



眉山职业技术学院
Meishan vocational and technical college

三年制高等职业教育

人才培养方案

2022 级文化创意与策划专业

2022 年 7 月

一、专业名称及代码

专业名称	文化创意与策划	专业代码	550401
所属专业群名称	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

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、新型媒体服务等岗位	(ACCD) 创意设计分类证书

五、培养目标与培养规格

(一)培养目标

本专业立足眉山，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，较强的创新能力和可持续发展的能力，掌握本专业知识和技术技能面向文化艺术行业，产品设计工程技术人员、群众文化活动服务人员等职业群，能够从事新媒体运营、短视频创意指导与制作、活动创意统筹、商业运营推广、文创产品开发等工

作的高素质技术技能人才。毕业五年后，成长为文案策划师、宣传策划师、文创产品设计师。

(二)培养规格

本专业毕业生应在素质、知识和能力等方面达到以下要求：

1.素质

(1) 具有正确的世界观、人生观、价值观； 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； 崇尚宪法， 遵守法律， 遵守纪律； 具有社会责任感与参与意识；

(2) 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。

(3) 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。

(4) 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。

(5) 具有良好的职业道德与职业素养， 崇德向善， 诚实守信， 爱岗敬业， 具有精益求精的工匠精神； 尊重劳动， 热爱劳动， 具有较强的实践能力；

(6) 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；

(7) 具有一定的中国传统文化鉴赏和审美能力 and 人文素养， 能够形成 1—2 项艺术特长或爱好。

2.知识

(1) 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；

(2) 熟悉大学英语、大学语文、中华优秀传统文化、信息技术等学科知识；

(3) 掌握必备的政治理论；

(4) 掌握本专业所必需的造型基础、色彩、二维设计基础等设计理论知识；

(5) 掌握文创产品发展历史和市场运作规律、生产模式的知识； 掌握文案与写作、活动与策划等基础知识；

(6) 掌握文创产品设计与制作的基本设计方法； 掌握产品设计与制作的市场定位、草图绘制、色彩搭配等内容。

3.能力

(1) 具有一定的绘画能力、具有绘制文创产品线稿草图的能力、具有手绘设计草图的能力；

(2) 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；

(3)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；

(4) 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；

(5) 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。

(6)具有探究学习、终身学习、分析问题和解决问题的能力。

(7)具有良好的语言 、文字表达能力和沟通能力。

六、课程设置

(一) 专业面向职业岗位与教学分析

职业岗位	典型工作任务	职业能力要求	开设课程
岗位一文创产品设计人员	任务一产品市场调研	1、具有文创产品的开发、设计与制作能力；	字体与版式设计
	任务二文创产品设计	2、具有熟练运用设计软件，进行文创产品电脑制作的能力；	市场调研与文案策划 产品手绘 文创产品设计

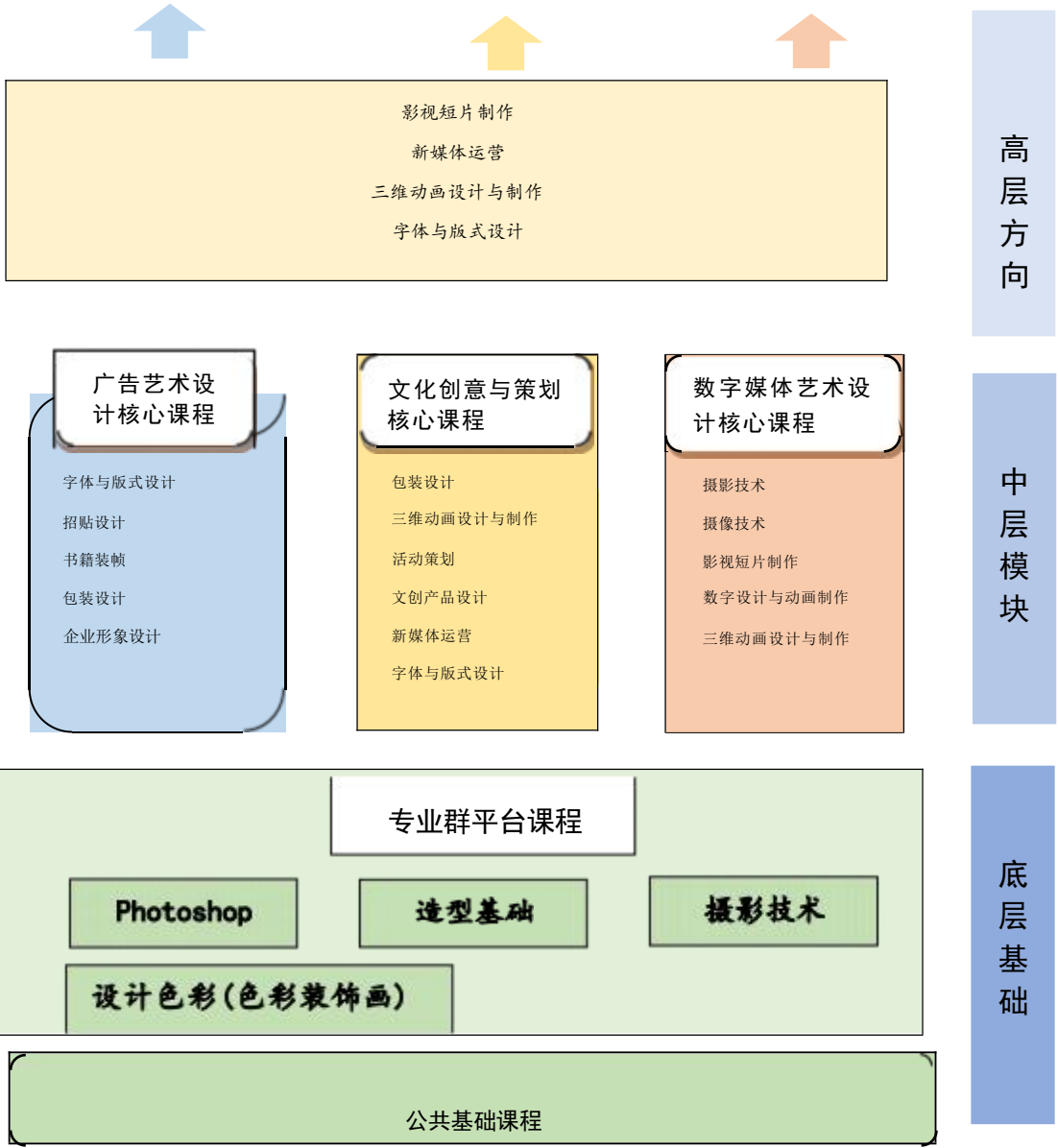
	任务三产品后期宣传推广	3、具有文创产品手工制作能力； 4、具有进行文创产品开发设计的能力。	新媒体运营 三维动画设计与制作
岗位二文案策划人员	任务一活动策划的前期准备	1、具有文案写作、策划与实施的专业能力； 2、具有独立完成市场调查与文案写作的能力； 3、具有活动策划能力； 4、具有活动策划实施应变能力； 5、具有独立完成活动的策划与实施的能力。	新媒体应用 活动策划 市场调研与文案策划 手工技艺
	任务二活动策划撰写		
	任务三活动布展、推广		

