正确的人生态度和价值观念。

## (三) 课程目标和毕业要求的对应关系

课程目标	毕业要求指标点	毕业要求
1	2-4 掌握海洋经济学及海洋文化等海洋特色专业知识。	<b>2. 专业知识:</b> 能够将产业、管理、经济、文化、艺术、设计类等相关专业知识用于分析和解决文化产业相关领域的管理问题, 具备基本的文化创意设计能力, 掌握创造、创新基本方法。
2	4-3 掌握海洋文化产业相关知识, 运用于海洋特色或相关文化产业项目设计、策划或管理。	<b>4. 设计、策划解决方案:</b> 具有创新意识, 能够综合考虑社会、经济、健康、安全、法律、文化等多元因素, 以问题和需求为导向, 设计出满足特定需求的管理或项目方案及实施流程。
3	1-1 掌握并运用马克思主义基本原理、毛泽东思想和中国特色社会主义理论、习近平新时代中国特色社会主义思想树立正确的世界观、价值观、人生观, 坚定政治立场和理想信念, 能够用马克思主义辩证法分析和判断问题。	<b>1. 基础理论:</b> 掌握马列主义基本原理、毛泽东思想和中国特色社会主义理论、习近平新时代中国特色社会主义思想等思想政治理论, 以及数理、管理、经济、文化艺术等专业学科基础理论。

## 三、教学内容、要求与学时分配

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式(讲授、实验、上机、讨论)	支撑课程目标

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式（讲授、实验、上机、讨论）	支撑课程目标
第一章 海洋生态环境	了解孕育海洋文化的物理条件——海洋生态环境，包括洋流、潮汐、风向、海岸带、物种等。并了解现代海洋开发对海洋环境带来的挑战。	<b>重点：</b> 海洋环境与海洋文化的关系 <b>难点：</b> 现代性与海洋环境问题	2	讲授	1
第二章 海洋文化绪论	学习中国海洋文化史，在这个基础上思考陆地文化与海洋文化，乡土中国与海洋中国之辩。	<b>重点：</b> 海洋社会和文化的特殊性 <b>难点：</b> 地域社会研究从陆地视角转向海洋视角	2	讲授、讨论	1
第三章 海洋文化研究的视角和方法	学习海洋文化研究的两种理论视角和多种研究方法	<b>重点：</b> “自然-文化”以及“民间-政府”互动关系的理论视角。 <b>难点：</b> 参与观察的研究方法。	2	讲授、讨论	1
第四章 海洋捕捞文化	学习我国海洋渔业发展简史，了解海洋渔民的生产生活习俗及其变迁	<b>重点：</b> 渔业文化的特点。 <b>难点：</b> 渔业文化的变迁。	2	讲授、讨论	1、2
第五章 海洋养殖文化	了解方兴未艾的海洋养殖文化，包括鱼类贝类养殖，及沿海地区的紫菜、海带、海水稻等的养殖和种植。	<b>重点：</b> 海洋养殖的多样性和特点。 <b>难点：</b> 海洋养殖文化与海洋捕捞文化的联系与区别。	2	讲授、讨论	1、2

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式（讲授、实验、上机、讨论）	支撑课程目标
第六章 航海文化  思政融入点：“一带一路”	了解我国历史悠久的航海活动以及海路商品与文化交流的盛况。并了解明清时代“海禁”政策给海上贸易带来的影响。	<b>重点：</b> 海上丝绸之路对中国和世界文明带来的影响。  <b>难点：</b> “海禁”政策的影响。	2	讲授、讨论	1、2、3
第七章 港市文化	了解现代航运的变化及其带来的港口的兴衰。并以具体沿海城市为例，了解海洋移民文化对港市文化的影响。	<b>重点：</b> 港市与现代文明。  <b>难点：</b> 港市文化的形成及其特征。	2	讲授、讨论	1、2
第八章 海盗文化	了解中国历史上海盗活动的概况，以及渔民、海商与海盗之间的身份转换。了解“海禁”政策对此的影响。	<b>重点：</b> 中国历史上海盗活动的概况。  <b>难点：</b> 海禁政策对海盗活动的影响。	2	讲授、讨论	1、2
第九章 海洋旅游文化	了解近几十年兴起的海洋旅游文化的种类和特点，讨论海洋旅游文化与其他海洋文化的联系和区别。	<b>重点：</b> 海洋旅游文化的丰富内涵。  <b>难点：</b> 海洋文化从“生产性”向“表演性”的转换。	2	讲授、讨论	1、2
第十章 海洋宗教与信仰	以龙王信仰、观音信仰、妈祖信仰等为例，了解海洋宗教与信仰的文化和内涵	<b>重点：</b> 海洋宗教信仰的多样性。  <b>难点：</b> 海洋宗教信仰的特点。	2	讲授、讨论	1、2

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式（讲授、实验、上机、讨论）	支撑课程目标
第十一章 海洋文学与艺术	了解中国海洋文学与艺术的基本内涵	<b>重点：</b> 中国海洋文学的内涵。 <b>难点：</b> 中国海洋艺术的内涵。	2	讲授、讨论	1、2
第十二章 海洋强国思想 <b>思政融入点：“海洋强国”</b>	了解中央“海洋强国”思想提出的社会背景、具体内涵和深刻影响。	<b>重点：</b> 海洋强国思想的精神内涵。 <b>难点：</b> 海洋强国思想的深刻影响	2	讲授	2、3
第十三章 作为跨社会体系的海洋共同体	以库拉圈、水上赞比亚、南海网络等为例，了解作为跨社会体系的传统海洋共同体，以及共同体成员对于“海洋家园”的认同。	<b>重点：</b> 传统海洋共同体的多样性。 <b>难点：</b> 海洋共同体的跨社会性。	2	讲授、讨论	1、2
第十四章 渔权、海权与海洋国土 <b>思政融入点：国家海洋权益</b>	了解近代民族国家力量的兴起与海洋边界化之间的关系。理解海洋权益对于国家主权的重要意义。	<b>重点：</b> 海洋边界化与海岸线的发明。 <b>难点：</b> 德勒兹等的“平滑空间”与“纹理化空间”	2	讲授	2、3
第十五章 海洋与未来	在反思海洋与过去、现在的关系的基础上（海洋与现代性），思考海洋与未来。尤其是如何克服“海陆二分”的固定思维，寻求自然与文化，海洋与陆地，民间与官方的平衡。	<b>重点：</b> 反思海洋与现代性的关系 <b>难点：</b> 从海陆二分走向海陆统筹、海陆平衡。	2	讲授、讨论	1、2

## 四、课程考核评价方式

考核以课程目标的达成度为主要目的，检查学生对各知识点的掌握程度和应用能力。

### （一）考核方式

考核方式为论文或调研报告的方式。考试课程成绩由期末成绩和平时成绩构成。

### （二）课程成绩

平时成绩主要根据学生课堂出勤、课堂表现、作业、学习态度等情况综合评定。平时成绩占课程考核成绩的比例在 30%左右。

#### 1. 考核环节及说明

成绩构成	考核说明
平时成绩	(1) 平时成绩满分为 30 分，占总成绩的 30%。 (2) 针对平时成绩对应的课程目标，由出勤、课堂表现、作业等部分构成，各部分占比及评分标准由教师根据实际情况决定。
期末考试	(1) 考试方式及占比：采用论文笔试，考试成绩 100 分，占课程考核成绩的 70%。 (2) 评定依据：考试成绩的评定根据论文评分标准进行。 (3) 考试题型：老师提前给出论文的选题和写作要求等。 (4) 考试内容：针对期末考试对应的课程目标。

#### 2. 考核与评价方式

课程目标	成绩比例（平时成绩30%+期末成绩70%）				合计
	平时成绩（30%）			期末成绩 （70%）	
	出勤 (10%)	课堂表现 (10%)	作业 (10%)		
1	4	4	4	28	40
2	3	3	3	21	30
3	3	3	3	21	30
合计(成绩构成)	10	10	10	70	100

## 五、教学方法

本课程教学主要采用理论教学、案例教学和课堂讨论相结合的方式，并综合运用文字教材、课件以及音像教材等多样化的教学媒体和素材，实现理论性和趣味性的有效结合，以实现教学的有效性。

本课程实行模块式教学，将课程内容按照知识模块划分为 15 个单元，其中每个单元 2 学时，由教师以专题形式分别讲授。教师在课堂上讲授海洋文化的基本概念、理论、知识点，并详细讲授每章重点、难点内容。讲授中需注意理论联系实际，通过必要实例展示并组织讨论，启迪学生思维，加深学生对有关概念、理论等内容的理解。同时课程采用多媒体教学，加大课堂授课的知识含量。

## 六、参考材料

1. 曲金良,《海洋文化概论》,青岛海洋大学出版社,1999年
2. 曲金良,《海洋文化与社会》,中国海洋大学出版社,2003年
3. 曲金良等,《中国海洋文化基础理论研究》,海洋出版社,2014年
4. 宁波,《海洋文化——逻辑关系的视角》,上海人民出版社,2017年
5. 崔凤、宋宁而等,《海洋社会学的建构——基本概念与体系框架》,社会科学文献出版社,2014年
6. 欧阳宗书,《海上人家——海洋渔业经济与渔民社会》,江西高校出版社,1998年
7. 贺喜、科大卫主编,《水上人的历史人类学研究》,中西书局,2021年
8. [美]林肯·佩恩,《海洋与文明》,四川人民出版社,2019年
9. [美]约翰·R. 吉利斯,《人类的海岸:一部历史》,外语教学与研究出版社,2020年
10. [日]松浦章,《明清时代东亚海域的文化交流》,江苏人民出版社,2009年

主撰人:张雯

审核人:王朝晖

英文校对:沈庆会

教学副院长:郑建明

日期:2022年10月14日

## 附件：各类考核与评价标准表

### 1. 平时成绩评分标准

成绩 课程目标	优秀 (分数 $\geq 90$ 分)	良好 ( $78 \leq$ 分数 $< 90$ )	中等 ( $68 \leq$ 分数 $< 78$ )	及格 ( $60 \leq$ 分数 $< 68$ )	不及格 (分数 $< 60$ 分)
课程目标 1 (12%)	按照要求完成课前阅读和预习。课堂上能够积极讨论和回答问题。能应用相关理论分析案例问题。	按照要求完成课前阅读和预习。课堂上基本能够参与讨论。能应用相关理论分析案例问题。	基本按照要求完成课前阅读和预习。课堂上基本能够参与讨论。基本能应用相关理论分析案例问题。	基本能够按照要求完成课前阅读和预习。课堂上能回答问题,但是不积极。案例分析问题回答不积极。	不能按照要求完成课前阅读和预习。课堂上不回答问题。不能应用相关理论大致分析案例问题。
课程目标 2 (9%)	能非常出色地完成作业,课堂案例讨论和回答问题积极、准确。	能较好地完成作业,课堂案例讨论和回答问题较积极,较准确。	完成作业情况一般,课堂案例讨论和回答问题较积极,回答基本准确。	完成作业情况不甚理想,课堂案例讨论和回答问题不积极,准确性一般。	完成作业质量较差,课堂案例讨论和回答问题不积极,不准确。
课程目标 3 (9%)	课堂案例讨论和回答问题中,能够很好地理解并分析相关思政意义。	课堂案例讨论和回答问题中,能够较好地理解并分析相关思政意义。	课堂案例讨论和回答问题中,大致能理解并分析相关思政意义。	课堂案例讨论和回答问题中,理解并分析相关思政意义存在一定困难。	课堂案例讨论和回答问题中,不能理解并分析相关思政意义。

### 2. 期末考核与评价标准

成绩 课程目标	优秀 (分数 $\geq 90$ 分)	良好 ( $78 \leq$ 分数 $< 90$ )	中等 ( $68 \leq$ 分数 $< 78$ )	及格 ( $60 \leq$ 分数 $< 68$ )	不及格 (分数 $< 60$ 分)
课程目标 1 (28%)	能非常全面地掌握本课程教授的基础知识,非常准确地回答相关的考核问题,表现出色。	能较为全面地掌握本课程教授的基础知识,较为准确地回答相关的考核问题,表现较好。	能一般性地掌握本课程教授的基础知识,回答相关的考核问题的情况一般,表现中等。	不能较好地掌握本课程教授的基础知识,回答相关的考核问题的情况差强人意,表现及格。	不能掌握本课程教授的基础知识,无法回答相关的考核问题,表现比较糟糕。
课程目标 2 (21%)	观点正确,中心突出,能密切联系实际,有新意;论据充分、准确,论证符合推理,分析问题全面、深刻、逻辑性强,	观点正确,中心明确,能联系实际;能抓住实质问题,分析较为全面,中肯有理有据,层次分明,结构完整;语句通顺,书写符	观点正确,中心较明确,能联系实际;分析时基本能用论据说明论点,结构比较完整;语句基本通顺,书写一般符合格式。	观点基本正确,有中心;分析时注意用论据说明论点,但欠全面、准确,层次尚清楚;书写基本符合格式,但文句	理论上原则性错误,或基本上没有掌握已学的专业知识、技能;文章无中心。主要论据失真或论据、观点、结论

课程目标	成绩				
	优秀 (分数≥90分)	良好 (78≤分数<90)	中等 (68≤分数<78)	及格 (60≤分数<68)	不及格 (分数<60分)
	层次分明, 结构严谨; 文笔流畅, 书写符合格式。	合格式。		有毛病。	不相一致, 文字表达能力差; 内容抄袭他人成果。
课程目标 3 (21%)	能将专业知识和理论与国家的大政方针进行有机联系, 能够树立正确的价值观, 坚定政治立场。	大致能将专业知识和理论与国家的大政方针进行有机联系, 能够树立正确的价值观, 坚定政治立场。	基本能将专业知识和理论与国家的大政方针进行有机联系, 能够树立正确的价值观, 坚定政治立场。	将专业知识和理论与国家的大政方针进行有机联系的程度不高, 不能树立正确的价值观, 坚定政治立场。	不能将专业知识和理论与国家的大政方针进行有机联系的程度, 不能树立正确的价值观, 坚定政治立场。

## 28. 《海洋经济学》教学大纲

### 一、课程基本信息

课程名称	中文名称: 海洋经济学				
	英文名称: Marine Economics				
课程号	8401208		学分	2	
学时	总学时: 32	讲授学时	实验学时	上机学时	讨论学时
		30			2
开课学院	海洋文化与法律学院		开课学期	第 5 学期	
课程负责人	乐家华、李欣		适用专业	文化产业管理	
先修课程及要求	经济学概论				

### 二、课程简介

#### (一) 课程概况

本课程是一门有关海洋的经济学课程, 通过本课程学习, 了解什么是海洋、海洋经济, 海洋生产力与海洋生产关系、海洋生产要素以及海洋经济的效益评价、海洋经济产业、海洋区域经济、海洋生态经济、海洋经济发展战略与规划、海洋管理体制与国际关系等。了解和掌握海洋经济学的基本原理和观点, 理解海洋经济学的基本理论和基础知识, 为学习海洋渔业以及其他经济管理专业等课程创造条件, 打下基础。

The course is an economics course related to oceans. Through studying course, you will learn and understand what is oceans and marine economy, marine productivity and marine production relations, marine production factors, benefit evaluation of marine economy, marine economic industry, marine regional economy, marine ecological economy, marine economic development strategy and planning, marine management system and international relations. Are required to understand and master the basic principles and viewpoints of marine economics, understand the basic theories and knowledge of marine economics, and create conditions and lay a foundation for learning Marine Fisheries and other economic management courses.

## (二) 课程目标

**课程目标 1:** 掌握海洋系列基本知识及概念包括海洋经济活动、海洋资源、海洋三大产业、海洋未来产业、海洋区划、海岸带经济与海岛经济、海洋可持续发展战略等。掌握海洋经济学的学科性质和研究对象，了解我国海洋经济的发展现状和基本情况；提高海洋经济效果的途径和方法；海洋政策和海洋法规；海洋经济活动预测；海洋资源的开发和利用等。

**课程目标 2:** 让学生学习经济学、海洋学和海洋经济基本理论和基础知识，培养系统地掌握经济学、管理学和海洋经济学的基本理论和基础知识以及现代化管理方法，掌握海洋经济国际合作、海洋经济研究、海洋产业及企业发展等方面的管理技能，具有理论分析和实务操作的基本能力，为职业和研究发展奠定基础。

**课程目标 3:** 学习几项重要的海洋经济研究的实证方法及理论概念，霍弗德尔指数、相对集中度，掌握几项重要的结构优化方法，时序优化，组团点轴等，掌握流行的效益评价方法，为学术论文研究方向的确和实证分析的撰写打好基础。

**课程目标 4:** 通过课程中对于国际海洋法，美、德、日等国外海洋开发战略与实践的学习，以及国际化经营相关知识的学习，把握海洋战略中的国际化环境因素，拓展学生关于海洋经营的国际化视野的观点，同时对接新时期中国“一带一路”，“发展海洋经济”的战略目的。帮助学生把握当前经济社会的发展的趋势，形成正确的创新发展方向。

**课程目标 5:** 通过对海洋文化和海洋开发历史的相关知识的学习，感受中国数千年海洋发展史文化的形成和发展，了解新时期中国海洋开发在世界范围、全球范围内的地位，成就，困境，难题，指引统筹和谐发展的现代化的中国海洋战略，鼓励学生投入大力推进中国海洋事业的意识和决心。

## (三) 课程目标和毕业要求的对应关系

课程目标	毕业要求指标点	毕业要求
1	2-4 掌握海洋经济学及海洋文化等海洋特色专业知识。	(2) 专业知识：能够将产业、管理、经济、文化、艺术、设计类等相关专业知识用于分析和解决文化产业相关领域的管理问题，具备基本的文化创意设计能力，掌握创造、创新基本方法。
2	3-3 具备相应的从文化产业观察透析能力、分析判断力、趋势预测能力、把握文化产业的未来发展趋势。	(3) 问题分析：能够应用数学、统计学、经济学和管理学的基本原理，通过文献分析和市场调研分析方法，准确识别、阐释文化产业领域的相关管理问题。
3	5-1 选择和应用先进的信息、资源技术及使用现代统计学工具。	(5) 使用现代化工具：针对复杂的文化产业管理问题，能够选择和使用合适的信息、资源、技术和现代统计学工具、计算机辅助设计软件、人工智能等现代信息技术，对文化产业相关领域复杂管理问题进行预测、干预，并提出解决方案。
4	6-1 把握时代发展脉搏，准确判断文化产业及相关领域发展方向。	(6) 时代与发展：把握时代发展脉搏，准确判断文化产业及相关领域发展方向。
5	8-2 具有感受美、鉴赏美的能力和崇高的	(8) 综合素质：体质健康、体魄健强、人格健全、意志坚韧，善于感受美、鉴赏美、追求美、

课程目标	毕业要求指标点	毕业要求
	审美追求、高尚的人格修养、坚定的文化、道路和制度自信。	弘扬美；具有正确的劳动价值观、必备的劳动能力、积极的劳动精神、良好的劳动习惯和品质。

### 三、教学内容、要求与学时分配

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式 (讲授、实验、上机、讨论)	支撑课程目标
第一章海洋、海洋经济、海洋经济学 (1) 海洋 (2) 海洋经济 (3) 海洋经济学 <b>思政融入点:</b> 实现民族复兴的中国梦	掌握海洋、海洋经济、海洋经济学的基本概念	<b>重点:</b> 海洋经济概念的内涵和外延 <b>重点:</b> 海洋经济学是一门什么性质的科学? 其研究对象是什么	4	讲授	1
第二章海洋生产力和生产关系 (1) 海洋生产力 (2) 海洋生产关系 (3) 海洋经济运行市场机制	了解海洋生产力发展的决定因素 掌握海洋生产关系的概念	<b>重点:</b> 影响海洋生产力发展的因素有哪些? <b>难点:</b> 海洋生产关系特殊性有哪些?	2	讲授	1, 2
第三章海洋生产要素的宏观运筹 (1) 海洋规模经济 (2) 海洋结构经济 (3) 海洋布局经济 (4) 海洋时序经济	掌握海洋规模经济概念内涵 了解如何从不同层次、类型、领域对海洋生产力规模进行分类	<b>重点:</b> 对海洋生产力规模的判定主要有哪些方法, <b>难点:</b> 怎样用相对集中度来判定生产力规模	4	讲授、案例	1, 3
第四章海洋经济效益评价 (1) 海洋经济效益概念及评价原理 (2) 海洋开发活动外部效应 (3) 海洋开发活动经济效益评价方法	掌握效益概念及评价原则	<b>重点:</b> 经济效益评价方法	4	讲授、案例	1, 3
第五章海洋产业经济 (1) 海洋产业发展思路 (2) 海洋第一产业 (3) 海洋第二产业 (4) 海洋第三产业	掌握海洋三次产业的分类及特征	如何实现海洋产业结构的优化升级? 什么是产业结构效应, 具体包括哪些内容?	4	讲授、案例	1, 5
第六章海洋区域经济 (1) 海岸带经济 (2) 海岛经济 (3) 河口三角洲经济	掌握海岸带经济概念及范围 了解海岛经济特点, 以及海岛经济	海岛地位和作用有哪些? 国家管辖海域包括哪些?	4	讲授	1, 5

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式 (讲授、实验、上机、讨论)	支撑课程目标
(4) 国家管辖海域经济 (5) 公海和国际海底经济	建设的重点				
第七章海洋生态经济 (1) 资源环境的可持续利用 (2) 海洋生态经济模式 (3) 海洋国土整治 <b>思政融入点:</b> 海洋的资源节约, 环境保护, 可持续发展观念教育	了解海洋生态环境系统 掌握海洋生态模式系统优化的内容	如何实现海域资源的可持续利用? 如何发展蓝碳经济、碳汇渔业?	4	讲授、案例	1, 6
第八章海洋经济管理体制 (1) 海洋经济管理和体制 (2) 海洋经济条块管理 (3) 海洋经济综合协调管理	掌握海洋经济管理的概念、目的和方法	各国海洋经济管理类型 各国海洋经济管理体制类型 中国海洋经济管理的主要部门及关联部门。	2	讲授、案例	1, 4
第九章国家海洋经济权益和国际关系 (1) 国家管辖和国际海域的经济权益 (2) 国家海洋权益的维护 (3) 海洋国际合作 <b>思政融入点:</b> 海洋权益、国防教育、大国外交、国家权益维护意识。	了解国家海洋权益概念 掌握国家管辖的海洋权益及全球利益内容	国家的核心利益是什么	2	讲授	1, 5

#### 四、课程考核评价方式

考核以课程目标的达成度为主要目的,以检查学生对各知识点的掌握程度和应用能力为重要内容。

##### (一) 考核方式

考核方式有开卷笔试。

考试课程成绩: 期末成绩和平时成绩两部分构成, 分别占 70%和 30%。

##### (二) 课程成绩

###### 1. 考核环节及说明

成绩构成	考核说明
平时成绩	(1) 平时成绩满分为 100 分, 占总成绩的 30% (2) 针对平时成绩对应的课程目标, 由课堂提问或表现、作业等部分构成, 着重评价学生

成绩构成	考核说明
	平时对相关专业知识的掌握和应用。
期末考试	(1) 考试方式及占比：采用开卷笔试，考试成绩 100 分，占课程考核成绩的 70%。 (2) 评定依据：考试成绩的评定根据试卷参考答案和评分标准进行。 (3) 考试题型：由名词解释、多项选择题、判断题和论述题。 (4) 考试内容：针对期末考试对应的课程目标。

## 2. 考核与评价方式

课程目标	成绩比例（平时成绩30%+期末成绩70%）				合计
	平时成绩（30%）			期末成绩 （70%）	
	作业 （5%）	课堂表现 （20%）	提问回答 （5%）		
1	1	10	1	21	33
2	2	5	1	21	29
3	1	5	2	14	22
4	1	10	1	14	26
合计(成绩构成)	5	20	5	70	100

## 五、教学方法

实行理论教学与实际相结合的教学方法，本课程在教学过程中采用讲述式、启发式和讨论式教学方法。

本课程采用的教学媒体主要有：文字教材（包括主教材和学习指导书）、课件（包括主讲老师对全书的系统讲授，还有重要内容的文字提示与电子教学幻灯片）以及网上辅导（主要采用 E-MAIL、BBS 等形式）。

## 六、参考材料

1. 陈可文著，中国海洋经济学，海洋出版社，2003 年 10 月，第 1 版。
2. 徐质斌等编著，海洋经济学教程，经济科学出版社，2003 年 1 月，第 1 版。
3. 王诗成著，蓝色的挑战，中国海洋大学出版社，2003 年 1 月，第 1 版。
4. 王曙光著，海洋开发战略研究，海洋出版社，2004 年 7 月，第 1 版。
5. 管华诗主编，海洋知识经济，青岛海洋大学出版社，1999 年 6 月，第 1 版。
6. 周世锋等著，海洋开发战略研究，浙江大学出版社，2009 年 12 月，第 1 版。

主撰人：乐家华、李欣

审核人：高雪

英文校对：沈庆会

教学副院长：郑建明

日期：2022 年 9 月 26 日

## 附件：各类考核与评价标准表

### 1. 平时成绩评分标准

成绩 课程目标	优秀 (分数 $\geq 90$ 分)	良好 ( $78 \leq$ 分数 $< 90$ )	中等 ( $68 \leq$ 分数 $< 78$ )	及格 ( $60 \leq$ 分数 $< 68$ )	不及格 (分数 $< 60$ 分)
课程目标 1 (5%)	按照要求完成布置, 内容全面、完整, 能应用相关理论分析。	按照要求完成布置, 内容比较全面、完整。	基本按照要求完成布置, 内容相对完整。	基本能够按照要求完成布置。	不能按照要求完成布置, 内容不全面。
课程目标 2 (20%)	上课能够提前到教室, 认真听讲, 出勤率满勤。	上课能够准时到教室, 认真听讲, 出勤率达 90%以上。	课堂上能够准时到教室, 认真听讲, 出勤率达 85%以上。	上课能够准时到教室, 认真听讲, 出勤率达 80%以上。	课堂上能够准时到教室, 认真听讲, 出勤率在 70%。
课程目标 3 (5%)	课堂上能够积极讨论和回答问题。	课堂上基本能够参与讨论。	课堂上基本能够参与讨论, 但不积极。	课堂上能回答问题, 但是不积极。	课堂上不能回答问题。

### 2. 期末考核与评价标准

成绩 课程目标	优秀 (分数 $\geq 90$ 分)	良好 ( $78 \leq$ 分数 $< 90$ )	中等 ( $68 \leq$ 分数 $< 78$ )	及格 ( $60 \leq$ 分数 $< 68$ )	不及格 (分数 $< 60$ 分)
课程目标 1 (21%)	准确答题率达 100%。	准确答题率达 80-90%。	准确答题率达 70-80%。	准确答题率达 60-69%。	准确答题率小于 60%。
课程目标 2 (21%)	准确答题率达 100%。	准确答题率达 80-90%。	准确答题率达 70-80%。	准确答题率达 60-69%。	准确答题率小于 60%。
课程目标 3 (14%)	能够准确回答相关概念, 准确答题率达 100%。	比较准确回答相关概念, 准确答题率达 80-90%。	基本能准确回答相关概念, 准确答题率达 70-80%。	回答相关概念, 准确答题率达 60-69%。	回答相关概念, 准确答题率小于 60%。
课程目标 4 (14%)	能够全面、准确回答题目内容, 逻辑性强, 论述充分, 结论严谨合理, 有一定价值。	能够比较准确回答题目内容, 论述充分, 严谨合理, 逻辑性强。	基本能准确回答题目内容, 论述充分, 严谨合理。	回答题目内容, 论述充分。	回答题目内容, 论述不充分、不全面。

## 29. 《滨海旅游产品包装与设计》教学大纲

### 一、课程基本信息

课程名称	中文名称: 滨海旅游产品包装与设计
	英文名称: Packaging and Design of Coastal Tourism Products

课程号	55030103		学分	2	
学时	总学时: 32	讲授学时	实验学时	上机学时	讨论学时
		20	12		
开课学院	55030103		开课学期	5	
课程负责人	高雪		适用专业	文化产业管理	
先修课程及要求	设计学概论、构成设计、电脑美术与创意设计实训				

## 二、课程简介

### (一) 课程概况

《滨海旅游产品包装与设计》这门课程是文化产业管理专业的限选课程,主要从分析旅游产品包装与设计的现状出发,发掘市场对滨海旅游产品包装与设计的重要性,通过滨海旅游产品的设计性与文化内涵的融合,突出旅游产品的原有特色。通过本课程的教学,使学生对包装流程中的市场调研、包装材料、包装技术、印刷流程以及运输、销售方式,结合市场学、消费心理学以及包装材料和生产方式,进行包装结构和容器造型、包装视觉的统一设计,并掌握系列化、礼品化滨海旅游产品的包装设计创意方法和表现技法。

This course is an elective course for the major of cultural industry management. It starts from the analysis of the current situation of packaging and design of tourism products, explores the importance of the market to the packaging and design of tourism products, improves the integration of design and cultural connotation of tourism products, and highlights the original color of tourism products. Through the teaching of this course, students can understand the market research and packaging materials in the packaging process, packaging technology, printing process, transportation and sales methods, combined with marketing, consumer psychology, packaging materials and production methods, carry out the unified design of packaging structure, container modeling and packaging decoration, and master the creative methods and performance techniques of packaging design for series and gift tourism products.

### (二) 课程目标

课程目标 1: 能够将包装设计相关专业知识用于分析和解决滨海旅游产品包装相关领域的创新发展问题,具备基本的包装创意设计能力,掌握创造、创新基本方法。

课程目标 2: 具有创新意识,能够综合考虑社会、经济、健康、安全、法律、文化等多元因素,以滨海旅游产品的问题和需求为导向,设计出满足特定需求的项目设计方案及实施流程

课程目标 3: 针对滨海旅游产品的包装设计方案,能够选择和使用合适的信息、资源、技术和现代统计学工具、计算机辅助设计软件等现代信息和印刷技术,对产品包装设计方案深化并做出设计效果图及实物模型。

课程目标 4: 具备良好的语言沟通和规范的文字表达能力、资料收集与分析能力、人文社会科学素养和社会责任感,挖掘中化民族设计深度,增强文化自信;严格遵守职业道德与规范,正确把握团队和个人的关系,在团队中胜任个体、团队成员或负责人的角色。

### (三) 课程目标和毕业要求的对应关系

课程目标	毕业要求指标点	毕业要求
1	2-3 掌握文化史论与设计类专知识,把握文化发展脉络,提升设计	2. (专业知识): 能够将产业、管理、经济、文化、艺术、设计类等相关专业知识用于分析和解决文化产

课程目标	毕业要求指标点	毕业要求
	能力。	业相关领域的管理问题，具备基本的文化创意设计能力，掌握创造、创新基本方法。
2	4-3 掌握海洋文化产业相关知识，运用于海洋特色或相关文化产业项目设计、策划或管理。	4.（设计、策划解决方案）：具有创新意识，能够综合考虑社会、经济、健康、安全、法律、文化等多元因素，以问题和需求为导向，设计出满足特定需求的管理或项目方案及实施流程。
3	5-2 使用与设计相关或与人工智能相关的信息技术工具。	5.（使用现代化工具）：针对复杂的文化产业管理问题，能够选择和使用合适的信息、资源、技术和现代统计学工具、计算机辅助设计软件、人工智能等现代信息技术，对文化产业相关领域复杂管理问题进行预测、干预，并提出解决方案。
4	7-3 能与其他学科的成员有效沟通，合作共事，并能够在团队中独立或合作开展工作；能够组织、协调和指挥团队开展工作。	7.（职业素养）：具备良好的语言沟通和规范的文字表达能力、资料收集与分析能力、人文社会科学素养和社会责任感，严格遵守职业道德与规范，正确把握团队和个人的关系，在团队中胜任个体、团队成员或负责人的角色。

### 三、教学内容、要求与学时分配

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式(讲授、实验、上机、讨论)	支撑课程目标
第一章产品包装概述 (1) 包装简史 (2) 产品包装的功能与基本特征 (3) 产品包装的定义与分类 (4) 产品包装设计的构成要素	了解包装的概念、包装简史，熟知产品包装的功能与基本特征掌握产品包装设计的构成要素	重点：产品包装设计的构成要素  难点：产品包装的功能与特征	1	讲授	1
第二章 滨海旅游产品包装设计的构思与方法 (1) 滨海旅游产品	通过该章节的学习，使学生能够了解滨海旅游产品的特征，从而有针对性的开	重点：滨海旅游产品包装设计方法  难点：滨海旅游包装	2	讲授	1

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式(讲授、实验、上机、讨论)	支撑课程目标
包装设计的构思 (2) 滨海旅游产品包装设计方法 (3) 滨海旅游产品包装设计程序	展调研与构思, 选择合适的创意设计方法。	设计的特征及构思			
第三章 产品包装设计的构图与视觉流程 (1) 产品包装设计的构图 (2) 产品包装的视觉流程与视觉最佳视域	通过本章学习, 使学生了解产品包装设计的视觉流程与视觉最佳视域。为今后设计打下基础。	重点: 产品包装设计的构图 难点: 视觉流程与视觉最佳视域	1	讲授	1
第四章 产品包装容器造型设计 (1) 产品包装容器造型设计的要求与原则 (2) 产品包装容器造型的设计方法与程序 (3) 不同材料的包装容器造型设计及特点	本章学习产品包装容器造型设计的原则和程序, 通过学习来设计符合课题要求的包装容器造型。	重点: 产品包装容器造型的设计方法与程序 难点: 不同材料的包装造型设计及特点	6	讲授、实验	1、2
第五章 纸包装结构设计 (1) 纸包装设计种类与特点 (2) 纸包装结构设计 (3) 包装结构与包装容器造型设计及	本章学习纸包装结构设计的特点和代表结构练习, 通过结构的学习来设计符合课题要求的产品包装结构。	重点: 纸包装结构设计 难点: 滨海旅游产品包装容器与结构设计的特点	6	讲授、实验	1、2

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式(讲授、实验、上机、讨论)	支撑课程目标
特点					
第六章 产品包装的视觉形象设计 (1) 包装设计中的文字设计 (2) 产品包装中的图形设计 (3) 产品包装中的色彩设计	本章学习产品包装视觉形象设计中的文字、图形、色彩的设计,通过学习来设计符合课题要求的包装视觉形象设计。	重点: 产品包装设计中的图形设计 难点: 产品包装设计中的色彩设计	4	讲授、实验	1、2
第七章 产品包装设计的印刷与制作 (1) 产品包装设计的印刷种类与特征 (2) 产品包装印刷制作过程 (3) 产品包装与计算机辅助设计 (4) 产品包装设计的新材料、新工艺、新技术 课程思政: 中国印刷术	通过本章学习,学生了解包装设计的印刷与制作的材料工艺与流程。通过计算机辅助设计手段做出的设计图,选择合适的印刷材料与工艺,制成包装设计实物。	重点: 产品包装印刷制作过程 难点: 产品包装设计的新材料工艺及技术	2	讲授	3、4
第八章 滨海旅游产品包装专题设计 (1) 食品类 (2) 饮料类 (3) 化妆品类 (4) 玩具类 (5) 礼品类	本章综合以上所有课程内容,以滨海旅游类产品包装专题设计为主导,学生分组选择不同专题开展设计实践。	重点: 专题设计的创意性 难点: 专题设计的项目完整性	8	讲授、实验	2、3、4
第九章 滨海旅游产品包装设计发展趋势	使学生了解滨海旅游产品包装发展的趋势,并参与讨论。	重点: 了解产品包装设计发展趋势	2	讲授、讨论	3、4

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式(讲授、实验、上机、讨论)	支撑课程目标
(1) 环保化绿色化 (2) 简约化人性化 (3) 趣味化交互式 (4) 概念化					

#### 四、课程考核评价方式

考核以课程目标的达成度为主要目的,以检查学生对各知识点的掌握程度和应用能力为重要内容。

##### (一) 考核方式

课程考核由平时成绩与期末考试成绩相结合的方式进行。

1. 平时成绩占比 50%，主要包括：作业（20%）、实验（20%）及课堂表现（10%）。
2. 期末考核占比 50%，采用设计作品考试的方法。

##### (二) 课程成绩

###### 1. 考核环节及说明

成绩构成	考核说明
平时成绩	(1) 平时成绩满分为 100 分，占总成绩的 50% (2) 针对平时成绩对应的课程目标，由作业、实验、课堂表现等部分构成，各部分占比及评分标准由教师根据实际情况决定。
期末考试	(1) 考试方式及占比：采用考试大作业，考试成绩 100 分，占课程考核成绩的 50%。 (2) 评定依据：考试成绩的评定根据评分标准进行。 (3) 考试题型：创意设计 (4) 考试内容：滨海旅游产品包装设计对应课程目标 1、2、3、4。

###### 2. 考核与评价方式

课程目标	成绩比例（平时成绩50%+期末成绩50%）				合计
	平时成绩（50%）			期末成绩 （50%）	
	作业 (20%)	实验 (20%)	课堂表现 (10%)		
1	10		5	10	25
2	10		5	10	25
3		10		20	30
4		10		10	20
合计(成绩构成)	20	20	10	50	100

## 五、教学方法

教学紧扣“课堂讲授、课程讨论、作业训练、创作考核”等教学要素，灵活采用传统讲授方式、观看视频资料、电子教案、课程资源上网、翻转课堂等多种方法与手段开展教学。同时通过提供教学参考资料、推荐课外阅读材料等拓宽和深化学生的知识面和知识结构。课堂采用分组讨论。对学生的辅导，主要采用课下指导、当面答疑、E-MAIL 等形式。

## 六、参考材料

1. 王安霞，《产品包装设计》，东南大学出版社，2015年8月，第2版。
2. 黄毅英主编，《产品包装设计案例教程》，电子工业出版社，2017年4月，第2版。
3. 杨猛、徐振华主编，《土特产品包装设计》，广西师范大学出版社，2018年1月，第1版。
4. 张艳平主编，《产品包装设计》，东南大学出版社，2014年5月，第1版。
5. 何钰、候晓鹏主编，《产品包装设计》，中国水利水电出版社，2015年6月，第1版。

主撰人：高雪

审核人：郑建明

英文校对：沈庆会

教学副院长：郑建明

日期：2022年9月26日

## 附件：各类考核与评价标准表

### 1. 平时成绩（平时作业+课堂表现）评分标准

成绩 课程目标	优秀 (分数≥90分)	良好 (78≤分数<90)	中等 (68≤分数<78)	及格 (60≤分数<68)	不及格 (分数<60分)
课程目标1 (15%)	理解并掌握产品包装设计有关理论知识。能够灵活运用阅读、听讲、讨论等方法。运用基础理论知识高质量的完成作业，作业按照规定格式和时间提交，准确性高。	理解产品包装设计有关理论知识。能够运用阅读、听讲、讨论等方法、运用基础理论知识完成作业，作业按照规定格式和时间提交，准确性高。	基本理解产品包装设计有关理论知识。能够运用阅读、听讲、讨论等方法、运用基础理论知识完成作业，作业按照规定格式和时间提交。	理解部分产品包装设计有关理论知识。基本能够运用基础理论知识完成作业。	对产品包装设计有关理论知识理解不够。不能运用基础理论知识完成作业。
课程目标2 (15%)	考勤全满，课堂参与度高，在与老师互动的环节积极主动，回答问题思路清晰，设计方案创意性强。	考勤良好，课堂参与度较高，在与老师互动的环节回答问题相对思路清晰，设计方案有一定创意。	考勤较好，课堂有一定的参与度，能够在与老师互动的环节回答问题，设计方案完整。	完成基本考勤，课堂参与度一般，在与老师互动的环节回答问题不够积极，提出设计方案相对完整。	考勤状况不佳，课堂参与度低，在与老师互动的环节回答问题不积极。

### 2. 实验评价标准

成绩 课程目标	优秀 (分数≥90分)	良好 (78≤分数<90)	中等 (68≤分数<78)	及格 (60≤分数<68)	不及格 (分数<60分)
课程目标3 (10%)	根据不同的实验目标，运用计算机辅助设计软件对产品包装设计深化做出优秀的设计效果图，能够根据课题要求选择合适的材料和加工工具开展包装容器及包装结构设计实验。实验作业制作精良，有很强的创新性。	根据不同的实验目标，运用计算机辅助设计软件对产品包装设计做出完善的设计效果图，能够根据课题要求选择合适的材料和加工工具开展包装容器及包装结构设计实验。实验作业制作良好，有创新性。	根据不同的实验目标，运用计算机辅助设计软件对产品包装设计做出完整的设计效果图，能够根据课题要求选择材料和加工工具开展包装容器及包装结构设计实验。实验作业制作完整，有一定创新性。	根据不同的实验目标，运用计算机辅助设计软件对产品包装设计做出设计效果图，能够根据课题要求选择材料和加工工具开展包装容器及包装结构设计实验。实验作业制作较为完整。	不能够根据实验目标，运用计算机辅助设计软件对产品包装设计做出设计效果图，未完成实验作业
课程目标4 (10%)	在实验过程中具备优秀的语言沟通和规范的文字	在实验过程中具备良好的语言沟通和规范的文字	在实验过程中具备一定的语言沟通和规范的文字表达能	在实验过程中具备语言沟通和文字表达能力、人文	在实验过程中语言沟通和文字表达能力

成绩 课程目标	优秀 (分数≥90分)	良好 (78≤分数<90)	中等 (68≤分数<78)	及格 (60≤分数<68)	不及格 (分数<60分)
		表达能力、人文社会科学素养和强烈的社会责任感。实验报告能够挖掘中华民族设计深度,具有强烈的文化自信。	表达能力、人文社会科学素养和社会责任感。实验报告能够挖掘中华民族设计深度,具有文化自信。	力、人文社会科学素养和社会责任感。实验报告能够挖掘中华民族文化,具有一定的文化自信。	社会科学素养和社会责任感。实验报告完整。

### 3. 期末考核与评价标准

成绩 课程目标	优秀 (分数≥90分)	良好 (78≤分数<90)	中等 (68≤分数<78)	及格 (60≤分数<68)	不及格 (分数<60分)
	课程目标 1 (10%)	根据课题要求,深入开展各项调研,并将调研成果与包装设计相关专业知识用于分析和解决滨海旅游产品包装相关领域的创新发展问题,调研报告详尽,分析问题深入,逻辑性强。	根据课题要求,积极开展各项调研,并将调研成果与包装设计相关专业知识用于分析和解决滨海旅游产品包装相关领域的创新发展问题,调研报告完整,分析问题逻辑性强。	根据课题要求开展各项调研,并将调研成果与包装设计相关专业知识用于分析和解决滨海旅游产品包装相关领域的创新发展问题,调研报告基本完整,分析问题具有逻辑性。	根据课题要求开展各项调研,并将调研成果与包装设计相关专业知识用于分析和解决滨海旅游产品包装相关领域的创新发展问题,调研报告基本完整,分析问题具有一定的逻辑性。
课程目标 2 (10%)	根据课题要求提出具有创新意识的设计方案,能够综合考虑社会、经济、健康、安全、法律、文化等多元因素,以滨海旅游产品的问题和需求为导向,设计出满足特定需求的项目方案,设计方案完整且创新性强。	根据课题要求提出具有一定创新意识的设计方案,能够综合考虑社会、经济、健康、安全、法律、文化等多元因素,以滨海旅游产品的问题和需求为导向,设计出满足特定需求的项目方案,设计方案完整且有创新性。	根据课题要求提出设计方案,能够综合考虑社会、经济、健康、安全、法律、文化等多元因素,以滨海旅游产品的问题和需求为导向,设计出满足特定需求的项目方案,设计方案完整且有一定的创新性。	根据课题要求提出设计方案,能够综合考虑社会、经济、健康、安全、法律、文化等多元因素,以滨海旅游产品的问题和需求为导向,设计出基本满足特定需求的项目方案,设计方案完整。	不能够综合考虑社会、经济、健康、安全、法律、文化等多元因素,未以滨海旅游产品的问题和需求为导向,设计未能基本满足特定需求。

成绩 课程目标	优秀 (分数≥90分)	良好 (78≤分数<90)	中等 (68≤分数<78)	及格 (60≤分数<68)	不及格 (分数<60分)
	课程目标 3 (20%)	针对滨海旅游产品的包装设计方案,能够选择和使用合适的计算机辅助设计软件和印刷技术,对产品包装设计深化做出优秀的设计效果图,实物模型比例严谨,质感强。	针对滨海旅游产品的包装设计方案,能够选择和使用合适的计算机辅助设计软件和印刷技术,对产品包装设计深化做出良好的设计效果图,实物模型比例严谨,有质感。	针对滨海旅游产品的包装设计方案,能够使用计算机辅助设计软件和印刷技术,对产品包装设计深化做出较好的设计效果图,实物模型比例严谨,有一定质感。	针对滨海旅游产品的包装设计方案,能够使用计算机辅助设计软件和印刷技术,对产品包装设计深化做出设计效果图,实物模型比例准确。
课程目标 4 (10%)	在设计实施过程中具备优秀的语言沟通和规范的文字表达能力、人文社会科学素养和社会责任感。方案能够挖掘中华民族设计深度,具有强烈的文化自信;在团队中富有领导力。	在设计实施过程中具备良好的语言沟通和规范的文字表达能力、人文社会科学素养和社会责任感。方案能够挖掘中华民族设计深度,具有很深的文化自信;在团队中有一定领导力。	在设计实施过程中具备一定的语言沟通和规范的文字表达能力、人文社会科学素养和社会责任感。方案能够挖掘中华民族设计深度,具有一定的文化自信;在团队中起到积极作用。	在设计实施过程中具备语言沟通和文字表达能力、人文社会科学素养和社会责任感。方案能够体现文化自信心,有团队意识。	在设计实施过程中语言沟通和文字表达能力差、缺乏人文社会科学素养和社会责任感。缺乏团队意识。

## 30. 《水族馆创意与设计》教学大纲

### 一、课程基本信息

课程名称	中文名称: 水族馆创意与设计				
	英文名称: Creative Idea and Design of Aquarium				
课程号	5604005		学分	2	
学时	总学时: 32	讲授学时	实验学时	上机学时	讨论学时
		26			6

开课学院	水产与生命学院	开课学期	6
课程负责人	谭洪新	适用专业	文化产业管理
先修课程及要求	设计学概论		

## 二、课程简介

### （一）课程概况

水族馆是以科普教育、科学研究、自然保护和娱乐休闲为目的，饲养和展示水生生物的人造水生生态系统。新建水族馆的创意、规划与设计，是水族馆建设的关键步骤，其科学性、合理性、经济性直接关系到水族馆的后期运行及管理。本课程讲授观赏水族生理生态学、水族馆主要展示手段及装备、水族馆水环境控制技术、新建水族馆的规划与设计、国内外主要水族馆案例分析等，使学生初步掌握规划与设计水族馆的基本技能。

Aquarium is constructed aquatic ecosystem rearing and showing aquatic life for scientific education, scientific research, nature conservation and entertainment. Creative idea, planning and design are key steps in constructed new aquarium, scientificity, rationality and economical efficiency in planning and design be directly relationship with operation and management of aquarium. This course instruct physiological ecology of ornament aquatic life, key showing means and facility in aquarium, water environment control technology in aquarium, planning and design new constructed aquarium, case analysis about key aquarium at home and abroad, et al. Students will hold basic skill about planning and design of aquarium.

