

2025 级文化创意与策划专业 人才培养方案

专业代码：550401

执笔人：彭舒玲

教师代表：杨琪莹、朱志敏、吴莹婷

行业（或企业）代表：张志伟

专业带头人：施明军 彭舒玲

一、专业名称及代码

专业名称：文化创意与策划

专业代码：550401

二、入学要求

普通高级中学毕业生、中等职业学校毕业生或具有同等学力者

三、修业年限

3 年

四、职业面向

所属专业 大类(代码)	所属专业 类(代码)	对应行业 (代码)	主要职业类别 (代码)	主要岗位(群)或 技术领域	职业类证书
文化艺术大 类(55)	文化服务 类 (5504)	广告业 (7251)	新闻出版、文化 工作人员 2-12	数字文化创意设 计、文化活动服 务与指导、文化创 意内容制作服务、新 型媒体服务等	策划师、广告设 计师、图形图像 处理、互联网营 销师
			全媒体运营师 S (4-13-01-05)		

五、培养目标与培养规格

(一) 培养目标

本专业培养能够践行社会主义核心价值观，传承技能文明，德智体美劳全面发展，具有一定科学文化水平，具备良好人文、科学、数字素养及职业道德、创新意识，秉持爱岗敬业职业精神与精益求精工匠精神，拥有较强就业创业能力和可持续发展能力，掌握设计基础、文化产业运营、数字媒体制作等专业知识和技术技能，具备职业综合素质与行动能力，面向文化创意、数字传媒等行业的平面设计师、广告策划专员等岗位(群)，能够从事视觉传达设计、广告创意策划等工作的高技能人才。

(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)需要的专业核心技能，实现德智体美劳全面发展，总体上须达到以下要求：

1. 素质

(1) 坚定拥护中国共产党领导和中国特色社会主义制度，以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，践行社会主义核心价值观，具有坚定

的理想信念、深厚的爱国情感和中华民族自豪感；

(2) 掌握与本专业对应职业活动相关的国家法律、行业规定，掌握绿色生产、环境保护、安全防护、质量管理等相关知识与技能，了解相关行业文化，具有爱岗敬业的职业精神，遵守职业道德准则和行为规范，具备社会责任感和担当精神；

(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) 掌握信息技术基础知识，具有适应本领域数字化和智能化发展需求的数字技能；

(6) 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；

(7) 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；

(8) 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；

(9) 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。

2. 知识

(1) 掌握设计基础理论知识，包括色彩构成、平面构成、立体构成等基础原理，以及设计思维与创意方法；

(2) 熟悉文化产业概论相关知识，了解文化产业发展趋势、运营模式、市场规律和政策法规；

(3) 精通数字媒体制作知识，涵盖摄影与摄像的光线运用、构图技巧，图形图像处理（PS+AI）、影视后期制作（PR+AE）、三维设计制作的软件操作与制作流程，视听语言的镜头语言、剪辑节奏等内容；