（二）专业群课程结构

文创专业课程体系面向新一代文化创意产业和数字信息产业，开设文化创意与策划、数字媒体艺术设计、广告艺术设计 3 个专业，按照“岗位相关、技术相近、底层相通、中层分离、高层互选”原则，构建以“技艺双升、科艺相融”为特色的文创专业群。

从文创产业和数字信息产业中的对应技术岗位对“技术技能培养、艺术设计素养、职业核心素养”三个方面需求出发，遵循“厚基础、宽岗位、活技能”的三个要求，与“底层共享、中层分离、高层互选”的三个专业课程特点相结合，搭建纵深维度的三位一体课程体系框架，构建模块化、结构化专业课程体系。

特色课程模块上“一吸纳”文化创意、数字媒体、广告设计新审美、新技术，“二吸纳”1+X 证书考核标准与之紧密相扣，“三吸纳”对口职业岗位需求纳入专业重点考核目标，“四吸纳”职业技能能力等级课程标准，“五吸纳”文创和数字信息行业工作流程。从而实现“3+5”并行的特色课程模块。



(三) 本专业课程结构

		课程数 (门)		学时		学分	
		数量	占比	数量	占比	数量	占比
课程结构	文化素质课程	15	36.5%	884	34.6%	46	33%
	专业平台课程	9	21.9%	444	17.3%	27.5	18.1%
	专业核心课程	9	21.9%	476	18.5%	29.5	19.4%
	专业拓展课程	2	4.8%	60	2.3%	3.5	2.3%
	专业实习	6	14.6%	708	27.6%	45	27%
	小计	41	100%	2572	100%	151.5	100%
修习类型	必修课	30	73.2%	2028	78.8%	118	77.8%
	选修课	11	26.8%	544	21.2%	33.5	22.2%
	小计	41	100%	2572	100%	151.5	100%
课程类型	A 类课	12	29.2%	654	25.4%	35	23.1%
	B 类课	23	56%	1210	47%	71.5	47.1%
	C 类课	6	14.6%	708	27.5%	45	29.7%
	小计	41	100%	2572	100%	151.5	100%
理实结构	理论课						
	实践课						
	小计						

(四) 主要课程及内容要求

1.文化与素质课程简介

(1)公共必修课

《军事理论与军事训练》： 本课程主要学习关于中国国防、国家安全、军事思想、

现代战争、信息化装备等军事基本理论知识；针对共同条令教育与训练、射击与战术训练、防卫技能与战时防护训练、战备基础与应用训练等军事技能开展相关训练，让学生了解掌握军事基础知识和基本军事技能，增强国防观念、国家安全意识和忧患危机意识，弘扬爱国主义精神、传承红色基因、提高学生综合国防素质。

《思想道德与法治》：本课程是一门融思想性、政治性、科学性、理论性、实践性于一体的思想政治理论课，针对大学生成长过程中面临的思想和法治问题，开展马克思主义的世界观、人生观、价值观、道德观、法治观教育，帮助大学生筑牢理想信念之基，培育和践行社会主义核心价值观，传承中华传统美德，弘扬中国精神，尊重和维护宪法权威，提升思想道德素质和法治素养。

《毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论》：本课程以马克思主义中国化为主线，系统学习毛泽东思想、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的形成过程、主要内容、精神实质、历史地位和指导意义等内容，提升大学生运用马克思主义立场、观点和方法认识问题、分析问题和解决问题的能力，引导学生深刻理解中国共产党为什么能、马克思主义为什么行、社会主义为什么好，坚定“四个自信”。

《习近平新时代中国特色社会主义思想概论》：本课程通过讲述马克思主义中国化最新理论成果——习近平新时代中国特色社会主义思想，全面解读党在新时代的基本理论、基本路线、基本方略，使青年学生理解中国特色社会主义进入新时代的科学内涵和基本特征，切实增强全面贯彻党的基本理论、基本路线、基本方略的自觉性和主动性，进一步坚定建设富强民主文明和谐美丽的社会主义现代化强国的决心，引导学生坚定中国特色社会主义道路自信、理论自信、制度自信、文化自信，在实现中国梦的实践中放飞青春梦想。

《大学生心理健康教育》：本课程主要学习心理健康教育的基本概念、自我意识、压力管理和情绪调节、人际关系与社会适应、恋爱与性心理、学习心理以及职业生涯规划等内容，通过学习，使大学生能够正确认识自我与环境，树立心理健康意识，传授心理调适的方法，增强大学生的自我心理调节能力，有效消除心理困惑，提高受挫能力和适应能力。

《体育与健康》：本课程以落实立德树人为根本任务，贯彻“全民健身 促健康，弘扬文化 促传承”的精神，帮助学生了解运动健身原理与方法，掌握基础体能、球类、民族传统体育项目、操类和职业拓展等方面的运动技能，使学生能够正确运用运动技

能进行锻炼，切实提高自身体质健康水平，达到“强体魄、练技能、修德行、促发展”的目的，促进、落实全民健身。

《形势与政策》：本课程以党的理论创新最新成果，新时代坚持和发展中国特色社会主义的生动实践，党的路线方针政策、基本国情、国内外形势及其热点难点问题为主要内容，针对大学生思想特点进行马克思主义形势观、政策观教育，帮助其准确理解当代中国马克思主义，深刻领会党和国家事业取得的历史性成就、面临的历史性机遇和挑战，引导大学生正确认识世界和中国发展大势，坚定“四个自信”。

《职业发展与就业创业指导》：本课程涵盖了大学生职业生涯规划、大学生就业指导 and 大学生创业指导三门课程的教学内容。通过课程的学习，使学生了解职业生涯规划的基本方法，了解国家就业创业政策，引导学生树立正确的择业观、创业观和就业观，切实提高学生就业竞争力，为大学生顺利就业、适应社会及树立创新创业意识提供必要的指导。

《劳动教育》：本课程通过对日常生活劳动、生产劳动和服务性劳动中知识、技能的学习，培养学生具备完成一定劳动任务所需要的设计、操作能力及团队合作能力；引导学生树立劳动最光荣、劳动最崇高、劳动最伟大、劳动最美丽的思想观念；继承中华民族勤俭节约、敬业奉献的优良传统，弘扬开拓创新、砥砺奋进的时代精神；养成良好的劳动习惯和品质。

《信息技术》：本课程主要学习信息检索与信息安全等信息技术基础知识、办公软件的使用技术、图形图像和音视频数字媒体技术，培养学生获取信息、加工信息、传播信息和应用信息的能力，提升信息技术核心素养。