### （二）课程目标

课程目标 1：培养学生对全球大中型水族馆发展历程与发展趋势的认知与判别能力；

课程目标 2：培养学生对大中型水族主题公园的初步规划与创意设计能力；

课程目标 3：对各章课程思政融入点具有理解与融会贯通能力。

### （三）课程目标和毕业要求的对应关系

课程目标	毕业要求指标点	毕业要求
1	2-3 掌握文化史论与设计类专业知识，把握文化发展脉络，提升设计能力。	2. (专业知识)：能够将产业、管理、经济、文化、艺术、设计类等相关专业知识用于分析和解决文化产业相关领域的管理问题，具备基本的文化创意设计能力，掌握创造、创新基本方法。
2	4-3 掌握海洋文化产业相关知识，运用于海洋特色或相关文化产业项目设计、策划或管理	4. (设计、策划解决方案)：具有创新意识，能够综合考虑社会、经济、健康、安全、法律、文化等多元因素，以问题和需求为导向，设计出满足特定需求的管理或项目方案及实施流程。
3	5-2 使用与设计相关或与人工智能相关的信息技术工具。	5. (使用现代化工具)：针对复杂的文化产业管理问题，能够选择和使用合适的信息、资源、技术和现代统计学工具、计算机辅助设计软件、人工智能等现代信息技术，对文化产业相关领域复杂管理问题进行预测、干预，并提出解决方案。

### 三、教学内容、要求与学时分配

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式(讲授、实验、上机、讨论)	支撑课程目标
<p>第一章 水族馆发展简史与创意设计新趋势</p> <p>(1) 全球水族馆发展概况与发展趋势分析</p> <p>(2) 典型水族馆视频欣赏与分析(日本大阪海游馆)</p> <p>思政融入点: 全球视野、美丽中国。</p>	<p>学习世界水族馆发展简史, 我国水族馆发展阶段及其特征, 现代水族馆创意设计与展示新理念。</p> <p>了解中大型公共水族馆发展历史及技术特点, 重点了解我国水族馆的发展阶段及特点, 理解现代水族馆设计新理念。</p>	<p><b>重点:</b> 让学生了解水族馆发展史就是一部科技创新史。</p> <p><b>难点:</b> 如何让学生结合全球社会、经济、科技发展, 综合分析和理解全球水族馆分布格局与发展趋势。</p>	4	讲授 2 学时; 视频欣赏与分析 1 学时; 讨论 1 学时	课程目标 1、2、3
<p>第二章 观赏水族展示及其生物学基础</p> <p>(1) 典型水族的生活习性、特征及展示</p> <p>(2) 典型生态系统的特征及展示。</p> <p>(3) 生物多样性视频欣赏与分析(大堡礁生物多样性)</p> <p>思政融入点: 批判思维、科学精神。</p>	<p>学习典型水族的生活习性及其特征, 典型水族的特征及展示, 典型生态系统的特征及展示。</p> <p>了解观赏水族生物学知识对创意设计的重要意义。</p>	<p><b>重点:</b> 了解观赏水族生物学知识对创意设计的重要意义</p> <p><b>难点:</b> 如何让学生深度挖掘水生生物特征, 并与有效的展示创意效果相结合。</p>	4	讲授 2 学时; 视频欣赏与分析 1 学时; 讨论 1 学时	课程目标 1、2、3
<p>第三章 水族馆创意设计导论</p> <p>(1) 展示生物学与创意设计的关系</p> <p>(2) 主题公园规划设计相关知识</p> <p>(3) 水族馆规划及主题设计</p>	<p>学习展示生物学与创意设计的关系, 主题公园规划设计相关知识, 水族馆规划及主题设计的基本原则, 展示项目及形式</p>	<p><b>重点:</b> 让学生了解创意设计的基本原则</p> <p><b>难点:</b> 如何让学生将创意设计</p>	6	讲授 4 学时; 视频欣赏与分析 1 学时; 讨论 1 学时	课程目标 1、2、3

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式(讲授、实验、上机、讨论)	支撑课程目标
<p>设计的基本原则</p> <p>(4) 展示项目及形式设计的基本原则</p> <p>(5) 水族馆创意设计案例</p> <p>(6) 结合日本冲之海水族馆视频材料分析设计理念。</p> <p>思政融入点: 政治认同、文化自信。</p>	<p>设计的基本原则, 水族馆创意设计案例。</p> <p>理解主题公园规划设计基础知识, 掌握水族馆相关设计原则, 理解设计案例的设计思路、原则和方法。</p>	<p>基本原则有效的融入实际的创意设计实例。</p>			
<p>第四章 水族馆内部构成设计</p> <p>(1) 水族馆造景设计</p> <p>(2) 水族馆照明设计</p> <p>(3) 水族馆维生水处理设计</p> <p>(4) 水族馆饲养品种配置设计</p> <p>思政融入点: 专业自信、职业道德。</p>	<p>学习水族馆造景设计, 水族馆照明设计, 水族馆维生水处理设计, 水族馆饲养品种配置设计等 4 大关键设计要素。</p> <p>掌握相关设计原则及方法。</p>	<p><b>重点:</b> 让学生掌握设计水族馆需要的 4 大关键设计要素。</p> <p><b>难点:</b> 如何让学生将水族馆创意思路与水族馆 4 大关键设计要求有机结合。</p>	12	<p>讲授 8 学时; 讨论 4 学时</p>	<p>课程目标 1、2、3</p>
<p>第五章 水族馆设计案例</p> <p>(1) 上海长风海洋世界创意设计分析</p> <p>(2) 上海海洋水族馆创意设计分析</p> <p>(3) 北京海洋馆创意设计分析</p> <p>(4) 深圳海洋世界创意设计分析</p> <p>(5) 香港海洋公园创意设计分析</p> <p>(6) 上海海昌海洋公园创</p>	<p>结合典型代表性水族馆的主题设计、展示项目设计、展示方法设计、游览路线设计等分析, 了解与分析代表性水族馆的创意设计思路及特点。</p>	<p><b>重点:</b> 让学生理解各类风格的水族馆设计思路</p> <p><b>难点:</b> 如何让学生结合各水族馆创意设计时的社会经济背景思考其设计的先进性。</p>	6	<p>讲授 4 学时; 讨论 2 学时</p>	<p>课程目标 1、2、3</p>

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式(讲授、实验、上机、讨论)	支撑课程目标
意设计分析 思政融入点：专业自信、社会责任。					

#### 四、课程考核评价方式

考核以课程目标的达成度为主要目的,以检查学生对各知识点的掌握程度和应用能力为重要内容。考核范围涵盖所有讲授的内容,考核内容能客观反映出学生对本门课程的主要概念和重要知识的掌握程度,对有关理论的理解、掌握及综合运用能力。

##### (一) 考核方式

考核方式灵活采用课堂表现(含课堂讨论)、平时作业、课程论文等形式。考试课程成绩由期末成绩和平时成绩构成。

##### (二) 课程成绩

平时成绩主要根据学生平时学习态度、听课、作业、课堂讨论等情况综合评定。平时成绩占课程考核成绩的50%,期末成绩由课程论文构成,期末成绩占课程考核成绩的50%。

##### 1. 考核环节及说明

成绩构成	考核说明
平时成绩	(1) 平时成绩满分为100分,占总成绩的50% (2) 针对平时成绩对应的课程目标,由作业、课堂表现等部分构成。
期末成绩	(1) 考试方式及占比:采用课程论文进行考核,考试成绩100分,占课程考核成绩的50%。 (2) 评定依据:考试成绩的评定根据课程论文评分标准进行。 (3) 考试内容:考核范围涵盖所有讲授的内容。

##### 2. 考核与评价方式

课程目标	成绩比例(平时成绩50%+期末成绩50%)			合计
	平时成绩(50%)		期末成绩 (50%)	
	作业 (30%)	课堂表现 (20%)		
1	5	5	5	15
2	20	10	40	70
3	5	5	5	15
合计(成绩构成)	30	20	50	100

#### 五、教学方法

本课程实行模块式教学，将整个课程按照特定主题划分为 5 个渐进式单元，层层递进与深入，每个教学单元灵活使用讨论式、案例式、研究式、在线学习、翻转课堂、混合式教学等教学方法。

## 六、参考材料

线上：

上海海洋大学在线课程平台（水族馆创意与设计课程）：

<https://mooc1.chaoxing.com/mycourse/teachercourse?moocId=222656719&clazzid=50630149&edit=true&v=0&cpi=0&pageHeader=0>

线下：

1. 徐恒醇，《设计美学》（全国高等院校设计艺术学系列教材），清华大学出版社，2006年11月，第1版

2. 刘芳华 李东霞 袁晓红 译，塔拉维斯（英）著，《完美水族箱》，吉林科学技术出版社，2010年5月，第1版

3. Matthew Christian 主编，《Aquarium Design—Imaginative ideas for creating dream homes for fish》，Ringpress Books Ltd，2002年5月，第1版。

主撰人：谭洪新

审核人：高雪

英文校对：沈庆会

教学副院长：郑建明

日期：2022年9月26日

## 附件：各类考核与评价标准表

### 1. 作业评分标准

成绩 课程目标	优秀 (分数 $\geq 90$ 分)	良好 (78 $\leq$ 分数 $< 90$ )	中等 (68 $\leq$ 分数 $< 78$ )	及格 (60 $\leq$ 分数 $< 68$ )	不及格 (分数 $< 60$ 分)
课程目标 1 (5%)	对全球水族馆发展有非常清晰的理解和判断	对全球水族馆发展有清晰的理解和判断	对全球水族馆发展有比较清晰的理解和判断	对全球水族馆发展有一定清晰的理解和判断	对全球水族馆发展不具备一定清晰的理解和判断
课程目标 2 (20%)	对新建中大型水族馆具有非常突出的初步规划与创意设计能力	对新建中大型水族馆具有突出的初步规划与创意设计能力	对新建中大型水族馆具有比较突出的初步规划与创意设计能力	对新建中大型水族馆具有一般的初步规划与创意设计能力	对新建中大型水族馆不具有一般的初步规划与创意设计能力
课程目标 3 (5%)	对各章课程思政融入点具有非常突出的理解与融会贯通能力	对各章课程思政融入点具有突出的理解与融会贯通能力	对各章课程思政融入点具有比较突出的理解与融会贯通能力	对各章课程思政融入点具有一般突出的理解与融会贯通能力	对各章课程思政融入点不具有一般突出的理解与融会贯通能力

### 2. 课堂表现评价标准

成绩 课程目标	优秀 (分数 $\geq 90$ 分)	良好 (78 $\leq$ 分数 $< 90$ )	中等 (68 $\leq$ 分数 $< 78$ )	及格 (60 $\leq$ 分数 $< 68$ )	不及格 (分数 $< 60$ 分)
课程目标 1 (5%)	对全球水族馆发展有非常清晰的理解和判断	对全球水族馆发展有清晰的理解和判断	对全球水族馆发展有比较清晰的理解和判断	对全球水族馆发展有一定清晰的理解和判断	对全球水族馆发展不具备一定清晰的理解和判断
课程目标 2 (10%)	对新建中大型水族馆具有非常突出的初步规划与创意设计能力	对新建中大型水族馆具有突出的初步规划与创意设计能力	对新建中大型水族馆具有比较突出的初步规划与创意设计能力	对新建中大型水族馆具有一般的初步规划与创意设计能力	对新建中大型水族馆不具有一般的初步规划与创意设计能力
课程目标 3 (5%)	对各章课程思政融入点具有非常突出的理解与融会贯通能力	对各章课程思政融入点具有突出的理解与融会贯通能力	对各章课程思政融入点具有比较突出的理解与融会贯通能力	对各章课程思政融入点具有一般突出的理解与融会贯通能力	对各章课程思政融入点不具有一般突出的理解与融会贯通能力

### 3. 课程论文评价标准

成绩 课程目标	优秀 (分数≥90分)	良好 (78≤分数<90)	中等 (68≤分数<78)	及格 (60≤分数<68)	不及格 (分数<60分)
课程目标 1 (5%)	对全球水族馆发展有非常清晰的理解和判断	对全球水族馆发展有清晰的理解和判断	对全球水族馆发展有比较清晰的理解和判断	对全球水族馆发展有一定清晰的理解和判断	对全球水族馆发展不具备一定清晰的理解和判断
课程目标 2 (40%)	对新建中大型水族馆具有非常突出的初步规划与创意设计能力	对新建中大型水族馆具有突出的初步规划与创意设计能力	对新建中大型水族馆具有比较突出的初步规划与创意设计能力	对新建中大型水族馆具有一般的初步规划与创意设计能力	对新建中大型水族馆不具有一般的初步规划与创意设计能力
课程目标 3 (5%)	对各章课程思政融入点具有非常突出的理解与融会贯通能力	对各章课程思政融入点具有突出的理解与融会贯通能力	对各章课程思政融入点具有比较突出的理解与融会贯通能力	对各章课程思政融入点具有一般突出的理解与融会贯通能力	对各章课程思政融入点不具有一般突出的理解与融会贯通能力

## 31. 《海洋文化创意与设计》教学大纲

### 一、课程基本信息

课程名称	中文名称：海洋文化创意与设计				
	英文名称：Marine cultural creativity and design				
课程号	7503422		学分	2	
学时	总学时：32	讲授学时	实验学时	上机学时	讨论学时
		20	10	0	2
开课学院	海洋与法律学院		开课学期	6	
课程负责人	庄静		适用专业	文化产业管理	
先修课程及要求	设计学概论 构成设计				

### 二、课程简介

#### (一) 课程概况

海洋文化创意是以海洋文化为元素、融合多元文化、整理相关学科、利用不同载体而构建的再造与创新的海洋文化现象。本课程梳理了海洋文化创意设计的理论及方法，从海洋文化创意的内涵入手，分析了海洋文化创意产业的特点，海洋文化创意的思维特征、原则以及一般程序；课程对海洋文化创意产业、海洋文化元素的构成与应用、海洋文化元素的创意设

计与海洋文化创意衍生品设计进行了理论阐述,着重讲述了海洋文化元素的构成与创意设计。通过本课程的学习,使学生掌握海洋文化元素构成的基本的理论知识及海洋文化元素的基本表现能力,海洋文化的感悟与海洋文化元素的创造能力,提高实际的操作能力、设计能力、概括能力及审美,为后续学习打好基础。

Marine cultural creativity is a reconstituted and innovative Marine cultural phenomenon constructed by combining Marine culture as an element, integrating diverse cultures, sorting out related disciplines and utilizing different carriers. This course sorts out the theories and methods of creative design of Marine culture. Starting from the connotation of Marine cultural creativity, it analyzes the characteristics of Marine cultural creative industry, the thinking characteristics, principles and general procedures of Marine cultural creativity. The course elaborates the Marine cultural creative industry, the composition and application of the Marine cultural elements, the creative design of the Marine cultural elements and the design of the Marine cultural creative derivatives theoretically, and focuses on the analysis of the composition and creative design of the Marine cultural elements. Through the study of this course, students can master the basic theoretical knowledge of the composition of Marine cultural elements, the basic ability to express Marine cultural elements, the perception of Marine cultural elements and the ability to create Marine cultural elements, improve the practical operation ability, design ability, generalization ability and aesthetic appreciation, and lay a solid foundation for subsequent study.

## (二) 课程目标

课程目标 1: 学习设计师应该具备的职业道德,理解诚实公正、诚信守则的职业操守和规范,并能在设计过程中自觉遵守相关的管理条例。

课程目标 2: 理解并掌握海洋文化元素构成与创作的基础知识,能够熟练掌握和运用相关知识,并能独立思考和解决问题。

课程目标 3: 通过老师课堂讲授,提升学生对海洋文化创意的产品概念、意义的深入了解,让学生掌握海洋文化创意产品设计的创新创意方法。

课程目标 4: 锻炼学生动手和创意思维,建立学生的海洋文化元素基础设计思想,能够在课程结束后完成相对专业领域的基本设计任务。

课程目标 5: 激活学生的艺术创意与策划潜能,培养学生具有主动练习、持之以恒、认知海洋文化元素设计的真实想法,探究设计意识与态度。

## (三) 课程目标和毕业要求的对应关系

课程目标	毕业要求指标点	毕业要求
1	1-4 掌握文化艺术类基础理论知识,提升艺术审美修养。	1(基础理论)掌握马列主义基本原理、毛泽东思想和中国特色社会主义理论、习近平新时代中国特色社会主义思想等思想政治理论,以及数理、管理、经济、文化艺术等专业学科基础理论。
2	2-3 掌握文化史论与设计类专业知识,把握文化发展脉络,提升设计能力。	2(专业知识)能够将产业、管理、经济、文化、艺术、设计类等相关专业知用于分析和解决文化产业相关领域的管理问题,具备基本的文化创意设计能力,掌握创造、创新基本方法。

课程目标	毕业要求指标点	毕业要求
3	3-3 具备相应的从文化产业观察透析能力、分析判断力、趋势预测能力、把握文化产业的未来发展趋势。	3（问题分析）能够应用数学、统计学、经济学和管理学的基本原理，通过文献分析和市场调研分析方法，准确识别、阐释文化产业领域的相关管理问题。
4	4-3 掌握海洋文化产业相关知识，运用于海洋特色或相关文化产业项目设计、策划或管理。	4（设计、策划解决方案）具有创新意识，能够综合考虑社会、经济、健康、安全、法律、文化等多元因素，以问题和需求为导向，设计出满足特定需求的管理或项目方案及实施流程。
5	5-2 使用与设计相关或与人工智能相关的信息技术工具。	5（使用现代化工具）针对复杂的文化产业管理问题，能够选择和使用合适的信息、资源、技术和现代统计学工具、计算机辅助设计软件、人工智能等现代信息技术，对文化产业相关领域复杂管理问题进行预测、干预，并提出解决方案。

### 三、教学内容、要求与学时分配

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式 (讲授、实验、上机、讨论)	支撑课程目标
第一章 海洋文化创意产业概论 (1) 海洋文化创意产业的概论 (2) 海洋文化创意产业的兴起 (3) 海洋文化创意产业的性质与特征 (4) 海洋文化创意产业的类型划分 (5) 海洋文化创意产业的发展规律 思政融入点：海洋文化创意	了解且掌握海洋文化创意产业的发展、现状、分类及特点等	<b>重点：</b> 理解并掌握海洋文化创意产业相关的基础知识	4	讲授	1, 4
第二章海洋文化创意产品的概念 (1) 海洋文化创意产品的概念 (2) 海洋文化创意产品的类别 (3) 海洋文化创意	理解海洋文化创意产品的概念、类别、特征及意义,掌握分析海洋文化创意产品的特征与意义的方法	<b>重点：</b> 了解海洋文化创意产品的概念、类别、特征及意义 <b>难点：</b> 自己学会理解并能分析出海洋文化创意产品的意义及内涵	4	讲授	3, 5

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式 (讲授、实验、上机、讨论)	支撑课程目标
产品的内在与外在思政融入点; 海洋文化创意产品的内涵					
第三章 海洋文化创意产品设计的创新方法 (1) 海洋文化元素的挖掘 (2) 海洋文化元素的可用载体 (3) 创新形式的灵感来源 (4) 海洋文化元素特征的提炼方法 思政融入点: 创新意识	理解海洋文化元素的构成及可用载体, 尝试寻找创新灵感, 掌握海洋文化元素特征的提炼方法	<b>重点:</b> 理解并掌握海洋文化元素构成与特征的基础知识 <b>难点:</b> 掌握并能熟练的应用提炼海洋文化元素特征的方法	4	讲授	2, 4
第四章 多彩的海洋文化元素 (1) 服装中的海洋文化元素 (2) 建筑与雕塑中的海洋文化元素 (3) 绘画作品中的海洋文化元素 (4) 节日用品中的海洋文化元素特征	了解服装、绘画作品、节日用品、建筑与雕塑中所含的海洋文化元素及其特征, 并且收集有关海洋文化创意元素, 进行分享与分析	<b>重点:</b> 理解服装、绘画作品、节日用品、建筑与雕塑中所含的海洋文化元素及其特征 <b>难点:</b> 掌握分析海洋文化元素特征的方法且能自主分析海洋文化元素及其特征	5	讲授、讨论	2
第五章 海洋文化创意设计实训 (1) 海洋文化创意设计实训 思政融入点: 创意思维及设计师职业守则	掌握探索海洋文化元素设计的方法, 能够自主进行海洋文化元素的设计探索	<b>重点:</b> 掌握并运用探索海洋文化元素设计的方法 <b>难点:</b> 能够自主对海洋文化元素的设计进行探索	5	讲授、实践	1, 5
第六章 海洋文化创意元素的美妙与惊艳 (1) 海洋文化创意衍生产品 (2) 海洋文化创意衍生品案例分析	了解海洋文化创意衍生产品, 掌握对海洋文化创意衍生产品的分析方法, 收集有关海洋文化创意衍生品或案例, 进行分享与分析	<b>重点:</b> 理解掌握并能运用分析海洋文化创意衍生产品的方法 <b>难点:</b> 自主进行海洋文化创意衍生品或案例的分析	5	讲授、讨论、案例	3

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式 (讲授、实验、上机、讨论)	支撑课程目标
第七章海洋文化创意衍生品设计实训 (1) 海洋文化创意衍生品设计实训 思政融入点: 创意思维及设计师职业道德	运用所学的海洋文化创意相关知识进行独立自主设计创作海洋文创衍生品, 作品须为原创, 不得抄袭	<b>重点:</b> 运用所学的海洋文化创意相关知识进行海洋文化创意设计 <b>难点:</b> 在海洋文化创意设计中完美融合海洋文化创意元素, 并且作品必须为原创	5	讲授, 实践	1, 2, 3, 4, 5

#### 四、课程考核评价方式

考核以课程目标的达成度为主要目的, 以检查学生对各知识点的掌握程度和应用能力为重要内容。

##### (一) 考核方式

考核方式为设计作品——海洋文化创意衍生品。

课程总成绩由两部分组成: 期末成绩和平时成绩。

平时成绩占比 40%, 主要包括: 综合实训 (20%)、课堂讨论及平时作业 (10%)、考勤作业等 (10%)。

期末考核占比 60%, 采用作品形式, 考核内容主要包括: 海洋文化元素的设计应用、设计构图的效果、设计产品的创新与实用性等。

##### (二) 课程成绩

###### 1. 考核环节及说明

成绩构成	考核说明
平时成绩	(1) 平时成绩满分为 100 分, 占总成绩的 40% (2) 主要包括: 综合实训 (20%)、课堂讨论及平时作业 (10%)、考勤作业等 (10%)。
期末考试	(1) 考试方式及占比: 采用作品形式, 考试成绩 100 分, 占课程考核成绩的 60%。 (2) 评定依据: 根据设计作品的作品创意、构图设计、海洋文化元素的运用等多维度进行评定。 (3) 考试题型: 设计创作海洋文创衍生品 (4) 考试内容: 针对期末考试对应的课程目标 1、2、3、4、5。

###### 2. 考核与评价方式

课程目标	成绩比例 (平时成绩40%+期末成绩60%)					合计
	平时成绩 (40%)				期末成绩 (60%)	
	综合实训 (20%)	课堂讨论 (5%)	平时作业 (5%)	考勤作业 (10%)		
1	4	0	1	2	12	19

2	2	1	2	2	12	19
3	4	1	0	2	12	19
4	4	2	2	2	12	22
5	6	1	0	2	12	21
合计(成绩构成)	20	5	5	10	60	100

## 五、教学方法

本课程主要以课堂讲授、课程讨论、作业训练、考核四大模块展开，其中以课堂讲授和实训为主，灵活结合音频、视频、电子资源多种教学方式，同时通过提供教学参考资料、推荐课外阅读材料等拓宽和深化学生的知识面和知识结构。

课程结合泛雅平台，线上进行辅助教学，通过在线课程平台发布相关教学信息、实施课程补充与拓展内容自主学习。

课程将通过课堂讲授、分组讨论、课后阅读补充资料以及实践等方式开展教学。

课后对学生的辅导，主要采用当面答疑、社交平台，邮件等形式开展。

## 六、参考材料

1. 荆爱珍编著，《中国传统文化与创意设计》，机械工业出版社，2021年9月。
2. 薛可，余明阳编著，《文化创意学概论》，复旦大学出版社，2021年4月。
3. 张颖娉编著，《文化创意产品设计及案例》，化学工业出版社，2020年6月。
4. 姚湘，胡鸿雁编著，《文化创意产品设计》，北京大学出版社，2020年4月。
5. 吴春辉编著，《资源海洋》，中国海洋大学出版社，2020年9月。
6. 吴春辉，李莹编著，《生态海洋》，中国海洋大学出版社，2019年9月。
7. 陆新之编著，《文化与创意》，西南财经大学出版社，2017年4月。
8. 吴春辉，周荣森编著，《创意海洋》，中国海洋大学出版社，2016年9月。

主撰人：庄静

审核人：高雪

英文校对：沈庆会

教学副院长：郑建明

日期：2022年8月29日

## 附件：各类考核与评价标准表

### 1. 平时成绩评分标准

成绩 课程目标	优秀 (分数≥90分)	良好 (78≤分数<90)	中等 (68≤分数<78)	及格 (60≤分数<68)	不及格 (分数<60分)
课程目标 2 (7%)	掌握并能够熟练运用海洋文化元素构成与创作的基础知识，上课能积极讨论和回答问题	掌握并能够较熟练运用海洋文化元素构成与创作的基础知识，上课会参与讨论和回答问题	掌握并能够运用海洋文化元素构成与创作的基础知识，上课基本能参与讨论和回答问题	掌握并会运用海洋文化元素构成与创作的基础知识，上课基本能参与讨论和回答问题，但不积极	没能掌握并不会运用海洋文化元素构成与创作的基础知识，上课不会参与讨论和回答问题
课程目标 3 (7%)	上课时与老师同学互动频率高，能够熟练掌握海洋文化创意产品设计的创新创意方法，对海洋文化创意的产品概念、意义了解较深入	上课与老师同学互动频率较高，能够较熟练掌握海洋文化创意产品设计的创新创意方法，对海洋文化创意的产品概念及意义了解比较深入	上课与老师同学有互动，掌握了海洋文化创意产品设计的创新创意方法，对海洋文化创意的产品概念及意义有一定程度的了解	上课与老师同学有较少互动，基本掌握了海洋文化创意产品设计的创新创意方法，对海洋文化创意的产品概念及意义有了解	上课与老师同学不互动，未能掌握了海洋文化创意产品设计的创新创意方法，对海洋文化创意的产品概念及意义没有了解
课程目标 4 (10%)	拥有较好的海洋文化元素基础设计思想，能够积极准时完成平时作业，平时作业达到优秀	拥有比较好的海洋文化元素基础设计思想，能够准时完成平时作业，平时作业达到良好	拥有海洋文化元素基础设计思想，能够准时完成平时作业，平时作业达到及格及以上	拥有一些海洋文化元素基础设计思想，能够完成平时作业，平时作业达到及格及以上	没有海洋文化元素基础设计思想，不能够完成平时作业，平时作业未达到及格
课程目标 5 (9%)	具有较好的海洋文化元素设计想法及较好的探究设计意识与态度，能够独立进行较好的艺术创意及设计	具有比较好的海洋文化元素设计想法及比较好的探究设计意识与态度，能够独立进行艺术创意及设计	具有基本的海洋文化元素设计想法及基本的探究设计意识与态度，基本能够独立进行艺术创意及设计	具有一定的海洋文化元素设计想法及探究设计意识与态度，能够在老师的帮助下进行艺术创意及设计	不具有海洋文化元素设计想法及探究设计意识与态度，不能够独立或在老师的帮助下进行艺术创意及设计

### 2. 期末考核与评价标准

成绩 课程目标	优秀 (分数≥90分)	良好 (78≤分数<90)	中等 (68≤分数<78)	及格 (60≤分数<68)	不及格 (分数<60分)
课程目标 2 (12%)	独立且完美完成期末作品，作品中能够巧妙融合	独立且较好完成期末作品，作品中能够较好融合	能够独立完成期末作品，作品中融合相关的海	在老师的指导下，能够独立完成期末作品，且	在老师的指导下，都没能独立完成期末作品，

成绩 课程目标	优秀 (分数≥90分)	良好 (78≤分数<90)	中等 (68≤分数<78)	及格 (60≤分数<68)	不及格 (分数<60分)
	相关的海洋文化元素	相关的海洋文化元素	洋文化元素	作品中包含海洋文化元素	或作品中未包含海洋文化元素
课程目标 3 (12%)	期末作品中熟练运用了海洋文化创意产品设计的创新创意方法,且作品具有较好的意义及内涵	期末作品中较熟练运用了海洋文化创意产品设计的创新创意方法,且作品具有比较好的意义	期末作品中基本运用了海洋文化创意产品设计的创新创意方法,且作品具有一定的意义或内涵	期末作品中运用了海洋文化创意产品设计的创新创意方法,且作品具有的意义或内涵	期末作品中未运用海洋文化创意产品设计的创新创意方法,且作品不具有的意义或内涵
课程目标 4 (12%)	积极进行期末作品的设计,期末作品有较好的创意,且能体现出较好的专业性	较积极进行期末作品的设计,期末作品有比较好的创意,且能体现出比较好的专业性	会进行期末作品的设计,期末作品有一定的创意,且能体现出一定的专业性	会进行期末作品的设计,期末作品有创意,且能体现专业性	不进行期末作品的设计,期末作品没有创意,或不能体现专业性
课程目标 5 (12%)	作品中有体现出较好的海洋文化元素设计想法及较好的海洋文化元素设计意识	作品中有体现出比较好的海洋文化元素设计想法及比较好的海洋文化元素设计意识	作品中有体现出海洋文化元素设计想法及海洋文化元素设计意识	作品中有体现出基本的海洋文化元素设计想法及基本的海洋文化元素设计意识	作品中未能体现出基本的海洋文化元素设计想法及基本的海洋文化元素设计意识

## 32. 《中外音乐经典赏析》教学大纲

### 一、课程基本信息

课程名称	中文名称: 中外音乐经典赏析				
	英文名称: Classic Music: Chinese & Western				
课程号	7503424		学分	2	
学时	总学时: 32	讲授学时	实验学时	上机学时	讨论学时
		28	0	0	4
开课学院	海洋文化与法律学院		开课学期	5	
课程负责人	刘紫光		适用专业	文化产业管理	
先修课程及要求	无				

### 二、课程简介

### （一）课程概况

本课程是一门非常生动和有趣的课程，分为音乐欣赏部分和实践部分。音乐欣赏的部分涵盖了几乎所有类型的音乐，以精品案例的赏析为主线，带出对一整块音乐文化的解读。实践的部分是以课堂上呈现精品案例中的一个点展开，做一些有意思的实践。从这个点中学生可以了解艺术工作者的关注点在哪里，也可以体会到这个过程带来的灵感以及对一些事物的重新认识。这些认识，必然是美而坚定的。

This course is very vivid and interesting and it is divided into the music appreciation part and the practice part. The former covers almost all types of music. Themed on appreciation of quality cases, this course leads to interpretation of overall music culture. As with the latter part, it is carried out by presenting quality cases in the class and doing some meaningful practice. From that students can know what art workers concern, experience inspirations occurring in this process and generate new understanding about some things which are definitely beautiful and steadfast.

### （二）课程目标

课程目标 1：扩大音乐视野，掌握音乐感受能力、想象能力、理解能力和鉴赏能力。

课程目标 2：了解作品时代背景、地区人文因素、作曲家生平、作曲家的写作风格、作曲技法、演奏（唱）者的处理、体裁的局限等，掌握音乐的基本规律。

课程目标 3：激发学生学习音乐的兴趣，学会鉴赏音乐，培养学生的音乐审美能力、艺术修养，提高自身对真善美的认识，能够形成正确的人生观、价值观和世界观，完善人格品质，达到个性全面发展目的。

## 三、教学内容、要求与学时分配

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式 (讲授、实验、上机、讨论)	支撑课程目标
第一章 课程概述 主要内容：纵观世界音乐，音乐的起源，音乐与其他艺术的联系。 思政融入点：讨论音乐的美和当代的审美价值。	对音乐有一个认识的体系，重新思考聆听音乐的角度和方式。	重点：世界音乐史 难点：音乐美学	2	讲授+讨论+欣赏	1、2、3
第二章 西方音乐 主要内容：赏析古希腊音乐与戏剧，中世纪早期复调音乐，文艺复兴人本	能够站在西方音乐历史进展的角度上感同身受每个时期的音乐追求、作曲家运用的技法意图。能够较敏感地	重点：文艺复兴时期 难点：不同时期作品风格区分	8	讲授+欣赏	1、2、3

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式 (讲授、实验、上机、讨论)	支撑课程目标
主义下的美术和音乐作品，巴洛克及巴赫作品，古典主义时期的几位音乐巨匠作品，繁荣的浪漫主义时期作品，印象派作品，民族主义音乐作品。 思政融入点：了解不同时期音乐创作风格，体会不同的美，提高审美情趣。	洞察和捕捉到乐曲的速度、力度、和声、织体、配器等变化制造出的音乐效果。				
第三章 歌剧 主要内容：歌剧的起源；欣赏意大利正歌剧和喜歌剧，法国大歌剧，19世纪法、意歌剧，瓦格纳的乐剧，表现主义歌剧。	观看几部经典歌剧，了解歌剧的叙事方式，能够比较歌剧与纯音乐、其他戏剧形式（话剧、舞剧、音乐剧）的区别并加以评述。	重点：歌剧体裁  难点：风格区分	8	讲授+欣赏	1、2、3
第四章 现代音乐 主要内容：介绍序列主义音乐，电子音乐，新音乐中的静默，新音色，简约派，聆听东西方现代音乐作品。	能够认识新音乐中要表现内容和当代作品背后的观念。	重点：西方现代音乐  难点：风格曲分	4	讲授+欣赏	1、2、3
第五章 中国音乐 主要内容：认识古代祭祀、宫廷音乐，古代戏剧，赏析古	了解中国古代音乐起源与发展，宫廷和民间音乐的繁荣，以及文人音乐中的中国美学思	重点：中国音乐史  难点：风格区分	4	讲授+欣赏	1、2、3

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式 (讲授、实验、上机、讨论)	支撑课程目标
琴音乐, 民间音乐, 戏曲音乐。 思政融入点: 了解中国音乐艺术文化, 提高审美情趣。	想。能够模唱一些民间音乐和戏曲音乐。				
第六章 世界民族音乐 主要内容: 赏析亚洲音乐文化, 非洲音乐, 欧洲民间音乐等。	了解世界各地音乐的种类、性格和表达方式。	重点: 民族音乐 难点: 风格曲分	4	讲授+欣赏	1、2、3
第七章 流行音乐 主要内容: 视听摇滚音乐, 爵士音乐, 流行音乐, 百老汇音乐等。	辨别流行音乐的种类, 了解流行音乐审美趣味和发展史。能够掌握一些流行音乐的乐感、节奏律动以及写作方法。	重点: 流行音乐 难点: 风格曲分	2	讲授+欣赏	1、2、3

#### 四、课程考核评价方式

考核以课程目标的达成度为主要目的,以检查学生对各知识点的掌握程度和应用能力为重要内容。

##### (一) 考核方式

课程考核方式以音乐作品观、听后感呈现。考核学生音乐感受和鉴赏能力。

##### (二) 课程成绩

###### 1. 考核环节及说明

成绩构成	考核说明
平时成绩	(1) 平时成绩满分为 50 分, 占总成绩的 50%。 (2) 主要包括: 课堂表现 (15%)、平时作业 (15%) 及期中测验 (20%)。
期末考试	(1) 期末考核占比 50%, 采用提交一篇音乐作品观、听后感手写小论文。 (2) 考核内容主要包括: 学生对音乐欣赏正确理解、感悟的能力, 从而形成自己准确、新颖和独特的见解。

###### 2. 考核与评价方式

课程目标	成绩比例（平时成绩50%+期末成绩50%）				合计
	平时成绩（50%）			期末成绩（50%）	
	课堂表现 (15%)	平时作业 (15%)	期中测验 (20%)		
1	5	5	5	15	30
2	5	5	10	20	40
3	5	5	5	15	30
合计(成绩构成)	15	15	20	50	100

## 五、教学方法

1. 本课程主要以课堂讲授、赏析、分享、考核等模块展开，其中以课堂讲授为主，灵活结合音频、视频、电子资源多种教学方式，同时通过推荐课外作品赏析等拓宽和深化学生的知识面和知识结构。

2. 课程结合腾讯会议等平台，线上进行辅助教学，通过在学习通平台发布相关教学信息、实施课程补充与拓展内容自主学习。

3. 课堂中通过小组形式进行经典音乐作品讲解和分享。

4. 课后对学生的辅导，主要采用当面答疑、社交平台，邮件等形式开展。

## 六、参考材料

1. 宋瑾，《音乐美学基础》，上海音乐出版社，2008年8月，第1版。
2. 于润洋主编，《西方音乐通史》，上海音乐出版社，2003年7月，第3版。
3. 于润洋，《现代西方音乐哲学导论》，人民音乐出版社，2012年12月，第1版。
4. [美]克雷格·莱特，余志刚、李秀军译，《聆听音乐》，生活·读书·新知三联书店，2012年4月，第1版。
5. 蔡仲德，《中国音乐美学史》，人民音乐出版社，2003年9月，第2版。
6. 陈自明，《世界民族音乐地图》，人民音乐出版社，2007年9月，第1版。

主撰人：刘紫光

审核人：高雪

英文校对：沈庆会

教学副院长：郑建明

日期：2022年9月26日

## 附件：各类考核与评价标准表

### 1. 平时成绩评分标准

成绩 课程目标	优秀 (分数 $\geq 90$ 分)	良好 (78 $\leq$ 分数 $< 90$ )	中等 (68 $\leq$ 分数 $< 78$ )	及格 (60 $\leq$ 分数 $< 68$ )	不及格 (分数 $< 60$ 分)
课程目标 1 (15%)	能主动的运用理论知识进行音乐赏析。	较为主动的运用理论知识进行音乐赏析。	运用理论知识进行音乐赏析的主动性一般。	运用理论知识进行音乐赏析的主动性很少。	运用理论知识进行音乐赏析能力很差。
课程目标 2 (20%)	熟练掌握音乐发展史脉络及音乐体裁和特点。	较为熟练掌握音乐发展史脉络及音乐体裁和特点。	基本掌握音乐发展史脉络及音乐体裁和特点。	掌握音乐发展史脉络及音乐体裁和特点程度一般。	不能掌握音乐发展史脉络及音乐体裁和特点。
课程目标 3 (15%)	熟练掌握音乐的鉴赏和审美能力。	较为熟练掌握音乐的鉴赏和审美能力。	基本掌握音乐的鉴赏和审美能力。	掌握音乐的鉴赏和审美能力一般。	音乐的鉴赏和审美能力很差。

### 2. 期末考核与评价标准

成绩 课程目标	优秀 (分数 $\geq 90$ 分)	良好 (78 $\leq$ 分数 $< 90$ )	中等 (68 $\leq$ 分数 $< 78$ )	及格 (60 $\leq$ 分数 $< 68$ )	不及格 (分数 $< 60$ 分)
课程目标 1 (15%)	文章选题紧密结合课堂教学内容，角度新颖，富有创新性。	文章选题较好结合课堂教学内容，富有创新性。	文章选题结合课堂教学内容，具有一定的创新性。	文章选题能够结合课堂教学内容，中规中矩。	文章选题不能结合课堂教学内容。
课程目标 2 (20%)	观点鲜明，有自己独立见解，条理清晰。	观点鲜明，有一些自己的见解。	内容不够充实，没有自己的独立见解。	无自己独立见解，内容匮乏。	内容单薄或严重抄袭。
课程目标 3 (15%)	语言流畅精炼，文章结构合理，层次分明，字迹工整清楚。	写作规范，语言精练，结构合理，字迹清楚。	语言一般，结构基本合理，逻辑欠佳，字迹不清楚。	语言啰嗦，层次不清楚，逻辑性欠佳，字迹潦草。	语言啰嗦凑数，无层次，字迹潦草。

### 33. 《现代服务业管理》教学大纲

#### 一、课程基本信息

课程名称	中文名称：现代服务业管理				
	英文名称：Modern Service Management				
课程号	7503426		学分	2	
学时	总学时：	讲授学时	实验学时	上机学时	讨论学时
		28			4
开课学院	海洋文化与法律学院		开课学期	5	
课程负责人	沈庆会		适用专业	海洋文化与法律学院	
先修课程及要求	无				

#### 二、课程简介

##### (一) 课程概况

本课程通过讲授服务管理的基础知识、先进理论和技术方法，使学生系统掌握服务管理核心技术和理论，培养学生综合运用所学理论与技术进行服务系统分析和设计的能力，提高学生对服务管理实例进行分析的能力。

By teaching the basic knowledge, advanced theories and technical methods of service management, this course enables students to systematically master the core technologies and theories of service management, cultivate students' ability to comprehensively use the theories and technologies they have learned to analyze and design service systems, and improve their ability to analyze service management examples.

##### (二) 课程目标

课程目标 1：掌握服务分类和服务战略的基本知识，服务型企业构建的技术和方法。

课程目标 2：掌握服务企业日常运营问题的解决方法，能够运用所学理论与技术进行服务系统分析和设计的能力，

课程目标 3：具备解决服务管理实际问题的能力。

#### 三、教学内容、要求与学时分配

教学内容	预期学习成果	学时	教学方式（讲授、实验、上机、讨论）	支撑课程目标
第一章：导言 (1) 服务的定义 (2) 服务业的发展 (3) 服务在经济中的作用 (4) 服务运营中的特征	通过本节学习，学生应该掌握： 1. 服务的定义 2. 服务在经济中的作用 3. 服务运营的特征	2	讲授	1

教学内容	预期学习成果	学时	教学方式（讲授、实验、上机、讨论）	支撑课程目标
<p>第二章：服务竞争环境与战略</p> <p>(1) 战略性服务愿景</p> <p>(2) 服务竞争环境的特点</p> <p>(3) 服务竞争战略：成本领先；差异化；集中</p> <p>(4) 顾客选择服务提供者的标准：服务赢得要素；服务失败要素</p> <p>(5) 服务业信息的竞争作用：利用信息将顾客分类；制约信息利用的因素</p> <p>(6) 服务性企业竞争力阶段</p> <p>(7) Benchmark case: 中央市场</p>	<p>通过本节学习, 学生应该掌握:</p> <p>(1) 战略性服务愿景;</p> <p>(2) 服务竞争环境;</p> <p>(3) 服务竞争战略;</p> <p>(4) 顾客选择服务提供者的标准。</p>	4	讲授	1
<p>第三章 新服务开发</p> <p>(1) 服务创新的种类</p> <p>(2) 新服务开发过程</p> <p>(3) 服务设计的因素</p> <p>(4) 案例 Shouldice 医院</p> <p>(5) 顾客价值的公式</p> <p>(6) 服务蓝图的时间分析; 案例: 银行;</p> <p>(7) 服务设计的一般方法</p>	<p>通过本节学习, 学生应该掌握:</p> <p>(1) 新服务开发过程;</p> <p>(2) 服务流程和蓝图绘制;</p> <p>(3) 服务设计的一般方法。</p>	4	讲授	2
<p>第四章 服务质量</p> <p>(1) 服务质量的五个维度</p> <p>(2) 服务质量差距模型</p> <p>(3) 设计服务质量</p> <p>a) 服务包</p> <p>b) Poka-yoka 方法</p> <p>c) 质量屋和质量技能展开</p> <p>(4) 穿越步行调查</p> <p>(5) 服务成本</p> <p>(6) 统计过程控制图</p> <p>a) X-bar</p> <p>b) R-Chart</p> <p>c) P-chart</p> <p>(7) 服务补救的方法</p> <p>(8) 无条件服务保证</p> <p>(9) 顾客反馈的重要性</p>	<p>通过本节学习, 学生应该掌握:</p> <p>(1) 服务质量的五个维度</p> <p>(2) 设计服务质量</p> <p>(3) 质量屋和质量技能展开</p> <p>(4) 穿越步行调查</p> <p>(5) 统计过程控制图</p> <p>(6) 服务补救的方法</p>	4	讲授	2

教学内容	预期学习成果	学时	教学方式（讲授、实验、上机、讨论）	支撑课程目标
第五章服务支持设施和流程 （1）服务场景的设计 a 三个环境维度 b 服务场景的类型 c 服务场景的构架 （2）设施设计的考虑因素 （3）流程分析 a 流程图 b 甘特图 c 术语和计算 d 瓶颈原理 （4）设施布局 a 产品布局方法 b 流程布局方法	通过本节学习,学生应该掌握: 1. 服务场景的设计 2. 流程分析 3. 产品布局计算方法 4. 流程布局计算方法	4	讲授	2
第六章 服务设施定位 （1）服务设施定位的战略考虑因素 （2）信息系统的作用 （3）回归分析 案例 汽车旅馆 （4）定位建模分类 a 地理位置的表示 b 设施数量 c 优化标准选择 （5）单设施选址问题 a 交叉中值法 b 哈夫引力模型 （6）多设施选址问题	通过本节学习,学生应该掌握: 1. 服务设施选址的回归方法 2. 单设施选址问题 3. 多设施选址问题	4	讲授+讨论	2
第七章服务能力与需求管理 （1）服务供给能力和需求相匹配战略 a 需求管理 b 产能管理 （2）服务需求管理 a 价格激励 b 细分需求 c 预定和超额预定 （3）服务产能管理 a 每日工作班次计划 b 每周工作班次计划 c 临时工安排	通过本节学习,学生应该掌握: 1. 服务需求管理方法 2. 服务产能管理方法 3. 收益管理	4	讲授	3

教学内容	预期学习成果	学时	教学方式（讲授、实验、上机、讨论）	支撑课程目标
(4) 收益管理 a 适用范围 b 案例：航空公司 c 现实产业应用				
第八章排队管理和排队模型 (1) 排队经济学 (2) 排队心理特征 (3) 排队管理的原理四条 (4) 排队系统的基本特征 (5) 到达时间和到达率的关系 (6) A/B/C 排队模型的表示方法 (7) 排队模型计算 (8) 能力规划准则	通过本节学习, 学生应该掌握: 1. 排队管理的原理 2. 排队系统的基本特征 3. 排队模型计算	4	讲授+讨论	3
第九章服务需求预测 (1) 预测方法的选择 (2) 主观模型：德尔菲法 (3) 因果模型：回归模型 (4) 时间序列模型	通过本节学习, 学生应该掌握: 1. 预测模型的选择 2. 指数平滑模型 3. 排队模型计算	2	讲授+讨论	3、4

#### 四、课程考核评价方式

以课程目标的达成度为主要目的, 考核检查学生对各知识点的掌握程度和应用能力为重要内容。

##### (一) 考核方式

期末考试采用以课上讲授内容为相关主题的研究论文或设计报告。

考试课程成绩由期末成绩和平时成绩构成。

##### (二) 课程成绩

平时成绩:

主要根据学生平时学习态度、听课表现、课堂讨论、小论文作业等情况综合评定。平时成绩占课程考核成绩 30%，平时成绩的评定有明确要求。

期末成绩

采用研究论文或设计报告, 撰写内容主题课上所学重点内容。研究论文是在课上小组讨论、专题汇报、平时作业等基础上的进一步深入和拓展。

##### 1. 考核环节及说明

成绩构成	考核说明
平时成绩	(1) 平时成绩满分为 100 分，占总成绩的 30%。 (2) 对应课程目标，平时成绩由小组讨论发言、专题汇报、平时作业等模块构成，各模块占比及评分标准根据实际情况决定。
期末考试	(1) 考试方式及占比：采用研究论文或设计报告形式，成绩 100 分，占课程考核成绩的 70%。 (2) 评定依据：考试成绩的评定根据评分标准进行。 (3) 考试内容：对应的课程目标。

## 2. 考核与评价方式

课程目标	成绩比例（平时成绩30%+期末成绩70%）			合计
	平时成绩（30%）		期末成绩 （70%）	
	专题汇报、讨论、发言 （15%）	思考作业 （15%）		
1	5%	5%	30%	40%
2	4%	4%	19%	27%
3	6%	6%	21%	33%
合计(成绩构成)	15%	15%	70%	100%

考核评价方式见附件。

## 五、教学方法

本课程基于 OBE 理念，采用课前知识引导、课中传授知识内化、课后延伸评价三个阶段，教师讲授与学生自学相结合，显性课堂与隐性课堂相结合，系统讲解与重点难点讲授相结合，紧扣“课堂讲授、课程讨论、作业训练、对应考核”等教学要素。每一阶段都有意识地融入文化强国建设、强化对中华优秀传统文化的认同感等思政内容。

**课前知识引导阶段：**推荐课外阅读材料、辅助电子教案、网上课程资源等多种平台，激发学生的学习兴趣与热情，带有问题意识、研究意识进行提前学习。

**课中传授知识内化阶段：**采取精讲与指导泛读相结合的方法，设计专题进行小组讨论、发言汇报，通过史实分析、视频观看、案例分析等充分调动学生的主观能动性。

**课后延伸评价阶段：**布置思考作业，撰写小论文，充分利用辅导、答疑对学生进行学习指导，拓展延伸课上知识。通过微信、E-MAIL 等形式随时与学生交流，进行混合式教学。

## 六、参考材料

詹姆斯·A. 菲茨西蒙斯，《服务管理·运作、战略与信息技术》，机械工业出版社，2013 年 1 月，第 7 版。

主撰人：沈庆会

审核人：高雪

英文校对：沈庆会

教学副院长：郑建明

日期：2022年9月26日

## 附件：各类考核与评价标准表

### 1. 平时综合成绩评价标准

成绩 课程 目标	评价标准				
	优秀 (分数 $\geq 90$ 分)	良好 ( $78 \leq$ 分数 $< 90$ )	中等 ( $68 \leq$ 分数 $< 78$ )	合格 ( $60 \leq$ 分数 $< 68$ )	不合格 (分数 $< 60$ 分)
课程目标 1 (10%)	按照要求完成并提交作业。 作业认真，答案准确、完整，观点正确。 课堂上与老师积极互动，认真听讲，主题汇报、讨论主动，能够熟练掌握服务管理的基本知识。	按照要求完成并提交作业。 作业认真，答案准确、完整，观点正确。 课堂上能够较较好地主题汇报、讨论，能够较好地掌握现代服务管理基本知识。	按照要求完成并提交作业。 作业比较认真，答案比较准确、完整，观点正确。 课堂上能够进行主题汇报、讨论，能基本掌握现代服务管理基础知识。	完成作业不足。 课堂上讨论汇报与回答问题不够主动积极，不太认真听讲。总体上掌握现代服务管理知识有一定的难度。	不能按时完成课作业。 课堂上不能完成专题汇报，不能参与讨论与回答问题，不能按时出勤、不认真听讲。
课程目标 2 (8%)	在课上专题汇报、讨论和发言中能够很好地将所学的现代服务管理基础知识进行正确的判断和分析。	在课堂专题汇报、讨论和发言中能够较较好地所学基础知识进行正确、客观的判断、分析和评价。	在课堂专题汇报、讨论和发言中能够将所学基础知识进行基本的判断、分析和评价。	在课堂专题汇报、讨论和发言中运用所学基础知识进行判断、分析和评价存在一定困难。	在课堂专题汇报、讨论和发言中不能将所学基础知识进行判断、分析和评价。
课程目标 3 (12%)	在作业、专题汇报、讨论中能够很好理解并分析相关思政内容与文化意义。	在作业、专题汇报、讨论中能够较好地理解并分析相关思政内容与文化意义。	在作业、专题汇报、讨论中能够基本理解并分析相关思政内容与文化意义。	在作业、专题汇报、讨论中分析相关思政内容与文化意义存在一定困难。	在作业、汇报、讨论中不能理解并分析相关思政内容与文化意义。

### 2. 期末成绩评价标准

成绩 课程 目标	评价标准				
	优秀 (分数 $\geq 90$ 分)	良好 ( $78 \leq$ 分数 $< 90$ )	中等 ( $68 \leq$ 分数 $< 78$ )	合格 ( $60 \leq$ 分数 $< 68$ )	不合格 (分数 $< 60$ 分)
课程目标 1 (30%)	研究论文或设计报告认真完成，按时提交，符合论文规范和要求。	研究论文或设计报告认真完成，按时提交，符合论文规范和要求。	研究论文或设计报告认真完成，按时提交，符合论文规范和要求。	研究论文或设计报告完成并按时提交，符合论文规范和要求。	研究论文或设计报告没有按时提交，不符合论文规范和要求。
	能够很好地运用课上所学，将所学现代服务管理基础知识与当代服务事业、文化	能够较好地运用课上所学，将所学现代服务管理基础知识与当代服务事业、文化强国	能够运用课上所学，将所学现代服务管理基础知识与当代服务事业、文化强国建设等问题结合，对	不能熟练地运用课上所学，对重要文化史实和专题进行分析和论述。主题不太明确，分	不能运用课上所学对重要文化史实和专题进行正确的分析和论述，没有

课程目标 2 (19%)	强国建设等问题结合,对重要服务管理问题进行分析和论述,有理有据提出问题、分析问题、解决问题。	建设等问题结合,对重要服务管理问题能清晰的展开分析和论述。	服务管理问题较为清晰地进行分析和论述。	析问题、解决问题存在一定困难。	主题,不能分析问题、解决问题。
课程目标 3 (21%)	论文或设计报告框架合理,结构清晰,层次条理;内容丰富,有明确的主题;能充分搜集参考文献,有很强的文献查阅和时事分析能力;有优秀的写作能力。	论文或设计报告框架合理,层次较条理;内容较丰富,有比较明确的主题;能比较充分搜集参考文献,有较强的文献查阅和时事分析能力;有较好的写作能力。	论文或设计报告有比较明确的主题;内容一般,框架层次一般;能够搜集查阅参考文献,写作能力一般。	论文或设计报告主题不够明确,结构框架不太合理,没有查阅相关参考文献,分析论述不太清晰条理。	论文或设计报告没有明确主题;没有层次结构;内容单薄,整体逻辑混乱;没有查阅相关文献;有照搬抄袭现象。

## 34. 《广告创意与策划》教学大纲

### 一、课程基本信息

课程名称	中文名称: 广告创意与策划				
	英文名称: Creativity and Planning of Advertising				
课程号	7503427		学分	2	
学时	总学时: 32	讲授学时	实验学时	上机学时	讨论学时
		30	0	0	2
开课学院	海洋文化与法律学院		开课学期	5	
课程负责人	王晓青		适用专业	文化产业管理	
先修课程及要求	无				

### 二、课程简介

#### (一) 课程概况

本课程是综合基本理论、案例分析和实践创作等,理论与实务并举的广告类理论课。通过本课程的学习,学生能够掌握广告创意与策划的理论知识,提高广告设计中的整合能力与创造力,深刻领悟产品销售、产业管理中广告的作用及发挥机制。引领学生在以实践社会主义核心价值观的基础上实现最大化的独立创新。

This course is an advertising subject integrating with basic theories, case analysis and practical creation. Through the study of this course, students can master the theoretical knowledge

of advertising creativity and planning, improve the integration ability and creativity in advertising design, and deeply understand the role and mechanism of advertising in product sales and industrial management. On the basis of practicing the core values of socialism, this course aims to motivate students to realize the maximum independent creativity and innovation.

