

厦门南洋职业学院

2019 级广告设计与制作专业人才培养方案

一、专业代码、招生对象、学制与学历

(一) 专业代码: 650103;

(二) 招生对象: 经全国普通高等学校招生考试, 达到我院录取分数线的普通高中及同等学历毕业生。

(三) 学制: 三年。

(四) 学历: 专科。

二、培养目标与基本规格

(一) 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的高素质技术技能型广告创意人才。

(二) 基本规格

遵循与贯彻学校“以人为本, 特色办学, 全面育人”的办学理念, 通过专业知识和技能的培养训练, 应达到以下规格要求:

1. 素质规格

- (1) 思想素质: 热爱祖国; 树立正确的世界观、人生观、价值观, 具有良好的道德品质和文明行为习惯, 具有自觉学法、懂法、守法意识。
- (2) 职业素质: 责任心强, 团结协作; 具有较好的自学能力、分析问题和解决问题的能力; 具有创新精神和开拓意识; 具有较强的动手能力, 能将理论知识应用于具体的实际工作中。
- (3) 人文素质: 具有一定的文化艺术修养、语言文字表达和写作能力、信息收集与处理能力。
- (4) 身心素质: 掌握现代体育运动基本知识和基本技能, 身体健康, 达到《大学生体质健康标准》所规定的各项指标; 心理健康, 人格完善。

2. 知识规格

(1) 掌握必备的文化基础知识：掌握语言文学基本知识，具备一定的文史基础，能够正确理解和分析中外文化艺术问题。

(2) 掌握广告设计与制作的基础知识和基础理论；

(3) 掌握广告设计与制作创新、创意设计的基本知识和产业的 brand 管理知识；

3. 能力规格

(1) 具备基本的行业法律知识；

(2) 具备较熟练的计算机操作能力、具备基本的外语水平，有一定的应用听说读写能力；

(3) 具备岗位操作技能：广告和包装设计技能；型录设计与展示设计技能；企业形象设计技能、网页美工设计技能、影视广告设计技能。

(4) 具备自我学习与创新能力；有较好的审美感受能力和表现能力。

具备较好的团队协作能力。

三、职业岗位面向

- 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。
- 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。
- 主要就业面向：（广告设计与制作和包装设计为主要培养就业方向）。

1. 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、印前排版美工、喷绘展示公司美工工作。

2. 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。

3. 广告策划：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。

4. 影视广告设计：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. 互联网广告设计：在广告公司、新闻媒体及各类企事业单位从事互联网网页美工设计，工作内容可以分为：搜索广告、展示类广告、分类广告、引导广告、电子邮件广告五大类。

- 初始岗位：美工、设计员、设计师助理。
- 目标岗位：设计师、设计主管。
- 发展岗位：设计总监

四、知识结构、能力结构与课程递进关系

根据本专业职业面向，通过调研社会对本专业人才的职业岗位能力的需求，同时结合现行的有关国家职业标准，将岗位所需的能力进行分解，确定本专业人才的知识结构、能力结构及要求（包括素质要求、能力要求、知识要求），可以用下面的《课程与岗位能力分析对照表》来表示。

