

许昌电气职业学院 广告设计与制作专业人才培养方案 (三年制)

专业代码：670112

适用年级：2019

专业负责人：王俊平

制订时间：2019年8月

系部审批：同意

专业建设指导委员会审批：同意

学院审批：同意

审批时间：2019年8月20日

二〇一九年八月

广告设计与制作专业人才培养方案

(专业代码: 670112)

一、招生对象及学制

1. 招生对象: 普通高中毕业生、“三校生”(职高、中专、技校毕业生)
2. 学制: 三年

二、职业面向

(一) 人才需求分析

近年来, 广告行业持续升温, 广告设计与制作专业渐已成为新兴的热门行业。社会主义市场经济条件下, 企业产品地销路如何, 直接决定了企业地生死存亡。如何宣传企业形象、推广产品, 已成为各企业关注地焦点。在这种社会需求地推动下, 我国的广告设计与制作近十几年来获得了巨大发展。全国各地大小广告公司、广告网站、广告业协会等大批出现。企业内部地公关部、企业形象策划、企业产品推广部, 也越来越被各企业所重视。所有这些, 都为广告设计、制作的发展提供了机遇, 也提出了巨大的挑战, 对广告设计与制作从业人员的素质提出了更高的要求。各行各业都需要广告策划、产品包装等装潢设计, 设计人才是一个行业的智囊和喉舌。广告设计与制作专业毕业生可从事广告公司、印刷制版公司、设计室、报社、图书出版行业、影楼、喷绘制图公司、电子出版社等相关领域的工作, 也可从事 IT 行业中美术设计、页面开发制作、界面设计、电子商务等当今流行行业的工作。因此, 如何抓住机遇, 为社会培养出高质量的艺术设计专业应用型人才, 成为目前职业技术学校广告设计与管理专业的当务之急。

广告行业鱼龙混杂, 从业人员良莠不齐, 正规广告公司人才市场占有份额相对较小。社会经济的发展和生活质量的提高, 使人们对艺术审美理念正发生着改变。随着近年来国家的宏观调控及广告行业一系列相关政策和法规的出台, 艺术设计行业将面临新的机遇和挑战, 一批规模小设计水平低的公司将被重组兼并。个性化、时尚化、正规化、专业化的艺术设计公司正逐渐占领市场的主流阵地。因此, 迫切需要大批具有系统专业知识和先进设计理念的艺术设计人员, 这在客观上为高等职业教育艺术设计专业提供了广阔的发展空间和机遇。

通过进行相关调查分析我们发现, 近十几年来, 我国的广告设计与制作虽然发展迅速, 越来越受到各界地重视, 但其中存在地问题也十分突出, 广告从业人员数量急剧增加使得我国广告从业人员地职业道德素质和业务素质参差不齐, 专业训练水平明显跟不上社会形势地发展。内容粗俗、制作粗糙地广告大量出现, 这就是人员素质问题地真实体现, 这不仅对我

国广告业地良性发展造成了极大地损害,而且也会对我国企业品牌地国际化、企业形象造成巨大危害。因此,提高广告从业人员地职业道德素质和业务素质已成为我国广告业发展地当务之急。据调查发现,各市级以下地中小广告公司需要的是有经验地广告设计与制作人员,而一般院校培养出来地学生,虽具有一定理论知识,了解一些设计制作软件地使用,但通常都不够熟练,缺少创作经验,不能满足各广告公司对设计与制作人员地要求。广告公司对于刚毕业地学生通常还需要培训半年左右地时间,他们才能真正上岗。因此,出现学生毕业不能就业,而各广告公司急需熟练型设计与制作人员地现状。另据调查发现,在各市级以下的广告从业人员中,真正受过专业教育或业务培训地尚不足 20%。以某三线城市及其所辖市县为例,现有各级、各类广告制作公司 70 余家,从业人员 2010 多人,其中受过专业教育及培训地仅占 11%左右,约 200 多人,而依据国家对新闻传播行业类专业人才地要求则应占到总人数地 25%以上,因此,仅这一个城市及所辖市县地专业人员缺口就达 1789 人,而真正具有广告策划专业知识与技能的人员就更少了,这与新闻单位承载广告宣传主要任务的角色极为不配。此众多的企业所需要进行地产品广告宣传、企业形象设计就为广告业地发展提供了巨大的契机。

从以上分析可以看出,在我国广告设计与制作领域蕴含巨大地人才需求,存在着缺乏具有专业水平、适应性强地一线人才地现实情况。本专业地设立就是针对这种状况,以立足于培养理论知识够用、具有较强专业技能、适应性强地一线广告设计、制作人才为办学目地,为生产一线培养适用地广告设计与制作专业人才。

