

高等职业教育

广告设计与制作

2019



高等职业教育广告设计与制作专业 2019 级人才培养方案

xxxxxx 学院制

二〇一九年六月

目录

一、专业名称及代码.....	3
二、入学要求.....	3
三、基本修业年限.....	3
四、职业面向.....	3
五、培养目标.....	3
六、培养规格.....	4
七、课程设置及学时安排.....	5
八、教学基本条件.....	7
九、质量保障.....	9
十、人才培养模式.....	10
十一、专业课程体系与核心课程（教学内容）.....	10
十二、课程考核与毕业要求.....	16
十三、教学实施建议与要求.....	17
十四、教学活动安排.....	22
广告设计与管理专业人才需求与专业改革调研报告.....	29
《素描与色彩》课程标准.....	41
《矢量平面设计》课程标准.....	47
《PS 图文设计》课程标准.....	52
《图形创意》课程标准.....	57
《三大构成》课程标准.....	62
《字体与版式设计》课程标准.....	68
《flash 动画与制作》课程标准.....	72
《3DMAX 效果图设计》课程标准.....	80
《展示设计》课程标准.....	85
《包装设计》课程标准.....	91
《广告策划与创意》课程标准.....	95
《网页设计》课程标准.....	100
《影视后期合成与摄影技术》课程标准.....	108
《VI 设计》课程标准.....	113

高等职业教育广告设计与制作专业 2019 级人才培养方案

一、专业名称及代码

广告设计与制作专业（670112）

二、入学要求

参加普通高考招生考试的普通高中、中职毕业生
学制 3 年、普通专科

三、基本修业年限

学制 3 年、普通专科

四、职业面向

广告设计与制作专业毕业生的就业方向主要是平面广告设计师、包装设计师、商业绘图、广告策划、版式编排人员、室内设计师、网页设计师等。

表 1 本专业职业面向

序号	职业领域	初始岗位	发展岗位	职业岗位升迁 平均时间/年
1	广告公司	广告设计师	广告公司总经理	5--6 年
2	各大广告行业	广告策划创意与设计	广告策划人员	5--6 年
3	企业产品设计与包装设计行业	企业包装与视觉设计师	设计总监	5--6 年
4	商业绘图	商业绘图人员	管理人员	5--6 年
5	三维广告制作	三维设计者	三维执行总监	5--6 年

五、培养目标

本专业培养适应社会主义现代化建设需要，德、智、体、美全面发展，具备广告设计专业必备的理论知识，具有良好的职业素养，具备在企业企划部门和广告设计部门的工作能力，同时具有较强的综合应用多种广告学科知识和解决广告设计所涉实际问题的能力，德智体美等全面发展的高素质、高技能人才。

六、培养规格

（一）素质

（1）坚定拥护中国共产党领导和我国社会主义制度，在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感

（2）崇尚宪法、遵法守纪、崇德向善、诚实守信、尊重生命、热爱劳动，履行道德准则和行为规范，具有社会责任感和社会参与意识。

（3）具有质量意识、环保意识、安全意识、信息素养、工匠精神、创新思维。

（4）勇于奋斗、乐观向上，具有自我管理能力、职业生涯规划的意识，有较强的集体意识和团队合作精神。

（5）具有健康的体魄、心理和健全的人格，掌握基本运动知识和 1-2 项运动技能，养成良好的健身与卫生习惯，以及良好的行为习惯。

（6）具有一定的审美和人文素养，能够形成 1~2 项艺术特长或爱好。

（二）知识

（1）掌广告设计的造型能力，熟练掌握素描、色彩、构成等技能；

（2）具备广告设计创意形成及创意表达方面的知识；

（3）具备广告设计风格方面必备的知识；

（4）具备广告设计的必备软件的基础知识；

（5）具备广告设计创意能力：熟练掌握图形、型录、网络等广告实务的制作要领和技能；

（5）具备报刊、招贴等广告实务的制作要领和技能；

（6）具备摄影和影视等广告实务的制作要领和技能；

（7）具备广告实施操作能力：毕业生能熟练掌握大众媒体的广告特性，媒体的组合方法，自身媒体方式的营造、广告传播效果、预估和评估的基本方法；

（8）具备广告整体流程的管理知识、具备广告策划、广告媒体运作方面的必备知识、具备掌握市场调查与市场分析的基础知识；

（三）能力

（1）具有较强的计算机应用能力；

（2）具备一定的审美能力和艺术鉴赏分析能力

（3）具有较强 CDR/PS/3D 软件应用能力.

（4）具有一定的手绘基础

（5）具备一定的组织、管理、协调、策划能力

（6）具备一定的文学欣赏、语言及文字表达和处理公文的能力

- (7) 能收集、记录、处理、保存各类专业技术的信息资料
- (8) 具有从事本专业的环境保护意识，能遵守法律法规，恪守职业道德；

七、课程设置及学时安排

(一) 课程设置

本专业课程主要包括公共基础课程和专业课程。

1. 公共基础课程

根据党和国家有关文件规定，将思想政治理论、中华优秀传统文化、体育、军事理论与军训、大学生职业发展与就业指导、心理健康教育等列入公共基础必修课；并将党史国史劳动教育、创新创业教育、大学语文、信息技术、公共外语、健康教育、美育课程、职业素养等列入必修课或选修课。学校根据实际情况可开设具有本校特色的校本课程

2. 专业课程

专业课程一般包括专业基础课程、专业核心课程、专业拓展课程，并涵盖有关实践性教学环节。学校可自主确定课程名称，但应包括以下主要教学内容

(1) 专业基础课程。

专业基础课程一般设置 6~8 门，包括：素描、色彩、三大构成、ps 图文设计、cdr 平面设计、AI 平面设计、图形创意等。

(2) 专业核心课程。

专业核心课程一般设置 6~8 门，包括：版式设计、字体设计、广告策划与创意、包装设计、展示设计、VI 与标志设计等。

(3) 专业拓展课程。

专业拓展课程包括：摄影与摄像、CAD 设计、3DMAX、FLASH 动画、pr 影视后期合成设计采风等。

3、专业核心课程主要教学内容

专业核心课程主要教学内容如表 2 所示

表 2 专业核心课程主要教学内容

序号	专业核心课程名称	主要教学内容
1	版式设计	版式设计是设计专业一门必修的主干课程。它的设计原理始终贯穿着每一个平面设计以及其他设计的各个实践领域之中。它是现代设计界的重要组成部分，也是视觉艺术的重要手段之一。
2	字体设计	字体设计是视觉传达设计的重要组成部分，是设计各学科的基础，是一个将创意视觉化、符号化

		的过程，思维根据设计意象对视觉元素进行挑选、变换、组合。通过对文字设计方法的拓展，为今后与文字有关的版面、广告及视觉传达领域内的相关课程打下良好的基础。
3	广告策划与创意	广告策划是广告专业的一门应用性很强的专业课程。广告策划课程对产品营销时所采用的具体促销方式，广告其策划原理、创作方法和理论运用进行了较为系统的分析。本课程旨在培养学生较强的分析问题与解决问题的能力，培养学生一定的创造能力，使学生能较好地掌握现代广告学的基本原理、基本方法与基本技能，并能联系实际加以灵活运用。
4	包装设计	通过对本课程的教学，要求学生了解国内外包装发展趋势。掌握包装设计的表现技法和工艺方法。掌握包装设计的分类法，能从形态、材料、技法等方面进行分析。
5	展示设计	展示设计包括：展示设计与人体工程学、展示空间设计、展示道具设计、橱窗展示设计、展示空间的色彩设计、展示空间的照明设计、展示设计的流程、展示设计的表现、展示工程材料与工艺，全面涵盖了展示设计中所涉及的内容。通过本书的学习，能初步掌握制图、方案以及施工全过程，从而逐渐独立完成设计项目。
6	VI 与标志设计	VI 即 (Visual Identity)，通译为视觉识别系统，是 CIS 系统最具传播力和感染力的部分。是将 CI 的非可视内容转化为静态的视觉识别符号，以无比丰富的多样的应用形式，在最为广泛的层面上，进行最直接的传播。通过本课程的学习使学生理解 CI 设计组成部分和设计原则。使学生掌握标志设计常用手段和标准制图法和 CIS 手册制作方法及过程。

4. 实践性教学环节

实践性教学环节主要包括实验、实训、实习、毕业设计、社会实践等。实验实训可在校内实训室，校外实训基地等开展完成，主要包括 3D 效果图设计、素描色

彩、包装设计、展示设计、VI 与标志设计等实训；社会实践、顶岗实习、跟岗实习由学校组织可在广告设计公司、策划、管理类企业开展完成。应严格执行《职业学校学生实习管理规定》。

5. 相关要求

学校应统筹安排各类课程设置，注重理论与实践一体化教学；应结合实际，开设安全教育、社会责任、绿色环保、管理等方面的选修课程、拓展课程或专题讲座(活动)，并将有关内容融入专业课程教学；将创新创业教育融入专业课程教学和有关实践性教学；自主开设其他特色课程；组织开展德育活动、志愿服务活动和其他实践活动。

(二) 学时安排

总学时一般为 2800 学时，每 16~18 学时折算 1 学分。公共基础课总学时一般不少于总学时的 25%，实践性教学学时原则上不少于总学时的 50%，其中，顶岗实习累计时间一般为 6 个月，可根据实际集中或分阶段安排实习时间。各类选修课程学时累计不少于总学时的 10%。

八、教学基本条件

(一) 师资队伍

1. 队伍结构

学生数与本专业专任教师数比例不高于 25:1，双师素质教师占专业教师比例一般不低于 60%，专任教师队伍要考虑职称、年龄，形成合理的梯队结构。

2. 专任教师

专任教师应具有高校教师资格；有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心；具有广告设计、艺术设计，视觉设计等相关专业本科及以上学历；具有扎实的本专业相关理论功底和实践能力；具有较强信息化教学能力，能够开展课程教学改革和科学研究；有每 5 年累计不少于 6 个月的企业实践经历。

3. 专业带头人

专业带头人原则上应具有副高及以上职称，能够较好地把握国内外行业、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，教学设计、专业研究能力强，组织开展教科研工作能力强，在本区域或本领域具有一定的专业影响力。

4. 兼职教师

兼职教师主要从本专业相关的行业企业聘任，具备良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神，具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，具有中级及以上相关专业职称、行业认证证书或设计师企业任职资格，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。

(二)教学设施

教学设施主要包括能够满足正常的课程教学、实习实训所需的专业教室、校内实训室和校外实训基地。

1. 专业教室基本条件

专业教室一般配备黑(白)板、多媒体计算机、绘制桌、投影设备、音响设备,互联网接入或 Wi-Fi 环境,并实施网络安全防护措施;安装应急照明装置并保持良好状态,符合紧急疏散要求,标志明显,保持逃生通道畅通无阻。

2. 校内实训室基本要求

校内实训室应具有完成实训任务必备的场地、材料、专业设施和设备,情境化设置与工作流程模拟,配置专业人员指导学生实训,能满足广告设计专业校内实训的顺利开展要求。

(1)美术教室。

美术教室应配备石膏像、陶器、瓷器等各种静物及衬布与背景布等材料,静物台、静物灯、凳子等家具与陈设,画架、画板、画框等画具,多媒体计算机与投影设备,放置相关器材的储藏柜,环境设置符合相关要求;用于室内设计素描与色彩等课程的教学与实训。

(2)专业机房。

专业机房应配备高性能计算机、服务器、交换机、投影机、音箱、稳压器、黑(白)板等设备,学生桌椅及教师桌椅,互联网接入或 Wi-Fi 环境,电子教室管理系统以及 Auto-CAD、3dsMAX、cdr、Photoshop、AI 等专业软件;用于广告设计,包装设计,3D 效果图设计与制作等课程的教学与实训。

(3)材料、构造实训室。

材料、构造实训室应展示广告设计与工艺,配备电脑、雕刻机、喷绘机,写真机以及喷绘布、手电钻、气钉枪、电圆锯等常用器具;用于广告设计印刷工艺等课程的教学与实训。

(4)设计工场。

设计工场一般配备(白)板、多媒体计算机、投影设备、音响设备,互联网接入或 Wi-Fi 环境,专业绘图桌椅、设计工作室办公桌组、会议桌椅等,打印、喷绘扫描、装订、复印、传真等制作与出图设备与配套,营造职业氛围;用于图形创意设计与三大构成、展示设计、VI 设计等课程的教学与实训。

3. 校外实训基地基本要求

校外实训基地基本要求为:具有稳定的校外实训基地;能够开展广告设计、制作等实训活动,实训设施齐备,实训岗位、实训指导教师确定,实训管理及实施规章制度齐全。

4. 学生实习基地基本要求

学生实习基地基本要求为:具有稳定的校外实习基地;能涵盖当前相关产业发展的主流技术,可接纳一定规模的学生实习;能够配备相应数量的指导教师对学生实习进行指导和管理;有保证实习生日常工作、学习、生活的规章制度,有安全、保险保障。

5. 支持信息化教学方面的基本要求

支持信息化教学方面的基本要求为:具有可利用的数字化教学资源库、文献资料、常见问题解答等信息化条件;鼓励教师开发并利用信息化教学资源、教学平台,创新教学方法,引导学生利用信息化教学条件自主学习,提升教学效果。

(三) 教学资源

教学资源主要包括能够满足学生专业学习、教师专业教学研究和教学实施所需的教材图书文献及数字教学资源等。

1. 教材选用基本要求

按照国家规定选用优质教材,禁止不合格的教材进入课堂。学校应建立专业教师、行业专家和教研人员等参与的教材选用机构,完善教材选用制度,经过规范程序择优选用教材鼓励各个院校自主开发符合本校学情的校本教材,并优先使用校本教材。

2. 图书文献配备基本要求

图书文献配备能满足人才培养、专业建设、教科研等工作的需要,方便师生查询、借阅。专业类图书文献主要包括:广告设计及相关专业书籍(含电子图书)、各类期刊(含报纸)、齐全的广告设计类的法律法规文件资料、规范规程、职业标准等,并能及时更新、充实。

3. 数字教学资源配置基本要求

建设、配备与本专业有关的音视频素材、教学课件、数字化教学案例库、虚拟仿真软件、数字教材等专业教学资源库,应种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新,能满足教学要求。

九、质量保障

(1)学校和二级院系应建立专业建设和教学质量诊断与改进机制,健全专业教学质量监控管理制度,完善课堂教学、教学评价、实习实训,毕业设计以及专业调研、人才培养方案更新、资源建设等方面质量标准建设,通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进,达成人才培养规格。

(2)学校和二级院系应完善教学管理机制,加强日常教学组织运行与管理,定期开展课程建设水平和教学质量诊断与改进,建立健全巡课、听课、评教、评学等制度,建立与企业联动的实践教学环节督导制度,严明教学纪律,强化教学组织功

能，定期开展公开课、示范课等教研活动。

(3) 学校应建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，并对生源情况、在校学业水平、毕业生就业情况等进行分析，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况。

(4) 专业教研组织应充分利用评价分析结果有效改进专业教学，持续提高人才培养质量。

十、人才培养模式

在人才培养模式上注重学生创意思维和实际动手能力培养是广告设计专业发展建设的主要宗旨。对于学生的专业基础课程，主要集中于三种能力的培养，即“动手能力”、“动脑能力”和“审美能力”的培养。主要课程有：素描、色彩、构成原理、Photoshop 基础、图形创意、矢量绘图软件、设计应用等。专业课教学则旨在培养学生设计能力和解决问题能力，使学生尽快和行业接轨，为步入社会做好积极准备。主要课程有：商业广告摄影、字体设计、标志设计、图形创意、商业插图、网页设计、印刷品设计、版式设计、卡通形象设计、包装设计、平面广告设计、高级绘图软件、书籍装帧设计、导向设计、展示设计、品牌视觉形象设计等。

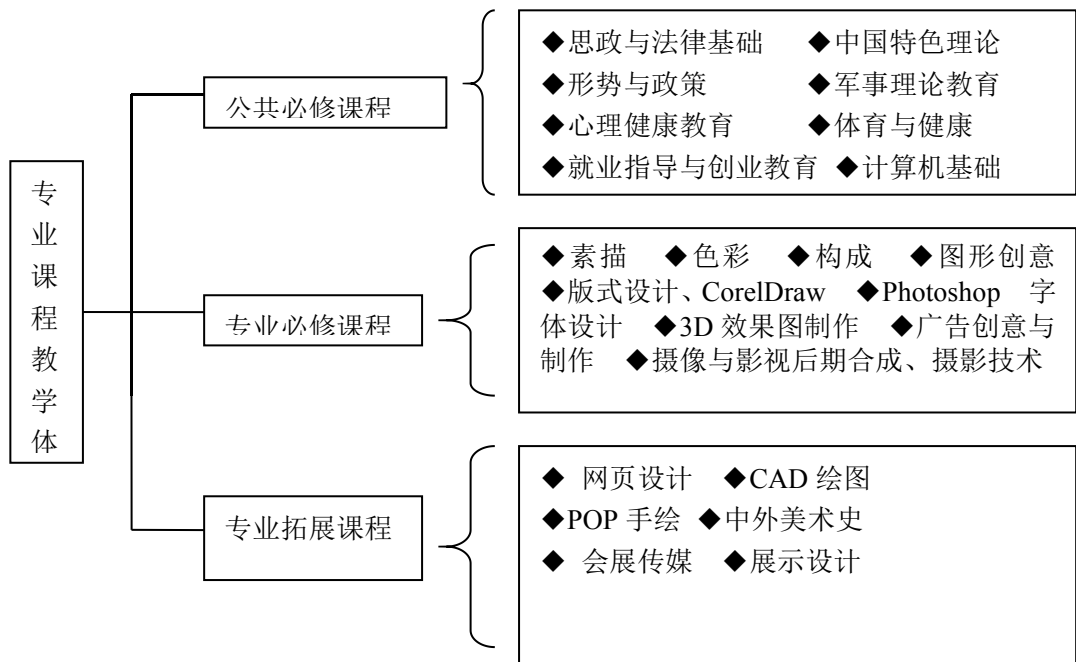
此外要重视实践教学的拓展，在教学之外有效的开展切合实际的实践活动，通过设立平面设计工作室，使学生通过工作室这个平台接触实际设计项目案例。从而提高专业实践能力。在核心课程上，课程节奏按照业界公司实际操作项目的流程让学生推进，实现和行业的无缝连接，培养学生对设计项目的掌控能力和设计能力。除此之外，在对外交流上时常邀请一线设计师来学校讲座交流，介绍实际操作经验，同时与设计公司建立良好的合作关系，推荐优秀学生到相关公司实习，获得实践经验，促进学业发展

十一、专业课程体系与核心课程（教学内容）

（一）课程建设思路：

1、专业课程体系

根据培养目标和人才培养规格，本专业课程体系由公共必修课、专业必修课（含专业理论课和专业技能课）和专业拓展课（含公共选修课和专业选修课）三大类构成：



2、岗位→能力→课程

通过对广告设计专业岗位工作的主要职责、工作任务、工作流程、工作对象、工作方法、所需的知识与能力等方面的分析，明确岗位职业能力，进行能力的组合或分解，以工作过程为参照系，基于认知规律和职业成长规律，构建本专业主要课程。

表 3 广告设计与制作专业“岗位→能力→课程”一览表

序号	工作（职业）岗位	典型工作任务	职业知识、能力和素质要求	课程名称
1	平面广告设计	平面广告设计和制作	具有一定的电脑绘画、制作能力，并能运用专业技术、技能从事设计和制作。	电脑图文（PS） AI 软件 CorelDraw 版式设计
2	企业的产品装潢及外形包装设计	企业的产品装潢及外形包装设计	具有装帧设计能力	企业形象 VI 设计 包装设计 素描色彩 构成原理
3	三维广告制作	广告设计公司从事广告设计、电脑辅助设计等工作、	具有一定的电脑绘画、动画制作、三维广告制作能力，并能运用专业技术、技能从事设计	3D 效果图设计 Flash 动画 网页设计

		从事广告影像制作、立体图像制作	和制作。具有一定的电脑影视软件技术、技能，并能运用专业技术、技能从事设计和制作。	摄影技术 影视后期合成
4	广 告 策 划、创意	在市场调研研究基础上,对广告整体活动或某一方面活动的预先设想和策划。	具备较强的专业思考能力和判断力。思考力和判断力源于正确的思维方式	广告策划 广告创意 VI 设计 包装设计 电脑图文 (PS) AI 软件 CorelDraw

（二）专业实践教学体系

1. 理论与实践并重，注重学生实际运作能力的培养

广告是一门实践性非常强的学科。强调运用，注重学生实际运作广告能力的提升，是我们在构建广告人才培养体系时确立的指导方针。围绕这一方针，在具体设置课程时，在课程与学时的安排上，向实践环节倾斜。我们给本专业的定位是培养动手能力强、精于操作的实用性人才。

第一层，对实践性较强的课程，尽量压缩课堂理论讲授的时间，以增加学生实际动手操作的时间。

第二层，高度重视毕业实习，真正发挥其全面锻炼学生能力、检验教学效果的作用。一方面，在时间安排上予以充分保证，第6学期整个一学期用于毕业实习；另一方面，明确要求、严格管理。并定期对学生的实习情况进行检查。

第三，处理好理论教学与实践环节的关系，使二者互相激发、互相促进。任何一个专业的教学，都要协调好理论教学和实践环节的关系。在具体的教学过程中，特别是学生对二者的认识常常存在误差。一方面，理论相对比较枯燥，且理论与实践存在一定的距离；另一方面，广告行业的实践性又非常强，于是，在学生的意识里或多或少都存在轻视理论的倾向，这种倾向必须通过科学配套的教学环节予以纠正。

2. 课程设置既要注重学生基本素养的培养，又要有利于个人兴趣和特长的锻造

每一个专业的人才培养方案，特别是其课程设置，都应该兼顾两个方面：

其一，能有力地支撑本专业所培养人才的基本目标，满足相应行业对人才的基本要求，即要围绕着本专业培养的学生都必须达到的那些指标设置相关基础课程；

其二，能有助于每一个学生个性化的学习与发展，也就是说，要在所有学生都

必须具备的知识平台之上，再针对有不同兴趣和需求的学生设置一些方向课程、特色课程。

根据广告设计专业实际，结合课程教学进度，设置理念培养、技能实训、见习、实习、四个层次递进的实践教学过程，构建专业实践教学体系：

学期	相关课程安排	课程分类
第一个学期	理论课 + 手绘课程:公共课、素描、色彩、Photoshop 软件、CorelDRAW 软件	基础课程
第二个学期	手绘课 + 软件课:公共课、三大构成、字体设计、Illustrator 软件、字体设计	
第三个学期	软件课 + 设计理念课:版式设计、Flash 动画、3D 效果图设计、展示设计、包装设计	实践课程
第四个学期	设计理念课 + 设计应用课:广告策划与创意、网页设计、摄影技术、pr 影视后期合成、VI 设计、印前工艺	
第五个学期	设计应用课 + 见习	实践应用
第六个学期	毕业设计 + 实习 + 就业	

（三）专业主要（核心）课程简介（只介绍主要课程）

1. 色彩与素描

素描与色彩是艺术领域中最基础的学科，也是艺术学校广告专业主要的基础课程，通过教学使学生获得坚实的造型能力，艺术表现能力和审美能力，掌握素描的基本技巧和技法，理解色彩表达的感情知识，并逐渐运用于实践创作之中。

2. 三大构成：色彩、平面、立体构成

“构成”课程内容具有较强的实践性，通过实训，进一步培养学生运用造型规律及色彩构成原理和美学法则进行构成思维训练，在培养学生创造性思维能力的同时使学生动手加工能力得到提高，为专业设计打下基础。从最基本的造型元素入手去探讨形态之间最本质的形态美的规律，并将创造性思维变为具体的成果。

3. 图案创意

图形创意是艺术设计专业本科生必修的一门重要专业基础课，通过本课的学习，使学生了解图形的基本含义，了解作为视觉语言基本要素的图形开发对于今后的设计课程所具有的重要性。本门课程以开拓思维想象力、培养设计观念、创造多元的设计方法为教学目的，使学生有意识的观察客观世界，发现生活中的创意元素，

加深对图形语言重要性的认识。

4. PS 图文设计

Photoshop 作为图像处理设计类软件也是各大专美术院校电脑美术设计的重要专业必修课程之一，其功能强大和操作的灵活为每一个学习图像设计人员带来无限的创作空间，在图像处理设计领域有着相当重要的位置。通过该软件的学习能使学生能以计算机辅助方法加强专业基础学习，将来能够从事于平面广告设计、包装设计、产品造型设计、装潢设计、网页设计、印刷制版等专业与行业。要求能独立进行相应地广告设计、封面设计、商标设计等。进入社会后能迅速参与实际工作，并运用已有的软件知识，不断创作出更优秀的艺术作品。

5. 矢量平面设计

Illustrator 广泛应用于印刷出版、专业插画、多媒体图像处理和互联网页面的制作等，也可以为线稿提供较高的精度和控制，适合生产任何小型设计到大型的复杂项目。CorelDraw 是一个专业的图形设计软件，专用于矢量图形编辑与排版，借助其丰富的内容和专业图形设计、照片编辑和网站设计软件，您将能够随心所欲地表达自己的风格与创意，轻松创作徽标标志、广告标牌、车身贴和传单、模型绘制、插图描画、排版及分色输出

