

淄博师范高等专科学校
文化创意与策划专业人才培养方案
（2025 级）

2025 年 7 月

淄博师范高等专科学校 文化创意与策划专业人才培养方案 (2025 级)

一、专业名称及代码

1. 专业名称：文化创意与策划

2. 专业代码：550401

二、入学要求

高中阶段教育毕业生。

三、修业年限

标准学制三年，弹性学制 3-5 年。

四、职业面向

表 1 文化创意与策划职业面向表

所属专业大类 (代码)	所属专业 (代码)	对应行业 (代码)	主要职业类别 (代码)	主要岗位群 或技术领域	职业资格证书或 职业技能等级 证书
文化艺术 大类 (55)	文化服务 类(5504)	文化艺术 业(88)	文化和教育服务 人员(4-13)	面向文化活动服务类岗 位群(文化经纪人、文物 展陈讲解、非遗文化传承 与活化专员、文字编辑 等)	新媒体营销师等 级证书
		数字内容服 务(657)	商务专业人员 (2-06-07)	面向创意与策划类岗位 群(文案策划、活动策划、 广告策划、企宣专员、婚 礼策划、宴会定制等)	全媒体运营师等 级证书
		广告业 (725)	新闻出版、文化 专业人员(2-10)	面向数字媒体艺术类岗 位群(新媒体运营师、数 字化管理师、网络编辑、 短视频编导等)	广告设计师等级 证书
		新闻和出 版业(86)	工艺美术与创意 设计专业人 员 (2-09-06)		普通话二级乙等 职业技能证书

五、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具备深厚的文化底蕴，熟悉数字化技术，明创意会策划，精通一门传统技艺”的高素质复合型技术技能人才。

毕业生五年后的职业发展预期目标为：

目标 1-道德情怀

坚定拥护中国共产党领导，以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，始终秉持高度的文化使命感与职业责任感，在职业生涯中深化对中华优秀传统文化的价值认同，自觉践行社会主义核心价值观。具有深厚的爱国情感、国家认同感、中华民族自豪感；崇尚宪法，遵守行业有关规范，具有高度的社会责任感和职业伦理观。具有良好的道德和职业素养，坚守职业操守，弘扬工匠精神，以诚信、敬业的态度构建良性行业生态。热爱中华优秀传统文化，能够将传统文化与现代文化创意深度融合，在文创产品设计、文化活动策划等工作中传递正向价值观。面对多元文化思潮，始终保持清醒的文化自觉，以开放包容的胸怀推动传统文化创造性转化与创新性发展，在服务区域文化发展与国家文化战略中实现个人价值与社会价值的统一。

目标 2-学科素养

成长为具有显著复合优势的行业骨干力量，形成“文化底蕴+数字技术+创意能力”三位一体的核心竞争优势。在某一文化领域形成深度认知与创新能力，并融合传统与现代、本土与国际元素推动文化价值转化。具备敏锐的市场洞察力与跨界整合能力，主导完成具有社会影响力的品牌营销、文化 IP 主题策展等创意项目。同时通过案例积累、跨学科实践及持续学术研修，保持文化敏锐度，形成成熟的策划方法论体系，保持对新业态的探索，逐渐成长为兼具行业影响力与专业深度的复合型文化创意策划人。

目标 3-服务本领

具备全链条文化服务能力，在岗位实践中展现“文化服务+技术应用”的复合型服务特质。作为文化专业人员，能立足区域文化资源禀赋，策划实施具有社会效益与市场价值的文化项目，在公共文化服务、非遗活化等领域形成特色服务模式。在教育服务领域，具备文化传播课程开发与数字化教学资源建设能力，推动优秀传统文化教育创新。作为商务服务人员，应精通文化项目营销、策划与运营等专业服务技能，成为推动文化产业高质量发展的服务中坚力量。

目标 4-自我发展

树立终身学习理念，构建起动态适应文化产业变革的可持续发展能力。在职业发展中形成“技艺精进+跨界融合”的成长路径，既能在传统工艺、数字媒体等细分领域持续深化专业深度，又能主动拓展文化管理、艺术科技等跨学科知识体系。注重职业素养的系统化提升，面对人工智能等新技术

术革命，能够保持前瞻性学习意识，逐步成长为既能扎根传统文化土壤，又能引领行业创新发展的复合型人才，在文化创意产业生态中实现从技术执行者到行业引领者的角色跃升。

六、毕业要求

根据国家有关规定，文化创意与策划专业培养目标，结合学校办学实际，进一步细化、明确学生毕业要求。严把毕业出口关，确保学生毕业时的学时、学分和教学关节符合要求，保证毕业要求的达成度，坚决杜绝“清考”行为。

（一）专业学时

本专业总学时 2586 学时，共计 139 学分方可准予毕业。其中公共基础课程 810 学时，夯实通识素养；专业课程 1376 学时，构建行业认知框架，强化厚植文化，具备创意、策划、设计、运营等核心技能；实践教学环节 400 学时，确保学生通过真实项目掌握全流程实操能力。

（二）考试（考核）

学生需通过多元化考核体系验证能力达标。理论课程采用闭卷考试（占 40%）与实践作品考核（占 60%）结合，核心课程合格线为 60 分；综合能力考核涵盖文化创意策划方案设计、新媒体运营流程模拟及项目管理案例分析，重点评估复杂任务处理能力；实践考核由企业导师评价与实习报告双重评定，注重岗位胜任力与服务反思。考核内容全面覆盖学科知识、职业能力、创新意识等毕业要求，形成“理论+实践+反思”的立体评价机制。

（三）资格证书

学生毕业前在获得毕业证书的基础上，鼓励学生在校期间考取不少于 2 项的职业资格证书，如人社部全媒体运营师、广告设计师、普通话二级乙等证书，体现“岗课赛证”融通培养理念。同时，也可选考，如文创产品创意设计师、Adobe 设计师认证、非遗传承人（初级）或国际商务礼仪证书（CIP）等。鼓励考取教育部“1+X”证书（如数字创意建模、文化资源数字化处理），强化数字技术应用能力。

（四）毕业论文（设计）

毕业论文（设计）聚焦文化创意产业实际问题，强调实践性与创新性。选题需围绕传统文化创新设计、数字文化产品开发、文化活动策划或文化 IP 运营等方向，体现文化传承与技术融合的双重要求。

成果形式可为文创作品集、全案策划书、新媒体数据分析报告或非遗数字化方案，实践类成果占比不低于 70%，并附可行性及效益分析。实施校企双导师制，严格把控开题、中期、答辩三阶段评审，原创性查重率需低于 20%。答辩评分侧重方案创新性（30%）、技术应用合理性（30%）、社会价值（25%）及答辩表现（15%），全面检验学生专业素养与服务本领，确保成果符合行业标准与职业伦理规范。

表 2 毕业要求指标点分解表

毕业要求	毕业要求内涵	毕业要求指标点
1. 职业道德	爱党爱国的政治信念、爱岗敬业的良好道德品质和文明行为习惯的人格修养。	1.1 〔政治信念〕 坚定拥护中国共产党领导和中国特色社会主义制度，在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感。
		1.2 〔道德信念〕 具有良好的职业道德和职业素养。崇德向善、诚实守信、爱岗敬业，具有精益求精的工匠精神。
		1.3 〔人格修养〕 具有较高的文化修养、健康积极的审美情趣，富有人文精神，谈吐、举止、仪态得体而优雅，符合职业规范。
2. 职业情怀	具备高度的文化使命感与职业责任感，在职业生涯中深化对中华优秀传统文化的价值认同，具有高度的社会责任感和职业伦理观。具有良好的道德和职业素养，坚守职业操守，弘扬工匠精神，以诚信、敬业的态度构建良性行业生态。保持清醒的文化自觉，以开放包容的胸怀推动传统文化创造性转化与创新性发展，在服务区域文化发展与国家文化战略中实现个人价值与社会价值的统一。	2.1 〔职业理想〕 保持清醒的文化自觉，以开放包容的胸怀推动传统文化创造性转化与创新性发展，在服务区域文化发展与国家文化战略中实现个人价值与社会价值的统一。
		2.2 〔职业信念〕 具备高度的文化使命感与职业责任感，在职业生涯中深化对中华优秀传统文化的价值认同，具有高度的社会责任感和职业伦理观。
		2.3 〔职业风范〕 具有良好的道德和职业素养，坚守职业操守，弘扬工匠精神，以诚信、敬业的态度构建良性行业生态。
3. 学科知识	了解文化知识产权保护及著作权法的基本知识与方法；具有深厚的文化素养与底蕴，掌握必备的思想政治理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识；掌握文化创意产业核心知识体系，构建复合型知识结构；掌握文化产业策划的撰写与	3.1 〔文化知识〕 掌握语言文字基础知识、文学文化理论、文化史、文化产业现状及发展趋势等核心知识。
		3.2 〔创意与策划知识〕 掌握创意生成、策划设计、项目运营的全流程方法论，包括创意经济理论、策划文案撰写、品牌推广策略及数字媒体技术应用。掌握文化创意理论、艺术审美原理与文化产业经济规律，熟悉数字媒体技术基础与新媒体传播特征。

