

江苏城市职业学院常州办学点
五年制高职文化创意与策划专业人才培养
调研报告

2023 年 8 月

江苏城市文化创意与策划专业人才培养调研报告

一、专业建设委员会人员组成

为保证文化创意与策划专业的进一步建设，确保人才培养方案调整的科学性与可实施性，本专业邀请行业企业专家、教科研人员、一线教师和学生（毕业生）代表组成立专业建设指导委员会。

专业建设委员会人员组成如下

朱丹平 副教授/副校长 常州开放大学 英语

吕颖 副教授/教务处处长 常州开放大学 艺术设计

何雪芬 副教授/理工学院院长 常州开放大学 汉语言文学

潘文宜 讲师/教务处副处长 常州开放大学 美术学

唐雪雯 副教授/艺术系主任 常州开放大学 艺术设计

王竹韵 助教/艺术系副主任 常州开放大学 艺术设计

纪海阳 总经理 江苏华著文化发展有限公司 装潢美术

秦海祥 总经理 常州典石木棉花文化创意有限公司 广告设计与制作

王雷 总经理 常州金木文化传媒公司 装潢美术

二、行业现状和发展趋势

随着科技创新在文化创意产业中的广泛应用，尤其是随着信息技术的发展，动漫游戏、手机报、手机电视、移动电视、网络电视、数码媒体等新兴文化创意业态在常州快速崛起，但这些新兴文化创意产业多数还处于幼稚产业阶段，产出不大。经过多年的发展，虽然常州逐步形成了动漫游戏、文化旅游等优势文化创意产业，也拥有了一批如恐龙园等有一定知名度的文化企业品牌，但统计数据显示，常州目前尚无“全国三十强”文化创意企业，而且规模上亿元的企业还比较少，大多数文化创意企业规模小、盈利水平低、与科技创新结合少、品牌意识不强，缺乏在国内外有较大影响力的文化创意品牌。所以文化创意人才急需培养。同时也存在很多机遇和良好的发展前景，主要表现在以下几个方面：

（一）产业体系不完整，与其他产业融合不够，价值实现不充分

文化创意产业的发展离不开良好的产业基础和经济环境。常州作为一座发展较早的工业城市，综合经济实力较强，已经形成以轨道交通车辆及部件、输变电设备、工程机械、

电子信息、生物医药等为代表的现代制造业中心，在全国占有重要的地位，为文化创意和设计服务业的发展提供了巨大的市场成长空间。但目前常州的文化创意和设计服务业整体处于发展的初级阶段，产业规模相对较小，产业融合与创新能力有待于进一步提高，且主要集中在数字动漫、游戏设计、软件开发等新兴领域，而与当地的装备制造业、消费品工业、信息产业、旅游业等产业的融合不够，文化创意和设计服务的内涵和价值还有很大的提升空间。

（二）地域特色不鲜明，与历史文化结合不够，同质化竞争严重

文化是一座城市的灵魂，地域文化以其独特性和不可复制性越来越成为各地文化创意产业差异化发展的有力武器。常州作为一座文化名城，蕴含着深厚的历史文化资源，这些文化资源所蕴含的历史、文化、经济、美学等价值是当地文化创意和设计服务业的“智力源泉”，当这些价值通过物化、服务、观赏或体验等方式而被人们认可和接受时，就形成了具有鲜明地域特色的新型文化业态。而常州当前的文化创意和设计服务业在融合发展的过程中对这些优秀的文化资源还缺乏深层次的挖掘、利用与创新，所开发出来的文化产品或服务与其他城市存在较大的趋同性，没有形成差异化的市场竞争力。

（三）人才队伍建设机制不完善，复合型文化创意人才匮乏

文化创意和设计服务业作为一种知识密集型产业，其典型特征是高知识性、高融合性和高渗透性。因此，复合型文化创意人才是培育和提升文化创意和设计服务竞争力的核心动力，这就要求文化创意人才一方面要具备良好的专业素养。例如，动漫、游戏角色设计等方面的原创能力；另一方面要具备深厚的文化底蕴和开阔的国际视野。其次要具备一定的文化传播和推广知识，善于经营和管理。近年来，常州文化创意和设计服务业的人才主要以大中专院校相关专业毕业的单一型专业人才为主，虽然也从国内外引进和培养了一批复合型文化创意人才，但总体数量非常有限，对整个文化创意产业所起的引领和带动作用不大。高端文化创意人才的缺乏已成为制约常州文化创意和设计服务业发展的瓶颈。