广告专业毕业生可在装璜公司,广告公司,或动画公司,婚纱摄影,照相馆等单位工作,就业率达百分之九十五以上,因此,广告设计与制作专业人才就业前景非常广阔。

(二) 职业岗位分析

图 1-1-1 广告设计与制作专业职业岗位群

类别	职业岗位名称	主要工作任务	职业资格证书
初始岗位	图片处理	图片精修处理	Adobe 中国认证设计师 (ACCD)
	平面广告设计与制作	广告平面设计、制作及其图文处理;企业宣传资料的设计、制作与创新。	广告设计师资格证
迁移岗位	广告策划与创意	在市场调查研究基础上,提出广告策划方案和广告预算,确定目标市场,提出广告主题、广告创意和媒介选择方向。	广告文案职业资格证书

	三维广告设计与制作	影视广告设计与制作	广告设计师资格证
发展岗位	产品包装装潢设计与制作	企业的产品装潢及外形包装设计	广告设计师资格证
	广告公司营销管理	广告公司业务的推广和管理	

(三) 职业资格证书

1-1-2 广告设计与制作专业相关职业资格证书

序号	职业资格证书名称	颁（发）证书部门	支持课程
1	广告设计师资格证	中华人民共和国人力资源和社会保障部	构成艺术、计算机辅助平面设计、包装设计、视觉形象设计、商业平面广告设计等
2	广告文案职业资格证	中华人民共和国劳动和社会保障局或吉林省省职业技能鉴定中心	广告学概论、广告策划、广告文案等
3	Adobe 中国认证设计师（ACCD）	Adobe 公司	设计素描、设计色彩、构成艺术、图形创意、计算机辅助平面设计、矢量图形设计、网页设计、包装设计、商业平面广告设计等

三、专业培养目标

本专业培养适应社会主义市场经济发展需要，德、智、体、美全面发展，掌握广告设计与制作的基础知识和基本技能，具有良好的艺术素养、现代的设计理念、较强的创新能力，能熟练运用计算机进行各类广告的设计与制作的高素质技能型人才。

本专业学生毕业后，主要到各类电视、广播、报纸、杂志、网络等传媒单位，从事各类广告的创意、策划、制作及广告经营管理等工作，也可从业于各类企划广告公司及各种涵盖了大众传播业务的经营实体。

四、人才培养规格

(一) 素质结构

1. 基本素质

- (1) 热爱工作，具备良好职业道德和诚信意识；
- (2) 遵纪守法，具有较高的政治素质；
- (3) 具有较好的身体素质和健康的心理素质；
- (4) 具有较强的思维能力；

2. 职业素质

- (1) 具有良好的搜集信息、加工整理分析信息的能力；
- (2) 具有较好的学习能力；

- (3) 具有团结协作的精神;
- (4) 具有创新精神、实践能力和立业、创业、敬业意识,能够与时俱进,不断丰富专业知识,提高技能、积累经验;
- (5) 具有较强的综合职业能力,形成适应社会主义市场经济需要的劳动就业观和生活观。
- (6) 具有高职人才所必需的文化基础知识,欣赏美和创造美的能力。

(二) 能力结构

1. 专业能力

- (1) 具备广告设计专业制图的能力;
- (2) 具备广告设计手绘表现和设计草图表达的技能;
- (3) 具备计算机辅助制图技能;
- (4) 具备广告设计专业及相关专业设计的能力;
- (5) 具备独立完成一套广告方案的创作、设计、制作的能力;
- (6) 具备与其他设计师沟通的能力和一定的团队精神;
- (7) 具备初步的施工技术能力。

2. 方法能力

- (1) 制定工作计划的能力;
- (2) 解决实际问题的方法能力;
- (3) 独立学习新技术与知识的能力;
- (4) 评估总结工作结果的能力;

3. 社会能力

- (1) 沟通协调的能力;
- (2) 团体协作,有团队精神;
- (3) 耐心细致;
- (4) 职业道德;
- (5) 有责任意识,诚信、可靠;
- (6) 具有质量、安全环境意识;
- (7) 能承受挫折,在工作中始终具有积极向上的工作和学习态度;

(三) 知识结构

1. 基础知识

- (1) 具有一定的公共外语知识;
- (2) 具有较好的政治理论知识和法律知识;
- (3) 具有较好的工会工作、劳动保护和维护职工权益的知识;

2. 专业知识

- (1) 具备广告发展的历史、现状及发展趋势的基本知识。
- (2) 具备本专业必需的绘画、造型知识和工程制图、手绘表现知识。
- (3) 具备广告设计的基本原理、设计方法和程序、常用材料和施工工艺的基本知识。
- (4) 具备广告相关的政策、法规、标准和规范的基本知识。

