

2024 级文化创意与策划专业

人才培养方案

专业代码：550401

执笔人：彭舒玲

教师代表：杨瑱莹、林兴彪

行业（或企业）代表：杨温柔

专业带头人：彭舒玲

一、专业名称及代码

专业名称：文化创意与策划

专业代码：550401

二、入学要求

普通高级中学毕业生、中等职业学校毕业生或具有同等学力者

三、修业年限

学制 3 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)	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)	文化创意与策划(550401)	新闻出版、文化工作人员2-12	策划师、新媒体运营	策划师(营销、产品、广告、媒体等),运营师

五、培养目标

本专业培养理想信念坚定，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、信息素养、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能力，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，具有工匠精神和现代化数字信息素养、通晓新媒体数字应用技能、短视频制作运营技能，面向互联网行业及文化艺术业等行业的文案策划专员、新媒体运营专员、数字广告策划专员、企业宣传专员等职业岗位，能够从事电商美工、短视频拍摄剪辑、文案撰写、活动策划、新媒体运营、广告策划等领域的高素质技术技能人才。

六、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：

(一) 素质

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；崇尚宪法、遵守法律、遵规守纪；具有社会责任感和参与意识。

2. 具有良好的职业道德和职业素养。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；具有质量意识、绿色环保意识、安全意识、信息素养、创新精神；具有较强的集体意识和团队合作精神，能够进行有效的人际沟通和协作，与社会、自然和谐共处；具有职业生涯规划意识。

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。

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。

5. 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。

6. 具有良好的审美和人文素养，感受美、表现美、鉴赏美、创造美的能力，能够形成一两项艺术特长或爱好；掌握一定的学习方法，具有良好的生活习惯、行为习惯和自我管理能力。

（二）知识

（1）掌握必备的思想政治理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识。

（2）熟悉与本专业相关的法律法规以及环境保护、安全消防等相关知识。

（3）熟悉文化创意策划的基本理论与文化企业管理的基本知识。

（4）掌握文化市场调研与商务谈判的基础知识与方法。

（5）掌握活动、广告、宣传、营销等文案撰写的基本知识与方法。

（6）掌握活动、广告、新媒体产品、数字产品创意与策划的基本知识与方法。

（7）掌握新媒体运营的基本知识与方法。

（8）掌握文化知识产权保护的基本知识与方法。

（9）掌握常用办公软件Office、图片处理软件Photoshop、音视频编辑软件Premiere、After Effects使用的基本知识和方法。

（三）能力

（1）具有探究学习、终身学习、分析问题和解决问题的能力。

（2）具有良好的语言、文字表达能力和沟通能力。

（3）具有文化项目市场调研与谈判的能力。

（4）具有撰写活动策划案、广告策划案、宣传文稿、营销策划案等相关文本能力。

（5）具有策划与执行文化活动、广告项目的能力。

（6）具有策划微博、微信、小红书、抖音等新媒体产品及进行运营的能力。

（7）具有策划、制作数字创意产品的能力。

（8）具有使用手机摄影制作、单反相机和摄像机拍摄制作能力，具备常用办公软件、图片处理软件、视频编辑软件、新媒体工具软件进行辅助策划与运营的能力。

七、课程设置与学时学分安排

（一）课程设置

1. 职业素养与基础知识领域

包括：思想道德与法治；毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论；习近平新时代中国特色社会主义思想概论；军事理论和军事技能；形势与政策；大学生职业发展与就业指导；大学生创新创业教育；沟通与礼仪训练；体育与健康；心理健康教育；信息技术；四史教育；大学英语、国家安全教育等。（**课程教学要求详见附表**）

