

中国传媒大学

设计思维微专业

2025年春季招生简章

一、微专业介绍

设计思维 (Design Thinking) ，是一种以人为本构建跨学科团队以解决复杂问题的创新方法，同时更是一种面向现实与未来的创新创意流程、能力、语言和工具。在国际上，设计思维已经广泛应用于商业、教育、社会企业、政府机构、公益组织等各种领域的创新。

设计思维微专业，适合学校各类专业同学及社会各类领域职场人员去学习体验。微专业课程由中国传媒大学国家一流本科课程、首批通识核心课程孵化而来，相关成果曾荣获北京市教学成果一等奖，教学团队与诸多国内外知名院校、头部行业都有着深厚的合作基础。课程将应用原创于斯坦福大学设计思维学院的课程体系和教学方法，并针对本土社会行业需求和校内外学生的学习特点进行切实化提升，既有对设计思维理念、方法、前沿应用的讲授，也有指导学生实践创新的项目制工作坊，指导学生完成有挑战有深度的设计思维训练，为学生的学习创意成果搭建有广泛社会影响力的展示平台。历年来，设计思维诸多校内外的学生通过学习，陆续获得了国内外等多个赛事的金奖，帮助学生们在本专业本行业能力之外，在创新创意创作能力方面也得到了更好地提升发展，激发了个人不同际遇发展与自我实现的价值效能。

设计思维学院作为全国率先开设设计思维专业的单位，深具学科优势，不断推进专业课程在国内外各个行业领域的推广和实践，持续进行与学界业界各个层面的交流合作。来自设计思维学院的行业与院校培训人员、在读本校生、微专业学生等国内外各方校友，共同成立了中传设计思维学院校友会组织，校友会以“汇聚校友资源、凝聚校友情谊、助力校友发展”为使命，以“创新、共享、成长”为核心价值，坚持“交流、分享、共赢”的服务宗旨，携手中传培育更多各行业的精英，勇担社会责任，促进校友之间的联系，推广设计思维的理念和实践，持续助益校友们的成长和发展，给设计思维领域的学生们在求职就业、职场深造等方面提供持续成长发展的资源和空间。

请关注中国传媒大学设计思维学院公众号，获取更多学院专业讯息。

二、培养目标

设计思维微专业依托中国传媒大学的各类学科优势，用跨学科、宽口径、强能力的培养理念，荟聚学校各学院各专业及社会各行业的师资力量，以学生的设计思维创新能力养成为特色，通过课程体系设计，使学生能够自信与积极地应对现实与未来，挑战并突破创意创造思维的局限，从更高的角度综合把握科技、商业和人文等各类领域需求，为学生在之后的择业就业创业及职场发展等方面，提供站得高、看得远、想得透、做得好的职场需求深耕储备与职业发展多元路径。

三、培养要求

设计思维微专业旨在让学生掌握设计思维的工具和方法，具有构建、组织跨学科团队，以人为本，解决复杂问题的创新能力。具体包括：

- 全球视野
- 适应性与探索能力
- 分析与创造力
- 沟通能力
- 责任心
- 领导力与团队合作能力
- 设计能力
- 媒体应用能力
- 决策能力
- 抗压能力

四、招生对象及条件

本校 2023、2022、2021 级全日制本科生（含在读双培生）、在读研究生，学有余力，不与主修课程时间冲突；

校外人员，对设计思维感兴趣，学习时间有保障，根据报名情况择优录取。

计划招生人数：校内 40 人，校外 60 人。

五、学制

半年

六、授课方式

本微专业独立开班，春季学期根据课程安排灵活授课。

校内、外学生的常规课程均线上进行，工作坊项目采取线上+线下相结合的方式。

线上授课提供录制的慕课视频，学生根据个人时间情况自选日常或周六日学习。任课老师会根据课程安排进行一定的线上实时互动教学，包括课前导引、练习反馈、作业反馈。

工作坊项目将在所有线上课程结束后，统一协调一个周六日的时间进行。

线上课程与工作坊项目的具体安排，会在开课前的课表提供给学生。

同时，整个微专业学习过程中，向本微专业学生开放知识图谱，以在课程之外分享更多的学习资源；向本微专业学生开放校友会活动，随时分享行业大咖讲座和往届学生的工作经验与行业资源。

