

中国传媒大学

虚拟空间文化生产与管理微专业

2024年春季招生简章

一、微专业介绍

虚拟空间文化生产与管理微专业是依托文化产业管理学院国家一流专业建设点文化产业管理专业，面向数字文化产业发展的未来人才需求，以“互联网+”“虚拟现实”等新技术场景下的文化生产和管理为内容建设的新兴课程群，也是我校文化产业北京市高精尖学科在产业研究上的新突破和人才培养的新探索。

二、培养目标

本微专业着力培养具备“数字化生产 虚拟化创意”的文化科技理念和策划运营能力，熟悉虚拟文化创意与生产、数字文化产业发展的规律，掌握虚拟文化生产和管理的基本常识和运作模式，能够围绕虚拟空间的特点开展文化创意生产与管理的策划、创意、传播和运营人才。

三、培养要求

本微专业培养学生具有正确的政治信念和“文化安全观”，具有扎实的理论基础、高度的专业素养、强劲的创新能力，促进学生更好地适应虚拟空间文化生产与管理的新需求。完成所有学分后，学生应获得以下三个方面的知识和能力：

- （1）掌握虚拟空间、文化创意与管理、AIGC 等领域的基本理论和基础知识；
- （2）熟悉虚拟技术与文化生产方面的政策法规，掌握数字内容创意策划、文化传播、商业应用、产业管理等专业知识与技能；
- （3）掌握现代文化产业管理所必须具备的分析方法和运营技能，能够针对虚拟空间生产与消费开展一定的产业分析与项目运营。

四、招生对象及条件

校内招生：本校 2022、2021、2020 级全日制本科生（含在读双培生）、研究生。

校外招生：在读本科生（能授予学士学位的全日制本科）、研究生（已获得教育部学位中心承认的本科学士学位）；社会人员（须已获得教育部学位中心承认的本科学士学位）。

对所有符合报名条件者，根据报名材料择优录取。

计划招生人数：校内 20 人，校外 40 人。

五、学制

一年

六、授课方式

本微专业独立开班，春季、秋季学期周六、日上课。

原则上校内、校外学生均采用线上授课形式；开课视情况设置线下课堂。

七、学分认定与证书授予

本校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。

本校本科生、研究生在毕业或结业离校前，修完微专业培养方案规定的课程，且成绩全部合格的，由文化产业管理学院颁发微专业证书。

校外人员在一年学制内修完本微专业培养方案规定的课程，且成绩全部合格的，由文化产业管理学院颁发微专业证书。

八、招生时间安排及报名方式

第一阶段 网络报名：

2024年2月20日24:00之前符合报名条件的本校学生可使用微信扫描“本校学生报名入口”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。



（本校学生报名入口）

2024年2月29日24:00之前符合报名条件的校外人员可使用微信扫描“校外人员报名入口”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。**



(校外人员报名入口)

第二阶段 录取及缴纳课程费用：

2024年2月26日本科学院统一公布校内学生录取名单，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。

2024年3月1日文化产业管理学院公布校外人员录取名单及缴费通知，具体安排请关注文化产业管理学院公众号届时通知。



文化产业管理学院官方公众号

第三阶段 开课：

2024年春季学期由各微专业组织开课。

九、咨询方式

咨询邮箱：yangyu211991@163.com

咨询电话：郑老师 18811520052

杨老师 13699253316

十、微专业课程费用

微专业学费按学分收取，260 元/学分，总计 4940 元。每学期缴纳的学费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	课程英文名称	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	文化创意与虚拟科技	Virtual Technology and Cultural Creativity	2	32	32				春季	必修
2	虚拟数字人实践与应用	The Practice of Application of Virtual Digital Human	2	32	32				春季	必修
3	虚拟制片实战应用	The Virtual Production Field Guide	2	32	32				春季	必修
4	虚实共生空间沉浸营造方法	Immersive Place-making in Virtual and Real Reality	2	32	32				春季	必修
5	数字空间的消费场景与行为研究	Consumption field and Behavior Research in D-space	2	32	32				春季	必修
6	虚拟现实叙事与传播	Virtual Reality Narration and Communication	2	32	32				秋季	必修
7	虚拟空间文化拓展策略	Cultural Developing Strategy in Virtual Space	2	32	32				秋季	必修
8	数字文化项目管理	Digital Cultural Project Management	2	32	32				秋季	必修
9	虚拟空间的文化法治	Cultural Governance in Virture Space	2	32	32				秋季	必修
10	数据驱动的内容创新策略	Data-driven content innovation and production	1	16	1				秋季	必修
		合计	19	304	304					

