



藝術及設計學院

跨領域藝術碩士學位課程

學科單元大綱

學年	2023/2024	學期	2
學科單元編號	IART6126		
學科單元名稱	展演策劃與營銷研究		
先修要求	沒有		
授課語言	中文/英文		
學分	3	面授學時	45 課時
教師姓名	梁曉鳴 顏南源	電郵	hioming@mpu.edu.mo alangan@mpu.edu.mo
辦公室	明德樓 4F, M406 氹仔校區珍禧樓 2F, P227	辦公室電話	8599-3221 8893-6918

學科單元概述

本科目主要針對當今的藝術展覽與各類舞台表演進行研究，從規劃、執行、營銷、展出、總結歸納，以及改良方案的探索，將是本科目的學習重點。由於科目與實踐應用緊密相連，因此通過授課、分析個案、實際操作對展演活動和市場營銷作出深入的研究，從而發展學生的相關能力。

學科單元預期學習成效

完成本學科單元，學生將能達到以下預期學習成效：

M1.	從理論和實踐上規劃、執行、管理和舉辦表演、展覽、文創等活動
M2.	對舉辦的活動提交詳細的研究報告，包括分析、批評、建議和改良方案
M3.	應用營銷的重要特徵與關鍵點於展演活動中，同時準確執行

有關預期學習成效促使學生取得以下課程預期學習成效：



課程預期學習成效	M1	M2	M3
P1. 跨領域藝術的內涵與應用	✓	✓	
P2. 跨領域藝術的創造性思維和概念		✓	
P3. 跨領域藝術與設計在交互、技術和文化創意方面的整合與實踐	✓		✓
P4. 展示相關專業領域的研究能力		✓	
P5. 展示藝術領域的管理技能，如活動策劃和營銷	✓		
P6. 支持促進社會可持續發展的跨領域藝術理念		✓	
P7. 展示跨領域整合的全球視野、創造力和能力	✓	✓	
P8. 根據社會需求整合技術和文化創造力	✓		
P9. 對社會和環境持積極態度	✓		
P10. 堅持高尚的道德標準，在終身學習中追求卓越		✓	

教與學日程、內容及學習量

週	涵蓋內容	面授學時
1	1. 製作行動計劃書 1.1 表演/展覽/文創活動的行動計劃書	3
2	2. 實際操作方案 2.1 對計劃書進行修改和完善，使之成為一個可以實際操作的方案	3
3	3. 團隊建設與人事管理技巧 3.1 學習如何根據活動方案進行團隊建設和人事管理	3
4	4. 人力資源管理的實際應用 4.1 研討人力資源管理技巧 4.2 工作程式、時間表的組織管理和運用	3
5	5. 在實操中運用管理學理論 5.1 運用各種管理理論和學科知識來處理現場狀況	3
6	6. 實時跟進活動 6.1 開展活動 6.2 跟進和掌握每個階段的進展情況	3
7	7. 風險管理與解決 7.1 運用課堂上學到的各種理論，解決問題和管理風險	3



週	涵蓋內容	面授學時
8	8. 活動分析 8.1 通過總結、分析、研究，將理論原理與該活動的實際發生和運行進行比較	3
9	9. 總結 9.1 課堂中具體交流、分享舉辦活動的經驗 9.2 分享研究報告的成果	3
10	10.1 進階營銷原理與概念的再解析 10.2 如何設定目標與提出有效且可執行的營銷計劃	3
11	11.1 市場營銷要素與社會變動關聯的探討 11.2 營銷目標和消費市場的解析 11.3 市場區隔的精準辨識及目標客戶選擇的判別依據	3
12	12.1 相關藝術範疇的市場營銷案例解讀 12.2 市場分類與相應定位評估的進行 12.3 具市場效益的營銷組合制定	4
13	13.1 理論整合與營銷過程的檢視 13.2 實施內容的制定與營銷手段的整合應用 13.3 市場營銷與相關推廣活動計劃的設定	4
14	14.1 各組提出以針對藝術展演為主的營銷計劃匯報（內容包括對提案的規劃、制定、執行、監控及評估說明等） 14.2 學習回顧與總結	4

