

2020级广告艺术设计专业 职业人培养方案

编制 二〇二〇年七月

修订 二〇二一年七月

(依据新专业目录调整)

目 录

一、专业名称及代码.....	1
二、入学要求.....	1
三、修业年限.....	1
四、职业面向.....	1
五、培养目标与培养规格.....	1
六、课程设置及要求.....	2
七、教学进程总体安排.....	5
八、实施保障.....	5
九、毕业要求.....	6
十、附录.....	6

一、专业名称与代码

专业名称：广告艺术设计

专业代码：550113

二、入学要求

全日制普通高中以及全日制中专、职高、技校生。计划招生 2 个班，共计 80 人。

三、修业年限

学制三年，学历全日制专科（高职）

四、职业面向

所属专业大类（代码）	所属专业类（代码）	对应行业（代码）	专业方向	主要职业类别	主要岗位群或技术领域举例	岗位证书
文化艺术（55）	艺术设计类（550113）	文化艺术业（88）	广告策划与设计	4-08-08-08 广告设计师	广告策划； 广告设计； 品牌形象设计； 包装设计； 电商美工； 插画设计	数字创意建模证书
				4-08-08-09 包装设计师		
				2-09-06-01 视觉传达设计人员		广告设计师（三级）证书
				2-10-02-02 美术编辑		
			多维视觉设计	2-09-06-07 数字媒体艺术专业人员	新媒体交互设计； UI 设计；	
				2-09-06-09 陈列展览设计人员	陈列展示设计； 三维动态视觉设计；	
				2-09-04-03 美工师		

1. 初次岗位：平面设计师、电商美工、初次产品包装设计师、品牌策划助理、新媒体交互设计师、UI 设计师、**展示设计师**、文创产品设计师、视觉媒体设计师；

2. 发展岗位：品牌策划总监、企划经理、设计主管、创意总监、美术教育主管、UI 设计主管、艺术总监、视觉总监、**展示设计总监**。

职业资格证书：数字创意建模证书、广告设计师（三级）证书。

五、培养目标与培养规格

（一）培养目标

本专业培养思想政治坚定，德智体美劳全面发展，适应 xx 区域创意设计产业发展需要，具有优势职业基本素养和良好职业品质，掌握广告策划、新媒体网络电商视觉、手机 APP 交互以及线上线下产品营销展陈基础知识，具备广告策划、平面广告设计、产品包装设计、电商视觉设计、展示设计的基本知识、基本技能和综合能力，能够从事广告视觉设计、产品包装设计、电商视觉设计、展示设计工作的高素质复合式技能型人才。

（二）培养规格

1. 基本素质要求

热爱社会主义祖国，拥护中国共产党领导；遵纪守法，严于律己；认真的学习，热爱劳动，艰苦奋斗，实干创新；具有团队精神和良好人际沟通能力；体魄健全，心理健康。

2. 专业知识要求

- (1) 掌握本专业必需的基础理论知识和专业的行业知识；
- (2) 掌握制版、印刷的知识，掌握一定的专业营销知识；
- (3) 掌握 Photoshop、CorelDraw、Illustrator 等有关的设计软件的知识；
- (4) 具备一定的外语知识，能借助工具查阅外文资料；
- (5) 了解国内外平面设计发展动态，关注本专业新知识、新思维。

3. 岗位技能要求

- (1) 计算机操作技能熟练；
- (2) 具有较强的设计制作能力和设计创意能力；
- (3) 掌握企业标志，字体设计和商品包装的设计规律和技巧；
- (4) 熟练掌握商品推广活动中的海报设计、样册设计、POP设计等与表现能力；
- (5) 具有一定的语言表达能力及与客户沟通能力；
- (6) 具有一定的文案写作能力。

4. 职业能力要求

- (1) 具有良好客户沟通和人际公关能力；
- (2) 具有一定广告策略和分析能力；
- (3) 具有熟练 Photoshop、CorelDraw、Illustrator 等软件的应用能力；
- (4) 具有一定的美术造型能力和专项设计实践能力；
- (5) 具有一定的设计印刷和设计推广的能力。

