



郑州电子信息职业技术学院

Zhengzhou Professional Technical Institute of Electronics & Information

广告艺术设计专业 人才培养方案

专业名称：_____广告艺术设计_____

专业代码：_____550113_____

所属专业群：_____数字媒体艺术设计_____

所属学院：_____艺术学院_____

适用年级：_____2025级_____

专业带头人：_____路娟_____

审核人：_____周霞_____

修订时间：_____2025 年 8 月_____

编制说明

人才培养方案是组织专业教学及进行专业教学质量评估的纲领性文件，是构建专业课程体系、组织课程教学和开展专业建设的基本依据。

本方案以习近平新时代中国特色社会主义思想为根本遵循，深入贯彻党的二十大及二十届三中、四中全会关于文化强国建设的战略部署，全面落实《教育强国建设规划纲要（2024—2035 年）》的最新要求，落实立德树人根本任务，坚持面向市场、服务发展、促进就业的办学方向，健全校企双主题育人机制，融合“艺术思政”，深化“艺术产教”，构建“1+N”校企合作生态圈，推进教师、教材、教法改革，面向实践、强化能力，面向人人、因材施教，规范人才培养全过程，构建德智体美劳全面发展的人才培养体系，着力培养具有“艺术素养、创新精神、人文情怀”的堪当民族复兴重任的高技能人才。

本方案体现专业教学标准规定的各要素和人才培养的主要环节要求，主要由专业名称及代码、入学要求、修业年限、职业面向、培养目标与培养规格、课程设置及要求、教学进程总体安排、师资队伍、教学条件、质量保障和毕业要求、附表组成。

本方案由本专业所在二级学院组织专业带头人、骨干教师和行业企业专家、优秀毕业生代表，通过对市场需求、职业能力和就业岗位等方面的调研、分析和论证，根据职业能力和职业素养养成规律，制订符合高技能人才培养要求、具有“对接产业、产教融合、校企合作”鲜明特征的人才培养方案。

主要编制人：

序号	姓名	单位	职务	职称
1	路娟	郑州电子信息职业技术学院	艺术学院院长	副教授
2	杜洁	郑州电子信息职业技术学院	广告教研室主任	讲师
3	张晨	郑州电子信息职业技术学院	教师	讲师
4	刘彦孜	郑州电子信息职业技术学院	教师	助教
5	王茹	郑州电子信息职业技术学院	教师	助教
6	付笑笑	郑州电子信息职业技术学院	教师	助教
7	杨立	郑州电子信息职业技术学院	毛概教研室主任	讲师

审定人：

序号	姓名	单位	职务	职称
1	周霞	郑州电子信息职业技术学院	艺术学院副院长	副教授
2	冯中强	河南艺术职业学院	副院长	副教授
3	崔树军	郑州电子信息职业技术学院	教务处处长	教授
4	周展	康利达装饰股份有限公司	副总经理	高级工程师
5	李应钦	广州河马游戏科技有限公司	项目技术组长	动漫制作技术专业 10 级毕业生
6	高铨云	郑州电子信息职业技术学院	学生	广告艺术设计专业 24 级在校生

广告艺术设计专业 2025级人才培养方案评审表

评审专家				
序号	姓名	单位	职务/职称	签名
1	冯中强	河南艺术职业学院	副院长/副教授	冯中强
2	崔树军	郑州电子信息职业技术学院	教务处处长/教授	崔树军
3	周展	康利达装饰股份有限公司	副总经理	周展
4	李应钦	广州河马游戏科技有限公司	项目技术组长	李应钦
5	高铎云	郑州电子信息职业技术学院	广告艺术设计专业 24级在校生	高铎云
评审意见				
该人才培养方案清晰明了,合理,课程设置严格遵循国家标准,并且有鲜明的学校特色,方案中的专业核心课程符合相关要求,同时专业基础课程与专业拓展课程的设置紧密。能够接轨行业和企业的需求,确保学生所学知识与社会需求保持高度一致。 调研充分,调研目的明确,内容翔实,调研结论直接作用于人才培养方案的编制。				
评审组长签字: 冯中强 2025年9月24日				

