

2026 级文化创意与策划专业



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、北京澜颐文化传播有限公司、洛阳意外博物文化创意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。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	张 瑶	洛阳文化旅游职业学院	讲师/系主任	张瑶
2	刘潇潇	洛阳文化旅游职业学院	副教授/副院长	刘潇潇
3	王琳	洛阳文化旅游职业学院	副教授	王琳
4	卢甜皎	洛阳文化旅游职业学院	讲师	卢甜皎
5	董萍	洛阳文化旅游职业学院	讲师	董萍
6	姜 迪	洛阳文化旅游职业学院	助教	姜迪
7	张 靓	洛阳文化旅游职业学院	助教	张靓
8	金卓	中国包装联合会	理事	金卓
9	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
10	王惠惠	洛阳惠溪文化传媒有限公司	策划总监	王惠惠
11	范听听	北京澜颐文化传播有限公司	公司 CEO/法人	范听听
12	孟庐陵	洛阳意外博物文化创意有限公司	总经理	孟庐陵
13	于如意	洛阳文化旅游职业学院	毕业生/新媒体操盘手	于如意
14	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：刘潇潇

专业负责人（签字）：张瑶

目 录

一、专业名称（专业代码）	- 1 -
二、入学基本要求	- 1 -
三、基本修业年限	- 1 -
四、职业面向	- 1 -
五、培养目标	- 5 -
六、培养规格	- 6 -
七、课程设置	- 9 -
八、教学进程及学时安排	- 35 -
九、基本教学条件	- 35 -
十、质量管理	- 46 -
十一、毕业要求	- 46 -
附件一	- 47 -
附件二	- 49 -

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

本专业立足国家文化数字化战略和河南省“文旅文创融合战略”，聚焦洛阳市“1+2+4+N”目标任务体系，聚力落实“1+2+10+6”工作部署，融入和服务文旅产业链群，精准对接文化创意产业链上游文化挖掘与 IP 策划，培养能够在文创企业、文化传媒公司、文旅景区，从事文化活动策划与执行、文创产品设计与开发、新媒体内容运营、品牌传播推广的复合型高技能人才。本专业具体职业面向如表 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）	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）	文化艺术业（88）、专业设计服务（7492）、数字内容服务（657）、互联网和相关服务业（64）、文化活动服务（9051）	
主要职业类别（代码）		商务策划专业人员（2-06-07-03）
		品牌专业人员（2-06-07-04）
		广告设计师（4-08-08-08）
		工艺美术品设计师（4-08-08-05）
		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）

主要岗位（群）或技术领域	文化资源挖掘与创意策划、文化 IP 开发与文创产品开发、数字内容生产与媒体制作、新媒体运营与内容传播、文旅品牌策划与推广、文化活动策划与执行
职业类证书	全媒体运营师、商业摄影师、广告设计师

职业能力分析

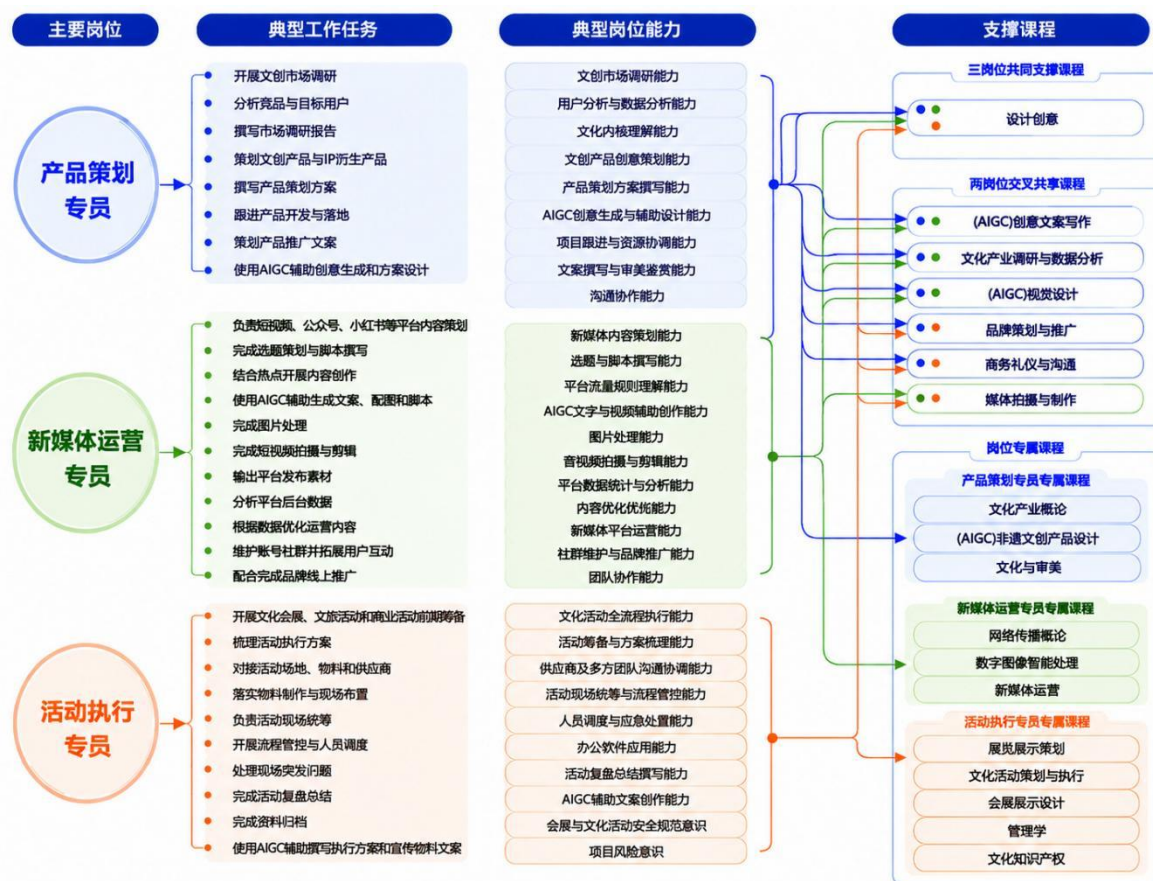
（一）岗位能力与支撑课程分析表

表 2：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	产品策划	1. 开展市场调研，收集分析文创行业、竞品及目标用户数据，输出市场调研报告； 2. 完成文创产品、IP 衍生产品的策划构思，撰写完整产品策划方案； 3. 对接设计、生产环节，跟进文创产品从概念到落地的全流程； 4. 策划配套宣传文案，配合完成产品推广素材产出； 5. 运用 AIGC 工具辅助完成创意发散、方案初稿、视觉概念输出。	1. 具备文创市场调研、用户分析、数据分析能力，可独立完成调研报告；2. 能够把握文化内核，完成文创产品、IP 衍生产品的创意构思与方案撰写； 3. 熟练使用 AIGC 工具开展创意生成、方案辅助设计； 4. 具备项目跟进协调能力，可对接多方资源推进产品落地； 5. 拥有基础文案撰写、审美鉴赏能力，把握产品定位；6. 良好沟通协作，能够跨部门对接需求。	1. 设计创意 2. 文化产业概论 3. （AIGC）创意文案写作 4. 文化产业调研与数据分析 5. （AIGC）视觉设计 6. （AIGC）非遗文创产品设计 7. 文创品牌策划与推广 8. 创意策划经典案例解析 9. 商务礼仪与沟通	洛阳意外博物文化创意有限公司

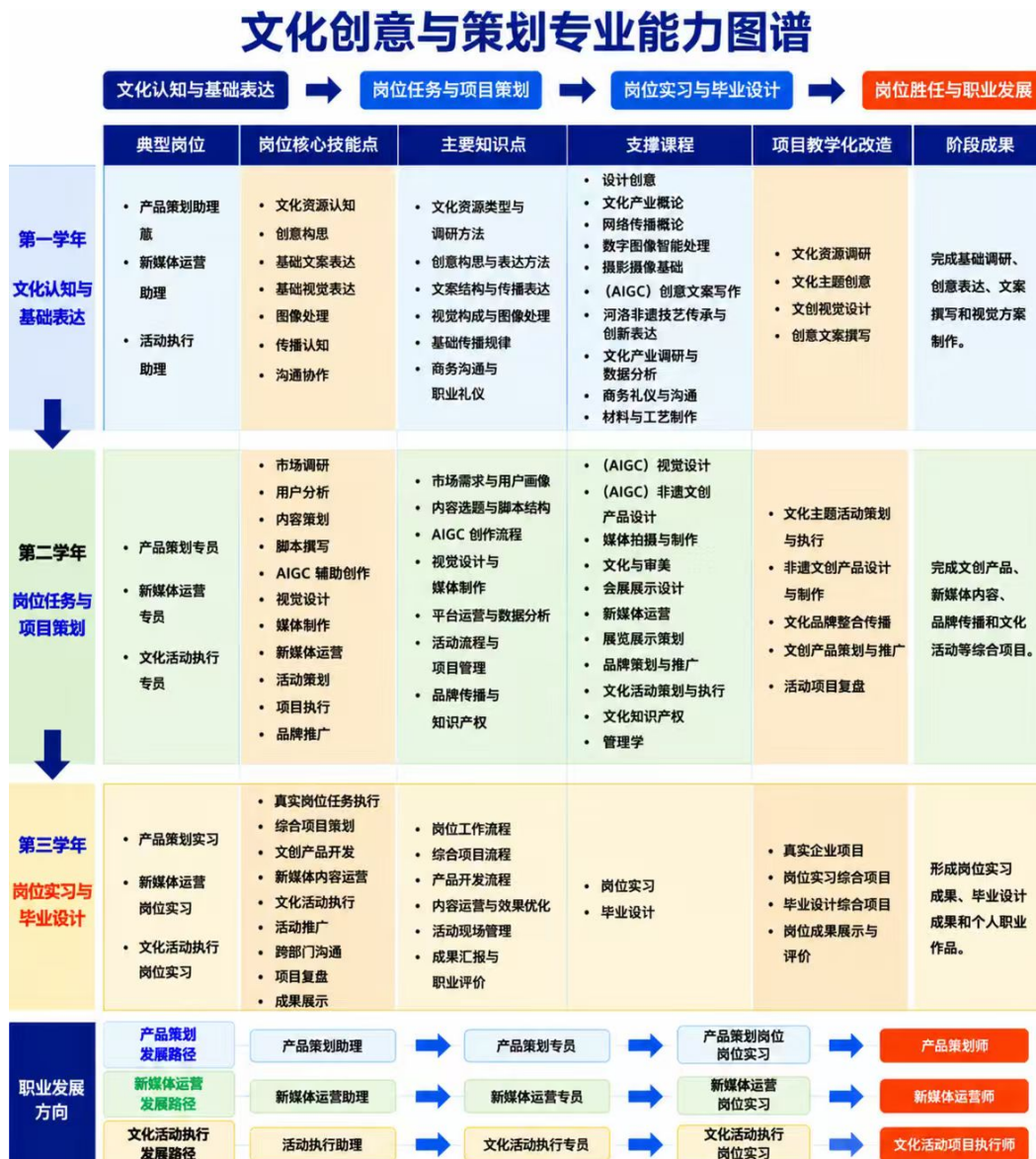
序号	主要岗位	典型工作任务	典型岗位能力	支撑课程	合作企业
2	新媒体运营	- 负责短视频、公众号、小红书等新媒体平台内容策划、选题、脚本撰写； - 结合热点完成内容创作，使用 AIGC 工具辅助文案、配图、脚本生成； - 完成图片处理、短视频拍摄剪辑，输出平台发布素材； - 统计平台后台数据，分析阅读、播放、转化数据，迭代优化内容； - 维护账号社群，开展用户互动，配合完成品牌线上营销推广。	- 具备新媒体内容策划、脚本撰写能力，把握平台流量规则； - 掌握 AIGC 工具，辅助完成文案、画面创意产出； - 掌握图片处理、音视频拍摄剪辑实操技能； - 具备数据统计分析能力，根据数据优化运营策略； - 具备网感，熟悉各新媒体平台运营逻辑； - 具备团队协作能力，配合完成线上营销任务。	- 设计创意 - 网络传播概论 - 数字图像设计基础 (Photoshop) (AIGC) 创意文案写作 - 文化产业调研与数据分析 (AIGC) 视觉设计 - 媒体拍摄与制作 - 新媒体运营 - 文创品牌策划与推广	洛阳惠溪文化传媒有限公司
3	活动执行	- 文化会展、文旅活动、商业活动项目，开展前期筹备工作，梳理活动执行方案； - 对接场地、物料、供应商，落实物料制作、现场布置等前期准备； - 负责活动现场统筹、流程管控、人员调度，处理现场突发问题； - 活动结束后完成复盘总结、资料归档； - 使用 AIGC 辅助执行方案、活动宣传物料文案初稿撰写。	- 掌握文化活动全流程执行逻辑，可完成活动前期筹备与执行方案梳理； - 具备供应商、多方团队对接沟通协调能力； - 具备现场管控、应急处置能力，保障活动顺利落地； - 能够使用办公软件完成方案文档、活动复盘报告撰写； - 可运用 AIGC 工具辅助执行文案、物料文案产出； - 熟悉会展、文化活动安全规范，具备项目风险意识。	- 设计创意 - 媒体拍摄与制作 - 展览展示策划 - 文化活动策划与执行 - 会展展示设计 - 商务礼仪与沟通 - 管理学 - 文化知识产权	洛阳美丽老家旅游发展有限公司

