

重庆文化艺术职业学院

**文化产业经营与管理专业
人才培养方案**

(2022 年)

(适用于高水平专业群专业)

文化产业经营与管理专业人才培养方案

一、专业名称

(一) 专业名称

文化产业经营与管理

(二) 专业代码

550402

(三) 隶属专业群

公共文化服务与管理专业群

二、入学要求

普通高级中学毕业、中等职业学校毕业或具备同等学力。

三、修业年限

全日制3年。

四、职业面向

表1 本专业职业面向

所属专业大类(代码)	所属专业类(代码)	主要产业领域和环节	主要行业(代码)	主要职业(代码)	主要岗位群技术领域举例	职业类证书举例
文化艺术大类(55)	文化服务类(5504)	基层文化组织、文化传媒公司、文化传播公司、演艺机构等	文化艺术业(88)-群众文体活动(8870)、娱乐业(90)-文化活动策划(9051)	群众文化活动策划服务人员(41301);会议及展览服务人员(40707);舞台专业人员(20904);商务专业人员(20607);其他租赁和商务服务人员(40799)	文化活动策划、全媒体运营等岗位群	演出经纪人员资格、全媒体运营师资格证、新媒体运营职业技能等级证书

五、培养目标

（一）目标定位

本专业为市级公共文化服务与管理双高专业群专业之一，面向服务链终端的文化营销与运营、技术服务需求，培养理想信念坚定，德、智、体、美、劳全面发展，具有一定的科学文化水平，良好的人文素养、职业道德和创新意识，精益求精的工匠精神，较强的就业能力和可持续发展的能力，面向演艺经营、文化艺术活动行业的文化产业运营与文化活动策划组织、宣传推广、组织管理以及舞台监督职业群（或技术技能领域），培养能够从事演艺经营与管理、文化艺术活动策划执行工作的高素质技术技能人才。

（二）目标内容

目标 1：具备理想信念坚定，德、智、体、美、劳全面发展，具有实践能力、创新精神和一定的科学文化水平；

目标 2：具备良好的人文素养、职业道德和创新意识，精益求精的工匠精神，较强的就业能力和可持续发展的能力；

目标 3：掌握文化活动策划领域的创意策划、文化包装、活动组织实施相关知识和技术技能，能从事文化活动策划、文化艺术活动执行工作；

目标 4：掌握舞台演艺领域的舞台监督、项目市场运营、演艺项目经营管理等相关知识和技术技能，能从事演艺经营、舞台监督工作；

目标 5：掌握营销管理领域知识和技术技能，能从事宣传推广、团队组织管理工作。

六、培养规格

（一）职业素养

（1）具有正确的世界观、人生观、价值观、法治观。坚决拥护中国共产党领导，树立共产主义远大理想。坚定“四个自信”，增强“四个意识”，积极践行社会主义核心价值观，牢固树立对中国特色社会主义的思想认同、政治认同、理论认同和情感认同；具有深厚的爱国情感、国家认同感、中华民族自豪感；崇尚宪法、遵守法律、遵规守纪；具有社会责任感和参与意识。

（2）具备文化传承和服务的社会责任感和担当精神，能够坚定从事基层文化工作的文化自信和文化自觉，遵守文化服务人员、演艺人员、文化艺术辅导与培训人员等相关职业道德准则和行为规范。遵守职业规范，具有良好的职业道德和职业素养。崇德向善、诚实守信、爱岗敬业；具有质量意识、绿色环保意识、安全意识、信息素养、创新精神；具有良好的专业精神、职业精神，形成敬业、

精益求精、专注、创新的工匠精神；具有公共精神和公共意识，

(3) 具有良好的审美情趣，具有一定的审美和人文素养，具备文化工作者传承中华文化、传递积极正能量的责任担当。能够形成一两项艺术特长或爱好；

(4) 掌握基本身体运动知识和至少 1 项体育运动技能，达到国家大学生体质测试合格标准，养成良好的运动习惯、卫生习惯和行为习惯；具备一定的心理调适能力。

(二) 通用能力

(1) 能够运用马克思主义基本观点分析和解决问题，实现习近平新时代中国特色社会主义思想进头脑；具备必要的人文社会知识和科学知识，具有自学和资料查询、文献检索及运用现代信息技术获取相关信息的能力。

(2) 具有较强的问题分析与解决能力。能够分析文化产业的经典现象和案例，具有良好的市场敏锐度；对演出演艺机构比较了解，掌握文化消费者特征，掌握文化产业供求双方需求；

(3) 具有表达与沟通能力、团队合作能力。具备较强的活动策划和实施能力、公关协调能力，具备演艺经纪人的担当意识，具备执行能力、创新能力、文字撰写能力、语言表达能力。

(4) 具有创新创业与职业生涯规划能力、终身学习与专业发展能力。较强的演艺活动、演艺经营管理素质，能够学习、运用新媒体、新媒介等渠道对活动、方案、文化出品进行宣传和推广，提升对新知识、新技能的学习能力和创新创业能力。

(三) 专业知识

(1) 具备与本专业相关的法律法规等相关知识；

(2) 掌握系统全面的文化市场宣传、策划、营销、管理的基本原理及方法；

(3) 掌握文化活动策划组织、宣传推广、客户服务、公关事件处理等知识；

(4) 掌握演出经营与管理的方法、流程、管理规律和及舞台监督等相关知识和方法；

(5) 掌握新媒体运营、秘书实务基础、创新创业基本知识。

(四) 专业能力

1. 能进行舞台艺术的鉴赏、舞台监督工作、剧场管理与巡演管理能力；销售成本核算、掌握演出票务的销售方式和销售技巧；掌握策划文案的写作方法和媒体广告语言的编辑技巧。

2. 能进行文化艺术活动项目的策划、组织、宣传、推广能力；熟练掌握文化活动的执行流程，能够根据项目需要选择合适的商业联动方式；了解文化活动的选择流程，具备项目的筛选分析能力。

3.能根据产品特性、社会热点、营销目的撰写文案内容，具备新媒体平台的维护、运营技能，能通过有效的内容运营、活动运营等提升公司知名度、美誉度等。

4.能运用现代电脑办公软件、信息技术、多媒体艺术设计等现代科技进行信息调查、收集、整理、反馈等工作。

表 2 培养目标与培养规格对应关系矩阵图

培养目标		培养目标-1	培养目标-2	培养目标-3	培养目标-4	培养目标-5
		培养目标-1	培养目标-2	培养目标-3	培养目标-4	培养目标-5
培养规格	培养规格-1	√	√			
	培养规格-2	√	√			
	培养规格-3		√	√	√	√
	培养规格-4		√	√	√	√