5. 职业品质要求

公共品质：爱国守法、明礼诚信、团结友善、勤俭自强、敬业奉献。

优势品质：诚实、创新、细心、协作。

六、课程设置及要求

(一) 公民素养课

该类课程主要包括：

毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、思想道德与法治、通用英语、数字技能基础、体育、人文艺术赏析、沟通与应用文写作、职业形象与礼仪、国防教育与军事训练、形势与政策、心理与生命健康教育、职业发展与就业指导等。

总学时为：672 学时，其中实践教学 340 学时。

（二）专业课

依据职业岗位(群)所要求必须具备的知识、技术、技能、素质、证书等设置的专业课程。广告艺术设计专业课分为专业群共享专业基础课、专业方向课、岗位核心课三大类。

广告策划与设计方向总学时为：918 学时，其中实践教学 745 学时。

多维视觉设计方向总学时为：918 学时，其中实践教学 727 学时。

1. 课程类型

（1）专业群共享专业基础课

包括：《造型基础》、《设计美学》、《形式语言》、《设计表达（1）PHOTOSHOP》、《设计色彩》、《手绘表现技法》等课程。

总学时为：250 学时，其中实践教学 195 学时。

（2）专业方向课

广告策划与设计方向包括：《设计表达（2）矢量软件技术》、《设计表达（3）C4D 软件技术》、《图形创意》、《字体设计》、《版式与印刷工艺》、《广告策划与文案写作》等课程。

总学时为：332 学时，其中实践教学 272 学时。

多维视觉设计方向包括：《设计表达（2）矢量软件技术》、《设计表达（3）C4D 软件技术》、《动态视觉设计》、《文字特效设计》、《设计创意与表达》、《编排设计》等课程。

总学时为：316 学时，其中实践教学 242 学时。

（3）岗位核心课

广告策划与设计方向包括：《包装设计实务》、《品牌形象设计实务》、《动态视觉设计应用》、《文化 IP 与文创产品设计实务》、《海报设计与实务应用》等课程。

总学时为：336 学时，其中实践教学 278 学时。

多维视觉设计方向包括：《UI 设计实务》、《电商视觉设计实务》、《短视频制作实务》、《活动视觉设计》、《展示设计》等课程。

总学时为：352 学时，其中实践教学 290 学时。

（三）岗位实习

主要包含岗位认知考察、顶岗实习、综合实习、毕业设计(论文)。

总学时为：800 学时。

其中《设计表达（1）PHOTOSHOP》、《设计表达（2）矢量软件技术》、《设计表达（3）C4D软件技术》、《版式与印刷工艺》、《编排设计》为课证融通课程，《包装设计实务》、《品牌形象设计实务》、《展示设计》、《活动视觉设计实务》为校企合作开发课程。

2. 主要课程内容

(1) 专业方向课

1. 《版式与印刷工艺》

本课程学时为 56 学时，广告策划与设计方向第三学期开设。

教学内容：通过学习使得学生使学生全面、系统了解现代版式的设计原则与表现形式，并掌握规范的纸媒制作技能技巧诸方面的基本实操性要求。引导学生对于产品需求的版式认识和市场的调查研究，启发学生创作有一定文化品位、能够引导市场推广的创新设计版式，根据不同主题要求的项目进行合适的合理化构思与表现，培养学生的版式创新能力和物料印刷工艺的实践动手能力，把握正确的装订方法、使用材料和设计原则。

2. 《广告策划与文案写作》

本课程学时为 80 学时，广告策划与设计方向第四学期开设。

教学内容：通过学习要求从课题出发，结合实际文创产品策划案例，由课题的分析中引出学生必须掌握文创产品品牌策划与推广必要的理论知识，要求学生必须掌握文创产品品牌策划与推广的工作方法、市场调查与分析、目标市场策略、产品定位策略、广告诉求策略、广告表现策略、媒介策略、预算的决策，通过以上的学习，撰写一本文创产品策划文案以及通过电脑进行文创产品的设计制作。

3. 《动态视觉设计》

本课程学时为 64 学时，多维视觉设计方向第四学期开设。

教学内容：通过学习使得学生 AE 软件技术，掌握行业新知识、新技术、新趋势的敏感度和探究学习的意识。掌握利用视频技术让平面的设计动起来活起来，增加设计方案的可看性和设计的趣味性。同时本课程综合的训练了学生对平面设计中图形、文字、色彩、声音等元素综合组织排版的重要手段。为岗位核心课程中的数字动态表现变化打下良好的技术基础。

