



湖南民族职业学院
HUNAN VOCATIONAL COLLEGE FOR NATIONALITIES

创意设计学院

2025 级三年制文化创意与策划专业

人才培养方案



湖南民族职业学院
二〇二五年五月三十日

目 录

一、专业名称/专业代码/所属专业群	1
二、入学要求	1
三、基本修业年限	1
四、职业面向	1
五、培养目标与培养规格	2
(一) 培养目标	2
(二) 培养规格	2
六、课程设置及要求	3
(一) 课程设置	3
(二) 课程教学要求	4
(三) 核心课程标准	4
七、教学进程总体安排	4
(一) 课程计划与进度总表	4
(二) 教学总学时分、总学分分配表	7
八、实施保障	7
(一) 师资队伍	7
(二) 教学设施	8
(三) 教学资源	10
(四) 教学方法	12
(五) 教学评价	12
(六) 质量管理	12
九、毕业要求	13
十、附件与说明	13
(一) 编制流程及主要成员	13
(二) 学分制	14
(三) “1+X”证书制度及职业资格证	14
(四) 动态调整机制	15
(五) 附件	15
附件 1: 三年制专科文化创意与策划专业课程设置及描述	16
附件 2: 三年制专科文化创意与策划专业核心课程标准	44
附件 3: 三年制专科文化创意与策划专业人才培养方案调研报告	93
附件 4: 湖南民族职业学院专业人才培养方案审批表	错误! 未定义书签。

湖南民族职业学院创意设计学院

2025 级文化创意与策划专业人才培养方案

一、专业名称/专业代码/所属专业群

文化创意与策划/550401/艺术设计专业群

二、入学要求

普通高级中学毕业、中等职业学校毕业或具备同等学力。

三、基本修业年限

标准学制 3 年，弹性学制 2—6 年。

四、职业面向

表 1 职业面向表

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)	主要岗位类别 (或技术领域)	职业技能等级证书 或职业资格证书举例
文化艺术 (55)	文化服务 (5504)	商务服务 (72) 文化艺术 (88)	文化和教育 服务人员 (4-13) 新闻出版、 文化专业人员 (2-10)	文化活动策划师 新媒体运营师 广告策划师 文创产品策划运营师 企宣专员	文创产品数字化设计、 文创产品策划运营师

表 2 典型工作任务

序号	职业岗位	典型工作任务
1	文化活动策划师	1. 根据客户需求撰写文化活动创意策划方案，结合文化内涵与市场需求，明确主题、流程、预算及风险预案； 2. 项目实施的策划统筹、活动执行监管及维护； 3. 活动效果收集反馈，撰写总结报告。
2	新媒体运营师	1. 撰写脚本并拍摄短视频，使用剪辑软件进行相应的后期处理； 2. 运营公众号、抖音等媒体平台，创作文案、短视频等内容； 3. 根据平台调性调整内容形式，优化投放策略并生成可视化报告。
3	广告策划师	1. 调研市场趋势、分析目标受众画像、确定广告目标及渠道，制定广告策划、投放传播策略； 2. 创意内容策划提案撰写与呈现执行，设计广告主题、文化、视觉方案，协调团队完成广告脚本、视频等素材制作。
4	文创产品策划运营师	1. 深入挖掘文化元素，确定产品定位，展开创意设计；涉及文创产品的开发、3D 建模、材质打样，并参与版权登记及市场测试； 2. 设计文创产品相关包装、宣传物料、配套数字内容及系列衍生品。
5	企宣专员	1. 协助企业制定文化战略与传播，设计策划文化主题活动，撰写活动方案并申请财政支持； 2. 解读国家政策、洞察行业动态，结合当地文旅产业发展，策划公共文化空间改造，协调推进项目落地。

五、培养目标与培养规格

（一）培养目标

本专业培养德智体美劳全面发展，掌握扎实的科学文化基础和创意策划、新媒体运营、基础设计与视频制作等知识，具备创意统筹、运营推广、文创产品开发等能力，具有工匠精神和信息素养，能够从事文化活动策划与组织、新媒体运营、文创产品设计与创意策划、短视频创意指导与创作等工作的高素质技术技能人才。学生毕业 1—2 年能从事文案策划与写作、活动策划与执行、新媒体运营等工作，3—5 年后能从事广告策划、企业宣传等工作。

（二）培养规格

本专业学生应在系统学习本专业知识并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我国社会主义制度，在习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，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. 具有文化创意活动中的创新能力与实践能力；

6. 具有文化活动策划、品牌推广、文创产品推介等所需的策划与组织合作能力；

7. 具有文创产品开发中所需的创意统筹、产品架构和制作的能力；

8. 具有文创产品设计制图中所需的数字技术能力与设计表现能力；
9. 具有新媒体运营所需的视觉艺术素养和宣传、运营能力；
10. 具有视频创意制作所需的拍摄技巧、脚本设计、视频剪辑能力；
11. 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；
12. 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；
13. 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；
14. 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；
15. 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。

六、课程设置及要求

（一）课程设置

本专业课程主要包括公共基础课程和专业（技能）课程两类。公共基础课程有公共必修课、公共选修课；专业（技能）课程分为专业基础（专业基本技能）课、专业核心（岗位核心技能）课、专业拓展（岗位综合技能）课、岗位综合实训课以及专业（群）选修课，共 7 类课程，48 门课，2596 个课时，146.5 学分。

1. 公共必修课

开设形势与政策、体育与健康、思想道德与法治、大学英语、信息技术、军事技能（军训）、军事理论、大学生心理健康教育、职业规划、中华优秀传统文化、国家安全教育、大学语文、习近平新时代中国特色社会主义思想概论、就业指导、劳动教育、创新创业基础、毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论等 17 门课程，共修 41 学分。

2. 公共选修课

开设有人工智能基础、高职数学、大学美育、中国共产党史、习近平著作选读等 5 门课程，其中人工智能基础、高职数学、大学美育为限选课，中国共产党史、习近平著作选读二选一，共修 4.5 学分。

3. 专业基础（基本技能）课

主要有创意学基础、文化产业概论、文创策划、展览展示策划、文创企业管理实务、数字图形图像处理（设计软件应用）、产品造型基础等 7 门课程，共 23 学分。

4. 专业核心（岗位核心技能）课

主要有创意文案写作实务、图形语言、网络传播与策划、短视频策划与制作、文创产品开发与设计、文化活动策划实务等 6 门课程，共 25 学分。

5. 专业拓展（岗位综合技能）课

主要有视频剪辑、版式设计、CINEMA 4D 三维设计制作等 3 门课程，共 9 学分。

6. 岗位综合实训课

主要有本专业开设文化活动策划实务综合实训、岗位实习、毕业设计等 3 门课程，共计 31 学分。此类课程按学校《专业实践教学管理办法》文件规定具体实施。

7. 专业（群）选修课

开设有艺术欣赏、民族传统图案、品牌视觉形象设计课程三选二，修 6 学分；数字插画设计、人工智能技术应用课程二选一，修 3 学分；商务礼仪、消费心理学、文化市场营销课程三选二，修 4 学分。总计选修专业群选修课 5 门，共修 13 个学分。

（二）课程教学要求

见附件 1 文化创意与策划专业课程设置及描述。

（三）核心课程标准

见附件 2 文化创意与策划专业核心课程标准。

七、教学进程总体安排

（一）课程计划与进度总表

表3 课程计划与进度总表

课程类别			课程名称 及编号	学分	学时分配		考核 方式	学年/学期分配//周课时数						备注		
					总 学 时	其中		第一学年		第二学年		第三学年				
						理 论		实 践	一 20周	二 20周	三 20周	四 20周	五 20周		六 20周	
公共基础课	公共必修课		形势与政策 (2001005)	1	40	40		B	2×4	2×4	2×4	2×4	2×4			
			体育与健康 (2201028)	6	108	12	96	B	2×16	2×18	2×10	2×10				
			思想道德与法治 (2101001)	3	48	42	6	A	2×12	2×12						
			大学英语 (2201025)	8	128	64	64	A	4×16	4×16						
			信息技术 (2401034)	3	48	24	24	B	2×10	2×14						
			军训 (190116)	2	112		112		2W							
			军事理论 (2201073)	2	36	36		B	3×12							
			大学生心理健康教育 (2201072)	2	32	24	8	B	2×16							
			职业规划 (2301070)	1	18	10	8	B	2×9							
			中华优秀传统文化 (2401111)	1	16	10	6	B	2×8							
			国家安全教育 (2201123)	1	16	16		B		2×8						
			大学语文 (2301021)	2	32	22	10	A		2×16						
			习近平新时代中国特色 社会主义思想概论 (2301004)	3	48	40	8	A			3×16					
			就业指导 (2301071)	1	14	8	6	B			2×7					
			劳动教育 (2301127)	1	16	16		B			2×8					
			创新创业基础 (2201033)	2	32	20	12	B				2×16				
	毛泽东思想和中国特色 社会主义理论体系概论 (2301003)	2	32	30	2	A				2×16						
	小计			41	776	414	362									
	公共选修课		限选课	中国共产党史 (2101015)	1	16	16		B	2×8						二 选 一
				习近平著作选读 (2201017)	1	16	16		B					2×16		
				人工智能基础 (2501123)	0.5	8	8		B	2×4						
				高职数学 (2501141)	1	16	12	4	A		2×8					
				大学美育 (2501131)	2	32	16	16	B			2×16				
	小计			4.5	72	52	20									
专业（技能）课	专业必修课 （基本技能）课		创意学基础 (2504501)	3	48	24	24	B	8×6							
			文化产业概论 (2504502)	3	48	24	24	B	4×12							
			产品造型基础 (2504503)	4	64	32	32	B	8×8							
			数字图形图像处理 (2504504)	4	64	32	32	B		8×8						
			文创企业管理实务 (2504505)	3	48	24	24	B		8×6						
			展览展示策划 (2504507)	3	48	24	24	B				8×6				

课程类别			课程名称 及编号	学分	学时分配		考核 方式	学年/学期分配//周课时数						备注	
					总学 时	其中		第一学年		第二学年		第三学年			
						理 论		实 践	一	二	三	四	五		六
									20 周	20 周	20 周	20 周	20 周		20 周
			文创策划 (2504506)	3	48	24	24	B				8×6			
	小计			23	368	184	184								
	专业 核 心 （ 岗 位 核 心 技 能 ） 课		图形语言 (2504509)	4	64	32	32	B		8×8					
			创意文案写作实务 (2504510)	4	64	32	32	B			8×8				
			网络传播与策划 (2504508)	4	60	30	30	B			20×3				
			文化活动策划实务 (2504511)	4.5	72	36	36	B				8×9			
			文创产品开发与设计 (2504513)	4.5	72	36	36	B				24×3			
			短视频策划与制作 (2504512)	4	60	30	30	B				20×3			
	小计			25	392	196	196								
	专业 拓 展 （ 岗 位 综 合 技 能 ） 课		视频剪辑 (2504514)	3	48	24	24	B		24×2					
			版式设计 (2504515)	3	48	24	24	B			8×6				
			CINEMA 4D 三维设计制作 (2504516)	3	48	24	24	B			8×6				
	小计			9	144	72	72								
	岗 位 综 合 实 训 课		文化活动策划 实务综合实训 (2504517)	2	48		48	B					2W		
			毕业设计 (2504518)	3	60		72	B					3W		
			岗位实习 (2504519)	26	520		520	B					6 个月		
	小计			31	628		628								
	专 业 （ 群 ） 选 修 课		艺术欣赏 (2504520)	3	48	24	24	B		4×12					三 选 二
			民族传统图案 (2504521)	3	48	24	24	B		4×12					
			品牌视觉形象设计 (2504522)	3	48	24	24	B				4×12			二 选 一
			数字插画设计 (2504523)	3	48	24	24	B			4×12				
			人工智能技术应用 (2504524)	3	48	24	24	B			4×12				三 选 一
			商务礼仪 (2504525)	2	36	16	20	B				2×18			
			消费心理学 (2504526)	2	36	16	20	B					2×18		
			文化市场营销 (2504527)	2	36	16	20	B					2×18		
	小计			13	216	104	112								
总计			146.5	2596	1022	1574									

(二) 教学总学时分、总学分分配表

表4 教学总学时分、总学分分配表

课程类别		课程性质	学时				学分	
			理论学时	实践学时	小计	占总学时比例(%)	小计	占总学分比例(%)
公共基础课	公共必修课	必修	414	362	776	29.89	41	27.99
	公共选修课	选修	52	20	72	2.77	4.5	3.07
专业(技能)课	专业基础课	必修	184	184	368	14.18	23	15.70
	专业核心课	必修	196	196	392	15.10	25	17.06
	专业拓展课	必修	72	72	144	5.55	9	6.14
	专业(群)选修课	选修	104	112	216	8.32	13	8.87
实践教学课		必修		628	628	24.19	31	21.17
合计			1022	1574	2596	100	146.5	100
说明:课内教学原则上以18学时为基准折算为1学分(个别课程根据其开课性质、开课方式、开课学期做适量微调)。								

八、实施保障

(一) 师资队伍

1. 队伍结构

学生数与本专业专任教师数比例是18:1,双师素质教师占专业教师比是60%,专任教师队伍考虑职称、年龄,形成合理的梯队结构。

2. 专任教师

具有高校教师资格和本专业领域有关证书;有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心;德技双修、知行合一;具有产品设计、艺术设计、市场营销等相关专业本科及以上学历;具有扎实的本专业相关理论功底和实践能力;具有较强的信息化教学能力,能够开展课程教学改革和科学研究;每5年累计不少于6个月的企业实践经历。

3. 专业带头人

本专业带头人具有副教授职称,能够较好地把握国内外行业、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,教学

设计、专业研究能力强，组织开展教科研工作能力强，在本区域本领域具有一定的专业影响。

4. 兼职教师

主要从岳阳正心文化创意有限公司和湖南省设计家协会等行企专家中聘任，具备良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神，具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，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。

表 5 专业教学团队配置与要求

师生比	1:18				
专兼职比	1:1				
双师比	60%				
年龄	20-30 岁 (%)	31-40 岁 (%)	41-50 岁 (%)	51-60 岁 (%)	
	40	60			
学历学位	本科 (%)	硕士 (%)	博士 (%)	博士以上 (%)	
		100			
职称	见习 (%)	助教 (同等职称) (%)	讲师 (同等职称) (%)	副教授 (同等职称) (%)	教授 (同等职称) (人)
	20		40	40	

(二) 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、实训室和实训基地。

1. 专业教室基本条件

一般配备多媒体计算机、智慧黑板、音响设备，互联网接入或 Wi-Fi 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。

表 6 教学场地、设施配置及功能

教学场地	设施配置	功能
专业常规教室	智慧黑板、计算机、多媒体、音响、桌椅	课程教学

2. 校内实训基本要求

(1) 创意策划工坊

创意策划实训室应配备会议桌椅、电脑、便携式录播系统、无线话筒、移动白板等设备，互联网接入或 Wi-Fi 环境，用于传媒策划、文化活动策划、商务谈判等课程的教学和实训。

(2) 智慧创设实训室

创意设计与制作实训室应配备台式计算机、数码相机、扫描仪、彩色喷墨打印机、展架等设备，计算机需安装 PS、DW、PR 等设计软件，互联网接入或 Wi-Fi 环境，用于广告创意与策划、新媒体营销、数字产品策划与制作等课程的教学和实训。

(3) 数字展陈实训室

创意设计与制作实训室应配备电脑、专业手写触摸显示器、展柜、展架、易拉宝、摄像机、数码相机、投影系统、无线话筒等设备，互联网接入或 Wi-Fi 环境，用于文化创意综合技能等课程的教学和文化活动策划综合实训、广告创意与策划综合实训、毕业设计等实训类项目作品的展示。

表 7 实习实训基地（室）配置与要求

序号	实验实训基地（室）名称	功能（实训实习项目）	面积、设备名称及台套数要求	容量（一次性容纳人数）
1	创意策划工坊	传媒产品策划实训 文化活动策划实训	100 m ² ，桌椅、电脑、录播系统、智慧黑板等	40
2	智慧创设实训室	广告创意实训 新媒体运营实训 数字产品制作实训	100 m ² ，摄影摄像设备、扫描打印设备、覆膜机、切割机等	40
3	数字展陈实训室	文化创意产品制作实训、毕业作品展览	200 m ² ，触摸显示屏、展柜、展架、易拉宝、电脑等	40

3. 校外实训基地基本要求

具有稳定的校外实训基地。能够提供开展文化活动策划、文创产品开发设计、广告项目策划等实训活动，实训设施齐备，实训岗位、实训指导教师确定，实训管理及实施规章制度齐全。

表8 校外实训基地配置与要求

序号	实训基地名称	实训内容	基本条件与要求
1	岳阳市楚吟文化创意有限公司	文案撰写、文化活动策划、企业项目宣传、文化活动执行	1. 能够为学生提供符合国家规定的安全岗位工作环境。 2. 具有与艺术设计专业相配套的实习实训设施设备,能够保障学生完成实习任务,并为学生提供便捷的学习场所。 3. 企业能够提供顶岗实习工作岗位所涉及的工作流程、技术规范、操作规范、生产管理技术档案、视频影像信息、图书信息、文献信息等详细资料,并提供保证顶岗实习要求的网络信息环境。
2	岳阳正心文化创意有限公司	文案撰写、文化项目策划、新媒体营销、文创产品开发设计与落地	
3	湖南贺与苏设计有限公司	广告策划、广告文案撰写、广告作品设计、广告项目策划与执行	
4	湖南春耕文化传播有限公司	新媒体平台搭建与维护、新媒体平台运营、企业宣传活动策划	
5	湖南微笑天使文化创意发展有限公司	短视频策划与制作,抖音、视频号、小红书等新媒体平台的运营	

4. 学生实习基地基本要求

具有稳定的校外实习基地。能提供文化活动策划师、新媒体运营师、广告策划师、文创产品策划运营师、企宣专员相关实习岗位,能涵盖当前文化创意与策划专业发展的主流业务,可接纳一定规模的学生实习;能够配备相应数指导教师对学生实习进行指导和管理;有保证实习生日常工作、学习、生活的规章制度,有安全、保险保障。

5. 支持信息化教学方面的基本要求

本专业利用数字化教学资源库、文献资料、常见问题解答等的信息化条件。引导鼓励教师开发并利用信息化教学资源、教学平台,创新教学方法、提升教学效果。

(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、图书及数字资源等。

1. 教材选用基本要求

按照国家规定选用优质教材,禁止不合格的教材进入课堂。建立由专业教师、行业专家和教研人员等参与的教材选用机构,完善教材选用制度,经过规范程序择优选用教材。

表9 文化创意与策划专业教材（部分）选用表

序号	课程名称	教材名称	教材类型	出版社	主编	出版日期
1	网络传播与策划	网络营销： 推广与策划	“十四五”职业教育 国家规划教材	人民邮电 出版社	惠亚爱	2024.02
2	短视频创意制作	短视频制作实战 策划 拍摄 制作 运营	“十四五”职业教育 国家规划教材	人民邮电 出版社	郭韬	2024.07
3	图形语言	图形创意	省级优质教材 (国规教材推荐)	南京大学 出版社	高培	2024.12

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，方便师生查询、借阅。专业类图书文献包括：有关文化创意与策划专业理论、技术、方法、思维以及实务操作类图书和文献。

表10 文化创意与策划专业主要参考图书文献配备表

序号	图书文献名称	出版单位	出版日期
1	中国文化产业 发展报告 (2022—2023)	社会科学文献出版社	2023.11
2	上海大学生公益广告大赛 优秀作品集	同济大学出版社	2023.10
3	文化创意产业创新创业案例实务	南京大学出版社	2021.07
4	文创品牌的秘密	广西美术出版社	2017.05
5	京都手艺人	湖南美术出版社	2017.01

3. 数字资源配备基本要求

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、数字教材等专业教学资源库，种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新、满足教学。

表11 文化创意与策划专业数字资源配备情况

序号	数字化资源名称	资源网址	备注
1	数字图形创意	https://www.xueyinonline.com/detail/249988202	国家精品课程
2	数字平面制作	https://www.xueyinonline.com/detail/249671438	国家精品课程
3	创意思维与设计	https://www.xueyinonline.com/detail/250897034	国家精品课程
4	产品创新设计	https://www.xueyinonline.com/detail/250592006	国家精品课程

序号	数字化资源名称	资源网址	备注
5	美学入门	https://www.xueyinonline.com/detail/250344246	国家精品课程
6	非物质文化遗产概论	https://www.xueyinonline.com/detail/250306420	国家精品课程
7	Adobe Illustrator 图形图像制作	https://www.xueyinonline.com/detail/251236483	国家精品课程
8	版式设计	https://www.xueyinonline.com/detail/250843753	国家精品课程
9	数字平面制作	https://www.xueyinonline.com/detail/249883927	省级精品课程
10	品牌包装设计	https://www.xueyinonline.com/detail/249426828	省级精品课程
11	信息技术	https://www.xueyinonline.com/detail/249904734	“大国长技”
12	品牌广告设计	https://www.xueyinonline.com/detail/250116422	

（四）教学方法

提出实施教学应该采取的方法指导建议，指导教师依据专业培养目标、课程教学要求、学生能力与教学资源，采用理实一体、案例教学、项目驱动教学、情景互动式教学等多种混合模式教学方法，通过分层设计、动态评估和多元互动，以实现知识内化、能力外化、素质升华的“精准育人”教学目标。倡导因材施教、按需施教，鼓励创新项目式学习、差异化教学等教学方法和策略，采用翻转课堂、混合式教学、体验式学习等方法，坚持学中做、做中学。

（五）教学评价

对学生的学业考核评价内容兼顾认知、技能、情感等方面，体现评价标准、评价主体、评价方式、评价过程的多元化，如观察、口试、笔试、顶岗操作、职业技能大赛、职业资格鉴定等评价、评定方式。加强对教学过程的质量监控，改革教学评价的标准和方法。

（六）质量管理

1. 建立专业建设和教学质量诊断与改进机制，健全专业教学质量监控管理制度，完善课堂教学、教学评价、实习实训、毕业设计以及专业调研、人才培养方案更新、资源建设等方面质量标准建设，通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进，达成人才培养规格。

2. 完善教学管理机制，加强日常教学组织运行与管理，定期开展课程建设水平和教学质量诊断与改进，建立健全巡课、听课、评教、评学等制度，建立与企业联动的实践教学环节督导制度，严明教学纪律，强化教学组织功能，定期开展公开课、示范课等教研活动。

3. 建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，并对生源情况、在校学业水平、毕业生就业情况等进行分析，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况。

4. 专业教研组织充分利用评价分析结果有效改进专业教学，持续提高人才培养质量。

九、毕业要求

本专业毕业生所修课程考核全部合格，至少修满 147.5 个学分，且原则上需要获得普通话、英语三级等证书，鼓励获得职业资格证及若干职业技能等级证书。

十、附件与说明

（一）编制流程及主要成员

图 1 编制流程

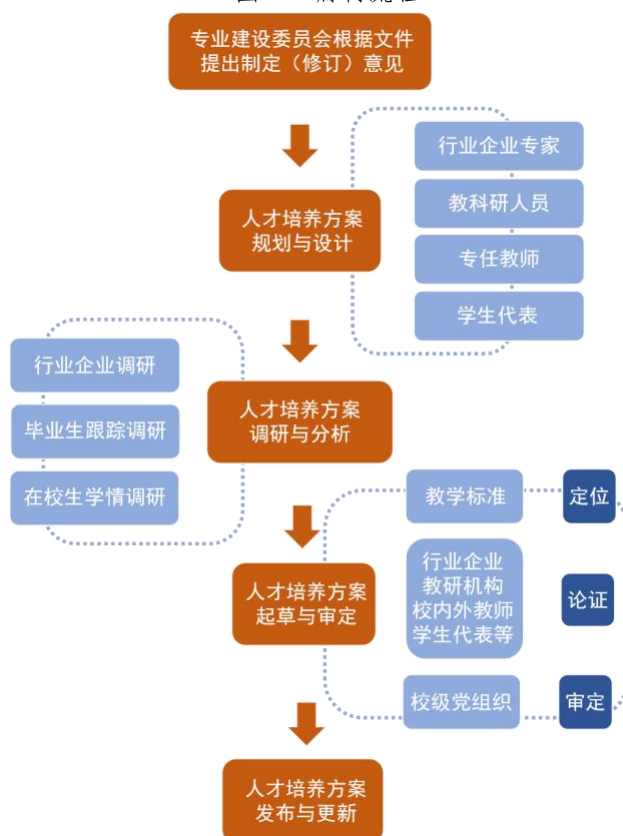


表 12 主要成员表

专业建设指导委员会	校：柴彬彬、李 昕、周 雯、游 宇、尚冬华、刘永强、高 琛 企：邓 帷、陶绍平、杨 聪、刘晶晶
学院领导小组成员	李 昕、柴彬彬、周 雯、游 宇
培养方案制定小组成员	校：郑 思、王伉伉 企：邓 帷、陶绍平、杨 聪、刘晶晶
执笔人	校：游 宇 企：邓 帷
校对入	校：周 雯、李悠然、王 璐 企：杨 聪、陶绍平、刘晶晶
专业负责人	校：游 宇 企：邓 帷

（二）学分制

实行学分制。学生可提前或推迟毕业，但学生在校修业年限不得少于 2 年，或超过 6 年。

（三）“1+X”证书制度及职业资格证

实行课证融通制度。鼓励学生在获得学历证书的同时，积极取得若干职业技能等级证书，我校将根据国家 1+X 职业技能等级证书相关要求适时调整人才培养方案，同时也鼓励学生取得职业资格证书。各类职业技能等级证书、职业资格证书可计算学分，也可置换相关课程，具体见下表：

表 13 职业技能等级证书转换学分、课程表

序号	职业技能等级证书名称	职业技能等级证书 及可转换的学分		职业技能等级证书 可置换的专业必修课程	备注
		等级	可计算的学分	置换课程	
1	1+X 文创产品数字化设计 职业技能等级证书	初级	3	《版式设计》	置换学分与 置换课程 2 选 1
		中级	4	《数字图形图像处理》	
2	1+X 新媒体技术职业 技能等级证书	初级	4	《创意文案写作实务》	置换学分与 置换课程 2 选 1
		中级	4	《短视频策划与制作》	

表 14 职业资格证书转换学分、课程表

序号	职业资格证书名称	职业资格证书等级 及可转换的学分		职业资格证书可置换 的专业必修课程	备注
		等级	可计算的学分	置换课程	
1	文创产品策划运营师	无等级 划分	4.5	《文创产品开发与设计》	置换学分与 置换课程 2 选 1

（四）动态调整机制

本方案根据经济社会发展需要和年度诊改结论，会适时对课程和相关安排进行调整，以确保人才培养质量达到培养目标。

（五）附件

1. 三年制专科文化创意与策划专业课程设置及描述；
2. 三年制专科文化创意与策划专业核心课程标准；
3. 三年制专科文化创意与策划专业调研报告；
4. 学校党委会审定意见表。

附件 1：三年制专科文化创意与策划专业课程设置及描述

三年制专科文化创意与策划专业课程设置及描述

1. 公共基础必修课课程设置及描述

课程名称	课程目标、内容及要求	
思想道德与法治	课程目标	1. 素质目标： (1) 树立正确的人生观、价值观，坚定理想信念、弘扬中国精神，塑造社会主义核心价值观； (2) 养成良好的思想道德素质和法治素养，成为自觉担当民族复兴大任的时代新人。 2. 知识目标： (1) 了解人生观的主要内容，掌握人生价值的评价方法；理解理想信念的内涵与特征，领悟理想信念的重要性；理解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； (2) 掌握社会主义核心价值观的基本内容和重大意义；认识道德的功能与作用，理解社会主义道德的核心和原则，明确社会公德、职业道德、家庭美德、个人品德的基本要求； (3) 理解我国社会主义法律的本质特征和运行，掌握习近平法治思想的主要内容，明确法治思维的基本内容和培养途径。 3. 能力目标： (1) 能够将道德的相关理论内化为正确的道德认知，遵守道德规范，提高道德实践能力； (2) 能够自觉遵守法律法规，运用相关的法律知识分析公共生活、职业生活、家庭生活等领域的现实法律问题。
	主要内容	1. 担当复兴大任成就时代新人； 2. 领悟人生真谛把握人生方向； 3. 追求远大理想坚定崇高信念； 4. 继承优良传统弘扬中国精神； 5. 明确价值要求践行价值准则； 6. 遵守道德规范锤炼道德品格； 7. 学习法治思想提升法治素养。
	教学要求	1. 师资队伍： 教学中始终坚持马克思主义立场、观点和方法，在政治立场、政治方向、政治原则、政治道路上同以习近平同志为核心的党中央保持高度一致；牢记习近平总书记对思政课教师提出的“六要”要求，在教学中贯彻落实“八个相统一”。 2. 教学设施： 智慧教室、触摸屏教学一体机 3. 教学资源： 教材使用高等教育出版社出版的《思想道德与法治》（2023 年版），并配套使用超星马克思主义学院思政资源库、中国大学 MOOC 线上慕课、思想政治理论课资讯平台、学习强国 APP 等数字化教学资源。 4. 教学方法： 以启发式教学法、任务驱动教学法、讲授教学法、案例教学法、情境教学法为主，并利用“课堂—校园—社会”三大实践阵地，适时采用理实一体化教学法。 5. 考核形式： 过程性评价和终结性评价相结合。

