

漯河食品工程职业大学

广告艺术设计专业人才培养方案

(2025 版)

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

中等职业学校毕业、普通高级中学毕业或具备同等学力

三、修业年限

三年

四、职业面向

表 1 职业面向

所属专业大类 (代码)	文化艺术大类 (55)
所属专业类 (代码)	艺术设计类 (5501)
对应行业 (代码)	广告业 (725)
主要职业类别 (代码)	专业化设计服务人员(4-08-08) 工艺美术与创意设计专业人员(2-09-06)
主要岗位群或技术领域	广告设计 广告策划 广告制作 广告摄影
职业资格证书或职业技能等级证书	广告设计师职业技能等级证书(中级) 包装设计师职业技能等级证书(中级)

五、培养目标与培养规格

（一）培养目标

本专业依托学校搭建的“产教科转孵”的人才培养模式，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

本专业学生在系统学习本专业知识并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. 素质要求

（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) 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；

(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，具有良好的人文素养与科学素养；

(6) 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。

2. 知识要求

(1) 掌握支撑本专业学习和可持续发展必备的语文、英语、信息技术等文化基础知识；

(2) 掌握信息技术基础知识，具有适应本行业数字化和智能化发展需求的数字技能；

(3) 掌握平面设计、广告设计等方面的专业基础理论知识。

3. 能力要求

(1) 具有用户与市场调研，信息分类以及市场营销、品牌策划与设计制作能力；

(2) 具有图形、色彩、标志、字体创意设计与制作能力；

- (3) 具有数字摄影、数字摄像及视频编辑能力;
- (4) 具有图像处理、版面编排设计与制作能力;
- (5) 具有广告法律法规知识及多媒体、融媒体技术等应用能力;
- (6) 具有一定的应用科学技术和协同创新的能力;
- (7) 具有探究学习、终身学习和可持续发展能力, 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。

表 2 职业岗位、典型工作任务及职业能力分析

岗位(群)	典型工作任务	职业能力要求	支撑课程	对应证书
1.广告设计	1.1 视觉设计与制作 1.2 品牌视觉维护与拓展 1.3 广告创意策划与方案制定 1.4 跨媒介广告制作与投放	1.具有面向食品及快消品领域的品牌视觉识别系统设计的能力; 2.具有基于多渠道投放需求的包装与标签版式设计的能力; 3.具有面向展会、终端与数字媒体的陈列与展示界面设计的能力;	品牌识别系统设计 与制作 平面广告设计与制作 字体与编排设计 商业展示设计	广告设计师 职业技能等级证书(中级)
2.广告策划	2.1 市场调研与洞察 2.2 整合传播方案制定 2.3 创意简报与跨部门协同 2.4 效果评估与优化	4.具有面向区域食品产业的市场与消费趋势研究的能力; 5.具有基于品牌生命周期管理的整合传播策略拟定的能力; 6.具有针对多媒介投放组合的预算与效果评估方案制定的能力;	广告策划与文案 创意 数字广告设计与制作 地域文化专题设计 广告与市场营销	包装设计 师职业技能等级证书(中级)
3.广告制作	3.1 广告物料工艺评估与打样 3.2 跨媒介成品制作与供应链协调	7.具有面向批量印刷与数字输出的物料工艺评估及打样的能力; 8.具有基于跨平台投放需求的动态影像剪辑与合成	数字图像编辑与设计 数字图形创意设计 包装设计 与制作	包装设计 师职业技能等级证书(中级)

岗位(群)	典型工作任务	职业能力要求	支撑课程	对应证书
	3.3 动态广告剪辑与合成	的能力; 9.具有面向终端陈列与展会场景的立体道具及空间制作的能力;	数字出版物设计与制作	
4.广告摄影	4.1 广告摄影创意与视觉实现 4.2 产品/人物商业拍摄与灯光控制 4.3 影像素材管理与品牌视觉一致性维护 4.4 跨媒介影像适配与投放	10.具有面向食品及配套场景的商业静物拍摄的能力; 11.具有基于品牌叙事需求的人物与情境故事拍摄的能力; 12.具有面向电商、社媒与印刷载体的多规格影像输出的能力; 13.具有针对视觉资产库的色彩管理与版权归档的能力。	中原民间艺术与创新设计 数字 3D 设计 视频广告设计与制作 电商设计与制作	广告设计师职业技能等级证书(中级)

