



眉山職業技術學院

Meishan vocational and technical college

三年制高等职业教育

人才培养方案

2023级文化创意与策划专业

2023年7月

目 录

一、专业群名称	3
二、入学要求	3
三、修业年限	3
四、职业面向	3
五、培养目标与培养规格	4
(一) 总体培养目标	4
(二) 总体培养规格	5
六、课程设置及要求	6
(一) 公共基础课程设置	7
(二) 专业群平台课程设置	29
(三) 专业主干课程设置	33
(四) 专业拓展课程设置	47
(五) 专业群综合实践课程设置	49
(六) 课程结构与学分结构	51
七、教学计划进度表	错误！未定义书签。
八、实施保障	66
(一) 师资队伍	75
(二) 教学设施	76
(三) 教学资源	79
(四) 教学方法	错误！未定义书签。
(五) 教学评价	81
九、毕业要求	83

眉山职业技术学院

文化创意与策划专业群人才培养方案

(适用年级: 2023 级 制订时间: 2023 年 5 月)

一、专业群名称

专业群名称	文化创意与策划专业群
群内专业及代码	文化创意与策划专业 (550401)、数字媒体艺术设计专业 (550103)、广告艺术设计专业 (550113)

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、修业年限

基本学业年限为 3 年, 最长修业年限为 5 年。

四、职业面向

专业	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举例	职业资格证书或技能等级证书举例
文化创意与策划	文化艺术大类 (55)	文化服务类 (5504)	文化艺术业 (R88)	广告设计师 (4-08-08-08); 包装设计师 (4-08-08-09); 陈列展览设计人员 (2-09-06-09)	面向数字文化创意设计; 文化活动服务与指导; 产品设计; 包装设计; 新型媒体服务;	
数字媒体艺术设计	文化艺术大类 (55)	艺术设计类 (5501)	影视节目制作 (8730); 电视 (8720)	文艺创作与编导人员 (2-09-01); 广播、电视、电影和影视录音制作人员 (4-13-02); 电影电视制作专业人员 (2-09-03); 数字媒体艺术专业人员 (2-09-06);	节目策划编导人员; 影视摄影、摄像技术人员; 影视后期剪辑、特效制作技术人员;	数字艺术创作职业技能证书;
广告艺术设计	文化艺术大类 (55)	艺术设计类 (5501)	文化、体育和娱乐业 (R)	广告设计师 (4-08-08-09)	新媒体广告设计美工; 平面设计师; 品牌设计助理; 插画设计师;	

五、培养目标与培养规格

（一）总体培养目标

文化创意与策划专业立足眉山，面向成渝经济圈，培养理想信念坚定，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、创意思维、信息素养和审美素养，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。

广告艺术设计专业立足眉山，面向成渝经济圈，培养理想信念坚定，德、智、体、美、劳全面发展，具有一定的科学文化基础知识、良好的人文素养、职业道德、创意意识和审美素养，掌握平面设计、品牌设计、插画设计等知识，能够从事新媒体广告设计美工、平面设计师、品牌设计助理、插画设计师，并且能够适应新媒体互联网广告行业的复合型技术技能人才。

数字媒体艺术设计专业群培养理想信念坚定，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、职业道德和创新意识，精益求精的工匠精神，较强的就业能力和可持续发展的能力；掌握本专业群知识和技术技能，面向文化创意与策划职业群，能够从事能够在中、小、微企业从事影视作品策划、拍摄、后期制作、特效制作等工作，适应产业转型升级和企业技术创新需要的发展型、复合型、创新型的高素质技术技能人才。

本专业群典型工作岗位如下：

G11 文创产品设计人员

G12 活动策划人员

G21 广告设计人员

G22 广告策划人员

G23 广告摄影（像）人员

G31 节目策划编导人员；

G32 影视摄影、摄像技术人员；

G33 影视后期剪辑技术人员；

G34 影视后期特效制作技术人员。

（二）总体培养规格

1. 专业群素质要求

SZ01 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。

SZ02 崇尚宪法、遵法守纪、崇德向善、诚实守信、尊重生命、热爱劳动，履行道德准则和行为规范，具有社会责任感和社会参与意识。

SZ03 具有质量意识、环保意识、安全意识、信息素养、工匠精神、创新思维。

SZ04 勇于奋斗、乐观向上，具有自我管理能力、职业生涯规划的意识，有较强的集体意识和团队合作精神。

SZ05 具有健康的体魄、心理和健全的人格，掌握基本运动知识和 1-2 项运动技能，养成良好的健身与卫生习惯，以及良好的行为习惯。

SZ06 具有扎实的审美和人文素养，能够形成 1-2 项艺术特长或爱好。

2. 专业群知识要求

ZS11 了解大学生职业规划、心理与健康、形式与政策等公共基础知识。

ZS12 扎实掌握大学英语、大学语文、中华优秀传统文化、信息技术等学科知识。

ZS13 掌握必备的政治理论。

ZS14 具有文化创意活动中的创新能力与实践能力。

ZS15 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；

ZS16 具有文创产品开发中所需的创意统筹与产品架构能力。

ZS17 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。

ZS18 具有新媒体运营所需的视觉艺术素养和宣传、运营能力。

ZS19 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。

ZS20 具有探究学习、终身学习和可持续发展的能力。

ZS21 了解广告学基础知识。

ZS22 熟悉线上线下社交传播媒介及新媒体生态环境、本专业所需的造型基础知识与方法、平面设计专业知识、品牌设计专业知识。

ZS23 掌握线上内容营销的排版、后期美化及运营知识和方法、项目管理的基本知识与方法、插画设计专业知识

ZS24 掌握常用的影视节目创意策划、影视短片策划、拍摄与后期制作等数字媒体设计的专业知识。

ZS26 掌握三维动画设计与制作、数字设计与动画制作的基本知识。

ZS27 熟悉国家有关传媒、影视行业的方针政策和法律法规。

3. 专业群能力要求

NL11 具有一定的绘画能力和审美创造能力，具有绘制文创产品先稿草图的能力、具有手绘设计草图的能力。

NL12 具有了解企业调查和品牌推广方面的基本能力；具有了解文创产品的发展历史和市场运作规律和生产模式的能力。

NL13 具有独立完成市场调查与文案写作的能力；具有活动策划及实施的能力。

NL14 具有文字、表格、图像的软件操作能力；具有熟练运用 Photoshop 进行图像后期处理、文字排版、海报制作的能力；具有使用 coraldraw 进行文创产品设计线稿、图案绘制和文字排版等能力；具有使用三维软件进行模型创建能力。

NL15 具有文创产品开发、设计与制作能力；具有认识文创产品材质特性与制作工艺的能力；能熟练设计出完整、创新、实用的文创产品。

NL16 具有探究学习、终身学习、分析问题和解决问题的能力。

NL17 具有良好的语言、文字表达能力和沟通能力。

NL21 具有用户与市场调研，信息分类与处理能力；

NL22 具有市场营销、品牌策划与设计制作能力；

NL23 具有图形、色彩、标志、字体设计与制作能力；

NL24 具有包装策划、设计创意与制作、包装材料选择与应用能力；

NL25 具有数字摄影、数字摄像及视频编辑能力；

NL26 具有图像处理、版面编排设计与制作能力；

NL27 具有完成平面广告设计、数字广告设计、界面设计与制作能力；

NL28 具有广告法律法规知识及多媒体、融媒体技术等应用能力；

NL29 具有一定的应用科学技术和协同创新的能力；

NL30 具有探究学习、终身学习和可持续发展的能力。

NL31 具有良好的语言、文字表达能力，沟通能力和团队合作能力。

NL32 具有文字、表格、图像的计算机处理能力，本专业必需的信息技术应用能力。

NL33 具有良好的审美与设计能力。

NL34 能够对剧本、分镜头脚本设计与创作。

NL35 具有策划、创作影视作品的基本技能，掌握新媒体语言运营、节目策划与实施等技能。

NL36 具有摄影技术、摄像技术、录音技术的能力。

NL37 具有熟练地操作影像后期剪辑、三维动画设计与制作、数字设计与动画制作等设计与制作能力。

NL38 具有探究学习、终身学习、可持续发展的能力。

六、课程设置及要求

为落实立德树人根本任务，把思想政治工作贯穿教育教学全过程，需深入发掘各类课程的政治理论教育资源，形成以思政课程为核心，综合素养课程为骨干，专业课程思政为支撑的大思政教育体系，实现全员育人、全程育人、全方位育人。持续深化校企合作、产教融合，紧跟产业发展趋势和行业人才需求，将1+X证书等职业技能等级标准、大赛标准有效融入专业课程，课程内容对接职业标准、教学过程对接生产过程，将新技术、新工艺、新规范纳入教学标准和教学内容，实施“岗课赛证”融通，遵循职业教育、技术技能人才成长和学生身心发展规律，设计课程体系，持续深化“三教”改革，切实增强职业教育的适应性和人才培养的针对性。按照“底层共享、中层分离、高层互选”的专业群课程体系构建思路，构建“公共基础课程+专业群平台课程+专业主干课程+专业拓展课程+综合实践课程”的课程体系，实行“大专业进、小专业出”个性化人才培养，以分众快乐体育与特色运动项目为一体，以审美和人文素养培养为目标，将劳动教育融入实习实训课内容，构建德智体美劳全面培养的教育体系。

（一）公共基础课程设置

根据党和国家有关文件规定，以及专业群素质要求，开设思想道德与法治、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

思想概论、形势与政策、体育与健康、心理健康教育、职业发展与就业创业指导、军事训练及军事理论、劳动教育、第二课堂活动等公共基础必修课程；开设中华优秀传统文化、大学语文、高等数学、大学英语、信息技术、美育等限定选修课程；开设公共艺术类、传统文化类、创新创业类、人文素养类、自然科学类、信息技术类等任意选修课程。

6-1 专业群公共基础课程设置表

课程性质	课程名称	课程代码	课程类型(A、B、C)	学分	考核方式	课内总学时	其中实践学时	备注
必修	思想道德与法治	80001002	B	3	考试	48	8	
	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	80001003	B	2	考试	32	4	
	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	80001004	B	3	考试	48	8	
	形势与政策	80001007	A	1	考查	32	0	
	体育与健康	80001005	B	4	考试	64	56	
	心理健康教育	80001006	B	2	考查	32	4	
	职业发展与就业创业指导	80001008	B	2	考查	32	12	
	军事训练及军事理论	80001001	B	2	考查	148	112	
	劳动教育	80001009	B	1	考查	16	12	
	第二课堂活动	80001010	B	3	考查	/	/	
	小计			23	/	452	216	/
限选	中华优秀传统文化	80002001	B	2	考查	32	6	三选一
	革命文化	80002002	B	2	考查	32	6	
	社会主义先进文化	80002003	B	2	考查	32	6	
	大学语文	80002005	B	4	考试	64	14	二选一
	高等数学	80002006	A	4	考试	64	0	
	大学英语 A	80002007	B	8	考试	128	32	二选一
	大学英语 B	80002008	B	6	考试	96	24	
	信息技术 A	80002009	B	4	考试	64	32	二选一
	信息技术 B	80002010	B	3	考试	48	24	
	美育 (实用礼仪模块)	80002011	B	1	考查	16	4	四选一
	美育 (文学欣赏模块)	80002012	B	1	考查	16	4	

	美育 (音乐欣赏模块)	80002013	B	1	考查	16	4	
	美育 (美术欣赏模块)	80002014	B	1	考查	16	4	
	小计			19	/	304		
任选	公共艺术类	80002015	B	1	考查	16	4	任选 ≥4 学 分
	传统文化类	80002016	B	1	考查	16	4	
	创新创业类	80002017	B	1	考查	16	8	
	人文素养类	80002018	B	1	考查	16	4	
	自然科学类	80002019	B	1	考查	16	4	
	信息技术类	80002020	B	2	考查	32	16	
	大学语文类	80002021	B	2	考查	32	6	
	高等数学类	80002022	A	2	考查	32	0	
	大学英语类	80002023	B	2	考查	32	8	
	小计			4	/	64		

6-2 公共基础课程主要教学内容及要求

序号	课程名称	课程目标	主要教学内容及要求
1	思想道德与法治	1. 知识目标： (1) 认识大学生活的特点，了解所处的中国特色社会主义新时代；理解理想信念的内涵；掌握中国精神的内涵、明确爱国主义及其时代要求；理解社会主义核心价值观。 (2) 掌握人生观、价值观的内涵，正确认识人生观、价值观，领悟人生真谛，明确什么是有意义的人生。 (3) 认识社会主义道德的内涵、本质、功能及作用、牢记中华民族传统美德的精神。知道公民道德准则、社会公德、职业道德、家庭	教学内容： 珍惜大学生活，开拓新的境界；追求远大理想，坚定崇高信念；继承爱国传统，弘扬民族精神；领悟人生真谛，创造人生价值；加强道德修养，锤炼道德品质；遵守社会公德，维护公共秩序；培育职业精神，树立家庭美德；增强法律意识，弘扬法治精神；了解法律制度，自觉遵守法律。 教学要求： (1) 该课程要以社会主义核心价值观教育和社会主义法治观教育为主线，以爱国主义、社会主义、集体主义教育为核心来展开课堂教学。 (2) 教学要达到科学性、思想

	美德、个人品德的内涵和重要意义。 (4) 了解法律的概念和历史发展,掌握社会主义法律的本质,了解宪法及社会主义法律体系。使学生了解法律的权威、法治思维,熟悉公民的权利和义务在各法中的体现。 2. 能力目标: (1) 能适应人生的新阶段,能珍惜历史机遇,能树立远大理想,增强本领,勇于担当,为新时代贡献青春力量。 (2) 能够在明确个体对自己,对他人、社会、国家应该承担责任的基础上,提高学习、交往及自我调节能力,培养高质量地生活和工作的能力。 (3) 学生能够将道德的相关理论内化为自觉的意识、自身的习惯、自主的要求,能自觉遵守社会公德、职业道德、家庭美德,能自觉提升自身道德素养。 (4) 能够树立法律意识,具备法治思维,能运用与人	性、创新性、针对性和实践性的统一。 (3) 教学方式可灵活多样。如:理论教学、案例教学、体验式教学、混合式教学和第二课堂的实践教学等。 (4) 学习成绩评定应注重科学性、合理性。注意把学生的学习态度、平时成绩、卷面成绩、实践成绩等方面结合起来。
--	--	---

		们生活密切相关的法律知识，在社会生活中自觉遵守法律规范，能分析和解决社会生活、职业生活、家庭生活等领域的现实法律问题。 3. 素质目标： （1）树立对党和国家的情感认同，具有强烈的爱国情怀。 （2）有较高的道德修养，能树立正确的价值观。 （3）有强烈的责任感，树立实现中华民族伟大复兴中国梦的信心。 （4）对法律有敬畏之心，对社会主义法律有认同感，有维护法律权威的意识。	
2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	1. 知识目标： （1）知道马克思主义中国化的历史进程和理论成果的具体内容。 （2）了解中国共产党领导人民进行的革命、建设、改革的历史进程、历史变革、历史成就。 （3）掌握马克思主义中国化理论成果的主要内容，了解毛泽东思想、邓小平理	教学内容： 第一部分 毛泽东思想、新民主主义革命理论、社会主义改造理论、中国社会主义建设道路初步探索的理论成果。 第二部分 邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观。 第三部分 习近平新时代中国特色社会主义思想及其历史地位、坚持和发展中国特色社会主义的总任务、“五位一体”

	论、“三个代表”重要思想、科学发展观、习近平新时代中国特色社会主义思想的精神实质、历史地位和指导意义。 (4) 理解中国特色社会主义新时代党的基本理论、基本路线、基本方略。 2. 能力目标： (1) 能熟练掌握本课程的基本概念，能正确表达政治思想观点。 (2) 能具有一定的理论思辨能力。 (3) 能够运用马克思主义立场、观点和方法认识、分析国情，具有初步的分析、判断能力和解决问题的能力。 (4) 具有初步调查研究的能力。 3. 素质目标 (1) 树立并坚定马克思主义的信仰和中国特色社会主义道路的信念。 (2) 树立国情意识，培养对国家的历史发展的科学态度，具有良好的历史责任感，培养责任与担当意识，	总体布局、“四个全面”战略布局、全面推进国防和军队现代化、中国特色大国外交、坚持和加强党的领导。 教学要求： (1) 该课程以专题化教学为主线，由毛泽东思想，邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观、习近平新时代中国特色社会主义思想组成教学主体内容，引导学生认真学习基本理论知识； (2) 在教学中实行项目化实践教学，以8个类型的校内实践项目为主，以小组为单位开展“大学生讲思政课”公开课、“我心中的思政课”微电影、读书分享交流会、专题知识竞赛、主题演讲等实践项目； (3) 在教学方式方法方面，可灵活多样。如：理论教学、案例教学、体验式教学、混合式教学和第二课堂的实践教学等。 (4) 学习成绩评定应注重科学性、合理性。注意把学生的学习态度、平时成绩、课后作业、活动参与度、实践成绩等方面结合起来。
--	--	--

		树立为实现中华民族伟大复兴的中国梦而奋斗的决心。 (3) 认同中国共产党的领导,认同中国特色社会主义道路,树立“四个自信”。 (4) 具有热爱党和国家的情感,关心社会,积极参与社会活动。 (5) 具有较强的语言表达、团队合作和协调人际关系的能力。 (6) 培养具有实事求是、调查研究、理论联系实际的工作作风,形成良好的理论思考习惯。	
3	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	1. 知识目标: (1) 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。 (2) 坚定理想信念、提高理论水平、增强实践能力,厚植爱国主义情怀。 2. 能力目标: (1) 把爱国情、强国志、报国行自觉融入到建设社会主义现代化强国、实现中华民族伟大复兴的奋斗之中。	教学内容: 新时代、新思想、新飞跃;坚持党的全面领导;坚持以人民为中心;全面建设社会主义现代化国家;全面深化改革;习近平经济思想;新时代中国特色社会主义思想政治思想;习近平法治思想;新时代中国特色社会主义思想文化思想;新时代中国特色社会主义思想社会建设思想;习近平生态文明思想;新时代坚持和发展中国特色社会主义的重要保障;推动构建人类命

		(2) 能增强社会责任感和奉献精神, 强化素质教育, 努力成为担当民族复兴大任的时代新人。 3. 素养目标: 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, 树牢“四个意识”, 坚定“四个自信”, 坚决做到“两个维护”。	运共同体; 全面从严治党; 做担当时代大任的青年。 教学要求: 教学中以专题讲授为主, 坚持问题导向, 将理论教学与实践教学相结合, 以问题探究、案例教学法、实践教学法等, 把知识、技能和态度自然融入教学每个环节, 使学生在思考中发展综合能力。
4	形势与政策	1. 知识目标 (1) 引导和帮助学生掌握形势与政策问题的基本理论和基础知识。 (2) 掌握党的路线方针政策的基本内容。 (3) 了解我国建设中国特色社会主义进程中不断完善的政策体系。 2. 能力目标 (1) 能认知国内外重大时事, 正确认识世情、国情和党情。 (2) 能认同党和国家的大政方针和政策, 从而激发投身我国改革开放和社会主义现代化建设的热情。 (3) 能认清国际、国内形	教学内容: 本课程由教育部根据中宣部关于形势与政策教育的部署, 每年制定两期形势与政策教学要点, 于春、秋两季学期开学后印发, 包括: 我国基本国情、党和政府的基本治国方略、国际国内重大事件、我国对外政策、社会热点和难点等。 教学要求: (1) 形势与政策课要根据新时期新阶段面临的新情况新问题, 加强教育教学的针对性。 (2) 坚持理论联系实际、紧密结合学生思想实际和社会生活实际、及时地、有针对性地回答学生思想认识中的各种困惑和问题。

