

国家优质高等职业院校



河南职业技术学院

HENAN POLYTECHNIC

专业人才培养方案

2019 版

河南职业技术学院

二〇一九年八月

前 言

专业人才培养方案是对人才培养目标、培养规格以及培养过程及方式的总体设计，是确定教学计划、安排教学任务、组织开展教学过程的基本依据，是保证教学质量的基本教学文件。

根据教育部《关于职业院校专业人才培养方案制订与实施工作的指导意见》（教职成〔2019〕13号）、《关于组织好职业院校专业人才培养方案制订与实施工作的通知》（教职成司函〔2019〕61号）及河南省教育厅相关文件精神，依据教育部高等职业教育（专科）专业教学标准、顶岗实习标准、专业实训教学条件建设标准等一系列标准要求，我院编制并印发了《河南职业技术学院2019版专业人才培养方案制订的指导意见》，组织各二级学院开展了2019版专业人才培养方案的制订工作。

各二级学院根据区域经济发展需要，以就业为导向，深度开展校企合作、产教融合，构建紧密对接行业企业需求的专业课程体系；积极建立符合专业特点的人才培养模式和教学模式，充实和完善学院新时代现代学徒制人才培养模式和“学做融通、二元结构”合作式教学模式。各专业人才培养方案经过行业企业调研及起草、行业企业及学生代表参与论证、学院审定等环节完成制订工作并自2019级学生开始实施。

我院2019版专业人才培养方案主要包括专业描述、职业面向及职业能力要求、培养目标、培养规格、人才培养模式和教学模式、课程设置及要求、实施保障、毕业及证书要求、附表等九个部分，现面向社会公开，接收全社会监督。

广告设计与制作专业（平面广告设计与制作方向） 人才培养方案

一、专业描述

专业名称：广告设计与制作专业（平面广告设计与制作方向）

专业代码：650103

入学要求：普通高中毕业生、中等职业学校毕业生或具备同等学力

修业年限：三年

教育类型：高等职业教育

学历层次：专科

二、职业面向及职业能力要求

（一）职业面向

表 01 专业面向的职业

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	职业技术等级证书
文化艺术大类(65)	艺术设计类(6501)	文化艺术业(R-88)	广告设计人员 (GBM2-57 2-10-07-08)	广告策划、创意、 宣传、形象设计	广告设计师

（二）职业能力分析及要求

就业面向的行业：广告产业

主要就业单位类型：

1. 各类工商企业；
2. 各类广告媒体；
3. 各类广告设计与策划公司、公共关系策划公司、设计公司（室）；
4. 工商行政管理机构；
5. 文化事业单位；
6. 印刷出版公司及网络公司；
7. 学校等科研机构；
8. 毕业生自主创业开办设计类公司、设计工作室等。

主要就业部门：

1. 各类工商企业的广告策划、设计、营销、公关部门；

2. 各类广告媒体的广告管理部门；
3. 各类广告设计与策划公司、公共关系策划公司、设计公司（室）的广告设计策划部门；
4. 工商行政管理机构的广告管理部门；
5. 文化事业单位对外宣传部门；
6. 印刷出版公司及网络公司（网站美术设计）的设计部门；
7. 学校等科研机构（广告教学研究）的教学部门；

从事的工作岗位： 广告业务主管、广告设计、印前设计、数媒设计、广告媒体联络、广告公关等岗位。

表 02 岗位能力分析表

序号	岗位名称	岗位类别		岗位任务描述	岗位核心能力要求
		初始岗位	发展岗位		
1	广告业务主管 (AE 人才)	广告业务员	广告业务主管	代表 AE 小组与企业进行沟通交流,完成品牌代理和客户服务	具备广告运作及统筹协调的能力
2	广告设计	广告设计	设计总监	设计制作各类广告作品	具备完成各种符合广告传播要求的广告作品设计的能力
3	印前设计	设计员	艺术总监	能独立进行商业印刷品设计	商业印刷品规划及执行能力
4	数媒设计	设计员	艺术总监	具备数字界面美术设计能力	数媒艺术设计规划与执行能力
5	广告媒体联络	媒体业务员	广告媒体策划主管	广告媒体联络、策划	熟悉各种媒体的优势、缺陷、刊播价格,并且要与媒体有良好的沟通
6	广告公关	公关服务	公关经理	公关活动策划、实施	具备处理组织内部,组织外部的各种公共关系的技巧和能力,具备处理公关危机的能力,能在广告活动中进行公关安排和部署

三、培养目标

本专业培养理想信念坚定,德、智、体、美、劳全面发展,具备良好的职业道德、就业能力与可持续发展素质,掌握丰富的广告设计与制作理论知识与技术技能,面向广告创意与设计职业岗位群,能够从事广告经营与管理、广告策划与创意、广告设计与制作、数媒视觉设计、企业形象设计、网络广告设计、商业包装设计等工作的高素质复合型技术技能人才。

四、培养规格

(一) 知识要求

掌握本专业所需的艺术设计基本文化知识和通识内容;掌握本专业所需的广告平面设计和数媒视觉设计的系统化基本原理和专门性设计方法知识;掌握为实现设计项目和实践提供支撑的知识;掌握理解艺术设计在经济、社会、环境和可持续发展中的影响和作用。具体包括:

1. 具有政治、法律、文学及美学等方面的基础文化知识;

2. 具有体育锻炼方面的基本知识和相应的基本技能；
3. 具有基础英语与专业英语的基本知识；
4. 具备素描、色彩、形态构成基础造型知识；
5. 具有广告设计与制作的视觉传达设计的基础知识；
6. 具有计算机辅助设计的相关知识；
7. 熟识基本广告材料的加工、应用技术；
8. 具备印刷品设计制作能力，通晓数字印前技术；
9. 具有企业形象（CI）策划的基本知识；
10. 具有广告法规、广告管理、广告市场调查与分析、广告效果评估的基本知识；
11. 具有数媒美术设计应用基础知识；
12. 具备各类广告媒体作品的策划、创意与设计制作的基本知识；
13. 具备其它相关专业基本理论。

（二）能力要求

专业能力：

1. 基础造型表现能力；
2. 计算机辅助设计能力；
3. 熟识基本广告材料的加工、应用技术；
4. 印刷品设计制作能力，通晓数字印前技术；
5. 企业形象（CI）策划设计能力；
6. 市场调查与分析、广告效果评估能力；
7. 数媒视觉设计应用能力；
8. 各类广告媒体作品的策划、创意与设计制作能力；
9. 广告的经营管理能力。