6. 字体与版式设计

字体设计是视觉传达设计的重要组成部分，是设计各学科的基础，是一个将创意视觉化、符号化的过程，思维根据设计意象对视觉元素进行挑选、变换、组合。通过对文字设计方法的拓展，为今后与文字有关的版面、广告及视觉传达领域内的相关课程打下良好的基础。版式设计是设计专业一门必修的主干课程。它的设计原理始终贯穿着每一个平面设计以及其他设计的各个实践领域之中。它是现代设计界的重要组成部分，也是视觉艺术的重要手段之一。

7. 3D 效果图设计

学习 3D MAX，就能用它表达设计意图，模拟实际效果。本课程训练学生对 3DS MAX 三维设计软件的实际操作能力。通过理论和实践教学，使学生熟练掌握它用于室内、外效果图的的制作部分。

8. 广告创意与制作

通过该课程的教学，使学生正确掌握广告创意与制作的基本规律和艺术法则，创造出新颖别致、具有创造思维的方案与作品来。

9. VI 设计

VI 即 (Visual Identity)，通译为视觉识别系统，是 CIS 系统最具传播力和感染力的部分。是将 CI 的非可视内容转化为静态的视觉识别符号，以无比丰富的多样的应用形式，在最为广泛的层面上，进行最直接的传播。通过本课程的学习使学生理解 CI 设计组成部分和设计原则。使学生掌握标志设计常用手段和标准制图法

和 CIS 手册制作方法及过程。

10. 展示设计

展示设计包括:展示设计与人体工程学、展示空间设计、展示道具设计、橱窗展示设计、展示空间的色彩设计、展示空间的照明设计、展示设计的流程、展示设计的表现、展示工程材料与工艺,全面涵盖了展示设计中所涉及的内容。通过本书的学习,能初步掌握制图、方案以及施工全过程,从而逐渐独立完成设计项目。

11. 包装设计

通过对本课程的教学,要求学生了解国内外包装发展趋势。掌握包装设计的表现技法和工艺方法。掌握包装设计的分类法,能从形态、材料、技法等方面进行分析。

12. 影视后期合成与摄影技术

目的是使学生系统的了解和掌握摄影的基础理论、基本知识和基本技能,同时培养学生的实际操作能力和以摄影的眼光观察事物的本领,为学生今后的学习和工作增加一种非常有用的技能。影视后期合成以实用为宗旨,从素描、色彩、速写、平面构成、色彩构成等美术基础和手绘学起,通过强化训练,让学员较熟练掌握并运用 AE 等软件进行影视动画、游戏、动漫、电视广告片头等的制作。

摄影技术是高职高专现代教育技术专业一门重要的专业基础课。通过本课程的理论教学和实照片的拍摄和制作,应使学生理解和掌握传统摄影和数码摄影的一些基础知识和基本理论,基本掌握使用传统相机和数码相机拍摄照片的技巧。

13. Flash 动画

flash 动画制作最早应用于网站制作,随着网络的普及慢慢发现 flash 的动画功能十分强大表现力丰富渐渐的就独立出来成为了一款独立的二维动画制作软件。由于 flash 上手快,操作简单,成本投入低等特点,迅速的受到广大动画爱好者的追捧。Flash 动画的四大主要功能是遮罩、补间动画、逐帧动画,引导层动画。Flash 动画现在已成为网络广告的中坚力量。

14. 网页设计

网页设计(web design, 又称为 Web UI design, WUI design, WUI),是根据企业希望向浏览者传递的信息(包括产品、服务、理念、文化),进行网站功能策划,然后进行的页面设计美化工作。作为企业对外宣传物料的其中一种,精美的网页设计,对于提升企业的互联网品牌形象至关重要。

(三) 专业选修课

1. 广告文案

广告文案写作是广告专业的基础课程之一,它是研究广告作品中语言文字部分写作规律的一门应用科学。广告文案是广告的核心,在广告制作乃至整个广告活

动中都有着十分重要的作用。本课程系统、扼要的介绍广告文案写作的基本概念，基本理论和基本方法，从基本知识、基本理论、基本方法的角度为学生提供较为全面、系统、准确的广告文案的知识体系。

通过广告策划课程的学习，对广告策划的原理、技巧、程序与具体运作，以及广告创意的原理、创意策略、方法应有全面而深刻的了解，并能熟练地结合企业广告活动进行广告策划、策划书的撰写。

2. 商业 POP 海报设计

本课程的目的是帮助学生了解 POP 广告的产生背景、宣传机制等有关内容；联系其它课程全面掌握 POP 广告的创意设计、制作技巧；为未来的 POP 广告设计工作培养基本技能。

3. CAD 制图

计算机辅助设计 (Computer Aided Design) 指利用计算机及其图形设备帮助设计人员进行设计工作。在设计中通常要用计算机对不同方案进行大量的计算、分析和比较，以决定最优方案；各种设计信息，不论是数字的、文字的或图形的，都能存放在计算机的内存或外存里，并能快速地检索；设计人员通常用草图开始设计，将草图变为工作图的繁重工作可以交给计算机完成；由计算机自动产生的设计结果，可以快速作出图形，使设计人员及时对设计作出判断和修改；利用计算机可以进行与图形的编辑、放大、缩小、平移、复制和旋转等有关的图形数据加工工作。

十二、课程考核与毕业要求

（一）课程考核方式、方法与成绩评定（根据各专业特点修改）

1. **必修课、选修课和实践性教学环节，都要进行考核。**课程考核要重视理论与实践相结合，考核采用考试或考查方式，考试通常采用闭卷形式，对于教学内容以技能学习为主（占 50%以上）、独立设置的实践课、综合实训课，可采用半开半闭卷的形式考核，即理论知识的考核采用闭卷形式，技能考核采用开卷形式。考查可采用灵活多样的形式（如开卷、半开卷、现场操作考核等）。鼓励引进企业、用人单位参与学生学习成绩的评定。

2. **课程成绩考核评定。**要根据学生上课学习纪律、参与课堂讨论和回答问题、完成作业和实习见习报告、测验与课程论文和期末考核等进行综合评定。公共必修课和公共选修课的成绩，期考占 70%，平时占 30%；专业课的成绩，分理论考试成绩、技能操作考试成绩和平时成绩三个部分，其中理论考试成绩占 20%，技能操作考试成绩占 40%，平时表现占 40%。

3. **逐步建立专业课程试题库（试卷库），实行考教分离。**

（二）学生毕业要求

学生应达到如下要求，才能取得毕业资格。

1. 思想品德考核合格。
2. 取得计算机一级职业资格证书。
3. 修完人才培养方案规定的课程和教学项目，考核合格，达到毕业学分要求（见课程设置及教学进程安排表）。

十三、教学实施建议与要求

（一）专业师资条件要求

具有较高素质和发展潜力的高校本科以上广告专业毕业生。

具备广告专业历史知识、基础理论知识，培养学生具备艺术设计知识与实践相结合的能力；掌握各类媒介的广告创意、设计、制作、电子商务等方面的知识；具备理论研究能力；具备对国家与广告相关政策、法规的认识、执行能力；具备一定的创造性思维能力；具备对现代广告进行策划、执行和管理等多重能力；具备实践教学经验，具有丰富的企业经验的教师。

（二）实训实习基地条件要求

1. 校内实训基地：

校内实训基地设置设计展厅、画室、图形工作室、多媒体工作室、印刷制作等相关工作室，供不同课程的学习实践训练。还要注重校内生产性实训与校外顶岗实习的有机衔接与融通，加强校内生产性实训基地建设，培养企事业单位一线需要的技术技能型应用型人才。设置突出职业岗位的训练，培养学生树立敬业、创新精神，提高就业竞争力。

校内生产性实训基地的良好状态是校企深度合作，构建教师科技成果、技术革新和设备、技术、管理与企业文化有机结合的校内准企业模式。成立校内广告公司，以学生为主体，在教师、技术人员以及管理者的指导下，按照校内广告公司的实际要求，努力完成工作任务。管理和生产成本单独核算，作品要受社会用户检验。这样，在完成教学任务的同时，提升学生的实际动手能力、职业技能素养，同时能保证公司的经济效益，实现可持续发展。

把我校校内广告公司生产性实训基地建成校企深度合作下的校内准企业模式。实训基地的生产工艺或技术服务的设备力求与企业相仿，设施布局、文化氛围企业化；基地建设的指导思想是建成集产学研一体的研究机构与广告设计技能型人才实训、商业广告运营基地。充分发挥公司在人才、技术、市场等方面的优势，与学院精诚合作、优势互补，为学生提供实习实训平台，为教师提供理论研究实践平台；面向首都文化创意产业，开拓商业广告市场，提供广告设计服务，提升经

济效益，实现校企双赢。

2. 校外实训基地：

广告专业是一个综合性、技术性、操作性极强的专业。为了实现培养目标，使学生掌握从设计和制作这一系列流程，具备从事广告制作所应有的职业能力，学生校外实训基地的构建是一个重要环节。而校企共建校外实训基地服务于人才培养，是校企合作育人的有效载体，也是解决高职学校经费不足、人才培养模式创新等问题的有效途径。根据坚持不同体制、不同模式、多元化发展职业教育的思路，探索多形式、多渠道发展职业教育的路子。

设法与本地、本省、甚至周边省市一二三线城市专业设计行业相关公司建立良好的合作关系。随着重点专业建设的不断深入，企业与学校实行人才共育、过程共管、责任共担、成果共享的育人机制将逐步建立起来。为生产性实训基地建设提供了优越的外部环境条件。进一步提升我院广告专业的实训办学实力，打造精品和特色专业，形成优质教育资源，塑造学院品牌。

（三）专业教学资源库建设要求（包括教材与课程网站等的建设）

用引进与自主开发相结合、动态更新积累的方式，建设本专业教学资源库，资源库建设既符合高职教育特点又突出本专业及其所属行业特色。重点建设专业核心课程库、教师教学指导与评价库、培训资源包等 3 类教学资源。专业核心课程库包括教学大纲库、电子教案库、实训指导库、CAI 课件库、习题试题库、视频录像库、课程素材库等资源；教师教学指导与评价库包括教学指导书和教学成绩评价标准等资源；培训资源包中包括本专业涉及的职业资格证书培训的各种培训资料等资源。

通过资源库的建设和应用，整合各种优质资源，促进教学改革，满足学生自主学习需要，为高技能人才的培养和构建终身学习体系搭建起公共资源平台，充分发挥示范专业优质教学资源的辐射服务能力，使其产生更大的社会效益。

（四）毕业论文（设计）的组织实施

毕业论文（设计）按学院有关规定，安排在第 4 学期开学初进行。具体流程如下：

1. 导师根据专业核心课程出命题与任务书（命题必须具备较高的广告设计综合能力的应用）；
2. 学生选题。原则上学生只能看到命题，不能看到命题作者，一个选题人数不超过 15 名学生；
3. 确定所选命题学生，公布名单；
4. 导师与学生见面，建立聊天交流群，导师发布任务书，解答任务书上的重点，难点，安排学生做设计思路；

5. 一周之后导师检查学生设计思路汇报，并确定每个学生的设计思路及修改学生设计思路；
6. 学生开始图纸设计，导师不定期检查，并修改，调整，不断完善，撰写此次作品设计说明与毕业论文；
7. 学生自主实物制作，并布置作品展示，导师给予经验指导；
8. 导师收集电子作品，和优秀实物作品。
9. 完成时间在第 4 学期第 5-17 周。

（五）毕业顶岗实习的组织实施

顶岗实习是学生在完成专业教学计划规定的全部专业理论学习和专项实践训练之后，到生产第一线的实际工作岗位进行的现场实习；是教学计划中重要的教学环节；是产学结合的一种重要形式。顶岗实习的主要目的是使学生把所学专业知识、专业技能，直接运用到实际工作中，从而获得真实职业体验，锻炼提高工作能力，达到从业基本要求，最终实现顺利就业。顶岗实习原则上安排在最后一学年进行，顶岗实习时间不得少于半年。

1. 组织与管理

（1）顶岗实习工作由学院、实习单位、学生三方共同参与完成。学院是顶岗实习工作的组织者和管理者。学生顶岗实习期间受学院和实习单位双重管理。校方的顶岗实习工作由院、系分级管理，负责顶岗实习工作的指导、管理和实施，以保障顶岗实习工作的顺利进行。

（2）系部成立以系主任为组长的顶岗实习工作指导小组，负责安排本单位顶岗实习工作、制定计划、落实措施、组织实施、监督检查、资料的收集与归档。落实学生顶岗实习岗位，加强对顶岗实习的全过程管理和监控，严格把关，规范管理，确保顶岗实习质量和安全。

（3）在同一个实习单位实习学生总数超过 20 人的，必须安排 1 名带队教师进行全程跟踪管理和服务。分散实习的学生必须给每个学生指定指导教师，负责学生顶岗实习期间的管理、指导和技能训练等工作，保证每名学生有专人负责。

2. 指导与检查

（1）指导教师应认真履行职责，指导学生完成顶岗实习工作。指导教师的组成：一是各系根据学生的具体情况指定本系具有丰富教学和实践经验的专任教师作为指导教师；二是由顶岗实习单位指定指导教师；三是班主任（辅导员）作为就业指导教师。具备条件的专业可实施“学生顶岗实习，老师顶岗锻炼”办法。年青教师或无社会实践经历的教师在带队期间，同时参加专业实践，提高自身专业技能。

（2）顶岗实习的指导方式可以根据专业性质和实习方式的不同，采取“实地指导”或“网上指导”等方式。实习学生人数集中的企业要安排专职指导老师进行

实地指导；实习学生相对分散的企业采取“网上指导”或巡回式指导方式，指导老师可采取邮件、QQ、电话联络与实地考察相结合的方式进行指导，要求邮件、QQ或电话联络每半个月不得少于1次。

3. 考核与成绩评定

（1）考核原则：学生在顶岗实习期间接受学院和顶岗实习单位的双重管理，实行顶岗实习单位和学院双重考核制度，校企双方共同完成对学生的考核与评价。

2. 成绩考核评定：

①企业指导教师对学生的考核与评价

学生在顶岗实习期间的表现，如专业技能、工作态度、创新意识、团结协作、遵守实习单位管理制度、对顶岗实习单位的贡献等方面进行考核，考核成绩占顶岗实习的40%。

②专业指导教师对学生的考核

专业指导教师根据学生顶岗实习表现（包括顶岗实习态度、实习纪律、任务完成情况、顶岗实习手册填写）、实习报告、实习日志等完成情况对学生进行成绩评定，考核成绩占顶岗实习的40%。

③辅导员跟踪考核

辅导员根据对学生平时的实习信息反馈、考勤进行考核，考核成绩占顶岗实习的20%。

④考核等次

考核等次分优秀、良好、及格和不及格四个等级，学生顶岗实习考核不及格者延期一年毕业。

（六）教学模式与方法的应用

应用一体化教学模式，通过多媒体课件、电子教案、录象、幻灯、投影等辅助工具来直观的将课程知识传输给学生。利用案例分析法和实践操作法让学生通过缜密思考、周密安排、精密操作完成工作任务，克服了理论教学与实践教学“二元式”教学讲时不练、做时不想的弊病，讲练一体，学做一体，达到会想会做的目的，有利于学生专业能力、方法能力、社会能力的培养，并最终形成职业综合能力，提高学生就业生存能力和就业竞争能力。

（七）教学质量的评价与控制方法

1. 建立完善的教学质量标准

校企共同制定课程标准。根据教学要求制订课程考核标准、实训项目考核标准、岗位能力考核标准、教材编写标准等，逐步形成完善的教学质量标准体系。

2. 建立校企“双教学监控”体系，实施全程全方位教学质量监控

在学院教学质量监控体系的框架下，系部设立教学质量监控小组，主要由系领导、各专业带头人及企业人员参加，负责对常规教学及实习实训教学进行监控指导。由“教学组织实施组”安排实施。

逐步完善教学质量监控制度，健全教学运行管理制度、学生实习实训管理制度、教学检查制度、教师听课制度、学生评教制度等，继续完善毕业生跟踪调查、企业对毕业生满意度调查等制度。

在教学过程中，教学质量监控小组随时检查教学中存在的具体问题，及时了解教师教学、学生学习、教学管理与实习实训过程等各方面的情况，向教师及时反馈学生对教学的合理意见和建议。同时通过收集教学信息、评估教学效果、诊断与更正教学过程的偏差等活动，对日常教学工作进行全过程、全方位的质量监督与控制。

3. 建立校企“双评价考核”体系，开展多元教学质量评价

为使人才培养方案在实施过程中取得良好的效果，成立由专任教师、企业人员、学生代表组成的教学质量评价小组，具体负责各个教学环节实施的过程性评价和结果性评价。由“教学组织实施组”组织。

改革由单一的课程考试评定学生学业成绩的考核方法，采用灵活多样的形式进行学习成绩考核，注重过程考核、技能考核、校企共同考核等考核方式。

教学质量评价采取主体多元化原则，实行学校、企业、学生三位一体的多元主体评价模式。教师通过对学生学业成绩的考核和分析，了解教学中问题；定期进行学生评教工作，收集学生对教学的意见和建议；采取问卷调查、企业走访、毕业生座谈会、网络信息平台等手段，了解社会和企业对学生的职业道德、从业意识、工作态度、创新能力、专业技能、团队合作精神等各要素的评价。

十四、教学活动的安排

（一）教学活动时间分配表

序号	教 学 活 动		各学期时间分配（周）						合计
			一	二	三	四	五	六	
1	教学活动时间 （110 周）	课程教学（含实习、实训和考试）	16	19	19	18	0	0	72
2									
3		顶岗实习				20	18	38	
4		毕业论文(设计)				18			
5		职业资格培训考证			8				
7	其它活动时间 （7 周）	新生报到、入学教育和军训	2						2
8		实习教育				1			1
9		节日放假或机动	1	1	1	1	0	0	4
合 计			19	20	20	20	20	18	117
备注：毕业论文(设计)、职业资格培训考证时间由各系根据专业特点自行安排，列入相应位置，三年总周数 117 周。									

（二）课程设置及教学进程安排表

1. 公共必修课（共 600 节，31 学分，占总课时的 16.6%，总学分的 18.6%）

序号	课程代码	课程名称	课程类型	学分	学时分配			考核方式	按学期分配周数及周学时数						备注
					总学时数	理论教学	实践教学		一	二	三	四	五	六	
									16周	20周	20周	20周	20周	18周	
1		思想道德修养与法律基础	B	3	48	42	6	考试 笔试/ 开卷	3/16						
2		毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	B	4	64	58	6	考试 笔试/ 开卷			4/16				
3		形势与政策	A	1	32	32		考查	8 节 /学期	8 节 /学期	8 节 /学期	8 节 /学期			讲座形式，1-4 学期开设，第 4 学期录成绩
4		军训（理论教育）	A	2	36	36		考查	18	18					与军事技能训练同时开课，交叉进行，合并记录成绩
5		大学生心理健康教育	B	1.5	24	16	8	考查	2 节 /单 双周	2 节 /单 双周					
6		安全教育	A	1.5	24	24		考查	讲座	讲座	讲座	讲座			1-4 学期开设，第 4 学期录成绩
7		大学生创新创业教育	B	2	32	20	12	考查				2/16			
8		就业指导	B	2	36	28	8	考查				2/18			

9		体育	C	6	104	16	88	考查	2/16	2/18	2/18				
10		大学英语	B	6	136	60	76	考试 笔试/ 开卷	4/16	4/18					鼓励与专业课相结合 开设
11		计算机应用基础	C	3	64	8	56	考试 机试/ 闭卷	4/16						机电、建信、电子、资源 系第1学期开设；经管、 教育系第2学期开设
合 计				31	600	340	260		13	6.5	6.6	4.4			

注：课程类别分为A类（纯理论课教学）、B类（理实一体课教学）和C类（纯实践课教学）等三种，根据课程教学情况进行填写相应类别符号。

2. 专业必修课（共 1380 节，78 学分，占总课时的 38.2%，总学分的 50.6%）

序号	课程代码	课程名称	课程类型	学分	学时分配			考核方式	按学期分配周数及周学时数						备注
					总学时数	理论教学	实践教学		一	二	三	四	五	六	
									16 周	20 周	20 周	20 周	20 周	18 周	
1		素描	B	4	64	16	48	考试	4/16						
2		色彩	B	4	64	16	48	考试	4/16						
3		PS 图文设计	B	4	64	16	48	考试	4/16						
4		三大构成	B	10	180	36	144	考试		8/18					
5		CorelDraw/indesign	B	4	72	12	60	考试		6/18					
6		AI 平面广告设计	B	6	72	12	60	考试		4/18					
7		图形创意	B	4	72	12	60	考试		4/18					
8		字体设计	B	4	72	12	60	考试			4/18				
9		网页设计	B	6	72	12	60	考试			4/18				
10		版式设计	B	4	72	12	60	考试			4/18				
11		3dmax 效果图设计	B	6	108	36	72	考试			6/18				
12		包装设计	B	4	72	12	60	考试			4/18				

13		Flash 动画	B	6	72	12	60	考试				4/18			
14		展示设计	B	6	108	36	72	考试				4/18			
15		广告策划与创意	B	6	144	24	120	考试				6/18			
16		影视后期合成与摄影技术	B	6	108	36	72	考试				6/18			
17		VI 设计	B	6	108	36	72	考试				4/18			
合 计				90	1380	360	1020		12	22	22	24			

注：课程类别分为 A 类（纯理论课教学）、B 类（理实一体课教学）和 C 类（纯实践课教学）等三种，根据课程教学情况进行填写相应类别符号。

3. 公共选修课（共 64 节， 4 学分， 占总课时的 1.7%，总学分的 2.4%）

序号	课程代码	课程名称	课程类型	学分	学时分配			考核方式	按学期分配周数及周学时数						备注
					总学时数	理论教学	实践教学		一	二	三	四	五	六	
									19 周	20 周	20 周	20 周	20 周	18 周	
1		应用文写作（必选）	A	2	32	32		考查		2/16					
2		艺术欣赏（含音乐、舞蹈、书画欣赏等）	C	1	16		16	考查			1/16				
3		社交礼仪	A	1	16	16		考查				1/16			
合 计				4	64	48	16								

注：课程类别分为 A 类（纯理论课教学）、B 类（理实一体课教学）和 C 类（纯实践课教学）等三种，根据课程教学情况进行填写相应类别符号。

4. 专业选修课（共 96 节，6 学分，占总课时的 2.6%，总学分的 3.6 %）

序号	课程代码	课程名称	课程类型	学分	学时分配			考核方式	按学期分配周数及周学时数						备注
					总学时数	理论教学	实践教学		一	二	三	四	五	六	
									19周	20周	20周	20周	20周	18周	
1		广告文案	A	2	32	26	6	考查		2/16					
2		商业 POP 海报设计	B	2	32	6	26	考查			2/16				
		CAD 制图	B	2	32	6	26	考查				2/16			
3															
合 计				6	96	38	58								

注：课程类别分为 A 类（纯理论课教学）、B 类（理实一体课教学）和 C 类（纯实践课教学）等三种，根据课程教学情况进行填写相应类别符号。

5. 单项实践（实训）课（共 180 节，6 学分，占总课时的 4.9%，总学分的 3.6 %）

序号	课程代码	课程名称	课程类型	学分	学时分配			考核方式	按学期分配周数及周学时数						备注
					总学时数	理论教学	实践教学		一	二	三	四	五	六	
									19周	20周	20周	20周	20周	18周	
1		手绘实训	B	2	60	20	40	考查	2周						
2		大广赛实训	B	4	120	20	80	考查		2周		2周			
3															
合 计				6	180	60	120								

注：课程类别分为 A 类（纯理论课教学）、B 类（理实一体课教学）和 C 类（纯实践课教学）等三种，根据课程教学情况进行填写相应类别符号。

6. 综合实践（实训）课（共 1290 节，41 学分，占总课时的 35.7%，总学分的 24.6%）

序号	课程代码	课程名称	课程类型	学分	学时分配			考核方式	按学期分配周数及周学时数						备注
					总学时数	理论教学	实践教学		一	二	三	四	五	六	
									19周	20周	20周	20周	20周	18周	
1		军训（技能训练）	C	1	60		60	考查	2周						与军事理论合并，第1学期录成绩
2		入学/毕业教育	C	0.5	30		30	考查	1周						
3		综合见习	C	3	90		90	考查		1周	1周	1周			
4		实习教育	C	0.5	30		30	考查				1周			
5		顶岗实习	C	28	840		840	考查					20周	8周	不少于26-28周，第6学期录成绩
6		毕业设计（论文）	C	8	240		240	考查				8周			根据专业需要自行安排，不少于4周，第6学期录成绩
合 计				41	1290		1290								