2025级专业人才培养方案审定表

专业名称	广告艺术设计
专业代码	550113
学术委员会 审核意见	专业人才培养方案中的培养目标和规格清晰,课程体系设置合理,实施条件较为完善,方案科学可行,审核通过。 签字: 陈国云 日期: 2025.9.27
校长办公会 审核意见	专业人才培养方案符合学校办学定位,文脉清晰,审核通过。 签字: 陈国云 日期: 2025.9.27
党委会 审核意见	通过 签字: 陈国云 日期: 2025.9.27

2025 级广告艺术设计专业人才培养方案

一、专业名称及代码

广告艺术设计（550113）

二、入学要求

普通高中毕业生、中等职业学校毕业生或具备同等学力

三、修业年限

三年

四、职业面向

广告艺术专业主要面向广告公司、出版公司、设计机构、文娱媒体公司等行业。职业方向主要包括广告设计师、广告策划人员、包装设计师、广告摄影（像）师、创意执行师、商业服务业的专业化设计服务人员等岗位。此外，广告艺术专业的毕业生还可以在电商公司担任视觉设计师、店铺运营人员，或在企事业单位从事企业形象设计、品牌推广等工作。随着数字媒体的发展，数字营销、内容创作、市场分析等岗位也逐渐成为重要的职业方向。（见表 1）

表 1 职业面向一览表

所属专业 大类 (代码)	所属专业 类(代码)	对应行业 (代码)	主要职业类别 (代码)	主要岗位(群) 或技术领域	职业类证书
文化 艺术 大类 (55)	艺术 设计 类 (5501)	广 告 类 (725)、其他 文化 艺术 专 业 (8890)、 广 告 业 (744)、出版 业 (882)、 专业 化 设 计 服 务 (72)、 文化 体 育 和 娱 乐 (44)	广 告 设 计 师 (4-08-08-08)、 包 装 设 计 师 (4-08-08-09)、 商 业 摄 影 师 (4-08-09-01)、 专 业 化 设 计 服 务 人 员 (4-08-08)	平面视觉设计 类、品牌形象 设计类、文案 策划编辑类、 摄影摄像类、 工艺美术类	广 告 设 计 师 证、界面设计 职业技能等级 证书、文创产 品数字化设计 职业技能等级 证书、包装设 计师证、数字 影像处理职业 技能等级证书 (初级)。

五、培养目标与培养规格

（一）培养目标

本专业培养能够践行社会主义核心价值观，传承技能文明，德智体美劳全面发展，具有一定的科学文化水平，良好的人文素养、科学素养、数字素养、职业道德、创新意识，爱岗敬业的职业精神和精益求精的工匠精神，较强的就业能力和可持续发展的能力，掌握本专业知识和技术技能，具备职业综合素质和行动能力，面向广告行业的专业化设计服务人员的广告设计、广告策划与制作、广告摄影（像）职业，能够从事品牌识别系统设计、平面广告设计、数字广告设计、视频广告设计等工作的高技能人才。

学生毕业经过 3-5 年的发展，能够独立从事品牌视觉形象系统设计（涵盖标志、VI 手册、包装视觉规划等）、新媒体广告创意与表现策划与执行、数字媒体广告设计与制作（包括短视频广告、社交媒体图文设计等），具备将前沿设计理念与市场需求结合的技术创新能力，熟练运用 AI 辅助设计工具优化创作流程，成为企业在品牌传播、数字营销等领域的技术骨干或项目负责人；通过自学或继续教育（如专升本、专业培训、行业认证等），在广告设计及相关领域（如策划、新媒体运营等）获得持续性的专业发展，适应行业技术变革与市场需求。

（二）培养规格

本专业学生应在系统学习本专业知识并完成有关实习实训基础上，全面提升素质、知识、能力，掌握并实际运用岗位（群）需要的专业核心技术技能，实现德智体美劳全面发展，总体上须达到以下要求：

1. 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导下，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）具有谦虚的职业道德和诚实、勇敢、精益求精的专注职业素养；

（3）具有较好的团队协作精神和较强的沟通交流能力；

（4）具备尊重各个学科、跨学科协作的职业素养；

（5）具备基本的安全、法律法规意识、素质、知识；

（6）具有适应数字经济发展新需求的工匠精神和信息素养。

2. 知识

- (1)掌握必备的政治理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识；
- (2)掌握广告专业相关的法律法规以及环境保护、安全消防等知识；
- (3)掌握本专业必须的广告设计、包装等专业基础知识，以及其他有关的广告设计前沿性、时尚性元素；
- (4)掌握现代广告设计理念基础知识和科学方法；
- (5)掌握用户与市场调研，信息分类与处理及市场营销、品牌策划与设计制作能力；
- (6)掌握市场营销、品牌策划与设计制知识内容。
- (7)具有一定的应用科学技术和协同创新的能力；
- (8)具有探究学习、终身学习和可持续发展能力，具有整合知识和综合运用知识分析问题和解决问题的能力。

