



天津现代职业技术学院
TIANJIN MODERN VOCATIONAL TECHNOLOGY COLLEGE

2026 级传播与策划专业 人才培养方案

专业类别：____广播影视____

专业名称：____传播与策划____

专业负责人：____张文鹏____

二级学院审核：____魏 真____

教务部审核：_____

教务部 制

目 录

一、专业名称及代码	3
二、入学要求	3
三、基本修业年限	3
四、职业面向	3
五、培养目标	3
六、培养规格	4
七、课程设置	6
八、教学进程总体安排	30
九、师资队伍	31
十、教学条件	34
十一、质量保障和毕业要求	38
十二、附录	42

天津现代职业技术学院

传播与策划专业 2026 级人才培养方案

一、专业名称及代码

传播与策划（560215）

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、基本修业年限

三年。

四、职业面向

所属专业大类（代码）	新闻传播大类（56）
所属专业类（代码）	广播影视类（5602）
对应行业（代码）	广播、电视、电影和录音制作业（87）、 文化艺术业（88）
主要职业类别（代码）	公关员（3-01-02-03）、广告设计师（4-08-08-08）、 婚礼策划师（4-10-05-02）、全媒体运营师（4-13-01-05）、 互联网营销师（4-01-02-07）、房地产策划师 （2-02-21-11）
主要岗位（群）或技术领域	直播电商运营官、品牌策划师、广电融媒体编导、 活动策划执行、新媒体运营、UG 经理
职业类证书	全媒体运营师（中级、高级） 广告设计师（中级、高级） 互联网营销师（中级、高级）

五、培养目标

本专业培养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、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；掌握本专业知识和技术技能，面向广播、电视、电影和录音制作和文化艺术等行业的剪辑师、公关员、广

告设计师等职业，能够从事策划与文案写作、广告运营、客户关系维护与拓展、音视频节目制作、新媒体运营、直播电商运营、品牌策划、活动策划执行等工作的高技能人才。

六、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的基础上，全面提升知识、能力、素质，掌握并且能够实际运用岗位（群）所需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，掌握绿色生产、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所必备的语文、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）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；

（5）掌握必备的思想政理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识。

（6）熟悉与本专业相关的法律法规以及环境保护、安全消防等知识。

（7）熟悉现代传媒的基本理论与行业动态、掌握媒介经营与管理的基础知识与方法、掌握新媒体理论与运用的基本知识与方法、具备网络信息制作与发布

能力、具备出版类产品的规范排版能力。

(8) 掌握活动、节目、广告、宣传等文案策划的基本知识与方法。

(9) 具有良好的语言、文字表达能力和沟通能力、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。

(10) 掌握客户关系维护和商务谈判的基本知识与方法、具备新媒体策划与运营能力。

(11) 掌握网页设计与制作的基本知识与方法、具备网页设计与移动终端界面设计能力。

(12) 具备数字图形的设计与制作能力、具备数字图像的获取与编辑能力、掌握音(视)频内容制作的基本知识与方法。

(13) 熟练掌握信息技术和相关人工智能知识,具备适应本行业数字化和智能化发展需求的数字技能;

(14) 具有探究学习、终身学习和可持续发展能力,具备整合知识和综合运用知识分析问题和解决问题的能力;

(15) 熟练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,具备良好的心理调适能力;

(16) 掌握必备的美育知识,具备一定的文化修养和审美能力,形成至少 1 项艺术特长或爱好;

(17) 树立正确劳动观,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。

七、课程设置

(一) 课程体系结构图

传播与策划专业群课程体系						
群内所有学生必修和选修模块	公共基础课程模块	身心健康课程	核心价值观课程	基本素养课程	创新创业教育	技能证书
		体育	思想道德与法治	实用英语	大学生创业实践	
		劳动教育	形势与政策	数学	职业发展与就业指导	
		大学生心理健康	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	信息技术		
		艾滋病、性与健康	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	人工智能技术与应用		
	专业平台课程模块	智能视频剪辑与生成、摄影基础、数字图像处理				
群内学生必修本专业对应模块	专业方向课程模块	专业一	专业二	专业二	专业三	视频特效工程师、视频编辑师、广告设计师
		中国传统文化产业创意与策划	视听语言与分镜设计（AIGC）	计算机图形制作	品牌设计	
		新媒体文案写作与传播	动画前期策划设计—场景设计（AIGC）	新媒体编辑与制作（AIGC）	界面设计	
		影视后期处理技术	三维动画制作—Maya模型	数字印前技术	版面设计	
		采访与口语表达	动画运动规律	界面设计与视觉表现	招贴设计	
		网页设计与制作	动画前期策划设计—角色设计（AIGC）	出版与传播概论	包装设计	
		融媒体视听节目策划	二维动画制作（AIGC）	排版技术	书籍设计	
		AI短视频策划与创作	影视后期合成	数字印刷	数字图形	
		移动应用策划与制作				
		智能直播运营				
		媒介经营与管理				
		活动策划				
	群内学生限定选修项目模块	综合实践项目模块	大众传播学、智能融媒直播与新闻实战、文化产业创意与策划、POP广告设计、衍生品设计与制作、视觉纹样、CG插画（AIGC）、微视频拍摄与制作技术			
毕业环节		岗位实习、毕业设计				

(二) 公共基础课程

1. 思想道德与法治 (课程代码 1100111001, 48 学时, 3 学分)

(1) 课程性质: 必修课

(2) 课程目标: 掌握马克思主义的世界观、人生观、价值观、道德观、法治观的相关知识, 能坚定理想信念, 明辨是非善恶, 自觉砥砺品行, 掌握理性分

析现实生活中道德和法律问题的能力，提高学生的思想道德素质、行为修养和法治素养，成长为让党放心、爱国奉献、担当民族复兴重任的时代新人。

（3）课程内容：包含六个模块：一是领悟人生真谛，把握人生方向；二是追求远大理想，坚定崇高信念；三是继承优良传统，弘扬中国精神；四是明确价值要求，践行价值准则；五是遵守道德规范，锤炼道德品质；六是学习法治精神，提升法治素养。

（4）教学要求：结合学生特点、课程内容、教学环境等因素，采取形式多样的教学方法，包括讲授法、讨论法、案例法、情景教学法等。课程考核采用过程性评价和结果性评价相结合方式。

（5）考核类型：考试课

2.形势与政策（课程代码 11011111000，48 学时，1 学分）

（1）课程性质：必修课

（2）课程目标：深入理解党的二十大精神，能及时、准确、深入贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想，宣传党中央大政方针；能正确认识新时代国内外形势，第一时间推动党的理论创新成果进头脑；准确理解党的基本理论、基本路线、基本方略，牢固树立“四个意识”，坚定“四个自信”，成为担当民族复兴大任的时代新人。

（3）课程内容：包括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，世界和中国发展大势，中国特色和国际比较，国家战略、时代责任和历史使命。

（4）教学要求：教师应具备较高的政治素养和专业能力，可以邀请党政领导干部承担授课任务；可采取灵活多样的方式组织课堂教学，积极运用现代信息技术手段，扩大优质课程的覆盖面，提升“形势与政策”课教学效果。

（5）考核类型：考查课

3.实用英语（课程代码 0102111011，128 学时，8 学分）

（1）课程性质：必修课

（2）课程目标：使学生掌握大约 3000 个词汇，基本的语法规则，听懂日常和涉外业务活动中的对话，进行简单的口语交流，阅读或翻译中等偏下难度的英文资料，写出简单的短文，掌握英语语言的基础知识，具有一定的听、说、读、写、译等涉外交际沟通能力。

（3）课程内容：包括社交中常用的生词及短语，必要的语法、翻译和写作知识。其中本课程学习的交际话题涉及：大学生活，校园美食，学习方法，体育锻炼，AI 人工智能，纯真友谊，英雄人物，校园爱情、审美标准、时间管理、社交媒体和环境保护等多个方面。

（4）教学要求：在多媒体教室授课，采用情景模拟、角色扮演等互动教学法，结合音视频资源强化听说应用能力，课程考核采取过程性评价和结果性评价相结合的方式。

（5）考核类型：考查课

4.体育（课程代码 1200111000，108 学时，7 学分）

（1）课程性质：必修课

（2）课程目标：系统掌握篮球、排球等运动项目的基础理论知识，熟练掌握 1-2 项运动技能；培养科学锻炼习惯，形成终身体育意识；提升身体素质，增强心肺功能与肢体协调性；塑造勇敢拼搏、团结协作的职业素养，强化抗压能力与团队协作意识。

（3）课程内容：包括篮球、排球、足球等十余个体育项目，每个项目包含运动理论、基础技术、实战训练等内容。

（4）教学要求：采用“理论讲解+实操训练+分组竞赛”的教学组织形式，运用示范教学法、任务驱动法、分层教学法开展教学。课程考核采用过程性评价

（课堂表现、训练成果、考勤）与结果性评价（技能测试、理论考试）相结合的方式。

（5）考核类型：考查课

5.军事理论（课程代码 2000111001，36 学时，2 学分）

（1）课程性质：必修课

（2）课程目标：以习近平强军思想和习近平总书记关于教育的重要论述为遵循，全面贯彻党的教育方针、新时代军事战略方针和总体国家安全观，围绕立德树人根本任务和强军目标根本要求，提升学生的国防意识和军事素养。

（3）课程内容：中国国防的概述、法规、建设、武装力量、国防动员；国家安全形势、国际战略形式；中国古代军事思想、当代中国军事思想；新军事革命的内涵、发展历程、信息化战争；信息化作战平台武器装备发展趋势和战略应用。

（4）教学要求：采用线上线下相结合的授课方式，线上学习要完成全部视频的学习，课程考核采取过程性评价和结果性评价相结合的方式。

（5）考核类型：考查课

6.人工智能技术与应用（课程代码 0200111900，32 学时，2 学分）

（1）课程性质：必修课

（2）课程目标：掌握人工智能基础知识，了解人工智能行业应用，实践人工智能大模型，进而提升自身的人工智能基本素养，为后续专业课的学习打下坚实基础。学会利用人工智能技术解决实际生产生活中所遇到的问题，培养创新精神和责任感。

（3）课程内容：包括人工智能的发展史、人工智能行业应用、人工智能大模型、人工智能软硬件技术、人工智能的技术生态、人工智能的伦理道德等。

（4）教学要求：采取线上与线下相结合，理论与实践相结合的教学方式。

运用项目驱动、案例分析、分组教学、情境引入、师生互动等教学方法。须配套教学资源丰富，包括微课、动画、虚拟仿真、交互训练、操作视频、在线测试等。

(5) 考核类型：考查课

7.大学生心理健康教育（课程代码 2000111000，32 学时，2 学分）

(1) 课程性质：必修课

(2) 课程目标：明确心理健康的标准及意义，增强自我心理保健意识和心理危机预防意识，掌握并应用心理健康知识，培养自我认知能力、人际沟通能力、自我调节能力，切实提高心理素质，促进学生全面发展。

(3) 课程内容：心理健康的基础知识、自我意识与培养、人格发展与心理健康、情绪管理、学习心理、人际交往、性心理及恋爱心理、压力管理与挫折应对、生命教育与心理危机应对。

(4) 教学要求：采用理论与体验教学相结合、讲授与训练相结合的教学方法，注重培养学生实际应用能力。采取过程性考核方式进行评价。

(5) 考核类型：考查课

8.毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论（课程代码 1100111000，32 学时，2 学分）

(1) 课程性质：必修课

(2) 课程目标：能够系统掌握马克思主义中国化的重要理论成果：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，坚定在新时代在党的领导下走中国特色社会主义道路的理想信念，立志听党话、跟党走；树立共产主义远大理想和中国特色社会主义共同理想；增强学生的中国特色社会主义道路自信、理论自信、制度自信、文化自信，激励其成为为中国特色社会主义奋斗终身的有用人才。

(3) 课程内容：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。

(4) 教学要求：从课前准备、课堂教学和课后拓展全链条做好教学组织，积极运用案例式、问题式、情景式、探索式等教学方法，调动学生学习积极性。课程考核方式采用过程性评价与结果性评价相结合。

(5) 考核类型：考试课

9.创新创业教育（课程代码 2100111003，32 学时，2 学分）

(1) 课程性质：必修课

(2) 课程目标：帮助学生掌握创新创业核心理论知识，熟悉国家双创政策与财务融资实务；具备商业计划书撰写、用户需求定位、团队组织设计等实践能力；塑造科学决策思维与企业家精神，强化创新意识、风险管控能力及社会责任担当。

(3) 课程内容：包含四大模块：创业认知模块解析模型递进逻辑与政策背景，核心要素模块聚焦产品定位、市场分层、团队架构与商业模式构建，财务融资模块涵盖现金流管理、资金投向优化及股权设计策略，实践转化模块通过商业计划书撰写、创业大赛模拟和企业孵化实现“赛课融合”。各模块均设置理论讲授与实操训练环节，形成“认知-设计-管理-转化”的完整培养链条。

(4) 教学要求：课程采用“理论讲授+案例研讨+创新创业实践”三维教学法，结合互联网及新消费领域典型案例分析，通过分组项目制学习完成包含用户画像、财务预测等要素的商业计划书，并组织模拟路演答辩；建立课堂表现、项目成果与路演表现相结合的过程性考核体系，重点考察项目的创新性、可行性及社会价值，最终对接省级创新创业大赛资源，为优质项目提供孵化指导与资源对接服务，实现“学-赛-创”闭环培养。

(5) 考核类型：考查课

10.职业发展与就业指导（课程代码 2100111004，32 学时，2 学分）

(1) 课程性质：必修课

(2) 课程目标：掌握自我探索、信息搜索、生涯决策、求职技巧等专业技能，提高沟通技巧、问题解决、自我管理和人际交往等通用技能，树立积极正确的人生观、价值观和就业观念，确立职业的概念和意识，把个人发展和国家需要、社会发展相结合，愿意为个人的生涯发展和社会发展主动付出积极的努力。

(3) 课程内容：个人职业生涯规划咨询、职业人格特质认知与分析、职业兴趣认知与分析、职业性格认知与分析、职业价值观认知与分析、职业能力认知与分析、职业生涯规划书撰写与指导、简历的撰写与指导、面试技巧、职场适应、如何获取求职信息、应聘准备、职场利益与指导、职场适应、大学生就业法律指引、就业权益保护和心里调适。

教学要求：采用理论与体验教学相结合、讲授与训练相结合的教学方法，注重培养学生实际应用能力。采取过程性考核方式进行评价。

(5) 考核类型：考查课

11.习近平新时代中国特色社会主义思想概论（课程代码 1100111002，48 学时，3 学分）

(1) 课程性质：必修课

(2) 课程目标：能够把握新时代坚持和发展什么样的中国特色社会主义，怎样坚持和发展中国特色社会主义这个重大时代课题，深入理解习近平新时代中国特色社会主义思想的重大意义、科学体系、丰富内涵、精神实质、实践要求，引导学生立德成人、立志成才，树立正确世界观、人生观、价值观，坚定对马克思主义的信仰，坚定对社会主义和共产主义的信念，增强中国特色社会主义道路自信、理论自信、制度自信、文化自信，厚植爱国主义情怀，把爱国情、强国志、报国行自觉融入坚持和发展中国特色社会主义事业、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。

