

**2017 年**  
**广告设计与制作专业人才培养方案**  
(三年制)

湘西民族职业技术学院

二〇一七年六月八日

# 广告设计与制作专业人才培养方案

(三年制)

专业代码：650103

适用年级：2017 级高中起点三年制大专班

专业负责人：曾丹

制订时间：2017 年 6 月 8 日

业务主任审批：张绪胜

专业建设指导委员会审定：

系主任审批：李巧云

教务处审批：吴娟

主管院长审批：宋清华

审批时间：2017 年 6 月 30 日

# 2017 级三年制广告设计与制作专业人才培养方案

## (专业代码: 650103)

### 一、招生对象及学制

1. 招生对象: 普通高中毕业生、中等职业学校毕业生或同等学历者
2. 学制: 三年 (2.5+0.5)

### 二、专业培养目标

本专业培养拥护党的基本路线, 德、智、体、美等全面发展, 掌握广告设计专业必备知识, 具备服装行业相应岗位必备的理论基础知识和专业能力, 具有较强的创新能力, 服务于广告设计、制版、制作、生产技术管理、品牌策划、营销等工作的高技能专门人才等行业的生产和管理第一线的高素质高级技能应用型人才。

### 三、人才培养需求分析

#### 1. 人才需求分析

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

本专业毕业生主要就业单位:

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

#### 2. 职业岗位分析

本专业职业岗位群如表 1-1-1 所示

表 1-1-1 广告设计专业职业岗位群

类别	职业岗位名称	主要工作任务	职业资格证书
初始岗位	平面广告设计员	平面广告、包装装潢设计	广告设计员
	电脑设计与制作员	设计与制作, 广告设计成品输出、打印	广告设计员
迁移岗位	平面广告设计师	平面广告设计、包装装潢设计、标志与 VI 设计以及印刷版面设计	广告设计员
	电脑设计与制作师	运用各种电脑软件设计与制作, 广告设计成品输出、打印	广告设计员
	广告文案创作师	平面广告设计、包装装潢设计、标志与 VI 设计以及印刷版面	广告设计员

		设计	
	广告策划	撰写策划报告书、广告标题与文案	广告设计人员
发展岗位	广告设计管理人员	广告设计管理	广告设计人员
	美术指导	指导设计师完成设计	广告设计人员
	创意总监	创意设计部门总管	广告设计人员

### 3. 职业资格证书

表 1-1-2 服装设计专业职业资格证书

证书名称	颁证机构	知识技能	配套课程
装饰美工	湖南省劳动保障厅	广告制作能力	广告设计与制作课程
广告设计人员	湖南省劳动保障厅	广告设计、策划能力	广告设计与制作课程

## 四、人才培养规格

### (一) 素质结构

#### 1. 基本素质

- (1) 热爱祖国，拥护中国共产党的领导，坚持四项基本原则，政治热情高。
- (2) 热爱服装职业，遵纪守法，团结协作，爱岗敬业，树立服务质量第一的思想，具有良好的职业道德。
- (3) 具有健康的体魄，美好的心灵和健康的审美观。

#### 2. 职业素质

- (1) 品德素质：高职毕业生要拥护党的基本路线，懂得马克思列宁主义、毛泽东思想和邓小平理论、“三个代表”重要思想的基本原理，具有爱国主义、集体主义、社会主义思想和良好的思想品德；
- (2) 业务素质：在具有必备的基础理论知识和专门知识的基础上，重点掌握从事本专业领域实际工作的基本能力和基本技能；具备较快适应生产、建设、管理、服务第一线岗位需要的实际工作能力；具有创业精神、良好的职业道德和健全的体魄。

### (二) 能力结构

- (1) 具有掌握艺术设计的基本理论、基本知识，具有较高的美学修养；
- (2) 具有掌握艺术设计学科的创作方法，具备独立进行艺术设计实践及研究的基本能力；
- (3) 具有掌握和运用现代技术，特别是多媒体、网络技术以及专业现代化技能的能力；
- (4) 具有了解艺术设计学科的前沿理论、应用前景、发展动态以及艺术设计学科的新成果，具有一定的自学能力和创造能力；
- (5) 具有掌握文献检索、资料查询的基本方法，具备胜任实际工作的能力。

