

广告设计与制作专业人才培养方案

一、培养目标与规格

1. **专业代码：** 650103 文化艺术大类

2. **招生对象：** 高中毕业生/三校生（职高、中专、技校毕业生）

3. **学 制：** 全日制三年

4. 培养目标

本专业培养德、智、体、美、劳全面发展，面向广告、包装行业设计、互联网营销、文化创意等企事业单位，采用“任务驱动式”工作室制教学模式。培养具有系统广告艺术设计的基本理论、基础知识和专业技能；具有广告、包装、文创、插图、摄影等知识；具有广告行业组织和管理能力等。具有从事广告策划、广告设计、品牌 VI 设计、包装设计、文创设计等岗位以及技术管理工作的高素质技能型人才。

(1) . 知识目标

- 具有广告专业所必需的文化基础知识；
- 掌握广告设计的专业理论知识；
- 具有广告策划、创意、设计、实施和管理的基本知识；
- 掌握电脑美术的理论知识。

(2) . 能力目标

- 掌握广告设计的程序和要领，具有开展广告活动的业务能力。
- 具有熟练的创意、设计技能。
- 具有广告策划、战略实施的管理能力。
- 具有广告设计和熟练电脑操作的综合能力。
- 具有运用祖国语言文字进行广告文案创作的能力。
- 具有所学外语、能阅读、翻译外文广告资料的能力。
- 具有一定的艺术鉴赏、评判能力。在广告设计上具有较敏锐的观察力、丰富的想象力。

(3) . 素质目标

○能运用马列主义，毛泽思思想和邓小平理论的基本观点，能运用辩证唯物主义世界观、方法论指导思想和行为；具有良好的职业道德，科学的工作态度；具有实事求是，独立思考，勇于创新的科学精神和改革意识。

○应该具有大专文化水平，具有系统的设计基本理论，基础知识和专业技能；具有运用所学知识去分析和解决问题的能力；具有自学能力、获取信息的能力、初步的科研能力；具有借助于词典阅读本专业外语书刊的能力和系统的广告操作技能；具有组织和管理能力，及人际交往能力，适应岗位变化的能力。

○应该具有一定的体育、卫生知识和运动技能，身体健康，能承担建设祖国的光荣任务。

○应该具有一定的艺术知识和健康的审美观、对自然、社会生活的美有初步的鉴赏能力；具有一定的艺术修养和素质。

5. 培养规格

(1) . 知识结构与能力分解表

	公共必修知识	专业必修知识	专业必修核心知识	素质拓展知识
知识结构	思想道德修养与法律基础 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论 实用英语 计算机文化基础 体育 形势与政策 大学生心理健康教育 职业生涯规划与就业指导 国防教育与军事训练	艺术设计创意思维 photoshop 视觉构成 插图设计 图形设计 写生实践 广告摄影 illustrator UI 界面设计 新媒体广告设计 版式设计编排 影视广告设计 影视后期剪辑 CINEMA 4D 数字建模 文字设计与应用 书籍设计	VI 设计 包装设计 广告策划 平面广告设计	立体构成/现代艺术设计史 广告文案写作/数字音效 书画/演讲与口才
能力结构	一般能力		专业能力	
	语言文字表达能力 广告操作能力 英语听说能力 艺术鉴赏、评判能力 自学能力，获取信息的能力		二维、三维设计、创意和表现能力 广告制作、创意设计能力 品牌 VI 设计能力 开展业务活动的的能力 组织和管理能力	

(2). 素质结构分解表

主要素质	最终绩效目标	知 识	课程设置	实践操作
思想政治素质	掌握马克思主义哲学的基本原理,树立正确的世界观和人生观,认识现代中国国情,适应社会。	马克思主义哲学,邓小平理论知识,毛泽东思想知识,三个代表知识。	毛泽东思想、邓小平理论和“三个代表”重要思想概论、形势与政策	
	遵纪守法,具有良好的道德修养,合作交流、公平竞争、团结协作、团结奉献。	法律法规常识	思想道德修养与法律基础、就业指导	军训
身心素质	具有健康的身体素质和良好的心理状态,体能达到国家标准	掌握体育运动基本理论及运动要求	体 育 入学教育 心理咨询	
职业素质	爱岗敬业,工作踏实负责,有良好的职业道德,和谐的人际关系和团队合作精神	普通话	入学教育 形势与政策 就业指导	

