

深圳职业技术学院  
课程思政示范课程申报书

课程名称： 文化市场营销

课程负责人： 汪薇

联系电话： 13316956378

申报部门： 职业技术教育学院

二〇二二年六月

## 填报说明

1. 申报课程原则上由教学团队共同讲授。
2. “专业大类代码”和“专业类代码”请规范填写。
3. 所有报送材料均可能上网公开，请严格审查，确保不违反有关法律及保密规定。

## 一、课程基本信息

课程名称	文化市场营销		
课程类型	通识教育课程： <input type="radio"/> 通识基础课程 <input type="radio"/> 通识核心课程 <input type="radio"/> 通识一般课程		
	专业教育课程： <input type="radio"/> 专业基础课程 <input checked="" type="checkbox"/> 专业核心课程 <input type="radio"/> 专业拓展课程		
	实践类课程： <input type="radio"/> 社会实践 <input type="radio"/> 劳动技能 <input type="radio"/> 其它实践		
所属专业大类代码	650401		
专业类代码	650401		
课程性质	<input checked="" type="checkbox"/> 必修 <input type="checkbox"/> 选修		
开课年级	第二学期		
学时	48		
学分	3		
最近两期开课时间	2021.9.6—2022.1.21（提供教学任务书等佐证材料）		
	2022.2.28.—2022.7.15（提供教学任务书等佐证材料）		
最近两期学生总人数	153		
教学方式	<input type="checkbox"/> 线下 <input type="checkbox"/> 线上 <input checked="" type="checkbox"/> 线上线下混合式		
线上课程地址及账号	<a href="https://mooc.istudy.szpt.edu.cn/course/18600000004447.html">https://mooc.istudy.szpt.edu.cn/course/18600000004447.html</a>		

注：（提供教学任务书须至少包含开课时间、授课教师姓名等信息）

## 二、授课教师（教学团队）基本情况

课程团队主要成员								
（序号1为课程负责人，课程负责人及团队其他主要成员总人数限8人之内）								
序号	姓名	学院/部门	出生年月	职务	职称	手机号码	电子邮箱	教学任务
1	汪薇	职业技术学院	1982/05		中级	13316956378	viviana.wang@szpt.edu.cn	课程负责人 主讲 课程标准起草人
2	王汝志		1971/01	院长	教授			课程标准起草人 课程思政指导
3	曹科岩		1981/08	副院长	教授			课程标准起草人 课程指导
4	孙晓玲	马克思主义学院	1974/07		教授			课程思政指导

5	康岩慧	晶报/市场部	1978/05	总监	中级	13602 68426 4	课程标准起草人 企业导师
6	魏增辉	腾讯游戏/市场营销	1984/06	总监	中级	13802 43455 2	课程标准起草人 企业导师
7	邓少斌	深圳市工业文化发展中心	1976/10	副主任	高级工程师	13826 56620 0	课程标准起草人 企业导师

### 三、授课教师（教学团队）课程思政教育教学情况

课程负责人情况	<p>（近5年来在承担课程教学任务、开展课程思政教学实践和理论研究、获得教学奖励等方面的情况）</p> <p>1.教学任务：2020-2022年，承担文化市场营销、文创思维、文化创意内容生产三门课程的授课；</p> <p>2.课程思政教学实践和理论研究： 2021年深职院第二届大学生讲思政课比赛三等奖（第一指导老师） 2021年第二届“发现深圳之美，讲述深圳故事”大赛二等奖（第一指导老师）</p> <p>3.教学表彰：2020年获得新入职教师教学能力比赛文科组二等奖。</p>
教学团队情况	<p>（近5年来教学团队在组织实施本课程教育教学、开展课程思政建设、参加课程思政学习培训、集体教研、获得教学奖励等方面的情况。如不是教学团队，可填无）</p> <p>1. 教研项目及高水平专业建设：</p> <p>[1]王汝志.深圳职业技术学院教育研究 2018年重大委托项目“四年制高职人才培养的历史借鉴与新时代探索”，已结项。</p> <p>[2]汪薇.深圳市哲学社会科学“十四五”规划 2021年度青年课题项目“粤港澳大湾区公共文化服务协同发展机制研究”（SZ2021C007），在研。</p> <p>[3]曹科岩.深圳市哲学社会科学“十四五”规划 2021年度共建课题项目“粤港澳大湾区特色职业教育园区建设研究”（SZ2021D034），在研。</p> <p>[4]汪薇.深圳职业技术学院 2022年校级质量工程教育教学研究</p>

