



# 厦门南洋职业学院 广告艺术设计专业 人才培养方案

专业名称及代码:	广告艺术设计 (550113)
学制:	三年
适用年级:	2025 级
专业负责人:	王莉
制定日期:	2025 年 5 月 8 日

# 目录

第一章 编制说明 .....	1
第二章 广告艺术设计专业人才培养方案 .....	3
一、专业名称及代码 .....	3
二、入学基本要求 .....	3
三、基本修业年限 .....	3
四、职业面向 .....	3
(一) 主要职业面向 .....	3
(二) 岗位面向与职业能力分析 .....	4
五、培养目标与培养规格 .....	4
(一) 培养目标 .....	4
(二) 培养规格 .....	5
六、课程设置及要求 .....	6
(一) 公共基础课 .....	6
(二) 专业基础课 .....	13
(三) 专业核心课 .....	14
(四) 专业拓展课 .....	15
(五) 实践教学 .....	16
七、教学进程总体安排 .....	17
(一) 教学进程总体安排(单位:周)(每学期按20周计算) .....	18

(二) 专业教学计划进程表 (详见附录 2) .....	18
(三) 实践教学体系各环节具体安排 .....	18
(四) 课程结构比例 .....	19
八、实施保障 .....	19
(一) 师资队伍 .....	19
(二) 教学设施 .....	22
(三) 教学资源 .....	24
(四) 教学方法 .....	24
(五) 学习评价 .....	25
(六) 质量保障 .....	25
九、毕业要求 .....	26
十、附录 .....	27
附录 1: 人才培养方案评审表 .....	27
附录 2: 专业计划进程表 .....	28

## 第一章 编制说明

本专业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艺术设计专业教研室、厦门净一设计有限公司、厦门闽杰印刷公司等企业共同制订，并经教学指导委员会审定、学校批准在广告艺术设计专业实施。

主要编制人：

厦门南洋职业学院广告教研室：

王 莉 教 授

朱 彦 副教授

王奕文 讲 师

谢舒婷 助 教

朱 蒙 助 教

俞 琳 助 教

薛慧敏 助 教

龙桃霞 助 教

张可立 助 教

厦门净一设计公司：

杨 韬 设计总监 / 创意设计师

厦门闽杰印刷公司：

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

王 莉 教 授

朱 彦 副教授

厦门净一设计公司：

杨 韬 设计总监 / 创意设计师

厦门闽杰印刷公司：

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

## 第二章 广告艺术设计专业人才培养方案

### 一、专业名称及代码

广告艺术设计（550113）

### 二、入学基本要求

中等职业学校毕业、普通高级中学毕业或具备同等学力

### 三、基本修业年限

三年

### 四、职业面向

#### （一）主要职业面向

所属专业大类(代码)	文化艺术大类（55）
所属专业类(代码)	艺术设计类（5501）
对应行业（代码）	广告业（725）
主要职业类别（代码）	专业化设计服务人员（4-08-08）
主要岗位（群）或技术领域	广告设计、广告策划、广告制作、广告摄影（像）等
职业类证书	数字媒体交互设计、文创产品数字化设计、界面设计等

## （二）岗位面向与职业能力分析

工作领域	工作岗位	工作任务	职业技能要求	能力等级 (初/中/高级)
广告传播	平面广告设计师	根据客户需求设计海报、横幅、传单等视觉广告素材	熟练掌握 Adobe 系列软件（Photoshop、Illustrator、InDesign）	初级
广告设计	初级广告艺术设计师	参与品牌形象建设，完成品牌视觉系统设计	具备基础的绘图技巧（如 Photoshop、Illustrator）、版画能力 能够独立完成简单的广告设计与文案协调	初级
广告设计	中级广告艺术设计师	设计企业标志、品牌识别系统（如 Logo、宣传册、包装设计等）	具备较强的创意设计能力，能够独立完成品牌视觉系统设计 熟练掌握多种设计软件，并具备一定的市场敏感度	中级
广告设计	高级广告艺术设计师	完成商品在超市等销售场景中的吸引力优化 参与新产品发布会及活动现场布置设计	拥有丰富的行业经验，能够主导大型项目（如品牌形象设计、跨界营销） 具备团队管理能力与跨部门协作能力	高级

## 五、培养目标与培养规格

### （一）培养目标

本专业培养能够践行社会主义核心价值观，传承技能文明，德智体美劳全面发展，具有一定的科学文化水平，良好的人文素养、科学素养、数字素养、职业道德、创新意识，爱岗敬业的职业精神和精益求精的工匠精神，较强的就业创业能力和可持续发展的能力，掌握本专业知识和技术技能，具备职业综合素质和行动能力，面向广告行业的专业化设计服务人员的广告设计、广告策划、广告制作、广告摄影（像）职业，能够从事品牌识别系统设计、平面广告设计、广告策划与创意、数字广告设计、视频广告设计等工作的高技能人才。

## （二）培养规格

本专业学生应在系统学习本专业知识和完成有关实习实训基础上，全面提升知识、能力、素质，掌握并实际运用岗位（群）需要的专业核心技术技能，实现德智体美劳全面发展，总体上须达到以下要求：

1. 坚定拥护中国共产党领导和中国特色社会主义制度，以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，践行社会主义核心价值观，具有坚定的理想信念、深厚的爱国情感和中华民族自豪感；

2. 掌握与本专业对应职业活动相关的国家法律、行业规定，掌握绿色生产、环境保护、安全防护、质量管理等相关知识与技能，了解相关行业文化，具有爱岗敬业的职业精神，遵守职业道德准则和行为规范，具备社会责任感和担当精神；

3. 掌握支撑本专业学习和可持续发展必备的语文、数学、外语（英语等）、信息技术等文化基础知识，具有良好的人文素养与科学素养，具备职业生涯规划能力；

4. 具有良好的语言表达能力、文字表达能力、沟通合作能力，具有较强的集体意识和团队合作意识，学习 1 门外语并结合本专业加以运用；

5. 掌握信息技术基础知识，具有适应本行业数字化和智能化发展需求的数字技能；

6. 具有探究学习、终身学习和可持续发展的能力，具有整合知识和综合运用知识分析问题和解决问题的能力；

7. 掌握身体运动的基本知识和至少 1 项体育运动技能，达到国家大学生体质健康测试合格标准，养成良好的运动习惯、卫生习惯和行为习惯；具备一定的心理调适能力；

8. 掌握必备的美育知识，具有一定的文化修养、审美能力，形成至少 1 项艺术特长或爱好；

9. 树立正确的劳动观，尊重劳动，热爱劳动，具备与本专业职业发展相适应的劳动素养，弘扬劳模精神、劳动精神、工匠精神，弘扬劳动光荣、技能宝贵、创造伟大的时代风尚。

10. 广告设计中体现出独特的艺术视角和创新思维，更加强化职业综合素质和行动能力，培养富有吸引力的视觉语言。

11. 广告艺术设计的知识促进专业教学紧跟产业和技术发展，通过不断更新课程体系，引入最新的数字化工具、人工智能技术、跨界营销模式等元素，培养学生将品牌视觉化、文案创意、数据分析与传播策略有机结合的能力。

