

湖南省高等教育自学考试
课程考试大纲

文化经纪理论与实务
(课程代码: 11926)

湖南省教育考试院组编
2016年12月

高等教育自学考试课程考试大纲

课程名称：文化经纪理论与实务

课程代码：11926

第一部分 课程性质与目标

一、课程性质与特点

文化经纪理论与实务课程是高等教育自学考试经纪学(本科)专业的选考课程。本课程是一门应用理论学科,是一门中介服务科学。能够促进考生将文化经纪理论引向深入,了解和掌握先进的文化经纪中介服务理论、技巧与方法,并转化为实践和改善的能力。本课程具有较强的理论性、方法性、策略性和操作性等特点。

二、课程目标与基本要求

本课程的学习目标是:比较准确地理解“文化经纪理论与实务”的学科的理论实务;全面系统地掌握“文化经纪理论与实务”中文化经纪的相关知识体系以及涉略到的各类别经纪人的相关概念、要求、管理制度等。

三、与本专业其他课程的关系

本课程涵盖了本专业体育经营管理理论与实务、产权经纪理论与实务、证券经纪业务营销基础与实务、房地产经济理论与实务、体育经纪实务、旅游经纪理论与实务课程中有关文化经纪范畴的各类经纪人。

第二部分 考核内容与考核目标

第一章 文化经纪导论

一、学习目的与要求

通过本章的学习,考生应该掌握文化、文化产业、文化市场、文化商品、经纪人、文化经纪人的相关概念、特点、分类等知识,为“文化经纪理论与实务”课程的学习打下必要的基础。

二、考核知识点与考核目标

(一)文化经纪相关概念(重点)

识记:1.文化的基本特点;2.文化产业的概念;3.市场及文化市场的概念;4.文化产品与文化商品的概念

理解:1.文化产业的分类;2.文化市场的范围和分类;3.文化商品的特点

应用:1.代理的概念;经纪人与代理人的区别;2.行纪人的概念;经纪人与行纪人的区别;3.经销商的概念;经纪人与经销商的区别;4.经纪人与居间人

(二)经纪人与文化经纪人(次重点)

识记:1.经纪人概念;2.文化经纪人概念;3.文化经纪人的经营对象

理解:1.经纪人分类;2.经纪人活动特点;3.文化经纪人分类

应用：文化经纪人的类型

(三) 文化的定义（一般）

理解：文化的定义

第二章 文化经纪人概述

一、学习目的与要求

通过本章的学习，考生应该了解中外文化经纪人的现状；掌握文化经纪人的素质、作用及职能；熟悉经纪人的行政管理；掌握经纪人的基本管理制度；经纪人经纪活动规范。

二、考核知识点与考核目标

(一) 文化经纪人的管理与规范（重点）

识记：1. 经纪人行政管理的主要原则；2. 文化经纪人的权利；3. 文化经纪人的义务；4. 经纪人行为的自律；5. 经纪人活动应回避的“高压线”