图 1. 岗位能力与支撑课程分析图谱



(二) 专业能力图谱

图 2. 文化创意与策划专业能力图谱



五、培养目标

本专业以河南文旅文创融合战略定位和重大需求为依托，围绕洛阳建设世界级文化旅游城市的城市定位，发挥地处河洛文化核心区的区域优势，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，有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，面向文化创意、文化旅游、会展服务等行业的产品策划、新媒体运营、活动执行、展览展示策划等职业，能够从事文创产品策划、新媒体内容运营与推广、文化项目现场执行与管理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、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）掌握设计创意知识，具有运用图形造型形式美法则和创意设计思维进行视觉化转化的能力，能够围绕核心概念灵活运用图形、符号等元素准确传达设计意图，具备文创产品概念创意的初步能力；

（6）掌握文化产业概论知识，具有对文化产业的基本规律、行业动态及发展趋势的系统认知能力，能够运用文化产业基本理论分析产业现象与典型案例，为产品策划与项目运营奠定理论基础；

（7）掌握网络传播概论知识，具有运用网络传播核心逻辑与新媒体思维进行网络内容策划与传播的能力，具备网络舆情监测与分析的初步能力，为新媒体运营岗位提供理论支撑；

（8）掌握创意策划经典案例解析知识，具有通过分析经典策划案例拓宽创意视野、积累策划实践经验的能力，能够将案例分析方法应用于产品策划、活动策划等实际工作任务；

（9）掌握商务礼仪与沟通知识，具有职场沟通与谈判的能力，能够在文化活动策划与执行中妥善处理各类商务交往场景，具备良好的职业形象与商务素养；

（10）掌握数字图像设计基础知识，具有运用数字设计工具进行图形图像处理、视觉形象设计及创意视觉表达的基础能力，能够辅助完成品牌视觉设计与产品图稿制作；

（11）掌握（AIGC）创意文案写作知识，具有运用 AIGC 工具辅助完成创意类、编辑类、策划类文案的撰写与优化的能力，能够针对不同平台特性创作适配性强的文案，具备新媒体内容生产与产品文案撰写能力；

（12）掌握文化产业调研与数据分析知识，具有运用调研方法与数据分析工具了解文化消费趋势与用户需求、辅助运营决策的能力，能够撰写市场调研报告与运营分析报告，为产品策划与活动执行提供数据支撑；

（13）掌握材料与工艺制作知识，具有理解不同材料特性并将其应用于文创产品设计实践的能力，能够根据设计需求选择合适的材料与工艺方案，具备文创产品打样与制作的基础能力；

（14）掌握（AIGC）视觉设计知识，具有运用 Stable Diffusion 等人工智能工具进行数字化图像生成与创意视觉表达的基础能力，能够在指导下将 AIGC 技术应用于文创产品设计、品牌视觉设计与新媒体视觉内容生产的相关环节；

（15）掌握河洛非遗技艺传承与创新表达（河洛文化传承与创新表达）知识，熟悉洛阳市级以上非遗项目的历史渊源、核心技艺与传承现状，具有非遗文化调研、元素提取与数字化保护的能力，能够在传承的基础上进行守正创新，为非遗文创产品策划与设计提供文化素材；

（16）掌握（AIGC）非遗文创产品设计知识，具有对非遗元素进行创造性转化与创新性发展的能力，能够运用 AIGC 工具辅助完成概念草图生成、设计方案迭代与产品效果图呈现，掌握从概念草图到产品打样再到推广运营的全流程设计方法，具有非遗 IP 开发与文创产品市场化运营的初步能力，对接产品策划类岗位核心能力要求；

（17）掌握媒体拍摄与制作知识，具有短视频拍摄、剪辑与制作的基础能力，能够在团队协作中参与视频内容的生产工作，具备新媒体内容创作与视觉表达的基本能力；

（18）掌握会展展示设计知识，具有展览展示空间设计的基础能力，能够辅助完成展示方案的视觉呈现与空间规划，具备活动执行中展示场景设计与布置的初步能力；

(19) 掌握新媒体运营知识, 具有运营微博、微信、视频号等新媒体平台的能力, 能够根据平台特性制定内容策略与运营方案, 具备新媒体运营类岗位核心能力;

(20) 掌握展览展示策划知识, 具有独立完成展览展示活动主题策划、空间设计、展品布置、宣传推广及效果评估的能力, 具备活动执行中展览展示类项目的全流程策划能力;

(21) 掌握文创品牌策划与推广知识, 具有品牌定位、品牌视觉形象设计与整合营销传播方案策划的能力, 能够辅助完成品牌推广活动的执行工作, 具备产品策划类岗位品牌建设与推广能力;

(22) 掌握文化活动策划与执行知识, 具有文化活动项目市场调研与方案策划的基本能力, 能够在团队协作中参与项目执行、现场协调与基础风险应对工作, 具备活动执行类岗位核心能力;

(23) 掌握文化知识产权知识, 具有在创意策划中识别和保护知识产权的意识, 能够运用相关法律知识处理文创领域常见的版权、商标等法律事务, 具备文创产品策划与运营中的合规管理能力;

(24) 掌握管理学基础知识, 具有初步的运营管理与团队协作能力, 能够理解文创企业的基本运作流程, 具备专升本接续学习的知识基础;

(25) 具有创新意识与创新思维能力, 能够运用 AIGC 等新技术工具辅助创意发散与概念生成, 在设计思维、创意方法中融入 AI 协同创新理念, 提出具有可行性的创新概念与解决方案;

(26) 具有创业意识与初步创业实践能力, 掌握文创领域创业的基本流程与商业逻辑, 能够运用 AIGC 工具辅助完成创业项目的市场分析、商业计划书撰写、产品方案设计等任务, 初步具备利用 AI 降本增效开展文创领域创新创业实践的能力;

(27) 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;

(28) 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;

(29) 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;

(30) 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；

(31) 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，引导学生在学习和实践中感悟人	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。

洛阳文化旅游职业学院 2026 级文化创意与策划专业人才培养方案

				生，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（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体系、重大意义，牢固树立“四个意识”、做到“两个维护”，更好用党的创新理论铸魂育人，引导青年学生坚定地沿着科学理论指引的正确方向前进。	围绕“十个明确”“四个坚持”的核心内容以及“两个结合”的方方法论，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、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国际形势、复杂的世界格局和任务，自觉拥护党的路线、方针和政策，坚定中国特色社会主义信心，增强责任感；学会运用理论理性剖析现实问题，以理论指导自身实践行动。	以学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想为主线，把党的最新成果、新时代坚持和发展中国特色社会主义的生动实践、世界和中国发展大势、历史使命。	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要求，分设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，锤炼独立的思维能力。
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内涵、重点领域和重大意义，我国新时代表现出的新特点，以及包括政治安全、国土安全等在内的国家安全的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特点和内涵，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、历史典故、通事分析、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	通过丰富语言材料和多样教学活动，巩固拓展英语词汇、语法等基础知识；提高阅读理解、听力理解和口头表达能力；内容涵盖生活、文	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

洛阳文化旅游职业学院 2026 级文化创意与策划专业人才培养方案

			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。	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。	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）	公共限必修课程	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需求。	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（国防教育）（2学分，36学时）	必修	系统传授军事基础知识，国防观念和国防政策、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，培养健康生活和积极体育态度；增强团队合作和体质，提高团队协作能力，培养竞技精神和道德规范。	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。

洛阳文化旅游职业学院 2026 级文化创意与策划专业人才培养方案

12	劳动教育（2 学分，36 学时）	必修	培养勤劳、创新、合作的品质，实践能力和社会责任感；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、解决问题和创新和思考；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相结合，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、团队协作、沟通技巧等。	理论讲授与案例分析相结合，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。
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、市场调研、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，提升解决实际问题能力。	理论讲授与案例研讨相结合，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	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	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

			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。	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。	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

包括专业基础课程、专业核心课程和专业拓展课程。

1. 专业基础课程

共 7 门，分别为设计创意、文化产业概论、网络传播概论、数字图像智能处理、文化产业调研与数据分析、（AIGC）视觉设计、河洛非遗技艺传承与创新表达。

课程目标：本专业基础课程立足文创产品策划助理、新媒体运营助理、文化活动执行助理、文创设计师助理等岗位的基础能力需求，围绕文化认知、创意构思、网络传播、数字图像处理、市场调研、数据分析、人工智能视觉创意以及河洛非遗文化挖掘与创新表达等典型工作任务，培养学生掌握文化创意设计、文化产业发展、网络传播、数字图像智能处理、文化产业调研与数据分析、AIGC 视觉创意以及河洛非遗文化传承与创新表达等专业基础知识。

通过本模块学习，使学生具备文化资源搜集与分析、创意方案构思与表达、数字图像处理、网络传播基础分析、市场调研与用户分析、基础数据处理与可视化、AIGC 辅助视觉创作、河洛非遗元素提取与创新转化等能力，为后续专业核心课程学习以及产品策划专员、新媒体运营专员、活动执行专员等岗位能力提升奠定基础。

