



广告设计与制作专业 人才培养方案

(2021 版)

修订人：_____ 手机号： 13593341567

校验人：_____ 手机号：

审核人：_____ 手机号：

教学主任：

系主任：

日 期： 2021 年 月 日 (盖章)

目 录

| | |
|----------------------------------|-------|
| 第一部分 广告设计与制作专业人才培养方案····· | 1-23 |
| 一、专业名称与代码····· | 4 |
| 二、招生对象····· | 4 |
| 三、学制与学历····· | 4 |
| 四、就业方向····· | 4 |
| 五、培养目标与规格要求····· | 4 |
| 六、各类等级和资格证书····· | 5 |
| 七、课程体系与核心课程····· | 5 |
| 八、教学方法、手段和教学评价····· | 20 |
| 九、毕业要求····· | 22 |
| 十、学习深造建议····· | 23 |
| 第二部分 广告设计与制作专业人才需求与专业建设调研报告····· | 24-33 |
| 一、专业人才需求与专业建设调研基本思路与方法····· | 24 |
| 二、专业人才需求调研····· | 25 |
| 三、专业现状研究····· | 27 |
| 四、专业就业面向····· | 28 |
| 五、专业教学改革建议····· | 28 |
| 第三部分 广告设计与制作专业职业岗位与工作任务分析报告····· | 33-34 |
| 一、就业岗位····· | 33 |
| 二、职业岗位分析····· | 34 |
| 三、课程安排····· | 34 |
| 第四部分 广告设计与制作专业核心课程标准····· | 34-39 |

| | |
|------------------------------------|--------------|
| 一、《广告设计与制作》核心课程标准····· | 36 |
| 二、《广告设计与制作》核心课程标准····· | 36 |
| 三、课程目标····· | 36 |
| 四、课程教学内容及学时分配····· | 37 |
| 五、教学组织与教学方法····· | 37 |
| 六、考核标准与成绩评定方法····· | 38 |
| 七、教学建议····· | 38 |
| 八、选用教材标及推荐教材和参考用书····· | 38 |
| 第五部分 广告设计与制作专业教学实施保障方案····· | 40-42 |
| 一、人才培养方案的实施与保障····· | 40 |
| 二、双师教学团队建设的保障····· | 40 |
| 三、校企合作，共建校内外实习实训基地措施····· | 40 |
| 四、教学监督与评价机制保障····· | 41 |
| 五、机制保障····· | 42 |

第一部分广告设计与制作专业

人才培养方案

一、专业名称与代码

专业名称：广告设计与制作

专业代码：650103

二、招生对象

高中毕业生及具有高中文化程度者

三、学制与学历

学制：全日制三年

学历：专科

四、就业面向

毕业生可从事广告设计、广告制作、广告文员、企事业美工、出版社、数码图文处理、企业策划部门、电商美工等工作。

五、培养目标与规格要求

（一）专业培养目标

高职院校广告设计与制作专业人才培养目标面向广告设计和制作的生产一线，将培育和践行社会主义核心价值观融入教学全过程，培养基础知识扎实，实践能力强，社会责任感强，具有团队合作精神和创新创业意识，兼具统筹能力、策划能力、沟通能力以及良好的艺术修养，掌握传统媒体与新型媒体广告设计与制作方面的知识和技能，能够在广告设计和制作公司及相关传媒企业胜任设计、制作、管理等岗位的技术工作，具有职业生涯发展基础的高素质技术技能人才。

（二）人才培养规格要求和知识、能力、素质结构

1. 素质要求

以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻党的十九大精神，具有正确的世界观、人生观和价值观；具有健康的体魄、文明的行为习惯、良好的心理素质、健全的人格。树立劳动观念，掌握一定的劳动技能，具有良好的社

会适应性。具有社会主义民主和法制观念以及良好的思想品德、社会公德、职业道德。

2. 知识结构

①系统掌握本专业必备的造型基础、构成基础、图形图像处理、设计创意、设计概论等基础知识和基础理论，了解本专业的发展动态和最新成果。

②具有该专业领域应有的文化艺术修养、创意能力和艺术鉴赏能力。

③掌握广告设计与制作的专业知识。

④具有熟练的计算机专业设计软件的操作能力。

3. 能力结构

①具有能制定工作计划的步骤，提出解决实际问题的思路的能力；

②具有对新知识、新技术的学习能力，以及通过不同途径获取信息的能力。对工作结果进行评估的能力；

③具有全局思维与系统思维、整体思维与创新思维的能力；

④具有能记录、收集、处理、保存各类专业技术信息资料的能力；

六、各类等级和资格证书（附表二：各类等级和职业资格证书要求）

广告设计与制作专业毕业生职业资格证书和职业技能证书要求

| 序号 | 职业资格证书 | 颁证机关 | 等级 | 要求 |
|----|--------|--------|----|----|
| 1 | 计算机等级证 | 教育考试中心 | 一级 | 必考 |
| 2 | 普通话证 | 山西省语委 | 二乙 | 必考 |

七、课程体系与核心课程（教学内容）

广告设计与制作专业为社会经济发展培养高素质的技术技能人才，要实现这个目标，科学设置课程体系显得尤为重要。在学校广告设计与制作专业教师 and 学院学术委员会的指导下，校企共同确立课程体系，优化课程设置，让课程内容对接最新职业标准、行业标准，紧贴岗位实际工作过程，适应岗位职业活动的工作任务及职业资格证书的要求。

（一）课程体系设计思路

高职院校广告设计与制作专业课程体系设置应避免成为本科相关专业的“压缩版”，而应根据行业特点，结合市场调研，分析工作岗位和主要工作任务，明

确专业人才培养目标。学校与企业共同召开课程体系建设研讨会，按照教育规律和职业素质与职业能力的要求，整合课程资源，实现整体优化，构建适应社会需求和工作岗位需求的广告设计与制作专业课程体系。

本专业学制三年，课程设置分为如下几个大的部分：

1. 公共基础课程

本类课程是国家规定的对大专学生进行思想道德素质和基本文化基础素质教育的课程，主要包括：高职语文与中华优秀传统文化、高职英语、计算机应用基础、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、安全教育、劳动教育、体育与健康、公共艺术、心理健康教育、职业规划与就业指导、创新创业教育。

专业必修课

本类课程是对大学专科艺术设计的必修课程，主要包括：设计素描、设计色彩、图案设计、综合构成、版式设计、字体设计、图形创意、电脑设计软件应用、插画、设计手绘、广告招贴、书籍装帧、包装设计、品牌设计、中外设计史、设计学概论等。

2. 选修课

选修课是本课程方案的重要组成部分，是在必修课基础上的拓宽、提高，是发展学生专业特长的重要途径。选修课分为专业限选课和公共选修课两大类。

专业限选课

本部分课程是根据学院“分层分类教学”的指导思想，对学生因材施教。提高部分学生某一专业方向学科素养的课程，目前开设有商业平面设计实训、商业室内设计实训课程。要求综合素质较强的学生，在校期间要选修其中1—2门课程。学校可根据实际需要和可能，研究开设其他新的课程。

公共选修课

本部分课程是拓展学生知识面，发展学生个性，完善知识结构的课程。课程设置表中不列出具体的课程名称，由学校根据需求和可能开设相关课程，供学生根据自己的兴趣、爱好和特长任意选择。

3. 实践课

实践教学要和育人相结合。学生在实践、实习和接触社会的过程中，不仅要学习专业技术和生产工艺，更重要的是学做人，学会如何做人，学会如何与人相

处，而不是纯粹的学技术学工艺。学生的职业意识、职业意志、职业道德、职业行为，都是在实践教学的过程中逐渐形成的。书本上的理论性道理，只有在实践中才能得到体会和应用，只有在实践中通过磨练才能形成自己特有的气质和品格。

（二）典型工作任务及能力分析

1. 典型工作任务：

（1）平面广告设计：与客户对设计委托项目达成共识，在规定的时间内，完成约定方案的创意设计、制作、优化，负责印前制版、印刷以及后期加工。

（2）出版物设计：根据客户要求，美化处理图片并把握视觉效果和艺术风格，进行封面、封底、内文版式的整体设计，改样并完成图文拼版出样，对制版、印制业务进行全面监督。

（3）标志及企业形象设计：根据客户要求设计企业标志，完成企业市场定位、发展策略分析、企业理念归纳与企业形象概念化，进行基础系统和应用系统设计，完成VI手册并负责推广。

（4）完稿制作：在准确理解设计师设计意图的基础上，利用专业软件制作、修改、完善设计图纸，明确标注制版的各项特殊要求，负责印前拼版制版、印刷以及后期加工。

（5）包装设计：根据客户需求、产品特性及成本限定，完成美观、便于加工运输的包装设计，并完成图文拼版出样，对制版、印制业务进行全面监督。

（6）电脑美工：在对客户提供的原始资料进行筛选的基础上，利用电脑制定、修改、完成设计，并负责印前电脑处理。

（7）摄影及后期制作：根据情况对照片进行美化处理、个性化设计、照片打印、相册装裱制作等。

2. 职业能力：

（1）造型能力：掌握造型的基本原理、科学的观察和表现方法，提高审美意识和感受能力；具有二维图形的设计能力、色彩表现能力和三维造型能力。

（2）设计表现能力：掌握专业设计常用的绘画表现技法，熟练运用各种字体、色彩和图形传达设计意图，具有较强的编排表现能力；了解设计的发展、风格和类别。

- (3) 具有一定的市场调研和预测设计市场发展方向的能力。
- (4) 具有良好的沟通能力，敬业，有高度的责任心和团队合作精神。
- (5) 具有健康的心理素质，坚韧不拔的毅力，在工作中具有解决问题的智慧和勇气。

