



郑州电子信息职业技术学院

Zhengzhou Professional Technical Institute of Electronics & Information

广告艺术设计专业 人才培养方案

专业名称：_____广告艺术设计_____

专业代码：_____550113_____

所属专业群：_____数字媒体艺术设计_____

所属学院：_____艺术学院_____

适用年级：_____2025级_____

专业带头人：_____路娟_____

审核人：_____周霞_____

修订时间：_____2025年8月_____

编制说明

人才培养方案是组织专业教学及进行专业教学质量评估的纲领性文件，是构建专业课程体系、组织课程教学和开展专业建设的基本依据。

本方案以习近平新时代中国特色社会主义思想为根本遵循，深入贯彻党的二十大及二十届三中、四中全会关于文化强国建设的战略部署，全面落实《教育强国建设规划纲要（2024—2035 年）》的最新要求，落实立德树人根本任务，坚持面向市场、服务发展、促进就业的办学方向，健全校企双主题育人机制，融合“艺术思政”，深化“艺术产教”，构建“1+N”校企合作生态圈，推进教师、教材、教法改革，面向实践、强化能力，面向人人、因材施教，规范人才培养全过程，构建德智体美劳全面发展的人才培养体系，着力培养具有“艺术素养、创新精神、人文情怀”的堪当民族复兴重任的高技能人才。

本方案体现专业教学标准规定的各要素和人才培养的主要环节要求，主要由专业名称及代码、入学要求、修业年限、职业面向、培养目标与培养规格、课程设置及要求、教学进程总体安排、师资队伍、教学条件、质量保障和毕业要求、附表组成。

本方案由本专业所在二级学院组织专业带头人、骨干教师和行业企业专家、优秀毕业生代表，通过对市场需求、职业能力和就业岗位等方面的调研、分析和论证，根据职业能力和职业素养养成规律，制订符合高技能人才培养要求、具有“对接产业、产教融合、校企合作”鲜明特征的人才培养方案。

本方案在制(修)订过程中，历经专业建设与教学指导专门委员会论证，校学术委员会评审，提交院长办公会和党委会审定，将在 2025 级广告艺术设计专业实施。

主要编制人：

序号	姓名	单位	职务	职称
1	路娟	郑州电子信息职业技术学院	艺术学院院长	副教授
2	杜洁	郑州电子信息职业技术学院	广告教研室主任	讲师
3	张晨	郑州电子信息职业技术学院	教师	讲师
4	刘彦孜	郑州电子信息职业技术学院	教师	助教
5	王茹	郑州电子信息职业技术学院	教师	助教
6	付笑笑	郑州电子信息职业技术学院	教师	助教
7	杨立	郑州电子信息职业技术学院	毛概教研室主任	讲师

审定人：




序号	姓名	单位	职务	职称
1	周霞	郑州电子信息职业技术学院	艺术学院副院长	副教授
2	冯中强	河南艺术职业学院	副院长	副教授
3	崔树军	郑州电子信息职业技术学院	教务处处长	教授
4	周展	康利达装饰股份有限公司	副总经理	高级工程师
5	李应钦	广州河马游戏科技有限公司	项目技术组长	无
6	高铎云	郑州电子信息职业技术学院	学生	无

广告艺术设计专业

2025 级人才培养方案评审表

评审专家				
序号	姓名	单位	职务/职称	签名
1	周霞	郑州电子信息职业技术学院	副院长/副教授	周霞
2	冯中强	河南艺术职业学院	副院长/副教授	冯中强
3	崔树军	郑州电子信息职业技术学院	教务处处长/教授	崔树军
4	周展	康利达装饰股份有限公司	副总经理	周展
5	李应钦	广州河马游戏科技有限公司	项目技术组长	李应钦
6	高铨云	郑州电子信息职业技术学院	广告艺术设计专业 24 级在校生	高铨云
评审意见				
<p>该人才培养方案清晰明了,合理,课程设置严格遵循国家标准,并且有鲜明的学校特色,方案中的专业核心课程符合相关要求,同时专业基础课程与专业拓展课程的设置紧密。能够接轨行业企业的需要,确保学生所学知识与社会需求保持高度一致。</p> <p>调研充分,调研目的明确,内容翔实,调研结论直接作用于人才培养方案的编制</p>				
<p>评审组长签字: 冯中强</p> <p>2025 年 9 月 24 日</p>				

2025级专业人才培养方案审定表

专业名称	广告艺术设计
专业代码	550113
学术委员会 审核意见	<p>专业人才培养方案中的培养目标和规格清晰,课程体系设置合理,实施保障较为完善,方案科学可行。审核通过。</p> <p>签字:  日期: 2025.9.27</p> <div style="text-align: right;">  </div>
校长办公会 审核意见	<p>专业人才培养方案符合学校办学定位和人才培养目标,审核通过。</p> <p>签字:  日期: 2025.9.27</p> <div style="text-align: right;">  </div>
党委会 审核意见	<p>审议通过同意实施</p> <p>签字:  日期: 2025.9.27</p> <div style="text-align: right;">  </div>