(2)公共限选课

《大学语文》：本课程精选古今中外优秀文学名著学习篇目，主要学习文学鉴赏的基本原理、作品赏析的基本方法、常用文体的基础知识、写作方法与技巧，提高学生的阅读、赏析、写作、沟通水平，提升其审美能力和鉴赏能力，培育其良好的人文素养。

《大学英语》：本课程主要学习语音、语法、词汇、语篇和语用知识，培养学生具备必要的英语听、说、读、写、译技能，有效完成日常生活和职场情境的沟通任务；获得多元文化知识，有效完成跨文化交际，用英语传播中华文化；辨别中英两种语言思维方式的异同，具有一定的逻辑、思辨和创新思维水平；掌握恰当的英语学习策略，能够运用英语进行终身学习。

《东坡文化》：本课程是为更好地传承和弘扬东坡文化，让学生详细了解“三苏”生平、主要文学成就、政德政绩和家教家风，以及三苏祠历史沿革、东坡文化研究传承等情况。

(3)公共任选课

公共选修课包括马克思主义理论类课程、党史国史、创新创业教育与实践、健康教育、美育课程、职业素养、艺术导论、音乐鉴赏、美术鉴赏、影视鉴赏、戏剧鉴赏、舞蹈鉴赏、书法鉴赏、戏曲鉴赏等课程。

2. 主要专业(技能)课简介

(1)专业群平台课程

《造型基础》：本课程让学生通过素描造型手法将物体或空间以图形的方式进行分析，旨在培养学生对造型、结构、空间、比例的理性分析能力；提升学生视觉审美，为后续设计课程打好坚实的基础；提升学生敏锐的艺术感知能力；增强文化自信，坚定学生理想信念，激发学生热爱传统文化的热情。

《photoshop》：本课程主要让学生掌握 Photoshop 软件的主要功能及应用；通过学习 Photoshop 图像处理软件的十大主流功能：图像润饰和修补、图层、蒙板和通道的使用技巧、文字和路径功能的使用、滤镜特效制作技巧、动作功能的使用等，为学生进行产品设计、包装设计课程等奠定良好的基础；培养学生良好的作图习惯和作为设计人员的职业操守；培养学生的发散性创新思维和学习能力。

《摄影技术》：培养学生了解商业摄影理论知识、理解商业摄影的基本方法、掌握数码单反相机的使用方法，根据摄影规则进行建筑风景、园林风景、静物、人像等拍摄；培养商业摄影从业者所必需的基础理论知识和动手能力；培养审美意识以及善于主动发现自然之美、人文之美的能力。

《色彩装饰画》：本课程包括了解、掌握设计色彩的理论；了解自然光色变化规律，掌握正确的色彩观察、表现方法与色彩心理效应；掌握设计色彩的造型基本原理

和方法；通过观察、分析和审美选择，掌握将物象梳理、提炼的方法；通过夸张、变形、分解重构等表现手法，帮助学生建立“功能—色彩设计—空间”三位一体的专业思维；全面提升学生感受美、鉴赏美、表现美、创造美的综合能力。

(2)专业核心课程

《新媒体运营》：本课程综合了新媒体理论基础知识和企业岗位技能需求，提高学生的实际应用能力；本课程使学生进一步了解新媒体应用的本质，在项目的实践过程中激发学生的创新意识，提高学生在新媒体实际应用过程中分析问题和解决问题的能力，培养学生的集体意识及团队合作精神，能够进行有效的人际沟通与合作，具有职业生涯规划意识。

《三维动画设计与制作》：本课程通过对C4D作系统的讲述，要求学生了解C4D软件的特性及功能；二维、三维模型的创建；材质的创建；灯光构架；渲染器；动画制作；使学生掌握C4D软件的使用方法，熟练操作技法，能高效率使用该软件为影视后期制作服务，并能够应用该软件从事其他相关的艺术设计。培养学生的发散性创新思维和三维空间思维，提高学生的艺术审美拓展设计视野。

《活动策划》：本课程主要内容为不同类型活动的策划与实施；通过相关活动的模拟实训，使学生掌握相关活动环节以及活动中不同职能的操作技能，具备从事活动策划与组织的业务素质的能力；具备独立完成活动策划与实施的能力。

《包装设计》：本课程主要内容包括了解包装的概念及其概念拓展；了解包装设计对产品销售的价值与功能；了解现代包装设计的趋势及新理念；了解包装设计的分类；理解包装设计的形式特点；理解包装设计与消费心理、品牌价值之间的关系；熟悉包装设计的市场调查方法；熟悉包装设计的材料与结构特征，让学生能够掌握测量物品尺寸的方法，同时，掌握包装设计与产品定位之间的工作方法和设计方法；培养学生的观察与分析能力；树立优良的职业形象；锻炼实践及创新能力，通过对环保材料和新材料的认识，培养学生的环保意识。

《字体与版式设计》：本课程主要使学生理解中、英文文字的固定结构和文字形态的众多探索可能性，通过了解中、英文字体的历史发展和文化内涵进行临摹、绘写以及设计创意，把握字体结构特征，培养处理平面要素的能力；使学生深入理解文字的视觉形态与视觉感受的关系，通过对细节追求的训练，培养学生精益求精的工匠精神。

《文创产品设计》：本课程主要使学生了解文创产品设计的内涵和外延，按文创产品设计的实际工作流程，借鉴国内外博物馆文创产品优秀案例，通过课程五大模块的训练，让学生完成博物馆系列文创产品设计；让学生能够举一反三完成其他文创产品设计，让学生在完成具体项目的过程中掌握相应工作任务，并构建相关理论知识，发展职业能力。

《Coreldraw》：本课程主要了解并掌握 Coreldraw 软件的主要功能及应用；熟悉并掌握 Coreldraw 图形设计基础的设计处理方法、Coreldraw 文字排版设计技巧、Coreldraw 复杂图形的绘制质感的表现，能熟练地掌握各种矢量插图、公司标志、宣传彩页、产品包装等效果的制作技巧；课程以项目为载体，通过运用软件完成项目的方式，培养学生的发散性创新思维和学习能力。

《产品手绘》：本课程主要引导学生快速表现设计对象，在培养学生如何去“画”的基础上，引导学生用“绘画”的方法反映头脑中的设计思维，并快速、有效地表达思维的变化，将观察力、想象力和动手操作能力和谐统一。

《二维设计基础》：本课程学习视觉形象在二维空间的组合形式，培养学生形象思维和逻辑能力；培养在二维空间内理性的设计观念及严谨、系统的思维习惯；提高设计创新思维，为后期包装设计等课程的学习奠定基础；培养学生实践能力。