2. 职业技术领域

含专业技能课和专业核心课，建议按职业岗位（群）工作项目（任务）以“工学结合”、

“仿真模拟”、“边学边做”的模式设置课程模块。

(1) 专业基础课程

包括：大众传媒通论、PhotoShop 图像处理、手机视频拍摄与制作、视听语言、创意摄影。

(2) 专业核心课程

包括：品牌策划与推广、短视频运营、Pr 视频剪辑、新媒体文案编辑、摄像技术、新媒体运营与工具应用

序号	课程名称	课程教学目标	课程教学内容	课程教学要求	学时/学分
1	广告创意与策划	<p>知识目标</p> <p>使学生了解广告创意的概念和创意过程；掌握广告的创意手法与构成要素。培养高效的创新能力。</p> <p>能力目标</p> <p>能够在创意方法及规律的指导下，结合素描色彩知识，完成初级平面广告设计与制作。帮助同学们快捷地学习并获得非凡创意的技能，通过项目实训，让学生掌握一些具体的、实用的创意方法。</p> <p>素质目标</p> <p>帮助学生积累实际工作经验，提高学生的职业实践能力和职业素养。是通过广告创意训练，挖掘同学们潜在的创造力，并借此激发艺术设计才能，帮助他们抛弃常规，获得自由创造的勇气。</p>	广告环境分析、广告诉求点确定、营销策略选择与执行方案制定、广告媒介计划制定、广告创意表现、广告策划方案与广告提案的撰写等	任课教师应挖掘课程思政元素，将课程思政融入教学中，要有一定的广告创意策划实践经验。本课程对接全国大学生广告艺术大赛，践行“以赛促教、以赛促学”的理念，要求教师围绕赛事精选教学内容，精细组织教学，并对学生的参赛作品进行针对性指导。课程考核采取作品考核。	72/4.0
2	短视频运营	<p>知识目标</p> <p>了解短视频的基础知识，认识主流短视频平台以及短视频运营攻略。</p> <p>掌握短视频账号的定位方式，包含功能定位、IP 定位、用户定位、内容定位和主页设置定位，以及认识短视频账号的定位步骤和技巧。</p> <p>掌握短视频内容运营的方法。掌握短视频引流、粉丝运营、账号矩阵化运营和付费推广的方式。</p>	认识短视频、短视频账号定位、短视频内容运营、短视频拍摄与剪辑、短视频引流推广、短视频商业变现、短视频案例分析等，教学生学生快速掌握短视频	通过多元化教学，把所需掌握的知识点融入短视频运营实训项目，使学生能够更真实地体验和参与到项目的实战流程中。通过案例观摩+教师演示+学生演练，使学生能够更快地掌握短	72/4.0

	<p>掌握抖音短视频商业变现的方式。分析短视频案例，对不同类型代表性短视频账号进行全面分析，掌握其运营的重点。</p> <p>能力目标：</p> <ul style="list-style-type: none"> (1) 能够通过引流推广、用户运营等开展短视频运营活动 (2) 能够通过销售商品、用户付费、广告变现、平台扶持、加入MCN机构等方式实现短视频商业变现。 (3) 能够分析不同类型的短视频账号，找到其优势与劣势。 <p>素质目标</p> <ul style="list-style-type: none"> (1) 具备短视频行业的基本职业道德，热爱工作，虚心学习，勤奋工作，遵守行业法律、法规。 (2) 培养用户思维、流量思维、产品思维、大数据思维等运营思维。 (3) 养成认真踏实、细心耐心、注重合作、积极上进的工作作风，具有良好的服务意识。 (4) 讲究工作效率和时间观念，养成良好的书面记录习惯，及时回复用户的各种要求，有重要事项及时进行反馈。 (5) 保持对短视频行业的敏感性，提高沟通协调能力。 (6) 锻炼自学能力和可持续发展能力。 	<p>运营技巧和方法 了解短视频运营的相关理论知识，掌握短视频运用、账号运营、内容运营、IP运营、流量运营、“带货”运营、变现运营、矩阵运营、团队运营、企业运营</p>	<p>视频运营技能。通过启发引导的授课方式，培养学生的创新思维，促进学生对核心技能的掌握和短视频运营任务的实施。</p>	
3	<p>知识目标</p> <ul style="list-style-type: none"> (1) 了解短视频的特点和类型，掌握短视频剪辑节奏的类型，以及短视频剪辑的工作内容。 (2) 熟悉Premiere、AE工作区的使用方法，掌握导入与整理素材、创建序列、粗剪与精剪视频、导出视频、升格和降格视频、运用效果控件，以及制作竖屏视频、电影遮幅效 	<p>Premiere软件 进行素材导入和管理、视频脚本创作、剪辑章法与转场技巧、抠像调色技巧、视频特效制作、字幕制作、音频编</p>	<p>通过多元化教学，把所需掌握的知识点融入短视频创作实训项目，使学生能够更真实地体验和参与到项目的实战流程中。通过案例观摩+教师演示+</p>	72/ 4.0

