

2021 年全国演出经纪人员资格认定 考试大纲

[概述]

一、考试性质

全国演出经纪人员资格认定考试是依据《营业性演出管理条例》，为国家和社会选拔合格演出经纪人才的全国统一的准入类职业资格考试。考试遵循公平、公正的原则，目的是检验考生是否具备从事演出经纪职业的基本素养、基础知识和基本技能。

二、考试科目

全国演出经纪人员资格认定考试科目包括：科目一《演出市场政策与法律法规》、科目二《演出经纪实务》。

三、考试方式

考试形式为闭卷考试，实行全国统一的计算机考试。由文化和旅游部组织。考试题型包括判断题、单项选择题、多项选择题。每个科目考试时间为 60 分钟，含 100 题，共 100 分，其中判断题 35 题（每题 1 分，共 35 分），单项选择题 35 题（每题 1 分，共 35 分），多项选择题 30 题（每题 1 分，共 30 分）。

[考试大纲]

科目一：演出市场政策与法律法规

第一章 习近平新时代中国特色社会主义思想 和党的十九大精神

第一节 习近平新时代中国特色社会主义思想

一、习近平新时代中国特色社会主义思想的重要地位

考点. 习近平新时代中国特色社会主义思想，是对马克思列宁主义、毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观的继承和发展，是马克思主义中国化最新成果，是党和人民实践经验和集体智慧的结晶，是中国特色社

会主义理论体系的重要组成部分，是全党全国人民为实现中华民族伟大复兴而奋斗的行动指南，必须长期坚持并不断发展。

二、习近平新时代中国特色社会主义思想的核心要义

考点 1. 习近平新时代中国特色社会主义思想的内涵（八个明确）

考点 2. 新时代坚持和发展中国特色社会主义的基本方略

第二节 党的十九大及十九届二中、三中、四中、五中全会精神

一、党的十九大报告

考点：党的十九大对文化建设的部署

二、党的十九届二中全会

考点. 宪法是国家的根本法，是治国安邦的总章程，是党和人民意志的集中体现。

三、党的十九届三中全会

考点. 《深化党和国家机构改革方案》第（二十七）条、（五十二）条

四、党的十九届四中全会

考点. 坚持和完善繁荣发展社会主义先进文化的制度

坚持和完善繁荣发展社会主义先进文化的制度，巩固全体人民团结奋斗的共同思想基础。发展社会主义先进文化、广泛凝聚人民精神力量，是国家治理体系和治理能力现代化的深厚支撑。必须坚定文化自信，牢牢把握社会主义先进文化前进方向，激发全民族文化创造活力，更好构筑中国精神、中国价值、中国力量。要坚持马克思主义在意识形态领域指导地位的根本制度，坚持以社会主义核心价值观引领文化建设制度，健全人民文化权益保障制度，完善坚持正确导向的舆论引导工作机制，建立健全把社会效益放在首位、社会效益和经济效益相统一的文化创作生产体制机制。

五、党的十九届五中全会

考点. 繁荣发展文化事业和文化产业，提高国家文化软实力

(1) 提高社会文明程度。

(2) 提升公共文化服务水平。

(3) 健全现代文化产业体系。

第三节 习近平总书记关于文化工作的重要论述

考点 1. 坚持马克思主义在意识形态领域指导地位的根本制度

我们要立足中国，面向现代化、面向世界、面向未来，巩固马克思主义在意识形态领域的指导地位，发展社会主义先进文化，加强社会主义精神文明建设，

把社会主义核心价值观融入社会发展各方面，推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展，不断提高人民思想觉悟、道德水平、文明素养，不断铸就中华文化新辉煌。

考点 2. 文化自信

文化自信，是更基础、更广泛、更深厚的自信。在 5000 多年文明发展中孕育的中华优秀传统文化，在党和人民伟大斗争中孕育的革命文化和社会主义先进文化，积淀着中华民族最深层的精神追求，代表着中华民族独特的精神标识。