注：课程类别分为 A 类（纯理论课教学）、B 类（理实一体课教学）和 C 类（纯实践课教学）等三种，根据课程教学情况进行填写相应类别符号。

7. 各教学项目学时数比例表

序号	教 学 项 目		学 时 数			占本专业总学时的比例	学分数	占本专业总学分的比例	备 注
			总学时数	理论教学	实践教学				
1	课程教学	公共必修课	600	340	260	16.6%	31	17.4%	指课堂讲授、课堂讨论、习题课、课程试验（实训）等
		专业必修课	1380	360	1020	38.2%	90	50.6%	
		公共选修课	64	48	16	1.7%	4	2.2%	
		专业选修课	96	38	58	2.6%	6	3.4%	
		合 计	2140	786	1354	59.2%	131	73.6%	

2	实践教学	单项实践 (实训) 课	180	60	120	4. 9%	6	3. 4%	每周按 30 节计算
		综合实践 (实训) 课	1290		1290	35. 7%	41	23. 0%	每周按 30 节计算
		合 计	1470	60	1410	40. 7%	47	26. 4%	
总 合 计			3610	846	2764		178		
理论与实践比例									

★毕业学分要求:

(1) 必修课学分: 121

公共必修课学分: 31

专业必修课学分: 90

(2) 选修课学分: 16

公共选修课学分: 4

专业选修课学分: 12

(3) 综合实践学分: 41

(4) 创新创业学分: 8

★毕业学分最低要求: 150

制定人:

审核人:

2019 年 6 月 12 日

附件 3:

广告设计与制作专业人才需求与专业改革 调研报告

一、调研目的与对象

（一）调研目的

通过调研和收集广告设计与制作专业学生的社会人才需求状况的信息，了解社会、行业以及企业对广告设计与制作专业人才知识、能力、素质的要求的变化趋势，为我校广告设计与制作专业的招生规模、学生就业指导提供信息，为专业人才培养目标定位、教学计划和课程大纲的修订、教学的改革提供依据和帮助。本次调查突出对广告设计与制作专业人才市场的需求及岗位分析。

（二）调研对象

调研的对象为广告设计公司、广告策划公司、营销策划公司、咨询公司、包装设计公出版印务公司、会展策划公司、公共策划公司以及我校广告设计与制作专业在社会工作岗位的毕业生等。

二、调研方法与内容

（一）调研方法

调研的方式有电话访谈，走访广告公司、动漫公司、装璜艺术公司等并与相关工作要求和管理和设计人员座谈，收集网络、媒体以及有关我国设计行业的发展、对人才需求的信息，另外还组织了调研组，由教研室主任领导，专业教师带头，广告专业部分学生积极参与，主要走访了广告公司、动漫公司、装璜艺术公司等，进行调查问卷的现场答卷调查。共走访广告及相关公司 12 家，总发出 120 份问卷，回收 120 份问卷，实际有效问卷 113 份。其中各相关公司总发放问卷 112 份，占 75%，毕业生发放问卷 38 份。占 25%。

（二）调研内容

调查的内容包括：

1. 当前企业最需要什么技术的人才？
2. 学院应该开设那些专业核心课程？
3. 专业培养方向和如何开展教学达到企业的要求？
4. 学生的初始岗位、发展岗位有那些？

5. 企业对学院的教学有什么建议？

三、调研分析

(一) 全国与地方(广西地区)行业发展现状与趋势

近几年来，中国的广告业进入了一个空前活跃时期，无论是广告公司的数量，从业人数，还是广告营业额，都呈现迅速增长的态势。在广告业飞速发展的今天，我们也看到，目前国内广告公司发展中的许多问题，如入门门槛低、结构单一，同质化严重、生产工艺复杂、广告公司利润低、广告公司老板缺乏管理意识、广告行业竞争越来越激烈、市场缺乏规范化管理、经营项目单一、管理模式落后、人才不稳定等问题已直接影响到我国广告业的健康发展。

广告公司的业务内容受地区经济发展影响——经济发展水平越高，广告业务内容越多元化，越偏向智力化；反之，广告业务单一，趋向制作体力化。而广西本地广告公司普遍从业人员入门门槛低、人才不稳定、公司结构单一，管理模式落后。

广告行业虽然竞争激烈，但同时又拥有巨大的市场潜力，到处都充满商机，中国已成为全球广告行业增长最快的市场之一，经历了萌芽期和高速发展期两个阶段的我国广告业，目前已经进入平稳发展期。在稳步发展的同时，中国的广告行业正面临着巨大的挑战和机遇，一方面，外资广告公司正试图进入中国市场，另一方面，由于金融危机的影响，对我国外向型企业影响巨大，很多企业已经开始转做内销，而做内销就要重新建立品牌，因此，对广告公司的需求，尤其是以 CI 品牌建设为主的广告公司需求巨大，这种种形式必将促使我国广告行业迅速做大做强，以面对挑战和难得的机遇。

(二) 企业调研分析

1. **企业名称：**广西卡特企业营销策划有限公司

2. **主要业务：**企业营销策划与咨询；文化活动策划；会展策划；企业管理咨询；人力资源咨询；企业文化咨询；商标代理服务；国内广告设计、制作、发布（除大众媒体发布）。

3. **企业人才需求：**

具有较强的计算机操作能力和视觉表现能力，动手能力强，有专业的沟通技巧，独立、高质量地完成设计制作，及综合性全面发展的技术型人才。

4. **企业对院校开设专业核心课程的希望：**

学院应该开设培养学生对广告策划、广告创意、广告制作技能，使学生系统掌握广告专业的基本理论和运作规律，具备较深厚的专业知识

基础和较强的业务能力，能够解决专业上的理论问题和实践问题，从事广告策划、设计、经营与管理等专业核心课程。

5. 企业对院校专业培养方向的希望：

- (1) 独立完成整个广告设计的工作能力。
- (2) 熟悉各类广告设计的工作能力。
- (3) 专业逻辑思维清晰，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。

6. 企业给学生提供的初始岗位、发展岗位有：

学生的初始岗位大部分设立最基础开始，需要熟悉公司各方面业务范围，能吃苦耐劳，学会独立完成上级交给的任务。就业岗位主要分布广告公司、报社、电台、电视台等各类大众传播媒介，工商行政管理部门，大中型企业。

7. 企业对院校的教学建议：

- (1) 开展专业成功案列课——让学生更深度了解专业知识。
- (2) 开展专业课团体比赛——锻炼学生具备团队合作精神。
- (3) 开展校企合作课——让学生体验社会经历。
- (4) 开设经济理论、法学基础、口才训练若干专题课。

(三) 广西高职院校广告专业设置情况

(1) 广告设计制作方向：

通过专业学习，学生能够了解广告策划和文案的基本知识，熟悉广告的基本流程，具有平面广告设计制作能力、广告摄影摄像能力和三维动画制作能力。

(2) 广告策划方向：

通过专业学习，学生能够了解基本的广告设计，熟悉广告的基本流程；具备广告、整合营销传播的策划能力和广告文案、广告软文、新闻稿的写作能力。

(四) 广告专业学生需要的知识和技能

(1) 广告设计制作方向：

设计软件操作、广告学概论、传播学、平面广告设计、广告摄影与摄像、展

示设计、flash 动画制作、三维动画制作、剪辑与合成、广告策划与创意、广告文案写作等。

（2）广告策划方向：

广告学概论、传播学、市场调查、广告策划与创意、整合营销传播、广告文案写作、广告媒体实务、广告经营与管理、公共关系实务、广告软文写作、平面广告设计、广告摄影与摄像等。

（五）职业资格认定

广告设计师、平面设计师、视觉传达艺术设计师、影视广告策划师、产品造型设计师、包装设计师、印刷设计师、印刷图文信息处理师、广告策划师等。

（六）广告专业就业方向

可到广告经营公司、文化传播公司、公关公司、各种媒体（既包括期刊、杂志、报纸、广播、电视等传统强势媒体，也包括网络、电子出版物、以及新兴的数字多媒体）及政府机关、其他企事业单位的营销部门从事广告实务、管理和公共关系等相关工作。

（七）相关岗位和岗位要求

设计师——具有专业的审美、设计知识技能和经验，从事具有创意的平面设计工作的专业人员。

广告策划师——熟悉广告文案的撰写和实施，具有整体策划能力和品牌整合传播技巧，有成功的策划案例；具有深厚的文字功底，精通广告策划、文案撰写，能熟练使用办公软件，独立完成文案的撰写；具备良好的沟通协调能力和优秀语言表达能力，善于与客户沟通交流，具有针对客户要求提出适当的解决方案的能力；善于策略分析，创意新颖独特，有较强市场洞察力，熟悉互动营销特点，具备敏锐的市场嗅觉，思路清晰，有独立分析和制定策略的能力，能根据市场需求对中心进行深度开发，不断提出创新性的整合策略。

（八）企业用人单位对广告专业毕业生的要求和意见

有独立完成整个广告设计的工作能力，熟悉各类广告设计的工作能力。专业逻辑思维清晰，做事认真、细致，善于沟通，表达能力强。具备良好的工作习惯。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。具有专业的审美、设计知识技能，对色彩把握敏锐，具有把握不同风格广告页面的能力。有良好的处事心态，对企业有一定的忠诚度。

四、调研结论

随着经济的发展，人们对产品品质要求越来越高，广告设计行业的发展以及城市化进程的加快，迅速夸大了对广告专业人才的总量需求，仅南宁市目前

就有好几千家，专业而且较好的广告公司也有不少，像南宁共振广告有限公司、欣荣广告公司等。另一方面，因为广告设计的门槛较低，人才培养培训工作相对滞后，行业人才素质普遍偏低，广告业内的现有从业人员中，技师和高级技师的比例不足 3%，持有职业资格证书技能岗位证书的人员占总数不足 5%。今后 10 年，需培养技术与管理人才约 150 万人，年均增加约 15 万人，这些因素都造成了目前实用型专业设计人才严重不足的局面，因此，在广告行业实施技能型紧缺人才培养培训工程显得尤为重要！

五、本专业教学改革建议及建设思路

（一）广告设计与制作专业人才培养目标和培养规格的建议及培养思路

1. 培养目标

本专业培养适应社会主义现代化建设需要，德、智、体、美全面发展，具备广告设计专业必备的理论知识，具有良好的职业素养，具备在企业企划部门和广告设计部门的工作能力，同时具有较强的综合应用多种广告学科知识和解决广告设计所涉实际问题的能力，德智体美等全面发展的高素质、高技能人才。

2. 培养规格

（1）知识结构与要求

- ◆ 掌握广告设计的造型能力，熟练掌握素描、色彩、构成等技能；
- ◆ 具备广告设计创意形成及创意表达方面的知识；
- ◆ 具备广告设计风格方面必备的知识；
- ◆ 具备广告设计的必备软件的基础知识；
- ◆ 具备广告设计创意能力：熟练掌握图形、型录、网络等广告实务的制作要领和技能；
- ◆ 具备报刊、招贴等广告实务的制作要领和技能；
- ◆ 具备摄影和影视等广告实务的制作要领和技能；
- ◆ 具备广告实施操作能力：毕业生能熟练掌握大众媒体的广告特性，媒体的组合方法，自身媒体方式的营造、广告传播效果、预估和评估的基本方法；
- ◆ 具备广告整体流程的管理知识、具备广告策划、广告媒体运作方面的必备知识、具备掌握市场调查与市场分析的基础知识；

（2）能力结构与要求

- ◆ 具有较强的计算机应用能力；
- ◆ 具备一定的审美能力和艺术鉴赏分析能力
- ◆ 具有较强 CDR/PS/3D 软件应用能力。

- ◆具有一定的手绘基础
- ◆具备一定的组织、管理、协调、策划能力
- ◆具备一定的文学欣赏、语言及文字表达和处理公文的能力
- ◆能收集、记录、处理、保存各类专业技术的信息资料
- ◆具有从事本专业的环境保护意识，能遵守法律法规，恪守职业道德；

（3）素质结构与要求

◆思想品德素质：坚持四项基本原则，拥护党和国家的路线方针政策；树立正确的世界观、人生观、价值观。遵纪守法，爱岗敬业，具有良好的职业道德和团队精神。

◆职业素质：具有良好的学习品德，具有强烈的求知欲、求新欲，热爱学习、能自主学习，有创新精神。掌握 2-3 门职业技能。

◆身心素质：具有健康的体魄，较强的心理调节能力和良好的心理品质，具有与人合作的团队精神和积极向上的创新精神。

（4）职业资格证书要求

- ◆学生毕业前获得计算机应用能力考核一级证书。
- ◆获得广告师三级资格证。

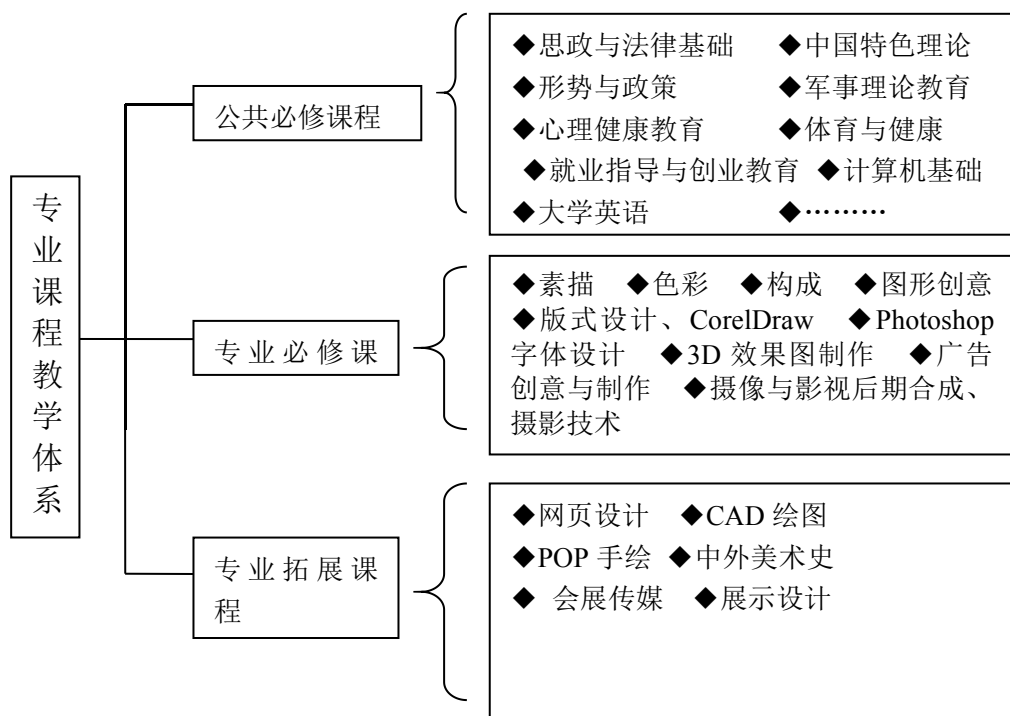
表 2 广告设计与制作专业职业岗位与对应职业资格证书关系表

序号	职业岗位	职业资格证书名称	发证单位	等级	考证学期
1	广告设计师	广告设计师资格证	全国职业资格认证中心	三级	5
2	广告设计师	平面设计师证书	劳动局	中级	3
3	广告设计师	商务策划师证	人力资源和社会保障部 颁发	高级	4

（二）广告设计与制作专业课程建设思路

1. 专业课程体系

根据培养目标和人才培养规格，本专业课程体系由公共必修课、专业必修课（含专业理论课和专业技能课）和专业拓展课（含公共选修课和专业选修课）三大类构成：



2. 岗位→能力→课程

通过对广告设计专业岗位工作的主要职责、工作任务、工作流程、工作对象、工作方法、所需的知识与能力等方面的分析，明确岗位职业能力，进行能力的组合或分解，以工作过程为参照系，基于认知规律和职业成长规律，构建本专业主要课程。

表 3 广告设计与制作专业“岗位→能力→课程”一览表

序号	工作（职业） 岗位	典型工作任务	职业知识、能力和素质要求	课程名称
1	平面广告设计	平面广告设计和制作	具有一定的电脑绘画、制作能力，并能运用专业技术、技能从事设计和制作。	电脑图文(PS) AI 软件 CorelDraw 版式设计
2	企业的产品装潢及外形包装设计	企业的产品装潢及外形包装设计	具有装帧设计能力	企业形象 VI 设计 包装设计 素描色彩 构成原理

3	三维广告制作	广告设计公司从事广告设计、电脑辅助设计等工作、从事广告影像制作、立体图像制作	具有一定的电脑绘画、动画制作、三维广告制作能力，并能运用专业技术、技能从事设计和制作。具有一定的电脑影视软件技术、技能，并能运用专业技术、技能从事设计和制作。	3D 效果图设计 Flash 动画 网页设计 摄影技术 影视后期合成
4	广告策划、创意	在市场调查研究基础上，对广告整体活动或某一方面活动的预先设想和策划。	具备较强的专业思考能力和判断力。思考力和判断力源于正确的思维方式	VI 设计 广告创意 电脑图文(PS) AI 软件 CorelDraw

（三）广告设计与制作专业课程教学模式建议

1. 校企合作

根据合作企业对人才的需求和岗位任职标准，在企业的协作下制定相对应的人才培养方案，通过“工学交替”的教育方式，让学生参与到企业广告的设计中，使学生掌握广告设计与制作的市场规律，把握市场动态，再根据企业特色，将自身的广告感知、广告元素融入到学习中，从而形成职业化的广告设计与制作的学习方式，为学生融入真正的职场，获得“职业资格”做好充足的准备。另外，要加强学生职业素养的培训，在教学活动中，将职业素养慢慢的渗透到学生的思想境界中，在学习中锻炼学生的职业素养思维，从而促进学生零距离上岗。

2. 提供真实的或模拟的职业平台

在教学过程中，要加强实践课教育，为学生搭建一个职场模拟的锻炼舞台，设立专业的广告客户、广告设计团队、广告后期制作团队、广告销售团队、技术团队等，打造一个类似于“工作室制”的时间平台，学生可根据自己的兴趣爱好或擅长的部分，选择进入相应的团队或部门，分工协调工作，并相互联系，彼此为对方服务，从而形成一条龙的广告设计与制作。另外，在实践课中，要适当的邀请广告设计制作专家以及广告商做教课指导，丰富理论知识，增加实际的职业素养的传授。这样，将为学生全面打造一个系统化、职业化、实用性的实践平台，帮助学生掌握更多的适应社会变化发展的知识和技能，以适应职场需求。

（四）广告设计与制作专业师资与教学条件配套建议及建设思路

（一）、师资条件建设

（1）教学团队

按规定要求的师生比配置专业教学团队规模，企业兼职教师应占 15%以上；老、中、青年龄教师比例要合理，都应具备高校教师职业资格，双师资格老师要占 50%以上。

（2）专业带头人

熟悉广告设计，掌握高职教育基本规律，实践经验丰富，教学效果好，具备一定的行业企业影响力，具有相应职称和职业资格。

（3）专任骨干教师

教学经验丰富，具备双资格，有一定的广告设计从业经历，由学校专任教师和来自行业企业的兼职教师组成。专任骨干教师主要完成专业基础课程、专业核心课程的教学。行业企业兼职教师主要承担专业技能实训课程和企业实践教学课程的教学，以及专业拓展课程和选修课程教学。

（二）教学条件建设

（1）校内实习实训基地

在校内成立广告公司及平面设计工作室，用于进行实践教学，便于培养学生创意思想和实际动手能力，使学生尽快和行业接轨，为步入社会做好准备。同时还应配备摄影实训室、美术室等教学场地。

（2）校外实习实训基地

根据专业人才培养需要和广告设计发展特点，在企业建立两类校外实训基地：一类是以专业认识和参观为主的实训基地，能够反映目前广告设计行业的较高水平，能同时接纳较多的学生学习，为新生入学教育专业导论课程教学提供条件，另一类是以接受学生顶岗实习为主的实训基地，能够为学生提供学顶岗实习工作岗位，并能保证合理有效的工作时间，使学生得到充分的专业技能训练和职业能力的提升。

教学调研表

一、当前企业最需要什么技术的人才？

- 1、需要深谙市场营销洞察力，极具视觉创造力、表达力的策略性的平面和空间设计师。
- 2、需要基于互联网技术，深谙用户人性洞察的互联网产品设计师。
- 3、需要懂品牌，有营销策划力和经营组织力的技术型策划人才。

二、学院应该开设那些专业的核心课程？

经济学、管理学、市场营销学、战略学、广告学、美术学、美学、消费者心理行为学、传播学、互联网等。

三、专业培养方向和如何开展教学达到企业的要求？

毛主席教导我们说：“实践是检验真理的唯一标准”。理论与实践的统一，是马克思主义的一个最基本的原则。没有理论的实践，是盲目的实践；没有实践的理论，是空洞的理论。专业与理论与技术方向上应以国际视野高度引导学生的眼界与认知水平，实践上多培养学生遇到困难，解决问题的能力。

四、学生的初始岗位、发展岗位有那些？

初始岗位：实习生、品牌专员、设计助理、初级文案。

发展岗位：品牌咨询顾问、品牌策划总监、品牌创意总监、品牌设计总监、品牌设计主管、品牌设计师、美术指导、撰文指导、资深 AE。

五、企业对学院的教学有什么建议？

没有

广西势识大道品牌策划有限公司

广西卡特企业营销策划有限公司

2019年5月20日



《广告设计与制作》 课程标准

系 部：_____

制 定 人：_____

审 核 人：_____

制定日期：_____ 2019. 5

修订日期：_____ 2019. 6

《素描与色彩》课程标准

一、课程信息

表 1 课程信息表

课程名称	素描与色彩		开课系部	
课程代码			考核方式	大作业
前导课程				
后续课程	色彩构成、图形创意、字体设计、版式设计等			
总学时	128	课程类型（方 框内打√）	理论课	
			实践课	
			理论+实践	√
适用专业	设计类专业			

表 2 课程标准开发团队名单（含校外专家）

序号	姓名	工作单位	职称/职务
1		学院	讲师/教师
2		学院	助教/教师
3		学院	助教/教师
4		学院	助教/教师

二、课程性质

素描与色彩是艺术领域中最基础的学科，也是艺术学校广告专业主要的基础课程，通过教学使学生获得坚实的造型能力，艺术表现能力和审美能力，掌握素描的基本技巧和技法，理解色彩表达的感情知识，并逐渐运用于实践创作之中。它是艺术家对自然或人造物象数量、结构、明暗、材质等造型现象的认识方式，是对视觉信息反应和表现的态度，是对造型的观察与思考。作为记录我们思想和观念的语言系统，素描和色彩不仅记录我们眼睛实际看到的一切，还记录我们“思维的眼睛”所看到的一切，它是从观察、洞悉、想象，直至个人审美反应的整个造型过程。特定的训练以特定的观察和造型思考导向不同的造型活动，并伴随着情感或理念的指向而深化，一方面构成了我们特有的造型思维方式，另一方面构成了我们造型的基本素质和能力。

三、课程目标

（一）知识目标：了解素描基本知识，掌握素描色彩基本方法，素描实训几

何形体让学生了解物体的基本形态与体面关系；色彩原理的了解，了解不同色调，如何调色，培养学生善于观察、认真分析的能力。

（二）**能力目标：**通过对本课程的学习，提高学生构图能力、审美能力，获得更丰富的表现技法，提高学生对结构的理解，启迪学生空间想象力。锻炼学生表现处理较复杂对象的整合与概括能力。

（三）**素质目标：**训练和提高学生的整体观察能力、综合分析能力，培养学生勤于动手，善于思考，注意细节，大胆创新，将理论与实践相结合，激发学生的求知欲望。在创作的过程中享受艺术，获得性灵的陶冶，思维的解放，引导学生发现生活中的美。

四、课程学分与时数分配

课程名称	素描色彩	总学时	128	学分	8
序号	教学项目名称	主要内容			参考学时
项目 1	素描基本知识	透视、光影			1
项目 2	几何体素描	圆体、圆柱体、椎体等			2
项目 3	静物素描	单个静物、组合静物			2
项目 4	色彩基本知识	色相环、三原色、色调			1
项目 5	静物色彩	单个静物、组合静物			2

五、课程设计思路

素描与色彩是广告设计的基础课程。作为一切造型艺术的基础，在传统的绘画艺术中，素描和色彩训练讲究严格的比例、透视、光影和色彩关系的写实准确性，那么艺术设计则更讲究对物象的理解和把握，以及创造性的构想和表现能力。因此，广告设计的基础应重在学生的“能力”培养，包括观察能力、思维方式和表现能力。可以看出，改变原来传统教学中的思维模式，改变原来的观察方法和表现手法成为了现代艺术设计教育中的重要问题。也正因为如此，在广告设计的素描和色彩训练中，要强调训练学生新的视觉方式、新的思维方式和新的表现方法。要改变传统的观察方式，转换视角，发现视域之外的更多信息。艺术领域有句话：“如果你能教会一个人观察，那么你就能教会一个人作画”。因此可以说，学会怎样去“看”是一个设计教育中首先必修的课程，改变固定的观察位置，培养多角度、多方位、多视点以及变异延展的“观察”方法，从而产生出新的内涵和表现形式。

