

# 2025 级广告艺术设计专业 人才培养方案

专业代码：550113

执笔人：\_\_\_\_\_李志刚\_\_\_\_\_

教师代表：\_\_\_\_\_唐伟键\_\_\_\_\_张艾琳\_\_\_\_\_杨 裕\_\_\_\_\_

行业（或企业）代表：\_\_\_\_\_庄汪洋\_\_\_\_\_

专业带头人：\_\_\_\_\_王双奇\_\_\_\_\_李志刚\_\_\_\_\_

## 一、专业名称及代码

专业名称：广告艺术设计

专业代码：550113

## 二、入学要求

普通高级中学毕业生、中等职业学校毕业生或具有同等学力者

## 三、修业年限

3 年

## 四、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（群） 或技术领域	职业类证书
文化艺 术大类 （55）	艺术设计 类（5501）	广告业 （7251）	专业化设 计服务人 员 （4-08-0 8）	广告设计、广 告策划、广告 制作、广告摄 影（像）……	广告设计师、数 字媒体交互设 计、文创产品数 字化设计、界面 设计……

## 五、培养目标与培养规格

### （一）培养目标

本专业培养能够践行社会主义核心价值观，传承技能文明，德智体美劳全面发展，具有一定的科学文化水平，良好的人文素养、科学素养、数字素养、职业道德、创新意识，爱岗敬业的职业精神和精益求精的工匠精神，较强的就业创业能力和可持续发展的能力，掌握本专业知识和技术技能，具备职业综合素质和行动能力，面向广告行业的专业化设计服务人员的广告设计、广告策划、广告制作、广告摄影（像）职业，能够从事品牌识别系统设计、平面广告设计、广告策划与创意、数字广告设计、视频广告设计等工作的高技能人才。

### （二）培养规格

本专业学生应在系统学习本专业知识和完成有关实习实训基础上，全面提

升知识、能力、素质，掌握并实际运用岗位（群）需要的专业核心技术技能，实现德智体美劳全面发展，总体上须达到以下要求：

## 1. 素质

（1）坚定拥护中国共产党领导和中国特色社会主义制度，以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，践行社会主义核心价值观，具有坚定的理想信念、深厚的爱国情感和中华民族自豪感；

（2）掌握与本专业对应职业活动相关的国家法律、行业规定，掌握绿色生产、环境保护、安全防护、质量管理等相关知识与技能，了解相关行业文化，具有爱岗敬业的职业精神，遵守职业道德准则和行为规范，具备社会责任感和担当精神；

