

# 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：2021 级

执笔人：崔伟鹏

参与者：蔡蕙心 张婉婷

二〇二一年七月

# 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.....	33
(一) 教学进度表(公共基础课程).....	33
(二) 教学进度表(专业课程).....	34
(三) 学时与学分分配表.....	36
八、实施保障.....	36
(一) 师资队伍.....	36
(二) 教学设施.....	38
(三) 教学资源.....	40
(四) 教学方法.....	41
(五) 学习评价.....	42
(六) 质量管理.....	43
九、毕业要求.....	43
十、附录.....	43
附件 1: 教学流程安排表.....	44
附件 2: 人才培养方案变更审批表.....	45
附件 3: 人才培养方案评审表.....	46

# 广告艺术设计专业（广告与策划方向） 2021 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
				目标 岗位	发展 岗位	
文化艺术大类 (55)	艺术设计类 (5501)	725 广告业 互联网广告服务 (7251) 其他广告服务 (7259)	文字编辑 (2-10-02-01) 美术编辑 (2-10-02-02) 广告设计师 (4-08-08-08)	广告文案	创意总监 策划总监 设计总监	ICAD 国际商 业美术设计 师 (D 级) / 国际商业美 术设计师协 会
				广告策划		
				广告设计师		
				客户执行 媒介策划		

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 策划总监 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

本专业坚持立德树人，培养思想政治坚定，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，较强的就业能力和可持续发展能力，掌握广告调研、广告文案、广告策划、广告创意、广告设计、市场营销、品牌推广、企业形象策划与设计等专业知识，具备调研报告撰写、文案写作、广告策划、广告创意、广告设计、推广方案策划等技能，面向广告代理公司、新媒体营销公司的文案、品牌运营公司的策划岗位等职业群，能够从事广告文案写作、广告创意设计、公关活动策划、品牌推广策划方案撰写、企业形象设计的高素质技术技能人才。

### （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，在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感；

(2) 崇尚宪法、遵法守纪、爱岗敬业、无私奉献、诚实守信、尊敬生命、热爱劳动，履行道德准则和行为规范，具有强烈的社会责任感和社会服务意识；

#### **【身心素质】**

(3) 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；

(4) 具有正确的人生观、世界观、价值观和艺术观；

#### **【文化素质】**

(5) 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】**

(6) 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；

(7) 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。

(8) 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、媒介常用词汇、品牌推广基本知识、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、广告策划、广告媒体等广告专业课程原理与知识；

(7) 掌握广告调研、市场营销、品牌推广等广告、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、品牌推广策划、企业形象策划及方案撰写与提案能力；

(8) 具备广告创意设计、企业形象基础系统与应用系统设计，熟练使用图形图像制作软件进行创意设计表现能力。

## 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和社会主

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 品牌广告文案撰写	1.1.1 广告简报解读与卖点提炼能力； 1.1.2 将品牌卖点转化成广告文案进行书面文字表达的能力。	《广告调研》 《广告文案写作》*
	1.2 企业新媒体文案撰写	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》 《广告文案写作》*
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。	《广告学概论》 《广告策划》* 《房地产广告策划》* 《设计提案》
	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。	《广告心理学》 《公关活动策划》*
	2.3 品牌推广策划方案撰写	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。	《市场营销学》 《品牌推广》*
广告设计师	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 熟练运用设计软件进行创意表现，完成平面广告设计作品能力。	《造型基础》 《图形创意》 《Photoshop》 《Illustrator》 《广告创意与设计》* 《版式设计》
	3.2 企业形象设计	3.2.1 企业形象诊断与现状分析能力； 3.2.2 企业理念系统、行为识别系统策划； 3.2.3 基础系统创意设计； 3.2.4 应用系统设计能力； 3.2.5 企业形象设计方案提案能力。	《CIS 战略策划与设计》* 《设计提案》

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 52 门课程，学生共修 2776 学时、151 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、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	西方美术欣赏、国学智慧、中华民族精神、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		造型基础、平色构成、图形创意、Photoshop、Illustrator、广告学概论、版式设计
	专业核心课程		广告策划、广告文案写作、广告创意与设计、CIS 战略策划与设计、品牌推广、公关活动策划、房地产广告策划
	专业拓展课程		广告调研、广告心理学、市场营销学、专业考察、广告媒体策划、设计提案、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 27 门课程，45 学分，884 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》《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11门课程，560学时，27学分。

表 6-3 公共必修课程设置及要求

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
1	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	<p><b>素质目标：</b> 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做贡献。</p> <p><b>知识目标：</b> 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。</p> <p><b>能力目标：</b> 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，具备理论思考的习惯和理论思维能力。</p>	<p>(1) 马克思主义中国化及其理论成果。</p> <p>(2) 毛泽东思想。</p> <p>(3) 邓小平理论、三个代表重要思想、科学发展观。</p> <p>(4) 习近平新时代中国特色社会主义思想。</p>	<p>(1) 本课程为公共必修课。</p> <p>(2) 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。</p> <p>(3) 教学方法：讲授法、案例教学法、分组讨论法、任务驱动法等。</p> <p>(4) 师资要求：具备政治强、情怀深、思维新、视野广、自律严、人格正的素质。</p> <p>(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%；终结性考核采用考试的方式，占总成绩的60%。</p>
2	思想道德与法治	<p><b>素质目标：</b> 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。</p> <p><b>知识目标：</b> 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，理解社会主义道德的核心和原则，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。</p>	<p>(1) 绪论</p> <p>(2) 人生的青春之问</p> <p>(3) 坚定理想信念</p> <p>(4) 弘扬中国精神</p> <p>(5) 践行社会主义核心价值观</p> <p>(6) 明大德守公德严私德</p> <p>(7) 尊法学法守法用法</p>	<p>(1) 本课程为公共必修课。</p> <p>(2) 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。</p> <p>(3) 教学方法：讲授法、案例教学法、任务驱动法、分组讨论法等。</p> <p>(4) 师资要求：具备政治强、情怀深、思维新、视野广、自律严、人格正的素质。</p> <p>(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%；终结性考核采用考试的方式，占总成绩的60%。</p>

		<b>能力目标：</b> 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。		
3	形势与政策	<b>素质目标：</b> 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。 <b>知识目标：</b> 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。 <b>能力目标：</b> 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。	(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)	(1) 本课程为公共必修课。 (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。 (3) 教学方法：案例教学法、任务驱动法等。 (4) 师资要求：具备政治强、情怀深、思维新、视野广、自律严、人格正的素质。 (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%。
4	军事理论	<b>素质目标：</b> 增强爱国精神、传承红色基因、提高综合国防素质。 <b>知识目标：</b> 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。 <b>能力目标：</b> 具备初步的军事理论素养，能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。	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。	(1) 课程思政：本课程为公共必修课，融入国防建设、国防动员、《兵役法》等。 (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%；终结性考核以占总成绩的70%。
5	军事技能	<b>素质目标：</b> 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。	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实践	(1) 课程思政：本课程为公共必修课，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

		<p><b>知识目标:</b> 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。</p> <p><b>能力目标:</b> 具备军事分析判断和应急处置能力,能够在和平时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。</p>	内容。	<p>器材设备。</p> <p>(3) 教学方法: 教官现场示范教学, 学生自我训练。</p> <p>(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。</p> <p>(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%。</p>
6	心理健康教育	<p><b>素质目标:</b> 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。</p> <p><b>知识目标:</b> 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。</p> <p><b>能力目标:</b> 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。</p>	<p>教学内容选择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, 设置了十个主题的内容, 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。</p>	<p>(1) 课程思政: 本课程为公共必修课课程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。</p> <p>(2) 教学条件: 多媒体教学, 职教云平台。</p> <p>(3) 教学方法: 讲授法、测评法、案例教学法、情景模拟等。</p> <p>(4) 师资要求: 具有心理学或教育专业背景、拥有高校教师资格证、且通过学校试讲的教师担任。</p> <p>(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%。</p>
7	高职生职业发展与就业指导	<p><b>素质目标:</b> 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、</p>	<p>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</p>	<p>(1) 课程思政: 本课程为公共必修课, 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</p>

