

附件 1:



工艺美术学院

2022 版专业人才培养方案

专业名称: _____ 广告艺术设计

专业代码: _____ 550113

修业年限: _____ 3 年

专业负责人: _____ 何超

学院专业建设委员会主任 _____

教务处审核: _____

校领导审批: _____

批准日期: _____

广告艺术设计专业人才培养方案 (三年制)

一、专业名称及专业代码

1. 专业名称：广告艺术设计专业
2. 专业代码：550113

二、入学要求

高中阶段教育毕业生或具有同等学历者

三、修业年限

3 年

四、职业面向与需求分析

(一) 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)	主要岗位类别 (或技术领域)	职业资格证书或技能等级证书举例
文化艺术大类 55	艺术设计类 5501	广告艺术设计业 550113	广告业	广告策划、设计、制作、网页美工、影视后期	全国信息化工程师 NACG 数字艺术专业人才证书、高级创意设计师、平面设计师、图形图象处理 Pshop (高级)

(二) 需求分析

本专业毕业生主要满足于各宣传媒体、印刷公司、出版社、包装设计公司、广告设计公司、电商、文创公司从事平面设计与制作、印刷品的设计、印刷与制作工作等的需要。

五、培养目标与培养规格

(一) 培养目标

1. 培养目标

本专业培养适应经济社会发展需要，培养思想政治坚定、德技并修、学生“德、智、体、美、劳”全面发展，具有良好的职业道德和综合素质、较强的专业能力和创新、创业能力，掌握策划、创意、设计、执行等专业技能，能够适应广告行业从事平面设计与制作相关工作需要，持续关注学生职业生涯和可持续发展的高素质技术技能型广告创意人才。

本专业的人才培养主要面向广告设计制作员、广告客户服务人员、设计师助理、平面设计师、网络美工师、插画师和 UI 设计师等岗位。

表 1 职业领域及主要工作岗位（群）

序号	职业领域	工作岗位		职业岗位升迁 平均时间
		初始岗位	发展岗位	
1	AAAA 级广告公司	助理设计师	创意总监	6
2	广告工作室	助理设计师	平面设计师	3
3	企事业单位	电脑设计操作员	平面设计师	2
4	电子商务	淘宝美工	设计主管	2
5	快印店	广告设计制作员	店长	3
6	技术支持	售后服务技术员	技术服务部门主管	3

2. 岗位工作内容

以广告艺术设计专业岗位的职业能力和职业素质培养为主线，以市场需求为起点，以企业与学校专家合作开发为关键，通过网络、问卷调查、上门走访、专家座谈会等多种方式，对广告设计领域的职业岗位分布、市场需求、岗位工作任务及职业能力要求等内容开展调研工作，通过职业岗位分析研讨，校企专家通过对本专业毕业生的就业工作岗位的能力要求分析研讨，确定有如下工作岗位，并对岗位的工作任务及工作内容进行分析如表 2。

表 2 广告艺术设计专业岗位与工作任务、工作内容对应表

序号	岗位名称	工作任务	工作内容
1	业务主管	广告公司的执行负责人。	1. 对外，与客户进行谈判、联络、提案、收款等； 2. 对内，制定策略、协调资源、分派工作、监督进程等。
2	创意总监	结合品牌定位，熟悉生产流程，能够监管产品生产的整个过程。具有优秀的组织协调和计划能力，良好的沟通能力和执行能力。	1. 进行整个创意团队的管理运作 2. 召集创意小组头脑风暴对案子进行创意结构包装最后定下创意方案及落地执行的大策略 3. 实际落地执行时给予指导意见 4. 跟客户搞好关系 5. 结合品牌定位，年度经营目标制定，产品发展策略，确定商品组合、品类设计、价格计划以及具体商品系列结构的要求。 6. 熟悉国内外知名品牌风格与趋势，善于分析目标顾客的消费需

			求，具备一定产品分析能力、创新能力和商业意识。
3	平面设计师	负责公司日常宣传、策划设计制作、公司展览会议布置，协助其他部门人员对设计及美学方面的工作顺利完成；负责设计控制的执行和维护，不断改进设计水平，以达到公司日益发展的要求。	<ol style="list-style-type: none"> 1. 广告平面设计、制作及其它图文处理，企业宣传资料的设计制作与创新。 2. 协助网页设计人员对公司网站风格的把握，色调搭配，布局合理性，图片整理、企业徽标处理等等。 3. 公司其他PC及MAC设计文件的使用、修改、处理和公司市场活动宣传品配合；。 4. 建立规范以保持设计执行高品质，高可靠性和高安全性标准。 5. 按照现有规范及组织实际状况，确定并执行质量和安全标准。 6. 与协作方沟通，保证各类平面项目的质量极其时间的把握，成功的验收。 7. 利用自身的行业背景和知识，在设计和制作上有效的控制成本。
4	助理设计师	配合设计师完成工作	<ol style="list-style-type: none"> 1. 遵守公司及部门各项规章制度，服从部门经理领导。 2. 负责设计制图，打印，装裱。 3. 配合设计师制做工程预算。 4. 配合设计师与相关部门的衔接。 5. 陪同设计师与客户沟通并做记录。 6. 整理设计师收集到的资料，并将资料归纳分类。 7. 参加公司或相关部门举办的各类培训及活动。

5	广告文案	负责项目案名，广告信息语言文字的撰写；负责公司企业形象、企业文化、大型活动、重要事件的整理报道和媒体宣传；	1. 负责项目案名，户外高炮，围墙，道旗，引导旗，售楼处展板，单页，折页，夹报，海报，手册，平面媒体广告，电视媒体广告，DM直投等广告信息语言文字的撰写。
6	广告设计制作员	广告的设计与制作	1. 有独立完成整个广告设计的工作。 2. 熟悉各类广告设计的工作。 3. 逻辑思维清晰，做事认真、细致，表达能力强。具备良好的工作习惯。 4. 具备团队合作精神，有很强的上进心态，能承受工作带来的较大压力。 5. 对色彩把握敏锐，具有把握不同风格广告页面的能力。 6. 有良好的处事心态，对企业有一定的忠诚度。

