

中国传媒大学

会展策划与品牌传播微专业

2023年秋季招生简章

一、微专业介绍

会展策划与品牌传播微专业聚焦数字时代会展策划与品牌传播人才的培养，致力于培养学生成为新时代会展策划、数字营销和品牌传播等领域的合格人才。微专业秉承大会展理念，立足文旅文创、品牌传播和数字会展行业发展，围绕会展数字化实行专业交叉的人才培养，进而发挥会展及品牌传播在社会层面的美育、人文素养提升的教育功能。

二、培养目标

会展策划与品牌传播微专业面向国内外会展业及品牌传播领域，培养适应会展业及品牌传播发展需要，具备较强的“互联网+”“数据+”和“会展+”思维，掌握会展策划与品牌传播专业知识，具有良好的人文素养和较强的创新意识、创业精神，专长于文旅文创、数字会议、数字展览、节庆典礼等各类活动领域的策划、执行，以及具备品牌传播和营销等专业技能的复合型、创新型、应用型人才。

三、培养要求

（一）知识结构要求

1. 系统掌握传播学理论、品牌营销、项目管理、会展数字营销、会展组织与策划等专业领域的基本知识与原理。

2. 了解国内外品牌传播、文旅文创与会展业发展的背景和趋势；掌握品牌传播、文旅文创与会展业发展的基本规律和特点；熟悉国家关于会展业发展的政策和法规。

3. 掌握品牌传播、文旅文创设计、会展策划布置等基本原理、方法和工具；能够完成大型线上活动、数字展览、线上会议的策划；掌握品牌传播、文旅文创与会展策划应用技能。

（二）能力结构要求

1. 获取知识能力：有独立整合本微专业知识更新与应用的能力。具有一定的

社交能力和对社会科学知识的表达能力。

2. 应用知识能力：能将所学的基础理论与专业知识融会贯通，灵活地综合应用于品牌传播、文旅文创与会展策划管理实践，能独立分析和解决品牌传播及会展专业领域的一般实际问题，实现数字会展业务操作的组织协调、创新策划，会展数字营销与品牌传播等，达到社会人员从事会展及品牌传播相关活动的专业水平。

3. 创新能力：有创新意识，对品牌传播及会展行业最新发展动态有一定了解。掌握会展策划的基本方法，胜任品牌传播、文旅文创开发和会展策划执行工作，具备一定的创新性思维和探索能力。

除此之外还要有良好的适应环境能力、语言表达能力和逻辑思辨能力。

四、招生对象及条件

本校 2022、2021、2020 级学有余力的全日制本科生（含在读双培生）。计划招生 40 人。

五、学制

一学年

六、授课方式

本微专业独立开班，秋季、春季学期周六、日上课。

线下授课。

七、学分认定与证书授予

本科生所修微专业课程学分可认定为通识教育拓展课组学分。

学生本科专业毕业或结业离校前，修完微专业培养方案规定的课程，且成绩全部合格的，由广告学院颁发微专业合格证书。

八、招生时间安排及报名方式

第一阶段 网络报名：

2023 年 8 月 28 日 24:00 之前符合报名条件的同学可使用微信扫描以下二维码报名，每位学生限报一个微专业，且报名期间系统只允许提交一次，请审慎、认真报名。



第二阶段 录取及缴纳课程费用：

2023年9月4日本科学院统一公布录取名单，已录取的学生登录学校交费系统缴纳第一学期课程费用，具体安排请以届时通知为准。

第三阶段 开课：

2023年秋季学期由各微专业组织开课。

九、咨询方式

咨询邮箱：liuyinghua237@sina.com

咨询电话：13651372370

十、微专业课程费用

微专业课程费用按学分收取，250元/学分，总计3000元。每学期缴纳的课程费用根据实际开课学分计算。

十一、课程设置及学时分配表

序号	课程中文名称	学分	学时	学时分配				开设学期	课程性质
				理论教学	课内实践	实验上机	课外实践		
1	文创产品创新导论	1	16	16				秋季学期	必修
2	会展策划与设计	2	32	32				秋季学期	必修
3	展示设计与艺术	2	32	32				秋季学期	必修
4	传统文化品牌传播设计	2	32	32				秋季学期	必修
5	品牌传播与会展营销	2	32	32				春季学期	必修
6	会展品牌传播策划	1	16	16				春季学期	必修
7	会展与体验式营销	2	32	32				春季学期	必修
	合计	12	192	192					