4. 《图形创意》

本课程学时为 50 学时，广告策划与设计方向以及多维视觉设计方向第二学期开设。

教学内容：通过学习基本图形演变方式掌握现实图案到设计图形的转化，并依托传统物料、互联网视觉、人工智能及大众传媒的创新视觉展现能力，以媒体运营与内容管理、广告策划与设计的综合策划能力运用于电商品牌、网络产品进行图形的开发以及网络图形语言的表达设计能力。

(2) 岗位核心课

1. 《包装设计实务》

本课程学时为 80 学时，广告策划与设计方向第四学期开设。

教学内容：通过本课程学习，要求学生了解商品包装的概念、类别、功能及历史，了解

现代包装的设计特点及包装设计与市场销售、消费心理、材料、生产工艺、人体工学等学科之间的关系。基本掌握包装设计的概念、分类，包装的功能和包装的构成要素。掌握包装设计中各种材料的功能和运用，产品包装立体造型结构设计，包装内部的结构设计，以及从产品营销的视角制定符合产品线上与线下营销的包装外型视觉设计与包装销售组合方式。

2. 《品牌形象设计实务》

本课程学时为 80 学时，广告策划与设计方向第四学期开设。

教学内容：通过本课程学习，结合实际品牌项目的设计需求，要求学生以新商科营销角度出发，掌握如何从产品营销策划的角度上进行产品视觉语言的高度概念提取，设计语言形式提炼，同时符合品牌形象设计的整体设计美学规律，具有较强的时代特征感，同时高度概括品牌形象企业的基本理念和设计定位，在色彩搭配上也能提出标识性、时代性的定位。

3. 《展示设计》

本课程学时为 48 学时，多维视觉设计方向第四学期开设。

教学内容：通过本课程学习，要求学生了解展示设计的特性，包括视觉、信息传达的基本原则和基本元素，掌握展示设计方法、流程与基本技巧。结合广告展示设计产业新趋势、新业态、新模式及典型工作项目流程，实施以真实项目、真实任务为载体的行动导向教学。以技能提升为主线，融合岗课赛证，紧扣广告设计师岗位新趋势和新要求、对接专业比赛要求，融合《1+x 数字创意建模职业技能等级证书》技能点，循序渐进、由浅入深实施课程教学。

4. 《电商视觉设计实务》

本课程学时为 80 学时，多维视觉设计方向第四学期开设。

教学内容：通过本课程学习，以电商网络为平台，利用网络与新媒体选题策划、内容制作、H5 语言、新媒体后期推广，熟练网络页面布局，熟练运用二维三维图形图像及音视频处理软件，熟练掌握网络媒体设计制作软件进行整体布局设计。同时结合产品与定时活动具备为网络广告、电商品牌、媒介、数据信息、各类自媒体出版物进行视觉设计与制作能力，有熟练进行平面设计、新媒体平台内容的策划、营销与管理。

七、教学进程总体安排（详见附录 1）

八、实施保障

（一）师资队伍

专业师资队伍打造为一支由行业影响力的设计名师领衔，“素质优良、结构优化、专兼结合、优势互补”的“双师结构”专兼结合的教师团队。其中专职教师副高以上职称占 42%，双师比例占 70%，具有 10 年以上职业教学经验的教师为 83%。

（二）教学设施

教学设施地区领先水平，近年来先后完成中央财政支持的重点实训基地、XX 省高职高专院

校示范性实训基地、XX 市产学对接工程校企合作校内紧密型实训基地在内的多个示范性实训基地。投资建设经费近 900 多万元，仪器设备总值 425 万元，实现了基地建设与设计产业对接，形成“教室与设计室一体化”、“校园与创业园一体化”的多功能育人环境。

（三）教学资源

以工作任务为载体，以岗位工作流程为要求，与行业企业共同制定课程标准、开放精品课程、编制配套教材。5 年来共同完成了包括 3 门 XX 市级精品课程、1 门院级精品课程、1 本省重点教材、1 本十二五规划教材在内的所有核心课程的建设。