六、课程设置

课程体系总体由公共基础课程、专业课程、集中实践环节三大类别组成。

(一) 公共基础课程

1.公共必修课程: 公共必修课主要包括思想政治类课程、大学生心理健康教育、大学英语、信息技术与人工智能通识、体育、国家安全教育、劳动教育、军事理论、职业生涯规划、就业指导与创业教育等课程。

2.公共选修课程: 含创新创业、食品营养与健康、国学经典与文化遗产、艺术欣赏与审美体验(含公共艺术课程)、自然科学与工程、经济活动与社会管理、科学普及与技术创新、外语交流与跨国文化、体育运动与心理健康、生活常识与手工体验等模块课程。

（二）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（必修）：专业基础课程主要是需要前置学习的基础性理论知识和技能构成的课程，包括图像处理基础、设计构成、图形创意、速写、中原民间艺术与创新设计、数字 3D 设计、字体与编排设计、设计造型基础、设计创意手绘、数字图像编辑与设计、数字图形创意与设计等课程。

2.专业核心课程（必修）：专业核心课程是培养核心职业能力的主干课程，包括平面广告设计与制作、数字出版物设计与制作、品牌识别系统设计、数字广告设计与制作、视频广告设计与制作、包装设计、广告策划与文案创意、电商设计与制作等课程。

3.专业拓展课程（限选）：专业拓展课程是提升综合职业能力的延展课程，包括商业展示设计、传统图案设计、地域文化专题设计、UI 设计、数字媒体交互设计、人工智能+广告策划等课程。

（三）集中实践环节

实践性教学环节主要包括军事技能训练及入学教育、专业认识实习及入学教育、劳动周、实训、写生、民间艺术考察、毕业设计（论文）、其他社会实践活动等。

七、学时安排

表 3 课程设置及教学学时分配表

项目		学时					学分
		理论教学		实践教学		合计学时	
		学时	占总学时比例	学时	占总学时比例		
公共基础课程	通识必修课程	492	17.11%	180	6.26%	672	38
	通识选修课程	72	2.50%	72	2.50%	144	9
专业课程	专业基础课程	282	9.81%	282	9.81%	564	34
	专业核心课程	212	7.37%	212	7.37%	424	26
	专业拓展课程	64	2.23%	80	2.78%	144	9
集中实践教学安排	军事技能训练	0	0.00%	112	3.89%	112	2
	专业认识实习及入学教育	0	0.00%	24	0.83%	24	1
	写生	0	0.00%	48	1.67%	48	2
	民间艺术考察	0	0.00%	48	1.67%	48	2
	劳动周（同时开展技术创新成果转化实践活动）	0	0.00%	48	1.67%	48	2
	“双创”实践活动及项目模块拓展	0	0.00%	24	0.83%	24	1
	岗位实习、毕业设计（论文）、毕业教育	0	0.00%	624	21.70%	624	26
合计		1122	39.01%	1754	60.99%	2876	152
公共基础课占总学时比例:28.37% (816/2876)							
选修课占总学时比例:10.01% (288/2876)							
实践性教学学时占总学时比例:60.99% (1754/2876)							