12. 推动以数字化和人工智能赋能教学，为了更好地适应广告艺术设计行业快速发展的需求，推动专业教学与数字化转型和人工智能技术的深度融合，以提升教学效果和学生能力。

13. 深入理解品牌视觉识别，能够准确把握品牌形象，设计出符合品牌定位的视觉标识和品牌包装方案。

14. 强化跨界协作能力，具备与市场、文案、摄影、编排等多方合作的能力，能够根据项目需求整合资源，完成全流程广告创意设计。

15. 关注可持续性设计，在广告设计中考虑环境影响，推动环保理念融入品牌传播，体现社会责任感。

## 六、课程设置及要求

### （一）公共基础课

#### 1. 课程规定

公共基础课分为必修和选修，课程时数不少于教学活动总学时数的 25%（高职）。公共基础课在教务处的统一指导下，由课程归属学院或公共教研室负责管理。公共基础课开设的学期原则上不得随意调动，若确有特殊情况，需先向教务处提出调整申请，批准后方可执行。

#### 2. 公共必修课说明

公共必修课应严格依照下表设置：

公共必修课程说明表（高职）				
序号	课程名称 (学时/学分)	所属学院/ 部门	教学目标	主要教学内容与要求
1	思想道德与法治 (54 学时/3 学分)	马克思主义学院	通过思想、道德、法治等模块的学习，引导学生树立正确的世界观、人生观、价值观，培养良好的道德品质和法治素养，成为有理想、有道德、有	理想信念的内涵、特征及对人生的重要意义，梳理爱国主义的历史脉络和本质特征，法律的起源、特征和作用等。 理解马克思主义信仰的科学性和共产主义理想的崇高性；培养辩证思

公共必修课程说明表（高职）				
序号	课程名称 (学时/学分)	所属学院/ 部门	教学目标	主要教学内容与要求
			法治观念的时代新人。	维、社会责任感和创新精神；增强法治观念，掌握法律基础知识，提升运用法律解决问题的能力
2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论 (36 学时/2 学分)	马克思主义学院	通过马克思主义基本原理与中国实际相结合的历史进程的讲授和实践教学，使学生能够系统掌握马克思主义中国化的重要理论成果，从而坚定在党的领导下走中国特色社会主义道路的理想信念，立志听党话、跟党走，坚定“四个自信”，担当民族复兴大任。	马克思主义中国化时代化的历史进程与理论成果、毛泽东思想及其历史地位、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观等。 掌握中国化马克思主义的基本理论和精神实质；培养学生运用马克思主义的立场、观点和方法分析问题、解决问题的能力；增强贯彻党的基本理论、基本路线、基本纲领以及各项方针政策的自觉性和坚定性。
3	习近平新时代中国特色社会主义思想概论 (54 学时/3 学分)	马克思主义学院	助力学生领会马克思主义中国化时代化实现新飞跃所产生的理论成果，掌握习近平新时代中国特色社会主义思想的核心要义，进而增强对实现中国式现代化的理论自信与实践自信。	习近平新时代中国特色社会主义思想产生的时代背景、核心要义、理论品格、丰富内涵、实践要求等 学会运用习近平新时代中国特色社会主义思想观察、思考和分析问题；增强“四个意识”，坚定“四个自信”，坚持“两个确立”，做到“两个维护”，努力成长为能担当民族复兴大任的时代新人
4	形势与政策 (48 学时/3 学分)	马克思主义学院	使学生准确认识国家政治经济态势，以及国家改革发展所处的国际大环境、时代大背景。助力其正确领会党的基本路线、重大方针与政策，理性剖析社会关注的热点问题，激发学生爱国情怀，增强民族自信心与责任感。	党的理论路线教育、现代化建设成就解读、重大政策改革阐释国际形势发展趋势、我国外交政策、重大国际事件分析、政府应对立场等。 掌握党的路线方针政策的基本内容，把握现实社会的内在规律；掌握正确分析形势和理解政策的能力；强化爱国精神和社会责任感，坚定中国特色社会主义道路信念
5	军事课 (148 学时/4 学分)	马克思主义学院	通过中国国防、军事思想、国家安全等内容的讲授来培养学生纪律意识、团队合作及问题解决能力，激发其爱国情怀，培养将个人命运与国家结合的高尚情操，强化民族自豪感。	国防基本概念、历史发展、法规体系及公民权责，中国古代军事思想渊源、毛泽东军事思想体系及新时期军事理论，信息化装备分类、发展趋势及作战效能等。 了解军事思想、技术等知识，提升军事素养；掌握习近平强军思想核心内容；理解国际战略格局特征与趋势，及中国周边安全环境演变、现状；

公共必修课程说明表（高职）				
序号	课程名称 (学时/学分)	所属学院/ 部门	教学目标	主要教学内容与要求
				理解现代战争特征、演变规律及其对战略战术、军事技术的变革影响。
6	劳动教育 (16 学时/1 学分)	马克思主义学院	以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，贯彻党的“五育”并举方针，落实全国教育大会精神，将劳动教育融入人才培养全过程，旨在帮助学生树立劳动观念、培养劳动能力、培育劳动精神，培养创新实践能力，促进德智体美劳融合发展，健全人格与社会适应力	劳动内涵、劳动精神、劳模精神、工匠精神、劳动观念、社会实践等劳动教育理论及安全生产、劳动法规等劳动保障理论，劳动实践教育要求等。 理解并形成正确的劳动观，树立劳动光荣、劳动伟大、劳动美丽的观念；理解劳动价值，尊重崇尚劳动，认同劳动光荣性；掌握生活、生产、服务性劳动技能，提升实践与问题解决能力。
7	国家安全教育 (16 学时/1 学分)	马克思主义学院	通过对国家安全基本概念、原则，国家安全挑战、威胁及应对方法等内容的讲解帮助学生理解国家安全的重要性，增强国家观念和法治意识，树立正确价值观与责任感，激发维护国家安全的责任感、使命感，将意识转化为自觉行动。	政治安全、国土安全、军事安全等国家安全的基本概念，国家安全相关的法律法规，公民在维护国家安全中的权利和义务等。 掌握国家安全基本概念、原则及内涵，理解我国国家安全体系构成与特点；熟悉国家安全的各个领域，能够识别潜在的安全风险；能够自觉遵守国家安全法律法规，积极履行维护国家安全的责任与义务。
8	大学生成长学 (32 学时/2 学分)	教育学院	通过本课程的学习，帮助学生树立科学的成长观，掌握大学生涯关键阶段的自我认知、规划与管理能力，培养积极的心理品质和社会适应力，实现学术能力、人格素养、职业发展等多维度的综合成长。	大学生心理特点与成长、大学生的身体特点与成长、大学生智力特点与成长、大学生的技能特点与成长等。 掌握成长理论、自我认知工具及心理健康技能；培养学业规划、时间管理、情绪调节、团队协作与职业发展能力；塑造健全人格、社会责任感和创新思维。
9	入学教育 (16 学时/1 学分)	学工处	该课程旨在帮助学生熟悉校园环境、办学理念及文化传统，增强归属感。引导学生实现从中学生到职业人预备役的身份转型。指导学生制定个性化三年成长计划。培养抗挫能力、沟通协作等职场软实力。	校情校史与规章制度教育、专业思想与职业规划教育、学习方法与技能培训、心理健康与成长辅导、安全教育与法治教育、国防教育与军事训练、礼仪教育与行为规范等。 熟悉校园环境、办学理念及文化传统，增强归属感；培养抗挫能力、沟通协作等职场软实力；建立学生专业认同感，明确技能学习方向。

