文化创意与策划专业
2025级人才培养方案

专业名称：文化创意与策划

专业代码：550401

所属专业大类：文化艺术大类（55）

所属专业类：文化服务类（5504）

学　　制：三年（专科）

目 录

一、 专业名称及代码 1
二、 教育类型及学历层次 1
三、 招生对象及学制 1
四、 职业面向 2
（一） 职业领域 2
（二） 职业岗位升迁路径表 2
（三） 工作任务与职业能力分解表 3
五、 培养目标与规格 4
（一） 培养目标 4
（二） 培养规格 4
六、 人才培养模式 7
七、 课程体系的构建与运行 8
（一）课程构建思路 8
（二）课程设置 8
（三）学时安排 13
（四）教学进程表（附件 2） 13
（五）实践性教学环节 14
（六）素质教育活动 14
（七）创新创业教育体系 15
八、 教学基本条件 15
（一）师资队伍 15
（二）教学设施 16
（三）教学资源 17
九、 专业教学建议 17
（一）专业教学存在的问题与不足 17
（二）专业教学改革建议 18
十、 毕业要求 19

2025级《文化创意与策划》专业人才培养方案

编制说明：文化创意与策划专业人才培养方案是依据《国务院关于加快发展现代职业教育的决定》（国发[2014]19号）、《教育部关于深化职业教育教学改革全面提高人才培养质量的若干意见》（职教成[2015]6号）、《国务院关于加快发展现代职业教育的决定》（国发[2014]19号）、《国家职业教育改革实施方案》（国发[2019]4号）、《加快推进教育现代化实施方案（2018-2022）》和《高等职业院校内部质量保证体系诊断与改进指导方案》（试行）〉启动相关工作的通知》（教职成司函〔2015〕168号）、《关于在院校实施“学历证书+若干职业技能等级证书”制度试点方案》（教职成[2019]6号）、《教育部关于职业院校专业人才培养方案制定与实施工作的指导意见》（教职成[2019]13号）、《教育部办公厅关于加快推进现代职业教育体系建设改革重点任务的通知》（教职成厅函〔2023〕20号）等文件精神，依据《职业教育专业简介（2025年修订）》并按照《XX学校关于制定2025级专业人才培养方案的指导意见》要求制定。

一、专业名称及代码

专业名称：文化创意与策划

专业代码：550401

二、教育类型及学历层次

教育类型：高等职业教育

学历层次：专科

三、招生对象及学制

招生对象：普通高中毕业生、中等职业学校毕业生

学制：全日制三年

四、职业面向

（一）职业领域

所属专业大类（代码）	所属专业类（代码）	对应行业（代码）	主要职业类别（代码）	主要岗位群或技术领域举例	职业资格证书和职业技能等级证书
文化艺术大类（55）	文化服务类（5504）	文化艺术（88）	文化创意设计人员（2-09-06-01） 工艺美术专业人员（2-09-06-06） 公共艺术专业人员（2-09-06-08）	数字文化创意设计、文化活动服务与指导、工艺美术与创意设计、数字文化创意内容制作服务、新型媒体服务等	文创产品设计师、广告设计师 文创产品数字化设计职业技能等级证书、新媒体运营职业技能等级证书

备注：本专业对接国家教学标准（5504 文化服务类）职业面向，主要服务于数字文化创意设计、文化活动服务与指导、工艺美术与创意设计、数字文化创意内容制作服务、新型媒体服务等岗位（群），立足区域文化产业战略需求，培养具备创意统筹、运营推广、文创产品开发等能力的高技能人才。

（二）职业岗位升迁路径表

工作岗位		职业岗位升迁平均时间
初始岗位	发展岗位	
策划助理	文创策划师、策划主管	3-5 年
文创产品设计助理	资深文创设计师、设计主管	3-5 年
新媒体运营专员	新媒体运营主管、内容总监	3-5 年
短视频制作助理	短视频导演、内容创意指导	3-5 年
文化活动执行	活动策划经理、项目负责人	3-5 年
IP 设计助理	IP 主创设计师、IP 项目负责	3-5 年

（三）工作任务与职业能力分解表

通过行业企业调研与岗位分析，确定文化创意与策划专业主要工作岗位的典型工作任务与职业能力如下：

工作岗位	主要工作任务	岗位能力需求
文创产品设计师	负责文创产品的创意构思、文化元素提取与转译、造型与功能设计、材料工艺选择、视觉表现与打样跟进，完成从概念发想到成品制作的全流程设计。	具备文化元素提炼与视觉转译能力；具备文创产品造型、包装与周边延展设计能力；具备 IP 标识、角色设定、视觉规范手册编制能力；具备运用 PS、AI、C4D 等软件完成数字化设计输出的能力。
新媒体运营专员	负责新媒体平台账号矩阵搭建、内容策划与发布、粉丝互动维护、社群运营、传播数据采集与效果复盘，开展短视频与直播运营推广。	具备网络文案撰写、短视频与直播内容策划能力；具备多平台运营规则与数据化运营复盘能力；具备用户画像分析与内容主题矩阵制定能力。
文化活动策划专员	负责文化活动立项、方案撰写、预算编制、资源整合、现场执行、风险管控与效果评估全流程管理。	具备文化活动策划与组织能力；具备文案撰写、预算编制与流程把控能力；具备新媒体矩阵宣传与事件营销推广能力；具备现场执行与运营管理的能力。
短视频内容创作	负责短视频脚本与分镜撰写、拍摄剪辑、后期特效与合成、动态海报与条漫制作等数字内容生产。	具备短视频脚本撰写与分镜设计能力；具备 Premiere、剪映等剪辑软件操作能力；具备 AIGC 辅助内容创作与规范应用能力。
IP 设计师	负责文创 IP 的定位、标识与基础视觉系统、角色设定与性格视觉化、视觉应用延展与规范输出、数字内容创作与多平台传播推广。	具备 IP 定位与文化调研能力；具备品牌视觉系统构建与角色设定能力；具备数字内容策划制作与新媒体传播运营能力；具备 AIGC 工具与直播运营应用能力。

