

广告学专业人才培养方案

专业代码：050303

学科门类：文学

一、培养目标

本专业面向现代广告产业数字化发展的需要，通过传播学基础理论、广告营销传播基础知识的学习和广告创意、营销策划传播技能的训练，培养具备良好的政治思想素质、科学文化素养和策略性传播意识，具备一定的创新创业能力，能在传媒产业领域或其他企事业单位从事全媒体策划、营销、文案、创意制作、调研分析等工作的德智体美全面发展的高素质应用型广告人才。

毕业5年后预期达成的目标：

1. 在传播、营销、艺术设计、公关、管理等方面积累更为宽厚的知识，并具备更加开阔的专业视野。
2. 能在广告营销策划、广告设计制作以及广告经营管理等方面综合应用与本专业相关的营销、设计、管理基础知识和技能，具有分析与解决实际问题的能力，并能成长为业务骨干人员。
3. 能在多学科、跨文化合作团队里工作，并能有效地交流。
4. 具备在自身职业发展和不同社会环境中的自主学习、主动适应和可持续发展的能力。
5. 具备卓越的个人能力、严谨的职业态度、优秀的专业素质以及责任担当精神。

二、毕业要求

1. 坚持正确的政治方向，拥有强烈的社会责任感，具备较高的职业操守和远大的职业理想。
2. 形成对专业的基本认知，熟练掌握传播学、广告学、营销学基础理论，掌握广告发展历史，了解广播电视学、新闻学基本原理。
3. 掌握广告营销传播所涉及到的调研、策划、创意、设计制作与发布等方面的基本原理，具备从事各项广告实务工作所需的基础知识。
4. 具备从事广告学专业学术研究的文献检索及论文撰写能力和实务操作所必需的外语、计算机、互联网等相关知识与应用能力。

5. 熟练掌握市场调查研究的方法，具备各类市场调研的设计、数据分析以及数据可视化呈现的技能。

6. 了解不同媒介的发展历程并把握不同媒介的特性，具备适应当前媒介融合时代的媒介资源整合与媒介价值开发能力。

7. 拥有较高的艺术审美情趣，掌握全媒体文案写作、创意、设计与制作能力。

8. 具备策略性传播意识和互联网思维，熟悉广告策划的程序，拥有编写广告策划书的能力，并具备适应广告产业数字化发展的广告策划、活动策划等多维度营销策划能力以及较高的项目执行与管理能力。

9. 熟悉各种媒体环境下广告运作的具体流程，熟知广告企业的组织架构和广告产业的各项规制，掌握基本的广告经营与管理能力。

10. 具备一定的就业技能，了解就业、创业的基本知识，具有能够从事本专业业务工作和适应其它领域专业工作的就业能力和创业能力。

11. 具备良好的沟通及表达能力，能够流利准确地表达自己的观点；具有良好的人际交往能力，能够和他人形成良好的人际关系。

12. 拥有良好的文化和科学素养和宽广的视野，具有健康的身体和健全的人格，拥有良好的自我管理和自我提升能力。

三、学制与学位

基本学制 4 年，学习年限（含休学）为 3-8 年；毕业达到学位授予条件可授予文学学士学位。

四、主干学科和核心课程

（一）主干学科

新闻传播学、市场营销学

（二）核心课程

广告学概论、市场营销学、广告心理学、市场调查与分析、广告文案、电脑图文设计、广告策划、新媒体研究、数字营销传播原理和方法

五、教育教学活动时间安排

项目 周 数 学期	教育、教学和实践活动								教育周数	小计
	课堂教学	复习考试	专业实习与实践	毕业论文(设计)	入学教育	国防教育	社会实践	毕业就业教育		
1	13	1.5			0.5	2	*		17	39
2	16	2					*		18	
3			4				*		4	
4	16	2					*		18	40
5	16	2					*		18	
6			4				*		4	
7	16	2					*		18	40
8	16	2					*		18	
9			4				*		4	
10	8	2	8						18	36
11			4	12				2	18	
合计	101	13.5	24	12	0.5	2		2	155	