三、文化创意与策划行业企业对专业人才培养的需求

文化创意与策划行业企业对从业人员的培养有着很高的需求。以下是一些常见的需求方面：

项目管理策划能力：

创意思维能力：企业需要具备创意思维和创新能力的专业人才，他们能够提供独特、

新颖的设计方案，并能在不同的项目中展现出创造力。

方案设计 & 实施能力：企业需要掌握各种设计软件和工具的专业人才，能够熟练运用这些工具进行设计和制作，例如 Photoshop、Illustrator、3D 建模软件等。随着多媒体技术的快速发展，企业对具备跨领域设计能力的人才有较高的需求。这些人才能够同时擅长平面设计、UI/UX 设计、动画制作等，能够为企业提供全方位的设计服务。

语言表达和沟通协调能力：文创企业不仅涉及到大量的设计工作，还需要进行展会策划等任务，这就需要从业专业人才具备良好的沟通能力，能够与客户、团队成员有效地交流和合作。不仅需要理解客户需求，还要同实施方进行转述沟通以及组织协调，最终将创意的设计方案进行充分实施。

行业洞察力：企业对专业人才具备对行业趋势和市场需求的敏锐洞察力有很高的期望。这些人才能够跟上行业的发展动态，提前预测未来趋势，并能够为企业相应的设计解决方案。

团队合作精神：文化创意与策划行业项目目标的偏大，通常需要团队合作完成项目，因此企业对专业人才具备良好的团队合作精神和协作能力也非常重视。他们需要能够与不同背景的团队成員合作，共同完成设计项目。

总的来说，文化创意与策划行业企业对专业人才培养的需求主要包括创意思维能力、方案设计 & 实施能力、语言表达和沟通协调能力、行业洞察力和团队合作精神等方面。不断提升自身的专业素质和技能将使专业人才更具竞争力并满足企业的需求。

四、毕业生跟踪调研情况及分析

文化创意与策划作为一门既有创造性又需要文化底蕴支撑的学科，吸引了许多有才华和热情的学生。对于这些毕业生来说，他们通过学校的培养和指导，最终进入职场追求自己的理想和梦想。本文跟踪调研了一些文化创意与策划专业的毕业生，并对他们的就业情况进行了分析。

在调研的目标样本中，超过 80% 的毕业生已成功找到了与文化创意与策划相关的工作。这些工作涵盖了产品设计、媒体、品牌策划、会展策划、空间设计等领域。其中，产品和会展设计是最受欢迎的就业方向，约占总就业人数的 40%。这表明毕业生们对于创意行业的需求较高，同时也反映出社会对于文化创意与策划专业人才的市场需求。

在就业地区方面，部分毕业生选择前往一线城市，如北京、上海、广州等。这些城市拥有较多的设计公司和项目机会，提供了更多的就业和发展空间。此外，大部分毕业生选

择就近到二线或三线城市发展，在当地的创意产业中发挥自己的才能。

通过分析，我们发现文化创意与策划专业毕业生的就业情况与以下几个因素有关：

实践经验：拥有丰富的实践经验是毕业生脱颖而出的重要因素。在大学期间，参加校内外的设计比赛、实习项目以及个人创作能够提升毕业生的技能和知名度，增加就业竞争力。

人际网络：文化创意与策划行业重视人脉和合作。毕业生通过与同学、教师以及从业人士建立联系，可以获取更多的工作机会和资源。此外，文化创意与策划专业的校友网络也为毕业生提供了支持和帮助。

多元化技能：除了文化创意与策划的基本技能外，毕业生具备其他相关技能，如平面设计、摄影、网页设计等，能够满足公司多样化需求。这使得毕业生更具竞争力，并提高了他们的就业机会。

创新能力：文化创意与策划是一个不断变化和发展的领域。毕业后，毕业生需要不断学习新技术、理念和趋势，以适应行业的变化。那些具备学习能力和自我驱动的毕业生更容易获得职业发展机会。

综上所述，文化创意与策划专业的毕业生就业情况较为乐观。他们在广告、媒体等创意行业找到了自己喜欢的工作，并有机会不断发展和提升自己。然而，成功的就业并非偶然，毕业生需要在大学期间注重实践经验、人脉建设和多元化技能培养，并保持持续学习的态度，以应对行业的挑战 and 变化。