(三) 课程体系设置

依据行业企业标准和职业岗位的任职要求，经过论证，广告设计与制作形成了本专业的课程体系，具体如下：

广告设计制作专业课程体系（三年大专）

| 课程类别 | 课程名称 | 课程性质 | 课程类型 | 学分 | 学时小计 | 参考学时数（学期课时数） | | | | | | 备注 | |
|--------|----------------------|------|------|----|------|--------------|-----|------|-----|------|--|----|---------|
| | | | | | | 第一学年 | | 第二学年 | | 第三学年 | | | |
| 公共基础课程 | 高职语文与中华传统文化 | 必修 | B | 4 | 68 | 32 | 36 | | | | | | |
| | 高职英语 | 必修 | B | 6 | 100 | 64 | 36 | | | | | | |
| | 计算机应用 | 必修 | B | 4 | 64 | 64 | | | | | | | |
| | 思想道德修养与法律基础 | 必修 | B | 4 | 68 | 32 | 36 | | | | | | |
| | 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论 | 必修 | B | 4 | 72 | | | 36 | 36 | | | | |
| | 形势与政策 | 必修 | A | 2 | 36 | 12 | 10 | 8 | 6 | | | | 讲座、主题 |
| | 安全教育 | 必修 | B | 2 | 36 | 8 | 10 | 10 | 8 | | | | 讲座、主题班会 |
| | 劳动教育 | 必修 | B | 2 | 36 | 8 | 10 | 10 | 8 | | | | 讲座、主题班会 |
| | 体育与健康 | 必修 | B | 8 | 140 | 32 | 36 | 36 | 36 | | | | |
| | 心理健康教育 | 必修 | B | 1 | 16 | 16 | | | | | | | 前8周 |
| | 公共艺术 | 必修 | B | 1 | 16 | 16 | | | | | | | 后8周 |
| | 职业规划与就业指导 | 必修 | B | 1 | 18 | | | | 18 | | | | 前9周 |
| | 创新创业教育 | 必修 | B | 1 | 18 | | | | 18 | | | | 后9周 |
| | 小计 | | | | 40 | 688 | 284 | 174 | 100 | 130 | | | |
| 专业课程 | 设计素描 | 必修 | B | 3 | 48 | 48 | | | | | | | |
| | 设计色彩 | 必修 | B | 3 | 48 | 48 | | | | | | | |
| | 图案设计 | 必修 | B | 3 | 48 | 48 | | | | | | | |
| | 综合构成 | 必修 | B | 4 | 80 | | 80 | | | | | | |

| 课程类别 | 课程名称 | 课程性质 | 课程类型 | 学分 | 学时小计 | 参考学时数（学期课时数） | | | | | | 备注 |
|----------|----------------|----------|------|----|------|--------------|-----|------|-----|------|--|----|
| | | | | | | 第一学年 | | 第二学年 | | 第三学年 | | |
| | 设计软件应用（一） | 必修 | B | 4 | 80 | | 80 | | | | | |
| | 版式设计 | 必修 | B | 3 | 60 | | 60 | | | | | |
| | 插画 | 必修 | B | 3 | 60 | | 60 | | | | | |
| | 下乡写生 | 必修 | B | 6 | 360 | | 120 | 120 | 120 | | | |
| | 字体设计 | 必修 | B | 3 | 72 | | | 72 | | | | |
| | 图形创意设计 | 必修 | B | 3 | 72 | | | 72 | | | | |
| | 设计软件应用（二） | 必修 | B | 3 | 72 | | | 72 | | | | |
| | 设计手绘（电脑+手绘板） | 必修 | B | 3 | 72 | | | 72 | | | | |
| | 广告招贴设计 | 必修 | B | 2 | 48 | | | 48 | | | | |
| | 包装设计 | 必修 | B | 3 | 66 | | | | 66 | | | |
| | 书籍装帧设计 | 必修 | B | 3 | 66 | | | | 66 | | | |
| | 品牌设计（标志、VI、展示） | 必修 | B | 6 | 132 | | | | 132 | | | |
| | 小计 | | | | 55 | 1384 | 144 | 400 | 312 | 384 | | |
| | 专业限选课程 | 商业平面设计实训 | 选修 | B | 20 | 360 | | 120 | 120 | 120 | | |
| 商业室内设计实训 | | 选修 | B | 6 | 108 | | 36 | 36 | 36 | | | |
| 小计 | | | | 26 | 468 | | | | | | | |

| 课程类别 | 课程名称 | 课程性质 | 课程类型 | 学分 | 学时小计 | 参考学时数（学期课时数） | | | | | | 备注 |
|--|-------|------|------|-----|------|--------------|----|------|----|------|-----|-----------|
| | | | | | | 第一学年 | | 第二学年 | | 第三学年 | | |
| 理论必修课程 | 中外设计史 | 必修 | A | 2 | 24 | 24 | | | | | | |
| | 设计学概论 | 必修 | A | 2 | 36 | | 36 | | | | | |
| | 管理学 | 必修 | A | 2 | 72 | | | 72 | | | | |
| | 经济法 | 必修 | A | 2 | 36 | | | | 36 | | | |
| | 小计 | | | 8 | 168 | 24 | 36 | 72 | 36 | | | |
| 实习实训 | 入学教育 | 必修 | C | 1 | 18 | 18 | | | | | | 新生入学第一周进行 |
| | 军事训练 | 必修 | C | 2 | 36 | 36 | | | | | | 入学第1-2周进行 |
| | 社会实践 | 必修 | C | 2 | 36 | | 18 | 18 | | | | 校内外/假期 |
| | 认知实习 | 必修 | C | 2 | 30 | 30 | | | | | | |
| | 顶岗实习 | 必修 | C | 16 | 218 | | | | | | 218 | |
| | 毕业设计 | 必修 | C | 2 | 36 | | | | | | 36 | |
| | 小计 | | | 25 | 374 | | | | | | | |
| 合计 | | | | 154 | 3082 | | | | | | | |
| 总课时：3082 实践课时：2146 理论课时：836 实践教学占总学时比例：69.9% | | | | | | | | | | | | |

注：1、课程类型分为A、B、C三种类型，A类课程为纯理论课程，B类课程为既有理论又有实践的课程，C类课程为纯实践课程。

2、实践教学要占到总课时60%以上。

四) 进程安排

| 课程类别 | 序号 | 课程编号 | 课程名称 | 课程性质 | 课程类型 | 学分 | 总课时 | 课时分配 | | 授课方式 | 开课学期和周课时数 | | | | | | 考核方式 | 备注 |
|--------|----|---------|-------------------|------|------|----|-----|------|----|-------|-----------|---|------|---|------|---|------|-----------------|
| | | | | | | | | 讲授 | 实践 | | 第一学年 | | 第二学年 | | 第三学年 | | | |
| | | | | | | | | | | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | | |
| 公共基础课程 | 1 | 0801035 | 思想修养与法律基础1 | 必修 | B | 2 | 32 | 22 | 10 | 讲授+实践 | 2 | | | | | | 考查 | 形势与政策专题形式穿插在教学中 |
| | 2 | 0801038 | 思想修养与法律基础2 | 必修 | B | 2 | 36 | 26 | 10 | 讲授+实践 | | 2 | | | | | 考查 | |
| | 3 | 0801048 | 毛泽东思想和社会主义理论体系概论1 | 必修 | B | 2 | 36 | 26 | 10 | 讲授+实践 | | | | 2 | | | 考查 | |
| | 4 | 0801049 | 毛泽东思想和社会主义理论体系概论2 | 必修 | B | 2 | 36 | 26 | 10 | 讲授+实践 | | | | 2 | | | 考查 | |
| | 5 | 0801047 | 形势与政策 | 必修 | A | 2 | 36 | 26 | 10 | 讲授 | △ | △ | △ | △ | | | 综合评价 | |
| | 6 | 0804007 | 安全教育 | 必修 | B | 2 | 36 | 12 | 24 | 讲授+实践 | △ | △ | △ | △ | | | 综合评价 | 讲座, 主题班会 |