注：实践教学每周折合 24 学时

八、教学进程总体安排

表 4 教学进程表

课程类别	序号	课程名称	考核方式	学分	学时分配			教学活动周数及课内学时（每学期1周复习考试）										
					总计	理论	随堂实践	第一学年		第二学年		第三学年						
								1学期	2学期	3学期	4学期	5学期	6学期					
								20周（课堂教学16周）	20周（课堂教学16周）	20周（课堂教学18周）	20周（课堂教学16周）	20周（课堂教学18周）	20周					
公共必修课程	1	思想道德与法治	考试	3	48	32	16	48										
	2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	考试	2	32	32			32									
	3	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	考试	3	48	48					48							
	4	中共党史	考查	1	16	16				16								
	5	形势与政策	考查	1	16	16				2次讲座	2次讲座	2次讲座	2次讲座					
	6	大学英语（I）	考试	4	64	64		64										
	7	大学英语（II）	考试	4	64	64			64									
	8	大学语文	考查	2	32	32		32										
	9	信息技术与人工智能通识	认证	4	64	32	32	64										
	10	大学生心理健康教育	考查	2	32	32				32								
	11	体育（I）	考查	1	36	4	32	36										
	12	体育（II）	考查	1	36	4	32			36								
	13	体育（III）	考查	1	36	4	32				36							
	14	国家安全教育	考查	1	16	16		16										
	15	军事理论	考试	2	36	32	4			36								
	16	劳动教育	考查	2	32		32			32								
	17	职业生涯规划	考查	2	32	32		32										
	18	就业指导与创业教育	考查	2	32	32							32					
	小计			38	672	492	180	296	252	88	36						0	
专业基础课	1	图像处理基础	考试	4	64	32	32	64										
	2	设计构成	考试	2	32	16	16	32										
	3	图形创意	考试	2	32	16	16	32										
	4	速写	考查	2	32	16	16	32										
	5	中原民间艺术与创新设计	考查	2	32	16	16			32								
	专创融合课	6	数字3D设计	考试	4	64	32	32		64								
	7	字体与编排设计	考查	4	72	36	36				72							
	8	设计造型基础	考查	2	36	18	18				36							
	9	设计创意手绘	考查	2	36	18	18				36							
	10	数字图像编辑与设计	考查	4	64	32	32					64						
	11	数字图形创意与设计	考查	4	64	32	32					64						
	12	广告与市场营销	考查	2	36	18	18				36							
	小计			34	564	282	282	160	96	180	128						0	
专业核心课	专创融合课	1	平面广告设计与制作	考试	4	64	32	32		64								
	2	数字出版物设计与制作	考查	2	32	16	16				32							
	3	品牌识别系统设计	考查	4	64	32	32				64							
	4	数字广告设计与制作	考试	4	72	36	36										72	
	5	视频广告设计与制作	考试	4	64	32	32					64						
	6	包装设计	考查	4	64	32	32					64						
	7	广告策划与文案创意	考查	2	32	16	16										32	
	8	电商设计与制作	考查	2	32	16	16										32	
	小计			26	424	212	212	0	64	0	224						136	
专业拓展课	双创引领课	1	商业展示设计	考查	2	32	16	16				32						
	2	传统图案设计	考查	2	32	16	16					32						

岗位实习（同时开展形式与政策2次）

课程类别	序号	课程名称	考核方式	学分	学时分配			教学活动周数及课内学时（每学期1周复习考试）							
					总计	理论	随堂实践	第一学年		第二学年		第三学年			
								1 学期	2 学期	3 学期	4 学期	5 学期	6 学期		
								20周（课堂教学16周）	20周（课堂教学16周）	20周（课堂教学18周）	20周（课堂教学16周）	20周（课堂教学18周）	20周		
（ 限 选 ）	3	地域文化专题设计	考查	2	32	16	16		32						
	4	UI 设计	考试	2	32	16	16			32					
	5	数字媒体交互设计	考查	2	32	16	16							32	
	6	人工智能+广告策划	考试	1	16	0	16				16				
	小计（最低要求）				9	144	64	80	0	32	48	64			0
公 共 选 修 课 模 块	创新创业类（限选）	创新思维训练	考查	2	32		32								
		创业基础与实务	考查	1	16	16			16						
		成果转化实务	考查	1	16	16								16	
	食品营养与健康类			考查	《食品概论》2 学分，32 学时，第六学期限选										
	国学经典与文化遗产类			考查	8 门公共艺术课程中最低选修 2 学分										
	艺术欣赏与审美体验（含公共艺术课程）类			考查											
	自然科学与工程类			考查											
	经济活动与社会管理类			考查											
	科学普及与技术创新类			考查											
	外语交流与跨文化类			考查											
	体育运动与心理健康类			考查											
生活常识与手工体验类			考查												
小计（最低要求）				9	144	72	72								
课程合计				114	1916	1106	810								
课程类别	序号	实践教学内容	考核方式	学分	总学时	理论学时	实践学时	实践教学时间安排（周）							
								第一学年		第二学年		第三学年			
								1 学期	2 学期	3 学期	4 学期	5 学期	6 学期		
集 中 实 践	1	军事技能训练	平时表现、测试	2	112	0	112	2 周							
	2	专业认识实习（含入学教育）	企业评定	1	24	0	24	1 周							
	3	劳动周（同时开展技术创新成果转化实践活动）	平时表现、成果评定	2	48	0	48	分配在每学期，采用专题讲座、主题演讲、劳动技能竞赛、劳动成果展示、劳动项目实践等形式							
	4	写生	成果评定	2	48		48		2 周						
	5	民间艺术考察	成果评定	2	48		48				2 周				
	6	“双创”实践活动	成果评定	1	24	0	24					1 周			
	7	岗位实习	成果评定、企业评定	17								20 周	6 周		
	8	毕业设计（论文）	成果评定、答辩	8	624	0	624					8 周（与岗位实习同时进行）			
	9	毕业教育	平时表现、测试	1									1 周（与岗位实习同时进行）		
集中实践学时合计				36	928	0	928								
总计				152	2876	1122	1754								