(5) 具备广告设计所必需的计算机辅助设计知识。

(四) 知识、能力、素质结构分析表

表 1-2-1 环境艺术设计专业知识、能力、素质结构分析表

素质模块	能力	知识结构	课程模块
基本综合素质	基本沟通能力、社交能力、人际关系处理能力、团队协作能力、计算机操作能力、外语应用能力	具有良好的职业道德、具备大专文化层次的基础知识和健康的身体、日常办公软件应用、日常会话、基本阅读和写作	公共基础课、选修课
专业基础素质	基本造型能力、设计软件应用能力	观察方法和表现技能、透视规律、色彩规律、空间优化处理、空间制作、室内构成规律、色彩组织规律、空间结构与表现	专业支撑课
职业素质	空间创意能力、空间组织能力、陈设设计及制作能力、装饰表现与制作能力、展示设计应用能力、综合设计能力	室内原理、空间创意与表现、陈设设计概述、设计原理、材料与制作概述、材料应用、组织编制、展示设计、展示形象基础系统设计、展示形象应用系统设计、项目整体策划、创意与设计	专业核心课、专业方向课

五、毕业要求

(一) 学分要求

(1)课内学分 139 分，其中

- ◆公共必修课：35.5 学分；
- ◆选修选修课：6 学分；
- ◆专业支撑课：21 学分；
- ◆专业核心课：31.5 学分；
- ◆职业训练项目：19 学分；
- ◆专业方向课：16 学分；
- ◆专业选修课：10 学分。

(2)课外 20 学分，其中

- ◆大学生素质拓展：每学期 1 学分，共 6 学分；
- ◆学生操行评定：每学期 1 学分，共 6 学分；
- ◆大学生体育技能测试：2 学分；
- ◆公共技能、创新创业成果：4 学分；

◆社会实践：2周，2学分。

(3)学分转换说明

◆鼓励学生参加各类职业技能竞赛、学科竞赛、创新设计、科技活动、艺术实践、社团活动、志愿服务等，提高学生的综合能力和职业素养，取得的成果学分转换情况详见表 1-3-1

表 1-3-1 环境艺术设计专业学分转换情况表

序号	项目	要求	学分	替换的课程或课程类型	
1	获得初级、中级广告设计类职业资格证书	通过考试并获得证书	4	室内空间设计（专业实训课程）	
2	组织设计相关社团活动	相关活动策划并出文案	2	社会实践	
3	设计类竞赛	展会组织、学校组织的竞赛	一等奖	3	专业核心课、专业支撑课、专业方向课
			二等奖	2	
			三等奖	1	
		企业组织竞赛	一等奖	3	
			二等奖	2	
			三等奖	1	
		行业协会竞赛	一等奖	3	
			二等奖	2	
			三等奖	1	

(二) 平均学分绩点 (GPA) 要求:

◆平均学分绩点 (GPA) 达 1.00 以上。

(三) 证书要求

◆装饰设计师资格证;

◆助理设计师资格证;

(至少获得一项至少获得一项)

六、以工作过程为导向构建课程及活动体系的开发设计

(一) 典型工作任务与职业能力分析

本专业对应的环境艺术设计职业岗位的典型工作任务有：海报设计、包装设计、展示设计。典型工作任务及其对应的职业能力详见表 1-4-1。

表 1-4-1 典型工作任务与职业能力分析表

典型工作任务	职业能力
D1: 海报设计	D1-1: 创意能力 D1-2: 设计能力 D1-3: 制作能力 D1-4: 电脑软件操作与设计表现能力
D2: 某产品包装设计	D2-1: 沟通能力 D2-2: 电脑软件操作与设计表现能力 D2-3: 包装设计能力

D3: 展示设计	D3-1: 装饰材料的运用与制作能力 D3-2: 空间组织与制作能力 D3-3: 计算机三维设计与制作能力
D4: 公共空间设计	D4-1: 公共空间设计项目整体策划能力 D4-2: 公共空间设计项目创意能力 D4-3: 公共空间设计项目设计制作能力 D4-4: 设计制作软件应用能力 D4-5: 沟通交流与团队协作能力

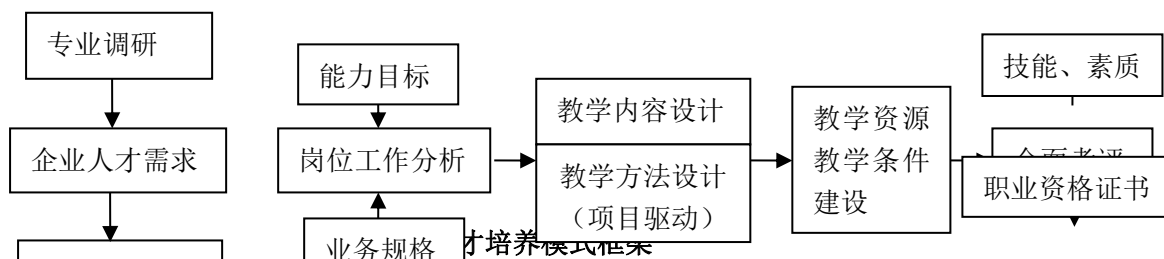
(二) 专业学习领域核心课程设置

在探索与构建广告设计与制作专业人才培养模式过程中，结合地方和学院的实际情况，进行企业行业调研、岗位职业能力分析及专业定位和构建课程体系。坚持以就业为导向，以能力为本位，以岗位的综合职业能力要求为基础，确定本专业的培养目标，以工作任务为引领、以企业实际项目为主线，制定广告设计与制作专业人才培养方案。从而达到基础教学与实践教学有机结合，实践教学与社会就业有机结合，院内教学和社会需求相结合。