(3) 课程内容：中国梦、我国社会主要矛盾的变化、社会主义核心价值观、坚持党对一切工作的领导、以人民为中心、“四个全面”战略布局、“五位一体”总体布局、建设美丽中国、总体国家安全观、把人民军队全面建成世界一流军队、“一带一路”、构建人类命运共同体、坚持“一国两制”和推进祖国统一等。

(4) 教学要求：采取线上+线下、理论+实践的教学方式，通过基础层、深化层、实践层三个层面不断深化教学内容，充分利用校内外红色基地，以“行走的思政课”形式开展实践教学，体现以学生为中心的教学理念，打造“有模式、有内涵、有风景、有评价”的思想政治理论“第一课程”。

(5) 考核类型：考试课

12.劳动教育（课程代码 2000111002，16 学时，1 学分）

(1) 课程性质：必修课

(2) 课程目标：引导学生树立正确的马克思主义劳动观，尊重劳动、崇尚劳动、热爱劳动和劳动人民，养成劳动习惯，结合专业开展生产劳动和服务性劳动，让学生在劳动中增阅历、长才干、坚意志、熟技能、知荣辱、懂感恩，增强学生职业荣誉感和诚实劳动意识，培育务实求精的工匠精神和爱岗敬业的劳动态度。

(3) 主要内容：包括劳动观和价值观等专题讲座，日常生活、生产、服务性劳动所需的基础知识和基本技能，劳动实践（教室与公共区域清洁维护、值日生职责、活动协助等）。

(4) 教学要求：采用线上学习+线下实践相结合的教学组织形式，课程考核包括课程学习时间、参与研讨和交流情况、作业提交情况、学习成果提交以及劳动实践等情况。

(5) 考核类型：考查课

13.国家安全教育（课程代码 0000113205，16 学时，1 学分）

(1) 课程性质：必修课

(2) 课程目标：了解基本的安全知识，提高自身的避害能力，学会紧急事故的处理和救护；增强防范和自我保护意识；了解和掌握总体国家安全观的基本内涵、地位作用、践行要求；维护各领域国家安全的途径与方法。

(3) 课程内容：国家总体安全观、政治安全、军事安全、文化安全、人身安全、财产安全、消防安全等内容。

(4) 教学要求：采用网络授课等信息化手段教学，课程考核包括课程学习时间、参与研讨和交流情况、作业提交情况和学习成果提交情况。

(5) 考核类型：考查课

14. 大国工匠与职业理想（课程代码 0000113206，32 学时，2 学分）

(1) 课程性质：选择性必修课

(2) 课程目标：引导学生厚植爱国敬业、诚信友善、精益求精的职业价值观，强化学生的责任意识与创新意识，树立技能报国、服务社会的职业理想；注重将个人职业发展与国家“制造强国”战略深度融合，培育兼具精湛技艺、职业道德和家国情怀的新时代技能人才，助力实现个人价值与社会价值的统一。

(3) 课程内容：包括讲述社会主义核心价值观 24 个字的内涵，社会主义核心价值观的引领作用，正确认识高职学段与制造类专业，探索自我与职业世界，积极求职就业并主动适应职场等。

(4) 教学要求：采用网络授课等信息化手段教学，课程考核包括课程学习时间、参与研讨和交流情况、作业提交情况和学习成果提交情况。

(5) 考核类型：考查课

15. 宪法与法治中国（课程代码 0000113207，32 学时，2 学分）

(1) 课程性质：选择性必修课

(2) 课程目标：帮助学生深入理解宪法作为国家根本法的核心地位，掌握

法治中国建设的理论基础与实践路径。培养学生运用宪法思维分析社会问题的能力,增强维护宪法权威的自觉性;强化对中国特色社会主义法治道路的政治认同,树立以宪法精神为核心的法治观念;引导学生关注宪法实施与公民权利保障,提升参与法治社会建设的责任感,推动社会主义核心价值观与法治实践的有机融合。

(3) 课程内容: 包括宪法的基本原理,宪法的指导思想和基本原则,国家性质和国家形式,国家基本制度,公民的基本权利和义务,宪法实施与监督等内容。

(4) 教学要求: 采用网络授课等信息化手段教学,课程考核包括课程学习时间、参与研讨和交流情况、作业提交情况和学习成果提交情况。

(5) 考核类型: 考查课

16. 限定选修课(课程代码见附录,三年制要求选5门,修满176学时,11学分;两年制要求选4门,修满144学时,9学分)

(1) 课程性质: 限定选修课

(2) 课程目标: 提供信息技术类选修课(二选一)、美学教育类选修课(二选一)、思想政治类选修课(八选一)、文化素养类选修课(四选一)及其他选修课(三选一),让学生根据自己的兴趣和职业规划选择相关课程,提供学习和探索其他领域的机会,丰富和优化课程内容、拓宽视野、培养多样化的兴趣爱好,提升个人综合素质。

(3) 课程内容: 课程目录及具体课程描述见附录。

(4) 教学要求: 采用网络授课等信息化手段教学,课程考核包括课程学习时间、参与研讨和交流情况、作业提交情况和学习成果提交情况。

(5) 考核类型: 考查课

(三) 专业课程

1. 专业基础课程

1.1 智能视频剪辑与生成（课程代码 0600221109，28 学时，2 学分）

（1）课程性质：必修课

（2）涉及的主要技术领域：AI 辅助视听内容创作、AIGC 视频智能生成。

（3）对应的典型工作任务：智能素材处理与自动化粗剪、AIGC 辅助创意与内容生成、多模态内容适配与分发、数据驱动的剪辑优化与迭代。

（4）课程目标：培养学生掌握 AI 辅助剪辑与智能生成流程，熟练运用主流工具实现自动化粗剪、智能特效与多版本生成，具备数据驱动的视频优化能力与 AIGC 叙事创意。

（5）主要内容：Adobe Premiere 视频编辑的基础知识、剪映编辑技术、AIGC 视频生成。

（6）教学要求：采用信息化教学，理实一体化课程安排，配以影视制作工作室，充分利用多媒体与网络资源，采用线上线下混合式教学模式。为配合教学方法的实施和教学质量的提高，配有 PPT 课件、部分微视频课件，同时利用超星学习通等 APP 平台，提交作业，下载学习资料，进行学习互动，参与教师布置的讨论内容等。

（7）考核类型：考查课

1.2 摄影基础（课程代码 0600221291，56 学时，3.5 学分）

（1）课程性质：必修课

（2）涉及的主要技术领域：摄影、摄像、影像后期处理。

（3）对应的典型工作任务：新闻摄影、商业摄影、短视频拍摄与制作。

（4）课程目标：掌握传统相机和数码相机的使用方法，能够熟练的使用相机，并能对照片进行后期的处理。掌握摄影基础理论和实践技能，以理论为指导，进行摄影创作。掌握摄影艺术造型法则，提高摄影作品的技术水平。

(5) 主要内容：摄影概述、摄影基本操作及要求、影像美学基础、取景与构图、摄影实践。

(6) 教学要求：采用信息化教学，理实一体化课程安排，配以摄影录播实训室，充分利用多媒体与网络资源，采用线上线下混合式教学模式，配有 PPT 课件、部分微视频课件，同时利用超星学习通等 APP 平台，提交作业，下载学习资料，进行学习互动，参与教师布置的讨论内容等。

(7) 考核类型：考查课

1.3 数字图像处理（课程代码 0601221120，56 学时，3.5 学分）

(1) 课程性质：必修课

(2) 涉及的主要技术领域：广告设计、数字图像采集，数字图像处理，数字图像输出。

(3) 对应的典型工作任务：数字图像绘制、图像调色、人像修图、图像特效制作、创意图像设计、电商美工、包装及印刷品设计、界面及网页设计。

(4) 课程目标：培养学生良好的平面设计从业意识，开拓平面设计市场的精神和竞争意识；并初步具备从事传播与策划专业平面设计工作的能力和处理问题的能力。

(5) 主要内容：Photoshop 基本操作、建立与编辑选区、绘画与修饰图像、图像的色彩与色调的调整、图层的应用、通道和蒙版、矢量工具的使用。

(6) 教学要求：采用项目化教学，将知识点融入到每个案例中，积极引入信息化教学手段，从而提高学生的学习能力与学习兴趣。采用线上线下混合式教学模式，利用超星学习通等 APP 平台，提交作业，下载学习资料，进行学习互动，参与教师布置的讨论内容等。

(7) 考核类型：考查课

2. 专业核心课程

2.1 中国传统文化产业创意与策划（课程代码 0600221251，56 学时，3.5 学分）

（1）课程性质：必修课

（2）涉及的主要技术领域：数字媒体技术领域、文化数据分析领域

（3）对应的典型工作任务：文化 IP 开发、文旅项目策划、非遗数字化传播、文化品牌打造。

（4）课程目标：掌握全球文化创意产业发展的概况，清晰洞察我国文化创意产业发展现状，深刻理解中国传统文化在文化创意产业中的核心价值与独特魅力。熟练掌握中国传统文化元素创造性转化和创新性发展的方法，具备独立挖掘传统文化内涵、进行传统文化产业创意与策划的能力，最终成为既精通中国传统文化精髓，又具备现代创意策划思维、熟悉文化创意产业运作规律的复合型人才。

（5）主要内容：全球文化创意产业发展的概况、中国传统文化创意产业发展现状、文化创意产业发展的要素与文化创意产业之间的关系和影响、文化创意产业的主体与市场、文化创意产业的产品与价值链、文化创意产业的结构与新业态、文化创意产业的布局与规划、文化创意产业集聚等。

（6）教学要求：构建多元立体化教学方法体系，运用讲授法系统阐释文化创意产业理论架构，深度融入中国传统文化元素，实现知识的结构化传授；通过讨论法创设学术对话情境；借助案例法剖析国内外优秀传统文化创意项目，解构其成功要素与运作模式；依托情景教学法模拟文创项目策划、运营等真实场景。

（7）考核类型：考查课

2.2 新媒体文案写作与传播（课程代码 0600221238，64 学时，4 学分）

（1）课程性质：必修课

（2）涉及的主要技术领域：人工智能技术、大数据技术。

（3）对应的典型工作任务：创意概念生成、策划方案撰写。

(4) 课程目标：熟悉各类新媒体平台的同时能够独立进行新媒体文案稿件的撰写，使其具备良好的信息检索、信息收集能力和良好的文案阅读、归纳、整理能力，能够熟练运用创意方法独立制作微信公众号文案、新媒体广告文案、短视频脚本、对白、字幕等新媒体文字内容。

(5) 主要内容：新媒体文案概述、新媒体文案创意方法、新媒体文案写作技巧、营销软文写作、电商文案写作、微信文案写作、社群文案写作、微博文案写作、品牌故事文案写作。

(6) 教学要求：采用信息化教学手段、线上线下混合式教学模式，为配合教学方法的实施和教学质量的提高，配有 PPT 课件、部分微视频课件，同时利用超星学习通等 APP 平台，提交作业，下载学习资料，进行学习互动，参与教师布置的讨论内容等。

(7) 考核类型：考查课

2.3 影视后期处理技术（课程代码 0600221239，64 学时，4 学分）

(1) 课程性质：必修课

(2) 涉及的主要技术领域：影视制作、影视后期制作、电影电视声画素材剪辑。

(3) 对应的典型工作任务：视频编辑、片头与特效处理、期影片的剪辑、视频合成、特效添加、视频渲染输出

(4) 课程目标：培养传播与策划专业视频编辑、片头与特效处理工作的性质、任务、作用及其意义应有比较全面的了解；培养学生良好的从业意识，市场竞争意识；具备从事传播与策划视频制作工作的能力和处理问题的能力。

(5) 主要内容：影视特效概述、认识 Adobe Effects、工作流程、特效基础、高级编辑基础、渲染和输出。

(6) 教学要求：采用信息化教学，理实一体化课程安排，配以影视制作工

作室，采用线上线下混合式教学模式，配有 PPT 课件、部分微视频课件，同时利用超星学习通等 APP 平台，提交作业，下载学习资料，进行学习互动，参与教师布置的讨论内容等。

(7) 考核类型：考查课

2.4 采访与口语表达（课程代码 0600221247，64 学时，4 学分）

(1) 课程性质：必修课

(2) 涉及的主要技术领域：新闻采访、新闻报道。

(3) 对应的典型工作任务：开展采访实践、进行口语表达创作、搜集分析采访相关信息

(4) 课程目标：培养采访伦理与职业素养，让学生理解并遵守采访与口语表达中的伦理规范和职业准则，树立正确的采访观念和表达价值观。掌握采访与口语表达基础理论，使学生了解采访的基本概念、原则、流程以及口语表达的技巧、方法，为后续的实践活动奠定理论根基。提升采访与口语表达实践能力，培养学生在实际采访中运用口语表达技巧的能力，以及搜集、分析和运用相关信息的能力。

(5) 主要内容：采访与口语表达概述、采访原则与口语表达策略、采访心理与表达礼仪、采访前期准备、采访过程管理、口语表达技能提升。

(6) 教学要求：充分运用多媒体资源、网络课程资源，以理论讲授为主，案例分析为辅，采用线上线下混合式教学模式，引导学生自主学习。配备 PPT 课件、部分微视频课件，同时利用超星学习通等 APP 平台，让学生提交作业、下载学习资料、进行学习互动以及参与教师布置的讨论内容等。

(7) 考核类型：考试课

2.5 网页设计与制作（课程代码 0601221130，72 学时，4.5 学分）

(1) 课程性质：必修课

(2) 涉及的主要技术领域：网站设计开发、网站视觉设计、网站前台。

(3) 对应的典型工作任务：HTML、CSS、JS 等计算机语言、DW 软件、制作各类网站、网页的前端，掌握网站风格、视觉要素、页面架构等。

(4) 课程目标：培养学生能独立完成静态网站开发的实际工作能力为学习目标，要求学生熟练运用 PS 设计网页界面，要求学生掌握 HTML 语言的文档结构和基本标签使用。能综合应用 Dreamweaver 软件，HTML 和 CSS 技术制作网页，还原设计效果图。

(5) 主要内容：网站和网页的本质、网站建设工作流程、网页制作工具软件、PS、Dreamweaver 等、网页的基本制作方法、HTML 语言和 CSS 的使用、网站的测试、发布和管理。

(6) 教学要求：采用信息化教学，理实一体化课程安排，配以网页设计传播实训室，充分利用多媒体与网络资源，采用线上线下混合式教学模式。为配合教学方法的实施和教学质量的提高，配有 PPT 课件、部分微视频课件，同时利用超星学习通等 APP 平台，提交作业，下载学习资料，进行学习互动，参与教师布置的讨论内容等。

(7) 考核类型：考试课

2.6 融媒体视听节目策划（课程代码 0600221241，64 学时，4 学分）

(1) 课程性质：选修课

(2) 涉及的主要技术领域：融媒体、新媒体运营

(3) 对应的典型工作任务：Audition 和 Premiere 软件进行音视频素材处理。

(4) 课程目标：掌握音视频制作的基础知识，掌握数字媒体的一般特征，掌握 Audition 和 Premiere 软件进行音视频素材处理与独立制作项目的能力；从整体上培养与训练学生对专业视频节目的实际设计与开发能力。

