

广告艺术设计专业（广告与策划方向） 人才培养方案

二级学院：视觉传播设计学院

专业名称：广告艺术设计专业

专业代码：550113

适用年级：2022 级

执 笔 人：崔伟鹏

参 与 者：张婉婷 董效康

二〇二二年七月

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.....	2
（一）培养目标.....	2
（二）培养规格.....	2
六、课程设置及要求.....	4
（一）职业能力分析.....	4
（二）课程设置.....	6
（三）课程描述.....	6
七、教学进程总体安排.....	36
（一）教学进度表.....	36
（二）学时与学分分配表.....	39
八、实施保障.....	39
（一）师资队伍.....	39
（二）教学设施.....	41
（三）教学资源.....	43
（四）教学方法.....	44
（五）学习评价.....	45
（六）质量管理.....	46
九、毕业要求.....	46
十、附录.....	46
附件 1：教学流程安排表.....	47
附件 2：人才培养方案变更审批表.....	48
附件 3：人才培养方案评审表.....	49

广告艺术设计专业（广告与策划方向） 2022 级人才培养方案

一、专业名称及代码

专业名称：广告艺术设计专业（广告与策划方向）（550113）

二、入学要求

高中阶段教育毕业生、中等职业学校毕业或具备同等学力。

三、修业年限

基本学制 3 年，扩招人群可根据学生学习需求灵活、合理、弹性安排学习时间。

四、职业面向

通过对专业人才市场需求分析，确定本专业毕业生对应的行业、主要就业岗位（群）以及对应的岗位描述如下。

表 4-1 本专业职业面向

所属专业大类 (代码)	所属专业类 (代码)	对应行业 (代码)	主要职业类别 (代码)	主要岗位类别(或 技术领域) 举例	职业资格(职业技 能等级) 证书举例
文化艺术大类 (55)	艺术设计类 (5501)	互联网广告服务 (L7251) 其他广告服务 (L7259)	文字编辑 (2-10-02-01) 广告设计师 (4-08-08-08)	广告文案 广告策划 广告设计师	融媒体中心制作 职业技能等级证书 (中级)/北京乐享 云创科技有限公司

表 4-2 职业发展路径表

岗位类型	预计年限	岗位名称
目标岗位	2 年	广告文案 广告策划 广告设计师
发展岗位	5 年	创意总监 策略总监 设计总监
迁移岗位	2 年	客户执行 媒介策划

五、培养目标与培养规格

（一）培养目标

本专业培养理想信念坚定，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、职业道德和创新意识，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；掌握市场调研、广告策略、文案写作、广告创意、广告设计、媒介策划、品牌策划、快消品推广策划、房地产广告、影视广告等专业知识，具备调研报告撰写、文案写作、广告策划、广告创意、广告设计、推广方案撰写等技能，面向广告艺术设计及相关广告服务行业的广告文案、广告策划、广告设计师等职业群，能够从事广告文案写作、公关活动策划、品牌推广策划方案撰写、广告创意设计等工作的高素质复合型技术技能人才。

（二）培养规格

本专业毕业生应在素质、知识和能力等方面应达到以下要求：

1. 素质

【思想政治素质】

（1）坚定拥护中国共产党领导和我国社会主义制度，树立共产主义远大理想和中国特色社会主义共同理想，坚定中国特色社会主义道路自信、理论自信、制度自信、文化自信，自觉践行社会主义核心价值观，崇尚宪

法、遵法守纪，具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感；立志肩负起民族复兴的时代重任，立志听党话、跟党走，立志扎根人民、奉献国家；

【身心素质】

(2) 具有健康的体魄、心理和健全的人格，养成良好的健身与卫生习惯以及良好的行为习惯，具备适应广告行业高强度、艰苦环境工作的吃苦耐劳精神；

(3) 具有正确的人生观、世界观、价值观、就业观、择业观和艺术观；

【文化素质】

(4) 具有较高的广告艺术设计专业审美和人文素养、致用致美，能够积极弘扬中华美育精神，能够形成 1-2 项艺术特长或者爱好；

【职业素养】

(5) 具有勇于奋斗、乐观向上，自觉实践广告行业职业精神和职业规范的自我管理能力和职业生涯规划的意识；

(6) 具有善于思考、敏于发现、敢为人先的创新精神和创业意识；以及挑战自我、承受挫折、坚持不懈、勇担责任的意志品质；

(7) 具备广告从业者法律底线思维和职业素养，有较强的集体意识和团队合作精神。

2. 知识

【基础知识】

(1) 了解习近平全面依法治国的新理念新思想新战略、社会主义核心价值观、基本法律知识、科学文化基础知识和中华优秀传统文化等知识；

(2) 了解开展创业活动所需要的基本知识；

【专业知识】

(3) 熟悉中华人民共和国广告法、广告管理条例等专业相关广告法律常识；

(4) 掌握广告专业基本术语、营销常用词汇、品牌策划基本知识、公关活动策划基本术语；

(5) 掌握计算机应用基础知识及辅助设计、图形图像类软件制图原理知识；

- (6) 掌握广告文案、广告策略、广告媒体等广告专业课程原理与知识；
- (7) 掌握市场调研、市场营销、广告创意、媒介策划、策划方案撰写等广告、营销与品牌推广知识。

3. 能力

【通用能力】

(1) 具备学习、领会、综合运用马克思主义立场、观点、方法分析问题和解决问题的能力；

(2) 具备运用母语结合礼仪常识，恰当地进行阅读、表达与人际沟通、社会交往能力；

(3) 具备运用计算机网络进行信息收集、整理与创新能力；

(4) 具备与人相处合作，团结协作能力；

【专业能力】

(5) 具备广告文案写作、新媒体软文写作、企业新闻稿撰写能力；

(6) 具备广告简报解读、策略分析、策划方案撰写与提案展示能力；

(7) 具备公关活动策划、品牌策划、快消品推广、房地产广告策划方案撰写与提案能力；

(8) 具备广告创意设计、影视广告脚本撰写与创意表现能力，熟练使用图形图像制作软件、影视剪辑软件进行广告创意表现。

六、课程设置及要求

(一) 职业能力分析

本专业隶属视觉传播设计专业群，依据岗位职业能力分析，构建“基础课程共享、核心课程互渗、拓展课程互选”价值导向的进阶式专业课程体系；遵循职业技能形成规律和学生认知规律，依序奠定专业基础、夯实岗位专业技能、拓展职业发展能力，落实岗位职业能力培养目标；将社会主义核心价值观作为价值导向，构建思想政治教育与技术技能培养深度融合的价值体系课程，结合广告艺术设计专业人才培养特点，将工匠精神、劳动精神、传统艺术文化等习近平新时代中国特色社会主义思想 and 社会主义核心价值观教育融入人才培养全过程。

表 6-1 典型工作任务与职业能力分析表

目标岗位 名称	典型工作任务分析	职业能力	对应课程
广告文案	1.1 广告文案撰写	1.1.1 广告简报解读与卖点提炼能力； 1.1.2 将产品卖点转化成广告文案进行书面文字表达的能力。	广告学概论 广告文案写作*
	1.2 新媒体文案撰写	1.2.1 企业新媒体平台运营情况认知； 1.2.2 企业微信公众号、微博、抖音、小红书、短视频软文写作。	广告媒体策划 新媒体文案写作*
	1.3 企业新闻稿撰写	1.3.1 为企业客户策划专题新闻； 1.3.2 撰写专题新闻稿、活动报道稿件。	企业新闻专题策划
	1.4 广告脚本撰写	1.4.1 广告简报解读与卖点提炼能力； 1.4.2 广告脚本构思与撰写。	影视广告创意与制作
广告策划	2.1 广告策划方案撰写	2.1.1 市场信息搜集与分析能力； 2.1.2 广告策略推广与概念阐发能力； 2.1.3 广告策划方案系统思维与撰写能力； 2.1.4 广告策划方案提案展示能力。	市场营销学 市场调研 广告策略* 策划方案写作* PPT设计与制作 提案与沟通
	2.2 活动策划方案撰写	2.2.1 企业、品牌简报解读与问题分析能力； 2.2.2 用户画像与行业洞察能力； 2.2.3 创意活动策划与执行方案撰写能力。	消费心理学 公关活动策划* 提案与沟通
	2.3 推广策划方案撰写	2.3.1 品牌现状诊断与分析能力； 2.3.2 品牌推广策略与推广动线制定； 2.3.3 品牌推广方案撰写能力。	快消品推广策划* 房地产广告策划*
广告设计	3.1 平面广告设计	3.1.1 广告简报解读与创意概念发想能力； 3.1.2 创意草图绘制能力； 3.1.3 运用设计软件进行创作，完成平面广告作品能力。	图形创意 Photoshop Illustrator 广告创意与设计* 版式设计

注：表中标*为专业核心课程。

（二）课程设置

本专业课程由公共基础课与专业（技能）课组成。本专业共开设 56 门课，学生共修 2788 学时、152 学分。

表 6-2 课程设置一览表

课程模块 名称	课程类型 (实施要求)		主要课程
公共基础课程	必修		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、习近平新时代中国特色社会主义思想概论、形势与政策、军事理论、军事技能、心理健康教育、高职生职业发展与就业指导、大学生创新创业实务、中外工艺美术史、大学体育、劳动素养教育
	选修	线下	大学语文、应用写作、大学英语、现代设计史、信息技术、大学生成长辅导与安全教育、非物质文化遗产理论与实务、古诗词鉴赏
		线上	四史课程、劳动通论、工匠精神、现代商务礼仪、美学入门、创新思维开发与训练、互联网思维、大学生创业法律基础知识与实务
专业课程	专业基础课程		广告学概论、图形创意、版式设计、PPT 设计与制作、Photoshop、专业考察、广告案例解析、市场营销学、市场调研、消费心理学、Illustrator
	专业核心课程		广告策略、广告文案写作、新媒体文案写作、广告创意与设计、策划方案写作、公关活动策划、快消品推广策划、房地产广告策划
	专业拓展课程		企业新闻专题策划、广告媒体策划、品牌策划、提案与沟通、影视广告创意与制作、广告运作实务
	专业综合实践课程		顶岗实习、毕业设计、学业总结

（三）课程描述

1. 公共基础课程

公共基础课分为公共基础必修课和公共基础选修课，共 28 门课程，46 学分，896 学时。

（1）公共必修课

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》《习近平新时代中国特色社会主义思想概论》《形势与政策》《军事理论》《军事技能》《心理健康教育》《高职生职业发展与就业指导》《大学生创新创业实务》《中外工艺美术史》《大学体育》《劳动素养教

育》等 12 门课程，572 学时，28 学分。公共必修课程设置及要求如下表所示。

表 6-3 公共必修课程设置及要求

序号	课程名称	学时	课程描述	
1	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	32	课程目标	素质目标：增强中国特色社会主义道路自信、理论自信、制度自信、文化自信，以实际行动为中国特色社会主义事业和中华民族伟大复兴作贡献。 知识目标：了解马克思主义中国化进程中形成的理论成果，深刻认识中国共产党领导人民进行革命、建设、改革的历史进程、历史变革、历史成就，透彻理解中国共产党在新时代坚持的基本理论、基本路线、基本方略。 能力目标：能够运用马克思主义立场、观点和方法认识问题、分析问题和解决问题；具备理论思考习惯和理论思维能力。
			主要内容	(1) 马克思主义中国化及其理论成果； (2) 毛泽东思想； (3) 邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观。
			教学要求	(1) 教学条件：依托湖南省精品在线开放课程《毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论》平台辅助教学，增强教学实效。 (2) 教学方法：讲授法、案例教学法、分组讨论法、任务驱动法等。 (3) 师资要求：中共党员（或预备党员），具备马克思主义理论相关学科专业能力和素质。 (4) 考核评价：采用过程性考核+终结性考核的方式，过程性考核成绩根据考勤、课堂表现情况等方面评定，占总成绩的 40%；终结性考核采用考试的方式，占总成绩的 60%。
2	思想道德与法治	48	课程目标	素质目标：养成正确的世界观、人生观、价值观，坚定理想信念、厚植爱国情感，自觉践行社会主义核心价值观，提高道德素质和法治素养。 知识目标：了解马克思主义人生观、价值观、道德观和法律观的基本理论，理解社会主义核心价值观的核心和原则，掌握践行社会主义核心价值观、社会主义道德观和法治观的基本要求。 能力目标：能够运用马克思主义立场、观点和方法认识、分析社会问题和自身问题和解决问题，做“有理想、有本领、有担当”的时代新人。
			主要内容	(1) 绪论 担当复兴大任 成就时代新人； (2) 领悟人生真谛 把握人生方向； (3) 追求远大理想 坚定崇高信念； (4) 继承优良传统 弘扬中国精神； (5) 明确价值要求 践行价值准则； (6) 遵守道德规范 锤炼道德品格； (7) 学习习近平法治思想 提升法治素养。
			教学要求	(1) 教学条件：依托湖南省精品在线开放课程《思想道德与法治》平台辅助教学，增强教学实效。 (2) 教学方法：讲授法、案例教学法、任务驱动法、分

			组讨论法等。 (3) 师资要求：中共党员（或预备党员），具备马克思主义理论相关学科专业能力和素质。 (4) 考核评价：采用过程性考核+终结性考核的方式，过程性考核成绩根据考勤、课堂表现情况等方面评定，占总成绩的 40%；终结性考核采用考试的方式，占总成绩的 60%。
3	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	48	课程目标 素质目标：增强对习近平新时代中国特色社会主义思想的认同，增强“四个意识”、坚定“四个自信”、做到“两个维护”，自觉把个人发展融入中华民族伟大复兴之中。 知识目标：掌握习近平新时代中国特色社会主义思想的主要内容、重大意义。 能力目标：能运用习近平新时代中国特色社会主义思想的立场、观点、方法分析问题、解决问题。
			导论 第一章：新时代坚持和发展中国特色社会主义 第二章：以中国式现代化全面推进中华民族伟大复兴 第三章：坚持党的全面领导 第四章：坚持以人民为中心 第五章：全面深化改革开放 第六章：推动高质量发展 第七章：社会主义现代化建设的教育、科技、人才战略 第八章：发展全过程人民民主 第九章：全面依法治国 第十章：建设社会主义文化强国 第十一章：以保障和改善民生为重点加强社会建设 第十二章：建设社会主义生态文明 第十三章：维护和塑造国家安全 第十四章：建设巩固国防和强大人民军队 第十五章：坚持“一国两制”和维护祖国统一 第十六章：中国特色大国外交和推动构建人类命运共同体 第十七章：全面从严治党（具体以教育部下发的教材或讲义为准）
			教学要求 (1) 教学条件：多媒体教学、网络课程。 (2) 教学方法：理论讲授法、任务驱动法、案例教学法、小组研讨法等。 (3) 师资要求：中共党员（或预备党员），具备马克思主义理论相关学科专业能力和素质。 (4) 考核评价：采用过程性考核+终结性考核的方式，过程性考核成绩根据考勤、课堂表现情况等方面评定，占总成绩的 40%；终结性考核采用考试的方式，占总成绩的 60%。
4	形势与政策	40	课程目标 素质目标：正确认识世界和中国发展大势；正确认识中国特色和国际比较；正确认识时代责任和历史使命；正确认识远大抱负和脚踏实地；增强实现社会主义现代化建设宏伟目标的信心和社会责任感。 知识目标：认识党和国家面临的形势和任务和国情世情，准确理解党的路线、方针和政策。 能力目标：在正确认识国内外形势与准确理解党和国家方针政策基础上，具备对社会现象的分辨能力、判断能