### (三) 知识结构

- (1) 具有能制定工作计划的步骤,提出解决实际问题的思路的能力；
  - (2) 具有对新知识、新技术的学习能力,以及通过不同途径获取信息的能力。对工作结果进行评估的能力；
  - (3) 具有全局思维与系统思维、整体思维与创新思维的能力；
  - (4) 具有决策、迁移能力；能记录、收集、处理、保存各类专业技术的信息资料。
- (四) 知识、能力、素质结构分析表

表 1-2-1 知识、能力、素质结构分解表

素质模块	能力	知识结构	课程模块
思想道德 素质	马克思主义 基本原理	掌握马克思主义哲学原理和科学的世界观和方法论	马克思主义哲学原理
	法律	拥护宪法,有民主和法制观念及公民意识,遵纪守法	法律基础
	毛泽东思想	掌握毛泽东思想基本原理和分析问题方法	毛泽东思想概述
	道德	遵守职业道德、社会公德、家庭公德等	思想道德修养等
英语应用能力	实用英语	能掌握基础英语的应用能力	英语
计算机应用 能力	计算机基本知识	掌握 Windows 操作系统、常用办公软件及一些计算机基本常识	计算机基础
设计 表达 能力	读图和绘图能力	能阅读和绘制 零件图和产品装配图	工程制图
	材料知识	能正确选择产品材料和常用的加工方法	材料与成型工艺
	审美能力	掌握一定的审美知识	美学与欣赏造物美学 三大构成
	产品设计能力	掌握产品设计的基本知识和方法	设计概论设计方法产品 设计
	视觉传达设计能力	掌握视觉传达设计的基本知识和方法	视觉传达设计企业形 象策划多媒体
	广告设计与制作能力	掌握广告设计与制作的基本知识和方法	广告设计与制作
计算机辅助设计能力	软件应用能力	掌握相应软件的应用方法	计算机辅助设计

## 五、毕业要求

### 1. 学分要求

课内××学分, 其中

- ◆通识公共课: 20 学分;
- ◆通识选修课: 2 学分;
- ◆专业基础课: 17 学分;
- ◆专业核心课: 31 学分;
- ◆专业拓展方向课: 13 学分;
- ◆专业拓展任选课: 2 学分。

课外 16 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；
- ◆社会实践：2 周，2 学分。

### 2. 平均学分绩点（GPA）要求：

- ◆平均学分绩点（GPA）达 1.00 以上。

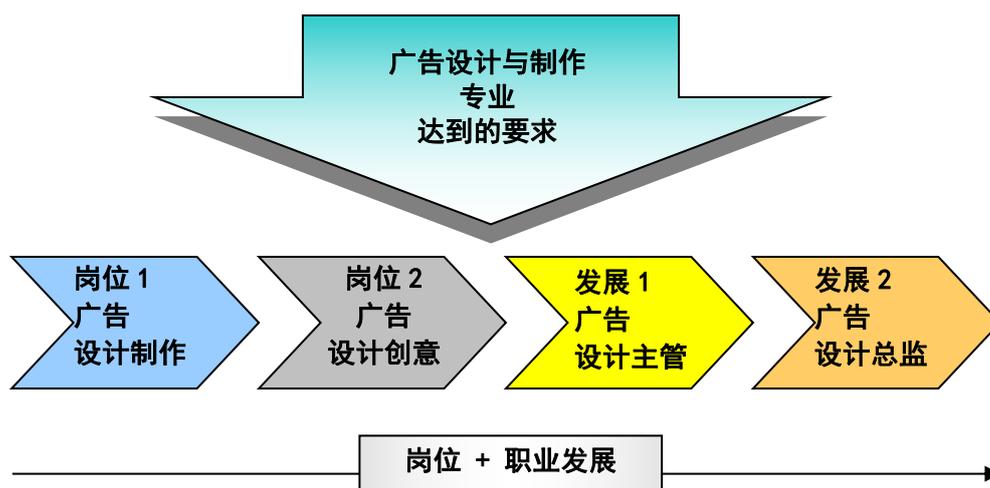
### 3. 证书要求

- ◆装饰美工；
- ◆广告设计人员；

## 六、以工作过程为导向构建课程体系的开发设计

以广告设计专业毕业生岗位工作过程为导向构建课程体系的开发设计思路是：根据确定的职业岗位群，先分析典型工作任务（包括工作内容、工作对象、工作手段、工作组织、工作产品等），得出完成典型工作任务对应的职业能力。结合国家职业技能标准要求，按照职业成长规律与学习规律将职业能力从简单到复杂、从单一到综合进行整合，归纳出相应的行动领域，再转换为学习领域课程。

