



厦门南洋职业学院

广告艺术设计专业 人才培养方案

专业名称:	广告艺术设计
适用年级:	2023 级
群负责人:	王莉
制定日期:	2023. 07. 16

目 录

第一章 厦门南洋职业学院 2023 年广告艺术设计专业调研报告.....	1
一、 前言.....	1
(一) 调研目的.....	1
(二) 调研时间.....	1
(三) 调研对象.....	1
(四) 调研方法.....	1
二、 主体.....	1
三、 结论.....	3
四、 调研后专业群建设思路.....	4
第二章 编制说明.....	5
第三章 广告艺术设计专业人才培养方案.....	6
一、 专业群名称 6.....	6
二、 专业及代码.....	6
三、 入学要求.....	6
四、 基本修业年限.....	6
五、 职业面向.....	6
六、 培养目标.....	7
七、 培养规格.....	7
八、 课程设置级学时安排.....	8
(一) 课程设置.....	9
(二) 学时学分安排.....	9
九、 教学进程总体安排.....	9
(一) 教学进程总体安排.....	9
(二) 专业群教学计划进程表.....	9
(三) 实践教学体系各环节具体安排.....	9
(四) 课程结构比例.....	错误! 未定义书签。
十、 实施保障.....	10
(一) 师资队伍.....	10
(二) 教学设施.....	11
(三) 教学资源.....	11
(四) 教学方法.....	12
(五) 学习评价.....	13
十一、 质量保障.....	13
十二、 毕业要求.....	14
附录 1: 广告艺术设计专业人才培养方案评审表	15

第一章 厦门南洋职业学院

2023 年广告艺术设计专业调研报告

一、前言

（一）调研目的

广告行业分为设计、制作、代理、发布四大门类。其中设计、制作两类为创意人员，也是本专业的职业面向。厦门“十三五”发展规划中提到，在未来五年将积极发展“文化创意”等新兴产业。为了实现广告设计人才的有效输出，专业调研对于本专业的人才培养方案修订起到了重要作用。

（二）调研时间

2023 年 3 月 15 日至 6 月 15 日

（三）调研对象

调研对象主要为厦门闽杰印刷厂、厦门金明杰数码科技有限公司和厦门至正优品有限公司。三家公司长期与我专业合作，提供学生学习所需的资料及实践场所，比如，闽杰印刷厂提供《印刷工艺》课程学习实践的场所，金明杰数码科技公司提供《型录设计》《包装设计》和毕业设计所需的纸材和打印服务，厦门至正优品有限公司为我们优秀毕业生提供“设计员”等实习岗位，长期以来保证了我专业与市场对接的需求，并能及时给予指导。

（四）调研方法

主要采用访谈和参观的调研方法。2023 年 3 月 15 日至 6 月 15 日期间，我专业教师先后走访了闽杰印刷厂和金明杰数码科技有限公司，参观了工人的工作流程，积极收集对教学有用的资料，并和两位负责人进行访谈，内容主要是围绕公司所设工作岗位的依据，和对就业人员的要求进行展开。

二、主体

从广告行业三类职位要求来看，招聘侧重点不一样。以平面制作为主的广告公司对创意人员的招聘要求较高，需具备良好的专业基础和创意能力，对软件的

是用要求达到熟练；以印刷设计为主的包装；公司的招聘对专业技能要求较高，一般要求对于印刷工艺有一定的基础；以影视制作为主的广告公司一般要求具备基本的影视拍摄技能，熟练运用相关软件，能够进行后期编辑、剪辑、合成处理。通过对三家企业单位进行的走访座谈，进行了总结：

1、广告策划文案写作：在广告公司、新闻媒体及各类企事业单位从事广告策划与文案写作工作。

2、广告设计与制作：在广告公司、新闻媒体及各类企事业单位从事广告设计员、杂志/报纸美术编辑、商场/超市美工、印前出版美工、喷绘展示公司美工工作。

3、包装设计与制作：在包装公司及各类企事业单位从事包装造型与装潢设计工作，对印刷工艺有一定的基础。

4、影视后期制作：在影视制作公司及各类企事业单位从事影视后期制作工作。

5、网页美工设计：在广告公司、新闻媒体及各类企事业单位从事网页美工设计工作。

社会对广告设计人才的需求是有高低层次之分的，从艺术设计人才的层次来分析，一般可分为6个层次：设计总监、高级设计师、设计师、助理设计师、设计员、电脑制作员。电脑制作员需求数量最大，而设计总监、高级设计师必须经过多年工作实践才能达到，尽管大量的本科艺术设计院校和设计专业每年都有相当数量的毕业生进入社会，但市场仍然需要足够数量的第一线的实用型艺术设计人才，高职(大专)广告设计专业毕业生可担任设计员和助理设计师，需求量是很大的。