五、培养目标与规格

（一）培养目标

本专业培养理想信念坚定，德、智、体、美、劳全面发展，具有良好的人文素质、科学素养、职业道德、创新意识和精益求精的工匠精神，较强的就业能力和可持续发展的能力，掌握文化创意与策划基础理论和数字媒体设计技能，具备文化活动策划、品牌推广、文创产品设计、数字内容创作等能力，能在文创、传媒、旅游、广告等行业从事策划、设计、运营、管理等工作的高技能人才。

立足区域文化产业升级与文化数字化战略需求，面向文化内核、数字技术、商业运营的复合型岗位，强化本土文化 IP 数字化活化、AIGC 辅助设计、新媒体运营与传播推广等核心能力，培养兼具文化底蕴、技术能力与商业思维的高技能人才。

（二）培养规格

本专业毕业生应在知识、能力、素质等方面达到以下规格要求。

类别		主要规格描述
知识		1.掌握必备的思想政治理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识。 2.系统掌握文化创意与策划的基本理论、方法与流程；熟悉文创产业的发展动态、趋势及文旅融合、知识产权等相关政策法规。 3.掌握创新思维、设计思维的基本原理与方法；理解并掌握平面、色彩、立体构成等现代设计基础知识。 4.掌握文创产品从设计、制作到生产管理的基础知识，以及品牌定位、整合营销传播、新媒体运营等市场策划与运营知识。 5.掌握文创 IP 定位、品牌视觉系统、角色设定、数字内容创作与新媒体传播的基本理论与方法。 6.熟悉 AIGC 辅助创作的应用场景、操作规范与创作伦理。
能力	通识能力	1.具备熟练的计算机网络与信息工具应用操作能力。 2.具备吃苦耐劳的品质、良好的团队协作与组织工作能力。 3.具备阅读专业外文资料及通过多种途径有效获取、甄别信息的能力。 4.具备良好的口头与书面表达能力、人际沟通能力，以及基本的形势与政策理解分析能力。 5.具备自主学习和终身学习的意识，掌握有效的学习方法，能够持续获取新知识、新技能。 6.具备运用专业理论与方法，分析和解决文创策划、设计、营销中实际问题的能力。
	专业通识能力	1.具备较高的审美品位、艺术鉴赏力和人文素养。 2.掌握基本的手绘表现技法，能够运用草图、效果图等进行创意视觉化表达。 3.掌握并能够运用设计构成原理（平面、色彩、立体）进行视觉分析与基础创作。 4.熟练掌握 Photoshop、Illustrator、CorelDRAW 等主流平面设计软件，以及 After Effects、Cinema 4D 等动态与三维设计软件的基本操作方法，能完成数字化设计输出。

类别		主要规格描述
	专业核心能力	1.具备独立完成文化调研与 IP 定位、提炼可转化文化符号并撰写 IP 定位方案的能力。 2.具备运用设计软件与 AIGC 工具完成 IP 标识、基础视觉系统与角色设定卡的能力。 3.具备依据角色设定规范完成三视图绘制、生产适配校验与打样修正的能力。 4.具备数字内容（短视频、动态海报、条漫、互动 H5 等）策划与制作能力，能恰当运用 AIGC 辅助创作。 5.具备新媒体账号矩阵搭建、运营推广与传播数据采集、反馈优化能力。 6.具备在企业真实约束下整合设计、传播技能完成 IP 全案并交付的综合实战能力。
素质		1.坚定拥护中国共产党领导和我国社会主义制度，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.崇尚宪法、遵法守纪、崇德向善、诚实守信、尊重生命、热爱劳动，具有社会责任感和社会参与意识。 3.深刻理解并践行劳模精神、劳动精神与工匠精神，具有强烈的质量意识、环保意识、安全意识、信息素养和创新思维。 4.增强文化自信与非遗传承意识，坚守文化本真，拒绝文化歪曲与滥用，恪守职业道德与创作伦理。 5.勇于奋斗、乐观向上，具备良好的沟通能力、团队合作精神、自我管理能力和职业生涯规划意识。 6.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。

六、人才培养模式

本专业构建"六位一体，五元共育"人才培养模式（见图 2），以"产学研教创服"六位一体贯通三年培养：

第一阶段（素质奠基·第 1 学年）：以公共基础课与专业基础课为主，筑牢思想政治素质、人文素养与设计基础能力，建立专业认知。

第二阶段（能力递进·第 2 学年）：以专业核心课分项实训为主，按"文创产品—文化内容—文化活动—文化品牌—文化项目"五大板块递进训练，同步融入 AIGC 数字工具与海南本土案例。