### 1. 典型工作任务与职业能力分析



针对岗位 1、岗位 2 的岗位能力，与发展 1、发展 2 的自我发展能力做出了对应的细化要求，以明确学生在掌握职业技能的同时，注重培养专业发展的学习力。

表 1-3-1：岗位与职业发展能力要求一览表：

自我发展能力	发展 1: 广告设计总监	职业能力素质要求	1、策略创意能力；2、良好口头表达能力；3、设计团队领导能力
	发展 2: 广告设计主管	职业能力素质要求	1、画面把控能力； 2、设计创意能力； 3、设计创意组织能力
岗位能力	岗位 1: 广告设计创意	职业能力素质要求	1、设计软件应用能力；2、画面把控能力；3、设计创意能力
	岗位 2: 广告设计制作	职业能力素质要求	1、设计软件应用能力；2、画面把控能力；3、设计程序和方法

## 2. 专业学习领域核心课程设置

将典型工作任务的职业能力结合广告设计专业相应职业岗位对应的职业资格的要求，归类出广告设计与制作专业共有五门专业核心课程。其课程涉及内容基本涵括广告设计专业的关键概念和设计表现技巧，有利于帮助学生树立整体性的创作概念并从策略出发进行创意及设计表现。

专业学习领域核心课程及其对应的主要教学内容见表 1-3-2。

表 1-3-2 专业学习领域核心课程设置表

核心课程	典型工作任务	职业能力	主要教学知识点	参考学时
图形创意设计 设计与制作	插画设计	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 图形圆、方、三角基本形训练</li> <li>2. 图形基本构成形式训练</li> <li>3. 图形概念创意训练</li> <li>4. 图形主题设计项目制定</li> <li>5. 图形主题设计训练</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 图形创意的项目认知</li> <li>2. 图形创意的构成形式</li> <li>3. 图形创意的程序设计分解</li> <li>4. 图形创意的方法</li> <li>5. 图形创意的执行</li> </ol>	64
字体与版式设计及制作	宣传折页设计、报纸杂志封面设计等	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 基础字体设计与制作</li> <li>2. 创意字体设计与制作</li> <li>3. 中英文的组合设计</li> <li>4. 个人推介的版面设计</li> <li>5. 折页传单设计与制作</li> <li>6. 时尚杂志版式设计及制作</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 字体设计的基础认知</li> <li>2. 汉字与字母的基本绘写</li> <li>3. 汉字与字母的创意表现</li> <li>4. 字体与版式编排要点</li> <li>5. 个人推介的版面要素</li> <li>6. 折页传单设计特点</li> <li>7. 时尚杂志编排特征</li> </ol>	128

标志、VI设计与制作	企业视觉识别(VI)手册	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 企业标志设计</li> <li>2. 企业视觉识别(VI)设计-基础部分</li> <li>3. 企业视觉识别(VI)手册的制定-应用部分</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 项目分析</li> <li>2. 市场分析与定位</li> <li>3. 企业标志设计特点</li> <li>4. 企业视觉识别(VI)设计</li> <li>5. 企业VI手册的制定</li> <li>6. VI手册的编辑、装帧</li> <li>7. 成果总评</li> </ol>	80
广告设计 与制作	海报设计、 宣传册设计	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.商业广告设计与制作</li> <li>2.文化广告设计与制作</li> <li>3.新媒体广告设计与制作</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 了解广告设计的概念、观点与思维，广告设计的历史沿革与发展情况</li> <li>2. 学习提炼概括广告诉求点等前期作业步骤与程序、方法</li> <li>3. 全面了解广告设计发展进程中的人物、观点与作品</li> <li>4. 广告主题概念的提取与应用，根据广告设计意要求收集设计元素与设计方案</li> <li>5. 了解广告设计与制作评价体系</li> </ol>	208
包装装潢设计与制作	系列包装装潢设计与制作	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 单件小包装装潢设计</li> <li>2. 系列包装装潢设计与制作</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 进行项目设计导向认识，全面了解包装装潢设计的历史沿革与发展趋势</li> <li>2. 商品属性与包装装潢的定位设计关联分析</li> <li>3. 理解包装与色彩的关系，认识色彩的情感规律</li> <li>4. 根据包装装潢设计要求收集设计、构思与草图设计</li> <li>5. 学习PPT的制作了解单件小包装装潢设计评价体系</li> </ol>	80