2025级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

普通高中毕业生、中等职业学校毕业生或具备同等学力

三、基本修业年限

三年

四、职业面向

表 1 职业面向一览表

所属专业大类 (代码)	所属专业类 (代码)	对应行业 (代码)	主要职业类别 (代码)	主要岗位(群) 或技术领域	职业类证书
文化艺术大类 (55)	艺术设计类 (5501)	广告业 (725)	专业化设计服务人员 (4-08-08)	广告设计、广告 策划、广告制作、 广告摄影(像) 等	广告设计师证、 界面设计职业 技能等级证书、 文创产品数字 化设计职业技 能等级证书、包 装设计师证、数 字影像处理职 业技能等级证 书初级)等

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。

学生毕业经过 3-5 年的发展，能够独立从事品牌视觉形象系统设计（涵盖标志、VI 手册、包装视觉规划等）、新媒体广告创意与表现策划与执行、数字媒体广告设计与制作（包括短视频广告、社交媒体图文设计等），具备将前沿设计理念与市场需求结合的技术创新能力，熟练运用 AI 辅助设计工具优化创作流程，成为企业在品牌传播、数字营销等领域的技术骨干或项目负责人；通过自学或继续教育（如专升本、专业培训、行业认证等），在广告设计及相关领域（如策划、新媒体运营等）获得持续性的专业发展，适应行业技术变革与市场需求。

（二）培养规格

本专业毕业生在系统学习本专业知识并完成有关实习实训基础上，全面提升素质、知识、能力，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 and 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. 掌握平面设计、广告设计等方面的专业基础理论知识，具有用户与市场调研，信息分类以及市场营销、品牌策划与设计制作能力；

6. 具有图形、色彩、标志、字体创意设计与制作能力；

7. 具有数字摄影、数字摄像及视频编辑能力；

8. 具有图像处理、版面编排设计与制作能力；

9. 具有广告法律法规知识及多媒体、融媒体技术等应用能力；

10. 具有一定的应用科学技术和协同创新的能力；

11. 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；

12. 具有探究学习、终身学习和可持续发展能力，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；

13. 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；

14. 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；

15. 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。

六、课程设置及要求

（一）公共基础课程

公共基础必修课共 20 门，包括：思想道德与法治、毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、形势与政策、习近平新时代中国特色社会主义思想概论、中国共产党历史、国家安全教育、军事理论、军事技能训练、体育 1、体育 2、体育 3、体育 4、大学生心理健康教育、劳动教育、计算机应用及人工智能基础、职业生涯规划、就业与创业指导、创业基础、英语 1、英语 2；公共基础选修课共 16 门，包括：高等数学 2、数学文化、实用英语口语、实用英语写作、应用文写作、中华优秀传统文化、大学语文、普通话、艺术导论、音乐鉴赏、美术鉴赏、影视鉴赏、剪纸、合唱、书法鉴赏、摄影。

