

文化创意与策划专业人才培养方案

(三年制高职 2025 年版)

洛阳文化旅游职业学院
文创设计与应用学院
2025 年 7 月



编制说明

本专业人才培养方案适用于三年全日制高职文化创意与策划专业，由洛阳文化旅游职业学院文创设计与应用学院专业建设指导委员会组织专业教师，与洛阳惠溪文化传媒有限公司、洛阳美丽老家旅游发展有限公司等合作企业的专家及 2024、2025 届毕业生共同制订。从 2025 级文化创意与策划专业学生开始实施。

主要编制人员一览表

序号	姓 名	所 在 单 位	职称/职务	签 名
1	刘潇潇	洛阳文化旅游职业学院	副教授	刘潇潇
2	卢甜皎	洛阳文化旅游职业学院	讲师	卢甜皎
3	姜 迪	洛阳文化旅游职业学院	助教	姜迪
4	张 靛	洛阳文化旅游职业学院	助教	张靛
5	王 飞	洛阳职业技术学院文化与旅游学院	高级工艺美术师	王飞
6	王惠惠	洛阳惠溪文化传媒有限公司	策划总监	王惠惠
7	刘 肖	洛阳美丽老家旅游发展有限公司	运营总监	刘肖
8	孟庐陵	洛阳意外博物文化创意有限公司	总经理	孟庐陵
9	于如意	洛阳文化旅游职业学院	毕业生/文案编辑	于如意
10	康华清	洛阳文化旅游职业学院	毕业生/活动策划执行	康华清

复核人：卢甜皎

专业负责人（签字）：刘潇潇

2025 级三年制文化创意与策划专业人才培养方案模板

一、专业名称（专业代码）

专业名称：文化创意与策划

专业代码：550401

二、入学基本要求

中等职业学校毕业、普通高级中学毕业或具备同等学力（注意和专业招生对象保持一致）

三、基本修业年限

学制：三年

学历：大专

四、职业面向

本专业所属专业大类为为文化艺术大类，对应行业为文化创意行业，主要职业类别、主要岗位及职业类证书等信息详见表 1。

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）	文化艺术大类（55）
所属专业类（代码）	文化服务类（5504）
对应行业（代码）	互联网和相关服务业（64）、文化艺术业（88）、娱乐业（90）
主要职业类别（代码）	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（4-13-99）、工艺品造型设计师（6-09-03-01）
主要岗位（群）或技术领域	文案写作类、活动策划类、全媒体运营类、文化产品营销类、文创产品设计与开发类
职业类证书	策划师、新媒体运营师、商业摄影师

五、培养目标

本专业培养能够践行社会主义核心价值观，传承技能文明，德智体美劳全面发展，具有一定的科学文化水平，良好的人文素养、科学素养、数字素养、职业道德、创新意识，爱岗敬业的职业精神和精益求精的工匠精神，较强的就业创业能力和可持续发展的能力，系统掌握新媒体文案策划与创作、短视频创作、新媒体运营、文化活动策划与执行、文创产品设计与开发能力等文化创意与策划的专业知识和技术技能，具备非遗文化创新转化能力、数字内容生产与运营推广能力，具备职业综合素质和行动能力，面向文化艺术业、娱乐业、互联网和相关服务行业的全媒体运营师、工艺品造型设计师、文化和教育服务人员等职业，能够从事文案写作、活动策划、文创产品设计与开发、文化产品营销、全媒体运营等工作的高技能人才。

六、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、工匠精神和创新思维；

(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，掌握洛阳宫灯、洛绣、唐三彩等洛阳特色非遗项目的传承规范，能在文化创意实践中践行“保护为主、抢救第一、合理利用、传承发展”的非遗工作方针。

（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，需重点掌握洛阳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、市场营销、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，熟悉文化旅游活动策划、新媒体运营、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）掌握文化市场调研与市场营销的基础知识与方法。

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项目活动的的能力;

(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 等数字图形图像设计软件,以及手机 APP 操作和互联网新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。

七、课程设置

本专业主要包括公共基础课程、专业课程、综合实践模块。

(一) 公共基础课程

公共基础课程,共 16 门。主要课程有:思想政治理论课(包括:毛泽东思想与中国特色社会主义理论体系概论、思想道德与法治、习近平新时代中国特色社会主义思想概论、形势与政策、国家安全教育、四史)、中华优秀传统文化(文学)、大学英语、大学体育、信息技术、军事理论(国防教育)、大学生心理健康教育、劳动教育、大学生职业生涯规划 and 就业指导等。

主要公共基础课程简介如下:

1. 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论

第一学期开设,共 36 学时,其中理论 24 学时,实践 12 学时。

课程目标:本课程是中共中央宣传部和国家教育部规定的高职院校思想政治理论教育课程中的骨干和核心课程,本课程承担着对大学生进行系统的马克思主义理论教育的任务,目的在于使当代大学生了解马克思主义中国化时代化的过程,了解马克思主义与时俱进的理论品质,树立建设中国特色社会主义的坚定信心,提高学生运用马克思主义的立场、观点、方法分析和解决问题的能力,增强执行党的基本路线和基本纲领的自觉性和坚定性。

内容简介:全面讲述马克思主义中国化时代化的历史进程和理论成果及其精髓、毛泽东思想及其历史地位、新民主主义革命理论、社会主义改造理论、社会主义改

造理论、社会主义道路初步探索的理论成果、中国特色社会主义理论体系的形成和发展、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观理论等，共 9 个专题内容。

2. 思想道德与法治

第二学期开设，共 54 学时，其中理论 36 学时，实践 18 学时。

课程目标：本课程通过理论学习和实践体验，帮助大学生投身社会主义建设，形成崇高的理想信念，弘扬以爱国主义为核心的民族精神和以改革创新为核心的时代精神，其目的在于培养高等院校学生树立正确的世界观、人生观、价值观，加强思想品德修养，增强学法守法的自觉性，了解我国社会主义宪法和有关法律的基本精神和主要规定，真正做到学法、懂法、用法，依法办事，依法维护国家和公民个人的合法权益，从而全面提高大学生的思想道德素质和法律素质。

