

江苏联合职业技术学院常州旅游商贸分院
五年制高等职业教育实施性人才培养方案
(2022 级)

专业名称： 文化创意与策划

专业代码： 550401

修订日期： 2023 年 9 月

目 录

一、专业名称及代码	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	1
六、培养规格	2
(一) 素质	2
(二) 知识	3
(三) 能力	3
七、课程设置	4
(一) 公共基础课程	4
(二) 专业课程	5
八、教学进程及学时安排	13
(一) 教学时间表	13
(二) 专业教学进程安排表(见附件)	14
(三) 学时安排表	14
九、教学基本条件	14
(一) 师资队伍	14
(二) 教学设施	16
(三) 教学资源	18
十、质量保障	19
十一、毕业要求	20
十二、其他事项	21
(一) 编制依据	21
(二) 执行说明	21
(三) 研制团队	24
附件：文化创意与策划专业教学进程安排表(2022级)	24

一、专业名称及代码

文化创意与策划（550401）

二、入学要求

初中应届毕业生

三、基本修业年限

5年

四、职业面向

所属专业大类（代码）	文化艺术大类（55）
所属专业类（代码）	文化服务类（5504）
对应行业（代码）	数字内容服务（657） 广告业（725） 其他文化艺术业（889） 文化服务行业（9051）
主要职业类别（代码）	商务策划专业人员（2-06-07-03） 工艺美术专业人员（2-09-06-06） 文字编辑（2-10-02-01） 全媒体运营师s（4-13-01-05）
主要岗位（群）或技术领域举例	工艺美术与创意设计、文化活动服务与指导、 数字文化创意设计、新型媒体服务等
职业类证书举例	1. 新媒体运营（联创新世纪(北京)品牌管理股份有限公司，中级） 2. 1+X 界面设计职业技能等级证书（中国动漫集团有限公司，中级） 3. 1+X 数字艺术创作职业技能等级证书（腾讯云计算（北京）有限责任公司，中级） 4. 1+X 文创产品数字化设计职业技能等级证书（浙江中科视传科技有限公司，中级） 5. 制图员职业资格证书（江苏省职业技能鉴定中心，高级）

五、培养目标

本专业培养能够践行社会主义核心价值观，德智体美劳全面发展，具有一定的科学文化水平，良好的人文素养、科学素养、数字素养、职业道德和创新意识，较强的就业创业能力和可持续发展能力，掌握

本专业知识和技术技能，面向文化艺术业及相关服务行业的工艺美术与创意设计、文化活动服务与指导、数字文化创意设计、新型媒体服务等岗位群，能够从事文案写作、活动策划、新媒体运营、文创产品设计、短视频创意指导与制作等工作的高素质技术技能人才。

六、培养规格

本专业学生在系统学习本专业知识和完成有关实习实训基础上，全面提升素质、知识、能力，掌握并实际运用岗位（群）需要的专业核心技术技能，总体上须达到以下要求。

（一）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. 能够熟练掌握与本专业从事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、国家安全等相关知识与技能，了解相关产业文化，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，具备文化创意数字化观念和科技创新意识，养成求新求异的创意思维和开拓精神；

3. 具有较强的集体意识和团队合作意识；

4. 掌握基本身体运动知识和体育舞蹈、篮球等体育运动技能，达到国家学生体质测试合格标准，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；

5. 掌握必备的美育知识，具有一定的文化修养、审美能力，形成音乐、美术等艺术特长或爱好；

6. 弘扬劳动光荣、技能宝贵、创造伟大的时代精神，热爱劳动人民、珍惜劳动成果、树立劳动观念、积极投身劳动，具备与本专业职业发展相适应的劳动素养、劳动技能；

7. 充分利用学校“如境文化”特色，发挥本专业优势，树立积

极向上、自信自强、追求卓越的人生观；

8.了解常州加快推进文商旅融合发展，以文提升品质、以商增添活力、以旅带动人气的策略。感受常州“中吴要辅、八邑名都”的历史文化底蕴。

（二）知识

1.掌握支撑本专业学习和可持续发展必备的思想政治理论和科学文化基础知识，具有良好的科学素养与人文素养；

2.了解国内外文创产业发展的动向，掌握美术、图形语言、创意学、管理学等专业基础知识；

3.掌握创意文案写作、短视频创意制作、新媒体营销策划、展示展览策划、文化活动策划、文化创意与策划和设计流程等专业知识；

4.熟悉创意思维方式，掌握文创产品设计、开发、制作、营销等专业知识；

5.掌握文化创意与策划的基本理论和基本知识，了解国内外文创产业发展的动向，具有较强的艺术修养和综合素质；基本掌握一门外国语；

6.掌握创意思维方式，能运用现代设计手段，熟练使用计算机进行文创产品设计与制作，能独立完成设计方案；

7.通过创意、设计和营销策划各类技能的基本训练，掌握文创设计、制作、生产技术管理、品牌策划、营销等综合竞争力。

（三）能力

1.具有探究学习、终身学习能力，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，具备职业生涯规划能力；

2.具有良好的语言表达能力、文字表达能力、沟通合作能力；

3.具有适应产业数字化发展需求的基本数字技能，掌握信息技术基础知识、专业信息技术能力，基本掌握文创领域数字化技能；

4.具有开展文化创意活动的创新能力与实践能力；

- 5.具有开展文化活动、文创产品推广等所需的策划与组织合作能力；
- 6.具有文创产品开发中所需的创意统筹与产品架构能力；
- 7.具有新媒体运营所需的视觉艺术素养和宣传、运营能力；
- 8.具有短视频创意制作所需的拍摄技巧、脚本设计、视频剪辑能力。

