

# 文化产业管理专业四年制本科培养计划（区内）

## 一、培养目标

本专业旨在培养具备经济学、管理学等方面基本理论与方法，具有宽阔的文化视野和现代管理意识，熟悉文化法规及政策，具备较强规划、决策、组织、策划、创意以及沟通表达能力，能够在国家乃至西藏文化及相关产业、政府文化管理部门、文化事业单位从事文化经营管理、市场营销与策划、文化贸易与交流工作的应用型、复合型高级人才。

## 二、培养规格

1. 热爱祖国，拥护中国共产党的领导，坚持社会主义制度、坚持民族区域自治制度；掌握马列主义、毛泽东思想和邓小平理论和“三个代表”、科学发展观的重要思想；自觉维护祖国统一和民族团结，反对分裂，维护社会稳定，树立正确的祖国观、民族观、宗教观、文化观；坚持唯物论和无神论；具有良好的思想品德和政治素质，树立全心全意为人民服务的思想；具备良好的社会公德和职业道德，爱岗敬业，遵纪守法。

2. 掌握本专业的基本理论和基础知识，并能运用其分析解决工作中的一般实际问题；具备从事具体文化产业管理工作的基本素质和能力；了解党的民族政策和国家的各项政策、法规；能进行一般的调查研究，并较为熟练地操作各种办公设备。

3. 具有一定的体育和健康生活知识，掌握科学锻炼身体的基本技能，养成良好的体育锻炼和卫生习惯，达到国家规定的大学生体育和军事训练合格标准，具备健全的心理和健康的体魄。

## 三、学制、学位、总学时（学分）

学制：四年

学位：管理学学士

总学时：2516

## 四、相近专业

工商管理、旅游管理

## 五、主干学科与主干课程：

主干学科：管理学

主干课程：

管理学、经济学、文化学概论、文化经济学、文化产业概论、文化地理学、文化资源概论、文化产业管理，文化市场营销与管理，文化产业创意与策划

## 六、教学实践环节

1. 学生参加教学实践和军事训练由学校统一安排。

2. 结合课程教学，安排学生在假期参加社会实践活动并撰写书面报告。
3. 学生毕业前应提交毕业论文，并通过论文答辩。

## 七、教学时间分配表（附表一）

## 八、各类课程设置比例（附表二）

## 九、专业培养计划进程表（附表三）

## 十、主要课程简介

**《管理学》**：管理学是管理类专业的一门主干课程。其研究对象是企业乃至社会上的一般管理活动和管理过程。管理活动虽然十分复杂，性质多样，但是这些表面复杂多样的管理活动之间存在着内在的必然性，即本质规律。管理学就是一门系统地研究管理过程的普遍规律、基本原理和一般方法的科学，其研究的目的就在于寻找客观规律，总结管理的一般原理和方法，并将其应用到管理实践当中。

**《经济学》**：经济学是为管理专业的本科学生开设的一门专业基础课。本课程在引导和启发教学中帮助学生掌握现代西方经济学的基本原理和基本常识，并通过一些具体的例题/案例向学生说明如何把这些原理和结论运用于我们所生活的世界，特别是为今后学习文化产业管理其他专业课程提供必要的市场经济理论基础。

**《文化学概论》**：本课程将从我们身边常见的现象起始引导学生进入文化学的丰富世界，并将带领学生接触并灵活运用文化学的概念与理论，其根本任务是研究文化的起源、成长、变迁与进化过程，分析比较各民族、各国家、各地区、各社区的文化异同，探讨和发现文化的一般规律和特殊规律。

**《文化经济学》**：文化经济是研究文化领域利用经济规律的形式、特点及社会的文化需求与社会物质基础相互关系的一门非生产性劳动经济学。文化经济学研究文化经济运动的基本规律，揭示文化经济对于现代社会进步和社会发展的作用和意义，丰富人们关于文化和经济的理论系统与政策系统。