十二、微专业课程简介

1、文化创意与虚拟科技

本课程通过系统介绍数字经济背景下信息技术网络化、数字化和智能化发展的特点和趋势，多维度讲授 AIGC 等虚拟技术给文化创意模式、内容生产与消费模式、内容传播方式、知识产权、数字伦理、文化生产与再生产规律以及人类价值观念等带来的深刻影响和变革，帮助学生掌握虚实相生的技术环境下的数字资

产、身份认证、虚拟社群、新应用场景、数字文创产业新业态等相关知识，树立正确的未来观、文化观、技术观和价值观。

2、虚拟数字人实践与应用

作为虚拟世界的重要组成部分，基于新型数字媒体技术创作而成的虚拟数字人正加速进入文化生产与消费的多种应用场景。本课程主要从虚拟数字人概念特征、发展历程、关键技术、应用场景、产业趋向等角度讲述虚拟数字人的现实实践与应用，引导学生认知掌握虚拟数字人生成与发展的内在逻辑，思考并探讨虚拟数字人的未来发展方向，提升并强化学生数字技术认知与数字技术思维能力。

3、虚拟制片实战应用

本课程通过系统地介绍数字内容和影视虚拟制片相关的实践和理论，对虚拟制片涉及的可视化创作、多元化融资、生产链路重组、精细化成本控制及宣发手段、智能覆盖等方面进行讲解与实操练习。帮助同学掌握“数智化”时代下，在现实和数字世界交融的泛娱乐视听产品生产领域，习得一定的实战技能。

4、虚实共生空间沉浸营造方法

本门课程以虚实共生空间为研究与分析对象，在深入探析虚实共生空间概念、特征与案例的基础上，跟进虚实共生空间发展的新趋势、新需求、新机遇，因应数实融合驱动文化消费的新场景、新模式、新业态，前瞻性探索数实融合高质量发展的新领域新赛道，发现沉浸式文商旅提质增速的新动能新优势。重点围绕沉浸营造的相关理论与实践，帮助学生认识虚实共生空间，镜鉴与学习虚实共生空间的沉浸营造模式与方法。

5、数字空间的消费场景与行为研究

本课程通过介绍文化、艺术、创意、知识和技术的深度融合所形成的数字空间及其特点，把握数字消费空间的新特征和新规律，线上线下消费空间融合的新趋势，聚焦数字博物馆、数字演艺娱乐、数字展会、数字艺术及艺术品数字化、数字旅游、直播等为代表的新业态的消费行为和动机，掌握数字空间消费行为分析和研判的方法，具备数字空间消费场景分析的技术与能力。

6、虚拟现实叙事与传播

虚拟现实影像内容在观看时与传统内容有巨大区别，虚拟现实能够支撑多个并发的故事线和360度全景视域。在沉浸感强的虚拟现实空间里，线性叙事、分支叙事、有机叙事将同时发展。本课程主要讲授在虚拟现实空间里如何掌握“讲故事”的技巧，加强全景叙事、互动叙事效果，引导学生从传播的角度学习加强文化传播、创造文化新景观的方式方法。

7、虚拟空间的文化拓展策略

本课程通过介绍虚拟空间的生产特点和作用机理，围绕虚拟空间的文化拓展，通过对云博物馆、网络游戏、虚拟社群等虚拟空间文化生产与消费的案例研究，引导学生熟悉虚拟空间的文化生产、场景营造、文化参与、商业运维的基本思路与做法，帮助学生初步掌握虚拟空间文化拓展的有效策略与实施手段。

8、数字文化项目管理

本课程围绕数字文化项目的资源开发与利用、技术应用与场景落地、整合营销与传播三大核心板块，重点结合数字出版、数字文博、数字演艺、数字文旅等各类型项目的典型案例，贯穿市场调研与可行性研究、创意设计与定位、融资营销与成本管理、组织与团队管理、质量与风险控制的运营管理全流程，引导学生建立数字文化项目的知识体系和方法论，助力学生展开广泛的数字文化和艺术项目实践。

9、虚拟空间的文化法治

本课程立足当代中国法治建设，弘扬中华法治文明，重点讲授新时代网络虚拟空间建设与规制的相关法律法规以及政府政策，并结合国家文化数字化战略，重点探讨虚拟空间文化安全、知识产权认定与保护、人工智能等法律问题，通过案例剖析和司法判例全面透析虚拟空间的法律风险，是回应科技革命和数字社会发展以及学科交叉融合而进行的新法学教育课程。

10、数据驱动的内容创新策略

课程内容围绕数据驱动思维、数据分析技术、内容策略制定及数字媒体影音制作的实际案例分析展开，帮助学生掌握数据收集、处理和分析的基本方法、学

会如何根据数据分析结果制定内容策略,并围绕数字影音产品的创意与策划开展
实践研究,引导学生更好地在数字媒体环境中更有效地进行内容创作和传播。

中国传媒大学文化产业管理学院

2024年1月