3. 岗位能力要求

通过职业岗位分析研讨，校企专家通过对本专业毕业生的就业工作岗位的能力要求分析研讨，形成广告设计与制作专业岗位职业能力分析表如表 3。

表 3 广告艺术设计专业岗位与能力要求对应表

序号	岗位名称	能力要求
1	业务主管	1. 沟通能力和协作能力 2. 理解能力、洞察力、分析能力、总结能力。 3. 广告学相关专业基础知识，策划、创意、设计的能力 4. 项目管理、统筹能力。

2	创意总监	<ol style="list-style-type: none"> 1. 具有优秀的组织协调和计划能力，良好的沟通能力和执行能力。 2. 具备一定产品分析能力、创新能力和商业意识。 3. 整个创意团队的管理运作能力。
3	平面设计师	<ol style="list-style-type: none"> 1. 广告平面设计、制作及其它图文处理能力。 2. 协助其他部门人员对设计及美学方面的工作顺利完成的能力。 3. 建立规范以保持设计执行高品质，高可靠性和高安全性标准的能力。
4	助理设计师	<ol style="list-style-type: none"> 1. 配合设计师制做工程预算的能力。 2. 配合设计师与相关部门的衔接工作。 3. 整理设计师收集到的资料，并将资料归纳分类的能力。
5	广告文案	<ol style="list-style-type: none"> 1. 具有项目案名，广告信息语言文字的撰写能力。 2. 具备公司企业形象、企业文化、大型活动、重要事件的整理报道和媒体宣传的能力。
6	广告设计制作员	<ol style="list-style-type: none"> 1. 逻辑思维清晰，做事认真、细致，表达能力强。具备良好的工作习惯并熟悉各类广告设计的工作。 2. 具有独立完成整个广告设计的工作的能力。 3. 具备团队合作精神，有很强的上进心态，能承受工作带来的较大压力。

（二）培养规格

1. 素质

（1）思想政治素质

具有科学的世界观、人生观和价值观，践行社会主义荣辱观；具有爱国主义精神；具有责任心和社会责任感；具有法律意识。

（2）文化科技素质

具有合理的知识结构和一定的知识储备；具有不断更新知识和自我完善的能力；具有持续学习和终身学习的能力；具有一定的人文和

艺术修养。

（3）专业素质

掌握从事平面设计方向的技术支持、广告设计能力、创新能力、电脑表现能力、安装施工能力、成本控制能力等工作所必需的专业知识；具有敏锐的观察力、创新意识，具有一定的团队协作精神。

（4）职业素质

具有良好的职业道德与职业操守；具备较强的组织观念和集体意识；有较强的执行能力及较高的工作效率及安全意识。

（5）身心素质

具有健康的体魄和良好的身体素质；拥有积极的人生态度和良好的心理调试能力。

2. 知识

（1）公共基础知识

毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、思想道德修养与法律基础、形势与政策、大学英语、计算机应用基础、大学体育、职业规划与就业指导、大学语文、军事理论等。

（2）专业技术基础知识

素描、水粉、设计构成（平色立）、世界现代设计史、艺术概论、图案基础与图形创意、广告策划与文案等知识。

（3）专业知识

字体设计、装饰设计、标志设计、书装与版式设计、包装设计与制作、企业形象识别系统设计、展示设计与制作。

3. 能力

（1）专业能力

- ① 具有使用电脑辅助设计的能力。
- ②具有广告媒体,广告材料以及广告制作,成本预算的初步能力。
- ③具有广告设计造型、字体及版式设计能力。
- ④具有广告创意、设计能力,并掌握广告设计与制作的整个工作流程。

⑤具有查阅本专业英文资料的基本能力。

(2) 社会能力

- ①掌握常用办公软件的应用;
- ②具有较强的人际交往能力、公共关系处理能力、语言表达和写作能力、劳动组织与专业协调能力;

③具有人员管理、时间管理、技术管理、流程管理等项目组织管理能力;

(3) 方法能力

①具有分析问题与解决问题的能力、应用知识能力;具有一定的创新意识、创新精神及创新能力;

②具有个人职业生涯规划的能力,具有独立学习和继续学习的能力,具有较强的决策能力,具有适应职业岗位变化的能力。

六、教学进程安排表

(一) 全学程教学周数分配表

项目	周数		一年级		二年级		三年级		合计	周次安排
	1	2	1	2	1	2	1	2		
入学教育	2W	0	0	0	0	0	0	0	2W	1-2W
军事训练		0	0	0	0	0	0	0		
课堂教学	16W	16W	16W	16W	16W	8W	0W	72W		3-18W, 1-16W 1-8W

岗位实习（一）	3T	0T	0W	0W	0W	0W	3T	3-18W
岗位实习（二）	0W	0W	1W	1W	0W	0W	2W	17W
校内集中实训	1W	2W	2W	2W	0W	0W	7W	19W, 18-19W
复习考试	1W	1W	1W	1W	1W	1W	6W	20W 20W
毕业设计（论文）	0W	0W	0W	0W	8W	0W	8W	9-16W
岗位实习（三）	0W	0W	0W	0W	0W	14W	14W	1-14W
寒暑假	12W		12W		12W		36W	
合计	51W+3T		52W		44W		147W+3T	