### 3. 专业核心课程描述

表 1-3-3 “广告设计”课程描述

课程名称	广告设计	学时数	108
学习目标	<ol style="list-style-type: none"> <li>1、系统的掌握平面广告设计的基础知识及设计方法。</li> <li>2、通过理论—实训—设计教学模式的实施，掌握平面广告设计整个流程。</li> <li>3、培养学生创造思维、艺术个性、沟通能力、团队意识及创新能力。</li> </ol>		
工作任务	平面广告设计与制作		
职业能力	<ol style="list-style-type: none"> <li>(1) 专业能力 平面广告设计能力，色彩搭配能力，能根据客户要求独立设计的能力。</li> <li>(2) 方法能力 广告设计的流程方法。</li> <li>(3) 社会能力 交流表达能力，团队协作能力、团队凝聚力。</li> </ol>		

学习内容	了解平面广告种类，设计的方法。 灵感来源与设计元素的提取 平面广告设计的步骤方法
技能考核项目与要求	要求学生能综合运用这些手段，独立完成平面广告设计，同时也要求作品应具有市场因素的考虑、创意独特点的提取等实际要求。

表 1-3-4 “VI 设计”课程描述

课程名称	VI 设计	学时数	72
学习目标	使学生掌握视觉识别（VI）部分的构成原理、基本理论，以及具体的推		
工作任务	了解 VI 设计的运作方法和管理内容，对 VI 部分进行创意和设；。		
职业能力	视觉识别（VI）系统的策划设计能力和执行推广管理能力；		
学习内容	了解 VI 设计的种类，设计的方法。 灵感来源与设计元素的提取 平面广告设计的步骤方法		
技能考核项目与要求	考核学生对 VI 基本理论的掌握，VI 设计运作过程的掌握，CI 手册的设计和制作；		

表 1-3-5 “包装设计”课程描述

课程名称	包装设计	学时数	108
学习目标	正确运用包装装潢设计的专业知识，运用形式美法则进行商品包装的装潢设计。		
工作任务	掌握各种设计表现技巧，包括各种字体的设计与运用、各种插图形象的绘制与运用，各种与特定产品相关的包装编排方法等；		
职业能力	（1）专业能力 具有综合思考分析的能力，能够提出方案、筛选与优化方案，独立完成整个设计过程； （2）方法能力 独立完成一套包装 （3）社会能力 交流表达能力，团队协作能力、团队凝聚力。		
学习内容	学习与包装设计相关的印刷工艺技术，了解包装结构、纸张材料与加工工艺等方面的知识、具有运用相关知识进行简单包装结构的设计，以及制作印刷稿的能力。		
技能考核项目与要求	考核学生对包装理论的掌握，包装设计运作过程的掌握，产品包装的设计和制作；		

表 1-3-6 “图形创意”课程描述

课程名称	图形创意	学时数	72
------	------	-----	----

学习目标	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。
工作任务	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；
职业能力	(1) 专业能力 通过图形创意的学习可以使学生了解、掌握设计的思维方式，掌握图形的基本表现方式，充分发掘想象力与创造力； (2) 方法能力 掌握图形的基本表现方式，充分发掘想象力与创造力； (3) 社会能力 交流表达能力，团队协作能力、团队凝聚力。
学习内容	学习主题设计，基础设计、图形设计的图形创意
技能考核项目与要求	考核通过主题设计，基础设计、图形设计的图形创意，使学生做到学以致用，并与专业设计课程形成自然衔接；