表 4：文化创意与策划专业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	对接岗位能力	教学要求
1	设计创意 (36 课时, 2 学分, 考查课, 第 1 学期)	专业基础课程	素养目标: 1. 职业素养: 养成严谨求精的创作态度, 树立设计匠心; 2. 文化素养: 增强文化自信,	1. 文创创意思维训练 (头脑风暴、主题构思); 2. 文化符号挖掘、提取	对接产品策划助理、新媒体运营助理、活动执行助理岗位基础能力, 支撑第一学	思政元素: 1. 挖掘中华优秀传统文化、红色文化资源, 实现传统文化年轻化转化。 2. 传承工匠精

			树立以创意活化传统文化的理念； 3. 思辨素养：鼓励独立创新，坚守正向文化传播导向。 知识目标： 1. 掌握发散、逆向等创意思维方法，理解创意生成逻辑； 2. 熟悉文创设计原则、文化符号提取与创意表达知识。 能力目标： 1. 能够开展头脑风暴，完成多元创意构思； 2. 能够挖掘提取文化元素，转化为落地设计创意。	与视觉转译方法； 3. 创意方案构思、草图输出、设计纹样图形输出。	年文化认知与基础表达阶段的创意构思、文化元素提取、基础视觉表达和方案沟通能力，为后续产品策划专员和品牌策划岗位的创意策划能力奠定基础。	神，树立以创意服务地方文旅发展的使命感。 教学方法： 1. 采用项目式教学，开展文创主题创意实训； 2. 运用案例分析法，解析本土非遗与国潮文创案例； 3. 小组协作完成创意方案设计与汇报。 考核内容及要求： 1. 平时考核含课堂表现及平时作业课堂表现为到课率及课内教学活动参与情况。 (平时作业不少于 4 次，含创意草图、文化符号提取练习、主题创意方案等。) 2. 期末考查采用开卷形式，提交完整主题性设计创意作品 1 份，重点考核创意构思与文化转化能力。 3. 期末总成绩=平时成绩 40% + 期末考试成绩 60%
2	文化产业	专业	素养目标：		对接文创产	思政元素：

	概论 (36 课时, 2 学分, 考试课, 第 1 学期)	基础课程	1. 文化素养: 认识地域与非遗文化产业价值, 增强文化传播使命感; 2. 职业素养: 坚持社会效益优先, 树立正确文创开发价值观; 3. 时代素养: 建立市场思维, 适应文化产业数字化发展趋势。 知识目标: 1. 掌握文化产业基本概念, 厘清我国文化产业领域发展现状; 2. 熟悉文旅、非遗、数字文化等主流业态运行规律; 3. 掌握文化资源转化、知识产权及行业政策知识。 能力目标: 1. 能够识别业态, 简单分析文化项目运营模式; 2. 能够研判地方文化资源, 提出产业化开发初步思路; 3. 能够解读行业案例, 提出可落	1. 文化产业与文化服务业认知, 专业就业领域与行业发展格局; 2. 全球文化产业发展与国际传播, 主要国家文化产业发展模式及文化软实力; 3. 文化资本与文化资产, 文化资产的类型、价值构成与评估方法; 4. 音乐、电影、文学、游戏、非遗、文创等主要文化行业发展现状与就业方向。	品策划助理、新媒体运营助理岗位基础能力, 支撑第一学年文化认知与基础表达阶段, 具备文化资源解读、产业业态研判基础能力, 为岗位专员阶段项目策划储备理论基础。	1. 学习本土非遗与文旅产业成果, 树立民族文化自信; 2. 理解社会效益优先原则, 培养正确文创开发价值观。 教学方法: 1. 理论讲授结合案例分析, 解析洛阳文旅、非遗产业化典型案例; 2. 项目模拟训练, 开展文化资源评估与开发路径研讨。 考核内容及要求: 1. 平时考核含课堂表现及平时作业。(课堂表现为到课率及课内教学活动参与情况; 平时作业不少于 4 次, 含案例分析报告、资源评估简报等。) 2. 期末考试采用闭卷形式, 考核文化产业基本概念、业态特征及政策法规掌握情况等。 3. 期末总成绩=
--	--	-------------	--	--	---	---

			地优化构想。			平时成绩 40% + 期末考试成绩 60%
3	网络传播 概论 (36 课 时, 2 学 分, 考试 课, 第 1 学期)	专业 基础 课程	素养目标: 1. 培养网络传播责任意识和文化传播意识; 2. 增强用户思维、创新意识和职业规范意识。 知识目标: 1. 掌握网络传播基本理论、传播模式和发展规律; 2. 了解互联网平台生态、用户行为特征和内容传播机制; 3. 掌握传播效果分析、网络伦理和版权规范等知识。 能力目标: 1. 能够分析网络平台特点和用户需求, 开展传播环境分析; 2. 能够完成文旅项目内容策划、传播方案设计和效果评价; 3. 能够运用数据分析和 AI 工具辅助传播优化。	1. 网络媒介演化与传播形态变迁, 认识网络媒介技术对传播方式、传媒生态与文化传播的影响; 2. 网络传播规律与传播关系, 理解网络环境中的用户、群体、组织及传播行为; 3. 智能传播与平台生态, 结合 AIGC 发展理解算法、人工智能等技术对传播主体、传播内容与传播方式的影响; 4. 网络传播与文化、社会发展, 分析智能媒介环境下的公共传播、网络文化、传播伦理及社	对接文创产品策划助理、新媒体运营助理岗位基础能力, 支撑第一学年文化认知与基础表达阶段; 具备文化资源解读、产业业态研判基础能力, 为岗位专员阶段项目策划储备理论基础。	思政元素: 1. 融入网络文明、文化传播责任、版权保护和数据安全教育; 2. 树立正确网络伦理观, 增强文旅内容正向传播意识。 教学方法: 1. 案例教学法, 结合文旅传播典型案例开展分析; 2. 项目教学法, 模拟新媒体账号内容策划与传播方案设计; 3. 任务驱动法, 完成平台生态调研与传播效果评估实训。 考核内容及要求: 1. 平时考核含课堂表现及平时作业。(课堂表现为到课率及课内教学活动参与情况; 平时作业不少于 4 次, 含平台调研报告、传播方案草案、案例分析等。) 2. 期末考试采用

				会影响。		闭卷形式，考核网络传播理论、平台生态及传播伦理知识。 3. 期末总成绩=平时成绩 40% + 期末考试成绩 60%
4	数字图像智能处理 (36 课时, 2 学分, 考试课, 第 2 学期)	专业基础课程	素养目标: 1. 审美素养: 提升视觉审美, 树立精品设计意识; 2. 职业素养: 做事严谨细致, 重视作品细节品质; 3. 法治素养: 强化版权意识, 恪守设计行业职业道德。 知识目标: 1. 掌握位图、分辨率、色彩模式等图像基础理论; 2. 熟悉 PS 图层、蒙版、调色、合成等核心工具原理; 3. 了解新媒体视觉规范与文创物料输出标准。 能力目标: 1. 熟练完成修图、调色、合成、排版等图像处理;	1. 文创岗位常用 PS 实操: 修图、调色、素材合成; 2. 新媒体推文配图、活动海报、文创产品效果图制作; 3. 文化类视觉素材整理、版式排版输出; 4. 文创视觉物料输出规范、尺寸格式适配。	对接 新媒体运营助理、文创产品策划助理 岗位基础能力, 支撑第一学年文化认知与基础表达阶段; 掌握平面物料制作, 能够协助完成文创、新媒体岗位视觉素材输出, 培养新媒体配图、活动海报制作及 AIGC 辅助协同设计基础能力。向专员岗位设计制作能力过渡。	思政元素: 1. 运用传统纹样、非遗符号进行数字设计, 推动传统文化现代视觉表达; 2. 树立版权意识, 尊重原创, 恪守设计职业道德。 教学方法: 1. 小组项目式教学, 理论加实操, 实现从创意到作品落地训练; 2. 任务驱动法, 围绕真实文创项目开展图像处理实训。 考核内容及要求: 1. 平时考核含课堂表现及平时作业。(课堂表现为到课率及课内教学活动参与情况。平时作业不少于 4 次, 含修图练习、海报设

			2. 独立制作海报、宣传图、文创配图等视觉作品； 3. 筛选优化文化素材，提升画面文化适配度。			计、文创效果图等。） 2. 期末考试采用机试形式，完成指定主题视觉设计作品 1 件，考核软件操作与视觉表达能力。 3. 期末总成绩=平时成绩 50% + 期末考试成绩 50%
5	文化产业调研与数据分析 (36 课时, 2 学分, 考查课, 第 2 学期)	专业基础课程	素养目标: 1. 培养市场意识和数据思维; 2. 增强科学分析、客观决策和职业责任意识。 知识目标: 1. 掌握文化旅游市场调研基本流程和方法; 2. 理解消费者行为、市场需求和竞品分析方法; 3. 掌握基础数据处理、分析和可视化表达方法。 能力目标: 1. 能够设计调研方案并开展数据采集; 2. 能够完成用户分析、市场分析和竞品分析; 3. 能够形成调研报告, 为产品策	1. 文化旅游市场调研基础: 调研流程、调研类型、调研对象确定和调研方案设计; 2. 调研工具设计: 问卷设计、访谈提纲设计、观察记录和网络数据采集方法; 3. 文旅市场分析: 文化消费趋势、游客需求分析、市场环境分析和竞争环境分析; 4. 用户行为分析: 消费者画像、消	对接 产品策划助理、新媒体运营助理、活动执行助理 岗位层级能力, 支撑第二年岗位任务与项目策划阶段; 完成市场调研、数据分析、调研报告撰写, 为岗位项目决策提供数据支撑。	思政元素: 1. 融入职业诚信、数据伦理和科学决策意识。 2. 培养实事求是、严谨客观的调研工作态度。 教学方法: 1. 采用项目实践, 分组完成真实文旅市场调研项目; 2. 案例分析法, 解析典型文创项目调研报告; 3. 数据工具训练, 掌握 Excel 及基础数据分析方法。 考核内容及要求: 1. 平时考核含课堂表现及平时作业。(课堂表现为到课率及课内教学活动参与情

			划、活动运营和传播推广提供依据。	费动机、消费场景和用户需求挖掘； 5. 竞品分析方法：竞品选择、产品比较、运营模式分析和优势总结； 6. 数据处理与分析：数据整理、基础统计分析、Excel 数据处理和图表制作； 7. 调研成果表达：调研报告撰写、数据可视化呈现和分析结论应用。		况；平时作业不少于 4 次，含问卷设计、数据分析表、竞品分析简报等。） 2. 期末考查采用项目报告形式，提交完整市场调研报告 1 份，含数据可视化图表与分析结论。 3. 期末总成绩=平时成绩 60% + 期末考试成绩 40%
6	(AIGC) 视觉设计 (36 课时, 2 学分, 考试课, 第 3 学期)	专业基础课程	素养目标: 1. 时代素养: 适应 AI 赋能文创的行业发展新趋势; 2. 职业素养: 坚持人工主导、AI 辅助, 注重作品打磨求精。 知识目标: 1. 了解 AIGC 图像生成原理、优势与应用局限; 2. 掌握提示词	1. 文创方向提示词 (Prompt) 撰写技巧; 2. AI 生成 IP 素材、国风插画、活动主视觉; 3. AI 图像后期优化、风格统一调整; 4. 文创场景 AI 物料输出	对接文创产品策划助理、新媒体运营助理岗位基础能力, 支撑第一学年文化认知与基础表达阶段; 掌握人机协同 AI 视觉创作, 能够协助岗位完成 AI 创意	思政元素: 1. 认识我国数字文化与 AI 产业发展成果, 树立数字文化自信。 2. 树立 AI 伦理意识, 坚持人工主导、AI 辅助的正确创作观。 教学方法: 1. 讲授加演示, 结合项目实践实现 AIGC 技术与文创策划融合应