（3）掌握支撑本专业学习和可持续发展必备的语文、数学、外语（英语等）、信息技术等文化基础知识，具有良好的人文素养与科学素养，具备职业生涯规划能力；

（4）具有良好的语言表达能力、文字表达能力、沟通合作能力，具有较强的集体意识和团队合作意识，学习 1 门外语并结合本专业加以运用；

（5）掌握信息技术基础知识，具有适应本领域数字化和智能化发展需求的数字技能；

（6）具有探究学习、终身学习和可持续发展的能力，具有整合知识和综合运用知识分析问题和解决问题的能力；

（7）掌握身体运动的基本知识和至少 1 项体育运动技能，达到国家大学生体质健康测试合格标准，养成良好的运动习惯、卫生习惯和行为习惯；具备一定的心理调适能力；

（8）掌握必备的美育知识，具有一定的文化修养、审美能力，形成至少 1 项艺术特长或爱好；

（9）树立正确的劳动观，尊重劳动，热爱劳动，具备与本专业职业发展相适应的劳动素养，弘扬劳模精神、劳动精神、工匠精神，弘扬劳动光荣、技能宝贵、创造伟大的时代风尚。

## 2. 知识

（1）熟悉与本专业相关的法律法规知识和设计伦理，平面设计行业知识产权、专利等国家规范和标准；

（2）掌握必备的政治理论、科学文化基础知识、中华优秀传统文化知识、美学鉴赏与设计发展、流派等美学知识；

（3）掌握从事广告艺术设计领域科学研究、作品设计、技术服务等工作所

需的传统文化等知识和其他相关的自然科学知识；

(4) 掌握视觉设计基础知识；

(5) 掌握广告艺术设计专业的专业知识，如包装设计、界面设计、视频剪辑、艺术编排设计等；

(6) 掌握平面设计、印刷相关的设备、材料等基本知识；

(7) 了解广告营销、消费者心理、设计视知觉规律等设计知识；

(8) 了解不同艺术流派与设计风格表现等知识；

(9) 了解设计与应用、绿色设计、AIGC、互联网技术应用等与本专业相关的新材料、新工艺、新方法及发展趋势；

(10) 熟悉设计公司项目管理、设计制作流程与规范等基础知识；

(11) 熟悉短视频制作的设计流程以及视频剪辑的基础知识。

### 3. 能力

(1) 具有良好的语言、文字表达能力和沟通能力；

(2) 具有熟练查阅各种资料，并加以整理、分析和图形图像再设计的能力；

(3) 具有对新知识、新技能的学习和创新能力；

(4) 具有品牌文案、市场调研与分析的能力；

(5) 具有报刊、期刊、商业招贴的设计流程与印刷输出的能力；

(6) 具有包装结构与装潢设计与制作的能力；

(7) 具有字体与标志设计与制作的能力；

(8) 具有界面用户调研、交互设计及界面设计的能力；

(9) 具有一定的摄影与视频剪辑能力；

(10) 具有 IP 形象设计以及衍生品设计的能力；

(11) 具有视频剪辑以及相关自媒体视频平台设计的能力；

(12) 具有综合应用专业知识剖析问题和解决问题的能力。

## 六、课程设置及要求

### (一) 课程设置

专业教学计划中开设公共课（必修、选修）、专业课和实践性教学环节三大模块。

#### 1. 公共基础课程

公共课程严格按照国家有关规定开齐公共基础课程，将思想政治理论、军事理论与军训、体育与健康、心理健康教育、劳动教育等课程列为公共基础必修课程，并将马克思主义理论类课程、职业发展与就业指导、创新创业、四史教育、信息技术、大学英语、高等数学、大学语文、美育、国家安全教育、中

中华优秀传统文化等列为必修课程或限定选修课。

(课程教学要求详见附表)

## 2. 专业课程

包括专业基础课程、专业核心课程和专业拓展课程。

### (1) 专业基础课程

主要包括：造型基础、设计构成、图形图像处理、设计表现、计算机辅助设计 I、版式设计、AI 数字绘画应用、计算机辅助设计 II。

### (2) 专业核心课程

主要包括：品牌识别系统设计、包装设计、广告策划与文案创意、视频广告设计与制作、数字出版物设计与制作、数字广告设计与制作。

专业核心课程主要教学内容与要求

序号	课程名称	课程涉及的主要领域	典型工作任务描述	主要教学内容与要求
1	品牌识别系统设计	品牌识别系统设计	①调研、分析行业、竞品、受众、品牌目标与设计任务。 ②完成品牌理念识别(MI)的构思与文案撰写。 ③完成品牌行为识别(BI)的构思与文案撰写。 ④完成品牌视觉识别(VI)的构思与设计,其中包括标识、字体、图形图像的构思与设计。 ⑤完成品牌视觉识别(VI)系统的应用延展设计。 ⑥完成品牌形象传播物料,如品牌画册、品牌形象宣传片、品牌形象网站的设计与制作。 ⑦品牌形象管理制度,如品牌形象识别管理手册的制订、监督与检查与监督	教学内容: 品牌识别系统设计的基本概念、构成、设计原则、设计程序流程、设计方法。 教学要求: 学习和了解品牌识别系统设计的知识、设计方法。运用上述知识,综合使用不同的计算机辅助软件,完成一个品牌/企业形象的设计,掌握品牌识别系统设计相关知识和技能
2	包装设计	包装设计	①调研、分析商品特性、储运环境、竞品包装与受众特点。	教学内容: 包装设计的基本概念、创意、设

