

高等职业教育专业人才培养方案

专业名称：广告艺术设计专业

专业代码：550113

适用年级：2024 级

编制时间：2024 年 6 月

目录

一、专业名称及代码	1
二、入学要求	1
三、修业年限	1
四、职业面向	1
五、培养目标与规格	2
六、课程设置及要求	3
七、教学进程总体安排	23
八、实施保障	32
九、毕业要求	42

高等职业教育广告艺术设计专业 2024 级人才培养方案

一、专业名称及代码

专业名称：广告艺术设计专业

专业代码：550113

二、入学要求

普通高级中学毕业、中等职业学校毕业或具备同等学力。

三、修业年限

标准学制三年，可在 3-5 年完成。

四、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	主要岗位群或技术领域	职业资格证书和职业技能等级证书
文化艺术大类（55）	艺术设类（5501）	广告业（725） 会议、展览及相关服务（728） 工艺美术及礼仪用品制造（243）	广告设计师（2-09-06-03）； 包装设计师（2-09-06-04）； 装潢美术设计师（4-08-08-06）； 陈列设计展览人员（2-09-06-09）； 数字媒体艺术专业人员（2-09-06-07） 品牌专业人员（2-06-07-04）； 展示设计师（2-09-07-01）	新媒体设计、新媒体运营、新媒体内容编辑、移动 UI 美工、电商运营、新媒体策划、新媒体营销 广告设计、品牌设计、数字营销	平面设计师、数字媒体交互设计职业技能等级证书、界面设计职业技能等级证书、新媒体运营培训证书、品牌专业人员职业等级证书、广告设计师职业等级证书、包装设计师职业等级证书、展示设计师职业等级证书

五、培养目标与规格

（一）培养目标

本专业致力于培养理想信念坚定、德智体美劳全面发展的高素质技术技能人才。培养对象应具备一定的科学文化水平，拥有良好的人文素养、数字素养，在智能化、信息化时代坚守职业道德，富有创新意识，秉持精益求精的工匠精神，具有较强的就业能力和可持续发展能力。面向平面设计、广告服务业以及广播、电视、电影和影视录音制作等行业，聚焦广告行业的专业化设计服务人员，涵盖广告设计、广告策划、广告制作、广告摄影（像）等职业群。能够胜任品牌识别系统设计、平面广告设计、广告策划与创意、数字广告设计、视频广告设计等职业群的设计与制作工作。

（二）培养规格

专业培养规格（指标）共有 20 项，分为素质、知识、能力三个版块，培养规格代码和指标描述见表 1。

表 1 专业人才培养规格指标代码及指标描述

培养规格	代码	指标描述
素质	S1	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。
	S2	崇尚宪法、遵法守纪、崇德向善、诚实守信、尊重生命、热爱劳动，人文素养、数字素养、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。
	S3	具有质量意识、环保意识、安全意识、信息素养、工匠精神、能够创新思维。
	S4	有较强的集体意识和团队合作精神。
	S5	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，具有健康的体魄、心理和健全的人格，具有一定的审美和人文素养。掌握基本运动知识和1-2项运动技能，形成1-2项艺术特长或爱好，养成良好的健身与卫生习惯，以及良好的行为习惯。
知识	Z1	设计审美能力；
	Z2	了解有关经济、文化、艺术事业的方针、政策和法规。
	Z3	了解国内外艺术设计的发展动态。
	Z4	掌握艺术设计的基本理论和基本知识，掌握广告传播和市场营销的基础理论知识。
	Z5	掌握广告艺术设计创作的专业技能和方法，新媒体广告发展趋势的前瞻能力。
	Z6	熟悉色彩、平面构成的基本常识。
	Z7	熟悉广告设计与制作的一般流程。
能力	N1	具有新知识、新技能的学习能力，及时了解广告及新媒体行业与创意理念的发展的能力。

N2	具备良好的语言、图文表达能力和沟通能力。
N3	熟练运用电脑辅助软件进行新媒体广告设计的能力；
N4	能熟练应用AI、C4D、photoshop等专业应用软件及常用文字处理软件。
N5	熟练完成新媒体不同类型广告作品的能力。
N6	具备熟练使用后期剪辑软件的能力。
N7	具备独立策划整个短视频编剧及拍摄的能力。
N8	具有较强造型设计、计算机软件操作、创意创造、广告策划与设计、视觉语言表达以及审美等能力。

六、课程设置及要求

主要包括公共基础课程和专业（技能）课程。

（一）课程设置表

表2 广告艺术设计专业课程设置表

课程类别		序号	课程名称	学分分配			开课学期					
课程类别	课程类型			总分	理论教学学时	实践教学学时	第一学期	第二学期	第三学期	第四学期	第五学期	第六学期
公共基础课	必修课 (17门)	1	思想道德与法治	3	32	16	★					
		2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	2	24	8		★				
		3	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	3	32	16		★				
		4	形势与政策	1	16	0	☆	☆	☆	☆		
		5	军事理论	2	36	0	☆					
		6	大学生心理健康教育	2	16	16	★	★				
		7	安全教育	1.5	24	0	☆	☆	☆	☆		
		8	大学生创新创业教育	2	20	12	★					
		9	大学生职业生涯规划	1	10	8	★					
		10	就业指导	1	12	8				★		
		11	体育	6	16	88	★	★	★			
		12	大学英语	7.5	60	76	★	★				
		13	信息技术	3.5	8	56	★					
		14	劳动教育	1	0	16	○	○	○	○		

课程类别		序号	课程名称	学分分配			开课学期					
课程类别	课程类型			总学分	理论教学学时	实践教学学时	第一学期	第二学期	第三学期	第四学期	第五学期	第六学期
		15	防艾滋病教育	0.5	8	0	☆	☆	☆	☆		
		16	公共艺术教育	2	18	18				★		
		17	国家安全教育	1	16	0	★					
	选修课 (7门)	1	红色文化和传统文化概论	1	16	0			☆			
		2	中国共产党党史	1	16	0		☆				
		3	大学语文	2	36	0						
		4	艺体生活模块课程	1								
		5	自然科学模块课程	1								
		6	人文社科模块课程	1								
		7	知识工具模块课程	1								
专业技能课	基础课 (6门)	1	矢量图形设计	4	20	36	★					
		2	设计创意手绘	4	20	36	★					
		3	三大构成	4	20	40		★				
		4	数字图形图像处理	4	20	40		★				
		5	三维建模	4	20	40		★				
		6	商业广告摄影	4	20	36	★					
	核心课 (7门)	1	插画设计	4	20	40		★				
		2	字体与版式设计	4	20	40			★			
		3	视频广告设计	4	20	40				★		
		4	广告策划与创意	4	20	40				★		
		5	品牌识别系统设计制作	4	24	40				★		
		6	商业陈列设计	4	20	40				★		
		7	包装设计	4	20	40			★			
	拓展课 (3门)	1	数字3D设计	4	20	40			○			
		2	艺术概论与艺术史	4	56	0	○					
		3	UI设计	4	20	40			○			
	综合实践/实训	1	军事技能	2	0	112	○					
		2	入学/毕业教育	0.5	0	30	○					

课程类别		序号	课程名称	学分分配			开课学期					
课程类别	课程类型			总分	理论教学学时	实践教学学时	第一学期	第二学期	第三学期	第四学期	第五学期	第六学期
	课 (6门)	3	实习教育	0.5	0	30					○	
		4	顶岗实习	24	0	720					○	○
		5	毕业设计（论文）	4	24	48				○		
		6	创新拓展实践	4	0	120	○	○	○	○		
合计				147	800	1986						

注：“☆”表示A类（纯理论课教学）；“★”表示B类（理实一体课教学）；“○”表示C类（纯实践课教学）。

（二）公共基础课

1. 公共必修课

公共必修课程教学内容与开设依据见表3所示。

表3 公共必修课程教学目标与内容

序号	课程名称	课程目标、主要内容与教学要求
1	思想道德与法治	1. 课程目标：本课程通过开展马克思主义的人生观、价值观、道德观、法治观教育，帮助大学生领悟人生真谛，把握人生方向，追求远大理想、坚定崇高信念，继承优良传统、弘扬中国精神，广泛践行社会主义核心价值观；遵守道德规范、锤炼道德品格，把正确的道德认知、自觉的道德养成和积极的道德实践紧密结合起来，引领良好的社会风尚；学习法治思想、养成法治思维，自觉尊法学法守法用法，从而具备优秀的思想道德素质和法治素养。 2. 主要内容和教学要求：本课程以马克思主义为指导，以习近平新时代中国特色社会主义思想为主线，帮助大学生提升思想道德素质和法治素养，成长为自觉担当民族复兴大任的时代新人。本课程通过理论学习和实践体验，帮助学生形成崇高的理想信念，弘扬伟大的爱国精神，确立正确的人生观和价值观，加强思想品德修养，增强学法、用法的自觉性，全面提高大学生的思想道德素质、行为修养和法律素养。
2	毛泽东思想和中国特色社会主义社会	1. 课程目标：对中国共产党领导人民进行的革命、建设、改革的历史进程、历史变革、历史成就有更加全面的了解；对中国共产党坚持把马克思主义基本原理同