		<p>敬业乐群、社会责任感强；形成良好的职业道德和职业素养；</p> <p><b>知识目标：</b> 了解职业发展的阶段特点；掌握职业选择与决策、职业生涯规划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。</p> <p><b>能力目标：</b> 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。</p>	<p>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。</p>	<p>业指导实践相结合，把知识传授、思想启迪碰撞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。</p> <p>（2）教学条件：多媒体教学。</p> <p>（3）教学方法：讲授法和线上教学、案例教学法等。</p> <p>（4）师资要求：任课教师应具有扎实的理论和实践基础。</p> <p>（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%。</p>
8	大学生创新创业实务	<p><b>素质目标：</b> 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。</p> <p><b>知识目标：</b> 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。</p> <p><b>能力目标：</b> 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。</p>	<p>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。</p>	<p>（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</p> <p>（2）教学条件：多媒体教学。</p> <p>（3）教学方法：讲授法和线上教学、案例教学法等。</p> <p>（4）师资要求：任课教师应具有扎实的理论和实践基础。</p> <p>（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%。</p>
9	中外工艺美术史	<p><b>素质目标：</b> 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，凝筑中华民族共同体意识，构筑</p>	<p>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</p>	<p>（1）课程思政：本课程为公共必修课，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。</p> <p>（2）教学条件：多媒体教学、超星学习通。</p> <p>（3）教学方法：案例教学法、任</p>

		<p>人类命运共同体意识，具备创新意识、大国工匠精神素养。</p> <p><b>知识目标：</b> 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。</p> <p><b>能力目标：</b> 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。</p>	<p>题内容。</p>	<p>务驱动教学法、分组讨论法等。</p> <p>(4) 师资要求：具有本科以上学历或讲师以上职称，应具有扎实工艺美术理论基础知识。</p> <p>(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%。</p>
10	大学体育	<p><b>素质目标：</b> 具备良好的体育锻炼习惯，能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。</p> <p><b>知识目标：</b> 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。</p> <p><b>能力目标：</b> 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。</p>	<p>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。</p>	<p>(1) 课程思政：本课程为公共必修课，融入团队协作精神、顽强拼搏精神、永不言弃的意志品质、备民族自豪感和爱国主义精神等。</p> <p>(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。</p> <p>(3) 教学方法：讲解示范教学法、指导纠错教学法、探究教学法和小组合作学习法等教学方法。</p> <p>(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。</p> <p>(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%。</p>
11	劳动素养教育	<p><b>素质目标：</b> 树立正确的劳动观念，培育精益求精的工匠精神和爱岗敬业的劳动态度；弘扬劳模精神，进一步焕发全社会的劳动热情。</p> <p><b>知识目标：</b> 了解劳动安全、劳动纪</p>	<p>1. 劳动内容和安全要求及考核要求。 2. 劳动岗位的劳动工具、劳保护品的正确使用方法和维修方法。 3. 团队精神的实质内容，讲解团队合作的意义。</p>	<p>(1) 课程思政：本课程为公共必修课，融入备勤俭、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。</p> <p>(2) 教学条件：多媒体、</p> <p>(3) 教学方法：讲法、演法、练习法等。</p>

	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。 <b>能力目标：</b> 具备满足生存和职业发展需要的基本劳动能力，具备创造性地解决实际问题的能力。	4. 劳动态度、工作责任心的重要作用和意义。	(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+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%；终结性考核根据岗位工作质量测评评定成绩，占总成绩的60%。
--	---	------------------------	---

## (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》《西方美术欣赏》《国学智慧》《中华民族精神》《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。

表 6-4 公共选修课程设置及要求

序号	课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
1	大学语文	<b>素质目标：</b> 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。 <b>知识目标：</b> 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。 <b>能力目标：</b> 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。	以中国传统优秀文化为重点，兼顾古今中外文学。课程内容主要包括文学欣赏(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)和语文能力训练(诵读、口语交际、辩论等)三部分。	(1) 课程思政：本课程为公共选修课，。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、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：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	<b>素质目标：</b>	应用写作原理、基础	(1) 课程思政：本课程为公

		<p>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；养成从事各专业必须的职业态度。</p> <p><b>知识目标：</b> 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。</p> <p><b>能力目标：</b> 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。</p>	<p>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。</p>	<p>共选修课，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。</p> <p>(2) 教学条件：多媒体，充分运用信息技术与手段优化教学过程与教学管理。</p> <p>(3) 教学方法：任务驱动法、项目导向法、讨论法、情景教学法等。</p> <p>(4) 师资要求：具有本科以上学历或讲师以上职称，具有较强语言文字表达能力。</p> <p>(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%。</p>
3	大学英语	<p><b>素质目标：</b> 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。</p> <p><b>知识目标：</b> 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。</p> <p><b>能力目标：</b> 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。</p>	<p>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。</p>	<p>(1) 课程思政：本课程为公共选修课，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，与专业结合，培养跨文化交际意识。</p> <p>(2) 教学条件：运用现代化信息手段，促进提升教学效果。</p> <p>(3) 教学方法：任务驱动法、项目导向法、讨论法、情景教学法等。</p> <p>(4) 师资要求：具有本科以上学历或讲师以上职称，具有较强语言文字表达能力。</p> <p>(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%。</p>
4	现代设计史	<p><b>素质目标：</b> 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”</p>	<p>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</p>	<p>(1) 课程思政：本课程为公共选修课。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。</p>

		<p>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。</p> <p><b>知识目标:</b> 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。</p> <p><b>能力目标:</b> 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。</p>	<p>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。</p>	<p>(2) 教学条件: 本课程采用线上+线下的交互教学模式。</p> <p>(3) 教学方法: 任务驱动法、项目导向法、讨论法等。</p> <p>(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。</p> <p>3. 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。</p>
5	信息技术	<p><b>素质目标:</b> 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。</p> <p><b>知识目标:</b> 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。</p> <p><b>能力目标:</b> 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。</p>	<p>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);常用软件软件 (acdsee、winrar、格式工厂) 的使用。</p>	<p>(1) 课程思政: 本课程是一门实践性很强的公共选修课。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。</p> <p>(2) 教学条件: 教学过程以实践操作为主;根据不同的教学内容采用启发引导、讲解演示、案例分析、任务驱动等多种教学方式;采用多种信息化手段激发学生学习热情,将知识传授、能力培养和价值引领相结合。</p> <p>(3) 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%。</p>
6	大学生成长辅导与安全教育	<p><b>素质目标:</b> 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。</p> <p><b>知识目标:</b> 认识大学生生活的特点和要求,了解中华民族的优秀传统文化和改革创新为核心的</p>	<p>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,分两个模块教学: 模块一——成长辅导: 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</p>	<p>(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。</p> <p>(2) 教学条件: 在教学理念上,强调“价值引领,学思互促,德技互溶,强化实践”;在教学方法上,理论联系实</p>



		<p>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。</p> <p><b>能力目标：</b> 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。</p>	<p>领：含遵纪守法好公民、如花生命且珍惜、让青春远离毒艾、防微杜渐拒传销等安全知识。</p>	<p>际，注重学生的体验参与，发挥学生主观能动性，将知识传授、能力培育、素质提升溶于一体。</p> <p>（3）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。</p> <p>4. 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%。</p>
7	非物质文化遗产理论与实务	<p><b>素质目标：</b> 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。</p> <p><b>知识目标：</b> 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。</p> <p><b>能力目标：</b> 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，有节地运用于现代生活设计实践的能力。</p>	<p>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，衍伸讲述非遗与社会政治、经济、文化的内在关系。</p>	<p>（1）课程思政：本课程为公共必修课，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。</p> <p>（2）教学条件：多媒体教学，充分运用信息技术与手段优化教学过程与教学管理。</p> <p>（3）教学方法：案例教学法、任务驱动教学法、分组讨论法等。</p> <p>（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。</p> <p>（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</p>

