湖南民族职業學院
HUNAN VOCATIONAL COLLEGE FOR NATIONALITIES

创意设计学院

2026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

二〇二六年五月二十五日

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 3
六、课程设置及要求 4
（一）课程设置 4
（二）课程教学要求 5
（三）核心课程标准 5
七、教学进程总体安排 5
（一）课程计划与进度总表 5
（二）教学总学时分、总学分分配表 8
八、实施保障 8
（一）师资队伍 8
（二）教学设施 10
（三）教学资源 12
（四）教学方法 13
（五）教学评价 14
（六）质量管理 14
九、毕业要求 14
十、附件与说明 15
（一）编制流程及主要成员 15
（二）学分制 16
（三）“1+X”证书制度及职业资格证 16
（四）动态调整机制 16
（五）附件 16
附件 1：三年制专科文化创意与策划专业课程设置及描述 17
附件 2：三年制专科文化创意与策划专业核心课程标准 59
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（含岗位能力图谱） ...123
附件 4：湖南民族职业学院专业人才培养方案审批表 143

湖南民族职业学院创意设计学院
2026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）	目标岗位	文化活动策划助理、文创产品助理设计师、短视频剪辑师	1+X证书：1+X文创产品数字化设计职业技能等级证书（中级）1+X新媒体运营职业技能等级证书（中级）职业技能证书：文创产品数字化设计、文创产品策划运营师、数字媒体艺术设计师
				发展岗位	文化活动策划师、文创产品策划运营师、新媒体运营师	
				迁移岗位	品牌策划师、企宣专员	

表2　典型工作任务

岗位类型	职业岗位	典型工作任务	对标课程
目标岗位	文化活动策划助理	1.协助完成活动方案初稿撰写，收集整理活动资料； 2.配合完成活动物料准备、场地布置、嘉宾对接等执行工作； 3.参与活动现场秩序维护、流程把控与基础数据记录； 4.协助整理活动总结材料与反馈信息。	《文化活动策划实务》、《展览展示策划》、《创意文案写作实务》
目标岗位	文创产品助理	1.协助挖掘整理文化元素，参与文创产品草图绘制与创意表现； 2.配合完成文创产品的基础设计、素材整理与修改优化；	《文创产品开发与设计》、《数字图形图像处理》、

	设计师	3.协助跟进产品打样、材质选择与样品核对； 4.整理产品设计资料、制作基础设计说明文档。	《产品造型基础》、《图形语言》
目标岗位	短视频剪辑师	1.根据脚本完成短视频素材筛选、剪辑拼接与节奏把控； 2.添加字幕、音效、转场与基础特效，优化视频观感； 3.按平台要求调整视频格式、分辨率与时长，完成成片输出； 4.根据反馈修改优化视频内容，保证成片质量。	《短视频策划与制作》、《视频剪辑》、《创意文案写作实务》
发展岗位	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。	《文化活动策划实务》、《展览展示策划》、《文创企业管理实务》、《文化市场营销》
发展岗位	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。	《文创产品开发与设计》、《三维设计制作》、《文创策划》、《数字插画设计》、《民族传统图案》、《图形语言》
发展岗位	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。	《网络传播与策划》、《短视频策划与制作》、《创意文案写作实务》
迁移岗位	品牌策划师	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。	《品牌视觉形象设计》、《图形语言》、《版式设计》、《数字图形图像处理》
迁移岗位	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。	《文化活动策划实务》、《网络传播与策划》、《商务礼仪》、《文化市场营销》

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 年后能从事品牌策划、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，47门课，2656个课时，143学分。

1.公共必修课

开设有形势与政策、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、中国共产党史等4门课程，其中人工智能基础、高职数学为限选课，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、产品造型基础、数字图形图像处理（设计软件应用）、文创企业管理实务、展览展示策划、文创策划等7门课程,共23学分。

4.专业核心（岗位核心技能）课

主要有图形语言、创意文案写作实务、网络传播与策划、文化活动策

划实务、文创产品开发与设计、短视频策划与制作等 6 门课程,共 24 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、三维设计制作等 3 门课程,共 9 学分。

6.岗位综合实训课

主要有开设风景写生、认识实习、岗位实习、毕业设计等 4 门课程，共计 29.5 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 4 学分；数字插画设计、人工智能技术应用、品牌包装设计课程三选二，修 4 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 6 门，共修 12 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	二	三	四	五	六	
								20 周	20 周	20 周	20 周	20 周	20 周	
公共基础课	公共必修课	形势与政策（2001005）	1	40	40	0	B	2×4W	2×4W	2×4W	2×4W	2×4W		
		体育与健康（2201028）	6	108	12	96	B	2×16W	2×18W	2×10W	2×10W			
		思想道德与法治（2101001）	3	48	42	6	A	2×12W	2×12W					
		大学英语（2201025）	8	128	64	64	A	4×16W	4×16W					
		信息技术（2401034）	3	48	24	24	B	2×10W	2×14W					
		军事技能课（190116）	2	112	0	112	B	2W						
		军事理论（2201073）	2	36	36	0	B	36						
		大学生心理健康教育（2201072）	2	32	24	8	B	2×16W						

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	
			职业规划（2301070）	1	18	10	8	B	2×9W						8-16周开课
			中华优秀传统文化（2401111）	1	16	10	6	B	2×8W						
			国家安全教育（2201123）	1	16	16	0	B		16					
			大学语文（2301021）	2	32	22	10	A		2×16W					
			习近平新时代中国特色社会主义思想概论（2301004）	3	48	40	8	A			3×16W				
			就业指导（2301071）	1	14	8	6	B			2×7W				1-7周开课
			劳动教育（2301127）	1	16	16		B			16				劳动教育包含理论教学与实践教学两个部分。其中，实践教学融入日常行为管理与实习实训课之中，以养成性教育形式开展。理论教学计16学时，1学分。
			创新创业基础（2201033）	2	32	20	12	B				2×16W			
			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				2×16W			
			小计	**41**	**776**	**414**	**362**								
	公共选修课	限选课	中国共产党史（2101015）	1	16	16	0	B	2×8W						限选课
			人工智能基础（2501123）	0.5	8	8	0	B	2×4W						
			高职数学（2501141）	1	16	12	4	A		2×8W					
			大学美育（2501131）	2	32	16	16	B			2×16W				
			小计	**4.5**	**72**	**52**	**20**								
专业（技能）课	专业必修课	专业基础（基本	创意学基础（2504501）	3	36	18	18	B	4×9W						
			产品造型基础（2504503）	4	64	32	32	B	8×8W						
			数字图形图像处理（2504504）	4	64	32	32	B	8×8W						

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	
		技能）课	文化产业概论（2504502）	3	48	24	24	B		4×12W					
			文创企业管理实务（2504505）	3	48	24	24	B		8×6W					
			展览展示策划（2504507）	3	48	24	24	B				8×6W			
			文创策划（2504506）	3	48	24	24	B				8×6W			
			小计	**23**	**356**	**178**	**178**								
		专业核心（岗位核心技能）课	图形语言（2504509）	4	64	32	32	B		8×8W					
			创意文案写作实务（2504510）	3	48	24	24	B			4×12W				
			网络传播与策划（2504508）	4	64	32	32	B			8×8W				
			短视频策划与制作（2504512）	4	64	32	32	B			8×8W				
			文化活动策划实务（2504511）	4.5	72	36	36	B				8×9W			
			文创产品开发与设计（2504513）	4.5	72	36	36	B				12×6W			
			小计	**24**	**384**	**192**	**192**								
		专业拓展（岗位综合技能）课	视频剪辑（2504514）	3	48	24	24	B		8×6W					
			版式设计（2504515）	3	48	24	24	B			8×6W				
			三维设计制作（2504516）	3	48	24	24	B			8×6W				
			小计	**9**	**144**	**72**	**72**								
		岗位综合实训课	风景写生（2604520）	2	48	0	48	B		2W					
			毕业设计（2504518）	3	72	0	72	B					3w		
			认识实习（2604521）	0.5	12	0	12	B			1W				
			岗位实习（2504519）	24	576	0	576	B					6个月		
			小计	**29.5**	**708**	**0**	**708**								
	专业（群）选修		艺术欣赏（2504520）	2	36	16	20	B		2×18W					三选二
			民族传统图案（2504521）	2	36	16	20	B		2×18W					
			品牌视觉形象设计（2504522）	2	36	16	20	B				4×9W			

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	
	课	数字插画设计（2504523）	2	36	16	20	B				4×9W			三选二
		人工智能技术应用（2504524）	2	36	16	20	B			2×18W				
		品牌包装设计（2604501）	2	36	16	20	B				4×9W			
		商务礼仪（2504525）	2	36	16	20	B				2×18W			三选二
		消费心理学（2504526）	2	36	16	20	B					2×18W		
		文化市场营销（2504527）	2	36	16	20	B					2×18W		
	小计		12	216	96	120								
总计			143	2656	1004	1652								
说明：实际授课按校历执行。课内教学原则上以16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）。集中实践教学环节(整周实训、岗位实习等)每周24学时计1学分。公共基础课程学分按教育部及省厅文件规定执行。														

（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	29.22	41	28.67
	公共选修课	选修	52	20	72	2.71	4.5	3.15
专业（技能）课	专业基础课	必修	178	178	356	13.40	23	16.08
	专业核心课	必修	192	192	384	14.46	24	16.78
	专业拓展课	必修	72	72	144	5.42	9	6.29
	专业（群）选修课	选修	96	120	216	8.13	12	8.39
实践教学课		必修	0	708	708	26.66	29.5	20.63
合计			1004	1652	2656	100	143	100
说明：课内教学原则上以16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、开课学期作适量微调）。集中实践教学环节(整周实训、岗位实习等)每周24学时计1学分。公共基础课程学分按教育部及省厅文件规定执行。								

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25:1，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	1:25				
专兼职比	10:3				
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 ㎡，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 ㎡，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 ㎡，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	岳阳市楚兮文化创意有限公司	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
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	设计创意	https://www.xueyinonline.com/detail/250116422	校级精品课程
13	品牌视觉形象设计（乡村振兴专题）	https://www.xueyinonline.com/detail/261587526	校级精品课程

（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、因需施教，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、在校生学业水平、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143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

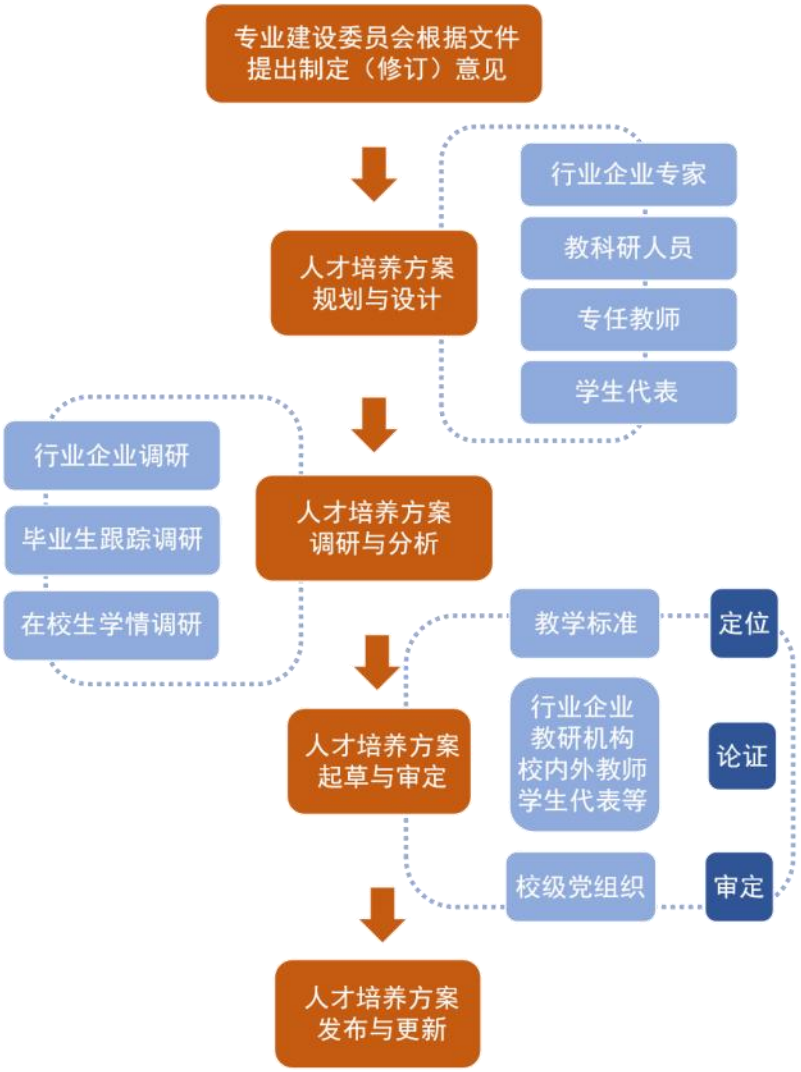


表 12　主要成员表

专业建设指导委员会	校：柴彬彬、綦　鑫、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	綦　鑫、柴彬彬、周　雯、游　宇
培养方案制定小组成员	校：游　宇、王伉伉、陈晓燕、闵子怡 企：邓　帷、陶绍平、杨　聪、刘晶晶、刘毅康、唐慧琼
执笔人	校：游　宇、王伉伉 企：邓　帷、陶绍平、杨　聪
校对人	校：周　雯、罗玲雪、王　珺 企：杨　聪、陶绍平、刘晶晶
专业负责人	校：王伉伉 企：杨　聪

（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：** ⑴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； ⑵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：** ⑴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； ⑵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； ⑶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：** ⑴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； ⑵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：**坚定拥护“两个确立”，坚决做到“两个维护”，自觉践行社会主义核心价值观。树立立足岗位、服务社会的职业理想，培育劳模精神、劳动精神、工匠精神，增强在新时代国家发展与行业进步中的使命担当，努力成长为社会主义现代化建设事业所需的高素质劳动者和技术技能人才。 **2.知识目标：**系统掌握习近平新时代中国特色社会主义思想的核心要义与基本精神，理解其作为指导中国发展强大思想武器的重大意义。能够运用其立场观点方法，正确认识国家发展大势、行业产业政策与自身职业生涯的关系，深化对建设中国特色社会主义事业时代要求的理解。 **3.能力目标：**能够初步运用习近平新时代中国特色社会主义思想的立场、观点和方法，分析与本专业领域相关的社会现象、职业伦理与现实问题。重点提升在实践中识别问题、沟通协作和解决实际矛盾的能力。自觉将个人成长融入国家发展，将学习成果转化为爱国情、强国志、报国行的实际行动，实现从理论认知到行为践行的有效转化。
	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 新时代坚持和发展中国特色社会主义 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 全面深化改革开放 06.第六讲 推动高质量发展 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 以保障和改善民生为重点加强社会建设 12.第十二讲 建设社会主义生态文明 13.第十三讲 维护和塑造国家安全 14.第十四讲 建设巩固国防和强大人民军队 15.第十五章 坚持“一国两制”和推进祖国完全统一 16.第十六讲 中国特色大国外交和推动构建人类命运共同体 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“智慧树”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	课程目标	**1.素质目标：**培育学生政治认同、家国情怀与科学精神，塑造责任担当、理想信念、实践创新的综合素养；不断增强中国特色社会主义道路自信、理论自信、制度自信、文化

想和中国特色社会主义理论体系概论		自信，引导学生自觉投身坚持和发展中国特色社会主义、全面建设社会主义现代化国家、实现中华民族伟大复兴的伟大实践。 **2.知识目标：**理解马克思主义的基本立场、观点和方法，系统掌握马克思主义中国化时代化的理论成果、主要内容、精神实质、历史地位与指导意义。 **3.能力目标：**熟练掌握课程理论体系，具备清晰表达思想观点的能力；能够运用马克思主义立场、观点、方法分析现实问题、解决实际矛盾，提升理论联系实际、知行合一的实践能力。
	主要内容	1.马克思主义中国化时代化的历史进程与理论成果； 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：**教师必须具备良好的职业道德素养、扎实的马克思主义理论功底与较强的教育教学能力。严格遵循习近平总书记提出的“六个要”要求，坚持以生为本，将立德树人贯穿教育教学全过程，持续深化教学改革与创新。 **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：**综合运用讲授法、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.中国式现代化稳步推进专题：**“十五五时期”我国经济基础稳、优势多、韧性强、潜能大，长期向好的支撑条件和基本趋势没有变，中国特色社会主义制度优势、超大规模市场优势、完整产业体系优势、丰富人才资源优势更加彰显； **2.文化遗产保护的理念与实践专题：**文化遗产是辉煌灿烂中华文明的有力见证，是老祖宗留给我们的宝贵财富； **3.做实做强做优实体经济专题：**坚持把发展经济的着力点放在实体经济上，为基本实现社会主义现代化奠定更加坚实的基础； **4.推动构建新型大国关系专题：**推动构建和平共处、总体稳定、均衡发展的大国关系格局；
	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	本课程主要内容包括三大模块（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进行教学。 **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，增强创造价值的能力。
	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适切位置，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**	
军事技能	**课程目标**	**1.素质目标：**增强学生身体素质，加强组织纪律观念，培养学生令行禁止、团结奋进的良好品质。 **2.知识目标：**认识并学习军事基本技能，掌握基本技能要点。 **3.能力目标：**掌握基本军事技能，养成良好的军事素养。
	主要内容	**本课程主要分为四大模块：** 1.共同条令教育与训练：主要包括共同条令教育、队列训练等； 2.射击与战术训练：主要包括轻武器射击、战术基础等； 3.防卫技能与战时防护训练：主要包括格斗基础、战场医疗救护、对核武器、化学武器、生物武器的防护等； 4.战备基础与应用训练：主要包括战备规定、紧急集合、行军与宿营、野外生存、识图

		用图等。
	教学要求	**1.教师队伍：** （1）具有深厚的军事技能功底，对每个动作要领能够清楚的讲解示范，能引导学生自觉掌握各种军事技能，增强学生的自我保护和应对突发情况的能力。 （2）能根据学生的身体素质和军事技能情况，有针对性地开展军事技能教学。 **2.教学设施：** 综合训练场、模拟训练室、专业训练场地及辅助设备。 **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：** （1）思想引领：军事技能要遵循习近平强国强军思想、新时代军事战略方针和国家总体安全观，以提升学生国防意识和军事素养为重点。 （2）示范法教学：通过老师的示范动作，让学生更好的掌握军事技能要领。 （3）分组练习法：把一个班级分成若干小组进行练习，挑出好的小组进行展示学习。 （4）答疑讨论：针对学生在训练过程中遇到的疑惑，引导启发学生积极思考、讨论，加深对军事技能的掌握。 **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进行教学。 **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和性质，掌握数学的运算法则，能够熟练计算和运用；掌握利用数学知识解决实际问题的一般方法步骤。 **3.能力目标：**抽象概括、推理论证、运算求解等基本能力；利用数学知识提出、分析和解决问题的能力；数据分析处理的能力；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、连续、一元函数微分学和一元函数积分学，共四部分内容。
	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，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，有效的改善教与学的方式。 **2.教学设施：**AI 智能多媒体教室 **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：**以 AI 技术为支撑，创新多元化智能教学方法，主要采用 AI+线上线下混合式教学法；AI 任务驱动法；借助 AI 智能演示、动态仿真模拟等。 **5.考核形式：**过程性考核与终结性考核两部分组成。过程性考核借助 AI 大数据分析系统，全程自动采集学生课堂参与度、作业完成度，形成客观精准的过程性评价；终结性考核将结合 AI 智能组卷考试。
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、跟党走的思想和行动自觉，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。

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）了解创意在产品设计、营销策划、文化项目、新媒体传播中的应用模式； （3）掌握创意全流程关键环节：激发—构思—筛选—验证—迭代—呈现； （4）掌握头脑风暴、思维导图、SCAMPER、六顶思考帽等创意工具。 **3.能力目标** （1）运用多种创意思维方法突破定式，独立生成高质量创意构想，完成创意方案撰写、工具使用、落地执行与迭代优化的能力 （2）具备创意口头表达、文案写作、视觉呈现与方案汇报能力 （3）小组协作、分析并解决真实问题，对创意过程系统复盘的能力。
	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、文化资源与创意成果转化。 **模块一：**创意学基础认知，创意本质、价值、学科体系、创意产业与岗位需求，对应创意基础认知、行业理解能力； **模块二：**创意思维类型与训练，发散、聚合、联想、组合、逆向思维在内的创意思维类型与训练，AI 赋能提供多元思维，打破思维定式，对应思维发散、灵感激发、创新思考能力 **模块三：**创意工具与全流程方法，AI 辅助创意工具操作、创意五阶段流程、评估标准，对应工具使用、流程把控、方案优化能力； **模块四：**创意多领域应用，创意在设计、营销、文创、传播等多领域应用、传统文化创新转化，对应跨领域应用、文化元素再造能力； **模块五：**创意项目实战，与成果展示展示学生项目策划、团队协作、展示汇报、复盘总结项目落地、表达展示、复盘迭代能力。
	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，让学生在实际项目中应用所学知识，提升实际操作能力。 **6.考核形式：** 平时成绩（30%）：考勤、课堂表现、创意练习、小组参与 期末考核（70%）：理论测试、个人创意报告、作品+路演 PPT 汇报