课程名称	课程目标、内容及要求	
习近平新时代中国特色社会主义思想概论	课程目标	1. 素质目标：增强学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想的自觉性和坚定性，培养具有当代大学生的使命感和社会责任感，具备社会主义现代化事业合格建设者所应有的基本政治素质和相应的能力，以立德树人为己任，积极投身到中华民族伟大复兴伟大实践，成为社会主义现代化建设事业的建设者和接班人。 2. 知识目标：能够了解新时代中国社会发展的规律，正确认识本国国情，全面掌握习近平新时代中国特色社会主义思想的科学体系、精神实质、理论品格、重大意义等，深化对新时代坚持和发展什么样的中国特色社会主义，怎样坚持和发展中国特色社会主义的认识。 3. 能力目标：能够运用习近平新时代中国特色社会主义思想武装自己的头脑，学会运用所学理论知识提高自身认识、分析和解决现实问题的能力，能运用马克思主义立场、观点、方法指导实践，分析和解决教育教学中的实际问题，真正意义上使这一理论成果内化于心、外化于行。
	主要内容	01. 第一讲 马克思主义中国化时代化新的飞跃 02. 第二讲 坚持和发展中国特色社会主义的总任务 03. 第三讲 坚持党的全面领导 04. 第四讲 坚持以人民为中心 05. 第五讲 全面深化改革 06. 第六讲 以新发展理念引领高质量发展 07. 第七讲 社会主义现代化建设的教育、科技、人才战略 08. 第八讲 发展全过程人民民主 09. 第九讲 全面依法治国 10. 第十讲 建设社会主义文化强国 11. 第十一讲 加强以民生为重点的社会建设 12. 第十二讲 建设社会主义生态文明 13. 第十三讲 全面贯彻落实总体国家安全观 14. 第十四讲 建设巩固国防和强大人民军队 15. 第十五讲 坚持“一国两制”和推进祖国统一 16. 第十六讲 推动构建人类命运共同体中国特色大国外交 17. 第十七讲 全面从严治党
	教学要求	1. 师资队伍：新时代要求教师在立德树人中发挥应有作用，坚持用习近平新时代中国特色社会主义思想铸魂育人。坚持不懈学习马克思主义基本理论，把课堂教学和实践教学有机结合起来，持续加强师德师风建设。以学生为本，在实践中提高本领、锻炼能力、服务社会。 2. 教学设施：校内课堂教学采用“学习通”多媒体教学一体机等环境支持的教室、自动录播教室、合班教室、智慧教室、报告厅等，校外实践教学深入任弼时纪念馆、平江革命起义纪念馆、岳阳市中级人民法院等实践基地。 3. 教学资源：教材使用马克思主义理论研究和建设工程重点教材《习近平新时代中国特色社会主义思想概论》，并配套使用学习强国 app、思想政治理论课教学云平台、中国大学 MOOC 线上慕课、超星马克思主义学院思政资源库等数字化教学资源。 4. 教学方法：以启发式教学法、任务驱动教学法、讲授教学法、案例教学法、情境教学法为主，充分运用现代教育技术辅助教学，使教学更加直观、生动、形象，便于学生学习和理解；加强社会实践活动，丰富教学内容，打造培育学科核心素养的社会大课堂。
课程名称	课程目标、内容及要求	
毛泽东思想和	课程目标	1. 素质目标：培育政治认同、科学精神；塑造责任担当、胸怀理想、实践创新的教育素养；强化中国特色社会主义道路自信、理论自信、制度自信、文化自信，引导学生自觉融入坚持和发展中国特色社会主义、建设社会主义现代化强国、实现中华民族伟大复兴

中国特色社会主义理论体系概论		的奋斗之中。 2. 知识目标：了解马克思主义的基本概念与内涵，准确把握马克思主义中国化时代化理论成果的主要内容、精神实质、历史地位和指导意义。 3. 能力目标：具有熟练掌握本课程基本概念、正确表达思想观点的能力，能够运用马克思主义的基本立场、观点、方法及党的路线、方针、政策分析和解决实际问题。
	主要内容	1. 马克思主义中国化及其理论成果； 2. 毛泽东思想； 3. 中国特色社会主义理论体系的形成发展； 4. 邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观。
	教学要求	1. 师资队伍：教师必须具备较高的职业道德素养、扎实的马克思主义理论基础和较强的教育教学能力。在教学中能按习总书记提出的“六个要”的要求坚持以生为本，把立德树人贯穿到教育教学全过程，不断推进教学改革。 2. 教学设施：梯形教室、触摸屏教学一体机。 3. 教学资源：教材使用高等教育出版社《毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论（2023年版）》，并配套使用学习通线上课程平台等数字化资源。 4. 教学方法：充分运用讲授法、案例教学法、比较教学法、任务驱动法与合作探究法，打造培育学科核心素养的大课堂。 5. 考核形式：过程性评价和终结性评价相结合。
课程名称	课程目标、内容及要求	
形势与政策	课程目标	1. 素质目标 通过课程教学，引导大学生全面正确分析和认识当前国内外形势，拥护党的路线、方针和政策，统一思想，增强学生投身国家事业的自觉性和责任感。 2. 能力目标 培养学生全面正确分析形势和理解政策的思辨力和判断力，特别是对国内外重大事件、敏感问题、社会热点、难点、疑点问题的辩证思考。 3. 知识目标 掌握党的路线、方针、政策的基本内容，正确认识国情，了解我国改革开放以来形成的一系列政策和建设中国特色社会主义进程中不断完善的政策体系。
	主要内容	本课程紧密围绕习近平新时代中国特色社会主义思想，依据教育部每学期印发的《高校“形势与政策”课教学要点》安排教学，根据形势发展要求和学生特点，重点讲授党的理论创新最新成果和新时代中国特色社会主义的生动实践，及时回应学生关注的热点问题。按照教育部文件要求，课程贯穿大一至大三上学期共5个学期，每学期教学内容设置如下： 1. 中国经济高质量发展扎实推进专题：重点讲授回升向好韧性强、全面长远辩证看、多措并举提质量； 2. 走好新时代科技自立自强专题：世界科技竞争日趋激烈、我国科技机遇挑战共存、加快科技自立自强步伐； 3. 加快建设社会主义文化强国专题：文化是一个国家、一个民族的灵魂。着力推动社会主义文化大发展大繁荣，为中国特色社会主义事业注入磅礴力量； 4. 筑牢中华民族共同体意识专题：筑牢中华民族共同体意识的战略意义、把握中华民族共同体意识的丰富内涵、筑牢中华民族共同体意识的实践途径。
	教学要求	1. 师资队伍：师资队伍全面协调发展，拥有一支技术过硬、吃苦耐劳、学识渊博、教学经验丰富的高素质队伍，为学生提供科学的指导和帮助。 2. 教学设施：教学设施齐全，配备有学术报告厅、多媒体设备、专业录播室等各种硬件、软件教学设施，确保《形势与政策》课程教学顺利有效开展。 3. 教学资源：教材使用中宣部《时事报告》杂志社编辑出版的《时事报告（大学生版）》，并配套使用人民网、学习强国app，思想政治理论课教学云平台、学习通线上课程平台、试题库、资料库以及中国知网论文库等数字化教学资源。 4. 教法方法：授课教师结合《形势与政策》课的内容和要求，运用教学平台开展信息化

		教学，开展“线上+线下”混合式教学，并及时对日常教学情况进行监测和反馈，运用讲授法、问答法、案例教学、任务驱动、合作探究等多元教学方法。 5.考核形式：过程性评价与终结性评价相结合。
课程名称	课程目标、内容及要求	
大学语文	课程目标	1.素质目标：热爱祖国语言文字和文学，热爱中华优秀传统文化，热爱生活，具有高尚的道德修养和审美情趣，以传承中华优秀传统文化为己任。 2.知识目标：通过学习优秀的文学作品，掌握一定的文学基本知识、应用文体写作知识和语言表达知识，夯实从业基础。掌握精读、略读、浏览等阅读方式，阅读优秀文学作品总量一般不少于 400 万字。 3.能力目标：具有正确阅读、理解和运用语言文字的能力，能进行日常应用文书写作，学会自我介绍、交谈、劝说等口语交际的方法和技能，能将所学语文知识内化吸收转化为知识储备。
	主要内容	本课程主要包括三大模块（文学作品、口语交际、应用写作），文学作品以中国文学作品为主，外国经典作品为辅，并辅以文学史常识，旨在提升高职学生的人文素养，口语交际和应用写作则注重培养学生的语言文字应用能力。
	教学要求	1.师资队伍：（1）具有深厚的文化底蕴和语言文字功底，有较强的写作能力和口语表达能力，重视语文课程“立德树人”的育人功能，结合教育类专业特点，做好课程思政的系统设计，有机融入劳动精神、劳模精神等育人新要求，重视情感态度与价值观的正确引导；（2）了解学生特点，坚持以学生发展为本，能根据教育类专业学生特点，有针对性地开展教育教学活动，针对学生学习过程中遇到的困难和疑惑，适时地引导启发。 2.教学设施：多媒体教室。 3.教学资源：（1）教材：高职高专人文素质系列教材《新编高职语文》，何哲群主编；（2）超星泛雅、云班课等平台的课程教学资源库。 4.教学方法：以任务驱动教学法、混合式教学法为主，使用云班课或学习通等辅助教学 5.考核形式：过程性评价和终结性评价相结合。
课程名称	课程目标、内容及要求	
中华优秀传统文化	课程目标	1.素质目标：深入了解中华民族文化的主要精神，丰富学生的文化知识体系，提升传统文化素养，传承优秀文化，培养爱国情操。不断提高学生文化品位，丰富学生精神世界，使学生形成良好的个性、健全的人格，促进其职业生涯的发展。 2.知识目标：对中国传统文化中的哲学、伦理、宗教、教育、语言文字艺术、史学和科学技术以及服装、礼仪的发展历程有初步了解。熟知并传承中国传统文化的基本精神，领会中国传统哲学、文学、艺术、礼仪、科技等方面文化精髓。 3.能力目标：能对中华民族数千年的灿烂文化成就有一个宏观的、明确的把握，能关心和思考对中国文化的继承、创新和发展问题以及中华民族的前途和命运问题；正确理解华夏传统文化与其他民族传统文化的关系，能把中国传统文化精神运用于实际社会生活。
	主要内容	本课程在教学内容上安排了哲学、文学、艺术、科技、礼仪、节日、中华传统美德等知识，以传递人文精神与科学精神为基本价值取向，拓宽学生视野，开阔学生思维，陶冶学生情感，丰富学生人文知识。
	教学要求	1.师资队伍：（1）具有深厚的中国传统文化理论功底，深入了解中华民族文化的主要精神，理解中国传统文化的优秀要素和传统思维方式，能引导学生自觉传承传统文化，增强学生民族自信心和自豪感；（2）能根据现阶段各专业学生对传统文化的了解情况，有针对性地开展传统文化的教育教学活动。 2.教学设施：多媒体教室 3.教学资源：选用教育部、省教育厅规定范围内的优秀教材；辅以微课、慕课、SPOC 等教学资源。 4.教学方法：任务驱动教学法、案例教学法、体验教学法、经典导读教学法等。

		5. 考核形式： 过程性评价和终结性评价相结合。
课程名称	课程目标、内容及要求	
大学英语	课程目标	1. 素质目标：培养具有坚定的理想信念，具有中国情怀、国际视野，具备职场涉外沟通、多元文化交流、语言思维提升和自主学习完善的核心素养，能够在职场中用英语进行有效沟通的高素质技术技能人才。 2. 知识目标：掌握 2700—3000 的英语词汇；掌握必要的英语语音、词汇、语法、语篇和语用知识；掌握必要的跨文化知识；了解中国传统文化；促进语言、文化、思政的有机融合。 3. 能力目标：能听懂发音清晰，语速中等的简短材料；能读懂语言较复杂，话题丰富的阅读材料；能写常用的应用文；能有效完成日常生活和职场情境中的沟通任务；能够有效完成跨文化沟通任务；能用英语讲好中国故事、传播中国文化；能够运用恰当的英语学习策略，制定学习计划，选择学习资源。
	主要内容	专题一：职业与个人。围绕大学生生活、校园恋情、学习方式、交友择友、健康生活等专题完成语言知识、文化知识、职业英语技能和语言学习策略的学习。职场情境任务有求职应聘、活动策划、活动组织等。 专题二：职业与社会。围绕时间管理、营销策略、理财投资、职业规划、创业之道等专题完成语言知识、文化知识、职业英语技能和语言学习策略的学习。职场情境任务有电子邮件处理、参访接待、市场调查等。 专题三：职业与环境。围绕改革创新、互联网+、生态环保、太空探索等专题完成语言知识、文化知识、职业英语技能和语言学习策略的学习。职场情境任务有危机公关、交易善后等。
	教学要求	1. 师资队伍：（1）具有强烈的爱国主义情怀，坚持立德树人，发挥英语课程的育人功能。具备深厚的英语专业知识和良好的语言表达能力，落实核心素养培养贯穿英语课程教学全过程；（2）突出职业特色，加强语言实践能力培养，具有较好的课程教学设计能力、教学组织能力，能较好地驾驭课堂；（3）具备一定的数字素养，运用信息化教学手段，有效地改善教、学、评的方式，积极探索信息化背景下英语教与学方式的转变；（4）尊重生源差异和个体差异，满足学生的不同需求，构建适合学生个性化学习和自主学习的教学模式，促进学生全面与个性发展。 2. 教室设施：多媒体教室 3. 教学资源：选用“十四五”职业教育数字化建设规划教材；教学资源为《大学英语》精品在线开发课程、课程思政资源包等。 4. 教学方法：采用线上线下混合式教学法，产出导向教学法、任务驱动教学法、情境教学法，合作学习教学法等。 5. 考核形式：过程性评价和终结性评价相结合。
课程名称	课程目标、内容及要求	
信息技术	课程目标	1. 素质目标：具有坚定的理想信念；践行“爱国、敬业、诚信、友善”价值取向；能够适应未来数字社会工作岗位要求的高素质技术技能人才。 2. 知识目标：掌握信息社会、信息素养、信息安全、信息技术的基础知识；了解新兴信息技术及数字社会发展趋势。 3. 能力目标：能自觉地综合利用各种信息资源、科学方法和信息技术工具解决问题；主动地寻求恰当的方式捕获、提取和分析信息；能以有效的方法和手段判断信息的可靠性、真实性、准确性和目的性；能采用计算机等智能化工具处理的方式界定问题、抽象特征、建立模型、组织数据。
	主要内容	本课程主要分为理论基础、实践操作、责任素养三大模块。理论基础模块包括：计算机基础、信息技术基础等内容；实践操作模块包括：信息检索、文档处理、电子表格处理、演示文稿制作等内容；责任素养模块包括：信息素养与社会责任等内容。

	教学要求	1.师资队伍：（1）具备良好的师德师风，符合教师专业标准要求，具有一定的信息技术实践经验和良好的课程教学能力，能够因材施教；（2）具有深厚的信息技术理论知识功底，了解信息技术的发展及新技术，理解计算思维，能引导学生在不同学习环境和过程中获取信息知识；（3）具备一定的数字素养，能够顺应职业教育发展进行教学改革，采用混合式教学方式的教学。 2.教学设施：多媒体教室、机房等。 3.教学资源：（1）教材：采用近年出版的国规、省优或自编教材，WPS版；（2）网络资源：在线开放精品课程资源（学银在线）、开源课程数字资源（湖南职业教育智慧教育平台）；（3）信息化工具：全国计算机等考一级题库、学习通APP等。 4.教学方法：线上线下混合式教学法、理实一体教学法、项目导向任务驱动等。 5.考核形式：过程性评价和终结性评价相结合。
课程名称	课程目标、内容及要求	
体育与健康	课程目标	1.素质目标：学生能了解部分运动项目的规则与裁判法，学习规矩意识、养成坚持参与体育锻炼的良好习惯，落实立德树人的基本要求，形成勇于奉献、敢于创新的伟大品格以及良好的人格特征。 2.知识目标：学生能够正确认识体质、健康与体育的关系，积极对待个人健康和群体健康的关系，形成健康的生活方式。 3.能力目标：基本掌握两项及以上运动项目的基本方法和技能，能够科学地进行体育锻炼，掌握常见运动创伤处置方法，发展力量、速度、耐力、灵敏、协调等身体素质，增强体质。
	主要内容	本课程内容分为十个模块：1. 体育理论知识；2. 田径；3. 操类运动（广播体操、幼儿广播体操、大众1、2、3套健美操、啦啦操、伦巴、华尔兹等）；4. 球类运动（足球、篮球、排球、乒乓球、羽毛球、毽球等）；5. 民族传统运动（太极拳、八段锦、蹴球等）；6. 健身运动（瑜伽、跳绳等）；7. 广播（幼儿）体操的组织教法及创编；8. 体育游戏的组织及创编；9. 队列队形的口令与指挥；10. 依据“国家学生体质健康标准”开展体质健康测试。
	教学要求	1.师资队伍：（1）具有精湛运动技能和运动能力；（2）具有深厚体育理论知识，掌握运动训练基本理论和运动医学基本理论；（3）具有扎实运动实践，具备深厚体育教学能力和体育教学艺术创新能力。 2.教学设施：室内体育活动中心、田径运动场、足球场、篮球场。 3.教学资源：本课程选用的是体育理论与实践教程，教材选用的是由山东大学出版社出版、马亚春主编体育教育新形态一体化教材《大学体育与健康》和李京平主编的创新型素质教育精品教材《高职体育与健康》。线上教学资源选用精品在线课程《小学体育课程与教学》。 4.教学方法：任务驱动法、讲解示范法、实践操作法等为主要教学方法。 5.考核形式：过程性评价和终结性评价相结合。
课程名称	课程目标、内容及要求	
就业指导	课程目标	1.素质目标：落实立德树人根本任务，树立科学就业观，将个人就业选择和国家需要、社会发展相结合，多渠道提升就业综合能力，培养践行“中国梦”价值观、具备工匠精神、爱岗敬业的职业人。 2.知识目标：了解就业信息搜集渠道，熟悉简历内容及格式，学习求职礼仪和面试技巧，知晓就业协议及劳动合同签订要点，明确目标职业岗位要求及工作内容，掌握职业素养的培养方法。 3.能力目标：甄别并分析就业信息，设计个性化求职简历，正确运用求职礼仪，有效应对面试，签订就业协议及劳动合同，保护个人劳动权益，体验工作场景及工作流程，顺利向职业人转变。
	主要内容	模块一 就业能力提升：就业信息分析、个性简历制作、求职礼仪与面试技巧、模拟面试、劳动权益保护、工作场景体验。

		模块二 职业素养培养： 职业角色转换、职场心态调节、人际交往与沟通、团队合作与管理。
	教学要求	1.师资队伍： 热心就业指导教育，关注大学生就业问题，富有就业指导实践经验，具备基于问题导向的课程教学设计能力、教学组织能力、驾驭课堂能力和较好的语言表达能力，掌握先进的教学方法。 2.教学设施： 多媒体教室、实训教室 3.教学资源： 选用契合职业教育改革要求的新形态手册式教材《大学生职业发展与就业指导》，李新东主编。采用超星尔雅平台开发课程数字化教学资源。 4.教学方法： 线上线下混合式教学法、任务驱动教学法。 5.考核形式： 过程性评价和终结性评价相结合。
课程名称	课程目标、内容及要求	
职业规划	课程目标	1.素质目标： 落实立德树人根本任务，确立职业规划意识，树立成长成才目标，营造主动规划学业及职业的积极心态，培养自我探索意识，勇于面对真实自我，培养践行“中国梦”价值观、具备工匠精神、爱岗敬业的职业人。 2.知识目标： 认识职业发展特性，了解行业情况、政策法规及劳动力市场信息，理解职业规划作用，明确人才培养方案要求，认同专业价值，学习自我认知方法，熟悉生涯人物访谈流程，知晓职业决策的内容。 3.能力目标： 分析行业形势和就业市场情况，思考个人学业规划及职业规划，客观认识自我，访谈行业在职人士，和优秀校友交流职业困惑，制定科学合理的职业决策，参加职业规划大赛。
	主要内容	模块一 探索职业世界： 树立科学规划观、分析行业形势、认识专业价值； 模块二 自我认知与决策： 职业兴趣与性格、职业技能与价值观、生涯人物访谈、制定职业决策； 模块三 职业实践训练： 优秀校友交流、职业规划大赛。
	教学要求	1.师资队伍： 热心职业规划教育，关注大学生职业成长与人生发展，富有职业规划实践经验，具备基于问题导向的课程教学设计能力、教学组织能力、驾驭课堂能力和较好的语言表达能力，掌握先进的教学方法。 2.教学设施： 多媒体教室、实训教室 3.教学资源： 选用新形态手册式教材《大学生职业发展与就业指导》，李新东主编。辅以超星尔雅平台开发课程数字化教学资源库。 4.教学方法： 线上线下混合式教学法，任务驱动法、情境演练法等 5.考核形式： 过程性评价和终结性评价相结合。
课程名称	课程目标、内容及要求	
创新创业基础	课程目标	1.素质目标： 落实立德树人根本任务，引导学生积极创造人生，把就业创业追求和中国梦结合起来，培养具有创新精神、创业能力以及社会责任感的高素质技能人才。 2.知识目标： 理解创业思维逻辑，掌握创业基础理论知识，树立创业实践的新认知，知晓创业大赛规则，熟悉商业计划书内容及路演流程。 3.能力目标： 打造创新思维，提升创业能力，通过合作共创，创造性解决学习和工作中的问题，增强创造价值的 ability。
	主要内容	模块一 创新提升： 创新导论、创新人格培养、创新能力开发、创新思维训练、创新技法运用。 模块二 创业培养： 创业基础与创业素质、创业者与创业团队、创业机会评估、创业风险控制、创业资源整合、商业模式设计与检验、创业计划制定。 模块三 初创管理： 新企业创办、新企业管理。
	教学要求	1.师资队伍： 热心创新创业教育，关注大学生创新创业培育，富有创业实践经验，具备基于问题导向的课程教学设计能力、教学组织能力、驾驭课堂能力和较好的语言表达能力，掌握先进的教学方法。 2.教学设施： 多媒体教室、实训教室

		3.教学资源：选用新形态手册式教材《创新创业创未来》，黄萧萧主编。采用超星尔雅平台开发课程数字化教学资源库，实现优质资源的共建共享，提升课程教学效果。 4.教学方法：采用“线上+线下混合式”教学法。 5.考核形式：过程性评价和终结性评价相结合。
课程名称	课程目标、内容及要求	
大学生心理健康教育	课程目标	1.素质目标：以积极乐观的生活态度、顽强的意志品质、正确的核心价值观、良好的心理素养面对大学生生活，实现全面发展；善待生命，加强对生命的认识，增强抗挫能力，发掘生命潜能。 2.知识目标：了解一些心理学基本理论知识和大学生心理健康基本知识，了解大学生心理健康调适的方法。 3.能力目标：客观认知自我，能运用所学心理学知识解决遇到的心理方面的难题，进行基本的自我调适，进一步增强自信心和耐挫性，锤炼坚韧的意志品质。
	主要内容	本课程教学内容包括四大模块： 1、自我认识：大学生自我意识、价值观教育、人格培养等 2、情绪体验与管理：情绪认识与体验、压力与挫折应对等 3、社会环境适应：人际交往沟通技巧、大学生恋爱与性心理等 4、心理问题应对：常见精神障碍的防治、生命教育与心理危机应对等专题。 主要介绍当代大学生普遍关注的思想道德、自我意识、人格、情绪、学习、创造、人际交往、恋爱、挫折、择业求职与心理健康的关系以及大学生心理素质健康发展的规律和对策，并进行了有益的探讨。指导大学生学会学习、生存、适应、合作，有助于大学生学会承受挫折和面对压力，在人生道路上找到自己的确切位置，不断提高生命质量。
	教学要求	1.师资队伍：（1）具有学科背景和深厚的教育情怀、爱国情怀，树立基于心理学科核心素养的教学理念，以学生为主体，以职业为导向，培养学生的专业知识和坚定的理想信念；（2）能根据大学生的心理实际，合理且有针对性地确定教学目标、设计教学环节、开展课堂讨论等教学活动。 2.教学设施：多媒体教室、心理健康工作室 3.教学资源：本课程选用的是湖南省教育厅组织编写的《大学生心理健康教育教程》，由胡凯主编，湖南人民出版社出版。 4.教学方法：主要采用任务驱动、案例教学，课堂教学与专业发展相融合。 5.考核形式：过程性评价和终结性评价相结合。
课程名称	课程目标、内容及要求	
军事理论	课程目标	1.素质目标：热爱国防事业，树立正确的国防观，树立科学的战争观和方法。 2.知识目标：掌握基本的军事基础知识，认识国防的重要性，了解国防发展的趋势。 3.能力目标：掌握习近平强军思想的科学内涵，弘扬爱国主义精神，传承红色基因。
	主要内容	本课程内容分五大模块：1.中国国防：包括国防概述、国防法规、国防建设、我国武装力量建设、国防动员；2.国家安全：包括国家安全概述、国家安全形势、国际战略形式；3.军事思想：包括军事思想概述、外国军事思想、中国古代军事思想、当代中国军事思想；4.现代战争：包括战争概述、新军事革命、机械化战争、信息化战争；5.信息化装备：包括信息化装备概述、信息化作战平台、综合电子信息系统、信息化杀伤武器。
	教学要求	1.教师队伍：（1）具有深厚的军事理论功底，掌握中国军事思想的主要精神，能引导学生自觉地关注国防事业，增强学生责任感和使命感；（2）能根据现阶段各专业学生对军事思想的了解情况，有针对性地开展军事理论教育教学活动。 2.教学设施：多媒体教室 3.教学资源：选用教育部、省教育厅规定范围内的优秀教材和学习通平台的课程教学资源库。 4.教学方法：任务驱动法、案例教学法、线上线下混合式教学法。 5.考核形式：过程性评价和终结性评价相结合。

课程名称	课程目标、内容及要求	
国家安全教育	课程目标	1. 素质目标：树立国家安全底线思维，具备较高的国家安全素质。 2. 知识目标：（1）系统掌握总体国家安全观的内涵和精神实质；（2）理解中国特色国家安全体系；（3）牢固树立国家利益至上的观念。 3. 能力目标：（1）强化责任担当，能将国家安全意识转化为自觉行动；（2）能自觉维护国家安全意识，具备维护国家安全的能力。
	主要内容	主要包括：政治安全、国土安全、军事安全、经济安全、文化安全、社会安全、科技安全、网络安全、生态安全、资源安全、核安全、海外利益安全以及太空、深海、极地、生物等不断拓展的新型领域安全。
	教学要求	1. 师资队伍：主要聘请国家安全教育专家、具有深厚的国家安全教育理论功底的教师等，以讲座、安全演练等形式，引导学生重视国家安全，增强学生责任感和使命感。能根据现阶段各专业学生特点，有针对性地开展国家安全教育教学活动。 2. 教学设施：多媒体教室 3. 教学资源：（1）教材：本课程选用教育部、省教育厅规定范围内的优秀教材；（2）超星泛雅、云班课等平台的课程教学资源库。 4. 教学方法：任务驱动教学法、案例教学法、情景演练理实一体教学法。 5. 考核形式：过程性评价和终结性评价相结合。
课程名称	课程目标、内容及要求	
劳动教育	课程目标	1. 素质目标：（1）拥有不断探索、精益求精、追求卓越的工匠精神和认真负责、爱岗敬业的劳动态度；（2）树立正确的劳动观念，认可劳动创造美好生活，热爱劳动，尊重普通劳动者，形成良好的劳动习惯和品质，传承勤俭、奋斗、创新、奉献的劳动精神；（3）遵守社会公德，厚植爱国爱民的情怀，传承发扬劳模精神。 2. 知识目标：（1）拥有社会主义建设者和接班人的劳动精神面貌、符合劳动价值取向和劳动技能水平的培养要求，掌握满足专业工作发展需要的劳动知识；（2）理解和形成马克思主义劳动观，牢固树立劳动最光荣、劳动最崇高、劳动最伟大、劳动最美丽的观念。 3. 能力目标：（1）具备满足专业发展需要的必备劳动能力，体认劳动不分贵贱；（2）能够具备职业劳动技能，在职业劳动中践行劳动精神。
	主要内容	本课程主要分为八大模块：1、劳动价值观；2、劳动精神；2、劳模精神；4、工匠精神；5、劳动技能；6、社会实践与志愿服务；7、劳动安全与风险防范；8、劳动争议和劳动保障；前四个模块主要为精神的学习与传承，后四个模块为综合劳动素养的培养。
	教学要求	1. 师资队伍：（1）具有丰富的劳动教育领域的专业知识，了解劳动精神内涵，能够帮助学生学习和传承劳动精神；（2）能够根据各专业学生的就业形势，指导学生如何践行劳动精神，有针对性地开展教学活动；（3）教师有理想信念，有奉献精神，能够践行劳动精神，知行合一。 2. 教学设施：多媒体教室、劳动实践场地。 3. 教学资源：（1）教材：本课程选用教育部、省教育厅规定范围内的优秀教材；（2）数字多媒体资源：学习通教学资源库、央视网、抖音等内容平台；（3）教育教学网络平台：超星直播客户端、超星学习通。 4. 教学方法：采用线上线下混合式教学法，任务驱动教学法、实践教学法等。 5. 考核形式：过程性评价和终结性评价相结合。

2. 公共基础选修课课程设置及描述

课程名称	课程目标、内容及要求	
人工智能基础	课程目标	1. 素质目标：具有坚定的理想信念；践行“爱国、敬业、诚信、友善”价值取向；能够适应未来智能社会工作岗位的要求，遵循人工智能社会的道德。 2. 知识目标：能说出人工智能的起源与简史、基本概念、核心技术、技术方向、伦理规范，了解人工智能的知识体系和技术支撑。 3. 能力目标：能够简要分析人工智能的关键要素，能联系生活关联人工智能，通过已有的人工智能应用完成需要的文档、图片等内容。
	主要内容	本课程主要包括：人工智能的起源与简史、人工智能概述、人工智能技术应用、人工智能伦理规范等内容。
	教学要求	1. 师资队伍：（1）具备良好的师德师风，符合教师专业标准要求，具有一定的信息技术实践经验和良好的课程教学能力，能够因材施教；（2）具有深厚的理论知识功底，了解人工智能的发展及新技术，能引导学生在不同学习环境和过程中获取信息知识；（3）具备一定的数字素养，能够顺应职业教育发展进行教学改革，采用混合式教学方式的教学。 2. 教学设施：多媒体教室。 3. 教学资源：（1）教材：采用近年出版的国规、省优或自编教材；（2）网络资源：在线开放精品课程资源（学银在线）；（3）信息化工具：学习通 APP。 4. 教学方法：线上线下混合式教学法、项目导向任务驱动等。 5. 考核形式：过程性评价和终结性评价相结合。
课程名称	课程目标、内容及要求	
高职数学	课程目标	1. 素质目标 培养学生有理想、有抱负，热爱祖国；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；崇尚科学思维，有较强的毅力，不怕困难；具有信息素养、工匠精神、创新思维；有较强的集体意识和团队合作精神。 2. 知识目标 了解数学文化；理解数学的基本概念；掌握数学在实际生活中的基本案例；掌握利用数学知识解决实际问题的一般方法步骤；体会数学在实际生活中的应用。 3. 能力目标 发展学生的数学思维；利用数学知识分析问题、解决问题的能力；数学表达和交流的能力；发展数学应用意识和创新意识。
	主要内容	本课程主要包括函数、极限、导数、线性方程、概率统计、空间解析几何等相关内容。
	教学要求	1. 师资队伍：（1）具有扎实的数学专业知识，了解数学思想方法和数学史等内容，帮助学生理解数学的基本概念、基本思想方法，发展学生的数学思维，提高学生分析、解决问题的能力；（2）能根据各专业学生的数学基础，以“应用”为目的，夯实学生基础，有针对性地开展教育教学活动；（3）具备一定的信息技术能力，运用多种教学方法和教学手段，有效地改善教与学的方式。 2. 教学设施：多媒体教室 3. 教学资源：选用高等职业教育素质型人才培养规划教材《高职应用数学》，由吉林科学技术出版社出版，谢卫军、李博主编。 4. 教学方法：线上线下混合式教学法、任务驱动法、示范演练法。 5. 考核形式：过程性评价和终结性评价相结合。
课程名称	课程目标、内容及要求	
大学美育	课程目标	1. 素质目标：（1）培养对自然、艺术、生活的审美敏感度，形成高尚的审美情趣；增强对多元文化的包容性，建立文化自信与全球视野，激发对人性与社会的共情能力。（2）