（二）专业课程

1. 专业基础课程

专业基础课共 7 门，包括三大构成、综合绘画训练、数字图像编辑与设计、中外广告史、广告学概论、矢量图形设计、字体设计。

2. 专业核心课程

专业核心课共 8 门，包括图形创意、版式设计、影视后期剪辑（Premiere）、现代平面广告设计、新媒体广告创意与表现、品牌设计、品牌策划、会展设计。

表 2 专业核心课程主要教学内容

序号	课程名称	典型工作任务描述	主要教学内容及要求
1	图形创意	①运用图形创意概念进行图形图像处理。 ②根据内容与资料进行表现方式与技法的选择应用。 ③完成标识信息设计。	教学内容： 创意思维原理、图形设计概念、图形表现方法、图形创意方法、标识信息设计。 教学要求： 能完成创意图稿绘制、发掘创意手段，利用载体特性展开设计。
2	版式设计	①运用版式编排原理进行视觉要素分析。 ②根据内容与资料，选择版面设计方法。 ③运用数字排版软件，完成版式设计制作。 ④根据项目与载体的特性完成版式设计制作。	教学内容： 网格编排原理与方法、自由版面设计方法与技巧、综合编排原理与技巧、针对不同项目和载体（如折页、海报、书籍）进行版式设计制作。 教学要求： 能完成创意表现，运用图形和排版软件表达视觉信息。
3	影视后期剪辑（Premiere）	①根据分镜头脚本，完成宣传片、广告片的素材采集、剪辑拼接、音画同步及节奏控制。 ②为影片添加转场效果、视频滤镜（如抠像、调色）、动态字幕及音频特效。 ③根据传播媒介（网络、广播、DVD）需求，输出符合技术标准的视频文件，并确保画质与音频质量。	教学内容： Premiere界面与工作流程、素材导入与管理、时间线剪辑、基础转场与音频处理；高级视频特效（抠像、遮罩、调色）、动态字幕设计、多轨道合成、音频降噪与音画同步；企业项目实训（如宣传片、广告片）、分镜头脚本实现、跨软件协作（Photoshop素材处理）、成片输出与压缩优化。 教学要求： 掌握视频制式、帧速率设置，能独立完成电子相册等简单作品输出；熟练应用滤镜修饰素材，实现镜头运动特效（如缩放、旋转），确保技术参数符合行业标准。
4	现代平面广告设计	①培养学生具备广告设计的基本理论知识和实际操作技能。 ②能够独立完成广告设计与制作。 ③了解图像处理的相关知识，熟练掌握印刷的基本知识，能够独立进行基本的输出和调整。	教学内容： 学习现代平面广告设计的基本原则，以及设计流程；提高对现代平面广告设计的审美鉴赏能力，能够评估不同广告设计的优劣，理解广告设计的艺术价值和市场效果；掌握设计软件如数字图像编辑与设计、矢量图形设计等，灵活运用软件进行图像处理、图形绘制和广告设计。 教学要求： 学生需要掌握现代平面广告设计的基本原则，通过理论与实践相结合，培养学生的创意思维和动手能力，使学生能够独立完成广告设计任务，提高学生对平面广告设计的审美鉴赏能力。

5	新媒体广告创意与表现	<p>①是通过新媒体广告创意与表现训练,挖掘同学们潜在的创造力,并借此激发艺术设计才能。</p> <p>②帮助同学们快捷地选择、学习并获得非凡创意的技能,通过项目实训,让学生掌握一些具体的、实用的创意方法。</p> <p>③从终身教育和人的可持续发展的角度,探寻创意能力与职业能力形成规律。</p>	<p>教学内容:</p> <p>本课程主要通过新媒体广告创意与表现的工作流程来进行设计,在教学过程中,学生无法接触到真实的广告主,就由教师提前设计好虚拟的企业背景,和对广告的创意设计要求以及预算费用,由学生自己搜集素材,教师指导学生进行创作。</p> <p>教学要求:</p> <p>教学中根据新时期广告艺术设计专业发展的新趋势,借鉴现代设计科学的系统研究方法,将创意思维这种不易表述和传授的抽象能力,尽可能地借助文字语言、图形等方式传递给学生,以期通过学习内化为学生的能力。</p>
6	品牌设计	<p>①品牌定位分析:完成行业竞品调研、用户画像构建,提炼品牌核心价值主张。</p> <p>②基础识别系统设计:设计品牌标志(Logo)、标准色、辅助图形及基础应用(名片/信纸)。</p> <p>③VI手册框架搭建:编制VI基础系统规范(标志制图、色彩数值、组合禁忌)。</p>	<p>教学内容:</p> <p>品牌DNA提取方法论、标志设计原理(符号/字体/组合)、色彩心理学应用;AI/PS矢量制图技术、VI手册排版。</p> <p>教学要求:</p> <p>输出完整品牌基础系统,技术文件符合印刷标准。</p>
7	品牌策划	<p>①帮助学生掌握品牌策划的核心逻辑与实操方法,具备从市场调研到视觉落地的全流程策划能力,能够独立完成行业竞品调研、精准构建用户画像并提炼品牌核心价值主张。</p> <p>②通过理论与技术结合的教学,提升学生的品牌战略思维与设计执行能力,确保输出的品牌系统符合商业需求与印刷标准,助力学生树立专业的品牌策划职业认知。</p>	<p>教学内容:</p> <p>品牌战略定位:学品牌DNA提取方法,做行业竞品分析(优势/差异点)、用户画像(需求/场景),提炼品牌核心价值主张与差异化定位。</p> <p>品牌策略规划:讲解品牌故事构建、核心信息梳理,设计目标人群触达策略(如市场切入点、用户转化路径)。</p> <p>品牌传播策划:学习品牌传播渠道选择(线上/线下)、传播内容规划,制定阶段性传播方案与效果评估维度。</p> <p>教学要求:</p> <p>以“理+案例拆解+方案实操”教学,学生需熟练掌握调研与策略制定方法;最终输出完整品牌策划方案(含定位、策略、传播规划),符合商业品牌需求;通过方案答辩优化思路,培养市场洞察与战略思维,确保方案具备落地性。</p>
8	会展设计	<p>①基于比赛命题或文化主题,完成品牌视觉系统开发,涵盖标志、VI手册、包装及宣传物料,输出标准化设计文件。</p> <p>②设计系列化广告作品,确保主题统一且适配多平台传播,同步制作个人作品集。</p> <p>③策划主题展馆或商业终端空间,整合动线规划、灯光道具及动态视觉元素,输出方案册、实物模型。</p>	<p>教学内容:</p> <p>品牌分析、用户画像构建、文化元素转化;标志标准化制图、VI手册、包装实物制作;动态标志(AE)、虚拟展台设计;动态视觉系统设计、品牌空间应用(门店/展会)、AIGC辅助创意生成、品牌传播全案策划;作品电子归档(JPEG+源文件)。</p> <p>教学要求:</p> <p>提交选题,需定位精准、内容健康,严禁抄袭;技术文件符合印刷标准及行业规范。</p>

