

文化创意与策划专业 人才培养方案

专业代码：550401

适用年级：2023 级

制定日期：2023 年 7 月

目录

一、专业名称和专业代码	1
二、入学要求	1
三、修业年限	1
四、职业面向	1
五、人才培养目标与培养规格	2
六、课程设置及要求	4
七、课程进程总体安排	18
八、实施保障	19
九、毕业要求	27
十、附录	28

洛阳文化旅游职业学院 2023 级 文化创意与策划专业人才培养方案

一、专业名称和专业代码

专业名称：文化创意与策划

专业代码：550401

二、入学要求

普通高中毕业生、中职学校毕业生或具有同等学力。

三、修业年限

3 年

四、职业面向

文化创意与策划专业职业面向如表 1 所示。

表 1 文化创意与策划专业职业面向一览表

所属专业大类 (代码)	所属专业类 (代码)	对应行业 (代码)	主要职业类别 (代码)	主要岗位类别 (或 技术领域)	职业资格证书或技能 等级证书举例
文化艺术 大类 55	文化服务类 5504	商务服务业 (72) 文化艺术业 (88) 娱乐业 (90)	全媒体运营师 (4-13-01-05) 网络编辑 (2-10-02-05) 剪辑师 (2-09-03-06) 文化和教育服务人员 (4-13) 工艺品造型设计师 (6-09-03-01)	1. 文案写作类; 2. 活动策划类; 3. 新媒体运营类; 4. 营销策划推广 类; 5. 设计与开发类	全媒体运营师、 1+x 自媒体运营职 业技能等级证书、 1+X 文创产品设计 职业技能等级标准

文化创意与策划专业学生应取得职业资格证书或职业技能等级证书如表 2 所示。

表 2 文化创意与策划专业职业资格技能等级证书一览表

序号	证书名称	等级	对应专业课程	颁发单位	备注
1	1+x 文创产品 设计职业技能 等级证书	高级	非遗工艺品创意设计	浙江中科视传科技 有限公司	必考
2	工艺美术品设 计师	中级	非遗工艺品创意设计	中国轻工业联合会	必考

3	手绣制作工职业技能等级证书	中级	非遗工艺品创意设计	工业和信息化部人才交流中心	必考
4	全媒体运营师(4-13-01-05)	高级	短视频创意制作	国家广电总局广播影视人才交流中心	必考
5	策划师	中级	文化创意与策划 节事活动策划与管理 展览展示策划 文化旅游项目策划与管理 品牌策划与推广	中国智慧工程研究会策划专业委员会	必考
6	商业摄影师(4-08-09-01)	五级	摄影摄像基础	中华人民共和国人力资源和社会保障部	选考
7	1+x 新媒体编辑职业技能等级证书	中级	基础写作、 新媒体文案策划与创作 计算机图文处理	凤凰卫视有限公司	选考
8	1+x 自媒体运营职业技能等级证书	中级	新媒体运营与推广	北京字节跳动科技文化有限公司	选考

五、人才培养目标与培养规格

(一) 培养目标

本专业培养理想信念坚定、德智体美劳全面发展，适应社会岗位不断发展的需要，具有一定的科学文化水平，良好的人文素养、艺术素养、信息素养、职业道德和创新意识，精益求精的工匠精神，强的文案创作与传播、工艺产品设计与开发、文旅活动策划与执行能力和可持续发展能力，系统掌握文化创意与策划专业知识技能，具备非遗文化创新设计及转化能力、数字内容生产能力和文旅场景策划能力，能够胜任活动策划与组织、市场推广、文创产品开发等现代文旅产业急需的高素质复合型技术技能人才。

(二) 培养规格

根据对文化创意与策划专业典型职业面向、职业能力的调研分析，本专业应具有以下职业素质、专业知识和技能：

1. 素质

(1) 坚定拥护中国共产党领导和我国社会主义制度，在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感；

(2) 爱岗敬业、吃苦耐劳、遵法守纪、崇德向善、诚实守信、尊重生命、热爱劳动，履

行道德准则和行为规范，具有社会责任感和社会参与意识；

(3) 具有质量意识、环保意识、安全意识、公共卫生意识、信息素养、工匠精神、创新思维；

(4) 勇于奋斗、乐观向上，具有自我管理能力、职业生涯规划的意识，有较强的集体意识和团队合作精神；

(5) 具有健康的体魄、心理和健全的人格，掌握基本运动知识和 1~2 项运动技能，养成良好的健身与卫生习惯，以及良好的行为习惯；

(6) 具有一定的审美、人文素养，能够形成 1-2 项艺术特长或爱好；

(7) 具有非遗文化保护意识，掌握地方文化等地方特色非遗项目的传承规范。

(8) 掌握支撑本专业学习和可持续发展必备的政治理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化等文化基础知识，具有良好的审美能力、艺术鉴赏能力、信息技术应用能力、人文素养、科学素养，具备职业生涯规划能力。

2. 知识

(1) 了解相关产业文化，遵守职业道德准则和行为规范，具备社会责任感和担当使命；

(2) 熟悉文化创意策划的基本理论与文化企业管理的基本知识；

(3) 熟悉与本专业从事职业活动相关的国家法律、行业规定以及环境保护、安全消防、文明生产等知识；

(4) 熟悉河洛非遗文化资源，需重点掌握地方市级以上非遗项目名录的历史渊源、核心技艺、传承现状及数字化保护要求；

(5) 掌握管理学基础、商务沟通、文化创意与策划、非物质文化遗产、文案写作、策划方案等方面的专业基础理论知识；

(6) 掌握文化产业管理、品牌策划与推广、文化创意产品设计等专业核心知识；

(7) 掌握常用办公软件应用相关知识，熟悉文化活动策划、数字媒体、节事策划等知识。

(8) 掌握活动、广告、宣传、营销等文案撰写的基本知识与方法；

(9) 掌握信息技术基础知识、专业信息技术能力，基本掌握文创运营领域数字化技能；

(10) 掌握工艺产品的设计、开发、展示知识，能够从文化的视角进行宣传和营销。

(11) 掌握文化市场调研与商务谈判的基础知识与方法。

3. 能力

(1) 具有良好的语言表达能力、文字表达能力、沟通合作能力、心理调适能力、职业生涯规划能力;

(2) 具有探究学习、终身学习能力, 具有整合知识和综合运用知识分析问题和解决问题的能力;

(3) 具有市场意识和为客户服务的设计理念, 具备对文化创意市场趋势的敏锐感知和分析能力;

(4) 具有较强的资料整理、分析、归纳能力, 熟悉市场环境, 了解产品营销策略;

(5) 具有文旅活动项目市场调研与谈判的能力;

(6) 具有撰写活动策划案、宣传文稿、营销策划案等相关文本的能力;

(7) 具有策划与执行文旅 ze 项目的活动的能力;

(8) 具有一定视觉审美和鉴赏能力; 具有策划微博、微信、视频号、H5 等新媒体产品及进行运营的能力;

(9) 能够熟练操作 Photoshop、Premiere 等计算机辅助设计软件, 以及手机 APP 操作和互联网全媒体运营技术手段等;

(10) 具有非遗创新转化能力, 能运用 AIGC 技术对河洛非遗元素进行数字化提取与再设计, 掌握非遗 IP 开发、文创产品市场化运营全流程;

(11) 具有工艺产品开发所需的创意统筹、产品架构和制作的能力, 尤其是非遗文创产品;

(12) 具有文创产品设计制图所需的数字技术能力与设计表现能力;

(13) 具有非遗文化产品设计设计制作和产品项目推广的能力。

六、课程设置及要求

(一) 课程体系

本专业课程体系由公共必修课、公共选修课、专业基础课、专业核心课和专业拓展课组成, 共开设课程 45 门, 三年总计 2952 学时, 总学分为 164 学分。

(二) 公共基础课

表 3 文化创意与策划专业公共基础课程

序号	课程名称	课程目标	主要内容
1	思想道德修养与法	本课程旨在教育引导学生加强自身道德修养, 提高思想道德素质; 加	本课程内容主要包括社会主义道德教育和法制教育, 帮助学