与企业深度合作，以职业设计能力培养为主线，引入企业实际设计项目和参加设计竞赛课题，实现“产学结合”，根据企业设计师岗位职业资格标准选择教学内容，基于完整企业设计流程进行教学设计，实现“项目驱动”。

采用项目教学模式，学生从第二学期进入设计模拟专项项目工作流程，通过第一至第三学期的职业基本技能的学习，再到第四、五学期进入真题真做的职业核心技能课程的学习，学生通过学中做、做中学，不断提升项目技能，完成由学生到设计师的角色转换，为第六学期的顶岗实习、毕业设计和就业实现“零对接”。

在教学过程中，由低年级的专项项目向高年级的真实项目过渡，由单纯技能型的分项训练向项目综合技能的提升训练过渡，实现教学与真实设计项目的有机衔接与融通，让学生完成从学生到职业设计师角色的转换。人才培养模式基本框架如下（图1）所示：



制作专业课程体系是以职业岗位需求为导向，以能力培养为主线，突出核心职业能力的培养。核心职业能力培养是高职教育的目标和特色，是以学生职业能力的培养为教学活动的中心，强化学生职业技能训练为教学活动主要内容，以培养学生技术基础、核心能力、综合素质能力为教学目标，突出以“能力为本位”的实践教学与技能训练的互动训练，使学生具有较强的职业岗位适应能力。

表 1-4-2 专业学习领域核心课程设置表

专业核心课程	典型工作任务	职业能力	职业素养	主要教学知识点	参考学时	学分
H1 广告创意与策划	D1 某商场主题推广	D1-1 活动策划与整体把握	D1-1 沟通能力 D1-2 执行能力	H1-1: 广告文案写作要领 H1-2: 广告创意思维 H1-3: 广告创意的过程	72	4.5

	活动策划	握		H1-4: 创意的基本程序与方法 H1-5: 现代广告的策略要点 H1-6: 创意设计灵感 广告创意表现手法		
H2 视觉形象设计	D2 某公司 VI 设计	D2-1 某公司整体视觉形象方案设计	D2-1 沟通能力 D2-2 执行能力	H2-1. 了解企业形象设计的概念、功能及历史。 H2-2. 了解 VI 设计的基本原理。 H2-3. 了解 VI 设计的策划方法。 H2-4. 熟悉 VI 设计的创意表现。 H2-5. 掌握 VI 设计的设计流程。 H2-6. 掌握 VI 设计的创意与制作规律。	72	4.5
H3 计算机辅助平面设计	D3-1 用 PS 设计制作海报 D3-2 用 AI 软件制作插图	D3-1PS 软件的使用能力 D3-2 AI 软件做插图	D3-1 PS 软件使用能力 D3-2AI 软件使用能力	photoshopcs3 的基本操作 工具箱的基本操作 文字工具 图层的应用 路径、通道与蒙版、滤镜的应用	144	9
H4 3DMAX	D4 用 3Dmax 软件制作海报中部分三维效果	D4 3D 软件的应用能力	D4 掌握计算机绘图的基本技能和综合技能.	H4-1 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。	72	4.5
H5 包装设计	D5 设计某产品包装	D5 设计某产品包装	D5-1 沟通能力 D5-2 执行能力	H5-1 包装的形式 H5-2 包装的材料 H5-3 包装的设计与制作	72	4.5
H6 展示设计	D6 展示设计	D6-1: 展示设计	D6-1: 展示设计	H6-1: 展示设计创意 H6-2: 展示设计的表现手法 H6-3: 展示设计制作与管理 H6-4: 展示设计制作流程	72	4.5