序号	课程名称	课程目标、主要内容与教学要求
	主义理论体系 概论	中国具体实际相结合、同中华优秀传统文化相结合，不断推进马克思主义中国化时代化有更加深刻的理解；对马克思主义中国化时代化进程中形成的理论成果有更加准确的把握；对运用马克思主义立场、观点和方法认识问题、分析问题和解决问题能力有更加明显的提升。 2. 主要内容和教学要求：本课程以马克思主义中国化时代化为主线，充分反映中国共产党不断推进马克思主义基本原理同中国具体实际相结合、同中华优秀传统文化相结合的历史进程和基本经验，集中阐述马克思主义中国化时代化理论成果的形成过程、主要内容、精神实质、历史地位和指导意义。本课程教学要求，一是掌握基本理论，深刻认识马克思主义中国化时代化理论成果的时代意义、科学内涵、思想精髓、理论品质。二是培育理论思维，学习把握理论背后的思想，思想之中的战略、战略之中的智慧，从而得到思想的启迪、战略的启蒙和智慧的启示。三是坚持理论联系实际，紧密联系党史、新中国史、改革开放史、社会主义发展史、中华民族发展史及自身思想实际，自觉投身中国特色社会主义伟大实践，为实现中华民族伟大复兴作出应有贡献。
3	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	1. 课程目标：本课程主要是引导青年学生增强政治意识、大局意识、核心意识、看齐意识，坚定中国特色社会主义道路自信、理论自信、制度自信、文化自信，做到坚决维护习近平总书记党中央的核心、全党的核心地位，坚决维护党中央权威和集中统一领导，树立共产主义远大理想和中国特色社会主义共同理想，厚植爱国主义情怀，把爱国情、强国志、报国行自觉融入坚持和发展中国特色社会主义、建设社会主义现代化强国、实现中华民族伟大复兴的奋斗之中。 2. 主要内容和教学要求：本课程主要讲述马克思主义中国化最新理论成果——习近平新时代中国特色社会主义思想，阐释习近平新时代中国特色社会主义思想的时代背景、核心要义、精神实质、科学内涵、历史地位和实践要求，牢牢把握习近平新时代中国特色社会主义思想的基本立场观点方法。通过系统学习和理论阐释的方式，运用理论与实践、历史与现实相结合的方法，引导学生全面深入地理解习近平新时代中国特色社会主义思想的理论体系、内在逻辑、精神实质和重大意义，理解其蕴含和体现的马克思主义基本立场、观点和方法，增进对其科学性系统性的把握，提高学习和运用的自觉性，增强建设社会主义现代化强国和实现中华民族伟大复兴中国梦的使命感。
4	形势与政策	1. 课程目标：本课程主要是引导大学生准确理解党的基本理论、基本路线、基本方略的重要渠道。它要求及时、准确、深入地推动习近平新时代中国特色社会主义思想进教材进课堂进学生头脑，宣传党中央大政方针，增强“四个意识”，坚定“四个自信”，做到“两个维护”，培养担当民族复兴大任的时代新人。

序号	课程名称	课程目标、主要内容与教学要求
		2. 主要内容和教学要求：本课程以马克思列宁主义、毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观和习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，紧密结合国内外形势，针对学生的思想实际，开展形势与政策教育教学，提升大学生对中国特色社会主义的认识和觉悟。要紧密围绕学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想，把坚定“四个自信”贯穿教学全过程，讲授党的理论创新最新成果和新时代坚持和发展中国特色社会主义的生动实践，引导学生正确认识世界和中国发展大势，正确认识中国特色和国际比较，正确认识时代责任和历史使命，正确认识远大抱负和脚踏实地。
5	大学生心理健康教育	1. 课程目标：使学生明确心理健康的标准及意义，增强自我心理保健意识和心理危机预防意识，掌握并应用心理健康知识，培养自我认知能力、人际沟通能力、自我调节能力，切实提高心理素质，促进学生全面发展。 2. 主要内容和教学要求：本课程由大学生心理健康基础知识、大学生心理困惑及异常心理、大学生生命教育与心理危机干预、大学生压力管理与挫折应对、大学生学习心理、大学生情绪管理、大学生人际交往、大学生性心理及恋爱心理、大学生的自我意识与培养、大学期间生涯规划及能力发展等方面内容构成。
6	大学生创新创业教育	1. 课程目标：认知创业的基本内涵和创业活动的特殊性，辩证地认识和分析创业者、创业机会、创业资源、创业计划和创业项目，使学生掌握开展创业活动所需要的基本知识。帮助学生树立科学的创业观。主动适应国家经济社会发展和人的全面发展需求，正确理解创业与职业生涯发展的关系，自觉遵循创业规律，积极投身创业实践。 2. 主要内容和教学要求：正确认识创业，树立创业意识。了解创新创业教育国内外发展背景，熟悉国内外创业教育的现状与发展趋势，深刻理解创业的重大现实意义和创新创业教育的理论价值。
7	体育	1. 课程目标：通过本课程学习，一是培养学生参与锻炼的积极性，使他们能自觉、积极、经常地参与锻炼，实现身体运动的参与目标，掌握科学锻炼身体的基本原理和方法，用科学的理论知识指导实践；二是掌握一项或多项自己较为喜欢的运动项目和锻炼方法，并在某一方面形成一定的爱好和兴趣，为终身体育锻炼打好良好的基础；三是学生根据学科、专业的不同，掌握合理的、有效的预防职业病的手段和方法。 2. 主要内容和教学要求：高职体育的任务及功能、高职体育的实施途径、价值取向与改革、跑和跳的技术方法和分类、篮球排球、足球技术的概念、分类和作用，各主要技术动作方法及结构，主要技术的分析方法、裁判法和规则、国家学生体质健康测试（各项测试内容、方法、注意事项及标准）。

序号	课程名称	课程目标、主要内容与教学要求
8	安全教育	1. 课程目标：坚持发展性，强化教育引导，激发学生学习热情，提升学生国家安全意识，增强爱国主义情感；使学生掌握各类安全理论知识，熟悉安全演练操作方法的基本流程；激发学生积极实践，提升学生维护国家安全能力，引导知行合一；激发大学生树立安全第一的意识，确立正确的安全观，并努力在学习过程中主动掌握安全防范知识和增强安全防范能力。 2. 主要内容和教学要求：理论教学，包含国家安全教育课程、网络安全教育、生命安全教育、日常安全教育课程（治安、交通、消防等）行业安全教育课程；实操课程，包含应急疏散演练、消防灭火演练、应急救护演练。
9	军事理论	1. 课程目标：理解国防内涵和国防历史，树立正确的国防观，了解我国国防体制、国防战略、国防政策以及国防成就，理解我国总体国家安全观；了解世界主要国家军事力量及战略动向，充分认识当前我国面临的安全形势；激发学生的爱国热情。 2. 主要内容和教学要求：中国国防、国家安全、军事思想、现代战争、信息化装备。
10	大学生职业生涯规划	1. 课程目标：使学生能够应对不良情绪、增强心理调适能力、能进行时间管理，掌握有效应对压力的方法，掌握人际关系管理的方法与技巧、会运用测评工具对自身形成客观、综合的评价。了解高职院校人才培养与用人单位的岗位设置、终身发展的关联、可制定可行的职业生涯规划设计书，养成一定的职业素养、树立正确的职业价值观。 2. 主要内容和教学要求：《大学生职业生涯规划》是面向全体学生开设的一门必修课程，由职业生涯规划与就业指导两大部分构成，旨在帮助学生进行生涯规划及进行就业方面的指导。
11	劳动教育	1. 课程目标：理解劳动的意义，培养勤俭、奋斗、创新、奉献的劳动精神。具备满足生存发展需要的基本劳动能力，形成良好的劳动习惯、践行劳动理念、具备劳动安全意识。 2. 主要内容和教学要求：《劳动教育》是面向全体学生开设的一门必修课程。本课程以普及劳动科学理论、基本知识作为教育的主要内容，以讲清劳动道理为教育的着力点，通过有目的、有计划地组织学生参加日常生活劳动、生产劳动和服务性劳动，在出力流汗的实践锻炼中感悟劳动的价值，深入理解劳动实践对于立德树人的重大意义，树立正确的劳动态度，形成正确的劳动观，真正在思想意识层面和劳动实践层面切实认识和领会“劳动最光荣、劳动最崇高、劳动最伟大、劳动最美丽”的深刻道理及其重大意义，从而真正树立起尊重劳动、尊重知识、尊重人才、尊重创造的意识。