6. 职业资格与就业范围

序号	就业面向的职业岗位	职业资格证书
1	广告设计-从事广告设计创意设计表达	广告设计师
2	广告设计制作-从事广告设计制作	广告制作员
3	平面设计制作-从事包装、印刷等设计制作	平面设计师
4	品牌 VI 设计-从事企业品牌整体策划与设计	品牌设计师、设计师
5	广告会展设计方案表现-从事广告会展设计方案表现	高级广告策划师、设计师
6	企业管理-从事广告行业、会展行业企业内业管理	策划项目经理

二、专业课程体系

1. 专业课程体系设计过程

在专业建设指导委员会的领导下，组建课程开发小组，深入企业行业进行调研，明确专业人才岗位群需求和岗位职业能力需求，了解实际工作中的典型工作任务，明确专业所面对的职业岗位群及相关职位所具备的知识、能力、素质要求，根据这些需求构建课程体系。

广告制作技术专业课程体系设计过程如下图 1。

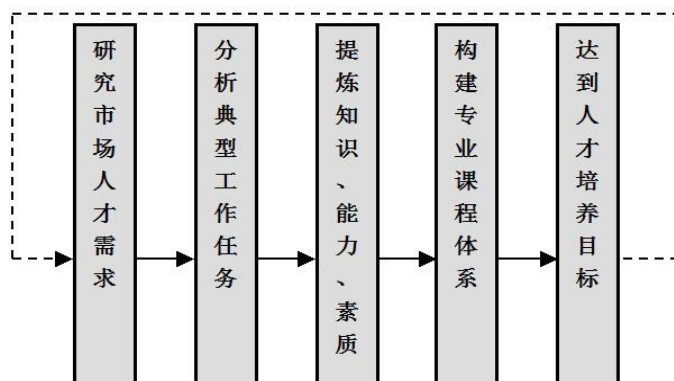


图 1-1 专业课程体系设计过程

2. 专业课程体系框架与课程路线

广告设计与管理专业的课程体系设计，通过上述课程体系设计过程，构建完整的课程体系框架，设计课程方向和路线。通过充分的专业调研，分析了广告设计师岗位的工作过程模式，制定出课程体系框架与路线（见图 1-2）：