本专业群多数毕业生在工作单位表现积极，认真好学，用人单位基本给予好评，但是也反映学生创新能力薄弱，工作效率不高等问题，这也是今后我专业在人才培养中逐步改进的方面。多数毕业生就业后较稳定，但在广告设计公司中个人发展较缓慢，如果要达到能够带领团队的水平需要至少3年时间，月薪在4000元至7000元之间。2020年虽然受到大环境影响，各行业效益降低，但是根据毕

业生就业的情况看，省内对广告设计人员的需求依然比较可观，但是实习期间薪资不高。

三、结论

通过对企业广告人才需求状况的调查，我们对今后高职广告人才培养提出以下建议：

1. 培养学生多元化的知识结构

与以往相比广告人的专业服务不再局限于广告设计、表现和传播等狭义的广告层面，而是要同时为企业提供市场调查、行销、公关等方面问题的解决方案。如此全面的服务，只有复合型的广告人才才能胜任。同时，广告业又是一个知识密集且更新换代频率最高的行业之一，“以创意为中心”和“以策略为中心”的行业发展方向的逐步确立要求广告从业人员要涉及到更多相关专业领域的知识，如社会学、文化学、民族学、心理学、文学、语言学、符号学、音乐、美术、宗教、跨文化传播等等，广告专业知识与相关领域学科知识共同构成了广告人的知识结构，呈现出多元化的特征，反映出新时期广告人应该具有的深厚的人文背景、宽广的知识面和较高的学识修养。

2. 培养学生创造性的思维能力

创意是一种创造性的思维活动，人是创意活动的主体，创造性思维是广告人才智力结构的核心，是社会乃至个人都不可或缺的要素。特别是在创意经济时代，创造性思维能力是个人推动社会前进的必要手段，拥有多元的知识结构、积极培养联想思维的能力、克服习惯思维对新构思的抗拒性，培养思维的变通性，是对每一位广告人提出的新要求。

3. 培养学生良好的职业道德和法律意识

职业道德是特定社会经济关系下，人们在从事工作活动中逐渐形成的调节人们之间关系的行为准则和规范的总和。广告是一个需要口碑的行业，广告经济又是诚信经济，容不下半点的虚假、夸张、浮躁和欺骗。广告人员的思想道德素质，必然表现在广告从业人员的行为上。近些年来，在我国广告业的发展进程中虚假广告泛滥、吃回扣现象屡见不鲜、低俗之风盛行等等，严重影响了广告在社会公

众心目中的公信力。

同时，我专业群人才培养中需引进必须的学习设备，比如电脑、手绘板等，由于大多数专业课采用“工学结合”的方式教学，所以需有独立的机房，以及需要学校建立合理的规章制度来支持我们专业发展。我们根据今年的市场调研，新增了《广告心理学》和《品牌管理》两门课程，目的是为了更好地与市场所需接轨。

四、调研后专业群建设思路

今后，我专业主干课程的建设主要围绕“提高动手能力、提高审美能力”为目标，尤其是第三和第四个学期的课程，教学方法多倾向案例分析，大量作业练习和比稿的方法完成，同时与企业合作，引进大量工作任务，由任课老师牵头，学生以小组为单位进行完成，不仅能够提高学生的学习兴趣，也能够了解市场需求，为毕业后更好地融入社会提供保障。

好的教学成果离不开老师的辛勤付出，我专业今后在师资培养方面重点放在让老师参加各类比赛，或者带学生参加比赛，通过此种手段，多与同类院校接触，互相学习经验，不仅能够为学校增添荣誉也能够提升自己。

目前我专业实训室基本能够保证日常教学，但考虑到在教学过程中经常模拟广告公司工作情境，仍希望学校支持我们再建立独立的机房，配置适合我专业是用的电脑及工作桌，这不仅能够提升教学效果，也能够促进学生社团的建设与发展。