理解：1. 文化经纪人行政管理的基本管理制度；2. 经纪人经纪活动规范的内容；经纪行为规则；经纪活动中的 11 项禁止行为；3. 经纪人资格管理

应用：能够判别经纪人不得从事的行为

(二) 文化经纪人的素质、作用及职能（次重点）

识记：文化经纪人的作用

理解：1. 对文化经纪人的素质要求；2. 文化经纪人的职能

(三) 中外文化经纪人现状（一般）

识记：合格、成功的文化经纪人应该具备的特质

理解：1. 西方文化经纪人的现状；2. 中国文化经纪人现状

第三章 文化经纪活动内容

一、学习目的与要求

通过本章的学习，考生应该了解文化经纪人活动的工作内容、工作程序、策略及业务工作技巧；掌握文化经纪活动特点及环节，理性地认识文化经纪人的具体工作。

二、考核知识点与考核目标

(一) 文化经纪活动内容及程序（重点）

识记：文化经纪人活动的主要内容

理解：文化经纪人活动程序

应用：能够独立进行文化经纪工作

(二) 文化经纪活动策略（次重点）

识记：1. 维护自己利益的策略；2. 处理危机的策略

理解：1. 谈判中的信息策略；2. 赢得谈判的技巧

应用：能够进行文化经纪业务谈判

（三）文化经纪业务技巧（一般）

识记：1. 经纪业务技巧；2. 文化经纪包装策略

理解：1. 社会交往的技巧；2. 赠送礼品及礼品卡的技巧；3. 自我保护的技巧

应用：具备一个合格的文化经纪人的经纪业务活动技巧

第四章 文化经纪合同

一、学习目的与要求

通过本章的学习，要求考生掌握文化经纪合同的种类及注意事项；通过范本熟悉文化经纪合同。

二、考核知识点与考核目标

（一）文化经纪合同及其种类（重点）

识记：1. 文化经纪合同的定义；2. 委托合同的定义；委托与代理的区别；委托的分类；3. 行纪合同概念；4. 居间合同概念

理解：1. 文化经纪合同的种类；2. 行纪合同与委托合同的区别；3. 行纪合同双方当事人的权利义务

应用：能够判别文化经纪合同的类别

（二）文化经纪合同的内容及效力（次重点）

识记：1. 无效经纪合同的概念；2. 经纪合同的违约责任

理解：1. 演出合同应该载明的事项；2. 无效经纪合同的情形

（三）经纪合同的变更和解除（一般）

理解：允许变更和解除合同的情况

应用：能够断定需要变更和解除合同的情况，维护各方正当利益

第五章 影视明星经纪人

一、学习目的与要求

通过本章的学习，考生应该了解明星、明星制度；掌握明星研究及明星广告代言等相关内容。

二、考核知识点与考核目标

（一）明星与明星制度；影视明星经纪人与形象包装（重点）

识记：1. 明星概念；电影明星的概念；明星包装的概念；2. 明星制度的概念；明星的特权；明星的代价；职业演员与明星的区别；导演与明星；3. 影视明星经纪人的概念；4. 内地明星经纪人在出身上的特征；5. 明星制的概念

理解：1. 好莱坞明星制的含义；2. 明星制对电影产业的巨大影响；3. 影

- 视明星形象包装；4. 明星制的文化心理基础、功能、本质、关键应用：能够充分认识明星制对电影产业的巨大影响
- (二) 明星广告代言；明星广告代言风险（次重点）
- 识记：1. 制约明星代言效果的因素；2. 影响说服传播效果的因素
- 理解：1. 条件反射原理；2. 精细加工可能性模型；3. 明星广告代言应避免的五大风险
- 应用：1. 能够知晓大牌明星未必是最佳代言；2. 理性受众不买明星帐；3. 能够辨识明星广告代言的风险
- (三) 明星研究；世界多国对明星广告代言的管制（一般）
- 识记：明星研究的主要内容
- 理解：1. 明星研究在中国的必要性；2. 明星研究的特点
- 应用：了解世界多国对明星广告代言的管制

第六章 音乐经纪人

一、学习目的与要求

通过本章的学习，考生应该了解音乐的基本概念；掌握音乐经纪人所从事经纪活动的各项业务和运作过程。

二、考核知识点与考核目标

- (一) 音乐经纪人与音乐经纪活动（重点）
- 识记：1. 音乐经纪人的概念；2. 音乐经纪人的素质和条件
- 理解：1. 音乐经纪活动的特点；2. 我国音乐经纪市场发展现状；3. 音乐经纪人管理过程中的问题
- 应用：我国音乐经纪市场发展现状
- (二) 音乐的基本概念（次重点）
- 识记：音乐的定义
- 理解：1. 音乐的基本要素及特征；2. 中西方音乐的比较
- 应用：辨识各种音乐类型
- (三) 音乐经纪包装程序及费用（一般）
- 识记：对新人包装策划的过程
- 理解：1. 为新人打造作品的费用；2. 歌曲的制作过程
- 应用：新人包装策划的四个阶段

第七章 模特经纪人

一、学习目的与要求

通过本章的学习，考生应该了解模特及基本条件；模特种类；模特大赛；掌握模特经纪人工作程序及素质；熟悉签约模特经纪合同注意事项。

二、考核知识点与考核目标

- (一) 模特及基本条件；模特种类；模特经纪人工作程序及素质（重点）

识记：1. 美女经济概念；2. 模特经纪人概念；3. 模特经纪公司概念
理解：1. 模特应该具备的基本条件；2. 模特的种类；3. 模特经纪人应掌握的基本技能；4. 模特培训的形式；5. 怎样做好模特经纪人；6. 中国模特经纪人存在的问题

应用：理论联系实际分析总结中国模特经纪人存在的问题

(二) 模特大赛。(次重点)

识记：模特大赛应处理的三大平衡

理解：模特大赛发展的四大特色

应用：中国模特大赛目前存在的问题

(三) 签约模特经纪合同注意事项(一般)

理解：模特经纪合同签署之前应注意的事项

应用：经纪合同签署之前应注意的事项

第八章 演出经纪人

一、学习目的与要求

通过本章的学习，考生应该掌握演出的相关概念；了解演出市场；掌握演出经纪人的相关概念。

二、考核知识点与考核目标

(一) 演出经纪人的相关概念(重点)