		势的发展大局和大趋势，对未来形势的趋向有一定的前瞻性。 3. 素质目标 （1）学会用正确的立场、观点和方法观察分析形势，掌握时代脉搏，珍惜和维护国家稳定的大局，提高社会主义觉悟。 （2）认清自己所处的时代特点，激发爱国主义热情，增强民族自信心和社会责任感，坚定走中国特色社会主义道路的信心。 （3）树立科学的社会政治理想、道德理想、职业理想和生活理想。	（3）采取灵活多样的教学形式，包括课堂教学、网络教学、报告会、专题讲座、社会实践等，做到系统讲授与形势报告、专题讲座相结合，请进来与走出去相结合，课堂教学与课外讨论相结合，正面教育与学生自我教育相结合。 （4）该门课程考核运用平时表现与开卷考试（撰写论文）相结合的形式，以百分制计。
5	体育与健康	1. 知识目标 （1）了解体育运动基本常识，培育体育精神。 （2）了解田径运动、篮球运动发展史。 （3）明确体育与健康基础理论知识及田径、篮球裁判法。 （4）明确田径运动及篮球运动健身方法和技巧。 2. 技能目标 （1）掌握跑跳投基础原理	教学内容： 篮球运动 （1）篮球运动发展史及裁判法。 （2）传接球、运球、运球上篮、投篮技术。 （3）常见比赛战术及实践。 田径运动 （1）田径运动发展史及裁判法。 （2）身体素质练习。 （3）短跑、中长跑立、定跳远、

		和锻炼方法。 (2) 掌握篮球运动运球、传接球、投篮基本技术和比赛战术。 (3) 掌握至少一项体育技能并科学应用于终身体育中。 3. 素质目标 (1) 培养学生体育兴趣与爱好,形成终身体育的目标和坚持锻炼的习惯。 (2) 培养学生爱国、爱家、爱自己的家国情怀和团队合作、积极进取、永不放弃等体育精神。	投掷铅球练习。 健康教育 (1) 掌握正确锻炼方法。 (2) 掌握一般创伤急救处理方法。 教学要求: (1) 教材采用《新编体育与健康教程》,理论与实践相结合,精讲多练。 (2) 利用慕课、B 站、精品课程网站等网络资源,将信息化手段融入到课堂教学中,提高教学效果。 (3) 采用讲授法、讨论法、案例法、情境体验等教学方法和手段,挖掘学生主观能动性,提高师生互动效果。 (4) 期末成绩由过程性评价和结果性评价构成,过程性评价占 40%,结果性评价占 60%,注重过程性评价。
6	心理健康教育	1. 知识目标 (1) 掌握心理学的基础理论和知识,理解心理健康的标准及意义。 (2) 熟悉人生发展各阶段的心理发展特点及异常表现,掌握自我调适的基本方	教学内容: 心理健康教育基本概述 (1) 心理学及心理健康基本含义。 (2) 心理异常识别。 (3) 心理咨询一般流程。 适应心理

		法。 (3) 掌握 3-4 种终身学习方法。 2. 技能目标 (1) 培养与职业相关的自我持续学习能力，职场心理调适能力及沟通合作能力。 (2) 掌握识别生活与职场中心理危机的方法，及时正确求助和互助。 3. 素质目标 (1) 培养学生成为能独立、有价值，能创造幸福的高素质职场人。 (2) 培养学生爱国、爱家、爱自己的品质和爱岗敬业的工匠精神。 (3) 树立终身的学习理念和自觉维护心理健康的自主意识。 (4) 具备自觉探索职业发展，并积极适应职场环境的能力。	(1) 新生适应。 (2) 职场环境适应。 (3) 人际关系适应与互动。 (4) 学习适应心理。 (5) 成人自我探索。 发展心理 (1) 情绪管理。 (2) 恋爱与性心理。 (3) 挫折教育。 (4) 生命教育。 教学要求： (1) 本课程将传统教学与现代教学有机结合，创新融入专业实践和课程思政内容，构建心理健康、通专融合、课程思政的三轴联动育人模式，助力高职院校学生综合素质和专业技能的提升。 (2) 教学要达到科学性、思想性、创新性、针对性和实践性的统一。 (3) 教学方式灵活多样，采用 PBL 项目式教法、讲授法、讨论法、案例法、情境体验等教学方法和手段，确保学生成为学习的主体者。 (4) 学习成绩评定注重科学性、合理性和公平性。学生成绩评定的构成：采用形成性评
--	--	---	--

			价与结果性评价相结合的评价方式。形成性评价占 60%，结果性评价占 40%。
7	职业发展与就业创业指导	1. 知识目标 (1) 基本了解职业发展的阶段特点； (2) 较为清晰地认识自己的特性、职业的特性以及社会环境； (3) 了解就业形势与政策法规。 2. 能力目标 掌握自我探索技能、信息搜索与管理技能、生涯决策技能、求职择业技能等，提高自我管理技能和人际交往技能等各种通用技能。 3. 素质目标 树立起职业生涯发展的自主意识，树立积极正确的人生观、价值观和就业观念，把个人发展和国家需要、社会发展相结合。	教学内容： (1) 树立职业理想、做好职业准备、提升职业素质。 (2) 清楚认识“我是谁”、探索职业兴趣、认知职业性格、开发职业能力、澄清职业价值观。 (3) 认识职业环境、搭建职业目标金字塔、做好职业决策。 (4) 修炼情商、大学生职业生涯规划实操、职业生涯规划书的评估与修正。 教学要求： 本课程理论 20 学时，实践 12 学时，分一、四两个学期开设完成。 (2) 充分利用智慧职教、学习通平台及其他的网络优质教学资源，采用线上线下混合式教学模式。 (3) 开展以讨论辩证法、情景模拟法、案例分析法、教学实践法、个案咨询法等灵活多样的教学方式。
8	军事训练及军事理论	军事训练 知识目标：	教学内容： 中国国防，包括国防动员、国

		了解军训的基本知识； (2) 掌握军训方法。 能力目标： 具有学习军事技术能力； 3. 素质目标： (1) 培养学生一切行动听指挥和吃苦耐劳的军事素质； (2) 培养学生具有严肃认真态度和爱国主义与集体主义精神。 军事理论 知识目标 (1) 掌握基本军事理论与军事技能； (2) 掌握基本的国防知识和基本技能。 能力目标 学会分辨妨碍国家安全的行为，掌握维护国家安全的能力。 素质目标 (1) 增强忧患意识、培养全球视野、激发爱国热情、增强社会责任感； (2) 理解国家安全的重要性、增强维护国家安全的责任感和使命感。	防法规、国防建设、武装力量等； 国家安全，包括国家安全概述、国家安全形势、国际战略形势等； 军事思想，包括中国古代军事思想、毛泽东军事思想、当代中国军事思想、习近平强军思想等； 现代战争，包括新军事革命、信息化战争概述、机械化战争、信息化战争的发展趋势等； 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、信息化杀伤武器等。 教学要求： (1) 加强训练教学领导。学校要重视军事教师队伍建设，并充分利用军民共建，请部队派人员帮训等形式，不断充实和加强教学力量。 (2) 重视训练教学改革。根据学生的实际和军事训练的具体内容，不断研究改进训练教学方法。由浅入深，启发式、诱导式、示范式的教学形式。 (3) 本课程以国防教育为主线，为适应我国人才培养的长
--	--	--	--

			远战略目标和加强国防后备力量建设的需要，培养学生掌握基本军事理论与军事技能，增强学生国防观念和国家安全意识，提高学生综合素质，培养学生的危机感与责任感。 （4）进行课程教学考核与评价，可以考查学生对课程基础知识和基本技能的掌握情况，以及是否具备运用基本理论和方法发现问题、分析问题、解决问题的技能。
9	劳动教育	1. 知识目标： （1）理解劳动在人类进化和人类社会产生过程中的推动作用； （2）掌握合法劳动的具体要求，理解合法劳动的重要意义； （3）理解专业实习实训（含实验）中劳动实践的价值意义，树立劳动最光荣、劳动最崇高、劳动最伟大、劳动最美丽的思想观念； （4）理解劳模精神的时代内涵和实践指向； （5）掌握创新劳动的概念，感受创新劳动对推动人类社会进步的重要作用。	教学内容： 按劳动及安全教育实施方案开展。 教学要求 坚持以马克思主义劳动观为指导，坚持以马克思主义劳动思想中国化的最新成果——习近平总书记关于劳动问题的重要论述作为指导思想，深入贯彻落实习近平总书记在全国教育大会上的重要讲话精神，全面贯彻落实党的教育方针，培育和践行社会主义核心价值观。通过对劳动的基本理论学习，学生能够深刻认识人类劳动实践的创造本质，深入理解劳动实践对于立德树人的重大意义，

	2. 能力目标： （1）明确劳动创造了人类，自觉抵制“神创造人”等的各种错误观念和迷信思想； （2）培养新时代大学生的法治思维和法制意识，提高合法劳动能力 （3）掌握专业实习实训（含实验）劳动知识和技能，具备完成劳动实践所需的设计、操作和团队合作能力，养成认真负责、安全规范的劳动习惯； （4）理解劳模故事，传承劳模精神，营造“劳动最光荣、劳动最崇高、劳动最伟大、劳动最美丽”的校园劳动氛围； （5）充分认识到创新劳动的个体价值，感受创新劳动对劳模人物成就精彩人生的价值引领。 3. 素质目标： （1）科学认识自然界——劳动——人类社会的关系，树立正确的马克思主义劳动价值观； （2）引导大学生主动学法、懂法、用法，树立正确的劳	深切感悟劳动实践对于人的自由全面发展所具有的重要推动作用，树立正确的劳动意识，形成正确的劳动观；进一步明确我国工人阶级的劳动实践在实现中华民族伟大复兴中国梦的伟大征程中所发挥的主力军作用，真正在思想意识层面切实认识和领会习近平总书记反复强调的“劳动最光荣、劳动最崇高、劳动最伟大、劳动最美丽”的深刻道理及其重大意义，从而真正树立起尊重劳动、尊重知识、尊重人才、尊重创造的意识。
--	---	---

		动观念，养成合法劳动的习惯，做遵纪守法的好公民； （3）形成爱岗敬业的劳动态度和精益求精、追求卓越的工匠精神，增强自身的职业认同感和劳动自豪感； （4）通过学习和感悟劳模身上的“闪光点”，培养自己的劳动品质和职业素养； （5）提升大学生劳动中的创新意识与创新能力，善于在自我职业发展中充分发挥创新劳动，创造出彩人生。	
10	中华优秀传统文化	1. 知识目标： （1）对中国传统文化的基本面貌、基本特征和主体品格有比较全面和正确地了解。 （2）对中国传统文化中的哲学、文学、建筑、宗教、服饰、礼仪、科技、饮食文化、民俗文化等有初步的了解 （3）基本掌握中国传统文化发展进程中，起关键作用的人物、流派和他们的贡献； 2. 能力目标	教学内容： 通过教学，让学生掌握中国传统文化的特征及基本精神、中国古代哲学、中国古代文学、宗教文化、建筑文化、节日节庆文化、饮食文化、服饰文化、礼仪文化、民俗文化等。 教学要求： （1）本课程涉及大量图片、音频、视频资料，要求在多媒体教室授课。根据本课程的性质和特点，主要采取讲授、分组讨论、互动式教学、启发式、引导式教学； （2）实践教学等方式，激发学

		(1) 能比较准确地叙述并能揭示传统文化特征的最基本的命题、概念。 (2) 培养自主学习的能力,能在生活实践中体悟、弘扬中华优秀传统文化精神。 3. 素质目标 (1) 使学生从传统文化中汲取精神力量和经验智慧,更加重视和热爱祖国优秀的文化传统。 (2) 使学生铭记中华传统文化核心价值理念,树立正确的人生观、世界观和价值观。 (3) 培育学生良好的审美情趣和高尚的道德情操,塑造高尚的人格。	生的积极性和学习热情,培养学生发现问题、探索问题的意识和精神,利用自备资源展开实践活动,使学生进一步了解和感受传统文化的魅力和精髓。
11	大学语文	1. 知识目标 (1) 掌握一定的文学基本常识,知晓诗歌、词、曲、散文、小说、戏剧等文体的特点,了解文学史中有影响力的作家作品。 (2) 掌握阅读、分析和鉴赏文学作品的基本原理及方法。 (3) 掌握职场沟通表达的方法技巧。	教学内容: 课程选择同属于文学创作及文创作常用的四大典型题材:物、景、人、事为载体,构建了四大教学模块内容:格物求真、揽景向美、知人尚善、明事取义。 教学要求: 本课程理论教学 50 学时,实践教学 14 学时,共计 64 学时,分一、二两个学期开设完成。 (1) 坚持立德树人,发挥大学

	(4) 掌握与专业相关的常用应用文的写作方法与写作规范。 2. 技能目标 (1) 能运用鉴赏文学作品的基本原理及方法进行文本内容、主题、情感的分析、解读、体悟，强化文学鉴赏能力。 (2) 能迁移文学赏析技巧方法，在文学之美体悟中，丰富审美感知和审美体验，逐步提升感受美、发现美、创造美的能力。 (3) 能运用职场沟通表达技巧，得体地沟通表达。 (4) 能对接职场所需，运用应用文写作技能方法，写作符合职业情境所需的应用文。 (6) 能进行逻辑思辨和文学文化知识的有效输出和创意转化。 3. 素质目标 (1) 浸润家国情怀、时代使命、工匠精神，自觉弘扬民族精神，厚植爱国主义情怀，涵养自然人文情怀。 (2) 感受中华文化的博大	语文课程的育人功能。落实核心素养，突出职业特色，加强语言实践应用能力培养。提升信息素养，探索信息化背景下教与学方式的转变。尊重个体差异，促进学生全面与个性化发展。 (2) 本课程充分运用信息化教学手段，教师在教学中采用讲授法、讨论法、任务驱动法、小组探究法、练习法，提升学生语文的核心素养。 (3) 本课程采用形成性评价+结果性评价的考核方式，体现合理性和科学性。形成性评价占 50%，结果性评价占 50%，方式为期末考试。
--	--	---

		精深，树立自觉传承中华优秀传统文化的意识，树立文化自信。 (3) 树立职业道德，淬炼职业精神，下定决心努力成长为德智体美劳全面发展的社会主义建设者和接班人。 (4) 树立审美意识和创新意识。	
12	大学英语	1. 知识目标 (1) 掌握必要的英语语音、词汇、语法、语篇和语用知识，具备必要的英语听、说、读、看、写、译技能。 (2) 熟悉相应的体态语言和多媒体手段，理解和表达口头和书面话语的意义，有效完成日常生活和职场情境中的沟通任务。 2. 技能目标 (1) 具备辨析语言和文化中的具体现象能力，了解抽象与概括、分析与综合、比较与分类等思维方法，辨别中英两种语言思维方式的异同，具有一定的逻辑、思辨和创新思维能力。 (2) 掌握必要的跨文化知	教学内容： (1) 词汇知识 学会使用 500 个左右的新单词和一定数量的短语，累计掌握 2300~2600 个单词。 (2) 语法知识 遵循“实用为主、够用为度”的原则，查漏补缺，夯实语法基础。 (3) 语篇知识 ①有效理解听到、读到或看到的语篇，并在口头和书面表达过程中根据交流需要选择恰当的语篇类型。 ②设计合理的语篇结构，保持语篇的衔接性和连贯性等，达到有效交际的目的。 (3) 语用知识 学习和掌握一定的语用知识，

	识，具备跨文化技能，秉持平等、包容、开放的态度，能够有效完成跨文化沟通任务。 3. 素质目标 （1）明确英语学习的意义和目标，树立正确的英语学习观，保持乐观、积极学习态度，能运用恰当的英语学习策略，制订学习计划、选择学习资源、监控学习过程、评价学习效果。 （2）具备尊重事实、谨慎判断、公正评价、善于探究的思维品格。 （3）培育具备多元文化素养，理解文化内涵，汲取文化精华，树立中华民族共同体意识和人类命运共同体意识，形成正确的世界观、人生观、价值观。通过文化比较加深对中华文化的理解，继承中华优秀传统文化，增强文化自信。	帮助学生根据不同情境，进行得体、有效的交际。 （4）文化知识 ①世界多元文化知识。 ②中华优秀传统文化。 ③职场文化和企业文化。 （3）职业英语技能 ①理解技能、表达和互动技能。 ②听、说、读、看、写以及中英两种语言的初步互译技能。 教学要求： （1）坚持立德树人，发挥英语课程的育人功能。落实核心素养，贯穿英语课程教学全过程。突出职业特色，加强语言应用能力培养。提升信息素养，探索信息化背景下教与学方式的转变。尊重个体差异，促进学生全面与个性化发展。 （2）本课程充分运用信息化教学手段，教师在教学中采用任务教学法、讲授法、个案教学法、小组讨论、学生陈述等方法，在听、说、读、写上进行分组练习和操练。 （3）本课程采用形成性评价+结果性评价的考核方式，体现合理性和科学性。形成性评价占 50%，包括出勤 10%，课堂表
--	--	---

			现 10%，作业 10%，和口语测试 20%。结果性评价占 50%，方式为期末机考。
13	信息技术	1. 知识目标 (1) 了解计算机的基本知识，了解计算机信息安全，了解人工智能、大数据、区块链等知识。 (2) 掌握计算机系统组成的基本知识。 (3) 掌握 Windows 操作系统的基本操作知识。 (4) 理解 Office 办公软件的使用方法。 (5) 了解计算机网络和互联网 Internet 的基本知识。 2. 技能目标 (1) 具备计算机安全使用的基本能力。 (2) 具备 Windows 基本操作的能力。 (3) 具备使用 Office 对信息进行处理的基本能力。 (4) 具备运用网络获取有效信息的基本能力。 3. 素质目标 (1) 树立诚信品质。 (2) 具有遵守相关法律法规的意识。	教学内容： (1) 计算机基础知识。 (2) 计算机硬件与软件基础知识。 (3) Windows 7 操作系统。 (4) 文字处理软件 Word 2016。 (5) 电子表格软件 Excel 2016。 (6) 演示文稿制作软件 PowerPoint 2016。 (7) 计算机网络基础与应用。 教学要求： (1) 本课程采用线上+线下混合式教学模式。学生通过线上平台完成学习任务和作业测试。教师线下课以讲授法、任务驱动法、演示法、案例法等方法授课。 (2) 本课程采用过程性考核+终结性考核的方式，体现合理性和科学性。过程性考核构成：课堂表现 10%、线上微课学习 4%、学生考勤 8%、平时作业 28%。终结性考核：机考 50%。

14	美育	1. 知识目标 (1) 了解美学研究的基本脉络和美育的基本特征。 (2) 提炼并掌握中华美学精神。 (3) 掌握各个艺术门类的渊源发展和主要审美特征。 2. 技能目标 (1) 熟悉各个艺术门类的主要创作特点。初步掌握部分艺术创作的技术、技能。 (2) 获取绘画、书法、音乐、舞蹈、戏曲、设计、建筑等各个艺术门类中的文化创意素材，为接下来的专业学习奠定良好的基础。 (3) 激活创造性思维灵感，有效发挥所学专业的创造力，初步形成创新意识和实际操作能力。 3. 素质目标 (1) 树立学生审美鉴赏和自觉传承优秀传统文化的意识。 (3) 陶冶学生艺术情操，树立正确的世界观、价值观和人生观，增强文化自觉与文化自信。	教学内容： 大学美育基本概述 (1) 美学研究的基本脉络。 (2) 审美教育的基本特征。 (3) 中华美学精神。 (4) 艺术作品的审美 (5) 各个艺术的渊源与发展 (6) 各个艺术门类的典型美学特征 艺术实践 (1) 赏析中西方经典艺术作品。 (2) 各个艺术门类创作实践。 教学要求： (1) 本课程采用模块化教学，通过音乐、绘画、书法、舞蹈、戏曲、建筑、设计等各个艺术门类向学生普及艺术美育知识。以审美为主线，以中西方经典艺术作品为基础，融艺术传播与美育教育为一体，以课堂讲授和实践学习并举，将讨论、表演、展示、互动等融入教学，用图片、音响、线上线下信息化教学等辅助手段帮助学生理解课程内容。 (2) 通过任务驱动、情景教学、现场研学、手工体验、翻转课堂等多种教学手段，增强教学
----	----	---	---

