

文化创意与策划专业人才培养方案

（退役军人现代学徒制专项试点）

一、专业名称和专业代码

专业名称：文化创意与策划

专业代码：550401

二、入学要求

中等职业学校毕业、普通高级中学毕业或具备同等学力

三、职业面向

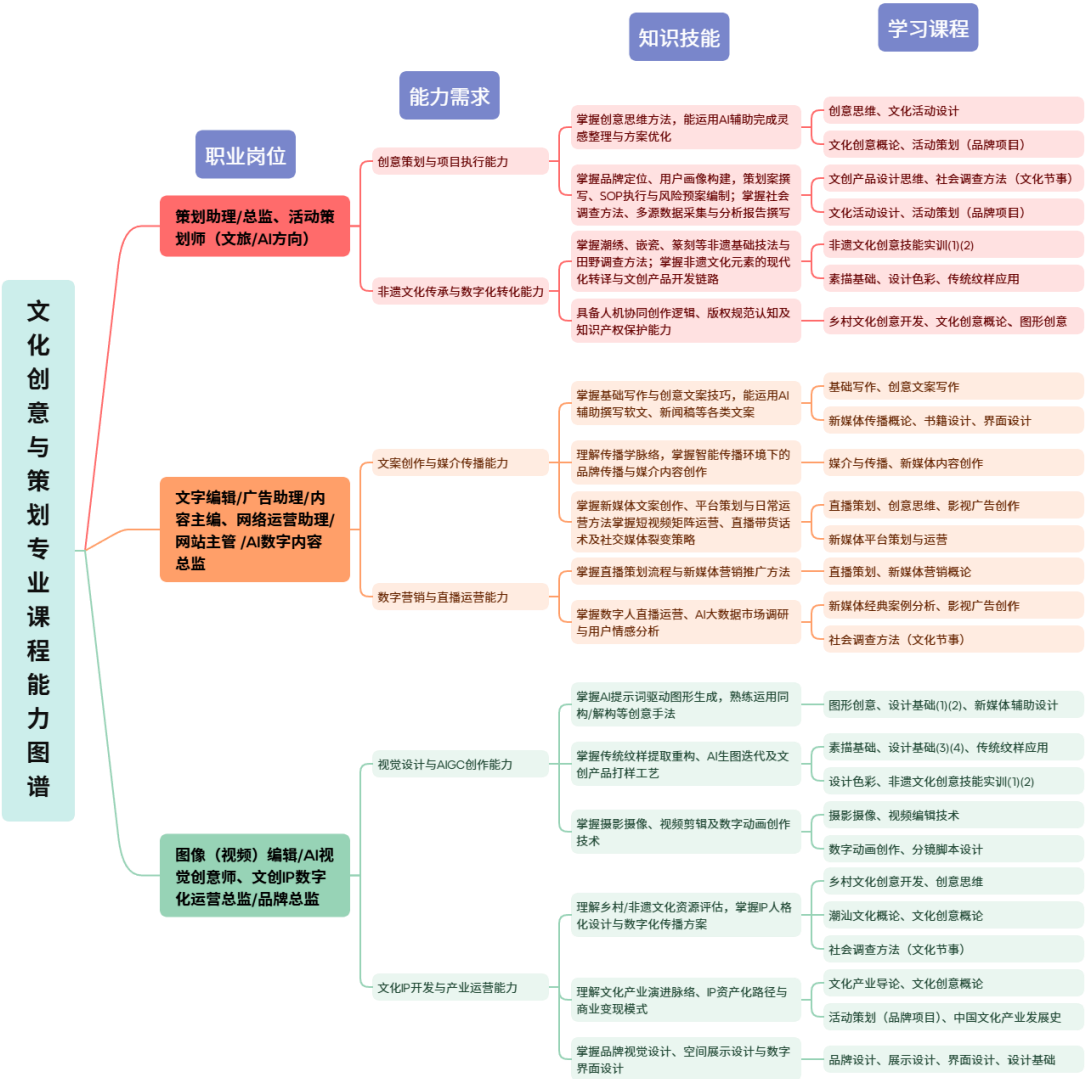


图 1 课程能力图谱

表 1 职业面向表

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）	职业技能等级证书 和职业资格证举例
文化艺术 大类（55）	文化服务 类（5504）	文化业 （R85、 R86、R87）、 互联网和 相关服务 （I64）	工艺美术与创意 设计专业人员 （2-09-06）；文 化经纪人 （4-13-01-04）、 全媒体运营师 S （4-13-01-05）、 其他 文化和教 育服务人员 （4-13-99）数 字内容创作专业 人员（2-09-07）	初次就业岗 位：策划助 理、广告助 理、网络运营 助理、文字编 辑、图像（视 频）编辑、AI 视觉创意师、 AI 策划师（文 旅方向） 发展就业岗 位：策划总 监、品牌总 监、内容主 编、网站主 管、AI 数字 内容总监、文 创 IP 数字 化运营总监。	全国计算机等级考 试（一级计算机应 用及 Photoshop 应用）； Adobe Photoshop 处理软 件产品工程师认 证；WPS 办公应用 （1+X）；普通话二 级乙等以上；茶艺 师；社会工 作者；AIGC 艺术设 计师。