	治	强法律观念和法律意识教育，提高法律素养；培养学生爱岗敬业、诚实守信等道德品质。	生增强社会主义法制观念，提高思想道德素质，解决成长成才过程中遇到的实际问题。
2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	本课程旨在引导学生更加准确地把握马克思主义中国化进程中形成的理论成果，对中国共产党领导人民进行的革命、建设、改革的历史进程有更加深刻的认识；提高大学生对运用马克思主义立场、观点和方法认识问题、分析问题和解决问题的能力。	本课程内容以马克思主义中国化为主线，以毛泽东思想以及邓小平理论、“三个代表”重要思想和科学发展观等马克思主义中国化理论成果为主要内容，帮助学生理解和掌握马克思主义中国化理论成果的形成过程、精神实质、历史地位和指导意义，坚定中国特色社会主义道路自信、理论自信、制度自信、文化自信。
3	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	本课程旨在引导学生从整体上把握习近平新时代中国特色社会主义思想，系统学习这一思想的基本内容、理论体系、时代价值与历史意义，更好地把握中国特色社会主义的理论精髓与实践要义，实现从知识认知到信念生成的转化，增强新时代青年学生的使命担当，自觉投身到建设新时代中国特色社会主义的伟大历史进程中去。	本课程内容主要围绕马克思主义中国化最新理论成果，系统阐释习近平新时代中国特色社会主义思想的主要内容和历史地位，全面解读习近平总书记关于重大时代课题的一系列原创性治国理政新理念新思想新战略。使学生自觉运用习近平新时代中国特色社会主义思想武装自己的头脑，把爱国情、强国志、报国行自觉融入到建设社会主义现代化强国、实现中华民族伟大复兴的奋斗之中。
4	形势与政策	本课程旨在引导学生掌握认识形势与政策问题的基本理论和知识，学会正确的形势与政策分析方法，特别对我国的基本国情、国内外重大事件、社会热点和难点等问题的思考、分析和判断能力。	本课程内容着重进行我国改革开放和社会主义现代化建设形势、任务和发展成就教育；党和国家重大方针政策、活动和改革措施教育；当前国际形势与国际关系状况、发展趋势和我国对外政策原则立场教育。
5	大学生心理健康教育	本课程旨在培养学生了解心理健康的标准及意义，掌握并应用心理健康知识，培养自我认知能力、人际沟通能力、自我调节能力，增强自我心理保健意识和心理危机预防意识，切实提高心理素质。	本课程内容包括心理健康基础知识，了解自我、发展自我，提高自我心理调适能力，如生涯规划、学习心理、人际交往、情绪管理、压力管理、生命教育能力等，注重培养学生实际应用能力。
6	大学体育	本课程旨在引导学生正确认识体育	本课程内容主要涵盖篮球、排

		锻炼目的意义，了解基本的体育理论知识，掌握必要的运动技术和技能，学会科学锻炼身体的方法，养成锻炼身体的良好习惯。	球、足球三大球和乒乓球、羽毛球各项运动概述、竞赛规则、各种球类的技战术；武术、健美操运动概述、基本功和规定套路等。
7	大学英语	本课程旨在培养学生阅读英文资料获取前沿信息的能力、涉外口头交际和书面表达能力、跨文化交流能力、学生未来职业发展和英语终身学习能力。	本课程内容包括学习、生活、工作等多个方面的主题单元，通过视听说、精读、翻译写作等模块，全面提高学生听、说、读、写、译等各方面英语能力。
8	大学语文	本课程旨在培养学生阅读和理解文学作品的能力，提高学生文学鉴赏水平和文化修养，提升写作能力，以适应学习和工作的需要。	本课程内容主要涵盖散文阅读与欣赏；诗歌阅读与欣赏；小说阅读与欣赏；影视与戏剧欣赏；语言表达能力与技巧；实用写作训练。
9	劳动教育	本课程旨在使学生掌握与自身未来职业发展密切相关的通用劳动科学知识，理解和形成马克思主义劳动观，树立正确的劳动价值取向和积极的劳动精神面貌，促进学生德智体美劳全面发展。	本课程着重讲授劳动教育基础知识和技能，以劳动教育为主，兼具我校特色专业教育、实习实训、社会实践、创新创业等各学科的联动性教育。建立以提升劳动素养为核心的“三大教学任务”——劳动情感、品德为主体的思政教育，劳动知识、技能学习的劳动实践，实验研究、分析探索的劳动创新。
10	中华优秀传统文化	本课程旨在通过系统学习和实践体验，增强学生对中华优秀传统文化的认知、认同和传承意识。课程注重培养学生对传统文化自豪感和文化自信，使其能够将中华优秀传统文化的核心思想理念融入日常生活与专业学习中，同时提升其文化素养和人文精神，为社会主义核心价值观的践行奠定基础。	本课程主要围绕中华优秀传统文化的核心思想理念、人文精神、传统美德展开，内容涵盖经典诵读、历史故事、传统艺术、非遗文化等模块。
11	信息技术	本课程旨在使学生理解计算机系统与计算环境基本原理，理解信息获取、数据管理与处理分析、信息表达与发布等知识和理论。具备使用应用工具软件获取信息、处理数据、解决问题的能力，形成分析和解决问题的计算思维与素养。	本课程内容包括计算机与信息社会、计算机系统、计算机网络、信息安全、数据库基础、办公软件、大数据云计算、人工智能等计算机新技术。本课程注重理论与实践相结合，同时兼顾计算机应用领域的前沿知识，采用理论教学与实验教

			学方式。
12	大学生职业生涯规划与就业指导	本课程旨在使学生了解生涯规划意义和方法，引导学生认识自我和职业世界，了解职业素养和职业能力要求，了解就业形势和就业创业政策，掌握求职材料和面试技巧，提高依法维权意识，培养学生具备解决职场适应和职业发展实际问题能力。	本课程主要内容涵盖职业生涯规划基本理论、自我认知、认识职业世界、职业生涯规划及大学生涯规划、创业概述、商业计划书撰写、商业路演 PPT、职业素质与职业能力、求职和应聘、劳动者权益、毕业手续办理及人事代理、职场适应等内容。
13	大学生创新创业教育	本课程旨在培养创新思维，提升创新能力，以创新促进创业；提升创业能力，培育创客精神，以创业带动就业。	本课程主要内容涵盖创新创业的基本概念、创新思维训练、创业机会识别、商业模式设计、团队建设、资源整合与风险管理等模块。
14	军事理论	了解军事基础知识，增强国防观念、国家安全意识和忧患危机意识，弘扬爱国主义精神、传承红色基因、提高学生综合国防素质。	本课程内容包括中国国防、国家安全、军事思想、现代战争、信息化装备五个方面内容。
15	军事技能	掌握基本军事技能，增强国防观念、国家安全意识和忧患危机意识，弘扬爱国主义精神、传承红色基因、提高学生综合国防素质。	本课程内容包括共同条令教育与训练、射击与战术训练、防卫技能与战时防护训练、战备基础与应用训练等方面的相应训练。

(二) 公共选修课

表 4 文化创意与策划专业公共选修课程

序号	课程名称	课程目标	主要内容
1	普通话与口语表达	本课程致力于提高学生的普通话水平和口语表达能力，使其能够准确、流畅地使用普通话进行日常交流和工作汇报。通过系统的训练和实践，学生将掌握标准的普通话发音、语调及常用的口语表达技巧，提升沟通的自信和有效性。	本课程主要围绕普通话的基础知识，如语音、语调、语速的掌控以及口语表达中的逻辑性和条理性展开。通过大量的朗读、模仿、对话练习，帮助学生纠正发音错误，提高语言表达的准确性和流畅度；课程还将涉及公共演讲、面试技巧等内容，包括演讲的结构搭建、肢体语言运用、面试的自我介绍和问题回答技巧等，为学生未来职场口语应用打下基础。
2	四史	通过本课程，使学生紧密结合中国	本课程主要内容包括中国共产

		近现代的历史实际，通过对有关历史进程、事件和人物的分析，提高运用科学的历史观和方法论分析历史问题、辨别历史是非的能力。使学生深刻领会历史和人民做出四个历史选择（马克思主义、中国共产党、社会主义道路和改革开放）的历史必然性。	党党史；中华人民共和国国史。
3	艺术技能	课程旨在提升文化创意与策划专业学生的艺术素养和实践能力，为其专业发展提供必要的艺术基础支撑。通过本课程的学习，学生将掌握至少一门艺术技能的基本理论和实践方法，培养艺术感知力、鉴赏力和创造力，并能够将艺术思维融入文化创意与策划工作中。课程强调艺术技能与文化创意的结合，旨在激发学生的创新意识，提升其综合审美能力，为未来从事文化创意产业相关职业奠定坚实的艺术基础。	本课程主要教学内容围绕所选艺术技能展开，包括基础理论、基本技法训练、创作实践以及艺术鉴赏等模块，帮助学生逐步掌握各类艺术技能，并引导其进行初步的艺术创作，同时培养其艺术鉴赏能力，提升其艺术审美水平。
4	艺术审美	本课程旨在通过对艺术作品的欣赏、解读和创作，提高学生自身的审美能力和文化素养，进而促进学生的全面发展，艺术鉴赏课程在提升学生素质方面具有重要的作用和意义。	本课程主要教学内容涵盖绘画、音乐、戏剧、文学等多种艺术形式。课程将对经典艺术作品进行赏析，讲解作品的创作背景、艺术风格、表现手法等；引导学生进行艺术创作实践，如绘画创作、诗歌写作等，培养学生的艺术创作能力；组织学生开展艺术讨论活动，分享对艺术作品的理解和感受，提升审美交流能力。