七、课程设置及要求

(一) 课程对培养规格的支撑

表 3 课程对培养规格的支撑矩阵图

培养规格	培养规格 1- 职业素养			培养规格 2- 通用能力				培养规格 3-专业知识						培养规格 4-技术技能			
	1.1	1.2	1.3	2.1	2.2	2.3	2.4	3.1	3.2	3.3	3.4	3.5	3.6	4.1	4.2	4.3	4.4
大学语文 (1)	L	H	H		L		M	M	M	M	M	M	M	M	M	M	
大学语文 (2)				L	H		M	H	H	M	M	M	H	M	M	M	M
大学英语 (1)		M			H		M	M	M	L	M	M	M		M	M	M
大学英语 (2)					H		M	M	M	L	M	M	M		M	M	M
思想道德与法治	H	H	M	L	L	L	M	H	L	L	L	L	L	H	H	H	

毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	H	M	M					H	L	L	L	L	L	M	M	M	
形势与政策(1)-(6)	H	M	M	L			M	H	M	M	M	M	M	M	M	M	
大学体育(1)-(4)		L	H			L											
信息技术(1)-(2)			M				M	L	L	L	M	H	L	M	M	M	M
军事理论与技能		H		M	M	M		L	L	L	L	L	L				
大学生心理健康(1)-(2)	H	H	H	L	L	L	M	H						H		H	
大学生劳动教育	M	H			L		M	H									
大学生安全教育	M	H			L		M	H									
“四史”导论(限选)	H	M	M					H	L	L	L	L	L	H	M	M	
职业发展与就业指导(限选)		H	M		H	H	H							H			
创新创业教育(限选)		H	M		H	H	H							H			
《中国共产党简史》(限选)	H	M	M					H	L	L	L	L	L	H	M	M	
管理学基础	L			H	H	M	H			H	H	M	H		H	H	
*文化市场营销				L	L	M			H	H	H	H	H		H	H	H
经济学原理与实务				H	H	L				H	H	H	M		H	H	
秘书实务		L		M	M	M				M	M	H	M				
商务礼仪		M		H	H	H	H		H	H	L	H	H				
文化消费心理学				M	M	M	H		H	H	H	M	H			H	H
舞台艺术鉴赏		H	M	L			H			H	H		L		H	H	

*演出经纪 实务				M	H	L	H	M	H	H	H	H	H		H	H	
*文化活动 策划与组织				H	M	H	H	M	H	H	H	H	H		H	H	H
*舞台监督				L	H	H	H	M	H	H	H	H	H		H	H	
*新媒体运 营				H	L	H	H	M	H	H	H	H	H		M	M	H
达芬奇调色	L	L		H	H	L	M	M	H	H	H	H	H			M	H
会展策划				M	M	M				H	H	M	H			M	M
*品牌策划				M	M	M	H		H	M		M	M			M	H
商务沟通技 巧				M	M	M	H				M	M	M			M	M
公共关系实 务	L	L	M	M	H	M	H							H		M	M
创新创业沙 盘实训	L	L	M			H	H	H	H	H		H	H	H			
微视频策划 与制作			L	M	H	M						M	M			M	M
摄影摄像			L	M	H	M				M	M	M	M		M	M	M
PS 数字图像 处理与应用			L	M	M					M	M	M			M	M	M
财务预决算			L	M	M					M	M	M			M	M	M
网络直播	L	L	L	M	H					L	M	M	M			L	M
职业资格证书 考试实训 1	H	H	M	L	L	L	H	L						H	H	H	
职业资格证书 考试实训 2				H	H	H	M	H	H	H	H	H		H	H		
职业资格证书 考试实训 3				H	H	H	M	H	H	H	H	H		H	H		
*第二课堂	H	M		H	H	H							H				
实习	H	H	H	H	H	H	H	M	H	H	H	H	H	M	H	H	H
毕业设计	M	M	M	H	H	H		H	H	H	H	H	H	M	H	H	H

(注：1.根据课程对培养规格的支撑度，可划分为高支撑(H)、中支撑(M)

和低支撑(L)。2.每门课程至少对1项培养规格形成高支撑,或对多项培养规格形成中支撑。3.每项培养规格至少有一门课程对其形成高支撑。4.用*标志核心支撑课程。)

(二)“岗课赛证”融通分析

表 4.“岗课赛证”对接分析表

对应岗位	典型工作任务	职业能力分析	学习领域	对接课程	对应资格证书或技能竞赛内容要求
初始岗位: 文化营销、推广人员	1. 项目宣传推广 2. 市场营销 3. 客户服务	1. 项目推广、营销能力 2. 客户关系管理和分析的能力	1. 系统全面的文化市场基础理论知识; 2. 文化产业宣传、策划、营销、管理等基础知识;	1. 管理学基础 2. 文化市场营销 3. 经济学原理与实务 4. 文化消费心理学 5. 公共关系实务	电子商务技能大赛 市场营销技能大赛 “互联网+”创新创业大赛 主要培养学生的数据分析能力、视觉营销能力、营销策划能力、网络营销能力、和团队合作能力。
发展岗位: 文化创意与项目策划人员 文化活动组织与执行人员	1. 文化创意与项目策划 2. 文化活动组织与执行	1. 策划文案的写作方法和媒体广告语言的编辑技巧; 2. 文化活动的策划、创意、组织、执行能力 3. 项目的筛选分析能力。 4. PS 美编、摄影摄像技巧等能力。	1. 文化活动组织策划、宣传推广、客户服务、组织管理等知识; 2. 会务会展、实用文案写作等基础知识; 3. 公共关系事件的处理应对等基础知识;	1 秘书实务 2. 品牌策划 3. 微视频策划与制作 4. 文化活动策划与组织 5. 项目预决算 6 新媒体运营 7. 摄影摄像 8. PS 数字图像处理与应用 9. 网络直播 10. 职业资格证书考试实训 1	新媒体运营师资格证 全媒体运营师资格证 主要培养学生的文字表达能力、项目管理能力、人际沟通能力以及团队协作能力、利用新媒体和自媒体运营的能力、热点捕捉能力、渠道资源整合能力、数据分析能力
拓展岗位: 1、演出经纪人 2、演出监督	1、演出经纪人 2、演出监督人员	1、剧场管理与巡演管理能力; 2. 销售成本核算、演出票务的销售方式和销售技巧	1. 舞台艺术的鉴赏、舞台监督等相关知识; 2. 演出经营与管理方法、流程、管理规律等知识;	1. 舞台艺术鉴赏 2. 演出经纪实务 3. 舞台监督 4. 职业资格证书考试实训 2 5. 职业资格证书考试实训 3	演艺经纪人资格证 主要培养学生的文化和艺术素养、文字表达能力、项目管理能力、人际沟通能力以及团队协作能力、剧场管理与巡演管理能力、以及市场营销能力