			撰写、参数设置、模型选择等相关知识； 3. 熟悉 AIGC 文创物料输出规范与版权风险识别。 能力目标 1. 会使用主流 AI 绘图工具，生成文创、国风类视觉素材； 2. 针对文旅、新媒体、活动场景输出适配的 AI 视觉方案； 3. 具备 AI 作品优化、商用落地与合规处理能力。	与版权风险识别。	素材生成，为专员岗位 AIGC 项目落地打基础	用。 2. 任务驱动法，围绕真实文创主题开展 AI 视觉生成实训。 考核内容及要求： 1. 平时考核含课堂表现及平时作业。（课堂表现为到课率及课内教学活动参与情况；平时作业不少于 4 次，含提示词设计、AI 素材生成、风格优化练习等。） 2. 期末考试采用机试形式，完成指定主题 AIGC 视觉设计方案 1 套，考核提示词撰写与 AI 工具应用能力。 3. 期末总成绩=平时成绩 50%+期末考试成绩 50%
7	河洛非遗技艺传承与创新表达（36 课时，2 学分，考查课，第 2 学期）	专业基础课程	素养目标： 1. 通过非遗传承人面对面授课，理解河洛非遗的历史与时代价值，感悟工匠精神，厚植地域文化认同感。 2. 在传承人言传身教中立足当	3. 非遗传承人专题授课：河洛非遗的历史脉络、文化内涵与代表性项目； 4. 传承人现场技能展示：唐三彩	对接产品策划助理及专员岗位基础能力，支撑第一学年文化认知与基础表达阶段； 5. 掌握河洛非遗文化	思政元素： 1. 认识河洛文化作为华夏文明根脉的地位，增强中原文化自豪感。 2. 尊崇非遗传承人的工匠精神，树立非遗保护意识，培养守正创

			代审美，鼓励非遗文化创新创作。 知识目标： 1. 掌握河洛文化脉络、核心非遗技艺特征与活态传承现状。 2. 掌握向非遗传承人学习传统技艺并进行解构、提炼、IP转化的基本方法。 能力目标： 1. 能够在传承人指导下体验非遗核心技艺，提取非遗视觉符号并完成现代化创意转化。 2. 掌握传承人口述访谈与技艺调研记录方法，具备案例分析探究能力。	烧制、河洛剪纸等核心技艺示范； 3. 传承人指导下的技艺体验与要点记录； 4. 非遗 IP、文创衍生品的创意转化路径； 5. 地域非遗文创项目案例复盘分析。	调研、传承人资源对接、元素提取能力，能够协助岗位开展地方文化资源挖掘与传承人访谈对接，支撑专员阶段非遗文创开发。	新的文化传承使命感。 教学方法： 1. 采用“非遗传承人主讲+专任教师组织”的双师协同授课模式； 2. 以传承人现场技能展示与实践体验为主线，结合讲授、案例分析开展教学； 2. 结合 AIGC 完成非遗文创实训，实现传统元素数字化创新表达。 考核内容及求： 1. 平时考核含课堂表现及平时作业。（课堂表现为到课率及课内教学活动参与情况；平时作业不少于 4 次，含传承人授课心得笔记、技艺体验记录、元素提取练习、转化方案草图等。） 2. 期末考查采用作品展示形式，提交河洛非遗元素创新设计作品 1 套及设计说明。 3. 期末总成绩=平时成绩 40%+期末
--	--	--	---	--	---	---

						考试成绩 60%
--	--	--	--	--	--	----------

2. 专业核心课程

共 7 门，分别为（AIGC）创意文案写作、（AIGC）非遗文创产品设计、媒体拍摄与制作、新媒体运营、展览展示策划、文创品牌策划与推广、文化活动策划与执行。

课程目标：本专业核心课程立足产品策划专员、新媒体运营专员、活动执行专员、品牌策划与推广等岗位的核心能力需求，围绕文化资源挖掘、文创产品策划、数字内容生产、新媒体平台运营、展览展示策划、文创品牌定位与推广、文化活动策划组织实施等典型工作任务，培养学生掌握 AIGC 创意文案、非遗文创产品设计、媒体拍摄与制作、新媒体运营、展览展示策划、文创品牌策划与推广、文化活动策划与执行等专业知识。

通过本模块学习，使学生具备文创产品创意转化、策划文本撰写、视觉与视频内容生产、新媒体账号运营、展陈项目策划、品牌定位与传播推广、文化活动组织执行和项目复盘评价等专业能力，形成文化自信、创新意识、版权意识、数据意识、团队协作意识和精益求精的职业素养，能够承担产品策划专员、新媒体运营专员、活动执行专员等岗位的阶段性工作任务。

表 5：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	（AIGC）创意文案写作 （36 课时，2 学分，考试课，第 2 学期）	专业核心课程	素养目标： 1. 培养创意表达意识和文化传播意识； 2. 增强版权意识、职业规范意识和创新意识。 知识目标： 1. 掌握广告文案、活动方案、品牌文案和短视频脚本	1. 文案创意思维训练：创意方法、用户洞察、需求分析、文化元素提炼和创意表达； 2. 广告文案写作：广告标题、广告语、产品卖点提炼、宣传文案和品牌传播文案设计； 3. 文旅活动文案	对接新媒体运营专员、产品策划专员、活动执行专员岗位专员层级能力，支撑第二学年岗位任务与项目策划阶段；	思政元素： 1. 融入文化传播责任、原创意识和版权保护教育； 2. 强化 AI 伦理教育，树立人机协同创作中的合规意识。 教学方法： 1. 采用项目教学，围绕真实文旅项目开展文案创作实训；

		写作方法； 2. 理解用户需求分析、创意策划和文本表达规律； 3. 掌握 AIGC 提示词设计、文本优化和内容审核方法。 能力目标： 1. 能够完成文旅品牌、新媒体账号和活动项目文案创作； 2. 能够利用 AIGC 工具辅助选题策划、创意生成和文本优化； 3. 能够根据传播场景完成短视频脚本、推文和策划案表达。	写作：活动主题、活动介绍、宣传推文、招商文案和执行文本撰写； 4. 新媒体文案写作：公众号推文、短视频标题、平台运营文案和热点内容创作； 5. 短视频脚本创作：选题策划、故事结构、分镜设计、口播文案和脚本优化； 6. 策划方案文本表达：项目背景、市场分析、创意概念、执行方案和成果展示表达； 7. AIGC 辅助文案创作：提示词设计、AI 生成内容优化、人机协同创作和版权规范。	独立完成各类文旅文创文案脚本产出，支撑岗位内容策划、宣传物料文案撰写工作。	2. 案例分析法，解析优秀广告、新媒体文案案例； 3. 创意工作坊形式，开展头脑风暴与文案互评。 考核内容及要求： 1. 平时考核含课堂表现及平时作业。（课堂表现为到课率及课内教学活动参与情况；平时作业不少于 4 次，含广告文案、活动推文、短视频脚本、策划案文本等。） 2. 期末考试采用开卷形式，提交综合性文案策划方案 1 套，重点考核创意表达写作能力与 AIGC 工具应用能力。 3. 期末总成绩=平时成绩 50% + 期末考试成绩 50%
	(AIGC)	素养目标： 1. 培养文化传承意识和文化创新意识； 2. 增强产品意识、审美意识和版权保护意识。 知识目标：	1. 非遗文化资源调研：地方文化资源调查、非遗项目分析和文化价值提取； 2. 文化元素提炼与转化：传统文化符号提炼、设计语言转化和创	对接产品策划专员 岗位专员 层级核心能力，支撑第二学年岗位任务与项目策划阶	思政元素： 1. 融入非遗保护、文化传承、文化自信和知识产权保护教育。 2. 树立守正创新理念，培养让非遗"活起来"的使命担当。 教学方法：

2	非遗文创产品设计 72 课时，4 学分，考试课，第 3 学期	专业核心课程	1. 掌握非遗文化资源调研、文化元素提取和转化方法； 2. 理解文创产品开发流程、用户需求和市场定位方法； 3. 掌握 AIGC 辅助创意生成、设计表达和方案优化方法。 能力目标： 1. 能够开展非遗文化资源分析和创意元素提炼； 2. 能够完成文创产品定位、创意策划和设计方案表达； 3. 能够利用 AIGC 工具辅助产品概念设计和方案迭代； 4. 能够形成具有文化特色和市场价值的文创产品开发方案。	意表达方法； 3. 文创产品市场分析：用户定位、消费需求分析、竞品研究和产品定位； 4. 文创产品创意设计、功能定位、创意概念形成和开发流程； 5. 文创 IP 设计与开发：IP 形象设计、系列产品规划和品牌化开发； 6. 文创产品视觉表达：草图设计、效果图表达、包装设计和方案展示； 7. AIGC 辅助设计应用：AI 图像生成、设计方案优化、视觉创意辅助和版权规范。	段；完成非遗文创产品策划设计全流程方案，胜任文创 IP、衍生品开发岗位工作。	1. 采用项目化教学，以地方非遗资源和真实文创项目开展设计实践； 2. 结合 AIGC 辅助创意开发，实现从概念草图到效果图的全流程训练； 3. 企业导师参与，引入真实项目标准进行作品评价。 考核内容及要求： 1. 平时考核含课堂表现及平时作业。 (课堂表现为到课率及课内教学活动参与情况；平时作业不少于 8 次，含调研报告、元素提炼练习、草图方案、AI 生成作品等。) 2. 期末考试采用项目作品形式，提交完整非遗文创产品设计方案 1 套(含调研、策划、设计图、效果图及 AIGC 应用说明)。 3. 期末总成绩=平时成绩 60% + 期末考试成绩 40%
3	媒体拍摄与制作 (72 课时，4 学分，考查)	专业核心课程	素养目标： 1. 培养影像表达意识和文化传播意识； 2. 增强审美能	1. 摄影基础知识：摄影器材使用、曝光控制、构图方法和视觉语言表达；	对接新媒体运营专员岗位专员层级能力，支撑	思政元素： 1. 融入文化传播责任、网络内容规范和职业影像伦理教育；