（三）专业基础课

表5 文化创意与策划专业专业基础课程

序号	课程名称	课程目标	主要内容
----	------	------	------

1	文化产业 概论	本课程致力于引导学生了解关于文化产业的基本理论,了解文化产业,建立对文化产业的基本认识和了解,着力文化产业相关实践技能和素养的提升,培养能够熟练掌握文化企事业单位经营管理知识、文化政策和法律,能够在文化管理机构、文化企事业单位、文化传媒、文化旅游等部门从事经营、策划、咨询、教育、传播等工作的复合型、应用型、高素质人才。	本课程主要学习文化产业的基本概念、原理和规律,介绍文化产业的最新发展动态和趋势、文化产业管理学的基本问题、文化产业管理的属性、文化产业的行政管理、文化产业的经济管理、文化管理的法治管理、文化产业的舆论管理、文化产业的融资管理、文化产业的生产管理、文化企业的营销管理、文化企业的价值链管理、文化企业的人力资源管理。
2	文化创意 学	本课程旨在使学生了解和掌握文化产业创意与策划的内涵和策划的原则方法;了解文化产品的内涵、特点;掌握文化产业市场细分与定位的方法,最终学会文化产业市场策略的设计与制定;掌握传统媒体和新媒体广告产业不同的特点和策划技巧,从而培养和提高学生的实践能力,将榜样精神、工匠精神和社会主义核心价值观融入教学,突出知识传授与价值引导的有机统一。	本课程主要教学内容涵盖文化产业策划与创意的理论及方法,从文化产业创意的内涵入手,分析了创意的思维特点,文化产业策划的特征、原则以及一般程序;课程对文化市场战略的创意与策划、文化产品的创意与策划、文化品牌的创意与策划、文化市场流通渠道的创意与策划进行理论阐述,根据不同文化产业形态的特点进行创意与策划,分析各文化产业形态创意的特点、策划的原则和方法。
3	网络传播 概论	本课程旨在使学生深入了解网络传播的特点和规律,掌握网络传播领域的新现象、新手段、新思维和新技术,掌握策划和实施网络传播活动的方法和技巧,培养网络舆情分析与应对策略制定能力,提高学生媒介素养。	本课程以马克思主义新闻观为指导,学习和掌握网络传播的基本概念和相关理论、最新技术和应用、网络内容策划与编辑、网络舆情监测与分析等内容。
4	基础写作	本课程旨在激活学生的写作潜能,提升其写作能力。课程旨在培养学生在写作领域的多方面素养,使其掌握扎实的写作基本功,具备灵活运用多种表达方式和写作技巧的能力,能够根据不同文体的要求进行高质量的写作,为今后从事文创工作打下良好的基础。	本课程主要包括写作基本能力训练和文体写作训练两部分,涵盖观察与感受、想象与联想、思维与素养等多个章节,从提升学生的基础能力入手,讲解如何培养观察、感受、想象、思维等能力,以及选材、炼意、运思、结构、选词炼句、表达方式和写作技巧等方面的知识与技能;详细介绍新闻

			写作、文学写作、理论文体写作和实用文体写作等不同文体的特点与写作方法,包括消息、通讯、诗歌、散文、社会评论、学术论文、调查报告、计划等多种常见文体,使学生全面掌握各类文体的写作规范与技巧。
5	设计基础	本课程旨在帮助学生掌握点、线、面等基本形态及其综合表达,学会运用平面、色彩、立体设计元素进行语义传达与空间表达,激发学生的设计思维,使其能够将所学知识运用到创意实践中,具备独立完成设计项目的基础能力,为今后深入学习专业设计课程和从事设计相关工作奠定坚实的基础。	本课程主要教学内容包括设计概论、设计基础的基本认识、设计的思维与原则、设计的基本形态、点的形态、线的形态、面的形态、点、线、面的综合表达、平面设计基础、平面设计的构成类型、平面设计元素的语义传达、平面设计中的空间表达、平面设计的创意实践、色彩设计基础、色彩的属性与特性、色彩的象征意义、色彩的语义传达、色彩设计的创意实践、立体设计基础、空间的认知与立体构成、从空间元素到构成创意、空间设计的语义传达、空间设计的创意实践。
6	图形创意	本课程旨在使学生掌握图形造型的形式美和构图本身的形式美法则,激发学生思维能力的同时培养思维的跳跃感与严谨性,做到同一个想法通过不同的载体、不同的表现方法、不同的图形调整准确地传达图形所表达的信息。	本课程主要内容包括图形创意概述;图形与图形创意;图形符号的特点;图形创意设计的发展与意义;包豪斯设计理论;图形与标志设计;图形与包装设计;图形创意思维等。
7	字体与版式设计	本课程旨在使学生了解字体设计的概念,掌握汉字及拉丁文字字形结构;具备能够进行简单字体设计的能力,激发和培养学生学习的主动性与创新意识。通过学习版面设计的理论知识,掌握版式设计的基本要求,了解各种版式的用途,培养学生设计方案执行所需的展示、印刷、网络发布等方面的编排实践能力,能够解决从设计到执行的主要编排环节。	本课程主要内容包括字体设计认知、演变历史;汉字字体设计的创意与技法;拉丁文字的设计创意与技法;字体创意设计方法及在设计中的多种应用等。主要内容包括版式设计概念;版式设计功能、原则;版式设计基本步骤;版式设计发展特点、发展趋势;版面的色彩选择;版式设计中的图像;版式设计中的文字;版

			面中的视觉空间的营造;版面中的形式美法则等。
8	文化创意与策划	本课程旨在培养学生的文化创意思维和创意策划方法,让学生在分析市场环境、目标客户的基础上,制定有效的关于文化、广告、公关、市场营销、项目等方面的策略。并且通过案例学习和实践活动,提高学生的文化创意策划实践能力,以及团队协作和沟通能力。	本课程从文化创意与策划的基本知识入手,以各类文化产品的特点和创意规律为核心,通过思维训练、方法学习、市场分析,以及广告、公关、市场营销等方面策划案例学习,学习文化相关项目管理和运作,培养学生关于创意与策划的先进理念与灵感,从而有效提高学生的创新能力。
9	非遗文化与技艺传承	本课程旨在培养学生对本土非物质文化遗产的兴趣和保护意识,让学生深入理解非遗文化在人类历史和社会发展中的重要价值。通过系统学习,学生能够掌握丰富的本土非遗知识,包括各类非遗项目的起源、发展脉络、文化内涵等。同时,提升学生的实践动手能力,使其熟练掌握至少一种非遗技艺的制作流程和技巧,具备传承和创新非遗技艺的能力。此外,还注重培养学生的文化传播能力,引导学生积极参与非遗文化的宣传推广,为本土非遗文化的可持续发展贡献力量。	本课程内容主要分为理论知识与实践技能两大板块。理论知识部分涵盖非遗文化概论,详细讲解非遗的定义、分类、申报流程以及国内外非遗保护的现状与政策。同时,深入剖析各类非遗项目的文化背景,如民间文学、传统音乐、传统舞蹈、传统戏剧、曲艺、传统体育、游艺与杂技、传统美术、传统技艺、传统医药和民俗等,让学生全面了解非遗文化的多样性。实践技能板块则聚焦于具体非遗技艺的学习,根据当地特色和教学资源,选择如剪纸、刺绣、陶艺等传统技艺进行教学。学生在实践课程中,跟随非遗传承人或专业教师,从基础技法开始学习,逐步掌握完整的制作流程,通过实际操作提升技艺水平,实现理论与实践的深度融合。
10	数字摄影与摄像	本课程旨在培养学生掌握有关摄影摄像等方面的基础知识,提高作为摄影摄像师所应知的基本技术,使他们努力提高自己的艺术修养,探索揣摩照片中的意境、构图以及审美方面的奥秘,理解光影的变化,学会控制光影。了解无反系统的结构与特点;掌握聚焦方法,学	该课程主要教授摄影摄像的基础理论、设备操作、拍摄技术与艺术表现、专题拍摄与案例分析、后期处理以及综合实践应用。学生将学习光学成像、曝光控制、构图等基础知识,熟悉各类摄影摄像设备的操作,掌握固定画面与运动画