方法能力：

1. 具有运用外语进行阅读能力；
2. 具有语言文字表达能力；
3. 具有与客户交流与团队协作的能力。
4. 具备广告策划创意的能力；
5. 能进行广告营销规划和广告管理的能力；
6. 能进行媒体运作的的能力；
7. 能进行市场调查和分析的能力；
8. 熟练运用计算机进行辅助设计的能力；
9. 熟识基本广告材料的加工、应用技术。

社会能力：

1. 具有较强的解决实际问题的能力；

2. 具有欣赏与鉴别能力、组织、沟通与协调能力、开拓创新能力；
3. 具备沟通与团队协作的可持续发展能力；
4. 具备社会保护，法律法规，判断与决策的能力；
5. 具备社会责任感，良好的职业操守、职业道德。

可持续发展能力：

1. 具有自学、终身学习，文献资料的检索与获取信息的能力；
2. 自觉参加广告职业培训，不断提升职业技能。

创新与创业能力：

1. 具备组建专业团队进行广告服务的能力；
2. 具备使用广告专业知识和技能，主动满足经济社会发展需求能力。

（三）素质要求

基本素质：

1. 具有坚定正确的政治方向，拥护中国共产党的领导，热爱祖国，努力学习马列主义、毛泽东思想和邓小平理论的基本观点，树立正确的世界观、人生观；具备社会主义民主和法制观念，具有良好的道德品质和职业道德；

2. 具有健康的体魄；具有文明的行为习惯、良好的心理素质和健全的人格；具有正确的审美观念；

职业素质：

1. 具备相应的职业能力，掌握所学专业的基础理论和基本技能，对本专业学科发展有所了解；
2. 具有优良职业道德；
3. 懂得广告设计与制作基本规律，灵活运用所掌握的基本功进行广告策划创意、设计、制作。

五、人才培养模式和教学模式

（一）人才培养模式

本专业方向以服务河南省、中原经济区和郑州航空港经济综合实验区建设与发展需要为宗旨，深化职业教育改革，密切校企合作，发挥企业主体作用，促进人才供给侧和产业需求侧结构要素全方位融合，培养促进地方经济发展的高素质创新人才和技术技能人才。在构建以职业能力培养为核心的课程体系的基础上，创新“媒介融合+企业项目真做+创新能力培养”的人才培养模式。

基于对现代广告行业发展现状分析和未来广告行业发展趋势的预测，现代广告行业岗位职业能力需求调研表明：现代广告和文化创意行业均急需跨专业融合能力的人才，未来广告及文化创意行业跨专业融合度更高、创新能力要求更强，除此之外，数字媒体及 IT 行业对广告设计人才的要求更是以每年 10% 的速度增加，鉴于此，我们制订符合现代广告和文化创意行业职业岗位要求要求的广告设计与制作人才培养方案，实施“媒介融合+企业项目真做+创新能力培养”的人才培养模式。

以培养满足现代广告行业岗位职业能力需要为目标，以现代广告行业职业岗位要求为核心，

整合现代广告行业所涉及的艺术、传媒、摄影、动画、网络等专业的相关理论及技术，结合现代广告行业岗位职业能力综合性特点，加强多专业融合，强化职业和人文素质教育，强化创新创业能力培养，建立突破传统的教学安排惯例，满足现代广告职业岗位能力要求，具有多专业融合、强创新能力和高职业能力水平的广告设计与制作人才培养方案。全面实施“媒介融合+企业项目真做+创新能力培养”的人才培养模式。

（二）教学模式

坚持“学做融通、双元结构”合作式教学模式为核心，以企业实际项目为载体，对学生进行技术基础能力、专业基础能力、专业能力、职业素养和创新创业能力的团队教学，打破传统的课程分门、职业能力分段、教师单打独斗、学生断续学习的教学模式，将创新教育、专业教育、职业素养教育贯穿于学生在校的全过程学习中，从而实现学生学习能力、创新能力及职业能力全面提升。根据现代广告专业人才培养目标，全面及时跟踪国内行业发展动向，营造真实的工作情境，使教学环境与工作环境对接，教学过程和设计制造过程衔接。紧贴实际设计制造过程进行教学模式的改革，深入开展项目教学。从项目训练入手，培养学生职业兴趣；以项目模块组织教学活动，核心能力培养融入项目训练之中；实现教学效果与职业能力要求接轨的目的。

改变传统的课堂教学模式，探索“工作室化项目教学”模式，将艺术设计职业领域的“工作室”这一典型工作模式，按照教育教学规律，将其转换成学习领域的教学模式，探索实践校内各工作室产教融合的教学形式。

将广告行业“工作室”的典型工作模式融入教学过程，打破传统教学教师讲、学生听，教师要求、学生执行的教学模式，建立一种教学互动、以学生为主体的教学关系，确立以作品评判学习能力的考核方式，破解学校对人才培养与企业要求不能对接的难题。

六、课程设置及要求

（一）公共基础课程概述

序号	课程名称	课程目标	主要内容和教学要求
1	思想道德修养与法律基础	教育引导加强自身道德修养，提高思想道德素质；加强法律观念和法律知识教育，提高法律素养；培养学生爱岗敬业、诚实守信等道德品质	主要包括社会主义道德教育和法制教育，帮助学生增强社会主义法制观念，提高思想道德素质，解决成长成才过程中遇到的实际问题
2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	强化学生对中国共产党领导人民进行的革命、建设、改革的历史进程深刻认识；对党在新时代基本理论、基本路线、基本方略理解的更加透彻；提高大学生认识、分析和解决问题能力	着重讲授中国共产党把马克思主义基本原理与中国实际相结合的历史进程，充分反映马克思主义中国化的三大理论成果，坚定在党的领导下走中国特色社会主义道路的理想信念
3	形势与政策	引导学生掌握认识形势与政策问题的基本理论和知识，学会正确的形势与政策分析方法，特别对我国的基本国情、国内外重大事件、社会热点和难点问题等的思考、分析和判断能力	着重进行我国改革开放和社会主义现代化建设形势、任务和发展成就教育；党和国家重大方针政策、活动和改革措施教育；当前国际形势与国际关系状况、发展趋势和我国对外政策原则立场教育
4	思政实践	以形式多样的活动为载体，引导大学生在实践中受教育、长才干、作贡献，树立正确的世界观、人生观和价值观，努力成长为中国特色社会主义事业的合格建设者和可靠接班人	思想政治理论课社会实践是思想政治理论课教学的一个重要环节。通过思想政治理论课社会实践，大学生应了解我国社会主义现代化建设事业发展情况，学会理论联系实际