#### 4. 专业核心课程学习情境总表

每门核心课程选取若干个项目或任务作为情境教学的载体，职业行动领域的工作过程融合在项目或任务训练中，6门专业核心课程的学习情境汇总表 1-3-9

表 1-3-9 专业核心课程学习情境总表

学习情境 核心课程	学习情境 1	学习情境 2	学习情境 3	学习情境 4
H1 包装设计 与制作	魔方包装盒设计 与制作	京韵礼品配套 包装	乐吉牛奶系列 化包装	概念化包装
H2: 平面广告设 计	名片制作	三折页设计	海报设计	画册设计
H3: VI 设计	品牌标志设计	品牌图形设计	企业形象设计	VI 手册设计
H4: 图形创意	具象图形	图形抽象化	图形设计延伸	图形创意
H5: 标志设计	文字型标志设计	文字图形化设计	字母标志设计	文字与图形组 合标志设计
H6: POP 设计	POP 字体练习	变体字设计	POP 版式设计	POP 海报设计

#### 七、专业教学进程表



	毕业设计									7周			
	技能鉴定									2周			
	合计	2020	95	998	1022	25	27	23	27	27			

## (二) 实践教学环节安排表

序号	实践及训练项目	学期	周数	学分	主要内容及要求	地点
1	教学实习	4	2	2	广告设计现状与发展趋势	校外、校内
2	毕业设计考察	5	1	1	毕业设计素材收集	校外
3	毕业设计	5	3	3	毕业设计	校内
	合计	14	6	6		

## (三) 各类课程学时分配表

序号	课程类别	课程门数	课时分配				备注
			理论	实践	合计	比例	
1	公共课	11	538	102	640	0.84:0.16	
2	职业基础课	8	172	336	508	0.34:0.66	
3	职业技术课	9	230	514	744	0.30:0.70	
4	选修课	4	58	70	128	0.45:0.55	
	合计	32	998	1022	2020	0.49:0.51	

## (四) 教学时间分配表

1	教学环节	第一学年周数		第二学年周数		第三学年周数	
		第1学期	第2学期	第3学期	第4学期	第5学期	第6学期
2	理论教学 (含课堂实验)	16	17	17	17	9	
3	考查考试	1	1	1	1	1	
4	入学、毕业教育	1				1	
5	国防教育(军训)	1					
6	教学实习				2		
8	顶岗实习						20
9	毕业设计(论文)					7	
10	技能鉴定					1	
11	社会调查		(1)		(1)		

	(暑假进行)						
12	机 动	2	2	2	2	2	
	合计	19	21	21	21	21	20

## 八、专业师资的配置与要求

专业师资配置是以本专业在校生为每届 100 人（即每届 2 班）为标准；专业师资要求是根据学习领域课程中知识、技能以及理论实践一体化教学组织的要求来确定的。

### （一）专业带头人的基本要求

1. 具备较高思想政治觉悟，认真贯彻执行国家的教育方针，立足职业教育，严格遵守职业道德，爱岗敬业，热爱学生，奉献精神强。
2. 具备较强的专业理论水平和技能操作能力。
3. 具备较高的教育教学和教研教改水平。
4. 具有一定的应用技术研究推广能力和市场把握能力

### （二）专任教师、兼职教师的配置与要求（见表 1-5-1）。

表 1-5-1 专任教师、兼职教师的配置与要求

专业核心课程	能力结构要求	专任教师		兼职教师	
		数量	要求	数量	要求
图形创意	本科以上学历，具备广告设计与制作的基本理论和广告设计技能，能进行理论及实训教学。	1	本科以上学历，能进行理论及实训教学。	1	具备丰富的实践工作经验，能进行理论及实训教学。
视觉设计（VI）	本科以上学历，具备广告设计与制作的基本理论和广告设计技能，能进行理论及实训教学。	1	本科以上学历，能进行理论及实训教学。	1	具备丰富的实践工作经验，能进行理论及实训教学。
视觉设计（包装）	本科以上学历，具备广告设计与制作的基本理论和广告设计技能，能进行理论及实训教学。	2	本科以上学历，能进行理论及实训教学。		
视觉设计（招贴）	本科以上学历，具备广告设计与制作的基本理论和广告设计技能，能进行理论及实训教学。	2	本科以上学历，能进行理论及实训教学。		
计算机辅助设计	本科以上学历，具备广告设计与制作的基本理论和广告设计技能，能进行理论及实训教学。	2	本科以上学历，能进行理论及实训教学。		