3. 能力

- (1)具有用户与市场调研，信息分类与处理能力；
- (2)具有市场营销、品牌策划与设计制作能力；
- (3)具有图形、色彩、字体设计与制作能力；
- (4)具有包装策划、广告设计创意与制作、包装材料选择与应用能力；
- (5)具有数字摄影、数字摄像及视频编辑能力；
- (6)具有图像处理、版面编排设计与制作能力；
- (7)具有完成平面广告设计、数字广告设计能力；
- (8)具有广告法律法规知识及多媒体、融媒体技术等应用能力；
- (9)具有一定的应用科学技术和协同创新的能力；
- (10)具有探究学习、终身学习和可持续发展的能力。

六、课程设置及要求

(一) 课程结构

基于广告艺术设计专业市场调研报告，依托创意产业分院，深度对接园区广告、传媒企业人才需求，组织广告设计行业企业专家、职教专家及专业教师共同研讨分析，明确广告艺术设计专业的培养目标及人才培养规格。按照“解构设计项目、重构学习模块”的思路，确定“广告设计师、品牌视觉设计师、新媒体

视觉设计师”等相关职业岗位及典型工作任务，准确分析所需职业能力，对接广告艺术设计行业标准，校企共同构建课程体系。

本专业开设公共基础课程、专业（技能）课程，其中公共基础课程分为公共基础必修课程、公共基础选修课程；专业（技能）课程分为专业基础课程、专业核心课程、实践技能课程以及专业拓展课程（专业选修课程）。共 2806 学时，164 学分。

专业按照“广告设计师、品牌视觉设计师、新媒体视觉设计师”等相关职业岗位，遵循“综合绘画训练、图形创意、版式设计”等专业基础相通，“平面广告、品牌设计、新媒体视觉”等技术领域相近，“包装设计师、广告设计师、商业摄影师”等职业岗位相关，“教学团队、实训工作室、设计资源库”等教学资源资源共享原则，构建了 20 门公共基础课程、24 门专业（技能）课程组成的“广告艺术设计专业”课程体系，并将职业技能等级标准有关内容及要求有机融入专业课程教学，学生在获得学历证书同时能取得多类职业技能等级证书。同时“岗课赛证”融通，将河南省高等职业教育技能大赛、创意河南等赛项的前沿设计理念与技术融入专业课程教学中。

专业课程教学实施中将设计精神、职业精神、工匠精神、劳动精神、奉献精神、奋斗精神融入人才培养全过程，实施“课程思政”，构建思想政治教育与设计技能培养深度融合的课程体系，体现以岗位（群）职业标准为基础，以设计创新能力培养为核心，注重综合素质、实践能力、就业创业能力培养和数字设计素养提升。

表 2 基于职业能力分析构建的课程体系表

面向岗位	课程体系（学习领域）			备注
	专业基础课程	专业核心课程	专业拓展课程	
广告设计师	所有专业基础课程	(1) 字体设计 (2) 图形设计 (3) 版式设计 (4) 现代平面广告设计 (5) 新媒体广告创意与表现	(1) 摄影摄像基础 (2) 广告策划与文案	
包装设计师	所有专业基础课程	(1) 字体设计 (2) 图形设计 (3) 版式设计 (4) 会展设计	(1) 包装设计 (2) 广告策划与文案	

商业摄影师	数字图像编辑与设计 三大构成 中外广告史	(1)影视后期制作(Premiere Pro)	(1)摄影摄像基础	
品牌设计师	所有专业基础课程	(1) 字体设计 (2) 图形设计 (3) 版式设计 (4) 会展设计 (5) 品牌设计 (6) 品牌策划	(1)广告策划与文案	
影视广告设计	数字图像编辑与设计 中外广告史 矢量图形设计	(1) 字体设计 (2) 图形设计 (3) 影视后期剪辑(Premiere Pro)	(1)摄影摄像基础 (2)广告策划与文案	