序号	课程名称	课程目标、主要内容与教学要求
12	大学英语	1. 课程目标：在培养学生在掌握一定英语语言知识和技能的基础上，培养学生在职场环境下运用英语的基本能力，特别是听说能力，为提升学生的就业竞争力及未来的可持续发展打下必要的基础。 2. 主要内容和教学要求：借助词典阅读和翻译有关英语业务资料，在涉外交际的日常活动和业务活动中进行简单的口头和书面交流，并为今后进一步提高英语的交际能力打下基础，也为学生进一步学习相关专业提供一个获取信息的重要工具，为专业学习提供有力的支撑和辅助作用，有利于各专业学生形成较强综合职业能力和创业能力。
13	信息技术	1. 课程目标：使学生具有良好的动手实践能力，能使用常用的办公软件处理文档。具有良好的逻辑分析能力，能快速地完成办公操作的任务。具有良好的沟通展示能力，能对工作中的数据进行分析 and 展示。具有良好的自学态度和能力，能综合使用各种技能完成工作任务。为进一步学习后续相关课程（如：OFFICE高级应用、信息管理、网页设计、UI界面设计、数码艺术设计、各类辅助设计等）奠定基础。 2. 主要内容和教学要求：能够理解计算机软硬件系统、网络及相关信息技术的基本知识，对主流操作系统Windows能熟练使用。掌握文档编辑软件Word 2010的基本操作技能，如增删查找，能处理办公常见的文档编制。掌握表格编辑软件Excel 2010的基本操作技能，能使用常见的函数对表格进行统计分析等处理。掌握使用演示文稿软件PowerPoint 2010的基本展示功能。了解互联网的基本知识。
14	国家安全教育	1. 课程目标：坚持发展性，强化教育引导，激发学生学习热情，提升学生国家安全意识，增强爱国主义情感；使学生掌握各类安全理论知识，熟悉安全演练操作的基本流程；激发学生积极实践，提升学生维护国家安全能力，引导知行合一；激发大学生树立安全第一的意识，确立正确的安全观，并努力在学习过程中主动掌握安全防范知识和增强安全防范能力。 2. 主要内容和教学要求：理论教学，包含国家安全教育课程、网络安全教育、生命安全教育、日常安全教育课程（治安、交通、消防等）行业安全教育课程；实操课程，包含应急疏散演练、消防灭火演练、应急救护演练。
15	就业指导	1. 课程目标：使学生能够应对不良情绪、增强心理调适能力、能进行时间管理，掌握有效应对压力的方法，掌握人际关系管理的方法与技巧、会运用测评工具对自身形成客观、综合的评价。了解高职院校人才培养与用人单位的岗位设置、终身发展的关联、可制定可行的职业生涯规划书，养成一定的职业素养、树立正确的职业价值观。 2. 主要内容和教学要求：《生涯规划与就业指导》是面向全体学生开设的一门必修课程，由生涯规划与就业指导两大部分构成，旨在帮助学生进行生涯规划及进

序号	课程名称	课程目标、主要内容与教学要求
		行就业方面的指导。
16	防艾滋病教育	一、课程目标 本防艾滋病教育课程的目标是提高学生对艾滋病病毒（HIV）和艾滋病（AIDS）的认知水平，增强自我保护意识和能力，同时消除对艾滋病感染者和病人的歧视。通过课程学习，我们旨在帮助学生树立正确的健康观念，掌握预防艾滋病的基本知识和方法，为构建和谐、健康的社会环境贡献力量。 二、主要内容和教学要求 本课程的主要内容包括艾滋病的基本概念、传播途径、预防措施、心理关怀和社会责任等方面。在教学要求上，学生需达到以下标准：了解艾滋病的基本知识，包括病毒结构、感染过程和疾病发展等；掌握艾滋病的传播途径和预防方法，能够自觉采取有效措施保护自己和他人的健康；学习如何正确对待艾滋病感染者和病人，消除歧视，营造关爱、包容的社会氛围；课程实施过程中，要求学生积极参与讨论、互动，完成相关实践活动；教师需采用生动、形象的教学方法，确保学生能够全面、深入地掌握课程内容，提高防艾滋病教育的实效性。
17	公共艺术教育	一、课程目标 公共艺术教育课程的目标在于培养学生的艺术素养和审美能力，激发学生的创造力和想象力，同时提升他们对公共艺术的社会价值和功能的认识。通过本课程的学习，我们希望学生能够更好地理解和欣赏艺术作品，积极参与公共艺术活动，为丰富社区文化生活和提升社会文明程度作出贡献。 二、主要内容和教学要求 本课程主要内容包括艺术理论、艺术史、公共艺术作品鉴赏、艺术创作实践和公共艺术项目策划等。在教学要求上，以下标准需得到满足：学生应掌握艺术的基本理论和历史知识，能够分析不同艺术流派的特点和价值；通过对公共艺术作品的鉴赏，培养学生具备一定的审美能力和批判性思维；学生需参与艺术创作实践，锻炼动手能力，发挥个人创意；教学过程中，教师应引导学生关注公共艺术与社会、环境的关系，学会策划和实施公共艺术项目；教师需采用多元化教学方法，鼓励学生主动探索、合作交流，确保课程内容与实践相结合，提高学生的艺术综合素质。

2. 公共选修课

公共选修课程分为线上课程和线下课程两类，供学生选修。

表 4 公共选修课模块及信息表

板块设计	课程类型	学分	学时	开课形式
------	------	----	----	------

板块设计	课程类型	学分	学时	开课形式
	红色文化和传统文化概论	1	8	限定选修
	中国共产党党史	1	8	限定选修
模块一	艺体生活模块课程	1	18	超星尔雅网络学习课程
模块二	自然科学模块课程	1	18	
模块三	人文社科模块课程	1	18	
模块四	知识工具模块课程	1	18	
	大学语文	2	36	选修

（三）专业（技能）课程

1. 专业基础课程

专业基础课程教学内容见表 5 所示。

表 5 专业基础课程课程目标、主要教学内容与要求

序号	课程名称	课程目标、主要教学内容与要求
1	矢量图形设计	课程目标： 掌握 Illustrator 软件的基本操作方法；了解常用工具的使用；熟悉向量图形的制作和编辑技术。能够熟练的使用 Illustrator 软件；能够运用 Illustrator 软件制作出基本的矢量图形、图标、插画、海报等设计作品。培养学生的创造力、审美能力和沟通能力；培养学生提高其团队合作和问题解决能力，增强学生的实践动手能力。 主要教学内容和要求： 主要教学内容为 Illustrator 基础知、矢量图形设计、文字设计、色彩设计、图形组合和变形、插画设计、输出和导出、Illustrator 软件课程的要求包括 具备一定的设计基础知识和技能，如色彩、排版、视觉层次等，熟悉 Illustrator 软件的基本操作和功能，具备一定的艺术素养和创意思维能力，能够进行创意性的设计，具备一定的沟通和协作能力，能够与团队成员和客户有效地沟通和合作，对最新的设计趋势和技术有一定的了解和认识。
2	设计创意手绘	一、课程目标 本课程的目的是培养学生通过手绘这一传统而富有创造力的方式，来表达和沟通设计理念。通过学习，学生将掌握创意手绘的基本技巧，提高观察力、表现力和创造力，能够在设计过程中快速、直观地展现设计思路和概念。课程旨在激发学生的艺术潜能，培养其独特的视觉语言和审美情趣，为从事设计相关领域的工作提供有力的视觉表达工具。 二、主要内容和教学要求

序号	课程名称	课程目标、主要教学内容与要求
		本课程的主要内容包括手绘基础技能训练、创意思维开发、设计草图绘制、色彩表现技巧以及主题创作实践。在教学要求上，学生需达到以下标准： 掌握手绘的基本线条、形状、透视和比例等绘制技巧；学会运用创意思维方法，进行设计概念的发散和构思；能够熟练绘制设计草图，快速表达设计理念和方案；学习色彩理论，掌握色彩搭配和表现技巧，提升作品的视觉效果；通过主题创作实践，培养学生的独立创作能力和艺术表现力；教学过程中，要求学生积极参与课堂练习，完成课后作业，不断积累手绘经验。教师将针对学生的作品进行详细点评，指导学生改进技巧，提升创意手绘的整体水平。
3	三大构成	课程目标： 掌握矢量图形设计的基本原理和方法，包括线条、形状、颜色、排版等基本要素。 熟练使用常见的矢量图形设计软件，如 Adobe Illustrator、CorelDraw 等。 能够独立完成简单的矢量图形设计任务，具备一定的创意和审美能力。 了解矢量图形在不同领域的应用和发展趋势，具备跨学科的综合应用能力。 主要教学内容： 矢量图形的基本概念和原理，包括定义、特点、基本要素和数学公式等基础知识。 矢量图形的绘制与编辑，学习使用矢量图形设计软件进行线条、形状、颜色、排版等基本要素的绘制和编辑操作。
4	数字图形图像处理	课程目标： 培养学生的创造思维能力、培养审美意识与工匠精神；了解 Photoshop 软件的基本功能和应用途径；具备进行各种图像的处理及操作的能力；具备使用 Photoshop 进行创意设计能力；具备运用 Photoshop 软件进行网页界面设计、UI 界面设计、海报设计等的的能力。 主要教学内容和要求： 采用项目教学法，通过实际的项目、案例，介绍了 Photoshop CC 入门、海报设计、数码照片处理、VI 图形设计、宣传单制作、网页美工设计、界面设计、产品包装设计等的技巧与方法。通过本课程学习，学会 Photoshop 图像处理软件的使用方法和技巧。结合图像处理应用案例，熟练掌握图形制作和图像处理方法，为后期课程如企业形象设计、平面广告设计、界面设计、网页设计与制作等课程奠定图形图像处理基础。
5	三维建模	课程目标： 三维建模课程的目标是培养学生能够掌握三维建模的基本理论和技术，能够利用相关软件进行三维建模和渲染，并且具备一定的创意设计能力和实际应用能力。 教学内容要求包括以下几个方面： 1. 基础知识：包括三维坐标系、视角、灯光、材质等基础概念，以及