	课, 第 3 学期)		力、团队协作能力和职业规范意识。 知识目标: 1. 掌握摄影摄像基本原理和视觉表达方法; 2. 理解短视频策划、脚本设计和内容生产流程; 3. 掌握视频剪辑、包装和传播发布相关知识。 能力目标: 1. 能够完成项目图片、视频内容策划与拍摄; 2. 能够运用剪辑软件完成视频后期制作和效果优化; 3. 能够根据传播需求完成短视频内容包装和发布。	2. 摄像基础与镜头语言: 景别运用、镜头运动、画面组织和叙事表达; 3. 文旅内容策划: 拍摄主题确定、选题策划、脚本设计和分镜规划; 4. 短视频拍摄实践: 人物拍摄、产品展示、活动记录和场景化拍摄; 5. 视频后期制作: 视频剪辑、转场设计、字幕制作、音效处理和包装优化; 6. 新媒体视频生产: 短视频平台内容特点、发布规范和传播优化; 7. AI 辅助影像制作: AI 生成素材、智能剪辑、内容优化和数字化制作工具应用。	第二学年岗位任务与项目策划阶段; 独立完成图片短视频拍摄剪辑, 满足新媒体账号、文创宣传、活动纪实影像产出岗位需求。	2. 树立精品意识, 培养用影像讲好中国故事、河洛故事的责任感。 教学方法: 1. 采用工作坊形式, 开展拍摄与剪辑实操训练; 2. 项目实践法, 围绕文旅宣传、活动纪实等真实任务开展创作; 3. 案例分析法, 解析优秀短视频视听语言与叙事技巧。 考核内容及要求: 1. 平时考核含课堂表现及平时作业。 (课堂表现为到课率及课内教学活动参与情况; 平时作业不少于 8 次, 含拍摄练习、剪辑作业、分镜脚本、短视频作品等。) 2. 期末考查采用作品提交形式, 完成指定主题短视频作品 1 件 (含策划案、分镜、成片), 重点考核拍摄剪辑与视听表达能力。 3. 期末总成绩=平时成绩 60% + 期末考试成绩 40%
4	新媒体运	专业	素养目标:	1. 新媒体运营基	对接新媒	思政元素:

营 (72 课时, 4 学分, 考查课, 第 4 学期)	核心课程	1. 培养数字传播意识和用户服务意识; 2. 增强运营责任意识、创新意识和团队协作意识。 知识目标: 1. 掌握新媒体平台运营规则和内容传播机制; 2. 理解账号定位、内容规划和用户运营方法; 3. 掌握运营数据分析、效果评估和优化方法。 能力目标: 1. 能够完成新媒体账号定位、内容规划和日常运营; 2. 能够开展选题策划、内容生产、用户互动和活动运营; 3. 能够分析运营数据并提出优化策略; 4. 能够利用 AI 工具辅助内容生产和运营管理。	基础: 新媒体发展趋势、平台规则、运营模式和岗位职责; 2. 账号定位与运营规划: 账号定位、用户分析、内容方向规划和运营方案设计; 3. 内容运营: 选题策划、内容生产、内容矩阵设计和发布管理; 4. 用户运营: 用户互动、社群维护、粉丝管理和用户关系提升; 5. 活动运营: 线上活动策划、话题运营、传播推广和活动效果分析; 6. 数据运营与优化: 平台数据分析、运营指标评价、问题诊断和策略调整; 7. AI 辅助运营: AI 选题分析、内容生成、数据分析和运营效率提升。	体运营专员岗位专员层级核心能力, 支撑第二学年岗位任务与项目策划阶段; 具备账号全流程运营、内容策划、数据分析优化岗位能力, 胜任新媒体运营岗位核心业务。	1. 融入网络文明、内容安全、传播伦理和职业责任教育; 2. 树立正确流量观, 培养坚守内容质量底线、传播正向价值的意识。 教学方法: 1. 运营项目实训, 模拟或真实运营新媒体账号; 2. 任务驱动法, 围绕平台规则、数据分析等任务开展实操; 3. 案例分析法, 解析成功账号运营策略与失败案例警示。 考核内容及要求: 1. 平时考核含课堂表现及平时作业。 (课堂表现为到课率及课内教学活动参与情况; 平时作业不少于 8 次, 含运营方案、选题策划、数据分析报告、活动方案等。) 2. 期末考查采用项目报告形式, 提交完整新媒体账号运营方案及运营数据复盘报告 1 份。 3. 期末总成绩=平
---	-------------	--	--	---	---

						时成绩 60% + 期末 考试成绩 40%
5	展览展示 策划 (72 课 时, 4 学 分, 考查 课, 第 4 学期)	专业 核心 课程	素养目标: 1. 职业素养: 养成严谨规范 的策展工作习 惯, 增强行业 认同感; 2. 审美素养: 提升空间与场 景审美水平; 3. 服务素养: 树立以受众为 中心的策划思 维。 知识目标: 1. 熟悉展览分 类、行业规范 与策划逻辑; 2. 掌握主题提 炼、方案、执 行手册的撰写 方法; 3. 了解布展、 运维、风险管 控等现场工作 流程。 能力目标: 1. 能够调研分 析行业案例, 独立思考策展 思路; 2. 具备小组协 作能力, 分工 配合完成完整 策展项目。	1. 展览项目调 研、资料检索与 分析, 博物馆及 文旅资源案例研 究; 2. 展览项目定 位、主题策划与 内容架构, 地方 文化资源的策划 转化; 3. 展览叙事、展 示大纲与空间互 动策划, 博物馆 及文旅展览案例 分析; 4. 展览项目实施 计划、运营管理 与风险预案, 展 览现场组织与文 旅项目运营。	对接 活动 执行专 员、展览 策划岗位 拓展能 力 ; 支撑 文化主题 展览完整 策展项目 全流程, 胜任展览 项目前期 策划、现 场运维相 关岗位辅 助工作。	思政元素: 1. 学习国内文博、 国潮展会成果, 增 强民族与行业自豪 感; 2. 树立文化服务意 识, 培养以受众为 中心的策划理念。 教学方法: 1. 项目驱动教学, 采用案例分析法、 实操实训, 训练策 展全流程能力; 2. 情景模拟法, 模 拟策展提案与现场 执行情境; 3. 方案汇报与互评 法, 提升表达与批 判性思维能力。 考核内容及要求: 1. 平时考核含课堂 表现及平时作业。 (课堂表现为到课 率及课内教学活动 参与情况; 平时作 业不少于 8 次, 含 策展案例分析、主 题提炼练习、文案 撰写、预算表编制 等。) 2. 期末考查采用项 目方案形式, 提交 完整展览展示策划 方案 1 套 (含主题 阐释、展线规划、

						预算及执行手册)。 3. 期末总成绩=平时成绩 60% + 期末考试成绩 40%
6	品牌策划与推广 72 课时， 4 学分， 考试课， 第 4 学期	专业 核心 课程	素养目标: 1. 培养品牌意识和文化创新意识; 2. 增强市场意识、传播意识和团队协作意识。 知识目标: 1. 掌握品牌定位、品牌形象塑造和传播策划方法; 2. 理解品牌故事、视觉传播和营销推广规律; 3. 掌握整合营销传播方案设计流程。 能力目标: 1. 能够开展品牌调研、定位分析和品牌策划; 2. 能够完成品牌故事、传播方案和推广活动设计; 3. 能够结合线上线下渠道开展品牌传播和	1. 品牌策划基础: 品牌概念、品牌价值、品牌建设流程和案例分析; 2. 品牌市场调研: 消费者分析、竞品分析、市场定位和品牌机会挖掘; 3. 品牌定位与策略设计: 品牌名称、品牌理念、品牌故事和核心价值提炼; 4. 文创品牌视觉传播: 视觉识别系统、包装设计、传播物料和形象塑造; 5. 品牌推广策划: 线上传播、线下活动、媒介组合和营销推广方案设计; 6. 整合营销传播: 新媒体推广、内容营销、跨平台传播和效果评估; 7. 文创品牌项目实践: 围绕区域	对接 产品策划专员、新媒体运营专员、活动执行专员 岗位专员层级能力,支撑第二学年岗位任务与项目策划阶段;独立完成文创品牌调研定位、传播推广方案,胜任文创品牌策划、品牌宣传相关岗位工作。	思政元素: 1. 融入文化品牌建设、文化传播责任和创新创业教育; 2. 树立民族品牌自信,培养用品牌讲好中国故事、河洛故事的能力。 教学方法: 1. 采用项目教学,围绕真实或模拟文创品牌开展全案策划; 2. 企业案例研讨,引入本土文创企业品牌案例进行分析; 3. 方案路演法,模拟品牌提案与评委答辩情境。 考核内容及要求: 1. 平时考核含课堂表现及平时作业。(课堂表现为到课率及课内教学活动参与情况;平时作业不少于 8 次,含品牌调研报告、定位分析、视觉方案、推广策划等。) 2. 期末考试采用项

			效果评估。	文化资源开展品牌策划方案设计与展示。		目方案形式，提交完整文创品牌策划与推广方案 1 套。 3. 期末总成绩=平时成绩 60% + 期末考试成绩 40%
7	文化活动策划与执行 (72 课时, 4 学分, 考试课, 第 4 学期)	专业核心课程	素养目标: 1. 培养项目管理意识和服务意识; 2. 增强沟通协调能力、团队合作意识和职业责任感。 知识目标: 1. 掌握文化活动策划基本流程和执行方法; 2. 理解活动资源配置、预算管理和风险控制方法; 3. 掌握活动宣传、现场管理和效果评估知识。 能力目标: 1. 能够完成文旅活动主题策划、方案设计和流程规划; 2. 能够组织活动资源、协调人员并开展现场执行; 3. 能够处理活	1. 文化活动策划基础: 活动类型、策划流程、项目管理和岗位分工; 2. 活动主题与创意设计: 活动定位、主题策划、创意构思和活动亮点设计; 3. 活动方案撰写: 活动背景、目标对象、流程设计、执行计划和预算编制; 4. 活动物料与场景设计: 宣传物料、空间布局、视觉设计和现场搭建; 5. 活动宣传推广: 线上推广方案、媒体传播、用户引流和宣传内容制作; 6. 活动现场执行: 人员管理、流程控制、现场协调、安全管理和突发处理; 7. 活动总结与评	对接 活动执行专员 岗位专员层级核心能力, 支撑第二年岗位任务与项目策划阶段; 独立完成文旅文化活动全流程策划、方案撰写、现场执行与复盘, 胜任文化活动策划执行岗位核心业务。	思政元素: 1. 融入文化服务意识、团队责任意识和职业规范教育; 2. 树立安全底线思维, 培养严谨细致、精益求精的执行作风。 教学方法: 1. 采用项目化教学, 开展真实或仿真文化活动全流程训练; 2. 情景模拟法, 模拟现场突发情况处置与应急演练; 3. 现场实践法, 参与真实文化活动执行, 积累实战经验。 考核内容及要求: 1. 平时考核含课堂表现及平时作业。(课堂表现为到课率及课内教学活动参与情况; 平时作业不少于 8 次, 含策划案撰写、预算表、宣传方案、执行手册、复盘报告等。)

			动突发情况并完成活动总结复盘。	估：活动数据分析、效果评价、复盘总结和优化提升。		2. 期末考试采用项目方案形式，提交完整文化活动策划与执行方案 1 套。 3. 期末总成绩=平时成绩 60% + 期末考试成绩 40%
--	--	--	-----------------	--------------------------	--	--

3. 专业拓展课程

共 5 门，分别为商务礼仪与沟通、文化与审美、材料与工艺、文化知识产权、管理学基础。

课程目标：本专业拓展课程立足文创产品策划专员、新媒体运营专员、活动执行专员及相关基层管理岗位的综合能力需求，围绕商务沟通、策划案例分析、材料工艺认知、知识产权保护 and 项目基础管理等典型工作任务，培养学生掌握商务礼仪与沟通、文化知识与审美能力、材料与工艺制作、文化知识产权和管理学等专业拓展知识。