				提交小论文方式评定，占总成绩的60%。
8	古诗词鉴赏	<p><b>素质目标:</b> 具有健康的审美情趣，具有较高的审美能力。</p> <p><b>知识目标:</b> 了解我国古代一些著名的诗人及著名的诗句。</p> <p><b>能力目标:</b> 能够熟练地背诵所学古诗词并理解诗词中所蕴涵的审美，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。</p>	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。	<p>(1) 课程思政：本课程为公共选修课，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。</p> <p>(2) 教学条件：运用现代化信息手段，促进提升教学效果。</p> <p>(3) 教学方法：任务驱动法、项目导向法、讨论法、情景教学法等。</p> <p>(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。</p> <p>(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%。</p>
9	西方美术欣赏	<p><b>素质目标:</b> 开拓艺术视野，树立正确、高尚的人生观和审美观，提高爱国主义热情和民族自信心。陶冶道德情操，逐步提高思想道德素质和文化素质，促进德、智、体、美的全面发展。</p> <p><b>知识目标:</b> 了解西方美术的起源及文化背景，知晓不同时期西方美术的代表艺术家及作品风格和流派技巧，掌握欣赏名作美术的基本知识和方法。</p> <p><b>能力目标:</b> 掌握欣赏名作美术的基本知识和方法，培养健康的审美情趣，拓展美学思维，提升美学鉴赏能力。</p>	从中西美术的比较入手，从原始艺术、埃及艺术、希腊罗马艺术、中世纪艺术、文艺复兴、现代艺术等方面，系统介绍西方美术的历史、发展、演变及各个时期著名的艺术家和艺术作品。	<p>(1) 课程思政：本课程为公共选修课程，教学中注意引导、启发学生的鉴赏意识，使学生掌握相关理论知识的同时对各种作品形成自己的鉴赏理念。</p> <p>(2) 教学条件：采用线上教学模式，通过观看视频、章节测验、小论文、提问互动、小组任务、期末考查等方式考查学生基本理论知识掌握情况、分析和解决实际问题的能力及学习态度。</p> <p>(3) 考核评价：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%。</p>
10	国学智慧	<p><b>素质目标:</b> 通过国学知识的学习吸收前人智慧，拓展心胸，提升修为，激发爱国热情，强化文化自信。</p> <p><b>知识目标:</b></p>	专题论述四书、五经、诸子等古代经典国学作品内容，深入分析古代经典国学作品的核心思想和精神价值。	本课程为公共任选课，注重培养学生的文化自信和对传统文化的热爱之情，充分融入爱国主义教育。采用线上教学模式，通过观看视频、章节测验、小论文、提问互动、小组任务、期末考查等

		<p>了解四书、五经的知识体系并领会诸子精神思想，提高精神境界。</p> <p><b>能力目标：</b> 体味中国文化的博大精深，用知识武装自己，完善自己，提升德行，增强国学学习、国学研究和国学传承的能力，深入继承并发扬中国传统国学文化。</p>		<p>方式考查学生基本理论知识掌握情况、分析和解决实际问题的能力及学习态度。具体考核成绩评定办法如下： 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%。</p>
11	中华民族精神	<p><b>素质目标：</b> 扩大精神视野，增强民族精神、民族责任感和使命感。</p> <p><b>知识目标：</b> 了解中华民族形成历程和特征、中华民族精神的生成机制以及中华民族精神的根基，了解全球化和中华民族精神发展的情况，理解全球化对中华民族精神的影响，理解弘扬和培育民族精神的必要性及重大意义。</p> <p><b>能力目标：</b> 通过中华精神形成与发展的学习，增强对党和社会主义的热爱之情，提升在实际行动中自觉弘扬民族精神的行动力、执行力，以实际行动报效祖国。</p>	<p>从反思与建构、比较与融通、寻根与探源、传承与发展等多个方面阐释中华民族精神，深入分析中华民族精神的孕育生成，历史演进，介绍全球化背景下中华民族精神的现代转化问题等，分析创造精神、奋斗精神、团结精神、梦想精神等中华民族精神内核，增强学生对优秀民族文化、传统美德和民族精神的认同感。</p>	<p>(1) 课程思政：本课程为公共选修课程，在潜移默化中使学生充分理解和传承中华民族精神。</p> <p>(2) 教学条件：采用线上教学模式，通过观看视频、章节测验、小论文、提问互动、小组任务、期末考查等方式考查学生基本理论知识掌握情况、分析和解决实际问题的能力及学习态度。</p> <p>(3) 考核评价：过程考核成绩占 50%，作业考核成绩占 20%，期末考查成绩占 30%。</p>
12	现代商务礼仪	<p><b>素质目标：</b> 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。</p> <p><b>知识目标：</b> 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。</p> <p><b>能力目标：</b> 能够熟练运用现代商务礼仪规范和技巧开</p>	<p>礼仪概述（发展历史）、日常交际礼仪、商务服饰礼仪、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。</p>	<p>(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；</p> <p>(2) 教学条件：采用线上、线下相结合的教学模式；借助现实生活中的典型案例，做到理论联系实际，实现学以致用；运用多种信息化教学手段，激发学习热情。</p> <p>(3) 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</p>

		展商务活动,提高人际交往能力。		20%, 期末考查成绩占 30%。
13	美学入门	<p><b>素质目标:</b> 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。</p> <p><b>知识目标:</b> 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。</p> <p><b>能力目标:</b> 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。</p>	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。	<p>(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。</p> <p>(2) 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%。</p>
14	创新思维开发与训练	<p><b>素质目标:</b> 1. 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; 2. 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。 3. 培养个性品质、创新能力和团队精神。</p> <p><b>知识目标:</b> 1. 了解创新原理; 2. 掌握创新思维方式和创新方法的内容; 3. 学会运用创新思维及方法解决现实问题。</p> <p><b>能力目标:</b> 1. 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”; 2. 提高学生的创新思</p>	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 6 个项目 26 个任务点。	<p>(1) 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。</p> <p>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学习情况和学习效果。</p> <p>(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。</p>

		<p>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。</p> <p>3. 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。</p> <p>4. 完成创新实践, 以个人或小组的形式开展创新思维训练。</p>		<p>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。</p> <p>(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, 酌情给与加分, 最高可获得5分。</p>
15	互联网思维	<p><b>素质目标:</b> 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。</p> <p><b>知识目标:</b> 掌握互联网思维的理念核心。并且能分析互联网成功案例中所包含的互联网思维。</p> <p><b>能力目标:</b> 通过互联网思维的学习, 把互联网思维融入到自己的专业学习、作品创新中去; 利用互联网思维开展营销活动和创业活动。</p>	<p>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、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。</p>	<p>(1) 课程思政: 本课程内容的选取紧密结合社会发展的要求, 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。</p> <p>(2) 课程考核: 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%。</p>
16	大学生创业法律基础知识与实务	<p><b>素质目标:</b> 增强尊法、学法、守法、用法意识, 提高法治素养。</p> <p><b>知识目标:</b> 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。</p>	<p>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</p>	<p>(1) 课程思政: 本课程为公共选修课程, 是大学生创新创业教育的重要组成部分。以学生“听得懂、用得上”为原则, 依托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, 学生自主学习微课视频和网络资源、完成进阶练习和教师发布的讨论、作业和在线课程测试。</p> <p>(2) 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生成</p>

		<b>能力目标:</b> 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。	七个专题。	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。

### (1) 专业基础课程

包括《造型基础》《平色构成》《图形创意》《Photoshop》《Illustrator》《广告学概论》《版式设计》等 7 门课程, 464 学时, 29 学分。

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	造型基础	<b>素质目标:</b> (1) 具有素描作为视觉艺术基础的意识; (2) 具有色彩感知与情感表达意识; (3) 具有速写快速表现创意概念意识; (4) 具有高品位艺术修养和高尚艺术情操教育; (5) 具有学习的刻苦性和专注性精神。 <b>知识目标:</b> (1) 了解素描、色彩、速写基本术语、绘画常识; (2) 熟悉透视规律、三大面五调子、色彩搭配原理、速写画法; (3) 掌握透视原理、结构素描、色彩混合、速写用线技巧等。 <b>能力目标:</b> (1) 具备素描绘画构图、造型、黑白灰塑造静物的能力; (2) 具备色彩搭配技巧、冷暖色、对比色、互补色应用能力; (3) 具备人物、静物、环境速写表现能力。	(1) 素描、色彩、速写; (2) 线条、轮廓、透视与结构; (3) 色彩三要素、配色; (4) 综合实训。	(1) 课程思政: 将立德树人贯穿教学全过程, 创作社会主义核心价值观情感色彩作品等, 培育工匠精神。 (2) 教学条件: 电脑、多媒体投影仪、画架、基础造型实训室等。 (3) 教学方法: 主要采用讲授法、案例教学法和课堂讲演法等教学方法。 (4) 师资要求: 具有本科以上学历或讲师以上职称, 应具有扎实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%。
2	平色构成	<b>素质目标:</b> (1) 具有审美能力; (2) 具有动手表现能力; (3) 具有精益求精的工匠精神;	(1) 平面构成: 平面构成相关概念、形态要素、形式美法则; 点、线、面构成, 掌握构成	(1) 课程思政: 深入挖掘中华优秀传统文化蕴含的思想观念、人文精神、道德规范, 借鉴与表达传承民族文化根脉, 创造新的民族文化价值。