			<p>②选择包装材料、包装结构、包装容器。</p> <p>③完成包装装潢、包装造型、包装结构设计及制作。</p> <p>④检测与评价包装设计</p>	<p>计方法、材料、工艺、流程等。</p> <p>教学要求：</p> <p>学习和了解包装设计的基本知识、设计方法，运用计算机辅助软件设计与制作商品包装，掌握包装设计相关知识和技能</p>
3	广告策划与文案创意	广告策划与文案创意	<p>①调研、分析商品特性、储运环境、竞品包装与受众特点。</p> <p>②选择包装材料、包装结构、包装技法，容器成型与包装工艺。</p> <p>③设计防护包装与销售包装。</p> <p>④使用计算机辅助设计软件，设计包装装潢、包装造型、包装结构。</p> <p>⑤检测、评价包装设计</p>	<p>教学内容：</p> <p>广告策划与文案创意相关的基本概念、原理、任务、形式、方法、作业流程。</p> <p>教学要求：</p> <p>学习和了解广告策划与文案创意知识；学习调研技能，锻炼分析与洞察、创意思维能力；了解不同的广告传播形式和不同种类文案的撰写，并结合所学，使用计算机辅助软件完成一项广告策划与文案创意方案的制作与提报；掌握广告策划与文案创意知识和技能</p>
4	视频广告设计与制作	视频广告设计与制作	<p>①进行市场调研，分析受众和设计任务。</p> <p>②进行视频广告创意。</p> <p>③完成视频广告脚本撰写。</p> <p>④完成视频广告素材采集与拍摄准备。</p> <p>⑤进行视频广告拍摄。</p> <p>⑥完成视频广告编辑与后期制作。</p> <p>⑦视频广告的发</p>	<p>教学内容：</p> <p>影视广告拍摄与制作的流程、方法，数码摄像机的使用，视频编辑与制作工具的使用。</p> <p>教学要求：</p> <p>学习和了解视频广告设计知识和方法；熟练运用数码相机、剪辑、合成软件进行视</p>

			布	频广告创意设计 与制作；掌握视 频广告设计知识 和技能；运用数 码摄像机采集视 频素材，对视频 片头进行创意设 计，并完成视频 的编辑与后期制 作
5	数字出版物设计 与制作	数字出版物 设计与制作	<p>①分析目标受众 与设计任务。</p> <p>②设计创意数字 出版物版面、页面、封 面。</p> <p>③使用多种计算 机软件进行数字出版 物的创意及编排设计。</p> <p>④选择数字作品 的发布媒体与发布格 式。</p> <p>⑤进行数字作品 的发布</p>	<p>教学内容： 数字出版物设计 的基本知识，设 计方法、设计技 术、发布媒体与 格式等。</p> <p>版式设计的视觉 原理、版面构成 的基本形式、图 片的版式设计、 文字的版式设 计、图文结合版 式设计等。</p> <p>教学要求： 学习和了解数字 出版物设计的知 识和方法；使用 软件进行数字作 品的排版，出版 物设计与发布； 掌握数字出版物 设计知识和技能</p>
6	数字广告设计与 制作	数字广告设 计与制作	<p>①完成设计调研、 分析受众与设计任务。</p> <p>②进行数字广告 创意与构思。</p> <p>③完成数字广告 文案撰写。</p> <p>④完成数字广告 设计图稿绘制。</p> <p>⑤使用计算机软 件进行辅助设计。</p> <p>⑥进行数字媒体 原型制作与测试。</p> <p>⑦参与数字媒体 软件与代码编写</p>	<p>教学内容： 数字广告的原 理、方法、流程、 工具，发布的不同 媒体、应用设备， 不同媒体所需的 技术标准与格式。</p> <p>教学要求： 学习和了解 数字广告设计知 识和方法，运用 计算机软件为不 同媒体、应用及 设备创作具有表 现力和互动性的</p>