六、课程体系结构及学分比例

(一) 各类课程学时数和学分数统计

课程类别		学分数	学分比例	学时数	学时比例
通识通修平台	必修	38	23.8%	576	24.7%
	指定选修	6	3.8%	96	4.1%
	任意选修	6	3.8%	96	4.1%
学科专业基础平台	必修	26.5	12.8%	472	20.3%
	选修	10	6.3%	128	5.5%
专业模块	必修	31	19.4%	608	26.1%
	选修	12	11.3%	288	12.4%
交叉与自主学习模块	选修	4	2.5%	64	2.7%
集中实践环节	必修	18.5	11.6%	—	—
素质拓展计划	必修	8	5%	—	—
合计		160	100%	2328	100%

(二) 实践性课程统计

类别	学分	学分比例	学时	周数
实践课时	20.5	12.8%	656	—
短学期综合实践	3	1.9%	—	12
社会调查、学年论文(设计)	0.5+1	0.9%	—	—
专业技能训练	1	0.6%	—	—
专业见习、实习实训	0.5+6	4.1%	—	2+12
毕业论文(设计)	6	3.8%	—	12
素质拓展计划	8	5.0%	—	—
合计	46.5	29.1%	656	38

(三) 各学期考试课程统计

学期	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
考试课程(门)	4	3	—	5	6	—	4	3	—	2	—

(四) 各学期周学时数统计

学期	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
周学时	17	22	—	21	27	—	22	21	—	8	—

七、课程设置及学时分配表

(一) 通识通修平台

课程性质	课程代码	课程名称	学分	学时	各环节学时分配			考核类型	各学期周学时分配											备注	
					授课	实践	实验		一			二			三			四			
									1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11		
公共基础课程必修	303B0004	马克思主义基本原理概论	3	48	32	16		S				3									
	303B0001	思想道德修养与法律基础	3	48	32	16		C	2												
	303B0005	毛泽东思想与中国特色社会主义理论体系概论	6	96	48	48		S								3					
	303B0003	中国近现代史纲要	2	32	32			C					2								
	302B6086	大学英语(1)	3	48	32	16		S	2+1												
	302B6087	大学英语(2)	3	48	32	16		S		2+1											
	302B6088	大学英语(3)	2	32	32			S				2									
	302B6089	大学英语(4)	2	32	32			S					2								
	321BP001	计算机应用基础	3	64	32	32		S		3											
	323B9100	大学体育(1)	1	32	32	4*		C	2												
	323B9200	大学体育(2)	1	32	32	4*		C		2											
	323B9300	大学体育(3)	1	32	32	4*		C				2									
	323B9400	大学体育(4)	1	32	32	4*		C					2								
	303B0006	形势与政策(1)	0.5	16*	8*	8*		C				*									
	303B0007	形势与政策(2)	0.5	16*	8*	8*		C					*								
	303B0008	形势与政策(3)	0.5	16*	8*	8*		C							*						
	303B0009	形势与政策(4)	0.5	16*	8*	8*		C								*					
	249B0001	大学生创业基础	1	16*	8*	8*		C				*									
	249B0002	大学生就业指导	1	16*	8*	8*		C								*					
	215B0001	心理健康教育	1	16*	16*			C	*												
215B0002	军事理论	2	32*	16*	16*		C	*													
	应修小计		38	576	432	144															

课程性质	课程代码	课程名称	学分	学时	各环节学时分配			考核类型	各学期周学时分配											备注					
					授课	实践	实验		一			二			三			四							
									1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11						
通识课程选修	指定选修 3门	306B0001	管理学概论	2	32				C				2												
		305B0001	经济学概论	2	32				C						2										
		301B3051	中国文化概论	2	32				C							2									
		应修小计		6	96																				
	任意选修 3门	人文素质类		2	32				C															于2、4、	
		科学素养类		2	32				C															5、7、8	
		艺术审美类		2	32				C															学期按	
		创新创业类		2	32				C															要求选	
		应修小计		6	96																			修6学	

