



成都职业技术学院
文化创意与策划专业人才培养方案

专业名称:	文化创意与策划
专业代码:	650401
制订部门:	旅游分院

目 录

一、专业名称及代码.....	1
二、入学要求及修业年限.....	1
三、所属专业群.....	1
四、职业面向及职业能力要求.....	1
五、培养目标及培养规格.....	4
六、毕业能力要求.....	7
七、课程设置及要求.....	9
八、人才培养模式.....	17
九、教学进程总体安排.....	17
十、教学实施保障.....	20
十一、毕业要求.....	21
十二、继续专业学习深造建议.....	21
十三、其他需要说明的内容.....	21
十四、附录（教学进程表）	22

一、专业名称及代码

专业名称：文化创意与策划

专业代码：650401

二、入学要求及修业年限

入学要求：普通高中毕业生、中职毕业生或同等学力人员

修业年限：3-6 年

学 历：大学专科

三、所属专业群

旅游管理专业群

四、职业面向及职业能力要求

（一）职业面向

就业面向的行业：文化服务行业、文旅融合行业、文化艺术行业、产品制造行业等。

主要就业单位类型：文化传播创意公司，广告设计公司，传媒出版社，网络媒体公司，印刷包装公司，出版社，文化博物馆、商场超市、酒店企划部、社区文化服务站、小微企业创业公司等企事业。

主要就业部门：创意宣传类，广告设计类，出版设计类，新媒体运营类，产品与包装设计类，的策划宣传与制作部门；文化博物馆、商场超市、酒店企划部、社区文化服务站的宣传策划活动组织部门，小微企业和创业公司。

可从事的岗位：文化服务专业人员（文化培训指导员、讲解员、客服员、文化经纪人）；文化专业人员（文秘、文字编辑、摄影记者、美术编辑、网络编辑等）；美术专业人员（插画师、平面设计师、摄影师等）、工艺美术与创意设计专业人员（视觉传达设计师、动画师、服装设计师、工艺美术专业人员、商品展示陈列师等）；专业设计服务人员（工艺美术品设计师、广告设计师、产品设计师等）；人力资源服务人员（社区文化服务店运营经理、创业经理、创业指导师等）。

表1 文化创意与策划专业职业面向

所属专业大类 (代码)	所属专业类 (代码)	对应行业 (代码)	主要职业类别 (代码)	主要岗位群或技术 领域举例	职业资格证书和 职业技能等级证 书举例
文化服务类 (6504)	文化创意与 策划 (650401)	608	4-13 2-10 4-08	工艺美术与创意 设计专业人员、 商务专业人员	工艺美术与创意 设计师、商务策划 师

表2 文化创意与策划专业岗位能力分析表

序 号	岗位名 称	岗位类别		岗位描述	岗位能力及要求
		初始岗位	发展岗位		
1	文化服 务专业 人员	☒ 讲解员 ☒ 客服员 ☐ 文化培训指 导员 ☐ 文化经纪人 ☐ 文化产业管 理员 ☐ 公共艺术管 理开发	☒ 讲解员 ☒ 客服员 ☒ 文化培训指 导员 ☒ 文化经纪人 ☒ 文化产业管 理员 ☒ 公共艺术管 理开发	1、客户咨询受理 2、项目指导示范讲解 3、旅游商品销售 管理协调	1、具有较强的语言、文字 表达能力，能熟练运用 office办公软件，能综合 运用旅游管理相关知识 2、懂得各种工艺流程制作 方法，并能实际操作示范； 3、掌握一定的政务、商务 接待礼仪及规范。
2	文化专 业人员	☒ 文秘、办公 室文员 ☒ 文字编辑 ☒ 商务助理、 公关礼仪 ☒ 摄影记者 ☒ 美术编辑 ☒ 网络与新媒 体编辑	☒ 文秘、办公 室文员 ☒ 文字编辑 ☒ 商务助理、 公关礼仪 ☒ 摄影记者 ☒ 美术编辑 ☒ 网络与新媒 体编辑	1、项目策划统筹 2、项目开发 3、旅游产品设计	1、掌握文旅行业策划规范 和标准，掌握市场营销、 旅游项目策划的方法及技 巧。 2、能熟练开展文旅资源、 文旅市场的调查与分析； 3、掌握市场调查的工作流 程及方法； 4、具有一定的创意能力， 策划统筹能力、创作能力； 5、具有较强的语言、文字 表达能力，能熟练运用 office办公软件，能综合 运用旅游管理相关知识； 6、掌握一定的政务、商务 接待礼仪及规范。
3	美术专 业人员	☒ 插画师 ☒ 平面设计师 ☒ 摄影师	☒ 插画师 ☒ 平面设计师 ☒ 摄影师	1、旅游产品创作设计 2、平面设计 3、手绘 4、手工制作	1、熟练掌握：绘图、3D 建模等软件，运用于产品 设计绘图、效果图制作、 推广物料制作等。

				5、品牌推广营销	2、具有一定的创意能力、良好的绘画功底、手工制作能力、品牌推广策划能力。
4	工艺美术与创意设计专业人员	☒ 视觉传达设计师 ☐ 动画师 ☐ 服装设计师 ☒ 工艺美术专业人员 ☒ 商品展示陈列师	☒ 视觉传达设计师 ☒ 动画师 ☒ 服装设计师 ☒ 工艺美术专业人员 ☒ 商品展示陈列师	1、旅游产品创意设计 2、平面设计 3、手绘 4、手工制作 5、品牌推广营销	1、熟练掌握：陶艺、布艺、茶艺、竹木工艺、花艺等工艺制作技术。 2、具有一定的创意能力、良好的绘画功底、手工制作能力、品牌推广策划能力。
5	专业设计服务人员	☒ 工艺美术品设计师 ☒ 广告设计师 ☒ 产品设计师	☒ 工艺美术品设计师 ☒ 广告设计师 ☒ 产品设计师	1、旅游产品创意设计 2、平面设计 3、手绘 4、手工制作 5、品牌推广营销 6、旅游产品创意设计 7、平面设计 8、手绘 9、手工制作 10、品牌推广营销	1、熟练掌握：绘图、3D建模等软件，运用于产品设计绘图、效果图制作、推广物料制作等。 2、具有一定的创意能力、良好的绘画功底、手工制作能力、 3、熟练掌握：陶艺、布艺、茶艺、竹木工艺、花艺等工艺制作技术。 4、具有一定的创意能力、良好的绘画功底、手工制作能力、品牌推广策划能力。
6	人力资源服务人员	☒ 社区文化服务店运营经理 ☒ 创业经理 ☐ 创业指导师	☐ 社区文化服务店运营经理 ☒ 创业经理 ☒ 创业指导师	1、客户咨询受理 3、旅游商品销售 4、管理组织协调	1、具有较强的语言、文字表达能力，能熟练运用office办公软件，能综合运用旅游管理相关知识 2、懂得各种工艺流程制作方法，并能实际操作示范； 3、掌握一定的政务、商务接待礼仪及规范。

