文化产品创意设计微专业简介

当前，国家大力推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展，文旅融合、非遗活化、城市文化品牌建设持续推进，文化创意产业迎来快速发展期。地方文旅单位、博物馆、非遗保护中心、文创企业、中小学美育机构、文化宣传部门对兼具文化素养、艺术审美与产品设计能力的复合型人才需求持续增长。传统美术类专业人才往往擅长艺术创作，但缺少文化符号提炼、产品转化、文创落地与 IP 运营的综合能力，难以直接适配文创岗位需求。开设文化产品创意设计微专业，正是补齐这一能力短板，响应区域文化产业发展与美育行业人才需求。

从就业前景来看，本微专业面向美术学等艺术类学生开展跨能力培养，毕业生就业方向多元。一是文旅文博领域，可在博物馆、文化馆、文旅集团从事文旅纪念品、文博文创、地域文化 IP 设计开发工作。二是非遗与文化创意企业，承担非遗衍生品、国潮产品、品牌视觉设计等岗位。三是基础教育美育方向，师范学生可依托文创设计能力，开展中小学美术校本课程、非遗美育课程开发、校园文化产品设计。四是自主创作与创新创业，可依托地域非遗、乡土文化资源开展文创项目，参加文创设计赛事、文化展览。

该微专业立足美术学科优势，强化文化理解、创意设计、实物落地能力，拓展学生就业赛道，提升学生岗位适配度与核心竞争力，契合新时代文化产业高质量发展对复合型文创人才的现实需要。

一、专业定位

文化产品创意设计微专业立足新时代文化强国、文旅融合与美育高质量发展战略，依托美术学专业艺术创作与美育教学优势，面向传统文化创新转化、非遗活化、文旅 IP 开发的行业人才缺口设立，是融合传统文化素养、艺术创意设计、产品落地实践于一体的跨学科应用型微专业。本专业坚持“文化为根、创意为核、设计为形、落地为果”的建设理念，着力培养兼具文化底蕴、审美能力、创新思维与实操能力的复合型文创人才。

二、培养目标

本微专业培养目标旨在引导学生系统掌握传统文化与非遗艺术的审美特征与符号体系，熟练掌握文创创意构思、视觉设计、产品造型、实物开发与 IP 传播运营能力。通过模块化课程与项目式训练，培养能够对接文旅产业、文博机构、文创企业、基础教育美育场景的创新设计人才，具备独立完成文化元素提取、创意再造、产品设计与成果落地的综合能力，实现传统文化的创造性转化与创新性发展。

三、培养对象

培养对象主要面向全校美术学、设计学及热爱传统文化、具备基础审美与造型能力的各专业在读学生，尤其适配师范类艺术类学生拓展美育课程开发、校园文创设计、非遗课堂实践等综合能力，不限专业背景，包容性强、应用性广。计划名额为 25-30 人。

四、培养内容

培养内容构建五门递进式核心课程体系，涵盖传统文化与非遗审美基础、文创创意思维训练、文化视觉造型设计、文旅产品开发落地、文创 IP 与市场化运营。课程内容紧扣国潮设计、红色文创、乡土文旅、非遗衍生品、校园文化产品等主流创作方向，打通文化理论、创意方法、设计技法与产业实践全链条。

五、培养方法

培养方法采用理论讲授、案例赏析、工作坊实训、项目驱动、田野采风、分组创作相结合的教学模式。以真实文创项目为载体，推行课堂教学+实践创作+成果打磨的立体化培养模式，弱化纯理论灌输，强化动手实践、创意创新与团队协作，实现学用一体、以练促学、以赛促创。

六、评价体系

评价体系实行过程性评价与成果性评价相结合的综合考核机制。过程性评价涵盖课堂表现、创意草图、阶段作业、实践参与；成果性评价以完整文创设计方案、实体作品、参赛成果、课程结项作品为核心依据。摒弃单一分数评价，重点考核学生的文化解读能力、创意创新能力、设计实操能力与作品落地能力，构建科学、多元、贴合行业标准的应用型

人才评价体系。

本微专业精准对接当前文创产业人才需求，拓展学生就业创业赛道，提升学生文化创新与美育实践核心竞争力，具备鲜明的时代性、应用性与创新性。

本微专业共设置5门核心课程，总学分10学分，总学时240学时。课程按照“文化基础—创意思维—设计技能—产品落地—市场运营”递进式开设，学期分布均衡，适合跨专业选修与短周期微专业培养。

七、微专业课程体系

（一）课程排布说明

1. 春季学期，侧重基础与思维

开设**中华传统文化与非遗审美概论、文创产品创意思维与符号提炼**课程，帮助学生建立文化认知、掌握文创创意提炼方法，为后续设计实践筑牢理论与思维基础。

2. 秋季学期侧重技能、实操与落地

集中开展**文化产品视觉设计与造型表现、文旅文创产品开发与实物落地、文创IP运营与产品市场化设计**课程，实现从创意构思、造型设计、实物打样到IP推广的完整闭环训练，符合应用型微专业“先理论、后实操、重产出”的培养规律。