序号	课程名称	课程目标、主要教学内容与要求
		常用的三维建模软件界面和操作方式。 2. 建模技术：包括多边形建模、曲面建模、NURBS 建模、体积建模等不同的建模技术，以及各种建模工具的使用方法。 3. 渲染技术：包括材质贴图、纹理映射、光影效果、环境反射等渲染技术的基本原理和应用方法。 4. 创意设计：鼓励学生进行创意设计，通过实践项目来提高三维建模和渲染的技能，同时培养学生的创造力和解决问题的能力。 5. 应用实践：通过案例分析和实际应用项目，让学生了解三维建模在工业设计、建筑设计、影视制作等领域中的应用，并能够将所学知识应用到实际项目中。 总的来说，三维建模课程要求学生具备良好的空间想象力。
6	商业广告摄影	1. 课程目的：该课程通常是视觉传达设计、数字媒体艺术等专业的必修课程。它旨在培养学生掌握商业摄影的基础知识和技能，包括摄影器材的使用、拍摄技巧、创意思维等，以及如何将摄影技术应用于具体的商业设计实践中。 2. 主要教学内容：商业摄影的基础知识，如相机的类型、装置、维护；镜头的运用与选择；闪光灯的运用；滤镜的选择；照片曝光的处理；数字摄影等。 摄影原理、摄影艺术美学和广告摄影特性的学习，以培养学生的创意审美能力、设备器材操作能力、表现手法的运用能力和对广告摄影的鉴赏能力。实验教学，要求学生比较全面地掌握数码单反照相机原理和广告摄影技巧，掌握针对不同广告拍摄对象的布光方法，包括人像模特拍摄要求，掌握摄影构图和行业摄影的要求。 3. 教学要求与目标：使学生掌握商业摄影的理论知识、各种技巧方法以及在实际中的应用。学会通过不同的思维方式，独立拍摄完成既符合商业需求又具有艺术感的摄影作品，并能将摄影技术运用到具体的设计实践当中。提高学生的艺术修养、审美能力，以及独立解决问题的能力。

2. 专业核心课程

专业核心课程以国家教学标准中的内容为基础，结合调研反馈和学院优势进行确定，专业核心课程教学内容与支撑培养规格指标见表 6 所示。

表 6 专业核心课程主要教学内容与要求

序号	课程名称	典型工作任务描述	主要教学内容和要求
----	------	----------	-----------

序号	课程名称	典型工作任务描述	主要教学内容和要求
1	插画设计	1.插画设计基础-基础绘画知识 2.软件基础知识、构图与表现形式 3.写实风格、扁平风格、唯美风格、卡通风格、幻想风格临摹训练 4.写实风格、扁平风格、唯美风格、卡通风格、幻想风格原创训练	1.软件基础知识、构图与表现形式练习与创作 2.写实风格、扁平风格、唯美风格、卡通风格、幻想风格临摹、原创训练
2	字体与版式设计	字体与版式设计课程的目标是让学生了解字体和版式的基本概念、分类和特点，掌握字体和版式的设计原则和技巧，培养对字体和版式的欣赏能力和审美素养。	1. 字体设计：介绍字体的基本概念、分类和特点，让学生了解不同类型的字体形式及其表现形式。教授字体设计的原则和技巧，包括字体的结构、比例、形态、风格等方面的设计方法。 2. 版式设计：介绍版式的基本概念、分类和特点，让学生了解不同类型的版式形式及其表现形式。教授版式设计的原则和技巧，包括版面的结构、布局、空间、色彩等方面的设计方法。 3. 设计应用：通过案例分析和实际应用项目，让学生了解字体和版式在广告设计、包装设计、出版设计等领域中的应用，并能够将所学知识应用到实际项目中。
3	视频广告设计	1.影视工作室的介绍：对影视后期工作室，了解影视后期的流程以及 Pr、AE 软件的安装、运行。 2.PR 基础操作：学会影视素材的管理方法、影视素材的剪辑方法、时间轴的嵌套功能、PR 软件中的转场效果应用、多机位的剪辑技	课程的教学重点是影视后期的编辑和影视的剪辑等基本操作，要求学生完成对影视编辑和剪辑的理解，并应用学习到的知识在实际的工作情况下的应用;同时要求能熟练操作学习的软件。(1)影视

序号	课程名称	典型工作任务描述	主要教学内容和要求
		巧 3.影视后期镜头语言：了解影视剪辑中的镜头语言、剪辑原理以及常用专业术语等基础理论知识。 4.关键帧动画：进行关键帧动画的制作以及字幕的编辑 5.影视抠像：了解视频抠像方法，进行遮罩动画、摄像机动画、粒子动画、跟踪动画的制作。 6.音频的处理：对音频进行处理以及合成 7.综合案例制作：以比赛赛项为要求利用所学知识进行影视短片的制作	制作技术概述(2)影视编辑的分类和区别(3)影视特效编辑软件(4)影视剪辑合成软件(5)影视后期合成软件的实际应用(6)影视前期拍摄注意事项和采集实训(7)影视编辑于合成剪辑的综合实训企业项目的分工合作实训。通过系统学习使学生能做到基本掌握该软件的知识结构框架及要点,理解不同章节的重点和难点，通过讲解辅导与作业练习,要使学生能对该软件熟练掌握操作方法、灵活应用知识技巧。
4	广告策划与创意	1.广告市场调研：调查、搜集市场信息和相关资料，分析、研究相关资料数据。 2.广告定位策略：广告主或广告公司根据目标消费群体对某种产品属性的重视程度，将广告产品确定于某一市场位置，使其在特定的时间、地点，对某一特定的目标消费者产生效果，以利于与其他企业产品竞争中取胜。目的是要在广告活动中为企业和产品创造、培养一定的特色，树立独特的市场形象，从而满足目标消费者的某种需求，以促进企业产品销售服务。 3.广告提案：创意策划准确生动地向客户提交与说明，以求赢得客户的赞赏与支持。	广告策划与创意主要解决广告说什么，说给谁，为什么说，何时何地说，怎么说，通过什么渠道说等问题。主要内容为广告市场调研、广告定位策略、广告提案方法、广告创意策略与方法等。课程一方面从理论角度系统介绍广告创意的内涵、方法及不同媒体形式的创意规律，以及广告策划的内涵、理论背景、组成部分;另一方面从实践角度,通过模拟广告公司实战案例和经典个案的研究剖析，总结广告策划与创意的方法技巧。 三、教学与要求 本课程旨在学生设计能力的基础上，提升其巧妙洞察的广告创意力，和运筹帷幄的全局策划力。

序号	课程名称	典型工作任务描述	主要教学内容和要求
		4.广告创意;在广告定位基础上,采用现代设计观念、程序和方法从事以平面、影视广告设计为主的策划、创意与制作活动。	通过本课程的学习,要求学生对广告创意的原理、创意策略、方法,以及广告策划的原理、技巧、程序与具体运作有全面而深入的了解,并能结合企业广告活动进行广告策划、策划书的撰写,同时根据策划书完成广告创意和表现。
5	参赛课程 品牌识别系统设计制作	1.标志设计:根据企业的形象和定位要求,设计符合企业特色的标志,包括图形、字体、色彩等方面的设计。 2.VI 规范设计:根据企业的形象和定位要求,设计符合企业特色的 VI 规范和 IP 形象,包括色彩规范、字体规范、版式规范、IP 形象规范等方面的设计。 3.VI 应用设计:根据企业的需求和实际应用场景,设计符合 VI 规范的各种应用形式,包括名片、海报、广告、产品、视频、店铺等各种宣传材料的设计。 4.VI 推广设计:根据企业的宣传需求和市场营销策略,设计符合 VI 规范的各种推广活动形式,包括展览、活动、促销等各种营销活动的设计。	1.标志设计:介绍标志设计的基本概念、分类和特点,让学生了解不同类型的标志形式及其表现形式。 2.VI 设计:介绍 VI 设计的基本概念、分类和特点,让学生了解 VI 设计的意义和作用。 3.设计分析:分析标志、IP、VI 等内容的方法和技巧,包括视觉要素、构图、色彩、线条等方面的分析,让学生能够深入理解设计作品的内涵和表现手法。 4.设计欣赏:通过欣赏各种类型的标志和 VI 作品,让学生培养对设计的感知能力和审美素养,提高对设计作品的理解和欣赏水平。 5.设计应用:通过案例分析和实际应用项目,让学生了解标志和 VI 设计在企业形象设计。
6	商业陈列设计	1.制定展示设计方案。根据客户需求和展示目的,制定出展示设计方案,包括展示主题、展示内容、展示形式、展示空间等。	1.展示设计原理。介绍展示设计的基本原理、设计流程和设计要素,包括展示主题、展示内容、展示形式、展示空间等。

序号	课程名称	典型工作任务描述	主要教学内容和要求
		2.设计展示布局。根据展示设计方案，设计展示布局，包括展示物品的摆放位置、展示面积的分配、展示道具的使用等。 3.设计展示图形。根据展示设计方案和展示布局，设计展示图形，包括展示墙面的装饰、展示灯光的设置、展示标识的设计等。 4.制作展示材料。根据展示设计方案和展示图形，制作展示材料，包括展示板、展示背景、展示标识、展示道具等。	2.展示设计技术。介绍展示设计的相关技术，包括展示图形设计、展示材料制作、展示布局设计、展示道具使用等。 3.展示设计实践。通过实践操作，让学生了解展示现场的实际情况，掌握展示设计的实践技巧和经验。 4.展示设计案例分析。通过对实际的展示设计案例进行分析和研究，让学生了解展示设计的成功案例和失败案例，从中总结出展示设计的成功要素和注意事项。
7	包装设计	包装设计课程的目标是让学生了解包装设计的基本概念、分类和特点，掌握包装设计的原则和技巧，培养对包装设计的欣赏能力和审美素养，同时具备一定的设计实践能力。	1. 包装设计的原则和技巧：教授包装设计的原则和技巧，包括包装结构、材料、色彩、图案、文字等方面的设计方法，让学生能够熟练掌握包装设计的基本技术和方法。 2. 包装设计的分析：教授分析包装设计作品的方法和技巧，包括视觉要素、构图、色彩、线条等方面的分析，让学生能够深入理解包装设计作品的内涵和表现手法。 3. 包装设计的欣赏：通过欣赏各种类型的包装设计作品，让学生培养对包装设计的感知能力和审美素养，提高对包装设计作品的理解和欣赏水平。