（二）典型工作任务及其工作过程

表 3 文化创意与策划专业典型工作任务及工作过程分析表

序号	典型工作任务	工作过程
1	文旅产品设计创意方法	1、头脑风暴

		2、旅游历史文化、文学美学、概念创意
2	文旅产品设计综合项目	独立完成相关项目、参与团队协助共同完成相关项目。 1、与甲方接触、了解甲方需求 2、接单、签订合同 3、市场调研分析 4、头脑风暴 5、策划、设计、陈述汇报设计方案 6、宣传推广营销
3	文旅项目管理策划	独立完成相关项目、参与团队协助共同完成相关项目。 1、与甲方接触、了解甲方需求 2、接单、签订合同 3、市场调研分析 4、头脑风暴 5、策划、设计制作、陈述汇报设计方案 6、宣传推广营销
4	文旅项目运营推广	独立完成相关项目、参与团队协助共同完成相关项目。 接待洽谈 服务、指导、教学 组织运营管理
5	文旅产品创意设计	独立完成相关项目、参与团队协助共同完成相关项目。 1、市场调研分析 2、头脑风暴 3、策划、设计、陈述汇报设计方案
6	文旅产品工艺制作	独立完成相关项目、参与团队协助共同完成相关项目。 策划、设计、制作陈述汇报设计方案
7	文旅项目创新创业	以上均有包含

五、培养目标及培养规格

适应成都建设西部文创中心和世界旅游目的地中心城市对文化旅游创意产业的需求，培养具有较强天府文化传承和创新创业意识，具备商业策划、艺术设计、工艺制作能力，胜任文化旅游企业创意设计、项目经理和小微企业自主创业经理等岗位的高素质“文创赋能、技术赋值”的跨界复合型文化旅游技术技能人才。

本专业学生毕业五年后能够达到的职业和专业成就即专业培养目标如表 4 所示，具体为解决实际问题的能力、团队作用的发挥、职业道德和伦理水准，终身学习能力的养成，创新意识及创新方法培养、为区域经济和社会发展做出贡献。将这六个方面作为专业人才培养目标的六个维度，按照培养目标→毕业要求→毕业要求指标点→课程矩阵图的路径落实到课程、课堂中。从而实现学生职业和专业成长，达成专业培养目标。

表 4 文化创意与策划专业培养目标

序号	具体内容
A	适应成都建设西部文创中心和世界旅游目的地中心城市对文化旅游创意产业的需求
B	培养具有较强天府文化传承和创新创业意识
C	具备商业策划、艺术设计、工艺制作能力
D	胜任文化旅游企业创意设计、项目经理和小微企业自主创业经理等岗位
E	高素质“文创赋能、技术赋值”的跨界复合型文化旅游技术技能人才

1. 知识要求

①在熟悉 office 办公软件、Photoshop、Painter、sai、Painter、illustrator、CorelDRAW、3DMAX、Maya 等，文员办公软件、图像设计制作软件、绘画类软件、平面设计类软件、3D 建模软件。精通 1-3 种。（100%达到）

②具备统筹策划、运营管理、品牌推广、产品前期创意、绘画艺术表现、推广宣传物料设计制作、产品开发设计、工艺制作等方面基本知识。（100% 达到了解程度，每位同学按工作室岗位自选一门深入学习）

素质结构：

①与甲方充分沟通时，能用文字方案、效果图展示、语言表达等形式让甲方认同。

②当接到项目时，懂得如何洽谈、谈判。

③当乙方与甲方在设计方案上发生冲突时，必须在尊重甲方基础上，作出两种不同类型的备选方案。

④当甲方提出的修改意见时，认真对待，修改要细致到位。

⑤当甲方没有经验时，要帮助他们进行分析，提出自己对方案策划、艺术设计方面的独

特见解。

- ⑥当出现两种及以上方案时，要有辨别和决断的能力。
- ⑦当进度出现问题时，要有沟通能力和互助精神。
- ⑧当创作遇到瓶颈时，要能坚持。
- ⑨当项目工期较长或不是自己喜欢的题材时，要随时保持激情活力。

2. 能力要求

①能独立完成相关项目和参与团队协助共同完成相关项目。具备统筹策划、运营管理、品牌推广的能力，能熟悉与甲方、设计师、生产厂家等接触洽谈的方式方法，快速了解甲方需求、设计师意图、生产细节等；能熟悉市场调研、接单签订合同、经费预算、付款结算、知识产权保护、售后服务等环节的操作流程；能够组织团队对项目进行策划、头脑风暴、设计制作、陈述汇报设计案等。（70%达到）

②能进行文旅项目前期策划，绘制草图/概念图，把控创意的准确表达。（40%设计，60%表达。）

③能独立创作设计方案，绘制，排版设计制作借助文配图等表现方式，清晰阐述创意内容，能绘制草图，能够清晰的讲述设计内容。能独立完成设计图的全部绘制画面效果。（50%设计，50%表达。）