(4) 掌握文案策划与写作、广告策划与创意、短视频创意与制作的专业知识，熟悉创意构思、文案撰写、方案策划的方法与技巧；

(5) 了解文创 IP 与文创设计、文创产品设计知识，掌握 IP 打造、文创产品开发流程、设计要点以及市场营销策略；

(6) 熟悉新媒体平台运营与推广知识，包括平台规则、用户运营、内容运营、数据分析等内容；

(7) 掌握非遗文化与传统技艺、闽南文化赏析相关知识，了解地域文化特色、非遗传承与创新开发要点；

(8) 掌握 AI 辅助设计知识，了解人工智能在设计领域的应用场景与操作方法。

3. 能力

(1) 专业技术能力：能够熟练运用设计软件 (PS、AI、PR、AE 等) 和摄影摄像设备，完成图形图像设计、影视及短视频制作、广告设计、文创产品设计等工作；

(2) 创意策划能力：具备独立完成文案策划、广告策划、短视频创意策划、文创 IP 策划的能力，能够提出新颖、可行的创意方案；

(3) 新媒体运营能力：能够制定新媒体平台运营与推广方案，进行内容创作、用户互动、数据分析与优化，提升平台影响力和传播效果；

(4) 文化传承与创新能力：将非遗文化、地域文化元素融入文创产品设计和传播内容中，实现传统文化的创新性发展与创造性转化；

(5) 沟通协作能力：在团队项目中有效沟通协作，准确理解客户需求，协调各方资源完成设计与策划项目；

(6) 问题解决能力：在设计与运营过程中，能够运用所学知识分析问题，提出解决方案，确保项目顺利推进；

(7) 自主学习能力：关注行业前沿动态，自主学习新技术、新方法，不断更新知识体系，适应行业发展变化。

六、课程设置及要求

(一) 课程设置

专业教学计划中开设公共课（必修、选修）、专业课和实践性教学环节三大模块。

1. 公共基础课程

公共课程严格按照国家有关规定开齐公共基础课程，将思想政治理论、军事理论与军训、体育与健康、心理健康教育、劳动教育等课程列为公共基础必修课程，并将马克思主义理论类课程、职业发展与就业指导、创新创业、四史教育、信息技术、大学英语、高等数学、大学语文、美育、国

家安全教育、中华优秀传统文化等列为必修课程或限定选修课。

(课程教学要求详见附表)

2. 专业课程

包括专业基础课程、专业核心课程和专业拓展课程。

(1) 专业基础课程

包括：设计基础、摄影与摄像、文化产业概论、计算机辅助设计 I、计算机辅助设计 II、PPT 制作与演说、版式设计。

(2) 专业核心课程

包括：文案策划与写作、短视频创意与制作、广告策划与创意、文创 IP 与文创设计、文创产品设计、新媒体平台运营与推广。

专业核心课程主要教学内容与要求

序号	课程名称	课程涉及的主要领域	典型工作任务描述	主要教学内容与要求
1	文案策划与写作	文案创意、策划方案撰写、品牌传播	1. 撰写品牌推广文案、活动策划案、产品卖点文案 2. 设计新媒体平台（如公众号、短视频）的文案脚本 3. 提炼文化 IP 与文创产品的核心叙事逻辑	1. 掌握策划案框架（市场分析、目标设定、执行策略） 2. 训练不同场景下的文案风格（广告、新闻稿、短视频台词） 3. 结合闽南文化、非遗元素进行在地化文案创作
2	短视频创意与制作	短视频内容策划、拍摄与剪辑、新媒体传播	1. 完成短视频从选题、分镜设计到拍摄剪辑的全流程制作 2. 设计符合平台特性的爆款内容（如抖音、快手的节奏与选题） 3. 运用视听语言（镜头语言、音乐音效）提升叙事感染力	1. 学习 Premiere (PR) 剪辑流程、AfterEffects (AE) 特效制作 2. 掌握热点追踪、用户画像分析与内容选题技巧 3. 实战训练“非遗文化”“闽南风情”主题短视频创作
3	广告策划与创意	品牌营销、广告策略、视觉传播	1. 制定品牌全案策划方案（市场调研、竞品分析、媒介投放） 2. 设计平面广告（PS/AI）、影视广告脚本及落地执行计划 3. 结合文创 IP 设计跨界营销活动（如联名产品推广）	1. 学习 SWOT 分析、4P/4C 理论在广告策划中的应用 2. 训练广告视觉创意（如海报设计、动态广告） 3. 模拟真实品牌项目，完成从策划到提案的全流程作业
4	文创 IP 与文创设计	文化 IP 孵化、视觉形象设计、品牌运营	1. 挖掘非遗文化、地域文化（如闽南文化）元素，设计原创 IP 形象 2. 构建 IP 世界观与故事体系，制定 IP 商业化路径 3. 设计 IP 衍生品（如潮玩、文具、服饰）的视觉应用方案	1. 学习 IP 设计流程（原型提炼、符号化设计、动态延展） 2. 掌握 AI 辅助设计工具（如 Midjourney、StableDiffusion）在 IP 创作中的应用 3. 分析国内外成功 IP 案例（如故宫文创、迪士尼）的运营模式
5	文创产品设计	产品设计、文化元素转	1. 基于地域文化（如闽南民俗、非遗技艺）开发实	1. 学习产品设计基础（材料工艺、人机工程学） 2. 训练文化元素的现代转