内容简介：本课程是系统地对大学生进行马克思主义理论教育和品德、法律教育的主渠道和基本环节，是我国高等学校课程体系中的必修课程，是一门融思想性、政治性、科学性、理论性和实践性于一体的课程。课程以社会主义核心价值观为主线，针对大学生成长过程中面临的思想和法律问题，开展马克思主义的世界观、人生观、价值观、道德观和法治观教育，引导学生在学习和思索中探求真理，在体验和行动中感悟人生，从而提高自身的思想道德素质和法律素养。

3. 习近平新时代中国特色社会主义思想概论

第三学期开设，共 54 学时，其中理论 45 学时，实践 9 学时。

课程目标：本课程是中共中央宣传部和国家教育部规定的高职院校思想政治理论教育课程中的骨干和核心课程。课程全面反映了马克思主义中国化时代化最新理论成果，为青年学生深刻理解掌握习近平新时代中国特色社会主义思想的科学内涵、核心要义、实践要求提供了全面指引，目的在于更好用党的创新理论铸魂育人，引导青年学生更加坚定地沿着科学理论指引的正确方向前进，努力成为担当民族复兴大任的时代新人。

内容简介：本课程全面系统反映了习近平新时代中国特色社会主义思想创立发展的基本脉络及其主要内容，包含新时代坚持和发展中国特色社会主义、以中国式现代化全面推进中华民族伟大复兴、坚持党的全面领导、坚持以人民为中心、全面深化改革开放、推动高质量发展、社会主义现代化建设的教育科技人才战略、发展全过程人民民主、全面依法治国、建设社会主义文化强国、以保障和改善民生为重点加强社会建设、建设社会主义生态文明、维护和塑造国家安全、建设巩固国防和

强大人民军队、坚持“一国两制”和推进祖国完全统一、中国特色大国外交和推动构建人类命运共同体、全面从严治党等十七个专题，集中彰显了习近平新时代中国特色社会主义思想回答时代课题、引领实践发展、推动伟大变革的真理力量和实践伟力。

4. 形势与政策

第一、二、三、四学期开设，共 18 学时，其中理论 12 学时，实践 6 学时。

课程目标：高职院校《形势与政策》课教学立足于思政课的政治性属性，主要讲授党的理论创新最新成果，新时代坚持和发展中国特色社会主义的生动实践，马克思主义形势观政策观、党的路线方针政策、基本国情、国内外形势及其热点难点问题，帮助学生准确理解当代中国马克思主义，深刻领会党和国家事业取得的历史性成就、面临的历史性机遇和挑战，引导大学生正确认识世界和中国发展大势，正确认识中国特色和国际比较，正确认识时代责任和历史使命，正确认识远大抱负和脚踏实地的辩证关系。

内容简介：《形势与政策》课是高等学校思想政治理论必修课，是一门公共基础课。它是理论武装时效性、释疑解惑针对性、教育引导综合性都很强的一门高校思想政治理论课，是帮助大学生正确认识新时代国内外形势，深刻领会党的十八大以来党和国家事业取得的历史性成就、发生的历史性变革、面临的历史性机遇和挑战的核心课程，是第一时间推动党的理论创新成果进教材进课堂进学生头脑，引导大学生准确理解党的基本理论、基本路线、基本方略的重要渠道。它要求及时、准确、深入地推动习近平新时代中国特色社会主义思想进教材进课堂进学生头脑，宣传党中央大政方针，增强“四个意识”、坚定“四个自信”、做到“两个维护”，培养担当民族复兴大任的时代新人。

5. 国家安全教育

第四学期开设，共 18 学时，其中理论 8 学时，实践 10 学时。

课程目标：《国家安全教育》是以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，以总体国家安全观为统领的一门思政必修课。通过本课程的教学，旨在全面加强学生国家安全意识，丰富国家安全知识，引导学生主动运用所学知识分析国家安全问题，强化学生的政治认同，坚定道路自信、理论自信、制度自信、文化自信，提升学生维护国家安全的能力，将国家安全意识转化为自觉行动，强化责任担当，为培养社会主义合格建设者和可靠接班人打下坚实基础。

内容简介：根据教育部《大中小学国家安全教育指导纲要》相关要求以及《国家安全教育大学生读本》教材内容，本课程主要教学内容包括总体国家安全观的基本内涵、重点领域和重大意义，我国新时代国家安全的形势与特点，国家安全重点领域（主要包括政治安全、国土安全、军事安全、经济安全、文化安全、社会安全、科技安全、网络安全、生态安全、资源安全、核安全、海外利益安全以及太空、深海、极地、生物等不断拓展的新型领域安全）的基本内容、重要性、面临的机遇与挑战、维护的途径与方法，总体国家安全观实践教育等。

6. 四史

第四学期开设，共 18 学时，其中理论 12 学时，实践 6 学时。

课程目标：本课程依据《高等学校思想政治理论课建设标准（2023）》《关于在全社会开展党史、新中国史、改革开放史、社会主义发展史宣传教育的通知》开设，是各专业学生的选择性必修课。本课程是以马克思主义为指导，以中国共产党历史为主线，有机融合新中国史、改革开放史、社会主义发展史开展的教育学习。课程旨在通过系统讲授和实践活动，引导学生深刻理解中国共产党为什么能、马克思主义为什么行、中国特色社会主义为什么好；深刻认识红色政权来之不易、新中国来之不易、中国特色社会主义来之不易；深刻把握历史发展规律和大势，增强对中国共产党和中国特色社会主义的政治认同、思想认同、理论认同、情感认同。最终目标是教育引导学生坚定“四个自信”，传承红色基因，赓续红色血脉，努力成长为担当民族复兴大任的时代新人。

内容简介：课程内容围绕中国共产党百年奋斗的光辉历程、伟大成就和宝贵经验展开，贯通新中国史、改革开放史、社会主义发展史的内容，重点包括：历史和人民选择了中国共产党、中国人民站起来了、中国人民富起来了、中国特色社会主义新时代进入新时代 4 个专题。通过理论与实践相结合的教学方式，帮助学生建立完整的历史认知体系，汲取历史智慧，传承红色基因。

7. 中华优秀传统文化（文学）

公共必修课，第一、二学期开设，共 72 学时，其中理论 44 学时，实践 28 学时。

课程目标：本课程旨在让学生深入了解中华优秀传统文化，包括其历史渊源、核心价值观、艺术形式及社会习俗等。通过学习，学生能够领悟中华文化的博大精深，增强文化自信，培养对传统文化的热爱与传承意识，同时提高人文素养和审美能力。