考点 3. 发展中国特色社会主义文化

发展中国特色社会主义文化，就是以马克思主义为指导，坚守中华文化立场，立足当代中国现实，结合当今时代条件，发展面向现代化、面向世界、面向未来的，民族的科学的大众的社会主义文化，推动社会主义精神文明和物质文明协调发展。要坚持为人民服务、为社会主义服务，坚持百花齐放、百家争鸣，坚持创造性转化、创新性发展，不断铸就中华文化新辉煌。

考点 4. 社会主义核心价值观

富强、民主、文明、和谐

自由、平等、公正、法治

爱国、敬业、诚信、友善

考点 5. 在文艺工作座谈会上的讲话

(1) 实现中华民族伟大复兴需要中华文化繁荣兴盛。

(2) 创作无愧于时代的优秀作品。

(3) 坚持以人民为中心的创作导向。

(4) 中国精神是社会主义文艺的灵魂。

(5) 加强和改进党对文艺工作的领导。

第二章 | 演出活动相关法律法规

第一节 相关法律

一、《中华人民共和国民法典》

考点. 第十八条至第二十三条、第五十八条至第六十一条、第一百零二条、第四百六十九条至第四百七十一条、第五百零二条至第五百零七条、第九百九十条至第九百九十二条、第一千零一十二条至第一千零一十四条、第一千零一十七条至第一千零一十九条、第一千零三十二条至第一千零三十四条、第一千一百八十二条至第一千一百八十五条