（四）教学方法

通过搭建“卓越设计师”、“领航设计师”、“设计创意达人秀”创新平台与创业平台，依托文创产业，以项目化教学引导学生树立创新、创业意识，树立了以创新性为核心、以个性化为特点的专业人才培养质量观，构建系统化、科学化、规范化的创新创业人才培养体系。

（五）学习评价

注重发挥学生在信息反馈与学习评价中的主体作用，加强了对教学全过程的反馈控制；通过设计辅导员与课业导师的制度，强化对学习效果的管理。

（六）质量管理

实施了院校、行业、企业共同参与的过程化多元评价体系。以专家组成的教学督导组为核心，形成教学质量保障与监控的组织系统；健全了顶岗实习校企共管共育机制，发挥行业企业、社会各方在质量标准制定、教学实训效果评价、毕业生质量评价中的作用，完善了有行业、企业、学校、学生参与的全过程、全方位、全员性、多主体的教学质量监控组织保障体系。

九、毕业要求

学生通过规定年限的学习，修满“职业人”培养方案所规定的学时学分，完成规定的教学活动，成绩合格，准予毕业。

十、附录

1. 附表一 培养计划进程表
2. 附表二 公民素养课实践安排表
3. 附表三 专业课实践环节安排表
4. 附表四 学期周数分配表
5. 附表五 各课程板块理论教学与实践教学安排及比例表

附表一

2020级广告艺术设计专业培养计划进程表

课程类型	序号	课程名称	学分	教学时数			考核	按学期分配周课时数						备注		
				总学时	理论学时	实践学时		一 18周	二 18周	三 18周	四 18周	五 18周	六 18周			
公民素养课	1	思想道德与法治	3	48	48		考查	4[12]								
	2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	4	64	48	16	考试		3[16]							
	3	体育(一)(二)(三)(四)	6.5	108	4	104	考试	2[12]	2[14]	2[14]	2[14]					
	4	国防教育与军事训练	4	148	36	112	考查	2								
	5	形势与政策(一)(二)(三)(四)	1	32	32		考查	2[4]	2[4]	2[4]	2[4]					
	6	通用英语(一)(二)	4	64	64		考试	2[14]	2[18]							
	7	数字技能基础(一)(二)	4	64	16	48	考试	2[14]	2[18]							
	8	职业发展与就业指导	1	16	16		考查			2[8]						
	9	心理与生命健康教育(一)(二)	2	32	26	6	考查	2[8]	2[8]							
	10	沟通与应用文写作	2	32	16	16	考查			2[16]						
	11	人文艺术赏析	2	32	10	22	考查		2[16]							
	12	职业形象与礼仪	2	32	16	16	考查		2[16]							
		合计	35.5	672	332	340		14	15	6	2					
专业课	专业群共享专业基础课	1	造型基础	2	40	6	34	考查	10[4]							
		2	设计美学	2	32	15	17	考查				4[8]				
		3	形式语言	3.5	60	12	48	考查	10[6]							
		4	设计表达(1) PHOTOSHOP	2	40	8	32	考查		10[4]						
		5	数字色彩	1.5	30	6	24	考查		10[3]						
		6	手绘表现技法	2	48	8	40	考查			16[3]					
			小计	13	250	55	195		6	4	3	2				
	广告方向课	专业方向课	1	设计表达(2) 矢量软件技术	2	40	10	30	考试	10[4]						
			2	设计表达(3) C4D软件技术	2.5	50	8	42	考试		10[5]					
			3	图形创意	2.5	50	8	42	考试		10[5]					
			4	字体设计	2.5	48	8	40	考试			16[3]				