2023年6月1日

第二章 编制说明

本专业群人才培养方案适于三年全日制高职专业，由厦门南洋职业学院广告专业教研室、闽杰印刷公司、净一设计公司等企业共同制订，并经专业群建设指导委员会审定、学校批准在广告设计与制作专业实施。

主要编制人：

广告教研室：王 莉 教授
朱 彦 副教授
李 玥 副教授
王奕文 助教
聂欣欣 助教
俞琳 助教
朱蒙 助教
谢舒婷 助教
余晓 助教

净一设计公司： 杨韬 设计总监 / 创意设计师

闽杰印刷公司： 陈文卿 总经理

厦门至正优品有限公司： 梁震霖 总经理/设计总监

审定：

厦门南洋职业学院： 曾艳 艺术设计学院 院长

厦门蓝点子广告公司 召金 董事长/艺术设计学院企业副院长

第三章 专业人才培养方案

一、专业(群)名称

广告艺术设计

二、专业及代码

广告艺术设计、代码：550113

三、入学要求

普通高级中学毕业、中等职业学校毕业或具有同等学力毕业生。

四、基本修业年限

三年。

五、职业面向

主要职业面向

专业名称	所属专业大类(代码)	所属专业类(代码)	对应的行业	主要职业类别	主要岗位类别(技术领域)	职业技能等级证书	社会认可度高的行业企业标准和证书举例
广告艺术设计	文化艺术大类(55)	艺术设计类(5501)	文化创意产业	服务业	设计师	高级	Adobe 高级创意设计师

(一) 初始岗位

专业	就业岗位	建议获得职业资格及等级
广告艺术设计	美工	图形图象处理 Photoshop (高级)
	设计员	图形图象处理 Photoshop (高级)
	设计师助理	图形图象处理 Photoshop (高级)

(二) 目标岗位

专业	就业岗位	建议获得职业资格及等级
广告艺术设计	平面设计师	平面设计师 (高级)
	设计总监	高级创意设计师 (高级)

(三) 发展岗位

专业	就业岗位	建议获得职业资格及等级
广告艺术设计	UI 设计师	界面 UI 设计师（高级）
	商业插画师	CCI 职业插画师（高级）

工作任务与职业能力分析表

专业名称	典型工作任务	职业能力	对应课程或项目
广告艺术设计	广告、包装设计与制作	能够运用计算机图形处理软件 photoshop/illustrator 进行所有广告和包装设计	素描、色彩、字体与编排设计、数字图像编辑与设计、广告策划与文案创意、包装设计与制作、数字出版物设计与制作
	型录设计、画册设计	能够运用计算机图形处理软件进行型录设计与展示设计	展示设计数字图像编辑与设计、数字广告设计与制作
	CI 企划	能够运用计算机图形处理相关软件进行企业形象设计	标志设计、品牌识别系统设计、数字图像编辑与设计
	网页设计、互联网广告设计	能够具备互联网广告设计中的搜索广告、展示类广告、分类广告、引导广告、电子邮件广告的设计能力。以及进行网页设计。UI 设计	平面广告设计与制作、界面设计、平面广告设计与制作、电商设计与制作、视频广告设计与制作
	影视广告设计	能够运用 Premiere、AE 软件进行影视广告设计	视频广告设计与制作、影视后期特效 AE

六、培养目标

本专业培养具有良好的职业道德和综合素质、较强的专业能力和创新、创业能力，掌握策划、创意、设计、执行等专业技能，能够适应广告行业从事平面设计与制作相关工作需要，关注学生职业生涯和可持续发展，培养学生“德、智、体、美、劳”全面发展，高素质技术技能型广告创意人才。

