



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:	2024 级
专业负责人:	王莉
制定日期:	2024 年 5 月 20 日

目录

第一章 编制说明	4
第二章 广告艺术设计专业人才培养方案	5
一、专业名称及代码	5
二、入学要求	5
三、基本修业年限	5
四、职业面向	5
（一）要职业面向	5
（二）工作岗位举例	5
五、培养目标与培养规格	6
（一）培养目标	6
（二）培养规格	7
六、教学设置及要求	8
（一）公共基础课	8
（二）专业基础课	11
（三）专业核心课	11
（四）专业拓展课	12
（五）实践教学	13
七、教学进程总体安排	15

（一）教学进程总体安排（单位：周）（每学期按 20 周计算）	15
（二）专业教学计划进程表（详见附录 2）	15
（三）实践教学体系各环节具体安排	15
三选一	16
（四）课程结构比例	16
八、实施保障	16
（一）师资队伍	16
（二）教学设施（对校内外实习实训基地、教室等提出有关要求。）	18
九、毕业要求	21
十、附录 1:	22
附录 2:	23

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：

广告教研室：王 莉 教授

朱 彦 副教授 李 玥 副教授

王奕文 助教 谢舒婷 助教

俞 琳 助教 朱 蒙 助教

龙桃霞 助教 薛慧敏 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

李 玥 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。

三、基本修业年限

三年。

四、职业面向

(一) 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

(二) 工作岗位举例

序号	职业领域	工作岗位		
		初始岗位	目标岗位	发展岗位
1	广告设计领域	美工、设计师助理	平面设计师、创意设计 师、商业插画师	设计总监、项目总监

(三) 工作任务与职业能力分析

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	产品包装设计创意与制作	1.能够运用计算机图形处理软件 photoshop/illustrator 进行所有广告设计能力 2.具有市场调研, 信息分类与广告策划能力 3.具有包装策划、设计创意与制作、包装材料选择与应用能力	设计造型基础、字体与编排设计、包装造型设计、数字图像编辑与设计、广告策划与文案创意、包装设计制作
	平面广告、户外广告、数字广告、数字出版物设计与制作	具有运用计算机图形处理软件进行平面广告设计、数字出版物设计与制作能力	设计造型基础、广告策划与文案创意、数字图像编辑与设计、数字广告设计与制作、数字出版物设计与制作
	企业品牌形象策划	能够运用计算机图形处理相关软件进行企业形象设计能力	标志设计、品牌识别系统设计制作、数字图像编辑与设计
	电商网页设计与制作	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。	广告策划与文案创意、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	1.能够运用 Premiere、AE 软件进行影视广告设计与特效制作能力 2.具有数字摄影、数字摄像及视频编辑能力;	广告摄影、视频广告设计与制作、影视后期特效 AE

五、培养目标与培养规格

(一) 培养目标

本专业培养德智体美劳全面发展,掌握扎实的科学文化基础和广告艺术设计等知识,具备图形设计与制作、广告策划与创意、广告设计与制作等能力,具有工匠精神、信息素养和艺术素养,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素质技术技能人才。

（二）培养规格

1. 素质规格

（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。

2. 知识

掌握必备的思想政理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识。

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。

- ① 具有用户与市场调研，信息分类基础理论知识。
- ② 具有图形、色彩、标志、字体设计与制作基础理论知识。
- ③ 具有品牌策划与设计制作基础理论知识。
- ④ 具有图像处理、版面编排基础理论知识。
- ⑤ 具有广告法律法规知识及多媒体等基础理论知识。

3. 能力（从基本职业能力、核心职业能力、职业拓展能力等方面描述）

（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) 核心职业能力

① 具有包装策划、设计创意与制作、包装材料选择与应用能力。

② 具有数字摄影、数字摄像及视频编辑能力。

③ 具有完成平面广告设计、数字广告设计与制作能力。

(3) 职业拓展能力

① 具有数字化设计、互联网信息技术应用的能力。

② 具有数字媒体交互设计、文创产品数字化设计能力。

④ 具有品牌策划能力、具有一定的美育知识、文化修养与审美能力。

⑤ 具有具有适应数字经济发展新需求，探究学习、终身学习和可持续发展的能力。

六、教学设置及要求

(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	学分	周学时	总学时	所属学院/部门	考核形式	备注
1	思想道德与法治	3	3	54	马克思主义学院	考试	高职第1学期开设,每周理论2课时+实践1课时,3节连排;理论教学36课时,实践教学18课时。
2	毛泽东思想和中国	2	2	36	马克思主义学院	考试	高职第2学期开设;理论教学30课时,实践教学6课时。