3. 专业拓展课

专业拓展课共 6 门（选修），包括摄影摄像基础与信息可视化（二选一）、三维图形设计、标志设计、新媒体营销、包装设计（四选三）。

（三）实践性教学环节

实践性教学贯穿于广告艺术设计人才培养全过程。以实习实训、毕业设计、社会实践活动为核心形式，同步强化公共基础课程和与专业课程的实践性教学环节。

实习实训既是实践性教学，也是专业课教学的重要内容，注重理论与实践一体化教学。广告艺术设计专业实训实习主要包括：广告策划与文案实训、数字插画设计技能训练、视觉创意训练、岗位实习等。学校根据技能人才培养规律，结合企业生产周期，优化学期安排，灵活开展实践性教学。严格执行《职业学校学生实习管理规定》和相关专业岗位实习标准要求。

七、教学进程总体安排

广告艺术设计专业教学进程是对本专业技术技能人才培养、教育教学实施进程的总体安排，是专业人才培养方案实施的具体体现。本专业总学时为 2754 学时，其中，公共基础课总学时为 888 学时，占总学时的 32.24%。实践性教学学时为 1620 学时，占总学时的 58.82%。公共基础选修和专业选修课共计为 384 学时，占总学时的 13.94%。本专业开设课程类别、课程性质、课程名称、课程编码、学时学分、学期课程安排、考核方式及学时比列见附表 1-4。

八、师资队伍

（一）队伍结构

本专业按照“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。

本专业专任教师共有 8 名，其中有高级职称 2 名，讲师 3 名，助教 3 名，教师队伍中研究生 6 名，具备双师素质的教师 5 名。学生数与本专业专任教师数比例为 21:1，“双师型”教师占专任教师教师数比例为 60%以上，专任教师队伍职称结构合理，年龄老中青相结合，比例合理，形成合理的梯队结构。除专任教师外，选聘的兼职教师多数来自企业一线，为学生的平时实习和岗位实习进行指导；聘用部分企业兼职教师到学校代课，把企业的实际经验传授给学生。专兼结

合的教学队伍，非常有利于学生综合素质的提高。

（二）专业带头人

专业学科带头人持有高校教师资格证、具备副高职称，能承担两门以上专业核心课程教学，并凭借较高学术水平为所在专业教学质量提供保障。能够较好地把握国内外广告艺术设计行业、专业发展，能广泛联系行业企业，了解行业企业对本专业人才的需求实际，主持专业建设、开展教育教学改革、教科研工作，在本专业改革发展中起引领作用。

（三）专任教师

具有高校教师资格，具有广告艺术设计、新媒体艺术设计等相关专业本科及以上学历；有一定年限的相应工作经历或者实践经验，达到相应的技术技能水平；有扎实的专业理论和实践能力；能落实课程思政要求，挖掘专业课程中的思政教育元素和资源；专业教师每5年累计不少于6个月的企业实践经历。

（四）兼职教师

兼职教师主要从本专业相关的行业企业中聘任。具备良好的思想政治素质、高尚的职业道德以及严谨的工匠精神，为教学工作奠定坚实的思想与职业基础。拥有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，能够将行业前沿动态与实践案例融入教学过程。

九、教学条件

（一）教学设施

1. 专业教室

配备黑（白）板、投影设备、多功能电子屏（触碰一体）、多媒体计算机、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

实训场全面符合教育部在面积、设备设施、安全、环境及管理等方面的相关标准、规定与办法。在场景构建上，环境及设备设施能对接真实职业或工作情境，提升学生对实际工作的适应能力。人员与制度保障层面，配备合理数量的实训指导教师，同时建立健全实训管理及实施的各项规章制度，为品牌设计、包装设计、现代平面广告设计、摄影摄像、影视后期剪辑等各类实训活动的顺利开展提供坚

实支撑。

（1）画室

画室主要配备画架、画板等作图工具，能满足综合绘画训练课程，主要培养学生的基础构造、手绘、审美能力。

（2）摄影摄像实训室

配备数码摄像/摄影机、计算机教师主控设备、服务器、投影设备、白板、工作站、计算机、多媒体教学系统、视频与影视创作相关软件等设备设施，能满足摄影摄像基础、现代平面广告设计，用于视频广告设计与制作等实训教学，主要培养学生商业摄影能力、产品拍摄能力。