二、《中华人民共和国著作权法》

考点. 第二条、第三条、第九条至第十九条、第三十八条、第三十九条、第四十条、第五十二条、第五十三条

三、《中华人民共和国个人所得税法》

考点. 第一条、第二条、第三条、第四条、第五条、第九条至第十二条、第十四条、第十九条

四、《中华人民共和国未成年人保护法》

考点. 第四十八条、第五十条、第五十一条、第五十二条、第六十一条、第一百二十一条、第一百二十五条

五、《中华人民共和国消费者权益保护法》

考点. 第四条、第十六条、第二十六条、第五十三条至第五十七条

六、《中华人民共和国治安管理处罚法》

考点. 第二十四条、第三十八条、第五十二条、第六十九条

七、《中华人民共和国消防法》

考点. 第十三条、第十五条、第十六条

八、《中华人民共和国安全生产法》

考点. 第三条、第十七条至第十九条、第二十五条、第二十六条、第三十二条、第八十条、第八十四条

九、《中华人民共和国出境入境管理法》

考点. 第四十一条、第四十三条

第二节 相关法规、规章及规范性文件

一、《中华人民共和国著作权法实施条例》

考点. 第四条、第五条、第十九条、第二十三条、第二十六条、第二十七条、第三十六条、第三十七条

二、《中华人民共和国个人所得税法实施条例》

考点. 第六条、第十九条、第二十四条、第二十六条至第三十条

三、《大型群众性活动安全管理条例》

考点. 第二条、第五条至第十三条、第十五条、第十七条至第二十二条

四、《中华人民共和国外国人入境出境管理条例》

考点. 第二十五条、第二十六条

五、《外国人在中国就业管理规定》

考点. 第二、三条、第六条、第九条、第十四条

六、《国务院办公厅关于印发消防安全责任制实施办法的通知》

考点. 第一条、第四条、第五条、第十五条至十七条、第二十八条

第三章 演出市场管理政策

第一节 演出市场基本管理政策

考点 1. 《营业性演出管理条例》

考点 2. 《营业性演出管理条例实施细则》

第二节 营业性演出审批规范

考点. 《文化部办公厅关于印发〈营业性演出审批规范〉及〈营业性演出申报审批相关文书格式（样本）〉的通知》

第三节 演出内容、演出活动规范

考点 1. 《文化部关于加强演出市场有关问题管理的通知》

考点 2. 《文化和旅游部关于深化“放管服”改革促进演出市场繁荣发展的通知》

考点 3. 《文化和旅游部关于加强模仿秀营业性演出管理的通知》

考点 4. 《文化部关于建立预防和查处假唱假演奏长效机制维护演出市场健康发展的通知》

第四节 演出经纪人员规范

考点. 《文化部关于印发〈演出经纪人员管理办法〉的通知》第二至五条、第八至十一条、第十二至十四条

第五节 演出票务规范

考点 1. 《文化部关于规范营业性演出票务市场经营秩序的通知》

考点 2. 《文化部关于加强演出市场有关问题管理的通知》第二部分

第六节 在线演出管理规定

考点 1. 《文化和旅游部关于深化“放管服”改革促进演出市场繁荣发展的通知》第二部分

考点 2. 《互联网文化管理暂行规定》第二条、第三条、第十二条、第十六至十九条、第二十一条、第二十三条、第二十八条

考点 3. 《文化部关于印发〈网络表演经营活动管理办法〉的通知》第二条、第三条、第五条、第六条、第十三条、第十四条、第二十条、第二十一条、第二十五条、第二十六条

第七节 境外演员出入境管理有关规定

考点 1. 《人力资源和社会保障部 外交部 公安部 文化部关于印发〈外国人入境完成短期工作任务的相关办理程序（试行）〉的通知》

考点 2. 《文化部办公厅关于印发〈外国人入境完成短期营业性演出活动的办理程序和工作指引〉的通知》

考点 3. 《文化和旅游部办公厅 外交部办公厅关于推进涉外营业性演出审批信息数据互通共享的通知》第四部分

第八节 演出活动安全与应急处置

考点 1. 《文化部关于落实安全生产责任加强文化市场安全生产工作的通知》第一、五、七、八部分

考点 2. 《文化部关于印发〈文化市场突发事件应急管理办法（试行）〉及〈文化市场突发事件应急预案（试行）〉的通知》

第九节 演出市场信用建设

考点 1. 《文化和旅游部关于印发〈全国文化市场黑名单管理办法〉的通知》第二条、第三条、第五条、第六条、第八条、第十二条

考点 2. 《国家发改委等印发〈关于对文化市场领域严重违法失信市场主体及有关人员开展联合惩戒的合作备忘录〉的通知》第一、二部分

※ 注： 1. 本章法规文件中有关“文化部”“文化行政部门”等表述，目前一律指“文化和旅游部”或“文化和旅游行政部门”；
2. 本章详细内容见附录 1

第四章 演出业相关标准

考点 1. 《GB/T 36729—2018 演出安全》

考点 2. 《GB/T 36731—2018 临时搭建演出场所舞台、看台安全》

※ 注： 本章详细内容见附录 2

科目二：演出经纪实务

第一章 演出市场基础知识

第一节 演出市场概论

考点 1. 演出市场的概念

1. 演出市场，是指演出活动在交换过程中形成的各种关系的总和。它既包括演出场所、演员和观众以及演出的支撑服务系统，也包括参与演出活动的主体之间即表演艺术生产者、经营者和消费者之间的关系。

2. 演出产品和服务经营者即各类营业性演出单位，包括文艺演出团体、演出场所和演出经纪机构等，是目前我国最重要的演出市场主体。

考点 2. 演出的基本要素

1. 演职人员；2. 观众；3. 演出场所；4. 舞台美术（灯光、音响、服装服饰、道具、布景、多媒体等）

考点 3. 演出的主要特征

1. 演出是非物质形态的艺术。

2. 演出是现场表演的舞台艺术。

3. 表演者艺术生产过程也是观众消费观赏的过程。

考点 4. 中国演出市场的主导格局

从演出市场主体来看，中国演出市场初步形成了文艺表演团体、演出经纪与演出场所三类演出经济实体分工配合协作发展的主导格局；

从演出类型来看，中国演出市场上营业性演出与公益演出并存；

从演出的结构、布局与形式来看，古典艺术与民族优秀艺术的演出场次和观众人次大幅度增长，流行艺术演出继续保持强劲的发展势头，国外来华演出与国内演出团体出国演出均衡发展，中外文化交流向多元化发展。