				广告内容；掌握数字广告设计知识和技能
--	--	--	--	--------------------

### (3) 专业拓展课程

主要包括：AI 辅助设计、摄影摄像基础、IP 形象设计、数字媒体交互设计、闽南文化赏析、微视频制作等领域的内容。

### 3. 实践性教学环节（包括实验、实训、实习、毕业设计、社会实践等形式）

本专业实践性教学环节（详见下表）：

序号	实践项目	学期安排	周数	总学时	地点
1	毕业设计	四	12	36	厦门兴才职业技术学院后溪创意实训基地
2	专题设计	四	4	80	厦门兴才职业技术学院后溪创意实训基地
3	艺术采风	二	1	26	工艺美术创新实训中心
4	综合实训	五	12	240	合作企业、学生自联企业、校内工作室等
5	岗位实习 I	五	6	120	合作企业、学生自联企业、校内工作室等
6	岗位实习 II	六	18	360	合作企业、学生自联企业、校内工作室等

### (二) 学时学分说明

本专业总学时安排 2704 学时，毕业总学分 145 学分。公共课总时数占教学活动总学时数的 33.9%；专业基础课 8 门 20 学分，专业核心课 6 门 19 学分，专业拓展课程 6 门 14 学分；实践性教学学时占总学时数 69.7%。

## 七、教学进程总体安排

### (一) 教学计划总体安排（单位：周）（每学期按 20 周计算）

学期周数	一	二	三	四	五	六	合计	备注
课堂教学周	16	18	18	18			70	
实践及机动周	1	1	1	1	12		16	



考试周	1	1	1	1	2		6	
入学教育及军训周	2						2	
岗位实习 I					6		6	
岗位实习 II						18	18	
毕业鉴定						2	2	
合计	20	20	20	20	20	20	120	

## （二）课程结构比例

模块名称	课程类别	学时			学分	学时百分比% (取一位小数)
		总学时	理论 学时	实践 学时		
公共课	公共必修课	826	407	419	43	30.4%
	公共选修课	90	72	18	5	3.3%
专业基础课		330	112	218	20	12.2%
专业核心课		344	116	228	19	12.7%
专业拓展课		252	112	240	14	9.3%
实践性教学环节		862	0	862	44	31.9%
总 计		2704	819	1885	145	100%
学时百分比%(取一位小数)		100%	30.3%	69.7%	/	
说明：公共课程学时不少于总学时的 25%(公共必修课+公共选修课)，选修课学时占总学时的比例不少于 10%(公共选修课+专业拓展课)，实践学时占学时数 50%以上(通过集中实践教学环节和课内实践学时实现)						

## （三）课程与教学计划进程表（见附件）

### 八、实施保障

主要包括师资队伍、教学设施、教学资源、教学方法、学习评价、质量管理等方面。

#### （一）师资队伍

本专业专兼职教师共计 32 人。专业负责人为双师型教师，聘请企业设计总监和校内副教授以上人员建立专业“双带头人”制度；专业带头人具有先进的

职业教育理念和较高的专业技术水平，引领专业教学改革与建设的方向，坚持在教学一线授课。同时，专业教学团队成员着眼大局、善于合作、甘于奉献，在本行业技术领域有良好的影响力，具有较强的技术服务能力。

#### 1、本专业校内专任教师基本情况

本专业在校生 518 人，配备专任教师 24 人，其中正副高职称 5 人，占比 20.8%；中级职称 11 人，占比 45.8%；双师型教师 17 人，占比 70.8%；研究生以上学历教师 20 人，占比 83.3%；专职专业课教师生师比 21.6：1。

#### 2、校外兼职教师基本情况

聘请 8 名兼职教师，其中 4 位企业资深设计师担任客座副教授，兼职教师比例 25%，含兼职教师生师比 16.2：1。校外兼职教师（企业）责任心强、技术能力强、关爱学生。并具有丰富的创意设计本专业制作经验，对创意设计本专业行业的发展熟悉，专业实践能力强，道德水平高，具有一定的教学组织能力。

### （二）教学设施

#### 1. 校内实训基地

##### （1）现有校内实训基地情况

序号	校内实训基地(室)名称	主要设备	实训内容（服务课程或项目）	备注
1	广告设计工作室	全 14 台苹果高端一体机、多媒体 1 套、激光打印设备	承担教学实践基地、校企合作、接收商业项目	
2	印刷工艺工作室	高端打印机、喷绘机、写真机、书籍装订设备等等。	承担教实践基地、校企合作、接收商业项目	
3	星彩摄影工作室	影棚、摄影器材、打印机等设备	承担教学实践基地、校企合作、接收商业项目	