		<p>(4) 具有自主学习意识、创新创意思维。</p> <p><b>知识目标:</b></p> <p>(1) 了解平面构成与色彩构成的理论知识;</p> <p>(2) 熟悉平色构成的形式特点及规律;</p> <p>(3) 掌握平面构成的形式法则;</p> <p>(4) 掌握色彩混合与对比、色彩的调和、色彩构成的原则;</p> <p>(5) 掌握平面构成和色彩构成在广告设计中的运用。</p> <p><b>能力目标:</b></p> <p>(1) 具备对形态的构成设计表现能力;</p> <p>(2) 具备色彩组织、归纳、调和的基本能力;</p> <p>(3) 具备审美能力,具有灵活运用构成方法分析和表现广告创意的能力。</p>	<p>形式及表现技法;</p> <p>(2) 色彩构成:色彩构成基本原理,色彩的混合表现;色彩的对比与调和;色调与层次的表现;色彩的情感表达。</p>	<p>(2) 教学条件:电脑、多媒体投影仪、设计构成实训室等。</p> <p>(3) 教学方法:主要采用讲授法、案例教学法和任务驱动教学法等教学方法。</p> <p>(4) 师资要求:具有研究生学历或讲师以上职称,应具有扎实美术理论基础和丰富实践经验。</p> <p>(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%。</p>
3	图形创意	<p><b>素质目标:</b></p> <p>(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;</p> <p>(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。</p> <p><b>知识目标:</b></p> <p>(1) 了解图形创意基本理论知识;</p> <p>(2) 熟悉图形创意的基本概念及创意技法;</p> <p>(3) 掌握图形创意思维和表现方法,能够根据命题进行图形创意设计。</p> <p><b>能力目标:</b></p> <p>(1) 具备从广告概念到图形创意构思的能力;</p> <p>(2) 具备运用图形创意表现思维,进行草图绘制的能力;</p> <p>(3) 具备马克笔手绘图形的表现能力。</p>	<p>(1) 基本形态变化包括点线面的变化;</p> <p>(2) 图形创意思维训练:联想、逆向思维;</p> <p>(3) 图形创意表现:抽象、重组、同构、打散。</p>	<p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>(4) 师资要求:具有研究生学历或讲师以上职称,具有扎实的美术理论基础和丰富实践经验。</p> <p>(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%。</p>
4	Photoshop	<p><b>素质目标:</b></p> <p>(1) 具有善于钻研,乐于思考,及时发现问题的学习素养;</p> <p>(2) 具有较强的创新思维和创新意识;</p> <p>(3) 具有严谨务实的学习态度与精益求精的工匠精神。</p>	<p>(1) Photoshop软件环境与操作基础;</p> <p>(2) Photoshop绘画工具、选区工具、钢笔工具的使用方法;与技巧;</p>	<p>(1) 课程思政:关注学生职业道德和社会责任感的养成,融入德育意识和德育能力的培养。</p> <p>(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</p>

		<p><b>知识目标:</b></p> <p>(1) 了解 Photoshop 软件的基本操作环境;</p> <p>(2) 熟悉绘画、选区、图层、蒙版等工具的操作原理;</p> <p>(3) 掌握运用软件进行广告作品创意与设计的流程。</p> <p><b>能力目标:</b></p> <p>(1) 具备 Photoshop 软件的基本操作能力;</p> <p>(2) 具备灵活运用图像处理软件进行广告创意表现能力;</p> <p>(3) 具备创作出系列广告作品的的能力。</p>	<p>(3) Photoshop 图层原理、蒙版原理的运用;</p> <p>(4) Photoshop 滤镜效果的参数设置及使用方法;</p> <p>(5) Photoshop 综合实训。</p>	<p>学过程与教学管理, 开展线上、线下教学等。</p> <p>(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。</p> <p>(4) 师资要求: 具有研究生学历或讲师以上职称, 应具有扎实理论基础和丰富实践经验。</p> <p>(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%。</p>
5	Illustrator	<p><b>素质目标:</b></p> <p>(1) 具有乐于思考, 及时发现问题的学习素养;</p> <p>(2) 具有较强的创新思维和创新意识;</p> <p>(3) 具有严谨务实的学习态度与精益求精的工匠精神。</p> <p><b>知识目标:</b></p> <p>(1) 了解 Illustrator 软件的基本操作环境;</p> <p>(2) 熟悉钢笔工具绘画、选区、图层、蒙版等工具的操作原理;</p> <p>(3) 掌握运用软件进行广告作品创意与设计的流程。</p> <p><b>能力目标:</b></p> <p>(1) 具备 Illustrator 软件的基本操作能力;</p> <p>(2) 具备灵活运用图像处理软件进行广告创意表现能力;</p> <p>(3) 具备运用 Illustrator 软件进行插画设计与表现的能力。</p>	<p>(1) Illustrator 软件环境与操作基础;</p> <p>(2) Illustrator 钢笔工具、选区工具、绘图工具的使用方法; 与技巧;</p> <p>(3) Illustrator 图层原理、蒙版原理的运用;</p> <p>(4) Illustrator 的参数设置及使用方法;</p> <p>(5) 广告与插画设计综合实训。</p>	<p>(1) 课程思政: 关注学生职业道德和社会责任感的养成, 融入德育意识和德育能力的培养。</p> <p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>(4) 师资要求: 具有研究生学历或讲师以上职称, 应具有扎实理论基础和丰富实践经验。</p> <p>(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%。</p>
6	广告学概论	<p><b>素质目标:</b></p> <p>(1) 具有探究性学习的主动性;</p> <p>(2) 具有团队合作意识、方案撰写与提案沟通素养;</p> <p>(3) 具有良好职业道德和职业素养。</p> <p><b>知识目标:</b></p> <p>(1) 了解现代广告的概念;</p> <p>(2) 熟悉广告活动策划运作的的全过程;</p> <p>(3) 掌握现代广告的基本原理和基础知识;</p>	<p>(1) 广告基本概;</p> <p>(2) 广告与传播、广告与文化、广告与营销;</p> <p>(3) 广告功能;</p> <p>(4) 广告调查内容、方法及程序;</p> <p>(5) 广告定位含义与种类;</p> <p>(6) 广告策划含义、内容与步骤;</p> <p>(7) 广告创意方法; 优秀广告作品</p>	<p>(1) 课程思政: 融入中华优秀传统文化、文化自信等内容。</p> <p>(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。</p> <p>(3) 教学方法: 讲授法、案例教学法、启发诱导法、分组讨论法。</p> <p>(4) 师资要求: 具有研究生以上学历或讲师以上职称, 应具有扎实广告理论基础知</p>



		<p>(4) 掌握广告运作流程。</p> <p><b>能力目标:</b></p> <p>(1) 具备广告作品的分析与鉴赏能力;</p> <p>(2) 具备广告文案写作能力;</p> <p>(3) 具备广告创意思维能力。</p>	<p>鉴赏;</p> <p>(8) 广告管理、行业自律与社会监督。</p>	<p>识。</p> <p>(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, 占总成绩的 60%。</p>
7	版式设计	<p><b>素质目标:</b></p> <p>(1) 具有审美能力、动手表现能力;</p> <p>(2) 具有自主学习意识、创新创意思维;</p> <p>(3) 具有对中国传统手文化自信和传承意识;</p> <p>(4) 具有精益求精的工匠精神。</p> <p><b>知识目标:</b></p> <p>(1) 了解版式设计的基本规律;</p> <p>(2) 熟悉版式设计创意与表现技法;</p> <p>(3) 掌握版式设计构图方法与技巧;</p> <p>(4) 掌握版式设计排版规则。</p> <p><b>能力目标:</b></p> <p>(1) 具备版面鉴赏能力;</p> <p>(2) 具备版面创意设计能力;</p> <p>(3) 具备独立进行广告作品、宣传册排版能力。</p>	<p>(1) 版式设计概论、要素及视觉流程;</p> <p>(2) 版式设计形式美法则、编排风格;</p> <p>(3) 图形、文字、色彩、网格的运用技法;</p> <p>(4) 版式设计的媒介特点;</p> <p>(5) 宣传册设计中图形、文字、色彩、空间分割等编排要素;</p> <p>(6) 宣传册设计的制作程序。</p>	<p>(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。</p> <p>(2) 教学条件: 电脑、投影仪、设计构成实训室、拷贝桌等。</p> <p>(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。</p> <p>(4) 师资要求: 具有研究生学历或讲师以上职称, 具有扎实的版式设计理论基础和丰富实践经验。</p> <p>(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%; 终结性考核采用作品展示的方式, 占总成绩的 60%。</p>

## (2) 专业核心课程

包括《广告策划》《广告文案写作》《广告创意与设计》《CIS 战略策划》《品牌推广》《公关活动策划》《房地产广告策划》等 7 门课程, 480 学时, 30 学分。