		<p>果、画中画效果、分屏多画面效果和添加短视频封面的方法。</p> <p>(3) 熟练掌握 Premiere、AE 软件工具的应用技巧。</p> <p>(4) 了解旅拍 Vlog、生活 Vlog、微电影、宣传片等短视频的剪辑思路，并通过实训案例掌握宣传片短视频、旅拍 Vlog 的剪辑方法与技巧。</p> <p>能力目标</p> <p>能够熟练运用 Premiere、AE 剪辑各类短视频作品，根据实际需要制作各种短视频转场特效、调色、音频处理、添加与编辑短视频字幕等。</p> <p>素质目标</p> <p>具备短视频行业的基本职业道德，热爱工作，虚心学习，勤奋工作，遵守行业法律、法规。培养用户思维、流量思维、产品思维、大数据思维等运营思维。养成认真踏实、细心耐心、注重合作、积极上进的工作作风，具有良好的服务意识。保持对短视频行业的敏感性，提高沟通协调能力、锻炼自学能力和可持续发展能力</p>	<p>辑、片头片尾制作等。</p>	<p>学生演练，使学生能够更快地掌握 Premiere、AE 制作视频技能。通过启发引导的授课方式，培养学生的创新思维，促进学生对核心技能的掌握和短视频创作任务的实施。</p>	
4	新媒体文案编辑	<p>知识目标</p> <ol style="list-style-type: none"> 熟悉各类新媒体平台，具备熟练的访问与应用能力。 具备信息检索、信息收集的能力，能采集各类优质文案。 具有良好的文案阅读能力，文案归纳与总结能力。 熟练掌握各类文案创意方法和策略。 具备各类文案稿件的写作能力和仿写能力。 熟悉产品文案的卖点提炼方法。 掌握能熟练应用故事文案和的写作技巧。 能策划和撰写企业传播文案。 	<p>微信公众号文章的组稿、编辑、排版，以及原创文章的撰写、微博及微信平台的运营与维护、新媒体平台的文字编辑和维护，包括文字，图片，视频，音频等多种创意呈现形式</p>	<p>需重视多元化教学资源的引用，除了新形态教材、在线课程，还分享优秀文案作品和优秀的文案资源平台，引导学生关注文案类媒体账号，广泛阅读各类新媒体文案，实现词汇量的积累和提升。采取案例教学法、讨论法等，不断研读优</p>	72/ 4.0