课程与岗位能力分析对照表

岗位群	专业培养目标要求的岗位能力、素质(素养)	知识要求	对应课程或项目	获取职业资格证书项目及等级
通用能力素质(素养)	(素质素养一)较高的思想道德素质和职业素质、了解基本的法律知识	把握马克思主义中国化理论；了解国家的路线、方针、政策；学会做人、做事知识并转化为思想政治素养和能力。	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、思想道德修养与法律基础、形势与政策	
	(素质素养二)良好的人文素质	具备良好的道德修养及一定的艺术鉴赏力	书法、艺术欣赏等公共选修课	
	(素质素养三)较强的身体素质	掌握体育锻炼基本方法及军事基本知识，加强意志品质锻炼	体育与健康、军训	
	(素质素养四)较强的心理素质	了解心理健康的标准和调试的方法	大学生心理健康教育	
	(素质素养五)具备团队合作精神	了解并熟悉各项活动的前期策划与后期总结相关知识	素质拓展、第二课堂活动、学生社团活动	
	(能力一)自我学习与创新能力	拓广常识性知识面，精选专业深刻性知识的内容	生涯体验—创业教育	
	(能力二)职业生涯发展与就业、创业能力	能较为清晰地认识自己及职业的特性，了解基本的创业知识，掌握生涯决策技能和求职技能等。	入学教育、生涯体验--生涯规划、生涯体验--就业指导	
	(能力三)熟练的计算机基本操作技能	熟练掌握目前常用流行的操作系统和 OFFICE 办公软件	计算机应用基础	全国计算机等级考试(一级)
	(能力四)具备一定的应用听说读写能力	能进行基本的日常英语交际	基础英语	高等学校英语应用能力考试(B 级)
(能力五) 广告、包装设计 with 制作能力	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、设计构成、版式设计、广告设计、包装设计、印刷工艺	图形图像处理 Photoshop (高级)	

岗位群	专业培养目标要求的岗位能力、素质(素养)	知识要求	对应课程或项目	获取职业资格证书项目及等级
岗位通用能力	(能力六) 型录设计、展示设计制作能力	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、型录设计	平面设计师\高级创意设计
	(能力七) CI 企划能力	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、图形创意、企业形象设计	平面设计师\高级创意设计
	(能力八)网页设计、互联网广告设计能力	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	界面设计、广告设计、网页设计、型录设计 (Dreamweaver)	平面设计师\高级创意设计
	(能力九) 影视合成广告设计能力	能够运用 Premiere、AE 软件进行影视广告设计	影视后期合成、影视后期特效	平面设计师\高级创意设计
综合能力	(能力十)自我学习与创新能力	拓广常识性知识面, 精选专业深刻性知识的内容	学校各项活动, 艺术团、社团活动, 专业技术比赛, , 艺术创作	
	(能力十一)职业生涯发展与就业、创业能力	能较为清晰地认识自己及职业的特性, 了解基本的创业知识, 掌握生涯决策技能和求职技能等。	入学教育、职业生涯与发展规划、就业指导	

课程递进关系对照表

学 期	专 业 课 程
第 1 学期	设计素描、设计色彩、PS 软件、广告学概论、图形创意
第 2 学期	设计构成、版式设计、标志与名片设计、 AI 软件、广告心理学、器型赏析、商业插画
第 3 学期	广告设计、型录设计、影视广告、印刷工艺与流程、广告摄影、广告文案写作、造型设计
第 4 学期	包装设计、网页美工设计、品牌管理、画册设计、商业项目策划、影视后期特效、平面设计技术
第 5 学期	CI 企划、展示设计、茶叶包装设计、界面设计、毕业设计
第 6 学期	顶岗实习

五、培养模式与教学模式

(一) 培养模式

构建“校企共建，学训交互，双证相融”的人才培养模式。

1. 校企共建：

(1) . 聘请行业专家参与人才培养方案审定、课程开发和教学设计,指导学生顶岗实习，授课和举办讲座。

姓名	单位名称	职务	相关合作授课课程
杨韬	厦门净一设计机构	总经理	《型录设计》.《包装设计》.《毕业设计》
褚莉	厦门金明杰印刷公司	总经理	《型录设计》.《包装设计》.《顶岗实习》.
陈文卿	厦门闽杰印刷公司	总经理	《印刷工艺》.《包装设计》.《顶岗实习》、
召金	厦门蓝点子广告公司	董事长	《广告设计》.《CI 企划》、《毕业设计》

(2) 签订校外实训基地，保障课程实训环节实施：

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 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	勤工助学、社会实践认知、毕业设计、顶岗实习实践基地。

2、学训交互、工学交替：

导入企业工作流程，达到“教、学、做”一体化教学模式。

将工作项目移植到课堂，保证教学与工作的一致性，按照设计公司的工作流程分项目组织教学，不同的教学环节设定了不同的项目任务，学生在实践中消化理论知识，保证教学与工作的一致性。采用项目驱动的方法主导教学过程，实现课堂与实训室的一体化。按照“专业课堂就是设计公司，指导教师就是设计主管，课堂作业就是项目成果”的思路，实现课堂与实训室的一体化，以真实的项目训练获得实际的工作体验,由入门新手成为具有创新精神的设计能手。

