



常州工业职业技术学院
CHANGZHOU INSTITUTE OF INDUSTRY TECHNOLOGY

专业人才培养方案

二级学院	艺术创意学院
执笔人	王栋臣
审核人	肖新华
制定日期	2021.05

常州工业职业技术学院教务处制

2021年5月

目录

一、	专业名称（专业代码）	1
二、	入学要求.....	1
三、	生源类型.....	1
四、	基本修业年限.....	1
五、	团队成员.....	1
六、	职业面向.....	2
七、	培养目标.....	6
八、	培养规格.....	7
九、	毕业能力要求.....	8
十、	毕业要求指标点.....	9
十一、	课程体系.....	10
十二、	毕业标准.....	19
十三、	教学进程总体安排.....	19
十四、	实施保障.....	20
十五、	质量保障.....	23
十六、	编制说明.....	24

一、专业名称（专业代码）

广告艺术设计 550113

二、入学要求

普通高级中学毕业、中等职业学校毕业或具备同等学力

三、生源类型

普通高招 自主招生 对口单招 注册入学

3+3 中高职分段 3+2 高职本科分段

其他_____

四、基本修业年限

三年

五、团队成员

表 1 专业教学标准编制团队成员名单

序号	姓名	工作单位	职称/职务
1	王辉	南京理工大学	副教授
2	王栋臣	常州工业职业技术学院	副教授
3	黄 坚	常州工业职业技术学院	副教授
4	蔡 薇	常州工业职业技术学院	副教授
5	乔京禄	常州纺织职业技术学院	副教授
6	朱琴	常州工业职业技术学院	教授
7	万韵	常州工业职业技术学院	讲师
8	唐春红	常州工业职业技术学院	讲师
9	王佳竹	常州工业职业技术学院	讲师
10	曾索烨	常州工业职业技术学院	讲师
11	王辉	橙果广告有限公司	总经理

注：指参与标准编制的主要成员，含校外专家。

六、职业面向

(一) 职业面向

主要就业单位：广告设计公司、文化传媒公司、包装印刷公司、出版社、报社、杂志社、企事业单位、中小学校。

主要就业部门：设计部门、企划部门、生产部门、技术部门、管理部门；
可从事的工作岗位：广告设计师、平面设计师、包装装潢设计师及企事业单位宣传管理工作等。

表 2 岗位能力分析表

所属专业大类 (代码)	所属专业类 (代码)	对应行业 (代码)	主要职业类别 (代码)	主要岗位类别 (或技术领域) 举例	岗位描述 ¹	岗位能力要求 ²
文化艺术 大类 (55)	艺术 设计 (550 1)	广告行业 (7259)	2-10-07-08 广告设计师	1. 广告设计 与制作 (广告设计师) (关键岗位)	负责各种广告设计, 能配合策划、市场及销售团队完成平面广告、海报、画册、物料等的创意、设计工作。	<ol style="list-style-type: none"> 1. 熟练使用 Photoshop、Illustrator、Indesign 等设计软件, 熟悉输出、印刷等的工艺制作; 2. 一定的广告调查能力, 良好的广告内容表现能力, 设计理念新, 富有创意、具有较强的设计综合能力。 3. 手绘能力, 口头表达能力, 一定的文字提案能力。 4. 勤奋敬业、有责任心, 具有良好的沟通能力和抗压能力, 善于合作, 团队意识强, 有较强的客户意识。
				2. 出版物装帧、插图、版式设计 (平面设计师) (关键岗位)	根据客户要求, 设计宣传单页、海报、杂志、书籍装帧、包装等平面有关的工作内容, 熟悉排版、印刷等后期制作流程。参与创意策划的研讨和制定, 按照既定方案高速优质地执行。	<ol style="list-style-type: none"> 1. 熟练使用 Photoshop、Illustrator、Indesign 等设计软件, 熟悉输出、印刷等后期制作; 2. 了解输出、印刷、包装的工艺要求及制作流程。包括印前流程, 设计、纸张、出片、打样, 印后工艺等专业知识, 了解喷绘行业的现状和技术, 喷绘设计方法和喷绘设备等。有较强的敬业精神及团队合作精神, 有良好的思维创意能力, 较强的客户意识, 责任心强。
				3. 包装装潢设计	根据客户要求和产品特性及流通环境, 对已有产	<ol style="list-style-type: none"> 1. 熟练使用 Photoshop、Illustrator 等主流设计软件; 2. 熟悉包装印刷的相关知识, 了解包装设计与制作的整体

¹ 概要阐述岗位工作内容

² 概要阐述要胜任该岗位需要具备的能力。用“能……”进行描述

			<p>（包装装潢设计师） （关键岗位）</p>	<p>品进行包装结构的绘制或修改；包装装潢的设计或修改，确定包装材料、包装工艺，制作产品包装实样。</p>	<p>流程并具有一定的执行能力；</p> <p>3. 熟悉包装结构设计的步骤及其需考虑的各项因素；</p> <p>4. 一定的结构创新能力，熟悉色彩、图形在包装装潢设计及销售中的作用；</p> <p>具有良好的与客户沟能、协调能力</p>
		2-10-07-04	<p>商标与标志设计 （商标设计师） （关键岗位）</p>	<p>搜集信息与前期分析，了解产品功能，确定品牌形象，制订设计方案。创意思维，寻求各种表达设计主题的可能。图形调整，推广验证，完稿。</p>	<p>1. 熟练使用 Photoshop、Illustrator 等主流设计软件；</p> <p>2. 良好的图形、色彩、文字组合运用能力，表现手段及技巧丰富；</p> <p>3. 良好的理解能力，富有创意；</p> <p>善于沟通，认真负责，具有团队合作精神。</p>
		装潢美术设计人员	<p>企事业单位宣传、美化、展示设计工作 （文化宣传专员） （相关岗位）</p>	<p>根据企业形象，负责企事业单位整体宣传的视觉设计；并执行不同时期展示方案，及时准确地完成所需设计方案；配合相关部门进行宣传、实施等工作。</p>	<p>1. 熟练使用 Photoshop、Illustrator 等主流设计软件；</p> <p>2. 综合设计能力强，并富有创造力，思维敏捷，学习能力强，有独特的设计风格。</p> <p>善于沟通，理解能力强，富有创意，认真负责，具有团队合作精神。</p>
			<p>商业摄影 （商业摄影师） （相关岗位）</p>	<p>根据客户要求，摆产品造型，根据产品设计实景；引导模特拍摄，活动抓拍。策划拍摄方案，独立完成拍摄任务，及产品布局打光，后期图片处理制作。</p>	<p>1. 熟练使用数码单反相机、灯光等各种摄影器材；</p> <p>2. 熟练使用 Photoshop、Illustrator 等主流设计软件；</p> <p>3. 了解平面设计、商业创意所需图片的要求；</p> <p>4. 具有良好的创意、美术功底，善于色彩搭配；</p> <p>耐心细致，团队合作精神、保密意识强，良好的沟通协调能 力，认真负责，抗压能力强。</p>