5	大学生心理健康教育	培养学生了解心理健康的标准及意义,掌握并应用心理健康知识,培养自我认知能力、人际沟通能力、自我调节能力,增强自我心理保健意识和心理危机预防意识,切实提高心理素质	包括心理健康基础知识,了解自我、发展自我,提高自我心理调适能力,如生涯规划、学习心理、人际交往、情绪管理、压力管理、生命教育能力等,注重培养学生实际应用能力
6	体育与健康	引导学生正确认识体育锻炼目的意义,了解基本的体育理论知识,掌握必要的运动技术和技能,学会科学锻炼身体的方法,养成锻炼身体的良好习惯	篮球、排球、足球三大球和乒乓球、羽毛球各项运动(任选一项)概述、竞赛规则、各种球类的技战术;武术、健美操运动概述、基本功和规定套路等
7	大学英语	培养学生阅读英文资料获取前沿信息的能力、涉外口头交际和书面表达能力、跨文化交流能力、学生未来职业发展和英语终身学习能力	包括学习、生活、工作等多个方面的主题单元,通过视听说、精读、翻译写作等模块,全面提高学生听、说、读、写、译各方面英语能力
8	高等数学	培养学生可持续发展的能力;提高学生数学素养和文化素养。为后续专业课程的学习打下坚实数学基础	函数极限与连续;一元函数微分学;一元函数积分学;常微分方程;一些数学问题、典故、观点中的数学文化
9	大学语文	培养学生阅读和理解文学作品的能力,提高学生文学鉴赏水平和文化修养,提升写作能力,以适应学习和工作的需要	散文阅读与欣赏;诗歌阅读与欣赏;小说阅读与欣赏;影视与戏剧欣赏;语言表达能力与技巧;实用写作训练
10	中华优秀传统文化	系统认识中国传统文化的内容、性质、特点等,提升学生人文素质和个人修养,提升民族自信心和凝聚力。培养学生把传统文化融入专业学习的意识和能力	中华优秀传统文化性质和特点、各文化领域的发展脉络(传统思想、传统艺术、传统科技、政治制度、婚姻文化、建筑文化、饮食文化、传统节日等)、传统文化现代化、传统文化与专业学习等
11	信息技术	使学生理解计算机系统与计算环境基本原理,理解信息获取、数据管理与处理分析、信息表达与发布等知识和理论。具备使用应用工具软件获取信息、处理数据、解决问题的能力,形成分析和解决问题的计算思维与素养	包括计算机与信息社会、计算机系统、计算机网络、信息安全、数据库基础、办公软件、大数据云计算、人工智能等计算机新技术。本课程注重理论与实践相结合,同时兼顾计算机应用领域的前沿知识,采用理论教学与实验教学方式
12	职业发展与就业指导	了解生涯规划意义和方法,引导学生认识自我和职业世界,了解职业素养和职业能力要求,了解就业形势和就业创业政策,掌握求职材料和面试技巧,提高依法维权意识,培养学生具备解决职场适应和职业发展实际问题能力	职业生涯规划基本理论、自我认知、认识职业世界、职业生涯规划及大学生涯规划、创业概述、商业计划书撰写、商业路演 PPT、职业素质与职业能力、求职和应聘、劳动者权益、毕业手续办理及人事代理、职场适应等内容
13	军事理论	了解军事基础知识,增强国防观念、国家安全意识和忧患危机意识,弘扬爱国主义精神、传承红色基因、提高学生综合国防素质	主要包括中国国防、国家安全、军事思想、现代战争、信息化装备五个方面内容
14	军事技能	掌握基本军事技能,增强国防观念、国家安全意识和忧患危机意识,弘扬爱国主义精神、传承红色基因、提高学生综合国防素质	主要包括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方面的相应训练

(二) 专业(技能)课程概述

序号	课程名称	课程目标	主要内容和教学要求
1	手绘表达	通过本课程的学习,使学生建立正确的视觉审美能力,提高艺术修养和鉴赏能力,培养学生创造思维能力。同时,掌握正确的观察方法、表现技巧和熟练的技法,具备设计徒手表现能力	主要包括构图,透视的基本规律、素描基本画法及表现手法,空间组合体的基本画法及表现方法,精细素描的刻画表达,图形语言,课题训练
2	形态构成	通过本课程的学习,使学生初步掌握艺术设计的基本原理、设计方法和构思途径。理解形式美的基本规律,平面与色彩的搭配应用、设计制作的种类特点及空间立体形态的思维转换能力	主要包括平面构成关系、色彩原理、形式美法则、立体空间与形态等内容