公共必修课程说明表（高职）							
序号	课程名称	学分	周学时	总学时	所属学院/部门	考核形式	备注
	特色社会主义理论体系概论						
3	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	3	3	54	马克思主义学院	考试	高职第2学期开设，每周理论教学2课时+实践教学1课时，3节连排，共计理论教学36课时，实践教学18课时。
4	形势与政策	3	/	48	马克思主义学院	考试	高职第1至第6学期开设，第6学期评定最终成绩。
5	军事课	4	/	148	马克思主义学院	考试+考查	军事课由《军事理论》《军事技能》两部分组成。《军事理论》教学时数36学时，记2学分；《军事技能》训练时间2—3周，实际训练时间不得少于14天112学时，记2学分。
6	劳动教育	1	/	16	马克思主义学院	考查	课程成绩由理论成绩和实践成绩综合构成，马克思主义学院负责理论与实践成绩比例安排、理论教学、出具理论学时成绩并负责汇总评定课程总评成绩。
7	体育与健康	6	2	108	教育学院	考查	理论教学12学时，实践教学96学时，在第1学期至第4学期开设健康跑总评成绩作为体育课的平时成绩，占该学期体育课成绩的20-30%
8	大学语文	2	2	36	人文社科学院	考试	在高职第1或第2学期开设，理论教学36课时。
9	生涯体验-生涯规划	1	/	16	三创学院	考查	高职第2学期开设，线下教学10课时，线上教学6学时（智慧树平台）。
10	生涯体验-创业教育	2	/	32	三创学院	考查	高职第3学期开设，线下教学10学时，线上教学22学时（校级精品录播课程）。
11	生涯体验-就业指导	1	/	16	三创学院	考查	高职第4学期开设，线下教学10学时，线上教学6学时（智慧树平台）。
12	大学生心理健康教育	2	2	32	心理健康中心	考查	原则上安排在高职第一学年单周开设，理论教学16学时，实践教学16学时。

公共必修课程说明表（高职）							
序号	课程名称	学分	周学时	总学时	所属学院/部门	考核形式	备注
13	大学英语	8	4	128	外国语学院	考试	该课程一般在第一学年开设，由《基础英语》与《职场通用英语》组成，由公共英语教研室根据《高等职业教育专科英语课程标准（2021年版）》组织实施。
14	信息技术	3	3	48	信息工程学院	考证	第1或第2学期开设，由信息工程学院根据《高等职业教育专科信息技术课程标准（2021年版）》组织实施，理论教学12学时，实践教学36学时，学生须通过全国计算机等级考试（NCRE）。
15	入学教育	1	/	16	学工处	考查	在新生军训期间完成，内容包括校史介绍、专业介绍、学生学籍管理规定、校纪校规等共16学时。
16	国家安全教育	1	/	16	马克思主义学院	考查	依照《大中小学国家安全教育指导纲要》要求组织开展教学。
17	大学生成长学	2	/	32	学工处	考查	采取模块化教学，高职一年级双周执行，由学工处统一组织教学。

3. 公共选修课

限制性选修课程说明表							
序号	课程名称	学分	周学时	总学时	所属学院/部门	考核形式	备注
1	美育概论	2	2	32	艺术设计学院	考查	由美育教研室统一组织教学。
2	“四史”概论	2	2	32	马克思主义学院	考查	以党史、国史教育为主要内容，通过智慧树平台开展在线学习。
3	职业素养	2	2	32	招生就业办公室	考查	通过智慧树平台开展在线学习。
4	中华优秀传统文化	2	2	32	人文社科学院	考查	通过智慧树平台开展在线学习。

公共选修课包含“限制性选修课”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；限制性选修课由《美育概论》等 4 门课程构成，共计 8 学分，2024 级在校学生必须修满方可毕业。