**《文化产业概论》**：文化产业概论课程主要介绍文化产业概念的理论发展历史和相关理论介绍、阐述文化事业与文化产业的关系，掌握公益性文化和经营性文化的区别和联系，介绍世界和我国的文化产业结构现状及其运作过程，“文化产业价值链”的概念。通过这门课程的学习，让学生建立文化产业的观念，了解文化产业化的发展现状；较熟练地掌握艺术文化鉴赏能力，文化行业的观察和把握能力；初步掌握文化项目的创意，策划和经营能力，文化项目和企业的管理能力和团队协作能力。

**《文化地理学》**：文化地理学将人文现象视为人类的文化创造，进而研究这些文化现象的空间特点和空间规律。本课程主要阐述人文社会科学理论和文化地理学研究方法。主要介绍文化地理学的发展轨迹、文化景观、聚落、建筑、园林雕塑、语言文字、

种族、民族、宗教、文学艺术、文化分区及应用等内容。

**《文化资源概论》**：文化资源概论是文化产业管理专业的一门专业基础课，该课程主要讲授文化资源的定义、文化资源的类型划分、文化资源的利用与保护、文化资源的价值评估等理论知识。通过本课程的学习，要求学生了解和掌握文化资源的内涵及特征、文化资源的功能与作用、文化资源的分类、文化资源价值评估体系的构建和评价方法。

**《文化产业管理》**：本课程以文化产业管理的一般理论为指导，研究文化产业管理活动中各种现象、关系和规律的科学，旨在通过对文化产业管理活动的运行及其运行过程中所产生的现象、关系的研究，使学生懂得支配文化产业管理活动运行的规律，了解文化产业管理倾向、文化产业管理与市场的联系。

**《文化市场营销》**：本课程是一门研究以文化产品和劳务满足文化消费者需求为中心的营销活动及其规律的综合型应用科学，重点以新闻、出版发行和版权、广播、电视、网络文化、旅游、广告、会展等为重点，系统研究文化产品和劳务的市场营销理论、市场营销实务和市场营销管理。通过本课程的学习要求学生掌握系统全面的文化市场基础理论知识和扎实的文化市场营销、管理等实际操作技能，能胜任文化市场行业管理与经营的应用型、技能型专门人才。

**《文化产业创意与策划》**：本课程从文化产业创意的内涵入手，分析创意的思维特点，文化产业策划的特征、原则以及一般程序；继而对文化产业创意与策划的各个环节进行理论阐释，着重分析文化产业市场运作过程中的重要问题。并根据不同文化产业形态（纸质传媒产业、影视文化产业、网络文化产业、动漫产业、广告产业、休闲文化产业）的特点进行创意与策划，分析各文化产业形态创意的特点，策划的原则和方法，同时注意将理论问题与产业实践紧密结合，注重课程的实践性和可操作性。它要求学生在系统学习了创意与策划的理论知识以后，能通过实践练习和分析，掌握不同文化产业领域中具体案例的创意思路和技巧，掌握文化产业策划书的写作方法。

附表一：

教学时间分配表

周 项 目	学 期 数	一		二		三		四		合计
		第一 学期	第二 学期	第三 学期	第四 学期	第五 学期	第六 学期	第七 学期	第八 学期	
上课		15	17	17	17	17	17	17		117
实践教学环节										
考试		2	2	2	2	2	2	2		14
入学教育		1								1
军事训练		2								2
机动		1	2	1	2	2	1	2		11
假期		4	6	4	7	4	7	4		36
毕业实习									10	10
毕业论文(设计)									7	7
毕业教育									1	1
合计		25	27	24	28	25	27	25	18	199

附表二：

各类课程设置比例

课程类别	课程 门数	学时 数	占总学时 百分比	按必修和选修划分		按理论和实践划分			
				必修 课	学时数	百分比	理论	学时数	百分比
通识教育课	13	1088	43.24						
学科基础课	7	360	14.30						
专业必修课	10	391	15.54						
专业选修课	18	527	20.95	选修 课	677	26.91	实践	293	11.65
公共选修课	5	150	5.97						
总计	53	2516	100		2516	100		2516	100