七、课程设置

本专业包括公共基础课程、专业课程等。

（一）公共基础课程

按照国家、省、学院有关规定开齐开足公共基础课程，包括中国特色社会主义、心理健康与职业生涯、哲学与人生、职业道德与法治、思想道德与法治、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、形势与政策等思想政治理论课程和语文、数学、英语、信息技术、体育与健康、艺术、历史、国家安全教育、地理、中华优秀传统文化等必修课程；根据常州及“中吴要辅、八邑名都”的地方历史文化、本校优势特色开设中日茶道文化、中西文化与文学专题比较、中国古典小说鉴赏、书法、影视作品赏析、PPT演示与制作、应用文写作、专本衔接等任选课程。

表：公共选修课程设置

课程名称	选课方式	周学时	学分	选课方式
影视作品赏析	学校特色课程 (混班) 限选3门 (共6学分)	2	2	全校混班 任选
江南史		2	2	
中国历史人文地理		2	2	
微表情识别·读脸读心		2	2	
中国古典小说鉴赏		2	2	
平面设计史		2	2	
茶道文化		1	1	
趣味英语与翻译		1	1	
影响力从语言开始		2	2	
中西文化与文学专题比较		1	1	
红色旅游与文化遗产		1	1	
文艺复兴史		2	2	
艺术设计史		1	1	
光影中国		2	2	
中国民间艺术的奇妙之旅		1	1	
创新创业实战		1	1	
新青年·习党史		1	1	
电影与幸福感		1	1	
硬笔书法		2	2	
突发事件及自救互救		2	2	
中国近现代史纲要		2	2	
书法		2	2	
应用文写作		2	2	
PPT 演示与制作		2	2	
OFFICE 高级应用	2	2		

(二) 专业课程

专业课程包括专业平台课程、专业核心课程、专业拓展课程和技能实训课程等。

1. 专业平台课程

专业平台课程的设置注重培养学生专业基础素质与能力,为专业核心课程的学习奠定基础。包括素描、色彩、图形图像处理、矢量图设计(AI)、管理学基础、创意学基础、展示展览策划、文化产业概论等必修课程。

表：专业平台课程主要教学内容与要求

序号	课程名称 (学时)	主要教学内容	教学要求
1	素描 (136 学时)	几何形体组合的写生步骤、组合体构图、轮廓以及透视关系、组合体构图的空间、主次和形体体面的表现关系、结构素描；静物单体写生、物体材质质感的表达方法、静物组合写生；常见石膏像写生；运用合理的科学方法察看，熟悉形体	通过任务驱动法开展项目化教学，使学生掌握素描造型的一般规律和法则，正确认识素描造型中的形态和表现之间的关系；具备三个及以上几何体组合素描造型能力，做到构图、比例、结构准确；具备静物组合素描造型能力，做到构图、比例、结构准确，黑白灰关系明确，能表现静物的立体感和质感；具有艺术感知能力和鉴赏能力；提升学生审美素质，形成健全的人格，增强综合素质
2	色彩 (102 学时)	色彩基本原理；色彩表现工具的使用和材料特性；色彩静物绘画的基本方法、步骤和要点；静物造型与材质表现	通过任务驱动法开展项目化教学，使学生了解光和色的关系；掌握色彩表现的知识和技巧；掌握环境空间色彩描绘的知识和技巧；能用色彩表现对象的色彩感觉、体积感、质感和空间感；提升学生审美素质，形成健全的人格，增强综合素质
3	图形图像处理 (136 学时)	图形、图像基础知识；Photoshop 软件操作界面以及常用工具的使用方法；图像修补技术；图像合成；图层、路径与通道；滤镜；图像的绘制、编辑与修饰；图层蒙版操作等	以工作实训任务为中心组织课程内容，在项目教学实施中，达到教、学、练一体化，使学生了解图像处理软件使用的基础知识；理解图像处理基础理论；掌握图像处理软件的使用方法与使用技巧；具有使用软件制作相关案例的技能；掌握工作界面与基本操作、选取、创建、编辑与基本应用、图像的绘制编辑与修饰、图层及蒙版的基本操作及应用、文字效果使用的要求；学生熟练掌握该软件的操作技巧，并能将其运用到专业领域的设计中；渗透思想教育与美育，培养学生的逻辑思维，提高学生的审美能力
4	管理学基础 (34 学时)	管理、管理者和管理学的基本原理；计划、决策、组织、领导、激励、沟通与协调、控制和创新	针对五年制高职学生特点和就业岗位有的放矢的组织教学内容，采用案例讨论、模拟演练、实地参观等方法，学生能认知并有意识地培养自己的管理素质，明确管理的职能、任务、程序和方法，从而形成基层管理岗位所需要的综合管理技能与素质；着重培养学生的基本管理技能和团队合作精神