考点 5. 演出的艺术形态分类

按照艺术形态的不同，演出一般可以分为音乐、舞蹈、戏剧、戏曲、杂技、曲艺等类别。

考点 6. 演出新业态

随着文化与科技的深度融合，演出市场领域出现了包括在线演出、虚拟成像交互演出以及在演出场所内进行的现场文艺表演视频高清放映等新业态。

第二节 演出市场管理制度

考点 1. 营业性演出行政许可制度

一是对演出经营单位的主体资格实行许可证制度，二是对营业性演出活动实行许可制度，三是对演出经纪人员实行资格认定管理。

考点 2. 演出经营主体许可制度

文艺表演团体、演出经纪机构从事营业性演出活动，演出场所经营单位从事

演出场所经营活动，应当向文化和旅游行政部门提出申请，取得《营业性演出许可证》或备案证明后，方可从事营业性演出活动。

考点 3. 营业性演出活动许可制度

文艺表演团体、演出经纪机构、演出场所经营单位等演出经营主体举办营业性演出，应当向文化和旅游行政部门提出申请，取得文化和旅游行政部门核发的批准文件后，方可举办营业性演出活动。

考点 4. 演出经纪人员资格认定

文化和旅游部负责组织实施演出经纪人员的资格认定工作。制定演出经纪资格认定考试大纲，组织资格认定全国性考试，核发演出经纪资格证书。

第二章 演出经纪人

第一节 经纪人概述

考点 1. 经纪人的概念

经纪人，是指在经济活动中，以收取佣金为目的，为促成他人交易而从事居间、行纪或者代理等经纪业务的自然人、法人或其他组织。

考点 2. 演出经纪人的概念

演出经纪人，指在演出活动中代表经纪对象，在演出相关领域的机构和个人之间进行沟通、宣传、谈判、代理签约、监督履约等代理、行纪、居间等经纪活动，并取得以佣金为主要收入的经纪人。

考点 3. 演出经纪人的经纪活动范围

1. 了解、接触、选择经纪对象；
2. 协调、谈判签署经纪合同；
3. 履行经纪合同相关的经纪活动；
4. 依据经纪合同获得佣金和费用补偿；
5. 与自身经营发展相关的管理工作。

第二节 演出经纪人的分类

考点 1. 按照服务对象划分

按照不同的服务对象，演出经纪人分为演出项目经纪人和艺人经纪人。

考点 2 按照活动方式划分

按照不同的活动方式，演出经纪人分为：居间经纪人、行纪经纪人和代理经纪人。

第三节 素质要求

考点 1. 经纪人的综合素质要求

1. 具有较强的政治敏感性；
2. 遵纪守法、诚信、恪守职业道德；
3. 具有较强的技能素质；
4. 具有健康的心理素质。

考点 2. 演出经纪人的专业素质要求

1. 具有较高文化修养和艺术产品鉴赏水平；
2. 具有一定的演出经纪理论水平；
3. 对国际演出经营知识有所了解；
4. 掌握专业法律知识；
5. 具有较强的市场运作能力；
6. 具有较强的社交能力和沟通能力；
7. 对艺术生产和演出活动过程的深刻了解。

第四节 业务内容

考点. 演出经纪人主要业务内容

1. 获取、整理相关经纪业务信息；
2. 确定经纪对象和经纪项目；
3. 进行经纪业务谈判；
4. 签订、管理经纪业务合同；
5. 严格履行合同内容；
6. 取得佣金收入；
7. 总结和评估管理经纪业务。

第五节 经纪技巧

考点 1. 谈判原则

1. 公平公正；
2. 信守承诺；
3. 以双赢为目标；
4. 以成本为依据。

考点 2. 谈判技能

1. 了解有关法律法规，维护合作各方合法权益。
2. 从事经纪业务时，应当持有合法有效的证件或授权委托书等证明，依照现行财务制度办理收费手续。
3. 了解供需方的信誉、信用等背景。
4. 签订条款完善的经纪合同，在合同中对双方的权利义务等有关事项作出详