内容简介：本课程将全面介绍中华优秀传统文化的主要内容和特点，涵盖洛阳文化、古代文学、历史典故、哲学思想、传统艺术等多个领域。学生将通过经典诵读、历史故事分析、艺术作品欣赏等实践活动，深入感受中华文化的独特魅力。课程还将涉及传统节日、民俗风情等内容，让学生在亲身体验中了解并珍视中华民族的文化遗产。

8. 大学英语

公共必修课，第一、二、三、四学期开设，共 144 学时，其中理论 108 学时，实践 36 学时。

课程目标：大学英语课程旨在系统提升学生的英语语言能力，培养他们在国际交流中的跨文化沟通能力。作为高等教育的重要组成部分，本课程着重于听、说、读、写、译各项技能的均衡发展，强调语言的实际应用和交际功能的培养。通过学习，学生不仅能够掌握扎实的英语基础知识，还能够了解英语国家的文化、历史和社会习俗，为未来的学术研究、国际交流以及职业生涯发展奠定坚实的语言基础。

内容简介：本课程通过丰富的语言材料和多样的教学活动，帮助学生巩固和拓展英语词汇、语法等基础知识，同时提高他们的阅读理解、听力理解和口头表达能力。课程内容涵盖生活、文化、科技、教育等多个领域，旨在拓宽学生的国际视野，增强他们的跨文化意识。此外，课程还注重培养学生的自主学习能力和批判性思维，使他们能够在不断变化的语言环境中持续学习和进步。通过学习本课程，学生将能够更自信、准确地使用英语进行交流，更好地适应全球化时代的挑战和需求。

9. 大学生心理健康教育

公共必修课，第二学期开设，共 36 学时，其中理论 24 学时，实践 12 学时。

课程目标：大学生心理健康教育课程旨在增强学生的心理健康意识，提高自我认知与自我调适能力，培养学生积极向上的心态和健全的人格。本课程将通过系统的心理健康教育，帮助学生了解心理健康的基本知识，掌握心理调适的技能和方法，提升应对压力和解决问题的能力，为未来的学习、工作和生活奠定良好的心理素质基础。

内容简介：本课程将全面介绍心理健康的基本概念、标准和意义，深入探讨大学生常见的心理问题及应对策略。课程内容涵盖情绪管理、压力应对、人际交往、自我认知等多个方面，旨在帮助学生建立积极、健康的心态，提升心理素质和抗压能力。通过丰富的案例分析和实践活动，学生将学会如何识别和处理自身的心理问

题，增强心理适应能力，培养乐观向上的生活态度，为未来的全面发展奠定坚实基础。

10. 信息技术

公共必修课，第一、二学期开设，共 72 学时，其中理论 18 学时，实践 54 学时。

课程目标：信息技术课程致力于培养学生的信息素养和技术应用能力。本课程将介绍计算机基础操作、办公软件的使用技巧以及网络基础知识，旨在让学生掌握现代信息技术的基本理论和实操技能。通过学习，学生将能够熟练运用信息技术工具，提高在信息社会中的竞争力和适应能力，为将来的工作和生活奠定坚实的技术基础。

内容简介：本课程将系统讲授计算机基础操作，包括操作系统的使用、文件管理、文字处理等；同时，还将深入学习办公软件如 Word、Excel、PowerPoint 等的使用方法和高级技巧。此外，课程还将涉及网络基础知识，包括互联网的基本原理、常见网络应用以及网络安全等方面的内容。通过学习本课程，学生将能够全面提升自身的信息技术素养，更好地适应信息化社会的发展需求。

11. 军事理论（国防教育）

公共必修课，第一学期军训期间完成，共 36 学时，其中理论 18 学时，实践 18 学时。

课程目标：军事理论课程是旨在系统地向大学生传授军事基础知识和国防观念的重要课程。本课程结合我国高等学校的实际情况，通过介绍军事基础知识、国防政策以及军事战略等内容，帮助学生建立起全面的国防意识，了解并掌握基本的军事技能。课程着重培养学生的爱国主义精神，提高他们的国防素养，使他们能够在未来的工作和生活中更好地履行国防义务，为国家的安全与繁荣贡献力量。

内容简介：本课程将全面介绍军事理论的基础知识，包括军事思想、军事制度、军事技术等方面的内容。同时，课程还将深入解读我国的国防政策，让学生明确国家在军事方面的立场和策略。此外，通过对军事战略的学习，学生将能够了解战争的本质和规律，提高战略思维能力。通过学习本课程，学生不仅能够增强自身的国防意识，还能够掌握一定的军事技能，为国家的安全与发展贡献自己的力量。

12. 大学体育

公共必修课，第一、二、三学期开设，共 108 学时，其中理论 36 学时，实践 72 学时。

课程目标：本课程旨在通过系统的体育教学，提升学生的身体素质和运动技能，培养健康的生活方式和积极的体育态度。课程注重理论与实践相结合，通过多样化的体育活动和训练，帮助学生增强体质，提高团队协作能力，培养竞技精神和运动中的道德规范。

内容简介：大学体育课程涵盖了田径、球类、游泳、武术等多个运动项目，旨在通过专业的教学和训练，让学生掌握基本的运动技能和规则。同时，课程还强调运动中的安全与健康知识，教导学生如何在运动中预防伤害，维护身体健康。通过本课程的学习，学生不仅能够提升个人体能，还能在团队运动中锻炼领导力和合作精神，为未来的生活和工作打下坚实的身体与心理基础。

13. 公共美育

公共必修课，第一、二学期开设，共 18 学时，其中理论 10 学时，实践 8 学时。

课程目标：本课程旨在培养学生的审美情趣和艺术鉴赏能力，通过系统的艺术教育，使学生能够理解和欣赏各类艺术形式，提升其人文素养和审美水平。课程将介绍绘画、音乐、舞蹈等多种艺术形式，通过理论与实践的结合，让学生在欣赏美的同时，也能够创造美，从而促进其全面发展。

内容简介：本课程将涵盖艺术的基础知识，包括艺术史、艺术评论以及艺术创作等方面的内容。通过学习，学生将能够识别不同艺术流派的特点，分析艺术作品中的美学元素，同时提升个人的艺术修养和审美能力。此外，课程还将鼓励学生参与艺术创作，通过实践操作来加深对艺术的理解和感悟，最终达到提高公共美育水平的目的。