3. 专业拓展（限选）课程

专业拓展课和专业限选课合并设置，主要着眼于专业新技术、新工艺、新发展和拓展能力的培养。专业拓展（限选）课程教学内容见表 7 所示。

表 7 专业拓展（限选）课程课程目标、主要教学内容和要求

序号	课程名称	课程目标、主要教学内容和要求
1	数字 3D 设计	一、课程目标 本课程旨在培养学生掌握数字 3D 设计的基本理论、方法和技巧，使学生在熟练运用 3D 设计软件的基础上，具备独立进行创意设计、模型构建和效果呈现的能力。通过本课程的学习，学生将能够针对不同行业需求，设计出具有实用性和美观性的三维模型，为今后在产品设计、动画制作、建筑设计等领域的发展奠定坚实基础。 二、主要内容和教学要求 本课程主要包括数字 3D 设计的基本概念、设计软件操作、建模技巧、材质与纹理应用、灯光与渲染技术、动画制作等。在教学过程中，要求学生熟练掌握以下内容： 1.理解数字 3D 设计的基本原理，掌握常用设计软件的操作方法； 2.学会运用建模技巧，能够独立完成简单和复杂三维模型的构建； 3.熟悉材质、纹理的应用，提高模型的真实感和美观度； 4.掌握灯光与渲染技术，使设计作品更具艺术效果； 5.学习动画制作基础，能够为设计作品添加动态效果； 6.结合实际项目进行练习，提高学生的创新意识和团队协作能力。在教学过程中，注重理论联系实际，鼓励学生发挥创意，不断提高设计水平。
2	艺术概论与艺术史	一、课程目标 本课程旨在为学生提供一个全面、系统的艺术理论基础和艺术史知识框架，帮助学生理解艺术的本质、特征及其发展脉络。通过学习，学生将能够培养出良好的艺术鉴赏能力、批判性思维能力以及跨文化沟通能力，从而为深入探索艺术领域、从事艺术创作、艺术教育或相关研究工作打下坚实的理论基础。 二、主要内容和教学要求 本课程主要包括艺术的基本概念、艺术类型与风格、艺术的功能与价值、艺术家的创作方法以及世界艺术史的发展历程。在教学要求上，学生需达到以下标准： 1.掌握艺术的基本理论，包括艺术的定义、特征、分类及其审美原则； 2.了解不同历史时期、不同文化背景下的艺术风格和流派，以及它们

		之间的相互影响； 3.分析艺术作品的社会背景、文化内涵和艺术价值，提高艺术鉴赏和批评能力； 4.探索艺术家的创作思路和表现手法，激发自身的艺术创造力； 5.通过课堂讲授、作品分析、实地考察等多种教学方式，要求学生积极参与讨论，撰写课程论文，以培养独立思考和深入研究的能力。教学过程中，注重理论与实践相结合，鼓励学生将所学知识运用到实际艺术鉴赏和创作中。
3	UI 设计	一、课程目标 本课程的目的是培养学生掌握用户界面（UI）设计的基本理论、设计流程和实用技巧，使其能够针对不同的产品需求，设计出美观、易用、符合用户体验的界面。通过本课程的学习，学生将能够理解用户需求，运用设计原则和视觉元素进行创意表达，提升自身的审美能力和创新设计能力，为从事 UI 设计师、产品经理等相关职业打下坚实的基础。 二、主要内容和教学要求 本课程的主要内容包括 UI 设计的基本概念、设计原则、界面布局、视觉元素设计、交互设计、原型制作以及设计软件的操作。在教学要求上，学生需达到以下标准： 1.掌握 UI 设计的基本理论知识，了解行业发展动态和趋势； 2.学会运用设计原则和视觉元素进行界面布局和设计，提高界面的美观性和易用性； 3.熟悉交互设计的基本方法，能够设计出符合用户操作习惯的交互流程； 4.学习原型制作工具的使用，能够快速构建和呈现设计概念； 5.掌握常用的 UI 设计软件，如 Sketch、Adobe XD、Photoshop 等，提高设计效率； 6.教学过程中，要求学生积极参与课堂讨论，完成课后实践项目，通过实际操作提升设计能力。教师将针对学生的作品进行点评和指导，确保学生能够掌握 UI 设计的核心技能，达到课程要求。

(四) 课程体系与培养成果指标矩阵

所有课程定性支撑本专业的人才培养成果指标，支撑关系矩阵图详见表 8。

表 8 广告艺术设计专业课程体系与培养成果指标矩阵图

规格指标代码 课程名称	S1	S2	S3	S4	S5	...	Z1	Z2	Z3	Z4	Z5	Z6	Z7	...	N1	N2	N3	N4	N5	N6	N7	N8	...
思想道德与法治	○	●		○			●	●					○		○								
毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	●	○					●								○								
习近平新时代中国特色社会主义思想概论	●	○		○			●								○								
形势与政策	●	●					●																
大学生心理健康教育		●			●											○							
安全教育	●	●		●	○											○							
大学生职业生涯规划	○	●	○	○	●										○	○							
大学生创新创业教育		○	●	○											●	●							
军事理论	●	●					●																
体育		●		○	●																		
大学英语	○		○	●			○								○	●							
信息技术			●	○											●	○							

规格指标代码 课程名称	S1	S2	S3	S4	S5	...	Z1	Z2	Z3	Z4	Z5	Z6	Z7	...	N1	N2	N3	N4	N5	N6	N7	N8	...
劳动教育		●		○	○		●																
国家安全教育	●		●	○				○															
红色文化和传统文化概论	●		●	○				○															
中国共产党党史	○	●		○			●	●					○		○								
大学语文	●	●	●	○	○		●	●	●	○	○	○	○		●	●	●	●	○	○	○	○	
艺体生活模块课程	●	●	●	●	●		●	●	●	●	●	●	●		●	●	●	●	●	●	●	●	
自然科学模块课程	●	●	●	●	○		●	●	●	●	○	○	○		●	●	●	●	●	○	○	○	
人文社科模块课程	●	●	●	●	○		●	●	●	●	○	○	○		●	●	●	●	●	○	○	○	
知识工具模块课程	●	●	●	●	○		●	●	●	●	○	○	○		●	●	●	●	●	○	○	○	
矢量图形设计	○	○	●	●	●		●	○	○	○	●	●	●		●	●	●	●	●	●	●	●	
设计创意手绘	●	●	●	●	●		●	●	●	○	○	○	●		●	●	●	●	●	●	○	●	
三大构成	○		○		○		●	●	●	●	○	○				○			○				
数字图形图像处理	●	●	●	●	●		●	●	●	○	○	○	●		●	●	●	●	●	●	○	●	
三维建模	○		○		○		●	●	●	●	○	○				○			○				
商业广告摄影	○	○	●	●	●		●	○	○	○	●	●	●		●	●	●	●	●	●	●	●	
插画设计	●	●	●	●	●		●	●	●	○	○	○	●		●	●	●	●	●	●	○	●	
字体与版式设计	●	●	●	●	●		●	●	●	○	○	○	●		●	●	●	●	●	●	○	●	

规格指标代码 课程名称	S1	S2	S3	S4	S5	...	Z1	Z2	Z3	Z4	Z5	Z6	Z7	...	N1	N2	N3	N4	N5	N6	N7	N8	...
视频广告设计	●	●	●	●	●		●	●	●	○	○	○	●		●	●	●	●	●	●	○	●	
广告策划与创意	●	●	○	○	●		●	●	●	●	●	●	●		●	●	●	●	●		○	○	●
品牌识别系统设计制作	●	●	●	●	●		●	●	●	○	○	○	●		●	●	●	●	●	●	○	●	
商业陈列设计	●	●	●	●	●		●	●	●	○	○	○	●		●	●	●	●	●	●	○	●	
包装设计	●	●	●	●	●		●	●	●	○	○	○	●		●	●	●	●	●	●	○	●	
数字 3D 设计	●	●	●	●	●		●	●	●	○	○	○	●		●	●	●	●	●	●	○	●	
艺术概论与艺术史	●	●	●	●	●		●	●	●	○	○	○	●		●	●	●	●	●	●	○	●	
UI 设计	●	●	●	●	●		●	●	●	○	○	○	●		●	●	●	●	●	●	○	●	
军事技能	○						○								○								
入学/毕业教育	○		○	●				○							●	●		●			○	●	
实习教育																							
顶岗实习	○	●	●	●	●		○	●			●	○	●		●	●		●	○	○	○	○	
毕业设计（论文）	○		○	●				○							●	●		●			○	●	
创新拓展实践	●	●	●	●	●		●	●	●	○	○	○	●		●	●	●	●	●	●	○	●	

注：1. ●表示与培养成果指标相关性高，○表示相关性一般，不填写表示无相关性。

七、教学进程总体安排

（一）教学时间安排

表 9 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	课程教学（含实习、实训和考试）	16	19	19	19			
2									
3	时间	顶岗实习					14	17	
4	（110周）	毕业论文(设计)					4		
5		职业资格培训考证							
7	其它活动	新生报到、入学教育和军训	2						
8	时间	实习教育					1		
9	（7周）	节日放假或机动	1	1	1	1	1	1	
合 计			19	20	20	20	20	18	117
备注：每学期教学总周数 20，其中第 20 周为学生集中考试周。毕业论文(设计)、职业资格培训考证时间由各二级学院根据专业特点自行安排，列入相应位置，三年总周数 117 周。									