		化、供应链管理	体文创产品（如文具、家居装饰） 2. 完成产品从概念设计、打样到包装的全流程设计 3. 结合市场需求优化产品功能与美学价值	化手法（如传统纹样的抽象化应用） 3. 开展“非遗+现代生活”主题产品设计工作坊
6	新媒体平台运营与推广	新媒体营销、用户运营、数据驱动	1. 制定新媒体平台（微信、微博、抖音、小红书）的年度运营策略 2. 执行内容发布、用户互动、活动策划及数据复盘 3. 运用数据分析工具（如抖音后台、新榜）优化运营效果	1. 学习平台算法逻辑与流量获取技巧 2. 掌握用户增长策略（如社群运营、裂变活动） 3. 实战运营“非遗文化传播”“文创品牌推广”等主题账号

（3）专业拓展课程

包括：非遗文化与传统技艺、闽南文化赏析、三维设计制作、花艺设计、AI 辅助设计、新媒体数据分析

3. 实践性教学环节（包括实验、实训、实习、毕业设计、社会实践等形式）

本专业实践性教学环节（详见下表）：

序号	实践项目	学期安排	周数	总学时	地点
1	毕业设计指导	第四学期	12	36	精技设计制作实训中心
2	专题设计 1	第四学期	4	80	精技设计制作实训中心
3	艺术采风	第二学期	1	26	外出艺术采风
4	综合实训	第五学期	12w	240	合作企业校、学生自联企业、校内工作室等
5	岗位实习 I	第五学期	6w	120	合作企业校、学生自联企业、校内工作室等
6	岗位实习 II	第六学期	18w	360	合作企业校、学生自联企业、校内工作室等

（二）学时学分说明

本专业总学时安排 2678 学时，毕业总学分 142 学分。公共课总时数占教学活动总学时数的 32.2%；专业基础课 8 门 19 学分，专业核心课 6 门 22 学分，专业拓展课程 6 门 13 学分；实践性教学学时占总学时数 68.3%。

七、教学进程总体安排

（一）教学计划总体安排（单位：周）（每学期按 20 周计算）

学期周数	一	二	三	四	五	六	合计	备注
课堂教学周	16	18	18	18			70	
实践及机动周	1	1	1	1	12		16	
考试周	1	1	1	1	2		6	
入学教育及军训周	2						2	
岗位实习 I					6		6	
岗位实习 II						18	18	
毕业鉴定						2	2	
合计	20	20	20	20	20	20	120	

(二) 课程结构比例

模块名称	课程类别	学时数			学分数	学时百分比% (取一位小数)
		总学时	理论学时	实践学时		
公共课	公共必修课	770	387	383	39	28.8%
	公共选修课	90	72	18	5	3.40%
专业基础课		324	136	188	19	12.1%
专业核心课		396	108	288	22	14.8%
专业拓展课		234	108	126	13	8.7%
实践性教学环节		864	38	826	44	32.3%
总计		2678	849	1829	142	100%
学时百分比% (取一位小数)		100%	31.70%	68.30%	/	

说明：公共课程学时不少于总学时的 25%（公共必修课+公共选修课），选修课学时占总学时的比例不少于 10%（公共选修课+专业（群）拓展课），实践学时占学时数 50%以上（通过集中实践教学环节和课堂实践学时实现）