通过本模块学习，使学生具备商务接待与沟通、具备较高审美能力、材料工艺选择、文创项目版权风险识别、团队协作和基础项目管理等综合能力，形成诚信守法、规范沟通、质量意识、创新意识和责任担当等职业素养，提升学生适应文化创意、文旅项目、新媒体运营和文化活动执行等岗位的综合职业能力。

表 6：文化创意与策划专业拓展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	商务礼仪与沟通 (36 课时, 2 学分, 考查课, 第 1 学期)	专业拓展课程	素养目标: 1. 树立尊重他人、谦逊得体的职业修养; 2. 形成严谨规范的服务意识与职业习惯。 知识目标: 掌握商务礼仪基本规范与沟	1. 商务人员仪容仪表与着装规范; 2. 见面礼仪; 3. 商务通信礼仪; 4. 商务宴请与位次安排;	适配文创产品策划助理、新媒体运营助理、文化活动执行助理等岗位的商务对接、客户洽谈接待与职场协作沟通	思政元素: 1. 文化自信与职业自尊; 2. 敬业精神与服务意识; 3. 诚信守礼、律己敬人。 教学方法: 1. 情景模拟法; 2. 角色扮演法;

			通基本原理。 能力目标: 1. 能够规范完成商务接待、会议服务等场景的礼仪操作; 2. 能够运用沟通策略有效处理商务洽谈中的常见问题。	5. 商务谈判沟通策略; 6. 跨文化商务沟通基础; 7. 职场情绪管理与倾听技巧。	能力; 为后续岗位实习与职业发展奠定职业素养基础。	3. 案例分析法。 考核内容及要求: 1. 平时考核含课堂表现及平时作业。9 课堂表现为到课率及课内教学活动参与情况; 平时作业不少于 4 次, 含礼仪实操记录、沟通案例分析、情景模拟反思等。) 2. 期末考查采用情景模拟演示形式, 分组完成商务接待或谈判场景模拟。 3. 期末总成绩=平时成绩 60%+期末考试成绩 40%
2	文化与审美 (72 课时, 4 学分, 考查课, 第 1 学期)	专业拓展课程	素养目标: 1. 形成尊重艺术规律、追求审美品质的职业素养与工匠精神; 2. 培养开放包容的审美视野, 提升人文底蕴与艺术修养。 知识目标: 1. 掌握美学基本原理与审美规律, 了解形式美法则; 2. 掌握洛阳地	1. 视频艺术的冲突美学与表演审美; 影视艺术的镜头语言、叙事节奏与视听审美; 短视频创作的视听语言审美规范(构图、运镜、剪辑节奏、音效协同); 优秀短视频与影视作品审美赏析与拆	对应文创产品策划专员、新媒体运营专员、活动执行专员岗位, 具备视频画面构图、色彩、节奏剪辑的审美判断能力; 具备新媒体账号视觉形象审美定位、内容审美, 具备活动场景审美布	思政元素: 1. 文化自信与审美自觉; 2. 工匠精神与审美追求; 3. 传承中华优秀传统文化与洛阳地域文化的责任担当。 教学方法: 1. 作品赏析法: 通过经典艺术作品、优秀短视频、文创案例进行审美拆解与讨论; 2. 项目驱动法: 以真实文创项目、短视频创作、活动策

			域文化的审美价值与精神内涵； 3. 掌握视觉审美、色彩美学、构图原理及新媒体视听语言的审美规范。 能力目标： 1. 具备在文创产品策划中提炼文化元素并进行审美转化的创意表达能力； 2. 具备在新媒体运营中进行画面构图、色彩运用、节奏把控与视觉审美塑造的能力； 3. 具备在活动执行中进行场景审美布置、氛围营造与文化主题表达的能力。	解。 2. 视觉元素（点、线、面、色彩、肌理）的审美表达 3. 文创产品设计的审美定位与风格塑造；洛阳文化 IP 的审美特征分析与创意转化；产品造型、包装、视觉系统中的审美呈现；文创产品策划案中的审美表达规范。	置、文化氛围营造及文化主题审美的能力。	划为载体开展审美实践； 3. 案例教学法：引入企业真实项目案例，邀请行业专家开展审美创作专题讲座。 考核内容及要求： 1. 平时考核含课堂表现及平时作业。 （课堂表现为到课率及课内审美赏析讨论参与情况；平时作业不少于 8 次，含各艺术门类审美赏析报告、洛阳文化审美调研报告、短视频审美分析、文创产品审美评价等。） 2. 期末考查采用综合审美创作作品形式，并能够阐述审美理念、文化依据。 3. 期末总成绩=平时成绩 60%+期末考试成绩 40%
3	材料与工艺 (36 课时, 2 学)	专业拓展课程	素养目标： 1. 养成精益求精的工匠精神与质量意识；	1. 常见材料分类与基本性能； 2. 材料选用	适配文创产品策划助理、文创设计师助理拓	思政元素： 1. 工匠精神与劳动教育； 2. 安全生产责任意

	分, 考查课, 第 2 学期)		2. 树立安全规范操作的职业习惯。 知识目标: 掌握常用材料的基本性能与选用原则。 能力目标: 1. 能够根据设计要求合理选择材料与工艺路径; 2. 能够规范操作常用加工设备完成制作任务。	原则与环保要求; 3. 传统加工工艺; 4. 现代成型技术入门; 5. 工艺流程与精度控制; 6. 安全操作规程与工具维护; 7. 制作成本估算与质量控制基础。	展岗位, 培养文创衍生品材料选型、工艺评估、打样落地与成本预估能力; 具备产品从创意到实物落地的工艺认知。	识; 3. 精益求精的职业追求。 教学方法: 1. 任务驱动法; 2. 现场演示法; 3. 实操训练法。 考核内容及要求: 1. 平时考核含课堂表现及平时作业。 (课堂表现为到课率及课内教学活动参与情况。平时作业不少于 4 次, 含材料调研报告、工艺分析、制作练习记录等。) 2. 期末考查采用作品加报告形式, 提交实物打样作品 1 件及材料工艺说明报告。 3. 期末总成绩=平时成绩 60%+期末考试成绩 40%
4	会展展示设计 (36 课时, 2 学分, 考查课, 第 3 学期)	专业拓展课程	素养目标: 1. 培养系统的空间设计思维与审美判断力; 2. 建立工程规范与成本控制意识。 知识目标: 掌握会展展示设计的基本原理与行业标	1. 会展展示设计概述与行业标准; 2. 展示空间功能分区与动线规划; 3. 展位结构类型及常用材料; 4. 展示版面图文编排与视觉传达;	适配展览展示策划助理、文化活动策划执行专员岗位, 培养文博展览、文旅快闪、文创展会的空间策划、展陈方案构思与展示方案提案汇报	思政元素: 1. 文化自信与展示话语权; 2. 专业伦理与诚信服务; 3. 创新引领与可持续发展。 教学方法: 1. 项目驱动法; 2. 现场教学法; 3. 方案汇报与互评法。

			准。 能力目标: 1. 能够独立完成展示空间方案的概念设计与深化; 2. 能够运用设计软件规范绘制施工图与效果图。	5. 展示照明设计与光环境营造; 6. 展示道具创意与制作工艺; 7. 施工图绘制与效果图表现; 8. 展示方案提案与汇报技巧。	能力。	考核内容及要求: 1. 平时考核含课堂表现及平时作业。 (课堂表现为到课率及课内教学活动参与情况; 平时作业不少于 4 次, 含空间分析、动线规划、版面设计、效果图等。) 2. 期末考查采用方案设计形式, 提交会展展示设计方案 1 套。 3. 期末总成绩=平时成绩 60%+期末考试成绩 40%
5	文化知识 产权 (18 课时, 1 学分, 考查课, 第 4 学期)	专业拓展课程	素养目标: 1. 确立尊重知识、崇尚创新的价值取向; 2. 形成依法合规从事文化产业经营的职业操守。 知识目标: 掌握知识产权法律制度的基本框架与核心概念。 能力目标: 1. 能够识别文化产业项目中的知识产权风险并制定应对方案; 2. 具备知识产	1. 知识产权概述; 2. 著作权法基本理论与文化产业应用; 3. 商标权与品牌保护; 4. 专利权与文创产品保护; 5. 知识产权侵权与法律救济; 6. 文化产业中的知识产权管理与运营实务。	适配 产品策划专员、新媒体运营专员 岗位, 培养文创 IP、新媒体内容、文创产品的版权风险识别、合规审查及 IP 基础运营能力; 为项目版权风控工作提供法律素养支撑。	思政元素: 1. 法治意识与规则意识; 2. 知识产权强国战略认知; 3. 诚信经营与公平竞争。 教学方法: 1. 案例教学法; 2. 法条研讨法; 3. 情境分析法。 考核内容及要求: 1. 平时考核含课堂表现及平时作业。 (课堂表现为到课率及课内教学活动参与情况; 平时作业不少于 2 次, 含案例分析、合规审查练习、风险识别报

			权纠纷初步研判与合规审查能力。			告)。 2. 期末考查采用案例分析报告形式,针对指定文创项目开展知识产权风险识别与应对方案撰写。 3. 期末总成绩=平时成绩 50%+期末考试成绩 50%
6	管理学基础 (18 课时,1 学分,考查课,第 4 学期)	专业拓展课程	素养目标: 1. 培育系统思维与科学管理素养; 2. 2. 形成团队协作与责任担当意识。 知识目标: 掌握管理学的基本概念、基本原理与方法工具。 能力目标: 1. 能够运用管理理论与方法分析解决基层管理实际问题; 2. 具备目标制定、任务分解与进度管控的基本能力。	1. 管理的内涵与本质; 2. 管理思想的发展演进; 3. 决策的原理与方法; 4. 计划职能与目标管理; 5. 组织职能与组织结构设计; 6. 领导职能与激励理论; 7. 控制职能与过程管理。	对接 产品策划专员、新媒体运营专员、活动执行专员 岗位拓展能力;支撑文创项目任务拆解、分工、进度管控,提升团队项目统筹基础能力。	思政元素: 1. 管理伦理与社会责任; 2. 集体主义与团队精神; 3. 科学决策与实事求是。 教学方法: 1. 案例分析法; 2. 理论讲授与研讨; 3. 管理情境模拟。 考核内容及要求: 1. 平时考核含课堂表现及平时作业。课堂表现为到课率及课内教学活动参与情况;平时作业不少于 2 次,含管理案例分析、目标分解练习、团队角色反思等。)。 2. 期末考查采用案例分析形式,针对文创项目管理情境进行分析并提出解决方案。

						3. 期末总成绩=平时成绩 50%+期末考试成绩 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

本专业按照“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。

文化创意与策划专业根据专业建设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。本专业群教师团队结构合理、教学水平与科研能力突出。团队现有专任教师 24 人，企业兼职教师 11 人，行业导师 9 人，形成了一支专兼结合、优势互补的教师队伍。在校学生数与专任教师数的比例为 18:1，“双师型”教师 19 人，占专业课教师总数的比例为 81%。团队拥有副教授及以上职称教师 9 人，讲师 10 人，高级职称专任教师占比 37.5%，形成了以高级职称教师为引领、中青年骨干教师为主体的梯队格局。