5. 如为独家经纪合作时，应签订“专有经纪权合同”或“独家经纪合同”，明确规定经纪人享有某项业务独占的或排他的经纪权利。

6. 在订立经纪合同后，从委托方处先行取得部分或全部佣金，以减少风险。

7. 公证处代管是保护双方权益的有效方法之一。在佣金的支付办法上，改变双方直接先期支付的办法，而采取在一定期限内由公证处代管，到期后，若双方无争议，公证处将代管的佣金连同代管期间的利息一并转给卖方或经纪人。

第六节 艺人经纪业务

考点 1. 艺人经纪业务的特点

经纪的对象是人，经纪人不仅要为其经纪对象规划职业发展道路，负责演出、广告、宣传等日常业务的处理，为其争取合法权益，还要指导其克服演艺职业道路上出现的各种危机。

考点 2. 艺人与经纪公司的相互关系

艺人与经纪公司之间是合约关系，按合约的类型划分可以分为全面合约和部分合约两种类型。

1. 全面经纪合约，艺人将个人的唱片、演出、影视、广告等事宜全权委托经纪公司处理，公司对其进行培训，并为其制定适宜的事业发展规划。

2. 部分经纪合约，按照经纪事务的内容，可分为唱片经纪约、演出经纪约、影视经纪约、广告经纪约等不同类型。与艺人签订全约的经纪公司也可将艺人的部分合约委托给其他经纪公司代理。部分经纪合约还可以地域范围划分。

考点 3. 经纪公司与唱片公司之间的合作方式

可以是专辑合作，也可是单曲合作，合作方式主要有以下几种：

1. 经纪公司与艺人签订经纪合约，将其唱片合约转签唱片公司，由唱片公司买断音乐制作权，全权负责艺人的音乐制作和唱片发行。

2. 由经纪公司负责其艺人的音乐制作，委托唱片公司进行发行，相关音乐版权归属于经纪公司。

3. 经纪公司将艺人的唱片约和演出经纪约都签署给唱片公司，艺人的音乐发展和演出事务都交由唱片公司全权负责，或者唱片约签署给唱片公司，演出约签署到专业从事演出推广的演出经纪公司。

考点 4. 艺人经纪主要业务类型

1. 现场表演；2. 品牌代言；3. 戏剧演出活动。

考点 5. 洽谈商业演出主要的考虑点

1. 主办单位、承办单位的商业信誉；

了解活动性质、形式以及演出地点和场所，是否适合旗下艺人，是否有悖于艺人形象；

3. 活动的影响面和观众范围，是否有媒体传播，是否涉及相关著作权问题；

4. 了解活动具体内容以及参与演出的其他艺人，以确保艺人以适宜的方式进行演出；

5. 了解活动涉及的企业赞助等商业元素，是否与艺人代言品牌或艺人自身形象冲突。

考点 6. 演出协议签订之后经纪人需注意的事项

1. 主办单位是否履行了报批手续。报批时主办方需提交与艺人签订的授权书，经纪人在签订授权书时应在授权中注明单一合作的活动名称及授权期限，并注明以双方合约为准，若合约出现问题时，此授权不生效等内容。

2. 演出费用的收取，艺人个人所得税的缴纳，交通费用结算等经济往来项目均按照协议内容执行，签订协议后，经纪人要与主办方保持信息沟通，如发现风险及时规避，避免经济和名誉的损失。