公共必修课程说明表（高职）				
序号	课程名称 (学时/学分)	所属学院/ 部门	教学目标	主要教学内容与要求
10	体育与健康 (108 学时/6 学分)	教育学院	通过理论与实践结合，帮助学生掌握运动科学基础（如生理机能、损伤预防）与健康知识（营养、心理调节），培养 2-3 项终身运动技能（如球类、太极拳）和急救能力，养成自主锻炼习惯，提升团队协作意识与抗压能力，形成健康生活方式。	运动处方制定、健康风险评估、慢性病体育干预等体育基本知识，基础体能训练相关项目的练习；篮球、羽毛球等专项体育。 掌握体育的基本知识、技术和技能；增进健康、增强体质；发展个性，培养学生对体育运动的兴趣、爱好；提高从事体育运动能力，养成自觉锻炼身体的习惯。
11	大学语文 (36 学时/2 学分)	人文社科学院	通过经典文学作品的赏析，传承中华文化，弘扬人文精神，同时培养学生人文素养，提升语言能力，激发其审美与创新能力。	古今中外的名家名作、应用文写作的基本知识、 要求培养和训练学生汉语言文学的阅读、理解、鉴赏能力，提高学生应用文写作能力；掌握一定的文学基础知识，具有分析、评价文学作品的初步能力；掌握运用汉语言文字的规范，具有较好的口头和书面表达能力；强调阅读、思考、写作结合，书面学习与实践体悟结合，提高应用文写作水平。
12	应用文写作 (36 学时/2 学分)	人文社科学院	本课程旨在培养学生的应用文写作能力，提升其综合素质和职业能力，以满足未来职业生涯中的实际需求。通过学习，使学生具备良好的职业道德、工作态度和团队合作精神，以及较强的语言表达和沟通协调能力	条据、介绍和解说、计划、总结、通知、请示、合同、演讲稿、竞聘词、启事、海报、黑板报和墙报、请柬、感谢信、倡议书、求职信、求职简历等常用应用文的写作方法和技巧。 了解应用文的产生发展、特点作用、种类及写作要求等；掌握应用文写作的基本理论和操作框架；掌握撰写主题明确、材料准确翔实、结构完整恰当、表达通顺合理的实用文书的方法
13	高等数学 (64 学时/4 学分) (理工类专业必修)	人文社科学院	通过课程学习，学生应达成数学抽象、推理、建模和技术等核心素养目标，学会用数学观察、分析和表达世界，增强实践创新能力，培养科学精神与工匠精神，领悟数学多重价值。	函数与运算、极限与连续、导数及应用、积分及应用、常微分方程等。 掌握基本初等函数特性，理解复合函数与初等函数概念；了解闭区间连续函数定理，理解点连续与区间连续概念；掌握推理原理，培养逻辑思维能力与辩证思维；能够运用数学抽象把握事物本质，形成化繁为简的思维习惯。

公共必修课程说明表（高职）				
序号	课程名称 (学时/学分)	所属学院/ 部门	教学目标	主要教学内容与要求
14	生涯体验- 生涯规划 (16 学时/1 学分)	三创学院	通过对《生涯规划和发展》课程的学习，让学生了解我国的就业形势和就业政策，把握未来职业的发展趋势；形成对个人职业生涯发展的责任意识，培养科学的人生观与就业观；完善自我探索能力，对自我有较为准确的认识和定位；	生涯规划的意义、生涯规划课程内容、体验式教学的特点、决策方法和技巧、决策的风格、职业生涯规划书的制作等。 具备收集、评估职业信息的能力，客观根系和认知外部世界；掌握职业生涯规划的基本方法和步骤，能制订适合本人的职业生涯规划；培养良好的职业素质，从而形成初步的职业目标构想。
15	生涯体验- 创业教育 (32 学时/2 学分)	三创学院	本课程在内容上安排与实际联系紧密的创新创业相关知识，使学生掌握创新思维方法与理论技法，熟悉资源整合、计划撰写及新企业开办流程，提升综合素质。同时树立科学创新观与创业观，适应国家发展需求，理解创新创业与职业发展关系，遵循规律并积极实践。	创新与创业的概念、创业意识与创新精神、创业者特质与创业素质研究、市场与创业机会、创业管理、创业计划与资源整合等。 掌握商业计划书撰写以及项目路演；掌握创新创业所需基本知识，认知其内涵与特殊性；具备必要创新创业能力，掌握创新思维方法与理论技法。
16	生涯体验- 就业指导 (16 学时/1 学分)	三创学院	通过对课程的学习，让学生了解我国的就业形势和就业政策，把握就业的发展趋势；提升个人就业能力。同时帮助学生树立科学的人生观和职业理想，初步养成适应职业要求的行为习惯，激发学生提高全面素质的自觉性，掌握一定的求职技巧和能力，帮助学生顺利走上工作岗位奠定基础，	简历撰写、面试模拟、职场礼仪、职场通用技能、模拟实战等。 了解我国的就业形势和就业政策，把握就业的发展趋势；养成适应职业要求的行为习惯，掌握一定的求职技巧和能力；能够明确职业方向，提升求职成功率。
17	大学生心理健康教育 (32 学时/2 学分)	心理健康中心	该课程旨在促进大学生健康成长，健全大学生人格，提升大学生的生命质量，用科学的价值观来引领大学生心理健康教育、发展与变化，引导大学生学会自我思考、自我认识、自我评价和自我发	认识自我，接纳自我；学会学习，筑梦未来；认识情绪，管理情绪；人际交往，交往沟通、认识世界等。 了解自身的心理特点和性格特征，能够对自己进行客观评价；掌握并应用心理健康知识，提升自我认知能力、人际沟通能力、自我调节能力。