3	数码表达	通过本课程的学习,使学生掌握计算机辅助设计技能,熟练使用平面设计制作软件,能够进行传统纸媒设计、多媒体界面美术设计制作等设计工作。同时,培养学生具备较强的动手操作、设计能力和良好的职业素养,为后续专业课程提供服务与支撑	主要包括熟悉图像文件类型、色彩模式的特点及应用;Photoshop 操作基础:图层的概念和功能作用;ps 工具箱应用,选区、通道、蒙版的概念及应用特点,数码照片处理、色彩修饰,制作图像特效、纹理图案等;CorelDRAW 操作基础:矢量绘图的工具方法,绘制 VI 标志、图形作品;制作图文混排的平面设计作品
4	市场营销	要求学生能进行企业市场营销活动的组织实施,并根据企业市场营销战略开展广告活动。培养学生具备企业营销活动的组织与实施,广告促销活动的策划和实施的能力	主要包括市场营销观念的确立、影响市场营销的相关因素及市场调查与预测、市场营销有关战略的选择与制定、市场营销策略的选择与制定、以及营销的组织与控制等基本理论。要求学生掌握市场营销基本理论,市场营销过程、企业市场营销活动特别是广告促销活动过程基本环节的策划与设计
5	广告理论与实务	使学生对现代广告学的理论和实务操作的方法和技巧有一定的了解和掌握,能够进行基本的广告调查、广告策划和广告文案撰写工作。培养学生应能够掌握广告理论与实务的基本理论与方法,运用广告理论与实务的基本原理,分析、解释企业中常见的广告问题,理论联系实际;进一步培养学生进行广告调研和广告策划的能力,以及对广告进行分析的能力;培养学生掌握案例分析方法,掌握用实践去验证理论的方法,为以后的实践提供方法指导,建立起广告理论与实务的基本思维框架,为进一步学习其它专业课程奠定理论基础;能够正确领会和理解广告学的逻辑关系和基本规律,能够对广告调研和调研策划进行掌握,具备初步分析问题的能力	本课程教学内容包括广告基本概念、广告调查、广告策划、广告创意、广告媒体、广告表现、广告效果评估等。本课程建设紧紧围绕把学生培养成高素质、创新性和具有较强实践能力的复合型创新人才这一根本培养目标,充分吸收国内外先进的理论和实践成果,发挥教师队伍的团队精神和创新精神,不断更新和完善教学内容,采用灵活多样的教学方法及教学手段,针对高职学生的特点以及学校的定位,适应国家对复合型人才培养的要求
6	印刷工艺	通过该课程的学习,使学生掌握印刷工艺基础知识,熟悉常用印刷材料及印刷稿件制作规范,全面提高学生设计稿件的合格率,具备印刷项目策划能力、设计稿件的印前制作能力、与印刷公司沟通制作印刷成品的能力	主要包括印刷概论,印刷工艺流程,印刷材料,印前图文处理,拼版与输出,印后加工,丝网印刷
7	字体设计	字体设计的主要目标就是对文字的形象进行符号设计,以增强文字的传播效果,本课程学习和掌握字体设计基本知识和技能,通过课题训练培养学生字体设计和应用的实际技能,为后续专业设计课打好基础	主要包括字体设计概述,汉字的发展历史,汉字的设计原理及创意设计方法,拉丁字体设计,数字和标点符号等设计方法,字体在设计领域中的多种应用,课题设计
8	商业摄影	通过本课程的学习,使学生熟悉基础的摄影原理,能够利用摄影摄像提供的拍摄技术对人像或风景进行拍摄处理、制作静态拍摄、动态拍摄等有动感的图像或视频作品,培养学生图形图像构图、图形图像特效处理,具备平面设计原创意识表达、图像原创意识创造的思维及执行能力,提高学生的摄影能力及思考创作能力,让学生提升审美,开拓视野	主要包括商业摄影基础知识,摄影摄像基本操作,影像用光实践,取景构图,主题摄影实践,摄影摄像后期处理
9	商业印刷品设计	通过本课程的学习,使学生掌握商业印刷品设计的基本知识,熟练使用平面设计制作软件的基本使用方法和一般印刷	主要包括印刷品设计的分类、特点和创意方法,版式设计基础知识,印刷工艺,广告单页、折页和商业画册的设计元素

		品的排版设计的多种思路。能够进行画册、手册、传单、广告、PDF 电子出版物的设计制作, 培养学生具备较强的动手操作、设计能力和良好的职业素养, 为后续专业课程提供服务与支撑	与设计方法。通过学习具备印刷品规划设计能力, 并能熟练运用平面设计软件进行编排设计
10	招贴设计	通过本课程的学习, 使学生掌握招贴设计的基本理论知识, 设计的形式法则, 强调创意在设计中的重要性, 将学生所学文字、图形创意等专业知识运用到具体设计中, 创造出新颖别致、具有创造思维的方案与作品。同时, 使学生在设计定位、设计创意、设计能力、团队精神、综合素质等各个方面都得到切实的锻炼和提高, 培养学生的个性发展, 激发学生的创新思维能力和创新精神	主要包括图形创意方法, 招贴的分类与风格演变, 招贴设计流程, 课题训练——图形语言与创意表达, 大广赛或学院奖企业命题设计
11	CI 设计	通过本课程的学习, 使学生掌握 CI 设计的基础知识, 能够进行有效的市场调查, 能针对市场、针对企业或产品给出正确的定位, 通过对企业理念的确立, 企业行为的统一和企业形象的表现, 准确把握企业理念和设计思路, 具备完成策划方案、制作完整 VI 手册、熟悉整体 CI 策略的能力	主要包括 CI 设计渊源与概述, 市场调研内容、方法及调研报告, 标志设计的方法与步骤, CI 设计系统, VI 设计方法, 应用部分的制作, 课题设计
12	包装设计	通过包装设计教学, 使学生了解包装设计在整个设计领域的地位与作用, 能用科学的方法把复杂的包装设计现象还原为基本要素。利用包装在空间上的量与质的可变性, 按一定的包装设计和构成各要素之间的互相关系, 结合现代包装设计所追求的节约和绿色的环保理念, 创造出新的艺术造型空间——理想的包装设计效果。培养学生熟练掌握包装设计相关的创意能力和工作要求, 使学生既能扎实的掌握包装设计理论知识, 又能让学生通过本课程的实践教学环节的学习掌握商品包装的基本方法、设计创意和制作技术, 具备独立完成设计方案与设计作品制作的能力	主要包括包装设计概论, 纸盒包装结构设计, 包装的平面装潢设计, 包装材料, 包装的容器造型设计, 课题设计
13	综合进阶	本课程属于综合专题设计应用训练, 目标是训练学生综合运用专业设计知识技能, 完成实际设计项目的能力	教学内容可根据具体情况及学情安排, 例如: 专业展赛专题设计、数媒营销设计、企业项目设计等
14	二维动画基础	通过本课程的学习, 使学生掌握动画制作基础知识, 熟练使用 Flash, 根据客户需求设计制作动态图形图像, 制作动态广告, 制作 Flash 网站, 具备书写任务计划文档的能力	主要包括二维动画设计制作概述及 Flash 的认识, Flash 工作区的功能应用, 元件、实例和库的功能, 绘图、文本、视频与声音处理, Flash 动画基础, 课题训练
15	数媒视觉设计	通过对广告设计理念的确立, 掌握网页视觉设计、淘宝店铺视觉设计、APP 产品界面设计等设计方法, 明确了从事广告设计师必须对广告整体性的把握, 准确把握设计理念和设计思路, 从而成为一名优秀的数字媒体艺术设计师	主要包括数字媒体艺术设计概论, 数字媒体界面设计的流程与方法, 数字媒体界面艺术设计要素, 数字媒体界面的视觉设计。课题设计: 网站页面设计, 淘宝店铺装修, APP 产品界面设计
16	广告策划应用	针对高职学生的基础, 因材施教, 突出能力培养, 促进知识、能力、素质协调发展。努力实现三个目标: 一是通过广告创意训练, 挖掘同学们潜在的创造力, 并借此激发艺术设计才能, 帮助他们抛弃常规, 获得自由创造的勇气。二是帮	主要包括现代广告活动的整体运筹规划, 介绍广告策划的基本原理与方法, 广告策划的基本框架, 广告运作的基本环节, 广告经营管理的基本知识, 广告策划的基本流程, 广告策划的基本策略与技巧以及现代广告活动对策划者的素