	<p>一般项目“专业课程思政要素体系建构的问题研究 ---以‘文化市场营销’课为例”，在研。</p> <p>[5]曹科岩.深圳职业技术学院 2022 年校级质量工程专创融合示范课程“管理心理学”，在研。</p> <p>[6]汪薇.深圳职业技术学院 2022 年校级质量工程第三批高水平特色专业产教融合专业，在研。</p> <p>2. 论文:</p> <p>[1]汪薇.文化认同与粤港澳大湾区公共文化建设研究,《特区实践与理论》, 2022(1): 164-170。</p> <p>[2]汪薇.Behind “Two Chinas”: Orientalism in Edgar Snow’s Red Star over China, <i>Journal of Literature and Arts Studies</i>, 2022(4):320-327。</p> <p>[3]汪薇.Can the Wall be Penetrated?: Contemporary Travel Literature on China Written in English (1970-2010),《东亚研究》, 2022(2), 已采待刊。</p> <p>3. 教材:</p> <p>汪薇.《高职生劳动教育教程》, 广西师范大学出版社, 2020 年 9 月, 撰写第五章“践行工匠精神: 淬炼大国工匠”。</p>
--	--

#### 四、课程思政建设总体设计情况

(描述如何结合学校办学定位、专业特色和人才培养要求, 准确把握本课程的课程思政建设方向和重点, 科学设计本课程的课程思政建设目标, 优化课程思政内容供给, 将价值塑造、知识传授和能力培养紧密融合等情况。500 字以内)

本课程是文化创意与策划专业的一门专业核心课, 旨在培养学生文化兴国、文化自信、爱岗敬业、勇于创新的政治思想与职业素养; 掌握文化市场营销的基本理论、实施策略和创新发展, 从理论和实践两方面掌握文化市场营销的策划、实施和效果评估; 具备在不同的文化领域综合运用多种营销方法, 从多个角度进行有效的营销实施、评估营销效果等方面的能力。

本课程的课程思政建设由**纵横两大板块**建构起文化市场营销课程思政体系。**横向板块**支起本课程思政的建设框架, 分为三大部分: 文化体系、思政体系及职业规范; **纵向板块**根据课程不同的章节内容填充课程思政的具体内容, 主要包括社会主义核心价值观、中华优秀传统文化、与时俱进的文化消费需求、发展壮大的文化产业、中外文化交流、文化的可持续发展、文化与经济/生态的关系、文化市场营销职业道德及职业规范、文化政策与法规、以及守正创新、严谨细致、实事求是

是的职业精神等。

通过体系化的课程思政教学设计，本课程将专业价值塑造、知识传授和能力培养紧密融合，使专业教育与思政教育相得益彰。通过多学期的课程思政教学实施，逐步完善课程思政体系建设，实现良性的循环，在回答“培养什么人、怎样培养人、为谁培养人”这一教育根本问题上守正创新。

## 五、课程思政教学实践情况

（描述如何结合学校办学定位、专业特色和课程特点，深入挖掘思想政治教育资源，完善课程内容，改进教学方法，探索创新课程思政建设模式和方法路径，将课程建设目标融入课程教学过程等情况。1000字以内）

在文化市场营销课程思政教学设计的总体框架下，本课程的课程思政教学实践深入挖掘每一章节内容的思政教育资源，设计多种形式的教学活动，探索创新课程思政建设模式，拓宽课程思政教育实施路径，丰富课程思政教学方法，提高课程思政教学效果。

概括而言，在课程思政教育资源方面，本课程从“感知多元文化、理解多重价值、重视营销伦理、培养职业规范、驱动创新创业”五个方面，形成“五位一体”的思政资源布局；在课程思政教学活动设计方面，本课程通过校企联动、课堂内外连通、个人与小组结合、线上线下互动等多个渠道，构建多个层次、不同类型的活动，从而最大限度地调动学生的学习积极性，让思政教育在专业课程教授的过程中“润物细无声”且入脑入心，取得较好的效果。具体的课程思政设计详见下表。

项目 (单元)	任务 (节)	思政资源			教学活动 设计
		文化体系	思政体系	职业规范	
项目1： 文化市场 营销导论	1.1 认识文化产业	1.中华文化博大精深，文化产业与时俱进； 2.中西方营销文化及其发展； 3.创新是发展的原动力。	1.培养并增强文化自信心、文化自豪感； 2.重视文化市场营销的“文化”属性。	1.树立基本的文化营销职业道德； 2.建立良好的文化市场营销工作流程规范。	1.课堂知识点讲解及互动； 2.课后小组研讨深圳文化产业现状； 3.课后个人进行热点文化现象的营销案例分析。
	1.2 理解市场营销				
	1.3 文化市场营销核心概念				
	1.4 文化市场营销基本原理				
	2.1 导入案例分析	1.文化产业是朝阳产业，国	1.理性看待文化现象； 2.用积极向上	1.了解基本的文化产业	1.课堂知识点讲解及互动；