			的知识性和趣味性。形成知识化、视觉化、听觉化、互动化、新颖化的教学模式，使学生在有限的课时学习、体验艺术知识，树立正确的审美观，培育高雅的审美情趣。 (3) 本课程采用过程性和结果性相结合的考核方式。过程性考核占 50%，包括出勤 5%、课堂学习态度 10%、版块教学测试 35%等。终结性考核占 50%（提交课程学习报告或课程作品设计）。
--	--	--	--

(二) 专业群平台课程设置

根据专业群各典型工作任务共有的基础能力，组合成专业群平台课程。将以知识学习为主的基础能力（或者共有的知识点）归并到一起，构建基础理论课程（A 类课程）；将以技能训练为主的基础能力（或者共有的技能点）归并到一起，构建基础实习实训课程（C 类课程）。包含造型基础、数字图形、摄影技术、设计色彩（色彩装饰画）等课程。

6-3 专业群平台课程设置表

序号	课程名称	课程代码	课程性质	课程类型(A、B、C)	学分	考核方式	课内总学时	其中实践学时
1	造型基础	20214003	必修	B	1.5	考核	28	20
2	数字图形	20214008	必修	B	4	考核	64	44
3	摄影技术	20214001	必修	B	3.5	考查	56	40
4	色彩装饰画	20214002	必修	B	3.5	考核	56	40

小计	12.5	/	204	144
----	------	---	-----	-----

6-4 专业群平台课程主要教学内容及要求

序号	课程名称	课程整体目标	主要教学内容及要求
1	造型基础	1. 培养学生的观察能力：通过速写练习，让学生能够准确、敏锐地观察对象，捕捉其形态特征和动态。 2. 提升学生的表现能力：使学生能够运用速写技巧，快速、准确地表达对象的形态、比例、结构、透视等特征。 3. 培养学生的创造性思维和表达能力：通过速写实践，激发学生的创意思维，提升他们的艺术表达能力。	教学内容： 1. 造型基础的基本概念与技巧：介绍造型基础的定义、特点、历史发展以及基本技巧，包括线条的运用、构图的处理等。 2. 人物造型基础：教授人物造型基础的技巧和方法，包括人物比例、结构、动态和神态的表现，以及如何通过简洁的线条快速捕捉人物特征。 3. 风景与静物造型基础：引导学生学习如何捕捉风景和静物的特点，运用造型技巧表现其形态和氛围。 教学要求： 1. 学生应掌握造型基础的基本概念和技巧，能够熟练运用线条和构图元素进行创作。 2. 学生应具备一定的观察能力和表现能力，能够准确捕捉对象的形态特征，并通过线条表达出来。 3. 学生应能够结合所学知识，运用创造性思维进行创作，形成自己的艺术风格。
2	数字图形	1. 让学生掌握 Photoshop 软件的基本操作和功能； 2. 能够熟练进行图像处理、编辑、合成等任务。 3. 培养学生的审美能力和实际操作能力，提升他们在平面设计、图像处理等方面的技能水平。	教学内容： 1. 基础知识和工具介绍：讲解 Photoshop 的界面布局、菜单栏、工具栏等基本操作元素，介绍图层、选区、蒙版等核心概念，并演示如何使用各种基本工具进行图像编辑和处理。 2. 图像调整和优化：教授如何调整图像的色彩、亮度、对比度等属性，以及如何进行图像去噪、锐化等优化操作，使图像更加清晰、美观。 3. 图像合成与特效制作：介绍图像合成的基本原理和技巧，包括

			图层混合模式、蒙版应用等，同时教授如何制作各种特效，如光影效果、文字效果等。 4. 实战案例演练：通过实际案例，让学生综合运用所学知识进行图像处理和设计实践，提升他们的实际操作能力和问题解决能力。 教学要求： 1. 学生应熟练掌握 Photoshop 软件的基本操作和功能，能够独立完成图像处理、编辑和合成任务。 2. 学生应能够灵活运用所学知识，处理各种复杂的图像问题，如修复破损图像、制作高质量海报等。 3. 学生应具备创意和审美能力，能够运用 Photoshop 进行创意设计，制作出具有个性和创意的作品。
3	摄影技术	1. 掌握摄影技术的基本概念和原理。 2. 熟悉各种摄影器材的性能和使用方法，能够熟练运用各种摄影技术进行拍摄，并具备独立创作的能力。 3. 培养学生的审美能力、艺术素养、创新精神和创造力，同时提高其团队协作能力和沟通能力。	教学内容： 1. 摄影基础知识：介绍摄影的基本概念、原理和发展历程，让学生了解摄影的基本要素和技术特点。 2. 摄影器材与设备：详细讲解各种摄影器材和设备的性能、特点和使用方法，包括照相机、镜头、附件等，使学生能够正确选择和使用摄影器材。 3. 摄影技巧与构图：教授摄影的基本技巧和方法，如曝光控制、对焦技巧、光线运用等，同时介绍摄影构图的基本原则和技巧，帮助学生掌握如何拍摄出具有艺术性和表现力的作品。 4. 实战拍摄与后期处理：组织学生进行实战拍摄练习，指导他们运用所学知识进行拍摄实践。同时，介绍后期处理的基本技术和工具，如 Photoshop 等，使学生能够独立完成图片的后期处理。 教学要求： 1. 学生应熟练掌握摄影技术的基本概念和原理，了解各种摄影器

			材的性能和使用方法。 2. 学生应能够熟练运用各种摄影技巧和方法进行拍摄，能够独立完成各种类型的摄影作品。 3. 学生应具备审美能力和艺术素养，能够创作出具有个性和创意的摄影作品。 4. 学生应熟悉后期处理技术和工具，能够独立完成图片的后期处理，提升作品的表现力和艺术效果。
4	色彩装饰画 (设计创意)	1. 掌握色彩装饰画的基本原理和创作技巧，提升学生在色彩运用和画面表现方面的能力。 2. 能够创作出具有装饰性和艺术性的色彩装饰画作品。 3. 培养其对色彩装饰画的兴趣和审美情趣。	教学内容： 1. 色彩基础知识：介绍色彩的基本原理、属性以及色彩对比与调和的方法，帮助学生建立对色彩的全面认识。 2. 装饰色彩的特点与运用：讲解装饰色彩与写实色彩的区别，以及装饰色彩在表现上的独特性和运用技巧。 3. 装饰画的构图与形式法则：教授装饰画的构图原则和形式法则，引导学生掌握如何通过构图和形式安排来增强画面的装饰效果。 4. 色彩装饰画的创作实践：组织学生进行色彩装饰画的创作实践，指导学生运用所学知识进行创作，包括色彩搭配、构图设计以及画面表现等方面。 教学要求： 1. 学生应熟练掌握色彩基础知识，能够正确运用色彩对比与调和的方法进行创作。 2. 学生应理解装饰色彩的特点和运用技巧，能够在作品中体现出装饰色彩的独特魅力。 3. 学生应掌握装饰画的构图原则和形式法则，能够合理安排画面元素，增强画面的装饰效果。 4. 学生应能够独立完成色彩装饰画的创作，作品应具有一定的艺术性和装饰性。

（三）专业主干课程设置

根据专业群各职业能力按职业岗位进行分类,分别构建不同的技术方向课程模块。技术方向课程模块中的每个模块与一个或一类职业岗位(群)对应,由5-7门理实一体化课程(B类课程)或实习实训课程(C类课程)组成。包含文创产品设计模块、活动策划、节目策划编导等多个模块。专业群内各专业根据本专业技术方向,选择专业群课程模块,确定专业主干课程设置。

6-5 专业群课程模块设置表

序号	典型工作岗位	能力要求	模块名称	课程名称	可参加的技能比赛	职业资格证书
1	G11	NL11 NL12 NL14 NL15 NL16 NL17	文创产品设计模块	色彩装饰画、造型基础、户外写生、二维设计基础、产品手绘、CorelDRAW、数字图形、中国画、字体与版式设计、三维模型设计与制作、包装设计、商业插画、综合实训(产品设计)、文创产品设计	四川省大学生广告设计大赛、四川省大学生农业创意大赛、四川省大学生工业设计大赛	
2	G12	NL13 NL16 NL17	活动策划模块	摄影技术、基础写作、手工技艺、新媒体运营、文化活动策划与实务、影视短片制作、产品推广、陈列设计、综合实训(产品设计)		
3	G21	NL23 NL24 NL26 NL27 NL28 NL29 NL30	广告设计模块	造型基础、广告概论、数字图形、二维设计基础、图形创意、CorelDRAW、色彩装饰画、广告材料与报价、字体与版式设计、商业插画、招贴设计、书籍装帧、三维动画设计与制作、保、	四川省职业院校技能大赛、四川省大学生广告设计大赛、四川省大学生农业创意大赛、数字艺术大赛	

				包装设计、企业形象设计、CAD、AI		
4	G22	NL21 NL22 NL28 NL29 NL30	广告策划模块	广告策划与文案写作、广告概论、陈列设计、新媒体运营、		
5	G23	NL25 NL27 NL29 NL30	广告摄影（像）模块	摄影技术、影视短片制作、		
6	G31	NL31 NL32 NL33 NL34 NL35 NL39	节目策划编导模块	影视鉴赏、视听语言、节目策划、影视后期剪辑、影视短片制作、分镜头脚本设计、新媒体运营。		
7	G32	NL31 NL32 NL33 NL36 NL39	影视摄影、摄像技术模块	造型基础、设计色彩、数字图形、视听语言、摄影技术、摄像技术、录音技术、设计创意、影视后期剪辑。		
8	G33	NL31 NL32 NL33 NL34 NL37 NL39	影视后期剪辑技术模块	设计色彩、视听语言、影视后期剪辑、数字设计与动画制作、三维动画设计与制作、数字项目合成、影视短片制作、分镜头脚本设计、数字调色、字体与版式设计。		数字艺术创作职业技能等级证书
9	G34	NL31 NL32 NL33 NL38 NL39	影视后期特效制作技术模块	设计创意、数字图形、数字设计与动画制作、三维动画设计与制作、视觉化信息设计、交互数字内容设计、数字项目合成、数字创意产品设计、动画运动规律。	数字艺术赛项	数字艺术创作职业技能等级证书

6-6 群内各专业必修模块设置表

序号	专业名称	专业定位	能力要求	必修模块名称
1	文化创意与策划	面向文化活动服务与指导、工艺美术与创意设计、数字文化创意内容制作服务、新型媒体服务等岗位（群），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。	NL11 NL12 NL13 NL14 NL15 NL16 NL17	1. 文创产品设计模块 2. 活动策划模块
2	广告艺术设计	面向文化活动服务与指导、工艺美术与创意设计、数字文化创意内容制作服务、新型媒体服务等岗位（群），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，适应产业转型升级和企业技术创新需要的发展型、复合型、创新型的高素质技术技能人才。	NL21 NL22 NL23 NL24 NL25 NL26 NL27 NL28 NL29 NL30	3. 广告设计模块 4. 广告策划模块 5. 广告摄影（像）模块
3	数字媒体艺术设计	面向文化传媒产业的节目策划编导、影视摄影、摄像技术、影视后期剪辑、特效制作技术等职业群（或技术技能领域），能够从事影视作品策划、拍摄、后期制作、特效制作等工作。	NL31 NL32 NL33 NL34 NL35 NL36 NL37 NL38	6. 节目策划编导模块； 7. 影视摄影、摄像技术模块； 8. 影视后期剪辑技术模块； 9. 影视后期特效制作技术模块；

6-7 群内各专业主干课程设置表

专业	序号	课程名称	课程代码	课程性质	课程类型 (A、B、C)	学分	考核方式	课内总学时	其中实践学时
文化创意与策划	1	包装设计	20215001	必修	B	3.5	考核	56	40
	2	三维模型设计与制作	20215008	必修	B	5	考核	84	54
	3	文化活动策划与实务	20215006	必修	B	3.5	考核	56	40
	4	文创产品设计	20215007	必修	B	3.5	考核	56	40

	5	新媒体运营	20215002	必修	B	3.5	考核	56	40
	6	字体与版式设计	20215003	必修	B	3.5	考核	56	40
	7	产品推广	20215005	必修	B	3.5	考核	56	40
	小计					26	/	420	294
广告艺术设计	1	广告材料与报价	20226012	必修	B	3.5	考核	56	40
	2	字体与版式设计	20226013	必修	B	3.5	考核	56	40
	3	商业插画	20226014	必修	B	3.5	考核	56	40
	4	招贴设计	20226015	必修	B	3.5	考核	56	40
	5	书籍装帧	20226016	必修	B	3.5	考核	56	40
	6	三维动画设计与制作	20226017	必修	B	3.5	考核	56	40
	7	包装设计	20226018	必修	B	3.5	考核	56	40
	小计					24.5	/	392	280
数字媒体艺术设计	1	影视后期剪辑	20235011	必修	C	4	考试	64	40
	2	数字设计与动画制作	20235012	必修	C	4	考试	64	40
	3	三维动画设计与制作	20235013	必修	C	4	考试	64	40
	4	视觉化信息设计	20235014	必修	C	4	考试	64	40
	5	交互数字内容设计	20235015	必修	C	4	考试	64	40
	6	数字项目合成	20235016	必修	C	4	考试	64	40
	7	数字创意产品设计	20235017	必修	C	4	考试	64	40
	8	影视短片制作	20235008	必修	C	4	考核	64	40
小计						32	/	512	320

6-8 群内各专业主干课程主要教学内容及要求

专业	序号	课程名称	课程目标	主要教学内容及要求
文化创意与策划	1	包装设计	1. 提升学生的包装设计能力和创新思维。 2. 通过学习和实践,学生应能掌握包装设计的基本原理和技巧,形成独立的设计思路和风格,为未来的职业生涯打下坚实的基础。	教学内容: 1. 包装设计的基础知识、产品和品牌识别、创意和设计技能以及二维和三维设计软件的应用等。 2. 包装设计的历史、基本概念、材料和工艺等方面的知识,了解不同类型的产品和品牌的特点,掌握目标市场和目标受众群体的识别方法。 3. 手绘和数字绘画、排版和构图技术、色彩和造型应用等设计技能,常用设计软件的操作方法。 教学要求: 1. 要确保学生理解和掌握包装设

			计的基本知识和技能，能够独立完成包装设计作品。 2. 课程应注重培养学生的创新能力和实践能力，鼓励学生尝试新的设计理念和手法，不断探索和实践。此外，课程还应强调设计基础理论与设计实践的结合，让学生在实践中不断巩固和提升理论知识。 3. 在教学过程中，教师还应注重培养学生的审美感知力、审美想象力、审美理解力和审美评价力，通过讲解和实地观察等方式，让学生了解包装设计中常用材料和容器，并能够在包装设计中合理选用材料和容器以获得不同的效果。 4. 教师还应加强辅导和实训环节，确保学生能够充分掌握包装设计的相关知识和技能，并具备将其应用于实际项目中的能力。
2	三维模型设计与制作	1. 掌握三维模型设计与制作的基本理论、基本知识和基本技能，能够熟练运用三维设计软件进行三维模型的创建、编辑、优化和渲染等工作。 2. 了解三维模型设计与制作的基本原理和方法，具备独立设计并制作高质量三维模型的能力。	教学内容： 三维设计的基础理论、三维设计软件的基本操作、三维模型的创建与编辑、材质与贴图的应用、灯光与渲染设置等。 教学要求： 1. 需要掌握三维模型设计与制作的基本理论和方法，理解三维模型的基本结构和构造原理。 2. 让学生熟练使用三维设计软件，掌握基本的建模和编辑技能，能够独立完成三维模型的创建和修改工作。 3. 培养学生还应具备一定的创意和设计能力，能够设计出具有独特性和美观性的三维模型。 4. 在教学过程中，教师要采用理论与实践相结合的教学方法，通过案例分析、实践操作、项目实训等方式，帮助学生更好地理解和掌握三维模型设计与制作的知识和技能。 5. 注重培养学生的实践能力和创新精神，鼓励学生积极参与各种实践项目和比赛，提升自己的三维模型设计与制作水平。

	3	文化活动策划与实务	1. 掌握文化活动策划的基本理论和实务技能，能够独立完成文化活动的策划、组织、执行和评估等工作。 2. 了解文化活动策划的流程和规范，具备创新思维和实践能力，为未来的文化活动策划工作提供有力支持。	教学内容： 文化活动策划的基本概念、原理和方法，文化活动策划的创意与设计，文化活动策划的组织与实施，文化活动策划的评估与总结等。学生将学习如何根据市场需求和受众特点，策划出具有吸引力和影响力的文化活动；掌握文化活动的策划流程、组织方式和执行技巧；了解文化活动策划中可能遇到的问题和挑战，并学习如何进行有效的风险评估和应对策略。 教学要求： 1. 要让学生掌握文化活动策划的基本理论和实务技能，了解文化活动策划的基本流程和规范。 2. 要让学生具备一定的创意和设计能力，能够提出新颖、有趣的文化活动方案。 3. 培养学生团队协作精神和沟通能力，让其能够与其他团队成员有效合作，共同完成文化活动的策划和执行工作。 4. 注重理论与实践的结合，通过案例分析、实践操作、项目实训等方式，帮助学生更好地理解和掌握文化活动策划的知识和技能。 5. 学习成绩评定应注重科学性、合理性。注意把学生的学习态度、平时成绩、实践成绩等方面结合起来。
	4	文创产品设计	1. 掌握文创产品设计的基本原理、方法和技巧。 2. 培养创意思维和创新能力。 3. 学生应能够了解文创产品的定义、行业现状和发展趋势，掌握设计流程和方法，以及如何将创意转化为实际可行的产品。	教学内容： 文创产品的概述、设计原理、创意生成、功能设计、美学原则、可行性分析等方面。通过案例分析和实践操作，学生将学习如何运用创意思维进行产品设计，如何考虑产品的功能性和美观性，并学习相关的设计软件和工具。 教学要求： 1. 需要掌握文创产品设计的基本概念和理论知识，能够独立完成文创产品的设计和制作。 2. 注重培养学生的团队合作和沟通能力，在实践项目中要求学生以

			小组形式进行合作，共同完成设计任务。 3. 需要关注行业前沿和趋势，不断更新教学内容，确保学生能够适应市场需求和行业变化。 4. 学习成绩评定应注重科学性、合理性。注意把学生的学习态度、平时成绩、实践成绩等方面结合起来。
5	新媒体运营	培养学生掌握新媒体运营的核心知识和技能，使他们能够在新媒体平台上有效地进行内容创作、用户关系管理、数据分析和优化等工作，以实现企业品牌与客户的良好互动和有效传播。	教学内容： 新媒体平台基础知识、内容创作与发布、用户关系管理、数据分析与优化、品牌营销策略、网络安全与法律法规。 教学要求： 1. 学生应掌握新媒体运营的基本理论知识和实践技能，能够独立完成新媒体运营的任务，如内容创作、用户互动、数据分析等。 2. 学生还需要培养创新思维和敏锐的市场洞察力，以适应新媒体行业的快速发展和变化。 3. 团队合作和沟通能力也是新媒体运营工作中不可或缺的一部分，学生应通过课程学习和实践活动提升自己的团队合作意识和沟通能力。 4. 学习成绩评定应注重科学性、合理性。注意把学生的学习态度、平时成绩、实践成绩等方面结合起来。
6	字体与版式设计	1. 掌握文字与版式设计的基本理论素养与初步实践能力。 2. 能够根据市场需求和设计要求，熟练运用设计软件，将创意策划意图通过草图和设计成品表现出来。 3. 课程还旨在提升学生的团队协作精神和职业道德，培养他们分析问题、解决问题的能力以及灵活应变的能力。	教学内容 字体设计的基本原理和方法、字体创意设计、版式设计理论与实践： 学习版式设计的科学性与艺术性，理解版式设计如何影响信息的传递和主题内容的表达。学习版式编排的技巧，包括文字排版、图片排版、色彩搭配等，以创造出有序而独特的画面组织结构。 设计软件的应用：熟练使用艺术设计专业软件进行设计，运用所学知识解决字体在平面设计中的应用问题。 教学要求 1. 要求学生掌握字体与版式设计的基本理论知识和实践技能，包括字