## (二) 课程目标

**课程目标 1:** 理解和掌握广告策划中的市场调查和市场细分、战略规则、策略制定、效果测定等相关理论；理解和掌握广告创意的理论、原则、形态和手法；理解广告策划与其他学科之间的关系以及中西方广告创意的差异；熟悉广告策划的基本步骤。

**课程目标 2:** 基本具备自主理论的学习能力；基本具备广告设计的整合能力；基本具备相关主题的广告策划与创意能力；基本具备在具体项目中阐述方案的语言表达能力。

**课程目标 3:** 能够形成较强的团队协作意识，能够在案例讨论和作业项目中培养形成团队合作精神，以便能够在今后工作中主动参与团队工作，以及协调组织团队工作。

**课程目标 4:** 在组织教学中能够让学生认识到理论学习的严肃性，端正学习态度，养成分析与研究的理论学习习惯，并培养学生的活学活用能力与自我表达能力。

**课程目标 5:** 能够以政治高度、理论深度、情感温度、文化厚度深入理解广告创意与策划专业知识点，树立正确的人生态度，以国家需求为己任，真正做到与祖国共振共鸣，树立积极践行社会主义核心价值观的理念，增强爱国爱民情怀，传递正能量、讲好中国故事。

## 三、教学内容、要求与学时分配

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式 (讲授、实验、 上机、讨论)	支撑课程目标
第一章 广告策划概论	1. 明确理论学习与实践学习的不同。 2. 理解与认识理论学习的作用及其重要性，从而建立全新的学习方法与规范。 3. 了解本课程的教学目的与意义、内容与要求。 4. 了解相关的学习方法与规范。 5. 掌握广告策划的概念、地位与意义、内容与步骤、特性与原则。 6. 理解广告策划与其他学科的关系。	<b>重点:</b> 1. 课程教学的主要意义及具体要求。 2. 广告策划的相关概念、地位与意义。 3. 广告策划与其他学科的关系。 <b>难点:</b> 1. 广告策划的内容与步骤。 2. 广告策划的特性与原则。	2	讲授	1

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式 (讲授、实验、 上机、讨论)	支撑课程目标
第二章 市场调查与分析	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 掌握市场调查与市场研究的含义与作用。</li> <li>2. 熟悉市场调查的主要内容和分类。</li> <li>3. 了解市场调查的基本程序与主要方法。</li> <li>4. 具备依据具体情况拟定调查方法的能力。</li> </ol>	<p><b>重点:</b>1. 市场调查的作用。</p> <p>2. 市场调查的五个方面。</p> <p><b>难点:</b> 1. 市场调查的主要方法。</p> <p>2. 市场调查的基本程序</p>	4	讲授	1
第三章 广告战略的规则	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 明确广告战略的概念与特征。</li> <li>2. 掌握广告目标选择的原则。</li> <li>3. 熟悉广告战略的研究对象与前提。</li> <li>4. 掌握广告战略的内容与程序。</li> <li>5. 了解广告战略体系。</li> </ol>	<p><b>重点:</b> 1. 广告战略的特征。</p> <p>2. 广告战略目标.</p> <p><b>难点:</b>1. 广告目标选择的原则。</p> <p>2. 广告战略的内容与程序。</p>	4	讲授	1, 2
第四章 广告策略的制定	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 掌握广告策略的定义与体系。</li> <li>2. 掌握目标市场策略、产品策略、定位策略以及广告表现策略的相关理论知识。</li> <li>3. 了解经典的定位策略案例。</li> <li>4. 养成理性分析案例的研究习惯。</li> <li>5. 具备制定广告策略的理论基础与实践能力。</li> </ol>	<p><b>重点:</b>1. 广告策略体系。</p> <p>2. 定位策略。</p> <p>3. 经典定位策略案例分析。</p> <p><b>难点:</b> 广告表现策略。</p>	4	讲授	1, 2
第五章 广告媒介策划	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 掌握媒介策划的意义、分类、特点及媒介策划一般程序。</li> <li>2. 掌握广告媒体的选择与原则。</li> <li>3. 了解媒介评估的相关理论知识。</li> </ol>	<p><b>重点:</b> 1. 媒介策划的一般程序。</p> <p>2. 广告媒体的选择与原则。</p> <p><b>难点:</b> 广告媒体组合。</p>	2	讲授	1, 2

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式 (讲授、实验、 上机、讨论)	支撑课程目标
	4. 具备依据具体情况进行媒体组合的能力。				
第六章 广告效果测定和广告经费预算	1. 掌握广告效果测定的作用与意义。 2. 简要了解广告效果的测定与方法、广告经费的预算方法。	<b>重点:</b> 广告效果研究的意义(广告效果研究的18个奇迹)。 <b>难点:</b> 广告效果的特性。	2	讲授	1, 2
第七章 广告创意概论	1. 明确广告创意的基本概念、地位与作用。 2. 了解广告创意的类别。 3. 掌握广告创意的特征与思维。 4. 理解中西方广告创意差异。	<b>重点:</b> 1. 创意与广告创意。 2. 广告创意的特征。 3. 中西方广告创意差异。 <b>难点:</b> 广告创意的思维与类别。	2	讲授	1, 2
第八章 广告创意的基本原则	1. 掌握广告创意的六项基本原则。 2. 具备利用理论知识分析具体案例的学习能力与思考能力。	<b>重点:</b> 广告创意的六项基本原则。 <b>难点:</b> 利用理论知识对具体案例进行分析。	4	讲授	1, 2
第九章 广告创意的形态 思政融入点: 如何传播正能量。	1. 了解广告创意的新思路。 2. 掌握广告创意的三种常见形态。 3. 具备利用理论知识分析具体案例的学习能力与思考能力。	<b>重点:</b> 1. 说明证明形态。 2. 故事情节形态。 3. 意境氛围形态。 <b>难点:</b> 利用理论知识对具体案例进行分析。	2	讲授	5
第十章 广告创意的手法	1. 熟悉与掌握常用的广告创意手法。 2. 具备利用理论知识分析具体案例的学习能力与思考能力。	<b>重点:</b> 常用的广告创意手法。 <b>难点:</b> 利用理论知识对具体案例进	4	讲授	1, 2

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式 (讲授、实验、 上机、讨论)	支撑课程目标
		行分析。			
实践课: 期末实践能力演练 思政融入点: 通过广告创意进行积极、舒服的传达。	1. 整合广告策划的相关理论知识。 2. 考察学生理论与实践相结合的能力。 3. 锻炼学生的 PPT 制作能力与阐述方案的语言表达能力。 4. 培养学生的合作意识。	<b>重点:</b> 1. 学生随机分组。 2. PPT 制作与汇报方案。 <b>难点:</b> 引导学生进行合作。	2	讨论	3, 4

#### 四、课程考核评价方式

考核以课程目标的达成度为主要目的,以检查学生对各知识点的掌握程度和应用能力为重要内容。

##### (一) 考核方式

考试课程成绩由期末成绩和平时成绩构成。

期末考试成绩占期末总成绩的 50%,考核方式包含论文和小组展示(包含展示材料制作)两部分。

##### (二) 课程成绩

平时成绩占平时综合成绩占期末总成绩的 50%,主要包括开放式命题小项目、案例分析、交流和讨论等模块,根据学生平时出勤情况、课堂讨论、课后作业等情况综合评定,着重评价学生平时对专业知识和思政内容的理解、应用和接受能力。

##### 1. 考核环节及说明

成绩构成	考核说明
平时成绩	(1) 平时成绩满分为 100 分, 占总成绩的 50% (2) 针对平时成绩对应的课程目标, 由开放式命题小项目、案例分析、交流和讨论、课堂表现等部分构成, 各部分占比及评分标准由教师根据实际情况决定。
期末考试	(1) 考试方式及占比: 采用论文和展示, 考试成绩 100 分, 占课程考核成绩的 50%。 (2) 评定依据: 学术论文格式、内容; 展示材料制作质量; 现场汇报表现。 (3) 考试题型: 半命题论文。

##### 2. 考核与评价方式

课程目标	成绩比例 (平时成绩50%+期末成绩50%)					合计
	平时成绩 (50%)			期末成绩 (50%)		
	案例分析	课后作业	课堂表现	演讲和展示材料制作	论文	
1	4	5	3	4	9	25
2	4	5	3	4	9	25

3	4	3	1	4	2	14
4	2	4	3	4	5	18
5	1	3	5	4	5	18
合计(成绩构成)	15	20	15	20	30	100

## 五、教学方法

1. 教学设计:基于 OBE 理念将教学设计分为三个阶段。第一阶段为上课前一周,教师发布《广告创意与策划》相关知识点的学习指导方案、教学课件,以及相关案例资料和推荐书目等,由学生自主完成资料学习。第二阶段为授课的一周:在每周两小节课中,第一小节课让学生分小组汇报自学情况,并进行交流讨论;第二小节课由教师解答学生汇报中的疑难问题,同时补充讲解重点内容和扩展问题,并对每个小组予以点评辅导。第三阶段为课后的一周:学生完成教师课堂布置的作业,并自主学习下一周的教学内容。

2. 具体方法:在采用 OBE 理念的三个教学阶段,即课前知识传授、课中知识内化、课后延伸评价中都有意识融入。

## 六、参考材料

线下:

1. 黎青、孙国峰编著,《广告策划与创意》,湖南大学出版社,2012年、第二版

主撰人: 王晓青

审核人: 高雪

英文校对: 沈庆会

教学副院长: 郑建明

日期: 2022年9月26日

## 附件：各类考核与评价标准表

### 1. 平时成绩评分标准

成绩 课程目标	优秀 (分数 $\geq 90$ 分)	良好 ( $78 \leq$ 分数 $< 90$ )	中等 ( $68 \leq$ 分数 $< 78$ )	及格 ( $60 \leq$ 分数 $< 68$ )	不及格 (分数 $< 60$ 分)
课程目标 1 (12%)	完成课后作业和案例分析, 积极讨论, 认真听讲。熟练掌握广告创意与策划基本理论和基础知识。	完成课后作业和案例分析, 积极讨论, 认真听讲。较好掌握广告创意与策划基本理论和基础知识。	完成课后作业和案例分析, 积极讨论, 认真听讲。能够掌握广告创意与策划基本理论和基础知识。	完成课后作业和案例分析, 积极讨论, 认真听讲。掌握广告创意与策划基本理论和基础知识存在一定困难。	完成课后作业和案例分析, 积极讨论, 认真听讲。没有掌握广告创意与策划基本理论和基础知识。
课程目标 2、4 (21%)	按照要求完成课前阅读预习, 积极参与课上讨论, 在课后作业和案例分析中充分体现个人观点。	按照要求完成课前阅读预习, 积极参与课上讨论, 在课后作业和案例分析中较好体现个人观点。	按照要求完成课前阅读预习, 积极参与课上讨论在课后作业和案例分析中能够体现个人观点。	按照要求完成课前阅读预习, 积极参与课上讨论, 在课后作业和案例分析中个人观点表达有限。	按照要求完成课前阅读预习, 积极参与课上讨论, 在课后作业和案例分析中不能体现个人观点。
课程目标 3 (8%)	积极参与小组工作, 在小组工作中发挥主要作用。	积极参与小组工作, 在小组工作中发挥较多作用。	参与小组工作, 在小组工作中发挥作用。	参与小组工作, 在小组工作中发挥有限作用。	未参与小组工作。

### 2. 期末考核与评价标准

成绩 课程目标	优秀 (分数 $\geq 90$ 分)	良好 ( $78 \leq$ 分数 $< 90$ )	中等 ( $68 \leq$ 分数 $< 78$ )	及格 ( $60 \leq$ 分数 $< 68$ )	不及格 (分数 $< 60$ 分)
课程目标 1 (13%)	在论文中熟练运用广告创意与策划基本理论和知识。	在论文中较好运用广告创意与策划基本理论和知识。	在论文中运用广告创意与策划基本理论和知识。	在论文中运用部分广告创意与策划基本理论和知识。	在论文中没有运用广告创意与策划基本理论和知识。
课程目标 2、4 (22%)	行文规范、文笔流畅、逻辑通顺, 论文格式完全符合要求, 充分阐明个人观点。	行文规范、文笔较好、逻辑通顺, 论文格式存在较少瑕疵, 较好阐明个人观点。	文笔一般、逻辑没有明显问题, 论文格式存在一些瑕疵, 阐明个人观点。	文笔一般、逻辑没有明显问题, 论文格式存在较多瑕疵, 阐明个人观点。	文笔较差、逻辑存在明显问题, 论文格式存在较多瑕疵, 未阐明个人观点。
课程目标 3 (6%)	积极参与小组项目, 在课堂展示和展示材料制作中发挥主要作用。	积极参与小组项目, 在课堂展示和展示材料制作中发挥较多作用。	参与小组项目, 在课堂展示和展示材料制作中发挥作用。	参与小组项目, 在课堂展示和展示材料制作中发挥有限作用。	未参与小组工作。

## 35. 《运营管理》教学大纲

### 一、课程基本信息

课程名称	中文名称：运营管理				
	英文名称：Operations Management				
课程号	63040102		学分	2	
学时	总学时：32	讲授学时	实验学时	上机学时	讨论学时
		28		0	4
开课学院	经济与管理学院		开课学期	5	
课程负责人	苏含秋		适用专业	文化产业管理	
先修课程及要求	经济学、管理学等。				

### 二、课程简介

#### （一）课程概况

运营管理课程揭示如何运用流程管理来降低成本、减少库存、缩短等待时间、提高质量、提高服务水平、以及增加收入和企业利润。具体而言，学生将获得工艺设计、需求预测、能力规划、工作流程规划和控制、质量管理和精益管理方面的实践知识。课程也为企业与供应链管理的进一步学习提供了必要的基础。

The course reveals how process management skills can be used to reduce costs, lower inventories, cut waiting times, improve quality, enhance service levels, and increase revenues and company profits. Specifically, students will gain practical knowledge of process design, demand forecasting, capacity planning, workflow planning and control, quality management, and lean operations. The course also provides the necessary foundation to pursue further development in business and supply chain management.

#### （二）课程目标

课程目标 1:能够正确认识产业发展规律，从系统的观点把握社会组织运营管理的核心思想和主要内容。

课程目标 2:熟练掌握运营管理的基本概念、理论与方法。

课程目标 3:能运用运营管理基本知识，分析社会组织运营中存在的主要问题，并能选择正确的模型解决相关问题。

课程目标 4:学习组织运营中管理人员应该具备的基本职业道德，牢固树立社会主义核心价值观，弘扬爱国主义精神，并引导学生自觉遵守国家法律法规，树立积极向上的学习工作心态。

### 三、教学内容、要求与学时分配

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式 (讲授、 实验、上 机、讨论)	支撑课 程目标
第1章 基本概念 1.1 生产运作管理 1.2 生产运作的分类 1.3 供需协调 1.4 生产运作管理的历史和发展趋势	在系统论的基础上,掌握运营管理的基本概念和主要研究内容	重点:生产概念的延申,生产运作的分类 难点:生产运作管理的最新发展趋势	4	讲授、 讨论	目标1 目标2 目标4
第2章 企业战略 2.1 引言 2.2 企业战略管理 2.3 生产运作策略	掌握企业战略管理与生产运作策略,能正确规划个人战略	重点:企业战略管理过程	2	讲授、 讨论	目标1 目标2 目标4
第3章 产品/服务设计和技术选择 3.1 产品研究与开发管理 3.2 生产流程设计与选择 3.3 服务运营系统设计	掌握产品与服务的研究与开发管理,理解生产流程矩阵与服务系统设计矩阵的作用。	重点:流程的概念与意义,生产与服务流程的分析 难点:对流程图与服务蓝图的运用	2	讲授	目标2 目标4
主题讨论1	掌握不同社会组织具体活动中流程的比较	难点:找到有比较意义的一组社会组织。	2	讨论	目标1 目标2
第4章 生产/服务设施选址与布置选址决策 4.1 设备/设施布置决策 4.2 选址与布置决策的定量分析 4.3 装配线平衡 4.4 非制造业的设施布置	了解影响选址的主要因素,掌握选址与布置的主要方法,掌握装配线平衡的正确方法。	重点:选址与布置的定量分析和装配线平衡问题 难点:从-至表法,装配线平衡方法。	6	讲授、 讨论	目标1 目标2 目标3 目标4
主题讨论2	能够准确分析不同社会组织选址和布局中的优缺点。	难点:对于有比较意义社会组织的选择。	2	讨论	目标1 目标2 目标3
第5章 工作设计 5.1 引言 5.2 工作设计	掌握工作设计的主要内容和行为理论	重点:工作设计中的三种方法,团队工作方式 难点:工作设计中行为理论的应用。	2	讲授	目标1 目标2 目标4
第7章 综合生产计划 7.1 计划管理的一般概念 7.2 综合计划策略 7.3 MTS 企业年度生产计划的制	了解能力计划的主要内容,了解处理非均匀需求的策略,掌握生	重点:产计划大纲的制定与产品出产计划的编制。	4	讲授、 讨论	目标1 目标2 目标3

定 7.4 MTO 企业年度生产计划的制定	产计划大纲的制定与产品出产计划的编制	难点：反复实验法，订货型企业生产计划制定			
第 9 章 MRP 9.1 MRP 的工作原理 9.2 MRP 系统 9.3 MRP 的扩展 9.4 ERP	掌握 MRP 系统的构成，MRP 的处理过程，MRP 的扩展。	重点：MRP 的处理过程，DRP 的处理逻辑。 难点：MRP 的处理过程。	6	讲授， 讨论	目标 1 目标 2 目标 3
第 12 章 服务业的作业计划 12.1 服务企业的运作 12.2 排队管理 12.3 排队模型 12.4 人员班次安排	掌握服务企业运营特征，排队系统的设计，排队模型与人员班次计划。	重点：排队系统的设计，排队模型与人员班次计划。 难点：排队模型	2	讲授， 讨论	目标 1 目标 2 目标 3 目标 4

#### 四、课程考核评价方式

考核以课程目标的达成度为主要目的，以检查学生对各知识点的掌握程度和应用能力为重要内容。

##### （一）考核方式

成绩考核采用开卷考试方式。

##### （二）课程成绩

课程成绩由平时成绩和考试成绩两部分构成。

平时成绩：主要包括测验、主题讨论两部分，比重分别为 30%、70%。

期末考试成绩：开卷考试。

##### 1.考核环节及说明

成绩构成	考核说明
平时成绩	(1) 平时成绩满分为 100 分，占总成绩的 50% (2) 针对平时成绩对应的课程目标，由主题讨论、测验两部分构成。
期末考试	(1) 考试方式及占比：采用开卷笔试，考试成绩 100 分，占课程考核成绩的 50%。 (2) 评定依据：考试成绩的评定根据试卷参考答案和评分标准进行。 (3) 考试题型：包含单项选择题、判断题、填空题、计算题和分析题。 (4) 考试内容：针对期末考试对应的课程目标。

##### 2.考核与评价方式

课程目标	成绩比例（平时成绩50%+期末成绩50%）						合计
	平时成绩（50%）					期末成绩 （50%）	
	作业 (0%)	测验 (15%)	实验 (0%)	课堂表现 (0%)	主题讨论 (35%)		
1	0	5	0	0	5	10	20
2	0	5	0	0	10	15	30
3	0	5	0	0	15	20	40

4	0	0	0	0	5	5	10
合计(成绩构成)	0	15	0	0	35	50	100

## 五、教学方法

在教学过程中，以理论知识为主线，并紧密联系实际，尽量采用多种教学手段与灵活的教学方法。概念讲解时，要突出其核心意思；理论讲解时，要突出其前瞻性和创新性；方法讲解时，要注重其实用性和综合性。本课程以课堂对运营管理基本概念、理论讲授为主，并通过必要的案例分析、小组主题讨论，旨在启迪学生的思维，培养学生的团队合作观念。新观念，挖掘学生的管理潜能和创造力。

本课程可适当安排课堂讨论，主要安排在企业战略与运作策略，产品开发和技術选择，生产和服務设施选址、布置，MRP 与 ERP 等章进行；进行主题讨论之前，教师事先对讨论主题进行选择，设计讨论课的流程，包括分组、准备时间、小组讨论成果展示方式等，充分考虑可能发生的各种情况，并至少提前两周给出讨论主题；小组讨论结束后，教师应及时进行总结。

整个课程每个单元由理论授课、案例分析、讨论、作业、调查或实习等方式构成。采用的教学媒体主要有：文字教材（包括主教材和学习指导书）、视频资料、课件（PPT）以及课后辅导（主要采用学习通）。

## 六、参考材料

线上：<http://shfulm.fanya.chaoxing.com/portal>。

参考教材：

[1]陈荣秋，马士华编著. 生产运作管理（第5版）机械工业出版社；2018年4月  
阅读书目：

[1]（美）威廉·史蒂文森著，张群、张杰等译. 运营管理. 北京：机械工业出版社；2010年4月

[2]（美）卡桑，（美）特维施著，任建标著, 运营管理：供需匹配的视角，中国财经出版社，2013；

[3]（美）理查德·B·蔡斯等著，任建标等译. 运营管理. 北京：机械工业出版社；2011

[4] 季建华，邵晓峰. 运营管理. 格致出版社：上海人民出版社，2010

参考网站：

生产与运营管理学会 <http://www.poms.org>

美国管理协会（中国） <http://www.amachina.com/>

美国运营管理协会 <http://www.apics.org/>

哈佛商业评论中文网 <http://www.hbrchina.org/>

美国供应链管理专业协会 <http://www.cscmpchina.org/>

世界经理人网站 <http://www.cec.globalsources.com>

美国 Gartner Group 公司 <http://thegartnergroup.com/>

德国 SAP 公司 <http://www.SAP.com>

美国 ORACLE 公司  
用友公司

<https://www.oracle.com/index.html>  
<https://www.yonyou.com/>

主撰人：苏含秋

审核人：郑建明

英文校对：沈庆会

教学副院长：郑建明

日 期：2022 年 12 月 15 日

## 附件：各类考核与评价标准表

### 1. 测验评分标准

成绩 课程目标	优秀 (分数≥90分)	良好 (78≤分数<90)	中等 (68≤分数<78)	及格 (60≤分数<68)	不及格 (分数<60分)
课程目标1 (5%)	运营管理基本知识掌握全面，基本概念清楚。	运营管理基本知识掌握，基本概念清楚。	运营管理基本知识掌握较全面，基本概念清楚。	运营管理基本知识基本掌握，基本概念清楚。	运营管理基本知识没有掌握，基本概念不清楚。
课程目标2 (5%)	能够正确掌握运营系统设计，运性的全部内容。	能够较正确掌握运营系统设计，运性的全部内容。	能够基本掌握运营系统设计，运性的全部内容。	能够部分掌握运营系统设计，运性的全部内容。	不能够掌握运营系统设计，运性的全部内容。
课程目标3 (5%)	能够正确运用运营管理基本知识解决具体问题。	能够较正确运用运营管理基本知识解决具体问题。	基本能够运用运营管理基本知识解决具体问题。	能够部分运用运营管理基本知识解决具体问题。	不能够运用运营管理基本知识解决具体问题。

### 2. 主题讨论评价标准

成绩 课程目标	优秀 (分数≥90分)	良好 (78≤分数<90)	中等 (68≤分数<78)	及格 (60≤分数<68)	不及格 (分数<60分)
课程目标1 (5%)	能全面正确认识服务产业。	能较全面正确认识服务产业。	基本能正确认识服务产业。	能部分正确认识服务产业。	不能全面正确认识服务产业。
课程目标2 (15%)	能正确比较分析不同社会组织流程的区别。	能较正确比较分析不同社会组织流程的区别。	基本能比较分析不同社会组织流程的区别。	能部分比较分析不同社会组织流程的区别。	不能正确比较分析不同社会组织流程的区别。
课程目标3 (15%)	能正确运用运营管理知识，识别具体组织选址布局问题中的关键环节。	能较正确运用运营管理知识，识别具体组织选址布局问题中的关键环节。	基本能正确运用运营管理知识，识别具体组织选址布局问题中的关键环节。	能部分运用运营管理知识，识别具体组织选址布局问题中的关键环节。	不能正确运用运营管理知识，识别具体组织选址布局问题中的关键环节。

### 3. 期末考核与评价标准

成绩 课程目标	优秀 (分数≥90分)	良好 (78≤分数<90)	中等 (68≤分数<78)	及格 (60≤分数<68)	不及格 (分数<60分)
课程目标1 (10%)	清楚正确认识产业发展规律。	知晓产业发展规律。	掌握了产业发展规律。	基本了解产业发展规律。	不清楚产业发展规律。
课程目标2 (15%)	能清楚认识不同社会组织的	能较清楚认识不同社会组织的运	能基本认识不同社会组织的运行	能部分认识不同社会组织的	不能清楚认识不同社会组织

成绩 课程目标	优秀 (分数≥90分)	良好 (78≤分数<90)	中等 (68≤分数<78)	及格 (60≤分数<68)	不及格 (分数<60分)
	运行流程。	行流程。	流程。	运行流程。	的运行流程。
课程目标3 (25%)	能正确运用运营管理知识,识别具体组织运营问题中的关键环节。	能较正确运用运营管理知识,识别具体组织运营问题中的关键环节。	能基本正确运用运营管理知识,识别具体组织运营问题中的关键环节。	能部分运用运营管理知识,识别具体组织运营问题中的关键环节。	不能正确运用运营管理知识,识别具体组织运营问题中的关键环节。

## 36. 《电子商务》教学大纲

### 一、课程基本信息

课程名称	中文名称: 电子商务				
	英文名称: Electronic Commerce				
课程号	5206207		学分	2	
学时	总学时: 32	讲授学时	实验学时	上机学时	讨论学时
		20	8		
开课学院	经济管理学院		开课学期	5、6、7	
课程负责人	管红波		适用专业	除物流管理专业以外所有经管类以及全校选修课	
先修课程及要求	该课程学习之前,需要有《计算机基础》、《市场营销》等课程基础,如果没有上述课程基础,在学习本课程的时候需在课外了解上述课程的基础知识。				

### 二、课程简介

#### (一) 课程概况

本课程是为经济管理类专业必修课或者专业选修课,起着引导学生拓展思维以及培养学生掌握新兴技术和商务模式的作用。本课程的教学目的在于通过教与学,使学生从整体上了解电子商务领域的基本内容、认识电子商务的发展趋势、电子商务运作的社会环境和技术环境,电子商务的基本理论、电子商务信息的收集与整理方法、网络营销策略与促销方法,电子支付的理论与流程、物流基本原理等内容。通过本课程的学习,应当使学生树立牢固的专业思想,坚信电子商务代表着未来商务活动的发展方向,并通过相关实验和配套教材的阅读培养学生独立从事电子商务活动的综合能力。

This course is a compulsory course or professional elective course for economic and management students, which plays a role in guiding students to develop their thinking and cultivate students' ability to master new technologies and business models. The course of the teaching purpose is to enable students to learn the basic content of the field of electronic

commerce, recognize the trend of development of electronic commerce, social and technological environment for e-commerce operation, electronic commerce information collection and finishing method, network marketing strategies and promotional methods, electronic payment theory and process, the basic idea and method of logistics. Through learning this course shall enable students to establish the solid thought, firmly believe that e-commerce represents the direction of development of business in the future, and through experiments and supporting materials for reading to cultivate the comprehensive ability of the students' independent e-commerce activities.

## (二) 课程目标

课程目标 1: 掌握电子商务基础理论, 包括电子商务概念、分类、技术、建站规划、网络消费者行为、网络 4P、电子支付和电商物流等有关电子商务的基础知识和理论。

课程目标 2: 提高电子商务实践能力, 掌握电子商务案例分析、电子商务运营和管理。

课程目标 3: 培养社会主义商业人才, 树立家国情怀与民族自信心, 培养诚实守信的新时代网络商业人才。

## 三、教学内容、要求与学时分配

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式 (讲授、实验、上机、讨论)	支撑课程目标
第一章 认识电子商务 (1) 研究目的、内容和方法 (2) 产生和发展 (3) 概念 (4) 分类和特征 (5) 基本流程 (6) 法律关系 (7) 经济地位 <b>思政融入点: 电子商务法、电子商务与经济</b>	理解电子商务的内涵与分类、社会基础与技术基础; 掌握商务交易的基本流转程式; 明确电子商务的发展前景与电子商务时代的挑战	<b>重点: 电子商务的概念、分类、特征、模式、经济地位</b>  <b>难点: 分类</b>	4	讲授	目标 1 目标 3
第二章 电子商务战略 (1) 互联网思维与网络强国 (2) 电子商务发展环境 (3) 政府电子商务发展战略 (4) 企业电子商务战略 <b>思政融入点: 网</b>	掌握互联网思维和网络强国; 了解电子商务发展环境; 掌握政府电子商务发展战略; 掌握企业电子商务发展战略	<b>重点: 互联网思维和网络强国</b>  <b>难点: 互联网思维、奇安矩阵</b>	2	讲授	目标 1 目标 3

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式（讲授、实验、上机、讨论）	支撑课程目标
网络强国、政府电子商务战略					
第三章 电子商务网络技术 (1) 概念和构成 (2) 常用服务 (3) TCP/IP 思政融入点：网络安全与网络命运共同体	了解因特网的构成和常用服务； 掌握 TCP/IP 协议 掌握域名申请方法	<b>重点：网络基础概念、常用服务</b>  <b>难点：TCP\IP 构成</b>	2	讲授	目标 1 目标 3
第四章 电子商务网站建设 (1) 总体设计 (2) 环境建设 (3) 内容建设 (4) 投资概算 思政融入点：网站的全球战略案例	掌握电子商务网站的总体设计思想； 了解网站建设软硬件环境； 掌握网站内容建设； 了解网站建设投资概算	<b>重点：网站总体设计</b>  <b>难点：商业模式设计</b>	2	讲授	目标 1 目标 2 目标 3
第六章 网络交易行为 (1) 个人购买行为 (2) 企业购买行为 (3) 政府购买行为 思政融入点：网络招标的公正性	掌握网络交易行为分析方法； 能够对网络消费者购买行为、企业网上交易行为和政府网上采购行为进行分析	<b>重点：消费者网络购买行为；企业采购；政府网络招投标</b>  <b>难点：消费者网络购买行为</b>	2	讲授	目标 1 目标 3
第七章 网络营销策略 (1) 市场细分 (2) 目标市场定位 (3) 网络 4P 思政融入点：网商的诚信	掌握网络营销的市场细分方法； 掌握网络营销的目标市场定位； 掌握网络营销的品牌策略、定价策略、渠道策略、服务策略； 了解移动电子商务营销策略	<b>重点：网络市场细分、网络 4P</b>  <b>难点：网络产品分类</b>	2	讲授	目标 1 目标 2 目标 3

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式（讲授、实验、上机、讨论）	支撑课程目标
第八章 网络促销 (1) 网络促销概念、分类和作用 (2) 网络促销实施程序 (3) 网络广告促销 (4) 网络站点促销 (5) 网络促销新进展 <b>思政融入点：县长网络带货助力农业振兴</b>	了解网络促销的概念、分类与作用； 掌握网络促销的实施程序； 掌握网络广告促销、网络站点促销和 E-mail 促销方法)、新媒体促销方法	<b>重点：网络促销基础知识、网络广告、网路新促销方法</b>  <b>难点：网路新促销方法</b>	2	讲授	目标 1 目标 2 目标 3
第十章 电子支付 (1) 电子现金和信用卡 (2) 电子支票 (3) 网上银行 (4) 第三方支付 <b>思政融入点：我国的互联网金融创新</b>	了解电子支付的概念、特征与方式； 掌握 SSL 安全协议与 SET 安全协议； 明确电子支付中存在的问题及其解决的办法	<b>重点：电子支付的概念和分类、协议</b>  <b>难点：SSL 和 SET</b>	2	讲授	目标 1 目标 3
第十一章 电子商务物流 (1) 电子商务物流概述 (2) 电子商务物流模式 (3) 电子商务物流技术 <b>思政融入点：绿色物流与新发展理念</b>	了解电子商务物流的基本概念与模式； 了解电子商务物流的基本流程与基本技术	<b>重点：电子商务物流概念和模式、物流新技术</b>  <b>难点：物流新技术</b>	2	讲授	目标 1 目标 3
电子商务网络创业虚拟仿真实验	掌握电子商务网络运营，具备网络创业能力。	<b>重点：网路运营全过程</b>	8	实验	目标 1 目标 2 目标 3

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式（讲授、实验、上机、讨论）	支撑课程目标
实验 1: 网店策划 实验 2: 网上开店 实验 3: 网店推广 实验 4: 网店订单处理 实验 5: 项目总结		<b>难点: 商业策划</b>			

#### 四、课程考核评价方式

考核以课程目标的达成度为主要目的,以检查学生对各知识点的掌握程度和应用能力为重要内容。

##### (一) 考核方式

考核方式为闭卷笔试。

考试课程成绩由期末成绩 60%和平时成绩 40%构成。

##### (二) 课程成绩

平时成绩主要根据学生平时学习态度、听课、作业、实验等情况综合评定。平时成绩占课程考核成绩的比例一般以 40%，期末考试 60%。

##### 1. 考核环节及说明

成绩构成	考核说明
平时成绩	(1) 平时成绩满分为 40 分, 占总成绩的 40% (2) 针对平时成绩对应的课程目标, 由作业 10%、实验 20%、课堂表现 10%等部分构成。
期末考试	(1) 考试方式及占比: 采用闭卷笔试, 考试成绩 100 分, 占课程考核成绩的 60%。 (2) 评定依据: 考试成绩的评定根据试卷参考答案和评分标准进行。 (3) 考试题型: 可以包含单项选择题、多项选择题、填空题、简答题、计算题和设计题。 (4) 考试内容: 针对期末考试对应的课程目标。

##### 2. 考核与评价方式

课程目标	成绩比例 (平时成绩40%+期末成绩60%)				合计
	平时成绩 (30%)			期末成绩 (60%)	
	作业 (10%)	实验 (20%)	课堂表现 (10%)		
1	7	14	7	42	70
2	3	6	3	18	30
合计(成绩构成)	10	20	10	60	100%

#### 五、教学方法

本课程的教学主要通过多媒体教学手段在课堂上进行理论讲述,课堂多用案例教学来辅助电子商务理论教学,通过实验环节进行理论和实践结合,重视学生课下实践活动,。

本课程将学习通平台将作为本课程网络教学辅助平台发布各类通知、访问资源和学习资料、开展在线测试和讨论。

本课程根据教学情况会选择开展混合教学模式,网络提供学习视频和章节测试题。

## 六、参考材料

线上:

1. 学习通在线课程视频、测试题等;
2. 微信搜索“yunshixun”微信公账号,提供丰富的案例库和教学视频。
3. [www.ilab-x.com](http://www.ilab-x.com), 电子商务网络创业虚拟仿真实验

线下:

1. 杨立钊、杨坚争,《电子商务基础与应用》,西安电子科技大学出版社,2021,第十一版
2. Gary P. Schneider.,《Electronic Commerce》.机械工业出版社,2010,7th Annual Edition.

主撰人:管红波

审核人:沈欣、姜启军

英文校对:沈欣

教学副院长:李玉峰

日期:2022年9月6日

## 附件：各类考核与评价标准表

### 1. 作业评价标准

成绩 课程目标	优秀 (分数 $\geq 90$ 分)	良好 ( $78 \leq$ 分数 $< 90$ )	中等 ( $68 \leq$ 分数 $< 78$ )	及格 ( $60 \leq$ 分数 $< 68$ )	不及格 (分数 $< 60$ 分)
课程目标 1 (7%)	全面掌握电子商务理论，深度理解发展电子商务的意义，有正确的见解	较全面掌握电子商务理论，理解发展电子商务的意义，有正确见解	熟悉电子商务的理论，理解发展电子商务意义，有所见解	了解电子商务理论，能理解发展电子商务意义，无自我见解	未掌握电子商务的理论，对发展电子商务意义理解不深刻
课程目标 2 (3%)	能正确分析电商案例，找到影响因素，具有优秀的解决方案	能比较正确分析电商案例，找到影响因素，具有良好的解决方案	能相对正确分析电商案例，找到影响因素，具有中等的解决方案	能基本正确分析电商案例，找到部分影响因素，具有普通的解决方案	不能比较正确分析电商案例，找不到影响因素，无法提供解决方案

### 2. 实验评价标准

成绩 课程目标	优秀 (分数 $\geq 90$ 分)	良好 ( $78 \leq$ 分数 $< 90$ )	中等 ( $68 \leq$ 分数 $< 78$ )	及格 ( $60 \leq$ 分数 $< 68$ )	不及格 (分数 $< 60$ 分)
课程目标 1 (14%)	全面掌握电子商务网店运营	比较全面掌握电子商务网店运营	掌握电子商务网店运营的大部分功能	掌握电子商务网店运营的基本操作	没有掌握电子商务网店运营
课程目标 2 (6%)	具有优秀网店策划和规划	具有良好的网店策划和规划	具有中等网店策划和规划	具有网店策划和规划基础能力	不能进行网店策划和规划

### 3. 期末考核与评价标准

成绩 课程目标	优秀 (分数 $\geq 90$ 分)	良好 ( $78 \leq$ 分数 $< 90$ )	中等 ( $68 \leq$ 分数 $< 78$ )	及格 ( $60 \leq$ 分数 $< 68$ )	不及格 (分数 $< 60$ 分)
课程目标 1 (42%)	清晰掌握了电子商务理论知识，理解问题正确，回答问题清晰。	掌握了电子商务理论知识，理解问题正确，回答问题比较清晰	掌握了电子商务大部分理论知识，理解问题比较正确，回答问题比较清晰	基本掌握了电子商务理论知识，理解问题比较正确，回答问题较为清晰	没有掌握电子商务理论知识，理解问题不正确，回答问题不够清晰
课程目标 2 (18%)	理解并掌握电子商务案例分析方法，能够对电子商务问题提供优秀的解决方案。	理解并掌握电子商务案例分析方法，能够对电子商务问题提供良好的解决方案。	比较理解电子商务案例分析方法，能够对电子商务问题提供中等的解决方案。	初步理解电子商务案例分析方法，能够对电子商务问题提供一般的解决方案。	没有理解和掌握电子商务案例分析方法，不能够对电子商务问题提供解决方案。

## 37. 《流行音乐文化》教学大纲

### 一、课程基本信息

课程名称	中文名称：流行音乐文化				
	英文名称：Pop Music Culture				
课程号	7503428	学分	32		
学时	总学时：32	讲授学时	实验学时	上机学时	讨论学时
		28	0	0	4
开课学院	海洋文化与法律学院		开课学期	6	
课程负责人	王娜		适用专业	文化产业管理	
先修课程及要求	无				

### 二、课程简介

#### (一) 课程概况

《流行音乐文化》是文化产业管理专业的任选课程，主要讲授流行音乐文化体裁和流派的历史知识，包括爵士，民谣，摇滚等等。作为一种社会文化现象，流行音乐其自身表现出的社会性，正是当下社会文化价值的反映。流行音乐文化将艺术与商业相融合，既具有艺术性的欣赏价值，又具有巨大的市场价值。

通过课程学习，学生可以了解流行音乐文化中各种流派的音乐特征，感受流行音乐文化存在的价值与魅力。使学生树立正确的音乐审美观，建立自己的音乐见解，发现流行音乐的丰富意涵，便于日后挖掘文化产业中流行音乐的文化内涵与价值。

This is an optional course for the major of cultural management. It mainly teaches the genre of pop music, includes jazz, folk, rock, etc. Pop music culture mixes art and commerce together, which has both artistic appreciation value and huge market value.

By learning this course, students will be able to learn about genres in popular music culture and feel the value and charm of pop music culture. The purpose of this course is to establish a correct aesthetic view of music for students, build their own musical perspective, and discover the rich meaning of popular music. With this, it is convenient to explore the cultural connotation and value of pop music in the cultural industry in the future.

#### (二) 课程目标

课程目标 1：理解流行音乐发展的来龙去脉和演变进程，完善流行音乐的理论及知识结构，提高流行音乐批评、审美和实践的能力，指导社会文化生活中对流行音乐的评判和甄别。

课程目标 2：理解并掌握流行音乐的基础知识。通过掌握流行音乐文化元素知识，理解其文化和社会属性，能够运用流行音乐的相关知识解决文化产业中的相关问题，提高文化管理能力。

课程目标 3：学习流行音乐文化应该具备的职业道德，理解诚实公正、诚信守则的职业操守和规范，并能在文化产业管理中自觉遵守相关规定，建立良好的职业操守。

### 三、教学内容、要求与学时分配

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式（讲授、实验、上机、讨论）	支撑课程目标
第一章 流行音乐文化概论 (1) 流行音乐文化刍论 (2) 流行音乐文化的文化特征 (3) 流行音乐的起源		<b>重点：第二节</b>  <b>难点：流行音乐文化的文化特征</b>	2	讲授、讨论	1
第二章 中国早期流行音乐——海派音乐文化 (1) 海派流行音乐发源地——上海 (2) 时代曲的内容、风格及文化传播 (3) 中国早期流行音乐的代表人物及社会价值 <b>思政融入点：</b> 早期流行音乐的历史意义及社会价值	通过早期流行音乐代表人物感受中国流行音乐文化中反映的时代精神与文化自信	<b>重点：第二节</b>  <b>难点：第三节</b>	2	讲授、讨论	1、2
第三章 港台流行音乐文化 (1) 香港流行音乐文化 (2) 台湾流行音乐文化 (3) 港台流行音乐的代表人物及作品 <b>思政融入点：</b> 港台流行音乐对内地音乐的影响	理解港台流行音乐对内地流行音乐的深远影响	<b>重点：第三节</b>  <b>难点：第一、二节</b>	6	讲授、案例分析	1、3
第四章 内地流行音乐文化 (1) 内地流行音乐发展梗概 (2) 内地流行音乐的文化特征 (3) 当代华语音乐的文化思考 <b>思政融入点：</b> 当代流行音乐人的文化引领作用	学习当代流行音乐人的价值理念与精神追求	<b>重点：第二节</b>  <b>难点：第三节</b>	4	讲授、案例分析	1、3
第五章 欧美流行音乐文化起源——布鲁斯 BLUES (1) 美国黑人音乐的来源——非洲音乐 (2) 布鲁斯的起源、不同风格及其特征		<b>重点：第一、三节</b>  <b>难点：第二节</b>	4	讲授、讨论	1、2

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式（讲授、实验、上机、讨论）	支撑课程目标
(3) 布鲁斯的复兴（介绍1960、70、80年代的布鲁斯）					
第六章 爵士音乐文化 (1) 爵士乐的起源 (2) 新奥尔良爵士与芝加哥爵士 (3) 摇摆乐（swing）和爵士乐的其他类型		<b>重点：第一、三节</b>  <b>难点：第二节</b>	4	讲授、讨论	1、2
第七章 摇滚音乐文化 (1) 1950年代及早期摇滚乐 (2) 1960年代摇滚乐 (3) 1970年代摇滚乐 (4) 1980年代摇滚乐 (5) 1990年代摇滚乐		<b>重点：第三、四、五节</b>  <b>难点：第一、二节</b>	6	讲授、案例分析	1、2
第八章 中西流行音乐文化比较 (1) 中西流行音乐风格特征比较 (2) 中西流行音乐文化比较 <b>思政融入点：</b> 中西流行音乐比较下的文化差异	通过中西流行音乐比较，感悟中西方的文化差异	<b>重点：第一节</b>  <b>难点：第二节</b>	4	讲授、讨论	2、3

#### 四、课程考核评价方式

考核以课程目标的达成度为主要目的，以检查学生对各知识点的掌握程度和应用能力为重要内容。

##### （一）考核方式

撰写一篇流行音乐文化评论论文（1500左右）

考试成绩由平时成绩和期末成绩构成。

##### （二）课程成绩

平时成绩主要根据学生平时课堂表现、作业、讨论等情况综合评定。平时成绩占课程考核成绩的比例为 50%，期末成绩占课程考核成绩的比例为 50%。

##### 1. 考核环节及说明

成绩构成	考核说明
------	------

平时成绩	(1) 平时成绩满分为 100 分，占总成绩的 50% (2) 针对平时成绩对应的课程目标，由作业 30%和课堂表现 20%等部分构成。
期末考试	(1) 考试方式及占比：采用论文考查方式，考试成绩 100 分，占课程考核成绩的 50%。 (2) 评定依据：考试成绩的评定根据评分标准进行。 (3) 考试题型：音乐评论论文一篇（1500 字左右） (4) 考试内容：针对全部学习内容对应的课程目标。

## 2. 考核与评价方式

课程目标	成绩比例（平时成绩50%+期末成绩50%）			合计
	平时成绩（50%）		期末成绩 （50%）	
	作业 （30%）	课堂表现 （20%）		
1	10	5	20	35
2	10	10	20	40
3	10	5	10	25
合计(成绩构成)	30	20	50	100

## 五、教学方法

本课程教学所采用讨论式、案例式、研究式、翻转课堂等教学方法。试行模块式教学，即将整个课程按照上述内容结构划分为八个章节，教学紧扣“课堂讲授、课程讨论、作业训练、考核”等教学要素，灵活采用传统讲授方式、观看录像进行音乐作品与风格分析、电子教案、课程资源上网等多种方法与手段开展教学。以充分调动学生的学习积极性，激发学生的学习热情，最大限度的让学生参与课堂教学，使学生通过对不同的流行音乐风格的作品分析与鉴赏，正确了解流行音乐文化的发展轨迹，进而培养并提高自身的流行音乐批评、审美和实践的能力，为以后从事文化产业相关工作做好知识储备。

本课程采用的教学媒体主要有：文字教材、课件。课件课后提供给学生。对学生的辅导，主要采用当面答疑、E-MAIL 等形式。

## 六、参考材料

1. 安迪·班尼特 主编，《流行音乐文化》，北京大学出版社，2012年12月，第1版。
2. 李罡 主编，《欧美流行音乐简史》，上海音乐出版社，2015年6月，第1版。
3. 尤静波 主编，《流行音乐历史与风格》，湖南文艺出版社，2007年8月，第1版。
4. 李罡 主编，《中国流行音乐简史》，上海音乐出版社，2015年9月，第1版。
5. 王勇 主编，《海上留声——上海老歌金曲100首》，上海音乐出版社，2009年8月，第1版。
6. 钟子林 编著《摇滚乐的历史与风格》，人民音乐出版社，1998年4月，第1版。

7. 【美】乔伊纳著、鞠薇译《美国流行音乐：第3版》，人民音乐出版社，2012年8月，第3版。

8. 王晓峰、章雷 主编，《欧美流行音乐指南》，世界图书出版公司，2008年8月，第1版。

主撰人：王娜

审核人：高雪

英文校对：沈庆会

教学副院长：郑建明

日期：2022年9月26日

## 附件：各类考核与评价标准表

### 1. 平时成绩考核评分标准

成绩 课程目标	优秀 (分数 $\geq 90$ 分)	良好 ( $78 \leq$ 分数 $< 90$ )	中等 ( $68 \leq$ 分数 $< 78$ )	及格 ( $60 \leq$ 分数 $< 68$ )	不及格 (分数 $< 60$ 分)
课程目标 1 15%	学习积极主动，课堂回答问题积极，能够熟练运用流行音乐知识分析文化现象，具备审美及音乐批判能力。	学习态度端正，课堂回答问题较为积极，较为熟练的运用流行音乐知识分析文化现象，具备一定的审美及音乐批判能力。	学习较为积极，课堂回答问题一般，基本能够运用流行音乐知识分析文化现象，审美及音乐批判能力一般。	课前预习不够充分，课上很少回答问题，运用流行音乐知识分析文化现象的能力一般。	学习态度不够端正，回答问题不积极，运用流行音乐知识分析文化现象的能力不足。
课程目标 2 20%	熟练运用流行音乐知识解决文化产业中的相关问题	较为熟练运用流行音乐知识解决文化产业中的相关问题	基本能够运用流行音乐知识解决文化产业中的相关问题	运用流行音乐知识解决文化产业中的相关问题有一定困难	运用流行音乐知识解决文化产业相关问题的能力不足
课程目标 3 15%	能熟练应用流行音乐文化的相关知识，具备鉴赏文化产业相关内容的能力。	较为熟练应用流行音乐文化的相关知识，具备一定的鉴赏文化产业相关内容的能力。	基本能够应用流行音乐文化的相关知识，具备基本的鉴赏文化产业相关内容的能力。	应用流行音乐文化的相关知识，鉴赏文化产业相关内容的能力一般。	应用流行音乐文化的相关知识，鉴赏文化产业相关内容的能力不足。

### 2. 期末考核与评价标准

成绩 课程目标	优秀 (分数 $\geq 90$ 分)	良好 ( $78 \leq$ 分数 $< 90$ )	中等 ( $68 \leq$ 分数 $< 78$ )	及格 ( $60 \leq$ 分数 $< 68$ )	不及格 (分数 $< 60$ 分)
课程目标 1 20%	熟练运用流行音乐知识分析文化现象，具备审美及音乐批判能力。	较为熟练的运用流行音乐知识分析文化现象，具备一定的审美及音乐批判能力。	基本能够运用流行音乐知识分析文化现象，审美及音乐批判能力一般。	运用流行音乐知识分析文化现象的能力一般。	运用流行音乐知识分析文化现象的能力不足。
课程目标 2 20%	熟练运用流行音乐知识解决文化产业中的相关问题，对文化现象有独特的个人见解。	较为熟练运用流行音乐知识解决文化产业中的相关问题，对文化现象有一定的个人见解。	基本能够运用流行音乐知识解决文化产业中的相关问题，对文化现象有基本的个人观点。	运用流行音乐知识解决文化产业中的相关问题有一定困难，对文化现象有较少的个人见解。	运用流行音乐知识解决文化产业相关问题的能力不足，对文化现象不能给出个人观点。
课程目标 3 10%	擅长运用文化产业相关规定，具备秉承职业规范处理问题的能力。	能够运用文化产业相关规定，能够秉承职业规范，具备处理相关问题的能力。	基本能够运用文化产业相关规定，基本能够秉承职业规范，具备处理相关问题的能力。	不能够较好地运用文化产业相关规定，秉承职业规范、处理相关问题的能力一般。	不能够运用文化产业相关规定，秉承职业规范、处理相关问题的能力不足。

## 38. 《公司治理》教学大纲

### 一、课程基本信息

课程名称	中文名称：公司治理				
	英文名称：Corporate Governance				
课程号	6305511		学分	2	
学时	总学时：32	讲授学时	实验学时	上机学时	讨论学时
		24	0	0	8
开课学院	经济管理学院		开课学期	第6学期	
课程负责人	刘坤		适用专业	文化产业管理	
先修课程及要求	无				

### 二、课程简介

#### （一）课程概况

《公司治理》课程是一门通过对公司治理的综合性研究，探讨公司治理实践中具有共性的基本原理、运作规范和方法的学科。《公司治理》课程主要讲授公司治理基础理论、内部治理、外部治理、新兴治理、治理模式与评价五个方面的内容。本课程强调案例教学，采用案例讨论、角色扮演、情境模拟、教学游戏等多种互动教学形式，使学生积极参与课堂讨论，系统掌握公司治理的基本原理与方法。

The Corporate Governance course is a discipline that explores the basic principles, operational norms and methods of common governance in corporate governance through a comprehensive study of corporate governance. The "Corporate Governance" course mainly teaches the basic theories of corporate governance, internal governance, external governance, emerging governance, governance models and evaluation. This course emphasizes case teaching and uses a variety of interactive teaching forms such as case discussion, role-playing, situational simulation, and teaching games to enable students to actively participate in class discussions and systematically grasp the basic principles and methods of corporate governance.