附表三：

教学进程计划表

课程 编号	课 程 名 称	授课总学时				学 分	考 核		学 期								备 注
		总 学 时	理 论	实 践	实 验		考 试	考 查	一	二	三	四	五	六	七	八	
									15	17	17	17	17	17	17		
A	通识教育课																
A1110001	中国近现代史纲要	34	34			2	3			2							
A1110002	思想道德修养与法律基础	51	51			3	2		3								
A1110003	马克思主义基本原理	51	51			3	3			3							
A1110004	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	102	81	21		6	2-3			3	3						21 实践
A1110005	马克思主义四观教育	34	34			2	1		2								
A1110006	形势政策	36	36					1-6	*6	*6	*6	*6	*6	*6			
A0910007	计算机应用基础	60	30	30		4			4								过 级
A0910008	数据库与程序设计	68	34	34		4	2			4							
A0110009	英 语	264	264			16	1-4		4	4	4	4					过 级
A0710010	体 育	132	132			8	1-4		2	2	2	2					
A0310011	大学语文	60	60			4	2			4							
A1010012	高等数学	128	128			8	1-2		4	4							
A1010013	应用统计	68	68			4	4					4					
	小计	1088	1003	85		64			16	24	14	10					
B	学科基础课																
B0611001	文化学原理	45	39	6		3	1		3								
B0611002	管理学原理	60	54	6		4	1		4								
B0611003	经济学	51	45	6		3	3				3						
B0611004	社会学	51	45	6		3	3				3						
B0611005	经济应用文写作	51	45	6		3	4				3						
B0611006	企业经营管理	51	45	6		3	5						3				

B0611007	财务管理	51	45	6		3	5					3				
	小计	360	318	42		22			7	0	6	3	6			
C	专业必修课															
C0611001	公共事业管理学	51	45	6		3	6						3			
C0611002	产业经济学	34	28	6		2	3			2						
C0611003	公共政策学	34	28	6		2		6					2			
C0611004	文化产业概论	51	45	6		3	4				3					
C0611005	文化地理学	34	28	6		2		4			2					
C0611006	文化资源概论	34	28	6		2	4				2					
C0611007	文化政策与法规	34	28	6		2		4			2					
C0611008	文化市场营销	51	45	6		3	5					3				
C0611009	美学概论	34	28	6		2		5				2				
C0611010	网络设计与网页制作	34	17	17		2		5				2				
	小计	391	320	71		23				2	9	7	5			
D	专业选修课															
D1	专业限选课															
D10611001	中西文化比较	51	45	6		3		5				3				
D10611002	文化资源开发规划	51	45	6		3	5					3				
D10611003	文化产业案例	34	17	17		2		6					2			
D10611004	文化产业创意与策划	51	45	6		3		6					3			
D10611005	文化传播学	34	28	6		2	5					2				
D10613006	西藏文化产业专题	34	28	6		2		7						2		
D10613007	广告学	34	28	6		2	6						2			
D10613008	动漫与数字产业概论	34	28	6		2	7							2		
D10613009	传媒经营管理	34	28	6		2		5				2				
D10613010	城市文化概论	34	28	6		2	6						2			
	小计	391	320	71		23						10	9	4		
D2	专业任选课															
D20611001	会展产业	34	28	6		2	6						2			

D20611002	文化投资学																
D20611003	新闻摄影	34	28	6		2	7								2		
D20611004	中外文化体制与产业政策比较																
D20611005	宗教文化概论	34	28	6		2	7								2		
D20611006	民族艺术专题																
D20611007	社会调查方法	34	28	6		2	7								2		
D20611008	信息技术与文化产业																
	小计	136	112	24		8									2	6	
E	公共选修课	150	150			10											
	合计	2516	2223	293		150			23	24	22	22	23	16	10		