			体设计的原理、方法，版式设计的原则、技巧等。 2. 学生应能够熟练运用设计软件，将设计意图通过草图和设计成品表现出来。同时，还应具备制定广告字体设计方案的能力。 4. 鼓励学生发挥个性，激发创意，能够独立进行字体与版式设计的创新实践。 5. 培养学生的团队协作精神、职业道德和严谨诚信的职业品质，使他们能够适应行业发展的需要。
7	产品推广	产品推广课程的总体目标是培养学生具备产品推广策划、执行和评估的综合能力，使其能够针对具体产品制定有效的推广策略，提高产品知名度和市场占有率。通过课程学习，学生应能够掌握产品推广的基本原理和方法，了解市场动态和消费者需求，熟练运用各种推广工具和技术，实现产品的成功推广。	教学内容： 1. 产品推广概述、市场分析与定位、如何进行产品定位，明确产品特点和竞争优势。 2. 推广策略制定：学习制定产品推广策略的方法和技巧，包括产品定位策略、传播策略、促销策略等。 3. 推广工具与技术：介绍常用的推广工具和技术，如广告、公关、社交媒体营销等。学习如何根据产品特点和目标市场选择合适的推广工具和技术，实现有效的产品推广。 推广效果评估与优化：教授如何评估产品推广效果，包括数据收集、分析和解读。同时，学习如何根据评估结果进行推广策略的优化和调整，提高推广效果。 教学要求： (1) 要求学生掌握产品推广的基本理论知识和实践技能，了解市场动态和消费者需求。 (2) 学生应能够熟练运用各种推广工具和技术，制定有效的产品推广策略，并进行实施和评估。 (3) 鼓励学生发挥创意，提出新颖的推广方案，以适应不断变化的市场环境和消费者需求。 (4) 培养学生的团队协作精神和沟通能力，使其在团队中能够协作完成产品推广任务，并与其他部门或合作伙伴进行有效沟通。 (5) 学习成绩评定应注重科学性、

				合理性。注意把学生的学习态度、平时成绩、实践成绩等方面结合起来。
广告艺术设计	1	广告材料与报价	1. 了解常用广告制作材料的种类、特点、规格、施工工艺和设计报价等。 2. 能够运用所学知识解决广告设计制作工作当中遇到的实际问题，为客户选择合理的材料。	教学内容： 本课程是广告艺术设计专业的限选课程，主要培养学生在广告行业后期制作的时候能准确地选择相应的材料、施工工艺、安装和广告设计报价等任务。本课程是广告专业其他设计课程最后呈现的一个手段，通过本课的学习后，学生在工作岗位上能与课后流畅的沟通以及报价等。 教学要求： （1）要求学生掌握广告制作常用材料和广告制作设备种类；掌握广告的基本报价、运作模式，全面了解课程的体系、结构； （2）掌握广告活动的基本特点和基本原理，了解广告的行业特性，并能综合运用于对实际问题的分析，初步具有解决一般广告问题的能力； （3）能够用广告材料知识解决实际问题，特别是广告材料的用量和价格预算的能力； （4）能够用专业的眼光和思维为广告制作选择合适的材料；能发现和解决一般广告材料问题；能够理解广告材料与其他材料的关系。
	2	字体与版式设计	1. 培养学生掌握文字与版式设计的基本理论素养与初步实践能力。 2. 通过本课程的学习，学生应能够根据市场需求和设计要求，熟练运用设计软件，将创意策划意图通过草图和设计成品表现出来。 3. 提升学生的团队协作精神和职业道德，培养他们分析问题、解决问题的能力以及灵活应变的能力	教学内容 字体设计的基本原理和方法：了解汉字的发展规律，掌握字体设计的原理和方法，熟悉常用字体及各类印刷字体的风格特点和间架结构。 字体创意设计：学习如何运用多种方法进行字体创意设计，包括字体形体的变形、字距行距的调整、字体的装饰性处理等。 版式设计理论与实践：学习版式设计的科学性与艺术性，理解版式设计如何影响信息的传递和主题内容的表达。学习版式编排的技巧，包括文字排版、图片排版、色彩搭配

			等，以创造出有序而独特的画面组织结构。 设计软件的应用：熟练使用艺术设计专业软件进行设计，运用所学知识解决字体在平面设计中的应用问题。 教学要求 1. 要求学生掌握字体与版式设计的基本理论知识和实践技能，包括字体设计的原理、方法，版式设计的原则、技巧等。 2. 学生应能够熟练运用设计软件，将设计意图通过草图和设计成品表现出来。同时，还应具备制定广告字体设计方案的能力。 3. 鼓励学生发挥个性，激发创意，能够独立进行字体与版式设计的创新实践。 4. 培养学生的团队协作精神、职业道德和严谨诚信的职业品质，使他们能够适应行业发展的需要。
3	商业插画	1. 了解商业插画的概念、含义、特点以及发展历史；了解认识商业插画的图形、文字、色彩等相关知识；了解商业插画的行业规则；熟知扁平插画、国风插画绘制方法。 2. 能够简要地对插画项目进行分析以及风格定位；能够熟练运用图形、色彩、版式相关知识进行商业插画； 3. 能够临摹借鉴优秀作品并进行转化；能够灵活运用 AI PS 软件完成扁平风、国风插画绘制。 4. 提升学生的观察能力、色彩搭配能力、版式的设计能力以及审美能力；提高学生分析问题、解决问题的能力。	教学内容： 从商业插画基础理论出发，重点讲解商业插画的定位、构思、草图设计、色彩搭配、细节修改、效果展示设计几项重要环节。 教学要求： 1. 紧跟时代需求，融入最新审美倾向，能对接商业插画的行业前沿，引入典型任务。 2. 鼓励学生发挥个性，激发创意，能够独立进行商业插画设计的创新实践。 3. 培养学生的团队协作精神、职业道德和严谨诚信的职业品质，使他们能够适应行业发展的需要。
4	招贴设计	1. 掌握招贴设计的基本理论、原则和方法，了解	教学内容： 1. 招贴设计基础，招贴设计的定义、

		招贴设计的历史、发展和现状。 2. 掌握相关的设计软件和技术，如 PS、AI 等，提高设计制作的效率和质量。 3. 引导学生通过观察、分析和实践，深入理解招贴设计的流程和步骤，培养学生设计实践能力和解决问题的能力。 4. 培养学生的视觉表达能力和创意思维能力，使学生能够独立完成招贴设计作品。	起源和发展。招贴设计的分类和应用领域。招贴设计的基本要素，如文字、图形、色彩等。 2. 设计原理与技巧，设计的基本原则，如平衡、对比、重复、对齐等。字体设计、图形创意、色彩搭配等技巧。使用设计软件 PS、AI 等）进行招贴设计的实操技能。 3. 案例分析与实践，分析成功的招贴设计案例，理解其设计理念、方法和技巧。 教学要求： 1. 学生进行的实际设计项目，从需求分析、设计构思到最终呈现的全过程。 2. 让学生了解招贴设计行业的规范和标准，如版权法规、设计流程等。培养学生的职业道德和职业素养，如诚信、责任、创新等。 3. 培养学生的团队协作精神、职业道德和严谨诚信的职业品质，使他们能够适应行业发展的需要。
5	书籍装帧	1. 培养学生全面了解和掌握书籍装帧设计的原理、技巧和实践能力。 2. 激发学生的创新精神和审美能力，鼓励他们从独特的视角出发，运用创新思维和审美观念进行书籍装帧设计，创造出具有个性化和艺术感染力的作品。 3. 通过课程中的案例分析、市场调研和实际操作等环节，使学生能够将所学知识运用到实际项目中，提升他们的实践能力和解决问题的能力。 4. 培养学生的职业素养和敬业精神，使他们具备高度的责任感和职业道德，注重细节和品质，追求卓越和完美。	教学内容： 了解书籍装帧基本法则；掌握书籍装帧设计形态结构；装帧封面设计方法及类型；书籍装帧内页设计方法及规律；了解书籍装帧印刷与装订。能够开展书籍装帧的调研与分析工作；能利用书籍装帧设计要求设计各类书籍；能利用书籍装帧设计的创意原理和手法开发出新型书籍类型。 教学要求： 培养学生良好的思想政治素质，尊重中国传统文化，培养爱国精神和文化自信，培养科学思维意识，树立专业敬业精神。
6	三维	1. 使学生全面了解三维动	教学内容：

		动画设计与制作	画设计与制作的基本概念、原理、流程和工具，掌握相关的理论知识。 2. 培养学生熟练掌握主流的三维动画设计软件，使学生能够独立完成三维模型的创建渲染输出等各个环节。 3. 通过实际项目操作，提升学生的三维动画设计与制作技能，使学生能够灵活运用所学知识解决实际问题。 4. 培养学生的艺术鉴赏能力和审美能力，使他们能够欣赏和评价优秀的三维动画作品。 5. 提升学生的综合素质，如解决问题的能力、批判性思维，为他们未来的职业发展打下坚实的基础。	1. 教授学生如何使用主流的三维动画设计软件，如 c4d 等，并熟悉其界面布局和基本操作。 2. 涵盖软件中的基本工具和功能，如建模、材质、灯光、摄像机、渲染等。 教学要求： 1. 理论与实践相结合； 2. 在讲解理论知识的同时，注重实践操作的训练，确保学生能够熟练掌握三维动画设计与制作的技能。 3. 安排实际项目作为教学案例，让学生在实践学习和掌握三维动画设计与制作的流程和方法。 4. 鼓励学生发挥创意和想象力，尝试新的设计理念和技法，以创作出具有独特风格和魅力的三维动画作品。 5. 培养学生的职业道德和职业素养，如尊重知识产权、注重团队合作、善于沟通等。
	7	包装设计	1. 提升学生的包装设计能力和创新思维。 2. 通过学习和实践，学生应能掌握包装设计的基本原理和技巧，形成独立的设计思路和风格，为未来的职业生涯打下坚实的基础。	教学内容： 包装设计的基础知识、产品和品牌识别、创意和设计技能以及二维和三维设计软件的应用等。具体来说，学生将学习包装设计的历史、基本概念、材料和工艺等方面的知识，了解不同类型的产品和品牌的特点，掌握目标市场和目标受众群体的识别方法。同时，学生还将学习手绘和数字绘画、排版和构图技术、色彩和造型应用等设计技能，并熟悉常用设计软件的操作。 教学要求： 1. 对于包装设计课程的要求，首先是要确保学生理解和掌握包装设计的基本知识和技能，能够独立完成包装设计作品。 2. 课程应注重培养学生的创新能力和实践能力，鼓励学生尝试新的设计理念和手法，不断探索和实践。此外，课程还应强调设计基础理论与设计实践的结合，让学生在实践中不断巩固和提升理论知识。

				3. 在教学过程中，教师还应注重培养学生的审美感知力、审美想象力、审美理解力和审美评价力，通过讲解和实地观察等方式，让学生了解包装设计中常用材料和容器，并能够在包装设计中合理选用材料和容器以获得不同的效果。 4. 教师还应加强辅导和实训环节，确保学生能够充分掌握包装设计的相关知识和技能，并具备将其应用于实际项目中的能力。
数字媒体艺术设计	1	影视短片制作	1. 培养学生理解影视短片创意的基本思维方法，掌握创意策划的能力。 2. 培养学生掌握影视短片制作的基本技巧，包括摄像、编辑等方面。 3. 通过团队合作，培养学生的沟通协作能力，以及在实践中解决问题的能力。 4. 帮助学生理解影视制作中的各个环节，从前期策划到后期制作，确保视频成片的质量和完整性。	教学内容： 1. 学习影视创意的基本理论，包括故事结构、角色塑造等。掌握创意策划的方法，学会如何构思并表达独特的影视作品理念。 2. 影视短片制作技巧，学习摄影器材的基本使用，掌握拍摄技巧，包括镜头运用、光影处理等。 3. 编辑技巧：学习视频编辑软件的操作，掌握剪辑技巧、特效处理等。 教学要求： 1. 体现团队合作与沟通，培养团队精神和合作意识。学会有效沟通，包括团队内部沟通和与外部资源的协调。 2. 强化实践环节，要求学生组队完成影视短片的全过程，包括前期脚本设计、中期拍摄、后期制作。每个环节都要求学生有效实施，并保持良好的沟通与合作。

	2	数字创意设计：三维静态产品设计方向	1. 深入探讨数字领域中的创意与设计技能，特别侧重于三维静态产品设计。 2. 广泛涵盖创意思维、三维产品建模、材质与光照、渲染技术等方面的深入知识。 3. 通过实际项目实践，培养学生设计引人注目、功能出众的三维静态产品，满足用户需求，并展现独到的创造力。 4. 强调伦理和可持续性的重要性，为学生成为数字创意产业领军人才打下坚实基础。	教学内容： 1. 探讨创意思维的基本原理，培养学生创新的设计理念。学习如何将创意转化为可实施的产品设计方案。 2. 学习三维建模软件的基本操作，掌握产品建模的技巧和方法。要求学生能够独立完成复杂产品的三维建模任务。 3. 研究不同材质对产品外观的影响，学习材质贴图技术。 4. 掌握光照原理，学会如何调整光照以提升产品呈现效果。 5. 学习渲染软件的操作，掌握渲染技术和效果优化方法。要求学生能够通过渲染技术呈现出高质量的产品效果图。 教学要求： 1. 要求理实一体，融入典型任务； 2. 体现团队合作与沟通，培养团队精神和合作意识。学会有效沟通，包括团队内部沟通和与外部资源的协调。
	3	三维动画设计与制作	1. 通过系统讲述三维软件C4D的特性和功能，使学生熟悉该软件。 2. 教授二维、三维模型的创建，材质的制作，灯光构架和渲染器的运用。 3. 培养学生掌握C4D软件的使用方法，能够高效完成影视后期制作工作。 4. 帮助学生应用C4D软件从事相关艺术设计工作。 5. 培养学生的发散性创新思维和三维空间思维，提高艺术审美水平，拓宽设计视野。	教学内容： 1. C4D 软件特性与功能：系统讲解C4D软件的界面和功能，使学生熟悉操作。要求学生能够理解并掌握软件的基本操作和 workflows。 2. 二维、三维模型创建与材质制作：教授学生如何创建二维和三维模型，并进行材质的添加和调整。要求学生能够独立创建简单至复杂的模型，并运用各种材质进行渲染。 3. 灯光构架与渲染器：讲解灯光构架的原理和技巧，以及渲染器的选择和设置。要求学生能够根据场景需求设置适当的灯光和渲染器参数。 4. 动画制作：教授学生如何利用C4D制作三维动画，包括关键帧动画和路径动画等。要求学生能够制

				作流畅、自然的动画效果。 教学要求： 设计实践项目，要求学生运用所学知识完成三维动画作品。鼓励学生发挥创造力，设计出独具特色的作品，拓宽设计思维和视野。
	4	影视后期剪辑	1. 掌握在 Adobe Premiere Pro (Pr) 中利用视频素材进行剪辑与编辑技巧。 2. 学会添加视频转场特效和其他视频特效，提升视频质量。 3. 掌握利用关键帧制作动态字幕，进行色彩校正和蓝屏抠像等视频剪辑全流程技术。 4. 加强学生对画面的敏锐程度，培养发散性、创新思维以及自主学习能力。	教学内容： 1. 剪辑与编辑技巧：学习如何使用 Adobe Premiere Pro 软件进行视频剪辑与编辑。要求学生能够熟练使用剪切、剪辑、调整音频等基本功能。 2. 视频特效添加：探索视频转场特效和其他视频特效的添加方法。要求学生能够根据需求选择合适的特效，提升视频质量。 3. 动态字幕制作：学习如何利用关键帧制作动态字幕，增强视频表现力。要求学生能够设计出吸引人的字幕效果，并与视频内容相匹配。 4. 色彩校正与蓝屏抠像：掌握色彩校正技术，调整画面色彩以提升视觉效果。学习蓝屏抠像技术，实现在视频中替换背景或添加特效。 教学要求： 1. 设计实践项目，要求学生运用所学知识完成影视后期剪辑。鼓励学生发挥创造力，设计出独具特色的作品，拓宽设计思维和视野。 2. 采用过程性考核+终结性考核的方式，以过程性考核为主，制定详细规范的评价指标。过程性考核占 60%，包括学生考勤 10%、个人发言 20%、小组任务 20% 和个人反思 10%。终结性考核占 40%，包括个人大反思 20% 和课程线 20%。
	5	数字设计与动画	1. 掌握 Adobe After Effects (AE) 软件基础工具的使用。	教学内容： 1. AE 基础工具使用：学习 AE 软件的基础界面和操作方法。要求学生

		画制作	2. 熟练制作基础动画，特别是 Glitch 风格文字动画和形状图层动画。 3. 理解并运用 Mask 基础技术，学习三维图层和摄像机跟踪反求技术。 4. 掌握抠像与合成基础、AE 基础调色技术，以及常用插件的应用，如牛顿、Duik、particle、PPTV 等。 5. 通过实践作业，使学生能够独立创作影视特效短片，培养科学求实、刻苦拼搏的精神。	能够熟练使用 AE 的基本工具和功能。 2. 动画制作：制作基础动画，包括 Glitch 风格文字动画和形状图层动画。学习如何运用关键帧和曲线编辑器制作流畅的动画效果。 教学要求：充分运用信息化教学手段，采用线上线下混合式教学模式。线上通过平台发布学习任务、进行在线测试、实现过程考核。线下以学生发展为中心，采用启发式、探究式、讨论式和互动体验式等教学方法。
	6	数字项目合成	1. 帮助学生掌握特效合成与包装设计等数字媒体技术。 2. 深入了解 After Effects 软件的功能和应用，掌握数字项目合成的核心原理与技巧。 3. 学生将学习结合实拍画面制作视觉特效、粒子效果、动态文字等内容。学习合成技术，包括层级合成、蒙版、复合模式等，实现多个元素的无缝融合。 4. 学习包装设计，包括设计动态标志、转场效果和过渡动画，为媒体内容增添吸引力。 5. 通过实践项目和案例分析，锻炼学生的创作能力和问题解决能力，为未来就业或进一步深造打下坚实基础。	教学内容： 1. After Effects 功能与应用：深入了解 After Effects 软件的各项功能，学习其基本操作方法。要求学生能够熟练运用软件制作各种数字项目合成效果。 2. 特效合成与包装设计：学习特效合成技术，包括视觉特效、粒子效果、动态文字等的制作。掌握包装设计的基本原理和技巧，设计动态标志、转场效果和过渡动画。 3. 合成技术与无缝融合：学习合成技术，包括层级合成、蒙版、复合模式等，实现多个元素的无缝融合。要求学生能够灵活运用这些技术，完成复杂的合成效果。 4. 实践项目与案例分析：设计实践项目，让学生通过实际操作加深对课程内容的理解和掌握。进行案例分析，通过分析优秀作品，学生能够借鉴他人的经验，不断提升自己的创作水平。 教学要求： 1. 教学中坚持理论和实践相结合、课堂示范和自我训练相结合、课内学习和课外应用相结合的原则。