(二) 典型工作任务及其工作过程

表 3 典型工作任务及工作过程分析表

序号	典型工作任务	工作过程
1	广告设计制作	<ol style="list-style-type: none"> 1. 接受工作任务，搜集相关文本及图片资料。(公司介绍、项目描述、基本设计要求)。 2. 进行市场调研，搜集设计资料。 3. 开展创意会，总结分析市调结果，讨论设计方向，制定设计方案； 4. 设计师设计草图，文案配合文字，用电脑软件作出设计稿； 5. 客户审核，确认设计稿；修改或调整完成整体设计； 6. 进行正稿制作；经客户验收后交稿输出菲林； <p>客户签字确认，交给客户印刷，完成。</p>
2	包装装潢设计	<ol style="list-style-type: none"> 1. 接受工作任务，市场调查，编制市场调查报告； 2. 视觉艺术资料的查询与准备，分析市场调查报告与相关艺术资料，找出创意点； 3. 确定基本色彩，选定字体形态与编排方式，确立将要选用的图形形态，绘制草图；草图的讨论与修订，论证及确定方案； 4. 运用计算机辅助设计系统绘制出最终方案，选择纸张打印输出，裁切，折盒，完成折盒，市场反馈。 5. 选择合适的包装材料、设计产品的包装工艺过程和包装产品的制作工艺。
3	标志设计与制作	<ol style="list-style-type: none"> 1. 根据企业的具体情况及经营理念，考虑标志接触的对象和应用环境，进行充分的市场调研分析。 2. 根据调查结果提炼标志的结构类型、色彩，列出标志需体现的精神和特点，解析图形元素，找准设计方向。 3. 充分运用不同的表现方式，使标志含义深刻、特征明显、色彩搭配等都适合企业形象。 4. 讨论修改，规范标志使用，按标准制图。
4	出版物装帧、插图、版式设计制作	<ol style="list-style-type: none"> 1. 选题策划，调查了解同类图书情况，确定流程； 2. 组织稿件，加工创作； 3. 针对外观形象（封面、内封、封底、书脊）和内文版式，进行美术设计。 4. 审读，参考责任编辑意见修改设计，并将修改后的设计样稿（小样）交分管领导终审； 5. 校对，选择相应材料进行装帧设计； 6. 印刷，装订，成品。

5	企 事 业 单 位 宣 传、美化、展示 设计工作	<ol style="list-style-type: none"> 1. 客户或相关技术部门提出工作要求，根据提供的相关文本及图片资料，搜集信息，进行需求分析； 2. 整理资料、素材下对比，整体方案策划，确定设计风格和制作工艺等细节； 3. 方案设计，确保图形、色彩与版式及空间搭配合理，符合要求，提交初稿； 4. 与相关客户沟通，进行方案修改设计； 5. 完稿，交付后确认签名，并制作实施，。
---	--------------------------------	---

七、培养目标

本专业培养拥护党的基本路线，适应生产、建设、管理、服务第一线需要的德、智、体、美全面发展，具有较强创新能力、实践能力的技术应用性人才。能熟悉运用各类设计软件进行广告设计与制作，掌握广告设计理论、方法、技能，能适应广告设计与制作、企业形象设计、图形设计、影视广告创作、包装设计、版式设计、交互媒体设计等岗位能力和知识需求的，培养具有技术应用和设计创新能力兼备的高素质技术技能型人才。

表 4 广告设计与制作专业培养目标

序号	具体内容
A	培养能够解决平面设计与制作领域的实际问题。
B	能够在工作中发挥有效的组织、沟通、协调作用，能有效地配合设计管理人员和其他专业人员进行有组织的活动。
C	能够使自己的行为符合道德伦理的要求，爱岗敬业，诚实守信，工作中严格遵循规章规范的要求。
D	培养能够通过继续教育或职业培训，扩展自己的知识提升自身的能力，具有独立完成平面广告及视觉传达设计的能力。
E	培养具有确切的语言文字表达能力，论证设计方案的可行性的口头和书面表达能力。初步阅读和欣赏一些外文书刊的能力，具备较高的美育修养和文化素质。
F	熟练使用计算机，具有一定的计算机表现能力。
G	根据设计目标进行市场调研、分析、创意设计与制作的能力。
H	培养的毕业生将面向文化创意大产业，立足常州，服务江苏，辐射长三角，能够为广告行业的发展做出贡献。

八、培养规格

本专业毕业生应在素质、知识和能力等方面达到以下要求：

表 5 本专业毕业生应有素质、知识和能力要求

(一)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、崇德向善、诚实守信、尊重生命、热爱劳动，履行道德准则和行为规范，具有社会责任感和社会参与意识。
(3)	具有质量意识、环保意识、安全意识、信息素养、工匠精神、创新思维、全球视野。
(4)	勇于奋斗、乐观向上，具有自我管理能力、职业生涯规划的意识，有较强的集体意识和团队合作精神。
(5)	具有健康的体魄、心理和健全的天格，掌握基本运动知识和 1-2 项运动技能，养成良好的健身与卫生习惯，以及良好的行为习惯。
(6)	具有定的审美和人文素养，能够形成 1-2 项艺术特长或爱好。
(二)知识	
(7)	掌握必备的思想政理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识。
(8)	熟悉与本专业相关的法律法规以及环境保护、安全消防、文明生产等知识。
(9)	掌握造型、色彩、透视、平面设计、等相关的基础理论。
(10)	了解广告项目制作流程，生产管理制造流程及各个岗位工种特点，以便深入学习岗位技能。
(11)	掌握广告、展示、包装等视觉设计的基本知识。
(12)	熟悉制作、创作各个环节的平台软件特性，能够根据需求进行选择切换及精准学习。
(13)	了解工商管理知识、最新的相关国家标准和国际标准。
(14)	了解软件项目开发与管理知识。
(15)	熟悉各类新媒体载体终端，能够结合终端媒体特征掌握内容形式表现特点。
(三)能力	
(16)	具有探究学习、终身学习、分析问题和解决问题的能力。
(17)	具有良好的语言、文字表达能力和沟通能力。
(18)	具有良好的团队合作与抗压能力。
(19)	具备根据设计目标进行创意设计的能力。
(20)	具有初步广告市场调研的能力。
(21)	具有应用计算机表达设计创意和专项能力。
(22)	具有数据库设计、应用与管理能力。
(23)	具备完成较简单的广告项目、包装与展示设计的基本能力。
(24)	确切的语言文字表达能力，论证设计方案的可行性的口头和书面表达能力。
(25)	具有完成平面广告及视觉传达设计的能力。
(26)	具有项目文档的报写能力。
(27)	具备较强的团队协作能力，良好的语言、文字表达能力和沟通能力。
(28)	具有探究学习、终身学习的能力，培养行业迁移及创新设计能力。

