



湖南藝術職業學院
HUNAN VOCATIONAL COLLEGE OF ART

文化市場經營管理專業迎檢材料

4. 教學運行與管理

4. 3 實訓指導書

2021 年 10 月

目 录

- 一、“项目文案写作”实训指导书
- 二、“艺术创意与策划”实训指导书
- 三、“舞台管理”实训指导书
- 四、“文化经纪理论与实务”实训指导书
- 五、“演艺活动策划与管理”实训指导书
- 六、“文化市场营销”实训指导书
- 七、“普通话语音”实训指导书
- 八、“文化产业政策与法规”实训指导书
- 九、“视听语言”实训指导书
- 十、“文化传播学”实训指导书
- 十一、“新媒体运营”实训指导书
- 十二、“公关与危机处理”实训指导书
- 十三、“摄影摄像基础”实训指导书
- 十四、“色彩构成基础”实训指导书
- 十五、“商务礼仪与沟通”实训指导书
- 十六、“舞台艺术基础”实训指导书
- 十七、“人力资源管理”实训指导书

《项目文案写作》

实训指导书

课程代码：A650402101

适用专业：文化市场经营管理专业

编撰人：贺慧

审阅人：许丽英

修订时间：2021年10月28日

文化旅游系

目 录

第一部分 实训概述.....	1
一、实训要求.....	1
二、实训内容和时间安排.....	1
三、实训成绩评定、考核办法.....	2
四、参考资料.....	2
第二部分 单元实训.....	3
实训一 策划思维工具应用.....	3
一、实训目的.....	3
二、知识要点.....	3
三、实训内容.....	3
四、实训步骤.....	3
五、注意事项.....	3
六、拓展训练与思考.....	4
实训二 项目策划文案写作.....	5
一、实训目的.....	5
二、知识要点.....	5
三、实训内容.....	5
四、实训步骤.....	5
五、注意事项.....	6
六、拓展训练与思考.....	6
实训三 节日策划文案写作.....	7
一、实训目的.....	7
二、知识要点.....	7
三、实训内容.....	7
四、实训步骤.....	7
五、注意事项.....	7
六、拓展训练与思考.....	8
实训四 公关策划文案写作.....	9
一、实训目的.....	9
二、知识要点.....	9
三、实训内容.....	9
四、实训步骤.....	9
五、注意事项.....	10
六、拓展训练与思考.....	10
实训五 展会策划文案写作.....	11
一、实训目的.....	11
二、知识要点.....	11
三、实训内容.....	11
四、实训步骤.....	11
五、注意事项.....	12
六、拓展训练与思考.....	12

实训六 活动文案写作.....	13
一、实训目的.....	13
二、知识要点.....	13
三、实训内容.....	13
四、实训步骤.....	13
五、注意事项.....	13
六、拓展训练与思考.....	14
实训七 广告文案写作.....	15
一、实训目的.....	15
二、知识要点.....	15
三、实训内容.....	15
四、实训步骤.....	15
五、注意事项.....	15
六、拓展训练与思考.....	16
实训八 新媒体文案写作.....	17
一、实训目的.....	17
二、知识要点.....	17
三、实训内容.....	17
四、实训步骤.....	17
五、注意事项.....	18
六、拓展训练与思考.....	18
实训九 电商文案写作.....	19
一、实训目的.....	19
二、知识要点.....	19
三、实训内容.....	19
四、实训步骤.....	19
五、注意事项.....	19
六、拓展训练与思考.....	20

第一部分 实训概述

该课程为文化市场经营管理(演艺策划与管理方向)【专业代码: A650402101】三年制高职学生的专业必修课程, 设置 7 学分 130 学时, 其中课程实训学时 90 学时(含第五学期一周实训)。该课程通过理论知识学习与文案写作训练, 增强学生对多种项目文案的全面认识, 掌握项目策划文案写作及各类文案写作的基本思路, 让学生具备扎实的文案写作能力、理论联系实际的实操能力、各类项目文案的作品鉴赏和剖析能力以及策划创意至上、活动内容为主的职业素养。

一、实训要求

(一) 实训工具

学习通平台、纸、笔等

(二) 实训设备

一台多媒体设备(包括投影仪、电脑、屏幕等)、桌椅等

(三) 实训要求

教学过程中充分发挥教学案例和视频的指导示范作用, 遵循“理论—应用—案例—训练”的教学思路, 坚持边讲解、边示范、边练习, 因材施教、循序渐进。按照项目策划与文案写作规范进行严格训练, 使学生掌握扎实的项目文案创作基本功, 掌握各类项目策划与文案的创作思路、流程设计、写作技巧, 成为能胜任文案策划相关工作的专业人才。

二、实训内容和时间安排

序号	实训内容	学时	备注
1	实训一 策划思维工具应用	10	
2	实训二 项目策划文案写作	10	
3	实训三 节日策划文案写作	10	
4	实训四 公关策划文案写作	10	
5	实训五 展会策划文案写作	10	
6	实训六 活动文案写作	10	
7	实训七 广告文案写作	8	
8	实训八 新媒体文案写作	12	
9	实训九 电商文案写作	10	

三、实训成绩评定、考核办法

本课程采用形成性评价与终结性评价相结合的考核方式，考核由期末考试（50%）+平时成绩（30%）+考勤（20%）三部分组成，采用百分制计分，考试形式为随堂考试。

序号	题型	考试内容	分值分配	备注
1	考勤	旷课：扣5分，迟到：扣2分，满勤加5分。	20	根据院系要求适时调整
2	平时成绩	基础知识测验：结合所学理论知识根据命题撰写分析论文	15	提交论文
		实践能力测验：撰写不同活动类型策划文案	15	以练促学
3	期末考试	考察基础理论知识、项目策划与文案写作能力	50	考试（题型为单选、多选、简答、写作）
总分			100分	学生有发表文章、参与活动适当加分。

四、参考资料

1.参考书：《活动策划实战全书：图解版》《新媒体文案策划与写作：从入门到精通（微课版）》《从零开始学文案编写与活动策划》《电商文案写作与传播》《文案写作与活动策划》《168招玩转活动策划》

2.网络资源：超星学习通、中国大学慕课、电子书籍、电子期刊、数字图书馆、各大文化公司网站、文化传播网站等

第二部分 单元实训

实训一 策划思维工具应用

一、实训目的

让学生通过训练掌握运用思维导图进行项目策划的技能，提升学生的策划思维能力和水平。

二、知识要点

- 1.了解策划的 4 种思维方式；
- 2.熟悉思维导图、流程图等思维工具；
- 3.掌握用思维导图、流程图绘制活动策划框架与流程的技巧；
- 4.建立策划思维，了解模块化策划思维，要求学生养成积累习惯，搭建自己的模块库。

三、实训内容

目次	内容	学时
项目一	任务 1: 绘制辩论赛思维导图	6
	任务 2: 绘制辩论赛流程图	4

四、实训步骤

实训内容	学习型工作任务	教学步骤	教学效果评价标准
完成辩论赛思维导图、流程图的绘制	思维导图的创作	1. 确定思维导图分类级别（一级、二级、三级、四级） 2. 确定思维导图分类的步骤 3. 确定思维导图的分类依据 4. 对四级分类进行细化 5. 推荐思维导图绘制工具	是否理解每一级分类所对应的内容；是否明确分类的步骤；是否存在分类不当或内容不对应的情况；是否站在执行角度对四级分类进行细化
	流程图创作	1. 流程图的绘制要点； 2. 流程图绘制的注意事项。	是否能完整考虑到整个活动流程

五、注意事项

掌握好分类划分的依据,明确分类依据有按阶段、流程、地点、工作、要素等,不同分类侧重点不同,推荐使用按流程优先的方式分类。严格按照分类依据执行,注意二级分类、三级分类、四级分类的内容应该是平行结构。

六、拓展训练与思考

工欲善其事必先利其器,思维导图和流程图作为策划思维工具,对于活动策划人来说,熟练掌握这两个策划思维工具有百利而无一害。思考除了按阶段、流程、地点、工作等二级分类依据之外,还有没有其他的比较好的分类方式?能不能按照写策划案的框架来构思思维导图?

实训二 项目策划文案写作

一、实训目的

通过实训使学生学会运用 5W2H 分析法，掌握不同脉络的活动策划文案写作的侧重点，运用总分式结构（并列式结构）进行写作训练，加深对这两类结构的理解，同时熟悉其他结构活动策划方案的写作套路。

二、知识要点

重点掌握总-分-总的行文脉络：

1. 开头部分（总）：写明活动的基本属性和目标，一般包括活动的执行时间、执行地点、执行内容、服务对象、目标效果等。

2. 主体部分（分）：即提供解决方案，详述如何实现目标。只提供一种主要解决方案，即便有应对突发事件的备用方案，也只是替换主要解决方案的部分内容。

3. 结束部分（总）：将分布在解决方案中的同类元素汇总起来，如在各个环节中产生的消费需要被汇总成预算表；在各项工作中涉及的工作人员数量需要被汇总成分工表，这构成了第二个“总”。

三、实训内容

目次	内容	学时
项目二	运用总分式或并列式结构，拟写一个迎新晚会策划文案	10

四、实训步骤

实训内容	学习型工作任务	教学步骤	教学效果评价标准
拟写一个迎新晚会策划文案	确定迎新晚会的主题	1. 确立鲜明的主题 2. 确立形式多样的主题 3. 精准受众	主题是否体现了迎新晚会的特色和亮点
	讨论迎新晚会策划的准备工作	1. 宣传预热，线上线下 2. 认真策划节目形式，广泛动员和安排相关参演人员 3. 确定活动场地、活动时	策划落实各项准备工作十分重要，执行到位是保证策划

		间进度安排等内容 4. 确定各项工作的负责人,如舞台监督、主持人、舞台联络、灯光、音响控制、话筒保管	成功的关键
	模拟做好正式演出的组织工作	1. 组织学生观众,禁止闲杂人员扰乱会场秩序 2. 确保所有工作人员、演出人员、领导及评委按时入场 3. 做好舞台演出的指挥,随时检查各环节,确保按预案演出	对各个组织环节进行反思,总结经验,提高组织活动的能 力

五、注意事项

确定了活动是以晚会的形式组织,并不意味着不用思考活动主题;晚会结束也并不意味着所有工作都结束,工作人员还需要做好收尾、总结工作。要想活动顺利落地实施,就要从执行的角度考虑晚会工作人员分组分工,尽可能全面周到。考虑活动流程,也要尽量细致,可分为前期准备、中期执行、后期收尾三个阶段,考虑流程要做到“五到”:

脑到:总揽全局,思考、策划、发现问题、完善策划、方法论、思维工具、框架;

眼到:看细节(操作层面、文字层面)、看形势(环境、资源、漏洞);

耳到:头脑风暴、倾听意见;

嘴到:宣传(前中后期)、对接、总结;

手到:写(方案、通知、新闻稿、主持人串词等)、设计(海报)、具体执行。

六、拓展训练与思考

从执行的角度考虑晚会工作人员分组分工,应该怎样分工才更加合理?活动每个阶段的流程应该包含哪些工作?

实训三 节日策划文案写作

一、实训目的

通过实训使学生更好地掌握节日策划的基本步骤，能熟练地运用节日策划文案的撰写技巧，同时提升学生发散思维的能力和创新能力。

二、知识要点

1. 了解节日属性与特色是进行节日策划的前提，策划要符合节日的调性；
2. 把握如何自造节日，如何创新节日策划；
3. 掌握节日活动策划的写作要点与注意事项。

三、实训内容

目次	内容	学时
项目三	端午节活动策划文案写作	10

四、实训步骤

实训内容	学习型工作任务	教学步骤	教学效果评价标准
端午节活动策划文案写作	以小组为单位进行活动策划案写作	把握节日活动的特性：了解端午习俗，发散思维，	是否把握了节日活动的特性
		确定活动形式和内容	活动形式与内容是否具有创新性
		发扬节日优势	活动主题是否凸显了活动亮点

五、注意事项

节日活动策划易产生同质化内容，如端午节大部分同学都会想到“DIY粽子”这个点，但是却很少围绕“粽子”进行发散思考，没有多围绕“粽子”去做些其他的“文章”，没有想着创新“粽子”的玩法，如射粽子、投粽子、猜粽子、丢粽子、做粽子玩偶等。围绕其他的民俗，也可进行发散思考，这样活动形式内容就可以更多元化。活动时，可以只选取一种与节日相关的民俗，也可选取多种民

俗。比如，围绕“粽子”，可以开展“包粽—分粽—食粽—赠粽”的系列活动，形成一个美食区；也可选取朱砂画额、穿汉服、浴兰汤等不同民俗，形成一个民俗体验区。

六、拓展训练与思考

根据主办单位的确定活动类型、活动对象、活动内容。以商场和公司为例，思考不同活动主体举办活动的时间是否会存在差异？

实训四 公关策划文案写作

一、实训目的

通过实训使学生掌握公关庆典策划的基础知识，了解商场开业庆典活动策划书、奠基仪式活动策划方案、危机公关策划书、新闻发布会策划书、商务谈判活动策划书等公关庆典策划文案写作要领。

二、知识要点

- 1.如何把握进行策划公关活动的时机；
- 2.掌握危机公关策划的 5S 原则，并将其作为写作公关策划文案的指导思想。

三、实训内容

目次	内容	学时
项目四	针对某企业面临的危机，拟写一则危机公关策划文案	10

四、实训步骤

实训内容	学习型工作任务	教学步骤	教学效果评价标准
针对某企业面临的危机，进行危机公关策划	全班同学分为 5 组完成策划	迅速对事件回顾，整理出事件经过	是否全面客观地了解了事情真相、事件起因，是否找到了症结所在
		对市场环境做出分析	分析是否全面客观
		确定活动主题、活动宗旨、活动对象、活动时间等内容	此部分内容是否具有针对性
		进行流程设计、时间安排	流程设计、时间安排是否合理、可行
		媒体宣传计划	所邀媒体是否权威、是否具有公信力，邀请媒体数量

			是否能实现预期效果
		确定经费预算	经费预算是否切实可行

五、注意事项

危机公关策划一定要把握速度第一、真诚沟通、承担责任、系统运行、权威证实的 5S 原则，在发生不良事件的第一时间就要及时做出反应，在应对大众的时候，一定要真诚沟通，如果是企业的问题要敢于承认错误，并做出承诺，一定不要打太极、推卸责任或者忽悠受众，一旦失信于广大受众，对企业的公信力和发展将大大不利。

六、拓展训练与思考

2021 年 5 月 23 日，甘肃马拉松比赛 12% 的选手遇难。站在活动策划的角度，极端天气，真的无法预料吗？到底是哪个环节出了问题？

食物、水和应急设施，都去哪儿了？第三个打卡点设置在没有通车的地方，导致第二打卡点到第四打卡点之间将近 14 公里的路段没有设补给站，无法提供水、食物和应急设施。站点只有两个志愿者负责打卡，没有设置补给物品，也没有帐篷、医护人员。这意味着一旦发生意外选手们可能得不到任何帮助。

比赛路线规划是否合理？这场 100 公里越野赛道，全程共有 9 个路段。比赛赛道的总体海拔区间在 1500 米到 2300 米，累计爬升约 3000 米。出事的线路位于 20 公里到 31 公里之间，也就是第二打卡点（24 公里）之前到第三打卡点（32.5 公里）附近。根据打卡点的地形图显示，这两个打卡点间相隔 8 公里，全部是爬坡路段，石头与砂土混合的路况，很多地方都非常陡峭。

医疗保障和救援方案有备好吗？一场普通马拉松赛事，往往每隔一公里就有一辆救护车，几分钟路程就有一位医护人员。而如此规模庞大的百公里越野马拉松，应急预案在哪里，医疗保障措施怎么做的？

为何没有及时终止比赛？拍摄团队的摄影师发现“十几人失温”后，让小队长与组委会反映情况。组委会并没有通知或提醒队员终止比赛，只是告诉工作人员，如果见到选手，提醒他们注意安全。摄影团队小队长又跟黄河越野赛组委会联系人取得联系，问对方是否有取消比赛的意图，没有得到反馈。

这个事件，带给作为活动策划人的我们，怎样的启示和反思？

实训五 展会策划文案写作

一、实训目的

通过实训使学生加深对展会策划文案的认识和理解,学会结合实际进行SWOT分析,把握展会策划文案的写作要点。

二、知识要点

1. 展会项目立项策划主要是在掌握各种信息的基础上,初步提出计划举办的展会“是什么样的”;

2. 展会立项可行性分析则是在仔细研究各种信息的基础上,深入分析举办展会立项策划提出的“那样的展会”是否可行,为最后是否举办该展会提供科学的决策依据;

3. 参展说明书是办展机构以方便参展商进行参展准备的一种小册子。

三、实训内容

目次	内容	学时
项目五	围绕“红色党史”“红色旅游”等主题,完成展会策划文案写作	10

四、实训步骤

实训内容	学习型工作任务	教学步骤	教学效果评价标准
完成展会策划文案写作	以小组为单位,完成展会策划书文案写作	选定展会策划主题	展会主题是否切合实训作业要求
		拟定展会策划框架	策划框架是否完整,是否能为执行提供依据
		明确展会的规模、展品的范围、办展的时间	是否切实可行
		展会进度安排及人员安排	安排是否细致周到,是否可执行
		拟定展会初步预算	预算是否考虑全面

五、注意事项

展会策划要注意做好展会进度计划、现场管理计划和相关活动计划。展会进度计划是在时间上对展会的招展、招商、宣传推广和展位划分等工作进行的统筹安排。它明确在展会的筹办过程中，到什么阶段就应该完成哪些工作，直到展会成功举办。展会进度计划安排得好，展会筹备的各项准备工作就能有条不紊地进行。现场管理计划是展会开幕后对展会现场进行有效管理的各种计划安排，它一般包括展会开幕计划、展会展场管理计划、观众登记计划和撤展计划等。现场管理计划安排得好，展会现场将井然有序，展会秩序良好。展会相关活动计划是对准备在展会期间同期举办的各种相关活动做出的计划安排。与展会同期举办的相关活动最常见的有技术交流会、研讨会和各种表演等，它们是展会的有益补充。

六、拓展训练与思考

展会策划可行性分析除了应用 SWOT 分析法外，还可不可以用其他的方法来分析市场环境？

实训六 活动文案写作

一、实训目的

通过实训使学生加深对活动文案的理解与认识,让学生掌握除了活动策划文案之外的其他文案的创作技巧,如新闻通稿、邀请函等文案的写作。

二、知识要点

1. 把握新闻写作的真、新、深、导、短、实、活、近原则;
2. 掌握新闻写作的六要素;
3. 把握新闻通稿的写作技巧,掌握新闻通稿的投递时机;
4. 了解邀请函等活动文案的写作、编辑技巧。

三、实训内容

目次	内容	学时
项目六	根据给定的活动信息,拟写一则新闻通稿	10

四、实训步骤

实训内容	学习型工作任务	教学步骤	教学效果评价标准
拟写一则活动新闻通稿	每个人独立完成作业	1. 根据活动内容,提炼能体现活动亮点的新闻标题	新闻标题是否具有亮点,是否吸睛
		2. 确定新闻稿的行文脉络与逻辑结构	逻辑结构是否符合新闻稿写作的要求
		3. 拟写新闻稿开头	开头是否运用了写作技巧,是否交代了关键信息要素
		4. 拟写新闻稿主体内容	是否交代清楚了活动的相关内容

五、注意事项

活动新闻通稿也属于活动文案的范畴,但大部分同学对此类文案的写作相对陌生。新闻通稿写作其实并不难,首先要掌握新闻六要素,即5W1H:包含分别

为何时（when）、何地（where）、何事（what）、何因（why）、何人（who）、如何（how）。这是新闻中不可缺少的六个方面，是对新闻报道的基本要求。由于它概括了新闻事件本身存在的客观联系，对指导新闻采访和写作有一定的积极作用。其次，新闻通稿的标题字数建议在尽量控制在 18 个字到 24 个汉字之间（含标点符号、空格），这是由于目前有很大一部分网站对文章标题字数有限制，超出一定字数后系统会自动截断；另外，一个言简意赅的标题相比文字过长的标题更能让用户接受。如果标题无法缩短，可以把标题拆分成主标题、副标题的形式。再次，要注意新闻的真实性原则，不要弄虚作假，愚弄大众；最后，要把握新闻的及时性原则，如果是大型活动，一般要提前联系好媒体，并在活动前准备好新闻通稿，待活动正式开展时提供给新闻媒体，这样才能确保当天发布。

六、拓展训练与思考

新闻的写作时将最重要、最新鲜的事实写在新闻的最前面，按事实重要性程度和读者关注的程度先主后次的安排，内容越是重要的，读者越是感兴趣的，越要往前安排，然后依次递减。这在新闻写作中称为“倒金字塔”结构。请思考你所写的新闻通稿是否运用了“倒金字塔”结构？如没有运用此种结构，试着用这种结构再次进行新闻通稿写作，并与之前的作品进行对比，分析此种结构的优势与劣势。

实训七 广告文案写作

一、实训目的

通过实训加深学生对广告文案的认识与理解，更好地掌握广告文案、广告策划文案的写作要领，激发同学们对广告策划与广告文案创作的兴趣。

二、知识要点

1. 熟悉广告策划、广告创意策划、公益广告策划、广告预算书等策划文案的写作技巧，注意广告策划书与广告创意策划书的区别于联系；

2. 把握广告文案的写作技巧、注意事项。

三、实训内容

目次	内容	学时
项目七	拟写一则广告策划文案	8

四、实训步骤

实训内容	学习型工作任务	教学步骤	教学效果评价标准
为指定产品撰写广告策划文案	四人一组，每个小组随机抽一个品牌，进行整合营销	为产品撰写广告宣传文案可借助热点进行炒作，也可进行事件营销	广告宣传方案是否符合产品的调性
		通过调研做好市场调查，了解消费者的痛点与需求	是否真正触及到了该品牌的目标受众群体
		密切结合消费者需求与痛点，确定广告策划主题、展现形式等内容	是否能吸引目标受众

五、注意事项

1. 广告预算书一般是以表格形式呈现的，主要分为预算项目、开支内容、费用、执行时间等四个方面。

2. 预算项目主要包括市场调研费、广告设计费、广告制作费、媒体租金、公关促销费、服务费、管理费、杂费等。

3. 有时还需要在表头部分注明广告项目、广告时期、预算委托单位及负责人、预算单位及负责人、编制人员和日期等信息。

4. 如果有需要解释的信息，可以在页脚部分添加备注信息。

5. 在编制广告预算时要讲究广告效益，做好广告费的研究，看是否使用得当，发现问题及时调整广告预算，做到在合理使用广告费的同时保证广告效益。

六、拓展训练与思考

拟写完广告策划案后，再针对该产品撰写一篇软文。

实训八 新媒体文案写作

一、实训目的

通过实训使学生全面了解新媒体文案，熟悉不同类型新媒体文案的写作要领，让学生具备新媒体文案的内容写作、图文编排能力。

二、知识要点

1. 把握如何根据产品需要和特点确定文案的篇幅；
2. 掌握新媒体文案写作的技巧；
3. 把握爆款标题的创作技巧；
4. 掌握微信公众号文案标题、正文的写作要领。

三、实训内容

目次	内容	学时
项目八	拟写一篇公众号长文案	12

四、实训步骤

实训内容	学习型工作任务	教学步骤	教学效果评价标准
拟写一篇 公众号长 文案	开始新媒体文案 写作前的调查	1. 了解写作步骤； 2. 搜集并整理素材资料； 3. 分析市场，定位受众； 4. 构架场景	前期调查是否充分
	拟定新媒体文案 的标题	1. 了解标题的命名方法； 2. 写作爆款标题的技巧。	是否能吸引目标受众阅读、转发
	开始新媒体文案 的写作	1. 设计新媒体文案的开头； 2. 学会新媒体文案的正文写法；	是否真正触及到了目标受众群体内心，引发情感共鸣； 内容组织架构是否

		3. 设计新媒体文案的结尾，升华主题	合理。
--	--	--------------------	-----

五、注意事项

与文案的开头与标题相比，设计一个结尾显得较简单，毕竟核心的内容已经完成了，但文案人员依旧不可掉以轻心。因为一个精心设计的结尾总是能带来更高的转化率和营销效果。所以在新媒体文案的写作过程中，文案人员也需掌握新媒体文案结尾的设计技巧，引导受众产生相应的行为。

六、拓展训练与思考

针对下列问题展开讨论：

- (1) 新媒体文案的开头设计有哪些方式？
- (2) 如果要推广某彩妆产品，你会设计什么样的开头？
- (3) 若某篇新媒体文案的写作目的是推广动画设计教学的网络课程，你需要设计一个什么样的结尾？

实训九 电商文案写作

一、实训目的

通过教学训练，让学生更加熟悉电商文案，更好把握电商文案的写作技巧，有效规避在电商文案写作时存在的常见问题。

二、知识要点

1. 掌握新媒体语境下电商文案应具备什么样的“互联网思维”；
2. 熟悉各类不同电商文案的写作技巧；
3. 掌握产品详情页文案、海报文案、促销文案等电商文案的创作要点。

三、实训内容

目次	内容	学时
项目九	拟写淘宝网某产品详情页展示文案	10

四、实训步骤

实训内容	学习型工作任务	教学步骤	教学效果评价标准
为淘宝网某产品拟写详情页展示文案	通过抽签分组的形式，完成四个不同产品的详情页展示文案（每组写一个产品）	了解电商文案的概念、范畴及种类	是否有一个大致了解
		研究制定产品的功能、特性，对同类产品进行研究，挖掘该产品的亮点	调查研究是否有针对性、有效性
		结合场景或产品特点，进行详情页文案写作	设定的产品使用场景是否合理

五、注意事项

文案创作者在撰写某个电商文案时，必须明确该产品所处的生命周期，进而采取不同的广告策略。一般而言，当产品处于萌芽期时，电商文案要侧重突出产品的新特点、新功能，可以使用一些具有时尚感和新奇感的语句，引起消费者的注意；当产品处于成长期时，电商文案要侧重宣传产品的优势和品牌实力等；当产品处于成熟期时，电商文案要注重宣传产品的售后服务、附加值等，以培养消费者对品牌的忠诚度；当产品处于衰退期时，就可以适当减少广告宣传，准备把精力集中到新一轮产品的广告宣传中。

六、拓展训练与思考

电商文案创作者为了促进产品的销售，需要做好在互联网“淘金”的准备，提早熟悉互联网的传播和互动方式，此外，还要具备传统的销售员那样敏锐的市场眼光，对市场和自己的产品有深刻的认识。只有做到这些，电商文案创作者才能结合产品卖点和网络思维找准消费者的习惯，促进产品的销售。那么，电子商务时代下应该具备什么样的互联网思维？

《艺术创意与策划》

实训指导书

适用专业：文化市场经营管理专业

编 撰 人：王倩

审 阅 人：许丽英

修订时间：2020年8月28日

文化旅游系

目 录

第一部分 实训概述.....	1
一、实训条件及要求.....	1
二、实训内容和时间安排.....	1
三、实训成绩评定、考核办法.....	1
四、参考资料.....	3
第二部分 单元实训.....	4
实训一 演艺策划.....	4
一、实训目的.....	4
二、知识要点.....	4
三、实训内容.....	4
四、实训步骤.....	4
五、注意事项.....	5
六、拓展训练与思考.....	6
实训二 美展策划.....	7
一、实训目的.....	7
二、知识要点.....	7
三、实训内容.....	7
四、实训步骤.....	7
五、注意事项.....	9
六、拓展训练与思考.....	9
实训三 影视剧策划.....	10
一、实训目的.....	10
二、知识要点.....	10
三、实训内容.....	10
四、实训步骤.....	10
五、注意事项.....	10
六、拓展训练与思考.....	11
实训四 畅销书策划.....	12
一、实训目的.....	12
二、知识要点.....	12
三、实训内容.....	12
四、实训步骤.....	12
五、注意事项.....	13
六、拓展训练与思考.....	13
实训五 动漫策划.....	14
一、实训目的.....	14
二、知识要点.....	14
三、实训内容.....	14
四、实训步骤.....	14
五、注意事项.....	14
六、拓展训练与思考.....	15

六、拓展训练与思考.....	15
实训六 网游策划.....	16
一、实训目的.....	16
二、知识要点.....	16
三、实训内容.....	16
四、实训步骤.....	16
五、注意事项.....	17
六、拓展训练与思考.....	17
实训七 大型艺术活动策划.....	18
一、实训目的.....	18
二、知识要点.....	18
三、实训内容.....	18
四、实训步骤.....	18
五、注意事项.....	19
六、拓展训练与思考.....	20

第一部分 实训概述

该课程为文化市场经营管理（演艺策划与管理方向）【专业代码:650402】三年制高职学生的专业核心课，设置7学分138学时，其中课程实训学时78学时。

通过学习这门课程，培养学生在社会文化艺术领域，针对有关文化艺术及其相关问题，通过科学有效的手段进行创新性、系统性的策划活动。学生深入学习艺术策划的概念，掌握演艺策划、美展策划、影视剧策划、畅销书策划、动漫策划、网游策划、艺术活动策划等方面的方案构思技巧和创意策划能力。

学生可以对艺术策划的基本特征与基本策略有深入的了解，学会结合鲜活的艺术策划案例，解析各个艺术门类及其作品创制中的创意原则以及策划方法，将艺术策划方案有效落地，保障演艺活动的高效实施。

一、实训条件及要求

（一）实训工具

学习通平台、纸、笔、U盘、扩音器、话筒、计时器、手机等。

（二）实训设备

1. 活动策划实训室：多媒体设备（包括投影仪、电脑、屏幕等）；白板、签字笔、白板擦；桌椅。

2. 虚拟讲解实训室：多媒体设备（包括投影仪、电脑、屏幕等）；桌椅。

3. 实验剧院：舞台、灯光架、音箱、幕布架、演员化妆间、观众座椅。

（三）实训要求

结合本专业课程教学特点，积极利用学校、系部现有条件，创造性的开展多媒体教学，应拥有以下先进的教学设施和设备：活动策划实训室、虚拟讲解实训室、多功能会议厅、综合实训室等，及投影仪、电脑等仪器设备。同时，学生宿舍和实训室也应接通互联网，才能充分利用校园网络平台进行教学，不断完善网络教学资源，为培养品德高尚、专业基础扎实、综合能力强和具有创新精神的专业人才提供良好的教学环境。

二、实训内容和时间安排

序号	实训内容	学时	备注
1	实训一 演艺创意策划	18	实训在理实一体教室、活动策划实训室开展

2	实训二 美展创意策划	18	实训在理实一体教室、活动策划实训室开展
3	实训三 影视剧创意策划	18	实训在理实一体教室、虚拟讲解实训室开展
4	实训四 畅销书创意策划	20	实训在理实一体教室、活动策划实训室开展
5	实训五 动漫创意策划	20	实训在理实一体教室、虚拟讲解实训室开展
6	实训六 网游创意策划	20	实训在理实一体教室、活动策划实训室开展
7	实训七 大型艺术活动创意策划	22	实训在理实一体教室、活动策划实训室、实验剧场、校外实训基地开展

三、实训成绩评定、考核办法

考核原则：本课程实训模块的考核方式建立在过程评价、目标评价、能力获得评价的“三位一体”评价方式理念之上，关注学生个性差异，鼓励学生创新实践。

成绩评定：

本课程采用形成性评价与终结性评价相结合的考核方式：

第2学期的考核由期末考试（50%）+平时成绩“实训一～实训三”（30%）+考勤（20%）三部分组成，采用百分制计分，考试形式为随堂考试。

第3学期的考核由期末考试（50%）+平时成绩“实训四～实训六”（30%）+考勤（20%）三部分组成，采用百分制计分，考试形式为随堂考试。

第5学期的考核为“实训七”组成，采用百分制计分：

序号	实训内容	分数	备注
1	实训一 演艺创意策划	占期末总成绩的 10%	第 2 学期
2	实训二 美展创意策划	占期末总成绩的 10%	第 2 学期
3	实训三 影视剧创意策划	占期末总成绩的 10%	第 2 学期
4	实训四 畅销书创意策划	占期末总成绩的 10%	第 3 学期
5	实训五 动漫创意策划	占期末总成绩的 10%	第 3 学期

6	实训六 网游创意策划	占期末总成绩的 10%	第 3 学期
7	实训七 大型艺术活动创意策划	总分数 100	第 5 学期

其中第 2、3 学期的整体考核为：

序号	题 型	考试内容	分值分配	备 注
1	考勤	旷课：扣 5 分，迟到：扣 2 分，满勤加 5 分。	20	根据院系要求适时调整
2	平时成绩	实训一/四	10	
		实训二/五	10	
		实训三/六	10	
3	期末考试	策划方案的撰写和模拟提案	50	仿真模拟演练
总分			100 分	若学生有发表文章、参与科研等创新实践活动适当加分。

期末考试具体内容：

一、撰写策划方案（抽签）

1.音乐节策划

（1）客户：长沙新华联铜官窑国际文化旅游开发有限公司

（2）赞助商：至少一家为汽车品牌

2.畅销书策划

（1）客户：博集天卷

（2）赞助商：至少一家为高端职能品牌

3.电影新片发布会策划

（1）客户：电影《xxxx》出品方

（2）赞助商：至少一家为橱柜品牌

4.电视剧新片发布会策划

（1）客户：电视剧《xxxx》出品方

（2）赞助商：至少一家为酒类品牌

二、上传策划方案

考生于指定时间之前将方案 ppt 发至指定邮箱，未按时提交方案者视为自愿弃考。

三、阐述策划方案

在指定时间、地点为每人提供 10 分钟提案时间，按《策划方案评分标准》阐述方案的构思和创意；提案后随机抽取 2 名考生模拟客户总结、提问；抽签决定提案顺序，未按时抽签者视为自愿弃考。

四、参考资料

1. 参考书

王容美、王瑞光主编，《艺术活动创意与策划》，东南大学出版社，2014 年 2 月。

杜卫、陈星、张伟主编，《艺术策划学》，中国文联出版社，2016 年 10 月 1 日；

吴廷玉主编，《文化创意策划学》，大连理工大学出版社出版，2010 年 12 月；

董峰主编，《艺术项目策划》，东南大学出版社出版，2015 年 05 月。

2. 网络资源：超星学习通、学银在线、中国大学慕课、智慧树教育课堂、学堂在线等。

第二部分 单元实训

实训（项目）一 演艺策划

一、实训目的

通过实训使学生掌握演艺策划的概念，音乐演出策划、舞蹈演出策划、戏剧演出策划的涵义、典型案例、活动流程。

二、知识要点

掌握进行艺术演出策划应该具备相关的知识，这些必备的知识是策划者的日常积累和根据策划需要而进行调研所得。策划者应该了解表演艺术学科的基础理论和基本知识，具有塑造艺术形象的基本能力，通晓我国艺术演出的方针、政策和法规，明了艺术演出的现状与发展动态。

三、实训内容

目次	内容	学时
任务 1	策划一场校园音乐节	10

四、实训步骤

实训内容	学习型工作任务	教学步骤	教学效果评价标准
策划一场校园音乐节	分组讨论音乐策划的涵义	1. 什么是音乐 2. 音乐的功能 3. 音乐演出策划的涵义	了解音乐的基本要素，明确音乐是因为人类生存、生活的需要而产生、发展的，生活是音乐的源泉
	确定音乐节的主题与形式	1. 确立鲜明的主题 2. 确立形式多样的主题 3. 精准受众	小组之间投票选择出能体现音乐节灵魂的最佳主题

	讨论音乐节策划的准备工作	<ol style="list-style-type: none"> 1. 及时印发文件，扩大节会影响 2. 认真策划节目形式，广泛动员和安排相关参演人员 3. 确定各项工作的负责人，如舞台监督、主持人、舞台联络、灯光、音响控制、话筒保管 	策划落实各项准备工作十分重要，执行到位是保证策划成功的关键
	模拟做好正式演出的组织工作	<ol style="list-style-type: none"> 1. 组织学生观众，禁止闲杂人员扰乱会场秩序 2. 确保所有工作人员、演出人员、领导及评委按时入场 3. 做好舞台演出的指挥，随时检查各工作环节，确保按预案演出 	对各个组织环节进行反思，总结经验，提高组织活动的的能力

五、注意事项

大型节会演出结束后，一般情况下组织人员会在思想上有所放松，容易出现疏漏。演出结束后，要做好演出场所的清理工作，避免各种安全隐患，如观众是否完全离场，水电是否关闭等。及时公布演出结果，对演出的优秀节目进行表彰和奖励。

六、拓展训练与思考

音乐节是生活方式，更是创意产业。如何通过举办音乐节给城市带来经济收入，同时拉动当地旅游业的大型艺术活动，是我们要思考的问题。

实训（项目）二 美展策划

一、实训目的

通过实训使学生掌握美展策划的涵义，以及美术作品进入市场的策划运作流程，书画经纪人与美术策展人的职业技能，还有美术策划的形式与技巧，争取未来可以独立或协作完成画廊展出策划。

二、知识要点

美展是艺术家的作品与广大观众交流的一种有效而直接的平台，只要有美术就有美展。艺术家的作品只有直接展示在观赏者面前，使观赏者了解其内容并感受和欣赏到其艺术风格与特色，才能发挥其审美教育的社会功能。同时，美展也是美术作品进入市场的载体，所以，有的美展在展览美术作品的同时还兼有售卖的功能。

三、实训内容

目次	内容	学时
任务 1	分组为某知名艺术家个人书画展进行整合推广	10

四、实训步骤

实训内容	学习型工作任务	教学步骤	教学效果评价标准
个人书画展整合推广	形象推广	(1) 撰写媒体宣传报道：根据作品质量、数量、时间空间的组合变化在报纸版面上表现出来。选择几家主流并且具有浓厚文化味的报媒，通过报纸的宣传报道扩大艺术家及其作品的知名度。 (2) 撰写画廊展览展示推广：适时推出艺术家的个人书画作品展览、个人藏品展览，并组织更多的书	报道的角度能提升艺术家及其作品的价值

		<p>画爱好者和收藏者到现场参观、学习，以便和更多的艺术家进行现场交流，探讨书画的真谛，感受艺术的魅力所在。</p> <p>(3) 撰写书画艺术边缘服务:为艺术家以及书画收藏人士提供裱画配框刻章等书画艺术方面的边缘服务和增值服务。</p>	
	活动推广	<p>1) 撰写书画作品交流、研讨方案:帮助艺术家举行作品交流会、研讨会等活动，邀请媒体人士、知名评论家、书画爱好者和收藏者等进行研讨、交流，注重从美誉度方面对艺术家进行推广和宣传，并通过媒体表现出来。(2) 组织书画笔会:通过与企业的联合，组织书画笔会扩大艺术家的作品在最具购买力层次的人群中树立高知名度和美誉度并为艺术家创造社会资源的整合服务。(3) 书画艺术鉴定:定期的联合媒体和专家针对书画作品进行艺术方面的鉴定，利用书画艺术鉴定扩大艺术家作品的内在价值。</p> <p>4.</p>	报道的角度能提升艺术家及其作品的知名度
	纵深推广	<p>4. (1) 作品结集出版和推广:利用在出版方面的资</p>	报道的角度能提升艺术家及其作

		源将合作艺术家的艺术作品结集出版，为艺术家提供出版画册书帖等服务使作品向更深层次的领域推广。(2)文化礼品制作:除了提供作品出版画册书帖服务之外。将艺术家作品制作成文化礼品。诸如邮票邮册等服务，对艺术品进行再包装，附加更大的艺术价值。	品的美誉度
--	--	---	-------

五、注意事项

在模拟书画展的推广时，要注意布展时的一些技巧需要策展人潜心琢磨，这主要是作品按不同主题的分类技巧。分类不科学，会使展览逊色。如策划摄影作品展作品的分类是按“创作目的、功能价值”分类，还是按“实用的”或“审美的”来分类，或是按“记录、艺术、商业”来分类，其效果是不一样的。再如策划书画作品展，中国绘画，分工笔画和写意画两种，有青绿山水画、没骨画、水墨山水画、米点山水画、赭墨山水画、白描画指头画、界画等，而书法作品有中堂、条幅、对幅、对联、斗方、三开横幅、条屏、扇面、册页、手卷等。如果策划名人书画展，是按代表性作品还是按艺术家等级分类也大有讲究。仅以书画家艺术等级而言，就有杰出书画家、著名书画家、优秀书画家、一般书画家、书画艺术专业者之分。挂画也有技巧，挂多高让人觉得看的时候舒服而不别扭。调灯光也不可忽视，灯光调节的好，能更好地把作品的视觉效果表现出来。

六、拓展训练与思考

书画艺术投资离不开画廊体制，而发掘新的艺术资源，推荐有价值的艺术作品，往往是考量一个画廊成功与否的重要指标，画廊最常用的手法即是通过连续不断地举办展览来达到此一目的。

在实训完个人书画展整合推广之后，思考如何为画廊进行整合推广，做好经营工作？

实训（项目）三 影视剧策划

一、实训目的

通过实训使学生不仅掌握电影营销的重要性，还清楚整合营销的手段有哪些，让电影能够成为娱乐新闻的头条，也能成为整个社会关注的话题。当电影制造的话题、电影制造的体验，成为一种特殊的市场驱动力并成功地被企业运作，那么采取整合营销手段，将会创造出巨大的市场价值。

二、知识要点

影视剧策划，就是策划影视剧作，其具体内容包括制片前中后期及过程中对内制片工作和对外宣传等方面的工作，在剧作的选题、投资、导演制片、演员挑选、广告宣传、市场销售等方面进行一系列策划，从而使影视作品产生最大的经济效益。

三、实训内容

目次	内容	学时
任务 1	分组为为指定影片 制定营销方案	10

四、实训步骤

实训内容	学习型工作任务	教学步骤	教学效果评价标准
为指定影片 制定营销方案	6 人一组，每个 小组随机抽一 部影片，进行整 合营销	1. 为影片制定广告宣传 方案 由于市场竞争异常激烈， 影视作品的广告宣传可 以说是无所不用其极，其 中，最有效的招数就是炒 作。	学会利用“广告 策划”“新闻炒 作”“影视炒 作”和“公关策 划”做宣传。

		2. 通过调研做好市场调查	一是调查观众喜欢看什么类型的影片;二是调查一定时期的大众社会思潮是什么,三是调查观众品位
		3. 学会与企业捆绑营销	营销方案不仅能提升企业品牌的知名度,同时为影片赢得赞助和宣传

五、注意事项

在实训过程中要掌握电影市场的整合营销传播,必须具备四个关键条件:

(1)以消费者为中心。对于电影而言,影片就是票房,票房就是观众。如何分析观众了解电影受众需要,第一步要进行大量的市场调研,第二步要剖析受众心理。这就是整合营销传播的关键——受众需要什么,我就生产什么。