公共必修课程说明表（高职）				
序号	课程名称 (学时/学分)	所属学院/ 部门	教学目标	主要教学内容与要求
			展,达到助人自助的目的。	
18	大学英语 (128 学时/8 学分)	外语与 旅游学院	通过分析英语话语,辨析语言文化现象,帮助学生掌握抽象概括、分析综合、比较分类等思维方法,理解文化内涵与精华,树立共同体意识,形成正确三观。通过文化比较增强文化自信,用英语传播中华文化。	主题类别、语篇类型、语言知识、文化知识、职业英语技能和语言策略等。 掌握英语语言知识及听说读写译等技能;运用体态语言和多媒体策略,在生活与职场中高效完成跨语境沟通;理解文化内涵与精华,掌握跨文化沟通能力。
19	信息技术 (72 学时/4 学分)	信息工程 学院	通过理论知识学习、技能训练和综合应用实践,使学生的信息素养和信息技术应用能力得到全面提升。	文档处理、电子表格处理、演示文稿制作、信息检索、人工智能、信息素养与社会责任等。 提升学生的信息技术技能和综合应用能力;培养学生的数字化学习能力和创新意识。

### 3. 公共选修课

公共选修课包含“限定性选修课”与“任意性选修课”两种类型的课程。任意性选修课通过在线教育平台开展教学,每门课程 2 学分,需修满 4 学分方可毕业;限定性选修课由《美育概论》等 5 门课程构成,共计 10 学分,2025 级在校学生必须修满方可毕业。

限定性选修课				
序号	课程名称 (学时)	所属学院/ 部门	教学目标	主要教学内容与要求
1	美育概论 (32 学时/2 学分)	人文社科学 院	该课程旨在培育学生审美与人文素养,通过情感体验培养学生积极人生态度、同理心与团队协作能力,帮助学生养成终身审美学习习惯,适应职业变迁与文化发展需求。	美学基本概念、中西美学简史及审美、中国传统艺术(如书法、戏曲)的文化内涵、世界经典艺术跨文化解读、环境美学、生活美学内、主题艺术创作等。 掌握美学概念与审美规律,能够感知、分析艺术作品及生活之美;理解中华传统文化与多元艺术形式,增强文化自信与跨文化理解;提升对工匠精神、产品审美、服务礼仪的认知与实践。

限定性选修课				
序号	课程名称 (学时)	所属学院/ 部门	教学目标	主要教学内容与要求
2	“四史”概论 (32学时/2学分)	马克思主义学院	本课程旨在通过系统讲授“四史”的基本内容、发展历程和重要意义,帮助学生理解“四史”在中国近现代历史发展进程中的地位和作用,培养学生的历史思维能力和分析解决问题的能力,增强学生的历史责任感和使命感,激发爱国热情。	中国共产党的创立背景、发展历程、重大事件和基本经验、中华人民共和国的成立过程、社会主义制度的建立和发展、改革开放的历史背景、进程和重大意义等。 理解党在不同历史时期的奋斗目标和光辉成就;了解中国特色社会主义道路的探索和实践;了解新中国在经济、政治、文化等各个领域取得的伟大成就;
3	中华民族发展史 (32学时/2学分)	马克思主义学院	该课程旨在使学生了解中华民族从远古至今的发展历程,掌握各个历史时期的重要事件、人物和文化成就,培养学生分析历史事件和现象的能力,激发学生对中华民族文化的热爱,增强民族自豪感和文化自信心,培养学生的爱国情怀。	起源与早期文明、民族起源、华夏文明形成发展、统一多民族国家发展、秦汉以来政治经济文化融合历程、对外交流与影响、历史对外交往及中华文化世界地位等。 了解中华民族从远古至今的发展历程;掌握各个历史时期的重要事件、人物和文化成就;学会运用历史知识解释当今社会现象。
4	中华优秀传统文化 (32学时/2学分)	人文社科学院	本课程能够使学生了解中华优秀传统文化的基本知识,培养学生欣赏、理解和评价传统文化的能力,提升其文化素养和审美能力,激发学生对中华优秀传统文化的热爱,培育学生的文化自信和民族自豪感。	经典文学、书法艺术、传统绘画、古典音乐、传统戏曲、传统节庆等。 掌握中华优秀传统文化的基本知识,包括经典文学、艺术、哲学思想等方面的内容;具有欣赏、理解和评价传统文化的能力;能够提升其文化素养和审美能力。
5	职业素养 (32学时/2学分)	招生就业办公室	该课程旨在培养学生职业通用能力与职业实践能力,帮助学生树立正确的职业价值观和培养良好的职业态度,促进学生全面发展,能够满足企业用人需求。	准职业人导向、职业定位与发展、求职能力训练、高效管理时间等。 掌握职业基础知识;熟悉职业发展趋势;提升职业实践能力;增强职业适应能力。

## （二）专业基础课

专业基础课程是需要前置学习的基础性理论知识和技能构成的课程，是为专业核心课程提供理论和技能支撑的基础课程，要求学生掌握必须具备的本专业基础知识、基本理论和基本技能。专业基础课程设置需以教育部《专业简介》为基本依据，结合培养目标、遵循教学规律，充分利用专业群内教学资源开设，专业群共享的专业基础课程需注明。

专业基础课程说明表			
序号	课程名称	教学目标	主要教学内容与要求
1	设计造型基础	学习基本的造型原则和技法，包括品牌形象、产品设计的基本绘图方法。	设计造型基础课程分为素描、色彩、构成三个模块单元，包括形式美法则、空间构成、比例与尺度等，能够根据实训要求完成色彩、空间构成设计等课程任务。
2	设计创意手绘	教授传统手绘技法，如素描、水彩画，并引导学生运用这些技法生成创意想法。	创意手绘课程包含基础理论与技能、风格与创意发展、商业应用实践三大模块，熟练掌握数字图像编辑等绘画软件的基本功能，通过商业实训练习项目，能够独立完成插画商业项目。
3	字体与编排设计	深入探讨字体设计和排版艺术，学习常用字体软件操作，选择合适的字体并进行美观的文字排列。	字体与编排设计理解字体功能与设计方法，掌握文字排版原则与图形处理技巧，熟练应用色彩与版式类型，了解印刷品规范。能分析优秀排版逻辑，独立完成信息可视化设计，结合媒介特性创新应用，熟练使用专业工具实现设计。
4	数字图像编辑与设计	利用软件如 Photoshop 进行基础图像处理，包括剪切、调色、合成等技巧，并将这些技能应用于广告设计中，制作高质量视觉内容。	数字图像编辑与设计要求理解数字图像基础（分辨率、色彩模式、文件格式）掌握选区、图层、蒙版等核心工具操作；能应用调色、合成、修图技术完成商业级设计。具备分析设计需求并制定技术方案的能力；能结合 AI 工具辅助完成图像创意表达；掌握印刷/屏幕等不同输出端的适配技巧。
5	数字 3D 设计	学习生成数字图形的方法，可能涉及 3D 建模软件，帮助学生用数字技术呈现创意想法，提升项目表现力。	中文、英文标志的基本设计方法及标志创意设计的基本规律；掌握数字 3D 设计软件的使用方法，能够利用相关软件进行各种三维数字化设计，如产品设计、场景设计、角色设计等。
6	包装造型设计	研究产品包装设计，从纸盒到线上展示的不同形式，学习如何通过包装造型提升产品吸引力。	包装造型设计这门课需理解包装功能性与审美性的平衡原则；掌握立体构成、材料特性与结构工艺的关系；能运用仿生/几何/解构等手法进行创意造型。需掌握具备从品牌定位到三维落地的全流程设计能