（3）数字设计与输出实训室

配备教师主控设备、服务器、投影设备、白板、工作站、计算机、多媒体教学系统、打印机、相关计算机辅助设计软件等设备设施，用于品牌设计、数字图像编辑与设计、图形创意等实训教学。主要培养学生进行广告策划与传播、展示的能力。

（4）通用实训室

配备台式计算机、服务器(安装多系统环境)、网络设备(交换机、路由器防火墙等)、虚拟化平台等硬件；图形图像处理等软件，用于 AI 短视频制作与应用、图形图像处理等教学与实训。

（5）视频与影视创作实训室（校外）

配备数码摄像/摄影机、计算机教师主控设备、服务器、投影设备、白板、工作站、计算机、多媒体教学系统、视频与影视创作相关软件等设备设施，用于影视后期制作等相关广告制作实训教学。

3. 实习场所

符合《职业学校学生实习管理规定》、《职业学校校企合作促进办法》等对实习单位的有关要求，经实地考察后，确定合法经营、管理规范，实习条件完备且符合产业发展实际、符合安全生产法律法规要求，与学校建立稳定合作关系的单位成为实习基地，并签署学校、学生、实习单位三方协议。

（二）教学资源

1. 教材选用

学校制定《郑州电子信息职业技术学院教材管理办法》，明确公共基础课、专业课程等各类课程教材的选用规则与程序，落实教材“凡选必审”的工作原则。实行校、二级教学单位、教研室三级教材选用审核把关制度，按照国家高职高专教材选用规范，优先选用国家规划教材和国家优秀教材，坚决将内容滞后、质量不达标或不符合职业教育定位的教材排除在课堂之外。选用程序为：教研室初选，二级教学单位党政联席会议审查，学校教材工作领导小组审定。本专业课程教材体现行业新技术、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，有效保障了教材质量。

2. 图书文献配备

图书文献配备以“便捷化、实用化、精准化”为原则，在满足本专业师生教学、科研及自学需求，也紧密结合行业技术发展。一方面，图书馆优化了纸质文献馆藏结构，配备了专业相关课程教材配套参考书、行业技术标准手册、职业资格认证辅导资料等，同时还根据学生就业方向，补充了各领域的专业文献。订阅《设计艺术》、《艺术学研究》等多种专业核心期刊。另一方面，图书馆有完善的电子文献资源服务，确保师生能够方便地查询、借阅与使用。此外，在图书馆还设立“学习专区”，配备自习桌椅、电子阅览设备及文献检索指引手册，方便师生高效利用资源。

3. 数字教学资源配置

本专业建有专业教学资源库，涵盖人才培养方案、课程授课计划、教学设计电子教案、教学课件、典型项目案例、实训任务书与指导书、行业规范、政策法规、音视频素材、习题与试题库、职业资格认证题库、专业图片资源等。通过引入虚拟仿真软件（如 Unity 3D、UE4 等），将教案、案例、规范等静态资源转化为可交互的实训项目。同时，结合企业反馈与市场需求，建立动态更新机制，确保专业数字教学资源与行业技术应用同步。

十、质量保障和毕业要求

（一）质量保障

1. 夯实校企共建人才培养质量保障机制

根据学校《课程学习中“立德”评价考核办法》、《课程学习过程性考核管理规定》、《学生学业成绩管理规定》，等质量管控文件，定期更新学院相应质

量管控实施细则，明确“以立德评价为核心，结果评价与过程评价为主体，增值评价为补充”的综合评价标准体系。其中立德评价贯穿于学生专业学习整个过程，结果评价侧重于衡量学生符合人才培养标准情况，过程评价覆盖课程标准、实践教学、实习实训、毕业设计等环节，增值评价关注学生能力提升幅度。

依托学院现有合作企业（康利达装饰股份有限公司、广州河马游戏科技有限公司、河南东影数字科技有限公司等），共同完善专业资源库建设，定期组织行业、企业相关人员，参与人才培养过程性成果（如课程结课作业、调研报告、实践项目等）评价，定期公开质量保障相关信息（如实践教学开展、专业赛事备赛、毕业生就业质量等），实时跟进各级部门及相关企业、社会人士的监督与反馈，确保各项评价客观合理、质量改进及时高效。

2. 巩固实践导向教学管理机制

依据学校《教学常规管理暂行规定》《教师教学质量考评办法》《教学检查工作实施办法》等教学管理制度文件，制定专业教学管理细则，强化日常教学组织运行效能，每周开展1次巡课，重点检查实训课课程组织、教师指导到位情况，每月组织1次听课，覆盖专业核心课程，定期组织公开课、示范课等教研活动，强化教学组织功能，确保教学内容与教学方法贴合实际需求。