		<p>9. 根据营销目标，策划活动文案。</p> <p>10. 能撰写微信公众号文案，策划微信专题信息。</p> <p>11. 能够撰写短视频脚本、对白、字幕等文字内容。</p> <p>12. 能够策划新媒体广告文案。</p> <p>13. 具备文案创意能力，能写出原创文案。</p> <p>14. 能够根据要求修改文案稿件。</p> <p>能力目标</p> <p>具备良好的阅读能力、收集、归纳和分析信息的能力、新闻敏锐性和深刻的观察力、分析问题、比较问题、解决问题的能力、自主学习能力、模仿能力、学习、总结与迁移能力、具备创意策划能力、新媒体创新创业能力。</p> <p>素质目标</p> <p>了解新媒体文案的写作步骤，线上线下的自学能力、持续改进优化的意识，版权保护意识。自我发展能力和岗位迁移能力，具备新媒体职业道德和新闻操守。</p>		<p>秀文案，总结文案策划方法和写作技巧，并通过仿写训练，提高个人写作水平，提升文化内涵，实现训育结合。鼓励学生建设自己的自媒体账号，比如微信公众号、头条号、知乎账号、微博账号等，定期撰写文案，更新账号内容，开展日常运营，并做小组间、个人间效果评比，激发学生的学习兴趣。在课程中融入创新创业教育，培养互联网创新思维和新媒体文案创新能力，在课内外阅读、学习、训练中汲取创作灵感，写出质量较高的原创内容。</p>	
5	摄像技术	<p>知识目标</p> <p>通过本课程的学习，向学生传授摄像技术制作技能，锻炼学生积极探索、踏实肯干、做事严谨、敢于创新等基本素质；让学生养成持续自主学习实践的习惯，具备自学能力、岗位迁移能力和可持续发展能力。学生能够练习使用单反，摄像机，摄像机及附属设备，具有较强的构图能力，电视电影画面意识、把握光线的运用、根据不同的视频进行技术参数的调整，具备摄影摄像的工作职业能</p>	熟悉摄像器材的种类，性能和使用方法，能够正确选择和使用摄像器材；掌握摄像的基本操作和技能，运镜方式；掌握构图的基本原理和方法，了解光线和色彩的	通过理论讲解、演示等方式系统介绍摄影摄像的基本概念、原理和方法，使学生掌握相关理论知识；组织学生进行摄影摄像实践操作、各种设备的操作、光线运用、构图技巧等，培养	84/ 5.0

		<p>力。</p> <p>能力目标</p> <p>(1) 能够练习使用单反，摄像机，摄影机及附属设备，具有较强的构图能力、运用光线和运动镜头等。</p> <p>(2) 能够使用专业设备拍摄与手机拍摄各类视频。</p> <p>(3) 根据不同的视频进行技术参数的调整，具备摄影摄像的工作职业能力。</p> <p>(4) 能够拍摄与制作各种专题视频。</p> <p>(5) 能够布置直播间，并对直播设备、光线和拍摄角度进行调试。</p> <p>素质目标</p> <p>(1) 具备摄影制作行业的基本职业道德，热爱工作，虚心学习，勤奋工作，遵守行业法律、法规。</p> <p>(2) 培养摄影技术核心能力，对摄像设备专业化流程高。</p> <p>(3) 养成认真踏实、细心耐心、注重合作、积极上进的工作作风，具有良好的服务意识。</p> <p>(4) 讲究工作效率和时间观念，养成良好的书面记录习惯，及时回复用户的各种要求，有重要事项及时进行反馈。</p> <p>(5) 保持对广告宣传片视频行业的敏感性，提高沟通协调能力。</p> <p>(6) 锻炼自学能力和可持续发展能力。</p>	基础知识在摄像中的应用	学生的实践操作能力和艺术创造力；选取具有代表性的作品，引导学生进行分析和讨论，深入理解作品的主题、创意和表现技巧；鼓励学生发表自己的观点和看法；讨论交流扩展思维，提高审美水平和艺术鉴赏能力	
6	新媒体运营与工	<p>知识目标</p> <p>(1) 了解新媒体运营的概念，熟悉新媒体平台和新媒体运营岗位；</p> <p>(2) 了解选品原则和方法，掌握测试产品和提炼产品卖点的方法；</p> <p>(3) 掌握新媒体文案的写作，图片的设计，图文排版方法，以及短视频的创作；</p>	课程内容分为新媒体定位、交互排版实操、主流新媒体平台运营、数据采集与分析等，在工作情境还原中以真	任课教师应挖掘课程思政元素，将课程思政融入教学中，对新媒体行业有深入的了解，要有新媒体运营和维护的实战经验，能	5.0