(2)营销等于传播的理念。电影的营销,就是信息的传播。营销传播具体而言,就是媒体的广告、宣传和炒作。

(3)对不同的消费群体应该建立不同的“资料库”。这是电影营销双向沟通的又一关键,掌握了足够的受众资料,才能有针对性地进行营销。

(4)是营销传播的整合,这是整个整合营销新体系的核心。电影的营销整合传播系统是庞大复杂的,电影制作、广告策略、市场调研、宣传炒作、公关活动、促销手段等,要在统一有序的经营运作下,形成一种营销传播的合力,才可取得一定的营销效果。这也是最显策划功力的地方。

六、拓展训练与思考

联合促销是电影营销的一种新型合作模式,越来越多地被广大商家所采用。它可以网聚消费者的“眼球”,使一个企业或产品的营销成本大大降低,同时可以帮助产品实现接触更多消费者的目标。

针对制定影片拓展营销方案,思考如何通过联合促销获得更多的宣传效果。

实训（项目）四 畅销书策划

一、实训目的

通过实训使学生掌握如何敏锐地捕捉信息，对信息资源进行整合。

二、知识要点

选题策划是畅销书策划的首要一环，只有策划好选题，然后才有编辑、出版、宣传、营销策划可言。由于编辑和出版策划专业性较强，所以，这次实训遵循实用普及的要求，仅对选题、宣传和营销策划进行论述。在当前的信息时代，要想策划出畅销书籍的选题，就必须掌握信息，信息可说是畅销书选题策划之本。

三、实训内容

目次	内容	学时
任务 1	针对图书市场的畅销书选题 进行分类	10

四、实训步骤

实训内容	学习型工作任务	教学步骤	教学效果评价标准
针对图书市场的畅销书选题进行分类	全班同学分为5组，根据不同的方向整理畅销书选题类型，并加以分析图书热的原因	1. 整理图书市场反馈的畅销书选题类型	总结归纳毛泽东图书热、素质教育类图书热、引进版权类图书热
		2. 读者反映出来的畅销书选题类型	总结归纳名人图书热、励志类图书热
		3. 社会潮流需求的畅销书选题类型	归纳总结经管类图书热、职场培训图书热、国学图书热、
		4. 生活热点造就的畅销书选题类型	归纳总结红学图书热、收藏类图书热、“超女”图书

			热、保健类图书热、“奥运”图书热
		5. 作家富豪榜印证的畅销书选题类型	归纳总结例如郑渊洁、杨红樱、郭敬明等知名作家登上富豪榜的原因

五、注意事项

读者是挑剔的，尤其是在选择空间越来越大的今天，他们可以从几种、十几种，甚至上百种图书里选择符合自己个性的来买、来读。读者又是善变的，今天感兴趣的样式，明天未必还感兴趣；今天喜欢的色彩明天可能已经不喜欢。但读者又是可塑的，尤其是潮流影响越来越广泛的今天，每一次个性选择都必然有其时代和潮流背景。

所以，这就要求在做选题策划的时候，要对目标市场的主流意识、流行趋势以及读者结构属性有非常充分的了解，并且把这些潜在的和附带的感性需求体现在图书中。高明的策划者善于以适度超前的新奇思维制造出新的阅读时尚引领读者到达一个新的精神境界。

六、拓展训练与思考

上述实训中总结的畅销书选题类型是对图书市场长期观察得出的结论，这里也蕴含了选题的新奇和目标市场的策划。图书选题要寻找读者的兴奋点，这既能激起读者的好奇心，又能满足陶冶读者高尚情趣的需要。

《哈佛女孩刘亦婷》的选题就来自成都《都市晚报》的一篇报道：离异重组家庭的高中生刘亦婷同时收到美国最好的四所大学的录取通知书，并最终选择了哈佛大学。

思考该书成为畅销书的原因有哪些？

实训（项目）五 动漫策划

一、实训目的

通过实训使学生掌握想要做好动漫策划人应具备的素质，动漫产业分为那几大类。

二、知识要点

动漫市场分类主要为：网络动漫市场、手机动漫市场、动漫周边市场。

三、实训内容

目次	内容	学时
任务 1	针对动漫市场进行分类，并分特点	8

四、实训步骤

实训内容	学习型工作任务	教学步骤	教学效果评价标准
针对动漫市场进行分类，并分特点	全班同学分为5组，根据不同的方向整理畅销书选题类型，并加以分析图书热的原因	1. 分析网络动漫市场	总结归纳网络动漫如何借助互联网的迅速发展
		2. 分析手机动漫市场	总结归纳手机动漫的便携性
		3. 分析动漫周边市场	归纳总结动漫衍生品与动画片的创作相互作用，形成良性循环

五、注意事项

学生对与动漫的概念比较狭义，动漫产业准确的定义是“动画和漫画产业”，是指以“创意”为核心，以漫画、动画为表现形式，包含动漫图书、报刊、电影、电视、音像制品、电子游戏、舞台剧和基于现代信息传播技术手段的动漫新品种等动漫直接产品的开发、生产、出版、播出、演出和销售，以及与动漫形象有关的服装、玩具、电子游戏等衍生产品的生产和经营的产业。

六、拓展训练与思考

结合大家对动漫市场的类型和特点的总结，概括《张小盒》如何在网络动漫中脱颖而出：

2006年8月，曾一起共过事的四个年轻人有了画内地上班族漫画的冲动。内地还没有反映本土上班族特色的漫画，刚开始只是希望找个形象可以反映自己上班过程中的故事和想法。“每个上班族都有自己的梦想，每个梦想都可以看作是大大小小的盒子。上班族每天待的办公室、家、公交车、地铁……都是个的盒子，久而久之我们觉得上班族自身也可以看作是盒子。”“生活就像一个盒子”成了他们的口号。《张小盒》一经在网上贴出，很快吸引了大批的忠实“盒粉”。

实训（项目）六 网游策划

一、实训目的

通过实训使学生掌握在网游策划中，“二次创意”的重要意义。

二、知识要点

二次创意呢是指有目的的参照或吸取别人作品的部分或全部作为自己创意的基础，并开发出类型相近产品的创意都属于二次创意的范畴。二次创意不同于抄袭，因为抄袭是侵犯版权的违法行为，而二次创意多属于借鉴或对某些未申请专利的创意部分进行参考而获得的。在游戏产业中，很多的游戏创意都算作二次创意。

三、实训内容

目次	内容	学时
任务 1	网游的二次创意—— 讲个好故事	8

四、实训步骤

实训内容	学习型工作任务	教学步骤	教学效果评价标准
网游的二次创意——讲个好故事	全班同学分为5组，为不同的网游设计好故事	1. 设计好故事的创意开头	通过游戏的思路来考虑，必须要想好实现的方式。
		2. 设计好故事的高潮	设计一个主线在游戏中贯穿着，跌宕起伏的故事靠高潮达到预期效果
		3. 设计好故事的转折点	让故事充满乐趣，让玩家的心弦跌宕起伏

五、注意事项

学生们在实训过程中要深度挖掘为什么游戏策划人员特别重视二次创意呢？因为一个游戏的产生需要一个庞大的体系进行支撑才能拥有丰富的内涵，让玩家一直有新的东西玩下去，还要保证所有的事件在这个体系中是符合逻辑的。利用现有的小说或者故事，能够最大程度上减少创意的风险。世界体系一定要建立起一整套的概念并在此基础上逐渐形成自己的规则，这种规则设计所要花费的精力是巨大的，远远不如直接拿别人的东西来用划算。而且这些名著都已经具备了一定的用户群，让别人能够迅速接受这些规则比较容易。如果是自己来设计这些规则而没有任何依据的话，别人接受起来会非常困难，而且出现逻辑错误的可能性也非常大。可见，二次创意比直接构建一个新的体系要容易，这就是游戏策划人员特别重视二次创意的原因。

六、拓展训练与思考

分析网游《征途》的收费模式有哪些？

实训（项目）七 大型活动策划

一、实训目的

通过实训使学生掌握活动策划的概念同时,更重要的是兼顾导向性、时机性、可行性、关联性,最重要的是创意性。

二、知识要点

做好创意活动的基本要领包括活动策划要善于借势、活动策划要展现产品优点、活动策划要发挥各种优势、活动策划要提高品牌的形象、策划要新颖、新奇、新鲜、独具一格。

三、实训内容

目次	内容	学时
任务 1	在前面几个实训项目中选择一个领域,撰写一篇宣传活动策划案	10

四、实训步骤

实训内容	学习型工作任务	教学步骤	教学效果评价标准
在前面几个实训项目中选择一个领域,撰写一篇宣传活动策划案	全班同学每 5 人一组,撰写方案	1. 活动策划要善于借势	策划一个具有时效性、可行性的活动方案
		2. 活动策划要展现产品优点	
		3. 活动策划要发挥各种优势	
		4. 活动策划要提高品牌的形象	
		5. 策划要新颖、新奇、新鲜、独具一格	

五、注意事项

大型活动策划应该掌握的技巧:

首先要熟悉活动策划的组成要素,因为大型活动的本质也是活动:一是背景,即活动是在什么外界背景下展开的:

二是目的，即举办这次活动的直接目的和间接目的是什么；

三是主题，即本次活动围绕什么主题展开；

四是内容，即活动的几项主要内容要清晰；

五是资源，即本次活动可资利用的资源有哪些。

所以，这就要求在做选题策划的时候，要对目标市场的主流意识、流行趋势以及读者结构属性有非常充分的了解，并且把这些潜在的和附带的感性需求体现在图书中。高明的策划者善于以适度超前的新奇思维制造出新的阅读时尚引领读者到达一个新的精神境界。

六、拓展训练与思考

上述实训中学生们总结了，举办大型活动，特别是大型艺术活动，因策划不周全、不细致而导致的悲剧时有发生，应引起策划者高度重视。

“爱的大游行”音乐节 1989 年始于柏林，每年都吸引大批人。德国杜伊斯堡举行“爱的大游行”电子音乐狂欢节时的踩踏事件，以为策划者戒。2010 年 7 月 24 日，在德国西部城市杜伊斯堡举行上百万人尽情歌舞的“爱的大游行”电子音乐狂欢节，收尾时发生踩踏惨剧：几千人同时涌进通向音乐节的一条长约 150 米的地下通道，拥挤、恐慌、惨叫，死亡 18 人，另有约 80 人受伤。当天 14 时，这场名为“爱的大游行”的电子音乐狂欢节在一个旧货运火车站附近的空旷地带举行，约 140 万人聚集在这里尽情歌舞。17 时左右，想离场的几千人 and 想入场的几千人同时涌入地下通道。在极度拥挤中些人爬上隧道口处的紧急扶梯，想逃离拥挤的人群。扶梯又高又窄，有人不慎跌落，砸在下面的人群中，引发群体性恐慌。从有人用手机拍摄的现场画面上看到，通道口处人群混乱，几个人使劲将一人从挤压在一起的人堆中拖出，四处可见躺在地上的伤者，地面上散乱着各种杂物。警察和救援人员匆匆穿行其间，有人用矿泉水瓶给躺在地上的伤者喂水。一名目击者说：“地上散乱地躺着人，让我想起了战争。”恐慌的人群纷纷跑向附近的火车轨道上，当局决定临时关闭杜伊斯堡火车站。附近的 59 号高速公路也已封闭，作为救援通道供直升机和救援车辆使用。媒体强烈质疑成千上万参与群众，何以只能从狭窄的单一地下通道入口进入会场，会场仅能容纳约 25 万人，却涌入约 6 倍人潮。惨剧震动德国。总统武尔夫对踩踏事件深表震惊，他说：“在一个和平的节日，发生这样一起给来自许多国家快乐的年轻人造成死亡、悲伤和痛苦的灾难，实在太可怕了。”总理默克尔也通过发言人对事件表示“吃惊和悲伤”。

通过以上案例总结，大型活动操作实施过程中应注意哪些问题？



湖南藝術職業學院
HUNAN VOCATIONAL COLLEGE OF ART

《舞台管理》

实训指导书

适用专业：文化市场经营管理专业

编撰人：倪 杨

审阅人：许丽英

修订时间：2020年8月23日

文化旅游系

目 录

第一部分 实训概述.....	1
一、实训条件及要求.....	1
二、实训内容和时间安排.....	2
三、实训成绩评定、考核办法.....	2
四、参考资料（参考书、网络资源等）.....	3
第二部分 单元实训.....	4
课内实训（项目）一.....	4
一、实训目的.....	4
二、知识要点.....	4
三、实训内容.....	4
四、实训步骤.....	4
五、注意事项.....	5
课内实训（项目）二.....	6
一、实训目的.....	6
二、知识要点.....	6
三、实训内容.....	6
四、实训步骤.....	6
五、注意事项.....	7
实训（项目）三.....	8
一、实训目的.....	8
二、知识要点.....	8
三、实训内容.....	9
四、实训步骤.....	9
五、注意事项.....	10
实训（项目）四.....	11
一、实训目的.....	11
二、知识要点.....	11
三、实训内容.....	11
四、实训步骤.....	11
五、注意事项.....	11
六、拓展训练与思考.....	12
实训（项目）四.....	13
一、实训目的.....	13
二、知识要点.....	14
三、实训内容.....	15
四、实训步骤.....	15
五、注意事项.....	16
六、拓展训练与思考.....	17

第一部分 实训概述

该课程为文化市场经营管理（演艺策划与管理方向）【专业代码:650402】三年制高职学生的专业基础课，设置6学分116学时，其中实训学时84学时。通过学习这门课程，让学生掌握舞台监督各领域的基本内容与各项技能，培养学生的人文素质和艺术素养；学会理论联系实际、分析案例；较好地适应文化市场经营管理专业舞台监督岗位的工作实践需求。

一、实训条件及要求

（一）实训工具

卷尺、白纸、铅笔、橡皮、写字板、提示本、彩色胶条、工具刀。

（二）实训设备

舞台、灯光、音响。

（三）实训要求

结合本专业课程教学特点，积极利用学校、系部现有条件，创造性的开展翻转课堂、混合式教学、理实一体教学等新型教学模式，应拥有以下先进的教学设施和设备：一批数码相机、摄像机、扫描仪、灯光、话筒、对讲机等仪器设备；乐器、服装、剧本等排练道具；及实验剧场等活动场地。同时，要注意实践教学的真实性和可行性，将舞台典型管理案例、工作情境引入教学中，提高学生的实践能力，不断完善网络教学资源，实现线上、线下相结合的模式，为培养品德高尚、专业基础扎实、综合能力强和具有创新精神的专业人才提供良好的教学环境。

教学过程中充分利用实景教学，坚持边讲解、边示范、边观摩、边练习，因材施教、循序渐进的原则。以松雅实验剧场为实践教学场地，通过观摩学习、实践操作使学生掌握舞台监督的基本技能。

二、实训内容和时间安排

序号	实训内容	学时	备注
1	实训项目一： 现场观摩学习 (熟悉剧院和剧团的规章制度、服装管理规定、化妆室使用管理规定、制作任务清单、剧院消防和安全规定)	8	本课程属理实一体课程，实训在实验剧场开展。
2	实训项目二： 现场观摩学习 (舞台平面图、舞台立体图、舞台灯位图、排练场平面图、演员出场表、剧场公布栏、演出程序制作)	8	本课程属理实一体课程，实训在实验剧场开展。
3	实训项目三： 现场观摩学习 (临时大、小道具表、服装表、音响效果等工具表的制作)	8	本课程属理实一体课程，实训在实验剧场开展。
4	实训项目四： 现场观摩学习 (制作排练计划、日程表、制作实践表、排练记录等)	8	本课程属理实一体课程，实训在实验剧场开展。

5	实训项目五： 现场观摩学习 (演出项目的运行与管理)	8	本课程属理实一体课程，实训在实验剧场开展。
6	实训项目六： 实验剧场实习	22	第四学期
7	实训项目七： 实验剧场实习	22	第五学期

三、实训成绩评定、考核办法

《舞台管理》课程的实训成绩由四个部分组成：

(一) 舞台平面图的制作 (20分)

1. 小组分工，在规定的作业提交时间内提交计算 10 分，未能按时提交扣 10 分。
2. 小组成员能合理分工，舞台平面图效果计算 5 分，粗制滥造扣 2 分。
3. 小组成员能绘制舞台平面图、排练场平面图、演员出场表、剧场公布栏、临时大、小道具表、服装表、音响效果等工具表，计算 5 分。

(二) 道具表与服装表的制作 (20分)

1. 小组分工，在规定的作业提交时间内提交计算 10 分，未能按时提交扣 10 分。
2. 小组成员能合理分工，道具表与服装表精细程度计算 5 分，粗制滥造扣 2 分。
3. 小组成员上台讲述服装道具表制作的创意点，计算 5 分。限时 5 分钟，超时扣分。超时 1 分钟以内扣 1 分，超时 1 分钟以上 (含 1 分钟) 扣 2 分。

(二) 制作排练计划 (20分)

1. 小组分工，在规定的作业提交时间内提交计算 10 分，未能按时提交扣 10 分。

2. 小组成员能合理分工，排练计划可行性计算 5 分，计划不科学扣 5 分。

3. 全班同学上台分享讲述排练计划，各组分别讲述自己与他人的优缺点，并加以完善自己的排练计划计算 5 分。

（三）实景演出呈现（40 分）

各小组分工，抽签独立负责一场大型活动的某一部分工作，按最后实景演出的演出效果来计算分数。

注：学生的成绩分为平时成绩 20%、期末考试成绩 80%两个部分。平时成绩 20%是指学生上课表现、出勤等，期末考试成绩 80%就是指学生的实训成绩。

四、参考资料（参考书、网络资源等）

1. 参考书：《舞台管理》【美】劳伦斯·斯特恩著 李雯雯译。

2. 网络资源：中国演出行业协会官网。

第二部分 单元实训

课内实训（项目）一

现场观摩学习

（熟悉剧院和剧团的规章制度、服装管理规定、化妆室使用管理规定、制作任务清单、剧院消防和安全规定）

一、实训目的

通过现场观摩，使学生了解剧院的工作日常，熟悉剧院和剧团的规章制度、服装管理规定、化妆室使用管理规定、制作任务清单、剧院消防和安全规定，以培养其职业认同感。

二、知识要点

熟悉剧院和剧团的规章制度、服装管理规定、化妆室使用管理规定、制作任务清单、剧院消防和安全规定。

三、实训内容

目次	内容	学时
任务 1	1. 现场学习观摩剧场的台前幕后，熟悉剧院和剧团的规章制度。 2. 组织小组成员分工，作为一个演出制作团队，思考如何制作任务清单，为下一节课做铺垫。	4
任务 2	1. 学习并掌握服装管理规定、化妆室使用管理规定。	2

	2. 组织学生小组各自构想一场小型实景演出，并制作管理安排表。	
任务 3	1. 学习剧院消防和安全规定。 2. 培养学生职业认同感	2

四、实训步骤

实训内容	学习型工作任务	教学内容与要求	教学效果评价标准
掌握熟悉剧院和剧团的规章制度、制作任务清单	小组成员分工，作为一个演出制作团队，掌握剧院和剧团的日常管理规定	1 现场学习观摩剧场的台前幕后，熟悉剧院和剧团的规章制度。 2. 组织小组成员分工，作为一个演出制作团队，思考如何制作任务清单，为下一节课做铺垫。	使同学们能够掌握剧院的日常管理规定，明白剧院安全和消防规定的重要性，通过实地观察，增加课堂教学的趣味性。
了解剧院服装管理规定、化妆室使用管理规定、	组织学生小组前往后台参观化妆间，学习相关的服装、化妆管理规定	1. 学习并掌握服装管理规定、化妆室使用管理规定。 2. 组织学生小组各自构想一场小型实景演	采取交流互动的教学方式，组织学生上台讲述自己想成为剧院中的哪一类角色？为什

		出，并制作管理安排表。	么？
熟悉剧院消防和安全规定工作	组织学生上台讲述自己想成为剧院中的哪一类角色？为什么？讨论其可行性	1. 学习剧院消防和安全规定。 2. 培养学生职业认同感	

五、注意事项

1. 需要注意在课堂上多加引导，以学生小组为主体，在团队场景模拟训练时，需要注意各小组之间的契合程度与平衡度。

2. 在讲解剧院的有关管理规定时，需要多加利用网上的案例素材，开阔学生视野，使其能够触类旁通。

课内实训（项目）二

现场观摩学习

（舞台平面图、舞台立体图、舞台灯位图、排练场平面图、演员出场表、剧场公布栏、演出程序制作）

一、实训目的

舞台管理是一门实践性很强的课程，为加强学生的学习兴趣和使学生能够更加深入的了解舞台的具体情况，采取去实验剧场观摩学习，实地测量舞台的尺寸大小，在增加趣味性教学的同时让学生能够掌握舞台管理中的基础知识，更好地适应舞台管理工作实践的需求。

二、知识要点

掌握舞台布局的不同种类的区别与共通性，了解舞台一般实地的具体数值与概念。

三、实训内容

目次	内容	学时
任务 1	观察舞台	4
任务 2	测量舞台具体尺寸 (直径、台口宽度等数据)	4

四、实训步骤

实训内容	学习型工作任务	教学步骤	教学效果评价标准
观察舞台	掌握舞台形式的基本内容。	1. 小组分工找案例素材。 2. 小组成员讲述实验剧场与案例素材的同	通过实地观察，增加课堂教学的趣味

		异差别。	性，同时将线下与
测量舞台 尺寸	了解实际舞台的 具体数值。	1. 小组成员使用测量 工具，测量舞台的具 体数值，一起分工合 作，计算出它的大致 面积。 2. 小组成员一起讨论 其场景布置的合理 性。	线上二者结合起 来，使学生对知识 更加融会贯通。

五、注意事项

1. 指导学生寻找尽可能差异大的案例素材，通过实地考察以及营造浓厚的学习讨论氛围使学生们感受到学习舞台监督基本技能的乐趣。

2. 完善教学环境，进行实景教学，提高教学效果。

3. 教学上应以理论为指导，以实践为主导。建议理论讲授时间占 1 / 3，训练实践与讨论互动占 2 / 3。教学手段尽可能多样化，在讲授、示范、训练、讨论、模拟表达等常规方法的运用过程中，增强学生的学习兴趣。

4. 引导学生自己有意识的思考舞台管理的细节，通过多次、多元化布置舞台平面设计作业，巩固知识点。

课内实训（项目）三

现场观摩学习（临时大、小道具表、服装表制作）

一、实训目的

通过现场观摩，使学生了解制作道具表与服装管理等舞台管理必备的知识。

二、知识要点

了解服装管理的注意事项；了解大、小道具管理时的区别；了解后台管理统筹的部分要领。

三、实训内容

目次	内容	学时
任务 1	参观服装间，了解服装管理	4
任务 2	了解道具管理的注意事项	4

四、实训步骤

实训内容	学习型工作任务	教学内容与要求	教学效果评价标准
参观服装间	了解服装管理的常见条例与注意事项。	1. 全班同学一同去参观服装间。 2. 组织小组成员讨论对服装间的看法与建议。	通过实地观察，增加课堂教学的趣味性，采取交流互动的教学方式，使每个同学都能切

<p style="text-align: center;">参观 道具间</p>	<p>了解道具管理的常见条例与注意事项。</p>	<p>1. 全班同学一同去参观道具间。 2. 组织小组成员讨论对道具间的看法与建议。</p>	<p>身参与进来，加深同学们对后台管理的概念与印象，营造出良好的教学氛围。</p>
--	--------------------------	--	---

五、注意事项

1. 提醒同学们对服装以及道具的爱护，不要损坏物品。
2. 引导同学们进行交流与互动讨论，营造浓厚的学习讨论氛围，提高教学效果。
3. 教学上应以理论为指导，以实践为主导。建议理论讲授时间占 1 / 3，训练实践占 2 / 3。教学手段尽可能多样化，在讲授、示范、训练、讨论等常规方法的运用过程中，增强学生的学习兴趣。
4. 引导学生去思考服装管理的注意事项，布置临时大、小道具表、服装表制作作业，巩固知识点。

实训（项目）四

现场观摩学习

（制作排练计划、日程表、制作实践表、排练记录等）

一、实训目的

通过现场观摩，使学生了解演出制作团队的分工与演出制作的一般程序，引导学生制作排练计划。

二、知识要点

了解演出团队的概念以及各部分的分工；演出制作的一般流程；排练计划的制作模式。

三、实训内容

目次	内容	学时
任务 1	1. 现场学习观摩舞台场景，了解演出制作团队及分工。 2. 组织小组成员分工，作为一个演出制作团队，思考各自的职责划分，为下一节课做铺垫。	4
任务 2	1. 了解演出制作的一般程序。 2. 组织学生小组各自构想一场小型实景演出，并制作演出排练计划。	2

任务 3	1. 布置任务：让学生根据制定提示信息制作演出排练计划。 2. 现场点评	2
------	---	---

四、实训步骤

实训内容	学习型工作任务	教学内容与要求	教学效果评价标准
了解演出制作团队及分工	小组成员分工，作为一个演出制作团队，明白各自职责划分	1. 演出制作团队的分工及概念 2. 团队场景模拟训练	使同学们能够掌握演出制作团队概念，明白演出制作的一般程序，通过实地观察，增加课堂教学的趣味性。
了解演出制作的一般程序	组织学生小组各自构想一场小型实景演出，并制作演出排练计划	1. 演出制作的一般程序 2. 能配合制作出一场可实行的小型实景演出 3. 布置制作演出排练计划的课后作业	采取交流互动的教学方式，使学生们能配合完成构想出一场小型的实景演出，并制作演出排练计划。
点评学生演出排练计划	组织学生上台讲述演出排练计划，讨论其可行性	1. 锻炼培养学生的口语表达能力，团队沟通能力。 2. 巩固学生知识点，做到查漏补缺。	

		3. 引导学生互相讨论，形成良好的学习氛围	
--	--	-----------------------	--

六、注意事项

1. 需要注意在课堂上多加引导，以学生小组为主体，在团队场景模拟训练时，需要注意各小组之间的契合程度与平衡度。

2. 在讲解演出制作的一般程序时，需要多加利用网上的案例素材，开阔学生视野，使其能够触类旁通。

实训（项目）五

现场观摩学习（演出项目的运行与管理）

一、实训目的

通过训练，让学生将自己的理论知识与实践融合，加强未来就业实践的基础，保证演出能够正常进行。

二、知识要点

掌握巡回演出正常进行的管理。

三、实训内容

目次	内容	学时
任务 1	演出的运行	4
任务 2	演出的管理	4

四、实训步骤

实训内容	学习型工作任务	教学内容与要求	教学效果评价标准
演出的运行	掌握演出运行的能力、监督场景迁换	1、去剧院现场观摩学习 2、了解人员管理和物品管理 3、了解演出档案的管理	准确把握演出人员、物品等名单、演出期间的舞台监督，解决突发事件

五、注意事项

1. 完善教学环境，提高教学效果。

2. 及时解决突发事件
3. 巡视、检查各部门的工作
4. 时刻关注音响、灯光等设备的变化和协调
5. 及时通知换场以及演员上场

六、拓展训练与思考

学生了解演出的运行的理论和基本操作方法；掌握演出运行期间发生突发状况该怎么做，确立舞台管理这门课程的实用性、针对性。掌握督促各部门的工作进度，确保各项工作按计划完成。

实训（项目）六

实验剧场实习

一、实训目的

通过第四学期一周的实习时间，让学生将自己的理论知识与实践融合，加强未来就业实践的基础，保证演出能够正常进行。

二、知识要点

能够将第三学期《舞台管理》所学理论知识运用到实际工作中。

三、实训内容

序号	内容	学时
任务 1	各系毕业展演期间实训	22
任务 2	剧院日程管理和维护	

四、实训步骤

实训内容	学习型工作任务	教学内容与要求	教学效果评价标准
毕业展演实践周	掌握舞台监督日常工作	1、去剧院现场观摩学习 2、了解人员管理和物品管理 3、了解演出档案的管理	准确把握演出人员、物品等名单、演出期间的舞台监督，解决突发事件

剧院日程管理 和维护	能够熟练记忆剧院和剧团的管理规定	1. 做好演出期间的秩序维护 2. 做好演出开始前的后台催场工作 3. 能够熟练操作各类舞台演出图表	能够在演出前、中、后期熟练操作剧院和剧团的各项规定
---------------	------------------	--	---------------------------

五、注意事项

1. 完善教学环境，提高教学效果。
2. 及时解决突发事件
3. 巡视、检查各部门的工作
4. 时刻关注音响、灯光等设备的变化和协调
5. 及时催场、通知换场以及演员上场

六、拓展训练与思考

学生了解演出的运行的理论和基本操作方法；掌握演出运行期间发生突发状况该怎么做，确立舞台管理这门课程的实用性、针对性。掌握督促各部门的工作进度，确保各项工作按计划完成。

实训（项目）七

实验剧场实习

一、实训目的

通过第五学期一周的实习时间，让学生将自己的理论知识与实践融合，加强未来就业实践的基础，保证演出能够正常进行。

二、知识要点

能够将第三学期《舞台管理》所学理论知识运用到实际工作中。

三、实训内容

序号	内容	学时
任务 1	各系毕业展演期间实训	22
任务 2	剧院日程管理和维护	

四、实训步骤

实训内容	学习型工作任务	教学内容与要求	教学效果评价标准
毕业展演实践周	掌握舞台监督日常工作	1、去剧院现场观摩学习 2、了解人员管理和物品管理 3、了解演出档案的管理	准确把握演出人员、物品等名单、演出期间的舞台监督，解决突发事件

剧院日程管理 和维护	能够熟练记忆剧院和剧团的管理规定	1. 做好演出期间的秩序维护 2. 做好演出开始前的后台催场工作 3. 能够熟练操作各类舞台演出图表	能够在演出前、中、后期熟练操作剧院和剧团的各项规定
---------------	------------------	--	---------------------------

五、注意事项

1. 完善教学环境，提高教学效果。
2. 及时解决突发事件
3. 巡视、检查各部门的工作
4. 时刻关注音响、灯光等设备的变化和协调
5. 及时催场、通知换场以及演员上场

六、拓展训练与思考

学生了解演出的运行的理论和基本操作方法；掌握演出运行期间发生突发状况该怎么做，确立舞台管理这门课程的实用性、针对性。掌握督促各部门的工作进度，确保各项工作按计划完成。

《文化经纪理论与实务》

实训指导书

适用专业：文化市场经营管理专业

编 撰 人：倪杨

审 阅 人：许丽英

修订时间：2020年8月28日

文化旅游系

目 录

第一部分 实训概述.....	2
一、实训条件及要求.....	1
二、实训内容和时间安排.....	2
三、实训成绩评定、考核办法.....	2
四、参考资料.....	3
第二部分 单元实训	4
实训（项目）一 文化经济活动构成的程序的演练.....	4
一、实训目的	4
二、知识要点	4
三、实训内容.....	4
四、实训步骤	4
五、注意事项.....	4
六、拓展训练与思考	5
实训（项目）二 文化经纪合同的订立的情景演练	6
一、实训目的.....	6
二、知识要点.....	6
三、实训内容.....	6
四、实训步骤.....	6
五、注意事项.....	7
六、拓展训练与思考.....	7
实训（项目）三 文化经纪管理的风险应对训练.....	8
一、实训目的	8
二、知识要点.....	8
三、实训内容.....	8
四、实训步骤.....	8
五、注意事项.....	9
六、拓展训练与思考.....	9
实训（项目）四 文化经纪业务能力的训练.....	9

一、实训目的	10
二、知识要点.....	10
三、实训内容.....	11
四、实训步骤.....	13
五、注意事项.....	13
六、拓展训练与思考.....	13
实训（项目）五 文化经纪活动的运作方式.....	14
一、实训目的	14
二、知识要点.....	15
三、实训内容.....	15
四、实训步骤.....	16
五、注意事项.....	16
六、拓展训练与思考.....	16
实训（项目）六 文化经纪活动的运作程序.....	16
一、实训目的	17
二、知识要点.....	18
三、实训内容.....	18
四、实训步骤.....	19
五、注意事项.....	19
六、拓展训练与思考.....	19

第一部分 实训概述

该课程为文化市场经营管理（演艺策划与管理方向）【专业代码:650402】三年制高职学生的专业基础课，设置4学分72学时，其中实训学时42学时。通过学习这门课程，培养思想政治坚定、德技并修、德智体美劳全面发展，适应中国文化产业发展和演艺市场发展的需要，具有良好的职业道德、创新意识、劳动意识，精益求精的工匠精神，较高的人文素质和艺术素质，掌握文化产业的经营特点和运作规律，掌握演艺活动策划、组织、宣传、营销、管理等知识和技术技能，面向演艺活动组织策划、文化产品经营、文化市场运作等领域的懂艺术、会策划、善管理的高素质劳动者和复合型技术技能人才。

一、实训条件及要求

（一）实训工具

教学光碟、多功能媒体

（二）实训设备

一台多媒体设备（包括投影仪、电脑、屏幕等）；其他办公用品

（三）实训要求

结合本专业课程教学特点，积极利用学校、系部现有条件，创造性的开展多媒体教学，应拥有以下先进的教学设施和设备：多功能会议厅、形体训练室、电子阅览室、多媒体教室、综合实训室等，及一批数码相机、摄像机、扫描仪等仪器设备。同时，学生宿舍和实训室也应接通互联网，才能充分利用校园网络平台进行教学，不断完善网络教学资源，为培养品德高尚、专业基础扎实、综合能力强和具有创新精神的专业人才提供良好的教学环境。

教学过程中充分发挥教学的指导示范作用，坚持边讲解、边示范、边练习，因材施教、循序渐进的原则，按照实训标准进行严格训练，使学生打下良好的基础，最终能较准确的掌握文化经纪人、文化经纪的界定；掌握文化经纪市场、文化经纪活动和规制的概念、运作方式、程序、策略；掌握演出经纪人、出版经纪人、书画品经纪人、体育经纪人等文化经纪职界的素质要求、执业条件、行业管理等。

二、实训内容和时间安排

序号	实训内容	学时	备注
1	实训项目一： 文化经纪活动构成的的演练	8	实训在理实一体教室 开展
2	实训项目二： 文化经纪合同订立的情景演 练	8	实训在理实一体教室 开展
3	实训项目三： 文化经纪管理的风险应对 训练	8	实训在理实一体教室 开展
4	实训项目四： 文化经纪业务能力训练 (职能与作用、权利与义务、 素质与培养、收入与纳税)	10	实训在理实一体教室 开展
5	实训项目五： 文化经纪活动的运作方式	4	训在理实一体教室开 展
6	实训项目六： 文化经纪活动的运作策略	4	实训在理实一体教室 开展
合计：42			

三、 实训成绩评定、考核办法

《文化经纪理论与实务》课程的实训成绩由三部分组成：

(一) 课题讨论(30分)

1. 态度端正、认真，回答问题加1分

2. 对问题回答是否正确、到位；加 1 分
3. 语言表述是否正确清楚、流畅加 1 分
4. 不能回答问题和回答有错误，态度不端正每次扣 1 分

（二）实训报告质量（40 分）

1. 实训报告内容真实、具体，论述正确，主题突出，收获大，体会深刻，在本专业知识领域方面有一定的见解和独创性。
2. 实训报告内容真实，有一定的数据做支撑，有一定的收获、见解和体会，文中基本概论正确、文理通顺。
3. 抄袭实训报告或实训报告材料不真实。每次扣 2 分。

（三）实训任务（30 分）

1. 全面完成各项实训任务，实训效果好，动手操作能力强，技能考核佳
2. 在实训期间表现较为优秀，受到好评
3. 基本完成实训任务，有一定动手能力，实训较为认真
4. 不能完成实训任务，动手能力差，每次扣 1 分

注：学生的成绩分为平时成绩 20%、期末考试成绩 80%两个部分。平时成绩 20%是指学生上课表现、出勤等，期末考试成绩 80%就是指学生的实训成绩。

四、 参考资料（参考书、网络资源等

- 1、 参考书：《文化经纪理论与实务》、《文化及相关产业分类》、《演艺活动策划与管理》
- 2、 网络资源：中国文化报、《经纪人管理法》、《演艺性演出管理条例》、中国演出行业协会

第二部分 单元实训

实训项目一：文化经纪活动构成的演练

一、实训目的

文化经纪是连接文化产品和文化市场不可或缺的纽带和桥梁，将企业典型生产案例、工作情境引入教学中，提高学生的对文化经纪行业的理解。

二、知识要点

掌握文化经纪活动的要点。

三、实训内容

目次	内容	学时
项目 1	文化经纪活动演练	4
	公关活动演练	4

四、实训步骤

实训内容	学习型工作任务	教学步骤	教学效果评价标准
文化经纪行业构成的演练	掌握文化经纪行业构成的要点	1. 简述文化经纪业的构成、作用与功能 2. 给案例，学生以小组形式进行分工演练 3. 案例分析	掌握文化经纪行业的构成，帮助学生了解文化经纪发展演变的历史和文化经纪概况，为学生后续相关知识奠定必要的基础。
公关活动演练	掌握公共关系策划和公关计划的具体实施	1. 简述公共关系策划的主要内容 2. 情景演练：公关计	掌握公共关系策划和公关计划的具体实施，进行情景演

		划的具体实施	练增加课堂趣味性
--	--	--------	----------

五、 注意事项

1. 指导学生掌握文化经纪行业的构成，让学生通俗、简单的理解文化经纪的构成。
2. 完善教学环境，提高教学效果。
3. 实验实训内容应提前安排学生预习并做好相关准备
4. 让学生了解中国文化市场环境以及中国文化市场环境文化理论对于指导文化经纪的必要性

六、 拓展训练与思考

这次拓展训练本着“用理论来指导实践，在实践中检验理论”的原则，通过训练，在活动的环节上，把所学的知识运用到实践中，并且加深对于理论知识的理解与认识。

实训（项目）二 文化经纪合同的订立的情景演练

一、 实训目的

通过训练，让学生将自己的理论知识与实践融合，培养小组成员间的实践能力，提高素质，加强未来就业实践的基础。

二、 知识要点

掌握文化经纪合同的订立，快速构思；用词恰当，语句流畅；语音自然。对命题说话题目进行整体分析达到自由交流的程度。

三、 实训内容

目次	内容	学时
项目 2	情景演练：文化经纪合同的签订	4
	情景演练：文化经纪合同的变更与终止	4

四、 实训步骤

实训内容	学习型工作任务	教学内容与要求	教学效果评价标准
文化经纪合同的订立的情景演练	掌握文化经纪合同的订立	<ol style="list-style-type: none">1. 三人一小组，分小组演练，让学生模拟文化经纪人及工作人员。2. 模拟签订合同的过程。	掌握文化经纪人的合同要素，对合同的基本内容进行了明确的界定，探讨文化经纪合同的作用，指明文化经纪人的基

		<p>3. 解决期间遇到的问题。</p> <p>4. 案例讨论如何更好的履行文化经纪人的职责。</p>	本素质与培养路径
情景演练：文化经纪合同的变更与终止	掌握文化经纪合同的种类、变更与终止的情况	<p>1. 按照甲方和乙方将全班分为两个阵营，让学生模拟文化经纪人变更和终止合同的场景进行演练。</p> <p>2. 解决变更和终止合同中遇到的问题。</p> <p>3. 教师点评：如何更好的变更合同或者将伤害降到最低的情况下终止合同</p>	掌握文化经纪人的合同种类与履行的责任与义务，对合同内容的变更进行详细的调查与研讨，能够处理合同履行过程中的突发状况

五、注意事项

1. 教学手段尽可能多样化，在讲授、示范、训练、讨论、模拟表达等常规方法的运用过程中，增强学生的学习兴趣。
2. 对文化经纪人的收入和纳税情况进行一定的说明。
3. 思维敏捷，语脉连贯。
4. 迅速想好要点，理清思路，然后列出，有条不紊地说。

六、拓展训练与思考

学生了解文化经纪的基础理论和基本操作方法；掌握文化经纪人的基本概念、职责和功能、人员管理等内容；从宏观上对文化经纪人和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有较为系统的掌握。

实训（项目）三 文化经纪管理的风险应对训练

一、 实训目的

适合文化与经营管理专业的实际需求，有针对性地选讲行业口才。明确行业口才特点，要求学生掌握行业口才运用基本原则、技巧与方法，理解运用注意事项，在实践中合理、正确使用相关技巧与方法。

二、 知识要点

掌握文化经纪管理的风险应对技巧和方法。

三、 实训内容

目次	内容	学时
项目 3	文化经纪管理的风险应对训练	8

四、 实训步骤

实训内容	学习型工作任务	教学内容与要求	教学效果评价标准
文化经纪管理的风险应对训练	掌握文化经纪是如何管理	1. 分小组模拟训练 2. 模拟文化经纪人及组织的注册管理 3. 应对文化经纪注册管理期间遇到的风险 4. 论述文化经纪活动管理的意义和条件 5. 最后小组讨论结果、总结与评价	论述当前加强对文化市场和文化经纪人活动管理的意义； 文化经纪人的管理形式有哪些

五、 注意事项

1. 理解文化经纪的各结构要素，主要对应关系

2. 深入了解文化经纪注册管理的概念和制度

3. 对风险的灵活变动

六、拓展训练与思考

针对文化经纪行业的特殊性，应该充分利用实训中心，让学生有大量练习的条件，增强学生的考证能力。把所学的知识运用到实践中，并且加深对于理论知识的理解与认识。

实训（项目）四 文化经纪业务能力训练

一、实训目的

适合文化市场与经营管理专业的实际需求，有针对性地选讲文化经纪业务能力的训练。要求学生掌握经纪人的职能与作用基本原则、技巧与方法，理解运用经纪人的权利与义务，在实践中科学合法的获得经纪收入并依法纳税。

二、知识要点

掌握文化经纪业务的职能与作用、权利与义务、素质与培养、收入与纳税等方面的知识点。

三、实训内容

目次	内容	学时
项目 4	文化经纪业务能力训练： 1. 职能与作用 2. 权利与义务 3. 素质与培养 4. 收入与纳税	10

四、实训步骤

实训内容	学习型工作任务	教学内容与要求	教学效果评价标准

文化经纪业务能力训练	1. 职能与作用 2. 权利与义务 3. 素质与培养 4. 收入与纳税	1. 分小组模拟训练 2. 情景模拟文化经纪人的纳税过程、履行权利的过程 3. 作为经纪人应该培养哪些素质 4. 论述文化经纪人的收入与纳税管理的意义，教导学生要合法科学的纳税。 5. 最后小组讨论结果、总结与评价	论述当前加强文化经纪业务能力培养的意义；文化经纪人合理、合法、合规的获得收入并依法纳税
------------	--	---	---

五、注意事项

1. 理解文化经纪的业务内容、能够熟练操作其过程
2. 在经纪收入与纳税时要加强对学生课程思政方面的教育
3. 对风险的灵活变动

六、拓展训练与思考

针对文化经纪行业的特殊性，应该充分利用实训中心，让学生有大量练习的条件，增强学生的考证能力。把所学的知识运用到实践中，并且加深对于理论知识的理解与认识。

实训（项目）五 文化经纪活动的运作方式

一、实训目的

适合文化市场与经营管理专业的实际需求，有针对性地选讲文化经纪活动的运作方式。要求学生掌握文化经纪活动的主要内容、运作方式。

二、知识要点

掌握文化经纪活动中公关活动的策划与实施、谈判活动能最终签订合同。

三、实训内容

目次	内容	学时
项目 5	1. 公关活动 2. 谈判活动	4

四、实训步骤

实训内容	学习型工作任务	教学内容和要求	教学效果评价标准
文化经纪活动的运作方式	1. 公关活动 2. 谈判活动	1. 分小组模拟训练文化经纪活动的内容：传递文化市场信息、代表委托方进行谈判、提供专业的咨询服务等。 2. 情景模拟文化经纪人的谈判技巧和过程。 3. 作为经纪人应该掌握	论述当前掌握文化经纪活动运作方式的意义；争取更多的委托客户的信任和支持，能够起到内部