				力及行为适应能力。
			主要内容	(1) 模块一：全面从严治党篇； (2) 模块二：经济社会发展篇； (3) 模块三：涉港澳台事务篇； (4) 模块四：国际形势篇。 (每学期以中宣部、教育部 规定主题为准)
			教学要求	(1) 教学条件 ：多媒体教学。 (2) 教学方法 ：案例教学法、任务驱动法等。 (3) 师资要求 ：中共党员（或预备党员），具备马克思主义理论相关学科专业能力和素质。 (4) 考核评价 ：采用过程性考核+终结性考核的方式，过程性考核成绩根据考勤、课堂表现情况等方面评定，占总成绩的 40%；终结性考核以学习通平台学习数据和提交小组结课报告的方式评定，占总成绩的 60%。
5	军事理论	36	课程目标	素质目标 ：增强爱国精神、传承红色基因、提高综合国防素质。 知识目标 ：了解军事基础知识和基本军事技能；掌握中国国防、军事思想、战略环境、军事高技术和信息化战争等基础理论。 能力目标 ：具备初步的军事理论素养；能够运用所学军事理论知识分析解决现实军事领域军事高技术和信息化战争的等基本问题。
			主要内容	课程以习近平强军思想和习近平总书记关于教育的重要论述为遵循，全面贯彻党的教育方针、新时代军事战略方针和总体国家安全观，围绕立德树人根本任务和强军目标根本要求，着眼培育和践行社会主义核心价值观，以提升学生国防意识和军事素养为重点，为实施军民融合发展战略和建设国防后备力量服务。
			教学要求	(1) 课程思政 ：融入国防建设、国防动员、《兵役法》等内容，将立德树人贯穿课程始终。 (2) 教学条件 ：多媒体设备，教学软件，职教云平台等。 (3) 教学方法 ：案例教学法、讲授法、提问法等。 (4) 师资要求 ：军事教育专业，转业退伍军人，有较丰富的教学经验。 (5) 考核评价 ：采用过程性考核+终结性考核的方式，过程性考核成绩根据考勤、课堂表现情况等方面评定，占总成绩的 30%；终结性考核占总成绩的 70%。
6	军事技能	112	课程目标	素质目标 ：增强国防观念、国家安全意识和忧患危机意识，传承红色基因，提高综合国防素质。 知识目标 ：了解掌握军事基础知识和基本军事技能；了解格斗、防护的基本知识；熟悉卫生、救护基本要领，掌握战场自救互救常识等。 能力目标 ：具备军事分析判断和应急处置能力；能够在平时时期积极投身国家现代化建设、在战争年代积极捍卫国家主权和领土完整。
			主要内容	共同条令教育与训练、射击与战术训练、防卫技能与战时防护训练、战备基础与应用训练等。
			教学要求	(1) 课程思政 ：融入组织纪律观念、坚韧不拔、吃苦耐劳和团结协作的精神等。 (2) 教学条件 ：训练场地、军械器材设备。

				(3) 教学方法: 教官现场示范教学,学生自我训练。 (4) 师资要求: 军事教育专业, 转业退伍军人, 有较丰富的教学经验。 (5) 考核评价: 采用过程性考核+终结性考核的方式, 过程性考核成绩根据考勤、课堂表现情况等方面评定, 占总成绩的 30%; 终结性考核占总成绩的 70%。
7	心理健康 教育	32	课程目标	素质目标: 具备良好的自我保健意识; 具备自尊自信、理性平和、积极向上的健康心态; 具备健全人格和良好个性品质; 具备良好的职业心理素质, 提升生活品质和主观幸福感。 知识目标: 了解当代大学生心理健康教育的最新研究成果; 了解大学阶段大学生的心理发展特征及可能遇到的发展困扰表现; 理解并把握大学生心理健康的标准及重要意义; 正确认识自我心理发展的现状及存在的问题, 掌握自我调适的基本知识。 能力目标: 具备自我认知与管理、学习发展、环境适应、情绪调节、压力应对、沟通技能、生涯规划、珍爱生命等能力; 具备自我探索技能、心理调适技能及心理发展技能, 能够有效解决成长过程中遇到的各种心理问题, 并且灵活运用心理学知识所学服务于专业学习。
			主要内容	充分考虑大学生的心理发展规律和特点, 对接学生职业岗位要求, 注重理论联系实际、力求贴近学生生活, 紧紧围绕大学生的身心特点、生活环境、常见的生活事件以及心理问题展开专题讲解与心理训练, 设置了教学主题, 具体包括心理概述、适应心理、学习心理、自我认识、网络心理、沟通心理、爱情心理、情绪管理、挫折应对和生命教育, 使学生了解心理知识, 掌握心理调适和发展的技巧, 善于自我探索与调适。
			教学要求	(1) 课程思政: 坚持将德育与心育有机结合, 通过开发体验式心理训练项目重组教学内容, 以学生为中心, 创新课前“三维”导学、课中“四阶”任务驱动、课后“双向”拓展的“342”教学模式, 充分利用课内外资源, 引导学生在实践体验中形成积极健康的阳光心态, 促进学生思想道德素质、科学文化素质和身心健康素质协调发展。 (2) 教学条件: 多媒体教学, 职教云平台。 (3) 教学方法: 讲授法、测评法、案例教学法、情景模拟等。 (4) 师资要求: 具有心理学或教育学专业背景; 拥有高校教师资格证、职业资格证等。 (5) 考核评价: 采用过程性考核+终结性考核的方式, 过程性考核成绩根据考勤、课堂表现情况等方面评定, 占总成绩的 60%; 终结性考核以提交小论文的形式评定, 占总成绩的 40%。
8	高职生 职业发展与就 业指导	32	课程目标	素质目标: 树立正确的职业观、就业观; 树立纪律意识、规范意识、责任意识和创新意识; 积极进取、敬业乐群、社会责任感强; 形成良好的职业道德和职业素养; 知识目标: 了解职业发展的阶段特点; 掌握职业选择与决策、职业生涯理论与个人发展等基本知识及要求; 掌握求职材料准备与应聘技巧。 能力目标: 具备自我认识与分析技能、求职技能等; 具备适应社会发展需求的能力。

			主要内容	围绕“唤醒生涯规划意识”“自我认知”“环境认知”“生涯决策与目标”“生涯行动与调整”“就业形势与政策”“求职过程技巧”“就业权益保护”“职场适应”等9个项目开展教学。
			教学要求	(1) 课程思政: 实行思政教育与生涯教育与就业指导融合, 坚持理论讲授和案例分析相结合、小组讨论和角色体验相结合、经验传授与职业指导实践相结合, 把知识传授、思想启迪和实践体验有机统一起来, 形成“三五三”(三个目标、五个导向、三个关系) 基于融入理念的职业生涯规划课程思政体系, 引导学生树立职业生涯发展的自觉意识, 树立积极正确职业态度和就业观念, 努力成为积极进取、敬业乐群、社会责任感强、有创业精神, 能通过自己的职业生涯发展来报效祖国的高素质劳动者。 (2) 教学条件: 多媒体教学。 (3) 教学方法: 讲授法和线上教学法、案例教学法等。 (4) 师资要求: 任课教师应具有扎实的理论和实践基础。 (5) 考核评价: 采用过程性考核+终结性考核的方式, 过程性考核成绩根据考勤、课堂表现情况等方面评定, 占总成绩的40%; 终结性考核以提交小论文的形式加网课成绩的方式评定, 占总成绩的60%。
9	大学生创新创业实务	32	课程目标	素质目标: 具备善于思考、敏于发现、敢为人先的创新精神和创业意识; 具备挑战自我、承受挫折、坚持不懈、勇担责任的意志品质。 知识目标: 了解开展创业活动所需要的基本知识; 掌握社会创业、公益创业的理论和方法。 能力目标: 具备整合创业资源、设计创业计划及创办和管理企业的综合能力; 具备识别创业机会、防范创业风险、适时采取行动的创新创业能力。
			主要内容	主要内容为“创业者与创业精神”“组建创业团队”“捕捉创业机会”“整合创业资源”“识别创业风险”“创新商业模式”“撰写创业计划”“新企业的创办与管理”等9个项目。
			教学要求	(1) 课程思政: 本课程为公共精神、企业家精神、责任意识、安全意识等, 构建“十戒十要”课程思政资源库, 激发学生的创业兴趣, 让思想“活”起来, 让创业“动”起来。必修课, 融入创新 (2) 教学条件: 多媒体教学。 (3) 教学方法: 讲授法和线上教学法、案例教学法等。 (4) 师资要求: 任课教师应具有扎实的理论和实践基础。 (5) 考核评价: 采用过程性考核+终结性考核的方式, 过程性考核成绩根据考勤、课堂表现情况等方面评定, 占总成绩的40%; 终结性考核以提交小论文的形式加网课成绩的方式评定, 占总成绩的60%。
10	中外工艺美术史	36	课程目标	素质目标: 通过中外工艺美术史知识的学习, 激发学生对东西方悠久的工艺美术历史文化遗产的珍爱, 具备理性主义的文化自信和理性的爱国主义精神, 铸牢中华民族共同体意识, 构筑人类命运共同体意识, 具备创新意识、大国工匠精神素养。 知识目标: 了解中外不同历史时期工艺美术发展的特点和规律; 理解中外工艺美术造型特色和艺术特点; 掌握中外不同的

				工艺美术设计思想与风格特征。 能力目标： 具备对工艺美术行业进行调研和策划的能力；能够运用中外优秀的工艺文化成果进行现代设计的创意与创新；能够提炼各个时期的工艺美术元素，并将其运用到设计实践中的能力。
			主要内容	原始社会时期工艺美术、奴隶社会时期工艺美术、秦汉时期工艺美术、隋唐时期工艺美术、宋元时期工艺美术、明清时期工艺美术、古埃及工艺美术、古希腊罗马时期工艺美术等专题内容。
			教学要求	(1) 课程思政：融入中华优秀传统文化、工匠精神等，树立学生文化自信，激发爱国热忱，构筑人类命运共同体意识，全面提高学生解决设计问题的综合能力和综合素养。 (2) 教学条件：多媒体教学、超星学习通。 (3) 教学方法：案例教学法、任务驱动教学法、分组讨论法等。 (4) 师资要求：具有本科以上学历或讲师以上职称，应具有扎实的工艺美术理论基础知识。 (5) 考核评价：采用过程性考核+终结性考核的方式，过程性考核成绩根据考勤、课堂表现情况等方面评定，占总成绩的 40%；终结性考核以提交小论文+平台学习数据的方式评定，占总成绩的 60%。
11	大学 体育	108	课程目标	素质目标：具备良好的体育锻炼习惯；能够独立制订运用于自身需要的健身运动方案；具备较高的体育文化素养和观赏水平。 知识目标：了解身体素质锻炼的基本知识；掌握锻炼身体基本技能；掌握羽毛球、篮球、排球等的基本技术和技能。 能力目标：能够熟练运用所学运动技能进行体育锻炼，提高人际交往、团队协作能力。
			主要内容	第一学期主要以学生身体素质锻炼为主进行教学和锻炼。包括立定跳远、50 米跑、坐位体前屈、男生引体向上、女生仰卧起坐、肺活量、男生 1000 米、女生 800 米等。其他学期主要以羽毛球、乒乓球、篮球、排球等球类为主展开教学并使使学生掌握技术动作及锻炼能力，每学期要求掌握一项运动技能。
			教学要求	(1) 课程思政：融入团队协作精神、顽强拼搏精神、永不言弃的意志品质、民族自豪感和爱国主义精神等。 (2) 教学条件：田径场、足球场、羽毛球场、乒乓球台及各相应器材若干；多媒体教室。 (3) 教学方法：讲解示范教学法、指导纠错教学法、探究教学法 and 小组合作学习法等教学方法。 (4) 师资要求：具有本科以上学历或讲师以上职称，有一定的教学基本功和专业水平，同时应具备较丰富的教学经验。 (5) 考核评价：采用过程性考核+终结性考核的方式，过程性考核成绩根据考勤、课堂表现情况等方面评定，占总成绩的 40%；终结性考核以运动测试的方式评定，占总成绩的 60%。
12	劳动素 养教育	16	课程目标	素质目标：树立正确的劳动观念，尊重劳动、崇尚劳动；主动涵养自身工匠精神和劳模精神；具备爱岗敬业、遵

			纪守法的劳动态度。 知识目标：了解劳动安全、劳动纪律的基本知识；理解马克思主义劳动观；掌握劳动经验和相关技艺技能；继承和发扬中华民族艰苦奋斗、热爱劳动的优良传统，发挥自身的劳动技能优势，坚定以辛勤劳动为社会作贡献创作人生价值的人生追求。 能力目标：具备良好的劳动习惯和劳动实践能力；具备创造性地解决实际问题的能力；在实践当中能运用劳动法律维护自身的权益。
		主要内容	1.理论篇：马克思主义劳动观 2.道德篇：劳动精神与职业生活中的道德规范 3.法治篇：劳动相关法律法规 4.实践篇： (1) 悟劳动之美：生活劳动实践 (2) 悟精神之力：专业劳动实践 (3) 悟奉献之乐：志愿劳动实践
		教学要求	(1) 课程思政：融入勤俭、奋斗、创新、奉献的劳动精神，激发学生对劳动的热爱，培养工匠精神和爱岗敬业的劳动态度，成为一名乐于奉献的社会主义劳动者。 (2) 教学条件：多媒体教学/现场实践。 (3) 教学方法：讲授法、演示法、实践法等。 (4) 师资要求：具有本科以上学历或讲师以上职称，具备扎实的岗位技能和示范、指导能力。 (5) 考核评价：采用过程性考核。过程性考核成绩根据理论课堂表现、劳动实践表现等方面评定。其中理论课堂表现考核占总成绩的 20%，劳动实践表现考核占总成绩的 80%。

(2) 公共选修课程

包括《大学语文》《应用写作》《大学英语》《现代设计史》《信息技术》《非物质文化遗产理论与实物》《古诗词鉴赏》《大学生成长辅导与安全教育》《四史课程》《劳动通论》《工匠精神》《现代商务礼仪》《美学入门》《创新思维开发与训练》《互联网思维》《大学生创业法律基础知识与实务》等 16 门课程，324 学时，18 学分。公共选修课程设置及要求如下表所示。

表 6-4 公共选修课程设置及要求

序号	课程名称	学时	课程描述	
1	大学语文	54	课程目标	素质目标：树立文化自信、仁义礼智信、家国情怀等高尚的思想道德情操；形成良好的职业道德和职业素养；具有较高的文艺审美意识和较宽的文化视野，培养发散思维和创新思维。 知识目标：了解和学习中外优秀文化；掌握必要的语言文字、文学基础知识，了解中外文学的发展历程；掌握文学艺术评论类文章写作的常识与技巧；掌握一定的口语交际常识与技巧。