第三阶段（实战拔高·第 3 学年）：以企业真实项目与岗位实习为载体，在"黎族三月三文化节 IP"等真实项目中完成综合实战，实现岗课对接、课赛融合、课证融通。

模式以"产教融合、数智赋能、非遗活化、服务地方"为内核，对接大学生广告艺术设计大赛与文创行业岗位标准，实现"岗、课、赛、证"深度融合，确保学生零距离上岗。

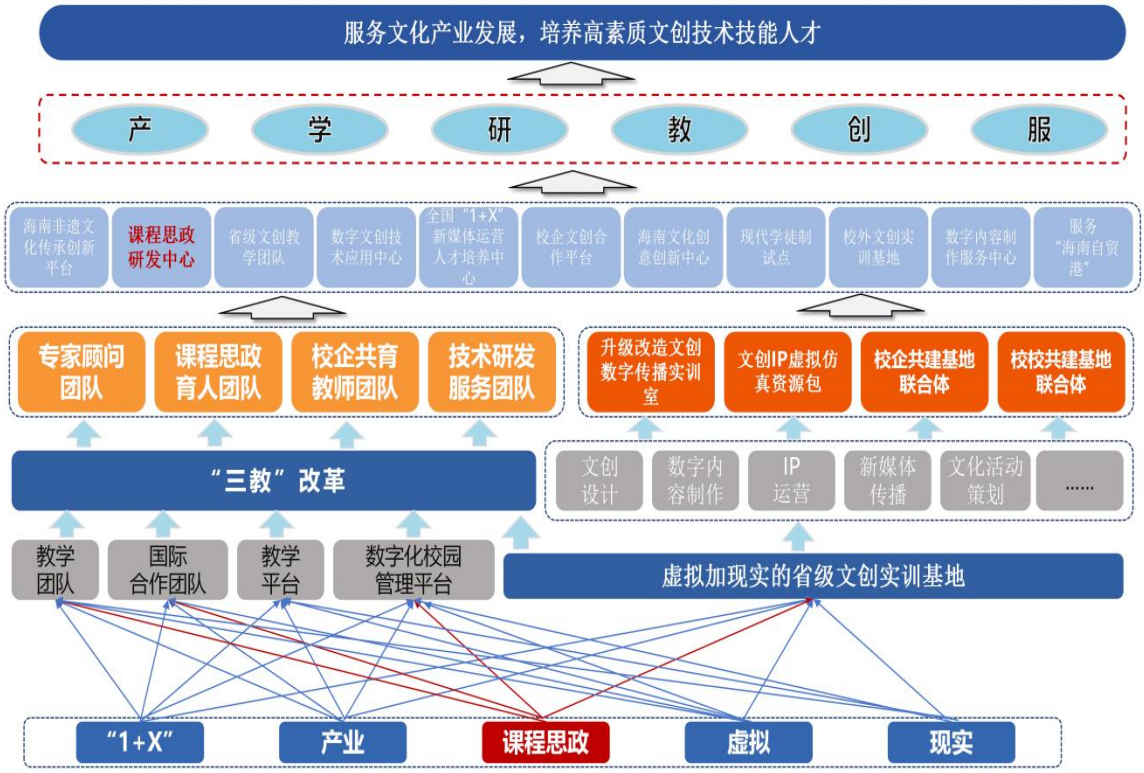


图 1"六位一体，五元共育"人才培养模式

七、课程体系的构建与运行

（一）课程构建思路

以岗位需求和“1+X”职业技能等级证书技能要求作为课程体系设计的逻辑起点，紧紧围绕高素质技术技能型人才培养目标，以素质教育（含创新创业教育）和职业能力培养为主线，以就业为导向，以突出应用性、实践性为原则，重组课程结构，更新教学内容。根据技术领域和职业岗位（群）的任职要求，参照相关职业资格标准，合理设置课程体系，实现专业课程与职业技能等级证书标准对接、课证融通。

（二）课程设置

本专业课程主要包括公共课和专业课。

1.公共课

公共课包括公共基础课和公共通识课两部分。开设毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、思想道德与法治、形势与政策、军事理论、大学生心理健康教育、大学生职业发展与就业指导、计算机文化基础、体育、综合英语、劳动教育等公共基础课，并设置人文素质、科学素质、职业素养等三类公共通识课，学生按培养要求修读。