		会如何控制运用景深,熟练掌握快门速度与运动的关系系统、和相机的使用。学会策划拍摄主题,独立完成拍摄任务。	面的拍摄技巧,并通过专题实践和案例分析提升影像创作能力。
11	管理学基础	本课程旨在使文化创意与策划专业学生掌握企业管理基础概念原则与主要职能、文创企业特性及相关管理理论知识,具备运营、团队协作、市场营销及创新应变能力,同时提升文化素养与审美,树立职业道德与责任感,培养创业精神与职业素养,以满足文创行业人才需求。	该课程围绕文创企业管理展开。在知识层面,会讲解企业管理基本概念、职能,以及文创企业在文化创意产业中的独特定位与运营全流程。能力培养上,着重训练运营管理,如制定运营计划、应对问题;提升团队协作沟通能力,合理分配任务、解决冲突;强化市场营销推广,制定精准策略并运用多元渠道。素质塑造方面,注重提升学生文化素养与审美,融入文化内涵;培养职业道德与责任感,遵循行业原则;培育创业精神与职业素养,为文创行业发展打基础。

(四) 专业核心课

表6 文化创意与策划专业专业核心课程

序号	课程名称	课程目标	主要内容
1	新媒体文案策划与创作	本课程旨在使学生全面了解新媒体文案策划与创作的理论知识,包括新媒体平台特点、文案传播规律、受众心理分析等,清晰掌握文案策划与创作的底层逻辑。帮助学生熟练掌握新媒体文案创作技巧,如标题拟定、正文撰写、文案风格塑造等,具备独立策划并创作不同类型、适应多平台需求的新媒体文案的能力。培养学生的创新思维和用户思维,能从用户角度出发策划文案,结合热点与创意,打造具有高传播力和影响力的新媒体文案。通过项目实战,让学生积累新媒体文案策划与创作的实践经验,熟悉从市场调研到文案发布、效果评估的全流程,提升解决实际问题的能力,为从事新媒体相关工作奠定坚实基础	本课程主要介绍了新媒体及文案概念、发展历程,分析主流平台特点和文案风格差异。学习用多种元素写标题,掌握不同类型正文结构和语言风格,灵活塑造语言风格。掌握市场调研方法,依据品牌和受众制定文案策略,策划不同营销场景文案。学习图文搭配,掌握视频文案创作,设计互动文案提高传播效果。分组完成新媒体文案项目,模拟真实工作流程;分析案例,复盘提升能力。

		础。	
2	短视频创意制作（专业版剪映/Adobe Premiere Pro）	本课程旨在培养学生在短视频领域的创意构思、技术制作和传播推广的全方位能力。通过学习，学生将掌握从脚本策划、拍摄技巧到后期剪辑（重点使用剪映专业版和 Adobe Premiere Pro 软件）的完整流程，并理解短视频的传播规律。最终目标是提升学生的短视频创作水平，增强其在新媒体行业的竞争力，使其能够独立完成高质量的短视频作品并进行有效推广。	本课程内容主要涵盖短视频制作的各个环节，包括创意与策划、拍摄与制作、后期处理以及发布与推广。学生将深入学习如何运用剪映专业版和 Adobe Premiere Pro 进行视频剪辑、音频处理、字幕添加和特效制作，并通过实践项目掌握从拍摄到发布的完整流程，最终实现创意思想的视觉化呈现。
3	非遗工艺品创意设计	本课程主要学习非遗工艺品创意设计的基础知识、工作流程、制作技艺、创新方法和通用技巧。课程重点融入黄河流域上中下游丰富的非遗文化精髓，将黄河非遗文化蕴含的工匠精神、生态智慧和文化认同等思政元素贯穿始终，引导学生深入理解母亲河孕育的非遗文化价值。通过层层递进的六个项目学习，使学生掌握以黄河非遗为特色的创意设计与制作能力，在传承黄河非遗文化基因的过程中深化四个自信，培养学生乐学创新、爱岗敬业、诚信守法等职业素养，推动非遗技艺在现代社会的创造性转化与创新性发展。	非遗工艺品创意设计课程以黄河上游油纸伞、葫芦刻绘、黄河中游泥塑、晋南木版年画、以及黄河下游的洛绣、潍坊风筝制作技艺六大非遗项目为核心，教学内容贯穿文化调研、创意设计、工艺实践与成果展示全流程。在文化调研阶段，学生通过对历史脉络、市场需求、工艺瓶颈等内容的探究，挖掘非遗文化价值；创意设计环节，引导学生进行文化元素提取、图案设计与创新；工艺实践涵盖材料处理、制作技法、成品优化等步骤；成果展示则通过作品阐释与互评，培养学生传承非遗文化的责任感与创新意识。
4	新媒体运营与推广	本课程旨在培养学生全面掌握新媒体运营与推广的核心技能，使其熟悉新媒体平台传播规律及营销策略，具备独立策划和执行新媒体项目的的能力。通过学习，学生将深入了解新媒体运营中的内容创作、用户运营、活动策划和数据分析等关键环节，掌握如何利用新媒体平台进行品牌推广和产品营销，从而提升其在新媒体行业的竞争力，并能够将理论知识应用于实际工作中，为未来的职业发展奠定坚实基础。	本课程涵盖新媒体运营与推广的多个核心模块，包括新媒体平台基础、内容创作与传播、用户运营、活动策划与执行、数据分析以及新媒体营销模式。通过案例分析、课堂讨论和实战项目，学生将系统掌握从内容生产到推广的全流程操作，最终具备独立完成新媒体运营项目的的能力。
5	节事活动	该课程旨在培养学生系统掌握节日	培养学生本课程的主要授课内

	策划与管理	<p>庆典、会展活动、赛事活动等节事活动从构思到执行的全方位策划与管理能力。通过本课程的学习，学生将深入理解节事活动的特性、运作流程及行业发展趋势，具备独立进行活动创意策划、方案设计、资源整合、风险管理及效果评估的能力。课程注重理论与实践相结合，致力于提升学生在节事活动领域的专业素养和综合能力，使其能够胜任各类节事活动的策划、组织与管理工作。</p>	<p>容围绕节事活动的全生命周期展开，涵盖活动策划的基础理论、创意构思方法、项目立项与审批流程、活动方案设计、资源管理、预算编制与控制、风险管理、活动执行与现场管理、以及活动后的效果评估与总结。课程将结合实际案例，引导学生学习如何运用项目管理工具和方法，对节事活动进行高效、有序的策划与执行，并培养学生的团队协作能力和沟通协调能力。</p>
6	展览展示策划	<p>该课程旨在培养学生系统掌握展览展示活动从策划到执行的全流程能力。通过学习，学生将深入了解展览展示活动的特性、运作流程及行业发展趋势，具备独立进行展览主题策划、空间设计、展品布置、宣传推广及效果评估的能力。课程注重理论与实践相结合，致力于提升学生在展览展示领域的专业素养和综合能力，使其能够胜任各类展览活动的策划、组织与管理工作，成为具备创新精神和实践能力的技能型人才。</p>	<p>本课程的主要授课内容围绕展览展示活动的全生命周期展开，涵盖展览策划的基础理论、创意构思方法、项目立项与审批流程、展览主题与空间设计、展品选择与布置、宣传推广策略、预算编制与控制、风险管理、活动执行与现场管理，以及展览后的效果评估与总结。课程将结合实际案例，引导学生学习如何运用项目管理工具和方法，对展览展示活动进行高效、有序的策划与执行，并培养学生的团队协作能力和沟通协调能力。</p>
7	文化旅游项目策划与管理	<p>该课程旨在使掌握文化旅游项目策划和管理的理论知识，熟悉文化旅游资源、市场趋势及项目流程。熟练运用策划技巧，学会市场调研和数据分析，掌握项目管理技能，能独立策划小型项目。培养创新和文化敏感思维，提升团队协作、沟通能力，增强文化保护意识，平衡经济与文化价值。通过参与项目积累经验，将理论应用于实践，提升解决实际问题的能力。</p>	<p>本课程主要讲解文化旅游概念、发展历程、资源分类及价值评估方法。学习项目策划技能例如学习市场调研方法，从文化元素挖掘创意，设计产品和规划线路。了解项目管理环节：制定项目计划，控制成本预算，识别并应对风险。掌握项目运营营销，包括了解运营流程，掌握品牌建设、网络营销等推广方法。进行项目实战分析，分组模拟项目全流程，分析成功和失败案例，提升实操水平。</p>
8	品牌策划	<p>该课程旨在培养学生对品牌建设全</p>	<p>本课程的主要授课内容围绕品</p>