四、修业年限

学制：全日制专科三年

修业年限：实行学分制，基本修业年限三年，实行弹性学制，允许学生采用半工半读、工学交替等方式分阶段完成学业。

五、培养目标与培养规格

（一）培养目标

本专业能够践行社会主义核心价值观，传承技能文明，德智体美劳全面发展，具有一定的科学文化水平，良好的人文素养、科学素养、数字素养、职业道德、创新意识，具备深厚文化艺术素养、扎实文字功底与新媒体传播能力，熟知中外文化交流史，对“潮汕文化”“华侨文化”有系统认知，同时掌握人工智能技术在文化创意领域的应用方法，具备 AIGC 辅助创作、数字内容智能生产、文创数据智能分析的核心能力，熟悉市场经济规律与法律法规，了解市场消费趋势，精通项目策划、运营、管理、营销全流程工作，能够在文化产业、传播媒体、政府管理部门、社会组织、企事业单位从事文案策划、品牌营销、AI 数字内容创作、非遗数字化转化、企业文化宣传的发展型、复合型、创新型高素质技术技能人才。

（二）培养规格

本专业学生应在系统学习本专业知识和完成有关实习实训基础上，全面提升知

识、能力、素质，掌握并实际运用岗位（群）需要的专业核心技术技能，实现德智体美劳全面发展，总体上须达到以下要求：

（1）坚定拥护中国共产党领导和中国特色社会主义制度，以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，践行社会主义核心价值观，具有坚定的理想信念、深厚的爱国情感和中华民族自豪感；

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

（3）掌握支撑本专业学习和可持续发展必备的语文、数学、外语（英语等）、信息技术等文化基础知识，具有良好的人文素养与科学素养，具备职业生涯规划能力；

（4）掌握人工智能基础理论、生成式 AI 工具的应用原理，熟悉 AIGC 在文案创作、视觉设计、视频制作、数据运营、IP 开发等文创场景的应用知识；

（5）掌握 AI 算法与新媒体传播逻辑、AI 大数据市场调研方法、数字人直播与运营、非遗数字化转化的相关技术知识；

（6）具有良好的语言表达能力、文字表达能力、沟通合作能力，具有较强的集体意识和团队合作意识，学习 1 门外语并结合本专业加以运用；

（7）能够运用信息收集和处理的技能，处理相关产品及市场、公司等基本信息；

（8）能够运用 AI 辅助文案写作的基本技能，完成软文、宣传资料、新闻稿、产品说明书等各类文案的撰写工作。

（9）掌握新媒体文案创作、新媒体影像拍摄制作及 AI 赋能新媒体内容生产的相关知识，具有 AI 驱动的新媒体全流程编辑与智能运营能力。

（10）能够运用 AIGC+设计软件，进行文创产品、品牌 IP 等创作活动，并获得市场应用；

（11）能够运用创意策划技能，进行展会、促销、会议等策划推广工作；能够运用掌握的法规知识，运用相关法律知识维护企业和自身利益；

（12）掌握身体运动的基本知识和至少 1 项体育运动技能，达到国家大学生体质健康测试合格标准，养成良好的运动习惯、卫生习惯和行为习惯，具备一定的心理调适能力；

（13）掌握必备的美育知识，具有一定的文化修养、审美能力，形成至少 1 项

艺术特长或爱好；

（14）树立正确的劳动观，尊重劳动，热爱劳动，具备与本专业职业发展相适应的劳动素养，弘扬劳模精神、劳动精神、工匠精神，弘扬劳动光荣、技能宝贵、创造伟大的时代风尚。

六、课程设置及要求

（一）公共基础课程

课程包括：毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、习近平新时代中国特色社会主义思想概论、思想道德与法治、形势与政策、走在前列的广东实践、大学英语、体育、信息技术与人工智能、劳动教育、国家安全教育、艺术鉴赏、创新创业教育与职业规划、大学语文、大学生心理健康教育、军事技能训练、军事理论课。