毕业要求	毕业要求内涵	毕业要求指标点
	设计的基本知识与方法；掌握相关软件的使用与编辑制作的知识。	3.3 〔通识知识〕 拓展管理学、市场营销、心理学、传播学等跨学科知识。熟悉国内外文化遗产、艺术形态、文化政策及市场动态；强化批判性思维、伦理意识，创新意识。
		3.4 〔安全知识〕 掌握知识产权保护、数据安全及文化安全相关法规，熟悉版权登记、商标授权、内容合规等实务操作。了解网络安全、隐私保护及文化符号的合理使用。
4. 职业能力	具备将文化资源转化为创新成果的综合职业能力，掌握文化洞察与价值提炼、创意设计与全案策划、数字化工具应用及市场运营等核心技能，能够独立完成文化IP开发、品牌活动策划、品牌活动策展、品牌传播等全流程项目。同时，具有跨领域协作、资源整合与风险预判能力，最终形成适应文化产业动态需求、兼具艺术审美与市场敏锐性的复合型职业素养。	4.1 〔通用能力〕 具有良好的语言、文字表达能力和沟通能力；具备跨领域协作与资源整合的通用素养，包括高效沟通、团队管理、文化信息筛选与多平台协作能力。
		4.2 〔专业能力〕 具备精通文化IP开发、品牌全案策划、新媒体传播等专业化技能；掌握版权登记、预算控制及风险评估等实务操作；掌握文化市场调研、品牌策划与商业运营技能。
		4.3 〔拓展能力〕 具备跨领域协作、资源整合与风险预判能力；具有健康的体魄和健全的人格；具有良好的心理素质、坚强的意志力，以及良好的心理自我调节能力；精通一项传统技艺或掌握一门传统文化。
5. 管理工作	掌握文化项目全生命周期管理技能，熟练运用数字化工具优化协作流程，具备文化政策解读、版权风险防控与预算编制能力，能够协调跨领域团队高效执行策划方案。同时，具备文化伦理意识与社会责任感，确保成果既符合市场规律，又传递正向文化价值，形成“文化洞察+管理效能+创新落地”三位一体的职业管理素养。	5.1 〔组织管理〕 掌握文化项目全流程组织与协调能力，包括团队分工、进度控制、资源统筹及跨领域协作管理。具备文化政策动态解读能力，结合市场规律优化预算编制与成本控制，确保策划方案从创意提案到落地推广的高效衔接等。
		5.2 〔安全管理〕 具备版权合规审查、文化安全评估及数据隐私保护能力。能够识别策划方案中的文化误读风险或技术伦理隐患。
		5.3 〔信息管理〕 具备运用数字化工具进行文化市场分析、用户行为追踪及项目效果评估的能力。熟练整合多平台文化数据资源，构建文化IP数据库或品牌传播画像，通过信息筛选与可视化呈现支持创意决策。

毕业要求	毕业要求内涵	毕业要求指标点
6. 服务他人	以“文化赋能社会”为导向，强调文化普惠性、社会责任感与需求响应意识。掌握社区文化需求调研、公益项目设计及跨文化沟通技能，运用数字化工具开发适老化、无障碍文化产品，或策划针对弱势群体的文化赋能活动，促进文化遗产传承、地域文化活化、国际文化交流，最终形成“需求洞察-资源适配-社会影响”的服务闭环，推动文化创意成为解决社会问题、提升公共福祉的实践载体。	6.1【服务规范】遵循文化服务伦理准则与政策法规，在公益策划中落实无障碍设计标准、文化多样性保护及知识产权规范。掌握适老化产品开发指南、弱势群体文化权益保障条款等内容，确保服务项目符合公共文化服务标准。
		6.2【服务意识】以“文化普惠”为核心理念，培养学生主动关注社会边缘群体需求、响应公共文化痛点的责任意识，建立“需求导向”的服务思维。
		6.3【服务能力】聚焦文化服务全流程执行，掌握社区文化图谱绘制、公益项目需求评估、资源对接与影响力量化等实操技能。熟练运用数字化工具精准开发服务产品的能力。
7. 自我发展	以培养“终身学习者与行业引领者”为目标，构建持续迭代的自我发展能力，包括职业规划、创新思维及跨领域适应性。掌握行业趋势分析及技术更新的自主学习方法，强化心理韧性、文化企业家精神与伦理自觉，实现“认知升级-技能迭代-价值沉淀”的成长循环，为个人与行业的可持续发展提供长效支撑。	7.1【学习意识】具备主动追踪行业趋势的终身学习意识。构建文化政策解读、技术工具迭代的自主学习路径，掌握跨领域知识迁移能力，形成“问题驱动-资源整合-认知迭代”的可持续学习模式，为职业竞争力升级提供底层支撑。
		7.2【自我管理】建立个人知识管理体系，制定可量化的职业规划与技能迭代计划。强化文化企业家的伦理自律意识。
		7.3【创新意识】具备重构传统逻辑、探索跨界融合的创新思维。能够在策划中引入社会设计思维，同时，建立容错与风险评估机制，平衡创意实验的先锋性与可行性，推动个人原创力转化为行业变革动能。
8. 合作交流	具备跨领域协作、国际文化对话及资源网络构建的核心能力。掌握跨文化共情沟通、数字化协作工具应用及利益相关者协调技能，能够主导或参与全球化团队完成文化IP开发、文旅融合项目等复杂任务。具有较强的文化差异敏感度与协作伦	8.1【团队协作】具备主导或参与创意团队的能力，包括角色分工、流程优化与冲突协调。
		8.2【沟通交流】掌握多语言沟通、非文字符号传达及文化差异弥合技巧。
		8.3【拓宽视野】具备对接国际文化资源、洞察产业趋势的战略视野，理解不同区域的文化消费逻辑与政策差异，掌握文化符号的跨语境转化策略。

毕业要求	毕业要求内涵	毕业要求指标点
	理，在合作中平衡本土特色与国际表达，建立可持续的创意生态伙伴关系。	

表3 毕业要求对培养目标的支撑矩阵

培养目标 毕业要求		目标1 道德情怀	目标2 专业素养	目标3 服务本领	目标4 自我发展
道德情怀	1. 职业道德	✓	✓		
	2. 职业情怀	✓		✓	
专业素质	3. 专业知识		✓		✓
	4. 职业能力		✓		✓
管理服务	5. 管理工作	✓	✓	✓	
	6. 服务他人	✓		✓	
学会发展	7. 自我发展		✓		✓
	8. 合作交流			✓	✓

七、课程设置及要求

（一）课程设置

本专业课程体系安排的总学分为 139 学分，计划总学时数为 2586 学时。其中，公共必修课为 39 学分，730 学时；专业必修课为 60 学分，960 学时；公共选修课为 5 学分，80 学时；专业选修课为 24 学分，416 学时；实践（技能）教学 11 学分，400 学时。公共基础课、专业理论课教学学时原则上按 16 学时/1 学分计；集中实践课、技能课按 28 学时/1 学分计。

1.公共基础课程

（1）公共基础必修课程：毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、习近平新时代中国特色社会主义思想概论、思想道德与法治、形势与政策、大学英语、大学语文、数字素养与人工智能、大学体育、信息技术、就业（创业）指导、劳动教育、军事理论、国家安全教育、大学生心理健康教育、美育、大学生口才与礼仪 16 门课程，共计 39 学分。

（2）公共基础选修课程：政治素养、科技创新、艺术审美、生命健康、语言文化，第 3-4 学期开设，每学期任选 2 学分，总计 4 学分，64 学时。同时安排“四史”课程，包括党史、新中国史、改革开放史、社会主义发展史，从中限选 1 门，1 学分，16 学时多选。此类课程是由教务处统一安排开设的与本学科专业相关的选修课程。