		塑造健全人格与价值观，通过美育引导学生追求真善美，树立积极的人生观、道德观和社会责任感，促进心理健康，培养乐观坚韧的品格，提升情绪调节与抗压能力。（3）培养终身美学素养，激发学生对艺术与美的持久兴趣，形成主动探索、终身学习的审美态度。 2. 知识目标：（1）掌握美学基础理论：理解美学核心概念（如美、丑、崇高、悲剧等）及其哲学内涵，了解代表性美学思想。（2）认知艺术形式与特征：掌握文学、音乐、绘画、戏剧、影视等艺术门类的基本特征与创作规律。熟悉经典艺术作品的历史背景、文化意义及艺术价值。（3）理解文化传承与创新：学习中华优秀传统文化中的美学精髓（如诗词、书法、戏曲等），同时了解世界多元艺术文化，探索艺术与科技、社会发展的互动关系，认知当代艺术创新趋势。 3. 能力目标：（1）审美鉴赏与批判能力：能够从形式、主题、情感等角度分析艺术作品，并运用美学理论进行专业评价，形成独立审美判断力，辨别艺术价值的高低，批判性反思流行文化现象。（2）艺术表达与创作能力：通过绘画、写作、表演等实践，掌握基础艺术创作技巧，表达个人审美体验。激发想象力与创新思维，尝试跨媒介、跨学科的艺术表达形式。（3）跨学科应用与问题解决能力：将美学思维迁移至其他领域（如设计、传播、科技等），提升创新设计与综合解决问题的能力。在团队合作中运用美学原则，优化沟通与协作效果。
	主要内容	1. 美育理论：主要包括美的本质、审美经验、审美范畴、中西方美学史、艺术的定义、分类、社会功能等。 2. 自然美：主要包括自然美的形态、要素和特点。 3. 生活美：主要包括多姿多彩的服饰、异彩纷呈的饮食、返璞归真的器物、独具匠心的雕塑和美轮美奂的建筑。 4. 艺术美：主要包括古老的绘画艺术、优雅的音乐艺术、精美的书法艺术、独特的戏剧艺术和多彩的影视艺术。 5. 科技美：主要包括认识科技美和科学技术与美的创造。
	教学要求	1. 师资队伍：具有扎实的美育相关理论知识储备和实践能力；具有较强的信息化教学能力；有理想信念、道德情操，有扎实学识、仁爱之心，并德技双修、知行合一。具有正确的审美观和良好的美学素养，较为深厚的美育文化理论功底，较高的感受、理解、鉴赏能力。能根据现阶段各专业学生对美育基础学情从而有针对性地开展大学美育的教学教学活动。 2. 教学设施：多媒体教室 3. 教学资源：选用教育部、省教育厅规定范围内的优秀教材；辅以超星泛雅、云班课等平台的课程教学资源库和慕课《大学美育》国家精品课程。 4. 教学方法：线上线下混合式教学法、主题演练教学法、案例教学法等。 5. 考核形式：过程性评价和终结性评价相结合。
课程名称	课程目标、内容及要求	
中国共产党史	课程目标	1. 素质目标：让学生从党的非凡历程中感悟马克思主义的真理力量，争做马克思主义的忠诚信奉者、坚定实践者；激发学生爱党爱国爱社会主义的巨大热情，形成听党话、跟党走思想和行动自觉，更好地担负起传播知识、传播思想、传播真理，塑造灵魂、塑造生命、塑造新人的时代重任； 2. 知识目标：使学生了解我们党成立以来的重大事件、重要会议、重要文件、重要人物，明确党的历史发展主题和主线、主流和本质，深刻理解中国共产党为什么“能”、马克思主义为什么“行”、中国特色社会主义为什么“好”； 3. 能力目标：让学生能够学史明理、学史增信、学史崇德、学史力行，将所学成果转化为改造主观世界和客观世界的行动能力；具备抵制和反对历史虚无主义及其他错误社会思潮的能力。
	主要内容	1. 开天辟地：新民主主义革命时期中国共产党领导的救国大业； 2. 改天换地：社会主义革命和建设时期中国共产党领导的兴国大业； 3. 翻天覆地：改革开放和社会主义现代化建设新时期中国共产党领导的富国大业； 4. 惊天动地：中国特色社会主义新时代中国共产党领导的强国大业；

		5. 顶天立地：寻访红色足迹，传承思想火炬。
	教学要求	1. 师资队伍：具备坚定的、正确的马克思主义立场和信仰，有较高的职业道德素养、扎实的党史知识理论和较强的教育教学能力。在教学中能按习近平总书记提出的“六个要”的要求严格要求自己，坚持以生为本，坚守立德树人，赓续红色血脉； 2. 教学设施：使用超星学习通线上教学； 3. 教学资源：超星学习通平台党史学习资源和党史学习教育网的网络资源； 4. 教学方法：运用任务驱动法和合作探究法进行线上、线下教学。 5. 考核形式：过程性评价和终结性评价相结合。
课程名称	课程目标、内容及要求	
习近平著作选读	课程目标	1. 素质目标：深刻领悟“两个确立”的决定性意义，增强“四个意识”、坚定“四个自信”、做到“两个维护”，自觉在思想上政治上行动上同以习近平同志为核心的党中央保持高度一致，增强用习近平新时代中国特色社会主义思想统一思想、统一意志、统一行动的自觉性和坚定性，不断增强建设新时代中国特色社会主义事业的责任感和使命感。 2. 知识目标：深刻领会习近平新时代中国特色社会主义思想是当代中国马克思主义、二十一世纪马克思主义，是中华文化和中国精神的时代精华，实现了马克思主义中国化时代化新的飞跃；深刻领会习近平新时代中国特色社会主义思想的主要内容，全面把握思想的世界观、方法论和贯穿其中的立场观点方法；深刻领会习近平新时代中国特色社会主义思想的真理力量和实践伟力，为全面建成社会主义现代化强国、以中国式现代化全面推进中华民族伟大复兴提供了科学理论指引。 3. 能力目标：能够提高当代大学生贯彻落实和领会运用习近平新时代中国特色社会主义思想的科学性、准确性和系统性，提高学生运用辩证唯物主义和历史唯物主义的观点和方法认识问题、分析问题、解决问题的能力，更加全面地认识新时代中国特色社会主义建设所面临的中国社会状况和自己所肩负的历史重任。
	主要内容	本课程依托于习近平总书记在 2012 年 11 月至 2022 年 10 月这段时间内的重要著作，共有报告、讲话、谈话、演讲、指示等 75 篇。 1. 《顺应时代前进潮流，促进世界和平发展》（2013 年 3 月 23 日） 2. 《坚持总体国家安全观》（2014 年 4 月 15 日、2017 年 2 月 17 日） 3. 《深入理解新发展理念，推进供给侧结构性改革》（2016 年 1 月 18 日） 4. 《共同构建人类命运共同体》（2017 年 1 月 18 日） 5. 《学习和实践马克思主义》（2018 年 5 月 4 日） 6. 《使伟大抗疫精神转化为实现中华民族伟大复兴的强大力量》（2020 年 9 月 8 日） 7. 《在庆祝中国共产党成立一百周年大会上的讲话》（2021 年 7 月 1 日） 8. 《高举中国特色社会主义伟大旗帜，为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗》（2022 年 10 月 16 日）
	教学要求	1. 师资队伍：教师必须具备较高的职业道德素养、扎实的马克思主义理论基础和较强的教育教学能力。在教学中能按习近平总书记提出的“六个要”的要求严格要求自己，坚持以生为本，把立德树人贯穿到教育教学全过程，不断推进教学改革，铸魂育人，为党育人、为国育才。 2. 教学设施：校内课堂教学采用“超星学习通”多媒体教学一体机等环境支持的教室、自动录播教室、合班教室、智慧教室、报告厅等，校外实践教学深入任弼时纪念馆、平江革命起义纪念馆、岳阳市中级人民法院等实践基地。 3. 教学资源：教材使用中共中央文献编辑委员会编辑的《习近平著作选读》第一卷、第二卷，并配套使用中国大学 MOOC 线上慕课、超星马克思主义学院思政资源库、思想政治理论课资讯平台、学习强国 APP 等数字化教学资源。 4. 教学方法：在教学形式上，以理论讲授为主，辅以案例分析、主题讨论、情境模拟等方法；在教学活动上，可以针对学生特点，综合用好学校“小课堂”和社会“大课堂”，不断提升教学的亲和力和针对性。

3. 专业基础（专业基本技能课）课程设置及描述

课程名称	课程目标、内容及要求	
创意学基础	课程目标	1. 素质目标 (1) 培养对创意活动的兴趣与热情，形成持续探索的创新意识，提升对美的感知与判断能力，形成健康的审美观念； (2) 建立对创意价值的正确认知，理解创意的社会意义与经济价值； (3) 培养尊重多元文化与传统工艺的意识，增强文化自信与传承责任感，形成可持续发展的创新价值观，关注创意对社会、环境的积极影响。 2. 知识目标 (1) 理解创意学的核心概念与理论体系，掌握创意思维的基本原理与方法； (2) 了解创意在不同领域的应用模式，包括产品设计、营销策划与文化项目等； (3) 掌握基础创意工具的操作技能、创意过程的关键环节与模型。 3. 能力目标 (1) 学会运用创意思维方法解决实际问题，培养创意验证与迭代能力； (2) 提升创意写作与表达能力，形成对创意过程的系统性思考与总结能力。
	主要内容	课程主要讲授创意学概述（文化、艺术、技术、商业交叉融合）、创意思维训练、创意方法与实践、创意设计思维应用案例（平面、产品、环境、文化、交互设计应用）文化资源与创意成果转化（传统文化的现代转化、跨文化创意融合、公共文化资源开发）。
	教学要求	1. 课程思政：通过课程学习，引导学生树立正确的价值观，培养创新精神和社会责任感，通过学习中国传统文化的创新与创意，增强学生的文化自信和民族自豪感；培养学生的职业道德和职业素养，使其具备良好的行业规范意识。 2. 师资队伍：教师团队通常具有艺术设计、创意产业等相关专业的背景，具备扎实的理论基础和实践经验。教师们与行业保持密切联系，能够引入最新的行业动态和案例，丰富教学内容。 3. 教学设施：配备先进的多媒体设备，支持图文并茂的课件展示，增强教学的直观性和趣味性。 4. 教学资源：合理利用教学平台和优质教学资源，利用课上课下进行有效地学习，引导学生了解行业发展情况。 5. 教学方法：通过理论讲授和实践操作相结合的方式，帮助学生理解和掌握创意学的基本原理和方法，引入实际案例进行分析和讨论，培养学生的分析问题和解决问题的能力，以项目为导向，让学生在真实项目中应用所学知识，提升实际操作能力。
课程名称	课程目标、内容及要求	
文化产业概论	课程目标	1. 素质目标 (1) 培养对文化产业的兴趣与热情，形成持续探索的创新意识 提升对中华优秀传统文化的认同感与传承责任感，增强对中国特色社会主义文化发展道路的认同感与践行力； (2) 建立对文化价值的正确认知，理解文化的社会意义与经济价值 培养文化安全保护意识，警惕文化渗透风险。 (3) 建立对文化价值的正确认知，理解文化的社会意义与经济价值 培养文化安全保护意识，警惕文化渗透风险 2. 知识目标 (1) 理解文化产业的核心概念与理论体系，了解创意产业、内容产业等细分领域的理论基础与产业特点； (2) 掌握文化产业市场调研的方法，能够分析文化消费需求和产业趋势； (3) 了解数字技术在文化产业中的应用原理与创新路径，熟悉文化产业政策法规体系。 3. 能力目标

		(1) 培养对文化产业实际运作的观察和把握能力，提升文化产业协作与表达能力； (2) 掌握 VR/AR、AI 生成内容等新兴技术在文化领域的应用方法，培养对文化产业政策制定与执行的批判性思考能力。
	主要内容	文化产业分类；文化产业结构与组织划分；文化产业与文化消费；文化产业的经营与管理；广播影视产业介绍；网络文化产业发展；课程思政融合点：针对剧场运营与管理、舞台灯光等相关内容。
	教学要求	1. 课程思政：激发学生在文化产业中的创造力和竞争力；培养学生的社会责任感和文化素养；培养爱岗敬业和精益求精的工匠精神。了解文化产业对于新时代建设中国文化强国的重要作用。 2. 师资队伍：具有本科以上学历或讲师以上职称，具有扎实的教学能力； 3. 教学设施：多媒体教学； 4. 教学资源：合理利用教学平台和优质教学资源，利用课上课下进行有效地学习，引导学生了解行业发展情况。 5. 教学方法：案例分析法、讲授法、任务驱动法等。
课程名称	课程目标、内容及要求	
	课程目标	1. 素质目标 (1) 树立正确的文化伦理观，坚持在商业开发中尊重文化本源、保护文化多样性、避免文化挪用和庸俗化。 (2) 培养社会责任感，思考文创如何更好地服务社会、提升大众文化生活品质。 2. 知识目标 (1) 掌握文化资源类型、特征及价值评估的基本知识。理解文创产业的基本概念、发展历程、现状及核心趋势。 (2) 了解市场营销、品牌管理、知识产权保护的基本原理与法律法规，知晓不同文创商业模式的特点与运作逻辑。 3. 能力目标 (1) 具备敏锐的文化洞察力，能有效挖掘和解读文化元素。 (2) 具备初步的项目管理能力，提升信息搜集、整理、分析与提炼的能力。
文创策划	主要内容	课程主要涵盖创意策划与概念的生成、市场分析与定位、项目管理及运营等，围绕文化活动、文创项目策划与执行（包括文化活动的主题策划、活动方案设计、活动执行流程、活动效果评估等）、品牌策划定位、品牌文创鉴赏等展开。
	教学要求	1. 课程思政：培养对文化的热爱、尊重与敬畏感，树立文化自信。激发创新精神、创业热情和持续学习的动力。培养对市场变化、用户需求和行业趋势的敏锐感知与好奇心。塑造精益求精、追求品质的专业态度。增强团队合作意识、责任感和抗压能力，解决问题的积极心态和韧性。 2. 师资队伍：教师们拥有丰富的教学经验，能够有效地将理论知识与实际案例相结合，提高教学效果。教师们与行业保持密切联系，能够引入最新的行业动态和案例，丰富教学内容。 3. 教学设施：多媒体教学； 4. 教学资源：合理利用教学平台和优质教学资源，利用课上课下进行有效地学习，引导学生了解行业发展情况。 5. 教学方法：通过理论讲授和实践操作相结合的方式，帮助学生理解和掌握创意学的基本原理和方法，引入实际案例进行分析和讨论，培养学生的分析问题和解决问题的能力，以项目为导向，让学生在实际项目中应用所学知识，提升实际操作能力。
课程名称	课程目标、内容及要求	

展览 展示 策划	课程 目标	1. 素质目标 (1) 通过策划主题展览，增强民族自豪感，传播社会主义核心价值观。 (2) 培养遵守行业规范、注重细节管理的意识，例如展览安全、版权保护等，形成严谨的职业态度。 (3) 关注展览的社会效益，如提升观众审美、促进社区文化互动，培养服务公共利益的责任感。 2. 知识目标 (1) 掌握展览的定义、核心功能、主要类型及其特点； (2) 熟悉展览项目全生命周期各阶段的核心任务、输入输出物及关键规范； (3) 理解人体工程学、观众动线规划、空间氛围营造（灯光、色彩、材质、音效）、信息层级设计、空间叙事手法等基本原理。 3. 能力目标 (1) 能够运用基本原则和方法进行展览展示策划； (2) 能够运用创新思维进行展览展示策划。
	主要 内容	课程主要围绕展览的创意策划、空间设计、项目管理及传播推广展开，旨在培养学生从概念到落地的全流程策展能力。讲授空间展陈、展览策划基础、策划流程、设计与技术应用相关理论知识，了解行业背景及发展趋势，掌握其理论策略和实践方法、运用与传播，包括信息采集、组织、呈现、执行与管理等。
	教学 要求	1. 课程思政：展览展示策划课程的思政目标贯穿于教学全过程，强调文化自信、社会责任与职业精神的融合，通过策划“乡村振兴”“非遗传承”“红色主题”等展览，引导学生关注社会热点，弘扬传统文化与家国情怀。强调展览策划中的版权保护、公共安全规范，培养学生严谨的职业态度。 2. 师资队伍：教师们拥有丰富的教学经验，能够有效地将理论知识与实际案例相结合，提高教学效果。教师们与行业保持密切联系，能够引入最新的行业动态和案例，丰富教学内容。 3. 教学设施：多媒体教学。 4. 教学资源：课程资源涵盖教材、案例库、数字化平台等多元形式。 5. 教学方法：以真实展览项目为任务，学生分组完成策划、设计与汇报，强化实战能力；通过经典展览案例（如《牡丹亭》数字展）分析策划逻辑，结合小组辩论深化理解；利用 VR 技术模拟展览空间，结合数字人导览系统训练学生应对突发问题的能力。
课程 名称	课程目标、内容及要求	
文创 企业 管理 实务	课程 目标	1. 素质目标 (1) 培养学生树立正确的世界观、人生观、价值观； (2) 培养具有社会责任感和职业道德的素养，同时还要具备良好的文化素养和审美能力。 (3) 培养学生的创新意识和能力，使其能够在文化创意产业中发挥个人的创造力和想象力。 2. 知识目标 (1) 让学生掌握文化创意产业的基本概念、理论框架和主要发展趋势。 (2) 了解文化产业的内涵、特点及其对社会经济发展的重要性，同时也要对文化资源的开发利用、文化品牌的塑造和推广等方面有一定的认识和理解。 3. 能力目标 (1) 使学生能够将理论知识转化为实际操作能力。 (2) 学生应当能够独立或合作完成相关的创意项目，具备一定的市场分析和策划能力，以及文案撰写、品牌推广等实际操作能力。
	主要 内容	课程涉及文化创意产业的起源和发展，包括文化、文化产业、文化创意产业的定义及其演变，以及工业革命对文化产业的影响。全球化对中国文化产业的影响，探讨文化资源的转化过程，以及文化创意产业的经济价值等。

	教学要求	1. 课程思政：课程以双创比赛为切入点，注重培养学生的创新意识和实践能力。通过参与各类创新创业比赛，学生能够亲身体验从创意产生到项目落地的全过程，深入理解文化创意产业的运作机制和市场需求。同时，课程还将结合比赛项目，引导学生进行市场调研、策划设计、团队协作和成果展示等多方面能力的锻炼，为将来的职业发展打下坚实的基础。 2. 师资队伍：具有本相关专业本科以上学历或具有中级以上职称，有较丰富的企业实践经验的教师。 3. 教学设施：授课使用理实一体化教室，满足理论授课和实训要求。 4. 教学资源：课程资源涵盖教材、案例库、数字化平台等多元形式。 5. 教学方法：讲授法、项目教学法等。
课程名称	课程目标、内容及要求	
数字图形图像处理（设计软件应用）	课程目标	1. 素质目标 （1）培养严谨的行业规范意识，增强对数字媒体行业的责任感，理解图像处理技术在文化传播、商业应用中的社会价值。 （2）在项目化学习中锻炼跨部门协作能力，培养表达与倾听能力。 （3）关注图像内容的正能量传播，避免技术滥用，践行社会主义核心价值观。 2. 知识目标 （1）掌握 PS\AI 软件的界面布局 and 核心功能模块 （2）掌握像素、分辨率、色彩模式（RGB/CMYK/HSV）、位图与矢量图的区别等核心概念。 （3）探索 AI 辅助设计（如智能抠图、风格迁移）与虚拟现实（VR）图像处理技术。 3. 能力目标 （1）数字图形图像处理与设计核心技能； （2）结合市场需求完成综合项目解决实际问题的能力； （3）探索智能化设计路径，形成自我反思与持续优化的能力。
	主要内容	课程主要涵盖 AI、PS 两个数字图形图像处理软件的基础知识，如软件界面和常用工具介绍、熟悉基本知识和实际应用，熟练掌握、灵活运用，根据设计内容综合应用软件开展项目实践。
	教学要求	1. 课程思政：将立德树人的根本任务贯穿整个教学过程，教学内容中融入传统文化、工匠精神、创新精神、爱国情怀、文化自信等思政元素，使学生树立以中华文明为底蕴的网络文化意识、提升学生设计审美水平，加强版权保护意识，培养学生良好的职业道德情操。 2. 师资队伍：本课程要求任课教师具有全国计算机等级考试二级证书或获得“Adobe Photoshop”产品工程认证证书，有较丰富的图形图像处理经验和技巧，把各种操作技能设计成各种实训任务，让学生边做边学。本课程采取过程性考核和作品考核相结合的方式。 3. 教学设施：授课使用理实一体化教室，满足理论授课和实训要求。 4. 教学资源：合理利用教学平台和优质教学资源，利用课上课下进行有效地学习，引导学生了解行业发展情况，熟练掌握数字图形图像设计软件应用。 5. 教学方法：教学采取“讨论法”“案例分析法”“任务驱动法”等教学方法。教学严格遵循课程标准要求，按照职业岗位需求和职业能力培养的要求，整合本课程教学内容，以项目任务为导向，构建以项目任务驱动的课程结构，让学生在完成项目任务过程中预研、分析、设计、演示的学习，得到真实环境的界面设计项目研发的流程实践体验。
课程名称	课程目标、内容及要求	
产品造型基础	课程目标	1. 素质目标 （1）培养严谨的职业态度，遵守设计伦理与知识产权规范，理解产品设计的社会价值。 （2）增强对传统文化的尊重与传承意识，通过设计传递文化自信。

	(3) 鼓励突破传统设计框架,探索形态与功能的创新结合,关注材料环保性、生产流程的低碳化,培养绿色设计思维。 2. 知识目标 (1) 掌握产品造型设计的基本规律,理解形态构成要素的关系; (2) 了解常用材料的特性与加工工艺,熟悉 3D 建模软件的操作原理及渲染技术; (3) 掌握产品设计规范,关注智能化、模块化设计趋势,理解技术与人文的融合。 3. 能力目标 (1) 熟练运用手绘与模型制作表达设计构思,设计软件进行效果图绘制与方案优化; (2) 通过抽象形态研究提升创新思维,完成从概念到方案的转化的能力; (3) 运用虚拟仿真技术验证设计方案可行性,提升项目执行效率。
主要内容	课程涵盖产品造型设计的基本知识、构成与变化法则、产品造型的方法,包含马克笔绘制草图与快速造型、产品结构材料与工艺等。
教学要求	1. 课程思政: 通过红色文创、传统文化案例,强化文化自信与社会责任感; 2. 师资队伍: 具有本科以上学历或讲师以上职称,具有扎实的教学能力; 3. 教学设施: 多媒体教学; 4. 教学资源: 合理利用教学平台和优质教学资源,利用课上课下进行有效地学习,引导学生了解行业发展情况 5. 教学方法: 在每个项目的教学实施中,采用基于工作过程的六个步骤:资讯、计划、决策、实施、检查、评价进行,培养了学生的综合素质。教学以基本理论和基本技能的学习为主,并通过相关的实训进行模拟,达到教、学、练(做)一体化,为后续专业学习奠定必要的理论基础和实践技能基础。

4. 专业拓展（岗位综合技能）课课程设置及描述

课程名称	课程目标、内容及要求	
视频剪辑	课程目标	1. 素质目标 (1) 培养严谨的行业规范意识，如版权保护、内容伦理与安全操作规范； (2) 增强对数字媒体行业的责任感，理解视频剪辑在文化传播、商业推广中的社会价值； (3) 关注内容正能量传播，避免技术滥用，践行社会主义核心价值观。 2. 知识目标 (1) 掌握视频剪辑的基本流程、帧率、分辨率等核心概念。理解视听语言中的景别、轴线、蒙太奇、音画关系等理论，提升叙事逻辑性。 (2) 熟悉 Premiere、剪映、AE 等软件的界面布局与核心功能模块，了解滤镜应用、特效合成、音频处理等高级功能的原理与操作。 (3) 学习视频输出参数设置，适应不同平台需求。探索 AI 辅助剪辑与虚拟现实（VR）视频处理技术。 3. 能力目标 (1) 具备熟练完成基础操作的能力； (2) 具备运用创意设计，结合市场需求完成综合项目，解决问题的能力；
	主要内容	课程主要讲授 Premiere Pro 界面操作、剪辑逻辑、多机位剪辑等；After Effects 图层管理、关键帧动画、蒙版应用等；达·芬奇调色、Audition 音频降噪等。包含剪辑章法与转场技巧、抠像调色技巧、视频特效制作、音频编辑、字幕制作、片头片尾制作等。
	教学要求	1. 课程思政：将立德树人的根本任务贯穿整个教学过程，教学内容中融入传统文化、工匠精神、创新精神、爱国情怀、文化自信等思政元素，使学生树立以中华文明为底蕴的网络文化意识、提升学生设计审美水平，加强版权保护意识，培养学生良好的职业道德情操。 2. 师资队伍：具有艺术设计相关专业本科以上学历或具有中级以上职称，有较丰富的企业实践经验的教师。 3. 教学设施：授课使用理实一体化教室，满足理论授课和实训要求。 4. 教学资源：合理利用教学平台和优质教学资源，利用课上课下进行有效地学习，引导学生了解行业发展情况，熟练掌握短视频策划与制作方法。 5. 教学方法：教学采取“讨论法”“案例分析法”“任务驱动法”等教学方法。教学严格遵循课程标准要求，按照职业岗位需求和职业能力培养的要求，整合本课程教学内容，以项目任务为导向，构建以项目任务驱动的课程结构，让学生在完成项目任务过程中预研、分析、设计、演示的学习，得到真实环境的界面设计项目研发的流程实践体验。
课程名称	课程目标、内容及要求	
版式设计	课程目标	1. 素质目标 (1) 培养学生的审美意识和创造力，通过学习版式设计，培养学生对于美学的感知和理解，提高其对版式设计的审美情趣和自主设计意识； (2) 培养学生的文化素养，通过学习版式设计的历史、文化背景和风格特点，使其能够在设计中融入适合不同文化背景的元素； (3) 培养学生的专业素养和职业道德，使其能够在设计实践中遵循相关规范和伦理。 2. 知识目标 (1) 掌握版式设计的相关概念，如版式构图等，并了解其背后的原理和规律； (2) 掌握版式设计在不同场景下的应用，如标志设计、网页设计等新时代媒体，并了解不同风格的版式的特点。 3. 能力目标

		(1) 能够通过实践项目, 运用所学的版式设计原则, 设计具有美感和可读性的版面布局, 能够传达出准确的信息和情感; (2) 能根据设计需求, 选择合适的版式元素, 能够通过版式的排列、对比、间距等要素, 塑造出合适的视觉效果。
	主要内容	课程内容包含版式设计的形式法则、版式设计的基本元素、版式设计的视觉元素、视觉流程等内容。精选典型的作品, 通过鉴赏案例, 探究设计思维和过程, 培养学生专业兴趣和创意设计意识。
	教学要求	1. 课程思政: 将教学思政与德育进行融合, 整合课程知识点与教学思政之间的共通之处, 使思想政治理论教学与课程基本知识理论协调同步, 发挥教书育人的整体作用, 培育学生的爱国情怀, 增加文化自信, 提高学生人文素养。 2. 师资队伍: 具有本相关专业本科以上学历或具有中级以上职称, 有较丰富的企业实践经验的教师。 3. 教学设施: 授课使用理实一体化教室, 满足理论授课和实训要求。 4. 教学资源: 合理利用教学平台和优质教学资源, 利用课上课下进行有效地学习, 引导学生了解行业发展情况。 5. 教学方法: 教学采取“案例教学法”“示范演练法”“主题练习”等教学方法。在实际操练中切入知识点, 易于学生掌握; 教学严格遵循课程标准要求, 在教学过程中按照深入浅出、循序渐进、理实结合的原则, 突破重难点。
课程名称	课程目标、内容及要求	
C4D 三维设计制作	课程目标	1. 素质目标 (1) 通过学习 C4D 课程的基础知识, 激发对艺术设计专业软件的积极性和热情, 为后续核心课程奠定基础; (2) 通过实际案例, 培养创新精神, 学会举一反三, 学以致用, 为以后进入社会奠定基础; (3) 课程思政结合项目案例, 以社会实际三维建模案例为教学出发点, 通过引入不同的德育素材提升思想政治道德素质, 实现专业课程教学和思政育人的充分结合。 2. 知识目标 (1) 了解 C4D 的基础知识、软件的基本操作; (2) 掌握 3D 模型建造绘制的基本知识; (3) 掌握色彩与材质填充的方法; (4) 掌握灯光设置的基本方法与不同场景下灯光调试的参数设置; (5) 掌握摄像机景别设置与摄像机运动轨迹设置的方法; (6) 掌握 C4D 简易动画的制作方法; (7) 掌握 OC 渲染器的渲染方法。 3. 能力目标 (1) 能够运用 C4D 的基本模型工具组、材质工具组、灯光工具组、摄像机工具组实现具体项目的设计; (2) 了解项目行业的设计标准和规范要求, 完成不同设计需要的设计项目成品; (3) 能够胜任企、事业单位的 3D 类广告设计、企业 IP 形象设计、包装效果图设计等相关工作岗位;
	主要内容	课程主要内容包括: 初识 C4D; 软件入门与介绍; 常用工具栏及面板; 模型快速建造; 动画及运动功能详解; 布料与毛发详解; 标签功能详解; OC 渲染器快速入门; 综合案例练习。非遗 IP 数字化建模、文化创意产品建模和三维效果图设计, 3D 动态效果设计和渲染; 培养学生对立体空间的塑造能力, 提高学生的审美和艺术素养, 是后续课程全方位提高的必要前提和核心保证。
	教学要求	1. 课程思政: 课程重新树立人才培养目标的过程中, 突显《数字三维制作 (C4D)》课程的交叉性特征, 对线上教学与线下传统教学进行融合。由此, 形成教育合力, 构建高效的《数字三维制作 (C4D)》课堂。同时, 具备“合力育人全员育人”的意识, 重视