九、 毕业能力要求

表 6 广告设计与制作毕业能力要求

序号	毕业能力要求	对应的培养目标序号
1	能够具备良好的口头和书面表达能力。	E
2	具有应用计算机表达设计创意和专项制作能力。	F
3	能够运用英语进行简单的对话交流，能看懂专业技术文献。	E
4	能熟练掌握检索工具，运用现代信息技术进行自主学习。	D G
5	具备完成较简单的广告项目、包装与展示设计的基本能力。	A F
6	能够在具有多样性的团队中作为个体、成员或者负责人有效地发挥作用。	B C
7	能够就实际工作与同行以及社会公众进行有效沟通、包括理解和撰写报告，设计文档、做现场报告、理解或发出清晰指令。	BD E
8	具有完成平面广告及视觉传达设计的能力。	A D F G

十、 毕业要求指标点

表 7 广告艺术设计专业毕业能力要求指标点

毕业能力要求序号	毕业能力要求	能力要求指标点序号	对应的毕业能力要求指标点
1	能够具备良好的口头和书面表达能力	1.1	能在分组汇报中准确表达自己的观点
		1.2	能够撰写规范的论文
2	能够熟练操作计算机及相关软件	2.1	能熟练使用计算机进行数据处理
		2.2	能熟练使用 office 等办公常用软件
3	能够运用英语进行简单的对话交流，能看懂专业技术文献	3.1	能用英语进行简单的口头和书面交流
		3.2	能初步阅读国内外专业相关文献和标准
4	能熟练掌握检索工具，运用现代信息技术进行自主学习	4.1	能利用各类检索工具，收集相关信息，分析、进行创意设计等。
		4.2	能利用各种现代信息技术，进行自主学习
5	具备完成较简单的广告项目、包装与展示设计	5.1	能够解决平面设计及制作领域的实际问题的能力

	的基本能力	5.2	熟练使用计算机，具有一定的计算机表现能力。
6	能够在具有多样性的团队中作为个体、成员或者负责人有效地发挥作用	6.1	能够在工作中发挥有效的组织、沟通、协调作用，能有效地配合设计管理人员和其他专业人员进行有组织的活动。
		6.2	能够使自己的行为符合道德伦理的要求，爱岗敬业，诚实守信，工作中严格遵循规章规范的要求。
7	能够就实际工作与同行以及社会公众进行有效沟通、包括理解和撰写报告，设计文档、做现场报告、理解或发出清晰指令	7.1	能够参与实际工作中的信息交流，发表自己的观点
		7.2	能够独立或参与撰写实际工作中的方案、报告
		7.3	能理解并接受上司发出的任务要求
8	具有独立完成平面广告及视觉传达设计的能力	8.1	能够解决平面设计及制作领域的实际问题
		8.2	能够通过继续教育或职业培训，扩展自己的知识提升自身的能力，具有独立完成平面广告及视觉传达设计的能力
		8.3	熟练使用计算机，具有一定的计算机表现能力
		8.4	具有根据设计目标进行市场调研、分析、创意设计与制作的能力

十一、课程体系

(一) 公共课程体系

1. 公共基础课

本专业公共基础课模块主要是为提高学生科学素养、学习专业知识、掌握职业技能和进行终身学习奠定基础。包括必修课（含限选课）、选修课和素质拓展。

● **必修课**（含限选课）设置参见《常州工业职业技术学院公共课课程设置方案（2021级）》。

● **选修课**

依据职业能力和跨行业能力培养的要求，由学院统一开设，开课形式有校级公选课、大学城选修课、尔雅公共选修课、中国大学 MOOC、“中国系列”思政选修课程等。学生在校学习期间选修课由学生根据个人发展或学分替换需要自行选择，共 8 个学分（其中思政选修课 2 学分、公共艺术课 2 学分）。

● **素质拓展**

根据《常州轻院大学生素质拓展学分认定办法（选修课）》施行方案，累计至少达到 18 学分。

2. 公共基础课与毕业要求指标点对应关系

课程体系应涵盖所有毕业要求，支撑所有指标点的训练和培养，可采用课程矩阵的方式表述课程-毕业要求-指标点三者之间的对应关系，可参照下表描述。

表 8 公共基础课程体系³

毕业能力要求	毕业要求指标点序号	大学英语	体育	思想道德修养与法律基础	形式与政策	职业规划与创新训练	大学生心理健康	创业之旅	毛泽东思想和社会主义理论
能够具备良好的口头和书面表达能力	1.1	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓
	1.2	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓
能够熟练操作计算机及相关软件	2.1								
	2.2								
能够运用英语进行简单的对话交流,能看懂专业技术文献	3.1	✓							
	3.2	✓				✓		✓	
能熟练掌握检索工具,运用现代信息技术进行自主学习	4.1			✓	✓	✓	✓	✓	✓
	4.2			✓	✓	✓	✓	✓	✓
能够在具有多样性的团队中作为个体、成员或者负责人有效地发挥作用	6.1	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	6.2	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
能够就实际工作与同行以及社会公众进行有效沟通、包括理解和撰写报告,设计文档、做现场报告、理解或发出清晰指令	7.1	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓
	7.2	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	7.3	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

(二) 专业课程体系

专业课程包括专业基础课、专业课和专业拓展课。

1. 专业课程与岗位典型工作任务的对应关系

专业课程体系应体现所设置的课程体系与岗位典型工作任务间的关系。如下图:

表 9 专业课程体系典型任务表

³ 毕业要求指标点落到哪一门课程可以在该门课程对应的框中打✓

序号	课程名称	对应的典型工作任务
1	* 图形设计	寻求创新的思维设计观念和多角度的探讨图形设计的表达方式，从而达到设计创意的目的。
2	字体设计	完成广告、书籍、包装、版式等载体的个性化字体设计设计，制定方案，实施字体的创新设计
3	版式设计	根据客户要求，设计宣传单页、海报、杂志、书籍装帧、包装等进行文字的编排设计、版面整体的布局和调整以及版式的策划和管理。
4	* 广告设计与制作	负责各种广告设计，能配合策划、市场及销售团队完成平面广告、海报、画册、物料等的创意、设计工作。
5	摄影与后期处理	根据客户要求，摆产品造型，根据产品设计实景；引导模特拍摄，活动抓拍，及产品布局打光，后期图片处理制作。
6	* 包装设计	根据客户要求和产品特性及流通环境，对已有产品进行包装结构的绘制或修改；包装装潢的设计或修改，确定包装材料、包装工艺，制作产品包装实样。
7	* 企业形象设计	根据客户产品功能，确定品牌形象，制订设计方案。创意思维，寻求各种表达设计主题的可能。图形调整，推广验证，完稿。

2. 专业课程与毕业要求指标点的对应关系

表 10 广告艺术设计专业课程体系⁴

毕业能力要求	毕业要求指标点序号	*图形设计	版式设计	*广告设计与制作	*企业形象设计	*包装设计	*交互媒体设计
能在分组汇报中准确表达自己的观点	1.1	✓		✓			
能够撰写规范的论文	1.2						

⁴ 毕业要求指标点落到哪一门课程可以在该门课程对应的框中打✓

能熟练使用计算机进行数据处理	2.1		✓				
能熟练使用 office 等办公常用软件和专业软件	2.2		✓	✓	✓		✓
能用英语进行简单的口头和书面交流	3.1		✓		✓		
能初步阅读国内外专业相关文献和标准	3.2						
能利用各类检索工具,收集相关信息,分析、进行创意设计等。	4.1			✓	✓		
能利用各种现代信息技术,进行自主学习	4.2	✓	✓	✓	✓	✓	✓
能够解决平面设计与制作领域的实际问题的能力	5.1		✓	✓			
熟练使用计算机,具有一定的计算机表现能力。	5.2	✓	✓	✓			✓
能够在工作中发挥有效的组织、沟通、协调作用,能有效地配合设计管理人员和其他专业人员进行有组织的活动。	6.1			✓	✓	✓	
能够使自己的行为符合道德伦理的要求,爱岗敬业,诚实守信,工作中严格遵循规章规范的要求。	6.2			✓	✓	✓	
能够参与实际工作中的信息交流,发表自己的观点	7.1	✓		✓	✓	✓	
能够独立或参与撰写实际工作中的方案、报告	7.2			✓	✓		
能理解并接受上司发出的任务要求	7.3			✓	✓		
能够解决平面设计与制作领域的实际问题	8.1	✓	✓	✓			✓
能够通过继续教育或职业培训,扩展自己的知识提升自身的能力,具有独立完成平面广告及视觉传达设计的能力	8.2			✓	✓	✓	
熟练使用计算机,具有一定的计算机表现能力	8.3	✓	✓	✓	✓	✓	✓
具有根据设计目标进行市场调研、分析、创意设计与制作的能力	8.4			✓	✓		✓

3. 主要课程内容（一门课程一张表）

课程名称	* 广告设计与制作		
开设学期	4	基准学时	80
<p>职业能力要求：</p> <p>(1) 提高学生的观察能力、综合分析能力、多角度思维能力、设计能力。</p> <p>(2) 培养学生的自我学习能力和团队协作精神等。</p> <p>(3) 培养具有自主学习并适应在职业岗位群相关领域内新发展和创业的可持续发展能力。</p> <p>(4) 从终身教育和人的可持续发展的角度，研究创意能力与职业能力的形成规律，举一反三，培养学生解决创造能力外延和个人弹性发展的能力。</p>			
<p>课程目标：</p> <p>课程的初期目标是使学生能通过本课程学习正式进入专业设计学习，通过系统的理论讲述和创意方法的讲解，在案例策略的指导下去创造性的完成广告创意的设计表现，整个创造表现过程包含最新广告理论、策略分析、文案配合、图形概念提取、设计表现的环节；课程总的目标是要求学生能综合运用这些手段，独立完成广告设计与制作，同时也要求作品应具有市场因素的考虑、创意独特点的提取、广告创意设计传播环境适应等实际要求。</p>			
<p>课程内容：</p> <p>基础 广告概论、 广告设计基础</p> <p>应用 广告设计创意 广告设计表现</p> <p>创意 商业广告创意设计制作 公益广告创意设计制作 影视广告设计制作</p>			

课程名称	△书籍装帧		
开设学期	3	基准学时	80
<p>职业能力要求：</p> <p>(1) 能够绘制（手绘）创意草图或概念草图。</p> <p>(2) 能够按行业惯例或规范，掌握相应的设计术语、图例并能够为客户表达设计的意图。</p> <p>(3) 培养学生创新思维、专业理念、专业技术创造能力和运用能力。</p> <p>(4) 通过独立学习，不断获取新的知识和技能，能够在工作中寻求发现问题、解决问题的途径。</p> <p>(5) 具有培养学生综合应用所学软件的能力的作用。</p>			
<p>课程目标：</p> <p>通过对本课程的学习，使学生全面掌握书籍装帧设计的方法与技能，了解书籍装帧设计的功能与形式，熟悉书籍装帧设计的工艺制作过程、包装材料的种类、质地、性能，并能够灵活的运用这些方法和技能，进行独立的书籍装帧设计并不断提高设计的创意能力和实际操作能力，对书籍装帧设计有了总体把握后进行整体效果的设计。</p>			
<p>课程内容：</p> <p>版式的起源、发展、现状与趋势</p> <p>版式设计的元素</p> <p>版式设计的形式</p> <p>版式设计的艺术特征</p> <p>版式设计作品赏析</p>			