《手工技艺》：本课程主要内容包括了解传统手工艺主要类别；掌握陶艺工艺流程和制作方法；能够运用陶艺技巧，独立完成拉坯、上色、修胚。通过合作、协调、沟通等学习方式，养成好学、善学习习惯；弘扬传统文化、民族文化。

《中国画》：培养学生了解、掌握中国传统绘画技艺和创作技巧；掌握中国画基本知识、基本理论和基本方法。通过设计训练，培养学生的运用中国画设计语言进行创作的能力。

《产品推广》：本课程主要为对品牌推广和产品手册设计方式的学习，掌握品牌推广的相关理论知识以及产品手册的设计方法和注意事项，能够独立完成产品手册的设计帮助产品进行对外推广。

(3)专业拓展课程

《影视短片制作》课程:本课程以影视为具体的研究对象,理解影视制作中,创意是影视的思想内涵与灵魂;使掌握电视创意的基本思维方法、技法与基本要求;掌握电视制作中的技巧和电视摄像与编辑的基本方法。学生组队完成课堂任务。短片的前期脚本设计、中期拍摄、后期制作团队紧密合作,每一个环节的有效实施与沟通才能确保视频成片的完整输出。团队合作是影视短片制作学科核心素养的发展条件。

《新媒体运营》课程:本课程是文化创意与策划专业课程中的一门专业技能课程,课程综合了新媒体的理论基础知识和企业岗位技能需求,以项目驱动的方式组织教学来提高学生的新媒体实际应用能力。本课程使学生进一步了解新媒体应用的本质,在项目的实践过程中激发学生的创新意识,提高学生在新媒体实际应用过程中分析问题和解决问题的能力,培养学生的集体意识及团队合作精神,能够进行有效的人际沟通与合作,具有职业生涯规划意识。

《三维动画设计与制作》课程:本课程通过对三维软件 C4D 作系统的讲述,要求学生了解 C4D 软件的特性及功能性;二维、三维模型的创建;材质的创建;灯光构架;渲染器;动画制作;使学生掌握 C4D 软件的使用方法,熟练其操作技法,能高效率使用该软件为影视后期制作服务,并能够应用该软件从事相关的艺术设计。培养学生的发散性创新思维和三维空间思维能力。提高学生的艺术审美拓展设计视野。

《字体与版式设计》课程:本课程是艺术设计类专业的专业课程,该课程使学生深入理解文字的视觉形态与视觉感受的关系。通过本课程的教学,使学生扎实地理解中、英文文字的不可变的结构和文字形态可创新和探索的众多可能性,这是本课程训练的目标所在。学生应在了解中、英文字体的历史发展和文化内涵的基础上,进行临摹、绘写以及设计创意,把握字体结构特征并培养处理平面要素的关系,在这个过程中逐渐培养学生独特的观察事物角度和思考问题的方式。通过对细节的追求培养学生精益求精的工匠精神。

七、课程学时及学分分配表

课程类别		总学时	理论学时	实践学时	实践学时占比	课程总学时占比	学分 数	课程总学分占比
必修课程	公共必修课	596	268	328	55%	23%	28	18.4%
	专业平台课	332	100	232	70%	13%	20.5	13.5%
	专业模块课	392	112	280	71%	15%	24.5	16.1%
	综合实习课	708	0	708	100%	27%	45	29.7%
选修课程	公共选修课	288	196	92	32%	11%	18	11.8%
	专业方向课	256	74	182	71%	10%	15.5	10.2%
总计			2562	750	1822	68%	100%	151.5

注：表中公共选修课、专业选修课均以最低学时、学分计算。

八、教学进程总体安排



(一)打造“三托一”的人才培养模式

坚持育人为本的目标指向，以多样技术多类岗位多种职能对接东坡文创产品设计文旅策划项目的整个环节，以工作室为平台，校企合作为载体，灵活将各个环节的工作内容转化为岗位能力要求一体化的实践教学和课程开发教学资源，构建对接岗位需求的全面评价体系。通过专业合作、人才交流、资源共享、教学互动，培养具有创新能力的高素质技术技能人才。

1、以行业环境，人才需求为背景，对接东坡文创产品设计的整个环节

根据对川渝地区企业的走访，对文创行业设计人员的知识、能力和素质结构调研，同时，参考高校文创专业人才培养方案，制订行之有效的发展战略。为了适应川渝地区产业结构的调整，加快产品升级的市场需求，通过文创产品设计提升中国传统文化

优势，发挥市场主体的活力，打造能够与四川文创品牌竞争的眉山本土文创品牌提供全面的人才。

2、开发一体化的实践教学和教学资源

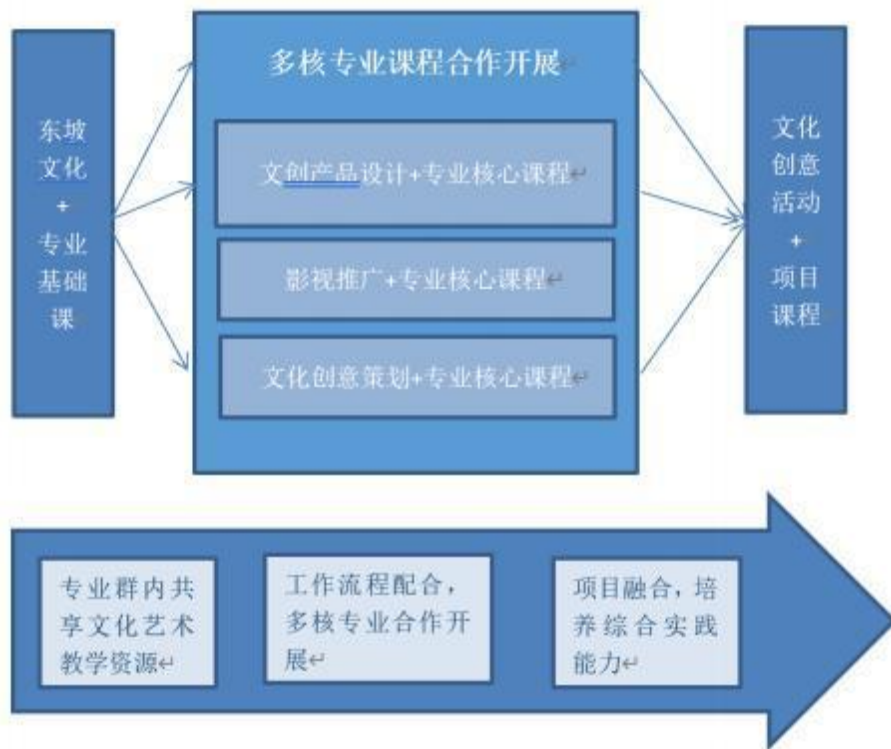
根据专业目标岗位职能需求、人才培养方案、课程建设和课程标准等，对接东坡文创产品设计的整个环节，以工作坊、实训室为平台，校企合作为载体，灵活将各个环节的工作内容转化为岗位能力要求一体化的实践教学和课程开发教学资源。实现跨专业合作，在具体的教学过程中，及时反馈教学效果，调整教学策略。