专业基础课程说明表			
序号	课程名称	教学目标	主要教学内容与要求
			力；能结合 CAD/3D 建模工具实现造型可视化；掌握运输、仓储等实际场景的工程适配。

### （三）专业核心课

专业核心课程是根据岗位工作内容、典型工作任务设置的课程，是培养核心职业能力的骨干课程，以该专业中以及相对应的岗位群中最核心的理论和技能为主要内容。专业核心课的设置需严格依照教育部《专业简介》执行，结合学校实际开设。

专业核心课程说明表			
序号	课程名称	教学目标	主要教学内容与要求
1	包装设计制作	掌握纸质包装（如盒子、袋子）和电子包装（如线上展示）的设计技法，并结合品牌定位进行整体造型设计。	知识掌握：理解包装设计的市场定位与消费心理学基础；掌握结构设计（盒型/瓶型/袋型）与材料特性（纸/塑料/金属）；能运用品牌视觉系统（VI）进行系列化包装设计。 能力要求：具备从创意草图到打样落地的全流程实施能力；熟练使用 AI/CorelDRAW 等软件完成刀模图与平面设计；掌握印刷工艺（烫金/UV/凹凸）与成本控制方法。
2	品牌识别系统设计制作	培养学生能够将品牌核心价值 and 定位融入设计中，使广告或包装设计能够在目标受众中留下深刻印象。	知识掌握：理解品牌 DNA 与视觉识别的转化逻辑；掌握核心识别要素（标志/辅助图形/IP 形象）的设计方法论；能运用动态识别与多感官设计拓展品牌维度。 能力要求：具备从品牌审计到应用落地的全链路设计能力；熟练使用 AE/Blender 等工具实现动态视觉呈现；掌握跨平台（元宇宙/物联网）的品牌一致性管理。
3	数字广告设计制作	掌握数字广告设计中的创意表达和技术实现，提升广告在视觉效果上的冲击力。	知识掌握：理解数字营销生态与广告投放策略；掌握主流广告形式（信息流/开屏/短视频）的设计规范；能运用 AIGC 工具辅助创意生成与效果优化。 能力要求：具备从用户洞察到投放优化的全流程能力；熟练使用 PS/AE/C4D 等工具制作高转化素材；掌握程序化购买（DSP）与效果归因分析方法。

专业核心课程说明表			
序号	课程名称	教学目标	主要教学内容与要求
4	视频广告设计与制作	培养学生在视频创意和制作中的能力，包括脚本撰写、剪辑技巧以及视频节奏与视觉语言的协调。	知识掌握：理解短视频时代广告叙事结构与传播逻辑；掌握分镜脚本/动态图形/3D 特效等核心技术要点；能运用 AI 视频工具实现智能剪辑与风格化处理。 能力要求：具备从创意提案到投放优化的全流程执行能力；熟练使用 PR/AE/Blender 等工具制作高质量成片；掌握信息流广告与社交媒体传播的适配技巧。
5	电商设计与制作	掌握电商设计中的跨界创意，如结合社交媒体元素或利用大图展示技术，优化用户体验和提升销售效果。	知识掌握：理解电商平台 UI/UX 设计规范与用户体验优化；掌握主图/详情页/活动页等核心视觉模块设计方法；能运用 3D 展示/AR 试穿等新技术提升转化率。 能力要求：具备从选品策划到落地页制作的全链路设计能力；熟练使用 PS/Figma/C4D 等工具制作高点击素材；掌握 A/B 测试与数据驱动的设计优化方法。
6	广告策划与文案创意	培养学生在广告策划中的创意能力和整体协调能力，能够将品牌价值与广告设计相结合，打造高效传播方案。	知识掌握：理解整合营销传播（IMC）策略框架与创意方法论；掌握品牌定位/消费者洞察/情感共鸣等核心策划工具；能运用 AIGC 技术辅助创意发想与文案优化。 能力要求：具备从 Brief 解读到 campaign 落地的全案策划能力；熟练撰写跨平台广告文案（社交/户外/TVC 等）；掌握舆情分析与创意效果评估模型。

#### （四）专业拓展课

根据专业方向，围绕培养学生多方位、多层次的职业相关能力提高课程，这些课程应以满足学生在学习本专业时针对就业定位和不同发展方向的需要设置。各专业可根据本专业多个岗位的不同能力要求为依据开设专业课程，并对学生的选修提出要求，原则上不能开设与职业面向无关课程。专业群争取建成 2 门以上相关专业共享优质拓展课程，群内共享课程应在备注中体现。专业拓展选修课分为一般专业递进课程、竞赛递进课程、创新创业类课程和自主创课。

专业拓展课程说明表			
序号	课程名称	教学目标	主要教学内容与要求

专业拓展课程说明表			
序号	课程名称	教学目标	主要教学内容与要求
1	影视后期特效	培养学生在视频制作中应用创意和技术的能力，提升影视作品的视觉冲击力和传播效果。	知识掌握：理解整合营销传播（IMC）策略框架与创意方法论；掌握品牌定位/消费者洞察/情感共鸣等核心策划工具；能运用 AIGC 技术辅助创意发想与文案优化。 能力要求：具备从镜头修复到超现实特效的全流程处理能力；掌握物理仿真与程序化特效生成技术。
2	文创产品设计	掌握从头到尾的文创产品开发流程，包括原型设计、制作和推广。	知识掌握：理解文化 IP 转化与产品叙事设计方法论；掌握非遗元素数字化重构与 CMF 创新应用；能运用 AIGC 技术辅助文化符号生成与方案迭代。 能力要求：具备从文化调研到商业落地的全流程开发能力；熟练使用 Rhino/Keyshot/Substance 等数字创作工具；掌握文化消费心理学与产品价值评估体系。
3	商业项目策划	培养学生在跨部门协作和资源整合方面的能力，能够将创意转化为实际项目。	知识掌握：理解商业画布与价值主张设计方法论；掌握 SWOT/PESTEL/波特五力等商业分析工具；能运用大数据分析技术进行市场机会识别。 能力要求：具备从立项到商业计划书撰写的全流程能力；掌握投融资测算与风险评估模型构建。
4	广告摄影	培养学生在摄影方向上的创意能力与商业需求结合能力，能够满足不同广告场景的拍摄需求。	知识掌握：理解商业摄影的视觉营销原理与品牌传播逻辑；掌握产品布光/构图/色彩管理的专业技术标准；能根据广告策略制定创意拍摄方案。 能力要求：具备从静物到人像的全品类拍摄能力；掌握后期修图与三维合成技术。