2.专业课程

专业课程包括专业基础课、专业核心课、专业拓展课，并涵盖有关实践性教学环节，主要包括以下教学内容。

（1）专业基础课程

专业基础课程设置 6 门：构成基础、数字图像编辑与设计、手绘效果表现技法、矢量图形创意设计、创意学基础、文创展示策划。

（2）专业核心课程

专业核心课程设置 6 门：文化创意与策划、文创产品设计、数字媒体软件、文创 IP 设计与数字传播、网络传播与策划、文化活动策划实务。其中《文创 IP

设计与数字传播》作为专业特色课程，聚焦“文化内核、数字技术、商业运营”复合型能力培养，是衔接专业基础课与顶岗实习、毕业设计的核心枢纽课程。

（3）专业拓展课程

设置 6 门专业拓展课程，学生按职业方向选修。包括海南旅游工艺品设计与制作、信息可视化设计、文化资源开发与利用、新媒体内容创意制作、文化市场营销、新媒体运营。

3.专业核心课程主要教学内容

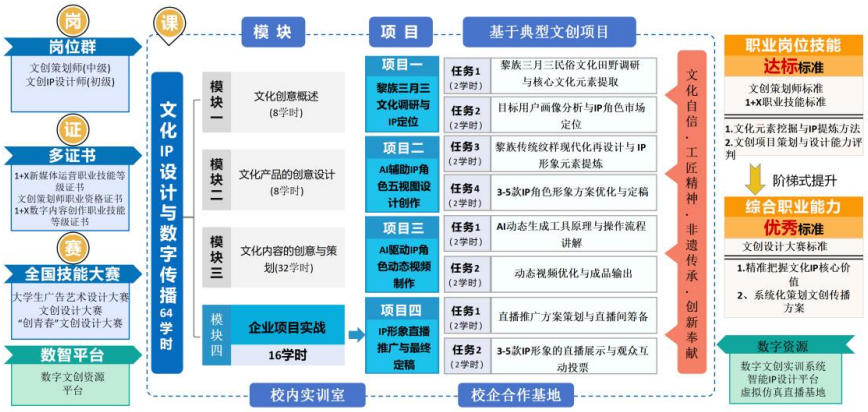
序号	专业核心课	主要教学内容
1	文化创意与策划	涵盖文化创意理论基础，包括创意学原理、文化产业概论及文化资源挖掘利用；培养策划流程方法与项目策划实践能力；对接文化创意与市场，涉及文化市场分析及品牌创意营销策划；注重文案撰写与创意表达，全面提升学生综合素养与实践能力。
2	文创产品设计	包含文创产品设计基础理论、文化元素的研究与提取、设计创意与方法培养、产品造型与功能设计、材料与工艺选择、品牌与营销知识，通过实际项目实践从概念到成品制作全流程锻炼学生综合设计能力与创新意识。
3	数字媒体软件	围绕 Premiere、剪映等媒体剪辑软件展开，包括软件基础操作、视频剪辑技巧、特效添加、音频处理、字幕编辑等，使学生具备专业的视频编辑能力，为文化纪录片、创意广告、短视频等作品提供数字媒体技术支持。
4	文创 IP 设计与数字传播	以本土非遗文化为真实教学载体，构建“认知与定位—设定与创作—内容与传播—整合与交付”四模块递进的课程实施路径。主要教学内容包括：文化调研与 IP 定位，完成非遗文化元素提取与 IP 故事线构建；IP 视觉设定与创作，完成标识、角色设定卡与基础视觉系统（三视图、动作设计）；数字内容创作与传播，运用图形设计、三维建模、AIGC 辅助设计等数字工具完成 IP 视觉作品，并开展短视频、直播等新媒体传播推广；整合与交付，形成“文化内核、数字技术、商业运营”一体化的 IP 全链路项目成果，对接文创产品设计师、IP 设计师、新媒体运营专员等岗位能力要求。

5	网络传播与策划	围绕文创产业网络传播全流程展开，涵盖网络传播基础理论、新媒体内容创意策划、多平台运营规则、文创产品网络营销、数据化运营与复盘、跨境内容传播合规等模块，系统讲解网络文案撰写、短视频与直播内容策划、账号矩阵搭建、用户运营与社群管理等专业技能。
6	文化活动策划实务	涵盖文化活动全流程策划与执行管理，包括策划基础与流程管理、创意构思与主题设计、资源整合与营销推广、现场执行与运营管理，通过模拟项目、案例分析与真实项目实践，全面提升学生策划能力、执行能力与综合运营管理能力。

4.参赛课程简介：《文创 IP 设计与数字传播》

《文创 IP 设计与数字传播》是文化创意与策划专业的一门专业核心课程，基准学时 64 学时（计 4 学分），开设于第二学年第一学期。课程紧扣高等职业教育专科专业教学标准，立足区域文化产业发展与国际旅游消费中心战略定位，面向文创产业“文化内核、数字技术、商业运营”复合型岗位需求，以非遗文化为真实教学载体，构建“认知与定位、设定与创作、内容与传播、整合与交付”四模块递进课程体系。

课程遵循职业教育规律与学生认知规律，落实理实一体、知行合一，以项目式、任务式、案例式、情境化教学组织课堂，将文化自信、工匠精神、创新意识、数字素养与法治观念有机融入教学全过程。课程对接 AIGC、数字建模、直播运营等新方法、新技术、新工艺、新标准，落实书证融通，实现岗课赛证四位一体。



课程名称	文创 IP 设计与数字传播			开课学期	第三学期
总学时	64	总学分	4	理论 20 课时，实践 44 课时	

教学目标：

（一）知识目标

掌握 IP 的概念、类型与商业化逻辑

掌握文化符号向 IP 形象的转化方法

了解非遗等传统文化资源的可转化路径

了解新媒体传播、直播与社群运营的基本规律

（二）能力目标

能完成文化调研与 IP 定位方案

能完成 IP 标识、基础视觉系统与角色设定卡（含三视图、动作设计）

能完成短视频、海报、条漫等数字内容创作

能组织直播、票选与话题运营，完成 IP 项目整合与交付

（三）素质目标

具有文化自信与传承创新的使命感

具有跨界整合与团队协作能力 具备数据意识与复盘改进习惯
教学内容：以“文化内核＋数字技术＋商业运营”为主线，四个模块各 16 学时，逐模块写明主要内容、任务/成果与考核（形成性 60%＋总结性 40%）。
实训项目或内容：以“黎族三月三非遗 IP 设计与传播”贯通四模块，说明从调研、IP 设定、三视图/动作到短视频、直播、路演的全链条实训。
教学方法建议： 案例教学法：以真实文化项目为案例开展分析研讨 项目驱动法：以真实任务为主线组织教学，成果导向 工作坊与头脑风暴：激发创意，训练协作 示范操作与任务驱动：适用于软件与实操类内容 导师指导与答辩评审：引入行业导师，强化实战对接
考核评价要求： 过程性考核（形成性） 60% 课堂参与、任务完成、阶段性成果、小组协作 总结性考核 40% 模块综合作品、方案文本、答辩与路演

（三）学时安排

教学活动	学时数	占总计的比例
理论教学	758	27.5%
实践教学	2042	72.5%
总计	2800	100%

（四）教学进程表（附件 2）

（五）实践性教学环节

序号	活动类别	活动（项目）名称	教学目标	学期	校内/校外
1	认知见习	军训	国防教育认知	一	校内
2	技能实训	产品创意设计	产品创意设计岗位技能学习	四	校内
3	综合实训	设计实训与岗位融合	岗位技能综合提升	五	校内
4	顶岗实习	毕业顶岗实习	实习	五、六	校外