2.专业课程

（1）专业基础课程：文化产业概论、中华优秀传统文化、语言基础知识、美学基础、创意学基础、基础写作、设计软件应用、文创企业管理实务共 8 门课程，共计 32 学分。

（2）专业核心课程：创意文案写作实务、文创产品设计与开发、文化创意项目策划、新媒体运营与推广、短视频创意制作、图形语言、展览展示策划、文化活动策划与实务，一共 8 门课程，共计 28 学分。

（3）专业选修课程：文化法规与知识产权、文化地理学、消费心理学、戏曲文化、文学欣赏、国学经典选讲、齐文化概论、广告策划实务、会展策划实务、文化品牌形象策划、非遗保护与创新设计、数字文创经典案例解析、AI 驱动

微短剧创编实训、新媒体设计与传播、数字技术支撑下影视改编与文化创意、文化遗产的数字活化、地域文化创传播、儿童文化活动创意与策划、儿童文创产品设计、绘本创意戏剧表达、数字时代文化心理、古典诗词文创产品设计，要求至少选修 12 门课程，共计 24 学分。

3. 实践课程

根据学生的职业成长规律，结合专业课程教学，设置实践教学课程，完成学段内的校外实践教学任务以及毕业设计、军事训练、社会实践、社团活动等课程。

（二）课程描述

必修课课程描述，见附录 1。

八、教学进程总体安排

全学程教学活动 120 周，课程教学 80 周，实践教学 21 周（含顶岗实习课程 18 周，毕业论文 2 周，劳动教育 1 周），军事训练 2 周，考试安排 11 周，机动 6 周。社会实践一般安排在假期进行，不占用正常教学活动时间。

按课程教学（含必修课程、选修课程及其课程实践）16 学时 1 学分；集中实践教学环节以周为单位安排，每周 20 学时 1 学分计。顶岗实习 18 周 360 学时计 9 学分，毕业论文 2 周 40 学时计 2 学分。

（一）课程教学进程安排

课程类别与性质		课程代码	课程名称	学时分配			考核安排 (学期)		学年/学期						学分	备注
									第一学年		第二学年		第三学年			
				总学时	理论	实践	考试	考查	一 (16)	二 (16)	三 (16)	四 (16)	五 (16)	六 (0)		
公共基础课程	必修课程	20200179	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	32	30	2		3			2				2	
		21000006	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	48	42	6	4				3				3	
		21000004	思想道德与法治	48	42	6	1	2	2	1					3	
		20200258	形势与政策	48	46	2		1-3	1	1	1				1	备注 1
		20600076	大学英语	128	86	42	1-4		2	2	2	2			8	
		20700175	大学体育	112	12	100		1-4	2	2	2	1			3	备注 2
		20400117	信息技术	32	8	24		1	2						2	
		11500004	就业（创业）指导	38	20	18		1. 4. 5	1			1	1		2	
		20400161	数字素养与人工智能	32	16	16		2		2					2	
		10800175	劳动教育	32	16	16		1-5							2	备注 3
		10800079	军事理论	36	36	0		1							2	备注 4
		05063	大学生心理健康教育	32	22	10		2		2					2	
		20721003	美育	32	24	8		3			2				2	
		10800220	国家安全教育	16	12	4	2			1					1	线上学习
		20200239	大学语文	64	44	20	1-2		2	2					4	
		10800197	大学生口才与礼仪	32	12	20		2		2					2	
				小计	730	456	274			12	13	9	7	1	0	39

课程类别与性质		课程代码	课程名称	学时分配			考核安排 (学期)		学年/学期						学分	备注	
									第一学年		第二学年		第三学年				
				总学时	理论	实践	考试	考查	一 (16)	二 (16)	三 (16)	四 (16)	五 (16)	六 (0)			
公共基础课程	选修课程	任选	政治素养	第 3-4 学期开设，每学期任选 2 学分，总计 4 学分，64 学时													
			科技审美														
			艺术审美														
			生命健康														
			语言文化														
		限选	“四史”	党史、新中国史、改革开放史、社会主义发展史中限选一门，1 学分，16 学时													
	小计			80	80	0								5			
合计			810	536	273			12	13	9	7	1	0	44			
专业课程	必修课程	专业基础课程	201120010	文化产业概论	64	46	18	1-2		2	2					4	
			201120020	创意学基础	64	46	18	1-2		2	2					4	
			201120030	中华优秀传统文化	64	48	16		1-2	2	2					4	
			201120040	语言基础知识	64	48	16		1-2	2	2					4	
			201120050	美学基础	64	48	16	1-2		2	2					4	
			201120060	基础写作	64	28	36		1	4						4	
			201120070	设计软件应用	64	16	48		3-4			2	2			4	
			201120080	文创企业管理实务	64	48	16	3-4				2	2			4	
			小计	512	320	192			14	10	4	4	0	0	32		
		专业核心课程	201130010	创意文案写作实务	64	22	42		2		4					4	
	201130020		短视频创意制作	64	24	40		3-4			2	2			4		
	201130030		图形语言	64	46	18		3-4			2	2			4		

课程类别与性质		课程代码		课程名称		学时分配		考核安排 (学期)		学年/学期						学分	备注
										第一学年		第二学年		第三学年			
						总学时	理论	实践	考试	考查	一 (16)	二 (16)	三 (16)	四 (16)	五 (16)		
专业课程	必修课程	专业核心课程	201130040	文创产品设计与开发	64	22	42		4				4			4	
			201130050	展览展示策划	32	20	12		5					2		2	
			201130060	文化活动策划与实务	32	12	20		5					2		2	
			201130070	文化创意项目策划	64	18	46	3-4				2	2			4	
			201130080	新媒体运营与推广	64	24	40		3-4			2	2			4	
			小计		448	188	260			0	4	8	12	4	0	28	
		合计			960	508	452			14	14	12	16	4	0	60	
	选修课程	专业选修课程	201150230	文化法规与知识产权	32	24	8		5					2		2	限定选修
			201150010	文化地理学	32	16	16		3			2				2	二选一
			201150020	消费心理学	32	16	16		3			2				2	
			201150030	戏曲文化	32	16	16		4				2			2	四选三
			201150040	文学欣赏	32	16	16		4				2			2	
			201150050	国学经典选讲	32	16	16		4				2			2	
			201150060	齐文化概论	32	16	16		4				2			2	
			201150070	广告策划实务	32	16	16		5					2		2	十五选七
			201150080	会展策划实务	32	16	16		5					2		2	
			201150090	文化品牌形象策划	32	16	16		5					2		2	
			201150100	非遗保护与创新设计	32	10	22		5					2		2	
			201150110	数字文创经典案例解析	32	10	22		5					2		2	
			201150120	AI 驱动微短剧创编实训	32	10	22		5					2		2	

课程类别与性质		课程代码		课程名称		学时分配		考核安排 (学期)		学年/学期						学分	备注	
										第一学年		第二学年		第三学年				
						总学时	理论	实践	考试	考查	一 (16)	二 (16)	三 (16)	四 (16)	五 (16)			六 (0)
专业课程	选修课程	专业选修课程	201150130	新媒体设计与传播		32	12	20		5					2		2	
			201150140	数字技术支撑下影视改编与文化创意		32	12	20		5					2		2	
			201150150	文化遗产的数字活化		32	12	20		5					2		2	
			201150160	地域文化创意传播		32	12	20		5					2		2	
			201150170	儿童文化活动创意与策划		32	10	22		5					2		2	
			201150180	儿童文创产品设计		32	10	22		5					2		2	
			201150190	绘本创意戏剧表达		32	10	32		5					2		2	
			201150200	数字时代文化心理		32	22	10		5					2		2	
			201150210	古典诗词文创产品设计		32	24	8		5					2		2	
		小计		416	190	226			0	0	2	6	14	0	24			
		专业课总计		1376	698	678			14	14	14	22	18	0	84			
实践课程			顶岗实习（周）		18 周	0	360					2	2	0	14	9	不计入总 学时学分	
			毕业论文（周）		2 周		40							2	2			
			军事训练（周）		2 周		40			2								
			社会实践、社团活动		60		60			✓	✓	✓	✓	✓				
			小计		400		400					2	2	0	16	11		
总计					2586	1234	1352	0	0	26	27	25	29	19	0	140		

备注：

- 1.形势与政策开设 3 年，每学期不少于 8 学时，记 1 学分；
- 2.体育课程 112 课时，记 3 学分；
- 3.劳动教育按《淄博师范高等专科学校关于加强和改进劳动教育的实施意见》执行；
- 4.军事理论记 36 学时，记 2 学分。