## （五）实践教学

实践性教学环节应贯穿于人才培养全过程，主要包括实验、实习实训、毕业设计、社会实践活动。

综合实践分为勤工助学与社会实践两个部分，均由学工处（学生工作部）管理、认定。

### 1. 专业实训课

专业实训课为实训周内集中开设的实践性课程（C类），是专业课教学的重要内容，包括单项技能实训、综合能力实训、生产性实训等。本专业未单独设立专业实训课程，专业实训穿插于课程实践中。

### 2. 综合实践

综合实践分为勤工助学与社会实践两个部分，均由学工处（学生工作部）管理、认定。

#### （1）勤工助学

勤工助学为在校学生利用在校课余时间从事生产、服务相关的活动总称，学生所在班级辅导员提供相应指导。原则上我校高职学生第 1-4 学期应开展不少于 320 小时的勤工助学，不计学分，但作为毕业要求纳入考核。

#### （2）社会实践

社会实践为学校利用寒暑假统一组织开展的非教学实践活动，旨在提高学生综合素质，培养社会责任感，加强劳动意识，高职在校生应开展不少于 48 小时的社会实践。

### 3. 岗位实习

岗位实习，亦称“毕业岗位实习”，本质是教学活动，是实践教学的重要环节。组织开展学生实习应当坚持立德树人、德技并修，遵循学生成长规律和职业能力形成规律，保障学生的合法权益。学生在实习单位的岗位实习时间累计 24 周、不低于 480 学时（医药卫生类专业累计 32 周、不低于 640 学时），可安排在最后一学年（涵盖假期）分阶段执行。实习内容应基本覆盖专业所对应岗位（群）的典型工作任务，不得仅安排学生从事简单重复劳动。岗位实习必须严格依照《职业学校学生实习管理规定》（教职成〔2021〕4 号）及其他国家相关文件执行，由教务处统一管理、认定。

### 4. 毕业设计（论文）

毕业设计（论文）是评估学生学业水平的重要依据，是学生在校学习期间完成专业人才培养基本训练最后的综合性实践教学环节，毕业设计（论文）评定为“不合格”的不予毕业。毕业设计参照国家相关标准及《厦门南洋职业学院关于毕业设计（论文）工作管理办法（试行）》执行。毕业设计开展学时通常为 8 周，通常于第 5 或第 6 学期集中开展。

## 七、教学进程总体安排

军训、入学教育、社会实践、毕业教育按活动周 1 学分/周。其中入学教育第 1 学期预备周执行，毕业教育第 5 学期的预备周执行。

## (一) 教学进程总体安排 (单位: 周) (每学期按 20 周计算)

教学进程总体安排表												
学年	学期	课内教学								课外教学		
		课堂教学 与 课内实践	考试 周	军训 周	实训 周	岗 位 实 习	毕业 设计 ( 论 文)	预 备 周	小 计	勤 工 助 学	社 会 实 践	小 计
一	1	16	1	2	0	0	0	1	20	0	2	8
	2	16	1	0	2	0	0	1	20	2		
二	3	16	1	0	2	0	0	1	20	2		
	4	16	1	0	2	0	0	1	20	2		
三	5	10 (与毕业 设计交叉进行)	1	0	0	4	8	1	20	2	0	2
	6	0	0	0	0	20	0	0	20	0	0	0
合计		74	5	2	6	24	8	5	120	8	2	10

## (二) 专业教学计划进程表 (详见附录 2)

## (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	备注
1	专业实践	校内专业实践/暑期专业实践	/	3-5	/	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	校内外	/
2	勤工助学	/	/	1-4	/	/	校内外	学工认定
3	社会实践	/	2	1-4	2	/	校外	暑期执行
4	岗位实习	/	16	5-6	16	学生在第 5-6 学期完成为期 24 周的毕业前岗位实习任务	校外	6 个月
5	毕业设计 (论文)	/	8	5	8	8 周内完成毕业设计任务	校内	

#### (四) 课程结构比例

模块名称	课程类别	学时数			学分数	学时百分比%	
		总学时	理论学时	实践学时			
公共课	公共必修课	876	444	432	47	31%	39%
	公共选修课	224	224	0	14	8%	
专业基础课		512	175	337	30	18%	
专业核心课		396	140	256	22	12%	
专业拓展课		180	66	114	10	6%	
综合实践		656	0	656	26	23%	
总计		2844	1049	1795	149	100%	

## 八、实施保障

主要包括师资队伍、教学设施、教学资源、教学方法、学生评价、质量管理等方面。

### (一) 师资队伍

按照“四有好老师”“四个相统一”“四个引路人”的要求建设专业教师队伍，将师德师风作为教师队伍建设的第一标准。

#### 1. 队伍结构

学生数与本专业的专任教师之比约为 20:1, 专任教师队伍中具有高级职称比例达到 22%，具有硕士及以上学位的比例达到 78%，双师素质教师占专业教师比例达到 67%，青年教师占主要地位，教师梯队结构合理。

广告艺术设计专业专职教师队伍一览表

序号	姓名	专业	职称	职务	是否双师型
1	王莉	广告艺术设计	教授	教研室主任 (省级专业带头人)	是
2	朱彦	广告艺术设计	副教授	专任教师	是
3	王奕文	广告艺术设计	讲师	专任教师	是

4	谢舒婷	广告艺术设计	助教	专任教师	是
5	朱蒙	广告艺术设计	助教	专任教师	是
6	俞琳	广告艺术设计	助教	专任教师	是
7	龙桃霞	广告艺术设计	助教	专任教师	否
8	薛慧敏	广告艺术设计	助教	专任教师	否
9	张可立	广告艺术设计	助教	专任教师	否

## 2. 专业带头人

王莉；教授职称，省级专业带头人、福建省科技特派员、福建省首批“乡村振兴咨询师”、八闽乡村振兴展示中心“一村一品”农业品牌建设牵头专家。带领广告教师团队，在专业建设、课程改革、创新创业、服务社会各个方面都起了示范作用。历年来用专业知识助力乡村振兴，已成功服务全省村庄 15 个，提升产品 18 类，文创产品 500+，获得了 21 项外观设计专利。《“一村一品”农业品牌创新设计服务乡村振兴》入选福建省职业教育改革发展服务乡村振兴案例、并做为科技特派员技术成果被省科技厅面向全省推广。