	提高学生实践应用能力、创新能力，对教育对象进行正确的价值观塑造。 2. 师资队伍：具有艺术设计相关专业本科以上学历或具有中级以上职称，有较丰富的企业实践经验的教师。 3. 教学设施：授课使用理实一体化教室，满足理论授课和实训要求。 4. 教学资源：合理利用教学平台和优质教学资源，利用课上课下进行有效地学习，引导学生了解行业发展情况，熟练 C4D 软件操作和 3D 模型建造绘制。 5. 教学方法：教学采取“讨论法”“案例分析法”“任务驱动法”等教学方法。教学严格遵循课程标准要求，按照职业岗位需求和职业能力培养的要求，整合本课程教学内容，以项目任务为导向，构建以项目任务驱动的课程结构，让学生在完成项目任务过程中预研、分析、设计、演示的学习，得到真实环境的三维设计项目研发的流程实践体验。
--	--

5. 岗位综合实训课程设置及描述

课程名称	课程目标、内容及要求	
文化活动策划实务综合实训	课程目标	1. 素质目标 (1) 培养严谨的策划伦理意识, 遵守活动策划中的版权保护、公共安全规范, 理解文化活动的社会价值; (2) 强化社会责任感, 通过策划红色主题、社区服务等公益活动, 践行社会主义核心价值观; (3) 鼓励突破传统策划框架, 结合传统文化元素(如非遗、红色文化)进行创新设计, 增强文化认同感 2. 知识目标 (1) 掌握活动策划全流程, 理解目标、预算、风险控制等关键环节; (2) 掌握活动主题定位、受众分析、形式设计等核心方法论; (3) 熟悉法规及行业标准, 了解活动场地租赁、宣传许可等合规性要求。 3. 能力目标 (1) 培养学生组织、策划、执行特色文化活动的技能; (2) 培养团队意识、沟通协调能力、文化美学鉴赏力, 进一步培养学生的专业认同感。
	主要内容	本课程以专业品牌实训活动“校园拍卖会”为项目, 围绕项目的实施过程组织教学内容, 主要包括: 活动前期调研、活动策划书撰写、活动物料准备、活动现场执行、活动宣传、活动复盘等。
	教学要求	1. 课程思政: 课程以双创比赛为切入点, 注重培养学生的创新意识和实践能力。通过参与各类创新创业比赛, 学生能够亲身体验从创意产生到项目落地的全过程, 深入理解文化创意产业的运作机制和市场需求。同时, 课程还将结合比赛项目, 引导学生进行市场调研、策划设计、团队协作和成果展示等多方面能力的锻炼, 为将来的职业发展打下坚实的基础。 2. 师资队伍: 具有本相关专业本科以上学历或具有中级以上职称, 有较丰富的企业实践经验的教师。 3. 教学设施: 授课使用理实一体化教室, 满足理论授课和实训要求。 4. 教学资源: 课程资源涵盖教材、案例库、数字化平台等多元形式。 5. 教学方法: 讲授法、项目教学法等。
课程名称	课程目标、内容及要求	
岗位实习	课程目标	1. 素质目标 (1) 具有科学的世界观、人生观和社会主义核心价值观; (2) 具有基本的文创素养; (3) 具有创新意识和创新精神。 2. 知识目标 (1) 掌握艺术项目策划应用和文化项目的营销策划知识; (2) 掌握艺术项目策划方法、新媒体运营流程, 与客户谈判营销能力。 3. 能力目标 (1) 具备初步掌握与客户谈判营销能力、产品文案策划能力; (2) 具备较强的策划文案、方案写作能力; (3) 具备独立完成项目的策划到制作的能力; (4) 具备综合运用所学知识和技能, 独立分析与解决实际问题的能力。
	主要内容	课程主要内容包括 3 个项目: 实习准备、实习过程、实习总结。其中实习准备包括实习告知书、实习三方协议的签署; 实习过程包括岗位申报、学习通签到、学习通实习周志提交; 实习总结包括学习通实习总结提交等教学内容。
	教学要求	1. 课程思政: 将实习内容结合中华优秀传统文化的传承与传播, 提升人文素质, 增强文化自信, 涵养家国情怀。

		2.师资队伍：具有艺术设计相关专业本科以上学历或具有中级以上职称，有较丰富的企业实践经验的教师。 3.教学设施：授课使用理实一体化教室，满足理论授课和实训要求。 4.教学资源：合理利用教学平台和优质教学资源，利用课上课下进行有效地学习，引导学生了解行业发展情况，能够综合运用所学知识和技能，独立分析与解决实际问题。 5.教学方法：充分利用手机APP学习通平台实习互动，采用线上教学模式，充分调动学生实习的主动性，引导学生在完成实习任务和体验中学习，对教、学活动实施全程记录和追踪。学习通线上引导实习准备，实习过程中发起学生即时反馈实训，实习结束后总结记录巩固实习所得。
课程名称	课程目标、内容及要求	
毕业设计	课程目标	1.素质目标 (1) 具有艺术设计专业应具备的质量意识、环保意识、安全意识、信息素养和创新思维，培育精益求精的工匠精神； (2) 勇于奋斗，具有自我管理能力和设计专业职业生涯规划的意识，具备独立工作和团队合作协调的能力，有较强的社会适应能力和可持续发展能力； (3) 具有健康的体魄、良好的心理和健全的人格，乐观自信、心态平和、宽容礼让、不怕挫折、能够自我认知和提升； (4) 审美品位高尚，具有较高的文化及艺术素养，善于发现美、认识美、感受美、鉴赏美、创造美和表现美； (5) 坚定文化自信，能够在设计中传播中国精神和中国传统文化。 2.知识目标 (1) 掌握文化创意与策划的语言要素和设计美的形式规律、理论，设计出优秀的毕业作品，为进一步学习开拓创新提供活力； (2) 具备针对项目进行品牌的策划与推广、设计与制作的能力； (3) 达到培养既具有创新思维又有实际动手能力的设计专业人才的目标，从而奠定文化创意与策划的理论和实践基础。 3.能力目标 (1) 具有在实践中发现问题、解决问题的能力。具有工作中的创新能力。 (2) 具备较强的创新思维，以及策划、创新创意设计能力。 (3) 具有较强的适应能力和一定的社会交往的能力。 (4) 具备较强的计算机辅助设计能力，能熟练运用 PhotoShop、Illustrator、C4D、Adobe After Effects、Premiere 等软件，能够完成各类数字化视觉设计等。 (5) 掌握完整的数字化视觉设计、程序及设计步骤，能根据客户需求和行业规范进行广告设计、品牌视觉形象设计、文创产品数字化设计、短视频策划与制作、视频包装设计等项目的设计与制作能力。
	主要内容	课程围绕本专业进行多个模块的设置，学生根据选题运用所学的知识与技能进行设计方案的表现，设计出符合选题要求的作品。
	教学要求	1.课程思政：课程内容结合中华优秀传统文化的传承与传播，提升人文素质，增强文化自信，涵养家国情怀。 2.师资队伍：具有本相关专业本科以上学历或具有中级以上职称，有较丰富的企业实践经验的教师。 3.教学设施：授课使用理实一体化教室，满足理论授课和实训要求。 4.教学资源：合理利用教学平台和优质教学资源，利用课上课下进行有效地学习，引导学生了解行业发展情况，掌握毕业设计流程和整体设计创作方法。 5.教学方法：根据学生的选题情况采用导师负责制，进行项目的针对性指导，主要采用“案例式”“项目驱动式”“示范演练式”等多元化教学方法。在实际案例中综合运用大学所学的专业知识，结合项目市场调研，完成设计方案的创意、设计表现以及成品的制作等内容，设计出符合市场需要的作品。

6. 专业（群）选修课课程设置及描述

课程名称	课程目标、内容及要求	
艺术欣赏	课程目标	1. 素质目标 (1) 培养职业兴趣, 规范职业行为; 强化职业技能, 塑造职业精神; (2) 锻炼语言表达能力, 培养学生的沟通能力和协作精神; (3) 培养学生爱岗敬业的工作作风, 具有良好的职业道德和较强的工作责任心。 2. 知识目标 (1) 通过艺术考察实践, 加强学生对我国传统文化和风土人情的直观认识; (2) 锻炼学生对所学专业的调研能力, 培养学生理论和实际相结合的能力和创造性思维的直观认识。 3. 能力目标 (1) 培养学生综合运用本学科基本理论、基础知识的能力, 培养学生独立思考、发现问题、答疑释难的能力; (2) 开启文创思维, 开阔视野, 培养其从事文创工作的基本素质和兴趣, 运用科学、可靠的研究方法及脚踏实地的工作态度。
	主要内容	课程涵盖艺术基础理论与概念、艺术史脉络与文化背景、艺术鉴赏方法与技巧、艺术实践体验等; 旨在超越简单的“好看/好听”, 引导学生系统性地“看懂”和“听懂”艺术。认识艺术在人类文明发展中的重要价值。理解艺术的文化多样性, 尊重不同民族和文化的艺术传统。树立文化自信, 珍视本民族优秀的艺术遗产。
	教学要求	1. 课程思政: 培养学生的创新意识; 完善学生的人格及艺术个性表现能力; 使学生具备独特的审美修养; 培养学生对艺术视觉形态的创造能力和审美能力; 培养学生良好的设计分析的能力; 提高学生对古代和现代东西方美术的鉴赏能力; 培养学生对事物的抽象概括和理性认知能力。 2. 师资队伍: 本课程要求主讲教师熟练掌握本课程所要求的所有前续课程的知识; 具备一定的艺术考察的审美、调研、撰写、评估的能力, 同时应具备较丰富的教学经验。具备基本的设计能力, 对每一节课的教学过程精心设计, 写出教案; 具备较强的施教能力, 在教学过程中还应具备一定的课堂控制能力和应变能力。 3. 教学设施: 教学主要在配有网络、装有 Office2010 以上版本的多媒体教室完成。 4. 教学资源: 5. 教学方法: 本课程教学主要选取学习情景, 通过任务驱动、在线学习测试、团队合作多媒体讲解、案例分析、设计实训、作品展示等教学方法, 加强学生职业能力的培养。
课程名称	课程目标、内容及要求	
民族传统图案	课程目标	1. 素质目标 (1) 了解民族传统图案审美功能和使用功能, 以及其中蕴含的功能性、技术性、民族性、时代性、市场性、心理性等多方面的因素; (2) 注重基本能力、感受能力、发现和创造美的能力、创设能力等艺术素养的培养和提高; (3) 了解中国民族传统文化, 增强对民族文化的热爱与关注, 提高作为文化传播者与传承者的文化自觉性。激发对我国丰富多彩的民族传统图案的喜爱之情, 从而热爱祖国的传统文化, 振奋民族精神。 2. 知识目标 (1) 培养学生对民族图案自然形态的观察能力; (2) 培养学生对民族图案构图、色彩、形式的审美能力; (3) 掌握民族图案艺术的基础 (写生、变形)。 3. 能力目标 (1) 具备对民族图案自然形态的创造能力; (2) 具备对民族图案构图、色彩、形式的表现能力;

		(3) 具备对民族图案艺术的写生与变形思维创造能力。
	主要内容	本课程以职业标准为教学内容,通过与校内外行业专家认真研讨,按照数字媒体专业相关职业岗位和职业能力培养的要求,教学采取“讲授法”“示范法”“讨论法”“案例教学法”等教学方法。通过“理论—实训—设计”教学模式使学生在掌握基本知识、能力培养素质的基础上,得到一次真实环境的全面综合实践锻炼。掌握图案设计的各种创意方法、表现手法和正确的设计方法,建立设计的创新思维理念,扩展学生的职业选择面,为将来的职业生涯奠定好基础。
	教学要求	1.课程思政:将“立德树人”的根本任务贯穿于整个教学过程,设计项目融入传统文化、工匠精神、环保意识,引领学生回顾与关注中华民族在几千年的文明发展进程中,积淀下来的优秀的传统美德;通过图案的处理与表达,自身真正感悟,并传递热爱祖国、积极向上的正能量。 2.师资队伍:具有艺术设计相关专业本科以上学历或具有中级以上职称,有较丰富的企业实践经验的教师。 3.教学设施:授课使用理实一体化教室,满足理论授课和实训要求。 4.教学资源:合理利用教学平台和优质教学资源,利用课上课下进行有效地学习,引导学生了解行业发展情况,掌握民族传统图案的设计规律、表现方法和表现形式。 5.教学方法:教学严格遵循课程标准要求,根据职业岗位需求和职业能力培养的要求,围绕岗位能力所要掌握的“创意思维能力”和“图案表达能力”两个重点目标,按模块重构课程体系;采取“案例教学法”“讨论法”“示范演练法”等教学方法,在教学过程中按照深入浅出、循序渐进、理实结合的原则,突破重难点;融入“大学生广告艺术大赛”等赛事,以比赛要求规范学生练习,做到赛课融通。
课程名称	课程目标、内容及要求	
品牌视觉形象设计	课程目标	1.素质目标 (1) 提升人文素养和设计鉴赏能力; (2) 培养设计测评、批判、整合的能力; (3) 提升文化价值转化为商业价值的创新设计思维; (4) 遵循标准制图规范,树立服务意识和敬业精神。 2.知识目标 (1) 掌握标志设计构成元素与构成法则; (2) 了解VI设计的基本原理及设计流程; (3) 熟练掌握VI设计的设计方法及创意表现; (4) 熟练掌握VI设计的标准规格和制作规律。 3.能力目标 (1) 能够根据项目设计需求、客户诉求,独立进行市场调研与设计定位等前期准备; (2) 具备对农产品品牌形象设计的沟通交流、创意思维方法、设计表现等能力; (3) 能够根据品牌核心进行规范化设计、具备品牌形象宣传手册设计制作的能力; (4) 能以乡村品牌化战略,创造乡村全域品牌体系,以此实现乡村振兴的目标。帮助企业树立时代形象,提升品牌影响力和商业价值的能力。
	主要内容	课程主要包括:乡村振兴品牌视觉形象设计与品牌VI设计两个板块。基于乡村文化开展品牌形象教学、学生掌握品牌视觉形象设计的前期调研、中期设计、后期应用等相关核心知识;以及品牌VI设计基础系统设计和应用系统设计等教学内容。为后续品牌包装设计课程打下品牌概念基础。
	教学要求	1.课程思政:将立德树人的根本任务贯穿于整个教学过程,设计项目融入传统文化、工匠精神、创新精神、“以人为本”设计理念等思政元素,使学生树立以中华文明为底蕴的网络文化意识、提升设计审美水平,加强版权保护意识,培养学生良好的职业道德。 2.师资队伍:本课程为校企共建课程,教学由专业教师与企业设计师共同承担,专业教师应具有艺术设计相关专业本科以上学历或具有中级以上职称,有较丰富的实践经验;

		企业设计师应具有乡村振兴品牌视觉形象设计的经验。 3. 教学设施：授课使用理实一体化教室，满足理论授课和实训要求。 4. 教学资源：合理利用教学平台和优质教学资源，利用课上课下进行有效地学习，引导学生了解行业发展情况，熟练掌握 VI 设计的设计方法及创意表现。 5. 教学方法：教学采取联合教学模式——企业、设计需求者联合教学，结合“案例教学法”“示范演练法”“项目教学法”等教学方法。课程紧密结合地方经济和社会需求，立足服务区域经济发展和乡村振兴战略，围绕艺术学院“设计服务社会，设计助力三农”的办学定位，使用“策划项目+典型任务”的项目化教学模式，使学生具备熟练的农产品品牌形象设计创意、设计表现能力。并且对接企业与社会机构合作，将教学与社会实践相融合。
课程名称	课程目标、内容及要求	
数字插画设计	课程目标	1. 素质目标 (1) 培养审美思维并提升艺术修养； (2) 培养创新创意能力，能够独立思考与学习。 (3) 培养原创意识，培养学生宏观思考、整合优化的思维能力，对受众心理、视觉呈现有一定心得体会； (4) 课程思政结合项目案例，激发对中国传统元素和图形的认同感，形成文化认同、树立文化自信。 2. 知识目标 (1) 熟悉数字插画的创作流程、风格类型、表现方法等相关知识； (2) 掌握矢量插画、位图插画的创作方法，熟悉并能够运用照相机、扫描仪、打印机、手绘板、数位屏等数码绘制工具和使用领域。 3. 能力目标 (1) 能够根据具体项目要求，绘制风格氛围相符合的人物、物品、场景； (2) 具备善于收集和积累绘画素材，并选择合适数字化表现方法进行表现的能力。
	主要内容	数字插画设计课程是后续课程的重要辅助及必要补充，旨在数字插画学习后能够服务于包装装潢画、书籍插页、界面闪屏等艺术设计其他专业方向。课程主要包括：传统插画、AI 矢量插画、SAI+手绘板或 iPad 位图插画三个板块。学生在掌握色彩知识、画面构图、常用绘图工具、数字插画的创作流程后，进一步培养学生人物、场景造型和色彩搭配能力，提高学生的审美和艺术素养，提升学生对于插画创作的积极性。全方位多角度地培养学生的手绘能力，创新创意潜能。
	教学要求	1. 课程思政：以“立德树人”德育为先的培养原则贯穿整个教学过程，数字插画项目融入中华文化、传统节庆、非遗传承、工匠精神、创新精神、切实落地“以人为本”创作理念，使学生树立以中华优秀传统文化为底蕴的插画创作意识、提升设计审美水准，提高手绘机绘熟练度，加强版权保护意识，培养学生良好的职业道德、行业责任感。 2. 师资队伍：具有艺术设计相关专业本科以上学历或具有中级以上职称，有较丰富的企业实践经验的教师。 3. 教学设施：授课使用理实一体化教室，满足理论授课和实训要求。学生按需自备数位板等绘画工具。 4. 教学资源：合理利用教学平台和优质教学资源，利用课上课下进行有效地学习，引导学生了解行业发展情况，熟练掌握矢量插画、位图插画的创作方法。 5. 教学方法：“讲授法”“案例教学法”“示范演练法”“主题练习”等教学方法。教学严格遵循课程标准要求，按照职业岗位需求和职业能力培养的要求，整合本课程教学内容，以项目任务为导向，构建以项目任务驱动的课程结构，让学生在项目实践中绘制相应的插画作品，作品呈现在实际项目中，直观的看到真实的呈现和应用。教学采取在实际操练中切入知识点，易于学生掌握；教学严格遵循课程标准要求，在教学过程中遵照深入浅出、循序渐进、理实结合的原则，以学生的学和练为主，教师的讲和教为辅的模式，保证学生绘画练习时间充足，教师随堂跟进并指导，突破画面绘制不完整、同质化元素堆叠、个人风格缺失、主题情感把握不准确等重难点。

课程名称	课程目标、内容及要求	
人工智能技术应用	课程目标	1. 素质目标 (1) 培养严谨的职业态度，遵守人工智能伦理规范，理解技术开发中的社会责任与法律约束； (2) 激发对人工智能技术的探索兴趣，形成批判性思维与问题解决意识； (3) 培养终身学习能力，适应快速迭代的技术环境，掌握自主学习工具； (4) 结合传统文化与行业需求，探索 AI 在文化传播、非遗数字化等领域的创新应用，增强文化认同感。 2. 知识目标 (1) 掌握文字生成图片、图片生成图片的技巧； (2) 掌握 AI 模型的运用和相关插件及功能； (3) 掌握 AI 创意海报制作。 3. 能力目标 (1) 能够利用文字描述生成画面； (2) 能够利用图片生成人像及场景； (3) 能够利用 AI 结合设计软件生成广告、海报及角色； (4) 能够利用插件完成特效制作；
		主要内容 课程涉及 AI 的基础知识、模型运用与参数调整、提示词详解及风格转化、AI 图像生成、AI 图生图详解、AI 插件及功能绘制三视图、AI 创意海报、AI 一键换装与换脸，电商产品海报 AI 制作。
	教学要求	1. 课程思政：将立德树人的根本任务贯穿于整个教学过程，使学生树立以中华文明为底蕴的提升设计审美水平，培养学生具有抽象思维能力和形象思维能力，并能够激发学生创新意识。 2. 师资队伍：任课教师应对影视作品发展和影视拉片的专业知识非常了解，并且具备系统的影视制作理论知识。 3. 教学设施：授课使用理实一体化教室，满足理论授课和实训要求。 4. 教学资源： AI 绘画教程 龙飞，化学工业出版社，2024. 01 5. 教学方法： 综合运用教学采用任务驱动教学、研讨式教学、理实一体化教学、案例教学法等多种教学方法对课程进行教学，充分发挥课程思政“三全育人”的效果。推行“以职业岗位为目标，以工作过程为导向，以实际项目为载体，以项目团队为组织形式”的工学交替教学模式，充分体现课程的职业性、实践性和开放性。采取多种教学方法，使课堂形式丰富多彩，激发学生学习热情。
课程名称	课程目标、内容及要求	
商务礼仪	课程目标	1. 素质目标 (1) 培养爱国情怀和中华民族自豪感，增强社会责任感、 (2) 增强集体意识，培养团队合作精神； (3) 养成良好的商务礼仪行为习惯。 2. 知识目标 (1) 了解商务礼仪在商务活动和社会交往中的重要性； (2) 熟悉商务礼仪的基本知识和各种商务礼仪规范、礼仪技巧和操作方法； (3) 掌握涉外通则和部分国家禁忌。 3. 能力目标 (1) 能判断商务场合下各种行为的规范性； (2) 能将自己塑造成一个良好的商务人员形象； (3) 能正确运用涉外礼仪精选涉外交往活动。

	主要内容	涉及商务礼仪概述、商务人员 形象礼仪、商务人员日常交际礼仪、涉外礼仪；介绍礼仪的概念、起源及原则等；讲解商务活动中仪容、仪态、服饰及言谈礼仪、见面礼仪、餐饮礼仪、接访礼仪等的规范要求；涉外通则及部分国家礼仪禁忌。
	教学要求	1. 课程思政：树立良好的礼仪意识、个人形象和职业意识，养成职业行为规范；强化学生的日常行为规范，提高学生的 综合素质； 2. 师资队伍：担任本课程的主讲教师应具有良好的语言沟通能力和表达能力：能很好地驾驭和组织课堂；能不断更新现代商务礼仪知识，具有现代礼仪观；同时，能熟练地使用现代化教学手段进行教学。 3. 教学设施：教学主要在三媒体教室完成教学，建议配备礼仪实训室。 4. 教学资源：合理利用《商务礼仪》在线开放课程平台丰富的学习任务清单、微课视频、优秀案例、测试题库、评价标准等数字资源。 5. 教学方法：本课程实践性强，基于《商务礼仪》在线开放课程平台丰富的学习任务清单、微课视频、优秀案例、测试题库、评价标准等数字资源，采用理论与实操结合、线上与线下混合的教学模式，按照企业实际的商务活动的工作任务、过程和情境组织课程教学，融入传统文化学习、工匠精神培育，采用启发引导、情景模拟、角色扮演、案例分析等教学方法，完成模块教学。
课程名称	课程目标、内容及要求	
消费心理学	课程目标	1. 素质目标 (1) 小组讨论，小组调查的方式培养学生的合作意识和团队精神； (2) 引导学生掌握影响新媒体平台消费者行为的个体和心理因素； (3) 通过专业实战训练，鼓励学生走向市场，新媒体消费行为理论与新媒体运营策划活动有机结合起来。 2. 知识目标 (1) 掌握新媒体平台消费者行为的基本概念；熟悉新媒体消费者行为研究的意义；掌握新媒体消费者行为研究的方法。 (2) 掌握新媒体消费者的决策过程、影响消费者行为的个体因素、心理因素和环境因素等内容。掌握了解获取消费者、保留消费者的基本策略。 3. 能力目标 (1) 能够利用现代营销手段进行市场调查与市场分析：具有分析新媒体消费者与产业购买者决策过程、针对不同购买决策过程阶段提出不同营销对策的能力。 (2) 能够对企业新媒体平台营销战略与策略提供建议，具有策划新媒体平台销售促进活动、制定广告策略、策划公共宣传活动的的能力。
	主要内容	课程主要涉及新媒体消费者行为的基本概念、新媒体消费者行为研究的意义、新媒体消费者行为研究的历史与现状、新媒体消费者行为研究的方法。从社会文化与新媒体消费角度了解消费者购买决策、购买动机、购买行为等方面。
	教学要求	1. 课程思政：了解文化价值观及其变化，熟悉与消费者行为有关的文化价值观，熟悉中国文化的主要特点、中国文化的核心价值观；掌握中国文化对新媒体消费者购买行为的影响。 2. 师资队伍：教师需要熟练掌握新媒体消费者行为和营销策略等方面数据的方法，具有较强的解决营销决策问题的能力、具备丰富的新媒体平台消费者营销战略策划经验。 3. 教学设施：本课程要求在理实一体化机房完成，以实现“教、学、做”合一，同时要求安装多媒体教学软件，专业设计软件工具和文案办公软件工具，以方便学生进行创作实践活动。 4. 教学资源：合理利用教学平台和优质教学资源，利用课上课下进行有效地学习，引导学生了解行业发展情况。 5. 教学方法：坚持教师理论讲解与学生实验操作相结合，不断地吸收先进理论知识和最新心理学研究动态。理论教学要结合学生的案例分析、课堂讨论、综合实训报告等展开，努力降低学生接受知识的难度，不断提高学生发现、分析和解决问题的能力。坚持传统教学手段与现代教学手段相结合，教学内容安排要突出重点和难点，积极应用多媒体教

		学技术，尽可能把抽象的理论转化为具体的图像，使复杂的理论变得简单、直观，力求化难为易，努力提高学生的学习兴趣。
课程名称	课程目标、内容及要求	
文化市场营销	课程目标	1. 素质目标 (1) 加深学生对民族文化的认识和自信，培养对文化产品的价值认同感。 (2) 鼓励学生发挥想象力和创造力，不断推陈出新，适应文化市场的快速变化和发展。 (3) 了解文化产业对于中国建设文化强国的重要意义。了解文化产业对于中国建设文化强国的重要意义。了解文化产业对于中国建设文化强国的重要意义。 2. 知识目标 (1) 理解文化市场的独特性，如文化产品的多样性、消费者行为的文化驱动因素等。 (2) 掌握文化产品的营销策略制定，包括产品策略、价格策略、渠道策略和促销策略。 (3) 熟悉新媒体和数字技术的应用，以及数字化时代进行市场营销的新途径和新方法。 3. 能力目标 (1) 能够运用市场调研的方法和技术，准确分析市场趋势和消费者需求。 (2) 具备制定和实施营销计划的能力，包括活动策划、品牌建设和危机管理等。
	主要内容	专注于文化产业领域市场营销活动的课程，旨在培养学生在文化市场环境下进行有效营销的能力。该课程通常涵盖了文化产业的特点、市场分析、消费者行为、营销策略制定等多个方面，并结合案例分析，使学生能够深入理解文化产品的市场运作方式。
	教学要求	1. 课程思政：课程注重培养学生的创新意识和实践能力。通过参与真实项目，学生能够亲身体验从创意产生到项目落地的全过程，深入理解文化市场营销的运作机制和市场需求。同时，课程还将结合比赛项目，引导学生进行市场调研、营销设计、团队协作和成果展示等多方面能力的锻炼，为将来的职业发展打下坚实的基础。 2. 师资队伍：教师须具备市场营销、文化产业管理、传播学等交叉学科知识，熟悉文化市场动态。 3. 教学设施：授课使用理实一体化教室，配备虚拟仿真平台，满足理论授课和实训要求。 4. 教学资源：课程资源涵盖教材、案例库、数字化平台等多元形式，支持翻转课堂与远程协作。 5. 教学方法：项目驱动教学，以“文化产品设计与推广”为主线，分组完成从市场调研到方案落地的全流程任务，结合讲授法、案例教学法、翻转课堂等。

三年制专科文化创意与策划专业核心课程标准

《创意文案写作实务》课程标准

一、课程基本信息

课程名称	创意文案写作实务	课程代码	2504510
课程类型	专业核心课	开设院部	创意设计学院
适用专业对象	2025 级文化创意与策划专业学生	先修课程	文创企业管理实务等
后续课程	文化活动策划实务、文创产品开发与设计等	学时建议	64
编制团队	王伉伉、陶绍平（企）	审核人	游宇、邓帷（企）
制（修）订时间	2025 年 6 月		

二、课程性质与定位

通过本课程的学习，要求学生掌握文案策划应具备的基本职业能力、行为准则等内容；能根据受众的特点选择合适的宣传媒体，依据产品的定位开展创意文案写作；会正确使用市场调查、预算、效果测评的方法；能够熟练掌握文案的撰写和综合运用策略。

通过实施“以就业为导向，以岗位需求为目标，以业务流程为主线，以工作项目为载体”的理念，采用“实场体验、实境训练、实岗历练”的教学模式，培养学生策划、对外宣传的综合职业能力，帮助学生达到岗位任职资格能力要求。

三、课程教学目标

（一）总体目标

立足数字内容产业变革，旨在培养学生兼具文化洞察力、创意策划力与全媒介文案写作能力。通过理论实践一体化教学，使学生掌握现代文化产业中文案创作的核心规律，能够独立完成品牌传播、数字营销、文化项