		助同学们快捷地选择、学习并获得非凡创意的技能，通过项目实训，让学生掌握一些具体的、实用的创意方法，这也是本课程教学的主要目标。三是从终身教育和人的可持续发展的角度，探寻创意能力与职业能力的形成规律，举一反三，帮助学生解决创造能力外延和个人弹性发展的问题	质要求等，使学生掌握现代广告整体运筹情况和基本知识
17	图形创意	使学生了解中图形的发展史，综合运用不同的艺术形式，来进行大量的图形练习与创作，锻炼学生的动手能力，培养学生的设计思维，不断研究视觉艺术基本原理，探讨绘画构成形式美的法则	包含图形关系、视觉设计、创意思维、主题设计等内容。课程建设紧密贴合高职院校的教学特点，围绕培养新型高素质、高效力、理论实践能力成熟先进的复合型创新人才的根本培养目标，并结合国内国际的先进教学理念，始终坚持教师教学能力的创新发展，学生职业技能的开拓，全面提高广告设计人才的综合能力水平
18	优秀广告作品赏析	使学生对现代广告设计的性质、范围、类型、特点以及状况获得初步的认识和了解，达到开阔眼界、增长知识、陶冶情操的目的。培养学生对现代广告设计的欣赏和鉴别能力，提高他们的艺术欣赏水平，树立正确的审美观，提高学生的人文素养。该课程着眼于学生职业能力培养和职业素质养成，关注学生终身学习与可持续性发展。课程内容突出对学生职业能力的训练，理论知识的选取紧紧围绕工作任务完成的需要来进行，同时又充分考虑了高等职业教育对理论知识学习的需要，并融合了职业资格证书对知识、技能和态度的要求。在教学内容的组织上按照由易到难由浅入深分层次进行	通过欣赏优秀广告作品，初步了解现代广告的分类；通过对广告作品的分析，从不同角度理解广告作品的内涵；认知广告设计的社会文化效应、广告设计体现的社会时代性，体会创意是广告的灵魂
19	广告专题选讲	广告是一门杂学，系统的专业知识体系也很难解决广告发展中出现的新问题，新趋势，《广告专题选讲》可以弥补专业课程体系中的不足，另外对于开拓学生思路，对学生进行主动式学习教育有重要的作用	主要包括广告中的新概念、广告中的新问题、广告中的新思路、广告发展的新趋势
20	国画赏析与体验	通过本课程的学习，使学生认识我国传统水墨艺术，提高审美情操，并能够了解国画的基本技法，在设计中能够融入国画元素，拓展艺术表现手法	主要包括国画技法、艺术特色、名作赏析，课题训练——临摹与写生

（三）专业（技能）课程体系构建

1. 专业课程体系设计思路

广告设计与制作专业教学秉持“学理与实务并重、理论与实践结合”的原则，在充分尊重学生专业培养的规律和考虑本系师资的具体情况的基础上，进行了广告设计与制作专业课程体系的设计开发与建设。

根据广告设计与制作专业学生学习的目标要求和广告行业的能力要求，全面实施“媒介融合+企业项目真做+创新能力培养”的人才培养模式，创新和改革工作室项目教学法。在对现代广告行

业人才需求结构进行深入剖析的前提下，我们将广告设计与制作专业的课程教学目标定位于培养广告创意设计的技术技能人才，并依据这一人才培养目标进行了教学改革。

2. 专业课程体系构建

课程设计以企业实际项目为载体，对学生进行技术基础能力、专业基础能力、专业能力、职业素养和创新创业能力的团队教学，打破传统的课程分门、职业能力分段、教师单打独斗、学生断续学习的教学模式，将创新教育、专业教育、职业素质教育贯穿于学生在校的全过程学习中，从而实现学生学习能力、创新能力及职业能力全面提升。

将本专业应掌握的知识技能分为：基础技能项目教学模块、职业技能进阶项目教学模块①、职业技能进阶项目教学模块②、职业技能进阶项目教学模块③。

基础技能项目教学模块由手绘表达、形态构成、数码表达课程构成，培养学生基本的艺术设计表达方式。职业技能进阶项目教学模块①由印刷工艺、商业印刷品设计、招贴设计课程构成，属于由绘画写生思维想设计意识转换的课程。职业技能进阶项目教学模块②由 CI 设计、商业摄影、包装设计、综合进阶课程构成，强化传统广告设计理论与技能。职业技能进阶项目教学模块③由二维动画基础、数媒视觉设计、广告策划应用课程构成，适应广告媒体的不断更新变化，加大数媒应用设计教学内容，实现“媒介融合”（纸媒→数媒）的教学设计思路。

每个模块以真实项目为教学载体传授知识技能，由浅入深；项目进阶清晰，既有高标准，又有良好的达成度；每个教学模块既有递进关系又相对独立。使教学以培养满足企业岗位职业能力需要为目标，以职业岗位能力为核心，强化职业综合能力和创新能力培养。

广告设计与制作专业（平面广告设计与制作方向）课程体系示意图如下：



图1 广告设计与制作专业（平面广告设计与制作方向）课程体系示意图

七、实施保障

（一）师资队伍要求

1. 广告设计与制作专业师资队伍基于每届学生 2-4 个教学班的规模配置，满足学生数与本专业教师数比例不高于 25:1，专任教师应具有教师资格，教学经验丰富，职称和年龄结构合理，形成合理的梯队结构，有每 5 年累计不少于 6 个月的企业实践经历。兼职教师应由来自于行业企业生产一线且实践经验丰富的中高级专业技术人员和能工巧匠担任。

2. 通过“传、帮、带”方式，校企共建一支“师德高尚、业务精湛、规模适度、结构优化、

充满活力”的教学团队，双师素质教师占专业教师比例一般不低于 60%。

3. 专业带头人 1 人，专业带头人应是熟悉和把握广告设计与制作专业发展规律和高职教育规律，实践经验丰富，教学效果优秀，在行业中有一定影响力的并具有高级职称的“双师”素质教师。

（二）教学设施

1. 教室要求

多数课程需要使用专业设计实训室、专业工作室、多媒体教室，满足小规模班级数量要求。

2. 校内实训室要求

广告设计与制作专业拥有艺术设计实训室、广告设计与制作实训室、广告摄影棚实训室和数字图像处理工作室等十余个实训室，拥有多套先进广告设计制作设备。拥有计算机辅助设计实训室多间，计算机 120 多台，专业画室或设计室 6 个。在这里能完成的实训项目：广告设计、商业印刷设计、广告制作、广告摄影等基于工作过程的实训室教学设想，容设计创意、制作生产、教学于一体。这些都充分满足了本专业方向实践教学的需要，并且随着专业的发展，实践教学条件会继续得以改善。