④能独立完成设计图的全部后期版式设计、宣传物料设计制作、产品样品手工制作。（40%达到）

⑤能根据客户需求，完成各类文创产品的开发设计样品制作，广告、宣传画、大型活动展示布展设计的工作。（40%达到）

⑥能运用创新创新课与文创专业知识自主创业，成为胜任小微企业自主创业经理等岗位。（2%达到）

3. 素质要求

①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；

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、全球视野和市场洞察力；

④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 创新创业能力要求

①具备旅游文化传承创新创意意识。

②懂得基本的创业方法与手段，并具有能实施落地的能力。

③养成终身学习能力。

④能为区域经济和社会发展做出贡献的意识。

六、毕业能力要求

根据人才培养目标细分毕业能力要求和毕业要求指标点，如表 5、表 6 所示。

表 5 文化创意与策划专业毕业要求

序号	毕业能力要求	对应的培养目标
1	1、文旅项目策划管理统筹能力 2、文旅项目开发能力 3、文旅产品创作设计能力	能独立完成相关项目和参与团队协作共同完成相关项目。具备统筹策划、运营管理、品牌推广的能力，能熟悉与甲方接洽的方式方法，快速了解甲方需求；能够组织团队对项目进行策划、头脑风暴、设计制作、陈述汇报设计案等。
2	1、文旅产品创作设计能力 2、平面设计能力 3、手绘能力 4、手工制作能力 5、文旅品牌推广营销能力	能独立完成相关项目和参与团队协作共同完成相关项目。具备商业策划、艺术设计、工艺制作能力。

3	1、客户咨询受理能力 2、文旅项目指导示范讲解能力 3、文旅商品销售能力 4、文旅项目管理协调能力	能独立完成相关项目和参与团队协助共同完成相关项目。具备统筹策划、运营管理、品牌推广的能力，能熟悉与设计师、生产厂家等接触洽谈的方式方法，快速了解多方需求、设计师意图、生产细节等；能熟悉市场调研、接单签订合同、经费预算、付款结算、知识产权保护、售后服务等环节的操作流程；能够组织团队对项目进行策划、头脑风暴、设计制作、陈述汇报设计案等。
4	1、文旅项目团队、个人接单能力 2、文旅项目创新创业能力	以上均包含

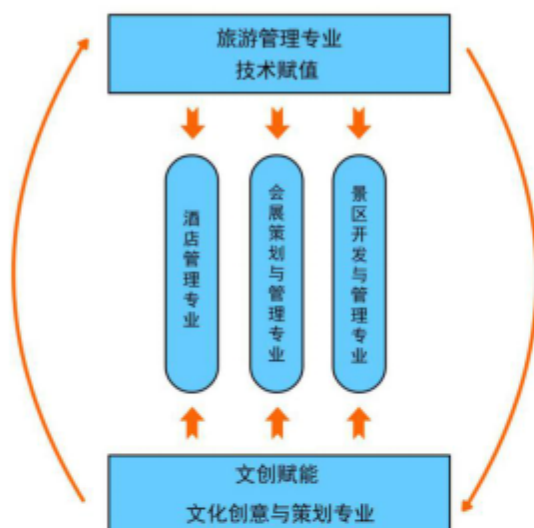
表6 文化创意与策划专业毕业要求指标点

序号	毕业能力要求	能力要求指标点序号	对应的毕业要求指标点
1	1、文旅项目策划管理统筹能力 2、文旅项目开发能力 3、文旅产品创作设计能力	1、文旅项目策划管理统筹能力 2、文旅项目开发能力 3、文旅产品创作设计能力	能独立完成相关项目和参与团队协助共同完成相关项目。具备统筹策划、运营管理、品牌推广的能力，能熟悉与甲方接触洽谈的方式方法，快速了解甲方需求；能够组织团队对项目进行策划、头脑风暴、设计制作、陈述汇报设计案等。
2	1、文旅产品创作设计能力 2、平面设计能力 3、手绘能力 4、手工制作能力 5、文旅品牌推广营销能力	1、文旅产品创作设计能力 2、平面设计能力 3、手绘能力 4、手工制作能力 5、文旅品牌推广营销能力	能独立完成相关项目和参与团队协助共同完成相关项目。具备商业策划、艺术设计、工艺制作能力。
3	1、客户咨询受理能力 2、文旅项目指导示范讲解能力 3、旅游商品销售能力 4、文旅项目管理协调能力	1、客户咨询受理能力 2、文旅项目指导示范讲解能力 3、旅游商品销售能力 4、文旅项目管理协调能力	能独立完成相关项目和参与团队协助共同完成相关项目。具备统筹策划、运营管理、品牌推广的能力，能熟悉与设计师、生产厂家等接触洽谈的方式方法，快速了解多方需求、设计师意图、生产细节等；能熟悉市场调研、接单签订合同、经费预算、付款结算、知识产权保护、售后服务等环节的操作流程；能够组织团队对项目进行策划、头脑风暴、设计制作、陈述汇报设计案等。
4	1、文旅项目个人接单能力 2、文旅项目创新创业能力	1、文旅项目个人接单能力 2、文旅项目创新创业能力	以上均包含