(三) 课程与教学计划进程表（见附件）

八、实施保障

主要包括师资队伍、教学设施、教学资源、教学方法、学习评价、质量管理等方面。

(一) 师资队伍

本专业专兼职教师共计 21 人。专业负责人为双师型教师，聘请企业设

计总监和校内副教授以上人员建立专业“双带头人”制度；专业带头人具有先进的职业教育理念和较高的专业技术水平，引领专业教学改革与建设的方向，坚持在教学一线授课。同时，专业教学团队成员着眼大局、善于合作、甘于奉献，在本行业技术领域有良好的影响力，具有较强的技术服务能力。

1、本专业校内专任教师基本情况

本专业在校生 320 人，配备专职教师 15 人，其中正副高职称 3 人，占比 20%；中级职称 8 人，占比 53.3%；双师型专任教师 11 人，占比 73.3%；研究生以上学历教师 8 人，占比 53.3%；专职专业课教师生师比 21.3:1。

2、校外兼职教师基本情况

聘请 6 名兼职教师，其中 3 位企业资深设计师担任客座副教授，兼职教师比例 28.6%，含兼职教师生师比 15.2:1。校外兼职教师（企业）责任心强、技术能力强、关爱学生。并具有丰富的创意设计本专业制作经验，对创意设计本专业行业的发展熟悉，专业实践能力强，道德水平高，具有一定的教学组织能力。

（二）教学设施

1. 校内实训基地

（1）现有校内实训基地情况

序号	校内实训基地（室）名称	主要设备	实训内容（服务课程或项目）	备注
1	数码印刷工作室	高端打印机、喷绘机、写真机、书籍装订设备等等。	承担教学实践基地、校企合作、接收商业项目	
2	星彩摄影工作室	影棚、摄影器材、打印机等设备	承担教学实践基地、校企合作、接收商业项目	
3	软三摄影暨录播室	影棚、摄影器材	承担教学实践基地、校企合作、接收商业项目	
4	理实一体机房	多媒体 1 台，电脑 60 台，软件 1 套	承担毕业设计、版式设计、文创产品设计等课程	
5	理实一体机房	多媒体 1 台，电脑 60 台，软件 1 套	承担文创 IP 与文创设计、计算机辅助设计 1-2 等课程	
6	启智项目实训室(1)	多媒体设备 1 套，装修材料	承担文创产品设计、计算机辅助设计 1-2 等课程	
7	工艺美术创新实训室（3）	书画桌，多媒体设备	美术基础教学（素描、色彩、手绘效果图等）	

（2）校内实训基地建设需求

选聘具有一定规模的校外实训基地，可承担教师培训和学生顶岗实习任务，或引企入校，校企联盟，按照“共建、共享、共赢”的原则共建实

训基地，搭建产学研结合的技术推广服务平台，开展技术服务，推进科技成果转化。

2. 校外实训基地建设

(1) 现有校外实训基地情况

序号	校外实训基地名称	地点	基地功能	使用学期	备注
1	厦门黑焰教育服务有限公司	厦门	3D打印技术、灯光制作、三维动画	第三、四学期	
2	厦门特写传媒有限公司	厦门	摄影摄像、影视后期制作实训	第一、三、四学期	
3	厦门正在营业传媒有限公司	厦门	摄影摄像、影视后期制作实训	第一、三、四学期	
4	莫乌斯(厦门)文化传媒有限公司	厦门	摄影摄像、影视后期制作实训	第一、三、四学期	
5	厦门漫行者科技有限公司	厦门	三维设计制作实训	第三学期	
6	厦门市火行文化传播有限公司	厦门	短视频制作综合实训	第二学期	

(2) 校外实训基地建设需求

选聘具有一定规模的校外实训基地，可承担教师培训和学生岗位实习II任务，或引企入校，校企联盟，按照“共建、共享、共赢”的原则共建实训基地，搭建产学研结合的技术推广服务平台，开展技术服务，推进科技成果转化。

(三) 教学资源

主要包括能够满足学生学习、教师教学和科研等需要的教材、图书资料以及数字资源等。

1. 教材选用的基本要求

(1) 按照国家规定选用优质教材，选用近三年出版的高职高专教材，优选国家级、省部级获奖的高职高专教材和能反映先进技术发展水平的国家级、省部级“十三五”“十四五”规划教材优先选择