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）培养对文化产业的浓厚兴趣与持续探索的创新意识，增强对中华优秀传统文化的认同感与传承责任感。 （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，形成文化安全保护意识，警惕文化渗透风险。 （3）树立文化强国的使命感，能够在产业实践中坚持社会效益与经济效益相统一。 **2.知识目标：** （1）理解文化产业的核心概念、理论体系及细分领域（创意产业、内容产业等）的特点。 （2）掌握文化产业市场调研的基本方法，了解文化消费需求分析模型。 （3）了解数字技术在文化领域的应用原理与创新路径，熟悉主要文化产业政策法规。 **3.能力目标：** （1）具备文化产业分类与结构识别能力，能对地方特色文化产业进行类型划分与结构分析，并能运用 SWOT/PEST 等框架分析典型文化企业。 （2）具备文化消费需求调研与数据分析能力，能设计问卷、采集数据并使用 Excel 进行基础分析，能结合数字技术（如 AI 辅助分析）解读消费趋势。 （3）具备文化产业政策解读与批判性评估能力，能检索并理解《文化产业促进法》等主要政策文本，能模拟撰写政策建议书。 （4）具备产业协作与项目表达能力，能以团队形式完成调研报告、产业案例分析并进行课堂路演。
	主要内容	课程主要涵盖文化产业的核心概念与理论体系、市场调研方法、数字技术在文化领域的应用原理及产业政策法规等内容，围绕文化产业分类、文化消费、文化企业经营与管理等方面展开，包括对非遗工坊、影视基地、数字文博等地方特色文化产业的分类与结构分析，文化消费领域（如国潮文创、沉浸式演出）的问卷调研与趋势分析，以及典型文化企业（如故宫文创、腾讯文旅、芒果超媒）的商业模式、数字技术应用及政策影响案例剖析等。通过“案例+调研+汇报”任务驱动模式，学生完成产业分析报告、调研报告和案例路演。
	教学要求	**1.课程思政：**通过分析我国文化产业的崛起案例（如数字敦煌），激发学生的文化自信与产业报国热情。在讨论文化安全时，引导学生正确认识外来文化影响，坚守意识形态底线。 **2.师资队伍：**具有文化产业管理、经济学或传播学相关专业硕士以上学历，有行业调研或企业实践经历，熟悉当前数字文化新业态。 **3.教室设施：**多媒体教学； **4.教学资源：**建立学习通课程平台，提供文化产业政策文件包、经典案例库、数据分析教程。引入行业数据库（如国家统计局文化及相关产业数据）的访问链接。 **5.教学方法：**案例教学法、任务驱动法、翻转课堂等。 **6.考核形式：** 模块一报告（20%）：产业分类与结构分析报告（1000 字+结构图）。 模块二报告（30%）：小组市场调研报告（含问卷数据、AI 辅助分析说明）。 模块三路演+论文（50%）：个人产业案例分析论文（2000 字）+ 小组 PPT 路演（10 分钟）。
课程名称	课程目标、内容及要求	

文创策划	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，避免文化挪用与庸俗化。 （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。 （3）激发创新精神与创业热情，形成对市场变化、用户需求的敏锐洞察与持续学习动力。 **2.知识目标：** （1）掌握文化资源的类型、特征及价值评估方法，理解文创产业的基本概念与发展趋势。 （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。 （3）熟悉不同文创商业模式（授权、众筹、衍生品等）的特点与运作逻辑。 **3.能力目标：** （1）具备文化资源挖掘与 IP 转化能力，能对非遗、地方传说、传统建筑等文化元素进行价值评估，并将其转化为可开发的 IP 概念。 （2）具备市场分析与项目策划能力，能完成用户画像、竞品分析、目标市场定位，并能撰写包含创意概念、执行流程、预算、风险评估的完整策划书。 （3）具备品牌策划与商业运作能力，能完成品牌命名、Logo 设计及营销策略制定，了解知识产权保护及常见文创商业模式。 （4）具备方案提案与沟通表达能力，能运用数字技术（如 AI 辅助生成视觉素材）制作路演 PPT 并进行模拟答辩。
	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、品牌文创鉴赏等内容展开。具体包括文化资源价值评估、IP 概念书撰写（含目标受众、创意方向）、视觉概念草图的数字技术生成；文创活动或产品线的完整策划方案（市场分析、用户画像、创意概念、执行流程、预算、风险评估）；品牌定位、命名、Logo 及营销策略设计，以及模拟融资路演等内容。
	教学要求	**1.课程思政：**强调文创策划必须坚持正确文化导向，案例中选用“故宫文创”“敦煌研究院”等成功范例，引导学生理解“守正创新”。讨论文化挪用边界时，培养学生尊重不同民族文化的伦理意识。 **2.师资队伍：**具有文创策划、市场营销或设计管理相关专业背景，有实际文创项目运营或创业经验，熟悉 AIGC 工具在策划领域的应用。 **3.教室设施：**多媒体教学； **4.教学资源：**课程平台提供经典文创策划案例库（含策划书模板）、知识产权查询网站（国家知识产权局）、AIGC 提示词参考库。邀请行业专家线上分享。 **5.教学方法：**项目驱动法、工作坊、模拟路演、赛教融合。 **6.考核形式：** 项目一 IP 概念书（20%）：个人提交，含价值评估+视觉草图。 项目二 策划方案（40%）：小组提交，含完整策划书+预算表+海报。 项目三 品牌策划+路演（40%）：小组提交品牌策划案+路演 PPT，现场汇报并答辩。
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）培养严谨的策展态度与职业规范意识，遵守展陈设计伦理与相关法规； （2）增强对中华优秀传统文化与地方文脉的理解与传承意识，通过展览传递文化价值； （3）培养系统思维与团队协作能力，提升从概念到落地的项目统筹意识； （4）建立观众中心的设计理念，养成按策展流程完成展览全案设计的职业习惯。 **2.知识目标** （1）掌握展览展示策划的基本原理与工作流程，理解空间叙事与观展动线的逻辑关系；

		（2）熟悉展陈空间类型（博物馆、商业展、临时展）及其设计规范； （3）掌握展陈道具、照明设计、多媒体互动及施工材料的基本知识。 **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。 **模块一：**展览策划基础与空间叙事，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； **模块二：**展陈设计与视觉表达，展陈道具与陈列方式、展览照明设计、图文版面与标识系统设计、多媒体与互动技术应用； **模块三：**展览实施与项目管理、施工图绘制与材料选择、展览预算编制与成本控制、展览搭建与布展流程、展览宣传与衍生品开发； **模块四：**综合实战与方案汇报，以博物馆/美术馆展览、文创市集等展开策划实战，融合策展方案全案整合、方案陈述与模拟竞标。
	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：**任课老师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**：配备多媒体计算机教室，安装展览设计相关软件如 AutoCAD、SketchUp、Photoshop、Illustrator。 **4.教学资源：**充分利用数字化教学平台与优质展陈案例资源库，结合课上课下学习，引导学生关注行业前沿动态、优秀展览案例及策展赛事，拓展专业视野。 **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。 **6.考核形式：**过程性评价占 70%，涵盖课堂练习、模块作业及调研报告；终结性评价占 30%，以课程综合作品即完整策展方案为考核依据。
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）文化自信与传承意识：深入理解中华优秀传统文化元素，能够运用数字化手段进行创造性转化与创新性发展，增强民族自豪感和文化自信。 （2）职业规范与工匠精神：养成严谨细致的工作习惯，遵循设计行业规范（图层命名、文件管理、版权意识等），追求精益求精的工匠精神。 （3）团队协作与沟通能力：在项目实践中学会与客户、团队成员有效沟通，能够清晰阐述设计理念，具备提案展示与答辩能力。 （4）创新思维与审美修养：培养敏锐的视觉审美能力，敢于突破常规，将传统文化与现代设计语言融合，形成独特的设计风格。 （5）社会责任与法律意识：树立正确的设计价值观，尊重知识产权，遵守广告法规，拒绝抄袭与低俗设计，践行设计服务社会的理念。 **2.知识目标** （1）掌握 Photoshop 与 Illustrator 两款软件的界面布局、核心功能及协同工作流程。 （2）理解位图与矢量图的本质区别，掌握分辨率、色彩模式（RGB/CMYK）、图层、蒙版、通道、路径等核心概念。 （3）掌握选区工具、画笔工具、钢笔工具、形状工具、文字工具等常用工具的操作方法与参数设置。 （4）掌握图层样式、滤镜库、智能对象、智能滤镜、混合工具、3D 绕转等高级特效的制作方法。 **3.能力目标** （1）能熟练运用 PS 进行图像合成、调色、人像精修、特效文字制作；能熟练运用 AI 进行矢量绘图、图案设计、文字排版、3D 效果制作。 （2）能利用智能对象实现 PS 与 AI 的无缝协作，完成从矢量图形到像素合成的完整工作流。 （3）能提取地域文化符号（如岳阳楼、洞庭湖、藏式八宝、经幡等），转化为现代视觉语言，应用于文创产品设计。 （4）能独立完成产品包装设计、VI 基础设计、商业海报合成，并运用样机生成效果图。或根据大广赛命题要求，完成从命题剖析、创意构思、草图绘制到高保真设计稿的全流程创作，提交符合竞赛标准的作品。
	主要内容	本课程涵盖 Photoshop 与 Illustrator 两大软件的核心技能，以“岳阳+西藏”在地文化为贯穿主线，以全国大学生广告艺术大赛（大广赛）为输出出口，采用“技能模块+项目实战”的双轨结构。 **模块一：**软件基础与视觉语言 PS 入门：界面认知、图层原理、选区工具（矩形/椭圆/魔棒/套索）、基础抠图与合成。 AI 入门：矢量图形基础、基本形状工具、填色与描边、选择工具（黑箭头/白箭头）、路径查找器。 **模块二：**技能深化与创意表达 PS 进阶：蒙版原理与无缝合成、调色工具（色阶/曲线/色相饱和度）、人像修图基础（污

		点修复/仿制图章/修补工具）、图层样式（冰雪字/金属字）、智能滤镜与滤镜库。 AI 进阶：钢笔工具与路径描摹、图案定义与图案画笔、散点画笔与符号枪、文字排版（点/段落/区域/路径文字）、图文绕排、制表符。 **模块三：**协同实战与商业模拟 PS+AI 协同：智能对象置入与编辑、链接与嵌入、文件打包与交付。 商业项目：包装展开图绘制（出血/安全线）、VI 基础（logo/标准色/辅助图形）、样机效果图制作。 高级合成：选择并遮住（发丝抠图）、色调匹配、投影与环境光绘制、镜头光晕等氛围增强。 AI 高级效果：3D 凸出与斜角、3D 绕转（转经筒）、混合工具（波浪效果）。 **模块四：**课赛融合与综合考核 文创设计方法论：调研-提取-转化-应用-呈现五步法，大广赛命题深度剖析 草图设计与方案定稿：头脑风暴、元素简化、色彩提取、多方案草图绘 作品集与样机展示：多款文创产品效果图制作、作品集排版、PDF 导出。 最终考核：以大广赛参赛作品为标准，提交平面广告/产品与包装/IP 与创意周边类设计作品，并完成设计说明与答辩。 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。 **6.考核形式：** 本课程采用过程性评价与终结性评价相结合的方式，总成绩由平时表现、模块项目、课堂参与及最终作品四部分构成，充分体现“课赛证”融通理念。 过程性评价（占总成绩 60%）：一是平时作业（占比 20%）+模块项目（占比 30%）+课堂表现（占比 10%）。终结性评价（占总成绩 40%）以大广赛参赛作品为最终考核依据。学生需提交符合大广赛平面类命题要求的完整设计作品，评分标准为：设计说明（20%）、作品源文件及 JPG 效果图（50%）、过程草图及样机效果图（30%）。实现“课”与“赛”的有机衔接；同时覆盖 Adobe ACA（Photoshop/Illustrator）国际认证考试大纲，学生可自愿参加认证获取职业资格证书。
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）培养细致观察与耐心推敲的设计态度，提升对形态美的感知能力。 （4）建立规范意识与专业自信，养成按标准流程完成设计任务的习惯。 **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，掌握线条控制、透视、

		几何体及产品基础形态的构建方法； （2）了解色彩基础理论，掌握马克笔排线技法及不同材质色彩表现方法； （3）掌握产品设计标准化表达及文创产品系统设计流程。 **3.能力目标** （1）熟练运用手绘与马克笔快速造型表达设计构思，能够完成从几何体到产品形态的推演与表现； （2）通过形态推演、概念发散及倒角、交接等细节处理，提升创新思维与方案转化能力； （3）能够完成产品系统设计全流程：命题解析、调研定位、草图绘制、效果图表现、排版整合与方案汇报。
	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。 **模块一：**产品造型基础线条控制，直线、曲线、圆绘制原理及基础训练，透视原理及基础训练，几何体基础训练，产品基础形态训练 **模块二：**产品造型色彩表现，色彩基础理论，马克笔排线技法，基础形体的色彩表现，产品材质的色彩表现 **模块三：**产品设计实践，圆柱体透视与交接，圆柱体交接应用，倒角的应用，几何体组合 **模块四：**产品造型综合设计表达，三视图和爆炸图绘制，用户场景故事版绘制，设计说明文案撰写，综合排版与标题设计 **模块五：**赛事导向文创产品系统设计实训，文化 IP 选择与解析，市场调研与设计定位，创意发散与草图绘制，核心效果图绘制，设计排版与整合，方案陈述与汇报
	教学要求	**1.课程思政：**结合红色文创与传统文化 IP 案例，将文化自信与社会责任感融入各模块教学，引导学生在产品造型设计实践中传承中华优秀传统文化； **2.师资队伍：**任课教师应具有本科以上学历或讲师以上职称，具备扎实的手绘表现能力、马克笔快速造型能力及文创产品设计实践经验，能够有效指导学生完成从线条训练到赛事方案的全流程设计； **3.教学设施：**配备多媒体教室、马克笔手绘实训设备及产品设计展示空间，满足线条训练、色彩表现、形态推演及方案汇报等各环节教学需求； **4.教学资源：**充分利用数字化教学平台与优质设计资源库，结合课上课下学习，引导学生关注行业赛事动态、文创发展趋势及优秀设计案例，拓展设计视野； **5.教学方法：**本课程采用“任务驱动—示范教学—分组练习—集中点评”相结合的教学模式，全面强化过程指导与即时反馈。整个教学过程中，教师持续贯穿过程指导与即时反馈，形成“学习—练习—反馈—修正”的完整教学闭环，既强化了学生对专业技能的掌握，也有效培养了学生的自主学习能力、协作沟通意识与问题诊断素养，为后续专业课程的学习奠定坚实基础； **6.考核形式：**过程性评价（课堂练习、模块作业）占 70%，终结性评价（课程综合表现作业）占 30%。

4.专业核心（岗位核心技能课）课程设置及描述

课程名称	课程目标、内容及要求	
图形语言	课程目标	**1.素质目标** （1）深入理解中华优秀传统文化的图形符号体系，能够将传统图形元素创造性转化为现代设计语言，增强文化自信与民族认同感。 （2）激发图形创意思维潜能，敢于突破常规图形范式，形成独特的设计语言与视觉风格，具备独立完成图形创意设计的能力。 （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）树立正确的设计价值观，尊重原创与知识产权，了解图形设计领域的版权法规与商业规范，拒绝抄袭与盗版行为。 **2.知识目标** （1）理解图形语言的基本概念、发展历程、核心特征及在视觉传达设计中的重要作用，认识到图形语言在信息传递方面的独特优势。 （2）掌握图形设计的基本造型规律和图形语言的视觉修辞手法。 （3）掌握数位板（手绘板）的基本使用技巧，能够运用板绘进行图形草图绘制与创意表达。 （4）了解图形设计在不同媒介中的应用规范，包括平面广告、文创产品、数字媒体等领域的图形设计原则。了解图形设计行业的商业运作模式、版权保护机制及 AIGC 辅助图形创作的基础知识。 **3.能力目标** （1）能够从自然形态、人文符号中提取核心视觉元素，进行概括、简化与重构，形成具有视觉冲击力的图形语言。 （2）能熟练运用 Adobe Illustrator 和 Photoshop 进行矢量图形绘制、图形编辑、图像合成与排版设计；能运用数位板进行数字手绘草图与图形绘制；了解 CorelDRAW 的基本操作。 （3）能够运用同构、置换、异影、矛盾空间等图形创意手法，完成具有创意思维的图形设计作品。将图形语言准确应用于平面广告、文创产品、品牌形象等不同设计场景，做到形式与内容的统一。 （4）能够根据国家级设计竞赛命题要求，够围绕一个文化主题或创意概念，完成系列化图形设计作品的构思、绘制与输出。具备参加“1+X”等职业技能等级证书考核的基础能力。
	主要内容	本课程以图形语言的创意表达为核心，以“文化符号转化+数字工具应用+创意实战输出”为教学理念，以湖南岳阳文化符号和西藏传统文化图形为特色创作主题，同时融入 CorelDRAW（CDR）软件的学习和数位板手绘工具的基础应用。 **模块一：**认识图形在视觉传达中的独特作用，理解点、线、面的构成原理与情感表达，图形的形式美法则（对称与均衡、对比与统一、节奏与韵律），尝试数位板工具的基础入门。 **模块二：**同构图形（异形同构、置换同构）、正负形、影子的创意（异影图形）、矛盾空间、悖论图形等表现技法，结合 AI/PS/数位板工具展开“岳阳-西藏”文文化融合主题图形设计。 **模块三：**通过比喻、象征、夸张、拟人等修辞手法在图形设计中的视觉转化，图形的语义表达与隐喻设计，以“吉祥”“团圆”“平安”等主题词为核心概念，运用图形视觉修辞手法创作文化海报或文创产品图形。 **模块四：**从资料调研→图形提取→草图绘制→矢量制作→后期调整→效果输出的完整创作流程。融入 AI 辅助图形生成工具的基本原理，学会将 AI 生成图作为创意灵感和底图参考，但坚持原创设计与手绘表达。NCDA 未来设计师·全国高校数字艺术设计大赛、蓝桥杯视觉艺术设计赛、中国好创意大赛等赛事的命题分析与图形类创作策略。最终完成

		一套完整的图形语言设计作品。
	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；通过图形的处理与表达，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的学习，引导学生了解行业发展情况，掌握图形设计的创意规律、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“图形表达能力”两个重点目标，按模块重构课程体系；采取“案例教学法”“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。 **6.考核形式：**本课程采用过程性评价与终结性评价相结合的方式，总成绩由平时表现、模块项目、课堂参与及最终作品四部分构成，充分体现“课赛证”融通理念。 过程性评价（占总成绩 60%）：一是平时作业（占比 20%）+模块项目（占比 30%）+课堂表现（占比 10%）。终结性评价（占总成绩 40%）以大广赛参赛作品为最终考核依据。学生需提交符合大广赛平面类命题要求的完整设计作品，评分标准为：设计说明（20%）、作品源文件及 JPG 效果图（50%）、过程草图及样机效果图（30%）。
课程名称	**课程目标、内容及要求**	
创意文案写作实务	**课程目标**	**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）培养共情力、审美力与社会责任感，形成面向受众、面向市场、面向传播的专业创作态度；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）掌握创意文案的核心概念、文体特征、创作逻辑与表达规范； （2）理解文创产品、文旅宣传、品牌营销、活动策划等场景的文案写作规律与结构模型；了解 AI 辅助趋势洞察工具的应用场景； （3）掌握文案创意方法、语言修辞、故事化表达、传播逻辑与审核要点。 **3.能力目标** （1）能运用创意思维独立完成选题、构思、撰稿、修改，具备文案原创与迭代能力； （2）能根据不同场景撰写标准化、可落地的创意文案，具备场景化写作与表达能力； （3）培养学生项目实战能力，完成真实场景任务，能对文案进行效果预判、复盘优化，具备文案策划与整合传播能力。
	主要内容	课程主要涵盖创意文案基础、文体写作、项目实战三大模块，以能力图谱为主线，实现“知识—能力—产出”全程贯通。 **模块一：**品牌文案写作:创意文案基础理论创意文案内涵、价值、受众分析、创意来源、语言表达规范、版权与伦理； **模块二：**标题金句攻防、新媒体平台实战与短视频脚本创作:平台规则与生态分析、平台风格定位与选题、文案撰写与排版、标题与金句设计、内容发布与互动引导、数据监测与优化调整 **模块三：**文化项目实战与非遗推广实战:分场景文案写作训练文创产品文案、文旅宣传文案、活动策划文案、品牌广告语、文化故事/解说词撰写、短视频文案、海报文案；

