

2026 级文化创意与策划专业

（活动策划方向）



2026 年 8 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、深圳洛嘉文化科技有限公司等合作企业的专家及 2023 届毕业生共同制订。从 2026 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	刘燕	浙江传媒学院	教授	
3	郭钟秀	深圳洛嘉文化科技有限公司	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	
6	姚恒	深圳奥雅教育科技有限公司	总经理	
7	张倩	深圳奥雅教育科技有限公司	2023 届毕业生	
8	孙玉	浙江云上草原旅游发展有限公司	2023 届毕业生	

复核人：

专业负责人（签字）：

目 录

一、专业名称（专业代码）	- 4 -
二、入学基本要求	- 4 -
三、基本修业年限	- 4 -
四、职业面向	- 4 -
五、培养目标	- 7 -
六、培养规格	- 7 -
七、课程设置	- 8 -
八、教学进程及学时安排	- 19 -
九、基本教学条件	- 19 -
十、质量管理	- 23 -
十一、毕业要求	- 24 -

2026 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

本专业面向文化艺术大类、文化服务类，对应大型活动组织服务、活动策划与执行、文创产品设计与开发、新媒体运营等行业领域，主要职业类别包括商务策划专业人员、文创产品策划运营师、全媒体运营师、陈列展览设计人员等，主要岗位群包括文旅活动策划岗、文创产品设计岗、新媒体运营岗、研学旅行策划岗等，可获取全媒体运营师、文创产品策划运营师、研学旅行策划与管理、互联网营销师等职业类证书。

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）、文化艺术业（1890）	
主要职业类别（代码）		2-06-07-03 商务策划专业人员
		4-08-08-30 文创产品策划运营师
		4-13-01-05 全媒体运营师（S）
		2-09-06-09 陈列展览设计人员
主要岗位（群）或技术领域	文旅活动策划、文创产品设计、新媒体运营、研学旅行策划	
职业类证书	全媒体运营师、文创产品策划运营师、研学旅行策划与管理、互联网营销师	

（一） 岗位能力与支撑课程分析表

序号	主要岗位	典型工作任务	典型岗位能力	支撑课程	合作企业
1	文旅策划与产品设计	市场需求调研与分析 文旅策划主题确定 策划文案撰写 策划方案实施与风险管控	掌握市场调研的基本方法 具备旅游策划的程序与技巧 具备文案撰写能力 具备成本控制 活动跟进与风险管控能力	活动创意与策划+ 文旅产品直播策划及实务 AI 文旅短视频创作	深圳奥雅设计股份有限公司
2	文创产品设计岗	文化 IP 挖掘 文创产品设计 视觉呈现 产品打样 市场推广	文化元素提炼 设计软件应用 产品创意转化 审美表达 市场洞察	文旅 IP 策划与运营+ 设计软件基础 研学旅行产品开发+ AI 文旅短视频创作	深圳奥雅设计股份有限公司
3	新媒体运营岗	账号定位 内容创作 短视频拍摄剪辑 粉丝运营 数据复盘	文案写作 短视频制作 平台运营 用户维护 数据分析	AI 文旅短视频创作 全媒体运营实战 社群与私域运营 文旅产品直播策划及实务	深圳洛嘉文化科技有限公司
4	研学旅行策划岗	研学课程设计 线路规划 活动组织 安全管理 服务对接	研学资源整合 课程开发 行程策划 安全把控 客户服务	研学旅行产品开发+ 客户服务与管理+ 文旅与市场营销+ 项目管理及工具实践	乌镇横港国际艺术村

（二）专业能力图谱

文化创意与策划专业（活动策划方向）能力递进培养图谱

三年制高职·校企双主体·分学年能力递进·岗位能力对接

专业基础能力 专业核心能力 综合实践能力 典型岗位 项目教学化改造



五、培养目标

本专业以河南省“文旅文创融合”战略定位和重大需求为依托，围绕洛阳市“历史文化名城和国际文化旅游名城”、十五五文旅规划重点旅游城市的城市定位，发挥地处洛阳的文化资源优势，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，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，面向文化艺术业、商务服务业、广播影视行业、旅游行业、互联网和相关服务业等行业的文化活动策划、文旅项目运营、IP 策划与运营、文创产品设计、研学旅行开发等岗位，能够从事活动创意策划、文旅项目策划运营、文旅 IP 开发与运营、品牌策划与管理、文创产品策划与设计、研学旅行产品开发、演艺项目策划管理、全媒体运营推广等工作的高技能人才。

六、培养规格

（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 and 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）掌握中国旅游文化、全媒体运营、短视频创作、直播策划与执行等方面的专业基础理论知识，具有文旅内容创作、多平台运营和文旅产品线上推广的能力；