5	矢量图设计 (AI) (85 学时)	常用矢量图形绘图软件的各种命令及使用技巧; 创建与编辑文件; 绘制图形; 填充与描边; 对象变形与高级编辑; 创建与编辑图表、外观与效果、图形实例制作等	针对学生特点、课程特征和教学要求, 利用互联网信息技术, 使传统教学、翻转课堂教学、MOOC 和微课、项目化教学有机结合; 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, 培养学生实操能力; 培养学生的创新意识、沟通能力及团队协作精神、审美修养
6	创意学基础 (68 学时)	文化创意学概念与学科背景; 文化创意学的历史沿革; 文化创意的元素、核心、导向、产业载体; 文化创意的团队与人才; 文化创意的基本流程; 文化创意产业园; 文化创意产业的总览	通过理论讲述和案例分析, 培养学生理解文化、创意、市场三大元素, 解构产品创意、旅游创意、动漫游戏、展览展示等重要文创领域的相关内容, 结合人员、团队、流程、园区等相关要素, 勾勒文创产业及理论的学术体系; 通过借鉴与前瞻, 更高视角来审视和提升中国文创; 重视理论联系实际, 提高学生分析问题、解决问题的能力
7	展示展览策划 (52 学时)	会展行业的背景、发展历程、行业规模和前景及相关的政策法规和行业标准; 会议策划、展览策划和推广策划的基本要素、流程和原则; 会展市场营销的方法和技巧, 客户沟通和管理; 会展场地布置和供应链管理	采用理论与实践相结合的授课方式, 运用讲授法、讨论法、任务驱动法、现场模拟教学、自主学习等多种教学方法; 培养学生能够运用会展专业知识, 具有策划、设计、组织和实施中小型会展的能力; 掌握会展项目实施过程中所需的基本技能; 能够胜任会展项目基础性工作; 培养学生的创意策划、组织沟通、现场管理能力和吃苦耐劳、精益求精、团结协作的职业素养
8	文化产业概论 (34 学时)	广播影视产业、网络文化产业、动漫产业、休闲娱乐业、地方特色产业等文化产业项目; 市场营销和文化产业经营管理内容及文化产业领域的新理论与新思维动向	采用多种教学方法, 包括讲授、案例分析、小组讨论、互动教学和实践模拟等, 在课程设计中注重学生创意和设计能力的培养; 培养学生对文化产业管理、策划的系统思维能力和专业认同感

2. 专业核心课程

专业核心课程的设置结合本专业主要岗位群实际需求和职业类证书考试的要求, 注重理论与实践一体化教学, 提升学生专业能力,

培养学生职业素养。包括图形语言、创意思维与设计、创意文案写作实务、短视频创意制作、新媒体营销策划、文化创意与策划、文化活动策划实务、文创产品设计等必修课程。

表：专业核心课程主要教学内容与要求

序号	课程名称 (学时)	主要教学内容	教学要求
1	图形语言 (68 学时)	图形的概论；图形的形式语言；图形的思维训练；图形的创造	采用多种教学方法，包括案例分析、小组讨论、课堂演示和模拟实践等，要求学生了解图形设计的相关知识，掌握图形设计的创意规律和表现形式法则及常见图形识读方法，提高学生的图形创意设计能力和审美能力；鼓励学生用概念来发展技巧，冲破传统的习惯性的思维方法，让学生直接面对各种开放式问题，主动自觉的去寻求多样化解决方案
2	创意思维与设计 (68 学时)	创意思维的界定以及创意思维的基本类型、审美要求；创意思维在设计中的参与方法；创意设计实践	采用案例研究、分组讨论、实践操作等方法，要求学生了解创意思维的界定和类型；通过对创意作品的设计思维分析，开发学生的思维方式并使其能提出一定的创意思维方案；通过对创意设计表现形式的分析，提升学生创意思维艺术形式的视觉表达力；培养学生“肯做”、“能做”、“会做”的综合素养
3	创意文案写作实务 (68 学时)	认识创意写作；创意写作思维；创意联想与想象；创意写作构思；创意表达方式；创意写作技法；创意文案写作和创意策划书写作等	采用深化校企合作、任务驱动法开展项目化教学；教学方法包括互动教学、相关资料的指导阅读、以问题为导向的学习、讨论法、案例教学法等；针对课程要求，采用测验、分组报告等方式进行形成性考核，采用期末报告和项目演示等方式进行终结性考核；提升学生文案策划岗位所需的职业能力、具备精益求精的职业精神
4	短视频创意制作 (68 学时)	短视频概述；短视频的内容策划；短视频创作的基本流程；短视频的拍摄、剪辑、发布与推广	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、组织和实施短视频项目，推动学习的深入；采用互动教学、理实一体化教学等手段，有效锻炼并提高学生的设计思维和实际动手能力，帮助学生理解和掌握短视频设计与制作的关键知识；培养学生的创意策划、组织沟通、现场管理能力和吃苦耐劳、精益求精、团结协作的职业素养

5	新媒体营销策划 (136 学时)	新媒体营销的内涵与要求；新媒体营销的创新思维；典型新媒体营销方法；新媒体营销工具的运用	采用“平台+任务”理实一体化教学模式，要求学生掌握新媒体营销的基本知识、主要途径及相关营销工具；熟练掌握微信、微博、视频等新媒体营销理念和技能，培养学生导向意识、创新意识、市场意识等职业素质
6	文化创意与策划 (68 学时)	创意与策划的概念、方法及其之间的关系；文化产品、文化品牌、文化活动创意与策划的特色及具体操作方式	采用多种教学方法，包括案例分析、小组讨论、课堂演示和模拟实践等；学生完成小组项目，包括产品方案、品牌策划方案等，并进行展示和评价；提升学生分析、创意、策划、撰写创意策划方案的能力，适应文化产业相关岗位的需要
7	文化活动策划实务 (68 学时)	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；文化活动策划与执行；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	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；培养学生的创意策划、组织沟通、现场管理能力和吃苦耐劳、精益求精、团结协作的职业素养
8	文创产品设计 (104 学时)	文创产品设计内涵；传统文化元素开发设计；文创产品设计创新思维方式；设计制图；材料与工艺分析；文创产品案例；文创产品营销策划	采用深化校企合作、任务驱动法开展项目化教学，使学生能够对文化创意产品的基础概念、创意路径、设计流程、专题设计等内容有较为充分的了解；激发学生学习热情，产生创新创业的萌芽和动力，同时为传承和发扬中华文化做出特有贡献