（二）专业课程

专业课程包括专业基础课程、专业核心课程、专业拓展课程、综合能力课程，涵盖有关实践性教学环节。

1. 专业基础课程

包括：基础写作、素描基础、文化活动设计、设计色彩、文化创意概论、创意文案写作。

2. 专业核心课程

表 2 专业核心课程主要教学内容与要求

课程名称	主要教学内容与要求	技能考核项目与要求
创意思维	①理解创意与创意思维的基本内涵，掌握“对象—场景—需求—约束”的任务表述方法，形成问题意识和创意流程意识。 ②掌握形象思维、联想思维等和新思维方法，能根据任务生成创意方向。 ③掌握各种创意工具，并能结合 AI 完成灵感整理、创意发散与方案优化。 ④理解文化创意与广告创意的基本逻辑，能运用 AI 辅助完成海报、视觉草图等创意表达。	①创意案例分析：能运用创意思维理论分析文创、广告、新媒体或 AI 生成案例，梳理创意来源、思维路径、表达方式与优化方向。 ②创意任务定义与方法应用“能围绕指定主题完成任务界定，并运用发散、收敛、逆向、联想等方法生成方案。 ③AI 辅助创意生成：能从“形—意—境”提炼文化元素，借助 AI 完成当代表达转译，完成关键词提炼、提示词撰写、图文生成与方案优化。 ④AI 创作规范与风险识别：能识别 AI 创作中的版权、内容失真、文化误读和过度依赖等问题，提出合规可行的优化措施。
媒介与传播	① 系统理解人类传播活动与传播学的发展脉络，掌握文化传播的基本规律，推动文化传播与创新，树立智能化传播	①熟练运用传播学经典理论，对传统媒介、新媒体传播、AI 传播等各类经典案例进行拆解分析，梳理传播主体、

	思维； ②培养学生在智能传播环境下的品牌传播与塑造能力，提升媒介素养与数字内容生产能力，使文化创意产出符合传播规律与社会需求，增强作品的传播力、引导力与影响力； ③掌握基础媒介内容创作方法，熟练运用各类 AI 工具完成文案、视频、设计等内容创作，能够结合算法与用户数据制定传播方案； ④掌握媒介传播法律法规与职业伦理，明晰传播风险，具备合规开展内容创作与传播的专业素养。	内容、受众、效果等核心逻辑，分析传播现象与现存问题、总结传播规律与优化策略，形成完整的媒介传播分析能力。 ②使用 AI 创作工具等，独立完成图文、短视频、宣传文案等媒介内容创作与优化，保证内容合规、质量达标，符合传播规律。 ③依托数据分析工具梳理用户特征与传播场景，独立完成传播策划方案； ④精准识别各类传播问题，准确判断传播风险，提出合规、可行的风险规避与治理方案。
活动策划 (品牌项目)	①理解品牌定位、调性提取、用户画像构建、消费场景与情绪价值设计；能从 Brief 中拆解核心诉求，完成受众分层与触达路径设计。 ②理解“调研→创意脑暴→主题设计→展示设计→体验设计→方案撰写→预算编制→执行 SOP→风险预案→复盘评估”思路；掌握标准化策划案结构，具备跨媒介资源整合与节点管控能力。 ③理解虚拟场地搭建、数字人主持、AI 互动装置、数据埋点与 ROI 测算；熟悉主流 AIGC 工具在策划各环节的应用边界与版权合规。 ④理解招投标流程、合同要点、安全预案、知识产权保护、课程思政（文化导向）；具备成本控制意识、法律风险防范能力与社会责任感。	①创意开发：运用 AIGC 生成分镜脚本、海报初稿等。 ②受众洞察：运用 AI Prompt 工程生成 Persona 画像；AI 舆情抓取提炼情绪关键词。 ③每周完成 1 项微型任务（如 AI 海报生成、预算表搭建、风险清单），企业导师、教师双评。 ④活动执行沙盘模拟：在虚拟系统中处理突发状况（天气、舆情、预算超支），做出资源调配决策（AI 生成应急情景，学生人工决策，系统自动评分）。 ⑤综合能力考核-品牌项目全案策划：运用 AI 辅助输出（需提交《AI 工具使用清单与提示词库》）完整策划书（含创意核心、视觉体系、体验设计、执行 SOP、预算表、风险评估、ROI 预测等），完成 15 分钟路演。
文化产业导论	①产业认知与基础框架，系统讲解文化创意产业的定义、特征、分类及国内外发展历程与现状，解析产业政策与宏观环境，教学上要求运用教材与行业白皮书，通过案例对比帮助学生建立系统认知。 ②市场分析与产品开发，深入剖析文化消费市场需求与消费者行为，讲解文化产品从创意到营销的全价值链流程，教学上要求以真实产品为牵引，采用“项目-任务驱动”模式组织模拟调研与设计。 ③业态融合与发展趋势，聚焦“文化+旅游”、“文化+博馆”、“文化+科技”等融合实践模式，分析数字文创、IP 运营等新业态，教学上要求结合优质公开课资源，并邀请企业专家进校分享一线案例。 ④综合项目策划与执行，学生分组选择	①运用 AI 抓取城市人才流动、文化设施密度数据生成热力图；虚拟漫游创意街区； ②IP 运营分析：使用 AIGC 辅助设计 IP 衍生矩阵；掌握 AI 情感分析消费者评价反哺选品逻辑； ③产业趋势洞察：运用 AI 抓取近政策或市场数据，完成 1 份产业分析报告，含 SWOT 或 PESTEL、价值链拆解、AI 影响评估； ④经典案例商业拆解：地方文创园为例，提出可落地优化建议；允许使用 AI 生成图表，但核心观点需为原创，注明 AI 辅助环节； ⑤综合能力评估-文化产业创意纪录片开发：从（文化）旅游、节庆活动、休闲体育、影视、演艺音乐、艺术（美术）、图书出版、游戏、时尚、创意设计等文化创意行业中选择一项主