				能力目标： 掌握阅读理解能力、文学审美能力、写作能力；掌握终身学习的能力。
			主要内容	文学欣赏(包括散文、小说、诗歌和戏剧等) 艺术欣赏(电影、舞蹈、音乐、美术以及艺术理论等) 语文能力训练(诵读、口语交际、辩论等)
			教学要求	(1) 课程思政： 通过文学作品、文章的学习，分析理解作品中的思想文化，体会其中的情感，以隐性和显性的方式，使学生树立文化自信、提高审美意识、培养仁义礼智信、培养家国情怀等高尚的思想道德情操，形成良好的职业素养。 (2) 教学条件： 多媒体教学、超星学习通与学习强国。 (3) 教学方法： 任务驱动法、项目导向法、讨论法、情景教学法等。 (4) 师资要求： 具有本科以上学历或讲师以上职称；具有较强的语言文字表达能力和扎实的文学功底；具有较强的信息化教学能力。 (5) 考核评价： 采用过程性考核+终结性考核的方式，过程性考核成绩根据考勤、课堂表现、作业情况、参与教研活动等方面评定，占总成绩的 60%；终结性考核以完成测试的方式评定，占总成绩的 40%。
2	应用写作	18	课程目标	素质目标： 养成良好的应用文写作思维意识；树立纪律意识、规范意识及团结协作意识；养成从事各专业必需的职业态度。 知识目标： 了解基础性应用写作的基本格式与写作要求，掌握其写作的方法和技巧；了解各专业常用专业文书写作的基本格式与写作要求，掌握常用专业文书写作的方法和技巧。 能力目标： 能够根据学习、生活和未来职业工作的需要，灵活运用应用文文种知识和写作技巧，写好应用文书，为未来职业活动和可持续发展奠定优良的基础。
			主要内容	应用写作原理、基础性应用写作、专业性应用写作、应用写作课程小结四大模块，概说、就业、事务、公务、会务、调研、洽谈、传播、礼仪、科研、专业、小结等十二类项目。
			教学要求	(1) 课程思政： 通过讲授写作的基本理论知识，分析写作案例，讨论其中的写作技巧，训练并养成良好的写作思维习惯，树立起纪律意识、规范意识及团队协作意识，养成良好的职业素养。 (2) 教学条件： 多媒体教学、超星学习通与学习强国。 (3) 教学方法： 任务驱动法、项目导向法、讨论法、情景教学法等。 (4) 师资要求： 具有本科以上学历或讲师以上职称，具有较强的语言文字表达能力。 (5) 考核评价： 采用过程性考核+终结性考核的方式，过程性考核成绩根据考勤、课堂表现、作业情况、参与教研活动等方面评定，占总成绩的 60%；终结性考核以完成应用基础知识和完成相关文种写作实训任务的方式评定，占总成绩的 40%。
3	大学英语	128	课程目标	素质目标： 具备良好的政治素养；具备一定职场环境下的英语语言能力运用素养、综合文化素养；具备跨文化交际意识、树立文化自信的思维。

				知识目标：了解一定职场环境下英语应用发展趋势及背景知识；理解职场情境中的重点词组和句型；掌握职场应用情境中的会话、文章的主旨大意。 能力目标：能够综合运用英语听、说、读、写、译的技能，侧重听说技能；具备职场应用的基本英语能力。
			主要内容	主要包括日常与职场交际话题：问候、致谢、致歉、指路、守时、气候与节日、运动与健康、应用写作。
			教学要求	(1) 课程思政：通过讲授中外的历史文化知识，培养学生的国际视野，树立文化自信，与专业相结合，培养跨文化交际意识。 (2) 教学条件：多媒体教学、超星学习通。 (3) 教学方法：任务驱动法、项目导向法、讨论法、情景教学法等。 (4) 师资要求：具有本科以上学历或讲师以上职称，具有较强的语言文字表达能力。 (5) 考核评价：采用过程性考核+终结性考核的方式，过程性考核成绩根据考勤、课堂表现、课堂作业情况等方面评定，占总成绩的60%；终结性考核占总成绩的40%。
4	现代设计史	36	课程目标	素质目标：具有开阔的艺术设计视野，提升艺术素养和审美品味，完善艺术设计综合素养，助力“智慧创意”“智慧中国”建设，建构设计服务人民、服务社会主义市场经济的设计观念。 知识目标：了解西方设计的基本概念及其发展脉络；熟悉各个时期重点的设计师、设计作品及其设计理念；掌握重要设计师的创意设计手法及其设计理念。 能力目标：能够鉴赏艺术设计作品；能够挖掘和提炼西方设计元素，具备将其运用到艺术设计实践中的能力。
			主要内容	介绍一百五十多年来西方设计的发展历程，分为现代设计概述、工艺美术运动、新艺术运动、装饰艺术运动、现代主义设计运动、包豪斯、美国现代主义设计、日本现代主义设计、北欧现代主义设计、波普设计、后现代主义设计、设计多元化等十二个专题内容。
			教学要求	(1) 课程思政：通过讲授现代设计的经典案例，分析其中的设计思维，训练并建构设计服务人民、服务社会主义市场经济的设计观念。 (2) 教学条件：多媒体教学。 (3) 教学方法：任务驱动法、项目导向法、讨论法等。 (4) 师资要求：具有本科以上学历或讲师以上职称，具有较强的美术理论功底。 (5) 考核评价：为了全面考核学生的学习情况，课程考核包括过程考核和期末考核。具体考核成绩评定办法如下：过程考核占60%，期末考核占40%。过程考核包括出勤、课堂表现、教学平台后台数据等部分。
5	信息技术	48	课程目标	素质目标：具备信息安全、法规素养；具备获取信息资源的理论知识，运用信息技术解决工作问题的素养。 知识目标：掌握资料查询、文献检索及相关网站的搜索技能，掌握运用现代信息技术获取相关信息的基本方法。 能力目标：能够根据实际情况，运用信息技术，提高工作效率，解决遇到的实际问题。

			主要内容	信息资源检索概论；文献检索基础；常用中文数据库检索；知乎、百度、字体搜索、图标搜索、专利搜索、视频教学网站搜索；Windows 7 操作系统；Office 办公软件（word、excel、ppt）；常用软件（acdsee、winrar、格式工厂）的使用。
			教学要求	（1）课程思政：本课程是一门实践性较强的公共选修课，通过讲授信息技术知识，训练学生的信息处理能力，使学生掌握信息技术的技巧，培养其创造性的思维意识。 （2）教学条件：多媒体教学、计算机实训室。 （3）教学方法：根据不同的教学内容采用启发引导法、讲解演示法、案例分析法、任务驱动法等。 （4）师资要求：具有本科以上学历或讲师以上职称，具有较强的信息技术理论素养。 （5）考核评价：采用过程性考核+终结性考核的方式，过程性考核成绩根据考勤、课堂表现、实训完成情况等方面评定，占总成绩的 60%；终结性考核以期末测试的方式评定，占总成绩的 40%。
6	大学生成长辅导与安全教育	18	课程目标	素质目标：具备正确的世界观、人生观、价值观；具备文化自信、自主创新的思维；具备工匠精神、劳动精神等职业素养；具备良好的安全防范意识。 知识目标：认识大学生活的特点和要求，了解中华民族爱国主义的优良传统和以改革创新为核心的时代价值；了解安全问题相关的法律法规和校纪校规，掌握安全保障的基本知识。 能力目标：具备学习、交往及自我心理调节的能力；具备职业实践中德行规范意识和能力；具备掌握安全防范技能、安全信息搜索与安全管理技能和自我保护的能力。
			主要内容	教学内容根据高职院校人才培养目标和学生成长成才规律，以学生成长需求和年级特点为逻辑线，分两个模块进行教学： 模块一——成长辅导：包含腹有诗书气自华、青年共圆中国梦、长风破浪会有时、孝心孝行传孝道、匠心匠德扬匠艺等； 模块二——安全引领：包含遵纪守法的好公民、如花般的生命且珍惜、让青春远离毒品、防微杜渐拒绝传销等安全知识。
			教学要求	（1）课程思政：本课程是突出体验和实践的公共选修课程，旨在提高学生思想道德素养，通过经典案例和活动参与，用体验式的方式，引导学生树立正确的世界观、人生观、价值观，培养学生的综合素质，实现身心和谐发展。 （2）教学条件：多媒体教室。 （3）教学方法：讲解演示法、案例分析法、分组讨论法等。 （4）师资要求：授课教师由专门从事大学生思想政治教育工作的辅导员担任。 （5）考核评价：坚持形成性评价与结果性评价相结合、学习态度、方法与效果相结合、教师与学生相结合的评价方式。具体考核成绩评定办法如下：过程考核成绩占 60%，课程期末作业考核成绩占 40%。

7	非物质文化遗产理论与实务	18	课程目标	素质目标：传承、保护非遗的责任感与使命感；具备精益求精的大国工匠精神，并积极弘扬中华美育精神，坚定文化自信；关注自身作为“手艺人”的生命、价值与意义，提升生命追求与精神追求。 知识目标：了解非遗的概念、性质、分类、价值与保护意义等基础性知识；理解非遗传承主体与保护主体的区别及联系；掌握非遗与乡村振兴、就业扶贫、文化旅游、传统村落保护等方面的紧密联系情况。 能力目标：具备深入了解、欣赏、接受非遗；具备艺术审美与艺术认知能力；具备挖掘、搜集非遗设计元素，有效地运用于现代生活设计实践的能力。
			主要内容	本课程以非物质文化遗产理论与实务为主线，集中阐述非遗概念、性质、分类、价值、意义、传承主体、保护主体、保护原则、保护方法、田野调查实地操作方法及非遗整体保护进程等主要理论内容。同时，通过非遗与乡村振兴、就业扶贫、文化旅游、传统村落保护等方面紧密联系的案例分析，延伸讲述非遗与社会政治、经济、文化的内在关系。
			教学要求	（1）课程思政：通过对非物质文化遗产相关理论、实务的深入学习，培养学生传承、保护非遗的责任感与使命感，并自觉传承中华文脉，弘扬中华优秀传统文化，坚定文化自信；通过对各类非遗传承、保护、发展过程的深入学习，以及对相关非遗代表性传承人在技艺不懈坚守与提升方面的深入理解，培养学生关注自身价值，关注自身的生命与意义，提升自身的生命追求与精神追求；通过对传统工艺类非遗项目课徒授业、传承发展过程的深入了解，引导学生去感悟手工劳动的创造力，发现手工劳动的创造性价值，帮助学生树立正确的艺术观、创作观，积极弘扬中华美育精神。 （2）教学条件：多媒体教学、学习强国。 （3）教学方法：案例教学法、分组讨论法、任务驱动法等。 （4）师资要求：具有本科以上学历或讲师以上职称，应具有扎实的文化艺术理论知识。 （5）考核评价：采用过程性考核+终结性考核的方式，过程性考核成绩根据考勤、课堂表现情况等方面评定，占总成绩的 40%；终结性考核以提交小论文方式评定，占总成绩的 60%。
8	古诗词鉴赏	18	课程目标	素质目标：具有健康的审美情趣，具有较高的审美能力。 知识目标：了解我国古代一些著名的诗人及著名的诗句。 能力目标：能够熟练地背诵所学古诗词并理解诗词中所蕴含的深意；能够在一定的情境中或者一定的场景中联想到相应的名句，实现积累基础上的适当运用。
			主要内容	背诵理解古诗词的诗意以及了解古诗词的作者等；借助读物中的画面阅读和生活实际了解诗文的意思；阅读浅近的古诗词，展开想象，获得初步的情感体验，向往美好的情境，关心自然和生命，感受语言的优美。
			教学要求	（1）课程思政：融入中华优秀传统文化等，发展学生的人文素养，丰厚学生的文化底蕴，激发学生的爱国主义情感。 （2）教学条件：多媒体教学。

				(3) 教学方法：任务驱动法、项目导向法、讨论法、情景教学法等。 (4) 师资要求：具有本科以上学历或讲师以上职称，具有较强文学理论功底。 (5) 考核评价：采用过程性考核+终结性考核的方式，过程性考核成绩根据考勤、课堂表现、课堂作业情况等方面评定，占总成绩的40%；终结性考核占总成绩的60%。
9	四史课程	36	课程目标	素质目标：增进对党的政治认同、思想认同、理论认同、情感认同，增强历史担当、情怀、责任和信念，知史爱党、知史爱国。 知识目标：深刻认识党为国家和民族作出的伟大贡献，了解党推进马克思主义中国化形成的重大理论成果。 能力目标：从党的历史中汲取智慧和力量，坚定不移听党话、跟党走，在全面建设社会主义现代化国家伟大实践中建功立业。
			主要内容	围绕党史、新中国史、改革开放史和社会主义发展史，全面讲授中国共产党为人民谋幸福、为民族谋复兴、为世界谋大同的实践史，以中国共产党的领导为主线、以党史为重点，讲清楚中国共产党为什么“能”、马克思主义为什么“行”、中国特色社会主义为什么“好”，挖掘出历史规律背后蕴含着的对马克思主义真理、爱国主义情怀、共产党的初心和使命及对中华民族伟大复兴的不懈追求，从而明理增信崇德力行。
			教学要求	(1) 课程思政：以史鉴今、资政育人，总结历史经验、笃定信仰信念、传承红色基因，明理增信、崇德力行。 (2) 教学条件：线上教学。 (3) 教学方法：讲授法、混合式教学法。 (4) 师资要求：教授，具备扎实的教学能力。 (5) 考核评价：完成学习后参加线上考试。
10	劳动通论	36	课程目标	素质目标：帮助大学生树立正确的劳动观念，培养大学生积极的劳动精神，养成良好的劳动习惯和品质。 知识目标：学生掌握与自身未来职业发展密切相关的通用劳动科学知识，理解和形成马克思主义劳动观，树立正确的劳动价值取向和积极的劳动精神面貌。 能力目标：学生掌握与自身未来职业发展密切相关的通用劳动科学知识，理解和形成马克思主义劳动观，树立正确的劳动价值取向和积极的劳动精神面貌。
			主要内容	涵盖劳动科学不同领域的基础知识，围绕劳动主题，从历史到未来，完整勾勒出劳动科学的基本样貌，包括劳动的思想、劳动与人生、劳动与经济、劳动与法律、劳动与安全、劳动的未来等17章内容，培养学生劳动科学知识。
			教学要求	(1) 课程思政：将党的教育方针、热爱中学教育事业、坚持以学生为本的教育理念、适应时代和教育发展的需求等思想贯穿全课程，增进学生对中国特色社会主义的思想认同、政治认同、理论认同和情感认同。 (2) 教学条件：线上教学。 (3) 教学方法：讲授法、混合式教学法。 (4) 师资要求：中国劳动关系学院的教授和副教授，具备扎实的教学能力。 (5) 考核评价：完成学习后参加线上考试。

11	工匠精神	36	课程目标	素质目标:增强学生职业荣誉感, 树立精益求精、德艺并举、一丝不苟的工匠精神。 知识目标:了解工匠精神的内涵、历史与启示; 明确工匠精神的时代特征、培育环境和核心要素; 掌握工匠精神的培育方法。 能力目标:提高职业技能水平, 培育学生精益求精的工匠精神和爱岗敬业的劳动态度。
			主要内容	本课程的设置旨在明确什么是工匠精神, 为什么需要工匠精神和怎样培养工匠精神, 培养学生自主认知、正确感悟工匠精神的能力。
			教学要求	(1) 课程思政: 围绕培养学生自主认知、正确感悟工匠精神的能力, 使之具有理解、践行、弘扬工匠精神的积极情感和自觉意识等内容教授, 全面提升职业素质, 奠定坚实的思想基础。 (2) 教学条件: 线上互动式独立学习。 (3) 教学方法: 讲授法。 (4) 师资要求: 具有国家职业指导师资格资质, 九江职业技术学院教授, 具备扎实的教学能力。 (5) 考核评价: 线上学习占 20%、章节测验占 30%、期末考试成绩占 50%; 完成学习后参加线上考试。
12	现代商务礼仪	36	课程目标	素质目标: 具备尊重他人、善解人意、体贴周到、真诚正派、做事有分寸等基本素养; 具备爱岗敬业、团结协作、宽容友善等职业素养; 具备维护国家、集体、个人形象和利益的意识; 具备传承我国优秀的礼仪文化、坚定文化自信的思维。 知识目标: 了解现代商务礼仪的基础知识; 掌握礼仪操作规范及应用技巧。 能力目标: 能够熟练运用现代商务礼仪规范和技巧开展商务活动, 提高人际交往能力。
			主要内容	礼仪概述(发展历史)、日常交际礼仪、商务服饰礼仪、仪表仪态礼仪、商务语言礼仪、求职礼仪、商务专项礼仪、宴请礼仪及涉外礼仪。
			教学要求	(1) 课程思政: 本课程作为一门公共选修课程, 教导学生尊重他人、善解人意、体贴周到、做事有分寸等基本素养。 (2) 教学条件: 多媒体教学、超星学习通。 (3) 教学方法: 讲授法、小组讨论法、情景教学法等。 (4) 师资要求: 具有本科以上学历或讲师以上职称, 具有商务礼仪理论知识和文化素养。 (5) 考核评价: 课程考核评价以过程性评价为主, 结合课前、课中、课后三个环节, 从教师评价、专家评价、平台数据等多方面综合评定。其中: 学习过程考核成绩占 50%, 课程作业考核成绩占 20%, 期末考查成绩占 30%。
13	美学入门	36	课程目标	素质目标: 提高学生审美和人文素养, 提高艺术审美意识与水平, 陶冶性情, 以美储善, 以美塑形, 提高内在修养和综合素质; 塑造健康优雅的审美观念, 学会运用美学原理。 知识目标: 系统掌握美学基本知识; 掌握美学基础理论; 了解中国传统美学和西方美学的基本特征; 了解中西方美学发展的历史。 能力目标: 能够从理论层面上认识美, 在社会生活中更好地感受美; 提高美的鉴赏力, 提升审美水平与情趣;