注：军事技能训练 112 学时，记 2 学分；其它集中实践教学环节每周折合 24 学时，记 1 学分。

九、学分置换

根据学校学分置换相关文件，鼓励学生参加各类职业技能竞赛、学科竞赛、创新设计、科技活动、艺术实践、社团活动、志愿服务等，提高学生的综合能力和职业素养。

十、实施保障

充分利用市域产教联合体、行业产教融合共同体的资源优势，主要包括师资队伍、实践教学环境、教学资源、教学方法、考核评价、质量保障等方面建设，确保人才培养目标和要求达成。

（一）师资队伍

按照“四有好老师”“四个相统一”“四个引路人”的要求建设专业教师队伍，将师德师风作为教师队伍建设的第一标准。

1.队伍结构

学生数与本专业专任教师数比例不高于 25：1，“双师型”教师占专业课教师数比例一般不低于 60%，高级职称专任教师的比例不低于 20%，专任教师队伍考虑职称、年龄、工作经验，形成合理的梯队结构。现在教学团队已具备学生数与本专业专任教师数比例不高于 20：1，“双师型”教师占专业课教师数比例不低于 90%，高级职称专任教师的比例不低于 30%的师资队伍条件。整合校内外优质人才资源，选聘企业高级技术人员担任行业导师，组建校企合作、专兼结合的教师团队，建立定期开展专业（学科）教研机制。

2.专业带头人

专业带头人具有本专业及相关专业副高及以上职称和较强的实践能力，能够较好地把握国内外广告艺术设计行业、专业发展，能广泛联系行业企业，了解行业企业对本专业人才的需求实

际，主持专业建设、开展教育教学改革、教科研工作和社会服务能力强，在本专业改革发展中起引领作用。

3.专任教师

全体专任教师具有广告艺术设计、视觉传达设计、新媒体艺术设计等相关专业本科及以上学历；具有一定年限的相应工作经历或者实践经验，达到相应的技术技能水平；具有本专业理论和实践能力；能够落实课程思政要求，挖掘专业课程中的思政教育元素和资源；能够运用信息技术开展混合式教学等教法改革；能够跟踪新经济、新技术发展前沿，开展技术研发与社会服务；专业教师每年至少 1 个月在企业或生产性实训基地锻炼，每 5 年累计不少于 6 个月的企业实践经历。

4.兼职教师

兼职教师主要从本专业相关行业企业的高技能人才中聘任，具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，具有中级及以上专业技术职务（职称）或高级工及以上职业技能等级，了解教育教学规律，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。根据需要聘请技能大师、劳动模范、能工巧匠、非物质文化遗产代表性传承人等高技能人才，根据国家有关要求制定针对兼职教师聘任与管理的具体实施办法。

（二）教学设施

1.校内教学环境

依托学校创设的基于成果转化全过程的成果转化激励环境、成果转化学习环境和产业孵化实践环境，在“产学研转创”的办学模式中通过技术链、产业链和创新链推进食品产业发展，用推动