	如节庆活动焕新或博物馆 IP 开发等真实课题，完成从分析、策划到路演的全流程，教学上要求联合本地文旅企业或博物馆开展实地教学，教师作为项目导师全程指导，重点培养团队协作与创意执行能力。	题，以纪录片或微电影形式体现，设法在调研中搜集、摄制一手的影像素材，聚焦文化产业课题研究创作；运用 AI 剪辑技术辅助纪录片创作。
乡村文化创意开发	①理解非遗、农耕、民俗、建筑、生态资源的分类、价值评估、产权归属与社区利益；掌握田野调查基础方法，能绘制“乡村文化基因图谱”。 ②理解符号现代化转译、在地故事挖掘、乡村 IP 人格化设计、文创产品开发路径；能完成“文化元素→现代设计→产品形态”的转化链路设计。 ③学习农创电商、文旅民宿、研学体验、社区共建机制、政策申报与资金对接；掌握可持续盈利模型，理解“政府-企业-村集体-村民”利益联结。 ④学习短视频矩阵、直播带货话术、乡村文旅虚拟漫游、社交媒体裂变策略；能制定轻量化、低成本的乡村数字化传播方案。	①乡村 IP 开发：运用 AIGC 辅助包装设计、品牌 VI 生成；AI 构建虚拟乡村 IP 数字人。 ②商业模式运营：掌握用 AI 生成商业计划书财务模型；AI 模拟不同定价策略下的客流转化。 ③数字营销与传播：AI 短视频脚本生成+自动剪辑；AI 直播话术优化与弹幕情感分析。 ④数字推介路演：制作 AI 虚拟导览视频+1 套电商传播物料包，完成项目推介；视频、图文需为 AI+人工协同制作，禁止完全外包或纯 AI 生成。 ⑤综合能力考核-乡村文创项目策划书：含资源评估报告、IP 设计方案（AI 辅助）、产品、服务清单、运营模型、社区参与机制；AI 设计产出需附原始提示词与人工修改轨迹；需体现“在地性”与“反同质化”。
图形创意	①了解图形创意相关领域的学术前沿、AIGC 技术应用、创新思维方法、跨界视觉实验、智能生成工具等知识。 ②熟悉图形创意项目的实施流程、版权规范及视觉设计标准。 ③掌握联想与发散思维方法、AI 提示词驱动图形生成，同构、解构、异变等创意手法的表现、图形绘制与矢量化处理的方法、输出工艺跟进要点及设计软件与 AI 协同操作技术规程。 ④具备图形项目执行管理及视觉逻辑冲突等异常情况判断和修正的能力，能够做好知识产权保护及防范 AI 生成侵权措施。 ⑤具备考取工艺美术师证书和参加各类广告设计、AIGC 视觉创意技能竞赛的能力。	①资料收集与考核：需全面收集视觉素材与文化背景，利用 AI 辅助生成思维导图与情绪板，精准完成创意灵感调研。 ②创意方案构思与生成考核：掌握思维导图推导、AI 生图探索与迭代、同构异变等手法表现、草图绘制及创意可视化定稿。 ③视觉审查与逻辑修正考核：能审查图形视觉表达，判断 AI 生图结构错误或语义偏移等异常并修正，做好知识产权保护。 ④技法表现与载体适配考核：熟练操作 AI 平台与专业设计软件，规范进行 AI 图形的矢量化转换、细节精修与多媒介载体工艺映射。 ⑤受众测试与图形优化考核：能分析受众反馈与传播数据，运用 AI 快速生成图形变体进行测试，合理调整图形色彩、正负空间与视觉重心。 ⑥综合能力考核：了解前沿知识，掌握人机协同创作逻辑，熟悉版权规范，具备考证和竞赛能力。
社会调查方法（文化节事）	①学习研究范式选择、问题转化、抽样方法等，能进行问卷、访谈或观察设计、知情同意与隐私保护；能根据文化节事	①调研设计：运用 AI 辅助问卷逻辑校验与题项优化；AI 生成伦理审查清单。 ②数据采集与处理：运用 AI 语音转写