通过模拟项目与真实项目、课程教学与社会实践的交替，实现教学向工作岗位的迁移。本专业的课程通过模拟项目向真实项目过渡；由单纯技能型分项训练向综合技能型项目训练提升渐进、到半年的顶岗实习的完整的教学过程,强化学生的市场观念、客户意识、以及实际工作项目中的创意设计与实践制作能力的培养。做到学生在校学习与实际工作的一致。

2. 双证相融：

实施毕业证与职业资格证双证制的课程体系。为学生提供“职业能力+证书”的课程体系，即设立通用素质能力、岗位通用能力、职业资格认证等课程模块。

基本技能证书

证书项目	发证部门	建议考证时间
全国计算机等级考试一级证书	教育部考试中心	第二学期后考证
高等学校英语应用能力考试B级证书	教育部考试中心	第二学期后考证

职业资格证书

证书项目	发证部门	建议考证时间
图形图象处理 Photoshop（高级）	人力资源和社会保障部	第一学期后考证
平面设计师（ACAA）	ACAA 中国数字艺术教育联盟	第四学期后考证
高级创意设计师（ACAA）	ACAA 中国数字艺术教育联盟	第五学期后考证

（二）实训环节

实践教学包括三大模块：基本技能模块、专业技能模块、综合技能模块。

基本技能模块：基础英语、计算机应用基础等基本文化知识

专业技能模块：广告设计、包装设计、型录设计、网页设计、CI设计等专业知识

综合技能模块：创新能力、创业能力、创意能力、毕业设计、顶岗实习等

（三）职业技能竞赛,以赛促教，以赛促学。

以福建省职业技能平面设计技术大赛、世界技能大赛厦门市选拔赛、大学生广告设计大赛、时报金犊奖大赛等技能考核内容，融入到教学内容改革和考核方式的改革。实施对素质、技能、知识“三位一体”的综合评价，注重学生综合素质的提高、岗位技能的掌握、专业知识的综合运用。以福建省职业技能平面设计技术大赛的题型要求，融入到《标志设计》、《广告设计》、《型录设计》、《包装设计》的教学内容中去，并借鉴大赛的赛场考核形式，以全国大学生广告设计大赛的命题内容，导入到《广告设计》、《影视后期合成》等课程实训项目中去实施。以此激发学生的学习兴趣，切实提高学生的技能竞争力。将职业技能大赛的考核模式导入到相关专业课程的考核中去。并将职业资格认证的考核内容，导入到相关专业课程的教学内容中去。

六、课程说明

（一）核心课程包括：

序号	课程名称	课程性质、地位、目的	主要内容
1	广告设计	专业核心课程。本课程是一门技能性较强、涉及知识多元化的课程。通过本课程的学习使学生对广告设计基本知识有一个全面的了解，为今后从事广告设计工作打下良好的专业基础。	1. 广告设计概论 2. 广告设计简史 3. 广告设计中的形象设计 4. 广告形象的色彩设计 5. 广告设计的程序及策划 6. 广告设计的媒体应用
2	包装设计	专业核心课程。是综合性最强的课程之一。通过教学，使学生能从艺术设计的角度出发，独立进行包装结构和容器造型、包装装潢的统一设计，并掌握系列化、礼品化商品的包装设计创意方法和表现技法。	1. 包装设计概述与流程 2. 包装设计的要素及表现 3. 包装的造型与结构设计 4. 包装设计的印刷与工艺 5. 包装的定位与系列化包装设计