(三) 专业核心课程描述

表 1-4-3 “广告创意与策划”课程描述

课程名称	广告创意与策划	学时数	72	学分	4.5
学习目标	掌握广告文案、广告创意理论、广告创意思维、广告实施步骤的知识和技能。				

工作任务	通过对广告创意与策划课程的学习和掌握，提高学生的广告创意思维、广告策划、制作的技能，并提高其审美、鉴赏和独立进行广告设计的能力。
职业能力	<p>(1) 专业能力</p> <p>提高学生的对创造力、鉴赏力和对广告的整体认识，并可以将所学广告创意的诸多理论知识通过各类设计软件运用到具体的实践中。</p> <p>(2) 方法能力</p> <p>编写广告策划方案的能力。</p> <p>收集、处理信息，准备、加工素材的能力。</p> <p>制作静态展示的能力。</p> <p>(2) 社会能力</p> <p>在以实训过程为主的项目教学过程中，锻炼学生的团队合作能力、敬业精神、专业技术交流的表达能力；制定工作计划的方法能力；获取新知识、新技能的学习能力；解决实际问题的工作能力。</p>
职业素养	广告创意与策划课程是一门应用于信息学院数字媒体应用技术、现代教育技术的专业选修课程，通过此课程使学生掌握广告创意、策划和制作的理论知识，并通过实践将理论知识在具体的平面广告、影视广告设计中得到应用。
学习内容	<p>充分理解和掌握广告的诸多理论</p> <p>广告设计人的行为</p> <p>广告公司的组织形式</p> <p>广告设计的概念、职能</p> <p>广告的分类</p> <p>广告设计的基本原则</p> <p>商业性广告、非商业性广告、情感型广告</p>
技能考核项目与要求	<p>教学形式：采用课堂教学与学生练习并行，注重培养广告策划水平。</p> <p>考核方法：考核项目（1）年会活动策划（2）商场主题活动策划</p> <p>平时成绩基础知识掌握占 30%，广告创意与策划项目作品考核占 70%</p>

表 1-4-4 “视觉形象设计”课程描述

课程名称	视觉形象设计	学时数	72	学分	4.5
学习目标	通过本课程的学习，使学生正确理解企业形象的概念，掌握企业视觉形象设计的内容和原则，培养学生根据企业经营理念与发展的需要，对企业对外、对内视觉形象进行系统化设计的能力。				
工作任务	<ol style="list-style-type: none"> 1. 能够开展 VI 设计的调研与分析工作。 2. 能够根据 VI 设计目标制订企业形象宣传策划书。 3. 能够运用设计技巧完成 VI 手册的创意与表现。 4. 能够实现与客户在 VI 设计方面的有效沟通。 				

职业能力	<p>(1) 专业能力</p> <p>了解企业形象设计的概念、功能及历史。 了解 VI 设计的基本原理。 了解 VI 设计的策划方法。 熟悉 VI 设计的创意表现。 掌握 VI 设计的设计流程。 掌握 VI 设计的创意与制作规律。</p> <p>(2) 方法能力</p> <p>能够开展 VI 设计的调研与分析工作。 能够根据 VI 设计目标制订企业形象宣传策划书。 能够运用设计技巧完成 VI 手册的创意与表现。 能够实现与客户在 VI 设计方面的有效沟通。</p> <p>(3) 社会能力</p> <p>提升学生对 VI 设计的鉴赏能力。 培养学生对 VI 设计的测评能力。 培养学生创新意识和创新能力。 树立学生服务意识和敬业精神。</p>
职业素养	通过本课程的学习，使学生正确理解企业形象的概念，掌握企业视觉形象设计的内容和原则，培养学生根据企业经营理念与发展的需要，对企业对外、对内视觉形象进行系统化设计的能力。
学习内容	<p>(1) 视觉形象设计概述</p> <p>(2) 经典案例分析</p> <p>(3) VI 基础系统设计</p> <p>(4) 标志项目设计</p> <p>(5) 教育行业形象设计</p> <p>(6) 其他行业企业形象设计</p>
技能考核项目与要求	<p>教学形式：采用课堂教学与学生练习并行，注重培养视觉形象设计水平。</p> <p>考核方法：考核项目（1）企业 VI 设计</p> <p>平时成绩基础知识掌握占 40%，视觉形象设计项目作品考核占 60%</p>

表 1-4-5 “计算机辅助设计”课程描述

课程名称	计算机辅助设计	学时数	144	学分	9
学习目标	<p>通过本门课程的学习，使学生知道 Photoshop 图像处理的一些基本概念、基本理论和方法，能够运用 Photoshop 图像处理的技术方法、思维方式结合具体情况进行平面设计实践，使学生达到理论联系实际、活学活用的基本目标，提高其实际应用技能，并使学生养成善于观察、独立思考的习惯，同时通过教学过程中的实际开发过程的规范要求强化学生的职业道德意识和职业素质养成意识。为今后进行平面设计、产品开发设计打下坚实的专业基础。本课程教学目的是让学生掌握和运用 Photoshop 进行各类平面设计及创意制作。</p>				
工作任务	<p>主要向学生介绍常用的平面位图设计软件。主要向学生介绍常用的平面矢量设计软件和位图设计软件。学生通过上述软件的学习，能够熟练地运用电脑这一现代化工具，大大提高学生设计速度、设计效果，为自己所从事的设计专业及今后的工作服务。通过《计算机辅助设计》学习让学生熟悉设计中的计算机辅助设计处理的流程及方法。使学生熟练掌握 Photoshop 软件的使用技巧，启发学生设计的创造力。</p>				