（二）教学进程表

1. 公共必修课（共 686 节，40 学分，占总课时的 25 %，总学分的 27 %）

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						开课单位	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	ggbx0009	思想道德与法治	B	3	48	32	16	考试 笔试/闭卷	4/12						德法课程 教学团队	
2	ggbx0010	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	B	2	32	24	8	考试 笔试/闭卷		2/16					概论课程 教学团队	
3	ggbx0114	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	B	3	48	32	16	考试 笔试/闭卷		4/12					概论课程 教学团队	
4	ggbx0011	形势与政策	A	1	16	16	0	考查	4 节/ 学期	4 节/ 学期	4 节/ 学期	4 节/ 学期			形势与政策 课程教学团队	
5	ggbx0090	军事理论	A	2	36	36	0	考查	2/18						国防教育课程教学 团队	
6	ggbx0012 ggbx0013	大学生心理健康教育	B	2	32	16	16	考查	2 节/ 单双周	2 节/ 单双周					心理健康课程教学 团队	
7	ggbx0001	安全教育	A	1.5	24	24	0	考查	讲座	讲座	讲座	讲座			法制保卫处	
8	ggbx0005	大学生创新创业教育	B	2	32	20	12	考查	2/16						创新创业课程教学 团队	
9	ggbx0126	大学生职业生涯规划	B	1	18	10	8	考查	2/9						就业教育课程教学 团队	
10	ggbx0127	就业指导	B	1	20	12	8	考查				2/10			就业教育课程教学 团队	

11	ggbx0006	体育（一）	B	2	32	8	24	考查	2/16						公共体育课程教学团队	
12	ggbx0007	体育（二）	B	2	36	4	32	考查		2/18					公共体育课程教学团队	
13	ggbx0008	体育（三）	B	2	36	4	32	考查			2/18				公共体育课程教学团队	
14	ggbx0026	大学英语（一）	B	3.5	64	28	36	考试 笔试/开卷	4/16						英语课程教学团队	
15	ggbx0027	大学英语（二）	B	4	72	32	40	考试 笔试/开卷		4/18					英语课程教学团队	
16	ggbx0128	信息技术	B	3.5	64	8	56	考试 机试/闭卷	4/16						信息技术课程教学团队	
17	ggbx0097	劳动教育	C	1	16	0	16	考查	讲座	讲座	讲座	讲座			劳动教育课程教学团队	
18	ggbx0121	防艾滋病教育	A	0.5	8	8	0	考查	讲座	讲座	讲座	讲座			后勤处	
19	ggbx0125	公共艺术教育	B	2	36	18	18	考查				2/18			美育教育课程教学团队	
20	ggbx0133	国家安全教育	B	1	16	16	0	考试	1/16						法制保卫处	
合 计				40	686	348	338									

注：1. 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. 公共选修课（共 68 节， 8 学分， 占总课时的 2 %， 总学分的 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						开课单位	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	ggbx0051	红色文化和传统文化概论	A	1	16	16	0	考查/开卷			2/8				概论课程教学团队	限定选修
2	ggxx0027	中国共产党党史	A	1	16	16	0	考查/写论文		2/8					概论课程教学团队	限定选修
3	ggxx0013	大学语文	A	2	36	36	0	考试 笔试/闭卷			2/18				中文课程教学团队	超星尔雅 网络学习 课程
4	ggbx0115	艺体生活模块课程	A	1					线上						教务处	
5	ggbx0116	自然科学模块课程	A	1						线上					教务处	
6	ggbx0117	人文社科模块课程	A	1							线上				教务处	
7	ggbx0118	知识工具模块课程	A	1								线上			教务处	
合 计				8	68	68	0									

注：1. 《中国共产党党史》《红色文化和传统文化概论》为限定选修课。

2. 艺体生活、自然科学、人文社科、知识工具模块为网络选修课程，每个模块必须选修 1 学分，不计入总课时。

3. 根据各二级学院课程特点需要开设的公共选修课由各二级学院自行安排。

3. 专业基础课（共 348 节 24 学分，占总课时的 13 %，总学分的 16 %）

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	jzbx0090	矢量图形设计	B	4	56	20	36	考试/机试	4/14						
2	jzbx0147	设计创意手绘	B	4	56	20	36	考试	4/14						
3	jzbx0005	三大构成	B	4	60	20	40	考查		4/15					
4	jzbx0097	数字图形图像处理	B	4	60	20	40	考试/机试		4/15					
5	jzbx0088	三维建模	B	4	60	20	40	考查		4/15					
6	jzbx0152	商业广告摄影	B	4	56	20	36	考查	4/14						
合 计				24	348	120	228								

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. 专业核心课（共 420 节，28 学分，占总课时的 15 %，总学分的 19%）

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	jzbx0052	插画设计	B	4	60	20	40	考查		4/15					
2	jxbx0126	字体与版式设计	B	4	60	20	40	考查			4/15				
3	jzbx0148	视频广告设计	B	4	60	20	40	考查				4/15			
4	jxbx0051	广告策划与创意	B	4	60	20	40	考查				4/15			
5	jzbx0191	品牌识别系统设计与制作	B	4	64	24	40	考查				4/15			
6	jzbx0154	商业陈列设计	B	4	60	20	40	考查				4/15			
7	jxbx0032	包装设计	B	4	60	20	40	考查			4/15				
合 计				28	424	144	280								

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. 专业拓展课（共 176 节，12 学分，占总课时的 6%，总学分的 8%）

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	jzbx0148	数字 3D 设计	B	4	60	20	40	考查			4/15				
2	jzbx0091	艺术概论与艺术史	A	4	56	56	0	考试	4/14						
3	Jzbx6667	UI 设计	B	4	60	20	40				4/15				
合 计				12	176	96	80								

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 1084 节，35 学分，占总课时的 39 %，总学分的 24 %）

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						开课单位	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	ggbx0089	军事技能	C	2	112	0	112	考查	2 周						学生工作处	
2	ggbx0003	入学/毕业教育	C	0.5	30	0	30	考查	1 周						建筑工程学院	
3	jxzs0002	实习教育	C	0.5	30	0	30	考查					1 周		建筑工程学院	
4	ggbx0034	顶岗实习	C	24	720	0	720	考查							建筑工程学院	
5	ggbx0035	毕业设计（论文）	C	4	72	24	48	考查							建筑工程学院	
6	ggbx0093	创新拓展实践	C	4	120	0	120								团委	
合 计				35	1084	24	1060									

注：

1. 毕业设计（论文）根据专业需要自行安排，不少于 4 周，第 6 学期录成绩。
2. 岗位实习不少于 6 个月，第 6 学期录成绩。
3. 创新拓展实践主要记录“第二课堂成绩单”成绩，由团委根据《第二课堂成绩单制度实施办法》认定，录入成绩。
4. 军事技能与军事理论课合并，第 1 学期录成绩。

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	686	348	338	25%	40	27%	指课堂讲授、课堂讨论、习题课、课程 试验（实训）等
		公共选修课	68	68	0	2%	8	6%	
		专业基础课	348	120	228	13%	24	16%	
		专业核心课	424	144	280	15%	28	19%	
		专业拓展课	176	96	80	6%	12	8%	
		合 计	1698	772	962	61%	112	76%	
		综合实践（实训）课	1084	24	1060	39%	35	24%	每周按 30 节计算
		合 计	1084	24	1060	39%	35	24%	
总 合 计			2786	800	1986	100%	147	100%	
理论与实践比例				29%	71%				

八、实施保障

（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 18:1，双师素质教师占专业教师比一般不低于 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：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 3 年以上企业工作经历，并具有艺术设计、视觉传达设计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；每 5 年累计不少于 6 个月的企业实践经历。

3. 专业带头人：具有正高及以上职称，精准把握广告设计行业发展动态，频繁参与行业活动，与众多行业企业紧密合作，深入了解行业企业对专业人才的需求。

在教学方面，教学设计能力出众，能将行业需求融入教学，激发学生学习热情，培养学生实践能力。同时，专业研究成果丰硕，积极主持和参与科研项目。

组织开展教科研工作游刃有余，注重师资队伍建设，引领团队成员共同进步。在项目实施中，严格把控质量和进度。在本区域或本领域，具有一定专业影响力，为行业标准制定提供建议，在学术交流中分享成果，推动专业发展与行业需求深度融合。

4. 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 3 年以上行业企业工作经历，并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，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

1. 校内实训基地：

本专业使用的实训室面积合计约 2570 m²。具体分布如表 10 所示：

表 10 专业校内实训室一览表

序号	实训室名称	面积（m ² ）	工位数	实训项目
1	广告影视实训室	100	45	广告影视方案设计综合技能实训 三维软件造作技能基础实训
2	数字化设计实训室	80	45	现代学徒制培养，创新创业培养，生产性实训室。
3	名师工作室	50	20	名师工作坊与现代学徒制培养，创新创业培养， 生产性实训室。
4	展陈工坊	100	50	现代学徒制培养，展厅、美陈设计制作。