注：1. 标*学时不计入总课时；2. 大学英语、计算机应用基础、大学体育等课程，具体参照对应的改革方案执行；3. 大学体育实践课时供学生体质测试用。

(二) 学科专业基础平台

课程性质	课程代码	课程名称	学分	学时	各环节学时分配			考核类型	各学期周学时分配											备注		
					授课	实践	实验		一			二			三			四				
									1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11			
必修	322B2001	广告学专业导论	0.5	8	8			C	2													
	322B2002	广告学概论	3	48	48			S	3													
	308B2W01	素描	2	48	16	32		S	3													
	301B3262	中国文学名篇选读	3	48	48			C		3												
	322B2003	市场营销学	2.5	48	32	16		S		3												
	308B2W02	水粉	2	48	16	32		C		3												
	322B2004	传播学概论	3	48	48			S				3										
	301B5012	基础写作	2	32	32			C				2										
	322B2005	广告心理学	3	48	48			S				3										
	322B2006	广告创意与表现	2.5	48	32	16		S				3										
	322B1035	新闻学概论	2	32	32			S							3							
	227B0001	文献检索与论文写作	1	16	16			C								2						
		应修小计		26.5	472	376	96															
选修	322B2007	创新创意方法基础	2	32	32			C		2												
	304B5005	社交与礼仪	2	32	32			C		2												
	308B2001	中外美术鉴赏	2	32	32			C				2										
	304B5004	民俗学	2	32	32			C				2										
	322B3009	影视艺术史	2	32	32			C				2										
	301B7047	演讲与口才	2	32	32			C							2							
	322B2009	流行与时尚	2	32	32			C								2						
	322B2045	慕课(文史类)	2	32*	32*			C														
	322B2046	慕课(营销类)	2	32*	32*			C														
	应修小计		10	128	128																	

任选5
门课程
(至少
一门慕
课)共
计10学
分

(三) 专业模块

课程性质	课程代码	课程名称	学分	学时	各环节学时分配			考核类型	各学期周学时分配											备注					
					授课	实践	实验		一			二			三			四							
									1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11						
必修	308B4050	电脑图文设计	2	48	16	32		S		3															
	308B4051	数字图像处理	2	48	16	32		S				3													
	322B3037	数字摄影基础	2	48	16	32		S				3													
	322B2010	广告史	2	32	32			S				3													
	322B2011	公共关系学	2.5	48	32	16		S					3												
	322B1036	新媒体研究	3	48	48			S					3												
	322B3038	摄像基础	2	48	16	32		S					3												
	322B2012	市场调查与分析	2.5	48	32	16		C					3												
	322B2013	数据可视化呈现	1.5	32	16	16		C								2									
	322B2014	广告文案	2.5	48	32	16		S								3									
	322B2015	广告策划	2.5	48	32	16		S								3									
	322B2016	国外广告案例分析(双语)	2	32	32			C									2								
	322B2017	数字营销传播原理和方法	2.5	48	32	16		S									3								
	322B2018	广告伦理与法规	2	32	32			S														4			
应修小计			31	608	384	224																			
选修	广告设计模块	322B3035	广告摄影	2	48	16	32		C				3											根据专业方向完成某一模块8学分课程,同时任意选修其它模块4学分,共12学分	
		322B3036	影视广告制作	2	48	16	32		C						3										
		308B4052	VI设计	2	48	16	32		S							3									
		322B2019	新媒体开发	2	48	16	32		S										4						
	广告策划模块	322B2020	会展策划与展示设计	2	48	16	32		C					3											
		322B2021	媒介整合策略研究	2	48	16	32		S							3									
		322B2022	广告策划专题研究	2	48	16	32		C								3								
	广告管理模块	322B2023	移动广告平台运营	2	48	16	32		S													4			
		322B2024	定位研究	2	48	16	32		S					3											
		322B2025	品牌战略管理	2	48	16	32		C							3									
322B2026		CIS系统战略设计	2	48	16	32		C								3									
	322B2027	广告经营与管理	2	48	16	32		S													4				
应修小计			12	288	96	192																			

(四) 交叉与自主学习模块

课程性质	课程名称	学分	学时	各环节学时分配			考核类型	各学期周学时分配											备注
				授课	实践	实验		一			二			三			四		
								1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	
选修	跨学院、跨专业选修课程																		
	应修小计	4	64																

(五) 集中实践环节

课程性质	课程代码	课程名称	学分	周数 (学时)	形式		考核类型	各学期周数分配											备注
					集中	分散		一			二			三			四		
								1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	
必修	322B2028	专业见习	0.5	2周	√		C			1			1						
	322B2029	图文设计与输出实务▲	1	4周	√		C			4									
	322B2030	公关项目管理▲	1	4周	√		C					4							
	322B2031	综合策划实践▲	1	4周	√		C								4				
	322B2032	实习实训	6	12周		√	C										12		
	322B2033	社会调查	0.5			√	C						*						
	322B2034	专业必读书	0.5		√		C	*	*		*	*		*	*				
	227B0010	学年论文	1		√		C								*				
	227B0020	毕业论文(设计)	6	12周	√		C											12	
	322B1033	专业技能训练	1		√		C		*		*	*		*	*				
	应修小计	18.5																	