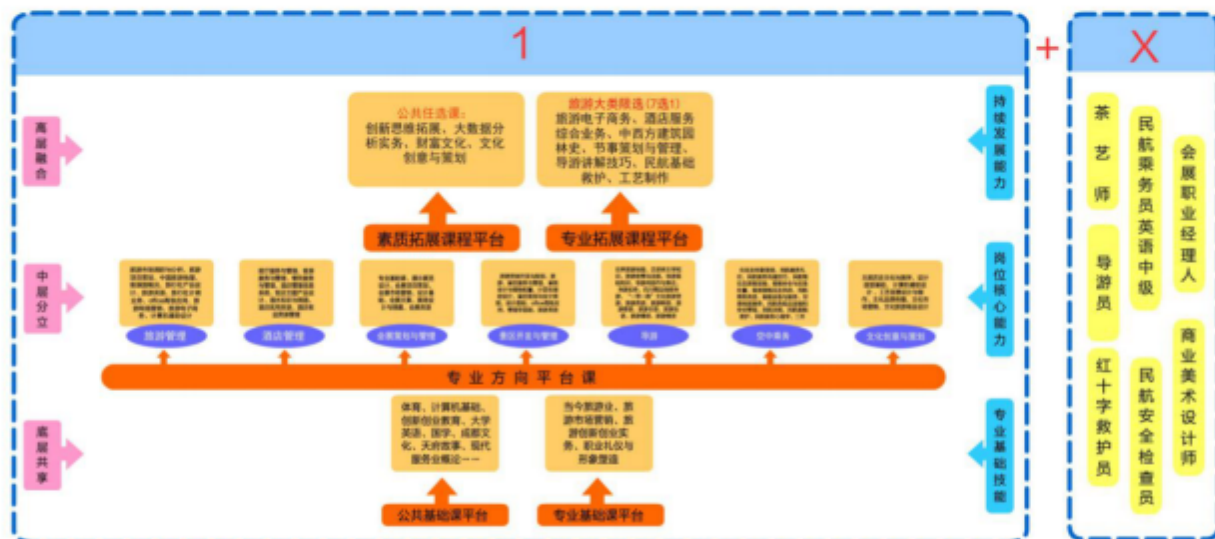
七、课程设置及要求

(一) 专业群课程构建

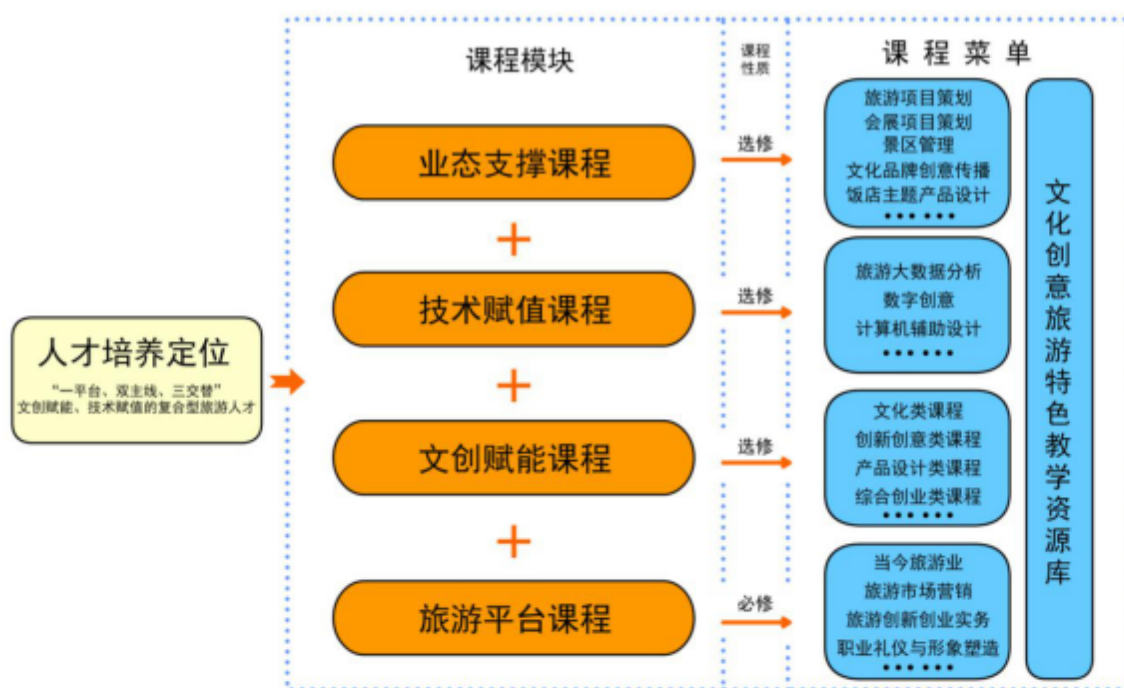
本专业属于旅游管理专业群，专业群课程体系按照群内专业底层共享、中层分立，高层互选的原则进行构建。底层为公共课程、专业基础课程；中层为专业方向课程，即职业能力课程；高层为专业限选课程，扩展和提升职业能力，拓宽学生职业能力范围。



群内关系的逻辑性



专业群课程体系图



“四模块”特色的文化旅游课程体系

(二) 专业课程与典型工作任务的对应关系

表 7 专业课程与典型工作任务对应关系

序号	课程名称（学习领域）	对应的典型工作任务
1	设计创意 《设计造型基础》 《计算机辅助设计》 《文旅历史文化与美学》	1、文旅产品创作设计 2、平面设计 3、手绘 4、手工制作 5、文旅品牌推广营销
2	制作 《工艺创意设计与制作》	1、文旅产品创作设计 2、平面设计 3、手绘 4、手工制作 5、文旅品牌推广营销
3	策划推广管理运营 《文化品牌传播》 《文化市场营销》	1、文旅产品创作设计 2、平面设计 3、手绘 4、手工制作 5、文旅品牌项目策划、推广营销
4	创新创业综合项目 《文化旅游商品设计》	1、客户咨询受理 2、文旅项目指导示范讲解 3、旅游商品销售 4、文旅项目管理协调
5	创新创业综合项目 《文化旅游商品设计》	1、文旅项目个人接单 2、文旅项目创新创业

（三）专业课程设置

专业课程设置按照成果导向（OBE）理念，将人才培养目标贯穿到每门课程中，确保课程开设的有效性，不断优化课程设置，通过课程目标的实现反向促进人才培养目标的实现。

表 8 文化创意与策划专业课程矩阵图

毕业要求	毕业要求指标点	设计造型基础	计算机辅助设计	文旅历史文化与美学	工艺创意设计与制作	文化品牌传播	文化市场营销	文化旅游商品设计
策划	1、与甲方接触、了解甲方需求 2、接单、签订合同 3、市场调研分析 4、头脑风暴 5、策划、设计、陈述汇报设计方案 6、宣传推广营销		✓	✓		✓	✓	✓
工艺美术创意设计	1、与甲方接触、了解甲方需求 2、接单、签订合同 3、市场调研分析 4、头脑风暴 5、策划、设计、陈述汇报设计方案 6、宣传推广营销	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
工艺技师	1、与甲方接触、了解甲方需求 2、接单、签订合同 3、市场调研分析 4、头脑风暴 5、策划、设计制作、陈述汇报设计方案 6、宣传推广营销	✓	✓	✓	✓			
商务营销管理	1、接待洽谈 2、服务、指导、教学 3、组织运营管理			✓		✓	✓	✓
创新创业	以上均有包含	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