六、课程内容与教学要求

表2 课程内容与教学要求一览表

项目（任务）名称	子项目或学习任务	教学时数	教学重点	教学目标
项目1： 素描基本知识	1-1 素描概述与工具材料	1	知识： 1、（1）素描的历史 （2）素描的本质与特征 （3）素描的形式与种类 （4）素描用笔、用纸及辅助工具	知识目标： 1. 了解素描，素描的工具 2. 了解并掌握素描的基本原理 3. 了解并掌握素描的表现要素
	1-2 素描基本原理	2	2、（1）透视基础知识 （2）构图相关知识	技能目标： 1. 掌握素描工具的运用
	1-3 素描的表现要素	1	3、（1）素描的表现语言 （2）观察与感受 （3）结构与形体 （4）明暗与质感 （5）空间的表现 技能： 1、素描工具的运用 2、素描的透视与构图 3、素描的表现要素	2. 掌握素描的透视与构图 3. 掌握素描的表现要素 素质目标： 1. 培养认真、仔细的工作态度 2. 培养独立完成的作风
项目2： 几何体素描	2-1 作画步骤	4	知识： 1、作画步骤	知识目标： 1、掌握作画步骤 2、掌握所有几何体的结构
	2-2 几何形体绘制	28	2、对几何体形体的认识 技能： 1、完成规定实训练习	技能目标： 1. 完成规定实训练习，学会几何素描的步骤与要求 素质目标： 1. 培养认真、仔细的工作态度

				2. 培养独立完成的作风
项目 3: 静物素描	3-1 作画步骤	4	知识: 1、作画步骤 2、静物形体与几何形体的关系 技能: 1、完成规定实训练习	知识目标: 1、掌握作画步骤 2、掌握静物形体与几何形体间的联系 技能目标: 3. 完成规定实训练习, 学会静物素描的步骤与要求 素质目标: 1. 培养认真、仔细的工作态度 2. 培养独立完成的作风
	3-2 静物物体绘制	30		
项目 4: 色彩基本知识	4-1 色彩概述与工具材料	1	知识: 1、(1) 色彩的概念 (2) 色彩的功能 (3) 色彩的作画工具及材料 2、(1) 光源色 (2) 色彩的调配 3、(1) 写实风格 (2) 归纳风格 技能: 1、色彩工具的运用 2、色彩的调配 3、色彩风格的表现特点	知识目标: 1、了解色彩, 色彩的工具 2、了解并掌握色彩的基本原理 3、了解并掌握色彩的风格表现特点 技能目标: 1、掌握色彩工具的运用 2、掌握色彩的调配 3、掌握色彩的风格表现特点 素质目标: 1. 培养认真、仔细的工作态度
	4-2 色彩基本原理	2		
	4-3 色彩的风格表现	1		

				2. 培养独立完成的作风
项目 5: 静物色彩	5-1 作画步骤	2	知识: 1、作画步骤 2、作画要求 技能: 1、完成规定实训练习	知识目标: 1、掌握作画步骤 2、掌握做要要求(光源色、环境色) 技能目标: 3. 完成规定实训练习, 学会色彩的步骤与要求 素质目标: 1. 培养认真、仔细的工作态度 2. 培养独立完成的作风
	5-2 静物色彩绘制	30		

七、教学实施建议

(一) 教学实训条件要求(分项目或内容列表说明)

序号	教学项目名称	实训条件要求	备注
项目 1	素描	几何石膏体、静物	1. 学生个人准备画板及绘画常用工具;
项目 2	色彩	静物	

◆ 教学模式与教学方法(分项目或内容列表图说明)

序号	教学项目名称	教学模式	教学方法
项目 1	素描	一体化教学模式	任务驱动教学法
项目 2	色彩	一体化教学模式	任务驱动教学法

(三) 课程考核与评价方法(分项目或内容列表说明)

学生成绩的评定, 以学生平时表现、任务完成情况及最终考核来核定。

1、平时表现 10% (包括学习态度、出勤情况及创新意识)

3、平时项目考核 60%, 评分细则如下表:

①、各个项目分值分配如下表：

序号	教学项目名称	分值分配	占总分比例 (总分为 60 分)
项目 1	几何体素描	15	25
项目 2	静物素描	15	25
项目 3	静物色彩	30	50

②、每个项目的评分标准

(每个项目按 100 算，最后折算为相应分值，即：项目得分=项目分值

$\times \frac{\text{项目评定分数}}{100}$)。

计分项目：		分值
操作技能	不按要求数量完成扣 20 分； 作品手工粗糙扣 5 分； 作品画面不整洁扣 5 分；	60
考勤和纪律	酌情扣分	10
最终考核成绩	作品	30

4、综合考核 30% (任意抽选项目 1 至项目 3 其中二项进行作品绘制。)

(四) 教材及参考书选用 (或教材编写)

教材：《素描》、《色彩》杨贤艺主编、南京大学出版社 2010 年出版；

参考书选用：1. 《设计素描》梁明亮主编、广西美术出版社；

2. 《设计色彩》卢菁菁主编、广西美术出版社。

(五) 课程资源建设要求

(一) 教学建议：本课程的实践教学，要求学生扎实的造型能力、健康的审美意识和突出的艺术创造力，为后续的专业课程学习打下基础。

(二) 教学模式与教学方法

(1) 课程在画室进行，要突出过程与单元实训项目评价，以及作品最终呈现效果的综合评价。

(2) 课程实施过程中学生要充分考虑个人作品进行评价。

《矢量平面设计》课程标准

一、课程信息

表 1 课程信息表

课程名称	矢量平面设计		开课系部	
课程代码			考核方式	机试
前导课程	计算机基础			
后续课程	版式设计、字体设计、VI 设计、包装设计等			
总学时	72	课程类型（方 框内打√）	理论课	
			实践课	
			理论+实践	√
适用专业	设计类专业			

表 2 课程标准开发团队名单（含校外专家）

序号	姓名	工作单位	职称/职务
1		学院	讲师/教师
2		学院	助教/教师
3		学院	助教/教师
4		学院	助教/教师

二、课程性质：

Adobe Illustrator 是一种应用于出版、多媒体和在线图像的工业标准矢量插画的软件，作为一款非常好的图片处理工具。CorelDRAW 是一款由世界顶尖软件公司之一的加拿大的 Corel 公司开发的图形图像软件。其非凡的设计能力广泛地应用于商标设计、标志制作、模型绘制、插图描画、排版及分色输出等等诸多领域。

三、课程总体目标

本课程的培养目标是培养学生了解平面设计的界面和工具的应用，熟悉软件特点，并且懂得绘制图形，并会用软件设计其他课程内容。

（一）知识目标：了解平面设计基本知识、文本处理、填充和编辑图形、艺术效果、使用位图和滤镜。

（二）能力目标：过对本课程的学习和训练，要求学生根据课程内容完成

案例练习，通过练习掌握平面设计基本方法，先从平面设计基本工具入手，制作一些学生感兴趣的案例，从兴趣入手一边制作一边熟悉工具，通过在设计的过程中出现问题，再强调课本上的理论知识，同时在不断的点评学生作品中进行相互学习共同进步，理解平面设计应用技巧。

（三）素质目标：培养学生勤于动手，善于思考，注意细节，大胆创新，将理论与实践相结合，激发学生的求知欲望，培养学生科学严谨的工作态度和创造性工作能力。培养学生观察能力、分析能力，提高学生的整体观察能力、综合分析能力，锻炼学生应用设计技巧，提高审美水平。

四、课程学分与时数分配

表 3 课程学分与时数分配表

序号	教学名称	教学时数			学分
		小计	理论教学	实践教学	
项目 1	平面设计操作和管理	27	7	20	6
项目 2	平面设计填充和编辑图形	27	7	20	
项目 3	平面设计文本处理	27	7	20	
项目 4	平面设计使用位图和滤镜	27	7	20	
合计		108	28	80	

五、课程设计思路

本课程通过案例详解来引导学生自主独立的进行习题的创作和制作，但在实际授课的过程中，绝不按部就班，而是通过灵活多变的教学形式来进行知识的传授。在课程讲授的过程中本课程与实践相结合，辅导学生制作。把专业基础理论与专业技能培养紧密结合，从设计思维方法抓起，采用灵活多样的教学方法，加强平面设计训练。通过技能操作使同学们在认识、理解原理的基础上将其应用在操作中，并为以后的专业课打下基础。观摩具有代表性的经典影片以及针对知识点的练习让学生对镜头的语言有一个比

六、课程内容与教学要求

项目	项目名称	知识内容与要求	教学目标	技能实训	参考学时	
					课堂	实训
1	平面设计操作	1.1 了解平面设计界面	了解操作界面、常用工具、	实训： 基本型练习（简	7	20

	和管理	1.2 简单介绍常用工具 1.3 平面设计控制对象 1.4 对齐和分布对象 1.5 群组	对齐分布对象、控制对象	单标志绘制，小老鼠绘制等)		
2	平面设计填充和编辑图形	2.1 填充工具的使用 2.2 钢笔工具、贝塞尔工具的使用 2.3、形状工具的使用 2.4 标准填充的应用 2.5、渐变填充工具的应用	1. 了解填充工具组和钢笔工具组的应用 2. 了解钢笔工具组与形状工具的结合使用	实训： 简单绘制图形如手表、雨伞、竹子等	7	20
3	平面设计文本处理	3.1 美术字体的编辑 3.2 段落文本的处理和特点 3.3 弧形字体的制作 3.4 文字与渐变、纹理的填充	1. 了解美术字体的特点 2. 了解段落文字与图片的组合 3. 了解弧形、波浪形字体的制作方法 4. 了解文字特殊填充方法	实训： 1. 标志设计 2. 内页设计 3. 喜字、木纹字效果	7	20

	平面设计使用位图和滤镜	1. 滤镜的应用 2. AI 三维效果的制作	1 了解滤镜的应用效果 2 了解 AI 三维效果的特点	实训： 1、调整画面色彩 2、制作相框 3、AI 花瓶的制作 4、AI 茶几的绘制	7	20
--	-------------	---------------------------	--------------------------------	--	---	----

七、教学实施建

（一）教材编写

①必须依据本课程标准编写教材，教材应充分体现任务引领、实践导向课程的设计思想。

②教材应将本专业职业活动，分解成若干典型的工作项目，按完成工作项目的需要和岗位操作规程，结合职业技能证书考证组织教材内容。增加实践实操内容，强调理论在实践过程中的应用。

③教材应图文并茂，提高学僧学习兴趣，加深学生对发动机电控系统的认识和理解。教材表达必须精炼、准确、科学。

④教材内容应体现先进性、通用性、实用性，要将本专业新技术、新工艺、新材料及时地纳入教材，使教材更贴近专业的发展和实际的需要。

⑤教材中活动设计的内容要具体，并具有可操作性。

（二）教学模式与教学方法

打破传统模式，按模块化教学。

抓住书本重点，让学生在学中做，做中学，先让学生做一个作品，在通过制作的过程当中遇到的问题进行讲解，结合书本内容进行分析，再让学生不断的完善，要求要两幅作品做对比，好在哪里不好在哪里？记住要点，下次不要再犯同样的错误。

（三）教学评价

根据课程特点，采用校内老师、学生考核评价相结合，见下表所示：

教学项目	实训任务	成果	考核方式	占总项目成绩比例
项目 1	小老鼠的绘制	电脑设计	教师评阅（画面效果、学习态度和考勤）	25%

项目 2	手表的绘制	电脑设计	教师评阅（画面效果、学习态度和考勤）	25%
项目 3	标志设计	电脑设计	教师评阅（画面效果、学习态度和考勤）	25%
项目 4	AI 三维效果花瓶的绘制	电脑设计	教师评阅（画面效果、学习态度和考勤）	25%

（四）资源利用

利用模拟案例及课堂操作演示教学和现场指导，使学生真正体了解包装设计的内容。

《PS 图文设计》课程标准

一、课程信息

表 1 课程信息表

课程名称	PS 图文设计		开课系部	
课程代码			考核方式	机试
前导课程	计算机基础			
后续课程	版式设计、字体设计、VI 设计、包装设计等			
总学时	72	课程类型（方 框内打√）	理论课	
			实践课	
			理论+实践	√
适用专业	设计类专业			

表 2 课程标准开发团队名单（含校外专家）

序号	姓名	工作单位	职称/职务
1		学院	讲师/教师
2		学院	助教/教师
3		学院	助教/教师
4		学院	助教/教师

二、课程性质

平面图形图像处理——Photoshop（简称 PS）是广告设计与制作专业的一门主干课程，也是高职高专广告设计专业、室内设计技术专业的一门必修软件课。该软件是目前在市场上最流行的图形图像处理软件。本课程是高技能人才培养的核心课程。《photoshop 平面图形图像处理》是计算机多媒体技术专业的技术核心课程之一。

三、课程总体目标

（1）、技能目标

- （1） 了解和掌握 Photoshop 基本理论和基本常识；
- （2） 熟练掌握 Photoshop 的使用技巧；
- （3） 熟练使用 Photoshop 操作界面和功能；
- （4） 理解 Photoshop 中选择区域、通道、路径、图层等相关概念并能正确使用；

- (5) 掌握图像合成的基本方法与技巧；
- (6) 理解计算机中颜色的表示方法和图像的颜色模式；
- (7) 掌握 Photoshop 软件使用环境下的创意设计；
- (8) 培养学生的审美水平和创意设计能力；
- (9) 能独立完成、自主创意一幅作品；
- (10) 了解 Photoshop 其它相关新版本的的应用常识。

(2)、能力目标:

- (1) 熟练地运用 Photoshop 制作效果图，并能在实际工作中得到应用。
- (2) 培养学生搜集资料、阅读资料和利用资料的能力；
- (3) 培养学生的自学能力。

(3)、素质目标:

- (1) 培养学生的团队协作精神；
- (2) 培养学生的工作、学习的主动性。
- (3) 培养学生具有创新意识和创新精神
- (4) 提高学生的艺术修养

(4)、职业能力目标: 鉴于计算机平面图像处理与制作的重要意义和在设计中重要作用，本课程作为广告企业平面制作，网页制作，动画制作的岗位职业能力培养，可以充分发挥学生的特长，拓展就业渠道。

四、课程学分与时数分配

序号	教学项目名称	总课时	理论	实操
项目一	Photoshop 基础知识	4	2	2
项目二	Photoshop 选区的选取与编辑	6	2	2
项目三	图层处理	4	2	4
项目四	文字处理	6	2	4
项目五	滤镜	6	2	4
项目六	绘制与处理图像工具	6	2	4
项目七	通道与蒙版	6	2	4
项目八	路径与动作	6	2	4
项目九	综合各项工具	10	2	8
总课时		54	18	36

五、课程设计思路

高职教育的集中实践教学环节也要明确必要的理论知识深化和拓展的要求，不能局限于单纯的技能训练作用。单纯的技能训练不是高职教育的理想课程。通过实验内容的精心选择，使其在理论验证上满足高职的“够用为度”的原则，着重安排一些实用性较强的内容，使其理论与实践有机结合，符合目前我国当前发展的情况。

六、课程内容与教学要求

表 2 课程内容与教学要求一览表

序号	项目名称	要求(基本职业能力和关键能力)	子项目	教学目标	学习内容(训练项目)	学时建议
1	Photoshop 基础知识	通过任务的实践，掌握图像文件的基本操作方法，掌握 Photoshop 的一些基本操作方法和基本技巧，养成认真的学习态度，明确学习目标	画幅	通过任务的实践，掌握图像文件的基本操作方法，基本技巧	图形图像处理软件的意义，Photoshop 软件的安装、启动和退出，photoshop 中的基本概念，软件界面的熟练	4
			封面设计			
2	Photoshop 选区的选取与编辑	通过任务的实践，掌握创建和编辑各地区，以及对选区的一些基本操作和方法	婚纱扣图	通过任务的实践，掌握创建和编辑各地区，以及对选区的一些基本操作和方法	选区工具组，套索工具组，使用魔术棒工具建立选区，使用选择颜色范围建立选区，控制选取范围，载入和保存选取范围	6
			室内丽人			
			七彩背景			
3	图层处理	掌握图层的使用方法	合成美女	掌握图层的使用方法	创建和应用图层组、图层样式	4
4	文字处理	掌握文字工具组工具的使用方法	公益海报	掌握文字工具组工具的使用方法	创建文字变形、段落文字和艺术文字	6
			花形文字			

5	滤镜	掌握各种滤镜的使用方法与使用技巧，在完成任务的基础上培养学生的 学习热情与创新能力	火焰	掌握各种滤镜的使用方法与使用技巧	滤镜的使用方法与使用技巧	6
			素描化图片			
6	绘制与处理图像工具	掌握图像绘制与处理的基本方法与基本技巧，能对一些常见的图像问题进行处理	照片色调尺寸处理	掌握图像绘制与处理的基本方法与基本技巧，能对一些常见的图像问题进行处理	图章工具组、橡皮擦工具组、画笔工具组、图像的调整方法	6
			绘制几何图形			
7	通道与蒙版	掌握图像绘制与处理的基本方法与基本技巧，能对一些常见的图像问题进行处理	魅力之都	掌握图像绘制与处理的基本方法与基本技巧，能对一些常见的图像问题进行处理	通道的概念以及通道调板的特点，创建和应用快速蒙版和蒙版的使用方法	6
			我的视野			
8	路径与动作	能够初步使用动作和创建自定义动作的方法	广告招贴	能够初步使用动作和创建自定义动作的方法	路径与动作的基本概念、创建、编辑和应用路径的方法	6
			照片着色			
9	综合各项工具	能够运用photoshop的各项功能进行图片的制作	书记装帧	能够运用photoshop的各项功能进行图片制作	综合工具的选取与使用	10
			自主创作			
总课时						54

七、教学实施建议

8.1 教材编写

①必须依据本课程标准编写教材，教材应充分体现任务引领、实践导向课程的设计思想。

②教材应将本专业职业活动，分解成若干典型的工作项目，按完成工作项目的需要和岗位操作规程，结合职业技能证书考证组织教材内容。增加实践实操内容，强调理论在实践过程中的应用。

③教材应图文并茂，提高学僧学习兴趣，加深学生对发动机电控系统的认识和理解。教材表达必须精炼、准确、科学。

④教材内容应体现先进性、通用性、实用性，要将本专业新技术、新工艺、新材料及时地纳入教材，使教材更贴近专业的发展和实际的需要。

⑤教材中活动设计的内容要具体，并具有可操作性。

8. 2 教学建议

①在教学过程中，应立足于加强学生实际操作能力的培养，采用项目教学，以工作任务引领提高学生学习兴趣，激发学生的成就动机。

②教学过程中教师应积极引导学僧提升职业素养，提高职业道德。

8. 3 课程考核与评价方法（分项目或内容列表说明）

学生成绩的评定，以学生平时表现、任务完成情况及最终考核来核定。

1、平时表现 10%（包括学习态度、出勤情况及创新意识）

2、技能考核 20%（包括 Premiere 比赛参与、获奖情况）

3、平时项目考核 50%，评分细则如下表：

序号	教学项目名称	分值分配	占总分比例 （总分为 50 分）
项目 1	画幅、信封	4	8%
项目 2	婚纱图、室内丽人、七彩背景制作	6	12%
项目 3	合成美女	4	8%
项目 4	公益海报、花形文字	6	12%
项目 5	火焰、素描化图片	4	8%
项目 6	照片色调尺寸处理、绘制几何图形	6	12%
项目 7	魅力之都	4	8%
项目 8	广告设计	6	12%
项目 9	书籍装帧设计	10	20%

4、综合考核 20%

① 校外实训（习）基地利用：需要去企业实际考察参观了解图像处理技术在具体的使用中应掌握的操作技能。

②体验团队合作过程，培养职业素养

《图形创意》课程标准

一、课程信息

表 1 课程信息表

课程名称	图形创意		开课系部	
课程代码			考核方式	大作业
前导课程	素描、色彩			
后续课程	广告创意设计、版式设计、字体设计、VI 设计、包装设计等			
总学时	72	课程类型（方 框内打√）	理论课	
			实践课	
			理论+实践	√
适用专业	设计类专业			

表 2 课程标准开发团队名单（含校外专家）

序号	姓名	工作单位	职称/职务
1		学院	讲师/教师
2		学院	助教/教师
3		学院	助教/教师
4		学院	助教/教师

二、课程性质

本课程是艺术设计专业课程体系中的一门专业课程，是必须开设的一门重要课程，学生在第一学期进入大学二年级，并学习了前导课程，设计素描、平面构成、色彩构成，有了这些先导课程的学习，为以后设计课程的开设打下了基础，同时为后续课程如标志设计、版式设计、广告设计、包装设计、VI 设计等课程做了准备和铺垫。

与该课程联系较为紧密的平行课程有：

前导课程：设计素描、平面构成、色彩构成。

后续课程：标志设计、版式设计、广告设计、包装设计、VI 设。

通过本课程的教学使学生能了解图形的相关知识，熟练掌握图形创意的方法并能够完成以图形为核心的视觉传达基本要素设计，为后续的设计课程奠定基础。

三、课程总体目标

（一）知识目标

通过了解图形设计的相关知识，熟练掌握图形创意的方法，并能够完成以图形为核心的视觉传达基本要素设计，按照高校的特点培养学生的动手能力，能够创意和制作出完整的图形作品。

掌握图形设计的创意规律和表现形式法则、及常见图形识读方法。

为广告公司、印刷与出版公司、企划设计部门的平面设计师、电脑绘图员、美术设计员、媒介助理等技术和服务岗位打下图形设计的基础。

（二）能力目标

- 1、综合能力：掌握一般图形的创意、表现、说明、识别能力。
- 2、分项能力：（1）图形的表现能力；
（2）识读和表现图形的能力以及团结协作解决问题的能力；
（3）综合素质能力。

（三）素质目标

通过本课程的学习，培养学生创造、表现和审美能力，增强艺术修养。

具有爱岗敬业、团队合作、遵章守纪的良好职业道德，具有对新知识、新技能的学习能力，具有吃苦耐劳的品质，开拓进取的创业创新精神，具有一定的社会交往能力和人际沟通能力。

四、课程学分与时数分配

表 1 课程学分与时数分配表

序号	教学名称	教学时数			学分
		小计	理论教学	实践教学	
项目 1	概述	2	2	0	4
项目 2	创新思维	16	8	8	
项目 3	表现手法的创意	54	10	44	
合计		72	20	52	

五、课程设计思路

本课程的框架结构是根据图形设计的对象和任务安排的。教学内容涵盖图形与之相关的创意表达及其制作的理论及实践。本课程除了图形的讲解以外还渗透进入设计创意及表达等练习，加强学生对于设计本身整体的把握。此外，教师还搜集整理与课程进度相适应的实际案例片段，以提高学生分析作品的能力。部分学生若考研深造，还可作为相关的辅助资料。本课程要求学生进行图形创意的

理论、图形表达的基本方法及技巧，一、掌握理论，首先要求掌握理论知识。二、图形表达方法、技巧实践操作，要求学生进行图形的不同类别练习，使学生能够很好的应用于实践中，可提高学生实战能力。通过本课程的考核，全面反映学生了解和掌握图形设计基本理论知识、对于艺术设计中审美的能力、运用图形中的创意的技巧和方法、原则的能力。在课堂上完成作品，实现知识传授与实训课堂的一体化，达到在实际项目和模拟项目中实现“教、学、做”的一体化目标。

六、课程内容与教学要求

表 2 课程内容与教学要求一览表

项目（任务）名称	子项目或学习任务	教学时数	教学重点	教学目标
项目 1： 概述	1-1 图形	1	知识： 1. 图形与创意图形 技能： 2. 图形的应用	知识目标： 1. 从概念上了解图形的起源、发展等，并区分图形与创意图形 技能目标： 2. 学会运用图形，赋予图形全新创意 素质目标： 3. 培养认真、仔细的工作态度 2. 培养独立完成的作风
	1-2 创意图形	1		
项目 2： 创 新 思 维	2-1 扩散思维	3	知识： 1. 扩散思维的特点及用法 2. 收敛思维的特点及用法 3. 想象思维的特点及用法 4. 联想思维的特点及用法 5. 逆向思维的特点及用法	知识目标： 1. 掌握扩散思维的用法 2. 掌握收敛思维的用法 3. 掌握想象思维的用法 4. 掌握联想思维的用法 5. 掌握逆向思维的用法 技能目标： 1. 完成规定实训练习，掌握创新思维。 素质目标： 2. 培养认真、仔细的工作
	2-2 收敛思维	3		
	2-3 想象思维	4		
	2-4 联想思维	4		
	2-5 逆向思维	2		

			技能： 1. 用基本形态圆形、方形、三角形进行思维转换练习	态度 3. 培养独立完成的作风
项目 3： 表现手法的创意	3-1 正负形	18	知识： 1. 正负形的创意表现 2. 同构图形的创意表现 3. 元素替代的创意表现 技能： 1. 正负图形创意练习 2. 同构图形创意练习 3. 元素替代创意练习 (可拟定主题, 如“我”作为主题进行创意)	知识目标： 1. 掌握正负形的方法 2. 掌握同构图形的方法 3. 掌握元素替代的方法 技能目标： 1. 完成规定实训练习 素质目标： 2. 培养认真、仔细的工作态度 3. 培养独立完成的作风
	3-2 同构图形	18		
	3-3 元素替代	18		