			5	版式与印刷工艺	3.5	64	12	52	考试			16[4]				
			6	广告策划与文案写作	4.5	80	14	66	考试				16[5]			
				小计	17.5	332	60	272		4	6	6	5			
		岗位核心课	1	包装设计实务	4.5	80	14	66	考试				16[5]			
			2	品牌形象设计实务	4.5	80	14	66	考试				16[5]			
			3	动态视觉设计应用	2	48	8	40	考试			16[3]				
			4	文化IP与文创产品设计实务	4.5	80	14	66	考试			16[5]				
			5	海报设计与实物应用	2.5	48	8	40	考试				16[3]			
			小计	18	336	58	278		0	0	7	11				
	多维视觉设计方向	专业方向课	1	设计表达(2) 矢量软件技术	2	40	10	30	考试	10[4]						
			2	设计表达(3) C4D软件技术	2.5	50	20	30	考试		10[5]					
			3	图形创意	2.5	50	12	38	考试		10[5]					
			4	文字特效设计	2.5	48	8	40	考试			16[3]				
			5	动态视觉设计	3.5	64	12	52	考试				16[4]			
			6	编排设计	3.5	64	12	52	考试			16[4]				
			小计	16.5	316	74	242		4	6	6	4				
		岗位核心课	1	UI设计实务	4.5	80	14	66	考试				16[5]			
			2	电商视觉设计实务	4.5	80	14	66	考试				16[5]			
			3	短视频制作实务	2.5	48	8	40	考试			16[3]				
4			活动视觉设计	4.5	80	14	66	考试			16[5]					
5			展示设计	3	48	10	38	考试				16[3]				
	小计		19	336	60	276		0	0	7	12					
	合计(广告策划与设计方向)	48.5	918	173	745		10	10	16	18						
	合计(多维视觉设计方向)	48.5	902	189	713		10	10	16	18						
职业拓展课	1	四史教育类	2	32	32											
	2	创新创业类	2	32	32											
	3	职业素养类	2	32	32											
	4	艺术审美类	2	32	32											
	5	自然科技类	2	32	32											
	6	技能竞赛类	2	32	32											
	7	信息技术类(考级考证)	2	32	32											
	8	外语类(考级考证)	2	32	32											
	合计	8	128	128					4	4						
岗位实习	1	岗位认知考察	1	25		25	考查	1周								
	2	顶岗实习	24	600		600	考查					24周				
	3	综合实习、毕业设计(论文)	7	175		175	考查						9周			
		合计	32	800		800		2				25	25			
	总计(广告策划与设计方向)	124	2518	633	1885		26	25	26	24	25	25				
	总计(多维视觉设计方向)	124	2502	649	1853		26	25	26	24	25	25				
职业基本素养课	1	校史教育课程	0.5	8			考查	3		4		1				
	2	红色教育课程	1	20			考查	14		4		2				
	3	生命教育课程	1	14			考查	5		7		2				
	4	主题班会活动	2	40			考查	16		16		8				
	5	校园文化活动	8	128			考查	64		60		4				
	6	社会实践类活动	6	108			考查	54		54		/				
	合计	18.5	318													