（6）掌握活动策划、文旅市场营销、品牌策划与管理等方面的专业核心知识，具有文旅活动全案策划、市场分析与营销策略制定、品牌定位与传播策划的能力；

（7）掌握文旅 IP 策划、文创产品设计与开发等方面的专业核心知识，具有文化资源 IP 化开发、文创产品概念策划与设计转化的能力；

（8）掌握演艺项目管理、研学旅行产品开发等方面的专业核心知识，具有演艺项目全流程管理和研学课程体系设计与开发的能力；

（9）掌握客户服务与管理、社群运营、消费心理分析等方面的专业知识，具有客户服务流程设计、客户关系维护和基于消费者洞察的营销传播能力；

（10）掌握美陈与场景营造、设计软件操作、商务礼仪与谈判等方面的拓展知识，具有空间美学应用、视觉创意表达和商务沟通协作的能力；

（11）掌握项目管理方法论与数字化工具应用等方面的拓展知识，具有运用项目管理方法和工具进行文旅项目规划、执行和监控的能力；

（12）具备文旅行业的创新创业意识，能够发现文旅产业中的商业机会，具有初步的文旅项目创业策划与实践能力；

（13）掌握信息技术基础知识和 AI 工具应用技能，具有适应文旅行业数字化和智能化发展需求的数字素养与数字技能；

（14）具有探究学习、终身学习和可持续发展的能力，具有整合跨学科知识和综合运用专业知识分析问题、解决问题的能力；

（15）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；

（16）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；

（17）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

按照国家有关规定开齐开足公共基础课程。

将思想政治理论课、大学体育、大学英语、军事理论、大学生心理健康教育、劳动教育等列为公共基础必修课程。

表 3: 文化创意与策划专业公共基础课程主要教学内容与要求

序号	课程名称	课程属性	课程目标	主要教学内容	教学要求
1	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论（2 学分，36 学时）	公共必修	引导学生拥护党的领导，增强“四个意识”、坚定“四个自信”、做到“两个维护”，铸牢理想信念与爱国情怀；系统掌握马克思主义中国化时代化理论成果；涵养劳模精神、劳动精神、工匠精神，契合文旅行业服务规范；提升网络信息辨别能力，筑牢意识形态安全防线；能用理论分析现实问题与职业场景。	包含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、社会主义建设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、科学发展观等专题在内的理论和实践教学内容。	教学场地采用智慧教室与课外实践场所相结合。教学中融合 AI 智慧教学、案例情境、问题链驱动、实践体验等教学方法，融入洛阳红色资源与文旅案例，依托智能平台导学，开展研学实践，落实“人工智能+教育”与职业素养培育。考核实行过程性、终结性与 AI 数据评价结合，聚焦理论应用、政治认同、职业素养与实践表现。
2	思想道德与法治（3 学分，54 学时）	公共必修	深刻把握人工智能对教育领域的深刻影响以及职业教育关键要素的职业教育新方向，坚持立德树人根本任务，强化思想引领，旨在帮助大学生树立正确的世界观、人生观、价值观、道德观和法律观，提高大学生思想、政治、道德、法律素质，引导青年学生做有理想、有本领、有担当的时代新人。	本课程以新时代大学生理想信念教育为核心，以爱国主义教育为重点，以思想道德建设为基础，坚持以大学生全面发展为目标，以社会主义核心价值观为主线，针对学生自我成长和专业发展过程中面临的问题，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，引导学生在专业学习和实践中感悟人生，提高自身的思想道德素质和法律素质。	通过理论和实践教学，帮助学生熟悉和了解专业、行业和社会，形成崇高的理想信念，树立正确的世界观、人生观、价值观，加强自我职业领域和社会生活领域中的思想品德修养，增强职业生活和社会生活中学法守法的自觉性，全面提高学生的思想道德素质和法律素质。
3	习近平新时代中国特色社会主义思想概论（3 学分，54 学时）	公共必修	引导学生全面掌握习近平新时代中国特色社会主义思想的理论体系、实践逻辑与重大意义，增强“四个意识”、坚定“四个自信”、做到“两个维护”，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。	围绕“十个明确”“十四个坚持”的核心内容以及“两个结合”的方法论，系统阐释习近平总书记对经济、政治、文化、社会、生态文明、科教、国家安全、国防和军队、“一国两制”和祖国统一、大国外交、党的建设等方面作出的理论概括和战略指引。	通过理论教学引导学生树立对马克思主义的信仰、对中国特色社会主义的信念、对中华民族伟大复兴中国梦的信心。结合专业特色开展实践教学，精心选取红色文旅、非遗传承、乡村振兴等行业案例，引导学生树立职业目标，锤炼专业技能，担当文旅使命。
4	形势与政策（1 学分，18 学时）	公共必修	通过形势与政策教育，帮助学生全面正确地认识党和国家面临的形势和任务、复杂的世界局势，自觉拥护党的路线、方针和政策，坚定现代化建设信心和社会责任感；学会运用理论理性剖析	以学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想为主线，把坚定“四个自信”贯穿教学全过程，重点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，引导学生	教学坚守正确政治立场，同党中央保持高度一致，严格落实教育部课程设置要求，分课堂教学与实践教学两大板块。课堂采用专题教学，聚焦社会热点答疑解惑；引导学生课外自主研讨热点，

			现实问题，以理论指导自身实践行动。	正确认识世界和中国发展大势，正确认识时代责任和历史使命。	锤炼独立分析、解决现实问题的思维能力。
5	国家安全教育（1 学分，18 学时）	公共必修	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。	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，以及包括政治安全、国土安全等在内的国家安全重点领域的基本内容、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学等。	本课程教学须以总体国家安全观为统领，将习近平新时代中国特色社会主义思想贯穿始终，以达成知识、能力与素养目标为核心。课程实施应坚持理论与实践相结合，综合采用案例研讨、情景模拟等教学方法。课程考核采用过程性评价与终结性评价相结合的方式。
6	中华优秀传统文化（文学）（4 学分，72 学时）	必修/限选	让学生深入了解中华优秀传统文化的历史渊源、核心价值观、艺术形式及社会习俗；领悟博大精深，增强文化自信，培养热爱与传承意识，提高人文素养和审美能力。	全面介绍中华优秀传统文化主要内容和特点，涵盖洛阳文化、古代文学、历史典故、哲学思想、传统艺术等领域；通过经典诵读、历史故事分析、艺术作品欣赏等活动感受文化魅力；涉及传统节日、民俗风情等。	将中华优秀传统文化里的家国情怀、道德理念与仁爱精神有机融入课堂教学，依托历史典故阐释与哲学思想解析，引领学生树立正确三观。采用讲授配合多媒体、体验教学、小组研讨与自主研学相结合的多元方式，建立综合评价体系。
7	大学英语（8 学分，144 学时）	必修	系统提升英语语言能力，培养跨文化沟通能力；着重听、说、读、写、译均衡发展，强调实际应用；掌握英语基础知识，了解英语国家文化、历史和社会习俗，为学术、国际交流和职业发展奠定基础。	通过丰富语言材料和多样教学活动，巩固拓展英语词汇、语法等基础；提高阅读理解、听力理解和口头表达能力；内容涵盖生活、文化、科技、教育等领域，拓宽国际视野，增强跨文化意识；培养自主学习能力和批判性思维。	引导学生对比中外文化差异，增强文化自信与民族认同；选取具有积极价值观的文本培养正确三观。词汇语法采用讲授与练习结合，阅读运用精读泛读结合，听说借助多媒体开展情景对话，写作通过范文分析与小组互评提升。鼓励网络自主学习，多元化考核。
8	大学生心理健康教育（2 学分，36 学时）	必修	增强心理健康意识，提高自我认知与自我调适能力，培养积极向上心态和健全人格；掌握心理健康基本知识和心理调适技能，提升应对压力和解决问题的能力。	介绍心理健康基本概念、标准和意义；探讨大学生常见心理问题及应对策略；涵盖情绪管理、压力应对、人际交往、自我认知等方面；通过案例分析和实践活动，学会识别和处理心理问题，增强心理适应能力。	将优秀心理品质培养融入心理调适方法讲解，引导学生树立正确人生观和价值观。理论教学与案例分析（小组讨论）结合，实践活动运用角色扮演等形式，多媒体资源增强直观性。考核突出知识掌握与运用、自我认知和心理调适水平。