(5) 主要内容：音视频编辑设备硬件与软件的基本知识、音视频编辑与电视节目制作的流程和基本方法、音频的录制采集、视频的录制采集、音视频的编辑处理以及电视节目的特效制作和整合输出等。

(6) 教学要求：采用信息化教学，理实一体化课程安排，配以影视制作工作室，充分利用多媒体与网络资源，采用线上线下混合式教学模式，配有 PPT 课件、部分微视频课件，同时利用超星学习通等 APP 平台，提交作业，下载学习资料，进行学习互动，参与教师布置的讨论内容等。

(7) 考核类型：考查课

2.7 AI 短视频策划与创作（课程代码 0600221256，72 学时，4.5 学分）

(1) 课程性质：必修课

(2) 涉及的主要技术领域：AIGC 内容生成与智能策划、AI 驱动的智能剪辑与生成。

(3) 对应的典型工作任务：短视频制作、短视频传播。

(4) 课程目标：本课程旨在使学生掌握 AI 短视频从策划到生成的全流程，熟练运用 AIGC 工具进行智能策划、内容生成与自动化剪辑。培养学生利用 AI 技术高效完成创意叙事、多模态内容生产及数据驱动优化的能力，以适应短视频行业智能化创作的新趋势。

(5) 主要内容：AIGC 创意策划与脚本生成，AI 视频/图像/音频素材工具应用，数字人创作与驱动，智能剪辑、配音与特效技术，以及多平台适配与数据优化。通过实战项目，掌握 AI 短视频高效创作全流程。

(6) 教学要求：采用信息化教学，理实一体化课程安排，配备摄影摄像工作室，采用线上线下混合式教学模式，配有 PPT 课件、部分微视频课件，同时利用超星学习通等 APP 平台，提交作业，下载学习资料，进行学习互动，参与教师布置的讨论内容等。

(7) 考核类型：考试课

2.8 移动应用策划与制作（课程代码 0600221166，72 学时，4.5 学分）

(1) 课程性质：必修课

(2) 涉及的主要技术领域：网站和 APP 的设计开发

(3) 对应的典型工作任务：网站和 APP 的设计开发、维护管理。

(4) 课程目标：培养学生根据功能规划，运用交互设计软件，进行低保真和高保真的原型制作，可以达到仿真交互的效果。了解 APP 开发流程，掌握用户的需求分析与管理的方法，绘制功能流程图、信息架构图和 APP 架构图，运用交互软件和绘图软件进行手机 APP 设计。

(5) 主要内容：电商类\健身类 APP 产品策划方案、电商类\健身类 APP 交互原型、电商类\健身类 APP 图标、电商类\健身类 APP 高保真原型。

(6) 教学要求：采用线上线下混合式教学模式，按照职业岗位和职业能力培养的要求，整合本课程教学内容，以项目为导向，构建以工作任务驱动的项目式课程结构的形式，每个项目的内容由一个或若干个任务组成，基于工作任务来组织教学；课程内容及时吸纳 APP 新的表现形式、新创意手法、新的规范标准，同时利用超星学习通等 APP 平台，提交作业，下载学习资料，进行学习互动，参与教师布置的讨论内容等。

(7) 考核类型：考试课

2.9 智能直播运营（课程代码 0600221253，72 学时，4.5 学分）

(1) 课程性质：必修课

(2) 涉及的主要技术领域：智能直播技术与流媒体处理、数据驱动与 AI 运营分析、自动化互动与营销工具

(3) 对应的典型工作任务：直播搭建、直播策划、直播推广、直播数据分析、直播电商运营

(4) 课程目标：本课程旨在培养学生掌握智能直播的完整运营体系，重点运用数据工具与 AI 技术进行流量分析、实时互动策划与营销增效。使学生能熟练运用虚拟人、智能场控与自动化工具，完成从前期策划、直播执行到数据复盘的全流程智能化运营。

(5) 主要内容：直播行业的起源与发展；直播账号的设计；直播选品与排名；直播间搭建；直播内容策划；直播引流推广；直播后期运营；直播复盘与数据分析。

(6) 教学要求：充分利用多媒体与网络资源，采用信息化教学手段，采用线上线下混合式教学模式，提高学生们的直播学习兴趣，配有 PPT 课件、部分微视频课件，同时利用超星学习通等 APP 平台，提交作业，下载学习资料，进行学习互动，参与教师布置的讨论内容等。

(7) 考核类型：考查课

2.10 媒介经营与管理（课程代码 0600221083，72 学时，4.5 学分）

(1) 课程性质：必修课

(2) 涉及的主要技术领域：运营管理、品牌与创新。

(3) 对应的典型工作任务：媒介市场与产品营销、媒介人力资源管理、媒介品牌经营、媒介资本运营等

(4) 课程目标：了解媒介经营管理的基本概念和研究范畴，让学生在系统理论学习和典型案例解析中掌握各类媒体的经营管理规律、策略和主要方法，培养和提高学生应对媒介市场和驾驭媒介市场的综合能力。

(5) 主要内容：媒介组织结构、媒介管理体制变革、媒介市场与产品营销、媒介广告经营管理、媒介生产管理、媒介设备技术管理、媒介财务管理、媒介人力资源管理、媒介品牌经营、媒介资本运营等。

(6) 教学要求：采用信息化教学手段，充分利用多媒体与网络资源，采用

线上线下混合式教学模式，加强学生自主学习，提高学习兴趣，配有 PPT 课件、部分微视频课件，同时利用超星学习通等 APP 平台，提交作业，下载学习资料，进行学习互动，参与教师布置的讨论内容等。

(7) 考核类型：考查课

2.11 活动策划（课程代码 0600121101，64 学时，4 学分）

(1) 课程性质：选修课

(2) 涉及的主要技术领域：婚礼策划、活动策划。

(3) 对应的典型工作任务：全流程管控、供应商协同、效果数据化。

(4) 课程目标：了解公共关系相关的工作岗位、工作任务及其各项技能的侧重点和内容，使学生能够独立撰写公关调研报告、公关策划书，制作公共关系广告，完成相对应的宣传稿，会进行一般的危机公关管理并制定预案，全面提升学生的公关意识和团队意识、处理信息能力和文字撰写能力。

(5) 主要内容：公共关系概论、公共关系要素、公共关系四大工作模块、危机公关管理、公共关系专题活动、CIS 战略。

(6) 教学要求：采用信息化教学手段，充分利用多媒体与网络资源，采用线上线下混合式教学模式，加强学生自主学习，提高学习兴趣。为配合教学方法的实施和教学质量的提高，配有 PPT 课件、部分微视频课件，同时利用超星学习通等 APP 平台，提交作业，下载学习资料，进行学习互动，参与教师布置的讨论内容等。

(7) 考核类型：考查课

3. 专业拓展课程

3.1 大众传播学（课程代码 0600221042，56 学时，3.5 学分）

(1) 课程性质：必修课

(2) 涉及的主要技术领域：数字内容生产与分发、新媒体运营与数据分析、

舆情监测与社会治理。

(3) 对应的典型工作任务：全媒体内容策划与生产、传播效果评估与优化、品牌传播与整合营销。

(4) 课程目标：本课程旨在使学生掌握大众传播的核心理论与现代媒介技能，培养其全媒体内容生产、舆情研判、数据驱动运营及品牌传播等实务能力，以适应融合媒体环境下的专业传播需求。

(5) 主要内容：传播学概论、传播的基本原理、人类传播的主要类型、传播与信息、大众传播的传播者、大众传播的受众、大众传播的媒介及其发展趋势、大众传播的效果、传播制度与传播控制、国际传播与媒介全球化、大众传播的研究方法。

(6) 教学要求：采用理论讲授与传播现象解析为辅相结合的方式、线上线下混合式教学模式，为配合教学方法的实施和教学质量的提高，配有 PPT 课件、部分微视频课件，同时利用超星学习通等 APP 平台，提交作业，下载学习资料，进行学习互动，参与教师布置的讨论内容等。

(7) 考核类型：考查课

3.2 智能融媒直播与新闻实战（课程代码 0600221249，56 学时，3.5 学分）

(1) 课程性质：必修课

(2) 涉及的主要技术领域：新闻直播报道选题策划、沉浸互动式报道、AI 与 VR 辅助工具使用、职业伦理。

(3) 对应的典型工作任务：沉浸式新闻采集与直播、AI 辅助选题挖掘、提纲生成与素材整理

(4) 课程目标：掌握直播设备操作、AI 内容生成工具、数据监测平台的使用。具备结合新闻热点策划直播内容、撰写脚本及互动话术的能力。通过模拟新闻直播、事件报道等场景，完成从选题策划到落地执行的全流程实践。

(5) 主要内容：智能融媒与直播基础、AI 赋能新闻采访与内容创作、新闻直播报道实战、职业素养与行业前沿

(6) 教学要求：采用信息化教学，理论讲解和综合实践相结合，紧跟行业前沿，以项目式和任务式教学为主要手段，引导学生利用现代化传播工具，互相配合，完成新闻采访、网络现场直播等报道内容。配合教学方法的实施和教学质量的提高，配有 PPT 课件、部分微视频课件，同时利用超星学习通等 APP 平台，提交作业，下载学习资料，进行学习互动，参与教师布置的讨论内容等。

(7) 考核类型：考查课

3.3 文化产业创意与策划（课程代码 0600121019，56 学时，3.5 学分）

(1) 课程性质：选修课

(2) 涉及的主要技术领域：平面设计师、广告设计师、包装产品策划。

(3) 对应的典型工作任务：市场调研与包装定位、市场分析能力、视觉设计创意能力、创意构思能力、图文排版、图像处理、色彩配置。

(4) 课程目标：培养具有视觉审美力和文化洞察力的图文创意人才素质；掌握文化产业政策法规、图文传播规律、数字媒体技术原理等核心知识；通过项目制教学，培养学生创意构思能力、视觉设计创意能力、跨媒介策划执行、文化 IP 开发等实践技能。能够将文化内涵转化为可视化创意方案，熟练运用图文排版、信息可视化、新媒体交互设计等专业技术工具，具备从文化资源挖掘到商业价值转化的全流程策划技能。

(5) 主要内容：本课程内容主要包括文化产业策划的本质、特点、功能和原则，旅游文化产业策划的方法，影视产品的矩阵式营销方案，成功文化产品的创意分析等。

(6) 教学要求：利用信息化教学手段，采用多元评价的方式，对课程学习时间、参与研讨和交流情况、作业提交情况和学习成果提交情况进行综合考评。

(7) 考核类型：考查课

3.4 POP 广告设计（课程代码 0600221218 56 学时，4 学分）

(1) 课程性质：专业选修课

(2) 涉及的主要技术领域：数字界面设计领域；平面设计领域。

(3) 对应的典型工作任务：广告设计。

(4) 课程目标：通过本课程的学习，培养学生具有 POP 媒体广告设计与制作的能力；能够熟悉 POP 媒体广告的基本特征与要求，完成 POP 广告设计与制作。通过 POP 广告设计与制作实践训练提高广告设计能力和审美修养。使学生学习并掌握一般的广告设计的基本方法和设计原则；从而加深对招牌、杂志、海报、户外、网络等平面广告设计领域的认识，提升设计实践能力。

(5) 主要内容：POP 广告的定义、功能及应用场景，立牌、吊旗、价签等常见 POP 广告的立体造型原理，使用 3D 建模软件设计可落地的实物模型。

(6) 教学要求：采用理论与体验教学相结合、讲授与训练相结合的教学方法，注重培养学生实际应用能力。采取过程性考核方式进行评价。

(7) 考核类型：考查课

3.5 衍生品设计与制作（课程代码 600221610，56 学时，3.5 学分）

(1) 课程性质：选修课

(2) 涉及的主要技术领域：从 3D 建模到硅胶翻模全流程。

(3) 对应的典型工作任务：造型塑造与动态表达、跨软件协作、场景制作。

(4) 课程目标：掌握动漫 IP 衍生品开发全流程，结合 AI 辅助设计技术的应用方法；具备完成角色周边设计、产品打样及商业策划的综合能力，掌握 AI 工具提升设计效率与市场适配性的技巧；培养版权保护意识、跨界协作能力与商业思维，强化其文化创意价值转化能力与可持续发展理念，为动漫、潮玩及文创行业培养兼具艺术创造力与市场敏锐度的复合型衍生品设计师。

(5) 主要内容：角色、场景元素提取与再设计，手办、周边等立体与平面衍生品的造型设计、材料选型、3D 建模、手作原型制作，模具翻制、涂装工艺及量产可行性分析。

(6) 教学要求：结合学生特点、课程内容、教学环境等因素，采取形式多样的教学方法，包括讲授法、讨论法、案例法、情景教学法等。课程考核采用过程性评价和结果性评价相结合方式。

(7) 考核类型：考查课

3.6 视觉纹样（课程代码 0600221107 56 学时，4 学分）

(1) 课程性质：必修课

(2) 涉及的主要技术领域：数字界面设计领域；平面设计领域。

(3) 对应的典型工作任务：插画设计、DM 单、展板、书籍/杂志排版设计、界面设计。

(4) 课程目标：通过图案纹样设计的学习，学生了解传统图案相关概念及形式，把握图案设计的造型法则及规律，最终能把图案设计应用于设计案例中。

(5) 主要内容：图案纹样的概述、类型及特征，结合传统图案应用案例讲解传统图案的审美取向、构图法则，了解传统图案的文化寓意，掌握传统图案形式美的原理、传统图案造型的手段、图案技法与材料及创作与设计方法。

(6) 教学要求：采用理论与体验教学相结合、讲授与训练相结合的教学方法，注重培养学生实际应用能力。采取过程性考核方式进行评价。

(7) 考核类型：考查课

3.7 CG 插画（AIGC）（课程代码 600221626，56 学时，3.5 学分）

(1) 课程性质：选修课

(2) 涉及的主要技术领域：数字绘画基础、角色与场景设计、商业插画设计、AI 辅助工具与行业流程。

(3) 对应的典型工作任务：角色原画设计、场景概念图绘制、宣传海报创作、IP 视觉开发及 AI 辅助艺术创作。

(4) 课程目标：掌握数字绘画原理与主流软件操作，结合 AI 辅助技术的应用方法；具备完成角色设计、场景绘制、氛围营造及商业插画创作的综合表现能力，掌握 AI 工具提升创作效率与艺术表现力的技巧；培养原创精神、跨风格适应力与版权意识，强化其艺术审美素养与行业规范认知，为游戏、影视、出版等行业培养兼具传统绘画功底与数字技术融合能力的复合型插画师。

(5) 主要内容：生成式 AI 技术，AI 工具在角色设计、场景构图中的应用，文本生成图像、风格迁移与智能素材优化，AI 辅助创作传统插画创作。

(6) 教学要求：结合学生特点、课程内容、教学环境等因素，采取形式多样的教学方法，包括讲授法、讨论法、案例法、情景教学法等。课程考核采用过程性评价和结果性评价相结合方式。

(7) 考核类型：考查课

3.8 微视频拍摄与制作技术（课程代码 600221608，56 学时，3.5 学分）

(1) 课程性质：选修课

(2) 涉及的主要技术领域：前期策划与剧本、摄像技术、录音与音效、后期制作、新媒体适配。

(3) 对应的典型工作任务：剧本撰写与分镜绘制、场景布光、多机位拍摄与现场收音、后期素材整理与剪辑、视频调色与特效、音效设计与混音。

(4) 课程目标：掌握电影语言和制作流程等专业知识；具备独立完成剧本构思、现场拍摄、表演指导、剪辑合成的全流程制作能力；培养团队协作精神、艺术创新思维和社会责任感，提升审美素养与职业规范意识。