七、培养规格

(一) 素质

1. 坚定拥护中国共产党的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。

2 崇尚宪法、遵法守纪、崇德向善、诚实守信、尊重生命、热爱劳动，履行道德准则和行为规范，具有社会责任感和社会参与意识。

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。

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。

（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、安全消防等知识。

3. 具有诚实守信、敬业爱岗、艰苦奋斗、文化自信的品质。

4. 了解身心健康的基本知识，掌握身心理调适的方法，具有自我调节能力。

5. 具有良好的沟通能力、吃苦耐劳、以及团队合作精神。

（三）职业能力

1. 基本职业能力

(1) 具备探究学习、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) 熟练计算机基本操作技能。

(4) 具备一定的英语听说读写能力。

(5) 职业生涯发展与就业、创业能力。

2. 岗位核心能力

(1) 具备平面广告设计、包装设计

(2) CI 企划设计的岗位核心能力。

(3) 影视广告制作能力

3. 职业拓展能力

(1) UI 设计能力

(2) 网页美工设计能力。

八、教学进程总体安排

(一) 教学计划总体安排 (单位: 周) (每学期按 20 周计算)

学年	学期	课堂教学与 课内实践	考试	入学教育 与军训	社会实 践	专业实习实践		毕业顶岗 实习	毕业设计 (论文)	毕业鉴定、 毕业教育	机动 周	小计
						课内	勤工助学					
一	1	16	1	2	2	0	0	0	0	0	1	20
	2	16	1	0	0	2	2	0	0	0	1	20
二	3	16	1	0	0	2	2	0	0	0	1	20
	4	16	1	0	0	2	2	0	0	0	1	20
三	5	12	1	0	0	0		4	8周	0	1	20
	6	0	0	0	0	0		12	0	0	0	20
合 计		76	5	2	2	12		16	8	1	5	20

注: 岗位实习 24 学分, 其中 12 学分采用勤工助学方式岗位实习, 分散在第 1-5 学期, 勤工助学 1 学分 40 小时折算成课堂教学 24 学时。

(二) 广告设计与制作专业教学计划进程表

(以 EXCEL 表格形式提交)

(三) 实践教学体系各环节具体安排

序号	环节	项目名称	学分	学期	周数	内 容	场所	可容纳 学生数	备注
1	社会实践 (含劳动 教育)	校内专业实 践 暑期专业实 践	22	1-5		根据专业课的具体 内容, 专业课教师 安排相关课程的实 践任务, 采用校内 外结合的方式。	1、学校 2、广告专 业实训室 3、校外校 企合作单 位	50 人	顶岗实习 24 学分, 其中 12 学分采用 勤工助学方 式顶岗实习, 分散在第 1-5 学期
	2	勤工助学	社会实践	6	1-5		在第二到第四学期 的课余或者寒暑假 时间完成 6 个学分 社会实践	各实践单 位	
		毕业生顶 岗实习	顶岗实习	16	5-6	2 4	学生在第六学期完 成为期 24 周的毕 业前顶岗实习任务	各实习 单位	
3	毕业设计 (论文)	毕业设计	8	5	8	8 周内完成毕业设 计任务布置的制图 任务	建筑工程 学院实训 室	50 人	文科类 4 学 分, 工科类 8 学分

序号	环节	项目名称	学分	学期	周数	内 容	场所	可容纳学生数	备注
4	职业技能及岗位培训	图形图像处理 Pshop (高级)		1-6		根据毕业要求必须获得相关专业职业技能证书 2 个			
		平面设计师 (ACAA)		1-6					
		高级创意设计师 (ACAA)		1-6					

(四) 课程结构比例

模块名称	课程类别	学时数			学分数	学分百分比%	
		总学时	理论学时	实践学时			
公共课	公共必修课	700	304	396	36	25%	29%
	公共选修课	96	96	0	6	4%	
专业基础课程		584	223	361	34	23.5%	
专业技能课程		396	140	256	22	15.5%	
专业拓展课程		234	72	162	14	10%	
勤工助学(周)		704		704	32	22%	
总计		2714	835	1879	144	100	

注：课内教学活动原则上按 16-18 学时计 1 学分；专业实习实训每周按 24 学时计 1 学分；岗位实习 24 学分，其中 12 学分采用勤工助学方式岗位实习，分散在第 1-5 学期，勤工助学 1 学分 40 小时折算成课堂教学 24 学时。