		<p>的公共关系策划与计划的实施。</p> <p>4. 论述公关活动的根本目的是争取更多的委托客户的信任和支持，能够起到内部与外部环境的联系纽带作用，树立良好的社会形象和声誉。</p> <p>5. 最后小组讨论结果、总结与评价</p>	<p>与外部环境的联系纽带作用，树立良好的社会形象和声誉。</p>
--	--	---	-----------------------------------

五、注意事项

1. 理解文化经纪活动的主要内容、能够熟练操作其过程
2. 情景模拟文化经纪人的谈判技巧和过程时引导学生要合法、礼貌的用语，同时要树立信心，坚定文化自信。
3. 对风险的灵活变动

六、拓展训练与思考

针对文化经纪行业的特殊性，应该充分利用实训中心，让学生有大量练习的条件，增强学生的考证能力。把所学的知识运用到实践中，并且加深对于理论知识的理解与认识。

实训（项目）六 文化经纪活动的运作程序

一、实训目的

适合文化市场与经营管理专业的实际需求，有针对性地选讲文化经纪活动的运作程序。要求学生在掌握文化经纪项目制定的同时，要学会总结和评估管理项目，最后也要与客户建立长期、良好的发展关系。

二、知识要点

掌握掌握文化经纪项目制定、签订合同、运用谈判技巧进行业务商谈、总结和评估管理项目，树立档案整理和存储意识。最后重点强调：与客户建立长期、良好的发展关系。

三、实训内容

目次	内容	学时
项目 6	1. 确定文化经纪项目 2. 制定文化经纪项目实施计划 3. 制定文化项目预算 4. 业务商谈 5. 签订合同 6. 取得佣金 7. 总结和评估管理 8. 与客户建立良好的发展关系	4

四、实训步骤

实训内容	学习型工作任务	教学内容与要求	教学效果评价标准
------	---------	---------	----------

文化经纪活动的运作程序	1. 确定文化经纪项目 2. 制定文化经纪项目实施计划 3. 制定文化项目预算 4. 业务商谈 5. 签订合同 6. 取得佣金 7. 总结和评估管理 8. 与客户建立良好的发展关系	1. 分小组讨论确定、制定文化经纪项目实施计划，制定文化项目预算 2. 情景模拟文化经纪人的业务商谈技巧和和过程。 3. 论述如何与客户建立良好的发展关系 4. 最后小组讨论结果、总结与评价	论述当前掌握文化经纪活动运作程序的意义；与客户建立起良好的配合关系，与客户保持持久、稳定的关系，以求达到长期合作的目的。
-------------	---	--	--

五、注意事项

1. 学习和理解文化经纪活动的运作程序、能够熟练操作其过程
2. 情景模拟文化经纪人的商业谈判技巧和和过程时引导学生要合法、礼貌的用语，同时要树立信心，坚定文化自信。
3. 经纪应该与客户建立起良好的配合关系，与客户保持持久、稳定的关系，以求达到长期合作的目的。

六、拓展训练与思考

针对文化经纪行业的特殊性，应该充分利用实训中心，让学生有大量练习的条件，增强学生的考证能力。把所学的知识运用到实践中，并且加深对于理论知识的理解与认识。

《演艺活动策划与管理》

实训指导书

适用专业：文化市场经营管理专业

编撰人：鲁筱杰

审阅人：许丽英

修订时间：2020年8月30日

文化旅游系

目 录

第一部分 实训概述.....	1
一、实训条件及要求.....	1
二、实训内容和时间安排.....	2
三、实训成绩评定、考核办法.....	2
四、参考资料.....	2
第二部分 单元实训.....	4
实训（项目）一 基础策划方案写作.....	4
一、实训目的.....	4
二、知识要点.....	4
三、实训内容.....	4
四、实训步骤.....	4
五、注意事项.....	5
六、拓展训练与思考.....	5
实训（项目）二 校内调研、调研报告撰写、调研成果汇报.....	6
一、实训目的.....	6
二、知识要点.....	6
三、实训内容.....	6
四、实训步骤.....	6
五、注意事项.....	7
六、拓展训练与思考.....	7
实训（项目）三 主题策划、演艺活动策划整体结构搭建、汇报训练.....	8
一、实训目的.....	8
二、知识要点.....	8
三、实训内容.....	8
四、实训步骤.....	8
五、注意事项.....	9

六、拓展训练与思考.....	9
实训（项目）四 行业案例现场教学学习.....	10
一、实训目的.....	10
二、知识要点.....	10
三、实训内容.....	10
四、实训步骤.....	10
五、注意事项.....	11
六、拓展训练与思考.....	11
实训（项目）五 情景演练电影首映礼现场执行.....	12
一、实训目的.....	12
二、知识要点.....	15
三、实训内容.....	15
四、实训步骤.....	15
五、注意事项.....	13
六、拓展训练与思考.....	13
实训（项目）六 演艺活动创意汇报、模拟提案现场.....	14
一、实训目的.....	14
二、知识要点.....	14
三、实训内容.....	14
四、实训步骤.....	14
五、注意事项.....	15
六、拓展训练与思考.....	15
实训（项目）七 演出活动现场观摩学习.....	16
一、实训目的.....	16
二、知识要点.....	16
三、实训内容.....	16
四、实训步骤.....	16
五、注意事项.....	17
六、拓展训练与思考.....	17
实训（项目）八 营销头脑风暴、方案撰写.....	18

一、实训目的.....	18
二、知识要点.....	18
三、实训内容.....	18
四、实训步骤.....	19
五、注意事项.....	19
六、拓展训练与思考.....	19
实训（项目）九 制定演唱会的赞助回执表、拟定赞助协议.....	20
一、实训目的.....	20
二、知识要点.....	20
三、实训内容.....	20
四、实训步骤.....	20
五、注意事项.....	21
六、拓展训练与思考.....	21
实训（项目）十 演艺活动安全演练危机应急方案制定.....	22
一、实训目的.....	22
二、知识要点.....	22
三、实训内容.....	22
四、实训步骤.....	22
五、注意事项.....	23
六、拓展训练与思考.....	23
实训（项目）十一 演出活动现场观摩学习.....	24
一、实训目的.....	24
二、知识要点.....	24
三、实训内容.....	24
四、实训步骤.....	24
五、注意事项.....	25
六、拓展训练与思考.....	25
实训（项目）十二 演出活动现场观摩学习.....	27
一、实训目的.....	27
二、知识要点.....	27

三、实训内容.....	27
四、实训步骤.....	27
五、注意事项.....	28
六、拓展训练与思考.....	29
实训（项目）十三 演出活动现场观摩学习.....	30
一、实训目的.....	30
二、知识要点.....	30
三、实训内容.....	30
四、实训步骤.....	30
五、注意事项.....	31
六、拓展训练与思考.....	32

第一部分 实训概述

该课程为文化市场经营管理（演艺策划与管理方向）【专业代码:650402】三年制高职学生的专业必修课，设置8学分152学时，其中课程实训学时110学时。本课程是一门演艺活动策划、实施、管理于一体的综合性课程。通过该课程学习，让学生具有根据不同演艺活动的需求正确实行策划与管理的能力。

本课程通过对演艺活动策划相关的理论知识介绍、实务性操作流程的介绍、经典案例/行业热点案例评析学习等，让学生掌握正确的演艺活动策划方法；通过常见演艺活动具体策划，使学生具备对演艺活动基本的创意、策划、实施及监控的能力，为学生发展更专门化方向的职业能力奠定基础。

通过本课程的学习，学生能够熟练掌握演艺活动策划的步骤等知识；能够理解各类大型演艺活动策划的原则及应注意的问题；掌握各类演艺活动策划的主题提炼、新闻策划、活动策划书的撰写、操作实施、管理等基本环节的专业知识。训练培养良好的计划，组织，领导，控制管理、沟通协调的能力；培养良好的自我学习的能力，能够借用行业案例扩展知识面，提高策划创新思维能力。不管是理论基础知识还是实践中提升的各项能力，都对学生未来工作生活都能起到良好的指导作用。

一、实训条件及要求

为了进一步巩固学生所学习的专业知识，检验学生理论结合实践的水平，本课程实训部分由课上实训、单个实训和综合实训组成，都属于校内实践。实践时间主要是根据教学计划进行，由授课老师组织，报备学校教务处和系部教学管理部门，有序进行。

（一）实训工具

Wps office 软件，photoshop 软件，其他应用型网站等。

（二）实训设备

策划实训室：一台多媒体设备（包括投影仪、电脑、屏幕等）；一台打印机；配套的桌椅；配套插线板 10 套；其他用品（如 A4 纸等）。

剧院、音乐厅：以学院现有设备条件为准。

（三）实训要求

实训环境要求：结合专业课程的教学特点，积极利用学院、系部现有条件，创造性的开展多形式、信息化教学，首先应拥有以下先进的教学设施和设备：策划实训室、基础实训室、电子阅览室、多媒体教室、虚拟讲解实训室、实验剧场等，以及配置电脑、投影仪、打

印机、摄像机等基础仪器设备。同时，实训室也应接通互联网，充分利用校园网络平台进行教学，不断完善网络教学资源，为培养品德高尚、专业基础扎实、综合能力强和具有创新精神的专业人才提供良好的教学环境。

教师要求：教学过程中充分发挥指导示范作用，坚持案例真实和实训情景真实，实训中既要打造尽可能真实的环境，也要教师结合学生实际水平撰写策划作为案例进行示范，因材施教、循序渐进。实践教学前要撰写活页式教学手册，认真组织实践教学，抓好重点，全面指导，保证每次实践都能收到应有的教学成果。实训时充分调动学生的自主动手能力，学习的积极性，思维的创造性。每次实践结束后，都要组织学生进行线上的课后探讨，交流实践过程中的成果和心得，促进学生相互学习的激情；同时，根据学生的期末实操成绩综合评定学生的成绩。

学生要求：重视实践课的学习，实践课前，学生要在老师的指导下做好实践的课前预习和课前准备，实践教学活动中，要服从老师的统一安排和指挥，遵章守纪；积极主动，有创造性参加实践活动；积极主动的参加实践练习。

二、实训内容和时间安排

序号	实训内容	学时	备注
1	项目一 基础策划方案写作	8	策划实训室
2	项目二 校内调研和完成调研报告撰写、汇报	10	策划实训室
3	项目三 撰写演艺活动创意策划方案	8	策划实训室
4	项目四 行业案例现场教学学习	4	策划实训室
5	项目五 情景演练电影首映礼现场执行联系	8	策划实训室
6	项目六 演艺活动创意汇报、模拟提案现场	8	策划实训室
7	项目七 演出活动现场观摩学习	4	实验剧院
8	项目八 营销头脑风暴及方案撰写	4	策划实训室
9	项目九 制定演唱会的赞助回执表和拟定赞助协议	4	策划实训室

10	项目十 演艺活动安全演练危机应急方案制定	4	实验剧院
11	项目十一 演出活动现场观摩学习	4	实验剧院
12	项目十二 演艺活动现场执行	26	实验剧院
13	项目十三 演艺活动策划、实施	18	音乐厅
		110	

三、实训成绩评定、考核办法

“演艺活动策划与管理”课程实训内容较多，设计的内容形式也较多。一般采用现场演练、汇报的形式进行考核。

考核内容包括以下几方面：

文案写作（内容、创意、排版格式）

活动执行管理（劳动任务量、临场反应、危机应对）

汇报分享（语言表达、PPT制作、答辩水平）。

实训成绩评定按照上述考核的内容，由多部分组成，采用百分比。特殊情况说明：

小组实训：小组共同参与实训，学生分数由小组总成绩（80%）+个人突出表现（20%）构成；

个人训练：

内容（知识点应用正确、文化/思政等特征明显）：60%

形式（排版、格式、风格）：20%

呈现（讲述、汇报）：20%

四、参考资料

1. 参考书：

《大型演艺活动策划与管理》，郑建瑜主编，重庆大学出版社，2017.

《大型活动策划与管理》，赵柏艳主编，重庆大学出版社，2014

《活动策划与组织》（第6版），高珉 刘炜，清华大学出版社，2020.

《活动策划文案写作实用手册》，徐军，中国纺织出版社，2020.

2. 线上资源

①课程：节事活动组织管理

开课学院：无锡城市职业技术学院

平台：中国大学 MOOC

网址：<https://www.icourse163.org/course/WXCU-1457298167>

②课程：组织行为学

开课学院：对外经济贸易大学

平台：中国大学 MOOC

网址：<https://www.icourse163.org/course/UIBE-1206462819>

除教材，还根据实训需要参考部分网站和影视资源。

第二部分 单元实训

实训项目一 策划演艺活动：基础方案写作

一、实训目的

演艺活动策划与管理是一门系统性、实践性很强的课程，让学生正确的创新思维方法，结合行业需求，提升演艺活动策划与管理的能力。

二、知识要点

掌握演艺活动策划的基本原理。

三、实训内容

目次	内容	学时
项目一	基础策划方案写作	8

四、实训步骤

实训内容	学习型工作任务	教学步骤	教学效果评价标准
进行基础的策划方案写作	掌握演艺策划的基本原理； 完成演艺活动策划写作尝试，为活动“醉美长沙—中秋晚会”进行策划，完成方案。	1. 认识活动、演艺活动； 2. 了解演艺活动的基本类型； 3. 掌握演艺活动策划原理； 4. 学习完整的行业案例，对简单的策划方案有大致了解； 5. 以个人为单位，完成基础策划方案的写作。	策划方案具有可行性即可

五、注意事项

1. 提醒学生任何活动策划、创意都要以遵纪守法为基础；要有社会责任感，注重社会效应；有传播传统文化、本土文化的自觉性。

2. 教学上应将理论指导与实际训练紧密结合，切忌理论和训练项目脱节。
3. 提醒学生在完成策划案前不查阅手机，保证作品原创性。完成后可结合网上资源拓展学习。
4. 学生自己完成策划方案时，教师应随时走到学生身边去，了解学生在完成方案时的困难，并给与指导帮助。
5. 教师应逐渐形成一套实训 PK 体系，鼓励学生参与策划 PK，在对比中找差距，在竞赛中提升个人能力，同时也能增添实训时的授课氛围。
6. 允许学生在撰写策划案时佩戴耳机等设备，营造比较真实的实训环境。

六、拓展训练与思考

1. 观看 G20 峰会文艺晚会“最忆是杭州”完整视频；
2. 思考：如果让你做一场音乐类演出，你会如何加入创意元素。

实训项目二 校内调研、调研报告撰写、调研成果汇报

一、实训目的

学生通过开展调研训练，能对调研流程、方法更加清楚；通过调研报告撰写练习，了解调研报告写作的文本要求；调研成果汇报促进学生之间的交流，训练学生口语表达，交流沟通的能力。

二、知识要点

掌握演艺活动市场调研内容、调研的流程、调研的方法，学会调研报告文本写作。

三、实训内容

目次	内容	学时
项目二	校内调研、调研报告撰写、 调研成果汇报	10

四、实训步骤

实训内容	学习型 工作任务	教学步骤	教学效果评价标准
校内调研 写调研报告 成果汇报	掌握演艺策划 的基本原理； 完成演艺活动 策划写作尝试， 为活动“醉美长 沙一中秋晚会” 进行策划，完成 方案。	1. 学习理论知识； 2. 阅读学习教师实地考察、 行业调研报告文本资料； 3. 在校内就“学生最期待 的校园演出活动”等问题 进行调研； 4. 撰写调研报告。 5. 课上对调研结论进行小 组汇报分享。	真实参与调研； 调研报告原创且 按照文本要求； 成果汇报有趣有 效。

五、注意事项

1. 提醒学生在实地调研过程中要保证数据的真实性，对调研进行图文、视频记录。
2. 鼓励学生发放调研问卷配合实地调研，得出更加准确的数据。
3. 调研以小组为单位，提醒合理分工，团队合作，引导他们具有集体荣誉感；
4. 学生应在课后完成调研报告初稿，课上进行修改，教师应随时走到学生身边去，了解学生在完成调研报告时的困难，并给与指导帮助。
5. 形成一套汇报 PK 体系，鼓励学生参与汇报 PK，在对比中找差距，在竞赛中提升个人能力，同时也能增添实训时的授课氛围。

六、拓展训练与思考

1. 将整理好的所有调研报告和数据上传至专业资料库共享学习；
2. 结合调研实况思考：如何打造一场具有创意性、符合本院师生文化需求的演出活动。

实训项目三

主题策划、演艺活动策划整体结构搭建及写作、汇报训练

一、实训目的

学生通过开展策划训练，能准确有效地明确演艺活动的主题；通过策划写作练习，掌握演艺活动策划的基本要素和基本框架，掌握活动内容板块设计的关键点；通过方案模拟提案，拉近学生和行业举例，利于职业规范、职业道德的培养。

二、知识要点

主题策划的要点和相关因素；演艺活动策划的基本框架内容；策划书的主要构件和编写要求；PPT、文本装订制作、语言阐述等注意事项。

三、实训内容

目次	内容	学时
项目三	主题策划、演艺活动策划整体结构搭建、汇报训练	12

四、实训步骤

实训内容	学习型工作任务	教学步骤	教学效果评价标准
主题策划、演艺活动策划整体结构搭建、汇报训练	掌握主题策划要点，完成演艺活动策划完整内容的写作。完成松雅湖创意音乐演出活动策划，撰写策划书。	1. 回顾理论知识； 2. 小组讨论，出松雅湖创意音乐演出活动策划内容； 3. 个人分别撰写策划书。 4. 课上模拟提案现场，进行小组汇报分享。	内容正确且明确； 方案可行性强； 汇报有效有趣。

五、注意事项

1. 提醒学生本次活动策划、创意要以遵纪守法为基础；要有社会责任感，注重社会效应；有传播传统文化、本土文化的自觉性。

2. 教学上应将理论指导与实际训练紧密结合，切忌理论和训练项目脱节。

3. 提醒学生在完成策划案前不查阅手机，保证作品原创性。完成后可结合网上资源拓展学习。

4. 学生应在课后完成策划方案初稿，课上进行修改，教师应随时走到学生身边去，了解学生在完成时的困难，并给予指导帮助。

5. 允许学生在撰写策划案时佩戴耳机等设备，营造比较真实的实训环境。

6. 学生现场汇报时，其他小组成员应参与提问和扮演“甲方”角色，对“提案”小组进行点评和打分，增添趣味性，也拉近学生与行业的距离。

六、拓展训练与思考

1. 将整理好的所有调研报告和数据上传至专业资料库共享学习；

2. 结合本次实训思考：如何策划文化性、艺术性、创意性三者结合的文化活动。

实训项目四 行业案例现场教学

一、实训目的

学生通过对行业案例的学习，更加清楚了解文案策划的相关内容，不仅对策划内容有更清晰的认知，对于文本的写作规范，汇报的 PPT 制作等也会有更多的了解，引导学生对行业的关注，拉近学生和行业举例，利于职业规范、职业道德的培养。

二、知识要点

演出活动版块内容设置；策划文案结构；策划文本规范；汇报 PPT 制作事项。

三、实训内容

目次	内容	学时
项目四	演出活动行业案例现场学习	4

四、实训步骤

实训内容	学习型工作任务	教学步骤	教学效果评价标准
演出活动行业案例现场学习	演出活动版块内容设置；策划文案结构；策划文本规范；汇报 PPT 制作事项。	1. 发放案例文案资料； 2. 个人学习、记录、总结； 3. 小组讨论、分享、提炼； 4. 教师以“提案者”身份对案例进行现场“汇报”，学生打分、点评。 5. 教师对行业案例的整个内容及汇报过程进行要点总结。	认真观看案例文字资料； 积极参与小组讨论； 主动参与提问和建议。

五、注意事项

1. 教师应提前准备好案例，包括文字资料的打印、装订；
2. 教师应提前进行汇报训练，角色扮演真实有效，可故意设置“错误点”，引起学生注意并及时进行正确示范，让学生对整个过程有内容可评；
3. 提醒学生作为一名策划者，文字内容和言行举止都要要有社会责任感，注重社会效应；有传播传统文化、本土文化的自觉性。
4. 鼓励学生在给予的行业真实案例上进行重新结构，按照自己的思维“修改”策划方案；
5. 小组讨论时，教师可以随时加入，参与讨论，听取学生观测点。
6. 教师应准备把握实训节奏，最好课前准备明确的时间表，师生按照时间表进行每一项任务。

六、拓展训练与思考

1. 选择任一个课上教师给出的行业案例，进行重新整理，加入学生自己的创意元素；
2. 结合本次实训思考：如何在提案时，快速获得甲方的关注，并总结提案的关键点。

实训项目五 情景演练：电影首映礼现场执行

一、实训目的

学生通过此项训练，能更全面地了解演艺活动的范畴，同时对于发布会有初步了解，在实训中，学会能感受到策划者到执行者身份的转变，从执行者的角度更能理解策划者的重要性及策划方案的重要性。引导学生对行业的关注，拉近学生和行业举例，利于职业规范、职业道德的培养。

二、知识要点

活动执行各个工作岗位的划分及岗位职责。

三、实训内容

目次	内容	学时
项目四	情景演练：电影首映礼现场执行	8

四、实训步骤

实训内容	学习型工作任务	教学步骤	教学效果评价标准
情景演练： 电影首映礼 现场执行	主持人、现场导演、统筹组、后勤组、艺人组、媒体对接组各个岗位的工作职责。	1. 提前分组，抽签分工，全班共分为2组，共举办两场电影首映礼（不同内容）； 2. 在固定时间内完成布景、学生提前准备好道具、设备； 3. 第一场首映礼正式举行，各司其职；一组执行一组作为观众； 4. 生生互评、教师点评上面的步骤，重复一遍。	1. 是否顺利完成首映礼； 2. 组员分工是否明确； 3. 现场流程、效果评测。

五、注意事项

1. 应提前进行分组和岗位抽签，学生小组应利用课下时间进行讨论和准备；
2. 可邀请其他教师、低年级学生代表前往实训室观摩，增强表演学生的自信心和荣誉感；
3. 在学生真正练习的过程中，教师及时记录现场问题和学生突出表现，但不应该打断学生的完整过程，应在两组全部训练结束后进行总结。提醒学生作为一名策划者，文字内容和言行举止都要要有社会责任感，注重社会效应；有传播传统文化、本土文化的自觉性。
4. 鼓励学生对实训内容进行录制；
5. 教师应准备把握实训节奏，最好课前准备明确的时间表，师生按照时间表进行每一项任务。

六、拓展训练与思考

1. 学生对个人现场执行的表现做出总结，形成说明性报告上传学习通平台；
2. 结合本次实训思考：首映礼和新闻发布会的区别。

实训项目六

演艺活动创意汇报、模拟提案现场

一、实训目的

学生通过开展现场汇报训练，能准确有效地了解策划方案的汇报流程；通过练习，掌握语言表达的技巧和商务沟通的能力；通过方案模拟提案，拉近学生 and 行业举例，利于职业规范、职业道德的培养。

二、知识要点

PPT、文本装订制作、语言阐述等注意事项。

三、实训内容

目次	内容	学时
项目六	演艺活动创意汇报、模拟提案现场	4

四、实训步骤

实训内容	学习型工作任务	教学步骤	教学效果评价标准
演艺活动创意汇报、模拟提案现场	提案现场，情景演练。学生对已经完成的演出活动方案选择1个进行现提案，参与模拟考核。	1. 资料准备； 2. 课件拷贝； 3. 设备调试； 4. 按顺序汇报(每人8分钟，2分钟答辩)； 5. 教师总结；	方案内容正确且明确； 文件规范； 汇报、答辩有效有趣。

五、注意事项

1. 提醒学生汇报、模拟提案现场要以遵纪守法为基础；要有社会责任感，注重社会效应；有传播传统文化、本土文化的自觉性。
2. 教学上应将理论指导与实际训练紧密结合，切忌理论和训练项目脱节。
3. 提醒学生保证作品原创性。完成后可结合网上资源拓展学习。
4. 答辩只针对汇报内容提问，公平起见点评在所有汇报结束后进行。

5. 学生应注重着装、仪表。为营造比较真实的实训环境，现场将进行录制。
6. 学生现场汇报时，其他小组成员应参与提问和扮演“甲方”角色，对“提案”小组进行点评和打分，增添趣味性，也拉近学生与行业的距离。

六、拓展训练与思考

1. 将所有视频上传至专业资料库共享学习，邀请行业专家级其他年级学生进行云评审打分。
2. 结合本次实训对语言表达、PPT 制作欠缺的学生，有针对性地与其他课程教师沟通进行指导。

实训项目七

演出活动现场观摩学习

一、实训目的

学生通过现场观看一场完整的演出，对演出板块内容设置有更清楚的了解；从观众的角度对演出活动展开思考，便于学生在制定演出活动策划方案时充分考虑受众的需求。直观地现场观摩能拉近学生 and 行业举例，利于职业规范、职业道德的培养。

二、知识要点

演出活动策划板块内容设置的关键要素。

三、实训内容

目次	内容	学时
项目七	演出活动现场观摩学习	4

四、实训步骤

实训内容	学习型工作任务	教学步骤	教学效果评价标准
演出活动现场观摩学习	学习演出板块内容的设置；了解活动现场工作内容。	1. 通过海报、节目单提前熟悉活动； 2. 提前到达实验剧院； 3. 参与彩排，了解各个岗位的工作性质； 4. 观看正式演出； 5. 演出后班级针对内容等进行讨论交流；	是否到场； 是否笔记； 是否有完整清晰的总结陈述。

五、注意事项

1. 提醒学生观看演出活动遵纪守法；维护现场设备；要有社会责任感；

2. 教师应提前与活动主办方沟通，学生彩排时可以参与现场执行，正式演出时观看即可；

3. 教学上应将理论指导与实际训练紧密结合，切忌理论和训练项目脱节。

4. 提醒学生做好观看记录。

5. 总结讨论时，每位学生都要发言陈述。

六、拓展训练与思考

1. 观看 2020 金鹰节开幕式及文艺晚会。

2. 思考演艺活动策划与文化项目策划的共同点和区分点。

实训项目八

营销头脑风暴、方案撰写

一、实训目的

学生通过营销头脑风暴的开展及营销方案的写作练习,掌握营销演艺活动的相关知识。同时,培养学生崇德向善、爱岗敬业,尊重劳动、热爱劳动,具有创新精神,具有较强的集体意识和团队合作精神,能够进行有效的人际沟通和协作。

二、知识要点

制定营销计划;开展营销公关;采取营销策略;使用营销方法

三、实训内容

目次	内容	学时
项目八	营销头脑风暴、方案撰写	4

四、实训步骤

实训内容	学习型工作任务	教学步骤	教学效果评价标准
营销头脑风暴、方案撰写	顺利开展头脑风暴; 采取营销策略, 使用营销方法 制定营销方案。	1. 了解头脑风暴流程; 2. 分组、分工; 3. 教师发放头脑风暴主题; 4. 小组为单位开展头脑风暴; 5. 撰写营销计划(方案); 6. 课上简单交流分享。	是否积极参加头脑风暴; 营销策略正确与否; 营销公关方法的实用性和创新性。

五、注意事项

1. 提醒学生遵守课上秩序;维护现场设备;按分组落座;
2. 教学上应将理论指导与实际训练紧密结合,切忌理论和训练项目脱节;
3. 提醒学生做好头脑风暴时的记录。教师可随时加入任意小组。

4. 课上实训时的营销方案作出大致框架即可，课后进行完善修订；
5. 最后分享时，不强制要求每个人都参加。小组代表即可。

六、拓展训练与思考

1. 对前面自己的松雅湖音乐节活动方案进行修改和完善，并在原方案基础上补充一份完整的营销方案。

2. 思考与趣味练习：选择 1 种推销方法，选择班上一位同学，试着为 TA 做一份个人形象营销方案，并于下节课做课堂分享。

实训项目九

制定演唱会的赞助回执表、拟定赞助协议

一、实训目的

学生通过制定演唱会的赞助回执表、拟定赞助协议的练习，掌握演出活动赞助的相关知识。同时，培养学生崇德向善、爱岗敬业，尊重劳动、热爱劳动的工匠精神，能够进行有效文字写作、文本制作训练，提升个人专业技能。

二、知识要点

活动赞助相关基础知识；活动赞助文案和表格制作。

三、实训内容

目次	内容	学时
项目九	制定演唱会的赞助回执表、拟定赞助协议	4

四、实训步骤

实训内容	学习型工作任务	教学步骤	教学效果评价标准
制定演唱会的赞助回执表、拟定赞助协议	熟悉掌握活动赞助相关知识；制定赞助回执表；拟定赞助协议。	1. 师生一起进行行业案例学习（真实回执表）； 2. 制定一份演唱会的赞助回执表； 3. 拟订一份赞助协议	回执表、协议内容是否明确且正确；格式排版是否符合要求。

五、注意事项

1. 本次实训个人单独进行，不进行分组；
2. 教师应交代学生提前带好电脑，学生确保电脑电源足够；
3. 在学生真正练习的过程中，教师及时观察学生制作过程中的问题和学生突出表现，但不应该打断学生的完整过程，学生完成后或休息时给与指导；

4. 提醒学生应严谨认真，制作的内容符合法律法规，文字内容要有社会责任感，注重社会效应。

5. 本次训练任务较多，教师应准备把握实训节奏，最好课前准备明确的时间表，师生按照时间表进行每一项任务。

六、拓展训练与思考

1. 为你喜欢的歌手撰写一份演唱会活动赞助策划书。

2. 制定演唱会的赞助回执表和拟定赞助协议

以上任务课上课下一起完成，并上传至超星学习通。

实训项目十

演艺活动安全演练危机应急方案制定

一、实训目的

学生通过演艺活动安全演练危机应急讨论及方案制定的练习，掌握演艺活动危机管理的相关知识。同时，培养学生崇德向善、爱岗敬业，尊重劳动、热爱劳动、吃苦耐劳的精神，提升学生面对演出活动突发情况的反应能力和风险应对水平。

二、知识要点

演艺活动危机管理措施；危机管理计划的制定；演艺活动的常见风险及其应对措施。

三、实训内容

目次	内容	学时
项目十	演艺活动安全演练危机应急方案制定	4

四、实训步骤

实训内容	学习型工作任务	教学步骤	教学效果评价标准
演艺活动安全演练危机应急方案制定	熟悉掌握演艺活动危机管理的相关知识；结合情境制定应急方案。	1. 大型演艺中心安全预案、大型演出活动应急预案案例学习； 2. 根据教师给定情景展开应急方案讨论； 3. 分享小组讨论结果； 4. 学生个人抽签，抽取情境； 5. 根据抽签情境要求制定应急预案（大致内容版）。	考量学生采取的方法是否恰当；是否具有现实可行性；文字版的方案是否完整。

五、注意事项

1. 讨论以小组进行，抽签方案撰写实训由个人单独进行；
2. 教师应交代学生提前带好电脑，学生确保电脑电源足够；
3. 在学生真正练习的过程中，教师及时观察学生制作过程中的问题和学生突出表现，但不应该打断学生的完整过程，学生完成后或休息时给与指导；
4. 提醒学生应严谨认真，制作的内容符合法律法规，文字内容要有社会责任感，注重社会效应。
5. 充分尊重学生的成果，对于任何合理的方案都要给与肯定，树立学生的自信心。不合理的给与善意提醒，师生一起进行修改。

六、拓展训练与思考

1. 线上学习平台行业案例学习；
2. 结合实训课上教师建议，修改完善应急方案；
3. 学习“营业性演出管理条例”，了解相关法律法规。

实训项目十一

演出活动现场观摩学习

一、实训目的

学生通过现场观看一场完整的演出，对演出活动策划、执行有更清楚的了解；学习尾声，再次从观众的角度对演出活动展开思考，便于学生在以后制定演出活动策划方案时充分考虑受众的需求。直观地现场观摩能拉近学生 and 行业举例，利于职业规范、职业道德的培养。

二、知识要点

演出活动策划、执行、管理等知识的整理和学习。

三、实训内容

目次	内容	学时
项目十一	演出活动现场观摩学习	4

四、实训步骤

实训内容	学习型工作任务	教学步骤	教学效果评价标准
演出活动现场观摩学习	学习活动策划、执行、管理的具体实施，了解活动现场工作岗位的具体内容。	1. 通过海报、节目单提前熟悉活动； 2. 提前到达实验剧院； 3. 参与彩排，了解各个岗位的工作性质； 4. 观看正式演出； 5. 演出后班级针对内容等进行讨论交流；	是否到场； 是否笔记； 是否有完整清晰的总结陈述。

五、注意事项

1. 提醒学生观看演出活动遵纪守法；维护现场设备；要有社会责任感；

2. 教师应提前与活动主办方沟通，学生彩排时可以参与现场执行，正式演出时观看即可；
3. 教学上应将理论指导与实际训练紧密结合，切忌理论和训练项目脱节。
4. 提醒学生做好观看记录。
5. 总结讨论时，每位学生都要发言陈述。

六、拓展训练与思考

结合现场观摩情况，完成完善个人期末考核任务(策划方案撰写、汇报等)。

实训项目十二

演出活动现场执行

一、实训目的

学生通过现场参与一场完整的演出的执行，对演出执行中涉及的内容有更清楚的了解；从专业幕后工作者角度对演出活动实施展开思考，便于学生在制定演出活动策划方案时充分考虑活动可行性的需求。亲自参与现场执行能拉近学生和舞台的距离，教师在现场进行指导，也利于职业规范、职业道德的培养。

二、知识要点

演出活动策划板块内容设置的关键要素。

三、实训内容

目次	内容	学时
项目十二	学院毕业晚会演出活动 现场执行	22

具体内容分工：

按照每天 1 场以小组分工，学生依次参与现场执行（前期准备时就提前参与，知直到现场的具体工作执行）

时间	学生名单	负责教师
12.25	彭敏（18478231225） 贺小姣、张晓琴、陈小露、谭晓文、黄瑞迟、李晓玲、吴娟、何依梦	倪杨
12.26	张响（15348334625） 龚茜丹、姚旭、曾相、肖菲、钱则余、杨喻卓、郭红、陈薇	解雨点
12.27	陶梓怡（16670110893） 卢一丹、刘婉琦、唐铮、周思洋、张一迅、曾玥、刘欢、袁阳	鲁筱杰

12. 28	刘合存（17674792585） 邹妍、刘婷、刘玉影、贺雅琴、谭茜方、马青、何真珍、黄妙文	王倩
12. 29	李淑萍（15226422538） 曾晓敏、黄炎、戴香叶、段萱、唐小清、田营、黄诗琪、何艺	鲁筱杰
12. 30	符文杰（18474471218） 彭英杰、陈梓诺、沈阳、谢贤、凌子健、周紫旋、黎晋婷、张娟	王倩

四、实训步骤

实训内容	学习型工作任务	教学步骤	教学效果评价标准
演出活动现场执行	按照不同工种，提前分工，每位学生在指定岗位上参与活动的现场实施。	<ol style="list-style-type: none"> 1. 提前参与到指定演出中（1天一场主要是学院不同系部的分工，如第1天音乐系毕业展演）； 2. 提前参与彩排，熟悉工作内容，了解各个岗位的工作性质； 3. 参加演出前会议； 4. 正式演出按照要求完成工作； 5. 演出后进行评估总结； 6. 所有组实训结束后再次总结及形成完整新闻稿件。 	<p>是否参与每个步骤；</p> <p>是否有现场工作照片；</p> <p>是否有完整清晰的总结陈述。</p>

五、注意事项

1. 提醒学生参与演出活动遵纪守法；维护现场设备；要有社会责任感；

2. 教师应提前与实验剧院沟通，学生在排练时提前进入工作组，熟悉每一个流程（特别是音乐剧的演出），确保现场执行的稳定性；
3. 提醒学生做好执行过程中的问题记录；
4. 总结讨论时，每位学生都要发言陈述。

六、拓展训练与思考

每位同学完成一份现场实践报告。

实训项目十二

演出活动策划、实施

一、实训目的

学生通过策划一场演艺活动（疫情期间，主要是校园活动），并将策划的活动落地实施。从前期策划到现场执行管理再到最后的总结评估，学生都全程参与。

1. 一场完整活动的全程参与，为学生提供舞台，积累实践经验。从幕后专业工作者角度对演出活动策划、实施等展开思考，便于学生在制定演出活动策划方案时充分考虑活动可行性的需求，学生对演艺活动策划与管理涉及的内容能有更清楚的了解。

2. 教师全程跟进在现场进行指导，更利于发现问题、解决问题，检验专业阶段性教学成果，提升教学质量；

3. 从不同角度总结教学成果中的优点与不足，对不合理部分及时地进行分析研讨，从而使教学改革得到修正、发展和完善。

二、知识要点

演出活动策划、实施、总结评估的关键要素。

三、实训内容

目次	内容	学时
项目十三	1. 为文化旅游系“三教改革”实践性教学汇报制定策划方案； 2. 课程全组同学参与活动落地实施，按照小组分工合作完成现场部分； 3. 所有专业师生对本地活动策划、实施进行总结评估。	18

四、实训步骤

实训内容	学习型工作任务	教学步骤	教学效果评价标准
前期策划	每位学生写策划-选出最优-头脑风暴完善、确定方案	<ol style="list-style-type: none"> 1. 全班随机分成 5 组, 每组集思广益, 拿出小组策划方案; 2. 现场汇报方案, 教师及学生评委一起选出最优; 3. 师生齐讨论, 在最优方案基础上继续头脑风暴, 完善、确定最终方案。 	<p>是否全部参与;</p> <p>方案是否具有可行性;</p> <p>方案是否具有创新性。</p>
演出活动实施	采纳方案的小组为总策划; 其他组员归于现场实施团队, 按照分工落地策划方案。	<ol style="list-style-type: none"> 1. 按照分工前期准备 (节目排练跟进等); 2. 按时参与彩排, 熟悉工作内容, 了解各个岗位的工作性质; 3. 参加演出前会议; 4. 正式演出按照要求完成各自的幕后工作; 5. 演出后进行评估总结; 6. 所有组实训结束后再次总结及形成完整新闻稿件。 	<p>是否参与每个步骤;</p> <p>是否有现场工作照片;</p> <p>是否有完整清晰的总结陈述。</p>
总结评估	活动总结; 学生个人学习总结。	<ol style="list-style-type: none"> 1. 召开演出活动总结会议, 针对演出本身问题进行总结; 2. 对表现好的学生给予嘉奖表扬; 3. 每位学生进行自我评价和生生互评。 	<p>是否按照参加会议;</p> <p>是否客观评价。</p>

五、注意事项

1. 提醒学生策划、执行演艺活动都要遵纪守法, 要把社会责任感放在首位;

2. 教师应给与学生自由发挥的空间,也应该全程跟进、监测学生进度和表现,针对大的问题及时干预调整,确保活动正常进行;
3. 提醒学生做好过程中图文视频材料记录;
4. 总结评估环节必须落实到位且产生好的效果。

六、拓展训练与思考

每位同学完成一份实践报告。

《文化市场营销》

实训指导书

适用专业：文化市场经营管理专业

编 撰 人：王倩

审 阅 人：许丽英

修订时间：2020年8月28日

文化旅游系

目 录

第一部分 实训概述.....	1
一、实训条件及要求.....	1
二、实训内容和时间安排.....	1
三、实训成绩评定、考核办法.....	1
四、参考资料.....	3
第二部分 单元实训.....	5
实训一 定价策略.....	5
一、实训目的.....	5
二、知识要点.....	5
三、实训内容.....	6
四、实训步骤.....	7
五、注意事项.....	8
六、拓展训练与思考.....	8
实训二 整合促销策略.....	9
一、实训目的.....	9
二、知识要点.....	9
三、实训内容.....	10
四、实训步骤.....	10
五、注意事项.....	12
六、拓展训练与思考.....	12
实训三 文化市场营销综合知识应用.....	13
一、实训目的.....	13
二、知识要点.....	13
三、实训内容.....	14
四、实训步骤.....	14
五、注意事项.....	15
六、拓展训练与思考.....	15

第一部分 实训概述

本课程为文化市场经营管理专业（演艺策划与管理方向）三年制高职学生的专业必修课程【专业代码:650402】，设置5学分94学时，其中实训学时44学时。通过本课程的学习，学生可以了解以文化产品和劳务满足文化消费者需求为中心的文化市场营销活动，掌握文化市场营销学的理论体系和内容，引导学生能够运用相关理论解决实际执行中的问题，为毕业实践工作明确起到指导作用。

本课程在文化市场经营管理专业中具有极强的地位，课程内容以我国文化产业的理论和发展成果为基础，同时，充分吸收国内有关文化市场营销的先进成果，创建符合中国文化市场发展阶段的文化市场营销学体系，建设有特色的文化市场营销学。

一、实训条件及要求

（一）实训工具

学习通平台、纸、笔、U盘、扩音器、话筒、计时器、手机等。

（二）实训设备

1、活动策划实训室：多媒体设备（包括投影仪、电脑、屏幕等）；白板、签字笔、白板擦；桌椅。

2、虚拟讲解实训室：多媒体设备（包括投影仪、电脑、屏幕等）；桌椅。

（三）实训要求

结合本专业课程教学特点，积极利用学校、系部现有条件，创造性的开展多媒体教学，应拥有以下先进的教学设施和设备：活动策划实训室、虚拟讲解实训室、多功能会议厅、综合实训室等，及投影仪、电脑等仪器设备。同时，学生宿舍和实训室也应接通互联网，才能充分利用校园网络平台进行教学，不断完善网络教学资源，为培养品德高尚、专业基础扎实、综合能力强和具有创新精神的专业人才提供良好的教学环境。

二、实训内容和时间安排

序号	实训内容	学时	备注
1	实训一 定价策略	10	实训在理实一体教室、虚拟讲解实训室开展
2	实训二 整合促销策略	10	实训在理实一体教室、虚拟讲解实训室开

			展
3	实训三 文化市场营销知识综合应用	22	实训在理实一体教室、活动策划实训室开展

三、实训成绩评定、考核办法

考核原则：本课程实训模块的考核方式建立在过程评价、目标评价、能力获得评价的“三位一体”评价方式理念之上，关注学生个性差异，鼓励学生创新实践。

成绩评定：

本课程采用形成性评价与终结性评价相结合的考核方式，第4学期的考核由期末考试（50%）+平时成绩“实训一、实训二”（30%）+考勤（20%）三部分组成，采用百分制计分，考试形式为随堂考试。第5学期的考核为“实训三”一部分组成，采用百分制计分：