1. 专业带头人

（1）具有文化创意、文化产业管理、艺术设计、广告学等相关专业研究生学历或副高级及以上职称，具备较强专业实践能力，原则上应为“双师型”教师；

（2）具有较高的思想政治素质和师德修养，能够贯彻党的教育方针，将立德树人和课程思政贯穿专业建设、课程建设和人才培养全过程；

（3）熟悉文化创意与策划行业发展趋势，了解文创策划、品牌策划、文旅 IP 开发、新媒体内容运营、会展活动策划等领域的技术发展和岗位人才需求；

（4）具有较强的专业建设、人才培养方案制定、课程体系建设和教学改革组织能力，能够主持或参与专业标准、课程标准和教学资源建设；

（5）具有较强的教育教学、科学研究、技术研发和社会服务能力，能够主持或参与省级及以上教科研项目、校企合作项目或文创策划技术服务项目；

（6）具有丰富的文创项目策划、品牌推广、文旅策划、IP 开发或文创产品落地实践经验，能够指导学生开展综合实训、毕业设计、岗位实习和职业技能竞赛；

(7) 具有较强的校企合作和行业联系能力,能够对接文创企业、文旅机构、广告传媒公司、策划工作室等校外资源,推动产教融合和协同育人;

(8) 能够带领专业团队开展教师培训、课程改革、教材开发、实训基地建设和教学质量评价,发挥专业引领和团队示范作用。

2. 专任教师

(1) 具有文化创意、文化产业管理、广告学、艺术设计、网络与新媒体等相关专业硕士及以上学历,具备高校教师资格;

(2) 具有良好的思想政治素质、职业道德和师德修养,做到有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心;

(3) 掌握文创项目策划、文旅 IP 打造、品牌营销推广、新媒体内容创作、会展活动策划以及 AIGC 创意生成、AI 内容工具应用等专业知识与技能,能够承担本专业相关课程教学;

(4) 具备较强的实践教学能力,能够开展文创策划实训、新媒体运营实训、品牌方案设计、会展策划执行、AIGC 创意内容创作、项目综合实训等实训指导;

(5) 具有与本专业相关的职业资格证书、职业技能等级证书或专业技术资格,专业课教师中“双师型”教师比例符合相关要求;

(6) 具有课程开发、课程标准制定、教学设计和教学实施能力,能够依据岗位工作任务组织项目化、任务驱动和理实一体化教学,能够将 AIGC 工具融入课堂教学环节,优化创意策划类课程教学模式;

(7) 能够落实课程思政要求,挖掘中华优秀传统文化、地方文旅资源、工匠精神、文化自信、AI 伦理与内容版权等思政元素,并融入专业课程教学;

(8) 具备信息化教学和数字化资源应用能力,能够运用 AIGC 创意工具、新媒体编辑工具、图文视频设计软件、数字教学平台及相关数字工具开展混合式教学;

(9) 具有一定的教科研、技术研发和社会服务能力,能够参与文创项目开发、地方文旅策划、企业策划咨询服务文创应用、研究和专业技能培训等工作;

(10) 每年至少参加 1 个月企业实践或专业实践,五年内累计企业实践时间不少于 6 个月,主动学习行业新技术、新应用,不断提升专业实践能力和行业适应能力。

3. 兼职教师

(1) 具有良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神，遵纪守法，热爱职业教育，能够为学生树立良好的职业榜样；

(2) 一般具有大学本科及以上学历，具有中级及以上专业技术职务、职业资格或较高行业技能水平；

(3) 具有 5 年以上文创策划、品牌营销、文旅 IP 开发、新媒体运营、会展活动策划、AIGC 文创应用或相关行业企业工作经历；

(4) 重点聘请文创行业技术骨干、高级策划师、文旅项目负责人、传媒企业高管、非遗文创传承人、AIGC 创意研发从业者等担任兼职教师；

(5) 熟悉文化创意行业业务流程、岗位标准、业务规范和企业管理要求，能够将文创新理念、AIGC 新技术、行业新范式和新规范融入课程教学；

(6) 具有较强的实践指导能力，能够承担文创项目策划、新媒体内容创作、品牌方案设计、会展策划执行、AIGC 创意实践等课程的实训教学；

(7) 能够承担学生认知实习、跟岗实习、岗位实习、毕业设计和校企合作项目指导等教学任务；

(8) 能够结合企业真实文创项目开展任务教学，指导学生完成市场调研、IP 策划、方案设计、AIGC 辅助创意产出、项目落地推演和成果展示；

(9) 具有一定的教学组织、语言表达和学生指导能力，能够根据学生基础开展示范讲解、项目实操训练和作品评价；

(10) 能够参与专业建设、课程开发、教材编写、教学资源建设、技能竞赛指导和社会培训等工作，协助推进校企协同育人。

(二) 教学设施

1. 专业教室要求

具备利用信息化手段开展混合式教学的条件。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；具有互联网接入或无线网络环境，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；安防标志明显，保持逃生通道畅通无阻。

2. 校内实验实训室要求

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），实验、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，实训管理及实施规章制度齐全，

确保能够满足文化活动策划与组织、新媒体内容制作与运营、文创产品设计与开发、展览展示策划、AIGC 视觉设计等实践教学环节的需要。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。

本专业现已建设数字文化创意设计与制作中心、数字影像实训室、非遗传承实训室、跨媒介视听艺术实训空间、文化创意策划与营销实训室。具体配置及功能见表 7。

表 7： 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 $\geq 256\text{GB SSD} + 1\text{TB HDD}$ ，独立显卡，显示器 ≥ 23 寸，分辨率 $\geq 2\text{K}$ ，色域范围 99- 100% sRGB	1. 文创海报、宣传物料、IP 视觉形象创意设计； 2. 新媒体图文、推文版面编辑设计； 3. 短视频素材剪辑、特效包装，制作文旅宣传、品牌推广类短视频； 4. 文创品牌视觉整体设计，完成宣传册、衍生品视觉、营销推广方案配套视觉产出； 5. 运用 AIGC 工具开展文创视觉生成、提示词调试与 AI 作品优化实训。
		正版软件	包括 Adobe Photoshop、Illustrator、Premiere Pro、剪映、Cinema 4D，AIGC 生成工具 Stable Diffusion 等图形、三维、视频及人工智能创意设计软件	
		专业显示器	IPS 面板，4K 高分辨率，100% Adobe RGB 高色域，支持专业色彩管理	
2	数字影像实训室	高性能设计工作站	CPU 主频 $\geq 3.2\text{GHz}$ ，内存 $\geq 16\text{GB}$ ，硬盘 $\geq 256\text{GB SSD}+1\text{TB HDD}$ ，独立显卡，23 英寸以上显示器，分辨率 $\geq 1920 \times 1080$ ，色域 $\geq 99\%$ sRGB，预装正版 Windows 11	1. 文创摄影素材修图、调色、图像合成处理； 2. 新媒体宣传视觉、活动主 KV、文创衍生品辅助设计，开展 AIGC 协同设计实训； 3. 文旅短视频、活动纪实短片剪辑与特效制作； 4. 文创项目平面物料输出、版式调整、素材标准化处理实训。
		极域多媒体教学互动软件	支持屏幕广播、分组教学、学生演示、文件分发、签到考勤、答题考核、设备管控等课堂教学管理功能	

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
		双屏互动智慧黑板	实现双屏教学、多屏小组协作，支撑项目化、混合式、翻转课堂教学模式	
3	非遗文创产品实训室	数字文创智造设备	配置工业级 3D 打印、UV 彩印、激光雕刻切割设备，支持多材质文创模型、标牌、装饰纹样成型，配套专业切片、色彩管理设计软件	1. 非遗、河洛文化元素提取，传统纹样手工实物制作实训； 2. 非遗 IP 文创衍生品 3D 建模打印、UV 彩印、激光雕刻打样实训； 3. 文创礼盒、画册、宣传物料裁切、压痕、装订实物打样； 4. 基于 AIGC 完成非遗元素数字化创意、产品概念设计； 5. 非遗主题文创产品完整策划、设计、打样、展陈布展综合项目实训。
		非遗传统工艺设备	专业单头绣花机、电脑绣花缝纫一体机、多功能包缝机等，刺绣、缝纫、熨烫、蜡染全套传统非遗布艺制作工具耗材，满足织物类非遗实物制作	
		平面印后加工设备	桌面式无线胶装机、A3 手动厚层切纸机、A3 手动小型压痕机、电动折页机，完成文创画册、包装实物打样	
		教学多媒体设备	移动教学一体机、设计工作站，用于非遗元素图形设计、纹样建模、作品讲评互动教学	
		展示配套设施	绘图桌、柜台式展柜、靠墙式展柜、软木料墙体展示板、洞洞板装饰墙展示架，兼顾实操创作与学生策划作品陈列	
4	跨媒介视听艺术实训室	拍摄系统	全画幅 CMOS 传感器，支持 4K/5.1K 视频录制，配备专业变焦镜头；无人机搭载哈苏相机及多焦段镜头系统	1. 文旅文创静物、人物主题摄影，商业布光实操； 2. 品牌短视频、文旅宣传短片、活动纪实视频拍摄运镜实训； 3. 绿幕虚拟抠像合成，完成文创主题虚拟场景内容制作； 4. 无人机开展文旅外景、遗
		灯光系统	双色温 LED 灯具（2700K~6500K），CRI≥96 高显色指数，支持 DMX/APP/	

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
			遥控多模式控制，配备 12 种以上场景特效	址、非遗场景航拍素材采集； 5. 文创广告影像后期修图、剪辑调色、音效包装； 6. 新媒体账号视听内容全流程创作综合实训。
		棚拍空间	专业无影墙 + 弧形地台设计，三面包围绿幕系统（约 4.65m×6.4m×3.3m），双层遮光窗帘，满足专业抠像与多题材布光拍摄	
		音频系统	专业枪麦 + 无线领夹麦组合，24bit/48kHz 采样，支持智能降噪；配备监听音响系统	
		稳定与运镜	三轴稳定器（负载≥3kg）、电控滑轨、液压云台，实现专业级运镜拍摄	
5	文化创意策划与营销实训室	移动白板、会议桌椅	满足小组团队研讨、头脑风暴，可快速梳理创意点子，完成策划方案草稿撰写、方案研讨修改	1. 开展文旅文创策划、品牌策划、文化活动策划项目实训，完成策划书编制、方案研讨； 2. 文创市场调研、行业数据分析、竞品分析、项目可行性研判实训； 3. 模拟文创项目路演、方案汇报、项目答辩展示； 4. 模拟新媒体账号运营、文创品牌营销推广综合模拟实训。
		便携式录播系统	可录制小组研讨、项目汇报全过程，用于实训复盘、方案评估、教学评价	
		无线话筒	保障路演、方案汇报声音清晰，满足小组项目演示、答辩讲解使用	

3. 校外实训基地要求

根据本专业人才培养的需要和未来就业需求，实习基地应能提供文创产品类策划、文化活动策划与执行、新媒体运营等与专业对口的相关实习岗位，能涵盖当前产业发展的主流技术，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老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。具体情况见表 8。

校外实习基地以真实的生产任务训练为主，能对校内实训基地设备、场所和功能有效补充。本专业目前已与等企业签订校外实训基地协议，建成了校企资源互补与共享的校外实习基地，为学生提供了充足的实训场地与实习实践岗位。