注：毕业要求指标点到哪一门课程可以在该门课程对应的框中打“✓”。

（四）课程内容及要求

1. 素质教育活动课程

素质教育活动共包含四个模块，注重人文素质教育与职业道德教育的培养，坚持课内外教学活动和校外教育活动相结合，正确处理好德育与智育、理论与实践的关系，正确处理好传授基础知识、培养职业能力、提高综合素质三者之间的关系。

综合素质测评由学生综合素质培养管理中心认定，在学生综合素质培养管理平台上获得相应学分，共 20 学时，6 学期内完成，每学年 1 个学分，共 3 个学分。

表 9 素质教育活动课程

模块	培养目标	培养内容
职业道德规范	爱国明礼	主题教育活动、党团培养
	遵纪守法	遵规国家法律法规、校纪校规
	诚实守信	诚实守信，无考试作弊、虚假申报、欺诈行为
	爱岗敬业	课堂与集会全勤
	奉献社会	志愿者活动，义工活动，义务劳动，见义勇为，好人好事
职业核心能力	自我提高能力	专业讲座，职业资格技能证书，专业、公共技能大赛，技能培训，学历提升，自主学习，学习效果
	与人合作能力	加入专业协会、社团，担任学生干部
	解决问题能力	参与专业实践活动
	信息处理能力	获得计算机等级证书，担任公共网络平台管理员
	外语应用能力	获得英语等级证书，参加各类英语竞赛，交换生项目，海外研习、交流项目
	沟通表达能力	大学生辩论大赛，各类交流座谈活动主持人、讲述人、发言人
	数字运用能力	数学建模大赛
	革新创新能力	大学生创新服务开发项目，创新创业大赛，发明与专利
职业素质养成	人文素质	人文素质讲座，服务型学习，写作能力，社会实践
	科学素质	科技讲座，科技展览，科技活动
	文体素质	校园活动，文体社团，集体生活，礼仪规范，礼仪服务
	心理素质	心理健康讲座学习，心理健康教育活动
职业发展规划	明确职业定位	职业生涯规划电子书，职业生涯规划大赛
	提升职业能力	创业实践活动，创业就业培训学习，校内外勤工助学，行业调研
	完成职业准备	模拟招聘，企业宣讲会，校园招聘会

2. 公共基础课程

表 10 公共课程教学内容及要求

序号	课程名称	主要教学内容	主要教学方法与手段	建议学时
1	思想道德修养与法律基础	坚定理想信念；弘扬中国精神；践行社会主义核心价值观；明大德守公德严私德；尊法学法守法用法。	专题讲授法、案例教学法 互动教学法、启发教学法	48
2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	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。	专题讲授法、案例教学法 互动教学法、启发教学法	64
3	形势与政策	党和国家最新的时事与政策。	专题讲授法、案例教学法、互动教学法、启发教学法	16
4	就业指导	就业政策、就业信息、简历制作、求职技巧、模拟面试等方面的指导，帮助学生顺利就业、创业。	翻转教学法、案例教学法、互动教学法、启发教学法等	16
5	创新创业教育	从思维创新到项目产生教学内容：创新技法、希望点与缺点列举法、奥斯本检核表法、信息交合法、六合分析法、头脑风暴法。	讲授法、案例法、头脑风暴、在线卡牌模拟、角色扮演、小组讨论等。	36
6	大学英语	第一学期：涉外日常活动情景（听、说）；涉外业务活动情景（读、写、译）。	输出驱动教学法、情景教学法、交际教学法、线上线下混合式教学等。	130
7	体育	第三套大众健美操锻炼标准 2 级；简化 24 式太极拳；职业体能和素质拓展；分项开展各展球类、舞蹈、体操类课程。	讲授法、游戏练习法、分享讨论法、分组练习法、比赛练习法等	138
8	国学	先秦主要哲学思想传统艺术赏析；传统节日与习俗；传统礼仪与习俗；传统科技与发明创造；汉字与传统文学；宗教常识。	任务驱动、小组合作、头脑风暴、翻转课堂、混合式教学法等，云班课	30
9	天府文化	天府品格；天府历史；天府之最；天府遗存；天府名人；天府艺术；天府民俗。	任务驱动、小组合作、头脑风暴、翻转课堂、混合式教学法等，云班课	18
10	成都故事	古蜀文明惊天下；秦汉成都；三国风云南朝烟雨；唐宋成都；明清成都。	任务驱动、小组合作、头脑风暴、翻转课堂、混合式教学法等，云班课	18
11	大学生心理健康教育	大学生心理健康教育基础理论（健康教育）；自我认知与个性完善（意识教育）；亲子关系辅导（意识教育）；情绪管理与压力应对（挫折教育）；人际交往（社会适应性教育）；恋爱与性心理（成人教育）；生命的意义（生命教育）。	专题讲授法、案例教学法、体验式互动教学法、角色扮演法、行为强化法、团体辅导法	36

3. 专业课程

根据专业毕业能力要求指标点在课程矩阵图中的落实，汇总形成每门课程的总目标。再依据总目标确定每门课程的达标准，确定教学内容、教学方法和手段

(1) 主要专业基础课程

表 11 主要专业基础课程教学内容及要求

序号	课程名称	主要教学内容	主要教学方法与手段	建议学时
1	工艺创意设计与制作	材料工艺、打样制作、测试检验、评估论证	实践+理论	274
2	文化品牌传播	品牌策划、标志设计、吉祥物设计、外包装、多媒体广告	实践+理论	72
3	文化市场营销	策略方案、调研开发立项、成本核算、文案策划、商务谈判、统筹营销管理	实践+理论	72
4	文化旅游商品设计	文旅商品开发综合项目	实践+理论	50