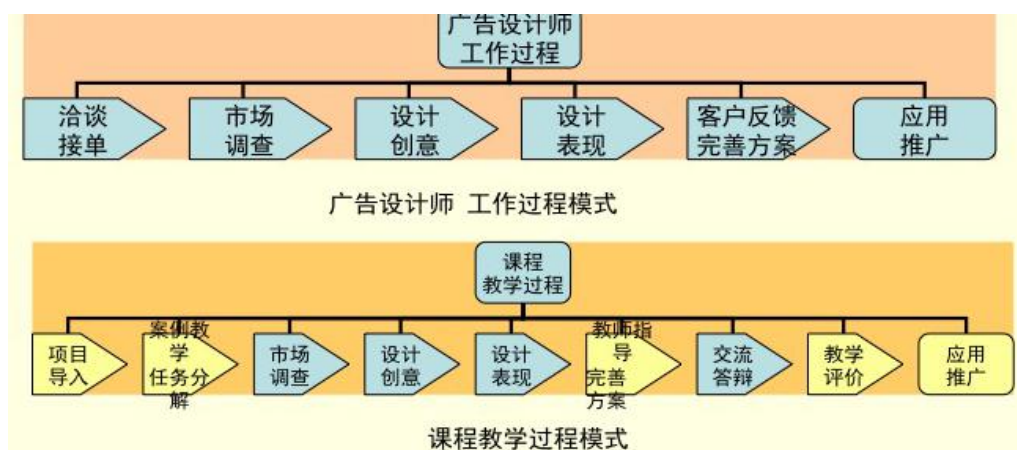


图 1-2 任务驱动式工作室制教学模式

三、课程内容

专业核心课程概述：

课程名称	课程目标及主要教学内容	参考学时
包装设计 与制作	<p>课程目标： 掌握包装设计的各种创意与方法和表现手法。提高学生职业岗位适应能力。学会正确的设计方法，建立设计的创新思维理念，扩展学生的职业选择面，为将来的职业生涯奠定好基础。</p> <p>主要教学内容： 包装设计基础模块、包装策略与品牌设计模块、包装材料与结构模块、包装设计与制作模块。</p>	80
VI 设计	<p>课程目标： 掌握 VI 设计方法和表现手法。提高学生职业岗位适应能力。学会正确的设计方法，建立设计的创新思维理念，扩展学生的职业选择面，为将来的职业生涯奠定好基础。</p> <p>主要教学内容： 企业 VI 设计设计概述、企业标志设计、基本要素设计、应用要素设计、企业 VI 设计设计手册制作与实物设计。</p>	80
平面广告 设计	<p>课程目标： 课程坚持以就业为导向，以人为本，突出“应用性”并加强“针对性”，以提高学生的综合素质，培养应用能力为目标，注重对学生实际动手能力和职业能力的培养。</p> <p>主要教学内容： 平面广告概述及市场调查、平面广告设计的构成要素、平面广告设计的创意、平面广告设计的艺术表现技巧、平面广告设计实践。</p>	100
广告策划	<p>课程目标： 通过“任务—客户需求分析—设计”教学模式，使学生在掌握基本知识、能力培养素质的基础上，得到一次真实环境的综合实践锻炼。通过策划过程学习使学生在设计定位、设计创意、设计能力、团队精神、交际口语表达、综合素质等方面有所提高。</p> <p>主要教学内容： 广告策划基础知识、广告策划的组织与运营、广告策划的市场定位、广告策划的管理。</p>	80

四、集中性实践教学环节

序号	实训(习)项目名称	学期	起止周	学时	主要内容及要求	实训(习)场地及要求	实训(习)成果
1	写生实践	2	10天	160	校外写生实践,包括速写、水彩	校外写生实践基地	写生成果展
2	广告制作/创意实训	5	2-10	36	以企业岗位技能要求进行项目化实训	校外企业实训基地或校内专业综合实训场所	岗位技能训练(项目化)
3	毕业设计	6	1-12	96	设计作品创作与制作、毕业设计任务书填写	专业机房、工作室、专业教室	毕业设计作品及成果展
4	毕业实习	2	13-18	160	针对企业岗位实践、实习	校外实训	
合计				352			

说明:写生实践课程安排在第2学期,一般安排在4-5月,具体根据学期情况和天气而定,写生时间为头尾10天,期间公共基础课和专业课全部停课。

五、素质教育活动设计

1. 目标

(1) 改革德育教育,使其更具针对性、有效性和适用性,使学生政治思想素质和道德素养明显提高。

(2) 深化教学改革,真正建立起以学生为中心的教育体系,建立更富柔性化的学分制教学体系,通过课程体系、课堂教学、实习实验、课内课外等诸多教育环节的改革,全面培养和提高学生的创新精神和实践能力。

(3) 加强大学生的身心素质和文化素质的培养。培养学生自主学习能力,实现学生个性化的培养模式,使每位学生在其今后的发展中能发挥自己的最大的潜力。

(4) 形成一个有利于学生个性化发展的教育评价体系(包括学生综合测评,课程考试,实验、实习考核以及日常考核等),重点激励学生在思想道德素质、创新精神以及实践能力上的成长。

2. 德育

(1) 德育是素质教育的核心。在进入社会之前,为学生树立正确的人生观,价值观尤为重要,要让学生知道感恩,知道回馈社会。

开展高中母校走访活动。利用假期返乡之际,走访曾就读的高中,了解母校的基本情况;看望高

中老师，感谢老师的培养；宣传#####职业学院，了解高中所需报考信息，每年了解信息的渠道。根据学校提供的校友名录，就近就便分组走访本专业优秀校友，了解校友的工作生活状况及成长经历，以及他们对新一代大学生成长成才的看法和建议，增进校友与学院的沟通联系。了解校友需要学校为其提供哪些支持和帮助，并通过校友了解其所掌握的其他校友信息。填写《#####职业学院校友登记表》，撰写校友访谈记录及心得体会。

(2)充分发挥“两课”主渠道主阵地作用，提高教学效果，使之更具时代性、针对性和有效性。“两课”教育除了课堂教学以外，应通过有组织、有落实的课外学习的方式，来进一步强化“两课”的学习。

(3)充分利用“第二课堂”的资源，发动学生参与校内外的二个精神文明建设，了解社会，增长才干。

第二课堂活动是指大学生通过参加有组织的课余活动以达到陶冶情操、获取知识和培养能力目的的一种教育教学形式，是大学生素质教育的重要阵地。其本身是对课堂教学时空、内容和手段上的补充，有助于为“第一课堂”拾遗补缺、提高学生的综合素质、保证学生健康成才，有助于推动学生向社会化的人积极转变，有助于优秀校园文化的塑造，促进优良学风校风的形成。