项目 2: 分析文化 市场营销 环境	2.2 宏观环境 分析	家大力扶持, 宏观环境向 好; 2.科技助推文 化创新发展; 3.国内外竞争 促使国内文 化企业转型 升级。	的文化繁荣 文化市场; 3.将社会主义 核心价值观 融入文化产 业; 3.大力弘扬中 华文化; 4.积极开展国 际文化交流。	政策与法 规; 2.正确理解 文化企业的 商业竞争; 3.倡导良性 竞争 4.积极推进 可持续发 展。	2.“产教融合 百强企业进 校园”系列讲 座; 3.课后小组研 讨中国电影 产业的营销 环境; 4.课堂辩论 会:国产电影 比好莱坞电 影前景更好。
	2.3 媒介环境 分析				
	2.4 竞争环境 分析				
	2.5 内部环境 分析				
项目 3: 洞悉文化 消费需求	3.1 导入案例 分析	1.树立正确的 文化价值观; 2.了解人民群 众的文化消 费需求; 3.生产能够满 足消费者需 求的具有时 代感的文化 产品。	1.培养爱国敬 业、爱岗诚信 的职业精神; 2.培养守正创 新、开拓进取 的精神; 3.强化实事求 是、严谨细致 的精神;	1.培养良好 的职业行为 规范; 2.树立严谨 踏实的工作 作风 3.保持创新 发展的激 情; 4.坚守诚信 经营的底 线。	1.课堂知识点 讲解及互动; 2.校外实训基 地:调查深圳 文博市场的 消费需求,撰 写调查报告; 3.校内实训: 撰写策划案 “深职 er 的 文化菜单”并 进行评比,选 出最优的文 化菜单。
	3.2 文化消费 需求的内涵				
	3.3 影响文化 消费需求的因 素				
	3.4 迎合文化 消费需求				
	3.5 引领文化 消费需求				
项目 4: 找准文化 市场营销 定位	4.1 导入案例 分析	1.传承创新中 华优秀传统 文化; 2.借鉴并批判 性地接受国 外优秀文化; 3.融会贯通现 代文化与传 统文化; 4.积极开拓发 展双创文化。	1.培养开放包 容、谦虚好 学、精益求精 的现代工匠 精神; 2.树立以人为 本的思想。	培养多视角 看待问题、 多层次理解 问题、多方 法解决问题的 职业能 力。	1.课堂知识点 讲解及互动; 2.校内实训: 设计“深职 er 的文化菜单” 的海报; 3.校外实训: 调查演艺市 场的营销定 位,选出你喜 欢的定位模 式,分析其构 成及效果。
	4.2 定位理论 的内涵				
	4.3 定位的结 构与原则				
	4.4 文化市场 定位的模式				

项目5: 重视文化 营销伦理	5.1 导入案例分析	1.社会主义核心价值观下的文化; 2.传统文化的新时代发展; 3.文化中的伦理道德发展。	1.树立对社会效益和经济效益合理取舍的价值观; 2.培养基本的社会责任感与营销道德; 3.切实执行可持续发展的理念; 4.明辨“小我与大我、功与利、善与恶、眼前与长远”等关系。	1.掌握基本的职业伦理道德原则; 2.熟悉文化政策与法规; 3.在工作中时常自省与自检,守住文化人的底线与原则。	1.课堂知识点讲解及互动; 2.校外实训: 采访深圳文化企业100强中的代表企业,分析他们履行的社会责任; 3.课堂辩论会:文化市场营销的道德与法律;
	5.2 社会责任与营销伦理				
	5.3 文化营销中的伦理问题				
	5.4 文化市场营销伦理决策				
项目6: 设计文化 营销策略	6.1 体验营销	互联网文化、创新文化、水平思维、故事文化;	守正创新、诚信营销、实事求是;	培养终生学习的习惯,不断更新知识体系。	1.课堂知识点讲解及互动; 2.校外实训: 走进草木染,体验非遗文化; 3.校内实训: “深职er的文化菜单”故事营销和流量营销PK赛;
	6.2 故事营销				
	6.3 品牌营销				
	6.4 水平营销				
	6.5 流量营销				
项目7-11: 不同文化 场景/细分文化行业的营销	7.电影营销; 8.演艺营销; 9.文旅营销; 10.网游营销; 11.图书/手作/艺术品/体育赛事营销	树立大文化的概念,培养文化+和文化软实力实现的思想;	大处着眼小处着手,精益求精、举一反三、积极弘扬中华文化;	能够熟练掌握文化调查及数据分析的能力,能将创新精神落实到实际工作中。	1.课堂布置小组研讨任务,说明研讨内容和要求; 2.各小组选择给定的文化场景,从概况介绍、营销策略、营销创新等方面撰写营销报告。