(2) 专业核心课程

表 12 《文化旅游商品设计》课程教学内容及要求

课程名称		文化旅游商品设计				
学 期		4、5	学 时	4	授课方式	实践+理论
学 分		4	考核方式	随堂	考试类型	考查
课程目标	知识目标	为文旅产业中市场需求进行文旅商品设计。				
	能力目标	应用多种工艺进行文旅商品设计打样成品制作。				
	素质目标	培养学生具有“工匠精神”的基本内涵，包括敬业、精益、专注、创新等方面内容的同时，还具备“终身学习”的思想意识。				
教学内容		模块分段式项目教学。主要教学内容如下： 1、导入 2、临摹设计 3、命题设计 4、创意设计（自命题）				
教学方法及 教学手段		鉴于教学课时的限制，建议采用分段式项目教学； 评价方式为平时成绩（10%）+项目成绩（70%）+期末考查（20%） 课堂生活化，生活课堂化。注重实训环境、课外环境的打造，关注学生生活方式的重建，让工作室留得住学生的同时，也让学生留得住生活。				
教学评价						
教学建议						

表 13 《工艺创意设计与制作》课程教学内容及要求

课程名称		工艺创意设计与制作				
学 期		1-5	学 时	4	授课方式	实践+理论
学 分		14	考核方式	随堂、统一	考试类型	考查、考试
课程目标	知识目标	认识文化旅游业内商品设计所涉及到的各类手工技艺、材质材料、能制作打样开模、设计制作产品包装，基于陶艺、木艺、布艺、花艺等手工名艺项目学习与文创相关内容。				
	能力目标	能独立仿照制作和创作设计制作并出成品打样，并能够作为“导师”指导他人进行制作的导师能力。				
	素质目标	能够充分了解项目需求并独立或团队完成。				
教学内容		模块分段式项目教学。主要教学内容如下： 认识各类材质材料、能制作打样开模、设计制作产品包装，基于陶艺、木艺、布艺、花艺等手工名艺项目学习与文创相关内容。				
教学方法及 教学手段		鉴于教学课时的限制，建议采用分段式项目教学； 评价方式为平时成绩（10%）+项目成绩（70%）+期末考查（20%）				
教学评价		课堂生活化，生活课堂化。注重实训环境、课外环境的打造，关注学生生活方式的重建，让工作室留得住学生的同时，也让学生留得住生活。				
教学建议						

表 14 《文化品牌传播》课程教学内容及要求

课程名称		文化品牌传播				
学 期		2-5	学 时	8	授课方式	实践+理论
学 分		8	考核方式	随堂、统一	考试类型	考查、考试
课程目标	知识目标	知晓品牌策划与营销传播的基本规律、原则与方法，了解品牌传播载体类型与内涵，了解品牌传播载体设计与制作方法。				
	能力目标	学习分析策划市场，了解相关大政策、大背景，运用调研方式方法；设计标志及其衍生物，有基础的图形构建能力；有基础的版式排版设计能力，懂得印刷基本知识，掌握基本纸媒推广的方式方法，能够独立出图；能够有基本的公共文章写作能力，能够编写推文管理公众号等能力。				
	素质目标	能够充分了解项目需求并独立或团队完成。				
教学内容		模块分段式项目教学。主要教学内容如下：项目背景与需求分析；项目策划；项目相关载体设计与制作；项目内容综合呈现				
教学方法及 教学手段		鉴于教学课时的限制，建议采用分段式项目教学； 评价方式为平时成绩（10%）+项目成绩（70%）+期末考查（20%）				
教学评价		课堂生活化，生活课堂化。注重实训环境、课外环境的打造，关注学生生活方式的重建，让工作室留得住学生的同时，也让学生留得住生活。				
教学建议						

表 15 《文化市场营销》课程教学内容及要求

课程名称		文化市场营销				
学 期		3-4	学 时	4	授课方式	实践+理论
学 分		4	考核方式	随堂	考试类型	考查
课程目标	知识目标	学习成本核算的方法，学会基本的文案策划，懂得商务谈判技巧并能与运用到商业项目中和创业项目中。能够把作业成品化呈现，并用语言组织和汇报展示能力。学习基本的营销管理技能。在最后一学期对毕设开始筹备。在每一个学习阶段都能够运用所学开发项目，并且能够实现创业上项目的落地。				
	能力目标	学习成本核算的方法，学会基本的文案策划，懂得商务谈判技巧并能与运用到商业项目中和创业项目中。能够把作业成品化呈现，并用语言组织和汇报展示能力。学习基本的营销管理技能。在最后一学期对毕设开始筹备。在每一个学习阶段都能够运用所学开发项目，并且能够实现创业上项目的落地。				
	素质目标	能够充分了解项目需求并独立或团队完成。				
教学内容		模块分段式项目教学。主要教学内容如下： 学习成本核算的方法，学会基本的文案策划，懂得商务谈判技巧并能与运用到商业项目中和创业项目中。能够把作业成品化呈现，并用语言组织和汇报展示能力。学习基本的营销管理技能。在最后一学期对毕设开始筹备。在每一个学习阶段都能够运用所学开发项目，并且能够实现创业上项目的落地。				
教学方法及 教学手段		鉴于教学课时的限制，建议采用分段式项目教学； 评价方式为平时成绩（10%）+项目成绩（70%）+期末考查（20%）				
教学评价		课堂生活化，生活课堂化。注重实训环境、课外环境的打造，关注学生生活方式的重建，让工作室留得住学生的同时，也让学生留得住生活。				
教学建议						

4 实践课程

表 16 实践课程内容及学时学分分配表

实践（实习）项目	实践（实习）目标	实践学时
入学入职教育	帮助学生认识行业发展趋势，提升学生对专业的认识水平，了解专业课程设置；明确校规校纪，自觉遵守学校各种规章制度。	26
军训及国防教育	提高学生的政治觉悟，激发爱国热情，培养艰苦奋斗，吃苦耐劳的坚强毅力和集体主义精神，帮助学生增强国防观念和组织纪律性，养成良好的学风和生活作风。	52
SYB 创新创业实践	了解创办企业的流程和方法，模拟实践创办企业，增强创业实践指导性。	40
素质教育活动	培养学生的人文素养、职业道德、社会适应能力和社会责任感，养成劳动意识、竞争意识和创新创业意识等。	20