（二）专业基础课

专业基础课程说明表			
序号	课程名称	主要教学内容	备注
1	设计造型基础	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	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	字体的作用与设计方法、文字排版原则，图形排版的方式、色彩在版式设计中的应用、版式设计的类型、各类印刷品的不同排版要求。	
4	数字图像编辑与设计	PS 和 AI 软件基础与界面操作，包括图层、蒙版与通道、色彩调整、矢量图形与文字处理等内容；设计理论与设计实践包括海报、插画、字体等设计实训项目。	
5	数字图形创意与设计	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；文字标志创意，图形标志创意，文字设计与图形设计的综合编排设计。	
6	包装造型设计	纸盒包装的形式、作用、特点和要求，并绘制包装模切图。纸的分类、纸容器的形式种类、折叠纸盒盖的形式、绘制纸盒包装磨切图、手工制作纸盒。	

（三）专业核心课

专业核心课程说明表			
序号	课程名称	主要教学内容	备注
1	平面广告设计与制作	印刷品的种类、尺寸、材质和工艺。图文混排的设计应用、色彩的调和与对比、设计定位的选择方式、创意的来源方法。	

专业核心课程说明表			
序号	课程名称	主要教学内容	备注
2	包装设计与制作	包装设计的流程、分类、定位、包装设计的要素及表现、印刷与工艺、纸袋包装的结构设计与效果图，以及包装设计的分项实训。	
3	品牌识别系统设计及制作	CI 设计中 VI、BI、MI 的构成关系，设计企业 VI 基础要素中标准字体，标志系统与组合。应用要素设计中办公用品、产品包装、交通运输、服饰设计、建筑与企业指示等系统，编辑设计企业形象识别 VI 设计手册。	
4	数字广告设计与制作	数字广告的定位方式、创意原则与方法、数字广告设计的表现手法，产品广告与公益广告的设计方法与分项实训。	
5	视频广告设计与制作	Premiere 基础知识简介、视频的转场特效、视频滤镜、运动规律、字幕与音频的编辑管理、视频广告综合实训项目。	
6	电商设计与制作	网页的设置、网页的构成元素及各元素的作用，不同类型网页配色技巧，网页广告（banner 设计、条幅广告设计、悬浮广告）的设计原则和方式，网页布局的常见类型和网页布局技巧，网页设计的交互理念，以及网页设计分项实训。	
7	广告策划与文案创意	广告策划中对市场的调查与分析、广告策划的定位与构思方法、制定广告策划方案、组织策划方案实施；广告文案的语言特征与修辞手法、创意与写作特征	

（四）专业拓展课

专业拓展课程说明表			
序号	课程名称	主要教学内容	备注
1	交互设计	用户研究方法，信息架构设计，视觉界面设计：高保真界面设计规范，界面色彩设计，界面图标设计，界面组件设计。	

专业拓展课程说明表			
序号	课程名称	主要教学内容	备注
2	文创产品设计	文创产品定位、文化元素融入、个性化设计、功能性考虑、材质选择和工艺技术、品牌形象塑造	
3	数字出版物设计与制作	画册排版的构成的要素：元素（图片、图形、文字）、版式、配色，完整的表达市场推广策略。画册设计排版的统一性原则，不同造型和印前印后工艺，以及画册设计分项实训。	
4	商业项目策划	创业基础知识，创业项目分析定位，商业模式规划，组建团队并管理团队，营销策略与规划财务与融资，商业项目 PPT 与路演。	
5	影视后期特效	After Effects 软件基础训练，结合 Ai 与 Ps 素材进行关键帧运动、循环动画学习，了解曲线运动规律、表达式，分析动画特效与光效、运动插件，结合音效完成视频动画广告综合实训。	
6	广告摄影	广告摄影中数码单反相机的基本结构、使用方法，常用的拍摄方法，摄影用光、曝光、取景、构图技巧，以及对照片后期处理技能的分项实训。	
7	平面设计技术	平面设计技术比赛中的技术规格和具体尺寸以及设计流程。能够根据现场比赛试题素材和内容独立完成标志、海报、动态海报、包装、折页等任务设计。	

（五）实践教学

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。其中勤工助学作为毕业基本要求之一，但不列入教学计划进程表。

（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。原则上高职学生第 1-4 学期应开展不少于 320 小时的勤工助学。

（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一般为 6 个月，不低于 384 学时，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，毕业论文开展学时通常为 4 周，通常于第 5 或第 6 学期集中开展。