（六）素质教育活动

依托“到梦空间”管理系统，实行学分制度，学生毕业前修满 11 学分，包含思想政治类 3.5 学分，志愿公益类 2.5 学分，创新创业类 1 学分，文艺体育类 1.5 学分，实习实践类 1 学分和技能培训类 1.5 学分，具体内容详见《xxx 学校学分制度实施办法》和《xxx“学分”积分计算方法》。

（七）创新创业教育体系

类别	课程（活动）名称	学时	学分	开设学期	教学形态	修读方式	备注
职业规划	大学生职业发展	8	1.5	第一学期	讲座	必修	
	职业生涯规划	8		第二学期	比赛	选修	
就业指导	就业指导 1	4		第三学期	讲座	必修	
	就业指导 2	4		第四学期	辅导	必修	
	就业基本技能（驾驶）	8	0.5	任一学期		选修	
创新创业	创新创业基础	16	1	第一学期	讲授	必修	
	创新创业提升	16	1	第二学期	讲授	选修	
	创新思维训练				实践	选修	
	创新创业实践				实践	选修	

八、教学基本条件

（一）师资队伍

1.队伍结构

文化创意与策划专业以市场需求为导向，以技能性强、实操多为专业特点。依托岗位需求以及行业发展，所需要的师资队伍应理论知识体系完善，企业工作经验丰富，能准确把握文创行业一线人才需求趋势，能在教学过程中传授设计理念知识、引导学生了解行业特点以及掌握应对岗位需求的能力。

文化创意与策划专业有 2 名博士，3 名硕士，4 名具备中级及以上职务。都在 25-60 岁之间，双师素质教师占专业教师比例不低于 80%。

2.专任教师

文化创意与策划专业教学团队目前拥有专任教师 4 名，学历高、企业经验丰富且任教多年，教学经验丰富。团队教师多次被评为教学标兵、教学新秀、骨干教师

等荣誉，并在教师教学比赛中获一、二等奖数次。指导学生参加省级设计比赛获一、二、三等奖 30 余次，教师发表学术论文 20 余篇，编写教材 7 部。

专业教师整体素质较高，能为人师表，教书育人，治学严谨，教学态度端正，方法运用得当，教学过程规范，较好地保证了教学质量。在历年的教学评估中都有较好的成绩，受到学生的普遍欢迎，呈现蓬勃向上的良好发展态势

3.专业带头人

原则上应具有副高及以上职称，能够较好地把握国内外行业、专业发展，能够了解行业企业对文化创意与策划专业人才的实际需求，组织开展教科研工作能力强，在本区域或本领域有一定的专业影响力。

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，应具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，一般应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，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专业教学任务。根据需要聘请技能大师、劳动模范、能工巧匠、非物质文化遗产代表性传承人等高技能人才，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。

（三）教学设施

文化创意与策划专业课程体系中的电脑设计软件学习是系统学习里面最重要的一环，需要开设学校有一定的资源环境支撑。主要需求有电脑、设计软件、实训场地等设施。

1. 专业教室基本条件

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 WiFi 环境，并具有网络安全防护措施。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.校内实训室

教学设施需求	类别	使用状况（正常、非正常、报废）	备注
学生用电脑	电子设备	正常	学校具备有多个教学用机房
绘图桌	办公家具	正常	已具备
扫描仪	电子设备	正常	已具备
打印机	电子设备	正常	已具备
激光刻字机	电子设备	正常	已具备
投影仪	电子设备	正常	已具备
教师用计算机	电子设备	正常	已具备
挂式空调	电子设备	正常	已具备
电动投影仪幕布	电子设备	正常	已具备

在教学过程中，充分利用学校配备电脑机房和实训室，提高学生的动手能力，把掌握知识技能和发展能力，培养良好的职业道德以及个性心理品质等各项目标有机地结合起来，着眼于提高学生的综合素质。在培养模式的具体实施中，在校系统学习与实习实践相结合。通过多样化教学模式实现产教融合，把所学知识点融入实践。