七、教学实施建议

(一) 教学实训条件要求 (分项目或内容列表说明)

序号	教学项目名称	实训条件要求	备注
项目 1	正负形图形绘制	画板、拷贝台	学生个人自己准备相关画具
项目 2	同构图形绘制	画板、拷贝台	
项目 3	元素替代图形绘制	画板、拷贝台	

◆ 教学模式与教学方法 (分项目或内容列表图说明)

序号	教学项目名称	教学模式	教学方法
项目 1	概述	一体化教学模式	任务驱动教学法
项目 2	创新思维	一体化教学模式	任务驱动教学法

项目 3	表现手法的创意	一体化教学模式	任务驱动教学法
------	---------	---------	---------

(五) 课程考核与评价方法（分项目或内容列表说明）

学生成绩的评定，以学生平时表现、任务完成情况及最终考核来核定。

1、平时表现 10%（包括学习态度、出勤情况及创新意识）

3、平时项目考核 60%，评分细则如下表：

①、各个项目分值分配如下表：

序号	教学项目名称	分值分配	占总分比例 (总分为 60 分)
项目 1	正负形图形绘制	20	33.3
项目 2	同构图形绘制	20	33.3
项目 3	元素替代图形绘制	20	33.3

②、每个项目的评分标准

（每个项目按 100 算，最后折算为相应分值，即：项目得分=项目分值

$\times \frac{\text{项目评定分数}}{100}$ ）。

计分项目：		分值
操作技能	不按要求数量完成扣 20 分； 作品手工粗糙扣 5 分； 作品画面不整洁扣 5 分；	60
考勤和纪律	酌情扣分	10
最终考核成绩	作品	30

1、综合考核 30%

任意抽选项目 1 至项目 3 其中一项进行作品绘制或制作。

(六) 教材及参考书选用（或教材编写）

教材：

21 世纪高等院校艺术设计专业规划教材，《图形创意设计》李彦主编，哈尔滨工程大学出版社 2008 年 8 月出版，根据人才培养方案和本课程标准的要求，适合广告专业使用。

参考书选用：《图形创意基础教程》刘佳主编，广西美术出版社出版；

《三大构成》课程标准

一、课程信息

表 1 课程信息表

课程名称	三大构成		开课系部	
课程代码			考核方式	大作业
前导课程	素描、色彩			
后续课程	广告创意设计、版式设计、字体设计、VI 设计、包装设计等			
总学时	72	课程类型（方 框内打√）	理论课	
			实践课	
			理论+实践	√
适用专业	设计类专业			

表 2 课程标准开发团队名单（含校外专家）

序号	姓名	工作单位	职称/职务
1		学院	讲师/教师
2		学院	助教/教师
3		学院	助教/教师
4		学院	助教/教师

二、课程性质

三大构成是设计教育的基础课程，以对形态的探索与构成作为实施的核心，并分为平面、色彩、立体三个方面，它们是“平面构成”、“色彩构成”、“立体构成”课程内容。平面构成与色彩构成的思维层面、构成形态都是在二维平面上进行图形、形态表达，而立体构成则是一种三维立体空间的思维方式与表现方式。课程通过具体系统的学习使学生具备平面设计、色彩设计及空间立体形态设计的基础能力。为后续设计课程打下良好的基础。

三、课程总体目标

（一）知识目标

1. 了解平面、色彩、立体构成的原理与在实际中的应用。
2. 具有一定的形象思维能力，对几何抽象图形的认识及思维转换，对视觉元素的提取，对形式美法则的掌握。

（二）能力目标

1. 具备一定的造型、空间、创造性思维的能力。
2. 能够理论联系实际，提高自主学习的能力。
3. 具备良好的信息收集、分析提取能力，善于观察自然界中的万物形态，提取视觉形态元素，并在练习中运用。

（三）素质目标

1. 具备正确的造型意识，扎实的造型能力、健康的审美意识和突出的艺术创造力。
2. 促进学生方法能力、社会能力的养成。
3. 具备良好的素质及团队合作精神。
4. 具备较强的动手能力。

四、课程学分与时数分配

课程名称	素描色彩	总学时	144	学分	8
序号	教学项目名称	主要内容			参考学时
项目 1	平面构成	点线面、重复、渐变、特意等			3
项目 2	色彩构成	明度对比、纯度对比、色相对比等			3
项目 3	立体构成	半立体、全立体			2

五、课程思路

本课程通过讲授理论、课题分析、案例详解等诱导学生自主独立的进行习题的创作和制作，但在实际授课的过程中，绝不按部就班，而是通过灵活多变的教学形式来进行知识的传授。在课程讲授的过程中，基本上是通过多媒体课件、电子教案、录象、幻灯、投影等辅助工具来直观的将课程知识传输给学生，同时，本课程与实践相结合，辅导学生制作平面与色彩纸质实体、立体构成实体，使得理论和实践紧密结合。把专业基础理论与专业技能培养紧密结合，从设计思维方法抓起，突出艺术设计专业的特点，结合不同专业即将开设的专业课程需求，按照广告、动漫、建筑艺术等不同专业的特性来针对性教学。采用灵活多样的教学方法，加强技能训练，通过练习使同学们在认识、理解构成原理的基础上将其应用在作业中，最后完成任务，并为以后的专业课打下基础。

六、课程内容与教学要求

表 3 课程内容与教学要求一览表

项目（任务）名称	子项目或学习任务	教学时数	教学重点	教学目标
----------	----------	------	------	------

项目 1: 平 面 构 成	1-1 平面构成的 的 基 本 元 素 (点、线、面)	7	知识: 1. 点、线、面构成 2. 基本形态组合、几何型分割、基本型群化 3. 重复、渐变、特异、密集、发射构成	知识目标: 1. 掌握平面设计中点、线、面的运用,培养一种创造性思维以及创造表现能力。 2. 基本形态要掌握自然形向基本形的转化、演变能力以及对形体的分解、组合的想象力,培养学生的想象能力和概括能力。 3. 掌握用骨格来处理好形象与形象之间的关系,培养学生创造性思维。 4. 各种形式美和形式上的创新。 技能目标: 1. 学会点、线、面的构成方法 2. 学会对基本形进行转化、演变、分解及组合 3. 学会平面构成基本形式(重复、渐变、特异、密集、发射)的构成方法 4. 学会肌理构成的方法 素质目标: 1. 培养认真、仔细的工作态度 2. 培养独立完成的作风
	1-2 平面构成的 基本型的关系 (基本形态组合、几何型分割、基本型群化)	7	4. 肌理 技能: 1. 完成点、线、面(综合)练习 2. 完成基本形形态的组合关系练习	
	1-3 平面构成的 基本形式(重复、渐变、特异、密集、发射)	10	3. 完成几何形的分割关系、基本形的群化关系练习 4. 完成平面构成的基本形式:重复构成练习	
	1-4 丰富构成语言的方法(肌理)	4	5. 完成平面构成的基本形式:渐变构成练习 6. 完成平面构成的基本形式:特异构成练习 7. 完成平面构成的基本形式:密集构成练习 8. 完成平面构成的基本形式:发射构成练习 9. 完成肌理练习	

项目 2: 色 彩 构 成	2-1 色彩产生的 基本原理	1	知识: 1. 认识色彩	知识目标: 1. 认识色彩。 2. 掌握色彩的表现方式 色相、明度、纯度。 3. 对色彩明度、色相、纯 度、冷暖、面积因素,在 每个基调里的差异组合 进行学习和研究,要求掌 握色彩各种对比关系的 处理方法,提高我们运用 色彩的技巧。 技能目标: 1. 认识色彩 2. 了解色彩的表现方式: 色相、明度、纯度 3. 学会色彩对比构成(明 度、色相、纯度、冷暖) 的构成方法。 素质目标: 1. 培养认真、仔细的工作 态度 2. 培养独立完成的作风
	2-2 色彩的表现 方式	1	2. 色彩的表现方式色 相、明度、纯度 3. 色彩对比构成(明 度、色相、纯度、冷 暖)	
	2-3 色彩对比构 成(明度、色相、 纯度、冷暖、面 积)	20	技能: 1. 完成 24 色色环 2. 完成色彩明度对比 构成练习 3. 完成色彩色相对比 构成练习 4. 完成色彩纯度对 比构成练习 5. 完成色彩冷暖对 比构成练习	
项目 3: 立 体 构 成	3-1 立体形态造 型方法(点、线、 面、体)	1	知识: 1. 点、线、面、体立 体形态造型方法	知识目标: 1. 掌握点、线、面、体的 特点,以更好的进入后面 的具体练习。 2. 掌握二维到三维的空 间转换方法。 3. 掌握线材、面材、体 材的构成方法。 4. 了解材料材质特征。 技能目标: 1. 了解点、线、面、体的
	3-2 立体形态 造型方法(空间 转换)	6	2. 立体形态造型方 法:空间转换 3. 线材、面材、体材 造型方法	
	3-3 立体形态 造型方法	10	4. 材料、肌理 技能: 1. 完成二维半练习 (不切多折、一切多	

	3-4 材料与构成(材料、肌理)	5	折、多切多折) 2 完成线材构成练习 3. 完成面材构成练习 4. 完成体材构成练习 5. 完成不同材料的肌理构成练习	特征 2. 学会二维到三维的空间转换 3. 学会线材、面材、体材的构成方法 素质目标: 1. 培养认真、仔细的工作态度 2. 培养独立完成的作风
--	------------------	---	---	---

七、教学实施建议

表 4 教学实训条件要求(分项目或内容列表说明)

序号	教学项目名称	实训条件要求	备注
项目 1	平面构成	按班级分别准备拷贝台	1. 学生个人准备画板及绘画常用工具; 2. 学生个人准备肌理制作材料
项目 2	色彩构成	按班级分别准备拷贝台	
项目 3	立体构成	准备尺子、纸、筷子等立体材料	

表 5 教学模式与教学方法(分项目或内容列表图说明)

序号	教学项目名称	教学模式	教学方法
项目 1	平面构成	一体化教学模式	任务驱动教学法
项目 2	色彩构成	一体化教学模式	任务驱动教学法
项目 3	立体构成	一体化教学模式	任务驱动教学法

(三) 教学评价

根据课程特点, 采用校内老师、学生考核评价相结合, 见下表所示:

教学项目	实训任务	成果	考核方式	占总项目成绩比例
项目 1 平面构成	重复构成、渐变构成	手工绘制	教师评阅(画面效果、学习态度和考勤)	40%

项目 2 色彩构成	色相环、明度对比	手工绘制	教师评阅（画面效果、 学习态度和考勤）	30%
项目 3 立体构成	点线面构成	手工制作	教师评阅（画面效果、 学习态度和考勤）	30%

（四）教材及参考书选用（或教材编写）

《现代构成艺术》肖勇主编 中国哈尔滨工程大学出版社 2009 年出版

参考书选用：

《平面构成基础教程》江波主编，广西美术出版社

《色彩构成基础教程》江波主编，广西美术出版社

《立体构成基础教程》江波主编，广西美术出版社

《字体与版式设计》课程标准

一、课程信息

表1 课程信息表

课程名称	字体与版式设计		开课系部	
课程代码			考核方式	机试
前导课程	素描、色彩、三大构成、ps、cdr、AI 等			
后续课程	广告创意设计、字体设计、VI 设计、包装设计等			
总学时	72	课程类型（方 框内打√）	理论课	
			实践课	
			理论+实践	√
适用专业	设计类专业			

表2 课程标准开发团队名单（含校外专家）

序号	姓名	工作单位	职称/职务
1		学院	讲师/教师
2		学院	助教/教师
3		学院	助教/教师
4		学院	助教/教师

二、课程性质：

字体设计是视觉传达设计的重要组成部分，是设计各学科的基础，是一个将创意视觉化、符号化的过程，思维根据设计意象对视觉元素进行挑选、变换、组合。通过对文字设计方法的拓展，为今后与文字有关的版面、广告及视觉传达领域内的相关课程打下良好的基础，在设计特定字体时，一定要从字的形态特征与组合编排上进行探求，不断修改，反复琢磨，这样才能创造富有个性化的文字，使其外部形态和设计格调都能唤起人们的审美愉悦感受。

版式设计是设计专业一门必修的主干课程。它的设计原理始终贯穿着每一个平面设计以及其他设计的各个实践领域之中。它是现代设计界的重要组成部分，也是视觉艺术的重要手段之一。

三、课程总体目标

（一）知识目标：了解版式基本知识，掌握版式基本方法，先从案例设计

入手，在通过练习让学生了解不同版式的的应用，了解版式的形式美法则

（二）能力目标：通过对本课程的学习和实训，要求学生根据课程内容完成案例练习，通过练习理解版式设计原理和排版技巧。

（三）素质目标：培养学生勤于动手，善于思考，注意细节，大胆创新，将理论与实践相结合，激发学生的求知欲望，培养学生科学严谨的工作态度和创造性工作能力。

四、课程学时数分配

表 1 课程学分与时数分配表

序号	教学名称	教学时数			学分
		小计	理论教学	实践教学	
项目 1	变体字的变化要素	18 节	6	12	6
项目 2	变体字的设计方法	18 节	6	12	
项目 3	字体的组合设计	18 节	6	12	
项目 4	宣传单设计、板报设计	18 节	6	12	
项目 5	海报设计	18 节	6	12	
项目 6	画册设计	18 节	6	12	
合计		108	20	12	

五、课程设计思路

在教学方法上强调以自学为主，面授为辅。在本课程的教学过程中，根据教学内容适时组织学生进行课堂讨论，开展案例分析或专题讨论，学生则应及时完成教师布置的作业。在教学组织上主要采取“个体自主学习”、“面授辅导”和“作业练习和案例调查”等形式。特别是“作业练习”这一教学环节，由于本课程理论内容较多，需要联系实际作品进行分析比较才能全面掌握。因此，平时作业案例调查非常重要。为此，要求学习者必须认真完成本课程的作业和实践。

随着设计领域的不断更新，版式设计课程所包含的和理念内容和理念也在不断更新，所以教学过程中可以根据实际情况加入设计的最新动态和作品实例介绍面掌握。为此，要求学习者必须认真完成本课程的作业和实践。

表 2 课程内容与教学要求一览表

项目（任务） 名称	子项目 或学习任务	教学 时数	教学重点	教学目标
项目 1 变体字的变化 要素	2.1 笔画变化 2.2 结构变化 2.3 材料技法	18	实训： 1. 完成一幅笔画 变化 2. 完成一幅结构	1. 了解什么是笔画变化，学会表现手法； 2. 了解什么时结构变化，为变体字的设计打

			变化 3. 完成一幅材料变化	下基础; 3. 了解什么是材料技法,为变体字的设计打下基础。
项目 2 变体字的设计方法	3.1 类推变化 3.2 装饰变化 3.3 寓意变化 3.4 结构变化	18	实训: 1. 完成一幅类推变化 2. 完成一幅装饰变化 3. 完成一幅寓意变化 4. 完成一幅结构变化	1. 掌握字体变化方法; 2. 了解各种变化的视觉效果以及包含的子内容; 3. 掌握字体设计的特点以及应用。
项目 3 字体的组合设计	4.1 单一字体组合 4.2 多词组的组合	18	实训: 1. 完成一幅字体组合设计	了解组合字体的特点为版式设计包装设计打下基础。
项目 4 宣传单设计、板报设计	1-1 版式设计中字体的排版 1-2 版式设计中主标题的应用	18	文字的排列方式,图片的排列方式	根据设计内容进行设计,完成一幅宣传单设计和板报设计。
项目 5 海报设计	1-1 海报设计的方法 1-2 版式设计中色彩的应用	18	色彩的应用,图片的应用,不同排版方式	根据内容设计一幅海报
项目 6 画册设计	理解版式的形式美法则	18	形式美法则的应用和色彩的搭配	根据内容画册设计的要点,设计一本画册

六、教学实施建议

(一) 教材

《版式设计》邓水清主编哈尔滨工程大学出版社出版 2012 年 2 月第二版,根据人才培养方案和本课程标准的要求,加强技能实训的课程设计理念,已在多所院校使用,取得了较好的效果。

(二) 教学模式与教学方法

通过多媒体课件、电子教案、录象、幻灯、投影等辅助工具来直观的将课程知识传输给学生。一体化教学过程,学生通过缜密思考、周密安排、精密操作完成工作任务,克服了理论教学与实践教学“二元式”教学“讲时不练、做时不想”的弊病,讲练一体,学做一体,达到会想会做的目的,有利于学生专业能力、方法能力、社会能力的培养,并最终形成职业综合能力,提高学生就业生存能力和

就业竞争能力。

（三）教学建议

打破传统模式，按模块化教学。

抓住书本重点，让学生在做中学，学中做，先让学生做一个作品，在通过在制作的过程当中遇到的问题进行讲解，结合书本内容进行分析，再让学生不断的完善，要求要两幅作品做对比，好在哪里不好在哪里？记住要点，下次不要再犯同样的错误。

（四）教学评价

根据课程特点，采用校内老师、学生考核评价相结合，见下表所示：

教学项目	实 训 任 务	成 果	考核方式	占总项目成绩比例
项目 1 变体字的变化要素	2.1 笔画变化 2.2 结构变化 2.3、材料技法		教师评阅（画面效果、学习态度和考勤）	20%
项目 2 变体字的设计方法	3.1 类推变化 3.2 装饰变化 3.3 寓意变化 3.4 结构变化		教师评阅（画面效果、学习态度和考勤）	20%
项目 3 字体的组合设计	4.1 单一字体组合 4.2 多词组的组合		教师评阅（画面效果、学习态度和考勤）	10%
项目 4 宣传单设计	某产品宣传单实训	电脑设计	教师评阅（画面效果、学习态度和考勤）	20%
项目 5 海报设计	海报设计实训	电脑设计	教师评阅（画面效果、学习态度和考勤）	20%
项目 6 内页设计	一张内页设计实训	电脑设计	教师评阅（画面效果、学习态度和考勤）	10%

（五）资源利用

利用广告公司模拟案例及课堂操作演示教学和现场指导，使学生真正体了解版式设计的内容。

《flash 动画与制作》课程标准

一、课程信息

表 1 课程信息表

课程名称	flash 动画		开课系部	
课程代码			考核方式	机试
前导课程	素面、色彩、计算机文化基础、PhotoShop 图像处理			
后续课程				
总学时	72	课程类型（方 框内打√）	理论课	
			实践课	
			理论+实践	√
适用专业	设计类专业			

表 2 课程标准开发团队名单（含校外专家）

序号	姓名	工作单位	职称/职务
1		学院	讲师/教师
2		学院	助教/教师
3		学院	助教/教师
4		学院	助教/教师

二、课程性质：

《Flash 动画》课程是广告设计与制作专业的一门专业核心课程，是一门实践性很强的课程。主要学习二维动画的制作和交互式设计的内容。通过本课程学习，使学生熟悉 Flash 软件的界面、工具的属性及基础动画操作过程，理解和制作基本的 Actionscript 脚本语言，能制作简单的交互媒体的作品，为商业动画设计、动画创作设计等打好基础。企业要求平面动画制作人员不仅具有平面图形设计能力，而且还要具备动画基本设计能力。前导课程为计算机文化基础、PhotoShop 图像处理。

三、课程总体目标

（一）知识目标

通过任务引领型的项目活动，了解 FLASH 软件的基本概念、软件特性和历史演变，了解 FLASH 动画的艺术特征，会使用各种命令的使用和 Actionscript 脚

本语言，能领会交互媒体在动画中的特殊作用，掌握 FLASH 作品创作的步骤与方法。

（二）能力目标

能熟悉各种平台上的 FLASH 作品的特性，能使用 Flash 工作绘制矢量图形，能调 FLASH 视频和音频的同步能设计并制作简单的广告动画；能设计并制作多媒体展示作品；能设计并制作简单的 Flash 网站；能设计并制作 MV 作品；能设计并制作电子杂志作品；

（三）素质目标

具备良好的审美观点、勤劳诚信、善于协作配合、善于沟通交流等职业素养。

四、课程学分与时数分配

表 3 理论课程学分与时数分配表

序号	教学项目（各章）名称	教学时数			学分
		小计	理论教学	实践教学	
项目 1	初识 Flash(第 1、2 章)	4	2	2	4
项目 2	柳树桃花图(第 3 章,第 5 章)	10	4	6	
项目 3	别墅宣传广告（第 4 章、第 6 章）	10	4	6	
项目 4	多媒体相册首页（第 6 章）	8	4	4	
项目 5	Flash MTV 片段（第 5 章、第 7 章）	10	4	6	
项目 6	多媒体课件（第 8 章）	12	6	6	
项目 7	Flash 简单动画网站（第 9）	6		6	
项目 8	班级静态网站制作	12	6	6	
合计		72	30	42	

五、课程设计思路

FLASH 动画是广告设计与制作专业二维动画方向的学生毕业后从事网络动画广告设计与制作的一个重要课程。要求学生了解 FLASH 动画的制作过程，掌握 FLASH 软件的基本使用方法，掌握基本的 Actionscript 脚本语言，熟悉各种效果的制作技法，并能将这些技术灵活运用到实际的动画创作中。

Flash 被称为是“最为灵活的前台”，由于其独特的时间片段分割（TimeLine）和重组（MC 嵌套）技术，结合 ActionScitp 的对象和流程控制，使得在灵活的界面设计和动画设计成为可能。同时它也是最为小巧的

前台。因为 Flash 具有跨平台的特性，可以在多种渠道中播放，在网络广告、多媒体展示等多个方面上有很大的发展空间。对于广告设计与制作专业的学生来说，学习好这个软件是非常重要的。

本课程立足于培养学生的动手实践能力，教学活动基本上围绕着职业导向而进行，对课程内容的选择标准作了创造性的根本改革，打破以书本知识传授为主要特征的传统学科课程模式，转变为以工作任务为中心组织课程内容和实施课程教学，让学生在完成具体项目的过程中发展职业能力并掌握相关理论知识，真正做到学以致用，从而发展职业能力。经过与企业专家系统的讨论分析，本课程按实际需要及由简入繁的原则，最终确定了以下三个项目：FLASH 软件的熟悉、项目案例的临摹制作、作品的创作。教学方案的第一阶段通过简单案例的讲解和训练来掌握和熟悉 FLASH 软件的基本功能，同时熟悉 FLASH 软件的特殊作用与艺术特征；第二阶段以具有代表性的 FLASH 作品为载体，让学生通过制作具体而完整的案例了解具体的制作步骤及命令的使用，领会不同功能的综合运用，引导学生对软件的进一步理解；第三阶段以 2 种 FLASH 作品为载体，通过项目的训练，开阔学生的设计思维，增强创意设计能力，理解不同平台对 FLASH 作品的不同要求，最终能灵活运用各种命令完成作品的制作。

本课程内容突出对学生职业能力的训练，理论知识的选取紧紧围绕工作任务完成的需要来进行，同时又充分考虑了高等职业教育对理论知识学习的需要，并融合了相关职业资格证书对知识、技能和态度的要求。

六、课程内容与教学要求

表 4 课程内容与教学要求一览表

项目（任务） 名称	子项目 或学习任务	教学 时数	教学重点	教学目标
项目 1 初识 Flash	任务 1-1 Flash 简介	1	知识： 1. FLASH 软件的基本特性与作用 2. FLASH 软件的各种命令与功能 3. FLASH 动画制作流程 技能： 1. FLASH 软件界面的操作	知识目标： 1. 了解各种平台上的 FLASH 作品特性，熟悉 FLASH 软件的操作环境； 2. 了解 FLASH 软件的各种命令。 技能目标： 1. 能熟练 FLASH 软件界面的操作
	任务 1-2 Flash8 的工作界面	2		
	任务 1-3 Flash8 动画的制作流程	1		
项目 2	任务 2-1 Flash 图	1	知识：	知识目标：

柳树桃花图	形基础		1. Flash 图形特点。 2. 工具箱中各种绘图工具的作用。 3. 渐变色变形的原理 4. 图形布局及变转 5. Flash 中位图的应用。 技能： 1. 能熟练使用各种工具绘制图形。 2. 图形颜色设置的方法。 3. 图形渐变变形的应用技巧。	1. 掌握 FLASH 软件工具的作用及相关参数设置。 2. 能绘制简单的图形。 3 了解图形颜色的类型及作用。 技能目标： 1. 熟练 FLASH 工具的操作 2. 能熟练使用 FLASH 工具进行绘制图形。 3. 会给图形边线、填充内容设置、变更色彩。 4. 能够设计优秀的渐变色图形。 素质目标： 1. 具有良好审美观。
	任务 2-2 家园的绘制	2		
	任务 2-3 柳叶、柳枝绘制	2		
	任务 2-4 桃花绘制	3		
	任务 2-5 位图处理	1		
	任务 2-6 辅助作图工具	1		
项目 3 别墅宣传广告	任务 3-1 动画形成原理	1	知识： 1. Flash 动画类型及特点。 2. 动画形成的原理。 3. 元件的类型，元件与库的作用。 技能： 1. 元件的创建与使用 2. 形状动画制作方法。 3. 运动动画制作方法。	知识目标： 1. 掌握 Flash 动画的类型及特点。 2. 了解元件的类型及用途。 3. 了解库的作用。 技能目标： 1. 能设计简单形状、运动动画。 2. 会使用元件设计图形及动画
	任务 3-2 制作逐帧动画实例—米老鼠跑步	1		
	任务 3-3 元件、库、实例—柳枝随风摆动	4		
	任务 3-4 形状动画实例—水波较果	2		
	任务 3-5 运动动画—图片切换显示	2		
项目 4	任务 4-1 普通图层	2	知识：	知识目标：