七教学计划安排表

广告艺术设计专业教学计划安排表（三年专）

广告艺术设计专业教学计划表

序号	课程代码	课程名称	课程性质	学分	学时数分配			考核方式	"岗课证赛" 融通	各学期周学时分配					
					理论	实践	合计			一 4-19	二 1-16	三 1-16	四 1-16	五 1-8	六
1	S0000001	思想道德与法治	公共必修课	3	36	12	48	试		3					
2	S0000002	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	公共必修课	4	48	16	64	查			4				
3	S0000027	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	公共必修课	3	40	8	48	试		3					
4	S0000017	形势与政策	公共必修课	1	48	0	48	查		每学期 8 课时					
5	S0000024	大学英语（一）	公共必修课	2	32	0	32	试		4					
6	S0000027	大学英语（二）	公共必修课	2	32	0	32	试			4				
7	S0000026	信息技术	公共必修课	4	32	32	64	试			4				
8	S0000008	大学体育（一）	公共必修课	2	4	32	36	试		2					
9	S0000009	大学体育（二）	公共必修课	2	4	32	36	试			2				
10	S0000010	大学语文	公共必修课	2	32	0	32	试		2					
11	S0000011	创造性思维与创新方法（网络课程）	公共必修课	2	2	2	4	试	课赛融通				2		
12	S0000012	摄影基础（网络课程）	公共必修课	2	8	8	16	查				2			
13	S0000015	职业规划与就业创业（一）	公共必修课	1	16	0	16	查		1					

14	S0000016	职业规划与就业创业（二）	公共必修课	1	16	0	16	查					1			
15	S0000019	军事理论	公共必修课	1	16	0	16	查		1						
16	S0000020	入学教育、军事技能训练	公共必修课	2	0	0	0	查		2W						
17	S0000021	中国优秀传统文化（网络课程）	公共必修课	2	2	0	2	查		2						
18	S0000023	劳动教育（网络授课）	公共必修课	2	0	2	2	查								
19	公共任选课（含体育限选）		公共必修课	6	48	48	96	查								
公共基础课模块					44	416	192	560	608	0	15	14	2	3	0	0
1	S0502001	设计素描	专业基础课	3	18	30	48	查		3						
2	S0502002	设计色彩	专业基础课	3	18	30	48	查		3						
3	S0502003	设计构成 I（平）3-9 周	专业基础课	3	18	30	48	查		3						
4	S0502004	设计构成 II（色）10-18 周	专业基础课	3	18	30	48	查		3						
5	S0502005	设计构成 III（立）	专业基础课	3	18	30	48	查			3					
6	S0502006	世界现代设计史	专业基础课	2	32		32	试		2						
7	S0502007	广告学概论	专业基础课	2	32		32	试			2					
8	S0502008	图案基础与图形创意	专业基础课	4	24	40	64	查	课赛融通		4					
9	S0502009	广告策划与文案写作	专业基础课	2	32		32	查	课岗融通				2			
专业基础课程模块					25	210	190	400	0	0	14	9	0	2	0	0
1	S0502010	矢量图形设计（一）	专业核心课	4	24	40	64	查	课证融通			4				
2	S0502011	图形图像处理	专业核心课	4	24	40	64	查	课证融通		4					

3	S0502012	字体与标志设计	专业核心课	4	24	40	64	查	课赛融通		4				
4	S0502013	矢量图形设计（二）	专业核心课	4	24	40	64	查	课证融通			4			
5	S0502014	装饰设计	专业核心课	4	24	40	64	查	课赛融通			4			
6	S0502015	界面设计	专业核心课	4	24	40	64	查	课证融通			4			
7	S0502016	书装与版式设计	专业核心课	4	24	40	64	查	课岗融通			4			
8	S0502017	包装设计与制作	专业核心课	4	24	40	64	查	课岗融通				4		
9	S0502018	企业形象识别系统设计	专业核心课	4	24	40	64	查	课岗融通				4		
10	S0502019	软件应用技术（二）	专业核心课	4	24	40	64	查	课岗融通				4		
专业核心课程模块				40	240	400	640	0	0	0	8	20	12	0	0
1	S0502021	广告创意实训（证书考前培训）	专业拓展课	4	24	40	64	查	课证融通					8	
2	S0502022	广告制作实训（证书考前培训）	专业拓展课	4	24	40	64	查	课证融通					8	
3	S0502023	毕业设计	专业拓展课	5		224	224	论文+作品						8w	
4	S0502024	岗位实习（一）	专业拓展课	1	16		16	报告							2w
5	S0502025	岗位实习（二）	专业拓展课	2	32		32	报告							2w
6	S0502026	岗位实习（三）	专业拓展课	5		392	392	论文+报告							14w
7	S0502027	专业限选课：商业插画（地域文化专题设计）	专业限选课	4	24	40	64	查	课赛融通				4		
8	S0502028	专业限选课：软件应用技术（一）	专业限选课	4	24	40	64	查				4			
9	S0502029	专业限选课：文创产品设计	专业限选课	4	24	40	64	查	课赛融通				4		
10	S0502030	专业限选课：艺术考察	专业限选课	3		96	96	查	课赛融通						3w
11	S0502031	专业限选课：设计采风	专业限选课	4		128	128	查	课赛融通						4w

专业拓展课程模块			40	168	1040	1208	0	0	0	0	4	8	16	0	
合计			146	994	1814	2808	0	0	29	31	26	25	16	0	

八、各模块学时与学分分配表

(一) 各类课程学时与学分分配表

课程学分总量、学时的分配及其总比 (%)								
课程模块	学分	总占比	时 数	总占比	理实分配			
					理论		实践	
					时数	占比	时数	占比
公共基础课程模块	44	29.53%	608	21.29%	416	40.23%	192	10.54%
专业基础课程模块	25	16.78%	400	14.01%	210	20.31%	190	10.43%
专业核心课程模块	40	26.85%	640	22.41%	240	23.21%	400	21.95%
专业拓展课程模块	40	26.85%	1208	42.30%	168	16.25%	1040	57.08%
合计	149	100%	2856	100%	实践学时数占 比		1822	63.80%
					选修课学时占 比		512	17.93%