3.专业拓展课程

专业拓展课程的设置对接文化产业前沿，促进学生全面发展，培养学生综合职业能力。专业拓展课程包含必修课程和任选课程。其中，专业拓展必修课程开设摄影摄像基础、影视编辑（PR）、版式设计、VI设计、包装设计等课程。根据常州文化特点及本校优势特色，专业拓展任选课程开设广告设计、速写、字体设计、构成设计、广告媒介实务、用户界面设计、三维软件基础、文化品牌管理营销实务、网页设计、二维动画、MAYA、展示设计、视听语言等课程。

表：专业拓展必修课程主要教学内容与要求

序号	课程名称 (学时)	主要教学内容	教学要求
1	摄影摄像基础 (68 学时)	摄影和摄像的基本知识、基本运用；常用数码摄影摄像设备的使用方法等；构图、用光等拍摄技巧；摄影摄像创作的表现形式和艺术特点	借助情境案例诠释摄影和摄像的基本知识；让学生了解光线在摄影摄像中的作用和运用技术、掌握摄影和摄像的视像控制；掌握不同主题和背景下构图、用光等拍摄技巧；理解摄影摄像创作的表现形式和艺术特点；培养学生的创新思维和能力；让学生具备外出拍摄实践的能力；丰富中国时政、纪实类摄影作品赏析，引导学生挖掘影像背后的爱国主义和家国情怀，帮助坚定理想信念，树立崇高的职业理想
2	影视剪辑 (PR) (68 学时)	数字音视频技术基础知识、剪辑原理、非线性编辑的工作原理、工作流程与业务规范；Premiere 等非线性编辑软件的基本操作和使用技巧；后期合成的基础概念、工作原理、关键技术；常用后期合成软件的基本操作和实用技巧	通过案例讲解数字音视频技术基础知识、剪辑原理；着重学生对 Premiere 等非线性编辑软件的基本操作和实用技巧的掌握；让学生能进行降噪等音频处理，掌握镜头剪辑、特效制作、三维合成、音效合成、音画搭配、抠像合成、视频校色等实用技术；引入中国数字音视频技术发展的历史和最新成果，提升学生的文化自信和民族自豪感
3	版式设计 (68 学时)	版面编排的原则、造型要素、形式原理；文字与图形的版面构成、视觉流程以及理解版面的空间布局的构成概念；根据主题选对样式，调整视觉强弱程度、图版率与版面率；网格系统设置及网页及手机界面中的网格运用	结合具体的版式设计场景设计典型工作任务，使学生能根据文本内容独立完成排版，掌握版式编排的基本方法；能对传统媒介如：杂志、书籍、海报；现代数字媒介如：网页、APP 界面、游戏界面、PPT 界面、商业印刷品等版面进行艺术设计；通过实训案例，培养学生的感性审美判断力，建立“信息传递”思维；在课程中有机融入思政元素，实现理论与实践，文化与审美的交汇融合

4	VI 设计 (68 学时)	企业名称、企业标志、企业徽标、产品商标、企业标准字体、企业组合字体、企业标准色、企业宣传口号、物料设计等，具体囊括品牌概述、品牌 VI 设计要素构成、品牌形象调研与分析、品牌 VI 基础系统设计、品牌 VI 应用系统设计及品牌视觉识别手册设计六部分	结合具体的 VI 设计场景和 VI 设计资源，了解企业形象设计的定义、历史、发展及形象设计的内容；掌握基础要素和应用要素；遵循“品牌策略意识 + 品牌设计思维 + 品牌整合创新设计 + 品牌创业实践”的课程设计理念。通过课堂实训、实习，掌握 CI 设计中形象识别系统基本要素的设计技能；熟悉制作流程、培养思维方式，构建设计方法；引导学生了解我国优势企业发展历史和最新研究成果，增强学生的民族自信，树立远大理想信念
5	包装设计 (85 学时)	包装的概念及包装设计与品牌形象塑造及推广的关系；现代包装设计的趋势及新理念、包装设计的分类、包装设计的形式特点；包装设计的消费心理、品牌价值之间的关系；包装设计的市场调查方法、材料与结构特征；包装设计中所需的色彩、图形、字体和编排设计知识；印刷的基本常识	结合具体的包装设计场景和艺术设计资源，要求基于职业和岗位分析，以设计工作过程为导向，以项目化设计为载体，将设计能力培养与包装设计知识与技能有机融合、理论与实践一体化、综合性与实践性相结合；培养学生具备包装设计的工作能力；具备绿色环保理念和设计素养；具有一定的审美情趣、文学艺术修养和文化品位；在课程中有机融入思政元素，实现理论与实践，文化与审美的交汇融合
6	用户界面设计 (68 学时)	用户界面设计的基本概念、基本原理和方法，包括用户研究、结构设计、交互设计、视觉设计、设计实践等内容；掌握 Web 网站和移动 APP 用户界面设计原则、方法与工具	通过案例讲解用户界面设计的基本概念、基本原理和方法；使学生熟悉 Web 界面设计的基本结构和常见组件，掌握网站界面设计的基础知识、设计方法与流程；使学生掌握移动 UI 界面中视觉基本元素的设计与应用；在课程中有机融入思政元素，实现理论与实践，文化与审美的交汇融合