多媒体相册首页	任务 4-2 引导图层实例——桃花纷飞	2	1. 图层的分类与作用。 2. 路径、遮罩动画的原理。	1. 了解图层的概念和作用 2. 了解路径动画和遮罩动画的特点
	任务 4-3 遮罩图层实例——图画卷轴展开	4	技能： 1. 图层的基本操作； 2. 路径、遮罩制作。	技能目标： 1. 会使用引导图层和遮罩图层制作特殊效果动画。 素质目标： 2. 具有团队协作精神。
项目 5 Flash MTV 片段	任务 5-1 声音的应用	8	知识： 1. 声音与视频的导入与处理 技能： 1. 声音与视频在 Flash 动画中的应用	知识目标： 1. 了解 Flash 动画中声音、视频播放特点。 技能目标： 1. 会在 FLASH 中声音、视频的处理。 2. 能处理声音与动画的同步播放。
	任务 5-2 视频的应用	2		
项目 6 班级相册	任务 6-1 交互式动画简介	1	知识： 1. 场景的定义和作用	知识目标： 1. 理解 AS 语言的作用
	任务 6-2 在影片中添加动作	1	2. 按钮元件	2. 掌握 AS 语言的语法、数据类型、运算符、路径及函数的使用
	任务 6-3 FLASH 动作脚本基础	2	3. 动作脚本的基本概念	3. 掌握按钮元件的作用和用途。
	任务 6-4 控制影片剪辑	2	4. 简单 AS 语言的语法、数据类型及使用	技能目标： 1. 掌握如何用按钮控制动画，实现交互动画的效果。
	任务 6-5 浏览器和网络控制指令	2	5. 按钮元件的作用。	2. 会使用 AS 语言控制动画播放的效果。
	任务 6-6 按钮元件	2	技能： 1. 按钮的元件的使用。	3. 能利用场景简化动
	任务 6-7 场景的应用	2	2. 场景的应用	

			3. 简单 AS 语言的运用。	画的制作过程。
项目 7 Flash 简单动画网站	任务 7-1 动画规划	1	知识： 1. 一个完整动画的分析、设计、制作流程 技能： 1. 一个完整动画的制作。	知识目标： 1. 掌握一个完整的动画在分析、设计、制作三个不同阶段的处理。 技能目标： 1. 能独立完成一个完整的动画的制作。
	任务 7-2 素材收集与加工	2		
	任务 7-2 FLASH 网站制作与发布	3		
项目 8 班级静态网站制作	任务 8-1 建立站点文件夹	1	知识： 1. 网页的作用 2. 网页设计的流程 技能： 1. 网页素材的准备与制作 2. 网页页面布局。 3. 网页多媒体素材的应用	知识目标： 1. 掌握网页制作的基本流程。 2. 了解网站的基本结构 技能目标： 1. 能独立完成一个简单网站的制作。
	任务 8-2 准备网页素材	2		
	任务 8-3 页面布局	5		
	任务 8-4 输入内容、导入素材	2		
	任务 8-5 网页发布	2		

七、教学实施建议

表 5 教学实训条件要求（分项目或内容列表说明）

项目	教学实训条件
项目 1 初识 Flash	多媒体电脑、Flash8 动画软件、扫描仪、投影仪
项目 2 柳树桃花图	多媒体电脑、Flash8 动画软件、扫描仪、投影仪
项目 3 别墅宣传广告	多媒体电脑、Flash8 动画软件、扫描仪、投影仪
项目 4 多媒体相册首页	多媒体电脑、Flash8 动画软件、扫描仪、投影仪
项目 5 Flash MTV 片段	多媒体电脑、Flash8 动画软件、扫描仪、投影仪、音箱
项目 6 班级相册	多媒体电脑、Flash8 动画软件、扫描仪、投影仪
项目 7 简单网站制作	多媒体电脑、Flash8 动画软件、扫描仪、投影仪
项目 8 班级静态网站制作	IIS 服务器、多媒体电脑、Flash8 动画软件、扫描仪、投影仪

表 6 教学模式与教学方法（分项目或内容列表图说明）

序号	教学模式	教学方法
项目 1 初识 Flash	一体化教学模式	任务驱动教学法、案例教学法
项目 2 柳树桃花图	一体化教学模式	任务驱动教学法、案例教学法
项目 3 别墅宣传广告	一体化教学模式	任务驱动教学法、案例教学法
项目 4 多媒体相册首页	一体化教学模式	任务驱动教学法、案例教学法
项目 5 Flash MTV 片段	一体化教学模式	任务驱动教学法、案例教学法
项目 6 班级相册	一体化教学模式	任务驱动教学法、案例教学法
项目 7 简单网站制作	一体化教学模式	任务驱动教学法、案例教学法
项目 8 班级静态网站制作	一体化教学模式	任务驱动教学法、案例教学法

（三）课程考核与评价方法（分项目或内容列表说明）

进行课程教学考核与评价，可以考查学生对课程基础知识和基本技能的掌握情况，以及是否具备运用基本理论和方法发现问题、分析问题、解决问题的技能了，从而可以检查教学效果，改进教学工作，提高教学质量。

课程整体成绩有课程考核成绩和职业技能认证（实践）成绩两部分组成，其中课程考核成绩占课程整体成绩 50%，实践作品成绩占课程整体成绩的 50%。

表 7 课程整体成绩表

考核类型	成绩	权重	课程整体成绩
课程考核	100	0.5	100
课程设计作品考核	100	0.5	

表 8 课程考核成绩表

项目名称	成 绩	权重	项目成绩	项目成绩权重	课程考试成绩
项目 1	技能	100	100	0.125	100
	态度（含考勤）				
项目 2	技能	100	100	0.125	
	态度（含考勤）				
项目 3	技能	100	100	0.125	
	态度（含考勤）				
项目 4	技能	100	100	0.125	
	态度（含考勤）				
项目 5	技能	100	100	0.125	
	态度（含考勤）				
项目 6	技能	100	100	0.125	

	态度（含考勤）			
项目 7	技能	100	0.125	
	态度（含考勤）			
项目 8	技能	100	0.125	
	态度（含考勤）			

（四）教材及参考书选用（或教材编写）

①必须依据本课程标准编写教材，教材应充分体现任务引领、实践导向课程的设计思想。

②教材应将本专业职业活动，分解成若干典型的工作项目，按完成工作项目的需要和岗位操作规程，结合职业技能证书考证组织教材内容。增加实践实操内容，强调理论在实践过程中的应用。

③教材应图文并茂，提高学僧学习兴趣，加深学生对发动机电控系统的认识和理解。教材表达必须精炼、准确、科学。

④教材内容应体现先进性、通用性、实用性，要将本专业新技术、新工艺、新材料及时地纳入教材，使教材更贴近专业的发展和实际的需要。

⑤教材中活动设计的内容要具体，并具有可操作性。

《3DMAX 效果图设计》课程标准

一、课程信息

表 1 课程信息表

课程名称	3DMAX 效果图设计		开课系部	
课程代码			考核方式	机试
前导课程	计算机文化基础			
后续课程	展示设计、字体设计、广告策划与创意等			
总学时	72	课程类型（方 框内打√）	理论课	
			实践课	
			理论+实践	√
适用专业	设计类专业			

表 2 课程标准开发团队名单（含校外专家）

序号	姓名	工作单位	职称/职务
1		学院	讲师/教师
2		学院	助教/教师
3		学院	助教/教师
4		学院	助教/教师

二、课程性质

本课程是计算机应用专业设计课程中的高端课程，主要培养学生作为绘图员、设计师所应具备的专业知识、专业技能、职业素质和职业能力。前续课程是 AUTOCAD。

三、课程总体目标

(1)、**课程目标：**通过本课程的学习，使学生理解掌握和用 3DS MAX 制作效果图的方法与技巧，学会室内模型的建立，材质的设置，灯光的创作及 vray 渲染效果图的渲染出图，并进行后期渲染制作，最终创作出理想的方案效果图。

(2)、**知识目标：**掌握计算机绘图的基本概念和基本知识，掌握 3DS MAX 软件的各种绘图命令知识和操作命令知识。

(3)、**能力目标：**掌握计算机绘图的基本技能和综合技能，通过课内实训，掌握装潢类方案效果图的绘制技能，达到基本的室内设计的绘图职业能力。

(4)、**素质目标：**培养学生乐于观察、分析；主动求知、知难而进、敢于思考、不断创新的精神。培养具有较好的逻辑思维、创新能力、较强的计划、组织和协调能力和认真、细致严谨的职业能力。

四、课程学分与时数分配

序号	教学项目名称	总课时	理论	实操
项目一	3DMAX 基础	10	4	6
项目二	基础三维建模	4	2	2
项目三	基础平面图形建模	6	2	4
项目四	修改器建模	8	2	6
项目五	材质	14	2	12
项目六	灯光	8	2	6
项目七	VRAY	10	4	6
项目八	室内装潢设计	12	2	10
总课时		72	20	52

五、课程思路

本课程以培养学生的职业能力为设置依据，以能进行室内装潢设计的基本要求设置课程的内容，按照项目驱动的教学模式编排课程内容，在教学过程中，采用实际案例演示，培养学生职业岗位实际工作任务所需要的知识、能力、素质，为学生可持续的专业发展奠定良好基础。

六、课程内容与教学要求

表3 课程内容与教学要求一览表

序号	工作任务	课程内容和要求	教学要求	参考课时
项目一	3DMAX 基础	3DMAX 的发展及界面操作、物体的操作和菜单操作等	任务一：本模块要求学生能够熟练掌握 3DMAX 的基本操作，提高做图速度。	10
项目二	基础三维建模	1、基础建模（标准物体、扩展物体）	任务二：完成实例三维字体的建立。	18
项目三	基础平面图形建模	2、平面图形建模（平面图形的建立、平面图形的修改、二维生成三维命令）	任务三：完成实例苹果的制作 任务四：完成实例花瓶的制作 任务五：完成实例几何图形的建模	
项目四	修改器建模	3、修改器建模（修改器概述、常用修改器及高级修改器）	任务六：几何图形的修改齿轮的制作	
项目五	材质	材质编辑器、基本材质参数、贴图与通道(Diffuse、Opacity、Bump、Reflection)、材质类型(标准材质、建筑材质、多面/子材质)	任务七：重点要求学生掌握基本材质参数及贴图通道的使用，须详细讲解，使学生学会常用材质的设置方法，并掌握建筑材质的调整，初步完成室内材质的添加。	14
项目六	灯光	重点是灯光的建立与修改，要求详细讲解，让学生熟练掌握灯光的参数，从而获得灯光的创作技巧	任务八：在已经完成好的房屋内，添加灯光效果。	8
项目七	VRAY	本部分内容的连贯性较强，可根据具体情况进行适当的穿插讲解。其中材质、灯光、网格细分及图像的渲染输出设置需重点讲解 1、VRAY 渲染器简介 2、VRAY 材质	任务九：在已经建立好的三维房屋模型里添加各种家具并进行材质、灯光、日光、网格的调整。	10

		3、VRAY 灯光 4、VRAY 渲染		
项目 八	室内装潢 设计	独立完成室内装潢设计	最终任务：完成一系列三维 房屋模型的室内装潢设计。	12
总课时				72

七、教学实施建议

(1)、教学实训条件要求

所有的项目或内容场地都要求用计算机专业机房，并安装有 3DMAX 、 VRAY 软件。为保证教学顺利进行，故教学用机要求配置较高。

(2)、教学模式与教学方法

本课程坚持教学做合一的设计理念，以重点培养学生的建模技术能力为目标，以具体工作任务的学习为切入点，以从简单模型到复杂模型、单体模型到群体模型的原则，保证课程内容的合理性与连续性。应用任务驱动的教学模式以及示范操作、作业指导、模拟训练的教学方式展开教学过程。

(3)、课程考核与评价方法

1. 考核方法说明

《3DMAX》是一门以软件操作为重点、运用造型原理结合软件制作各类室内外模型的设计课程。以检验学生的设计制作能力为考核目的，作业考试为考核形式。

2. 考核内容

根据设计图和语言描述，运用 3DMAX 软件制作一个特定的室内场景模型，其中包括必要的道具、造型和灯光。

3. 评价方法（分项目或内容列表说明）

学生成绩的评定，以学生平时表现、任务完成情况及最终考核来核定。

①、平时表现 10% （包括学习态度、出勤情况及创新意识）

②、技能考核 20% （包括 3DMAX 比赛参与、获奖情况）

③、平时项目考核 50%，评分细则如下表：

序号	教学项目名称	分值分配	占总分比例 (总分为 50 分)
项目 1	界面操作、物体的操作和菜单操作	4	8%
项目 2	三维字体	2	4%
项目 3	苹果、花瓶、几何图形的建模	6	12%

项目 4	齿轮的制作	2	4%
项目 5	添加材质	8	16%
项目 6	添加灯光效果	8	16%
项目 7	VRAY 渲染	6	12%
项目 8	室内装潢设计	14	28%

附表：室内装潢设计中的评分标准

建模制作标准
1. 3D 建模技能熟练，可以结合不同建模方法制作既定模型（40 分） 2. 模型布线干净、清晰（15 分） 3. 室内装潢符合既定风格特点（15 分） 4. 室内设备具体并完整（15 分） 5. 场景比例协调自然（15 分）

④、综合考核 20%

A. 校外实训（习）基地利用：需要去企业实际考察参观了解室内设计的流程、操作技能。

B. 体验团队合作过程，培养职业素养

（4）、教材及参考书选用（或教材编写）

教材选用：《3DSMAX 室内效果图制作》，南京大学出版社，李强 主编

本课程的教材编写应注重学生掌握绘图技能的实用性，强调项目驱动、工学结合，不仅要突出课程的基本知识学习，同时更应强调实训教学的重要性，通过实训教学，使学生能够更好地掌握计算机绘制建筑工程图的职业技能，为进一步的专业学习及日后的社会就业打下坚实的知识基础及能力基础。

（5）、其它

1、3DS MAX 是一门专业课程，涉及面广，要求学生在掌握软件的应用以外，还应有一定的美术基础及审美修养。

2、本课程重点是培养学生的三维空间想象能力、分析能力，理论联系实际，培养学生善于思考，实事求是的工作作风

3、本课程内容较为抽象，其中材质编辑为教学之难点，必须加以详尽的讲述。

《展示设计》课程标准

一、课程信息

表1 课程信息表

课程名称	展示设计		开课系部	
课程代码			考核方式	大作业
前导课程	三大构成、计算机文化基础			
后续课程	广告策划与创意			
总学时	72	课程类型（方 框内打√）	理论课	
			实践课	
			理论+实践	√
适用专业	设计类专业			

表2 课程标准开发团队名单（含校外专家）

序号	姓名	工作单位	职称/职务
1		学院	讲师/教师
2		学院	助教/教师
3		学院	助教/教师
4		学院	助教/教师

二、课程性质：

《展示设计》是一门核心课程。该课程的先修课程有“会展策划与管理”、“电脑与二维表现”、“字体设计”、和“编排设计”等。通过本课程的学习，可使学生了解和掌握有关会展传媒设计的相关原理和方法，引导学生综合理解会展传媒的功能属性和类别，并使学生掌握会展视觉识别、会展平面印刷传媒、会展环境立体传媒、会展多媒体传媒等知识技能，了解和掌握有关各类会展传媒设计规则、流程、材料、以及平面和立体两种设计表达方式，并经过系列草图、文案和软件操作练习，培养学生根据不同要求和条件进行会展视觉形象构思、创意、表现和媒体传达的系统设计能力。

三、课程总体目标

（一）知识目标

了解和掌握有关会展传媒设计的相关原理和方法，引导学生综合理解会展传媒的功能，了解和掌握有关各类会展传媒设计规则、流程、材质、以及平面和立

体两种设计表达方式。

（二）能力目标

使学生掌握会展视觉识别、会展平面印刷传媒、会展环境立体传媒、会展多媒体传媒等系列知识技能，并经过系列草图、文案和软件操作练习，培养学生根据不同要求和条件进行会展视觉形象构思、创意、表现和媒体传达的系统设计能力。

（三）素质目标

运用各种教学手段密切联系工程实际，激发学生的求知欲望，培养学生科学严谨的工作态度和创造性工作能力；培养学生热爱专业，热爱本职工作的精神；培养学生一丝不苟的学习态度和工作作风；形成正确的世界观、人生观、价值观；具有良好的职业道德和公共道德。

四、课程学分与时数分配

表 1 课程学分与时数分配表

序号	教学项目（各章）名称	教学时数			学分
		小计	理论教学	实践教学	
项目 1	会展传媒设计概述	4	4		
项目 2	会展视觉识别设计	4	2	2	
项目 3	会展平面印刷传媒设计	16	4	12	
项目 4	会展环境立体传媒设计	16	4	12	
项目 5	会展多媒体传媒设计	16	4	12	
合计		56	18	38	

五、课程设计思路

本课程以培养应用型高技能会展设计人才，实现会展设计职业岗位就业为导向，对岗位任务与职业能力进行认真分析。以实际会展传媒设计和策划工作任务为引领，以完成任务所需的构思方法和表达方法为课程主线，根据学生的认知特点，从易到难安排了几个典型的会展设计项目，灵活运用案例分析、工作仿制、小组单元等实战教学法，加强学生创新能力和综合应用能力的培养，使学生在完成项目的同时训练创意构思与表达能力，获取相关知识。

六、课程内容与教学要求

表 2 课程内容与教学要求一览表

阶段	教学内容	知识要求	技能要求	参考课时
项目 1	1. 会展传媒设计概述	(1) 了解会展活动与信息传播、会展活动与传播媒体的关系, 认知会展传媒设计的概念。 (2) 了解会展品牌形象和会展传媒的关系。 (3) 了解会展传媒的类别和会展传媒设计的基本元素。 (4) 了解会展传媒设计的一般原则	1. 能从信息传播学的角度分析会展(人群)的信息传播关系与评价会展的传媒设计案例。 2. 能从会展品牌形象出发, 清晰分辨会展传媒的类别、作用, 准确分析评价会展传媒设计的案例。	4
	2. 会展视觉识别设计	(1) 了解会展视觉识别系统和视觉识别设计的概念 (2) 了解会展视觉识别系统中标识、标准字体、标准色、吉祥物等基本要素的一般设计方法和技巧。 (3) 了解会展视觉识别系统的规范组合和应用系统树形图一般结构, 了解会展视觉识别系统设计的一般程序。	1. 能设计会展会标、标准字体、标准色彩和吉祥物图案。 2. 能组织规范的会展视觉识别基本要素系统。 3. 能对视觉识别的应用系统展开设计并进行规划。	4
	3. 会展平面印刷传媒设计	(1) 了解会展印刷传媒设计的概念、形式、应用范围、设计要求。 (2) 能在了解版面编排原理的基础上进行会展印刷品和平面宣传广告的设计与制作。	1. 能进行会展门票、参观卷、手提袋、会刊、工作证等事务性印刷用品的系列设计与制作。 2. 能进行会展宣传海报、DMD 广告、报纸杂志等宣传广告的系列设计与制作。	16
项目 2		(1) 了解会展空间环境中导向指示系统、现场宣传传媒以及城市空间户外媒体等三维立体传媒的分类、作用和特点。 (2) 认知各类立体传播媒介的	1. 能结合会展活动场馆建筑与环境空间条件, 设计并延伸出一套与之相符的向导与现场宣传布置系统。	

	4. 会展环境立体传媒设计	形式、载体和材质，了解并掌握其设计原则。	2. 能结合本地城市空间宣传节点（广场、街道、地标建筑等），以当地大型会展活动为载体，设计一套会展项目的城市户外传媒系统，其中包含户外路牌、车亭、景观装置、宣传计时牌等项目内容。	16
	5. 会展多媒体传媒设计	（1）了解会展多媒体的概念与特点。 （2）了解会展多媒体的分类及应用特点。 （3）掌握多媒体在会展设计中的设计应用。 （4）学习借鉴一些成功的多媒体设计案例。	1. 能为不用会展项目的主办方、参展商制订合理的媒体宣传广告计划。 2. 能够根据会展具体内容，选择合适的多媒体应用形式。	16

◆ 教学实施建议

（一）教学实训条件要求（分项目或内容列表说明）

序号	教学项目名称	实训条件要求	备注
项目 1	会展视觉识别设计	按班级人数准备相关电脑，安装软件，连接网络，以及印刷设备	◆ 学生个人自费打印； ◆ 学院提供通风良好的教室，并电脑，安装软件，连接网络，以及印刷设备；
项目 2	会展平面印刷传媒设计	按班级人数准备相关电脑，安装软件，连接网络，以及印刷设备	

（四）教学模式与教学方法（分项目或内容列表图说明）

序号	教学项目名称	教学模式	教学方法
项目 1	会展视觉识别设计	一体化教学模式	现场教学及任务驱动教学法

项目 2	会展平面印刷传媒设计	一体化教学模式	现场教学及任务驱动教学法
------	------------	---------	--------------

（五）课程考核与评价方法（分项目或内容列表说明）

学生成绩的评定，以学生平时表现、任务完成情况及最终考核来核定。

1. 平时表现 20%（包括学习态度、出勤情况及创新意识）

2. 平时项目 20%

3. 期末项目考核 60%，评分细则如下表：

①、各个项目分值分配如下表：

序号	教学项目名称	分值分配	占总分比例 (总分为 60 分)
项目 1	学习态度出勤情况及知识进步能力	6	10%
项目 2	会展视觉识别设计	15	25%
项目 3	会展平面印刷传媒设计	15	25%

②、每个项目的评分标准

（每个项目按 100 算，最后折算为相应分值，即：项目得分=项目分值× $\frac{\text{项目评定分数}}{100}$ ）。

学生成绩的评定，以学生平时表现、任务完成情况及最终考核来核定。评分细则如下表：

计分项目：		分值
学习态度出勤情况	学习态度观念不认真扣 10 分； 出勤情况不好每次扣 0.5 分；	35
工作态度	态度不端正酌情扣分	10
考勤和纪律	酌情扣分	10
最终考核成绩	几何结构素描作品	30

（一）教材

《会展传媒设计》是由罗润来老师主编，南京大学出版社 2010 年 8 月出版，是 21 世纪高等院校艺术设计专业【十二五】规划教材。根据人才培养方案和本课程标准的要求，加强技能实训的课程设计理念，已在多所院校使用，取得了较好的效果，适合建筑专业使用。

参考书选用：1. 《会展设计》陆金生、张岚主编，高等教育出版社出版；

2. 《会展广告策划与制作》江鸿主编，对外经济贸易大学出版社出版。

2. 教学模式与教学方法

通过多媒体课件、电子教案、录象、幻灯、投影等辅助工具来直观的将课程知识传输给学生。

(1)设计课程在电脑设计实训室、展示设计工作室进行，要突出过程与单元实训项目评价，以及作品最终呈现效果的综合评价。课程不射期末笔试。

(2)设计课程实施过程中学生分组合作，要充分考虑个人作品与小组贡献综合进行评价。

(3)课程教学除安排校内学习实训课时外，还必须安排一定的课时和课外时间，深入品牌会展现场，会展设计企业进行考察实训学习。

(三) 教学建议：

本课程的实践教学，要求学生对本地去展示现场（会展中心、品牌会展等）进行观摩和资讯收集，获取会展传媒设计的直观感受，并随课程进度，按实际项目分组进行教学，分别以草图、方案设计图、文案、效果图等表现形式呈现，并结合真实会展活动、训练学生灵活运用所学知识技能进行案例设计表现和传播实施的能力。

(四) 课程资源建设要求

集中周实训由有工程实践经验的双师型及双师素质的教师担任，利用建筑公司开发的实际工程及校内仿真实训基地现场操作演示教学和现场指导实训，使学生真正体验实际工程，完成编制施工组织总设计。

《包装设计》课程标准

一、课程信息

表 1 课程信息表

课程名称	包装设计		开课系部	
课程代码			考核方式	大作业
前导课程	三大构成、字体设计、版式设计等			
后续课程	VI 设计、广告策划与创意			
总学时	72	课程类型（方 框内打√）	理论课	
			实践课	
			理论+实践	√
适用专业	设计类专业			

表 2 课程标准开发团队名单（含校外专家）

序号	姓名	工作单位	职称/职务
1		学院	讲师/教师
2		学院	助教/教师
3		学院	助教/教师
4		学院	助教/教师

二、课程性质：

通过对本课程的教学，要求学生了解国内外包装发展趋势。掌握包装设计的表现技法和工艺方法。掌握包装设计的分类法，能从形态、材料、技法等方面进行分析。

三、课程总体目标

（一）知识目标：了解包装基本知识，了解产品造型设计，包装的类型，包装的版式应用，包装的色彩应用，提高表现包装结构、质感、色彩的能力；提高学生构图能力、审美能力，获得更丰富的表现技法。