（三）教学资源

1.教材选择三年以内出版的十四五高职高专、模块化或项目化教材。

2.建立专业教学资源库，以数字化（网络）等形式，向任课老师和学生提供教学参考资料。

3.广泛收集并购买本专业图书、杂志，可有学校图书馆统一管理，方便任课老师和学生阅读。

九、专业教学建议

（一）专业教学存在的问题与不足

1. 人才培养目标与区域文化产业发展战略的衔接需进一步深化，本土文化IP数字化活化、数字文创运营等前沿能力需在课程中持续渗透。

2. 课程体系产业适配性有待加强，传统设计软件训练较多，AIGC辅助设计、VR场景搭建、新媒体数据化运营等新兴技术融合应用需进一步融入。

3. 实践教学生态的产业还原度有待提升，校内实训与校外实习需进一步贴近企业真实工作场景与核心业务。

4. 师资队伍前沿能力结构需持续优化，兼具产业前沿引领能力与教学创新能力的战略型师资相对不足。

5. 产教融合协同机制深度有待加强，需从实习基地共建、专家讲座向课程共建、项目共研、收益共享升级。

（二）专业教学改革建议

1. 实施人才培养目标战略重构，强化本土文化解码、数字技术融合应用与新媒体运营三项核心能力。

2. 推进课程体系模块化精准改造，核心课程升级、战略模块嵌入、企业课程补充三维并举。

3. 打造校内外联动的实战化实践教学生态，建设本土IP开发、数字文创、样品制作等实训功能区。

4. 构建“双师、国际、产业”三维能力导向的师资队伍赋能体系，实施内部培养与外部引进并举。

5. 深化战略级产教融合机制创新，探索“订单班＋联合中心”载体，构建校、企、协三方联动机制。

6. 建立动态迭代的教学内容更新机制，及时将AIGC、VR、新媒体运营新技术纳入教学内容。

（三）专业教学改革的基本保障

保障维度	主要措施
组织保障	成立由校级领导牵头的专业建设领导小组，统筹战略对接、重大项目建设与资源调配；成立专业建设指导委员会，每年开展专业建设评估。
制度保障	修订专业建设管理办法，明确培养目标动态调整机制、课程模块准入退出标准、产教融合项目收益分配细则与产业导师聘任管理办法。
经费保障	将专业建设经费纳入学校年度预算专款专用，重点用于实训基地升级、产业导师引进、师资培训、企业定制课程开发与项目成果奖励。
技术保障	与文创研究机构、高校技术团队合作，引入 AIGC 正版软件授权与算力支持，建设教学资源云存储平台，实现案例库、素材库、作品库云端共享。
质量保障	构建学校、院系、专业三级质量监控体系，建立毕业生与用人单位跟踪机制，引入第三方评价机构开展能力测评与雇主满意度调查，形成诊断改进闭环。
文化保障	将服务区域文化产业发展作为专业文化内核，贯穿入学教育、课程思政与毕业教育，举办年度文创设计活动，设立专项奖学金，营造浓厚的文化传承与创新氛围。

十、毕业要求

1. 修完本专业人才培养方案所规定的全部课程并达到规定学分。

2. 在学制期间获得相应的职业技能等级证书（如“1+X”新媒体运营、数字文创设计师等）。

3. 在学制期间取得相应的英语、计算机合格证书。

4. 完成岗位实习并考核合格。

5. 达到学校规定的毕业条件，德、智、体、美、劳全面发展。

《文化创意与策划》课程标准

课程名称：文化创意与策划

学　　分：4

总 学 时：64

开课学期：第 3 学期

一、课程定位

本课程是文化创意与策划专业的核心基础课程，系统讲授文化创意与策划的基本理论、方法与全流程，是后续文创产品设计、文创 IP 设计与数字传播、文化活动策划实务等课程的理论基石。

二、课程目标

（一）知识目标

1. 掌握文化创意的基本概念、特征、类型与发展脉络
2. 理解文化产业、文旅融合与创意经济的基本理论
3. 掌握文化资源调研、挖掘与转化的基本方法
4. 熟悉文创项目策划书、方案文本的规范体例

（二）能力目标

5. 能独立完成区域文化资源调研与价值评估
6. 能运用创意思维方法生成并筛选创意概念
7. 能独立完成一份规范的文创项目策划书
8. 能就策划方案进行陈述与答辩

（三）素质目标

9. 具备较深厚的人文素养与审美品位
10. 具有团队协作与跨专业沟通意识
11. 遵守知识产权与创意伦理规范

三、课程结构与教学内容

模块	学时	主要内容	任务/成果	教学方法	考核评价
模块一 认知文化创意	16	创意概念与特征、文化产业概览、文化资源类型与价值评估	文化资源调研报告 1 份	案例研讨、田野调研、小组汇报	形成性 60%，总结性 40%
模块二 创意思维与方法	16	头脑风暴、思维导图、SCAMPER、六顶思考帽等方法训练	创意概念生成与筛选作业 1 组	方法演练、工作坊、头脑风暴	形成性 60%，总结性 40%
模块三 策划流程与文本规范	16	项目定位、受众分析、方案结构、预算与执行计划	策划书文本 1 份（小组）	范例解析、文本写作、互评	形成性 60%，总结性 40%
模块四 综合项目实践	16	真实文化资源选题，完成从调研到策划书的全流程输出	综合策划方案 1 份 + 现场答辩	项目驱动、导师指导、答辩评审	形成性 60%，总结性 40%

四、教学方法

案例教学法：以真实文化项目为案例开展分析研讨

项目驱动法：以真实任务为主线组织教学，成果导向

工作坊与头脑风暴：激发创意，训练协作

示范操作与任务驱动：适用于软件与实操类内容

导师指导与答辩评审：引入行业导师，强化实战对接

五、考核评价

本课程采用过程性考核与总结性考核相结合的方式，突出能力导向与成果输出。

考核类型	占比	考核内容
过程性考核（形成性）	60%	课堂参与、任务完成、阶段性成果、小组协作
总结性考核	40%	模块综合作品、方案文本、答辩与路演

《文创产品设计》课程标准

课程名称：文创产品设计

学　　分：4

总 学 时：64

开课学期：第 4 学期

一、课程定位

本课程是专业核心课程，聚焦文创产品从文化元素提取到产品落地的完整设计流程，培养学生运用设计语言将文化符号转化为可量产、可销售的文创产品的能力。

二、课程目标

（一）知识目标

掌握文创产品的定义、分类与市场逻辑

掌握文化元素提炼与设计转化的基本方法

了解常用材料、工艺、结构及成本构成

了解文创产品的品牌包装与营销常识

（二）能力目标

能完成文化元素的视觉提炼与再设计

能完成产品造型、色彩、材质与工艺的方案设计

能使用设计软件完成产品效果图与结构图

能撰写产品设计方案并进行打样说明

（三）素质目标

具有工匠精神和细节把控能力

尊重传统文化并具备创新意识

具有良好的审美判断力

三、课程结构与教学内容

模块	学时	主要内容	任务/成果	教学方法	考核评价
模块一 文创产品认知与设计基础	16	文创产品分类、市场分析、设计要素与流程	市场调研小报告 1 份	案例赏析、市场调研	形成性 60%，总结性 40%
模块二 文化元素提炼与再设计	16	符号提取、纹样简化、图形重构、色彩提炼	文化元素再设计图 1 组	项目演练、导师点评	形成性 60%，总结性 40%
模块三 产品造型与工艺表达	16	造型设计、材料工艺、结构、成本与量产可行性	产品设计方案 1 套（效果图＋结构图）	软件实操、打样说明	形成性 60%，总结性 40%
模块四 品牌包装与综合输出	16	品牌命名、包装设计、产品说明与营销对接	综合产品设计方案 1 套	综合实训、成果展示	形成性 60%，总结性 40%