序号	实训内容	分数	备注
1	实训一 定价策略	占期末总成绩的15%	第4学期
2	实训二 整合促销策略	占期末总成绩的15%	第4学期
3	实训三 文化市场营销知识综合应用	总数100分	第5学期

其中第4学期的整体考核为：

序号	题型	考试内容	分值分配	备注
1	考勤	旷课：扣5分，迟到：扣2分，全勤加5分。	20	根据院系要求适时调整
2	平时成绩	实训一	15	
		实训二	15	
3	期末考试		50	提交营销策划案
总分			100分	若学生有发表文章、参与科研等创新实践活动适当加分。

期末考试要求卷面整洁度，答题是否全面准确，逻辑是否清晰。

1. 优秀（90-100分）

（1）全面完成学习任务，了解文化市场营销的基础理论和基本操作方法，从宏观上对文化产品营销策略和文化市场及文化产业发展的关系等一系列问题有较为系统的掌握。

（2）学习态度认真，遵守纪律，虚心好学，肯钻研。

（3）作业清楚整洁，完全符合作业标准。

2. 良好（80-89分）

（1）全面完成学习任务，了解文化市场营销的基础理论和基本操作方法。

（2）学习态度较认真，遵守纪律较好。

（3）作业较清楚整洁，符合作业标准。

3. 中等（70-79分）

（1）全面完成学习任务，了解文化市场营销的基础理论和基本操作方法。

（2）学习态度较主动，遵守纪律较好。

（3）作业按时完成，质量一般。

4. 及格（60-69分）

（1）基本完成了学习任务，作业表现力较弱。

（2）掌握了主要的理论知识，作业不够新颖。

（3）学习态度、作业完成质量一般。迟到、早退或无故缺勤时有发生，但缺勤数不超过总学时的三分之一。

5. 不及格（59分以下）

有下列情况之一者评为不及格：

（1）未完成教学要求，未掌握知识原理。与课程要求严重不符，有严重问题。

（2）弄虚作假、伪造作业，有严重抄袭行为者。

（3）学习态度差，不遵守纪律，经常迟到、早退。累计缺勤时间达到或超过教学全过程的三分之一。

四、参考资料

1.参考书：《文化市场营销学》（第二版，赵泽润主编，中山大学出版社，2015年7月）；《文化市场营销学》（李康化主编，中国人民大学出版社，2018年01月）；《文化市场营销学》（袁连升、王晶主编，清华大学出版社，2016年11月）

2.网络资源：超星学习通、学银在线、中国大学慕课、智慧树教育课堂、学堂在线等。

第二部分 单元实训

实训一 定价策略

一、实训目的

学生参加“‘定价策略’知识应用”的实践训练，在了解和把握本实训相关技能点“规范与标准”的基础上，通过系列技能操作的实施，相应《实训报告》准备、撰写、讨论与交流等有质量、有效率的活动开展，培养“‘定价策略’知识应用”的专业能力和相关选项的职业核心能力(初级)，能结合文化企业产品价格策略现状，分析其成功、不足与尚待解决的各种问题，并提出优化建议和解决相应问题的方案，进而强化职业道德(顺从级)教育，促进健全职业人格的塑造。

二、知识要点

能力领域	技能点	名称	参照规范与标准
定价策略知识应用	1	影响文化企业定价的主要因素	(1)能全面把握“影响文化企业定价的主要因素”知识。 (2)能从“影响文化企业定价的主要因素”的特定视角并应用相应知识，有质量、有效率地进行以下操作： ①分析文化企业产品价格策略现状，分析其成功、不足与尚待解决的各种问题。 ②提出优化建议和解决相应问题的方案
	2	文化企业定价的流程与技巧	(1)能全面把握“文化企业定价的流程与技巧”知识。 (2)能从“文化企业定价的流程与技巧”的特定视角并应用相应知识，有质量、有效率地进行以下操作： ①分析文化企业产品价格策略现状，分析其成功、不足与尚待解决的各种

			问题。 ②提出优化建议和解决相应问题的方案
	3	价格变动与文化企业对策	(1)能全面把握“价格变动与文化企业对策”知识。 (2)能从“价格变动与文化企业对策”的特定视角并应用相应知识,有质量、有效率地进行以下操作: ①分析文化企业产品价格策略现状,分析其成功、不足与尚待解决的各种问题。 ②提出优化建议和解决相应问题的方案
	4	特殊定价策略	(1)能全面把握“特殊定价策略”知识。 (2)能从“特殊定价策略”的特定视角并应用相应知识,有质量有效率地进行以下操作: ①分析文化企业产品价格策略现状,分析其成功、不足与尚待解决的各种问题。 ②提出优化建议和解决相应问题的方案

三、实训内容

目次	内容	学时
项目 1	1.对“定价策略”知识应用”专业能力的各技能点,依照其“参照规范与标准”实施基本训练。	10

	2. 对职业核心能力选项, 依照其相关“参照规范与标准”实施“初级”强化训练。	
--	---	--

四、实训步骤

(一) 组织形式

1. 以小组为单位组成营销团队。
2. 结合实训任务对各营销团队进行适当的角色分工, 确保组织合理和每位成员的积极参与。

(二) 情境设计

将学生组成若干营销团队, 各团队分别在以往案例中选择已开展营销业务的同一家文化企业(或校专业教育实训基地), 结合课业题目, 从“价格策略知识应用”视角, 对该文化企业(或校专业教育实训基地)营销决策及业务运作现状进行调查, 分析其成功经验与不足, 在此基础上为其量身定制“基于价格策略’知识应用”的《xx(企业)营销运作优化方案》, 通过系统体验各项相关操作完成本次实训的各项任务, 撰写相应《实训报告》。

(三) 实训时间

结束本章授课后一周内。

(四) 操作步骤

1. 将学生组成若干营销团队, 每团队确定 1 人为队长, 结合本实训任务进行适当角色分工。
2. 各团队结合实训任务、情境设计和课业题目, 讨论和制订本次《实训计划》。
3. 各团队实施《实训计划》, 分别就第 2 章所选已开展营销业务的同一家企业, 应用“定价策略”知识, 从表 6-1 各技能点的视角, 对该企业产品价格策略现状进行调查、研究与评估, 分析其成功与不足, 寻找解决方案。
4. 在上述调查、研究与评估的基础上, 系统体验如下技能操作:
 - (1) 依照“技能点 1”的“参照规范与标准”, 从“‘影响企业定价的主要因素’知识应用”特定视角, 就该企业产品价格策略中存在的不足, 提出优化建议或解决方案。
 - (2) 依照“技能点 2”的“参照规范与标准”, 从“企业定价的流程与技巧’知识应用”特定视角, 就该企业产品价格策略中存在的不足, 提出优化建议或解决方案。

(3)依照“技能点3”的“参照规范与标准”，从“价格变动与企业对策知识应用”特定视角，就该企业产品价格策略中存在的不足，提出优化建议或解决方案。

(4)依照“技能点4”的“参照规范与标准”，从“特殊定价策略知识应用”特定视角，就该企业产品价格策略中存在的不足，提出优化建议或解决方案。

5.各团队总结上述(1)~(4)项操作体验，撰写基于“‘定价策略’知识应用”的《xx(企业)营销运作优化方案》。

6.在“‘定价策略’知识应用”的“专业能力”基本训练中，根据相关训练的“参照规范与标准”，依照表6-2，融入“职业核心能力”的“初级”强化训练和“职业道德”的“顺从级”相关训练。

7.各团队综合以上阶段性成果，撰写《“‘定价策略’知识应用”实训报告》。其内容包括:实训组成员与分工;实训过程:实训总结(包括对专业能力训练、职业核心能力训练和职业道德训练成功与不足的分析说明);附件。

8.在班级讨论、交流和修订各团队的《实训报告》，使其各具特色。

五、注意事项

实训课业:《“‘定价策略’知识应用”实训报告》课业要求

1.“实训课业”的结构与体例参照本教材“课业范例”中的范例综-3。

2.将《实训计划》和“基于价格策略’知识应用”的《××(企业)营销运作优化方案》以附件形式附在《实训报告》正文之后。

3.在学习通APP平台上展示经过教师点评的班级优秀《实训报告》，并将其纳入本课程的教学资源库。

六、拓展训练与思考

1.团购网站的作用是吸引聚集消费者一起向供货商压低价格，请组织一次文化创意产品的团购活动并撰写活动过程。

2.系统跟踪并记录本地某家商场的一次文化创意产品降价促销活动，撰写分析报告。

实训二 整合促销策略

一、实训目的

引导学生参加“‘整合促销策略’知识应用”的实践训练，在了解和把握本实训相关技能点“规范与标准”的基础上，通过系列技能操作的实施，相应《实训报告》准备、撰写、讨论与交流等有质量、有效率的活动开展，培养“‘整合促销策略’知识应用”的专业能力和相关选项的取业核心能力(初级)，能够根据文化企业整合促销策略现状，分析其成功、不足与尚待解决的各种问题，并根据当下实际营销情况提出优化建议和解决相应问题的方案，进而强化取业道德(顺从级)教育，促进健全职业人格的塑造。

二、知识要点

能力领域	技能点	名称	参照规范与标准
整合促销策略知识应用	1	人员推广	(1)能全面把握“人员推广”知识。 (2)能从“人员推广”的特定视角并应用相应知识，有质量、有效率地进行以下操作： ①根据整合促销策略现状，分析其成功、不足与尚待解决的各种问题。 ②提出优化建议和解决相应问题的方案
	2	广告	(1)能全面把握“广告”知识。 (2)能从“广告”的特定视角并应用相应知识，有质量有效率地进行以下操作： ①根据整合促销策略现状，分析其成功、不足与尚待解决的各种问题。 ②提出优化建议和解决相应问题的方案
	3	营业推广	(1)能全面把握“营业推广”知识。

			<p>(2) 能从“营业推广”的特定视角并应用相应知识，有质量、有效率地进行以下操作：</p> <p>①根据整合促销策略现状，分析其成功、不足与尚待解决的各种问题。</p> <p>②提出优化建议和解决相应问题的方案</p>
	4	公共关系	<p>(1) 能全面把握“公共关系”知识。</p> <p>(2) 能从“公共关系”的特定视角并应用相应知识，有质量、有效率地进行以下操作：</p> <p>①根据整合促销策略现状，分析其成功、不足与尚待解决的各种问题。</p> <p>②提出优化建议和解决相应问题的方案</p>

三、实训内容

目次	内容	学时
项目 2	<p>1. 对“整合促销策略”专业能力的各技能点，依照其“知识点”表格实施基本训练。</p> <p>2. 对职业核心能力选项，依照其相关“参照规范与标准”实施“初级”强化训练。</p> <p>3. 对职业道德选项，依照其“参照规范与标准”，实施“顺从级”相关训练。</p>	10

四、实训步骤

（一）组织形式

1. 以小组为单位组成营销团队。
2. 结合实训任务对各营销团队进行适当的角色分工，确保组织合理和每位成员的积极参与。

（二）情境设计

将学生组成若干营销团队，各团队分别就所选已开展营销业务的同一家文化企业(或校专业教育实训基地)，结合课业题目，从“‘整合促销策略’知识应用”视角，对该企业(或校专业教育实训基地)营销决策及业务运作现状进行调查研究，分析其成功经验与不足，在此基础上为其量身定制“基于“‘整合促销策略’知识应用”的《xx(企业)营销运作优化方案》，通过系统体验各项相关操作完成本次实训的各项任务，撰写相应《实训报告》。

（三）实训时间

结束本章授课后一周内。

（四）操作步骤

1. 将学生组成若干营销团队，每团队确定1人为队长，结合本实训任务进行适当角色分工。

2. 各团队结合实训任务、情境设计和课业题目，讨论和制订本次《实训计划》

3. 各团队实施《实训计划》，分别就第2章所选已开展营销业务的同一家企业，应用“整合促销策略”知识，从表8-1各技能点的视角，对该企业整合促销策略现状进行调查、研究与评估，分析其成功与不足，寻找解决方案。

4. 在上述调查、研究与评估的基础上，系统体验如下技能操作：

(1) 依照“技能点1”的“参照规范与标准”，从“人员推广知识应用”特定视角，就该企业整合促销策略中存在的不足，提出优化建议或解决方案。

(2) 依照“技能点2”的“参照规范与标准”，从“广告’知识应用”特定视角，就该整合促销策略中的不足，提出优化建议或解决方案。

(3) 依照“技能点3”的“参照规范与标准”，从““营业推广’知识应用”特定视角，就该整合促销策略中的不足，提出优化建议或解决方案。

(4) 依照“技能点4”的“参照规范与标准”，从“公共关系知识应用”特定视角，就该整合促销策略中的不足，提出优化建议或解决方案。

5. 各团队总结上述(1)~(4)项操作体验，撰写“基于“整合促销策略’知识应用”的《××(企业)营销运作优化方案》。

6. 在“整合促销策略知识应用”的“专业能力”基本训练中，根据相关训练的“参照规范与标准”依照表8-2，融入“职业核心能力”的“初级”强化训练和“职业道德”的“顺从级”相关训练。

7. 各团队综合以上阶段性成果, 撰写《“‘整合促销策略’知识应用”实训报告》。其内容包括: 实训组成员与分工; 实训过程; 实训总结(包括对专业能力训练、职业核心能力训练和职业道德训练成功与不足的分析说明); 附件。

8. 在班级讨论、交流和修订各团队的《实训报告》, 使其各具特色。

五、注意事项

实训课业: 《“‘整合促销策略’知识应用”实训报告》课业要求:

1. “实训课业”的结构与体例参照本教材“课业范例”中的范例综-3。

2. 将《实训计划》和“基于“整合促销策略’知识应用”的《××(企业)营销运作优化方案》以“附件”形式附在《实训报告》正文之后。

3. 在学习通 APP 平台上展示经过教师点评的班级优秀《实训报告》, 并将其纳入本课程的教学资源库。

六、拓展训练与思考

1. 以自己熟悉的一件日常文化用品为例, 向同学进行推广介绍。

2. 分别列举 5 种针对消费者或最终用户和中间商的营业推广。

3. 2017 年 9 月 23 日晚上, 万达、大地、金逸等院线突然撤掉了原本定于 9 月 29 日上映的《芳华》的所有排期, 使得原本达到 4 万场的预售场次直接减少到数百场, 同时第三方购票 app 上也没有了《芳华》的搜索结果。当时就有消息说《芳华》将撤档, 但片方迅速回应说“一切照旧”。

电影《芳华》正式宣布改档后, 9 月 24 日, 剧组全阵容亮相上海, 完成路演最后一站, 冯小刚携编剧严歌苓、电影主演黄轩、苗苗、钟楚曦、杨采钰、李晓峰、王天辰、王可如、隋源出席。冯小刚在映后见面会上回应改档一事, 率众主创致歉并感谢观众支持, 谈及换挡几度哽咽。请你结合本章所学内容为该企业拟写一份危机公关活动方案。

4. 系统跟踪并记录本地某旅行社的一次文化旅游促销活动, 撰写分析报告。

实训三 文化市场营销知识综合应用

一、实训目的

引导学生在第5学期参加“文化市场营销概论”知识综合应用的实践训练。在了解和把握本实训相关技能点“参照规范与标准”的基础上，通过系列技能操作的实施，相应《实训报告》的撰写、讨论与交流等有质量、有效率的活动，培养“文化市场营销原理知识综合运作”的专业能力和相关选项的职业核心能力(初级)，能基本把握“文化市场营销团队”知识，能应用“文化市场营销团队”知识，进而较有质量、有效率地完成各技能点的操作强化相关选项的职业道德(顺从级)教育，促进健全职业人格的塑造。

二、知识要点

能力领域	技能点	名称	参照规范与标准
整合促销策略知识应用	1	现代营销观念·知识应用	(1)能基本把握“现代文化市场营销观念”知识。 (2)能应用“现代文化市场营销观念”知识，较有质量、有效率地完成各技能点的操作
	2	文化市场营销环境·知识应用	(1)能基本把握“文化市场营销机会”知识。 (2)能应用“文化市场营销机会”知识，较有质量、有效率地完成各技能点的操作
	3	文化市场营销机会·知识应用	(1)能基本把握“文化市场营销机会”知识。 (2)能应用“文化市场营销机会”知识，较有质量、有效率地完成各技能点的操作
	4	文化市场营销规划·知识应用	(1)能基本把握“文化市场营销规划”知识应用。 (2)能应用“文化市场营销规划”知识，较有质量、有效率地完成各技能点的操作

	5	产品策略·知识应用	(1)能基本把握“产品策略”知识。 (2)能应用“产品策略”知识,较有质量、有效率地完成表 5-5 中各技能点的操作
	6	定价策略·知识应用	(1)能基本把握“价格策略”知识。 (2)能应用“价格策略”知识,较有质量、有效率地完成各技能点的操作
	7	渠道策略·知识应用	(1)能基本把握“分销渠道”知识。 (2)能应用“分销渠道”知识,较有质量、有效率地完成各技能点的操作
	8	整合促销策略·知识应用	(1)能基本把握“整合促销策略”知识。 (2)能应用“整合促销策略”知识,较有质量、有效率地完成各技能点的操作
	9	顾客价值·知识应用	(1)能基本把握“顾客价值”知识。 (2)能应用“顾客价值”知识,较有质量、有效率地完成各技能点的操作
	10	文化市场营销团队·知识应用	(1)能基本把握“文化市场营销团队”知识。 (2)能应用“文化市场营销团队”知识,较有质量、有效率地完成各技能点的操作

三、实训内容

目次	内容	学时
项目 3	文化市场营销概论 知识综合应用	22

四、实训步骤

(一) 组织形式

1. 以班级小组为单位组成营销团队。
2. 结合实训任务对各营销团队进行适当的角色分工,确保组织合理和每位成员的积极参与。

（二）情境设计

将班级学生组成若干营销团队，分别就已开展营销业务的同一家文化企业（或校专业教育实训基地），结合课业题目，从“文化市场营销概论知识综合应用”视角，对该企业（或校专业教育实训基地）营销决策及业务运作现状进行调查，分析其成功经验与不足，在此基础上为其量身定制“基于文化市场营销概论知识综合应用的《xx(企业)营销运作优化方案》”，通过系统体验各项相关操作完成本次实训的各项任务，撰写相应《实训报告》。

（三）实训时间

全书学习结束后进行，安排一周时间完成。

1. 将学生组成若干营销团队，每团队确定1人为队长，结合本实训任务进行适当角色分工。

2. 各团队制订本次《实训计划》，分别就所选已开展营销业务的同一家企业，结合课业题目，系统体验如下技能操作。

3. 总结上述操作体验，撰写基于“‘文化市场营销概论’知识综合应用”的《×(企业)营销运作优化方案》。

4. 在“文化市场营销概论”知识综合应用”的“专业能力”上述基本训练中，融入“职业核心能力”全选项的强化训练和“职业道德”全选项的相关训练。

5. 综合以上操作与阶段性成果，撰写（“‘文化市场营销概论’知识综合应用”实训报告》。其内容包括：实训组成员与分工；实训过程；实训总结（包括对专业能力训练、职业核心能力训练和职业道德训练成功与不足的分析说明）；附录（包括阶段性成果全文）。

6. 在班级讨论和交流各团队的《实训报告》。

7. 各团队根据讨论和交流结果，修订《实训报告》，使其各具特色。

五、注意事项

实训课业：《“‘文化市场营销概论’知识综合应用”实训报告》。要求：

1. “实训课业”的结构与体例参照本教材“课业范例”中的范例综-3。

2. 将《实训计划》和基于“文化市场营销概论”知识综合应用”的《xx(企业)营销运作优化方案》全文，以“附件”形式附于《实训报告》之后。

3. 在学习通 APP 平台上展示经过教师点评的班级优秀《实训报告》，并将其纳入本课程的教学资源库。

六、拓展训练与思考

学习和把握湖南本土文化企业内部营销的概念、企业文化建设的重要性、企业营销岗位设置、岗位职责、营销团队构美型、企业营销团队设计与管理的现实

意义等陈述性知识;能用其指导“建设文化市场营销团队”中的相关认知活动。
学习和把握营销团队设计的方法、影响营销团队建设决策的因素营销团队管理方法与技巧等程序性知识;能用其规范“建设文化市场营销团队”中的相关技能活动。

《普通话语音》

实训指导书

适用专业：文化市场经营与管理专业

编撰人：刘萍

审阅人：许丽英

修订时间：2020年10月28日

文化旅游系

目 录

第一部分 实训概述.....	- 1 -
一、实训条件及要求.....	- 1 -
二、实训内容和时间安排.....	2
三、实训成绩评定、考核办法.....	3
四、参考资料.....	4
第二部分 单元实训.....	5
实训（项目）一 掌握科学用气发声的方法.....	5
一、实训目的.....	5
二、知识要点.....	5
三、实训内容.....	5
四、实训步骤.....	5
五、注意事项.....	5
六、拓展训练与思考.....	6
实训（项目）二 普通话语音系统训练.....	7
一、实训目的.....	7
二、知识要点.....	7
三、实训内容.....	7
四、实训步骤.....	7
五、注意事项.....	9
六、拓展训练与思考.....	9
实训（项目）三 作品朗读训练.....	10
一、实训目的.....	10
二、知识要点.....	10
三、实训内容.....	10
四、实训步骤.....	10
五、注意事项.....	11
六、拓展训练与思考.....	11
实训（项目）四 说话训练.....	12
一、实训目的.....	12
二、知识要点.....	12
三、实训内容.....	12
四、实训步骤.....	12
五、注意事项.....	12
六、拓展训练与思考.....	13
实训（项目）五 基本技巧模块之魅力口才训练.....	14
一、实训目的.....	14
二、知识要点.....	14
三、实训内容.....	14
四、实训步骤.....	14

五、注意事项.....	14
六、拓展训练与思考.....	14
实训（项目）六 基本技巧模块之什么是演讲.....	16
一、实训目的.....	16
二、知识要点.....	16
三、实训内容.....	16
四、实训步骤.....	16
五、注意事项.....	17
六、拓展训练与思考.....	17
实训（项目）七 基本应用模块训练.....	18
一、实训目的.....	18
二、知识要点.....	18
三、实训内容.....	18
四、实训步骤.....	18
五、注意事项.....	19
六、拓展训练与思考.....	19
实训（项目）八 行业应用（拓展模块）.....	20
一、实训目的.....	20
二、知识要点.....	20
三、实训内容.....	20
四、实训步骤.....	20
五、注意事项.....	21
六、拓展训练与思考.....	21

第一部分 实训概述

该课程为文化市场经营管理（演艺策划与管理方向）【专业代码:650402】三年制高职学生的专业必修课,设置 2 学分 30 学时,其中课程实训学时 20 学时。通过学习这门课程,培养和激发学生对祖国语言的热爱之情,使学生掌握规范的发音要领和口语表达的基本要求,能用标准、流畅、生动、得体的普通话进行口语交际,能顺利地通过普通话水平测试并达到二级乙等以上的等级标准,从而更好地促进和支撑学生职业能力的培养和职业素养的养成,为学生的可持续发展奠定良好的基础。

一、实训条件及要求

（一）实训工具

教学光碟、普通话测试 app、朗诵演讲口才 app、TED 演讲 app

（二）实训设备

一台多媒体设备（包括投影仪、电脑、屏幕等）；一台摄像机与一架照相机；配套的桌椅与台布；一台打印机；其他办公用品（如礼仪道具等）。

（三）实训要求

结合本专业课程教学特点,积极利用学校、系部现有条件,创造性的开展多媒体教学,应拥有以下先进的教学设施和设备:多功能会议厅、形体训练室、电子阅览室、多媒体教室、综合实训室等,及一批数码相机、摄像机、扫描仪等仪器设备。同时,学生宿舍和实训室也应接通互联网,才能充分利用校园网络平台进行教学,不断完善网络教学资源,为培养品德高尚、专业基础扎实、综合能力强和具有创新精神的专业人才提供良好的教学环境。

教学过程中充分发挥教学音频的指导示范作用,坚持边讲解、边示范、边练习,因材施教、循序渐进的原则,按照普通话标准音进行严格训练,使学生打下良好的语音基础,最终能较准确辨正方音、说好普通话。掌握通用的普通话口语表达和行业普通话口语表达的基本技能,具备一定的交际和职业口语素养。

二、实训内容和时间安排

序号	实训内容	学时	备注
1	实训项目一：掌握科学用气发声的方法	2	本课程属理实一体课程，实训在理实一体教室开展
2	实训项目二：普通话语音系统训练	4	本课程属理实一体课程，实训在理实一体教室开展
3	实训项目三：作品朗读训练	2	本课程属理实一体课程，实训在理实一体教室开展
4	实训项目四：命题说话训练	4	本课程属理实一体课程，实训在理实一体教室开展
5	实训项目五：口语交际基本技巧模块之魅力口才训练	2	本课程属理实一体课程，实训在理实一体教室开展
6	实训项目六：口语交际基本技巧模块之什么是演讲	2	本课程属理实一体课程，实训在理实一体教室开展
7	实训项目七：口语交际基本应用模块训练	2	本课程属理实一体课程，实训在理实一体教室开展
8	实训项目八：口语交际行业应用（拓展模块）	2	本课程属理实一体课程，实训在理实一体教室开展

三、实训成绩评定、考核办法

《普通话语音》课程的实训成绩由四个部分组成：

（一）读单音节词语 100 个（10 分）

1. 读错一个字的声母、韵母、声调扣 0.1 分。
2. 读音有缺陷每个字扣 0.05 分。

3. 超时扣分：此题限时 3.5 分钟。超时 1 分钟以内扣 0.5 分，超时 1 分钟以上（含 1 分钟）扣 1 分。

（二）读多音节词语 50 个（20 分）

读多音节词语 50 个（20 分）（限时 2.5 分钟）

1. 读错一个音节的声母、韵母或声调扣 0.2 分；

2. 读音有明显缺陷每个音节扣 0.1 分；

3. 每词允许读两次，按最后一次读音计分；

4. 超时扣分：此题限时 2.5 分钟。超时 1 分钟以内扣 0.5 分，超时 1 分钟以上（含 1 分钟）扣 1 分。

（三）朗读短文 400 个音节（30 分）

1. 每错一个音节，扣 0.1 分；漏读或增读一个音节扣 0.1 分。

2. 声母或韵母系统性语音缺陷，视程度扣 0.5 分、1 分。

3. 语调偏误，视程度扣 0.5 分、1 分、2 分。

4. 停连不当，视程度扣 0.5 分、1 分、2 分。

5. 朗读不流畅（包括回读），视程度扣 0.5 分、1 分、2 分。

6. 超时扣 1 分。

（四）命 1 题说话（或即兴演讲）（40 分）

说话（40 分，限时 3—4 分钟）

1. 语音面貌（30 分语音失误每错一个扣 0.1 分，按失误次数归入档次计分。

一档：语音标准 30 分；

二档：方音不明显，语音失误小于 10 次，27 分；

三档：方音较明显，语音失误小于 10 次，24 分；

四档：方音较明显，语音失误在 10—15 次之间 21 分；

五档：方音明显，语音失误超过 15 次，15 分；

六档：方音生，语音失误多，12分。

2. 词汇、语法(5分)

二档：偶有词汇、语法不合乎规范，扣1分；

三档：屡有词汇、语法不合乎规范，扣2分。

3. 自然流畅(5分)

二档：基本流畅，口语化较差，有背稿子表现，扣1分；

三档：语速不当，话语不连贯，说话时间不足，扣2分。

注：学生的成绩分为平时成绩20%、期末考试成绩80%两个部分。平时成绩20%是指学生上课表现、出勤等，期末考试成绩80%就是指学生的实训成绩。

四、参考资料（参考书、网络资源等）

1. 参考书：《艺术语言正音教程》、《语音发声》、《演讲与口才技能实训教程》。

2. 网络资源：普通话学习网、欣欣在线普通话学习网、普通话测试 app、朗诵演讲口才 app、TED 演讲 app

第二部分 单元实训

普通话语音模块

实训（项目）一 掌握科学用气发声的方法

一、实训目的

普通话语音是一门实践性很强的课程，让学生正确运用科学的用气发声的方法，说好普通话，提高表达能力和职业口语素养。

二、知识要点

掌握科学用气发声的要点。

三、实训内容

目次	内容	学时
项目 1	掌握科学用气发声的方法	2

四、实训步骤

实训内容	学习型工作任务	教学步骤	教学效果评价标准
科学用气发声训练	掌握科学用气发声的方法	1. 气息控制训练 2. 共鸣控制训练 3. 吐字归音训练	掌握科学的用气发声方法，帮助学生克服错误的发音习惯

五、注意事项

1. 指导学生掌握科学发声技巧，通过训练让学生觉得语言学习是一件很有趣的事情。

2. 完善教学环境，最好能在语音室教学，提高教学效果。

3. 教学上应以理论为指导，以训练为主导。建议理论讲授时间占 1 / 3，训练实践占 2 / 3。教学手段尽可能多样化，在讲授、示范、训练、讨论、模拟表达等常规方法的运用过程中，增强学生的学习兴趣。

4. 可采用多媒体、录音机物质工具，最好能做到学生训练全程录音并及时播放正音。

六、拓展训练与思考

从学生对“行业岗位能力水平的认知”，确立对普通话课程的实用性、普适性、针对性的设计思路，结合普通话课程的“口耳之学”特点，遵循语音学习的科学规律。

实训（项目）二 普通话语音系统训练

一、实训目的

通过训练，使学生热爱祖国语言，掌握普通话语音基本理论和普通话声、韵、调、音变的发音要领。

二、知识要点

了解普通话声母、韵母、声调和音变的基本特点；了解方言与普通话声母、韵母、声调和音变的主要区别，结合方言进行声母、韵母、声调和音变的辨正练习；了解普通话水平测试的有关要求，熟悉应试技巧，针对声母、韵母、声调和音变的读音错误和缺陷进行训练。

三、实训内容

目次	内容	学时
项目 2	普通话语音系统训练 任务 1：语音概述 任务 2：普通话声母训练 任务 3：普通话韵母训练 任务 4：普通话声调训练 任务 5：普通话变音训练	4

四、实训步骤

实训内容	学习型工作任务	教学内容与要求	教学效果评价标准
------	---------	---------	----------

普通话语音 训练	声母的发音	<ol style="list-style-type: none"> 1. 声母的分类 2. 普通话声母的发音部位和发音方法 3. 声母难点训练（边鼻、平翘等声母辩证） 	掌握普通话 21 个辅音声母的发音部位和发音方法；能读准每个音节、字、词语。
	韵母的发音	<ol style="list-style-type: none"> 1. 韵母的分类和结构 2. 韵母的发音方法和发音部位 3. 韵母难点训练 	掌握普通话韵母的发音部位和发音方法；能读准每个音节、字、词语。掌握单韵母、复韵母、前鼻韵母与后鼻韵母的辩证方法
	声调的发音	<ol style="list-style-type: none"> 1. 声调调值与调类 2. 声调的正确发音方法 3. 声调难点训练 	准确把握各调类的调值，能读准每个音节的声调。
	音变训练	<ol style="list-style-type: none"> 1. 变调、轻声、儿化、啊的辩读 2. 音变难点训练（上声的变调、轻声词、儿化词朗读、一和丕的变调、啊的朗读训练） 	掌握各种音变规则，能用标准的普通话朗读短文。

五、注意事项

1. 理解普通话语音系统的各结构要素，方音系统与普通话语音系统的主要对应关系。并能运用这一对应关系进行方音辩正。

2. 教学上应以理论为指导，以训练为主导。建议理论讲授时间占 1 / 3，训练实践占 2 / 3。教学手段尽可能多样化，在讲授、示范、训练、讨论、模拟表达等常规方法的运用过程中，增强学生的学习兴趣。

3. 可采用多媒体、录音机物质工具，最好能做到学生训练全程录音并及时播放正音。

六、拓展训练与思考

循序渐进，由“点——线——面——体”，从“拼音、字、词——句、段——绕口令——对话”设计普通话课程“普适性”教学内容。

实训（项目）三 作品朗读训练

一、实训目的

掌握朗读的基本技巧，能用标准的普通话朗读短文，做到声、韵、调、音变均准确。

二、知识要点

了解朗读的含义、要求、朗读的技巧，能用标准或比较标准的普通话进行朗读。把朗读的知识运用到朗读实践中，正确把握作品感情并准确传达之。能正确、流利、有感情地朗读，灵活自如的驾驭自己的声音，做到字正腔圆，增强语句的音乐美、节奏感、表现力。

三、实训内容

目次	内容	学时
项目 3	朗读训练 任务 1：词语朗读 任务 2：短文朗读	2

四、实训步骤

实训内容	学习型工作任务	教学内容与要求	教学效果评价标准
作品朗读 训练	用标准普通话朗 读短文	1. 朗读的基本技巧 (句调、重音、停顿、 语速) 2. 朗读能力综合训练	掌握朗读的基本技 巧，能用标准的普 通话朗读短文，做 到声、韵、调、音 变均准确。

五、注意事项

从岗位普通话等级证书要求入手，结合普通话等级证书的考级内容设计普通话课程的“针对性”教学内容，作品朗读训练以普通话测试作品朗读 60 篇为范本。

六、拓展训练与思考

可采用多媒体、录音机、手机录音设备等物质工具，最好能做到学生训练全程录音并及时播放正音。

实训（项目）四 说话训练

一、实训目的

学生能用标准流利的普通话围绕一主题说话

二、知识要点

掌握说话的组织及相关技巧：围绕话题，快速构思；用词恰当，语句流畅；语音自然。对命题说话题目进行整体分析达到自由交流的程度。

三、实训内容

目次	内容	学时
项目 4	命题说话训练 任务 1：说话的要求 任务 2：语音训练 任务 3：词汇、语法转化 任务 4：流畅度	4

四、实训步骤

实训内容	学习型工作任务	教学内容与要求	教学效果评价标准
命题说话	命题说话综合训练	1. 了解测试对说话的要求、说话过程中需要注意的问题。2. 克服心理障碍，增强心理自控能力，通过练习培养，锻炼学生的心理素质，准确恰当地表达自己的思想。3. 说话语音标准，词汇语法规范，表达自然流畅，反应较敏捷。	对命题说话题目进行整体分析达到自由交流的程度，顺利通过测试

五、注意事项

1. 选择话题，内容切实。

选择好说话的题目是应试取得成功的关键所在，有经验的人总能迅速选择与自己生活贴近的事或关系亲近的人来叙述，这样容易做到言之有物、言之有序。

2. 思维敏捷，语脉连贯。

命题说话是临场发挥，一旦确定了话题，就要迅速想好要点，理清思路，列出有条不紊地说话。

3. 语音准确，语态得体。

语态得体是指不要事先把话题写成文后死记硬背，“背稿”。

六、拓展训练与思考

结合时事热点、影片、电视剧等话题，训练学生用标准普通话流利地说话；结合生活、职业、求职方面的口语交际，训练口语反应。充分利用实训中心，让学生有大量练习的条件，增强学生的考证能力，可以成立一些以学习为目的的社团让学生在课外进行“自主训练”。

口语交际模块

实训（项目）五 基本技巧模块之魅力口才训练

一、实训目的

口才训练让学生逐步学会会有意识地运用有声语言技巧以增强语言的感染力和表现力，提高有声语言技巧在日常人际交流沟通中的综合应用。

二、知识要点

通过训练巩固所学知识并将其内化成能力。通过口才训练既能提高普通话水平又能培养语感，将有声语言技巧的练习应拓展至日常生活、学习中，训练学生在日常言语交际中应有意识地运用停顿、重音、语速、语气和语调等技巧。

三、实训内容

目次	内容	学时
项目 1	魅力口才训练	2

四、实训步骤

实训内容	学习型工作任务	教学内容与要求	教学效果评价标准
基本技巧模块	魅力口才	1. 诗词、绕口令的练习。 2. 讲故事、贯口表演练习。	口才表达的多样化模式让学生兴趣更浓，学习积极性愈高。

五、注意事项

在课程目标上，坚持“能力本位”的课程观，注重学生实际表达能力培养。通过强化训练，让多数学生达到“准确”、“流畅”的基本要求。

六、拓展训练与思考

语言的多种表达方式会让学生对语言有更新的认识，学习积极性也很高，会发现学生其实还有很多潜力可挖掘，比普通话语音训练模块实训效果会更好。

实训（项目）六 基本技巧模块之什么是演讲

一、实训目的

通过训练巩固所学态势语知识并将其内化成能力，首先应用在朗读练习中，再逐步学会应用在脱稿说话、即兴演讲、命题演讲练习中，最终在日常交际中熟练应用这些技巧。

二、知识要点

掌握演讲的技巧，了解态势语言，了解即兴演讲。

三、实训内容

目次	内容	学时
项目 6	演讲训练	2

四、实训步骤

实训内容	学习型工作任务	教学内容与要求	教学效果评价标准
基本技巧模块	演讲的准备	1. 登台亮相训练。 2. 案例分析讨论。 3. 训练内容灵活：朗读材料有稿说话脱稿简短说话自由选择。	通过训练巩固所学态势语知识并将其内化成能力，首先应用在朗读练习中，再逐步学会应用在脱稿说话、即兴演讲、命题演讲练习中，最终在日常交际中熟练应用这些技巧。

五、注意事项

在课程体系上，理清“口才”与“职业”的特定关联，筛选出与“职业”有关、使用频率较高的知识资源，作为重点训练内容。

六、拓展训练与思考

以往我院口才训练课时侧重普通话、演讲、辩论等传统训练项目，实际上用人单位更看重交际口才，更看重成熟的沟通与表达能力，以及由此所体现出的处世经验、办事效率等良好职业素质。

实训（项目）七 基本应用模块训练

一、实训目的

通过训练巩固所学并切实感受和体验上述各类口才技巧在实践中的应用，培养提高学生社交言语沟通能力、即兴讲话的能力、备稿演讲的能力和思辨能力，提升自信心，形成学生良好的交际意识、态度与习惯以及良好的团队合作精神。尤其习得正确的言语交际策略和课堂内外自我提升的正确学习方法，是学生终身学习的关键所在。

二、知识要点

了解演讲、辩论、求职、日常社交等对口才的不同要求，理解社交语言运用的基本原则，明确表达准确、清晰、流畅、贴切的基本要求，掌握演讲、辩论、求职、社交与职场口才基本技巧与方法；通过多组贴近生活与工作实际情景的典型案例分析，尤其重点掌握社交聊天、赞美、说服、拒绝、公关问答、幽默等语言技巧在人际及职场言语交际中的应用。

三、实训内容

目次	内容	学时
项目 7	基本应用模块训练	2

四、实训步骤

实训内容	学习型工作任务	教学内容与要求	教学效果评价标准
基本应用模块训练	演讲口才 辩论口才 谈话口才 求职口才	1. 即兴演讲训练。 2. 经典演讲视频观摩、讨论分析。 3. 辩论比赛视频。观摩及学生辩论实践。	通过训练巩固所学并切实感受和体验上述各类口才技巧在实践中的应用，培养提高学生社交

		<p>4. 求职时的自我介绍及常见提问的应对训练（组织现场模拟演练）。</p> <p>5. 社交案例视频观摩。</p>	<p>言语沟通能力、即兴讲话的能力、备稿演讲的能力和思辨能力，提升自信心，形成学生良好的交际意识、态度与习惯以及良好的团队合作精神。尤其习得正确的言语交际策略和课堂内外自我提升的正确学习方法，是学生终身学习的关键所在。</p>
--	--	---	---

五、注意事项

在课程体系上，理清“口才”与“职业”的特定关联，筛选出与“职业”有关、使用频率较高的知识资源，作为重点训练内容。以往我院口才训练课时侧重普通话、演讲、辩论等传统训练项目，实际上用人单位更看重交际口才，更看重成熟的沟通与表达能力，以及由此所体现出的处世经验、办事效率等良好职业素质。

六、拓展训练与思考

强化实战训练，努力开发多种训练项目。例如求职情景模拟、社交情景模拟、经典案例研讨、现场仿真答辩、亲历经验介绍、间接经验传达、即兴演讲、辩论赛等训练项目，这些项目的完成建议采用小组合作学习模式。

实训（项目）八 行业应用（拓展模块）

一、实训目的

适合文化市场与经营管理专业的实际需求，有针对性地选讲行业口才。明确行业口才特点，要求学生掌握行业口才运用基本原则、技巧与方法，理解运用注意事项，在实践中合理、正确使用相关技巧与方法。

二、知识要点

- 1.说话的要求、语音训练、词汇、语法转化、流畅度。
- 2.社交礼仪与口语：如何拜访与接待、如何赞美与批评、如何问答与拒绝。
- 3.营销口才、服务口才和管理口才。

三、实训内容

目次	内容	学时
项目 8	基本应用模块训练	2

四、实训步骤

实训内容	学习型工作任务	教学内容与要求	教学效果评价标准
行业应用 (拓展模块)	营销口才 服务口才 管理口才 主持口才	结合专业岗位要求，设置案例分析讨论、设置情境进行模拟训练	案例分析与情境模拟训练，在实战演练中不仅将行业口才运用基本原则、技巧与方法应用于实践，而且进一步锻炼与提高学生的言语应对能力、自信心、思辨能力、团队合作精神。

五、注意事项

在教学内容上，应当做到，既突出实用性又兼顾传统的系统性，并切实做到“按需施教”，教学内容尽可能与学生未来个性发展相适应。教学的内容还需随着时代发展、根据文经专业学生的实际需求，不断的丰富和调整，从而达到最大合理性，以突出本课程对大学生口语表达能力的培养要求。

六、拓展训练与思考

本课程将内容分为八个训练任务，每个任务都提出了具体的训练目标。在课后加入补充案例，让学生可以品味精华。各训练项目之间相互关联，采用递进的方法，扎扎实实地进行训练。

《文化产业政策与法规》

实训指导书

适用专业：文化市场经营管理专业

编撰人：倪 杨

审阅人：许丽英

修订时间：2020年8月23日

文化旅游系

目 录

第一部分 实训概述.....	- 1 -
一、实训条件及要求.....	- 1 -
二、实训内容和时间安排.....	2
三、实训成绩评定、考核办法.....	2
四、参考资料.....	3
第二部分 单元实训.....	4
实训（项目）一、二 情景模拟	4
一、实训目的.....	4
二、知识要点.....	4
三、实训内容.....	4
四、实训步骤.....	4
五、注意事项.....	5
实训（项目）三 案例分析及讨论训练.....	5
一、实训目的.....	5
二、知识要点.....	5
三、实训内容.....	6
四、实训步骤.....	7
五、注意事项.....	8

第一部分 实训概述

该课程为文化市场经营管理（演艺策划与管理方向）【专业代码:650402】三年制高职学生的专业必修课,设置2学分30学时,其中课程实训学时10学时。通过学习这门课程,让学生掌握文化产业各领域政策法规的基本内容与基本精神;学会理论联系实际、分析案例;较好地适应文化市场管理工作实践的需求。