9	人工智能通识课（4 学分，72 学时）	公共必修课程	本课程聚焦新一代信息技术与人工智能应用，融合系统操作、AI 智能办公、数据处理、多媒体创作、智能识别、AIGC 创作及 AI 智能体搭建等核心内容，通过理实结合的教学模式，使学生掌握人工智能基础理论与主流 AI 工具实操技能，具备智能化办公、数据处理、新媒体内容创作、基础 AI 应用开发能力，树立合规安全的 AI 应用素养，适配各行业数字化、智能化岗位基础工作要求。	本课程主要讲授新一代信息技术与人工智能基础理论、Windows 操作系统实操，重点开展 AI 辅助 WPS 文档排版、Excel 智能数据处理、PPT 智能化设计优化等办公实操教学，同时涵盖图像与人脸识别、自然语言与智能语音技术、AIGC 图文视频及数字人创作、AI 智能体搭建与应用等实操内容，全程以项目化任务驱动，实现 AI 技术与实操应用深度融合。	教学需坚持理实一体化、项目化实操教学，弱化复杂理论、侧重技能落地，结合主流 AI 工具最新功能开展教学；贴合岗位实际需求设计实训任务，融入 AI 伦理、数据安全与课程思政内容；同时要求学生熟练掌握各项实操技能，养成规范严谨的操作习惯，具备自主学习 AI 新技术、独立解决实际工作问题的能力。
10	军事理论教育（2 学分，36 学时）	必修	系统传授军事基础知识和国防观念；介绍军事基础知识、国防政策、军事战略，建立全面国防意识，掌握基本军事技能；培养爱国主义精神，提高国防素养。	涵盖军事思想、军事制度、军事技术等内容；深入解读我国国防政策；学习军事战略，了解战争本质和规律，提高战略思维能力。	理论讲授与案例分析结合，讲解军事思想、国防政策时通过英雄事迹和国防建设成就激发爱国热情与国家安全责任感。实践教学通过模拟演练、军事技能训练掌握基本技能，多媒体资源增强直观性。构建多元化考核体系。
11	大学体育（6 学分，108 学时）	必修	提升身体素质和运动技能，培养健康生活方式和积极体育态度；增强体质，提高团队协作能力，培养竞技精神和运动道德规范。	涵盖田径、球类、游泳、武术等项目，通过专业教学和训练，掌握基本运动技能和规则；强调运动安全与健康知识，预防伤害，维护身体健康。	实践教学采用示范法与练习法结合，理论教学讲授运动安全与健康知识。在团队项目中强调集体荣誉感与团结协作精神，通过体育界拼搏奋进的故事激发坚韧意志。利用多媒体展示精彩赛事，考核突出技能、体能和参与态度。
12	劳动教育（2 学分，36 学时）	必修	培养勤劳、创新、合作的品质，实践能力和责任感；树立正确劳动观念，体验劳动价值，培养勤劳精神和团队合作意识。	组织参与多种劳动活动，如园艺、手工艺制作、社区服务等；学习协作、解决问题和创新思考；强调劳动道德和伦理意义，认识劳动是实现个人价值和社会贡献的途径。	理论讲授与案例分析结合，实践教学运用项目驱动法分组开展园艺、手工艺制作等劳动项目。通过讲述劳动模范事迹激发崇尚劳动的情怀，引导体会劳动创造价值，培养艰苦奋斗精神。活动后组织分享感悟，考核突出过程表现与成果质量。
13	大学生职业生涯规划 and 就业指导（1 学分，18 学时）	必修	帮助学生进行职业生涯规划，提供实用就业指导，增强就业竞争力；探索自身兴趣与职业方向契合点，掌握规划方法与求职技巧，培养自我营销能力和职场适应能力。	涵盖职业兴趣探索、职业规划方法、求职技巧、职场适应等；通过职业兴趣测试和案例分析，明确优势与兴趣；系统介绍规划步骤（目标设定、路径选择、能力提升）；涉及简历撰写、面试技巧、薪资谈判、职场礼仪。	理论讲授与案例分析结合，实践教学运用模拟面试、小组讨论等方式。在职业兴趣探索中引导个人发展融入国家需求，在职场素养讲解中突出职业道德与敬业精神。邀请企业人士分享经验，拓宽视野。考核采用规划方案与面试模拟相结合。

				仪、团队协作、沟通技巧等。	
14	大学生创新创业基础 (1 学分, 18 学时)	必修/限选	培养创新创业意识和能力, 激发兴趣和热情; 掌握创新创业基本概念、方法和策略, 了解市场动态, 掌握创业流程, 为职业发展和创业奠定基础。	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; 通过案例分析、团队讨论、实践操作, 建立系统知识体系, 提升解决问题能力。	理论讲授与案例研讨结合, 实践教学运用项目式学习, 分组开展商业模式设计、市场调研等。通过案例引导个人创新创业与国家发展需求相结合, 强调诚信经营、合法创业, 培养职业道德与责任感。邀请创业成功人士分享, 考核突出创新方案质量。
15	四史 (1 学分, 18 学时)	选择性必修	引导学生掌握党的百年奋斗历程与精神谱系, 理解“四史”内在逻辑; 能以唯物史观分析历史事件、抵制历史虚无主义; 可运用数字工具梳理党史脉络、创作红色作品, 甄别虚假历史信息; 坚定“四个自信”, 传承红色基因, 树立技能报国理想, 涵养技术伦理与数智职业素养。	以“中国共产党简史”为主线, 贯通“四史”教育, 设置 10 个专题模块: 建党与大革命时期、土地革命时期、全民族抗战时期、解放战争时期、新中国成立与社会主义改造、社会主义建设探索时期、改革开放新时期、中国特色社会主义推向 21 世纪、科学发展时期、中国特色社会主义进入新时代。	采用专题讲授、影视赏析、AI 互动、数字红色研学等教学方式, 每章融入专业实践任务。过程性评价占总成绩 50%, 涵盖出勤、课堂参与、线上学习及实践成果; 终结性考核占 50%, 提交具有专业特色的实践成果。引导学生树立正确历史观, 抵制历史虚无主义。
16	艺术审美 (鉴赏) (2 学分, 36 学时)	公共选修课程	本课程面向全校各专业学生开展通识美育教学, 旨在普及基础艺术与审美知识, 传授通用艺术鉴赏方法。课程聚焦学生审美能力培养, 引导学生学会赏析各类艺术作品、思辨审美现象, 帮助学生树立健康正向的审美观念, 涵养人文情怀与文化自信, 完善个人综合素质与健康人格。	课程内容贴合通识教学需求, 由理论到实践循序渐进开展教学。主要涵盖艺术审美基础理论知识, 绘画、书法、建筑等视觉艺术鉴赏, 音乐、戏曲、影视等综合艺术赏析, 同时结合生活美学、红色美育开展实践拓展, 兼顾中外、传统与现代艺术, 全面夯实学生审美基础。	课程坚持通识美育、学以致用原则, 教师需简化专业理论, 采用互动案例式教学, 融入文化与思政元素。学生需积极参与课堂学习与实践, 主动积累审美经验、独立完成学习任务。教学兼顾理论与实践, 实行过程性为主的考核模式, 聚焦学生审美素养与综合能力提升。

(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。

表 4: 专业课程主要教学内容与要求

序号	课程名称	课程属性	课程目标	主要教学内容	对接岗位能力	教学要求
1	AI 文旅短视频创作 (2 学分)	专业基础课	掌握 AI 工具辅助短视频创作全流程, 理解文旅短视频内容策	AI 视频生成工具 (如 Sora、Runway 等) 的操作应用; 文旅短视频内容策划与脚本创作方法; 短视频拍摄技巧 (构图、	对接短视频运营、新媒体编辑岗位, 能够运用 AI 工具完成文	采用“理论讲解+实操实训”模式, 实训课时不低于 50%。配备 AI 视频生成工具账号和剪辑软件, 组织学