| 课程类别 | 序号 | 课程编号 | 课程名称 | 课程性质 | 课程类型 | 学分 | 总课时 | 课时分配 | | 授课方式 | 开课学期和周课时数 | | | | | | 考核方式 | 备注 |
|------|----|---------|----------------|------|------|----|-----|------|----|-------|-----------|---|------|-----|------|---|------|---------|
| | | | | | | | | 讲授 | 实践 | | 第一学年 | | 第二学年 | | 第三学年 | | | |
| | | | | | | | | | | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | | |
| | 7 | 0499007 | 心理健康教育 | 必修 | B | 1 | 16 | 10 | 6 | 讲授+实践 | 2/8 | | | | | | | 阶段课 |
| | 8 | 0804009 | 劳动教育 | 必修 | B | 2 | 36 | 12 | 24 | 讲授+实践 | △ | △ | △ | △ | | | 综合评价 | 讲座，主题班会 |
| | 9 | 0706001 | 公共艺术 | 必修 | B | 1 | 16 | 10 | 6 | 讲授+实践 | 2/8 | | | | | | | 阶段课 |
| | 10 | 0801039 | 职业规划与就业指导 | 必修 | B | 1 | 18 | 12 | 6 | 讲授+实践 | | | | 2/9 | | | | 阶段课 |
| | 11 | 0801027 | 创新创业教育 | 必修 | B | 1 | 18 | 12 | 6 | 讲授+实践 | | | | 2/9 | | | | 阶段课 |
| | 12 | 0304001 | 高职英语1 | 必修 | B | 4 | 64 | 54 | 10 | 讲授+实践 | 4 | | | | | | 考试 | |
| | 13 | 0304002 | 高职英语2 | 必修 | B | 2 | 36 | 28 | 8 | 讲授+实践 | | 2 | | | | | 考试 | |
| | 14 | 0105025 | 高职语文与中华优秀传统文化1 | 必修 | B | 2 | 32 | 24 | 8 | 讲授+实践 | 2 | | | | | | 考试 | |

| 课程类别 | 序号 | 课程编号 | 课程名称 | 课程性质 | 课程类型 | 学分 | 总课时 | 课时分配 | | 授课方式 | 开课学期和周课时数 | | | | | | 考核方式 | 备注 |
|------|-----|---------|-----------------------|------|------|----|-----|------|----|-----------|-----------|-----|------|-----|------|---|------|----|
| | | | | | | | | 讲授 | 实践 | | 第一学年 | | 第二学年 | | 第三学年 | | | |
| | | | | | | | | | | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | | |
| | 15 | 0105026 | 高职语文 与中华传 统文化 2 | 必修 | B | 2 | 36 | 28 | 8 | 讲授+ 实践 | | 2 | | | | | 考试 | |
| | 16 | 0803001 | 体育与健康 1 | 必修 | B | 2 | 32 | 4 | 28 | 讲授+ 实践 | 2 | | | | | | 测试 | |
| | 17 | 0803002 | 体育与健康 2 | 必修 | B | 2 | 36 | 4 | 32 | 讲授+ 实践 | | 2 | | | | | 测试 | |
| | 18 | 0803003 | 体育与健康 3 | 必修 | B | 2 | 36 | 4 | 32 | 讲授+ 实践 | | | 2 | | | | 测试 | |
| | 19 | 0803004 | 体育与健康 4 | 必修 | B | 2 | 36 | 4 | 32 | 讲授+ 实践 | | | | 2 | | | 测试 | |
| | 20 | 0401001 | 计算机应 用基础 | 必修 | B | 4 | 64 | 16 | 48 | 讲授+ 实践 | 4 | | | | | | 考试 | |
| | 合 计 | | | | | | 40 | 688 | | | | 284 | 174 | 100 | 130 | | | |

| 课程类别 | 序号 | 课程编号 | 课程名称 | 课程性质 | 课程类型 | 学分 | 总课时 | 课时分配 | | 授课方式 | 开课学期和周课时数 | | | | | | 考核方式 | 备注 |
|----------|----|---------|-----------|------|------|----|-----|------|----|------|-----------|------|------|------|------|---|---------|----|
| | | | | | | | | 讲授 | 实践 | | 第一学年 | | 第二学年 | | 第三学年 | | | |
| | | | | | | | | | | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | | |
| 专业技能学习课程 | 1 | 0602140 | 设计素描 | 必修 | B | 3 | 48 | 12 | 36 | | 12/4 | | | | | | 平时成绩+作品 | |
| | 2 | 0602141 | 设计色彩 | 必修 | B | 3 | 48 | 12 | 36 | | 12/4 | | | | | | 平时成绩+作品 | |
| | 3 | 0602015 | 图案设计 | 必修 | B | 3 | 48 | 12 | 36 | | 12/4 | | | | | | 平时成绩+作品 | |
| | 4 | 0602183 | 综合构成 | 必修 | B | 4 | 80 | 20 | 60 | | | 20/4 | | | | | 平时成绩+作品 | |
| | 5 | 0602176 | 设计软件应用（一） | 必修 | B | 4 | 80 | 20 | 60 | | | 20/4 | | | | | 平时成绩+作品 | |
| | 6 | 0602173 | 版式设计 | 必修 | B | 3 | 60 | 20 | 40 | | | 20/3 | | | | | 平时成绩+作品 | |
| | 7 | 0602184 | 插画 | 必修 | B | 3 | 60 | 20 | 40 | | | 20/3 | | | | | 平时成绩+作品 | |
| | 8 | 0602161 | 字体设计 | 必修 | B | 3 | 72 | 20 | 52 | | | | | 24/3 | | | 平时成绩+作品 | |

| 课程类别 | 序号 | 课程编号 | 课程名称 | 课程性质 | 课程类型 | 学分 | 总课时 | 课时分配 | | 授课方式 | 开课学期和周课时数 | | | | | | 考核方式 | 备注 |
|------|----|----------|--------------|------|------|----|-----|------|----|------|-----------|------|------|---|------|---------|------|----|
| | | | | | | | | 讲授 | 实践 | | 第一学年 | | 第二学年 | | 第三学年 | | | |
| | | | | | | | | | | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | | |
| | 9 | 0602162 | 图形创意设计 | 必修 | B | 3 | 72 | 20 | 52 | | | 24/3 | | | | 平时成绩+作品 | | |
| | 10 | 0602179 | 设计软件应用（二） | 必修 | B | 3 | 72 | 20 | 52 | | | 24/3 | | | | 平时成绩+作品 | | |
| | 11 | 06020160 | 设计手绘（电脑+手绘板） | 必修 | B | 3 | 72 | 20 | 52 | | | 24/3 | | | | 平时成绩+作品 | | |
| | 12 | 0602164 | 广告招贴设计 | 必修 | B | 2 | 48 | 10 | 38 | | | 24/2 | | | | 平时成绩+作品 | | |
| | 13 | 0602146 | 包装设计 | 必修 | B | 3 | 66 | 20 | 46 | | | | 22/3 | | | 平时成绩+作品 | | |
| | 14 | 0602147 | 书籍装帧设计 | 必修 | B | 3 | 66 | 20 | 46 | | | | 22/3 | | | 平时成绩+作品 | | |

| 课程类别 | 序号 | 课程编号 | 课程名称 | 课程性质 | 课程类型 | 学分 | 总课时 | 课时分配 | | 授课方式 | 开课学期和周课时数 | | | | | | 考核方式 | 备注 |
|--------|-----|---------|--------------------|------|------|----|-----|------|-----|------|-----------|-----|------|---|------|---------|--------|----|
| | | | | | | | | 讲授 | 实践 | | 第一学年 | | 第二学年 | | 第三学年 | | | |
| | | | | | | | | | | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | | |
| | 15 | 0405039 | 品牌设计 (标志、VI、展示) | 必修 | B | 6 | 132 | 32 | 100 | | | | 22/6 | | | 平时成绩+作品 | | |
| | 16 | 0602178 | 下乡写生 | 必修 | B | 6 | 360 | 90 | 270 | | 120 | 120 | 120 | | | 过程考核+作品 | | |
| | 合 计 | | | | | | 55 | 1384 | | | | | | | | | | |
| 专业限选课程 | 1 | | 商业平面设计实训 | 选修 | B | 20 | 360 | 90 | 270 | | 120 | 120 | 120 | | | 考勤+作品 | 分层分类教学 | |
| | 2 | | 商业室内设计实训 | 选修 | B | 6 | 108 | 36 | 72 | | 36 | 36 | 36 | | | 考勤+作品 | 分层分类教学 | |
| | 合 计 | | | | | | 26 | 468 | | | | | | | | | | |
| 拓展学 | 1 | 0602158 | 中外设计史 | 必修 | A | 2 | 24 | 24 | | | 2 | | | | | 考试 | | |
| | 2 | 0602166 | 设计学概论 | 必修 | A | 2 | 36 | 36 | | | 2 | | | | | 考试 | | |

| 课程类别 | 序号 | 课程编号 | 课程名称 | 课程性质 | 课程类型 | 学分 | 总课时 | 课时分配 | | 授课方式 | 开课学期和周课时数 | | | | | | 考核方式 | 备注 |
|----------------------------|-----|---------|------|------|------|-----|------|------|-----|------|-----------|---|------|---|------|---|------|---------------|
| | | | | | | | | 讲授 | 实践 | | 第一学年 | | 第二学年 | | 第三学年 | | | |
| | | | | | | | | | | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | | |
| 习 领 域 | 3 | 0601114 | 管理学 | 必修 | A | 2 | 72 | 72 | | | | | 4 | | | | 考试 | |
| | 4 | 0601070 | 经济法 | 必修 | A | 2 | 36 | 36 | | | | | | 2 | | | 考试 | |
| | 合 计 | | | | | | 8 | 168 | 168 | | | | | | | | | |
| 实 习 实 训 领 域 | 1 | 0804001 | 入学教育 | 必修 | C | 1 | 18 | | | 18 | △ | | | | | | 独立考核 | 新生入学第 1 周进行 |
| | 2 | 0804002 | 军事教育 | 必修 | C | 2 | 36 | | | 36 | △ | | | | | | 独立考核 | 新生入学第 1-2 周进行 |
| | 3 | 0804004 | 社会实践 | 必修 | C | 2 | 36 | | | 36 | | △ | △ | | | | 独立考核 | 校内外、寒暑假 |
| | 4 | 0804011 | 认知实习 | 必修 | C | 2 | 30 | | | | △ | | | | | | 独立考核 | 1 周 |
| | 5 | 0804005 | 顶岗实习 | 必修 | C | 16 | 218 | | 218 | | | | | | | △ | 企业鉴定 | |
| | 6 | 0804006 | 毕业设计 | 必修 | C | 2 | 36 | | 36 | | | | | | | △ | 学校鉴定 | |
| | 合 计 | | | | | | 25 | 374 | | | | | | | | | | |
| 总计 | | | | | | 154 | 3082 | | | | | | | | | | | |