(二) 各学期门数与学分汇总表

类别		第一学期		第二学期		第三学期		第四学期		第五学期		第六学期	
		门数	学分	门数	学分	门数	学分	门数	学分	门数	学分	门数	学分
必修课	公共必修课	6	13	4	10	1	2	2	3	0	0	0	0
	职业基础课	5	14	3	9	0	0	1	2	0	0	0	0
	职业技术课	0	0	2	8	5	20	3	12	0	0	0	0
	职业技能训练课	1	2	0	0	0	0	0	0	3	13	3	7
选修课	创新能力认定	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	公共选修课	0	0	0	0	1	4	2	8	0	0	0	0
合计		11	29	9	27	8	26	8	25	3	13	3	7

九、专业核心课程及基本内容

(一) 核心课程

专业核心课程教学要求如下：

广告艺术设计专业核心课程。其课程涉及内容基本涵括广告设计专业的关键概念和设计表现技巧，有利于帮助学生树立整体性的创作概念并从策略出发进行创意及设计表现。

课程	主要教学内容	技能考核项目与要求	参考学时
图形创意设计 与制作	1. 图形创意的项目认知 2. 图形创意的构成形式 3. 图形创意的程序设计分解 4. 图形创意的方法 5. 图形创意的执行	1. 图形圆、方、三角基本形训练 2. 图形基本构成形式训练 3. 图形概念创意训练 4. 图形主题设计项目制定 5. 图形主题设计训练	64
字体与 书装版	1. 字体设计的基础认知 2. 汉字与字母的基本绘写	1. 基础字体设计与制作 2. 创意字体设计与制作	128

式设计及制作	<ol style="list-style-type: none"> 3. 汉字与字母的创意表现 4. 字体与版式编排要点 5. 个人推介的版面要素 6. 折页传单设计特点 7. 时尚杂志编排特征 	<ol style="list-style-type: none"> 3. 中英文的组合设计 4. 个人推介的版面设计 5. 折页传单设计与制作 6. 时尚杂志版式设计制作 	
标志、企业形象设计与制作	<ol style="list-style-type: none"> 1. 项目分析 2. 市场分析与定位 3. 企业标志设计特点 4. 企业视觉识别(VI)设计 5. 企业VI手册的制定 6. VI手册的编辑、装帧 7. 成果总评 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 企业标志设计 2. 企业视觉识别(VI)设计-基础部分 3. 企业视觉识别(VI)手册的制作-应用部分 	128
广告设计制作	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解广告设计的概念、观点与思维, 广告设计的历史沿革与发展情况 2. 学习提炼概括广告诉求点等前期作业步骤与程序、方法 3. 全面了解广告设计发展进 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 商业广告设计与制作 2. 文化广告设计与制作 3. 新媒体广告设计与制作 	64

	<p>程中的人物、观点与作品</p> <p>4. 广告主题概念的提取与应用, 根据广告设计意要求收集设计元素与设计方案</p> <p>5. 了解广告设计与制作评价体系</p>		
包装装潢设计与制作	<p>1. 进行项目设计导向认识, 全面了解包装装潢设计的历史沿革与发展趋势</p> <p>2. 商品属性与包装装潢的定位设计关联分析</p> <p>3. 理解包装与色彩的关系, 认识色彩的情感规律</p> <p>4. 根据包装装潢设计要求收集设计、构思与草图设计</p> <p>5. 学习 PPT 的制作了解单件小包装装潢设计评价体系</p>	<p>1. 单件小包装装潢设计</p> <p>2. 系列包装装潢设计与制作</p>	64

（二）认证课程

课程名称：《字体设计》

课程英文名称：Character Design

课程简介：此课程是依据现代设计需要将文字形态加以美化的造型活动，可增强视觉感染力，以达到视觉传达效果，在文化交流、商品促销等活动中应用非常广泛。

教材：《字体设计》毛小龙著 江西美术出版社

参考书目：

《字体设计》 湖南美术出版社 余秉楠 编著

课程名称：《装饰设计》

课程英文名称：Decoration

课程简介：此课程是依据美学、构成学原理，通过各种手法用想象中的各种形态及色彩来表现生活，美化生活的一种绘画，它依附于人们的生活，同时又作用于生活，是现代绘画中的又一分支，实用性非常强。

教材：《装饰画教程》武田著 湖南美术出版社

参考书目：

《高等美术院校系列教材——装饰画》戴端 湖南美术出版

《装饰图案设计技法新探》张歌明 天津人民美术出版社

课程名称：《书籍与版式设计》

课程英文名称：Decoration of Books

课程简介：此课程是根据教材的内容，对教材的内在结构和外在审美形态进行的完整设计，包括书的函套、护封、封面、环衬、扉页、内文页的装饰与编排，不仅仅是封面的设计编排，因此，了解学习书籍装帧大有必要。

教材：《书籍装帧创意设计》张涛著 中国青年出版社

参考书目：

《书籍装帧》辽宁美术出版社 肖勇 肖静 著

《书籍装帧设计教程》辽宁教育出版社 张进贤 著

课程名称：《包装设计》

课程英文名称：Packing Design

课程简介：包装设计是对商品的容器外表、包装材料进行装饰美化，使之外表美观并能准确传达商品信息，维持扩大产品价值的一种装饰设计。

教材：《包装设计理论与实务》 合肥工业大学出版社

参考书目：

《包装设计基础与创意》张大鲁编写，中国纺织出版社出版；2006年

课程名称：《企业形象设计》

课程英文名称：VIS Design

课程简介：此课程是通过企业标志、标准色及标准字体的导入来传达视觉形象的一门课程，一般涵盖了企业及团体的办公用品范围及部分视觉传达系统。

教材：

《企业形象设计教程》严晨 辽宁美术出版社

参考书目：朱建强主编《企业CI战略》，厦门大学出版社，2006年

十、主要实践教学环节

（一）课程实训

本专业的实训课程行业、企业共同参与，在教学过程中确定专业改革方向，导入“项目案例”推动教学改革进程。运用工作室运作模式，顶岗实训；工学交替，现场实训。开展“跟岗”顶岗实习，要求学生写实习日志、装订