#### （二）课程目标

##### 【专业目标】

课程目标 1：培养学生从经济学和管理学的角度，运用企业理论来分析我国企业制度建设的能力，学生应掌握现代企业制度的演进、企业理论的主要观点、基本概念。

课程目标 2: 掌握公司内部治理结构的内容,特别是公东权益与股东会制度、董事会模式及运行机制、独立董事制度和监事会制度;掌握高层经理人员的激励约束机制;掌握公司外部治理机制,特别是机构投资者治理和公司控制权市场的知识内容。(支撑毕业要求 2-2)

课程目标 3: 通过理论讲解、案例分析、小组专题研究了解公司治理体系中不同参与主体、不同组织结构、不同的法律法规制度乃至道德标准在公司治理体系中发挥的监督和激励作用;

课程目标 4: 培养和加强学生的社会责任和道德意识,为公司的发展壮大培养合格的人才。

### (三) 课程目标和毕业要求的对应关系

课程目标	毕业要求指标点	毕业要求
1	1-3 掌握管理学原理,能理解文化产业相关组织的管理和运行。	(1) 基础理论: 掌握马列主义基本原理、毛泽东思想和中国特色社会主义理论、习近平新时代中国特色社会主义思想等思想政治理论,以及数理、管理、经济、文化艺术等专业学科基础理论。
2	2-2 掌握文化产业相关组织管理领域战略、财会、人力、品牌、组织行为、营销等知识,理解文化产业相关组织运行的机理。	(2) 专业知识: 能够将产业、管理、经济、文化、艺术、设计类等相关专业知用于分析和解决文化产业相关领域的管理问题,具备基本的文化创意设计能力,掌握创造、创新基本方法。
3	3-2 通过文献分析和市场调研分析文化产业相关领域的管理问题。	(3) 问题分析: 能够应用数学、统计学、经济学和管理学的基本原理,通过文献分析和市场调研分析方法,准确识别、阐释文化产业领域的相关治理问题。

### 三、教学内容、要求与学时分配

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式	支撑课程目标
第一章 公司治理学: 新兴学科的诞生  (1) 企业制度的演进与公司治理问题的产生	让学生了解企业制度演进的脉络与公司制企业的特征,把握公司治理学的研究对象	<b>重点:</b> 公司治理研究的主题与内涵  <b>难点:</b> 理解国内外公司治理研究的主题和	4	线上 视频 + 线下	目标1

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式	支撑课程目标
<p>(2) 公司治理研究的主题与内涵</p> <p>(3) 公司治理学的研究对象、学科性质与研究方法</p> <p>思政融入点： 不同国家公司治理模式的优缺点及对中国的借鉴意义</p>	<p>与主要内容、学科性质、特点和研究方法。</p> <p>并理解国内外公司治理研究的主题和国内外对公司治理内涵的争论</p>	<p>国内外对公司治理内涵的争论</p>		讲授	
<p>第二章 公司治理的基本问题与体系</p> <p>(1) 公司科层契约与公司治理体系</p> <p>(2) 公司治理边界及其原理</p> <p>(3) 有效公司治理机制的设计原则和企业竞争力</p> <p>思政融入点： 中国需要什么样的公司治理制度？</p>	<p>要求学生掌握公司治理的基本问题和当事人，以及公司的不同当事人在公司治理中所处的地位；理解专用性资产与公司治理边界之间的关系，掌握公司边界、公司治理边界的类型和主要内容</p>	<p><b>重点：</b>公司科层和市场契约的关系</p> <p><b>难点：</b>专用性资产与公司治理边界之间的关系；公司边界、公司治理边界的类型和主要内容</p>	4	线上案例视频 + 线下讲授案例分析	目标2
<p>第三章 股东权益：谁是治理主体</p> <p>(1) 股东权益及其特征</p> <p>(2) 股东大会及中小股东权益保护</p> <p>(3) 公司治理主体的选择</p>	<p>要求学生了解公司治理主体的分类；掌握公司股东应如何维护权益；掌握股东利益至上理论和利益相关这理论及二者的不足</p>	<p><b>重点：</b>股东权益的概念及其与债权人权益的差异</p> <p><b>难点：</b>股东利益至上理论和利益相关这理论及二者的不足</p>	4	线上案例视频 + 线下讲授案例讨论	目标2

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式	支撑课程目标
<p>第四章 董事会与监事会：单层制还是双层制</p> <p>(1) 董事会的设置与运作</p> <p>(2) 监事会的设置与运作</p>	<p>需明确董事会、监事会职能及运作机制；</p> <p>了解单层制及双层制的意义</p>	<p><b>重点：</b>董事会的性质、董事的权利与义务以及议事的规则</p> <p><b>难点：</b>监事会的设置差异以及我国公司治理制度中监事会的功能定位</p>	4	<p>线上</p> <p>案例</p> <p>视频</p> <p>+</p> <p>线下</p> <p>讲授</p> <p>课堂</p> <p>讨论</p>	<p>目标1</p> <p>目标2</p>
<p>第五章 独立董事：实质重于形式</p> <p>(1) 独立董事制度的产生与发展</p> <p>(2) 独立董事作用及其决策参与机制的设计</p>	<p>需掌握独立董事制度对于公司的意义；明确独立董事参与公司决策的意义</p>	<p><b>重点：</b>区分一般独立性和特殊独立性、名义独立性和事实独立性两组概念的不同涵义</p> <p><b>难点：</b>不同治理模式下独立董事的“独立性”差异</p>	4	<p>线上</p> <p>案例</p> <p>视频</p> <p>+</p> <p>线下</p> <p>讲授</p> <p>课堂</p> <p>讨论</p>	<p>目标1</p> <p>目标3</p>
<p>第六章 高层管理者：激励与约束</p> <p>(1) 高层管理者的激励机制</p> <p>(2) 高层管理者的约束机制</p> <p>(3) 高层管理者激励与约束的长效机制</p>	<p>要求理解高层管理者的激励、约束机制之间的关系；尝试建构高层管理者激励约束长效机制设计的框架</p>	<p><b>重点：</b>高层管理者的激励与约束机制理论依据、概念及主要内容</p> <p><b>难点：</b>激励机制与约束机制之间的关系</p>	4	<p>线下</p> <p>讲授</p> <p>课堂</p> <p>讨论</p>	目标3
<p>第九章 机构投资者治理：从幕后到台前</p> <p>(1) 机构投资者的种类和特</p>	<p>要求理解机构投资者参与公司治理的意义；明确国内机构投</p>	<p><b>重点：</b>区分一般独立性和特殊独立性、名义独立性和事实独立</p>	4	<p>线下</p> <p>讲授</p> <p>课堂</p>	目标3

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式	支撑课程目标
点  (2) 机构投资者参与公司治理的机理分析	资者状况及促使我国机构投资者参与公司治理的途径	性两组概念的不同涵义  <b>难点:</b> 不同治理模式下独立董事的“独立性”差异		讨论	
第十章 集团治理：揭开法人的面纱  (1) 集团治理概述  (2) 母公司的行为：控制、合作与利益转移  思政融入点： 守法诚信-“揭开法人的面纱”	要求掌握母公司如何既能有效的控制子公司又能保持其活力；理解关联公司间如何通过有效合作降低交易成本；熟悉母公司采取滥用交易行为侵害其他利益相关者利益的动机与手段；理解对子公司利益相关者保护的效率分析及相关分析	<b>重点:</b> 集团治理的本质、特点及主要内容；母公司如何既能有效的控制子公司又能保持其活力  <b>难点:</b> 母公司采取滥用交易行为侵害其他利益相关者利益的动机与手段	4	线下讲授案例分析	目标1  目标3

#### 四、课程考核评价方式

##### (一) 考核方式

考核方式：采用期末开卷笔试进行总结性评价；考试课程成绩由期末成绩和平时成绩构成。

##### (二) 课程成绩

###### 1.考核环节及说明

成绩构成	考核说明
平时成绩	(1) 平时成绩满分为100分，占总成绩的50% (2) 针对平时成绩对应的课程目标，由作业、课堂讨论等部分构成。

成绩构成	考核说明
期末考试	(1) 考试方式及占比：采用开卷笔试，考试成绩100分，占课程考核成绩的50%。 (2) 评定依据：考试成绩的评定根据试卷参考答案和评分标准进行。 (3) 考试题型：可以包含判断题、单项选择题、多项选择题、案例分析题等。 (4) 考试内容：针对期末考试对应的课程目标。

## 2.考核与评价方式

课程目标	成绩比例（平时成绩 50%+期末成绩 50%）						合计
	平时成绩（50%）					期末成绩 （50%）	
	作业 (20%)	测验 (0%)	小组展示 (0%)	实验 (0%)	课堂讨论 (30%)		
1	10	0	0	0	10	20	40
2	5	0	0	0	10	20	35
3	5	0	0	0	10	10	25
合计 (成绩构成)	20	0	0	0	30	50	100

## 五、教学方法

以课堂讲授为主，辅之以课堂讨论、案例分析和小组展示等方法。本课程采用的教学媒体主要有：文字教材（包括主教材和学习指导书）、课件（包括主讲老师对全书的系统讲授，还有重要内容的文字提示与电子教学幻灯片）以及个别答疑（主要采用学习通、微信、E-MAIL、电话咨询等形式）。

## 六、参考材料

### 线上：

1.中国大学 MOOC：公司治理

<https://www.icourse163.org/learn/SHISU-1462081162?tid=1467633443#/learn/announce>

2.泛雅学习平台：

<https://mooc1.chaoxing.com/mycourse/teachercourse?moocId=222758102&clazzid=50861955&edit=true&v=0&cpi=0&pageHeader=0>

### 线下：

参考教材：

1.李维安,《公司治理学》,高等教育出版社,2019年,第4版。

阅读书目：

1.朱长春,《公司治理标准》,清华大学出版社,2014年。

- 2.高程德,《现代公司理论》,北京大学出版社,2006年.
- 3.郎咸平,《公司治理》,社会科学文献出版社,2004年.
- 4.何维达,《公司治理比较——信息与通信业10家跨国公司案例》,经济科学出版社,1999年.

主撰人:刘坤

审核人:姜启军

英文校对:夏亮

教学副院长:郑建明

日期:2022年9月26日

附件：各类考核与评价标准表

1. 平时作业评分标准

成绩 课程目标	优秀 (分数≥90分)	良好 (78≤分数<90)	中等 (68≤分数<78)	及格 (60≤分数<68)	不及格 (分数<60分)
课程目标 1 (10%)	掌握企业制度演进的脉络与公司制企业的特征，把握公司治理学的研究对象与主要内容、学科性质、特点和研究方法。并理解国内外公司治理研究的主题和国内外对公司治理内涵的争论等的基本知识掌握全面，基本概念正确、论述逻辑清楚、层次分明，答案正确，书写清晰。	掌握企业制度演进的脉络与公司制企业的特征，把握公司治理学的研究对象与主要内容、学科性质、特点和研究方法。并理解国内外公司治理研究的主题和国内外对公司治理内涵的争论等的基本知识掌握较全面，基本概念较正确、论述比较清楚，答案较正确，书写清晰。	掌握企业制度演进的脉络与公司制企业的特征，把握公司治理学的研究对象与主要内容、学科性质、特点和研究方法。并理解国内外公司治理研究的主题和国内外对公司治理内涵的争论等的基本知识掌握全面，概念基本正确、论述比较清楚，答案基本正确。	掌握企业制度演进的脉络与公司制企业的特征，把握公司治理学的研究对象与主要内容、学科性质、特点和研究方法。并理解国内外公司治理研究的主题和国内外对公司治理内涵的争论等的基本知识掌握一般，概念基本正确、论述基本清楚，答案大部分正确。	掌握企业制度演进的脉络与公司制企业的特征，把握公司治理学的研究对象与主要内容、学科性质、特点和研究方法。并理解国内外公司治理研究的主题和国内外对公司治理内涵的争论等的基本知识掌握较少，解题过程不完整，答案正确率低于60%，或存在作业抄袭现象。
课程目标 2 (5%)	能够正确掌握公司治理的基本问题；理解专用性资产与公司治理边界之间的关系，掌握公司边界、公司治理边界的类型和主要内容，学会运用公司治理理论正确分析认识和解决公司治理问题，案例分析逻辑清晰，理论适用合理，书写清晰。	能够正确掌握公司治理的基本问题；理解专用性资产与公司治理边界之间的关系，掌握公司边界、公司治理边界的类型和主要内容，学会运用公司治理理论正确分析认识和解决公司治理问题，案例分析逻辑基本清晰，理论适用较合理，书写清晰。	能够正确掌握公司治理的基本问题；理解专用性资产与公司治理边界之间的关系，掌握公司边界、公司治理边界的类型和主要内容，学会运用公司治理理论正确分析认识和解决公司治理问题，案例分析逻辑基本清晰，理论适用需进一步完善，书写基本清晰。	能够正确掌握公司治理的基本问题；理解专用性资产与公司治理边界之间的关系，掌握公司边界、公司治理边界的类型和主要内容，学会运用公司治理理论正确分析认识和解决公司治理问题，案例分析逻辑基本清晰，理论适用需修改，书写基本清晰。	不能正确掌握公司治理的基本问题；理解专用性资产与公司治理边界之间的关系，掌握公司边界、公司治理边界的类型和主要内容，学会运用公司治理理论正确分析认识和解决公司治理问题，案例分析逻辑不正确。或存在作业抄袭现象。
课程目标 3 (5%)	明确董事会、监事会职能及运作机制；了解单层制及双层制的意义，掌握独立董事制度对于公司的意义；明确独立董事参与公司	明确董事会、监事会职能及运作机制；了解单层制及双层制的意义，基本掌握独立董事制度对于公司的意义；明确独立董事参与公司决策的意义，案例	基本掌握董事会、监事会职能及运作机制；了解单层制及双层制的意义，基本掌握独立董事制度对于公司的意义；明确独立董事参与公司决策的意	基本了解董事会、监事会职能及运作机制；了解单层制及双层制的意义，基本了解独立董事制度对于公司的意义；明确独立董事参与公司决策的意	董事会、监事会职能及运作机制；了解单层制及双层制的意义，基本了解独立董事制度对于公司的意义；明确独立董事参与公司决策的意义，案例内容

成绩 课程目标	优秀 (分数≥90分)	良好 (78≤分数<90)	中等 (68≤分数<78)	及格 (60≤分数<68)	不及格 (分数<60分)
	决策的意义, 案例分析内容详实, 书写清晰。	分析内容详实, 书写清晰。	义, 案例分析内容详实, 书写清晰。	义, 案例分析内容详实, 书写清晰。案例分析内容详实, 书写清晰。	不合理, 存在拼凑现象。

## 2. 课堂讨论评价标准

成绩 课程目标	优秀 (分数≥90分)	良好 (78≤分数<90)	中等 (68≤分数<78)	及格 (60≤分数<68)	不及格 (分数<60分)
课程目标 1 (10%)	全面掌握公司治理学的研究对象与主要内容、学科性质、特点和研究方法; 公司治理的基本问题与体系。有正确的见解, 观点深刻	较全面掌握公司治理学的研究对象与主要内容、学科性质、特点和研究方法; 公司治理的基本问题与体系。有正确见解	掌握公司治理学的研究对象与主要内容、学科性质、特点和研究方法; 公司治理的基本问题与体系。有所见解	基本掌握公司治理学的研究对象与主要内容、学科性质、特点和研究方法; 公司治理的基本问题与体系。无自我见解	未掌握公司治理学的研究对象与主要内容、学科性质、特点和研究方法; 公司治理的基本问题与体系。理解不深刻
课程目标 2 (10%)	能够准确掌握公司治理结构的基本问题与体系; 明确掌握董事会、监事会职能及运作机制。治理方案正确, 书写清晰	能够准确掌握公司治理结构的基本问题与体系; 明确掌握董事会、监事会职能及运作机制。治理方案基本正确, 书写清晰	能够基本掌握公司治理结构的基本问题与体系; 明确掌握董事会、监事会职能及运作机制。治理方案基本正确, 书写清晰	部分掌握公司治理结构的基本问题与体系; 明确掌握董事会、监事会职能及运作机制。治理方案基本正确, 书写清晰	不能正确掌握公司治理结构的基本问题与体系; 明确掌握董事会、监事会职能及运作机制。治理方案不正确, 或存在作业抄袭现象
课程目标 3 (10%)	能够掌握高层管理者的激励、约束机制之间的关系; 建构高层管理者激励约束长效机制设计的框架方案合理, 书写清晰	能够基本掌握高层管理者的激励、约束机制之间的关系; 建构高层管理者激励约束长效机制设计的框架方案合理, 书写清晰	能够基本掌握高层管理者的激励、约束机制之间的关系; 建构高层管理者激励约束长效机制设计的框架方案基本合理, 书写清晰	能够部分掌握高层管理者的激励、约束机制之间的关系; 建构高层管理者激励约束长效机制设计的框架方案基本合理, 书写清晰	掌握高层管理者的激励、约束机制之间的关系; 建构高层管理者激励约束长效机制设计的框架方案不合理

## 3. 期末考核与评价标准

成绩 课程目标	优秀 (分数≥90分)	良好 (78≤分数<90)	中等 (68≤分数<78)	及格 (60≤分数<68)	不及格 (分数<60分)
课程目标 1 (20%)	全面掌握公司治理学的研究对象与主要内容、学科性质、特点和研究方法; 公司治理的基本问题与体系	较全面掌握公司治理学的研究对象与主要内容、学科性质、特点和研究方法; 公司治理的基本问题与体系	掌握公司治理学的研究对象与主要内容、学科性质、特点和研究方法; 公司治理的基本问题与体系	部分掌握公司治理学的研究对象与主要内容、学科性质、特点和研究方法; 公司治理的基本问题与体系	不能掌握公司治理学的研究对象与主要内容、学科性质、特点和研究方法; 公司治理的基本问题与体系

成绩 课程目标	优秀 (分数≥90分)	良好 (78≤分数<90)	中等 (68≤分数<78)	及格 (60≤分数<68)	不及格 (分数<60分)
	课程目标 2 (20%)	能够正确掌握公司治理的基本问题；理解专用性资产与公司治理边界之间的关系，掌握公司边界、公司治理边界的类型和主要内容，会运用公司治理理论正确分析认识和解决公司治理问题	能够基本掌握公司治理的基本问题；理解专用性资产与公司治理边界之间的关系，掌握公司边界、公司治理边界的类型和主要内容，会运用公司治理理论正确分析认识和解决公司治理问题	能够部分掌握公司治理的基本问题；理解专用性资产与公司治理边界之间的关系，掌握公司边界、公司治理边界的类型和主要内容，会运用公司治理理论正确分析认识和解决公司治理问题	能够掌握最基本公司治理的基本问题；理解专用性资产与公司治理边界之间的关系，掌握公司边界、公司治理边界的类型和主要内容，初步会运用公司治理理论正确分析认识和解决公司治理问题
课程目标 3 (10%)	全面掌握高层管理者的激励、约束机制之间的关系；能建构高层管理者激励约束长效机制设计的框架	较好掌握高层管理者的激励、约束机制之间的关系；能建构高层管理者激励约束长效机制设计的框架	基本掌握高层管理者的激励、约束机制之间的关系；能建构高层管理者激励约束长效机制设计的框架	掌握高层管理者的激励、约束机制之间的关系；能建构高层管理者激励约束长效机制设计的框架	未能掌握高层管理者的激励、约束机制之间的关系；不能建构高层管理者激励约束长效机制设计的框架

## 39. 《数字产业经营管理》教学大纲

### 一、课程基本信息

课程名称	中文名称：数字产业经营管理				
	英文名称：Digital Industry Management				
课程号	7503430		学分	2	
学时	总学时：32	讲授学时	实验学时	上机学时	讨论学时
		30	0	0	2
开课学院	海洋文化与法律学院		开课学期	6	
课程负责人	刘紫光		适用专业	文化产业管理	
先修课程及要求	无				

### 二、课程简介

#### (一) 课程概况

《数字产业经营管理》是一门将企业的经营管理知识应用于数字产业的新兴应用科学，具有前瞻性和趣味性。本课程主要从数字产业出发，介绍了产业发展历程、产业经营管理的基本规律、理论及相关实践问题。涉及的核心内容包括：世界数字产业发展；数字产品的种

类、开发、投融资、市场、消费者、发行、播出等经营管理；衍生产品开发与管理；下游的游戏、声优、同人、演出等产业解析。

Digital Industry Management is an emerging applied science that applies the management knowledge of enterprises to the digital industry, which is forward-looking and interesting. This course mainly starts from the digital industry, introduces the industrial development process, the basic laws, theories and related practical issues of industrial operation and management. The core content involved includes: the development of the world's digital industry; the management of digital product types, development, investment and financing, market, consumer distribution, broadcasting, etc.; derivative product development and management; downstream game, voice actor, fan, performance and other industry analysis.

## （二）课程目标

课程目标 1: 学习数字产业经营管理中应该具备的职业道德，理解诚实公正、诚信守则的职业操守和规范，并能在经营管理中自觉遵守相关的管理条例。

课程目标 2: 使学生掌握数字产业经营管理的基本概念、规律和特点；了解资本的运作，政策管理与行业规范等经营管理全过程。

课程目标 3: 使学生具备运用数字产业的相关理论知识，结合案例与实际，分析数字产业市场；具备行业管理者的逻辑思维、团队协作级组织管理等能力；具备数字产业相关视觉作品鉴赏能力，能够分析视觉作品的特点，培养良好的审美能力和鉴赏能力。

## 三、教学内容、要求与学时分配

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式（讲授、实验、上机、讨论）	支撑课程目标
第一章 数字产业的概述 第一节：数字产业发展历程。 第二节：数字产业链各个环节。	（1）掌握数字产业的基本概念与内涵。 （2）掌握数字产业链的各个环节。	重点：数字产业的基本概念与内涵。 难点：数字产业链的各个环节。	4	讲授	1、2
第二章 数字产业经营管理的基本规律、理论及相关实践。 思政融入点： 掌握新时代产业管理的核心主体与基础，引导学生树立科学的产业价值观。	掌握相关管理规律和理论、实践知识。	重点：相关管理规律和理论。 难点：实践知识。	4	讲授	1、2、3
第三章 数字产业投资的资本运作 第一节：融资的基本概念和特征。 第二节：投融资模式。 第三节投资的风险管控。 第四节：产业资金控制。	（1）掌握融资的概念。 （2）了解投融资的模式。 （3）结合案例，理解投资的风险管控。	重点：融资的基本概念和特征。 难点：理解投资的风险管控。	4	讲授	1、2、3

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式（讲授、实验、上机、讨论）	支撑课程目标
第四章 数字产业下动漫产业的发展	了解动漫产业在制作、投资、营销等方面的发展现状。	重点：动漫产业。 难点：动漫产业在制作、投资、营销。	4	讲授	1、2、3
第五章 数字产业下的电影产业发展 1 电影制作在互联网背景下的发展现状。 2. 电影投资在互联网环境下的发展现状。 3. 电影营销在互联网环境下的发展现状。 4. 电影发行放映环节在互联网环境下的发展现状。 5. 电影衍生品在互联网环境下的发展现状。	了解电影产业在制作、投资、营销等方面的发展现状。	重点：电影产业。 难点：电影产业在制作、投资、营销。	8	讲授+讨论	1、2、3
教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式（讲授、实验、上机、讨论）	支撑课程目标
思政融入点：了解中国电影发展，彰显“文化自信”。					
第六章数字产业：游戏 思政融入点：正确认知、对待网络游戏。	了解游戏互联网背景下的发展现状。	重点：网络游戏产业。 难点：网络游戏的营销。	4	讲授+讨论	1、2、3
第七章下游产业 声优、同人、演出、会展、主题公园、真人影视	了解产业间的合纵连横。	重点：下游产业。 难点：经营管理。	2	讲授+讨论	1、2、3
复习答疑			2	讲授+讨论	

#### 四、课程考核评价方式

##### （一）考核方式

期末考试以开卷形式开展，考核内容主要包括：数字产业链概念、产业投资的资本运行、数字产业的政策管理与行业规范等。

##### （二）课程成绩

### 1. 考核环节及说明

成绩构成	考核说明
平时成绩	(1) 平时成绩满分为 50 分，占总成绩的 50%。 (2) 主要包括：课堂表现 (15%)、平时作业(15%)及实践作业 (20%)
期末考试	(1) 期末考核占比 50%，采用采用开卷考试。 (2) 考核内容主要包括：数字产业链概念、产业投资的资本运行、数字产业的政策管理与行业规范等。

### 2. 考核与评价方式

课程目标	成绩比例 (平时成绩50%+期末成绩50%)				合计
	平时成绩 (50%)			期末成绩 (50%)	
	考勤 (15%)	平时作业 (15%)	实践作业 (20%)		
1	5	5	5	15	30
2	5	5	5	15	30
3	5	5	10	20	40
合计(成绩构成)	15	15	20	50	100

## 五、教学方法

1. 本课程主要以课堂讲授、案例分析、课程讨论、作业训练、考核等模块展开，同时通过提供教学参考资料、推荐课外阅读材料等拓宽和深化学生的知识面和知识结构。

2. 课程结合腾讯会议，线上进行辅助教学，通过在学习通平台发布相关教学信息、实施课程补充与拓展内容自主学习；

3. 课后对学生的辅导，主要采用当面答疑、社交平台，邮件等形式开展。

## 六、参考材料

1. 孙毅，《数字经济学》，机械工业出版社，2021年11月，第1版。

2. 中国信息通信研究院，《数字经济概论：理论、实践与战略》，人民邮电出版社，2022年1月，第1版。

3. 王广振，《动漫产业概论》，福建人民出版社，2013年9月，第1版。

4. 王传东、郑琳，《动漫产业分析与衍生产品研发》，清华大学出版社，2009年10月，第1版。

5. 靳斌、罗弦，《影视产业概论》，中国国际广播出版社，2017年8月，第1版。

6. 高福安、宋培义，《影视剧制作管理》，中国广播电视出版社，2011年1月，第1版。

主撰人：刘紫光

审核人：高雪

英文校对：沈庆会

教学副院长：郑建明

日期：2022年9月26日

## 附件：各类考核与评价标准表

### 1. 平时成绩评分标准

成绩 课程目标	优秀 (分数 $\geq 90$ 分)	良好 ( $78 \leq$ 分数 $< 90$ )	中等 ( $68 \leq$ 分数 $< 78$ )	及格 ( $60 \leq$ 分数 $< 68$ )	不及格 (分数 $< 60$ 分)
课程目标 1 (15%)	学习积极主动，课堂回答问题积极，对数字产业经营管理的基本概念有正确的认识与一定的见解。	学习态度端正，课堂回答问题较为积极，对数字产业经营管理的基本概念有较为正确的理解与认识。	学习较为积极，课堂回答问题一般，对数字产业经营管理的基本概念有粗浅的理解与认识。	预习不够充分，课上很少回答问题，对数字产业经营管理的基本概念的认识与理解不够充分。	态度不够端正，回答问题不积极，对数字产业经营管理的基本概念的认识与理解存在困难。
课程目标 2 (15%)	熟练运用数字产业经营管理的运营模式解决产业中的相关问题。	较为熟练运用数字产业经营管理的运营模式解决产业中的相关问题。	基本能够运用数字产业经营管理的运营模式解决产业中的相关问题。	运用数字产业经营管理的运营模式解决产业中的相关问题有一定困难。	运用数字产业经营管理的运营模式解决产业相关问题的能力不足。
课程目标 3 (20%)	能熟练应用数字产业经营管理的相关知识，具备从事产业相关的管理能力。	较为熟练应用数字产业经营管理的相关知识，具备一定的从事产业相关的管理能力。	基本能够应用数字产业经营管理的相关知识，具备基本的从事产业相关工作的能力。	应用数字产业经营管理的相关知识，处理产业相关工作的能力一般。	应用数字产业经营管理的相关知识，处理产业相关工作的能力不足。

### 2. 期末考核与评价标准

成绩 课程目标	优秀 (分数 $\geq 90$ 分)	良好 ( $78 \leq$ 分数 $< 90$ )	中等 ( $68 \leq$ 分数 $< 78$ )	及格 ( $60 \leq$ 分数 $< 68$ )	不及格 (分数 $< 60$ 分)
课程目标 1 (15%)	熟练掌握数字产业经营管理的基本知识。	较为熟练掌握数字产业经营管理的基本知识。	基本能够掌握数字产业经营管理的基本知识。	掌握一定的数字产业经营管理的基本知识。	掌握数字产业经营管理的基本知识不足。
课程目标 2 (15%)	熟练运用数字产业经营管理的运营模式解决产业中的相关问题。	较为熟练运用数字产业经营管理的运营模式解决产业中的相关问题。	基本能够运用数字产业经营管理的运营模式解决产业中的相关问题。	运用数字产业经营管理的运营模式解决产业中的相关问题有一定困难。	运用数字产业经营管理的运营模式解决产业相关问题的能力不足。
课程目标 3 (20%)	熟练运用数字产业经营管理的基本知识，具备较好的分析问题能力。	较为熟练运用数字产业经营管理的基本知识，具备一定分析问题能力。	基本能够运用数字产业经营管理的基本知识，具备分析问题能力一般。	运用数字产业经营管理的基本知识，分析问题的能力较弱。	运用数字产业经营管理的基本知识，分析问题的能力不足。

## 40. 《影视产业经营管理》教学大纲

### 一、课程基本信息

课程名称	中文名称：影视产业经营管理				
	英文名称：Film and Television Industry Management				
课程号	7503431	学分	2		
学时	总学时：32	讲授学时	实验学时	上机学时	讨论学时
		28	0	0	4
开课学院	海洋文化与法律学院		开课学期	6	
课程负责人	吕雾虹、王娜		适用专业	文化产业管理	
先修课程及要求	文化产业管理概论				

### 二、课程简介

#### （一）课程概况

《影视产业经营管理》是文化产业管理专业的一门任选课，是一门建立在影视产业与演艺娱乐产业市场营销学和现代管理学基础之上的交叉性学科。本课程主要讲解电影、电视剧以及电视节目的生产和销售管理流程，包括制片人的角色定位与工作职责、影视产品的策划、筹资融资、剧组生产管理、人力资源管理、财务制度、文件管理、风险控制、市场宣传、发行营销等内容。本课程将在理论讲解的基础上，通过详尽的案例分折，力图使学生能够更透彻地理解和掌握所学内容。本课程的基本思路是以受众需求为中心，以科学管理和经营为宗旨，引导学生了解市场、了解受众、懂得艺术生产和销售的流程、懂得科学管理的方法，对于学生未来进入影视以及文创产业工作将起到重要的预热作用。

Film and Television Industry Management is an optional course of cultural industry management major. It is a cross-cutting discipline based on the marketing and modern management of the film and television industry and the performing arts and entertainment industry. This course focuses on the production and sales management processes of films, TV dramas and TV programs, including the role positioning and responsibilities of producers, film and television product planning, fundraising and financing, crew production management, human resources management, financial system, document management, risk control, market promotion, distribution and marketing, etc. Based on theoretical explanations, through detailed case studies, this course strives to enable students to facilitate a thorough grasp of film and television management. The basic idea of the course is to guide students to understand the market, audiences, processes of artistic production and sales, and the scientific management and operation methods, oriented by audiences' demands and ruled by scientific management and operations. It will play an important preheating role for students to enter the film and television, cultural and creative industries in the future.

#### （二）课程目标

课程目标 1：通过对影视产业经营管理的基本概念、基本理论和基本知识等方面的讲述，使学生对影视产业的现状和发展有较系统和客观的认识，从中汲取营养，提高自身素质。

课程目标 2：了解掌握影视产业运营的相关领域，从多方面入手，对影视产业做了全面了解。在一定程度上体现了影视传媒人才培养的新思路：启发专业兴趣，打好专业基础，培养专业意识。

课程目标 3：帮助学生了解我国影视产业文化历史，树立正确的影视产业的价值观，增强民族自信心和自豪感。

### 三、教学内容、要求与学时分配

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式（讲授、实验、上机、讨论）	支撑课程目标
第一章 影视产业概况 (1) “影视产业”的涵义 (2) 影视产业的分类与基本结构 (3) 影视产业的功能 (4) 思政融入点：从文化自信方面看待中国影视文化与中国传统戏剧	通过基本绪论的学习，使学生明确中国影视产业的概念，涉及范围，基本宗旨以及学习的目的、意义和方法。	<b>重点：</b> 影视的基本概念 <b>难点：</b> 影视产业的发展轨迹和环境因素的关系	6	讲授、案例、讨论	1、3
第二章 影视剧制片管理 (1) 影视剧制片管理基础 (2) 影视剧制片管理的相关定义 2.1 影视剧制片管理定义 2.2 影视剧制片人 2.3 影视剧制片管理体制 2.4 影视剧项目管理 (3) 影视剧制片管理的主要内容 3.1 计划管理 3.2 团队管理 3.3 生产管理 3.4 财务管理 3.5 质量管理 3.6 设备物资管理 3.7 营销管理	1. 了解影视剧生产发行的基本过程 2. 理解影视剧作为文化产品的基本特征 3. 了解影视剧摄制组制片部门相关工作职能	<b>重点：</b> 影视作品总体策划的依据 <b>难点：</b> 对影视项目决策产生的因素	4	讲授、案例、讨论	2、3

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式（讲授、实验、上机、讨论）	支撑课程目标
(4) 思政融入点：影视剧制片人的素质要求					
第三章 影视产业行业发展 (1) 影视产业行业发展 1.1 影视产业发展动力分析 1.2 优势产业技术发展的现状 (2) 世界影视产业发展情况分析 2.1 美国 2.2 韩国 2.3 印度 (3) 重点影视企业运营情况解析 (4) 国内影视产业运行环境分析 4.1 宏观环境发展分析 4.2 政策环境分析 4.3 影视产业环境分析	让学生通过学习了解，影视产业发展对中国文化的影响。	<b>重点：</b> 1. 国内影视产业发展优劣势分析 2. 国内影视发展过程中存在的问题  <b>难点：</b> 影视产业发展的策略分析和客观影响因素	4	讲授、案例、讨论	1、2
第四章 电视产业运营发展的概况 (1) 传统电视产业的概念和特点 1.1 电视的基本概念 1.2 电视的基本特征 (2) 制约电视产业发展的因素 2.1 管理体制现实矛盾问题 2.2 电视内容制作权和需求之间的问题 2.3 视音频内容的版权所属问题 (3) 国内电视产业运营发展及竞争 3.1 电视产业行业运营分析 3.2 电视行业竞争的态势 3.3 电视产业竞争的策略分析 (4) 国内电视产业重点企业分析	知道电视产业的基本特征，依附性，共享性，时效性和传递性。掌握电视行业术语、文化产业的信息产业。	<b>重点：</b> 国内电视产业良好发展概况分析  <b>难点：</b> 硬件设备对电视行业发展的影响因素	6	讲授、案例、讨论	2、3
第五章 影视节目策划、制作 (1) 影视节目策划的概述 1.1 策划的定义 1.2 策划的要素 1.3 策划的原则与要求和流程 (2) 影视节目策划的思维特征 (3) 新闻节目的策划和制作 3.1 电视新闻节目的特征	学生可以撰写一篇电视新闻策划方案	<b>重点：</b> 影视策划的核心要素  <b>难点：</b> 1、成功策划的关键点 2、影视结构结构方式的种类 硬件设备对电视行	6	讲授、案例、讨论	1、2、3

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式（讲授、实验、上机、讨论）	支撑课程目标
3.2 电视新闻节目的策划和制作 (4) 影视节目的结构与策划 4.1 影视节目的结构特点 4.2 影视结构的原则和要求 4.3 结构的步骤和方式		业发展的影响因素			
第六章 影视产业运营管理、发行营销  (1) 影视产业运营资本运作 1.1 投融资的定义 1.2 影视投资的基本形式 1.3 影视制片的投资机会 (2) 影视产业营销 2.1 影片与影院发行 2.2 电视播映与录像带 2.3 数字技术与新媒体发行 2.4 院线与影院发行 2.5 电影产品的发行策略 (3) 影视产业政策管理和行业规范 3.1 影视的审查 3.2 电影的分级制度 3.3 政府扶持制度 3.4 版权法律保护 (4) 思政融入点：影视行业规范与职业操守	熟悉影视产业的衍生产品开发与营销。 理解产业链的职能内涵，明确经营管理理念。	<b>重点：</b> 1、影视产业运营的融投资的特征。 2、影视产业运营的融投资模式的特征。 <b>难点：</b> 1、影视产业营销策略的方式 2、影视产业生产模式的独特性	6	讲授、案例、讨论	1、2、3

## 四、课程考核评价方式

### (一) 考核方式

本课程采取过程性考核与期末总结性考核的方式，综合评价学生完成学习目标的程度。考试课程成绩一般由期末成绩和平时成绩构成。

过程性考核主要包括：

1.小组课堂讨论及小组汇报，主要考核学生的知识运用能力，根据学生内容准备的情况；课堂发言的表现、参与讨论的主动性及表现等情况进行评定；

2.课堂训练及考勤，根据课堂展示的质量和出勤情况评定；

期末总结性考核：

期末考试采用论文考查方式：影视产业评论论文一篇（1500字左右），考核学生对本课程知识点的掌握和运用情况。

## （二）课程成绩

平时成绩主要根据学生平时学习态度、作业、课堂讨论及表现等情况综合评定。平时成绩占课程考核成绩的比例为 50%，期末论文成绩占课程考核成绩的比例为 50%。

### 1. 考核环节及说明

成绩构成	考核说明
平时成绩	(1) 平时成绩满分为 100 分，占总成绩的 50% (2) 针对平时成绩对应的课程目标，由小组讨论汇报 30%和课堂表现 20%等部分构成。
期末考试	(1) 考试方式及占比：采用论文考查方式，考试成绩 100 分，占课程考核成绩的 20%。 (2) 评定依据：考试成绩的评定根据评分标准进行。 (3) 考试题型：影视产业评论论文一篇（1500 字左右） (4) 考试内容：针对全部学习内容对应的课程目标。

### 2. 考核与评价方式

课程目标	成绩比例（平时成绩50%+期末成绩50%）			合计
	平时成绩（50%）		期末成绩 （50%）	
	作业 (30%)	课堂表现 (20%)		
1	10	5	20	35
2	10	10	20	40
3	10	5	10	25
合计(成绩构成)	30	20	50	100

## 五、教学方法

本课程教学所采用讨论式、案例式和翻转课堂等教学方法。试行模块式教学，即将整个课程按照上述内容结构划分为六大模块，教学紧扣“课堂讲授、课程讨论、小组汇报”等教学要素，灵活采用传统讲授方式、观看录像进行影视作品分析、电子教案、课程资源上网等多种方法与手段开展教学。以充分调动学生的学习积极性，激发学生的学习热情，最大限度的让学生参与课堂教学，使学生通过对不同的影视作品分析与鉴赏，正确了解影视产业的管理和运营模式，进而培养并提高自身的管理能力，为以后从事文化产业相关工作做好知识储备。

本课程采用的教学媒体主要有：文字教材、课件。课件课后提供给学生。对学生的辅导，主要采用当面答疑、E-MAIL 等形式。

## 六、参考材料

1. 李东，《广播节目策划论》，中国广播电视出版社，1999年8月，第1版。
2. 胡志峰，中国电视策划和设计，中国广播电视出版社，2002年4月，第1版。

3. 黄升民,王兰柱,宋红梅,中国广播产业经营管理研究,中国广播电视出版社,2008年7月,第1版。
4. 张慧,影视节目制作与经营,西南交大出版社,2015年12月,第1版。
5. (美)利特曼(Litman, B.R.)著,尹鸿,刘宏宇,肖洁译:《大电影产业》,清华大学出版社,2005年4月,第1版。
6. 阚乃庆,谢来:《最新欧美电视节目模式库》,中国广播电视出版社,2008年1月,第1版。
7. 高福安,宋培义编著:《电视剧制片管理》,中国传媒大学出版社,2009年1月,第1版。
8. 金唯一:《电视观众心理学》,上海复旦大学出版社,2005年8月,第1版。
9. 刘燕南著:《电视收视率解析:调查、分析与应用》,中国传媒大学出版社,2006年2月,第2版。

主撰人:吕霁虹、王娜

审核人:高雪

英文校对:沈庆会

教学副院长:郑建明

日期:2022年9月26日

## 附件：各类考核与评价标准表

### 1. 平时成绩考核评分标准

成绩 课程目标	优秀 (分数 $\geq 90$ 分)	良好 ( $78 \leq$ 分数 $< 90$ )	中等 ( $68 \leq$ 分数 $< 78$ )	及格 ( $60 \leq$ 分数 $< 68$ )	不及格 (分数 $< 60$ 分)
课程目标 1 15%	学习积极主动，课堂回答问题积极，对影视产业经营管理的基本概念有正确的认识与一定的见解。	学习态度端正，课堂回答问题较为积极，对影视产业经营管理的基本概念有较为正确的理解与认识。	学习较为积极，课堂回答问题一般，对影视产业经营管理的基本概念有粗浅的理解与认识。	课前预习不够充分，课上很少回答问题，对影视产业经营管理的基本概念的认识与理解不够充分。	学习态度不够端正，回答问题不积极，对影视产业经营管理的基本概念的认识与理解存在困难。
课程目标 2 20%	熟练运用影视产业经营管理的运营模式解决文化产业中的相关问题	较为熟练运用影视产业经营管理的运营模式解决文化产业中的相关问题	基本能够运用影视产业经营管理的运营模式解决文化产业中的相关问题	运用影视产业经营管理的运营模式解决文化产业中的相关问题有一定困难	运用影视产业经营管理的运营模式解决文化产业相关问题的能力不足
课程目标 3 15%	能熟练应用影视产业经营管理的相关知识，具备从事文化产业相关的管理能力。	较为熟练应用影视产业经营管理的相关知识，具备一定的从事文化产业相关的管理能力。	基本能够应用影视产业经营管理的相关知识，具备基本的从事文化产业相关工作的能力。	应用影视产业经营管理的相关知识，处理文化产业相关工作的能力一般。	应用影视产业经营管理的相关知识，处理文化产业相关工作的能力不足。

### 2. 期末考核与评价标准

成绩 课程目标	优秀 (分数 $\geq 90$ 分)	良好 ( $78 \leq$ 分数 $< 90$ )	中等 ( $68 \leq$ 分数 $< 78$ )	及格 ( $60 \leq$ 分数 $< 68$ )	不及格 (分数 $< 60$ 分)
课程目标 1 20%	熟练运用影视产业经营管理的基本知识分析文化现象，具备审美及批判能力。	较为熟练的运用影视产业经营管理的基本知识分析文化现象，具备一定的审美及批判能力。	基本能够运用影视产业经营管理的基本知识分析文化现象，审美及批判能力一般。	运用影视产业经营管理的基本知识分析文化现象的能力一般。	运用影视产业经营管理的基本知识分析文化现象的能力不足。
课程目标 2 20%	熟练运用影视产业经营管理的基本知识解决文化产业中的相关问题，对文化现象有独特的个人见解。	较为熟练运用影视产业经营管理的基本知识解决文化产业中的相关问题，对文化现象有一定的个人见解。	基本能够运用影视产业经营管理的基本知识解决文化产业中的相关问题，对文化现象有基本的个人观点。	运用影视产业经营管理的基本知识解决文化产业中的相关问题有一定困难，对文化现象有较少的个人见解。	运用影视产业经营管理的基本知识解决文化产业相关问题的能力不足，对文化现象不能给出个人观点。

成绩 课程目标	优秀 (分数≥90分)	良好 (78≤分数<90)	中等 (68≤分数<78)	及格 (60≤分数<68)	不及格 (分数<60分)
课程目标 3 10%	擅长运用影视产业相关规定,具备秉承职业规范处理问题的能力。	能够运用影视产业相关规定,能够秉承职业规范,具备处理相关问题的能力。	基本能够运用影视产业相关规定,基本能够秉承职业规范,具备处理相关问题的能力。	不能够较好地运用影视产业相关规定,秉承职业规范、处理相关问题的能力一般。	不能够运用影视产业相关规定,秉承职业规范、处理相关问题的能力不足。

## 41. 《大众传媒管理》教学大纲

### 一、课程基本信息

课程名称	中文名称: 大众传媒管理				
	英文名称: Mass Media Management				
课程号	7503432		学分	2	
学时	总学时: 32	讲授学时	实验学时	上机学时	讨论学时
		28			4
开课学院	海洋文化与法律学院		开课学期	第6学期	
课程负责人	马红丽		适用专业	文化产业管理	
先修课程及要求	无				

### 二、课程简介

#### (一) 课程概况

本课程是一门文化产业管理专业的选修课程。在大众传媒时代与媒介发达的社会中,当代大学生除了具备传统的文字读写能力,还必须具备基本的媒介素养,以及与之相伴的读图能力和图像处理能力,以适应当今视觉传播发达的媒介环境。本课程通过系统化、理论化地梳理大众传媒的发展及其与人类社会的关系,结合传播学、社会学、心理学等其他学科的理论知识,来帮助学生理解大众媒介的发展历史与演变规律,提高学生对于当前媒介环境的认知与适应能力,培养学生对于媒介时代的分析与思考能力,能够更全面地认识社会、交流思想,同时达到自学知识、自我教育的目的。

This is an optional course for the major of cultural industry management. In the mass media era and the media developed society, the contemporary college students must have basic media literacy, as well as the accompanying reading and image processing ability, in addition to the traditional reading and writing ability, so as to adapt to the media environment with developed visual communication. By systematically and theoretically combing the development of mass media and its relationship with

human society, and combining the theoretical knowledge of communication, sociology, psychology and other disciplines, this course will help students understand the development history and evolution law of mass media, improve students' cognition and adaptability to the current media environment, cultivate students' ability to analyze and think about the media era, and be able to understand society and exchange ideas and achieve the goal of self-study and self-education.