(三) 专业核心课程介绍

序号	课程名称	课程目标 (限 200 字内)	主要内容 (限 200 字内)
1	文化市场营销	<p>1. 知识目标: 正确理解文化市场营销的基本概念及原理。</p> <p>2. 能力目标: 能运用文化市场营销的原理和现代市场营销观念对营销活动做出比较专业的分析, 能为企业进行基本的运营推广活动策划、活动运营推广策划书。</p> <p>3. 素质目标: 促进学生在诚实正直、专业信心等方面的基本品性素质。包括职业定位、个人规划、挫折承受力等专业必备素质, 促成学生的洞察力、应变思维、创造性意识、影响他人等的能力素质。</p>	<p>本课程主要以文化产品的营销规划、价格制定、渠道扩散、销售促进为主要内容, 研究文化企业如何把文化产品与文化服务有效地送达文化消费者的一门学科。</p>
2	文化活动策划与组织	<p>1. 知识目标: 掌握活动现场管理策划、管理表的制定、主题活动内容、活动物料设计与布置的要点与技巧、活动赞助、活动营销、活动团队组建的要素与技巧。</p> <p>2. 能力目标: 能根据活动效果的不同进行活动资源的采集、装饰布置、创意活动的策划组织、根据活动现场情况进行管理、问题处置等。</p> <p>3. 素质目标: 活动执行中具有敬业、精益、专注、创新的工匠精神, 具有良好的职业道德。具有创意思维, 具有精益求精的工匠精神, 和爱岗敬业的劳动精神。</p>	<p>本门课结合课程思政元素, 着重培养学生在文化项目、主题活动等领域的组织实施、推广及管理能力。学生将掌握文化活动策划项目的整体执行与管理技巧, 为后继课程提供策略支持, 形成完善的、全局性的执行管理思维。</p>
3	演出经纪实务	<p>知识目标: 掌握演艺营销基础、演出产品特性、演出促销策略等, 掌握演艺场所经营、演出项目策划、舞台项目管理的内容与方法。</p> <p>2. 能力目标: 具备演艺场所经营管理, 演出项目管理与营销技巧, 能制定演出计划、场所管理计划, 能进行演艺项目执行等。</p> <p>3. 素质目标: 传递中国优秀文化, 引入正能量文化项目、传播正能量、具有良好的职业道德。具有创意思维, 具有精益求精的工匠精神, 和爱岗敬业的劳动精神, 热爱自己的职业, 具有奉献精神。</p>	<p>本课程旨意引导学生了解演艺行业、演出市场经营范畴、项目策划及演出市场经营与运营技巧, 同时, 该课程也为本专业职业资格证书—演出经纪人证的考取提供指导。</p>
4	舞台监督	<p>1. 知识目标: 掌握剧场舞台分类及构成、演出制作的一般程序。</p> <p>2. 能力目标: 具备舞台现场管理、演出执行、舞美执行、音乐执行等、解决舞台演出突发情况的能力、舞台艺术审美力, 能</p>	<p>《舞台监督》包括舞台管理、前期需要处理工作范畴、舞台排练前与进行中以及演出前与演出期间的工作, 并为本专业职业资格证书—演出经纪人证书的考取做辅助。</p>

		根据演出主题进行节目筛选。 3. 素质目标：具有舞台监督思维素质；具有良好的沟通能力；具有良好的领导力和执行力；具有创意思维，具有精益求精的工匠精神，和爱岗敬业的劳动精神。	
5	新媒体运营	1. 知识目标：掌握新媒体运营的基本知识、内容运营、活动运营的基本知识、自媒体平台的基本知识、特定新媒体平台的运营技巧。 2. 能力目标：能根据不同的运营目的，进行内容运营和活动运营；能制定新媒体平台的运营计划，年度计划等；能进行自媒体平台的创建和维护等。 3. 素质目标：培养学生具有一定的创新思维能力；培养学生谦虚好学的学习态度；培养学生认真细致的工作态度；培养学生严谨的工作作风和良好的职业习惯。	本课程与传媒行业紧密接轨，以新媒体实际项目为载体进行基础理论与实践，基于系部活动及“工作坊”的各类实训项目开展教学。遵循学生认知规律，重点学习平台创建、用户运营、内容运营、活动运营四大部分内容。通过分析行业中各类型平台的运营现状、技巧、效果，结合微信、微博、各大短视频网站等占据主导地位的平台运营的特性，总结共性分析各性，为学生建立全面的新媒体运营能力，适应行业需求。
6	品牌策划	1. 知识目标：理解品牌的内涵和意义、核心价值、品牌个性建立的意义，品牌形象体系的内容及作用以及品牌接触点中的感官体验的作用、IP 的内涵和作用。 2. 能力目标：能够进行品牌发展决策，能够提炼品牌核心价值，掌握品牌个性塑造的方法，能够进行品牌形象体系策划，能够进行品牌感官体验策划，能够进行 IP 角色设定。 3. 素质目标：关注中国品牌，理解中国品牌计划的战略意义，树立品牌策划的职业素养，培养学生团队合作意识及创新精神	本课程为文化市场经营与管理专业的专业核心课，前期树立学生的品牌观念，中期引导学生针对实践项目建立起品牌体系及 IP，后期着重指导学生围绕所建立的品牌体系，在品牌手册的指引下进行品牌传播规划及执行。三个部分以行业运作逻辑为导向，形成具有层次递进性的知识模块结构，让学生逐步适应行业需求。

八、教学进程总体安排

(一) 教学进程安排

表 5. 教学进程安排表

课程性质及属性	序号	课程代码	课程名称	课程类型	计划内学时数				开设学期及周学时数						考核形式	
					学分	总学时	理论学时	实践学时	1	2	3	4	5	6		
公共基础平台课程	必修	0201180001	大学语文(1)	A	2	36	36	0	2							考试(闭卷)
		0201180002	大学语文(2)	A	2	36	36	0		2						考试(闭卷)
		0201180003	大学英语	A	2	36	36	0	2							考试(闭卷)

		(1)														
	0201180004	大学英语 (2)	A	2	36	36	0		2							考试(闭卷)
3	0201180005	思想道德与 法治	B	3	54	36	18	3								考查(开卷+ 教学成果展 示)
4	0201180006	毛泽东思想 和中国特色 社会主义理 论体系概论	B	2	36	32	4		2							考试(闭卷+ 教学成果展 示)
5	0201180013	习近平新时 代中国特色 社会主义思 想概论(1)	B	1	18	16	2				1					考查(开卷+ 课程论文)
	0201180062	习近平新时 代中国特色 社会主义思 想概论(2)	B	2	36	32	4					2				考查(开卷+ 课程论文)
6	0201180007-12	形势与政策 (1)-(6)	A	1	48	48	0	Δ	Δ	Δ	Δ	Δ	Δ	Δ	Δ	考查(开卷)
7	0201180014	大学体育 (1)	B	2	36	6	30	2								考查(体育项 目测试)
	0201180015	大学体育 (2)	B	2	36	6	30		2							考查(体育项 目测试)
	0201180016	大学体育 (3)	B	1	18	3	15				1					考查(体育项 目测试)
	0201180061	大学体育 (4)	B	1	18	3	15					1				考查(体育项 目测试)
8	0201180017	信息技术 (1)	B	2	36	6	30	2								考试(闭卷考 试+上机操作)
	0201180018	信息技术 (2)	B	2	36	6	30		2							考试(闭卷考 试+上机操作)
9	0201180019	军事理论与 技能	B	4	148	36	112	Δ								考查(军训汇 报+理论测试)
10	0201180022	大学生心理 健康(1)	B	1	18	9	9	1								考查(开卷+ 课程论文、小 组作品展示)
11	0201180024	大学生心理 健康(2)	B	1	18	9	9					1				考查(开卷+ 课程论文、小 组作品展示)
12	0201180023	大学生劳动 教育	B	1	18	12	6		1							考查(开卷+ 实践活动)
13	0201180025	大学生安全 教育	B	1	18	12	6		1							考查(开卷)