	与推广	<p>而且深入的理解，以及实际操作品牌策划与推广活动的的能力。通过本课程的学习，学生将掌握品牌定位、品牌形象设计、品牌传播策略等核心知识，并能够运用这些知识进行品牌诊断、制定品牌发展战略和推广方案。课程着重培养学生的创新思维和市场洞察力，使其具备在激烈的市场竞争中塑造、维护和提升品牌价值的能力，最终成为能够独立策划和执行品牌推广活动的专业人才。</p>	<p>牌构建与传播的核心要素展开，包括品牌的基本概念、品牌定位策略、品牌形象设计(如 Logo、VI 系统等)、品牌传播理论、市场调研方法、目标受众分析、品牌推广渠道的选择与应用(如传统媒体、数字媒体、社交媒体等)、整合营销传播策略的制定、品牌活动的策划与执行、品牌危机管理以及品牌资产的评估与管理。课程将结合大量实际案例，引导学生学习如何将品牌理论应用于实践，并培养学生的文案撰写、方案策划、项目管理等实操技能。</p>
--	-----	---	---

(五) 专业选修课

表 7 文化创意与策划专业专业选修课程

序号	课程名称	课程目标	主要内容
1	计算机图文处理 I (Adobe Photoshop)	<p>本课程主要通过讲授 Photoshop 软件中各种工具的使用方法和运用场景，使学生熟练掌握该软件的操作技巧，概念、功能及适用场景，熟知色彩搭配、图形构成等基础理论在文创设计中的应用。能力层面，要熟练运用软件进行图像绘制、编辑等操作，针对文创项目高效完成设计任务，并能将技能深度应用于文创产品、海报、品牌形象等设计，产出兼具创意与市场价值的作品。素质培养上，通过实践提升审美与创新能力，养成严谨负责的工作态度，具备良好的时间管理与项目规划能力，为投身文创行业做好充分准备。</p>	<p>本课程教学内容涵盖 Photoshop 的功能、特点、概念、术语和工作界面，图像编辑、通道、图层、路径的综合运用，图像色彩的校正，各种特效滤镜的使用，特效字的制作和图像输出与优化等方法 and 技巧等。</p>
2	文化市场调查与分析	<p>本课程要求学生掌握文化市场调查的基本理论、方法和技术，学会设计问卷、访谈提纲等工具，能够运用统计软件对调查数据进行分析处理，撰写规范的市场调</p>	<p>本课程教学内容主要涵盖文化市场的概念、特点、构成要素、发展趋势等基础知识。调查方法与技术：问卷调查、访谈调查、观察法、实验法</p>

		查报告。通过实际调研项目，培养学生的观察、沟通、协调和组织能力，使其掌握从市场现象中发现问题、分析问题并解决问题的方法，提升团队协作和自主学习能力。培养学生对文化市场的敏锐洞察力和兴趣，树立严谨的学术态度和科学的研究精神，增强学生对文化产业发展的责任感和使命感。	等市场调查方法的原理与实施步骤，以及抽样技术、数据收集技巧。数据分析与处理：数据的整理、统计分析方法，如描述性统计、相关性分析、因子分析等，利用 SPSS 等软件进行数据分析操作。报告撰写与应用：市场调查报告的结构、内容撰写规范，以及如何将调查结果应用于文化创意与策划项目的决策和执行中。
3	AIGC 视觉设计 (Stable Diffusion)	本课程旨在培养文化创意与策划专业学生掌握并应用 Stable Diffusion 技术进行视觉设计的能力。通过学习，学生将深入了解 Stable Diffusion 模型原理，掌握从文本到图像的生成技巧，并结合文化创意与策划的专业知识，提升设计创意与效率。课程注重理论与实践相结合，通过案例分析和项目实践，培养学生独立完成 AIGC 视觉设计项目的的能力，并探索 AI 技术在文化创意领域的创新应用，最终塑造具备跨学科知识和未来竞争力的创新型人才。	本课程教学内容涵盖 Stable Diffusion 技术基础、模型原理与应用、Prompt 工程与设计技巧、风格探索与模型微调、以及综合项目实践等多个方面。学生将学习 Stable Diffusion 的技术背景、不同模型的特点及应用场景，掌握通过精确的 Prompt 指令控制图像生成的方法，并学习如何根据不同需求调整模型参数、探索多种视觉风格。此外，课程还将通过案例分析和实战练习，指导学生完成从需求分析、设计构思到最终输出的完整项目流程，并鼓励学生结合文化创意与策划思维，进行 AI 视觉设计的创意拓展和创新应用。
4	计算机图文处理 II (Cinema 4D)	本课程旨在使学生掌握 Cinema 4D 软件的基础操作，包括建模、材质、灯光、动画等核心功能，能够独立完成各类简单 3D 场景与模型的创建。培养 3D 创意设计思维，学会运用所学知识将创意转化为实际的 3D 作品，提升在视觉表达和空间想象力方面的能力。了解 Cinema 4D 在影视、广告、会展等行业中的实际应用，掌握行业标准的制作流程和规范，为进入相关行业奠定基础。	本课程内容在基础入门阶段，熟悉 Cinema 4D 工作界面，掌握基础操作，学会多边形、曲面建模方法，创建简单几何模型并编辑。接着进入材质与纹理学习，了解材质属性，用材质编辑器创建各类材质，掌握纹理映射添加细节。在灯光与渲染环节，学习不同灯光类型及其参数设置，掌握渲染器设置输出高质量图像。动画制作部分，学生会学习关键帧、路径动画及动画曲线编辑，

			制作多种动画效果。高级应用阶段，涵盖动力学与特效、角色动画、插件与脚本知识，让学生制作逼真物理特效和简单角色动画，拓展软件功能。最后通过项目实战，学生综合运用所学完成 3D 作品制作，并进行作品展示与点评，提升审美和表达能力。
5	商务谈判与礼仪	本课程旨在培养学生的商务综合素养与实战能力。通过学习，学生能理解商务谈判的概念、原则、类型和流程，掌握谈判组织管理、筹备策略、思维沟通技巧，熟悉不同文化背景下的谈判特点，精通商务礼仪规范。在实践中，学生可独立策划并执行商务谈判，妥善解决问题，展现专业礼仪风范，为今后从事商务工作筑牢根基。	本课程内容主要涵盖谈判特征、标准、原则、方法、类型及流程，阐述谈判组织管理、筹备工作，深入探讨谈判各阶段策略，还涉及谈判思维、沟通技巧，推销谈判技巧，国际商务谈判特点，以及商务礼仪和签约知识。

（三）教学要求

除了以上公共课和专业课以外，还要认知学习、企业实践、社会活动等等。

1. 认知学习

为了让学生更多地了解文化创意与策划专业，增强学生对专业的认识，提高学生对专业学习的兴趣，在一年级上学期组织学生到专业相关企业进行观岗实训，让学生对企业文化知识、岗位能力基本要求等有一定的认知，能较直观地了解相关的工作岗位，增强学生学习专业知识和掌握专业技能的信心，为后继学习专业知识和专业技能奠定坚实的基础。

要求学生扎实掌握文化创意与策划的基础理论知识，包括文化产业概论、文化创意学、基础写作、管理学等。通过课堂讲授、案例分析、讨论交流等方式，加深学生对文化创意产业、网络传播理论的理解。

熟练掌握 Adobe Photoshop、Cinema 4D、剪映、Adobe Premiere Pro 等主流设计和视频处理软件的操作技能，能够高效地进行图像处理、图形设计、排版布局、视频剪辑等工作。通过项目驱动的教学模式，让学生在实践中提升软件应用水平。

鼓励学生进行创意训练，如头脑风暴、设计思维工作坊等，激发学生的创新思维和想象力。引导学生关注文化创意行业动态，学习前沿策划理念和技术，培养独立思考和解决问题的能力。

2. 岗位实习

学生到校企合作企业学习，企业采用项目分组形式对学生进行实践性教学，学校教师亲自陪同学生进入企业，参与企业的培训学习和管理工作，让学生顺利转变角色，把学校所学与企业要求结合起来，最快速度适应企业需求，为岗位实习打下基础。

建立稳定的校企合作基地，为学生提供真实的职场环境和项目实践机会。通过校企联合培养，让学生在校期间就能接触到行业前沿的技术和项目，提前适应职场环境。

根据学生的兴趣和特长，安排多样化的实习岗位，如工艺品设计与制作、节事活动策划、展览展示、电商运营、品牌策划等，让学生在实践中找到自己的定位和发展方向。

建立健全的实习管理制度，包括实习计划制定、实习过程跟踪、实习成果评估等。定期与企业沟通，了解学生在实习中的表现和需求，及时调整教学方案，确保实习质量。

实习结束后，组织学生进行实习总结，分享实习经验和心得。同时，邀请企业导师和校内教师对学生的实习表现进行评价和指导，帮助学生明确自己的优势和不足，为未来的职业发展做好准备。