	特征设计科学、合规的调研方案。 ②学习线上线下数据采集、语音转写、文本编码、信效度检验、缺失值处理；掌握多源数据清洗基础流程，能使用基础统计工具。 ③理解描述统计、交叉分析、方差分析、情感分析、扎根理论编码、数据可视化；能针对客流量、满意度、消费结构、文化传播力等指标完成分析。 ④学习报告结构、图表规范、结论提炼、管理建议、汇报技巧；产出结构清晰、证据充分、建议可落地的调研报告。	+自动标点；NLP 工具进行开放式问题主题聚类。 ③定量与定性分析：运用 AI 自动生成数据看板；大模型辅助解读统计结果与业务建议。 ④报告撰写：运用 AI 辅助摘要生成、图表排版优化。 ⑤综合能力考核-文化节事微调研全流程：完成方案设计-数据采集-清洗分析-报告撰写-可视化看板全链路；需提交《AI 工具使用说明书》，标注哪些环节使用 AI、如何人工校验。
--	--	--

3. 专业拓展课程

包括：分镜脚本设计、数字动画创作、展示设计、品牌设计、影视广告创作、直播策划、潮汕文化概论、中国文化产业史、新媒体内容创作、新媒体辅助设计、新媒体平台策划与运营、新媒体经典案例分析、新媒体营销概论、新媒体传播概论。

4. 综合能力课程

包括：设计基础(1)、设计基础(2)、设计基础(3)、设计基础(4)、摄影摄像、视频编辑技术、非遗文化创意技能实训(1)、非遗文化创意技能实训(2)、书籍设计、界面设计、社会调查(项目制学习)、岗位实习。

七、教学活动周数分配

表 3 教学活动周数分配表

学年	学期	入学教育、军事技能训练	课堂教学	复习考试	岗位实习、毕业论文(设计)、毕业教育	机动周	学期合计	学年合计
一	1	1	15	2	0	2	20	40
	2	2	16	2	0	0	20	
二	3	0	18	2	0	0	20	40
	4	0	18	2	0	0	20	
三	5	0	18	2	0	0	20	40
	6	0	0	0	20	0	20	
合计		3	85	10	20	2		120

八、教学进程总体安排

(一) 课程计划

表 4 各类课程学时、学分分配表

课程类别	学时	占总学时比例 (%)	学分	占总学分比例 (%)	相关标准要求
------	----	------------	----	------------	--------

公共基础课程		834	31.12	43	30.29	学时不少于总学时的 1/4
专业（技能）课程		1846	68.88	99	69.71	
合计		2680	100	142	100	
其中	必修课	2392	89.25	126	88.73	
	选修课	288	10.75	16	11.27	学时不少于总学时的 10%
实践性教学学时		1754				学时 占总学时 50%以上
实践性教学占总学时比（%）		65.4				

（二）教学进程安排

表 5 教学进程安排表

课程类别 、性质		序号	课程编码	课程名称	学分	学时	学时分配		课程安排及周学时数						备注	
							理论 教学	实践 教学	第一学年		第二学年		第三学年			
									第一 学期	第二 学期	第三 学期	第四 学期	第五 学期	第六 学期		
									15 周	16 周	18 周	18 周	18 周	20 周		
									周学时数 / 学期时数							
公共基础课程	必修 课	1	99000742B	毛泽东思想和中国特色社 会主义理论体系概论	2	32	32	0			2					
		2	99000752B	习近平新时代中国特色社 会主义思想概论	3	52	52	0			3▲					
		3	99000522B	思想道德与法治(1)	3	24	22	2	1							
		4	99000532B	思想道德与法治(2)		30	26	4		2						
		5	99000032A	形势与政策（1）	1	8	8	0	(8)							
		6	99000612A	形势与政策（2）		8	8	0		(8)						
		7	99000062A	形势与政策（4）		8	8	0			(8)					
		8	99000072A	形势与政策（5）		8	8	0				(8)				
		9	99000952B	走在前列的广东实践	1	16	10	6			1					
		10	99000082B	大学英语(1)	3	56	34	22	3▲							
		11	99000092B	大学英语(2)	4	72	43	29		4▲						
		12	99000122B	体育(1)	2	36	4	32	2▲							
		13	99000132B	体育(2)	2	36	4	32		2▲						
		14	99000142B	体育(3)	2	36	4	32			2▲					
		15	99000612B	信息技术与人工智能	3	48	24	24		3▲						
		16	99000822B	劳动教育（1）	2	8	4	4	8							
		17	99000832C	劳动教育（2）		6	0	6		6						
		18	99000842C	劳动教育（3）		6	0	6			6					
		19	99000852C	劳动教育（4）		6	0	6				6				
		20	99000862C	劳动教育（5）		6	0	6					6			
		21	99000602A	国家安全教育	1	16	16	0		1						
		22	99000582B	艺术鉴赏	2	32	16	16				2				