	小计				35	736	416	320	12	12	2	4		
选修	1	0201180060	“四史”导论（限选）	A	2	36	36	0				2		考查（开卷+课程论文）
	2	0201180061	职业生涯规划（限选）	B	0.5	9	5	4	Δ					考查（开卷）
	3	0201180020	就业指导（限选）	B	0.5	9	7	2				Δ		考查（开卷）
	4	0201180021	创新创业教育（限选）	B	1	18	8	10			Δ			考查（开卷）
	小计				4	72	56	16				2		
专业群基础平台课	必修	1	0402180065	中国文化概论	A	1	18	18	0	2				考试（闭卷考试）
		2	0402180066	审美教育	B	2	36	18	18		2			考查（开卷）
		3	0402180067	非物质文化遗产保护通论	A	1	18	18	0			2		考试（闭卷考试）
	选修	1	0402180068	公共文化服务概论	A	1	18	18	0	Δ				考查（开卷）
		2	0402180069	艺术概论	A									考查（开卷）
	小计					5	90	72	18	2	2	2		
专业群方向课（含专业基础课+核心课）	必修	1	0402180001	管理学基础	B	2	36	18	18		2			考试（闭卷考试）
		2	0402180004	*文化市场营销	B	2	36	18	18	2				考试（闭卷考试）
		3	0402180003	经济学原理与实务	B	2	36	18	18		2			考试（闭卷考试）
		4	0402180044	秘书实务	B	2	36	18	18		2			考试（闭卷考试）
		5	0402180055	*文化活动策划与组织	B	4	72	28	44			4		考查（提交方案）
		6	0402180047	*品牌策划	B	2	36	18	18			2		考查（提交方案）
		7	0402180016	*新媒体运营	B	2	36	14	22				2	考查（提交作品）
		8	0402180009	舞台艺术鉴赏	B	2	36	14	22		2			考查（提交心得）
		9	0402180056	*演出经纪实务	B	2	36	14	22			2		考查（提交方案）
		10	0402180008	文化消费心理学	B	2	36	18	18			2		考试（闭卷考试）
		11	0402180057	财务预决算	B	2	36	18	18				2	考查（提交方案）

	12	0402180014	*舞台监督	B	4	72	28	44				2		考查（提交心得）
	13	0402180012	公共关系实务	B	2	36	14	22				2		考试（闭卷考试）
	14	0402180023	商务谈判技巧	B	2	36	14	22				2		考查（提交作品）
	15	0402180049	PS 数字图像处理与应用	B	2	36	18	18	2					考查（提交作品）
	16	0402180050	会展策划	B	2	36	18	18	2					考查（提交方案）
	17	0402180051	创新创业沙盘实训	B	4	72	36	36	4					考查（提交方案）
	18	0402180059	达芬奇调色	B	2	36	18	18		2				考查（提交作品）
	19	0402180048	商务礼仪	C	2	36	0	36				2		考查（现场展示）
	20	0402180058	摄影摄像	B	2	36	18	18			2			考查（提交作品）
	21	0402180060	微视频策划与制作	B	4	72	28	44			4			考查（提交作品）
	22	0402180061	网络直播	C	4	72	0	72				4		考查（提交作品）
选修	1	0402180052	职业资格证书考取实训1	B	2	36	14	22				2		考试（闭卷考试）
	2	0402180053	职业资格证书考取实训2	B	2	36	14	22				2		考试（闭卷考试）
	3	0402180054	职业资格证书考取实训3	B	2	36	14	22				2		考试（闭卷考试）
	小计				60	1080	430	650	10	10	16	16	6	
群内专业群拓展课	选修 (三选一)	1	表演素质课程包	B	6	108	54	54						考试（技能展示/笔试）
		2	音乐素养课程包	B	6	108	54	54						考试（技能展示/笔试）
		3	文化活动组织课程包	B	6	108	54	54						考试（技能展示/笔试）
	小计				6	108	54	54						
实习	1	0402180062	认识实习		2	50						Δ		感想心得、调研报告考核
	2	0402180063	岗位实习		24	600						Δ	Δ	成果评审
	小计				26	650		650						
毕业设	1	0402180064	毕业设计		2	50							Δ	成果评审

计			(展演)														
	小计			2	50		50										
第二课堂				C	3												考查
合计				141	2786	1028	1758	24	24	20	22	6					

注：1. 课程类型分为 A、B、C 类课程，其中 A 类为纯理论课程，B 类为理论+实践课程，C 类为纯实践课程；2. 课证融通课程*标明；3. 形势与政策、军事理论与技能、实习与毕业设计环节等不计算周学时数，用“Δ”标注。

2. 专业群基础平台课：《审美教育》(36 课时，B 类)《非物质文化遗产保护通论》(18 课时，A 类)《中国文化概论》(18 课时，A 类)为公共文化服务与管理和文化产业经营与管理专业必修课程，《审美教育》(36 课时)《艺术概论》(18 课时，A 类)《非物质文化遗产保护通论》(18 课时，A 类)为音乐表演、舞蹈表演和戏剧影视表演专业必修课，共计 3 学分；其余专业群基础平台课中 2 门选修课均以讲座形式开展，共计 1 学分(18 课时，A 类)。

3. 群内专业拓展课：设立三个拓展课程包——表演素质课程包(表演素质证书)【《舞台化妆》(1 学分，18 学时)、《中国民族民间舞》(2 学分，36 学时)、《舞台表演基础》(2 学分，36 学时)、《口语表达》(1 学分，18 学时)】、音乐素养课程包(音乐素质证书)【《基础乐理》(2 学分，36 学时)、《川江号子/木洞山歌演唱/合唱》(2 学分，36 学时)、《民族打击乐演奏/合奏》(2 学分，36 学时)】、文化活动组织课程包(文化服务技能证书)【《文化活动策划》(1 学分，18 学时)、《PS 数字图像处理》(2 学分，36 学时)、《新媒体运营》(2 学分，36 学时)、《微视频策划与制作》(1 学分，18 学时)】，学习完成获得课程认证证书。