目推广等场景下的创意文案策划与写作任务，支撑学生在文化传媒、广告策划、新媒体运营等领域的职业发展。

（二）具体目标

1. 素质目标

（1）培养文化自信与家国情怀，在文案创作中融入中华优秀传统文化元素，强化对本土文化遗产的诠释与传播能力，培养民族文化认同感与爱国主义精神。

（2）培养职业道德与法治意识，遵守《广告法》及行业规范，在文案中杜绝虚假宣传、贬低竞争对手等行为；树立知识产权意识，规范引用素材并尊重原创。

（3）培养创新思维与团队协作意识，通过头脑风暴、跨界联想等训练激发创新潜能；在小组项目中培养沟通协作能力，适应文化产业多岗位协作需求。

2. 知识目标

（1）掌握文案分类体系（如品牌故事、社交媒体文案、广告脚本、电商详情页等）及不同载体（图文、视频、音频）的创作要求；

（2）了解行业动态，熟悉新媒体平台（微信、小红书、抖音）的文案传播逻辑与算法偏好；了解 AI 辅助工具、趋势洞察工具（百度指数）的应用场景。

3. 掌握全创作流程操作：需求分析→受众画像→创意提案→文本撰写→数据优化。

3. 能力目标

（1）培养学生创意开发能力，运用联想训练、列表联想等工具生成原创构思，为产品赋予文化附加值；设计具有悬念感、情感共鸣的标题及金句（如排比、反讽等修辞技巧）。

（2）培养学生媒介适配能力，针对不同平台调整文案风格（如微博的碎片化表达、纪录片的叙事性解说词）；掌握图文编排、短视频脚本分镜设计等复合技能。

（3）培养学生项目实战能力，完成真实场景任务：如节日营销文案、

新品发布会稿、纪录片脚本（参考《舌尖上的中国》案例等）；通过高强度输出训练提升创作效率。

四、课程结构与内容

（一）课程教学内容与设计

表一 课程内容与教学要求

序号	名称	主要内容	教学要求	参考课时
第一阶段：基础认知	项目 1：文案本质与传播规律	文案在文化传播链中的价值，经典文案模型解析，文化消费心理与受众分析	掌握基础理论框架，能分析文案背后的传播逻辑	4
	项目 2：全媒介文案类型解析	品牌故事/广告脚本/社交媒体文案/电商详情页的差异，图文、短视频、音频文案的载体特征，文化符号在文案中的转译（如非遗、国潮）	建立类型化认知，完成 3 种文案类型的对比分析报告	6
	项目 3：创意生成方法论训练	头脑风暴规则与实操，联想思维训练（列表联想、强制关联法等），文化元素创意重构（如将传统技艺转化为现代 IP 文案）	每组产出 20 个有效创意点，完成 1 份创意构思地图	6
第二阶段：核心技能	项目 4：标题与金句锻造工坊	高转化率标题公式（悬念型、痛点型、数字型等），金句创作技巧（排比、反讽、矛盾修辞），文化 IP 标语创作（如博物馆文创 slogan）	每人创作 10 条标题+5 条金句，通过测试优化	8
	项目 5：故事化文案写作实训	故事结构设计，情感共鸣点植入（家国情怀、童年记忆等），纪录片脚本撰写（《舌尖》式人文叙事）	完成 1 篇 800 字品牌故事文案，含情感升华段落	6
	项目 6：新媒体平台适配实战	微信长图文排版逻辑，小红书种草文案关键词策略，抖音短视频脚本分镜设计（15 秒黄金结构）	为同一产品撰写三平台文案，说明适配逻辑	10
第三阶段：综合实战	项目 7：节日营销全案策划	春节/中秋文化主题解读，促销活动文案矩阵设计（主 KV 文案+社交媒体话题+短信推送），数据监测与优化（点击率、转化率分析）	团队完成节日营销方案，含 3 类文案+数据预判	8
	项目 8：非遗推广项目实战	本土非遗项目调研，年轻化传播策略制定，撰写非遗纪录片解说词+社交媒体话题文案	产出非遗推广提案，获文化机构代表评估	8
	项目 9：个人品牌孵化计划	个人 IP 定位与受众画像，自媒体矩阵文案设计（公众号+视频号+知乎），作品集包装与求职文案撰写	完成个人品牌手册，含 3 平台文案样例+作品集逻辑说明	8
学时合计：64 学时 (其中实践教学学时比例为 50%)			理论学时	32
			实践学时	32

（二）课程思政

本课程思政实施通过“五维融合”实现价值引领：

1. 内容重构——深挖中华优秀传统文化基因（如二十四节气文案、非

遗国潮转译）与红色精神叙事（革命文化文创），在文化符号创作中厚植家国情怀；

2. 教学过程——设置伦理边界挑战（抵制标题党）、价值观筛查沙盘（企业 Brief 过滤），在文本打磨中强化职业伦理与社会责任；

3. 师资协同——专业教师标注“文化内涵分”、行业导师实施“价值观一票否决”，形成双导师价值把关机制；

4. 评价创新——量化考核文化自觉（元素运用）、职业伦理（合规性）、价值导向（情感正能量）三维思政指标；

5. 环境浸润——建设红色创作工坊与 AI 价值观雷达系统，推动思政教育从“符号粘贴”升级为“基因转译”，最终培养学生立足文化自信、恪守伦理底线、传递时代强音的创作自觉。

五、课程教学实施与保障

（一）组织实施建议

采用“三阶轮转·双线并行”组织模式：
阶段轮转：将 64 课时划分为基础认知→技能工坊→实战冲刺三阶段；
双线驱动：线下实行“创作工坊制”，线上搭建“虚拟广告公司”；
弹性管理：允许 30%课时动态调配（如企业临时命题需延长实战周期），确保“行业真需求”与“思政硬标准”同步落地。

（二）教学团队建设建议

专业教师：需掌握 AI 工具深度应用、“双师型”教师（鼓励考取全媒体运营师、文化产业策划师）授课；

行业导师：按“领域适配”原则组建品牌经理、非遗传承人、主流媒体主编等岗位的行业导师团队，实施“项目捆绑制”。

（三）教学条件建议

1. 实训条件

表三 教学场地、设备设施配置建议表

教学地点	设备	工位
专业教室	黑（白）板、多媒体计算机、投影设备	40

2. 教学方法与手段

根据本课程的教学目标要求和课程特点，教师根据不同的教学内容。选择采用适合本课程的最优化教学法，综合考虑教学效果和教学可操作性等因素，本课程建议选用以下教学法：

（1）讲授法：教师把理论知识与教学内容设计成一个或多个具体的任务，已达到讲授法提高学生理论知识与实践能力相结合的目的。

（2）自主学习法：学生在教师的指导下能够进行自学，即获得书本知识有提高自学能力，启发学生进行独立思考，形成一种良好的探求、发现、创造的习惯。

（3）案例教学法：在课程教学中以优秀案例或教师案例作为赏析的对象，教师和学生共同参与案例分析、讨论来巩固基础知识。一方面扩大学生的视野，另一方面学生自主探索思考理论。

（4）项目教学法：通过具体的项目设计，任课教师引导学生发现问题、分析问题、解决问题的能力，并将所学知识运用到设计实践中，高效的完成实际方案设计。

表四 课程资源的开发与利用建设表

序号	课程资源大类	课程资源名称
1	表单	学生工作任务单、学习工作单、任务评价表
2	教材	广告策划与文案创意. 新华出版社. 2025 年 5 月. 樊静，周子强，段慧敏

六、课程考核标准与评价

为全面、综合考核学生对《创意文案写作实务》课程的学习情况，本课程采用过程考核与结果考核相结合的方式进行，具体考核办法如下：

（一）课程总分为 100 分，过程考核占 30%，结果考核占 70%。

（二）过程考核主要包括学生的课堂考勤、课堂讨论、课外作业、课外实践、德育考核等内容，任课教师可结合课程具体情况自行制定具体内容，在上课前将各部分内容及评价标准向学生通报，并在授课过程中如实记录、认真批改、严格执行，不能随意打分。

若学生在课堂考勤中累计旷课课时达到该门课程总课时 1/3 者，可直接将学生过程考核成绩记“0”分。

（三）结果考核主要以本课程标准所规定的教学内容和教学要求为依据，完成文案作品，从理论与实践两方面对成果进行综合评价。

该部分成绩的考核必须以集中评议的方式进行，其具体操作方式为：课程结束时，由教研室主任牵头，组织相关专业负责人、任课老师进行集中评议（原则上不少于 2 人），根据评议结果赋予学生作品具体分数，任课老师不得随意更改评议成绩。

鼓励任课老师在课程结束时举办课程教学成果展览，教研室根据相关文件可对任课教师进行课时补贴或其他形式奖励。

表五 课程考核细则

考核项目	考核内容	考核方式	考核标准	比例
过程考核	课堂考勤	满分 20 分，采用扣分形式进行	迟到（早退）一次扣 5 分，旷课一次扣 10 分，累计旷课达到该门课程总次数 1/3，可直接将学生过程考核成绩记“0”分。	30%
	课堂讨论	满分 20 分，采用扣分形式进行	根据课堂任务完成讨论分析，选派小组代表进行表述，满分 20 分。	
	课外作业	满分 40 分，采用扣分形式进行	根据课程要求完成相应构成方案练习，满分 40 分。	
	德育考核	满分 20 分，采用扣分形式进行	依据该课程的素质目标内容进行考核，每个指标每次有欠缺的，可酌情扣除 1 至 2 分，某方面有特别突出表现的可以加 1 至 2 分。该项得分由任课教师加减分汇总后得出。	
结果考核（任课老师集中评议）	理论水平	满分 20 分，采用扣分形式进行	评定运用课程理论的水平，满分 20 分。	70%
	工作量	满分 10 分，采用扣分形式进行	评定完成项目（尤其是小组项目）中涉及的工作量，满分 10 分。	
	写作技巧	满分 20 分，采用扣分形式进行	评定文案写作作品的技巧运用表现，满分 20 分。	
	主题选取及表达	满分 20 分，采用扣分形式进行	评定作品主题的创意表达，满分 20 分。	
	文案表现力	满分 30 分，采用扣分形式进行	评定作品最终呈现的效果和作品完成度，满分 30 分	

七、授课进程与安排

表六 《创意文案写作实务》授课计划及进程安排

序号	授课内容	授课学时		教学形式	教学手段
		理论	实训		
1	项目 1：文案本质与传播规律	2	2	案例剖析+小组研讨	课堂教学
2	项目 2：全媒介文案类型解析	3	3	工作坊制	课堂教学
3	项目 3：创意生成方法论训练	3	3	头脑风暴+伦理辩论	课堂教学
4	项目 4：标题与金句锻造工坊	4	4	竞技擂台+AB 测试	课堂教学
5	项目 5：故事化文案写作实训	3	3	情景剧演绎+互评工坊	课堂教学
6	项目 6：新媒体平台适配实战	4	4	企业导师驻场	课堂教学
7	项目 7：节日营销全案策划	4	4	虚拟公司运营	课堂教学
8	项目 8：非遗推广项目实战	4	4	评审会	课堂教学
9	项目 9：个人品牌孵化计划	4	4	模拟求职答辩	课堂教学
合计课时：64 课时，其中理论 32 课时，实践课时 32 课时					

《图形语言》课程标准

一、课程基本信息

课程名称	图形语言	课程代码	2504509
课程类型	专业核心课	开设院部	创意设计学院
适用专业对象	2025 级文化创意与策划专业学生	先修课程	创意学基础、产品造型基础
后续课程	文创产品开发与设计	学时建议	64 学时
编制团队	郑思、杨聪（企）	审核人	游宇、邓帷（企）
制（修）订时间	2025 年 6 月		

二、课程性质与定位

（一）课程性质与任务

《图形语言》是文化创意与策划专业核心课程，先修课程《创意学基础》《产品造型基础》为学生奠定了创新能力、产品造型能力和审美能力，后续课程为《文创产品开发与设计》《文化活动策划实务》等专业核心课程，见表 1。通过本课程的学习，使学生了解图形的发展，解析传统文化图形，掌握图形符号提炼与创意思维的方法和规律，熟悉图形设计的流程与创意方法，培养学生的艺术审美、创意思维、图形表现、数字化设计能力。课程以美引德、以德促技，厚植中国传统文化，为培养新时代高素质技术技能型文创人才夯实基础。

表 1 课程关系表

先修课程		后修课程	
课程	关系	课程	关系
创意学基础、产品造型基础	使学生具备创新能力和创意转化素养，掌握素描、色彩的基本表现形式和表现方法，能够理解和分析产品的结构特点和构成规律，具备一定的观察能力和运用透视、构图、空间、色彩规律的能力。	文创产品开发与设计	旨在培养学生树立正确的创作观和传播观，掌握文化创意产品制作软件、平台操作的基本知识，强化互联网思维，能按照市场标准完成文化产品创意、制作等工作任务的能力。

（二）课程设计思路

课程紧扣文化活动策划师、文创产品策划运营师等职业岗位需求和职业能力培养要求，对接文化创意产业设计岗位的典型工作任务和设计竞赛命题，对标 1+X 证书《文创产品数字化设计职业技能等级标准》中级技能要求，结合设计行业最新设计动态和高职院校学生的学习规律，以真实项目贯穿，形成“图形提炼-思维激发-图形组织-趣呈方法-综合应用”的进阶式课程教学。课程融入城市名片、非遗图形等传统文化思政元素，利用校地、校企等合作资源对课程进行全方位开发，通过真实设计项目解析，使学生掌握图形符号提炼、思维激发方式、图形创意表现方法等，理论与实践紧密结合，充分体现“课程开发行业化、教学内容岗位化、教学实施流程化、教学情景公司化”的特点，有效培养学生图形语言的设计能力。

三、课程教学目标

（一）总体目标

《图形语言》课程主要任务：通过本课程的学习，学生能对传统文化图形进行提炼与再创造，运用联想和想象，有效激发创造性思维，学会从多元素、多维度地进行图形语言的创意表达，领会并运用中华优秀传统文化元素的设计理念和文化内涵，利用图形设计助推中华优秀传统文化创造性转化和创新性发展。

（二）具体目标

基于职业岗位核心能力分析，结合 1+X 文创产品数字化设计职业技能等级认证体系，融入文化创意产业通用能力与职业发展能力设置课程知识目标、能力目标与素养目标，具体如下：

1. 素质目标

- （1）转变学生传统的思维方式，养成自主学习、分析解决问题的能力；
- （2）通过联想和想象捕捉生活中的视觉形象，有意识引导学生对周边事物发生兴趣并加以观察，善于发现美、认识美、感受美、鉴赏美、创造美和表现美；
- （3）引导学生能够从时政热点中收集创意灵感和素材，强化设计作品的版权保护意识，树立正确的设计观；

(4) 课程思政结合项目案例，感受中华优秀传统文化的独特魅力，实现文化记忆的提取与创新发展的，坚定学生文化自信，培养精益求精的工匠精神；

2. 知识目标

(1) 感知图形魅力，了解图形的概念、起源和发展，理解图形在设计中的重要作用；

(2) 了解传统文化图形的分类，熟悉图形设计的创意规律和创作流程；

(3) 学习隐喻、象征在图形设计中的应用，了解图形语言创意设计的方法；

(4) 掌握形态化、多样化的图形表现方式和正确的图形设计思维方法，关注项目成果输出优化；

(5) 了解项目设计标准以及对应的岗位技能需求。

3. 能力目标

(1) 掌握图形语言的提炼、表现、识别等能力；

(2) 能够借助 AIGC 人工智能新技术，有效进行思维发散训练，提升运用数字信息技术的能力；

(3) 掌握图形语言的修辞手法，能够通过置换、肖形等图形语言创意方法，多元素、多维度进行图形创意创新，提高数字图形表达能力；

(4) 促进学生利用图形语言传达信息的能力和艺术表现力，能够完善深入创意，对创意方向方案不断推敲和演化的能力。

四、课程结构与内容

(一) 课程教学内容与设计

根据图形创意课程培养目标，将课程内容序化为五个项目 12 个任务，课程教学总学时为 64 课时，其中理论学时 32 学时，实践课时 32 学时，课程具体项目、工作任务、教学要求和参考学时见下表：

表一 课程内容与教学要求

教学项目名称	工作任务（模块/单元）划分	教学要求		参考课时
		知识内容及要求	技能内容及要求	
项目一 感知图形魅力 城市名片 图形设计	任务1 城市图形提炼	1. 认识图形的起源、发展和文化内涵； 2. 认识图形创意的基本流程，认识中国传统图形的类型及其艺术特征； 3. 了解具象图形、抽象图形、文字图形、符号图形的艺术特色； 4. 了解城市图形的文化内涵。	1. 能明确城市主题，理解其在中国传统文化中的重要地位； 2. 能够运用点、线、面元素的排列进行城市图形的创意表现； 3. 掌握具象图形、抽象图形、文字图形和符号图形的表现。	4 课时
	任务2 城市图形制作表现	1. 欣赏图形的表现风格； 2. 了解图形的色彩技巧； 3. 认识图形创意的不同的制作方法、效果和特点。	1. 能采用不同风格进行图形表现，探索多样设计风格和语言； 2. 能根据不同主题选择合适的图形风格； 3. 掌握图形创意的手绘制作、立体材料制作、数字技术三种不同的制作方法。	8 课时
项目二 开启创意思维 数说节气 图形设计	任务1 节气的思维发散	1. 明确思维与创意思维的实质； 2. 了解创意思维的来源； 3. 明确发散思维、聚合思维、逆向思维的概念； 4. 可以根据不同命题选择合适的思维方法。	1. 掌握创造性思维的构成； 2. 熟悉创意思维的源泉，能够有效进行思维发散训练； 3. 学会使用聚合思维； 4. 熟悉逆向思维训练方法。	4 课时
	任务2 节气的联想	1. 了解联想的概念和类型； 2. 理解形象联想法和意象联想法； 3. 认识接近联想、对比联想法、因果联想法； 4. 了解接近联想、对比联想、因果联想的应用环境。	1. 能够对相似联想案例进行联想类型分析； 2. 能够灵活形象联想和意象联想的方法提升创意； 3. 能够对连带联想案例进行联想类型分析； 4. 能够灵活接近联想、对比联想和因果联想的方法提升创意。	8 课时
	任务3 节气的想象	1. 了解想象的概念及其分类； 2. 理解元素的特征部分、可塑部分； 3. 了解重构、分割裂变、尺度夸张、材质异化的概念和方法。	1. 能正确对元素进行分解，掌握重构、分割裂变、尺度夸张、材质异化的想象方法； 2. 能结合主题灵活展开想象创意。	8 课时
项目三 趣呈创意方法	任务1 妙构图形创意表现	1. 熟悉置换同构、肖形图形、异质同构、显异同构； 2. 认识置换同构、肖形图形、异质同构、显异同构的艺术	1. 熟悉置换同构的图形创意方法和具体应用； 2. 掌握肖形同构的使用方法；	8 课时

教学项目名称	工作任务（模块/单元）划分	教学要求		参考课时
		知识内容及要求	技能内容及要求	
创承非遗图形设计		特征； 3. 熟练识别案例中同构图形的类别，了解同构在设计中的运用环境。	3. 能够熟练使用异质同构和显异同构方法。	
	任务 2 形状与影图形创意表现	1. 了解影子的原理与意义； 2. 熟悉形影图形、矛盾空间的概念和特征。	1. 掌握形影图形的图形创意方法和具体应用； 2. 能够熟练运用方法正确匹配图例，并分析作品设计意图。 3. 掌握矛盾空间的使用方法。	4 课时
	任务 3 正负形创意表现	1. 认识减缺图形、共生图形、延异图形； 2. 熟悉减缺图形、共生图形、延异图形的表现形式。	1. 熟悉减缺图形的图形创意方法和具体应用； 2. 掌握共生图形的使用方法； 3. 能够熟练使用延异图形方法。	4 课时
项目四 演绎视觉修辞	任务 1 IP 图形比喻拟人	1. 了解创意中修辞的类别； 2. 认识 IP 图形设计中的比喻； 3. 熟悉 IP 图形设计中的拟人修辞手法。	能针对物象展开联想，运用比喻拟人的方法进行 IP 图形的创意表现。	4 课时
文旅 IP 图形设计	任务 2 IP 图形幽默夸张	1. 了解 IP 图形设计中的幽默手法； 2. 熟悉夸张修辞手法的概念和方法。	能运用幽默与夸张的方法进行 IP 图形的创意表现。	4 课时
项目五 图形语言的设计应用	任务 1 图形语言的植入训练	1. 了解图形语言与创意的关系； 2. 熟悉不同传播载体对图形语言呈现的要求。	能够在设计实践中结合社会、法律、文化以及环境等因素提升职业素养和综合能力。	4 课时
	任务 2 图形语言的拓展表达	1. 认识文创设计中的图形的文化体现； 2. 深入了解中国文化元素资源，提高文化素养增强非物质文化遗产传承发展意识。	1. 掌握文创设计中图形的设计方法和原则； 2. 能够将传统元素运用到现代设计，弘扬民族文化丰富现代设计语言，坚定文化自信。	4 课时
学时合计：64 学时 (其中实践教学学时比例为 50%)			理论学时	32 课时
			实践学时	32 课时

（二）课程思政

课程团队以学生为中心，深入贯彻教育部《关于全面实施学校美育浸润行动》，深层挖掘《图形语言》“德育+美育”的育人要点，融入爱国主

义情怀、优秀传统文化、设计创新精神、职业道德修养等思政元素，寓德于美、以美润德，构建“以美引德、以美提智、以美促技、以美励行”的“四美”思政理念，引导学生树立正确的世界观、人生观、价值观，形成传承与弘扬工匠精神的自觉性，增强学生的审美能力，助力学生德智体美劳全面发展，从而实现“德技双馨、守正创新”的文化创意与策划专业人才培养。

教学过程以专业知识和技能为载体，加强思想政治教育，充分发挥课堂主渠道功能，发掘课程中立德树人的要素，与思想政治理论课同向同行，形成协同效应。

表二 课程思政实施方法

教学项目名称	项目内容	学习任务	思政目标	课程思政教学设计
项目一 感知图形魅力	城市名片图形设计	1. 图形的起源、发展和文化内涵； 2. 设计定位的内容及方法； 3. 图形中的点、线、面元素； 4. 具象图形、抽象图形、文字图形、符号图形的艺术特色； 5. 图形风格和表现形式； 6. 图形创意的制作方法。	1. 提高对事物的观察力和思考力，能够主动从大自然中挖掘美好和真理,提取创意灵感,树立人与自然和谐共生的绿色设计理念； 2. 提升艺术鉴赏力,增强对图形艺术的兴趣和热爱； 3. 能够从时政热点中收集创意灵感和素材,培养敏锐的观察力与洞察力。	1. 以广西花山岩画、瑞幸等设计案例，融入尊重传统文化、保护文化遗产的思政教育； 2. 湖南城市名片系列包装设计案例中的城市图案元素分享，感受自然、文化、艺术的有机融合，从而激发学生对本土文化的热爱，树立文化自信，培养创新思维与工匠精神，增强地域文化的传承与创新意识。 3. 通过课程数字资源库选择创作素材，提升思辨能力，强化科学精神。
项目一 感知图形魅力	数说节气图形设计	1. 图形创意的基本步骤和程序； 2. 思维与创意思维的实质、创意思维的来源； 3. 发散思维、聚合思维、逆向思维的概念； 4. 中国传统图形的类型及其艺术特征； 5. 灵感元素的提取方法； 6. 联想与想象的分类的方法。	1. 培养爱国主义情怀，增强社会责任感，在传承优秀传统文化中提升文化自信； 2. 突破传统的思维方式，养成自主学习、分析解决问题的能力； 3. 培养学生数字素养，提升数字化专业能力； 4. 培养举一反三、触类旁通、开拓思路的设计精神，提升职业技能素养； 5. 激发想象力，提高对美的感知、欣赏和创造的能力；	1. 通过中华优秀传统文化浸润，培养学生的文化自信； 2. 从发散思维、集合思维、逆向思维等训练中提升创新思维能力； 3. 通过小组协作任务，提高团队的凝聚力和合作能力； 4. 通过博思白板协同创作、创创 AI 智评等信息技术融入，培养学生数字素养，提升数字化专业能力。
项目三 演绎视觉修饰	文旅 IP 图形	1. 图形语言中的修辞手法分类； 2. 文旅 IP 图形中的比	1. 能够深刻理解并自觉实践设计行业的职业精神，培养职业责任感和人文关怀、	1. 文旅 IP 图形设计项目导入，融入设计行业新技术、新规范和 AIGC 人工智能技

教学项目名称	项目内容	学习任务	思政目标	课程思政教学设计
	设计	喻拟人、幽默夸张修辞手法的应用。	提高设计热情； 2. 提高对新技术、新工艺、新规范的关注与思考，全面提升数字素养，提升创新实践能力； 3. 提高学生的团队协作和沟通交流能力。	术，提升职业认同感； 2. 创意空间中领略古诗意象之美，提升审美情趣和欣赏能力； 3. 通过不断完善设计方案，培养学生精益求精的工匠精神。
项目四 趣呈创意方法	创承 非遗 图形 设计	1. 设计调研的流程、方法； 2. 主题词梳理方法； 3. 图形提炼的方法、原则； 4. 置换同构、肖形同构、正负形等同构方法的概念、特征及方法； 5. 显异图形、异影图形、延异图形等图形异构方法的概念、特征及方法； 6. 图形创意方法运用的设计规律。	1. 能够用中华优秀传统文化涵养克己奉公、清廉自守的精神境界，系好人生第一粒扣子。 2. 强化设计作品的版权保护意识，树立正确的设计观； 3. 提高创新意识、创新精神和综合实践能力，全面提升综合素养。	1. 以专业技能助力廉洁文化建设，激发学生的职业使命感。 2. 借助 AI 测评精准研判，强调原创意识、版权保护意识； 3. 通过杭州亚运会等案例使学生感受科技与文化的融合，增强民族自豪感与文化自信，树立劳动意识； 4. 通过展览及企业项目，培养学生的拼搏进取精神，增强社会责任感和使命感。
项目五 图形语言的设计应用	图形 语言 的 设计 应用	1. 图形语言与创意设计的关系； 2. 传播载体对图形语言呈现的要求； 3. 文创设计中的图形的文化体现。	1. 培养团结合作精神，能够自觉践行设计行业的职业精神和职业责任感，做到有责任意识 and 担当精神； 2. 以美润德，提高对传统美德弘扬和传承的意识，从而增强德育的活力； 3. 培养求真务实、诚实守信的品质，提升道德修养。	1. 通过汨罗江粽香文化视觉设计、韵味长乐文创设计的任务实践，引导学生深刻理解职业道德规范； 2. 通过分享陈汉民先生既具有传统内涵又体现时代特色的设计作品，深入理解国家和民族精神； 3. 通过中国四大节日文创设计案例分享，引导学生认知传统、尊重传统、继承传统。

五、课程教学实施与保障

（一）组织实施建议

1. 以“双育双融、双师三递进”策略组织教学

双育：课程坚持以美（德）技双线育人，通过“美育+德育”“项目+赛事”，助推实践育人。

双融：基于 OBE 理念，以学生为中心，运行线上+线下、虚拟+现实双融合教学模式，推进“教”“学”深度融合。

双师：高水平高技能校、企双导师优势互补，全程参与实训教学。

三递进：重构“课前导学”“课中实施”“课后拓学”三递进教学流程，充分发挥学生主体性。

2. 以“分层、分岗、分级”主导教学活动过程

根据工作岗位流程，以“分层、分岗、分级”主导教学活动过程。

尊重学生差异，课前导学分层：教师发布学习任务，学生通过线上资源进行预习，完成课前任务；三导师根据学生个体差异，重点关注低分段学生，调整教学重难点，优化精准教学。

复盘项目流程，课中实施分岗：教师根据设计调研、设计构思、设计文案、设计图稿、后期设计、成果展示、设计沟通的设计流程，分配岗位角色，实施“引-析-训-评”四贯通的课中教学，强化岗位技能。“引”创设情境，明确教学重难点；析：运用动画等资源，解决教学重点；“训”使用 AI 人工智能技术，突破教学难点，优化设计方案；“评”借助 VR 虚拟仿真资源、线上教学平台展开多主体评价，巩固设计成果。

提升个性空间，课后拓展分级：课程拓展资源库为学生提供个性化发展空间。学有不足的同学可以利用资源循环练习，师生交流、答疑解惑；学有余力的同学可以完成拓展资源学习和拓展任务，提升学生可持续发展的能力。

（二）教学团队建议

教学团队是具有现代教育理念、品德高尚、专兼组合、结构合理、教学水平高、实践能力强的师资队伍。

1. 学校导师：具有“双师型”结构特点的教学团队，任课教师具备全面的艺术设计职业能力和知识结构，对图形创意设计理论把握精准，具备较强的专业技术理论、丰富的实践经验以及较强课堂组织能力；有较好的创新精神，不断更新教学内容并依据工作技能需求和新知识、新技术、新规范的发展特点，及时提高自身实践教学能力和教学指导能力。能够指导学生进行实际项目的实践训练。

2. 企业导师：“文化创意产业”具有5年以上工作经验的资深设计师，具有较强的实践经历，有多项优秀的商业项目产出和设计竞赛获奖成果。

（三）教学条件建议

1. 实训条件

表三 教学场地、设备设施配置建议表

教学地点		设备	台、套、数
智慧教室		智慧黑板、计算机、多媒体、音响、桌椅	40
设计基础实训室		多功能电脑操作台、高配置 PC 机、电脑桌椅	40
企业实践基地	岳阳正心文化创意有限公司	多功能电脑操作台、高配置 PC 机、电脑桌椅、4K 摄影机、4K 单反、灯光设备	数套
	岳阳市楚兮文化创意有限公司	多功能电脑操作台、高配置 PC 机、电脑桌椅	
	湖南贺与苏设计有限公司	多功能电脑操作台、高配置 PC 机、电脑桌椅、大幅面喷绘写真一体机、数码印刷机、碳带条幅机	
展厅		展示柜、灯光设备、多媒体展示设备等	数套

2. 课程资源的开发与利用建设

表四 课程资源的开发与利用建设表

序号	课程资源大类	课程资源名称
1	教学类	教案、课件、视频、数字人、AI 助教、创意化案例学习资源库
2	动画及虚拟仿真资源	VR 虚拟数字展厅、虚拟设计工作室、3D 虚拟模型平台、Fabrie 等
3	表单	项目任务书、任务导学单、任务实践单、拓展任务单
4	教材	1. 书名：《图形创意》（湖南省级优质教材，国规教材推荐） 书号：ISBN 978-7-305-25291-4 作者：高培等主编 出版社：南京大学出版社 出版时间：2021 年 11 月 2. 书名：《图形创意》（国家“十四五”规划教材） 书号：ISBN 978-7-550-31124-4 作者：魏洁 出版社：中国美术学院出版社有限公司 出版时间：2022 年 1 月
5	案例	1. 站酷网站展示的合作企业案例； 2. 《如果国宝会说话》《我在故宫修文物》《舌尖上的中国》《风味人间》等纪录片官方海报； 3. 故宫博物院、云游故宫、云游长城、每日故宫、纹藏-纹样博物馆等界面设计案例； 4. 冬奥会、亚运会、北京世园会等视觉设计案例； 5. WWF 世界自然基金会公益海报；