3、构建对接岗位需求的全面评价体系

通过对人才培养质量和社会需求评价体系的研究，以业务能力考核为核心，参照行业标准，建立相应的人才培养模式，形成多元化的评价体系。最终形成融合“三托一”岗位人才培养模式。

（二）多核合作式课程体系

以文化创意项目工作岗位群的职业能力为依据，围绕行业工作内容构建多核合作式课程体系。依托东坡文化建设教学资源，通过教学平台打造专业精品课程，推进文创项目共享资源库。



该课程体系具体分为三个模块：

1．东坡文化+专业基础课

该模块课程，围绕东坡文化主题，包含培养艺术素养和文化内涵的专业基础课程。

(1)文化艺术素养课程

课程围绕东坡文化中的文化艺术主题，培养学生的文化内涵和艺术素养。结合人才培养和市场需求，发挥人文学科的独特优势，以体验、引导、熏陶的形式，提升学生文化艺术修养、专业素养，保证课程的可持续发展。打造具有东坡文化特色的专业风格，以发展、推广东坡文化内涵为目标，开发人文素养课程，结合中国传统文化，帮助学生理解东坡文化的特点内核，强化学生创新意识和审美能力，促进学生将职业技能和职业精神相融合，培养其崇尚劳动、敬业守信、创新务实的品质，全面提升学生的文化品格和综合素质。

(2)专业基础课程

专业基础课程旨在培养学生艺术创新能力。课程的教学方法多以反转课堂、练习

法为主，以提升学生的艺术创新能力、创意设计以及个性化思维。课程分为单元模块教学和主题教学两种形式，前者是以绘画技能和相关技术训练为主的《色彩装饰画》《造型基础》《二维设计基础》等单元模块课程，帮助学生建立个性化的视觉表达方式，后者则是以“主题”方式，训练学生发散性思维的《文创产品设计》、《活动策划》等课程。

(3)共享主题教学资源

遴选优质专业基础课程，将教学资源转化为在线资源，开发精品在线开放课程。围绕“弘扬东坡文化”的主题，“一点带面”拓展课程资源，深入研究课程内容，搭建主题式教学资源平台。每年根据文化发展需求，结合优秀自媒体、品牌官网等网络资源，更新升级“教学主题”，提升学生的创新能力、艺术探索能力和综合素养，实现群内各专业互通互享，打造网络教学、课堂教学和实践教学“三位一体”的课程模式。

2. 多核专业课程合作开展

针对东坡文化创意项目分为文化内涵提炼、文化创意策划与产品设计制作、影视推广三个模块，提炼专业技能需求，再开发出文化创意专业群内各个专业的核心课程，培养学生岗位职业能力。

(1) 3+核心专业课程系统

依据东坡文化产业岗位工作要求进行课程研发，将理论知识要求和行业技能标准融入到专业核心课程中，建立 3+核心专业课程系统，即群内各专业建立围绕东坡文化创意项目的核心专业 3 个课程系统。

文化创意 产品设计 课程系统	字体与版式设计+photoshop+CDR+包装设计+产品手绘+展示设计
文化创意 影视推广 课程系统	三维动画设计与制作+影视短片制作+摄影技术+新媒体运营
文化创意 策划课程 系统	市场调研与文案策划+包装设计+新媒体运营+活动策划

(2)课程合作模式

以东坡文化创意项目为纽带，开展核心课程建设。围绕项目进行“策划—设计—制作—宣传—推广”的流程，群内专业课程与课程之间建立合作关系，实现项目任务共享，增进各专业学生之间的沟通交流，初步认识岗位工作的全貌。后续跨专业组建项目课程团队和设计团队，既保证有知识与能力支撑，又能满足学生成为一专多能的复合型人才要求，同时还能应对社会及行业未来的发展变化。

3. 文化创意活动+项目课程

(1)多专业合作，集中开展项目课程

以推广东坡文化为目标，以典型工作任务为驱动，以实际项目为载体，以工作流程链接各个专业，打造复合型专业团队。由眉山市美术家协会主席作为专业领头人联合专业教师和实践教师，组建优秀师资团队，开发集中项目实训课程，让学生对接商业化标准，跨专业合作参与设计研发。集中项目实训课程注重加强理论知识的融汇贯通、专业技能的综合应用以及群内专业合作联动，注重学生实践能力和创新能力的培养。

养。将传统文化与现代新媒体、文化创意设计相融合， 实现东坡文化创意和相关活动升级。

(2)校企合作开发商业课程项目

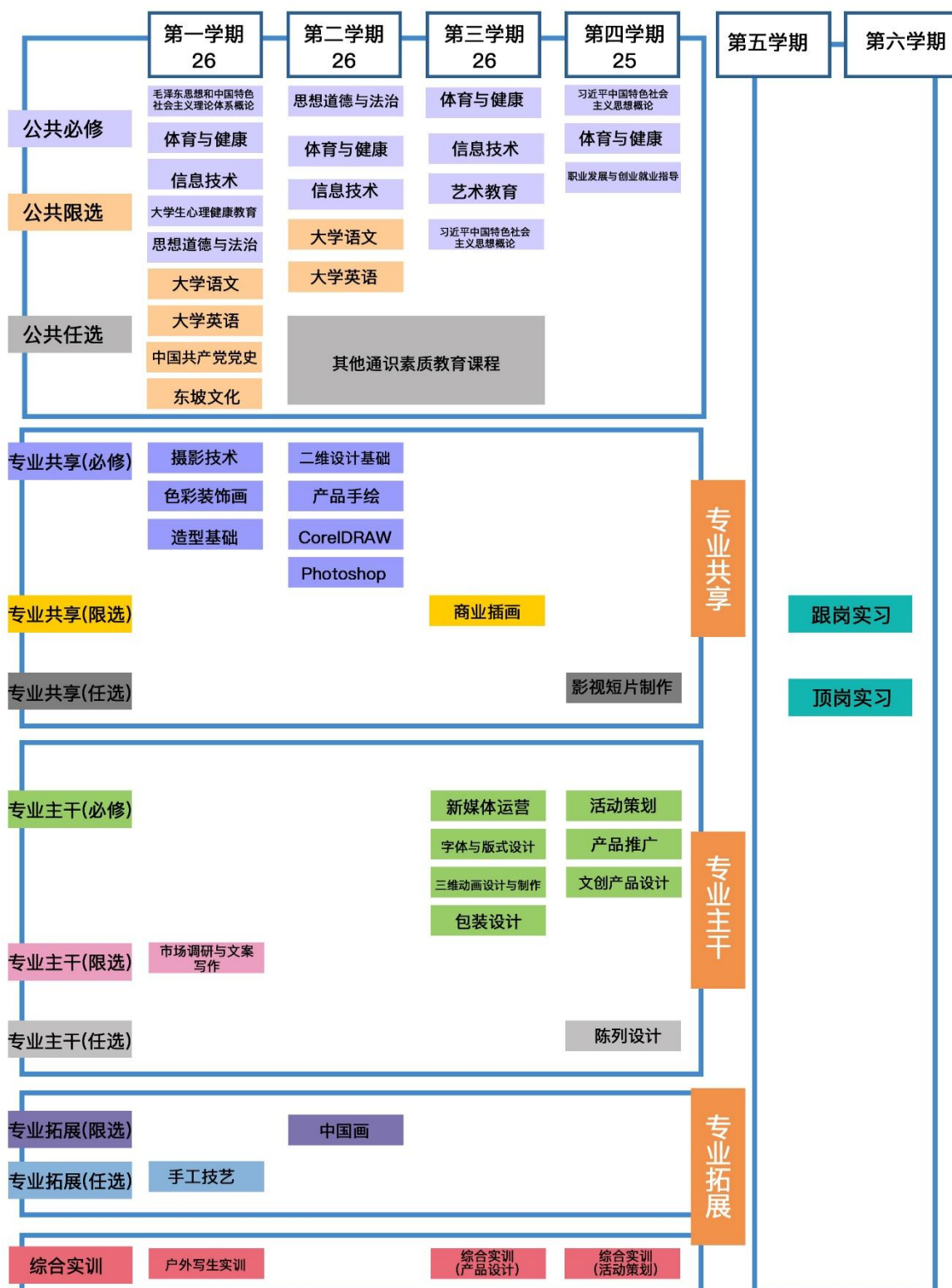
与企业合作开发商业项目， 对接学生毕业设计课题。综合训练考核学生在真实项目中的职业能力， 让学生接受市场的真实考验， 以达到高职院校向社会输送符合市场需求专业技能人才的最终目的。