(2) 所选教材必须适用于教学、符合学校的工学结合特色、人才培养目标及课程教学的要求，深浅恰当、难易适中，注重对学生实践应用能力的指导和培养，能体现本专业特色和高职教育特色。

(3) 所选教材应该注意保持相对稳定，但当教材出现修订或内容不适合教学要求时，应及时调整教材选择。

(4) 经教研室论证，确定没有正式出版教材的课程，可以选用质量较高、内容较合适的自编讲义或实验实训指导书。

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、教学科研等工作的需要，方便师生查询、借阅。专业类图书文献主要包括：文化创意产业政策法规，有关文化创意、文案策划、活动策划、广告策划、新媒体营销、企业宣传等技术、方法和实务操作类图书，传播学、管理学、营销学等经典著作以及美学、文学文化类图书和文献等。

3. 数字教学资源配置基本要求

通过智慧树、超星泛雅、中国大学慕课等教学平台，建设、配备与本专业有关的在线开放课程资源、音视频素材资源、数字化教学案例、教学计划、教案、教材、电子课件、教学录像、实训项目、习题库、案例库、课程网站库、虚拟仿真软件等数字资源，逐步建成种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新、满足教学的文化创意与策划专业教学资源库。

序号	数字化资源名称	资源网址
1	业内专题设计案例（网盘）	https://pan.baidu.com/disk/home?#/all?path=%2F&vmode=list
2	国内国际获奖作品（网盘）	https://pan.baidu.com/disk/home?#/all?path=%2F&vmode=list
3	师生优秀设计案例（电子版）	https://pan.baidu.com/disk/home?#/all?path=%2F&vmode=list
4	专业群自拍慕课、设计文章	https://pan.baidu.com/disk/home?#/all?path=%2F&vmode=list
5	软件素材等其他资源（网盘）	https://pan.baidu.com/disk/home?#/all?path=%2F&vmode=list
6	设计在线.中国	http://www.dolcn.com/
7	设计家（台湾）	www.searchome.net
8	中国设计网	http://sn.cndesign.com/
9	视觉中国	https://www.vcg.com/
10	大众脸影视后期特效	http://www.lookae.com/
11	哔哩哔哩动漫	https://www.bilibili.com/

（四）教学方法

构建“项目驱动+产教融合”教学模式。

1. 项目化教学

以真实文创项目为载体，将课程内容分解为创意任务链，通过“市场调研分析→创意主题构思→策划方案撰写→视觉内容设计→项目路演执行”全流程模拟，强化职业能力链式培养。从精准把握市场需求与趋势，

到凝练独特创意主题，再到完成完整策划方案、设计视觉呈现物料，最终通过路演展示推动项目落地，让学生在沉浸式实践中，全面提升文创策划的核心能力。

引入企业实际案例库，结合校企合作项目，让学生参与从方案竞标到施工落地的全过程，培养综合设计能力和项目管理意识。

2. 产教深度融合

推行“工作室制”教学模式，与文创企业、广告公司、文化传播机构等深度合作共建校内实训基地。由文创领域资深策划师、设计师与专业教师组建“教师+企业导师”混编教学团队，双方协同开展文创项目实践指导。依托企业真实文创项目资源，如品牌策划、活动创意、IP开发等，动态更新教学内容，确保课程体系与文创行业前沿标准无缝对接。

实施“工学交替”人才培养计划，构建分阶段递进式实践体系。前两年以校内理论课程为基础，穿插参与企业文创项目短期实训，夯实文化创意、活动策划、文案撰写等专业知识与基础技能；第三年安排学生进入企业顶岗实习，在品牌策划、文创产品开发、文化活动执行等真实工作场景中深化岗位实践能力，真正实现“教学做”一体化，培养契合文创行业需求的高素质策划人才。