3	CI 企划	专业核心课程，通过在课程教学实践和毕业设计实践的项目教学、真题实做中为企业提供良好的策划设计服务，传递客户的思想，完成创意方案，并投入市场应用，产生经济效益和品牌价值。	1、概论 2、VI 的策划与设计 3、视觉识别系统设计 4、VI 手册详细制作完全示例
4	型录设计	专业核心课程，是广告设计专业最重要的专业知识。通过本课程学习，目的在于让学生掌握型录设计的能力和方法，创造出功能和美学等方面均有创新的商业空间。	1. 型录设计概述 2. 型录设计的创意 3. 型录设计的设计元素 4. 型录设计的版面设计技法 5. 型录设计的执行

七、教学保障

（一）实训条件：

校内实训基地：计算机辅助设计实训室、广告工作室、造型设计实训室、印后工艺实训室。

校外实训基地：厦门净一设计机构、厦门金明杰数码喷绘公司、厦门闽杰印刷公司、蕴禾品牌设计机构、柠檬黄电脑设计、三炎文化传播、厦门木卯广告公司、守食文化传播公司、厦门良师教育咨询有限公司。

（二）师资条件：

广告设计与制作专业专职教师队伍一览表

序号	姓名	职称	是否“双师型”教师	备注
1	王莉	副教授	是	省级专业带头人、教学名师、工艺美术师、创意设计师、骨干教师
2	李心慧	副教授	是	骨干教师、平面设计师
3	朱彦	讲师	是	骨干教师、平面设计师
4	吴诚忠	讲师	是	网页设计师
5	陈清灵	讲师	否	骨干教师、硕士研究生
6	郑培城	讲师	是	骨干教师、教学名师、UI 设计师

广告设计制作专业共有专兼职教师 14 名，其中专业骨干教师 6 人，教学团队中 90% 教师均为“双师型”教师，本专业带头人为省级专业带头人。50% 专任教师从事教学工作少则 11 年，最长 17 年。同时，我们建立了一支相对稳定的兼职教师队伍。兼职教师多为广告策划等行业企业的设计总监，占教学团队比例的 30%。他们理论功底扎实，思维活跃，主要参与本专业教学、实训指导工作。由于兼职教师具有丰富的实践经验，在指导过程中能够更紧密结合行业实际，学生在接受指导过程中收获很大，为今后走上工作岗位，更好胜任岗位工作创造了条件。

（三）教学质量监控体系——三级督导：

学校营造良好的育人环境，确保教学质量稳步提高，通过期初、期中和期末例行的阶段性教学检查和平时的课堂教学检查、听课评课、教师教学材料检查以及教研活动检查等常规工作，结合各二级教学督导和学生督教督学委员会工作，对教师教学、学生学习、教学管理和教学设施等方面进行全面督导，构建起“督察室—二级学院教学督导组—学生督教督学委员会”三级督导督察体系，完善了“学校、学院和学生”三级联动的长效工作机制和教学质量保障体系。

八、教学计划套表

（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	毕业顶 岗 实习	毕业设 计 (论文)	毕业鉴 定、 毕业教育	小计
一	1	16	1	2	2	0	0	0	20
	2	18	1	0	0	0	0	0	20
二	3	18	1	0	0	0	0	0	20
	4	18	1	0	0	0	0	0	20
三	5	18	1	0	0	0	8	0	20
	6	0	0	0	0	18	0	1	19
合 计		88	5	2	2	18	8	1	119

(二) 广告专业教学计划进程表 (2019 级)

模块名称及比例	课程代码	课程名称	学分	课程类型	计划学时	学时分配		按学期分配周学时						备注		
						理论	实践	一		二		三				
								1	2	3	4	5	6			
						课堂教学与课内实践时数		16	18	18	18	18	0			
公共课 25.5%	G00001	思想道德修养与法律基础	3	B	48	32	16			3						
	G00002	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	4	B	64	49	15				4					
	G00684	体育与健康 1	2	B	32	8	24	2								
	G00578	体育与健康 2	2	B	32	8	24		2							
	G00579	体育与健康 3	2	B	32	8	24			2						
	G00004	基础英语	4	B	64	48	16	4								第 1 学期 16 周
	G00006	计算机应用基础	4	B	64	32	32	4								第 1 学期 16 周
	G00826	大学生心理健康教育	2	B	32	16	16		2							人文、外旅、经管第一学期,其他学院第二学期
	G00010	军事课	2	B	92	32	60	√								军训期间完成
	G00009	形势与政策	1	B	40	20	20	√	√	√	√	√				第 1-5 学期进行,每学期 8 学时
	G02231	职业发展与创业就业教育	4	B	40	20	20			√	√	√				分三个学期第二学期生涯规划,第三学期创业教育,第四学期就业指导,每学期 10 个课时,采用线上与线下相结合的教学模式。
	G01805	素质拓展	4	C				√	√	√	√	√				计学分不计学时
	“公共必修课”模块小计			34		540	273	267	10	4	5	4	0			
	“综合素质选修课” 第 2-4 学期开设			2												科技类
				2												经管类
2																人文类
2																艺术类
2																

