



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	2025/2026	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 趙凱欣	電郵	hioming@mpu.edu.mo t2008@mpu.edu.mo
辦公室	明德樓 4/F, M406 --	辦公室電話	8599 3221 --

學科單元概述

本學科單元主要針對當今的藝術展覽與各類舞台表演和營銷進行研究，對規劃、執行、營銷、展出、總結歸納，以及改良方案的探索，將是本學科單元的學習重點。由於學科單元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	✓		✓



課程預期學習成效	M1	M2	M3
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	製作行動計劃書 ● 表演/展覽/文創活動的行動計劃書	3
2	實際操作方案 ● 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	團隊建設與人事管理技巧 ● 學習如何根據活動方案進行團隊建設和人事管理	3
4	人力資源管理的實際應用 ● 研討人力資源管理技巧 ● 工作程式、時間表的組織管理和運用	3
5	在實操中運用管理學理論 ● 運用各種管理理論和學科知識來處理現場狀況	3
6	實時跟進活動 ● 開展活動 ● 跟進和掌握每個階段的進展情況	3
7	風險管理與解決 ● 運用課堂上學到的各種理論，解決問題和管理風險	3
8	活動分析 ● 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	A1. 藝術活動策劃總結 ● 課堂中具體交流、分享舉辦活動的經驗 ● 分享研究報告的成果	3



週	涵蓋內容	面授學時
10	展演產業市場營銷導論 <ul style="list-style-type: none"> ● 展演產業範疇與特性 ● 文化消費行為分析 ● 市場營銷基礎理論：4P、4C、服務營銷在展演產業的應用 ● 展演營銷與傳統產品營銷的差異與特殊性 	3.5
11	展演產業營銷市場分析、區隔與定位 <ul style="list-style-type: none"> ● 目標市場選擇：評估市場吸引力與資源匹配度 ● 市場定位：如何創建獨特的展演核心創意、價值主張與品牌形象 ● 受眾開發策略分析 	3.5
12	營銷戰略與創新趨勢 <ul style="list-style-type: none"> ● 結合案例分析，探析 ● 如何將創意落地可執行方案 ● 如何整合營銷傳播策略與渠道選擇 ● 內容營銷與故事敘述 	3.5
13	從策略到執行 <ul style="list-style-type: none"> ● 回顧整合理論、規劃計劃流程 ● 預算編制與資源管理 ● 常見的執行陷阱與風險管理 ● 延伸：如何進行效果評估及數據分析 	3.5
14	成果發表與回顧展望 <ul style="list-style-type: none"> ● A2. 設計展覽或演出活動營銷方案成果報告 ● 點評及未來趨勢探討：AI 技術利用、沉浸式體驗理念等可行性探討 	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，未能達至基本要求者，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、M3
A2. 設計展覽或演出活動營銷方案 成果報告：每組陳述其完整的《展演活動策劃與營銷方案》，內容包括市場分析、受眾定位、營銷方案制定與執行、預算規劃、預期目標及效果評估）	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. Paquette, J. (帕奎特) , Redaelli, E. (雷達利) (2022) 。藝術管理與文化政策研究。耿煒譯。商務印書館。
2. 成喬明 (2021) 。藝術管理學導論。東南大學出版社。
3. 任珊珊 (2021) 。視覺藝術管理概論。清華大學出版社。
4. 陳楠 (2021) 。藝術管理：表演藝術組織管理。上海音樂出版社。



5. 黃昌勇 (2021)。劇場管理：藝術學理論的新視界。復旦大學出版社。
6. 凌金鑄 (2022)。文化行政管理學。上海交通大學出版社。
7. 王俐容 (2022)。多元的吐納：穿梭於臺灣文化公共領域。巨流圖書。
8. 鄭新文 (2025)。藝術管理：逐夢江湖感悟錄。中華書局 (香港) 有線公司。
9. 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。
10. Bathurst, J. R., Lasher, R., Stein, T. (2022). *Performing Arts Management: A Handbook of Professional Practices*. Kindle.
11. Byrnes, W. (2022). *Management and the Arts*. Routledge.
12. O. C. Ferrell, Michael, H., Bryan, W. H. (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/。