## 六、课程评价与成效

(概述课程考核评价的方法机制建设情况,以及校内外同行和学生评价、课程思政教学改革成效、示范辐射等情况。500字以内)

课程以学生学业质量为导向,结合课程知识、技能、思政(素质)要求,探索形成教师、行业企业专家、学生评价主体相结合,线上线下相结合,诊断性评价、过程性评价、终结性评价、增值性评价相结合的考核与评价模式。

在课程理论部分,以问题驱动,教师在课堂上以图文并茂的方式讲授,将课本内容结合PPT、视频等资料,让学生有兴趣学且容易学、容易懂。

在课程实训部分,采用案例教学法、项目教学法,让学生寻找案例、进行案例分析/项目策划、项目实战、教师修改批阅,学生课堂汇报讲解、教师与企业教师点评、学生互评、再次完善案例/项目,课后上传istudy平台最终评定分数。

本课程的思政评价通过让学生观察、体验,而后分析、思辨,从而到达理解、知行合一。观察体现在社会调查、讲座分享中,体验表现在项目实操、活动实训中,分析落实在报告撰写上,思辨展现于课堂辩论会。形式丰富的教学活动让学生在理解的基础上做,在做的过程中加深理解,达到知行合一的教学效果。

## 七、课程特色与创新

(概述在课程思政建设方面的特色、亮点和创新点,形成的可供同类课程借鉴共享的经验做法等。须用1—2个典型教学案例举例说明。500字以内)

本课程的课程思政建设有三大特点:

**一是思政建设顶层设计与实践相互赋能。**已获校级教研项目立项的本课程相关教学研究为教学实践提供理论支持,对课程思政体系各要素的分项研究和深入分析,为课程思政的理论研究奠定了扎实的基础;教学实践又为教学研究提供了很好的研究案例,为课程思政的不断完善提供了宝贵的素材。

**二是课程思政资源多元一体。**由于本课程特有的“文化”属性,课程思政的建设资源丰富且多元化,形成了“五位一体”的思政教育资源布局--感知多元文化、理解多重价值、重视营销伦理、培养职业规范、驱动创新创业。这也是本课程的课程思政建设亮点。

**三是课程思政实践场所校企联动。**本专业现有一个市级校外实践教学基地,多个校级校外实践教学基地,且与华侨城集团、保利剧院、深圳博物馆、关山月美术馆、深圳市工业展览馆、深圳当代艺术馆与城市规划馆、华强方特等保持紧密的联系。

本课程的课程思政建设创新点是:淡理论传授、强案例教学、融思政元素、育自主探究,将思政元素融入到“大纲、教案、课堂、作业、研讨、考核、反馈”

全过程教学闭环。

## 八、课程建设计划

(概述今后5年课程在课程思政方面的持续建设计划、需要进一步解决的问题、主要改进措施、支持保障措施等。300字以内)

在今后5年,本课程在课程思政方面的建设将重点围绕人的要素和物的要素展开。首先,一方面细致分析学生的知识、技能及素质水平,深入了解其价值观等情况;另一方面,不断提升教师的思政水平,用最先进、最科学的思想武装教师的头脑。其次,持续关注文化产业动态、深入分析热点文化现象,调整课程内容的时代适配性和思想深刻性,通过数字化转型及人工智能在教学活动上的应用,优化课程教学方法,提升课程教学成效。

在我专业高水平特色专业建设指引下,进一步对校企合作提质增量,为课程的校外实训提供更多更好的资源;同时,随着搬入新实训楼及高水平实训室的建设,课程思政的校内实训将具备更好的硬件环境,为教学活动的开展提供保障和支持。

## 九、课程负责人承诺

本人已认真填写并检查以上材料,保证内容真实有效,不存在任何知识产权问题。如有违反,本人将承担相关责任。

课程负责人(签字): 汪敬

2022年6月14日

## 十、申报部门政治审查意见

该课程内容及上传的申报材料无危害国家安全、涉密及其他不适宜公开传播的内容,思想导向正确,不存在思想性问题。

该课程负责人(教学团队)政治立场坚定,遵纪守法,无违法违纪行为,不存在师德师风问题、学术不端等问题,五年内未出现过重大教学事故。

部门党委(盖章)

2022年6月15日

## 十一、教学单位推荐意见

付音报告

(盖章) 签字:

2022年6月14日