3. 如艺人具有一定知名度，经纪人需提前了解演出现场的安保情况，妥善安排艺人进出现场的路线及方式，以确保安全。

4. 如果艺人演出当天演唱的歌曲数量在一首以上，则需要提前按照演出顺序制作好伴奏播出带交制作单位，避免现场演出时出现演唱顺序的混乱。

5. 提醒和监督艺人保持良好的演出状态，提前确认现场音响效果，避免出现假唱、假奏行为。

6. 艺人举办歌友会或新专辑首唱会等活动的，不论售票与否，只要是在除电视台演播厅之外的场地进行演出，都属于营业性演出，需要按照营业性演出管理的相关法律法规办理演出审批或备案手续。

考点 7. 参与公益演出时需注意的要点

1. 活动主办单位是否是具有公信力的公益机构；

2. 公益活动所募得款项的使用方式及流向；

3. 公益活动的主题和形式是否符合艺人形象；

4. 按照演出管理的有关法规要求，参加公益演出不得收取演出费用。

考点 8. 洽谈签约艺人的戏剧演出活动的效益考量点

1. 导演；2. 剧本；3. 制作预算；4. 同一剧目中其它主要演员。

考点 9. 签约戏剧演出活动的报价考量点

1. 报价与演出所需的时间量成正比。

2. 艺人的市场价值通过其知名度、影响力、美誉度来判定。

3. 了解同剧中其它艺人出演价位，作为己方报价参考。

10. 经纪人为艺人选择品牌代言的考量点

1. 品牌的市场定位是否与艺人形象相符；
2. 品牌的社会认知度和美誉度是否能有利于扩大艺人的影响力和提升形象；
3. 企业品牌的销售人群是否与艺人的观众人群相吻合。

考点 11. 品牌代言业务洽谈要点

1. 产品类型。
2. 企业产品的质量及信誉度。
3. 合作范围、合作期限及合作内容。
4. 广告创意及拍摄脚本。
5. 广告拍摄方式及时间、地点。
6. 广告投放渠道和范围。
7. 代言费用的报价依据。

考点 12. 艺人的相关权益

1. 表演者权；
2. 肖像权。

考点 13. 与授权相关的主要业务

1. 演出授权。
2. 作品授权：
 - (1) 词曲授权。
 - (2) 作品的传播与发行授权。
 - (3) 为合作客户制作特定作品，须明确作品的版权归属以及作品的使用途径、范围。
3. 肖像授权：
 - (1) 授权给媒体、企业，用于广告、商品装潢、书刊封面等印刷品制作。
 - (2) 用艺人肖像发展周边商品。
 - (3) 艺人肖像衍生的图像授权。

考点 14. 媒体公关业务的原则与技巧

原则：不能操控媒体。面对负面报道，保持冷静并主动沟通。

技巧：1. 站在媒体的角度来进行公关策划。

2. 建立完善的新闻发布与传播渠道。
3. 加强媒体公关传播的计划管理。
4. 把媒体视为客户。
5. 必须把握最佳媒体传播时机。
6. 让媒体最大程度了解艺人。
7. 进行必要的媒体传播效果监控。

建立媒体资源数据库。

考点 15. 常用的媒体公关活动方式

1. 举办活动。
2. 发布新闻稿。
3. 媒体专访。
4. 提供艺人肖像。
5. 参与媒体节目。
6. 为艺人度身定制系列节目。

考点 16. 危机事件管理原则

1. 制度化原则。
2. 诚信形象原则。
3. 信息应用原则。
4. 预防原则。
5. 快速反应原则。
6. 创新性原则。
7. 沟通原则。

演出策划

第一节 演出策划概述

考点. 演出策划的概念

演出策划是指针对演出项目进行组织、创意,实现演出目标和促进演出价值的过程。演出策划主要是针对项目和产品的策划,策划者通过对市场的定位、作品的价值判断以及为实现决策目标的分析和论证。该论证建立在书面表达基础上,通过一定的调研方法和手段,对市场和可能性进行分析。