表：专业拓展任选课程设置

任选课程类别	序号	课程名称	开设学期	周学时	学分	选课方式
专业拓展课程 任选课程	1	广告设计/插画设计/色彩搭配	第3学期	2	2	专业 内混 班任 选
	2	速写/音频制作/像素画	第3学期	3	3	
	3	字体设计/插画设计/影视稿本写作	第5学期	2	2	
	4	构成设计/HTML5 开发设计/电子 CAD	第4学期	3	3	
	5	广告媒介实务/3D MAX/影视特效	第6学期	4	4	
	6	三维软件基础 I /二维动画 I /MAYA I	第7学期	4	4	
	7	装帧设计/二维动画 II /MAYA II	第8学期	4	4	
	8	文化品牌管理营销实务/文化市场营销/产品数字化设计与开发	第9学期	4	3	
	9	网页设计/时尚美学/工业产品设计	第9学期	4	3	
小 计				30	28	

4.技能实训课程

技能实训课程的设置结合本专业主要岗位群实际需求和职业类证书考试要求，对接真实职业场景或工作情境，在实践中提升学生专业技能、职业能力和劳动品质。包括图形语言实训、创意思维与设计实训、短视频创意制作实训实训、文化创意与策划实训、新媒体营销策划实训、文创产品设计实训等。

表：技能实训课程主要教学内容与教学要求

序号	课程名称 (学时)	主要教学内容	教学要求
1	文创写生实训 (1周/30学时)	自然景物、园林建筑的速写写生、色彩写生；风土人情、人文景观的摄影摄像；纪实游记的撰写；在社交账号（微博、小红书二选一）上发布软文及摄影作品	对接真实职业场景或工作情境，在校内外组织开展实训；使学生掌握写生的选景、构图原则，掌握写生的色彩、色调、对比、空间等关系，使学生能撰写命题纪实游记，并图文并茂地发布于个人社交账号；培养学生的观察能力和理解感悟能力，在实训中提高学生的写作水平、专业素养和工匠精神
2	图形语言实训 (1周/30学时)	图形的思维训练；图形的创造；运用图形语言规律，完成视觉传达基本要素设计	对接真实职业场景或工作情境，在校内外组织开展实训；采用创意概念构思和概念执行的一体化技能训练式教学模式，以充分体现基于图形语言设计工作过程的头脑风暴、创意筛选、创意执行、展示效果评价与反馈为主导的课程教学模式；能在实训中培养能联想、会想象、善于观察、敢于创新的品质

3	创意思维与设计实训 (1周/30学时)	创意思维在设计中的参与方法; 创意设计实践	对接真实职业场景或工作情境, 在校内外组织开展实训; 本实训采用理实一体化的教学模式, 通过独立完成项目的方式培养学生的独立思考能力、创新能力和解决实际问题的能力; 实训中运用案例分析、角色扮演和分组讨论等多元化的教学方法, 培养学生的职业能力、社会能力和方法能力; 培养学生的审美能力、艺术修养、实践分析和创新意识; 培养正确的设计思维方式、自觉学习的素质; 培养吃苦耐劳, 团结协作的素质
4	短视频创意制作实训 (1周/30学时)	短视频的内容策划; 短视频的拍摄、剪辑、发布与推广	对接真实职业场景或工作情境, 在校内外组织开展实训; 采用翻转课堂、项目驱动等教学方法, 采用项目小组形式进行实训, 通过拍摄短视频项目来教学与考察; 在实训中激发对短视频制作的探索意识, 培养学生的创新精神
5	文化创意与策划实训 (1周/30学时)	文化产品、文化品牌、文化活动创意与策划具体操作	对接真实职业场景或工作情境, 在校内外组织开展实训; 以文化领域典型的案例系统讲解产品、品牌、活动的策划与组织流程; 结合市场进行实践教学, 重点训练学生文化项目的组织与策划、流程管理和项目执行的能力, 并以原创策划方案的落地执行质量作为考核依据; 实训中培养学生职业兴趣、锻炼语言表达能力, 培养沟通能力和协作精神
6	新媒体营销策划实训 (1周/30学时)	新媒体营销方法; 新媒体营销工具的运用; 新媒体运营实战	对接真实职业场景或工作情境, 在校内外组织开展实训; 采用“任务引领, 项目驱动, 情境真实, 学做相辅”的教学模式, 依托完善的实训条件, 导入企业真实任务, 实现学做合一; 实训中培养学生的新媒体运营思维和互联网创业意识, 提升学生的自学能力和可持续发展能力
7	文创产品设计实训 (1周/30学时)	文化元素开发设计、传统文化元素开发设计、设计创新思维方式、设计制图、材料与工艺分析、文创产品案例、营销策划	对接真实职业场景或工作情境, 在校内外组织开展实训; 结合学科背景和创意思维, 通过设计、制作和营销等环节, 创造出文创产品和设计方案; 提升学生专业素养和应用能力; 培养学生文创策划的实践操作技能和文化创新能力

八、教学进程及学时安排

(一) 教学时间表

表：教学时间表（按周分配）

学期	学期周数	理论与实践教学		集中实践教学课程和环节		机动周
		授课周数	考试周数	实训、实习、毕业设计（论文）、社会实践、入学教育、军训等	周数	
一	20	17	1	军事理论与训练	1	0
				专业认识与入学教育	1	
二	20	17	1	劳动实践	1	1
三	20	17	1	文创写生实训	1	1
四	20	17	1	图形语言实训	1	1
五	20	17	1	创意思维与设计实训	1	1
六	20	17	1	短视频创意制作实训	1	1
七	20	17	1	文化创意与策划实训	1	1
八	20	17	1	新媒体营销策划实训	1	1
九	20	13	1	文创产品设计实训	1	1
				毕业设计（论文）	4	
十	20	0	0	岗位实习	18	2
合计	200	149	9		32	10