顶岗实习（含毕业设计、报告）	全面系统将专业所学与实际工作结合起来，熟悉具体岗位的业务工作，提升综合分析和解决问题的能力，提升社会适应能力，实现顶岗实习和就业直通。	450
合计		588

八、人才培养模式

适应成都建设西部文创中心和世界旅游目的地中心城市对文化旅游创意产业的需求，培养具有较强天府文化传承和创新创业意识，具备商业策划、艺术设计、工艺制作能力，胜任文化旅游企业创意设计、项目经理和小微企业自主创业经理等岗位的高素质“文创赋能、技术赋值”的跨界复合型文化旅游技术技能人才。

九、教学进程总体安排

本专业课程总学时 2719 学时、总计 138 学分。课程教学原则上 16-18 学时折算 1 学分，实践教学（校内实训、综合实践）每 20--28 学时计 1 学分。顶岗实习（含毕业设计、报告）每周 15 学时计 0.5 学分。课程学时学分分配情况见表 17，教学进程安排详见附件。

表 17 课程学时学分分配表

课程类型		学时分配情况		学分分配情况	
		学时	占比（%）	学分	占比（%）
公共基础课程平台		666	26.4%	35	25.4%
专业基础课程平台		198	6.9%	12	8.7%
专业方向课程平台		815	30.0%	52	37.7%
专业限选课		108	4.0%	6	4.3%
素质拓展课程平台	公共限选课	144	12.7%	8	8.7%
	公共任选课	200		12	
实践课程		536	19.7%	19.5	14.1%
合计		2719	100%	138	100%

十、教学实施保障

（一）师资队伍

为满足教学需要，确保教学质量，本专业生师比建议为 16 : 1。教师团队由校内专任教师和企业兼职教师构成。

专任教师原则上需要具备本科以上学历，具备课程开发能力，指导学生实践的能力。教师每 5 年必须累计不少于 6 个月到企业或生产服务一线实践。专任教师中“双师”素质教师

不低于 90%。

企业兼职教师原则上应为行业内从业多年的专业技术人员，具备较强的执教能力。专业上要为兼职教师提供教学培训机会。对技术革新较快，实践性较强的课程聘请企业兼职教师组成教学团队，共同完成课程教学和实践指导，及时将企业新标准、新技术、新工艺、新流程等融入教学。

表 18 专任教师一览表

序号	姓名	职称	学历/学位	年龄	研究领域	是否双师型	骨干教师/专业带头人
1	干曦礼	讲师	本科	35	艺术设计、手绘、商业插画、动画、手工制作	是	骨干教师
2	罗 锋	讲师	本科	44	艺术设计、手绘、手工制作	是	骨干教师
3	张睿涵	助教	硕士	29	艺术理论、手工制作	是	骨干教师
4	宋慧娟	讲师	硕士	37	艺术理论	是	骨干教师
5	何杉杉	讲师	硕士	35	艺术设计、手绘、插画、手工制作、创新创业、传统文化、心理学	是	骨干教师

表 19 兼职教师一览表

序号	姓名	职务	工龄	工作单位	承担课程	课时量
1	尹莉萍	设计总监	50	成都漆器工艺厂	漆器设计与制作	80
2	李东	副教授/总经理	30	四川用即是道陶艺文化传播有限公司	陶艺	40

（二）实训条件

1.校内实训室

表 20 校内文化创意与策划专业实训室

序号	实验室/实训基地（中心）的名称	实践教学内容	适用课程	专业群内共享（是/否）
1	文化创意与策划专业实训室	设计造型基础、计算机辅助设计、多媒体策划与制作、文化项目策划	设计造型基础、计算机辅助设计、多媒体策划与制作、文化项目策划	是
2	文化创意与策划专业工坊（陶艺、木艺、布艺、花艺工坊）	产品设计表现、工艺创意设计与制作	工艺创意设计与制作	是
3	旅游文创中心	文化品牌创意传播、产品设计表现、文化项目策划	产学研综合基地	是

2.校外实训条件

表 21 校外实践场所

序号	校外实训基地名称	合作企业名称	实践教学形式	合作深度	专业群内共享（是/否）
1	李东陶艺大师工作室	四川用即道陶文化传播有限公司	工艺美术与创意设计专业认识、岗位实践	指课程开发、师资培养	否
2	新西南文创基地	成都新西南陶艺文创产业园	1、工艺美术与创意设计岗位实践 2、文化服务专业人员岗位实践、顶岗实习	指课程开发、师资培养、教学资源共建共享、校企共建实训场所、技术服务	否
3	鸿心手创文创店（陶舍）	成都鸿心手创文化传播有限公司	1、文化服务专业人员 2、文化专业人员岗位实践、顶岗实习	指课程开发、技术服务	是

（三）学习资源

学习资源概述

表 22 文化创意与策划专业教材一览表（参考）

序号	课程名称	教材名称	出版社	作者	出版时间	校企开发教材（是/否）	新形态教材（是/否）
1	设计造型	设计构成	人民邮电出版	喻小飞	2017.04	否	否

	基础		社				
2	计算机辅助设计	Photoshop CC 从入门到精通 PS 教程	水利水电出版社	唯美世界	2017.11	否	否
3	产品设计表现	产品设计模型制作与工艺（第三版）	清华大学出版社	兰玉琪、张莹、潘强、张喜奎	2018.09	否	否
4	工艺创意设计制作	陶艺设计与制作 30 例	化学工业出版社	丁瑜欣	2018.02	否	否
5	文化品牌创意传播	品牌传播理论与实务	中国传媒大学出版社	杜国清、陈怡	2018.03	否	否
6	多媒体策划与制作	手机摄影笔记 手机出大片 玩转 App 让照片更精彩	人民邮电出版社	陈建强、范圣楠	2018.08	否	否
7	多媒体策划与制作	产品创新 36 计：手把手教你如何产生优秀的产品创意	人民邮电出版社	李冠辰	2017.05	否	否

（四）教学方法

总结推广现代学徒制试点经验，普及项目教学、案例教学、情境教学、模块化教学等教学方式，广泛运用启发式、探究式、讨论式、参与式等教学方法，推广翻转课堂、混合式教学、理实一体教学等新型教学模式。