识记：1. 演出经纪人的概念；2. 演出经纪人的特点

理解：1. 演出经纪人的素质；2. 演出经纪人的培养

应用：能够认识到加强演出经纪人的培养迫在眉睫

(二) 演出市场。(次重点)

理解：国际演出市场形成的基础；推动国际演出市场成立的中介者

应用：中国演出市场现状及发展

(三) 演出的相关概念(一般)

识记：演出的定义

理解：1. 演出的分类；2. 演出场所

第九章 艺术品经纪人

一、学习目的与要求

通过本章的学习，考生应该掌握艺术和艺术品相关概念；了解艺术品市场的特点、构成和分类以及艺术品市场的形成和发展、运作机制；掌握艺术品经纪人的相关概念。

二、考核知识点与考核目标

(一) 艺术品经纪人相关概念(重点)

识记：艺术品经纪人的概念

理解：1. 艺术品经纪人的发展现状（P240）；2. 艺术品经纪人的经纪活动方式；3. 艺术品经纪人的基本素质和条件

应用：能够区分艺术品经纪人的经纪活动方式

（二）艺术品市场概述（次重点）

识记：艺术品市场的定义和特点

理解：1. 艺术品市场的构成和分类；2. 艺术品市场的形成和发展；3. 艺术品市场的运行机制

应用：1. 能够延伸对艺术品市场的形成和发展的探索；2. 能够根据艺术品市场的运行机制来参与艺术品市场的经纪实践中

（三）艺术和艺术品相关概念（一般）

识记：1. 艺术的定义和分类；2. 艺术品的概念

理解：艺术品的价值

第十章 体育经纪人

一、学习目的与要求

通过本章的学习，考生应该掌握体育经纪人的概念及分类；熟知体育经纪人的主要工作内容；掌握体育经纪人的作用及体育经纪人的素质和知识结构；了解国外体育经纪人管理制度；学会运作运动员经纪业务。