5	设计工坊	80	45	现代学徒制培养，设计实训室，3D 打印
6	虚拟工坊	100	50	沉浸式、亲历式虚拟仿真实训
7	广告媒体实训室	100	50	摄影摄像、影视合成、直播、录播
8	制作工坊	100	50	艺术造型基础技能实训、设计造型基础技能实训、广告手绘基础技能实训、包装制作实训

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。

表 11 专业校外实训基地一览表

实习基地名称	实习项目	顶岗工种	可同时接纳的学生人数	合作方式
公司	设计、制作	平面设计师、设计助理	10	校企合作
传媒有限公司	婚庆、设计、制作、策划	设计员、绘图员、策划与制作	10	校企合作
媒	舞台设计、公益策划	设计员、项目管理人员	10	校企合作
有限公司	设计、制作	平面设计师、设计助理	10	校企合作
创意设计	品牌策划、创意设计	设计员、策划人员	15	校企合作
营销策划有限公司	品牌策划、创意设计	设计员、策划人员	10	校企合作
有限公司	设计、制作	平面设计师、广告安装员	12	校企合作
公司	设计、印刷	平面设计师、印刷工	6	校企合作

（三）教学资源

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。具体情况如表 12 所示：

表 12 专业教学资源一览表

序号	资源名称	课程（资源）级别	所在平台	学院角色
1	三大构成	校级	职教云/学习通	主持
2	设计创意手绘	校级	职教云/学习通	主持
3	商业广告摄影	校级	职教云/学习通	主持
4	包装设计	校级	职教云/学习通	主持
5	UI 设计	校级	职教云/学习通	主持
6	商业陈列设计	自治区级	职教云/学习通	主持
7	广告策划与创意	自治区级	职教云/学习通	主持
9	视频广告设计	校级	职教云/学习通	主持
	品牌识别系统设计 与制作	校级	职教云/学习通	参与
10	矢量图形设计	校级	职教云/学习通	主持
11	数字图形图像处理	校级	职教云/学习通	主持
12	三维建模	校级	职教云/学习通	主持
13	插画设计	校级	职教云/学习通	主持
14	字体与版式设计	校级	职教云/学习通	主持
15	数字 3D 设计	校级	职教云/学习通	主持

（四）教学方法与手段

1. 公共基础课：实施“以教师为主导，以学生为中心”的教学模式，采用案例分析教学法；

2. 专业基础课：实施“项目导向”的教学模式，采用“项目模块化”教学法；

3. 专业课：根据广告艺术设计专业高素质技能型人才培养的要求，推行“项目导向”、“任务导向”、“课证合一”等教学模式，结合本专业的特点，采取“集中授课”、“现场教学”、“仿真模拟”等教学方法。

（1）多媒体仿真教学法

使用多媒体技术、仿真实训平台教学内容丰富、直观、现场感强的特点，真实模拟或还原职业情景，增强学生的感性认知，激发学生的学习兴趣，提高师生互动。

（2）项目教学法

实践操作较强的课程，如《商业陈列设计》、《广告策划与创意》、《包装设计》、《品牌识别系统设计》等课程，依托建筑工程学院教学实训基地实现“教、学、做合一”。按照行业标准和岗位技能要求，教师按职业能力模块细分为若干个项目，然后将项目分发给个人或学习小组，以规定的时间或竞赛的方式完成任务，达到培养学生团结协作能力和动手能力的目的。在项目教学中，学生是主体，教师为辅助，师生在教学中充分互动，通过反复教与练，加强沟通，不断巩固知识，以达到熟练运用专业知识，掌握专业技能的目的。

（3）案例教学法

在广告艺术设计专业教学中，教师抓住学生对工程项目关注的心理，依据课程标准任务要求，校企共商共研，精心挑选工程实践项目案例，以领典广告有限公司、彼岸公益传媒等校企合作单位的真实项目案例为基础，将教学内容一一展现，同时针对工程项目实践中课程产生的问题进行讨论分析，让学生在具体的工程背景情景中，既学习理论知识又积累项目经验。

4. 启发式教学方法

教师灵活运用提问启发方式既讨论启发方式等教学手段与学生进行互动。教师通过把握课程知识中的难点、重点问题，在教学中针对性地构思引导，避免学生注意力转移，从而达到活跃课堂气氛，提升教学质量的效果。

5. 网络平台式教学方法

利用超星学习通、职教云等网络教学平台，实现广告艺术设计课程资源的数字化和共享；运用多媒体和模拟训练平台，使教学内容更加丰富、生动和真实，以模拟真实的职业环境，提升学生的直观理解和学习动力，满足学生自主学习的需求。同时，根据学生的不同能力水平，逐步推进教学内容，促进学生实践技能和全面素质的提升。

（五）学习评价

深入贯彻《深化新时代教育评价改革总体方案》，严格落实培养目标和培养规格要求，坚持科学有效，改进结果评价，强化过程评价，探索增值评价，健全综合评价，充分利用信息技术，开展学生学习情况全过程纵向评价、德智体美劳全要素横向评价。

1. 本专业聚焦于塑造具有坚定理想信念、德智体美劳全面发展的高素质技术技能人才。学习评价目的在于保障学生在广告艺术设计专业领域的专业知识、实操技能和综合素质得到

均衡发展。评价体系将企业教师的实务经验纳入评价过程，实现校内外评价的有机结合。通过融合教师评价、学生互评与自我评价的多元评价机制，以及过程性评价与结果性评价的双重视角，促进学生的全面发展，以更好地适应广告艺术设计的职业需求。

2. 学习评价遵循全面性、过程性、多元性、发展性原则，依据课程特点和教学目标，运用笔试、机试、答辩、实操、项目作业等多种考核方式，全面评价学生在专业知识掌握、专业技能运用、创新思维发展和职业素养形成等方面的表现。

3. 学习评价不仅重视学生对知识的理解深度和技能的掌握程度，还强调评估学生将知识应用于实践、解决实际问题的能力。评价内容涵盖学生获得奖学金、参与技能竞赛获奖等实际表现，同时重视规范操作、安全生产等职业素养的培养和形成。

（六）质量管理

1. 学校和二级学院已建立专业建设和教学质量诊断与改进机制，具有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、人才培养方案和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. 根据学校教学质量管理体系要求，学院各部门，特别是教务处、质量管理办和二级学院均具有完善的教学管理机制和制度。

3. 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，每年评价人才培养质量和培养目标达成情况。

4. 专业群建设委员会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。

（七）教学改革

1. 三全育人与课程思政

时刻牢记“立德树人”的根本任务，积极实施“三全育人”教育体系，通过强化教学团队，优化育人环境，实现广告艺术设计专业学生思想政治教育与技术技能培养融合统一。

充分利用信息技术平台（如学习强国 APP）职教云、课程思政教学竞赛和教学管理强化，在课堂讲授和实践教学中坚持政治性和学理性相统一、价值性和知识性相统一、工匠精神和技能养成相统一，在授课时尽可能与学生现实需要和本身专业相结合，将理论的阐释和价值观的引导寓于知识传授和技能训练之中，与专业学习密切结合。

除思政课程外，将课程思政贯穿于广告艺术设计专业（技能）课程的全过程，从教学理念、课程备课、教学设计、课程实施和课程考核，推动思政元素和思政理念与各类课程的有机融合。系统挖掘专业的课程思政元素，做到层次丰富、体系完整、落实到课程。广告艺术设计专业的课程思政元素挖掘和融入详见表 13。

表 13 广告艺术专业课程思政元素矩阵图

课程类别	课程名称	基本思政元素											职业思政元素												
		以人为 本	实 事 求 是	辩 证 思 维	政 治 意 识	爱 国 主 义	改 革 创 新	理 想 信 念	勤 劳 奉 献	终 身 学 习	珍 爱 生 命	遵 纪 守 法	爱 岗 敬 业	诚 实 守 信	办 事 公 道	热 情 服 务	奉 献 社 会	团 结 协 作	严 谨 务 实	崇 尚 科 学	环 保 意 识	质 量 意 识	安 全 意 识	规 范 意 识	责 任 意 识
公共 课程	思想道德与法治	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	●	●	○	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	形势与政策	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	军事理论	○	○	○	●	●		●	●	○	●	●					●			○					●
	大学生心理健康教育	●	○	●	○	●		●	○	○	●	○					●	●		○					
	安全教育	●	○	●	●	●	○	●	●	○	●	●					○	●	○	●			●		○
	大学生创新创业教育		○	●	●	●	●	●	○	●	○	●	●	●					●	○	○	○			○
	大学生职业生涯规划		○	●	●	●	●	●	○	●	○	●	○	●					●	○	○	○			○
	就业指导	○	○	○	●	●	○	●	●	○	●	●	○	○	○	○	●	○		○	○	○	○	○	●
	体育	○	○	○	○	●	●	○	○	●	○	○	○	○	●	○	○	●	○	○	○	○	○	●	○
	大学英语	○		●	●	●	○	●	●	●	○	●	●	●			●			●	●				●
	信息技术	○	●	●	○	●	●	○	○	○	○	●	●	○	●	●	○	○	○	○	○	●	●	●	○
	劳动教育	●	○	●	●	●	○	○	●	●		○	●	●	○	○	●	●	○				●		○