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	广告策划	<p><b>素质目标:</b></p> <p>(1) 具有广告策创造力, 艺术设计才能;</p> <p>(2) 具有处理信息的辩证思维素养;</p> <p>(3) 具有作为广告人员所需的沟通素养;</p> <p>(4) 具有分工合作意识、方案撰写与提案表达素养;</p> <p><b>知识目标:</b></p>	<p>(1) 广告概述;</p> <p>(2) 广告调查;</p> <p>(3) 广告策划;</p> <p>(4) 广告媒体策划;</p> <p>(5) 广告创作;</p> <p>(6) 广告效果评估;</p> <p>(7) 广告费用预算。</p>	<p>(1) 课程思政: 树立文化自信。通过鉴赏分析优秀民族品牌广告策划案例树立文化自信, 提高文化凝聚力。</p> <p>(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。</p> <p>(3) 教学方法: 教学过程以实践操作为主; 根据不同的教学内容采用启发引导、讲解演示、</p>

		<p>(1)了解广告调查的意义与内容；</p> <p>(2)掌握广告策划的内涵、程序、核心策略；</p> <p>(3)掌握广告媒体选择与组合的原则与方法；</p> <p>(4)掌握广告创意的内涵、作业环节、原则和主要表现形态；</p> <p>(5)掌握广告预算的概念、编制程序、主要因素；</p> <p>(6)掌握广告策划书撰写的基本格式和技巧等。</p> <p><b>能力目标：</b></p> <p>(1)具备广告策划的基本理论与方法，运用广告策划的基本原理，分析、解释企业中常见广告问题的能力；</p> <p>(2)具备进一步培养学生进行广告调研和广告策划的能力及对广告进行分析评估的能力。</p>		<p>案例分析、任务驱动等多种教学方式；采用多种信息化手段激发学生学习热情，将知识传授、能力培养和价值引领相结合。</p> <p>(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。</p> <p>(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%。</p>
2	广告文案写作	<p><b>素质目标：</b></p> <p>(1)具有良好的广告文案写作素养；</p> <p>(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；</p> <p>(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；</p> <p>(4)具有文字驾驭、沟通表达意识与文化自信。</p> <p><b>知识目标：</b></p> <p>(1)了解广告文案写作发展脉络、写作原则、文案撰稿人的思维方式；</p> <p>(2)理解广告文案写作的策略思考框架、文案如何配合创意、文案的诉求方法；</p> <p>(3)掌握广告文案写作的构成要素、特征和分类；</p> <p>(4)掌握不同媒体、不同产品的广告文案写作要求。</p> <p><b>能力目标：</b></p> <p>(1)具备广告文案鉴赏能力；</p> <p>(2)具备广告文案创作能力。</p>	<p>(1) 广告文案概述；</p> <p>(2) 广告文案创意技法与诉求策略；</p> <p>(3) 广告标题正文和广告语写作技法；</p> <p>(4) 系列广告写作技法；</p> <p>(5) 不同媒体广告文案写作技法。</p>	<p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>(3) 教学方法：任务驱动法、项目导向法、讨论法、提问法等。</p> <p>(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。</p> <p>(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%。</p>
3	广告创意与设计	<p><b>素质目标：</b></p> <p>(1)具有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；</p> <p>(2)具有实例教学，形成及时</p>	<p>(1) 广告创意的基本内容；</p> <p>(2) 撰写广告调研报告；</p> <p>(3) 平面广告构成要素与创意方</p>	<p>(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。</p> <p>(2) 教学条件：充分运用信息</p>

		<p>反应与灵活应变素养；</p> <p>(3)具有工作、学习的主动性；</p> <p>(4)具有良好的沟通素养。</p> <p><b>知识目标：</b></p> <p>(1)了解广告创意的内涵；</p> <p>(2)熟悉广告创意流程；</p> <p>(3)掌握广告设计理念；</p> <p>(4)掌握平面广告的艺术表现手法与创意制作流程。</p> <p><b>能力目标：</b></p> <p>(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。</p> <p>(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。</p>	<p>法；</p> <p>(4)草图绘制；</p> <p>(5)电脑绘制；</p> <p>(6)提案汇报。</p>	<p>技术与手段优化教学过程与教学管理，开展线上、线下教学。</p> <p>(3)教学方法：一般具有硕士学位，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。</p> <p>(4)师资要求：具有研究生学历或讲师以上职称，具有扎实的广告创意理论基础和丰富设计实践经验。</p> <p>(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%。</p>
4	CIS 战略 策划	<p><b>素质目标：</b></p> <p>(1)具有视觉识别设计创新思维；</p> <p>(2)具有创造性、严密性的设计思维；</p> <p>(3)具有设计的原创意识；</p> <p>(4)树立品牌意识。</p> <p><b>知识目标：</b></p> <p>(1)了解CI战略的内涵及发展过程；</p> <p>(2)掌握CI的三大构成要素；</p> <p>(3)理解CI战略的运作规律。</p> <p><b>能力目标：</b></p> <p>(1)具备全面的、系统的CI战略理论知识体系；</p> <p>(2)具备根据企业的基本信息为其进行文化理念、形象定位以及VI等一系列设计的能力。</p>	<p>(1)CI基础理论知识；</p> <p>(2)CI内容构成；</p> <p>(3)CI导入的契机；</p> <p>(4)企业形象的内涵与内容；</p> <p>(5)MI、BI与VI策划的内容；</p> <p>(6)MI的内涵与内容；</p> <p>(7)BI的内涵与内容；</p> <p>(8)CIS手册的制作规范；</p> <p>(9)VI部分设计范围和表现手法；</p> <p>(10)CIS手册编制。</p>	<p>(1)课程思政：引导学生树立坚定的文化自信，培育优良的民族精神、时代精神；培养学生敬业、精益、专注、创新的职业精神。</p> <p>(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。</p> <p>(3)教学方法：一般具有硕士学位，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。</p> <p>(4)师资要求：具有研究生学历或讲师以上职称，具有扎实的CIS理论基础和丰富设计实践经验。</p> <p>(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%。</p>
5	品牌 推广	<p><b>素质目标：</b></p> <p>(1)具有对品牌形象设计与推广理论体系的整体把控意识；</p> <p>(2)具有“用户需求”至上意识，形成与客户沟通职业素养；</p> <p>(3)具有创新思维。</p> <p><b>知识目标：</b></p> <p>(1)了解品牌及基本特征；</p>	<p>(1)品牌形象、品牌推广的基本概念；</p> <p>(2)品牌发展简史；</p> <p>(3)品牌形象设计的基本方法、技巧；</p>	<p>(1)课程思政：融入社会主义核心价值观、纪律意识、规范意识和文化自信等内容。</p> <p>(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。</p> <p>(3)教学方法：一般具有硕士学位，专业课教师要求必</p>

		<p>(2) 熟悉品牌发展简史；</p> <p>(3) 掌握品牌推广策划的总体指导思路及营销原理。</p> <p><b>能力目标：</b></p> <p>(1) 具备品牌推广与整合行销传播策划能力；</p> <p>(2) 具备独立完成一份品牌形象设计与推广策划书能力。</p>	<p>(4) 品牌推广的价值；</p> <p>(5) 品牌整合营销；</p> <p>(6) 品牌整合传播；</p> <p>(7) 品牌整合公关。</p>	<p>须具有在企业相应岗位工作的实际经验。</p> <p>(4) 师资要求：具有研究生学历或讲师以上职称，具有扎实的品牌推广理论基础和丰富实践经验。</p> <p>(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%。</p>
6	公关活动策划	<p><b>素质目标：</b></p> <p>(1) 具有逻辑推理和科学预测意识；</p> <p>(2) 具有优良的公关活动创新思维；</p> <p>(3) 具有严谨、规范的策划组织习惯。</p> <p><b>知识目标：</b></p> <p>(1) 了解公共关系的基本概念；</p> <p>(2) 掌握公关活动策划的内容和方法。</p> <p><b>能力目标：</b></p> <p>(1) 具备独立公关活动策划能力；</p> <p>(2) 具备独立撰写公关活动策划方案能力。</p>	<p>(1) 公共关系概述；</p> <p>(2) 公共关系主体构成；</p> <p>(3) 危机公关；</p> <p>(4) 公关活动策划。</p>	<p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>(3) 教学方法：一般具有硕士学位，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。</p> <p>(4) 师资要求：具有研究生学历或讲师以上职称，具有扎实的公关活动理论基础和丰富实践经验。</p> <p>(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%。</p>
7	房地产广告策划	<p><b>素质目标：</b></p> <p>(1) 具有房地产广告营销策划理论素养，了解相关行业；</p> <p>(2) 具有适应房地产行业工作的灵活应变素养；</p> <p>(3) 具有分工合作意识，方案撰写与提案沟通素养。</p> <p><b>知识目标：</b></p> <p>(1) 了解房地产商品的特殊性、房地产市场及其特征；</p> <p>(2) 掌握房地产市场营销基本原理；</p> <p>(3) 掌握房地产广告策划内容；</p>	<p>(1) 房地产市场概述；</p> <p>(2) 房地产市场调查；</p> <p>(3) 房地产市场预测；</p> <p>(4) 房地产项目定位；</p> <p>(5) 房地产营销战略；</p> <p>(6) 房地产广告策划流程及方法；</p> <p>(7) 房地产广告策划书撰写技巧。</p>	<p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>(3) 教学方法：一般具有硕士学位，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。</p> <p>(4) 师资要求：具有研究生学历或讲师以上职称，具有扎实的房地产广告策划理论基础和丰富实践经验。</p>

