

自考文化产业专业统编教材通过审查 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/214/2021\\_2022\\_\\_E8\\_87\\_AA\\_E8\\_80\\_83\\_E6\\_96\\_87\\_E5\\_c67\\_214429.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/214/2021_2022__E8_87_AA_E8_80_83_E6_96_87_E5_c67_214429.htm)

全国高等教育自学考试新兴专业文化产业专业的三门专业教材，近日在山东大学通过我国专家审查。这三种教材分别是《中国文化导论》、

《文化创意与策划》和《文化市场与营销》，这是文化产业自学考试的主干课程教材。《中国文化导论》由陈洪教授主编，主审专家为山东大学文学文艺美学中心教授、山东大学研究生院副院长、山东大学文艺美学中心常务副主任谭好哲。陈洪教授阐述说，编撰者们一开始就从两个角度制定了编撰方针：其一是针对自学考试这一考试形式的特点来编撰；其二是针对文化产业这一学科的特点来编撰。因此，就结构而言，教材并不深入探讨文化的学理概念，而将重点放在梳理知识点上。但仅仅对知识点进行梳理，并不能体现它作为高等学院教材的特点。所以，还需要在绪论中集中讨论一些有深度的理论问题，而下面各章节的知识点则可以作为对这些问题的具体展开。就内容而言，这部教材则以传统汉文化为编撰主体，在某些地方进行了适度延伸。这样来设置教材的结构和内容，可以使知识点更集中、更明确，进而为文化产业的从业者提供一个知识的基本平台。评审专家认为，这一教材的定位较好，结构凝练，语言干练，知识点的把握也比较准确，并且在观念方面不拘囿于传统，吸收了许多新看法、新思想，可以说是‘稳中有新’，总体来说比较让人认可。然而，这部教材的写作也存在着一定的不足，主要集中于两个方面：其一，思考题的题目有些笼统，应该再具体些

；其二，还可以适当地补充新内容，如齐森华先生提出，对中国文化影响较大的佛教典籍还可以再着重介绍一下。《文化创意与策划》的主编为何平教授，主审专家为山东大学历史文化学院教授、山东大学历史文化学院院长、山东省文化产业研究基地首席专家王育济。何平教授陈述说，这部教材的中心是要解释文化产业的创意与策划，因此需要明确七个方面的内容：文化产业的一般概念；文化商品与文化市场；大众传播产品，包括旅游传播产品；区域文化产业的创意与策划；文化创意与策划的思维方式，也就是认识论问题；文化创意与策划的路径与方法，也就是方法论问题；最后进行案例列举。评审专家认为，《文化创意与策划》这本教材提纲详细、构架清晰，文字通畅，许多地方可圈可点，比如它在传播与策划方面的材料比较丰富；对区域文化策划的提出以及对文化创意与策划的制约因素的提出都有创获。专家们的修改建议主要集中于两个方面：其一，这本教材在总体结构上还可以进一步简化。胡惠林教授建议说，可以将教材在总体上分成两大部分：基本原理和应用实例。其二，教材的有些内容还可以再做调整和增删。王育济教授则指出，可以从第二章直接进入主题，一开始就对文化产业中的创意做出清楚的解释；对区域策划的划分还可以再细致一些。赵季教授指出，鉴于网络对现代文化生活的深刻影响，可以将网络文化的创意策划突出出来。《文化市场与营销》的主编为王育济、张友臣教授，主审专家为国家发改委文化产业研究中心主任齐勇峰。张友臣教授对《文化市场与营销》的基本特点做出了陈述。张友臣教授陈述说，这本教材在参考现有相关教材的基础上编著而成，其特点在于，结构上有较强的系

统性；内容上注重案例分析，可读性强；而且还对特殊的文化市场营销案例，比如图书馆、博物馆一类的非盈利市场营销案例做出了分析。评审专家们认为，这部教材广泛借鉴了当代营销学、管理学、文化学、美学等学科的最新研究成果，思路开阔，构架比较完整，文字比较通畅，内容实事求是，同时也有自己的心得体会。比较好地处理了理论、概念和工作的要求，也比较好地满足了自学考试的特点。专家们对《文化市场与营销》的建议主要集中于两个方面：其一，教材在内容上还需要做出调整。胡慧林教授指出，要明确“文化市场营销”与“市场营销”的区别，按照“文化市场营销”这个特点来结构整部教材。其二，教材还需要增加一定的内容。胡惠林教授指出，教材缺乏关于市场主体的介绍。何平教授指出，教材对文化产品心理方面的因素考虑不足；对某些非正常的文化营销现象也介绍不足。