				能够灵活运用美学知识于艺术设计之中，在艺术设计及工艺美术实践中创造美。
			主要内容	美学原理、艺术欣赏、艺术实践三个模块，美学导论、审美范畴、审美领域、艺术与实践、美育人生、经典导读六个章节 32 个内容。
			教学要求	(1) 课程思政：提高学生审美和人文素养，弘扬中华美育精神，以美育人、以美化人，将美育思想融入教学全过程，引领学生陶冶高尚情操，塑造美好心灵，增强文化自信。 (2) 教学条件：多媒体教学。 (3) 教学方法：师资要求：具有本科以上学历或讲师以上职称，具有艺术与美学理论知识素养。 (4) 师资要求：具有本科以上学历或讲师以上职称，具有商务礼仪理论知识和文化素养。 (5) 考核评价：课程考核评价以过程性评价为主，结合课前、课中、课后三个环节，从教师评价、专家评价、平台数据等多方面综合评定。其中：学习过程考核成绩占 50%，课程作业考核成绩占 20%，期末考查成绩占 30%。
14	创新思维开发与训练	18	课程目标	素质目标：树立创新意识，产生投身创新的意愿和渴望，结合自己的专业提出创新的方向，参与创新项目；通过项目活动训练，培养学生的创新理念、积极主动的创新意识，使其具备创新能力，提升学生的专业素质；培养个性品质、创新能力和团队精神。 知识目标：了解创新原理；掌握创新思维方式和创新方法的内容；学会运用创新思维及方法解决现实问题。 能力目标：养成思考习惯和创新习惯，善于捕捉身边的“新”，善于通过思考在头脑中产生“新”；提高学生的创新思维能力及创新方法的应用能力。通过实践活动提高学生的创新能力、动手能力、多向思维能力、分析解决问题的能力、团队合作能力；主动思考方法，针对不同的问题探寻解决问题的方法，锻炼分析问题解决问题的能力；完成创新实践，以个人或小组的形式开展创新思维训练。
			主要内容	包括创新让世界更美丽 创新，你准备好了吗？ 创新有法，但无定法 走进创新思维训练营 扫除创新思维的障碍 产品创新与创新成果保护
			教学要求	(1) 课程思政：培养学生尊重他人、善解人意、体贴周到、做事有分寸等基本素养。 (2) 教学条件：多媒体教学、超星学习通。 (3) 教学方法：讲授法、小组讨论法、情景教学法等。 (4) 师资要求：具有本科以上学历或讲师以上职称，具有创新思维和创新理念。 (5) 考核评价：本课程考核满分为 100 分，考核办法为超星学习通实施过程性考核和结果性考核相结合，由网络学习成绩、结课考试成绩、课程思政考核成绩三部分组成： ①网络学习成绩：教师在超星学习通中进行设定，内容包括微课学习、进阶练习完成情况、其他学习任务完成

				情况等，每项考核分值全程记录在超星学习通系统中。依托本系统，能较好的记录下学生的视频观看时长、完成度、练习完成情况、学习效果等，形成的每一次学习成绩都准确、完整、科学，教师能及时掌握学习者的学习情况和学习效果。 ②结课考试成绩：教师通过超星学习通制卷，以在线测试形式开展，题型主要有单选题、多选题、判断题、填空题、简答题组成，前四者为客观题，系统自动阅卷。简答题以案例分析、问答等为主，教师在线阅卷和计分，系统最后统计出考试成绩。 ③课程思政考核：该部分 10 分，主要由创新创意实践活动（5 分）和课程思政网络测试（5 分）相结合。其中学生在各级各类设计大赛、创意大赛等创新创业第二课堂活动中获得较好成绩或获得证书，酌情给予加分，最高可获得 5 分。
15	互联网思维	18	课程目标	素质目标：提高学生的综合素质，把互联网思维与工匠精神、创业营销紧密结合，提升学生互联网素养。 知识目标：掌握互联网思维核心理念；能够分析互联网成功案例中的互联网思维。 能力目标：通过互联网思维的学习，把互联网思维融入自己的专业学习、作品创新中去；利用互联网思维开展营销活动和创业活动。
			主要内容	该课程致力于提升学生互联网素养，坚持立德树人，深入开展课程思政改革，将“互联网精神”“网络素养培养”“网络安全”等思政内容融入其中，课程内容涉及互联网精神、互联网思维概述以及互联网思维的九大思维的种类、规则、方法、技巧等，培养学生能熟练运用互联网思维的九大思维来发现和认识问题和解决问题的能力，了解互联网时代的商业变革之道。
			教学要求	（1）课程思政：本课程内容的选取紧密结合社会发展的要求，坚持把立德树人作为根本，以就业、创业为导向，以学生职业能力发展为本位，充分考虑对学生综合素质和实际应用能力的培养。以全体学生为对象，重在普及互联网思维和互联网精神，围绕“需要干预”理论设计和优化教学大纲，以互联网思维的九大思维模式为重心，合理安排课程内容。 （2）教学条件：多媒体教学、计算机实训室。 （3）教学方法：任务驱动法、讲授法、小组讨论法等。 （4）师资要求：具有本科以上学历或讲师以上职称，具有创新思维和创新理念。 （5）考核评价：课程考核总分为 100 分，包括线上、线下两个方面，其中线上考核占考核总分的 50%，线下考核占考核总分的 50%。线上考核内容及所占比例如下：观看微课视频 30%、完成进阶练习题 20%、在线提问讨论 30%、在线自测 20%。线下考核内容及所占比例如下：出勤 20%、课堂互动 20%、实践考查 60%。
16	大学生创业法律基础知识与实务	18	课程目标	素质目标：增强尊法、学法、守法、用法意识，提高法治素养。 知识目标：了解与创业相关的法律名称和国家支持创新创业的相关政策；掌握创业过程中关于企业形式选择、企业设立、知识产权保护、合同、营销行为与质量管理、法律纠纷处理等方面的基本法律知识。

			能力目标： 能够通过相关途径获取法律知识和法律服务，能够运用相关知识防范创业法律风险，用法律武器维护自身合法权益。
		主要内容	本课程按照创业筹备、企业设立、企业运营、纠纷处理的逻辑线索，选取每个过程中本校学生容易遇到的法律问题，组成概述、创业企业的法律形式、企业登记法律实务、创业企业的知识产权保护、创业企业的合同法律风险、企业市场营销行为与质量管理、常见创业法律纠纷处理等七个专题。
		教学要求	(1) 课程思政：本课程是大学生创新创业教育的重要组成部分，从学生学的层面出发，有助于强化大学生的事业心、人生观、价值观培养，对于培养大学生创新创业精神，形成正确的创业观。 (2) 教学条件：多媒体教学、湖南省精品在线开放课程《大学生创业法律基础知识与实务》网络平台。 (3) 教学方法：讲授法、案例教学法、任务驱动法、项目实训法、小组讨论法、情景教学法等。 (4) 师资要求：具有本科以上学历或讲师以上职称，具有创新创业与法律基础理论知识素养。 (5) 考核评价：课程考核方式为考查，以学习通平台记录的数据为依据评定学生成绩。其中学习过程考核成绩占 60%，期末考查成绩占 40%。

2. 专业（技能）课程

包括专业基础课程、专业核心课程、专业拓展课程、专业综合实践课程，共 28 门课程，106 学分，1892 学时。

(1) 专业基础课程

包括：广告学概论、图形创意、版式设计、PPT 设计与制作、Photoshop、专业考察、广告案例解析、市场营销学、市场调研、消费心理学、Illustrator 等 11 门课程，480 学时，30 学分。专业基础课程设置及要求如下表所示。

表 6-5 专业基础课程设置及要求

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
1	广告学概论	素质目标： (1) 具有探究性学习的主动性； (2) 具有团队合作意识、方案撰写与提案沟通素养； (3) 具有良好职业道德和职业素养。 知识目标： (1) 了解现代广告的概念； (2) 熟悉广告活动策划运作的全过程； (3) 掌握现代广告的基本原理和基础知识；	(1) 广告基本概； (2) 广告与传播、广告与文化、广告与营销； (3) 广告功能； (4) 广告调查内容、方法及程序； (5) 广告定位含义与种类； (6) 广告策划含义、内容与步骤； (7) 广告创意方法；优秀广告作品	(1) 课程思政：融入职业价值观、择业观、中华优秀传统文化、文化自信等内容。 (2) 教学条件：文案策划实训室，充分运用信息技术与手段优化教学过程与教学管理，开展线上、线下教学。 (3) 教学方法：讲授法、案例教学法、启发诱导法、小组讨论法。 (4) 师资要求：具有研究生以上学历或讲师及以上职称，应具有扎实广告理论基

		(4) 掌握广告运作流程。 能力目标: (1) 具备广告作品的分析与鉴赏能力; (2) 具备广告文案写作能力; (3) 具备广告创意思维能力。	鉴赏; (8) 广告管理、行业自律与社会监督。	础知识。 (5) 考核评价:采用过程性考核+终结性考核的方式,过程性考核成绩根据考勤、课堂表现情况等方面评定,占总成绩的 40%;终结性考核采用广告文案、广告创意作品提案的方式,占总成绩 60%。
2	图形创意	素质目标: (1) 具有精益求精的工匠精神,自觉践行广告行业的职业精神和职业规范; (2) 具有较好的专业审美和人文素养,能够积极弘扬中华美育精神。 知识目标: (1) 了解图形创意基本理论知识; (2) 熟悉图形创意的基本概念及表现形式; (3) 掌握图形创意基本流程、具备图形创意思维。 能力目标: (1) 具备从广告概念到图形创意构思的能力; (2) 具备运用图形创意表现思维,进行草图绘制的能力; (3) 具备马克笔手绘图形的表现能力。	(1) 基本形态变化包括点线面的变化; (2) 图形创意思维训练:联想、逆向思维; (3) 图形创意表现:抽象、重组、同构、打散。	(1) 课程思政:将民族精神、时代精神、工匠精神、创新精神、中国梦等融入图形创意教学过程中。 (2) 教学条件:电脑、投影仪、设计构成实训室,充分运用信息技术与手段优化教学过程与教学管理,开展线上、线下教学等。 (3) 教学方法:主要采用讲演法、项目教学法、案例教学法、任务驱动教学法、榜样示范法等。 (4) 师资要求:具有研究生学历或讲师及以上职称,具有扎实的美术理论基础和丰富实践经验。 (5) 考核评价:采用过程性考核+终结性考核的方式,过程性考核成绩根据考勤、课堂表现情况等方面评定,占总成绩的 40%;终结性考核采用提交作品的方式,占总成绩的 60%。
3	版式设计	素质目标: (1) 具有审美能力、动手表现能力; (2) 具有自主学习意识、创新创意思维; (3) 具有对中国传统手文化自信和传承意识; (4) 具有精益求精的工匠精神。 知识目标: (1) 了解版式设计的基本规律; (2) 熟悉版式设计创意与表现形式; (3) 掌握版式设计媒介类型及特点; (4) 掌握版式设计排版规则。 能力目标: (1) 具备版面鉴赏能力; (2) 具备版面创意设计能力;	(1) 版式设计概论、要素及视觉流程; (2) 版式设计形式美法则、编排风格; (3) 图形、文字、色彩、网格的运用技法; (4) 版式设计的媒介特点; (5) 宣传册设计中图形、文字、色彩、空间分割等编排要素; (6) 宣传册设计的制作程序。	(1) 课程思政:将立德树人贯穿教学全过程,培养学生版式设计创意思维和认真细心,追求卓越的工匠精神。 (2) 教学条件:电脑、投影仪、设计构成实训室、拷贝桌等。 (3) 教学方法:主要采用讲授法、项目教学法、案例教学法、任务驱动教学法、榜样示范法等。 (4) 师资要求:具有研究生学历或讲师及以上职称,具有扎实的版式设计理论基础和丰富实践经验。 (5) 考核评价:采用过程性考核+终结性考核的方式,过程性考核成绩根据考勤、课堂表现情况等方面评定,占总成绩的 40%;终结性考核采

		(3) 具备独立进行广告作品、宣传册排版能力。		用作品展示的方式, 占总成绩的 60%。
4	PPT 设计与制作	素质目标: (1) 具有 PPT 设计审美、逻辑思维; (2) 具有自主学习意识、创新创意思维; (3) 具有广告提案与沟通思维; (4) 具有精益求精的工匠精神。 知识目标: (1) 了解 PPT 基本功能; (2) 熟悉 PPT 设计方法; (3) 掌握 PPT 排版方法与技巧; (4) 掌握 PPT 美化技巧。 能力目标: (1) 具备 PPT 设计能力; (2) 具备 PPT 页面编排设计能力; (3) 具备独立进行 PPT 制作与排版美化能力。	(1) 关于工作型 PPT; (2) 确定 PPT 设计目标; (3) 设计 PPT 主题; (4) PPT 封面设计; (5) PPT 目录设计; (6) PPT 单页排版; (7) PPT 整体美化。	(1) 课程思政: 培育学生职业素养和创新思维, 融入德育意识和审美意识培养。 (2) 教学条件: 设计软件、电脑、多媒体投影仪。充分运用信息技术与手段优化教学过程与教学管理, 开展线上、线下教学等。 (3) 教学方法: 主要采用讲授法、案例教学法、任务驱动教学法等。 (4) 师资要求: 具有研究生学历或讲师及以上职称, 应具有扎实理论基础和丰富实践经验。 (5) 考核评价: 采用过程性考核+终结性考核的方式, 过程性考核成绩根据考勤、课堂表现情况等方面评定, 占总成绩的 40%; 终结性考核采用提交作品的方式, 占总成绩的 60%。
5	Photo shop	素质目标: (1) 具有善于钻研, 乐于思考, 及时发现问题的学习素养; (2) 具有较强的创新思维和创新意识; (3) 具有严谨务实的学习态度与精益求精的工匠精神。 知识目标: (1) 了解 Photoshop 软件的基本操作环境; (2) 熟悉绘画、选区、图层、蒙版等工具的操作原理; (3) 掌握运用软件进行广告作品创意与设计的流程。 能力目标: (1) 具备 Photoshop 软件的基本操作能力; (2) 具备灵活运用图像处理软件进行广告创意表现能力; (3) 具备创作出系列广告作品的能力。	(1) Photoshop 软件环境与操作基础; (2) Photoshop 绘画工具、选区工具、钢笔工具的使用方法与技巧; (3) Photoshop 图层原理、蒙版原理的运用; (4) Photoshop 滤镜效果的参数设置及使用方法; (5) Photoshop 综合实训。	(1) 课程思政: 关注学生职业素养和责任感养成, 融入德育意识和德育能力培养。 (2) 教学条件: 设计软件、电脑、多媒体投影仪。充分运用信息技术与手段优化教学过程与教学管理, 开展线上、线下教学等。 (3) 教学方法: 主要采用讲授法、案例教学法、任务驱动教学法等。 (4) 师资要求: 具有研究生学历或讲师及以上职称, 应具有扎实理论基础和丰富实践经验。 (5) 考核评价: 采用过程性考核+终结性考核的方式, 过程性考核成绩根据考勤、课堂表现情况等方面评定, 占总成绩的 40%; 终结性考核采用提交作品的方式, 占总成绩的 60%。
6	专业考察	素质目标: (1) 树立对广告行业、专业的正确认知; (2) 形成细致工作、主动学习的良好习惯;	(1) 广告行业趋势调研; (2) 广告公司组织架构与工作岗位; (3) 媒介公司组	(1) 课程思政: 融入大局观和敬业的工作观、职业道德等内容。 (2) 教学条件: 充分运用信息技术与手段优化教学过程与教学管理, 开展线上、线