食品产业发展使命驱动学生的专业学习，激发学生学习的内生动力。

2.校内实训基地

根据课程实施的需要设计并建设理实一体专业实训室，满足品牌识别系统设计、数字广告设计与制作、视频广告设计与制作等核心课程的教学需求。充分利用校内合作企业的实验实训设备为教学服务。

(1) 计算机辅助设计实训室：配备教师主控设备、服务器、投影设备、白板、工作站、计算机、多媒体教学系统、打印机、相关计算机辅助设计软件等设备设施，用于品牌识别系统设计、平面广告设计、数字图像编辑与设计、数字图形创意与设计等实训教学。

(2) 数字媒体综合设计实训室：配备计算机教师主控设备、服务器、投影设备、白板、工作站、计算机、多媒体教学系统、打印机、数字媒体设计相关软件等设备设施，用于品牌识别系统设计、平面广告设计与制作、包装设计、数字广告设计与制作、电商设计与制作、数字出版物设计与制作等实训教学。

(3) 视频与影视创作实训室：配备数码摄像/摄影机、计算机教师主控设备、服务器、投影设备、白板、工作站、计算机、多媒体教学系统、视频与影视创作相关软件等设备设施，用于视频广告设计与制作等实训教学。

(4) 数字排版设计与印刷实训室：配备计算机教师主控设备、投影设备、多媒体教学系统、白板、计算机、印刷设备、排

版、预制相关软件等设备设施，用于数字排版设计、包装设计、预印刷与广告制作等实训教学。

(5) 设计手绘工作室：配备展示台、投影设备、教师计算机、展示架、陈列架、画桌（2400mm×1200mm×75mm）、画凳等设备设施，用于设计手绘课程等实训教学。

3.校外实训基地

符合《职业学校学生实习管理规定》《职业学校校企合作促进办法》等对实习单位的有关要求，经实地考察后，确定合法经营、管理规范，实习条件完备且符合产业发展实际、符合安全生产法律法规要求，与学校建立稳定合作关系的单位成为实习基地，并签署学校、学生、实习单位三方协议。

根据本专业人才培养的需要和未来就业需求，实习基地提供品牌识别系统设计、平面广告设计、包装设计、广告策划与文案创意、数字广告设计、电商设计、数字出版物设计、广告制作等与专业对口的相关实习岗位，涵盖当前相关产业发展的主流技术，接纳一定规模的学生实习；学校和实习单位双方共同制订实习计划，配备相应数量的指导教师对学生实习进行指导和管理，实习单位安排有经验的技术或管理人员担任实习指导教师，开展专业教学和职业技能训练，完成实习质量评价，做好学生实习服务和管理工作的规章制度，保证实习学生日常工作、学习、生活的规章制度，有安全、保险保障，依法依规保障学生的基本权益。

4.信息网络教学条件

为了满足专业信息网络教学的需要，学校校园网的主干带宽达到千兆速率传输能力，专业教学场所（校内实训基地）、自主

学习场所（图书馆、学生宿舍）达到百兆速率到桌面，确保学生在课程学习的所有计算机终端设备能够访问校园网的专业课程资源和互联网的专业学习资源。

（三）教学资源

将技术创新成果转化案例、课程思政成果引入课堂，积极开发行动导向的双创通识课、专创融合课活页教材和广告艺术设计方向的新技术、新工艺、新规范活页教材，选用近3年的高职高专优质规划教材。

建设方便迅捷的校园网络，教室安装网络接口及多媒体教学设备，有充足迅捷的网络，可以链接国家广告艺术设计专业教学资源库和国家、省、校级精品课程等网络优质资源，满足学生自主进行网络学习的需要。专业教学管理系统和教学课件等电子教学资源满足专业教学需要。

通过与企业合作，按照广告艺术设计相关课程的技术规范、标准、工作流程和高职学生的特点，开展基于工作过程的课程开发与实践，校企双方成员共同确定课程标准、设计教学项目、制定技能考核标准，共同开发电子教案、电子课件、模拟仿真项目、教学视频、学生自主学习资源、实训项目及指导、理论及实践技能测试题库、案例库、课程网站等，形成交互式网络课程，通过专业优质核心课程的建设，带动专业课程的改革，逐步建设成一整套专业教学资源库。