## （二）课程目标

课程目标 1: 能够掌握各种媒介的特点、媒介运行的基本规律, 培养在校大学生正确使用媒介和有效利用媒介的能力。

课程目标 2: 能够掌握传播学的基本知识, 透过传播表象, 掌握传播原理与规律, 并能用抽象的原理, 分析现实生活中的实际问题。

课程目标 3: 能够掌握新闻传播的基本理论、规律、法则, 培养和提高学生理解、分析和运用新闻理论的能力, 能够运用新闻理论解决实际问题。

课程目标 4: 能够建立起积极的媒介意识和媒介识读能力, 提高媒介思考与认知力量, 加强媒介素养与传媒制造力量, 传播正确价值观。

课程目标 5: 把课程学习与习近平总书记关于宣传思想工作的重要论述、社会主义核心价值观培养紧密结合起来, 促进大学生文化自信培育与核心价值观培育协同并进, 增强其对中国特色社会主义文化的认同感。

## 三、教学内容、要求与学时分配

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式（讲授、实验、讨论）	支撑课程目标
第一章大众传播与数字媒体时代 (1) 媒体的概念和特征 (2) 大众媒体的进展与变迁 (3) 大众媒体的特点与影响	了解大众媒介, 大众媒体的内涵及特征	重点: 大众媒体的进展与变迁	2	讲授	1
第二章大众传播概论 (1) 大众传播的定义、特点与社会功能 (2) 大众传播的产生和发展过程 (3) 大众传播的影响 <b>思政融入点:</b> 社会主义核心价值观体系	对大众传播的发展历史的回顾, 来探讨大众传播的功能作用给人类带来的正负影响以及应对措施。	重点: 大众传播的产生和发展过程 难点: 大众传播的影响	2	讲授	2
第三章大众传播的宏观社会效果	从大众传播与环境认知、大众传播与	重点: 大众传播的相关理论	4	讲授、讨论	2

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式（讲授、实验、讨论）	支撑课程目标
(1) 大众传播与环境认知：“议程设置功能”理论 (2) 大众传播、社会心理与舆论：“沉默的螺旋”理论 (3) 大众传播的潜移默化效果：“培养”理论 (4) 大众传播与信息社会中的阶层分化：“知沟”理论	信息社会和中的阶层分化、大众传播与社会心理和舆论、大众传播的潜移默化的影响四个侧面来掌握大众传播的宏观效果	难点：应用相关理论分析社会现象			
第四章大众传播的受众 (1) “大众”与大众社会理论 (2) 几种主要的受众观 (3) “使用与满足”：一种受众行为理论	深刻理解受众在传播过程中的特殊作用	重点：受众行为理论 难点：应用受众理论分析社会现象	4	讲授	2
第五章媒介与社会变迁 (1) 语言文字与社会发展 (2) 印刷媒介与社会变迁 (3) 电子媒介与社会变迁 (4) 互联网与社会变迁	从媒介的实体和组织两个角度来研究媒介的重要特性，理解媒介的意义和作用	重点：媒介革命 难点：媒介革命对人类社会的带来的变革	4	讲授	1
第六章媒介素养概论 (1) 媒介素养介绍 (2) 媒介素养的特点 (3) 媒介素养的功能	了解媒介素养的内涵和特点、维度以及对于社会、文化、审美等方面的作用	重点：媒介素养的功能 难点：如何培养个人媒介素养	2	讲授	4
第七章大众媒体的技术与艺术 (1) 大众媒体艺术 (2) 数媒技术与作品创作 (3) 大众媒体艺术与技术 <b>思政融入点：</b> 文化自信	掌握大众媒体艺术的设置规律	重点：数媒技术与作品创作	2	讲授、案例	1
第八章新闻传播规律 (1) 新闻活动 (2) 新闻真实 (3) 新闻失实	培养和提高学生理解、分析和运用新闻理论的能力	重点：客观真实与新闻真实； 难点：影响新闻真实的原因	2	讲授	3.5

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式（讲授、实验、讨论）	支撑课程目标
第九章新闻与舆论 (1) 新闻媒介的性质 (2) 舆论的基本要素、特点和功能 (3) 中国新闻事业的基本性质与特点 <b>思政融入点：</b> 习近平总书记关于宣传思想工作的重要论述	以马克思主义新闻理论为基础，以中国社会主义新闻事业的相关政策为依据，掌握有关新闻新闻传播基本理论和基础知识。	重点：中国新闻事业的基本性质与特点 难点：舆论的功能与引导	4	讲授、案例	3.5
第十章新闻事业的发展及其基本规律 (1) 新闻活动的历史、新闻学与传播学的关系 (2) 新闻与信息、宣传、舆论的关系 (3) 互联网与新媒体	培养学生从更广泛层面、更深维度发现问题、研究问题的思维方法，提升学生新闻研究能力和新闻应用能力。	重点：新闻的基本特点、要素、性质、新闻价值、新闻敏感等概念 难点：新闻传播的控制	2	讲授	3
第十一章媒介分析和活动展示	由学生结合已讲理论与知识点，选择某种大众传媒进行分析讨论，并分组演讲、展示，由授课教师进行总结和点评	难点：结合已讲理论与知识点，选择某种大众传媒进行分析 and 探讨	4	讨论	4.5

#### 四、课程考核评价方式

考核以课程目标的达成度为主要目的，以检查学生对各知识点的掌握程度和应用能力为重要内容。

##### (一) 考核方式

考核方式为闭卷笔试。

总成绩由两部分组成：平时成绩和期末成绩。

期末成绩占期末总成绩的 50%，采用传播学相应的理论的案例分析和论述题的试卷，采用闭卷考试方式进行。

##### (二) 课程成绩

###### 1. 考核环节及说明

成绩构成	考核说明
平时成绩	(3) 平时成绩占期末总成绩的 50% (4) 根据学生课堂表现、小组汇报、课堂交流和讨论等情况综合评定。
期末考试	(1) 考试方式及占比: 采用闭卷笔试, 考试成绩 100 分, 占课程考核成绩的 50%。 (2) 评定依据: 考试成绩的评定根据试卷参考答案和评分标准进行。 (3) 考试题型: 主要是选择题、案例分析题和论述题。 (4) 考试内容: 综合考察学生对专业知识的掌握程度, 透过传播表象, 掌握传播原理与规律, 并能用抽象的原理, 分析现实生活中的实际问题的能力, 针对课程目标 1、2、3、4、5。

## 2. 考核与评价方式

课程目标	成绩比例 (平时成绩50%+期末成绩50%)					合计
	平时成绩 (50%)				期末成绩 (50%)	
	课堂表现 (15%)	案例分析 (10%)	课堂讨论 (10%)	平时作业 (15%)		
1	2	0	2	0	10	14
2	2	5	2	5	10	24
3	2	0	2	0	10	24
4	2	5	2	5	10	14
5	2	5	2	5	10	24
合计(成绩构成)	10	15	10	15	50	100

## 五、教学方法

以课堂教学和案例教学为主, 辅以必要的学生自学和课堂讨论。

1. 课堂教学: 以教师授课为主, 授课强调理论性、知识性, 阐明作为学科的“媒介文化”所具有的学科内容; 培育学生对大众传媒作品的理论思考与分析力量。

2. 案例教学: 在提供较为系统的理论知识的同时, 配合案例分析, 通过视频与文字相结合的方式, 培养学生的学习兴趣和较强的思维能力及实践能力。

3. 学生自学和课堂讨论: 鼓励并指导学生自学和进行理论研究, 组织学生对教学的相关内容或针对典型个案进行讨论, 以调动学生的学习积极性, 培养学生的科研精神, 深化教学内容。

4. 翻转课堂, 让同学们自主分析、思考身边所遇到的各类媒体现象。

## 六、参考材料

1. 李彬, 《传播学引论》, 新华出版社, 2003年8月, 第2版。
2. 胡正荣, 《传播学总论》, 清华大学出版社, 2008年10月, 第2版。
3. 郭庆光. 《传播学教程》, 中国人民大学出版社, 2011年4月, 第2版。
4. 李良荣, 《新闻学概论》, 复旦大学出版社, 2021年2月, 第7版。

主撰人：马红丽

审核人：高雪

英文校对：沈庆会

教学副院长：郑建明

日期：2022年9月26日

## 附件：各类考核与评价标准表

### 1. 平时成绩评分标准

成绩 课程目标	优秀 (分数 $\geq 90$ 分)	良好 (78 $\leq$ 分数 $< 90$ )	中等 (68 $\leq$ 分数 $< 78$ )	及格 (60 $\leq$ 分数 $< 68$ )	不及格 (分数 $< 60$ 分)
课程目标 1 (4%)	学习积极主动，认真听讲，回答问题积极，能正确完成课堂作业，对媒介的特点、媒介运行的基本规律有正确的理解。	学习态度端正，能认真听讲，回答问题较为积极，可正确完成课堂作业。对媒介的特点、媒介运行的基本规律有基本的理解。	学习态度良好，基本能完成课堂作业。对媒介的特点、媒介运行的基本规律有基本的理解。	很少主动回答问题，正确完成课堂作业存在一定的难度。对于对媒介的特点、媒介运行的基本规律的理解还不够充分。	回答问题不积极。对于对媒介的特点、媒介运行的基本规律的理解还不够充分。
课程目标 2 (14%)	深入掌握传播学的基本知识，熟悉信息传播的过程与模式、传播过程中各要素的相互作用，善于用抽象的原理，分析现实生活中的实际问题。	能够掌握传播学的基本知识，熟悉信息传播的过程与模式、传播过程中各要素的相互作用，能用抽象的原理，分析现实生活中的实际问题。	基本掌握传播学的基本知识，基本能用抽象的原理，分析现实生活中的实际问题。	基本掌握传播学的基本知识，熟悉信息传播的过程与模式、传播过程中各要素的相互作用，但用抽象的原理，分析现实生活中的实际问题有欠缺。	不能掌握传播学的基本知识，熟悉信息传播的过程与模式、传播过程中各要素的相互作用，不能用抽象的原理，分析现实生活中的实际问题有欠缺。
课程目标 3 (4%)	掌握新闻传播的基本理论、规律、法则，能够理解、分析和运用新闻理论解决实际问题，能够形成自己见解。	掌握新闻传播的基本理论、规律、法则，基本能够运用理论分析、解决实际问题。	基本熟悉新闻传播的基本理论、规律、法则，运用理论分析、解决实际问题还有一定的差距。	基本了解新闻传播的基本理论、规律、法则，不能运用理论分析、解决实际问题。	不了解新闻传播的基本理论、规律、法则，不能运用理论分析、解决实际问题。
课程目标 4 (14%)	构建了较强的媒介意识和媒介识读能力，具备媒介思考与认知能力，善于用媒介素养评判时事，传播正确价值观，引导正能量。	构建了较强的媒介意识和媒介识读能力，具备媒介思考与认知能力。	基本构建了较强的媒介意识和媒介识读能力。	具备基本的媒介意识和媒介识读能力，具备一定的媒介思考与认知能力。	媒介意识和媒介识读能力较为欠缺，不具备媒介思考与认知能力。
课程目标 5 (14%)	能够从社会主义核心价值观视觉传播的角度来欣赏和评价各类视觉作品，能够在	能够从视觉传播的角度来欣赏和评价各类视觉作品，能够在学习中不断提高自	基本可以从视觉传播的角度来欣赏和评价各类视觉作品，基本一般归纳总结能	从视觉传播的角度来欣赏和评价各类视觉作品的的能力较为表面，独立学习的能力	不善于从视觉传播的角度来欣赏和评价各类视觉作品的的能力较为表面，

成绩 课程目标	优秀 (分数≥90分)	良好 (78≤分数<90)	中等 (68≤分数<78)	及格 (60≤分数<68)	不及格 (分数<60分)
	学习中不断提高自己的视觉素养,归纳总结能力,提出有见地的问题。	己的视觉素养,归纳总结能力。	力。	一般。	独立学习的能力较差。

## 2. 期末考核与评价标准

成绩 课程目标	优秀 (分数≥90分)	良好 (78≤分数<90)	中等 (68≤分数<78)	及格 (60≤分数<68)	不及格 (分数<60分)
课程目标 1 (10%)	对各种媒介的特点、媒介运行的基本规律有正确的理解。	对各种媒介的特点、媒介运行的基本规律有较为正确的理解。	对各种媒介的特点、媒介运行的基本规律有基本概念和认识。	对各种媒介的特点、媒介运行的基本规律的理解不充分。	对各种媒介的特点、媒介运行的基本规律的理解不够充分。
课程目标 2 (10%)	深入掌握传播学的基本知识,熟悉信息传播的过程与模式、传播过程中各要素的相互作用,善于用抽象的原理,分析现实生活中的实际问题。	基本掌握传播学的基本知识,熟悉信息传播的过程与模式、传播过程中各要素的相互作用,能用抽象的原理,分析现实生活中的实际问题。	基本熟悉信息传播的过程与模式、传播过程中各要素的相互作用,用抽象的原理,分析现实生活中的实际问题能力一般。	基本掌握传播学的基本知识,熟悉信息传播的过程与模式、传播过程中各要素的相互作用,但用抽象的原理,分析现实生活中的实际问题有欠缺。	不能掌握传播学的基本知识,熟悉信息传播的过程与模式、传播过程中各要素的相互作用,不能用抽象的原理,分析现实生活中的实际问题有欠缺
课程目标 3 (10%)	具备较强的媒介信息理解能力,能在接收媒介信息时进行创新思考和形成自己见解。	具备较强的媒介信息理解能力,能在接收媒介信息时形成自己见解。	基本具备的媒介信息理解能力,在接收媒介信息时创新意识体现有限。	基本具备媒介信息理解能力,在接收媒介信息时不太善于创新	媒介信息理解能力欠缺,在接收媒介信息时不能进行创新和评论。
课程目标 4 (10%)	构建了较强的媒介意识和媒介识读能力,具备媒介思考与认知能力,善于用媒介素养评判时事,传播正确价值观,引导正能量。	构建了较强的媒介意识和媒介识读能力,具备媒介思考与认知能力。	具备基本的媒介意识和媒介识读能力,媒介思考与认知能力一般。	具备基本的媒介意识和媒介识读能力,媒介思考与认知能力有所局限。	媒介意识和媒介识读能力较为欠缺,不具备媒介思考与认知能力。
课程目标 5 (10%)	能够学习好、宣传好、践行好社会主义核心价值观	能够学习好、宣传好、践行好社会主义核心价值观,传	基本可以从新闻传播角度来欣赏和评价各类视觉	从新闻传播的角度来欣赏和评价各类视觉作品的	不善于从新闻传播的角度来欣赏和评价各

成绩 课程目标	优秀 (分数≥90分)	良好 (78≤分数<90)	中等 (68≤分数<78)	及格 (60≤分数<68)	不及格 (分数<60分)
	观,传播正能量,弘扬主旋律,能够在学习中不断提高自己的媒体素养,归纳总结能力,提出有见地的问题。	播正能量,弘扬主旋律,能够在学习中不断提高自己的视觉素养,归纳总结能力。	作品,归纳总结能力有所局限。	能力一般,独立学习的能力一般。	类视觉作品,独立学习的能力较差。

## 42. 《数据可视化分析》教学大纲

### 一、课程基本信息

课程名称	中文名称: 数据可视化分析				
	英文名称: Data visualization & analysis				
课程号	51040101		学分	1.5	
学时	总学时: 48	讲授学时	实验学时	上机学时	讨论学时
		0	0	48	0
开课学院	信息学院		开课学期	第6学期	
课程负责人	卢鹏		适用专业	公选	
先修课程及要求	人工智能导论 《商业智能数据可视化分析》(职培通在线)				

### 二、课程简介

#### (一) 课程概况

《数据可视化分析》是面向全校各专业的综合选修课程,主要讲授数据分析与可视化的原理和方法,及数据分析与可视化相关软件的使用。课程通过案例驱动,介绍了 EXECL、TABLEAU 等常见数据分析及可视化软件的使用方法,重点介绍了 POWER BI 软件在数据清洗、数据加工、数据建模及数据可视化方面的使用原理及使用技巧。

通过课程学习,学生可以掌握数据的清洗、数据加工建模与数据可视化的技能,培养学生利用现有软件,分析、解决专业领域数据处理问题的实践能力和创新能力。

Data visualization & analysis is a comprehensive elective course for all majors in the whole university. It mainly teaches the principles and methods of data analysis and visualization, as well as the using of data analysis and visualization related software. By case -driven, this course

introduces the usage methods of common data analysis and visualization software such as EXECL and tableau, and focuses on the usage principles and skills of power Bi software in data cleaning, data processing, data modeling and data visualization.

By the end of this course, students will be able to master the skills of data cleaning, data processing modeling and data visualization, and cultivate students' practical ability and innovation ability to analyze and solve data processing problems in professional fields by using existing software.

## (二) 课程目标

**课程目标 1** 掌握数据可视化分析应该具备的职业道德，能理解诚实公正、诚信守则的职业操守和规范，并能在学习与工作中自觉遵守职业准则。

**课程目标 2** 通过企业项目案例，掌握商业数据分析六大路径知识，掌握能使用合适的软件进行高效分析和数据展现的能力，理解企业数据分析与可视化对企业决策的重要意义。

**课程目标 3** 理解并掌握数据获取与清洗的基础知识。能够运用数据的内外部获取与对获取数据的清洗等知识形成便于后期建模与分析的可用数据。具备运用数据清洗知识解决对数据缺失、内容与格式错误、逻辑错误以及不必要数据的清洗操作问题的能力。

**课程目标 4** 理解并掌握数据加工与建模的基础知识。能够分析数据集潜在关系的能力，可以用数据加工和数据建模知识评价对清洗后的数据源，进行行、列、表的数据丰富性操作与形式转化以及使用 DAX 体系语言和度量值进行高效深入的数据分析的能力。

**课程目标 5** 理解并掌握数据分析可视化的基础知识。能够运用数据可视化呈现等知识展现数据以便于进行视觉分析，可以用数据可视化知识解决以布局美化、图形视觉化的方式来呈现隐藏在海量数据背后的潜在规律与真实意义的意义的能力。

## 三、教学内容、要求与学时分配

教学内容	预期学习成果	学时	教学方式（讲授、实验、上机、讨论）	支撑课程目标
<b>第一章 商业数据可视化分析的基础知识</b> 1.1 商业数据可视化的目的和意义 1.2 商业数据可视化分析的流程步骤 1.2.1 商业数据可视化的明确分析目标 1.2.2 商业数据可视化的数据获取 1.2.3 商业数据可视化的数据清洗 1.2.4 商业数据可视化的加工建模 1.2.5 商业数据可视化的呈	课堂表现	2	讲授	课程目标 1 课程目标 2

教学内容	预期学习成果	学时	教学方式（讲授、实验、上机、讨论）	支撑课程目标
<p>现</p> <p>1.2.6 商业数据可视化报告发布</p> <p>1.3 商业数据可视化分析的优点</p> <p>1.4 商业数据可视化分析常用工具</p> <p>1.4.1 EXCEL 简介</p> <p>1.4.2 Power BI Desktop 简介</p> <p>1.4.3 Tableau 简介</p> <p>1.5 数据分析原理</p> <p>1.6 商业数据可视化分析的现状和需求</p> <p><b>思政融入点：</b>（1）数据分析职业标准规范文件、创新创业案例，突出创新意识和严谨规范；</p> <p>（2）从英特尔 CEO 科再奇的话，数据是当今社会最重要的一股力量，智能互联设备所带来的数据洪流，是未来科技创新的命脉。这股力量激励我们去展开想象并利用人工智能实现那些源自海量数据的创新，引出数据分析目前的研究现状，激发学生的四个自信和持续学习动力。</p>				
<p>第二章 商业数据的获取与清洗</p> <p>2.1 分析需求的数据化</p> <p>2.2 数据源前期准备</p> <p>2.2.1 外部数据获取</p> <p>2.2.2 内部数据获取</p> <p>2.3 数据的导入</p> <p>2.3.1 导入 EXCEL 文件数据</p> <p>2.3.2 导入文本文件数据</p> <p>2.3.3 导入数据库数据</p> <p>2.3.4 连接网页数据</p> <p>2.3.5 获取其他数据</p> <p>2.4 数据的清洗</p> <p>2.4.1 数据清洗定义</p> <p>2.4.2 数据清洗任务和流程</p> <p>2.4.3 数据清洗的检查数据的缺失性</p> <p>2.4.4 数据清洗的格式内容</p>	<p>课堂表现</p> <p>实操</p> <p>模拟</p>	<p>12</p>	<p>讲授</p> <p>上机</p>	<p>课程目标 1</p> <p>课程目标 2</p> <p>课程目标 3</p>

教学内容	预期学习成果	学时	教学方式（讲授、实验、上机、讨论）	支撑课程目标
清洗 2.4.5 数据清洗的逻辑错误清洗 2.4.6 数据清洗的非需求数据清洗 2.5 数据质量评估 2.5.1 数据评估指标 2.5.2 数据审计 2.6 技能实训 2.6.1 EXCEL 数据获取与清洗（身份证信息统计汇总文件清洗） 2.6.2 Power BI 数据获取与清洗（城市空气指数文件合并与清洗） 2.6.3 Tableau 数据获取与清洗（网页抓取销售数据清洗）				
第三章商业数据的加工处理 3.1 商业数据的加工 3.1.1 抽取数据源中的指定数据 3.1.2 数据源的分类汇总 3.1.3 完善数据源 3.1.4 透视列与逆透视列 3.2 商业数据的整理和转换 3.2.1 查询编辑器 3.2.2 数据排序和筛选 3.2.3 数据源合并与转换 3.2.4 格式和属性设置 3.3 创建和管理关系 3.3.1 自动创建关系 3.3.2 手动创建关系 3.3.3 手动编辑关系 3.4 数据建模 3.4.1 数据建模概念 3.4.2 搭建多维数据集与层次结构 3.4.3 创建 KPI 3.4.4 度量值 3.4.5 DAX 语言	课堂表现 实操	16	讲授 上机	课程目标 1 课程目标 2 课程目标 4

教学内容	预期学习成果	学时	教学方式（讲授、实验、上机、讨论）	支撑课程目标
3.5 技能实训 3.5.1 EXCEL 数据源加工处理（电商营销分析） 3.5.2 Power BI 数据源加工整理（商品进销存分析） 3.5.3 Tableau 数据源加工整理（网站流量分析）				
第四章 商业数据可视化与分析 4.1 数据可视化基本框架 4.1.1 数据可视化流程 4.1.2 数据可视化设计 4.1.3 可视化中的数据 4.2 数据可视化的常用图表 4.2.1 可视化视觉对象概要 4.2.2 可视化基本图表 4.2.3 单数字卡片和多行卡 4.2.4 仪表 4.2.5 切片器 4.2.6 分层与分组 4.2.7 可视化自定义图表 4.2.8 可视化报表设计 4.3 数据透视图 4.3.1 创建数据透视图 4.3.2 创建数据透视图 4.3.3 数据透视图分析 4.4 地图可视化效果 4.4.1 设置地理角色 4.4.2 标记地图 4.4.3 添加字段信息 4.4.4 设置地图选项 4.4.5 创建分布图 4.5 仪表板 4.5.1 报表与仪表板 4.5.2 参数设置 4.5.3 快速表计算 4.5.4 仪表板的移动应用 4.6 可视化结果的数据分析 4.6.1 数据分析方法 4.6.2 数据分析窗格 4.6.3 使用见解说明各种情	课堂表现 实操 测验	18	上机 讨论	课程目标 1 课程目标 2 课程目标 5

教学内容	预期学习成果	学时	教学方式（讲授、实验、上机、讨论）	支撑课程目标
况 4.6.4 商业方案或建议 4.7 技能实训 4.7.1 EXCEL 数据可视化分析实训（人事系统分析可视化） 4.7.2 Power BI p 数据可视化分析实训（财务分析可视化） 4.7.3 Tableau 数据可视化分析实训（商品零售分析可视化）				

#### 四、课程考核评价方式

##### （一）考核方式

本课程采用课堂表现、实操实验、模拟实验和机考相结合考核方式。

##### （二）课程成绩

课程成绩由期末成绩和平时成绩构成。平时成绩主要根据学生平时课堂表现、作业和报告等情况综合评定，期末成绩主要通过机考评定。平时成绩和期末成绩各部分占比如下表所示。课堂表现、作业、报告评分标准请见附件，机考评分标准见参考答案。

课程目标	成绩比例（平时成绩50%+期末成绩50%）				合计
	平时成绩（50%）			期末成绩（50%）	
	实操实验（20%）	模拟实验（20%）	课堂表现（10%）		
1			10		10
2	10			10	20
3		10		10	20
4	10			10	20
5		10		20	30
合计(成绩构成)	20	20	10	50	100%

#### 五、教学方法

##### 1. 专业知识

基础理论知识以线上学习（职培通）为主，辅以视频多媒体演示，并通过在线作业和案例导引，将理论教学与案例分析有机地结合在一起，达到加深理解的教学目的。

## 2. 操作技能

围绕每个知识点任务，采用案例驱动、任务引领式方式进行上机操作。

## 六、参考材料

### 阅读书目：

牟恩静，李杰臣主编，《Power BI 智能数据分析与可视化从入门到精通》，机械工业出版社，2019年6月第一版

主撰人：卢鹏

审核人：张晨静

英文校对：卢鹏

教学副院长：袁红春

日期：2022年9月12日

## 附件：各类考核与评价标准表

实操实验、模拟实验、课堂表现及期末考核的评价标准，参考如下：

### 1. 实操实验评价标准

成绩 课程目标	优秀 (分数 $\geq 90$ 分)	良好 ( $78 \leq$ 分数 $< 90$ )	中等 ( $68 \leq$ 分数 $< 78$ )	及格 ( $60 \leq$ 分数 $< 68$ )	不及格 (分数 $< 60$ 分)
课程目标 2 (10%)	能通过企业项目案例，掌握商业数据分析六大路径知识，具备使用合适的软件进行高效分析和数据展现的能力，理解企业数据分析与可视化对企业发展决策的重要意义。	能通过企业项目案例，掌握商业数据分析六大路径知识，基本具备使用合适的软件进行高效分析和数据展现的能力，理解企业数据分析与可视化对企业发展决策的重要意义。	能通过企业项目案例，掌握商业数据分析六大路径知识，具备使用合适的软件进行分析和数据展现的能力，理解企业数据分析与可视化对企业发展决策的重要意义。	能通过企业项目案例，基本掌握商业数据分析六大路径知识，具备使用部分软件进行分析和数据展现的能力。	不能掌握商业数据分析六大路径知识，不能掌握能使用合适的软件进行高效分析和数据展现的能力。
课程目标 4 (10%)	理解并掌握数据加工与建模的基础知识。能够分析数据集潜在关系的能力，可以用数据加工和数据建模知识评价对清洗后的数据源，进行行、列、表的数据丰富性操作与形式转化以及使用 DAX 体系语言和度量值进行高效深入的数据分析的能力。	理解并掌握数据加工与建模的基础知识。具备一定的分析数据集潜在关系的能力，可以用数据加工和数据建模知识评价对清洗后的数据源，进行行、列、表的数据丰富性操作与形式转化以及使用 DAX 体系语言和度量值进行高效深入的数据分析的能力。	理解并掌握数据加工与建模的基础知识。具备一定的分析数据集潜在关系的能力，可以用数据加工和数据建模知识评价对清洗后的数据源，进行行、列、表的数据丰富性操作与形式转化以及使用 DAX 体系语言和度量值进行数据分析的能力。	理解并掌握数据加工与建模的基础知识。具备一定的分析数据集潜在关系的能力，能在一定程度上使用数据加工和数据建模知识评价对清洗后的数据源，进行行、列、表的数据丰富性操作与形式转化以及使用 DAX 体系语言和度量值进行数据分析的能力。	不能理解并掌握数据加工与建模的基础知识。不具备分析数据集潜在关系的能力，不能有效使用数据加工和数据建模知识评价对清洗后的数据源，进行行、列、表的数据丰富性操作与形式转化。

## 2. 模拟实验评价标准

成绩 课程目标	优秀 (分数 $\geq 90$ 分)	良好 ( $78 \leq$ 分数 $< 90$ )	中等 ( $68 \leq$ 分数 $< 78$ )	及格 ( $60 \leq$ 分数 $< 68$ )	不及格 (分数 $< 60$ 分)
课程目标 3 (10%)	理解并掌握数据获取与清洗的基础知识。能够运用数据的内外部获取与对获取数据的清洗等知识形成便于后期建模与分析的可用数据。具备运用数据清洗知识解决对数据缺失、内容与格式错误、逻辑错误以及不必要数据的清洗操作问题的能力。	理解并掌握数据获取与清洗的基础知识。能够运用数据的内外部获取与对获取数据的清洗等知识形成便于后期建模与分析的可用数据。基本具备运用数据清洗知识解决对数据缺失、内容与格式错误、逻辑错误以及不必要数据的清洗操作问题的能力。	理解并掌握数据获取与清洗的基础知识。能够运用数据的内外部获取与对获取数据的清洗等知识形成便于后期建模与分析的可用数据。具备一定的运用数据清洗知识解决对数据缺失、内容与格式错误、逻辑错误以及不必要数据的清洗操作问题的能力。	理解并掌握数据获取与清洗的基础知识。可以在一定程度上运用数据的内外部获取与对获取数据的清洗等知识形成便于后期建模与分析的可用数据。具备一定的运用数据清洗知识解决对数据缺失、内容与格式错误、逻辑错误以及不必要数据的清洗操作问题的能力。	不能理解并掌握数据获取与清洗的基础知识。不能运用数据的内外部获取与对获取数据的清洗等知识形成便于后期建模与分析的可用数据。不具备运用数据清洗知识解决对数据缺失、内容与格式错误、逻辑错误以及不必要数据的清洗操作问题的能力。
课程目标 5 (20%)	理解并掌握数据分析可视化的基础知识。能够运用数据可视化呈现等知识展现数据以便于进行视觉分析,可以用数据可视化知识解决以布局美化、图形视觉化的方式来呈现隐藏在海量数据背后的潜在规律与真实意义的的能力。	理解并掌握数据分析可视化的基础知识。基本能够运用数据可视化呈现等知识展现数据以便于进行视觉分析,可以用数据可视化知识解决以布局美化、图形视觉化的方式来呈现隐藏在海量数据背后的潜在规律与真实意义的的能力。	理解并掌握数据分析可视化的基础知识。基本能够运用数据可视化呈现等知识展现数据以便于进行视觉分析,具备一定的用数据可视化知识解决以布局美化、图形视觉化的方式来呈现隐藏在海量数据背后的潜在规律与真实意义的的能力。	理解并掌握数据分析可视化的基础知识。具备一定的运用数据可视化呈现等知识展现数据以便于进行视觉分析,具备一定的用数据可视化知识解决以布局美化、图形视觉化的方式来呈现隐藏在海量数据背后的潜在规律与真实意义的的能力。	不能理解掌握数据分析可视化的基础知识。不具备运用数据可视化呈现等知识展现数据以便于进行视觉分析,可以用数据可视化知识解决以布局美化、图形视觉化的方式来呈现隐藏在海量数据背后的潜在规律与真实意义的的能力。

### 3. 课堂表现评分标准

成绩 课程目标	优秀 (分数 $\geq 90$ 分)	良好 ( $78 \leq$ 分数 $< 90$ )	中等 ( $68 \leq$ 分数 $< 78$ )	及格 ( $60 \leq$ 分数 $< 68$ )	不及格 (分数 $< 60$ 分)
课程目标 1 (10%)	掌握数据可视化分析应该具备的职业道德,能理解诚实公正、诚信守则的职业操守和规范,并能在学习与工作中自觉遵守职业准则。	基本掌握数据可视化分析应该具备的职业道德,能理解诚实公正、诚信守则的职业操守和规范。	基本掌握数据可视化分析应该具备的职业道德,能在一定程度上理解诚实公正、诚信守则的职业操守和规范。	部分掌握数据可视化分析应该具备的职业道德,能在一定程度上理解诚实公正、诚信守则的职业操守和规范。	不能掌握数据可视化分析应该具备的职业道德,不能理解诚实公正、诚信守则的职业操守和规范。

### 4. 期末考核与评价标准

成绩 课程目标	优秀 (分数 $\geq 90$ 分)	良好 ( $78 \leq$ 分数 $< 90$ )	中等 ( $68 \leq$ 分数 $< 78$ )	及格 ( $60 \leq$ 分数 $< 68$ )	不及格 (分数 $< 60$ 分)
课程目标 2 (10%)	能通过企业项目案例,掌握商业数据分析六大路径知识,掌握能使用合适的软件进行高效分析和数据展现的能力,理解企业数据分析与可视化对企业决策的重要意义。	能通过企业项目案例,掌握商业数据分析六大路径知识,基本掌握能使用合适的软件进行高效分析和数据展现的能力,理解企业数据分析与可视化对企业决策的重要意义。	能通过企业项目案例,掌握商业数据分析六大路径知识,基本掌握能使用合适的软件进行高效分析和数据展现的能力,部分理解企业数据分析与可视化对企业决策的重要意义。	能通过企业项目案例,基本掌握商业数据分析六大路径知识,基本掌握能使用合适的软件进行高效分析和数据展现的能力。	不能掌握商业数据分析六大路径知识,不能掌握能使用合适的软件进行高效分析和数据展现的能力。
课程目标 3 (10%)	理解并掌握数据获取与清洗的基础知识。能够运用数据的内外部获取与对获取数据的清洗等知识形成便于后期建模与分析的可用数据。具备运用数据清洗知识解决对数据	理解并掌握数据获取与清洗的基础知识。能够运用数据的内外部获取与对获取数据的清洗等知识形成便于后期建模与分析的可用数据。基本具备运用数据清洗知识解决对数据缺	理解并掌握数据获取与清洗的基础知识。可以在一定程度上运用数据的内外部获取与对获取数据的清洗等知识形成便于后期建模与分析的可用数据。基本具备运用数据清洗知识解决对数据缺	理解并掌握数据获取与清洗的基础知识。可以在一定程度上运用数据的内外部获取与对获取数据的清洗等知识形成便于后期建模与分析的可用数据。部分具备运用数据清	不能理解并掌握数据获取与清洗的基础知识。不能运用数据的内外部获取与对获取数据的清洗等知识形成便于后期建模与分析的可用数据。不具备运用数据清洗知识解决

成绩 课程目标	优秀 (分数 $\geq 90$ 分)	良好 ( $78 \leq$ 分数 $< 90$ )	中等 ( $68 \leq$ 分数 $< 78$ )	及格 ( $60 \leq$ 分数 $< 68$ )	不及格 (分数 $< 60$ 分)
	缺失、内容与格式错误、逻辑错误以及不必要数据的清洗操作问题的能力。	错误、逻辑错误以及不必要数据的清洗操作问题的能力。	失、内容与格式错误、逻辑错误以及不必要数据的清洗操作问题的能力。	洗知识解决对数据缺失、内容与格式错误、逻辑错误以及不必要数据的清洗操作问题的能力。	对数据缺失、内容与格式错误、逻辑错误以及不必要数据的清洗操作问题的能力。
课程目标 4 (10%)	理解并掌握数据加工与建模的基础知识。能够分析数据集潜在关系的能力,可以用数据加工和数据建模知识评价对清洗后的数据源,进行行、列、表的数据丰富性操作与形式转化以及使用 DAX 体系语言和度量值进行高效深入的数据分析的能力。	理解并掌握数据加工与建模的基础知识。具备一定的分析数据集潜在关系的能力,可以用数据加工和数据建模知识评价对清洗后的数据源,进行行、列、表的数据丰富性操作与形式转化以及使用 DAX 体系语言和度量值进行高效深入的数据分析的能力。	理解并掌握数据加工与建模的基础知识。具备一定的分析数据集潜在关系的能力,可以用数据加工和数据建模知识评价对清洗后的数据源,进行行、列、表的数据丰富性操作与形式转化以及使用 DAX 体系语言和度量值进行数据分析的能力。	理解并掌握数据加工与建模的基础知识。具备一定的分析数据集潜在关系的能力,能在一定程度上使用数据加工和数据建模知识评价对清洗后的数据源,进行行、列、表的数据丰富性操作与形式转化以及使用 DAX 体系语言和度量值进行部分数据分析的能力。	不能理解并掌握数据加工与建模的基础知识。不具备分析数据集潜在关系的能力,不能有效使用数据加工和数据建模知识评价对清洗后的数据源,进行行、列、表的数据丰富性操作与形式转化。
课程目标 5 (20%)	理解并掌握数据分析可视化的基础知识。能够运用数据可视化呈现等知识展现数据以便于进行视觉分析,具备用数据可视化知识	理解并掌握数据分析可视化的基础知识。基本能够运用数据可视化呈现等知识展现数据以便于进行视觉分析,具备用数据可视化知识解决以布局	理解并掌握数据分析可视化的基础知识。具备一定的运用数据可视化呈现等知识展现数据以便于进行视觉分析,具备用数据可视化知识解决以布局美化、图形视觉化的方式来呈	理解并掌握数据分析可视化的基础知识。具备一定的运用数据可视化呈现等知识展现数据以便于进行视觉分析,具备部分用数据	不能理解掌握数据分析可视化的基础知识。不具备运用数据可视化呈现等知识展现数据以便于进行视觉分析,用数据可视化知识

成绩 课程目标	优秀 (分数≥90分)	良好 (78≤分数<90)	中等 (68≤分数<78)	及格 (60≤分数<68)	不及格 (分数<60分)
	解决以布局美化、图形视觉化的方式来呈现隐藏在海量数据背后的潜在规律与真实意义的能力。	美化、图形视觉化的方式来呈现隐藏在海量数据背后的潜在规律与真实意义的能力。	现隐藏在海量数据背后的潜在规律与真实意义的能力。	可视化知识解决以布局美化、图形视觉化的方式来呈现隐藏在海量数据背后的潜在规律与真实意义的能力。	解决以布局美化、图形视觉化的方式来呈现隐藏在海量数据背后的潜在规律与真实意义的能力。

### 43. 《文献阅读与论文写作》教学大纲

#### 一、课程基本信息

课程名称	中文名称：文献阅读与论文写作				
	英文名称：Literature reading and Paper Writing				
课程号	87020101		学分	1	
学时	总学时：16	讲授学时	实验学时	上机学时	讨论学时
		14	/	/	2
开课学院	文法学院		开课学期	6	
课程负责人	廖尹航		适用专业	行政管理、文化产业管理	
先修课程及要求	无				

#### 二、课程简介

##### (一) 课程概况

《文献阅读与论文写作》是关于文献检索与论文写作的课程。通过本课程的学习，使学生全面了解文献的意义作用、获取途径与常用工具，了解论文写作基本流程与要求，掌握论文基本结构与写作要求等内容，为进一步学习专业课程、完成论文选题与写作、满足实际工作需要奠定基础。

Literature Reading and Paper Writing is a course on literature retrieval and thesis writing. Through the study of this course, students will have a comprehensive understanding of the significance and function of literature, access methods and common tools, understand the basic process and requirements of thesis writing, master the basic structure and writing requirements of the thesis, etc. Writing and meeting practical work needs lay the foundation.

##### (二) 课程目标

1. 了解文献检索的意义作用、获取文献的途径，掌握常用文献搜索工具与操作方法；
2. 了解学术表达的语言规范，掌握论文写作的方法和技巧；
3. 引领学生运用相关知识与方法完成文献检索、阅读、分析与综述，掌握论文写作的一般结构与要求，切实提高分析问题与解决问题的能力。

### 三、教学内容

教学内容	重点难点	学时	教学方式	支撑课程目标
第一章 文献检索 (1) 文献的基本含义、作用意义 (2) 文献类型与文献来源 (3) 文献检索工具介绍与使用	教学重点：文献来源与检索工具 教学难点：文献工具的使用	4	讲授	1
第二章 文献综述 (1) 文献阅读方法、文献整理工具介绍与使用 (2) 文献综述的流程、写作方法、常见问题与注意事项	教学重点：文献阅读方法 教学难点：文献综述写作方法	4	讲授	2
第三章 论文写作 (1) 论文选题原则与注意事项 (2) 论文写作原则、流程与规划 (3) 论文开题报告与要求	教学重点：论文写作的要求与流程 教学难点：论文选题原则与注意事项	4	讲授	3
第四章 论文规范 (1) 论文结构的主要内容 (2) 摘要的写法与要求 (3) 正文结构要求与常见问题 (4) 行文格式与规范 思政融入点：学术理想与学术规范	教学重点：论文的规范性要求 教学难点：正文结构要求与常见问题	4	讲授	3

### 四、课程考核评价方式

考核以课程目标的达成度为主要目的，以检查学生对各知识点的掌握程度和应用能力为主要内容。

#### (一) 考核方式

考核方式为论文。主要考查学生运用本门课程所学知识和技能进行文献检索和论文写作的能力。

#### (二) 成绩构成

总成绩由两部分组成：平时成绩和期末成绩。平时成绩占总成绩的60%，主要包括课堂练习、课后作业、课内外讨论等模块；期末成绩占总成绩的40%，考查的形式为课程论文。

#### 1、考核环节及说明

成绩构成	考核说明
平时成绩	(1) 平时成绩满分为 100 分，占总成绩的 60% (2) 平时成绩由课堂作业、课后作业、课堂表现、讨论等环节的得分构成
期末考查	方式及占比：采用论文形式，成绩 100 分，占课程考核成绩的 40%。

## 2、成绩构成

课程目标	成绩比例（平时成绩60%+期末成绩40%）					
	平时成绩（60%）				期末成绩 （40%）	合计
	课堂作业	讨论	课后作业	课堂表现		
1	5	3	5	3	10	26
2	5	4	10	3	10	32
3	10	3	5	4	20	42
<b>合计</b> (成绩构成)	20	10	20	10	40	100

## 五、教学方法

### 1. 课堂讲授

要系统、准确、全面地阐述工作分析的基本原理、基本概念，在教学当中注重理论联系实际，使整个教学既规范严谨，又通俗易懂。课堂教学着重重点的归纳、难点的剖析以及作业讲评和讨论小结。在调动学生自主学习积极性的同时，教师必须做好引导与解释，使学生真正掌握所学内容。

### 2. 实践教学

适当增加实践教学的课时。实践教学可以采用文字、图片、视频等多种媒介。教学中安排必要的作业和课堂讨论，给学生联系实际、理论分析和文字表达及口头表达的机会，并通过有关实践教学环节，加深对基本原理与实务操作的理解和把握。

## 六、参考资料

1. 邓富民，《文献检索与论文写作》，经济管理出版社，2010年1月，第2版。
2. 王雨磊，《学术论文写作与发表指引》，中国人民大学出版社，2017年10月，第1版。
3. 张涛，《图书馆利用与文献检索》，东北师范大学出版社，2017年3月，第1版。

主撰人：廖尹航

审核人：张祖平

英文校对：赵玲

分管教学院长：郑建明

日期：2022年9月26日

## 附件：课程考核评价标准

### 1、平时成绩评价标准

成绩 课程目标	优秀 (分数 $\geq 90$ 分)	良好 ( $78 \leq$ 分数 $<$ 90)	中等 ( $68 \leq$ 分数 $<$ 78)	及格 ( $60 \leq$ 分数 $<$ 68)	不及格 (分数 $<$ 60分)
课程目标 1 (16%)	按照要求完成课前阅读预习。在课内外作业中能够熟练掌握文献检索的工具和方法	按照要求完成课前阅读预习。在课上讨论、课后作业中能够较为熟练的掌握文献检索的工具和方法	基本完成课前阅读预习。在课上讨论、课后作业中能够基本掌握文献检索的工具和方法	课前阅读预习准备不足。在课上讨论、课后作业中在论文检索和阅读理解方面有一定错误。	课前无预习准备。在课上讨论、及课后作业中无法掌握论文检索的基本方法
课程目标 2 (22%)	在课内外各项活动中能够熟练把握学术表达的语言规范,掌握论文写作的方法和技巧	在课内外各项活动中能够较为熟练的把握学术表达的语言规范,掌握论文写作的方法和技巧	在课内外各项活动中能够基本把握学术表达的语言规范,掌握论文写作的方法和技巧	在课内外各项活动中对学术表达的语言规范把握不足,论文写作方法和技巧的运用上有较多错误	在课内外各项活动中无法掌握论文写作的方法和技巧
课程目标 3 (22%)	在课内外各项活动中能够熟练运用相关知识与方法完成文献检索、阅读、分析与综述,掌握论文写作的要求,具备分析问题与解决问题的能力	在课内外各项活动中能够较为熟练的运用相关知识与方法完成文献检索、阅读、分析与综述,掌握论文写作的要求,具备分析问题与解决问题的能力	在课内外各项活动中基本能够运用相关知识与方法完成文献检索、阅读、分析与综述,掌握论文写作的要求,基本具备分析问题与解决问题的能力	在课内外各项活动中能够一定程度运用相关知识与方法完成文献检索、阅读、分析与综述,掌握论文写作的要求,同时体现出一些缺陷和不足	在课内外各项活动中完全无法掌握和运用相关知识将进行文献检索和写作

## 2、期末成绩评价标准

课程目标 \ 成绩	优秀 (分数≥90分)	良好 (78≤分数<90)	中等 (68≤分数<78)	及格 (60≤分数<68)	不及格 (分数<60分)
课程目标 1 (10%)	在期末论文中能够熟练掌握文献检索的工具和方法	在期末论文中能够较好的掌握文献检索的工具和方法	在期末论文中基本能够掌握文献检索的工具和方法	在期末论文中能够掌握文献检索的工具和方法,同时存在较为明显的错误。	对基本概念和原理完全不了解,运用时频繁出现错误。
课程目标 2 (10%)	在期末论文中体现出熟练掌握学术表达的语言规范,掌握了论文写作的方法和技巧	在期末论文中体现出较好的把握了学术表达的语言规范,掌握论文写作的方法和技巧	在期末论文中体现出能够基本在把握学术表达的语言规范,掌握了论文写作的方法和技巧	在期末论文中体现出一定程度上能够把握学术表达的语言规范,掌握论文写作的方法和技巧,同时有较为明显的错误。	完全无法掌握掌握论文写作的方法和技巧
课程目标 3 (20%)	在期末论文中能够熟练运用相关知识与方法完成文献检索、阅读、分析与综述,掌握论文写作的要求,具备分析问题与解决问题的能力	在期末论文中能够较好的运用相关知识与方法完成文献检索、阅读、分析与综述,掌握论文写作的要求,具备分析问题与解决问题的能力	在期末论文中基本能够运用相关知识与方法完成文献检索、阅读、分析与综述,掌握论文写作的要求,具备分析问题与解决问题的能力	在期末论文中能够一定程度上运用相关知识与方法完成文献检索、阅读、分析与综述,掌握论文写作的要求,同时存在较多错误	在期末论文中有抄袭剽窃行为。

## 44. 《企业伦理》教学大纲

### 一、课程简介

课程名称	中文名称: 企业伦理				
	英文名称: Business ethics				
课程号	7901125		学分	2	
学时	总学时: 32	讲授学时	实验学时	上机学时	讨论学时
		30	0	0	2
开课学院	经管学院		开课学期	7	
课程负责人	姜启军		适用专业	文化产业管理	

先修课程及要求	无
---------	---

## 二、课程概况

### (一) 课程简介

本课程综合了管理学、经济学、伦理学、市场营销、组织行为学、战略管理等相关学科的理论知识。通过这门课程的学习，使学员了解并掌握食品安全、企业社会责任和诚信建设的发展规律，从伦理学视角阐述现代企业运作特点与经营方式，道德力、核心竞争力和文化力的关系。

This course integrates the theoretical knowledge of management, economics, ethics, marketing, organizational behavior, strategic management and other related disciplines. Through the study of this course, students can understand and master the food safety, corporate social responsibility and integrity construction of enterprises, and explain the relationship between the operation characteristics and operation mode of modern enterprises, moral strength, core competitiveness and cultural strength from the perspective of ethics.