		(3) 具有自我认知、责任意识与创新精神； (4) 树立正确三观，形成良好的职业素养。 知识目标： (1) 了解广告行业现状； (2) 熟悉广告公司岗位设置； (3) 掌握广告公司岗位职责； (4) 掌握考察报告撰写要求、方法。 能力目标： (1) 具备广告市场、行业分析的能力； (2) 具备广告角色洞察与表达能力； (3) 具备出色考察报告撰写能力。	组织架构与工作岗位； (4) 营销策划机构了解； (5) 专业考察报告写作与交流等。	下教学。 (3) 教学方法：实地调研法、提问法、讨论法等。 (4) 师资要求：一般具有硕士及以上学位，专业课教师要求必须具有在企业相应岗位工作的实际经验。 (5) 考核评价：课程考核应将考察准备、考察过程、考察报告实训考核结合起来进行，采用过程性考核+终结性考核的方式，过程性考核成绩根据考勤、课堂表现、课堂作业情况等方面评定，占总成绩的 40%；终结性考核占总成绩的 60%。
7	广告案例解析	素质目标： (1) 具有广告专业钻研与探究意识； (2) 具有逻辑思维与理性分析意识； (3) 具有善于交流、沟通，具有较好的语言和文字表达素养； (4) 形成良好的专业思维和职业素养。 知识目标： (1) 了解广告作品类型； (2) 熟悉国内外广告风格； (3) 掌握广告案例分析思路与方法； (4) 掌握案例复盘技巧。 能力目标： (1) 具备广告案例搜集与分类整理能力； (2) 具备案例分析与阐述能力； (3) 具备案例复盘与归纳总结能力； (4) 具备思维迁移与广告作品创新能力。	(1) 公益广告； (2) 形象广告； (3) 家电广告与行业属性； (4) 食品广告与行业属性； (5) 饮料广告与行业属性； (6) 家庭用品广告与商业属性； (7) 个人用品广告与行业属性； (8) 通信事务、办公设备广告与行业属性； (9) 医药保健品广告与行业属性； (10) 服务类广告与行业属性； (11) 汽车及相关产品广告与行业属性。	(1) 课程思政：融入责任意识与创新精神，树立服务文化创意产业发展意识等内容。 (2) 教学条件：充分运用信息化教学技术与手段优化教学过程与教学管理，开展线上、线下教学。 (3) 教学方法：案例分析法、理论讲授法、讨论法、项目驱动法等。 (4) 师资要求：一般具有硕士及以上学位，专业课教师要求必须具有在企业相应岗位工作的实际经验。 (5) 考核评价：为全面、综合地考核学生对课程的学习情况，课程考核融入课程思政的要求，将学习过程+课程结果考评相结合，采用过程性考核+终结性考核的方式，过程性考核成绩根据考勤、课堂表现、课堂作业情况等方面评定，占总成绩的 40%；终结性考核占总成绩的 60%。
8	市场营销学	素质目标： (1) 认同中华文化，提升学生文化自信； (2) 形成工作、学习主动性； (3) 树立创新创业能力、责任意识与创新精神； (4) 具有在市场营销岗位统筹全局、团队协作的职业素养。	(1) 市场营销基本理论； (2) 营销内外部环境分析； (3) 市场调查方法与技巧； (4) 市场细分与市场定位；	(1) 课程思政：融入营销思维、纪律意识、规范意识和资源整合意识等内容。 (2) 教学条件：充分运用信息技术与手段优化教学过程与教学管理，开展线上、线下教学。 (3) 教学方法：项目驱动法、

		知识目标: (1) 了解市场营销基本概念; (2) 熟悉市场营销基本原理; (3) 掌握传统营销与新媒体营销方法。 能力目标: (1) 具备市场营销思维能力; (2) 具备灵活运用市场营销基本方法的能力; (3) 具备市场营销方案的撰写能力。	(5) 营销推广策略; (6) 营销计划书撰写等。	讲授法、提问法、讨论法等。 (4) 师资要求: 一般具有硕士及以上学位, 专业课教师要求必须具有在企业相应岗位工作的实际经验。 (5) 考核评价: 融入课程思政的要求, 将学习过程+课程结果考评相结合, 采用过程性考核+终结性考核的方式, 过程性考核成绩根据考勤、课堂表现、课堂作业情况等方面评定, 占总成绩的 40%; 终结性考核占总成绩的 60%。
9	市场调研	素质目标: (5) 具有实事求是的调研精神; (6) 具有逻辑思维与理性分析意识; (7) 具有善于交流、沟通, 具有较好的语言和文字表达素养; (8) 树立学生正确价值观, 形成良好的职业道德和职业素养。 知识目标: (5) 了解市场调研的别类及意义; (6) 熟悉市场调研一般序; (7) 掌握市场调研基本法; (8) 掌握市场调研报告写方法与技巧。 能力目标: (4) 具备市场调查问卷设计能力; (5) 具备独立开展问卷调研、访谈能力; (6) 具备问卷发放与回收能力; (4) 具备市场调研数据分析、调研报告撰写能力。	(1) 市场调研概念和意义; (2) 市场调研的内容与流程; (3) 抽样设计; (4) 市场调研方法; (5) 问卷设计; (6) 数据分析与处理; (7) 调研报告撰写等内容。	(1) 课程思政: 融入劳动观念与劳动意识、文化自信等内容。 (2) 教学条件: 充分运用信息技术与手段优化教学过程与教学管理, 开展线上、线下教学。 (3) 教学方法: 讲授法、讨论法、专题实践法、实地调研法、情景模拟法等。 (4) 师资要求: 具有本科以上学历或讲师及以上职称, 应具有扎实市场调研理论基础知识较强的调研实践能力。 (5) 考核评价: 融入课程思政的要求, 将学习过程+课程结果考评相结合, 采用过程性考核+终结性考核的方式, 过程性考核成绩根据考勤、课堂表现、课堂作业情况等方面评定, 占总成绩的 40%; 终结性考核占总成绩的 60%。
10	消费心理学	素质目标: (1) 引导学生主动分析消费者心理, 提升学生学习的主动性; (2) 具有运用心理学原理独立设计广告的创新意识, 激发创造性思维; (3) 具有团结协作、学会沟通的职业素养。 (4) 培养学生吃苦耐劳、谦虚谨慎、严格执行的良好职业素养。	(1) 消费心理学概述; (2) 感知与消费心理; (3) 记忆、想象与思维; (4) 情绪、情感与意志; (5) 消费者个性心理特征; (6) 需要与动机;	(1) 课程思政: 融入劳动观念与劳动意识、法律意识和创新精神等内容; 引导学生树立正确的价值观, 作为营销者利用消费者心理学规律开展营销活动时, 应具有诚信、勤奋的品质和取财有道的信念。 (2) 教学条件: 多媒体教学、实训室。 (3) 教学方法: 讲授法、提问法、讨论法、情景模拟法

		知识目标： (1) 了解影响消费者消费心理的因素。 (2) 学会通过对消费者心理分析提高营销技巧与技能的方法。 能力目标： (1) 提高学生在营销和销售过程中的观察能力、判断能力、营销能力； (2) 具备运用心理学的规律来分析广告作品的的能力； (3) 具备通过资料收集和分析，掌握受众的心理需求； (4) 具备从满足消费者的心理需求角度出发，借助广告把商品信息以最佳的形式传播给消费者； (5) 具备恰当运用心理学的基本规律，设计出极具吸引力、富有创意、能有效说服受众广告的能力。	(7) 学习与态度； (8) 自我概念与生活方式； (9) 文化、流行与习俗； (10) 社会群体与家； (11) 社会阶层与消费 (12) 情境与消费心理 (13) 消费决策与行为	等。 (4) 师资要求：一般具有硕士及以上学历，应具有扎实广告心理学理论知识。 (5) 考核评价：融入课程思政的要求，为全面、综合地考核学生消费心理学《课程的学习情况，将学习过程+课程结果考评相结合，采用过程性考核+终结性考核的方式，过程性考核成绩根据考勤、课堂表现、课堂作业情况等方面评定，占总成绩的40%；终结性考核占总成绩的60%。
11	Illustrator	素质目标： (1) 具有乐于思考，及时发现问题的学习素养； (2) 具有较强的创新思维和创新意识； (3) 具有严谨务实的学习态度与精益求精的工匠精神。 知识目标： (1) 了解 Illustrator 软件的基本操作环境； (2) 熟悉钢笔工具绘画、选区、图层、蒙版等工具的操作原理； (3) 掌握运用软件进行广告作品创意与设计的流程。 能力目标： (1) 具备 Illustrator 软件的基本操作能力； (2) 具备灵活运用图像处理软件进行广告创意表现能力； (3) 具备运用 Illustrator 软件进行插画设计与表现的能力。	(1) Illustrator 软件环境与操作基础； (2) Illustrator 钢笔工具、选区工具、绘图工具的使用方法； (3) Illustrator 图层原理、蒙版原理的运用； (4) Illustrator 的参数设置及使用方法； (5) 广告与插画设计综合实训。	(1) 课程思政：关注学生进取精神、攻坚克难和爱岗敬业意识的养成，融入德育意识和德育能力的培养。 (2) 教学条件：设计软件、电脑、多媒体投影仪。充分运用信息技术与手段优化教学过程与教学管理，开展线上、线下教学等。 (3) 教学方法：主要采用讲授法、案例教学法、任务驱动教学法等。 (4) 师资要求：具有研究生学历或讲师及以上职称，应具有扎实理论基础和丰富实践经验。 (5) 考核评价：采用过程性考核+终结性考核的方式，过程性考核成绩根据考勤、课堂表现情况等方面评定，占总成绩的40%；终结性考核采用提交作品的方式，占总成绩的60%。

(2) 专业核心课程

包括：广告策略、广告文案写作、新媒体文案写作、广告创意与设计、策划方案写作、公关活动策划、快消品推广策划、房地产广告策划等8门课程，448学时，28学分。专业核心课程设置及要求如下表所示。

表 6-6 专业核心课程设置及要求

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
1	广告策略	素质目标： (1)具有处理信息的辩证思维素养； (2)具有作为广告人员所需的沟通素养； (3)具有分工合作意识、方案撰写与提案表达素养； 知识目标： (1)了解广告策略基本概念； (2)掌握广告目标包含的具体内容； (3)掌握制定广告目标的具体方法和应遵循的原则； (4)了解过广告信息策略的基本概念和内容； (5)了解过广告媒介策略的基本概念和内容； (6)掌握制定广告策略的基本程序。 能力目标： (1)掌握广告策略的基本理论与方法，能够运用广告策略相关原理，分析、解释企业中常见广告问题； (2)具备制定广告目标、实现广告目标基本手段的能力。	(1)确定广告目标； (2)制定广告策略； (3)目标消费者策略； (4)广告信息策略； (5)广告媒介策略； (6)确定广告实施方案。	(1)课程思政：结合优秀国产品牌的广告策略案例，激发学生的爱国热情，树立民族自尊心、自信心；在学习广告策略过程中不断提高学生的职业素养，培养精益求精的工匠精神。 (2)教学条件：多媒体教学、实训室。 (3)教学方法：任务驱动法、案例教学法、讲授法。 (4)师资要求：一般具有硕士及以上学位或讲师职称，应具有扎实广告策划理论知识基础和策划实践能力。 (5)考核评价：为了全面考核学生的学习情况，课程考核包括过程考核和期末考核。具体考核成绩评定办法如下：过程考核包括出勤、课堂表现、平时作业、教学平台后台数据等部分，占总成绩 40%。期末考核采取考试的方式，占总成绩 60%。
2	广告文案写作	素质目标： (1)具有良好的广告文案写作素养； (2)具有广泛学习、开拓视野，以丰厚的知识底蕴作为创意来源； (3)具有遵守广告法规，广告文案创作中把握好服务性、责任意识； (4)具有文字驾驭、沟通表达意识与文化自信。 知识目标： (1)了解广告文案写作的思考框架； (2)掌握文案如何配合创意、文案的诉求方法； (3)掌握广告文案写作要求。 能力目标： (1)具备广告文案鉴赏能力； (2)具备广告文案创作能力。	(1)广告文案概述； (2)广告文案创意技法与诉求策略； (3)广告标题正文和广告语写作技法； (4)报纸广告文案写作； (5)杂志广告文案写作； (6)直接邮寄广告文案写作。	(1)课程思政：通过优秀广告文案的选择、鉴赏，提高学生的家国情怀和自信心；培养学生的职业道德和匠心精神。 (2)教学条件：多媒体教学。 (3)教学方法：任务驱动法、项目导向法、讨论法、提问法等。 (4)师资要求：一般具有硕士学位或讲师职称，应具有扎实的广告文案理论基础知识和较强的文案写作能力。 (5)考核评价：为了全面考核学生的学习情况，课程考核包括过程考核和期末考核。具体考核成绩评定办法如下：过程考核包括出勤、课堂表现、平时作业、教学平台后台数据等部分，占总成绩 40%。期末考核采取考试方式，占总成绩 60%。
3	新媒体文	素质目标： (1)总体目标是培养学生树	(1)新媒体文案概述；	(1)课程思政：本课程为专业核心课程，培养学生树立发展

	案写作	立科学发展观，树立正确的世界观、人生观和价值观； (2)培养学生的创新意识和创新能力，积极提升自我，融入社会的大发展中； (3)培养学生的规范意识和法治意识，在自我发展的同时，遵循一定的原则和法规制度； (4)培养学生的绿色环保理念，树立绿色协调发展观，激发学生的责任感和主人翁意识，反对奢侈浪费，崇尚勤俭节约、艰苦朴素； (5)坚信事物是前进行与曲折性相统一的，前进是必然，曲折是过程，提倡试错并勇于承受挫折，培养精益求精的工匠精神。 知识目标： (1)了解新媒体及新媒体文案的基本概念； (2)掌握新媒体文案的创意构思； (3)掌握新媒体文案的写作技巧； (4)掌握爆款新媒体文案的打造方法。 能力目标： (1)具备撰写优秀新媒体文案能力； (2)具备利用各类新媒体文案的写作的能力。	(2)新媒体文案写作思维； (3)新媒体文案写作技巧； (4)爆款新媒体文案的打造； (5)品牌的新媒体文案写作。	观，培养创新意识、绿色环保意识以及精益求精的工匠精神； (2)教学条件：电脑、投影仪实训室等教学设备，充分运用信息技术与手段优化教学过程与教学管理。 (3)教学方法：主要采用讲授法、任务驱动法和案例教学法等。 (4)师资要求：具有本科以上学历或讲师及以上职称，应具有扎实的文字功底和文案撰写能力。 (5)考核评价：平时成绩占30%，期末考试成绩占70%。
4	广告创意与设计	素质目标： (1)具有平面广告创新思维与设计表现意识，能够从社会、思想、文化、艺术等背景中理解创意、学习创意； (2)具有实例教学，形成及时反应与灵活应变素养； (3)具有工作、学习的主动性； (4)具有良好的沟通素养。 知识目标： (1)了解广告创意的内涵； (2)熟悉广告创意流程； (3)掌握广告设计理念； (4)掌握平面广告的艺术表现手法与创意制作流程。 能力目标： (1)具备商业广告与市场、商业广告与产品的关系，探索图形创意，强调对商品品牌、商品属性、商品功能的表现能力。	(1)广告创意的基本内容； (2)撰写市场调研报告； (3)平面广告构成要素与创意方法； (4)草图绘制； (5)电脑绘制； (6)提案汇报。	(1)课程思政：弘扬优秀传统文化，树立文化自信。培养学生的爱国精神和社会责任感；培养学生敬业、精益、专注、创新的职业精神。 (2)教学条件：充分运用信息技术与手段优化教学过程与教学管理，开展线上、线下教学。 (3)教学方法：主要采用讲授法、案例教学法、任务驱动法、项目教学法等。 (4)师资要求：具有研究生学历或讲师及以上职称，具有扎实的广告创意理论基础和丰富设计实践经验。 (5)考核评价：为了全面考核学生的学习情况，课程考核包括过程考核和期末考核。具体考核成绩评定办法如下：过程考核包括出勤、课堂表现、平