注：标▲课程将通过与业界企业进行对接实施教学。

附：专业技能训练项目安排表

项目名称	学分	学期安排										
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
广告项目策划与营销训练	0.5		*		*	*		*	*			
创新创业创业项目训练	0.5		*		*	*		*	*			

注：参加一次专业技能训练可获得 0.5 学分。

(六) 素质拓展计划

课程性质	课程代码	课程名称	学分	周数 (学时)	形式		考核 类型	各学期周数分配											备注
					集中	分散		一			二			三			四		
								1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	
必修	215B0003	军训	1	2周	√		C	2											
	220B0001	社会实践	1			√	C	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*		
	220B0002	社团活动	1			√	C	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*		
	227B0002	文化素质讲座	0.5		√		C	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*		
	227B0004	基础必读书	0.5			√	C	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*		
	227B0003	创新创业实践	4			√	C		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
	应修小计			8															

八、毕业要求与课程及教学活动关联矩阵

课程、实践	要求 1		要求 2		要求 3		要求 4		要求 5		要求 6		要求 7		要求 8		要求 9		要求 10		要求 11		要求 12	
	T	P	T	P	T	P	T	P	T	P	T	P	T	P	T	P	T	P	T	P	T	P	T	P
马克思主义基本原理概论	✓																						✓	
思想道德修养与法律基础	✓																						✓	
毛泽东思想与中国特色社会主义理论体系概论	✓																						✓	
中国近现代史纲要																					✓		✓	
大学英语			✓		✓		✓																	
计算机应用基础				✓		✓		★																
大学体育																								★
形势与政策	✓																						✓	
大学生创业基础																			✓	★		✓		
大学生就业指导																		✓	★		✓			
心理健康教育																								★
军事理论	✓																							
管理学概论																	✓				✓		✓	
经济学概论	✓																✓				✓		✓	
中国文化概论																							✓	
广告学专业导论			★																					
广告学概论			★		★			✓		✓		✓		✓		✓								
素描												✓	★											
中国文学名篇选读																							✓	
市场营销学			★		★			✓						✓				✓						
水粉												✓	★											
传播学概论					★									★										
基础写作												✓	★							✓		✓		
广告心理学					✓			★	✓					★										
广告创意与表现					✓	✓								★	✓									
新闻学概论			★																					

课程、实践	要求 1		要求 2		要求 3		要求 4		要求 5		要求 6		要求 7		要求 8		要求 9		要求 10		要求 11		要求 12	
	T	P	T	P	T	P	T	P	T	P	T	P	T	P	T	P	T	P	T	P	T	P	T	P
文献检索与论文写作							★																	
创新创意方法基础				✓								✓		✓										
社交与礼仪																	✓		✓	★				
中外美术鉴赏				✓								★												
民俗学												✓												
影视艺术史												✓												
演讲与口才																	✓		✓	★				
流行与时尚													✓											
慕课（文史类）													✓							✓		✓		
慕课（营销类）															✓									
电脑图文设计				✓								✓	★											
数字图像处理				✓								✓	★											
数字摄影基础				✓								✓	★											
广告史			★																					
公共关系学			✓											★	✓				✓		✓			
新媒体研究			✓		✓					★				★										
摄像基础				✓								✓	★											
市场调查与分析								★	✓						✓									
数据可视化呈现								✓	★												✓		✓	
广告文案													✓	★										
广告策划			✓		✓			✓	✓	✓	✓			★	★			✓		✓				
国外广告案例分析（双语）			★																					
数字营销传播原理和方法														★	✓			✓						
广告伦理与法规														✓		★								
广告摄影												✓	★											
影视广告制作												✓	★											
VI 设计				✓								✓	★											