一、实训条件及要求

(一) 实训工具

教学视频、PPT、情景模拟。

(二) 实训设备

模拟法庭,将课桌移动摆放成“回”型,模拟法官的学生站在正中间空处,将讲台模拟为法官台。

(三) 实训要求

结合本专业课程教学特点,积极利用学校、系部现有条件,创造性的开展多媒体教学,应拥有以下先进的教学设施和设备:多功能会议厅、形体训练室、电子阅览室、多媒体教室、综合实训室等,及一批数码相机、摄像机、扫描仪等仪器设备。同时,学生宿舍和实训室也应接通互联网,才能充分利用校园网络平台进行教学,不断完善网络教学资源,为培养品德高尚、专业基础扎实、综合能力强和具有创新精神的专业人才提供良好的教学环境。

教学过程中充分利用案例教学,坚持边讲解、边示范、边练习,因材施教、循序渐进的原则,按照文化产业政策法规为蓝本,使学生掌握文化产业专业基本的法律意识,最终能较准确辨别文化产业政策法规。掌握通用的文化产业法律法规的基本技能,具备一定的法律素养。

二、实训内容和时间安排

序号	实训内容	学时	备注
1	实训项目一： 模拟情景	2	本课程属理实一体课程， 实训在理实一体教室开展
2	实训项目二： 模拟情景	2	本课程属理实一体课程， 实训在理实一体教室开展
3	实训项目三： 案例分析及讨论	6	本课程属理实一体课程， 实训在理实一体教室开展

三、实训成绩评定、考核办法

《文化产业政策法规》课程的实训成绩由四个部分组成：

（一）模拟情景（30分/次*2次=60分）

1. 小组分工，找到电影产业政策法规的典型案例分析10分，案例有误扣5分。

2. 小组成员能合理分工，找到书本上相应的法条算5分，错误扣2分。

3. 小组成员模拟法庭，能形象的扮演法官、原告、被告等角色计算10分。

限时15分钟，超时扣分。超时1分钟以内扣2分，超时1分钟以上（含1分钟）扣3分。

4. 小组成员能清楚的判断案例中原告、被告的过错之处计算5分。

（二）案例分析（40分）

课堂案例10个(每个案例计算4分)

1. 案例一：《马路天使》著作权案。

2. 案例二：《中国空姐》著作权案。

3. 案例三：《梁某夫妇销售盗版音像制品案》。

4. 案例四：《杭州首例销售侵权音像制品者获刑案》。

5. 案例五：《电视剧中插播大量广告影响正常收视损害消费者权益案》。
6. 案例六：《王某诉上海某商厦有限公司广告语侵权案》。
7. 案例七：《王某倒卖文物和非法出售馆藏文物及盗掘古墓案》。
8. 案例八：《吴冠中与上海 A 公司、香港 B 古玩拍卖有限公司的纠纷案》。
9. 案例九：《上海某饭店非法张贴上海世博会宣传画侵权案》。
10. 案例十：《陈某诉某歌星、北京某文化发展有限公司著作权及表演权侵权纠纷案》。

注：学生的成绩分为平时成绩 20%、期末考试成绩 80%两个部分。平时成绩 20%是指学生上课表现、出勤等，期末考试成绩 80%就是指学生的实训成绩。

四、参考资料（参考书、网络资源等）

1. 参考书：《中国产业政策法规与典型案例》、《艺术品典当与拍卖》、《艺术经济学》。
2. 网络资源：中国演出行业协会官网。

第二部分 单元实训

课内实训（项目）一、二

情景模拟

一、实训目的

文化产业政策法规是一门理论性很强的课程，为提高学生的学习兴趣，采取法院法官等人物情景模拟，在增加趣味性教学的同时让学生能够掌握文化产业中基本的法律法规，更好地适应文化市场管理工作实践的需求。

二、知识要点

掌握文化产业政策法规的出版产业、电影产业的要点。

三、实训内容

目次	内容	学时
项目 1	模拟法庭	2
项目 2	模拟法庭	2

四、实训步骤

实训内容	学习型工作任务	教学步骤	教学效果评价标准
模拟法庭	掌握演出市场政策法规规范的基本内容。	1. 小组分工找案例素材。 2. 小组分配法官、原告、被告等角色任务。 3. 课堂情景模拟表演。	通过情景模拟，增加课堂教学的趣味性，在情景模拟中，看学生是否能熟练使用法条法规判断具体案例。

五、注意事项

1. 指导学生寻找积极向上的案例素材,通过模拟法庭让学生觉得文化产业政策法规的学习是一件很有趣的事情。

2. 完善教学环境,最好能在法庭实训室教学,提高教学效果。

3. 教学上应以理论为指导,以训练为主导。建议理论讲授时间占 1 / 3, 训练实践占 2 / 3。教学手段尽可能多样化,在讲授、示范、训练、讨论、模拟表达等常规方法的运用过程中,增强学生的学习兴趣。

4. 可采用多媒体等工具,最好能做到该事件的新闻报道视频作为学生模拟法庭前的背景视频。

实训（项目）三 案例分析及讨论训练

一、实训目的

通过案例讨论，让学生掌握文化产业政策法规的法条、法规，能清楚的判断案例中的人物是否构成侵权行为。

二、知识要点

- 1、出版产业政策法规。
- 2、电影产业政策法规。
- 3、广播电视产业政策法规。
- 4、音像产业政策法规。
- 5、广告产业政策法规。
- 6、文物市场政策法规。
- 7、演出市场政策法规。
- 8、文化娱乐市场政策法规。

三、实训内容

目次	内容	学时
案例分析及讨论训练	案例分析： 案例一：《马路天使》 著作权案。 案例二：《中国空姐》 著作权案。 案例三：《梁某夫妇销售盗版音像制品案》。 案例四：《杭州首例销	6

	<p>售侵权音像制品者获刑案》。</p> <p>案例五：《电视剧中插播大量广告影响正常收视损害消费者权益案》。</p> <p>案例六：《王某诉上海某商厦有限公司广告语侵权案》。</p> <p>案例七：《王某倒卖文物和非法出售馆藏文物及盗掘古墓案》。</p> <p>案例八：《吴冠中与上海 A 公司、香港 B 古玩拍卖有限公司的纠纷案》。</p> <p>案例九：《上海某饭店非法张贴上海世博会宣传画侵权案》。</p> <p>案例十：《陈某诉某歌星、北京某文化发展有限公司著作权及表演权侵权纠纷案》。</p>	
--	--	--

四、实训步骤

实训内容	学习型工作任务	教学内容与要求	教学效果评价标准
------	---------	---------	----------

案例分析及 讨论训练	案例中找寻 关键字、词	<ol style="list-style-type: none"> 1. 反复阅读案例 3 遍以上。 2. 在案例中原、被告的陈述性语句中找出矛盾的关键字、词。 	具有敏锐的观察力，快速找出关键字、词。
	找出对应的 法条、法规	<ol style="list-style-type: none"> 1. 首先判断案例类型，判断为文化产业中的哪一类。 2. 在书本上找到相应的法律和法规，反复阅读。 	掌握文化产业各类政策法规；能快速找出案例中所需对应的法律和法规。
	判断案例中的原告、被告的行为是否正确	<ol style="list-style-type: none"> 1、当事人应当履行的义务和责任是什么？ 2、当事人是否能擅自变更或解除合同。 	能快速判断原、被告是否构成侵权行为。
	该案例的社会影响	引导学生正确认识案例中的社会现象，树立正确的价值取向，坚持社会主义文化的前进方向。	了解行业最新动态，能做正确的价值判断。

五、注意事项

1. 案例中许多素材都是来源于行业中的事实事件，需要引导学生做出正确的价值判断。坚持社会主义文化前进方向。

2. 教学上应以理论为指导，以学生自主讨论为主导。建议理论讲授时间占 1 / 3，讨论实践占 2 / 3。教学手段尽可能多样化，在讲授、示范、训练、讨论、模拟表达等常规方法的运用过程中，增强学生的学习兴趣。

3. 可采用多媒体、录音机物质工具，最好能做到学生训练全程录音并及时播放正音。

《视听语言》

实训指导书

适用专业：文化市场经营管理专业

编 撰 人：王倩

审 阅 人：许丽英

修订时间：2020年8月28日

文化旅游系

目 录

第一部分 实训概述.....	1
一、实训条件及要求.....	1
二、实训内容和时间安排.....	1
三、实训成绩评定、考核办法.....	1
四、参考资料.....	2
第二部分 单元实训.....	4
实训一 光的造型效果.....	4
一、实训目的.....	4
二、知识要点.....	4
三、实训内容.....	4
四、实训步骤.....	4
五、注意事项.....	4
六、拓展训练与思考.....	5
实训二 声画关系.....	7
一、实训目的.....	7
二、知识要点.....	7
三、实训内容.....	8
四、实训步骤.....	8
五、注意事项.....	8
六、拓展训练与思考.....	9
实训三 分镜头设计.....	10
一、实训目的.....	10
二、知识要点.....	10
三、实训内容.....	10
四、实训步骤.....	10
五、注意事项.....	12
六、拓展训练与思考.....	12

第一部分 实训概述

本课程为文化市场经营管理专业（演艺策划与管理方向）三年制高职学生的专业基础课程【专业代码:650402】，设置 2 学分 36 学时，其中课程实训学时 20 学时。

通过本课程的学习，学生可以了解影像创作中的画面和声音元素的使用技巧以及创作理念的研究，培养学生的视听思维能力，具备专业角度读解分析视频及影视作品视听要素的能力，为演艺策划活动中涉及到的视听作品的创作打下坚实的专业基础。课程旨在培养掌握现代影像拍摄理念、方法与技巧，具备熟练地运用视听语言完成思想和内容表达的专业素质，摆脱固有的文字传播的影响，形成全新的影像传播思维的、代表先进文化的人才。

一、实训条件及要求

（一）实训工具

学习通平台、纸、笔、U 盘、手机等。

（二）实训设备

一台多媒体设备（包括投影仪、电脑、屏幕、音响等）；桌椅等。

（三）实训要求

结合专业课程的教学特点，积极利用学院、系部现有条件，创造性的开展多形式、信息化教学，首先应拥有以下先进的教学设施和设备：理实一体教室、艺术理论实训室、多功能会议厅、综合实训室等，及投影仪、电脑等仪器设备。同时，学生宿舍和实训室也应接通互联网，才能充分利用校园网络平台进行教学，不断完善网络教学资源，为培养品德高尚、专业基础扎实、综合能力强和具有创新精神的专业人才提供良好的教学环境。

二、实训内容和时间安排

序号	实训内容	学时	备注
1	实训一 光的造型效果	6	实训在理实一体教室、艺术理论实训室开展
2	实训二 声画关系	6	实训在理实一体教室、艺术理论实训室开展
3	实训三 分镜头设计	8	实训在理实一体教室、艺术理论实训室开展

三、实训成绩评定、考核办法

考核原则：本课程考核方式建立在过程评价、目标评价、能力获得评价的“三位一体”评价方式理念之上，关注学生个性差异，鼓励学生创新实践。

本课程采用形成性评价与终结性评价相结合的考核方式，考核由期末考试（50%）+平时成绩（30%）+考勤（20%）三部分组成，采用百分制计分，考试形式为随堂考试。

序号	题型	考试内容	分值分配	备注
1	考勤	旷课：扣5分，迟到：扣2分，满勤加5分。	20	根据院系要求适时调整
2	平时成绩	基础知识测验：结合所学理论知识写分镜头脚本片段	30	提交分镜头脚本
3	期末考试	现场观摩影片	50	提交影片分析表
总分			100分	若学生有发表文章、参与科研等创新实践活动适当加分。

卷面整洁度，答题是否全面准确，逻辑是否清晰。

1. 优秀（90-100分）

- （1）全面完成学习任务，熟练掌握视听语言的基础理论和基本操作方法。
- （2）学习态度认真，遵守纪律，虚心好学，肯钻研。
- （3）作业清楚整洁，完全符合作业标准。

2. 良好（80-89分）

- （1）全面完成学习任务，了解视听语言的基础理论和基本操作方法。
- （2）学习态度较认真，遵守纪律较好。
- （3）作业较清楚整洁，符合作业标准。

3. 中等（70-79分）

- （1）全面完成学习任务，了解视听语言的基础理论和基本操作方法。
- （2）学习态度较主动，遵守纪律较好。
- （3）作业按时完成，质量一般。

4. 及格（60-69分）

- （1）基本完成了学习任务，作业表现力较弱。
- （2）掌握了主要的理论知识，作业不够新颖。

(3) 学习态度、作业完成质量一般。迟到、早退或无故缺勤时有发生，但缺勤数不超过总学时的三分之一。

5. 不及格（59 分以下）

有下列情况之一者评为不及格：

(1) 未完成教学要求，未掌握知识原理。与课程要求严重不符，有严重问题。

(2) 弄虚作假、伪造作业，有严重抄袭行为者。

(3) 学习态度差，不遵守纪律，经常迟到、早退。累计缺勤时间达到或超过教学全过程的三分之一。

四、参考资料

1. 参考书：《视听语言》、《影视视听语言》、《电影电视节目赏析》。

2. 网络资源：超星学习通、学银在线、中国大学慕课、智慧树教育课堂、学堂在线等。

第二部分 单元实训

实训一 光的造型效果

一、实训目的

通过学生认真分析研究影视作品用光艺术，截选和自拍具有特殊效果和表意功能的画面，增强学生对于不同强度、不同方向光线造型效果的认识，锻炼学生的实践运用能力。

二、知识要点

灯光照明在影视拍摄中的应用是对于摄影的配合，灯光部门应该成为摄影部门的助手，服从整个场面调度的需要。随着影视语言表现力的开掘，灯光照明本身逐渐有了越来越丰富的审美功能。灯光照明的作用主要包括：

1. 曝光：增强胶片的感光效果，这也是灯光照明最基本的作用。在场景已有的自然光源照明不足的前提下，有必要人为地增强场景中的照明，以增强胶片的感光，提高画面的亮度。

2. 造型：塑造人物或环境的视觉形象与质感。明暗对比强烈的灯光照明，可以塑造男性硬朗的形象；柔和的灯光，则用以塑造女性柔美的气质。

3. 构图：勾画平面，雕塑空间。17世纪荷兰画家伦勃朗的人物画采用聚光法照明，把光线会聚于人物的面部。比如《蒂尔普医生的解剖课》，突出了前景的不同人物的面部神情的刻画，而背景因为没有受到光照，暧昧不明。这就在强调了绘画内容的主体的同时，又加强了空间的深度感。

三、实训内容

目次	内容	学时
项目 1	截图和自拍分析光的造型效果	6

四、实训步骤

1. 从某部电影中选择画面截图 3 张，标明其光线强度与方向，并说明在影片中的造型与表意功能。

2. 运用照相机拍摄 3-5 张照片，自己选择拍摄用光，说明其造型效果与表意功能。

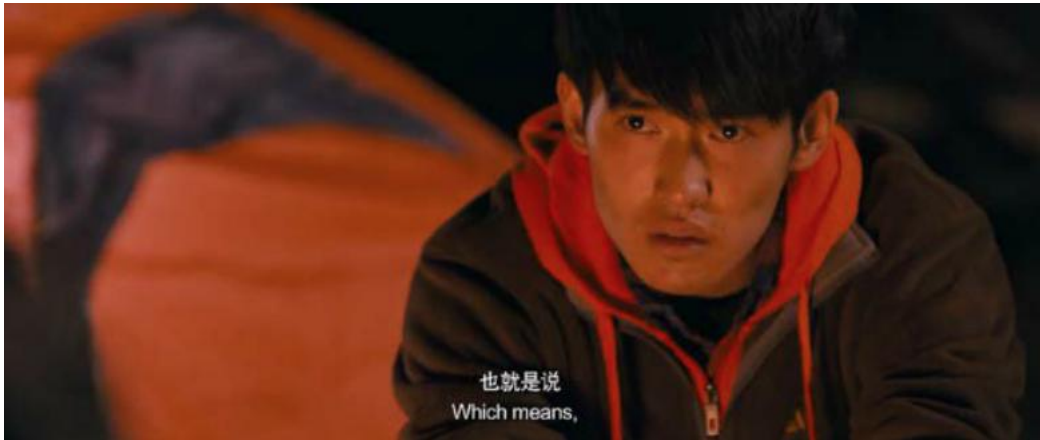
五、注意事项

(1) 所截选和拍摄的作品必须具有一定的代表性。

(2) 截图后必须附有分析说明。分析时应结合理论课所学内容，对具体作品的用光进行全面分析。

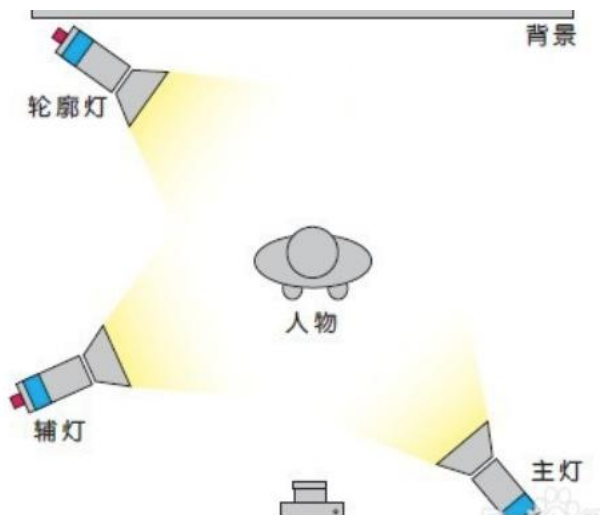
(3) 实训报告中的截图打印应运用彩色打印效果。

例如：



光线比较明亮是从正面照过来的顺光，顺光使人物的面目表情非常清楚，我们可以很清楚的看到书豪一脸迷茫之色。

六、拓展训练与思考



经典好莱坞电影的制作，每个镜头内至少有三个光源——主光、补光、逆光。这样的布光系统就是“三点布光”。

三点布光法，与经典好莱坞电影的整套美学观念相呼应。不过，需要指出的是，刻意强调拍摄中的灯光照明，是一种主观化、戏剧化的电影美学取向。好菜

坞戏剧化电影中，为了追求画面形式的尽善尽美，强调精确的布光，甚至每换一次机位，都要重新布光。

在影片《辛德勒的名单》中，寻找辛德勒夫妇对话的一场运用了三布光法的戏，分析其意义。

实训二 声画关系

一、实训目的

学生们在学习了声音的三种类别后，开始学习声画关系，通过实训让学生们了解这三类声音，作为电影声音的整体是和画面紧密结合在一起的。这种结合，不是随意性的、杂乱无章的；而是有规律的、有技巧的。不但声音与声音间有适当的关系，而且声音与画面间更有适当的关系。这里，主要论及声画的结合方式。

二、知识要点

1、声画同步

声画同步是指影视片中的对白和同期声的声音与画面人物的动作相一致的声音，也就是所见即所闻。

声音与画面同时出现并同时消失，口型配合统一，严丝合缝，保持着同步进行的自然关系。反之，则为声画不同步或声画错位，出现口型与声音对不上的状况。声画同步在影视片中，可以增强画面的真实感，提高视觉形象的感染力。

2、声画对位

声画对位，就是指镜头画面与声音对列，即所闻非所见。

画面和声音各自表达着不同的内容，又在各自独立发展的基础上有机结合起来，互为表里，相互取长补短，相互扶持发展，齐心协力共同来完成各自都无法单独完成的任务，最终达到一个预期的整体效果。

声画对列的结构形式是声音和画面组合关系的一种升华飞跃，是一种声音和画面相结合的蒙太奇技巧。这种打散重组，更新整合的结构方式，使画面意境产生了新的寓意，包括对比、象征、比喻等效果，给人以独特的审美享受。它打破了声画对位中声音和画面捆绑的束缚，使声音和画面不再简单地重复表现同一事物，而能各自发挥自身优势，单兵作战，协同指挥，取得最大化效益。声画对位极大地丰富了画面的信息量，拓展了画面的时空，增加了荧屏内容，改善了观影效果，激发了收看兴趣。

在影视视听语言中，画面和声音的形象是各自独立又相互作用。他们可以分别表达不同的内容，各自独立发展，在表现的形式上既可以同步，又可以不同步，要根据影视片主题思想的需要灵活运用。

3、声画分离

声画分离又称声画分立，指画面当中的声音和形象不匹配、不同步、不相吻合、互相剥离，即声音和发声体不在同一画面，声音不是由画面内的人或物发出来的，即无源声。

声画分离一般以画外音和 FLASH 动画 MV 的形式。

三、实训内容

目次	内容	学时
----	----	----

项目 2	分析经典影片中的三种声画关系	6
------	----------------	---

四、实训步骤

（一）组织形式

以小组为单位组成影片分析团队。

（二）情境设计

观看美国影片《教父》第三部片段，一边是圣洁的洗礼，优美的教堂音乐，沉缓的钟声，婴儿的哭声，祈祷声，另一边却是血洗五大家族的杀戮行动。画面总共不足 5 分钟，却达到出奇制胜的视觉效果和强烈震撼。

又如，影片《现代启示录》将美军直升机对越南村庄的空中攻击配以瓦格纳史诗般的音乐，战争的血火冲天代表文明和生命激恨的音乐同步而行。残酷的杀戮与轻松的游戏居然浑然一体，人类行为本身某种程度的荒谬在这样的对比面前撼人心魄。

（三）实训时间

结束本章授课后一周内。

每个小组自选几部影片，截选片段分析影片的声画同步、声画对位、声画分离。

五、注意事项

需要特别注意的是，在不同的影片中，声画对位可以达到多样化的审美功能：

一是，巧妙地承担冲突性强的叙事任务。比如美国影片《碟中谍》中，特工身份的主人公开始一直不知道陷害自己的凶手是谁，直到老搭档出现才突然顿悟，这时导演为了衬托特工的机智并突出矛盾，画面上出现的是真相展示过程，声音却是自言自语重复的谎言声画内容的对比反差使故事的悬疑性、紧凑性更加凸显。

二是，鲜明地描人物内心和营造独特氛围。以张艺谋、陈凯歌为代表的中国电影第五代导演对当代电影美学理念、电影语言和结构进行了大胆的尝试和探新，打破了传统的电影文学语言、情节叙事的结构，追求以画面和声音为主体的电影语言的表现力。在声画结构方面的组合和立意都更为深刻。运用声画对立，表现人物性格、心理的复杂性和多面性，从而揭示人物内心深处暗含的矛盾冲突，达到深刻的艺术效果。如在影片《菊豆》中，杨金山在从城里返回的路上掉下了山谷，杨天青深夜找到杨金山时，画面是杨天青抱着昏迷的杨金山喊着：“叔、叔。”而画外音却处理成杨天青和其婶婶菊豆热烈交合时大红的染布从杆子上急速落下的声音。这种声画对位的处理，生动、深刻地表现了杨天青面对其叔杨金

山时内心深处的自责和内疚。影片《雨中曲》开头就是在好莱坞中国剧院举行的盛大首映礼，为了保持在公众心目中的银幕情侣形象，唐纳不得不按照司的安排装作与琳娜关系亲密，当他向影迷称赞琳娜时，心中回忆的却是琳娜的势利和刁蛮。本片始终在暗示银幕的虚假性，明星偶像并不是真实的演员本人，影片中演员动人的演说也全是表象。这种暗示可以视作对电影媒介特性的反思，会让观众产生对整个电影工业的怀疑，而用歌舞片这种假定程度极高的类型进行这种反思是比较罕见的。

六、拓展训练与思考

观看《建国大业》中的这个段落：民主人士闻多教授在街头进行了一番反蒋介石独裁的慷慨激昂的演讲后，夜晚在回家途中被国民党特务暗杀在小巷中。

分析闻一多被暗杀的段落中的声画关系。

实训三 分镜头设计

一、实训目的

通过实训让学生巩固之前所学的构图、景别、光线、颜色、声音等视听概念，

二、知识要点

分镜头即分镜头脚本，又称摄制工作台本，“分镜头剧本”又称“导演剧本”。也是将文字转换成立体视听形象的中间媒介。是导演将整个影片或电视片的文学内容分切成一系列可摄制的镜头的剧本。将影片的文学内容分切成一系列可以摄制的镜头，以供现场拍摄使用的工作剧本。

内容包括：镜头号、景别、摄法、画面内容、对话、音响效果、音乐、镜头长度等项目，画面内容通常根据剧本来绘制，是导演对影片全面设计和构思的蓝图。主要任务是根据解说词和电视文学脚本来设计相应画面，配置音乐。

三、实训内容

目次	内容	学时
项目 3	“最美湖艺我的家” 短片分镜头设计	8

四、实训步骤

（一）组织形式

1. 以班级小组为单位组成设计团队。
2. 结合实训任务对各团队成员进行适当的角色分工，确保组织合理和每位成员的积极参与。

（二）表格设计

镜头号	画面内容	景别	时长	台词	备注

<https://blog.csdn.net/feamjava22>

镜号	景别	时间	技巧	效果	音乐	画面内容	备注
1	无	10s	无	无	无	那是一种难堪的相对，她一直羞低着头，给他一个接近的机会，他没有勇气接近，她掉转身，走了。 一九六二年香港。	段落竖排列，自右向左
2	近景	7s 1分	移	渐入	画内	从墙上的照片移到了孙太太的背影，孙太太忙着招呼客人：“一起吃一起吃不要客气，”	渐明效果 3s
3	近景	22s 1m22s	降	无	对话	苏丽珍推开窗朝外看去，又回过身去。（孙太太：今天的烤鱼很新鲜。）苏：“不好意思，打扰你们吃饭。”孙走来：“不要紧，我们去那边坐。”苏：“好啊。”二人步入屋中，（沙发旁，苏坐）孙：“怎么这么晚呢？”苏：“是，刚下班。”（孙坐）苏：“怎么称呼你呢？”孙：“叫我孙太太，你呢。”苏：“我先生姓陈。”	二人从窗边到沙发上坐下，中间有轻微的降落。
4	近景	11s 1m33s	升，摇	无	对话	（自脚向上）孙：“决定了就给我电话。”苏：“好的。”（苏从左走到右边，背影，到头部）孙：“有没有把号码抄下。”（苏回头）苏：“抄下了。”（孙过肩，其实是头）孙：“那好，我送你出去。”二人往外走去，苏：“不用了。”孙：“要的，大家上海人嘛。”（走出）	是一边升一边摇的镜头，升的很缓慢直到苏回头时镜头刚好卡到头。
5	中景	8s 1m41s	摇 上扬	无		出现一男子背影，登上台阶，走出楼梯间。	镜头上扬，摇镜头
5	近景	7s 1m49s	降	无		从灯向下降，周暮云出场，（孙太太：“那么就这样决定了。”（门声，苏出门）苏：“谢谢你，我先走了。”（周回头）孙：“好。”苏：“拜拜。”孙：“慢走，再会。”	降，从灯降到周的头部位特写

以上表格为例创造三分钟宣传片脚本。

1. 剧本的故事情节完整。剧本的题材不限。场景的描写细致，突出故事情节和主题。以 word 文档方式提交，文件名为学号后两位+姓名+剧本.doc。
2. 当前场景设计的元素要围绕故事情节。

3. 当前场景设计要突出故事情节的渲染气氛和空间塑造。并交代时间性。
4. 当前场景设计风格只限于写实风格和装饰风格任选其一。
5. 场景设计的构图视觉中心、构图方式。需要符合当前分镜头场景的特征。
6. 当前场景设计的透视在平行透视、成角透视、倾斜透视中任选其一。
7. 当前场景的色彩设计能够体现剧本的故事情节的感受。如色调、冷与暖、色彩的联想及其象征意义的选择。色彩的华丽与朴素感觉的选择。色彩的轻软与重硬感觉的选择。色彩的兴奋与沉静感觉的选择。
8. 当前场景设计的光影动画剧本中的设计合理。
9. 最后需要上传在线课程综合场景设计作业，文件名为学号后两位+姓名+综合场景设计.jpg 和 psd 两种文件。

五、注意事项

分镜头也就是镜头的分切与组合是电影得以最终实现的基本途径，是电影的基础表达方式，亦即电影是建立在镜头的分切与组合之上的。场面调度是镜头分切的前提和依据。所谓场面调度，意指“摆在适当的位置”或“放在场景中由此也可见其主要涉及空间的安排问题。场面调度的常见类型有纵深场面调度重复性场面调度、象征性场面调度以及对比性场面调度等。不管那种调度类型其调度依据都不能脱离剧本所提供的内容基础，要适用于所要描写的人物关系性格以及心理，适用于内在的剧情冲突与外在的环境气氛，并在更深的层面上统于影片的主题与思想内涵。

六、拓展训练与思考

根据所学内容，进行拓展训练，分析以下内容：

- 1 《被解救的姜戈》的连贯性镜头拍摄；
- 2 《黑天鹅》双人场面调度。
- 3 《岭街少年杀人事件》多人调度。
- 4 《毁灭之路》场景调度表现人物关系。
- 5 《紫色》由物件为核心组织的调度。
- 6 《好莱坞摄影技法》摄影机调度技巧。
- 7 《谋影重重》的现代风格。

《文化传播学》

实训指导书

适用专业：文化市场经营管理专业

编撰人：鲁筱杰

审阅人：许丽英

修订时间：2020年8月25日

文化旅游系

目 录

第一部分 实训概述.....	4
一、实训条件及要求.....	1
二、实训内容和时间安排.....	2
三、实训成绩评定、考核办法.....	3
四、参考资料.....	3
第二部分 单元实训.....	4
实训（项目）一 案例观看、讨论、分析.....	4
一、实训目的.....	4
二、知识要点.....	4
三、实训内容.....	4
四、实训步骤.....	4
五、注意事项.....	5
六、拓展训练与思考.....	5
实训（项目）二 课堂微论坛：探讨符号编码解码的过程.....	6
一、实训目的.....	6
二、知识要点.....	6
三、实训内容.....	6
四、实训步骤.....	6
五、注意事项.....	7
六、拓展训练与思考.....	7
实训（项目）三 课堂辩论：探讨把关人在传播中的作用.....	8
一、实训目的.....	8
二、知识要点.....	8
三、实训内容.....	8

四、实训步骤.....	8
五、注意事项.....	9
六、拓展训练与思考.....	9
实训（项目）四 学生课堂：影视文化传播方式分析.....	10
一、实训目的.....	10
二、知识要点.....	10
三、实训内容.....	10
四、实训步骤.....	10
五、注意事项.....	11
六、拓展训练与思考.....	11
实训（项目）五 学生课堂：网剧传播的基本特征和传播方式.....	12
一、实训目的.....	12
二、知识要点.....	17
三、实训内容.....	17
四、实训步骤.....	17
五、注意事项.....	13
六、拓展训练与思考.....	13
实训（项目）六 学生课堂：网络游戏传播的基本特征和传播方式.....	14
一、实训目的.....	14
二、知识要点.....	14
三、实训内容.....	14
四、实训步骤.....	14
五、注意事项.....	15
六、拓展训练与思考.....	15

第一部分 实训概述

“文化传播学”在文化市场经营管理专业中属于专业必修课程，设置2学分36学时，其中实训学时6学时。本课程对文化传播理论基础知识的介绍，可以让学生掌握基本的文化传播学的基本问题，了解文化传播各个主体对象多方面的知识。学生可以将文旅演艺、文化市场经营创新等专业知识与传播学知识联系起来，更加立体地具备文化演出活动开展、传播、经营等工作的理念、知识和技能。

本课程应使学生正确认识各种文化传播活动和传播规律，并能够良好地开展文化传播活动、协调社会关系。特别是培养学生理论与实践相结合，运用正确的立场、观点和方法，分析、评价和解决各种文化传播问题的实践能力和创新精神。

通过本课程的学习，学生能够了解文化传播的基本问题，掌握文化传播符号、文化传播者、文化传播与媒介、文化传播的受众和传播效果研究等理论知识；能够充分运用相关理论，分析思考文化产业市场中的现实问题；能为文旅演艺、文化创意策划等项目的组织开展架构比较完善的知识体系；为学生对行业热点现象的捕捉提供较好的理论参考。对学生其他课程的学习以及未来工作生活都能起到良好的指导作用。

一、实训条件及要求

为了进一步巩固学生所学习的专业知识，检验学生理论结合实践的水平，本课程实训部分由课上实训和综合实训组成，都属于校内实践。实践时间主要是根据教学计划进行，由授课老师组织，报备学校教务处和系部教学管理部门，有序进行。

（一）实训工具

Wps office 软件，其他应用型网站等。

（二）实训设备

一台多媒体设备（包括投影仪、电脑、屏幕等）；一台打印机机；配套的桌椅；配套插线板 10 套；其他用品（如 A4 纸等）。

（三）实训要求

实训环境要求：结合专业课程的教学特点，积极利用学院、系部现有条件，创造性的开展多形式、信息化教学，首先应拥有以下先进的教学设施和设备：策划实训室、基础实训室、电子阅览室、多媒体教室、虚拟讲解实训室、实验剧场等，以及配置电脑、投影仪、打印机、摄像机等基础仪器设备。同时，实训室也应接通互联网，充分利用校园网络平台进行教学，不断

完善网络教学资源，为培养品德高尚、专业基础扎实、综合能力强和具有创新精神的专业人才提供良好的教学环境。

教师要求：教学过程中充分发挥指导示范作用，坚持案例真实和实训情景真实，实训中既要打造尽可能真实的环境，也要教师结合学生实际水平撰写小论文进行示范，因材施教、循序渐进。实践教学前要撰写活页式教学手册，认真组织实践教学，抓好重点，全面指导，保证每次实践都能收到应有的教学成果。实训时充分调动学生的自主动手能力，学习的积极性，思维的创造性。每次实践结束后，都要组织学生进行线上的课后探讨，交流实践过程中的成果和心得，促进学生相互学习的激情；同时，根据学生的期末实操成绩综合评定学生的成绩。

学生要求：重视实践课的学习，实践课前，学生要在老师的指导下做好实践的课前预习和课前准备，实践教学活动中，要服从老师的统一安排和指挥，遵章守纪；积极主动，有创造性参加实践活动；积极主动的参加实践练习。

二、实训内容和时间安排

序号	实训内容	学时	备注
1	项目一 案例观看、讨论、分析：以《中餐厅 3》 为探讨文化和传播的关系	1	基础实训室
2	项目二 课堂微论坛：探讨符号编码解码的过程， 以《乘风破浪的姐姐》为例	1	基础实训室
3	项目三 课堂辩论：探讨把关人在传播中的作用， 以《上新了故宫》为例	1	基础实训室
4	项目四 学生课堂：影视文化传播方式分析	1	基础实训室
5	项目五 学生课堂：网剧传播的基本特征和传播方 式	1	基础实训室
6	项目六 学生课堂：网络游戏传播的基本特征和传 播方式	1	基础实训室

		6	
--	--	---	--

三、实训成绩评定、考核办法

“文化传播学”课程一般采用现场表现和文字汇报的形式进行考核。

考核内容包括以下几方面：

现场讨论（发言频率、内容、语言表达等）

辩论（内容观点、临场反应、语言表达）

翻转课堂（内容、PPT制作、语言表达、答辩水平）。

实训成绩评定按照上述考核的内容，由多部分组成，采用百分比。特殊情况说明：

小组实训：小组共同参与实训，学生分数由小组总成绩（80%）+个人突出表现（20%）构成；

个人训练则汇总各项内容所占分值。

四、参考资料

1. 参考书：

《文化传播学》，陈晓莹主编，福建人民出版社，2017.

2. 线上资源：

①课程：传播学

开课学院：重庆邮电大学

平台：中国大学MOOC

网址：<https://www.icourse163.org/course/GYD069-145848161>

②课程：大众传播学

开课学院：山东大学

平台：中国大学MOOC

网址：<https://www.icourse163.org/course/SDU-1002535008>

此外，还根据实训需要参考部分网站和影视资源。

第二部分 单元实训

实训项目一 案例观看、讨论分析：探讨文化和传播的关系

一、实训目的

文化传播学是一门理论性较强的课程，授课内容根据学情分析，尽量将理论与学生熟知的案例结合起来，借用多种方法让学生了解文化传播的定义、思考文化与传播的关系。

二、知识要点

文化传播的定义；文化与传播的关系。

三、实训内容

目次	内容	学时
项目一	案例观看、讨论分析：探讨文化和传播的关系	1

四、实训步骤

实训内容	学习型工作任务	教学步骤	教学效果评价标准
案例观看、讨论分析	以《中餐厅3》为例探讨文化和传播的关系	1. 发布观看视频时需要思考的问题； 2. 观看视频，记录； 3. 教师主持发放讨论主题； 4. 学生以小组为单位展开讨论； 5. 小组代表陈述讨论结果； 6. 教师点评，生生互动； 7. 相关知识点巩固复习。	观点明确且正确；理论和案例紧密联系； 阐述语言精炼直接。

五、注意事项

1. 教师提前于超星学习通平台发放课前任务；
2. 学生必须于课前观看教师制定的视频资料，并进行重点记录；
3. 学生必须携带纸、笔；
4. 案例分析时教师应适当融入课程思政，提醒学生任何文化传播、文化创新都要以遵纪守法为基础；要有社会责任感，注重社会效应；有传播传统文化、本土文化的自觉性。
5. 教学上应将理论指导与实际训练紧密结合，切忌理论和训练项目脱节。
6. 提醒学生在讨论时，分享前不查阅手机，充分发挥自身主观能动性，引导学生主动思考，创新学习。训练完成后可结合网上资源拓展学习。

六、拓展训练与思考

1. 学习学习通教师发放的关于“中餐厅”“文化传播”的论文资料；
2. 练习：将课堂讨论精练成一篇 500 字的小论文上交至线上平台。

实训项目二 课堂微论坛：探讨符号编码解码的过程

一、实训目的

文化传播学是一门理论性较强的课程，授课内容根据学情分析，尽量将理论与学生熟知的案例结合起来，借用多种方法让学生了解传播符号的定义和使用，了解编码解码相关知识并能去分析文化作品/现象等。

二、知识要点

符号的定义、特点；受众编码、解码的三种形式。

三、实训内容

目次	内容	学时
项目二	课堂微论坛：探讨符号编码解码的过程	1

四、实训步骤

实训内容	学习型工作任务	教学步骤	教学效果评价标准
课堂微论坛	以《乘风破浪的姐姐》为例探讨视听符号编码解码的过程	1. 发布观看视频时思考的问题； 2. 观看视频（剪辑版）； 3. 教师主持发言； 4. 学生代表上台依次陈述观点（提前准备）； 5. 台下学生提问、交流； 6. 教师总结、点评。	准备充足；观点明确且正确；理论和案例紧密联系；阐述语言精炼直接。

五、注意事项

1. 教师提前于超星学习通平台发放课前任务；
2. 学生必须于课前观看教师制定的视频资料，并进行重点记录；
3. 学生必须提前准备发言资料，实训时携带纸、笔；
4. 座谈会总结时教师应适当融入课程思政，提醒学生任何文化传播、文化创新都要以遵纪守法为基础；要有社会责任感，注重社会效应；有传播传统文化、本土文化的自觉性。
5. 教学上应将理论指导与实际训练紧密结合，切忌理论和训练项目脱节。
6. 提醒学生在参与论坛时，分享前不查阅手机，充分发挥自身主观能动性，引导学生主动思考，创新学习。训练完成后可结合网上资源拓展学习。
7. 严格按照小型座谈会的流程进行，原则上中间不间断。安排学生记录实训时的问题，结束后一起讨论总结。

六、拓展训练与思考

1. 学习学习通教师发放的关于“符号学”“编码解码”的论文资料；
2. 练习：将座谈会个人所得，以“以《乘风破浪的姐姐》为例探讨符号编码解码的过程”为题，写一篇 800 字左右的小论文上传至线上平台。

实训项目三 课堂辩论：把关人在传播中的作用

一、实训目的

文化传播学是一门理论性较强的课程，授课内容根据学情分析，尽量将理论与学生熟知的案例结合起来，借用多种方法让学生了解文化传播者与影响传播的致效因素，了解文化传播者与把关人相关知识并能去分析文化作品/现象等。

二、知识要点

文化传播者与传播致效因素；文化传播者与把关人。

三、实训内容

目次	内容	学时
项目三	课堂辩论：把关人在传播中的作用	1

四、实训步骤

实训内容	学习型工作任务	教学步骤	教学效果评价标准
课堂辩论	把关人在传播中的作用（以《上新了故宫》等文化节目为例）	1. 分组、明确每个学生任务； 2. 讨论、交流、记录； 3. 主持人宣布辩论规则和流程； 4. 正式辩论； 5. 师生总结。	准备充足；观点明确且正确；理论和案例紧密联系；阐述语言精炼直接。

五、注意事项

1. 教师提前于超星学习通平台发放课前任务；

2. 学生必须于课前观看教师制定的视频资料，并进行重点记录；
3. 学生必须在实训时携带纸、笔；
4. 辩论赛总结时教师应适当融入课程思政，提醒学生任何文化传播、文化创新都要以遵纪守法为基础；要有社会责任感，注重社会效应；有传播传统文化、本土文化的自觉性；
5. 教学上应将理论指导与实际训练紧密结合，切忌理论和训练项目脱节；
6. 提醒学生在参与讨论和资料准备时，可以查阅网络资料；
7. 鼓励学生充分发挥自身主观能动性，引导学生主动思考，创新学习；
8. 除了前期准备，严格按照辩论的流程进行，原则上中间不间断。安排学生记录实训时的问题，结束后一起讨论总结；
9. 辩论时间可邀请其他师生进实训室观看。

六、拓展训练与思考

1. 学习学习通教师发放的关于“传播者”“把关人”的论文资料；
2. 拓展：分析把关人在新闻节目中的作用，写一篇 500 字左右的小论文上传至线上平台。

实训项目四 学生课堂：影视文化传播方式分析

一、实训目的

文化传播学是一门理论性较强的课程，授课内容根据学情分析，尽量将理论用学生能接受的方式表现出来，借用多种方法让学生了解相关知识。翻转课堂是以学生为中心，鼓励学生充分利用课下时间主动学习，课上进行分享，师生共同调整的一种方式，这种方式可以激发学生学习的兴趣，在学生比较熟悉和喜欢的影视领域，便于学生用所学知识去分析影视作品。

二、知识要点

影视文化传播的基本特征；影视文化传播的方式。

三、实训内容

目次	内容	学时
项目四	影视文化传播方式分析	1

四、实训步骤

实训内容	学习型工作任务	教学步骤	教学效果评价标准
翻转课堂（学生课堂）	影视文化传播方式分析	1. 提前拷贝资料、分享准备； 2. 第一组分享； 3. 现场问答； 4. 第二组分享； 5. 现场问答； 6. 师生总结。	准备充足；观点明确且正确；案例新颖；分享汇报有效有趣。

五、注意事项

1. 教师提前分好组，且于超星学习通平台发放课前任务；

2. 学生必须利用课下时间准备好充分的资料，建议对准备过程拍照/截图存档；
3. 学生在固定时间内完成分享和答辩，其他学生携带纸、笔记录并提问；
4. 教师总结时应结合最具代表性的案例进行理论融入，思政融入、职业面向融入。将价值塑造、知识传授和能力培养三者有机结合；
5. 教学上应将理论指导与实际训练紧密结合，切忌理论和训练项目脱节；
6. 鼓励学生充分发挥自身主观能动性，引导学生主动思考，创新学习；