七、教学进程总体安排

(一) 教学进程总体安排 (单位: 周) (每学期按 20 周计算)

学年	学期	课内教学								课外教学		
		课堂教学与课内实践	考试	入学教育与军训	专业实践	毕业岗位实习	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	2	8
	4	16	1	0	2	0	0	1	20	2		
三	5	10	1	0	0	4	4(工科类专业8周)	1	20	2	0	0
	6	0	0	0	0	16	0	0	20	0	0	0
合计		74	5	2	6	20	8	5	120	8	2	8

(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	

6	职业资格证书	Ps 图形图像绘图员高级证书	/	3-5	三选一		
		平面设计师（高级）	/	3-5			
		创意设计师（高级）	/	3-5			

（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	836	404	432	45	27%	34.5%
	公共选修课	192	192	0	12	7.5%	
专业基础课		564	209	355	33	20.5%	
专业核心课		450	160	290	25	16%	
拓展课		360	124	236	20	12.5%	
综合实践		656	0	656	26	16.5%	
总计		3058	1089	1969	159	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

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 30%，具有硕士及以上学位的比例达到 70%，双师素质教师占专业教师比例达到 70%，中青年教师占主要地位，教师梯队结构合理。

2. 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

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。

3. 专业带头人

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。

广告艺术设计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	教授	是	省级专业带头人、校级教学名师、工艺美术师、创意设计师
2	李玥	副教授	是	平面设计师
3	朱彦	副教授	是	平面设计师
4	王奕文	讲师	是	硕士研究生（在读博士生）
5	谢舒婷	助教	是	在读研究生
6	朱蒙	助教	是	在读研究生
7	俞琳	助教	否	硕士研究生
8	龙桃霞	助教	否	硕士研究生
9	薛慧敏	助教	否	硕士研究生
10	张可立	助教	否	硕士研究生（在读博士生）

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

(二) 教学设施 (对校内外实习实训基地、教室等提出有关要求。)

1. 校内实训基地

序号	校内实训基地名称	主要设备	实训内容 (项目)	备注
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。	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。	
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	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	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。	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、	
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	设计造型基础、设计创意手绘等课程课内实训。	
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	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。	

2. 现有校外实训基地情况

(1) 现有校外实训基地情况

序号	校外实训基地名称	地点	功能	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 室	《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 号	勤工助学、社会实践认知、毕业设计、顶岗实习实践	4-6
4	厦门一只野兽文化传播有限公司	厦门市湖里区南路 150 号 101 室		

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	基地。
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	
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	

(2) 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

满足学生专业学习、教师专业教学研究和教学实施所需的教材图书文献及数字教学资源等。

1. 教材选用基本要求

学校教材选用机构的指导下，按照国家规定选用优质教材，禁止不合格的教材入课堂，及时补充新技术、新工艺和新标准。

2. 图书文献配备基本要求

文献配备能满足人才培养、专业建设、教科研等工作的需要，方便师生查询、借阅。专业类图书文献主要包括：行业政策法规、有关职业标准、生产工艺标准、设计师手册、流行资讯等必备手册资料，以及两种以上艺术设计专业学术期刊和有关艺术设计实务案例类图书。

3. 数字教学资源配置其本要求

建设和配置与专业相关的一定数量的多媒体素材(如图形/图像、音频画)、教学课件、数字化教学案例库、虚拟仿真软件、数字教材等专库，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。

（六）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。

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 159 学分。	
学分结构	公共基础课程 55 学分；专业基础课程 33 学分； 专业技能课程 25 学分；专业拓展课程 20 学分； 勤工助学 26 学分。	
职业技能证书	PS 图形图像绘图员高级证书	
其它	需完成不少于 320 小时的勤工助学	

十、附录 1:

广告艺术设计专业人才培养方案评审表

评审专家（专业建设指导委员会成员）				
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	
专家委员会评审意见				
<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>				
评审组长签字：			年 月 日	
学校意见				
主管校长签字：			年 月 日	