14. 劳动教育

公共必修课，第一、二、三、四学期开设，共 36 学时，其中理论 6 学时，实践 30 学时。

课程目标：本课程致力于通过劳动教育，培养学生的勤劳、创新、合作的品质，以及实践能力和社会责任感。课程将结合理论与实践，让学生在参与劳动的过程中，体验劳动的价值和意义，从而树立正确的劳动观念，培养勤劳精神和团队合作意识。

内容简介：本课程将通过组织学生参与各种形式的劳动活动，如园艺、手工艺制作、社区服务等，让学生亲身体验劳动的乐趣和挑战。在劳动过程中，学生将学习如何与他人协作，如何解决问题，以及如何创新思考。同时，课程还将强调劳动

的道德和伦理意义，使学生明白劳动不仅是生存的手段，更是实现个人价值和社会贡献的重要途径。通过学习本课程，学生将全面提升自身的劳动素养和社会责任感。

15. 大学生职业生涯规划 and 就业指导

公共必修课，第一、二学期开设，共 18 学时，其中理论 6 学时，实践 12 学时。

课程目标：本课程旨在帮助学生进行全面的职业生涯规划，并提供实用的就业指导，以增强学生的就业竞争力，为未来职业发展奠定坚实基础。课程将引导学生探索自身兴趣与职业方向的契合点，掌握职业规划的方法与技巧，同时培养学生在求职过程中的自我营销能力和职场适应能力，助力学生顺利步入职场，实现个人职业价值。

内容简介：本课程将涵盖职业兴趣探索、职业规划方法、求职技巧以及职场适应等多个方面。首先，通过专业的职业兴趣测试和案例分析，帮助学生认清自己的优势与兴趣所在，为职业规划提供科学依据。其次，课程将系统介绍职业规划的步骤和策略，包括目标设定、路径选择、能力提升等关键环节，使学生能够制定出切实可行的职业规划。此外，课程还将涉及简历撰写、面试技巧、薪资谈判等求职实战技能，以及职场礼仪、团队协作、沟通技巧等职场必备素养，从而全面提升学生的就业能力和职业素养。

16. 大学生创新创业基础

公共必修课，第三、四学期开设，共 18 学时，其中理论 12 学时，实践 6 学时。

课程目标：本课程旨在培养学生的创新创业意识和能力，通过系统的理论教学与实践活动，激发学生对创新创业的兴趣和热情。课程将介绍创新创业的基本概念、方法和策略，帮助学生了解市场动态，掌握创业流程，为未来的职业发展和创业道路奠定坚实的基础。

内容简介：大学生创新创业基础课程将涵盖创新思维训练、商业模式设计、市场分析与调研、融资与风险管理等多个方面。通过案例分析、团队讨论、实践操作等多种教学方法，帮助学生建立系统的创新创业知识体系，提升解决实际问题的能力。本课程旨在培养具有创新精神、创业意识和创造能力的高素质人才，为学生未来的创新创业之路提供有力的支持和指导。

（二）专业课程

共 21 门，57 学分，主要有专业基础课程 9 门、专业核心课程 7 门和专业选修课程 5 门。

1. 专业基础课程

主要包括：文化产业概论、网络传播概论、基础写作，构成基础、数字图形设计基础(Adobe Photoshop、Cinema 4D)、设计创意、字体与版式设计、文化创意与策划、管理学。

课程目标:使学生系统掌握文化产业的基本规律与行业动态、网络传播的核心逻辑与实践方法，夯实文字表达与视觉设计的基础能力，强化创意生成、方案策划与数字技术应用的核心素养，为后续专业学习和职业发展筑牢根基。

2. 专业核心课程

主要包括：新媒体文案策划与创作、非遗文化创意产品设计、短视频策划制作与运营、新媒体视觉设计与营销、展览展示策划、节事活动策划与管理、品牌策划与推广。

课程目标：使学生系统掌握新媒体、非遗文创、节事活动等文化创意产业细分领域的运营逻辑与项目实战规则，夯实创意文案、短视频生产、文化资源转化、项目策划、管理、推广全流程执行的关键能力，强化市场洞察、跨领域整合与数字化运营的核心素养，为对接文创行业核心岗位需求、实现职业能力进阶与高质量就业提供核心支撑。

表 2：文化创意与策划专业核心课程主要教学内容与要求

序号	课程涉及的主要领域	典型工作任务描述	主要教学内容与要求
1	文案策划与创作	①完成企业品牌文案、产品文案、项目文案的创意和撰写。 ②制订新媒体投放计划，完成文案的创意与撰写。	①掌握文案策划的基础理论。 ②通过文案写作训练，掌握创意类、编辑类、策划类文案的写作特色与方法，能够撰写各类策划文案。
2	非遗文化创意产品设计	①完成非遗项目的文化内涵与历史价值的挖掘，创新性转化和提炼非遗核心元素。 ②设计兼具传统基因与现代审美的文创产品。	①系统研究非遗项目的文化符号、工艺技法及社会价值，明确创新转化方向。 ②掌握传统元素与现代设计语言的融合方法，完成从概念草图到产品落地的全流程设计。 ③结合消费需求开发实用型、收藏型或体

			验型文创产品，制定推广策略，实现文化传承与商业价值的统一。
3	短视频策划制作与运营	①完成短视频选题策划、脚本创作、拍摄剪辑及平台运营。 ②通过内容创新提升账号活跃度与粉丝量，策划活动促进用户转化，实现品牌传播目标。	①掌握短视频全流程制作技能。 ②学习各短视频平台算法规则、发布技巧、用户互动策略及数据分析方法，制定运营策略，提升内容传播效率。
4	新媒体视觉设计与营销	①负责微信、微博、短视频等新媒体平台的日常运营。 ②拓展业务渠道，制定推广计划提升品牌影响力。 ③通过用户行为分析优化内容策略，实现粉丝增长与转化目标。	①掌握各平台内容发布规则、社群管理、活动策划及危机公关处理方法。 ②学习用户画像分析、流量监测工具及转化漏斗优化技巧。 ③结合 KOL 合作、跨界营销、裂变活动等手段，制定多渠道联动推广方案。
5	展览展示策划	①负责策划执行展览、活动方案并完成相关文案撰写工作。 ②负责活动现场统筹与协调，配合各部门进行展览活动的执行及后期维护。	①了解展厅策划的基本流程，掌握展览策划的理论框架和实施步骤。 ②具备编写专业展览方案的能力。 ③掌握展厅设计的要素和技巧。
6	节事活动策划与管理	根据活动目标，策划、组织、实施线下、线上的各类文化、晚会、娱乐、展演、庆典、节日活动。	①了解各类节事活动的基本知识与基本情况。 ②能够撰写各类节事活动市场调研报告。 ③通过项目实践，能够策划、执行各类线上、线下节事活动，具有危机与风险管理、人力资源管理、账务管理、物料管