(二) 课程结构与学时安排

表 6. 课程结构与学时安排表

课程类别	分配情况	性质	课程门数	学时分配			学分配	占总学分比例
				理论学时	实践学时	小计		
公共基础平台课程	必修	13	416	320	736	26.4%	35	24.8%
	选修	4	56	16	72	2.6%	4	2.8%
专业群基础平台课	必修	3	54	18	72	2.6%	4	2.8%
	选修	2	18	0	18	0.65%	1	0.7%
群内专业方向课	必修	22	388	584	972	34.9%	54	2.6%

	选修	3	42	66	108	3.9%	6	4.3%
群内专业拓展课	选修	4	54	54	108	3.9%	6	4.3%
实习		2		650	650	23.3%	26	18.5%
毕业设计（论文）		1		50	50	1.8%	2	1.4%
第二课堂		/	/	/	/		3	2.1%
总计		54	1028	1758	2786	100%	141	
总学时	必修			2480	89%	124	87.9%	
	选修			306	11%	17	12.1%	
	理论			1028	36.9%			
	实践			1758	63.1%			

注：1.总课程学时 2500—2800 学时左右；公共基础课程学时不少于总学时的 25%，一般不超过总学时的 30%；实践性教学学时总和原则上不少于课程总学时的 50%；选修课程学时不少于总学时的 10%；

2.专业核心课程一般为 6-8 门；

3.课程一般按 18 个学时计算 1 学分。军事理论与技能、形势与政策、实习环节等有国家明确文件要求的除外，按照相应国家文件规定执行；

4.实习环节中，每天计 5 个学时，每周记 25 个学时，每周记 1 学分；认识实习为 25—50 个学时；岗位实习时间一般不低于 6 个月（600 个学时）；

5.公共类选修课为 8 个学分，专业类选修课一般不低于 8 个学分；

6.毕业设计每天计 5 个学时，每周记 25 个学时，每周记 1 学分，控制在 25—50 个学时；

7.第二课堂学分由校团委牵头组织制定相关文件并开展认定。

九、评价考核

表 6 评价考核参照表

课程类别	考核方式原则性要求	考核形式指导意见
公共基础课	考试方式主要以考试或考查考试为主。考试形式包括作品提交、小组作品展示、教学成	考试方式主要包括考试或考查考试，考试形式作品提交、

	果展示、教学答辩等。其中平时成绩和期末成绩占大部分，如期末考试成绩 50%，平时成绩 40%，考勤或者作业等其他考核 10%。	成果展示、ppt 答辩等多种形式
公共选修课	考试方式主要以考试或考查考试为主。考试形式包括作品提交、小组作品展示、教学成果展示、教学答辩等。其中平时成绩和期末成绩占大部分，如期末考试成绩 50%，平时成绩 40%，考勤或者作业等其他考核 10%。	考试方式主要包括考试或考查考试，考试形式作品提交、成果展示、ppt 答辩等多种形式
专业基础课	依据讨论法教学过程中讨论成果、发言次数进行课堂加分；依据任务驱动教学法环节中任务的完成程度、质量进行课堂加分；	考试，可以闭卷考试或提交作品形式开展。
专业核心课	1. 依据讨论法教学过程中讨论成果、发言次数进行课堂加分； 2. 依据任务驱动教学法环节中任务的完成程度、质量进行课堂加分； 3. 依据学生运用所学知识参加各类活动策划、活动执行的效果、质量进行加分； 4. 依据学生参与解决的开放性题数或一题多解的问题数进行加分； 5. 依据学生参加如市场营销、电子商务、管理决策、广告创意等专业技能大赛次数及获奖情况酌情加分。	考试，可以提交作品、成果展示、撰写心得等形式开展。
专业拓展课	1. 依据讨论法教学过程中讨论成果、发言次数课堂加分； 2. 依据任务驱动教学法环节中任务的完成程度、质量进行课堂加分； 3. 依据学生运用所学知识进行视频创作、摄影创作、新闻稿件撰写的次数、质量进行加分； 4. 依据学生参与解决的开放性题数或一题多解的问题数进行加分；	考查，可以提交作品、成果汇报等形式开展。
实习	积极和校外实习指导教师沟通，能够按时保质完成岗位工作任务，能够运用所学专业知解决岗位实际问题。评分办法：按照学	校内指导教师评分 50% + 校外指导教师评分 50%

	生在实习岗位上的表现进行多元化评价，校内指导教师评分 50% + 校外指导教师评分 50%。	
毕业设计（展演）	以毕业展演的形式呈现，包括专业技能和艺术形式的相结合。评分细则：1. 着装和精神风貌；2. 节目主题和内容 3. 节目呈现效果	每个节目满分 100 分，各专业教师独立评分，分数取整数。

十、实施保障

（一）师资队伍

1. 专兼职教师的数量、结构

建立文化产业经营与管理专业教师团队，硕博率 100%，双师素质占专任教师总数 95%；兼职教师占比 23%，有行业经验丰富的授课教师，专兼教师结构合理，生师比不高于 25:1。聘请具有相应专业背景、高级职称或博士学位的校内骨干教师、校外行业知名专家为专业带头人 1 名（根据专业服务产业对象，与新兴产业密切相关的专业的带头人具有该专业背景的高级职称或博士后学位专任教师担任），并聘请相应专业背景、高级职称或博士学位的高校教师任教和参与专业建设。截止目前，已有半数以上专任教师接受了文化传媒公司等企业岗位锻炼并通过培训考核。

表 7 师资队伍一览表

类别	姓名	年龄	职务/职称	专业/学科	工作部门（单位）	拟任课程	成员分工
校内	李婕	34	讲师	文学	重庆文化艺术职业学院	新媒体运营	人培修订、专业教学标准制定；体系设计
	穆艳	35	讲师	管理学	重庆文化艺术职业学院	秘书实务	体系设计、专业教学标准制定、专业基础课程教学
	陈渝果	39	讲师	工商管理/管理学	重庆文化艺术职业学院	演出经营管理、舞台监督	专业核心课程教学
	陆维佳	32	讲师	新闻与传播/文学	重庆文化艺术职业学院	新媒体运营、文化活动组织与实施	教研室主任、人培修订、专业核心课程、专业拓展课程教学