课程、实践	要求 1		要求 2		要求 3		要求 4		要求 5		要求 6		要求 7		要求 8		要求 9		要求 10		要求 11		要求 12		
	T	P	T	P	T	P	T	P	T	P	T	P	T	P	T	P	T	P	T	P	T	P	T	P	
新媒体开发														★		★									
会展策划与展示设计																★				✓		✓			
媒介整合策略研究			✓		✓						★				★	✓									
广告策划专题研究															★				✓	✓		✓			
移动广告平台运营											★	✓		✓	★										
定位研究															★		★								
品牌战略管理																✓		★							
CIS 系统战略设计						✓									✓		✓	★							
广告经营与管理																	★								
专业见习				★																					
图文设计与输出实务														★									✓		
公关项目管理															✓	★				✓		✓		✓	
综合策划实践										✓		✓				★				✓		✓			
实习实训				✓		✓		★		★		★		★		★		★		★		★			
社会调查		✓								✓												✓		✓	
专业必读书				✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓					
学年论文（设计）																						★			
毕业论文（设计）																						★		✓	✓
专业技能训练				✓		✓		★		★		★		★		★		★		★		★		✓	✓
军训		★																					✓		★
社会实践		✓																					✓		✓
社团活动		★																					★		★
文化素质讲座		✓																					✓		✓
基础必读书																							✓		✓
创新创业实践																							★		

说明：T 表示该门课程偏重理论基础、P 表示该门课程偏重应用；“★”或“✓”表示某课程或实践环节支撑某个目标的达成，“★”表示对达成此要求非常重要；“✓”表示有帮助，但不起主要作用。

九、行业、企业合作培养计划

（一）指导思想

为贯彻落实《教育部办公厅关于报送深化创新创业教育改革实施方案的通知》以及淮阴师范学院《关于修订 2016 年版本科专业人才培养方案的指导意见》的精神，培养具备良好的政治思想素质、科学文化素养和策略性传播意识，具备一定的创新创业能力，能在传媒产业领域从事全媒体策划、营销、文案、创意制作、调研分析等工作，或在机关、其他企事业单位从事宣传、公关、营销等工作的德智体美全面发展的高素质应用型广告专门人才，实现校企互惠互利、合作共赢的目标。

（二）合作培养原则

1. 深入广告产业内部原则

一方面，学校应该积极寻求具有一定规模和影响力的广告产业相关企业作为合作方，通过细致调研，了解业界对于广告人才的实际需求情况；另一方面，作为合作方的企业应该敞开大门，通过提供实际广告项目，以切实服务广告产业作为广告人才培养的基本途径，突出实践能力的培养。

2. 点面结合原则

广告学专业校企合作培养，要在小范围、部分优秀学生率先纳入联合培养的基础上，由点到面，点面结合，最终实现全覆盖。

3. 互惠共赢原则

互惠共赢是合作能够长期进行的基础，在此基础上，进行多元化的深入合作。学校为企业提供人力和智力以及其他相关资源，企业为学生提供实际项目实施的岗位，并进行专业指导，同时也能根据自身需要，有权优先选拔留用学生，有权根据学生能力对学生就业进行部分淘汰。

4. 统一管理原则

校地合作是双向活动，校地双方的利益与责任必须高度统一，必须统一领导、统一管理、统一规划、统一实施、统一检查考评。

（三）领导组织机构与主要职责

成立以学院院长为组长，副院长为副组长，以广告教研室主任、实验室主任及相关骨干专业教师为成员的领导小组，领导小组主要职责包括：

1. 研究、确立校地合作的指导思想、方式及步骤；

2. 考察并确定校企合作的对象；
3. 建立、完善校地合作的相关制度、机制；
4. 领导、组织校地合作的具体实施；
5. 保持校企互动，加强校企合作的深度和广度；
6. 及时总结经验，并对合作效果进行评估和持续改进。

（四）基本任务

广告学专业根据学校的要求建立若干家有实质性合作、专业对口、相对稳定的广告行业相关企业事业单位（包括广告公司、媒介广告部门、企业营销部门、公关部门等）作为校外合作基地。

校外合作基地的基本任务：

1. 协助安排学生进行行业见习、集中实习等教学活动；
2. 接受教师调研、挂职等，协助广告学专业双师型教师的培养；
3. 与我校传媒学院实现资源共享，互派专业人员讲学、培训；
4. 共同参与广告专业人才的培养；
5. 其它方面的合作。