（二）能力目标：过对本课程的学习和实训，要求学生根据课程内容完成案例练习，通过练习掌握包装基本方法，先从产品造型设计入手，让学生选择自己喜欢的包装设计类型进行设计，先完成产品造型设计，通过在设计的过程当中出现问题，再强调课本上的理论知识，同时不断的点评学生作品中进行相互学

习共同进步。

（三）素质目标：培养学生勤于动手，善于思考，注意细节，大胆创新，将理论与实践相结合，激发学生的求知欲望，培养学生科学严谨的工作态度和创造性工作能力。培养学生观察能力、分析能力，提高学生的整体观察能力、综合分析能力，锻炼学生应用设计技巧，提高审美水平。

四、课程学时数分配

表 1 课程学分与时数分配表

序号	教学名称	教学时数			学分
		小计	理论教学	实践教学	
项目 1	产品造型设计（产品造型设计）	24 节	7	17	
项目 2	食品、化妆品包装	24 节	6	17	
项目 3	礼品、医药类、电子类包装	24 节	4	18	
合计		72	20	52	

五、课程设计思路

在教学方法上强调以自学为主，面授为辅。在本课程的教学过程中，根据教学内容适时组织学生进行课堂讨论，开展案例分析或专题讨论，学生则应及时完成教师布置的作业。在教学组织上主要采取“个体自主学习”、“面授辅导”和“作业练习和案例调查”等形式。特别是“作业练习和市场调查”这一教学环节，由于本课程理论内容较多，需要联系实际作品进行分析比较才能全面掌握。因此，平时作业和案例调查非常重要。为此，要求学习者必须认真完成本课程的作业和实践。

随着设计领域的不断更新，包装设计课程所包含的和理念内容和理念也在不断更新，所以教学过程中可以根据实际情况加入设计的最新动态和作品实例介绍面掌握。因此，平时作业和案例调查非常重要。为此，要求学习者必须认真完成本课程的作业和实践。

六、课程内容与教学要求

项目（任务）名称	子项目或学习任务	教学时数	教学重点	教学目标
项目 1 产品造型设计	1-1 选择自己喜欢的包装类型	24 节	手机造型设计、MP4 造型设计、表造型设计、香水造型设	根据设计内容选择不同的包装结构，并通过版式色彩进行进一步设计
	1-2 不同类型的包			

	装选择不同的结构		计	
项目 2 食品、化妆品包装	1-1 食品包装的特点和制作	24 节	食品包装基本要素、图形色彩的应用、药品包装的现状	根据内容了解食品包装和化妆品包装的特点，应用相应的图形要素和色彩要素来完成设计
	1-2 化妆品包装的特点和制作			
项目 3 礼品、医药类、电子类包装	1-1 礼品包装的特点和制作	24 节	礼品包装的特点，以及与药品电子产品包装的区别，包装基本要素、图形色彩的应用、药品包装的特点等	根据内容了解礼品包装、电子包装和药品包装的特点，应用相应的图形要素和色彩要素来完成设计
	1-2 药品、电子产品包装的特点和制作			

七、教学实施建

（一）教材

《包装设计》刘燕、王翔子主编南京大学出版社出版 2010 年 8 月第 1 版，根据人才培养方案和本课程标准的要求，加强技能实训的课程设计理念，已在多所院校使用，取得了较好的效果。

（二）教学模式与教学方法

通过多媒体课件、电子教案、录象、幻灯、投影等辅助工具来直观的将课程知识传输给学生。一体化教学过程，学生通过缜密思考、周密安排、精密操作完成工作任务，克服了理论教学与实践教学“二元式”教学“讲时不练、做时不想”的弊病，讲练一体，学做一体，达到会想会做的目的，有利于学生专业能力、方法能力、社会能力的培养，并最终形成职业综合能力，提高学生就业生存能力和就业竞争能力。

（三）教学建议

打破传统模式，按模块化教学。

抓住书本重点，让学生在中学，学中做，先让学生做一个作品，在通过制作的过程当中遇到的问题进行讲解，结合书本内容进行分析，再让学生不断的完善，要求要两幅作品做对比，好在哪里不好在哪里？记住要点，下次不要再犯同样的错误。

（四）教学评价

根据课程特点，采用校内老师、学生考核评价相结合，见下表所示：

教学项目	实 训 任 务	成 果	考核方式	占总项目 成绩比例
项目 1	产品造型设计（产 品造型设计）	电脑设计	教师评阅（画面效果、 学习态度和考勤）	40%
项目 2 食品	食品包装实训	电脑设计	教师评阅（画面效果、 学习态度和考勤）	30%
项目 3 礼品	礼品包装实训	电脑设计	教师评阅（画面效果、 学习态度和考勤）	30%

（五）资源利用

利用广告公司模拟案例及课堂操作演示教学和现场指导，使学生真正体了解包装设计的内容。熟练

《广告策划与创意》课程标准

一、课程信息

表1 课程信息表

课程名称	广告策划与创意		开课系部	
课程代码			考核方式	大作业
前导课程	三大构成、字体设计、版式设计等			
后续课程	VI 设计、包装设计、软件等			
总学时	72	课程类型（方 框内打√）	理论课	
			实践课	
			理论+实践	√
适用专业	设计类专业			

表2 课程标准开发团队名单（含校外专家）

序号	姓名	工作单位	职称/职务
1		学院	讲师/教师
2		学院	助教/教师
3		学院	助教/教师
4		学院	助教/教师

二、课程性质：

广告策划是一门与其他相关学科交叉渗透的、边缘性的综合性科学，是广告专业的一门应用性很强的专业课程。

广告策划课程对产品营销时所采用的具体促销方式——广告，其策划原理、创作方法和理论运用进行了较为系统的分析。

本课程旨在培养学生较强的分析问题与解决问题的能力，培养学生一定的创造能力，为毕业后从事广告、市场营销及企业管理等方面工作打下良好的基础，对培养广告专业人才起到重要作用。通过本课程的学习，使学生能较好地掌握现代广告学的基本原理、基本方法与基本技能，并能联系实际加以灵活运用。

三、课程总体目标

本课程讲授的内容注重理论和实践相融合，紧跟时代发展的要求，密切关注

广告策划创意在移动媒介、网络、数字电视、手机等媒体上的发展趋势，此外，课程还特别关注了受众与消费者的研究、广告媒介的选择与组合和广告传播效果的评价等内容。本课程通过模拟实战教学方法和案例教学、比较教学方法的运用使学生在了解广告的一般概念的基础上，了解广告策划的一般程序与步骤，掌握合理有效的思维方式，培养起一定的动手能力，熟悉一个广告作品或一个广告活动完成的具体过程，并能进行一定的创作。

（一）知识目标

培养一定的空间想象能力，掌握建筑装饰施工图相关内容的识图及绘图方法。

（二）职业技能目标

通过本课程的学习，学生可具有以下岗位的核心能力：1、电视台、报刊、网络等大众媒体机构中的广告设计与制作人员；2、中、小型企业的广告设计与制作、传媒策划与运作人员；3、广告公司的设计制作技术人员；4、各类传媒服务机构的广告设计制作技术人员；5、创业自营小型广告公司。

（三）职业素质养成目标

职业功能	工作内容	技能要求	相关知识	备注
电视台、报刊、网络等大众媒体机构中的广告设计与制作人员	为客户量身定制符合其产品与服务的广告方案	准确把握产品的特色与消费群体的心理之间的联系，合理设计出符合大众审美与消费需求的广告作品	消费心理学、大众审美学、广告学概论、市场调查学、广告文案的创造与书写、广告媒介的选择与把握	
中、小型企业的广告设计与制作、传媒策划与运作人员、广告公司的设计制作技术人员	具体设计出客户需要的广告方案	准确把握产品的特色与消费群体的心理之间的联系，合理设计出符合大众审美与消费需求的广告作品	消费心理学、大众审美学、广告学概论、市场调查学、广告文案的创造与书写、广告媒介的选择与把握、现代广告的创意特色	

（四）职业技能证书考核要求

学习本课程以后，达到学院职业技能考核标准要求，为今后考取相应的职业资格证书（广告设计师、营销师、广告文案等国家职业资格证书）打好基础。

四、课程学分与时数分配

表1 课程学分与时数分配表

序号	教学名称	教学时数			学分
		小计	理论教学	实践教学	

项目 1	广告策划概论	6	4		
项目 2	广告调研	20	6	14	
项目 3	广告策略与广告文案	46	6	14	
项目 4	广告策划书与广告提案	8	10	18	
合计		80	32	60	

五、课程设计思路

本课程实用性较强，但又不能够脱离中国目前广告创作的现状，因此需要授课教师在教授理论的同时，能较好把握时代脉搏，理论联系实际，通过具有典型意义的案例使理论深入浅出易于把握。

六、课程内容与教学要求

模块（项目）名称	子项目或学习任务	教学重点	教学目标	教学时数
项目 1 策 划 原 理	1.1 广告策划概述	1. 广告策划的概念 2. 广告策划流程	1. 了解广告策划的概念 2. 了解广告策划的作用与原则及其运作流程 3. 了解广告策划与市场营销的紧密关系 4. 了解和掌握传播理论在广告策划中的应用	2
	1.2 广告策划与营销理论	3. 广告策划与市场营销		2
	1.3 广告策划与传播理论	4. 广告传播理论		2
项目 2 广 告 调 研	2.1 广告调查与分析	1. 广告调查的内容、过程及方法	1. 掌握广告调查的内容、过程及方法 ◆ 掌握 SWOT 分析法 ◆ 学会进行竞争对手分析 ◆ 学会用“巴斯洛需求层次”理论进行消费者分析 ◆ 掌握产品分析 PLC 理论	4
	2.2 营销环境分析	2. SWOT 分析法		4
	2.3 竞争对手分析	3. 竞争对手分析的基本理论与分析方法		4
	2.4 消费者分析	4. “巴斯洛需求层次”理论		4
	2.5 广告产品分析	5. PLC 理论		4

项目3 广告策略与广告文案	3.1 广告目标及目标市场策略	1. 广告目标、市场细分与产品定位方法	1. 学会制定广告目标 2. 掌握市场细分的概念及方法，熟悉产品定位策略	4
	3.2 广告表现与文案策略	1. 广告主题策略 2. 广告诉求策略 3. 广告文案的表现技法及写作艺术	◆ 学会广告主题的选择与确立 ◆ 学会选定广告文案的诉求点，掌握广告创意的生成与实现方法 ◆ 掌握各种文案的写作范式、技巧与写作艺术 ◆ 学习广告文案效果的测定体系，掌握文案效果的测定方法	30
	3.3 广告推广与媒体策略	4. 广告推广策略 5. 广告媒体策略	1. 掌握广告推广及媒体策略 2. 学会各种媒体、不同行业的广告文案策划	8
	3.4 广告预算管理	广告预算管理	1. 了解广告预算管理方式方法	2
	3.5 广告效果评估	效果评估的方式方法	2. 掌握广告效果评估的方式方法	2
项目4 策划呈现	4.1 广告策划书	1. 广告策划书的构成及编撰	1. 掌握编撰广告策划书的方法	6
	4.2 广告提案	2. 广告提案会	2. 熟悉广告提案会的准备工作，学会进行广告提案	2

七、教学实施建议

（一）教学实训条件要求（分项目或内容列表说明）

项目	教学实训条件
项目1：广告策划概论	多媒体电脑、投影仪
项目2：广告调研	多媒体电脑、投影仪
项目3：广告策略与广告文案	多媒体电脑、投影仪、机房
项目4：广告策划书与广告提案	多媒体电脑、投影仪

（二）教学模式与教学方法（分项目或内容列表图说明）

序号	教学模式	教学方法
项目 1 广告策划概论	一体化教学模式	任务驱动教学法
项目 2 广告调研	一体化教学模式	任务驱动教学法、案例教学法
项目 3 广告策略与广告文案	一体化教学模式	任务驱动教学法、案例教学法
项目 4 广告策划书与广告提案	一体化教学模式	任务驱动教学法、案例教学法

（三）课程考核与评价方法（分项目或内容列表说明）

进行课程教学考核与评价，可以考查学生对课程基础知识和基本技能的掌握情况，以及是否具备运用基本理论和方法发现问题、分析问题、解决问题的技能了，从而可以检查教学效果，改进教学工作，提高教学质量。

可以根据课程特点设计，采用校内老师、现场专家、学生考核评价相结合，见下表所示：课程整体成绩表

考核类型	成绩	权重	课程整体成绩
课程考核	100	0.5	100
课程设计（作品）考核	100	0.5	

课程考核成绩表

项目名称	成 绩	权重	项目成绩	项目成绩权重	课程考试成绩
项目 1	技能	100	100	0.2	100
	态度（含考勤）				
项目 2	技能	100	100	0.2	
	态度（含考勤）				
项目 3	技能	100	100	0.4	
	态度（含考勤）				
项目 4	技能	100	100	0.2	
	态度（含考勤）				
	态度（含考勤）				

（四）教材及参考书选用（或教材编写）

1. 教材

《广告策划》宫承波主编中国广播电视出版社出版 2011 年 3 月出版。

2. 参考书

《广告策划》田卉、齐立稳编著中国广播电视出版社出版 2011 年 3 月出版。

《广告文案》何碧主编高等教育出版社出版 2006 年 5 月出版。

《网页设计》课程标准

一、课程信息

表 1 课程信息表

课程名称	网页设计		开课系部	
课程代码			考核方式	机试
前导课程	计算机基础、图形图像处理			
后续课程	Bootstrap 框架、Java Web 程序开发			
总学时	72	课程类型（方 框内打√）	理论课	√
			实践课	
			理论+实践	
适用专业	设计类专业			

表 2 课程标准开发团队名单（含校外专家）

序号	姓名	工作单位	职称/职务
1		学院	讲师/教师
2		学院	讲师/教师
3		学院	助教/教师
4		学院	助教/教师
5		学院	助教/教师

二、课程性质

网页设计与制作是当今社会的热门技术之一，是根据网页设计与制作、网站管理、网页编辑的工作岗位能力要求所开设的课程。

本课程的前导课程为《计算机应用与维护》、《图形图像处理》等，本课程为后续课程提供项目开发与管理理论基础和操作技能。本课程作为一门专业基础课，侧重于学习静态网页的设计与制作、HTML 语言等知识。

三、课程目标

1. 会使用 Dreamweaver 或者 Sublime Text 2 网页设计工具制作网页；
2. 理解 html 语言中的标记设置颜色，文本格式和列表；
3. 熟练掌握颜色值的配置和背景图案的设置方法，熟练掌握字符、链接颜色的设置方法；
4. 熟练掌握网页设计中字符格式的设置方法，段落分段与换行的方法；
5. 掌握 html 的语法结构，掌握 html 语言中标记的使用方法；
6. 掌握在网页中添加 URL 的方法，掌握三种添加样式信息的方法，会使用 CSS 设置网页格式和列表的格式；
7. 掌握在网页中嵌入图像的方法，掌握与嵌入图像相关标记的用法；

8. 掌握与图像布局 and 位置相关的标记的概念和用法；
9. 熟练掌握使用绝对和相对 URL，创建超链接,图像链接；学会图像映射的建立方法；
- 10.熟练掌握表格的使用方法，会用表格布局并设计网页；
- 11.掌握框架制作网页的方法，会使用框架设计网页；
- 12.掌握制作表单的方法，会利用表单建立交互式页面。

四、课程学分与时数分配

课程名称	图形图像处理	总学时	108	学分	
序号	教学项目名称	主要内容			参考学时
1	认识网站建设	初识 Dreamweaver 制作第一个简单页面			8
2	利用图像和多媒体制作音画网站	插入图像和多媒体 制作一个音画网站			10
3	利用表格制作点歌台网页	表格的基本操作 利用表格制作一个点歌台网页			12
4	利用超级链接制作班级网站	班级网站的制作			6
5	利用表单制作会员注册页面	会员注册页面的制作			8
6	用 CSS 样式表制作本校首页	认识 CSS 样式表 制作本校首页			16
7	用框架制作产品展示类网站	框架的基本操作 产品展示类网站制作			16
8	制作基于模板和库的旅游信息页面	行为的基本操作 个人网站制作			12
9	综合练习	制作一个网站			20

五、课程设计思路

本课程的主要内容为系统介绍网页编辑与制作软件 Dreamweaver 软件，通过对这两种有代表性的网页制作软件的学习，了解网站规划和建立的全过程，掌握制作网页并建设网站的技术。该门课程采取项目式教学，同时遵循高职学生的认识规律，结合网页设计师职业资格证书中相关考核要求，确定本课程的工作任务和课程模块。本课程学习结束后，学生应能熟练利用 Dreamwaver 软件提供的强大功能制作静态及简单动态网页、开发具有一定规模的网站，并最终上传到互联网上。

六、课程内容与教学要求

项目（任务）名称	子项目或学习任务	教学目标	教学重、难点	考核点	教学方法和建议	参考学时
认识网站建设	初识 Dreamweaver 制作第一个简单页面	掌握网页制作最基本的步骤	1、熟悉 Dreamweaver 的工作界面 2、正确的启动和退出程序 3、能正确描述插入栏、文档工具栏、属性面板和浮动面板的功能,会打开和关闭这些工具栏和面板,调整工作界面的布局	能正确描述插入栏、文档工具栏、属性面板和浮动面板的功能,会打开和关闭这些工具栏和面板,调整工作界面的布局	1、采用案例分析法、情景模拟法、课外实践法等多种教学方法 2、多媒体教学、上机演示等教学手段	8
利用图像和多媒体制作音画网站	插入图像和多媒体制作一个音画网站	学会如何在网页中添加 FLASH 动画,插入图像和视频, 以及背景音乐。	1、在网页中插入图像。 2、在网页中插入 FLASH 动画。 3、在网页中设置背景音乐。 4、学会如何在网页中添加视频文件。	合理运用学习过的知识构建一个图、文、声并茂的音画网页	1、采用案例分析法、情景模拟法、课外实践法等多种教学方法 2、多媒体教学、上机演示等教学手段	10
利用表格制作	表格的基本操作	1、如何制作表格 2、表格格式化	通过上机操作使学生掌握表格的制作方法,学会根据	表格的制作方法,根据需要对表格进行格式	1、采用案例分析法、情景模拟法、课外实践法等	12

点歌台 网页	利用表格制作 一个点歌台网 页	3、表格在页面布局中的 应用	需要对表格进行格式化处 理，掌握表格、行、单元格的 属性设置上的区别点和 表格在页面布局中的作用。	化处理，表格、行、单 元格的属性设置上的 区别点和表格在页面 布局中的作用。	多种教学方法 2、多媒体教学、上机演 示等教学手段	
利用超 级链接 制作班 级网站	班级网站的制 作	会各种链接的建立	1、创建普通文本链接： 能 正确创建文本链接，实现网 页跳转。 2、创建锚链接： 能正确创 建锚链接，实现网页跳转和 位置跳转。 3、创建电子邮件链接： 能 正确创建电子邮件链接，实 现邮件发送。	制作一个班级网站，至 少要有三个以上的页 面，并有合理的导航。	1、采用案例分析法、情 景模拟法、课外实践法等 多种教学方法 2、多媒体教学、上机演 示等教学手段	6
利用表 单制作 会员注 册页面	会员注册页面 的制作	1、掌握创建表单、向表 单中插入表单对象的方法。 2、掌握表单及表单对象 属性的设置。	1、熟练掌握表单的制作方 法。 2、理解表单在收集用户信 息方面的作用机理。 3、学会在网页中合理地设 置表单，并制作一个会员注 册页面。	创建表单、向表单中插 入表单对象的方法； 表单及表单对象属性 的设置。	1、采用案例分析法、情 景模拟法、课外实践法等 多种教学方法 2、多媒体教学、上机演 示等教学手段	8

用 CSS 样式表制作本校首页	认识 CSS 样式表制作本校首页	1、认识 CSS 样式表 2、学会创建和运用 CSS 样式	1、认识 CSS 样式,熟悉 CSS 样式的分类,掌握 CSS 样式的语法。 2、掌握创建 CSS 样式表,设置 CSS 属性的方法。 3、掌握链接 CSS 和导入 CSS 样式表、编辑和删除 CSS 样式、应用 CSS 样式的方法。	1、CSS 样式, CSS 样式的分类, CSS 样式的语法。 2、创建 CSS 样式表,设置 CSS 属性。 3、链接 CSS 和导入 CSS 样式表、编辑和删除 CSS 样式、应用 CSS 样式。	1、采用案例分析法、情景模拟法、课外实践法等多种教学方法 2、多媒体教学、上机演示等教学手段	16
用框架制作产品展示类网站	框架的基本操作 产品展示类网站制作	利用框架架构页面	1、认识框架 2、建立框架 3、框架的高级设定 4、框架中的超级链接	1、利用框架进行网页的整体布局。 2、添加网页元素。 3、左侧导航栏的制作。 4、超级链接的制作。	1、采用案例分析法、情景模拟法、课外实践法等多种教学方法 2、多媒体教学、上机演示等教学手段	16
制作基于模板和库的旅游信息页面	行为的基本操作 个人网站制作	掌握在网页中添加行为效果,使网页产生简单的人机交互功能。	1、创建模板 2、创建可编辑区域 3、应用模板 4、创建和应用库项目	1、创建模板 2、创建可编辑区域 3、应用模板 4、创建和应用库项目	1、采用案例分析法、情景模拟法、课外实践法等多种教学方法 2、多媒体教学、上机演示等教学手段	12

综合练习	制作一个网站	综合利用前面所学，制作一个图文并茂的网站作品	1. 每位学生根据自己的兴趣爱好或专长,确定一个网站主题; 2. 根据确定的网站主题,通过各种途径收集、整理、加工网站所需要的信息; 3. 设计确定网站的整体结构; 4. 自行设计网站的 LOGO; 5. 设计各级网页的风格; 6. 利用 Dreamweaver 网页制作软件设计制作各个页面; 7. 测试完成的网站; 8. 充分利用能够得到的软硬件资源,将网站发布到 Internet 上。	综合利用前面所学，制作一个图文并茂的网站作品	1. 采用案例分析法、情景模拟法、课外实践法等多种教学方法 2. 多媒体教学、上机演示等教学手段	20
------	--------	------------------------	---	------------------------	---	----

七、教学实施的建议

（一）授课教师基本要求

由于本课程的主要教学内容涉及利用 Dreamweaver 软件来进行网页制作与处理等操作性很强的教学环节，必须通过实验、实训才能达到应用技能的培养目标。建议对教师的基本要求为：

（1）在教学过程中应加强学生操作技能的培养，采用项目教学，注重以任务引领，提高学生学习兴趣。

（2）教学在实训室进行，充分体现在“做中学”的理念。

（3）教师必须重视学习新技术，能紧跟技术发展潮流。

（4）授课过程中注意学生职业素质的培养，包括解决问题的综合能力，充分发展自己的个性特长，培养良好的工作规范，团队合作的精神以及自身可持续发展的研究探索能力。

（二）教学实训条件要求

1. 校内实训基地

配备有专门的计算机实验实训室，分别安装有 Windows 7 操作系统、Dreamweaver 软件和相关素材，全部计算机能够正常上网，学生可以随时收集和整理网络资源。

有完整的课件、教案、习题等教学资源。

2. 校外实习实训基地

（三）教学方法与教学策略

（1）在教学过程中应加强学生操作技能的培养，采用项目教学，注重以任务引领，提高学生学习兴趣。

（2）教学在实训室进行，充分体现在“做中学”的理念。

（3）教师必须重视学习新技术，能紧跟技术发展潮流。

（4）授课过程中注意学生职业素质的培养，包括解决问题的综合能力，充分发展自己的个性特长，培养良好的工作规范，团队合作的精神以及自身可持续发展的研究探索能力。

（四）课程考核与评价方法

（1）改革评价手段和办法，加强实践性技能的考核，可采用过程评价和综合评价办法相结合。

（2）注重对学生动手能力和分析问题、解决问题能力的考核，对学习和实践环节上有创新的学生应特别给予鼓励，综合评价学生能力。

进行课程教学考核与评价，可以考查学生对课程基础知识和基本技能的掌握情况，

以及是否具备运用基本理论和方法发现问题、分析问题、解决问题的技能了，从而可以检查教学效果，改进教学工作，提高教学质量。

考核方式与标准

序号	考核项目	考核内容	成绩比例(%)
1	平时成绩	考核学生在每一个学习项目中的知识和技能掌握的程度	40
2	期末作品	考核学生对网页制作综合技能的应用	60
合计			100

平时成绩考核标准：

序号	考核项目	考核内容	成绩比例(%)
1	认识网站建设	网站建设的基本知识	10
2	利用图像和多媒体制作音画网站	插入图像和多媒体	10
3	利用表格制作点歌台网页	表格的制作	10
4	利用超级链接制作班级网站	插入超级链接	10
5	利用表单制作会员注册页面	使用表单制作网页	10
6	用 CSS 样式表制作本校首页	使用 CSS 样式表	10
7	用框架制作产品展示类网站	使用框架	10
8	制作基于模板和库的旅游信息页面	使用模板和库	10
9	利用行为制作个人网站	使用行为	10
10	测试发布网站	测试发布网站	10
合计			100