结合设计类专业特色与学校实际情况，构建适配专业能力培养的教学管理体系，在采用教学演示法、案例分析法、分组讨论法、实践练习法及项目式学习法等教法的同时，依据学校《课程考核管理规定》及学院《专业课程考核方案编制指导意见》开展课程考评，其中考试课程过程性考核占总成绩比例为60%，考查课程过程性考核占总成绩比例70%。毕业设计以“设计和应用”为创作导向，结合时事热点及竞赛要求，引导学生解决社会实际需求。

3. 深化教研与产业融合更新机制

根据学校教学管理制度要求，原则上每周组织教研室开展组内会议，深入探讨 Deepseek 场景应用与艺术设计创新、专业转型升级与行业产业适配等诸多现实问题，逐步形成体制机制；遴选专业教师定期赴企业挂职锻炼，深入了解行业发展动态与企业岗位实际需求，及时优化课程设置、更新教学内容；建立线上线下相结合的集中备课制度，不定期邀请企业人员共同参与教学方案研讨，确保教学内容贴合企业实际操作需求，并且在每学期末召开教学质量分析会，结合学生

评教、企业评价、督导反馈等数据，形成质量分析报告，明确改进方向。

4. 健全学生与社会反馈评价机制

建立“毕业生跟踪档案”，对近3届毕业生进行每年1次的跟踪调查，调查内容包括：就业单位类型、岗位匹配度、技术技能应用情况、职业道德表现；通过企业走访、线上问卷、电话访谈等方式，收集企业对毕业生的满意度评分，分析人才培养与企业需求的差距。同时，每隔两年开展1次社会评价调查，邀请行业企业和兄弟院校专家重点评估专业课程设置与行业技术发展的适配性、毕业生在行业内的竞争力，并根据评价结果调整人才培养方案。

（二）毕业要求

本专业学生通过规定年限的学习，修满培养方案中规定课程 2754 学时 158 学分，其中公共课程 888 学时 51 学分，专业课程 1866 学时 107 学分，完成专业人才培养方案所规定的教学活动，达到培养目标以及培养规格的基本要求，成绩合格且综合考核合格，方可（准予）毕业。

1. 毕业要求与课程对应关系（表 3 毕业要求与课程对应关系）

表3 毕业要求与课程对应关系

序号	毕业要求	对应的培养目标和规格	对应课程或环节
1	政治素养	<p>①坚定拥护中国共产党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。</p> <p>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。</p> <p>③具有质量意识、环保意识、安全意识、数字素养、工匠精神、创新思维。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>⑥具有一定的审美和人文素养，能够形成 1~2 项艺术特长或爱好。</p>	思想道德与法治、毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、习近平新时代中国特色社会主义思想概论、形势与政策、大学生心理健康教育、劳动教育、中华优秀传统文化
2	专业能力	<p>①新媒体广告创意与表现设计能力，能独立完成平面、数字广告设计，结合“人五官”感知提升受众接受度，满足课程实践要求。</p> <p>②策划落地能力，掌握广告策划全流程，能分析受众需求并协调执行。</p> <p>③行业适配能力，熟悉行业规范与趋势，设计适配多场景的广告作品，具备问题解决能力。</p>	品牌设计、包装设计、字体设计、三大构成、图形创意、信息可视化、新媒体广告创意与表现、摄影摄像

3	方法能力	<p>①能自主追踪广告设计新技术与趋势，通过课程资源、行业案例补充知识以迭代设计能力；面对设计难点拆解问题并高效解决。</p> <p>②除熟练用PS、AI外、色彩搭配等辅助工具提升设计效率与质感。</p> <p>③广告设计专业学生能从市场数据、受众调研中提炼信息，结合行业规范推导广告策略支撑创意。</p> <p>④在项目上可与客户、制作团队高效沟通，协调环节衔接保障推进。</p> <p>⑤能尝试将动态广告制作、数据分析等数字技术融入设计，借工具创新提升传播效果与竞争力。</p>	数字图像编辑与设计、矢量图形设计
4	社会能力	<p>①具有良好的沟通表达能力，能清晰传递设计理念与项目需求。</p> <p>②具备团队协作能力，能在跨专业团队中承担角色并协同完成任务。</p> <p>③遵守广告行业职业道德与规范，具有知识产权保护意识。</p> <p>④具有服务意识，能结合用户需求与社会需求开展创作。</p> <p>⑤具备一定的跨文化交流能力，能理解不同文化背景下的设计需求。</p>	大学生心理健康教育、普通话、实用英语口语、实用英语写作、广告创意与表现、毕业设计、岗位实习
5	可持续发展能力	<p>①具有终身学习意识，能根据行业发展持续更新知识与技能。</p> <p>②关注广告行业与社会、环境的协同发展，能将绿色设计、包容性设计等理念融入创作。</p> <p>③具备适应职业变化的能力，能在广告相关领域（如新媒体运营、影视后期等）灵活转型。</p> <p>④了解行业政策与法规，能在合规框架下实现职业长期发展。</p>	中外广告史、英语、岗位实习、毕业设计
6	创新创业能力	<p>①具有创新思维，能在作品创作中提出新颖的设计理念与表现形式。</p> <p>掌握创新创业基础知识，能识别广告领域的创业机会。</p> <p>③具备项目孵化能力，能完成从创意构思到原型制作、市场验证的创业流程。</p> <p>④具有风险意识与资源整合能力，能借助政策、平台等资源推动创新项目落地。</p>	就业与创业指导、职业生涯规划、创业基础