	<p>(4) 掌握房地产广告策划流程、方法；</p> <p>(5) 掌握房地产广告策划书撰写方法。</p> <p><b>能力目标：</b></p> <p>(1) 具备房地产市场调研与数据分析能力；</p> <p>(2) 具备独立开展地产广告策划的能力；</p> <p>(3) 具备房地产广告策划书撰写的能力。</p>		<p>(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%。</p>
--	--	--	--

### (3) 专业拓展课程

包括《广告调研》《广告心理学》《市场营销学》《专业考察》《广告媒体策划》《设计提案》《影视广告创意与制作》《广告运作实务》等 8 门课程，304 学时，19 学分。

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	广告调研	<p><b>素质目标：</b></p> <p>(1) 具有学生实事求是的调研精神；</p> <p>(2) 具有逻辑思维与理性分析意识；</p> <p>(3) 具有善于交流、沟通，具有较好的语言和文字表达素养；</p> <p>(4) 树立学生正确价值观，形成良好的职业道德和职业素养。</p> <p><b>知识目标：</b></p> <p>(1) 了解广告调研的别类及意义；</p> <p>(2) 熟悉广告调研一般序；</p> <p>(3) 掌握广告调研基本法；</p> <p>(4) 掌握广告调研报告写方法与技巧。</p> <p><b>能力目标：</b></p> <p>(1) 具备广告调查问卷设计能力；</p> <p>(2) 具备独立开展问卷调研、访谈能力；</p> <p>(3) 具备广告媒体分析、媒体组合运用能力；</p> <p>(4) 具备广告调研数据分析、调研报告撰写能力。</p>	<p>(1) 广告调研理论和意义；</p> <p>(2) 广告调研的内容与流程；</p> <p>(3) 抽样设计；</p> <p>(4) 广告调研方法；</p> <p>(5) 问卷设计；</p> <p>(6) 数据分析与处理；</p> <p>(7) 调研报告撰写等内容。</p>	<p>(1) 课程思政：融入劳动观念与劳动意识、文化自信等内容。</p> <p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>(4) 师资要求：具有本科以上学历或讲师以上职称，应具有扎实广告调研理论基础知识和较强的调研实践能力。</p> <p>(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%。</p>
2	广告心理学	<p><b>素质目标：</b></p> <p>(1) 具有在广告中心理规律的自主探寻，提升学生学习的</p>	<p>(1) 广告心理学概述；</p> <p>(2) 广告受众心</p>	<p>(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。</p>

	<p>主动性；</p> <p>(2) 具有运用心理学原理独自设计广告的创新意识，激发创造性思维；</p> <p>(3) 具有团结协作、学会沟通的职业素养。</p> <p><b>知识目标：</b></p> <p>(1) 了解广告心理学的发展历史；</p> <p>(2) 掌握广告心理学的一般概念与原理；</p> <p>(3) 掌握广告心理学与受众心理需求的关系；</p> <p>(4) 掌握对各广告要素的心理效应和广告作品的心理分析方法；</p> <p>(5) 掌握广告信息接受与传递中的心理现象及规律。</p> <p><b>能力目标：</b></p> <p>(1) 具备运用心理学的规律来分析广告作品的的能力；</p> <p>(2) 具备通过资料收集和分析，掌握受众的心理需求；</p> <p>(3) 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；</p> <p>(4) 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。</p>	<p>理；</p> <p>(3) 广告分析报告撰写；</p> <p>(4) 广告传播与创意理论等。</p>	<p>(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。</p> <p>(3) 教学方法：讲授法、提问法、讨论法、情景模拟法等。</p> <p>(4) 师资要求：一般具有硕士以上学位，应具有扎实广告心理学理论知识。</p> <p>(5) 考核评价：融入课程思政的要求，为全面、综合地考核学生《广告心理学》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%。</p>
3	<p>市场营销学</p> <p><b>素质目标：</b></p> <p>(1) 认同中华文化，提升学生文化自信；</p> <p>(2) 形成工作、学习主动性；</p> <p>(3) 树立创新创业能力、责任意识与创新精神；</p> <p>(4) 具有在市场营销岗位统筹全局、团队协作的职业素养。</p> <p><b>知识目标：</b></p> <p>(1) 了解市场营销基本概念；</p> <p>(2) 熟悉市场营销基本原理；</p> <p>(3) 掌握传统营销与新媒体营销方法。</p> <p><b>能力目标：</b></p> <p>(1) 具备市场营销思维能力；</p> <p>(2) 具备灵活运用市场营销</p>	<p>(1) 市场营销基本理论；</p> <p>(2) 营销内外部环境分析；</p> <p>(3) 市场调查方法与技巧；</p> <p>(4) 市场细分与市场定位；</p> <p>(5) 营销推广策略；</p> <p>(6) 营销计划书撰写等。</p>	<p>(1) 课程思政：融入社会主义核心价值观、纪律意识、规范意识和文化自信等内容。</p> <p>(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。</p> <p>(3) 教学方法：项目驱动法、讲授法、提问法、讨论法等。</p> <p>(4) 师资要求：一般具有硕士以上学位，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。</p> <p>(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%。</p>

		基本方法的能力； (3) 具备市场营销方案的撰写能力。		
4	专业考察	<p><b>素质目标:</b></p> <p>(1) 树立对广告行业、专业的正确认知；</p> <p>(2) 形成细致工作、主动学习的良好习惯；</p> <p>(3) 具有自我认知、责任意识与创新精神；</p> <p>(4) 树立正确三观，形成良好的职业素养。</p> <p><b>知识目标:</b></p> <p>(1) 了解广告行业现状；</p> <p>(2) 熟悉广告公司岗位设置；</p> <p>(3) 掌握广告公司岗位职责；</p> <p>(4) 掌握考察报告撰写要求、方法。</p> <p><b>能力目标:</b></p> <p>(1) 具备广告市场、行业分析的能力；</p> <p>(2) 具备广告角色洞察与表达能力；</p> <p>(3) 具备出色考察报告撰写能力。</p>	<p>(1) 广告行业趋势调研；</p> <p>(2) 广告公司组织架构与工作岗位；</p> <p>(3) 媒介公司组织架构与工作岗位；</p> <p>(4) 营销策划机构了解；</p> <p>(5) 专业考察报告写作与交流等。</p>	<p>(1) 课程思政：融入大局观和敬业的工作观、职业道德等内容。</p> <p>(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。</p> <p>(3) 教学方法：实地调研法、提问法、讨论法等。</p> <p>(4) 师资要求：一般具有硕士以上学位，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。</p> <p>(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%。</p>
5	广告媒体策划	<p><b>素质目标:</b></p> <p>(1) 具有广告媒介组合的创新思维；</p> <p>(2) 形成工作、学习主动性；</p> <p>(3) 具有创造性媒体策划素养；</p> <p>(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。</p> <p><b>知识目标:</b></p> <p>(1) 了解广告媒介基本畴；</p> <p>(2) 熟悉广告媒介的类别；</p> <p>(3) 掌握广告媒体策划方法与技巧。</p> <p><b>能力目标:</b></p> <p>(1) 能够正确掌握不同广告媒介的特点；</p> <p>(2) 具备根据广告的要求进行媒介选择的能力；</p> <p>(3) 能够熟练掌握并运用媒介预算的制定方式；</p> <p>(4) 具备自主进行广告媒体</p>	<p>(1) 广告媒体概述；</p> <p>(2) 不同广告媒介特点；</p> <p>(3) 广告媒体的量与质；</p> <p>(4) 广告媒体的选择组合与排期；</p> <p>(5) 广告媒体策划书的撰写等。</p>	<p>(1) 课程思政：融入大局观和敬业的工作观、职业道德等内容。</p> <p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>(4) 师资要求：一般具有硕士以上学位，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。</p> <p>(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%。</p>