		模块四：综合项目实战与个人品牌孵化及作品集:创意文案项目实战与优化真实项目策划、文案撰写、修改打磨、展示汇报、复盘总结与成果输出。
	教学要求	**1.课程思政：**融入中华优秀传统文化、红色文化与新时代精神，强化文化自信、内容伦理、职业操守，引导学生创作有温度、有格调、有责任的创意文案。 **2.师资队伍：**教师具备文创、广告、传媒、策划相关专业背景，具备文案创作与项目实战经验，熟悉行业规范与最新传播趋势。 **3.教室设施：**配备多媒体、投影、展示屏、互动白板等设备，支持案例展示、小组研讨、作品点评与现场创作。 **4.教学资源：**依托教学平台提供课件、案例库、范文库、行业规范、优秀作品与线上创作工具，支持课内外自主学习。 **5.教学方法：**采用理论讲授+案例拆解+分组训练+项目导向+实战点评相结合，以能力产出为核心，强化学以致用。 **6.考核形式：** 平时成绩（30%）：考勤、课堂练习、作业完成、课堂展示。 期末考核（70%）：分场景文案作品、综合文案策划方案或理论梳理报告。
课程名称	**课程目标、内容及要求**	
网络传播与策划	**课程目标**	**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。
	主要内容	课程主要涵盖网络传播理论、新媒体运营逻辑、IP 孵化方法论、自媒体平台分析、AI 工具助力等内容，培养学生新媒体传播与运营全链路技能。
	教学要求	**1.课程思政：**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≥30%; **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：**多媒体教学并配备有课程所需的直播套装及投影设备；

		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**	
文化活动策划实务	**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**	
文创产品开发与设计	**课程目标**	**1.素质目标：** （1）培养学生对设计作风严谨、精益求精的专业素养。 （2）培养学生的创新能力，树立品牌意识与生态环保设计理念。 （3）培养学生文化修养和人文素质，提升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能力，能够对本土文化元素进行合理的分析、提炼和再设计。 **2.知识目标：** （1）掌握文创产品设计的定义、全流程步骤及项目管理与法规知识。 （2）掌握市场调研、战略定位、方案策划与提案相关知识。 （3）熟悉文创产品材料特性、印刷打样及后期制作工艺。

		（4）掌握三维软件基础操作及智能 AI 辅助设计原理。 **3.能力目标：** （1）具备文化符号提取与市场分析能力，能从网络或实地找到可用的文化符号，完成竞品对比表和用户画像，明确产品定位。 （2）具备产品设计与开发能力，能运用三维软件（如 C4D、Blender 等）完成 IP 形象三视图及产品效果图，并能合理使用智能 AI 辅助生成纹样、草图等。 （3）具备成本核算与材料选择能力，能通过线上平台（1688、淘宝）或线下市场联系不少于 3 家厂家进行询价比价，完成成本表及毛利率计算。 （4）具备营销推广与提案汇报能力，能撰写卖点、slogan、电商详情页及短视频脚本，能制作 PPT 并完成产品方案路演。
	主要内容	课程主要涵盖文创产品设计的全流程步骤、产品结构与外观设计、市场调研与定位、材料工艺与成本核算、营销策划与提案等内容，围绕文化元素挖掘、IP 形象设计、产品体系开发、成本控制、营销推广等方面展开。具体包括：文化资源价值评估与产品定位；智能 AI 辅助生成纹样、草图；三维软件制作 IP 三视图及产品效果图；主产品加衍生品方案设计；通过至少 3 家厂家询价完成成本表与毛利率计算；包装草图与作品展板设计；卖点、slogan、电商详情页及短视频脚本撰写；提案 PPT 制作及作品集整理。课程在机房理实一体环境中完成全部任务，强调学生的主动设计与创造，AI 仅作为辅助工具。
	教学要求	**1.课程思政：**通过挖掘本地非遗、传统纹样等文化符号，增强学生对中华优秀传统文化的认同感和自豪感。在设计中强调“守正创新”，不滥用、不歪曲文化元素，树立正确的文化伦理观。对接企业真实项目，培养学生严谨、负责的职业态度，理解“设计为民、文化惠民”。 **2.师资队伍：**专任教师应具有硕士研究生学历，艺术设计或数字媒体相关专业背景，熟练掌握 PS、AI、三维软件（如 C4D/Blender）及智能 AI 辅助工具，有企业实践或竞赛指导经验。兼职教师聘请文创企业、设计机构等行业人士。 **3.教室设施：**理实一体化机房，每人一台电脑，安装 Adobe Photoshop、Illustrator、三维软件（C4D/Blender/Rhino 等），联网访问智能 AI 平台及 1688 等电商网站。 **4.教学资源：**课程平台提供文创案例库、PS/AI/三维软件操作微视频、智能AI提示词模板、厂家询价参考表等。 **5.教学方法：**项目驱动法、示范演练法、案例教学法、赛教融合。 **6.考核形式：** 过程考核（30%）：课堂考勤、讨论、作业、德育。 结果考核（70%）：以 8 个任务的最终作品集为依据，包含文化符号清单、竞品对比表、用户画像卡、三维 IP 三视图及产品效果图、询价单、成本表、包装草图、展板、营销文案、提案 PPT 及路演视频。采用集中评议评分。
课程名称	**课程目标、内容及要求**	
短视频策划与制作	**课程目标**	**1.素质目标** （1）培养数字化时代下的设计洞察能力、创新思维能力与团队合作精神； （2）树立社会主义核心价值观，增强文化自信、民族自豪感与社会责任感； （3）养成科学规范的短视频工作习惯，具备良好的影像审美力与艺术修养。 **2.知识目标** （1）掌握短视频基础概念、视听语言、蒙太奇原理及制作流程； （2）熟悉短视频策划与制作的相关法律法规、职业道德及剪辑师职业要求； （3）掌握视频镜头分类、构图用光方法及 Premiere 软件编辑技术。 **3.能力目标** （1）具备完成短视频内容策划与分镜头脚本写作能力； （2）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）熟练运用拍摄技巧、蒙太奇手法及转场效果完成短视频拍摄与剪辑。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。
	主要内容	课程主要涵盖短视频策划、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；并深度融合人工智能技术。课程从短视频基础认知入手，逐步深入到主旋律、传统文化、人文关怀、乡村振兴及知识分享等不同类型短视频的策划与制作，帮助学生系统掌握短视频创作的核心技能，同时借助AI工具提升创意效率与制作水平。 **模块一：**认识短视频的视听语言与蒙太奇手法，短视频制作流程及团队组建，短视频制作法律法规与职业道德 **模块二：**主旋律短视频创作，主旋律短视频观赏与分类，主旋律短视频内容策划与剖析（AI辅助选题与关键词分析），主旋律短视频拍摄方法与技巧，主旋律短视频剪辑与后期制作 **模块三：**传统文化短视频创作，通过传统文化短视频内容策划与剖析（AI生成脚本与画面描述），传统文化短视频拍摄方法与技巧，传统文化短视频剪辑与后期制作 **模块四：**运用AI情感分析与故事挖掘进行人文关怀短视频内容策划与制作 **模块五：**乡村振兴短视频创作，乡村振兴短视频内容策划与剖析，乡村振兴短视频拍摄方法与技巧，借助AI智能剪辑与调色进行乡村振兴短视频剪辑与后期制作 **模块六：**拓展AI数字人生成短视频剪辑与后期制作
	教学要求	**1.课程思政：**本课程将思想政治教育贯穿短视频策划与制作全过程，坚持立德树人根本任务。通过主旋律短视频创作强化爱国主义与民族精神教育，通过传统文化短视频创作增强文化自信与传承意识，通过人文关怀短视频创作培养社会责任与使命担当，通过乡村振兴短视频创作引导学生关注时代发展与家国建设，通过知识分享短视频创作弘扬科学精神与终身学习理念，实现价值引领、知识传授与能力培养的有机统一。 **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，具备短视频策划与制作的职业能力和知识结构，对短视频策划与制作理论把握精准，具有多年教学和项目经历。 **3.教学设施：**授课使用理实一体化教室，具备智慧黑板、计算机、多媒体设备、音响及高配置PC机，提供AI积分账号（如即梦、Runway、Pika、可灵等）用于生成视频素材，满足短视频策划、拍摄、剪辑等各环节教学需求。 **4.教学资源：**充分利用教案、课件、视频等教学资源，参考《Premiere视频编辑案例教程》等教材，引入大广赛短视频获奖作品案例，引导学生利用新片场网、创意在线等网络教学资源进行拓展学习。 **5.教学方法：**本课程采用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，综合运用案例分析法、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。 **6.考核形式：**过程性评价占30%，涵盖课堂考勤、学习态度与课堂表现、拓展资源学习、平时作业及德育考核；终结性评价占70%，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，由学生、教师、督导、社会等多元评价主体参与考核。

5.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； （4）培养耐心细致的剪辑习惯与团队协作意识，提升项目执行力； （5）建立多平台适配意识，养成按标准流程完成作品输出的职业习惯。 **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）熟练运用剪映完成短视频快速剪辑，能够独立完成素材整理、卡点剪辑与成品输出； （2）熟练运用 PR 完成多机位混剪、调色处理及复杂效果制作； （3）能够独立完成从素材导入到多平台适配的完整视频制作流程。
	主要内容	课程从基础操作到综合实战，层层递进，使学生能够独立完成从素材整理、剪辑加工到成品输出的完整视频制作流程，适应短视频创作、宣传片制作及多平台内容发布的实际需求： **模块一：**剪映基础操作，如：界面认识与素材导入，分割、裁剪、删除与顺序调整，变速控制，项目保存与导出设置 **模块二：**剪映核心剪辑技术，如：转场效果应用，音频处理，智能字幕与文字样式，滤镜调色与基础美颜 **模块三：**剪映综合实战，以 30 秒短视频剪辑实战，包含音乐卡点剪辑实战，完整作品输出与点评 **模块四：**PR 基础与剪辑核心，界面认识与项目创建，序列设置与素材管理，时间线编辑与轨道管理，关键帧动画基础 **模块五：**PR 视音频美化、转场与视频效果应用、Lumetri 调色、音频处理、文字与字幕创建 **模块六：**PR 综合实战，多机位素材混剪，片头片尾制作，完整短片剪辑与包装 **模块七：**作品输出与职业应用，渲染导出设置，多平台适配，作品集整理与课程总结汇报
	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：**任课教师应具有本科以上学历或讲师以上职称，具备扎实的视频剪辑实践能力及短视频创作经验，能够熟练运用剪映与 PR 两款软件，有效指导学生完成从基础操作到综合实战的全流程学习。 **3.教学设施：**授课使用多媒体计算机教室，安装 PR 与剪映软件，满足理论授课和实训要求。 **4.教学资源：**充分利用数字化教学平台与优质视频资源库，结合课上课下学习，引导学生关注行业动态、热门剪辑技巧及优秀作品案例，拓展创作视野。

		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。 **6.考核形式：**过程性评价（课堂练习、模块作业）占 70%，终结性评价（课程综合作品）占 30%。
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）培养细致观察与耐心调整的设计习惯，提升对网格系统与视觉节奏的感知能力； （4）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）熟悉网格系统、字体搭配、色彩应用及图文编排的核心方法； （3）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。 **模块一：**版式设计基础、版式设计概述与视觉流程、版面构成要素、构图形式训练、网格系统基础 **模块二：**版式核心元素设计、字体选择与搭配、色彩在版式中的应用、图片与图形编排、信息层级与视觉引导 **模块三：**版式设计专项实训、海报版式设计、画册与宣传册版式设计、折页设计、UI 界面版式设计 **模块四：**综合实战与作品输出、品牌形象手册设计、动态版式设计基础、作品集版式整理与排版规范、方案陈述与作品汇报
	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：**授课使用多媒体计算机教室，安装版式设计相关软件（如 Photoshop、Illustrator），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。 **6.考核形式：**过程性评价（课堂练习、模块作业）占 70%，终结性评价（课程综合作品）占 30%。

课程名称	课程目标、内容及要求	
三维设计制作	课程目标	**1.素质目标** （1）养成严谨的三维建模习惯，遵循行业制作规范，追求精益求精的专业态度。 （2）培养敏锐的造型审美能力和三维空间想象力，能够从结构、比例、材质、光影等多维度把握三维作品的视觉质量。 （3）在项目实践中学会与团队成员协同分工，能够按照动画制作流程规范进行文件交接，具备项目提案与答辩能力。 （4）敢于在造型设计、材质表现、场景构建等方面突破常规，关注数字艺术产业最新技术动态，形成创新驱动的设计理念。 （5）在三维创作中融入中华优秀传统文化元素，用三维技术讲好中国故事，践行数字文化传播的使命。 **2.知识目标** （1）掌握三维设计制作的核心技术及行业应用领域；理解三维动画制作的完整流程，包括建模、材质、灯光、渲染、动画、特效等环节的技术原理与规范。 （2）掌握多边形建模的核心理论与常用命令，理解模型的拓扑结构、布线原则和优化方法，掌握UV展开与材质贴图的基本原理，了解PBR材质系统的工作流程。 （3）掌握灯光类型与布光原理、cycle渲染器的核心参数设置。 （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；基础动画与摄像机运镜技巧。了解三维设计制作行业的生产标准、交付规范及AIGC辅助三维内容生成的发展趋势。 **3.能力目标** （1）能熟练使用blender进行多边形建模，独立完成常见产品、家具、建筑构件等模型的结构分析与制作；能合理设置材质参数并制作基础贴图，初步掌握PBR材质工作流程，具备Substance Painter基础应用能力。 （2）能根据场景氛围需求设置三点布光，掌握cycle渲染器的参数配置，完成高质量渲染输出。 （3）能制作简单的关键帧动画和摄像机运动，初步具备角色绑定与动画制作能力。 （4）能综合运用建模、材质、灯光、渲染技术，完成完整的室内外场景搭建与效果图制作。 （5）能根据行业标准完成三维项目的全流程制作，具备参加职业院校技能大赛“数字艺术设计”赛项的基础能力。
	主要内容	本课程以三维设计制作的完整流程为主线，以“理论+实训+创作一体化”为教学理念，以湖南岳阳和西藏藏式文化为特色创作主题。课程共48学时，分为四个模块： **模块一：**三维设计基础与建模入门 了解三维动画技术的行业应用领域（影视特效、游戏美术、建筑可视化、虚拟现实等）、三维动画制作全流程介绍。 软件基础：blender软件的界面布局、视图操作、工程文件管理与基本工具的使用。 基础建模：基本几何体的创建与编辑、多边形对象的层级结构（点/线/面）、坐标变换操作。 多边形编辑基础：挤出、倒角、插入循环边、桥接等基础命令的运用。 文化案例：分析岳阳楼飞檐翘角的建筑结构，用多边形建模技术完成岳阳楼简化模型的制作；分析藏式建筑的几何纹样特征，完成藏式建筑构件的初步建模。 **模块二：**建模进阶与材质贴图 多边形进阶建模：布尔运算、平滑细分（Smooth）、网格平滑（Mesh Smooth）、多边线编辑等高级命令。 复杂模型制作：低模搭建、工业产品的曲面建模、建筑场景的组件化建模。 Rizom UV展开基础：UV的概念、UV编辑器使用、自动UV与手动UV划分、UV重叠与缝合技巧。 材质与贴图：标准材质与blender材质的参数设置、PBR材质工作流程、Substance

		Painter 基础操作、贴图通道的导入与编辑。 **模块三：**灯光渲染与基础动画 灯光系统：灯光类型与参数、三点布光原理与应用、阴影与衰减控制、环境光与 HDRI 贴图。 摄像机与渲染：摄像机类型与参数、cycle 渲染器参数设置、渲染输出规格与后期合成流程。 基础动画：关键帧动画的原理与设置、曲线编辑器的基础操作、路径动画制作、摄像机运镜技巧。 **模块四：**综合实训与课赛融合 场景构建与整合：综合运用建模、材质、灯光、渲染技术，完成完整的室内外场景搭建。 角色绑定与动画（可选拓展）：骨骼系统基础、蒙皮绑定、简单角色动画制作。 AIGC 辅助三维设计：了解 AI 辅助三维生成工具的基本原理与操作方法，学会将 AI 生成图作为建模参考和灵感来源。 竞赛专题：全国职业院校技能大赛“数字艺术设计”赛项的命题分析与备赛策略，大赛涵盖审美设计、三维建模与团队协作等多项核心能力考核。 1+X 证书专题：对接“数字创意建模”职业技能等级证书（初级/中级）的考核内容与实操要求。 作品集与展示：三维作品的渲染序列输出、效果图排版、作品集制作及答辩汇报。 最终考核：完成一套完整的三维设计作品（模型+材质+灯光+渲染+基础动画），提交源文件、渲染成品及设计说明。
	教学要求	**1.课程思政：**引导学生深入感受中华传统建筑文化的魅力，增强文化自信，用三维技术讲好中国故事。强调模型布线规范、场景文件管理、渲染参数调校等职业素养，培养学生精益求精、追求卓越的工匠精神。在“岳阳楼与藏式建筑融合”主题场景构建中，渗透汉藏一家亲、多元文化共生的思想。 结合数字创意产业发展趋势，引导学生关注技术前沿，培养创新意识和创业精神。 强调模型资源的版权规范、商业项目交付的保密意识，树立“尊重原创、诚信从业”的价值观。 **2.师资队伍：**具有动画、数字媒体或相关专业硕士及以上学历，具备 3 年以上三维设计教学经验或行业从业经验，熟练使用 blender、Substance Painter 等主流三维软件及 cycle 渲染器，有职业院校技能大赛或 1+X 证书培训指导经验。 **3.教学设施：**授课使用理实一体化教室，具备 blender、Adobe Photoshop、cycle 渲染器、教学控制软件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。 **6.考核形式：** 本课程采用过程性评价与终结性评价相结合的方式，总成绩由平时作业、模块项目、课堂参与及最终作品四部分构成，充分体现“岗课赛证”融通理念。 过程性评价（占总成绩 60%）：平时作业（占比 20%）+模块项目（占比 30%）+课堂表现（占比 10%）。终结性评价（占总成绩 40%） 以完整的三维设计作品为最终考核依据，作品须符合行业交付标准，鼓励学生将课程作品直接参加全国职业院校技能大赛“数字艺术设计”赛项或“数字创意建模”1+X 证书考核。

6.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	
风景写生	课程目标	**1.素质目标** （1）拓展视野和创新思维，提高艺术修养，激发创作潜能； （2）感知自然美学、地域民俗美学的独特魅力，积累多元视觉素材与文化灵感，培养独特的审美视角与文创创新思维； （3）树立精益求精、求真务实的工匠精神，契合文创行业精细化创作、高品质策划的职业要求。 **2.知识目标** （1）了解写生场地的地域文化、民俗特色、建筑风貌、自然生态等相关文化知识； （2）掌握地域文化元素识别、提炼与解读方法，理解自然景观与人文文化的融合关系； （3）明晰风景写生作品、地域视觉元素与文创产品设计、文旅策划方案、视觉创意输出的结合逻辑，了解文创创意转化的基本思路与创作规范。 **3.能力目标** （1）感知写生地域的特色文化，精准识别地域标志性视觉元素、文化符号与民俗特征，具备筛选、提炼、归纳优质文创创作素材的能力。 （2）能够将写生作品、地域文化元素与文化创意策划专业结合，完成从实景写生、素材积累到文创创意构思、简易策划方案、视觉创意作品的转化，具备基础的文创创新构思与落地策划能力。 （3）具备户外独立研学、自主学习、问题排查解决的能力，能够配合团队完成实地调研、集体创作、方案研讨等任务，同时具备规范整理实训成果、撰写实训报告、展示汇报实践成果的综合能力。
	主要内容	本课程以户外实地写生、地域文化认知、文创素材转化为核心主线，结合文化创意与策划专业特色开展系统性实践教学，具体内容分为四大模块： **模块一**：前往户外实训基地，开展常态化写生训练。涵盖自然山水、田园风光、古建民居、特色街巷、民俗景观等多类型场景写生，针对性训练学生的构图造型、色彩表现、细节刻画能力，每日完成定量写生作品，积累高质量视觉素材，教师全程现场指导、纠错点评。 **模块二**：结合写生场景开展实地文化调研，记录地域特色文化符号、民俗器物、建筑纹样、自然特色元素，走访当地非遗点位、文化展馆、特色村落，收集文字、图片、影像等文创素材，深度解读地域文化内涵，形成文化调研笔记。 **模块三**：依托写生作品与调研素材，结合专业知识开展创意创作，对写生素材进行艺术加工、元素提炼，完成文创草图设计、创意构思方案、小型文旅创意策划初稿；后期统一整理写生作品、调研资料、创意成果，撰写完整实训报告，开展作品展示、成果复盘与互评总结。
	教学要求	**1.课程思政**：本课程深度融入课程思政教育，坚持美育与德育并行。依托各地自然山水、传统建筑、民俗非遗等优质文化资源，引导学生感受中华大好河山之美、传统民俗文化之韵、乡土人文之底蕴，增强学生的文化自信、民族自豪感与文化传承意识。引导学生树立“以文创赋能传统文化、以创意传承地域文化”的专业理念，培养学生的文化责任、创新担当与工匠精神，助力学生树立正确的艺术观、价值观与职业观。 **2.师资队伍**：组建专业结构互补、实践经验丰富的双师型教学团队。核心授课教师具备艺术写生、视觉设计、文化创意策划相关专业背景，配备具备地域文化研究、非遗文化解读能力的专业教师，负责指导学生文化调研与素材提炼；同时配备辅导员，负责户外实习安全管理、日常实训督导。 **3.教学设施**：依托固定户外写生实训基地，基地涵盖自然景观、古建村落、民俗街区等多元实训场景，配套完善的食宿、安全保障设施；同时联动地方文化展馆、非遗体验馆、文创产业园等实践场地，为学生文化调研、创意实践提供实景场景支撑，全方位满足写