				2. 鼓励学生发挥创造力，设计出独具特色的作品，拓宽设计思维和视野。
	7	交互数字内容设计	1. 掌握交互设计的基本理论和方法。 2. 具备数字内容创作和界面设计的基本技能。 3. 了解数字内容创作的各个环节和要素，能够解决实际问题。 4. 培养学生的创造力和解决问题的能力。 5. 注重团队合作能力和创新思维的培养，提升实际操作和问题解决能力。	教学内容： 1. 交互设计基础：学习交互设计的基本理论，包括用户体验、用户界面设计等。要求学生能够理解和应用各种交互设计方法。 2. 数字内容创作技能：学习数字内容创作的基本技能，包括文案撰写、图像处理等。要求学生能够运用数字内容创作技能进行实际操作。 3. 界面设计：学习界面设计的原理和方法，包括布局、色彩搭配等。要求学生能够设计出具有良好用户体验的界面。 教学要求： 1. 教学中坚持理论和实践相结合、课堂示范和自我训练相结合、课内学习和课外应用相结合的原则。 2. 通过小组合作和案例分析，进行实际项目操作。要求学生能够在团队中发挥自己的作用，解决实际问题。

（四）专业拓展课程设置

6-9 专业拓展课程设置表

专业	拓展模块名称	专业拓展课程设置
文化创意与策划	限选拓展	1. 限选课程：中国画、商业插画、影视短片制作、基础写作、陈列设计
	任选拓展	2. 任选课程：手工技艺
广告艺术设计	限选拓展	1. 限选课程：陈列设计、影视短片制作、新媒体运营、CAD、二维设计基础
	任选拓展	2. 任选课程：AI
数字媒体艺术设计	限选拓展	1. 限选课程：分镜头脚本设计、数字调色、字体与版式设计、动画运动规律
	任选拓展	2. 任选课程：新媒体运营

（五）专业群综合实践课程设置

专业综合实践课程包含以周或月为单位开展的集中实训、认识实习、岗位实

习等。

专业	序号	课程名称	课程代码	课程性质	课程类型 (A、B、C)	学分	安排学期及周数	学时
文化创意与策划	1	户外写生	20218001	必修	c	4	第一学期第 8、9 周	60
	2	活动策划集中实训	20218003	必修	c	4	第三学期第 13、14 周	60
	3	产品设计集中实训	20218002	必修	c	4	第四学期第 13、14 周	60
	4	认识实习	20215007	必修	c	1	第一学期第 4 周	16
	5	岗位实习	20215002	必修	c	24	第 5、6 学期	384
	小计					41	/	580
广告艺术设计	1	户外写生	20229001	必修	c	4	第一学期第 8、9 周	60
	2	集中实训（招贴设计）	20229001	必修	c	4	第三学期第 13、14 周	60
	3	集中实训（企业形象设计）	20229002	必修	c	4	第四学期第 13、14 周	60
	4	认识实习	20229003	必修	c	1	第一学期第 4 周	16
	5	岗位实习	20229003	必修	c	24	第 6 学期	384
	小计					41		580
数字媒体艺术	1	户外写生	20238008	必修	c	4	第一学期	60

设计							第 8、9 周	
	2	影视短片翻拍集中实训	20239004	必修	c	4	第三学期第 11、12 周	60
	3	微电影制作集中实训	20239003	必修	c	4	第四学期第 11、12 周	60
	4	认识实习	20239002	必修	c	1	第一学期第 4 周	16
	5	岗位实习	20238003	必修	c	24	第 5、6 学期	384
	小计					41		580

(六) 课程结构与学分结构

6-10 专业群课程结构与学分结构总表

专业群：文化创意与策划专业群

适用年级：2023 级

课程类别		课程管理部门	课程学分		课内学时		整周实训(周)
			必修	选修	总学时	其中实践学时	
1. 公共基础课程	人文素养课程	马克思主义学院	9	2	192	26	/
		文化艺术系					/
		师范教育系					
		教务处	2	/	32	4	/
		学生工作部	2	/	32	12	/
	活动课程	学生工作部	2	/	148	112	2
		校团委	3	/	/	/	/
		文化艺术系					
2. 专业群平台课程	摄影技术	文化艺术系	3.5	/	56	40	
	造型基础	文化艺术系	1.5		56	40	
	数字图形	文化艺术系	4		64	44	
	色彩装饰画(设计创意)	文化艺术系	3.5		56	40	
3. 专业主干课程	包装设计	文化艺术系(文创)	3.5	/	56	40	
	三维模型设计与制作	文化艺术系(文创)	5	/	84	54	
	文化活动策划	文化艺术系(文创)	3.5	/	56	40	

	与实务						
	文创产品设计	文化艺术系（文创）	3.5	/	56	40	
	新媒体运营	文化艺术系（文创）	3.5		56	40	
	字体与版式设计	文化艺术系（文创）	3.5		56	40	
	产品推广	文化艺术系（文创）	3.5		56	40	
	广告材料与报价	文化艺术系（广告）	3.5		56	40	
	字体与版式设计	文化艺术系（广告）	3.5		56	40	
	商业插画	文化艺术系（广告）	3.5		56	40	
	招贴设计	文化艺术系（广告）	3.5		56	40	
	书籍装帧	文化艺术系（广告）	3.5		56	40	
	三维动画设计与制作	文化艺术系（广告）	3.5		56	40	
	包装设计	文化艺术系（广告）	3.5		56	40	
	影视鉴赏	文化艺术系（数媒）	2	/	28	8	
	视听语言	文化艺术系（数媒）	2	/	32	26	
	摄像技术	文化艺术系（数媒）	4	/	64	24	
	录音技术	文化艺术系（数媒）	2	/	32	12	
	节目策划	文化艺术系（数媒）	4	/	64	40	
	设计创意	文化艺术系（数媒）	2	/	32	26	
	影视后期剪辑	文化艺术系（数媒）	4	/	64	40	
	数字设计与动画制作	文化艺术系（数媒）	4	/	64	40	
	三维动画设计与制作	文化艺术系（数媒）	4	/	64	40	
	视觉化信息设计	文化艺术系（数媒）	4	/	64	40	
	交互数字内容设计	文化艺术系（数媒）	4	/	64	40	
	数字项目合成	文化艺术系（数媒）	4	/	64	40	
	数字创意产品设计	文化艺术系（数媒）	4	/	64	40	
	影视短片制作	文化艺术系（数媒）	4	/	64	40	
4. 专业拓展课程	中国画	文化艺术系（文创）	/	2	32	22	/
	商业插画	文化艺术系（文创）	/	3.5	56	40	
	影视短片制作	文化艺术系（文创）	/	3.5	56	40	
	基础写作	文化艺术系（文创）	/	1.5	28	20	
	陈列设计	文化艺术系（文创）		3.5	56	40	
	手工技艺	文化艺术系（文创）		1.5	28	20	

	摄影技术	文化艺术系（广告）		2	32	12	
	陈列设计	文化艺术系（广告）		2	32	12	
	影视短片制作	文化艺术系（广告）		2	32	12	
	陈列设计	文化艺术系（广告）		2	32	12	
	CAD	文化艺术系（广告）		2	32	12	
	AI	文化艺术系（广告）		4	64	24	
	分镜头脚本设计	文化艺术系（数媒）	/	2	32	20	
	数字调色	文化艺术系（数媒）	/	2	32	20	
	字体与版式设计	文化艺术系（数媒）	/	2	32	20	
	动画运动规律	文化艺术系（数媒）	/	2	32	24	
	新媒体运营	文化艺术系（数媒）	/	4	64	56	
5. 专业群综合实践课程	户外写生（文创）	文化艺术系	4	/	60	60	
	集中实训（活动策划）	文化艺术系	4		60	60	
	集中实训（产品设计）	文化艺术系	4		60	60	
	认识实习（文创）	文化艺术系	1		16	16	
	岗位实习（文创）	文化艺术系	24		384	384	
	户外写生（广告）	文化艺术系	4		60	60	
	集中实训（招贴设计）	文化艺术系	4		60	60	
	集中实训（企业形象设计）	文化艺术系	4		60	60	
	认识实习（广告）	文化艺术系	1		16	16	
	岗位实习（广告）	文化艺术系	24		384	384	
	户外写生（数媒）	文化艺术系	4	/	60	60	
	影视短片翻拍集中实训	文化艺术系	4		60	60	
	微电影制作集中实训	文化艺术系	4		60	60	
	认识实习（数媒）	文化艺术系	1		16	16	
	岗位实习（数媒）	文化艺术系	24		384	384	

统计	文化创意与策划专业总学分、总学时	140	2380		
	广告艺术设计总学分、总学时	132.5	2568		
	数字媒体艺术设计专业总学分、总学时	139	2136		
毕业总学分标准		411.5 学分			

七、教学计划进度表

7-1 文化创意与策划专业教学计划进度表

课程类别	课程性质	序号	课程代码	课程名称	学分	学时分配			各学期周学时数×理论教学周数						考核形式	开课方式	开课部门	备注
						学时	理论	实践	1	2	3	4	5	6				
									20W	20W	20W	20W	20W	20W				
人文素养课程	必修	1	80001002	思想道德与法治	3	48	40	8	2*12	2*12					※	√	马克思主义学院	
		2	80001003	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	2	32	28	4	2*16						※	√	马克思主义学院	第一或第二学期开课
		3	80001004	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	3	48	40	8			2*12	2*12			※	√	马克思主义学院	
		4	80001007	形势与政策	1	32	32	0	2*4	2*4	2*4	2*4			◎	√	马克思主义学院	
		5	80001005	体育与健康	4	64	8	56	2*16	2*16					※	√	文化艺术系	
		6	80001006	心理健康教育	2	32	28	4	2*4	2*4	2*4	2*4			◎	☑	教务处	
		7	80001008	职业发展与就业指导	2	32	20	12	2*8			2*8			◎	☑	学生工作部	
	小计				17	288	196	92										

	限选	8	80002001	中华优秀传统文化	2	32	26	6	2*16						◎	☑	马克思主义学院	三选一，此专业选择中华优秀传统文化，在第一期开设
			80002002	革命文化	2	32	26	6	2*16						◎	√	马克思主义学院	
			80002003	社会主义先进文化	2	32	26	6	2*16						◎	√	马克思主义学院	
		9	80002005	大学语文	4	64	50	14	2*16	2*16					※	√	文化艺术系	二选一，此专业选择大学语文，在第一期开设
			80002006	高等数学	4	64	64	0	2*16	2*16					※	√	师范教育系	
		10	80002007	大学英语 A	8	128	96	32	2*16	2*16	2*16	2*16			※	√	文化艺术系	二选一，此专业选择大学英语 A
			80002008	大学英语 B	6	96	72	24	2*16	2*16	2*16				※	√	文化艺术系	
		11	80002009	信息技术 A	4	64	32	32	2*16	2*16					※	☑		此专业选择信息技术 A
			80002010	信息技术 B	3	48	24	24	3*16						※	☑		
		12	80002011	美育（实用礼仪模块）	1	16	12	4			1*16				◎	☑	商贸旅游系	
			80002012	美育（文学欣赏模块）	1	16	12	4			1*16				◎	☑	文化艺术系	
			80002013	美育（音乐欣赏模块）	1	16	12	4			1*16				◎	☑	师范教育系	

			80002014	美育（美术欣赏模块）	1	16	12	4			1*16				◎	☑	文化艺术系	此专业选择书法课程，在第四学期
	小计				19	304												
	任选	13	80002015	公共艺术类	1	16			自选不低于4学分						◎	☐		
			80002016	传统文化类	1	16									◎	☐		
			80002017	创新创业类	1	16									◎	☐		
			80002018	人文素养类	1	16									◎	☐		
			80002019	自然科学类	1	16									◎	☐		
			80002020	信息技术类	2	32									◎	√		
			80002021	文学鉴赏类	2	32									◎	√		
			80002022	高等数学类	2	32									◎	√		
			80002023	大学英语类	2	32									◎	√		
		...	...	...														
小计					4	64												
活动课程	必修	14	80001001	军事训练及军事理论	2	36+2W	36	2W	36+2W						◎	☑	学生工作部	军训 2W 计 112 学时
		15	80001009	劳动教育	1	16	4	12	16						◎	√	各教学单位	
		16	80001010	第二课堂活动	≥3	/	/	/							◎	√	校团委	不计学时

	小计				6	52	40	12									
专业群平台课程	必修	17	20214001	摄影技术	3.5	56	16	40	4*14								
		18	20214002	色彩装饰画	3.5	56	16	40	4*14								
		19	20214003	造型基础	1.5	28	8	20	2*14								
		20	20214008	数字图形	4	64	20	44		4*16							
	小计				12.5	204	60	144									
专业主干课程	必修	21	20215001	包装设计	3.5	56	16	40			4*14						
		22	20215002	新媒体运营	3.5	56	16	40			4*14						
		23	20215003	字体与版式设计	3.5	56	16	40			4*14						
		24	20215008	三维模型设计与制作	5	84	30	54			6*14						
		25	20215005	产品推广	3.5	56	16	40				4*14					
		26	20215006	文化活动策划实务	3.5	56	16	40				4*14					
		27	20215007	文创产品设计	3.5	56	16	40				4*14					
		28	20215008	二维设计基础	4	64	20	44		4*16							
		29	20215009	产品手绘	4	64	20	44		4*16							
		30	20215010	CorelDRAW	4	64	20	44		4*16							

			小计		40	612	186	42 6									
专 业 群 互 选 课 程	限 选	31	20216001	中国画	2	32	10	22		2*16							二选一
			20216002	美术史	2	32	10	22		2*16							
		32	20216004	商业插画	3.5	56	16	40			4*14						三选一
			20216005	字体设计	3.5	56	16	40			4*14						
			20216006	VI 设计	3.5	56	16	40			4*14						
		33	20216007	影视短片制作	3.5	56	16	40			4*14						
			20216008	录音技术	3.5	56	16	40			4*14						
			20216009	AE	3.5	56	16	40			4*14						
		34	20216010	基础写作	1.5	28	8	20	2*14								三选一
			20216011	广告策划	1.5	28	8	20	2*14								
			20216012	市场调研	1.5	28	8	20	2*14								
		35	20216013	陈列设计	3.5	56	16	40			4*14						三选一
			20216014	展示设计	3.5	56	16	40			4*14						
			20216015	会展设计	3.5	56	16	40			4*14						
	任 选	36	20217001	手工技艺	1.5	28	8	20	2*14								

			20217002	陶艺	1.5	28	8	20	2*14									
			20217003	纸艺	1.5	28	8	20	2*14									
	合计				15.5	256	74	182										
专业综合实践课程	必修	37	20218001	户外写生	4	60		60	60									
		38	20218002	集中实训（产品设计）	4	60		60			60							
		39	20218003	集中实训（活动策划）	4	60		60				60						
		40	20218004	认识实习	1	16		16	16									
		41	20218005	岗位实习	24	384		384					384					
	合计				41	580		580										
总计					155	2360												

7-2 广告艺术设计专业教学计划进度表

课程类别	课程性	序号	课程代码	课程名称	学分	学时分配			各学期周学时数×理论教学周数						考核形式	开课方式	开课部门	备注
						学时	理论	实践	1	2	3	4	5	6				
									20W	20W	20W	20W	20	20W				

	质												W					
人文 素养 课程	必修	1	80001002	思想道德与法治	3	48	40	8	2*12	2*12					※	√	马克思主义 学院	
		2	80001003	毛泽东思想和中 国特色社会主义 理论体系概	2	32	28	4	2*16						※	√	马克思主义 学院	第一或第二 学期开课
		3	80001004	习近平新时代中 国特色社会主义 思想概论	3	48	40	8			2*12	2*12			※	√	马克思主义 学院	
		4	80001007	形势与政策	1	32	32	0	2*4	2*4	2*4	2*4			◎	√	马克思主义 学院	
		5	80001005	体育与健康	4	64	8	56	2*16	2*16					※	√	文化艺术系	
		6	80001006	心理健康教育	2	32	28	4	2*4	2*4	2*4	2*4			◎	☑	教务处	
		7	80001008	职业发展与就业 指导	2	32	20	12	2*8			2*8			◎	☑	学生工作部	
	小计				17	288	196	92										
	限选	8	80002001	中华优秀传统文 化	2	32	26	6	2*16						◎	☑	马克思主义 学院	三选一，此 专业选择中 华优秀传统 文化，在第 一期开设
			80002002	革命文化	2	32	26	6	2*16						◎	√	马克思主义 学院	

			80002003	社会主义先进文化	2	32	26	6	2*16						◎	√	马克思主义学院	
		9	80002005	大学语文	4	64	50	14	2*16	2*16					※	√	文化艺术系	二选一，此专业选择大学语文，在第一期开设
			80002006	高等数学	4	64	64	0	2*16	2*16					※	√	师范教育系	
		10	80002007	大学英语 A	8	128	96	32	2*16	2*16	2*16	2*16			※	√	文化艺术系	二选一，此专业选择大学英语 A
			80002008	大学英语 B	6	96	72	24	2*16	2*16	2*16				※	√	文化艺术系	
		11	80002009	信息技术 A	4	64	32	32	2*16	2*16					※	☑		此专业选择信息技术 A
			80002010	信息技术 B	3	48	24	24	3*16						※	☑		
		12	80002011	美育（实用礼仪模块）	1	16	12	4			1*16				◎	☑	商贸旅游系	
			80002012	美育（文学欣赏模块）	1	16	12	4			1*16				◎	☑	文化艺术系	
			80002013	美育（音乐欣赏模块）	1	16	12	4			1*16				◎	☑	师范教育系	
			80002014	美育（美术欣赏模块）	1	16	12	4			1*16				◎	☑	文化艺术系	此专业选择书法课程，在第四学期
		小计			19	304												

	任选	13	80002015	公共艺术类	1	16			自选不低于 4 学分						◎	□	鼓励开设 《大学英 语》《高等 数学》《大 学语文》等 相关选修课	
			80002016	传统文化类	1	16									◎	□		
			80002017	创新创业类	1	16									◎	□		
			80002018	人文素养类	1	16									◎	□		
			80002019	自然科学类	1	16									◎	□		
			80002020	信息技术类	2	32									◎	√		
			80002021	文学鉴赏类	2	32									◎	√		
			80002022	高等数学类	2	32									◎	√		
			80002023	大学英语类	2	32									◎	√		
		...	...	...														
	小计					4	64											
活动 课程	必修	14	80001001	军事训练及军事 理论	2	36+2W	36	2W	36+2W						◎	☑	学生工作部	军训 2W 计 112 学时
		15	80001009	劳动教育	1	16	4	12	16						◎	√	各教学单位	
		16	80001010	第二课堂活动	≥3	/	/	/							◎	√	校团委	不计学时
	小计					6	52	40	12									
专业 群 平台	必修	17	20214001	摄影技术	3.5	56	16	40	4*14									
		18	20214002	色彩装饰画	3.5	56	16	40	4*14									

课程		19	20214003	造型基础	1.5	28	8	20	2*14									
		20	20214008	数字图形	4	64	20	44		4*16								
	小计				12.5	204	60	144										
专业 主干 课程	必修	21	20226012	广告材料与报价	3.5	56	16	40			4*14							
		22	20226013	字体与版式设计	3.5	56	16	40		4*14								
		23	20226014	商业插画	3.5	56	16	40		4*14								
		24	20226015	招贴设计	3.5	56	16	40		4*14								
		25	20226016	书籍装帧	3.5	56	16	40		4*14								
		26	20226017	三维动画设计与制作	3.5	56	16	40			4*14							
		27	20226018	包装设计	3.5	56	16	40			4*14							
		28	20226019	企业形象设计	3.5	56	16	40			4*14							
		29	20226020	广告策划与文案写作	1.5	28	20	8	2*14									
		30	20226021	造型基础	3.5	56	16	40	4*14									
		31	20226022	广告概论	1.5	28	20	8	2*14									
		32	20226023	CorelDraw	4	64	24	40		4*16								
		33	20226024	图形创意	4	64	24	40		4*16								