（五）核心课程基本内容简介

专业主干课程的内容与要求如下：

（1）设计素描、设计色彩

设计素描是广告设计专业的基础必修课程，通过造型能力训练，培养敏锐的视觉观察能力和审美感受力。设计素描是通过对物象的刻画、分解、重构、意象教学训练，提高分析能力、理解能力、判断事物形象与抽象思维能力，为广告设计专业奠定基础。

通过学习设计色彩，寻找用色规律，培养正确的、独特的色彩观念，提高学生艺术设计的创作思维和表现能力，为今后的设计创作打基础。

（2）综合构成

平面构成、色彩构成与立体构成，是现代艺术设计基础的重要组成部分。通过本课程的学习，使得学生对设计有初步的概念，培养学生的创造能力，为今后的设计创作打下基础。

（3）图案设计

学习形式美的原理法则、几何图案、具象图案造型的途径与方法、图案的组织形式与多种制作等。通过造型、构成、色彩和制作技法的构想、制作、设计应用的训练，培养学生的创造能力和设计制作能力。

（4）设计学概论

设计学概论主要讲述设计的学科性质、设计的概念与内涵、设计的分类与特征、设计的思维、设计的形态、设计师职业结构与设计师价值观。通过学习设计概论，掌握设计理论研究的一般方法，了解设计的基本概念、形成自己对设计的认识。

（5）图形创意

图形创意是设计专业的轴心课程。图形是区别于口语、文字语言的另一种特殊语言，用图形语言与人快速沟通正是此课程研究的目的是任务。掌握创意图形的特点，学习图形创意的两种思维方式，掌握图形创意的一般方法。培养学生的创意思维能力。

（6）字体设计

本课程是广告设计方向专业必修课。旨在使学生理解传统字体的书写规律和方法以及字体设计在平面设计中的重要作用，为字体设计打下坚实基础，为进一步学习广告设计的专业知识打下基础。

（7）标志设计

认识标志与企业的关系，学习标志的涵义及内容，字体在标志设计中的作用，了解中外文字发展简史，掌握字体结构，书写方式，鼓励学生改变观念、大胆创新，把字体设计充分融合到标志设计中，使学生具有独立完成企业标志设计的实际能力。

（8）版式设计

通过学习版式设计的定义，了解版式设计的基本原则，掌握如何将有限的视觉元素在版面上进行有机的排列组合，并在传达的信息的同时也能产生感官上的美感。使学生具有在涉及到报纸、刊物、书籍（画册）、产品样本、挂历、招贴画、唱片封套和网页页面等设计领域的实际能力。

（9）书籍装帧设计

本课程是广告设计专业的专业核心课程之一。通过对书籍的构思与创意、材料选择与工艺制作的训练培养学生掌握书籍装帧设计的调研、创意、制作的相关知识。

（10）招贴广告设计

通过本课程的学习，使学生能灵活运用招贴设计的基本理论、表现方法以及招贴设计创作技巧，培养学生的专业设计技能和专业综合素质，对学生职业能力培养和职业素养养成起主要支撑或明显促进作用，达到专业人才培养目标要求。

（11）CI 企业形象策划设计

通过本课程的讲授与设计实践，学生要理解标志设计的基本概念及其设计的基本性质与特点，了解 VIS 设计的发展历史及其一些主要的设计案例，以及 VIS 设计体系形成的原理，能够根据 VIS 设计的程序，进行市场调研与正确的设计定位，确定设计表达要素，具有从基础系统到应用系统，完整、系统地进行 VIS 设计与 VIS 手册制定的能力。

（12）设计软件应用

学习 Photoshop、Illustrator、InDesign 等平面及动画设计软件的操作和应用。要求学生综合运用所学的美术基础知识，借助电脑设计和制作出平面静态美术作品、二维动画作品。

(13) 摄影技巧

掌握摄影艺术的基本元素和基本理论，掌握摄影的基本技术与艺术创作上的技巧；培养学生掌握基本的拍摄能力以及后期处理能力。

(14) 展示设计

本课程通过学习展示学的基础知识及相关理论。从而使学生掌握展示设计的原理和应用范围。展示设计涉及博物馆陈列、展览会、商店陈设以及各种团体的发布、演示活动等，此课程的开设培养学生较为全面的设计能力以及在多维设计领域的整体素质。

(15) 包装设计

包装设计是视觉传达设计的专业课程，它是考核学生前期所学的专业基础课的综合应用能力的课程。此课程的目的与任务是要求学生了解包装设计意义，功能有初步的了解，培养学生的动手与综合设计能力。

(16) 设计手绘

本课程重视设计手绘的基础，开发学生手绘的能力，为以后学生的深入学习奠定基础，适应以后产品设计、室内设计、包装设计等课程方向的学习。

八、教学方法、手段和教学评价

(一) 教学方法、手段与教学组织形式

要“以学生为中心”，根据学生专业特点，授课方式应集中授课，这样有利于学生设计思路和学习的连续性开展，也能使教学效果完成的更加充分完美。每个课程开设之前，教学老师应当以说课的方式，阐述自己的教学方案，与同系领导与同事共同研讨，在这个过程中提出问题，以便改进教学方案和教学方式。

推行任务驱动、项目导向、案例教学，小组合作学习等多种教学方法；推进现代化教学手段的改革，广泛应用多媒体教学，鼓励与企业合作编写教学任务与案例，实现教学内容和职业技能相一致。

1. 教学方法主要有：

(1) 案例分析法

又称个案研究法，是指把实际工作中出现的问题作为案例，通过课堂分析，激发学生学习兴趣，培养学生分析问题、解决问题的能力。

（2）情景模拟法

又称角色扮演法，在教学过程中，我们模拟真实的工作环境，分角色扮演来共同探究某个问题。这种以学生为中心、互动教学的方法可以提高学生的积极参与性，还可以活跃课堂气氛。

（3）任务驱动法

任务驱动教学法是一种建立在建构主义学习理论基础上的教学法，它是一种以解决问题、完成任务为主的多维互动的教学方法，将再现式教学转变为探究式学习，使学生处于积极的学习状态，每一位学生都能根据自己对当前问题的理解，运用共有的知识和自己特有的经验提出方案、解决问题。

（4）行为教学法

教学过程中，分阶段通过校企合作的方式，组织学生参与社会实践，使学生在实践中掌握礼仪理论知识和技能。也可以通过情景模拟法来实现。

（5）分组讨论法

在教学过程中，教师引出问题，让学生分组讨论，各抒己见，积极主动参与教学过程，增加学生之间的协作与交流的一种教学方法，有利于提高学生的合作能力。

（6）答疑解惑法

对于在教学过程中遇到的问题，教师循序渐进地引导、启发、鼓励学生进行思考、讨论，而教师则深入浅出地答疑解惑，同时留给学生深入思考和进一步学习的空间，提高学生学习的主动性。

除了以上具体的教学方法外，在教学过程中我们还会根据具体情况辅以多种教学手段，比如采用视频教学、示范教学、个别辅导、结对子辅导等。

2. 教学手段与组织形式

（1）采用多媒体教学，提升教学效果。

（2）利用学校各教学系及科室资源，建立虚拟仿真教学环境。

- (3) 建立网络教学平台，提高学生学习的自主性和参与性。
- (4) 建立教学资料数据库，实现教学资源共享。
- (5) 与其他相关网站建立链接，扩充学生的知识面。

(二) 教学评价、考核

考核方法包括两大块，一是平时性考核，二是形成性考核。平时性考核占总成绩的 60%，包括组织纪律、团队合作、平时作业、考勤及学习方法。成绩由学习小组或教师给定。形式主要为过程考核；形成性考核占总成绩的 40%，包括理论考核，技能考核及其他考核。主要形式有期末测试，作品，测评，以评代考，企业鉴定，学校鉴定 6 种。