十二、微专业课程简介

（一）课程名称：文创产品创新导论

本课程基于产品是营销传播的起点、文创产品是产品而不是艺术品的基本战略观念，对文创产品的基本概念与基本属性进行说明，进而简略说明文创产品的创新方向与思路。课程的基本内容包括：生活方式与产品基本概念、产品与商品的异同、产品类型框架、产品属性框架、文创产品基本属性（文创产品连续轴）、产品属性依赖模式与消费者需求模式等。

（二）课程名称：会展策划与设计

本课程结合会展设计的相关理论，通过大量案例分析各种类型会展的特点，在此基础上讲解会展策划与设计的思维、流程与方法。课程聚焦的会展活动不仅应用于文化艺术领域，还成为塑造品牌形象、进行市场推广的一种重要渠道，甚至进入到国家形象传播及企业与政府层面的需求。因此，本课程通过演练会展活动的策划与设计，以补强学生在广告、设计、创意、营销、管理等多方面的综合素质，使各专业学生通过课程的学习，适应未来公关公司、广告公司与会展公司的业务需求。本课程既是本微专业中会展策划与设计领域的入门概论课，也将直接导向实践教学，是一门理论与实践相结合的课程，以此拓展会展策划与品牌传播微专业的宽度与深度，激发多专业学生跨学科学习与实践的兴趣。

（三）课程名称：展示设计与艺术

本课程是在艺术与设计背景下进行展览展示技能学习的实用入门课程，面向各个专业学生开设，充分发挥不同专业来源学生的专业优势，让学生们体会艺术的创造力和思想力，提升展览策划与设计能力，并批判性地使用新技术。

（四）课程名称：传统文化品牌传播设计

本课程围绕如何树立传统文化品牌意识，以及如何运用现代艺术设计手段进行传统文化品牌传播展开教学，旨在将传统文化元素与现代市场需求相结合，通过设计传播活动和策略，推广传统文化品牌，提升其知名度和价值。课程教学内容主要涵盖如何准确定位传统文化品牌的核心价值和独特价值；掌握运用传统文化元素以创意和创新的方式展现传统文化品牌风貌；运用线上线下相结合的多渠道、多模态的全媒体传播手段，增加传统文化品牌的曝光度与美誉度；传统文化品牌传播设计应注重用户参与感，提供互动性的活动和体验；构建良好的品牌合作伙伴体系，共同推动传统文化品牌的传播和推广，最终实现传统文化的传承与

创新，使其在当代社会的新传播语境中焕发出新的生机和活力。

（五）课程名称：品牌传播与会展营销

本课程在全媒体时代背景下，深入探讨品牌构建和传播的主要目标、方式、内容及效果，引导学生熟悉全媒体环境下品牌传播的要素、理论、方法和实践技能，并重点介绍会展营销在品牌传播中的作用和价值，训练学生了解并熟悉会展营销的流程、方式和适用领域，具备品牌传播和会展营销领域的基础知识和基本技能。

（六）课程名称：会展品牌传播策划

本课程是基于会展策划与品牌传播微专业的培养需求而开设，主要培养学生对于数字化环境下媒介、内容等资源的全盘把握能力，并能够基于“策划-分析-决策-行动”的循环解决具体的品牌传播问题，培养学生基于特定场景下的会展品牌传播策划能力。

本课程主要面对已经修读包括营销概论、广告策划等相关课程的学生，让学生具备以“全链路触点+全覆盖内容”为核心的会展市场创新所需的技能，包括新产品、服务、概念和客户体验，涵盖选择正确的内容、营销工具、有效瞄准该人群、定位产品或服务以获得最大成功，以及结合分析、框架和研究以获得最大潜力的能力。本课程部分内容将使用中国传媒大学广告学院信息计算实验室相关仿真系统开展，从而能有效支撑本微专业的人才培养目标。

（七）课程名称：会展与体验式营销

本课程围绕体验式营销这一核心内容，结合海内外经典会展案例，让学生深入认识和学习国内外体验营销的理念与战略，拓展关于会展营销策划的深度与广度，理解行业及研究的最新理念及发展动向。通过多维度理论知识构建与前沿会展案例分析，融合理论与实践，加强学生对体验式营销的理解与洞察，使学生全面掌握会展策划与体验式营销的应用技巧，培养学生面向国际市场的营销传播与创新实践能力。