（二）专业教学进程安排表（见附件）

（三）学时安排表

表：学时安排表

序号	课程类别	学时	占比	要求
1	公共基础课程	1805	35.4%	不低于 1/3
2	专业课程	2510	49.7%	
3	集中实践教学环节	750	14.8%	
总学时		5065	/	/
其中：任选课程		572	11.3%	不低于 10%
其中：实践性教学		2778	55.2%	不低于 50%

九、教学基本条件

（一）师资队伍

按照“四有好老师”“四个相统一”“四个引路人”的要求建设专业教师队伍，将师德师风作为教师队伍建设的第一标准。

1. 队伍结构

文化创意与策划专业专任教师 9 人，目前在校学生数约 135 人，师生比约 1:15，“双师型”教师 7 人，占比 78%，高级职称教师 4 人，占比 44%，研究生学历教师 7 人，企业兼职教师 2 人，专任教师队伍职称、年龄等梯队结构合理。同时选聘常州糖朝传媒有限公司的总经

理沈伟、ASK 众创部落有限公司的经理陈江担任企业导师，组建了一支校企合作、专兼结合的教师团队，并定期开展专业教研活动。

表：文化创意与策划专业专任教师情况

序号	姓名	年龄	学位	所学专业	职称	双师型
1	朱娅晶	43	硕士	计算机 (研究方向: 平面设计)	副教授	是
2	朱勤	55	学士	工业产品设计	高级讲师	是
3	薛亚	44	硕士	计算机 (研究方向: 平面设计)	副教授	是
4	周晋华	48	硕士	计算机 (研究方向: 平面设计)	高级讲师	是
5	陈莉	36	学士	动画	讲师	是
6	杨郭彬	29	硕士	艺术设计	助教	是
7	刘杨	26	硕士	设计学	助教	是
8	杨舒婷	27	硕士	艺术设计	助教	否
9	潘茵舟	27	硕士	创意与文化产业管理	助教	否

2. 专任教师

专任教师有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心；均具有高校教师资格证和本专业领域有关证书；具有文化管理、文创管理、文创设计等相关专业本科及以上学历；具有本专业理论和实践能力；能够落实课程思政要求，挖掘专业课程中的思政教育元素和资源；能够运用信息技术开展混合式教学等教法改革；能够跟踪文化产业发展前沿，开展技术研发与社会服务；专业教师每年至少 1 个月在企业或实训基地实训，每 5 年累计不少于 6 个月的企业实践经历。

3. 专业带头人

专业带头人朱娅晶老师，具有相关专业副高职称和较强的实践能力，能够较好地把握国内外文化艺术业、商务服务业等行业，熟悉专业发展，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，主持专业建设、开展教育教学改革、具有较强的教科研工作和社会服务能力，在本专业改革发展中起引领作用。

4. 兼职教师

兼职教师 2 名，主要从校企合作单位，如常州糖朝传媒有限公司、ASK 众创部落有限公司等本地优秀相关行业企业的高技术技能人才中聘任，具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，了解教育教学规律，能承担专业课程教学、实习实训指导和学生职业发展规划指导等教学任务。

（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、实验室、实训室和实训实习基地。

1. 专业教室

具备利用信息化手段开展混合式教学的条件。配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，具有互联网接入或无线网络环境及网络安全防护措施。安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求，安防标志明显，保持逃生通道畅通无阻。

2. 校内外实训场所

校内外实训场所符合面积、安全、环境等方面的要求，实验、实训设施先进，能够满足实验、实训教学需求，实验、实训指导教师确定，能够满足开展图形语言实训、创意思维与设计实训、短视频创意制作实训、文化创意与策划实训、新媒体营销策划实训、文创产品设计实训等实验、实训活动的要求，实验、实训管理及实施规章制度齐全。

表：校内外实训场所基本情况

序号	校内外实训场所	主要功能	主要设施设备配置建议
1	艺术实训室	用于素描、色彩、图形语言等的实训教学	配备网络、多媒体投影设备、专业教学资源库、画具、静物台、静物等设备设施
2	文化创意设计实训室	用于文案写作、展示展览策划、文化活动策划、文化创意与策划、文创产品设计等实训教学	配备电脑、网络、多媒体投影设备、专业教学资源库、手绘板、工作台、多功能展台、陈列展示柜、陈列展板等设备设施
3	新媒体运营实训室	用于图形图像处理、矢量图设计、创意思维与设计、短视频创意制作、新媒体营销策划等实训教学和职业技能等级证书考试认证等	配备电脑、网络、多媒体投影设备、摄影摄像器材、无线话筒、直播器材、专业教学资源库、数字媒体相关软件、直播平台等设备设施
4	摄影摄像实训室	用于摄影、摄像等相关信息采集处理、摄影摄像技术等的实验教学	配备摄影棚、专业摄像机、亚克力板材质静物拍摄台、各色人像背景纸、灯光、绿幕、调音台、高性能计算机、高清投影设备专业数码相机、无人机、互联网接入或WiFi环境等
5	包装设计实训室	用于包装设计、版式设计、VI设计、书籍装帧设计等的实验教学	配备高性能计算机、黑板或白板、手绘板、音响设备、高清投影设备、打印机、扫描仪、包装纸盒、数控切割机；安装 Photoshop、Illustrator、C4D 等软件环境、互联网接入或 WiFi 环境
6	设计专业交叉融合实训室	用于本专业生产性实训课程等的实验教学	配备触屏电视、高性能计算机及工作站、耳机、摄影摄像设备、施工设备、互联网接入或 Wi-Fi 环境，安装 Photoshop、Illustrator、CAD、草图大师、CAD、3D max 等软件环境
7	溧阳写生基地	用于速写、构成基础、摄影摄像技术、文案撰写等实训教学	配备速写本、画板、画架、小凳、三脚架、多合一反光板、水粉或水彩颜料画笔、铅笔、钢笔、橡皮、胶带、夹子、水桶、摄像机、笔记本电脑等，具备互联网接入或 WiFi 环境等