		生实训与文化认知的教学需求。 **4.教学资源：**配备风景写生技法教材、色彩构图专业书籍、地域文化图集、传统纹样图鉴、文创设计案例集等专业教学资料。 与校外写生基地、文创企业、文旅机构、非遗工坊建立长期合作关系，共享行业优质实践资源，引入真实文创创作、文旅策划实践案例，贴合行业岗位需求开展实训教学。 **5.教学方法：** (1)案例讲授法：课前通过优秀写生作品、文创转化案例精讲，梳理写生技法、构图色彩、文化元素提炼的核心要点，让学生明确实训标准与创作方向。 (2)现场示范指导法：教师在户外实训现场进行实景写生示范，直观展示创作步骤与技法技巧，针对学生创作过程中的问题进行实时纠错、一对一指导，精准解决学生实操难点。 (3)分组实训法：将学生分为若干实训小组，分组开展写生创作、文化调研、素材收集，通过小组协作、互帮互助完成实训任务，培养学生团队协作能力。 (4)研讨点评法：每日实训结束后开展作品互评、教师点评，梳理当日实训问题，分享优秀创作思路；实训后期开展成果汇报研讨，交流文创转化创意想法，相互学习、共同提升。 (5)项目驱动法：以“实景写生+文化素材提炼+文创创意设计”为小型实训项目，驱动学生自主完成素材收集、作品创作、创意转化、成果汇总全流程，强化学生专业实践与创意应用能力。
课程名称	**课程目标、内容及要求**	
认识实习	**课程目标**	**1.素质目标** （1）拓宽专业视野与创意思维，积累行业实战创意经验，提升文创专业综合素养，充分激发自身策划创新与内容创作潜能。 （2）具备吃苦耐劳、严谨认真的工匠精神。 （3）养成严谨细致、认真负责、精益求精的职业态度，树立适配文创行业发展的工匠精神与职业素养。 **2.知识目标** （1）全面了解文创策划、文旅运营、品牌文创、活动策划、非遗文创开发、新媒体文创传播等相关行业的发展现状、行业特点、市场格局及未来发展趋势。 （2）熟知文创策划师、活动执行、文案策划、文创设计、文旅运营、项目执行等岗位的工作职责、工作内容、任职基本要求与职业发展路径。 （3）了解文创行业相关行业规范、工作标准、职业礼仪及岗位协作逻辑，掌握认知实习调研记录、流程梳理、实习总结与实训报告的撰写规范。 **3.能力目标** （1）能够精准识别文化创意与策划专业对口企业类型、行业业态，清晰区分各核心岗位的工作边界与业务范畴，建立系统、完整的专业行业认知体系。 （2）通过近距离岗位观摩、企业项目考察，能够独立观察、记录文创项目运作全流程，梳理策划、执行、运营、落地等各环节的工作要点与核心逻辑。 （3）能够结合企业讲座、实地调研内容，有效收集行业资讯、岗位信息、项目案例等相关资料，结合专业理论知识对行业项目、工作模式进行基础分析与思考。 （4）能够系统总结实习认知成果，梳理专业知识与岗位工作的衔接点，具备独立撰写认知实习报告的能力。同时能够结合行业岗位需求，自我剖析专业短板，初步制定个人专业学习与职业发展规划。
	主要内容	本认知实习以认企业、认岗位、认流程、懂行业为核心核心任务，明确认知实习目的、实训任务、纪律要求、安全规范与考核标准。全程依托企业实地考察、岗位近距离观摩、行业专家讲座、学生汇报等形式开展，具体教学内容如下： 模块一：组织学生走访本地文创策划公司、文旅运营企业、文化传播机构、非遗文创企业、活动策划公司、新媒体文创工作室等专业对口单位。实地参观企业办公场景、项目

		运作场地、业务展示区域，直观了解企业组织架构、业务板块、运营模式与日常工作场景，建立直观的企业认知。安排学生近距离观摩各对口岗位日常工作。重点观察文创方案撰写、文化 IP 打造、文旅活动策划、项目落地执行、客户对接沟通、文创产品研发运营等核心工作流程，记录各岗位工作步骤、工作标准与岗位协作模式，深度掌握行业实战工作逻辑。 模块二：邀请合作企业创始人、项目负责人、资深策划师等行业专家开展专题讲座。围绕文创行业发展趋势、岗位就业需求、文创项目策划技巧、落地执行难点、行业实战经验等内容进行分享，解答学生专业学习、岗位就业、职业发展相关疑问，补充课堂未覆盖的行业实战知识。 模块三：学生实习期间同步整理观摩记录、讲座笔记、企业调研资料；实习后期通过小组研讨、师生交流的方式，汇总实习认知成果，对比理论知识与行业实操的差异，梳理岗位能力需求与自身短板，最终完成认知实习报告撰写、成果汇总与全面复盘。
	教学要求	**1.课程思政：**本本课程将思政教育融入行业认知全过程，立足文创行业文化传播、文化赋能的行业属性，引导学生深刻认识文化创意产业在文化传承、文旅发展、文化创新中的重要价值，增强文化自信与专业认同感。通过深入企业一线观摩行业从业者精益求精、务实创新的工作状态，培养学生爱岗敬业、踏实肯干、求真务实的职业品格。同时引导学生树立以创意赋能传统文化、以策划助力文化传播的职业初心，培养学生的行业担当、创新精神与社会责任感，树立正确的职业观、就业观与价值观。 **2.师资队伍：**组建专业化、双师型教学带队团队，保障认知实习教学质量。校内指导教师具备文化创意与策划专业教学背景，熟悉专业人才培养体系、行业发展现状与岗位能力要求。企业教师，负责讲解企业业务流程、岗位工作内容与行业实战经验。同时配备专职辅导员，全程负责实习安全管理、纪律督导与日常学情把控，保障实习有序开展。 **4.教学资源：**依托稳定的校外文创企业实习基地，涵盖文创策划、文旅运营、文化活动、非遗文创、新媒体文创等多类型对口企业。企业具备完善的观摩场地、项目展示区域、会议讲座场地，能够满足学生实地考察、岗位观摩、专题讲座的全部实训需求，为学生提供真实的行业实操场景。 **5.教学方法：** （1）专题导学讲授法：实习前期通过课堂专题授课，梳理专业对口行业、岗位、工作流程基础知识点，结合典型行业案例讲解实习重点，帮助学生建立基础行业认知，明确实习观摩方向。 （2）企业实地观摩法：组织学生走进对口文创企业，沉浸式参观企业工作场景、项目运作全过程，近距离观察一线岗位实操工作，直观感受行业工作模式与岗位实操标准。 （3）行业讲座赋能法：邀请企业行业专家开展线下专题讲座，结合实战经验解读行业趋势、岗位技能要求、项目策划流程与工作实操技巧，弥补课堂理论教学与行业实战差距。 （4）访谈调研互动法：引导学生结合实习任务，主动与企业在岗员工、项目负责人沟通交流，针对性咨询岗位工作难点、能力需求、职业发展等问题，深化岗位认知。 （5）任务驱动研讨法：以“岗位认知、流程梳理、行业调研”为核心任务，驱动学生自主观摩、记录、思考；每日开展小组研讨，分享当日认知收获，复盘学习内容，夯实实习成果。
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。

7.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)具备传统图案辨识与形式美分析能力,能识别典型民族传统图案并解读其文化寓意,能运用数字工具在图案上标注对称、节奏、韵律等要素。

		（2）具备图案构成与色彩表现能力，能运用数字技术完成黑白灰、点线面造型，制作单独、适合、二方连续、四方连续纹样，并能提取传统色彩并借助数字工具生成配色方案。 （3）具备主题创意与数字输出能力，能围绕设计主题进行方案策划，完成矢量精修、印刷级文件输出及作品展板制作。
	主要内容	课程主要涵盖民族传统图案的审美功能、形式美法则、造型元素、构成形式、色彩意境及数字化表现等内容，围绕传统图案的临摹、变形、构成设计、色彩搭配及创新应用等方面展开。具体包括民族传统图案的数字化采集、形式美标注和矢量临摹；单独图案、适合图案、二方连续、四方连续纹样的构成库设计及传统色彩搭配；以及从相关设计大赛主题（如纹藏图案、城市文旅图案、十二生肖新图案）出发，完成从概念生成到印刷级成品的完整设计，包含情绪板制作、数字技术辅助生成、矢量精修、印刷参数设置、作品展板排版及设计说明撰写。课程在机房理实一体环境中完成全部项目。
	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机房，每人一台电脑，安装 Adobe Photoshop、Illustrator，联网访问智能 AI 平台（学校提供共享账号或学生自备），配备扫描仪、手绘板（可选）。 **4.教学资源：**搭建课程云盘资源库，包括传统图案高清图库（敦煌、故宫、民族服饰）、PS/AI 操作微视频、AIGC 提示词模板库、优秀学生案例。利用教学平台（学习通/职教云）进行课前预习、课后答疑与作品互评。 **5.教学方法：**项目驱动法、示范演练法、赛教融合、过程性评价。
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发展需求，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，让学生在实际项目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**	
品牌包装设计	**课程目标**	**1.素质目标** （1）培养作风严谨、精益求精的专业素养； （2）培养创新能力，树立品牌意识、营造生态环保设计理念、探究包装设计创新思维、拓宽行业发展全球视野； （3）课程结合项目案例，培养审美能力、造型能力和结构空间表现的能力，能够对本土的文化元素进行合理的分析和再设计，提升文化自信和爱国情怀。 **2.知识目标** （1）能够熟练掌握品牌包装设计的定义、研究对象与范畴； （2）能够熟悉包装设计项目管理、质量管理、市场管理与法规的知识； （3）能够掌握包装设计的基本知识；

		（4）能够掌握包装结构、外装潢的设计与制作基本知识； （5）能够掌握包装设计策划与提案方法和步骤相关知识； （6）能够熟悉包装设计的材料、印刷的相关知识； （7）能够熟悉包装后期制作工艺相关知识； （8）能够熟悉国家、行业关于印刷、包装相关的法律法规等知识。 **3.能力目标** （1）具有品牌包装设计项目进行市场调研和市场分析的能力； （2）具有品牌包装设计项目进行市场定位的能力； （3）具有制定和执行品牌包装设计项目计划的能力； （4）具有品牌包装设计提案的能力； （5）具有品牌包装结构、外装潢设计与制作的能力； （6）具有解决产品包装材料选择、印刷制作、后期制作问题的基本能力。
	主要内容	课程主要包括：品牌包装的基本概念、功能与分类，理解包装设计的要点、设计原则和方法、包装设计的新理念及包装设计与消费心理之间的关系，包装设计师的岗位与要求及相关法律法规、造型结构表现设计内容的各种文字字体、包材的种类与应用、包装印刷的基本知识和要求、包装设计的评价标准。
	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，将弘扬民族文化和民族精神、打造特色文化创意产品有效融入，引导学生树立文化自觉，增强文化自信，培养设计责任感。 **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；企业设计师应具有品牌包装设计的经验。 **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的学习，引导学生了解行业发展情况，熟练掌握包装结构、外装潢设计与制作的能力。 **5.教学方法：**教学采取“案例分析法”“项目驱动式”“示范演练式”等教学方法。在实际案例中切入知识点，易于学生掌握，教学严格遵循课程标准要求，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，得到真实环境的全面综合实践锻炼。
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：**教学主要在多媒体教室完成教学，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	**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，树立文化传承

营销		与创新相统一的职业理念； （2）鼓励学生发挥想象力和创造力，不断推陈出新，适应文化市场快速变化与高质量发展需求； （3）深刻理解文化产业对建设文化强国的重要意义，增强文化使命与社会责任感，坚守行业伦理与职业道德。 **2.知识目标** （1）理解文化市场的独特性，掌握文化产品多样性、消费行为文化驱动因素、文化市场运行规律等核心知识念； （2）系统掌握文化产品营销策略制定方法，熟练运用产品、价格、渠道、促销（4P）等营销组合工具念； （3）熟悉新媒体与数字技术在营销中的应用，掌握数字化时代文化市场营销新路径、新方法、新模式。 **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）具备文化营销计划制定与落地执行能力，能够完成活动策划、品牌建设、危机应对与效果评估； （3）具备数字化营销运营能力，能结合新媒体工具完成文化项目推广与用户转化。
	主要内容	本课程面向文化产业市场营销实战需求，以市场认知 — 策略设计 — 项目落地为主线，培养学生在文化市场环境下进行有效营销的能力。 **模块一：**文化市场营销基础文化产业特征、文化市场环境、文化消费者行为、市场调研方法与数据应用。 **模块二：**文化市场营销策略体系市场细分与定位、4P 营销组合、品牌营销、新媒体营销、数字化推广、危机管理。 **模块三：**文化项目营销实战文创产品、文旅项目、演艺活动、数字文化内容等营销全流程策划、执行、复盘与优化。
	教学要求	**1.课程思政：**以文化强国、文化自信为引领，强化创新精神、实践能力与社会责任感；通过真实项目与竞赛，让学生完整参与营销全流程，提升职业素养与团队协作能力。 **2.师资队伍：**教师须具备市场营销、文化产业管理、传播学等交叉学科背景，熟悉文化市场动态，具备项目实战与指导经验。 **3.教室设施：**使用理实一体化教室，配备虚拟仿真平台、多媒体设备，满足理论授课、案例研讨、实训操作与路演展示需求。 **4.教学资源：**配套教材、行业案例库、数字化教学平台、线上资源库等多元资源，支持翻转课堂、混合式学习与远程协作。 **5.教学方法：**采用项目驱动教学法，以“文化产品设计与推广”为主线，结合讲授、案例分析、翻转课堂、竞赛演练等方式。 **6.考核形式：** 过程考核（60%）：市场调研报告、营销方案、课堂表现、小组项目、竞赛参与。终结考核（40%）：综合营销策划案、项目路演答辩或理论与实务综合测试。

附件 2：三年制专科文化创意与策划专业核心课程标准

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	2026 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**	48
编制团队	王伉伉、陶绍平（企）	**审核人**	游宇、邓帷（企）
制（修）订时间	2026 年 5 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。

表一 课程能力图谱

课程名称	难度划分	典型工作项目	核心工作任务	标准工作流程	核心职业能力	可考核技能点	支撑知识点	对应教学模块与学时	考核评价方式	对应企业标准/大赛证书要求
创意文案写作实务	初级	品牌基础短文案创作	撰写广告语、Slogan、海报标题、产品卖点短句	需求分析→核心卖点提炼→句式创意→语言打磨→校对审核	文字表达能力、信息提炼能力、文案规范能力	能撰写规范广告语与短文案；能准确提炼产品核心卖点	文案基础规范、广告文案原理、卖点提炼方法、短文案句式结构、语言简洁原则	模块 1：文案基础与短文案创作（8 学时）	1. 40 分钟内完成 8 条符合品牌调性的广告语，合格≥6 条 2. 卖点提炼准确率≥90% 3. 无错别字、无语法错误，合规率 100%	企业新媒体文案入职标准；全媒体运营师（初级）；广告公司基础文案规范
		宣传物料文案创作	海报文案、展架文案、宣传单页、易拉宝文案撰写	信息梳理→层级划分→文案精简→视觉适配→排版匹配	信息整合能力、简洁表达能力、视觉适配能力	适配能完成宣传物料全套文案；能做到信息清晰、语言精简	宣传物料文案格式、信息优先级、视觉文案逻辑、版式文案配合原则	模块 2：宣传物料文案写作（6 学时）	1. 30 分钟内完成 1 套完整宣传物料文案 2. 信息完整度≥95% 3. 语言精简度、可读性得分≥85 分	广告公司物料文案标准；文创策划岗位基础能力要求
	中级	新媒体	公众号推文、品牌软文、	选题确定→框架搭建	逻辑构建能力、故事表	能独立完成新媒体长	新媒体文案结构、爆款	模块 3：新媒体长文案	1. 90 分钟内完成 1 篇	新媒体运营岗位标准；

		推文文案创作	活动推文、产品推广文写作	→内容撰写→故事化表达→润色优化	达能力、共情传播能力	文案；能搭建叙事结构、增强传播力	文案逻辑、故事化写作、标题技巧、段落节奏、用户心理	写作（10学时）	800－1000字完整推文 2.结构完整度≥95% 3.语句通顺、逻辑得分≥85分 4.阅读吸引力测评达标率≥80%	全媒体运营师（中级）；企业公众号运营规范
		短视频脚本文案创作	60秒短视频口播文案、分镜脚本、字幕、旁白创作	脚本框架→镜头设计→台词撰写→节奏控制→场景适配	视听文案创作、节奏设计、场景化表达、脚本规范能力	能完成短视频脚本；能做到镜头与台词匹配、节奏流畅	短视频脚本格式、口播文案技巧、节奏控制、分镜逻辑、视听传播原理	模块4：短视频文案与脚本创作（8学时）	1.60分钟内完成1条60秒短视频完整脚本 2.镜头—台词匹配度≥90% 3.节奏流畅度、传播力得分≥85分	短视频MCN机构创作规范；新媒体内容创作大赛；全媒体运营师
	高级	品牌整合文案全案创作	品牌系列文案、活动全案文案、传播话术、品牌故事体系	品牌定位→风格统一→多场景创作→整体审核→调性校准	品牌思维、整合策划能力、文案体系构建、风格把控能力	能完成品牌整合文案全案；能保持风格统一、传播力强	品牌调性、整合传播逻辑、文案体系构建、品牌故事原理、整合策划方法	模块5：品牌整合文案策划（12学时）	1.120分钟内完成1套品牌系列整合文案 2.风格统一度≥95% 3.创意得分、传	品牌策划师岗位标准；大广赛；挑战杯；文创策划大赛要求

									播力得分≥90分	
		文化创意类文案创作	文旅解说词、非遗故事、文创产品文案、地域文化推广文	文化挖掘→元素提炼→故事转化→年轻化表达→传播优化	文化转化能力、创意表达能力、文化传播能力	能完成文化类文案创作；能保证文化准确、富有感染力	地域文化提炼、文创文案原理、文化IP转化、故事化传播、文化审美	模块6：文化创意类文案写作（8学时）	1.90分钟内完成1篇完整文创解说词 2.文化信息准确性100% 3.创意性、感染力得分≥85分	文旅企业文案标准；文创产品策划师；非遗活化项目文案要求

四、课程结构与内容

（一）课程教学内容与设计

表二 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	4
	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	4
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	4
	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	4
	项目6：新媒体平台	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	为同一产品撰写三平台文案，说明适配逻辑	4

	适配实战	分镜设计（15 秒黄金结构）		
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：48 学时 （其中实践教学学时比例为 50%）			理论学时	24
			实践学时	24

（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	2	2	工作坊制	课堂教学
3	项目 3：创意生成方法论训练	2	2	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	2	2	竞技擂台+AB 测试	课堂教学
5	项目 5：故事化文案写作实训	2	2	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：48 课时，其中理论 24 课时，实践课时 24 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	2026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	闵子怡、刘毅康（企）	**审核人**	游宇、邓帷（企）
制（修）订时间	2026年5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，《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。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。