职业能力	<p>(1) 专业能力</p> <p>能准确运用工具进行绘制； 会运用各菜单命令进行操作； 能熟练运用工具和菜单命令相结合绘制图像； 能利用 Photoshop 软件对所有专业课程作品进行设计。</p> <p>(2) 方法能力</p> <p>能熟练应用各类制图软件并相互配合进行工作； 会对平面设计进行全方位分析； 能进行创造性思维； 能积极主动获取信息，不断积累知识，具有终身学习理念。</p> <p>(3) 社会能力</p> <p>具有良好的职业道德素质、心理素质； 能较好的处理人际关系； 能高效组织和执行工作任务； 具有良好的礼仪修养。</p>
职业素养	<p>主要向学生介绍常用的平面位图设计软件。主要向学生介绍常用的平面矢量设计软件和位图设计软件。学生通过上述软件的学习，能够熟练地运用电脑这一现代化工具，大大提高学生设计速度、设计效果，为自己所从事的设计专业及今后的工作服务。通过《计算机辅助设计》学习让学生熟悉设计中的计算机辅助设计处理的流程及方法。使学生熟练掌握 Photoshop 软件的使用技巧，启发学生设计的创造力。</p>
学习内容	<p>PS 软件基本操作</p> <p>AI 软件基本操作</p> <p>用计算机软件辅助制作广告作品</p>
技能考核项目与要求	<p>教学形式：采用课堂教学与学生练习并行，注重培养计算机软件的熟练使用水平。</p> <p>考核方法：考核项目（1）PS 和 AI 软件的使用</p> <p>平时成绩基础知识掌握占 40%，计算机辅助设计项目作品考核占 60%</p>

表 1-4-6 “3DMAX”课程描述

课程名称	3DMAX	学时数	72	学分	4.5
学习目标	<p>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。</p>				
工作任务	<p>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，达到基本的设计的绘图职业能力。</p>				
职业能力	<p>(1) 专业能力</p> <p>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。</p> <p>(1) 方法能力</p>				

	<p>使学生理解掌握和用 3DS MAX 制作效果图的方法与技巧，学会模型的建立，材质的设置，灯光的创作及效果图的渲染出图，并进行后期渲染制作，最终创作出理想的方案效果图。</p> <p>(1) 社会能力</p> <p>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。</p>
职业素养	<p>(1) 3DMAX 制图能力</p> <p>(2) 艺术审美能力</p> <p>(3) 与人沟通能力</p> <p>(4) 人体工程学理论</p>
学习内容	<p>(1) 3DMAX 基本操作</p> <p>(2) 基础三维建模</p> <p>(3) 基础平面图建模</p> <p>(4) 修改器建模</p> <p>(5) 材质</p> <p>(6) 灯光</p> <p>(7) 渲染</p>
技能考核项目与要求	<p>教学形式：采用课堂教学与学生练习并行，注重培养 3DMAX 制图和渲染水平。</p> <p>考核方法：考核项目 (1) 基础建模 (2) 模型渲染</p> <p>平时成绩基础知识掌握占 30%，广告项目作品考核占 70%</p>

表 1-4-7 “包装设计”课程描述

课程名称	包装设计	学时数	72	学分	4.5
学习目标	通过对产品包装设计与制作的训练，掌握产品包装的调研、创意、设计、制作的相关知识，培养学生使用不同创意与表现方法完成包装设计的能力，通过具体制作实施完成包装设计的制作。				
工作任务	通过包装设计的教学，使学生了解包装设计在整个设计领域的地位与作用，能用科学的方法把复杂的包装设计现象还原为基本要素。利用包装在空间上的量与质的可变性，按一定的包装设计和构成各要素之间的互相关系，结合现代包装设计所追求的节约和绿色的环保理念，创造出新的艺术造型空间--理想的包装设计效果。				

职业能力	<p>(1) 专业能力</p> <ol style="list-style-type: none"> 1)、掌握测量物品尺寸的方法; 2)、掌握根据物品尺寸设定盒子的大小; 3)、掌握大、中、小盒子,手提袋大小的关系; 4)、掌握根据尺寸手绘包装盒结构图; 5)、掌握运用软件制作包装盒平面图; 6)、掌握包装设计与产品定位之间的工作方法; 7)、掌握包装设计的色彩设计方法; 8)、掌握包装设计的图案设计方法; 9)、掌握包装设计的文字设计方法。 <p>(2) 方法能力</p> <ol style="list-style-type: none"> 1)、了解包装的存在及其意义; 2)、了解包装的概念及其概念拓展; 3)、了解包装设计对产品销售的价值与功能; 4)、了解现代包装设计的趋势及新理念; 5)、了解包装设计的分类; 6)、理解包装设计的形式特点; <p>(3) 社会能力</p> <ol style="list-style-type: none"> 1)、培养学生的观察与分析能力; 2)、树立优良的专业职业形象; 3)、锻炼基于现代设计的实践及创新能力。
职业素养	通过本课程的学习,使学生正确理解包装设计的概念,掌握包装设计的内容和原则,培养学生根据企业经营理念与发展的需要。
学习内容	<ol style="list-style-type: none"> 1、包装设计概念 2、了解现在市场上的包装盒型 3、掌握包装排版规则,了解包装优秀作品 4、掌握不同材质在包装中的运用 5、掌握根据产品设计成套包装
技能考核项目与要求	<p>教学形式:采用课堂教学与学生练习并行,注重培养包装设计水平。</p> <p>考核方法:考核项目(1)包装设计表现</p> <p>考核要求 1 符合商品特点 2 富有创意 3 色彩表现和谐</p> <p>平时成绩基础知识掌握占 30%,作品考核占 70%</p>