(5) 主要内容：微视频拍摄与制作技术课程涵盖前期策划、拍摄实操、后期制作，短时长叙事技巧与光影设计。

(6) 教学要求：结合学生特点、课程内容、教学环境等因素，采取形式多样的教学方法，包括讲授法、讨论法、案例法、情景教学法等。课程考核采用过程性评价和结果性评价相结合方式。

(7) 考核类型：考查课

3.9 综合实践（课程编码：0000321001，120 学时，7.5 学分）

(1) 课程性质：必修课

(2) 涉及的主要技术领域：本课程主要涉及二维/三维动画制作、影视后期合成与特效、AIGC 辅助设计、品牌整合营销传播、新媒体内容创作、出版物策划与视觉设计、可变数据印刷、数字出版与 H5 交互设计、数码印刷工艺等数字创意核心技术领域。

(3) 对应的典型工作任务：文旅动画短片的全流程制作（前期策划、概念设计、中期制作、后期合成输出）；文旅品牌整合营销传播项目的策划、执行与评估；文化创意出版物的整体策划、视觉系统设计、图文编排与跨媒介呈现；可变数据印刷品的制作、H5 交互页面开发及数字印刷成品输出；跨专业团队协作下的真实文旅项目实训与岗位任务对接。

(4) 课程目标：本课程立足影视动画专业群复合型人才培养定位，引导学生系统整合影视动画、传播与策划、视觉传达设计、数字图文信息处理技术等方向的核心知识与技能，掌握从创意策划、设计制作到合成输出的全流程实战能力，并能运用 AI 辅助生成等前沿技术提升创作效率与品质。通过跨专业综合性项目实践，培养学生团队协作、项目统筹、客户沟通等职业素养，增强文化自信与产业使命感，为其从事文旅数字内容创作、IP 策划运营、品牌视觉设计、文创产品开发等工作奠定扎实基础。

(5) 主要内容：课程设置四个跨专业项目模块，学生自主选择完成总计 120 学时的内容。项目一：“匠心传承”主题动画短片创作（前期策划与概念设计、

中期制作与动画表演、后期合成与特效输出）、项目二：“新国潮”品牌整合营销传播实战（品牌策略与创意策划、多媒体内容创意与制作、活动执行与效果评估）、项目三：“城市记忆”文化创意出版物设计（出版物整体策划与视觉系统设计、专题图文内容设计与制作、跨媒介呈现与成果封装）、项目四：“振兴乡村”新媒体产品制作与数字化印刷（可变数据印刷品的制作、电子出版物 H5 页面的制作、实训作品的输出制作）。

（6）教学要求：结合学生跨专业背景、项目化课程内容及理实一体教学环境，采取讲授法、讨论法、案例法、情景教学法等多元化教学方法。通过企业真实项目引导、翻转课堂、团队协作与角色扮演、技能工作坊等形式，实现“做中学、学中创”。课程考核采用过程性评价（30%）与终结性评价（70%）相结合的方式，过程性评价涵盖小组出勤、学习表现、资料检索、讨论交流、练习作业及团队协作等，终结性评价以综合项目成果为核心，引入企业导师参与评审，全面衡量学生的职业能力与综合素养。

（7）考核类型：考查课

（四）实践性教学环节

1. 实训

1.1 岗位实习（课程代码：0000331002，720 学时，24 学分）

（1）课程性质：必修课

（2）课程类型：单项技能实训

（3）课程目标：能够提供文案策划、活动策划、营销推广策划、媒介专员、影视制作、新媒体运营等相关实习岗位；能涵盖当前相关产业发展的主流技术。

（4）主要内容：将课堂理论（如传播学理论、策划方法论）应用于实际工作场景。

（5）教学要求：能够开展传播与策划专业相关实训活动，实训设备齐备，

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。

(6) 考核类型：考查课

2.2 毕业设计（课程代码：0000341002，150 学时，5 学分）

(1) 课程性质：必修课

(2) 课程目标：通过综合性课题研究，培养学生将传播理论知识与策划实践能力深度融合，掌握品牌传播、活动策划、新媒体运营等全流程的核心技术与行业规范。深化学生对传播学理论、品牌营销策略、媒介传播规律及创意策划方法的理解，熟悉广告传播、活动执行、新媒体内容生产的法规要求。提升学生独立完成传播策划方案设计（如品牌推广策略、活动流程规划、新媒体内容矩阵搭建）的能力，强化市场调研、创意文案撰写、数据分析及方案汇报等技能，具备解决复杂传播问题的实践能力。培养创新思维、团队协作精神及严谨的职业态度，适应传媒行业对高素质应用型人才的需求。

(3) 主要内容：课程以传播与策划全链条为核心，选取企业实际传播需求，开展市场与受众调研，明确传播目标与价值。完成传播策划方案设计（如品牌整合传播策略、线上线下活动策划）、媒介渠道选择（如社交媒体平台组合、线下广告投放规划）及创意内容制作（如短视频脚本创作、宣传物料设计）。通过数据监测评估传播效果，整理研究成果，撰写符合学术规范的毕业论文，并通过答辩展示策划方案与创新亮点。

(4) 教学要求：依托校企共建实践基地与传媒创新实验室，提供设备与技术支持。实行“校内导师+企业导师”双导师制，校内导师侧重理论指导，企业导师提供行业实践经验与市场视角，确保课题契合行业发展需求。要求策划方案符合广告法及传媒行业规范，同时鼓励引入 AI 营销、AI 内容创作等前沿技术，体现创新性。过程性考核占 60%，包括策划任务设计、实践过程记录规范性、阶段性汇报表现；总结性考核占 40%，依据毕业论文质量（逻辑性、数据完整性）及答辩表现（问题分析与应答能力）综合评分。

(5) 考核类型: 考查课

八、教学进程总体安排

(一) 教学计划进程表

见附录 1

(二) 教学环节分配表

传播与策划专业教学环节分配表 (单位: 周)

学期	课程教学	其中, 集中实践教学			考试	军训	入学教育	机动	合计
		集中实训	实习环节	毕业环节					
一	14	0	0	0	1	2	1	2	20
二	18	0	0	0	0	0	0	2	20
三	18	0	0	0	1	0	0	1	20
四	18	0	0	0	1	0	0	1	20
五	18	6	12	0	1	0	0	1	20
六	17	0	12	5	0	0	0	3	20
总计	103	6	24	5	4	2	1	10	120
说明	1. 合计=课程教学+考试+军训+机动+入学教育								

(三) 理论教学与实践教学比例配置表

传播与策划专业理论教学与实践教学比例配置表											
学年	学期	总学时	理论教学		实践性教学						
					合计学时	占总学时比例%	实验实训	集中实训	实习环节	毕业环节	其他活动(如有)
			学时	占总学时比例%			学时	学时	学时	学时	学时
一	1	416	312	11.2%	104	3.7%	104	0	0	0	0
	2	468	368	13.2%	100	3.6%	100	0	0	0	0
二	3	440	323	11.6%	117	4.2%	117	0	0	0	0
	4	464	316	11.3%	148	5.3%	148	0	0	0	0
三	5	488	8	0.3%	480	17.2%	0	120	360	0	0
	6	518	8	0.3%	510	18.3%	0	0	360	150	0
合计		2794	1335	47.8%	1459	52.2%	469	120	720	150	0
说明: 如填写计算学时的其他实践性活动, 请在此处列举具体活动和学时。											

九、师资队伍

按照“四有好老师”“四个相统一”“四个引路人”的要求建设专业教师队伍，将师德师风作为教师队伍建设的第一个标准。

1. 队伍结构

学生数与本专业专任教师数比例小于 25:1，“双师型”教师占专业课教师数比例 100%，高级职称专任教师 4 人，中级职称 3 人，专任教师队伍在职称、年龄上形成了合理的梯队结构。整合合作企业优质人才资源，建立本专业兼职教师库，每学期从教师库中选聘担任兼职教师，同时聘请了 5 名产业导师，组建本专业产教融合虚拟教研室，并建立定期开展专业教研机制。

表 1 专业师资队伍一览表

专任教师					兼职教师		
总数	双师型教师比例	研究生以上教师比例	高级职称比例	高级职业技能比例	总数	双师型教师比例	高级职业技能/职称比例
10	100%	100%	40%	80%	5	60%	60%

（二）专业带头人简介（200 字左右）

本专业带头人具有副高职称和较强的实践能力，能够较好地把握传播与策划行业发展动态，能广泛联系企业，了解行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。

（三）专任教师

具有高校教师资格；原则上具有新闻与传播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。

表 2 专任教师情况一览表

序号	姓 名	最高学历	职 称	技能证书/等级	是否双师
1	张文鹏	本科	副教授	装饰美工/高级	是
2	王晶晶	硕士研究生	副教授	广告设计师/技师	是
3	王尉	硕士研究生	副教授	广告设计师/技师	是
4	胡萍	硕士研究生	副教授	广告设计师/技师	是
5	杨光	博士研究生	讲师	工艺美术/高级	是
6	王丰	硕士研究生	讲师	广告设计师/技师	是
7	毕超然	硕士研究生	讲师	动画制作师/技师	是
8	范旭辉	硕士研究生	助教	广告设计师/技师	是
9	严舒一	硕士研究生	助教	广告设计师/技师	是
10	高岩	硕士研究生	助教	广告设计师/技师	是

（四）兼职教师

主要从新媒体、短视频、直播等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。

表 3 兼职教师情况一览表

序号	姓 名	工作单位	职务	职称/职业技能/管理职务	承担任务	是否双师
1	任晓婷	天津电视台	导演	高级记者	参与任课、专业人才培养方案、参与实训基地建设	否
2	周萍	天津电视台	编导	高级编辑	参与实训基地建设、实训课程任课	否
3	苗高萌	天津电视台	主持人	一级播音员	课程标准制定、实训	否

序号	姓 名	工作单位	职务	职称/职业技能/管理职务	承担任务	是否双师
					课程任课	
4	王大可	天壹传媒	总经理	无	参与任课、专业人才培养方案、参与实训基地建设	否
5	刘宁	天壹传媒	副总经理	无	专业课程授课	否

十、教学条件

（一）教学设施

1. 专业教室

配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，互联网接入或无线网络环境，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。

2. 校内外实训场所

建有满足专业人才培养目标与技术技能训练要求的校内实训基地

（1）网页设计传播实训室

网页设计传播实训室应配备图形图像工作站（教师、学生）、存储服务器、交换机、调色台、监听耳机、录播系统等；互联网接入或 Wi-Fi 环境；满足网页设计制作、新媒体基础与应用、新媒体运营等课程教学和实训。

（2）影视制作工作室

影视制作工作室应配备台式计算机、高清摄像机、数码相机及道具、后期制作工作站、高清视频监视器、蓝光播放器、投影设备、互联网接入或 Wi-Fi 环境，满足摄影摄像基础、广告片制作、微视频创意与制作等课程教学和实训。

（3）广告创意与制作工作室

广告创意与制作工作室应配备台式计算机、扫描仪、数码相机、彩色喷墨打

印机、展架等设备，计算机需安装 Photoshop、Illustrator 等设计软件，互联网接入或 Wi-Fi 环境，满足广告策划与制作、文案写作、Photoshop、计算机图文设计等课程教学和实训。

(4) 直播电商实训室

直播电商工作室应配备高性能台式计算机、专业直播摄像机、直播麦克风及补光灯、直播中控台、多平台直播推流设备、商品展示货架、高速互联网接入或 Wi-Fi 环境，满足直播电商基础、带货话术训练、直播选品与运营等课程教学和实训。

表 4 校内实训场所一览表

序号	实训室名称	占地面积	支撑课程	主要实训项目	主要设备		工位 数
					名称	数量	
1	摄影工作室	80 m ²	摄影摄像技术、微电影拍摄	摄影摄像	数码单反相机	41	30
					摄像机	2	
					相机稳定器	3	
					SeewoC08EA	1	
					手机稳定器	4	
					三脚架	30	
					SeewoC08EA	1	
2	动捕工作室	80 m ²	虚拟主播建模、虚拟直播间	虚拟直播	ThinkStation P340 工作站	1	5
					LenovoThinkVision T2224r 显示器	1	
3	直播电商工作室	100 m ²	智能直播运营	电商直播	数码单反相机	41	7
					相机稳定器	3	
					三脚架	30	
4	非线性编辑工作室	80 m ²	智能视频剪辑与生成	视频剪辑	RG-NBS3200-48GT4XS	1	61
					SeewoC08EA	1	
					联想 23 英寸电脑	61	
5	图文处理工作室	80 m ²	数字图文处理	平面设计、UI 设计	SeewoC08EA	1	31
					DELL OPTIPLEX 9020 台式机	31	
6	影视后期实训室	80 m ²	影视后期合成	影视后期	VTRON/V-MT075L	1	51
	录音棚	80 m ²	采访与口	采访	录音设备	3	3

			语表达		音频接口与前置设备	3	
					监听设备	3	
					处理设备	3	

表 5 校外实训场所一览表

序号	基地名称	占地面积	支撑课程	主要实训项目	主要设备		工位 数
					名称	数量	
1	北京天兴科技教育公司	3000 平米	直播电商	直播项目	摄像头、麦克风、灯光系统、支架、稳定器	2	10
2	网易科技有限公司	10000 平方米	新媒体技术	新媒体制作	摄像头、麦克风、灯光系统、支架、稳定器	40	20
3	缘视觉（天津）影视文化传媒有限公司	500 平方米	短视频运营	短视频制作与运营	摄像头、麦克风、灯光系统、支架、稳定器	30	20
4	天壹传媒科技（天津）有限公司	300 平方米	广告策划	广告创意与制作	摄像头、麦克风、灯光系统、支架、稳定器	20	20

3. 实习场所

建设能提供文案策划、活动策划、营销推广策划、媒介专员、影视制作、新媒体运营等实习岗位的稳定校外实习基地，能够安排有经验的技术或管理人员担任实习指导教师，开展专业教学和职业技能训练，完成实习实训质量评价，做好学生实习、实训服务和管理工作的，有保证实习实训学生日常工作、学习、生活的规章制度，有安全、保险保障，依法依规保障学生的基本权益。

表 6 实习场所一览表

序号	实习单位	主要实习岗位	接纳学生数	指导教师数
1	天津新偶文化传媒有限公司	视频剪辑	30	3
2	相心文旅创业发展（天津）有限公司	媒介专员、影视制作、新媒体运营	20	4

3	北京天兴教育科技有限公司	文案策划、活动策划、 营销推广策划	10	3
---	--------------	----------------------	----	---

（二）教学资源

主要包括能够满足学生专业学习、教师专业教学研究和教学实施需要的教材、图书及数字化资源等。

1. 教材选用

按照国家规定，经过规范程序选用教材，优先选用国家规划教材和国家优秀教材。专业课程教材体现本行业新技术、新规范、新标准、新形态，并通过数字教材、活页式教材等多种方式进行动态更新。