（二）课程体系支撑毕业要求矩阵

表 4 课程支撑毕业要求矩阵一览表

课程性质	课程名称	课程对毕业要求的支撑度							
		职业道德	职业情怀	专业知识	职业能力	管理工作	服务他人	自我发展	合作交流
必修课程	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论体系	H	M				M	L	
	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	H	H			M	M	L	
	思想道德与法治	H	M				L	M	
	形势与政策	H	M				M	L	
	大学英语			M			M	L	
	大学体育			M	L				M
	信息技术			M	H				L
	就业（创业）指导	M	M				L	M	M
	劳动教育						M	L	M

课程 性质	课程名称	课程对毕业要求的支撑度							
		职业道德	职业情怀	专业知识	职业能力	管理工作	服务他人	自我发展	合作交流
必修 课程	军事理论					L	H		M
	大学生心理健康教育	L				M		M	M
	美育			M	L		M		
	数字素养与人工智能								
	国家安全教育			M					
	大学语文		H	M			M		
	大学生口才与礼仪			M	M				H
选修 课程	政治素养	H	M		M				
	科技创新			M	H				
	艺术审美			M	M			L	
	生命健康	M	H				L	L	
	语言文化			M	M	M		M	H
	“四史”	H	M						
专业 基础 课程	文化产业概论			M	H	H			H
	语言基础知识			H	M		M	M	M
	中华优秀传统文化	H	H	M		M	M		
	创意学基础	M	M	H	H	M		M	
	基础写作			H	H	H	M	M	L
	文创企业管理实务		M	H	H	H	M	H	
	设计软件应用 (Photoshop/Illustrator)		L		H	H	M		
	美学基础		M	H			L		

课程性质	课程名称		课程对毕业要求的支撑度							
			职业道德	职业情怀	专业知识	职业能力	管理工作	服务他人	自我发展	合作交流
专业核心课程	创意文案写作实务				M	H		M		
	文创产品设计与开发				L	H	H	M		
	展览展示策划				M	H	H	M		
	短视频创意制作				H	M		M		
	新媒体运营与推广				M	H		M		
	图形语言			L		H	M	M		H
	文化活动策划与实务				M	L				
	文化创意项目策划				H	H	H		H	M
专业选修课程	选修课程	文化法规与知识产权	L	L		H	H	M		
		文化地理学				M				M
		消费心理学			M	M				L
		戏曲文化				M		M		
		文学欣赏			M			M		
		国学经典选讲		M		L				
		齐文化概论			M			M	L	
		广告策划实务			M	L				
		会展策划与实务			L	M				
		文化品牌形象策划			L	M				
		非遗保护与创新设计			M			M		
		数字文创经典案例解析			M	M			M	M
		AI 驱动微短剧创编实训			M	H			M	M
		新媒体设计与传播			M	H			M	M

课程性质	课程名称		课程对毕业要求的支撑度							
			职业道德	职业情怀	专业知识	职业能力	管理工作	服务他人	自我发展	合作交流
专业选修课程	选修课程	数字技术支撑下影视改编与文化创意			M	M		M	L	
		文化遗产的数字活化			M	M			L	
		地域文化创意传播			L	L		M	H	M
		儿童文化活动创意与策划			L	M		M	L	
		儿童文创产品设计			M	M			M	
		绘本创意戏剧表达			M	M			M	
		数字时代文化心理		M	M	L			M	
		古典诗词文创产品设计			M	M			M	
实践课程	通识实践	军事训练						L		M
		社会实践		M						L
		社团活动	L					M		M
	专业实践	定岗实习（18周）	M	M		H	H		M	M
		毕业论文（设计）（2周）			H	H			H	

说明：1. 课程对各项毕业要求的支撑强度分别用“H（高）、M（中）、L（弱）”表示，根据课程对相应毕业要求的支撑强度来定性判断，M表示支撑度中，L表示支撑度低。矩阵应

覆盖所有必修环节，体现课程体系对所有毕业要求的合理支撑。

（三）课程结构与学时（分）分布

1. 公共基础课程数据表

课程类别	课程性质	学时统计		学时统计			
		学时	占总学时比例（%）	理论学时	占总学时比例（%）	实践学时	占总学时比例（%）
公共基础课程	必修课程	730	28.2	456	17.6	274	10.6
	选修课程	80	3.1	80	3.1	0	0
	合计	810	31.3	536	20.7	274	10.6
课程名称 及学分	必修课程	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论（2 学分）、习近平新时代中国特色社会主义思想概论（3 学分）、思想道德与法治（3 学分）、形势与政策（1 学分）、大学英语（8 学分）、大学体育（3 学分）、信息技术（2 学分）、就业（创业）指导（2 学分）、数字素养与人工智能（2 学分）、劳动教育（2 学分）、军事理论（2 学分）、大学生心理健康教育（2 学分）、美育（2 学分）、大学语文（4 学分）、国家安全教育（1 学分）、大学生口才与礼仪（2 学分）。					
	选修课程	政治素养、科技创新、艺术审美、生命健康、语言文化（以上共 4 学分）、四史（1 学分）					

说明：《教育部关于职业院校专业人才培养方案制订与实施工作的指导意见（教职成〔2019〕13 号）》：公共基础课程学时应当不少于总学时的 1/4。

2. 专业课程数据表

课程类别	课程性质	学分统计		学时统计			
		学分	占总学分比例(%)	理论学时	占总学时比例(%)	实践学时	占总学时比例(%)
专业课程	必修课程	60	43.2	508	19.6	452	17.5
	选修课程	24	17.3	190	7.3	226	8.7
	合计	84	60.4	698	27	678	26.2
课程名称 及学分	核心课程	文创产品设计与开发（4 学分）、文化创意项目策划（4 学分）、创意文案写作实务（4 学分）、新媒体运营与推广（4 学分）、短视频创意制作（4 学分）、图形语言（4 学分）、文化活动策划与实务（2 学分）、展览展示策划（2 学分）。					
	基础课程	文化产业概论（4 学分）、中华优秀传统文化（4 学分）、美学基础（4 学分）、创意学基础（4 学分）、基础写作（4 学分）、设计软件应用（4 学分）、图形语言与视觉传达（2 学分）、语言基础知识（4 学分）。					
	专业选修课程	文化法规与知识产权（2 学分）、文化地理学（2 学分）消费心理学（2 学分）、戏曲文化（2 学分）、文学欣赏（2 学分）、国学经典选讲（2 学分）、齐文化概论（2 学分）、广告策划实务（2 学分）、会展策划与实务（2 学分）、文化品牌形象策划（2 学分）、非遗保护与创新设计（2 学分）、数字文创经典案例解析（2 学分）、AI 驱动微短剧创编实训新媒体设计与传播（2 学分）、数字技术支撑下影视改编与文化创意（2 学分）文化遗产的数字活化（2 学分）、地域文化创意传播（2 学分）、儿童文化活动创意与策划（2 学分）、儿童文创产品设计（2 学分）、绘本创意戏剧表达（2 学分）、数字时代文化心理（2 学分）、古典诗词文创产品设计（2 学分）					

3. 选修课程数据表

课程性质	课程类别	学分统计		学时统计			
		学分	占总学分比例(%)	理论学时	占总学时比例(%)	实践学时	占总学时比例(%)
选修课程	公共基础选修课程	5	3.6	80	3.1	0	0
	专业选修课程	24	17.3	190	7.3	226	8.7
	合计	29	20.9	270	10.4	226	8.7
课程名称及学分	公共基础选修课程	政治素养、科技创新、艺术审美、生命健康、语言文化（以上共4学分）、四史（1学分）					
	专业选修课程	文化法规与知识产权（2学分）、文化地理学（2学分）消费心理学（2学分）、戏曲文化（2学分）、文学欣赏（2学分）、国学经典选讲（2学分）、齐文化概论（2学分）、广告策划实务（2学分）、会展策划与实务（2学分）、文化品牌形象策划（2学分）、非遗保护与创新设计（2学分）、数字文创经典案例解析（2学分）、AI驱动微短剧创编实训（2学分）、新媒体设计与传播（2学分）、数字技术支撑下影视改编与文化创意（2学分）文化遗产的数字活化（2学分）、地域文化创意思传播（2学分）、儿童文化活动创意与策划（2学分）、儿童文创产品设计（2学分）、绘本创意戏剧表达（2学分）、数字时代文化心理（2学分）、古典诗词文创产品设计（2学分）					