教與學活動

修讀本學科單元，學生將透過以下教與學活動取得預期學習成效：

教與學活動	M1	M2	M3
T1. 透過課堂的課題以及案例講解和分析，促使學生建立扎實的知識概念	✓		✓
T2. 透過技術指導，推動學生將理論與實踐相結合	✓		✓
T3. 透過分組撰寫計劃，實際組織和舉辦展演活動	✓	✓	
T4. 透過舉辦展演活動，讓學生深入總結分析在過程中的各種得失，並形成報告		✓	



考勤要求

考勤要求按澳門理工大學《碩士學位課程教務規章》規定執行，未能達至要求者，本學科單元成績將被評為不合格（“F”）。

考評標準

修讀本學科單元，學生需完成以下考評活動：

考評活動	佔比 (%)	所評核之 預期學習成效
A1. 藝術活動策劃 現場練習: 組織、運行、管理和完成活動，結束後提交最終研究報告，報告的內容需要以實際活動中發生的事件和課堂里的理論學習相結合，字數在 1500 字左右。第 9 週提交。	50%	M1, M2
A2. 營銷計劃提案 藝術活動策劃的市場營銷提案 提案練習: 探討相關藝術業務、商業或文化企業等市場營銷方案，透過策略、訪談、調查及分析，創作策略活動，並配合其他媒體作宣傳結合擬定營銷策略報告。必須至少 5 人以上一組，字數在 1500 字左右。最後週提交。	30%	M3
A3. 參與度：出席率、積極性與參與度	20%	M1、M2、M3

有關考評標準按大學的學生考評與評分準則指引進行（詳見

www.mpu.edu.mo/teaching_learning/zh/assessment_strategy.php）。學生成績合格表示其達到本學科單元的預期學習成效，因而取得相應學分。

評分準則

採用 100 分制評分：100 分為滿分、50 分為合格。本學科要求不設補考。

參考文獻

1. 劉偉冬 (2014)。藝術管理學研究。東南大學出版社。
2. 和雲峰 (2014)。藝術管理學理論及實踐。中央音樂學院出版社。



3. 吳衛民、侯雲峰(2015)。藝術管理的理論與實踐:全國藝術學學會藝術管理專業委員會第三屆年會論文集。中國文聯出版社。
4. 劉偉科 (2014)。藝術管理學研究 第 2 卷。東南大學出版社。
5. 鄭新文 (2018)。藝術管理概論—香港地區經驗及國內外案例。上海音樂出版。
6. 鄭志傑 (2018)。如何制定銷售計畫。新書快訊出版社。
7. 蕾切爾·勞斯(2023)。符號助銷：提升營銷魅力的設計思維。中國科學技術出版社。
8. Byrnes, W. (2014). *Management & the Arts*. Routledge.
9. Hawkins, J. (2013). *The Creative Economy*. Penguin.
10. Robyn Blakeman (2018). *Integrated Marketing Communication: Creative Strategy from Idea to Implementation*. Rowman & Littlefield Publishers.
11. Keith A. Quesenberry (2018). *Social Media Strategy: Marketing, Advertising, and Public Relations in the Consumer Revolution*. Rowman & Littlefield Publishers.
12. O. C. Ferrell, Michael Hartline, Bryan W. Hochstein (2021). *Marketing Strategy*. 8th edition, Cengage Learning.

學生反饋

學期結束時，學生將被邀請以問卷方式對學科單元及有關教學安排作出反饋。你的寶貴意見有助教師優化學科單元的內容及教授方式。教師及課程主任將對所有反饋予以考量，並在年度課程檢討時正式回應採取之行動方案。

學術誠信

澳門理工大學要求學生從事研究及學術活動時必須恪守學術誠信。違反學術誠信的形式包括但不限於抄襲、串通舞弊、捏造或篡改、作業重覆使用及考試作弊，均被視作嚴重的學術違規行為，或會引致紀律處分。學生應閱讀學生手冊所載之相關規章及指引，有關學生手冊已於入學時派發，電子檔載於 www.mpu.edu.mo/student_handbook/。