课程类别	课程名称	基本思政元素											职业思政元素												
		以人为本	实事求是	辩证思维	政治意识	爱国主义	改革创新	理想信念	勤劳奉献	终身学习	珍爱生命	遵纪守法	爱岗敬业	诚实守信	办事公道	热情服务	奉献社会	团结协作	严谨务实	崇尚科学	环保意识	质量意识	安全意识	规范意识	责任意识
	防艾滋病教育	●	○	●	○	●	●	○	○	●	○	●	●	●	○	○	○	●	●	●	●	●	○	●	●
	公共艺术教育	●	○	●	○	●	●	○	○	●	○	●	●	●	○	○	○	●	●	●	●	●	○	●	●
	国家安全教育	●	○	●	○	●	●	○	○	●	○	●	●	●	○	○	○	●	●	●	●	●	○	●	●
专业基础课	矢量图形设计	●	○	●	○	●	●	○	○	●	○	●	●	●	○	○	○	●	●	●	●	●	○	●	●
	设计创意手绘	●	○	●	○	●	●	○	○	●	○	●	●	●	○	○	○	●	●	●	●	●	○	●	●
	三大构成	●	●		●	○	●	○	●	●		●	●	●			○	●	●	●		●		○	○
	数字图形图像处理	●	●	○	○	●	●	●	●	●		●	●	●		●	●	●	●	●		○	○	●	●
	三维建模	●	●		●	○	●	○	●	●		●	●	●			○	●	●	●		●		○	○
	商业广告摄影	●	●		●	○	●	○	●	●		●	●	●			○	●	●	●		●		○	○
专业核心课程	插画设计	●	●		●	○	●	○	●	●		●	●	●			○	●	●	●		●		○	○
	字体与版式设计	●	●	○	○	●	●	●	●	●		●	●	●		●	●	●	●	●		○		●	●
	视频广告设计	●	●	○	○	●	●	●	●	●		●	●	●		●	●	●	●	●		○	○	●	●
	广告策划与创意	●	●	○	○	●	●	●	●	●		●	●	●		●	●	●	●	●		○		●	○
	品牌识别系统设计	●	●	○	○	●	●	●	●	●		●	●	●		●	●	●	●	●		○		●	●
	商业陈列设计	●	●	○	○	●	●	●	●	●		●	●	●		●	●	●	●	●		○	○	●	●
	包装设计	●	●	○	○	●	●	●	●	●		●	●	●		●	●	●	●	●		○		●	●
专业拓展	数字3D设计		●			○	●	○		●			●			○				●		●		●	
	艺术概论与艺术史	○	●				●		●	●	●	●	●	●		●	●	○	○	○	○	●	●	●	○

课程类别	课程名称	基本思政元素											职业思政元素												
		以人为 本	实 事 求 是	辩 证 思 维	政 治 意 识	爱 国 主 义	改 革 创 新	理 想 信 念	勤 劳 奉 献	终 身 学 习	珍 爱 生 命	遵 纪 守 法	爱 岗 敬 业	诚 实 守 信	办 事 公 道	热 情 服 务	奉 献 社 会	团 结 协 作	严 谨 务 实	崇 尚 科 学	环 保 意 识	质 量 意 识	安 全 意 识	规 范 意 识	责 任 意 识
课程	UI设计	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
综合 实践 (实 训)课	军事技能	○	○	○	●	●		●	●	○	●	●					●			○					●
	入学/毕业教育		●			○	●	○		●			●			○				●		●		●	
	实习教育	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	顶岗实习	●	●	●	●	●	●	●	●	○	●	●	○	●	○	●	●	●	●	●	○	●	●	●	●
	毕业设计(论文)	●	●	●	●	●	○	●	●	●	●	●	●	●	○	●	●	○	●	●	●	●	○	●	●
	创新拓展实践	●	●	○	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●

注：1. ●表示与课程思政元素相关性高，○表示相关性一般，不填写表示无相关性。

2. 课程类别包括：公共基础课程和专业（技能）课程两大类

2. 专业特色改革

以数字化设计为指引，以“VR”、大数据、人工智能等现代信息技术为载体，构建融合 VR 技能的广告艺术设计专业课程体系中不同课程模块的教学模式。以 VR 工程实际项目为载体，推进理实一体化教学方法的改进。

本专业的课堂具有多元的特点，教学方法采用“引导+互动”，教学团队（学校教师和企业员工）和学生的对应；教学场所由教室可变为工作室、企业工地（生产场所）等。“引导”是整体把握，目标是培养学生的完成（职业）能力；“互动”是思维训练，目标是培养学生创新能力。

3. 劳动教育

构建全方位的劳动教育体系，各部门协同打造“光荣劳动、安全劳动、高效劳动”的整体学习氛围，把劳动教育的核心要素和理念融进课堂、融进生活、融进学生思维，实训实习类课程如顶岗实习、广告艺术设计基础技能实训、空间营造综合实训等课程，将劳动成效作为课程考核要素之一。

九、毕业要求

（一）专业技术技能相关要求

1. 素质要求

（1）思想政治觉悟高，具有强烈的社会责任感，诚信友善、爱岗敬业，自觉践行社会主义核心价值观；

（2）热爱广告艺术设计事业，恪守设计职业道德，尊重知识产权，具备良好的人文艺术修养和专业审美素养；

（3）具备健康的体格和良好的心理素质，达到国家规定的大学生体育合格标准和军事训练合格标准；

（4）具备良好的自我认知、情绪管控和抗压能力，拥有健全的人格，能够适应广告行业高强度、快节奏的工作特点。

2. 能力要求

（1）掌握一门外语，具备较强的专业文献阅读、国际设计资讯获取和跨文化交流能力；

（2）熟练掌握计算机及数字设计工具操作，精通 Photoshop、Illustrator、InDesign、Premiere 等主流设计软件，具备三维建模、数字绘画、动态视觉设计等核心技能；

（3）具有较强的创意表达、文案撰写、视觉呈现能力，以及客户沟通、提案汇报、团队协作和项目组织协调能力；

（4）具备敏锐的市场洞察力和用户思维，能够独立分析品牌传播需求，解决广告视觉设计、品牌形象塑造中的实际问题；

（5）掌握市场调研、用户画像分析、数据可视化和设计报告撰写等基础研究能力；

（6）具有创新创业基本能力，能够独立完成创意产品开发、文创项目策划和小型设计工作室运营；

（7）具备一定的国际视野，了解全球广告设计趋势，拥有跨文化设计表达和国际设计合作的基本能力。

3. 知识要求

（1）具备哲学、文学、历史、美学等人文社会科学和自然科学公共基础知识；

（2）系统掌握设计学、艺术学、广告学、传播学的基本理论和核心知识；

- (3) 熟悉市场营销、品牌管理、数字媒体技术、知识产权法等相关学科知识；
- (4) 熟练掌握《中华人民共和国广告法》《著作权法》等与广告设计行业相关的方针政策和法律法规；
- (5) 了解广告艺术设计、数字媒体艺术、品牌视觉设计的理论前沿和行业发展动态；
- (6) 掌握创新创业基础理论知识，了解文创产业发展规律和商业设计运营模式。

(二) 学分要求

本专业毕业学分不少于 142 学分，其中，必修课学分 94 学分，专业选修课不少于 9 学分，公共选修课不少于 9 学分，第二课堂学分不少于 6 学分（按学校相关规定）。

表 12 毕业学分基本要求表

课程学分	课程 教学	公共必修课	41
		公共选修课	9
		专业基础课	21
		专业核心课	32
		专业拓展课	9
	实践 教学	单项实践课	0
		综合实践课	44
合 计			156

(三) 职业资格证书建议

本专业至少获以下职业资格证书之一。

表 13 广告艺术设计专业职业资格证书

序号	证书名称	颁证单位	等级
1	广告设计师	人社厅发（2024）3 号	职业技能等级
2	包装设计师	人社厅发（2024）3 号	职业技能等级
3	动画制作员	人社厅发（2024）3 号	职业技能等级
4	全媒体运营师	人社厅发（2023）46 号	职业技能等级
5	商业摄影师	人社厅发（2023）32 号	职业技能等级
6	电子商务师	人社厅发（2022）33 号	职业技能等级
7	会展设计师	劳社厅发（2008）1 号	专业技术人员

附录

1. 广告艺术设计专业人才需求与专业改革调研报告

广告艺术设计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人数不足 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）广告艺术设计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 AI/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）广告艺术设计专业课程建设思路

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 广告艺术设计专业“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。	数字图形图像处理、矢量图形设计、字体与版式设计、品牌识别系统设计与制作
2	企业视觉形象设计、包装设计	企业视觉形象设计、产品包装设计	具有视觉形象设计能力，视觉包装能力	品牌识别系统设计、与制作包装设计、三大构成、数字图形图像处理、矢量图形设计、字体与版式设计、包装设计、商业陈列设计
3	UI 界面设计	UI 设计、网页美工设计	具有 UI 界面设计能力，网页设计能力	UI 设计、品牌识别系统设计与制作
4	三维广告制作、展示设计	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。	数字 3D 设计、三维建模、商业陈列设计、品牌识别系统设计与制作
5	广告策划与创意设计	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	广告策划与创意、包装设计、数字图形图像处理、矢量图形设计、品牌识别系统设计与制作

6	商业插画	设计公司插画设计、电脑设计等工作	具有一定的电脑绘画、制作能力，并能运用专业技术、技能从事插画设计。	插画设计、三大构成、数字图形图像处理、矢量图形设计
7	影视后期技术、摄影技术	从事后期剪辑、商业摄影技术工作。	具有一定的电脑后期剪辑与制作能力，了解摄影技术，并能运用专业技术、技能从事影视后期工作。	商业广告摄影、视频广告设计

（三）广告艺术设计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）广告艺术设计专业师资与教学条件配套建议及建设思路

1. 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。

2. 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维和实际动手能力，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。