三、课程教学目标

（一）总体目标

《图形语言》课程教学的总体目标，《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

1.素质目标

(1)文化自信与创新意识：深入理解中华优秀传统文化的图形符号体系，能够将传统图形元素创造性转化为现代设计语言，增强文化自信与民族认同感。

(2)审美修养与专业规范：培养敏锐的图形审美能力和形式美感，养成严谨的设计规范习惯（矢量图层管理、色彩模式选择、文件格式规范等），追求精益求精的专业态度。

(3)创造性思维与表达：激发图形创意思维潜能，敢于突破常规图形范式，形成独特的设计语言与视觉风格，具备独立完成图形创意设计的能力。

(4)团队协作与沟通能力：在项目实践中学会与客户、团队成员有效沟通，能够清晰阐述图形设计理念，具备提案展示与设计说明表达能力。

(5)法律意识与职业道德：树立正确的设计价值观，尊重原创与知识产权，了解图形设计领域的版权法规与商业规范，拒绝抄袭与盗版行为。

2.知识目标

(1)理解图形语言的基本概念、发展历程、核心特征及在视觉传达设计中的重要作用，认识到图形语言在信息传递方面的独特优势。

(2)掌握图形设计的基本造型规律，包括点、线、面的构成原理，正负形、同构、异影、置换等图形创意表现手法。

(3)理解图形语言的视觉修辞手法，包括比喻、象征、夸张、拟人等，能够运用恰当的视觉修辞手法进行图形创意表达。

(4)掌握 Adobe Illustrator 和 Photoshop 在图形设计中的核心应用，包括矢量图形绘制、图像处理、图形合成等技能；了解 CorelDRAW 的基本界面与主要功能（约 2 课时）。

(5)掌握数位板（手绘板）的基本使用技巧，能够运用板绘进行图形草图绘制与创意表达。

(6)了解图形设计在不同媒介中的应用规范，包括平面广告、文创产品、数字媒体等领域的图形设计原则。

(7)了解图形设计行业的商业运作模式、版权保护机制及 AIGC 辅助图形创作的基础知识。

3.能力目标

(1)图形提炼能力：能够从自然形态、人文符号中提取核心视觉元素，进行概括、简化与重构，形成具有视觉冲击力的图形语言。

(2)软件操作能力：能熟练运用 Adobe Illustrator 和 Photoshop 进行矢量图形绘制、图形编辑、图像合成与排版设计；能运用数位板进行数字手绘草图与图形绘制；了解 CorelDRAW 的基本操作。

(3)图形创意能力：能够运用同构、置换、异影、矛盾空间等图形创意手法，完成具有创意思维的图形设计作品。

(4)图形应用能力：能够将图形语言准确应用于平面广告、文创产品、品牌形象等不同设计场景，做到形式与内容的统一。

(5)系列化创作能力：能够围绕一个文化主题或创意概念，完成系列化图形设计作品的构思、绘制与输出。

(6)竞赛与证书能力：能够根据国家级设计竞赛命题要求完成图形创意作品，具备参加“1+X 界面设计”等职业技能等级证书考核的基础能力。

表一　课程能力图谱

课程名称	难度划分	典型工作项目	核心工作任务	标准工作流程	核心职业能力	可考核技能点	支撑知识点	对应教学模块与学时	考核评价方式	对应企业标准/大赛证书要求
图形语言	初级	传统文化图形元素提取与重构	任务 1：分析并临摹传统纹样	1.调研收集文化素材 2.解构纹样构成 3.手绘/板绘临摹	图形提炼与手绘表现能力	能在 20 分钟内，使用手绘或数位板完成一个给定传统纹样（如藏式吉祥结）的线稿临摹，结构准确率 90%以上。	1.图形定义与分类 2.点、线、面的视觉特征 3.AI/PS 基础操作 4.数位板基础设置与使用	模块一：项目 1-4(16 学时)	课堂练习评分（纹样临摹的准确性、线条流畅度）	1+X 界面设计证书（初级）：考核点：设计素材的收集与处理能力。
		传统	任务 2：从文化	1.确定文化主	图形概括与符	能在 40 分钟内，	1.文化符号的	模块一：项目 4(4	课后作业评分	广告设计师（国

		文化图形元素提取与重构	符号中提取核心元素	题(如岳阳楼) 2.拍摄/收集高清图片 3.分析特征(飞檐轮廓) 4.概括、简化、重构为线稿	号化能力	运用“四步法”对一个指定文化符号(如岳阳楼)完成从照片到简化矢量线稿的转化，要求保留最具辨识度的特征。	提取与简化方法 2.图形的形式美法则(对称、均衡) 3.AI 钢笔工具、形状生成器	学时)	(元素提炼的准确度、线稿的规范性)	家职业标准)：考核点：具备图形图像处理能力。
	中级	品牌IP图形创意设计与表达	任务 3：运用同构/正负形手法进行图形创意	1.确定创意主题 2.头脑风暴联想元素 3.草图绘制(多方案) 4.筛选并深化最佳方案	图形创意与发散思维能力	能在 40 分钟内，围绕“联通文创-通通”主题，产出 3 个不同方向的创意草图(如拟人、同构)，并在课后完善提交 1 个完整方案。	1.同构、正负形、异影等创意手法 2.比喻、拟人等视觉修辞 3.草图快速表达能力	模块二：项目 5-10(24 学时)	课堂练习评分(草图方案的创意性、数量)、模块项目评分(创意构思、图形表现)	NCDA/蓝桥杯设计大赛：考核点：创意构思的独特性与表现力。
		品牌IP图形创意设计与表达	任务 4：使用 AI/PS 将草图数字化	1.扫描/拍摄草图 2.在 AI 中绘制矢量主图形 3.在 PS 中添加特效与质感 4.制作	数字软件综合应用能力	能在 2 小时内，根据自选的草图方案，独立使用 AI 完成矢量图形绘制，并使用 PS 完成一张	1.AI 路径查找器、混合工具 2.PS 图层样式、蒙版、滤镜 3.样机素材的使用方法	模块三/四：项目 11,15(8 学时)	模块项目评分(软件应用熟练度、视觉效果)	1+X 界面设计证书(中级)：考核点：图标设计与界面视觉元素制作能力。

				样机效果图		产品样机效果图，图层命名规范，文件归档有序。				
	高级	商业命题图形设计全案创作	任务5：解读命题与创意构思	1.深度解析命题策略单 2.市场/文化调研 3.思维导图与头脑风暴 4.确定设计方向与关键词 5.产出多方案创意草图	商业命题分析与创意策划能力	能在2小时内，针对一个大广赛命题（如泡泡玛特），独立完成思维导图（不少于30个关键词）及3个不同方向的草图方案（每个方案需标注构图、色彩、设计说明）。	1.大广赛等竞赛命题拆解方法 2.SCAMPER、思维导图等创意方法 3.元素简化与色彩提取方法	模块四：项目13-14(8学时)	课堂练习评分（思维导图的完整度、草图方案的多样性与可行性）	大广赛/中国好创意大赛： 考核点：对命题策略单的精准解读与创意切入点的独特性。
		商业命题图形设计全案创作	任务6：方案深化与最终输出	1.根据反馈筛选并确定最终方案 2.使用AI/PS进行数字化制作 3.系列化图形延展与应用效果图制作	综合项目执行与全案呈现能力	能在1周内，根据教师反馈意见，独立完成一套完整的图形语言设计作品（含创意草图、AI/PS源文件、不少于3	1.图形在文创/品牌中的系列化应用 2.样机效果图高级技巧 3.作品集排版原则（对齐、对比、亲密性、留	模块四：项目15-16(8学时)	终结性评价（最终作品评分：设计说明20%，源文件及效果图50%，过程记录30%）、课堂汇报表现	广告设计师（高级）： 考核点：独立完成广告创意全案的能力。

				4.作品集排版与答辩汇报		张系列化效果图），并制作成作品集PDF进行5分钟汇报答辩。	白） 4.答辩PPT制作与演讲技巧			

四、课程结构与内容

（一）课程教学内容与设计

表二　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：图形语言认知与基础理论	项目1：图形语言概论+图形的基本特征	1.图形的定义与分类（具象图形、抽象图形、符号图形等） 2.图形语言的发展历程（从原始岩画到现代数字图形） 3.图形与文字、图像的区别与联系 4.图形在信息传达中的独特优势（直观性、跨文化性、情感性）	1.学生能够区分图形、图像、文字的不同功能 2.能够举例说明生活中不同类型的图形应用 3.课堂讨论：分析3-5个经典图形案例（如公共标识、品牌标志、传统纹样）	4
	项目2：图形的造型基础——点、线、面	1.点的视觉特征（聚焦、活跃、张力）与情感表达 2.线的视觉特征（方向、速度、情绪：直线刚毅、曲线柔美、折线紧张） 3.面的视觉特征（稳定、充实、轮廓感） 4.点、线、面的构成关系与画面节奏	1.能够分析一幅图形作品中点线面的运用 2.能够用手绘或数位板完成“喜悦”“宁静”“力量”三种情绪的点线面构成表达	4
	项目3：图形的形式美法则	1.对称与均衡（绝对对称、相对均衡） 2.对比与统一（大小、黑白、疏密、动静对比） 3.节奏与韵律（重复、渐变、交替） 4.比例与尺度（黄金分割、斐波那契数列）	1.能够识别并分析经典图形作品中的形式美法则 2.课堂练习：对给定的简单图形进行形式美改造（如调整为对称或均衡构图）	4
	项目4：文化符号的提取与简化方法	1.文化符号的来源：自然形态、人文建筑、传统纹样、宗教符号等 2.提取核心元素的“四步法”：调研→解构→简化→重构	1.能够运用四步法对一个文化符号进行简化（手绘） 2.课堂练习：选择一个岳阳或西藏文化符号，完成从原始照片到简化线稿的过程	4

序号	名称	主要内容	教学要求	参考课时
		3.简化的原则：保留最具辨识度的特征，去除冗余细节 4.案例演示：以岳阳楼飞檐、藏式吉祥结为例进行现场简化		
模块二：图形创意表现技法	项目5：图形创意核心手法（一）——同构	1.同构的概念：将两个或以上不同形态的元素组合成一个新图形 2.异形同构：外形相似的不同物体替换组合 3.置换同构：保持基本结构，将其中一部分替换为其他元素 4.同构的表现力：产生新奇、幽默、深刻的视觉联想	1.能够区分异形同构和置换同构 2.课堂练习：以“岳阳楼”与“经幡”为元素，设计一个同构图形（草图）	4
	项目6：图形创意核心手法（二）——正负形	1.正负形原理：图与底的相互依存与转换 2. 经典案例分析：鲁宾杯、埃舍尔作品、福田繁雄海报 3.正负形的设计要点：边缘线共用、黑白均衡、视觉双关 4.正负形在标志设计中的应用	1.能够识别并赏析优秀的正负形设计 2.课堂练习：为“洞庭湖”或“牦牛”设计一个正负形标志（草图）	4
	项目7：图形创意核心手法（三）——异影与矛盾空间	1.异影图形：影子不是物体的真实投影，而是传达特定含义的创意影子 2.异影的应用：表现内心、隐喻关系、制造幽默 3.矛盾空间：利用透视错觉创造现实中不可能存在的空间结构 4.埃舍尔风格解析	1.能够理解异影图形的语义表达 2.课堂练习：为“牦牛”或“岳阳楼”设计一个异影图形（草图） 3.尝试绘制一个简单的矛盾空间图形(如彭罗斯三角的平面表现)	4
	项目8：图形创意综合训练	1.综合运用同构、正负形、异影等手法 2.创意草图快速表达技巧（不追求精细，重在想法） 3.多方案比较与筛选方法 4.主题创作：“岳阳-西藏”文化融合图形	1.能够围绕一个主题快速产出多个不同手法的创意草图 2.课堂练习：在40分钟内完成3个不同手法的草图方案（手绘） 3.同学互评与教师点评 4.课后作业：完善3个草图方案，提交(可扫描或拍照)	4
模块三：图形语言的视觉修	项目9：图形视觉修辞(一)——比喻与象	1.比喻：将抽象概念通过具体形象进行类比(如“治愈”比喻为“阳光”“雨露”) 2.比喻的类型：明喻、暗喻、借喻在图形中的表现 3.象征：用约定俗成的符号	1.能够区分比喻性图形与象征性图形 2.课堂练习：以“治愈”为主题，设计一个比喻性图形草图 3.命题结合：云南白药口腔	4

序号	名称	主要内容	教学要求	参考课时
辞与应用		代表某种含义(如鸽子象征和平、红色象征热情) 4.比喻与象征的区别与联系	健康命题热身	
	项目 10：图形视觉修辞（二）——夸张与拟人	1.夸张：放大或缩小事物的某一特征以强化表达(局部放大、数量夸张、比例夸张) 2.夸张的作用：增强视觉冲击力、突出核心信息 3.拟人：将非人事物赋予人的表情、动作、性格 4.拟人化在 IP 形象设计中的应用	1.能够运用夸张手法强化图形表现力 2.课堂练习：为泡泡玛特 IP（如 MOLLY）设计拟人化场景或表情包草图 3.命题结合：泡泡玛特、中国联通命题热身 4.课后作业：为联通文创设计 1 个拟人化“通通”形象草图	4
	项目 11：图形在文创设计中的应用	1.文创产品的主要类型：文具、服饰、家居、数字周边等 2.图形到文创产品的转化方法：图案适配、材质考虑、系列化设计 3.图形在不同载体上的应用规范(比例、位置、色彩) 4.案例赏析：优秀文创产品中的图形设计	1.能够根据一个图形衍生出多款文创产品方案 2.课堂头脑风暴：将自创的“岳阳-西藏”图形应用到 3 种不同文创载体上 3.讨论：哪些载体最适合你的图形？为什么？ 4.课后作业：完成文创产品效果图草图（可标注材质、色彩）	4
	项目 12：图形在品牌设计中的应用+CorelDRAW 补充了解	1.品牌标志中的图形设计原则（独特性、可记忆性、适用性） 2.辅助图形与品牌视觉系统的关系 3.CorelDRAW 软件简介（约 1 课时）：界面概览、与 AI 的异同、文件互导方法、CDR 特色工具（轮廓图、调和工具）演示 注：不要求掌握 CDR，仅拓展认知	1.能够为虚拟品牌设计一个标志草图 2.了解另一款主流矢量软件的存在及其基本用途 3.课堂练习：为“援藏青稞饼”品牌设计一个标志草图 4.课后作业：完善标志草图，并简要说明设计理念（100 字）	4
模块三：综合实训与课赛融合	项目 13：大广赛命题深度拆解（一）	1.大广赛简介与参赛要求（平面类提交标准） 2.命题拆解：泡泡玛特（MOLLY20 周年）——IP 性格、情感共鸣、20 年叙事 3.命题拆解：娃哈哈（AD 钙奶 30 周年）——“酸酸甜甜”的口味与“可可爱爱”的调性、怀旧与年轻化 4.头脑风暴方法：思维导图法(中心词发散→关键词联想→创意组合) 5.头脑风暴方法：SCAMPER	1.能够读懂命题策略单，提取核心关键词 2.分组讨论：每组选择一个命题(泡泡玛特或娃哈哈)，完成思维导图（至少 30 个关键词） 3.课后作业：提交思维导图电子版(可手绘拍照或软件制作)	4

序号	名称	主要内容	教学要求	参考课时
		法（替代、组合、适应、修改、另用、消除、反向）		
	项目 14：大广赛命题深度拆解（二）	1.命题拆解：中国联通（联通文创）——“古纹新结”、中国结符号转化、吉祥物“通通” 2.命题拆解：纳爱斯（养龈健齿牙膏）——“根源修护力，笑容超元气”、功效数据可视化 3.命题拆解：云南白药口腔健康（光钻白 PRO）——“护口有方，钻白闪耀”、治愈力表达 4.元素简化与色彩提取方法（从文化/产品中提取主色、辅助色、点缀色） 5.多方案草图绘制要点（构图、比例、色彩标注）	1.能够从命题中提炼 3-5 个核心视觉元素 2.为选定的命题确定主色调（2-4 色） 3. 课堂练习：针对选定命题，完成 3 个不同方向的草图方案（每个方案含主图形、构图示意、色彩标注、一句话说明） 4.课后作业：完善 3 个草图方案，拍照上传	4
	项目 15：方案深化与数字化辅助	1.细节补充 2.如何用 AI/PS 辅助实现草图的数字化（学生课后自主完成，教师提供思路指导） 3.样机效果图制作思路（样机选择、智能对象替换、光影调整） 4.课堂重点：教师一对一或分组点评草图，给出修改建议	1.能够根据教师反馈修改草图，确定最终方案 2.了解数字化制作的要点和常见问题 3.课堂活动：每人展示 3 个草图，教师点评并选出最优方案 4.课后作业：将最优草图用 AI/PS 数字化，并制作至少 1 张效果图	4
	项目 16：作品集排版与最终汇报	1.作品集的基本结构：封面、目录、内页（作品+设计说明）、封底 2.排版原则：对齐、对比、重复、亲密性；留白与视觉节奏 3.答辩 PPT 制作要点：选题背景→创意过程→草图展示→最终效果→设计说明 4.演讲技巧：时间控制、重点突出、回答提问	1.能够将自己的大广赛方案完整呈现在作品集和 PPT 中 2.课堂汇报：每组/每人 5 分钟展示+2 分钟问答 3.教师综合点评，总结课程收获 4.最终提交：大广赛参赛作品（源文件+JPG）+作品集 PDF+设计说明	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

本课程将思想政治教育贯穿教学全过程，具体融入点如下：

1.文化自信教育：在岳阳建筑纹样图形提炼、藏式八宝图案再设计等项目中，引导学生感受中华传统图形文化的魅力，增强文化自信，用现代图形语言讲好中国故事。

2.工匠精神教育：强调图形绘制的精准性、图形比例的协调性、色彩搭配的严谨性等职业素养，培养学生精益求精、追求卓越的专业态度。

3.民族团结教育：在“岳阳-西藏文化融合”主题图形创意中，渗透汉藏一家亲、多元文化共生的思想，促进民族团结进步教育。

4.创新驱动教育：结合图形创意设计的前沿趋势，引导学生关注图形语言在数字媒体时代的创新应用，培养创新意识和创业精神。

5.知识产权教育：讲解图形设计领域的版权保护常识，强调原创设计的重要性，树立“尊重原创、诚信设计”的价值观。

五、课程教学实施与保障

（一）组织实施建议

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，具有视觉传达设计、广告设计或相关专业硕士及以上学历，具备 3 年以上图形设计教学经验或行业从业经验，熟练使用 CorelDRAW、Illustrator、Photoshop 等设计软件及数位板手绘工具，有设计竞赛指导经验或 1+X 证书培训经验者优先。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。并邀请广告公司设计师、品牌设计师或自由插画师进行线上或线下分享，每学期 1-2 次。

（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

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.教学方法与手段

（1）教学方法

1.任务驱动法：每 4 课时围绕一个具体图形设计任务展开（如“运用正负形手法设计一枚文化徽章”），将知识点融入任务中。

2.示范教学法：教师在投影或数位屏上实时演示 AI/PS 操作流程和数位板绘图技巧，学生同步练习，直观掌握技法。

3.项目化教学：以“岳阳-西藏文化融合图形设计”“NCDA 大赛图形类命题创作”等为综合项目，贯穿模块三、模块四。

4.案例分析法：分析国赛获奖作品和商业案例的图形创意手法与设计逻辑。

5.分组协作法：复杂项目（如系列化图形设计）以 2-3 人小组形式完成，培养团队合作与创意碰撞能力。

6.翻转课堂：将 AI/PS 基础命令操作、数位板驱动安装与基础设置等录制成微视频，学生课前预习，课中针对性辅导。

7.以赛促学法：课程最终作品直接对接 NCDA、蓝桥杯等国家级设计竞赛，激发学生参赛热情，实现“学-练-赛-证”一体化。

（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	教材	自编活页式教材或选用职业教育国家规划教材，如《图形创意设计》《Illustrator 图形设计基础与实战》《数码板绘插画综合技法》等
2	数字资源	课程云盘：提供课件、AI/PS 操作微课视频、数位板使用教程、图形创意案例库、国赛获奖作品集
3	在线题库	图形创意知识点自测、软件操作小测试
	慕课平台	推荐中国大学 MOOC、智慧树网等平台的图形设计相关在线课程
5	案例库	收录岳阳楼建筑纹样、藏式八宝吉祥图案、民间剪纸、年画等传统文化图形素材，收录历届 NCDA、蓝桥杯、中国好创意大赛图形类获奖作品，收录企业真实项目案例
6	竞赛与证书资源	NCDA 未来设计师·全国高校数字艺术设计大赛命题与参赛指南。蓝桥杯视觉艺术设计赛命题与参赛指南。中国好创意暨全国数字艺术设计大赛命题与参赛指南。“界面设计”职业技能等级证书考核标准与模拟题。“数字创意建模”职业技能等级证书考核标准与模拟题。