六、拓展训练与思考

记录片观看：《城市 24 小时：武汉》，试分析作品中城市文化的传播。

实训项目五 学生课堂：网剧传播的基本特征和传播方式

一、实训目的

文化传播学是一门理论性较强的课程，授课内容根据学情分析，尽量将理论用学生能接受的方式表现出来，借用多种方法让学生了解相关知识。翻转课堂是以学生为中心，鼓励学生充分利用课下时间主动学习，课上进行分享，师生共同调整的一种方式，这种方式可以激发学生学习的兴趣，本次实训分析对象为网剧，在学生比较熟悉和喜欢的领域，便于学生用所学知识去分析传播媒介的特色。

二、知识要点

网络文化传播的基本特征；网络文化传播的方式。

三、实训内容

目次	内容	学时
项目五	网剧传播的基本特征和传播方式	1

四、实训步骤

实训内容	学习型工作任务	教学步骤	教学效果评价标准
翻转课堂（学生课堂）	网剧传播的基本特征和传播方式	1. 提前拷贝资料、分享准备； 2. 第一组分享； 3. 现场问答； 4. 第二组分享； 5. 现场问答； 6. 师生总结。	准备充足；观点明确且正确；案例新颖；分享汇报有效有趣。

五、注意事项

1. 教师提前分好组，且于超星学习通平台发放课前任务；

2. 学生必须利用课下时间准备好充分的资料，建议对准备过程拍照/截图存档；
3. 学生在固定时间内完成分享和答辩，其他学生携带纸、笔记录并提问；
4. 教师总结时应结合最具代表性的案例进行理论融入，思政融入、职业面向融入。将价值塑造、知识传授和能力培养三者有机结合；
5. 教学上应将理论指导与实际训练紧密结合，切忌理论和训练项目脱节；
6. 鼓励学生充分发挥自身主观能动性，引导学生主动思考，创新学习；

六、拓展训练与思考

思考：网剧的逐渐“精品化”对电视传播媒介的影响。完成 500 字分析小论文上传至学习通平台。

实训项目六 学生课堂：网络游戏传播的基本特征和传播方式

一、实训目的

文化传播学是一门理论性较强的课程，授课内容根据学情分析，尽量将理论用学生能接受的方式表现出来，借用多种方法让学生了解相关知识。翻转课堂是以学生为中心，鼓励学生充分利用课下时间主动学习，课上进行分享，师生共同调整的一种方式，这种方式可以激发学生学习的兴趣，本次实训分析对象为网络游戏，在学生比较熟悉和喜欢的领域，便于学生用所学知识去分析网络传播媒介。

二、知识要点

网络文化传播的基本特征；网络文化传播的方式。

三、实训内容

目次	内容	学时
项目六	网络游戏传播的基本特征和传播方式	1

四、实训步骤

实训内容	学习型工作任务	教学步骤	教学效果评价标准
翻转课堂（学生课堂）	网络游戏传播的基本特征和传播方式	1. 提前拷贝资料、分享准备； 2. 学生分享； 3. 现场问答； 4. 所有三个翻转课堂的总结。	准备充足；观点明确且正确；案例新颖；分享汇报有效有趣。

五、注意事项

1. 教师提前分好组，且于超星学习通平台发放课前任务；
2. 学生必须利用课下时间准备好充分的资料，建议对准备过程拍照/截图存档；

3. 学生在固定时间内完成分享和答辩，其他学生携带纸、笔记录并提问；
4. 教师总结时应结合最具代表性的案例进行理论融入，思政融入、职业面向融入。将价值塑造、知识传授和能力培养三者有机结合；
5. 教学上应将理论指导与实际训练紧密结合，切忌理论和训练项目脱节；
6. 鼓励学生充分发挥自身主观能动性，引导学生主动思考，创新学习；

六、拓展训练与思考

思考：如何理解“网络游戏是一把‘双刃剑’”。于下节课上课前进行课上分享。

《新媒体运营》

实训指导书

适用专业：文化市场经营管理专业

编撰人：王倩 解雨点

审阅人：许丽英

修订时间：2020年8月28日

文化旅游系

目 录

第一部分 实训概述.....	3
一、实训条件及要求.....	1
二、实训内容和时间安排.....	1
三、实训成绩评定、考核办法.....	2
四、参考资料.....	3
第二部分 单元实训.....	5
实训一 PPT 基础操作编辑.....	5
一、实训目的.....	5
二、知识要点.....	5
三、实训内容.....	5
四、实训步骤.....	5
五、注意事项.....	7
六、拓展训练与思考.....	7
实训二 PPT 设计的艺术-PPT 制作核心能力.....	7
一、实训目的.....	7
二、知识要点.....	7
三、实训内容.....	7
四、实训步骤.....	7
五、注意事项.....	9
六、拓展训练与思考.....	9
实训三 Photoshop 的基本操作应用.....	9
一、实训目的.....	9
二、知识要点.....	9
三、实训内容.....	9
四、实训步骤.....	10
五、注意事项.....	13
六、拓展训练与思考.....	13
实训四 配套 Photoshop 使用的 PPT 专题应用制作.....	13
一、实训目的.....	13
二、知识要点.....	13
三、实训内容.....	14
四、实训步骤.....	14
五、注意事项.....	14
六、拓展训练与思考.....	15
实训五 建立选题库.....	16
一、实训目的.....	16
二、知识要点.....	16
三、实训内容.....	16
四、实训步骤.....	16

五、注意事项.....	17
六、拓展训练与思考.....	17
实训六 社群运营.....	17
一、实训目的.....	17
二、知识要点.....	17
三、实训内容.....	17
四、实训步骤.....	17
五、注意事项.....	18
六、拓展训练与思考.....	18
实训七 建立选题库.....	18
一、实训目的.....	18
二、知识要点.....	18
三、实训内容.....	18
四、实训步骤.....	18
五、注意事项.....	19
六、拓展训练与思考.....	19
实训八 微信个人号运营.....	20
一、实训目的.....	20
二、知识要点.....	20
三、实训内容.....	21
四、实训步骤.....	21
五、注意事项.....	21
六、拓展训练与思考.....	22
实训九 微信公众号运营.....	22
一、实训目的.....	23
二、知识要点.....	23
三、实训内容.....	24
四、实训步骤.....	24
五、注意事项.....	24
六、拓展训练与思考.....	25
实训十 H5 交互策划.....	25
一、实训目的.....	25
二、知识要点.....	25
三、实训内容.....	26
四、实训步骤.....	26
五、注意事项.....	26
六、拓展训练与思考.....	26

第一部分 实训概述

本课程为文化市场经营管理专业（演艺策划与管理方向）三年制高职学生的专业必修课程，设置4学分68学时，其中实训学时46学时。该课程分为两个学期开设，第4学期36学时，第5学期32学时。其中，第4学期通过对Microsoft Office PowerPoint和Photoshop CC两大软件的学习，提高商务办公技能，提高演艺活动策划能力。学习Microsoft Office PowerPoint按实际业务组织幻灯片内容，比如找素材、定风格、排版美化、加动画，学习Photoshop CC，掌握平面设计基本技能。第5学期以新媒体为研究对象，通过本课程的学习，学生可以深入了解新媒体的定义、特点、构成及应用，分析新媒体的内容生产、新媒体的广告传播、新媒体的创意营销、新媒体的商业模式、新媒体和政治生态以及与新媒体和社会变迁等。

根据专业培养目标，本课程主要通过对新媒体相关基础知识和理论的讲授，增强新媒体理论素养，提升批判性思维能力和创意思维能力。学生可以对先导课艺术策划的基本特征与基本策略有深入的了解，学会结合鲜活的艺术策划案例，解析各个艺术门类及其作品创制中的创意原则以及策划方法，将艺术策划方案有效落地，保障演艺活动的高效实施。

本课程在文化市场经营管理专业中具有极强的地位，是一门综合性、实践性极强的课程，通过对该课程的学习，学生能够运用相关理论解决实际执行中的问题，为毕业实践工作明确起到指导作用。

一、实训条件及要求

（一）实训工具

学习通平台、纸、笔、U盘、手机等。

（二）实训设备

一台供教师使用的多媒体设备（包括投影仪、电脑、屏幕等）；学生人均一台计算机设备；桌椅；以及机房师生网络系统等。

（三）实训要求

结合本专业课程教学特点，积极利用学校、系部现有条件，创造性的开展多媒体教学，应拥有以下先进的教学设施和设备：数字多媒体教室、多功能会议厅、综合实训室等，及投影仪、电脑等仪器设备。同时，学生宿舍和实训室也应接通互联网，才能充分利用校园网络平台进行教学，不断完善网络教学资源，为培养品德高尚、专业基础扎实、综合能力强和具有创新精神的专业人才提供良好的教学环境。

教学过程中充分发挥教学案例和视频的指导示范作用,坚持边讲解、边示范、边练习,因材施教、循序渐进。按照礼仪规范进行严格训练,使学生打下良好的个人素质基础,掌握与人交往与沟通的基本技能,最终能够迅速适应职场环境,较好地与他人进行交往与沟通。

二、实训内容和时间安排

序号	实训内容	学时	备注
1	实训一 PPT2019 的基本操作编辑	8	本课程开设在第 4 学期,需要在计算机机房进行授课
2	实训二 PPT 设计的艺术-PPT 制作核心能力	6	
3	实训三 Photoshop 的基本操作应用	8	
4	实训四 配套 Photoshop 使用的 PPT 专题应用制作	4	
5	实训五 建立选题库	2	本课程开设在第 5 学期,需要在计算机机房进行授课
6	实训六 微信个人号运营	2	
7	实训七 微信公众号运营	4	
8	实训八 H5 交互策划	4	
9	实训九 微博运营	4	
10	实训十 社群运营	4	

三、实训成绩评定、考核办法

考核原则:本课程考核方式建立在过程评价、目标评价、能力获得评价的“三位一体”评价方式理念之上,关注学生个性差异,鼓励学生创新实践。

第4学期的考核由期末考试（50%）+平时成绩“实训一~实训四”（30%）+考勤（20%）三部分组成，采用百分制计分，考试形式为随堂考试。

第5学期的考核由期末考试（50%）+平时成绩“实训五~实训十”（30%）+考勤（20%）三部分组成，采用百分制计分，考试形式为随堂考试。

序号	实训内容	分数	备注
1	实训一 PPT2019 的基本操作编辑	占期末总成绩的 10%	本课程开设在第4学期
2	实训二 PPT 设计的艺术-PPT 制作核心能力	占期末总成绩的 6%	
3	实训三 Photoshop 的基本操作应用	占期末总成绩的 10%	
4	实训四 配套Photoshop使用的PPT专题应用制作	占期末总成绩的 4%	
5	实训五 建立选题库	占期末总成绩的 4%	本课程开设在第5学期
6	实训六 微信个人号运营	占期末总成绩的 4%	
7	实训七 微信公众号运营	占期末总成绩的 6%	
8	实训八 H5 交互策划	占期末总成绩的 6%	
9	实训九 微博运营	占期末总成绩的 6%	
10	实训十 社群运营	占期末总成绩的 6%	

四、参考资料

1. 参考书：第4学期为《Powerpoint2019 制作应用大全》、《PPT 之光》《PPT 制作·设计与演示》等。第5学期为《新媒体运营》（重庆西南师范大学出版社有限公司，出版时间：2019年01月，书号（ISBN）：9787300217925）、《新

媒体运营》（中国工信出版集团，2018年5月）、《新媒体运营实战技能》（中国工信出版集团，2019年5月）

2. 网络资源：超星学习通、学银在线、中国大学慕课、智慧树教育课堂、学堂在线等。

第二部分 单元实训

实训（项目）一 PPT 基础操作编辑

一、实训目的

通过实训使学生掌握软件的安装，初步应用 PPT2019 的基本操作与版式设计，为了巩固专业发展，复合型人才在行业全方位发展，本课程的设计，以帮助学生开拓创意思维，善用多媒体手段将创意策划观点以幻灯片可视化的形式有效展示传播。

二、知识要点

- 1、幻灯片文本编辑训练
- 2、幻灯片图像编辑训练
- 3、幻灯片形状与表格的美化应用
- 4、幻灯片动画与视听功能使用

三、实训内容

目次	内容	学时
项目 1	幻灯片文本编辑训练	2
项目 2	幻灯片图像编辑训练	2
项目 3	幻灯片形状与表格的美化应用	2
项目 4	幻灯片动画与视听功能使用	2

四、实训步骤

实训内容	学习型工作任务	教学步骤	教学效果评价标准
幻灯片文本编辑训练	掌握幻灯片文本编辑方法与艺术化效果	<ol style="list-style-type: none"> 1. 幻灯片文本内容的输入 2. 特殊文字与符号的输入 3. 文本格式的设置 4. 段落格式的设置 5. 利用文本框对文本排版 6. 利用艺术字美化标题 7. 订正幻灯片文本 	要求学生掌握幻灯片文本编辑方法，制作有美感，文字表现与排版遵循版式美学
幻灯片图像编辑训练	掌握幻灯片图像编辑方法与艺术化效果	<ol style="list-style-type: none"> 1、图片的基本操作 2、图片色彩样式的编辑与美化 3、图片与文字的排版 	要求学生掌握幻灯片图像编辑方法，制作有美感，图像表现与排版遵循版式美学
幻灯片形状与表格的美化应用	掌握幻灯片形状与表格的美化应用	<ol style="list-style-type: none"> 1、应用形状构造示意图 2、应用形状图解类型 3、应用 SmartArt 图形 4、幻灯片图表编辑 5、美化图表 6、分析图表 	要求学生掌握幻灯片形状与表格编辑方法，制作有美感，形状、表格的表现与排版遵循版式美学
幻灯片动画与视听功能	掌握幻灯片动画与视听工具的应用	<ol style="list-style-type: none"> 1、幻灯片切换效果 2、动画设置技巧 3、幻灯片对象交互式动作 4、幻灯片视听多媒体 	要求学生掌握幻灯片动画与视听工具编辑方法，制作有美感，动画与视听工具遵循版式美学

使用		体编辑 5、音频素材的处理	
----	--	------------------	--

五、注意事项

1. 指导学生掌握 PPT 与 PS 制作技巧，培养适应文化产业发展需求的，掌握文化市场经营基本知识，具备良好的艺术素养和审美鉴赏能力，以及扎实的文化产品创意策划、营销推广、运作管理能力的管理服务型专门人才。

2. 完善教学环境，最好能在多媒体机房教学，提高教学效果。

3. 教学上应以理论为指导，以训练为主导。建议理论讲授时间占 1 / 3，训练实践占 2 / 3。教学手段尽可能多样化，在讲授、示范、训练、讨论、模拟表达等常规方法的运用过程中，增强学生的学习兴趣。

六、拓展训练与思考

从学生对“行业岗位能力水平的认知”，为了巩固专业发展，复合型人才在行业全方位发展，本课程的设置，以帮助学生开拓创意思维，善用多媒体手段将创意策划观点以幻灯片可视化的形式有效展示传播。

实训（项目）二 PPT 设计的艺术-PPT 制作核心能力

一、实训目的

本阶段课程的设置,致力于实现传统教学中教会学生使用 PPT 转换为将 PPT 制作美观,它要求学生要将所学的各种平面设计理论知识和设计方法综合运用到具体的设计实践中,也是提高学生专业页面设计基本知识和能力的重要途径和手段。

二、知识要点

- 1、PPT 设计思路：主题、效果、字体
- 2、版式设计原则一：版心与对齐
- 3、版式设计原则二：对比与和谐
- 4、版式设计原则三：重复与统一
- 5、版式设计原则四：亲密与层级

三、实训内容

目次	内容	学时
项目 1	PPT 设计思路：主题、配色、字体	2
项目 2	版式设计原则一：版心与对齐	1
项目 3	版式设计原则二：对比与和谐	1
项目 4	版式设计原则三：重复与统一	1
项目 5	版式设计原则四：亲密与层级	1

四、实训步骤

实训内容	学习型工作任务	教学步骤	教学效果评价标准
PPT 设计思路: 主题、配色、字体	掌握 PPT 主题制作思路, 完成主题效果表现	1. 主题与效果 2. 配色与效果 3. 巧用字体	要求学生掌握 PPT 设计思路, 从主题性、色彩感上检验 PPT 页面的制作效果
版式设计原则一: 版心与对齐	掌握幻灯片版面的版心与对齐制作原则, 并在案例中体现。	1、版心概念应用 2、对齐在版面设计中的使用	要求学生掌握幻灯片版面的版心与对齐制作原则, 制作有美感, 版面表现遵循版式美学
版式设计原则二: 对比与和谐	掌握 PPT 中七种常规对比手法	1、字体对比 2、大小对比 3、粗细对比 4、颜色对比 5、前后对比 6、方向对比 7、动静对比	要求学生应用七种常规的对比手法, 制作有美感且和谐的版面
版式设计原则三: 重复与统一	掌握幻灯片版式设计中重复与统一的手法	1、使用重复手法实现页面统一 2、可用于重复原则的四大类设计元素	要求学生掌握幻灯片重复手法, 制作符合逻辑且有美感的 PPT 版面
版式设计原则四: 亲密与层级	掌握幻灯片版式设计中亲密与层级的手法	1、PPT 中影响亲密的两种层级关系 2、PPT 中整体的两种层级关系	要求学生掌握幻灯片亲密与层级的关系, 制作符合逻辑且有美感的 PPT 版面

五、注意事项

1. 指导学生掌握 PPT 与 PS 制作技巧, 培养适应文化产业发展需求的, 掌握文化市场经营基本知识, 具备良好的艺术素养和审美鉴赏能力, 以及扎实的文化产品创意策划、营销推广、运作管理能力的管理服务型专门人才。

2. 完善教学环境，最好能在多媒体机房教学，提高教学效果。

3. 教学上应以理论为指导，以训练为主导。建议理论讲授时间占 1 / 3，训练实践占 2 / 3。教学手段尽可能多样化，在讲授、示范、训练、讨论、模拟表达等常规方法的运用过程中，增强学生的学习兴趣。

六、拓展训练与思考

多从思维层面调整学生的制作思路，实现从版面制作思路到实际应用的全面提高，在实践案例中应该多选择与学生专业相关的题材进行制作。

实训（项目）三 Photoshop 的基本操作应用

一、实训目的

本阶段课程的设置，服务于 PPT 制作的艺术美感，从图像制作上完成演示文稿制作的逻辑效果与视觉美感，它要求学生要将所学的各种平面设计理论知识和设计方法综合运用到具体的设计实践中，也是提高学生专业页面设计基本知识和能力的重要途径和手段。

二、知识要点

- 1、PS 工作界面与软件原理的认识
- 2、PS 仿制图章与修补工具使用
- 3、选区工具的使用
- 4、图像调色与合成
- 5、文字与色彩工具编辑

三、实训内容

目次	内容	学时
项目 1	PS 工作界面与软件原理的认识	1
项目 2	PS 仿制图章与修补工具使用	1.5
项目 3	选区工具的使用与图像调色与合成	2
项目 4	图像调色与合成	2
项目 5	文字与色彩工具编辑	1.5

四、实训步骤

实训内容	学习型工作任务	教学步骤	教学效果评价标准
PS 工作界面与软件原理的认识	1、掌握软件的安装； 2、了解图像的基本知识； 3、认识 PS 的应用领域； 4、初步应用 PS 的基本功能。	1、示范基本操作，介绍软件页面，讲解功能分区 2、学生动手实操，熟悉软件页面与软件原理	掌握 PS 软件的制作页面与功能分区
PS 仿制图章与修补工具使用	掌握 PS 仿制图章与修补工具使用。	运用 PS 的修补工具功能与仿制图章功能去除照片水印。 1、低难度的图片水印修理，针对较为简单的图片水印对应的使用操作便捷工具进行实操训练。 2、中等难度的图片水印修理，针对较为复杂的图片水印对应的使用操作便捷工具进行实操训练。 3、为了图片修理更加精确无暇，主观能动的应用两种工具配套使用。	要求学生熟练掌握仿制图章与修补工具使用，并能主观、灵活应用
选区工具的使用	掌握选区工具的使用	一、图层的概念 （一）图层的基础知识：基本应用与图层的概念；	要求学生掌握选区工具的使用，并能灵活应用选取工具进行抠图处理

		<p>(二) 图层的创建、复制、删除、选择等基本操作。</p> <p>二、认识选区</p> <p>(一) 选取的概念： 选区是通过各种选区绘制工具从图像中提取的全部或部分图像区域，PS 图像中是呈流动的蚂蚁形状显示。</p> <p>(二) 选取的作用： 在图像中建立全区之后，对图像的处理范围将只限于全区内的图像。因此，在选区外的图像处理具有保护作用，约束各种操作支队选区内的图像有效。</p> <p>(三) 演示集中选区建立的基本工具</p>	
图像调色与合成	掌握图像调色与合成	<p>讲解每个功能所对应的功能图标与位置（自动色调、自动对比度、自动颜色）。</p> <p>讲解图片精确调整的内容并了解每个功能所对应的功能图标与位置（亮度/对比度、色阶、调整曲线、曝光度、色相/饱和度、色彩平衡）。</p> <p>综合使用前期选区工</p>	要求学生掌握图像精确调整的方法，考查学生图片出的完成效果，要求图像处理具有美感与艺术感

		具与图像调色合成图片。	
文字与色彩工具编辑	掌握文字与色彩工具编辑	<p>1、文字工具图标认识，输入完文字后必须按提交：ctrl+回车；</p> <p>选中文字工具，在属性栏中设置，也可以打开字符调板设置文字的属性（窗口-字符）；</p> <p>文字转变成位图：在文字图层中右击一栅格化，执行滤镜时可自动转变成位图；</p> <p>艺术字体的下载与效果制作。</p> <p>根据演示讲解，应用字体创建工具，并将自提出安华诚位图成为可编辑模式，从而对字体进行艺术化操作。</p> <p>2、如何进行颜色填充；</p> <p>前景色与背景色的调整与区别；</p> <p>颜色面板组的操作；</p> <p>吸管工具的使用；</p> <p>自定义颜色，渐变工具的使用。</p>	要求学生掌握文字与色彩工具的多功能使用方法，考察学生文字与色彩工具在 PS 中的艺术化应用效果

五、注意事项

1. 指导学生掌握 PPT 与 PS 制作技巧，培养适应文化产业发展需求的，掌握文化市场经营基本知识，具备良好的艺术素养和审美鉴赏能力，以及扎实的文化产品创意策划、营销推广、运作管理能力的管理服务型专门人才。

2. 完善教学环境，最好能在多媒体机房教学，提高教学效果。

3. 教学上应以理论为指导，以训练为主导。建议理论讲授时间占 1 / 3，训练实践占 2 / 3。教学手段尽可能多样化，在讲授、示范、训练、讨论、模拟表达等常规方法的运用过程中，增强学生的学习兴趣。

六、拓展训练与思考

针对学生特点，应加强功能的原理解说，而非单纯的讲述如何操作，从根源上教授学生软件的操作原理，再结合具体的案例制作，能更加有效的将知识传授给学生，所谓授人以鱼不如授人以渔，课程设计需要充分的了解学生以及课程开设缘由，在技能知识教授的同时，应有意识的纳入毕业设计相关内容进行课堂案例练习。

实训（项目）四 配套 Photoshop 使用的 PPT 专题应用制作

一、实训目的

本阶段课程的设置，服务于 PPT 制作的艺术美感，从图像制作上完成演示文稿制作的逻辑效果与视觉美感，它要求学生要将所学的各种平面设计理论知识和设计方法综合运用到具体的设计实践中，也是提高学生专业页面设计基本知识和能力的重要途径和手段。

二、知识要点

- 1、专题应用—大型演艺活动策划 PPT 制作
- 2、专题应用—企业文化培训 PPT 制作
- 3、专题应用—影视项目 PPT 制作

三、实训内容

目次	内容	学时
项目 1	专题应用—大型演艺活动策划 PPT 制作	1.5
项目 2	专题应用—企业文化培训 PPT 制作	1.5
项目 3	专题应用—影视项目 PPT 制作	1

四、实训步骤

实训内容	学习型工作任务	教学步骤	教学效果评价标准
专题应用—大型 演艺活动策划 PPT制作	独立制作演艺 活动策划 PPT	1、实例概述 2、设计整体风格 3、产品推广思路	掌握 PPT 与 PS 工具 综合实操技术，制 作具有逻辑性与艺 术感的策划文档
专题应用—企业 文化培训 PPT 制 作	独立制作企业 文化培训 PPT	1、实例概述 2、设计整体风格 3、添加企业固定信 息 4、制作企业文化标 题、介绍、结束页	掌握 PPT 与 PS 工具 综合实操技术，制 作具有逻辑性与艺 术感的策划文档
专题应用—影视 项目 PPT 制作	独立制作影视 项目 PPT	1、项目整体风格模 版设计 2、项目实施 3、项目可行性分析 4、项目亮点与推广方 案	掌握 PPT 与 PS 工具 综合实操技术，制 作具有逻辑性与艺 术感的策划文档

五、注意事项

1. 指导学生掌握 PPT 与 PS 制作技巧，培养适应文化产业发展需求的，掌握文化市场经营基本知识，具备良好的艺术素养和审美鉴赏能力，以及扎实的文化产品创意策划、营销推广、运作管理能力的管理服务型专门人才。

2. 完善教学环境，最好能在多媒体机房教学，提高教学效果。

3. 教学上应以理论为指导，以训练为主导。建议理论讲授时间占 1 / 3，训练实践占 2 / 3。教学手段尽可能多样化，在讲授、示范、训练、讨论、模拟表达等常规方法的运用过程中，增强学生的学习兴趣。

六、拓展训练与思考

经过学习与练习，工具的应用越来越娴熟，在更高的课程追求与人才培养条件下，需要更加注重审美意识与设计的意识。

实训五 建立选题库

一、实训目的

通过实训使学生掌握建立选题库的方法，明白建立选题库的重要性，使日后具备拟定出色的新媒体作品标题的能力，为后续新媒体运营课程的学习打下基础。

二、知识要点

掌握新媒体运营选题应该具备相关的知识，这些必备的知识是新媒体工作者的日常积累和根据文章需要而进行思考所得。新媒体工作者应该了解建立选题库的必要性，具有对热点事件的敏锐嗅觉，通晓行业发展的规律，明了新媒体运营的现状与发展动态。

三、实训内容

目次	内容	学时
项目 1	引导学生建立九宫格 ——通过九宫格法建立成熟 选题库	2

四、实训步骤

实训内容	学习型工作任务	教学步骤	教学效果评价标准
------	---------	------	----------

建立选题库	分组讨论选题库的涵义	<ol style="list-style-type: none"> 1. 什么是选题 2. 选题的功能 3. 选题库的涵义 	了解选题的基本要素,明确选题是为做出合格的吸引阅读群体与流量热度而服务的
	建立选题库几种常用方法	<ol style="list-style-type: none"> 1. 引导同学们自行讨论搜索建立选题库的方法 2. 介绍九宫格方法 	小组之间互相交流讨论,增加了教学的趣味性,培养了学生独立思考的能力。
	建立九宫格方法的具体实践	<ol style="list-style-type: none"> 1. 组织小组分组 2. 制定主题,布置标题作业 3. 学生在规定时间内利用上节课所学的九宫格法建立属于自己的选题库 	利用合理适当的训练,直接巩固学生的知识基础。培养了学生分工合作的能力。
	为选题库进行专业打分与讨论	<ol style="list-style-type: none"> 1. 引导学生选出自己最满意的两个选题。 2. 按抽签的方式,让学生轮流上台演讲介绍自己的选题 3. 做好整体流程与时间的把控,在每次讲解完之 	采取交流互动的教学方式,使每个同学都能切身参与进来,加深同学们对九宫格方法使用的熟练度,营造出良好的教学

		后对其作出评价与补充。 4. 让学生对自己及他人的选题作出专业打分与讨论。	氛围。
--	--	--	-----

五、注意事项

1. 需要着重培养学生独立思考与发散思维的能力，主要进行引导和训练的把控。

2. 教学上应以理论为指导，以实践为主导。建议理论讲授时间占 1 / 3，训练实践占 2 / 3。教学手段尽可能多样化，在讲授、示范、训练、讨论等常规方法的运用过程中，增强学生的学习兴趣。

六、拓展训练与思考

选题是新媒体作品的立身之本，是吸引流量与目光的最直接的焦点。如何在第一时间了解客户需求，达到打动人心的地步，是我们要思考的问题。

实训六 微信个人号运营

一、实训目的

通过实训使学生掌握微信个人号运营的知识，了解微信个人号运营的流程与基本操作。

二、知识要点

微信个人号是新媒体平台上一个极其重要的部分，能够充分的利用社交媒体的传播优势，来扩大自身的影响，借此来产生产品与个人形象的裂变反应。在运营微信个人号时，必须先明确其产品定位，从而产生个性化的产品定制，同时需要进行稳定且可靠的文化内容输出。

三、实训内容

目次	内容	学时
项目 2	了解微信个人号运营的流程 与基操	2

四、实训步骤

实训内容	学习型工作任务	教学步骤	教学效果评价标准
	引导学生创建	1. 什么是微信个人号	

带领学生熟悉微信个人号运营的流程与基操	微信个人号的私人账号	2. 创建微信个人号账户 3. 了解微信个人号内的各个板块内容	了解微信个人号的基本概念,带领学生进行微信个人号的实践操作
	在微信个人号上发布原创内容	1. 确定文章选题 2. 撰写文章内容 3. 进行文章发布	
	跟进文章的反响分析	1. 制定文章转发量标准评分 2. 引导学生对文章反响情况的分析与思考	

五、注意事项

1. 在微信个人号的运营过程中,应该紧跟时事热点,重视其新闻性特点。
2. 在讲解个人号的一般程序操作时,需要多加利用网上的案例素材,开阔学生视野,使其能够触类旁通。

六、拓展训练与思考

个人号生存的问题就在于大众的关注度,如何做出让大众喜爱的个人号内容,在博眼球与使账户得到更多的订阅之间寻求平衡点,是我们应该思考的问题。

实训七 微信公众号运营

一、实训目的

通过实训使学生掌握微信公众号运营的知识，了解微信公众号运营的流程与基本操作。明确微信公众号与个人账号的区别。

二、知识要点

微信公众号是个人或公司利用公众账号平台进行自媒体活动的线上线下微信互动营销方式的工具，主要是进行一对多的媒体性行为活动。它与微信个人号在功能上大同小异，主要是在社交圈、使用定位、应用介质与关注方式上有着部分区别。

三、实训内容

目次	内容	学时
项目 3	掌握微信公众号运营的流程与基操	4

四、实训步骤

实训内容	学习型工作任务	教学步骤	教学效果评价标准
掌握微信公众号运营的流程与基操	学习新闻稿的撰写	1. 什么是新闻稿 2. 新闻稿的 3. 音乐演出策划的涵义	了解音乐的基本要素,明确音乐是因为人类生存、生

			活的需要而产生、发展的,生活是音乐的源泉
	公众号排版	<ul style="list-style-type: none"> 3. 确立鲜明的主题 4. 确立形式多样的主题 5. 精准受众 	小组之间投票选择出能体现音乐节灵魂的最佳主题
	用户、内容的管理与分析	<ul style="list-style-type: none"> 4. 及时印发文件,扩大节会影响 5. 认真策划节目形式,广泛动员和安排相关参演人员 6. 确定各项工作的负责人,如舞台监督、主持人、舞台联络、灯光、音响控制、话筒保管 	策划落实各项准备工作十分重要,执行到位是保证策划成功的关键
	模拟做好正式演出的组织工作	<ul style="list-style-type: none"> 5. 组织学生观众,禁止闲杂人员扰乱会场秩序 6. 确保所有工作人员、演出人员、领导及评委按时入场 7. 做好舞台演出的指挥,随时检查各工作环节,确保按预案演出 	对各个组织环节进行反思,总结经验,提高组织活动的的能力

五、注意事项

大型节会演出结束后，一般情况下组织人员会在思想上有所放松，容易出现疏漏。演出结束后，要做好演出场所的清理工作，避免各种安全隐患，如观众是否完全离场，水电是否关闭等。及时公布演出结果，对演出的优秀节目进行表彰和奖励。

六、拓展训练与思考

音乐节是生活方式，更是创意产业。如何通过举办音乐节给城市带来经济收入，同时拉动当地旅游业的大型艺术活动，是我们要思考的问题。

实训八 H5 交互策划

一、实训目的

通过实训使学生掌握 H5 概念，以及 H5 内容运营的要素、版面的设计技巧，应用的范围等。

二、知识要点

H5 就是人们常说的 HTML5(全称 Hypertext Markup Language5)，是目前网络上应用非常广泛的语言，也是构成网项文档的主要语言。在微信的大力支持之下，HTML5 网页作为一种营销形式被广泛应用，目前 H5 已成为微信 HTML5 网页的专有名词。常见的 H5 类型包括幻灯片放映型、交互型、游戏型、测试和答题型、提交表单型以及功能型 6 种。但无论 H5 的形式怎样变化，都离不开文案的呈现，可以说文案是 H5 的灵魂。

三、实训内容

目次	内容	学时
项目 4	为各类品牌制作 H5	4

四、实训步骤

实训内容	学习型工作任务	教学步骤	教学效果评价标准
为各类品牌制作 H5	为汽车品牌制作 H5	确定你想制作的 H5 文案的主旨	从文案内容、排版、图片选取、情感等方面进行综合分析
	为蛋糕品牌制作 H5		

	为母婴产品制作 H5		
--	------------	--	--

五、注意事项

H5 的设计中，作者经常注重版面的丰富多样，而忽略了文案主旨。然而重心稳定、主题鲜明的主旨十分重要：

1. 根据营销目标确定文案主旨

根据营销的目标确定主旨是 H5 文案中常用的确定主旨的方式。在创作文案前文案人员首先要明白文案的目标是什么，需要确认文案的营销目标是活动宣传，还是产品或品牌推广。

例如奥妙洗衣液借母亲节推出的 H5 营销文案，这篇文案的写作目的在于借助母亲节引起受众的情感共鸣，促进品牌的推广和产品的销售。它围绕“谢谢妈妈”这一主题，配合视频和简单感性的语言，来勾起广大受众对母亲的感心理，也为奥妙博得了不少人的好感。

2. 根据受众层次及心理确定文案主旨

广受好评的文案一般都是站在受众的角度进行考虑的，所以根据受众层次及心理来确定 H5 文案的主旨也是一个绝妙的方法，这样的文案在写作前会要求了解或者调查受众的类型和心理需求，因此也能更准确地抓住目标受众的心理，引起他们的兴趣，从而达到营销的效果。

例如陌陌名为“孤独实验室”的测试型 H5 营销文案就是这种手法。陌陌面对的受众是当代年轻人，这些年轻人大多在二十岁左右，他们要么是大学生，要么已经步入了社会，更能体验到在社交网络发达的社会所带来的孤独。该文案从他们的这种心理出发，抓住他们心中普遍存在的“孤独感”作为文案的主题，来触及用户的心灵。

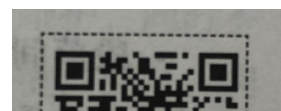
六、拓展训练与思考

拓展训练——创意的 H5 文案

H5 作为一种内容营销，其每一个字词、句子的运用，每张图片塑造的场景、传达的思想和情感等都会对文案最后的营销效果起到非常重要的作用。H5 因为其表现形式的丰富性，更容易产生各种不同的创意，所以创意在 H5 文案中有着非常重要的作用。况且文案越有创意，越能吸引受众的注意力。

那么怎样才算有创意的文案呢？

一方面可以从图片和设计场景入手，给受众带来冲击力和新奇感；另一方面可从文字入手来配合图片，营造一种具有感染力的氛围。不管文案是触动人心、激



发想象，还是搞笑逗乐，只要能吸引消费者，让他们惊叹和佩服，他们就会认为这篇文案是一篇非常有创意的文案，还会乐意进行分享传播，这样文案就达到了营销的目的。

西斯的《说!到底招不招》H5 招聘文案就很有创意。该文案从一开始就营造了一个“刑讯逼供”的场景，配合独特的音效让人感到惊心文案(说到底招不招)。

实训九 微博运营

一、实训目的

通过实训使学生掌握微博运营的概念，熟练进行微博文案营销，注重微博价值的传递、内容的互动、系统的布局和准确的定位，掌握品牌故事文案的技巧。

二、知识要点

微博文案的创作是建立在对微博的熟悉度和掌控之上的，了解微博平台的账号类型、微博的价值、传播特点、微博文案的特点等内容会让文案人员更了解微博文案的写作方向和营销的对象，文案人员也将会足够重视微博文案在推广和销售中的作用，并写出更具有传播力和营销效果的文案内容。

微博账号类型分为：

1. 个人微博。
2. 企业微博。
3. 政务微博。
4. 组织机构微博。
5. 其他微博。

品牌故事文案技巧包含：

1. 择复杂的语境

语境即语言环境。狭义的语言环境主要是指进行语言活动所需的时间、场合、地点等因素，也包括表达、领会的前言后语和上下文，是语言活动的现场。广义的语言环境则是社会的性质和特点，使用者的职业、性格、修养和习惯等。

在进行品牌文案故事写作的过程中，尽量不要使用单一的语言环境，而是要对故事的发生、发展进行多种可能性的描述，提高故事的可读性和复杂性。

如Dior(迪奥)的品牌故事第一段话：“1946年时装设计师 Christian Dior. 先生在偶然的机会下巧遇商业大亨 Marcel Boussac，两人一拍即合，于巴黎最优雅尊贵的蒙田大道 30 号正式创建第一家个人时装店，招聘 85 位员工并投入

6000 万法郎资金，全店装潢以 Dior 先生最爱的灰白两色与法国路易十六风格为主。”

2. 引发独特的思考

不同的事情可以引发不同的思考，同一件事不同的受众阅读所引发的思考也不相同。从一定意义上来说，故事能够带给人们怎样的思考也是决定其质量高低的一个因素。因此写作故事时要充分开拓自己的思路，去思考这个故事能带给受众什么样的思考体验，例如“褚橙”创始人时健的创业故事就告诉人们逆境也不放弃奋斗的可贵精神，十分励志。

3. 揭示人物心理

人物的行为是故事的表面现象，人物的心理则是故事发展的内在依据。对人物的心理进行描写就是对人物内心的思想活动进行描写，以反映人物的内心世界，揭露人物欢乐、悲伤、矛盾、忧虑或希望的露情绪，从而更好地进行人物性格的刻画。

人物心理描写的方法有很多，其目的都是为了表现人物丰富而复杂的思想感情，让故事更加生动形象和真实，且能够表达出文案人员自己的看法和感受。

4. 增强可读性

可读性是指故事内容吸引人的程度，以及故事所具有的阅读和欣赏价值。特别是在当今的互联网“快餐时代”，如何将品牌文化故事写得生动有趣，引起受众的共鸣是大部分品牌都在思考的问题。提升品牌故事的可读性可从以下 3 点内容出发进行考虑。

三、实训内容

目次	内容	学时
项目 5	用微博讲好品牌故事	4

四、实训步骤

实训内容	学习型工作任务	教学步骤	教学效果评价标准
用微博讲好品牌故事	概述可从哪些方面突出品牌故事的主题	从人物、背景、环境、情节和抒情语句中任选一个举例表达	符合品牌故事文案 4 个写作技巧
	寻找一篇能给	在这个过程中分析它是	

	人独立思考的品牌故事,谈谈它让你学到了什么	从什么角度来展开故事的,为什么能引人深思	
--	-----------------------	----------------------	--

五、注意事项

如何进一步增强可读性:

1. 故事的新颖度:新颖的品牌故事能够让人眼前一亮,给人一种醒目的感觉,让自己的品牌故事不落俗套、充满创意。它不仅能让你的文案在众多同类型的文案中脱颖而出,还能加深受众对品牌的印象。

2. 情感的丰富性:故事是否丰满,人物形象是否立体,矛盾是否激烈,情感叙述是否能够深入人心引起受众的共鸣,是文案能否打动受众的关键。

3/语言叙述得体:品牌故事的语言不能使用太专业或技术性的词江,而是应该尽量简单、通俗易懂,让受众能够快速明白所讲述的内容。

六、拓展训练与思考

拓展训练思考——如何为微博文案选取一个合适的发布时间?