		策划的能力。		
6	设计提案	<p><b>素质目标:</b></p> <p>(1) 形成良好的心理素质和培养良好的职业道德素质;</p> <p>(2) 具备高度责任心和良好的团队合作精神;</p> <p>(3) 养成勇于克服困难的精神, 具备创造性解决问题意识;</p> <p>(4) 善于交流、沟通, 具有较好的语言和文字表达素养。</p> <p><b>知识目标:</b></p> <p>(1) 了解设计提案内涵;</p> <p>(2) 熟悉设计提案过程;</p> <p>(3) 掌握设计提案方法和步骤;</p> <p>(4) 掌握设计提案撰写方法;</p> <p>(5) 掌握客户沟通与设计提案修改方法。</p> <p><b>能力目标:</b></p> <p>(1) 具备良好策划分析能力;</p> <p>(2) 具备良好设计表现能力;</p> <p>(3) 具备良好方案撰写能力;</p> <p>(4) 具备良好沟通与表达能力。</p>	<p>(1) 提案入门;</p> <p>(2) 提案战略;</p> <p>(3) 策划信息;</p> <p>(4) 选择和设计视听材料;</p> <p>(5) 设计视觉材料;</p> <p>(6) 精心编排提案;</p> <p>(7) 发布提案;</p> <p>(8) 演说信息;</p> <p>(9) 提案补充部分等。</p>	<p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>(3) 教学方法: 理论讲授法、案例分析法、模拟演练法等</p> <p>(4) 师资要求: 一般具有硕士以上学位, 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。</p> <p>(5) 考核评价: 为全面、综合地考核学生《设计提案》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%。</p>
7	影视广告创意与制作	<p><b>素质目标:</b></p> <p>(1) 具有对传统文化与流行文化学习与转化的意识;</p> <p>(2) 具有创造思维、逻辑思维、审美意识与工匠精神;</p> <p>(3) 具有学习主动性, 发现问题、解决问题的意识;</p> <p>(4) 树立纪律意识、规范意识、创新意识;</p> <p>(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。</p> <p><b>知识目标:</b></p> <p>(1) 了解广告发展与现状;</p> <p>(2) 熟悉影视广告创作则;</p> <p>(3) 掌握文案的诉求方式的具体应用;</p> <p>(4) 掌握影视广告的构思和平面广告版的组合。</p> <p><b>能力目标:</b></p> <p>(1) 具备艺术和技术完美统一的影视广告创意能力;</p> <p>(2) 具备拍摄完整的商业影视广告专业技术的能力;</p>	<p>(1) 影视广告发展;</p> <p>(2) 影视广告创作原则;</p> <p>(3) 影视广告脚本创作;</p> <p>(4) 影视广告拍摄;</p> <p>(5) 影视广告后期制作;</p> <p>(6) 影视广告效果评价等。</p>	<p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>(4) 师资要求: 一般具有硕士以上学位, 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。</p> <p>(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%。</p>



		(3) 具备影视广告有效地设计与制作的能力。		
8	广告运作实务	<p><b>素质目标:</b></p> <p>(1) 具有广告运作过程的全局认知;</p> <p>(2) 具有工作、学习的主动性与积极性;</p> <p>(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;</p> <p>(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。</p> <p><b>知识目标:</b></p> <p>(1) 了解广告运作流程;</p> <p>(2) 熟悉广告策划各个节;</p> <p>(3) 掌握环境分析、竞品分析、产品分析、消费者分析;</p> <p>(4) 掌握广告战略制定,创意表现策略,广告媒体发布,广告预算制定等。</p> <p><b>能力目标:</b></p> <p>(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;</p> <p>(2) 具备广告项目运作全过程管理力;</p> <p>(3) 具备创新创业意识、创新思维能力与创新创业能力。</p>	<p>(1) 广告运作流程概述;</p> <p>(2) 市场调研与报告分析;</p> <p>(3) 广告定位;</p> <p>(4) 广告创意;</p> <p>(5) 广告设计;</p> <p>(6) 广告媒介;</p> <p>(7) 广告预算等。</p>	<p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>(4) 师资要求:一般具有硕士学位,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。</p> <p>(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%。</p>

#### (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,644学时,28学分。

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	<p><b>素质目标:</b></p> <p>(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;</p> <p>(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。</p> <p><b>知识目标:</b></p> <p>(1) 全方位了解广告代理公司岗位技能要求;</p> <p>(2) 熟悉广告代理公司各部</p>	<p>(1) 顶岗实习企业现场参观考察;</p> <p>(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;</p> <p>(3) 企业新模式、新方法、新模式等</p>	<p>(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。</p> <p>(2) 教学条件:顶岗实习企业。</p> <p>(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</p>

		<p>门的作业流程；</p> <p>(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。</p> <p><b>能力目标：</b></p> <p>(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；</p> <p>(2) 具备完整广告项目策划、创意、设计、提案能力。</p>	<p>的学习。</p>	<p>的岗位完成实习。</p> <p>(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。</p> <p>(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%。</p>
2	毕业设计	<p><b>素质目标：</b></p> <p>(1) 具有积极主动、严谨务实、敢于创新；</p> <p>(2) 具有主动担负起传承民族文化的责任感。</p> <p><b>知识目标：</b></p> <p>(1) 了解毕业设计课题、设计原理；</p> <p>(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。</p> <p><b>能力目标：</b></p> <p>(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；</p> <p>(2) 具备运用所学知识进行毕业设计创作的综合运用能力；</p> <p>(3) 具备独立完成毕业设计的能力。</p>	<p>(1) 广告策划、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；</p> <p>(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、毕业设计成果报告书、毕业设计成果说明、毕业设计指导记录表等相关文件，并完成毕业答辩。</p>	<p>(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。</p> <p>(2) 教学条件：电脑辅助设计实训室、投影仪、手绘板、提案台等。</p> <p>(3) 教学方法：通过广告大赛、企业命题等任务驱动，让学生综合运用三年来所学的广告理论与实践知识，进行系统、完整、规范的毕业设计创作，全面测试学生本专业知识理论与实践技能，检验学生文案、策划、创意、设计、提案各方面学习效果，达到对学生三年来专业学习成果进行综合检验、融会贯通与综合运用的目的。</p> <p>(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。</p> <p>(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%；</p>

				终结性考核采用毕业设计作品、毕业设计成果报告书等方式，占总成绩的40%。
3	学业总结	<p><b>素质目标：</b></p> <p>(1) 具有作品呈现与个人推荐意识；</p> <p>(2) 具有职业准备意识；培养本专业职业素养；</p> <p>(3) 具有良好的心理素质和职业道德素质；</p> <p>(4) 具有高度责任感和事业心。</p> <p><b>知识目标：</b></p> <p>(1) 了解毕业生离校手续；</p> <p>(2) 熟悉毕业设计展流程；</p> <p>(3) 参与毕业典礼与优秀毕业生推介。</p> <p><b>能力目标：</b></p> <p>(1) 具备作品展陈能力；</p> <p>(2) 具备作品讲解能力；</p> <p>(3) 具备求职竞聘与个人推介能力。</p>	<p>(1) 毕业设计展；</p> <p>(2) 离校手续办理；</p> <p>(3) 毕业典礼；</p> <p>(4) 毕业生推介会等环节。</p>	<p>(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。</p> <p>(2) 教学条件：毕业设计展厅、专业教学工作室。</p> <p>(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。</p> <p>(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职称，保持与毕业设计指导学生的密切联系，主动获取企业用人需求信息，为专业学生就业提供合适岗位推介。</p> <p>(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%。</p>

## 七、教学进程总体安排

### (一) 教学进度表（公共基础课程）

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	公共必修课程	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	08100001	4	64	52	12		2/16	2/16					★	
		思想道德与法治	08100003	3	48	40	8	2/12	2/12						★	
		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	36	24	12	2/9	2/9							
		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	0610 0003	2	36	36	0			2/18						
		大学体育	0610 0004	6	108	8	100	2/12	2/14	2/14	2/14					
		劳动素养教育	1010 0003	1	16	4	12	4	4	4	4					
		小计		<b>27</b>	<b>560</b>	<b>296</b>	<b>264</b>									
公共选修课程		大学语文	0620 0001	2	36	36	0	2/9	2/9							
		应用写作	0620 0003	2	36	36	0			2/9	2/9					
		大学英语	0620 0006	6	108	108	0	4/13	4/14							
		现代设计史	0620 0007	2	36	36	0				2/18					
		信息技术	0620 0008	2	36	36	0	2/9	2/9							
		非物质文化遗产理论与实务	0620 0009	1	18	18	0			2/9						
		大学生成长辅导与安全教育	0620 0010	1	18	18	0		6	6	6					
		古诗词鉴赏	0620 0011	1	18	18	0		2/9							
	通识选修课	西方美术欣赏	1030 0001	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								
		国学智慧	1030 0002	2	36	36	0									
		中华民族精神	1030 0003	2	36	36	0									
		现代商务礼仪	1030 0004	2	36	36	0									
		美学入门	1030 0005	2	36	36	0									
	就业创业类选修课	创新思维开发与训练	1030 0006	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	1030 0007	1	18	18	0									
		大学生创业法律基础知识与实务	1030 0008	1	18	18	0									
	小计		<b>18</b>	<b>324</b>	<b>324</b>	<b>0</b>										
	合计		<b>45</b>	<b>884</b>	<b>620</b>	<b>264</b>										