表 7 专业核心课程参考书目

序号	课程名称	教材名称	ISBN 书号	是否规划教材
1	网页设计与制作	网页设计与制作 任务驱动教程（第 4 版）	9787040563481	国家规划教材
2	短视频创作与非遗技 艺可视化传播应用	数码摄影入门与 进阶（第 2 版）	9787040484168	国家规划教材
3	移动应用策划与制作	微信小程序开发 教程 微课版	9787113279004	否
4	智能直播运营	网络直播运营中 级	9787549995165	国家规划教材
5	媒介经营与管理	智能媒体导论	9787565731761	国家规划教材

2. 图书文献配备

表 8 主要图书文献

序号	类型	图书文献名称
1	纸质	著作权法
2	纸质	电影产业促进法
3	纸质	公共文化服务保障法
4	纸质	新编市场营销
5	纸质	非线性编辑

6	纸质	影视动画视听语言
---	----	----------

3.数字资源配置

表 9 主要数字资源

序号	资源名称	资源链接
1	专业教学资源库	https://www.zcool.com.cn
2	专业教学资源库	http://hjyssjzyk.scuvc.com/
3	数字图像处理技术课程资源	https://www.xueyinonline.com/detail/245917862
4	网页设计与制作课程资源	https://www.xueyinonline.com/detail/250733006
5	计算机图形处理技术课程资源	https://www.xueyinonline.com/detail/250335862

（三）教学方法

1. 教学手段

讲授与多媒体教学相结合，视频演示与认知实习相结合，教师示范与动手实践相结合，虚拟仿真与实际操作相结合，专项技术教学与综合实际应用相结合等。

2. 教学方法

本专业课程教学广泛运用启发式、探究式、讨论式、角色扮演式、案例引导式、任务驱动式、演示法等教学方法提升课堂效率。专业核心课程采用任务驱动式、案例引导式、探究式教学方法，公共基础课采用启发式、探究式、讨论式、角色扮演式教学方法。

3. 教学组织形式

结合课程特点、教学环境支撑情况，采用整班教学、分组交流、现场体验、项目协作和岗位实习等组织形式。采用课前引导预习、课上指导学习、课后辅导

拓展的方式，让原本课上教学的时间和空间能够得到更加灵活的补充和辅助。

十一、质量保障和毕业要求

（一）质量保障

1. 质量保障机制

学校建立了专业建设与教学指导委员会和二级学院专业建设与教学执行委员会，校院两级协同对专业人才培养方案制定与实施、课程标准制定与实施、课堂评价、实践教学评价、毕业设计以及教学资源建设等进行过程监控和质量评价，保证各专业人才培养达到预期人才培养规格要求。

学校建立了多元教学质量考核评价体系，教学质量评价包括同行评价、聘课部门评教、学生评教和教师自评，各占 25%、25%、45%和 5%。每个学期的教学质量评价覆盖全体专兼职教师 and 所有教学周。同时，还建立了教学质量动态反馈机制，通过线上评教意见反馈以及学生座谈会等多种形式，听取学生对课程教学效果的意见和建议，并对提出的问题及时整改，切实保证教育教学质量。

2. 学习评价制度

（1）线上课程学习评价

根据线上课程设置的考核标准进行考核，考核主要包括过程性考核和期末考核两部分，过程考核包括学习进度、学习习惯、互动情况、章节测试情况、见面课表现等。

（2）线下课程学习评价

采取过程化考核与结果性考核相结合，过程考核占 40%，主要考察学生的出勤、学习态度、职业素养、学习任务完成情况、学习成果质量等，过程考核可采取个人自评、小组互评和教师评价相结合的方式。结果性考核占 60%，学生完成课程学习后，进行综合性考核，考察学生学习完整个课程后是否达到预定教学目标的要求。

（3）综合实践课程学习评价

根据学生的出勤情况、综合实操技能、职业素养、职业道德、团队协作情况、实践成果等给予综合性评价。

（4）岗位实习评价

由指导教师会同企业指导教师依据学生实习过程记录、实习报告、实习自我鉴定、单位鉴定等相关资料，进行综合考核评定，考核评定结果分优秀、良好、中等、及格和不及格五个等次。

（5）毕业设计评价

毕业设计评价包含毕业设计成果评价和毕业答辩评价组成。毕业设计成果评价占 50%，由指导教师根据学生毕业设计工作量、毕业设计质量以及毕业设计过程表现进行评定；毕业答辩评价占 50%，由答辩工作小组根据学生毕业设计成果质量以及答辩过程中的表现予以评定。毕业设计成绩根据综合折算成绩确定相应等级：优秀（90-100 分）、良好（80-89 分）、中等（70-79 分）、及格（60-69 分）、不及格（60 分以下）。

3. 教学管理机制

学校制定了《线上教学管理办法》《天津现代职业技术学院教材建设与管理办法(修订)》《天津现代职业技术学院学生实习管理规定(试行)》《天津现代职业技术学院毕业设计工作管理办法(试行)》《天津现代职业技术学院教学责任事故认定及处理办法(修订)》等一系列教学管理制度，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. 教科研工作机制

本专业成立了产教虚拟教研室，建立了线上线下相结合的集中备课制度，定期召开教学研讨会议，科学制定课程标准、授课计划，共同开发课程教学资源

新形态教材，积极探索“学生中心、问题牵引、任务驱动、成果导向”的项目化课程教学改革，持续深化课堂革命，不断提高人才培养质量。

5. 毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制。

学校建立了在校生课堂满意度、用人单位满意度调查机制，以及毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制。委托第三方调查机构麦可思数据有限公司每年进行企业满意度调查（包括毕业生岗位适应能力、职业素养、专业技能、综合素质、录用人数等）和毕业生满意度调查（包括学习的知识和技能的适用性、发展空间、岗位对口情况、薪酬水平、人际关系、对企业的认可度等），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。

（二）毕业要求

根据专业人才培养方案确定的目标和培养规格，完成规定的实习实训，全部课程考核合格或修满学分，准予毕业。

1. 学分要求

学生毕业时，必须完成人才培养方案中全部课程学习任务，并考核合格，取得教学计划规定的 165（含军事训练 2 学分、社会实践 14 学分、入学教育 1 学分、毕业教育 1 学分）学分，其中选修课 18 学分。

2. 职业素养要求

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，具有坚定的理想信念、深厚的爱国情感和中华民族自豪感。

具有良好的人文素养与科学素养，具备职业生涯规划能力；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。

3. 技能要求

毕业生能够通过所学知识独立完成市场调研、分析能力，并能适时掌握行业动态，具有较强的造型能力和审美鉴赏能力。具备较强的策划能力、网页设计能力与视频处理能力。具有较强的宏观把握能力和实际操作能力，包括沟通、组织、策划、创造、表现等方面的综合设计能力。

4. 学习成果认定与转换

取得《天津现代职业技术学院学习成果认定与转换管理办法》规定中的学习成果，可以申请学习成果认定，并按规定转换为相应的学分。

十二、附录

1. 教学计划进程表
2. 限定选修课课程目录及课程描述
3. 人才需求调研报告
4. 能力图谱（职业岗位、典型工作任务、核心技能）
5. 修订说明

附录 1：传播与策划专业教学计划进程表

传播与策划专业教学计划进程表（2026 级）

课程属性与类别		课程编码	课程性质	课程名称	课内总学时				学分	考试	考查	学时分配					
					合计	理论教学	实验实训	集中实践教学				第一学年		第二学年		第三学年	
												1	2	3	4	5	6
												14/20	18/20	18/20	18/20	18/20	17/20
公共基础课		1100111001	必修课	思想道德与法治	48	42	6		3	√		4×12					
		1101111000		形势与政策 Δ	48	48			1		√	-	-	-	-	-	
		0102111011		实用英语	128	128			8		√	4×14	4×18				
		1200111000		体育	108	108			7		√	2×14	2×16	2×12	2×12		
		2000111001		军事理论	36	36			2		√		2×18				
		0200111900		人工智能技术与应用	32	32			2		√		2×16				
		2000111000		大学生心理健康教育	32	32			2		√		2×16				
		1100111000		毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	32	28	4		2	√			2×16				
		2100111003		创新创业教育	32	32			2		√		2×16				
		2100111004		职业发展与就业指导	32	32			2		√	4×8					
		1100111002		习近平新时代中国特色社会主义思想概论	48	42	6		3	√				4×12			
		2000111002		劳动教育	16	8	8		1		√		○				
		0000113205		国家安全教育	16	12	4		1		√		○				
		0000113206	修性选课必修	大国工匠与职业理想	32	32			2		√		○				
		0000113207		宪法与法治中国													
	必修课小计					640	612	28		38			14	16	8	2	
		见附录 2	限选课	信息技术类选修课	48	48			3		√	○					
		见附录 2		美学艺术类选修课	32	32			2		√	○					
		见附录 2		思想政治类选修课	32	32			2		√		○				
		见附录 2		文化素养类选修课	32	32			2		√		○				
		见附录 2		其他类选修课	32	32			2		√		○				
	选修课小计					176	176			11							
	合计					816	788	28		49			14	16	8	2	
专业课	专业平台课	0600221109	必修课	智能视频剪辑与生成●	28	14	14		2		√	2×14					
		0600221291		摄影基础●	56	28	28		3.5		√		4×14				
		0601221120		数字图像处理●	56	28	28		3.5		√		4×14				
	专业方向课	0600221251	必修课	中国传统文化产业创意与策划	56	28	28		3.5		√	4×14					
		0600221238		新媒体文案写作与传播	64	32	32		4		√		4×16				

传播与策划专业教学计划进程表（2026 级）

课程属性与类别		课程编码	课程性质	课程名称	课内总学时				学分	考试	考查	学时分配						
					合计	理论教学	实验实训	集中实践教学				第一学年		第二学年		第三学年		
												1	2	3	4	5	6	
												14/20	18/20	18/20	18/20	18/20	17/20	
专业群互选课		0600221239		影视后期处理技术●	64	32	32		4		√				4×16			
		0600221247		采访与口语表达	64	32	32		4.5	√					4×16			
		0601221130		网页设计与制作※	72	57	15		4.5	√					4×18			
		0600221241		融媒体视听节目策划	64	32	32		3.5		√				4×16			
		0600221256		AI 短视频策划与创作●※	72	36	36		4.5	√						4×18		
		0600221256		移动应用策划与制作●※	72	36	36		4.5	√						4×18		
		0600221253		智能直播运营※	72	22	50		4.5		√					4×18		
		0600221083		媒介经营与管理※	72	50	22		4.5		√					4×18		
		0600121101		活动策划	64	64			3.5		√					4×16		
		0000321001	课修必	综合实践	120			120	7.5		√						6 周	
		必修课小计			996	491	385	120	62				14	12	12	16		
		0600221042	选修课	大众传播学	56	28	28		3.5		√	4×14						
		0600221249		智能融媒直播与新闻实战	56	28	28		3.5		√	4×14						
		0600121019		文化产业创意与策划	56	30	26		3.5		√	4×14						
		0600221019		POP 广告设计	56	28	28		3.5		√				4×14			
		600221610		衍生品设计与制作	56	28	28		3.5		√				4×14			
		0600221107		视觉纹样	56	28	28		3.5		√					4×14		
		600221626		CG 插画（AIGC）	56	28	28		3.5		√					4×14		
		600221608		微视频拍摄与制作技术	56	28	28		3.5		√					4×14		
		选修课小计			112	56	56		7						4	4		
		合计			1108	547	441	120	69				14	15	16	20		
实习环节	0000331002	必修	岗位实习	720			720	24		√						12 周	12 周	
	合计			720			720	24										
毕业环节	0000341002	必修	毕业设计	150			150	5		√							5 周	
	合计			150			150	5										
总计				2794	1335	469	990	147				28	31	24	22			
说明：1. 公共基础课学时占比 29%、选修课学时占比 10%。																		
2. 限定选修课要求三年制修满 11 学分，两年制修满 9 学分；专业拓展选修课应选 2 门。																		
3. “●”为理实一体化课程，“※”为专业核心课程，“△”为专题讲座。																		
4. 学分计算说明：普通课程学分=学时/16，约分保留到 0.5，按照四舍六入五保留原则进行约分。																		
5. 军事训练 2 学分、社会实践 14 学分、入学教育 1 学分、毕业教育 1 学分，不计入总学时。“○”表示线上自主学习，不计周课时。																		

附录 2.限定选修课课程目录及课程描述

一、限定选修课课程目录

分类	序号	类别	选修门数	课程代码	课程名称	学时				学分	考试	考查
						合计	理论教学	实验实训	集中实践教学			
公共基础课 (限定选修课)	1	信息技术类选修课	任选其一	0000113203	信息技术	48	48			3		√
	2			0000113208	大学生信息素养							
	3	美学教育类选修课	任选其一	0000113211	大学美育	32	32			2		√
	4			0000113209	艺术与审美							
	5	思想政治类选修课	任选其一	0000113210	大国精神	32	32			2		√
	6			0000113215	红色中国							
	7			0000113216	中国共产党史							
	8			0000113217	新中国史							
	9			0000113218	改革开放史							
	10			0000113219	社会主义发展史							
	11			0000113220	铸牢中华民族共同体意识							
	12			0000113212	马克思主义理论							
	13	文化素养类选修课	任选其一	0000113221	中国传统文化	32	32			2		√
	14			0000113213	大学语文							
	15			0000113222	物理与人类生活							
	16			0000113223	改变世界的化学							
	17	其他选修课	任选其一	0000113201	艾滋病、性与健康	32	32			2		√
	18			0000113224	创新创业实践							
	19			0000113202	生态文明							

说明：公共基础课中限定选修课要求三年制选修 5 门课，修满 11 学分；两年制选修 4 门课，修满 9 学分。

二、限定选修课课程描述

(一) 信息技术类选修课

1.信息技术（课程代码 0000113203，32 学时，2 学分）

(1) 课程性质：限定选修课

(2) 课程目标：掌握信息技术的基础知识和基本操作技能，加强学生信息技术的应用意识，培养学生的综合信息素养，了解云计算、大数据、机器人流程自动化、物联网、人工智能、数字媒体、虚拟现实、区块链等新兴技术，增强学生的创新能力，使用常见搜索引擎进行信息的检索，提升学生信息处理的能力，为后续专业课程的学习做好必要的知识准备。

(3) 课程内容： 计算机基础知识，WPS 文字、表格、演示，信息检索，信息技术概述，信息安全。

(4) 教学要求： 采用网络授课等信息化手段教学，课程考核包括课程学习时间、参与研讨和交流情况、作业提交情况和学习成果提交情况。

(5) 考核方式： 考查课

2.大学生信息素养（课程代码 0000113208，32 学时，2 学时）

(1) 课程性质： 选择性必修课

(2) 课程目标： 培养大学生信息获取、信息评价以及即时捕获有用信息的能力，搜索、利用和开发信息的能力，使之与信息化社会相适应，促进自身全面发展。能够利用现代信息技术，全方位分析、获取有关信息提供相关的知识。

(3) 课程内容： 大学生信息素养概论，大学生的信息需求，信息检索绪论，搜索引擎应用技巧，搜索引擎进阶，中文信息检索，例说中文信息检索，中国知网-CNKI 介绍，CNKI 文献检索技巧，EXCEL 信息处理，信息伦理与网络信息安全，知识产权保护，让信息为学习和科研服务，文献调研与论文撰写。