发布微博并没有固定的时间段,需要根据实际反馈和博数据进行动态调整,例如可测试出活跃度最高、转发评论最多的时间段,将重要博安排在该时间段发布;也可以根据微博定位的目标人群使用网络的习惯进行发布,例如针对上班族,文案人员可以选择上下班途中、午休时间进行发布,针对学生族,文案人员则在晚上发布也能收获不错的效果。

此外,针对不同类型的微博,也可以选择不同的发布时间,例如节日微博,通常在节日之前就要开始预热,特别是需要开展活动的节日微博;热点事件根据传播程度可以在网络用户活跃的时间段内的任意时间抢先发布,还可以间隔发布多条与粉丝保持互动,扩大影响力。

实训十 社群运营

一、实训目的

通过实训使学生掌握社群运营的概念，社群文案是社群中营销目标得以实现的必要手段，社群营销做得好，需要文案的引流。在写作社群文案之前，文案人员需要了解基础知识内容。

二、知识要点

社群是由一群有共同兴趣、认知、价值观的受众组成的，社群成员在某方面的特点越相似，就越容易建立相互间的感情联系。所以要想在某个社群发布文案时要先明确其社群定位，辨别社群类型和成员喜好，这样才能推出契合群员兴趣的活动和内容，不断强化社群的兴趣标签，给社群带来共鸣。

三、实训内容

目次	内容	学时
项目 6	社群文案的注意事项	4

四、实训步骤

实训内容	学习型工作任务	教学步骤	教学效果评价标准
社群文案的注意事项	社群文案中如何设计小众主题的内容	讲清楚小众主题的具体涵义，再列举某些你知道的小众主题的例子	清晰的设计思路和逻辑，举例丰富多样发
	如何凸显社群文案的价值	从内容的具体表现作答，包括展示群员的需求、产	小组之间投票选择最佳文案

		品特点、优惠等	
	若让你推广某件短袖，你会提供哪些产品信息	可提供搭配、优惠等信息	直白精炼，有吸引力

五、注意事项

在社群文案中，使用生僻、专业的词语去解释活动、解释产品并不会让人觉得很舒服，反而会让群员觉得不能理解或不甚理解，以至于丧失深入了解的兴趣。所以文案的关键信息最好用直白通俗的语言去表达，这才是引流吸粉的正确方法，而不是写成自嗨式文案，否则会造成自己的消费群体流失。

六、拓展训练与思考

拓展延伸：如何在社群中设置打卡规则，维持良好的社群秩序？

一个打卡社群，如果没有设置严谨的规则，很难持续运营下去，也很难获得良好的效果。一般来说，为了保证社群成员能够坚持打卡，积极实现个人目标，主要可以从以下 4 个方面对规则进行设置。

1. 激励规则：为持续打卡、表现优秀的成员设置特殊的奖励，奖励可以是多种形式的，如物质、精神、荣誉等，也可以根据打卡成员的个性、特色、职业等为其设置专门的奖项，体现个性化，提高社群成员的打卡积极性。

2. 监督规则：监督规则是指管理人员对社群打卡情况进行统计、管理和监督并通过消息或通知发布打卡情况。这一方面可以激励未打卡的成员积极完成打卡，另一方面已打卡成员通过打卡情况公布，可以产生自己的付出有“被看到”的感觉，从而产生持续打卡的信心。

3. 押金规则：设置押金积分制度，入群成员需缴纳一定押金，完成目标后退还押金，未退还的押金则作为奖金，奖励给表现优秀的成员。

4. 淘汰规则：设置淘汰制度，对于打卡完成度不高的社群成员进行淘汰，或者给予打卡完成度不高的成员一些惩罚，或者要求其进行某方面的补偿。为了保持社群成员持续打卡的积极性，建议定期或者不定期对规则进行优化和升级，总结每一次的打卡情况，增加社群成员的体验感，删除效果不好的规则，保持社群成员持续的新鲜感。

《公关与危机处理》

实训指导书

适用专业：文化市场经营管理专业

编撰人：鲁筱杰

审阅人：许丽英

修订时间：2020年8月28日

文化旅游系

目 录

第一部分 实训概述.....	1
一、实训条件及要求.....	1
二、实训内容和时间安排.....	2
三、实训成绩评定、考核办法.....	3
四、参考资料.....	3
第二部分 单元实训.....	4
实训（项目）一 公关危机案例分享会.....	4
一、实训目的.....	4
二、知识要点.....	4
三、实训内容.....	4
四、实训步骤.....	4
五、注意事项.....	5
六、拓展训练与思考.....	5
实训（项目）二 软文写作训练.....	6
一、实训目的.....	6
二、知识要点.....	6
三、实训内容.....	6
四、实训步骤.....	6
五、注意事项.....	7
六、拓展训练与思考.....	7
实训（项目）三 公关广告文案写作训练.....	8
一、实训目的.....	8
二、知识要点.....	8
三、实训内容.....	8
四、实训步骤.....	8
五、注意事项.....	9

六、拓展训练与思考.....	9
实训（项目）四 新闻发布会现场执行.....	10
一、实训目的.....	10
二、知识要点.....	10
三、实训内容.....	10
四、实训步骤.....	10
五、注意事项.....	11
六、拓展训练与思考.....	11
实训（项目）五 公关新闻稿的写作训练.....	12
一、实训目的.....	12
二、知识要点.....	14
三、实训内容.....	14
四、实训步骤.....	14
五、注意事项.....	13
六、拓展训练与思考.....	13

第一部分 实训概述

“公关与危机处理”在文化市场经营管理专业中属于专业必修课程，设置2学分32学时，其中实训学时10学时。本课程是对公共关系和危机管理的原则、理论、方法和实践的介绍。

本课程应使学生掌握公共关系概述、危机概述、公共关系的公众心理研究等基本理论和基础知识；培养学生运用基本理论分析、解决实际问题的能力；初步形成公关策划和公关实务操作的能力。

通过本课程的学习，培养学生强烈的公关意识，让学生了解公关关系在组织中的地位和作用；深入理解公关关系原理的整体结构和公关关系实务的可操作性，掌握处理危机的技巧；查阅相关资料，自主学习。能为文旅演艺、文化创意策划等项目的组织开展架构比较完善的舆论保障体系；对学生其他课程的学习以及未来工作生活都能起到良好的指导作用。

一、实训条件及要求

（一）实训工具

Wps office 软件，其他应用型网站等。

（二）实训设备

一台多媒体设备（包括投影仪、电脑、屏幕等）；一台打印机机；配套的桌椅；配套插线板 10 套；其他用品（如 A4 纸等）。

（三）实训要求

实训环境要求：结合专业课程的教学特点，积极利用学院、系部现有条件，创造性的开展多形式、信息化教学，首先应拥有以下先进的教学设施和设备：策划实训室、基础实训室、电子阅览室、多媒体教室、虚拟讲解实训室、实验剧场等，以及配置电脑、投影仪、打印机、摄像机等基础仪器设备。同时，实训室也应接通互联网，充分利用校园网络平台进行教学，不断完善网络教学资源，为培养品德高尚、专业基础扎实、综合能力强和具有创新精神的专业人才提供良好的教学环境。

教师要求：教学过程中充分发挥指导示范作用，坚持案例真实和实训情景真实，实训中既要打造尽可能真实的环境，也要教师结合学生实际水平进行示范，因材施教、循序渐进。实践教学前要撰写活页式教学手册，认真组织实践教学，抓好重点，全面指导，保证每次实践都能收到应有的教学成果。实训时充分调动学生的自主动手能力，学习的积极性，思维的创造性。

每次实践结束后，都要组织学生进行线上的课后探讨，交流实践过程中的成果和心得，促进学生相互学习的激情；同时，根据学生的期末实操成绩综合评定学生的成绩。

学生要求：重视实践课的学习，实践课前，学生要在老师的指导下做好实践的课前预习和课前准备，实践教学活动中，要服从老师的统一安排和指挥，遵章守纪；积极主动，有创造性参加实践活动；积极主动的参加实践练习。

二、实训内容和时间安排

序号	实训内容	学时	备注
1	项目一 公关危机案例分享会	1	策划实训室
2	项目二 软文写作训练	1	策划实训室
3	项目三 公关广告文案写作训练	1	策划实训室
4	项目四 新闻发布会现场执行	6	策划实训室
5	项目五 公关新闻稿的写作训练	1	策划实训室
		10	

三、实训成绩评定、考核办法

“公关与危机处理”课程实训内容较多，设计的内容形式也较多。一般采用现场表现和文字汇报的形式进行考核。

考核内容包括以下几方面：

现场讨论（发言频率、内容、语言表达等）

方案（内容观点、排版格式、创新创意）

情境演练（岗位任务、临场发挥、语言表达）。

实训成绩评定按照上述考核的内容，由多部分组成，采用百分比。特殊情况说明：

小组实训：小组共同参与实训，学生分数由小组总成绩（80%）+个人突出表现（20%）构成；

个人训练则汇总各项内容所占分值。

四、参考资料

1. 参考书：

《危机公关：理念、制度与运作路径》，于晶主编，华东师范大学出版社，2014.

2. 线上资源：

①课程：公关与沟通：“互联网+”社交机制与艺术

开课学院：渤海大学

平台：中国大学 MOOC

网址：<https://www.icourse163.org/course/BHU-1003469014>

②课程：商务素养

开课学院：哈尔滨工业大学

平台：中国大学 MOOC

网址：<https://www.icourse163.org/course/HIT-1001515007>

③课程：传播心理学

开课学院：浙江工贸职业技术学院

平台：中国大学 MOOC

网址：<https://www.icourse163.org/course/ZJITC-1453138164>

此外，还根据实训需要参考部分网站和影视资源。

第二部分 单元实训

实训项目一 公关危机案例分享会

一、实训目的

“公关与危机处理”是一门应用性、综合性较强的课程，授课内容根据学情分析，尽量将理论与学生熟知的案例结合起来，借用多种灵活的方法让学生了解公共关系原理，掌握危机处理的方法和手段。本次按实训课程中的案例分享会，培养学生自主学习的能力，通过大量案例让学生初步了解公关与危机处理的方法和作用。

二、知识要点

公共关系与危机处理相关概念。

三、实训内容

目次	内容	学时
项目一	公关危机案例分享会	1

四、实训步骤

实训内容	学习型工作任务	教学步骤	教学效果评价标准
案例分享	公关危机案例分享	1. 抽签确定分享顺序； 2. 逐个分享； 3. 学生展开讨论，评选“印象”最深案例； 4. 教师点评； 5. 师生借案例进行相关知识点的巩固复习。	案例具有代表性；分享讲述清晰有趣；能够借助其他信息化手段辅助。

五、注意事项

1. 教师提前于超星学习通平台发放课前任务；
2. 学生必须于课前查找资料，准备好分享的案例；
3. 学生必须携带纸、笔；
4. 案例分析时教师应适当融入课程思政，提醒学生任何危机处理，公关宣传行为都要以遵纪守法为基础；要有社会责任感，注重社会效应；
5. 教学上应将理论指导与实际训练紧密结合，切忌理论和训练项目脱节。
6. 为确保每位同学都能有分享机会，教师根据学生人数固定好每个人的分享时间和整个流程计划。

六、拓展训练与思考

1. 将个人分享案例上传至学习通平台共享；
2. 思考：媒体在公关危机处理中的作用。

实训项目二 软文写作训练

一、实训目的

“公关与危机处理”是一门应用性、综合性较强的课程，授课内容根据学情分析，尽量将理论与学生熟知的案例结合起来，借用多种灵活的方法让学生了解公共关系原理，掌握危机处理的方法和手段。本次进行软文写作练习，能培养学生的法治意识，提升个人的文字写作水平和公关宣传的能力。

二、知识要点

软文写作的技巧和方法。

三、实训内容

目次	内容	学时
项目二	软文写作练习	1

四、实训步骤

实训内容	学习型工作任务	教学步骤	教学效果评价标准
个人写作训练	软文写作练习	<ol style="list-style-type: none">1. 回顾理论知识；2. 教师发布题目要求；3. 学生现场撰写一篇 500 字软文；4. 分享与交流。	内容明确； 突出软文写作要素； 具有可行性和创新性双重属性。 文字表达水平较高。

五、注意事项

1. 教师课前提醒学生必须携带纸、笔；
2. 教师应适当融入课程思政，提醒学生任何危机处理，公关宣传行为都要以遵纪守法为基础；要有社会责任感，注重社会效应；
3. 提醒学生在完成软文写作前不查阅手机，保证作品原创性。完成后可结合网上资源拓展学习。
4. 学生训练时，教师应随时走到学生身边去，了解学生在完成时写作的困难，并给与指导帮助。
5. 允许学生在写作时佩戴耳机等设备，营造比较真实的实训环境。
6. 教师必须对每位学生的训练给予指导和建议。

六、拓展训练与思考

1. 修改完善个人的软文写作，并将完整作品上传至学习通平台共享；
2. 思考：软文与新闻稿的区分。

实训项目三 公关广告文案写作训练

一、实训目的

“公关与危机处理”是一门应用性、综合性较强的课程，授课内容根据学情分析，尽量将理论与学生熟知的案例结合起来，借用多种灵活的方法让学生了解公共关系原理，掌握危机处理的方法和手段。本次进行公关广告文案写作练习，能提升个人的文字写作水平和公关宣传的能力。

二、知识要点

公关广告写作的技巧和方法。

三、实训内容

目次	内容	学时
项目三	公关广告文案写作训练	1

四、实训步骤

实训内容	学习型工作任务	教学步骤	教学效果评价标准
个人写作训练	公关广告文案	<ol style="list-style-type: none">1. 经典案例学习,更清晰地了解文案的格式;2. 教师发布题目要求;3. 学生现场撰写一篇公关广告文案;4. 师生分享与交流。	内容明确; 突出广告文案写作要素; 具有可行性和创新性双重属性。 文字表达水平较高。

五、注意事项

1. 教师课前提醒学生必须携带纸、笔；
2. 教师应适当融入课程思政，提醒学生任何公关宣传文字内容都要以遵纪守法为基础；要有社会责任感，在经济效益面前，要更加注重社会效应；
3. 提醒学生在完成文案写作前不查阅手机，保证作品原创性。完成后可结合网上资源拓展学习。
4. 学生训练时，教师应随时走到学生身边去，了解学生在完成时写作的困难，并给与指导帮助。
5. 允许学生在写作时佩戴耳机等设备，营造比较真实的实训环境。
6. 教师必须对每位学生的训练给予指导和建议。

七、拓展训练与思考

修改完善个人的软文写作，并将完整作品上传至学习通平台共享；

实训项目四 新闻发布会现场执行

一、实训目的

“公关与危机处理”是一门应用性、综合性较强的课程，授课内容根据学情分析，尽量将理论与学生熟知的案例结合起来，借用多种灵活的方法让学生了解公共关系原理，掌握危机处理的方法和手段。本次进行新闻发布会现场模拟练习，让学生对新闻发布会的流程、注意事项等更加清晰，拉近学生和行业的距离，同时也可以提升学生的现场执行能力和沟通协商能力。

二、知识要点

新闻发布会的流程和注意事项。

三、实训内容

目次	内容	学时
项目四	新闻发布会现场模拟练习	6

四、实训步骤

实训内容	学习型工作任务	教学步骤	教学效果评价标准
情景练习	新闻发布会现场模拟练习	<ol style="list-style-type: none">1. 提前分组，抽签分工，全班共分为2组，共举办两场发布会（不同内容）；2. 在固定时间内完成布景、学生提前准备好道具、设备；3. 发布会第一场（流程包括“记者”问答）；4. 发布会第二场；	<ol style="list-style-type: none">1. 是否顺利完成发布会；2. 组员分工是否明确；3. 现场流程、效果评测。

		5. 行业发布会视频观看； 6. 结合案例和学生训练进行分析总结。	
--	--	--------------------------------------	--

五、注意事项

1. 应提前进行分组和岗位抽签，学生小组应利用课下时间进行讨论和准备；
2. 可邀请其他教师、低年级学生代表前往实训室观摩，增强表演学生的自信心和荣誉感；
3. 在学生真正练习的过程中，教师及时记录现场问题和学生突出表现，但不应该打断学生的完整过程，应在两组全部训练结束后进行总结。提醒学生作为一名文化传播者，文字内容和言行举止都要要有社会责任感，注重社会效应；有传播传统文化、本土文化的自觉性。
4. 鼓励学生对实训内容进行录制；
5. 教师应准备把握实训节奏，最好课前准备明确的时间表，师生按照时间表进行每一项任务。

六、拓展训练与思考

1. 学生对个人现场执行的表现做出总结，形成说明性报告上传学习通平台；
2. 结合本次实训思考：新闻发布会在公关与危机处理中的作用。

实训项目五 公关新闻稿的写作训练

一、实训目的

“公关与危机处理”是一门应用性、综合性较强的课程，授课内容根据学情分析，尽量将理论与学生熟知的案例结合起来，借用多种灵活的方法让学生了解公共关系原理，掌握危机处理的方法和手段。本次进行公关新闻稿写作练习，能提升个人的文字写作水平和公关宣传的能力。

二、知识要点

公关新闻稿写作的技巧和方法。

三、实训内容

目次	内容	学时
项目四	公关新闻稿的写作训练	1

四、实训步骤

实训内容	学习型工作任务	教学步骤	教学效果评价标准
个人写作训练	公关新闻稿的写作训练	<ol style="list-style-type: none">1. 行业案例学习，更清晰地了解新闻稿的格式；2. 教师发布题目，为学生自己的新闻发布会撰写新闻稿；3. 学生现场撰写公关新闻稿；4. 师生指导，生生交流。	内容明确； 突出新闻稿的写作要素； 具有可行性； 文字表达水平较高。

五、注意事项

1. 教师课前提醒学生必须携带纸、笔；
2. 教师应适当融入课程思政，提醒学生任何公关宣传文字内容都要以遵纪守法为基础；要有社会责任感，在经济效益面前，要更加注重社会效应；
3. 提醒学生在完成新闻稿写作前不查阅手机，保证作品原创性。完成后可结合网上资源拓展学习。
4. 学生训练时，教师应随时走到学生身边去，了解学生在完成时写作的困难，并给与指导帮助。
5. 允许学生在写作时佩戴耳机等设备，营造比较真实的实训环境。
6. 教师必须对每位学生的训练给予指导和建议。

六、拓展训练与思考

修改完善个人的公关新闻稿的写作，并将完整作品上传至学习通平台共享；

《摄影摄像基础》

实训指导书

适用专业：文化市场经营管理专业

编撰人：刘橙

审阅人：许丽英

修订时间：2020年8月29日

文化旅游系

目 录

第一部分 实训概述.....	1
一、实训条件及要求.....	1
二、实训内容和时间安排.....	1
三、实训成绩评定、考核办法.....	1
四、参考资料.....	2
第二部分 单元实训.....	3
实训（项目）一 室外自然条件下的曝光.....	3
一、实训目的.....	3
二、知识要点.....	3
三、素材准备.....	3
四、实训内容.....	3
五、实训步骤.....	3
六、注意事项.....	3
七、参考效果.....	3
八、拓展训练与思考.....	3
实训（项目）二 摄影构图.....	4
一、实训目的.....	4
二、知识要点.....	4
三、素材准备.....	4
四、实训内容.....	4
五、实训步骤.....	4
六、注意事项.....	4
七、参考效果.....	4
八、拓展训练与思考.....	5
实训（项目）三 专题摄影.....	6
一、实训目的.....	6
二、知识要点.....	6
三、素材准备.....	6
四、实训内容.....	6
五、实训步骤.....	6
六、注意事项.....	7
七、参考效果.....	7
八、拓展训练与思考.....	7

第一部分 实训概述

该课程为文化市场经营管理（演艺策划与管理方向）【专业代码:650402】三年制高职学生的专业必修课，设置 2 学分 32 学时，其中实训学时 24 学时。本课程通过学生通过学习理论影像课程，结合单反、专业摄像机、以及各类后期软件的专业技能课程，系统掌握摄影摄像机器、软件的操作技巧，采用一系列的实例和实操项目来学习和掌握影视前期、后期制作方法和方式，并能把相关知识与实际相结合，制作出完整、专业的影视作品。提高学生的审美鉴赏能力及评价能力，提高人文素养，促进学生全面发展。

一、 实训条件及要求

（一） 实训工具

单反摄像机、LED 灯具组、太阳灯组、柔光罩、三脚架、反光板、SD 储存卡等。

（二） 实训设备

多媒体摄影棚（包含绿背、电脑、灯光组、实时监视器）；多种类静物；桌子；椅子。

（三）实训要求

培养学生的摄影与摄像创作能力，磨练摄影的基本功底，培养学生的镜头感，能在摄影、摄像作品的创作中灵活运用镜头语言。使学生能够对所学理论知识与实际运用相联系。能够熟练地操作常用的照相机和摄像机，以及相应的周边器材；掌握不同环境下的各种曝光决定。能够运用摄影的眼光去观察各种现象以及事物的变化规律。进一步培养学生的实践能力、动手能力，提高学生审美鉴赏能力。

二、实训内容和时间安排

序号	实训内容	学时	备注
1	实训一 室外自然光条件下的曝光	8	
2	实训二 摄影构图	8	
3	实训三 专题摄影	8	

三、实训成绩评定、考核办法

实训成绩由课堂实践展示与课后实践作业两部分组成，按百分制计分，两个考核部分各占 50%。

四、参考资料（参考书、网络资源等）

1. 参考书：《摄影摄像基础》、《摄影构图》、《Premiere 实用教程》。
2. 网络资源：网络视频资源网站，包图网、千图网等。

第二部分 单元实训

实训（项目）一 室外自然光条件下的曝光

一、实训目的

在室外自然光条件下，能够运用TTL测光系统从不同的拍摄角度进行正确测光，准确曝光，达到一般摄影的技术保障目的。

二、知识要点

- 1、TTL 测光系统的正确运用。
- 2、光圈与快门、感光度的关系。

三、素材准备

- 1、室外自然条件下的曝光决定 PPT
- 2、可提供手动曝光系统的摄影器材
- 3、各类室外拍摄场景的准备

四、实训内容

- 1、学会运用 TTL 测光系统进行曝光值的测定。
- 2、通过光圈与速度的不同组合，理解互易律的有关知识。
- 3、学会运用光圈控制景深的方法。
- 4、在自然光条件下，对同一景别、同一拍摄点，采用不同的光圈与速度组合进行拍摄：
- 5、要求每组的两张照片在曝光值不变的情况下，光圈与速度组合不同。

五、实训步骤

- 1、操作单反：按老师的示范进行操作。操作时注意避开强光照射。
- 2、调整感光度：按照实例要求的感光度，调整相机的感光度盘至相应位置。
- 3、拍摄
 - (1) 快门优先拍摄。要求用较高速度和较低速度各拍一张。
 - ② (2) 光圈优先拍摄。要求用较小光圈和较大光圈各拍一张。
 - (3) 观察数值变化后曝光效果的不同

六、注意事项

1、相机属精密仪器设备，各机构的操作都必须做到轻拿轻放，严禁强拉、强拧、强按。

2、严禁手及其它物体触及镜头前的光学镜片，以防脏污及划伤镜片，影响成像质量。

七、参考效果

学生能够基本掌握相机曝光系统的基本操作方法，掌握不同光线环境下的正确曝光。

八、拓展训练与思考

1、通过课后练习在弱光环境下利用课中学习指导思考怎样提高曝光准确度。

2、根据课上所学的曝光知识，分别以照片组的形式提交主题照片集。

实训（项目）二 摄影构图

一、实训目的

用所学的构图知识组织画面进行拍摄。使学生能够将所学的构图知识运用于实际拍摄之中。对构图原理以及摄影艺术语言的表达有更进一步的认识。要求所拍画面要符合一定的构图原则，具有一定的艺术品味。

二、知识要点

- 1、运用“三分法”构图原理
- 2、横向与竖向画幅的水平、垂直线条的构图关系
- 3、构图的细节要点

三、素材准备

- 1、构图基础知识 PPT
- 2、拍摄场景的准备。

四、实训内容

- 1、横向与竖向画幅各拍摄一张景物照片（如田野、山川、河流、湖泊、小路、长廊、平排房、路边的一排杨树、楼宇、静物等）注意画面的水平线条与垂直线条之间的关系。
- 2、运用“三分法”构图原理，横向与竖向画幅各拍摄一张人物照片。

五、实训步骤

- 1、检查相机，安装 SD 卡，调节感光度盘，做好拍摄前的准备工作。
- 2、按实习任务的要求进行拍摄。注意要用“三分法”进行画面的选取，用摄影艺术语言去组织画面的内容。画面要符合人的视觉习惯。
- 3、将拍摄数据进行记录，关系影像的变化，总结经验

六、注意事项

- 1、注意不同场景中沟通法则的运用。
- 2、结合上节实训课内容，账号不同曝光方法在沟通中的综合运用。

七、参考效果

学生能够将所学的构图知识运用于实际拍摄之中，并拍摄镜头审美感有一定的增强。

八、拓展训练与思考

片

- 1、根据构图法则，拍摄一组不同场景及人物的“三分法”构图主题照
- 2、以个人形式，上台对自己的照片内容进行讲解及讨论。

实训（项目）三 专题摄影

一、实训目的

使学生能够运用所学知识，根据不同的场合与需要，拍摄出曝光准确、构图合理，画面内容生动、视点清楚、意境比较深刻的摄影作品。

二、知识要点

- 1、各类专题摄影题材的拍摄方法及技巧
- 2、多次曝光的操作方法
- 3、室内外拍摄灯光配置方法

三、素材准备

- 1、专题摄影 PPT
- 2、拍摄场景（包含棚内场地及灯光）的准备。

四、实训内容

- 1、合影与证件照拍摄。
- 2、新闻与纪实摄影。
- 3、体育与舞台摄影。
- 4、风光摄影（包括日出与日落、月夜与都市霓虹灯、云海雪雾与江湖瀑布、户外花卉与田园风光等）。

五、实训步骤

- 1、合影拍摄：要求大家以本班同学为对象，拍两张室外合影照片。
 - （1）用光一定要遵守不用侧面光和逆光的原则，而应采用前侧光或正面
 - （2）相机应装上三脚架以保持水平，调整三脚架的高度，使镜头对准队列的中心。画面的四周要留有一定的空间，以合乎审美要求。
 - （3）拍合影，为了把所有人都拍清晰，最好用小光圈以扩大景深。如果光线充足，不妨在 $f/11 \sim f/16$ 之间来选择
- 2、新闻摄影：新闻摄影的技术特点是抓住瞬间。要求在室外拍摄一组（2~4张）报道学生打篮球赛的照片。
 - （1）来到篮球操场，找好位置（一般镜头对准篮筐为佳）测好光，根据需要选定光圈快门组合，确定好距离，做好拍摄准备。
 - （2）当有上投篮时，果断按下快门。
 - （3）也可以拍摄一些场上拼抢动作的照片，以上是采用抓拍技术。
 - （4）还可以拍摄围观的观众的情况。
- 3、舞台摄影

(1) 拍摄者要提前进入现场，如果有变焦镜头，拍摄位置选在前四、五排过道为佳，若只有标准镜头，那在前一排的过道最好。

(2) 拍摄者要熟知舞台灯光的配置规律和照度。最好把光圈固定在最大一级上，按演员活动的位置和照度，来灵活变换快门速度。

4、风光摄影（拍摄日出与日落）

(1) 提早半小时到达现场，可以采用1档的梯级曝光法来达到日出与日落的准确曝光。但要注意应以太阳旁不含太阳的天空作为曝光量的测光基准。

(2) 对于明亮的景物和环境，一次曝光即可；但通常为了取得全景的轮廓，多采用多次曝光。

(3) 把相机固定在三脚架上，在黄昏时按正常曝光量，1/3左右用快速曝光的方法进行一次曝光，拍出大的轮廓；天黑后，再根据对所拍景物亮度、其在画面中的位置、层次等要求，依次进行曝光。

六、注意事项

1、新闻摄影要求讲究新闻性和形象性。即求新、求真、求活、求情、求意。

2、体育摄影要求拍摄者不得影响比赛。拍摄者通常被限定在一定区域工作。这就需要拍摄者使用大口径长焦镜头和高速感光片来拍摄。室内拍摄时，必要时要用三脚架。

3、舞台摄影最好不使用闪光灯。

七、参考效果

学生能够将熟练掌握各种不同专题摄影的方法和难点，并拍摄出具有一定人文色彩、影像突出的摄影作品

八、拓展训练与思考

1、根据不同专题，分别拍摄 5 张摄影作品集

2、依据主题的划分，举办主题摄影讨论沙龙，相互总结摄影经验。

《色彩构成基础》

实训指导书

适用专业：文化市场经营管理专业

编 撰 人：解雨点

审 阅 人：曲新楠

修订时间：2020 年 08 月 23 日

文化旅游系

目 录

第一部分 实训概述.....	1
一、实训条件及要求.....	1
二、实训内容和时间安排.....	1
三、实训成绩评定、考核办法.....	2
四、参考资料.....	2
第二部分 单元实训.....	3
实训（项目）一 24色相环色稿实训练习.....	3
一、实训目的.....	3
二、知识要点.....	3
三、实训内容.....	4
四、实训步骤.....	4
五、注意事项.....	4
六、拓展训练与思考.....	4
实训（项目）二 色彩空间混合.....	5
一、实训目的.....	5
二、知识要点.....	5
三、实训内容.....	5
四、实训步骤.....	5
五、注意事项.....	7
六、拓展训练与思考.....	7
实训（项目）三 色彩对比构成.....	8
一、实训目的.....	8
二、知识要点.....	8
三、实训内容.....	8
四、实训步骤.....	8
五、注意事项.....	13
六、拓展训练与思考.....	13
实训（项目）四 色彩调和原则与方法创意.....	14
一、实训目的.....	14
二、知识要点.....	14
三、实训内容.....	18
四、实训步骤.....	15
五、注意事项.....	15
六、拓展训练与思考.....	16

第一部分 实训概述

该课程为文化市场经营管理（演艺策划与管理方向）【专业代码:650402】三年制高职学生的专业限选课，设置 2 学分 32 学时，其中课程实训学时 16 学时。本课程是研究和利用色彩要素的搭配原理、规律、法则、技法而获得色彩审美价值的学说。对色彩构成的学习和研究，着重于培养学生色彩设计能力，掌握色彩理论知识和表现手法；掌握色彩的基本要素、配色规律、色彩心理等基础知识，达到能够熟练运用色彩配色原理和技法进行色彩设计应用的目的；要求学生从物理学、生理学、心理学和美学的角度研究色彩关系和色彩的心理效应。为以后的演艺策划与管理方向的课程中关于色彩的运用具有指导和决定性的作用，同时对于视觉艺术的创作实践，均具指导意义，在本专业课程中具有非常重要的地位。

一、实训条件及要求

（一）实训工具

教师及每位学生配套整套绘画类材料（包括水粉颜料、水粉画笔、水粉纸、水桶、吸水海绵、铅笔、橡皮等）。

（二）实训设备

实训课堂在美术实训室进行授课，要求教室有一台多媒体设备（包括投影仪、电脑、屏幕等）；一架照相机；配套的桌椅与台布；一台打印机；其他办公用品（激光笔等）。

（三）实训要求

结合本专业课程教学特点，积极利用学校、系部现有条件，创造性的开展多媒体教学，应拥有以下先进的教学设施和设备：美术设计实训室、电子阅览室、多媒体教室、综合实训室等，及一批数码相机、摄像机、扫描仪等仪器设备。同时，学生宿舍和实训室也应接通互联网，才能充分利用校园网络平台进行教学，不断完善网络教学资源，为培养品德高尚、专业基础扎实、综合能力强和具有创新精神的专业人才提供良好的教学环境。

教学过程中充分发挥教学的指导示范作用，坚持边讲解、边示范、边练习，因材施教、循序渐进的原则，按照标准进行严格训练，使学生打下良好的基础，提升学生的综合素质，拥有色彩感知、艺术感悟及修养。课堂教学多采用课堂实训案例的讲解分析、优秀作品的欣赏分析，让学生熟悉色彩构成的涉及领域并通过在网上或现实生活中找一些不同类型的版面进行赏析，加深学生对知识点的理解，提高学生的实际应用能力。

二、实训内容和时间安排

序号	实训内容	学时	备注
1	实训项目一：24色相环色稿实训练习	2	
2	实训项目二：色彩空间混合	8	
3	实训项目三：色彩对比构成	2	
4	实训项目四：色彩调和原则与方法创意	4	

三、实训成绩评定、考核办法

本课程为随堂实操考试。采用形成性评价与操作性评价相结合的考核方式，采用多主体、全方位的评价方式，通过学生自评互评、教师评价、考核由期末考试（50%）+平时成绩（50%）两部分组成，采用百分制计分。平时成绩包括到课率、课堂表现和课堂作业的完成情况等。每周实训内容工作量与学生完成情况均给予相应的平时成绩分数。

考核细项	形成性评价（平时成绩）				终结性评价（期末成绩）	
	出勤	作业	实操项目	课堂表现	知识考核	实操考核
考核占比	10%	10%	20%	10%	25%	25%

四、参考资料（参考书、网络资源等）

主教材：《色彩构成》（第三版），于国瑞著，清华大学出版社，2019年06月。

参考资料：

- 1) 《西方现代美学史》，朱立元著，上海文艺出版社，1993年。
- 2) 《构成设计色彩篇》，朱华著，武汉理工大学出版社，2005年。
- 3) 《色彩构成》，崔唯著，中国纺织出版社，2010年。
- 4) 《色雅》，徐剑光著，中国发展出版社，2014年。
- 5) 《色彩构成设计》，高彬、刘宝岳著，中国建筑工业出版社，2014年。
- 6) 《像艺术家一样思考：贝蒂的色彩》，[美]贝蒂·爱德华著，朱民译，北京文艺出版社，2008年。

第二部分 单元实训

实训（项目）一 24 色相环色稿实训

一、实训目的

色彩混合学习在整个色彩构成学习中重要环节,有助于帮助学生今后对进行色彩方案进行合理配置

二、知识要点

了解 24 色相环形成规律,利用调色基本方法完成 24 色相环绘制。

奥斯特瓦尔德颜色系统的基本色相为黄、橙、红、紫、蓝、蓝绿、绿、黄绿 8 个主要色相,每个基本色相又分为 3 个部分,组成 24 个分割的色相环,从 1 号排列到 24 号。在 24 色色相色环中彼此相隔十二个数位或者相距 180 度的两个色相,均是互补色关系。

黄+红=橙

黄+蓝=绿

红+蓝=紫

这三种第二次色,必须细心混合调配,不可偏於任一种第一次色。如橙色偏赤或偏黄、紫色偏赤或偏蓝都不适合。

其次,是在此圆的外侧,画一个适中的同心圆,再将两圆所形成的环等分为十二个扇形,扇形中分别涂上相对位置的第一次色和第二次色。

最后在余下的空白扇形中,涂上第一次色和第二次色混合而成的第三次色,其结果如下:

黄+橙=黄橙

红+橙=红橙

红+紫=红紫

黄+绿=黄绿

青+紫=青紫

青+绿=青绿

由上所述,就可以设计出正确的十二色环,在这个色环之中,任何色相,都具有不纷乱、不混淆的明确位置。这种色环的色相顺序,和彩虹和自然光线分光后产生的色带顺序,完全相同。

互补色结合的色组，是对比最强的色组。使人的视觉产生刺激性、不安定性。相隔 15 度的两个色相，均是同种色对比，色相感单纯，柔和，统一，趋于调和。

三、实训内容

目次	内容	学时
1	24 色相环色稿绘制	2

四、实训步骤

在学生理解 24 色相环的形成规律之后，要求按照正确的绘图方式进行色相环临摹，在临摹过程中要求学生感受色彩之间的规律，用系统化的思维帮助实训任务完成。加强学生对色彩三大基本属性——色相的理解。

- (一) 颜料:大红色、钴蓝色、柠檬黄色;
- (二) 白色卡纸:要求中厚以上卡纸,正背面都为白色的;
- (三) 铅笔:自动铅笔或不高于 2B 以上浓度的铅笔;
- (四) 尺寸:直径 20CM,色环 3CM,色环间隔 0.3CM;
- (五) 色相过渡均匀,做工精细,涂色均匀,画面整洁;

五、注意事项

强调 24 色相环的规范性，遵循由简到复的原则。可多种方式反复多次练习，在此过程中加深对色彩关系的理解。

六、拓展训练与思考

针对于演艺策划专业选取相对应的专业案例进行实操演练，更加能够帮助学生在加深色彩与专业的关联性，有意识的培养自己的色彩敏感度。

实训（项目）二 色彩空间混合

一、实训目的

色彩混合学习在整个色彩构成学习中重要环节,有助于帮助学生今后对进行色彩方案进行合理配置.。

二、知识要点

- (一) 了解三原色、间色、复色的含义
- (二) 色光的混合规律——颜色加法混合
- (三) 色料的混合规律——颜色减法混合
- (四) 通过视觉混合色——空间混合

三、实训内容

目次	内容	学时
1	加法混合	2
2	减法混合	
3	空间混合练习	

四、实训步骤

(一) 加法混合

1、规律:

- (1) 将三原色光等能量相加,就可以得到包含一切色光的白光。
- (2) 非等量相加,颜色偏向比倒大的一方。
- (3) 将三原色光中任意两色光等量相加,就可分别得到黄色、紫色、青色光。

2、特点:

- (1) 混合过程中色光越多,呈现出的色彩越明亮;
- (2) 混合色的亮度等于混合色光的亮度之和。

(二) 减法混合: 颜料, 染料的混合

1、规律:

减法混合是指色料的混合,红色与蓝色相混产生紫色;黄色与红色相混产生橙色;在减法混合中,混合色越多,明度越底,纯度也会有所下降。

2、特点:

混合法	加法混合	减法混合
原色	色光	色料
原色色相	红、绿、蓝 (蓝紫)	品红、黄、青
原色与光谱关系	每个原色仅辐射一个光谱区色光	每个原色吸收一个光谱区色光, 反射两个光谱区色光
色彩的基本变化规律	红+绿=黄 蓝紫+红=紫 绿+蓝紫=蓝 红+绿+蓝紫=白	青+品红=蓝 黄+青=绿 品红+黄=红 品红+黄+青=黑
混合效果	光源之间混合, 新颜色的亮度为各光的亮度和	两原色叠合, 新颜色的亮度降低, 纯度降低
用途	彩色电视 剧场照明	彩色印刷 颜色混合

(三) 空间混合

空间混合的效果取决于三个方面: 一是色形状的肌理, 即用来并置的基本形, 如小色点 (圆或方形)、色线、风格、不规则形等。这种排列越有序, 形越细、越小, 混合的效果越单纯。否则, 混合色会杂乱、眩目, 没有形象感; 二是取决于并置色彩之间的强度, 对比超强, 空间混合的效果往往越不明显; 三是观者距离的远近, 空间混合制作的画面, 近看色点清晰, 但是没什么形象感, 只有在特定睥距离以外才能获得明确的色调和图形。

1、规律:

- (1) 互补色关系按一定比例进行空间混合, 可得到无色系的灰和有色彩系的灰。
- (2) 非补色关系色彩空间混合, 可产生两色的中间色。
- (3) 有彩色深色与无彩色混合时, 也产生两色的中色。
- (4) 色彩在空间混合时所得到的新色, 其明度相当于所混合色的中间明度。
- (5) 混合之色应是小点或细线或块, 同时要求密集细腻。

2、特点:

- (1) 近看色彩丰富, 远看色调统一。
- (2) 不同视线距离, 可以看到不同的色彩效果。
- (3) 色彩具有跳跃感、闪烁感, 适于表现光感强烈的画面的特征。

3、过程：



4、要求：

- (1) 选择一张自己喜欢的图片进行观察分析；
- (2) 提炼画面色彩，构建网格框架结构，线稿形式进行塑造与表现；
- (3) 规格：不小于 30*30cm；

五、注意事项

1. 指导学生掌握色彩混合技巧，在实训过程中强调学生的艺术审美与色彩感知力的提升。完善教学环境，在美术实训室进行课堂教学，营造更好的艺术课堂氛围，提高教学效果。

2. 教学上应以理论为指导，以训练为主导。建议理论讲授时间占 1 / 3，训练实践占 2 / 3。教学手段尽可能多样化，在讲授、示范、训练、讨论、模拟表达等常规方法的运用过程中，增强学生的学习兴趣。

六、拓展训练与思考

色彩混合学习在整个色彩构成学习中重要环节，有助于帮助学生今后对进行色彩方案进行合理配置，需要加深理解，多加练习。

实训（项目）三 色彩对比构成

一、实训目的

掌握常见色彩对比类型及特点，并能运用色彩对比理论对色彩之间存在的矛盾进行整合。了解不同色相对比带来的视觉变化，感受色彩的不同组合所产生的效果。提高对美的感知能力，运用色彩的实际能力。培养学生对视觉形成的创造性思维方式。

二、知识要点

1、色相对比的类型及特点

2、色彩的明度对比知识的掌握, 掌握色彩的明度处理方法, 提高学生运用色彩的技巧。

3、体会色彩纯度变化给色彩方案带来的不一样的视觉效果。并能利用色彩纯度的不同变化进行方案创作。

4、掌握面积、位置对比在色彩构成中的运用技法，能够利用色彩的面积及位置对比更好的进行色彩方案设计。

三、实训内容

目次	内容	学时
1	色相对比构成	2
2	明度对比构成	2
3	纯度对比构成	2
4	面积/位置对比构成	2

四、实训步骤

（一）色相对比构成实训内容：

1、要求学生对照 24 色相环角度，分别制作色相对比类型色稿（共五张）：

- （1）同类色相对比
- （2）邻近色相对比
- （3）中差色相对比
- （4）对比色相对比
- （5）互补色相对比，

2、调整互补色搭配的方法：

- (1) 拉开面积差异
- (2) 拉大互补色的明度与纯度差异
- (3) 添加辅助色

3、从色彩三要素角度，色相对比的强弱层次：

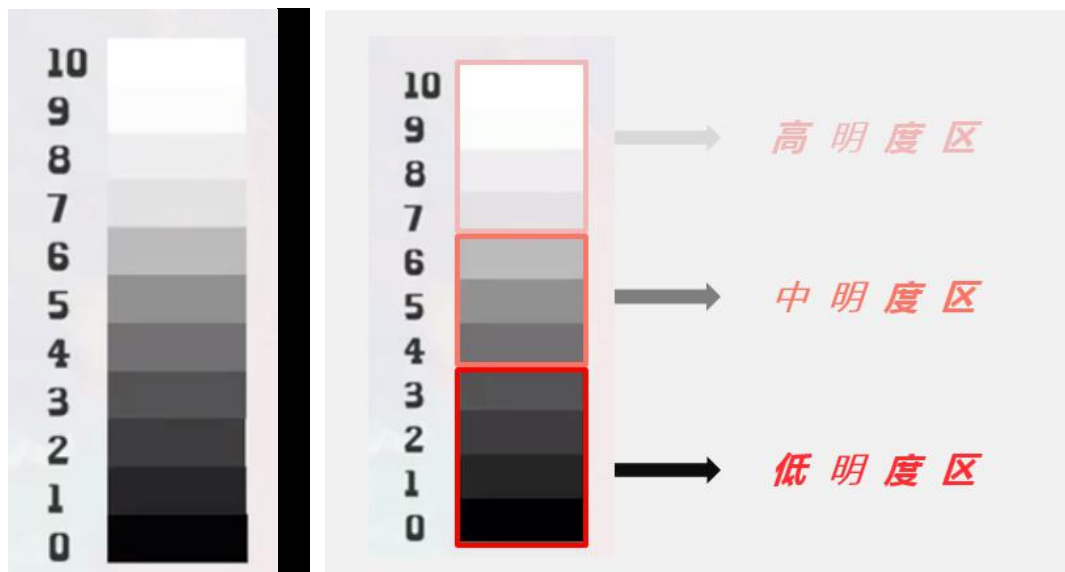
- (1) 原色色相对比
- (2) 间色色相对比
- (3) 复色色相对比

(二) 明度对比构成实训内容：

让学生观察彩色纸条(红色), 当我将纸条拉紧时, 学生看到纸条上均匀的彩色。颜色没有深浅的变化。当我将彩色纸条折成弯形状后, 再让学生观察, 出现纸条的颜色与前次见到的不一样, 让学生指导出同种颜色的深浅变化, 并让他们回答为什么会有这种现象。履基同探讨: 一种固有色由于受光强弱的不同出, 现不同的明度

变化现象, 使色彩产生一种节奏美感。

1、明度构成案例讲解



- (1) 以灰色为例，将灰色分为 11 个等级的色值；
- (2) 将色值分为低、中、高三个等级而区域；



(3) 将三两色彩进行组合分别构成九个等级的明度对比小稿。

- ①低长调：深沉、强烈、爆发
- ②低中调：保守、厚重、朴实
- ③低短调：沉闷、忧郁、神秘
- ④中长调：强硬、稳重、坚实
- ⑤中中调：丰富、饱满、适中
- ⑥中短调：平淡、朦胧、模糊
- ⑦高长调：活泼、明亮、刺激
- ⑧高中调：愉快、幽雅、女性
- ⑨高短调：淡雅、恬静、朴素