课程名称	*企业形象设计		
开设学期	4	基准学时	96
<p>职业能力要求：</p> <p>(1)能熟练操作 PS\ILL\3D 等设计应用软件进行图像处理、图形创意、3D 视觉技巧表达。</p> <p>(2)能领会客户意图或项目要求，进行视觉形象创作。</p> <p>(3)熟练进行素材采集，并对素材进行处理。</p> <p>(4)熟练掌握标志艺术设计能力:运用图形语言表达、色彩体系研究、设计系统规范。</p> <p>(5)熟练掌握应用系统的设计，处理好色彩、文字、版式技巧等。</p> <p>(6)熟练掌握企业形象设计流程应用。</p>			
<p>课程目标：</p> <p>学习企业形象设计基础理论，注重了解企业核心价值与 CIS 三要素的逻辑关系，掌握 MI\BI\VI 三者相互递进的内涵，MI 是三者核心、BI 是对内对外管理体现，VI 是视觉形象体系。课程学习的重点是 VI 系统，学生通过选取网络实战案列，进行（某一）品牌视觉形象全案设计训练，提高设计技巧、应用能力和审美水平，使学生有企业品牌形象策划、设计等综合性职业能力。通过课程的学习培养学生收集分析梳理企业核心价值、设计构思、草图表达、LOGO 设计、VI 体系规范等方面的岗位职业能力。分析企业理念范畴的规律来进行形象设计基础系统，解决形象设计图形语言、色彩系统研究、标准字处理等方面的能力，能够掌握企业形象设计的应用系统的设计，处理好色彩、文字、版式技巧等方面的设计规律性表达，设计出具有专属性、系统性、能充分表达企业核心价值的企业视觉形象作品。</p>			
<p>课程内容：</p> <p>模块一（导入课题）</p> <p>模块二（企业形象设计基础知识讲授）</p> <p>模块三（基础系统设计）</p> <p>模块四（应用系统设计）</p> <p>模块五（企业形象手册设计）</p> <p>模块六（提案制作作品展示）</p>			

课程名称	* 交互媒体设计		
开设学期	3	基准学时	80
<p>职业能力要求：</p> <p>(1)在工作中的沟通能力与良好的团队协作精神。</p> <p>(2)公正坦诚、尊重他人，乐于助人，学会与人相处。</p> <p>(3)掌握和控制工作进度，合理安排时间。</p> <p>(4)认真、细致，有自制力，具有较强的自信心、求知欲和进取心。</p> <p>(5)有较强的环境意识。</p>			
<p>课程目标：</p> <p>《交互媒体设计》课程从互动媒体设计理念入手，通过对互动媒体项目设计方法的学习，拥有为广告设计发布媒体实践创作的能力，为广告设计互动媒体发布实践课程的学习打下基础。</p> <p>努力实现三个目标：一基础认知：从互动媒体项目的设计类别、流程及各种基础的设计方法的学习，熟练掌握广告设计互动媒体发布的基本手段。二概念认识：了解广告设计互动媒体项目的基本概念、设计类别、应用领域及基本设计流程。三创作实践：通过层层递进的专题式学习，让学生掌握广告设计互动媒体发布基础设计技能。</p>			
<p>课程内容：</p> <p>广告设计图形的绘制与编辑</p> <p>广告设计图形的编辑与修饰</p> <p>广告设计编辑对象元件与库的应用</p> <p>广告设计基础动画制作</p> <p>广告发布移动端动画——实战案例</p> <p>LOGO 数字端动画表现——实战案例</p> <p>广告发布 30' S 交互动画表现——实战案例</p>			

课程名称	* 包装设计		
开设学期	3	基准学时	80
<p>职业能力要求：</p> <p>(1) 熟练掌握包装设计的基本流程及设计方法技能。掌握收集资料和归纳整理的能力。</p> <p>(2) 熟悉包装的内在特性，明确包装的市场和生产背景。具备对市场调查进行综合分析并作出判断和结论的能力</p> <p>(3) 了解印刷工艺，了解常用包装材料的种类和特性。</p> <p>(4) 理解包装设计中文化的内涵并扩大提升</p> <p>(5) 团队协作沟通能力</p>			
<p>课程目标：</p> <p>(1) 能通过对项目的解读，对市场进行调查，并将考察后的实物和收集的资料进行归类整理。</p> <p>(2) 通过分析市场调查资料，能对项目进行综合结论判断，并能整理出正确符合要求的设计思路，具备对市场调查进行综合分析的能力，并作出判断和结论，策略思考与分析能力和创意发想能力</p> <p>(3) 能绘制大量草图训练，具备手绘及准确表达创意构思的能力以及掌握草图视觉表现方法的综合运用。培养包装造型能力</p> <p>(4) 能熟练运用 Photoshop 或 AI 及 3Dmax 软件设计结构图和效果图。</p> <p>(5) 能熟悉印前工作的技巧和要求以及打印中的基本要求，尝试打印小样，正确地折叠纸盒。</p> <p>(6) 能掌握包装设计正确流程，掌握从设计到制图再到实物的相关程序和方法。</p>			
<p>课程内容：</p> <p>课程内容依据职业能力培养和职业发展能力的注入，强调理论知识围绕技能训练展开教学，分三个项目。</p> <p>一、单件包装装潢设计，由浅入深地改造单件包装，掌握单件包装的设计要点和方法以及基本把控画面的能力。通过市场调查、定位设计的手段，完整准确地设计出符合市场规律的单件商品包装。</p> <p>二、系列包装装潢设计，在第一个课题的基础上，进一步增加装潢设计的训练难度，循序渐进安排任务，使学生明确系列包装的作用、市场功能和产生背景，掌握包装的种类和特性，掌握包装设计的特点和设计方法。</p> <p>三、风格化包装装潢设计。在前两个项目基础上的提升，要求学生从文化的角度，从文化与产品内涵结合的呈现方面，商业与文化有机地组合在一起，满足消费者对包装设计中个性化、差异性的购买需求，扩大市场影响力，提升品牌文化。</p> <p>每一个课题都将讲授、示范、训练同步进行。</p>			