	<p>具 应 用</p> <p>(4) 理解用户画像的原理，掌握各平台用户拉新的方法； (5) 熟悉制定和执行活动方案的流程； (6) 掌握网店、抖音、微信公众号等平台的数据分析方法。</p> <p>能力目标</p> <p>(1) 能明确新媒体运营的岗位职责； (2) 能独立进行网店选品并测试产品，有效提炼产品卖点； (3) 能独立撰写新媒体文案、制作图片并完成图文排版；能和同事协作制作短视频； (4) 能根据数据提炼用户画像并通过各种平台引流实现用户拉新； (5) 能制定并按流程执行活动方案，并在活动后进行切实的复盘； (6) 能独立使用生意参谋分析网店数据，同时能分析抖音和为向公众号的相关数据。</p> <p>素养目标</p> <p>(1) 坚持社会主义核心价值观，树立正确的人生观，职业理想信念坚定； (2) 具有良好的职业道德，自觉遵守行业法律法规； (3) 具有良好的信息素养，较强的网络安全意识； (4) 具有良好的学习习惯、执行能力和协作能力； (5) 具有良好的语言表达和沟通能力。</p>	<p>实运营为载体，演练企事业单位中新媒体运营岗位上工作内容与流程</p>	<p>引入企业参与课程建设，按照企业工作过程实施教学，能根据新媒体运营岗位特征，从学生的现状出发，选取企业项目，提高学生的专业技能，培养良好的思维习惯和实践能力。</p>	
--	---	---------------------------------------	---	--

(3) 集中实践教学环节

序号	实践项目	学期安排	周数	总学时	地点
1	文化产业项目化实训	第4学期	2周	52	实训基地
2	短视频制作综合实训	第4学期	2周	52	实训基地
3	岗位实习 I	第5学期	18周	360	校外企业
4	岗位实习 II	第6学期	18周	360	校外企业

3. 其他

(二) 学时学分安排

学期	总课时	理论课时	实践课时	教学周数	周课时数
1	550	283	267	18	26
2	566	335	231	18	30
3	404	269	135	18	23
4	406	182	224	18	21
5	368	8	360	18	20
6	368	8	360	18	20
合计	2662	1085	1577		
占总学时	100%	40.76%	59.24%		

课程类别	学时	学分	占总学分比例	占总学时比例
职业素养与基础知识领域	844	43	30.3%	31.7%
职业技术能力领域	1550	84	59.2%	58.2%
素质拓展领域	268	15	10.5%	10.1%
合计	2662	142	100%	100%

(三) 课程与教学计划进程表（见附件）

八、人才培养模式

本专业旨在培养面向新媒体方向应用技术型一线人才，熟悉新媒体短视频运作的相关专业知识和专业技术，有较强的运用新媒体营销的理论知识进行实践操作的能力，以“立德树人”为目标，以项目为载体，积极打造专业品牌活动，创新人才培养模式。各类实训条件及实训器材配备齐全，与政府、官方媒体及众多企事业单位深度的合作给学生创造大量的实训实践平台。我们注重实战经验的积累，培养学生的职业精神，带领专业学生在校期间进行大量的短视频创作，受到各级部门的认可及委托承担各项宣传任务的创作。在学习过程中注重实践、实训、实战项目的操作，能较好的从事新媒体方向的高素质技能型人才。

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 22:1, 双师素质教师占专业教师比例不低于 70%，专任教师队伍的职称、年龄、学历结构合理。

2. 专业带头人

专业带头人应具有副高及以上职称，能够较好地把握国内外大型活动组织服务业、文化艺术业等行业、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，教学设计、专业研究能力强，组织开展科研工作能力强，在本区域或本领域具有一定专业影响力。

3. 专职教师

专职教师应具有高校教师资格；有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心；具有文化服务产业管理、网络与新媒体、广告等相关专业本科及以上学历；具有扎实的本专业相关理论功底和实践能力；具有较强信息化教学能力，能够开展课程教学改革和科学研究；有每5年累计不少于6个月的企业实践经历。