四、教学方法

案例教学法：以真实文化项目为案例开展分析研讨

项目驱动法：以真实任务为主线组织教学，成果导向

工作坊与头脑风暴：激发创意，训练协作

示范操作与任务驱动：适用于软件与实操类内容

导师指导与答辩评审：引入行业导师，强化实战对接

五、考核评价

本课程采用过程性考核与总结性考核相结合的方式，突出能力导向与成果输出。

考核类型	占比	考核内容
过程性考核（形成性）	60%	课堂参与、任务完成、阶段性成果、小组协作
总结性考核	40%	模块综合作品、方案文本、答辩与路演

《数字媒体软件》课程标准

课程名称：数字媒体软件

学　　分：4

总 学 时：64

开课学期：第 3 学期

一、课程定位

本课程是专业核心技术课程，系统讲授 Photoshop、Illustrator、Premiere、Cinema 4D 等数字媒体软件的操作与综合应用，为文创产品设计、文创 IP 设计与数字传播等课程提供技术支撑。

二、课程目标

（一）知识目标

掌握常用设计软件的功能模块与操作逻辑

理解位图与矢量、二维与三维、静态与动态的设计差异

了解数字媒体文件的格式、规范与输出标准

了解 AIGC 辅助设计工具的基本应用边界

（二）能力目标

能熟练使用 PS/AI 完成平面视觉设计

能使用 C4D 完成三维建模与基础渲染

能使用 Premiere/剪映完成视频剪辑与特效

能将不同软件输出物进行跨平台整合

（三）素质目标

具备精益求精的技术打磨习惯

遵守软件使用与素材版权规范

具备解决技术问题的自主学习能力

三、课程结构与教学内容

模块	学时	主要内容	任务/成果	教学方法	考核评价
模块一 Photoshop 图像处理	16	选区、图层、调色、合成、文字与输出	图像合成作品 1 组	示范操作、任务驱动	形成性 60%，总结性 40%
模块二 Illustrator 矢量设计	16	路径、形状生成器、文字排版、图标与图形设计	矢量图形设计作品 1 组	示范操作、项目演练	形成性 60%，总结性 40%
模块三 Cinema 4D 三维建模与渲染	16	建模、材质、灯光、渲染与基础动画	三维建模作品 1 件	示范操作、综合实操	形成性 60%，总结性 40%
模块四 Premiere 与动态内容	16	剪辑、转场、音频、字幕与多轨合成	短视频作品 1 条	任务驱动、作品互评	形成性 60%，总结性 40%

四、教学方法

案例教学法：以真实文化项目为案例开展分析研讨

项目驱动法：以真实任务为主线组织教学，成果导向

工作坊与头脑风暴：激发创意，训练协作

示范操作与任务驱动：适用于软件与实操类内容

导师指导与答辩评审：引入行业导师，强化实战对接

五、考核评价

本课程采用过程性考核与总结性考核相结合的方式，突出能力导向与成果输出。

考核类型	占比	考核内容
过程性考核（形成性）	60%	课堂参与、任务完成、阶段性成果、小组协作
总结性考核	40%	模块综合作品、方案文本、答辩与路演

《文创 IP 设计与数字传播》课程标准

课程名称：文创 IP 设计与数字传播

学　　分：4

总 学 时：64

开课学期：第 3 学期

一、课程定位

本课程是专业特色核心课程，聚焦“文化内核＋数字技术＋商业运营”复合型能力培养，以本土非遗文化为真实教学载体，构建认知与定位—设定与创作—内容与传播—整合与交付四模块递进路径，是衔接专业基础课与顶岗实习、毕业设计的核心枢纽课程。

二、课程目标

（一）知识目标

掌握 IP 的概念、类型与商业化逻辑

掌握文化符号向 IP 形象的转化方法

了解非遗等传统文化资源的可转化路径

了解新媒体传播、直播与社群运营的基本规律

（二）能力目标

能完成文化调研与 IP 定位方案；

能完成 IP 标识、基础视觉系统与角色设定卡（含三视图、动作设计）

能完成短视频、海报、条漫等数字内容创作

能组织直播、票选与话题运营，完成 IP 项目整合与交付

（三）素质目标

具有文化自信与传承创新的使命感

具有跨界整合与团队协作能力

具备数据意识与复盘改进习惯

三、课程结构与教学内容

模块	学时	主要内容	任务/成果	教学方法	考核评价
模块一 认知与定位（文化内核）	16	非遗等文化资源调研、符号提炼、IP 定位与受众分析	文化调研与 IP 定位方案 1 份	田野调研、案例研讨、小组汇报	形成性 60%，总结性 40%
模块二 设定与创作（数字技术）	16	IP 标识设计、基础视觉系统、角色设定卡与三视图、动作设计	IP 角色设定卡 1 套（含三视图、动作设计）	项目演练、导师点评	形成性 60%，总结性 40%
模块三 内容与传播（商业运营）	16	短视频脚本与拍摄、海报与条漫、直播策划与票选运营	数字传播作品包 1 组	任务驱动、作品互评	形成性 60%，总结性 40%
模块四 整合与交付（综合实战）	16	IP 项目整合、品牌延展、直播交付、数据复盘与路演	IP 项目整合交付包 1 套 + 路演答辩	项目驱动、三导师评审	形成性 60%，总结性 40%