九、毕业要求

(一) 学分要求：

| 毕业学分要求 | | | | | | | | |
|--------|----|-----|----|----|----|------|------|------|
| 课程类别 | 门数 | 学分 | | | | 学分比例 | | |
| | | 小计 | A | B | C | A | B | C |
| 公共基础课程 | 13 | 40 | 2 | 38 | 0 | 5% | 95% | 0% |
| 专业技能课程 | 16 | 55 | 0 | 55 | 0 | 0% | 100% | 0% |
| 专业限选课程 | 2 | 26 | 26 | 0 | 0 | 0% | 100% | 0% |
| 拓展学习领域 | 4 | 8 | 8 | 0 | 0 | 100% | 0% | 0% |
| 实习实训领域 | 7 | 33 | 0 | 0 | 33 | 0% | 0% | 100% |
| 合计 | 42 | 162 | 36 | 93 | 33 | 22% | 57% | 20% |

(二) 取证要求：

广告设计与制作专业毕业生职业资格证书和职业技能证书要求

| 序号 | 职业资格证书 | 颁证机关 | 等级 | 要求 |
|----|--------|--------|----|----|
| 1 | 计算机等级证 | 教育考试中心 | 一级 | 必考 |
| 2 | 普通话证 | 山西省语委 | 二乙 | 必考 |

十、学习深造建议

本专业毕业后，继续深造学习的渠道和接受更高层次教育的专业走向。

(一) 专升本：升大三后，可报名参加全省统一考试，通过后进入省规定的本科学校继续深造。

(二) 可以通过自学考试、网络教育、成人教育等方式函授本科。

(三) 可以参加教育培训机构的职业课程学习，继续加强专业技术能力的训练，提高自身就业优势。

(四) 具有一定企业经历后，可以直接考取专业硕士继续学习。

第二部分 广告设计专业人才需求 与专业建设调研报告

一、专业人才需求与专业建设调研基本思路与方法

(一) 指导思想

以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻党的十九大精神，按照全国教育大会部署，落实立德树人根本任务，坚持面向市场、服务发展、促进就业的办学方向，健全德技并修、工学结合育人机制，构建德智体美劳全面发展的人才培养体系，突出职业教育的类型特点，深化产教融合、校企合作，推进教师、教材、教法改革，规范人才培养全过程，加快培养复合型技术技能人才。

(二) 基本思路

在探索与构建高职人才培养模式过程中，结合广告市场的实际情况，以人才需求状况、职业岗位能力标准要求为依据，突出职业核心能力培养，注重学生职业生涯发展。本计划以就业为导向，以能力为本位，以岗位的综合职业能力要求为基础，确定本专业学生的培养目标，制定广告设计与制作专业人才培养方案，突破传统的学科体系教学模式，采用以工作任务为导向的、理论与实践一体化的、全新的教学模式进行教学。

本计划在以往的课程安排基础上开设了围绕市场需求的专业拓展类必修课程，将专业必修课程安排更加细化和系统化，使得课程的安排在时间上更加的紧凑，在内容上更为深入。探索多元化的办学模式，将传统知识系统性的课程内容重构为“策略—创意—设计—执行”的职业基本技能模块课程和职业核心技能的项目课程体系，并有效地运行“理论—实训—设计”的教学模式，倡导“以赛促学”；推进校企合作，深化人才培养模式改革。以“由简单到综合”的能力

发展过程作为学习领域课程排序的依据，由浅入深、由低到高的培养学生的基本素质能力—专业基础能力—专业核心能力—拓展能力—专业综合能力。

（三）调研方法

1. 调研方式：主要有问卷调查、现场调研、邀请企业人员来校参观座谈等；同时还辅以校企合作委员会专题讨论、商谈顶岗实习合作时现场交流、毕业实习学生反馈信息等方式。

2. 调研范围：主要限定在晋城及周边地区，对象包括具有行业代表性的企业、同类学校、发改委、人才市场、职业资格鉴定部门等。

企业调研：旨在了解企业对人才的需求状况及设计行业目前的现状和发展趋势。

学校调研：旨在了解晋城市及周边地区设计专业的现状。

发改委：旨在了解晋城市发展规划及相关政策。

人才市场：旨在了解用人单位对设计专业人才的需求状况及能力要求。

职业资格鉴定部门调研：旨在了解与设计专业相关的职业资格证书及鉴定情况。

二、专业人才需求调研

（一）行业发展社会背景与政策

随着九十年代中国改革开放以来，中国经济的迅猛发展，作为经济发展的“晴雨表”，与国外相比，国内广告业起步的时间比较晚。1、行业调查：我国广告业以近 40% 的平均年增长速度，广告人才求大于供。2、企业调查：为了提高教学质量和学生就业的适应性，我们通过调查了解到：社会对广告人才的职业能力的需求主要集中在创意思维、设计项目开发、设计表达、电脑辅助设计等几个方面现代广告业急需熟悉广告业务、创意经验丰富、有很强的思维能力和沟通协调能力的人才，而我国目前此类人才比较缺乏。

针对这种现实需求，本教学计划的制订在充分考虑高职教育培养目标的定位、教学体系、教学内容、教学过程管理和考核的转变的基础上，以产业与教学结合作为高职发展必由之路，来探索现代高职高专教育人才培养模式的改革之路。

（二）行业发展与人才需求

随着商品经济的发展，市场竞争已由质量竞争的阶段发展到品牌形象、广告宣传的竞争阶段，因此社会对平面设计的需求量越来越大。同时，人们对精神文化产品的要求逐渐提高，出版行业、图文传播行业的火爆也带动了平面设计行业的发展。中国的平面设计行业处在一个稳步上升的阶段，同时也意味着对平面设计行业人才的需求呈上升趋势。目前，广告业、建筑装饰业、影视业、印刷制版业对广告设计师的需求也十分旺盛。

同国外相比，国内各高等院校开设类似的专业起步较晚，目前平面设计人才的培育远不能满足市场的需求。这就必然需要培养大量优秀的平面设计人才，来服务于平面设计行业，满足市场需求。

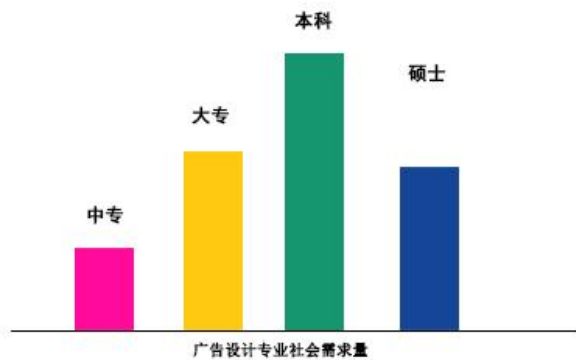
（三）区域专业对应的职业岗位分析

山西省广告业发展迅速，业已成为新的经济增长点。为准确把握社会对本专业在人才层次、专业方向、就业岗位、工作能力等方面的要求，我们对几十家资质等级不同的此专业用人单位进行调查统计，其从业人员 50%以上是无任何专业技能资格、技能特长单一的人员。纵观设计行业的发展势态，我们剖析在未来较长时期内的变化，本专业学生毕业后将在上述企业或部门的以下岗位从事工作：

1. 广告业广告图文处理岗位
2. 传媒业广告图文处理岗位
3. 大型企业广告图文处理岗位
4. 商场广告、美术宣传岗位
5. 企事业单位图文信息处理岗位
6. 印刷业包装设计制作岗位
7. 策划、VI 设计制作岗位
8. 房地产企业广告、制图岗位

（四）人才结构分析

通过调研了解到广告设计从业人员学历结构层次的需求中，高职及大专类院校的学生仅次于本科毕业生（如图所示）。这与专科人才在校期间，更注重动手能力的培养以及职业意识的培养有很大的关系。



三、专业现状调研

（一）教育专业点数布局与规模

广告设计是一门应用性很强的学科，集审美、实用、商业性等功能于一身。我国广告设计从业人员大都是从高等院校广告专业走出来的。据统计我国已有一千多所高等院校开设了广告设计专业，山西省境内开设与此专业类似的相关院校也有不少，但在晋城地区，广告设计与制作专业的开设仅本院一个学校。

由本院、系教学管理人员、专业教师和相关行业、企业的高级管理人员、工程技术人员、行业技术骨干组成广告设计与制作专业建设委员会。使行业、企业参与专业发展、课程设置、课程标准、人才培养模式、培训计划的研讨和制订，使本专业培养出能满足行业企业需要的高端技能性人才。

（二）专业历史

我院设计专业建立于 2004 年，是现在的广告设计与制作专业的前身，广告设计与制作专业正式于 2010 年开始招生。最初生源中除高中毕业生外，还有部分初中毕业生（五年制高职）；2010 年为适应我院高职教育办学要求，招生面向细分为三年制中专和三年制大专，并逐步扩大高中毕业生招生规模。

目前，该专业发展迅速，各种硬件设施如艺术工作室等已在筹建中，师资配备也在积极解决，在校企合作基础及服务社会方面也在努力进行，最终目的是为晋城及周边地区广告设计用人部门提供社会实用型专门人才。