(二) 教学总体安排

学 年	学 期	周 学 时	教学周历																			
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
1	1	26	★ △	★ △	=	=	=	=	=	●	●	=	=	=	=	=	=	=	▲			
	2	26	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	▲
2	3	26	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	●	●	=	=	=	=	=	▲
	4	25	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	●	●	=	=	=	=	=	▲
3	5		◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	☆	☆	☆	☆	☆	☆	☆	☆	☆	☆	☆	☆
	6		☆	☆	☆	☆	☆	☆	☆	☆	☆	☆	☆	☆	☆	☆	☆	☆	□	□	□	□

入学教育△ 军训★ 理实一体教学= 专项集中实训教学● 考试▲
认知实习※ 跟岗实习◎ 顶岗实习☆ 技能鉴定○ 毕业论文(实习报告、毕业设计) □

(三) 课程地图



(四) 教学进程安排表

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				
									17W	20W	20W	20W	20W	18W				
文化与素质课程	必修	1	80001001	军事训练及军事理论	4.0	148	36	112	36+112						◎	☑	人武部	
		2	80001002	思想道德与法治	3.0	48	36	12	2*12	2*12					※	√	马克思主义学院	
		3	80001003	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	2.0	32	24	8	2*16						※	√	马克思主义学院	
		4	80001004	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	3.0	48	36	12			2*12	2*12			※	√	马克思主义学院	
		5	80001007	形势与政策	1.0	32	32	0	8	8	8	8			◎	√	马克思主义学院	
		6	80001005	体育与健康①-②	4.0	128	8	120	2*16	2*16	2*16	2*16			※	√	文化艺术系	
		7	80001010	信息技术	5.0	80	40	40	2*16	2*16	16				※	☑	文化艺术系	
		8	80001006	大学生心理健康教育	2.0	32	24	8	2*16						◎	☑	师范教育系	
		9	80001008	职业发展与就业创业指导	2.0	32	20	12	2*8			2*8			◎	√	学工部	
		10	80001009	劳动教育	1.0	16	4	12	16						◎	√	各系部	
		11	80001011	大学生安全教育	1	8	8	0	每学期 2 个学时						◎	√	学工部	
		12	80001012	艺术教育	2.0	32	24	8			2*16				◎	√	文化艺术系 师范教育系	安排在第 3 或第 4 学期
	限选	13	80002001	中国改革开放发展史	1.0	16	16	0	2*8						◎	☐	马克思主义学院	二选一
			80002002	中国共产党党史	1.0	16	16	0	2*8						◎	☐	马克思主义学院	
		14	80002003	东坡文化	2.0	32	24	8	2*16						◎	√	马克思主义学院	二选一
			80002004	中国优秀传统文化	2.0	32	24	8	2*16						◎	√	马克思主义学院	
		15	80002005	大学语文	4.0	64	50	14	4*16						※	√	文化艺术系	二选一
			80002006	文学鉴赏	4.0	64	64		4*16						※	√	文化艺术系	

	限选	16	80002007	大学英语	8.0	128	80	48	2*16	2*16	2*16	2*16			※	☒		二选一， 第一年线下， 第二年线上
			80002008	专业英语	8.0	128	80	48	2*16	2*16	2*16	2*16			※	☒		
	任选	17	其它通识素质 教育课程	中华优秀传统文化类	2.0	32			自选						◎			
				宪法法律类		32									◎			
				创新创业类		32									◎			
				信息技术类		32									◎			
				职业素养类		32									◎			
				其它类		32									◎			书法课，第 二学期
	小计					47	908											
	专业群共享/	必修	1	20214001	摄影技术	3.5	56	16	40	4*14						◎	√	文化艺术系
必修		2	20214012	色彩装饰画	3.5	56	16	40	4*14						※	√	文化艺术系	
必修		3	20214002	造型基础	1.5	28	8	20	2*14						※	√	文化艺术系	
必修		4	20214015	二维设计基础	2	32	10	22		2*16					※	√	文化艺术系	
必修		5	20214003	产品手绘	2	32	10	22		2*16					※	√		
必修		6	20214004	CorelDRAW	4	64	20	44		4*16					※	√	文化艺术系	
必修		7	20214005	Photoshop	4	64	20	44		4*16					※	√	文化艺术系	
限选		8	20214006	商业插画	3.5	56	16	40			4*14				◎	√	文化艺术系	三选一
		9	20214007	字体设计	3.5	56	16	40			4*14				◎	√		
		10	20214008	VI 设计	3.5	56	16	40			4*14				◎	√		
任选		11	20214009	影视短片制作	3.5	56	16	44				4*14			◎	√	文化艺术系	三选一
		12	20214010	录音技术	3.5	56	16	44				4*14			◎	√		
		13	20214011	AE	3.5	56	16	44				4*14			◎	√		
小计					27.5	444	132	312										
专业主干课程	必修	1	20215014	包装设计	3.5	56	16	40			4*14				※	√	文化艺术系	