	小计				42.5	688	232	456									
专业 群 互选 课程	限选	34	20224016	二维设计基础	2	32	12	20		2*16							二选一
			20227012	活动策划	2	32	12	20		2*16							
			20227013	数字调色	2	32	12	20		2*16							三选一
		35	20227014	陈列设计	1.5	28	8	20			2*14						
			20227015	产品手绘	1.5	28	8	20			2*14						
			20226012	品牌推广	1.5	28	8	20			2*14						
		36	20228011	影视短片制作	1.5	28	8	20				2*14					
			20228012	文创产品设计	2	28	8	20				2*14					
			20228013	录音技术	2	28	8	20				2*14					
		37	20225013	新媒体运营	1.5	28	8	20				2*14					
			20234017	剧本写作	1.5	28	8	20				2*14					
			20236021	品牌推广	1.5	28	8	20				2*14					
		38	20225012	CAD	1.5	28	8	20			2*14						
			20234015	FLASH	1.5	28	8	20			2*14						
			20234012	面向对象程序设计	1.5	28	8	20			2*14						
	任选	39	20225011	AI	4	64	24	40		4*14							

			20236018	影视广告	2	32	12	20		2*16							
			20234013	交互设计	2	32	12	20		2*16							
	合计				12	208	68	140									
专业 综合 实践 课程	必修	40	20228001	户外写生	4	60		60	60								
		41	20229001	集中实训（招贴设计）	4	60		60			60						
		42	20229002	集中实训（企业形象设计）	4	60		60				60					
		43	20229003	认识实习	1	16		16	16								
		44	20229004	岗位实习	24	384		384					384				
	合计				37	580		580									
	总计				150	2388	596	179 2									

7-3 数字媒体艺术设计专业教学计划进度表

课程类别	课程性质	序号	课程代码	课程名称	学分	学时分配			各学期周学时数×理论教学周数						考核形式	开课方式	开课部门	备注
						学时	理论	实践	1	2	3	4	5	6				
									20W	20W	20W	20W	20W	20W				
人文	必修	1	80001002	思想道德与	3	48	40	8	2*12	2*12					※	√	马克思主义	

素养 课程			法治													义学院	
	2	80001003	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概	2	32	28	4	2*16						※	√	马 克 思 主 义 学 院	第一或第 二学期开 课
	3	80001004	习近平新时代中国特色 社会主义思想概论	3	48	40	8			2*12	2*12			※	√	马 克 思 主 义 学 院	
	4	80001007	形势与政策	1	32	32	0	2*4	2*4	2*4	2*4			◎	√	马 克 思 主 义 学 院	
	5	80001005	体育与健康	4	64	8	56	2*16	2*16					※	√	文化艺 术 系	
	6	80001006	心理健康教 育	2	32	28	4	2*4	2*4	2*4	2*4			◎	☑	教 务 处	
	7	80001008	职业发展与 就业指导	2	32	20	12	2*8			2*8			◎	☑	学 生 工 作 部	
	小计			17	288	196	92										

限选	8	80002001	中华优秀传统文化	2	32	26	6	2*16						◎	☑	马克思主义学院	三选一，此专业选择中华优秀传统文化，在第一期开设
		80002002	革命文化	2	32	26	6	2*16						◎	√	马克思主义学院	
		80002003	社会主义先进文化	2	32	26	6	2*16						◎	√	马克思主义学院	
	9	80002005	大学语文	4	64	50	14	2*16	2*16	2				※	√	文化艺术系	二选一，此专业选择大学语文，在第一期开设
		80002006	高等数学	4	64	64	0	2*16	2*16					※	√	师范教育系	
	10	80002007	大学英语 A	8	128	96	32	2*16	2*16	2*16	2*16			※	√	文化艺术系	二选一，此专业选择大学英语 A
		80002008	大学英语 B	6	96	72	24	2*16	2*16	2*16	2			※	√	文化艺术系	
	11	80002009	信息技术 A	4	64	32	32	2*16	2*16					※	☑		此专业选择信息技术 A
		80002010	信息技术 B	3	48	24	24	3*16						※	☑		

		12	80002011	美育（实用礼仪模块）	1	16	12	4			1*16			◎	☑	商贸旅游系	此专业选择书法课程，在第四学期	
			80002012	美育（文学欣赏模块）	1	16	12	4			1*16			◎	☑	文化艺术系		
			80002013	美育（音乐欣赏模块）	1	16	12	4			1*16			◎	☑	师范教育系		
			80002014	美育（书法模块）	1	16	12	4			1*16			◎	☑	文化艺术系		
			小计				19	304										
	任选	13	80002015	公共艺术类	1	16			自选不低于4学分						◎	☐		
			80002016	传统文化类	1	16									◎	☐		
			80002017	创新创业类	1	16									◎	☐		
			80002018	人文素养类	1	16									◎	☐		
			80002019	自然科学类	1	16									◎	☐		
			80002020	信息技术类	2	32									◎	√		
			80002021	文学鉴赏类	2	32									◎	√		
			80002022	高等数学类	2	32									◎	√		
			80002023	大学英语类	2	32									◎	√		

		...	...	...														
	小计				4	64												
活动 课程	必修	14	80001001	军事训练及 军事理论	2	36+ 2W	36	2W	36+2W						◎	☑	学生工作 部	军训 2W 计 112 学时
		15	80001009	劳动教育	1	16	4	12	16						◎	√	各教学单 位	
		16	80001010	第二课堂活 动	≥ 3	/	/	/							◎	√	校团委	不计学时
	小计				6	52	40	12										
专业 群 平台 课程	必修	17	20234020	造型基础	2	28	8	20	2*14						※	√	文化艺术 系	
		18	20234013	设计色彩	4	56	16	40	4*14						※	√	文化艺术 系	
		19	20234022	数字图形	4	56	16	40	4*14						※	√	文化艺术 系	
		20	20234023	摄影技术	4	56	20	36	4*14						◎	√	文化艺术 系	
	小计				14	196	60	136										

专业 主干 课程	必修	21	20235011	影视后期剪辑	4	64	24	40		4*16					※	√	文化艺术系	
		22	20235012	数字设计与动画制作	4	64	24	40			4*16				※	√	文化艺术系	
		23	20235013	三维动画设计与制作	4	64	24	40				4*16			※	√	文化艺术系	
		24	20235014	视觉化信息设计	4	64	24	40		4*16					※	√	文化艺术系	
		25	20235015	交互数字内容设计	4	64	24	40			4*16				※	√	文化艺术系	
		26	20235016	数字项目合成	4	64	24	40				4*16			※	√	文化艺术系	
		27	20235017	数字创意产品设计	4	64	24	40			4*16				※	√	文化艺术系	
		28	20235008	影视短片制作	4	64	24	40				4*16			◎	√	文化艺术系	
		29	20235018	影视鉴赏	2	28	8	20	2*14						※	√	文化艺术系	

		30	20235019	视听语言	2	32	26	6		2*16					※	√	文化艺术系	
		31	20235020	摄像技术	4	64	24	40		4*16					◎	√	文化艺术系	
		32	20235021	录音技术	2	32	12	20				2*16			◎	√	文化艺术系	
		33	20235022	节目策划	4	64	40	24			4*16				※	√	文化艺术系	
		34	20235023	设计创意	2	32	26	6		2*16					※	√	文化艺术系	
		小计			48	764	328	436										
专业群 互选 课程	限选	35	20236010	分镜头脚本设计	2	32	12	20		2*16					◎	√	文化艺术系	三选一
			20236007	数字媒体技术导论	2	32	12	20		2*16					◎	√		
			20236003	影视广告	2	32	12	20		2*16					◎	√		
		36	20236002	数字调色	2	32	12	20			2*16				◎	√	文化艺术系	三选一
			20236005	产品手绘	2	32	12	20			2*16				◎	√		

			20236006	品牌推广	2	32	12	20			2*16				◎	√	文化艺术系	三选一		
		37	20236012	动画运动规律	2	32	4	28			2*16				◎	√				
			20236013	面向对象程序设计	2	32	4	28			2*16				◎	√				
			20236014	交互设计	2	32	8	24			2*16				◎	√				
		38	20236011	字体与版式设计	2	32	12	20				2*16			◎	√	文化艺术系	三选一		
			20236008	展示设计	2	32	12	20				2*16			◎	√				
			20236009	招贴设计	2	32	12	20				2*16			◎	√				
		小计					8	128	40	88										
		任选	39	20236015	新媒体运营	4	64	8	56				4*16			◎	√	文化艺术系	三选一	
				20236016	FLASH	4	64	8	56				4*16			◎	√			
	20236017			CAD	4	64	8	56				4*16			◎	√				
	合计					12	192	48	144											
专业综合实践	必修	40	20238008	户外写生	4	60		60	60						◎	√	文化艺术系			
		41	20239004	影视短片翻拍集中实训	4	60		60			60				◎	√				

课程		42	20239003	微电影制作 集中实训	4	60		60			60			◎	√		
		43	20239002	认识实习	1	16		16	16								
		44	20238003	岗位实习	24	384		384					384				
	合计				41	580		580									
总计					169	2568											

八、实施保障

（一）师资队伍

1.队伍结构

对标本专业群人才培养目标，本专业群教师应具备产品设计专业、广告专业，以及数字媒体专业素质，是一支专兼职结合的教师队伍。文创专业现有在校学生 4 个班，共计约 200 人，广告专业现有在校学生 4 个班，共计约 200 人，数媒专业现有在校学生 4 个班，共计约 200 人，按照 1:20 的师生比例进行配置，双师型教师应达到 50%。专任教师队伍职称、年龄学历、专兼等形成合理的梯队结构。均获艺术类设计和绘画方向的本科或研究生学位，有多年的教学和专业建设经验，是一支结构合理、德才兼备、素质优秀、实践与理论相结合的教师队伍。

2.加强团队教师能力建设，打造大师、名匠工作坊式教学创新模式

整合校内外优质人才资源，建立相关专业大师、名匠担纲的技能教学创新团队和研发教学创新团队，形成由大师名匠领衔、画家和知名设计师加盟的师资队伍，优化师资队伍的知识与能力结构，打造眉山市高职院校类一流的教学团队。

2.专任教师

实现校内教师与教师之间协同，校外教师与企业、行业机构之间协同。探索“产教岗位互通、专兼教师互聘”的人才共享模式，校企协商在学校设立“双师教学岗”，在企业相应地设立“双师生产岗”，建立岗位互通机制，校企互派互聘，促进专兼教师互助互学、取长补短，实现“双师双能”，切实提升学生的岗位技能。

3.专业带头人

组建相关专业大师专家担纲的技能教学团队和跨专业师生项目服务团队。注重校内外教师的专业技能与产业经验，组建专业群内学生跨专业选课、教师跨专业指导的专业课程团队，开展工作过程导向的核心技能教学，满足专业群内学生拓展专业方向、提升职业技能的需求。创新“双师型”专业教师人才培养模式，开展“双师型”教师动态认定工作，把教师与企业共同设计项目、开发课题、指导学生参展参赛等作为提升双师素养的重要内容；与企业共同设计项目、共同开发课题，扩大教师的社会影响力。创新专业教师评价机制，建立以业绩贡献和能力水平为导向、以目标管理和目标考核为重点的绩效工资动态调整机制，实现多劳多得、优绩优酬，力争双师型专业教师比达到 80%。

4. 兼职教师

（1）校企合作的“双师型”教学模式

以培养学生专业技能为核心，根据市场需要编制相应专业课程，聘请行业、专业大师名匠、知名专家、技术骨干等，组建以专业教师为主、行业教师为辅的技能教学创新团队。组建校企合作、专兼结合的“双师型”团队，不断优化团队人员配备结构。组织团队教师全员开展钻研教学法、课程开发技术、信息技术应用培训以及专业教学标准、职业技能等级标准等专项培训，提升教师模块化教学设计实施能力、课程标准开发能力、教学评价能力、团队协作能力和信息技术应用能力。支持团队教师定期到企业实践，学习专业领域先进技术，促进关键技能改进与创新，提升教师实习实训指导能力和创新能力。

（2）成立大师工作坊式教学研究创新模式

引入省内优秀师资和先进教学方法，实施教学合作，师生互访交流项目，建立知名艺术家和设计师共同参与的教学团队。以职业技能需求实践能力提升为导向，组建艺术工作室，如“大师手绘工作坊”一个工作室传承一种艺术品类，在教师中培养知名“工匠”，以专业工作室组建教学团队，开展基于过程导向的专业工作室教学模式，实现课程与专业岗位的对接。

（二）教学设施

为满足文创专业群人才培养目标，学院建立了一系列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

专业教室一般配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，互联网接入或 Wi-Fi 环境，并实施网络安全防护措施；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。

2. 校内实训室基本要求

参考国家对文创专业教学标准及实训条件建设标准，建设数量充足、功能齐全的校内实训室。我校文创专业校内实训室以规模化升级校内实训室群，实施以“传统手工实训室”“设计一体化实训室”“校企合作实践工作室”为核心的校内实训室工作群建设。在新建校内实训室具有满足完成实训任务必备的场地、材料、专业设施和设备，利于学生职业素养和“工匠精神”的培养。主要实训室及功能、配置要求如下：

(1) 传统手工实训室

注重传统技艺培养的传统手工实训室以培养学生传统手工技艺为目标，对应细分市场下的小众专业，实施以“传统手工实训室”为核心的现代高职高专工作室建设。传统手工实训室开设陶瓷制作、传统中国画等实训室，由眉山市美术家协会会长袁泉领队，与专业教师组成传统手工实训室教学团队。传统手工实训室提升陶瓷、传统中国画等工艺美术品类实训室教学条件，完善实训室工作集群建设。传统手工实训室应配备工作台、拉坯机、拉坯工具、陶泥、瓷泥、转盘、板盘、陶泥、瓷泥、干燥坯架、泥搭子、铁尖刀、木拍子、喷水壶、保湿箱等，用于现代陶艺、陶瓷制品等课程的教学与实训。

(2) 注重创新思维能力培训的设计一体化实训室

以培养学生创新思维为目标，改建现有的文创产品设计工作室、广告设计工作室、摄影工作室等实训工作室，新建综合印制工作室、影视后期工作室等，打造文化创新中心和文创产品材料和加工库，设计生产加工三位一体，系统升级实训区域，将创新创意与生产实训相结合，打造一流的校内地方特色文化设计创意园。以全国“工业设计名师工作室”为样本，建设“设计一体化实训室”1个，聘请行业中有较大影响的设计师作为特邀教授入校，指导专业教师共同组建“设计一体化实训室”，对接教学过程与生产过程，开展项目化教学、创客式学习，深化产教融合。在设计一体化实训室应配备50台平板电脑、拷贝台、实物投影仪、3D打印机、设计软件、电子显示屏、文创产品设计工作台、展示台等。

(3) 注重综合能力培养的校企合作实践工作室

以培养学生的职业综合能力为目标，探索“校企联动、技能共授”的校企实践工作室。以地方政府文化和需求为导向，以龙头企业的岗位标准、职业能力结构为目标，参照企业运作方式，全面升级现有校企实践工作室，打造“立体多层、交叉互补”的实训基地。该实训室需要具备项目与模块相结合，课内和课外学习相结合，切实提高学生技能水平和实践动手能力。拓展实训室服务社会的能力。通过开放微信公众平台、开放实训基地参观等多种形式，开展文创活动策划、传统手工技艺推广、地方特色文化等为主题的科普宣传。在建设校企合作实践工作室应配备毛毡、双面磁性画板、储物架、多功能书画仪（实物投影仪）、拷贝台、书法国画桌、电子显示屏、国画各类画材（颜料、纸、笔）等设备。

附：校内实训室

	实训室名称	主要功能	配置建议
1	手工实训室	承担手工技艺课程教学	拉坯机 30 台、电窑 1 套，拉坯工具（陶泥、瓷泥、转盘、板盘）50 套。
2	数字设计与输出设计室	承担插画、海报类设计课程教学	平板和手绘板 50 套、激光打印机 1 台
3	设计技法实训室	承担设计类课程教学	电脑 51 台、桌椅 26 套、音响设备 1 套、操作系统 4 套
4	数字影视后期制作机房	影视短片数字校色与输出。	
5	数字影视特效制作机房	三维动画制作，特效合成工作；	
6	数字影视剪辑制作机房	1.素材管理 DIT 工作； 2.影视短片后期剪辑。	
7	录音实训室	1.录音制作； 2.后期调音。	
8	摄影实训室	商品、静物、人像摄影	
9	摄像实训室	1.影视短片，广告拍摄； 2.模拟演播厅拍摄； 3.绿幕拍摄。	

3.校外实训基地基本要求

根据产业集群分布，立足重点产区，依托眉山文化产业园区，共建辐射三苏祠博物馆、中法科技园区、幸福古村等多品类、共享型校外实训基地。服务“中国制造 2025”，拓展以传统工艺、文化创意集聚区为基础的校外实训基地建设。集群化共建校外实训基地以文化创新、设计创新为导向，以打造“苏式生活”为着力点，依据“合作建设、资源互补、利益共赢”的原则整合校企合作中各资源，集成眉山地区旅游产业、苏作工艺、时尚、特色村镇等现代设计服务产业，优化调整现有校外实训基地，新增一批聚焦传统工艺、文创设计服务的实训基地。

集群化共建校外实训基地以眉山市三苏博物馆等机构结成稳定的校外实训基地，以市场需求调整专业建设方案。校外实训基地实训设施齐备，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。

4.学生实习基地基本要求

具有稳定的校外实习基地；能提供文创产品设计制作、策划方向等相关实习岗位，能涵盖文创专业发展的主流方向，可接纳一定规模的学生实习；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；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

具有站酷、花瓣网、素材天下、素材等可利用的数字化教学资源库、文献资料、常见问题解答等信息化条件。教师开发线上精品课，利用学习通等软件进行信息化教学资源、教学平台，创新教学方法，引导学生自主学习，提升教学效果。

（三）教学资源

1.教程选用基本要求

按照国家规定选用优质教材，禁止不合格的教材进入课堂。统一选用教育部“十三五”规划教材，学校建立专业教师、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。涵盖文创专业各年级教学课件各一套。涵盖全学科的各年级电子教学设计、教学计划各一套。

2.图书文献配备基本要求

目前图书馆中在册关于视觉传达设计、创意类相关书籍一共 79 种，合计 300 多册。可满足绝大多数学生和老师阅读，作为课外教学资源的补充。专业类图书文献主要包括：美术基础类、国内外传统陶瓷和现代艺术类、设计方法类以及案例类图书等。在满足学生学习的同时也能满足人才培养、专业建设、教科研等工作的需要，方便师生查询、借阅。

3.数字资源配备基本要求

网络资料：站酷、花瓣网、素材天下、素材中国等文创设计类网站相关素材资源均可以作为课外学生以及老师文创产品设计使用。制作线上精品课等与专业课程匹配的有关音视频素材、教学课件等专业教学资源库。

（1）MOOC 平台：<https://www.icourse163.org/>

（2）国家教育资源公共服务平台：<http://www.eduyun.cn/>

（3）一师一优课网站：<http://1s1k.eduyun.cn/portal/html/1s1k/index/1.html>

（四）教学方法

公共基础课教学要符合教育部有关教育教学基本要求，通过教学方法、教学组织形式的改革，教学手段、教学模式的创新，调动学生学习积极性，为学生综合素质的提高、职业能力的形成和可持续发展奠定基础。注重在潜移默化中坚定学生理想信念、厚植爱国主义情怀、加强品德修养、增长知识见识、培养奋斗精神，提升学生综合素质。

文创专业实行活动策划与文创产品设计“双线并行”的课程安排办法，根据人才培养模式的总体要求，教学实施校企一体，按照做中学学中做，教学做合一的总体原则，根据专业和课程选择项目教学、案例教学和岗位教学等教学方法。