3. 实习场所基本要求

符合《职业学校学生实习管理规定》、《职业学校校企合作促进办法》等对实习单位的有关要求，经实地考察后，确定合法经营、管理规范，实习条件完备且符合产业发展实际、符合安全生产法律法规要求，与学校建立稳定合作关系的单位成为实习基地，并签署学校、学生、实习单位三方协议。

根据本专业人才培养的需要和未来就业需求，实习基地应能提供工艺美术与创意设计、文化活动服务与指导、数字文化创意设计、新型媒体服务等与专业对口的相关实习岗位，能涵盖当前相关产业发展的主流技术，可接纳一定规模的学生实习；学校和实习单位双方共同制订实习计划，能够配备相应数量的指导教师对学生实习进行指导和管理，实习单位安排有经验的技术或管理人员担任实习指导教师，开展专业教学和职业技能训练，完成实习质量评价，做好学生实习服务和管理工作的规章制度，有保证实习学生日常工作、学习、生活的规章制度，有安全、保险保障，依法依规保障学生的基本权益。

表：主要校外实习场所基本情况

序号	合作单位	地址	联系人	合作形式	主要岗位
1	ASK 众创部落有限公司	常州市新北区华山中路8号	陈江	订单式培养	界面设计、交互设计、网页设计、软件开发等
2	常州恒业生态农业发展有限公司	常州市新北区传媒大厦5楼	王旻	工学结合	版式设计、包装设计、视觉设计等
3	常州青云阁艺术有限公司	常州市新北区黄山路217号5091室	周冰	现代学徒制	广告设计、视觉设计、摄影摄像、企业形象设计
4	常州糖朝文化传媒有限公司	常州市新北区黄山路8号	沈伟	工学结合	广告设计、视觉设计、摄影摄像、企业形象设计

（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、图书及数字化资源等。

1.教材选用基本要求

依据国家、省、学院关于教材的相关管理规定，学校制定了《教材选用与管理制度》，经过规范程序择优选用教材。专业课程教材体现本行业新技术、新规范、新标准、新形态。

2.图书文献配备基本要求

图书文献配备能满足文化创意与策划专业人才培养、专业建设、教科研等工作的需要。专业类图书文献主要包括文化创意类、经管类、艺术类、历史类等学科基础书籍，文化类专业领域的优秀期刊，文化管理相关的技术、方法、操作规范和实务案例类专业书籍和文献等。及时配置与文化创意与策划专业岗位群相关的新经济、新技术、新工艺、新材料、新管理方式、新服务方式等相关的图书文献。

3.数字教学资源配置基本要求

学校拥有超星数字图书馆，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、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。目前本专业建有图形图像处理、矢量图设计、二维动画等多门在线课程与资源库。

十、质量保障

1.依据学校《专业设置与动态调整实施办法》，加强专业调研及专业论证，制订并滚动修订专业实施性人才培养方案。

2.依据学校《课程管理制度》，制订并滚动修订课程标准，积极引进企业优质资源，校企合作开设课程、共建课程资源。

3.依据学校《教学质量监控制度》等相关制度，加强教学质量监控管理，持续推进人才培养质量的诊断与改进。

4.依据学校《教学管理规范实施细则》，加强日常教学的运行与管理，建立健全巡课、听课、评教、评学等制度，严明教学纪律，强化教学组织功能，保持优良的教育教学秩序。

5.学校作为联院艺术专业建设指导委员会的委员单位，积极参加专指委举办的各类专业建设和教学研究活动。

6.依据学校《教研室工作条例》，建立集中教研制度，定期召开教学研讨会议，定期开设公开课、示范课并集中评课，通过集中研讨、评价分析等有效提升教师教学能力，持续提高人才培养质量。

7.依据学校《学生综合素质评价发展规划》《学生综合素质评价实施方案》《学生综合素质评价量化指标评分细则》等制度，对学生五年全周期、德智体美劳全要素进行纵向与横向评价，引导学生积极主动发展，促进五年制高职学生个性化成长和多样化成才。

8.依据学校《毕业生就业跟踪管理制度》，建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，由第三方机构撰写《毕业生培养质量评价报告》，就就业质量、人才服务贡献、学习成果、培养过程反馈、支持服务反馈等进行分析，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况。

十一、毕业要求

学生学习期满，经考核、评价，符合下列要求的，予以毕业：

- 1.符合学生学籍管理规定。
- 2.思想政治表现综合考核达到合格以上。
- 3.学生修完本方案课程及各教学环节，取得相应学分。
- 4.公共基础课程、专业平台课程和专业核心课程成绩必须全部合格。
- 5.修满本方案所规定的272学分。
- 6.学生应取得本方案所列举的一项职业类证书或相对应的基本学分。
- 7.学生应取得本方案规定的全国计算机一级PS同等水平及以上证书或全国公共英语一级同等水平及以上证书。
- 8.实践性教学环节要求取得合格以上等第；毕业设计必须取得合格以上等第。

十二、其他事项

（一）编制依据

- 1.《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）
- 2.《教育部职业教育与成人教育司关于组织做好职业院校专业人才培养方案制订与实施工作的通知》（教职成司函〔2019〕61号）
- 3.《高等职业教育专科文化创意与策划专业简介》
- 4.《关于深入推进五年制高等职业教育人才培养方案制（修）订工作的通知》（苏联院教〔2023〕32号）
- 5.《江苏联合职业技术学院五年制高等职业教育文化创意与策划专业指导性人才培养方案（2023版）》
- 6.《江苏省教育厅关于印发五年制高等职业教育语文等十门课程标准的通知（苏教职函【2023】34号）》