（三）专业方向设置

高职院校广告设计与制作专业方向面向广告设计和制作的生产一线，将培育和践行社会主义核心价值观融入教学全过程，培养基础知识扎实，实践能力

强，社会责任感强，具有团队合作精神、创新创业意识，兼具统筹能力、策划能力、沟通能力以及良好的艺术修养，掌握传统媒体与新型媒体广告设计与制作方面的知识和技能，能够在广告设计和制作公司及相关传媒企业胜任设计、制作、管理等岗位的技术工作，具有职业生涯发展基础的高素质技术技能人才。

（四）专业就业优势

在山西省内新兴的企业越来越多，市场潜力还很大。结合高职院校人才培养特点和学院的现有资源，本专业主要定位于广告设计领域。它涵盖的职业范畴包括基本分为7个方面，分别是广告设计岗位、品牌设计岗位、包装设计岗位、印刷设计岗位、网页设计岗位、商业摄影岗位、展示设计岗位等。我院培养合格的广告设计人才，有着良好的市场环境和一定的就业优势。

四、专业就业方向

随着社会经济的发展以及商业竞争、信息传媒的扩大和广泛普及，广告业进入了空前繁荣的时代，社会对既具有系统的专业理论知识，又具有较强的动手能力的广告设计人才的需求逐年增长。因此，广告设计与制作专业毕业生有较好的就业前景。

本专业毕业生主要就业单位：

1. 各类广告公司、设计公司（室）从事广告设计、包装设计、企业CI形象设计等。
2. 印刷出版公司从事书籍设计、版式设计、文字图案的编排等。
3. 企事业单位的企划、宣传部门从事广告文案的起草、修订、完善以及企业活动策划等。
4. 报刊等媒体单位的广告部从事报刊、杂志广告的文字编辑、排版、插图等
5. 自主创业开办设计类公司、设计工作室等

五、专业教学改革建议

根据专业的特点，教学的课程时间应由原来的小课、散课调整为与国家设计专业相统一的整体的系统课程。广告设计课程为了达到理论和实践的有机结合，根据广告设计专业的需要，应当实施理论教学与实习、实训相结合的“多元化”的教学模式。

（一）探索多元办学模式

1. “职业技能+项目实战”构建从策略创意到设计执行课程体系。以商业广告设计行业岗位业务处理的工作流程模拟组织教学过程，在讲授设计流程的同时进行商业广告设计项目实操训练，把相关的专业知识点融合到相应的实操训练中，将传统知识系统性的课程内容重构为“策略—创意—设计—执行”的职业基本技能模块课程和职业核心技能的项目课程体系，并有效地运行“理论—实训—设计”的教学模式。

2. 实施从项目驱动到工作体验教学模式。教学过程由“传输式”的被动讲授转变为“影响式”的师生、生生互动启发，结合由低年级的模拟项目向高年级的真实项目的过渡；由单纯技能型的分项训练向项目综合技能的提升训练，将从业所需要的技能、知识、态度有机地整合在一起，使每一项目都能讲授、示范、训练同步进行，老师边做边教、学生边学边做，在实践中提升发现问题、分析问题、解决问题的职业能力，完成由学生到设计师的角色转换。

3. 倡导以赛促学提升学生创新能力。具体方式包括

（1）引入企业真实项目，用真实的项目教学，孵化一批有影响的设计项目。设立“企业采用奖”以增强学生的成就感；

（2）聘请设计公司一线专家为主讲教师，分析设计创意与市场需求的衔接；

（3）成立专业设计者协会，形成以高年级带低年级传、帮、带的学习气场，加大学生间的讨论和交流，定期成果展示，激发学生的荣誉感，营造创新氛围；

（4）引导学生积极参加各大设计竞赛，调动学生的积极性与主动性，增强学生创新意识和能力。

4. 建“创意工场”——教、学、做一体化的校内实训平台。根据广告公司的工作流程和岗位的具体要求，将“创意工场”整合为平面广告设计制作、影像广告设计制作的实训室。为了实现职业技能模块课程教学和项目制课程教学的目标，按照“专业课堂就是设计公司，指导教师就是设计师或设计主管，课堂作业就是项目成果”的思路，建设“设计公司型”校内实训中心。

创新体制机制，探索充满活力的多元办学模式；形成政府、行业、企业、学校等各方合作办学、共同育人的长效机制。

5. 参观学习兄弟院校的办学经验及创新。

（二）推进校企对接，深化人才培养模式改革

广告职业具有较强的复合性和社会渗透性，其岗位所需要的专门技术能力、关键能力和社会责任心、人品、团队合作精神和积极心态等职业素质。高校要构建以校企结合、校社结合为特征的“学校—企业—社会”三位一体的人才培养模式就能有效地强化高职教育的本质属性。

具体措施有：

1. 校企结合、校企同行共同制订教学计划。一方面，广告设计与制作专业的教学计划应根据社会需求和职业岗位要求由系与社会专家和广告公司专业技术人员共同制订，突出学生综合职业能力培养，加重实践教学的内容和比重。

2. 加强院校与企业之间的对接，建立交流平台，进行广泛的校企合作，共同组织专业课题的规划和研究。

3. 针对企业内部需要的人才进行专项培养，在学生毕业之后能够直接进入企业工作，解决学生的部分就业问题。

4. 吸收外来资金，建立企业支持的合作性工作室。

（三）改革课程与教学

为了实现人才培养目标，我们不断探索在社会主义市场经济条件下的高职发展，以就业为导向，以学校为平台，以能力为本位，建立理论、实践、评价三大体系，面向市场、社会，校企结合，培养职业素质高、动力能力强的高技能、职业型人才。

1. 以就业为导向，根据职业需要构建人才培养体系，面向行业设定专业人才培养目标，以技能应用为出发点和落脚点合理地进行课程开发与设计，突出专业教学与职业需要的结合，探索广告人才培养的规律。

2. 根据高职学生一般具有思想活跃、参与热情高、社会活动能力强的优势，同时也存在学习目标不明确、学习动力不足、稳定性和自我调控能力差等弱点的特性。在教学改革中，我们要根据高职学生的特点扬长避短，通过多种媒体传导方式丰富教学手段，以增进学生的直观感知和形象理解，进而实现较好的教学效果。

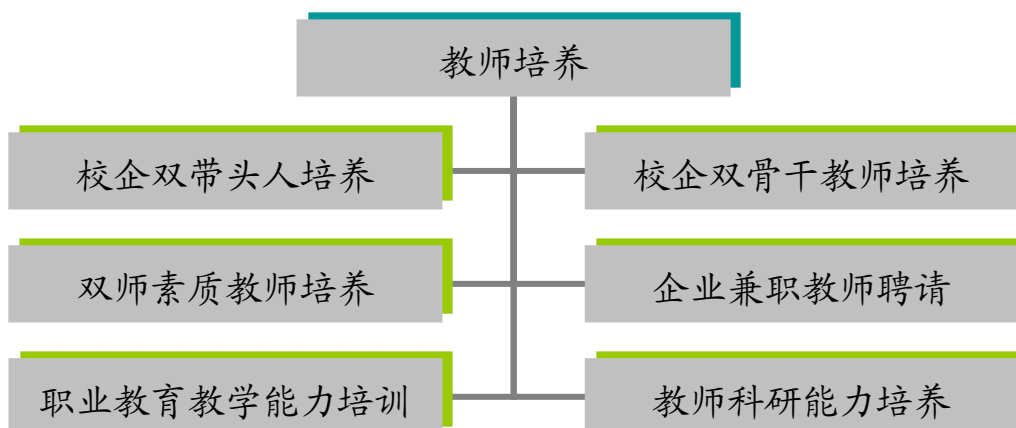
3. 以技术应用为目标，构建职业型人才培养的课程体系。将课程体系分为艺术设计基础能力和广告设计职业能力两个层面，由基础知识、基础技术、基本能力、专项职业能力、人文素质等方面组成；其次制订教学计划，加重实践教学的内容和比重，社会实践教学主要包括入学教育、军事训练、公益活动、设计竞赛、求职与创业及寒暑假社会调查等；

4. 以能力评价社会化，实施“多证书”制度。坚持以能力评价社会化，实施“双证书”制度为课程考核标准。积极组织学生参加相关的资格认证和社会化的设计竞赛等，在训考结合、训赛结合过程中确保职业能力质量和标准。并将相关的培训和考试纳入专业教学计划，将计算机、英语应用能力及普通话等水平测试情况也作为考核的重要因素。

5. 广告设计与制作专业教学内容的重组，以“由简单到综合”的能力发展过程作为学习领域课程排序的依据，由浅入深、由低到高的培养学生的基本素质能力---专业基础能力----专业核心能力----拓展能力--专业综合能力。

（四）加强“双师”素质教学团队建设

针对我系 40 岁以下青年教师 100%获取硕士学位或研究生学历这一情况，结合广告与设计专业的特征，我们改变单一培养方式，形成立体化、多方位的教师培养模式，目标在于尽快提高教师深入行业企业的实践应用能力。具体思路如下图所示。



1. 校企双带头人培养

(1) 学院培养专业带头人

标准：在本专业领域具有坚实的理论基础和较强专业技能，有一定的科研能力和学术水平，对高等职业教育理论有独到的见解，能够根据广告设计行业的发展情况，适时调整教学内容、指导开发新的专业课程，具有副高以上专业技术职务。