说明：《教育部关于职业院校专业人才培养方案制订与实施工作的指导意见（教职成〔2019〕13号）》：高职选修课教学时数占总学时的比例应当不少于10%。

4. 实践课程学时统计数据表

课程类别	课程性质	学时合计	理论学时	实践学时
公共基础课程	公共必修课程	730	456	274
	公共选修课程	80	80	0
专业课程	专业核心课程	448	188	260
	专业基础课程	512	320	192
	专业选修课程	416	190	226
集中实践课程		360	0	360
毕业论文		40	0	40
总学时		2586	1234	1352
占总学时比例 (%)		100	47.7	52.3

说明：《教育部关于职业院校专业人才培养方案制订与实施工作的指导意见（教职成〔2019〕13号）》：加强实践性教学，实践性教学学时原则上占总学时数50%以上。

九、实施保障

（一）师资队伍

文化创意与策划专业拥有一支结构合理、业务精湛、经验丰富的教学团队。团队中涵盖了文化研究学者、资深策展人、数字创意工程师等多元背景的教师队伍，以此确保理论深度与行业前沿同步。同时骨干教师中多人具备非遗活化、文旅融合等实战项目经验，并定期参与行业研修。企业导师引入策展总监、版权经纪人等一线工作人员，通过工作坊制、项目制教学实现“课堂—产业”知识转化，为学生提供文化伦理辨析、技术工具迭代等立体化指导。

师资队伍职称结构、学历学位结构、年龄结构等都较为合理，生师比不高于 18:1，专任教师比例不低于 40%。具有硕博学位教师占专任教师比例不低于 30%，具有高级职称教师占专任教师比例不低于 20%且为师范生上课，双师素质教师占专业教师比超过 60%，能充分满足本专业的教学需求。

（二）教学条件

学校每年在专业建设方面投入大量资金，以确保专业建设的高质量发展。本专业在校内建设有“虚实融合”教学场景，配备文化创意工坊、传统文化传承与研究工作室、数字媒体实训室及文化大数据分析平台；校外联动博物馆、文创园区建立实践基地，提供非遗数字化、沉浸式展览等真实项目载体。搭建文化 IP 案例库、版权法规数据库等数字资源平台，支撑从文化调研到项目落地全流程实训，确保教学与产业技术代际同步。同时学校有与

文化创意与策划专业相关的纸质图书资料、电子图书、电子期刊等，建有校级网络课程教学资源平台，图书文献和数字教学资源的配备能满足专业人才培养、专业建设、科学研究等工作的需要。

（三）教学方法

依据文化创意与策划专业培养目标、课程标准、学生学习基础、教学资源等，采用“项目式学习”模式，以相关的真实议题驱动教学。通过跨学科组队、文化创意工作坊等场景，训练文化资源跨界整合能力。在教学中能够恰当运用案例教学、探究教学、现场教学等方式，积极开发线上课程，合理应用信息技术，强化职业道德决策与风险管理意识，打造线上线下混合式教学的高效课堂。

（四）学习评价

本专业严格落实培养目标和培养规格要求，加大过程评价、实践技能评价在学习评价中的比重。学习评价内容兼顾认知、技能、情感等方面，采用多元化评价方式。侧重文化价值转化效能、技术工具适切性、社会影响力三维度评价。适当引入第三方评估机制，如公益项目服务对象满意度调查、文创产品众筹达成率等，形成“专业能力+社会价值”双轨评价闭环。

（五）质量管理

强化专业建设卓越质量体系建设，建立教学管理组织协调机构、成立督学小组、建立学生信息员制度、建立教师评价系统，完善课堂教学、教学评价、实习实训、毕业论文（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，推动专业建设水平。强化日常教学管理机制管理，强化教学地位，定期开展公开课、示范课等教研活动，促进教学质量水平的提升。建立了毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，适时根据市场进行调研，不断优化人才培养水平，提高社会对毕业生的认可度。

十、附录

文化创意与策划专业课程描述

一、公共基础课程

1. 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论

课程目标：准确把握马克思主义中国化过程中形成的理论成果，深刻认识中国共产党领导人民革命、建设和改革的历史进程和伟大成就。提高学生运用马克思主义的立场、观点和方法分析解决问题的能力。坚定四个自信，增强投身我国社会主义现代化建设的自觉性和主动性。

主要内容：毛泽东思想及其历史地位，新民主主义革命理论，社会主义改造理论，社会主义建设道路初步探索的理论成果，中国特色社会主义理论体系的形成发展，邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观。

教学要求：通过教学帮助学生系统掌握毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系的基本原理及其对当代中国发展的重大意义，正确认识中国特色社会主义建设的发展规律，自觉为实现中华民族伟大复兴的中国梦而奋斗。

2. 习近平新时代中国特色社会主义思想概论

课程目标：系统掌握习近平新时代中国特色社会主义思想的主要内容和科学体系，把握这一思想的世界观、方法论和贯穿其中的立场、观点和方法，增进政治认同、思想认同、理论认同、情感认同，切实做到学思用贯通、知信行统一，增强投入民族复兴的社会责任感和历史使命感。

主要内容：中国特色社会主义，中国式现代化，党的全面领导，以人民为中心，全面深化改革开放，高质量发展，现代化经济体系，社会主义现代化建设的教育、科技、人才战略，全过程人民民主，全面依法治国，社会主义文化强国建设，社会建设，生态文明建设，国家安全观，国防和军队，“一国两制”和祖国完全统一，中国特色大国外交和人类命运共同体，全面从严治党。

教学要求：引导青年学生科学认识我们所处的时代、认识新时代党的创新理论，认识党的创新理论指导下党和国家事业的发展，注重政治性和学理性、价值性和知识性、理论性和实践性相统一，了解中国国情，坚定理想信念，提高理论水平，增强实践能力。

3. 思想道德与法治

课程目标：正确认识时代新人的历史责任，准确把握社会主义思想道德建设的主要内容，掌握社会主义法治的基本精神。提高学生运用马克思主义理论认识、分析、解决问题的能力。提高学生的思想道德素质和法治素养，自觉担当民族复兴大任。

主要内容：做担当复兴大任的时代新人；人生观；理想信念；中国精神；社会主义核心价值观；社会主义道德；社会主义法治。

教学要求：以马克思主义理论为指导，把社会主义核心价值观贯穿教育教学全过程，通过理论学习和实践体验，全面提高大学生的思想道德素质、行为修养和法治素养，做有理想、有本领、有担当的时代新人。

4. 形势与政策

课程目标：了解党和国家重大方针政策及当前国际形势，正确认识党和国家面临的形势和任务。提高学生认知时事、认同政策、认清趋势的能力。珍惜和维护国家稳定的大局，坚定四个自信。

主要内容：党的基本路线、方针、政策；改革开放和社会主义现代化建设的新形势、任务和发展成就；当前国际形势与国际关系的状况、发展趋势和我国的对外政策。

教学要求：通过教学，使学生认清当前国内外经济政治形势、国际关系以及国内外热点事件，阐明我国政府的基本原则、基本立场与应对政策。注重理论与实际的结合，力求达到知识传递与思想深化的双重效果。

5. 大学英语

课程目标：掌握一定的英语知识和语言技能，有效完成日常生活和职场情境中的沟通任务；具备跨文化交流的意识和能力，树立国际视野，涵养家国情怀，坚定文化自信；提升语言思维能力，培养思维的逻辑性、思辨性与创新性；完善自我学习能力，掌握科学的学习方法，养成终身学习的习惯。

主要内容：本课程内容是发展学生英语学科核心素养的基础，突出英语语言能力在生活 and 职场情境中的应用，由主题类别、语篇类型、语言知识、文化知识、语言技能和学习策略六大模块组成。

教学要求：注重发挥课程的育人功能，将课程内容与育人目标相结合；关注内容的价值取向，提炼课程思政元素；突出职业

特色，加强语言实践应用能力培养；尊重个体差异，促进学生的全面与个性发展；注重现代信息技术在英语教学中的应用。

6. 大学生心理健康教育

课程目标：掌握一定的心理健康知识，理解心理健康的标准，熟悉常见心理问题及其预防等心理学基础知识，优化心理品质，塑造健康人格、提升自我心理调节的能力。培养适应社会发展需要的新时期高素质职业技术人才。