		(2)具备营销策略背景下进行商业广告创意设计的意识与能力。		时作业、教学平台后台数据等部分,占总成绩 40%。期末考核采取考试的方式,占总成绩 60%。
5	策划方案写作	素质目标: (1)具有良好的广告文案写作素养; (2)具有严谨的逻辑思维能力和敢于推陈出新的创新意识; (3)具有遵守广告法规,广告方案创作中把握好服务性、责任意识; (4)培养学生的规划、决策能力。 知识目标: (1)熟知广告策划的内容; (2)掌握广告策划方案的撰写结构和基本要求; 能力目标: (1)能模仿现成的广告策划案练习广告策划案的写作; (2)具备较强的文字编辑能力与设计表达能力。	(1)广告策划方案定义及内容; (2)广告策划方案的作用; (3)广告策划方案的撰写结构和基本要求; (4)优秀广告策划方案赏析; (5)仿写练习。	(1)课程思政:根据广告策划方案写作的内容进行教学,融入爱国主义精神、敬业精神、法治意识和创新思维能力等内容。 (2)教学条件:多媒体教学,实训室。 (3)教学方法:理论讲授法、案例分析法、模拟演练法等 (4)师资要求:一般具有硕士及以上学历,专业课教师要求必须具有在企业相应岗位工作的实际经验。 (5)考核评价:为全面、综合地考核学生策划方案写作课程的学习情况,课程考核应将方案撰写、设计排版、提案过程结合起来融入课程思政的要求,采用过程性考核+终结性考核的方式,过程性考核成绩根据考勤、课堂表现、课堂作业情况等方面评定,占总成绩的 40%;终结性考核占总成绩的 60%。
6	公关活动策划	素质目标: (1)具有逻辑推理和科学预测意识; (2)具有优良的公关活动创新思维; (3)具有严谨、规范的策划组织习惯。 知识目标: (1)了解公共关系的基本概念; (2)掌握公关活动策划的内容和方法。 能力目标: (1)具备独立公关活动策划能力; (2)具备独立撰写公关活动策划方案能力。	(1)公共关系概述; (2)公共关系主体构成; (3)危机公关; (4)公关活动策划。	(1)课程思政:融入劳动观念与劳动意识、法律意识和创新精神等内容。 (2)教学条件:充分运用信息技术与手段优化教学过程与教学管理,开展线上、线下教学。 (3)教学方法:主要采用讲授法、任务驱动法和案例教学法等。 (4)师资要求:具有研究生学历或讲师及以上职称,具有扎实的公关活动理论基础和丰富实践经验。 (5)考核评价:为了全面考核学生的学习情况,课程考核包括过程考核和期末考核。具体考核成绩评定办法如下:过程考核包括出勤、课堂表现、平时作业、教学平台后台数据等部分,占总成绩 40%。期末考核采取考试的方式,占总成绩 60%。
7	快消品推	素质目标: (1)具有敏锐的行业洞察、问	(1)快消品的基本概念;	(1)课程思政:融入社会主义核心价值观、行业洞察、纪律

	广策 划	题意识； (2) 具有“用户需求”至上意识,形成与客户沟通职业素养； (3) 具有策略性推广思维、创新思维。 知识目标： (1) 了解快消品及基本特征； (2) 熟悉快消品类型及头部品牌； (3) 掌握快消品推广策划的总体指导思路及营销原理。 能力目标： (1) 具备快消品推广与整合营销传播策划能力； (2) 具备独立完成一份快消品推广策划书撰写能力。	(2) 快消品分类； (3) 快消品品牌； (4) 快消品推广的价值； (5) 品牌整合营销； (6) 品牌整合传播； (7) 品牌整合公关。	意识、规范意识和文化自信等内容。 (2) 教学条件：充分运用信息技术与手段优化教学过程与教学管理，开展线上、线下教学。 (3) 教学方法：主要采用讲授法、任务驱动法和案例教学法等教学方法。 (4) 师资要求：具有研究生学历或讲师及以上职称，具有扎实的品牌推广理论基础和丰富实践经验。 (5) 考核评价：为了全面考核学生的学习情况，课程考核包括过程考核和期末考核。具体考核成绩评定办法如下：过程考核包括出勤、课堂表现、平时作业、教学平台后台数据等部分，占总成绩 40%。期末考核采取考试的方式，占总成绩 60%。
8	房地 产广 告策 划	素质目标： (1) 具有房地产广告营销策划理论素养，了解相关行业； (2) 具有适应房地产行业工作的灵活应变素养； (3) 具有分工合作意识，方案撰写与提案沟通素养。 知识目标： (1) 了解房地产商品的特殊性、房地产市场及其特征； (2) 掌握房地产市场营销基本原理； (3) 掌握房地产广告策划内容； (4) 掌握房地产广告策划流程、方法； (5) 掌握房地产广告策划书撰写方法。 能力目标： (1) 具备地产市场调研与数据分析能力； (2) 具备独立开展地产广告策划的能力； (3) 具备房地产广告策划书撰写的能力。	(1) 房地产市场概述； (2) 房地产市场调查； (3) 房地产市场预测； (4) 房地产项目定位； (5) 房地产营销战略； (6) 房地产广告策划流程及方法； (7) 房地产广告策划书撰写技巧。	(1) 课程思政：融入劳动观念与劳动意识、职业精神、文化自信等内容。 (2) 教学条件：充分运用信息技术与手段优化教学过程与教学管理，开展线上、线下教学。 (3) 教学方法：主要采用讲授法、任务驱动法和案例教学法等。 (4) 师资要求：具有研究生学历或讲师及以上职称，具有扎实房地产广告策划理论基础和丰富实践经验。 (5) 考核评价：为了全面考核学生的学习情况，课程考核包括过程考核和期末考核。具体考核成绩评定办法如下：过程考核包括出勤、课堂表现、平时作业、教学平台后台数据等部分，占总成绩 40%。期末考核采取考试的方式，占总成绩 60%。

(3) 专业拓展课程

包括：企业新闻专题策划、广告媒体策划、品牌策划、提案与沟通、影视广告创意与制作、广告运作实务等 6 门课程，256 学时，16 学分。专

业拓展课程设置及要求如下表所示。

表 6-7 专业拓展课程设置及要求

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
1	企业新闻专题策划	素质目标: (1) 具有敏锐的热点捕捉意识; (2) 具有良好的新闻传播思维; (3) 具有严谨、规范文稿撰写素养。 知识目标: (1) 了解企业新闻报道策划基本概念; (2) 掌握企业新闻报道内容和方法; (3) 掌握新闻稿撰写方法与技巧。 能力目标: (1) 具备独立企业新闻选题策划能力; (2) 具备独立撰写新闻稿能力。	(1) 新闻报道策划概述; (2) 新闻报道策划的组织与操作; (3) 节庆报道策划; (4) 事件报道策划; (5) 文化报道策划; (6) 会议报道策划。	(1) 课程思政: 培养学生的爱岗敬业和社会责任感; 培养学生敬业、精益、专注、创新的职业精神。 (2) 教学条件: 充分运用信息技术与手段优化教学过程与教学管理, 开展线上、线下教学。 (3) 教学方法: 主要采用讲授法、任务驱动法和案例教学法等。 (4) 师资要求: 具有研究生学历或讲师及以上职称, 具有扎实的广告创意理论基础和丰富设计实践经验。 (5) 考核评价: 为了全面考核学生的学习情况, 课程考核包括过程考核和期末考核。具体考核成绩评定办法如下: 过程考核包括出勤、课堂表现、平时作业、教学平台后台数据等部分, 占总成绩 40%。期末考核采取考试的方式, 占总成绩 60%。
2	广告媒体策划	素质目标: (1) 具有广告媒介组合的创新思维; (2) 形成工作、学习主动性; (3) 具有创造性媒体策划素养; (4) 树立规范意识、大局意识和创新意识, 形成良好的职业素养。 知识目标: (1) 了解广告媒介基本畴; (2) 熟悉广告媒介的类别; (3) 掌握广告媒体策划方法与技巧。 能力目标: (1) 能够正确掌握不同广告媒介的特点; (2) 具备根据广告的要求进行媒介选择的能力; (3) 能够熟练掌握并运用媒介预算的制定方式; (4) 具备自主进行广告媒体策划的能力。	(1) 广告媒体概述; (2) 不同广告媒介特点; (3) 广告媒体的量与质; (4) 广告媒体的选择组合与排期; (5) 广告媒体策划书的撰写等。	(1) 课程思政: 融入大局观和敬业的工作观、职业道德等内容。 (2) 教学条件: 充分运用信息技术与手段优化教学过程与教学管理, 开展线上、线下教学。 (3) 教学方法: 案例分析法、理论讲授法、实地调研法、讨论法、项目驱动法等。 (4) 师资要求: 一般具有硕士及以上学位, 专业课教师要求必须具有在企业相应岗位工作的实际经验。 (5) 考核评价: 融入课程思政的要求, 将学习过程+课程结果考评相结合, 采用过程性考核+终结性考核的方式, 过程性考核成绩根据考勤、课堂表现、课堂作业情况等方面评定, 占总成绩的 40%; 终结性考核占总成绩的 60%。
3	品牌策划	素质目标: (1) 具有逻辑思维与理性分	(1) 品牌策划概述;	(1) 课程思政: 融入敢于吃苦耐劳的劳动精神, 树立民族自尊

		析意识； (2) 具备高度责任心和良好的团队合作精神； (3) 提高创新意识，具备品牌创新能力； 知识目标： (1) 了解品牌策划与广告设计的关系； (2) 掌握品牌定位的基本与原理与方法； (3) 了解品牌诊断的基本知识； (4) 掌握市场调研的目的与方法； (5) 掌握品牌核心价值； (6) 掌握消费者需求心理； (7) 了解产品的卖点； (8) 了解品牌策略； (9) 了解品牌管理的方法。 能力目标： (1) 具备品牌分析诊断能力； (2) 具备品牌定位能力； (3) 具备制定品牌策略能力； (4) 具备良好沟通与表达能力。	(2) 品牌诊断； (3) 市场调研； (4) 品牌核心价值； (5) 消费者行为心理诊断； (6) 寻找产品卖点； (7) 品牌再定位； (8) 品牌策略； (9) 品牌管理； (10) 品牌扩张。	心、自信心，增强创新意识与责任意识等内容。 (2) 教学条件：多媒体教学，开展校企合作，线上+线下综合教学。 (3) 教学方法：理论讲授法、调查法、案例分析法、模拟演练法等 (4) 师资要求：一般具有硕士及以上学历，专业课教师要求必须具有在企业相应岗位工作的实际经验。 (5) 考核评价：为全面、综合地考核学生品牌策划课程的学习情况，课程考核应将设计方案、提案过程结合起来融入课程思政的要求，采用过程性考核+终结性考核的方式，过程性考核成绩根据考勤、课堂表现、课堂作业情况等方面评定，占总成绩的40%；终结性考核占总成绩的60%。
4	提案与沟通	素质目标： (4) 培养良好的心理素质和职业素养； (5) 具备高度责任心和良好的团队合作精神； (6) 养成勇于克服困难的精神，具备创造性解决问题意识； (7) 善于交流、沟通，具有较好的语言和文字表达素养。 知识目标： (4) 了解提案与沟通的基本内涵； (5) 熟悉提案与沟通的流程； (6) 掌握提案与沟通的步骤； (4) 掌握提案与沟通常用方法； (5) 掌握客户沟通、提案修改方法。 能力目标： (4) 具备良好策划分析能力； (5) 具备良好设计表现能	(1) 提案入门； (2) 提案类型； (3) PPT 制作； (4) 选择和设计视听材料； (5) 设计视觉材料； (6) 精心编排提案； (7) 故事设计； (8) 魅力声音； (9) 身体语言 (10)提案补充部分等。	(1) 课程思政：融入树立文化自信、职业道德、正确的劳动观念和劳动意识等内容。 (2) 教学条件：充分运用信息技术与手段优化教学过程与教学管理，开展校企合作，线上+线下综合教学。 (3) 教学方法：理论讲授法、案例分析法、模拟演练法等 (4) 师资要求：一般具有硕士及以上学历，专业课教师要求必须具有在企业相应岗位工作的实际经验。 (5) 考核评价：为全面、综合地考核学生提案与沟通课程的学习情况，课程考核应将设计方案、提案过程结合起来融入课程思政的要求，采用过程性考核+终结性考核的方式，过程性考核成绩根据考勤、课堂表现、课堂作业情况等方面评定，占总成绩的40%；终结性考核占总成绩的60%。

		力； (6) 具备良好方案撰写能力； (7) 具备良好沟通与表达能力。		
5	影视广告创意与制作	素质目标： (1) 具有对传统文化与流行文化学习与转化的意识； (2) 具有创造思维、逻辑思维、审美意识与工匠精神； (3) 具有学习主动性，发现问题、解决问题的意识； (4) 树立纪律意识、规范意识、创新意识； (5) 形成团结协作和互助意识，形成良好职业道德和职业素养。 知识目标： (1) 了解影视广告发展与现状； (2) 熟悉影视广告创作原则； (3) 掌握文案的诉求方式的具体应用； (4) 掌握影视广告的构思和平面广告版的组合。 能力目标： (1) 具备艺术和技术完美统一的影视广告创意能力； (2) 具备拍摄完整的商业影视广告专业技术的能力； (3) 具备影视广告有效地设计与制作的能力。	(1) 影视广告发展； (2) 影视广告创作原则； (3) 影视广告脚本创作； (4) 影视广告拍摄； (5) 影视广告后期制作； (6) 影视广告效果评价等。	(1) 课程思政：融入责任意识与创新精神，树立服务文化创意产业发展意识等内容。 (2) 教学条件：充分运用信息化教学技术与手段优化教学过程与教学管理，开展线上、线下教学。 (3) 教学方法：案例分析法、理论讲授法、实地调研法、讨论法、项目驱动法等。 (4) 师资要求：一般具有硕士及以上学历，专业课教师要求必须具有在企业相应岗位工作的实际经验。 (5) 考核评价：为全面、综合地考核学生影视广告创意与制作《课程》的学习情况，课程考核融入课程思政的要求，将学习过程+课程结果考评相结合，采用过程性考核+终结性考核的方式，过程性考核成绩根据考勤、课堂表现、课堂作业情况等方面评定，占总成绩的40%；终结性考核占总成绩的60%。
6	广告运作实务	素质目标： (1) 具有广告运作过程的全局认知； (2) 具有工作、学习的主动性与积极性； (3) 具有良好的审美意识，具备工匠精神、责任意识与创新精神； (4) 具有纪律意识、规范意识、创新创业意识，养成尊重宽容、团结协作和平等互助的合作意识，形成良好的职业道德和素养。 知识目标： (1) 了解广告运作流程； (2) 熟悉广告策划各个节； (3) 掌握环境分析、竞品分析、产品分析、消费者分析； (4) 掌握广告战略制定，创	(1) 广告运作流程概述； (2) 市场调研与报告分析； (3) 广告定位； (4) 广告创意； (5) 广告设计； (6) 广告媒介； (7) 广告预算等。	(1) 课程思政：融入从事广告职业的责任意识与创新精神、职业道德等内容。 (2) 教学条件：充分运用信息技术与手段优化教学过程与教学管理，开展线上、线下教学。 (3) 教学方法：采用理论讲授法、案例分析法、小组讨论法、专题实训法等。 (4) 师资要求：一般具有硕士及以上学历，专业课教师要求必须具有在企业相应岗位工作的实际经验。 (5) 考核评价：融入课程思政的要求，将学习过程+课程结果考评相结合，采用过程性考核+终结性考核的方式，过程性考核成绩根据考勤、课堂表现、课堂作业情况等方面评定，占总成绩