			理以及后勤保障的能力。
7	品牌策划与推广	①制定品牌战略，明确品牌定位、目标受众及核心价值。 ②设计品牌视觉形象。③执行年度营销计划，通过媒体公关、数字渠道提升品牌知名度与市场占有率。	①学习市场调研、竞品分析、品牌定位模型及品牌架构设计。 ②掌握字体、版式、色彩等视觉元素规范，完成品牌手册设计。 ③策划线上线下推广活动，运用公关、广告、促销组合拳提升品牌影响力

3. 专业选修课程

主要包括：非遗文化与技艺传承、数字摄影与摄像、AIGC 视觉设计（Stable Diffusion）、文化旅游项目策划与管理、文化市场营销。

课程目标：旨在培养文化创意领域复合型人才，构建从文化挖掘到市场转化的全链条能力。通过深入理解本土非物质文化遗产内涵并掌握传统技艺实践，结合影像采集与处理技术进行文旅主题视觉记录；运用人工智能视觉生成工具实现创意视觉设计；系统掌握文旅项目全流程策划、资源整合与风险管控能力；最终精准制定文化产品营销策略并推动商业化落地，使学生兼具文化底蕴、数字创意思维、项目管理素养与市场洞察力，能够独立完成从文化价值挖掘到产业应用转化的完整实践。

主要专业课介绍如下：

1. 文化产业概论

专业基础课，第一学期开设，共 36 学时，其中理论 28 学时，实践 8 学时。

课程目标：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 and 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。

内容简介：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. 网络传播概论

专业基础课，第一学期开设，共 36 学时，其中理论 24 学时，实践 12 学时。

课程目标：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。

内容简介：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。

3. 基础写作

专业基础课，第一学期开设，共 18 学时，其中理论 10 学时，实践 8 学时。

课程目标：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。

内容简介：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，使学生全面掌握各类文体的写作规范与技巧。

4. 构成基础

专业基础课，第一学期开设，共 72 学时，其中理论 36 学时，实践 36 学时。

课程目标：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。

内容简介：本课程系统讲授平面构成、色彩构成、立体构成三大核心模块，通过点线面组合规律、色彩原理与搭配逻辑、三维形态塑造等训练，培养学生对形式美感的感知与视觉表达能力；课程引导学生解构自然形态，提炼形、色、质等设计

元素并实现创意转化，建立从观察到创造的思维路径；同时强调设计思维与专业实践的衔接，通过案例分析与实操练习，使学生掌握构成原理在文创产品设计、数字广告设计、数字媒体等领域的应用方法。

5. 数字图形设计基础(Adobe Photoshop、Cinema 4D)

专业基础课，第一学期开设，共 36 学时，其中理论 18 学时，实践 18 学时。

课程目标：本课程旨在培养学生掌握数字图形设计的核心理论与技术，通过系统学习 Adobe Photoshop 的图像处理、合成与视觉设计能力，以及 Cinema 4D 的三维建模、材质渲染与动态表现技能，使学生具备独立完成文化创意类数字图形项目的实践能力，同时强化创意思维、审美素养与团队协作意识，最终形成符合文化创意产业需求的综合职业素养。

内容简介：本课程以“理论+工具+实战”为主线，先讲授数字图形设计基础概念与行业应用；再分模块训练：通过 Photoshop 重点掌握图像修复、调色、合成、特效制作等平面设计技能；通过 Cinema 4D 学习基础建模、材质灯光、渲染输出等三维设计方法；最后以综合项目为载体，融合二维与三维技术，实现从创意构思到完整作品落地的全流程实践，强化学生解决实际设计问题的能力。

6. 设计创意

专业基础课，第二学期开设，共 36 学时，其中理论 18 学时，实践 18 学时。

课程目标：通过学习创意设计理论知识，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。

内容简介：主要内容包括创意设计概述；图形与创意设计；图形符号的特点；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；创意设计思维等。

7. 字体与版式设计

专业基础课，第二学期开设，共 36 学时，其中理论 18 学时，实践 18 学时。

课程目标：通过学习字体设计和版式设计两大模块内容，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。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。

内容简介：本课程系统讲授字体设计版式设计两大模块。主要包括字体设计认知、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；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

专业基础课，第二学期开设，共 36 学时，其中理论 18 学时，实践 18 学时。

课程目标：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。

内容简介：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. 管理学

专业基础课，第三学期开设，共 36 学时，其中理论 18 学时，实践 18 学时。

课程目标：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。

内容简介：本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。

10. 文案策划与创作

专业核心课，第二学期开设，共 72 学时，其中理论 36 学时，实践 36 学时。

课程目标：本课程旨在培养学生掌握文案策划的核心理论与方法，通过系统训练使其具备独立完成企业品牌文案、产品文案及项目文案的创意构思与专业撰写能力，同时掌握新媒体投放计划的制定策略，能够针对不同平台需求创作适配性文案，最终形成符合文化创意产业实际需求的文案策划与创作综合职业素养。

内容简介：本课程以“理论+实践”双轨并行为主线：先系统讲授文案策划基础理论、创意逻辑及行业应用场景；再分模块强化创意类、编辑类、策划类三类文案的写作特色与方法训练，涵盖品牌故事、产品卖点、项目提案等核心内容；最后结合新媒体传播特性，指导学生制定投放计划并完成多平台文案创作，通过文旅品牌推广、文化 IP 传播等真实项目实践，实现从策划到落地的全流程能力构建。

11. 非遗文化创意产品设计

专业核心课，第三学期开设，共 72 学时，其中理论 36 学时，实践 36 学时。

课程目标：本门课聚焦于在传承中创新，通过深入研究非遗文化，培养学生将传统元素转化为现代文创产品的核心能力，使其掌握文化力传递与创意转化的方法，最终具备从产业链视角进行非遗文创设计与推广的综合素养。