主要内容：心理健康基础理论；大学生心理发展特点及规律；大学生心理发展常见问题及调适策略。

教学要求：运用案例分析法、讲授法、讨论法等，引导学生通过体验、实践、讨论、合作探究等方式展开学习，为将来成为一名身心健康的职业教育工作者或小学教师奠定基础。

7. 美育

课程目标：系统理解美育内涵，通过多元的审美体验与审美活动，探索自然、生活、艺术、文学等多维之美，增强审美感知敏锐度、艺术鉴赏深度及美学创造力，树立进步审美观念，塑造高尚审美理想与情趣，全面提升人文素养，陶冶心灵，促进人格发展。

主要内容：美育总论、审美活动与审美经验、经典审美形态、核心美学范畴、审美实践等。

教学要求：坚持“教师引导、学生为本”原则，灵活运用专题讲授、多媒体资源、翻转任务、主题辩论、创意工作坊等形式，创设丰富实践情境，引导学生在深度参与中内化美育素养。

8. 大学体育

课程目标：了解一定的体育基础理论知识，掌握科学的体育锻炼方法，至少熟练掌握二项体育运动项目的基本技能，提高终身体育锻炼能力和从事小学体育活动组织能力。

主要内容：田径、体操、篮球、排球、足球、羽毛球、乒乓球、网球、健美操、体育舞蹈、武术、定向运动等项目教学。

教学要求：使学生了解增进健康的方法和掌握一定的运动技能，掌握队列队形指挥的基本知识和小学体育游戏的组织与方法，使学生初步熟悉小学体育活动的组织方法。

9. 信息技术

课程目标：了解信息技术的重要作用及其发展趋势；掌握常用的工具软件和信息化办公技术；能在日常生活、学习和工作中综合运用信息技术解决问题，树立正确技术观。

主要内容：信息检索与信息安全、电子文档处理、电子表格处理、演示文稿制作、数字媒体技术、新一代信息技术概述、信息素养与社会责任。

教学要求：培养学生的信息意识，形成健康的信息行为；重点培养学生的信息技术实际操作能力，能熟练使用各种软件工具、信息系统对信息进行加工、处理和展示交流，为学生的信息技术技能与专业能力融合发展奠定基础；培养学生的数字化学习能力和创新意识；培养学生信息社会责任。

10. 就业（创业）指导

课程目标：通过职业发展与就业（创业）教育，使学生理性

地规划自身未来的发展，激发职业生涯发展的自主意识；引导学生正确认识当前的就业形势，熟悉相关就业（创业）政策，树立适应社会需求的就业观，使学生在心理上做好走向社会的准备，提高就业能力和生涯管理能力。

主要内容：职业发展规划教育、就业（创业）教育。

教学要求：从学生需求出发，结合职业发展与就业（创业）教育目标，理论与实践相结合，讲授与训练相结合，充分利用各种资源，发挥师生双方在教学中的主动性和创造性，重视学生态度、观念的转变和技能的获得，采用过程评价和结果评价相结合的方式。

11. 军事理论

课程目标：让学生了解掌握军事基础知识和基本军事技能，增强国防观念、国家安全意识和忧患危机意识，弘扬爱国主义精神、传承红色基因、提高学生综合国防素质。

主要内容：军事理论课包含中国国防、国家安全、军事思想、现代战争、信息化装备五大主要内容。军事技能训练包含共同条令教育与训练、射击与战术训练、防卫技能与战时防护训练、战备基础与应用训练四大主要内容。

教学要求：军事课纳入普通高等学校人才培养体系，列入学校人才培养方案和教学计划，实行学分制管理，课程考核成绩记入学籍档案。

12. 劳动教育

课程目标：通过劳动教育，学生能够形成马克思主义劳动观，

学生养成热爱劳动、尊重普通劳动者、珍惜劳动成果的情感和勤俭、奋斗、创新、奉献的劳动精神；养成良好的劳动习惯。

主要内容：培养学生劳动意识和公共服务意识，树立正确的劳动观；开展生产劳动和服务性劳动教育，积累职业劳动经验；组织课外实践劳动教育活动，提升学生劳动创造能力。

教学要求：根据劳动教育目标，设定具体评价标准，关注学生在劳动教育实践活动中的实际表现，开展过程性评价；根据用人单位反馈、社会实践表现评价等他人评价为辅，以学生的物化成果为参考，对学生的劳动观念、劳动能力进行总结性评价。

13. 数字素养与人工智能

课程目标：理解数字素养的概念与内涵；理解人工智能技术的核心要素及其相互关系；掌握生成式人工智能的主要特点；能使用主流 AI 工具进行文本内容和多模态资源的生成；能合理、安全、负责任地使用人工智能技术。

主要内容：数字素养的概念与内涵；人工智能技术的核心要素及其相互关系；机器学习原理；生成式人工智能的特点；提示词工程；主流 AI 工具的使用；使用 AI 工具生成声音、图像和视频；数据隐私保护与人工智能伦理。

教学要求：结合典型工作场景帮助学生理解数智时代对专业人才数字素养的新要求；通过算法偏见实例分析、AI 伦理辩论等训练辩证思考，培养学生正确认识并合理使用人工智能技术的意识与能力；理论讲解结合工具实操，培养学生科学使用提示词进行 AI 内容生成的意识与能力。

14. 大学语文

课程目标：了解文学鉴赏的基本原理，掌握阅读、分析和鉴赏文学作品的基本方法；能够将课堂中学到的知识自动自觉应用到社会实践中，作出切合职业语境需要的表达，具有爱国情感与高尚的道德情操。

主要内容：语文素养和能力；语言表达与训练。

教学要求：使学生具备良好的听、说、读、写的语文基础能力和为学生从事早期教育工作打下良好的基础。

15. 国家安全教育

课程目标：能够系统掌握总体国家安全观的基本精神、基本内容、基本方法、基本要求，理解中国特色国家安全体系；牢固树立国家利益至上的观念，增强自觉维护国家安全意识，具备维护国家安全的能力；能够将国家安全意识转化为自觉行动，强化责任担当。

主要内容：新时代国家总体安全观；中国特色国家安全道路；维护重点领域的国家安全；努力践行国家总体安全观。

教学要求：使学生能够从历史和理论的角度了解总体国家安全观形成的背景和过程，深刻认识总体国家安全观的科学内涵，掌握总体国家安全观的战略意义。让学生能够认识国家安全重点领域的基本内涵、重要性、面临的威胁与挑战、掌握维护的途径与方法。树立底线思维、遵纪守法，由理论联系实际，主动承担起维护国家安全和民族复兴的大任。

16. 大学生口才与礼仪

课程目标：通过进行各类交际口语相关技能的训练，使学生能够用标准恰当的语言和自然生动的态势语，增强人际交往能力与表达沟通能力；结合姿态、服饰、面试等现代礼仪的基础知识进行礼仪实践的示范和演练，使学生掌握现代社交礼仪规范，增进人际交往，全面提升学生的文明素养。

主要内容：包括大学生口才与礼仪概述、说话技能训练、交际口才技能训练、面试口才技能训练、个人礼仪、社交礼仪、校园礼仪、职场礼仪。

教学要求：运用讲练结合、行为导向、情景模拟等教学方法，将理论分析与日常应用相结合，引导学生在日常生活中学习交际技巧与礼仪，提升学生的社交口才与礼仪修养，全面提升自身形象，赢得更多交友、合作、求职、受聘的机会，为未来步入职场打下良好基础。

二、专业（技能）课程

1. 文化产业概论

课程目标：掌握文化产业基本概念、产业链结构及发展规律；理解国内外文化产业发展现状与政策导向；培养对文化市场的分析能力与产业敏感度。

主要内容：文化产业定义、分类与核心特征；全球文化产业模式（如欧美、日韩、中国案例）文化政策、版权保护与产业生态；数字化时代文化产业新业态（如 IP 经济、元宇宙）。

教学要求：结合案例研讨与行业报告分析，组织学生实地调研文化园区或企业，邀请从业者分享产业实战经验。

2. 中华优秀传统文化

课程目标：系统认知中国传统文化精髓及其现代转化价值培养文化认同感与创新传承意识；学习将传统元素融入当代文创设计。

主要内容：儒释道思想、传统艺术（书法、戏曲等）、民俗文化；非遗技艺（如剪纸、陶瓷、木雕）的活化案例；传统文化IP开发（如故宫文创、国潮品牌）

教学要求：采用“理论+实践”模式，设置手工艺体验环节；结合影视、展览等资源进行跨媒介教学；鼓励学生设计传统文化再创作提案。

3. 创意学基础

课程目标：本课程旨在奠定学生创意活动的理论基础与实践认知，核心目标是激发并系统培养学生的创意思维能力，使其掌握创意生成的基本规律、核心原理与常用方法；引导学生理解创意在文化创意产业价值链中的核心驱动作用；初步具备运用创意工具解决策划领域实际问题的意识与基础技能，为后续专业课程学习和未来职业发展奠定坚实的创新思维根基。