课程名称	* 图形设计		
开设学期	2	基准学时	72
<p>职业能力要求：</p> <p>(1) 提高学生的观察能力、综合分析能力、多角度思维能力、设计能力，</p> <p>(2) 培养学生的自我学习能力和团队协作精神等。</p> <p>(4) 培养具有自主学习并适应在职业岗位群相关领域内新发展和创业的可持续发展能力</p> <p>(5) 从终身教育和人的可持续发展的角度，研究创意能力与职业能力的形成规律，举一反三，培养学生解决创造能力外延和个人弹性发展的能力。</p>			
<p>课程目标：</p> <p>通过本课程的教学，传播正能量、弘扬主旋律。培养学生抽象思维能力和形象思维能力；激发学生创新意识和创新欲望，培养学生的审美观念。通过分组合作，培养学生具有严谨的工作态度和团队协作、刻苦专研、开拓创新的精神；具有与人为善、心细、观察能力。注重广告设计专业性的实际操作练习，提高学生的实拍技巧、应用能力和审美水平，了解在图形设计中的理论与技能，掌握图形创意相关的基本技能，通过学习使学生有图形创意与设计能力。</p>			
<p>课程内容：</p> <p>创意设计概述</p> <p>图形创意设计的基本方法（视觉语言探索一）</p> <p>图形创意设计的基本方法（视觉语言探索二）</p> <p>超现实图形创意的方法（选上）（视觉语言探索三）</p> <p>主题式图形创意综合实践应用训练</p>			

4. 专业拓展课

依据专业方向和行业通用能力培养的要求由二级学院统一开设，累计至少达到 4 学分。

十二、毕业标准

1. 学生在规定的学习年限内，修满本方案规定最低总学分 164.5，其中必修课累计至少达到 138.5。选修课（含素质拓展学分）累计至少达到 26。

2. 学生应获得 Adobe 认证产品（Photoshop）专家资格证书或界面设计资格证书，以及广告行业相关职业资格证书。

3. 学生应参与一次通过普通话水平测试。

4. 学生应具备获得江苏省英语应用能力考试 B 级证书能力。

十三、教学进程总体安排

1. 各类课程学时（学分）比例表

表 11 教学环节安排表

学年	学期	军训及劳动教育	入学（毕业）教育	实践专用周	理论教学周	考试周	合计
一	1	2	1	1	13	1	18
	2			0	19	1	20
二	3	1		0	18	1	20
	4			4	15	1	20
三	5	1		2	3		20
				14			
	6		1	5			16
10							
总计		4	2	36	68	4	114

2. 教学进程表（附后）

3. 各类课程学时（学分）比例表

表 12 各类课程学时（学分）比例表

课程类别	学时	学时比例 (%)	学分	学分比例 (%)
公共基础课	678	26	65.5	41
专业基础课	372	16	21	13
专业课	1464	55	71	43
专业拓展课	84	3	5	3
合计	2598		164.5	

4. 理论与实践教学比例表

表 13 理论与实践教学比例表

课程类型	学时	学时比例 (%)	学分	学分比例 (%)
理论教学	1014	39%		
实践教学	1584	61%		
总计	2598			

注：实践教学包括：军训、公共课实践环节、实验课、实训、课程设计、顶岗实习、毕业设计、劳动教育等环节，实践教学时数占总学时比例不得少于 60%。

十四、实施保障

（一）师资队伍

本专业师资队伍主要由校内专任教师和校外兼职教师构成，整个师资队伍从职称、年龄、学历几个方面形成了合理的梯队结构。

1. 教学团队

专业教学团队的人数 11 人、双师型教师的比例 100%、专业团队职称结构完美、年龄结构适当、专业带头人 1 人、专业骨干教师 7 人、校外兼职教师 3 人。

2. 专业带头人

专业带头人具有副高职称，能够较好地把握国内外行业、专业发展，能广泛联系行业企业，了解行业企业对本专业的需求实际，教学设计、专业研究能力较强，组织开展教科研工作能力较强。

3. 专业骨干教师

专任骨干教师均具有高校教师资格；有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心；具有广告艺术设计相关专业本科及以上学历；具有扎实的本专业相关理论功底和实践能力；具有较强信息化教学能力，能够开展课程教学改革和科学研究；有每 5 年累计不少于 6 个月的企业实践经历。

4. 校外兼职教师

兼职教师主要从本专业相关的行业企业聘任，具备良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神，具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，具有中级及以上相关专业职称，能承担专业课程教学、实习实训指导和学生职业发展规划指导等教学任务。

（二）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、实训室和实训基地

1. 校内实训室

表 14 广告艺术设计校内实训室

序号	校内实训室名称	主要设备
1	专业画室、一体化专业教室	专业画具、多媒体教室
2	平面设计机房、三维设计机房	Pc\苹果电脑
3	平面、影视实训室	打印、印刷设备、摄影摄像器材

2. 校外实习基地（合作深度包括深度合作型、紧密合作型、一般合作型三个等级。）

表 15 广告设计与制作校外实习基地

序号	校外实习实践基地名称（合作企业）	所在区域（是否是区域联盟内）	用途	合作深度
1	灵通展览系统股份有限公司	常州武进	认识实习、生产性实训、顶岗实习等	深度合作型
2	加减广告有限公司	常州武进	认识实习、生产性实训、顶岗实习等	紧密合作型
3	常州橙果广告有限公司	常州钟楼	认识实习、顶岗实习等	一般合作型
4	皖南写生基地	安徽	写生采风	一般合作型

（三） 教学资源

主要包括能够满足学生专业学习、教师专业教学研究和教学实施需要的教材、图书及数字化资源等。

广告设计与制作专业教材选用表

序号	教材名称	教材类型	出版社	主编	版别
1	二维设计基础	精品课程	上海人民美术出版社	王雪青	第一版
2	版式设计全攻略	规划教材	中国青年出版社	佐佐木刚士	第一版
3	展示设计	规划教材	北京兵器工业出版社	詹武等	第一版
4	3dsMax/After Effects 电视栏目与片头包装深度剖析	规划教材	科学出版社	王志新	第一版

5	Adobe animate cc2017 经典教程	规划教材	人民邮电出版社	Russell Chun	第一版
6	自由字在	规划教材	人民邮电出版社	刘克兵	第一版
7	包装装潢设计	规划教材	华中科技大学出版社	沈卓娅	第一版
8	CI 设计	规划教材	华中科技大学出版社	黄坚	第一版
9	The Adobe Illustrator CS6/CC	规划教材	中国青年	[美]斯得渥夏志玲	第一版
10	从小白到美术指导 广告创意与设计执行	规划教材	人民邮电	玄光福	第一版
11	摄影构图迅速提升	规划教材	人民邮电	[美]斯得渥	第一版
12	影视广告策划与制作	规划教材	上海交通大学出版社	潘惠德	第一版
13	广告人手记	大师教材	北京联合出版	叶茂中	2016