表 3 课证融通一览表

证书类别	证书名称	颁证单位	融通课程
职业技能证书	文创产品数字化设计职业技能等级证书	教育部	包装设计 品牌设计
	广告设计师证	中国商业联合会 中国商业联合会商业职业技能鉴定指导中心	现代平面广告设计 新媒体广告创意与表现 广告策划与文案
	包装设计师证	全国工商联人才交流服务中心	包装设计 品牌形象设计 字体设计
	数字影像处理职业技能等级证书(初级)	中摄协国际文化传媒(北京)有限公司	数字图像编辑与设计 影视后期剪辑(Premiere Pro) 摄影摄像基础
	Adobe 国际认证 (Adobe photoshop应用技术认证)	Adobe全球CEO	数字图像编辑与设计

表 4 课赛融通一览表

赛事名称	举办单位	赛事级别	融通课程
世界职业院校技能大赛	教育部	国家级	品牌设计、包装设计 字体设计、图形创意
全国职业技能大赛	人力资源和社会保障部	国家级	品牌设计、包装设计 字体设计、图形创意
河南省高等职业教育技能大赛	河南省教育厅	省厅级	品牌设计、包装设计 字体设计、图形创意

河南省文化创意大赛	河南省教育厅	省厅级	品牌设计、包装设计、字体设计、图形创意、摄影摄像基础 影视后期剪辑（Premiere）
“创意河南”艺术设计大赛	河南省教育厅	省厅级	图形创意、品牌设计 包装设计、字体设计
全国大学生广告艺术大赛	中国高等教育学会	国家级	品牌设计、包装设计 字体设计、图形创意 摄影摄像基础 影视后期剪辑（Premiere）
中国好创意暨全国数字艺术设计大赛	中国电子视像行业协会	国家级	品牌设计、包装设计 字体设计、图形创意 摄影摄像基础、影视后期剪辑

（二）公共基础课程

公共基础必修课共 20 门，包括《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》、《形势与政策》、《习近平新时代中国特色社会主义思想概论》、《英语 1》、《英语 2》、《体育》、《职业生涯规划》、《就业与创业指导》、《计算机应用及人工智能基础》、《军事理论》、《中国共产党历史》、《国家安全教育》、《大学生心理健康教育》、《普通话》、《创业基础》、《劳动教育 1》、《劳动教育 2》、《军事技能训练》、《公共艺术课》；公共基础选修课共 6 门，包括、《数学文化》、《实用英语口语》、《实用英语写作》、《应用文写作》、《中华优秀传统文化》、《大学语文》。

1. 思想道德与法治

（1）课程目标：思想道德与法治是面向大学生开设的公共政治理论课，是高校思想政治理论课的必修课程。

（2）主要内容：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价值取向，以正确的世界观、人生观、价值观和道德观、法制观教育为主要内容，把社会主义核心价值观贯穿教学的全过程。

（3）教学要求：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，确立正确的世界观、人生观和价值观，加强思想品德修养，增强知法、守法的自觉性，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理论体系概论

(1) 课程目标：毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论是国家教育部规定的高职院校思想政治理论课的必修课程。

(2) 主要内容：本课程主要讲授马克思主义中国化理论成果的主要内容、精神实质、历史地位和指导意义，系统阐释习近平新时代中国特色社会主义思想的主要内容和历史地位。

(3) 教学要求：使学生准确把握中国共产党不断推进马克思主义基本原理与中国具体实际相结合的历史进程和基本经验，对中国共产党在新时代坚持的基本理论、基本路线、基本方略有更加透彻的理解，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的提升有更加切实的帮助。

3. 习近平新时代中国特色社会主义思想概论

(1) 课程目标：习近平新时代中国特色社会主义思想概论是根据中共中央宣传部、教育部《新时代学校思想政治理论课改革创新实施方案》面向大学生开设的思想政治理论课必修课程。

(2) 主要内容：主要讲授习近平新时代中国特色社会主义思想的主要内容和科学体系，把握这一思想的世界观、方法论和贯穿其中的立场观点方法。这门课的基本内容是全面论述全面系统深入讲授习近平新时代中国特色社会主义思想的核心要义、精神实质、丰富内涵、实践要求，结合习近平新时代中国特色社会主义思想在中华大地的生动实践，帮助学生全面认识其时代意义、理论意义、实践意义、世界意义，深刻把握其中贯穿的马克思主义立场观点方法，进一步增强“四个意识”、坚定“四个自信”、做到“两个维护”，努力成长为担当复兴大任的时代新人。