（五）合作模式

1. 联合进行教学课程体系建设

聘请广告业界合作方的业务骨干共同参与制订广告专业的教学计划、课程设置、实训标准的制定。广告经营与管理、广告伦理与法规、数字传播原理与方法等应用性较强的课程，实行本校教师与业界专家相结合的双教师授课制。

2. 业界专家开设选修课或讲座

利用“传媒大讲堂”、“传媒艺术节”、“淮安市电子商务产业公共服务平台”等活动和平台，常态化邀请业界合作方专家来校为师生开设专业讲座，并与本校教师联合开设专业选修课，重点讲授广告实务相关理论知识与操作技能，以培养学生的广告实践能力。

3. 联合开展“案例教学”和“项目制教学”

第一，合作企业方提供真实运营案例，作为相关课程的重要支撑材料，同时可以选取一定的课时进行案例讲解。

第二，在二、三年级学生中开展广告项目制教学活动，即由合作企业提供真实业务或者具体广告项目，要求学生作为课程实践环节全程实质性参与，由专业教师和业界专

家进行共同指导和评价，以锻炼学生专业操作技能。

4. 专业见习和实习

广告学专业学生将在第 3 学期的专业见习中（为期一周）进入业界参与专业见习，了解广告产业运作的基本流程、业务范围等基础知识；在大二暑假以及大四专业实习期间进入合作企业进行专业实习，同时实施双导师制，即除学校专业教师指导以外，由实习单位指定业务能力强、思想素质高、工作作风好的同志担任实习导师。见习、实习结束后，学生书写自我实习鉴定，并主动向实习导师及单位有关人员征求意见，实习单位为学生作鉴定。学生返校后提交实习报告、实习日记、实习鉴定及其他实习书面材料。

5. 学生就业工作

学校可以根据学生专业能力向合作企业推荐优秀毕业生，业界根据自身人才招聘实际需求，可以优先录用我校推荐的学生。

（六）保障措施

1. 合作单位实行挂牌，签订协议，仪式明确职责，规范双方的行为。

学校保证人才培养质量，并为合作方提供培训、技术以及设备等方面的支持。企业合作方应保证学生实训任务的安排。对已签订合作协议书的单位，建立定期联系，了解合作信息，实现资源共享。

2. 学校制定相关制度规范校地合作工作，明确各部门职责，建立校地合作考核指标和奖惩措施。将开展校地合作工作情况纳入学校教学质量保障体系中，不断检验、改进校地合作工作。

十、其他有关说明

1. 表格中标注*学时不计入总学时，考核类型 c 为考查，s 为考试。

2. 本专业大学英语、计算机应用基础课程实施分层教学，一年级通过国家英语四级考试者可进入大学英语进阶课程学习，未通过者继续学习大学英语基础课程；本专业学生进校通过学校计算机考试者，免修计算机应用基础 1 级课程，可自愿选择修读计算机 office 课程，通过课程考试所获学分可充抵充抵通识任意选修课程学分。

3. 本次培养方案设立交叉与自主学习模块供学生选择，学生可根据职业发展需要跨学院、跨专业选修 4 学分课程，也可多选课程，多选课程学分可充抵专业选修课学分。跨专业选修课程总学分不能超过专业选修课程总学分。

4. 每生在校期间参加大学生创新创业实践并取得相应成果，可获得创新创业实践学

分。其中，参与创新创业培训讲座或沙龙 8 次、参加学院创业工作室活动两年以上（或主持创业工作室活动 1 年以上）、主持或参加校级以上大学生创新创业实践训练项目并结题、在校级以上学科竞赛中获奖、参加各类创业竞赛并获奖、公开发表专业学术论文、举办个人专业作品展等，经审核合格后每项可分别获得 1 学分，超出部分的创新创业实践学分可置换专业选修课程学分，最多可置换 6 学分。

5. 短学期实践周课程根据专业所制定具体实践方案执行。

6. 文化素质讲座每学期举行，要求每生在校期间至少选听 15 次，可获得 0.5 学分。

7. 每生至少参加社团 1 个，可获得 1 学分。

8. 方案中的“专业必读书”实践环节，要求每生在校学习期间应完成“533 人文素养提升工程”，即完成专业必读书 50 本，观摩经典影视 30 部，自学中国大学视频公开课 30 门，经考核合格可获得相应学分。

修订人：奚路阳

审核人：史 晖 陈文华