四、教学方法

案例教学法：以真实文化项目为案例开展分析研讨

项目驱动法：以真实任务为主线组织教学，成果导向

工作坊与头脑风暴：激发创意，训练协作

示范操作与任务驱动：适用于软件与实操类内容

导师指导与答辩评审：引入行业导师，强化实战对接

五、考核评价

本课程采用过程性考核与总结性考核相结合的方式，突出能力导向与成果输出。

考核类型	占比	考核内容
过程性考核（形成性）	60%	课堂参与、任务完成、阶段性成果、小组协作
总结性考核	40%	模块综合作品、方案文本、答辩与路演

《网络传播与策划》课程标准

课程名称：网络传播与策划

学　　分：4

总 学 时：64

开课学期：第 4 学期

一、课程定位

本课程是专业核心拓展课程，围绕文创产业网络传播全流程展开，培养学生新媒体内容创意策划、多平台运营、数据化运营与跨境内容传播策划能力。

二、课程目标

（一）知识目标

掌握网络传播的基本原理与新媒体生态

熟悉主流平台的内容规则与运营机制

了解数据化运营指标与复盘方法

了解跨境内容传播的合规与本地化策略

（二）能力目标

能完成新媒体内容选题与创意策划

能独立完成多平台账号运营与内容排期

能运用数据工具进行运营分析与复盘

能策划跨境内容传播方案

（三）素质目标

具有敏锐的网络文化与审美判断力

遵守网络传播伦理与平台规范

具备持续学习新媒体新形态的能力

三、课程结构与教学内容

模块	学时	主要内容	任务/成果	教学方法	考核评价
模块一　网络	16	传播原理、平台生态、	平台调研与	案例研讨、平	形成性 60%，

传播基础与平台认知		账号定位与用户画像	账号定位报告 1 份	台实操	总结性 40%
模块二 内容创意与策划	16	选题策划、内容矩阵、文案写作与视觉表达	内容策划案 1 份	头脑风暴、范例解析	形成性 60%，总结性 40%
模块三 多平台运营与数据复盘	16	排期管理、数据指标、运营分析与复盘优化	运营数据复盘报告 1 份	项目演练、数据实操	形成性 60%，总结性 40%
模块四 跨境内容传播策划	16	本地化策略、合规边界、跨文化传播方案设计	跨境传播策划案 1 份	案例研讨、小组汇报	形成性 60%，总结性 40%

四、教学方法

案例教学法：以真实文化项目为案例开展分析研讨

项目驱动法：以真实任务为主线组织教学，成果导向

工作坊与头脑风暴：激发创意，训练协作

示范操作与任务驱动：适用于软件与实操类内容

导师指导与答辩评审：引入行业导师，强化实战对接

五、考核评价

本课程采用过程性考核与总结性考核相结合的方式，突出能力导向与成果输出。

考核类型	占比	考核内容
过程性考核（形成性）	60%	课堂参与、任务完成、阶段性成果、小组协作
总结性考核	40%	模块综合作品、方案文本、答辩与路演

《文化活动策划实务》课程标准

课程名称：文化活动策划实务

学　　分：4

总 学 时：64

开课学期：第 5 学期

一、课程定位

本课程是专业核心实践课程，涵盖文化活动全流程策划与执行管理，通过模拟项目、案例分析与真实项目实践，培养学生活动统筹、资源整合与现场执行能力。

二、课程目标

（一）知识目标

掌握文化活动策划的流程、方法与规范

了解活动预算编制、合同与风险管理

了解场地、物料、人员、安保等执行要素

了解活动效果评估与复盘方法

（二）能力目标

能独立完成活动方案策划与预算编制

能组织团队完成活动的分工、排期与执行

能应对现场突发情况并灵活调整

能完成活动效果评估与复盘报告

（三）素质目标

具有强烈的责任心与抗压能力

具备统筹协作与领导力潜质

遵守活动安全与合规要求

三、课程结构与教学内容

模块	学时	主要内容	任务/成果	教学方法	考核评价
模块一　策划	16	活动类型、策划流程、	活动策划书	范例解析、文	形成性 60%，

基础与流程管理		预算编制与风险评估	1 份（含预算）	本写作	总结性 40%
模块二 创意构思与主题设计	16	主题提炼、创意点设计、流程与环节编排	主题活动方案 1 份	工作坊、头脑风暴	形成性 60%，总结性 40%
模块三 资源整合与营销推广	16	赞助、场地、物料、媒体与社群资源整合	资源整合与推广方案 1 份	案例研讨、项目演练	形成性 60%，总结性 40%
模块四 现场执行与运营管理	16	现场统筹、人员管理、应急预案与效果复盘	模拟活动执行报告 + 复盘报告	模拟实战、答辩评审	形成性 60%，总结性 40%

四、教学方法

案例教学法：以真实文化项目为案例开展分析研讨

项目驱动法：以真实任务为主线组织教学，成果导向

工作坊与头脑风暴：激发创意，训练协作

示范操作与任务驱动：适用于软件与实操类内容

导师指导与答辩评审：引入行业导师，强化实战对接

五、考核评价

本课程采用过程性考核与总结性考核相结合的方式，突出能力导向与成果输出。

考核类型	占比	考核内容
过程性考核（形成性）	60%	课堂参与、任务完成、阶段性成果、小组协作
总结性考核	40%	模块综合作品、方案文本、答辩与路演