		意表现策略，广告媒体发布，广告预算制定等。 能力目标： （1）具备依据企业营销战略进行整体广告策划与创意的能力； （2）具备广告项目运作全过程管理能力； （3）具备创新创业意识、创新思维能力与创新创业能力。		的40%；终结性考核占总成绩的60%。
--	--	---	--	----------------------------

（4）专业综合实践课程

包括：顶岗实习、毕业设计、学业总结等3门课程，708学时，32学分。专业综合实践课程设置及要求如下表所示。

表 6-8 专业综合实践课程设置及要求

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
1	顶岗实习	素质目标： （1）具有良好的职业道德和职业素养；具有较强的沟通、协作与团队精神； （2）具有较强文案撰写、创意策划、创意设计思维，具备创新精神和创新创业意识。 知识目标： （1）全方位了解广告公司岗位技能要求； （2）熟悉广告公司各部门的作业流程； （3）熟练掌握广告文案撰写、广告策划、广告创意设计方法与技巧。 能力目标： （1）具备将知识转化为实践技能的能力和解决实际问题的能力； （2）具备完整广告项目策划、创意、设计、提案能力。	（1）顶岗实习企业现场参观考察； （2）与广告相关的企事业单位中广告文案、广告策划、广告设计、客户执行、媒介策划等岗位的顶岗实习； （3）企业新模式、新方法、新模式等的学习。	（1）课程思政：融入工匠精神、纪律意识、创新精神，提升毕业班学生的职业素养、道德修养，帮助学生在顶岗实习期间树立正确的价值观、职业观，合理制定职业生涯规划。 （2）教学条件：顶岗实习企业。 （3）教学方法：要求学生综合运用三年来所学的各方面理论与实践知识，进行顶岗实习与实践任务，结合职业方向选择适宜的岗位完成实习。 （4）师资要求：校内指导教师应具有一定的广告策划、广告运作经验，具有本科以上学历或讲师，或具备专业职业资格证书，保持与顶岗实习学生的密切联系，时时关心实习动向及实习收获；校外指导教师应具备广告相关职业资格证书，具备较深的广告设计、制作能力和丰富的企业工作经验。 （5）考核评价：采用顶岗实习过程性考核+顶岗实习结果考核相结合的方式，过程性考核成绩根据考勤、校企导师评价等方面评定，占总成绩的60%；终结性考核采用提交顶岗实习总结、定岗实习证明、企业评价报告等顶岗实习材料相结合方式，占总成绩的40%。
2	毕业	素质目标：	（1）广告策划、	（1）课程思政：融入工匠精神、

	设计	(1) 具有积极主动、严谨务实、敢于创新； (2) 具有主动担负起传承民族文化的责任感。 知识目标： (1) 了解毕业设计课题、设计原理； (2) 掌握综合运用广告文案、广告策划、广告设计、品牌推广等课程等所学知识进行毕业设计创作的方法与原理。 能力目标： (1) 具备较强的实践动手能力；具备进行毕业设计创作的资料搜集、整理能力； (2) 具备运用所学知识进行毕业设计创作的综合运用能力； (3) 具备独立完成毕业设计的能力。	公关活动策划、品牌推广策划基本原理与方法讲解，策划方案撰写技巧讲授； (2) 在教师的指导下，学生以小组为单位，完成一个完整的策划方案，提交包含毕业设计作品、选题审批表、毕业设计任务书、毕业设计成果报告、毕业设计指导记录表等相关文件，并完成毕业答辩。	团队意识、协作意识，系统的提升学生的思想品德、工作态度，增强事业心和责任感。 (2) 教学条件：电脑辅助设计实训室、投影仪、手绘板、提案台等。 (3) 教学方法：通过广告大赛、企业命题等任务驱动，让学生综合运用所学理论与实践知识，进行系统、完整、规范的毕业设计创作，全面测试学生的实践技能，检验学生文案、策划、创意、设计、提案各方面学习效果，达到融会贯通与综合运用之目的。 (4) 师资要求：校内指导教师应具有一定的毕业设计指导经验，具有研究生学历或讲师及以上职称，具有精湛广告策划技能的资深广告人，保持与顶岗实习学生的密切联系，时时关心学生实习动向及实习收获；校外指导教师应具备丰富的广告行业项目实战经验，较强的广告策划、广告设计、广告提案能力。 (5) 考核评价：采用过程性考核+终结性考核的方式，过程性考核成绩根据考勤、校企导师评价等方面评定，占总成绩的60%；终结性考核采用毕业设计作品、毕业设计成果报告等方式，占总成绩的40%。
3	学业总结	素质目标： (1) 具有作品呈现与个人推荐意识； (2) 具有职业准备意识；培养本专业职业素养； (3) 具有良好的心理素质和职业道德素质； (4) 具有高度责任感和事业心。 知识目标： (1) 了解毕业生离校手续； (2) 熟悉毕业设计展流程； (3) 参与毕业典礼与优秀毕业生推介。 能力目标： (1) 具备作品展陈能力； (2) 具备作品讲解能力； (3) 具备求职竞聘与个人推介能力。	(1) 毕业设计展； (2) 离校手续办理； (3) 毕业典礼； (4) 毕业生推介会等环节。	(1) 课程思政：融入工匠精神、团队意识、协作意识，系统的提升学生的思想品德、工作态度，增强事业心和责任感。 (2) 教学条件：毕业设计展厅、专业教学工作室。 (3) 教师在此期间，通过毕业设计展向社会推荐优秀人才，通过毕业典礼完成证书授予，给三年大学生活画上圆满句号；学生递交毕业离校材料、办理离校手续，完成三年学习的最后总结。 (4) 师资要求：校内指导教师应具有一定的毕业设计、展览展示指导经验，具有研究生学历或讲师及以上职称，保持与毕业设计指导学生的密切联系，为学生就业提供合适岗位推介。 (5) 考核评价：采用过程性考核+终结性考核的方式，过程性考核成绩根据考勤、毕业推介表

				现情况等方面评定，占总成绩的40%；终结性考核采用期末的方式，占总成绩的60%。
--	--	--	--	--

七、教学进程总体安排

（一）教学进度表

课程类别	课程性质	课程名称	课程代码	总学分	总学时	理论讲授	课内实践	各学期周数分配						考核方式	备注	
								第一学年		第二学年		第三学年				
								一	二	三	四	五	六			
公共基础课程	必修	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	08100001	2	32	28	4		2/16						★	
		思想道德与法治	08100003	3	48	40	8	2/12	2/12						★	
		习近平新时代中国特色社会主义思想概论	08100008	3	48	36	12			2/18	2/6				★	
		形势与政策	08100004	1	40	32	8	10	10	10	10	讲座	讲座			
		军事理论	10100001	2	36	36	0		2/18							
		军事技能	10100002	2	112	0	112	3周								
		心理健康教育	06100001	2	32	18	14	4/4	4/4							
		高职生职业发展与就业指导	07100001	2	32	32	0	2/8				2/8				
		大学生创新创业实务	07100003	2	32	32	0				2/16					
		中外工艺美术史	06100003	2	36	36	0			2/18						
		大学体育	06100004	6	108	8	100	2/12	2/14	2/14	2/14					
		劳动素养教育	10100003	1	16	4	12	4	4	4	4					
		小计		28	572	302	270									
	选修	大学语文	06200001	3	54	54	0	2/9	2/9	2/9						此课程为线下选修课
		应用写作	06200003	1	18	18	0				2/9					
		大学英语	06200006	8	128	128	0	4/16	4/16							
		现代设计史	06200007	2	36	36	0				2/18					
		信息技术	06200008	3	48	48	0	2/12	2/12							
		非物质文化遗产理论与实务	06200009	1	18	18	0			2/9						

			大学生成长辅导与安全教育	06200010	1	18	18	0		6	6	6				
			古诗词鉴赏	06200011	1	18	18	0		2/9						
			小计		15	270	270	0	此类课程为线下选修课, 学生从开设的 8 门课程 20 个学分中, 修满 15 学分							
		通识选修课	四史课程	2211090201	2	36	36	0	此课程为平台选修课, 开设学期为 1-5 学期, 学生从开设的 5 门课程 10 个学分中, 修满 2 个学分							
			劳动通论	2011090208	2	36	36	0								
			工匠精神	2011090206	2	36	36	0								
			现代商务礼仪	1911090209	2	36	36	0								
			美学入门	1911090208	2	36	36	0								
	就业创业类选修课	创新思维开发与训练	2011090203	1	18	18	0	此课程为平台选修课, 开设学期为 1-5 学期, 学生从开设的 3 门课程 3 个学分中, 修满 1 个学分								
		互联网思维	2011090204	1	18	18	0									
		大学生创业法律基础知识与实务	1911090210	1	18	18	0									
		小计		3	54	54	0									
	合计				46	896	626	270								
专业课程	专业基础课程	必修	广告学概论	02400002	3	48	32	16	16/3							
			图形创意	02400065	2	32	8	24	16/2							
			Photoshop	02400006	4	64	12	52	16/4							
			版式设计	02400008	3	48	12	36	16/3							
			PPT 设计与制作	02400050	2	32	8	24	16/2							
			专业考察	02400088	1	16	0	16		16/1						
			广告案例解析	02400035	2	32	8	24		16/2						
			消费心理学	02400037	2	32	20	12		16/2						
			市场调研	02400034	4	64	12	52		16/4						
			市场营销学	02400059	3	48	32	16		16/3						
			Illustrator	02400005	4	64	12	52			16/4					
			小计		30	480	156	324	224	192	64					
	专业	必修	广告策略	02500029	3	48	12	36		16/3					★	

核心课程	广告文案写作	02500036	3	48	12	36		16/3					★	▲
	新媒体文案写作	02500074	3	48	12	36			16/3				★	▲
	广告创意与设计	02500031	5	80	16	64			16/5				★	▲
	策划方案写作	02500033	3	48	12	36			16/3				★	
	公关活动策划	02500028	3	48	12	36				16/3			★	
	快消品推广策划	02500046	4	64	12	52				16/4			★	
	房地产广告策划	02500027	4	64	12	52					16/4		★	
	小计		28	448	100	348		96	176	112	64			
专业拓展课程	广告媒体策划	02600032	3	48	12	36			16/3					
	品牌策划	02600036	3	48	12	36				16/3				
	影视广告创意与制作	02600082	5	80	16	64				16/5				
	提案与沟通	02600058	2	32	12	20					16/2			
	企业新闻专题策划	02600003	3	48	12	36				16/3				
	广告运作实务	02600093	3	48										
	小计		16	256	64	192			48	176	32			
专业综合实践课程	顶岗实习	02700024	24	576	0	576					24/5	24/19		
	毕业设计	02700014	7	112	2	110					16/7			
	学业总结	02700079	1	20	0	20						20/1		
	小计		32	708	2	706					232	476		
合计			106	1892	320	1572	224	288	288	288	328	476		
总计			152	2788	946	1842								

备注：1. 表★为考试科目，其余为考查科目。

2. 形势与政策》按照教育部关于加强新时代高校“形势与政策”课建设的若干意见》（教社科〔2018〕1号）意见实施。

3. 表▲为职业技能考证课程。

4. 专业拓展课程要求学生从开设的6门课程19个学分中，修满16个学分。

（二）学时与学分分配表

课程类型	学分小计		学时小计		备注
	学分	占总学分	学时	占总学时	
公共基础课程	46	30.26%	896	32.14%	

专业（技能）课程		106	69.74%	1892	67.86%
合计		152	100%	2788	100%
其中	选修课（含公共选修和专业选修）			580	20.80%
	实践教学环节			1842	66.07%

八、实施保障

（一）师资队伍

1. 队伍结构

学生数与专任教师数比例不高于 18:1。应构建“教授、总监”领衔、骨干教师支撑、专兼结合的教学创新团队，团队中教师数量、年龄结构、职称结构合理，其中具有高级专业技术职称（职务）的教师占比应达 73%以上，具有硕士学位教师占比应达 100%以上，双师素质教师占比应达 100%。专业群带头人应在省内或行业内具有较大影响，原则上具备正高级职称并能够牵头取得 1 项以上省级标志性成果。骨干教师占教师总数的 25%以上，要求能主讲 2 门及以上专业课程，其中至少 1 门为专业核心课程，至少带 1 名青年教师。

表 8-1 广告艺术设计专业（广告与策划方向）教学团队双师结构表

项目		数量
来源结构	专业课教师占比（%）	65
	企业兼职教师（%）	35
学历职称结构	具有高级专业技术职称（职务）的教师占团队教师比例（%）	73
	具有硕士学位教师占专业团队教师比例（%）	100
	“双师素质”教师占团队教师比例（%）	100
年龄结构	45 岁以上教师占团队教师比例（%）	20
	35 至 44 岁教师占团队教师比例（%）	40
	35 岁以下教师占团队教师比例（%）	40

2. 专业带头人

专业实行校企双带头人制。校内选拔在广告行业内有影响力的高级专业技术职务者为专业带头人。专业带头人应具有高尚的师德师风；具有自觉的育人意识，将立德树人贯穿专业建设、课程建设全过程；能够较好地把握国内外广告行业、专业发展，熟悉广告艺术设计新工艺新技法新材料，熟悉广告行业企业发展动态，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，教学设计、专业研究能力强，组织开展教科研工作能力强，在本区域或本领域具有一定的专业影响力；在专业教学、专业建设及科研方面有丰富的经验和成就，参加过覆盖面较广的教学改革、专业建设指导方案的制订，有教材编写和实训室规划建设经验。能够主持或指导青年教师参与社会服务。

校外应聘请广告行业企业资深总监作为专业带头人，经验丰富，有教学热情和社会责任感，技术能力和创新能力较强，有一定的行业影响力，能够保证每年为学校工作不少于 40 天。

3. 专任教师

本专业专任教师应具有高等学校教师资格和研究生以上学历，或是具有精湛广告文案、广告策略、广告设计创新能力的资深广告人，原则上应具有两年以上本专业相关的企业工作经历并取得相应资格证书；有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心，师德师风高尚，治学严谨，对三尺讲台有敬畏之心，将立德树人贯穿课程教学全过程；掌握现代职业教育理念 and 教学方法，能够主讲 1 门以上专业课程，参与实践教学，并取得良好的教学效果；与行业企业联系密切，主持或参与校企合作或相关专业技术服务项目；能够参与教研教改课题和专业技术课题的研究；每 5 年累计应不少于 6 个月的企业实践经历。

4. 兼职教师

本专业兼职教师应该具备高级职业资格或中级及以上专业技术资格，原则上应具有 5 年以上广告企业一线工作经历，能够解决广告过程中的技术问题；具有自觉的育人意识，将立德树人贯穿课程教学全过程；具有一定的教学组织与实施能力，能够承担专业课程教学、实习实训指导和学生职业发展规划指导等教学任务；具有参与人才培养方案的制定、课程开发与建设等相关教学文件的编写能力。