主要内容：课程内容围绕创意本质展开，涵盖创意的基本概念、特征、价值及其在文化创意产业中的核心地位；深入探讨创意思维的核心模式（如发散思维、聚合思维、联想思维、逆向思维等）及其训练方法；系统介绍多种实用的创意技法与工具（如头脑风暴、思维导图、六顶思考帽、SCAMPER法等）及其应用场景；同时，结合文化产业案例，分析创意从灵感到实现的转化过

程、影响因素及评估维度，使学生对创意工作形成整体性、流程性的认知。

教学要求：本课程教学强调理论与实践紧密结合、思维训练与工具运用并重。采用启发式、互动式、案例式和项目驱动式等多元化教学方法，营造开放、包容、鼓励试错的课堂氛围；要求学生积极参与课堂讨论、思维训练和创意实践练习，敢于表达独特见解，勇于尝试不同方法；注重过程性评价，考核应侧重考察学生的思维活跃度、方法掌握度、创意实践参与度及解决简单创意问题的能力，而非单一追求标准答案。

4. 基础写作

课程目标：使学生掌握写作的基础知识、基本技巧并能融会贯通运用到实践中，能够按照要求写出较为规范的现代文，提高写作水平，为今后从事文创工作打下良好的基础。

主要内容：主题的把握、结构的安排、材料的选择和剪裁、语言的运用、表达方式的选择、文章的修改等。

教学要求：以文学写作为主，重点在于培养学生的阅读习惯和写作兴趣，为后续课程《创意文案写作实务》打好基础；按照基本理论知识讲解、范文示例、模仿写作的步骤，逐步引导学生练习写作；通过上台演讲、朗读、讨论、交流的方式，培养学生的自信心和兴趣；通过反复操练、点评、修改，使学生找出不足，进一步提高写作水平。

5. 语言基础知识

课程目标：本课程旨在系统夯实学生的汉语言基础能力，核

心目标是使学生掌握现代汉语的核心要素（语音、文字、词汇、语法、修辞）及其规范标准；提升学生对语言现象的敏感度与分析能力，能够辨识常见语病、理解语言运用的基本规则和表达效果；初步培养学生根据文化创意与策划场景需求，恰当、规范、有效运用语言的能力，为《基础写作》、《文案策划》、《沟通表达》等课程及专业实践提供坚实的语言工具支撑，避免因语言基础薄弱影响创意表达与信息传递。

主要内容：课程内容围绕汉语言核心构成要素展开，重点涵盖：语音基础知识（普通话语音规范、方音辨正、朗读基本技巧）；文字基础知识（汉字结构、常用字规范书写与使用）；词汇基础知识（词的结构、词义辨析、词汇积累与运用、成语俗语）；语法基础知识（词类划分、短语结构、句子成分、常见句法错误分析）；修辞基础知识（常用修辞格及其表达效果、语言风格初步感知）；结合文化创意产业中的实际语言案例（如广告语、宣传文案、策划案片段）进行语言现象解析与应用观察。

教学要求：教学强调精讲规则、多练辨析、联系实际。要求教师理论讲解清晰准确、深入浅出，紧密结合语言运用实例（尤其是正反案例）进行教学；设计丰富多样的辨识、分析、改错和基础应用练习，帮助学生内化规则；引导学生关注日常和专业文本中的语言现象，培养语感；要求学生积极参与课堂活动，认真完成练习，主动积累词汇，自觉养成规范使用语言的习惯；考核应侧重基础知识的掌握程度、语言现象的辨识分析能力以及基本的语言规范应用能力，确保学生打下扎实的语言功底。

6. 设计软件应用

课程目标：本课程旨在培养学生运用主流设计软件实现文化创意策划视觉表达的核心能力。核心目标包括：使学生熟练掌握 **Photoshop (PS)** 和 **Illustrator (AI)** 在图像处理、图形绘制、版面编排等静态视觉设计中的基础操作与核心技巧；掌握 **Premiere Pro (PR)** 和 **After Effects (AE)** 在视频剪辑、基础合成、动态图形制作等动态视觉呈现中的入门级应用；重点培养学生理解不同软件在创意策划全流程中的定位与协同，并能根据策划案需求选择合适工具进行基础的视觉转化，为后续《活动视觉设计》、《数字媒体策划》等课程提供必要的技术支撑。

主要内容：课程内容围绕四款软件的核心功能模块及工作流程衔接展开：**Photoshop (PS)**：图像基础、选区与蒙版、图层操作与样式、调色与修饰、基础合成技巧、海报/展架设计应用。**Illustrator (AI)**：矢量绘图基础、文字排版、Logo/图标设计、印刷品制作、与 PS 的协作。**Premiere Pro (PR)**：剪辑流程、基础转场与效果、音频处理、字幕制作、输出设置。**After Effects (AE)**：基础合成概念、文字动画、简易特效、动态图形入门、制作宣传片头/动态海报元素、与 PR 的动态链接。结合策划案例，模拟从静态设计(AI/PS)到动态制作(AE/PR)的完整流程，强调文件规范管理、格式转换与软件协同。

教学要求：教学强调实战导向、精练核心、突出流程。要求教师以项目任务驱动教学，设计紧密结合文化创意策划实际需求的练习；精讲常用核心功能，避免过度深入复杂特效，确保学生

掌握“够用、管用”的技能；重点演示软件间的协同工作方式；提供清晰的操作步骤指导和丰富的练习素材；要求学生积极参与上机实践，按时完成模块化作业和综合项目，注重操作规范、文件管理和效率；考核应以实操能力为核心，考察软件基础操作的熟练度、解决实际设计问题的能力、以及利用软件组合完成简单策划视觉呈现任务的综合水平。

7. 美学基础

课程目标：本课程旨在奠定学生的审美认知基础与视觉素养。核心目标包括：引导学生理解美学的基本概念、范畴及其在文化创意领域的体现；掌握形式美的基本法则并能运用其分析、评价视觉作品；培养对不同文化背景、艺术风格的感知力与包容性；初步建立将美学原理应用于创意策划实践的意识与基础判断力，为后续《活动策划》等专业课程提供审美支撑。

主要内容：课程内容围绕审美感知训练与实用美学原理展开，美学入门概念：美的本质探讨、审美活动的基本特征。形式美法则精讲与应用：深入解析核心形式美法则，结合大量平面设计、广告、包装、空间陈设、影视画面、数字媒体界面等文化创意产业实例进行分析与讨论。色彩美学基础：色彩原理、色彩心理学与象征意义、色彩搭配原则在策划设计中的应用。文化审美视野拓展：东西方主要美学思想的简要介绍与对比；流行文化、青年亚文化、地域文化中的审美现象观察。审美与创意策划关联：探讨美学原则如何指导策划实践。

教学要求：教学强调感知先行、案例驱动、联系专业。要求

教师避免过度理论化，采用丰富的图像、视频、实物案例进行直观教学，引导学生“看得到、说得清”美在哪里；设计多样化的观察、分析、讨论、比较练习；鼓励学生走出课堂，观察记录生活中的美学现象；要求学生积极参与审美体验与表达，敢于分享个人见解，逐步提升视觉敏感度和批判性审美眼光；考核应侧重学生对美学原理的理解深度、运用法则分析实际作品的能力、以及在模拟策划情境中体现出的审美判断力，而非死记硬背概念。

8. 文创企业管理实务

课程目标：本课程旨在培养学生理解并掌握小微文创企业日常运营管理的关键实务操作能力。核心目标包括：使学生系统认知文创企业的基本类型、组织架构特点及核心业务流程；熟练掌握企业设立、基础财务管理、人力资源等核心行政事务的操作规范与流程；理解知识产权在文创领域的核心地位及基础保护与运用策略；培养项目成本意识、基础风险防范能力及合规经营理念，为未来从事策划执行、项目管理、自主创业或进入文创企业基层管理岗位奠定坚实的实务基础。

主要内容：课程内容围绕文创企业生存与发展必需的日常管理环节展开：企业设立与基础法律环境：文创企业常见法律形态选择与比较、工商注册流程、税务登记、银行账户开设、基础行业法规政策。核心财务事务：认识常用票据、简易记账方法与流水账管理、基础成本核算、报销流程、税务申报基础认知、预算编制入门。人力资源实务：劳动合同签订要点、五险一金办理流程与计算基础、简易考勤与薪酬核算、实习生/兼职人员管理规范