六、课程考核标准与评价

本课程采用过程性评价与终结性评价相结合的方式，总成绩由平时作业、模块项目、课堂参与及最终作品四部分构成，充分体现“课赛证”融通理念。

(1)过程性评价（占总成绩 60%） 涵盖三个方面：一是平时作业（占比 20%），主要考核每次课堂练习与课后作业的完成度及规范性，包括 AI/PS 文件管理、图形绘制精度、图层命名规范等职业习惯的养成；二是模块项目（占比 30%），即四个模块各完成一次阶段性图形设计项目（如传统纹样临摹、同构图形创作、文化主题图形应用、系列化图形设计等），从创意构思、图形表现、软件应用、文化契合度四个维度进行评分；三是课堂表现（占比 10%），包含出勤情况、课堂互动积极性、小组协作贡献度以及图

形创意草图分享环节的参与质量。

(2)终结性评价（占总成绩 40%） 以完整的设计作品为最终考核依据。学生需提交一套完整的图形语言设计作品（含创意草图、AI/PS 源文件、矢量图形、应用效果图），评分标准为：设计说明与创作思路（20%）、作品源文件及效果图（50%）、过程草图及创作过程记录（30%）。作品须符合竞赛提交标准，鼓励学生将课程作品直接参加 NCDA 未来设计师·全国高校数字艺术设计大赛、蓝桥杯视觉艺术设计赛、中国好创意大赛等国家级设计竞赛。

(3)课赛证融通说明：本课程内容对标 NCDA 未来设计师大赛、蓝桥杯视觉艺术设计赛等国家级赛事的图形类命题要求，实现“课”与“赛”的有机衔接；同时对接“界面设计”职业技能等级证书（初级/中级）的考核标准，课程知识点与 1+X 证书考核内容紧密关联，学生在完成课程学习后可自愿参加证书考核，获取职业技能等级证书，提升就业竞争力。

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）	主题符合	满分 20 分，采用扣分形式进行	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 10 分，采用扣分形式进行	考核学生对作品制作的精美程度，分别给予 5-10 分的加分。	
	创意创新	满分 20 分，采用扣分形式进行	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，采用扣分形式进行	考核学生作品的构图饱满情况，分别给予 5-10 分的加分。	
	整体感和视觉效果强烈	满分 30 分，采用扣分形式进行	考核学生作品的视觉效果和整体感情况，分别给予 5-30 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	授课学时		教学形式	教学手段
		理论	实训		
1	项目 1：图形语言概论 + 图形的基本特征	2	2	讲练结合	课堂教学
2	项目 2：图形的造型基础——点、线、面	2	2	讲练结合	课堂教学
3	项目 3：图形的形式美法则	2	2	讲练结合	课堂教学
4	项目 4：文化符号的提取与简化方法	2	2	讲练结合	课堂教学
5	项目 5：图形创意核心手法（一）——同构	2	2	讲练结合	课堂教学
6	项目 6：图形创意核心手法（二）——正负形	2	2	讲练结合	课堂教学
7	项目 7：图形创意核心手法（三）——异影与矛盾空间	2	2	讲练结合	课堂教学
8	项目 8：图形创意综合训练	2	2	讲练结合	课堂教学
9	项目 9：图形视觉修辞（一）——比喻与象征	2	2	讲练结合	课堂教学
10	图形视觉修辞（二）——夸张与拟人	2	2	讲练结合	课堂教学
11	图形在文创设计中的应用	2	2	讲练结合	课堂教学
12	图形在品牌设计中的应用 + CorelDRAW 补充了解	2	2	讲练结合	课堂教学
13	大广赛命题深度拆解（一）	2	2	讲练结合	课堂教学
14	大广赛命题深度拆解（二）	2	2	讲练结合	课堂教学
15	方案深化与数字化辅助	2	4	讲练结合	课堂教学
16	作品集排版与最终汇报	2	4	讲练结合	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					

《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	2026 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**	64
编制团队	方淑婷、唐慧琼（企）	**审核人**	游宇、邓帷（企）
制（修）订时间	2026 年 5 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 孵化的关键要点。	**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。	20
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≥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学生提升职业素养，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，培养批判性思维和创新能力。

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	8	8	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：64 课时，其中理论 32 课时，实践课时 32 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**	2504512
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	2026 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	毕业设计、岗位实习等	**学时建议**	64
编制团队	李佳威、熊咏竹（企）	**审核人**	游宇、邓帷（企）
制（修）订时间	2026 年 5 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的画面造型能力、电脑图形设计能力和摄影摄像能力，对数字媒介的设计要素有了一定的认知。本课程通过培养学生的视听语言运用能力、蒙太奇思维及视频内容策划能力，帮助学生建立短视频策划与制作的创新思维理念，掌握运用不同画面造型语言、镜头形式、蒙太奇手法和转场技巧呈现短视频剧本故事的方法，进一步拓展学生的职业选择面，夯实职业生涯基础。

表 1　课程关系表

先修课程		**后修课程**	
课程	**关系**	**课程**	**关系**
《创意文案写作实务》《网络传播与策划》	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。	《文化活动策划综合实训》《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

通过短视频策划与制作课内实训，使学生学生能够掌握短视频策划、拍摄、剪辑、特效制作、字幕制作、颜色校正、音频编辑等视频制作技能，具备使用 Photoshop、Premiere、剪映等软件进行视频创作的能力，帮助学生打破传统的平面设计思维，建立视频制作的三维空间思维方式，使学生充分掌握短视频策划与制作理论知识、制作法则和创作流程。让学生在项目式教学中实现自我体验、自我思考和自我升华，具备针对用户需求进行各种体裁品牌宣传视频包装设计的能力，达到艺术设计专业职业岗位（群）及岗位能力的要求。

（二）具体目标

1.素质目标

（1）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；

（2）在短视频内容策划与构思的过程中培养学生的对短视频的视觉认知、艺术修养、创新思维能力、艺术鉴赏力、自主探究意识及团队合作精神；

（3）以短视频剧本内容策划中的社会主义核心价值观为基础，树立学生的责任担当、民族自豪感和文化自信；

（4）养成科学规范的短视频工作习惯、具备良好的影像审美力；

（5）培养对影视作品的鉴赏、解读及创作能力；

（6）培养学生的文学素养、艺术修养和视频技术，提升大学生文化自信和爱国情怀；

（7）培养分析问题及运用所学知识及技能解决问题的能力。

2.知识目标

（1）了解短视频概述、光学成像、摄影成像、视觉残留、摄像机制式等视频基础知识；

（2）掌握视听语言、蒙太奇原理、镜头组接技巧等视频画面基础知识；

（3）熟悉短视频编导基础工作，知晓摄影机、单反、智能手机录制视频的参数设置；

（4）熟知短视频策划与制作相关法律法规和职业道德；

（5）熟悉视频剪辑师相关职业要求；

（6）掌握视频镜头的分类和特点；

（7）掌握视频构图与用光的主要方法；

（8）掌握短视频的制作流程；

（9）熟练使用 Premiere 编辑和制作短视频。

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。

表一　课程能力图谱

课程名称	难度划分	典型工作项目	核心工作任务	标准工作流程	核心职业能力	可考核技能点	支撑知识点	对应教学模块与学时	考核评价方式	对应企业标准/大赛证书要求
短	初	认	1.分析	观看案	1.能识	1.能分	1.短视	模块一	1.10 分	1+X 数字

视频策划与制作	级	识短视频	短视频视听语言构成 2.区分不同类型短视频的蒙太奇手法 3.制定短视频制作流程表	例→拆解视听元素→分类蒙太奇手法→梳理制作流程	别短视频中的基本视听元素 2.能区分不同类型的蒙太奇手法 3.能根据项目需求完成团队角色分工	辨不同短视频的景别、构图及蒙太奇手法 3.能根据拍摄需求完成团队分工	频概念与发展趋势 2.画面造型语言与有声语言 3.蒙太奇手法的分类与作用 4.短视频制作全流程	（10学时）	钟内完成视听分析，识别≥5种景别，准确率≥80% 2.15分钟内完成团队分工表，完整度≥90%	影像处理职业技能等级证书
		主旋律短视频创作	1.运用AI工具挖掘主旋律选题关键词 2.撰写主旋律短视频策划方案 3.设计符合主旋律基调的分镜头脚本 4.运用剪辑技巧强化主旋律情绪表达	接收任务→AI关键词挖掘→确定选题立意→撰写策划方案→设计分镜头→拍摄素材→剪辑成片	1.能运用AI工具辅助选题分析与关键词优化 2.能独立完成主旋律短视频内容策划 3.能完成分镜头脚本写作与拍摄执行	1.能运用AI工具挖掘主旋律选题关键词 2.能独立完成符合主旋律基调的分镜头脚本 3.能运用剪辑技巧强化主旋律情绪表达	1.主旋律短视频分类与特点 2.AI辅助选题分析与关键词挖掘 3.内容策划规律与重点 4.分镜头脚本写作规范 5.拍摄方法与技巧	模块二（10学时）	1.30分钟内完成策划方案，完整性≥85% 2.40分钟内完成8-12镜分镜脚本，完整度≥90% 3.60分钟内完成30-45秒成片，转场≥3处	1.全国大学生网络文化节 2.全国职业院校技能大赛新闻传播赛道
	中级	传统文化短	1.设计传统文化视觉呈现方	确定文化主题→AI生成脚本框架→	1.能完成传统文化短视频内	1.能设计传统文化视觉呈现	1.传统文化短视频分类与特点	模块三（10学时）	1.10分钟内AI生成≥10个关键词并	1.全国大学生网络文化节

		视频创作	案 2.捕捉传统文化细节镜头 3.运用色调强化传统文化氛围	优化画面描述→设计分镜风格→拍摄细节镜头→调色强化氛围	容策划 2.能运用调色技巧体现传统风格	方案 2.能捕捉传统文化细节镜头 3.能运用色调强化传统文化氛围	2.AI 生成脚本框架与画面描述技巧 3.传统文化视觉表现技巧 4.传统文化风格调色		筛选 3 个，操作熟练度 100% 2.30 分钟内完成策划方案，完整性≥85% 3.40 分钟内完成 8-12 镜分镜脚本，完整度≥90% 4.60 分钟内完成 30-45 秒成片，转场≥3 处	
		人文关怀短视频创作	1.运用 AI 进行情感分析与故事挖掘 2.设计情感叙事结构 3.运用跟拍/抓拍手法增强真实感 4.运用剪辑节奏控制情感起伏	挖掘故事线索→AI 情感分析→确定情感基调→设计叙事结构→跟拍抓拍素材→情绪剪辑控制节奏	1.能运用 AI 情感分析工具完成故事主题挖掘 2.能独立完成人文关怀短视频内容策划 3.能通过剪辑节奏控制情感表达	1.能运用 AI 进行情感分析与故事挖掘 2.能设计人文关怀短视频的情感叙事结构 3.能运用跟拍/抓拍手法增强真实感 4.能运用剪辑节奏控制情感	1.人文关怀短视频分类与特点 2.AI 情感分析与故事挖掘 3.情感叙事结构设计 4.跟拍与抓拍手法 5.情绪剪辑技巧	模块四（10 学时）	1.10 分钟内 AI 完成情感分析，关键词准确率≥80% 2.30 分钟内完成策划方案，情感清晰度≥85% 3.真实感人镜头≥3 组，表现力评分≥85 分 4.剪辑节奏与	1.“讲好中国故事”创意传播国际大赛 2.中国公益慈善项目大赛

						起伏			情感基调匹配度≥85%	
	高级	乡村振兴短视频创作	1.挖掘乡村特色文化元素 2.设计乡村主题创意策划方案 3.运用自然光线拍摄乡村风貌 4.运用AI智能剪辑辅助快速出片	调研乡村特色→挖掘文化元素→确定主题创意→实景勘测拍摄→AI智能辅助剪辑→风格化调色	1.能挖掘乡村特色元素融入策划 2.能独立完成乡村振兴短视频内容策划 3.能运用AI工具辅助快速剪辑与调色	1.能挖掘乡村特色文化元素 2.能设计乡村主题创意策划方案 3.能运用自然光线拍摄乡村风貌 4.能运用AI智能剪辑辅助快速出片	1.乡村短视频分类与特点 2.乡村文化元素挖掘方法 3.乡村实景拍摄技巧 4.AI智能剪辑辅助技术 5.风格化调色	模块五（10学时）	1.20分钟内完成调研清单，有效元素≥5个 2.30分钟内完成策划方案，创新点≥3处 3.有效风貌镜头≥5组，自然光合格率≥85% 4.50分钟内完成剪辑，AI辅助出片提速≥30%	1.“最美乡村·青春影像”全国大学生乡村振兴短视频大赛 2.全国大学生乡村振兴创意大赛
		知识分享短视频创作	1.运用AI生成知识脚本与画面描述 2.搭建绿幕并完成人物拍摄 3.运用Premiere完成绿幕抠像与合成 4.运用AI数字人/智能	拆分知识点→AI生成脚本→绿幕搭建拍摄→抠像背景合成→AI配音/数字人生成→输出成片	1.能运用AI生成完整的知识脚本框架 2.能完成绿幕拍摄与抠像合成 3.能运用AI配音/数字人技术	1.能运用AI生成知识分享短视频脚本与画面描述 2.能搭建绿幕并完成人物拍摄 3.能运用Premiere完成绿幕抠像	1.知识分享短视频分类与特点 2.AI生成脚本框架技巧 3.绿幕拍摄方法与技巧 4.Premiere抠像与合成 5.AI智	模块六（10学时）	1.20分钟内AI生成完整脚本，逻辑清晰度≥90% 2.绿幕素材抠像边缘合格率≥90% 3.30分钟内完成抠像合成，自然度评	1.科普中国青年之星科普创作大赛 2.1+X数字影像处理职业技能等级证书（高级） 3.AI数字人应用相关认证

			配音生成解说			与合成 4.能运用AI数字人或智能配音生成解说	能配音与数字人技术		分≥85分 4.AI配音自然度评分≥85分	

四、课程结构与内容

（一）课程教学内容与设计

表二　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	
模块一 认识短视频	项目一 短视频概述	1.了解短视频的概念 2.熟知短视频的发展现状 3.掌握短视频的发展趋势	1.能阐述短视频的概念 2.能简述短视频的发展现状 3.能清晰认知短视频的发展趋势及机遇	2
	项目二 短视频的视听语言及视听语法	1.掌握短视频的视听语言构成 2.掌握短视频的蒙太奇手法	1.能熟知短视频的画面造型语言、有声语言的内容及作用 2.能分辨不用类型短视频使用的视频语言和蒙太奇手法	4
	项目三 短视频的制作流程及团队组建	1.掌握短视频策划与制作的内容策划、拍摄前期准备、视频拍摄、后期制作流程 2.掌握短视频的团队人员分工	1.能进行短视频内容策划、分镜头脚本写作、拍摄和后期制作 2.能根据短视频拍摄需求进行组队和分工	2
	项目四 短视频的制作的法律法规和职业道德	1.熟知短视频策划与制作相关法律法规 2.熟知短视频策划与制作的职业道德	1.能时刻用相关法律法规约束短视频策划与制作行为 2.拥有自我职业道德约束力	2
模块二 主旋律短视频创作	项目一 主旋律短视频观赏	1.了解主旋律短视频的分类及特点 2.理解史实类、典型人物类、社会主义核心价值观类短视频的视听语言、蒙太奇手法、转场技巧及视频内容策划思路	1.能清楚表达主旋律短视频的分类及特点 2.能准确分辨主旋律短视频中使用的景别、构图、色调、蒙太奇手法和转场技巧 3.建立主旋律短视频的内容策划思维模式	2
	项目二 主旋律短视频剖析	1.掌握主旋律短视频内容策划规律及重点 2.掌握主旋律短视频视听语言构成和蒙太奇手法 3.掌握主旋律短视频策划与制作规范及流程 4.掌握如何利用AI工具辅助选题分析与关键词挖掘	1.能独立完成主旋律短视频内容策划 2.具备主旋律短视频内容策划创新能力 3.能在主旋律短视频内容策划中始终遵循制作规范 4.能初步运用AI工具进行热点话题分析与关键词优化	2

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	
	项目三 主旋律短视频拍摄	1.掌握主旋律短视频拍摄前期准备工作流程 2.掌握主旋律短视频拍摄的方法和技巧 3.按照分镜头脚本进行有序拍摄	1.具备主旋律短视频分镜头脚本写作能力 2.能合理运用景别、构图、镜头形式、灯光进行主旋律短视频拍摄 3.具备短视频镜头设计能力 4.具备良好的团队协作能力和沟通能力	2
	项目四 主旋律短视频策划与制作	1.按照拍摄大纲筛选素材，设计短视频镜头流动方式 2.根据主旋律短视频分镜头脚本进行粗剪 3.根据短视频视听流畅原则进行精剪与优化 4.主旋律短视频颜色校正、调色 5.根据主旋律短视频风格进行字幕、片头和片尾制作	1.熟练使用 Premiere 进行主旋律短视频剪辑 2.具备镜头转场设计能力，使视频更加流畅 3.熟练使用 Premiere 进行主旋律短视频声音处理 4.熟练使用 Premiere 进行主旋律短视频调色和颜色校正 5.使用 Premiere 进行主旋律短视频字幕、片头和片尾的制作	4
模板三 传统文化短视频创作	项目一 传统文化短视频观赏	1.了解传统文化短视频的分类及特点 2.理解传统表演类、传统手工艺类、传统服饰类、传统美食类、传统技艺类、非物质文化遗产类短视频的视听语言、蒙太奇手法、转场技巧及视频内容策划思路	1.能清楚表达传统文化短视频的分类及特点 2.能准确分辨传统文化短视频中使用的景别、构图、色调、蒙太奇手法和转场技巧 3.建立传统文化短视频的内容策划思维模式	2
	项目二 传统文化短视频剖析	1.掌握传统文化短视频内容策划规律及重点 2.掌握传统文化短视频视听语言构成和蒙太奇手法 3.掌握传统文化短视频策划与制作规范及流程 4.熟悉如何利用 AI 生成脚本框架与画面描述，辅助传统文化内容的创意构思	1.能独立完成传统文化短视频内容策划 2.具备传统文化短视频内容策划创新能力 3.能在传统文化短视频内容策划中始终遵循制作规范 4.能运用 AI 工具生成传统文化短视频的初步脚本	2
	项目三 主旋律短视频拍摄	1.掌握传统文化短视频拍摄前期准备工作流程 2.掌握传统文化短视频拍摄的方法和技巧 3.按照分镜头脚本进行有序拍摄	1.具备传统文化短视频分镜头脚本写作能力 2.能合理运用景别、构图、镜头形式、灯光进行传统文化短视频拍摄 3.具备短视频镜头设计能力 4.具备良好的团队协作能力和沟通能力	2
	项目四 传统文化短视频策划与制作	1.按照拍摄大纲筛选素材，设计短视频镜头流动方式 2.根据传统文化短视频分镜	1.熟练使用 Premiere 进行传统文化短视频剪辑 2.具备镜头转场设计能力，使	4

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	
		头脚本进行粗剪 3.根据短视频视听流畅原则进行精剪与优化 4.传统文化短视频颜色校正、调色 5.根据传统文化短视频风格进行字幕、片头和片尾制作	视频更加流畅 3.熟练使用 Premiere 进行从特惠短视频声音处理 4.熟练使用 Premiere 进行传统文化短视频调色和颜色校正 5.使用 Premiere 进行传统文化短视频字幕、片头和片尾的制作 6. 能基于优秀传统文化进行短视频创作，树立民族自信	
模块四 人文关怀短视频创作	项目一 人文关怀短视频观赏	1.了解人文关怀短视频的分类及特点 2.理解社会事件类、历史文化类、人文地理类短视频的视听语言、蒙太奇手法、转场技巧及视频内容策划思路	1.能清楚表达人文关怀短视频的分类及特点 2.能准确分辨人文关怀短视频中使用的景别、构图、色调、蒙太奇手法和转场技巧 3.建立人文关怀短视频的内容策划思维模式	2
	项目二 人文关怀短视频剖析	1.掌握人文关怀短视频内容策划规律及重点 2.掌握人文关怀短视频视听语言构成和蒙太奇手法 3.掌握人文关怀短视频策划与制作规范及流程 4.掌握如何利用 AI 进行情感分析与故事挖掘，提升内容的情感共鸣力	1.能独立完成人文关怀短视频内容策划 2.具备人文关怀短视频内容策划创新能力 3.能在人文关怀短视频内容策划中始终遵循制作规范 4.能利用 AI 情感分析工具辅助挖掘故事主题	2
	项目三 人文关怀短视频拍摄	1.掌握人文关怀短视频拍摄前期准备工作流程 2.掌握人文关怀短视频拍摄的方法和技巧 3.按照分镜头脚本进行有序拍摄	1.具备人文关怀短视频分镜头脚本写作能力 2.能合理运用景别、构图、镜头形式、灯光进行人文关怀短视频拍摄 3.具备短视频镜头设计能力 4.具备良好的团队协作能力和沟通能力	2
	项目四 人文关怀短视频策划与制作	1.按照拍摄大纲筛选素材，设计短视频镜头流动方式 2.根据人文关怀短视频分镜头脚本进行粗剪 3.根据短视频视听流畅原则进行精剪与优化 4.人文关怀短视频颜色校正、调色 5.根据人文关怀短视频风格进行字幕、片头和片尾制作	1.熟练使用 Premiere 进行人文关怀短视频剪辑 2.具备镜头转场设计能力，使视频更加流畅 3.熟练使用 Premiere 进行人文关怀短视频声音处理 4.熟练使用 Premiere 进行人文关怀短视频调色和颜色校正 5.使用 Premiere 进行人文关怀短视频字幕、片头和片尾的制作	4