序号	课程资源 大类	课程资源名称
		6. 历届优秀毕业设计作品，大学生广告艺术大赛、技能竞赛等学科竞赛中的获奖作品； 7. 陈汉民、周令钊、靳埭强、黄海、常莎娜、陈绍华等设计大师经典设计案例。
6	标准与规范	1. 多媒体制作员国家职业标准（职业编码 X2-02-13-07） 2. 广告设计师国家职业标准（职业编码 2-10-07-07） 3. 计算机操作员国家职业标准（职业编码 3-01-02-05） 4. 网络编辑员国家职业标准（职业编码 X2-12-02-05） 5. 文创产品数字化职业技能等级标准
7	网络课程 网站	1. 国家精品在线课程《图形创意》 https://www.xueyinonline.com/detail/236027589 2. 中国大学慕课 林家阳《图形创意》 https://www.icourse163.org/course/TONGJI-1002350001?from=searchPage&outVendor=zw_mooc_pcassjg_ 3. 国家职业教育智慧教育平台 叶军《图形创意设计》 https://zyk.icve.com.cn/courseDetailed?id=ceodadwo8ilmjtblrds3ea&openCourse=ceodadwo8ilmjtblrds3ea 4. 国家职业教育智慧教育平台 叶明东《图形创意》 https://zyk.icve.com.cn/courseDetailed?id=dqoray6md6ndb641b-fvja&openCourse=dqoray6md6ndb641b-fvja
8	网络教学 资源	1. 数字多宝阁 https://www.dpm.org.cn/shuziduobaoge/html.html ; 2. 中国传统村落数字博物馆 http://www.dmctv.cn/ 3. 故宫博物院 https://www.dpm.org.cn/Home.html ; 4. 优设网 https://hao.uisdc.com/ 5. 大作 https://www.bigbigwork.com/ 6. 中国色 http://zhongguose.com/ 7. 古田路9号 https://www.gtn9.com/index.aspx ; 8. 站酷 https://www.zcool.com.cn/ 9. 花瓣网 https://huaban.com/

六、课程考核标准与评价

课程考核实施“五主体多元评价，五维度标准融通”全过程智评诊断的考核体系。形成由教师、学生、企业、展馆导师、AI 智评组成的多元评价主体，制定学生在课程学习中的需要达成的课程标准、展览标准、岗位要求、竞赛要求、技能证书要求“五维度”评价标准，实现评价全覆盖。通过知识图谱等大数据平台进行教学全过程信息化记录和学习效果数据化分析，关注学习能力及未来发展，点燃学生“成长引擎”。课程具体考核比例为：过程性评价 30%+结果性评价 70%。

过程性评价主要以课堂考勤、学习态度与课堂表现、拓展资源学习、平时作业、德育考核等内容进行综合评价。结果性考核以本课程标准中教学内容和教学要求为依据，对学生作品进行综合评价，主要考核学生作品

与项目要求的契合程度、作品的精美程度、构图以及作品创意等方面的综合表现。

表五 课程考核细则

考核项目	考核内容	考核方式	考核标准	比例
过程性评价	课堂考勤	满分 20 分，采用扣分形式进行。	迟到（早退）一次扣 5 分，旷课一次扣 10 分，累计旷课达到该门课程总次数 1/3，可直接将学生过程考核成绩记“0”分。	30%
	学习态度与课堂表现	满分 20 分，采用计次数加分进行。	积极参与课堂讨论，与老师互动回答问题一次加 1 分，回答准确、知识点掌握精确加 2 分。	
	拓展学习	满分 10 分，采用计次数加分进行。	积极完成拓展资源学习，包括视频、闯关答题等，完成相应任务加 2 分。	
	平时作业	满分 20 分，采用扣分形式进行。	作业不完整一次扣 5 分，未完成作业一次扣 10 分，累计作业完成不完整达到该门课外作业总次数 1/3，直接将学生过程考核成绩记“0”分。	
	德育考核	满分 30 分，采用扣分形式进行。	可依据德育教育方案以及该课程素质目标进行考核。某方面有特别突出表现的可以加 1 至 2 分。每个指标每次有欠缺的，可酌情扣除 1-2 分，对考试舞弊、抄袭、篡改、伪造设计成果等违纪违规行为，依据情节严重性酌情扣分或取消成绩，该项得分由任课教师加减分汇总后得出。	
结果性评价	主题符合	满分 30 分，采用加分形式进行。	考核学生对作品主题明确程度，分别给予 5-20 分的加分。	70%
	制作精美	满分 20 分，采用加分形式进行。	考核学生对作品制作的精美程度，分别给予 5-20 分的加分。	
	创意创新	满分 30 分，采用加分形式进行。	考核学生作品的创意创新程度，分别给予 5-20 分的加分。	
	构图饱满	满分 20 分，采用加分形式进行。	考核学生作品的构图饱满情况，分别给予 5-10 分的加分。	

七、授课进程与安排

表六 《图形语言》授课计划及进程安排

序号	授课内容	计划课时（学时）		授课教师	授课地点
		理论	实践		
1	城市图形提炼	2	2	专任教师/企业导师	专业理论教室/展厅
2	城市图形制作表现	4	4	专任教师/企业导师	专业理论教室/展厅
3	节气的思维发散	2	2	专任教师/企业导师	专业理论教室/展厅
4	节气的联想	4	4	专任教师/企业导师	专业理论教室/展厅

序号	授课内容	计划课时（学时）		授课教师	授课地点
		理论	实践		
5	节气的想象	4	4	专任教师/企业导师	专业理论教室/展厅
6	妙构图形创意表现	4	4	专任教师/企业导师	专业理论教室/展厅
7	形与影图形创意表现	2	2	专任教师/企业导师	多媒体教室/展厅
8	正负形的创意表现	2	2	专任教师/企业导师	多媒体教室/展厅
9	形与影图形创意表现	2	2	专任教师/企业导师	多媒体教室/展厅
10	IP 图形的比喻拟人	2	2	专任教师/企业导师	专业理论教室/展厅
11	IP 图形的幽默与夸张	2	2	专任教师/企业导师	专业理论教室/展厅
12	图形语言的拓展表达	2	2	专任教师/企业导师	多媒体教室/展厅
合计计划课时： 64 学时，其中理论 32 学时，实践 32 学时。					

《网络传播与策划》课程标准

一、课程基本信息

课程名称	网络传播与策划	课程代码	2504508
课程类型	专业核心课	开设院部	创意设计学院
适用专业对象	2025 级文化创意与策划专业学生	先修课程	创意文案写作实务、 视频剪辑等
后续课程	文创产品开发与设计、 展览展示策划等	学时建议	60
编制团队	方淑婷、唐慧琼（企）	审核人	游宇、邓帷（企）
制（修）订时间	2025 年 6 月		

二、课程性质与定位

本课程是文化创意与策划专业的一门专业核心课程，主要教授网络传播理论、新媒体运营逻辑及 IP 孵化方法，针对微信、抖音、小红书等平台特性，讲解内容策划(如主题短视频脚本、节气借势营销图文)、用户运营(社群分层运营、文创粉丝圈层激活)、数据驱动运营(传播效果监测、用户画像分析工具实操)，强调传统文化元素与平台调性的融合策略(如汉服类账号的抖音算法适配非遗手作的小红书种草逻辑)。

通过本课程学习，使学生能分析、策划、执行企业网络营销活动过程中的常规性营销策划与推广，具备从事网络营销具体业务工作的入门职业能力，进而为其在相关岗位就业或行业职业技能的进阶学习奠定基础，兼顾了市场营销基本原理、传播思维的传授，以及网络营销活动中具体方式的组织与策划。

三、课程教学目标

（一）总体目标

通过系统讲解网络传播、新媒体运营、IP 孵化、自媒体平台分析及 AI 工具应用等知识，培养学员掌握新媒体传播与运营全链路技能，使其具备利用理论、工具开展新媒体项目实操的能力，成为懂传播逻辑、擅运营策略、能创新实践的新媒体专业人才，适配行业岗位需求，助力个人职业发

展与行业创新。

（二）具体目标

1. 素质目标

（1）树立新媒体行业的职业认同感与责任感，培养创新、协作、迭代思维，适应行业快速发展节奏；

（2）强化信息伦理与版权意识，坚守内容创作、传播的道德与法律底线，塑造正向价值观；

（3）提升团队协作与沟通素养，在项目实践中高效配合，输出优质新媒体运营成果。

2. 知识目标

（1）精准掌握网络传播理论（概念、历程、核心理论），理解传播底层逻辑；透彻熟悉新媒体运营范畴（工作领域、岗位职能、行业趋势），明晰商业价值；

（2）深度通晓 IP 孵化方法论（核心要素、流程、策略），把握 IP 打造关键；全面掌握自媒体平台分析（发展历程、分析维度/方法），精通平台运营逻辑；

（3）熟练牢记 AI 工具应用（文案/图片/视频工具、用户运营工具），明晰操作与应用场景。

3. 能力目标

（1）运用网络传播理论解读热点、新媒体运营逻辑规划业务，用理论指导实践；

（2）实操执行能力：独立完成新媒体运营全环节（内容、用户、平台、活动运营）、IP 孵化（定位、人设、内容体系）、自媒体平台分析（数据调研、策略制定）及 AI 工具实操（文案/视频创作、用户分析）；

（3）结合行业趋势与数据，创新新媒体运营、IP 孵化、平台运营策略，适配市场需求；

（4）运用知识与工具，解决运营中（流量转化、内容同质化、工具使用偏差等）实际问题，优化项目成果。

四、课程结构与内容

（一）课程教学内容与设计

表一 课程内容与教学要求

序号	名称	主要内容	教学要求	参考课时
1	网络传播理论	了解网络传播的基本概念、发展历程与核心理论，让学员理解网络传播的底层逻辑，以及传播方式。	知识要求： 学员需准确理解网络传播的定义。 能力要求： 能够从理论视角解读网络热点事件的传播路径。	8
2	新媒体运营逻辑	详细介绍新媒体运营的工作范畴、岗位职能，分析行业发展趋势与市场需求，明确新媒体运营在当下商业环境中的重要性。	知识要求： 学员了解新媒体运营涵盖的工作领域，理解新媒体运营在商业环境中的战略地位与价值体现。 能力要求： 能够独立完成新媒体运营各环节工作	8
3	IP 孵化方法论	讲解 IP 孵化的核心要素、流程与策略，包括 IP 定位、人设打造、内容体系构建，通过经典案例分析，让学员掌握 IP 孵化的关键点。	知识要求： 学员需透彻理解 IP 孵化的核心要素，包括文化内涵、商业价值、粉丝基础等。 能力要求： 能够针对不同领域和目标受众，独立完成 IP 定位策划，明确 IP 的目标市场与受众群体，制定合理的发展规划。	12
4	自媒体平台分析	自媒体平台的发展历程与现状、自媒体平台分析的重要性与意义、自媒体平台分析的基本维度与方法（平台特性、用户分析、内容生态、运营策略等）	知识要求： 熟练掌握自媒体平台分析的基本维度与方法，使用数据分析工具、用户调研、竞品分析等方法。 能力要求： 根据自媒体平台分析结果，结合目标受众与运营目标，制定具有针对性和可行性的自媒体运营策略。	16
5	AI 工具助力	文案内容类、图片视频类 AI 工具应用、用户分析与运营实操 AI 工具优化	知识要求： 掌握其基本操作方法和指令语法规则。明确 AI 工具在用户分层、精准营销、社群运营等场景中的应用价值和操作流程。 能力要求： 能够熟练操作各类 AI 工具，根据实际需求独立完成文案创作、图片视频制作、用户数据分析与运营策略制定。	16
学时合计：60 学时 (其中实践教学学时比例为 50%)			理论学时	30
			实践学时	30

（二）课程思政

本课程思政实施采用“三维渗透法”：

1. 内容植入——将中华优秀传统文化基因（如非遗数字化传播、国潮 IP 策划）与红色精神叙事（乡村振兴案例、抗疫故事传播）融入项目任务，要求策划案中文化元素占比 $\geq 30\%$ ；

2. 过程管控——搭建“网络伦理沙盘”，通过模拟舆情危机（如低俗

营销、文化误读事件），训练学生制定正能量传播应急预案，并运用价值观雷达实时扫描策划方案的敏感词与伦理风险；

3. 评价牵引——实行“双轨评分制”：行业导师按传播效果（点击率/转化率）评分占比 50%，专任教师按“文化传承力（40%）+伦理合规性（60%）”矩阵评分占比 50%，确保“流量导向”与“价值导向”同频共振。

五、课程教学实施与保障

（一）组织实施建议

（1）在教学过程中，应立足于加强学生实际操作能力的培养，以工作任务引领提高学生学习兴趣，激发学生的成就动机。

（2）本课程教学的关键是“理论与实践教学一体化”，在教学过程中，教师示范和学生分组讨论、训练互动，学生提问与教师解答、指导有机结合，让学生在“教”与“学”的过程中，掌握网络营销策划的方法与流程。

（3）在教学过程中，要创设工作情景，同时应加大实践实操的容量，在实践实操过程中提高学生的岗位适应能力。

（4）在教学过程中，要应用网络资源、多媒体、投影等教学资源辅助教学，帮助学生的感性认识与理性认识有良好地结合。

（5）在教学过程中，要重视本专业领域新理念发展趋势，贴近网络营销市场，为学生提供职业生涯发展的空间，努力培养学生参与社会实践的创新精神和职业能力。

（6）教学过程中教师应积极引导提升职业素养，提高职业道德。

（二）教学团队建议

构建“三师联动·双能驱动”教学团队：

1. 结构优化——由“双师型”专业教师（推荐全媒体运营师证+行业经验）、平台行业导师（需主导过项目）组成双方协同梯队；

2. 能力升级——实施“AI赋能计划”（培训舆情监测/热词生成工具），每年提交2个传播转化案例；

3. 机制创新——尝试推行“捆绑式课酬”，建立“双师共评制”，专业教师考核传播效果，确保团队“懂网络传播规律、守价值导向红线、赋文化创新动能”。

（三）教学条件建议

1. 实训条件

表三 教学场地、设备设施配置建议表

教学地点	设备	工位
专业教室	黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、直播套装（绿幕、LED 平板灯、声卡、领夹麦克风等）	40 位

2. 教学方法与手段

根据本课程的教学目标要求和课程特点，教师根据不同的教学内容。选择采用适合本课程的最优化教学法，综合考虑教学效果和教学可操作性等因素，本课程建议选用以下教学法：

（1）集中授课教学法：教师将学生集中，将理论知识与教学内容设计成一个或多个具体的任务，强调内容的系统性，通过讲解、演示、讨论等多样方法，确保学生在短时间内全面掌握知识。授课后，教师会及时评估学生学习情况，调整教学策略。

（2）互动教学法：学生在教师的指导下能够进行自学，通过师生间的双向或多向交流，共同探索知识。鼓励学生提问、讨论、合作解决问题，培养批判性思维和团队协作能力。教师作为引导者，创设情境，激发学生学习兴趣，启发学生进行独立思考，促进深度理解。

（3）案例教学法：通过分析一些优秀的作品中的典型案例，引导学生学习数字化工具实战等内容。通过案例分析，引导学生分析、讨论和解决问题。

（4）启发式教学法：教师通过提问、引导、示范等方式，激发学生主动思考、积极探索的教学方法。鼓励学生通过观察、分析、推理等过程，自主发现知识、解决问题。教师在学习过程中提供必要的支持和反馈，帮助学生构建知识体系，培养创新思维和解决问题的能力。

（5）探究式教学法：在探究学习过程中以学生为中心，通过提出问题、设计实验、收集数据、分析解释和得出结论等过程，让学生主动探索。强调学生的实践能力和问题解决能力，鼓励学生通过观察、实验、讨论等方式，自主发现和理解科学原理，培养批判性思维 and 创新能力。

表四 课程资源的开发与利用建设表

序号	课程资源大类	课程资源名称
1	教学类	教案、课件、视频
2	表单	学生工作任务单、学习工作单、任务评价表

六、课程考核标准与评价

为全面、综合考核学生对《网络传播与策划》课程的学习情况，本课程采用过程考核与结果考核相结合的方式进行，具体考核办法如下：

（一）课程总分为 100 分，过程考核占 30%，结果考核占 70%。

（二）过程考核主要包括学生的课堂考勤、课堂讨论、课外作业、课外实践、德育考核等内容，任课教师可结合课程具体情况自行制定具体内容，在上课前将各部分内容及评价标准向学生通报，并在授课过程中如实记录、认真批改、严格执行，不能随意打分。

若学生在课堂考勤中累计旷课课时达到该门课程总课时 1/3 者，可直接将学生过程考核成绩记“0”分。

（三）结果考核主要以本课程标准所规定的教学内容和教学要求为依据，从理论与实践两方面对设计成果进行综合评价。

该部分成绩的考核必须以集中评议的方式进行，其具体操作方式为：课程结束时，由教研室主任牵头，组织相关专业负责人、任课老师进行集中评议（原则上不少于 2 人），根据评议结果赋予学生作品具体分数，任课老师不得随意更改评议成绩。

鼓励任课老师在课程结束时举办课程教学成果展览，教研室根据相关文件可对任课教师进行课时补贴或其他形式奖励。

表五 课程考核细则

考核项目	考核内容	考核方式	考核标准	比例
过程考核	课堂考勤	满分 20 分，采用扣分形式进行	迟到（早退）一次扣 5 分，旷课一次扣 10 分，累计旷课达到该门课程总次数 1/3，可直接将学生过程考核成绩记“0”分。	30%
	课堂讨论	满分 20 分，采用扣分形式进行	根据课堂任务完成讨论分析，选派小组代表进行表述，满分 20 分。	
	课外作业	满分 40 分，采用扣分形式进行	根据课程要求完成相应方案练习，满分 40 分。	

考核项目	考核内容	考核方式	考核标准	比例
	德育考核	满分 20 分,采用扣分形式进行	依据该课程的素质目标内容进行考核,每个指标每次有欠缺的,可酌情扣除 1 至 2 分,某方面有特别突出表现的可以加 1 至 2 分。该项得分由任课教师加减分汇总后得出。	
结果考核 (任同课老师集中评议)	理论水平	满分 20 分,采用扣分形式进行	评定运用课程理论的水平,满分 20 分。	70%
	工作量	满分 10 分,采用扣分形式进行	评定在完成项目(尤其是小组项目)中的工作量,满分 10 分。	
	技能运用	满分 20 分,采用扣分形式进行	评定技能运用的实际效果,满分 20 分。	
	主题选取及表达	满分 20 分,采用扣分形式进行	评定主题的创意表达,满分 20 分。	
	项目表现力	满分 30 分,采用扣分形式进行	评定作品最终呈现的效果和作品完成度,满分 30 分	

七、授课进程与安排

表六 《网络传播与策划》授课计划及进程安排

序号	授课内容	授课学时		教学形式	教学手段
		理论	实训		
1	网络传播理论	4	4	讲练结合	课堂教学
2	新媒体运营逻辑	4	4	讲练结合	课堂教学
3	IP 孵化方法论	6	6	讲练结合	课堂教学
4	自媒体平台分析	8	8	讲练结合	课堂教学
5	AI 工具助力	8	8	讲练结合	课堂教学
合计课时: 60 课时, 其中理论 30 课时, 实践课时 30 课时					

《短视频策划与制作》课程标准

一、课程基本信息

课程名称	短视频策划与制作	课程代码	2504513
课程类型	专业核心课	开设院部	创意设计学院
适用专业对象	2025 级文化创意与策划专业学生	先修课程	创意文案写作实务、网络传播与策划等
后续课程	文化活动策划综合实训、毕业设计、岗位实习等	学时建议	60
编制团队	李佳威、熊咏竹（企）	审核人	游宇、邓帷（企）
制（修）订时间	2025 年 6 月		

二、课程性质与定位

（一）课程性质与任务

《短视频策划与制作》课程为文化创意与策划专业核心课程，先修课程主要有《创意文案写作实务》《网络传播与策划》等，后续课程有《文化活动策划综合实训》《毕业设计》《岗位实习》等，学生已经具备了一定前期设计基础课程，如平面构成、色彩构成等，将设计理论与视觉表达技巧延伸至短视频创作领域；该课程聚焦短视频行业发展趋势，整合短视频制作与运营的多领域知识，涵盖传播学、影视制作、市场营销等学科交叉内容，旨在培养学生在短视频领域的综合应用能力，使学生能够适应数字媒体时代对设计专业人才的新需求，成为具备短视频全流程创作与运营能力的复合型设计人才。通过大量实践项目与操作训练，培养学生短视频创意策划、拍摄制作、剪辑后期和运营推广的核心技能。

表 1 课程关系表

先修课程		后修课程	
课程	关系	课程	关系
《文化活动策划实务》 《文创产品开发与设计》	本课程将前两门课程的能力融合于全流程实践，例如将文案转化为分镜头脚本，结合传播策略设计多平台分发方案，最终通过拍摄剪辑实现从策划到成品的闭环。	《毕业设计》 《岗位实习》	培养学生能综合运用各种设计技能独立完成项目设计。培养数字化时代下敏锐的设计洞察能力，与时俱进、刻苦钻研的专业素养。

（二）课程设计思路

通过短视频策划与制作课程的学习，使学生能够掌握短视频的创作流程，具备短视频策划、拍摄、剪辑、特效制作、字幕制作、颜色校正、音频编辑等职业技能。通过组建大学生广告大赛、全国高校数字媒体艺术设计大赛、中国大学生广告艺术节比赛，让学生在赛事中实现自我体验、自我思考和自我升华，具备针对用户需求进行各种体裁短视频原创的能力，达到艺术设计专业职业岗位（群）及岗位能力的要求。

三、课程教学目标

（一）总体目标

本课程以设计专业大二学生为授课对象，通过 60 课时系统教学，旨在培养学生全面掌握短视频制作与运营的核心知识和技能，使其深入理解短视频行业生态。学生能够将设计专业知识与短视频创作深度融合，具备从创意策划、拍摄制作到运营推广的全流程能力，制作出兼具设计美感与传播力的短视频作品，同时熟悉主流平台规则与算法，能够制定有效的运营策略，提升视频曝光度和用户互动，为未来从事短视频相关工作或自主创作奠定坚实基础。

（二）具体目标

1. 素质目标

（1）创新与审美素养：激发学生创新思维，培养独特的创意表达能力，结合设计专业优势，提升学生在短视频创作中的审美水平，使其作品兼具创意与视觉美感。

（2）团队协作与沟通能力：通过小组项目实践，强化学生团队协作意识，提升团队内沟通协调能力，培养学生在团队中高效完成短视频创作与运营任务的能力。

（3）数据分析与问题解决能力：引导学生重视运营数据，培养数据分析习惯，使其能够根据数据发现问题、分析问题，并运用所学知识制定解决方案，优化短视频创作与运营策略。

（4）版权与职业操守：强化学生版权意识，使其在短视频创作与运营中严格遵守法律法规和行业规范，树立正确的职业道德观念，确保作品创

作与传播合法合规。

2. 知识目标

(1) 行业认知：学生能够准确阐述短视频的定义、发展历程、类型及特点，深入了解主流短视频平台的定位、特点和规则，熟悉短视频行业发展趋势。

(2) 创作理论：掌握爆款短视频的底层逻辑，精通剧本写作技巧和分镜头脚本设计原理，理解摄影基础知识，包括相机参数、构图原则、光线运用等内容。

(3) 运营原理：熟知短视频平台的算法和推荐机制，明确运营策略制定的理论依据，了解账号定位、内容运营、粉丝运营等相关知识。

3. 能力目标

(1) 创意策划能力：能够精准分析目标受众，策划出符合受众需求和平台特点的内容主题，并构建具有吸引力和创新性的创意框架。

(2) 创作执行能力：熟练运用剧本写作技巧完成高质量短视频剧本创作，依据剧本设计详细的分镜头脚本；熟练操作常用摄影器材，运用拍摄技巧获取优质素材；掌握剪辑软件操作，完成视频剪辑、特效添加、音频处理和字幕制作，输出完整的短视频作品。

(3) 运营推广能力：根据平台算法和推荐机制，结合账号定位制定有效的运营策略，运用多种推广手段提升视频曝光度；通过互动活动等方式增强用户互动，根据数据分析优化运营策略，实现账号的持续发展。

四、课程结构与内容

(一) 课程教学内容与设计

表一 课程内容与教学要求

教学项目名称	工作任务（模块/单元）划分	教学要求		参考学时
		知识内容及要求	技能内容及要求	
短视频策划与制作	模块一 短视频行业认知模块	1. 掌握短视频的定义、核心特点及与传统视频的区别。 2. 熟悉短视频从起源到当前的发展历程，了解各阶段的关键节点和推动因素。 3. 清楚不同类型短视频（按主题、制作方式分类）的特点、受众群体。	1. 能够准确阐述短视频的定义和特点，分析短视频兴起的原因。 2. 可对不同类型短视频进行分类，并说明其适合的创作方向。 3. 能对比分析主流短视频平台的差异，为后续创作选择合	8

教学项目名称	工作任务（模块/单元）划分	教学要求		参考学时
		知识内容及要求	技能内容及要求	
		4. 熟知主流短视频平台（如抖音、快手、B站）的定位、用户画像、内容风格和发展趋势。 5. 理解主流平台的内容审核规则、推荐算法机制和账号运营规范。	适平台。	
	模块二 短视频创意策划模块	1. 了解目标受众分析的重要性，掌握受众特征分析方法（如问卷调查、数据分析、用户画像构建）。 2. 学习内容主题挖掘的途径（生活、热点、行业趋势等），明确主题筛选和优化的原则。 3. 熟悉创意构思的方法（头脑风暴、思维导图等），掌握创意框架搭建的要素（故事结构、情节设置）。	1. 能运用多种方法完成目标受众分析，撰写详细的受众分析报告。 2. 可以独立挖掘并筛选短视频内容主题，形成具有吸引力的主题方案。 3. 熟练使用创意构思方法，搭建逻辑清晰、富有创意的短视频创意框架。	8
	模块三 短视频剧本写作与分镜头脚本设计模块	1. 掌握短视频剧本的结构（开头、中间、结尾），学习悬念、冲突、高潮的设置方法。 2. 了解人物塑造、对话写作和情节设计的技巧。 3. 明确分镜头脚本的作用、格式和内容要素（镜头序号、景别、画面内容等）。4. 学习景别、镜头语言（推、拉、摇、移等）的运用规则和表达效果。	1. 能够独立完成短视频剧本创作，包含完整的故事结构和精彩的情节设计。 2. 根据剧本准确设计分镜头脚本，合理运用景别和镜头语言，将文字转化为可视化画面。	10
	模块四 短视频拍摄技术模块	1. 理解相机的工作原理，掌握光圈、快门速度、感光度、白平衡等参数的含义和作用。 2. 熟悉常见的构图原则（对称构图、三分法构图等）和光线运用技巧（自然光、人工光）。 3. 了解不同类型相机（单反、微单、手机相机）和镜头（广角、长焦等）的特点及适用场景。 4. 掌握三脚架、稳定器、补光灯、麦克风等辅助器材的功能和使用方法。 5. 学习推、拉、摇、移、跟等运镜技巧和不同拍摄场景（室内、室外）的拍摄要点。	1. 熟练操作相机，根据拍摄需求准确设置参数，获得理想曝光效果。 2. 能运用构图和光线技巧，拍摄出具有美感和表现力的画面。 3. 正确选择和使用摄影器材及辅助设备，完成稳定、清晰的视频拍摄。 4. 灵活运用运镜技巧和场景拍摄要点，完成短视频素材的拍摄任务。	13

教学项目名称	工作任务（模块/单元）划分	教学要求		参考学时
		知识内容及要求	技能内容及要求	
	模块五 短视频剪辑与后期制作模块	1. 熟悉常用剪辑软件（剪映、Premiere Pro 等）的界面布局和基本操作功能。2. 了解短视频剪辑的流程（素材导入、剪辑、特效添加等）。3. 掌握转场效果、画面调色、滤镜应用等剪辑技巧。4. 学习常见特效（动画特效、字幕特效）的制作方法。5. 了解音频处理（录制、剪辑、混音）和字幕制作（样式设置、动画效果）的知识。	1. 能够熟练使用剪辑软件，完成短视频素材的剪辑和拼接，保证视频流畅。2. 运用剪辑技巧和特效，提升视频的观赏性和吸引力。3. 完成音频处理和字幕制作，实现声画同步，增强视频的表达效果。	13
	模块六 短视频平台运营与推广模块	1. 深入理解主流短视频平台的算法和推荐机制（流量池、用户反馈影响）。2. 掌握账号定位的方法，学习内容运营、粉丝运营策略的制定原则。3. 了解平台内推广工具（如 Dou+）和社交媒体推广的方式。4. 熟悉数据分析指标（播放量、点赞数、评论数等）的含义和作用。	1. 能够根据平台算法和账号定位，制定完整的短视频运营策略方案。2. 运用推广工具和方法，提升视频的曝光度和传播范围。3. 分析运营数据，根据结果优化短视频内容和运营策略。	8
学时合计：60 学时 (其中实践教学学时比例为 66.7%)			理论学时	20
			实践学时	40

（二）课程思政

全面推进课程思政建设，通过研究短视频策划与制作课程教学内容，挖掘课程思政元素，立足短视频制作岗位特征，分享国内外电影大师的成长经历，加深学生对行业的认知，激发对工作的热爱，将《我和我的祖国》《建国大业》《八佰》等蕴含的爱国电影融入到课程教学中，培养学生爱国主义情怀和中华民族伟大复兴的理想信念，充分发挥专业课程的育人作用。教学过程以专业知识和技能为载体，加强思想政治教育，充分发挥课堂主渠道功能，努力发掘课程中立德树人的要素，与思想政治理论课同向同行，形成协同效应，《短视频策划与制作》课程思政教学设计如下表：