十、实施保障

(一) 师资队伍

1. 队伍结构

目前广告艺术设计专业在校生共 710 人，共有 10 名专任教师，其中双师型教师 8 名，双师型教师比例为 80%。

职称结构：教授 1 人，副教授 2 人，助教 7 人。

年龄结构：20-30岁5人，30-40岁2人，40-50岁2人，50岁以上1人，中青年教师占主要地位。

2. 专任教师

王莉、李玥、朱彦、王奕文、谢舒婷、朱蒙、俞琳、聂欣欣、余晓、龙桃霞

3. 专业带头人

王莉（省级专业带头人）

4. 兼职教师

杨韬、陈文卿、肖泓达、杨丽娜

（二）教学设施

1. 校内实训基地

（1）现有校内实训基地情况

序号	实训室名称	面积 (平方米)	主要设备配置	主要实训项目
1	平面设计技术实训室	100	高配置电脑45台，耳机45个，音响一套	型录设计、画册设计、广告设计、互联网广告设计、
2	造型实训室	100	投影仪一台，音响一套。电脑3台，车模机4台、拉胚机2台	包装设计与制作
3	印刷工艺实训室	100	投影仪一台，电脑一台，音响一套。小型印后装订、裁切加工设备等配套材料。	版式设计、广告设计、包装设计、印刷工艺

（2）现有校外实训基地情况

校外实训基地	保障课程实训环节实施
厦门净一设计机构	《毕业设计》、《顶岗实习》等课程实践基地，学生技能大赛培训基地。

厦门金明杰数码印刷公司	《广告设计》.《型录设计》.《包装设计》.《画册设计》等课程作品输出实践基地。
厦门闽杰印刷公司	《印刷工艺》.《包装设计》.《顶岗实习》等课程实践基地。
厦门柠檬黄电脑设计	
厦门蕴禾品牌设计机构	
厦门三炎文化传播公司	勤工助学、社会实践认知、毕业设计、顶岗实习实践基地。
厦门木卯广告公司	
厦门守食文化传播公司	
厦门良师教育咨询公司	

(3) 校外实训基地建设需求

校外实训基地建设主要目的之一是为了让专业群学生能够进入到校企合作企业实习,拓展学生的专业实践技能,将理论与实践相结合,奠定相关专业工作基础;二是为了提升对我院教师的教学能力的提升,让我院教师利用周末或者寒暑假进入校企合作单位继续深造,拓宽视野,学习相关专业领域最前沿的知识,并利用教学传递给学生;三是通过校企合作,走“产、学、研”相结合的校企联合办学道路,进行有效的资源整合,共同制定人才培养计划。

(二) 教学资源

教材的选用:十四五规划教材、互联网+教材、教育部规划教材、自编教材等近五年内的教材

图书文献:期刊检索应使用CNKI、万方、维普三大期刊检索,论文以近五年内核心期刊为主;数据收集采用中国经济信息网、国务院研究中心信息网等。

教学资源配置:多媒体教室、机房、网络、投影仪、音响、麦克风等。

(三) 教学方法

(1) 讲授法:教师通过讲授向学生传授知识,引导学生分析和认识问题。

(2) 任务驱动法:教师给学生布置探究性的学习任务,学生查阅资料,对知识体系进行整理,再选出代表进行讲解,最后由教师进行总结。

(3) 讨论法:在教师的指导下,学生以全班或小组为单位,围绕专业问题,各抒己见,

通过讨论或辩论活动，获得知识或巩固知识的一种教学方法。

(4) 参观教学法：组织或指导学习到实训室、实习单位、施工现场等进行实地观察、调查、研究和学习，从而获得新知识或巩固已学知识。

(5) 练习法：教师布置练习任务，学生在教师的指导下巩固知识、运用知识、形成技能技巧。

(四) 学习评价

学生学习评价主要可以从以下三方面进行：平时成绩（主要为出勤表现、完成作业情况）、课堂表现成绩（主要为课堂表现活跃程度）和期末考核（大作业、课程设计、试卷考）；应更加注重过程性考核，丰富考核内容、增加考核方式，对不同的学生也可以采取差异化考核方式，杜绝以期末成绩做主要评价考核方式。

成绩构成：

期末成绩=过程性考核（40%-60%）+期末考核（60%-40%）

具体的成绩构成由任课教师根据课程情况进行调整，建议尽量增加过程性考核比例。

十一、质量保障

1. 建立专业建设、教学质量诊断与改进机制，健全专业教学质量监控管理制度，完善课堂教学、教学评价、实习实训、毕业设计以及专业调研、人才培养方案更新、资源建设等方面质量标准建设，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。