成册，进行终端评估。进一步深化实施教学改革，取得良好效果。

（二）校内技能实训

本专业利用校内实训基地和校企共建实训室等实训条件，实施以“工作室制”为载体，与企业共同开发“项目导入，团队授课、学工交织，相互渗透、真实场景”等工学结合的人才培养方式，通过真实工作环境中的“实务”操作，进行实景教学，锻炼学生的“实践”能力。

（三）校外技能实训

本专业以专业发展需求为导向，以培养学生职业素质和素养为前提，优化知识结构实践教学，如：市场调研、专业素质拓展和第二课堂等校外课程实训，重点开阔学生视野和培养学生实践能力，为学生就业打下基础。

（四）顶岗实习

以行业需求为导向，以学生从业岗位素质、能力为核心，工作室制为培养载体，在现有实训中心的基础上，优化实训室功能结构，补充必须的实训设备，引进企业的设备和管理，完善实训中心的生产条件。把实训中心建成集教学、生产、科研于一体的产学研场所，工学完全对接，提高实训中心对学生核心技能训练的水平。

十一、实施保障

(一) 师资队伍

专兼职教学团队

师资队伍	专任教师	总数（人）	7
		高级职称教师数（人）	2
		中级职称教师数（人）	2
		初级职称教师数（人）	1
		具有行业企业经历的教师（人）	3
		具有高级工、技师、工程师等职称的教师（人）	2
	兼职教师	2	

(二) 教学设施

1. 实训教学条件

(1) 校内实训基地

本专业实验、实训室情况

序号	实验实训室名称	现有建筑面积(m ²)	现有设备价值(万元)	现有主要设备			主要实训项目
				名称	单价(万元)	台套数	
1	广告设计实训室	120	5	广告材料	3.88	1	1. 广告材料实训
				展架	0.07	16	2. 工艺实训 3. 广告制作流程实训
2	装饰设计工作室	120	7.3	切割机	4.5	1	1. 装饰画制作实训
				电脑	1.5	2	
				板式大桌椅	0.8	3	2. 包装模型制作实训
				展架	0.5	13	
3	图像制作	50	10.9	打印机	4.2	4	图像打印实

	实训室			绘图仪	3.7	1	训
				胶装机	0.8	1	
				扫描仪	0.5	1	
4	计算机辅助设计实训室	450	80.03	计算机	0.6	122	AI、COREDRAW、Photoshop、ID 等软件的教学
				服务器	2	2	
				投影仪	0.5	2	
				板式桌椅	0.0145	122	
5	素描色彩实训室	150	5	画架、画板	0.02	120	素描色彩实训
				石膏模具、静物	0.0504	50	
				投射灯	0.02	4	
6	多媒体室	500	15.5	多媒体设备	0.5	10	1. 旅游产品开发设计； 2. 文创产品设计； 3. 创意设计； 4. 广告设计。
				投影器	0.3	5	
				电脑	0.4	10	
				绘图桌	0.01	500	

7	大师工作室	200	4.77	电脑	1.5	2	顶岗实习、毕业设计、就业、项目合作、产学研结合、共建实训基地
				绘图大桌椅	0.354	5	
实验实训项目开出率			100%				
实验实训室利用率			100%				

(2) 校外实践基地

本专业稳定的校外实践教学基地情况

单位名称	有否协议	承担的教学任务	每次接受人数
泉州市速腾网络科技有限公司	有	顶岗实习	30
泉州市联创广告有限公司	有	顶岗实习	20
泉州市丰泽区宝丽文印店	有	顶岗实习	10
泉州物喜工艺品制作店	有	顶岗实习	30
泉州威闽图文店	有	顶岗实习	10

（三）教学资源

1. 选用教材及参考资料

国家认可的优质教材资源：“十三五规划教材”。

2. 网络学习资源

建立基于网络的数位学习系统。首先可以实现优质数字教育资源共建共享，加深信息技术与教育教学的融合。其次，开创云服务模式的网络学习空间，开展教师研修模式、教与学方式的变革探索。同时，在线开放课程资源内容与形式更加丰富，实现校内传统课堂与在线课程的有机整合。

（四）教学方法

1. 拓宽授课资源的教学模式，改善以往的授课多以书本间接知识为主的状况，增加网络、媒体以及相关新的科学技术、新的发明创造、新材料、新的艺术形式、新的生活方式、新的社会观念和需求等教学模式的实践。这些新的媒介都会对视觉传达设计产生影响，导致其发生变革。广告设计与制作本身是一个开放的学科，因此在设计课程中，不断丰富媒介，包括视听媒体：如电影、电视、网络、手机等；听觉媒体：如霓虹灯、广播、吆喝等；纸制品：如招贴、书刊、报纸、POP、手提袋、包装盒、宣传册、名片等；流动媒体：如服饰、车身、飞机、轮船、热气球、

气球等;空间媒体:如路牌、店招、横幅等。以这些媒介作为基础,不仅丰富了视觉传达设计的知识结构,更拓宽学生的创新思维,真正做到与时代发展同步。

2. 授课形式的多样化,积极推进授课方法的改革,克服传统授课方式的不足,充分调动学生学习的积极性和主动性,如在授课中,采用历史追溯法、类比教学法等启发式、互动式教学方法,留给同学足够的空间让他们自己去思考,启发学生思维,充分激发学生学习的主动性。并以讨论、快速表达和撰写文案的形式为课堂内容;通过学生自己的分析、研究和资料查询,扩展、延伸综合知识面,提高了学生的自学能力、综合能力和表达能力。