（四）教学方法

立足于加强学生实践动手能力培养，核心课程采用“项目教学”教学法，由教师提出要求或示范，组织学生进行项目实训，

注重“教”与“学”的互动，同时采用小组讨论法，让学生在项目教学中增强爱岗敬业、团结协作的意识，实现技能与素质的同步提高。

重视本专业领域新技术、新工艺、新设备发展趋势，贴近生产现场。为学生提供职业生涯发展的空间，努力培养学生参与社会实践的创新精神和职业能力。

（五）考核评价

改革教学评价机制，健全教师、学生和社会等参与的多元化考核评价体系，形成服务成果转化引领的行业评校、企业评学（生）、学生评教、教师互评、专家评质的“五评”制度。

严格落实培养目标和培养要求，加大过程考核、实践技能考核成绩在课程总成绩中的比重，体现社会主义核心价值观贯穿人才培养全过程。健全教师、学生和社会等参与的多元化考核评价体系，强化实习、实训、毕业设计（论文）等实践性教学环节的全过程管理与考核评价。学生课题全部来源于企业真实生产项目或教师技术研发项目，将学生辅助专业教师项目研究情况纳入考核评价体系。

（六）质量保障

在主管院长领导下，实行学校、学院两级负责，主要通过以下形式进行：

1.建立教学管理组织协调系统：专业教研室配合教务处，各学院对日常课堂教学及教学建设工作进行管理和监控，及时解决教学中出现的问题。

2.学校、学院两级督学系统：组织有丰富教学和教学管理经

验的教学管理人员组成校院两级督学小组，实现助教、督学、督管。

3.学生信息员系统：成立由各班学生代表组成的教学质量监督小组，及时掌握一线的教学信息，对教学中存在的问题及时向学院、学校进行反馈。每学期期中由信息员组织学生填写《课堂教学效果反馈表》，对所有上课教师的教学效果进行反馈。

十一、毕业要求

毕业要求是学生通过规定年限的学习，须修满专业人才培养方案所规定的 150 学分，完成规定的教学活动，达到素质、知识和能力等方面的要求，准予毕业。

表 5 培养目标实现矩阵

培养目标	培养要求（素质、知识、能力）	实现途径	
		课程	其他（如教学方式、技能竞赛等）
素质目标	1-1 思政与职业道德素质	思想道德与法治 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论 习近平新时代中国特色社会主义思想概论 中共党史 形势与政策 国家安全教育 职业生涯规划	专题讲授法 混合式教学
	1-2 人文科学与审美素质	大学语文 大学英语 信息技术与人工智能通识 军事理论	专题讲授法 混合式教学

培养目标	培养要求（素质、知识、能力）	实现途径	
		课程	其他（如教学方式、技能竞赛等）
	1-3 团队协作与表达素质	就业指导与创业教育 创新思维训练 创业基础与实务 成果转化实务	创新创业大赛 职业生涯规划大赛
	1-4 身心与劳动素质	大学生心理健康教育 体育 劳动教育	军事技能训练及入学教育 劳动周
知识目标	2-1 基础理论知识	图像处理基础 设计构成 图形创意 速写 字体与编排设计 设计造型基础 设计创意手绘 传统图案设计	项目教学法
	2-2 广告策划及设计知识	广告策划与文案创意 平面广告设计与制作 数字 3D 设计 数字出版物设计与制作 数字图像编辑与设计 数字图形创意与设计 商业展示设计	创新创业大赛 职业生涯规划大赛
	2-3 广告拓展及前沿知识	中原民间艺术与创新设计 人工智能+广告策划	项目教学法 民间艺术考察
能力目标	3-1 广告项目技术实施能力	视频广告设计与制作 数字广告设计与制作 包装设计与制作 地域文化专题设计 数字出版物设计与制作	高等职业教育技能大赛 世界技能大赛 项目教学法
	3-2 广告项目的策划、管理与行业适应能力	广告与市场营销 电商设计与制作 品牌识别系统设计 成果转化实务	高等职业教育技能大赛 理实一体化教学 情境模拟教学

附件 1: 主要课程简介

附件 2: 公共选修课一览表

附件 3: 人才培养方案专家评审意见表

附件 4: 人才培养方案审批表

附件 5: 广告艺术设计专业人才培养方案调研报告