2. 完善教学管理机制，加强日常教学组织运行与管理，定期开展课程建设水平和教学质量诊断与改进，建立健全查课、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。

3. 建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，并对生源情况、在校学业水平、毕业生就业情况等进行分析，定期评价人才培养质量和培养目标

标达成情况。

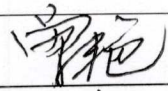
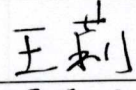
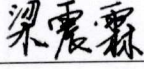
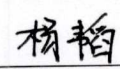
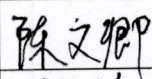
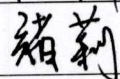

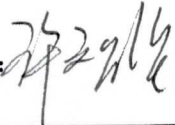
4. 专业教研组织应充分利用评价分析结果有效改进专业教学，持续提高人才培养质量。

十二、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：

项目	具体要求	备注
总学分	总学分 144，至少达到 140 学分。	专业拓展课程 14 学分， 选修 10 学分 即可。
学分结构	公共基础课程 42 学分；专业基础课程 34 学分； 专业技能课程 22 学分；专业拓展课程 14 学分； 勤工助学 32 学分。	
职业技能证书	获得相关专业职业技能证书 2 个	
其它		

广告艺术设计专业人才培养方案评审表

评审专家（教学指导委员会成员）				
序号	姓名	工作单位	职称/职务	签名
1	曾艳	厦门南洋职业学院	院长	
2	王莉	厦门南洋职业学院	教授/广告教研室主任	
3	梁震霖	厦门至正优品有限公司	总经理/设计总监	
4	杨韬	厦门净一设计公司	总经理/设计总监	
5	陈文卿	厦门闽杰印刷公司	总经理	
6	褚莉	厦门金明杰数码科技有限公司	总经理	
教学指导委员会评审意见				
<p>培养目标定位准确，着重于实践部分，实践性环节合理，符合目前企业的人才培养需求，符合厦门南洋学院的办学理念。知识结构和课程体系与培养目标定位一致。课程设置中，基础课程知识体系较全面，并注重学生实践应用能力的培养；专业基础课程知识体系范围很广，针对不同岗位需求，不同的发展路径设置不同的课程，以增强学生的知识广度；符合高职应用技能型人才的培养方向。</p>				
<p>评审组长签字： 2023年 9月 27日</p>				
<p>学校意见：</p> <p style="text-align: right;">分管校长签字： 2023年 9月 28日</p>				