备注: 1. 所有课程实施课程思政, 落实立德树人。2. 原则上课程实施理论与实践紧密结合的教学模式。3. 原则上执行18周教学+2周复习考试。

附表二 公民素养课程实践安排表

课程名称	学分	总学时	理论学时	实践学时	实践形式	安排学期	备注
毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	4	64	48	16	参观、考察、调查等	2	
体育(一)(二)(三)(四)	6.5	108	4	104	体育运动、体质健康测试	1, 2, 3, 4	
国防教育与军事训练	4	148	36	112	国防教育、军事训练	1	
数字技能基础(一)(二)	4	64	16	48	机房实训	1, 2	
心理与生命健康教育(一)(二)	2	32	26	6	自救技能比赛	1, 2	
沟通与应用文写作	2	32	16	16	情景模拟、应用文写作练习	2/3	
人文艺术赏析	2	32	10	22	电影、音乐欣赏;微电影、音乐视频录制	2/3	
职业形象与礼仪	2	32	16	16	化妆、形体仪态、礼仪练习	2/3	
合计	26.5	512	172	340			

附表三 专业课实践环节安排表

类别	课程	实践教学项目	学期	周次	学时数	主要内容及要求	地点	方式
专业课程	造型基础	1. 实物写生训练 2. 结构素描训练 3. 线的表现力训练	1	5-8	40	掌握运用素描手法写生与表达实物的基本技巧	课内	分散
	形式语言	1. 运用平面构成法则创意训练 2. 运用立体构成法则创意训练	1	13-18	60	掌握平面构成、立体构成原理, 熟悉构成美法则。并能运用抽成语言进行主题性创作	课内	分散
	设计表达(1) PHOTOSHOP	PHOTOSHOP 软件功能应用训练	2	4-7	40	熟悉PHOTOSHOP 软件工具及使用方法, 掌握常用功能, 能运用软件工具进行设计表达	课内	集中
	设计美学	1. 产品设计美学鉴赏 2. 美学理论应用实践训练	4	1-8	32	熟悉中外产品设计美学知识, 掌握美学基本原理, 能运用经典美学原理开展创意设计	课内外结合	集中
	数字色彩	1. 色彩基本属性认知 2. 色彩应用训练	2	1-3	30	熟悉色彩属性、原理, 能进行色彩提炼与应用。能对色彩做综合分析	课内外结合	分散
	手绘表现技法	1. 产品外观造型手绘表达训练 2. 产品机构手绘表达训练	2	8-11	40	熟悉产品设计常用手绘表现技法, 能运用 2-3 种表现技法进行设计表达	课内	分散
	设计表达(2) 矢量软件技术	Illustrator 软件操作技法、CorelDraw 软件操作技法	1	9-12	40	掌握Illustrator 软件、CorelDraw 软件基本操作, 利用矢量软件绘制图形与插图	课内	集中

设计表达 (3) C4D 软件技术	C4D 软件动态与空间特效的操作技法	2	12-16	50	掌握C4D 制作字体、小型展陈物, 熟练利用常用材质肌理进行特效渲染	课内	集中
图形创意	图形语言的设计、表现	3	1-3	42	掌握图形创意的基本法则与变化规律, 熟悉图形转化的思维逻辑	课内	分散
字体设计	字体造型、标题字体组合	3	4-6	42	掌握并能运用基本字体的手写规律运用基本字体进行字体变化设计	课内	分散
广告策划与文案写作	商业项目广告策划书与 SLOGAN 文案提炼、设计定位的表述	4	1-5	70	掌握商业广告策划流程规律、能够结合目标对象进行设计情绪板设计、头脑风暴以及设计导入与设计项目复盘	课内外结合	分散
版式与印刷工艺	流行版式风格的设计、基本纸媒印刷工艺与材质训练	3	7-10	56	掌握版式的基本规律、形式法则与风格架构、会结合印刷工艺设计制作杂志书刊的基本形态	课内	分散
文化 IP 与文创产品实务	文创产品造型设计、文创产品视觉设计、品牌推广	3	14-18	70	掌握文创项目产品的设计以及文创产品独有的策划推广方式、品牌视觉设计	课内外结合	分散
动态视觉设计应用	平台动态视觉表达与交互形式	3	11-12	42	动态图标、静态平面造型的动态呈现方式, 利用动态形式展现设计思维	课内	分散
包装设计实务	商品包装视觉设计、产品包装定位	4	6-10	70	掌握产品包装平面视觉设计和包装造型形态设计, 并通过产品定位展现产品品牌定位	课内外结合	分散
品牌形象设计实务	品牌形象整体设计及品牌色彩副形整体物料的设计应用	4	11-15	70	掌握标志与 VI 的设计方法过程和规律、企业或产品品牌的设计推广流程与定位, 能通过品牌策划思维运行视觉品牌形象设计	课内外结合	分散
海报设计与实物应用	节日海报、banner、详情页以及店招海报的设计与应用	4	16-18	42	掌握招贴的形式法则以及设计风格, 利用策划思维逻辑对网站、店招海报的视觉设计	课内外结合	分散
设计表达 (2) 矢量软件技术	Illustrator 软件操作技法、CorelDraw 软件操作技法	1	9-12	40	掌握 Illustrator 软件、CorelDraw 软件基本操作, 利用矢量软件绘制图形与插图;	课内	集中
设计表达 (3) C4D 软件技术	C4D 软件动态与空间特效的操作技法	2	12-16	50	掌握C4D 制作字体、小型展陈物, 熟练利用常用材质肌理进行特效渲染	课内	集中
编排基础	不同详情页版面设计手法与风格定位; 国际时尚杂志的版面临摹	3	1-3	42	掌握网页详情页、产品介绍版面设计与制作。旨在培养学生的基本审美能力、平面设计能力、及图形图像、图文排版技术	课内	分散
动态视觉设计	平台动态视觉表达与交互形式	3	4-7	56	动态图标、静态平面造型的动态呈现方式, 利用动态形式展现设计思维	课内	分散
字体特效设计	庆典、节日特殊字体造型、标题字体组合肌理与特效设计	3	8-10	42	掌握并能运用基本字体的笔画规律进行特效肌理效果制作, 并符合节日活动气氛	课内	分散
设计创意与表达	利用选题规划统筹设计资源开展可视化图形设计	4	1-4	56	掌握选题策划, 活动调研分析, 活动策划、组织与执行, 公关应变, 资源统筹并开展针对性图形设计	课内外结合	分散