（五）学习评价

建立形式多样的课程考核，吸纳行业企业和社会参与学生的考核评价，突出职业能力考核评价。通过多样化考核，对学生的专业能力及岗位技能进行综合评价，激发学生自主性学习，鼓励学生的个性发展，培养创新意识和创造能力，培养学生的职业能力。

专业课程评价以平时成绩 70%+期末成绩 30%构成。其中平时成绩包含课堂考勤、课堂表现、平时作业等评价组成；期末成绩根据课程属性，采用笔试、实践技能考核、项目实施技能考核等其中一种或多种考核相合的方式评价考核方式。

笔试：适用于《文化产业概论》等理论性强的课程，由专业教师组织。

实践技能考核：适用于《文创 IP 与文创设计》等实践性比较强的课程。技能考核应根据岗位技能要求，确定其相应的主要技能考核项目，由专兼职教师共同组织考核。

项目实施技能考核：适用于《文创产品设计》等综合项目实训课程，从知识掌握、应用、专业技能、创新能力、工作态度及团队合作等方面综

合评价，由专兼职教师共同考核。

岗位绩效考核：在企业课程与实践中，由文创类企业与学校进行共同考核，企业考核主要以企业对学生的岗位工作执行情况进行绩效考核。

职业资格技能鉴定：引入了职业资格鉴定来评价学生的职业能力，如全媒体运营师、广告设计师等学生参加职业资格认证考核，获得的认证作为学生评价依据。

技能竞赛：积极参加国家、省各有关部门及学院组织的文创设计、短视频类赛项职业技能竞赛及相关行业赛事，以竞赛所取得的成绩作为学生评价依据。

(六) 质量管理

1. 学院与企业携手共同制订教学质量监控机制：依据文化创意与策划专业的人才培养目标、教学内容、学情特点及岗位社会需求，遵循教学评价的目的性、指导性、科学性原则，针对课程资源、教师授课质量及学生学业成就等评价对象，将教学评价机制总体设置为“诊断性评价-形成性评价-总结性评价”的过程考核模式。

2. 建立质量监控与反馈机制：学校、学院和企业联合建立专业建设和教学过程质量监控机制，健全专业教学质量监控管理制度，完善课堂教学、教学评价、学习实训以及专业调研、人才培养方案更新、资源建设等方面的质量标准建设。借助大数据、人工智能等先进技术的支撑，促进文创类课程与其他学科的有机融合，推动课程理论与实践操作的深度产教融合，以达成培养文创行业高素质技术技能型复合型人才的目标和培养规格。教研室定期组织开展教学研讨会，教师们在会上分享教学心得与教学方法，交流教学经验，针对教学过程中出现的问题进行质量诊断与改进。企业与学校专业教师也需定期进行业务分享与交流，以此保障学生在专业理论知识学习与专业技能实操训练方面均能取得良好的教学效果与质量。

九、毕业要求

本专业学生必须修完本人才培养方案规定的内容（含必修部分和选修部分），并同时达到以下条件方可毕业：

1. 综合素质测评（含德育素质测评）合格
2. 《国家学生体质健康标准》测试成绩达标
3. 最低毕业学分：142 学分

十、接续专业举例

接续高职本科专业举例：新闻类、网络与新媒体、影视摄影与制作、广播影视编导

接续普通本科专业举例：文化艺术、新闻传播

所属专业大类（代码）	所属专业类（代码）	专业名称（代码）
文化艺术大类（35）	艺术设计类（3501）	视觉艺术设计（350102）
文化艺术大类（35）	艺术设计类（3501）	数字媒体艺术（350103）
新闻传播大类（36）	新闻出版类（3601）	网络与新媒体（360101）
新闻传播大类（36）	广播影视类（3602）	影视摄影与制作（360202）

十一、其他

鼓励学生在校期间取得与本专业相关的职业技能证书（包含职业资格证书、职业技能等级证书、专项职业能力证书）。取得的相关证书依据学校学分认定与转换管理办法，可以转化为相应的学历教育学分。

十二、方案审核

二级学院专业指导委员会审核：

校学术委员会审核：