（二）教学设施

教学设施主要包括能够满足正常的课程教学、实习实训所需的专业教室、实训室和校外实习基地。

1. 专业教室基本条件

本专业应配备专用教室6间及以上，一般配备配备可移动课桌椅、黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，互联网接入或WiFi环境，并具有网络安全防护措施。安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求、标志明显、保持逃生通道畅通无阻。

2. 校内实训室基本要求

为满足广告艺术设计专业（广告与策划方向）项目化教学要求，教学场地要尽量满足广告项目实践需要，为学生提供仿真或真实的工作环境。校内实训室应满足图形创意、广告文案写作、新媒体文案写作、广告创意设计、广告媒体策划、公关活动策划、快消品推广策划、房地产广告策划、毕业设计等实践教学环节的需要，实训管理及实施规章制度齐全。

表 8-2 校内实践教学条件配置与要求表

序号	实训室名称	主要实训项目	对应课程	工位数	设备配置	设备功能与要求
1	图形创意实训室 ≥ 2 间	1. 平面构成； 2. 色彩构成； 3. 图形创意； 4. 版式设计。	图形创意 版式设计	≥80	1. 电脑、投影仪	作品演示、理论讲授
					2. 无线扩音系统	理论教学、课堂讲解
					3. 拷贝桌	图案、图形拷贝
					4. 工作台	版面设计、图形绘制
					5. 毛毡墙	作品展示
					6. 空调	室温调节
2	文案策划实训室 ≥ 2 间	1. 广告文案写作； 2. 新媒体文案写作； 3. 企业新闻专题策划； 4. 策划方案撰写。	广告文案写作 新媒体文案写作 公关活动策划 企业新闻专题策划 房地产广告策划	≥80	1. 电脑、投影仪	作品演示、理论讲授
					2. 无线扩音系统	理论教学、课堂讲解
					3. 移动工作台	分组实训
					4. 打印机	文稿、方案打印
					5. 提案台	策划方案提案展示
					6. 空调	室温调节
4	电脑辅助设计实训室 ≥ 2 间	1. 图形图像处理软件课程学习； 2. 广告创意与设计实训； 3. 影视广告创意与制作。	Photoshop Illustrator 广告创意与设计 影视广告创意与制作	≥80	1. 教师电脑	作品演示、理论讲授
					2. 学生电脑	广告创意、设计作品呈现
					3. 无线扩音系统	理论教学、课堂讲解
					4. 投影仪	作品演示、理论讲授
					5. 空调	室温调节
5	广告策划陈列展厅	1. 课程作业展示；	毕业设计	≥100	1. 展架	策划案展示
					2. 广告机	影视广告作品展示

	(1 间)	2. 毕业设计作品呈现。			3. 无线扩音系统	解说、推广
					4. 射灯、挂钩、软装饰	平面广告展示
					5. 空调	室温调节
6	专业竞赛与辅导室(1 间)	1. 专业竞赛辅导; 2. 广告项目路演。	大广赛 学院奖 公益广告大赛 ...	≥20	1. 教师电脑	赛事讲解
					2. 投影仪	作品展示
					3. 打印机	文稿、方案打印
					4. 提案台	策划方案提案展示
					5. 移动电视	作品讲解、方案展示
					6. 移动工作台	赛项实训

3. 校外实习基地要求

配备多个校外实习基地，组织学生到实习基地考察或实习，请企业业务骨干承担学生在企业的实践教学工作，帮助学生了解广告企业实际业务流程。毕业实习以学生在实习单位顶岗实践为主，直接担当所在单位的某一角色进行业务处理，直接检验其操作技能与动手能力。

校外实训基地建设应围绕人才培养目标，结合地方行业特色，将社会资源整合为有效的教育资源，形成校内和校外优势互补以实训基地(群)，满足职业教育的需要。在选择和建设校外实训基地时，应考虑 主流性、代表性、先进性的原则。

表 8-3 拟用校外实习基地一览表

序号	实习基地名称	主要实习岗位	可容纳人数
1	湖南金锐文化传播股份有限公司	广告文案 广告策略	25
2	长沙鱼跃沟通广告有限公司	广告文案 广告策略	15
3	湖南新意先声文化传媒有限公司	广告文案 广告策划	10
4	湖南火柴工设品牌设计有限公司	品牌推广 活动策划	10
5	湖南和甜韵文化传媒有限公司	品牌策划 品牌推广	10
6	长沙和田沟通广告有限公司	广告策划	10
7	深圳平凡信仰广告有限公司	广告策划	15
8	长沙卓图设计有限公司	广告设计	15

(三) 教学资源

1. 教材选用

广告艺术设计专业（广告与策划方向）教材优先选用近3年职业教育国家规划教材和相关专业推荐教材，每本教材都要经过严格审查，确保教材内容和素材的政治方向与价值导向符合国家意志方可进入课堂，学校应建立由专业教师、行业专家和教研人员等参与的教材选用机构，完善教材选用制度，经过规范程序择优选用教材。鼓励与广告行业企业合作开发：新媒体文案写作、广告创意与设计校本教材、房地产广告策划活页手册式教材。

2. 图书文献配备

配备能满足人才培养、专业建设、教学科研等工作的需要，方便师生查询、借阅的图书文献。学校图书馆已有方便师生查阅相关文献、图书的万方数据知识服务平台，并有广告文案、广告设计、广告策略相关书籍。本专业方向将继续采购快消品推广、公关活动策划、企业新闻专题策划等专业类图书、文献供师生查阅学习，图书数量不少于2500册。

3. 数字资源

充分利用现有湖南省视觉传播设计教学资源库（湖南工艺美术职业学院、视觉传播设计学院主持建设）课程教学资源基础上，通过参建或购买方式，积极引入广告艺术设计专业国家级教学资源库（广东轻工职业技术学院主持建设），使数字化专业学习资源种类丰富、形式多样，满足课程教学、课程实训实需要。

表 8-4 数字化资源选用表

序号	数字化资源名称	资源网址
1	广告创意	https://qun.icve.com.cn/zyq/4bdxaeym4azn8tw4mogdhq/courseDetail/8t6paeyumqlmf5zz3r1vlq
2	IIIustrator	https://qun.icve.com.cn/zyq/4bdxaeym4azn8tw4mogdhq/courseDetail/j9loadwtraljcvedkinomw
3	广告心理学	https://qun.icve.com.cn/zyq/4bdxaeym4azn8tw4mogdhq/courseDetail/u9tadwui4vkgwckn0xuq
4	影视广告创意与制作	https://qun.icve.com.cn/zyq/4bdxaeym4azn8tw4mogdhq/courseDetail/olbmalarerqjyglvnjsqmw
5	广告设计	http://www.icve.com.cn/portal/courseinfo?courseid=h-ebanaon5rnqn4g-r9efw
6	广告策划与文案	http://www.icve.com.cn/portal/courseinfo?courseid=jrxaboqrrtlpsvoo2bkew
7	品牌策略与设计应用	http://www.icve.com.cn/portal/courseinfo?courseid=dntuawq

（四）教学方法

本专业教学应普及项目教学、案例教学、情景教学、工作过程导向教学，积极推广混合式教学、模块化教学等新型教学模式，逐步将大数据、人工智能、虚拟现实等现代信息技术引入教育教学中；大力推广远程协作、实时交互、翻转课堂、移动学习等信息化教学模式。专业教学方法有课堂讲授法、案例教学法、项目教学法、分组讨论法、任务驱动法、课堂讲演法、启发诱导法等。把立德树人融入思想道德教育、文化知识教育、技术技能培养、劳动教育、社会实践教育、创新创业教育各环节；将专业精神、职业技术、工匠精神融入人才培养全过程。

1. 课堂讲授法。通过对重要的理论知识的教学采用讲授的教学方法，直接、快速、精炼的让学生掌握，为学生在实践中能更游刃有余的应用打好坚实的理论基础。

2. 项目教学法。导入企业真实项目案例，通过实施一个完整的项目，在课堂教学中把理论与实践教学有机地结合起来，充分发掘学生的创造潜能，提高学生解决实际问题的综合能力。学生在学习过程中真实体现各种工作角色，提高学生的实践技能。

3. 课堂讲演法。包括讲授和演示。主要通过教师的语言向学生讲述课程相关的概念和原理，同时通过展示优秀的广告作品或案例辅助阐释，使学生获得有关概念或原理的感性认识。

4. 案例教学法。在教师的指导下，由学生对选定的具有代表性的与课程内容相关的典型案例，进行有针对性的分析、审理和讨论，做出自己的判断和评价，从而拓宽学生的思维空间，增加学习兴趣，提高学生的能力。案例教学法在课程中的应用，充分发挥了它的启发性、实践性，开发了学生思维能力，提高了学生的判断能力、决策能力和综合素质。

5. 任务驱动教学法。在本专业的课堂教学中多处采用任务驱动法，学生在教师的帮助下，紧紧围绕一个共同的任务活动中心，在强烈的问题动机的驱动下，通过对学习资源的积极主动应用，进行自主探索和互动协作的学习，以任务的完成结果检验和总结学习过程等，改变学生的学习状态，

使学生主动建构探究、实践、思考、运用、解决、高智慧的学习体系。

7. 实地考察法。通过带领学生到代理公司、品牌方、房地产营销中心等地，从工匠精神、创新精神等多角度全方位地进行产业链的深入专业考察，使学生深入了解广告行业的现状与前景，深切感受企业文化以及广告人的工匠精神，坚定文化自信，进一步明确专业学习目标。

8. 启发诱导法。根据教学内容，提出问题，引导学生课前预习和资料收集，引导学生探索新知识、新方法、新创意的热情，培养学生创新能力。

9. 分组讨论法。在本专业的课堂教学中多处采用分组讨论法，学生通过分组讨论进行合作学习，让学生在小组或团队中展开学习，让所有的人都能参与到明确的集体任务中，强调集体性任务，强调教师放权给学生。

10. 榜样示范法。在课堂教学过程中，教师以身作则，以自己的高尚思想、模范行为和卓越成就影响学生，促使其形成优良的品德，养成精益求精的工匠精神。

（五）学习评价

构建“教师评价+学生自评+学生互评+企业总监点评”“四位一体”的多元学习评价体系。评价主体包括学生自己、学习小组、教师、企业总监等。评价内容兼顾知识、技能等方面评价，探索基于“知识、能力、素质”三位一体的课程形成性评价，关注学生学习过程，注重知识、能力、素质等综合评价与反馈。评价方式采取过程性评价和终结性评价相结合的方式，能力知识并重，过程性考核成绩根据考勤、课堂表现情况等方面评定，终结性考核采用考试、提交作品、提案效果等方式评定。

表 8-5 学习评价情况一览表

序号	课程类型	过程性考核占比	终结性考核占比	主要考核方式
1	必修考试课	40%	60%	考试
2	必修考查课	40%-70%	60%-30%	作品考核、提案展示等
3	选修课	60%	40%	作品考核、提案展示等
4	综合实践课	60%	40%	作品考核、提案展示等

（六）质量管理

1. 建立专业建设、课程建设和教学质量诊断与改进机制，制定和完善各教学环节的课程标准、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，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，建立健全巡课、听课、评教、评学等制度，建立与行业协会、龙头企业联动的实践教学环节督导制度，将教学与行业、市场有效接轨；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及社会评价机制，对生源情况、在校学业水平、毕业生就业情况进行分析，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况。工学部充分利用评价分析结果改进专业教学，持续提高人才培养质量。

九、毕业要求

1. 学生思想品德良好；

2. 学生按本专业人才培养方案要求修完规定的课程，考核合格，达到毕业最低总学分 152 分，鼓励获得普通话二级乙等等级证书、高等学校英语应用能力 3A 级证书、湖南省计算机应用能力考试证书，体质测试达到教育部相关要求；

3. 鼓励获得职业资格证或“1+X”职业技能等级证书，可替代相应课程的考核，直接取得学分。

十、附录

1. 教学流程安排表

2. 人才培养方案变更审批表

3. 人才培养方案评审表

附件 1：教学流程安排表

学年	学期	教 学 进 程 周 次																										入学教育 与军事教育	课堂 教学	顶岗 实习	复习 考试	学业 总结	其他	学期 周数 合计
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26							
第一学年	一	○	#	#	#	#	*/※	*/※	*/※	*/※	*/※	*/※	*/※	*/※	*/※	*/※	*/※	*/※	*/※	*/※	⊙		...	...	...	...	...	4	14		1		1	20
	二	○	*/※	*/※	*/※	*/※	*/※	*/※	*/※	*/※	*/※	*/※	*/※	*/※	*/※	*/※	*/※	*/※	*/※	*/※	⊙	...	...	...	...	...	...		18		1		1	20
第二学年	三	○	*/※	*/※	*/※	*/※	*/※	*/※	*/※	*/※	*/※	*/※	*/※	*/※	*/※	*/※	*/※	*/※	*/※	*/※	⊙		...	...	...	...	...		18		1		1	20
	四	○	*/※	*/※	*/※	*/※	*/※	*/※	*/※	*/※	*/※	*/※	*/※	*/※	*/※	*/※	*/※	*/※	*/※	*/※	⊙	...	...	...	...	...	...		18		1		1	20
第三学年	五	○	*/※	*/※	*/※	*/※	*/※	*/※	*/※	*/※	*/※	*/※	*/※	*/※	*/※	⊙	◇	◇	◇	◇	◇		...	...	...	...	...		13	5	1		1	20
	六	◇	◇	◇	◇	◇	◇	◇	◇	◇	◇	◇	◇	◇	◇	◇	◇	◇	◇	◎	...	...	...	...	...	...		0	19		1	0	20	
		总 计																										4	81	24	5	1	5	120
符号说明	#入学教育与军事教育 */※课堂教学 ⊙考试 ...假期 ◎学业总结 ◇顶岗实习																																	
	○开学准备（教师培训、学生返校、教学场所卫生、教学设施准备、教材发放等）																																	

附件 2：人才培养方案变更审批表

人才培养方案变更审批表

专业	广告艺术设计 专业（广告与 策划方向）	年级	2022 级	调整要求	
调整前			调整后		
课程名称		课程名称			
开课学期		开课学期			
课程类别		课程类别			
课程性质		课程性质			
学分		学分			
周课时		周课时			
起止周		起止周			
调整原因	工学部主任签字： 日期：				
二级学院 意见	院长签字： 日期：				
教 务 处 意 见	教务处处长签字： 日期：				
分管校长 意 见	分管校长签字： 日期：				

附件 3：人才培养方案评审表

人才培养方案评审表

序号	姓名	工作单位	职称/职务	签名
1	古湘	湖南省广告协会	秘书长	古湘
2	钟哲	长沙鱼跃沟通广告有限公司	总经理	钟哲
3	文迪	长沙鱼跃沟通广告有限公司	创意总监	文迪
4	柴松岭	湖南火柴工设品牌设计有限公司	总经理	柴松岭
5	戴钧伟	长沙和田沟通广告有限公司	总经理	戴钧伟
6	黄璜	湖南工艺美术职业学院	教授/视传学院院长	黄璜
7	许青	湖南焰阳文化传播有限公司	毕业生代表	许青
8	欧阳丽西	湖南工艺美术职业学院 视觉传播设计学院	在校生代表	欧阳丽西

湖南工艺美术职业学院广告艺术设计专业（广告与策划方向）2022 级专业人才培养方案设计思路科学、条理清晰，人才培养目标定位准确，课程体系合理，课程思政有机融入，具体可操作性强，同意 2022 级采用此方案执行。

评审组长签字：古湘 2022 年 7 月 22 日

分管教学副校长审核意见： 年 月 日

校长审核意见： 年 月 日

学校党委审核意见： 年 月 日