	UI 设计实务	手机APP 界面设计, APP 页面树形图设计	4	5-10	70	数字用户界面设计方法与技术, 培养网络与新媒体界面设计制作能力	课内外结合	分散
	电商视觉设计实务	网络与新媒体页面定位设计, 网页布局规划与视觉设计	4	11-15	70	网络与新媒体选题策划、内容制作、H5 语言、新媒体后期推广等常见种类新媒体平台内容的策划与设计	课内外结合	分散
	短视频制作实务	商业产品短视频的策划与剪辑制作	3	11-13	42	产品短视频的设计策划以及产品特效视频展示制作	课内外结合	分散
	活动视觉设计	活动类视觉形象运行策划与视觉主形象设计、活动物料设计	3	14-18	70	掌握活动类视觉策划推广运行方式, 利用营销商科思维开展主题形象设计, 并针对性合理选择呈现方式	课内外结合	分散
	展示设计	商业空间展示实训; 社区公共空间展示设计实训; 专业展馆展示设计实训	4	16-18	48	掌握商业空间、社区公共空间、专业展馆常规展示设计方式与技巧。	课内外结合	分散
	小 计				836			
岗位实习	岗位认知考察	专业认知、企业考察	1	学期中	25	专业感知, 市场调查、公司观摩	校外	停课进行
	顶岗实习	专业对口岗位实习	5	1-20	600	对社会项目的案例综合应用	校内	集中
	综合实习、毕业设计(论文)	按要求撰写论文	6	1-15	225	对所学知识的综合应用和就业	校外	停课进行
	岗位认知考察	专业认知、企业考察	1	学期中	25		校外	停课进行
	顶岗实习	专业对口岗位实习	5	1-20	600	进行论文答辩	校内	集中
	小 计				850			
总 课 时		1430						

注: 一周实践教学环节学时数平均为 25 学时。“方式”中的分散是指将实践教学的课时分散到平时的教学中,“集中”是指安排相对集中的课时进行实践教学。

附表四 学期周数分配表

项 目	周 数 分 配						合计
	第一学期	第二学期	第三学期	第四学期	第五学期	第六学期	
课内教学	14	18	18	18	/	/	68
复习考试	2	2	2	2	/	/	8
实习实训	1	/	/	/	18	13	32
毕业设计（论文）答辩	/	/	/	/	/	1	1
国防教育与军事训练	2	/	/	/	/	/	2
毕业教育	/	/	/	/	/	1	1
机动	1	/	/	/	/	/	1
寒（暑）假	5	8	5	8	5	/	31
合 计	25	28	25	28	23	15	144

附表五 各课程板块理论教学与实践教学安排及比例表

1. 广告策划与设计方向

课程性质	学 时			百 分 比 %		
	理 论	实 践	小 计	理 论	实 践	小 计
公民素养课	332	340	672	13.19%	13.50%	26.69%
专业课	173	745	918	6.87%	29.59%	36.46%
职业拓展课	128	/	128	5.08%	/	5.08%
岗位实习课	/	800	800	/	31.77%	31.77%
总 计 学 时	633	1885	2518	25.14%	74.86%	100.00%

2. 多维视觉设计方向

课程性质	学 时			百 分 比 %		
	理 论	实 践	小 计	理 论	实 践	小 计
公民素养课	332	340	672	13.19%	13.50%	26.69%
专业课	191	727	918	7.59%	28.87%	36.46%
职业拓展课	128	/	128	5.08%	/	5.08%
岗位实习课	/	800	800	/	31.77%	31.77%
总 计 学 时	651	1867	2518	25.85%	74.15%	100.00%