

# 《创意市集》教学大纲

课程名称： 创意市集		实践类别： <input type="checkbox"/> 实习 <input checked="" type="checkbox"/> 实训 <input type="checkbox"/> 课程设计
课程英文名称： The image culture workshop		
周数/学分： 2/2		
授课对象： 2020 文化产业管理 1/2 班		
开课学院： 文学与传媒学院		
开课地点： ■校内（ 文科楼文创工坊、创意市集举办地） ■校外（ 校外创意市集调研）		
任课教师姓名/职称： 冯丽霞/讲师		
教材、指导书： 王怡颖《创意市集》，生活·读书·新知三联书店 2005 年版。 王怡颖《玩心大发·创意市集 2》，生活·读书·新知三联书店 2007 年版。		
教学参考资料： 菲利普·科特勒《市场营销：原理与实践》，中国人民大学出版社。		
考核方式： 考查，据创意市集实际执行情况给予评分		
答疑时间、地点与方式： 文科楼、微信群		
<p>课程简介：</p> <p>本课程为东莞理工学院文学与传媒学院文产系在第三学年开设的集中实践教学的项目类课程，旨在锻炼学生的项目策划与执行、文创设计、品牌营销、组织协调等的综合能力。</p>		
课程教学目标及对毕业要求指标点的支撑		
课程教学目标	支撑毕业要求指标点	毕业要求
<p><b>目标 1（知识目标）：</b></p> <p>完成活动所需的 logo、胸牌、礼品等的设计。</p>	6.1 能够基于文化产业相关理论、文化产业发展趋势，统筹规划文化产品与项目的开发	6：项目实操的能力：能够基于文化产业相关理论、文化产业发展趋势，统筹规划文化产品与项目的实施；能够了解并参与项目发掘、论证、包装、推介、开发、运营、推广的全程实践，建立起具有一定建设性、逻辑性的思维过程；能够理解并掌握文化产业相关理论与经济决策方法，并能在多学科环境中应用
<p><b>目标 2（能力目标）</b></p> <p>综合完成文化项目的调研、策划、创作、文案、执行、评估等工作相关的组织管理工作</p>	6.2 能够了解并参与项目发掘、论证、包装、推介、开发、运营、推广的全程实践	6：项目实操的能力：能够基于文化产业相关理论、文化产业发展趋势，统筹规划文化产品与项目的实施；能够了解并参与项目发掘、论证、包装、推介、开发、运营、推广的全程实践，建立起具有一定建设性、逻辑性的思维过程；能够理解并掌握文化产业相关理论与经济决策方法，并能在多学科环境中应用
<p><b>目标 3（素质目标）</b></p> <p>锻炼社会活动、人际交往和公关的基本能力。</p> <p>锻炼团队精神和适应社会能力。</p>	7.0 具有一定的组织、协调和管理团队的能力在多学科背景下的团队中承担个体、团队成员以及负责人的角色	7：团队协作的能力：具有一定的组织、协调和管理团队的能力，能够在多学科背景下的团队中承担个体、团队成员以及负责人的角色；

## 实施要求、方法/形式及进度安排

### 一、实施要求

#### 1.资源配置要求

学院给予经费支持。学生寻求社会赞助。

#### 2.指导教师责任与要求

定期与学生会合讨论，确定活动方案、流程，协助处理财务、外联等工作。定期检查活动筹备事宜。现场考查活动执行情况。考查并给出课程成绩。

#### 3.学生要求

分工合作，完成创意市集。

### 二、实施方法/形式

项目最终呈现形式为创意市集。由学生完成创意市集的前期调研、活动策划、外联赞助、摊位招募、物资准备、场地布置、宣传文案、后勤保障，直至现场统筹、开幕展演、游戏互动以及部分摊位和电商的运营。