内容简介：本门课以非遗文化为核心载体，通过项目化教学设计，引导学生开展历史故事解读、非遗元素提取、创意产品开发及推广策略制定等系统任务，涵盖文化研究、设计实践与市场应用全流程。

12. 短视频策划制作与运营

专业核心课，第三学期开设，共 72 学时，其中理论 36 学时，实践 36 学时。

课程目标：本课程旨在培养学生掌握短视频内容策划、拍摄制作、平台运营与数据分析的全流程能力，通过系统学习短视频创意构思、脚本撰写、拍摄剪辑、特效处理、账号运营、粉丝互动及数据优化等核心技能，使学生能够独立完成各类短视频项目的策划与制作，熟悉主流短视频平台的运营规则与算法逻辑，具备结合文旅行业特点进行创意内容创作和精准运营推广的综合职业素养。

内容简介：本课程以短视频全产业链能力培养为主线，先讲授短视频策划基础理论、创意思维方法和行业应用场景；再分模块训练短视频脚本撰写、拍摄构图、灯光运用、剪辑技巧、特效制作等专业技术；进而深入讲解主流短视频平台的账号

定位、内容策略、算法推荐、粉丝运营及数据分析方法；最后通过文旅景区推广、文化 IP 传播、非遗技艺展示等真实项目实践，实现从创意策划到制作运营的完整工作流程训练，强化学生解决实际问题的能力和创新思维。

13. 新媒体视觉设计与营销

专业核心课，第三学期开设，共 72 学时，其中理论 36 学时，实践 36 学时。

课程目标：本课程旨在培养学生系统掌握新媒体视觉设计全流程与营销策略的核心能力，通过学习视觉设计基础、营销思维训练，强化学生策划视觉营销方案、设计高转化率视觉内容的能力；同时结合新媒体平台特性、用户画像分析及数据驱动优化，提升学生文旅场景下的品牌视觉营销、流量获取与商业变现的综合素养；最终形成兼具艺术创意力、技术应用力与市场洞察力的复合型文旅新媒体人才，以适应行业对视觉内容生产与营销一体化的需求。

内容简介：本课程以新媒体视觉设计与营销全链条为核心，涵盖视觉设计基础、技术实操、营销策略及数据优化；同时聚焦文旅场景实践与行业案例解析，结合热点视觉化传播、跨平台视觉协同、营销活动落地等实战技巧，形成设计-营销-传播-优化一体化的教学内容体系，强化学生从视觉创意到商业转化的综合能力。

14. 展览展示策划

专业基础课，第四学期开设，共 36 学时，其中理论 28 学时，实践 8 学时。

课程目标：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。

内容简介：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。

15. 节事活动策划与管理

专业核心课，第四学期开设，共 72 学时，其中理论 36 学时，实践 36 学时。

课程目标：该课程旨在培养学生系统掌握节日庆典、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。

内容简介：本课程的主要授课内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

16. 品牌策划与推广

专业核心课，第四学期开设，共 72 学时，其中理论 36 学时，实践 36 学时。

课程目标：本课程旨在培养学生对品牌建设全面且深入的理解，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。

内容简介：本课程的主要授课内容围绕品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、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、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。

17. 非遗文化与技艺传承

专业选修课，第一学期开设，共 18 学时，其中理论 9 学时，实践 9 学时。

课程目标：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。

内容简介：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。

18. 数字摄影与摄像

专业选修课，第二学期开设，共 36 学时，其中理论 18 学时，实践 18 学时。

课程目标：本课程旨在培养学生系统掌握数字摄影与摄像的基础理论、技术流程与创作方法，通过理论与实践相结合的训练，使学生熟练运用各类摄影摄像器材，具备独立完成人像、风光、纪实、活动等题材摄影作品和短视频拍摄制作的能力，并最具备终能够结合文旅行业特点进行创意影像表达的能力。

内容简介：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。

19. AIGC 视觉设计（Stable Diffusion）

专业选修课，第三学期开设，共 36 学时，其中理论 18 学时，实践 18 学时。

课程目标：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，学生将深入理解 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。

内容简介：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。

20. 文化旅游项目策划与管理

专业选修课，第四学期开设，共 72 学时，其中理论 36 学时，实践 36 学时。

课程目标：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。

内容简介：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，了解项目管理环节，掌握项目运营营销，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。

21. 文化市场营销

专业选修课，第四学期开设，共 36 学时，其中理论 18 学时，实践 18 学时。

课程目标：本课程旨在培养学生系统掌握文化市场营销的核心理论与实战方法，通过市场调研、环境分析、消费行为研究等训练，使其具备精准定位目标市场的能力；同时深入理解文化产品特性，能够科学制定产品策略、价格策略、分销策略及促销策略，最终通过项目实践提升文化营销全流程策划与执行能力，形成适应文旅产业需求、兼具市场洞察力与策略创新性的复合型营销人才。

内容简介：本课程以文化市场营销规律认知为起点，系统讲授文化市场调研方法、营销环境分析模型及文化消费行为特征；重点解析文化市场营销策划全流程，聚焦文化产品策略、价格策略、分销策略及促销策略的制定逻辑；最后通过文旅项目市场调研、文化产品营销方案设计、非遗推广策略制定等真实项目实践，强化学生从市场分析到策略落地的综合能力，实现文化营销理论与文旅产业应用的深度贯通。

八、教学进程及学时安排

教学周数分配表（附表一）

课程设置表（附表二）

九、基本教学条件

文化创意创意与策划专业，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。

（一）队伍结构

根据专业发展需求及课程要求，聘请行业企业能工巧匠、技术骨干、工艺大师等，组建以专业教师为主、行业教师为辅的教师队伍。

1. 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，在文化艺术设计行业 and 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。

2. 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）具有策划微博、微信、视频号、H5等新媒体产品及运营的能力。

3. 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

本专业课程需要多媒体教学，理实一体化课堂教学。专业教室一般配备黑(白)板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，互联网接入或 Wi-Fi 环境，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. 校内实验实训室要求