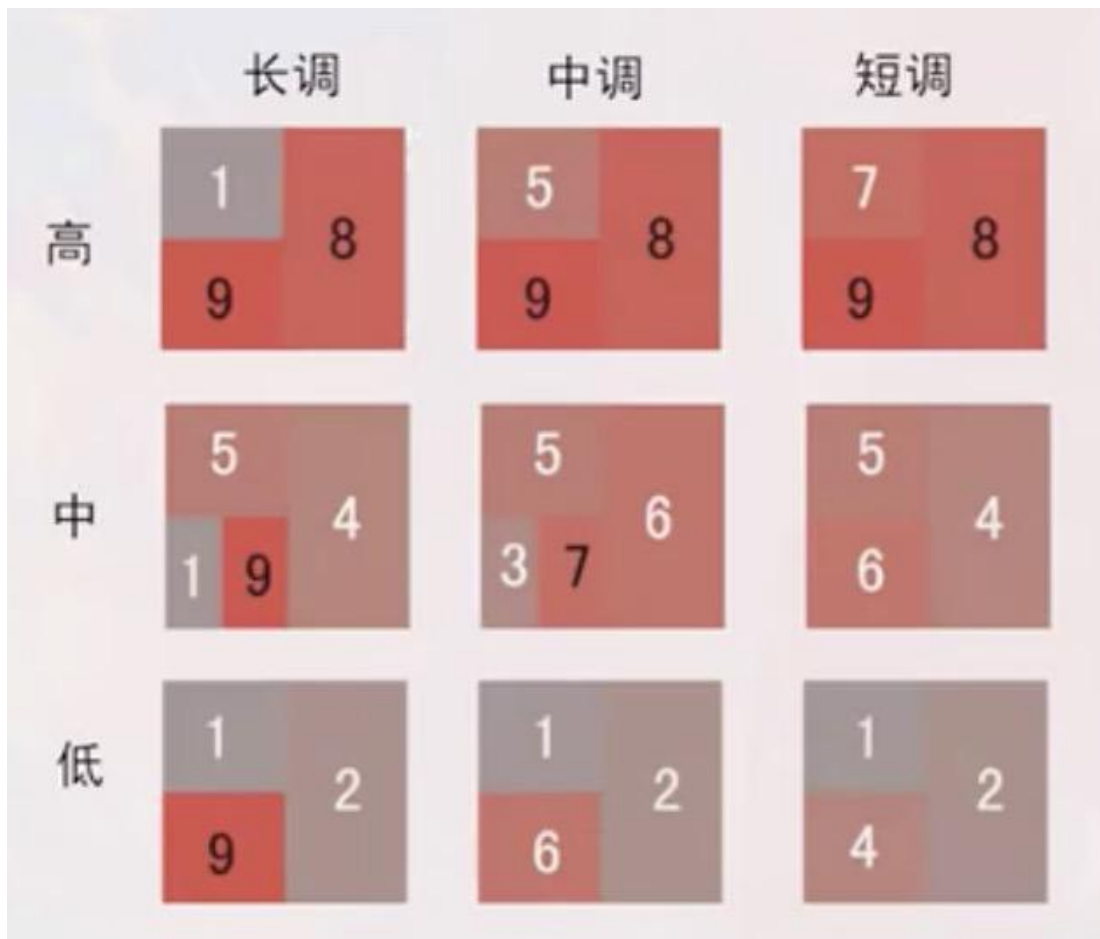
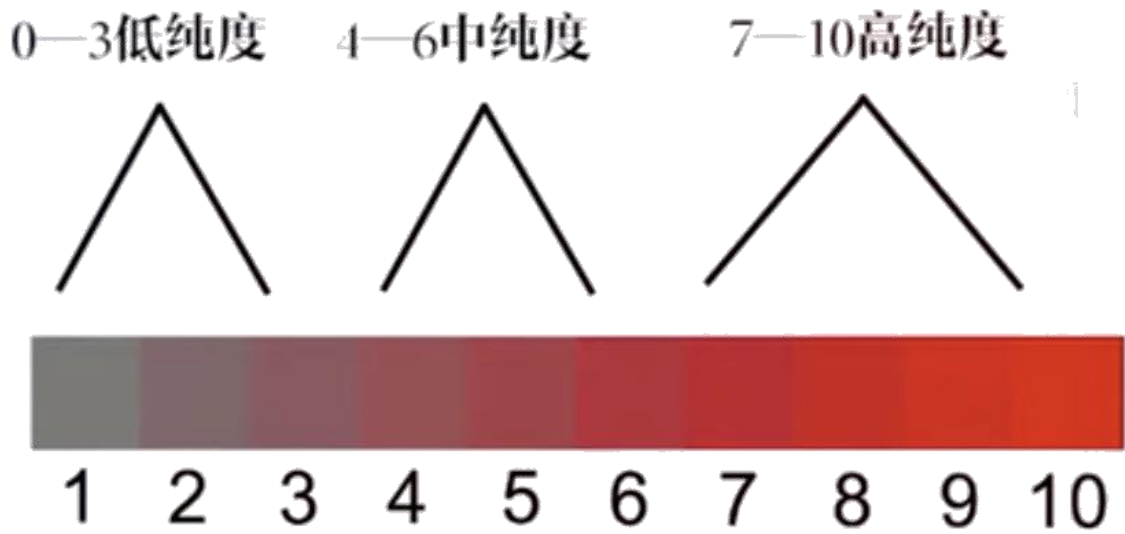
2、实践环节：

- (1) 绘制线稿
- (2) 预设个小图的明度调，并在草图上绘制好
- (3) 调预色，选择一种颜色，分别加入不同比例的黑与白调出明度 9 调
- (4) 按标准值填涂画面

(三) 纯度对比构成实训内容：

1、纯度对比的层次分类：

- (1) 以红色为例，将红色加入不同分量的灰色，共调和出 10 种纯度不一的色值。
- (2) 将不同色织划分为低、中、高三个等级。



2、不同纯度的色彩搭配特征

(1) 低纯度对比：色相感弱，画面效果柔和、含蓄、理智、内向。平淡、消极，不易引起视觉兴趣。

(2) 中纯度对比：是一种常用的纯度色调，色彩丰富而稳定。画面和平、自然、雅致。

(3) 高纯度对比：明确、醒目、色彩感强，色彩组合坚定而明快。有较强的视觉感知力，积极而冲动。

3、色彩纯度实践环节：

- (1) 绘制线稿；
- (2) 选定颜色绘制色标；
- (3) 按照色标的递进变化填涂颜色

(四) 面积/位置对比构成：

1、面积对比：指各种色彩在构图中所占据的量的对比，是数量的多与少、面积的大与小的对比。



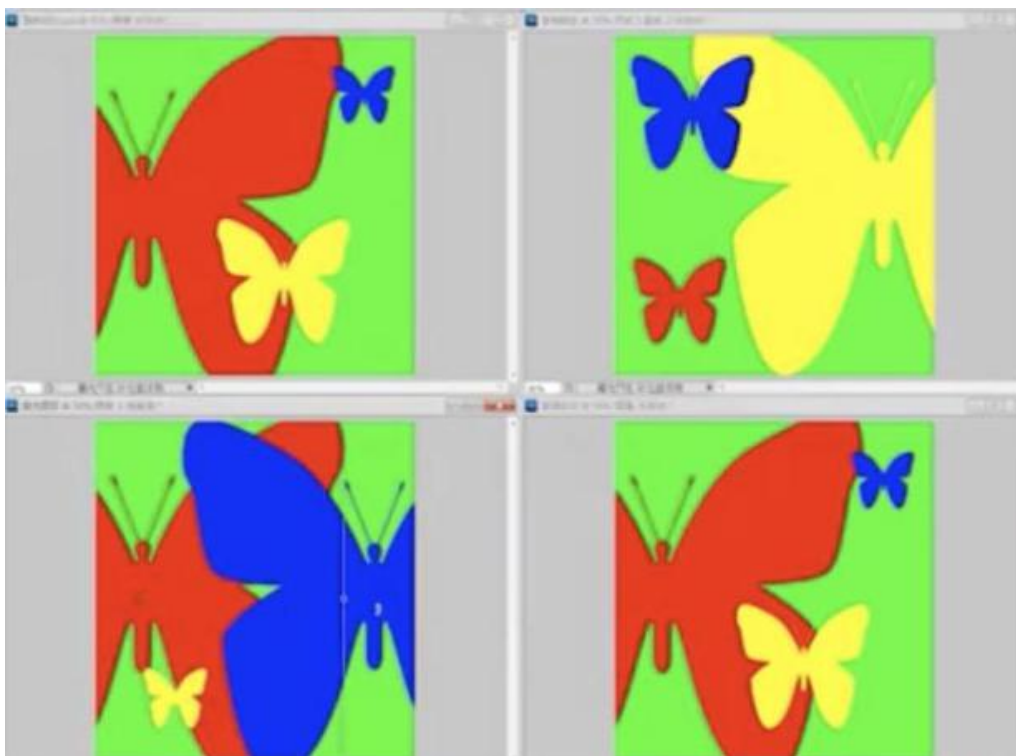
- (1) 面积差别大，对比弱；面积差别小，对比强。
- (2) 相同面积互补色彩并置，产生抗衡。
- (3) 对比色彩的一方面积大于另一方，画面趋于协调。

2、位置对比：在保持色彩之间一切因素不变的情况下，位置因素会使对比关系发生变化。同颜色的元素组合，距离越靠近对比越强



3、实操利用 Photoshop 软件进行实践：

- (1) 选稿；
- (2) 填充颜色；
- (3) 背景上色；
- (4) 复制图稿，调整原色的面积大小与位置关系；
- (5) 一共构成四个色彩小稿的形式，观察其色彩对比效果。
- (6) 要求按照课堂实操方法，自选素材，完成四副完整的面积与位置对比色稿，并对自己绘制的色稿进行分析。



五、注意事项

要求在色彩对比练习中色稿风格明确，色彩搭配和谐统一，艺术表现力强，构图具有美感额外加分。单项练习中作品有较高的原创性占 50 分；主题突出、构图新颖、透视正确，图形设计关系统一占 25 分；色彩和谐、定位准确、注意公共性的视觉语言、思想性强、启发性强、视觉冲击力强占 25 分。

六、拓展训练与思考

经过学习与练习，色彩的应用越来越娴熟，在更高的课程追求与人才培养条件下，需要更加注重审美意识与设计的意识。

实训（项目）四 色彩调和原则与方法创意

一、实训目的

- 1、通过欣赏，感受色彩调和给人带来的和谐、平静、温馨的感觉；掌握多种调和色彩的原则；
- 2、培养学生自主探究意识，激发他们对色彩的兴趣，充分感受色彩的艺术魅力以及色彩与生活的紧密联系；
- 3、建立色彩知识框架，帮助学生将色彩调和原则与色彩调和方法相结合理解。

二、知识要点

（一）色彩调和概念：将两个或两个以上的色彩组织在一起，使它们互相间产生一种秩序、统一与和谐的现象。

（二）色彩调和原则：

1、主次原则：

主导色—统率整个画面的主色调，占整体画面面积的70%左右。

衬托色—烘托主导色，占画面面积的25%左右

点缀色—在画面中所占面积较小，占据整体画面面积的5%。

2、同一原则：从同色相、明度、纯度、风格、技法角度。

3、均衡原则：是形成既有均齐的严谨性，又有平衡的自由度的色彩调和效果。

4、秩序原则：通过色相、明度、纯度、面积、位置等色彩因素的组合，使色彩有秩序地保持连续均衡的间隔。

反复：反复形式的运用好似通过某一色彩组合的规律性重复而产生连续、调理的秩序。

渐变：渐变则是通过色相、明度、纯度、面积、位置、聚散、疏密等因素的渐层次变化，产生鲜明有力、规则韵律的秩序感。

突变：在色彩反复、渐变的秩序变化中，突然引入非秩序因素，打破色彩布局的平稳与单调，是调节秩序节奏的一种方式，并非打乱秩序。

运动：通过不对称的色彩布局使画面重心偏移到画面的某一边，产生视觉上的运动秩序。

5、呼应原则：色彩的呼应可调节对比过度、悬殊过强的失衡画面，呼应可以使画面恢复平衡。

6、时代原则：主流色。

（三）色彩调和的方法

1、同一调和法与类似调和法

（1）同一调和法：同色相、明度、纯度

（2）类似调和法：色彩搭配中，选择性质或程度很接近的色彩组合以增强色彩调和的方法。

2、统领调和法与面积调和法

（1）统领调和法：指通过主色调来统领画面，形成画面主导的调和方法。

（2）面积调和法：指通过调整色彩的面积、形态，改变色彩的对比度，达到色彩调和的方法。

3、分割调和法与秩序调和法

（1）分隔调和法：指在对比强烈色彩或分类似的色彩中间，用中性的第三色将其分割开来，起到削弱或加强对比的作用，从而形成连贯画面整体的调和方法。

（2）秩序调和法：指把不同色相、明度、纯度的色彩组织起来，形成渐变的，或有节奏、有韵律的色彩效果。

三、实训内容

目次	内容	学时
1	掌握多种调和色彩的方法 创造性地使用色彩调和方 法，完成一幅自己喜欢的色 彩丰富又和谐的画。	4

四、实训步骤

（一）选稿；

（二）线稿构图

（三）填充颜色；

（四）背景上色；

（五）六种类型调和构图一共构成六个色彩小稿的形式，观察其色彩对比效果。

五、注意事项

课程需要结合时代案例进行讲解，更好的接近于学生所接触的知识面，认同感会更强的同时也有利于知识点的记忆。

六、拓展训练与思考

在整个教学中，建立色彩知识框架，帮助学生将色彩调和原则与色彩调和方法相结合理解。

《商务礼仪与沟通》

实训指导书

适用专业：文化市场经营管理专业

编撰人：刘莎

审阅人：许丽英

修订时间：2020年10月28日

文化旅游系

目 录

第一部分 实训概述.....	- 1 -
一、实训条件及要求.....	- 1 -
二、实训内容和时间安排.....	2
三、实训成绩评定、考核办法.....	3
四、参考资料.....	4
第二部分 单元实训.....	5
实训（项目）一 个人形象礼仪.....	5
一、实训目的.....	5
二、知识要点.....	5
三、实训内容.....	5
四、实训步骤.....	5
五、注意事项.....	5
六、拓展训练与思考.....	6
实训（项目）二 商务社交礼仪.....	7
一、实训目的.....	7
二、知识要点.....	7
三、实训内容.....	7
四、实训步骤.....	7
五、注意事项.....	9
六、拓展训练与思考.....	9
实训（项目）三 商务沟通礼仪.....	10
一、实训目的.....	10
二、知识要点.....	10
三、实训内容.....	10
四、实训步骤.....	10
五、注意事项.....	11
六、拓展训练与思考.....	11

第一部分 实训概述

该课程为文化市场经营管理（演艺策划与管理方向）【专业代码:650402】三年制高职学生的专业限选课，设置2学分36学时，其中实训学时16学时。本课程通过学习礼仪和沟通的基本知识，使学生掌握与人相处、与人沟通的原则与技巧，提高自己的个人素质、职业素养与沟通技能，为树立良好的职业形象、适应复杂的职场生活、迅速的融入职场打下基础。

一、实训条件及要求

（一）实训工具

学习通平台，纸，笔，服装，手机，名片，中西餐餐具等。

（二）实训设备

一台多媒体设备（包括投影仪、电脑、屏幕等）；桌椅；镜子等。

（三）实训要求

结合本专业课程教学特点，积极利用学校、系部现有条件，创造性的开展多媒体教学，应拥有以下先进的教学设施和设备：多功能会议厅、形体训练室、多媒体教室、综合实训室等，及投影仪、电脑等仪器设备。同时，学生宿舍和实训室也应接通互联网，才能充分利用校园网络平台进行教学，不断完善网络教学资源，为培养品德高尚、专业基础扎实、综合能力强和具有创新精神的专业人才提供良好的教学环境。

教学过程中充分发挥教学案例和视频的指导示范作用，坚持边讲解、边示范、边练习，因材施教、循序渐进。按照礼仪规范进行严格训练，使学生打下良好的个人素质基础，掌握与人交往与沟通的基本技能，最终能够迅速适应职场环境，较好地与他人进行交往与沟通。

二、实训内容和时间安排

序号	实训内容	学时	备注
1	实训项目一： 个人形象礼仪训练	4	实训在理实一体教室、 形体实训室开展
2	实训项目二： 商务社交礼仪训练	6	实训在理实一体教室、 餐厅实训室开展
3	实训项目三： 商务沟通训练	6	实训在理实一体教室、 会议实训室开展

三、实训成绩评定、考核办法

“商务礼仪与沟通”课程实训成绩由多个部分组成：

1. 学生作业分数；
2. 小组合作成绩；
3. 课堂表现成绩；
4. 期末情景剧表演成绩。

实训成绩根据不同的实训内容进行评定，主要有教师评定，教师、学生组间、学生组内综合评定等。所有实训内容都及时上传学习通平台，期末根据设置比例自动计算出学生的实训成绩。

四、参考资料（参考书、网络资源等）

1. 参考书：《商务礼仪与沟通（第2版）》、《现代礼仪》、《沟通技巧》。
2. 网络资源：超星学习通、学银在线、中国大学慕课、学堂在线等

第二部分 单元实训

实训（项目）一 个人形象礼仪实训

一、实训目的

不管个人还是企业，都需要具备良好的形象，这是个人和企业的门面，也是给人的第一印象。处在工作场合中的个人，所代表的不光是自己，更是一个企业的企业形象。通过实训，让学生掌握如何进行个人形象的塑造，以及在个人形象塑造方面存在的问题。

二、知识要点

- 1.学会如何化妆，如何保持仪容的整洁与美观。
- 2.掌握正确的着装方式，并学会让自己穿得美丽。
- 3.学会站、坐、走、蹲、眼神、微笑、手势的正确方式。

三、实训内容

目次	内容	学时
任务 1	进行正确的职业形象塑造。	1
任务 2	根据不同场合选择合适着装。	1
任务 3	仪态礼仪（站、坐、走、蹲、眼神、微笑、手势）综合训练	2
任务 4	观看电影《公主日记》，分析片中的礼仪知识。	2

四、实训步骤

实训内容	学习型工作任务	教学步骤	教学效果评价标准
职业形象塑造	对职业形象进行分析评判	1. 教师发布案例； 2. 学生分析职业形象塑造中做得对的地方，以及存在的问题。	掌握职业形象要求，包括仪容与着装；能够正确对他人的形象进行评判。
正确着装	根据不同场	1. 教师课前发布多个场	能够根据场合选择

	合进行正确着装	<p>景，学生自行分组，根据选择场景进行着装搭配；</p> <p>2. 课上学生分小组进行着装展示，并说明着装搭配的理由；</p> <p>3. 教师对各小组成员的着装和讲解进行点评。</p>	适合的着装；能够正确着装；能够通顺表达，言之有理。
仪态训练	站、坐、走、蹲、眼神、微笑、手势综合训练	<p>1. 全班集体进行站、坐、眼神、微笑训练，教师边讲解边纠正；</p> <p>2. 分小组进行走、蹲、手势训练，小组组长和教师进行纠正；</p> <p>3. 教师最后对同学们存在的问题进行总结。</p>	站、坐、走、蹲、眼神、微笑、手势符合标准与要求。
个人形象礼仪综合训练	观看电影《公主日记》	<p>1. 教师学习通平台上上传电影及工作任务；</p> <p>2. 学生课后时间观看电影，完成教师布置的工作任务。</p>	能够分析影片中正确及错误的礼仪知识；能够通过电影激发学生进行良好个人形象的塑造，产生礼仪学习的兴趣。

五、注意事项

1. 教师提前于超星学习通平台发放课前任务，引导学生学会利用信息化教学工具；
2. 引导学生充分利用好课余时间进行任务准备和作业完成；
3. 引导学生学会进行小组合作，培养团队意识、领导意识；
4. 引导学生增加胆量，学会当众表达与当众示范；
5. 为避免学生出现从网上复制答案的情况，学生视频观看作业采用书面手写、拍照上传的方式进行。

六、拓展训练与思考

让学生在平时的课堂和学习生活中注重自己的形象塑造,时刻注意自己的行为要符合规范,让遵守礼仪、具备良好形象成为一种习惯。

实训（项目）二 商务社交礼仪实训

一、实训目的

通过训练，使学生掌握和运用在商务活动中的社交礼仪基本知识，学会与人进行正确交往。

二、知识要点

1. 知道当前与人联系的主要方式，学会正确与人通信；
2. 掌握常见的见面礼仪；
3. 学会正确的进行自我介绍和为他人做介绍；
4. 掌握拜访和接待的流程和注意事项，学会选择合适的礼品；
5. 学会如何举办宴会，掌握就餐的基本礼仪，了解一些西餐和酒水知识。

三、实训内容

目次	内容	学时
任务 1	撰写通信内容。	1
任务 2	见面礼仪训练。	1
任务 3	自我介绍和为他人做介绍训练。	1
任务 4	往来礼仪训练。	1
任务 5	宴请礼仪训练。	2

四、实训步骤

实训内容	学习型工作任务	教学步骤	教学效果评价标准
撰写通信内容	撰写不同通信工具的通信内容	1. 教师设置场景，发布通信内容； 2. 学生分为若干组，每组选择一种场景，撰写一种通信方式的通信内容。（通信方	学会不同通信方式的内容撰写要求和区别。

		<p>式有微信、短信、电子邮件、信函等)</p> <p>3. 学生互相点评，教师总结。</p>	
见面礼仪	对常用的见面礼仪进行训练	<p>1. 同桌间进行握手训练；</p> <p>2. 教师与每位同学进行握手训练；</p> <p>3. 同桌间进行拥抱训练，教师纠正；</p> <p>4. 每位同学进行鞠躬、合十、拱手训练，教师纠正。</p>	掌握各种见面礼仪的规范方式和使用禁忌。
介绍礼仪	自我介绍和为他人作介绍	<p>1. 教师课前让学生准备1分外的自我介绍；</p> <p>2. 学生按座位随机分成若干小组；</p> <p>3. 小组间大家进行自我介绍；</p> <p>4. 教师随机从每小组中抽取1人为他人做介绍；</p> <p>5. 教师和学生对各组表现进行点评；</p> <p>6. 教师总结各组介绍的优缺点，并观看优秀介绍视频。</p>	掌握介绍的注意事项，达到介绍的目的——认识。
往来礼仪	拜访、接待礼仪	<p>1. 学生分成若干小组，分别扮演拜访方、接待方和点评方；</p> <p>2. 对拜访和接待流程进行模拟；</p>	能够掌握拜访和接待流程。

		3. 点评方学生对整个流程中的优缺点进行点评； 4. 教师总结点评。	
宴请礼仪	中西餐的礼仪	1. 到中西餐实训室开展实训； 2. 认识中西餐的餐具和使用原则； 3. 掌握中西餐的用餐礼仪。	能够掌握中西餐的礼仪和原则。

五、注意事项

1. 教师提前于超星学习通平台发放课前任务，引导学生学会利用信息化教学工具；
2. 引导学生学会正确使用书面语言和标点符号进行表达；
3. 引导学生加深同学之间的了解，促进小组合作的更好完成；
4. 引导学生增加胆量，学会当众表达与当众示范；
5. 在使用其它专业实训室时，注意实训用具的安全和实训室的卫生。

六、拓展训练与思考

学生平时注意多观察多思考，在看电视、看电影中可以对社交礼仪内容进行巩固和提高；在平时交往中将所学知识进行运用。

实训（项目）三 商务沟通实训

一、实训目的

掌握沟通的基本技巧，了解职场中的沟通原则，学会正确的与人沟通。

二、知识要点

- 1.了解沟通的概念与流程。
- 2.掌握空间语的涵义。
- 3.掌握商务沟通的技巧。
- 4.学会进行职场沟通。

三、实训内容

目次	内容	学时
任务 1	职场面试。	2
任务 2	观看电影《杜拉拉升职记》，完 任作业。	2

四、实训步骤

实训内容	学习型工作任务	教学步骤	教学效果评价标准
职场面试	举办一场模拟面试会	<ol style="list-style-type: none">1. 课前由学生自主选择角色：主面试官、面试官、面试人员，并根据角色准备相关资料；2. 学生单个走进面试场地，由面试官进行面试；3. 场外学生通过直播观看面试过程；4. 师生共同对面试情况进行总结、点评。	掌握面试流程与面试技巧。
职场沟通	观看电影《公	<ol style="list-style-type: none">1. 教师学习通平台上上传	了解职场要求和工

	主日记》	电影及工作任务； 2. 学生课后时间观看电影， 完成教师布置的工作任务。	作准则，学会撰写求职简历。
--	------	--	---------------

五、注意事项

1. 教师提前于超星学习通平台发放课前任务，引导学生学会利用信息化教学工具；

2. 指导学生学会正确地撰写求职简历；

3. 引导学生学会正确地查找资料 and 实际运用；

4. 引导学生增加胆量，学会当众表达与当众示范；

5. 在使用其它专业实训室时，注意实训用具的安全和实训室的卫生；

6. 注意没有参加实训的学生的纪律组织，以及直播的顺利使用。

六、拓展训练与思考

平时多关注一些单位的求职信息，多积累自己的经验，多丰富自己的经历，为今后求职打下基础。

《舞台艺术基础》

实训指导书

适用专业：文化市场经营管理专业

编撰人：刘岱

审阅人：许丽英

修订时间：2020年10月28日

文化旅游系

目 录

第一部分 实训概述.....	- 1 -
一、实训条件及要求.....	- 1 -
二、实训内容和时间安排.....	1
三、实训成绩评定、考核办法.....	1
四、参考资料.....	2
第二部分 单元实训.....	3
实训（项目）一 中外音乐名曲赏析.....	3
一、实训目的.....	3
二、知识要点.....	3
三、实训内容.....	3
四、实训步骤.....	4
五、注意事项.....	4
六、拓展训练与思考.....	4
实训（项目）二 中外舞蹈名作赏析.....	5
一、实训目的.....	5
二、知识要点.....	5
三、实训内容.....	5
四、实训步骤.....	5
五、注意事项.....	6
六、拓展训练与思考.....	6
实训（项目）三 中外戏剧作品赏析.....	7
一、实训目的.....	7
二、知识要点.....	7
三、实训内容.....	7
四、实训步骤.....	7
五、注意事项.....	8
六、拓展训练与思考.....	8

实训（项目）四 中国戏曲作品赏析.....	9
一、实训目的.....	9
二、知识要点.....	9
三、实训内容.....	9
四、实训步骤.....	9
五、注意事项.....	10
六、拓展训练与思考.....	10

第一部分 实训概述

该课程为文化市场经营管理（演艺策划与管理方向）【专业代码:650402】三年制高职学生的专业限选课，设置 2 学分 36 学时，其中课程实训学时 16 学时。本课程通过学习音乐、舞蹈、戏剧、中国戏曲和曲艺杂技五方面的基础知识，让学生全面了解和吸收中外优秀的舞台艺术成果，进一步培养学生的舞台艺术观察力、舞台艺术表现力、舞台艺术分析力以及舞台艺术想象力，提高学生的审美鉴赏能力及评价能力，提高人文素养，促进学生全面发展。

一、实训条件及要求

（一）实训工具

学习通平台，纸，笔等。

（二）实训设备

一台多媒体设备（包括投影仪、电脑、屏幕等）；钢琴等。

（三）实训要求

结合本专业课程教学特点，积极利用学校、系部现有条件，创造性的开展多媒体教学，充分利用校园网络平台以及多媒体教学手段，做到声像结合、试听结合，引导学生做多种形式的参与及感受，让学生通过观察、分析、归纳、讲解、表演获取知识、培养能力。

二、实训内容和时间安排

序号	实训内容	学时	备注
1	实训项目一： 中外音乐名曲赏析	4	实训在理实一体教室
2	实训项目二： 中外舞蹈名作赏析	4	实训在理实一体教室
3	实训项目三： 中外戏剧作品赏析	4	实训在理实一体教室
4	实训项目四： 中国戏曲作品赏析	4	实训在理实一体教室

三、实训成绩评定、考核办法

“舞台艺术基础”课程实训成绩由多个部分组成：

1. 课堂实践展示；

2. 课后实践作业。

实训成绩根据不同的实训内容进行评定，主要有教师评定，教师、学生组间、学生组内综合评定等。所有实训内容都及时上传学习通平台，期末根据设置比例自动计算出学生的实训成绩。

四、参考资料（参考书、网络资源等）

1. 参考书：《舞台艺术基础知识》中国演出行业协会。
2. 网络资源：超星学习通、芒果 TV 视频、爱奇艺视频等。

第二部分 单元实训

实训（项目）一 中外音乐名曲赏析

一、实训目的

通过对中国古代音乐作品的赏析，使学生掌握我国传统音乐的风格特色。使学生掌握近代音乐的历史背景与发展脉络，把握近代音乐的风格特点。

二、知识要点

- 1、中国音乐名曲：古代音乐、近代音乐、民歌
- 2、外国音乐名曲：古典主义时期音乐、浪漫主义时期音乐

三、实训内容

目次	内容	学时
任务 1	古代音乐赏析：《原始狩猎图》、《扬州慢》、《重整河山待后生》 近代音乐赏析及学唱：《送别》、《问》、《教我如何不想她》、《游击队歌》、歌剧《白毛女》唱段	1
任务 2	民歌赏析及学唱：号子《打硪歌》、山歌《兰花花》、小调《沂蒙山小调》、蒙古族民歌《嘎达梅林》、新疆民歌《阿拉木汗》	1
任务 3	古典主义时期音乐赏析：海顿《惊愕交响曲》、莫扎特《g 小调第 40 交响曲》、贝多芬《命运交响曲》	1
任务 4	浪漫主义时期音乐赏析：舒伯特《鳟鱼》、门德尔松《无词歌》、肖邦《夜曲》、李斯特《爱之梦》	1

四、实训步骤

实训内容	学习型工作任务	教学步骤	教学效果评价标准
古代音乐、近代音乐	赏析及学唱	1、视听音乐作品 2、学唱音乐作品 3、赏析音乐作品	掌握古代音乐与近代音乐的不同风格并进行赏析；能演唱近代音乐作品。
民歌	赏析及学唱	1、视听音乐作品 2、学唱音乐作品 3、赏析音乐作品	掌握不同的民歌种类并进行赏析；能演唱民歌作品。
古典主义时期音乐作品	赏析	1、视听音乐作品 2、赏析音乐作品	了解西方古典主义音乐作品的音乐风格。
浪漫主义时期音乐作品	赏析	1、视听音乐作品 2、赏析音乐作品	了解西方浪漫主义音乐作品的音乐风格。

五、注意事项

- 1、讲解作品背景，并提出问题，引导学生带着问题聆听音乐。
- 2、学唱音乐作品时要注意方言的运用；
- 3、演唱歌曲时可适当配合舞蹈来进行表演，鼓励学生树立表演自信。

六、拓展训练与思考

1、通过网络资源搜索现代流行音乐作品中对中外音乐名作进行改编创作的新音乐，并进行学唱与赏析。

2、论文撰写：任选一首音乐作品，研究其所处的时代背景、作曲家、音乐风格，并对作品进行赏析评述，字数不少于 3000 字。

实训（项目）二 中外舞蹈名作赏析

一、实训目的

通过对不同舞蹈作品的赏析，使学生掌握中国民间舞蹈的各种形式、芭蕾舞以及西方现代舞的起源及特点；掌握芭蕾作品的主要表现内容、现代舞作品的国家及主要表现内容、标准舞、拉丁舞的主要类型与起源。了解中国舞蹈名家及其代表作品。

二、知识要点

- 1、不同舞蹈种类
- 2、中国舞蹈名家名作
- 3、外国舞蹈名家名作
- 4、世界流行舞蹈

三、实训内容

目次	内容	学时
任务 1	不同种类舞蹈作品赏析	1
任务 2	中国舞蹈名家名作赏析	1
任务 3	外国舞蹈名家名作赏析	1
任务 4	观看综艺《舞蹈风暴》	1

四、实训步骤

实训内容	学习型工作任务	教学步骤	教学效果评价标准
不同种类舞蹈作品	作品赏析	1、观看舞蹈作品 2、赏析舞蹈作品	了解不同舞蹈的种类，掌握不同舞蹈的

			风格特点。
中国舞蹈 名家名作	作品赏析	1、观看舞蹈作品 2、赏析舞蹈作品	掌握中国舞蹈作品的特征。
外国舞蹈 名家名作	作品赏析	1、观看舞蹈作品 2、赏析舞蹈作品	掌握外国舞蹈作品的特征。
观看综艺 《舞蹈风暴》	视频欣赏	1、观看舞蹈作品 2、赏析舞蹈作品	能够对当代舞蹈作品有一定了解；具备一定的艺术鉴赏力。

五、注意事项

- 1、了解不同舞蹈的种类，并根据作品，分析不同舞蹈的风格特点。
- 2、分析中外舞蹈作品的特征；
- 3、通过观看《舞蹈风暴》，探寻舞蹈艺术的内在魅力，学习舞蹈艺术家们对艺术的追求、执着与信念。

六、拓展训练与思考

通过网络资源搜索自己感兴趣的舞蹈作品进行赏析。

实训（项目）三 中外戏剧作品赏析

一、实训目的

通过对中外戏剧作品的赏析，使学生掌握戏剧的功能、体裁，了解西方戏剧的发展简史以及中国话剧的发展历程，了解中外戏剧名家名作。

二、知识要点

- 1、戏剧的功能与体裁
- 2、西方戏剧发展简史
- 3、20 世纪中国话剧的发展
- 4、中外戏剧名家名作
- 5、中国现代、当代戏剧名家名作

三、实训内容

目次	内容	学时
任务 1	中国话剧《雷雨》片段赏析	1
任务 2	西方戏剧《哈姆雷特》片段赏析	1
任务 3	当代戏剧《暗恋桃花源》片段赏析	1
任务 4	观看综艺《戏剧新生活》片段	1

四、实训步骤

实训内容	学习型工作任务	教学步骤	教学效果评价标准
中国话剧 《雷雨》片 段赏析	观看视频片 段	1、观看戏剧作品 2、赏析戏剧作品	掌握中国话剧的风 格特征。
西方戏剧 《哈姆雷 特》片段赏 析	观看视频片 段	1、观看戏剧作品 2、赏析戏剧作品	掌握西方戏剧的风 格特征。
当代戏剧	观看视频片	1、观看戏剧作品	掌握当代戏剧的风

《暗恋桃花源》片段赏析	段	2、赏析戏剧作品	格特征。
观看综艺《戏剧新生活》片段	观看视频片段	1、观看戏剧作品 2、赏析戏剧作品	了解不同类型的戏剧风格。

五、注意事项

- 1、赏析西方不同类型的戏剧作品，结合自己的理解分析特征；
- 2、观看戏剧作品时，对作品从宏观与微观多层面进行理解；
- 3、可适当选择戏剧片段进行表演，锻炼学生的自信表达。

六、拓展训练与思考

选择感兴趣的戏剧作品，与同学搭档合作组队进行表演。

实训（项目）四 中国戏曲作品赏析

一、实训目的

通过对我国戏曲作品的赏析与学唱，激发学生对于我国传统音乐文化的热爱。

二、知识要点

- 1、戏曲的声腔与剧种：京剧、越剧、黄梅戏、评剧、豫剧
- 2、戏曲表演常识
- 3、戏曲经典剧目
- 4、戏曲名家

三、实训内容

目次	内容	学时
任务 1	京剧《霸王别姬》片段欣赏； 越剧《红楼梦》片段欣赏及学唱； 黄梅戏《天仙配》片段欣赏及学唱； 评剧《花为媒》片段欣赏； 豫剧《花木兰》片段欣赏。	2
任务 2	流行与戏曲融合的新音乐作品《天上掉下个林妹妹》、《新贵妃醉酒》欣赏及学唱	2

四、实训步骤

实训内容	学习型工作任务	教学步骤	教学效果评价标准
戏曲经典作品片段欣赏与学唱	欣赏与学唱	1、了解各类剧种的基本特色 2、了解各剧目的相关背景 3、视听剧目片段 4、分析剧目片段 5、学唱各剧经典唱段	掌握不同剧种的唱腔、语言特色与艺术风格。
新音乐作品欣赏与学唱	欣赏与表演	1、视听音乐作品 2、表演音乐作品	能够表演新音乐作品。

五、注意事项

- 1、注意区分不同剧种的唱腔及语言特色
- 2、结合剧情，理解与把握音乐的内在情感

六、拓展训练与思考

- 1、围绕“湖南花鼓戏”这一主题，策划一个活动文案。
- 2、以小组为单位（可两人或多人组合），任选一个剧目唱段进行表演。

《人力资源管理》

实训指导书

适用专业：文化市场经营管理专业

编 撰 人：薛驰宇

审 阅 人：许丽英

修订时间：2020年10月28日

文化旅游系

目 录

第一部分 实训概述.....	1
一、实训条件及要求.....	1
二、实训内容和时间安排.....	2
三、实训成绩评定、考核办法.....	2
四、参考资料.....	2
第二部分 单元实训.....	3
一、实训目的.....	3
二、知识要点.....	3
三、实训内容.....	3
四、实训步骤.....	3
五、注意事项.....	4
六、拓展训练与思考.....	4
实训（项目）二 “人尽其才”	5
一、实训目的.....	5
二、知识要点.....	5
三、实训内容.....	5
四、实训步骤.....	5
五、注意事项.....	6
六、拓展训练与思考.....	6

第一部分 实训概述

该课程为文化市场经营管理（演艺策划与管理方向）【专业代码:650402】三年制高职学生的专业限选课，设置 2 学分 36 学时，其中实训学时 16 学时。人力资源经管实训是与《人力资源经管》课程配套的实践环节。在完成《人力资源经管》理论教案基础上，对学生进行一次全面的实操性锻炼，采用制造企业的实际案例和数据，要求学生完成组织结构、工作分析、人员招聘、培训方案、员工绩效设计等实际设计内容，包括组织结构的设计、人员招聘计划、招聘渠道的选择、人员的录用、员工绩效设计、劳动合同的签订，涉及企业人力资源经管的全过程。

一、实训条件及要求

（一）实训工具

学习通平台，电脑，纸，笔，服装，手机等。

（二）实训设备

一台多媒体设备（包括投影仪、电脑、屏幕等）；电脑机房；会议室座椅等。

（三）实训要求

结合本专业课程教学特点，积极利用学校、系部现有条件，创造性的开展多媒体教学，应拥有以下先进的教学设施和设备：多功能会议厅、形体训练室、多媒体教室、综合实训室等，及投影仪、电脑等仪器设备。同时，学生宿舍和实训室也应接通互联网，才能充分利用校园网络平台进行教学，不断完善网络教学资源，为培养品德高尚、专业基础扎实、综合能力强和具有创新精神的专业人才提供良好的教学环境。

通过本环节的设计锻炼，让学生加深对本课程理论与方法的掌握，同时掌握企业人力资源部基层员工具备的人资方面问题的分析和解决实际问题的能力。

二、实训内容和时间安排

序号	实训内容	学时	备注
1	实训项目一： “事得其人”人力资源规划和招聘	8	实训在理实一体教室、电脑机房开展

2	实训项目二： “人尽其才”人力资源培训与绩效	8	实训在理实一体教室、电脑机房开展
---	---------------------------	---	------------------

三、实训成绩评定、考核办法

“商务礼仪与沟通”课程实训成绩由多个部分组成：

1. 学生作业分数；
2. 小组合作成绩；
3. 课堂表现成绩；
4. 设计成果展示成绩。

实训成绩根据不同的实训内容进行评定，主要有教师评定，教师、学生组间、学生组内综合评定等。所有实训内容都及时上传学习通平台，期末根据设置比例自动计算出学生的实训成绩。

四、参考资料（参考书、网络资源等）

1. 参考书：《人力资源管理概论（第三版）》、《人力资源管理六大模块实操全案》、《人力资源管理从入门到精通》。
2. 网络资源：超星学习通、学银在线、中国大学慕课、学堂在线等

第二部分 单元实训

实训（项目）一 “事得其人”

一、实训目的

通过该项目实训，使学生了解和掌握企业设计组织结构、人员招聘及录用的前期准备、中期操作、后期总结的流程和具体方法。

二、知识要点

- 1.企业人员规划计算工具的使用。
- 2.岗位分析的方法，能编写岗位说明书。
- 3.了解招聘工作的流程，重点掌握结构化面试的流程和技巧。

三、实训内容

目次	内容	学时
任务 1	企业调研	3
任务 2	编写岗位说明书	2
任务 3	模拟工招聘	3

四、实训步骤

实训内容	学习型工作任务	教学步骤	教学效果评价标准
企业调研	以调研一家小微公司（可为本校大学生创业基地的公司）的公司架构和人员设置情况。	1. 教师发布调研对象和要求； 2. 学生走访调研。 3. 用 PPT 和文本说明该公司架构和人员设置情况	公司构架分析清晰并能提出改进意见。

岗位说明书的编写	为该公司主要岗位编写岗位说明书	1. 与公司管理人员和岗位工作人员沟通。 2. 总结分析完成岗位说明书。	岗位职责描述清晰，概况全面，逻辑严谨。
模拟招聘	模拟为公司完成一次员工招聘工作	1. 招聘广告设计及发布； 2. 面试流程和环节设计； 3. 完成录取工作。	招聘广告设计符合实际又有创意；面试流程及问题设计科学合理。

五、注意事项

1. 教师提前于超星学习通平台发放课前任务，引导学生学会利用信息化教学工具；
2. 引导学生充分利用好课余时间进行任务准备和作业完成；
3. 提醒学生在实地调研过程中要保证数据的真实性，对调研进行图文、视频记录；
4. 调研以小组为单位，提醒合理分工，团队合作，引导他们具有集体荣誉感；
5. 形成一套汇报 PK 体系，鼓励学生参与汇报 PK，在对比中找差距，在竞赛中提升个人能力，同时也能增添实训时的授课氛围。

六、拓展训练与思考

将设计文本反馈与被调研的公司，听取公司的意见和建议，尽可能的提高方案的实际可操作性。

实训（项目）二 “人尽其才”

一、实训目的

通过实训项目，使学生掌握和运用企业绩效的工具和方法，以及员工培训计划的制定和实施的技巧。

二、知识要点

- 1.企业绩效的工具原理和使用方法；
- 2.员工培训注意事项。

三、实训内容

目次	内容	学时
任务 1	绩效考核设计	4
任务 2	员工培训设计	4

四、实训步骤

实训内容	学习型工作任务	教学步骤	教学效果评价标准
绩效考核设计	选择第一项实训中调研公司或班级管理的 2 个岗位进行绩效考核的设计	1. 在对该岗位进行充分调研的基础上选择合适的绩效工具进行绩效考核制度设计； 2. 运用设计的绩效制度对该岗位员工进行阶段性的绩效评价； 3. 完成绩效评价报告。	调研充分，绩效考核制度设计合理，能按该制度评价岗位员工绩效。
员工培训设计	选择第一项实训中调研	1. 明确培训具体目标； 2. 设计培训内容和具体细	培训过程设计安排严谨且能达到培训

	公司或班级 设计一次增强团队凝聚力的培训	节安排； 3. 模拟实施培训；	目标。
--	-------------------------	--------------------	-----

五、注意事项

1. 教师提前于超星学习通平台发放课前任务，引导学生学会利用信息化教学工具；
2. 引导学生学会正确使用书面语言和标点符号进行表达；
3. 教学上应将理论指导与实际训练紧密结合，切忌理论和训练项目脱节；
4. 调研以小组为单位，提醒合理分工，团队合作，培养他们的团队意识。

六、拓展训练与思考

将设计文本反馈给被设计主体负责人（被调研的公司高管或班主任），听取对方意见和建议，尽可能的提高方案的实际可操作性。