(四) 教学方法

本专业对接产业是文化创意产业，以长三角地区广告、印刷、展览、传媒等行业为主。依托行业、企业的优势，突出学用结合，形成设计与制作特色，以此形成与企业密切合作的长效机制。在教学实训、认识实习、顶岗实习方面提供发展空间与衔接平台。“立足企业办学，培养应用艺术设计人才”，探索建立了一整套具有自身专业特色的教学模式和质量评价体系。

依托“双重属性企业”的项目资源，开展实战性“项目化教学”。与广告协会等行业、企业联合举办平面设计大赛、展示设计大赛、影像设计大赛，激发学生的兴趣和潜能，培养学生的团队协作精神和创新能力。运用视频、网络等现代教学手段将企业实境引入课堂，改善教学方式，提升教学功能，提高教学效率。

将“能力递进、学训结合”作为教学改革的切入点，在加强自身建设的同时，加强与企业间的深层次合作。以阶段式教学逐步向以阶段教学为主体的多元化教学转变。逐步构建校内外学训结合的人才培养长效机制，实现实训、顶岗实习与就业实习的系统化。

建立专业建设指导委员会，规范特色专业建设的各个环节，共同研讨以艺术与技术融通和应用能力为主线，以职业综合素质培养为背景的专业人才培养方案，共同协商实训（实习）的实施细节和管理办法。在实训（实习）工作中，配合企业协调学生实训（实习）内容、实训进度与学生管理。通过跟班实习和顶岗实习，实现学校和企业的深层次合作与互利双赢。

根据学习情境的具体要求，通过实际项目载体，结合仿真教学、研讨式教学，以一体化教学为重点。根据不同情境的具体需要，灵活选择适当的教学方法进行

教学方法改革。

1. 项目教学与任务驱动法：以生产项目带动学习，以仿真任务带动实训。学生通过参与模拟仿真任务，一方面逐渐适应生产项目实践过程的训练模式，分阶段增加任务压力，逐层递增，循序渐进，掌握专业实践技能，培养了良好的学习习惯和职业道德。充分利用实训室、工作室、多媒体工具、网络工具等实施项目教学，同时在管理过程中借鉴企业管理方法，通过良性竞争与奖励激发学习兴趣。

2. 管理制度引导法：在项目教学中，本专业注重引入企业管理制度，用企业的管理制度来约束行为。学生在参与过程中，自我管理，自主学习，主动钻研难关，通过管理制度的逐步渗透，不断提升责任心，形成自主探索专业知识与技能的习惯。

3. 成效奖励法：本专业在某某育港科技有限公司等企业内建立“定向班”，将毕业前的岗位技术集训提升课搬到企业中完成，使学生提前进入企业技能与文化的训练，完成与企业及岗位的无缝衔接。同时与企业共同设立专项奖学金制度，对表现特别优秀的学生给与一定的经济奖励，锻炼学生的竞争意识。

（五）教学评价

建立就业（用人）单位、行业协会、学生及其家长、科教城管委会、专业评估研究机构等利益相关法共同参与的第三方人才培养质量评价制度，将毕业生就业率、就业质量、企业满意度、创业成效等作为人才培养质量的重要指标，实行毕业生五年发展轨迹跟踪制，通过对教育教学活动和职业发展信息化管理和分析，为优化专业设置、制定人才培养方案、课程调整与创新、教学质量、成本核算、制度设计等提供科学依据。

改革现行单一的考评制度，切实推行以思想品德证、职业技能证和毕业证为核心的“三证制”评价体系。引导学生重视职业道德修养、职业能力和学习效果，有利于促进实现专业培养目标的落实。实行高职学历证书和广告设计师、品牌策划师、色彩搭配师等职业资格证书相结合的制度，增强学生的就业能力和竞争能力，使职业资格和技能证书的获取率在 98%以上，“双证书”的获取率保证在 95%以上，技能证书获取与专业的符合度保持在 98%以上，毕业生的初次就业率和用人单位对毕业生的总体满意率均达到 95%以上。

十五、质量保障

（一）学校和二级学院应建立专业建设和教学质量诊断与改进机制，健全专业教学质量监控管理制度、完善课堂教学、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。

（二）学校、二级学院应完善教学管理机制，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，严明教学记录，强化教学组织功能，定期开展公开课、示范课等教研活动。

（三）学校应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。

（四）专业教研组织应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。

十六、编制说明

1. 学生毕业后可继续在常州工业职业技术学院艺术创意学院进行专接本教育，合作学校为南京艺术学院，对接专业为视觉传达设计专业。
2. 各专业可根据需要自行添加其他说明。

附：教学进程表

2021级 广告艺术设计 教学进程表

二级学院名称： 艺术创意学院
 招生对象： 普通高中 自主招生 对口单招注册入学 3+3中高职分段 3+2高职本科分段 其他
 学制： 三年
 制订日期： 2021年5月