		23		99000922B	创新创业教育与职业规划(1)	2	10	8	2	(10)							
		24		99000932B	创新创业教育与职业规划(2)		14	10	4		(14)						
		25		99000942B	创新创业教育与职业规划(3)		12	7	5				(12)				
		26		99000562B	大学语文	2	32	28	4		2						
		27		99000702B	大学生心理健康教育(1)	1	16	8	8	(16)							
		28		99000712B	大学生心理健康教育(2)	1	16	8	8		(16)						
		29		99000902A	军事理论	2	36	36	0		2						
		30		99000912C	军事技能训练	2	112	0	112		2						
		小计					41	798	428	370	10	14	6	5	0	0	
		选修课	1	99000293A	中共党史(指定性选修课)	1	18	18	0		(18)						
			2	99000783B	全校性公共选修课(说明:第2~5学期开设)	1	18	9	9								
			小计					2	36	27	9	0	0	0	0	0	0
		公共基础课程合计					43	834	455	379	10	14	6	5	0	0	
专业(技能)课程	专业基础课程	必修课(含专业群共享课)	1	06041010B	基础写作	4	60	30	30	4▲							
			2	06041020B	素描基础	3	54	18	36	4							
			3	06041030B	文化活动设计	2	32	22	10		2						
			4	06041040B	设计色彩	3	48	18	30		3						
			5	06041050B	文化创意概论	2	30	6	24	2							
			6	06041060B	创意文案写作	4	64	30	34		4▲						
			小计					18	288	124	164	10	9	0	0	0	0
		合计					18	288	124	164	10	9	0	0	0	0	
	专业核心课程	必修课(含专业群共享课)	1	06041070B	创意思维	3	54	27	27			3					
			2	06041080B	媒介与传播	2	36	24	12				2▲				
			3	06041090B	活动策划(品牌项目)	3	54	22	32					3			
			4	06041100B	文化产业导论	2	36	18	18	2							
			5	06041110B	乡村文化创意开发	2	36	22	14			2▲					
			6	06041120B	图形创意	4	54	18	36					3			
			7	06041130B	社会调查方法(文化节事)	2	36	22	14				2				
		小计					18	306	153	153	2	0	5	4	6		
	合计					18	306	153	153	2	0	5	4	6			
	专业拓展课程	限选课	模块一(2选1)	06041011B	分镜脚本设计	2	36	12	24		2						最低应选修2学分
				06041021B	数字动画创作												
			模块二(2选1)	06041031B	展示设计	3	54	16	38					3		最低应选修3学分	
				06041041B	品牌设计												
			模块三(2选1)	06041051B	影视广告创作	3	54	16	38				3			最低应选修3学分	
				06041061B	直播策划												

	任选课	模块四（2选1）	06041071B	潮汕文化概论	2	36	18	18					2		最低应 选修2 学分
			06041081B	中国文化产业史											
		模块五（2选1）	06041091B	新媒体内容创作	2	36	18	18				2		最低应 选修2 学分	
			06041101B	新媒体辅助设计											
		1	06041111B	新媒体平台策划与运营	2	36	18	18				2		最低应 选修2 学分	
		2	06041121B	新媒体经典案例分析											
		3	06041131B	新媒体营销概论											
		4	06041141B	新媒体传播概论											
	小计	可选修课程学分				32	576								
		最低要求选修学分				14	252	98	154	0	0	2	5	7	
合计					14	252	98	154	0	0	2	5	7		

综合能力课程	必修课	1	06041010C	设计基础(1)	3	48	0	48		3▲					
		2	06041020C	设计基础(2)	2	36	0	36			2▲				
		3	06041030C	设计基础(3)	2	36	0	36				2▲			
		4	06041040C	设计基础(4)	3	54	0	54					3▲		
		5	06041140B	摄影摄像	2	36	12	24			2				
		6	06041150B	视频编辑技术	3	72	24	48				4			
		7	06041060B	非遗文化创意技能实训（1）	8	144	30	114			8				
		8	06041070B	非遗文化创意技能实训（2）	8	144	30	114				8			
		9	06041050C	书籍设计	2	36	0	36					2		
		10	06041060C	界面设计	2	36	0	36					2		
		11	06041070C	社会调查（项目制学习）	2	22	0	22	不少于1周						
		12	06041080C	岗位实习	12	336	0	336						(336)	含毕业教育
		小计				49	1000	96	904	0	3	12	14	7	
	合计				49	1000	96	904	0	3	12	14	7		

专业（技能）课程合计					99	1846	471	1375	12	12	19	23	20		
总学时					142	2680	926	1754	22	26	25	28	20		
最低应修满学分					142										

说明： 1. 每学期考试科目均用“▲”在备注栏标注，没标注的为该学期考查科目；

2. 《健康教育》安排在新生入学教育期间以专题形式开展，不占用总学时。学生心理咨询工作安排学生在校期间以心理咨询、心理团辅、心理危机干预的形式开展，不占用总学时。