2. 毕业证书要求

根据专业人才培养方案确定的目标和培养规格，完成规定的实习实训，全部课程考核合格或修满学分，准予毕业。鼓励学生根据自身情况，考取下列职业技能等级证书一种或几种：

广告设计师证、界面设计职业技能等级证书、文创产品数字化设计职业技能等级证书、包装设计师证、数字影像处理职业技能等级证书(初级)等。

附表：1. 各教学环节教学周数安排表

2. 教学进程安排表

3. 公共艺术课程安排表

4. 课程结构及学时、学分分配表

附表1 各教学环节教学周数安排表

学年	学期	课堂教学	军事技能训练	劳动教育	实习与实训	岗位实习	毕业设计	考试	机动	合计
1	一	16	3	0	0	0	0	1	1	21
	二	16	0	0	1	0	0	1	1	19
2	三	16	0	1	2	0	0	1	1	21
	四	16	0	0	2	0	0	1	0	19
3	五	8	0	0	0	12	0	1	0	21
	六	0	0	0	0	13	6	0	0	19
合计		72	3	1	5	25	6	5	3	120

附表2 教学进程安排表

课程类型	课程名称	课程代码	课程性质	建议学时	理论学时	实践学时	学分	第一学期	第二学期	第三学期	第四学期	第五学期	第六学期	考核方式	备注
公共基础课程	思想道德与法治	ZD000210	必修	48	32	16	3	3*16						考试	
	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	ZD000220	必修	32	26	6	2		2*16					考试	
	形势与政策	ZD000230	必修	32	32	0	2	2*4	2*4	2*4	2*4			考查	
	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	ZD000240	必修	48	48	0	3				3*16			考试	
	中国共产党历史	ZD000250	必修	16	16	0	1			2*8				考查	
	国家安全教育	ZD000270	必修	16	16	0	1	2*8						考查	线上+线下
	军事理论	ZD000260	必修	36	36	0	2	3*12						考查	
	军事技能训练	ZD000034	必修	112	0	112	3	3W						考查	包含新生入校教育
	体育 1	ZD000322	必修	32	2	30	2	2*16						考试	
	体育 2	ZD000333	必修	32	2	30	2		2*16					考试	
	体育 3	ZD000344	必修	32	2	30	2			2*16				考试	
	体育 4	ZD000355	必修	32	2	30	2				2*16			考试	
	大学生心理健康教育	ZD000512	必修	32	24	8	2		2*16					考查	
	劳动教育	ZD000032	必修	30	8	22	2			1W				考查	
	计算机应用及人工智能基础	ZD000143	必修	32	0	32	2	2*16						考查	

课程类型	课程名称	课程代码	课程性质	建议学时	理论学时	实践学时	学分	第一学期	第二学期	第三学期	第四学期	第五学期	第六学期	考核方式	备注
	职业生涯规划	ZD000131	必修	18	16	2	1	2*8						考查	实践教学, 不占正常课时
	就业与创业指导	ZD000132	必修	20	16	4	1				2*8			考查	实践教学, 不占正常课时
	创业基础	ZD000121	必修	32	16	16	2				2*8			考查	实践教学, 不占正常课时
	英语 1	ZD000111	必修	64	64	0	4	4*16						考试	2*16 线上 2*16 线下
	英语 2	ZD000112	必修	64	64	0	4		4*16					考试	限选
	小计			760	422	338	43	16.5	10.5	3.5	7.5				
	高等数学 2	2D000102	选修	64	64	0	4		4*16					考试	线下课
	数学文化	ZD000103	选修	32	16	16	2			2*16				考查	
	实用英语口语	ZD000113	选修	32	0	32	2		2*16					考查	
	实用英语写作	ZD000114	选修	32	16	16	2			2*16				考查	
	应用文写作	ZD000123	选修	32	16	16	2				2*16			考查	
	中华优秀传统文化	ZD000124	选修	32	32	0	2				2*16			考查	