	于兆坤	33	讲师	经济学/经济学	重庆文化艺术职业学院	经济学原理与实务、创新船业沙盘实训	专业负责人、人培修订、专业基础课程课程教学
	任肖	30	讲师	行政管理/管理学	重庆文化艺术职业学院	市场营销	专业核心课程、专业基础课程教学
	万童蛟	33	讲师	戏剧影视文学/艺术学	重庆文化艺术职业学院	品牌策划	专业核心课、专业拓展课程教学
	谢伶	28	讲师	管理学	重庆文化艺术职业学院	会展策划、公共关系实务	专业基础课程教学
	王雨凌	32	讲师	奢侈品营销/管理学	重庆文化艺术职业学院	商务谈判	专业基础课程教学
	赵岑岑	32	讲师	艺术设计/艺术学	重庆文化艺术职业学院	PS 数字图像处理与应用	专业拓展课程教学
	丁桢桢	29	讲师	新闻与传播/文学	重庆文化艺术职业学院	微视频策划与制作	专业拓展课程教学
	武 ^平 酃	29	讲师	新闻与传播/文学	重庆文化艺术职业学院	摄影摄像	专业拓展课程教学
	杨荣	33	讲师	美学/哲学	重庆文化艺术职业学院	审美教育	专业基础课程、专业核心课程教学
	徐杰	34	讲师	心理学/教育学	重庆文化艺术职业学院	文化消费心理学	专业基础课程教学
校外	辜茂	40	统战部长	化学/理学	重庆市两江影视城	文化产业商业模式	专业拓展课课程教学、实习指导
	李柯成	35	总经理	工商管理/管理学	时光里独立书店	商业谈判	专业拓展课课程教学、实习指导
	陈一中	35	总监	设计艺术/艺术学	TESTBED2 二厂文创公园	PS 美编、网页设计与制作	专业拓展课课程教学、实习

2.专兼职教师素质

表 7 专兼职教师素质能力要求表

教师类型	素质能力要求
专业带头人	具有扎实的专业理论和较强的实践能力，能够较好地把握国内外公共文化服务、艺术表演、文化产业领域前沿趋势和发展方向，能广泛联系公共文化服务文化场馆、社会培训机构、文化企业，了解行业企业对专业人才的需求实际，在相关领域中具有较高的专业影响力，在推进专业群及群内专业改革建设中起引领作用。
专任教师	具有高校教师资格；原则上具有相关专业本科及以上学历；具有本专业群所必备的理论 and 实践能力；能够落实课程思政要求，挖掘专业课程中的思政教育元素和资源；能够积极开展课堂教学改革和科研创作；专业教师每年至少 1 个月在企业或实训基地实训，每 5 年累计不少于 6 个月的企业实践经历。
兼职教师	主要从文化传媒、演艺行业聘任，具备良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神，具有扎实的文化产业经营管理专业知识和丰富的实际工作经验，最少 2 年以上文化娱乐、文化演艺、活动策划等的行业经历，原则上应具有中级及以上相关专业技术职称，了解教育教学规律。

（二）教学设施

对教室，校内、校外实习实训基地等提出有关要求。

1.教室

本专业校内实训基地（室）共计 11 个，满足学生课程标准中实训课项目教学需要。实训室内实训仪器、设施设备齐全，能够满足文化产业经营与管理专业日常教学、实习实训、实践教学等各个环节的使用，如文化艺术活动的策划、提案、方案的展示、创新创业项目的展示、舞台监督、演出经纪实务等课堂教学、模拟实训等，多媒体实训室购置赛教一体化教学软件，完成以赛促教、以赛促学、以赛促改目标；在设备的管理和维护方面，安排专人定期检查、维护设备。同时制定实训室开放、使用规定，保障本专业人才培养方案实训课程需要，实训开出率 100%。

2.校内实训室

序号	实训室（实训基地）名称	主要教学设施设备	配置标准要求	完成的实训教学环节	对应的课程
1	文化产业经营与管理实训室	电脑、一体机、提案区	50 人工位	文艺活动策划、展览策划、市场营销沙盘模拟、	文化活动组织与实施、文案创意与策划。

				项目提案、静态摄影、新闻项目策划模拟等小组实训	
2	重艺社区	多媒体、书架、桌椅、	50 人工位	文化艺术活动的策划与组织、非遗体验	文化活动组织与实施、文案创意与策划。
3	24 小时自助图书馆	桌椅、书架、图书资料等	50 人工位	阅读推广、活动提案	新媒体运营
4	书吧	桌椅、书架	20 人工位	阅读推广、活动提案	新媒体运营
5	多媒体实训室	电脑 50 台、教学一体机	50 人工位	广告编辑、平面作品编辑、活动策划的编制	新媒体运营、ps 图像编辑、微视频制作
6	小剧场	音响、电脑、多媒体、功放、DV 摄像机、镜子、把杆、教学用具，演出服装、道具、舞台灯光	舞台灯光 1 套；舞台音响 1 套；话筒耳麦 1 套；电脑 2 台；功放 1 套；LED 背景幕一幅；更衣室 1 间；化妆室 1 间；道具室 1 间；服装室 1 间	舞台排练；舞台演出	项目制教学、舞台实践、舞台监督、毕业音乐会
7	中剧场	音响、电脑、多媒体、功放、DV 摄像机、镜子、把杆、教学用具，演出服装、道具、舞台灯光	舞台灯光 1 套；舞台音响 1 套；话筒耳麦 1 套；电脑 2 台；功放 1 套；LED 背景幕一幅；更衣室 1 间；化妆室 1 间；道具室 1 间；服装室 1 间	舞台排练；舞台演出	项目制教学、舞台实践、舞台监督、毕业音乐会

3.校外实践教学基地

本专业加快校外实训基地的拓展，通过三年建设，建设校外实习实训基地 16 家，包括重庆两江国际影视城、重庆两江新区社发局、重庆爱乐乐团、时光里独立图书馆、北仓文创园、鹅岭二厂文创园等。能够满足学生的现场观摩、现场教学、认识实习、跟岗实习、顶岗实习等教学任务，达到学校、企业协同育人的需求，实习基地接纳本专业学生实习比例达标，在整个实习过程中有目的，有任务、有记录、有检查、有指导。