第二节 项目定位

考点 1. 项目定位的意义

1. 为演出活动赢得好的发展环境。
2. 有利于演出活动内部的健康发展。
3. 实现差异化营销策略。
4. 提高演出活动的知名度。
5. 有利于吸引人才和资金。

考点 2. 产品定位

确定演出产品的市场定位,是演出市场营销的前提,对演出制作、宣传营销等诸环节有重要影响。演出产品定位是指创作和制作什么样的演出产品来满足目

产品定位为项目各部门人员的工作提供了指导方向，有利于围绕目标市场形成核心竞争力。

考点 3. 观众定位

确定演出作品将要面对的目标观众，是演出市场营销的落脚点。演出项目的观众定位包括确定目标观众群的构成、观众的数量、观众的审美偏好和消费习惯、观众购买意愿和实际购买力等。准确的观众定位有利于维护、巩固现有观众群，并有效扩大潜在的观众群。

第三节 可行性分析

考点. 演出项目的可行性分析：

1. 项目概况；
2. 项目必要性分析；
3. 项目市场分析（国内外市场供需状况、目标市场分析、竞争分析等）；
4. 项目实施方案；
5. 项目风险评估与控制。

第四章

第一节 演出制作概述

考点 1. 演出制作团队的界定

演出制作团队由艺术创作组、舞台管理组、舞台技术组等部门构成，各组之间是分工合作的关系。

考点 2. 艺术创作组的主要构成

包括艺术总监、编剧导演、舞美设计、灯光设计、音效设计、服装设计等。

考点 3. 艺术总监的主要职责

1. 负责选择剧目剧本或组织人员创作选定题材剧本；
2. 与制作人一起组织必要的剧目价值论证会，确定剧目生产；
3. 确定剧目创作生产的主创人员；
4. 制定尽可能详细的剧目生产安排计划表和经费预算数；
5. 与导演保持有效的意见交换，确保对艺术风格、艺术质量的把握；
6. 及时解决、协调具体主创人员之间的不同见解和矛盾；
7. 有效地调动全体剧目创作生产人员的工作热情；
8. 严格检查、监督各部门的创作生产进度和艺术质量；
9. 在剧目合成彩排阶段，解决全部艺术方面问题，保证剧目演出成功。

考点 4. 舞台管理组

舞台管理组是从剧目开始创作到演出结束全过程中，负责协调各方面关系及

考点 5. 舞台监督需要具备的主要素质

1. 全局概念，头脑清晰，判断准确，处理事务果断；
2. 任劳任怨，有能力与各方面的人打交道并具有亲和力；
3. 有戏剧舞美，管理演出等多方面知识；
4. 有行政后勤管理能力，善于应付变故；
5. 工作目的明确，细心、果断，以确保排练演出顺利进行为目的。

考点 6. 舞台管理组的具体工作内容

1. 协助导演安排定制创作演出日程表，并负责监督各部门的进度和质量；
2. 协助导演指定排练计划，准备排练场和排练用具；
3. 负责演员纪律，召集并安排演员按计划表进行排练；营销部门需剧组人员配合宣传活动时，予以配合协调；
4. 绘制填写用于演出制作的各类图标、报告和通知；
5. 协助技术组人员勘察演出场地，制定进场、装台方案；
6. 安排各部门进场、装台，布景迁换，并负责进场后的剧组人员后勤工作；
7. 配合导演进行技术合成，整理舞台提示；
8. 演出期间负责提示和通知，指挥舞台上的场景迁换和其他部门工作，处理紧急情况及防火等安全事项；
9. 演出结束后组织拆台，安排撤离剧场及物品保管、存放，负责演出资料的整理建档。

第二节 预算管理

考点 1. 一般演出项目成本构成

1. 剧团和演员的演出费；
2. 场地租赁费；
3. 舞美制作费；
4. 国内和国际的食宿交通费；
5. 安保费；
6. 宣传费；
7. 其他费用。

考点 2. 如何控制演出项目总成本预算

1. 了解各项费用市场行情的一般标准，尽量避免盲目报价。
2. 减少中间环节。
3. 宣传费用的预算应根据项目市场定位和观众群体确定。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/607156126065006046>