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 乡村振兴短视频创作	项目一 短视频观赏	1.了解短视频的分类及特点 2.理解乡村物态文化类、乡村行为文化类、乡村精神制度文化类短视频的视听语言、蒙太奇手法、转场技巧及视频内容策划思路	1.能清楚表达短视频的分类及特点 2.能准确分辨短视频中使用的景别、构图、色调、蒙太奇手法和转场技巧 3.建立短视频的内容策划思维模式	2
	项目二 短视频剖析	1.掌握短视频内容策划规律及重点 2.掌握短视频视听语言构成和蒙太奇手法 3.掌握短视频策划与制作规范及流程	1.能独立完成短视频内容策划 2.具备短视频内容策划创新能力 3.能在短视频内容策划中始终遵循制作规范	2
	项目三 短视频拍摄	1.掌握短视频拍摄前期准备工作流程 2.掌握短视频拍摄的方法和技巧 3.按照分镜头脚本进行有序拍摄	1.具备短视频分镜头脚本写作能力 2.能合理运用景别、构图、镜头形式、灯光进行短视频拍摄 3.具备短视频镜头设计能力 4.具备良好的团队协作能力和沟通能力	2
	项目四 短视频策划与制作	1.按照拍摄大纲筛选素材，设计短视频镜头流动方式 2.根据短视频分镜头脚本进行粗剪 3.根据短视频视听流畅原则进行精剪与优化 4.短视频颜色校正、调色 5.根据短视频风格进行字幕、片头和片尾制作 6.利用AI智能剪辑与AI调色辅助剪辑	1.熟练使用Premiere进行短视频剪辑 2.具备镜头转场设计能力，使视频更加流畅 3.熟练使用Premiere进行短视频声音处理 4.熟练使用Premiere进行短视频调色和颜色校正 5.使用Premiere进行短视频字幕、片头和片尾的制作 6.运用AI工具辅助进行乡村短视频的快速剪辑、风格化调色或画面增强	4
模块六 知识分享短视频创作	项目一 知识分享短视频观赏	1.了解知识分享短视频的分类及特点 2.理解科普类、专业技能类、经验分享类短视频的视听语言、蒙太奇手法、转场技巧及视频内容策划思路	1.能清楚表达知识分享短视频的分类及特点 2.能准确分辨知识分享短视频中使用的景别、构图、色调、蒙太奇手法和转场技巧 3.建立知识分享短视频的内容策划思维模式	2
	项目二 知识分享短视频剖析	1.掌握知识分享短视频内容策划规律及重点 2.掌握知识分享短视频视听语言构成和蒙太奇手法 3.掌握知识分享短视频策划与制作规范及流程	1.能独立完成知识分享短视频内容策划 2.具备知识分享短视频内容策划创新能力 3.能在知识分享短视频内容策划中始终遵循制作规范	2

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	
	项目三 知识分享短视频拍摄	1.掌握知识分享短视频拍摄前期准备工作流程 2.掌握知识分享短视频拍摄的方法和技巧 3.按照分镜头脚本进行有序拍摄 4.使用绿幕进行知识分享短视频拍摄 5.了解AI数字人技术的基本原理及其在知识分享短视频中的应用场景	1.具备知识分享短视频分镜头脚本写作能力 2.能合理运用景别、构图、镜头形式、灯光进行知识分享短视频拍摄 3.具备短视频镜头设计能力 4.掌握绿幕视频的拍摄方法 5.具备良好的团队协作能力和沟通能力 6.能尝试使用AI数字人生成工具，创建虚拟讲师或辅助解说角色	2
	项目四 知识分享短视频策划与制作	1.按照拍摄大纲筛选素材，设计短视频镜头流动方式 2.根据知识分享短视频分镜头脚本进行粗剪 3.根据短视频视听流畅原则进行精剪与优化 4.知识分享短视频颜色校正、调色 5.根据知识分享短视频风格进行字幕、片头和片尾制作	1.熟练使用Premiere进行知识分享短视频剪辑 2.具备镜头转场设计能力，使视频更加流畅 3.熟练使用Premiere进行知识分享短视频声音处理 3.熟练使用Premiere进行视频抠像 4.熟练使用Premiere进行知识分享短视频调色和颜色校正 5.使用Premiere进行知识分享短视频字幕、片头和片尾的制作	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

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：

表三　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

表四　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

表五　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。

表六 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。	

考核项目	考核内容	考核方式	考核标准	比例
	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

表七 《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	5	5	讲练结合	课堂教学
4	短视频拍摄技术	7	7	讲练结合	课堂教学
5	短视频剪辑与后期制作	8	8	讲练结合	课堂教学
6	短视频平台运营与推广	4	4	讲练结合	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					

《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	2026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	2026年5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

通过本课程学习，学生能够独立完成一个文创产品从创意到方案的落地全流程：会挖掘文化元素并提炼卖点与文案，能熟练运用PS、AI、三维软件（如C4D/Blender/Rhino）制作三视图与效果图，能合理使用智能AI辅助设计，了解常用材料与工艺，能通过至少3家厂家询价完成成本核算，能汇总设计方案并用PPT进行路演。课程对接企业真实需求，学生结课时能拿出一套可直接用于求职的文创产品作品集。

（二）具体目标

1.素质目标

（1）培养学生对设计作风严谨、精益求精的专业素养。

（2）培养学生的创新能力，树立品牌意识与生态环保设计理念。

（3）培养学生文化修养和人文素质，提升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能力，能够对本土文化元素进行合理的分析、提炼和再设计。

2.知识目标

（1）掌握文创产品设计的定义、全流程步骤及项目管理与法规知识。

（2）掌握市场调研、战略定位、方案策划与提案相关知识。

（3）熟悉文创产品材料特性、印刷打样及后期制作工艺。

（4）掌握三维软件基础操作及智能AI辅助设计原理。

3.能力目标

（1）具备文化符号提取与市场分析能力，能从网络或实地找到可用的文化符号，完成竞品对比表和用户画像，明确产品定位。

（2）具备产品设计与开发能力，能运用三维软件（如C4D、Blender等）完成IP形象三视图及产品效果图，并能合理使用智能AI辅助生成纹样、草图等。

（3）具备成本核算与材料选择能力，能通过线上平台（1688、淘宝）或线下市场联系不少于3家厂家进行询价比价，完成成本表及毛利率计算。

（4）具备营销推广与提案汇报能力，能撰写卖点、slogan、电商详情页及短视频脚本，能制作PPT并完成产品方案路演。

表一　课程能力图谱

课程名称	难度划分	典型工作项目	核心工作任务	标准工作流程	核心职业能力	可考核技能点	支撑知识点	对应教学模块与学时	考核评价方式	对应企业标准/大赛证书要求
文创产品开	初	文化符号挖	1.采集地域文化符号 2.评估文化开	接收任务→查阅非遗官网/博物馆资料→筛选	能在给定地域范围内，识别3个以上本土文化符号，完成	1.能在20分钟内从筛选出3个有效	1.文创产品定义与常见类型	模块一（任务1，8学时）	过程:资料查阅记录 结果:文化符号	企业标准:文创助理 大赛:全国大学

发与设计	级	掘	发价值 3.撰写文化资源评估卡	3个符号→评估价值→用AI辅助生成参考图→填写评估卡	价值评估卡	符号(准确率≥80%) 2.使用AI生成每个符号的参考图（1张）	2.文化符号识别 3.AI提示词基础、评估卡规范		清单+评估卡+参考图	生文创大赛
		市场调研与用户画像	1.分析竞品(文旅/非遗/联名) 2.制作简易用户画像 3.确定产品定位与价格区间	接收任务→淘宝/小红书搜索竞品→记录3个竞品信息（价格/材质/销量）→分析消费场景→制作用户画像卡（4维度）→写出产品定位	能在给定产品方向下，完成竞品对比表和用户画像卡，写出包含产品类型、价格区间、核心卖点的定位描述	1.能在30分钟内完成至少3个竞品的对比表 2.能制作用户画像卡（含年龄/职业/兴趣/消费习惯） 3.写出定位描述（如：“面向18-25岁学生的30-50元国潮文具”）	1.文创产品三大类型特征 2. 竞品分析方法（价格/渠道/卖点） 3.用户画像制作（问卷/二手数据） 4.STP定位基础	模块一（任务2，8学时）	过程:竞品搜索记录 结果:竞品表+画像卡+定位	企业标准:市场调研助理 证书:1+X数字创意建模(初级)
		数字工具	1.使用智能AI辅助生成纹样	接收任务→确定纹样主题→AI生成	能在机房环境下，运用智能AI辅助生成数字	1.能写出10条有效提示词,生成6张以上纹样 2.用三维软件	1.常用AIGC工具介绍（MJ/文心/通义） 2.提示词结构（主题	模块一（任务3，8学时））	过程:提示词记录表 结果:纹	企业标准:设计助理 大赛:纹

		基础	2.三维软件基础(三视图搭建) 3.PS/AI修图与排版	初稿→三维软件搭建简单模型→输出三视图→PS/AI调色排版	纹样，并用三维软件输出基础三视图，完成PS/AI后期	（如C4D）完成一个简单立方体三视图(正/侧/顶) 3.PS去底调色，输出2张处理图	+风格+细节+参数） 3.AI图像描摹参数设置		样图+三维三视图+处理图	藏国际图案设计大赛
	中级	IP形象设计	1.提取文化原型 2.设定角色性格与世界观 3.三维软件制作IP三视图 4.编写背景故事	接收任务→确定文化原型→设定性格标签→AI生成草图→三维软件建模并渲染三视图→撰写故事	能在给定文化母题下，独立设计IP形象（三维三视图、性格标签、150字故事），符合衍生品开发要求	1.用三维软件完成IP正面/侧面/背面三视图渲染 2.写出性格关键词≥3个,故事包含“起源-特点-使命” 3.使用AI辅助生成2个草图并选优	文化原型提炼、IP设计法则、三维建模基础、故事撰写	模块二（任务4，12学时）	过程:草图对比 结果:三维三视图+角色卡	企业标准：IP设计师助理 大赛:大广赛IP设计类
		产品方案设计与成	1.设计主产品（1件） 2.设计衍生品（2件） 3.三维效果图制作 4.向至	接收任务→确定产品矩阵→三维建模渲染效果图→在1688/淘宝联系≥3家厂家询价	能在给定预算内，完成一套3件产品设计方案（含三维效果图、询价单、成本表），并通过成本可行性验证	1.三维软件完成3张产品效果图(主产品+2衍生品)，标注尺寸、材料 2.提交询价单（至少	产品系列化、常用材料特性、询价技巧、成本公式、三维渲染	模块二（任务5，12学时）	过程:询价记录 结果:效果图+询价单+成本表	企业标准:产品开发专员 证书：1+X产品创意设计

		本核算	少 3 家厂家询价比价，完成成本表	（材料、加工、包装）→填写询价单→计算成本与毛利率		3 家厂家，记录报价、联系人、日期） 3.计算总成本及毛利率，毛利率≥25%				
		包装与展示设计	1.包装草图设计 2.展板排版	接收任务→分析产品使用场景→设计包装草图（手绘或软件）→用 PS/AI 排版 A3 展板（含 IP、产品、包装、说明）	能设计包装草图和一个 A3 作品展板，信息完整、排版整洁	1.画出包装草图（标注尺寸、材质、开启方式） 2.用 PS/AI 排版 A3 展板，包含 4 个模块 3.展板清晰美观	包装设计基础、排版原则、PS/AI 排版	模块二（任务 6，8 学时）	过程：草图初稿 结果：包装草图+展板	企业标准：文创设计助理
	高级	营销文案与详情页	1.提炼卖点与 slogan 2.设计电商详情页 3.撰写短视频脚本	接收任务→分析目标用户→提炼 3 个卖点→创作 slogan→设计详情页框架（≥4 屏）→写 15 秒脚本	能在产品已定条件下，独立完成营销文案方案（slogan、详情页草图、脚本），并通过小组评审	1.写出 3 个卖点短句和 1 个 slogan 2.用 PS/AI 制作详情页草图（产品图/卖点/场景/购买引导） 3.写出 15 秒脚本（分镜头+文案+音效）	FAB 法则、详情页逻辑、脚本结构、排版	模块三（任务 7，8 学时）	过程：卖点初稿 结果：详情页+脚本+互评	企业标准：营销助理 证书：1+X 数字营销

		提案汇报与作品集整理	1.制作提案PPT 2.路演（5-8分钟） 3.整理电子作品集	接收任务→梳理所有成果→制作PPT（背景/产品/IP/方案/成本/营销/总结）→排练→路演→整理PDF作品集	能完成8页PPT和5-8分钟路演，提交完整作品集，获评委平均分≥80分	1.制作8页PPT 2.5-8分钟路演，不照读PPT，回答问题基本正确 3.整理所有任务为PDF作品集（≥15页）	PPT结构、路演技巧、作品集整理	模块三（任务8，8学时）	过程：PPT初稿 结果：PPT+路演视频+作品集PDF	企业标准：项目执行助理 大赛：互联网+路演

四、课程结构与内容

（一）课程教学内容与设计

表二　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：文化挖掘与定位	任务1：文化符号挖掘	地域文化符号解析、现代转译方法论、文化伦理红线；智能AI辅助生成参考图；文化价值评估卡填写	产出1份文化符号清单（3个符号+来源+含义），每个符号配1张AI参考图，完成1张文化价值评估卡	8
	任务2：市场调研与用户画像	文创产品三大类型（文旅/非遗/联名）差异；竞品分析（价格/材质/销量）；消费场景分析；用户画像制作（年龄/职业/兴趣/消费习惯）；产品定位与价格区间确定	完成1份竞品对比表（至少3个产品），1份用户画像卡，1句话产品定位描述	8
	任务3：数字工具基础	智能AI辅助生成纹样及草图；三维软件基础操作（三视图搭建）；PS/AI修图、去底、调色、排版	产出1组数字纹样（6张），1个三维软件基础模型三视图，2张PS处理图	8
模块二：产品设计与开发	任务4：IP形象设计	文化原型提取；角色性格设定与世界观构建；三维软件建模并渲染IP三视图；背景故事撰写	设计1个文化IP形象，包含三维三视图渲染图、角色卡（性格+150字故事）	12
	任务5：产品方案设计与成本核算	主产品+衍生品矩阵设计（3件）；三维软件制作产品效果图；材料工艺选择；向至少3家厂家询价比价	完成1套（3件）产品设计方案（含三维效果图、询价单、成本表），毛利率≥25%	12

		（1688/淘宝/线下），填写询价单；成本核算与毛利率计算		
	任务 6：包装与展示设计	包装草图设计（尺寸/材质/开启方式）；作品展板排版（A3，含IP、产品、包装、设计说明）	产出 1 张包装草图，1 张A3作品展板	8
模块三：商业落地与推广	任务 7：营销策划与视觉传达	卖点提炼（FAB法则）；slogan设计；电商详情页视觉体系（产品图/卖点/场景/购买引导）；15 秒短视频脚本撰写	产出 3 个卖点+1 个slogan，1 份电商详情页草图（至少 4 屏），1 份短视频脚本	8
	任务 8：校企联名项目实战	提案PPT结构（背景/产品/IP/方案/成本/营销/总结）；路演技巧；电子作品集整理（PDF）	完成 1 份提案PPT（8 页），5-8 分钟路演，1 份完整作品集（≥15 页）	8
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，发表自己的简洁，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。

表三　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。

表四　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

表五　《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	任务 1：文化基因挖掘	4	4	讲练结合	课堂教学
2	任务 2：市场调研与用户画像	4	4	讲练结合	课堂教学
3	任务 3：数字工具基础	4	4	讲练结合	课堂教学
4	任务 4：IP形象设计	6	6	讲练结合	课堂教学
5	任务 5：产品方案设计与成本核算	6	6	讲练结合	课堂教学
6	任务 6：包装与展示设计	4	4	讲练结合	课堂教学
7	任务 7：营销文案与详情页	4	4	讲练结合	课堂教学
8	任务 8：提案汇报与作品集整理	4	4	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	2026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	2026年5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

《文化活动策划实务》课程教学的总体目标，通过本课程的学习，学生能系统掌握文化活动策划的基本理论、核心流程与实务方法，能够对地域文化资源、传统节庆民俗、公共文化需求进行深入挖掘与有效整合，运用联想、想象和创意策划思维，从多维度、多场景进行文化活动方案的创意设计与统筹表达，领会并运用中华优秀传统文化的当代价值与地域文化特色，将文化内涵融入活动主题、内容与形式设计，有效激发创造性思维和策划执行能力，助推中华优秀传统文化创造性转化和创新性发展，实现文化惠民、文化乐民、文化育民的社会价值。

（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，让学生直观的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到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

序号	授课内容	授课学时		教学形式	教学手段
		理论	实训		
2	项目 2：策划流程与标准认知	3	3	讲练结合	课堂教学
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					

湖南民族职业学院
Hunan Vocational College for Nationalities

创意设计学院

三年制文化创意与策划专业

调研报告



湖南民族职业学院

二〇二六年三月八日

目 录

一、调研背景 125
（一）全国文化创意产业进入高质量发展新阶段 125
（二）湖南省文化创意产业市场蓬勃发展 125
（三）岳阳市“1+3+X”产业体系中文体旅游持续发力 126
（四）我校文化创意与策划专业筹备情况 127
二、调研基本情况 128
（一）调研团队 128
（二）调研方法 129
（三）调研目的 130
（四）调研对象 130
三、调研实施过程 131
（一）行业企业调研 132
（二）同类院校调研 133
四、调研结果分析 134
（一）行企产业发展情况分析 134
（二）区域人才需求情况分析 135
（三）职业面向与能力需求分析 135
（四）当前人才培养方案匹配分析 141
五、调研结论及建议 141

一、调研背景

（一）全国文化创意产业进入高质量发展新阶段

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意、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%。2025 年至 2026 年，我国文化创意产业在数字化浪潮和国家文化数字化战略的推动下，进入高质量发展新阶段。国家“十四五”规划深入实施，文化产业作为国民经济支柱性产业的地位进一步巩固。2025 年全国文化企业营业收入突破 16 万亿元，文化创意相关产业增加值占 GDP 比重达 4.5%，产业规模持续扩大。

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

2025 年，湖南省文化企业实现营业收入 4068 亿元，同比增长 12.2%，继续保持中部地区领先优势。其中，内容创作生产 528 亿元、增长 13.1%，创意设计服务 432 亿元、增长 16.4%，文化传播渠道 366 亿元、增长 16.3%，文化娱乐休闲服务 191 亿元、增长 18.5%，文化辅助生产和中介服务 781 亿元、增长 16.2%。文旅融合项目贡献产值占比达 42%，成为产业增长的核心引擎。

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。马栏山视频文创产业园作为湖南省文创产业的标杆，2025 年集聚企业突破 3500 家，年产值超 580 亿元，人才需求年均增长 25%以上。园区“十四五”规划明确提出构建视频文创职业教育矩阵，依托在湘高校优势学科建立联合实训基地，实现人力资源增值。园区企业需求调研显示，复合型创意策划人才、数字技术应用人才、项目运营管理人才三类人才缺口最大，其中具备 AIGC 工具应用能力的内容创作者尤为紧缺。

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“1+3+X”产业体系中文体旅游持续发力

2025 年至 2026 年，岳阳市深入实施“1+3+X”现代化产业体系建设，文体旅游作为三大优势产业之一，地位更加凸显。岳阳市委市政府围绕“文化+科技”“文化+旅游”融合发展主线，强化“洞庭”品牌建设，推动“岳阳洞庭湖国家级旅游度假区”向世界级水平迈进。

岳阳楼旅游区 2025 年成功创建国家级夜间文化和旅游消费集聚区，全年接待游客突破 3500 万人次，旅游综合收入超 280 亿元。岳阳中华大熊猫苑、洞庭湖小镇、“守护好一江碧水”首倡地展陈馆等文旅新地标持续走红，带动了周边文创产品开发、活动策划、新媒体运营等人才需求。岳州