## 九、实践教学条件配置与要求

教学条件配置与要求见表 1-6-1。

表 1-6-1 教学条件配置与要求

序号	实验实训室名称	功能	实训课程	主要设备的配置要求
1	设计室、画室	素描与色彩教学 图形设计、构成设计	素描、色彩、 图案设计 构成基础	能容纳 40 人的画室 两间，能进行基础课 讲解、演示及练习。

2	包装设计	计算机辅助设计实训室	包装装潢设计	能容纳 40 人机房两间，能进行商品包装的设计与制作。
3	视觉设计（平面广告）	计算机辅助设计实训室	平面广告设计	能容纳 40 人机房一间，能进行广告设计的制作。
4	广告摄影棚	1. 广告摄影 2. 广告摄像 3. 告照片冲洗	摄影	1. 照相机 12 台、 2. 摄像机 1 台 3. 放大机 10 套 4. 扫描仪 2 套 5. 照片打印机 1 套

## 十、质量监控体系

### （一）教学目标监控

#### 1. 人才培养目标定位

具有扎实专业基础知识和专业理论知识，并且又能熟练掌握广告设计与制作能力，使之成为具备市场竞争能力的平面广告设计与制作高素质高技能专业人才。

#### 2. 人才培养模式改革

- 1) 必须具备学习、继承与创新的能力
- 2) 具备较强的实际操作能力
- 3) “一专多能型”人才
- 4) 具备较高的综合素质和可持续发展的潜力

#### 3. 专业建设与发展方向

本专业秉持“学理与实务并重、理论与实践结合”的原则，在充分尊重学生专业培养的规律具体情况的基础上，进行了广告设计与制作专业课程体系的设计开发与建设。

### （二）教学过程监控

#### 1. 课程体系的构建与课程标准的制定

基本形成主要专业课程的内容的模块化、项目化或任务驱动化，形成专业课程、项目化实训、顶岗实习及毕业设计并重的实践课程体系及关系学生整体素质、持续发展的基础课程体系。进行教学计划制定，课程标准制定，教学方案设计。

#### 2. “双师型”教学团队的配备与建设

进行师资队伍建设、实训基地建设、教学资源建设、规章制度建设。构建与职业技能鉴定互相融合的实践教学体系。

#### 3. 职业技能训练与考核

广告设计与制作专业通过借鉴吸收当前国内外职业教育课程开发理论和研究成果，结合广告行业工作的专业特色，构建了基于工作过程的专业课程体系考核。

#### 4. 顶岗实习的运行与管理

### (三) 教学结果监控

1. 学生毕业率 百分之九十八
2. 毕业生双证书获取率 百分之九十五
3. 毕业生就业率 百分之九十五

## 十一、人才人才培养方案的特色与创新

### 1.专业建设模式特色

本专业制定了完善的培养方案、教学大纲、实训指导书等一系列教学文件，实训条件完善，能承担校内外相关实训。

### 2.课程体系特色

以精品课程建设、教学计划的修订与完善、校本教材与资料库编写、实践性教学体系等项目建设为依托，使广告设计专业课程结构、课程内容、教学组织形式、教学方法和手段等更趋科学与合理，真正实现“教、学、做”合一。

### 3.人才培养模式特色

我专业教学改革成果突出，探讨和总结出有专业特色的人才培养模式。与企业开展深层次合作，共同开发教学资源。人才培养目标清晰，定位准确，起点较高，特别注重培养学生的动手能力、创新能力和交流能力。

### 4.教学方法的特色

- 1)、运用项目教学法进行真实或仿真项目教学
- 2)、用情感调动学生的学习积极性,用真实目标增强学生的学习动力
- 3)、运用小组制进行辅导教学，强化学生主动参与课题的能力
- 4)、通过案例教学法达到启迪思维的作用
- 5)、以实训、顶岗实习法达到零距离对接职业岗位的目的