

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
奥雅文旅创新产业学院
2025 年 9 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（活动策划方向），由洛阳文化旅游职业学院奥雅文旅创新产业学院专业建设指导委员会组织专业教师，与深圳奥雅设计股份有限公司、深圳洛嘉文化投资管理有限公司等合作企业的专家及 2026 届毕业生共同制定。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	刘军	山东财经大学工商管理学院	教授/博导	
2	陈伟	洛阳文化旅游职业学院	课程中心主任	
3	郭钟秀	深圳洛嘉投资管理有限公司	文旅运营总经理	
4	丁启超	深圳奥雅设计股份有限公司	品牌媒体中心总监	
5	崔迪扬	洛阳文化旅游职业学院	讲师	
....				

复核人：姚恒

专业负责人（签字）：

2025 级三年制文化创意与策划专业人才培养方案

一、专业名称（专业代码）

文化创意与策划（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

三、基本修业年限

学制：三年

四、职业面向

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）	大型活动组织服务(7299)、游览景区管理（786）、广告业（725）、其他商务服务业（729）、其他文化艺术业（889）、文化服务行业（9051）
主要职业类别（代码）	商务策划专业人员（2-06-07-03）、数字媒体艺术专业人员（2-09-06-07）、陈列展览设计人员（2-09-06-09）、文字编辑（2-10-02-01）、网络编辑（2-10-02-05）、全媒体运营师（4-13-01-05）
主要岗位（群）或技术领域	旅游产品策划、文化活动服务与指导、数字文化创意设计、新型媒体服务……
职业类证书	旅行策划、研学旅行策划与管理、定制旅行管家服务……

五、培养目标

本专业作为文旅专业群的核心赋能专业，紧密对接国家文旅融合战略和区域文化创意产业发展需求，以文化 IP 打造、文创产品开发、文旅数字化运营为核心方向，构建“策划-设计-传播-运营”全链路能力培养体系。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能力，掌握本专业知识和技术技能，具备职业综合素质和行动能力，专业深度融入文旅专业群建设，与旅游管理、休闲服务与管理、电商等专业协同，培养具有扎实文化底蕴、创新思维和数字技能的复合型技术技能，能够从事文案写作、活动策划、新媒体运营、文创产品设计、短视频创意指导与制作等工作的高素质技术技能人才。

六、培养规格

本专业学生应在系统学习本专业知识和完成有关实习实训基础上，全面提升知识、能力、素质，掌握并实际运用岗位（群）需要的专业核心技术技能，实现德智体美劳全面发展，总体上须达到以下要求：

（1）坚定拥护中国共产党领导和中国特色社会主义制度，以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，践行社会主义核心价值观，具有坚定的理想信念、深厚的爱国情感和中华民族自豪感；

（2）掌握与本专业对应职业活动相关的国家法律、行业规定，掌握绿色生产、环境保护、安全防护、质量管理等相关知识与技能，了解相关行业文化，具有爱岗敬业的职业精神，遵守职业道德准则和行为规范，具备社会责任感和担当精神；

（3）掌握支撑本专业学习和可持续发展必备的语文、数学、外语（英语等）、信息技术等文化基础知识，具有良好的人文素养与科学素养，具备职业生涯规划能力；

（4）具有良好的语言表达能力、文字表达能力、沟通合作能力，具有较强的集体意识和团队合作意识，学习 1 门外语并结合本专业加以运用；

（5）了解智慧旅游、“旅游+”等旅游行业发展新理念、新趋势，熟悉旅游行业的新业态、新模式等知识；

（6）掌握地理、历史、民俗、非物质文化遗产、旅游服务礼仪等方面的专业基础理论知识；

（7）掌握接待服务、项目策划、产品设计、服务质量管理、客户关系管理等专业核心知识；

（8）掌握旅游企业常用办公软件应用相关知识，熟悉线上产品展示、产品维护、与顾客在线答疑等知识；

（9）具有处理旅游服务中常见问题的能力，具备应对突发事件的能力；

（10）具备旅游活动策划、接待讲解、活动实施等工作领域内的对客服务能力；

（11）具有服务质量控制、客户关系维护、部门运营、产品策划、数字营销的能力；

（12）掌握信息技术基础知识，具有适应本行业数字化和智能化发展需求的数字技能；

(13) 具有探究学习、终身学习和可持续发展的能力，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；

(14) 掌握身体运动的基本知识和至少 1 项体育运动技能，达到国家大学生体质健康测试合格标准，养成良好的运动习惯、卫生习惯和行为习惯；具备一定的心理调适能力；

(15) 掌握必备的美育知识，具有一定的文化修养、审美能力，形成至少 1 项艺术特长或爱好；

(16) 树立正确的劳动观，尊重劳动，热爱劳动，具备与本专业职业发展相适应的劳动素养，弘扬劳模精神、劳动精神、工匠精神，弘扬劳动光荣、技能宝贵、创造伟大的时代风尚。