##### （2）校内实训基地建设需求

依托我校已获批的省、市两级创意设计专业群项目，在其建设期间，通过争取企业以资金、人力资源、设施设备等方式，自建、共建、捐建校内实训教学基地，重新规划和调整原有校内实训场地，按照企业实际生产场景的要求，配足配齐与行业企业技术标准、工艺流程、设备水平同步的实训设备，最终建成达到教育部专业仪器设备装备规范的要求，满足仿真与真实职业环境相结合的集科研、技术服务、学生创业实践、社会培训为一体的功能完善、开放型、共享型综合性实训基地。

#### 2. 校外实训基地建设

(1) 现有校外实训基地情况

序号	校外实训基地名称	地点	基地功能	使用学期	备注
1	厦门心利合包装工业有限公司	厦门	人才培养、科研转化	三	
2	上海奥岱广告设计公司(厦门办事处)	厦门	人才培养、社会服务、文化融合	三	
3	厦门八嘉七科技有限公司	厦门	人才培养、科研转化、文化融合	四	
4	厦门乔福文化创意有限公司	厦门	人才培养、科研转化、社会服务、文化融合	四	
5	厦门杰呈三维科技有限公司	厦门	人才培养、社会服务、文化融合	四	
6	壹宝厦门电子商务有限公司	厦门	人才培养、科研转化、社会服务	四	
7	厦门金智邦自动化服务有限公司	厦门	人才培养、科研转化、社会服务、文化融合	四	
8	厦门淘家家网络科技有限公司	厦门	人才培养、科研转化、社会服务、文化融合	四	
9	厦门红众展览服务有限公司	厦门	人才培养、科研转化、社会服务、文化融合	四	
10	厦门斗盾供应链有限公司	厦门	人才培养、科研转化、社会服务	四	
11	红麦云文化创意有限公司	厦门	人才培养、科研转化、社会服务、文化融合	四	
12	厦门九边形科技有限公司	厦门	人才培养、科研转化、社会服务、文化融合	四	
13	中环创展文化科技有限公司	厦门	人才培养、科研转化、社会服务、文化融合	四	
14	筑展（厦门）艺术设计有限公司	厦门	人才培养、科研转化、社会服务、文	四	

			化融合		
15	厦门福印包装科技有限公司	厦门	人才培养、科研转化、社会服务	三	
16	厦门极时羽科技有限公司	厦门	人才培养、科研转化、社会服务	三	
17	厦门杰状达工贸有限公司	厦门	人才培养、科研转化、社会服务	三	
18	厦门母恩文化创意有限公司	厦门	人才培养、科研转化、社会服务	三	
19	厦门琪明印刷有限公司	厦门	人才培养、科研转化、社会服务	三	
20	同安区佳友汇工产品店	厦门	人才培养、科研转化、社会服务	三	
21	厦门印大大包装科技有限公司	厦门	人才培养、科研转化、社会服务	三	
22	歌扬华亿品牌顾问有限公司	厦门	人才培养、科研转化、社会服务、文化融合	四	
23	厦门昱晟和电子商务有限公司	厦门	人才培养、科研转化、社会服务、文化融合	四	
24	厦门金诚亦信印刷有限公司	厦门	人才培养、科研转化、社会服务、文化融合	四	

## (2) 校外实训基地建设需求

选聘具有一定规模的校外实训基地，可承担教师培训和学生顶岗实习任务，或引企入校，校企联盟，按照“共建、共享、共赢”的原则共建实训基地，搭建产学研结合的技术推广服务平台，开展技术服务，推进科技成果转化。