第二课堂以其活动主体的自主性、内容的广泛性、形式的多样性、参与的实践性成为学校教育人的重要载体，是为了全面提升学生综合素质而进行的除“第一课堂”以外的教育实践教育活动。高等职业教育要做出特色、特点，需要利用有特色的第二课堂活动教育学生、培养学生，营造优秀校园文化，补充、延伸“第一课堂”的教学，设立以培养学生宽厚的专业基础和突出的职业技能为目标第二课堂活动。

开展第二课堂活动要以职业技能的全方位培养为核心。职业技能是人们从事某种职业所需多种能力的综合，是高职高专学生就业的核心竞争力。职业技能培养可分为三个方面的内容，每个方面侧重培养不同的职业技能。开展第二课堂活动就是要将这三方面的内容结合起来，对“第一课堂”形成有力补充，为学生之后的发展打下良好的基础。

第二课堂活动还应组织对每年的优秀毕业生进行回访，建立在校学习和工作档案，总结他们的成功经验，将优秀毕业生的人生或是专业轨迹、发展路径宣传给每一届的新生，并对在校的优秀学生，持续性、分主题的进行相关宣传，将学生标兵、职业技能标兵、社会实践、文艺体育等方面的学生领军人物加以表彰推广，营造积极向上的学生文化氛围，帮助广大同学树立成长、成才、就业的自信心，增强学生对专业和班级的认同感和归属感。

(4)主要开展的活动：

- ① 排球/篮球/系列体育比赛（系部/校内）。
- ② 法制教育与安全教育。
- ③ 校园学生社团活动。
- ④ 学生辩论赛/素质拓展活动。
- ⑤ 志愿者和公益社团活动。

3. 创新精神培养

(1)转变教育思想。充分认识学生的创新精神培养是素质教育的重点。

(2)优化教学过程。积极探索教学方法的改革。突破传统教学的单一模式,实现教学方法创新,以“教”导“学”,以“知”促“能”,以“行”炼“能”;逐步改变“填鸭式”,“满堂灌”的单一教学方式,实行有利于学生主动学习与发展的启发式教学和案例教学等多种教学方式。

(3)主要开展的活动:

开展学院文化艺术节/学术文化节,意匠讲堂/专题讲座,让学生积极思考,积极地与不同生活环境、不同思维模式、不同学科专业的学生进行交流学习,拓展思路,丰富见识。编剧能力的提升就来源于这些平时的交流和观察,分析和提纯。

集中组织学生利用假期参观文化艺术单位/其他高校/知名广告企业,加深学生对中西方文化与艺术的认识和理解,为广告艺术创作积累创作素材和文化积淀;取长补短,拓展学生对于专业学习的方法和思路;帮助学生尽快了解社会实际需求,认清自我定位,积极树立自生发展目标。

4.实践能力培养

(1)充分重视大学生实践能力的培养,使我们的学生能较快地适应社会经济发展

(2)专业知识技能培养

“第一课堂”的学习主要是培养学生的专业知识技能,第二课堂活动也要紧紧的围绕这个主题,配合“第一课堂”加强实践环节,开展专业知识讲座、专业知识竞赛、各个专业技能的比赛,撰写专业实习报告、市场调查报告、开展案例分析,进行校内实训活动,邀请企事业单位一线工作人员讲解、传授专业技能。并可成立专业技能训练营,开展定期的专业技能讲座、培训、训练、比赛、经验交流。

(3)积极组织教师和学生参加国家或各地市组织的大学生竞赛、省级技能大赛、广告专业相关大型赛事。参加各项赛事可以系统的、完整的考察学生的综合实践能力。不论是赛前的准备和特训,赛场上的心理素质及应变能力,还是赛后的总结和对其他学院教育教学的观察分析,都是对教师和学生的考验和提升。

六、就业创业能力培养

高等职业教育具备高等教育和职业教育的双重属性,培养的是面向生产、建设、管理和服务一线的高技能型人才,相较于普通高等教育,高等职业教育更强调职业能力和职业素质的培养,需要始终坚持“以就业为导向,以能力为核心”。对学生创新能力的培养,从人才培养计划和课程大纲的制订,到组织实施教学,再到开展各项科技创新活动,都要始终围绕提高学生就业质量这一目标来进行。

1. 开设切合本专业实际的就业创业课程,系统规划通识教育课程:

为了提高学生就业创业能力,适应人才市场需求,使培养出来的毕业生能够及时适应就业岗位,在培养过程中应坚持从实际工作技能出发,围绕学生就业创业能力培养,适时适当的调整专业课程内容。广告专业作为受技术变革影响较大、产业发展变化较快的行业领域,其专业课程设置既要维持一定稳定性,又要促进其向灵活性和多样性发展,注重拓展专业口径,使专业课程所培养的人才就业面能够适应实际岗位发展需求。

在产业多元化和专业交叉化发展趋势越发明显的今天,只重视针对性强但涉及面窄的专业知

识学习显然是不够的，为了帮助学生了解不同学科的发展概况，深入探索各学科之间的相互联系和互动式发展，开拓视野，帮助他们建立合理、科学的知识结构，需要在学院层面建立科学系统的通识教育课程体系。

根据####职业学院《关于制定 2018 级人才培养方案的指导性意见》中关于公共必修课的课程设置规定，本专业所适用的大学生就业指导与创新创业课程体系包括《大学生职业发展与就业指导》、《创业基础》等课程，采用在线平台或讲座授课，10 学分，累计 160 课时，其中：

职业生涯规划与就业指导类课程 2 学分，累计 36 课时，其中理论课 1 学分，累计 18 课时；实践课 1 学分，累计 18 课时；

创新创业类课程 10 学分，累计 112 课时，其中理论课 3 学分，48 课时； 创新创业实践活动 7 学分，64 课时。

2. 丰富和拓宽创新素质与综合能力培养的途径，全方位提升学生职业技能：

高等职业教育职业技能培养途径与渠道主要包括：课堂主渠道、课外调研辅渠道、第二课堂渠道、职业培训渠道、竞赛渠道、校企合作渠道等。其选择的运用要结合具体专业培养目标与教学资源的实际情况。

广告专业除了在常规教学中应用案例教学、项目教学、工作室教学等教学方法，辅以课内外多种实习、见习手段来提升学生的职业技能外；还应广泛开展第二课堂活动，培养和提高学生的综合素质与能力。

第二课堂活动的核心内容是职业技能的全方位培养。职业技能是人们从事某种职业所需多种能力的综合，是高职高专学生就业的核心竞争力。职业技能培养可分为三个方面的内容，每个方面侧重培养不同的职业技能。开展第二课堂活动就是要将这三方面的内容结合起来，对“第一课堂”形成有力补充，为学生将来的发展打下坚实的基础。

(1) 专业知识技能

专业知识技能是那些需要通过教育或者培训才能获得的特别的知识或能力，“第一课堂”的学习主要是培养学生的专业知识技能，第二课堂活动也要紧紧的围绕这个主题，配合“第一课堂”加强实践环节，开展专业知识讲座、专业知识竞赛、各个专业技能的比赛，撰写专业实习报告、市场调查报告、开展案例分析，进行校内实训活动，邀请企事业单位一线工作人员讲解、传授专业技能。并可成立专业技能训练营，开展定期的专业技能讲座、培训、训练、比赛、经验交流。

(2) 自我管理技能

自我管理技能又称为适应性技能，经常被看作个性品质，自我管理技能常被用来描述个体具有的某些特征。良好的自我管理技能能够帮助个体更好地适应周围的环境、应对工作中出现的问题。

(3) 可迁移技能

可迁移技能也称功能性技能，学生应在第二课堂中加强对可迁移技能的培养，在沟通能力、解决问题或批判性思维技能、人际关系技能、组织技能等方面加以发展。

第二课堂活动还应组织对每年的优秀毕业生进行回访，建立在校学习和工作档案，总结他们的成功经验，将优秀毕业生的人生或是专业轨迹、发展路径宣传给每一届的新生，并对在校的优秀学生，持续性、分主题的进行相关宣传，将学生标兵、职业技能标兵、社会实践、文艺体育等方面的学生领军人物加以表彰推广，营造积极向上的学生文化氛围，帮助广大同学树立成长、成

才、就业的自信心，增强学生对专业和班级的认同感和归属感。

此外，第二课堂还要紧紧围绕“第一课堂”的教学时间和课程计划开展，取得专业教师的支持与参与，从人才培养的高度深入推进和改革，并依托丰富多彩的校园文化活动为载体。开展各种类型的政治思想教育、知识研究探索、能力培养提高等活动。打造校园精品活动项目，创造第二课堂活动品牌，增强团/校培训的思想引领作用，提高学生的品德修养和职业道德。通过校园文化精品活动扩大广告设计与制作专业的知名度和学生参与的热情，成为广告设计与制作专业向外展示的窗口。