七、课程设置

本专业主要包括公共基础课程和专业课程。

(一) 公共基础课程

公共基础课程，共 16 门，合计学分 42。主要课程有：思想政治理论课（包括：思想道德与法治、毛泽东思想与中国特色社会主义理论体系概论、形式与政策、习近平新时代中国特色社会主义思想概论、旅游英语、大学生心理健康教育等。

表 1：公共基础课程课程目标及主要教学内容

序号	课程名称	课程目标	主要教学内容
1	思想道德与法治	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。	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。
2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论教育课程中的骨干和核心课	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	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、

序号	课程名称	课程目标	主要教学内容
	中国特色社会主义理论体系概论	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。。	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。
3	形势与政策	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。	《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。
4	大学生心理健康教育	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。	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。
5	大学英语	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	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

序号	课程名称	课程目标	主要教学内容
		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。
6	信息技术	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。	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。
7	公共美育	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。	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。
8	大学体育	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形成积极的体育态度。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。	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。

(二) 专业课程

共 21 门，包括专业基础课程、专业核心课程和专业拓展课程，结合产业学院优势，以培养学生职业能力为主线，深化“校企双环境育人，阶段能力递进”的人才培养模式。专业课程体系采用新型一体化活页式教材，根据职业能力需求，试行多学期、分段式等灵活多样的教学组织形式，开展项目式、情境式教学。

7.2.1 专业基础课程

主要包括活动项目管理、摄影与视频制作、文旅电商直播、旅游产品设计、全媒体运营实践等领域的内容，专业基础课程是需要前置学习的基础性理论知识和技能构成的课程，是为专业核心课程提供理论和技能支撑的基础课程。

7.2.2 专业核心课程

主要包括：活动创意与策划、文旅 IP 策划与运营、品牌策划与管理、创意文案与短视频创造、美陈与场景营造、旅游新媒体营销、旅游服务质量管理等领域的的内容，专业核心课程是根据岗位工作内容、典型工作任务设置的课程，是培养核心职业能力的主干课程。

表 2：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	活动创意与策划	① 活动策划的概念和流程。 ②活动主题与内容设计、场地选取与场地布置、宣传和推广、定制活动策划与表演、合作与协调等方面的知识。 ③文化活动策划与执行。 ④实践活动策划的技巧和方法。	教学内容包括文化产业基本运作流程，探讨创意与策划的概念方法及其之间的关系，研究关于文化产品、文化品牌、文化活动创意与策划的特色及具体操作方式。 要求运用案例教学，过程考核以案例剖析为重点，实训课课时不低于 50%，支持完成单项活动策划及多项活动策划并执行。
2	文旅 IP 策划与运营	①短视频的内容策划 IP 定位、故事创作 ②文旅 IP 全案设计。 ③制定运营推广方案。 ④形象设计、商业转化。	主要教授 IP 设计概论，文化创意理论与产品之间的关系，IP 衍生文创产品、文化产品设计、IP 整体品牌包装运营等。
3	创意文案与短视频创作	① 创意文案与短视频概述。 ②短视频的内容策划，创意文案写作和创意策划书写作。	①采用深化校企合作、任务驱动法开展项目化教学，与学生共同策划、组织和实施短视频项目，推动学习的深入。 ②采用互动教学、理实一体化教学等手段，有效锻炼并提高学生的设计思