表 1-4-8 “展示设计”课程描述

课程名称	展示设计	学时数	72
学习目标	<p>教学目标和总体要求是让学生通过本课程的学习,使学生掌握展示艺术设计的基本理论和知识的学习,掌握展示与装饰的关系,能具备一定的室内展示品的选择和规划设计能力,进而创造更符合人的生理和心理的需求、更优化的装饰。</p>		

工作任务	通过展示设计工作任务导向的项目式教学，加强学生实践技能的培养，培养学生的综合职业能力和职业素养；独立学习及获取新知识、新技能、新方法的能力；与人交往、沟通及合作等方面的态度和能能力。
职业能力	<p>(1) 专业能力</p> <p>熟练掌握展示艺术设计的基本概念。</p> <p>掌握展示艺术设计的原理及其使用。</p> <p>掌握展示艺术设计方法和常用的物品对象</p> <p>掌握展示艺术设计常用物品的使用</p> <p>(2) 方法能力</p> <p>编写展示艺术设计方案的能力；</p> <p>收集、处理信息，准备、加工素材的能力；</p> <p>制作静态展示的能力；</p> <p>设计展示、展示布局的能力；</p> <p>设计室外展示艺术设计的综合能力；</p> <p>具有一定策划能力；</p> <p>具有一定想象力。</p> <p>色彩感悟力；</p> <p>结构布局能力。</p> <p>(3) 社会能力</p> <p>在以实训过程为主的项目教学过程中，锻炼学生的团队合作能力、敬业精神、专业技术交流的表达能力；制定工作计划的方法能力；获取新知识、新技能的学习能力；解决实际问题的工作能力。</p>
学习内容	<p>(1) 展示设计概述</p> <p>(2) 展示设计的基本流程</p> <p>(3) 展示艺术设计的原理</p> <p>(4) 展示艺术设计使用装饰物的基础</p> <p>(5) 3dmax 制作表现</p> <p>(6) 展示艺术设计在不同空间中的运用</p>
职业素养	<p>(1) 展示设计知识</p> <p>(2) 艺术审美能力</p> <p>(3) 与人沟通能力</p> <p>(4) 多媒体设计相关知识</p> <p>(5) 人体工程学理论</p>
技能考核项目与要求	<p>教学形式：采用课堂教学与学生练习并行，注重培养展示设计水平。</p> <p>考核方法：考核项目（1）室内化妆品展示设计表现（2）室内家具展览展示设计表现（2）室内卫浴品展示设计表现</p> <p>考核要求 1 空间组织合理 2 主题物品布局合理 3 色彩表现和谐 4 有创意</p> <p>平时成绩基础知识掌握占 30%，展示设计项目作品考核占 70%</p>

七、课程考核方式

所有必修课和选修课等均在教学过程中或完成教学目标时进行知识和技能考核。

评价体系包括：笔试、实践技能考核、项目实施技能考核、技能竞赛等多种考核方式。

每门课程评价根据课程的不同特点，采用其中一种或多种考核方式相结合的形式进行。

1. 笔试：适用于理论比较强的课程，考核成绩采用百分制，由专业教师组织考核。

2. 实践技能考核：适用于实践性比较强的课程，技能考核根据应职岗位技能要求，确定其相应的主要技能考核项目，由专兼职教师共同组织考核。

3. 项目实施技能考核：综合项目实训课程主要是通过项目开展的，课程考核意在评价学生综合专业技能掌握的情况，因而通常采取项目实施过程考核与实践技能考核相结合进行综合评价，由专兼职教师共同组织考核。

八、专业教学进度表

(一) 专业教学进度安排表（见表 1-5-1）

课程类型	序号	课程名称	课程类型	课程代码	总学分	学时分配 总学时	学年、学期、周数、学时						备注	
							第一学年		第二学年		第三学年			
							1	2	3	4	5	6		
							20	20	20	20	20	20		
公共基础课	1	军训与入学教育	C	GG01	3	56	2W							★
	2	思想道德修养与法律基础	A	GG02	2	32	32							
	3	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	A	GG03	3	54		54						
	4	形势与政策	A	GG04	4	70	16	18	18	18				
	5	职业生涯规划	A	GG05	1	16	16							
	6	创业教育与就业指导	B	GG06	2	32		32						
	7	中华优秀传统文化	A	GG07	1	18				18				
	8	心理健康教育	A	GG08	1	18		18						
	9	体育	C	GG09	4	70	16	18	18	18				
	10	大学英语	A	GG10	7	128	64	64						
	11	高等数学	A	GG11	3.5	64	32	32						
	12	音乐欣赏	A	GG12	1	16	16							
	13	美术鉴赏	A	GG13	1	18		18						
	14	计算机应用基础	B	GG14	2	36		36						
			小 计			35.5	610	248	272	36	54	0	0	