工作任务：主要负责课程体系构建，核心课程建设，教学团队建设以及校内实训室建设等。

培养措施：到企业锻炼，到高校进修或参加培训

(2) 外聘客座教授

标准：有丰富的广告设计与制作行业企业工作经验，有较强组织协调能力和业务水平，在行业内具有较强的影响力。

工作任务：主要负责分析工作过程，确定岗位核心能力，提出专业培养目标，项目教学案例开发，实践指导课程，校外顶岗实习基地建设等。

2. 校企双骨干教师培养

(1) 学院培养专业核心课程建设骨干教师

标准：具有“双师”资格，能够根据岗位技能要求开发课程，根据学生真实工作体验和企业人才规格需求更新教学内容。

培养措施：到企业锻炼，到高校进修或参加培训

(2) 从企业聘请资深秘书（兼专业核心课程建设骨干教师）

标准：具有企业五年以上工作经历，有较强的实践指导能力，具有教学案例和教学任务开发并指导实践的经验。

3. 双师素质教师培养

培养双师素质教师，使双师结构达到 100%。

标准：能够进行理论、实践一体化教学，指导学生毕业设计，具有中级以上专业技术职务。

培养措施：通过教育部“双师”资格培训等各类资格考试，取得设计专业相关的资格证书，通过企业顶岗实践、实际项目开发等提高实践教学能力。

4. 企业兼职教师聘请

每年从企业聘请兼职教师。

标准：应具有5年以上企业工作经历，具有中级以上技术职务，是企业的骨干人员，有一定的实践指导能力。

工作任务：主要承担实践课程的教学任务，指导学生顶岗实习和毕业设计等。

5. 职业教育教学能力培训

通过职业教育教学能力培训，改变专业教师的职业教育人才观、质量观和教学观，并按照职业教育的规律实施教学，提高教学效果。平均每年综合培训1次。

6. 教师科研能力培养

要求教师每两年参加一项院级科研课题，鼓励教师申报横向课题，技术攻关课题和省级以上课题，从而提高自身专业素养及教学实践能力。

第三部分 广告设计与制作专业职业岗位 与工作任务分析报告

一、就业岗位

经过学习，学生毕业后可以在平面设计企业、出版印刷行业、图文传播行业等领域就业，能够胜任平面广告设计、出版物设计、标志及企业形象设计、包装

设计、电脑美工、完稿制作、摄影机构后期制作等工作岗位。本专业毕业生主要就业单位：

1. 各类广告公司、设计公司（室）从事广告设计、包装设计、企业 CI 形象设计等。
2. 印刷出版公司从事书籍设计、版式设计、文字图案的编排等。
3. 企事业单位的企划、宣传部门从事广告文案的起草、修订、完善以及企业活动策划等。
4. 报刊等媒体单位的广告部从事报刊、杂志广告的文字编辑、排版、插图等。
5. 自主创业开办设计类公司、设计工作室等。

二、职业岗位分析

山西省广告业发展迅速，业已成为新的经济增长点。随着社会经济的发展以及商业竞争、信息传媒的扩大和广泛普及，广告业进入了空前繁荣的时代，社会对既具有系统的专业理论知识，又具有较强的动手能力的广告设计人才的需求逐年增长。因此，广告设计与制作专业毕业生有较好的就业前景。

在广告设计与制作专业用人单位中，以广告公司为例，设计、营销、管理、传播在其中是不同的职能部门，由不同的人员负责。设计需要具备广告设计、广告创意方面的才能；营销，就广告公司而言就是经营客户关系，争取说服客户让公司来代理他们的广告业务；管理要具备领导才能；传播是与媒介相关的事宜。以培养广告人才为目的的广告教育当然要针对各个媒体的特点和整体的媒体市场需求。广告设计与制作课程的教学主要是为广告公司培养设计与制作人才。企业对广告设计从业人员要求具备的素质与能力大致包括以下几方面：第一，要有从业经验，熟悉设计软件，学习能力强，工作认真；第二，能把握社会的行情和需要，设计出好的广告；第三，广告设计从业人员要能站在客户的角度上思考问题，用特别的、富有创意的方式设计出主题突出并且适合大众的广告；第四，有广博的文化内涵、较强的想象力、具敬业精神和团队合作精神。

三、课程安排

三年制广告设计与制作专业课程由公共基础课程、专业技能课程、专业限选课程、专业拓展课程和实习实训课程五部分组成。五者有机结合，发挥课程的整合功能。

本专业学制三年，全学程共 156 周，其中教学活动（含考试）72 周，艺术实践、见习、实习、毕业创作共 36 周，寒暑假 42 周，机动 6 周（主要用于社会实践、集体教育、军训等）。

在入学的第一学年度里，学生要完成部分公共必修课和专业基础类必修课程。公共必修课包括毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、思想品德与法律基础，大学英语，大学语文，体育，计算机基础等。专业基础类必修课程包括设计素描、设计色彩、综合构成、世界现代设计史、设计概论、图形创意设计、图案设计、字体设计、标志设计、版式设计等课程。这些课程为第二学年度拓展类课程的开展奠定扎实的专业基础。

学生的第二个学年度中，学生除去完成公共必修课之外，将会完成专业拓展类必修课程。在对专业深入的学习中，将包括了包装设计、书籍装帧、展示设计、招贴设计、CI 企业形象策划、软件设计应用、摄影技巧等课程的学习。同时学生将在三年中进行专业选修课和公共选修课的拓展学习。

学生在第三学年度中要进行社会实践和毕业设计以及毕业作品报告。学生在实践、实习和接触社会的过程中，不仅要学习专业技术和生产工艺，更重要的是学做一个社会的人，学会如何与人相处，而不是纯粹的学技术学工艺。学生的职业意识、职业意志、职业道德、职业行为，都是在实践教学的过程中逐渐形成的。书本上的理论性道理，只有在实践中才能得到体会和应用，只有在实践中通过磨练才能形成自己特有的气质和品格。

本课程方案课堂教学总计为 2608 学时，公共基础课程 688 学时，专业技能课程 1304 学时，专业限选课程 468 学时，拓展课程 148 学时。其余时间，由学校安排复习考试。

第四部分 广告设计与制作专业核心课程标准

广告设计与制作专业核心课程标准

| | | | |
|--------|---|------|---------|
| 开课单位 | 民商系 | 适用专业 | 广告设计与制作 |
| 计划学时 | 1168 | 学分 | 89 |
| 开课学期 | 1-4 学期 | | |
| 专业基础课程 | 综合构成、图案设计、设计素描、设计色彩、美术字体设计、版式设计、设计软件应用。 | 考核类型 | 过程考查+作品 |
| 专业核心课程 | 标志设计、展示设计、招贴设计、书籍装帧设计、包装设计、企业形象设计、 | 考核类型 | 过程考查+作品 |
| 专业限选课 | 商业平面设计实训、商业室内设计实训、广告摄影 | 考核类型 | 过程考查+作品 |

一、课程性质与定位

本课程为广告设计与制作专业必修课，是本专业的核心之所在。主要内容包括专业基础类课程设计素描、设计色彩、图案设计、平面构成、色彩构成、立体构成、字体与版式设计、标志设计、广告学基础、广告招贴设计、CI 企业战略设计、包装设计、书籍装帧设计。

核心课程的开设涵盖了 A 类纯理论性课程、B 类理论与实践结合的课程和 C 类实践类课程，是本专业学生构建系统专业知识的最为重要的部分。

二、课程设计理念

本核心课程体系系统的安排了专业课的学习，由浅入深，由专业基础类课程渐渐转为深层次的专业课程，构建主要围绕广告设计的过程以及人才培养目标的能力。本课程安排要求有重点分步骤的展开，课程设置力求根据现代广告业发展趋势，强化综合素质教育，加强专业素养，体现人文精神，加强学科间的相互融合以及信息技术与专业理论的整合；同时，根据市场的需要，培养学生的单项专业能力和专业综合能力。

三、课程目标

本专业核心课程体系通过专业核心课程设计中的模拟设计实训和技能专项练习来完成教学目标。广告设计与制作专业学生应掌握平面广告设计与制作的基本理论、各种平面设计类应用软件的操作及专业策划、创意、制作技巧。在具体工作中完成广告设计、宣传册设计、包装设计、CIS 设计、海报设计等典型工作任务。

针对广告设计与制作专业的典型工作任务，要求学生具有广告设计与制作、创意表现和后期执行等方面职业能力，能在广告设计和制作公司及相关传媒企业从事广告设计、广告制作等职业岗位技术工作，具有职业生涯发展基础和自主创业能力。为此，本专业在开设多门公共基础课，以培养大学生基本素质和能力的基础上，开设了《设计素描》、《设计色彩》、《设计软件应用》课程等专业基础课，培养学生具备广告设计所应掌握的基本理论知识和技能，具有很强的专业知识理论系统性和实践操作性，知识体系构建完备、合理。

在此基础上，本专业方向开设了《CI 企业战略设计》、《包装设计》、《书籍设计》、《招贴设计》等 10 余门专业课，旨在通过专业课程的学习，使学生了解广告与制作设计的重要性，了解本专业知识结构构成体系以及未来设计市场的发展方向，面对时代发展与市场需求，使学生掌握广告设计与制作的核心内容，拓展专业技能，实现人才“兼容性”，力求我们培养的学生能够掌握全面和行业前沿的专业知识。