3. 校外实习基地要求

校外实习基地主要以真实的生产任务训练为主，对校内实训基地设备、场所和功能有效补充。自 2003 年开始建设广告与设计制作专业校外实习基地以来，我们依据专业人才培养方案的要求，贯彻以任务驱动为目的的教学理念，选择那些适合本专业学生特点，能为学生提供实习实践岗位的企业进行校企合作，先后与多家社会企业建立有长期的合作关系，校外实习基地有郑州五桂堂企业形象策划有限公司、新开普、神通大梦想，学生校外实训实习得以保障。它们主要为学生提供广告策划、市场调研、广告设计与制作、营销策划、媒体策划及联络、公关促销策划等实习岗位。

（三）教学资源

1. 教材选用要求

选用教材时要认真贯彻落实习近平新时代中国特色社会主义思想 and 党的十九大精神、高校思想政治工作和全国教育大会会议的要求，落实立德树人根本任务，培养合格社会主义建设者和接班人的基本要求，必须严格执行国家有关规定。所有教材符合高职特点，符合专业特点。

2. 图书文献配备要求

学校图书室需要有相当数量的广告理论、广告设计、广告策划创意、媒体、传播等书籍作为专业教材的补充，鼓励学生可借助现在网络手段阅读专业最新图书文献，鼓励专业老师为学生提供专业最新图书文献资源。

3. 数字资源配备要求

构筑教材配套数字化资源，利用各种广告专业比赛拓展数字媒体资源，有效利用专业设计网络资源。

（四）教学方法

坚持“学做融通、双元结构”合作式教学模式为核心，以工作任务为驱动，以行动为导向，以学生为主体，实施“讲—演—练—评”四位一体教学模式和工作室项目教学法。

“讲—演—练—评”四位一体教学模式即理论实践一体化的课程实施模式。教师首先进行课堂讲授、教学演示、然后学生进行练习，最后教师、学生或专家进行评价。

讲，即讲授，指教师将广告相关的理论知识先行讲解，讲明广告活动实践操作中的要求，把“讲”融合到实训教学中。

演，即演示，指教师在教学过程中，模拟真实的广告策划工作情境和职业氛围，示范演示广告策划工作过程，使学生明白广告活动中职业岗位的实践操作要领。

练，即练习，指学生根据教师的讲解、演示，在广告策划实训岗位动手实践，亲身体验广告策划活动中技能操作的步骤和要领。

评，即评价，指教师针对学生的实践过程，按照既定的指标进行评定。评价主要采用自评与互评、点评和测评相结合的方式，即在教师讲解、演示和学生实践、训练后，教师对学生掌握和运用广告策划专业技能的情况分别通过学生自评与互评、教师现场点评和综合项目测评进行评价。

1. 学生自评与互评。在每次广告活动任务完成后，学生把所有的作品放在一起进行比较，每个学生对自己的作品进行自评，并通过所有作品的比较找出自己作品的不足。学生自评后学生之间进行互评，通过自评与互评使学生找到自己的差距，激发学生的学习积极性。

2. 教师现场点评。学生的广告活动任务完成后教师采用提问、答辩等方式进行成绩评定，包括个别点评和集体点评。个别点评是指教师在巡回指导中，反复强调学生广告策划环节的重点和难点，纠正个别学生的错误；集体点评是对全体学生普遍存在的错误进行指导和纠正。教师点评与“讲”、“演”、“练”同步或交叉进行。

3. 综合项目测评：学生完成广告策划综合实训项目后，教师依据职业标准、职业资格证书鉴定和人才培养规格的要求，进行项目式教学，课程围绕某个专题项目主题展开教学，该项目可以是实际项目，或以投标的内容、要求来命题作业，它可以是教师、合作企业、历届学生的实践设计课题项目作为专题项目引入课堂；另一方面，积极参与校外的设计大赛，将大赛课题引入到课堂，以便提高学生的实战能力。其中可以建立相应的“策划团队”，将学生分为几个策划团队，在教师的指导下，按照广告公司的运作模式，分工协作，学生在其中根据自身的能力、水平、特长担任不同的工作，既有分工又有协作，既发挥了个性也体现了精诚合作，一起完成预定的设计任务。

在教学过程中，以工作任务为驱动，以行动为导向，以学生为主体，“讲—演—练—评”四位一体教学模式的四个环节或同步或交叉，相互依存，构成了完整的教学体系，其中学生动手训练是达到培养目标的关键环节。课堂、实训室与工作场所融为一体，形成“学、做、用”三合一的教学与工作环境。运用这种创新的教学模式进行专业知识和技能培养，有效地提高学生的职业综合能力。

在此基础上，我们改进和实施工作室项目教学法，传统的教学体系及方法，是由公共基础理论、技术基础理论及技能、专业基础理论及技能、专业理论及技能、综合技能教学分级分段完成的，学生学习过程中各门功课的教学与训练均以教师为主分块分段进行，对学生而言，这种教学

模式使学生缺乏适应企业岗位的实际工作能力，提升随着高职学生生源质量的不断下降，传统教学体系及方法已无法实现人才培养目标，基于高职教育的现状，运用企业工作室改革现有的教学模式和教学方式，以真实项目为载体，从公共素质培养、基础原创培养、到专业理论学习、到项目设计方案、到现代手段表现、直到设计思想表达和设计结果营销，全程实施团队教学，实现以学生为主体的职业综合能力培养。

（五）学习评价

考虑专业的艺术性特点，突出学生课程的过程性考核和设计作品成果性考核。

1. 纯理论课程考核评价方法：平时成绩 10%+期中成绩 40%+期末成绩 50%
2. 纯实践课程考核评价方法：《艺术考察》考核评价方法：平时成绩 10%+实践作业 50%+考察报告 40%
3. 理论+实践考核评价方法：平时成绩 10%+分项作业成绩 40%+综合作业成绩 50%
4. 顶岗实习考核办法：学生实习成绩的考核分两部分，一是实习单位指导教师对学生的考核，原则上占总成绩的 60%；二是学校实习指导教师对学生的顶岗实习进行评价，原则上占总成绩的 40%。

（六）质量管理

1. 过程监控体系

要求通过课程平台的学习，积累大量的课堂的过程性数据并分析数据。引入教学督导制度、企业考评制度，实现教学考核评价体系的开放与融合。通过多维度进行质量管理，保证学生能实现“零距离”就业。