实践过程中配备专人专管实习实训设备设施，按照人才培养方案及目标要求安排学生到各实习实训基地进行实习。校内专任教师与实习基地指导教师共同参与实习学生考核。

表9 校外实训室一览表

序号	实训室（实训基地）名称	企业名称	完成的实践教学环节	对应的课程	备注
1	重庆两江国际影视城	重庆两江国际影视城	旗袍秀、文创项目策划	舞台监督、演艺经纪实务、文化市场营销	
2	重庆两江新区社发局	重庆两江新区社发局	参与系列大型文艺演出活动	舞台监督、演艺经纪实务、文化市场营销	
3	重庆玉麟文化传播有限公司	重庆玉麟文化传播有限公司	全国打击乐大赛、系列校园活动	舞台监督、演艺经纪实务、文化市场营销	
4	重庆文化艺术职业学院文化传播类生产性实训基地	重庆华龙网集团股份有限公司	文化企业互联网信息咨询、新媒体营销、全媒体运营等	新媒体运营、ps 图像编辑、微视频制作	
5	重庆文化艺术职业学院文化管理系（文化传播系）生产性实训基地	重庆市巴南区文化馆	文化艺术活动策划执行；文化活动推广；文化项目服务等	文化活动策划与组织、新媒体运营	
6	TESTBED2 二厂文创公园	TESTBED2 二厂文创公园	文化艺术活动策划执行；文化活动推广；文化项目服务等	文化活动策划与组织、新媒体运营、品牌策划	
7	时光里独立书店	时光里独立书店	文化艺术活动策划执行；文化活动推广；文化项目服务等	文化活动策划与组织、新媒体运营、品牌策划	
8	重庆市群众艺术馆	重庆市群众艺术馆	认知实习、跟岗实习、顶岗实习	文化活动策划与组织、新媒体运营、管理学基础、秘书实务	
9	巴南区图书馆	巴南区图书馆	认知实习、跟岗实习、顶岗实习	文化活动策划与组织、新媒体运营、管理学基础、秘书实务	
10	巴南区文化馆	巴南区文化馆	认知实习、跟岗实习、顶岗实习	文化活动策划与组织、新媒体运营、管理学基础、秘书实务	
11	巴南区博物馆	巴南区博物馆	认知实习、跟岗实习、顶岗实习	文化活动策划与组织、新媒体运营、管理学基础、	

				秘书实务	
12	北碚文化馆	北碚文化馆	认知实习、跟岗实习、顶岗实习	文化活动策划与组织、新媒体运营、管理学基础、秘书实务	
13	大渡口区博物馆	大渡口区博物馆	认知实习、跟岗实习、顶岗实习	文化活动策划与组织、新媒体运营、管理学基础、秘书实务	
14	欢乐谷文化旅游发展产教融合基地、教师企业实践流动站	欢乐谷文化旅游发展有限公司	欢乐谷巡演	演艺经纪实务、舞台监督、文化活动策划与组织、品牌策划、文化市场营销	市级演艺现代产业学院
15	印象武隆产教融合基地	重庆市武隆区喀斯特印象文化发展有限公司	印象武隆大型实景演出	演艺经纪实务、舞台监督、文化活动策划与组织、品牌策划、文化市场营销	市级演艺现代产业学院
16	重庆市歌舞团产教融合基地	重庆市歌舞团有限责任公司	国庆70周年彩车游行	演艺经纪实务、舞台监督、文化活动策划与组织、品牌策划、文化市场营销	市级演艺现代产业学院
17	两江新区“一街一品”校地合作基地	重庆两江新区社发局	两江街道社区“一街一品”校地合作、沉浸式演出	演艺经纪实务、舞台监督、文化活动策划与组织、品牌策划、文化市场营销	
18	重庆演艺股份有限公司共建表演艺术专业群高等职业教育双基地	重庆演艺股份有限公司	大型舞台演出、儿童剧、版权剧（戏剧）	演艺经纪实务、舞台监督、文化活动策划与组织、品牌策划、文化市场营销	市级演艺现代产业学院
19	川江号子产教融合基地、教师企业实践流动站	重庆川江号子传习所	认知实习、岗位实践——项目制教学舞台实践剧目《大江传歌》排演	演艺经纪实务、舞台监督、文化活动策划与组织、品牌策划、文化市场营销	
20	木洞山歌产教融合基地	木洞山歌艺术团	认知实习、岗位实践	演艺经纪实务、舞台监督、文化活动	

				策划与组织、品牌策划、文化市场营销	
21	斯威特钢琴产教融合基地	重庆斯威特钢琴有限公司	认知实习、岗位实践	演艺经纪实务、舞台监督、文化活动策划与组织、品牌策划、文化市场营销	
22	爱乐乐团产教融合基地、教师企业实践流动站与 20 家培训机构实训基地	重庆都市爱乐传播有限责任公司与 20 家培训机构	认知实习、岗位实践	演艺经纪实务、舞台监督、文化活动策划与组织、品牌策划、文化市场营销	

（三）教学资源

本专业依托重庆市级教学资源库建设 (<http://www.cqooc.net/my/course>)，选用国家高职高专教材和国家规划教材，未来根据需要组织专业教师团队编写校本教材，开发图书资源，教学资源，继续打造精品在线开放课程资源，能够满足学生专业学习、教师专业教学研究、教学实施和社会服务需要。严格执行国家和省（区、市）关于教材选用的有关要求，学院有配套的校本教材编写和选用制度。教师团队在教学过程中，充分结合行业 and 市场需求，不段努力开发和充实教学资源。

（四）教学方法

教学过程中，不断研究探索，灵活运用多种教学方法、形式开展教学活动，结合当前新媒体发展趋势，创新和改革传统教学模式，根据课程内容和教学目标将教学方法列举如下：

（1）讲授法：文化产业经营与管理较多专业课都是 B 类课程，因此如《管理学基础》、《市场营销》、《经济学原理与实务》等专业理论课采取讲授法，讲授、解释基础概念、基本理论。

（2）讨论法：课堂讨论环节也是本专业授课过程中较多使用的方法，如《品牌策划》等专业课需要进行团队或者小组讨论决策。

（3）任务驱动法：本专业有些课程是采取任务、项目或模块化教学，学生围绕既定目标充分结合所学专业知知识进行任务的分解和完成，较好提升学生提出问题、思考问题、分析问题、解决问题的能力。

（4）角色扮演法：当学生掌握一定的专业知识后，课堂教学过程中也大胆采用角色扮演法，例如：《会展策划》、《文化消费心理学》等课程设定某种特定

场合和角色，为学生提供展现能力的舞台，真切感受工作氛围，提升职业素养、执行能力。

(5) 现场教学法：将传统的课堂搬到实践现场，如《舞台艺术鉴赏》《演出经营与管理》《文化活动策划与组织》等课程采取实训剧场、演出场所以及文化活动现场等进行现场教学，学生能够快速运用所学理论知识进行现场观摩、现场演练。

(6) 其他方法：授课过程中结合当前新媒体发展趋势以及教改要求，采用蓝墨云班课、雨课堂等 APP 或公众号，运用手机操作完成教学任务和作业任务，增加调研环节、课堂作业互评环节等，丰富了课程形式和授课方式。

(五) 学习评价

(1) 线上考评：利用云班课，基于企业活动效果评价表，综合课前准备任务、课堂实训、校园实践、成果汇报情况的综合评价，给出各小组得分以及改进意见，并结合翻转课堂学生自主评价进行评定；

(2) 直播平台受众点评：分组进行抖音直播，根据每期任务和主题不同，进行直播，抛出问题、展示成果，吸引粉丝和受众，让观众成为评委，根据直播数据进行教学评价和反馈。

(3) 成果综合考核：分为作品提交和项目执行两部分。策划案评定考核学生优化后的策划案，重点考核是否满足活动策划案个性化需求，数据信息是否准确，创意是否具有落地性；项目执行评定，重点考核项目执行效果，以及传播内容是否具有传播力并综合情况给予相应修改意见。