### (二) 课程目标

课程目标 1: 坚持立德树人，培育和践行社会主义核心价值观，掌握企业伦理学基础理论，将中华优秀传统文化、革命文化、社会主义先进文化、职业操守等有效融入教学全过程，注重实践育人和文化育人，创新育人载体，深入推进素质教育。

课程目标 2: 如何识别企业伦理问题，一个企业如何通过法制体系使企业尽到伦理责任。

课程目标 3: 以案例教学为突破口，使学生真正领悟社会主义核心价值观的内涵并认同社会主义核心价值观，如何进行道德判断和伦理决策，价值观、企业社会责任和社会文化的关系，诚信缺失的原因和危害，实现个人发展和社会发展的双赢，成为一个有道德的人。

课程目标 4: 深刻剖析企业建立有效的伦理程序所需采取的措施，感受复杂环境下的伦理决策，企业伦理和企业社会责任的双重目标。

课程目标 5: 本课程通过社会热点问题分析，培养学生驾驭知识解决问题的能力。

## 三、教学内容与学时分配

教学内容	学时	备注	对课程目标的支撑度				
			2.1	2.2	2.3	2.4	2.5
<b>第一讲 企业伦理基础</b> <b>(一) 教学目标</b> 了解企业伦理学的产生和发展，掌握企业伦理的含义和企业伦理学的研究方法，了解管理伦理的模式。 <b>(二) 教学内容</b> 1 企业伦理学的产生和发展 2 企业伦理的含义	4	作业：道德判断案例分析	√	√	√	√	√

教学内容	学时	备注	对课程目标的支撑度					
			2.1	2.2	2.3	2.4	2.5	
3 企业伦理学的传统方法 4 企业伦理的特征 5 企业伦理与企业道德 6 管理伦理 7 道德判断								
第二讲 伦理决策分析 (一)、教学目标 掌握结果论和非结果论的基本内容和区别,学会进行伦理决策分析 (二)、教学内容 1、伦理决策 2、结果论 组织的结果论,功利主义,道德自我主义 3、非结果论 义务论、黄金法则、正义原则、基本责任、相对论、权利论、美德论; 4、组织对于结果论和义务论的看法 5、肮脏之手	6	作业1: 结果论案例分析 作业2: 非结果论案例分析	√	√	√	√	√	
第三讲: 企业、社会和利益相关者 (一)、教学目标 掌握企业、社会和利益相关者的关系,政府和企业在社会中的角色定位,企业社会责任、企业社会回应和企业社会表现的内涵。 (二)、教学内容 1、企业和社会的关系 2、企业的利益相关者: 3、企业、政府和管制 4、企业品行: 企业社会责任、社会回应和社会表现 5、企业价值观、企业伦理和企业社会责任的关系	4	作业: 政府管制和企业发展案例分析	√	√	√	√	√	
第四讲: 经济全球化和企业社会责任 (一)、教学目标	4	作业: 跨国公司伦理问	√	√	√	√	√	

教学内容	学时	备注	对课程目标的支撑度				
			2.1	2.2	2.3	2.4	2.5
<p>掌握在经济全球化下跨国公司典型的伦理问题，企业社会责任管理体系，企业履行社会责任的类型，中国企业履行社会责任的现状，有关企业社会责任的国际协议</p> <p>(二)、教学内容</p> <p>1 国际化经营与伦理</p> <p>2 跨国公司典型的伦理问题</p> <p>3 文化差异与企业国际化经营的伦理准则</p> <p>4 企业公民和全球企业公民</p> <p>5 企业社会责任管理系统</p> <p>6 企业履行社会责任的类型和中国现状，企业社会责任的约束传递机制</p> <p>7 企业社会责任的国际协议和意义</p>		题分析					
<p>第五讲 食品产业发展与食品安全</p> <p>(一)、教学目标</p> <p>了解中国食品产业体系，掌握中国食品安全存在的主要问题，中国食品安全问题频发的原因，食品安全伦理。</p> <p>(二)、教学内容</p> <p>1. 食品产业发展和食品安全</p> <p>2. 食品安全和食品安全伦理</p> <p>3. 食品安全伦理涉及的伦理学理论</p> <p>4. 食品安全遵循的伦理原则</p> <p>5. 食品安全问题频发的原因分析</p>	2	作业：典型食品安全问题案例分析	√	√	√		√
<p>第六讲 食品消费伦理和生产伦理</p> <p>(一)、教学目标</p> <p>掌握产品质量与安全方面的伦理，以及消费者利益相关者对产品安全的伦理，食品生产伦理和食品消费伦理</p> <p>(二)、教学内容</p> <p>1. 产品质量与安全</p> <p>2. 消费者利益相关者</p> <p>3. 食品生产和流通领域的伦理分析</p>	4	作业1：食品消费伦理案例分析 作业2：食品生产伦理案例分析	√	√	√		√√

教学内容	学时	备注	对课程目标的支撑度				
			2.1	2.2	2.3	2.4	2.5
4. 食品消费伦理分析							
<p>第七讲：食品营销中的伦理问题</p> <p>(一)、教学目标</p> <p>掌握在食品营销中存在的伦理问题</p> <p>(二)、教学内容</p> <p>1. 营销观念的转变要求企业承担更多的社会责任</p> <p>2. 产品竞争中的伦理问题</p> <p>3. 产品定价中的伦理问题</p> <p>4. 产品促销中的伦理问题</p> <p>5. 品牌运营的社会责任策略</p> <p>6. 善因营销</p>	4	作业：食品营销伦理案例分析	√		√	√	√
<p>第八讲 食品安全与危机管理</p> <p>(一)、教学目标</p> <p>掌握食品企业危机的特征和食品企业危机管理的特征，掌握食品行业危机频发的原因</p> <p>(二)、教学内容</p> <p>1. 危机管理的定义</p> <p>2. 危机管理体系</p> <p>3. 食品企业危机特征分析</p> <p>4. 食品企业危机管理特征</p> <p>5. 食品行业危机频发的原因分析</p> <p>6. 企业社会责任和食品企业危机管理</p> <p>7. 食品企业应对食品安全危机案例分析</p>	2	作业：食品企业危机管理和企业社会责任案例分析	√		√		√
<p>第九讲：食品企业诚信建设</p> <p>(一)、教学目标</p> <p>掌握诚信对企业的影响，食品企业诚信表现，食品企业诚信缺失的原因</p> <p>(二)、教学内容</p> <p>1. 我国传统诚信伦理思想及其基本内涵</p> <p>2. 诚信和食品企业诚信表现</p> <p>3. 食品企业社会责任和诚信表现</p> <p>4. 食品企业诚信缺失的原因</p>	2	作业：食品企业诚信建设案例分析	√	√	√	√	√

教学内容	学时	备注	对课程目标的支撑度				
			2.1	2.2	2.3	2.4	2.5
5. 食品安全伦理道德体系建设							

#### 四、教学方法

教学紧扣“课堂讲授、课程讨论、作业训练、考核”等教学要素，灵活采用传统讲授方式、观看录像、电子教案、课程资源上网等多种方法与手段开展教学。同时通过提供教学参考资料、推荐课外阅读材料等拓宽和深化学生的知识面和知识结构。

通过分组讨论、在线答疑和讨论、E-MAIL、微信等方式，对学生进行在线和现场辅导。

教学资源：文字教材、课件等。

#### 五、考核与评价方式及标准

考核以课程目标的达成度为主要目的，以检查学生对各知识点的掌握程度和应用能力为重要内容。

##### （一）考核方式

考核方式采用闭卷笔试，考试课程成绩由期末成绩和平时成绩构成。

##### （二）课程成绩

平时成绩主要根据学生平时作业、课堂讨论等情况综合评定。平时成绩占课程考核成绩的40%，期末考试成绩占60%。

##### 1. 考核环节及说明

成绩构成	考核说明
平时成绩	(1) 平时成绩满分为100分，占总成绩的40% (2) 针对平时成绩对应的课程目标，由出勤、小组作业、课堂讨论等部分构成。
期末考试	(1) 考试方式及占比：采用闭卷笔试，考试成绩100分，占课程考核成绩的60%。 (2) 评定依据：考试成绩的评定根据试卷参考答案和评分标准进行。 (3) 考试题型：可以包含简答题、选择题和案例分析题等。 (4) 考试内容：针对期末考试对应的课程目标。

##### 2. 考核与评价方式

课程目标	成绩比例（平时成绩40%+期末成绩60%）						合计
	平时成绩（40%）					期末成绩 （60%）	
	作业 (20%)	测验 (0%)	实验 (0%)	课堂表现 (0%)	课堂讨论 (20%)		
1	4	0	0	0	4	15	23
2	4	0	0	0	4	15	23
3	4	0	0	0	4	10	18
4	4	0	0	0	4	10	18

5	4	0	0	0	4	10	18
合计(成绩构成)	20	0	0	0	20	60	100%

## 六、课程思政素材

序号	课程思政素材	对应章节	教学方法	对课程目标的支撑度			
				2.1	2.2	2.3	2.4
1	伦理内涵和公民遵纪守法,爱国主义和集体主义、价值观和社会主义核心价值观	第一章第2节	案例教学、观看视频	√		√	
2	功利主义和政府决策,道德自我主义和个人英雄主义、美德伦理、公平公正论和伦理决策,道德人的内涵;肮脏之手和国家利益、爱国主义的联系和意义。	第二章第1、2、3、4、5节	案例分析和讨论	√		√	
3	企业品行、企业社会责任和企业价值观与个人品行、个人社会责任感、个人价值观,一个人在社会中的角色定位,个人发展和社会发展的和谐统一。	第三章第4、5节	案例解读、小组讨论	√		√	
4	企业在全球化中的角色定位,跨文化和中国文化分析,增强爱国主义,加深对中国文化和中华民族传统美德。	第四章第4、6节	课堂讨论、视频资料	√		√	
5	食品安全伦理和生命权、生命伦理、生命的意义,健康的含义和身心全面发展的内涵。	第五章第4、5节	讲授、观看视频	√		√	
6	生产伦理与可持续发展,树立正确的生产观,结合“绿水青山就是金山银山”,深入解读十九大报告精神,增进环保的社会意义,消费伦理和消费维权,树立正确的消费观。	第六章第3、4节	案例分析与讨论	√		√	
7	营销中的文化歧视,树立正确的文化观,增进文化自信和社会制度自信。善因营销,一个人如何在做好事过程中提升自己,实现个人发展和社会发展的双赢。	第七章第2、3、4、5、6节	讲授、案例解读	√		√	
8	企业危机和人生危机,人生如何面对危机,如何正确地看待人生危机和社会危机,增进爱国主义情怀。	第八章第5、7节	小组讨论、典型案例分折	√		√	

9	企业诚信和个人诚信，加强个人诚信教育	第九章第2节	典型案例分析	√		√	
---	--------------------	--------	--------	---	--	---	--

## 七、参考教材和阅读书目

### 参考教材：

序号	作者（	教材或参考书名称	出版社	出版年份
1	琳达·费雷尔	企业伦理学	中国人民大学出版社	2018
2	杨国荣	伦理与存在——道德哲学研究	上海人民出版社	2019
3	廖申白	伦理学概论	北京师范大学出版社	2020

### 阅读书目：

序号	作者	教材或参考书名称	出版社	出版年份
1	亚当·斯密，	道德情操论	商务出版社	2010
2	汤姆·彼彻姆	哲学的伦理学	中国社会科学出版社	2012
3	约翰·罗尔斯	正义论	中国社会科学出版社	2010

## 八、本课程与其他课程的联系

本课程在教学内容上涉及管理学、经济学、伦理学、市场营销、组织行为学、战略管理等方面的基础知识。

主撰人：姜启军

审核人：高雪

英文校对：沈庆会

分管教学院长：李玉峰

日期：2022年9月10日

## 45. 《会展策划》教学大纲

### 一、课程基本信息

课程名称	中文名称：会展策划				
	英文名称：Exhibition Planning And Design				
课程号	5503069	学分	2		
学时	总学时：32	讲授学时	实验学时	上机学时	讨论学时
		0	0	24	8
开课学院	食品学院	开课学期	7		
课程负责人	樊力源	适用专业	文化产业管理		
先修课程及要求	先修课程为《设计学概论》，《构成设计》				

### 二、课程简介

#### （一）课程概况

《会展策划》是文化产业管理专业的选修课程，主要讲授会展的策划、展厅展位的平面策划及立体空间设计工作流程等。通过课程学习，可以培养学生会展相关的构建、设计、策划方面能力，并熟练掌握三维空间建模、渲染效果图等技能，通过对软件 3ds Max/Blender 及相关渲染软件的学习，使学生能在今后的学习甚至就业中多一项可使用的实用技能，提高整体竞争力。

This course is a optional course of packaging engineering major. It mainly teaches graphic design by computer software, such as 3D-modeling software 3DS Max, Blender and render software V-ray and Keyshot, and how to create packaging product design sketch by those software.

By the end of this course, students will be able to use several graphic softwares to model/render/design whatever they need to express. The purpose of this course is to train students creating their thoughts or ideas by using software and may convert prototype into real deal.

#### （二）课程目标

课程目标 1：学习展厅设计的基本规划，熟悉会展活动开展的基本流程和策划相关理论知识，并对会展活动、展厅设置有较为全面的了解；学习举办会展应遵守的相关法律制度及在疫情防控下如何正确策划会展活动。

课程目标 2：理解并掌握展厅设计从平面规划到立体空间建立基础流程和需要注意的相关事宜、规划要点。能够运用三维软件中物件变换功能（移动、旋转、缩放工具）。具备简单建模的能力。

课程目标 3：掌握三维软件建模的编辑功能。能够运用不同功能对同一模型进行建立、改良，并找出最快的建模方式。理解并掌握多边形建模中点、线、面的相关构造。具备分析模型表面的线条或端面分布的能力，提升对 3D 模型、3D 空间的整体逻辑能力。

课程目标 4: 具备针对不同位置、面积大小、展品种类不同的展厅改变设计逻辑、建模思路的能力。掌握模型材质的附加、贴图的使用、及渲染器、材质编辑器中各参数代表的意义, 最终使用渲染器将模型材质表达成展厅效果图。

### 三、教学内容、要求与学时分配

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式(讲授、实验、上机、讨论)	支撑课程目标
第一章 会展策划概述	课程介绍, 课前准备及相关理论的掌握	重点: 会展策划的要点 难点: 会展活动的策划流程	2	讲授、上机	目标 1(H)
第二章 展厅的种类与规划要求 <b>思政融入点:</b> 会展策划与防疫政策	掌握会展策划设计要点、参加、举办会展应遵守的相关法律制度及在疫情防控下如何正确策划会展活动	重点: 会展应该遵守得相关法律法规 难点: 特殊时期的会展举办管理	2	讲授、上机	目标 1(H)
第三章 Blender 入门	掌握三维建模软件 Blender 的界面、基本变换功能	重点: 软件安装 难点: 视图切换	4	讲授、上机	目标 1(H) 目标 2(H)
第四章 多边形建模理论及实践 1	掌握编辑模式里的功能介绍及运用	重点: 编辑多边形 难点: 编辑功能	5	讲授、上机、讨论	目标 1(H) 目标 2(H) 目标 3(H)
第五章 多边形建模理论及实践 2	掌握编辑模式里的高级功能	重点: 编辑多边形 难点: 高级编辑功能	7	讲授、上机、讨论	目标 2(H) 目标 3(H)
第六章 渲染器及模型材质编辑器	掌握材质编辑器设置及、材质属性编辑	重点: 材质编辑器 难点: 各种材质的参数设置	6	讲授、上机	目标 2(H) 目标 3(H) 目标 4(H)

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式（讲授、实验、上机、讨论）	支撑课程目标
第七章 模型渲染 实践	将模型、场景渲染成图的操作	重点：渲染场景 难点：渲染参数调试	4	上机、讨论	目标 2(H) 目标 3(H) 目标 4(H)

#### 四、课程考核评价方式

##### （一）考核方式

考核方式为期末大作业形式。

总成绩=平时成绩+期末大作业成绩。

平时成绩占总成绩得 40%，大作业成绩占总成绩 60%。

##### （二）课程成绩

课程成绩一般由期末成绩和平时成绩构成。平时成绩主要根据学生平时学习态度、听课、作业、课堂讨论、教学参观、平时测验等情况综合评定，平时成绩占各部分占比及评分标准由教师根据实际情况制定。一些含有实验、实践性环节很强的课程可适当增加平时成绩的比例，但须对平时成绩的评定明确要求，不可降低学习过程的评定标准。

课程目标	成绩比例（平时成绩40%+期末成绩60%）			合计
	平时成绩（40%）		期末成绩 （60%）	
	作业(10%)	课堂表现(30%)		
1	0	8	15	23
2	0	8	15	23
3	5	7	15	27
4	5	7	15	27
合计(成绩构成)	10	30	60	100

#### 五、教学方法

本课程教学采用混合式教学的方法，包括：

1. 混合式教学法：多媒体方式授课与上机讲解实践操作相结合，教学的同时引入理论知识的讲授，每个案例后预留一定时间让学生操作并指导；将课程内容难点、要点及笔记总结在泛雅平台的课程中；电脑操作部分单独录制操作视频上传至平台供学生复习时使用。

2. 案例式教学法：使用贴切、生动有趣的引题，让学生针对不同的会展主题、展馆环境、展厅位置等因素及分组进行讨论、设计策划工作。

#### 六、参考材料

##### 参考教材：

华谦生主编，《会展策划》，浙江大学出版社，2022年1月，第4版。

主撰人：樊力源

审核人：高雪

英文校对：沈庆会

教学副院长：郑建明

日期：2022年9月26日

## 附件：各类考核与评价标准表

### 1. 平时成绩评分标准

成绩 课程目标	优秀 (分数 $\geq 90$ 分)	良好 ( $78 \leq$ 分数 $< 90$ )	中等 ( $68 \leq$ 分数 $< 78$ )	及格 ( $60 \leq$ 分数 $< 68$ )	不及格 (分数 $< 60$ 分)
课程目标 1 (8%)	按要求积极完成课上的讨论、准确回答问题；对相关理论知识掌握良好。	按要求完成课上的讨论、对课堂上的问题回答较好；对相关理论知识掌握情况较好。	课堂上基本能够参与讨论、互动；能基本掌握相关理论知识。	课堂上能参与讨论，但积极性欠缺。	不能按照要求完成课上、课后任务；不参与课堂讨论或不回答问题；迟到或缺到过多。
课程目标 2 (8%)	按要求积极完成课上的讨论、准确回答问题；对相关理论知识掌握良好。	按要求完成课上的讨论、对课堂上的问题回答较好；对相关理论知识掌握情况较好。	课堂上基本能够参与讨论、互动；能基本掌握相关理论知识。	课堂上能参与讨论，但积极性欠缺。	不能按照要求完成课上、课后任务；不参与课堂讨论或不回答问题；迟到或缺到过多。
课程目标 3 (12%)	课堂案例讨论和回答问题积极、准确。能积极、准确地完成课后作业。	课堂案例讨论和回答问题较积极，较准确。能较为准确地完成课后作业。	课堂案例讨论和回答问题较积极，回答基本准确。	课堂案例讨论和回答问题不积极，准确性一般。课后作业完成度一般。	课堂案例讨论和回答问题不积极，不准确。未完成课后作业；迟到或缺到过多。
课程目标 4 (12%)	具有良好的模型结构的逻辑分析能力。	具有较好的模型结构的逻辑分析能力。	对模型结构有一定的了解，但无法分析线面关系相关逻辑。	对模型点、线、面有基础了解，但未理解相互关系。	对相关知识点没有了解；迟到或缺到过多。

### 2. 大作业评分标准

成绩 课程目标	优秀 (分数 $\geq 90$ 分)	良好 ( $78 \leq$ 分数 $< 90$ )	中等 ( $68 \leq$ 分数 $< 78$ )	及格 ( $60 \leq$ 分数 $< 68$ )	不及格 (分数 $< 60$ 分)
课程目标 1 (15%)	熟练掌握展厅设计的基本规划，能一次会展策划活动做出良好的细节规划。	较为熟练地掌握策划、设计相关知识。	对会展活动、展厅设置能有较好的理解。	基本了解相关知识但不全面。	对此部分理论知识不了解；迟到或缺到过多。
课程目标 2 (15%)	熟练运用移动、旋转、缩放功能，并能使用快捷键操作如上变换功能。	较好地运用移动、旋转、缩放功能，并能使用快捷键操作部分变换功能。	较好地运用移动、旋转、缩放功能，但无法使用快捷键操作变换功能。	运用移动、旋转、缩放功能效率较低，无法使用快捷键操作变换功能。	无法正常使用任何变换功能；迟到或缺到过多。

成绩 课程目标	优秀 (分数≥90分)	良好 (78≤分数<90)	中等 (68≤分数<78)	及格 (60≤分数<68)	不及格 (分数<60分)
	课程目标3 (15%)	熟练运用编辑模式中的所有功能,并能熟练使用快捷键操作。	较好地运用编辑模式中的大部分功能,并能熟练使用快捷键操作。	较好地运用编辑模式中的部分功能,但无法使用快捷键操作。	能运用编辑模式中的少部分功能,无法使用快捷键操作。
课程目标4 (15%)	能在课堂操作中熟练地对模型的线面关系进行正确地分割、修改。	操作中能较好地 对模型的线面关系进行正确地分割、修改。	操作中能对模型的线面关系进行基本分割、修改。	在老师指导下操作中能对模型的线面关系进行进行基本分割、修改。	无法完成任何操作;缺到或迟到过多。

## 46. 《新媒体运营》教学大纲

### 一、课程基本信息

课程名称	中文名称: 新媒体运营				
	英文名称: New Media Operation				
课程号	63040103		学分	2	
学时	总学时: 32	讲授学时	实验学时	上机学时	讨论学时
		28	0	0	4
开课学院	海洋文化与法律学院		开课学期	7	
课程负责人	蔡霞		适用专业	文化产业管理	
先修课程及要求	管理学原理				

### 二、课程简介

#### (一) 课程概况

本课程是文化产业管理专业的专业选修课程。本课程旨在培养学生深入了解新媒体的概念和现状、其运营特点,掌握与新媒体密不可分的新闻学、传播学、法学和网络技术等方面的知识,能够熟练综合运用文字写作能力、图片、视频、音频,完成简单的新媒体内容制作、活动策划、运营与推广,熟练应用进行实践操作。

The course is a specialized option for students under the major of cultural industry management. The aims of the course are as follows. Students will have an in-depth understanding of the concept and current situation of new media, as well as its operational characteristics; they will master the knowledge of journalism, communication, law and network technology that are inseparable from new media; they will be able to use pictures, videos, audios with writing skills

proficiently and comprehensively to conduct simple content production, event planning, operation and promotion, and furthermore to use them skillfully for practical operation.

## （二）课程目标

课程目标 1：了解新媒体与传统媒体的区别，掌握新媒体形态演变的主要特征。了解新媒体的发展现状。

课程目标 2：理解新媒体中“内容”与“渠道”之间的关系，能够运用新闻学与传播学的知识理论，初步分析新媒体运营中出现的现象。

课程目标 3：了解法律中与新媒体相关的法律知识，能够运用法律知识，初步规避新媒体运营中出现的法律问题。了解中国新媒体在国际传播中地位和现状。

课程目标 4：重点掌握新媒体的运营规律，并能综合运用文字写作能力、图片、视频、音频，完成简单的新媒体内容制作、活动策划、运营与推广，在新媒体运营中体现创新意识。

课程目标 5：落实立德树人根本任务，把课程学习与社会主义核心价值观培养紧密结合起来，培养学生的爱国主义，树立正确的人生观和价值观。

## 三、教学内容、要求与学时分配

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式（讲授、实验、上机、讨论）	支撑课程目标
第一章 了解新媒体 （1）新媒体的概念、内容以及发展现状 （2）从内容为王到渠道为王 （3）海大新媒体的运营现状 思政元素：树立正确的人生观和价值观	了解新媒体的概念、内容以及发展现状 掌握“内容”与“渠道”的本质 了解学校新媒体的建设情况	<b>重点：</b> “内容”与“渠道”的内容 <b>难点：</b> “内容为王”转为“渠道为王”	2	讲授	1
第二章 新媒体的特征 （1）新媒体形态演变的主要特征 （2）新媒体发展的总体本质特征 思政元素：“和平演变”、网络强国	掌握新媒体形态演变的主要特征 掌握新媒体发展的总体本质特征	<b>重点：</b> 新媒体形态演变的主要特征 <b>难点：</b> 新媒体形态演变的主要特征	2	讲授	1

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式（讲授、实验、上机、讨论）	支撑课程目标
第三章 新媒体中的新闻学 (1) 5W1H (2) 新闻客观性 (3) 新闻价值 (4) 新闻真实性 (5) 使用与满足 思政元素：正确对待、使用新媒体	掌握 5H1W 掌握新闻的特征	<b>重点：</b> 新闻的主要特征 <b>难点：</b> 5H1W	4	讲授	2
第四章 新媒体中的传播学 (1) 议程设置 (2) 媒介即讯息 (3) “把关人” (4) 沉默的螺旋 (5) “唯流量论” “病毒式传播” “人人皆媒体” 思政元素：以“数字鸿沟”为例，培养学生的爱国主义	了解常见的传播理论。 掌握“议程设置”“把关人”理论。 了解新媒体中的传播新观点	<b>重点：</b> “议程设置”和“把关人” <b>难点：</b> 媒介即讯息、沉默的螺旋	4	讲授	2
第五章 与新媒体有关的法律 (1) 中国在新媒体的监管法律 (《互联网信息服务管理办法》) (2) 知识产权 (3) 广告法、不正当竞争关系 思政元素：树立正确的法治意识	了解新媒体的监管法律 掌握知识产权、广告法中的重要内容	<b>重点：</b> 知识产权、广告法 <b>难点：</b> 肖像权、署名权	4	讲授	3
第六章 国际上的新媒体概览 (1) 国际新媒体概览 (2) 中国新媒体在国际传播中的话语权	了解国际新媒体 理解“数字鸿沟”	<b>重点：</b> “数字鸿沟” <b>难点：</b> “数字鸿沟”	2	讲授	3

教学内容	预期学习成果	重点、难点	学时	教学方式（讲授、实验、上机、讨论）	支撑课程目标
思政元素：坚守意识形态阵地					
第七章 认识新媒体运营 (1) 新媒体运营的定义 (2) 新媒体运营包括的环节 思政元素：树立正确的价值观	理解新媒体运营的定义 掌握新媒体运营的环节	<b>重点：</b> 新媒体运营的环节 <b>难点：</b> 新媒体运营的环节	2	讲授	4
第八章 新媒体的运营实践 (1) 今日头条 (2) 微信公众号 (3) 抖音 (4) 小红书 思政元素：网络安全	理解新媒体运营成功的关键 初步分析新媒体运营的要素	<b>重点：</b> 运营成功的新媒体含有的要素 <b>难点：</b> 新媒体运营必不可少的要素	2	讲授、讨论	4
第九章 新媒体的产品与用户定位 (1) 用户与产品定位 (2) 构建用户与产品的画像 (3) 确定运营渠道 思政元素：树立正确的金钱观	能准确为用户和产品定位 掌握寻找高频词汇与热点词汇的技巧	<b>重点：</b> 寻找高频词汇与热点词汇 <b>难点：</b> 确定产品的特质、用户定位	4	讲授	4
第十章 新媒体文案编辑技巧 (1) 文案编辑技巧 (2) 配图技巧 (3) 其他细节 思政元素：职业道德与职业操守	掌握书写、编辑、发布公众号文案的技巧 文案的特点、文案的标题设计、文案的正文书写要点 文案的配图和其他细节构成	<b>重点：</b> 热门文案的特点，文案的全文构思 发布公众号文案的步骤 <b>难点：</b> 使用第三方编辑器进行恰当的图文排版	4	讲授	4
小结	小结	小结	2	讨论	4

#### 四、课程考核评价方式

考核以课程目标的达成度为主要目的,以检查学生对各知识点的掌握程度和应用能力为重要内容。

### (一) 考核方式

考核方式: 开卷笔试。

考试课程成绩一般由期末成绩和平时成绩构成。

### (二) 课程成绩

平时成绩占课程考核比例的 40%。

期末考试占课程考核比例的 60%。

#### 1. 考核环节及说明

成绩构成	考核说明
平时成绩	(1) 平时成绩满分为 100 分, 占总成绩的 40% (2) 针对平时成绩对应的课程目标, 由作业、课堂表现等部分构成。
期末考试	(1) 考试方式及占比: 采用开卷笔试, 考试成绩 100 分, 占课程考核成绩的 60%。 (2) 评定依据: 考试成绩的评定根据试卷参考答案和评分标准进行。

#### 2. 考核与评价方式

课程目标	成绩比例 (平时成绩40%+期末成绩60%)			合计
	平时成绩 (40%)		期末成绩 (60%)	
	作业 (20%)	课堂表现 (20%)		
1	5	5	10	20
2	5	5	10	20
3	5	5	10	20
4	5	5	30	40
合计(成绩构成)	20	20	60	100

## 五、教学方法

(1) 教学资源的立体化设计与实践: 参考国内外大量教材, 将课程理论、实际案例、动手操作的内容, 特别将上海海洋大学党委宣传部海大通讯社(官微团队、摄影协会、记者团、广播台)、海纳文化工作室近年来积累的新媒体运营资源相结合, 精心打磨出教案, 教案与参考教材有很大的不同, 既采用了国内顶尖传媒高校、单位的理论成果, 又结合了学生的实际情况, 提高他们的“动手”能力, 避免了“单”边授课的枯燥现象, 提高上课效率。

(2) 教学方法的立体化设计与实践: 结合行业现状所面临的问题, 采用教师讲授+学生讨论、动手+师生互评的教学方法, 不仅让学生有理论支撑、知识拓展, 更具备自主选题、独立操作的能力, 激发学生的创新思维, 力图解决“如何上手”这一实际问题。

(3) 教学手段的立体化设计与实践: 做到媒体与运营相结合、理论与实践相结合、创新思维与落地实现相结合, 提高学生的综合应用能力。

(4) 教学评价的立体化设计与实践：要求学生结合现状的新闻热点，围绕新媒体运营的基本技能，初步解决实际问题。

讨论式、案例式、混合式教学等。

## 六、参考材料

参考教材：

1. 刘友芝，《新媒体运营（21世纪新媒体专业系列教材）》，中国人民大学出版社，2008年1月，第1版。
2. 刘珊，《大数据与新媒体运营》，中国传媒大学出版社，2017年10月，第1版。
3. 韩菲，《新媒体运营：法律的规制与保护》，法律出版社，2022年1月，第1版。
4. (丹)延森,刘群，《媒介融合：网络传播、大众传播和人际传播的三重维度》，复旦大学出版社，2012年9月，第1版。
5. [美] 斯坦利·J·巴兰 (Stanley J. Baran) 著，何朝阳 译，《大众传播概论：媒介素养与文化（第8版）》，中国人民大学出版社，2016年9月，第8版。

主撰人：蔡霞

审核人：高雪

英文校对：沈庆会

教学副院长：郑建明

日期：2022年9月26日

## 附件：各类考核与评价标准表

### 1. 平时成绩评分标准

成绩 课程目标	优秀 (分数≥90分)	良好 (78≤分数<90)	中等 (68≤分数<78)	及格 (60≤分数<68)	不及格 (分数<60分)
课程目标 1 (10%)	学习积极主动，认真听讲，回答问题积极，正确完成课堂作业。正确理解新媒体与传统媒体的区别，正确掌握新媒体演变的主要特征，非常了解新媒体的发展现状。	学习态度端正，能认真听讲，回答问题较为积极，可正确完成课堂作业。对新媒体与传统媒体区别的理解较为正确，较为正确掌握新媒体演变的主要特征，了解新媒体的发展现状。	回答问题积极性不高，可以理解新媒体与传统媒体区别，基本掌握新媒体演变的主要特征，了解新媒体的发展现状。	很少主动回答问题，正确完成课堂作业有一定难度，勉强理解新媒体与传统媒体区别、勉强掌握新媒体演变的主要特征，不太清楚新媒体的发展现状。	回答问题不积极，不提交平时作业，无法理解新媒体与传统媒体区别、无法掌握新媒体演变的主要特征，完全不了解新媒体的发展现状。
课程目标 2 (10%)	正确理解新媒体中“内容”与“渠道”之间的关系，正确运用新闻与传播的知识理论，正确分析新媒体运营中出现的现象。	较为正确理解新媒体中“内容”与“渠道”之间的关系，较为正确运用新闻与传播的知识理论，较为正确分析新媒体运营中出现的现象。	基本理解新媒体中“内容”与“渠道”之间的关系，基本可以运用新闻与传播的知识理论，基本可以分析新媒体运营中出现的现象。	模糊理解新媒体中“内容”与“渠道”之间的关系，运用新闻与传播的知识理论和分析新媒体运营中出现的现象较差。	无法理解新媒体中“内容”与“渠道”之间的关系，无法运用新闻与传播的知识理论，无法分析新媒体运营中出现的现象。
课程目标 3 (10%)	非常了解法律中与新媒体相关的法律知识，能够正确运用法律知识，非常了解中国新媒体在国际传播中地位和现状。	较为了解法律中与新媒体相关的法律知识，基本可以运用法律知识。了解中国新媒体在国际传播中地位和现状。	对法律中与新媒体相关的法律知识认识一般，不太能够运用法律知识，对中国新媒体在国际传播中地位和现状了解一般。	不太具备法律中与新媒体相关的法律知识，运用法律知识的能力较差。不太了解中国新媒体在国际传播中地位和现状。	完全不了解法律中与新媒体相关的法律知识，无法运用法律知识，完全不了解中国新媒体在国际传播中地位和现状。
课程目标 4 (10%)	熟谙新媒体的运营规律，熟练综合运用文字写作能力、图片、视频、音频，出色完成新媒体运营的初步文案。	熟悉新媒体的运营规律，正确综合运用文字写作能力、图片、视频、音频，完成新媒体运营的初步文案。	对新媒体的运营规律理解一般，可以运用文字写作能力、图片、视频、音频，但综合能力不强，能够完成新媒体运营的初步文案。	不太熟悉新媒体的运营规律，只能片面运用文字写作能力、图片、视频、音频中的一种，勉强新媒体运营的初步文案。	完全不了解新媒体的运营规律，无法运营新媒体运营中的技巧之一，无法完成新媒体运营的初步文案。

## 2. 期末考核与评价标准

成绩 课程目标	优秀 (分数≥90分)	良好 (78≤分数<90)	中等 (68≤分数<78)	及格 (60≤分数<68)	不及格 (分数<60分)
课程目标1 (10%)	熟练掌握新媒体的内涵和其规律	较好掌握新媒体的内涵和其规律	基本掌握新媒体的内涵和其规律	掌握新媒体内涵和其规律的能力较差	完全无法掌握新媒体的内涵和其规律
课程目标2 (10%)	熟练掌握新闻与传播的知识理论	较好掌握新闻与传播的知识理论	基本掌握新闻与传播的知识理论	掌握新闻与传播的知识理论能力较差	完全无法掌握新闻与传播的知识理论
课程目标3 (10%)	熟练掌握法律中与新媒体相关的法律知识,熟练运用这些法律知识	较好掌握法律中与新媒体相关的法律知识,较好运用这些法律知识	法律中与新媒体相关的法律知识不熟练,这些法律知识不熟练	运用法律中与新媒体相关的法律知识能力较差	无法运用法律中与新媒体相关的法律知识
课程目标4 (30%)	熟练运用文字写作能力、图片、视频、音频,出色完成新媒体运营的初步文案。	教为熟练运用文字写作能力、图片、视频、音频,能够完成新媒体运营的初步文案。	运营新媒体的能力一般	只能片面使用单一的新媒体运营技巧	不具有新媒体运营的能力

## 47. 《电脑美术与创意设计实训》教学大纲

### 一、课程基本信息

基本信息	课程名称	中文	电脑美术与创意设计实训		
		英文	Computer Art and Creative Design Training		
	课程号	7503434	开课学期	短1	
	学分	2	实习周数	2	
	面向专业	文化产业管理	先修课程	艺术美学、设计学概论	
组织与实施	海洋文化与法律学院				
指导用书	徐琨,《电脑美术设计教学与实训》,北京联合出版公司,2013年			自编[ ]统编[✓]	
	蒋罗生,《电脑美术基础》,中国电力出版社,2013年			自编[ ]统编[✓]	

## 二、课程简介（Course Description）

### （一）课程概况

该课程是文化产业管理专业的实训课程，主要讲授电脑美术与创意设计有关知识。针对二维领域的广告设计、包装设计、书籍装帧设计、标志设计、网页美术设计等方面，介绍构成、构图、图形创意、透视原理等电脑美术设计基础知识、基本原理、表现手法，并采用教学和科研成果进行创意解析、设计思路及流程图分析，用典型项目任务驱动诠释电脑美术设计常用软件的功能和具体使用方法，注重个人素质和实际动手能力的培养。通过课程学习，学生可以结合当前电脑美术设计的流行软件如 Photoshop，制作设计类作品，掌握基础的平面设计软件操作方法。

This is a practical training course for the major of cultural industry management, mainly teaching computer art and creative design knowledge. It introduces the basic knowledge, basic principles and expression methods of computer art design, such as formation, composition, graphic creativity, perspective principle, etc. in the field of two-dimensional advertising design, , packaging design, book binding design, logo design, web page art design, and uses teaching and scientific research achievements for creative analysis, design ideas and flow chart analysis, with the typical project task-driven interpretation of computer art design commonly-used software functions and specific methods of use, highlighting the cultivation of personal quality and practical ability. Through the course study, students can utilize the current popular computer art design software such as Photoshop, make design works, and master the basic graphic design software operation method.

### （二）课程目标

课程目标 1：理解并掌握针对二维领域的广告设计、包装设计、书籍装帧设计、标志设计、网页美术设计等方面的构图、图形创意、透视原理等电脑美术设计基础知识、基本原理、表现手法。

课程目标 2：通过掌握基本的平面类图形软件处理知识，能够运用软件操作知识处理平面图形，具备运用计算机图形处理软件辅助解决设计表现的能力；

课程目标 3：理解计算机软件图形处理工具与创意表现之间的关系，具有挖掘中国文化内涵展现海洋特色的优秀创意、独立开展计算机辅助表现设计的能力，为后续其他设计类课程的学习打好基础；

### （三）课程目标和毕业要求的对应关系

课程目标	毕业要求指标点	毕业要求
1	2-3 掌握文化史论与设计类专业基础知识，把握文化发展脉络，提升设计能力。	2.（专业知识）：能够将产业、管理、经济、文化、艺术、设计类等相关专业用于分析和解决文化产业相关领域的管理问题，具备基本的文化创意设计能力，掌握创造、创新基本方法。
2	5-2 使用与设计相关或与人工智能相关的信息技术工具。	5.（使用现代化工具）：针对复杂的文化产业管理问题，能够选择和使用合适的信息、资源、技术和现代统计学工具、计算机辅助设计软件、人工智能等现代信息技术，对文化产业相关领域复杂管理问题进行预测、干预，并提出解决方案。
3	4-3 掌握海洋文化产业相关	4.（设计、策划解决方案）：具有创新意识，能够综合考虑

课程目标	毕业要求指标点	毕业要求
	知识，运用于海洋特色或相关文化产业项目设计、策划或管理。	社会、经济、健康、安全、法律、文化等多元因素，以问题和需求为导向，设计出满足特定需求的管理或项目方案及实施流程。

### 三、实践教学内容

教学内容	天数	地点	教学方法	支撑课程目标
第一章：电脑美术概述 第一节 美的本质 第二节 电脑美术 第三节 图形图像有关的基本概念 第四节 常用的电脑美术软件	1	机房	讲授	1
第二章：构图设计 第一节 构图概念 第二节 透视学与构图 第三节 构图的形式美法则 第四节 构图的基本结构形式 第五节 色彩与构图 第六节 构图在设计中的应用	1	机房	讲授、练习	1
第三章：创意与图形创意 第一节 创意学概述 第二节 创意方法 第三节 图形 第四节 图形创意	1	机房	讲授、练习	1
第四章：Photoshop CS6 第一节 初识 Photoshop CS6 第二节 选区 第三节 通道 第四节 图层 第五节 图像绘制与修饰 第六节 色彩处理 第七节 路径 第八节 文字 第九节 滤镜	5	机房	讲授、上机实验	2
第五章：创意设计实训 海洋主题平面海报设计	2	机房	上机实验	1、2、3

### 四、考核方式及成绩评定

生产实习的成绩考核根据学生平时的实习现场行为表现、每天实习内容的日志记录情况、实习最终的总结报告和实习完成后的答辩情况进行综合打分，各部分内容占课程总成绩的比例由教师根据实际情况确定。课程总成绩（百分制）按以上各部分内容核算后（四舍五入取整），根据 90-100 分为优秀，80-89 为良好，70-79 为中等，60-69 为及格，小于 60 为不及格进行等级判定。

#### 考核与评价方式

课程目标	成绩比例				合计
	现场表现 (25%)	实习日志 (15%)	实习报告 (30%)	答辩 (30%)	
课程目标 1	5	5	10	10	30
课程目标 2	10	5	10	10	35
课程目标 3	10	5	10	10	35

主撰人：高雪

审核人：郑建明

英文校对：沈庆会

教学副院长：郑建明

日期：2022 年 9 月 26 日

## 附件：各类考核与评价标准表

### 1.现场表现考核内容和评分标准

课程目标	考核内容	评分标准				
		优秀 (分数≥90分)	良好 (78≤分数<90)	中等 (68≤分数<78)	及格 (60≤分数<68)	不及格 (分数<60分)
课程目标 1 (5%)	现场表现	出勤全满，无请假、迟到。教师讲授有关知识理论的时候能够认真听讲，并做笔记，积极互动。	出勤良好，请假、迟到情况少，教师讲授有关知识理论的时候能够认真听讲，并做笔记，积极互动。	出勤有少量请假、迟到情况，教师讲授有关知识理论的时候能够听讲，并做笔记。	出勤有请假、迟到情况，教师讲授有关知识理论的时候能够听讲，并做部分笔记。	出勤状况不佳，教师讲授有关知识理论的时候未认真听讲，未做笔记。
课程目标 2 (10%)	现场表现	在软件操作阶段能够反复练习操作，能够举一反三，实训参与度高。	在软件操作阶段能够多次练习操作，能够理解操作步骤，实训参与度高。	在软件操作阶段能够练习操作，能够理解操作步骤，实训参与度合格	在软件操作阶段能够练习操作，能够理解操作步骤，实训参与度基本合格。	在软件操作阶段不能够练习操作，不理解操作步骤，实训参与度不够。
课程目标 3 (10%)	现场表现	在创意阶段能够调动积极性，积极开展头脑风暴，并能将创意转化为设计方案。	在创意阶段能够调动积极性，积极参与头脑风暴，并能将创意转化为设计方案。	在创意阶段能够根据课题展开联想，基本能将创意转化为设计方案。	在创意阶段能够根据课题展开联想，基本能将一部分创意转化为设计方案。	在创意阶段不能够根据课题展开联想，未能将创意转化为设计方案。

### 2.实训日志考核内容和评分标准

课程目标	考核内容	评分标准				
		优秀 (分数≥90分)	良好 (78≤分数<90)	中等 (68≤分数<78)	及格 (60≤分数<68)	不及格 (分数<60分)
课程目标 1 (5%)	实训日志	实训日记完整而丰富，能够记录有关构图、图形创意等设计知识。	实训日记丰富，能够记录有关构图、图形创意等设计知识。	实训日记完整，能够记录有关构图、图形创意等设计知识。	实训日记相对完整，能够记录一部分有关构图、图形创意等设计知识。	实训日记不完整，未能够记录有关构图、图形创意等设计知识。
课程目标 2 (5%)	实训日志	软件实训过程中，能够将操作步骤总结在实训日志中，做到丰富而细致。	软件实训过程中，能够将操作步骤总结在实训日志中，内容丰富。	软件实训过程中，能够将操作步骤总结在实训日志中，内容完整。	软件实训过程中，能够将一部分操作步骤总结在实训日志中，内容相对完整。	软件实训过程中，不能够将操作步骤总结在实训日志中。
课程目标 3 (5%)	实训日志	综合实训阶段记录如何提炼文化内涵转化为创意源泉，善于总结方法，日志中能够展现思维导图。	综合实训阶段记录如何提炼文化内涵转化为创意源泉，有总结方法，日志中能够展现思维导图。	综合实训阶段记录部分如何提炼文化内涵转化为创意源泉，有一定的总结方法。	综合实训阶段记录部分如何提炼文化内涵转化为创意源泉，有总结。	综合实训阶段未记录部分如何提炼文化内涵转化为创意源泉。

### 3. 实训报告考核内容和评分标准

课程目标	考核内容	评分标准				
		优秀 (分数≥90分)	良好 (78≤分数<90)	中等 (68≤分数<78)	及格 (60≤分数<68)	不及格 (分数<60分)
课程目标 1 (10%)	实训报告	在综合专题设计中,实训报告详细介绍使用到的基础理论知识,报告详尽有条理。	在综合专题设计中,实训报告能够介绍使用到的基础理论知识,报告详尽。	在综合专题设计中,实训报告能够介绍使用到的基础理论知识,报告有条理。	在综合专题设计中,实训报告基本能够介绍使用到的基础理论知识。	在综合专题设计中,实训报告不能够介绍使用到的基础理论知识。
课程目标 2 (10%)	实训报告	实训报告中的软件操作流程完善,过程介绍细致,图形图像处理的过程记录完整,最终效果图设计精美,有创意。	实训报告中的软件操作流程完整,过程介绍细致,图形图像处理的过程记录完整,最终效果图设计感良好,有创意。	实训报告中的软件操作流程完整,图形图像处理的过程记录完整,最终效果图设计感良好,有一定的创意。	实训报告中的软件操作流程、图形图像处理的过程记录基本完整,最终效果图设计有一定的创意。	实训报告中的软件操作流程、图形图像处理的过程记录不完整,最终效果图设计无创新。
课程目标 3 (10%)	实训报告	实训报告中能够详细阐述计算机软件图形处理工具与创意表现之间的关系,具有挖掘中国文化内涵展现海洋特色的优秀创意、独立开展计算机辅助表现设计的能力,善于总结经验。	实训报告中能够阐述计算机软件图形处理工具与创意表现之间的关系,具有挖掘中国文化内涵展现海洋特色的良好创意、独立开展计算机辅助表现设计的能力,能够总结经验。	实训报告中能够阐述计算机软件图形处理工具与创意表现之间的关系,具有挖掘中国文化内涵展现海洋特色的创意、开展计算机辅助表现设计的能力,能够总结经验。	实训报告中基本能够阐述计算机软件图形处理工具与创意表现之间的关系,具有挖掘中国文化内涵展现海洋特色的创意、开展计算机辅助表现设计的基本能力。	实训报告中不能够阐述计算机软件图形处理工具与创意表现之间的关系,不具有挖掘中国文化内涵展现海洋特色的创意、开展计算机辅助表现设计的基本能力。

### 4.实训答辩考核内容和评分标准

课程目标	考核内容	评分标准				
		优秀 (分数≥90分)	良好 (78≤分数<90)	中等 (68≤分数<78)	及格 (60≤分数<68)	不及格 (分数<60分)
课程目标 1 (10%)	实训答辩	对基础设计知识有关问题回答流畅而有自信,语速稳健,举止大方,能够全面介绍自己课题的设计原理、方法和流程。	对基础设计知识有关问题回答流畅,语速稳健,举止大方,能够全面介绍自己课题的设计原理、方法和流程。	对基础设计知识有关问题回答完整,语速合适,举止妥帖,能够完整介绍自己课题的设计原理、方法和流程。	对基础设计知识有关问题回答基本完整,能够介绍自己课题的设计原理、方法和流程。	对基础设计知识有关问题回答不够完整,未能够介绍自己课题的设计原理、方法和流程。
课程目标 2 (10%)	实训答辩	对软件操作知识掌握全面回答问题流畅而有自信,能够选择合适的图形处理方法,完美的呈现设计预想。	对软件操作知识掌握全面回答问题流畅,能够选择合适的图形处理方法,良好的呈现设计预想。	对软件操作知识基本掌握,回答问题完整,能够选择合适的图形处理方法呈现设计预想。	对软件操作知识基本掌握,回答问题基本完整,能够选择一定的图形处理方法呈现设计预想。	对软件操作知识基本掌握,回答问题不完整,不能够选择合适的图形处理方法呈现设计预想。

课程目标	考核内容	评分标准				
		优秀 (分数≥90分)	良好 (78≤分数<90)	中等 (68≤分数<78)	及格 (60≤分数<68)	不及格 (分数<60分)
课程目标3 (10%)	实训答辩	对课题的创新点阐述完整而富有吸引力,能够抓住重点,引人入胜。对文化创意的提炼准确富有强烈的民族文化自豪感。	对课题的创新点阐述完整而细致,能够详略得当。对文化创意的提炼准确,富有民族文化自豪感。	对课题的创新点阐述完整,能够详略得当,对文化创意的提炼有一定方法,富有民族文化自豪感。	对课题的创新点阐述基本完整,对文化创意的提炼有一定方法。	对课题的创新点阐述不完整,对文化创意的提炼缺少方法。

## 48. 《文化项目策划实训》教学大纲

### 一、课程基本信息

基本信息	课程名称	中文	文化项目策划实训		
		英文	Cultural Project Planning Practical Training		
	课程号	7503435	开课学期	短2	
	学分	2	实践周数	2	
	面向专业	文化产业管理	先修课程	文化项目策划与管理	
组织与实施	在党政机关、企事业单位及社会组织等部门和领域从事文化管理、文案策划与设计、文化交流与传播等实际工作,形成对专业的初步认识。与上海市文创协会建立实训基地,参与相关企事业单位的文化项目策划。				
指导用书	董峰:《艺术项目策划:全国大学生艺术项目策划大赛优秀作品评析》,东南大学出版社。			自编[ ]统编[ ]	
	郑新文:《艺术管理概论:香港地区经验及国内外案例》,上海音乐出版社。			自编[ ]统编[ ]	

### 二、课程简介 (Course Description)

#### (一) 课程概况

文化艺术活动是与文化艺术创作的各种物质要素和精神要素的总称,文化艺术的创造、构建,以及文化艺术资源的保护和利用是艺术管理的重要课题。为创造良好的文化产业机制与环境,推进文化艺术项目创作的繁荣,本课程将培养学生具备以下素质和能力:

(1)建立有益于艺术活动的社会机制。艺术活动需要良好的机制,无论是艺术企业,群体,个人,需建立在良好的,畅通的运行机制之上,方能保证艺术创作活动的高效率运行。

(2) 创造和谐的人际环境。艺术活动中人与人的关系，是艺术生产力发展的强大驱动力。艺术活动中人与人的关系主要包括：艺术生产者与管理者，艺术生产者之间，生产者与消费者。

(3) 保护艺术家的利益。艺术生产者是艺术生产力中的第一要素。在艺术生产力发展中尊重人才，艺术家建立和健全人才培养，极大地调动艺术生产者的积极性和创作动力，是驱动文化艺术健康与持续发展的关键。

Cultural and artistic activities are the general term of various material and spiritual elements of cultural and artistic creation, and the creation and construction of culture and art, as well as the protection and utilization of culture and art resources are important subjects of art management. In order to create a good mechanism and environment for cultural industry and promote the prosperity of cultural and artistic projects, this course will train students with the following qualities and abilities:

(1) Establishing social mechanisms beneficial to arts activities. Art activities need good mechanism; whether art enterprises, groups, individuals, all need to build on good and smooth running mechanism, so that art creation activities can run efficiently.