	分, 36 学时)		划、拍摄、剪辑与发布的规律与方法, 具备运用 AI 技术提升文旅短视频创作效率与质量的能力。	运镜、光线); 短视频剪辑软件 (剪映/PR) 实操训练; AI 辅助文案生成与图像处理; 短视频平台 (抖音、视频号等) 发布与运营策略; 文旅场景短视频案例分析。	旅短视频的内容策划、拍摄制作和发布运营, 具备全流程短视频创作与 AI 工具应用能力。	生以项目组形式完成至少 3 个完整文旅短视频作品。考核采用作品+过程评价相结合的方式。课程教学注重将工匠精神、服务意识、文化自信等思政元素融入教学全过程。
2	中国旅游文化 (4 学分, 72 学时)	专业基础课	系统掌握中国旅游文化的基本概念、发展脉络和核心内容, 理解中国旅游资源的类型、分布与文化内涵, 具备运用旅游文化知识进行文化创意策划的基础能力。	中国旅游文化的基本概念与学科体系; 中国历史文化地理概述; 山水文化、园林文化、建筑文化、宗教文化、民俗文化等专题; 中国世界遗产与旅游资源评价; 地域文化与旅游融合发展; 河南及洛阳地方文化旅游资源专题研究。	对接旅游策划、文化传播岗位, 能够识别各类文化旅游资源的文化价值, 运用旅游文化知识为文化创意策划提供内容支撑, 具备文化旅游资源解读与创意转化的基础能力。	采用"课堂教学+实地调研"相结合, 安排洛阳本地文化旅游资源实地考察不少于 2 次。鼓励学生以小组为单位完成地域文化旅游资源的调研报告。考核注重过程参与度与实践成果质量。课程教学注重将工匠精神、服务意识、文化自信等思政元素融入教学全过程。
3	全媒体运营实战 (2 学分, 36 学时)	专业基础课	理解全媒体生态格局与运营逻辑, 掌握微信公众号、微博、小红书、抖音等主流平台的运营策略与操作技能, 具备多平台内容分发、用户运营和数据分析的基础能力。	全媒体生态与平台特征分析; 微信公众号内容策划与排版设计; 微博话题运营与互动策略; 小红书种草笔记创作方法; 抖音账号定位与内容运营; 全媒体矩阵搭建与协同运营; 运营数据分析与复盘方法; AI 工具辅助内容生产。	对接新媒体运营、全媒体运营岗位, 能够完成多平台内容的策划、创作、发布与数据跟踪, 具备全媒体矩阵运营的基础执行能力和数据敏感度。	采用"项目驱动+平台实操"教学模式, 实训课课时不低于 50%。每位学生需独立运营至少 1 个自媒体账号并形成运营报告。考核以账号运营数据和运营报告为主要依据。课程教学注重将工匠精神、服务意识、文化自信等思政元素融入教学全过程。
4	文旅产品直播策划及实务 (4 学分, 72 学时)	专业基础课	掌握文旅产品直播策划与执行的全流程技能, 理解文旅直播的独特场景与用户特征, 具备文旅产品直播的选品、脚本撰写、现场执行和效果评估能力。	文旅直播行业现状与发展趋势; 文旅产品选品策略与供应链管理; 直播脚本策划与撰写方法; 直播场景搭建与设备操作; 文旅产品讲解话术与互动技巧; 直播间流量获取与粉丝运营; 直播复盘与数据分析; 沉浸式文旅直播 (景区/博物馆等场景) 实践。	对接直播运营、文旅主播岗位, 能够独立完成文旅产品的直播策划、选品备货、现场执行和效果复盘, 具备文旅场景下的直播运营实战能力。	采用"模拟+实战"教学模式, 实训课课时不低于 50%。配备直播实训室, 组织不少于 3 场完整直播实战。鼓励学生参与校企合作文旅直播项目。考核采用直播实操作品+复盘报告方式。课程教学注重将工匠精神、服务意识、文化自信等思政元素融入教学全过程。
5	活动创意与策划 (4 学分, 72 学时)	专业核心课	系统掌握活动策划的基本理论、方法流程和创意工具, 具备独立完成文旅类活动全案策划、创意设计、方案撰写和效果评估的核心专业能力。	活动策划基础理论 (活动类型、策划要素、流程管理); 创意思维方法 (头脑风暴、六顶思考帽、设计思维等); 文旅活动创意主题开发; 活动方案撰写规范 (策划书、执行方案、应急预案); 活动视觉设计与物料规划; 活动预算编制与资源统筹; 活动效果评估指标体系构建; 经典文旅活动案例深度解析。	对接活动策划、项目策划岗位, 能够独立完成文旅活动从创意构思、方案撰写到执行评估的全流程策划工作, 具备策划思维、创意能力和方案呈现能力。	采用"案例教学+项目实训"模式, 实训课课时不低于 50%。以真实文旅活动项目为载体, 要求学生完成至少 2 个完整的活动策划方案并参与模拟路演。考核以策划方案质量和路演表现为主要依据。课程教学注重将工匠精神、服务意识、文化自信等思政元素融入教学全过程。

6	文旅与市场营销· (2 学分, 36 学时)	专 业 心 考核课	理解文旅市场营销的基本理论和实践方法, 掌握文旅产品营销策略制定、渠道管理、品牌传播的核心技能, 具备文旅市场分析与整合营销策划能力。	文旅市场营销基础理论 (STP 战略、4P/4C 理论); 文旅市场调研方法与数据分析; 文旅消费者行为分析; 文旅产品定价与渠道策略; 文旅品牌定位与传播策略; 数字营销工具 (SEO/SEM、信息流广告等) 在文旅场景的应用; 文旅营销活动策划与执行; 洛阳及河南区域文旅市场专题分析。	对接市场营销、品牌策划岗位, 能够完成文旅市场调研分析、营销策略制定和营销活动执行, 具备文旅行业市场分析与整合营销策划能力。	采用“理论讲授+案例研讨+企业调研”相结合, 实训课时不低于 50%。组织学生开展至少 1 次文旅企业/景区的实地市场调研并完成调研报告。考核采用调研报告+营销策划方案综合评价。课程教学注重将工匠精神、服务意识、文化自信等思政元素融入教学全过程。
7	文旅 IP 策划与运营· (2 学分, 36 学时)	专 业 心 考核课	理解 IP 经济的基本逻辑与文旅 IP 的核心要素, 掌握文旅 IP 从概念孵化、形象设计、内容衍生到商业变现的全流程策划与运营方法。	IP 经济与文旅 IP 概念解析; 文旅 IP 类型分析 (文化 IP、城市 IP、景区 IP、文创 IP 等); IP 角色设定与世界观构建; 文旅 IP 内容矩阵策划 (动漫、短视频、综艺、游戏等); IP 授权与跨界合作模式; IP 衍生品开发逻辑; 文旅 IP 的流量转化与商业变现路径; 国内外文旅 IP 成功案例 (故宫、迪士尼、熊本熊等) 深度分析。	对接 IP 运营、品牌策划岗位, 能够完成文旅 IP 的定位策划、内容规划和运营推广方案, 具备文旅 IP 全链路策划与初步运营能力。	采用“案例教学+项目实训”模式, 实训课时不低于 50%。要求学生以小组为单位完成 1 个文旅 IP 的完整策划方案 (含角色设定、内容规划、运营策略)。考核以 IP 策划方案质量为主要依据。课程教学注重将工匠精神、服务意识、文化自信等思政元素融入教学全过程。
8	品牌策划与管理· (2 学分, 36 学时)	专 业 心 考核课	掌握品牌策划与管理的系统方法, 理解品牌定位、品牌识别、品牌传播和品牌价值管理的核心逻辑, 具备文旅企业/产品品牌策划与管理的专业能力。	品牌基础理论 (品牌内涵、品牌价值、品牌资产); 品牌定位策略与品牌金字塔构建; 品牌识别系统 (命名、Logo、视觉体系、品牌调性) 设计; 品牌传播策略与整合营销传播; 品牌故事与内容营销策划; 品牌危机管理与声誉维护; 品牌延伸与品牌组合策略; 文旅品牌案例 (乌镇、阿那亚、拈花湾等) 深度解析。	对接品牌策划、品牌管理岗位, 能够完成品牌定位分析、品牌识别设计和品牌传播方案策划, 具备文旅品牌全案策划与基础管理能力。	采用“理论教学+案例分析+项目实践”模式, 实训课时不低于 50%。要求每位学生完成 1 个文旅品牌策划方案。考核以品牌策划方案和实践成果综合评价。课程教学注重将工匠精神、服务意识、文化自信等思政元素融入教学全过程。
9	演艺项目管理· (4 学分, 72 学时)	专 业 心 考核课	系统掌握演艺项目 (演出、节庆、演艺活动等) 管理的基本理论、流程方法和实操技能, 具备演艺项目从策划立项、筹备执行到收尾评估的全过程管理能力。	演艺项目管理基础 (项目管理知识体系、演艺项目特征); 演艺项目策划与可行性分析; 演艺项目预算编制与成本控制; 演艺项目团队组建与沟通管理; 演出场地选择与舞台技术基础; 演艺项目风险评估与应急预案; 演艺项目宣传推广与票务管理; 演艺项目执行流程 (排练、合成、演出、拆台); 演艺项目复盘与评估方法。	对接项目经理、演艺策划岗位, 能够完成演艺项目的策划立项、预算编制、执行统筹和收尾评估, 具备演艺项目的全流程管理实战能力。	采用“理论讲授+项目模拟+企业实践”模式, 实训课时不低于 50%。组织学生分组模拟管理 1 个完整演艺项目 (从策划到执行), 并尽可能参与校企合作真实演艺项目实践。考核以项目管理方案和执行成果综合评价。课程教学注重将工匠精神、服务意识、文化自信等思政元素融入教学全过程。
10	客户服务与管理· (4 学分, 72 学时)	专 业 心 考核课	掌握现代客户服务与管理核心理念、方法和工具, 理解文旅行业客户服务的特点与标准, 具备	客户服务与管理基础理论 (服务理念、服务质量、客户满意度); 文旅行业客户服务标准与规范; 客户服务流程设计 (售前-售中-售后); CRM 系统操作与客户数据分析; 客户	对接客户服务管理、客户体验岗位, 能够完成客户服务流程设计、客户投诉处理和客户关系维	采用“情景模拟+案例分析+企业实践”模式, 实训课时不低于 50%。设置角色扮演、模拟投诉处理等实操环节。鼓励学生参与企业客服实践。考核以情景模