七、学分认定与证书授予

本校本科生所修微专业课程学分可认定为通识教育拓展课组学分。

本校本科生、研究生在毕业或结业离校前，修完微专业培养方案规定的课程，且成绩全部合格的，由中国传媒大学本科生院通识教育中心颁发微专业证书。

校外人员在半年学制内修完本微专业培养方案规定的课程，且成绩全部合格的，由中国传媒大学本科生院通识教育中心颁发微专业证书。

八、招生时间安排及报名方式

第一阶段 网络报名：

2025年2月16日24:00之前符合报名条件的同学可使用微信扫描以下二维码报名，**每位学生限报一个微专业，且报名期间系统只允许提交一次**，请审慎、认真报名。



(本校学生报名入口)

2025年3月2日24:00之前符合报名条件的校外人员可使用微信扫描“校外人员报名入口”二维码报名，同时须提交一份PDF格式个人简历至邮箱 DesignthinkingCUC@163.com，邮件标题统一命名为“姓名+设计思维报名简历”。
每位学生限报一个微专业，且报名期间系统只允许提交一次。



(校外人员报名入口)

第二阶段 录取及缴纳课程费用:

2025年2月26日本科学院统一公布校内学生录取名单，已录取的学生登录学校交费系统缴纳第一学期课程费用，具体安排请以届时通知为准。

2025年3月2日之后，设计思维学院统一公布校外人员录取及缴费通知，请关注设计思维学院公众号，具体安排请以通知为准。



设计思维学院公众号

第三阶段 开课:

2025年春季学期由设计思维学院组织开课并做通知。

九、咨询方式

咨询邮箱: cucdesignthinking@163.com

(寒假期间如遇不能正常扫码报名, 可通过邮箱咨询)

十、微专业课程费用

微专业课程费按学分收取, 360/学分, 总费用 4320 元。

十一、课程设置及学时分配表

课程中文名称	课程英文名称	学分	学时	学时分配				开设学期	课程性质
				理论教学	课内实践	实验上机	课外实践		
设计思维前沿	Frontier of Design Thinking	2	32	32				春季	必修
商业洞察	Business Insight	2	48	16	32			春季	必修
体验设计	Experience Design	2	32	32				春季	必修
原型设计	Prototyping	2	32	16	16			春季	必修
工作坊设计	Workshop design	4	112	16	32		64	春季	必修
	合计	12							

十二、微专业课程简介

设计思维前沿：设计思维创新方法被称为“全世界创新者的共同语言”，在全球教育、商业及社会领域推动了诸多变革，是近年来被广泛使用的、最重要的设计学方法论之一。本课程采用慕课与线上指导的方式，目标是帮助学生全面认识设计思维的理念、流程、方法，了解国内外教育研究和产业应用前沿，为微专业后续课程学习打下坚实基础。本课程无需先修课程。

商业洞察：本课程采取慕课+线上指导+实践的方式，主要讲授在项目（产品）设计的各个阶段如何理解企业、组织和消费者的真实诉求，在商业环境下洞察项目（产品）的设计目标。课程将融合管理学、心理学、传播学、设计学中的相关理论和实践方法，围绕特定的项目命题，通过课堂讲授、案例分析、小组讨论、实践训练等教学法，指导学生掌握商业洞察的视角、路径和方法。

体验设计：本课程线上授课，在设计思维创新方法引导下，围绕特定的体验设计命题，介绍“体验设计”的基本概念与知识点，了解“用户旅程地图”、“峰终体验”等要点，通过工作坊的学习形式，边做边学，进一步掌握设计思维中的观察、洞察、创意、原型、迭代等工作要点。本课程分为上课下课两部分，教师团队将指导学生，推动小组创意，优化最终的体验设计方案。

原型设计：本课程是线上授课+实践的方式，基于SAP公司设计思维方法论体系的版本，围绕原型设计，探讨了原型设计的意义，原则与思想，以及设计产品原型的各种方式，结合设计思维在SAP的创新应用及各领域不同的案例，循序渐进的讲解原型设计的方式和工具模型以及AI数字原型的应用。最后基于IKEA, BMW, AirBnB, 戴森的商业案例介绍了设计思维之原型设计方法论在商业中的应用及所发挥的商业价值。通过这些探讨和学习，希望能帮助同学们建立、提高自己的创新思维能力，实践动手能力并拓展商业视野。

工作坊设计：由教学团队的导师全程参与指导学生进行工作坊的学习，采用线上线下+实践+校内工作坊的方式，外地学生来中国传媒大学参与具体的工作坊项目（交通食宿自理）。通过具体项目、作品创意创作、深度调研实践、成果展示合作等课程的教学和考察安排，由学生根据自身兴趣点和驾驭力进行自主选择，旨在考察并指导学生解决场景应用和复杂问题的学习运用能力。

中国传媒大学设计思维学院

2025年1月