3. 构建科学创新创业教育评价体系，激发学生提升就业创业能力的主观能动性

创新创业教育是三位一体教学改革的重要一环，将创新创业教育融入人才培养全过程。明确创新创业教育的素能目标要求，把创新精神、创业意识和创新创业能力作为评价人才培养质量的重要指标，这是新时期地方高水平技能型大学建设的必然要求。

将创新创业课程纳入课程体系；在专业课程中的融入创新创业元素并纳入课程标准；加强创新创业教育实践活动。将创新创业教育课程和实践活动纳入学分管理，在通识课程平台对全体学生开发开设创新创业教育公共必修课，创新创业实践活动学分互换根据《#####职业学院创新创业教育学分认定与管理办法（试行）》执行。

七、毕业标准

毕业和学位授予标准是保证教学质量的重要手段，是衡量学生质量的重要依据。根据《普通高等学校学生管理规定》和《#####职业学院学分制学籍管理办法（试行）》，本着“公正合理，严格要求，坚持标准，保证质量”的原则，结合本专业实际，特制定以下标准。

1. 修业年限：

我院各专业的学制为三年，学生在校基本修业年限为三年，最长修业年限（含休学时间）为六年。

2. 学分标准：

以《#####职业学院学分制学籍管理办法（试行）》为准。

3. 毕业设计

学生必须完成教学计划规定的实践环节和毕业设计，且成绩合格。

（1）要求

① 凡已修课程学分达到课程总学分 80% 以上的学生，可申请参加毕业设计实践活动。为学生必修环节，不得免修。

② 毕业设计应由学生本人在指导教师的指导下独立完成，杜绝一切抄袭、剽窃行为。

③ 根据学生所做作品，结合指导老师意见，由答辩委员会给出毕业设计成绩，一般有优秀、良好、及格三个等级。

（2）选题

① 选题应符合专业培养目标和教学要求，以学生所学专业课的内容为主，不应脱离专业范围，如广告专业必须选择与广告设计和制作有关的论题。

② 选题要有一定的综合性，具有一定的深度和广度。

③ 选题应大小适中，不能偏大，亦不能太小，并且尽可能结合本地区、本单位实际，对实际工作有一定指导意义。

④ 选题一经确定，一般不再作变动，特殊情况必须修改的，须经指导老师同意。

(3) 指导教师

① 条件

a、具有认真负责的工作态度、丰富扎实的专业知识和熟悉教学的业务水平。

b、具有本专业本科及以上学历、初级及以上专业技术职务、2年以上教学经历。

② 职责

a、根据实施意见，指导学生正确选题，严格把好审题关。

b、对学生毕业设计（论文）写作进行全程指导，帮助学生解决论文写作中的问题和困难，适时推荐写作资料和参考书目。

③ 审阅学生论文写作修改稿，提出具体修改意见和指导评语。

④ 对毕业设计（论文）的指导分段进行，指导全过程不少于3次，指导情况需进行详细记录。

⑤ 审查毕业设计（论文）的真伪，承担论文一审责任，鉴别并制止一切抄袭行为。

⑥ 针对学生在论文写作全过程中的具体表现，写出指导评语，给出初评成绩（百分制）。

(4) 答辩

① 根据有关要求，广告教研室起草答辩安排意见，组织答辩委员会和答辩小组。

② 答辩委员会由3人以上组成，监督检查并解决答辩过程中出现的专业学术问题，对有争议的答辩成绩进行审议。

③ 答辩小组由答辩主持人（1名）、答辩教师（若干名）、秘书（1名）组成，负责根据学生答辩情况和文字材料，为学生评定答辩成绩和毕业实践成绩。

④ 指导教师在其本人指导的学生进行答辩时，不得担当主辩教师提问。

(5) 成绩评定与验收

① 答辩结束后，由答辩主持人组织答辩教师对学生答辩过程进行合议，给出答辩成绩，并参考初评成绩，给出毕业设计（论文）综合成绩。

② 毕业设计（论文）成绩评定结束后，由答辩委员会和成绩评定小组整理、汇总，广告教研室对成绩进行初审，在规定时间内向学校送报成绩报表及相关材料。

(6) 其他

① 师生应认真如实、紧密配合填写好《毕业设计（论文）任务书》。如发现有缺失现象，不予上报成绩。

② 凡毕业设计（论文）写作和答辩成绩不及格者，可在学籍有效期内根据实践教学计划重新安排。

③ 参加毕业设计（论文）写作的本科学生都要与####职业学院签订《毕业设计（论文）承诺书》。经审核，如果出现论文抄袭、剽窃等舞弊现象，以至于影响毕业的，责任自负。