备注：

1. 公共选修课（线下）要求学生从开设的8门课程17个学分中，修满15个学分；
2. 表★为考试科目，其余为考查科目。
3. 《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。

## （二）教学进度表（专业课程）

课程类	课程性	课程名称	课程代号	总学分	总学时	理论讲	课内实	各学期周数分配						考核方	考证课
								第一学年		第二学年		第三学年			
								一	二	三	四	五	六		

别	质		码			授	践							式	程	
专业 课程	专业 基础 课程	必修	造型基础	0240 0084	6	96	10	86	16/6							
			平色构成	0240 0050	4	64	10	54	16/4							
			Photoshop	0240 0006	4	64	10	54	16/4						▲	
			图形创意	0240 0065	4	64	10	54		16/4						
			Illustrator	0240 0005	4	64	10	54			16/4				▲	
			广告学概论	0240 0038	3	48	16	32		16/3						
			版式设计	0240 0008	4	64	10	54		16/4						
			小计		<b>29</b>	<b>464</b>	<b>76</b>	<b>388</b>	<b>224</b>	<b>176</b>	<b>64</b>					
	专业 核 心 课 程	必修	广告策划	0250 0029	4	64	10	54		16/4				★		
			广告文案写作	0250 0036	4	64	16	48		16/4					★	
			广告创意与设计	0250 0031	6	96	10	86		16/6					★	▲
			CIS 战略策划与 设计	0250 0003	4	64	10	54			16/4				★	
			品牌推广	0250 0046	5	80	10	70			16/5				★	
			公关活动策划	0250 0028	3	48	10	38			16/3				★	
			房地产广告策划	0250 0027	4	64	10	54				16/4			★	
			小计		<b>30</b>	<b>480</b>	<b>76</b>	<b>404</b>			<b>208</b>	<b>192</b>	<b>64</b>			
	专业 拓 展 课 程	选修	广告调研	0260 0034	2	32	10	22		16/2						
			广告心理学	0260 0037	2	32	10	22			16/2					
			市场营销学	0260 0059	5	80	16	64		16/5						
			专业考察	0260 0088	1	16	0	16				16/1				
			广告媒体策划	0260 0032	3	48	10	38			16/3					
			设计提案	0260 0058	2	32	6	26				16/2				
			影视广告创意与 制作	0260 0082	4	64	10	54				16/4				
			广告运作实务	0260 0093	4											
			小计		<b>19</b>	<b>304</b>	<b>62</b>	<b>242</b>			<b>112</b>		<b>96</b>	<b>96</b>		
	专 业 综	必修	顶岗实习	0270 0024	24	576	0	576				24/5	24/19			
			毕业设计	0270 0014	3	48	2	46				16/3				
			学业总结	0270 0079	1	20	0	20					20/1			

合 实 践 课 程	小计	28	644	2	642						152	476		
	合 计	106	1892	216	1676	224	288	272	288	312	476			

备注:

1. 专业和创新创业竞赛、职业生涯规划大赛、简历大赛、创新创业训练营、创客课程、创业培训等，可以按照学校相关文件折算学分。
2. 表★为考试科目，其余为考查科目；表▲为职业技能考证课程。
3. 专业拓展课程要求学生从开设的 8 门课程 23 个学分中，修满 19 个学分。

### （三）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	45	29.80%	884	31.84%	
专业（技能）课程	106	70.20%	1892	68.16%	
合计	151	100%	2776	100%	
其中	选修课（含公共选修和专业选修）		628	22.62%	
	实践教学环节		1940	69.88%	

## 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 16:1。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术新材料，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、广告策划、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和教学方法，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。校内实训室应满足广告文案写作、广告创意设计、广告策划、公关活动策划、品牌推广、CIS 战略策划与设计、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	主要实训	对应课程	工位数	设备配置	设备功能与要求
----	-----	------	------	-----	------	---------



	名称	项目				
1	造型基础实训室≥2间	1. 静物素描写生; 2. 静物色彩临摹; 3. 速写实训。	《造型基础》	≥80	1. 静物台	静物、模特展示
					2. 木质画架	画板、绘画工具摆放
					3. 画板	画纸固定
					4. 移动画架	画稿原作展示
					5. 电脑、投影仪	作品演示、理论讲授
					6. 无线扩音系统	理论教学、课堂讲解
					7. 空调	室温调节
2	设计构成实训室≥2间	1. 平面构成; 2. 色彩构成; 3. 图形创意; 4. 版式设计。	《平色构成》 《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
3	文案策划实训室≥2间	1. 广告文案写作; 2. 策划方案撰写。	《广告文案写作》 《广告策划》 《公关活动策划》 《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. 企业形象设计实训; 4. 影视广告创意与制作。	《Photoshop》 《Illustrator》 《广告创意与设计》 《CIS战略策划与设计》 《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间)	1. 课程作业展示; 2. 毕业设计作品呈现。	《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
					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. 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	赛项实训

					台	
--	--	--	--	--	---	--

### 3. 校外实习基地要求

应具有稳定的校外实习基地；能提供本专业等相关实习岗位，能涵盖当前专业发展的新技术新工艺，可接纳一定规模的学生实习；能够配备相应数量的指导教师对学生实习进行指导和管理；有保证实习生日常工作、学习、生活的规章制度，有安全、保险保障。

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	湖南金铠文化传播股份有限公司	广告文案 广告策划	25
2	湖南新意先声文化传媒有限公司	广告文案 广告策划	15
3	湖南深蓝设计有限公司	广告设计	10
4	深圳阿里标识设计有限公司	企业形象设计	10
5	正方设计公司	广告设计	15
6	深圳兰韵设计公司	企业形象设计	10
7	长沙卓图设计有限公司	广告设计	15
8	湖南火柴工设品牌设计有限公司	品牌推广 活动策划	10

## （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）教材优选选用近 3 年职业教育国家规划教材和相关专业推荐教材，禁止不合格的教材进入课堂，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《广告文案写作》、《广告创意与设计》校本教材、《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、广告策划相关书籍。本专业方向将继续采购品牌推广、公关活动策划、CIS 战略策划与设计等专业类图书、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。

#### （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 8-4 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建设，通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进，达成人才培养规格。

2. 完善教学管理机制，加强日常教学组织运行与管理，定期开展课程建设水平和教学质量诊断与改进，建立健全巡课、听课、评教、评学等制度，建立与企业联动的实践教学环节督导制度，严明教学纪律，强化教学组织功能，定期开展公开课、示范课等教研活动。

3. 建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，并对生源情况、在校学业水平、毕业生就业情况等进行分析，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况。工学部充分利用评价分析结果有效改进专业教学，持续提高人才培养质量。

## 九、毕业要求

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 151 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

附件 1：教学流程安排表

附件 2：人才培养方案变更审批表

附件 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		年级		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：				

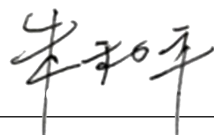
## 附件 3：人才培养方案评审表

## 人才培养方案评审表

序号	姓名	工作单位	职称/职务	签名
1	朱和平	湖南工业大学	教授/院长助理	
2	黄璜	湖南工艺美术职业学院	教授/视传学院院长	
3	董效康	湖南工艺美术职业学院	副教授/视传学院副院长	
4	李丹骏	湖南工艺美术职业学院	讲师/视传学院广告艺术设计工学部主任	
5	曹文杰	益阳市广告协会	益阳市广告协会会长	
6	陈吉	湖南金铠文化传播股份有限公司	总经理	
7	高念	长沙创新鼎力教育科技有限公司	毕业生代表	
8	郑丽珍	湖南工艺美术职业学院 视觉传播设计学院	在校生代表	

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）2021 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 2021 级采用此方案执行。

评审组长签字：



2021 年 7 月 15 日

分管校领导审核意见：

年 月 日

学校党委审核意见：

年 月 日