(4) 教学要求： 采用网络授课等信息化手段教学，课程考核包括课程学习时间、参与研讨和交流情况、作业提交情况和学习成果提交情况。

(5) 考核方式： 考查课

（二）美学教育类选修课

3.大学美育（课程代码 0000113211，32 学时，2 学分）

(1) 课程性质： 限定选修课

(2) 课程目标： 培育学生对艺术形式、自然生态、社会文化的审美感知力，提升学生审美和人文素养、塑造美好心灵、完善健全人格、激发创新创造活力，从而形成健康完整的人格。

(3) 课程内容： 包括美育新识，美术之美、诗歌之美、戏剧之美、人生之

美内容。

(4) 教学要求：采用网络授课等信息化手段教学，课程考核包括课程学习时间、参与研讨和交流情况、作业提交情况和学习成果提交情况。

(5) 考核方式：考查课

4.艺术与审美（课程代码 0000113209，32 学时，2 学分）

(1) 课程性质：限定选修课

(2) 课程目标：提高学生的艺术教养与审美素质，引导学生追求更有意义、更有价值、更有情趣的人生，引导学生拥有高远的精神追求，追求高尚的精神生活。

(3) 课程内容：包括什么是艺术，绘画，雕塑，建筑，设计，书法，音乐，舞蹈，戏剧，电影，摄影，艺术与宗教，美育与人生，中华美学精神等基础认知概念。

(4) 教学要求：采用网络授课等信息化手段教学，课程考核包括课程学习时间、参与研讨和交流情况、作业提交情况和学习成果提交情况。

(5) 考核方式：考查课

（三）思想政治类选修课

5.大国精神（课程代码 0000113210，32 学时，2 学分）

(1) 课程性质：限定选修课

(2) 课程目标：深刻体会一代代共产党人特别是革命烈士、英雄人物、先进模范感人至深的事迹中展现出来的艰苦奋斗、牺牲奉献、开拓进取的伟大品格，感悟一代代共产党人在血与火的考验中凝练形成的伟大精神，传承一代代共产党人用鲜血和生命、用汗水和奋斗培育形成的红色基因，激励广大青年大学生争做堪担民族复兴重任的时代新人。

(3) 课程内容：重点讲授中国共产党在百年征程中孕育形成的伟大精神谱

系，包括红船精神、井冈山精神、伟大长征精神、延安精神、南泥湾精神、红岩精神、西柏坡精神、抗美援朝精神、雷锋精神等。

（4）教学要求：采用网络授课等信息化手段教学，课程考核包括课程学习时间、参与研讨和交流情况、作业提交情况和学习成果提交情况。

（5）考核方式：考查课

6.红色中国（课程代码 0000113215，32 学时，2 学分）

（1）课程性质：限定选修课

（2）课程目标：以习近平新时代中国特色社会主义思想为引领，充分挖掘红色资源，赓续红色历史，凝聚红色力量，用英雄人物、英雄故事、英雄精神教育人、感染人、激励人，把中华儿女精神血脉里的红色基因传承好。坚持“英雄故事”与“红色感悟”相结合，打造红色课堂，把丰富的实物史料转化为思想教育的鲜活教材，让青年大学生在“看、听、思、悟”的过程中，不断增强对“红色中国”的感知度、体验度、鲜活度，在“身临其境”中真正触及思想、震撼心灵！

（3）课程内容：包括利用典型案例讲述初心不改 坚定红色信仰，家国情怀 执着红色求索，矢志报国 坚守红色奉献，众志成城 追求红色卓越。

（4）教学要求：采用网络授课等信息化手段教学，课程考核包括课程学习时间、参与研讨和交流情况、作业提交情况和学习成果提交情况。

（5）考核方式：考查课

7.中国共产党史（课程代码 0000113216，32 学时，2 学分）

（1）课程性质：限定选修课

（2）课程目标：深刻理解中国共产党诞生的历史必然性及对近代中国的重要意义，深刻理解中国共产党的初心和使命。了解中国共产党的发展历程，把握党在不同历史时期的重大贡献，了解党在历史上的重大事件、重要会议、重要文

件、重要人物等，深刻理解中国共产党改革开放以来尤其是进入新时代中国特色社会主义建设的各项方针政策，建构系统的党史知识体系，为提升综合素养夯实必要的知识和理论基础。

（3）课程内容：讲授中国共产党从创立到领导中国人民进行新民主主义革命、社会主义革命、建设和改革的伟大征程。本课程有助于大学生深刻理解中国共产党诞生的历史必然性及对近代中国的重要意义，了解中国共产党百折不挠、顽强奋斗的光辉历程。

（4）教学要求：采用网络授课等信息化手段教学，课程考核包括课程学习时间、参与研讨和交流情况、作业提交情况和学习成果提交情况。

（5）考核方式：考查课

8.新中国史（课程代码 0000113217，32 学时，2 学分）

（1）课程性质：限定选修课

（2）课程目标：弄清楚新中国成立之后的历史进程和伟大成就，更加深刻认识新中国成立之后的历史主线是中国共产党领导中国人民进行社会主义道路探索。学明白新中国成立之后的宝贵经验和重要启示，更加自觉把握新中国成立之后的历史主题是国家的社会主义现代化建设。深化对“只有中国特色社会主义才能发展中国”的认识，树立正确历史观，更加坚定跟党走中国特色社会主义道路的信心和决心。

（3）课程内容：讲述新中国成立之后的伟大历程和伟大成就、宝贵经验和重要启示，新中国成立之后历史的主线与主题，社会主义建设事业来之不易，中国特色社会主义道路来之不易，中国共产党为什么“能”、马克思主义为什么“行”、中国特色社会主义为什么“好”。

（4）教学要求：采用网络授课等信息化手段教学，课程考核包括课程学习时间、参与研讨和交流情况、作业提交情况和学习成果提交情况。

(5) 考核方式：考查课

9.改革开放史（课程代码 0000113218，32 学时，2 学分）

(1) 课程性质：限定选修课

(2) 课程目标：了解中国共产党带领全国各族人民改革开放的历史进程和发展路线，正确认识改革开放是决定当代中国命运的关键一招，是实现“两个一百年”奋斗目标、实现中华民族伟大复兴的关键一招。明确认识到改革开放只有进行时没有过去式，增强对改革开放事业的信心和恒心。

(3) 课程内容：包括改革开放的酝酿和起步，改革开放的全面展开，改革开放深入发展，全面深化改革等内容。

(4) 教学要求：采用网络授课等信息化手段教学，课程考核包括课程学习时间、参与研讨和交流情况、作业提交情况和学习成果提交情况。

(5) 考核方式：考查课

10.社会主义发展史（课程代码 0000113219，32 学时，2 学分）

(1) 课程性质：限定选修课

(2) 课程目标：弄清楚世界社会主义发展的六个时间段，了解掌握世界社会主义发展大背景及重大问题，全面把握“两个必然”和“两个决不会”，思考探究世界社会主义发展史的意义。

(3) 课程内容：空想社会主义的产生和发展，科学社会主义的创立及其实践，世界第一个社会主义国家的建立，社会主义从一国到多国发展与苏联模式，中国共产党对社会主义建设道路的探索，世界社会主义的曲折与奋进，中国特色社会主义开辟社会主义新纪元，中国特色社会主义进入新时代，世界社会主义的发展态势与历史启示。

(4) 教学要求：采用网络授课等信息化手段教学，课程考核包括课程学习时间、参与研讨和交流情况、作业提交情况和学习成果提交情况。

(5) 考核方式：考查课

11.铸牢中华民族共同体意识（课程代码 0000113220，32 学时，2 学分）

(1) 课程性质：限定选修课

(2) 课程目标：系统掌握中华民族共同体意识的基础知识。理论联系实际，增强辨别问题、分析问题、解决问题的能力。牢固树立正确的祖国观、民族观和历史观，增强中华民族共同体意识，为实现中华民族伟大复兴做出自己的贡献。

(3) 课程内容：包括马克思主义民族学，中国特色社会主义，理解铸牢的文明基础、现代文明、中华文明，民族国家体系，中华人民共和国民族政策，中国民族共同性等内容。

(4) 教学要求：采用网络授课等信息化手段教学，课程考核包括课程学习时间、参与研讨和交流情况、作业提交情况和学习成果提交情况。

(5) 考核方式：考查课

12. 马克思基本理论（课程代码 0000113212，32 学时，2 学分）

(1) 课程性质：限定选修课

(2) 课程目标：了解马克思主义的内涵、产生、和发展理解马克思主义的鲜明特征和当代价值认同马克思主义的态度运用马克思主义的方法

(3) 课程内容：世界的物质性及发展规律，实践与认识其发展规律，人类社会及其发展规律，资本主义的本质及规律，资本主义的发展及其趋势，社会主义的发展及其规律，共产主义崇高理想及其最终实现。

(4) 教学要求：采用网络授课等信息化手段教学，课程考核包括课程学习时间、参与研讨和交流情况、作业提交情况和学习成果提交情况。

(5) 考核方式：考查课

（三）文化素养类选修课

13. 中国传统文化（课程代码 0000113221，32 学时）

(1) 课程性质：限定选修课

(2) 课程目标：体会中国传统文化内容的丰富性与层次性，并感知诸层次内容在文化品格上的互动。增强对中国传统文化思想的认同与体认，增强民族文化自信。通过学习，体知中国传统文化思想的内涵，并关照现实生活，以文化养情、养志、养性。

(3) 课程内容：课程以中国传统文化的基本精神为主线，分模块，从多层次、多角度展示了儒道释文化，史学、文学、音乐、绘画、书法等中国传统文化的主要内容和特色，最后归结到世界格局中的中国文化和新世纪中国文化的展望。

(4) 教学要求：采用网络授课等信息化手段教学，课程考核包括课程学习时间、参与研讨和交流情况、作业提交情况和学习成果提交情况。

(5) 考核方式：考查课

14. 大学语文（课程代码 0000113213，32 学时，2 学分）

(1) 课程性质：限定选修课

(2) 课程目标：通过赏析古今中外经典文学作品，感悟中华母语的语言魅力，同时拓宽学生的文化视野，提高其审美能力和艺术鉴赏能力，雅化学生的审美情趣，增强民族文化自信，提升人格品位。通过语言沟通与写作技能的学习与训练，培养与开发学生的实践能力，增强学生的职业素养与技能。

(3) 课程内容：包括古今中外经典文学作品赏析、语言能力与思维训练、现代文写作与表达等。

(4) 教学要求：采用网络授课等信息化手段教学，课程考核包括课程学习时间、参与研讨和交流情况、作业提交情况和学习成果提交情况。

(5) 考核方式：考查课

15. 物理与人类生活（课程代码 0000113222，32 学时，2 学分）

(1) 课程性质：限定选修课

(2) 课程目标：使非物理专业的学生对物理学有个宏观的了解，提高学生科学文化素养

(3) 课程内容：包括无形的力量之手，世界冷暖的奥妙，改变世界的电磁，人类光明的使者，台阶主导的世界，弯曲的时空世界等内容。

(4) 教学要求：采用网络授课等信息化手段教学，课程考核包括课程学习时间、参与研讨和交流情况、作业提交情况和学习成果提交情况。

(5) 考核方式：考查课

16.改变世界的化学（课程代码 0000113223，32 学时，2 学分）

(1) 课程性质：限定选修课

(2) 课程目标：使学生了解化学学科在不同时期的发展以及对人类生活的改变。使学生了解化学家获得科学发现的过程，感受科学思维、科学方法和协作精神在科学研究的应用。提高学生的科学素养，培养学生用科学的观点认识公众关注的环境、能源、材料、生命科学等社会热点问题的能力。

(3) 课程内容：包括古代化学介绍，近代科学化学的萌芽，原子-分析学说的建立，有机化学的诞生等内容。

(4) 教学要求：采用网络授课等信息化手段教学，课程考核包括课程学习时间、参与研讨和交流情况、作业提交情况和学习成果提交情况。

(5) 考核方式：考查课

(三) 其他类选修课

17.艾滋病、性与健康（课程代码 0000113201，32 学时，2 学分）

(1) 课程性质：限定选修课

(2) 课程目标：帮助学生了解艾滋病的发病机理、传播途径、易感染艾滋病危险行为，提升防范艾滋病意识、能力，了解相关法律知识，达到自觉规避危

险行为的目的，尊重生命、珍爱生命。从社会伦理和法律的视角引导学生，正确处理性别角色和性关系，启迪学生学会理解和尊重，理解感染者的心理、行为，不歧视、不抛弃，保护自己的同时也要有同情心和人道主义的救助行动。

（3）课程内容：艾滋病的概念，艾滋病在中国的基本情况，艾滋病的传播途径，艾滋病治疗现状，HIV 检测咨询，量刑交往与生殖健康，大学生的性心理发展与健康，性别培养及行为规范，性与法律，艾滋病治疗的科学历程。

（4）教学要求：采用网络授课等信息化手段教学，课程考核包括课程学习时间、参与研讨和交流情况、作业提交情况和学习成果提交情况。

（5）考核方式：考查课

18.创新创业实践（课程代码 0000113224，32 学时，2 学分）

（1）课程性质：限定选修课

（2）课程目标：培养系统性创新思维和创业实战能力，能够独立完成市场痛点分析、商业模式设计及产品原型开发，熟练运用众创空间资源（如技术工具、导师网络、产业链资源），掌握商业计划书撰写、路演表达与团队协作技巧，同时强化风险意识与社会责任感，最终具备将创意转化为商业价值或社会价值的综合素养，为未来创业或参与创新项目奠定基础。

（3）课程内容：包括创新思维训练、商业模式构建、产品开发实践、资源整合落地，以及设计思维、精益创业等理论知识，还包括产品原型开发，参与商业模式画布设计、48 小时创业挑战赛等实战环节，并依托众创空间的企业导师和投融资资源，优化商业计划书、进行项目路演，最终实现从概念验证到孵化落地的全链条实践，同步融入知识产权、风险管理等实务知识。

（4）教学要求：围绕“理论指导-实践操作-项目孵化”教学主线，充分整合创新创业实践基地的硬件设施（如 3D 打印、智能实验室）和众创空间的产业资源，设计分阶段、可落地的实践任务；全程动态跟踪学生团队的项目进展，定

期邀请企业导师参与阶段性评审与资源对接，针对性提供技术指导与风险预警；严格把控商业计划书与路演成果的创新性、可行性及合规性，协调法律、投融资等专业支持；对优质项目持续跟进，联合孵化器推动成果转化（如专利申请、参赛孵化），同时通过学生反馈与项目数据优化课程设计，形成“教学-实践-反馈”闭环，切实提升学生创新创业综合能力。

（5）考核方式：考查课

19.生态文明（课程代码 0000113202，32 学时，2 学分）

（1）课程性质：限定选修课

（2）课程目标：建立生态文明观念，了解全人类所面临的环境挑战。突破学科专业局限，从不同角度思考问题。养成生态文明品格，积极实现行为方式、生活方式和学术进路的“绿色”转向。