模块名称及比例	课程代码	课程名称	学分	课程类型	计划学时	学时分配		按学期分配周学时						备注
						理论	实践	一		二		三		
								1	2	3	4	5	6	
						课堂教学与课内实践时数		16	18	18	18	18	0	
“综合素质选修课” (至少应选修 6 学分)		6	A	96	96	0								
“公共课”模块小计		40		636	369	267	10	4	5	4	0			
职业基础课 24.5%	G01382	设计素描	4	B	72	12	60	4						第 1 学期 16 周
	G01383	设计色彩	4	B	72	12	60	4						第 1 学期 16 周
	G00074	设计构成	4	B	72	36	36		4					
	G00216	图形创意	2	B	36	18	18	2						
	G00516	版式设计	3	B	54	24	30		3					
	G02342	标志与名片设计	3	B	54	24	30		3					
	G00221	印刷工艺与流程	2	A	36	36				2				
	G02045	平面设计技术	2	B	36	18	18				2			
	G01377	Photoshop 软件	4	B	64	34	30	4						第 1 学期 16 周
	G02343	AI 软件	3	B	54	27	27		3					
	G01921	造型设计	2	B	36	6	30			2				
	G00214	广告文案写作	2	B	36	20	16			2				
	G00227	广告摄影	2	B	36	12	24			2				
	“职业基础课”模块小计		37		658	279	379	14	13	8	2	0		
职业技能课 23.5%	G00217	广告设计	3	B	54	24	30			3				核心
	G00218	包装设计	4	B	72	24	48				4			核心
	G00476	型录设计	4	B	72	24	48			4				核心
	G00220	CI 企划	4	B	72	24	48					4		核心
	G00234	商业插画	3	B	54	14	40		3					
	G01505	网页美工设计	4	B	72	24	48				4			
	G01680	界面设计	3	B	72	24	48					4		
	G01810	画册设计	3	B	54	24	30				3			
	G01908	影视广告制作	4	B	72	24	48			4				
	G00219	展示设计	3	B	54	24	30					3		

模块名称及比例	课程代码	课程名称	学分	课程类型	计划学时	学时分配		按学期分配周学时						备注
						理论	实践	一		二		三		
								1	2	3	4	5	6	
						课堂教学与课内实践学时数		16	18	18	18	18	0	
“职业技能课”模块小计		36		648	230	418	0	3	11	11	11			
职业拓展课 10.5%	G00215	广告学概论	2	A	32	32		2					第1学期16周	
	G02044	器型赏析	2	A	36	36		2						
	G02344	商业项目策划	2	B	36	18	18			2				
	G00695	茶叶包装设计	2	B	36	6	30				2			
	G02243	影视后期特效	3	B	54	24	30			3				
	G00052	广告心理学	2	A	36	36		2						
	G01755	品牌管理	2	A	36	36				2				
	专业拓展课程模块小计 (至少应选修学8学分)		15		266	188	78	2	4		7	2		
“课内教学活动”总计		128		2208	1066	1142	26	24	24	24	14			
勤工助学 16%	G00031	社会实践	2	C	80		80						寒暑假进行	
	G00033	毕业顶岗实习	18	C	720		720					18周		
	G00032	毕业设计	8	C	320		320				8周		课外进行指导	
	“勤工助学”模块小计		28		1120		1120							
总计		156		3328	1066	2262								
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			
	(272学时) 8%		(794学时) 24%				(1142学时) 34.5%				(1120学时) 33.5%			
	理论部分						实践部分							
	(1066学时) 32%						(2262学时) 68%							