(4) 创新其他考核方式：发挥集体智慧，课程小组共同探究评价指标体系，如：档案袋评价、研讨式评价等多元化评价方式，让学生完成多元化学习反思，教师团队达到多角度全方位的教学反思目标。

教学评价方法强调可操作性，结果性评价与过程性评价相结合，重在过程性评价。

(六) 质量管理

(1) 建立联动的教学督导制度

建立多层面、多角度、全方位的五级联动教学督导制度，要求辅导员、专任教师、教研室主任、二级院系领导、学院领导不定期进课堂、定期抽查授课情况、抽查教学进度、教学规范、教学质量等，督促并激励教师不断提升教学质量水平、充实自我，保证良好的教学质量水平。

(2) 建立教师课程质量评价体系

建立科学合理的教师课程质量评价体系，教师教学评价采用自我评价、自我诊断、教师间互评、教研室评价、二级院系评价、学院考评的多层次多角度评价。

根据教师上课出勤情况、师德师风、教学目标达成度、作业评改情况、教学三大件情况、教学规范、教风教态等方面进行全方位考评。结合教师个人科研情况、项目申报情况、为二级院系发展、学院发展、社会发展等作出的贡献程度等其他方面进行附加考评。

(3) 建立学生学习成绩考评体系

建立系统全面的学生成绩考评体系。除了常规的期末考试、考核外，加强课堂出勤、课堂表现、课内外作业完成情况、课余实践、等方面的考评，强化学生的实践能力、执行能力以及综合能力。

(4) 建立本专业毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，并对生源情况、在校学业水平、毕业生就业情况等进行分析，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况。

十一、成果认定置换

(一) 学习成果认证

序号	专业	认证条件	认证证书
1	文化产业经营与管理	舞台化妆、中国民族民间舞、舞台表演基础、口语表达修读完成并通过认证	表演素质证书
2		基础乐理、川江号子/木洞山歌演唱/合唱、民族打击乐演奏/合奏课程修读完成并通过认证	音乐素质证书
3		文化活动策划、PS 数字图像处理、新媒体运营、微视频策划与制作课程修读完成并通过认证	文化服务技能证书
4		完成演艺集团相关项目实训	演艺集团证书
5		完成其他企事业单位相关项目实训	其他企事业单位证书

(二) 学习成果置换

序号	专业	持有证书名称与级别	免修内容
1	文化产业经营与管理	演出经纪人员资格	舞台艺术鉴赏、舞台监督、演出经纪实务
2		新媒体运营职业技能等级证书	新媒体运营
3		全媒体运营师	新媒体运营

十二、毕业要求

本专业学生在规定学习年限内，完成课程学习、实习实践和毕业论文(设计)，

获得最低毕业总学分 141 分，至少获得一类群内专业课程认证证书和专业对应职业类证书，达到《重庆文化艺术职业学院学籍管理规定》以及各专业人才培养方案的相关要求，思想品德经鉴定符合要求，准予毕业。具体要求如下：

修完专业人才培养方案规定的各门课程且考核结果达到合格标准，最低毕业总学分为至少修满 141 学分，其中必修课 121 学分，第二课堂 3 学分，选修课 17 学分，总学时共计 2786 学时。

其余要求按照《重庆文化艺术职业学院学籍管理规定》执行。

十三、持续发展建议

（一）凡具有我院高职（专科）正式学籍的学生，如符合重庆市普通高校“专升本”统一考试报名资格条件，可在毕业年级凭应届毕业生身份参加一次该考试，通过考试选拔者，可升入重庆市内相关本科院校的相关专业就读。（具体报考资格条件、考试科目、录取形式等以当年重庆市普通高校“专升本”工作实施方案为准）。

（二）毕业后具备满 2 年及以上文化活动、演艺项目相关经历后，能够胜任面向文化活动、演艺领域的文化活动策划与组织实施、舞台监督、演艺项目管理等相关工作，具备相关能力，可以考取演出经纪人职业资格证书，继续从事相关职业。

十四、培养方案修订说明

（一）修订情况

本次修订在 2021 年文化产业经营与管理专业人才培养方案的基础上进行。修订工作主要分为前期调研、文字内容修改、报送专家审议、最终定稿几个阶段。修订依据包括《国家职业教育改革实施方案》《教育部 财政部关于实施中国特色高水平高职学校和专业建设计划的意见》《教育部关于职业院校专业人才培养方案制订与实施工作的指导意见》（教职成〔2019〕13 号）《重庆市人民政府关于加快发展现代职业教育的实施意见》（渝府发〔2015〕17 号）《重庆市文化产业调研报告》《重庆文化艺术职业学院十四五发展规划》《重庆文化艺术职业学院 2022 年人才培养方案修订指导意见》等。本次修订重点有课程设置、专业核心课简介等。

（二）人才培养方案编委会成员

**文化产业经营与管理专业人才培养方案
编委会成员**

编制者	姓名	职务	职称	工作单位	职责分工
学院教师	李婕	副主任	讲师	重庆文化艺术职业学院文化旅游学院	总体审核，把握培养目标、培养规格和课程体系的逻辑关系
	穆艳	党总支负责人	讲师	重庆文化艺术职业学院文化旅游学院	行业调研、方案内容的把关
	杨荣	部门负责人协助岗	讲师	重庆文化艺术职业学院文化旅游学院	核心课程标准设置、行业调研
	陆维佳	教研室主任	讲师	重庆文化艺术职业学院文化旅游学院	协同专业内教师，对课程定位、目标、考核方式、教学方法等进行研讨
	于兆坤	专业负责人	讲师	重庆文化艺术职业学院文化旅游学院	行业调研、课程体系设置
行业企业专家	李欣	总经理		重庆演艺集团	职业、岗位技能要求设置
	陈一中	设计艺术总监		TESTBED2 二厂文创公园	职业、岗位技能要求设置
	李柯成	总经理		时光里独立书店	职业、岗位技能要求设置
	辜茂	统战部部长		重庆市两江国际影视城	职业、岗位技能要求设置
	陈渝果	总经理		重庆玉麟文化传媒有限公司	职业、岗位技能要求设置
高校同行专家	刘莎	文化旅游系副主任	副教授	湖南艺术职业学院	课程框架构建及培养定位
	徐羽中	教务处处长	副教授	福建艺术职业学院	课程框架构建及培养定位
学生代表	张玮	2014级文化市场经营与管理		重庆市南川区南城街道南园路居委会	工作效果反馈
	杨光虎	2015级文化市场经营与管理专业		重庆玉麟文化传媒有限公司	工作效果反馈
	向春香	2016级文化市场经营管理专业		新疆于田县木尕拉镇小学	工作效果反馈
	何文斌	2017级文化市场经营管理专业		参军入伍	工作、实习效果反馈

审核：（系主任）

复审：（教务处（质量管理办公室））

审定：（教学副院长）

批准执行：学院党委会