### 三、实施进度和安排

表 1 实施进度和安排

时间/周次	学时/ 周	实践内容（重点、难点、 课程思政融入点）	学生学习预期成果	教学方式	支撑课程目标
2 周		项目动员 重点：项目总体安排 难点：根据当前防疫要求 协调项目实施总体方案 课程思政融入点：提高学生的安全意识和规范意识，培养诚信守时，遵守规则的思想品质，增强学生的职业适应能力。	了解本课程的意义。 自觉遵守学校有关规章制度，树立安全意识。	<b>讲授法：</b> 指导老师进行课程介绍。 <b>讨论法：</b> 学生分组并分组讨论相关内容、要求及安排。 <b>案例分析法：</b> 分析相关案例，从中得到借鉴、启发 <b>任务驱动教学法：</b> 结合课程内容及要求，学生自主查阅、收集相关文献资料。	目标 1 目标 2 目标 3
4-10 周		项目筹备 重点：每周定期汇报各组筹备工作进展 难点：提出筹备过程中遇	确定分工，职责明确，各司其职，服从安排，充分做好市集筹备。	<b>讨论法：</b> 学生分组并分组讨论相关内容、要求及安排。 <b>任务驱动教学法：</b> 结	目标 2 目标 3

		到的问题，讨论解决方案 课程思政融入点：培养创新精神，增强适应能力。		合项目内容及要求， 查阅收集相关资料。 开展相应外联宣传等工作。	
12-14 周		活动执行 重点：创意市集的完成 难点：完成项目全流程及后续首尾工作，因应实际作出应对调整 课程思政融入点：创新思维、善意沟通与表达	各司其职，互相配合，相辅相成，随机应变，共同完成	<b>任务驱动教学法：</b> 完成创意市集的管理、协调等运营工作，以及相关的财务、宣传等工作。	<b>目标 2</b> <b>目标 3</b>

课程考核				
序号	课程目标	考核内容	评价依据及成绩比例（%）	权重（%）
1	<b>目标 1（知识目标）：</b> 使学生初步能够根据课程需求确定合适的产品设计方案与活动策划方案、宣传文案等；	各类作品的科学性、实操性与创新性	40	<b>40</b>
2	<b>目标 2（能力目标）</b> 使学生完成活动策划各个流程，在项目实施过程中能考虑到社会政治、文化、经济等因素。	市集的策划筹备实施全流程	40	40
3	<b>目标 3（素质目标）</b> 社会活动、人际交往和公关的基本能力。 锻炼团队精神和社会适应能力。	能完成必要的人际沟通，互相协作，应对出现的各种突发情况	20	20
合计			100	100

注：考核评价的具体评分标准见《附录：考核评分标准表》				
大纲编写时间：2023-2-22				
系（部）审查意见：  已审核，通过。				
系（部）主任签名：吴寒柳			日期： 2023 年    2 月    23 日	

附录：考核评分标准表（参考）

市集筹备及实施工作评分标准

教学目标要求	评分标准				权重 (%)
	90-100	80-89	60-79	0-59	
目标 1：使学生初步能够根据实践项目需求设计合适的方案； （支撑毕业要求指标点 6.1）	各类方案设计科学、合理，创意佳，可行性高。	设计较科学、较合理，较有创意和可行性。	各类设计基本科学、有一定创意和可行性。	未较好理解实践项目选题，设计方案不科学、不合理，缺乏可行性。	40
目标 2：使学生完成活动策划各个流程，在项目实施过程中能考虑到社会政治、文化、经济等各因素。 （支撑毕业要求指标点 6.2, 7.0）	工作量饱满，能按照分组积极主动的完成工作，效果良好	工作量较饱满，能按照分组，完成分配的工作，效果良好	工作量一般，能按照分组完成工作，效果一般	不服从分配，工作量不足，完成效果不佳	40
目标 3：在项目实施过程中锻炼社会活动、人际交往和公关的基本能力。锻炼团队精神和适应社会能力。（支撑毕业要求指标点 6.2, 7.0）	能运用适当工具、平台查询资料，并表现出良好的文化交流和沟通的能力。与同学合作顺畅，具备良好的应变和解决问题的能力	能运用适当工具、平台查询资料，并表现出较好的文化交流和沟通的能力。与同学合作顺利，具备较好的应变和解决问题的能力。	能在实践过程中使用相应的工具、平台查询资料，并表现出一定的文化交流和沟通的能力。与同学合作较顺利，具备一定的应变和解决问题的能力。	在实践过程中不能使用相应的工具、平台查询资料，缺乏文化交流和沟通的能力。与同学合作不顺，应变和解决问题的能力不足。	20