(3) 教学要求：使大学生通过学习掌握马克思主义中国化的历程和理论成果，了解党的路线、方针和政策，树立正确的世界观、人生观和价值观；使大学生确立中国特色社会主义的共同理想和信念；使大学生能自觉运用马克思主义的立场、观点和方法，提高分析解决现实问题的能力。增进广大学生的政治认同、思想认同、理论认同、情感认同，切实做到学思用贯通、知信行统一。

4. 中国共产党历史

(1) 课程目标：中国共产党历史是根据国家教育部规定，面向全体大学生开设的一门公共政治理论课，是全国高等学校学生限制性选修的四门“四史”课程之一。

(2)主要内容:中国共产党历史主要讲授中国共产党领导中国人民进行革命、建设、改革与发展的艰难曲折历史;中国共产党在集体奋斗的基础上,把马克思列宁主义的普遍原理同中国革命的具体实践日益结合的历史;中国共产党在战胜困难,克服失误,总结历史经验的过程中逐步成熟起来的历史。通过该课程的讲授和学习了解党领导中国革命、建设、改革和发展的历史及其经验。

(3)教学要求:使学生了解中国共产党百年以来的奋斗历程和成功经验,使学生在历史学习中加深对马列主义、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的理解,使学生初步掌握马克思主义的世界观和方法论,掌握历史与逻辑、理论与实践相结合的马克思主义分析方法,使学生在党史学习中增强对中国特色社会主义的道路自信、理论自信、制度自信、文化自信,自觉弘扬中华优秀传统文化、革命文化和社会主义先进文化。

5. 大学生心理健康教育

(1)课程目标:心理健康教育是面向全校各专业学生开设的一门公共基础必修课程。

(2)主要内容:大学生通过该课程的学习,主要掌握现代社会人类健康新理念、大学生心理健康的评价标准、青年期心理发展的年龄特征以及大学生常见的心理障碍与防治等健康心理学的基本概念和基本理论,了解影响个体心理健康的各种因素。

(3)教学要求:理解自我意识、情绪与情感状态、意志品质、人格特征等个体心理素养与心理健康的关系;掌握大学生时代学习心理的促进、人际关系调适、青春期性心理与恋爱心理的维护、挫折应对方式等大学生活适应方面的基本方法与技能。

6. 英语

(1)课程目标:英语是面向大学生开设的公共基础理论课,英语是高职教育中一门重要的公共必修课程。

(2)主要内容:通过本课程第一学期64学时的学习,培养学生具有较强的阅读能力和一定的听、说、读、写、译能力。

(3)教学要求:使他们能用英语交流信息,打下扎实的语言基础,具有一定的英语语言综合应用能力,从而能借助词典阅读和翻译基本的日常对话。

7. 体育

(1) 课程目标：《体育》课程是我校课程体系中的重要组成部分，是为实现学校的教育目标，配合德、智、体、美全面教育，以增强体质、增进健康为主的教育活动课程。

(2) 主要内容：《体育》是大学生以身体练习为主要手段，通过合理的体育教学和科学的体育锻炼过程，达到增强体质、增进健康和提高体育素养为主要目标的公共必修课程，是学生毕业获得毕业证的必要条件之一。

(3) 教学要求：首先，根据学生入学体育基本活动能力及身心发展的特点进行运动能力的基础教育，设置体能训练，学生在校期间不少于 128 学时的体育必修课，每周安排体育课不少于 2 学时，每学时不少于 45 分钟。其次，使学生在校期间能熟练掌握两项以上体育专项技能，从而提高学生的体育意识、增强身体素质，培养主动参与体育的意识，形成终身体育。

8. 职业生涯规划

(1) 课程目标：《职业生涯规划》课程是面向大一学生开设的一门公共必修课程，计 18 学时/1 学分，期末成绩：过程性考核成绩。

(2) 主要内容：该课程通过激发大学生职业生涯发展的自主意识，树立正确的就业观，促使大学生学能够根据社会需要和自身特点。

(3) 教学要求：理性地规划自身未来的发展方向，并努力在学习过程中自觉地提高就业能力和生涯管理能力。

9. 就业与创业指导

(1) 课程目标：本课程是各专业的一门公共必修课程，是为已完成一定的基础课和专业课程学习、具备清晰的专业认知和较强的就业创业需求的二年级学生开设的课程。计 20 学时/1 学分，期末成绩：过程性考核成绩。