(2) Creating a harmonious interpersonal environment. The relationship between people in art activities is a powerful driving force for the development of artistic productive forces. The relationship between people in art activities includes: art producers and managers, art producers with each other, and art producers and consumers.

(3) Protecting the interests of artists. Art producers are the first element of artistic productivity. The key to the healthy and sustainable development of arts and culture is to respect talents in the development of artistic productivity, establish and perfect talented people, and bring into full play the initiative and creative drive of art producers.

## (二) 课程目标

课程目标 1: 培养学生具备优良的思想与道德修养，具有清醒的政策与法规意识，具有高尚的道德修养，具有宏观的视野与敏锐的思想。

课程目标 2: 培养学生在文化艺术项目实践中的创新意识、创新能力、组织才干。

课程目标 3: 懂得经济规律、熟悉市场经营；熟悉艺术活动；善于规划运筹。

## (三) 课程目标和毕业要求的对应关系

课程目标	毕业要求指标点	毕业要求
1	7-3 能与其他学科的成员有效沟通，合作共事，并能够在团队中独立或合作开展工作；能够组织、协调和指挥团队开展工作。	7.（职业素养）具备良好的语言沟通和规范的文字表达能力、资料收集与分析能力、人文社会科学素养和社会责任感，严格遵守职业道德与规范，正确把握团队和个人的关系，在团队中胜任个体、团队成员或负责人的角色。
2	7-3 能与其他学科的成员有效沟通，合作共事，并能够在团队中独立或合作开展工作；能够组织、协调和指挥团队开展工作。	7.（职业素养）具备良好的语言沟通和规范的文字表达能力、资料收集与分析能力、人文社会科学素养和社会责任感，严格遵守职业道德与规范，正确把握团队和个人的关系，在团

课程目标	毕业要求指标点	毕业要求
		队中胜任个体、团队成员或负责人的角色。
3	4-2 评估和优化管理方案或项目方案, 总结经验, 形成可复制、可推广的解决方案。	4. (设计、策划解决方案) 具有创新意识, 能够综合考虑社会、经济、健康、安全、法律、文化等多元因素, 以问题和需求为导向, 设计出满足特定需求的管理或项目方案及实施流程。

#### 四、实践教学内容

教学内容	天数	地点	教学方法	支撑课程目标
在党政机关、企事业单位及社会组织等部门和领域从事文化管理、文案策划与设计、文化交流与传播等实际工作。	14	党政机关、企事业单位及社会组织等部门	实践+讨论	1、2、3

#### 五、考核方式及成绩评定

生产实习的成绩考核根据学生平时的实习现场行为表现、每天实习内容的日志记录情况、实习最终的总结报告和实习完成后的答辩情况进行综合打分。

##### 考核与评价方式

课程目标	成绩比例			合计
	现场表现 (40%)	实习出勤 (20%)	实习报告 (40%)	
课程目标 1		20		20
课程目标 2	20		20	40
课程目标 3	20		20	40
合计	40	20	40	100

主撰人：曹原

审核人：高雪

英文校对：沈庆会

教学副院长：郑建明

日期：2022年9月26日

## 附件：各类考核与评价标准表

### 1.现场表现考核内容和评分标准

课程目标	考核内容	评分标准				
		分数 $\geq$ 90分	78 $\leq$ 分数 $<$ 90	68 $\leq$ 分数 $<$ 78	60 $\leq$ 分数 $<$ 68	分数 $<$ 60分
课程目标 2 (20%)	职业素养	在文化艺术项目实践中有优质创新意识、创新能力、组织才干。	在文化艺术项目实践中有较多创新意识、创新能力、组织才干。	在文化艺术项目实践中有一般创新意识、创新能力、组织才干。	在文化艺术项目实践中有较少创新意识、创新能力、组织才干。	在文化艺术项目实践中缺乏创新意识、创新能力、组织才干。
课程目标 3 (20%)	设计、策划解决方案	较好懂得经济规律、熟悉市场经营；熟悉艺术活动；善于规划运筹。	基本懂得经济规律、熟悉市场经营；比较熟悉艺术活动；比较善于规划运筹。	一般懂得经济规律、熟悉市场经营；一般熟悉艺术活动；一般善于规划运筹。	勉强懂得经济规律、熟悉市场经营；不太熟悉艺术活动；不太善于规划运筹。	不懂得经济规律、熟悉市场经营；不熟悉艺术活动；不善于规划运筹。

### 2.实习出勤考核内容和评分标准

课程目标	考核内容	评分标准				
		分数 $\geq$ 90分	78 $\leq$ 分数 $<$ 90	68 $\leq$ 分数 $<$ 78	60 $\leq$ 分数 $<$ 68	分数 $<$ 60分
课程目标 1 (20%)	职业素养	满勤或偶有迟到	请假 1 次，偶有迟到	请假 2 次以上或经常迟到	请假 3 次以上或经常迟到早退	不请假缺席

### 3.实习报告考核内容和评分标准

课程目标	考核内容	评分标准				
		分数 $\geq$ 90分	78 $\leq$ 分数 $<$ 90	68 $\leq$ 分数 $<$ 78	60 $\leq$ 分数 $<$ 68	分数 $<$ 60分
课程目标 2 (20%)	职业素养	在文化艺术项目实践中有优质创新意识、创新能力、组织才干。	在文化艺术项目实践中有较多创新意识、创新能力、组织才干。	在文化艺术项目实践中有一般创新意识、创新能力、组织才干。	在文化艺术项目实践中有较少创新意识、创新能力、组织才干。	在文化艺术项目实践中缺乏创新意识、创新能力、组织才干。
课程目标 3 (20%)	设计、策划解决方案	较好懂得经济规律、熟悉市场经营；熟悉艺术活动；善于规划运筹。	基本懂得经济规律、熟悉市场经营；比较熟悉艺术活动；比较善于规划运筹。	一般懂得经济规律、熟悉市场经营；一般熟悉艺术活动；一般善于规划运筹。	勉强懂得经济规律、熟悉市场经营；不太熟悉艺术活动；不太善于规划运筹。	不懂得经济规律、熟悉市场经营；不熟悉艺术活动；不善于规划运筹。

## 49. 《商务礼仪与沟通交流实训》教学大纲

### 一、课程基本信息

基本信息	课程名称	中文	商务礼仪与沟通交流实训		
		英文	Business Etiquette and Communication Training		
	课程号	7503436	开课学期	5	
	学分	1	实习周数	1	
	面向专业	文化产业管理	先修课程	国际交往与礼仪	
组织与实施	1. 课堂教学。通过讲授、讨论等，巩固先修课程知识，为实训的顺利开展奠定基础； 2. 校内礼仪实训。通过校内活动，在活动中训练学生的礼仪与沟通能力； 3. 校外礼仪实训。通过有组织的校外活动，进一步提高学生礼仪素养与沟通能力。				
指导用书	编者，教材名称，版别， 版次			自编 [ ] 统编 [ ]	
	滕新贤、傅琼，《现代礼仪教程》，中国农业出版社，2011年7月第1版。			自编 [ ] 统编 [ <input checked="" type="checkbox"/> ]	

### 二、课程简介（Course Description）

#### （一）课程概况

本课程是文化产业管理专业的一门专业实践课程。课程内容包括商务礼仪、沟通技巧的基本理论知识，以及与商务活动关系极为密切的仪表礼仪、语言礼仪、餐饮礼仪、通联礼仪等。本课程旨在通过讲授和校内外实习，让学生理解、掌握商务礼仪和沟通交流的基础知识，并能够熟练运用相关技能、技巧，解决常见的商务沟通问题。

This is a professional practice course of cultural industry management. The course covers the basic theory of business etiquette and communication skills, as well as appearance and dress etiquette language etiquette, catering etiquette, communication etiquette and so on, which are closely related to business activities. The purpose of this course is to help students understand and master the basic knowledge of business etiquette and communication through lectures and internships on and off campus.

#### （二）课程目标

课程目标 1：学生能够掌握商务礼仪和沟通交流的基础知识、基本理论；

课程目标 2：学生能够熟练运用商务礼仪的相关技能、技巧进行有效沟通，解决常见的商务沟通问题，并具有自主学习能力，能够不断地适应时代和产业发展的要求提升自我。

课程目标 3：学生能够从文化角度深入把握商务礼仪，树立正确的礼仪观念，维护民族自信和文化自信。

#### （三）课程目标和毕业要求的对应关系

课程目标	毕业要求指标点	毕业要求
课程目标 1	7-1 较强的语言和人际沟通表达能力；规范的专业文件、公务文案文书写作能力；较好的掌握一门外语，	7（职业素养）：具备良好的语言沟通和规范的文字表达能力、资料收集与分析能力、人文社会科学素

课程目标	毕业要求指标点	毕业要求
	能够查阅文献，阅读书刊，具备听、说、读、写的能力。	养和社会责任感，严格遵守职业道德与规范，正确把握团队和个人的关系，在团队中胜任个体、团队成员或负责人的角色。
课程目标 2	9-2 具有良好的自主学习能力和习惯，能够通过自主学习解决问题、提升专业能力和水平。	9（终身学习）：具有良好的自主学习和终身学习的意识和能力，能够适应时代和产业发展不断自我提升。
课程目标 3	8-2 具有感受美、鉴赏美的能力和崇高的审美追求、高尚的人格修养、坚定的文化自信。	8（综合素质）：体质健康、体魄健强、人格健全、意志坚韧，善于感受美、鉴赏美、追求美、弘扬美；具有正确的劳动价值观、必备的劳动能力、积极的劳动精神、良好的劳动习惯和品质。

### 三、实践教学内容

教学内容	天数	地点	教学方法	支撑课程目标
<p>第一章 个人礼仪</p> <p>(1) 仪表风度礼仪</p> <p>(2) 服饰着装礼仪</p> <p>(3) 举止礼仪</p> <p>思政融入点： 服饰礼仪与美：服饰的美离不开礼，不能盲目模仿西方，以西方美为标尺；</p>	1	校内	讲授法、讨论法、练习法	课程目标 1 课程目标 2 课程目标 3
<p>第二章 语言沟通礼仪</p> <p>(1) 称呼礼仪</p> <p>(2) 交谈礼仪</p> <p>(3) 谈判礼仪</p> <p>思政融入点： “洋泾浜”是国际公认的低品位杂糅语，应自觉抵制办公室洋泾浜，维护祖国语言的纯洁性。</p>	1	校内	讲授法、讨论法、练习法	课程目标 1 课程目标 2 课程目标 3
<p>第三章 餐饮礼仪</p> <p>(1) 中餐礼仪</p> <p>(2) 西餐礼仪</p>	0.5	校内	讲授法、讨论法、练习法	课程目标 1 课程目标 2
<p>第四章 拜访和接待礼仪</p> <p>(1) 拜访礼仪</p> <p>(2) 接待礼仪</p>	1	校内	讲授法、讨论法、练习法	课程目标 1 课程目标 2
<p>第五章 通联礼仪</p> <p>(1) 信函礼仪</p> <p>(2) 电话礼仪</p> <p>(3) 会务礼仪</p>	0.5	校内	讲授法、讨论法、练习法	课程目标 1 课程目标 2

教学内容	天数	地点	教学方法	支撑课程目标
校外实训	0.5	校外	练习法	课程目标 2

#### 四、考核方式及成绩评定

##### 考核与评价方式

课程目标	成绩比例				合计
	实训表现 (60%)	实习 (0%)	实习报告 (40%)	答辩 (0)	
课程目标 1	10	0	7	0	17
课程目标 2	35	0	25	0	60
课程目标 3	15	0	8	0	23
合计	60		40	0	100

主撰人：滕新贤

审核人：高雪

英文校对：沈庆会

教学院长：郑建明

日期：2022 年 9 月 26 日

## 附件：各类考核与评价标准表

### 1. 实训表现考核内容和评分标准

课程目标	考核内容	评分标准				
		优秀 (分数≥90分)	良好 (78≤分数<90)	中等 (68≤分数<78)	及格 (60≤分数<68)	不及格 (分数<60分)
课程目标1 (10%)	熟悉商务礼仪和商务沟通的基础知识、基本理论。	对商务礼仪和商务沟通的基础知识、基本理论的掌握情况非常好。	对商务礼仪和商务沟通的基础知识、基本理论掌握较好。	对商务礼仪和商务沟通的基础知识、基本理论掌握程度一般。	不太熟悉商务礼仪和商务沟通的基础知识、基本理论。	很不熟悉商务礼仪和商务沟通的基础知识、基本理论。
课程目标2 (35%)	根据商务礼仪的基本原则灵活应对礼仪问题；根据场合选择合适的服饰和妆容；举止符合商务礼仪规范；语言应用准确、文明、规范。	能够灵活自如地运用商务礼仪基本原则应对礼仪问题；能够根据场合正确选择合适的服饰和妆容；举止完全符合商务礼仪规范；语言应用准确、文明、规范。	能够根据商务礼仪的基本原则灵活应对礼仪问题；可以根据场合选择合适的服饰和妆容；举止符合商务礼仪规范；语言应用准确、文明、规范。	基本能够根据商务礼仪基本原则灵活应对礼仪问题；懂得根据场合选择合适的服饰和妆容；举止基本符合商务礼仪规范；语言应用准确、文明、规范。	基本不能灵活应对有关问题；言行举止有较多失当。	不能够根据商务礼仪基本原则应对礼仪问题；言行举止严重失误。
课程目标3 (15%)	正确认知商务礼仪，树立文化自信。	能够从文化角度深入、正确地认知商务礼仪，秉持文化自信。	能够正确认知商务礼仪，坚持文化自信。	能够较正确认知商务礼仪，有一定的文化自信。	不能正确认知商务礼仪，树立文化自信。	对商务礼仪和沟通的认知有较大严重失误。

### 2. 实习报告考核内容和评分标准

课程目标	考核内容	评分标准				
		优秀 (分数≥90分)	良好 (78≤分数<90)	中等 (68≤分数<78)	及格 (60≤分数<68)	不及格 (分数<60分)
课程目标1 (7%)	对商务礼仪的基础知识、基本理论掌握情况。	对商务礼仪的基础知识、基本理论掌握情况非常好。	对商务礼仪的基础知识、基本理论掌握情况比较好。	对商务礼仪的基础知识、基本理论掌握情况一般。	对商务礼仪的基础知识、基本理论掌握情况不够好。	对商务礼仪的基础知识、基本理论掌握情况较差。
课程目标2 (25%)	对商务礼仪规范的理解程度和报告写作质量	对商务礼仪问题的理解非常正确，观点突出，论述严谨、充分，结构合理，层次清晰，语言准确、简洁、流畅。	对商务礼仪问题的理解正确，观点比较突出，论述比较严谨，结构合理，层次清晰，语言准确、流畅。	对商务礼仪问题的理解基本正确，观点明确，论述充分，结构基本合理，语言流畅。	对商务礼仪问题的理解有偏颇，观点较明确，论述一般，结构不够合理，语言基本流畅。	对商务礼仪问题的理解存在严重错误，观点不够明确，论述不充分，结构不合理，语言、格式等错误超过15个。
课程目标3 (8%)	能够从文化角度深入把握商务礼仪，树立正确的礼仪观念，维护民族自信和文化自信。	能够从文化角度深入地理解国际礼仪知识，树立正确的礼仪观念，树立民族自信、文化自信。	能够从文化角度理解商务礼仪知识点，树立正确的礼仪认知和民族自信、文化自信。	对商务礼仪的认知基本正确，有一定的民族自信、文化自信。	礼仪认知存在少量错误，在民族自信、文化自信方面存在较多偏误。	礼仪认知存在较严重错误，不能梳理民族自信、文化自信。

## 50. 《文化市场调查与分析》教学大纲

### 一、课程基本信息

课程名称	中文名称：文化市场调查与分析				
	英文名称：Cultural Market Investigation and Analysis				
课程号	79063003	学分	2		
学时	总学时：2周	讲授学时	实验学时	上机学时	讨论学时
开课学院	海洋文化与法律学院		开课学期	短3	
课程负责人	王建军		适用专业	文化产业管理	

### 二、课程简介

#### （一）课程概况

文化市场调查与分析是学生系统完成专业课学习之后的实践课程，是整个专业实践教学的重要组成部分。目的是通过实地调查、网络调查、人物访谈、见习等形式，使学生在掌握文化产业管理基本理论和实务的基础上，熟悉和了解文化产业相关企业或项目的市场管理模式和运转特点，了解文化类组织的日常工作、运营状况、组织构架、管理模式等情况，以帮助确定个人的毕业实习企业及学习钻研的方向。

Cultural market survey and analysis is a practical course after students have completed their professional courses, and it is an important part of the whole professional practice teaching. The purpose is to make students familiar with and understand the management mode and operation characteristics of enterprises or projects related to cultural industry, and understand the daily work, operation status, organizational structure, management mode, etc. of cultural organizations, based on mastering the basic theory and practice of cultural industry management through field surveys, network surveys, interviews, internships and other forms, so as to help students determine their own graduation internship enterprises and the direction of study.

#### （二）课程目标

课程目标 1：锻炼学生文化产业市场、企业和项目调查与相关问题分析技能，帮助学生确定个人的毕业实习机构及学习钻研的方向。

课程目标 2：掌握现代市场调查与分析方法。

课程目标 3：培养学生行业发展、企业或项目运营的判断和分析能力，帮助学生提升管理沟通、协调技能和事务处理能力。

课程目标 4：接触真实工作场景，培养学生专业意识和人文关怀。

### 三、教学内容

教学内容	学时	备注	支撑课程目标
1. 调查对象整体认知：文化市场现状或文化市场环境的认识、有关的文化类企业及其提	2	指导教师	2

教学内容	学时	备注	支撑课程目标
供的相关产品等。			
2. 调查对象服务认知：具体某个文化产业类市场的结构、供应链上下游的特点、项目管理特点、项目盈利点及其现状、沟通架构、资金来源、资源、实际环境、从业人员、运作模式与步骤、设施布置、提供的服务等。	4	指导教师	2
3. 实地调查：学生到某个文化类企事业单位、政府机构调查。	10	学生	1, 3, 4
4. 部门实践/服务管理：学生参加文化类项目或产品市场部门的行政、人事、财务、后勤、资产等具体管理部门的实践活动，或者学生参与文化类产品的市场推广、市场分析、市场策划等活动。	10	学生	1, 3, 4
5. 互动讨论：文化产业类企业、项目、团队及产品等与市场之间的关联，面临的问题及解决方法。	2	师生互动讨论	1, 2
6. 撰写调查报告：报告框架可以从调查目的、调查对象现状、调查对象存在的问题、完善建议，以及专业反思几个部分入手。	4	学生	1, 2, 5

#### 四、教学方法

本课程采用混合式教学方法，教学方式主要有：

1. “双师制”，校内指导老师与校外指导老师协同指导文化市场调查与分析活动。
2. 导师采用线上线下结合的方式指导学生开展文化市场调查与分析活动。
3. 师生共同探讨调查对象面临的问题，讨论报告撰写结构。

#### 五、考核与评价方式及标准

1. 严格遵守学校、调查与实践单位的各项规章制度。
2. 服从调查与实践安排，按计划有组织地完成市场调查与分析任务。
3. 文化市场调查与分析活动结束后，需要提交市场调查与分析报告。文化市场调查与分析报告包含：题目、调查目的、调查对象现状、调查对象存在的问题、改进建议、讨论与反思。
4. 文化市场调查与分析报告要结合实际情况，突出问题意识，逻辑清晰，内容翔实，论证有数据或资料支撑，格式规范，字数在 5000 字以上。
5. 市场调查与分析成绩的评定按优、良、中、及格、不及格五个等级，优秀率不超过 30%。成绩评定依据为：态度及纪律 20%；调查报告 80%。

#### 六、参考教材和阅读书目

1. 《市场调研精要》，Carl McDaniel（卡尔.迈克丹尼尔）, Roger Gates（罗杰.盖兹）著，范秀成，杜建刚译，电子工业出版社，2015 年 1 月，第 8 版。
2. 《市场调研与分析》，陈凯主编，中国人民大学出版社，2021 年 3 月，第 2 版。

3. 《市场调研实务》，[英]伊冯娜·麦吉温(Yvonne McGivern)著，机械工业出版社，2017年7月，第4版。

主撰人： 王建军

审核人： 高雪

英文校对： 沈庆会

教学副院长： 郑建明

日 期： 2022年9月14日

## 附件：各类考核与评价标准表

### 1. 实习日志考核内容和评分标准

课程目标	考核内容	评分标准				
		优秀 (分数≥90分)	良好 (78≤分数<90)	中等 (68≤分数<78)	及格 (60≤分数<68)	不及格 (分数<60分)
课程目标 1 (10%)	文化产业领域经济、资源、政策法规、管理等原理知识	很好地掌握文化产业领域知识，对文化产业有非常系统化的认知。	较好地掌握文化产业领域知识，对文化产业有系统化的认知。	基本掌握文化产业领域知识的，对文化产业有比较系统化的认知。	对文化产业领域知识的掌握较差，但对文化产业的有正确认知。	对文化产业领域知识的掌握情况差，不能形成对文化产业的正确认知。
课程目标 2 (10%)	文化产业相关组织管理领域战略、财会、人力、品牌、组织行为、营销等知识	很好地掌握文化产业相关组织管理领域战略、财会、人力、品牌、组织行为、营销等知识，深入理解文化产业相关组织运行的机理。	较好地掌握文化产业相关组织管理领域战略、财会、人力、品牌、组织行为、营销等知识较深入理解文化产业相关组织运行的机理。	基本掌握文化产业相关组织管理领域战略、财会、人力、品牌、组织行为、营销等知识，理解文化产业相关组织运行的机理。	对文化产业相关组织管理领域战略、财会、人力、品牌、组织行为、营销等知识和文化产业相关组织运行机理的掌握较差。	对文化产业相关组织管理领域战略、财会、人力、品牌、组织行为、营销等知识和文化产业相关组织运行机理的掌握非常差。
课程目标 3 (10%)	沟通合作能力,开展工作能力;组织和指挥团队开展工作能力	能与其他学科的成员进行高效沟通,合作共事,并能够在团队中独立或合作开展工作;能够积极主动地组织、协调和指挥团队开展工作。	能与其他学科的成员比较高效的沟通,合作共事,并能够在团队中独立或合作开展工作;能够比较积极地组织、协调和指挥团队开展工作。	能与其他学科的成员有效沟通,合作共事,基本能够在团队中独立或合作开展工作;基本能够组织、协调和指挥团队开展工作。	在与其他学科的成员进行沟通、合作,以及组织、协调团队开展工作方面表现较差。	在与其他学科的成员进行沟通、合作,以及组织、协调团队开展工作方面表现非常差。
课程目标 4 (10%)	劳动价值观、劳动能力、劳动精神、劳动习惯、劳动品质	具有非常正确的劳动价值观、优秀的劳动能力、非常积极的劳动精神、良好劳动习惯和品质。	具有正确劳动价值观、良好的劳动能力、积极的劳动精神、良好劳动习惯和品质。	具有基本正确劳动价值观、必备的劳动能力、比较积极的劳动精神、良好劳动习惯和品质。	在劳动价值观、劳动能力、劳动精神、劳动习惯和品质等方面存在明显问题。	在劳动价值观、劳动能力、劳动精神、劳动习惯和品质等方面存在严重问题。

### 2. 实习报告考核内容和评分标准

课程目标	考核内容	评分标准				
		优秀 (分数 $\geq 90$ 分)	良好 ( $78 \leq$ 分数 $< 90$ )	中等 ( $68 \leq$ 分数 $< 78$ )	及格 ( $60 \leq$ 分数 $< 68$ )	不及格 (分数 $< 60$ 分)
课程目标 1 (15%)	文化产业领域经济、资源、政策法规、管理等原理知识	很好地掌握文化产业领域知识，对文化产业有非常系统化的认知。	较好地掌握文化产业领域知识，对文化产业有系统化的认知。	基本掌握文化产业领域知识，对文化产业有比较系统化的认知。	对文化产业领域知识的掌握较差，但对文化产业的有正确认知。	对文化产业领域知识的掌握情况差，不能形成对文化的正确认知。
课程目标 2 (15%)	文化产业相关组织管理领域战略、财会、人力、品牌、组织行为、营销等知识	很好地掌握文化产业相关组织管理领域战略、财会、人力、品牌、组织行为、营销等知识，深入理解文化产业相关组织运行的机理。	较好地掌握文化产业相关组织管理领域战略、财会、人力、品牌、组织行为、营销等知识较深入理解文化产业相关组织运行的机理。	基本掌握文化产业相关组织管理领域战略、财会、人力、品牌、组织行为、营销等知识，理解文化产业相关组织运行的机理。	对文化产业相关组织管理领域战略、财会、人力、品牌、组织行为、营销等知识和文化产业相关组织运行机理的掌握较差。	对文化产业相关组织管理领域战略、财会、人力、品牌、组织行为、营销等知识和文化产业相关组织运行机理的掌握非常差。
课程目标 3 (15%)	沟通合作能力,开展工作能力;组织、协调和指挥团队开展工作能力	能与其他学科的成员进行高效沟通,合作共事,并能够在团队中独立或合作开展工作;能够积极主动地组织、协调和指挥团队开展工作。	能与其他学科的成员比较高效的沟通,合作共事,并能够在团队中独立或合作开展工作;能够比较积极地组织、协调和指挥团队开展工作。	能与其他学科的成员有效沟通,合作共事,基本能够在团队中独立或合作开展工作;基本能够组织、协调和指挥团队开展工作。	在与其他学科的成员进行沟通、合作,以及组织、协调团队开展工作方面表现较差。	在与其他学科的成员进行沟通、合作,以及组织、协调团队开展工作方面表现非常差。
课程目标 4 (15%)	劳动价值观、劳动能力、劳动精神、劳动习惯、劳动品质	具有非常正确的劳动价值观、优秀的劳动能力、非常积极的劳动精神、良好劳动习惯和品质。	具有正确劳动价值观、良好的劳动能力、积极的劳动精神、良好劳动习惯和品质。	具有基本正确劳动价值观、必备的劳动能力、比较积极的劳动精神、良好劳动习惯和品质。	在劳动价值观、劳动能力、劳动精神、劳动习惯和品质等方面存在明显问题。	在劳动价值观、劳动能力、劳动精神、劳动习惯和品质等方面存在严重问题。

## 51. 《文化企业岗位实习》教学大纲

### 一、课程基本信息

基本信息	课程名称	中文	文化企业岗位实习
		英文	Practice in Cultural Enterprise Positions

	课程号	7503438	开课学期	7
	学分	2	实习周数	2
	面向专业	文化产业管理	先修课程	文化产业管理概论、文化项目策划与管理、文化产业政策与法规、文化市场营销学
组织与实施	本次实习以学生到文化单位或企业实习，由实习督导予以监督指导的方式进行，并以学生提交的作业报告评估学生的实习成果。实习机构包括但不限于以下几类：广播电视、新闻出版、文创旅游、文博展演等企事业单位、文化创意产业聚集区及政府文化管理部门，以及海洋类企事业、渔业类企事业、海洋食品公司、滨海文化旅游公司等。学生应该结合当地实际情况以及自身的时间安排来选择实习机构，需征得文化单位或企业的同意，并经过实习督导的审核，如学生在机构选择上遇到困难应及时联系实习督导协助解决。			
指导用书	无		自编 [ ] 统编 [ ]	
			自编 [ ] 统编 [ ]	

## 二、课程简介（Course Description）

### （一）课程概况

专业实习是文化产业管理专业实践教学的一门必修课程。本课程目的在于培养学生观察和认识文化产业的能力，提高学生对文化产业管理专业理论与实践的理解力，提高理论联系实际的能力。同时也为学生写作毕业论文提供选题思路。它不仅要求学生所学知识和技能进行综合运用，而且使学生通过关键或焦点问题进行社会调查，圆满完成学习计划，实现教学目标。

Professional training is a compulsory practical course for students majoring in cultural industry management. The purpose of this course is to cultivate students' ability to observe and understand culture industry, improve their understanding of cultural industry management theory and practice, and improve their ability to integrate theory with reality. At the same time, students also can get the ideas for their graduation thesis. Students should not only be able to make comprehensive use of the knowledge and skills they have learned, but also enables to carry out social surveys through key or focus issues to successfully complete their learning plans and achieve teaching objectives.

### （二）课程目标

课程目标 1：专业目标。专业实习是让学生通过充分深入到文化产业管理一线实务中开展学习和服务，进而加深学生对文化产业管理专业或课程所学理论的认识和理解，达到运用所学理论分析实际问题和解决实际问题的能力，实现理论与实践的结合，提高学生沟通和协作方面的基本能力。掌握专业操作技能，基本具备独立开展专业工作的能力，形成毕业论文选题思路。

课程目标 2：思政目标。专业实习主要是让学生选择感兴趣的文化企事业单位、文化创意产业聚集区及政府文化管理部门进行深入的调查体验，使学生对实际文化产业管理的重点领域和环节有全面的了解。让学生学会运用所学知识观察、认识和分析社会问题，认同专业在社会生活中的作用，培养职业意向和基本职业能力。

### （三）课程目标和毕业要求的对应关系

课程目标	毕业要求指标点	毕业要求
1	2-1 掌握文化产业领域经济、资源、政策法规、管理等原理知识，形成对文化产业的系统化认知。 2-2 掌握文化产业相关组织管理领域战略、财会、人力、品牌、组织行为、营销等知识，理解文化产业相关组织运行的机理。 2-3 掌握文化史论与设计类专业知识，把握文化发展脉络，提升设计能力。 2-4 掌握海洋经济学及海洋文化等海洋特色专业知识。	2（专业知识）：能够将产业、管理、经济、文化、艺术、设计类等相关专业知用于分析和解决文化产业相关领域的管理问题，具备基本的文化创意设计能力，掌握创造、创新基本方法。
2	8-3 具有正确劳动价值观、必备的劳动能力、积极的劳动精神、良好劳动习惯和品质。	8（综合素质）：体质健康、体魄健强、人格健全、意志坚韧，善于感受美、鉴赏美、追求美、弘扬美；具有正确的劳动价值观、必备的劳动能力、积极的劳动精神、良好的劳动习惯和品质。

### 三、实践教学内容

教学内容	天数	地点	教学方法	支撑课程目标
第一部分 组织协调管理能力的培养 (1) 明确目标，克服畏难 (2) 提高知觉、记忆能力 (3) 积累经验，养成习惯 (4) 提高交际及沟通技巧 思政融入点：积极的劳动精神、良好的劳动习惯和品质。	4	文化企事业单位	实习实践	1、2
第二部分 自我表达与沟通能力的培养 (1) 提高理解别人的能力 (2) 提高表达能力 思政融入点：从立德树人出发，培养学生沟通中尊重他人、以诚待人。	4	文化企事业单位	实习实践	1、2
第三部分 设计能力培养 (1) 提升审美能力 (2) 用专业语言传达 思政融入点：结合具体内容使学生正确认识东方美，树立文化自信。	3	文化企事业单位	实习实践	1、2
第四部分 策划能力培养 (1) 文案能力培养 (2) 策略能力培养 (3) 提案能力培养 (4) 市场和消费者分析能力培养 思政融入点：结合实习内容培养学生正确的政治认同，强烈的家国情怀。	3	文化企事业单位	实习实践	1、2

### 四、考核方式及成绩评定

生产实习的成绩考核根据学生平时的实习现场行为表现、每天实习内容的日志记录情况和实习最终的总结报告进行综合打分，各部分内容占课程总成绩的比例由教师根据实际情况确定。课程总成绩（百分制）按以上各部分内容核算后（四舍五入取整），根据 90-100 分为优秀，78-89 为良好，68-77 为中等，60-67 为及格，小于 60 为不及格进行等级判定。

#### 考核与评价方式

课程目标	成绩比例			合计
	现场表现 (40%)	实习日志 (40%)	实习报告 (20%)	
课程目标 1	20	20	10	50
课程目标 2	20	20	10	50

主撰人：楼兰

审核人：高雪

英文校对：沈庆会

教学院长：郑建明

日期：2022 年 9 月 22 日

## 附件：各类考核与评价标准表

### 1.现场表现考核内容和评分标准

课程目标	考核内容	评分标准				
		优秀 (分数≥90分)	良好 (78≤分数<90)	中等 (68≤分数<78)	及格 (60≤分数<68)	不及格 (分数<60分)
课程目标 1 (20%)	文化产业领域经济、资源、政策法规、管理等原理知识、文化产业相关组织管理领域战略、组织行为等知识	很好地掌握文化产业领域经济、资源、政策法规、管理等原理知识，深入理解文化产业相关组织运行的机理。	较好地掌握文化产业领域经济、资源、政策法规、管理等原理知识，较深入理解文化产业相关组织运行的机理。	基本掌握文化产业领域经济、资源、政策法规、管理等原理知识的，理解文化产业相关组织运行的机理。	对文化产业领域经济、资源、政策法规、管理等原理知识的掌握较差，但对文化产业相关组织运行机理的掌握较差。	对文化产业领域经济、资源、政策法规、管理等原理知识的掌握情况差，不能掌握文化产业相关组织运行机理。
课程目标 2 (20%)	沟通合作能力,劳动价值观、劳动能力、劳动精神、劳动习惯、劳动品质	能与其他学科的成员进行高效沟通，具有非常正确的劳动价值观、优秀的劳动能力、非常积极的劳动精神、良好劳动习惯和品质。	能与其他学科的成员比较高效的沟通，具有正确劳动价值观、良好的劳动能力、积极的劳动精神、良好劳动习惯和品质。	能与其他学科的成员有效沟通，具有基本正确劳动价值观、必备的劳动能力、比较积极的劳动精神、良好劳动习惯和品质。	在与其他学科的成员进行沟通合作方面表现较差，在劳动价值观、劳动能力、劳动精神、劳动习惯和品质等方面存在明显问题。	在与其他学科的成员进行沟通合作方面表现非常差，在劳动价值观、劳动能力、劳动精神、劳动习惯和品质等方面存在严重问题。

### 2.实习日志考核内容和评分标准

课程目标	考核内容	评分标准				
		优秀 (分数≥90分)	良好 (78≤分数<90)	中等 (68≤分数<78)	及格 (60≤分数<68)	不及格 (分数<60分)
课程目标 1 (20%)	文化产业领域经济、资源、政策法规、管理等原理知识、文化产业相关组织管理领域战略、组织行为等知识	很好地掌握文化产业领域经济、资源、政策法规、管理等原理知识，深入理解文化产业相关组织运行的机理。	较好地掌握文化产业领域经济、资源、政策法规、管理等原理知识，较深入理解文化产业相关组织运行的机理。	基本掌握文化产业领域经济、资源、政策法规、管理等原理知识的，理解文化产业相关组织运行的机理。	对文化产业领域经济、资源、政策法规、管理等原理知识的掌握较差，但对文化产业相关组织运行机理的掌握较差。	对文化产业领域经济、资源、政策法规、管理等原理知识的掌握情况差，不能掌握文化产业相关组织运行机理。
课程目标 2 (20%)	沟通合作能力,劳动价值观、劳动能力、劳动精神、劳动习惯、劳动品质	能与其他学科的成员进行高效沟通，具有非常正确的劳动价值观、优秀的劳动能力、非常积极的劳动精神、良好劳动习惯和品质。	能与其他学科的成员比较高效的沟通，具有正确劳动价值观、良好的劳动能力、积极的劳动精神、良好劳动习惯和品质。	能与其他学科的成员有效沟通，具有基本正确劳动价值观、必备的劳动能力、比较积极的劳动精神、良好劳动习惯和品质。	在与其他学科的成员进行沟通合作方面表现较差，在劳动价值观、劳动能力、劳动精神、劳动习惯和品质等方面存在明显问题。	在与其他学科的成员进行沟通合作方面表现非常差，在劳动价值观、劳动能力、劳动精神、劳动习惯和品质等方面存在严重

课程目标	考核内容	评分标准				
		优秀 (分数 $\geq 90$ 分)	良好 ( $78 \leq$ 分数 $< 90$ )	中等 ( $68 \leq$ 分数 $< 78$ )	及格 ( $60 \leq$ 分数 $< 68$ )	不及格 (分数 $< 60$ 分)
		和品质。				问题。

### 3. 实习报告考核内容和评分标准

课程目标	考核内容	评分标准				
		优秀 (分数 $\geq 90$ 分)	良好 ( $78 \leq$ 分数 $< 90$ )	中等 ( $68 \leq$ 分数 $< 78$ )	及格 ( $60 \leq$ 分数 $< 68$ )	不及格 (分数 $< 60$ 分)
课程目标 1 (10%)	文化产业领域经济、资源、政策法规、管理等原理知识、文化产业相关组织管理领域战略、组织行为等知识	很好地掌握文化产业领域经济、资源、政策法规、管理等原理知识，深入理解文化产业相关组织运行的机理。	较好地掌握文化产业领域经济、资源、政策法规、管理等原理知识，较深入理解文化产业相关组织运行的机理。	基本掌握文化产业领域经济、资源、政策法规、管理等原理知识的，理解文化产业相关组织运行的机理。	对文化产业领域经济、资源、政策法规、管理等原理知识的掌握较差，但对文化产业相关组织运行机理的掌握较差。	对文化产业领域经济、资源、政策法规、管理等原理知识的掌握情况差，不能掌握文化产业相关组织运行机理。
课程目标 2 (10%)	沟通合作能力、劳动价值观、劳动能力、劳动精神、劳动习惯、劳动品质	能与其他学科的成员进行高效沟通，具有非常正确的劳动价值观、优秀的劳动能力、非常积极的劳动精神、良好劳动习惯和品质。	能与其他学科的成员比较高效的沟通，具有正确劳动价值观、良好的劳动能力、积极的劳动精神、良好劳动习惯和品质。	能与其他学科的成员有效沟通，具有基本正确劳动价值观、必备的劳动能力、比较积极的劳动精神、良好劳动习惯和品质。	在与其他学科的成员进行沟通合作方面表现较差，在劳动价值观、劳动能力、劳动精神、劳动习惯和品质等方面存在明显问题。	在与其他学科的成员进行沟通合作方面表现非常差，在劳动价值观、劳动能力、劳动精神、劳动习惯和品质等方面存在严重问题。

## 52. 《毕业实习》教学大纲

### 一、课程基本信息

基本信息	课程名称	中文	毕业实习			
		英文	Graduation Field Work			
	课程号	7503439	开课学期	7		
	学分	6	实习周数	6		
	面向专业	文化产业管理	先修课程	文化市场调查与分析、文化企业岗位实习		
组织与实施	海洋文化法律学院及实习单位					

指导用书	卫海英,杨德锋主编,《营销管理实习指导手册》,暨南大学出版社,2017年09月,第1版。	自编[ ]统编[✓]
------	--	------------

## 二、课程简介 (Course Description)

### (一) 课程概况

毕业实习是文化产业管理专业教育最后阶段极为重要的实践性教学环节。通过实习使学生在社会实践中接触与本专业相关的实际工作,增强感性认知,培养和锻炼学生综合运用所学的基础理论、基本技能和专业知识,去独立分析和解决实际问题的能力,把理论和时间结合起来、提高实践动手能力,为学生毕业后走上工作岗位打下一定的基础,同时可以检验教学成果,为进一步提高教学质量、培养合格人才积累经验。

Graduation Field Work is a very important practical teaching part in the last stage of the education of cultural industry management major. Through the practice, the students can get in touch with the practical work related to their major in social practice, strengthen their perceptual cognition, and train and exercise their basic theory, basic skills and professional knowledge, independently, combine theory with time, improve practical ability, and lay a certain foundation for students to go to work after graduation. Meanwhile it can test teaching results and accumulate experience in order to further improve teaching quality and train qualified personnel.

### (二) 课程目标

课程目标 1: 将文化产业领域经济、资源、政策法规、管理等原理知识,运用到实习中形成对文化产业的系统化认知。

课程目标 2: 将之前学过的文化产业相关组织管理领域战略、财会、人力、品牌、组织行为、营销等知识,运用到实习当中,理解文化产业相关组织运行的机理。

课程目标 3: 灵活运用文化史论与设计类专业知识,把握文化发展脉络,在实习中提升设计能力。

课程目标 4: 将学习过的海洋经济学及海洋文化等海洋特色专业知识运用到实习中。

课程目标 5: 锻炼语言和人际沟通表达能力;撰写规范的专业文件、公务文案文书写作,能够独立查阅文献,具备外语听、说、读、写的能力。

课程目标 6: 能够在实习管理实践中理解并遵守文化产业管理的有关方针、政策和法规,履行责任。

课程目标 7: 能与其他学科的成员有效沟通,合作共事,并能够在团队中独立或合作开展工作;能够组织、协调和指挥团队开展工作。

课程目标 8: 在实习中树立正确劳动价值观、提升必备的劳动能力、培养积极的劳动精神、养成良好劳动习惯和品质。

### (三) 课程目标和毕业要求的对应关系

课程目标	毕业要求指标点	毕业要求
1	2-1 掌握文化产业领域经济、资源、政策法规、管理等原理知识，形成对文化产业的系统化认知。	2.（专业知识）：能够将产业、管理、经济、文化、艺术、设计类等相关专业知识用于分析和解决文化产业相关领域的管理问题，具备基本的文化创意设计能力，掌握创造、创新基本方法。
2	2-2 掌握文化产业相关组织管理领域战略、财会、人力、品牌、组织行为、营销等知识，理解文化产业相关组织运行的机理。	
3	2-3 掌握文化史论与设计类专业知识，把握文化发展脉络，提升设计能力。	
4	2-4 掌握海洋经济学及海洋文化等海洋特色专业知识。	
5	7-1 较强的语言和人际沟通表达能力；规范的专业文件、公务文案文书写作能力；较好的掌握一门外语，能够查阅文献，阅读书刊，具备听、说、读、写的的能力。	7.（职业素养）：具备良好的语言沟通和规范的文字表达能力、资料收集与分析能力、人文社会科学素养和社会责任感，严格遵守职业道德与规范，正确把握团队和个人的关系，在团队中胜任个体、团队成员或负责人的角色。
6	7-2 能够在管理实践中理解并遵守文化产业管理的有关方针、政策和法规，履行责任。	
7	7-3 能与其他学科的成员有效沟通，合作共事，并能够在团队中独立或合作开展工作；能够组织、协调和指挥团队开展工作。	
8	8-3 具有正确劳动价值观、必备的劳动能力、积极的劳动精神、良好劳动习惯和品质。	8.（综合素质）：体质健康、体魄健强、人格健全、意志坚韧，善于感受美、鉴赏美、追求美、弘扬美；具有正确的劳动价值观、必备的劳动能力、积极的劳动精神、良好的劳动习惯和品质。

### 三、实践教学内容

教学内容	天数	地点	教学方法	支撑课程目标
第一部分 组织协调管理能力的培养 （1）明确目标，克服畏难 （2）提高知觉、记忆能力 （3）积累经验，养成习惯 （4）提高交际及沟通技巧 思政融入点：结合（1）～（4）部分的具体内容，帮助学生增强自信、活力、创造力，树立正确劳动价值观、培养积极的劳动精神、养成良好劳动习惯和品质。	10	校内+企业	讲授法 谈话法 讨论法 读书指导法 案例研究法	课程目标 1~8

教学内容	天数	地点	教学方法	支撑课程目标
第二部分 自我表达与沟通能力的培养 (1) 提高理解别人的能力 (2) 提高表达能力  思政融入点：从立德树人出发，培养学生在沟通中尊重他人、以诚待人。	5	校内+企业	讲授法 谈话法 讨论法 演示法 角色换位法	课程目标 5 课程目标 7 课程目标 8
第三部分 外语能力培养 (1) 提高语用能力培训 (2) 避免语用失误讲座  思政融入点：结合提高语用能力，培养学生自觉维护我国语言文字的纯洁性。	5	校内+企业	讲授法 谈话法 演示法 读书指导法	课程目标 5 课程目标 8
第四部分 设计能力培养 (1) 提升审美能力 (2) 用专业语言传达  思政融入点：结合具体内容使学生正确认识东方美，树立文化自信。	5	校内+企业	讲授法 讨论法 读书指导法 参观法	课程目标 1 课程目标 2 课程目标 3 课程目标 4 课程目标 8
第五部分 策划能力培养 (1) 文案能力培养 (2) 策略能力培养 (3) 提案能力培养 (4) 市场和消费者分析能力培养  思政融入点：结合实习内容培养学生正确的政治认同，强烈的家国情怀。	5	校内+企业	讲授法 讨论法 读书指导法 演示法 参观法	课程目标 1 课程目标 2 课程目标 3 课程目标 4 课程目标 8

#### 四、考核方式及成绩评定

生产实习的成绩考核根据学生平时的实习现场行为表现、每天实习内容的日志记录情况、实习最终的总结报告和实习完成后的答辩情况进行综合打分，各部分内容占课程总成绩的比例由教师根据实际情况确定。课程总成绩（百分制）按以上各部分内容核算后（四舍五入取整），根据 90-100 分为优秀，80-89 为良好，70-79 为中等，60-69 为及格，小于 60 为不及格进行等级判定。

#### 考核与评价方式

课程目标	成绩比例				合计
	现场表现 (20%)	实习日志 (20%)	实习报告 (30%)	答辩 (30%)	
课程目标 1	2	2	4	4	12
课程目标 2	2	2	4	4	12
课程目标 3	2	2	4	4	12
课程目标 4	2	2	4	4	12

课程目标	成绩比例				合计
	现场表现 (20%)	实习日志 (20%)	实习报告 (30%)	答辩 (30%)	
课程目标 5	2	4	4	4	14
课程目标 6	3	3	4	4	14
课程目标 7	3	3	4	4	14
课程目标 8	4	2	2	2	10
合计	20	20	30	30	100

主撰人：高雪、滕新贤

审核人：郑建明

英文校对：沈庆会

教学副院长：郑建明

日期：2022年9月26日

## 附件：各类考核与评价标准表

### 1.现场表现考核内容和评分标准

课程目标	考核内容	评分标准				
		优秀 (分数≥90分)	良好 (78≤分数<90)	中等 (68≤分数<78)	及格 (60≤分数<68)	不及格 (分数<60分)
课程目标 1 (2%)	文化产业领域经济、资源、政策法规、管理等原理知识	很好地掌握文化产业领域经济、资源、政策法规、管理等原理知识，对文化产业有非常系统化的认知。	较好地掌握文化产业领域经济、资源、政策法规、管理等原理知识，对文化产业有系统化的认知。	基本掌握文化产业领域经济、资源、政策法规、管理等原理知识的，对文化产业有较系统化的认知。	对文化产业领域经济、资源、政策法规、管理等原理知识的掌握较差，但对文化产业的有正确认知。	对文化产业领域经济、资源、政策法规、管理等原理知识的掌握情况差，不能形成对文化产业的正确认知。
课程目标 2 (2%)	文化产业相关组织管理领域战略、财会、人力、品牌、组织行为、营销等知识	很好地掌握文化产业相关组织管理领域战略、财会、人力、品牌、组织行为、营销等知识，深入理解文化产业相关组织运行的机理。	较好地掌握文化产业相关组织管理领域战略、财会、人力、品牌、组织行为、营销等知识较深入理解文化产业相关组织运行的机理。	基本掌握文化产业相关组织管理领域战略、财会、人力、品牌、组织行为、营销等知识，理解文化产业相关组织运行的机理。	对文化产业相关组织管理领域战略、财会、人力、品牌、组织行为、营销等知识和文化产业相关组织运行机理的掌握较差。	对文化产业相关组织管理领域战略、财会、人力、品牌、组织行为、营销等知识和文化产业相关组织运行机理的掌握非常差。
课程目标 3 (2%)	文化史论、设计类专业知 识、文化发展状况	很好地掌握文化史论与设计类专业知 识，准确把握文化发展脉络，设计能力优秀。	较好地掌握文化史论与设计类专业知 识，把握文化发展脉络，设计能力良好。	基本掌握文化史论与设计类专业知 识，能够把握文化发展脉络，设计能力一般。	对文化史论与设计类专业知 识的掌握情况和设计能力较差。	对文化史论与设计类专业知 识的掌握情况很差，设计能力很差。
课程目标 4 (2%)	海洋经济学及海洋文化等海洋特色专业知识	很好地掌握海洋经济学及海洋文化等海洋特色专业知识。	较好地掌握海洋经济学及海洋文化等海洋特色专业知识。	基本掌握海洋经济学及海洋文化等海洋特色专业知识。	对海洋经济学及海洋文化等海洋特色专业知识的掌握情况较差。	对掌握海洋经济学及海洋文化等海洋特色专业知识的掌握情况非常差。
课程目标 5 (2%)	语言和人际沟通表达能力、公务文案文书写作能力、外语能力	具有很强的语言和人际沟通表达能力，规范的公务文案文书写作能力，优秀的外语能力。	具有较强的语言和人际沟通表达能力，规范的公务文案文书写作能力，良好的外语能力。	语言和人际沟通表达能力、公务文案文书写作能力、外语能力一般。	语言和人际沟通表达能力、公务文案文书写作能力、外语能力较差。	语言和人际沟通表达能力、公务文案文书写作能力、外语能力非常差。
课程目标 6 (3%)	文化产业管理的有关方针、政策和法规	能够在管理实践中深入理解并严格遵守文化产业管理的有关方针、政策和法规，履行责任。	能够在管理实践中理解并遵守文化产业管理的有关方针、政策和法规，履行责任。	基本能够在管理实践中理解并遵守文化产业管理的有关方针、政策和法规，履行责任。	在理解并遵守文化产业管理的有关方针、政策和法规，履行责任方面表现较差。	在理解并遵守文化产业管理的有关方针、政策和法规，履行责任方面表现非常差。
课程目标 7 (3%)	沟通合作能力，开展工作能力；组织、协调和指挥团队开展工作能力	能与其他学科的成员进行高效沟通，合作共事，并能够在团队中独立或合作开展工作；能够积极主动地	能与其他学科的成员比较高效的沟通，合作共事，并能够在团队中独立或合作开展工作；能够比较积极地组织、协调和指挥团队开展工作。	能与其他学科的成员有效沟通，合作共事，基本能够在团队中独立或合作开展工作；基本能够组织、协调和指挥团队开展工作。	在与其他学科的成员进行沟通、合作，以及组织、协调团队开展工作方面表现较差。	在与其他学科的成员进行沟通、合作，以及组织、协调团队开展工作方面表现非常差。