			客户服务流程设计、客户关系维护和客户体验优化的专业能力。	投诉处理与危机应对；高净值客户管理与会员体系设计；客户体验设计与触点管理；服务团队管理与绩效考核。	护工作，具备文旅行业客户服务管理执行能力。	拟表现和实践成果综合评价。课程教学注重将工匠精神、服务意识、文化自信等思政元素融入教学全过程。
11	研学旅行产品开发（3 学分，54 学时）	专核课 业心	理解研学旅行的政策背景和市场趋势，掌握研学旅行产品开发的方法论和实操流程，具备研学课程设计和研学基地规划与研学产品标准化输出的专业能力。	研学旅行政策法规与行业发展；研学旅行产品类型分析（知识科普型、自然观赏型、体验考察型等）；研学课程的设计方法（目标设定、内容编排、活动设计）；研学基地资源评估与规划；研学旅行安全管理和应急预案；研学导师素养与培训体系；研学产品定价与渠道推广；洛阳及河南研学旅行资源专项开发实训。	对接研学产品策划、研学导师岗位，能够完成研学旅行产品的课程设计和线路规划，具备研学旅行产品独立策划与开发能力。	采用“理论教学+实地考察+项目开发”模式。安排洛阳本地研学基地实地考察不少于 1 次。要求学生以小组为单位开发 1 套完整研学旅行产品方案（含课程设计、线路规划、安全预案）。考核以产品方案质量为主要依据。课程教学注重将工匠精神、服务意识、文化自信等思政元素融入教学全过程。
12	文创产品设计与开发（2 学分，36 学时）	专核课 业心	理解文化创意产品设计与开发的基本原理和流程，掌握文创产品从文化元素提取、创意转化到设计落地的核心技能，具备文创产品策划与初步设计能力。	文创产品概念与发展趋势；文化元素的提取与创意转化方法；文创产品设计流程（调研-构思-设计-打样-量产）；文创产品类别设计（文具、家居、服饰、食品包装等）；文创产品材质与工艺基础；文创产品定价与渠道策略；博物馆/景区文创案例分析；洛阳本土文化元素的文创转化实训。	对接文创产品设计、产品策划岗位，能够完成文化元素的提取转化和文创产品的概念策划与初步设计，具备文创产品开发全流程的认知与基础执行能力。	采用“案例教学+创意工坊”模式，实训课课时不低于 50%。要求学生独立完成至少 1 件文创产品的概念设计与策划方案。考核以设计成果和策划方案综合评价。课程教学注重将工匠精神、服务意识、文化自信等思政元素融入教学全过程。
13	美陈与场景营造（2 学分，36 学时）	专基课 业基础	掌握美陈设计与场景营造的基本理论和方法，理解空间美学与商业美陈的规律，具备文旅场景、商业空间美陈策划与初步设计能力。	美陈设计基础理论（色彩、构图、材质、灯光）；商业美陈类型与风格分析；文旅场景营造方法论（主题空间、沉浸式体验）；美陈材料与工艺认知；节庆美陈（春节、中秋、圣诞等）策划设计；美陈方案呈现（效果图、施工图、物料清单）；美陈项目的成本预算与落地执行。	对接美陈设计、空间设计岗位，能够完成商业空间和文旅场景的美陈策划方案设计与初步执行，具备空间美学鉴赏与场景营造的基础能力。	采用“案例赏析+工坊实操”模式，实训课课时不低于 50%。要求学生完成至少 1 个主题美陈策划方案（含效果图表现）。考核以策划方案和设计成果综合评价。课程教学注重将工匠精神、服务意识、文化自信等思政元素融入教学全过程。
14	社群与私域运营（2 学分，36 学时）	专拓课 业展	理解社群经济与私域流量的运营逻辑，掌握社群搭建、用户运营和私域转化的核心方法，具备文旅行业社群与私域运营的基础执行能力。	社群经济与私域流量概念解析；社群定位与用户画像分析；社群搭建与日常运营方法；社群内容策划与互动设计；私域流量池（企业微信、微信群、小程序等）搭建与管理；用户裂变与增长策略；社群转化与复购运营；文旅行业社群运营案例分析。	对接社群运营、私域运营岗位，能够完成社群的搭建、日常运营和用户维护工作，具备文旅企业私域运营的基础执行能力。	采用“理论教学+平台实操”模式，实训课课时不低于 50%。每位学生需参与运营至少 1 个社群项目并形成运营分析报告。考核以社群运营数据和报告综合评价。课程教学注重将工匠精神、服务意识、文化自信等思政元素融入教学全过程。
15	服务技能与操作实践（网红业态）（4 学分，72 学时）	专拓课 业展	了解网红经济与网红业态的基本运作模式，掌握网红业态（网红餐厅、网红打卡地）的运营逻辑，具备网红业态运营的基础执行能力。	网红经济与网红业态概述；网红餐厅/民宿/打卡地的服务流程与标准；网红场景的氛围营造与体验设计；网红业态的前厅服务、客房服务、餐饮服务。	对接网红业态运营、服务管理岗位，能够按照网红业态标准完成一线服务运营工	采用“企业参观+校内实训+岗位实践”模式，实训课课时不低于 50%。安排网红业态企业参观不少于 1 次，校内开展全流程服务场景模