知识产权管理与运用：版权登记流程与价值、商标注册基础、文创项目中的版权归属约定、基础授权许可模式、常见侵权风险识别与防范。项目运营支撑：合同管理、基础档案管理、办公行政事务、基础沟通协调与客户维护。风险与合规：常见经营风险识别、基础风险规避策略、合规经营意识培养。

教学要求：教学强调真实场景、模拟操作、规范优先。要求教师大量引入真实案例、模板、流程表单进行教学；设计高度仿真的实务操作练习；聘请行业一线人员进行实务讲座或指导；强调流程的规范性、时效性和细节把控；要求学生认真完成各项模拟操作任务，熟悉各类文书模板，培养严谨、细致、合规的职业习惯；考核应侧重实务操作流程的掌握程度、规范性文件的填写能力、基础问题的分析与解决能力，注重过程性评价与实践成果。

9. 创意文案写作实务

课程目标：掌握各类文案的特点，掌握各类文案创作流程，掌握创意文案相关知识和技能，掌握广告文案分步写作的方法，从而能有机结合从事创意文案写作。

主要内容：主要讲授国内外各类文案创作的基本规律，掌握各类文案创作流程，了解各类文案的定义、分类，掌握各类文案的特点，掌握创意文案相关知识和技能，掌握广告文案写作方法，将社会主义核心价值观融入教学，突出知识传授与价值引导的有机统一。

教学要求：在教学中注重任务驱动教学，在教学的相应阶段，要求学生运用所学的知识，进行创意策划和文案写作实操。

10. 图形语言

课程目标：掌握图形语言的基本构成要素及其视觉表意逻辑；理解视觉传达设计的核心原则与文化创意产业的关联；熟悉传统文化符号、地域文化元素在现代视觉设计中的转化方法。能够运用图形语言完成文化主题的创意表达，具备通过视觉设计软件实现创意落地的技术能力。

主要内容：图形符号的分类与表意逻辑，视觉传达中的构成法则，如点线面组合、色彩心理、空间层次等图形语言基础理论；如故宫文创、敦煌壁画元素的现代设计转化案例研讨；图形简化与联想训练、文化主题视觉化设计；视觉传达综合应用，如海报、视频封面等文化传播媒介设计，LOGO、VI手册、包装设计等文化品牌视觉系统设计。

教学要求：理论讲授结合案例分析，采用“项目驱动法”，引入校企合作真实课题，定期组织学生作品互评与行业导师点评，结合地域文化资源（如齐文化、戏曲元素）设计课程案例库。

11. 文创产品设计与开发

课程目标：理解文创产品设计与策划的意义、目的及内容；掌握影响文创产品设计的相关问题；熟悉文创产品设计与创新的法则；关注文创产品专题设计的难点；掌握文创产品专题设计步骤与方法。

主要内容：文化创意产业概况，包括文化创意产业发展状况、文化创意产品的特征等；文化创意产品的分类；文化创意产品设计的定义、发展、文化创意理念构建、消费心理分析等；文化创

意产品设计的意义、创新方法和流程，以及开展文化创意产品创业的核心要点。

教学要求：本课程采用案例教学为主、访谈式教学为辅的教学方法，结合实际案例进行讲解；通过课堂讨论、在线作业、单元测试、在线答疑等方式，将课堂交给学生，提高学生的学习主动性和积极性；运用项目化教学方法，将知识点融入到具体的项目设计流程中，通过完成项目使学生掌握设计方法。

12. 文化创意项目策划

课程目标：了解文化创意与策划的基本知识和基本理论，掌握文化创意与策划的基本策略，文化创意与策划的主要工具；同时，通过分析重点行业文化创意与策划案例的市场切入点、策划技巧、营销过程等，培养分析问题、解决问题的能力及与客户沟通的能力，为进入现代企业从事文化创意与策划工作打下坚实的基础。

主要内容：文化创意与策划基础知识；文化产品的创意与策划操作实务；文化创意与策划案例研究。

教学要求：采用理论讲授、随堂提问、小组研讨、案例分析等方式相结合的方式；课程考核采用过程考核和期末考试相结合的方式。

13. 短视频创意制作

课程目标：通过数字视频的设计、摄像、编辑、特技与动画、字幕制作、声音处理、导演等内容的教学，掌握数字视频设计与制作技术的基本技能。

主要内容：视听语言的视觉构成、视听语言的听觉构成、数字视频制作基础、数字视频作品的设计与策划、导演工作、数字视频作品的拍摄、数字视频作品的编辑、数字视频作品的特技与动画、数字视频作品的字幕制作等。

教学要求：要求学生具备一定的视频设计能力，能使用摄影摄像器材，完成素材采集，熟练使用编辑软件完成视频作品的编辑制作。

14. 新媒体运营与推广

课程目标：结合互联网学术与技术研究的最新成果，了解新媒体的媒体传播、关键技术、服务平台、资产管理、内容产业等方面理论，了解媒体种类，理解新媒体的传播方式与传播格局，掌握新媒体在新闻报道、营销传播、危机管理等方面的前沿应用，通过学习获得新媒体方面最具实效性和实用性的知识。

主要内容：新媒体概述；新媒体营销；新媒体融合报道；新媒体运营；新媒体商业模式；新媒体与危机管理等。

教学要求：教师需要培养学生能够运用学校所学的理论知识，在实际运用中能根据环境的不同，任务的不同，熟练操作新媒体营销平台，创作出合格的营销作品。

15. 展览展示策划

课程目标：本课程旨在培养学生掌握中小型展览展示项目策划与执行的核心能力。核心目标包括：使学生系统理解展览展示策划的基本流程及各环节关键要素；掌握空间叙事与主题表达的核心方法，能根据目标受众和传播目标，运用空间、视觉、文字、

多媒体等手段构建逻辑清晰、体验丰富的展示内容；具备基础的空间规划与动线设计意识；熟练掌握预算编制、供应商协调、时间管理、风险评估等项目管理实务技能；培养团队协作与现场执行应变能力，为未来从事博物馆、商业展会、文化活动、品牌快闪店等领域的策展助理、项目执行岗位奠定坚实基础。

主要内容：课程内容围绕展览项目的完整生命周期与核心策划技能展开：策划基础与流程：展览类型认知、策划核心流程。内容策划与叙事：主题提炼与深化、故事线构建、信息层级梳理、文字脚本撰写要点、内容与空间的融合策略。空间与形式设计基础：场地分析、基础空间布局与分区、参观动线设计原则、展陈形式选择与组合、灯光与氛围营造初步认知。技术应用与体验设计：多媒体技术在展览中的功能定位与选择、互动体验设计入门、无障碍设计意识。项目执行管理实务：预算编制、供应商沟通与管理要点、时间进度表制定、风险预案、场地搭建基础规范与流程监督、开幕式与现场运营管理。案例分析与实操模拟：拆解经典展览案例，分组完成小型模拟展览项目。

教学要求：教学强调项目驱动、实战模拟、细节把控。要求教师以真实或仿真项目任务贯穿教学；提供清晰的项目模板与工具；引入行业导师分享经验或评审方案；重点训练学生的流程思维、成本意识、跨领域沟通和文档规范能力；要求学生积极参与小组协作，完成从策划案撰写到模拟执行的全过程，注重方案的落地性、安全性和成本可控性；考核应以过程性评价为主，综合考察策划案的逻辑性与创意性、执行方案的可行性、预算与进度

管控意识、团队协作表现及最终模拟成果的完整度与专业度。

16. 文化活动策划与实务

课程目标：了解文化活动策划的概念和流程、活动主题与内容设计、场地选取与场地布置、宣传和推广、文艺节目策划与表演、合作与协调等方面的知识；掌握文化活动策划与执行能力；能够熟练掌握实践活动策划的技巧和方法，支持完成单项活动策划及多项活动策划并执行。

主要内容：文化活动定义、分类及策划原则；标准策划流程解析及项目管理工具；活动主题设计、场地选取与场景营造、宣传推广以及文艺节目策划等。

教学要求：本着实践与理论相结合的原则，教学采用深化校企合作、任务驱动法开展项目化教学，与学生共同策划、组织和实施文化活动项目，推动学习的深入。采用互动教学、相关资料的指导阅读、以问题为导向的讨论法、案例教学法等手段，以便于帮助学生理解文化活动策划相关的理论和方法。