（五）学习评价

对教师教学、学生学习评价的方式方法提出建议。对学生的学业考核评价内容应兼顾认知、技能、情感等方面，评价应体现评价标准、评价主体、评价方式、评价过程的多元化，如观察、口试、笔试、顶岗操作、职业技能大赛、职业资格鉴定等评价、评定方式。要加强对教学过程的质量监控，改革教学评价的标准和方法。

（六）质量管理

在学院与分院（部）两级的质量保障体系下，以保障和提高教学质量为目标，运用系统方法，依靠必要的组织结构，统筹考虑影响教学质量的各主要因素，结合教学诊断与改进、质量年报等自主保证各专业人才培养质量的工作，统筹各环节的教学质量管理活动，形成任务、职责、权限明确，相互协调、相互促进的专业质量管理机制。

十一、毕业要求

修满本专业毕业要求的最低学分：138 学分

十二、继续专业学习深造建议

体现终身学习理念,明确本专业毕业生继续学习的渠道和接受更高层次教育的专业面向。

十三、其他需要说明的内容

- (一) 建议取得的证书
- (二) 专业相关国家标准

十四、附录（教学进程表）

- (一) 教学进程表

旅游分院（部）2018级 文化创意与策划专业 学分制指导性教学进程表（三年制）

学 年		一		二		三		学时分配			学分	考查 学期	考试 学期	课程类型 (A/B/C)	专业核 心课程 (用★表示)	备注	
学 期		1	2	3	4	5	6	总学时	理论 学时	实践 学时							
理论教学周数		15	18	18	18	7	0										
课程名称																	
公共基础课程平台	思想道德修养与法律基础	3						48	42	6	3		1	A			
	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论		4					72	72	0	4		2	A			
	形势与政策					2		48	48	0	1	2		A		1-2学期重复授课 3-4学期讲座 5-6学期重复授课	
	创新创业教育		2					36	18	18	1.5	2		B			
	就业指导					2		14	7	7	0.5	5		B			
	计算机基础	4						60	25	35	4	1		B			
	大学英语	4	4					132	52	80	8	1	2	B			
	体育	2	2	2	2			138	18	120	6	1-4		B			
	国学	2						30	30	0	2	1		A			
	天府文化		1					18	18	0	1	2		A		第1-9周	
	成都故事		1					18	18	0	1	2		A		第10-18周	
	大学生心理健康教育				2				36	36	0	2	3		A		2或3学期
现代服务业概论								18	18	0	1	2		A		讲座	
小计		15	14	4	2	4	0	666	400	266	35						
公共课程平台共		35	学分、占 24.6%						718	学时	占 26.4%						
专业基础课程平台	当今旅游业	4						60	50	10	4		1	B			
	旅游市场营销			4				72	12	60	4		3	B			
	旅游创新创业实务					2		30	18	12	2						
	职业礼仪与形象塑造	2						36	12	24	2						
	小计	6	0	4	0	2	0	198	92	106	12						
专业基础课程平台毕业学分		12	学分、占 8.8%						198	学时	占 7.3%						
专业方向课程平台	文旅历史文化与美学	1	1					33	13	20	2		1-2	B		旅游历史文化、文学美学、概念创意	
	设计造型基础	4	4					132	53	79	8	2	1	B	★	手绘素描、景观设计	
	计算机辅助设计	4	4					132	53	79	8	2	1	B	★	效果图设计、结构设计、图纸	
	工艺创意设计与制作	2	4	4	4	4		274	110	164	18	2-5	1	B	★	材料工艺、打样制作、测试检验、评价论证	
	文化品牌传播		2	2	2	2		122	49	73	8	3-5	2	B	★	包装设计、多媒体广告	
	文化市场营销				2	2		72	29	43	4		3-4	B	★	营销方案、调研开发实践、成本核算、文案策划、商务谈判、数据跟踪管理	
	文化旅游商品设计					2	2	50	20	30	4	4-5		C	★	文旅商品开发综合项目	
小计		11	15	8	10	8	0	815	326	489	52						
专业方向课程毕业学分			52	学分、占 36.6%						815	学时	占 30.0%					
专业限选课平台	旅游大类限选(7选1)			2	2	2		108	108		6						
	小计		0	2	2	2	0	0	108	108	0	6					
专业限选课共开设			6	学分、占 4.2%						108	学时	占 4.0%					
公共选修课程	公共限选课			4				144	144	0	4	2				线上+线下	
	公共任选课				4	4	8	200	200	0	12	4、5					
	小计		0	4	4	4	8		344	344	0	16					
任选课共			16	学分、占 11.3%						344	学时	占比 12.7%					
周学时总计			32	35	22	18	22	0									
每周开出课程总门数			11	13	8	7	7	0									
课表教学总学时=理论学时			1270		-	实践学时		1449	-	2719							
课表教学最低总学分			121	学分						毕业学分		142	学分				
课程类型: A(理论课程)、B(理论+实践课程)、C(实践课程)																	

（二）实践环节及时间表

旅游分院（部）2018级文化创意与策划专业教学环节时间表（三年制）

项目 周数 学期	课堂教学	专业实践教学	入学入职教育	军训及国防教育	SYB创新创业实践	顶岗实习（含毕业设计、报告）	考核	假期	小计
一	15		1	2			1	1	20
二	18						1	1	20
三	18						1	1	20
四	18						1	1	20
五	7				1	10	1	1	20
六	0					20			20
总计	76		1	2	1	30	5	5	120

（三）实践环节

旅游分院（部）2018级 文化创意与策划专业 实践环节表（三年制）

实践（实习）项目	实践学时	实践学分	实践周数	各学期实践周数						备注
				一期	二期	三期	四期	五期	六期	
入学入职教育	26	0.5	1	1						
军训及国防教育	52	1.5	2	2						包含军事理论
SYB创新创业实践	40	1	1					1		
素质教育活动	20	3								根据学生成长规律安排在6个学期内完成
顶岗实习（含毕业设计、报告）	450	15	30					10	20	
合 计	588	21	34	3	0	0	0	11	20	