(1) 阶梯式的教学互动模式,在专业知识基础上,尽可能地提供学生形式丰富、创意新颖的相关课题范例,组织学生小组讨论并针对具体范例进行分析研讨。从学生小组内讨论,到组与组之间讨论,再到师生互动研讨,形成阶梯式互动模式,调动学生的积极性,并进而丰富了学生的专业知识,拓宽了学生的知识结构。

(2) 多维度设计实践的教学模式,在专业知识基础上,向学生提出具体的课题实践:例如包装、广告宣传、产品推广以及企业的CI设计等。这也是广告设计教育的最终目的,如果没有设计作品最终完成,所有意识和思维活动只能流于形式。这就需要学生在专业知识的基础上,锻炼其综合能力的运用,要结合创意构思、设计语言、画面效果、制作技术新材料的运用等方面,并巧妙地应用图形语言(点、线、面、色彩)以及形式美的构成法则,尤其是现代技术与媒介等,设计出具有强烈的形式美感和现代感的既新颖又奇特的作品。

（五）教学评价

广告设计与制作专业课程分阶段进行评价。建立职业能力综合评价体系，以目标水平为主，阶段成绩为辅，结合课外作业、学习态度以及本人课程学习中职业技能的提高程度进行综合评价。强调目标评价和过程评价相结合，注重作业过程、方法步骤的正确性，加强实践性教学环节的考核，注重平时成绩记录

课程按百分制考评，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。学生成绩评价采取多元形式：

目标性评价：选取最能体现或代表所需职业能力的活动项目，让被评价者完成这些项目，然后根据项目完成的效率与质量，依据本课程的目标，按照行业相应要求，参照项目模块的目标要求进行评价。

阶段性评价：根据项目任务要求，从完成工作任务的阶段过程中进行评价。将评价对象的学习发展轨迹作为评价内容，强调评价主体多元化；强调对评价对象人格的尊重，强调人的发展；重视评价对象自我反馈、自我调控、自我完善、自我认识的作用。

多元性评价：在传授知识和技能的同时特别注重鼓励启发和引导学生。关注学生当中那些有个性有创新意识的“苗子”。作业评分可以是学生自评，每个同学都要阐述自己作业的想法做法及问题的解决办法和体会，还可以是同学之间互评。在此基础上教师再作总评。评分标准包括作业自身的构思、立意构思、构图表现、文案编写、材

料运用、工艺效果、作品的完整性等；还包括学习态度、人与人的协作、规范操作、良好习惯综合素养等。 校企结合评价：采取企业专家与学校教师相结合方式进行评价。遵循“工学结合”精神，按照企业要求与课程目标相结合进行评价，注重能力与实际工作的相关程度，将理论知识、态度、技能之类的单方面“要素”考核转变为完整工作任务评价。评价形式可以通过选择题、口头或书面问题、实际操作任务等评价项目，做出职业能力水平的综合评价。

（六）质量管理

广告艺术设计专业教学应建立以下文件和制度： 教学管理制度； 教学计划和教学大纲； 排课和选课制度； 教师管理制度； 学籍和学分管理制度； 教材管理制度； 实训室管理制度。

十二、教学实施要求

（一）“三堂联动，六化育人”教学实施要求

序号	名称	课程名称（活动名称）	目标及内容	学分统计
1	制度文化	《企业形象设计》课程（企业文化大讲堂活动） 学习《泉州华光职业学院学生管理规定》、	通过“企业文化大讲堂”活动的开展，使学生对企业及学校制度文化有进一步的了解；通过学习	4 学分

		《学生手册》、毕业设计说明会、文明宿舍评比。	《泉州华光职业学院学生管理规定》《学生手册》规定规范学生行为；通过文明宿舍评比让学生爱校、养成良好的生活习惯；该课程主要是以企业制度文化为核心，为企业量身定制，可以帮助企业树立企业形象的一套行之有效、能够赢得受众的企业战略系统。其中关于制度文化的相关内容是企业文化内涵建设、企业MI和BI的建立。通过学习使学生掌握关于企业制度文化有关的知识、素养和能力。加强学生对企业的规章制度和行业规范标准的理解。	
2	环境文化	《装饰设计》课程认识实习、跟岗实习、顶岗实习、	学校随着自身的发展,特别是进行环境文化建设的同时,已逐渐	11 学分

			<p>形成了自身的特点将人文校园、书香校园、和谐校园、绿色校园、景观校园、园林校园、生态校园、环保校园作为环境文化建设的目标和方向,融入学校的教育理念文化、办学特色等方面,达到以环境育人的目的。华光学院本是 3A 旅游景点区,有摄影文化艺术景观,如郎静山、吴印咸等纪念馆,摄影名人山庄,五代同堂等,有优秀传统文化景观,如二十四孝园等,有艺术教育文化景观,如吴文季音乐厅,电视台等,有闽台交流文化景观,如粥会、余光中纪念馆、孙中山铜像等,让学生在充满文化气息的校园环境 中学习成长。通过《装饰设计》课程的学习,让学生懂得利用装</p>	
--	--	--	--	--

			饰材料、手段美化校园，营造人文校园文化环境氛围。	
3	行为文化	《入学教育及军事技能训练》课程 倡导无烟教室、无手机课堂；创建文明班级 文明宿舍评比；感恩节活动；践行雷锋精神， 开展义务大扫除；	通过无烟教室、无手机课堂规范学生的行为，通过文明宿舍评比、义务大扫除等活动让学生爱校、养成良好的生活习惯；通过入学教育及军事技能训练规范学生的行为。	2 学分
4	精神文化	《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》、《思想道德修养与法律基础》、《中国传统文化》学习党的十九大会议精神、易班思想活动、青马工程、开展抵制不良网贷安全教育班会、心理阳光工程、525 心理活动周、	通过组织师生学习党的十九大会议精神，提升思想理论水平。举办易班思想活动、青马工程活动等，对学生进行思想政治教育。 通过开展抵制不良网贷安全教育班会，心理阳光工程等促进学生身心健康成长。通过开设《毛泽东思想和中国特色社会主义理论	10 学分