注：二级学院组织评审，由评审专家签署意见后扫描电子档插入培养方案电子档

广告艺术设计专业2023级教学计划进程表

模块名称及比例	课程代码	课程名称	学分	课程类型	总学时	学时分配		各学期周学时分配						备注			
						理论	实践	一		二		三					
								1	2	3	4	5	6				
公共必修课25%	G00001	思想道德与法制	3	B	54	36	18	3									
	G00002	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	2	B	36	30	6		2								
	G03445	习近平新时代中国特色社会主义思想	3	B	54	36	18		3								
	G00684	体育与健康1	2	B	32	4	28	2									
	G00578	体育与健康2	2	B	32	4	28		2								
	G00579	体育与健康3	2	B	32	4	28				2						经管、机电、信息、外旅、医学院第三学期
	G00004	基础英语	4	B	64	32	32	4									经管、艺术、建工、电影第一学期
	G02727	信息技术	4	B	64	16	48	2									电影、艺术、建工、机电、信息第一学期；其余学院第2学期
	G00826	大学生心理健康教育	2	B	32	16	16			2							信息、机电、学前、外旅第一学期
	G00010	军事课	4	B	148	36	112	√									军事课由《军事理论》《军事技能》两部分组成。《军事理论》1-5学期进行，每学期8学时
	G00009	形势与政策	1	B	40	20	20	√	√	√	√	√					
	G01632	生涯体验——生涯规划	1	B	16	10	6		√								
	G01633	生涯体验——创业教育	2	B	32	16	16				√						
	G01634	生涯体验——就业指导	1	B	16	8	8						√				
	G00003	大学语文	2	A	32	32	0		2								
	G02215	劳动教育	1	B	16	4	12	√	√								第1-2学期进行
	G00030	入学教育						√									2周，穿插在军训中
“公共必修课”模块小计			36		700	304	396	11	9	2	2						
公共选修课4%	第1-4学期	美育概论	2	A	32	2	0		√								
	公共选修课		4	A	64	4	0										
	“综合素质选修课”模块小计（至少应选修6学分）		6	A	96	96	0										
“公共基础课程”模块小计			42		796	400	396	15	9	2	2						
专业基础课23.5%	G01382	设计素描	4	B	64	16	48	4									
	G01383	设计色彩	3	B	48	16	32	3									
	G00074	设计构成	3	B	48	16	32		3								
	G03601	设计创意手绘	3	B	54	24	30			3							
	G03602	字体与编排设计	3	B	54	24	30			3							
	G02342	标志设计	2	B	36	16	20			2							
	G03603	数字图像编辑与设计	4	B	64	34	30	4									
	G02343	AI软件	3	B	54	27	27		3								
	G03604	设计造型基础	2	B	36	6	30			2							
	G03605	广告策划与文案创意	2	B	36	20	16		2								
	G02045	平面设计技术	3	B	54	12	42				3						
	G00227	广告摄影	2	B	36	12	24		2								
	基础课模块小计			34	0	584	223	361	11	13	7	3	0	0			
专业核心课15.5%	G03606	平面广告设计与制作	3	B	54	24	30			3							
	G03607	包装设计与制作	4	B	72	20	52				4						
	G03608	数字广告设计与制作	4	B	72	24	48			4							
	G03609	品牌识别系统设计与制作	4	B	72	24	48				4						
	G03610	电商设计与制作	4	B	72	24	48				4						
	G03611	视频广告设计与制作	3	B	54	24	30				4						
核心课模块小计			22	0	396	140	256	0	0	15	8	0	0				
专业拓展课10%	G00695	茶叶包装设计	2	B	36	6	30					2					
	G02243	影视后期特效	4	B	54	24	30				4						
	G01680	界面设计	4	B	72	24	48				4						
	G03953	文创产品设计	2	B	36	12	24					2					
	G01810	画册设计	2	B	36	6	30					2					
	拓展课程模块小计			14	0	234	72	162	0	0	0	8	6	0			

“课内教学活动”总计													
勤工助学22%	G00031	社会实践	2	C	48		48	2					社会实践安排在暑假
	G02729	校外实习实训	6	C	144		144		2周	2周	2周		
	G01282	毕业岗位实习	16	C	384		384					14周	
	G00032	毕业设计（论文）	8	C	128		128						1学分16学时
“勤工助学”模块小计			32		704	0	704						勤工助学学分不低于34，学时不低于640
总计			144		2714	835	1879	26	22	24	21	6	
占总学时比例 (%)	A类课程比例		B类课程理论部分				B类课程实践部分				C类课程比例		
	128 (5%)		707 (26%)				1175 (43%)				704 (26%)		
	理论部分						实践部分（应在55%以上）						
	835 (31%)						1879 (69%)						
执笔人（签名）							审核人（签名）						

注：

1. “计划学时”=“周学时”×“课堂教学与课内实践周数（每学期按20周计算）”。如未排满一学期的课程，应在备注栏中注明实际上课周数。
2. 课内教学活动原则上按16-18学时计1学分。校内集中实践、军事训练每周按24学时计1学分。顶岗实习每周按40学时计1学分；。
3. 模块比例按学分进行统计，各类课程占总学时比例按学时进行统计。
4. 课程类型分为纯理论课程（A类）、理论+实践课程（B类）、纯实践课程（C类）。
5. 《形势与政策》第1~5学期进行，共计40学时，每学期8学时，累计到最后学期计1学分。顶岗实习24学分，其中12学分采用勤工助学方式顶岗实习，分散在第1-5学期，勤工助学1学分40小时折算成课堂教学24学时
6. 《军事理论》在军训期间集中安排。
7. 综合实践课程中的专业实习实训部分课程按专业群开设课程，部分课程分专业方向开设课程。
8. 凡是有认证要求的课程必须在备注栏中注明具体认证项目及等级。
9. 《生涯体验——生涯规划》、《生涯体验——创业教育》与《生涯体验——就业指导》由三创学院组织实施。
10. 入学教育由学工处负责在军事期间实施，不计算学时和学分。