四、教学组织与教学方法

1. 案例分析。分析成功案例（上届学生作品或其他优秀作品），向学生理论知识和设计制作方法，使学生对学习型工作任务有一个比较完整的了解，启发学生回顾和串联已经学过的知识和技能

2. 团队组合。学生根据自己的能力和特点，选择能够相互信赖、相互合作、取长补短、协同作战的同学组成设计制作小组，形成一个有战斗力的团队。

3. 分组讨论。要求各设计制作小组认真阅读和研究设计任务，共同与客户沟通，研究设计风格。在充分理解设计制作要求，查读各种资料的前提下，发挥每一个同学的想象力和创造力，最后确定宣传画册设计制作法和宣传画册的艺术形式。

4. 角色扮演。要求以两个设计制作小组为对，互相扮演客户和设计者的角色，并按照工作进程互为交换所扮演的角色，该方法有利于学生了解客户心理，有利于学生沟通能力的训练和学会倾听他人意见。

5. 启发引导。教师检查各小组制定的任务完成时间表，提出问题，并与学生讨论；在各小组深化设计过程中，教师抽查各小组的运作过程中，随时纠偏。教师在上述过程中有意识启发和引导学生积极思考、勤于实践。

6. 观摩激励。教学过程中，教师将各设计制作小组的设计作品集中进行讲评，对学习知识和实践的过程进行梳理、总结；对有创意、新意、采用了新技术手段的好作品予以公开展示，并请设计者讲解创意设计制作过程和感想。该方法能很好的启发学生大胆创新、勇于实践；并形成比学赶帮的好风气，使各个小组积极进取，不局限于完成老师交给的任务。观摩激励法会使学生主动给自己提更高的要求，使作品更富有创意和艺术美感。

五、考核标准与成绩评定方法

1. 多元化的考核评价方法。以就业为导向，重视实践考试，重视能力考核。对现场实际操作、辩论、课题研究、作品、情景测验、团队协作等纳入考核内容，并提供多次考核机会。课程还导入师生巡视互评产品（作品）的方式进行，通过考核加强学生以客户为中心的理念。

2. 与职业鉴定接轨。考核与职业资格和技术等级鉴定接轨，提高考核评价的社会可信度和效果，使学生能在该课程考核的同时得到相应岗位的职业资格证书。

3. 分数分配。本课程实行过程考评与结果考评相结合的方式，动手能力、交流能力、课题研究、作品、情景测验、团队协作等合计占 40%；作品最后艺术效果占 60%。

六、教学建议

教学质量与教师、学生、教学内容、教学方法及手段四个要素紧密相关。基于工作体系重构教学内容，只是教学改革的一个方面。要想使教学内容发挥出更大的效益，我们还要探索研究与之相适应的教学方法与手段，以实现高端技能型人才培养目标。

七、选用教材标及推荐教材和参考用书（或课程网站）

设计素描 林家阳 高等教育出版社
设计色彩 周至禹 高等教育出版社
图案设计 于振丹 等 辽宁美术出版社
图形创意与联想 林家阳 高等教育出版社
平面构成 李丹 马兰 辽宁美术出版社
色彩构成 王磊 卢嘉 辽宁美术出版社
立体构成 李刚 杨帆 冼宁 辽宁美术出版社
招贴设计 林家阳 高等教育出版社
企业形象设计 周旭 罗仕鉴 高等教育出版社
展示设计 葛鸿雁 高等教育出版社
设计概论新编 赵农 高等教育出版社

第五部分 广告设计与制作专业教学实施保障方案

一、人才培养方案的实施与保障

在长期的广告教育实践中，轻视体验性和实践性的行为与观念还有待进一步的转变，在教学实施过程中还存在一定的问题与困难。在解决这些问题与困难时，首要的是教学观念的转变。总之，高职院校开设广告设计专业主要是培养实践能力强的技能人才，只有强调广告设计与社会、文化、经济相结合，才能够培养面对现代各种挑战进行战略性思考和决策的广告设计人才。

二、双师教学团队建设的保障

通过选派专业教师深入企业，与企业合作开展科研项目、技术服务和技术改造，积累生产工艺方面的实践经验，提升教师自身专业水平和实践能力；通过国内外访学进修，培养专业带头人和骨干教师，引进具有丰富工程实践经验的骨干教师，聘请企业专业技术人员担任兼职教师等提升团队整体水平，并且通过制定一系列保障制度，来建成一支专业水平高、双师素质优、专兼结合的教学团队。

（一）制度保障

1、 高层次人才引进 2、专任教师培养 3、双师素质提升 4、兼职教师聘任

（二）师资配置

1. 专任教师任职资格（1）具有高校教师资格；（2）具备双师素质（每年有二个月以上的企业实践经历，主持（或主要参与）应用技术研究，具有本专业职业资格或技能等级证书（含持有行业特许的资格证书及具有专业资格或专业技能考评员资格等）；（3）青年教师必须具备硕士研究生学历，并具有二年以上企业工作经历。2. 兼职教师任职资格行业专家、具有丰富实践经验及具有本行业中中级以上职称的技术人员和能工巧匠、企业高级管理人员。3. 师资配置建立专兼职结合的双师结构教学团队。

三、校企合作，共建校内外实习实训基地措施

校企合作机制建设是实施本专业人才培养方案的基本保障之一。校企合作机制建设要点是建立校企互动、互利双赢的长效合作机制。

创新校企合作机制为确保校企合作工作的顺利开展，学校成立产学合作管理机构，专业所在系成立校企合作联络小组，建立由学院、行业协会、相关企业多方组成的校企合作联动机制；积极寻求政府的政策支持，为本专业的校企合作工作搭建平台、提供保障措施；与各企业及用人单位开展深度合作，积极实施“产训结合、研学互动”的人才培养模式改革，在师资、技术、资讯等方面为专业人才培养工作提供支持；积极寻求行业企业支持，邀请企业参与高技能人才评价标准、专业设置、课程开发、教学标准和人才培养方案的制定，参与具体的课堂教学活动等等。

成立校企合作专业指导委员会建立以行业企业专家为主体的专业指导委员会，定期召开专业研讨会，以研讨行业发展趋势和专业发展和建设大计。

（三）开展技术服务和职业技能培训。

为了建立校企互动、互利双赢的长效合作机制，学校应利用自身专业技术优势，协助合作企业攻克技术难题，为合作企业提供技术服务，为合作企业在岗员工提供职业技能培训等。

四、教学监督与评价机制保障

为确保本专业人才培养方案的实施效果，保证教学质量，推行相应的专业教学质量保证体系和教学管理制度。

（一）专业教学质量保证体系建立涵盖本专业人才培养方案实施各环节的专业教学质量保证体系，专业教学质量保证体系包括教学实施规范与质量监控措施两大部分，以保障专业人才培养方案实施质量与教学效果。

（二）教学实施主体和实施规范为专业的建设、教学管理、质量监控工作有组织保障，确保各培养环节质量始终处于有效监控之中，建立系教学执行与监督评估分线运行的组织框架，同时成立专业指导委员会，切实保障专业的建设质量与实际运行质量。成立由专业指导委员会指导、系主任领导下、教学副主任组织实施的领导小组，负责教学管理制度、教学实施流程、质量监控措施的制定及重大问题的决策和协调。

（三）教学质量监控主体和监控工作规范为加强监督和评估，设立院系两级教学督导组以及学生教学信息站等质量监控机构，监控对象涵盖人才培养方案、教学条件、教学实施过程、教学评估体系和教学效果，同时确立了 20 个左

右监控的关键点，对教学输入质量、教学运行质量以及教学输出质量进行全过程监控。

（四）教学管理制度为细化教学运行管理制度，增加可操作性和提高执行力，规范教学运行形成有效的监控机制，制订相关的规章制度。

五、机制保障

为确保人才培养方案的顺利实施，学校制定了各项教学管理制度，利于实现高技能人才培养。

1. 实行项目负责制，确保建设项目高质量完成

明确岗位职责，充分发挥教研室在专业建设中的主要作用。实行教学任务负责制，本专业教学任务全部落实到各教学模块，专业技术带头人即为教学任务负责人。制定和完善考核制度，明确责任和要求，实行绩效和奖励直接挂钩，并在我系成立重点专业建设管理小组，对建设过程定期检查，全程监控，确保建设项目高质量完成。

2. 充实和完善由行业企业广泛参与的专业指导委员会

继续充实由高校专家、企业的领导或职业技能专家、资深秘书组成的专业指导委员会，由职业技能专家、资深秘书参与课程体系建设，为“基于工作过程分析、突出岗位职业能力要求”的课程及课程体系建设提供支撑。

3. 机制与管理保障

由民商系系主任、分管教学副主任，专家指导委员会委员定期对人才培养方案的执行情况进行检查和监督，确保本项目的建设顺利进行和实施。

4. 合理规划，提高经费利用率

建立严格的经费使用制度和逐级审批制度，严格实行专款专用；加强对各建设项目教学资源的成本核算，实施设备采购公开招投标制度，有效提高资金使用效率。