	分, 72 学时)		地、网红民宿等)的服务流程与操作规范,具备网红业态一线服务运营的实操能力。	实操训练;客户互动与体验提升技巧;网红业态的线上运营配合(打卡引导、UGC 激励);网红业态运营数据分析和优化方法。	作,具备网红消费场景的服务执行力和体验优化意识。	拟训练。考核以实操表现和实践报告综合评价。课程教学注重将工匠精神、服务意识、文化自信等思政元素融入教学全过程。
16	商务礼仪与谈判(2 学分, 36 学时)	专业拓展课	掌握商务礼仪规范和商务谈判的基本理论与技巧,提升职业形象和商务沟通能力,具备文旅商务场景下的专业礼仪素养和谈判基础能力。	商务礼仪基础(仪容仪表、社交礼仪、餐饮礼仪、会议礼仪);商务沟通与表达技巧;商务谈判理论(原则式谈判、利益分析、BATNA 等);商务谈判策略与技巧(开局、磋商、让步、成交);文旅商务场景(招商合作、项目洽谈、客户接待)的礼仪与谈判实战演练;跨文化商务礼仪差异认知。	对接商务拓展、客户合作岗位,能够在文旅商务场景下展现专业的礼仪素养,运用谈判技巧进行商务沟通与合作洽谈,具备商务社交与谈判基础能力。	采用"理论教学+情景模拟"模式,实训课课时不低于 50%。设置商务接待、模拟谈判等实操环节。考核以情景模拟表现和案例分析综合评价。课程教学注重将工匠精神、服务意识、文化自信等思政元素融入教学全过程。
17	会展活动策划(2 学分, 36 学时)	专业拓展课	了解会展业的行业特征和运作规律,掌握会展活动(展览、会议、节庆等)策划与执行的基本方法,具备会展项目的初步策划与基础执行能力。	会展业概述(MICE 产业:会议、奖励旅游、大型会议、展览);会展活动类型与项目策划流程;展览策划(主题定位、展商招募、观众组织、展位规划);会议活动策划(议程设计、嘉宾邀请、场地管理);会展营销与推广策略;会展活动执行管理与现场运营;会展活动的数字化工具应用;洛阳本地会展资源分析。	对接会展策划、活动执行岗位,能够完成中小型会展活动的策划方案和基础执行工作,具备会展行业的基础认知与项目执行能力。	采用"理论教学+案例研讨+项目模拟"模式,实训课课时不低于 50%。要求学生以小组为单位完成 1 个会展活动策划方案。考核以策划方案质量和小组汇报表现综合评价。课程教学注重将工匠精神、服务意识、文化自信等思政元素融入教学全过程。
18	定制旅行服务与管理(2 学分, 36 学时)	专业拓展课	理解定制旅行的市场需求和服务模式,掌握定制旅行产品的设计方法和客户服务流程,具备定制旅行方案策划与客户管理的基础能力。	定制旅行行业概述(高净值客户特征、市场发展趋势);定制旅行需求分析与客户沟通技巧;定制旅行行程设计方法(深度游、主题游、家庭游等);目的地资源整合与供应商管理;定制旅行报价与成本控制;定制旅行服务标准与质量管控;定制旅行的应急处理与安全保障;文旅融合背景下的定制旅行创新。	对接定制旅行顾问、产品经理岗位,能够完成客户需求分析、定制行程设计和供应商对接工作,具备定制旅行服务的基础策划与执行能力。	采用"案例教学+方案设计实训"模式,实训课课时不低于 50%。要求学生独立完成至少 2 套不同主题的定制旅行方案。考核以方案质量和客户需求分析综合评价。课程教学注重将工匠精神、服务意识、文化自信等思政元素融入教学全过程。
19	消费心理与营销传播(2 学分, 36 学时)	专业拓展课	理解消费者心理与行为的基本规律,掌握基于消费心理的营销传播策略设计方法,具备运用消费心理知识进行营销内容策划与传播的能力。	消费心理学基础理论(感知、动机、态度、决策);文旅消费者画像与行为特征分析;情绪营销与体验设计方法;社会影响与口碑传播机制;消费心理在广告文案、短视频、社交媒体等传播渠道的应用;品牌传播中的心理锚点设定;数据驱动的消费者洞察方法;文旅营销传播案例分析。	对接营销策划、品牌传播岗位,能够基于消费心理分析设计营销传播内容和策略,具备消费者洞察与营销创意的初步能力。	采用"理论讲授+案例分析+创意实训"模式,实训课课时不低于 50%。要求学生完成基于消费心理分析的营销传播方案。考核以方案创意性和理论应用深度综合评价。课程教学注重将工匠精神、服务意识、文化自信等思政元素融入教学全过程。
20	项目管理及工具实践(3 学	专业拓展课	掌握现代项目管理的方法论体系和常用项目管理	项目管理知识体系(PMBOK 五大过程组、十大知识领域);项目范围管理与 WBS 分解方	对接项目助理、项目协调岗位,能够运用项目管	采用"理论教学+软件实操+项目模拟"模式,实训课课时不低于 50%。要求学生使

	分, 54 学时)		工具的操作技能, 具备运用项目管理方法和工具进行文旅项目规划、执行和监控的基础能力。	法; 项目进度管理 (甘特图、关键路径法); 项目成本预算与资源分配; 项目质量管理与风险管控; 项目管理软件 (Project、TeamBition、飞书等) 实操训练; 敏捷项目管理 (Scrum/Kanban) 方法介绍; 文旅项目管理的特殊性与案例研讨。	理方法和工具完成项目的计划编制、进度跟踪和文档管理, 具备文旅项目的基础管理执行能力。	用项目管理软件完成 1 个模拟文旅项目的全流程管理。考核以软件实操和项目管理文档综合评价。课程教学注重将工匠精神、服务意识、文化自信等思政元素融入教学全过程。
21	设计软件基础 (4 学分, 72 学时)	专业拓展课	掌握常用设计软件 (Photoshop、Illustrator 等) 的基本操作和应用技能, 具备运用设计软件进行视觉表达、图文排版和创意设计的基础能力。	Photoshop 基础操作 (图像处理、调色、抠图、合成、海报设计); Illustrator 基础操作 (矢量图形绘制、Logo 设计、排版设计); 设计基础知识 (色彩理论、版式设计、字体设计); 文旅场景下的设计应用 (活动海报、宣传单页、H5 页面、社交媒体配图等); 设计文件输出规范 (印刷与数字); AI 设计工具 (Midjourney、Stable Diffusion 等) 辅助创意设计入门。	对接平面设计、视觉设计岗位, 能够使用设计软件完成文旅场景下的视觉物料设计与制作, 具备基础的视觉表达能力和设计软件操作能力。	采用“软件教学+项目实训”模式, 实训课课时不低于 50%。配备设计软件机房, 要求学生完成系列设计作品集 (含海报、Logo、排版作品等)。考核以作品集质量和操作熟练度综合评价。课程教学注重将工匠精神、服务意识、文化自信等思政元素融入教学全过程。