五、在校同学情调研情况及分析

为了深入了解文化创意与策划在校生的学情，我们进行了一项调研，并对结果进行了分析和总结。以下是关于文化创意与策划在校同学情的调研情况及分析。

调研目的：我们的调研旨在了解文化创意与策划在校生的学习状态、学习需求以及学习困难。

调研方法：我们采用问卷调查的方式，向文化创意与策划在校同学发放问卷，涵盖了他们的学习兴趣、学习动力、学习方式和学习挑战等方面的内容。

调研结果：经过对收集到的数据进行统计和分析，我们得出了以下几点结论：

学习兴趣：大部分文化创意与策划在校同学对文化创意与策划有浓厚的兴趣，他们喜欢通过绘画、雕塑、摄影等方式表达自己的想法和情感。

学习动力：调研显示，文化创意与策划在校生的学习动力主要来自于对艺术创作的热爱和对未来职业发展的期望。他们希望通过学习文化创意与策划来提升自己的技能和创作能力。

学习方式：多数文化创意与策划在校生倾向于采取实践与理论相结合的学习方式。他们认为实践是提高文化创意与策划能力的重要途径，同时也重视对相关理论知识的学习和掌握。

学习挑战：调研结果显示，文化创意与策划在校生面临的主要学习挑战包括缺乏创意灵感、时间管理困难以及技术和工具应用的难度。这些问题需要针对性的解决方案和支持。

分析与建议：

针对学习兴趣和动力：学校可以通过提供更多的文化创意与策划相关活动和项目，激发学生的学习兴趣和动力，并鼓励他们参与职业实践和比赛等活动，增强学习动力。

针对学习方式：学校可以优化课程设置，加强实践教学，提供更多的案例分析和实际操作机会，帮助学生提升实践能力。

针对学习挑战：学校可以组织创意工作坊和技术培训，帮助学生克服创意灵感缺乏和技术应用难题。同时，学校也可以提供时间管理指导和资源支持，帮助学生更好地安排学习时间。

通过对文化创意与策划在校生学情的调研，我们能更好地了解他们的需求和困难，并提出相应的建议和措施。这将有助于学校和教育机构更好地支持和引导文化创意与策划在校生的学习与发展。

六、专业培养目标及基本规格

1. 培养目标

本专业面向艺术团体、文化演艺公司、文化传媒机构、基层文化馆以及各类商企第一线岗位需要，培养理想信念坚定，德、智、体、美、劳等方面全面发展，具备良好的职业道德素质和人文素养，掌握扎实的美学、文化艺术等理论知识，具有较强的创意思维和创新能力，具有文创艺术项目及产品开发与设计、策划案撰写与项目管理等实践技能，具有运用创意策划技巧和现代传媒语言的能力，能灵活提炼和整合各种文化元素，从事各类文创艺术项目策划与管理工作的的高素质技术技能人才。

2、培养规格

(1) 基本素质

	基本要求	具体内容	相应课程
基本素质	思想道德	能够树立正确的人生观、世界观、价值观，有团队协作精神	思想道德与修养 形势与政策 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论
	人文素质	具有正确的审美观点，一定的艺术修养 良好的职业道德	艺术概论 职业规划与指导
	职业素质	造型技巧 设计与制作技巧 敏锐的观察力 艺术思维 创新意识	所有专业基础及专业核心课程
	身心素质	身心健康，有良好的自我调节和自我完善能力	体育 心理健康教育

(2) 知识

	基本要求	具体内容	相应课程
知识结构	基本文化知识	有良好的政治思想素质、品质素质、身心素质、科学文化素质	思想道德与修养 形势与政策 心理健康教育 职业规划与指导 语文、数学、英语 计算机应用技术
	专业基础知识	(1) 良好的美术表现能力 (2) 基础设计理论	色彩 素描 三大构成

		(3) 了解中西文化艺术的基本常识、了解文化产业现状、特点和规律,具备艺术鉴赏能力	中外艺术史
	专业核心知识	<p>(1) 了解创新思维原理方法,并能灵活运用发散、灵感和形象思维技巧进行创意构思。</p> <p>(2) 构建设计思维,熟悉设计程序,能就实际项目进行设计。</p> <p>(3) 调研的基本原理和方法,能够独立撰写调研和分析报告;掌握一定的广告运作管理知识,具备对中小型广告企业活动进行全过程的管理能力</p>	<p>文化产品设计</p> <p>创意文案写作</p> <p>包装设计</p> <p>企业形象设计</p> <p>会展策划</p> <p>广告创意与设计</p>

(3) 能力

	基本要求	具体内容	相应课程
	社会技能要求	文字表达和语言表达能力	语文
		社会活动与交际能力	社交礼仪与文化
		英语与计算机应用能力	英语 计算机应用技术
		社会适应能力	心理健康教育 就业规划与指导

专业技能	设计能力	掌握设计理论在实际项目中应用	包装设计
	策划能力	以视觉传达为主体的广告设计与制作，如平面设计、品牌策划等	广告创意与策划
	专业软件技能	掌握设计及图片处理软件应用的基本知识；具备借助计算机进行广告设计与制作的能力	Photoshop 图像处理、Illustrator 图形绘制、广告影视后期制作

七、专业人才培养方案的优化调整思路

优化调整文化创意与策划专业人才培养方案的思路可以从以下几个方面入手：

（一）分析行业趋势

1、关注更新行业动向：及时了解文创行业的最新发展动向、技术变革和市场需求，对专业人才的培养目标进行调整。例如，近年来线上展览、直播产业、人机交互等的兴起，国家对中国传统非遗文化等的重视对文化创意与策划专业人才提出了新的要求，需要将相关知识和技能纳入培养计划。