3. 专业群共享课程及开展线上教学的课程在备注栏中备注。

4. 岗位实习一般为 6 个月，计 12 学分，336 学时；如毕业设计安排在第六学期，统一在“岗位实习”一栏的备注中说明。

九、实施保障

（一）师资队伍

1. 队伍结构

学生数与本专业专任教师数比例不高于 25:1，“双师型”教师占专业课教师数比例一般不低于 60%，高级职称专任教师的比例不低于 20%，专任教师队伍要考虑职

称、年龄、工作经验，形成合理的梯队结构。能够整合校内外优质人才资源，选聘企业高级技术人员担任行业导师，组建校企合作、专兼结合的教师团队，建立定期开展专业（学科）教研机制。

2. 专业带头人

原则上应具有美术学、设计学、新闻学、文学、文化学等相关专业博士学位或副高及以上职称和较强的实践能力，能够较好地把握国内外文化艺术、娱乐、互联网和相关服务行业、专业发展，能广泛联系行业企业，了解行业企业对本专业人才的需求实际，主持专业建设、开展教育教学改革、教科研工作和社会服务能力强，在本专业改革发展中起引领作用。

3. 专任教师

具有高校教师资格；原则上具有美术学、设计学、新闻学、文学、文化学等相关专业本科及以上学历；具有一定年限的相应工作经历或者实践经验，达到相应的技术技能水平；具有本专业理论和实践能力；能够落实课程思政要求，挖掘专业课程中的思政教育元素和资源；能够运用信息技术开展混合式教学等教法改革；能够跟踪新经济、新技术发展前沿，开展技术研发与社会服务；专业教师每年至少 1 个月在企业或生产性实训基地锻炼，每 5 年累计不少于 6 个月的企业实践经历。

4. 兼职教师

主要从本专业相关行业企业的高技能人才中聘任，应具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，一般应具有中级及以上专业技术职务（职称）或高级工及以上职业技能等级，了解教育教学规律，能承担专业课程教学、实习实训指导和学生职业发展规划指导等专业教学任务。根据需要聘请技能大师、劳动模范、能工巧匠、非物质文化遗产代表性传承人等高技能人才，根据国家有关要求制定针对兼职教师聘任与管理的具体实施办法。

（二）教学设施

1. 专业教室要求

本专业拥有多媒体教室多间，均配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，互联网接入环境，并具有网络安全防护措施。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。校内有茶艺实训室、非遗文创实训室，校外有多个实践基地，可以满足本专业学生的理论与实践教学需要。

2. 校内外实验、实训场所要求

表 6 校内实训室

序号	实训室名称	实训项目	设备配置	
			主要设备名称	数量
1	潮汕工夫茶实训室	潮汕工夫茶标准冲泡技艺、潮汕茶礼与茶文化传承、茶艺表演编排与展示	工夫茶茶具（含盖碗、公道杯、茶杯、茶盘、茶夹等）	20 套
			煮水器	20 个
			茶艺桌	20 台
2	非遗文创实训室	潮绣基础技法训练、嵌瓷基础技法训练、篆刻基础技法训练	数字展屏	1 台
			印石材料库	1 个

表 7 校外实训、实习基地

企业类型	数量	功能	可接纳学生人数/年	备注
文化传媒设计类企业	3	参观调研	40	
		实践学习	30	
		项目式实训	30	
商贸类企业	3	实践学习	20	
		岗位实训	20	
		项目式实训	40	

注：“企业类型”表示什么样的企业，例如：技术服务公司、设备供应商、经销商、企事业单位、制造类企业、设计类企业等。

（三）教学资源

表 8 教学资源要求

资源类型	有关要求
教材选用	严格审查教材选用，禁止不合格的教材进入课堂。原则上从国家和省级教育行政部门发布的规划教材目录中选用，优先选用近三年出版的职业教育国家、省级规划教材和精品教材，根据专业建设开发编写校本特色教材和实践指导书。
图书文献配备	本专业书籍不少于 50 种，120 册。主要包括《文化创意产业概论》《创意思维训练》《品牌策划与管理》《新媒体运营实战》《平面设计原理》《中国工艺美术史》《非遗数字化设计》《潮汕文化概论》等本专业教材以及《装饰》《艺术与设计》《中国文化报》等杂志相关资源。
数字教学资源配备	配置与课程配套的相关数字化教学资源： 1. 专业课程资源（含电子课件、在线课程、微课等）：文创设计素材库、非遗数字化资源库、潮汕文化数字资源库等；实训教学微课 30 个以上，涵盖品牌策划、新媒体运营、视觉设计等核心课程。 2. 数字电子资源（包括期刊、电子资源、外刊等，学习网址）：（1）中国知网（CNKI）期刊数据库 https://www.cnki.net ；（2）超星读书