## (三) 教学资源

### 1、教材及图书

(1) 选用近三年出版的高职高专教材，优选国家级、省部级获奖的高职高专教材和能反映先进技术发展水平的国家级、省部级“十三五”、“十四五”规划教材优先选择。

(2) 所选教材必须适用于教学、符合学校的工学结合特色、人才培养目标及课程教学的要求，深浅恰当、难易适中，注重对学生实践应用能力的指导和培养，能体现本专业特色和高职教育特色。

(3) 所选教材应该注意保持相对稳定,但当教材出现修订或内容不适合教学要求时,应及时调整教材选择。

(4) 经教研室论证,确定没有正式出版教材的课程,可以选用质量较高、内容较合适的自编讲义或实验实训指导书。本专业已经出版教材《商业广告设计》《图形创意》《包装设计》《Photoshop 入门与提高》《版式设计》《视觉设计创意思维方法》《中文版 Illustrator 使用教程》《标志设计方法及实践》,校企合作活页教材《工作岗位任务实用指导手册》。

## 2、图书文献配备要求

(1) 按照专业需求,校图书馆要足额配备高质量的图书和报刊资料,相对应的艺术类期刊、著作、史论等书籍应分类登记。

(2) 建立专业电子阅览室和电子读物室。

## 3、数字资源配备要求

序号	数字化资源名称	资源网址
1	业内专题设计案例(网盘)	<a href="https://pan.baidu.com/disk/home?#/all?path=%2F&amp;vmode=list">https://pan、baidu、com/disk/home?#/all?path=%2F&amp;vmode=list</a>
2	国内国际获奖作品(网盘)	<a href="https://pan.baidu.com/disk/home?#/all?path=%2F&amp;vmode=list">https://pan、baidu、com/disk/home?#/all?path=%2F&amp;vmode=list</a>
3	师生优秀设计案例(电子版)	<a href="https://pan.baidu.com/disk/home?#/all?path=%2F&amp;vmode=list">https://pan、baidu、com/disk/home?#/all?path=%2F&amp;vmode=list</a>
4	专业自拍慕课、设计文章	<a href="https://pan.baidu.com/disk/home?#/all?path=%2F&amp;vmode=list">https://pan、baidu、com/disk/home?#/all?path=%2F&amp;vmode=list</a>
5	软件素材等其他资源(网盘)	<a href="https://pan.baidu.com/disk/home?#/all?path=%2F&amp;vmode=list">https://pan、baidu、com/disk/home?#/all?path=%2F&amp;vmode=list</a>
6	设计在线、中国	<a href="http://www.dolcn.com/">http://www、dolcn、com/</a>
7	设计家(台湾)	<a href="http://www.searchome.net">www、searchome、net</a>
8	中国设计网	<a href="http://sn.cndesign.com/">http://sn、cndesign、com/</a>
9	视觉中国	<a href="https://www.vcg.com/">https://www、vcg、com/</a>