[illegible]

			20218005	跟岗实习	8	128		128					128				
			20218006	顶岗实习	24	384		384					384				
其他	限选+任 选		无需编码	第二课堂学分	3.0~5.0				限选+任选								

注:

- 原则上各专业不得随意改动公共基础部分课程设置，但须明确具体的限选课程；
- 任选拓展课原则上在本专业大类外修习 3.0 学分。各专业亦可根据实际需要，设置合理修习学分；
- 第二课堂学分**认证细则由专业在方案中加以明确；
- 专业创新创业类课程请用 “▲” 标识。
- 师范教育系按照 2.5+0.5 学制合理开设课程，其中《职业发展与就业创业指导》安排 2*8 学时在第五学期。**
- 表中※为考试课，◎为考查课，√ 为线下教学，□为线上教学，☑为线上线下混和教学。

九、实施保障

（一）师资队伍

1.队伍结构

对标本专业人才培养目标，本专业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，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。

（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。

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。

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%。

(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，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、蜡染技艺、传统中国画、版画等实训室，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、蜡染、香薰、版画、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，打造一流的校内东坡文化设计创意园。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、东坡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、双用磁性画板、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

序号	实训室名称	主要功能	配置建议
1	传统手工实训室	承担基础绘画课程教学	工作台、拉坯机、拉坯工具、陶泥、瓷泥、转盘、板盘、毛毡、双用磁性画板、

			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
2	设计一体化实训室	承担文创产品设计类课程教学	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	校企合作实践工作室	承担综合能力培养的教学	双用磁性画板、储物架、多功能书画仪(实物投影仪)、拷贝台、书法国画桌、电子显示屏等设备

3.集群化共建校外实训基地

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，对接成眉地区旅游产业、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祠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、策划方向的等相关实习岗位,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-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

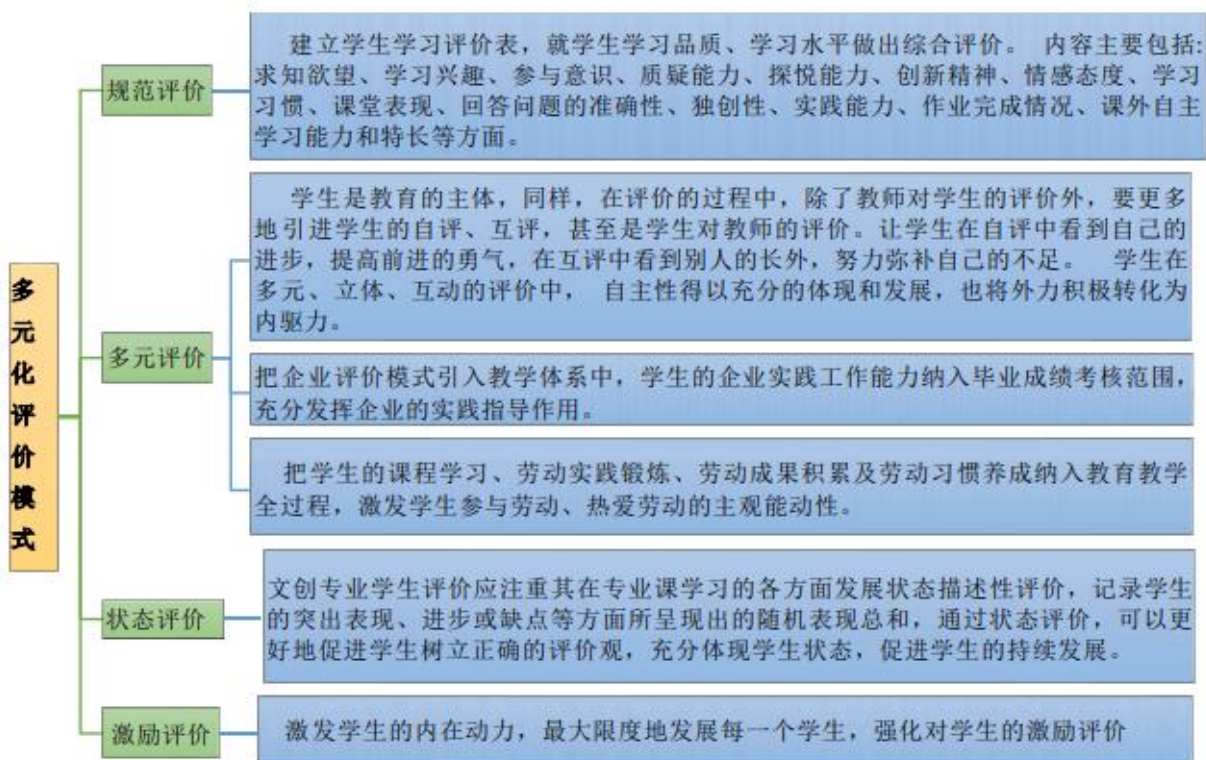
质。

本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，按照做中学学中作，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。

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) 学习评价

教学评价模式：



（六）质量保障

1.组织保障

为保证文化创意与策划专业建设顺利开展，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。

2.制度保障

学校和院系完善教学管理机制，加强日常教学组织运行与管理，定期开展课程建设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，是专业建设取得实效的关键。

4.教学保障

对本专业实行“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生活、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。

十、毕业要求

1.学分各项要达标,修满文创专业人才培养方案规定的修满 155.5 学分,其中, 完成公共必修 28 学分, 专业必修 96.5 学分, 公共选修课 14 学分, 专业选修课 17 学分)。

2. 修完课程且合格。修完文创专业教学计划规定的全部必修课程且成绩合格, 完成选修课课程学习且成绩合格, 完成各教育教学实践环节且考核成绩合格。

(1)完成全部必修课程学习并经考核合格, 获得全部必修学分。

(2)完成规定的选修学习任务, 取得规定的选修学分。

(3)完成毕业设计。

3.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,

(1) “未受纪律处分”

(2)有受处分但解除了处分的学生,半年内部再犯方能毕业

4.证书要求

达到专业人才培养目标毕业要求的相关毕业要求。

十一、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.眉山职业技术学院文创专业人才培养调研报告;
2.眉山职业技术学院文创专业课程对毕业要求的支撑分析;
3.眉山职业技术学院文创专业人才培养方案专家论证意见;
4.眉山职业技术学院文创专业人才培养方案审批表。

附件 1

眉山职业技术学院文化创意与策划专业 人才培养调研报告

一、调研基本情况

(一) 调研时间

2022 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(成都职业技术学院、四川文产院)、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。新时代下，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，社会主义基本方

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”规划纲要重要， 着重提到了环保内容： 2035 年的远景目标——广泛形成绿色生生活方式， 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。