4. 兼职教师

兼职教师主要从本专业相关的行业企业聘任，具备良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神，具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，具有中级及以上相关专业职称，能承担专业课程教学、实习实训指导和学生职业发展规划指导等教学任务。

（二）教学设施

主要包括能够满足正常的课程教学、实习实训所需的专业教室、实训室和实训基地。

1. 校内省级实训基地

云共享现代商贸服务专业化产教融合实训基地；校企先后投入经费700.63万元，占地2639.09m²，建有18间实训室，主要有：优优汇联跨境电商实训中心、名鞋库电商运营中心、直播电商等实训室，总工位350个，基地设备总数261台/套，已采购数字营销、数字展示技术（VR方向）等教学资源服务包，基地场所建设和设施设备符合国家建设和安全标准。下表列出了本专业实践教学环境的设备配置要求：

序号	实训室名称	实训项目	设备配置		备注
			主要设备名称	数量	
1	名鞋库厦门兴才基地	文创短视频制作实战	软件、电话、投影、电脑	多套	
2	京东商服厦门兴才实训基地	文创短视频运营实战	电脑	多套	
3	PS实训机房	文创设计	多媒体、电脑	多套	
4	网络与新媒体应用创新实训室	文化创意实战	软件、电话、投影、电脑	多套	
5	市场营销综合实训室	文创策划实战	软件、投影、电脑	多套	
6	视频剪辑实训室	短视频剪辑与制作	软件、投影、电脑	多套	
7	新媒体营销实训室	文化市场营销实战	软件、电话、投影、电脑	多套	
8	摄影工作室	文创品牌设计实训	单反、电脑、软件	多套	

2. 校外实训基地

为了保证学生在校学习的知识和技能能够与企业接轨，我校建立相应的校外实训基地，为学生提供真实的学习工作环境，提供顶岗实习平台。目前，已经签约合作的校外实训基地有闽台两岸大学生乡建乡创实训基地、厦门鹿樱文化传媒有限公司、厦门零尺

度传媒有限公司、厦门集美影视文创园、厦门集美老院子民俗文化风情园等，应充分利用企业资源进行实践教学。

（三）教学资源

主要包括能够满足学生学习、教师教学和科研等需要的教材、图书资料以及数字资源等。

1. 教材选用的基本要求

按照国家规定选用优质教材，禁止不合格的教材进入课堂。学校应建立由专业教师、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。

2. 图书文献配备基本要求

图书文献配备能满足人才培养、专业建设、教学科研等工作的需要，方便师生查询、借阅。专业类图书文献主要包括：文化创意产业政策法规，有关文化创意、文案策划、活动策划、广告策划、新媒体营销、企业宣传等技术、方法和实务操作类图书，传播学、管理学、营销学等经典著作以及美学、文学文化类图书和文献等。 3. 数字教学资源配置基本要求

通过智慧树、超星泛雅、中国大学慕课等教学平台，建设、配备与本专业有关的在线开放课程资源、音视频素材资源、数字化教学案例、教学计划、教案、教材、电子课件、教学录像、实训项目、习题库、案例库、课程网站库、虚拟仿真软件等数字资源，逐步建成种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新、满足教学的文化创意与策划专业教学资源库。

（四）学习评价

建立形式多样的课程考核，吸纳行业企业和社会参与学生的考核评价，突出职业能力考核评价。通过多样化考核，对学生的专业能力及岗位技能进行综合评价，激发学生自主性学习，鼓励学生的个性发展，培养创新意识和创造能力，培养学生的专业能力。

评价采用笔试、实践技能考核、项目实施技能考核、岗位绩效考核、职业资格技能鉴定、技能竞赛等多种考核方式，根据课程的不同，采用其中一种或多种考核相合的方式进行评价。

笔试：适用于理论性比较强的课程，由专业教师组织考核。

实践技能考核：适用于实践性比较强的课程。技能考核应根据岗位技能要求，确定

其相应的主要技能考核项目，由专兼职教师共同组织考核。

项目实施技能考核：综合项目实训课程主要是通过项目开展教学，课程考核旨在学生知识掌握、知识应用、专业技能、创新能力、工作态度及团队合作等方面进行综合评价，可采取项目实施过程考核与实践技能考核相结合进行综合评价，由专兼职教师共同组织考核。