4. 相关证书：

本专业学生毕业需完成“三证书”（“职业资格证书”、“毕业证”和“思想品德合格证”）制度，“思想品德合格证”是对学生行为道德的评价，“毕业证”是对学生在校期间的综合评价，“职业资格证书”则是试点**相关“1+X证书”**对学生职业能力的评价。通过校企合作，专业的人才培养方案、

课程体系、教学过程已经深深地融入了职业的因素，使学生知识能力的培养与职业能力的培养得到了有机的结合。

5. 毕业实习：

根据《教育部关于职业院校试行工学结合、半工半读的意见》等文件精神和要求，本专业学生必须依照学校规定参加毕业实习。毕业实习的各项成绩及评定合格，方可毕业。

毕业实习成绩由专业教研室根据指导老师（实习单位）或带队老师对学生的评语和实习报告成绩综合评定。在实习过程中违反纪律造成生产事故或重大违法行为，实习成绩按不合格处理。

6. 体质健康标准：

学生体质健康测试是国家要求的一项正常的教育教学工作。按照教育部颁发的《学生体质健康标准》要求，学生在校期间，每学年均需达到《大学生体育合格标准》，成绩记入《〈国家学生体质健康标准〉登记卡》，毕业时需达到《学生体质健康标准》所规定的体测标准，方可毕业。

7. 受留校察看处分期限未滿者，不能毕业。

8. 拖欠学校规定的各项费用者，不得毕业。

9. 本文自公布之日起执行。

10. 本文由教务处负责解释，若有冲突，以学院相关制度为准

八、专业课程设置及教学进程表

2018 级 广告设计与制作专业教学进程表

专业名称：广告设计与制作

培养对象：高中后艺术类

650103

制定日期：2018.7

课程类别	课程性质	序号	课程代码	课程名称	课程类型	学分	计划学时			学时安排（周学时/起止周）						排课部门	授课方式	考核方式
							总学时	理论	实践	第一学年		第二学年		第三学年				
										1	2	3	4	5	6			
通识课程平台（42学分）	公共必修课	1	9999992101	思想道德修养与法律基础	B	3	48	32	16	4/1-12						马克思主义学院		
		2	9999992102	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	B	4	64	48	16		4/1-16					马克思主义学院		
		3	9999991103	形势与政策	A	2.5	40	40	0	4/13-14.5	4/17-18.5	大班合班专题教学				马克思主义学院		
		4	9999991112	大学生心理健康教育	A	1	16	16	0	2/1-4或2/9-12	2/1-4或2/9-12					马克思主义学院		
						1	16	16	0	√	√					马克思主义学院	线上课程	
5	9999992113	大学生就业指导与创新创业课程	A	1	16	16	0	2/5-8或2/13-16	2/5-8或2/13-16					马克思主义学院				

				1	16	16	0	√	√					马克思主义学院	线上课程	
	6	999999 3105	体育	C	6.5	104	0	104	√	√	√			公共课教学部		
	7	999999 2106	实用英语	A	3.5	56			4/1-14					公共课教学部		
	8	999999 2108	计算机文化基础	C	2	32	0	32		2/1-16				信息工程学院		
	9	999999 2111	国防教育与军事训练	C	2	72	8	64	√					保卫处	军训	
任 选 课	1	999999 901	中华文化与历史传承	A	2	32	32	0	√	√	√	√	√	教务处	线上/线下课程	
	2	999999 902	自然、科学与科技	A	2	32	32	0	√	√	√	√	√	教务处	线上/线下课程	
	3	999999 903	社会热点与世界视野	A	2	32	32	0	√	√	√	√	√	教务处	线上/线下课程	
	4	999999 904	自我认知与人生发展	A	2	32	32	0	√	√	√	√	√	教务处	线上/线下课程	
	5	999999 905	经济管理与法律基础	A	2	32	32	0	√	√	√	√	√	教务处	线上/线下课程	
	6	999999 906	文学修养与艺术鉴赏	A	2	32	32	0	√	√	√	√	√	教务处	线上/线下课程	
	7	999999 907	综合素养类课程	A	2	32	32	0	√	√	√	√	√	教务处	线上/线下课程	
专	专	1	650103	视觉构成	B	5	80	18	62	20/4				艺术设计	线下课	过程性