## (四) 教学方法

### 1、教学方法选择

(1) 项目导向教学法：引入企业真实广告项目（如产品包装设计、短视频营销策划），让学生以“项目制”完成从提案、设计到交付的全流程，培养实战能力。

(2) 任务驱动教学法：将课程内容拆解为具体任务（如制作 H5 广告页面、撰写品牌文案），学生通过完成任务掌握技能，实现“做中学”。

(3) 情境模拟教学法：依托校内实训基地，模拟广告公司运作场景，开展客户提案、项目评审等活动，提升学生职场适应力。

(4) 现代学徒制：与企业深度合作，由企业导师与校内教师共同指导，让学生参与企业实际项目，实现“工学交替”。

## 2、实施要求

(1) 校企深度融合：教学内容需紧跟行业动态，及时融入新技术（如 AI 设计工具）和新趋势（如元宇宙广告），确保教学与市场需求同步。

(2) 强化实践教学：实践课程占比不低于总课时 60%，通过实训项目、学科竞赛、社会服务等提升学生动手能力。

(3) 多元化评价体系：摒弃单一考试模式，采用“过程性评价 + 项目成果评价 + 企业反馈评价”相结合的方式，全面考核学生能力。

## 3、实施建议

(1) 打造“双师型”教学团队：鼓励教师参与企业项目，邀请行业专家担任兼职教师，共同开发课程、指导学生实践。

(2) 建设数字化教学资源：搭建虚拟仿真实训平台，开发微课、案例库等数字化资源，支持线上线下混合式教学。

(3) 注重职业素养培养：在教学中融入职业规范（如版权意识、客户沟通技巧）、团队协作能力与创新创业思维，提升学生综合竞争力。

(4) 建立反馈改进机制：定期收集企业、毕业生对教学效果的反馈，动态调整教学内容与方法，持续优化人才培养质量。

## （五）学习评价

### 1、评价方式方法：

建立多元化学习评价体系，综合运用过程性评价、终结性评价、表现性评价等多种方式。过程性评价注重学生在课程学习过程中的参与度、作业完成情况、课堂表现等；终结性评价通过期末考试、课程项目成果展示等形式考核学生对知识和技能的掌握程度；表现性评价关注学生在实际项目操作、竞赛等活动中的表现，考核其综合运用知识解决问题的能力。

### 2、平时成绩构成：

课程按百分制考评，平时考勤+课堂表现+平时成绩+期末成绩=100，60 分为合格。在教学中按课程教学目标分别进行综合评估，按不同的权重计算总成绩。

### 3、学生操行在成绩中的体现：

将学生的操行纳入综合素质评价体系，并与学业成绩挂钩。学生在遵守学校规章制度、参与社会实践活动、团队协作等方面的表现，以适当比例折算到课程最终成绩中。对于操行表现优秀，如在志愿服务、校园文化建设等方面有突出贡献的学生，可给予适当加分奖励；对于违反校规校纪的学生，按照情节轻重给予相应扣分，以此引导学生树立良好的品德和行为规范。

## （六）质量管理

### 1、建立质量监控机制：

成立专业建设指导委员会，成员包括行业专家、企业骨干以及校内专业教师。定期（每学期至少 1 次）召开会议，对专业人才培养目标、课程体系设置、教学内容更新等进行研讨和评估，确保人才培养与行业需求紧密结合。建立教学过程监控体系，通过教学督导听课、同行互评、学生评教等方式，对教师教学过程进行全方位监督。教学督导通过听课及时反馈教学中存在的问题；同行促进教师之间的交流与提升；学生评教评价结果作为教师教学质量考核的重要依据。

### 2、教学质量评估与反馈：

每学年开展一次专业人才培养质量评估，从学生学业成绩、职业技能水平、就业质量、用人单位满意度等多个维度进行综合评价。收集学生对教学内容、教学方法、课程设置等方面的意见和建议，通过学生座谈会（每学期至少 1 次）、问卷调查（每学年至少 1 次）等形式进行。同时，积极与用人单位沟通，了解毕业生在工作岗位上的表现和企业对人才培养的期望，将反馈信息用于指导专业教学改革和人才培养方案的优化调整。

### 3、持续改进机制：

根据质量监控和评估反馈结果，制定针对性的改进措施。对于教学过程中发现的问题，及时调整教学计划和教学方法；对于人才培养方案与行业需求脱节的部分，组织专业教师进行调研和论证，适时修订人才培养方案，确保专业人才培养质量持续提升。鼓励教师开展教学方法创新、课程建设、教材编写等方面的研究与实践，推动专业教学质量不断提高。

## 九、毕业要求

本专业学生必须修完本人才培养方案规定的内容（含必修部分和选修部分），并同时达到以下条件方可毕业：

1. 综合素质测评（含德育素质测评）合格
2. 《国家学生体质健康标准》测试成绩达标
3. 最低毕业学分：145 学分

#### **十、接续专业举例**

接续高职本科专业：视觉传达设计、数字媒体艺术、数字影像设计

接续普通本科专业：广告学、视觉传达设计、数字媒体艺术、新媒体艺术

#### **十一、其他**

鼓励学生在校期间取得与本专业相关的职业技能证书（包含职业资格证书、职业技能等级证书、专项职业能力证书）。取得的相关证书依据学校学分认定与转换管理办法，可以转化为相应的学历教育学分。

#### **十二、方案审核**

二级学院专业指导委员会审核：

校学术委员会审核：