（四）教学方法

本专业采用项目教学、案例教学、情境教学、模块化教学等教学方式，运用启发式、探究式、讨论式、参与式等教学方法，鼓励创新教学方法和策略，重点构建 AI 赋能的理实一体化教学模式：1. 推行“人工 + AI 协同创作”的项目化教学，以真实文创项目为载体，引导学生运用 AI 工具完成项目全流程创作，强化 AI 技能的场景化应用；2. 运用 AI 教学辅助工具，实现个性化教学辅导、学习效果智能分析、教学内容动态优化，提升教学精准度与效率。全面贯彻实施好本专业人才培养方案，必须在课程实施过程中坚持学生为中心的理念，努力做到综合使用“产教融合、工学结合、任务驱动、项目导向”等教学方法。根据课程思政教学要求，在专业课程中有机融入课程思政内容，确保育人质量。

（五）学习评价

本专业每门课程针对学生学习效果设计多样化评价体系，考核评价内容兼顾认知、技能、情感等方面，体现评价标准、评价主体、评价方式、评价过程的多元化，同时将学生对人工智能工具的理解与应用能力纳入考核范畴，考查其在学习与实践过程中合理选用 AI 工具辅助解决问题、优化 workflows 的能力。通过多元参与、过程评价与终结考核相结合的课程教学评价体系，合理评价学生掌握知识、技能、素质能力。

（六）质量管理

1. 构建“1410+N”的育人工作体系。坚持“一个中心”（以立德树人为中心），深化“四大工程”（思政课程“铸魂”工程、课程思政“春雨”工程、红色文化“传播”工程、潮侨文化“传承”工程）建设，开展“十大育人”（课程、科研、实践、文化、网络、心理、管理、服务、资助、组织）行动，培育 N 个示范学院、育人精品项目，形成“三全育人”品牌矩阵。

2. 学校和二级院系应建立专业人才培养质量保障机制，健全专业教学质量监控管理制度，改进结果评价，强化过程评价，探索增值评价，吸纳行业组织、企业等参与评价，并及时公开相关信息，接受教育督导和社会监督，健全综合评价。完善人才培养方案、课程标准、课堂评价、实验教学、实习实训、毕业设计以及资源建设等质量保障建设，通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进，达到人才培养规格要求。

3. 学校和二级院系应完善教学管理机制，加强日常教学组织运行与管理，定期开展课程建设、日常教学、人才培养质量的诊断与改进，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。

4. 专业教研组织应建立线上线下相结合的集中备课制度，定期召开教学研讨会，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。

5. 学校应建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，并对生源情况、职业道德、技术技能水平、就业质量等进行分析，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况。

十、毕业要求

（一）基本素质要求

德、智、体、美、劳全面发展，思想品德及操行考核合格；体质健康测试达标。

（二）学分要求

实行学分制，实施学分制改革选课制，学生在最长学习年限内获得的总学分达到人才培养方案中规定的毕业最低总学分要求且必修课全部合格。

最低应修满 142 学分，其中公共基础必修课程应修满 41 学分，专业（技能）必修课程应修满 85 学分，选修课程应修满 16 学分。

学分置换按相关规定执行，其中专业核心课程不得免修和学分置换。

（三）等级证书要求

表 9 职业技能等级证书（含职业资格证书）

序号	证书名称	证书等级	颁证机构	获证要求	备注
1	WPS 办公应用	中级	北京金山办公软件股份有限公司	建议考取	
2	人力资源管理师	四级	中华人民共和国人力资源和社会保障部	建议考取	
3	茶艺师	中级	中华人民共和国人力资源和社会保障部	建议考取	
4	AIGC 艺术设计师	高级	工业和信息化部教育与考试中心	建议考取	

表 10 基本技能证书

序号	证书名称	证书等级	颁证机构	获证要求	备注
1	全国计算机等级考试一级合格证书	初级	教育部考试中心	建议考取	

2	大学英语四、六级考试成绩报告单	四级、六级	教育部高等教育司 全国大学英语四、六级考试委员会	建议考取	
3	高等学校英语应用能力考试证书	B 级	高等学校英语应用能力考试委员会	建议考取	

十一、附录

(一) 教学进程安排表

周次 学期	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
一			☆	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	△	△
二	☆	☆	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	△	△
三	--	--	--	--	--	--	--	--	--	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	△	△
四	--	--	--	--	--	--	--	--	--	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	△	△
五	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	△	△
六	◇ ◎	◇ ◎	◇ ◎	◇ ◎	◇ ◎	◇ ◎	◇ ◎	◇ ◎	◇ ◎	◇ ◎	◇ ◎	◇ ◎	◇ ◎	☆ ◇ ◎	◇ ◎	◇ ◎	◇ ◎	◇ ◎	◇ ◎	◇ ◎

1.以符号的形式填写；
2.符号说明：军训与入学教育、毕业教育☆ 教学-- 复习考试△ 综合实训◆ 认知实习、跟岗实习、研习//岗位实习◇毕业设计（论文）◎毕业演出●

(二) 参与制订的企业

1. 深圳东西部农产品品牌运营管理有限公司
2. 潮汕工夫茶研究所
3. 汕头市智创玩具礼品有限公司
4. 汕头市奕盛文化传播有限公司
5. 广东壹胜文化有限公司