2、实施跨学科融合：文化创意与策划专业注重对学生的多学科综合能力的培养，其教学需要与其他学科合作，促进文化创意与策划专业与科技、商业、心理学等领域的交叉融合。这有助于培养具备创新能力和综合素质的人才，适应多样化的工作环境和项目需求。

3、开拓国际化视野：加强国际交流与合作，引进先进的教育资源和培养模式。组织学生参加国际比赛、展览和交流活动，提高他们的国际竞争力和跨文化交流能力。

（二）强化实践教学

加强实践教学环节，提供更多真实案例和项目实训机会，让学生能够在实际操作中提升技能和解决问题的能力。同时，与企业、行业组织建立密切联系，开展校企合作项目，提供学生实习和就业机会。

1、强化“生产性实训”和“顶岗实习”环节

根据动手能力不强这一薄弱环节，改革教学方法和手段，以企业为主组织实训，加强对顶岗实习组织实施的过程管理，实现课堂与实习场地一体化、校内学习内容与实际岗位工作相一致、校内成绩考核与企业实践考核相结合。

2、注重校内综合实训和企业顶岗实习的有机衔接

在校内建立实训基地，承接社会设计与策划项目，为在校学生提供实训平台和岗位，实现“教、学、做”合一，并为企业顶岗实习打下坚实的基础。

3、建立长期稳定的可开展顶岗实习的校外实习基地

增加校外实习时间，通过在稳定的有关企业进行顶岗实习，校企共同管理，使学生在真实环境中培养技能。

（三）实践模块化教学模式

充分尊重学生的个性发展需求，提供多样化的选修课程和专业方向选择。鼓励学生自主学习和探索，培养其创造力、独立思考和解决问题的能力。

1.大平台、多样化的工作室教学模式。新生入校后，在艺术设计专业的大平台学习两年，这两年培养学习艺术设计的基础能力和文化底蕴，打好基础，即专业基础能力学习阶段；三年级学生进入艺术设计专业的各专项能力的项目工作室学习，即专业能力提升学习阶段；四年级各个方向工作室引入企业真实项目，即专业实践能力学习阶段。学生从三个进阶式专业能力学习的过程中，逐渐培养自己的专业兴趣，明确自己的专业定位，更好地与企业岗位对接。

2、注重学生意愿及个性化要求。本专业群下设艺术创新教学模块工作室、服装设计教学模块工作室、互动媒体设计教学模块工作室、影视动画教学模块工作室、室内空间设计教学模块工作室、常州非遗文化大师工作室等。每个教学模块原则上是以企业的岗位和项目能力的标准制订培养计划和教学计划，学生在完成专业基础能力学习阶段后，可根据自己个人的专业志向和专业特点进行双向选择，给学生一定的专业方向选择权，充分照顾学生的专业志向，激发学生学习热情，探索现代学徒制在常州高职教育中的应用。

（四）建设优化教师队伍

优化教师队伍结构，引进具有实践经验和行业背景的专业人士。同时，加强教师的继续教育培训，使其与行业同步更新知识和技能，为学生提供更好的指导和支持。

一方面，通过“国内外进修、学习先进职教理念、现代教育技术培训、完成教研项目，企业实践锻炼、取得职业资格证书、开展社会服务”，提升“双师”素质和国际化视野；另一

方面，鼓励教师积极参与政府、社会、行业协会组织的各项社会工作，担任相关学会、协会、研究会要职，兼任政府、企业或团体的专家、顾问。在为社会服务的同时，锻炼和提高教师能力，扩大专业影响力。

兼职教师：通过“专兼职教师 1+1 结对”加强管理、通过“教师资格证培训”改善执教能力，重点指导实践性教学。聘请企业行业专家、非遗文化大师参与创意人才培养。

（五）构建专业人脉网络

加强毕业生就业指导和支持服务，提供职业规划、择业技巧等方面的培训，帮助学生顺利就业。与企业建立密切联系，开展校企合作，提供实习和就业机会，促进文化创意与策划专业人才与市场需求的对接。

总之，优化调整文化创意与策划专业人才培养方案需要紧跟行业发展趋势，关注学生个性发展需求，强化实践教学和国际化视野，同时加强师资队伍建设和毕业生就业支持，以培养适应时代需求、具备创新能力和综合素质的优秀文创设计人才

综上，理工学院文化创意与策划专业建设委员会进行了行业企业调研，毕业生跟踪调研和在校生学情调研，分析了产业发展趋势和行业企业人才需求，明确了本专业面向的就业岗位（群）所需要的知识、能力、素质，形成了以上文化创意与策划专业人才培养调研报告。