			体系概论》、《形势与政策》、《思想道德修养与法律基础》、《中国传统文化》等课程保障精神文化的建设。	
5	艺术文化	开设《世界现代设计史》《艺术概论》《地域文化专题设计》《文创课程(特色课堂建设)》等课程。举办迎新晚会、五四合唱比赛、书法大赛、十佳歌手大赛、辩论大赛等。参加全国、省市各级艺术类比赛。	通过各种类型活动的组织提升学生的组织能力；增加学生的艺术品味；通过《世界现代设计史》《艺术概论》的学习加强学生对艺术的认识和理解；通过学习《地域文化专题设计》的学习，了解民族民俗，风土人情，对艺术的地域性有所了解；通过《文创课程(特色课堂建设)》课程，让学生进行艺术实验，进而达到艺术践行的目的。	12 学分
6	职场文化	开设《广告创意实训》《广告制作实训》等课程。毕业设计作品展，职业教育周活动，	通过职业教育周、认识实习，跟岗实习，顶岗实习让学生在学	20 学分

		<p>认识实习，跟岗实习，顶岗实习。</p> <p>参加职业资格认定 、参加省技能竞赛</p>	<p>习期间就可以体会到职场文化氛围；通过《广告创意实训》 《广告制作实训》专业课程的学习让学生了解广告行业相关职业的工作性质、工作内容，熟悉行业的发展情况。</p>	
--	--	---	---	--

（二）就业创业教学实施要求

将就业创业能力培养纳入人才培养方案，既是教育部的最新要求，也是高素质技能型人才培养的需要。就业与创业能力培养学分不低于 8 学分。

（三）毕业设计实施要求

实务专题制作是本专业实务性应用研究的一门重要开放式、必修课程，主要是通过专题制作的过程培养学生掌握专业理论基础知识和基本技能，提升将知识与技能在实际工作中整合应用的能力、学习能力、团队合作的工作态度精神、独立思考研究及创新的能力、解决问题的逻辑思考能力、实际项目操作的能力、提升设计与研发的能力，提升论文撰写与口头报告能力等关键能力，并由此提供学生一个提升自我能力及训练的机会。为切实履行实务专题制作的教学理念、培养学生关键能力。

根据我院《实务专题制作课程实施指南》和《毕业设计（论文）文件汇编》的要求，以提高学生专业能力和关键能力为目标，在第三至第五学期分阶段修读，共计 8 学分。学生可以依据职业发展需要或个人兴趣选取一个专题进行实务专题制作或撰写研究论文，在专、兼教师指导下，以专业技术的实际应用来开展实务专题制作，通过小组合作完成一个具有创新或改良的项目专题作业或作品来实现。

1. 实务专题课程内容及要求

实务专题主要来源于本专业相关企业产品研发、生产技术改造和科研课题等其中一部分（子项目）内容，也可来自专业课程教学中的某个模块，或学生与教师共同商定的其他领域内容。实务专题必须是个人单独无法完成的、只有通过小组合作才能完成的实务专题制作、

作品或研究论文，其制作难度以小组通过努力就能完成为度。

实务专题课程包括文献收集、编写实务专题设计方案、实务专题制作与研究以及实务专题答辩等阶段性内容。实务专题课程应综合考虑职业岗位专业知识技能和职业核心能力教育教学需要，编制出具有可行性课程实施计划。

2. 课程组织实施

(1) 在专业建设指导委员会的指导下，专、兼教师组成实务专题课程项目小组提供实务专题题目，学生应依据职业发展需要或个人兴趣选取一个专题进行制作或撰写研究论文，一个专题学生数原则上不超过 3 人。

(2) 每位教师指导实务专题制作组数不超过 5 组。

(3) 在实务专题实施前，应开设专题讲座，详细介绍各专题方向的发展现状，需要学习的知识和技术。通过各专题讲座，让学生了解什么是关键能力，怎么样培养提高关键能力，使学生明确实务专题学习目标。

(4) 选题流程。实务专题指导教师公示题目，学生自主选题并组队，经系批准后开展专题制作，在实务专题运作过程中，若更换题目或指导教师的可按学院规定的程序进行。

(5) 在实务专题实施过程中，指导教师以观察者、顾问、支持者的身份开展教学，通过引导、提醒、暗示、解答、鼓励、表扬等办法帮助学生开展专题制作，记录学生各个关键技能的具体表现。

(6) 实务专题答辩。答辩开始前，各组学生需将专题报告或作品（实物）等资料提交给指导教师；指导教师应审查所提交的专题报告或作品（实物）内容是否符合专题制作报告的要求，并在签署

审核后向系提交参加答辩的学生名单；专题制作报告或作品（实物）未能提交者，不能申请参加答辩。

3. 考核办法

（1）实务专题考核有两部分组成，一是专业能力考核，可根据学生在专题预选、文献收集、专题方案设计、专题制作等过程中专业知识应用、技能操作、创新力等情况进行成绩评定；二是关键能力考核，关键能力考核没有统一标准，应以个性关键能力为起点，一般以70分为起点分，通过各阶段实务专题实施后，指导教师观察学生关键能力升幅情况而评定学生成绩。

（2）文献收集阶段的考核。由小组成员相互自评和指导教师评鉴构成，其中组内成员之间相互自评（平均值）和指导教师对组内每一成员之评鉴各占成绩的50%。

（3）编写实务专题设计方案的考核。组内成员之间相互自评的平均值，占个人成绩的20%；指导教师对组内每一成员的评鉴占个人成绩的30%；由系指派二位专业教师组成评分小组进行评分，占个人成绩50%。评分小组若评为及格及以上，此实务专题设计方案提交系存查，作为下阶段实务制作的依据；若评为不及格，限期更改，一个月后再次组织评审，如果仍为不及格，则重修。