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2：2024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					
公共必修课 27%	G03174	思想道德与法治	3	B	54	36	18	3									在相关章节中加强铸牢中华民族共同体意识教育	
	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						第3或第4学期，需与体育教研室协商决定		
	G04418	大学英语1	4	B	64	32	32	4										
	G04419	大学英语2	4	B	64	32	32		4									
	G02727	信息技术	3	B	48	12	36	2										电影、艺术、建工、机电、信息第一学期；其余学院第2学期。（每周2课时线下+1课时线上）
	G00826	大学生心理健康教育	2	B	32	16	16	1	1									单周开设
	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》教学学时数36学时，记2学分；《军事技能》训练时间2-3周，实际训练时间不得少于14天112学时，记2学分。
	G00009	形势与政策	3	B	48	24	24	√	√	√	√	√	√	√	√	√		第6学期线上课
	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	√										第1或2学期进行。
G04397	大学生成长学	2	A	32	32	0	1	1								双周开设		
G04422	国家安全教育	1	A	16	16	0	1									每学年不少于2课时		
G00030	入学教育	1	A	16	16	0	√											
“公共必修课”模块小计			45	/	836	404	432	14	13	4	0	0	0	0	0			
7.5% 公共选修课	G02892	美育概论	2	A	32	32	0		2							经管、外旅医、机电第一学期，其余专业第二学期		
	G04415	“四史”概论	2	A	32	32	0									线上执行		
	G04416	职业素养	2	A	32	32	0									线上执行		
	G04417	中华优秀传统文化	2	A	32	32	0									线上执行		
	/	任意性选修课	4	A	64	64	0										线上执行	
	公共选修课模块小计			12	/	192	192	0	0	2	0	0	0	0	0	0		
“公共基础课”模块小计			57	0	1028	596	432	14	15	0	0	0	0	0	0			
20.5% 专业基础课	G04632	设计造型基础1	4	B	64	14	50	4								素描		
	G04633	设计造型基础2	3	B	48	12	36	3								色彩		
	G04634	设计造型基础3	4	B	64	30	34	4								构成		
	G03602	字体与编排设计	3	B	54	24	30		3									
	G03603	数字图像编辑与设计（1）	4	B	64	34	30	4								Ps软件		
	G03603	数字图像编辑与设计（2）	3	B	54	27	27		3							AI软件		
	G04635	数字3D设计	4	B	72	24	48					4						
	G04636	数字图形创意与设计	2	B	36	16	20		2									
	G04637	包装造型设计	2	B	36	6	30			2						容器造型、制图		
G03601	设计创意手绘	4	B	72	22	50			4						手绘效果图			
专业基础课模块小计			33	/	564	209	355	15	8	6	0	4	0	0	0			
16% 专业核心课程	G03606	平面广告设计与制作	4	B	72	24	48			4						广告创意设计		
	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						

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		
	G03605	广告策划与文案创意	2	B	36	20	16			2					
专业核心课模块小计			25	/	450	160	290	0	0	9	16	0	0		
拓展课程 12.5%	G02243	影视后期特效	4	B	72	24	48				4				
	G01680	交互设计	4	B	72	24	48				4			界面设计	
	G03421	文创产品设计	2	B	36	12	24					2			
	G01810	数字出版物设计与制作	2	B	36	6	30					2		画册设计	
	G02344	商业项目策划	2	B	36	18	18			2					
	G03420	产品效果图	2	B	36	10	26		2						
	G00227	广告摄影	2	B	36	12	24			2					
	G02045	平面设计技术	2	B	36	18	18			2				规范与技术	
	G01755	品牌管理	2	A	32	32	0					2			
	G02044	器型赏析	2	A	32	32	0					2			
G00215	广告学概论	2	A	32	32	0					2				
拓展课程模块小计			20	/	360	124	236	0	0	6	8	4	0	选修20学分即可	
“课内教学活动”总计			135	/	2402	1089	1313	29	23	25	24	8	0		
16% 综合实践	G00031	社会实践	2	C	48	0	48							社会实践周安排在暑假	
	G03962	岗位实习	20	C	480	0	480					4周	16周		
	G00032	毕业设计（论文）	8	C	128	0	128					8周		1学分16学时	
	综合实践模块小计			26	/	656	0	656							勤工助学学分不低于34，学时不低于640
总计			159	/	3058	1089	1969	29	25	25	24	8	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					
		8.37%		27.24%			42.94%			21.45%					
		理论部分						实践部分（应在50%以上）							
		35.61%						64.39%							
广告艺术设计专业		执笔人（签名）			审核人（签名）			年 月 日							