## 3. 专任教师

具有高校教师资格和本专业领域有关证书；有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心；具有视觉传达设计、艺术设计等相关专业本科及以上学历，具有相关理论功底和实践能力；具有信息化教学能力，能够开展课程教学改革和科学研究；每 5 年内累计超过 6 个月的企业实践经历。

朱彦，副教授，本科，校骨干教师、福建省双师、平面设计师、数字图形设计师。主持课题《广告设计教学中的信息技术整合》，发表《连续纹样在农产品包装设计中的应用研究》《现代陶瓷装饰在平面设计中的应用研究》等多篇学术论文。获得外观设计专利 10 余项。主要研究方向：品牌视觉传达设计，包装设计。

王奕文，博士，讲师，福建省双师、平面设计师、数字图形设计师，发表多篇学术论文，获得外观专利 10 余项，主要研究方向：品牌视觉传达设计，包装设计。

朱蒙，研究生学历、视觉传达专业。从事一线教学十余年，有丰富的教学经验并发表多篇权威论文。连续多年带学生参赛并取得省级奖项和被评为省级优秀指导老师。主

要研究方向：挖掘乡村的文化内涵、自然资源以及产业特色，通过视觉传达设计手段，为乡村振兴提供创新的解决方案。

谢舒婷，研究生学历，十一年企业工作经验，曾任职于厦门头部广告创意有限公司，从事美术指导职位。有丰富的设计实操经验和带赛经验，多次带领学生参加行业技能竞赛并取得一等奖，获得市级优秀指导教师荣誉，主要研究方向：品牌视觉传达设计，包装设计。

俞琳，本科毕业于福州大学，硕士研究生毕业于意大利米兰理工大学。厦门天诺设计顾问有限公司品牌设计师。研究方向：视觉传达，产品设计。

薛慧敏，毕业于上海大学硕士研究生，曾担任阿里巴巴创意设计师等核心岗位，研究方向聚焦于 AIGC 智能技术与艺术设计的创新应用与实践（重点领域包括品牌视觉传达、用户界面体验优化、数字绘画与 IP 衍生设计），善于将业界经验与前沿理念融入教学，培养学生专业技能、商业洞察力与创新能力。

龙桃霞，毕业与集美大学硕士研究生，曾任职于中境工程咨询集团有限公司；研究方向为：非物质文化遗产数智化创新、AI 设计、民俗文化设计创新等。

张可立，博士学位，美术创作者，中国国民党革命委员会党员，福州大学文创中心研究员，杭州宏唐品牌艺术顾问，中国电子音乐学会会员，厦门水彩画画会会员，《丝网印刷》期刊审稿人，AME 影视计划学术支持专家。近年主要从事文化研究与美术教学工作，个人创作涉及油画、综合材料绘画、装置、摄影与影像创作，方向涉及艺术治疗与积极心理学领域。

#### 4. 兼职教师

从本专业相关的行业企业聘任，具备良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神，有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验的行业专家，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》

梁震霖	厦门至正优品有限公司	总经理	《商业项目策划》《品牌管理》《茶叶包装设计》
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》

## （二）教学设施

### 1. 专业教室基本要求

具备利用信息化手段开展混合式教学的条件。一般配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，具有互联网接入或无线网络环境及网络安全防护措施。安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求，安防标志明显，保持逃生通道畅通无阻。

### 2. 校内、外实训场所基本要求

实验、实训场所面积、设备设施、安全、环境、管理等符合教育部有关标准（规定、办法），实验、实训环境与设备设施对接真实职业场景或工作情境，实训项目注重工学结合、理实一体化，实验、实训指导教师配备合理，实验、实训管理及实施规章制度齐全，确保能够顺利开展平面设计技术、包装造型设计、印刷工艺与流程等实验、实训活动。鼓励在实训中运用大数据、云计算、人工智能、虚拟仿真等前沿信息技术。

#### （1）现有校内实训基地情况

序号	校内实训基地名称	主要设备	实训内容（项目）	使用学期
1	平面设计技术实训室	配备台式计算机、服务器、交换机、路由器、图形工作站、教学录播系统、音响系统,设备价值约30万	影视后期特效、视频广告设计与制作、包装设计与制作等课程课内实训。	4
2	造型实训室	配备台式计算机、投影仪一台,音响一套。电脑3台,车模机4台、拉胚机2台,设备价值约3万	包装造型设计、平面设计技术、数字图形创意与设计等课程课内实训。	3
3	印刷工艺实训室	配备台式计算机、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,设备价值约3万	平面广告设计与制作、文创产品设计、IP形象设计、数字出版物设计与制作、	3

4	专业画室	配备画架、静物、石膏、写生视频展,台、计算机、多媒体等,设备价值约2万	设计造型基础、设计创意手绘等课程课内实训。	1
5	直播工作室	摄影器材、直播器材、补光灯、苹果电脑、联想电脑等,设备价值约5万	承担商业项目策划课程直播技术实训、学生专业社团实训活动。	5

(2) 现有校外实训基地建设

序号	校外实训基地名称	地点	实训内容(项目)	使用学期
1	厦门金明杰数码印刷公司	厦门思明区金明杰数码快印莲岳路31号	平面广告设计与制作、文创产品设计、IP形象设计、数字出版物设计与制作等课程作品输出实践基地。	3-5
2	厦门闽杰印刷公司	厦门市湖里区枋湖工业小区66号2楼A10	《印刷工艺》、《包装设计》、《顶岗实习》等课程实践基地。	3-5
3	厦门必定如意文化创意有限公司	厦门翔安区洪钟大道5068	勤工助学、社会实践认知、毕业设计、顶岗实习实践基地。	4-6
4	厦门一只野兽文化传播有限公司	厦门市湖里区南山路150号101室	勤工助学、社会实践认知、毕业设计、顶岗实习实践基地。	4-6
5	厦门丝海供应链有限公司	厦门市海沧区海沧大道893号1106	勤工助学、社会实践认知、毕业设计、顶岗实习实践基地。	4-6
6	厦门亿文路鑫商贸有限公司	厦门市湖里区枋钟路2362号103室	勤工助学、社会实践认知、毕业设计、顶岗实习实践基地。	4-6
7	厦门创镜新信息咨询有限公司	厦门市思明区槟榔西里267栋903	勤工助学、社会实践认知、毕业设计、顶岗实习实践基地。	4-6