选修课	公共选修课 1		GG61	2	36		36					由学生从课程库中自主选修	
	公共选修课 2		GG62	2	36			36					
	公共选修课 3		GG63	2	36				36				
	小 计			6	108	0	36	36	36	0	0		
专业课	专业支撑课	14	设计素描	B	YS02 ZY01	4	64	64					▲
		15	色彩构成	B	YS02 ZY02	4	64	64					▲
		16	广告学概论	A	YS02 ZY03	2	32	32					
		17	构成基础	B	YS02 ZY04	4	64	64					▲
		18	图形与字体设计	B	YS02 ZY05	2	36			36			▲
		19	采风写生	C	YS02 ZY06	1	28			1W			★
			书籍装帧设计	B	YS02 ZY07	2	36				36		▲
			品牌形象设计	B	YS02 ZY08	2	36			36			▲
		小 计				21	360	224	0	100	36		
		专业核心课	19	广告文案与策划	B	YS02 H01	4.5	72		36	36		
20	视觉形象设计		B	YS02 H02	4.5	72			36	36		▲	
21	计算机辅助平面设计 (PS、AI)		B	YS02 H03	9	144		72	72			▲	
22	3DMAX		B	YS02 H04	4.5	72				72		▲	
23	包装设计		B	YS02 H05	4.5	72				72		▲	
24	展示设计		B	YS02 H06	4.5	72			72				
小 计					31.5	504		108	216	180			

职业 训练 项目	一线教学		C	YS02 ZY09	9	252				9W		★	
	顶岗实习		C	YS02 ZY10	10	280					10W		★
		小计			19	532				252	280		
专业 拓展 课	方向 课	26	视频剪辑	B	YS02 ZY11	4	72			72			
		27	装饰艺术	B	YS02 ZY12	4	72			36	36		▲
		28	界面设计	B	YS02 ZY13	4	72		72				▲
		29	商业平面广告 设计	B	YS02 ZY14	4	72			36	36		▲
		小 计					16	288		72	72	144	
	选 修 课	31	广告摄影	B	YS02 ZY15	2	36		36				▲
		32	插画设计	B	YS02 ZY16	4	72			36	36		▲
		33	动漫设计及欣 赏	B	YS02 ZY17	2	36			36			▲
		34	排版及印刷	B	YS02 ZY18	2	36				36		▲
		小 计					10	180		36	72	72	
合 计					139	2582	472	524	532	522	252	280	

(二) 学时与学分分配

学时与学分分配见表 1-5-2。 表 1-5-2 学时与学分分配表

课程类型	课程门数	学时分配		学分配		
		学时数	学时比例	学分数	学分比例	
公共基础课	17	718	27.8%	41.5	29.8%	
专业课	专业支撑课	8	360	13.9%	21	15.1%
	专业核心课	6	504	19.5%	31.5	22.7%
专业拓展课	方向课	4	288	11.2%	16	11.6%
	选修课	4	180	7%	10	7%
职业训练项目	2	532	20.6%	19	13.7%	
总 计	41	2582	100%	139	100%	

九、培养方案实施保障

(一) 教师基本要求

(1) 生师比适宜，满足本专业教学工作的需要，一般不高于 16:1。

(2) 要求全体专任教师具备本专业或相近专业大学本科以上学历(含本科)。

(3) 本专业专任教师“双师”资格(具备相关专业职业资格证书或企业经历)的比例要达到80%以上。

本专业兼职教师由校内专兼职教师和校外兼职教师组成。

(二) 基本实训条件要求

(1) 校内实训基地的基本要求

实践环节是教学中的重要环节,加强校内实训基地的建设是教学改革与建设的重点工作,校内实训基地有利于形成真实的职业情景,用真实的广告行业岗位标准要求培养学生,再现真实企业氛围,保证教、学、做一体的教学模式顺利实施。充分挖掘校内实训基地的潜力,实现其功能最大化,并兼有社会服务功能。

表6 基本核心设备实训的场地要求

序号	实验室名称	核心设备	基本数量要求	实验室功能	备注
1	平面设计与制作实验室	专业电脑 平面设计制作相关软件	40 台/套	平面设计常用的软件和专业课程作业的设计制作	
2	动画设计与制作实验室	专业电脑 动画设计制作相关软件	40 台/套	影视广告、三维软件制作技术的学习和制作	
3	手工制作教室	专业用桌椅	40 套	构成艺术、包装设计、图形创意、版式设计等相关手绘、制作课程	
4	平面实训室	非编电脑、扫描仪、打印机、专业相机、DV、喷绘仪、数位板、投影仪	各一套	包装设计、影视广告、平面设计作品的制作	