业 课 程 平 台 (9 8 学 分)	业 必 修 课		2303							周						学院	程	考核	
		2	650103 2274	插图设计	B	3. 5	60	24	36	20/3 周							艺术设计 学院	线下课 程	过程性 考核
		3	650103 2204	photoshop	B	5	80	24	56	20/4 周							艺术设计 学院	线下课 程	过程性 考核
		4	650103 2203	艺术设计创意思维	B	3. 5	60	18	42	20/3 周							艺术设计 学院	线下课 程	过程性 考核
		5	650103 2279	illustrator	B	5	80	24	56		20/4 周						艺术设计 学院	线下课 程	过程性 考核
		6	650103 2277	写生实践	B	3. 5	60	18	42		20/3 周						艺术设计 学院	线下课 程	过程性 考核
		7	650103 2218	广告图形创意	B	5	80	24	56		20/4 周						艺术设计 学院	线下课 程	过程性 考核
		8	650103 2280	文字设计与应用(含手绘 pop)	B	3. 5	60	18	42		20/3 周						艺术设计 学院	线下课 程	过程性 考核
		9	650103 2282	CINEMA 4D 数字建模	B	5	80	24	56		20/4 周						艺术设计 学院	线下课 程	过程性 考核
		10	650103 2215	版式编排设计	B	3. 5	60	30	30			20/3 周					艺术设计 学院	线下课 程	过程性 考核
		11	650103 2248	广告摄影与摄像	B	5	80	24	56			20/4 周					艺术设计 学院	线下课 程	过程性 考核
		12	650103 2249	影视后期剪辑	B	5	80	24	56			20/4 周					艺术设计 学院	线下课 程	过程性 考核
		13	650103 2225	*广告策划	B	3. 5	60	30	30			20/3 周							线下课 程

14	650103 0304	*VI 设计	B	5	80	24	56			20/4 周			艺术设计 学院	线下课 程	过程性 考核
15	650103 2302	*包装设计与制作	B	6	100	24	76				20/5 周		艺术设计 学院	线下课 程	过程性 考核
16	650103 2212	影视广告设计	B	6	100	30	70				20/5 周		艺术设计 学院	线下课 程	过程性 考核
17	650103 2305	*平面广告设计	B	6	100	30	70				20/5 周		艺术设计 学院	线下课 程	过程性 考核
18	650103 2221	新媒体广告设计	B	4	60	24	36				20/3 周		艺术设计 学院	线下课 程	过程性 考核
19	650103 2231	书籍设计 (含 indesign)	B	5	80	30	50					20/ 4 周	艺术设计 学院	线下课 程	过程性 考核
20	650103 2213	UI 界面设计	B	5	80	30	50					20/ 4 周	艺术设计 学院	线下课 程	过程性 考核
21	650103 2281	广告设计专业综合实训 (品牌 形象和广告设计)	B	5	80	20	60					20/ 4 周		线下课 程	过程性 考核
3	650103 2344	立体构成	C	2	32	12	20			4/2- 9				二选一	过程性 考核
4	650103 2401	世界现代设计史	A	2	32	32	0			4/2- 9					过程性 考核
5	650103 3303	木雕艺术与技艺 (木雕大师工 作室)	C	2	32	12	20				4/2- 9			二选一	过程性 考核
6	650103 2408	视觉营销	A	2	32	12	20				4/2- 9				过程性 考核
7	650103	广告文案写作	C	2	32	12	20					4/2		二选一	过程性 考核

限
选
课

		2309												-9				考核
	8	650103 2402	演讲与口才	A	2	32	32	0						4/2 -9				过程性 考核
“三位 一体” 课程平 台	1	999999 1404	创新创业教育理论	A	1	16	16	0	√	√	√	√	√			马克思主 义学院	在线课 程	
	2	999999 1451	社会责任教育理论	A	1	16	16	0	√	√	√	√	√			马克思主 义学院	在线课 程	
	3	650103 2401	广告创意设计综合实训(工作 室分项实训)	C	6	96	0	96			4/2-9	4/2- 9	4/2- 9					过程性 考核
	4	999999 3401	毕业设计	C	6									√				
	5	999999 3403	顶岗实习	C	10										√			
总 计					17 6	262 4	10 72	14 96										
毕业总 学分	170	必修课总学分占比			78.00%				理论课教学总学时占比					40%				
		选修课总学分占比			11.00%				实践课教学总学时占比					60%				