期末作品考核标准：

序号	考核的知识点及要求	考核比例(%)
----	-----------	---------

1	1. 每位学生根据自己的兴趣爱好或专长，确定一个网站主题； 2. 根据确定的网站主题，通过各种途径收集、整理、加工网站所需要的信息； 3. 设计确定网站的整体结构； 4. 自行设计网站的 LOGO； 5. 设计各级网页的风格； 6. 利用 Dreamweaver 网页制作软件设计制作各个页面； 7. 测试完成的网站； 8. 充分利用能够得到的软硬件资源，将网站发布到 Internet 上。	100
合计		100

（五）教材及参考书选用

教材：网页设计与制作案例教程 陈承欢编著 人民邮电出版社

ISBN: 978-7-115-15804-8

（六）课程资源建设要求

课程资源开发与利用：包括相关教辅材料、实训指导手册、信息技术应用、工学结合、网络资源、仿真软件等。

1. 开发适合教师与学生使用的多媒体教学素材和多媒体教学课件。
2. 充分利用行业资源，为学生提供阶段实训，让学生在真实的环境中磨练自己，提升其职业综合素质。
3. 充分利用网络资源，搭建网络课程平台，实现优质教学资源共享。

《影视后期合成与摄影技术》课程标准

一、课程信息

表 1 课程信息表

表 1-1 课程信息汇总表				
课程名称	影视后期合成与摄影技术		开课系部	
课程代码			考核方式	机试
前导课程	计算机基础			
后续课程	广告策划与创意			
总学时	72	课程类型（方 框内打√）	理论课	
			实践课	
			理论+实践	√
适用专业	设计类专业			

表 2 课程标准开发团队名单（含校外专家）

序号	姓名	工作单位	职称/职务
1		学院	讲师/教师
2		学院	助教/教师
3		学院	助教/教师
4		学院	助教/教师

二、课程性质

该课程在专业课程体系中的作用、课程与职业岗位工作关系、课程对职业素质养成与职业能力培养的作用，以及与前、后续课程的联结等。通过学习广告摄影和 premiere pro cs3 学生应具备广告摄影和制作简单音视频的基本方法与能力,包括静物广告摄影、人物广告摄影、建筑风景摄影拍摄、音频剪辑、视频剪辑, 音频转场, 视频转场, 音频特效, 视频特效等。学习完成之后可完成广告摄影和电影电视节目剪切与编辑, 亦可在影视广告公司从事广告设计。甚至可以自己创业, 创办数码影视制作公司。

三、课程总体目标

本教学过程以学生为主体、教师为主导, 以能力目标的实现为核心。培养学生具备知识能力、方法能力、社会能力。

主要训练学生在掌握摄影的概念、原理、方法的基础上, 培养摄影技术的应用能力、摄影艺术造型能力、创意创新能力和审美鉴赏能力。《Premiere 视频编辑》使学生掌握视频作品制作的基本理论知识和岗位综合技能: 掌握广告片、宣传片和影视作品的制作流程, 能够根据客户要求策划和制作广告片、企业宣传片、专题片、娱乐短片等视频作品, 使用摄影摄像素材, 完成采集, 熟练使用编辑软件完成视频作品的编辑制作。学生毕业后可在电视台、影视制作公司、广告公司、婚纱摄影摄像公司或企事业单位的

宣传部门从事策划师、编辑师等多个工作岗位，甚至可以自己创业，创办数码影视制作公司。

四、课程学分与时数分配

序号	教学项目（各章）名称	教学时数			学分
		小计	理论教学	实践教学	
项目 1	静物广告摄影拍摄	24	8	16	
项目 2	人物广告摄影拍摄	24	6	18	
项目 3	建筑风景摄影拍摄	24	6	18	
项目 4	电子相册制作	36	10	26	
项目 5	专题片制作	36	10	26	
合计		144	40	104	

五、课程设计思路

本课程的设计突破了学科体系模式，打破了原来各学科体系的框架，围绕专业培养目标，根据本课程在专业教学中的作用地位，以“就业为导向，能力为本位”，以学生将来从事的职业岗位必备的相关知识和技术为依据，兼顾了企业和个人两者的需求，着眼于人的全面发展，即以培养全面素质为基础，以提高综合职业能力为核心。本课程结构以如何使用数码相机和 Premiere Pro CS3 进行摄影、视频处理和各种节目制作为主线。它的特点是以相机和软件自身体系为线索，将实际工作中的设计项目作为案例，循序渐进地讲解摄影到后期处理的使用方法和技巧。

六、课程内容与教学要求

项目（任务）名称	子项目或学习任务	教学时数	教学重点	教学目标
1 静物广告摄影拍摄	1.1 食品广告摄影	12	知识： 1. 了解相机的种类。	知识目标： 掌握应用于商业广告领

	1.2 酒类玻璃透明器皿广告摄影	12	2. 了解数码相机的特点与传统相机相比的优势。 3. 了解数码相机的组成结构	域的静物摄影拍摄, 进一步熟练运用所学知识。
2 人物广告摄影拍摄	2.1 人物广告摄影	24	知识: 1. 了解各镜头的性能和特点。 掌握镜头的光圈和相机快门的设置与应用。 2. 掌握感光度的设置与应用。 3. 掌握白平衡的设置与应用。 4. 掌握曝光程序的设置与应用。	知识目标: 掌握应用于商业广告领域的人像摄影拍摄, 进一步熟练运用所学知识。
3 建筑风景摄影拍摄	3.1 风光摄影	12	知识: 1. 掌握各种光线在拍摄时的运用, 及辅助光线的运用。 2. 掌握各种构图的形式。	知识目标: 掌握应用于商业广告领域的风光与建筑摄影拍摄, 进一步熟练运用所学知识。
	3.2 建筑摄影	12		
4 电子相册制作	4.1 Premiere Pro CS3 概述	4	知识: 1 视频采集与录音 2 导入与管理素材。 5. 时间线的掌握 6. 编辑字幕的方法 7. 关键帧动画 8. 影片输出 技能: 1. 轨道控制编辑片段 2. 镜头的切换与转场 概述	知识目标: 1. 掌握视频采集与录音的方法。 2. 理解关键帧动画 3. 掌握在时间线中编辑素材的方法。 技能目标: 1. 会使用图片编辑成动画 2. 掌握动画的输出。 素质目标:
	4.1 素材的采集、导入与管理	4		
	4.3 创建与编辑	4		
	4.4 使用转场	6		
	4.5 创建字幕	6		
	4.6 动画与效果	8		

	4.7 影片输出	4		1. 培养认真，负责的工作态度 2. 培养审美意识。
5 专题片制作	5.1 素材的采集、导入与管理	2	知识： 1. 视频采集与录音 2. 编辑片段 3. 编辑字幕 4. 效果分类讲解 5. 合成概述 6. 使用抠像 7. 音频处理转换 8. 使用 Adobe media encoder 技能： 1. 掌握视频、音频的裁剪、合成方法 2. 掌握影片的输出	知识目标： 1. 了解和使用监视器窗 2. 掌握高级编辑技巧 3. 转场控制 4. 编辑字幕的方法 5. 音频处理转换 6. 输出的设置 7. 视频与音频的合成 技能目标： 1. 掌握视频与音频的剪辑 2. 掌握 Adobe media encoder 的使用
	5.2 编辑素材	4		
	5.3 动画与效果	10		
	5.4 视频合成	10		
	5.5 音频混合	10		
	5.6 影片输出	2		

八、考核方式

打破传统的考核模式，建立新的、开放式的全程考核系统。根据本课程的特点，实行以项目考核为主的考核方法。每个教学单元取得的项目成绩，按照 90%比例纳入学生期末总成绩；平时学习态度、出勤表现等按照 10%比例纳入学生期末总成绩。

课程设计阶段完成综合项目设计，取得的综合项目成绩，按照 80%比例纳入学生课程设计总成绩；如果学生作品创意新颖、艺术性强，可以获得 20%的奖励分。

各项目的考核内容、评分标准等见下表：

序号	考核内容	考核标准	得分
1	静物广告摄影拍摄	商业广告领域的静物摄影拍摄	15
2	人物广告摄影拍摄	商业广告领域的人像摄影拍摄，	15
3	建筑风景摄影拍摄	商业广告领域的风光与建筑摄影拍摄	15

4	电子相册制作	能按照要求输出. avi 格式的电子相册	25
5	专题片制作	. 掌握视频、音频的裁剪、合成方法	30
合计			100

七、教材及参考书选用（或教材编写）

参考书选用：《数码摄影技术》王宏主编，华中科技大学出版社出版；

《摄影基础》米高峰主编，南京大学出版社。

《Premiere 影视后期剪辑》南京大学习出版社

（二）教学模式与教学方法

通过多媒体课件、电子教案、录象、幻灯、投影等辅助工具来直观的将课程知识传输给学生。针对教学模块的不同特点，采用以能力为中心的教学方式，按“感性认识——理性认识——指导实践”的认知规律和“认识——实践——认识——创新”的实践教学设计。通过学生自评、互评、教师点评，赏析国内外优秀摄影作品、影视作品的学习方法，以及校内实训、校外综合技能训练和顶岗实践锻炼等途径，解决理论知识和职业技术分离，基础与专业分离的问题，体现了探究性学习、研究性学习、协作性学习的教育理念，实现学生较强创新能力的培养。

（三）课程考核与评价方法

课程教学作业实训考核方法，每次学生完成相应的作业。本课程期末考核采用作品考核方式，总评成绩按平时实训成绩 50%+期末考试成绩 50%计算。

（四）教学实训条件要求（建议）

（1）建立先进的数码摄影实训室、数码图片处理实训室等摄影实训、影视制作工作室。

（2）建立校企合作基地，与校外企业合作，建构校外实训基地。

《VI 设计》课程标准

一、课程信息

表 1 课程信息表

课程名称	VI 设计		开课系部	
课程代码			考核方式	大作业
前导课程	三大构成、版式设计、字体设计等			
后续课程	广告策划与创意			
总学时	72	课程类型（方 框内打√）	理论课	
			实践课	
			理论+实践	√
适用专业	设计类专业			

表 2 课程标准开发团队名单（含校外专家）

序号	姓名	工作单位	职称/职务
1		学院	讲师/教师
2		学院	助教/教师
3		学院	助教/教师
4		学院	助教/教师

二、课程性质：

VI 设计是设计专业一门必修的主干课程。通过本课程的学习使学生理解 VI 设计组成部分和设计原则。使学生掌握标志设计常用手段和标准制图法和 VS 手册制作方法及过程

三、课程目标

（一）知识目标：了解 VI 基本知识，掌握 VI 基本方法，先从案例设计入手，在通过练习让学生了解不同 VI 的应用，了解 VI 设计时版式的形式美法则

（二）能力目标：通过对本课程的学习和实训，要求学生根据课程内容完成案例练习，通过练习理解 VI 设计原理和排版技巧。

（三）素质目标：培养学生勤于动手，善于思考，注意细节，大胆创新，将理论与实践相结合，激发学生的求知欲望，培养学生科学严谨的工作态度和创造性工作能力。

四、课程学分与时数分配

课程名称	VI 设计		总学时	72	学分	4
序号	教学项目名称	主要内容			参考学时	
项目 1	标志设计	标志的类型、标志的表现手法			18	
项目 2	VI 基础部分	标准字体、标准色彩、标准组合规范			18	
项目 3	VI 应用部分	1. 办公用品、服饰、商品包装类			18	

项目 3	综合	标志设计、VI 基础部分、VI 应用部分	18

五、 课程设计思路

在教学方法上强调以主动学习为主，面授为辅。在本课程的教学过程中，根据教学内容适时组织学生进行课堂讨论，开展案例分析或专题讨论，学生则应及时完成教师布置的作业。在教学组织上主要采取“个体自主学习”、“面授辅导”和“作业练习和案例调查”等形式。特别是“作业练习”这一教学环节，由于本课程理论内容较多，需要联系实际作品进行分析比较才能全面掌握。因此，平时作业案例调查非常重要。为此，要求学习者必须认真完成本课程的作业和实践。

随着设计领域的不断更新，VI 设计课程所包含的和理念内容和理念也在不断更新，所以教学过程中可以根据实际情况加入设计的最新动态和作品实例介绍面掌握。为此，要求的学习者必须认真完成本课程作业和实践。

六、课程内容与教学要求

项目（任务）名称	子项目或学习任务	教学目标	教学重、难点	考核点	教学方法和建议	参考学时
项目 1 标志设计	1. 标志设计的特点 2. 标志设计的基本方法 3. 标志设计的表现手法	了解标志设计的特点和表现手法，从而会设计相关类型的标志	重点：标志设计的表现手法 难点：标志设计的表现	实训： 完成 3 种不同类型的标志	方法：案例分析法、实例操作法。 建议：打破传统模式，按模块化教学，让学生在学中做，做中学	18

项目 2 VI 基 础设 计	1. 标准色彩 2. 标准字体 3. 标志组合规范 4. 辅助图形	了解 VI 设计的基础要素, 为 VI 应用要素打下基础	重点: VI 基础要素 难点: VI 基础部分文字、色彩的应用	实训: 完成 1-2 套 VI 设计的基础部分	方法: 案例分析法、实例操作法。 建议: 打破传统模式, 按模块化教学, 让学生在学中做, 做中学	18
项目 3 VI 应用要素	2. 办公用品类 3. 商品包装类 4. 制服类 5. 车辆、运输工具类 6. 广告、宣传、徽章类	将基础要素应用到应用部分使得整个画面统一, 家族式符合 VI 设计的特点	重点: VI 基础要素的应用 难点: VI 设计的基础在实践上的应用	实训: 完成 1-2 套 VI 设计应用部分	方法: 案例分析法、实例操作法。 建议: 打破传统模式, 按模块化教学, 让学生在学中做, 做中学	18
项目 4	综合实训	标志设计、VI 基础部分、VI 应用部分		完成 1-2 套 VI 设计	同上	18

七、教学实施的建议

(一) 授课教师基本要求

- 1、具有高校教师资格证书
- 2、研究生或大学本科以上学历, 相关专业毕业
- 3、具有现代信息技术能力, 双师型人才。
- 4、科研与反思能力
- 5、具体随机应变的能力、学会因材施教。

● 理想层面

理想层面的要求是对教师职业道德的理想定位, 是教师职业道德的基本价值和发展导向, 是社会对教师的最高伦理要求, 体现教师应该追求的正确方向。理想层面的要求, 更多的体现在意识形态之中的对教师的理想要求。忠诚于人民教育事业, 志存高远, 勤恳敬业, 甘为人梯, 乐于奉献。对工作高度负责, 认真备课上课, 认真批改作业, 认真辅导学生。不得敷衍塞责。这就是对爱岗敬业理想层面的要求。

● 原则层面

原则层次是以理想层面为基础, 充分结合现实情况对教师职业道德进行适当定位,

它既表明了社会对于教育工作者的理想道德要求，又充分考虑我国教师现有的职业道德水准以及进一步向着更高层次追求的现实情况。比如在对待学生方面，要求热爱学生，减轻学生负担等。

作为一个师德规范，“爱岗敬业”的基本价值是教师要忠诚和热爱党和国家的教育事业，忠于职守，敬业奉献，有效完成教育任务。

● 规则层面

规则层次体现了对教师职业道德的底线要求，是每一个教师在教育工作中必须遵守的基本伦理要求。这些要求一般直指教师的外显行为特征，具有很强的实践性和可操作性。譬如在教师对待教育事业方面，教师不得有违背国际法律、方针政策的言行，不准有参与和支持有损于国家利益的活动等。它主要体现在教师对待教育事业、学生、其他教师 and 教师集体方面以及对待学生家长或其他相关人员等四个方面必须遵守的基本伦理规范。

（二）教学实训条件要求

1. 校内实训基地：

校内实训基地设置设计展厅、画室、图形工作室、多媒体工作室、印刷制作等相关工作室，供不同课程的学习实践训练。还要注重校内生产性实训与校外顶岗实习的有机衔接与融通，加强校内生产性实训基地建设，培养企事业单位一线需要的技术技能型应用型人才。设置突出职业岗位的训练，培养学生树立敬业、创新精神，提高就业竞争力。

校内生产性实训基地的良好状态是校企深度合作，构建教师科技成果、技术革新和设备、技术、管理与企业文化有机结合的校内准企业模式。成立校内广告公司，以学生为主体，在教师、技术人员以及管理者的指导下，按照校内广告公司的实际要求，努力完成工作任务。管理和生产成本单独核算，作品要受社会用户检验。这样，在完成教学任务的同时，提升学生的实际动手能力、职业技能素养，同时能保证公司的经济效益，实现可持续发展。

把我校校内广告公司生产性实训基地建成校企深度合作下的校内准企业模式。实训基地的生产工艺或技术服务的设备力求与企业相仿，设施布局、文化氛围企业化；基地建设的指导思想是建成集产学研一体的研究机构与广告设计技能型人才实训、商业广告运营基地。充分发挥公司在人才、技术、市场等方面的优势，与学院精诚合作、优势互补，为学生提供实习实训平台，为教师提供理论研究实践平台；面向首都文化创意产业，开拓商业广告市场，提供广告设计服务，提升经济效益，实现校企双赢。

2. 校外实训基地：

广告专业是一个综合性、技术性、操作性极强的专业。为了实现培养目标，使学生掌握从设计和制作这一系列流程，具备从事广告制作所应有的职业能力，学生校外

实训基地的构建是一个重要环节。而校企共建校外实训基地服务于人才培养，是校企合作育人的有效载体，也是解决高职学校经费不足、人才培养模式创新等问题的有效途径。根据坚持不同体制、不同模式、多元化发展职业教育的思路，探索多形式、多渠道发展职业教育的路子。

设法与本地、本省、甚至周边省市一二三线城市专业设计行业相关公司建立良好的合作关系。随着重点专业建设的不断深入，企业与学校实行人才共育、过程共管、责任共担、成果共享的育人机制将逐步建立起来。为生产性实训基地建设提供了优越的外部环境条件。进一步提升我院广告专业的实训办学实力，打造精品和特色专业，形成优质教育资源，塑造学院品牌。

（三）教学方法与教学策略

教学方法：广告设计的教学目标主要是培养、锻炼学生的视觉反应能力、分析思考能力和创新能力，是理论与实践相结合，注重学生动手能力的培养，对于广告设计专业我们应用采用项目教学法，项目教学法是指在或真实或虚拟的项目背景下，教学任务根据项目的需求来设定，并设置相应教学环节的一种教学方法。在一个完整的实施项目中，学生全部或者部分地独立组织、安排学习行为，解决项目实施中遇到的问题。项目教学法以项目为载体，将所涉及的专业知识和学生应达到的能力作为学习模块设计和评价标准设定的依据。每个学习模块设定不同的能力目标，各模块之间又环环相扣，把理论知识、教学实践与实际问题的解决有机结合起来，从而提高了学生各方面的综合素质。随着社会信息化的发展，广告意识和市场意识不断被强化，合理运用项目教学法可改善教学短板、革新教学模式、探求广告设计教学中如何最大限度地将理论知识与实践操作结合起来以及如何有效地把学生由课堂学习引导过渡到在市场立足，从而使教学成果更能适应社会需求。

教学策略：广告设计与制作是一门理论与实践相互结合的课程，不仅要强调学生的理论知识，还有将学会实践，加强学生动手能力的培养，除了传统的广告素养外，广告业界对新媒体人才素质的要求主要有：1. 通晓新媒体文化传播特点，包括新媒体信息的传播特点，平面、影视美学以及受众心理分析等。2. 在互联网思维下的创新意识。创新意识的培养，不能只停留在喊口号，还应该付诸具体行动，落实到课程设置和成绩评估方面。在系统设置基础课程时，比如广告学概论、中外广告史、广告设计软件应用等课程教学中，应优先安排经典创意广告案例的教学，提高学生对于学习课程的参与性与积极性，在广告学素养基本功的支撑下，课外广泛阅览经典广告案例，包括平面广告、广播广告、街头广告、楼宇广告、视频广告、网络广告等。通过案例提炼理论，理论“活”用于广告产业前沿的实践。3. 能熟练掌握新媒体技术。在新媒体时

代,各种新媒体技术层出不穷,目前多用于新闻和综艺节目的AR、VR、全景拍摄、3D等技术,也可以应用在视频广告设计中。VR广告已经作为下一代广告媒体应用于商业广告,利用虚拟现实技术,可开发原生广告产品。VR广告的出现,预测观看广告也能成为沉浸式的享受。4. 融媒体的营销传播教学,也是未来广告(设计)教学趋势。

因此广告设计专业应融入新媒体元素进行广告教学。新媒体时代下,依靠互联网传播的微博、微信等交流平台成为高校学生接触率最高、使用时间最长的社交平台。除此之外,除了在高校课程和专业设置上的“新媒体化”,高校在教育评估上也“新媒体化”,最突出的莫过于带领学生参加全国广告大奖赛。广告设计的结果是具有即刻成型的实践作品,鼓励学生参加广告业大奖赛,比如全国大学生广告艺术大赛、金犊奖、学院奖等。尤其是大广赛,全称为“全国大学生广告艺术大赛”是迄今为止全国规模大、覆盖高等院校广、参与师生人数多、作品水准高的国家级大学生赛事。是企业真题真做,参赛作品分为平面类、视频类、动画类、互动类、广播类、策划案类、文案类、营销创客类、公益类等九大类。全国一千三百多所高校参与其中,数十万学生提交作品,形成了稳定的、成熟的、具有相当规模的大学生教学实践平台。我们可以将大广赛融入到课程教学中,鼓励并组织学生参加广告设计类竞赛,可作为教学辅助方式,以赛促学,激发广告学子的资料收集能力,突破旧有的课本教材灌输式的文献供给。除此之外,通过广告竞赛,还能增强团队意识,与广告企业进行校企合作,共建广告人才培养实践基地,让学生走进行业前沿市场,进入大中型广告公司进行实习。因竞赛而获得校企合作的机会,将企业项目引入课堂教学,并能够模拟行业实操,对于优秀设计广告项目的策划和营销十分有利。同时,也有利于将学生推向市场,化被动教学为主动求学,更好地适应新媒体时代广告人才的需求

(四) 课程考核与评价方法

1. 建立完善的教学质量标准

校企共同制定课程标准。根据教学要求制订课程考核标准、实训项目考核标准、岗位能力考核标准、教材编写标准等,逐步形成完善的教学质量标准体系。

2. 建立校企“双教学监控”体系,实施全程全方位教学质量监控

在学院教学质量监控体系的框架下,系部设立教学质量监控小组,主要由系领导、各专业带头人及企业人员参加,负责对常规教学及实习实训教学进行监控指导。由“教学组织实施组”安排实施。

逐步完善教学质量监控制度,健全教学运行管理制度、学生实习实训管理制度、教学检查制度、教师听课制度、学生评教制度等,继续完善毕业生跟踪调查、企业对毕业生满意度调查等制度。

在教学过程中,教学质量监控小组随时检查教学中存在的具体问题,及时了解教师教学、学生学习、教学管理与实习实训过程等各方面的情况,向教师及时反馈学生

对教学的合理意见和建议。同时通过收集教学信息、评估教学效果、诊断与更正教学过程的偏差等活动，对日常教学工作进行全过程、全方位的质量监督与控制。

3. 建立校企“双评价考核”体系，开展多元教学质量评价

为使人才培养方案在实施过程中取得良好的效果，成立由专任教师、企业人员、学生代表组成的教学质量评价小组，具体负责各个教学环节实施的过程性评价和结果性评价。由“教学组织实施组”组织。

改革由单一的课程考试评定学生学业成绩的考核方法，采用灵活多样的形式进行学习成绩考核，注重过程考核、技能考核、校企共同考核等考核方式。

教学质量评价采取主体多元化原则，实行学校、企业、学生三位一体的多元主体评价模式。教师通过对学生学业成绩的考核和分析，了解教学中问题；定期进行学生评教工作，收集学生对教学的意见和建议；采取问卷调查、企业走访、毕业生座谈会、网络信息平台等手段，了解社会和企业对学生的职业道德、从业意识、工作态度、创新能力、专业技能、团队合作精神等各要素的评价。

（五）教材及参考书选用

选用高等职业教育信息化教学“十三五规划教材”，广告设计以及与其相关教材。用引进与自主开发相结合、动态更新积累的方式，建设本专业教学资源库，资源库建设既符合高职教育特点又突出本专业及其所属行业特色。重点建设专业核心课程库、教师教学指导与评价库、培训资源包等3类教学资源。专业核心课程库包括教学大纲库、电子教案库、实训指导库、CAI课件库、习题试题库、视频录像库、课程素材库等资源；教师教学指导与评价库包括教学指导书和教学成绩评价标准等资源；培训资源包中包括本专业涉及的职业资格证书培训的各种培训资料等资源。

（六）课程资源建设要求

通过资源库的建设和应用，整合各种优质资源，促进教学改革，满足学生自主学习需要，为高技能人才的培养和构建终身学习体系搭建起公共资源平台，充分发挥示范专业优质教学资源的辐射服务能力，使其产生更大的社会效益。

制定人：

审核人：

日 期： 2019.6.12