模块名称及比例	课程代码	课程名称	学分	课程类型	计划学时	学时分配		按学期分配周学时						备注	
						理论	实践	一		二		三			
								1	2	3	4	5	6		
								16	18	18	18	18	0	第1学期 军训2周	
专业教研室		广告教研室		执笔人 (签名)		2019年6月22日		审核人 (签名)		2019年6月22日					

注:

1. “计划学时” = “周学时” × “课堂教学与课内实践周数（每学期按18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. 课内教学活动按18学时计1学分。专业实习实训、毕业设计（论文）、顶岗实习、社会实践、入学教育及军事训练每周按30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，累计到最后一学期计1学分。
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. 素质拓展由学生工作处组织实施，计学分不计学时。

（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	容纳 学生 数	备注	
1	勤工助学	专业实训	广告设计	3	3	7	名片、传统媒体广告设计、新媒体广告设计，广告喷绘技术。	校内实训教室	50	
			包装设计	4	4	12	纸质及其他材料、包装工艺、设计技术。	校内实训教室	50	
			型录设计	4	3	12	画册、海报、DM传单、POP广告设计	校内实训教室	50	
			CI设计	4	5	12	企业形象策划、logo设计、VI设计	校内实训教室	50	
			网页美工设计	4	4	12	能够运用软件和设计技巧在设计网店版面	校内实训教室	50	
			影视后期合成	4	4	12	能够运用软件进行影视广告设计	校内实训教室	50	

序号	环节	项目名称	学分	学期	周数	内 容	场所	容纳 学生 数	备注
	社会实践	社会实践	2		2	社会实践			寒暑假进行
	毕业生顶岗实习	顶岗实习	18	6	18	实习单位工作			
	毕业设计	毕业设计	8	5	8				
2	素质拓展	素质拓展	4	1-5		素质拓展			由学生工作处组织安排
3	职业技能及岗位培训	图形图像处理 Pshop（高级）		2	1	考前培训	校内实训教室		三选一
		平面设计师（ACAA）		4	1	考前培训	校内实训教室		三选一
		高级创意设计师（ACAA）		5 / 6	1	考前培训	校内实训教室		三选一

（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	540	273	267	34	21.5	25.5
	公共选修课	96	96	0	6	4	
专业基础课程		658	279	379	37	24	
专业核心课程		630	230	400	35	22.5	
专业拓展课程		284	188	96	16	10	
勤工助学（周）		1120		1120	28	18	
总计		3328	1066	2262	156	100	

注：课内教学活动原则上按 18 学时计 1 学分；专业实习实训周每周按 28 学时计 1 学分；毕业设计（论文）、顶岗实习每周按 30 学时计 1 学分。

九、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 156，至少达到 149 学分。	
学分结构	公共基础课程 34 学分；专业基础课程 37 学分； 专业技能课程 36 学分；专业拓展课程 15 学分； 勤工助学 28 学分。	专业拓展课程 15 学分，选修 8 学分即可。

- 根据下表所列要求，获得一种或一种以上与本专业相关的职业资格证书：

证书项目	发证部门	建议考证时间
图形图像处理 Photoshop（高级）	人力资源和社会保障部	第一学期后考证
平面设计师（ACAA）	ACAA 中国数字艺术教育联盟	第四学期后考证
高级创意设计师（ACAA）	ACAA 中国数字艺术教育联盟	第五学期后考证

附件 5:

厦门南洋职业学院人才培养方案审核表

二级学院	艺术设计学院	专业	广告设计与制作
教研室	广告教研室	适用年级	2019 级
二级学院 审核意见	签名（盖章）： 年 月 日		
教学工作 指导委员会 审批意见	签名： 年 月 日		
分管校领导 审批意见	签名： 年 月 日		

注：本表由专业教研室负责人填写，经二级学院签署意见后，与人才培养方案一同交至教学科研处。