		③ 短视频创作的基本流程。 ④ 短视频拍摄、剪辑、发布与推广。 ⑤ 创意文案制作、发布与推广。	维和实际动手能力，帮助学生理解和掌握短视频设计与制作的关键知识。 ③实训课课时不低于 55%。
4	美陈与场景营造	① 活空间营造。 ② 美陈场景营造。 ③ 艺术审美及材料造型。	教学内容包括美陈产品营造设计，通过材料、造型、颜色三方面来体现艺术设计理念。将艺术创造，公开而广泛地向公众宣传。市场推广、推销产品、树立品牌从而扩大经济效益，依托实训软件系统进行实践操作，实训课课时不低于 50%。
5	全媒体运营实战	① 全媒体营销的内涵与要求。 ② 新媒体营销的创新思维。 ③ 典型新媒体营销方法。 ④ 新媒体营销工具的运用。	教学内容包括自媒体内容创作、账号运营、内容变现和营销推广，涵盖文案编辑、图片筛选与编辑、视频拍摄与剪辑、内容日常维护、用户调研与维护、达人筛选与运营、内容电商变现、内容服务变现、新媒体 KOL 投放以及新媒体广告平台投放等多个自媒体运营典型工作任务所需知识、方法和工具。
6	研学产品开发与设计	① 文旅景区研学产品设计内涵。 ② 文创产品设计创新思维方式。 ③ 研学产品营销策划。 ④ 研学活动策划与执行。	主要学习艺术设计行业常用图像制作工具，例如 Photoshop、Illustration、Cinema 4D。以案例的形式学会使用软件技巧实现设计师的创意，熟悉不同软件的应用场景，掌握软件基础原理、操作，了解不同软件之间的协同，实习实训课时占比不低于 60%。
7	文旅市场营销	① 文旅市场营销概念了解。 ② 市场营销环境分析。 ③ 旅游景区营销。 ④ 分析营销数据，优化服务策略。	认识文旅市场营销、市场营销环境分析、旅游消费者的消费行为分析；旅游景区营销：旅游市场细分、旅游景区产品开发、旅游景区产品定价、旅游景区产品推广；旅游酒店市场营销：酒店产品有形要素展示、市场开发、客户服务；旅游商品营销：旅游商品类型、旅游商品促销、旅游商品创新。

7.2.3 专业拓展课程

主要包括：网红业态体验（茶艺、咖啡、烘焙）、人工智能导论、洛阳/河南非遗传承、中国旅游文化知识、定制旅行服务与管理、商务礼仪与职业化等领域的

内容，专业拓展课程是根据学生发展需求横向拓展和纵向深化的课程，是提升综合职业能力的延展课程。

7.2.4 实践性教学环节

实践性教学环节应贯穿于人才培养全过程。实践性教学主要包括实验、实习实训、毕业设计、社会实践活动等形式，公共基础课程和专业课程等都要加强实践性教学。

(1) 实训

在校内外进行讲解能力与技巧模拟实训、旅行社（在线旅行社）模拟运营、旅游安全急救实训、旅游服务礼仪实训、研学旅游产品设计实训、地方民俗与非物质文化遗产演绎与传承实训、酒店岗位技能实训等实训，包括单项技能实训、综合能力实训、生产性实训等。

(2) 实习

在旅游业、“旅游+”新业态行业的实体旅行社、景区、酒店、在线旅游电子商务企业、研学旅游服务机构、旅游综合体企业进行活动策划、品牌管理、产品策划、数字化营销等实习，包括认识实习和岗位实习。学校应建立稳定、够用的实习基地，选派专门的实习指导教师和人员，组织开展专业对口实习，加强对学生实习的指导、管理和考核。实习实训既是实践性教学，也是专业课教学的重要内容，应注重理论与实践一体化教学，学校可根据技能人才培养规律，结合企业生产周期，优化学期安排，灵活开展实践性教学。应严格执行《职业学校学生实习管理规定》和相关专业岗位实习标准要求。

八、教学进程及学时安排

附表 1：教学周数分配表

附表 2：教学进度计划表

九、基本教学条件

(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。

9.1.1 队伍结构

学生数与本专业专任教师数比例不高于 25：1，“双师型”教师占专业课教师数比例超过 80%，产业学院专业课师资主要以行业专家为主，专任教师队伍综合考虑

职称、年龄、工作经验，形成合理的梯队结构。整合校内外优质人才资源，建立企业高级技术人员选聘机制，组建校企合作、专兼结合的教师团队，建立定期开展专业（学科）教研机制。

9.1.2 专业带头人

原则上应具有本专业及相关专业副高及以上职称和较强的实践能力，能够较好地把握国内外旅游管理专业与相关行业的发展趋势、专业发展，能广泛联系行业企业，了解行业企业对本专业人才的需求实际，主持专业建设、开展教育教学改革、教科研工作和社会服务能力强，在本专业改革发展中起引领作用，产业学院可根据资源优势，聘任行业专家担任双线专业带头人。