表二 课程思政实施方法

序号	知识点	思政目标	课程思政教学设计
1	短视频行业认知	培养学生的职业素养和责任意识	介绍与专业课相关的影视名家、创作人员的现今事迹和奉献精神，影响和感染学生
2	短视频创意策划	培养学生忠诚、英勇、保家卫国的民族精神	在剖析和引导学生进行主旋律短视频创作的过程中实现对学生的爱国主义教育
3	短视频剧本写作与分镜头脚本设计	培养学生的文化自信、文化认同感	在剖析和引导学生进行传统文化短视频创作的过程中实现对学生的中华优秀传统文化教育
4	短视频拍摄技术	培养学生的使命担当和社会责任感	组织学生以小组为单位进行项目实践，如策划、拍摄和制作一个以“身边的榜样”为主题的短视频。在小组讨论和实践过程中，教师引导学生挖掘榜样人物身上体现的社会主义核心价值观，如敬业奉献、助人为乐等，培养学生的团队协作精神和社会责任感。
5	短视频剪辑与后期制作	培养学生精益求精的工匠精神	在剖析和引导学生进行短视频创作的过程中鼓励学生结合所学知识，把握战略实施的时代机遇，积极投身家乡的建设和发展
6	短视频平台运营与推广	培养学生探究学习、终身学习的品质	在剖析和引导学生进行知识分享短视频创作的过程中培养学生学习主观能动性和可持续发展能力

五、课程教学实施与保障

（一）组织实施建议

教学模式：本课程内容的编排和组织是以文化创意产业的职业需求、学生的认知规律与学习梯度为依据确定。采取以实践性教学为主要策略，以模块化分类、项目为导向、任务驱动为主的课程模式；

教学手段：教学设计以模块任务为线索、项目任务来进行，教学过程中，采用理实一体教学；

教学方法：案例分析法、任务驱动法等教学方法，融入课程思政，立德树人贯穿课程始终。

（二）教学团队建议

要求任课教师具备短视频策划与制作职业能力和知识结构，对短视频策划与制作理论把握精准，具有多年的教学和项目经历，具备较强的专业技术理论、丰富的实践经验以及较强课堂组织能力，具备影视剪辑、影视后期制作实际工作经历1年以上或具有高校教师资格和本专业领域相关职业资格证书。

（三）教学条件建议

1. 实训条件

表三 教学场地、设备设施配置建议表

教学地点	设备	工位
专业理论教室	智慧黑板、计算机、多媒体、音响、桌椅	40
多媒体教室	多功能电脑操作台、高配置 PC 机、电脑桌椅	40

2. 教学方法与手段

表四 课程资源的开发与利用建设表

序号	课程资源大类	课程资源名称
1	教学类	教案、课件、视频
2	表单	学生工作任务单、学习工作单、任务评价表
3	教材	王世宏 杨晓庆. Premiere 视频编辑案例教程 (Premiere Pro CC 2019). 人邮教育出版社, 2022 年 11 月. ISBN: 978-7-115-59092-3.
4	案例	电影《建国大业》《建党伟业》等影视作品、大广赛短视频获奖作品
5	标准与规范	(1) 计算机操作员国家职业标准 (职业编码 3-01-02-05) (2) 网络编辑员国家职业标准 (职业编码 X2-12-02-05)
6	网络课程网站	青年大学习、中国大学慕课
7	网络教学资源	(1) 新片场网 http:// www.xinpianchang.com/ (2) 创意在线 http://www.52design.com/

六、课程考核标准与评价

为全面、综合考核学生对《短视频策划与制作》课程的学习情况，本课程采用过程考核与结果考核相结合的方式进行，具体考核办法如下：

课程总分为 100 分，过程考核占 30%，结果考核占 70%。

过程考核主要以课堂考勤、学习态度与课堂表现、拓展资源学习、平时作业、德育考核等内容进行综合评价。在上课前将各部分内容及评价标准向学生通报，并在授课过程中如实记录、认真批改、严格执行，不得随意打分。若学生在课堂考勤中累计旷课课时达到该门课程总课时 1/3，直接将学生过程性考核成绩记“0”分。

终结性考核内容：以竞赛项目为主题进行设计，要求学生作品富有较

强设计感的同时独具个性与原创性。以本课程标准中教学内容和教学要求为依据，对学生作品进行综合评价。主要考核学生在训练中与要求的契合程度、作品的精美程度、构图以及作品创意等方面的综合表现。对学生的学业考核评价内容兼顾认知、技能、素质等方面，由“四方参与、四类评价”的体系构成，即由“学生、教师、督导、社会（用人单位、家长、毕业生）等评价主体参与，体现评价标准、评价主体、评价方式、评价过程的多元化。考核成绩采用多元评价方式，以任课教师、校外企业导师及行业专家集中评议的方式进行，根据评议结果赋予学生作品具体分数，任课老师不得随意更改评议成绩。

表五 课程考核细则

考核项目	考核内容	考核方式	考核标准	比例
过程性考核	课堂考勤	满分 20 分，采用扣分形式进行。	迟到（早退）一次扣 5 分，旷课一次扣 10 分，累计旷课达到该门课程总次数 1/3，可直接将学生过程考核成绩记“0”分。	30%
	学习态度与课堂表现	满分 20 分，采用计次数加分进行。	积极参与课堂讨论，与老师互动回答问题一次加 1 分，回答准确、知识点掌握精确加 2 分。	
	拓展资源学习	满分 10 分，采用计次数加分进行。	积极完成拓展资源学习，包括视频、闯关答题等，完成相应任务加 2 分。	
	平时作业	满分 20 分，采用扣分形式进行。	作业不完整一次扣 5 分，未完成作业一次扣 10 分，累计作业完成不完整达到该门课外作业总次数 1/3，直接将学生过程考核成绩记“0”分。	
	德育考核	满分 30 分，采用扣分形式进行。	可依据德育教育方案以及该课程素质目标进行考核。每个指标每次有欠缺的，可酌情扣除 1 至 2 分，对考试舞弊、抄袭、篡改、伪造设计成果等违纪违规行为，依据情节严重性酌情扣分，某方面有特别突出表现的可以加 1 至 2 分。该项得分由任课教师加减分汇总后得出。	
终结性考核	主题符合	满分 30 分，采用加分形式进行。	考核学生对作品主题明确程度，分别给予 5-20 分的加分。	70%
	制作精美	满分 20 分，采用加分形式进行。	考核学生对作品制作的精美程度，分别给予 5-20 分的加分。	
	创意创新	满分 30 分，采用加分形式进行。	考核学生作品的创意创新程度，分别给予 5-20 分的加分。	
	构图饱满	满分 20 分，采用加分形式进行。	考核学生作品的构图饱满情况，分别给予 5-10 分的加分。	

七、授课进程与安排

表六 《短视频策划与制作》授课计划及进程安排

序号	授课内容	授课学时		教学形式	教学手段
		理论	实训		
1	短视频行业认知	4	4	讲练结合	课堂教学
2	短视频创意策划	4	4	讲练结合	课堂教学
3	短视频剧本写作与分镜头脚本设计	3	7	讲练结合	课堂教学
4	短视频拍摄技术	3	10	讲练结合	课堂教学
5	短视频剪辑与后期制作	3	10	讲练结合	课堂教学
6	短视频平台运营与推广	3	5	讲练结合	课堂教学
合计课时：60 课时，其中理论 20 课时，实践课时 40 课时					

《文创产品开发与设计》课程标准

一、课程基本信息

课程名称	文创产品开发与设计	课程代码	2504513
课程类型	专业核心课	开设院部	创意设计学院
适用专业对象	2025 级文化创意与策划专业学生	先修课程	产品造型基础、数字图形图像处理、文创策划等
后续课程	毕业设计、岗位实习	学时建议	72
编制团队	游宇、邓帷（企）	审核人	周雯、刘晶晶（企）
制（修）订时间	2025 年 6 月		

二、课程性质与定位

本课程是文化创意与策划专业核心课，课程内容对接岗位标准及岗位需求，引入校企合作真实项目，以数字化设计手段驱动文创产品设计与制作优化，培养学生策略定位、创意构思和设计制作能力。通过文创产品设计与制作的训练，使学生明确文创产品设计师实际岗位工作任务、工作流程和核心工作能力，同时加强学生的文化自信，培养学生讲好品牌故事的能力，养成学生自主学习探究以及精益求精、追求卓越的工匠精神。

三、课程教学目标

（一）总体目标

《文创产品开发与设计》课程教学的总体目标，融合文化传承、商业创新与技术应用三维定位，以“文化基因转译+商业价值创造”为双核，培养学生掌握在地文化资源的创意转化能力，能够独立完成从文化 IP 挖掘、产品定位、设计开发到营销落地的全流程操作，支撑学生在文旅纪念品、非遗衍生品、品牌联名产品等领域的职业发展。

（二）具体目标

1. 素质目标

- （1）培养学生对设计的作风严谨、精益求精的专业素养；
- （2）培养学生的创新能力，引导学生树立品牌意识、生态环保设计理

念、文创产品设计创新思维、行业发展全球视野；

(3) 培养学生文化修养和人文素质，提升大学生文化自信和爱国情怀；

(4) 培养学生审美能力、造型能力和结构空间表现的能力，能够对本土文化元素进行合理的分析、提炼和再设计，提升大学生民族文化自信和爱国情怀。

2. 知识目标

(1) 能够熟练掌握文创产品设计的定义、研究对象与范畴；

(2) 能够熟悉文创产品设计项目管理与法规的知识；

(3) 能够熟悉文创产品设计的流程步骤；

(4) 能够掌握文创产品结构、外装潢的设计与制作基本知识；

(5) 能够掌握市场调研、战略定位、方案策划与提案相关知识；

(6) 能够熟悉文创产品设计的材料；

(7) 能够熟悉文创产品印刷打样的相关知识；

(8) 能够熟悉文创产品后期制作工艺相关知识。

3. 能力目标

(1) 具有文创产品设计项目进行市场调研和市场分析的能力；

(2) 具有文创产品设计项目进行战略定位的能力；

(3) 具有制定和执行文创产品设计项目计划的能力；

(4) 具有文创产品设计提案的能力；

(5) 具有文创产品结构、外装潢设计与制作的能力；

(6) 具有解决文创产品材料选择、后期制作问题的基本能力；

(7) 具有针对文创产品进行市场评估的基本能力。

四、课程结构与内容

(一) 课程教学内容与设计

表一 课程内容与教学要求

序号	名称	主要内容	教学要求	参考课时
模块一： 基础认知	项目 1：文化基因挖掘与转译	地域文化符号解析，现代转译方法论，伦理红线学习	标注 3 个可开发本土文化符号元素	6
	项目 2：文创产品类型与用户定位	文旅纪念品/非遗衍生品/品牌联名品差异，消费者群体消费场景分析	制定 1 份用户画像报告，明确产品定位与价格区间	6

序号	名称	主要内容	教学要求	参考课时
	项目 3: 数字化设计工具入门	AI 纹样生成, 设计平台实操	产出 1 组数字纹样+1 个简易 AI 模型	4
模块二: 核心开发	项目 4: IP 形象与叙事设计	文化原型提取, 角色性格设定与世界观构建	设计 1 个文化 IP 形象, 含背景故事与视觉三视图	10
	项目 5: 产品体系开发实战	主产品+衍生品矩阵设计(如盲盒+文具+日用品), 材料工艺选择(环保材料优先), 成本核算与量产可行性验证	完成 1 套(3 件)产品设计方案, 附打样成本表	12
	项目 6: 沉浸式体验设计	AR 包装交互逻辑(扫码触发动画), 线下体验装置, 社交货币功能(如可分享的 DIY 组件)	设计 1 个产品的 AR 交互方案+1 项体验装置草图	10
模块三: 商业落地	项目 7: 营销策划与视觉传达	卖点提炼与 slogan 设计, 电商详情页视觉体系, 短视频营销脚本(15 秒种草视频)	产出产品视觉规范手册+3 个营销文案	8
	项目 8: 校企联名项目实战	对接老字号/博物馆真实需求, 文化契合度答辩, 量产方案优化	团队通过企业提案, 可行性确认	10
	项目 9: 创业孵化与路演	众筹页面策划, 知识产权申报流程, 商业模式画布设计	完成商业计划书+路演 PPT, 模拟答辩	6
学时合计: 72 学时(其中实践教学学时比例为 50%)			理论学时	36
			实践学时	36

(二) 课程思政

1. 顺应行业发展, 掌握最新发展动态, 灵活提升专业技能。培养学生严谨的职业态度。

2. 通过市场、行业调研, 激发学生挖掘民族文化特色、打造民族品牌、发展民族文化自主创新意识。

3. 以 真实创产品设计项目引入技能竞赛的标准和要求, 结合项目任务开展实践教学, 培养学生的创新思维能力和不断追求卓越的职业素养; 引导学生挖掘民族文化脉络和品牌历史, 培养学生讲好民族品牌故事的使命担当。

4. 通过对文创产品市场和项目的评估训练, 培养学生养成可持续发展的自主探究、学习能力, 树立学生品牌意识, 练就扎实设计本领, 为后续顺应数字时代发展, 创新创业做铺垫。

五、课程教学实施与保障

（一）组织实施建议

课程以实践性教学为主要策略，深度融入市场需求、综合实践活动，达到教学一体。基础理论以讲授为主，运用多媒体教学展示相关的包装设计实例，充分调动学生的学习积极性；课程实训部分引入企业真实实践项目，将教学与社会实践相融合，开拓学生的思路并提高理论认识，增加学生的团队协作能力和综合设计能力。引导学生通过设计网站以及教学资源网络平台学习和积累相关专业知识，提高学生的想象力、创造力和审美能力。

（二）教学团队建议

1. 专任教师：本课程授课教师应熟练掌握文创产品设计的流程，了解专业发展趋势，具备较丰富的教学经验和课堂组织能力，有专业资格认证证书、项目设计实践的教师优先。

2. 兼职教师：主要聘请行业、企业的文创产品设计师，具备创意设计与制作能力，且对设计行业规范、前沿动态、新材料、新工艺具有全面了解，有较强的设计实战经验，深谙品牌全案设计之道，能够有效的组织项目管理和实施。

（三）教学条件建议

1. 实训条件

该课程要求在理论实践一体化智慧教室及实训室与机房完成，以实现教、学、做合一，同时要求安装多媒体教学软件及包装设计相关软件，方便下发教学任务和收集学生课堂实践结果。

2. 教学方法与手段

（1）教学方法

根据本课程的教学目标要求和课程特点，教师根据不同的教学内容。选择采用适合本课程的最优化教学法，综合考虑教学效果和教学可操作性等因素，本课程建议选用以下教学法：

讲授法：讲解介绍文创产品设计的基本知识，基本方法。

示范法：授课教师根据设计实训项目，准备教学素材，将表现技法、

方法演示给学生，示范法直观，易懂，具有较好的教学效果和示范作用。

项目驱动法：授课教师根据行业的需要和规范，将企业真实生产过程中的一部分或某个单元，作为项目任务，引入到学校的实训场所，结合所需知识技能模拟生产实际，进行实践训练。

合作探究法：以学生为主体，老师为主导，针对项目中出现的问题和重难点进行合作学习，在共同解决问题的过程中，使学生获得知识、方法和体验，有利于培养学生发现问题、解决问题的能力。

讨论法：在教师指导下，针对设计训练中的问题，发表自己的见解，通过交流意见，获得知识和巩固知识，提高学生的交流能力和表达能力，培养对文创产品设计的兴趣和主动性。

案例教学法：将生动的真实案例导入教学过程中，能有效提高学生的学习兴趣，感受文创产品设计方法运用，为学生综合素质的提升和今后的就业打下基础。

启发诱导法：根据教学内容，提出问题，引导学生课前进行预习和资料收集。引导学生探索新知识、新方法、新工艺的热情，培养学生创新能力。

理实一体法：根据教学目标，设定具体项目任务，师生双方边教、边学、边做，打通理论与实践的壁垒，全程培养学生的理论素质和技能技巧。

（2）教学手段

采取课前探究、问卷调查法、校外调研实践、课堂教学、案例分析法、头脑风暴法、小组合作探究、课后拓展以及学习通词云、AI 智能提供设计参考等信息化教学手段。

表四 课程资源的开发与利用建设表

序号	课程资源大类	课程资源名称
1	数字电子资源	中国艺术设计联盟 http://www.arting365.com/
2	数字电子资源	创意在线 http://www.52design.com/
3	数字电子资源	中国设计之窗 http://www.333cn.com

六、课程考核标准与评价

为全面、综合考核学生对《文创产品开发与设计》课程的学习情况，本课程采用过程考核与结果考核相结合的方式进行，具体考核办法如下：

（一）课程总分为 100 分，过程考核占 30%，结果考核占 70%。

（二）过程考核主要包括学生的课堂考勤、课堂讨论、课外作业、课外实践、德育考核等内容，任课教师可结合课程具体情况自行制定具体内容，在上课前将各部分内容及评价标准向学生通报，并在授课过程中如实记录、认真批改、严格执行，不能随意打分。

若学生在课堂考勤中累计旷课课时达到该门课程总课时 1/3 者，可直接将学生过程考核成绩记“0”分。

（三）结果考核主要以本课程标准所规定的教学内容和教学要求为依据，从理论与实践两方面对设计成果进行综合评价。该部分成绩的考核必须以集中评议的方式进行，其具体操作方式为：课程结束时，由教研室主任牵头，组织相关专业负责人、任课老师进行集中评议（原则上不少于 2 人），根据评议结果赋予学生作品具体分数，任课老师不得随意更改评议成绩。

鼓励任课老师在课程结束时举办课程教学成果展览，教研室根据相关文件可对任课教师进行课时补贴或其他形式奖励。

表五 课程考核细则

考核项目	考核内容	考核方式	考核标准	比例
过程考核	课堂考勤	满分 20 分，采用扣分形式进行	迟到（早退）一次扣 5 分，旷课一次扣 10 分，累计旷课达到该门课程总次数 1/3，可直接将学生过程考核成绩记“0”分。	30%
	课堂讨论	满分 20 分，采用扣分形式进行	根据课堂任务完成讨论分析，选派小组代表进行表述，满分 20 分。	
	课外作业	满分 40 分，采用扣分形式进行	根据课程要求完成相应练习，满分 40 分。	
	德育考核	满分 20 分，采用扣分形式进行	依据该课程的素质目标内容进行考核，每个指标每次有欠缺的，可酌情扣除 1 至 2 分，某方面有特别突出表现的可以加 1 至 2 分。该项得分由任课教师加减分汇总后得出。	
结果考核 （任课老师集中）	理论水平	满分 20 分，采用扣分形式进行	评定运用课程理论的水平，满分 20 分。	70%
	工作量	满分 10 分，采用扣分形式进行	评定项目参与（尤其是团队项目）表现的工作量，满分 10 分。	
	技巧运用	满分 20 分，采用扣分形式进行	评定设计项目中技术技能运用的效果，满分 20 分。	

评议)	主题 选取 及表达	满分 20 分, 采用 扣分形式进行	评定作品主题的创意表达, 满分 20 分。	
	项目 表现力	满分 30 分, 采用 扣分形式进行	评定作品最终呈现的效果和作品完成度, 满分 30 分	

七、授课进程与安排

表六 《文创产品开发与设计》授课计划及进程安排

序号	授课内容	授课学时		教学形式	教学手段
		理论	实训		
1	项目 1: 文化基因挖掘与转译	3	3	讲练结合	课堂教学
2	项目 2: 文创产品类型与用户定位	3	3	讲练结合	课堂教学
3	项目 3: 数字化设计工具入门	2	2	讲练结合	课堂教学
4	项目 4: IP 形象与叙事设计	5	5	讲练结合	课堂教学
5	项目 5: 产品体系开发实战	6	6	讲练结合	课堂教学
6	项目 6: 沉浸式体验设计	5	5	讲练结合	课堂教学
7	项目 7: 营销策划与视觉传达	4	4	讲练结合	课堂教学
8	项目 8: 校企联名项目实战	5	5	讲练结合	课堂教学
9	项目 9: 创业孵化与路演	3	3	讲练结合	课堂教学
合计课时: 72 课时, 其中理论 36 课时, 实践课时 36 课时					

《文化活动策划实务》课程标准

一、课程基本信息

课程名称	文化活动策划实务	课程代码	2504511
课程类型	专业核心课	开设院部	创意设计学院
适用专业对象	2025 级文化创意与策划专业学生	先修课程	创意文案写作实务、网络传播与策划等
后续课程	文化活动策划实务综合实训	学时建议	72
编制团队	黄祖荣、刘晶晶（企）	审核人	游宇、邓帷（企）
制（修）订时间	2025 年 6 月		

二、课程性质与定位

本课程是专业核心技能课，立足文化传播与市场需求的交叉点，以“文化价值赋能+实战能力贯通”为定位，培养学生独立完成文化类活动全流程策划与执行的能力。其核心价值在于：

1. 专业体系定位——承接《创意文案写作实务》《网络传播与策划》课程的能力基础（如文案创作、流量策略），整合转化为活动主题创意、资源调度、风险管控、效果评估的综合性输出能力；

2. 职业能力定位——直接对接文旅活动执行、节庆策划主管、品牌公关专员等岗位，强化“策-招-执-评”四维实战技能（如政府文化节招标书撰写、非遗市集动线设计、突发事件预案制定）；

3. 素养发展定位——通过红色主题策划（如“乡村振兴艺术季”）、文化安全预案等任务，塑造“文化安全底线意识”与“社会效益优先”的职业伦理观。

课程本质是文化创意产业链中的“落地转换器”，将文化资源转化为可体验、可传播、可持续的实体活动，支撑学生成为“懂文化内涵、精流程管控、守价值红线”的复合型策划人才。

三、课程教学目标

（一）总体目标

培养学生成为 “文化价值守护者与创新实践者”，通过系统掌握 文化主题创意、全流程管控、风险预案设计及效果量化评估 四大核心能力，能够独立策划并执行兼具社会效益与商业可行性的文化活动。

（二）具体目标

1. 素质目标

（1）文化安全意识：能识别并抵制不恰当的展演内容，坚守文化伦理底线（如非遗项目需获传承人授权，禁用恶俗营销）；

（2）社会责任意识：养成设计活动必含“社会效益”模块的意识，优先采用环保材料与低碳布展方案

（3）职业协作精神：培养在跨部门协作（政府/商户/演出团体）中高效沟通的意识，提高冲突解决效率，严格执行“预案零缺位”原则。

2. 知识目标：

（1）文化资源知识：掌握地域文化符号体系（节庆/非遗/红色资源）及其转译禁忌（如革命文物禁用娱乐化改编），熟记活动策划和执行过程中常用的法律及政策条款；

（2）策划流程知识：理解“四阶模型”：策（主题创意）→招（资源招标）→执（动线管控）→评（ROI 计算），掌握标书撰写规范；

（3）技术应用知识：了解数字孪生技术等信息化手段，掌握舆情监测工具防范文化争议风险。

3. 能力目标：

（1）主题创意能力：提炼文化 IP 策划主题鲜明的活动，设计“文化-商业”双轨口号（例：“让非遗走进生活，让匠心获得回报”）

（2）效果转化能力：运用“双效益评估模型”：社会效益（文化传播力/公众参与度）+经济效益（成本回收率/商业赞助额），产出数据化报告。

四、课程结构与内容

（一）课程教学内容与设计

表一 课程内容与教学要求

序号	名称	主要内容	教学要求	参考课时
模块一： 基础认知	项目 1: 文化资源解码与伦理底线	地域文化符号解析（红色资源/非遗节庆），文化安全条例，禁忌案例库（历史虚无主义展演/恶俗营销）	产出《文化安全自查清单》含 10 条红线	6
	项目 2: 策划流程与标准认知	“策-招-执-评”四阶模型，标书结构，成本核算基础	拆解标书，标注评分关键点	6
	项目 3: 数字预演工具应用	数字孪生技术入门，舆情监测系统实操	完成 1 场虚拟展会人流密度报告+风险热力图	4
模块二： 核心策划	项目 4: 主题创意与 IP 活化	文化 IP 提炼，口号设计双轨制，伦理审核	策划 1 个主题活动 IP 和口号	8
	项目 5: 全流程方案设计	三级管控表编制（策划/执行/评估），动线设计，社会效益模块	输出 1 个活动流程方案设计初稿	10
	项目 6: 标书实战	文化价值论述，效益量化模型（社会/经济=5:5），低碳布展方案（环保材料清单）	撰写 1 份标书	10
模块三： 执行管控	项目 7: 突发事件沙盘演练	危机处理（如人流超限/文化争议），10 分钟响应机制（含舆情声明模板）	通过 3 个危机场景测试	6
	项目 8: 资源调度与成本控制	供应商谈判技巧，多部门协作流程（政府/演出方/安保），应急预案执行	制定跨部门协作、冲突解决流程图	6
	项目 9: 数字工具深度应用	AR 互动体验设计（扫码触发文化解说）	部署 1 套数字触发解说设计	4
模块四： 评估进阶	项目 10: 双效益评估报告	社会效益计算（文化传播力/公众参与度），经济效益审计	产出报告	6
	项目 11: 校企答辩与优化	企业评审商业可行性，文化主题契合度，方案迭代	完成项目答辩	6
学时合计：72 学时 （其中实践教学学时比例为 50%）			理论学时	36
			实践学时	36

（二）课程思政

1. 内容植入——设置“红色主题必修库”（如乡村振兴），强化活动方案文化内涵，推行“社会效益一票否决制”（未设计带农增收/助残模块不得执行）；

2. 评价牵引——实行“双效益量化评分”；
3. 技术赋能——通过数字沙盘预演舆情危机。

五、课程教学实施与保障

（一）组织实施建议

可采用项目化教学模式，依据文化活动从立项、准备、执行到评估的工作流程，构建“模块+项目+任务”的课程架构，让学生在典型活动情境中完成全流程，强化策划与管理技能。课堂实施时，以项目导向、任务驱动为核心，教师作为组织者，学生为主体，通过提出工作项目、知识讲授及示范、团队讨论并协作完成任务、项目成果展示、学习评价这五个步骤展开，在实践中掌握宣传要求与技能，提升沟通、表达等综合能力，实现教、学、做一体化，同时，教师可在过程中渗透职业素质培养。此外，教学方法上可综合运用实地考察操作法、讲授法、案例教学法、情景教学法、讨论法等，让学生在亲自操作、案例分析、情景模拟、课堂讨论中，深入理解知识，提高实践能力，真正满足文化活动策划相关职业岗位的需求。

（二）教学团队建议

专职教师要求具有硕士研究生及以上学历或讲师及以上职称；具备文案撰写能力、活动策划能力等；有企业工作或实践经验。兼职教师要富于行业从业经验，有优秀的活动策划经验、市场运营经验。

（三）教学条件建议

1. 实训条件

表三 教学场地、设备设施配置建议表

教学地点	设备	工位
教室	配置多媒体教学设备	40
文化活动策划综合实训室	配置多媒体投影设备，用于模拟活动现场搭建与设备调试。配备活动物料制作工具（如喷绘机、手工制作材料），支持宣传物料、活动道具的实操制作。设立分组讨论区与成果展示区，方便学生以团队形式完成策划方案设计、路演汇报。	40

2. 教学方法与手段

（1）案例法：通过案例展示，让学生直观地感受到活动策划的结构框架和传播思路，并从中发现每个技能点在活动策划过程中的作用

和用法。在模仿中学技能，再用技能支撑项目要求。

（2）演示法：通过老师的现场演示，让学生从视觉上直观的感受活动相关全媒体宣传物料以及策划案中涉及到视觉部分的工作内容和最终成果呈现。

（3）项目法：引入生产性项目，按照行业公司工作流程设计教学环节，以本专业公关广告方向中的营销活动为课程核心内容的工作要点，以项目驱动整个教学模块的工学结合。在仿真工作中获得专业知识的学习，职业能力的训练和从业素养的培养。

（4）比稿法：引入企业中项目比稿的方法进行最终成果的呈现，体现工作环节中附加的沟通协作能力要求，并从中让学生发现自身问题的所在，有针对性的进行修改和完善。

（5）其它方法：根据行业中的具体发展情况，适当调整或引入教学方法。

六、课程考核标准与评价

为全面、综合考核学生对《文创产品开发与设计》课程的学习情况，本课程采用过程考核与结果考核相结合的方式进行，具体考核办法如下：

（一）课程总分为 100 分，过程考核占 30%，结果考核占 70%。

（二）过程考核主要包括学生的课堂考勤、课堂讨论、课外作业、课外实践、德育考核等内容，任课教师可结合课程具体情况自行制定具体内容，在上课前将各部分内容及评价标准向学生通报，并在授课过程中如实记录、认真批改、严格执行，不能随意打分。

若学生在课堂考勤中累计旷课课时达到该门课程总课时 1/3 者，可直接将学生过程考核成绩记“0”分。

（三）结果考核主要以本课程标准所规定的教学内容和教学要求为依据，从理论与实践两方面对设计成果进行综合评价。该部分成绩的考核必须以集中评议的方式进行，其具体操作方式为：课程结束时，由教研室主任牵头，组织相关专业负责人、任课老师进行集中评议（原则上不少于 2 人），根据评议结果赋予学生作品具体分数，任课老师不得随意更改评议成绩。

鼓励任课老师在课程结束时举办课程教学成果展览，教研室根据相关文件可对任课教师进行课时补贴或其他形式奖励。

表五 课程考核细则

考核项目	考核内容	考核方式	考核标准	比例
过程考核	课堂考勤	满分 20 分，采用扣分形式进行	迟到（早退）一次扣 5 分，旷课一次扣 10 分，累计旷课达到该门课程总次数 1/3，可直接将学生过程考核成绩记“0”分。	30%
	课堂讨论	满分 20 分，采用扣分形式进行	根据课堂任务完成讨论分析，选派小组代表进行表述，满分 20 分。	
	课外作业	满分 40 分，采用扣分形式进行	根据课程要求完成相应练习，满分 40 分。	
	德育考核	满分 20 分，采用扣分形式进行	依据该课程的素质目标内容进行考核，每个指标每次有欠缺的，可酌情扣除 1 至 2 分，某方面有特别突出表现的可以加 1 至 2 分。该项得分由任课教师加减分汇总后得出。	
结果考核 （任同课老师集中评议）	理论水平	满分 20 分，采用扣分形式进行	评定运用课程理论的水平，满分 20 分。	70%
	工作量	满分 10 分，采用扣分形式进行	评定项目参与（尤其是团队项目）表现的工作量，满分 10 分。	
	技巧运用	满分 20 分，采用扣分形式进行	评定设计项目中技术技能运用的效果，满分 20 分。	
	主题选取及表达	满分 20 分，采用扣分形式进行	评定作品主题的创意表达，满分 20 分。	
	项目表现力	满分 30 分，采用扣分形式进行	评定作品最终呈现的效果和作品完成度，满分 30 分	