（3）课程内容：生态文明建设与当代青年的责任，全球环境治理与中国的责任担当，守护中国文明的自然根基，关怀生命-中国近代以来的疫病与公共卫生，新能源、新材料革命与生态文明建设，化学、环境与生态修复，绿色化学与绿色生活，人口-可持续发展的关键因素，循环经济，生态学与生态文明建设，生态文明建设的环境法治保障，留住田园风光-农村生态环境保护。

（4）教学要求：采用网络授课等信息化手段教学，课程考核包括课程学习时间、参与研讨和交流情况、作业提交情况和学习成果提交情况。

（5）考核方式：考查课

传播与策划专业人才需求调研报告

一、调研目的与对象

（一）调研目的

为提升传播与策划专业人才培养与社会需求的契合度，本次调研聚焦传播与策划专业专科学生的社会人才需求状况。通过收集和分析相关信息，深入了解社会、行业及企业对传播与策划专业人员在知识、技能、素质方面的要求变化趋势，为我院传播与策划专业的专业设置、招生规模规划、学生就业指导提供有力依据，助力专业人才培养目标与规格的精准定位、课程体系优化、教学计划和课程标准的科学修订、教学改革推进、教学资源整合以及实训室建设，进而提高传播与策划专业人才培养质量和毕业生就业质量。

（二）调研对象

本次调研构成信息采集重点的渠道有两方面：一方面是专业性渠道，其中包括与相关行业企业专家、开设该专业的职业院校，本校近几年的毕业生；另一方面是辅助性渠道，包括行业报告查阅、文献检索和网络招聘信息查阅等方法。调研企业为网络传媒类型企业，调研对象包括企业的一线员工、业务主管、人力资源经理、总经理等。

表 1 调研企业名单

序号	调研企业	调研时间
1	网易（北京）网络有限公司	2025 年 5 月 30 日
2	天津津云新媒体集团股份有限公司	2025 年 6 月 16 日
3	缘视觉（天津）影视文化传媒有限公司	2026 年 2 月 9 日

4	天津市津南区融媒体中心	2026 年 2 月 15 日
5	天津市西青区融媒体中心	2026 年 3 月 6 日
6	天津市和平区融媒体中心	2026 年 3 月 9 日
7	天津海河传媒中心电视新闻部	2026 年 3 月 16 日
8	天津天视都市体育传媒有限责任公司	2026 年 3 月 25 日
9	天壹传媒科技（天津）有限公司	2026 年 4 月 8 日
10	天津天视第六频道传媒有限责任公司	2026 年 4 月 9 日
11	天津天视九星文化传媒有限公司	2026 年 4 月 16 日
12	天津新偶文化传媒有限公司	2026 年 4 月 22 日
13	相心天下文化有限公司	2026 年 5 月 6 日
14	天津丝路视觉科技有限公司	2026 年 5 月 9 日
15	北京天兴科技教育公司	2025 年 5 月 16 日
16	天津商米之家有限公司	2025 年 5 月 20 日

表 2 调研学校名单

序号	调研学校	调研时间
1	天津轻工职业技术学院	2026 年 3 月 20 日
2	天津城市建设管理职业技术学院	2025 年 9 月 3 日
3	天津电子信息职业技术学院	2026 年 4 月 3 日
4	天津海运职业技术学院	2026 年 4 月 12 日
5	天津机电职业技术学院	2026 年 4 月 15 日
6	天津商务职业技术学院	2026 年 4 月 20 日
7	山西工程科技职业技术大学	2026 年 1 月 10 日
8	南开大学	2026 年 4 月 29 日

9	天津大学	2026 年 5 月 6 日
10	天津外国语大学	2026 年 5 月 8 日
11	天津师范大学	2026 年 4 月 22 日
12	天津财经大学	2026 年 5 月 11 日
13	天津体育学院	2026 年 5 月 14 日
14	天津传媒学院	2026 年 4 月 26 日
15	中国传媒大学	2026 年 4 月 19 日
16	北京印刷学院	2026 年 4 月 19 日
17	山西传媒学院	2026 年 1 月 10 日
18	武汉大学	2026 年 1 月 12 日
19	华南师范大学	2026 年 1 月 15 日
20	广西大学	2026 年 1 月 17 日

表 3 调研毕业生名单

序号	毕业生姓名	毕业时间	调查时间
1	苗李秋雨	2023 年 7 月	2025 年 5 月 22 日
2	邵冉	2023 年 7 月	2025 年 5 月 22 日
3	田钰铭	2023 年 7 月	2025 年 5 月 22 日
4	张福兰	2023 年 7 月	2025 年 5 月 22 日
5	姜琳琳	2023 年 7 月	2025 年 5 月 22 日
6	孙慧琳	2023 年 7 月	2025 年 5 月 22 日
7	马惠美	2024 年 7 月	2025 年 5 月 22 日
8	闻军月	2024 年 7 月	2025 年 5 月 22 日

9	于鑫叶	2024 年 7 月	2025 年 5 月 22 日
10	陈海萍	2024 年 7 月	2025 年 5 月 22 日
11	韩冬林	2024 年 7 月	2025 年 5 月 22 日
12	王淑敏	2024 年 7 月	2025 年 5 月 22 日
13	张子文	2024 年 7 月	2025 年 5 月 22 日
14	陈灿颖	2024 年 7 月	2025 年 5 月 22 日
15	王楠	2024 年 7 月	2025 年 5 月 22 日
16	王天航	2024 年 7 月	2025 年 5 月 22 日
17	刘洋	2024 年 7 月	2025 年 5 月 22 日
18	李可辛	2024 年 7 月	2025 年 5 月 22 日
19	宋文倩	2024 年 7 月	2025 年 5 月 22 日
20	孙欣怡	2024 年 7 月	2025 年 5 月 22 日
21	帅炜娜	2025 年 7 月	2026 年 4 月 20 日
22	熊雨婷	2025 年 7 月	2026 年 4 月 20 日
23	韩婷婷	2025 年 7 月	2026 年 4 月 20 日
24	朱佳诗	2025 年 7 月	2026 年 4 月 20 日
25	张新蕊	2025 年 7 月	2026 年 4 月 20 日
26	曾连鑫	2025 年 7 月	2026 年 4 月 20 日
27	燕奕伶	2025 年 7 月	2026 年 4 月 20 日
28	朱柳群	2025 年 7 月	2026 年 4 月 20 日
29	曾艺	2025 年 7 月	2026 年 4 月 20 日
30	李格格	2025 年 7 月	2026 年 4 月 20 日

二、调研方法与内容

（一）调研方法

针对传播与策划专业所涉及的行业企业采用现场考查和员工座谈相结合,针对开设本专业或相关专业的职业院校和本科院校的调查主要采用电话访谈的方式,针对毕业生的调查主要通过座谈会的方式进行调研。

（二）调研内容

1. 网易公司（互联网内容生产与运营）

调研重点：AIGC 工具应用、直播运营、元宇宙内容策划

具体调研内容：

- （1）AIGC 工具的实际 workflow
- （2）企业如何使用 Stable Diffusion/Midjourney 生成营销素材？
- （3）人工优化 AI 内容的常见修改点（如关键词优化、风格调整）。
- （4）直播运营的标准化流程
- （5）从脚本撰写到直播执行的全流程拆解（如虚拟直播间搭建、实时互动策略）。
- （6）高职生如何快速上手直播后台操作（如抖音/快手商家版）。
- （7）元宇宙内容生产的岗位需求
- （8）基础技能要求（如 Unity3D 基础、3D 建模软件入门）。
- （9）企业现有元宇宙项目案例（如虚拟发布会策划）。



图 1 调研网易（北京）网络有限公司



图 2 调研网易（北京）网络有限公司



图 3 调研网易（北京）网络有限公司

2. 津云（传统媒体转型实践）

调研重点：全媒体新闻生产、短视频工业化制作、政策类内容策划

具体调研内容：

- （1）全媒体记者的日常工作
- （2）如何将同一新闻事件适配不同平台（微信长文→短视频→微博短文案）？
- （3）使用哪些工具快速生成多版本内容（如 AI 辅助剪辑、自动字幕生成）。
- （4）短视频“流水线”生产模式
- （5）企业日均 50 条短视频的标准化生产流程（选题→拍摄→剪辑→发布）。
- （6）高职生如何胜任“快剪”岗位（如剪映模板复用、批量处理技巧）。
- （7）政策类内容的策划与传播
- （8）如何将政府工作报告转化为大众易懂的短视频（如数据可视化技巧）。
- （9）内容合规性审查的实操要点（敏感词过滤、版权规避）。



图 4 调研津云新媒体集团股份有限公司



图 5 调研津云新媒体集团股份有限公司



图 6 调研津云新媒体集团股份有限公司

3. 相心天下文化有限公司（新媒体/IP 孵化）

调研重点：私域流量运营、品牌 IP 打造、互动内容策划

具体调研内容：

（1）私域社群的裂变与运营

（2）从 0 到 1 搭建 500 人微信社群的标准化步骤（如裂变活动

设计、KOC 招募）。

（3）社群日常维护的 SOP（如早晚安话术、热点话题引导）。

（4）品牌 IP 的孵化流程

（5）如何为一个新品牌设计人格化 IP（如形象设定、内容调性规划）。

（6）短视频账号冷启动的实战技巧（如前 10 条视频的内容类型测试）。

（7）互动内容（如 AR/投票 H5）的策划与落地

（8）企业常用的互动工具（如易企秀、百度 AR 开放平台）。

（9）如何评估互动内容的转化效果（如扫码率、停留时长分析）。



图 8 调研相心天下文化有限公司



图 9 调研相心天下文化有限公司

三、调研分析

1. 企业提出的高职生能力短板

工具操作不熟练：60%企业反馈学生需额外培训 1 个月才能上手 PR/AE。

改进方案：将 Adobe 认证（如 PS/PR 初级）纳入课程考核。

项目协作意识弱：学生习惯单打独斗，但企业项目需跨部门协作（如策划+拍摄+后期）。

改进方案：推行“企业项目制”实训，6 人一组模拟公司架构（设项目经理、剪辑师等角色）。

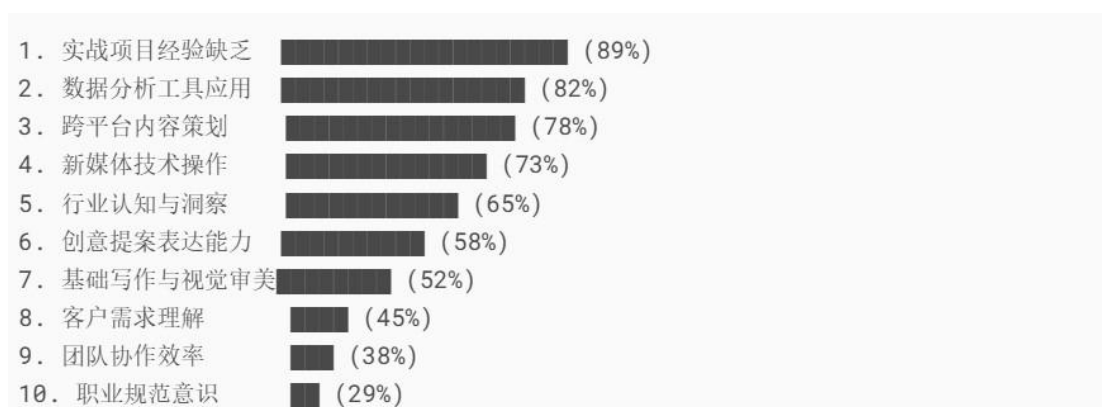


图 10 企业提出的高职生能力短板柱状图

2. 行业趋势对高职实践教学的新要求

AIGC 工具普及化：企业反馈，90%的图文初稿由 AI 生成，但需人工优化标题、关键词（SEO 能力）。

高职应对：在《新媒体文案》课程中增设“AI 辅助写作+人工优化”实训模块。

短视频工业化生产：津云表示，日均需产出 50+条短视频，学生需掌握“快剪”技巧（如剪映批量处理）。

高职应对：实训室配置标准化剪辑工位，模拟企业“流水线”作业。

3. 实训资源共建建议

企业捐赠资源：网易愿提供 AIGC 内容生产平台校内版，津云开放新闻素材库供学生练习。

实训室升级：新增“元宇宙创作工坊”（配置 VR 拍摄设备、Unity3D 基础教学套件）。

建设“直播运营沙盘”（模拟抖音/淘宝直播全流程）。

四、专业建设建议

1. 课程改革

模块化教学：将《传播学基础》等理论课压缩，增加《短视频实战》《AI 工具实训》等实训程。

证书融通：将“全媒体运营师（四级）”“Adobe 认证”与专业核心课程进行融合。

2. 实训体系优化

分层实训：

大一：基础技能（PS/剪映/基础文案）。

大二：项目实战（企业真实工单，如为津云制作节气短视频）。

大三：岗位定向（学生选择直播/AIGC/社群等方向深耕）。

3. 师资提升

企业导师驻校：聘请网易内容运营主管、相心天下 IP 总监担任“产业教授”，带真实项目进课堂。

教师轮岗制度：专业教师每学期赴企业实践 1 个月，学习最新技术（如元宇宙场景搭建）。

五、人才需求类型分析

2025 年，随着科技的飞速发展和社会的持续变革，各行业对人才的需求呈现出多样化且不断演变的态势。传播与策划专业人才需求主要集中在文化传播公司、新媒体公司、公关策划公司、广告公司及其他企业、政府和组织部门。当下，市场急需的岗位主要涵盖以下几类：

1. 新媒体 + 互联网运营岗位

“互联网 + 新媒体”的蓬勃发展，让传媒行业对相关人才求贤若渴，特别是传统媒体产业在移动互联网与传媒行业融合发展的进程中，对这类人才的需求更为突出。传媒格局已发生根本性变革，互联网传媒必将成为未来传媒产业发展的主导力量。以传媒广告业为例，其对人才的需求最为突出，其次是广播、电视、报社等广电媒体。随着互联网的广泛普及和深入发展，媒介融合趋势日益强化，这就要求传媒人才具备“互联网 +”思维，并能在日常工作中积极运用，将互联网思维有机融入传媒运营，按照互联网的逻辑重构传媒价值系统和业务模型，从而实现传媒行业的生存与发展。据相关数据显示，近三年来，新媒体与互联网运营岗位的人才需求量年增长率达到 25%，预计在未来几年仍将保持较高的增长态势。众多企业在招聘该岗位人

才时，明确要求应聘者具备扎实的互联网知识、新媒体运营经验以及创新思维能力。

2. 多媒体融合技术岗位

无论是新兴媒体还是传统媒体，对传媒应用技术岗位的人才都有着较大需求。现代传媒要求从业者熟练掌握图片处理技术软件 Photoshop，能够进行基本的图片处理与排版等工作。在传媒行业的后期制作环节，对人才也有特定需求，例如能够熟练使用 Premiere 等剪辑软件，以及掌握传媒工作所需的特效制作软件（AE）等，尤其是在视频制作方面，对后期人才的需求更为突出。此外，现代信息技术、电子技术与传媒产业的有机融合是未来传媒产业的发展趋势。目前，我国新传媒产业与传统传媒产业之间、新媒体与传统媒体等多个媒体之间已搭建起媒体融合平台；制造业等产业与传媒产业形成战略联盟，打破了行业界限和规制，产业融合潮流兴起。在此背景下，传媒产业与其他产业的融合急需多媒体高端融合型的传媒技术人才。据统计，多媒体融合技术岗位的人才需求在过去两年增长了 40%，预计未来三年将继续保持高速增长，以满足不断发展的传媒产业与其他产业融合的需求。