表 5: 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. 分析客户需求与活动背景, 确定活动主题与定位; 2. 运用创意思维工具进行活动创意构思和概念开发; 3. 编写活动全案策划书 (含主题阐释、流程设计、执行方案、应急预案); 4. 进行活动预算编制和资源统筹规划; 5. 设计活动视觉主 KV 和物料清单; 6. 制定活动效果评估指标体系并撰写复盘报告; 7. 对接供应商和合作方, 协调活动执行团队。	1. 掌握活动策划的基本理论、类型特征和流程方法; 2. 熟练运用头脑风暴、设计思维等创意工具进行活动概念开发; 3. 能够独立撰写结构完整、创意突出的文旅活动策划方案; 4. 掌握活动预算编制、资源统筹和风险评估方法; 5. 了解活动视觉设计的基本规范和物料制作流程; 6. 具备活动复盘和效果评估的基本能力。实训课课时不低于 50%。
2	文旅与市场营销	1. 开展文旅市场调研, 收集并分析市场数据和消费者行为信息; 2. 运用 STP 理论进行市场细分、目标市场选择和定位分析; 3. 制定文旅产品/服务的营销组合策略 (产品、价格、渠道、促销); 4. 策划并执行文旅整合营销传播活动; 5. 运用数字营销工具 (SEO/SEM、信息流广告、社交媒体等) 进行线上推广; 6. 跟踪营销活动效果, 进行 ROI 分析和策略优化。	1. 掌握文旅市场营销的基本理论、方法和工具; 2. 能够运用市场调研方法开展文旅市场分析和消费者研究; 3. 能够制定基于市场分析的文旅营销策略方案; 4. 掌握数字营销工具的操作方法和投放策略; 5. 具备营销活动效果跟踪和数据分析的基本能力; 6. 了解文旅行业营销的合规要求和伦理规范。实训课课时不低于 50%。

3	文旅 IP 策划与运营	1. 进行文化资源的 IP 价值评估和可开发性分析； 2. 策划 IP 角色设定、形象设计和世界观构建方案； 3. 制定 IP 内容矩阵规划（动漫、短视频、图文、线下体验等）； 4. 开展 IP 授权合作的商务对接和合同管理； 5. 策划 IP 衍生品的品类规划和开发方向； 6. 制定 IP 的商业变现路径和运营推广计划。	1. 理解 IP 经济的基本逻辑和文旅 IP 的核心构成要素； 2. 掌握 IP 角色设定与世界观构建的方法论； 3. 能够策划完整的文旅 IP 内容矩阵和运营推广方案； 4. 了解 IP 授权的基本模式和商务合作流程； 5. 掌握 IP 衍生品开发的品类规划和设计方向判断方法； 6. 具备 IP 运营风险评估和版权保护意识。实训课课时不低于 50%。
4	品牌策划与管理	1. 开展品牌调研和竞争分析，明确品牌的市场位置； 2. 运用品牌定位理论制定品牌战略定位方案； 3. 设计品牌识别系统（命名、Logo、视觉体系、品牌调性）； 4. 策划品牌传播策略和整合营销传播方案； 5. 制定品牌内容营销和品牌故事策划方案； 6. 开展品牌健康度监测和品牌资产管理。	1. 掌握品牌策划与管理的系统理论和方法； 2. 能够进行品牌定位分析和品牌识别系统的策划设计； 3. 具备品牌传播策略和整合营销传播方案的策划能力； 4. 了解品牌资产评估和品牌危机管理的基本方法； 5. 能够撰写结构完整的品牌策划方案； 6. 了解文旅品牌建设的特殊性和行业标杆案例。实训课课时不低于 50%。
5	演艺项目管理	1. 开展演艺项目的市场调研和可行性分析； 2. 编制演艺项目策划书（含内容构思、制作方案、营销方案）； 3. 制定项目预算并进行成本控制管理； 4. 组建项目团队并进行任务分配与进度管理； 5. 对接演出场地、技术团队、演艺人员和供应商； 6. 制定项目风险评估方案和应急预案； 7. 统筹演艺项目的排演、合成和正式演出执行。	1. 掌握项目管理知识体系在演艺领域的应用方法； 2. 能够完成演艺项目的策划立项和可行性分析； 3. 具备演艺项目预算编制和成本控制能力； 4. 掌握演出制作流程和舞台技术基础知识； 5. 能够制定项目风险预案和现场应急方案； 6. 了解演艺项目的营销推广和票务管理方法。实训课课时不低于 50%。
6	客户服务与管理	1. 设计文旅企业的客户服务流程和服务标准体系； 2. 运用 CRM 系统进行客户信息管理和数据分析； 3. 制定客户分级管理策略和会员体系建设方案； 4. 处理客户投诉和危机事件，制定服务补救方案； 5. 进行客户满意度调研和服务质量评估； 6. 设计客户体验旅程和服务触点优化方案。	1. 掌握现代客户服务与管理的核心理念和方法工具； 2. 能够设计符合文旅企业需求的客户服务流程和标准； 3. 熟练操作 CRM 系统进行客户数据管理和分析； 4. 具备客户投诉处理和危机应对的基本能力； 5. 掌握客户体验设计和满意度评估的方法； 6. 了解文旅行业高净值客户的服务管理特点。实训课课时不低于 50%。
7	研学旅行产品开发	1. 分析研学旅行市场需求和目的地（基地）资源条件； 2. 设计研学课程体系（课程目标、内容模块、活动方案、评价方式）； 3. 规划研学旅行线路和行程安排方案； 4. 编制研学旅行安全管理方案和应急预案； 5. 制定研学导师培训计划和导师工作手册； 6. 设计研学产品的定价方案和市场推广策略。	1. 掌握研学旅行的政策法规、行业标准和的发展趋势； 2. 能够根据学段特征设计分层分级的研学课程方案； 3. 具备研学线路规划和基地资源整合能力； 4. 掌握研学旅行安全管理的规范和要求； 5. 能够完成研学产品的包装策划和推广方案制定； 6. 了解研学导师的素养标准和培训体系。实训课课时不低于 50%。
8	文创产品设计与开发	1. 从文化资源中提取可转化为产品的文化元素和符号；	1. 掌握文化元素提取和创意转化的方法论； 2. 了解文创产品设计流程和产品开发全生命

	2. 进行文创产品的概念策划和品类规划； 3. 开展消费者调研和文创产品市场需求分析； 4. 设计文创产品的外观造型、功能结构和包装方案； 5. 对接生产供应商进行产品打样和量产管理； 6. 制定文创产品的定价策略和渠道销售方案。	周期管理； 3. 能够完成文创产品的概念策划和初步设计方案（含设计草图/效果图）； 4. 掌握文创产品材质工艺的基础知识； 5. 具备文创产品定价、渠道和营销的基本策划能力； 6. 了解知识产权保护和文创产品版权管理基础。实训课课时不低于 50%。
--	---	--

八、教学进程及学时安排

附件 1：课程设置表

附件 2：教学周数分配表

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文化创意与策划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；原则上具有文化艺术、设计学、新闻传播、工商管理、旅游管理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，确保能够顺利开展活动创意策划、文创产品设计、全媒体内容创作、数字营销、研学课程开发等实验、实训活动。鼓励在实训中运用人工智能、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。

（2）文创产品设计与制作实训室

配备高性能设计工作站、手绘数位板、3D 打印机、激光雕刻机、UV 平板打印机、丝网印刷工作台、烫金机、裁切机、塑封机、装订设备、产品展示陈列柜、色彩管理系统、文创设计与素材库等设备设施，用于文创产品创意构思、造型设计、包装设计、打样制作、工艺实训、成品展示与营销推广等全流程实训教学。