岗位绩效考核：在企业中开设的课程与实践，由企业与学校进行共同考核，企业考核主要以企业对学生的岗位工作执行情况进行绩效考核。

职业资格技能鉴定：引入了职业资格鉴定来评价学生的职业能力，学生参加职业资格认证考核，获得的认证作为学生评价依据。

技能竞赛：积极参加国家、省各有关部门及学院组织的各项专业技能竞赛，以竞赛所取得的成绩作为学生评价依据。

（五）质量管理

1. 教学档案管理

加强教师教学文件的管理，包括二级学院及学校教学督导人员的质量监督与抽查以及每学期的教学质量检查。教师教学规范的执行情况应是教师年度工作量考核的重要依据。人才培养方案、课程标准、教师授课计划、教案、听课记录、教研活动记录、试卷、教学任务、实验指导书、学生考勤表、试卷分析表、教学日志等各项文件应齐备。

2. 教学计划管理

每年应根据当年的企业反馈信息、行业企业调查信息，并召开毕业生座谈会，结合本行业发展趋势和学院资源情况，制订年级实施性教学计划，经过二级学院审核、教务处批准后实施。每学期末应对该专业群各年级本学期教学实施效果进行检查和总结，必要时对学期的课程和教学环节进行调整。每年对本届毕业班的整体教学进行检查和总结，为下一届的人才培养方案、课程标准和考核评价等调整提供参考依据。

3. 教学过程管理

应严格按照学院教学管理规范开展课程教学，通过信息化教务管理手段，加强对教学过程的检查与管理，从课程教学的前期教学对象分析、教材选择、授课计划的编写、备课、课堂教学、一体化教学、实训、考核方式等进行分析总结。对各个教学环节进行认真组织、管理和检查，严格执行学生教学信息反馈制度、期初、期中、期末教学检查和学生评教制度、督导听课制度，以保证学生满意和教学质量的稳定和提高。

4. 教学质量诊改

从学生入口、培养过程、出口三方面着手，开展多维度监测，对教师的教学质量进

行多维度评价，加强专业调研，更新人才培养方案，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。

十、毕业要求

本专业学生必须修完本人才培养方案规定的内容（含必修部分和选修部分），并同时达到以下条件方可毕业：

1. 综合素质测评（含德育素质测评）合格
2. 《国家学生体质健康标准》测试成绩达标
3. 最低毕业学分：142 学分
4. 其他：在校期间获取与专业相关的职业资格证书一本，课证融通证书用*标注。

具体可参考附件 9：《2024 级最新专业与职业（工种）参照信息一览表》

证书名称	级别	发证单位	考证时间	备注
Photoshop 图形图像处理	专项	人力资源与社会保障部	每年 6 月、12 月	三选一
电子商务师	中级	人力资源与社会保障部	每年 6 月、12 月	
互联网营销师	中高级 (一试 双证)	福建字节跳动科技有限公司、巨量认证	每年 5 月、6 月	
其他	经贸学院专业委员会认定			

十一、接续专业举例

接续高职本科专业举例：新闻类、网络与新媒体、影视摄影与制作、影视编导

接续普通本科专业举例：新闻类、网络与新媒体、影视摄影与制作、广播电视编导

十二、方案审核

二级学院专业指导委员会审核：

校学术委员会审核：

(三) 课程设置与教学计划进程表 (文化创意与策划专业)