3. 学时学分设置合规标准

单门课程统一设置 2学分/48学时，符合高校微专业学分管理规范，课时量适中、实践性占比高，便于学生跨专业修读、短期高效掌握整套文创设计能力。

4. 整体结构闭环完整

五门课程无内容重叠、层层递进，完整覆盖微专业培养目标、课程设计思路、社会岗位需求，完全适配申报材料体系。

（二）课程体系

本微专业聚焦传统文化活化、非遗创新转化、文旅文创产品设计、视觉创意开发、市场化文创落地核心能力，面向艺术类、师范类学生跨学科能力提升需求，构建文化底蕴-创意思维-设计技法-产品落地-商业运营的完整培养链条。精选 5 门核心课程，课程层层递进、互不重叠，兼顾理论性、艺术性、实操性与应用性，符合高校微专业短周期、高实操、强就业的建设要求。

课程名称	课程定位	课程核心内容	培养目标
中华传统文化与非遗审美概论	基础通识课，微专业底层素养奠基课程，解决“懂文化、懂审美、找创意源头”的核心问题。	系统梳理中华优秀传统文化、地域民俗文化、传统造型艺术体系，重点讲解剪纸、皮影、传统纹样、民俗器物、乡土美术、长城文化、红色文化等可设计转化的文化资源；讲授传统审美范式、东方构图美学、传统色彩体系、非遗艺术语言；结合地域非遗田野案例，训练学生从文化资源中提取创意元素、挖掘设计符号的基础能力。	让学生具备文创设计必备的文化底蕴，杜绝空洞设计、流水线设计，实现设计有根、创意有魂。
文创产品创意思维与符号提炼	核心思维课，创意内核课程，衔接文化理论与设计实操，是本微专业最核心的思维方法论课程。	讲授文创设计的创意生成逻辑、文化符号解构与重构方法、传统元素现代化转译技巧；通过主题创意训练，完成 IP 提炼、纹样再造、文化元素年轻化创新；针对非遗活化、红色文创、乡土文旅、城市 IP 等不同场景开展创意思维实训，打破传统美术创作定式，建立产品化、市场化、年轻化的文创设计思维。	掌握文化元素提取、创意再造、风格创新的核心方法，具备独立构思文创产品的创意能力。
文化产品视觉设计与造型表现	核心技法课，实操技能主干课，承接创意构思，落地视觉与造型设计。	涵盖文创产品平面视觉设计、文创插画、传统纹样再设计、文创版式设计、立体文创造型基础；讲授纪念品、文具、装饰艺术品、非遗衍生产品、文旅视觉物料的造型规律与审美规范；结合手绘表现、视觉构图、色彩搭配完成文创作品初稿设计，适配美术类学生创作优势。	具备文创产品视觉表达、造型设计、美学落地的专业设计能力。
文旅文创产品开发与实物落地	综合实操课，成果落地核心课，从图纸设计走向实体产品，强化微专业实践属性。	聚焦轻量化文创、非遗衍生品、校园文创、地域文旅产品的全流程开发；讲授产品草图、方案迭代、材质选择、工艺适配、版式定稿、打样落地流程；结合剪纸文创、皮影 IP 衍生、手绘风景文创、红色主题文创开展项目式教学，完成完整文创作品开发。	掌握文创产品从创意设计到实物转化的全流程实操能力，可独立完成完整文创设计作品。
文创 IP 运营与产品市场化设计	拓展应用课，补齐设计、审美之外的商业与传播能力，完善微专业培养体系。	讲授文创 IP 打造、文创产品审美适配市场需求、年轻化受众审美分析、文创产品包装设计与品牌视觉统一；讲解文创作品参赛、展览、市场化推广、新媒体视觉传播技巧；结合当下国潮设计、非遗新文创、红色文创的行业趋势，训练适配市场、贴合时代、兼具文化性与商业性的设计能力。	实现“会设计、懂市场、能落地、可推广”，形成完整的文创设计综合能力体系。

（三）课程体系整体优势

1. 体系完整闭环：从文化理论、创意思维、设计技法、实物制作到市场运营，五步递进，无逻辑漏洞。

2. 贴合美术学科特色：依托绘画、审美、造型优势，区别于纯工科、纯经管类文创课程，艺术性更强。

3. 适配微专业属性：课程短小精悍、重实践、强产出，学生可快速掌握技能、产出成果。

4. 贴合当下美育热点：紧扣非遗活化、文化传承、文旅融合、国潮创新、红色文化创意等主流育人方向。

5. 成果可视化强：学生可产出文创设计作品、IP 方案、实物产品，可用于竞赛、展览、创新创业、实践成果认定。