窑青瓷研发中心、岳阳高波扇文化馆等非遗创新基地积极探索“非遗+文创”转化路径，急需既懂传统文化又具备创意策划能力的专业人才。

从产业布局看，岳阳市已形成以岳阳楼区为核心、各县市区特色发展的文体旅游格局。湘阴县左宗棠故居文旅融合项目、汨罗市屈子文化园、平江县红色旅游等项目纷纷加大文创产品开发和活动策划投入。据岳阳市文化产业协会统计，全市与文创策划相关的企业约120家，涵盖文化创意公司、影视制作公司、景区运营公司、广告传媒公司等，每年对项目策划师、数字内容设计师、品牌运营专员等岗位的需求约350—450人。

人才技能需求方面，企业普遍关注创意构思能力、策划执行能力、市场分析能力、项目管理能力和新媒体运营能力。特别是在数字化浪潮下，能够熟练运用AIGC工具辅助创意设计、具备跨媒介内容制作能力的复合型人才更受青睐。岳阳市楚兮文化创意有限公司、岳阳叁川网络传媒有限公司等本土企业反馈，年轻人才在实际岗位中暴露的主要问题是实践能力薄弱、跨领域协作能力不足，期待高校加强项目制教学和真实案例训练。

（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学习指导、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）调研团队

调研团队由创意设计学院教学副院长牵头，成员包括专业带头人、教研室主任、骨干教师、项目部负责人、企业导师共12人，分别实施具体工作。









（二）调研方法

1. 文献研究：收集整理文化产业政策文件、行业发展报告、专业建设文献，为调研提供理论支撑。

2. 问卷设计：针对不同调研对象设计差异化问卷，涵盖行业趋势、岗位能力、课程建议等内容。

3. 实地调研：深入企业、院校进行现场走访，开展座谈访谈，获取一手资料。

4.数据分析：对调研数据进行整理、统计、分析，提炼核心结论。

5.报告撰写：基于调研分析形成专业调研报告，作为人才培养方案制定的依据。

（三）调研目的

本次调研旨在全面了解文化创意产业发展趋势、企业人才需求现状、同类院校办学经验以及学生发展诉求，为科学制定2026级人才培养方案提供依据。具体目标包括：明晰不同岗位的专项能力要求，精准定位人才培养目标；了解毕业生在就业过程中的困惑和短板，优化课程设置；掌握1+X职业技能等级证书和职业标准调整情况，推动“课证融通”；收集企业对人才培养的建议，深化校企合作。

（四）调研对象

1.行业企业调研

调研覆盖行业协会3家、企事业单位32家。行业协会包括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。企业单位涵盖文化创意公司、影视制作公司、景区运营公司、广告传媒公司、非遗创新机构等多元类型，具体包括：

岳阳正心文化创意有限公司、湖南茶悦文化产业发展集团有限公司、万兴科技（长沙）有限公司、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、岳阳叁川网络传媒有限公司、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、毛家集团、湖南宏瑞文博集团、长沙景森文化旅游有限公司等。

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、调研实施过程

本次调研于 2025 年 9 月至 2026 年 2 月实施，采用实地走访、座谈访谈、问卷调查、网络调研等多种方式。行业企业调研阶段，调研小组深入 32 家企业，与人事负责人、项目主管、设计总监等进行深度访谈，了解企业生产现状、岗位设置、人才需求数量和能力要求。同时发放企业问卷 100 余份，回收有效问卷 83 份，收集企业对岗位能力的具体要求和对人才培养的建议。院校调研阶段，通过实地考察、线上交流等方式，了解兄弟院校专业建设经验。重点收集了各校人才培养方案、核心课程设置、实践教学

安排等信息，为我校方案制定提供参考。

（一）行业企业调研

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	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	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.	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

职业岗位	素质要求	知识要求	能力要求
师	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）	文化创意.策划定位.三维软件等能力 4.了解技术趋势	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	
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	

（二）同类院校调研

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%。

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

共性课程包括：文化产业概论、文化创意与策划、创意文案写作、新媒体运营、市场营销、设计软件基础等。特色课程方面，湖南大众传媒职业技术学院开设影视策划、数字媒体艺术设计等方向课；湖南外贸职业学院侧重文化贸易、国际会展策划等。

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、调研结果分析

（一）行企产业发展情况分析

湖南省政府持续加大产业扶持力度，2025年设立的文化产业基金规模扩大至30亿元，重点支持“文创+科技”“文创+旅游”“文创+乡村振兴”

项目。长沙、岳阳、常德等地市相继出台数字经济发展规划，推动文化产业数字化转型。湖南省设计艺术家协会、湖南省旅游商品协会等机构反馈，会员单位每年对文创策划专业人才的需求稳定在5人以上，且期待与高校建立长期人才培养合作。调研显示，岳阳地区在工商注册的文化创意与策划相关企业约120家，从发展态势看远未达到饱和状态。

产业发展的显著特征是从“规模扩张”向“质量提升”转变，数字技术与文化创意的融合更加深入。人工智能生成内容（AIGC）、虚拟现实（VR/AR）、元宇宙等前沿技术全面渗透文创领域，催生出数字内容创作、沉浸式体验设计、智能策展等新业态。据行业统计，2025年数字内容创作岗位需求同比增长35%以上，具备AIGC工具应用能力的复合型人才成为市场争夺焦点。

（二）区域人才需求情况分析

2025年文化创意相关岗位招聘量同比增长20%，平均薪资水平达3500—9000元/月，人才需求集中于影视制作（占比23%）、数字媒体设计（22%）、品牌策划（19%）、文旅融合项目（18%）等领域。

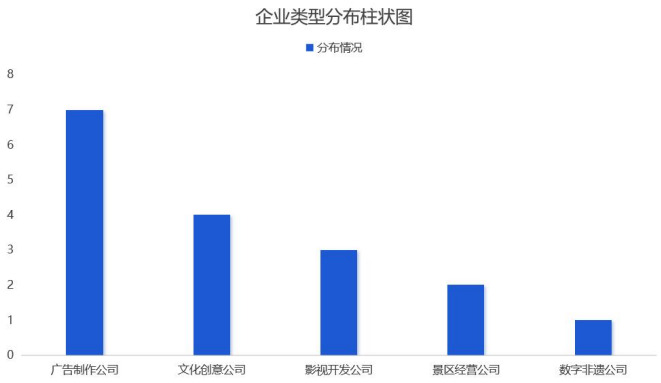
一般中型企业每年需要补充项目管理师、数字内容策划师、文创产品设计师等专业人才3—5人，小型企业需求1—2人，全地区每年人才需求约350—450人。目前省内两所开设本专业的高职院校年毕业生不足220人，人才供给严重不足。

企业对毕业生能力要求呈现“复合型、应用型、创新型”特征。创意设计能力、项目管理能力、跨领域协作能力是企业最看重的三项核心能力，其中跨领域协作能力被78%的企业列为重要指标。调研对象普遍认为，大专和本科学历员工在实际工作中表现最为实用，既具备必要的理论基础，又具有较强的动手能力。

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。

（三）职业面向与能力需求分析

本专业面向数字文化创意设计、文化活动服务、文创产品开发、新媒体内容制作、新型媒体服务等岗位群，立足高素质技术技能人才培养定位。通过调研文化创意公司、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。企业调研分析及企业对员工岗位能力的要求如下：



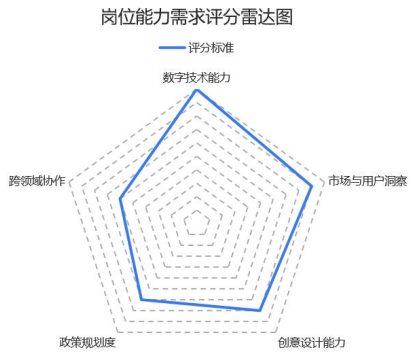


表 1. 职业岗位（群）能力图谱-岗位梳理

岗位类型	职业岗位	典型工作任务	核心能力	核心知识	核心素养	对标课程
目标岗位	文化活动策划助理	1. 协助完成活动方案初稿撰写，收集整理活动资料； 2. 配合完成活动物料准备、场地布置、嘉宾对接等执行工作； 3. 参与活动现场秩序维护、流程把控与基础数据记录； 4. 协助整理活动总结材料与反馈信息。	1. 基础活动方案撰写与资料整理能力； 2. 活动执行与现场配合能力；3. 基础沟通协调与事务处理能力。	1. 文化活动策划基础流程； 2. 活动物料制作与场地布置常识； 3. 基础文案写作规范。	1. 严谨细致的执行意识； 2. 团队协作与服务意识； 3. 吃苦耐劳的职业精神。	《文化活动策划实务》、《展览展示策划》、《创意文案写作实务》
目标岗位	文创产品助理设计师	1. 协助挖掘整理文化元素，参与文创产品草图绘制与创意呈现； 2. 配合完成文创产品的基础设计、素材整理与修改优化； 3. 协助跟进产品打样、材质选择与样品核对；	1. 基础文化元素提取与创意辅助能力； 2. 基础设计软件操作与素材处理能力； 3. 设计流程配合与资料	1. 基础设计软件(PS/AI/CDR)应用； 2. 文化元素提取与创意设计基础； 3. 文创产品开发流程常识。	1. 审美素养与创新意识； 2. 精益求精的工匠精神； 3. 设计规范与版权意识。	《文创产品开发与设计》、《数字图形图像处理》、《产品造型基础》、《图形语言》

		4.整理产品设计资料、制作基础设计说明文档。	整理能力。			
目标岗位	短视频剪辑师	1.根据脚本完成短视频素材筛选、剪辑拼接与节奏把控； 2.添加字幕、音效、转场与基础特效，优化视频观感； 3.按平台要求调整视频格式、分辨率与时长，完成成片输出； 4.根据反馈修改优化视频内容，保证成片质量。	1.短视频剪辑与节奏把控能力； 2.剪辑软件操作与音视频素材处理能力； 3.平台内容规范适配与修改优化能力。	1.短视频剪辑软件(剪映/PR)应用； 2.视频节奏、转场与特效基础； 3.不同平台短视频内容规范。	1.高效的时间管理意识； 2.快速响应与修改优化意识； 3.对热点与用户喜好的敏感度。	《短视频策划与制作》、《视频剪辑》、《创意文案写作实务》
发展岗位	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。	1.文化活动创意策划与方案撰写能力； 2.活动项目统筹、预算管控与风险管控能力；3.活动效果评估与复盘优化能力。	1.文化活动全流程策划与统筹知识； 2.活动预算编制与成本控制方法； 3.活动效果评估与数据分析基础。	1.统筹规划与全局意识； 2.创新思维与市场洞察能力； 3.责任意识与抗压能力。	《文化活动策划实务》、《展览展示策划》、《文创企业管理实务》、《文化市场营销》
发展岗位	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。	1.文化IP挖掘与文创产品全流程开发能力； 2.产品设计、建模打样与版权管理能力； 3.文创产品包装设计与宣传推广能力。	1.文化IP开发与文创产品设计知识； 2.3D建模与产品打样基础； 3.文创产品版权与市场运营知识。	1.文化传承与创新意识； 2.产品思维与市场导向意识； 3.版权保护与知识产权意识。	《文创产品开发与设计》、《三维设计制作》、《文创策划》、《数字插画设计》、《民族传统图案》、《图形语言》
发展岗位	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。	1.新媒体平台内容策划、创作与制作能力； 2.平台账号运营、用户互动与数据复盘能力；3.内容优化与投放策略调整能力。	1.主流新媒体平台运营规则； 2.新媒体内容策划与文案写作； 3.数据统计与分析基础。	1.热点敏感度与用户思维； 2.数据驱动的优化意识； 3.持续学习与内容迭代意识。	《网络传播与策划》、《短视频策划与制作》、《创意文案写作实务》

迁移岗位	品牌策划师	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。	1.市场调研与品牌定位能力； 2.品牌/广告策划方案撰写与提案能力； 3.跨部门协调与项目落地推进能力。	1.品牌策划与广告传播知识； 2.市场调研与用户画像分析方法； 3.广告创意与视觉呈现基础。	1.市场洞察与品牌思维； 2.创意表达与逻辑呈现能力； 3.跨团队协作与项目推进意识。	《品牌视觉形象设计》、《图形语言》、《版式设计》、《数字图形图像处理》
迁移岗位	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。	1.企业文化活动策划与宣传推广能力； 2.政策解读与项目申报材料撰写能力； 3.公共文化项目协调推进与落地执行能力。	1.企业文化建设与宣传知识； 2.公文写作与项目申报规范； 3.公共文化项目运营基础。	1.政策理解与合规意识； 2.企业形象维护与责任意识； 3.沟通协调与资源整合意识。	《文化活动策划实务》、《网络传播与策划》、《商务礼仪》、《文化市场营销》

以典型工作项目为载体、工作流程为主线、职业能力为核心、AI 技术融合为特色，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。

按照项目—任务—流程—技能点—知识点路径系统拆解岗位能力，构建目标岗位、发展岗位、迁移岗位分层递进的能力体系。围绕网络传播与策划、文化活动策划实务、文创产品开发与设计三门核心课程，对接新媒体运营、文化活动策划、文创产品设计三大核心岗位，将创意学基础、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、产品造型基础、创意文案写作实务、图形语言、视频剪辑、版式设计、三维设计制作等课程内容融入岗位典型工作任务，强化创意统筹、

运营推广、文创开发、活动执行、短视频创作、全媒体传播等核心能力培养，突出AI辅助设计、AI内容生成、AI传播优化等技术应用。通过过程考核、实操测试、项目答辩、企业评审等可量化评价方式，对标行业企业岗位标准与职业技能等级证书要求，实现岗课对接、能力递进、学训融合、课证融通，全面支撑学生胜任文化活动策划与组织、新媒体运营、文创产品设计与开发、短视频创意创作等岗位工作，具备职业迁移与可持续发展能力，如下：

表2.职业岗位（群）能力图谱-能力拆解

职业岗位	项目	任务	流程	技能点	知识点（对应课程）
文化活动岗位（活动助力/策划师）	项目1：文化活动前期策划与方案撰写	1.活动资料与基础信息整理 2.活动主题、目标与流程设计 3.活动方案与文案撰写	调研收集→主题定位→方案框架搭建→文案撰写与优化→方案评审与修改	信息搜集与整理能力、活动主题提炼能力、方案框架搭建能力、活动文案撰写能力	文化活动策划基础逻辑、展览展示策划流程、活动文案写作技巧、文化产业概论、创意文案写作实务(活动类文案）
	项目2：文化活动现场执行与管理	1.现场布置与动线规划 2.流程衔接与秩序维护 3.现场沟通与应急处理	现场点位确认→人员引导与秩序维护→环节衔接与流程把控→突发情况上报与处理	现场秩序维护能力、流程把控与临场应变能力、跨部门沟通协调能力	活动现场执行流程、现场秩序维护要点、活动现场应急处理预案、文创企业管理实务（现场团队管理）
	项目3：活动复盘与优化迭代	活动数据与反馈整理分析 2.复盘报告撰写与优化方案制定	数据收集与汇总→反馈与问题分类整理→复盘框架搭建→优化建议撰写与方案定稿	数据汇总与分析能力、复盘报告撰写能力、问题归因与优化方案设计能力	活动数据统计方法、用户反馈分析技巧、复盘报告撰写框架、活动优化迭代逻辑、文创企业管理实务(项目复盘与改进）
文创产品岗位（助力设计师/运营师）	项目1：文化IP与视觉元素提炼	1.文化IP/元素调研与提炼 2.产品草图与创意构思	IP背景调研→视觉符号梳理→元素筛选与提炼→草图构思与绘制	文化IP调研能力、视觉元素提炼能力、产品草图绘制能力、创意转译能力	创意学基础(创意发散与转化）、民族传统图案（文化元素挖掘）、文创产品开发与设计（IP开发逻辑）
	项目2：文创产品设计与落地制作	1.设计稿深化与优化 2.材质工艺选型与打样跟进 3.包装与宣传物料设计	反馈收集与梳理→设计稿修改优化→材质工艺调研与选型→打样跟进与验收→包装与宣传物料制作	设计软件操作能力、设计稿深化修改能力、材质工艺选型能力、包装设计与物料制作能力	产品造型基础(产品形态设计）、数字图形图像处理、三维设计制作(建模与效果图）、版式设计（包装与物料排版）、文创产品开发与设计（产品落地流程）

	项目 3：文创产品知识产权与运营推广	1.知识产权申请与保护 2.产品市场定位与推广 3.品牌视觉形象设计	知识产权类型确认→申请材料准备与提交→市场调研与定位→推广方案策划→品牌视觉形象落地	知识产权申请材料准备能力、市场调研与定位能力、品牌视觉设计能力、产品推广方案策划能力	文创企业管理实务(知识产权管理)、文化市场营销(产品推广策略)、品牌视觉形象设计、文创产品版权与商标保护知识
新媒体运营岗（剪辑师/运营师）	项目 1：新媒体内容策划与文案创作	1.平台用户画像与内容分析 2.内容选题与文案撰写 3.新媒体内容创意策划	平台规则与用户画像分析→选题方向制定→文案撰写与优化→内容创意策划	用户画像分析能力、选题策划能力、新媒体文案撰写能力、内容创意策划能力	网络传播与策划(新媒体传播逻辑)、创意文案写作实务（新媒体文案）、文创策划（文创内容传播）、文化市场营销（新媒体推广策略）
	项目 2：新媒体内容制作与发布	1.图文内容排版与视觉设计 2.短视频拍摄与剪辑制作 3.内容发布与格式适配	图文素材筛选与排版→短视频脚本设计与拍摄→视频剪辑与字幕/配乐添加→内容优化与多平台发布	图文排版与设计能力、短视频拍摄与剪辑能力、多平台内容适配能力	短视频策划与制作(短视频流程)、视频剪辑(剪映/PR操作)、版式设计（图文排版规范）
	项目 3：账号运营与数据优化	1.粉丝运营与互动管理 2.数据统计与内容优化 3.新媒体推广效果复盘	评论回复与社群维护→数据指标统计与解读→内容问题分析→优化调整与迭代	粉丝互动与社群管理能力、数据解读与分析能力、内容优化迭代能力	网络传播与策划(平台算法与运营逻辑)、文化市场营销(用户运营与推广效果)、文创企业管理实务(新媒体项目复盘)、新媒体数据指标解读方法
品牌与公共企划宣传岗位	项目 1：品牌调研与定位规划	1.市场与受众调研 2.品牌定位与策略梳理 3.品牌核心价值提炼	调研方案制定→问卷设计与数据收集→用户画像与竞品分析→品牌定位与价值提炼	市场调研与分析能力、用户画像分析能力、品牌定位与策略规划能力	品牌视觉形象设计(品牌定位逻辑)、文化市场营销(市场调研方法)、消费心理学（用户行为分析）、文创企业管理实务（品牌战略规划）
	项目 2：品牌宣传与推广执行	1.宣传方案策划与渠道规划 2.公共宣传文案撰写 3.对外宣传与跨部门沟通	宣传主题确定→渠道与节奏规划→宣传文案撰写与口径梳理→跨部门沟通与方案执行	宣传方案策划能力、宣传文案撰写能力、对外沟通与跨部门协作能力	创意文案写作实务(宣传类文案)、网络传播与策划(宣传渠道选择)、商务礼仪(对外沟通规范)、文化市场营销（宣传推广策略）
	项目 3：宣传效果复盘与品牌优化	1.宣传数据统计与效果评估 2.品牌问题分析与优化 3.品牌推广迭代方案制定	曝光/触达/转化数据统计→宣传效果评估→品牌问题归因→优化方案制定	宣传数据统计与分析能力、品牌效果评估能力、品牌优化方案设计能力	文化市场营销(宣传效果评估方法)、文创企业管理实务（品牌复盘与改进）、毕业设计 / 综合实训（项目全流程复盘）

（四）当前人才培养方案匹配分析

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。

五、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“文化+创意+科技+商业”四位一体的课程体系。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；《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。每学年开展行业调研，根据产业发展趋势调整课程内容，确保教学与产业同步。专业指导委员会定期审议课程设置，及时淘汰陈旧内容，补充新兴知识。

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）过程性评价与结果评价结合。改变“一考定成绩”的做法，加大平时项目作业、阶段性成果在总评中的比重。建立学生成长档案，记录每个项目的完成情况和能力提升轨迹。

（3）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2026级专业人才培养方案审批表

专业名称	文化创意与策划	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	三年
所在院系	创意设计学院文化创意与策划专业	制/修订时间	2026.6
制（修）订人（签字）：		联系方式	
专业负责人或教研室审批	签　字 年　月　日		
院系审批	签　字（章） 年　月　日		
人文艺术学院审批	签　字（章） 年　月　日		
马克思主义学院审批	签　字（章） 年　月　日		
教务处审批	签　字（章） 年　月　日		
教学指导委员会审批	签　字（章） 年　月　日		
学校分管领导审批	签　字（章） 年　月　日		
学校党委会或行政会议审批意见	签　字（章） 年　月　日		