表 8： 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	洛阳食尚华睿文化创意有限公司	品牌策划与营销 文创产品设计与开发
3	开封汴绣研究所	非遗文化研究与技能传承 品牌策划与营销 文创产品设计与开发
4	河南拓文教育科技有限公司	品牌策划与营销 活动策划与执行
5	洛阳美丽老家旅游发展有限公司	文旅活动策划与执行
6	洛阳日报社融媒影视梦工坊	短视频策划制作与运营
7	洛阳特派网络科技有限公司	新媒体运营
8	洛阳惠溪文化传媒有限公司	新媒体运营
9	三智信息技术（洛阳）有限公司	新媒体运营
10	北京澜韵文化传播有限公司	新媒体运营

（三）教学资源

本专业在教材选用方面，第一，坚持正确导向，严把质量关。严格遵照国家《职业教育教材管理办法》及学校相关规定，坚持立德树人根本任务。优先选用国家“十四五”高职高专国家级、省级规划教材，荣获国家级、省部级优秀教材奖的精品教材。确保教材内容思想正确、观点科学、结构严谨。第二，突出前沿性与先

进性。文化创意产业迭代迅速，教材内容必须紧跟行业发展前沿。优先选用近 3 年出版，能够反映文化创意与策划领域新理念、新技术、新业态、新模式的“新形态一体化”教材。教材内容应涵盖数字营销、AIGC 应用、IP 孵化与运营等前沿知识与技能，配套微课、案例库、在线题库等数字化教学资源。第三，强化实践性与职业性。教材应体现“岗课赛证”综合育人模式，内容与职业岗位（群）的能力要求紧密对接。优先选用以真实项目、典型案例、工作任务为载体，采用项目式、任务驱动式编写的教材。第四，融入地域性与产业性。紧密结合洛阳“千年古都、牡丹花城”的文化底蕴和文旅文创产业发展战略。鼓励选用或开发能够融入龙门石窟、隋唐洛阳城、河洛文化等洛阳历史文化元素的案例和项目。教材内容应引导学生关注并服务于地方文旅融合、文创产品开发、文化品牌推广等实际需求，培养学生服务地方经济社会发展的能力。第五，鼓励校本开发与动态更新。建立教材选用与动态更新机制。大力鼓励和支持专业教师与行业专家、企业技术骨干、非遗传承人等联合开发具有本校特色的校本实训教材、活页式讲义和工作手册式指导书。自编教材应立足行业企业真实需求，将最新的行业标准、企业规范、工作流程和典型项目转化为教学内容，并根据产业变化和技术发展，定期进行修订与完善。

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%。

5. 合作企业配备资源

本专业依托校企合作平台，整合行业企业优质资源，校企双方共同参与人才培养方案制定、课程开发、实习实训指导等环节，形成了资源共享、优势互补的协同育人机制。

（四）教学方法

坚持正确的政治方向和价值导向，全面落实课程思政要求，以真实的文化项目创意、策划、制作等典型工作任务为载体，把立德树人融入思想道德教育、文化知识教育、技术技能培养、劳动教育、社会实践教育、创新创业教育各环节；将职业技术、专业精神融入人才培养全过程。

本专业应采用理实一体化教室、多媒体教学等多种教学形式，积极运用在线开放课程和教学资源库等在线资源，开展“线上+线下”混合式教学。在实际教学中，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，推广实时交互、翻转课堂等现代化新型教学手段，丰富课堂教学实践形式，提升课堂教学质量，培养学生自主学习和创新创业的能力。

教学过程中使用的教学方法有：项目教学法、任务驱动法、情境教学法等。

1. 项目教学法

以文化活动、广告策划、文创产品设计等项目为主线，以教师为引导、学生为主体，实现课堂工坊化，注重理论与实践相结合。先练后讲，先学后教，调动学生学习的主动性、创造性、积极性等，实现教师角色的换位，加强对学生自学能力、创新能力的培养。

2. 任务驱动法

以市场和企业需求为导向、以岗位任务为驱动的教学方法，采用实践性强，具有明确工作任务的教学方式，让学生带着明确的任务目标，积极主动的进行专业课程的学习。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，在完成典型工作任务的过程中，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，实现知识与职业岗位能力需求的对接。

3. 情境教学法

以广告创意与策划、新媒体文案创作、版式设计等专业课程为例，将全国大学生广告艺术大赛、河南省文化艺术大赛等真实企业命题引入教学内容，以赛项的命

题和要求为课程的实训内容，在“真题真做”的情境中锻炼职业能力，丰富课堂教学实践形式，提升课堂教学质量。

4. 线上线下混合式教学方法

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。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）教学评价

1. 对教师的评价

建立动态规范的教学评价机制，把师德师风、教学质量、教育教学研究与社会服务作为评价的核心指标，采用由教师、学生、专业教研室、二级学院、课程中心五方独立测评的方式评价课堂教学质量，从不同的观测维度评价教师的教学准备、教学实施、教学能力和教学效果。专业教学质量评价结果作为年度考核、绩效考核和专业技术职务晋升的重要依据。

2. 对学生的评价

本专业按照“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。同时，在过程性考核中融入增值考核评价，依托超星学习通等智慧职教平台，收集学生在平台上的学习数据，如课前导学、考勤率、课堂活动参与情况等，跟踪这些数据的变化情况，建立增值分析模型，将学生的初始学习水平与后续学习成效进行对比分析，以评估学生在一段时间内的学习进步和增值情况。

该评价体系目标科学、评价内容全面、评价主体多元、评价方法与反馈形式多样，关注学生学习过程，注重知识、能力、素质等综合评价与反馈，评价主体包括学生自己、学生学习小组、任课教师、企业专家、AI 智能评价等，评价方式则根据评价内容的具体内容和特点及对应的评价主体采取不同的评价方式。

（1）评价主体

由教师、学生、企业、社会 and AI 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、河南省文化创意大赛等）获奖可作为课程考核成绩评定的重要依据；AI 智能评价引入课堂互动、作品分析等环节，辅助教师进行学情诊断与个性化反馈。

（2）评价方式

考试： 考试的形式可以根据课程的性质，确定为笔试（开卷、闭卷）、技能考试等。

考查： 按平时表现（课堂考勤、课堂表现等）、基础技能考核（口试、笔试、机试、职业技能考核等）与综合性应用考核（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。

（3）评价过程

本评价过程包括：课堂观察、课堂考试、课后考核、课外表现四个部分。课外表现由在线课程活跃度、职业技能大赛、职业资格鉴定等方式进行评定。

（4）成绩组成及比例

平时表现包括：课前预习、课中表现、课后拓展、考勤、互动情况等；

基础技能考核包括：课堂口试、课堂笔试、结课考试、职业技能考核等；

综合性应用考核包括：单个完整项目考核、多课程结合项目考核、实习考核等。

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：本专业学生在规定的修业年限内，思想道德表现及综合素质良好，完成人才培养方案规定的全部课程且所有课程成绩合格，修满 145 学分方可毕业。其中，公共基础课 40 学分；专业课 40 学分；选修课 15 学分（含：公共选修课 3 学分、专业拓展课 12 学分）；集中实习实践课 50 学分。

（二）实习要求：完成本专业人才培养方案规定的岗位实习任务，实习内容符合专业培养目标和岗位能力要求，实习时长不少于 6 个月；经学校和实习单位共同考核合格。未完成规定岗位实习任务或实习考核不合格的学生不得毕业。

（三）证书要求：鼓励学生考取全媒体运营师、商业摄影师、广告设计师等，可按学校相关规定认定置换相应学分。

洛阳文化旅游职业学院 2026 级文化创意与策划专业人才培养方案

附件一

2026年专业课程设置及教学进度表																
二级学院：文创设计与应用学院				学时分配			学制：三年		填报人：张瑶				负责人：赵永清			
课程模块	课程类型	课程编码	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 实习	六 实习				
公共基础课程模块	思政课程	160008-160011	形势与政策	18	12	6	0.25	0.25	0.25	0.25			1	考查		
		160004	思想道德与法治	54	36	18		3					3	考试		
		160005	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		
		160007	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		
		160016	国家安全教育☆	18	8	10				1			1	考查		
	公共必修课程	130055-130056	大学体育☆	108	12	96	2	2	2				6	考试		
		150003	军事理论（国防教育）	36	16	20	2						2	考查	学生中心军训	
		150033-150036	劳动教育	36	6	30	0.5	0.5	0.5	0.5			2	考查		
		120237	大学生心理健康教育	36	24	12		2					2	考查		
		150029-150030	中华优秀传统文化（文学）☆	72	44	28	2	2					4	考查		
	公共限定必修课程	150007-	大学英语☆	144	72	72	2	2	2	2			8	考查		
		190204-	人工智能通识课	72	18	54	2	2					4	考查		
		180292、180296	大学生职业生涯规划 and 就业指导	18	6	12	0.5	0.5					1	考查		
		180304-180305	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	13.25	14.25	8.25	4.25	0	0	40		
		公共选修课程	160006	四史	18	12	6				1			1	考查	
			120780	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	13.75	14.75	8.75	5.75	0	0	43			
	专业课程模块	专业必修课	180260	设计创意	36	18	18	2						2	考查	
			180186	文化产业概论	36	28	8	2						2	考试	
			180326	网络传播概论	36	28	8	2						2	考试	
			180309	数字图像智能处理	36	18	18		2					2	考试	
180327			（AIGC）创意文案写作*	36	18	18		2					2	考试		
180328			文化产业调研与数据分析	36	8	28		2					2	考查		
180329			（AIGC）视觉设计	36	8	28			2				2	考试		
180313			河洛非遗技艺传承与创新表达	36	18	18		2					2	考查		
180330			（AIGC）非遗文创产品设计*	72	24	48			4				4	考试		
180331			新媒体拍摄与制作 *	72	24	48			4				4	考查		
180332			新媒体运营 *	72	24	48				4			4	考查		
180333			展览展示策划 *	72	24	48				4			4	考查		
180334			品牌策划与推广*	72	24	48				4			4	考试		
180335			文化活动策划与执行*	72	24	48				4			4	考试		
专业必修课小计			720	288	432	6	8	10	16	0	0	40				
专业选修课		180336	商务礼仪与沟通	36	18	18	2						2	考查		
		180337	文化与审美	72	36	36	4						4	考查		
		180338	材料与工艺制作	36	18	18		2					2	考查		
		180339	会展展示设计	36	18	18			2				2	考查		
		180340	文化知识产权	18	18	0				1			1	考查		
		180341	管理学	18	9	9				1			1	考查		
		专业选修课小计			216	117	99	6	2	2	2	0	0	12		
专业课程合计			936	405	531	12	10	12	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）			72	0	72	18	18	18	18			4	考查	1-4学期均开设，累计至少8周。	
	安全教育			36	0	36	9	9	9	9			1	考查	每月两次，利用课堂时间。	
	社会实践			54	0	54	9	18	9	18			3	考查		
	毕业设计			288	32	256							16	考查		
	岗位实习			432	0	432					270	162	24	考查		
	综合实践合计			918	32	886	72	45	36	45	270	162	50		按周计算，换算为学分	
学时、学分总计				2628	808	1820	535.5	490.5	409.5	472.5	270	162	145		总计为：公共基础课程合计，专业课程合计，综合实践合计。	
公共基础课占总学时百分比				27.39%												
选修课占总学时百分比				10.27%												
实践教学占总学时百分比				69.25%												
开设课程门数				36												
考试课程门数				12												

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。

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。

附件二

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	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○

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