3. 社会活动

组织学生参与节事活动策划与执行、社区美化等志愿服务活动，让学生在实践中感受文案及活动策划的力量，培养社会责任感和公益精神。

鼓励并组织学生参加国内外各类竞赛，如“中国“三彩杯”（国际）创意设计大赛”、“创新创业大赛”、“职业技能大赛”等，邀请行业专家、策划师来校讲座或工作坊，让学生与业界精英面对面交流，了解行业发展趋势和最新技术动态。同时，组织学生参加设计展览、文旅论坛等活动，拓宽视野，增强专业认同感。

鼓励学生组建设计工作室或参与创新创业项目，将所学知识应用于实践，培养学生的创业意识和创新能力。通过创业计划大赛、孵化器项目等方式，为学生提供资金支持和资源对接，助力学生实现创业梦想，并通过这些活动，锻炼策划能力和团队协作能力，提升学生的自信心和竞争力。

七、课程进程总体安排

表 8 文化创意与策划专业课程学时学分构成

	小计	小计	备注
--	----	----	----

课程类型		学时	占总学时比例 (%)	学分	占总学分比例 (%)		
必修课程	公共必修课		900	30.49%	50	30.49%	
	专业必修课程	专业基础课程	378	12.8%	21	12.8%	
		专业核心课程	576	19.51%	32	19.51%	
选修课程	公共选修课程		108	3.66%	6	3.66%	
	专业选修课程		162	5.49%	9	5.49%	
岗位实习、毕业设计或论文			828	28.05%	46	28.05%	
合计			2952		164		
学时比例分析	公共课程占比 (%)		34.15%		专业课程占比 (%)		36.25%
	必修课程占比 (%)		90.85%		选修课程占比 (%)		9.15%
	理论课程占比 (%)		31.94%		实践课程占比 (%)		63.35%

表9 文化创意与策划专业教学周数安排表

学期	课堂教学环节	集中实践环节			复习考试 (其他)	合计
		军事训练	集中实践	岗位实习		
一	16	2			2	20
二	16		2		2	20
三	18				2	20
四	18				2	20
五	14		4		2	20
六	0			18	2	20
合计	82	2	6	18	12	120

八、实施保障

(一) 师资队伍

按照“四有好老师”“四个相统一”“四个引路人”的要求建设专业教师队伍，将师德师风作为教师队伍建设的第一标准。

1. 队伍结构

- (1) 本专业学生数与本专业专任教师数比例不高于 20:1;
- (2) 具有研究生学位教师占专任教师的比例不低于 90%; 高级职称以上教师占专任教师比例不低于 60%, “双师型”教师占专任教师比例不低于 70%;

(3) 兼职教师承担专业课时比例不低于 20%以上；

(4) 教师队伍学科背景涵盖工艺品设计、新闻传播、市场营销等多领域专业人才，形成多元互补的知识结构。

(5) 所有教师具有文创专业教学方面的理论和实践能力；能够落实课程思政要求，挖掘专业课程中的思政教育元素和资源；能够运用信息技术开展混合式教学等教法改革；能够跟踪新经济、新技术发展前沿，开展技术研发与社会服务。

2. 专业带头人

(1) 具有研究生以上学历或副高级以上职称，“双师型”教师；

(2) 能够较好把握行业动态和专业发展趋势，在新闻出版和文化艺术设计行业和当地具有一定的影响力；

(3) 具有先进的教育理念、扎实的理论基础、丰富的实践经验；

(4) 具有较强的教学能力、研究能力和服务能力，主持参与过省级以上科研项目，主持参与过企业技术攻关、技术服务和职业培训；

(5) 带领专业团队开展专业建设与课程改革，近 3 年内取得至少 1 项省级以上专业建设成果。

(6) 在行业内担任专业协会理事或顾问等职务，促进学校与行业的深度合作。

3. 专任教师

(1) 具有硕士以上学位，与本专业相同或相近的教育背景；

(2) 具有高校教师任职资格，并取得相关的职业资格证书或专业技术资格证书；

(3) 教育理论扎实，专业基本技能和教育教学技能娴熟，知识结构合理，教学经验丰富；

(4) 具有较强的文化创意与策划专业能力、教学建设、教学改革、教学研究能力。具有较强的教研能力和较丰富的教研经验，教研成果突出；

(5) 具有 6 个月以上企业实践经历；

(6) 具备课程开发能力，指导学生实践的能力；

(7) 具有较强的文化创意与策划执行能力；

(8) 具有较强的工艺品设计与开发能力；

(9) 具有策划微博、微信、视频号、H5 等新媒体产品及运营的能力。

4. 兼职教师

(1) 具有本科以上学历，中级以上专业技术职务资格；

(2) 具有五年以上与本专业相关的行业企业工作经历；

(3) 具有良好的思想政治素质和职业道德，遵纪守法，热爱教育事业，身心健康，能够为学生树立良好的榜样。

(4) 具有较强的教学建设、教学改革、教学研究或科学研究、竞赛指导、社会服务能力等；

(5) 了解教育教学规律，能承担专业课程教学、实习实训指导和学生职业发展规划指导等教学任务；

(4) 能够积极参与教学研究、专业和课程建设、教材及教学资源开发等工作，共同推进职业院校教育教学改革。同时，能够将新技术、新工艺、新规范等纳入教学内容，增强教学标准和内容的先进性和时代性。

(二) 教学设施

1. 专业教室要求

专业教室配备黑板、多媒体计算机、投影设备、音响设备、高清投影仪、展示道具，教学活动区域实现无线网络全覆盖，支持运用手机终端、APP 开展教学活动，并实施网络安全防护措施；安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求，标志明显，保持逃生通道畅通无阻。

2. 校内文创实训室要求

在校内实训实验条件建设上，为完成本专业的实训课程要求，适应小组团队完成任务学习的需要，同时注重实验实训场所职场氛围营造，满足文创专业创意设计、数字服务创意、文化策划及咨询服务、非遗传统技艺学习开发等专业学习需求。应能需要建设创意设计实训室、模拟策划运营实训室、新媒体创意实训室、非遗技艺创作工坊、创意产品展厅。

(1) 创意设计实训室

配备文创产品设计系统一套，配备可接电源的教室桌椅，多媒体计算机、投影、音响设备一套，演讲台一套，通过配套相应的计算机硬件、物理环境以及综合实践平台，打造集设计、制作、展示等多功能中心，培养学生具备运用文化元素进行创意项目设计、制作、展示和营销的能力，培养能从事文创项目策划与推广新媒体运营、文创活动的策划与组织、视觉营销与商品展示陈列等工作的高素质技术技能文创人才。主要功能用于图像处理、艺术创作以及平面设计、文案设计，具备电脑绘图和美工、平面设计等功能，承担数字图像处理、展示创意与设计、新媒体运营、广告策划与传播等课程实现，以及文创文创设计课程、创意活动的策划与定制，旅游文创活动方案与活动模拟实训。

（2）模拟策划运营实训室

采用虚拟现实，数字媒体与 5G 融合技术，配备专业教学平台与资源库，配备区域特色文旅旅游项目系统一套，投影播放系统一套，以文化策划为基点，创造主题特色文创策划项目，利用大数据，人工智能算法及全景 VR 智慧导览系统，打造地区数字特色文化可视化展示系统。主要用于构建新媒体营销策划，数字服务创意，旅游文创产品直播推销实训等。

（3）新媒体创意实训室

新媒体创意实训室配备 4K 高清投影系统、全景环幕显示设备，搭建稳定的 5G 网络覆盖环境，配备多台高性能图形工作站。设有专业级直播实训区域，配置高清摄像机、补光灯、专业麦克风及多机位直播切换台，支持实时推流与互动功能。同时配备一套区域特色文创数字资源库系统，内置本地文化元素素材库，以及 VR 全景拍摄与简单建模设备，结合大数据分析教学平台，可开展新媒体营销策划、数字内容设计、文创产品直播实训等教学实践活动。