(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。

### （三）教学资源

主要包括能够满足学生专业学习、教师专业教学研究和教学实施需要的教材、图书及数字化资源。

#### 1. 教材选用基本要求

按照国家规定，经过规范程序选用教材，优先选用国家规划教材和国家优秀教材。专业课程教材应体现本行业新技术、新规范、新标准、新形态，并通过数字教材、活页式教材等多种方式进行动态更新。

#### 2. 图书文献配备基本要求

图书文献配备能满足人才培养、专业建设、教科研等工作的需要。专业类图书文献主要包括：广告艺术设计、广告策划、广告文案、市场营销、市场调研等相关专业原理、方法、作业流程，以及实务案例类图书等。及时配置新经济、新技术、新工艺、新材料、新管理方式、新服务方式等相关的图书文献。

#### 3. 数字教学资源配置基本要求

建设、配备与本专业有关的音视频素材、教学课件、数字化教学案例库、虚拟仿真软件等专业教学资源库，种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新、满足教学。

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。

### （四）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。

## （五）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%-70%）+期末考核（30%-40%）

具体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。

## （六）质量保障

1. 学校和二级院系应建立专业人才培养质量保障机制，健全专业教学质量监控管理制度，改进结果评价，强化过程评价，探索增值评价，吸纳行业组织、企业等参与评价，并及时公开相关信息，接受教育督导和社会监督，健全综合评价。完善人才培养方案、课程标准、课堂评价、实验教学、实习实训、毕业设计以及资源建设等质量保障建设，通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进，达到人才培养规格要求。

2. 学校和二级院系应完善教学管理机制，加强日常教学组织运行与管理，定期开展课程建设、日常教学、人才培养质量的诊断与改进，建立健全巡课、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. 专业教研组织应建立线上线下相结合的集中备课制度，定期召开教学研讨会议，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。

4. 学校应建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，并对生源情况、职业道德、技术技能水平、就业质量等进行分析，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况。

## 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	至少达到 149 学分。	
学分结构	公共基础课程 61 学分；专业基础课程 30 学分；专业核心课程 22 学分；专业拓展课程 10 学分；综合实践课程 26 学分	
其他	需完成不少于 320 小时的勤工助学。	

## 十、附录

### 附录 1：人才培养方案评审表

#### 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	梁震霖	厦门至正优品有限公司	总经理/设计总监	
2	杨韬	厦门净一设计公司	总经理/设计总监	
3	陈文卿	厦门闽杰印刷公司	总经理	
4	褚莉	厦门金明杰数码科技有限公司	总经理	
5	召金	厦门蓝点子广告公司	董事长	
6	曾艳	厦门南洋职业学院	艺术设计学院院长	
7	王莉	厦门南洋职业学院	教授/广告教研室主任	
8	朱彦	厦门南洋职业学院	副教授/广告教研室教师	
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：_____ 年 月 日</p>				
<p>学校意见</p> <p>分管校长签字：_____ 年 月 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中。

附录2：专业计划进程表

附录2：2025级广告艺术设计专业教学计划进程表(三年制)

模块名称	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 31.5%	G03174	思想道德与法治	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 会主义思想概论	3	B	54	36	18		3								
	G00684	体育与健康1	2	B	36	4	32	2									
	G00578	体育与健康2	2	B	36	4	32		2								
	G00579	体育与健康3	2	B	36	4	32				2						经营、机电、信息、外语、医学院第 一学期开设，电影学院、建筑工程 院、艺术设计学院、教育学院、22级 五年五等一学期开设
	G04418	大学英语1	4	B	64	32	32	4									
	G04419	大学英语2	4	B	64	32	32		4(线上)								
	G02727	信息技术	4	B	72	36	36	4									
	G00010	军事课	4	B	148	36	112	√									
	G00009	形势与政策	3	B	48	24	24	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√
	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	36	36	0			2							
	G02215	劳动教育	1	B	16	4	12	√									
	G00826	大学生心理健康教育	2	B	32	16	16	1	1								
	G04397	大学生成长学	2	A	32	32	0			2							
	G04422	国家安全教育	1	A	16	16	0	√									
	G00030	入学教育	1	A	16	16	0	√									
G04875	毕业教育	1	A	16	16	0								√			
“公共必修课”模块小计					47	/	876	444	432	14	12	0	2	0	0		
公共选 修课 9%	G02892	美育概论	2	A	32	32	0		2								
	G04415	“四史”概论	2	A	32	32	0										
	G04876	中华民族发展史	2	A	32	32	0										
	G04416	职业素养	2	A	32	32	0										
	G04417	中华优秀传统文化	2	A	32	32	0										
	/	任意性选修课	4	A	64	64	0										
公共选修课模块小计					14	/	224	224	0	0	2	0	0	0	0		
“公共基础课”模块小计					61	0	1100	668	432	14	14	0	2	0	0		
专业基 础课 20%	G04632	设计造型基础1	4	B	64	14	50	4									
	G04633	设计造型基础2	3	B	48	12	36	3									
	G04634	设计造型基础3	3	B	48	12	36	3									
	G03602	字体与编排设计	3	B	54	24	30		3								
	G03603	数字图像编辑与设计	4	B	64	34	30		4								
	G03603	数字图像编辑与设计	3	B	54	27	27		3								
	G04635	数字3D设计	4	B	72	24	48					4					
	G04637	包装造型设计	2	B	36	6	30			2							
G03601	设计创意手绘	4	B	72	22	50			4								
专业基础课模块小计					30	/	512	175	337	10	10	6	0	4	0		
专业 核心 课 15%	G03607	包装设计与制作	4	B	72	20	52					4					
	G03608	数字广告设计与制作	3	B	54	24	30			3							
	G03609	品牌识别系统设计	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	4	B	72	24	48			4							
G03605	广告策划与文案创意	3	B	54	24	30			3								
专业核心课模块小计					22	/	396	140	256	0	0	10	12	0	0		
拓展 课程 7%	G02243	影视后期特效	4	B	72	24	48					4					
	G03421	文创产品设计	2	B	36	12	24						2				
	G02344	商业项目策划	2	B	36	18	18				2						
	G00227	广告摄影	2	B	36	12	24				2						
拓展课程模块小计					10	/	180	66	114	0	0	4	4	2	0		
“课内教学活动”总计					123	/	2188	1049	1139	24	24	20	18	6	0		
综合实 践17.5%	G00031	社会实践	2	C	48	0	48										
	G03962	岗位实习	16	C	480	0	480						4周	20周			
	G00032	毕业设计(论文)	8	C	128	0	128							8周			
	综合实践模块小计					26	/	656	0	656							
总计					149	/	2844	1049	1795	24	24	20	18	6	0		
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								
	11.95%		24.93%			40.05%			23.07%								
	36.88%		理论部分			实践部分(应在50%以上)			63.12%								
广告艺术设计专业		执笔人(签名)			审核人(签名)			年月日									