（4）实务专题制作和实务专题答辩阶段。组内成员之间相互自评的平均值，占个人成绩的20%；指导教师对组内每一组员之评鉴，占个人成绩的30%；由系指派三位教师（含企业人员）对专题成果进行答辩评分，占个人成绩的50%。答辩评分不及格者，限期更改。

（四）认识、跟岗、顶岗实习教学实施要求

专业顶岗实习为本专业学生联结学校课堂学习与岗位就业创业

的桥梁，是学生从学校到社会实现人生转折的一个必经阶段。顶岗实习期间要加强学生职业理想、职业道德、从业创业知识指导教育，把按照学院制定的《福建信息职业技术学院顶岗实习管理办法》，做为本专业学生顶岗实习实施管理的主要依据。

1. 顶岗实习管理模式

顶岗实习按照校企共同制定实习计划、管理规定、评价标准，共同指导学生实习、评价学生成绩模式等开展实践教学，并由院领导、系部领导、指导教师和辅导员定期、分批、巡回到各实习点探望学生，召开座谈会，了解学生实习状况，解决学生实际问题，确保实习工作顺利进行；同时，在实习企业或实习城市，成立实习生临时党支部或团支部，充分发挥学生党员、团员在实习过程中的模范带头作用，以实现在实习过程中学生的自我服务、自我管理和自我约束。

2. 顶岗实习时间

顶岗实习时间安排在第五学期至第六学期完成，共 24 周。

3. 顶岗实习地点

顶岗实习组织形式以企业安排为主，以学校参与为辅。以福建速腾网络科技有限公司, 泉州广告雕刻有限公司等企业为主。

4. 顶岗实习要求

职业态度要求：爱岗敬业，工作踏实，学习能力强，树立主人翁的思想。

职业道德要求：节约、安全、文明生产。在实习过程中，要求学生始终坚持“安全第一”的理念，严格遵守工厂的规章制度，服从实习老师的统一管理。

实习岗位要求：顶岗实习的岗位应该是与本专业有关的工作岗

位。

考核材料要求：提交顶岗实习记录、顶岗实习报告、顶岗实习考核表等相关材料，完成指导教师和学生顶岗实习各个阶段任务，并做好顶岗实习过程材料整理归档工作。

5. 顶岗实习成绩评定

顶岗实习结束，由实习单位和学校老师共同评定顶岗实习成绩。根据学生实习期间组织纪律、工作态度、任务完成情况、实习报告质量、实习单位意见、实习指导教师意见等进行综合考核，评定实习成绩。其中，组织纪律占 10%，工作态度占 10%，任务完成情况占 45%，实习报告占 15%，实习单位意见占 10%，实习指导教师意见占 10%。顶岗实习成绩按优秀、良好、中等、及格和不及格五级记分制评定。

有下列情况之一的，成绩按不及格处理：①未达到实习大纲规定的基本要求，实习报告马虎潦草，或内容有明显错误；②未参加实习的时间超过全部实习时间三分之一以上者；③实习中有违纪行为，教育不改或有严重违纪行为者。

十三、毕业要求

（一）修学学分

- 1、完成人才培养方案规定的 139 学分；
- 2、体育达到大学生合格标准；
- 3、按要求完成各项基本技能及职业技能训练，成绩合格；
- 4、按要求完成毕业设计任务，经答辩成绩合格及以上；
- 5、按要求完成毕业顶岗实训任务，成绩合格及以上；

（二）职业资格证书

本专业学生在毕业前必须取得以下表中序号 1 至 2 职业资格证书, 并取得 3 至 5 中的 1 个证书:

广告艺术设计专业相关职业资格证书

序号	职业资格(证书)名称	发证单位	等级
1	福建省高校计算机一级考试证书	福建省计算机考试中心	一级
2	高校英语应用能力测试证书或四级证书	教育部	B级
3	平面设计师	中国就业培训技术指导中心	高级
4	平面设计师	人力资源和社会保障部	三级
5	全国信息化工程师NACG数字艺术专业人才证书	中国工信部	高级

十四、继续学习建议

(一) 专升本对应相关专业

本专业毕业生为了提高个人学历层次, 可在毕业后参加专升本、自学考试、网络远程教育等相关途径, 获得更高层次的教育机会, 更高学历层次的专业面向主要有: 广告艺术设计专业、新媒体设计专业、艺术设计专业、会展设计专业、视觉传达设计专业等。

(二) 提升职业资格渠道

在校期间学生的专业学习需要更多的结合到真正的实际项目中生成, 要求学校与企业对接所需的实践条件比较多。因此, 为了弥补学校期间践教学的不足, 学生毕业后工作上需要学习和提升的地方还很多, 主要有以下几点建议:

1. 结合项目实践, 提高自身技能水平、提升实践能力。考取国家

认可的技能证书。

2. 进一步反思对所学知识的运用，注重综合素质和可持续发展能力的培养，积极探索自主性学习和个性化养成，关注相关专业的职业资格认证。

3. 参加企业内、外部的培训，实现企业育人，通过考试，提升自身职业资格的逐级进阶。

十五、说明

1. 2019 版广告设计与制作专业培养方案是根据人才培养目标、专业特点和岗位对人才知识、能力、素质的要求，并且对课程作了调整和优化。例如新加入了《地域文化专题设计》和《Rhino 应用技术（犀牛）》3D 课程的学习内容。

2. 本培养方案采取“一中心三平台”的培养模式。

3. 学生必须修满综合能力拓展模块 10 学分，相关修读、认定标准见教学计划表。

4. 在执行本方案过程中，艺术设计学院广告设计与制作专业根据专业实际情况作了适当调整，并严格遵照学校规定程序报教务处审核、分管副校长审批，经批准后按调整方案执行。