

暨南大学 2025 年全日制本科学士微专业开设情况表

开设学院	外国语学院				
微专业名称	中法品牌与知识产权管理				
开设地点（校区）	番禺校区	拟招生人数	30		
招生对象年级及是否有专业要求	2022 级、2023 级、2024 级				
招生条件及先修课要求	不设专业限制和要求				
修读总学分	13	修读总学期	2	课程门数	6
微专业咨询群 QQ 号码	515713611	群名称	中法品牌与知识产权管理		
学生报名地点、咨询联系人及电话	线上报名（登陆 QQ 群，领取、填写并上交报名材料） 联系人：陆老师，13380068273				
教务管理人员	高玉芬	联系方式	85228562；37336645		
选拔程序和方式	材料审核（按需面试）				
微专业简介					
<p>“中法品牌与知识产权管理”微专业聚焦国家重点发展的高端品牌与地理标志保护战略，以“外语+专业+国际视野”为特色，致力于培养具备跨文化沟通能力、品牌战略意识与知识产权管理技能的复合型国际人才。微专业课程紧密围绕中法品牌的文化逻辑、法律保护路径与国际传播方法等关键领域展开理论与实践设计，帮助学生把握政策前沿，了解行业趋势，增强服务国家高质量发展的能力。通过学习法国在品牌保护与地理标志发展方面的先进经验，学生将获得深厚的全球品牌意识与专业认知。</p>					
课程设置					
课程名称	学分	考核方式		开课学期	
品牌与知识产权导论	2	论文		1	
法语入门与品牌文化	2	口试		1	

中法品牌保护法律比较	2	笔试	1
中法品牌传播与新媒体实务	2	实操审核	1
法国奢侈品鉴赏与创意传播	3	实操审核	2
中法地理标志品牌运营案例工作坊	2	实操审核	2
课程简介			
<p>1. 品牌与知识产权导论</p> <p>《品牌与知识产权导论》是一门面向非法律专业学生开设的跨学科课程，旨在帮助学生了解品牌建设 with 知识产权保护的基本原理。课程内容涵盖商标、专利、版权、地理标志等知识产权核心概念，介绍品牌战略、品牌价值评估、品牌全球化路径等实务问题，强调知识产权在企业竞争、文化传播和数字时代中的重要作用。</p>			
<p>2. 法语入门与品牌文化</p> <p>《法语入门与品牌文化》面向零起点学习者，通过语言学习与文化认知相结合的方式，帮助学生掌握基础法语听说读写能力，打下良好的语言基础。课程围绕法国经典品牌展开教学，融入时尚、美食、艺术等领域的品牌文化内容，使学生在真实语境中学习法语，提升跨文化理解与表达能力。通过品牌案例分析、实用口语训练与情境模拟，培养学生的语言应用能力与文化素养，为后续深入学习法语及从事国际品牌传播、市场营销等工作奠定坚实基础。</p>			
<p>3. 中法品牌保护法律比较</p> <p>《中法品牌保护法律比较》是一门聚焦中法两国品牌法律制度差异的跨学科课程，适合法语及相关专业学生选修。课程围绕商标注册、使用、侵权判定与执法机制等核心议题，系统比较中国与法国（含欧盟）在品牌法律保护体系中的异同与发展趋势。</p>			
<p>4. 中法品牌传播与新媒体实务</p> <p>《中法品牌传播与新媒体实务》是一门融合传播理论与实务操作的应用型课程，聚焦中法品牌在社交媒体、数字平台与跨文化语境中的传播策略。课程内容涵盖品牌故事构建、视觉识别系统、新媒体运营、KOL 合作与危机公关等主题，结合中法代表性品牌案例，分析其在微博、抖音、Instagram、YouTube 等平台的传播路径与受众互动方式。学生将通过实战项目学习短视频制作、内容策划与跨文化传播技巧，提升品牌传播策划与执行能力。</p>			
<p>5. 法国奢侈品鉴赏与创意传播</p> <p>《法国奢侈品鉴赏与创意传播》聚焦法国奢侈品的文化内涵、品牌历史与审美价值，涵盖时尚、香水、葡萄酒等经典品类，结合实物赏析、案例研究与品牌访谈，培养学生对奢侈品文化的敏感度与鉴赏力。课程注重创意传播的实践训练，探讨品牌叙事、视觉设计与社交媒体策略，帮助学生理解如何在当代语境中讲述奢侈品故事。通过跨文化视角和中法比较，引导学生掌握品牌传播技巧，提升国际传播与市场洞察能力，服务中国品牌高端化与文化出海的战略需求。</p>			
<p>6. 中法地理标志品牌运营案例工作坊</p> <p>《中法地理标志品牌运营案例工作坊》是一门实践导向型课程，聚焦中法两国地理标志品牌的运作模式与成功经验。课程通过实地调研资料、多媒体案例与小组项目，深入探讨如龙井、香槟、罗克福奶酪等地理标志产品的品牌定位、法律保护、市场策略与国际化路径。学生将在教师指导下模拟制定品牌运营方案，提升团队协作与创新实践能力。</p>			