二、考核知识点与考核目标

（一）国外体育经纪人管理制度（重点）

识记：体育经纪人发展的趋势

理解：1. 国外体育经纪人产生和发展的社会条件；2. 国外体育经纪人的管理体制；3. 国外体育经纪人管理制度和内容

（二）体育经纪人概述（次重点）

识记：1. 体育经纪人的概念；2. 体育经纪人的分类

理解：1. 体育经纪人的主要工作内容；2. 体育经纪人的作用；3. 体育经纪人的素质；4. 体育经纪人的知识结构

应用：加强自我素质和知识结构培养

（三）运动员经纪（一般）

识记：运动员经纪的内容

理解：1. 运动员的转会经纪；2. 运动员参赛经纪的概念及主要内容；3. 运动员无形资产的开发；4. 运动员生活管理

应用：运动员经纪的主要特点和发展趋势

第十一章 出版经纪人

一、学习目的与要求

通过本章的学习，考生应该掌握英美现代出版经纪活动的特点，了解西方出

版经纪人的主要工作，知晓西方出版经纪公司现状。

二、考核知识点与考核目标

（一）英美现代出版经纪活动的特点（重点）

识记：现代英美出版经纪活动的特点

应用：结合现代英美出版经纪活动的特点分析我国出版经纪

（二）西方出版经纪人的主要工作（次重点）

理解：西方出版经纪人的主要工作

（三）出版概述；西方出版经纪公司现状（P285）（一般）

识记：出版的概念

理解：西方出版经纪公司现状

第三部分 有关说明与实施要求

一、考核的能力层次表述

本大纲在考核目标中，按照“识记”、“理解”、“应用”三个能力层次规定其应达到的能力层次要求。各能力层次为递进等级关系，后者必须建立在前者的基础上，其含义是：

识记：能知道有关的名词、概念、知识的含义，并能正确认识和表述，是低层次的要求。

理解：在识记的基础上，能全面把握基本概念、基本原理、基本方法，能掌握有关概念、原理、方法的区别与联系，是较高层次的要求。

应用：在理解的基础上，能运用基本概念、基本原理、基本方法联系学过的多个知识点分析和解决有关的理论问题和实际问题，是最高层次的要求。

二、教材

指定教材：文化经纪理论与实务，胡晓明、肖春晔，中山大学，2014年第2版

三、自学方法指导

1. 在开始阅读指定教材某一章之前，先翻阅大纲中有关这一章的考核知识点及对知识点的能力层次要求和考核目标，以便在阅读教材时做到心中有数，有的放矢。
2. 阅读教材时，要逐段细读，逐句推敲，集中精力，吃透每一个知识点，对基本概念必须深刻理解，对基本理论必须彻底弄清，对基本方法必须牢固掌握。
3. 在自学过程中，既要思考问题，也要做好阅读笔记，把教材中的基本概念、原理、方法等加以整理，这可从中加深对问题的认知、理解和记忆，以利于突出重点，并涵盖整个内容，可以不断提高自学能力。
4. 完成书后作业和适当的辅导练习是理解、消化和巩固所学知识，培养分析问题、解决问题及提高能力的重要环节，在做练习之前，应认真阅读教材，按考核目标所要求的不同层次，掌握教材内容，在练习过程中对所学知识进行合理的回顾与发挥，注重理论联系实际和具体问题具体分析，解题时应注意培养逻辑性，针对问题围绕相关知识点进行层次（步骤）分明的论

述或推导，明确各层次（步骤）间的逻辑关系。

四、对社会助学的要求

1. 应熟知考试大纲对课程提出的总要求和各章的知识点。
2. 应掌握各知识点要求达到的能力层次，并深刻理解对各知识点的考核目标。
3. 辅导时，应以考试大纲为依据，指定的教材为基础，不要随意增删内容，以免与大纲脱节。
4. 辅导时，应对学习方法进行指导，宜提倡“认真阅读教材，刻苦钻研教材，主动争取帮助，依靠自己学通”的方法。
5. 辅导时，要注意突出重点，对考生提出的问题，不要有问即答，要积极启发引导。
6. 注意对考生能力的培养，特别是自学能力的培养，要引导考生逐步学会独立学习，在自学过程中善于提出问题，分析问题，做出判断，解决问题。
7. 要使考生了解试题的难易与能力层次高低两者不完全是一回事，在各个能力层次中会存在着不同难度的试题。
8. 助学学时：本课程共 4 学分，建议总课时 72 学时，其中助学课时分配如下：

章次	内容	学时
1	文化经纪导论	4
2	文化经纪人概述	6
3	文化经纪活动内容	6
4	文化经纪合同	4
5	影视明星经纪人	12
6	音乐经纪人	6
7	模特经纪人	8
8	演出经纪人	6
9	艺术品经纪人	6
10	体育经纪人	6
11	出版经纪人	8
合计		72

五、关于命题考试的若干规定

1. 本大纲各章所提到的内容和考核目标都是考试内容。试题覆盖到章，适当突出重点。
2. 试卷中对不同能力层次的试题比例大致是：“识记”为 30%、“理解”为 40%、“应用”为 30%。
3. 试题难易程度应合理：易、较易、较难、难比例为 2：3：3：2。
4. 每份试卷中，各类考核点所占比例约为：重点占 60%，次重点占 30%，一般占 10%。
5. 试题类型一般分为：单项选择题、多项选择题、填空题、名词解释题、简

答题、论述题。

6. 考试采用闭卷笔试，考试时间 150 分钟，采用百分制评分，60 分合格。

六、题型示例（样题）

一、单项选择题（本大题共■小题，每小题■分，共■分）

在每小题列出的四个备选项中只有一个是符合题目要求的，请将其选出并将“答题卡”上的相应字母涂黑。错涂、多涂或未涂均无分。

1. 参加拍卖活动并通过竞争承买行为欲购得一定拍卖艺术品的人称为
A. 艺术品拍卖人
B. 拍卖标的
C. 艺术品委托人
D. 艺术品竞买人
2. 文化经纪人的基本职能是
A. 传递文化信息
B. 传递信息
C. 开发文化市场
D. 开发市场

二、多项选择题（本大题共■小题，每小题■分，共■分）

在每小题列出的五个备选项中至少有两个是符合题目要求的，请将其选出并将“答题卡”上的相应字母涂黑。错涂、多涂、少涂或未涂均无分。

1. 中国模特经纪人队伍主要组成有
A. 退役的老模特转变过来的
B. 高学历却没有经验的人
C. 演员转变而来
D. 歌手转变而来
E. 曾经从事过文艺工作、经过短期培训的人
2. 下列选项中属于文化市场的有
A. 艺术演出市场
B. 书刊市场
C. 音像市场
D. 电影市场
E. 文物市场

三、填空题（本大题共■小题，每小题■分，共■分）

1. 明星包装是以_____为核心，通过综合运用发达的传媒和强大的资本，达到提升艺人商业价值目的的策划宣传形式和方法。

五、名词解释题（本大题共■小题，每小题■分，共■分）

1. 经纪人
2. 文化产品

六、简答题（本大题共■小题，每小题■分，共■分）

1. 简述文化的基本特点。

七、论述题（本大题共■小题，每小题■分，共■分）

1. 试述文化经纪人的职能。