课程类别	序号	课程名称	课程代码	学分	总学时	理论	实践	总学时分配		开课学期					
								一	二	三	四	五	六		
						教学与实践周数									
						18周	18周	18周	18周	18周	18周	18周	18周	18周	
职业素养与基础知识领域	*1	思想道德与法治	10001B20	3.0	48	38	10	3							
	*2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	10002B20	2.0	36	30	6	1	1						
	*3	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	10022B20	3.0	52	40	12		3						
	*4	形势与政策	10003A20	1.0	48	48	0								
	*5	军事理论	10026A20	2.0	36	36	0	2							
	*6	军事技能	10027C20	2.0	112	0	112	2w							
	*7	大学生职业发展与就业指导 I	10028B21	1.0	18	9	9	1							
	*8	大学生职业发展与就业指导 II	10028B22	1.0	18	9	9					1			
	*9	大学生创新创业教育	10019B10	1.0	18	9	9					1			
	*10	大学生综合素养 (美育/劳动教育/健康教育)	10024B20	4.0	72	36	36	1	1	1	1	1			
	*11	体育与健康 I	10007C21	2.0	36	0	36	2							
	*12	体育与健康 II	10007C22	2.0	36	0	36		2						
	*13	体育与健康 III	10007C23	1.0	18	0	18				1				
	*14	体育与健康 IV	10007C24	1.0	18	0	18					1			
	*15	心理健康教育 I	10019A21	1.0	16	8	8	1							
	*16	心理健康教育 II	10019A24	1.0	16	8	8				1				
	*17	大学英语 I	10010B11	4.0	64	48	16	4							
	*18	大学英语 II	10010B12	4.0	64	48	16		4						
	*19	信息技术	10008C30	3.0	48	8	40		3						
	*20	四史教育	10021B20	1.0	18	18	0								
	21	沟通与礼仪训练	10015B20	2.0	36	10	26		2						
	*22	国家安全教育	10029A20	1.0	16	16	0	1							
小计				43.0	844	419	425	16	17	3	3				
职业技术技能领域	专业基础课														
	1	大众传媒通论	71101A10	2.0	32	32	0	2							
	2	PhotoShop图像处理	50307B30	4.0	64	32	32	4							
	3	手机视频拍摄与制作	71109B10	3.0	48	24	24	3							
	4	视听语言	71114A10	2.0	36	36	0	2							
	5	创意摄影	71104B10	3.0	54	27	27	3							
	内容制作岗位技能模块-1														
	*6	视频剪辑技术	20753B10	4.0	72	54	18		4						
	7	数字营销技术应用	70525B10	2.0	36	18	18		2						
	*8	新媒体文案编辑	71105B10	4.0	72	54	18		4						
	*9	摄像技术	71110B10	5.0	84	42	42		6						
	新媒体运营岗位技能模块-2														
	*10	短视频运营	71009B10	4.0	72	36	36		4						
	*11	广告创意与策划	70516B20	4.0	72	54	18		4						
	*12	新媒体运营与工具应用	71113B10	5.0	84	42	42		6						
	集中实践教学环节														
	13	文化产业项目化实训	71115C10	3.0	52	0	52		2w						
	14	短视频制作综合实训	71112C20	3.0	52	0	52		2w						
	15	岗位实习 I	10021C21	18.0	360		360					20			
	16	岗位实习 II	10021C22	18.0	360		360					20			
	小计			84.0	1550	451	1099	9	13	10	12	20	20		
素质拓展领域	限定选修模块														
	1	直播电商	71003B10	4.0	72	36	36		4						
	2	PPT制作与演说	71106B10	2.0	36	27	9		2						
	3	闽商文化	70010B20	1.0	16	8	8	1							
	4	视觉文化鉴赏	71111A20	2.0	36	36	0		4						
	5	营销心理学	70014B10	2.0	36	36	0		2						
	任意选修模块														
6	第二学期至第四学期在全院任意选修课中至少选修4学分				4.0	72	72	0	0	0	2	2			
	小计			15	268	215	53	1	0	10	6				
合计				142	2662	1085	1577	26	30	23	21	20	20		

1、形势与政策每学期不少于8课时，合计1学分；

2、序号打*为必修公共课及核心课程，其中核心课每个专业确定6-8门；3、限定选修模块包含专业选修课程。