9.1.3 专任教师

具有高校教师资格；原则上具有旅游管理、酒店管理、人文地理与城乡规划等相关专业本科及以上学历；具有一定年限的相应工作经历或者实践经验，达到相应的技术技能水平；具有本专业理论和实践能力；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；专业教师每年至少 1 个月在企业或实训基地锻炼，每 5 年累计不少于 6 个月的企业实践经历，双师型专任教师比例超过 80%。

9.1.4 兼职教师

主要从本专业相关行业企业的高技能人才中聘任，具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，或具有中级及以上专业技术职务（职称）或高级工及以上职业技能等级，或一线 8-10 年行业经验，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。根据需要聘请技能大师、劳动模范、能工巧匠等高技能人才，根据国家有关要求制定针对兼职教师聘任与管理的具体实施办法。

（二）教学设施

9.2.1 教学设施

主要包括能够满足正常的课程教学、实习实训所需的专业教室、实训室和实习实训基地。

9.2.2 专业教室基本要求

具备利用信息化手段开展混合式教学的条件。一般配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，具有互联网接入或无线网络环境及网络安全防护措施。安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求，安防标志明显，保持逃生通道畅通无阻。

9.2.3 校内外实验、实训场所基本要求

实训场所面积、设备设施、安全、环境、管理等符合教育部有关标准（规定、办法），实训环境与设备设施对接真实职业场景或工作情境，实训项目注重工学结合、理实一体化，实训指导教师配备合理，实验、实训管理及实施规章制度齐全，确保能够顺利开展模拟讲解、沉浸式 VR 虚拟仿真体验、旅游咨询、旅游产品策划、数字营销、旅游企业运营管理等实验、实训活动。鼓励在实训中运用大数据、云计算、人工智能、虚拟仿真等前沿信息技术。

（1）数字营销策划实训室

配备计算机、服务器、智慧班牌、网络机柜、多媒体中控台、投影仪、幕布、交互式电子白板、直播灯光设备、手机（平板、电脑）、辅助直播支架、无线麦克风、虚拟背景幕、商品陈列架、大屏显示器、摄像机、人脸识别设备系统、多媒体技术处理软件等设备设施，用于营销数字化企业开店、O2O 业务运营、线上线下一体化营销、互联网营销传播、会员运营、精准营销、会员传播，到渠道促销、业务运营分析全过程演练等实训教学。结合实际建设综合性实训场所。

9.2.4 实习场所基本要求

符合《职业学校学生实习管理规定》《职业学校校企合作促进办法》等对实习单位的有关要求，经实地考察后，确定合法经营、管理规范，实习条件完备且符合产业发展实际、符合安全生产法律法规要求，与学校建立稳定合作关系的单位成为实习基地，并签署学校、学生、实习单位三方协议。根据本专业人才培养的需要和未来就业需求，实习基地应能提供旅游咨询、旅游产品策划、旅游数字营销、目的地运营管理等与专业对口的相关实习岗位，能涵盖当前相关行业发展的主流技术，可接纳一定规模的学生实习；学校和实习单位双方共同制订实习计划，能够配备相应数量的指导教师对学生实习进行指导和管理，实习单位安排有经验的技术或管理人员担任实习指导教师，开展专业教学和职业技能训练，完成实习质量评价；做好学生实习服务和管理工作的，有保证实习学生日常工作、学习、生活的规章制度，有安全、保险保障，依法依规保障学生的基本权益。

(三) 教学资源

主要包括能够满足学生专业学习、教师专业教学研究和教学实施需要的教材、图书及数字化资源等。

9.3.1 教材选用基本要求

按照国家规定，经过规范程序选用教材，优先选用国家规划教材和国家优秀教材。专业课程教材应体现本行业新技术、新规范、新标准、新形态，并通过数字教材、活页式教材等多种方式进行动态更新。

9.3.2 图书文献配备基本要求

图书文献配备能满足人才培养、专业建设、教科研等工作的需要。专业类图书文献主要包括：人文素养类、运营管理类、经济类、服务心理类、服务质量管理类、电子商务类、历史地理文化类等基础类图书；行业标准、技能操作规范、岗位操作规范及流程、市场调研与分析、实务案例等。及时配置新经济、新技术、新工艺、新材料、新管理方式、新服务方式等相关的图书文献。

9.3.3 数字教学资源配置基本要求

建设、配备与本专业有关的音视频素材、教学课件、数字化教学案例库、虚拟仿真软件等专业教学资源库，种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新、满足教学需要。