课程目标	考核内容	评分标准				
		优秀 (分数≥90分)	良好 (78≤分数<90)	中等 (68≤分数<78)	及格 (60≤分数<68)	不及格 (分数<60分)
		组织、协调和指挥团队开展工作。	队开展工作。			
课程目标 8 (4%)	劳动价值观、劳动能力、劳动精神、劳动习惯、劳动品质	具有非常正确的劳动价值观、优秀的劳动能力、非常积极的劳动精神、良好劳动习惯和品质。	具有正确劳动价值观、良好的劳动能力、积极的劳动精神、良好劳动习惯和品质。	具有基本正确劳动价值观、必备的劳动能力、比较积极的劳动精神、良好劳动习惯和品质。	在劳动价值观、劳动能力、劳动精神、劳动习惯和品质等方面存在明显问题。	在劳动价值观、劳动能力、劳动精神、劳动习惯和品质等方面存在严重问题。

## 2. 实习日志考核内容和评分标准

课程目标	考核内容	评分标准				
		优秀 (分数≥90分)	良好 (78≤分数<90)	中等 (68≤分数<78)	及格 (60≤分数<68)	不及格 (分数<60分)
课程目标 1 (2%)	文化产业领域经济、资源、政策法规、管理等原理知识	很好地掌握文化产业领域知识，对文化产业有非常系统化的认知。	较好地掌握文化产业领域知识，对文化产业有系统化的认知。	基本掌握文化产业领域知识的，对文化产业有比较系统化的认知。	对文化产业领域知识的掌握较差，但对文化产业的有正确认知。	对文化产业领域知识的掌握情况差，不能形成对文化产业的正确认知。
课程目标 2 (2%)	文化产业相关组织管理领域战略、财会、人力、品牌、组织行为、营销等知识	很好地掌握文化产业相关组织管理领域战略、财会、人力、品牌、组织行为、营销等知识，深入理解文化产业相关组织运行的机理。	较好地掌握文化产业相关组织管理领域战略、财会、人力、品牌、组织行为、营销等知识较深入理解文化产业相关组织运行的机理。	基本掌握文化产业相关组织管理领域战略、财会、人力、品牌、组织行为、营销等知识，理解文化产业相关组织运行的机理。	对文化产业相关组织管理领域战略、财会、人力、品牌、组织行为、营销等知识和文化产业相关组织运行机理的掌握较差。	对文化产业相关组织管理领域战略、财会、人力、品牌、组织行为、营销等知识和文化产业相关组织运行机理的掌握非常差。
课程目标 3 (2%)	文化史论、设计类专业知 识、文化发展状况	很好地掌握文化史论与设计类专业知 识，准确把握文化发展脉络。	较好地掌握文化史论与设计类专业知 识，把握文化发展脉络。	基本掌握文化史论与设计类专业知 识，基本能够把握文化发展脉络。	对文化史论与设计类专业知 识的掌握情况和设计能力较差。	对文化史论与设计类专业知 识的掌握情况很差，设计能力很差。
课程目标 4 (2%)	海洋经济学及海洋文化等海洋特色专业知识	很好地掌握海洋经济学及海洋文化等海洋特色专业知识。	较好地掌握海洋经济学及海洋文化等海洋特色专业知识。	基本掌握海洋经济学及海洋文化等海洋特色专业知识。	对海洋经济学及海洋文化等海洋特色专业知识的掌握情况较差。	对掌握海洋经济学及海洋文化等海洋特色专业知识的掌握情况非常差。
课程目标 5 (2%)	语言和人际沟通表达能力、公文文案文书写作能力、外语能力	具有很强的语言和人际沟通表达能力，规范的公文文案文书写作能力，优秀的外语能力。	具有较强的语言和人际沟通表达能力，规范的公文文案文书写作能力，良好的外语能力。	语言和人际沟通表达能力、公文文案文书写作能力、外语能力一般。	语言和人际沟通表达能力、公文文案文书写作能力、外语能力较差。	语言和人际沟通表达能力、公文文案文书写作能力、外语能力非常差。
课程目标 6 (3%)	文化产业管理的有关方针、政策和法规	能够在管理实践中深入理解并严格遵守文化产业管理的有关方	能够在管理实践中理解并遵守文化产业管理的有关方针、政策和法规，	基本能够在管理实践中理解并遵守文化产业管理的有关方针、政策	在理解并遵守文化产业管理的有关方针、政策和法规，履行责任方面表现	在理解并遵守文化产业管理的有关方针、政策和法规，

课程目标	考核内容	评分标准				
		优秀 (分数≥90分)	良好 (78≤分数<90)	中等 (68≤分数<78)	及格 (60≤分数<68)	不及格 (分数<60分)
	规	针、政策和法规,履行责任。	履行责任。	和法规,履行责任。	较差。	履行责任方面表现非常差。
课程目标 7 (3%)	沟通合作能力,开展工作能力;组织、协调和指挥团队开展工作能力	能与其他学科的成员进行高效沟通,合作共事,并能够在团队中独立或合作开展工作;能够积极主动地组织、协调和指挥团队开展工作。	能与其他学科的成员比较高效的沟通,合作共事,并能够在团队中独立或合作开展工作;能够比较积极地组织、协调和指挥团队开展工作。	能与其他学科的成员有效沟通,合作共事,基本能够在团队中独立或合作开展工作;基本能够组织、协调和指挥团队开展工作。	在与其他学科的成员进行沟通、合作,以及组织、协调团队开展工作方面表现较差。	在与其他学科的成员进行沟通、合作,以及组织、协调团队开展工作方面表现非常差。
课程目标 8 (4%)	劳动价值观、劳动能力、劳动精神、劳动习惯、劳动品质	具有非常正确的劳动价值观、优秀的劳动能力、非常积极的劳动精神、良好劳动习惯和品质。	具有正确劳动价值观、良好的劳动能力、积极的劳动精神、良好劳动习惯和品质。	具有基本正确劳动价值观、必备的劳动能力、比较积极的劳动精神、良好劳动习惯和品质。	在劳动价值观、劳动能力、劳动精神、劳动习惯和品质等方面存在明显问题。	在劳动价值观、劳动能力、劳动精神、劳动习惯和品质等方面存在严重问题。

### 3.实习报告考核内容和评分标准

课程目标	考核内容	评分标准				
		优秀 (分数≥90分)	良好 (78≤分数<90)	中等 (68≤分数<78)	及格 (60≤分数<68)	不及格 (分数<60分)
课程目标 1 (2%)	文化产业领域经济、资源、政策法规、管理等原理知识	很好地掌握文化产业领域经济、资源、政策法规、管理等原理知识,对文化产业有非常系统化的认知。	较好地掌握文化产业领域经济、资源、政策法规、管理等原理知识,对文化产业有系统化的认知。	基本掌握文化产业领域经济、资源、政策法规、管理等原理知识的,对文化产业有较系统化的认知。	对文化产业领域经济、资源、政策法规、管理等原理知识的掌握较差,但对文化产业的有正确认知。	对文化产业领域经济、资源、政策法规、管理等原理知识的掌握情况差,不能形成对文化产业的正确认知。
课程目标 2 (2%)	文化产业相关组织管理领域战略、财会、人力、品牌、组织行为、营销等知识	很好地掌握文化产业相关组织管理领域战略、财会、人力、品牌、组织行为、营销等知识,深入理解文化产业相关组织运行的机理。	较好地掌握文化产业相关组织管理领域战略、财会、人力、品牌、组织行为、营销等知识较深入理解文化产业相关组织运行的机理。	基本掌握文化产业相关组织管理领域战略、财会、人力、品牌、组织行为、营销等知识,理解文化产业相关组织运行的机理。	对文化产业相关组织管理领域战略、财会、人力、品牌、组织行为、营销等知识和文化产业相关组织运行机理的掌握较差。	对文化产业相关组织管理领域战略、财会、人力、品牌、组织行为、营销等知识和文化产业相关组织运行机理的掌握非常差。
课程目标 3 (2%)	文化史论、设计类专业知识、文化发展状况	很好地掌握文化史论与设计类专业专业知识,准确把握文化发展脉络,设计能力优秀。	较好地掌握文化史论与设计类专业专业知识,把握文化发展脉络,设计能力良好。	基本掌握文化史论与设计类专业专业知识,能够把握文化发展脉络,设计能力一般。	对文化史论与设计类专业专业知识的掌握情况和设计能力较差。	对文化史论与设计类专业专业知识的掌握情况很差,设计能力很差。
课程目标 4 (2%)	海洋经济学及海洋文化等海洋特色专业知识	很好地掌握海洋经济学及海洋文化等海洋特色专业知识。	较好地掌握海洋经济学及海洋文化等海洋特色专业知识。	基本掌握海洋经济学及海洋文化等海洋特色专业知识。	对海洋经济学及海洋文化等海洋特色专业知识的掌握情况较差。	对掌握海洋经济学及海洋文化等海洋特色专业知识的掌握情况非常差。

课程目标	考核内容	评分标准				
		优秀 (分数≥90分)	良好 (78≤分数<90)	中等 (68≤分数<78)	及格 (60≤分数<68)	不及格 (分数<60分)
课程目标 5 (2%)	语言和人际沟通表达能力、公务文案文书写作能力、外语能力	具有很强的语言和人际沟通表达能力,规范的公务文案文书写作能力,优秀的外语能力。	具有较强的语言和人际沟通表达能力,规范的公务文案文书写作能力,良好的外语能力。	语言和人际沟通表达能力、公务文案文书写作能力、外语能力一般。	语言和人际沟通表达能力、公务文案文书写作能力、外语能力较差。	语言和人际沟通表达能力、公务文案文书写作能力、外语能力非常差。
课程目标 6 (3%)	文化产业管理的有关方针、政策和法规	能够在管理实践中深入理解并严格遵守文化产业管理的有关方针、政策和法规,履行责任。	能够在管理实践中理解并遵守文化产业管理的有关方针、政策和法规,履行责任。	基本能够在管理实践中理解并遵守文化产业管理的有关方针、政策和法规,履行责任。	在理解并遵守文化产业管理的有关方针、政策和法规,履行责任方面表现较差。	在理解并遵守文化产业管理的有关方针、政策和法规,履行责任方面表现非常差。
课程目标 7 (3%)	沟通合作能力,开展工作能力;组织、协调和指挥团队开展工作能力	能与其他学科的成员进行高效沟通,合作共事,并能够在团队中独立或合作开展工作;能够积极主动地组织、协调和指挥团队开展工作。	能与其他学科的成员比较高效的沟通,合作共事,并能够在团队中独立或合作开展工作;能够比较积极地组织、协调和指挥团队开展工作。	能与其他学科的成员有效沟通,合作共事,基本能够在团队中独立或合作开展工作;基本能够组织、协调和指挥团队开展工作。	在与其他学科的成员进行沟通、合作,以及组织、协调团队开展工作方面表现较差。	在与其他学科的成员进行沟通、合作,以及组织、协调团队开展工作方面表现非常差。
课程目标 8 (4%)	劳动价值观、劳动能力、劳动精神、劳动习惯、劳动品质	具有非常正确的劳动价值观、优秀的劳动能力、非常积极的劳动精神、良好劳动习惯和品质。	具有正确劳动价值观、良好的劳动能力、积极的劳动精神、良好劳动习惯和品质。	具有基本正确劳动价值观、必备的劳动能力、比较积极的劳动精神、良好劳动习惯和品质。	在劳动价值观、劳动能力、劳动精神、劳动习惯和品质等方面存在明显问题。	在劳动价值观、劳动能力、劳动精神、劳动习惯和品质等方面存在严重问题。

#### 4.答辩考核内容和评分标准

课程目标	考核内容	评分标准				
		优秀 (分数≥90分)	良好 (78≤分数<90)	中等 (68≤分数<78)	及格 (60≤分数<68)	不及格 (分数<60分)
课程目标 1 (2%)	文化产业领域经济、资源、政策法规、管理等原理知识	很好地掌握文化产业领域知识,对文化产业有非常系统化的认知;答辩思路非常清晰,语言流畅、通顺,观点表达非常简明、准确。	较好地掌握文化产业领域经济、资源、政策法规、管理等原理知识,对文化产业有系统化的认知;答辩思路清晰,语言流畅,观点表达简明、准确。	基本掌握文化产业领域知识的,对文化产业有较系统化的认知;答辩思路基本清晰,语言基本流畅,观点表达不够简明。	对文化产业领域经济、资源、政策法规、管理等原理知识的掌握较差,但对文化产业的有正确认知;答辩思路不够清晰,语言不够流畅,观点表达不够简明。	对文化产业领域经济、资源、政策法规、管理等原理知识的掌握情况差,不能形成对文化产业的正确认知;答辩思路不清晰,语言不流畅,观点表达不明确。
课程目标 2 (2%)	文化产业相关组织管理领域战略、财会、人力、品牌、组织行为、营销等知	很好地掌握文化产业相关组织管理领域知识和运行机理;答辩思路非常清晰,语言流畅、通顺,观点表达非常简明、准确。	较好地掌握文化产业相关组织管理领域知识较深入理解文化产业相关组织运行的机理;答辩思路清晰,语言流畅,观点表达简明、准确。	基本掌握文化产业相关组织管理领域知识,理解文化产业相关组织运行的机理;答辩思路基本清晰,语言基本流畅,观点表达不够简明。	对文化产业相关组织管理领域知识和文化产业相关组织运行机理的掌握较差;答辩思路不够清晰,语言不够流畅,观点表达不够简明。	对文化产业相关组织管理领域知识和文化产业相关组织运行机理的掌握非常差;答辩思路不清晰,语言不流

课程目标	考核内容	评分标准				
		优秀 (分数≥90分)	良好 (78≤分数<90)	中等 (68≤分数<78)	及格 (60≤分数<68)	不及格 (分数<60分)
	识					畅, 观点表达不明确。
课程目标 3 (2%)	文化史论、设计类专业知 识、文化发展状况	很好地掌握文化史论与设计专业知识、文化发展脉络, 设计能力优秀; 答辩思路非常清晰, 语言流畅、通顺, 观点表达非常简明、准确。	较好地掌握文化史论与设计类专业知 识, 把握文化发展脉络, 设计能力良好; 答辩思路清晰, 语言流畅, 观点表达简明、准确。	基本掌握文化史论与设计类专业知 识, 能够把握文化发展脉络, 设计能力一般; 答辩思路基本清晰, 语言基本流畅, 观点表达不够简明。	对文化史论与设计类专业知识的掌握情况和设计能力较差; 答辩思路不够清晰, 语言不够流畅, 观点表达不够简明。	对文化史论与设计类专业知识的掌握情况很差, 设计能力很差; 答辩思路不清晰, 语言不流畅, 观点表达不明确。
课程目标 4 (2%)	海洋经济学及海洋文化等海洋特色专业知识	很好地掌握海洋经济学及海洋文化等海洋特色专业知识; 答辩思路非常清晰, 语言流畅、通顺, 观点表达非常简明、准确。	较好地掌握海洋经济学及海洋文化等海洋特色专业知识; 答辩思路清晰, 语言流畅, 观点表达简明、准确。	基本掌握海洋经济学及海洋文化等海洋特色专业知识; 答辩思路基本清晰, 语言基本流畅, 观点表达不够简明。	对海洋经济学及海洋文化等海洋特色专业知识的掌握情况较差; 答辩思路不够清晰, 语言不够流畅, 观点表达不够简明。	对掌握海洋经济学及海洋文化等海洋特色专业知识的掌握情况非常差; 答辩思路不清晰, 语言不流畅, 观点表达不明确。
课程目标 5 (2%)	语言和人际沟通表达能力、公文写作能力、外语能力	具有很强的语言和人际沟通表达能力, 规范的公文文案文书写作能力, 优秀的外语能力; 答辩思路非常清晰, 语言流畅、通顺, 观点表达非常简明、准确。	具有较强的语言和人际沟通表达能力, 规范的文书写作能力, 良好的外语能力; 答辩思路清晰, 语言流畅, 观点表达简明、准确。	语言和人际沟通表达能力、公文文案文书写作能力、外语能力一般; 答辩思路基本清晰, 语言基本流畅, 观点表达不够简明。	语言和人际沟通表达能力、公文文案文书写作能力、外语能力较差; 答辩思路不够清晰, 语言不够流畅, 观点表达不够简明。	语言和人际沟通表达能力、公文文案文书写作能力、外语能力非常差; 答辩思路不清晰, 语言不流畅, 观点表达不明确。
课程目标 6 (3%)	文化产业管理的有关方针、政策和法规	深入理解并严格遵守文化产业管理的有关方针、政策和法规, 履行责任; 答辩思路非常清晰, 语言流畅、通顺, 观点表达非常简明、准确。	能够在管理实践中理解并遵守文化产业管理的有关方针、政策和法规, 履行责任; 答辩思路清晰, 语言流畅, 观点表达简明、准确。	基本能够在管理实践中理解并遵守文化产业管理的有关方针、政策和法规, 履行责任; 答辩思路基本清晰, 语言基本流畅, 观点表达不够简明。	在理解并遵守文化产业管理的有关方针、政策和法规, 履行责任方面表现较差; 答辩思路不够清晰, 语言不够流畅, 观点表达不够简明。	在理解并遵守文化产业管理的有关方针、政策和法规, 履行责任方面表现非常差; 答辩思路不清晰, 语言不流畅, 观点表达不明确。
课程目标 7 (3%)	沟通合作能力, 开展工作能力; 组织、协调和指挥团队开展工作能力	能与其他学科的成员进行高效沟通合作, 并能够在团队中独立或合作开展工作; 能够积极主动地组织、协调和指挥团队开展工作; 答辩思路非常清晰, 语言流畅、通顺, 观点表达非常简明、准确。	能与其他学科的成员比较高效的沟通, 合作共事, 并能够在团队中独立或合作开展工作; 能够比较积极地组织、协调和指挥团队开展工作; 答辩思路清晰, 语言流畅, 观点表达简明、准确。	能与其他学科的成员有效沟通, 合作共事, 基本能够在团队中独立或合作开展工作; 基本能够组织、协调和指挥团队开展工作; 答辩思路基本清晰, 语言基本流畅, 观点表达不够简明。	在与其他学科的成员进行沟通、合作, 以及组织、协调团队开展工作方面表现较差; 答辩思路不够清晰, 语言不够流畅, 观点表达不够简明。	在与其他学科的成员进行沟通、合作, 以及组织、协调团队开展工作方面表现非常差; 答辩思路不清晰, 语言不流畅, 观点表达不明确。

课程目标	考核内容	评分标准				
		优秀 (分数≥90分)	良好 (78≤分数<90)	中等 (68≤分数<78)	及格 (60≤分数<68)	不及格 (分数<60分)
课程目标 8 (4%)	劳动价值观、劳动能力、劳动精神、劳动习惯、劳动品质	具有非常正确的劳动价值观、优秀的劳动能力、非常积极的劳动精神、良好劳动习惯和品质；答辩思路非常清晰，语言流畅、通顺，观点表达非常简明、准确。	具有正确劳动价值观、良好的劳动能力、积极的劳动精神、良好劳动习惯和品质；答辩思路清晰，语言流畅，观点表达简明、准确。	具有基本正确劳动价值观、必备的劳动能力、比较积极的劳动精神、良好劳动习惯和品质；答辩思路基本清晰，语言基本流畅，观点表达不够简明。	在劳动价值观、劳动能力、劳动精神、劳动习惯和品质等方面存在明显问题；答辩思路不够清晰，语言不够流畅，观点表达不够简明。	在劳动价值观、劳动能力、劳动精神、劳动习惯和品质等方面存在严重问题；答辩思路不清晰，语言不流畅，观点表达不明确。

## 53. 《毕业论文》教学大纲

### 一、课程基本信息

课程名称	中文名称：毕业论文				
	英文名称：Graduation Thesis				
课程号	7503440	学分	12	学时（周数）	12
开课学院	海洋文化与法律学院		开课学期	8	
面向专业	文化产业管理		课程负责人	文化产业管理全体导师	

### 二、课程简介

#### （一）课程概况

毕业论文是文化产业管理专业教学过程的一个重要教学环节，是学生在教师的指导下，独立从事科学研究工作的初步尝试。它是对学生学习成果的综合性总结和检阅，是检验学生掌握知识的程度、分析问题和解决问题的一份综合答卷。也是一次从学校学习过渡到独立工作的“实战演习”，是学生大学四年综合专业水平的体现，也是从事实际工作之前的最后考验。

Graduation thesis is an important teaching link in the teaching process of cultural industry management major. It is a preliminary attempt for students to engage in scientific research independently under the guidance of teachers. It is a comprehensive summary and review of Students' learning achievements, and a comprehensive answer to test the degree of Students' mastery of knowledge, analyze problems and solve problems. It is also a "Practical exercise" for the transition from school study to independent work. It is a reflection of students' comprehensive professional level in four years of college, and also a final test before they engage in practical work.

#### （二）课程目标

课程目标 1：掌握马列主义基本原理、毛泽东思想和中国特色社会主义理论、习近平新时代中国特色社会主义思想等思想政治理论，以及在论文中能够运用数理、管理、经济、文化艺术等专业学科基础理论。

课程目标 2: 论文选题要有前沿性, 具备相应的从文化产业观察透析能力、分析判断力、趋势预测能力、把握文化产业的未来发展趋势。在论文中能够应用数学、统计学、市场营销和管理学的基本原理, 识别、表达提出相关问题。在论文调研环节能够通过文献分析和市场调研分析文化产业相关领域的管理问题。

课程目标 3: 论文中能够评估和优化管理方案或项目方案, 总结经验, 形成可复制、可推广的解决方案。

课程目标 4: 选择和应用先进的信息、资源技术及使用现代统计学工具为论文做数据支撑。使用与设计相关或与人工智能相关的信息技术工具, 为创新奠定基础。

课程目标 5: 通过毕业论文的实践和写作, 能够在管理实践中理解并遵守文化产业管理的有关方针、政策和法规, 履行责任。具有良好的自主学习能力和习惯, 能够通过自主学习解决问题、提升专业能力和水平。

### (三) 课程目标和毕业要求的对应关系

课程目标	毕业要求指标点	毕业要求
1	1-1 掌握并运用马克思主义基本原理、毛泽东思想和中国特色社会主义理论、习近平新时代中国特色社会主义思想树立正确的世界观、价值观、人生观, 坚定政治立场和理想信念, 能够用马克思主义辩证法分析和判断问题。 1-2 掌握数理理论、经济学理论, 形成较好的逻辑能力, 能用经济学原理观察和思考文化产业相关现象和问题。 1-3 掌握管理学原理, 能理解文化产业相关组织的管理和运行。 1-4 掌握文化艺术类基础理论知识, 提升艺术审美修养。	1. (基础理论) 掌握马列主义基本原理、毛泽东思想和中国特色社会主义理论、习近平新时代中国特色社会主义思想等思想政治理论, 以及数理、管理、经济、文化艺术等专业学科基础理论。
2	3-1 能够应用数学、统计学、市场营销和管理学的基本原理, 识别、表达提出相关问题。 3-2 通过文献分析和市场调研分析文化产业相关领域的管理问题。 3-3 具备相应的从文化产业观察透析能力、分析判断力、趋势预测能力、把握文化产业的未来发展趋势。	3. (问题分析) 能够应用数学、统计学、经济学和管理学的基本原理, 通过文献分析和市场调研分析方法, 准确识别、阐释文化产业领域的相关管理问题。
3	4-2 评估和优化管理方案或项目方案, 总结经验, 形成可复制、可推广的解决方案。	4. (设计、策划解决方案) 具有创新意识, 能够综合考虑社会、经济、健康、安全、法律、文化等多元因素, 以问题和需求为导向, 设计出满足特定需求的管理或项目方案及实施流程。

课程目标	毕业要求指标点	毕业要求
4	5-1 选择和应用先进的信息、资源技术及使用现代统计学工具。 5-2 使用与设计相关或与人工智能相关的信息技术工具。 6-1 把握时代发展脉搏，准确判断文化产业及相关领域发展方向。	5. (使用现代化工具) 针对复杂的文化产业管理问题，能够选择和使用合适的信息、资源、技术和现代统计学工具、计算机辅助设计软件、人工智能等现代信息技术，对文化产业相关领域复杂管理问题进行预测、干预，并提出解决方案。 6. (时代与发展) 把握时代发展脉搏，准确判断文化产业及相关领域发展方向。
5	7-2 能够在管理实践中理解并遵守文化产业管理的有关方针、政策和法规，履行责任。 9-2 具有良好的自主学习能力和习惯，能够通过自主学习解决问题、提升专业能力和水平。	7. (职业素养) 具备良好的语言沟通和规范的文字表达能力、资料收集与分析能力、人文社会科学素养和社会责任感，严格遵守职业道德与规范，正确把握团队和个人的关系，在团队中胜任个体、团队成员或负责人的角色。 9. (终身学习) 具有良好的自主学习和终身学习的意识和能力，能够适应时代和产业发展不断自我提升。

### 三、教学内容和教学方法与课程目标的对应关系

教学阶段	主要任务	知识点	考核要求	时间(周次)	支撑课程目标
选题阶段	课题调研	选择合适的课题方向	选题是否具有研究意义	7 学期第 12 周	1、2
	检索文献	文献检索方法	文献检索的广度与深度	7 学期 14 周	2
开题阶段	文献综述	文献综述的撰写方法	根据任务书要求，进行资料的调研、收集、加工与整理；能正确使用工具书和各类手册检索所需资料，完成文献综述 1 篇。(字数不少于 3000 字)	7 学期第 16 周	2
	开题报告	开题报告的撰写方法	根据任务书要求，结合前期工作，完成开题报告 1 篇。	8 学期第 1 周	1、2、3
中期检查	中期论文思政融入点：良好的学术诚信和学术道德	论文正文前半部分撰写	根据任务书要求，完成论文中期检查规定的任务量。	8 学期第 3 周	1、2、3、4
毕业论文(设计)撰写与答辩	基础理论	各学科基础知识的融合运用	掌握马列主义基本原理、毛泽东思想和中国特色社会主义理论、习近平新时代中国特色社会主义思想等思想政治理论，以及数理、管理、经济、文化艺术等专业学科基础理论。	8 学期 4-12 周	1

教学阶段	主要任务	知识点	考核要求	时间 (周次)	支撑课程 目标
	问题分析	提高分析问题的能力,使用合适的方法。	能够应用数学、统计学、经济学和管理学的基本原理,通过文献分析和市场调研分析方法,准确识别、阐释文化产业领域的相关管理问题。		2
	设计策划解决方案	根据问题策划解决问题的方案设定合理的实施流程。	具有创新意识,能够综合考虑社会、经济、健康、安全、法律、文化等多元因素,以问题和需求为导向,设计出满足特定需求的管理或项目方案及实施流程。		3
	使用现代化工具	选择和使用现代化工具	针对复杂的文化产业管理问题,能够选择和使用合适的信息、资源、技术和现代统计学工具、计算机辅助设计软件、人工智能等现代信息技术,对文化产业相关领域复杂管理问题进行预测、干预,并提出解决方案。		4
	时代与发展	把握文化产业时代发展方向。	把握时代发展脉搏,准确判断文化产业及相关领域发展方向。		4
	职业素养 思政融入点: 职业规范,敢于担当	注重团队合作,具备人文社科素养和社会责任感。	具备良好的语言沟通和规范的文字表达能力、资料收集与分析能力、人文社会科学素养和社会责任感,严格遵守职业道德与规范,正确把握团队和个人的关系,在团队中胜任个体、团队成员或负责人的角色。		5
	终身学习	具有终身学习的能力和意识,不断提升自我。	具有良好的自主学习和终身学习的意识和能力,能够适应时代和产业发展不断自我提升。		5

#### 四、毕业论文(设计)考核

##### (一) 基本要求

首先,对所有学生的毕业论文(设计)使用中国知网“大学生论文管理系统”进行检测,达到规定的检测指标,即小于30%的才能参加答辩,两次检测均为不达标的没有正常的答辩资格,只能参加后续安排的缓答辩。

##### (二) 考核与评价方式

毕业论文(设计)成绩由指导教师、评阅教师和毕业设计答辩三部分成绩综合评定而成,三部分成绩的比例为4:2:4。

##### 1. 指导教师评价成绩(占总成绩40%)

课程目标	考核内容（考核方式：过程指导、论文评阅）	分值
1	论文是否能够运用马克思主义基本原理、毛泽东思想和中国特色社会主义理论、习近平新时代中国特色社会主义思想树立正确的世界观、价值观、人生观，坚定政治立场和理想信念，能够用马克思主义辩证法分析和判断问题。以及是否能够将数理、管理、经济、文化艺术等专业学科基础理论运用于论文中。	8%
2	是否将管理学原理运用到论文中文化产业相关组织的管理和运行。	8%
3	在论文调研环节是否能够通过文献分析和市场调研分析文化产业相关领域的管理问题。在论文中是否能够通过应用数学、统计学、市场营销和管理学的基本原理，识别、表达提出相关问题。	8%
4	论文选题是否有前沿性，具备相应的从文化产业观察透析能力、分析判断力、趋势预测能力、把握文化产业的未来发展趋势。 是否能够选择和应用先进的信息、资源技术及使用现代统计学工具为论文做数据支撑。是否使用与设计相关或与人工智能相关的信息技术工具，为创新奠定基础。 论文选题是否把握时代发展脉搏，准确判断文化产业及相关领域发展方向。	8%
5	通过毕业论文的实践和写作，是否能够在管理实践中理解并遵守文化产业管理的有关方针、政策和法规，履行责任。 是否具有好的自主学习能力和习惯，是否能够通过自主学习解决问题、提升专业能力和水平。	8%

## 2. 评阅教师评价成绩（占总成绩 20%）

课程目标	考核内容（考核方式：论文评阅）	分值
1	论文选题符合本专业培养目标，符合科技、经济和社会需求。是否能够运用马克思主义基本原理、毛泽东思想和中国特色社会主义理论、习近平新时代中国特色社会主义思想树立正确的世界观、价值观、人生观，坚定政治立场和理想信念，能够用马克思主义辩证法分析和判断问题。	4%
2	是否具备收集、分析处理信息，并得到合理有效的结论的能力。文中是否能够评估和优化管理方案或项目方案，总结经验，形成可复制、可推广的解决方案。	4%
3	论文选题是否有前沿性，具备相应的从文化产业观察透析能力、分析判断力、趋势预测能力、把握文化产业的未来发展趋势。	4%
4	是否能够选择和应用先进的信息、资源技术及使用现代统计学工具为论文做数据支撑。	4%
5	论文选题是否把握时代发展脉搏，准确判断文化产业及相关领域发展方向。	4%

## 3. 答辩成绩（占总成绩 40%）

课程目标	考核内容（考核方式：论文答辩）	分值
1	在论文中能够运用数理、管理、经济、文化艺术等专业学科基础理论。是否将管理学原理运用到论文中文化产业相关组织的管理和运行。	8%
2	在论文中是否能够通过应用数学、统计学、市场营销和管理学的基本原理，识别、表达提出相关问题。	8%

课程目标	考核内容（考核方式：论文答辩）	分值
3	在论文调研环节是否能够通过文献分析和市场调研分析文化产业相关领域的管理问题，具有综合分析评价能力。	8%
4	论文选题是否有前沿性，具备相应的从文化产业观察透析能力、分析判断力、趋势预测能力、把握文化产业的未来发展趋势。表达规范、准确。答辩中，能够清晰表达自己的观点以及设计思路，并有效回应质疑。	8%
5	在答辩中是否能够回答文化产业管理的有关方针、政策和法规。考察是否具有良好的自主学习能力和习惯，是否具有通过自主学习解决问题、提升专业能力和水平。	8%

#### 4. 成绩构成

课程目标	成绩构成（百分制）			合计 100%
	指导教师40%	评阅教师 20%	答辩组 40%	
1	8	4	8	20
2	8	4	8	20
3	8	4	8	20
4	8	4	8	20
5	8	4	8	20
合计（成绩构成）	40	20	40	100

#### （三）成绩评定办法及依据

毕业设计成绩按优秀、良、中、合格和不合格五级分制记分，由答辩小组以投票或集体讨论方式评定。其中优秀成绩人数所占比例一般不超过 20%，优良率不得超过 60%。

等级	优秀	良好	中等	合格	不合格
分值	90 分以上	78-89 分	68-77 分	60-67 分	60 分以下

### 五、毕业设计（论文）的选题

毕业设计（论文）课题由指导教师提出，经专业教学委员会评阅、调整后，报学院审定，在满足校院专业要求的前提下，鼓励学生到企业进行毕业设计，鼓励校企联合指导。

毕业设计（论文）的选题原则

（1）符合本专业的培养目标和教学要求，应有一定的知识覆盖面，尽可能涵盖本专业主干课的内容，使学生得到比较全面的训练；

（2）应尽可能来自于生产、科研和教学的实际问题，有工程背景和实用价值；

（3）题目类型可多种多样，鼓励海洋工程类、水产特色类题目，都应贯彻因材施教原则，使学生的创新能力得以充分发挥；

（4）难易程度和工作量能满足专业培养目标要求，研究型题目应具备相应的实验条件，能使大多数学生经过努力在给定的时间内完成规定任务；

（5）毕业设计要求每人一题。

## 六、参考材料

各导师根据学生选题指定参考书。

主撰人：高雪

审核人：高雪

英文校对：沈庆会

教学副院长：郑建明

日 期：2022 年 9 月 26 日

## 附件：各类考核与评价标准表

### 1. 指导教师评分标准

成绩 课程目标	优秀 (分数≥90分)	良好 (78≤分数<90)	中等 (68≤分数<78)	及格 (60≤分数<68)	不及格 (分数<60分)
课程目标 1 (8%)	论文能够充分运用马克思主义基本原理、毛泽东思想和中国特色社会主义理论、习近平新时代中国特色社会主义思想树立正确的世界观、价值观、人生观，坚定政治立场和理想信念，能够用马克思主义辩证法分析和判断问题。能够将数理、管理、经济、文化艺术等专业学科基础理论妥善的运用于论文中。	论文能够运用马克思主义基本原理、毛泽东思想和中国特色社会主义理论、习近平新时代中国特色社会主义思想树立正确的世界观、价值观、人生观，坚定政治立场和理想信念，能够用马克思主义辩证法分析和判断问题。能够将数理、管理、经济、文化艺术等专业学科基础理论运用于论文中。	论文能够运用马克思主义基本原理、毛泽东思想和中国特色社会主义理论、习近平新时代中国特色社会主义思想树立正确的世界观、价值观、人生观，坚定政治立场和理想信念，能够用马克思主义辩证法分析和判断问题。基本能够将数理、管理、经济、文化艺术等专业学科基础理论运用于论文中。	论文能够运用马克思主义基本原理、毛泽东思想和中国特色社会主义理论、习近平新时代中国特色社会主义思想树立正确的世界观、价值观、人生观，能够用马克思主义辩证法分析和判断问题。基本能够将数理、管理、经济、文化艺术等专业学科部分基础理论运用于论文中。	论文不能够运用马克思主义基本原理、毛泽东思想和中国特色社会主义理论、习近平新时代中国特色社会主义思想树立正确的世界观、价值观、人生观，不能够将数理、管理、经济、文化艺术等专业学科部分基础理论运用于论文中。
课程目标 2 (8%)	充分的将管理学原理运用到论文中文化产业相关组织的管理和运行。	妥善的将管理学原理运用到论文中文化产业相关组织的管理和运行。	能够将管理学原理运用到论文中文化产业相关组织的管理和运行。	基本能够将管理学原理运用到论文中文化产业相关组织的管理和运行。	不能将管理学原理运用到论文中文化产业相关组织的管理和运行。
课程目标 3 (8%)	在论文调研环节通过详尽的文献分析和市场调研分析文化产业相关领域的管理问题。在论文中良好的应用数学、统计学、市场营销和管理学的基本原理，识别、表达提出相关问题。	在论文调研环节通过文献分析和市场调研分析文化产业相关领域的管理问题。在论文中妥善的应用数学、统计学、市场营销和管理学的基本原理，识别、表达提出相关问题。	在论文调研环节通过基本的文献分析和市场调研分析文化产业相关领域的管理问题。在论文中应用数学、统计学、市场营销和管理学的基本原理，识别、表达提出相关问题。	在论文调研环节通过文献分析和市场调研分析文化产业相关领域的基本管理问题。在论文中应用部分数学、统计学、市场营销和管理学的基本原理，识别、表达提出部分相关问题。	在论文调研环节不能够通过文献分析和市场调研分析文化产业相关领域的管理问题。不能够应用数学、统计学、市场营销和管理学的基本原理，识别、表达提出相关问题。
课程目标 4 (8%)	论文选题能够充分把握时代发展脉搏，准确判断文	论文选题准确把握时代发展脉搏，准确判断文	论文选题准确把握时代发展脉搏，准确判断文化产	论文选题能把握时代发展脉搏，判断文化产业及相	论文选题不能够把握时代发展脉搏，准确判断文化

成绩 课程目标	优秀 (分数 $\geq 90$ 分)	良好 ( $78 \leq$ 分数 $< 90$ )	中等 ( $68 \leq$ 分数 $< 78$ )	及格 ( $60 \leq$ 分数 $< 68$ )	不及格 (分数 $< 60$ 分)
	化产业及相关领域发展方向,具备从文化产业观察透析能力、分析判断力、趋势预测能力、把握文化产业的未来发展趋势。能够选择和应用先进的信息、资源技术及使用现代统计学工具为论文做数据支撑。熟练使用与设计相关或与人工智能相关的信息技术工具,为创新奠定基础。	化产业及相关领域发展方向,具备从文化产业观察透析能力、分析判断力、趋势预测能力、把握文化产业的未来发展趋势。能够选择和应用先进的信息、资源技术及使用现代统计学工具为论文做数据支撑。使用与设计相关或与人工智能相关的信息技术工具,为创新奠定基础。	业及相关领域发展方向,具备从文化产业观察透析能力、分析判断力、趋势预测能力、把握文化产业的未来发展趋势。能够选择和应用先进的信息、资源技术及使用现代统计学工具为论文做数据支撑。基本能够使用与设计相关或与人工智能相关的信息技术工具,为创新奠定基础。	关领域发展方向,具备一定的从文化产业观察透析能力、分析判断力、趋势预测能力、把握文化产业的未来发展趋势。基本能够选择和应用先进的信息、资源技术及使用现代统计学工具为论文做数据支撑。能够使用部分与设计相关或与人工智能相关的信息技术工具。	产业及相关领域发展方向,不具备从文化产业观察透析能力、分析判断力、趋势预测能力。不能够选择和应用先进的信息、资源技术及使用现代统计学工具为论文做数据支撑。
课程目标 5 (8%)	通过毕业论文的实践和写作,能够在管理实践中充分理解并严格遵守文化产业管理的有关方针、政策和法规,切实履行责任。具有优秀的自主学习能力和习惯,能够自觉的通过自主学习解决问题、提升专业能力和水平。	通过毕业论文的实践和写作,能够在管理实践中理解并遵守文化产业管理的有关方针、政策和法规,履行责任。具有良好的自主学习能力和习惯,能够自觉的通过自主学习解决问题、提升专业能力和水平。	通过毕业论文的实践和写作,基本能够在管理实践中理解并遵守文化产业管理的有关方针、政策和法规,履行责任。具有自主学习能力和习惯,能够自觉的通过自主学习解决问题、提升专业能力和水平。	通过毕业论文的实践和写作,基本能够在管理实践中理解并遵守文化产业管理的有关方针、政策和法规。具有一定的的自主学习能力和习惯,通过自主学习解决部分问题。	通过毕业论文的实践和写作,不能够在管理实践中理解并遵守文化产业管理的有关方针、政策和法规。不具有自主学习能力和习惯。

## 2. 评阅教师评价标准

成绩 课程目标	优秀 (分数 $\geq 90$ 分)	良好 ( $78 \leq$ 分数 $< 90$ )	中等 ( $68 \leq$ 分数 $< 78$ )	及格 ( $60 \leq$ 分数 $< 68$ )	不及格 (分数 $< 60$ 分)
课程目标 1 (4%)	论文选题符合本专业培养目标,符合科技、经济和社会发需求。能够良好的运用马克	论文选题符合本专业培养目标,符合科技、经济和社会发需求。能够妥善的	论文选题基本符合本专业培养目标,符合科技、经济和社会发需求。能够运用	论文选题基本符合本专业培养目标,符合一定的科技、经济和社会发需求。能够用	论文选题不符合本专业培养目标,不符合科技、经济和社会发需求。不能够用马克思

成绩 课程目标	优秀 (分数≥90分)	良好 (78≤分数<90)	中等 (68≤分数<78)	及格 (60≤分数<68)	不及格 (分数<60分)
	思主义基本原理、毛泽东思想和中国特色社会主义理论、习近平新时代中国特色社会主义思想树立正确的世界观、价值观、人生观,坚定政治立场和理想信念,能够妥善的用马克思主义辩证法分析和判断问题。	运用马克思主义基本原理、毛泽东思想和中国特色社会主义理论、习近平新时代中国特色社会主义思想树立正确的世界观、价值观、人生观,坚定政治立场和理想信念,能够用马克思主义辩证法分析和判断问题。	马克思主义基本原理、毛泽东思想和中国特色社会主义理论、习近平新时代中国特色社会主义思想树立正确的世界观、价值观、人生观,坚定政治立场和理想信念,能够用马克思主义辩证法分析和判断问题。	马克思主义辩证法分析和判断问题。	主义辩证法分析和判断问题。
课程目标 2 (4%)	具备优秀的收集、分析处理信息,并得到合理有效的结论的能力。能够充分的评估和优化管理方案或项目方案,总结经验,形成可复制、可推广的解决方案。	具备良好的收集、分析处理信息,并得到合理有效的结论的能力。能够充分的评估和优化管理方案或项目方案,总结经验,形成可复制、可推广的解决方案。	具备收集、分析处理信息,并得到合理有效的结论的能力。能够充分的评估和优化管理方案或项目方案,总结经验,形成可复制、可推广的解决方案。	具备基本的收集、分析处理信息,并得到结论的能力。基本能够评估和优化管理方案或项目方案,总结经验,形成解决方案。	不具备收集、分析处理信息得到结论的能力。不能够评估和优化管理方案或项目方案。
课程目标 3 (4%)	论文选题有前沿性,具备良好的从文化产业观察透析能力、分析判断力、趋势预测能力、把握文化产业的未来发展趋势。	论文选题有一定前沿性,具备从文化产业观察透析能力、分析判断力、趋势预测能力、把握文化产业的未来发展趋势。	具备从文化产业观察透析能力、分析判断力、趋势预测能力、把握文化产业的未来发展趋势。	基本具备从文化产业观察透析能力、分析判断力、趋势预测能力、把握文化产业的未来发展趋势。	论文选没有前沿性,不具备从文化产业观察透析能力、分析判断力、趋势预测能力、把握文化产业的未来发展趋势。
课程目标 4 (4%)	能够选择和应用先进的信息、资源技术及熟练使用现代统计学工具为论文做数据支撑。	能够选择和应用先进的信息、资源技术及使用现代统计学工具为论文做数据支撑。	基本能够选择和应用信息、资源技术及使用现代统计学工具为论文做数据支撑。	能够选择和应用部分信息、资源技术及使用部分现代统计学工具为论文做数据支撑。	部能够选择和应用信息、资源技术及使用现代统计学工具为论文做数据支撑。
课程目标 5 (4%)	论文选题紧扣时代发展脉搏,快速	论文选题把握时代发展脉搏,准	论文选题基本能够把握时代发展	论文选题基本符合时代发展要求,	论文选题不能够把握时代发展脉

成绩 课程目标	优秀 (分数 $\geq 90$ 分)	良好 ( $78 \leq$ 分数 $< 90$ )	中等 ( $68 \leq$ 分数 $< 78$ )	及格 ( $60 \leq$ 分数 $< 68$ )	不及格 (分数 $< 60$ 分)
	而准确判断文化产业及相关领域发展方向。	确判断文化产业及相关领域发展方向。	脉搏,判断文化产业及相关领域发展方向。	基本能够判断文化产业及相关领域发展方向。	搏,不能判断文化产业及相关领域发展方向。

### 3. 答辩评价标准

成绩 课程目标	优秀 (分数 $\geq 90$ 分)	良好 ( $78 \leq$ 分数 $< 90$ )	中等 ( $68 \leq$ 分数 $< 78$ )	及格 ( $60 \leq$ 分数 $< 68$ )	不及格 (分数 $< 60$ 分)
课程目标 1 (8%)	能够充分的将管理学原理运用到论文中文化产业相关组织的管理和运行。	能够妥善的将管理学原理运用到论文中文化产业相关组织的管理和运行。	能够充分的将管理学原理运用到论文中文化产业相关组织的管理和运行。	能够充分的将管理学原理运用到论文中文化产业相关组织的管理和运行。	能够充分的将管理学原理运用到论文中文化产业相关组织的管理和运行。
课程目标 2 (8%)	在论文中能够巧妙应用数学、统计学、市场营销和管理学的基本原理,识别、表达提出相关问题。	在论文中能够准确应用数学、统计学、市场营销和管理学的基本原理,识别、表达提出相关问题。	在论文中能够巧妙应用数学、统计学、市场营销和管理学的基本原理,识别、表达提出相关问题。	在论文中能够巧妙应用数学、统计学、市场营销和管理学的基本原理,识别、表达提出相关问题。	在论文中能够巧妙应用数学、统计学、市场营销和管理学的基本原理,识别、表达提出相关问题。
课程目标 3 (8%)	在论文调研环节能够通过文献分析和市场调研分析文化产业相关领域的管理问题,具有优秀的综合分析评价能力。	在论文调研环节能够通过文献分析和市场调研分析文化产业相关领域的管理问题,具有良好的综合分析评价能力。	在论文调研环节能够通过文献分析和市场调研分析文化产业相关领域的管理问题,具有优秀的综合分析评价能力。	在论文调研环节能够通过文献分析和市场调研分析文化产业相关领域的管理问题,具有优秀的综合分析评价能力。	在论文调研环节能够通过文献分析和市场调研分析文化产业相关领域的管理问题,具有优秀的综合分析评价能力。
课程目标 4 (8%)	论文选题有前沿性,具备相应的从文化产业观察透析能力、分析判断力、趋势预测能力、把握文化产业的未来发展趋势。论文表达规范、准确。答辩中,能够清晰完整的表达自己的观点以及设计思路,并有效	论文选题有前沿性,具备相应的从文化产业观察透析能力、分析判断力、趋势预测能力、把握文化产业的未来发展趋势。论文表达规范、准确。答辩中,能够完整的表达自己的观点以及设计思路,并有效回应质	论文选题有一定的前沿性,具备相应的从文化产业观察透析能力、分析判断力、趋势预测能力、把握文化产业的未来发展趋势。论文表达基本准确。答辩中,能够完整的表达自己的观点以及设计思路,并有效回应质疑。	具备基本的从文化产业观察透析能力、分析判断力、趋势预测能力、把握文化产业的发展趋势。论文表达基本准确。答辩中,能够表达自己的观点以及设计思路,并有效回应质疑。	论文选题没有前沿性,论文表达不规范。答辩中,不能够清晰完整的表达自己的观点以及设计思路,不能有效回应质疑。

成绩 课程目标	优秀 (分数≥90分)	良好 (78≤分数<90)	中等 (68≤分数<78)	及格 (60≤分数<68)	不及格 (分数<60分)
	回应质疑。	疑。			
课程目标 5 (8%)	在答辩中能够流利回答文化产业管理的有关方针、政策和法规。具有良好的自主学习能力和习惯,并具有通过自主学习解决问题、提升专业能力和水平。	在答辩中能够妥善回答文化产业管理的有关方针、政策和法规。具有自主学习能力和习惯,并具有通过自主学习解决问题、提升专业能力和水平。	在答辩中能够回答文化产业管理的有关方针、政策和法规。具有一定的自主学习能力和习惯,并具有通过自主学习解决问题、提升专业能力和水平。	在答辩中能够回答部分文化产业管理的有关方针、政策和法规。具有基本的自主学习能力和习惯,并具有通过自主学习解决问题的能力。	在答辩中不能够流利回答文化产业管理的有关方针、政策和法规。