（二）执行说明

- 1.规范实施“4.5+0.5”人才培养模式，每学年教学时间40周。军训按照常州市教育主管部门统一安排开设。岗位实习时间为6个月。
- 2.理论教学和实践教学按16-18学时计1学分。集中开设的技能实训课程及实践性教学环节按1周计30学时1个学分。学生取得行业企业认可度高的有关职业技能等级证书或已掌握有关技术技能，可按一定规则折算为学历教育相应学分。本专业学生每学期参加一项社团活动，奖励1学分；在校期间参加各级各类技能大赛、创新创业大赛等并获得奖项的同学，按照奖项级别和等级，给予相应的学分奖励。其中市级一等奖奖励学分3分、二等奖奖励学分2分、三等奖奖励学分1分；省级一等奖奖励学分5分、二等奖奖励学分4分、三等奖奖励学分3分；国家级一等奖奖励学分7分、二等奖奖励学分6分、三等奖奖励学分5分。
- 3.思想政治理论课程和历史课程，因集中实践周导致学时不足的

部分，利用自习课补足。《中国特色社会主义》课程总学时 36 学时，其中正常教学安排 34 学时，利用课余时间辅导 2 学时；《心理健康与职业生涯》课程总学时 36 学时，其中正常教学安排 34 学时，利用课余时间辅导 2 学时；《哲学与人生》课程总学时 36 学时，其中正常教学安排 34 学时，利用课余时间辅导 2 学时；《职业道德与法治》课程总学时 36 学时，其中正常教学安排 34 学时，利用课余时间辅导 2 学时。《历史》课程总学时 72 学时，其中正常教学安排 72 学时。《国家安全教育》课程总课时 17 学时，其中正常教学安排 17 学时。《体育与健康》课程总课时 298 学时，其中正常教学安排 298 学时。

4. 坚持立德树人根本任务，全面加强思政课程建设，整体推进课程思政，充分发掘各类课程的思想政治教育资源，发挥所有课程育人功能。与瞿秋白纪念馆、张太雷纪念馆、恽代英纪念馆紧密联系，建立校外德育实践基地，定期组织学生开展志愿者服务、假期实践活动等社会服务，提升学生社会责任感、担当精神等综合素养。

5. 根据教育部要求，以实习实训课为主要载体开展劳动教育，并开设劳动精神、劳模精神和工匠精神专题教育 30 学时。同时，在其他课程中渗透开展劳动教育，在课外、校外活动中安排劳动实践，设立劳动周。依托“太湖湾教育大营地”、“环太湖艺术城”、学校“如境书院”、“寰宇艺术设计中心”、“极视感”工作室等劳动教育实践基地，有序开展劳动教育类、创新创业类比赛及活动等。在校外设立“一号农场”、“旬石路”等劳动实践基地，每学期定期组织学生开展劳动实践。

6. 技能实训课程根据相关专业课程在同一学期开设。“图形语言实训”与“图形语言”课程匹配，“创意思维与设计实训”与“创意思维与设计”课程匹配，“短视频创意制作实训”与“短视频创意制作”课程匹配，“文化创意与策划实训”与“文化创意与策划”课程匹配，“新媒体营销策划实训”与“新媒体营销策划”课程匹配，

“文创产品设计实训”与“文创产品设计”课程匹配。

7. 任选课程根据常州地区特色，结合本校优势课程，开设公共基础任选课程 26 门，具体按“公共选修课程设置表”进行安排；专业拓展任选课程 30 门，在各专业中进行混班选课，具体按“专业拓展选修课程设置表”进行安排。

8. 落实“1+X”证书制度，将实践性教学安排与职业类证书考核有机结合，使学生具备体现修读五年制高等职业教育文化创意与策划专业核心能力的职业类证书所需要的知识和技能。在课程教学中提升学生普通话、英语、计算机等通用能力。

9. 为保证开足每门课程所需学时和教学内容，“军事理论与训练”在开学前，不会占用其他课程学时；“专业认识与入学教育”等课程所占用的其他课程的学时将利用学生自习课时补足。

10. 加强和改进美育工作，以美术、音乐课程为主体开展美育教育，积极开展艺术实践活动。第 3 学期和第 4 学期分别开设美术、音乐课程（各 17 课时、1 学分）。

11. 依据学校《五年制高职毕业设计管理办法》，加强毕业设计全过程管理，引导学生遵循学术规范和学术道德，注重对知识产权的尊重和保护。

12. 本专业严格执行教育部颁发的《职业学校学生实习管理规定》，加强岗位实习管理，由学校与合作企业共同制定岗位实习计划、实习内容，共同商定指导教师，共同制定实习评价标准，共同管理学生实习工作。

(三) 研制团队

序号	姓名	单位名称	职称/职务	承担角色
1	朱娅晶	常州旅游商贸分院	副教授/专业负责人	执笔人
2	薛辉	常州旅游商贸分院	教授/系主任	成员
3	殷莉	常州旅游商贸分院	副教授/系副主任	成员
4	江文庆	常州旅游商贸分院	副教授/教务处副处长	成员
5	陈莉	常州旅游商贸分院	讲师/系部教学科长	成员
6	杨郭彬	常州旅游商贸分院	助理讲师/教研室主任	成员
7	许晓宇	常州纺织服装职业技术学院	副教授/教务处处长	高校专家
8	沈伟	常州糖朝传媒有限公司	总经理	企业专家
9	陈江	ASK 众创部落有限公司	总监	企业专家

附件：文化创意与策划专业教学进程安排表(2022 级)