七、授课进程与安排

表六 《文化活动策划实务》授课计划及进程安排

序号	授课内容	授课学时		教学形式	教学手段
		理论	实训		
1	项目 1：文化资源解码与伦理底线	3	3	讲练结合	课堂教学
2	项目 2：策划流程与标准认知	3	3	讲练结合	课堂教学

序号	授课内容	授课学时		教学形式	教学手段
		理论	实训		
3	项目 3：数字预演工具应用	2	2	讲练结合	课堂教学
4	项目 4：主题创意与 IP 活化	4	4	讲练结合	课堂教学
5	项目 5：全流程方案设计	5	5	讲练结合	课堂教学
6	项目 6：标书实战	5	5	讲练结合	课堂教学
7	项目 7：突发事件沙盘演练	3	3	讲练结合	课堂教学
8	项目 8：资源调度与成本控制	3	3	讲练结合	课堂教学
9	项目 9：数字工具深度应用	2	2	讲练结合	课堂教学
10	项目 10：双效益评估报告	3	3	讲练结合	课堂教学
11	项目 11：校企答辩与优化	3	3	讲练结合	课堂教学
合计课时：72 课时，其中理论 36 课时，实践课时 36 课时					

三年制专科文化创意与策划专业人才培养方案调研报告

一、调研背景

（一）全国市场对文化创意与策划复合型人才需求持续增长

近年来，随着我国新型工业化、信息化、城镇化和农业现代化进程的加快，文化创意产业已贯穿在经济社会各领域各行业，呈现出多向交互融合态势。推进文化创意和策划服务等新型、高端服务业发展，促进与实体经济深度融合，是培育国民经济新的增长点、提升国家文化软实力和产业竞争力的重大举措，是发展创新型经济、促进经济结构调整和发展方式转变、加快实现由“中国制造”向“中国创造”转变的内在要求，是促进产品和服务创新、催生新兴业态、带动就业、满足多样化消费需求、提高人民生活质量的重要途径。文化创意与策划作为文化产业发展中的重要环节，市场对能够将文化元素与创新创业、商业策划相结合的复合型人才需求持续增长。国家鼓励文化产业创新发展，出台多项政策支持，为文化创意与策划行业营造良好发展环境，也带动了对相关人才的需求。

文化创意产业作为国家战略性支柱产业之一，近年来年均增长率超过 10%，2024 年产业增加值占 GDP 比重超过 4%。政策支持力度持续加大，如“十四五”规划明确提出推动文化产业数字化、国际化，2024 年中央财政对文化产业的专项资金投入同比增长 10%。

全国文化创意行业复合型人才（创意策划、数字技术、市场营销）紧缺，尤其是具备新媒体运营、IP 开发、跨界整合能力的高端人才。2024 年文化创意相关岗位招聘量同比增长 20%，平均薪资水平达 3000—8000 元/月，高于全国平均水平。人才需求划分为影视制作（占比 25%）、数字媒体设计（20%）、品牌策划（18%）、文旅融合项目（15%），其他（22%）。

随着科技水平提升和国际化竞争加强，文化创意与策划产业将随人工智能、虚拟现实技术广泛应用而迭代升级，数字内容创作岗位需求增长 35% 以上；中国文化产品出口额 2024 年突破 1500 亿美元，对具备国际视野的

策划人才的需求也将越来越大。

（二）湖南省文化创意产业市场蓬勃发展

2024 年，湖南省文化企业实现营业收入 3626.48 亿元，比上年增长 13.7%。其中，内容创作生产 467.06 亿元、增长 9.1%，创意设计服务 371.11 亿元、增长 14.1%，文化传播渠道 314.53 亿元、增长 16.2%，文化娱乐休闲服务 159.65 亿元、增长 17.2%，文化辅助生产和中介服务 671.96 亿元、增长 18.7%。文化产业主要以新闻出版、广播电视、演艺娱乐、文化旅游为支柱，其中文旅融合项目贡献产值占比达 40%。

全省目前开设文化创意与策划专业的高职院校仅 2 所（湖南大众传媒职业技术学院、湖南外贸职业学院），年毕业生不足 200 人，且高端创意人才依赖省外引进。从人才缺口方面来看，文旅项目策划缺口 30%、数字内容制作 25%、非遗创新开发 20%。

目前，湖南省政府设立 20 亿元文化产业基金，重点支持“文创+科技”“文创+旅游”项目。湖南省领军的文化创意产业园区长沙马栏山视频文创产业园集聚企业 3000 余家，年产值超 500 亿元，人才需求年均增长 25%。人才技能需求方面主要围绕：创意构思、策划执行、市场分析、项目管理、行业认知、沟通协作、文字表达、新媒体运营、技术应用、应变解决问题等方面。

从湖南省设计艺术家协会、湖南省旅游商品协会的理事单位、会员单位（如常德东正广告有限公司、湖南易趣在线旅游服务有限公司、韶山开慧商贸有限公司、长沙景森文化旅游有限公司等）反馈的信息来看，各大企业每年均有 5 人以上的专业背景人才需求，对具备专业学习背景的实习生也有较大需求，期待加强与我校的合作。人才需求领域方向主要是面向数字文化创意设计、文化活动服务与指导、工艺美术与创意设计等领域，培养具备创意统筹、运营推广及文创产品开发能力的复合型技术技能人才。

（三）岳阳市现代产业体系建设的新增长极

岳阳的“1+3+X”现代化产业体系中，文体旅游占据着举足轻重的地位，被列为三大优势产业之一。面对“文化+科技”与“文化+旅游”这两大融合发展的课题，遵循全市旅游“一盘棋”的战略思想，着力打造和强化“洞

庭”品牌，推动“岳阳洞庭湖国家级旅游度假区”向世界级水平迈进。不仅有助于增强城市的文化底蕴，还能促进度假产品的集群式发展。

从行业发展趋势看，文化产业已成为全球经济发展新引擎，在数字化、网络化、智能化时代背景下，创意产业与科技融合不断加深。岳阳市也重视文化产业发展，积极推动相关项目，为该行业带来发展机遇。

在人才需求方面，随着文化市场不断扩大和消费者需求多样化，具备创新思维和策划能力的人才需求旺盛。该行业就业面广泛，毕业生可在多个领域找到适合自己的工作。

文化活动策划领域：各类文化节庆、艺术展览、演唱会等活动日益增多，文化创意与策划专业人才可负责活动整体构思、流程设计、宣传推广等工作。

媒体运营与内容创作领域：在新闻媒体、广告公司、网络公司等机构，熟练运用各种媒体平台，进行内容策划、制作与推广。

品牌推广与市场营销领域：可在企业市场部门或广告公司，负责品牌定位、形象设计、营销策略等工作，助力企业提升品牌知名度与市场份额。

文化教育与培训领域：可进入教育机构，从事文化创意产业相关课程教学工作，或开设培训课程，传授策划与创意知识技能。

（四）我校文化创意与策划专业筹备情况

1. 人才培养模式创新。以教育部文化创意与策划专业简介指导意见为基础，结合文化创意产业人才需求特征，突出湖南民族职业学院校企合作特色，抓好专业教育与创新创业教育融合发展思路，深入融入湖南省“4+4”现代产业体系建设和岳阳市“1+3+X”现代产业体系建设工作要求中，共同制订符合教学要求和市场需要为准绳的人才培养方案和课程标准，构建“校企双元、全方位立体式”的人才培养模式，完善教学考核制度，充分考虑和保障各方权益，中国特色学徒制教学模式特色鲜明。

2. 校企结合培养创新。文化创意与策划专业在筹划之初，便积极谋划“走出去”“高质量”的办学思路，与湖南省设计艺术家协会、湖南省旅游商品协会、岳阳市文化产业协会等开展深入的交流，探讨专业建设和人才培养、输送合作事宜。借助以上行业企业搭建的平台，与三十余家各具

特色的文化创意、文化策划和数字媒体公司签订了战略合作协议，为专业建设奠定良好基础。通过深入地与企业合作，根据当前行业的要求，准确定位人才培养目标，使学生理解文化创意与策划的基本原理，掌握文化创意与策划的相关专业知识，熟悉文化创意与策划的工作流程与方法，同时具备一定的项目规划、方案设计以及组织协调能力、管理能力，从而使人才培养能有的放矢。

3. 管理方法制度创新。文化创意与策划专业筹备以来，参照湖南民族职业学院创意设计学院四个专业和湖南大众传媒职业技术学院、湖南外贸职业学院文化创意与策划专业管理办法，所有教学环节设置细致入微，从管理方案和管理制度都严格依照学校管理规范。结合合作企业的人才需求制定的人才培养方案，完善含教学管理、学生考核评价标准、学生管理、教学质量评价等方面的管理制度，保障学校、企业、学生三方权益，为校企“双主体”育人提供良好的制度保障。通过与各大企业深度的探讨，针对性制定对学生的指导、训练与管理方案，促进学生对职业和岗位更加清晰地认识，对专业术语与工序有更深刻的理解，助力学生明确学习目标，提高学习积极性。校企依据专业岗位对学生能力、素质的要求，考虑学生终身学习与发展，充分发挥校企双方分别在职业教育和岗位能力培养方面的优势，共同制订符合文化创意与策划专业特色的人才培养方案，共同确定教学内容，真正实现课程与岗位对接、教学标准与企业岗位用人标准的对接。针对文化创意与策划专业复合型、融合型的知识储备要求，校企各方确定由学校方面完成文化创意与策划专业基础知识体系的教学与实践，企业方面结合学生个人职业发展规划和个人特长，对学生实行针对性的分方向专业化培养，真正做到因材施教。

二、调研基本情况

（一）调研目的

通过调研企业、协会，了解企业发展现状，明晰不同岗位的专项能力及要求，有助于有针对性地制定人才培养目标；通过对其他院校文化创意与策划在校生及毕业生的采访及调研，了解学生的实际需求，在就业过程中的困惑及技术短板，便于有针对性地安排课程，将学生培养工作落到实

处。同时了解 1+X 职业技能等级证书，职业标准调整情况等，来修订专业教学标准和人才培养方案。

（二）调研对象

1. 行业企业调研

调研的行业企业单位具体选择了岳阳市文化产业协会和湖南省旅游商品协会中的毛家集团、湖南宏瑞文博集团、湖南易趣在线旅游服务有限公司、长沙友立文化创意有限公司、湖南常德桃花源生活文化创意有限公司、新时代美育培训有限公司、岳阳市楚兮文化创意有限公司、岳州古窑青瓷研发中心、岳阳高波扇文化馆、岳阳拾趣文化发展有限公司、岳阳叁川网络科技有限公司岳阳分公司、湖南兆丰传媒有限公司、岳阳广电传媒有限公司、湖南汇创孵化器管理有限公司、达观美术馆、岳阳岳广信息传媒有限公司等 15 家企业、事业单位。





2. 同类院校调研

调研的单位选择湖南大众传媒职业技术学院、湖南外贸职业学院等 2 所开设文化创意与策划专业的院校。了解兄弟院校人才培养方案制定情况、专业设置、课程开设情况、专业教学条件和师资队伍等基本情况，以借鉴学习。

（三）调研实施

1. 开展调研工作

本次调研时间为 2024 年 12 月至 2025 年 3 月，以现场实地调研、电话网络调研、问卷调查等为主，分不同调研对象开展专业调研活动。

第一部分：行业企业调研

走访湖南省设计艺术家协会、岳阳市文化产业协会等相关机构，了解文化创意与策划的发展现状及需求和行业的发展趋势。通过实地考察、专题研讨及问卷调查 15 家相关企业，了解企业的生产现状及发展趋势、岗位设置、岗位要求、人员结构、人才需求等方面内容，初步确定本专业的人才培养岗位和毕业生就业方向；并与企业在教学资源建设、课程建设、技术人员培训等方面进行沟通与探讨。



第二部分：院校调研

目前文化创意与策划专业仅在湖南大众传媒职业技术学院、湖南外贸职业学院开设，生源数量较少，未形成体系，专业群建设之路处于起步阶段。

2. 组织调研分析

专业调研数据分析包括了工作单位性质与月薪水平、专业岗位数、岗位缺口数、毕业生就业岗位群和具体岗位、职业资格证书、典型工作任务、专业核心课程、学生职业素质能力等信息，通过数据分析，形成专业调研报告，作为制定本校文化创意与策划专业人才培养方案的重要依据。

3. 引用调研结果

调研团队依据调研情况，提出制定专业人才培养方案的意见，并提交专业建设指导委员会讨论，在专业建设指导委员会的指导下，制定文化创意与策划专业人才培养方案。

（四）调研团队

本专业成立了二级学院教学副院长为负责人，由9名教师（学校导师4人+企业导师5人）为组员组成的调研小组，分别实施具体工作。

（五）调研程序与方法

1. 收集整理信息；
2. 设计调查问卷；
3. 以现场走访、座谈访谈调查、问卷调查、电话、网络交流等方式对行业企业、兄弟院校、在校生和毕业生进行调研；
4. 分析、提炼和总结研究内容，撰写调研报告。

三、调研结果分析

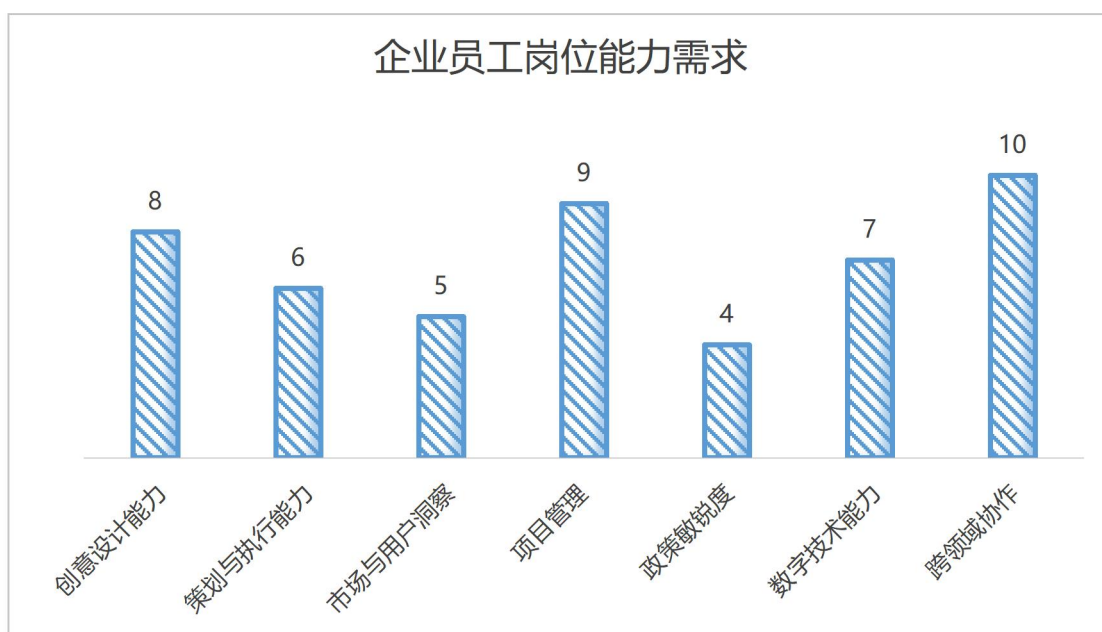
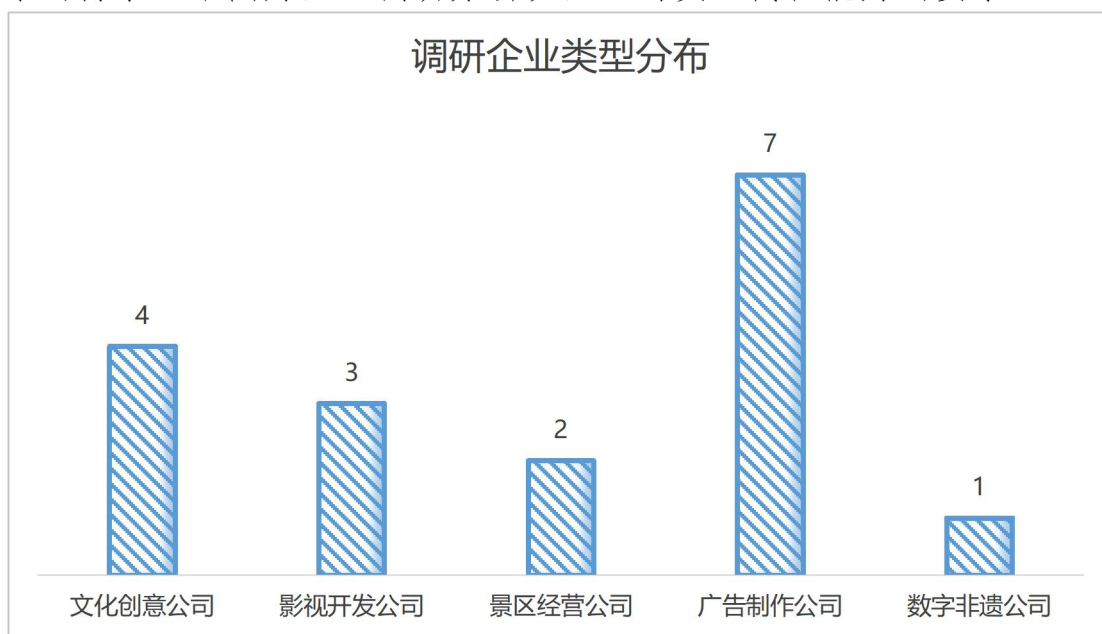
（一）行业企业调研分析

1. 总体调研情况分析

本次对行业企业的调研主要采用现场访谈和问卷调查的方式，调研小组通过与各单位的人事负责人、行业协会的主要负责人等访谈，以“构建与岗位工作任务紧密关联的专业课程”为要求，根据“调研、归纳、排序、重组”的方法要领，确定调研的内容包括：各企业主要部门及岗位人员分

布情况，各岗位文化创意与策划人才素质和要求，当前高职文化创意与策划人才培养中存在的问题及建议。

调研的企业分别为文化创意公司、影视开发公司、景区经营公司、广告制作公司、数字非遗公司等，从多方面了解行业企业对文化创意与策划人才的需求。下图为企业调研分析及企业对员工岗位能力的要求：



目前岳阳地区在工商注册的文化创意与策划相关的共有 100 家左右。从调研情况来看仍未达到饱和状态。一般一家公司缺少项目管理师、数字

技术师、策划师、设计师等相关岗位的专业人才约 3—5 人左右，每年大概的需求人数在 300—500 人左右，需求量大。

企业对文化创意与策划专业毕业生能力方面的要求，则是以创意设计能力、项目管理能力、跨领域协作为主，其中跨领域协作能力的占比为 78%，且调研对象主要认为大专和本科学历员工最好用。

年轻技术人才在实际岗位中的问题，主要以实践能力薄弱、技术知识不扎实、跨领域协作能力较差为主。企业调研对象大多认为在教学中学生对于专业类软件的掌握能力、策划设计能力和项目管理能力较为重要，而且大部分企业认为文化创意和项目管理人员在本行业中需求很大。

在专业岗位能力上一般要求创意设计（视觉设计师、概念艺术家）具备视觉表达、故事化叙事、AIGC 工具使用能力；策划执行（活动策划经理、项目统筹）能够做到全案策划、资源整合、风险评估等；市场研究（市场分析师、文化策略顾问）掌握用户画像分析、数据分析、文化消费趋势洞察等能力；技术支撑（数字技术美术师）能够进行 VR/AR 开发、Unity/Blender 操作、AI 模型训练等。在调研过程中，需求单位期望文化创意与策划专业的毕业生在掌握专业领域知识和技能的同时，应该具备跨领域、复合型的技能。

2. 行业企业对文创策划人才的要求

为进一步实现岗位精准对接，对我院文化创意与策划专业人才培养目标进行定位和满足文化创意与策划类企业人才质量提升需求，在对企业基本情况调研之后，我们再次针对企业需求量大的岗位要求进行了调研。我们专门针对 10 余家文化创意与策划类企业中需求量大的视觉设计师、活动策划经理、市场分析师等岗位需要的人才素质、知识、能力需求做了问卷调查，主要从各岗位工作人员的匹配程度、对工作岗位的职业素质要求、专业知识和技能要求、职业资格证书的要求等进行问题设计，向各单位发放问卷 100 余份，并对数据进行整理，最终得出调研对象中他们对视觉设计师、活动策划经理、市场分析师等岗位人员的要求如下：

职业岗位	素质要求	知识要求	能力要求
视觉设计师	1. 审美敏锐性,能快速捕捉流行趋势,对色彩/构图/比例有直觉感知 2. 创新思维,具备打破常规的设计胆识,同时保持商业合理性 3. 用户同理心,深度理解用户场景,平衡美学价值与功能需求 4. 细节强迫症,对像素级精度、视觉节奏感有极致追求 5. 抗压韧性,适应高强度迭代,能理性处理多方反馈	1. 掌握专业知识,文化创意、策划定位、品牌形象系统概论、色彩心理学、版式设计原理、动态视觉语言等 2. 熟练工具矩阵,三维设计工具(Blender/Spline)和AI辅助设计平台(Adobe Firefly/AI插件生态)等 3. 拥有跨界认知的意识和能力	1. 设计演绎力,能将抽象需求转化为具象视觉系统 2. 动态叙事力,运用微交互提升信息传达效率 3. 数据驱动力,通过A/B测试验证设计假设 4. 资产沉淀力,构建可复用的设计系统 5. 技术预判力,前瞻性适配新兴媒介
活动策划经理	1. 多线程抗压体质,能同时推进3+项目,在突发状况下保持决策冷静度 2. 创意商业化嗅觉,将天马行空的创意转化为可落地的方案,平衡艺术性与成本控制 3. 跨文化敏感度,熟悉活动针对群体不同圈层需求,适应活动本地化改造 4. 风险预判直觉,提前识别安全隐患、舆情风险及法律合规红线	1. 法规通识,城市大型活动申报流程等 2. 知识能力,活动策划、活动执行、数字技术运用、设计指导能力 3. 跨界认知,善于沉浸式技术应用和可持续策划学运用 4. 趋势洞察,消费心理学等情绪价值设计理论等	1. 动态提案力,产出3套差异方案 2. 全链路管控,制定精准甘特图 3. 数据决策力,实时监控转化率等 4. 危机拆弹术,建立响应机制 5. 记忆点铸造力,设计可裂变的社交货币
市场分析师	1. 文化嗅觉,敏锐捕捉亚文化圈层裂变信号 2. 数据直觉,在非结构化数据中识别文化消费暗流 3. 跨域同理心,理解文化消费群体的「意义重构」逻辑 4. 提前识别文化符号争议点(如AI生成内容的文化挪用风险)	1. 文化理论基底 2. 分析工具栈,熟练AI文化图谱生成器等 3. 基础知识,市场营销理论、文化创意、策划定位、三维软件等能力 4. 了解技术趋势	1. 数据叙事力,将文化消费数据转化为创意决策语言 2. 趋势建模力,构建文化潮流预测算法 3. 文化解码力,解析文化符号逻辑 4. 敏捷迭代力,完成溯源、调整、部署全周期分析 5. 资源整合力

最终,我们根据信息统计,总结出:职业道德、文化素养等素质要求,专业基础及操作技能水平等知识要求,良好的沟通能力协调能力、处理问题的能力等能力要求是企业对员工的主要要求。部分能力所对应的职业资格证书要求如下:

资格证书种类	重要程度	对应岗位
普通话等级证书	非常重要	视觉设计师、活动策划经理、市场分析师等
计算机等级证书	重要	

资格证书种类	重要程度	对应岗位
英语等级证书	普通	
“1+X”自媒体运营职业技能等级证书	重要	
策划师、文化产业创意师、文创策划运营专题培训证书	重要	

3. 对当前文化创意与策划人才培养的建议

通过调研，企业建议学校首先要强化对学生的职业道德、礼仪修养、吃苦耐劳精神、爱岗敬业、沟通交流能力、团队协作能力和跨领域学习意识培养等非智力因素的品格养成教育，特别是团队协作能力、沟通交流能力的精神尤其重要。大部分企业表示在专业学习中要狠抓专业基本知识，熟知文化创意、策划定位、活动执行等基本流程及执行工艺，懂技术、懂材料，了解市场上的新技术、新材料及运用方法；掌握平面设计、三维设计、视频剪辑等软件操作的基本技能，能够熟练策划定位、市场营销和项目管理等；并根据行业需求的变化更新教学内容，了解市场上最新的理论、技术、材料及工艺，并运用到课程设计当中。

（二）院校调研分析

序号	学校名称	专业
1	湖南大众传媒职业技术学院	影视动画专业、动漫设计专业、广告艺术设计、数字媒体艺术设计专业、艺术设计专业、室内艺术设计、人物形象设计专业、电子竞技运动与管理专业、文化创意与策划
2	湖南外贸职业学院	室内艺术设计、数字媒体艺术设计、文化创意与策划

通过对湖南省 2 所开设文化创意与策划专业的高职院校进行的调研，进一步分析发现：

1. 文化创意与策划人才培养方案制定情况

人才培养方案的制定均以国家对文化创意与策划专业标准为依据，从职业面向、培养目标定位、主要专业能力、专业基础课程、专业核心课程、实习实训及 1+X 技能等级证书等均有说明。在 2 所开设文化创意与策划专业的高职院校均以国家人才培养方案标准的基础上结合本校特点制定符合自身特点的专业人才培养方案。

2. 专业教学条件情况

本专业依托创意设计学院大平台的优势，相较于同类院校中在教学条件和硬件设施上较为齐全。未来计划建设“文化创意与设计开发工作室”“项目管理和文化公司运营实训室”等实验室、实训室，为文化创意与策划专业人才培养达成目标提供良好的设施保障。

3. 专业设置、课程开设情况

目前省内 2 所开设文化创意与策划专业的高校都想在课程设置上基于国家培养目标的基础上寻求突破和创新。本专业课程将以湖南民族职业学院创意设计学院楚怡数字文创产教融合实训基地为平台，以岳阳正心文化创意有限公司为核心场所，把工作时间和学习时间相互交融，课程学习和专业实训相互嵌入，在真实的工作环境中体验企业文化、塑造职业素养、掌握专业技能。形成主动适应地方经济建设需要，具有时代性、特色鲜明和较高水平的产学研结合人才培养模式。

4. 师资情况

通过调研发现，目前文化创意与策划专业总体师资都比较欠缺。大部分高校的做法是临时聘请社会上有一定专业背景的人员或设计师作为临聘老师，从而达到教育部要求的师生比例。我校文化创意与策划专业根据创意设计学院其他专业的经验，结合外校同专业实践情况，建议聘请在企业有较高威望与扎实专业背景的专业技术人员及企业负责人作为企业专家进行联合教学，并挑选语言表达能力强、业务素质过硬、品行端正且愿意来学校授课的企业专家作为常聘教师辅助教学，不仅能很好地解决了专职教师不足的问题，还能时刻对本校专任教师实践经验不足的问题进行言传身教，得到了很好的效果。

四、调研结论及建议

1. 重构课程体系：打造“前沿+交叉”的模块化课程群。当前课程体系需突破传统框架，围绕“技术迭代+产业需求”双核心进行模块化设计。

(1) 增设前沿技术课程。针对数字媒体领域，引入虚拟现实（VR/AR）内容开发、AI 生成式设计、元宇宙场景构建等课程模块，与 Adobe、Autodesk 等企业合作开发认证课程。

(2) 强化交叉学科融合。建立“艺术+科技+商业”三位一体的课程群，

例如开设《文创 IP 开发与商业化运营》，涵盖文化符号提取、IP 版权管理、衍生品设计等全链条内容；或联合计算机学院开设《数据可视化与创意表达》，训练学生用技术手段呈现文化内涵。

（3）动态更新机制。每学年根据行业报告调整课程内容，确保教学内容与产业趋势同步。

2. 深化校企合作：构建“产学研用”一体化生态。破解校企“两张皮”困境，需建立深度协同的长效机制。

（1）共建产学研基地。借鉴“故宫博物院—清华大学文创联合实验室”模式，校企联合设立实体化运营基地。例如，高校提供场地与人才，企业投入项目与资金，共同开发区域性文化 IP。基地可实行“项目制教学”，学生参与从策划到落地的全流程，企业按成果支付报酬，形成“教学—生产—收益”闭环。

（2）订单式培养与人才定制。针对企业短视频运营、IP 孵化岗位需求，开设订单班，课程由校企共同设计，企业提供师资、实习名额及就业优先录用权。

3. 强化师资与实践教学：打造“双师型”团队与实战平台，突破师资瓶颈需从“引进来”和“走出去”双向发力。

（1）双师型队伍建设。实行“行业导师驻校计划”，聘请企业高管、一线设计师担任兼职教授，并纳入教师考核体系。同时，要求专职教师每两年赴企业实践不少于 3 个月，参与真实项目，反哺教学案例库。

（2）工作室制教学改革。试行“导师工作室制”，将学生编入不同方向的工作室（如“数字文创工作室”），模拟企业组织架构，由教师担任“创意总监”，学生分组竞标项目。

（3）实战化平台搭建。建设“文化创意工坊”，配备 VR 实验室、3D 打印中心、直播基地等设施，支持学生团队创业。

4. 完善评价与反馈机制：建立“多元立体”考核体系，打破“唯分数论”，引入行业标准与过程性评价。

（1）企业化考核指标。将企业常用的 KPI（如项目完成度、用户转化率、创意提案采纳率）纳入课程评分。例如，《新媒体运营》课程可要求

学生运营真实企业账号，根据粉丝增长、互动率等数据评定成绩，企业方占评分权重的 40%。

（2）动态反馈与持续改进。建立“毕业生能力追踪系统”，通过企业问卷（如“毕业生岗位适应度评分”）、校友访谈等方式收集反馈。

附件 4：湖南民族职业学院专业人才培养方案审批表

湖南民族职业学院专业人才培养方案审批表

专业名称	文化创意与策划专业	专业代码	550401
培养对象	三年制文化创意与策划专业学生	修业年限	3 年
所在学院	创意设计学院	制/修订时间	2025. 6
制（修）订人（签字）：游宇、王佩佩			联系方式 18673066569
专业负责人 或教研室 审 批	已审核，同意申报。		
专业所在 二级学院 审 批	已审核，同意申报。 周霞		
教务处 审 批	拟同意		
教学指导 委员会 审 批			
学校分 管领导 审 批	此		
学校党委 审 批			