（3）全媒体内容创作实训室

配备高清摄像机、数码单反相机、无人机航拍设备、补光灯、柔光箱、提词器、专业麦克风、调音台、非线性编辑工作站、虚拟演播室系统、绿幕背景、短视频拍摄台、AI 内容创作平台及剪辑合成软件等设备设施，用于短视频创作、直播运营、图文排版、音视频剪辑、全媒体矩阵运营等内容生产与传播实训教学。

（4）活动策划与演艺管理实训室

配备多媒体教学一体机、活动策划沙盘、会议洽谈桌椅、舞台灯光控制系统、音响扩声系统、LED 显示屏、活动物料样品（桁架、展板、易拉宝）、会展展台搭建模型、活动执行工具包、项目管理系统及策划软件等设备设施，用于活动方案策划、演艺项目管理、会展布置、现场执行、控场与应急演练等实训教学。

（5）研学旅行产品开发实训室

配备研学课程设计软件、多媒体教学设备、研学教具套装（自然探索类、人文历史类、科学实验类）、研学安全装备、急救包、研学手册模板、研学评价系统等设备设施，用于研学旅行课程设计、研学活动模拟组织、研学导师讲解演练、研学安全应急处置等实训教学。

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，实习基地应能提供活动策划、文创产品设计、新媒体运营、研学旅行产品开发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。

（五）建立专业教研组织线上线下相结合的集中备课制度，定期召开教学研讨会议，统一教学进度、教学重点与考核标准，提升课堂教学质量。

（六）建立健全巡课、听课、评教、评学制度，建立与企业联动的实践教学环节督导制度，加强对课堂教学和实践教学的监督检查与评价反馈。

（七）建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，对生源情况、毕业生职业道德、技术技能水平、就业质量等进行分析，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况，持续改进专业建设。

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 41 学分；专业课 56 学分；选修、拓展课 16 学分；集中实习实践课 52 学分。

（二）本专业必须获得的相关资格证书：全媒体运营师、文创产品策划运营师、研学旅行策划与管理、互联网营销师任选其一。

（三）学习成果转换：接受职业培训取得的职业技能等级证书、培训证书等学习成果，经学校认定后可转化为相应学历教育学分。

（四）修业期满要求：修满培养方案规定的学分，完成规定的实习实训，全部课程考核合格方可毕业；严格毕业出口关，细化课程修习、学业成绩、实践经历、职业素养等要求。

附件 1

2026 级文化创意与策划专业课程设置及教学进度表															
二级学院：奥雅文旅创新产业学院							学制：三 年		填报人：屈广丽				负责人：姚恒		
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
		课程 编码		总学 时	理论 学时	实践 学时	一	二	三	四	五 实 习	六 实 习			
公共基础课程模块	思政课程	16000 8- 16001 1	形势与政策	18	12	6	0.25	0.2 5	0.2 5	0.25			1	考查	
		16000 4	思想道德与法治	54	36	18		3					3	考试	
		16000 5	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	
		16000 7	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	
		16001 6	国家安全教育☆	18	8	10				1			1	考查	
	公共必修课程	13005 5- 13005 6	大学体育☆	108	12	96	2	2	2				6	考试	
		15000 3	军事理论（国防教 育）	36	16	20	2						2	考查	
		12023 7	大学生心理健康教 育	36	24	12		2					2	考查	
		15003 3- 15003 6	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	15002 9- 15003 0	中华优秀传统文化 （文学）☆	72	44	28	2	2					4	考查	
		15000 7- 15001 0	大学英语☆	144	72	72	2	2	2	2			8	考查	

洛阳文化旅游职业学院 2026 级文化创意与策划专业（活动策划方向）人才培养方案

专业 课程 模块		15000 1- 15000 2	人工智能通识课	72	18	54	2	2					4	考查	
		17021 0- 17021 1	大学生职业生涯规划 和就业指导	18	6	12	0.5	0.5					1	考查	
		17021 2- 17021 3	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	335	385	13.2 5	14. 25	8.2 5	4.25	0	0	40		
	公共 选修 课程	16000 6	四史	18	12	6				1			1	考查	
		12078 0	艺术审美（鉴赏）	36	24	12	0.5	0.5	0.5	0.5			2	考查	
		公共选修小计		54	36	18	0.5	0.5	0.5	1.5	0	0	3		
	公共基础课程合计			774	371	403	13.7 5	14. 75	8.7 5	5.75	0	0	43		
	专业 必修 课程	17016 3	AI 文旅短视频创 作	36	18	18		2					2	考试	
		17017 3	中国旅游文化	72	18	54	4						4	考查	
		17016 4	全媒体运营实战	36	18	18	2						2	考试	
		17016 5	文旅产品直播策划 及实务	72	18	54		4					4	考试	
		17018 1	活动创意与策划*	72	18	54	4						4	考试	
17018 2		文旅与市场营销*	36	18	18		2					2	考试		
17016 6		文旅 IP 策划与运 营*	36	18	18				2			2	考试		
17018 3		品牌策划与管理*	36	18	18				2			2	考试		
17018 4		演艺项目管理*	72	36	36				4			4	考试		
17013 8		客户服务与管理*	72	36	36		4					4	考试		
17018 5		研学旅行产品开发 *	54	27	27			3				3	考试		
17018 6		文创产品设计与开 发*	36	18	18			2				2	考试		
专业必修课小计			630	261	369	12	10	5	8	0	0	35			

洛阳文化旅游职业学院 2026 级文化创意与策划专业（活动策划方向）人才培养方案

专业选修课	170126	商务礼仪与谈判	36	18	18				2			2	考查
	170167	会展活动策划	36	18	18		2				2	考查	
	170148	定制旅行服务与管理	36	18	18			2			2	考查	
	170168	消费心理与营销传播	36	18	18				2		2	考查	
	170128	项目管理及工具实践	54	36	18			2			3	考查	
	170092	设计软件基础	36	18	18	2					2	考查	
	170110	服务技能与操作实践（网红业态）	72	36	36				4		4	考查	
	170162	社群与私域运营	36	18	18			2			2	考试	
	170077	美陈与场景营造	36	18	18			2			2	考试	
		专业选修课小计	378	198	180	2	2	8	8	0	0	21	
	专业课程合计		1008	459	549	14	12	13	16	0	0	56	
综合实践模块	军事技能		36	0	36	36					2	考查	
	认识实习（实训）		218	0	218	18	146	18	36		13	考查	
	安全教育		36	0	36	9	9	9	9		1	考查	
	社会实践		54	0	54	9	18	9	18		3	考查	
	毕业设计		144	36	108					144	8	考查	
	岗位实习		432	0	432					270	162	24	考查
	综合实践合计		920	36	884	72	173	36	63	270	306	51	
学时、学分总计			学时	理论	实践	一	二	三	四	五	六	学分	
			2702	866	1836	571.5	654.5	427.5	454.5	270	306	149	
			百分比	32.05%	67.95%	21.15%	24.22%	15.82%	16.82%	9.99%	11.32%		
公共基础课占总学时百分比			28.65%										
选修课占总学时百分比			15.99%										

实践教学占总学时百分比	69.28%
开设课程门数	36
考试课程门数	17
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。	

附件 2

2026 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