广告专业根据现代广告专业人才培养目标，深入开展项目教学，将广告行业工作室的典型工作模式融入教学过程，打破传统教学教师讲、学生听，教师要求、学生执行的教学模式，建立一种教学互动、以学生为主体的教学关系。从项目训练入手培养学生职业兴趣；以项目模块组织教学活动，核心能力培养融入项目训练之中，实现教学效果与职业能力要求接轨的目的。

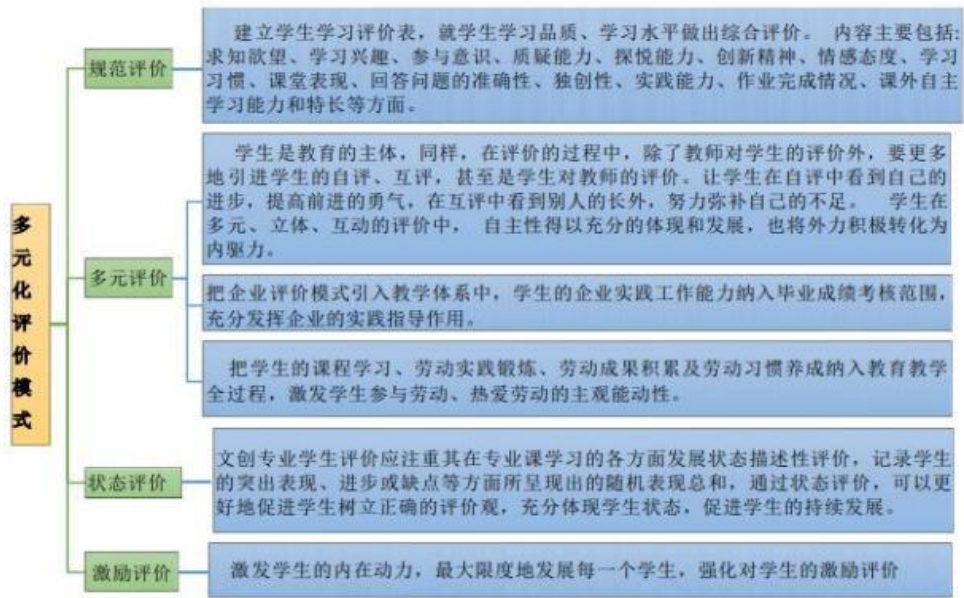
数媒专业根据影视制作流程，以“职业岗位—能力—任务—课程”的线索，开展以工作室为导向的实践教学条件建设，分设“录音工作室”“摄影摄像工作室”“后期处理工作室”三部分，所开课程皆链接岗位能力，对应相应职业岗位的“前、中、后”三段，重点建设“影视制作工作室”，实现从创意、设计、录制到后期处理一体化的实训，从消耗性实训向生产性实训转变，逐步达成从“作品—产品—商品”为核心的“三品转化”。强化理论实践一体化，突出“做中学、做中教”的职业教育教学特色，提倡项目教学、案例教学、任务教学、角色扮演、情境教学等方法，运用启发式、探究式、讨论式、参与式教学形式，配合示范教学、信息化教学等手段，将学生的自主学习、合作学习和教师引导教学有机结合，优化教学过程，提升学习效率。根据项目设置任务，以实训为手段，将知识、理论、实践进行整合，设计出一体化的课程。

同时，通过多年的教学教改研究与实践，初步建立校企合作，产学研结合的机制，探索形成具有鲜明高职教育特色的“专业+企业（竞赛）+师生”的专业模式，积极探讨了校企结合的教学模式，有效地促进专业的建立与开展。引入企业新技术、新工艺，校企合作共同开发专业课程和教学资源；积极试行多学期、分段式等灵活多样的教学

组织形式，将学院的教学过程和企业（竞赛）的项目紧密结合，校企共同完成教学任务。

（五）教学评价

教学评价主要包括教师教学评价和学生学业评价两部分。



1.教师教学评价

教师教学评价主要包括学生评、教学督导评、行业企业专家评等部分。教师教学评价指标主要包括教学能力评价（综合素养）、教学过程（行为）评价和教学目标评价三部分。

2.学生学业评价

A类课程：平时成绩 50%，期末成绩 50%。

B类课程：平时成绩 20%，技能训练 30%，期末成绩 50%。

C类课程：平时成绩 20%，技能训练 30%，技能考核 50%。

（1）课程评价。遵从“以学生为主体，尊重个体差异、注重个体发展、激发个体潜能”的现代教育理念，关注学生在学习过程中职业素养提升程度、知识学习努力程度、技术技能进步程度，推行以学生成长为导向的课程教学评价机制。

（2）过程评价。充分发挥信息化教室、智慧教室等教学环境作用，依托智慧职教、超星“学习通”等在线开放课程平台，运用云课堂、雨课堂、云班课等线上线下教学辅助手段，进行课前、课中、课后的专业课程教学的全程考核与评价，促进学生自主学习和个性化发展。

（3）综合评价。运用信息技术手段，通过对学生专业核心技能发展和职业综合素

质发展等过程的完整记录和实时评价分析，完成对学生综合素质的全面评估，给予学生提出成长建议，引导学生及时改进。

（4）专业能力评价。依托课程体系，对接职业技能等级证书和国家职业资格证书，实施书证融通，将专业能力考核与技能证书考评融合，满足“一专多能”复合型人才培养需要。

（六）质量保障

1.组织保障

为保证文化创意与策划专业群建设顺利开展，根据学校相关规定，成立以院级领导带头，整体把控专业建设方向，各专业负责人、校内外专家及骨干教师组成的专业建设小组，全面实施落实各项专业建设工作。文化创意与策划专业群成立有以眉山市美术家协会的主席、美协专家成员为带头人，企业专家及专业骨干教师组成的建设指导委员会，具体落实专业建设工作。健全专业群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.制度保障

学校成立了教学评价与督导中心，各教学单位配备了教学督导人员，完善了教学管理机制，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.资金保障

学校在实训室建设、课程建设、师资培养、校企合作等方面都有相应专项资金投入，能保证专业建设需要的经费支持。每年都有充裕的资金投入，是专业建设取得成效的关键。

4.教学保障

对本专业群实行“2+1”式的人才培养计划，即全过程、全方位和全员性，综合利用多种先进的管理方法和技术手段进行质量管理学生。“2”是指在校两年期间的学习采用全面式的管理方式，教师以及辅导员全员配合，对学生的学习情况全程把握，做到每月一汇报，每周一交流。1，是指在学生校外顶岗实习的一年时间采取先进的管

理方法——运用蘑菇钉实时在线与学生进行沟通，采取小组式的方式，由指定的专任老师进行定期定时地跟踪检查。每周对学生的工作周记进行查看和回复，对工作中出现的问题进行答疑，帮助学生尽快胜任工作岗位。力求在整个三年时间都能对学生的培养质量进行全方位的把控。定期评价人才培养质量和培养目标达成情况，教研室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

1.学分各项要达标，文创专业学生需修满 155 学分，广告专业学生需修满 154 学分，数媒专业学生需修满 169 学分。

2.德育要求：德育表现要良好。学生思想品德（德育量化考核经鉴定达到良好）符合学院学生处德育量化考核要求。

十、编制依据

本方案依据《国家职业教育改革实施方案》《关于实施中国特色高水平高职学校和专业建设计划的意见》《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》《高等职业学校文化创意与策划专业教学标准》及学校《关于制订 2022 年版人才培养方案的指导意见》以及本专业的《人才培养调研报告》编制。

附件 1

文化创意与策划专业群行业企业调研报告

一、调研基本情况

（一）调研时间

2023 年 4 月-6 月

（二）调研目的

通过对文创行业发展趋势和人才需求进行调研，预测行业的发展前景；通过对典型企业的岗位需求和岗位核心能力、毕业生发展需求、相关院校本专业人才培养情况进行调研，结合我校实际情况，科学编制文创专业人才培养方案，提升人才培养的针对性和可操作性。

（三）调研对象

互联网、典型企业（眉山知行文化传播有限公司、四川弘艺堂文化传播有限公司、成都逸香文化传播有限公司、四川厚博文化有限公司、成都雅凡达文化有限公司）、相关院校（四川文化产业学院）、本专业毕业生。

（四）调研形式

互联网信息收集、选择具有代表性的企业及现场走访座谈、参观考察、会议研讨、问卷调查、对毕业校友电话访问等形式。

（五）参与人员

文创专业教研室全体成员

二、行业调研分析

（一）行业发展现状与趋势

文化兴国运兴，文化强民族强。二十大报告中，文化再次被提及，要求推进文化自信自强，铸就社会主义文化新辉煌。新时代以来，文化已经成为实现中华民族伟大复兴的不竭动力和精神源泉，在现代化建设中扮演重要角色。

文化建设满足个体新需求。新时代下，人民精神文化需求高涨，社会主义基本矛盾加剧，文化建设是大势所趋。它不仅满足个体精神文明需求，也会助推整个国家人文素养和幸福感。因此，要从形式上创新，借助科技手段创新文化呈现方式，赋予文化生命，贴近大众。也要创新文化内涵，去粗取精，结合时代特色，融入流行元素。从风靡一时的“故宫屋脊兽，到当下国风与文创碰撞。无一不在强调，加强文化建设能满足个体多元化需求。

近年来，我国文化创意产业迎来新发展，国民对文化的重视程度愈渐加高，这

使得文化创意产业正逐步发展成为我国潜力巨大的新兴经济门类。文创行业的未来发展趋势为以下几个方面：

1. 环保

在“十四五”规划纲要中，着重提到了环保内容：2035年的远景目标——广泛形成绿色生活方式，碳排放达峰后稳中有降，生态环境根本好转，美丽中国建设目标基本实现。

文化创意产业强劲的势头，以北京市为例，在2020年全国都受疫情的影响之下，北京市在2020年1月至5月，文创产业收入还能达到4502.3亿元之多。文创产业不仅为我国经济增长贡献了重要力量，而且成为地方经济的重要支柱。为了走上可持续发展的道路，各大企业在创意产品开发、包装设计、规划设计等中应该始终贯彻“环保”概念。

2. 品牌特性

纵观整个文创行业，少有企业在设计开发时能融入其品牌特性。以文创产品开发为例，除了少数的大品牌、大公司，多数的小型创意公司或博物馆难以形成规模性的发展，也缺乏经营支撑。即使有一些产品的交易量还不错，但难以在消费者心中留下品牌影响力。深究各种原因，其重要原因之一就是在开发产品时缺少品牌特性。解决这个问题可以先从两个方面入手，一是吸纳更多优秀富有创意的设计师，设计出符合大众口味却又能有品牌特性产品；另一方面要深挖潮流趋势，对产品进行定期更新，融合当期的潮流主题。

3. 增加融合性

文创贵在学古不泥古，破法不悖法。学古不悖法都是讲创新要不忘本来 的根，不泥古破法则是讲传承并非传递，更不是复刻。丰富创意灵感，打破行业壁垒、彼此开放协作，将不同产业进行灵活融合，是构建新型文创生态、推动产业链向 高端迈进的重要一招。

文创与产业的融合包含技术、产品、市场三个层面。技术融合是文化创意产业化融合的基础。要大力引入新技术与传统非遗融合，作出数字化创新等。产品融合是文化创意产业化融合的标志。在技术融合的基础上，借用两个以上产业的经营要素，开发出融合性产品，以满足不断变化的市场需求。市场融合是文化创意产业化融合的动力。市场融合就是在技术融合、产品融合的推动下，通过产业的市场运作、市场营销、品牌整合等方式打造出地域特色的文创品牌。

（二）行业人才需求

文化创意产业不是一般的劳动产业，而是知识型劳动产业，不是单纯的文化产业，而是融合古今中外文化的文化经济产业。创意产业的融合性特征要求创意产业 人才必

须具备多元化的知识储备。 要实现多种学科知识结构的融合、多种能力结构的融合。创意产业是人的创新思想与其他生产要素紧密结合， 文化、科技、信息与 经济相互渗透、相互交融、互为条件、优化发展的新经济模式，是一门交叉性、边缘性的学科。它所需的人才的知识能力结构是复合性的，需要多学科的知识储备做保障。有些创意产业人才不仅仅是某一行业的专业人才，往往同时还具备其他行业的专业知识。如时装设计的人才，不仅要有服装设计、绘画、裁剪方面的能力，还需要有对美的事物和时尚流行的敏感度，熟悉面料的生产、使用、搭配等等方面的能力。而创意策划人才，不仅要有较高的专业理论，设计水平，还需要有丰富的阅历和社会体验。

三、典型企业调研分析

（一）典型企业岗位设置情况分析

现阶段文化创意产业中企业主营业务内容分布较分散，产业集中度低。从事多媒体和软件开发的企业数量最多，其次是从事印刷和出版的企业，从事数字休闲娱乐的企业和从事广告的企业和从事工艺和设计的企业。

1. 总量不足、结构不合理

在文化创意产业从业人员中，认为因创意人才供给不足而制约文化创意产业发展的人员约占四成；管理者中认为创意人才非常缺乏和比较缺乏的占比达到八成。而与总量不足相比，人才结构性短缺问题更为突出。

首先是缺少高端原创人才。在文化创意产业中多数人才属于复制型或模仿型。这种人才结构导致原创产品很少，企业核心竞争力不足。

其次是缺少管理人才。与传统产业相比，创意产业具有创新性、高增值性和高风险性等特点，其产业组织形式既有分散的个别劳动，又有简单协作的集体劳动和集中的社会劳动，创意人员具有较强的工作独立性，创意工作过程难以监督。这些特点，给传统管理理念和管理方式提出严峻挑战。

最后是缺少经营人才。将创意产业化，需要能将创意内容产业化和市场化的经营人才。实践证明，创意人才往往不具备市场经营才能。现实中，从业人员往往是有内容知识的不懂技术，而懂技术的又缺乏内容知识。

人才结构性短缺的问题已成为制约文化创意产业发展的重要因素。以动漫业为例，据报道，中国网络游戏人才的缺口达 15 万~20 万人，目前，国内动漫市场上 90% 是欧美日韩的作品，消费者对国产动画片的需求远远大于供给。而中国的专业动漫设计人员还不足 3000 人，韩国则有 4 万人从事动漫创作。

2. 开发途径不完善

目前，我国创意人才的开发途径主要是学历教育和在职培训。从学历教育看，大专院校虽然设有美术、广告、影视、艺术等相关专业，但由于创意产业刚刚起步，创

意理念刚刚被人重视，传统的人才培养方式缺少对创新能力的塑造，培养出来的学生普遍被企业抱怨为“没有创意”。

比如，广告界人士曾坦言，广告专业毕业的学生，专业知识很强，但是只懂得书本上的东西，所有的理论和创意都是照搬西方广告学，很少有自己的创意；而学设计出身的学生，完成广告内容没有问题，但普遍缺乏思想创意。对于某些新兴的创意产业，如游戏、动漫等，高校中还很少设有该类专业。据统计，全国近两千所大中专院校中，设置游戏相关专业的只有北京电影学院、上海交通大学、湖南大众传媒学院等为数不多的几家。创意能力的培养需要有创意的教育模式，如果以应试教育为目标的教育模式不改变，纵有各种创意专业和院校，也无力解决创意人才的短缺。从在职培训来看，创意人员参加的在职培训多数以定向的技能培训为主，培训时间较短。

培训时间短、培训内容单一，导致培训效果并不理想。许多从业者反映，培训内容教条、无创意，培训方式单一、不规范、照本宣科等。可见，目前企业对职工进行的在职培训因缺乏系统规范的设计，仅能在短时间内提高职员的某项技能，并不能有效提高他们的创意能力。不仅如此，由于创意人才需要全方位的培养，需要长时间的“深耕”，需要实践经验的不断积累，仅仅依靠学历教育和在职培训尚难以满足市场对创意能力的需求。

3. 薪酬、考核体系不合理

从业绩考核方面看，仍有许多企业采用传统的只重结果的考核办法，简单用产出和投入等财务指标来考量创意人员的工作业绩，结果导致整个企业充斥着短期行为，无法生成能够提高企业核心竞争力的创意产品。

相对于产业工人和管理部门的行政人员，文化创意人员的工作方式和群体特征明显，这是因为科研技术人员是用脑力创造财富而不是用手工来创造财富的群体。文化创意人员通过自己的创意、分析、判断、综合、设计给产品带来附加值，他们的工作有以下几个特点：

其一是工作业绩较难衡量。创意工作是通过脑力劳动实现的，工作难度大，失败的风险大，付出的辛苦多，创意产品的价值很难在短期内体现，有时甚至看不到结果。

其二是工作时间无法估算。表面上看，创意人员与其他人一起按时上下班，而实际上，他们的工作时间远比正常上下班时间多得多，常常把休息娱乐时间毫不吝啬地投入到创意工作中。

其三是工作的智力含量高但往往管理职位低。创意人员在企业内部具有较高的技术权威，但其工作特点决定其职位往往处于较低的级别，如果不采取合理有效的考核与激励机制，很难树立创意人员的权威，显示他们的社会价值。因此，沿袭传

统的考核体系和薪酬体系已难以满足创意人员的要求。

4. 管理模式不配套

从管理理念看，社会对创意人才特质的认识尚未同步，部分单位仍然沿用传统的管理模式来管理创意人才，影响了创意才能的发挥。《简明大不列颠百科全书》对创造性人才的描述是：“与常人相比，他们有时显得很幼稚，有时则很文雅；有时有破坏性，有时则很有建设性；有时更疯狂，有时更理智……”这一描述不一定适合每一个创意人才，但能基本概括创意人才的群体特征。也有人这样看待创意人才：他们具有“狼群”的特点，有激情、有野心，追求个性自由；同时也渴望团队，寻求竞争性的合作与激励。

（二）典型企业岗位要求分析

专业的艺术素养是文化创意产业人员素质的一个重要方面。创意产业的一个重要特性是反映时代的审美心理和审美风尚。文化创意产品成功与否，很大程度上取决于文化创意人才艺术素养的深浅高低。艺术素养应该包括敏锐的感受能力、丰富的艺术想象力、精湛的艺术技巧和独到的审美欣赏品位，能准确把握时代的审美心理和艺术风尚。因此，文化创意产业人才必须通过不断地学习、锻炼和培养，多读、多练、多实践，不断加强自身的艺术素养，逐渐形成个人风格，从而实现以创作服务社会、反映生活，促进文化创意产业发展的目的。

四、毕业生调研分析

（一）毕业生工作岗位现状

近几年，高等职业院校的教育事业得到了迅猛的发展，随着当前我国的经济结构调整以及高职院校招生数量的进一步扩大，高职院校毕业生就业问题已成为整个社会关注的又一热点。随着文化市场的进一步开放，文化竞争力成为国家综合竞争力的重要组成部分，文化产业的发展迎来“黄金时期”，同时也对高校文化产业专业人才培养提出了新的要求。

1. 毕业生工作单位

从企业性质与规模来看，文化产业专业毕业生就职主要集中于私营企业、国有企业、小型企业和大型企业等。从企业所属行业及岗位分析，文化产业专业毕业生就职与服务类行业，一方面由于我国联营与合资企业的数量比国企、私企相比较少，企业文化产业相关岗位也较少；另一方面，也反映出文化产业相关专业毕业生综合能力竞争力仍不够。

毕业生择业时较看重：培训机会、职业发展以及薪资福利等，公司环境和工作类型，另外有些还会考虑工作地点、在公司的培训和学习等机会，为以后再次择业打好坚实的基础。

2. 毕业生就业渠道

文创专业毕业生就业渠道为招聘会、学校就业指导中心以及各学院教师或学校推荐，亲戚朋友介绍的也占有相当一大部分比例。高职院校每年都会针对不同专业的毕业生组织相应的招聘会，由于招聘会的针对性比较强，有效性相对要高一些。这一方式不但反映了院系领导以及学校的就业指导中心工作做得到位、扎实。同时也反映了毕业生对学校具有较高的依赖性，以及自己对就业的主动性、积极性是非常弱的。