3. 网络自媒体

自媒体作为普通大众通过网络等途径发布自身事实和新闻的传播方式，近年来发展迅猛。从涵盖范围而言，自媒体和新媒体均属于社会化媒体的子集，因为当下所有的自媒体和新媒体都具有社会化属性；从概念定义来看，自媒体是新媒体的一种具体形式。新媒体通常侧重于打造“企业品牌”，其运营方式与打造“个人品牌”的自媒体有所不同。不过，为了拉近与粉丝的距离，新媒体也常常将自身

内容进行“人格化”处理，与粉丝展开互动。而自媒体的运营思路往往更侧重于输出“个人品牌价值”，围绕个人打造媒体。成功打造个人品牌能够迅速拉近与粉丝的距离，若运营得当，背后蕴含的商业价值将十分巨大。正因如此，如今许多自媒体已从个人单打独斗转向团队协作、公司化运营，但即便如此，自媒体的核心依旧聚焦于自媒体个人的“个人人格魅力”。近年来，网络自媒体数量不断增多，规模逐渐壮大，为广大互联网企业和网络从业人才提供了相互学习的平台以及知识更新的机会。这对于网络从业人士拓展业务领域、培养兴趣爱好、提升自身素质以及促进互联网空间建设都具有重要意义，在经济、政治、文化、社会等诸多方面发挥着积极作用，网络自媒体也逐渐获得了社会的认可与赞许。据不完全统计，过去五年间，自媒体行业的规模以每年 35% 的速度增长，相关从业人员数量也随之大幅增加，对具备自媒体运营、内容创作、粉丝互动等能力的人才需求日益旺盛。

4. 网络直播类岗位

截至 2024 年底，我国网络直播用户规模达 8.33 亿，行业市场规模突破 2.1 万亿元，催生多元化人才需求。从核心岗位维度来看：

主播 / 达人：作为行业核心，占人才需求总量的 35%。女性主播占比达 68%，其中 20 - 30 岁群体占比超 70%，高校在校生占比约 25%。市场对才艺型主播需求占比 40%，知识分享类主播需求占比 30%，带货主播需求占比 30%。头部主播需具备强内容创作能力、临场应变能力及粉丝运营经验，腰部及以下主播则要求基础控场能力与亲和力。

运营策划：占人才需求总量的 25%。需精通平台算法规则，具备直播主题策划、流量投放及粉丝增长策略制定能力。数据分析岗要求掌握 Excel、Python 等工具，能通过用户画像优化直播策略；活动策划岗需具备大型直播活动全流程操盘经验，复合型运营人才缺口达 40%。

技术支持：占人才需求总量的 20%。包括直播设备调试、推流技术维护、虚拟场景搭建等岗位。VR/AR 直播技术人才缺口达 60%，实时视频编码、低延迟传输技术工程师需求年增长率超 35%。

内容创作：占人才需求总量的 15%。短视频预热素材制作、直播脚本撰写等岗位需求激增，要求具备短视频剪辑、脚本创意设计能力。直播带货脚本撰写人才需求年增长率达 50%，需熟悉产品卖点提炼与转化话术设计。

商务与客服：占人才需求总量的 5%。商务岗负责品牌合作、广告招商，需具备资源整合与谈判能力；客服岗要求快速响应观众咨询，处理客诉，需熟悉 CRM 系统操作。

随着行业精细化发展，复合型人才、垂直领域专业人才及跨境直播多语种人才需求持续上升，建议求职者强化一专多能的核心竞争力。

5. 内容审核岗位

随着互联网信息呈爆炸式增长，内容审核的重要性愈发凸显。各大互联网平台、新媒体企业等急需专业的内容审核人才，以确保平台传播的信息符合法律法规、社会道德规范及平台自身规则。内容审核人员需对文字、图片、音频、视频等各类内容进行审查，识别并处理违规信息，如虚假信息、色情内容、暴力信息、侵权内容等。他们不仅要有敏锐的信息识别能力，还需深入了解相关法律法规和行业规范。

在实际工作中，内容审核人员要时刻保持高度的专注和责任心，面对海量的信息，能够迅速准确地做出判断。而且，随着人工智能技术在内容审核领域的应用逐渐深入，内容审核人才还需要了解相关技术知识，能够与智能审核系统协同工作，提高审核效率和准确性。职友集数据显示，2025 年内容审核岗位招聘职位 1828 个，占全国总招聘职位数的 0.012%，其人才需求持续增长，但专业人才供给相对不足，存在较大缺口。

6. 数据新闻分析师岗位

在大数据时代，数据新闻成为新闻报道的重要形式。数据新闻分析师可运用爬虫技术、数据分析工具等，收集、整理和分析大量数据，从中挖掘有价值的新闻线索，并以可视化方式呈现新闻内容，使新闻报道更直观、准确、深入。他们需具备扎实的统计学知识、数据分析能力及新闻传播专业素养，能将复杂数据转化为通俗易懂、引人入胜的新闻作品。数据新闻分析师不仅要擅长运用 Python、R 等编程语言进行数据处理和分析，还要掌握数据可视化工具，如 Tableau、Echarts 等，以制作出精美的数据可视化图表。同时，他们还需具备敏锐的新闻洞察力，能从数据中发现社会热点问题和趋势，为受众提供有深度、有价值的新闻报道。领英发布的《2021 年全球新兴职位报告》显示，数据分析师的需求在过去五年中增长了 37%，在中国，随着大数据和人工智能技术的快速发展，数据新闻分析师等相关岗位的需求呈现爆发式增长，据猎聘网数据，2020 年数据分析师招聘岗位同比增长了 45%，在媒体融合发展趋势下，该岗位需求不断增加，对提升媒体竞争力和影响力意义重大。

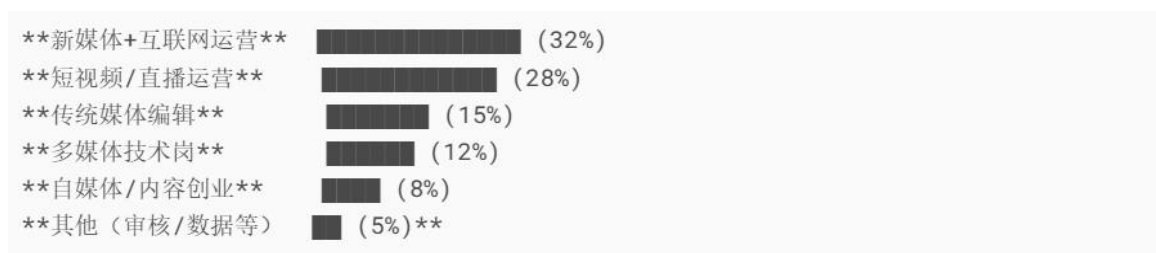


图 11 核心岗位需求分布图

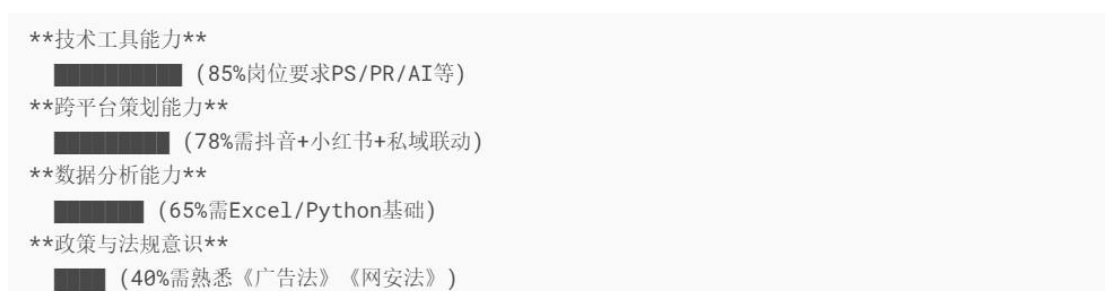


图 12 细分能力需求图

六、调研结论

1. 职业面向的调整

根据调研结果，传播与策划专业的职业面向应进一步拓宽，除了传统的媒体写作、媒介编辑、媒介经营管理等领域外，还应关注新兴媒体和新兴产业所需要的直播电商运营官、品牌策划师、广电融媒体编导、活动策划执行、新媒体运营、UG 经理等岗位。

2. 人才培养目标的调整

人才培养目标应调整为培养具备内容生产创作、内容运营与推广、媒介经营与管理的复合型人才，重点加强数字化技能、新媒体意识和职业素养的培养，以适应传播与策划产业的快速发展和转型升级的需求。

3. 人培培养规格的调整

人才培养规格应调整为注重培养学生的实践能力、创新能力和团

队协作能力，加强对学生数字化技能与新媒体意识培养、开设数字传播技术、新媒体运营等课程，结合职业素养考核，全面提升学生综合竞争力。

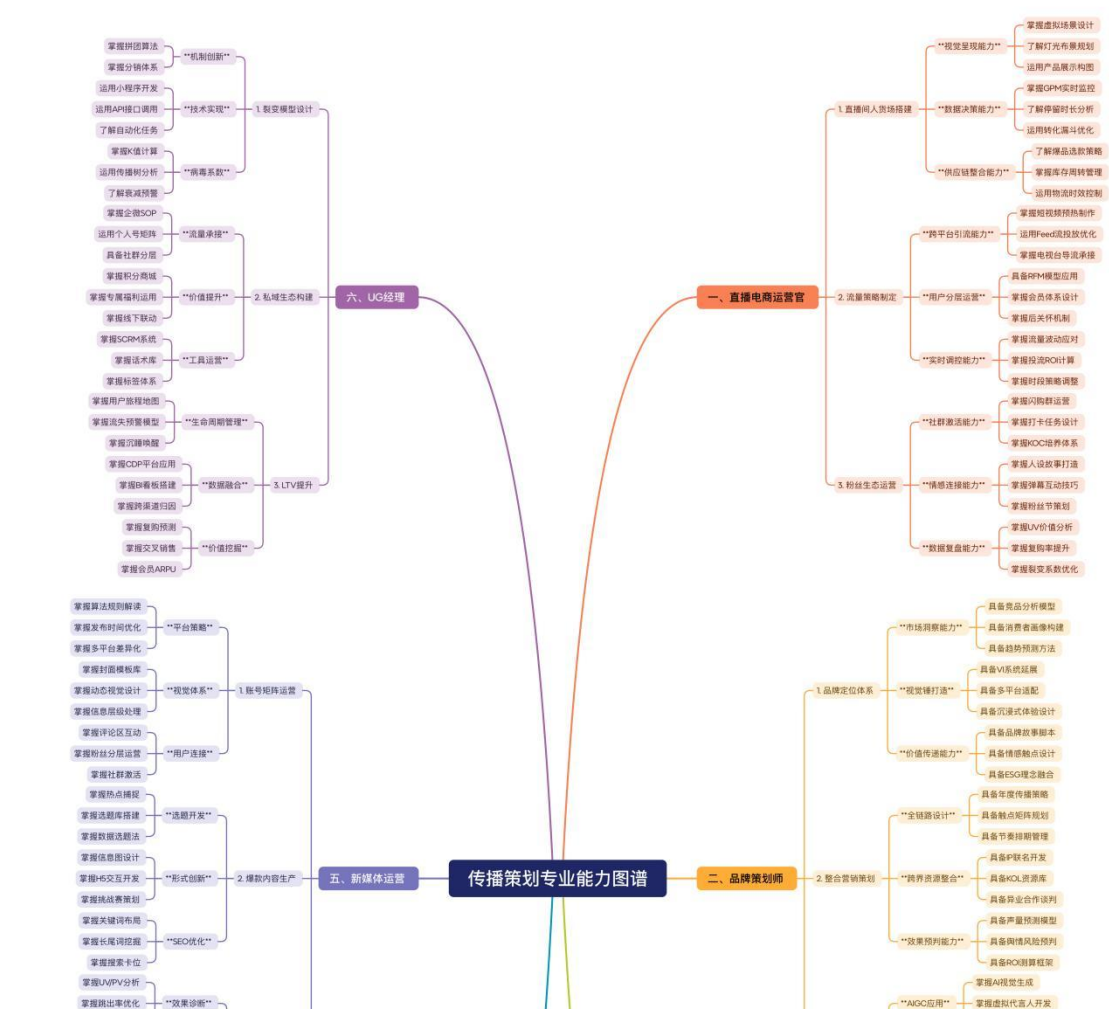
4. 课程设置调整

根据调研结果，应增设《人工智能技术与应用》、《智能融媒直播与新闻实战》等课程，强化人工智能技术的应用能力；同时，依据国家职业技能标准，深入《新媒体直播实务》、《融媒体视听节目策划》等项目化课程改革，提高学生的实践能力和创新能力。

5. 实施保障条件的优化

应进一步加强校内外实训基地建设，特别是加强与京津冀地区传媒类龙头企业的合作，进一步扩充校外实习基地的数量；同时，加强师资队伍建设，引进和培养具备丰富实践经验和创新能力的产业导师，提高教学质量和效果。

附录 4. 传播与策划专业能力图谱



附录 5：修订说明

传播与策划专业 2025 级人才培养方案修订说明

一、修订依据

依据政策文件《教育部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》《职业教育专业教学标准（2025 版）》、传播与策划专业人才需求调研结果以及学校办学定位。

二、主要修订内容

1. 培养目标与规格调整

在原有专业基础上，新增信息技术与人工智能知识体系，强化现代传媒理论、媒介经营与管理、新媒体理论与运用等基础知识架构。通过系统训练，形成扎实的专业技能矩阵：涵盖网络信息制作发布、出版排版、文案策划（活动 / 节目 / 广告 / 宣传）等内容生产能力，数字图形图像处理、音视频制作、网页与移动端界面设计等技术实操能力，以及新媒体策划运营、客户关系维护与商务谈判等市场运作技能。特别在能力维度上，融入数字化与智能化发展需求，着重提升语言表达、沟通协调、计算机信息处理等核心素养，打造兼具工匠精神、数字素养、人文素养的复合型人才特质。同时强化创新意识、就业创业能力及可持续发展能力，最终塑造为适应传媒行业智能化变革的应用型高素质传媒技术技能人才。

2. 考核评价改革

实施“过程性考核（50%）+终结性考核（30%）+企业评价（20%）”多元评价体系；增设“创新能力”“团队协作”等非技术指标评价维度。

3. 思政教育与双创教育融入

在《摄影技术》、《采访与口语表达》等 3 门专业课程中增设“课程思政典型案例库”；开设《大学生创业实践》选修课，设置 16 学时的双创实践学分。

三、修订过程说明

组建行业企业专家、毕业生代表、专任教师组成的调研团队，走访或联系采访了 15 家企业、20 家职业院校、30 名往届毕业生，召开 4 次调研会。

对标国家专业教学标准，整合广播电视、新媒体行业建议，依据人才需求调研报告，形成修订初稿。

经传媒设计学院专业建设与教学执行委员会审核后，组织广播电视领域 3 位专家、一线教师、毕业生等进行论证，并经天津现代职业技术学院专业建设与教学指导委员会进一步审核后，由学校组织校外专家论证完善后，提交学校党委会审定