为完成本专业的实训课程要求，校内有数字文化创意设计与制作中心、跨媒介视听艺术实训空间、非遗传承实训室、数字影像实训室、文化创意策划与营销实训室。

表 3：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	数字文化创意设计与制作中心	高性能计算机	CPU 主频 $\geq 3.2\text{GHz}$ ，内存 $\geq 16\text{GB}$ ，硬盘 $\geq 256\text{GBSSD}+1\text{TBHDD}$ ，独立显卡（如 GT730-2G 或以上），显示器 ≥ 23 寸，分辨率 $\geq 2\text{K}$ ，色域范围 99%-100%sRGB。	1. 设计广告海报、宣传单页等，熟悉广告设计的创意和表现方式； 2. 进行新媒体平面编辑与设计； 3. 对拍摄的视频素材进

		正版软件	包括 Adobe Photoshop、Illustrator、AI 等图形设计软件，三维制作软件 Cinema 4D, 人工智能 AI 软件 Stable Diffusion 以及视频编辑软件如剪映、PremierePro 等	行剪辑和特效处理，制作高质量的宣传片或短视频广告片； 4. 进行品牌整体设计，包括企业形象设计、宣传册制作、营销推广方案设计等。
		专业显示器	IPS 面板，高分辨率（如 4K），高色域（如 100%AdobeRGB），支持色彩管理。	
2	数字影像实训室	数码相机与摄像机	全画幅或 APS-C 画幅数码相机，高分辨率摄像机。	1. 满足不同场景的摄影需求，包括产品摄影、人像摄影、风景摄影等。 2. 摄影技术训练 3. 照片后期处理 4. 视频拍摄与制作
		专业灯光设备	常亮灯、闪光灯、背景布、柔光箱等。	
		摄影棚	提供专业的拍摄环境	
		专业打印机	彩色激光打印机、喷墨打印机（可选带 UV 打印功能）	
3	非遗实训室	UV 打印机	在建	1. 刺绣与布艺工艺 2. 非遗宫灯 3. 非遗文化调研与创新设计，结合现代审美改良传统工艺。
		缝纫机		
		3D 扫描		
4	跨媒介视听艺术实训空间	灯光设备	在建	1. 满足不同场景的摄影需求，包括产品摄影、人像摄影、风景摄影等 2. 摄影技术训练 3. 照片后期处理 4. 视频拍摄与制作
		笔记本电脑		
		无人机与穿梭机		
5	文化创意策划与营销实训室	移动白板、会议桌椅	持团队协作和讨论，方便头脑风暴和方案设计。	1. 支持旅游文化创意策划、市场营销策划、活动策划等。 2. 模拟电商平台运营，进行市场调研、数据分析、方案设计、路演展示等。
		便携式录播系统	可以记录实训过程，方便回顾和评估。	
		无线话筒	线话筒保证声音清晰，方便演示讲解。	

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。

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、文化与旅游部门及单位、新媒体与数字化企业建立常态化沟通与合作平台。

表 4：文化创意与策划专业校外实习基地一览表

序号	实验实训室名称	主要实训内容
1	洛阳意外博物文化创意有限公司	文创产品设计与开发
2	洛阳日报社融媒影视梦工坊	短视频策划制作与运营
3	洛阳食尚华睿文化创意有限公司	节事活动策划与执行
4	洛阳美丽老家旅游发展有限公司	文旅活动策划与执行
5	开封汴绣研究所	非遗文化研究与技能传承
6	洛阳特派网络科技有限公司	新媒体运营
7	洛阳惠溪文化传媒有限公司	新媒体运营

（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《职业教育教材管理办法》，优先选用高职高专国家级、省级规划教材、新形态教材等和近三年出版的教材；适应文化创意与策划专业教学需求，鼓励专业

教师与行业专家、技术骨干联合开发实训教材，融入行业标准、创意新技术、策划新方法等内容。

2. 图书文献配备要求

学校图书馆配备文化创意产业发展报告、创意案例集、广告策划书籍等丰富的图书资源。引导学生利用图书馆资源，了解行业发展趋势、经典创意案例，培养自主学习和文献查阅习惯，提升信息收集与分析能力。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%。

(四) 教学方法

专业课程教学应遵循职业教育理念，以学生为中心，以成果为导向，主要采用项目式教学法和案例教学法。

项目式教学法：课程教学的实训内容设置尽可能与“岗课赛证”结合，在教学中积极引入“全国职业院校技能大赛”、“全国大学生广告艺术大赛”、“全国高校数字艺术设计大赛”等技能竞赛项目及竞赛内容，运用“项目任务驱动”的教学方法把项目分解成单个相对完整的实训任务，指导学生完成项目规定的任务，提高学生的实际创作能力，保障学生在项目实践中实现从单项专门技能到全流程综合技能的学习与成长，通过项目式实训真正把所学知识内化为职业能力。

案例式教学法：结合教学内容，用特定的案例组织学生开展讨论或互动与交流，通过分析、比较、解读，分析研究案例的成功和失败的经验，为学生提供一定实践经验和理论素养的应用，也可以让学生通过自己的思考或者他人的思考来拓宽自己的视野，从而丰富自己的知识，达到启示理论和启迪思维的目的。

根据教学需要,还可以采取专题讲座、小组辅导等其他教学方法,实现以学生为主体的教学活动,指导学生的学习和实践,培养学生的专业学习兴趣,注重学生的创新创业教育,将信息技术与教学手段相结合,促使学生通过直观的形式熟悉真实的工作过程,为学生的自主学习创造条件,使学生的创新思维与实践能力得到有效锻炼。

(五) 教学评价

以“一专多能”为导向,以能力考核为核心,参照行业职业标准,形成由行业、政府、学生、学校等多方参与的评价机制,保障教学质量监控的规范性、全面性、客观性和过程性。全面关注学生在知识、技能、感情、价值观和学习过程与方法的掌握程度,专业课程主要以作品设计、方案设计、技能测试、产品制作、作品展示、调研报告等为学习评价内容,综合采用学习过程、效果评价与学习行为、总体评价相结合方式,形成由教师评价、学生互评、社会评价多元化评价体系。同时设立总结性评价,各课程基于项目式教学,指导学生参与实战项目的设计与相应的技能竞赛,对学生取得相应的标志性成绩,实行总结性评价,保证从自我提升、能力提升、社会服务提升等方面关注学生的成长和发展,健全综合评价。