3. 毕业生收入情况

高职院校毕业生收入在 1500 元左右的学生占总比例的 48%，收入在 2000 左右的学生占总比例的 38%。经过一年的工作以后，同样是这些学生，他们的工作收入却有了很大的变化，收入在 1500 元左右的比例已经大大减少，收入在 2000 左右的比例已经提高到 58%，收入在 3000 元左右的已经提高到 3%，就业薪资有待提升。这说明当高职毕业生在工作一定时间积累了一定经验后，得到了企业的认可，同时在企业中也发挥了很好的价值，发展潜力还是很大的。

4. 专业对口情况

高职院校学生就业专业对口率较低，文创专业毕业生专业综合对口率大致为 77.8%，其中完全对口的仅为 20.2%左右。作为新兴专业，文创专业对口率较低，还处于发展阶段；三是职业期待吻合度偏低。文创专业的社会认可度还有提升空间，毕业生对于职业的期待值偏低。就业流动性较大。文化产业专业毕业生就业的综合流动率为 46%，毕业后换工作的频数集中于 2-3 份，毕业生的就业流动性比较大。

5. 工作能力差距情况

根据对近几年毕业生的就业情况可以发现，很多用人单位对高职院校的毕业生反映还是不错的，但是，在任职过程中，也出现了或多或少的问题：比如，有部分毕业生不愿从最基础的做起，怕苦怕累的，甚至有的同学刚做了几天就待不下去了，很多单位为了避免再次出现这种情况，就直接要求招一些家庭条件不好的农村孩子；还有部分同学的综合素质方面也有待提高，主要体现在与人沟通能力，以及专业知识面较窄。

用人公司希望学校在加强学生基本理论知识、拓展学生知识面的同时，更加注重对学生创新意识及开拓精神的培养，以提高他们的交际能力、应变能力、协调能力以及领导能力等，从而培养出的毕业生不仅有较强的专业基础知识和业务能力，同时也具备较高的综合素质，成为一个德智体全面发展的优秀毕业生，能不断适应新环境和新形势的挑战。

6. 部分毕业生工作定位不准确、期望值过高

很多学生刚一实习，就对自己的工作单位有很高的期望，所以他们往往想到大城

市去工作，而不愿到较小型企业去做基础一些的工作。在应届毕业生人数的增长速度远远高于我国经济的增长速度，同时因为我国各地区之间以及城乡之间存在较大差异，毕业生应该转变观念，以实现顺利就业。

（二）毕业生需求分析

1. 综合素质能力提升需求

在学校期间，对学生进行素质教育是学校应开的必修课，为了让学生得到全面发展的教育，培养学生的综合素质能力，既要靠学生自身对知识的探求，更需要学生对自身精神以及行为能力的修养和磨炼。充分利用学校在校期间，组织开展一系列的社团活动，诸如社会调查、社会服务，以及各种文娱、体育竞赛活动，让学生融入团体中，融素质教育于社团活动中；当然，学校在组织各类活动的时候也应该考虑与专业培养相结合，同时，还要祈祷发挥学生各自不同的特点，这样才能做到让学生积极参与，人人受益，以此在活动中提升自己的综合素质。

2. 对专业能力的需求

学校应尽量将职业生涯规划教育要落到实处，并根据实际情况及时调整。我院在职业规划当中，应该较早引导学生制定一个职业规划，告诉学生未来就业的趋势以及就业状况，帮助学生更多地根据自己的兴趣、自己的能力，甚至价值取向来择业，学会根据外部环境以及自己的取向来不断调整就业方向。所开的专业课程应能满足学生目标职业的需求，可以适度减少专业必修课而适量增加部分专业选修课，使学生能根据自己的目标职业规划选择相对的专业选修课程，同时也能使学生根据自己的兴趣来上课，能增加上课的积极性。

3. 工作实践能力的需求

学校应该与部分企业联系，实现校企合作，为学生提供更多的实习机会，让学生有更多的社会实践机会，以此开阔学生的视野，增强社会适应能力，在就业过程中具有较高的竞争力。另外，学院应让老师去企业观摩，了解企业对专业人才需求的技能，以此为根据来设置我院的专业课程。通过校企合作组建实习基地、毕业生推荐实习等途径进行就业指导，为在校学生拓宽实习实训渠道，练得一手过硬的动手能力。

3. 求职能力的需求

学生岗位求职竞争能力培养：学校应该增强学生的就业适应能力。学院除了开设传统的就业指导课程以外，还可以组织模拟应聘，鼓励学生参加模拟招聘比赛等方式来增强学生的面试综合应对能力。这样既可以增加学生的面试经验与反应能力，也可以磨练学生的胆量，提高学生的视野，多增加一些优秀毕业生传授交流就业心得、求职案例分析、企业的领导专题讲座，与学生互动交流企业需求的人才类型、模拟招

聘、短期就业实习、面对面咨询等新型就业指导方法等措施。同时应普及和提高学生的职业生涯规划意识。

五、相关高校调研分析

（一）调研目的

为了面向眉山及周边地区的文化创意与设计产业发展升级需要，以服务当地产业发展为宗旨，依托学院地理位置优势，突出职业能力培养，强调艺术与技术的结合，在高职教育中，作为创意产业的不可或缺的文化创意产业体系是我们探索这片教育领域不可或缺的要素之一。经过近几年的积累，文化创意与策划专业已经逐步成熟，形成了具有一定竞争力的专业，每年的招生和就业呈现出了相对稳步的发展态势。

结合国家“十三五”规划，为了进一步办出专业特色，进一步深化专业教育改革，增强人才培养方案的针对性，指导专业及课程建设，提高人才培养质量，增设专业和收缩专业。同时，进一步拓宽文化创意产业就业领域和毕业生就业渠道，开展此次调研活动。

（二）调研的基本思路与方法

本次调研对象以四川文化产业职业学院文化产业创意与策划专业为主，来研究分析该高职院校文化创意产业专业人才培养的规格、能力与素质结构，确定专业培养目标、优化课程体系和教学内容、教学模式。

（三）调研内容

1. 多样的人才培养模式

（1）工学结合人才培养模式

文化创意策划专业以工学结合作为人才培养模式的重要切入点，采用任务驱动和项目导向等教学模式，重点建立以专业技能为核心的教学体系。根据项目设置任务，以实训为手段，将知识、理论、实践进行整合，设计出一体化的课程。通过讲、练、竞赛性实训、项目性实训等教学环节，使学生掌握文化创意策划岗位具备的理论知识，培养学生具有文化创意师、品牌策划师、文案企划师、企业文化师等岗位职业专门能力和关键能力的高等技术应用型专门人才。

（2）教育型校外创意产业合作基地人才培养模式

教育型校外创意产业合作基地是文化创意策划专业人才培养的重要组成部分，也是对高职学生进行专业实践教育和就业安置的重要渠道。本着“优势互补、资源共享、互惠双赢、共同发展”的原则，校企双方建立长期、紧密的合作关系，合作设立校外创意产业基地，合作开展相应的文创产品创意开发、设计、策划与推广等合作项目，与企业达成订单式人才培养等方式，相互合作，取长补短，在校企双方自愿的情况下，聘请企业的技术骨干、能工巧匠担任客座教授或兼职教师，积极为学生优质学

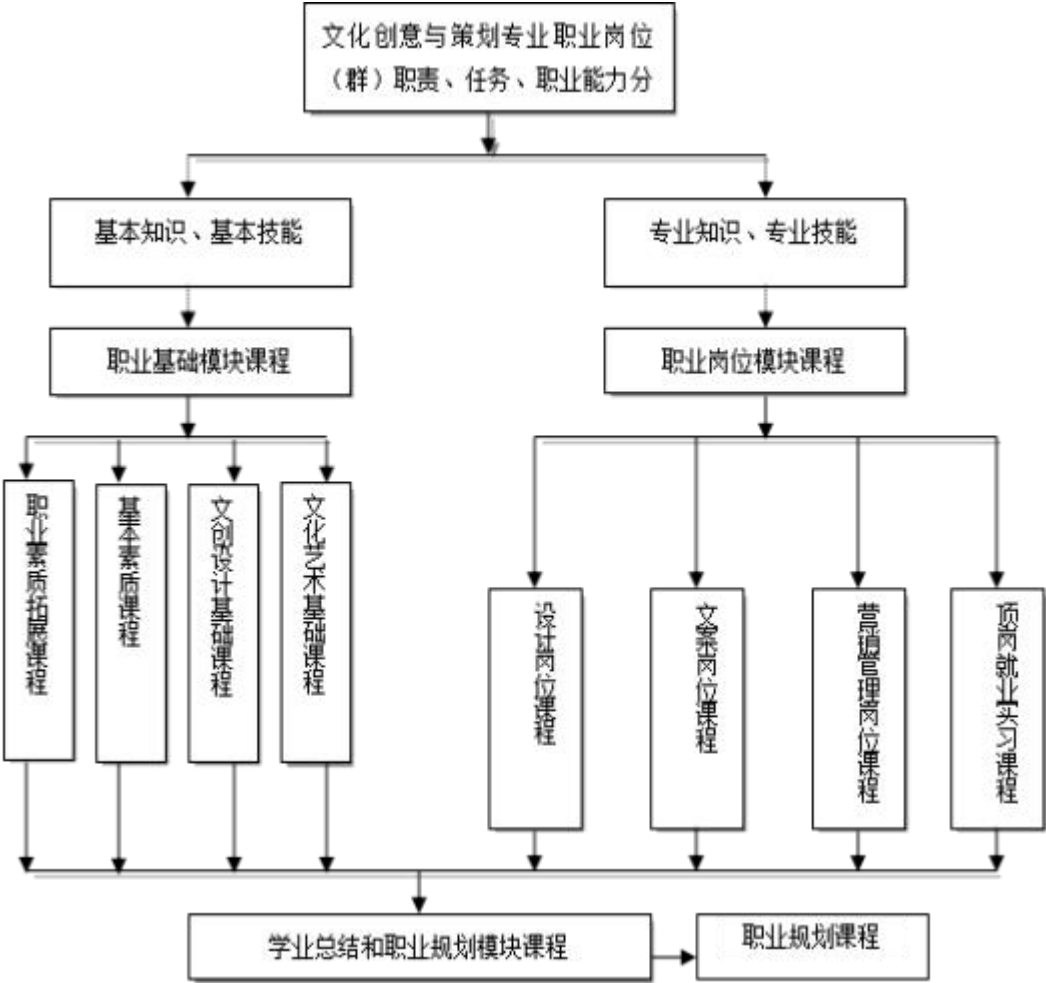
习创造 条件。

(3) 实施双证人才培养模式

双证培养，按照国家职业技能鉴定相关要求开展培养活动，取得了很大成效，推动了毕业生的就业。实施双证书培养制度，既是进行人才培养模式改革的重要内容，也是提高毕业生就业率的重要保障。学生经过三年的学习，修完教学计划规定的课程，经考试、考查合格，按要求完成毕业实习和设计，颁发毕业证书。同时应取得教学计划要求的英语、计算机等级和相应的岗位资格证书。

2. 多种职业面向

企业文化师、品牌策划管理师、文案企划、文化产业创意师。



3. 课程体系

基本素质课程	军训、思想道德修养与法律基础、毛泽东思想、邓小平理论 和 “三个代表”重要思想概论、公共英语、计算机基础、办公自 动化、体育与健康、大学生心理健康、职业规划与就业、创业指 导、形势与政策
职业基础课程	文化产业导论、中华传统文化、色彩基础、艺术学基础、世界文 化遗产、摄影基础

职业核心课程	文化产业创意与策划、创意思维与表现 1/2、计算机辅助设计 1/2、创意文案写作实务、包装设计、版式设计、广告设计与制作、文化产业策划实务、新媒体营销策划实务、传统图形设计1/2
职业素质拓展课程	跨文化交际、传统手工艺 1、传统手工艺 2

职业岗位模块课程

设计岗位课程	计算机辅助设计 1/2、包装结构、包装设计、版式设计、广告设计与制作
文案岗位课程	创意文案写作实务、创意思维与表现、广告设计与制作
营销管理岗位课程	文化产业创意与策划、文化产品设计与开发实务、文化品牌管理营销实务
顶岗就业实习课程	毕业实习、毕业设计

职业规划模块课程、文案岗位课

职业规划模块课程	文化创意与策划专题讲座、文创行业专题讲座、职业规划专题讲座、职业教育与就业指导
文案岗位课程	创意文案写作实务、创意思维与表现、广告设计与制作

4. 继续专业学习深造建议

本专业毕业生可以通过自学考试、专升本、网络教育、成人教育等形式，完成文化创意与策划设计类专业学士学位的学习与深造。

（四）调研分析

1. 专业定位

文化创意产业是一种在经济全球化背景下产生的以创造力为核心的新兴产业，因此文化创意产业其本质就是一种“创意经济”，其核心竞争力就是人自身的创造力。由原创激发的“差异”和“个性”是“文化创意产业”的根基和生命。从调研情况看，文产学院的文化创意与策划专业在专业定位方面，就以国家对高职高专人才培养的要求为指导，紧紧围绕文化创意与策划行业的人才需求，以校企合作、工学结合作为人才培养模式的重要切入点，推行任务驱动和项目导向等教学模式。

2. 人才培养模式

从调研情况看，文产学院的文化创意与策划专业的人才培养模式是以“工学结合人才培养模式”、“教育型校外创意产业合作基地人才培养模式”、“实施双证人才培养模式”三大模式为主。

3. 职业面向

从调研情况看，文产学院的文化创意与策划专业的职业面向相对比较全面，主要是企业文化师、品牌策划管理师、文案企划、文化产业创意师为主，针对不同的职业面向，根据岗位需求来发布典型工作人物，培养针对性的职业能力与素养以及支持支撑。例如企业文化师，岗位：企业经营管理活动中从事企业价值理念塑造及其转化工作。典型工作任务：1. 指导人力资源部门搭建人力资源战略框架；2. 通过 CIS 系统设计推广企业形象；3. 推行企业文化体系建设。

职业能力与素养：1. 可对企业文化进行研究、建设以及管理工作。2. 制定和建立符合企业发展战略的企业文化体系。3. 可塑造、提炼和推广企业的愿景、共同价值观和使命。知识支撑：美术基础、经营管理理念，礼仪，活动策划，形象设计，传统文化修养等。

4. 课程体系

从调研情况看，文产学院的文化创意与策划专业的课程是以三大模块课程为主：职业基础模块课程、职业岗位模块课程、职业规划模块课程，根据三大模块课程，构建课程知识体系。例如：职业基础模块中，分为基本素质课程、职业基础课程、职业核心课程、职业素质拓展课程，每个课程对应相应的课，层层递进，形成严谨、合理的课程模块体系。

六、调研结果分析及建议措施

（一）人才培养建设

（1）在人才培养规格定位上以企业需求为基本依据，以就业为导向。将满足企业的工作需求作为课程开发的出发点，全力提高教育与培训的针对性和适应性。教育行政部门和职业学校要关注企业需求变化，根据企业用人需求，调整专业方向，确定培养培训规模，开发、设计实施性教育与培训方案。相关行业、企业要深入地参与职业学校的教育与培训活动，要在确定市场需求、人才规格、知识技能结构、课程设置、教学内容和学习成果评估等方面发挥主导作用。

（2）在教学方法上推广体验式教学，体现教学组织的科学性和灵活性。充分考虑学生的认知水平和已有知识、技能、经验与兴趣，为每一个学生提供适应劳动力市场需要和有职业发展前景的、模块化的学习资源。要力求在学习内容、教学组织、教学评价等方面给教师和学生提供选择和创新的空間，构建开放式的课程体系，适应学生个性化发展的需要。采用“模块加小项目”的课程组织模式，用本专业职业能力结构中通用部分构筑能力平台，用灵活的模块化课程结构和学分制管理制度满足学生的不同需要。

（二）学生发展建议

文化创意产业注重学生的动手能力培养，更强调在教学过程中强化学生设计流意识和职业素质的培养。学生职业能力的培养从三方面入手：一方面在课程改革中，按照企业的岗位工作流程组织课程教学，让学生在知识的学习过程中又自觉掌握了企业的工作流程，另一方面在教学内容中贯穿行业标准和设计规范，从一开始规范学生的设计行为，培养学生的职业素质。此外，在教学过程中，强调专业动手能力的培养，在课程中多让学生亲手测量、绘图、设计、交流，强化学生的执行能力，将学生培养成为企业需要的人才。

（三）师资建设规划

一是引进(或柔性引进)一批具有高级职称的教师作为专业带头人；二是通过培训、进修、学术交流等方式提升教师的学术水平、科研能力，培养一批专业带头人；三是通过实施职称晋升和学历提升计划，培养一批骨干教师；四是采取企业锻炼、职业资格考证等措施提升双师素质。

（四）实训室建设规划

在争取企业支持的前提下，通过新建、改建、扩建的方式建设集上课、学生创业、对外培训于一体的多功能校内实践基地，以满足实践教学、学生创业、社会服务的需要。

（五）校企合作单位对专业人才培养的意见和建议

企业对 2022 级文创专业人才培养方案总体内容是很认可的，多年来一直与学校

建立联系交流，参与人才培养、实习实训等内容。经过校企双方深入交流后，主要对课程体系提出了以下建议：

1. 专业基础课程：对专业基础绘画课程的课时进行商议，改变以往周课时为一刀切均为4节课的课时安排，对确需保留周课时4课时的课程进行保留，对需要减弱课时安排的课程进行科学调整，做到课时安排合理，学习效果突出。

2. 要明确基础绘画课程和软件设计课程之间的联系和区别，然后进行课时与内容的划分；

3. 专业模块课：结合企业意见和市场需求，各种设计大赛以及实际包装设计工作中有三维建模需要，并结合当下三维软件使用情况，取消相对过时的原3Dmax软件课程，增加C4D三维软件的学习，并根据软件的学习难度增加学习课时，做到学有所用、会用能用。

4. 专业拓展课：专业拓展课作为专业课程的其中一项补充，有着延展作用，根据企业意见增加短片制作课程，短片制作作为当下新媒体重要宣传方式也是策划岗位需要熟悉并掌握的技能，可增加短片制作课程的学习。

5. 加强校企深入合作，加强教师的企业实践，及时了解行业、岗位实际，才能更好地为教学进行有效改革。

6. 根据需要适当增加实训教学场地和设施。

眉山学院文化创意与策划专业人才培养方案专家论证意见

姓 名	职务/职称	工作单位	专业特长	签名
刘欢	眉山行知文化传播有限公司负责人	眉山行知文化传播有限公司	文化创意与策划	
董龙秋	眉山市恒辉文化传播有限公司负责人	眉山市恒辉文化传播有限公司	文化创意与策划	
舒记斌	眉山市厚博文化传播有限公司负责人	眉山市厚博文化传播有限公司	文创设计	
彭小柯	成都雅凡达文化有限责任公司负责人	成都雅凡达文化有限责任公司	文创设计	
王建平	成都逸香文化有限责任公司负责人	成都逸香文化有限责任公司	文化创意与策划	
评审的主要意见和建议： 文化创意与策划专业的人才培养方案，培养目标定位的较准确、专业群课程体系安排较合理，课程体系与教学目标基本一致，公共课、专业必修和专业选修课之间的比例及课程之间关系的合理、实践性教学体系设计的较合理，校内实训和综合 实习课程方向明确，在文创行业领域人才的培养上有明显的专业特点 。				
结论性意见： 文化创意与策划专业的人才培养目标定位的较准确、课程体系与教学目标基本一致， 各类课程间的比例及课程之间关系的较为合理、实践性教学体系设计的合理有效， 在文创设计人才的培养上有明显的专业特点 。				

专家组组长 (签字):

年 月 日

专业群人才培养方案制定与审核表

制定人员签字	年 月日
论证人员签字	年 月日
专业带头人意见	年 月日
教学单位审核意见	年 月日
教务处 复审意见	年 月日
学校领导意见	年 月日