序号	课程代码	课程名称 ¹	课程性质 ²	课程类别 ³	课程类型 ⁴	开课学期	开课学院	考核方式	周学时	学分	实践学时数	理论学时数	总学时
01	0900125	◆大学语文1	必修课	公共基础课	A	1	基础部	考查	2	1.5	0	24	24
02	0900070	大学英语1	必修课	公共基础课	A	1	基础部	考试	4	3.0	0	48	48
03	1000004	体育1	必修课	公共基础课	A	1	体育工作部	考试	2	1.5	0	24	24
04	1100012	思想道德修养与法律基础	必修课	公共基础课	B	1	马克思主义学院	考查	3	3.0	12	36	48
05	1100026	形势与政策	必修课	公共基础课	A	1	马克思主义学院	考查	0	0.0	0	6	6
06	1100028	“四史”教育	必修课	公共基础课	A	1	马克思主义学院	考查	0	1.0	0	16	16
07	1300002	职业规划与方法能力	必修课	公共基础课	B	1	学工处	考查	1	1.0	0	16	16
08	0900131	劳动通识教育	必修课	公共基础课	A	1	基础部	考查	0	1.5	0	24	24
09	1300001	大学生心理健康教育	必修课	公共基础课	A	1	学工处	考查	1	1.5	0	24	24
10	1200001	入学教育	必修课	公共基础课	C	1	学工处	考查	+1	1.0	24	0	24
11	1200003	军训	必修课	公共基础课	C	1	人武部	考查	+2	2.0	48	0	48
公共基础课合计									15	17.0	84	218	302
01	0200063	设计基础	必修课	专业基础课	B	1	艺术创意学院	考查	12	6.0	54	42	96
02	0200190	摄影与后期表现	必修课	专业基础课	B	1	艺术创意学院	考查	12	3.5	30	30	60
03	0200422	民间艺术考察	必修课	专业基础课	C	1	艺术创意学院	考查	+1	1.0	24	0	24
04	0200709	△非遗传统技艺	必修课	专业拓展课	B	1	艺术创意学院	考查	4	3.0	24	24	48
专业课合计									16	13.5	132	96	228
01	0900069	◆大学语文2	必修课	公共基础课	A	2	基础部	考查	2	1.5	0	24	24
02	0900098	◆大学英语2	必修课	公共基础课	A	2	基础部	考查	2	1.5	0	24	24
03	0900130	◆职场礼仪与社会能力	必修课	公共基础课	B	2	基础部	考查	2	1.5	12	12	24
04	1800002	创业之旅	必修课	公共基础课	B	2	创新创业学院	考查	2	2.0	8	24	32
05	1000005	体育2	必修课	公共基础课	A	2	体育工作部	考试	2	1.5	0	24	24
06	1100014	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论1	必修课	公共基础课	A	2	马克思主义学院	考查	2	1.5	0	24	24
07	1100026	形势与政策	必修课	公共基础课	A	2	马克思主义学院	考查	0	0.0	0	6	6
08	1200749	国家安全教育	必修课	公共基础课	A	2	教务处	考查	0	1.0	0	16	16
公共基础课合计									12	10.5	20	154	174
01	0200610	*图形设计	必修课	专业基础课	B	2	艺术创意学院	考查	12	4.0	30	42	72
02	0200176	字体设计	必修课	专业基础课	B	2	艺术创意学院	考查	12	3.5	30	30	60
03	0200668	商业插画	必修课	专业基础课	B	2	艺术创意学院	考查	12	3.5	30	30	60
04	0200068	△书籍装帧	必修课	专业拓展课	B	2	艺术创意学院	考查	12	2.0	20	16	36
专业课合计									12	13.0	110	118	228
01	1800015	◆专创融合实践	必修课	公共基础课	B	3	创新创业学院	考查	2	1.5	12	12	24
02	1000006	体育3	必修课	公共基础课	A	3	体育工作部	考试	2	1.5	0	24	24
03	1100017	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论2	必修课	公共基础课	A	3	马克思主义学院	考查	2	1.5	0	24	24
04	1400001	军事理论	必修课	公共基础课	A	3	人武部	考查	2	2.0	0	36	36
05	1100027	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论实践	必修课	公共基础课	C	3	马克思主义学院	考查	+1	1.0	12	0	12
06	1100026	形势与政策	必修课	公共基础课	A	3	马克思主义学院	考查	0	0.0	0	6	6
公共基础课合计									6	5.5	24	102	127

公共基础课合计								8	7.5	24	102	126	
01	1200801	劳动教育2	必修课	专业课	C	3	艺术创意学院	考查	+1	1.0	24	0	24
02	0200590	*包装设计	必修课	专业课	s	3	艺术创意学院	考查	16	5.0	40	40	80
03	0200615	*交互媒体设计	必修课	专业课	s	3	艺术创意学院	考查	16	5.0	40	40	80
04	0200071	展示设计	必修课	专业课	s	3	艺术创意学院	考查	16	3.5	34	30	64
05	0200043	版式设计	必修课	专业课	s	3	艺术创意学院	考查	16	3.5	34	30	64
专业课合计								16	18.0	172	140	312	
01	1800004	就业创业指导	必修课	公共基础课	B	4	创新创业学院	考查	1	1.0	4	12	16
02	1000007	体育4	必修课	公共基础课	A	4	体育工作部	考查	2	1.5	0	24	24
03	1100026	形势与政策	必修课	公共基础课	A	4	马克思主义学院	考查	1	1.0	0	12	12
公共基础课合计								4	3.5	4	48	52	
01	0200614	*企业形象设计	必修课	专业课	B	4	艺术创意学院	考查	16	3.5	34	30	64
02	0200723	企业形象设计实训	必修课	专业课	C	4	艺术创意学院	考查	+3	4.0	72	0	72
03	0200670	广告创意与策划	必修课	专业课	B	4	艺术创意学院	考查	16	3.0	20	28	48
04	0200274	*广告设计与制作	必修课	专业课	B	4	艺术创意学院	考查	16	5.0	40	40	80
05	0200617	界面设计	必修课	专业课	B	4	艺术创意学院	考查	16	3.0	28	20	48
06	0200366	设计综合考察	必修课	专业课	C	4	艺术创意学院	考查	+1	1.0	24	0	24
专业课合计								16	19.5	218	118	336	
01	0200724	广告艺术综合设计	必修课	专业课	B	5	艺术创意学院	考查	16	3.0	28	20	48
02	0200006	专业综合实践	必修课	专业课	C	5	艺术创意学院	考查	+2	2.0	48	0	48
03	0200008	劳动教育3	必修课	专业课	C	5	艺术创意学院	考查	+1	1.0	24	0	24
04	0200676	顶岗实习1	必修课	专业课	C	5	艺术创意学院	考查	+14	14.0	336	0	336
05	0200677	顶岗实习2	必修课	专业课	C	6	艺术创意学院	考查	+10	10.0	240	0	240
06	0200001	毕业设计	必修课	专业课	C	6	艺术创意学院	考查	+5	5.0	120	0	120
专业课合计								16	35.0	796	20	816	
01	1200002	毕业教育	必修课	公共基础课	C	6	艺术创意学院	考查	+1	1	24	0	24
02		公共选修课	选修课	公共基础课						8.0	0	128	128
03		素质拓展								18.0	0	0	0

教学环节安排表

课程模块	学时合计	学时比例 (%)	学分合计	学年	学期	军训及劳动教育	入学(毕业)教育	实践专用周	理论教学周	考试周	合计
公共基础课程	678	26.1%	65.5	一	1	2	1	1	13	1	18
专业课程	1920	73.9%	99		2			0	19	1	20
总计	2598	100.0%	164.5	二	3	1		0	18	1	20
					4			4	15	1	20
理论课程	1014	39.0%		三	5	1		2	3		20
实践课程	1584	61.0%			6			14			
总计	2598	100.0%					1	5			16
								10			
					总计	4	2	36	68	4	114