“十四五”时期经济社会发展主要指标					
类别	指标	2020 年	2025 年	年均\I 累计	属性
绿色生态	单位 GDP 能源消耗降低 (%)	- -	- -	(13.5)	约束性
	单位 GDP 二氧化碳排放降低 (%)	- -	- -	(18)	约束性
	地级 以上城市空气质量优良天数比率 (%)	87	87.5	- -	约束性
	地表水达到或好于 3 类水体比例 (%)	83.4	85	- -	约束性
	森林覆盖率 (%)	23.2*	24.1	- -	约束性

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”之概念。

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，但却普遍缺乏思想创意。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的学习、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主组织相应的招聘会，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的到位、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。

用人单位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，更需要学生对其自身精神以及行为能力的修养和磨练。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，让学生融入到团体中，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，帮助学生更多的根据自己的兴趣、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博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性专门人才。

（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。

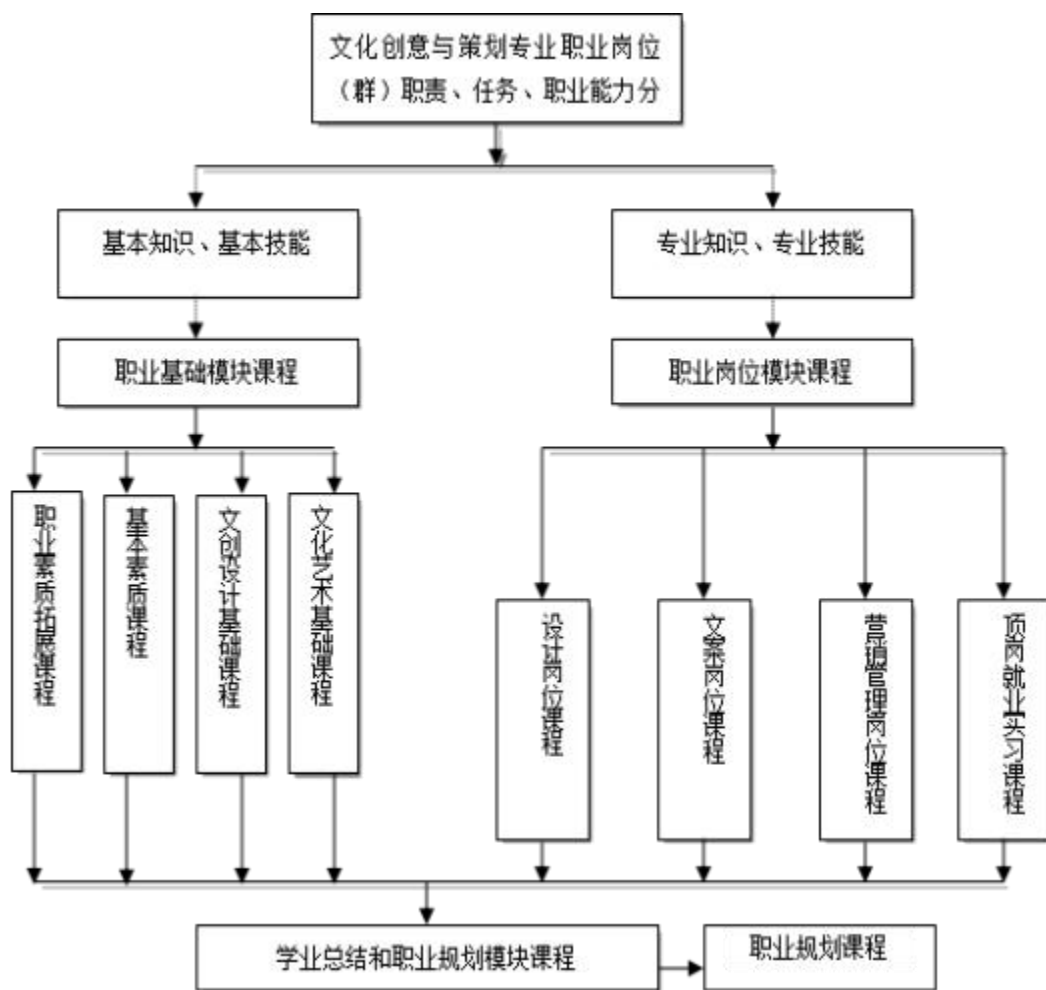
（3）实施双证人才培养模式

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

1、企业文化师 2、品牌策划管理师 3、文案企划 4、文化产业创意师



图： 1.1 文化产业职业学院文化创意与策划专业课程体系设计

3. 模块化课程

职业基础模块课程

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、 中华优秀传统文化、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、文案岗位课程

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 1、企业文化师 2、品牌策划管理师 3、文案企划 4、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）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) 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程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. 加强校企深度合作，加强教师的企业实践，及时了解行业、岗位实际，才能更好的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。

附件 2

眉山职业技术学院文化创意与策划专业
课程对毕业要求的支撑分析

能力要素 课程名称	知识要求			能力要求		基本素质要求		
	专业基础 知识	专业 知识	其他相 关知识	专业 能力	综合 能力	人文和 科学素 质	专业 素质	身心和 艺术素 质
思想道德与法治			M		M	H		M
毛泽东思想和中国特色社会 主义理论体系概论			M		M	H		L
形势与政策			M		L	L		M
信息技术			M		H	M		L
大学英语		L				H		M
大学体育①-②			M	M		L	H	
大学生心理健康教育			L		H			H
劳动教育			M		M			H
职业发展与就业创业指导			L		H	H		H
色彩装饰画	M			M			M	H
速写	M			M			M	H
摄影	M			L			M	M
PhotoShop	H			H			M	
CorelDRAW	H			H			M	
二维设计基础	M			M			M	
UI 界面		M		M			L	
短片制作		M		M			M	M
产品手绘	M			M			M	L
包装设计		M		M			H	
新媒体应用		M		M			M	
招贴设计		M		M		L	H	
C4D （ 1）（2）		H		H			H	
活动策划		H			H	M	H	
文创产品设计		H			H	M	H	
市场调研与文案写作		M		M			M	
陈列设计		L		L			L	
中国画		L		L			L	H

手工技艺		L		L			L	M
------	--	---	--	---	--	--	---	---

备注：课程体系与毕业要求的支撑分别用 “H（高支撑度）、M（中支撑度）、L（低支撑度）” 表示。其中 H 代表直接支撑， M 代表间接支撑，L 代表关联支撑。

附件 3

眉山职业技术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	眉山东坡行知文化传播有限公司负责人	眉山东坡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， 在文创设计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

附件 4

眉山职业技术学院文化创意与策划专业人才培养方案
审批表

系部： (盖章)

序号	专业名称	适用年级	专业负责人(签字)
1			
2			
3			
4			
5			

系部审核意见：

系 部负责人 (签字)：

系部党总支负责人(签字、盖章)：

年 月 日

教务处审核意见：

教务处(盖章)

年 月 日

学校党委审批意见：