2. 诊断与改进机制

对教学质量进行诊断与改进，要求：1. 教师使用课堂教学平台，积累数据；2. 使用教学管理平台定期进行及时性分析、阶段性分析、结果性分析；3. 使用专业管理系统平台将培养方案、课程体系、教学标准等数据同步到教学的组织、实施、质量分析过程中。

3. 毕业生跟踪调研

通过毕业生跟踪调查，掌握毕业生的就业状况，了解了就业市场的基本行情，根据其所反馈的信息，作为专业设置、专业结构调整和制定下一年度招生计划的重要参考依据。要求：（1）制定专业毕业生和用人单位的调查内容；（2）专人负责协调各部门有目的、有计划地开展毕业生跟踪调查工作；（3）定期到毕业生工作单位调研，主动获取信息；（4）建立与用人单位良好的合作伙伴关系，合理利用企业的人才和设备资源。使教学内容与社会生产现状同步。

4. 第三方评价

引入企业对学生的评价、家长对学生的评价，第三方教育数据咨询和评估机构评价，社会及家长对学生的满意度。深化工学结合、校企合作，校行合作，不仅在于制定符合河南社会经济发展需要的广告设计与管理专业人才培养方案，而且要有保证实现人才培养方案的课程建设、实训基地建设、教学模式改革、教学团队建设等改革，同时还需要检验改革实施效果教学质量的监督

和考核体系，建立用人单位、行业协会、学生及其家长、研究机构等利益相关方共同参与的第三方人才培养质量评价制度可以为教学质量、课程调整创新、制度设计制定提供客观的依据。

(1) 利用学院数字校园资源，构建由自评价体系 and 第三方评价体系组成的教学质量保证体系；

(2) 构建家长、毕业生、研究机构的社会第三方评价主体，实现对教学内容、教学管理的动态化、教育考核的社会化的教育质量全面评价。

八、毕业及证书要求

(一) 毕业要求与课程对应关系

表 03 毕业要求与课程对应关系

序号	毕业要求	对应的培养目标和规格	对应课程或环节
1	专业能力要求： 通过广告设计与制作基本理论和基本技能的学习及训练，掌握广告设计与制作的基本理论体系与职业技能相适应的专业知识，能针对企业形象、产品及品牌进行广告的策划与创意，具备传统纸媒设计的能力和数媒视觉设计能力的高素质复合型技术技能人才	具体目标和规格： 1. 基础造型表现能力； 2. 计算机辅助设计能力； 3. 印刷品设计制作能力，通晓数字印前技术； 4. 企业形象（CI）策划设计能力； 5. 市场调查与分析、广告效果评估能力； 6. 数媒视觉设计应用能力； 7. 各类广告媒体作品的策划、创意与设计制作能力； 8. 广告的经营管理能力	手绘表达 形态构成 商业摄影 印刷工艺 字体设计 商业印刷品设计 招贴设计 包装设计 CI 设计 二维动画基础 数媒视觉设计 综合进阶 广告专题选讲
2	方法能力要求： 掌握广告活动的运作方法，综合运用专业知识解决工作问题，具备熟练运用广告思维方法、设计表现方法、制作方法、团队协作沟通方法开展工作的能力	1. 具有运用外语进行阅读能力； 2. 具有语言文字表达能力； 3. 具有与客户交流与团队协作的能力。 4. 具备广告策划创意的能力； 5. 能进行广告营销规划和广告管理的能力； 6. 能进行媒体运作的能力； 7. 能进行市场调查和分析的能力； 8. 熟练运用计算机进行辅助设计的能力； 9. 熟识基本广告材料的加工、应用技术	大学英语 语文 高等数学 广告理论与实务 数码表达 市场营销 广告策划应用
3	社会能力要求： 具有良好的思想政治素质、较好的团队协作及吃苦耐劳精神、健康的身体及心理素质	具体目标和规格： 1. 具有较强的解决实际问题的能力； 2. 具有欣赏与鉴别能力、组织管理能力、开拓创新能力； 3. 具备沟通与团队协作的可持续发展能力； 4. 具备社会保护，法律法规，判断与决策的能力； 5. 具备社会责任感，良好的职业操守	思想道德修养与法律基础 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论 形势与政策 大学生心理健康教育 体育与健康 职业发展与就业指导 中华优秀传统文化 公共选修课
4	可持续发展能力要求： 具备良好的艺术素养和职业素质，有终身学习的意识和较强的自学能力，能够进行较好的学习规划和成长规划	具体目标和规格： 1. 具有自学与获取信息的能力； 2. 自觉参加广告职业培训，不断提升职业技能	大学生心理健康教育 体育与健康 职业发展与就业指导
5	创新与创业能力要求： 具备优秀的职业规划能力，较好的创新创业意识，熟悉广告经营与管理能力，能够经营好一家广告公司	具体目标和规格： 1. 具备组建专业团队进行广告服务的能力； 2. 具备使用广告专业知识和技能，主动满足经济社会发展需求能力	思想道德修养与法律基础 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论 形势与政策 大学生心理健康教育 体育与健康 职业发展与就业指导 广告理论与实务

（二）毕业学分及证书要求

表 04 毕业学分及证书要求

应修学分		应取得的证书	
公共基础课	36	证书名称	发证机构
专业基础课	25	1. 毕业证书 2. 广告设计师	1. 河南职业技术学院
专业课	35		
专业拓展课	8		
实践技能课	31.5		
公共选修课	19		
活动类课程	2		
合计	156.5		

注：活动类课程学分由学生参加学院组织的劳动实践、社团服务活动、创新创业实践、志愿服务及其他社会公益活动等获得。

附表：1. 各教学环节教学周总体安排表

2. 各教学环节教学周具体安排表

3. 课堂教学环节教学进程安排表

4. 课堂教学环节信息明细表

5. 集中实践环节教学经常安排表

6. 公共选修课要求及安排表

7. 学时与学分分配表

附表 1:

各教学环节教学周总体安排表

学 期	课堂 教学 环节	集 中 实 践 环 节					复习 考试 (其他)	集中 教学 研讨	合 计
		军事 训练	认识 实习	跟岗 实习	顶岗 实习	集中 实践 课程			
一	15	2					2	1	20
二	17					1	1	1	20
三	16		2				1	1	20
四	18						1	1	20
五	10				8		1	1	20
六					17		2	1	20
合计	76	2			25	3	7	6	120

附表 2:

各教学环节教学周具体安排表

周次 学期	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
一	教学准备	军事技能训练 2 周	课堂教学 15 周																复习考试	教学研讨
二	课堂教学 17 周																	集中实践	复习考试	教学研讨
三	集中实践 2 周	课堂教学 16 周																复习考试	教学研讨	
四	课堂教学 18 周																	复习考试	教学研讨	
五	课堂教学 10 周										复习考试	顶岗实习（含毕业设计 & 论文） 8 周								教学研讨
六	顶岗实习（含毕业设计 & 论文） 17 周																	办理离校 2 周	教学研讨	

附表 3:

课堂教学环节教学进程安排表

类别	序号	课程编码	课程名称	专业 核心 课程	学分	课程学时分配				统考方式		上课 学期
						总计	课堂 教学	实践 教学	线上 教学	校考	院考	
公共 基础 课	1	Z110010011-2	思想道德修养与法律基础		2.5	48	48			1		1、2
	2	Z110010021-2	毛泽东思想和中国特色社 会主义理论体系概论		3.5	60	60			3		3、4
	3	Z110010031-4	形势与政策		1	32	32					1-4
	4	Z110010040	思政实践		1	18		18				2
	5	Z110010051-2	大学生心理健康教育		2	32	16		16			1、2
	6	Z100010011-2	体育与健康		3	56	8	48				1、2
	7	Z100010021-2	大学英语		6	112	112			1、2		1、2
	8	Z100010030	大学语文		3.5	64	42		22			1
	9	Z100010040	高等数学		2.5	48	6		42			2
	10	Z140010020	中华优秀传统文化		2	38	6		32			2
	11	Z050010010	信息技术		3	56	26	14	16	2		2
	12	Z120010011-4	职业发展与就业指导		2	38	38					1-4
	13	Z130010010	军事理论		2	36	8		28			1
专业 基础 课	14	Z071320070	手绘表达		2.5	48	12	36			1	1
	15	Z071320080	形态构成		4	72	20	52			1	1
	16	Z071320090	数码表达		3.5	64	24	40			2	2
	17	Z071320060	市场营销		3.5	60	30	30				1
	18	Z071320100	广告理论与实务	√	3.5	64	32	32			3	3
	19	Z071320110	印刷工艺		4	68	56	12				2
	20	Z071320120	字体设计		2	32	16	16				2
	21	Z071320130	商业摄影		2	36	12	24				3
专 业 课	22	Z071330120	商业印刷品设计	√	2	40	16	24			2	2
	23	Z071330130	招贴设计	√	4	72	20	52			3	3
	24	Z071330140	CI 设计	√	4.5	84	24	60			3	3
	25	Z071330150	包装设计	√	4.5	80	24	56			4	4
	26	Z071330160	综合进阶		2.5	48	16	32				4
	27	Z071330170	二维动画基础		4.5	80	32	48			4	4
	28	Z071330110-2	数媒视觉设计	√	10.5	192	84	108			4、5	4、5
	29	Z071330100	广告策划应用		2.5	48	16	32			5	5
专 业 拓 展 课	30	Z071340020	优秀广告作品赏析		2	32	8	24				3
	31	Z071340010	图形创意		2	32	8	24				3
	32	Z071340040	广告专题选讲		2	32	20	12				4
	33	Z071340050	国画名作赏析与体验		2	32	32					4
合计				6	102	1854	904	794	156	4	12	

注: 1. 统考方式为“校考”或“院考”课程填写其对应的考试学期, 考试方式为考试课, 未填写视为考查课。

附表 4:

课堂教学环节信息明细表

序号	课程类型	课程	考试课	考查课	学期学时安排						
		门数	门数	门数	第一学期	第二学期	第三学期	第四学期	第五学期	第六学期	小计
1	公共基础课	11	4	7	7	9	3	3			22
2	专业基础课	8	5	3	4	3	1				8
3	专业课	8	7	1		2	3	3	4		12
4	专业拓展课	4		4			2	2			4
学期学时小计					422	506	368	398	160		1854
学期课内学时小计					364	408	368	398	160		1698
学期课堂教学周数					15	17	16	18	10		76
课堂教学周学时					22	24	22	22	16		
考试课程门数					4	4	4	3	4		17

注：课内学时包括课堂教学和相应实践教学，不含线上自学学时。

附表 5:

集中实践环节教学进程安排表

实践地点	序号	课程编码	课程名称	学分	学时	周学时/周数					
						第一学期	第二学期	第三学期	第四学期	第五学期	第六学期
校内	1	Z130050010	军事技能	2	112	56/2					
	2	Z071350020	丝网印刷实训	1.5	30		30/1				
校外	1	Z070050050	艺术考察	3	60			30/2			
	2	Z070050030	顶岗实习	25	600					24/8	24/17
	3	Z070050040	毕业设计 & 论文（顶岗实习期间开展）	2	30						30
实践技能课总计				33.5	832	112	30	60		192	438
集中实践周数						2	1	2		8	17

注：集中实践环节课程均安排为考查课。

附表 6:

公共选修课选修要求及安排表

序号	课程类型		选修学时	选修学分	备注
1	人文素养类	公共艺术限选课（美育）	32	2	8 门中任选
2		马克思主义理论类课程	16	1	任选 1 门
3		党史国史类课程	16	1	任选 1 门
4		健康教育方面课程	16	1	任选 1 门
5		国家安全教育方面课程	16	1	任选 1 门
6		职业素养方面课程	16	1	任选 1 门
7	科学素养类	创业创新教育方面课程	32	2	任选 1 门
8		节能减排方面课程	32	2	任选 1 门
9		绿色环保方面课程	32	2	任选 1 门
10		金融知识方面课程	32	2	任选 1 门
11		社会责任方面课程	32	2	任选 1 门
12		管理方面课程	32	2	任选 1 门
合计			304	19	

注：公共选修课原则上要求在第四学期结束前完成，课程编码由学生实际选修课程决定。

附表 7:

学时与学分总体分配表

课程类别	课程	考试课	考查课	学时	学时百分比 (%)	学分	学分百分比 (%)
	门数	门数	门数				
公共基础课	13	4	9	750	25%	36	23%
专业基础课	8	5	3	444	15%	25	16%
专业课	8	7	1	644	22%	35	23%
专业拓展课	4	0	4	128	4%	8	5%
实践技能课	6		6	720	24%	31.5	21%
公共选修课	12		12	304	10%	19	12%
合 计	51	16	35	2990	100%	154.5	100%
理论教学总学时		1364		实践教学总学时		1626	
理论教学总学时与实践教学总学时比例				1: 1.2			

注：公共基础课在统计时需将“集中实践环节”的军事技能相应学时学分计算在内，实践技能课不再统计军事技能学时学分。