（4）非遗技艺创作工坊

非遗技艺创作工坊实训室以传统工艺传承与创新为核心，构建“传统工具 + 数字技术”的实践教学环境。配备标准化工艺操作台，提供全套传统手工工具及安全防护设备；设置独立工位 35 个，配备可调式照明系统与物料收纳柜。配置高清显微拍摄设备，辅助学生观察工艺细节；搭建多功能教学投影系统，通过 4K 大屏展示非遗技艺制作流程与历史文化背景，配套非遗工艺数据库，收录地方特色非遗项目的技艺步骤、传承故事及经典作品案例。

（5）创意产品展厅

多功能展台 6 套，专业摄影与录像设备 2 套，视频与图像处理软件 2 套，配合陈列展示柜与作品陈列展板，形成一个集作品陈列、作品展示、获奖作品鉴赏等多功能的展示区域。主要功能用于文创产品展示，文创产业中产品的拍摄，宣传片的制作，咨询服务创意培训与文创实体产品推销实训等。

3. 校外实习基地要求

校外实习基地主要以真实的生产任务训练为主，对校内实训基地设备、场所和功能有效补充。依据专业人才培养方案的要求，贯彻以“工学结合、产教融合”的教学理念，选择那些适合本专业学生特点，能为学生提供实习实践岗位的企业进行校企合作，需要同校外文化创意产业相关企业、文化与旅游部门及龙头企业、新媒体与数字化企业建立常态化

沟通与合作平台。

表 10 文化创意与策划专业校内实验实训室一览表

序号	实验实训室名称	主要设备	配置需求和功能	主要实训内容
1	创意设计实训室	多媒体设备	Adobe 系列软件、图形输入输出设备。 满足创意设计软件操作与作品输出需求，培养学生创意设计能力。	计算机图文处理、文创产品设计与开发等。
		文创产品设计系统		
2	模拟策划运营实训室	计算机	项目管理软件、模拟商业环境设施。 模拟项目运营流程，提升学生策划方案执行能力。	文化旅游项目活动策划与管理、节事活动策划与管理等。
		投影播放系统		
3	新媒体创意实训室	直播实训设备	直播实训设备、VR 全景搭建设备。 支持新媒体内容创作，锻炼学生新媒体创意与制作能力。	短视频创意制作、新媒体营运营等。
		VR 全景搭建设备		
4	非遗技艺创作工坊	标准化工艺操作台	全套传统手工工具及安全防护设备，非遗教学资源库。 展示非遗工艺流程和文化背景，收录地方非遗项目技艺、传承故事和经典案例。	非遗产品制作流程、非遗产品创意推广等。
		多功能教学投影系统		
5	创意产品展厅	展台	陈列展示柜、作品陈列展板、图像与视频处理软件。 多功能展示区域，用于文创产品展示、拍摄、宣传片制作、咨询服务、创意培训及产品推销实训。	创意产品推广、展览布置与策划等。
		摄影录像设备		

备注：以上表格设备是针对一间实验实训室数据，具体实验实训室数量需要根据实际招生情况确定。

表 11 文化创意与策划专业校外实习基地一览表

序号	校外实习基地名称	实习项目	实习内容	合作深度要求
----	----------	------	------	--------

1	文化传媒有限公司	节事活动策划实习	参与企业、社区等单位预开展的节事活动的策划、组织与执行，学习活动流程管理	企业导师一对一指导，参与至少1个完整项目
2	旅游发展有限公司	文化旅游项目活动策划	参与景区开展的节事活动的策划、组织与执行，学习活动流程管理	企业导师一对一指导，参与至少1个完整项目
3	新媒体策划有限公司	新媒体营销策划实习	负责新媒体平台的营销策划与推广，进行数据分析	定期开展实习交流，提供实习成果评估报告
4	文化旅游发展有限公司	非遗产品设计开发	参与非遗项目的产品设计与制作，并策划推广方案	参与项目制作开发全流程，建立校企产学研基地
5	文创有限公司	文创产品开发实习	参与文创产品的创意构思、设计开发与市场推广	建立实习反馈机制，共同优化实习方案

（三）教学资源

主要包括能够满足学生专业学习、教师专业教学科研和教学实施需要的教材、图书及教学资源等。

1. 教材选用要求

按照国家规定优先选用国家规划教材等优质教材，要符合技术技能人才成长规律和学生认知特点，对接国际先进职业教育理念，专业课程教材突出理论和实践相统一，及时吸收比较成熟的新技术、新工艺、新规范等，要注重以真实生产项目、典型工作任务、案例等为载体组织教学单元。禁止不合格的教材进入课堂。建立专业教师、行业专家和科研人员等参与的教材选用机构，完善教材选用制度，经过规范程序择优选用教材。

2. 图书文献配备要求

图书文献配备能满足人才培养、专业建设、教学科研等工作的需要，方便师生查询、借阅。专业类图书文献主要包括：文化创意产业政策法规，有关文化创意、文案策划、活动策划、新媒体营销、企业宣传等技术、方法和实务操作类图书，传播学、管理学、营销学等经典著作以及美学、文学文化类图书和文献等。与此同时能根据专业发展动态，及时补充专业规范、前沿研究成果等资料，丰富馆藏资源。

3. 数字资源配备要求

(1) 加强专业及课程的网络教学资源建设，满足数字化专业学习要求；

(2) 根据专业教学改革需求，共享本专业教学资源库相关教学资源，建设在线开放课程，开发文本类、图形/图像类、音频类、视频类、动画类、虚拟仿真类以及微课、课件等教学资源。优化教学过程，提高教学质量和效率，以利于规范学生操作流程，有利于培养学生专业素质；

(3) 引入行业创意设计或策划案例平台资源，让学生接触真实项目案例和设计工具，拓展专业视野。

(4) 建立教学资源更新机制，每年更新资源比例不低于 20%。

表 12 文化创意与策划专业教学资源网站一览表

序号	教学平台	网址
1	中国大学 MOOC	https://www.icourse163.org/
2	网易公开课	https://open.163.com/
3	央视网中国公开课	https://www.cctv.com/index.shtml
4	国家智慧教育公共服务平台	https://www.smartedu.cn/
5	学堂在线	https://www.xuetangx.com/

(四) 教学方法

立足于产教融合、校企合作，积极推行任务驱动、项目导向、以赛促学、线上线下混合式教学等多种形式的教学方式，推广大数据、人工智能、虚拟现实等现代信息技术在教育教学中的应用；推广远程协作、实时交互、翻转课堂、移动课堂等现代化新型教学手段。在实际教学中，多种教学方法结合，以调动学生的学习积极性和主动性为主，鼓励学生发现问题、思考问题和解决问题，培养学生自主学习和创新创业的能力。

1. 以市场和企业需求为导向、以岗位任务为驱动的教学方法，强调实践课程。通过组织老师和学生参与市场真实的项目任务实践，提高学生的专业水平和实践能力，根据岗位实际工作流程设计教学情境，创新教学方法和策略，充分发挥学生在学习中的主体地位，让学生通过操作真实或仿真文化创意与策划项目，体验工作内容，在完成任务的过程中，理解和内化职业岗位需要的知识、能力与素质，引导、激发和培养学生的核心技能，并形成可供校企共同评价的实训成果，实现知识、技能与职业岗位能力需求的对接。

2. 线上线下结合、打破时空混合式教学方法，加强师生互动。充分利用线上教学资源

积极建设在线课程，实现线上线下教学联动，利用网络新媒体技术改进教学手段，通过网上答疑、远程教学在线提交作业、问题讨论等加强与学生交流互动，激发学生参与意识，鼓励学生进行探究性、主动性学习，实现师生、生生之间的跨时空交流、学习。

3. 以赛促学，以证代考。专业课程对应职业技能竞赛、全国大学生广告艺术大赛等具有较高影响力的赛事，以赛项的命题和要求为新媒体文案策划与创作、文化创意与策划、短视频创意制作、节事活动策划与管理等课程的实训内容。鼓励学生考取“1+X 文创产品设计职业技能等级证书”、“媒体融合运营技能登记证”、“数字营销技术应用职业技能等级证”、“工艺美术设计师（初级）证书”“1+X 产品创意设计职业技能”通过以证代考获得课程成绩。

4. 积极使用信息化教学方法和手段。运用大数据采集与分析技术获得及时准确、有效的学情分析和教学效果反馈，以此为依据调整并改进专业教学方法。

（五）学习评价

按照“职业能力为主、知识为辅，过程为主、结果为辅”的原则，结合岗位职业能力考核标准，构建以职业能力为核心，以过程考核为重点的综合评价体系，突出对学生道德素养、职业素养和职业技能的考核，加大过程性考核和实践性考核所占比重，实现对学生学习过程的跟踪和全面评价。