课程类型	课程名称	课程代码	课程性质	建议学时	理论学时	实践学时	学分	第一学期	第二学期	第三学期	第四学期	第五学期	第六学期	考核方式	备注
	大学语文	ZD000125	选修	32	32	0	2			2*16				考查	
	普通话	ZD000122	选修	16	8	8	1	2*8						考查	
	公共艺术课	—	选修	32	24	8	2	2*8	2*8					考查	
	公共基础选修课至少选修 8 学分, 128 学时。(其中公共艺术课选修 2 学分, 其余课程选修 6 学分)														
	合计			888	550	338	51	16.5	10.5	3.5	7.5				
专业基础课程	广告学概论	ZD060651	必修	16	16	0	1	1*16						考试	
	综合绘画训练	ZD060601	必修	64	32	32	4	4*16						考试	
	三大构成	ZD060603	必修	64	32	32	4	4*16						考查	
	中外广告史	ZD060652	必修	16	16	0	1	1*16						考试	
	矢量图形设计	ZD060634	必修	64	32	32	4		4*16					考查	
	数字图像编辑与设计	ZD060643	必修	64	32	32	4		4*16					考查	
	字体设计	ZD060606	必修	64	32	32	4		4*16					考试	
	小计			352	192	160	22	10	12						
专业核心课程	图形创意	ZD060639	必修	64	32	32	4		4*16					考试	
	版式设计	ZD060638	必修	64	32	32	4			4*16				考查	
	影视后期剪辑(Premiere)	ZD060610	必修	64	32	32	4			4*16				考查	
	现代平面广告设计	ZD060650	必修	64	32	32	4			4*16				考试	
	新媒体广告创意与表现	ZD060646	必修	64	32	32	4			4*16				考试	

课程类型	课程名称	课程代码	课程性质	建议学时	理论学时	实践学时	学分	第一学期	第二学期	第三学期	第四学期	第五学期	第六学期	考核方式	备注
	品牌设计	ZD060615	必修	64	32	32	4				4*16			考查	
	品牌策划	ZD060653	必修	72	36	36	4					9*8		考查	
	会展设计	ZD060649	必修	72	36	36	4					9*8		考查	
	小计			528	264	264	32		4	16	4	18			
专业技能课程	数字插画设计技能训练	ZD060609	必修	30	0	30	2		1W					考查	
	广告策划与文案实训	ZD060656	必修	40	0	40	2			2W				考查	
	视觉创意训练	ZD060619	必修	40	0	40	2				2W			考查	
	岗位实习	ZD000023	必修	500	0	500	25					12W	13W		
	毕业设计	ZD000024	必修	120	0	120	6						6W		
	小计			730	0	730	37		1W	2W	2W	12W	19W		
专业拓展课程	摄影摄像基础	ZD060611	选修	64	32	32	4			4*16				考试	
	信息可视化设计	ZD060655	选修	64	32	32	4			4*16				考试	
	三维图形设计	ZD060631	选修	64	32	32	4			4*16				考试	
	标志设计	ZD060614	选修	64	32	32	4				4*16			考试	
	新媒体营销	ZD060654	选修	64	32	32	4				4*16			考试	
	包装设计	ZD060616	选修	64	32	32	4				4*16			考查	
	小计			256	128	128	16			4	12				

备注：“课程性质”分为必修、选修，“考核方式”分为考试、考查

附表3 公共艺术课程安排表

序号	课程名称	课程代码	建议学时	理论学时	实践学时	学分	考核
1	艺术导论	ZD0000418	16	12	4	1	考查
2	音乐鉴赏	ZD0000419	16	12	4	1	考查
3	美术鉴赏	ZD0000420	16	12	4	1	考查
4	影视鉴赏	ZD0000421	16	12	4	1	考查
5	剪纸	ZD0000422	16	12	4	1	考查
6	合唱	ZD0000423	16	12	4	1	考查
7	书法鉴赏	ZD0000424	16	12	4	1	考查
8	摄影	ZD0000425	16	12	4	1	考查

备注：每个学生在校期间，至少要在公共艺术课程中任选 2 门并且取得 2 学分

附表4 课程结构及学时、学分分配表

课程结构			学时	学时比例	学分	学分比例
课程类别		课程性质				
必修课程	公共基础课程		760	27.59%	43	27.22%
	专业基础课程		352	12.78%	22	13.92%
	专业核心课程		528	19.17%	32	20.25%
	专业技能课程		730	26.51%	37	23.42%
选修课程	公共基础选修课程		128	4.65%	8	5.06%
	专业拓展课程		256	9.30%	16	10.13%
总学时			2754	总学分	158	
理论学时	1134	理论:实践	1：1.43			
实践学时	1620					