十、质量管理

(一) 成立专业建设指导委员会,为专业建设出谋划策,提供市场、政策及行业信息,提高专业建设的科学性和合理性。

(二) 成立教学执行组织与教学督导组,对课程建设、教学方法的改革与推广、课堂教学质量管理等进行督导与评价。

(三) 建立实践教学环节质量管理,制订各实践教学环节的课程标准、评价标准,制订和完善实践教学管理文件,加强校内外实训、顶岗实习的管理。

(四) 成立专业调研组,负责本专业的社会需求、毕业生跟踪调查和新生素质调查等工作,为本专业的招生和就业提供支持。

十一、毕业要求

(一) 学分要求:本专业必须修满 149 学分方可毕业。其中,公共基础课 42 学分;专业必修课 44 学分;专业选修课 13 学分,集中实习实践课 50 学分。且完成教学计划规定的全部课程及教学实践、顶岗实习、毕业设计等环节,成绩合格。

(二) 鼓励学生通过考取相关职业资格证书进行学分转换。本专业可考取的职业资格证书有新媒体运营师、策划师、摄影师、1+X 文创产品设计师。

附表一

2025 级三年制文化创与策划专业学期教学周数分配表

周次 学期																						
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20		
一	★	★	★	■	■	■	■	■	■	△	■	■	■	■	■	■	■	■	●	☆		
二	■	■	■	■	■	■	■	□	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	●	☆	☆	
三	■	■	■	■	■	■	■	■	■	□	■	■	■	■	■	■	■	■	■	●	☆	
四	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	●	☆	☆
五	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	
六	▲	▲	▲	▲	▲	▲	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	

说明:

1. 教学单位依据上级文件，学校实际，专业内涵建设，科学安排每学期周教学。
2. 符号：★--军训，☆--社会实践，■--理论教学，□--专业调研，▲--岗位实习，△--认知实习，○--毕业设计，●--考试

附表二

2025年文化创意与策划专业课程设置表

二级学院：文创设计与应用学院						学制：3年		填报人：刘潇潇				负责人：赵永涛		
课程 模块	课程 类型	课程名称	学时分配			学期及周学时数						学分	考核 方式	备注
			总学时	理论 学时	实践 学时	一	二	三	四	五	六			
										实习	实习			
公共基础 课程模块	思政课程	形势与政策	18	12	6	0.25	0.25	0.25	0.25			1	考查	
		思想道德与法治	54	36	18		3					3	考试	
		毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	36	24	12	2						2	考试	
		习近平新时代中国特色社会主义思想概论	54	45	9			3				3	考试	
		国家安全教育☆	18	8	10				1			1	考查	
	公共必修课程	大学体育☆	108	36	72	2	2	2				6	考试	
		军事理论（国防教育）	36	18	18	2						2	考查	
		大学生心理健康教育	36	24	12		2					2	考查	
		劳动教育	36	6	30	0.5	0.5	0.5	0.5			2	考查	
	公共限定必修课程	中华优秀传统文化（文学）☆	72	44	28	2	2					4	考查	
		大学英语☆	144	108	36	2	2	2	2			8	考查	
		信息技术	72	18	54	2	2					4	考查	
		大学生职业生涯规划 and 就业指导	18	6	12	0.5	0.5					1	考查	
		大学生创新创业基础	18	12	6			0.5	0.5			1	考查	
		公共必修小计	720	397	323	13.25	14.25	8.25	4.25	0	0	40		
	公共选修课程	四史	18	12	6				1			1	考查	
		公共美育☆	18	10	8	0.5	0.5					1	考查	
		公共选修小计	36	22	14	0.5	0.5	0	1	0	0	2		
		公共基础课程合计	756	419	337	13.75	14.75	8.25	5.25	0	0	42		
专业课程 模块	专业必修课	文化产业概论	36	28	8	2						2	考试	
		网络传播概论	36	24	12	2						2	考试	
		基础写作	18	10	8	1						1	考试	
		构成基础	72	36	36	4						4	考查	
		数字图形设计基础（Adobe Photoshop、Cinema 4D）	36	18	18	2						2	考查	
		设计创意	36	18	18		2					2	考查	
		字体与版式设计	36	18	18		2					2	考查	
		文化创意与策划	36	18	18		2					2	考试	
		文案策划与创作*	72	36	36		4					4	考试	
		管理学	18	9	9			1				1	考试	
		非遗文化创意产品设计*	72	36	36			4				4	考查	
		短视频策划制作与运营*	72	36	36			4				4	考试	
		新媒体视觉设计与营销*	72	36	36			4				4	考试	
		展览展示策划*	36	18	18				2			2	考查	
		节事活动策划与管理*	72	36	36				4			4	考查	
		品牌策划与推广*	72	36	36				4			4	考查	
	专业必修课小计	792	413	379	11	10	13	10	0	0	44			
	专业选修课	非遗文化与技艺传承	18	9	9	1						1	考查	
		数字摄影与影像	36	18	18		2					2	考查	
		AIGC视觉设计（Stable Diffusion）	72	36	36			4				4	考查	
		文化旅游项目策划与管理	72	36	36				4			4	考查	
		商务礼仪与沟通	36	18	18				2			2	考查	
		专业选修课小计	234	117	117	1	2	4	6	0	0	13		
专业课程合计	1026	530	496	12	12	17	16	0	0	57				
		军事技能	54	0	54	54						3	考查	军事技能训练21天。
	专业认知	18	0	18	18							1	考查	
	专业考察	18	0	18		18						1	考查	

综合实践模块	安全教育	36	0	36	9	9	9	9			2	考查	每月两次，利用班会时间。
	社会实践	54	0	54	18	9	18	9			3	考查	寒假一周，暑假两周。
	毕业设计	252	90	162						252	14	考查	集中14周
	岗位实习	468	0	468					360	108	26	考查	集中26周
	综合实践合计	900	90	810	99	36	27	18	360	360	50	课程按教学周计算，换算为学期总课时	
学时、学分总计		学时	理论	实践	一	二	三	四	五	六	学分	总计为：公共基础课程合计，专业课程合计，综合实践合计三项之和，并计算理论和实践学时占总学时百分比。	
		2682	1039	1643	562.5	517.5	481.5	400.5	360	360	149		
		百分比	38.74%	61.26%	21.11%	19.30%	17.95%	14.93%	13.51%	13.51%			

注：16-18学时计1学分，专业核心课程后标注“*”，书院课程后标注“☆”；严格按照国家文件，学生需达到毕业标准。