（1）评价主体

由教师、学生、企业和社会组成多元评价主体，教师在考核评价中针对学生的学习过程情况进行评价、学生对课程学习情况进行自评和互评、企业专家参与课程作品和毕业作品的评价考核、社会赛项(职业技能竞赛、全国大学生广告艺术大赛)获奖可作为课程考核成绩的评定重要依据。

（2）评价方式

①考查/考试：由平时表现(课堂考勤、课堂表现等)、过程性考核成绩(口试、笔试、操作试、职业技能考核等)与期末考核成绩(实训成果试、设计作品试、任务项目试等)相结合的方式，对学生学业进行评价。在这个过程中任课教师会分别对学生的认知能力、技术能力和情感能力进行评价，最终形成对学生较为客观的评价结果。

②以证代考：1+x 自媒体运营职业技能等级证书是“媒体运营”的考核方法，学生可以通过考证来获得“良好”以上的成绩。

③以赛代考：“新媒体文案策划与写作”“文创产品设计与开发”“短视频创意制作”等课程可通过参加并获得职业技能竞赛、全国大学生广告艺术大赛等专业竞赛奖项获得相

应课程成绩。

（3）评价过程

评价过程包括课堂观察、课堂练习、课后考核、课外表现四个部分。其中，课堂观察包括线下课堂的听课和互动表现，线上通过超星、智慧职教等教育平台掌握学生的学习态度、课前预习、课中练习和课后拓展等情况；课堂练习和课后考核题目由教师团队命题(50%)和专业技能抽考试题库选题(50%)组成；课外表现由在线课程学习活跃度、参加全国大学生广告艺术大赛等职业技能比赛进行评定。

（4）成绩组成及比例

成绩评定包括平时表现、过程性考核成绩、期末考核成绩。其中，课堂表现成绩占比为10%，包括：考勤、课中表现、互动情况、课堂练习。过程性考核成绩占比为40%，包括：课后拓展、课后作业等。期末考核占比为50%，包括理论笔试、结课作品、实训成果展示等。

（六）质量管理

（1）健全专业教学质量监控管理制度,落实教育厅对专业办学水平合格性评价专业技能考核标准评价、专业技能抽查和毕业设计抽查等工作部署，完善课堂教学、教学评价、实习实训、毕业设计以及专业调研、人才培养方案更新、资源建设等方面质量标准建设，通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进，达成人才培养规格。

（2）建立专业建设和教学质量诊断与改进机制,定期开展课程建设水平和教学质量诊断与改进，学校和二级学院应完善教学管理机制，加强日常教学组织运行与管理，建立健全巡课、听课、评教、评学等制度，建立与企业联动的实践教学环节督导制度，严明教学纪律，强化教学组织功能，定期开展公开课、示范课等教研活动。

（3）学校和二级学院应建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制,并对生源情况、在校学业水平、毕业生就业情况进行分析，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况。

（4）专业教研室和教师应积极参与省级高职院校专业办学水平合格性评价、专业技能考核标准评价、专业技能抽查和毕业设计抽查，并充分利用评价分析结果有效改进专业教学，持续提高人才培养质量。

九、毕业要求

本专业学生在规定的学习期限内，修完专业人才培养方案规定的学习内容，修满规定学分，准予毕业。

本专业毕业学分规定为必修课程 149 学分（含军训及军事理论为 8 学分，劳动实践 1

学分)；限定选修课程 15 学分；毕业岗位实习与毕业设计 46 学分。总计 164 学分。

鼓励学生参加专业职业资格证书、相关工种的职业技能鉴定和各类技能等级考核，取得相应职业资格证书和技术等级证书，获得相应学分；鼓励学生参加各种竞赛、比赛、创新创业实践、志愿服务及其他社会公益活动，获得相应学分；鼓励学生发表论文、申请专利、参与科研课题，获得相应学分。根据学院有关规定获得的学分可以进行转换。学分转换依据《*****职业学院学分制管理办法》、《*****职业学院学生参与创新创业和社会实践活动管理办法》执行。

其他依据《*****职业学院学生管理规定》执行。

十、附录

表 13 文化创意与策划专业教学进程总体安排表

课程性质	课程属性	序号	课程名称	课程代码	考核方式	学时			学分	学期与学时分配(周)					
						总学时	理论	实践		一	二	三	四	五	六
										25.5	28.5	26	25	10	46
						每周学时数									
必修课	公共基础课	1	形势与政策	160001	考查	18	12	6	1	0.5	0.5				
		2	思想道德与法治	160004	考试	54	45	9	3	3					
		3	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	160005	考试	36	24	12	2			2			
		4	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	160007	考试	54	45	9	3				3		
		5	大学语文	150005	考试	72	54	18	4		4				
		6	大学英语	150007	考查	144	108	36	8	2	2	2	2		
		7	大学生心理健康教育	120237	考查	36	24	12	2		2				
		8	大学生职业生涯规划 and 就业指导	150013	考查	36	24	12	2			1	1		
		9	信息技术	150001	考查	72	18	54	4			2	2		
		10	军事理论	150011	考查	36	18	18	2	2					
		11	军事技能	150012	考查	108	0	108	6	2					
		12	大学体育	130055	考试	144	36	108	8	2	2	2	2		

	13	中国传统文化	120021	考查	36	24	12	2	1	1				
	14	大学生创新创业基础	130015	考查	36	24	12	2	1	1				
	15	劳动教育	130016	考查	18	8	10	1			1	1		
		小计			900	464	436	50						
专业基础课	1	文化产业概论	180115	考试	36	28	8	2	2					
	2	文化创意学	180114	考试	36	28	8	2	2					
	3	网络传播概论	180113	考试	36	24	12	2	2					
	4	基础写作	180112	考试	18	9	9	1	2					
	5	设计基础	180044	考查	36	18	18	2	4					
	6	图形创意	180066	考查	36	18	18	2		4				
	7	字体与版式设计	180070	考查	36	12	24	2		4				
	8	非遗文化与技艺传承	180106	考查	36	18	18	2		2				
	9	数字摄影与摄像	180158	考查	36	18	18	2		2				
	10	文化创意与策划	180104	考查	36	18	18	2			2			
	11	管理学基础	180126	考试	36	18	18	2			2			
		小计			378	209	169	21						
专业核心课	1	新媒体文案策划与创作	180103	考试	72	36	36	4		4				
	2	短视频创意制作(专业版剪映、Adobe Premiere Pro)	180052	考试	72	36	36	4			4			
	3	非遗工艺品创意设计	180101	考查	72	36	36	4				4		
	4	新媒体运营与推广	180154	考试	72	36	36	4			4			
	5	节事活动策划与管理	180047	考查	72	36	36	4					4	
	6	展览展示策划	180156	考查	72	36	36	4				4		
	7	文化旅游项目策划与管理	180008	考试	72	36	36	4				4		
	8	品牌策划与推广	180009	考查	72	18	54	4					4	

		小计			576	270	306	32							
		岗位实习	180152	考查	612	0	612	34						612	
		毕业设计	180151	考查	216	0	216	12						216	
		必修课小计			268	943	1739	149							
选修课	专业选修课	1	计算机图文处理 I (Adobe Photoshop)	180138	考查	36	18	18	2	2					
		2	文化市场调查与分析	180139	考查	18	9	9	1		2				
		3	AIGC 视觉设计 (Stable Diffusion)	180127	考查	36	18	18	2				2		
		4	计算机图文处理 II (Cinema 4D)	180128	考查	36	18	18	2			2			
		5	商务谈判与礼仪	180125	考试	36	18	18	2					2	
		学分 9 (至少选修 9 学分)					162	81	81	9					
	公共选修课	1	普通话与口语表达	120111	考查	18	10	8	1	1					
		2	四史	120130	考查	18	12	6	1		1				
		3	艺术技能	120055	考查	36	0	36	2			2			
		4	艺术审美	120054	考查	36	36	0	2		2				
		小计					108	58	50	6					
	选修课小计					270	139	131	15						
	应修学分与课时合计					295	1082	1870	164						
	各学期开课门数									15	15	12	10	3	2

备注：

1. 公共选修课要求每生需修完 6 学分。
2. 专业选修课要求每生学习 9 学分。
3. 考核方式填写：考查/考试。

表 14 集中实践环节教学进程安排表

实践地点	序号	课程名称	课程代码	学分	学时	周学时/周数					
						第一学期	第二学期	第三学期	第四学期	第五学期	第六学期
校内	1	军事技能	150012	2	108	56/2					
	2	劳动教育	130016	1	18			9/1	9/1		
校外	1	岗位实习	180152	8	612						18
	2	毕业设计或论文(岗位实习期间开展)	180151	2	216						12/18
实践技能课总计				12	936						
集中实践周数						2	2	0	0	4	18