(四) 教学方法

9.4.1 理论教学方法

教学方法主要是将任务驱动法，分段制教学法及案例教学、STUDIO 课程、翻转课堂等有机结合，注重理论知识教学与实际相结合；围绕教学目标，使用案例教学；通过对事件或事务发生与发展的环境、过程的模拟或者是真实再现进行情景教学。

9.4.2 实践教学方法

实践教学依托“双师型”教师队伍，坚持以项目为导向、学生为主体的原则，到实际场景中进行学习实操，在真实项目场景中采用“行动学习”的方式进行教学：学生进入真实项目场景，结合在校所学知识，进行实际操作，企业导师根据学生对过程中出现的问题进行点评总结和指导，学生再进行应用。循环往复，涉及专业知识部分，在项目上进行专业教学工作，实践教学通过实施一对一的操作、手把手的指导来完善学生的技能训练，保障了实践教学效果。同时鼓励学生大胆参与社会实践，项目考察、国际游学等，使学生能在实践中丰富自己的经验，不断进步。

(五) 教学评价

课程考核采用过程考核和结果性考核相结合。理论课考试过程性考核占 50%，结果性考核占 50%。过程性考核针对各个学习环节进行考核，可包括但不限于课堂考勤、课堂表现、作业、单元测试。结果性考核一般是指期末考试。校内实训课程考试实操考核占 70%，平时考核占 30%，平时考核包括考勤（10%）、学习态度（10%）、实训报告（10%）。

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、毕业要求

（一）学分要求：本专业必须修满 138 学分方可毕业。其中，公共课（含书院课程）42 学分；专业课 52 学分；集中实习实践课 44 学分。

（二）本专业必须获得的相关资格证书：包括但不限于互联网营销师、全媒体运营师、研学旅行定制师、文创产品策划运营师任一。

附表 1

2025 级三年制文化创意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, ▲—实习, △--校内实训, ○ -毕业设计, ●-考试

附表 2

2025 年专业课程设置表

二级学院：奥雅文旅创新产业学院			学历层次：高职专科			学制：3 年	填报人：					负责人：		
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	本专业必修
		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		
	书院课程（选修）	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	54	32	22	1.5	0.5	0	1	0	0	2		
		公共基础课程合计	774	429	345	14.75	14.75	8.25	5.25	0	0	42		
		摄影与视频制作基础	36	18	18		2					2	考试	

专业课程模块	专业必修课	全媒体运营实战	36	18	18	2						2	考试	
		文旅产品直播策划及实务	72	18	54		4					4	考试	
		活动创意与策划*	72	18	54	4						4	考试	
		文旅与市场营销*	36	18	18		2					2	考试	
		美陈与场景营造*	36	18	18			2				2	考试	
		文旅 IP 策划与运营*	36	18	18				4			2	考试	
		品牌策划与管理*	36	18	18				2			2	考试	
		活动项目管理*	36	18	18				4			2	考试	
		客户服务与管理*	36	18	18			2				2	考试	
		社群与私域运营	36	18	18		2					2	考试	
		研学产品开发与设计*	54	54	0			2				3	考试	
		设计软件基础	36	18	18	2						4	考试	
		技能操作实践（网红业态）	144	54	90			4	4			4	考查	
		专业必修课小计	702	324	378	8	10	10	14	0	0	37		

	专业选修课	商务礼仪与商务谈判	36	18	36				2			2	考查	
		人工智能导论	36	54	18	2						2	考查	
		中国旅游文化	54	18	36		2					3	考查	
		网红业态体验（茶艺、咖啡、烘焙等）	36	12	24				2			2	考查	
		网红业态体验（咖啡与烘焙）	72	18	54			4				4	考查	
		消费心理与营销传播	36	18	18			2				2	考查	
		专业选修课小计	270	138	186	2	2	6	4	0	0	15		
	专业课程合计		972	462	564	10	12	16	18	0	0	52		
综合实践模块	军事技能		36	0	36	36						2	考查	军事技能训练 21 天。
	认识实习（实训）		260	90	180	18	18	18	18			10	考查	1-4 学期每学期至少安排 4 周（含部分课程项目部实践，学分替代）。
	安全教育		36	0	36	9	9	9	9			1	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	144	36	108						144	8	考查	
	岗位实习	360	0	360					270	90	20	考查	
	综合实践合计	890	126	774	81	36	45	36	270	234	44	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，并计算理论合和实践学时占从学时百分比。	
		2636	1017	1683	526.5	517.5	481.5	454.5	270	234	139		
		百分比	38.58%	63.85%	19.97%	19.63%	18.27%	17.24%	10.24%	8.88%			
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。													