(2) 主要内容：该课程是职业生涯教育工作系统中的一个重要环节，目的在于促进学生树立自主意识、职业意识和追求有价值人生的自觉意识。

(3) 教学要求：帮助学生客观认识自我，挖掘自身潜能，了解职业环境，为其提高就业竞争力，确立正确的职业发展目标，自主作出职业生涯决策，为自身职业发展和职业成功打下扎实的基础。

10. 计算机应用及人工智能基础

(1) 课程目标：计算机应用及人工智能基础是各专业学习计算机基础知识和操作应用的必修基础课程，也是为适应社会信息化发展要求，提高学生信息素质的一门公共基础课程。

(2) 主要内容：该课程以普及计算机技术和应用为主，培养学生对以计算机技术、多媒体技术和网络技术为核心的信息技术的兴趣，建立起计算机应用意识，掌握计算机基础知识、常用办公集成软件、Internet 的基本操作与使用方法。

(3) 教学要求：通过 office 办公软件的操作训练，培养学生应用计算机处理信息的能力和素质，使学生具备从事办公工作的基本操作技能，掌握常用信息化办公技术，具备支撑专业学习的能力，能在日常生活、学习和工作中综合运用计算机办公软件解决问题，为后续课程的学习奠定一定的基础。

11. 普通话

本课程旨在帮助学生掌握普通话的标准发音、词汇和语法，提高听说读写能力，培养流利的普通话交流技巧。内容包括声母、韵母、声调的学习，日常对话练习。通过互动教学和实践活动，学生将能够在日常生活和工作中自信地使用普通话。

12. 创业基础

(1) 课程目标：本课程是各专业的一门公共必修课程，是为已完成一定的基础课和专业课程学习、具备清晰的专业认知和较强的就业创业需求的二年级学生开设的课程。计 32 学时/2 学分，期末成绩：过程性考核成绩。

(2) 主要内容：该课程是以教授创业方法与知识为基础，以锻炼创业能力为关键，以培养创业精神为核心，目的是通过创业教育教学，使学生掌握创业的基础知识和基本理论，熟悉创业的基本流程和基本方法，了解创业的法律法规和相关政策，激发学生的创业意识，提高学生的社会责任感、创新精神和创业能力，学会编制创业计划书，为促进学生创业就业和全面发展奠定理论基础。

(3) 教学要求：通过该课程教育教学，能够培养学生善于思考、敏于发现、敢为人先的创新意识，挑战自我、承受挫折、坚持不懈的意志品质，遵纪守法、诚实守信、善于合作的职业操守，以及创造价值、服务国家、服务人民的社会责任感。

13. 公共艺术课

通过艺术作品赏析和艺术实践活动，使学生了解或掌握不同艺术门类的基本知识、技能和原理，引导学生树立正确的世界观、人生观和价值观，增强文化自觉与文化自信，丰富学生人文素养与精神世界，培养学生艺术欣赏能力，提高学生文化品位和审美素质，培育学生职业素养、创新能力与合作意识。

(三) 专业课程

专业基础课共 6 门，包括《三大构成》、《综合绘画训练》、《数字图像编辑与设计》、《中外广告史》、《广告学概论》、《矢量图形设计》。

1. 三大构成

(1) 课程目标：通过本课程的学习培养学生具备平面设计、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。课程内容包括平面构成、色彩构成和立体构成三个方面，分别在二维和三维空间中进行图形、形态表达和立体空间思维方式与表现方式的学习。注重培养学生的实践能力和职业素养，通过案例实训、教师示范和学生实践等方式，增强学生的动手能力和解决问题的能力。

(2) 主要内容：帮助学生掌握了解平面、色彩、立体构成的原理与在实际中的应用，掌握形式美法则和构成规律；理解平面构成中点、线、面的造型元素及其应用；掌握色彩构成的基本原理和色调搭配方法；学习立体构成的原理和方法，能够在三维空间中进行创意设计；培养学生的创新思维和实践能力，提高解决实际问题的能力。

(3) 教学要求：培养学生的创造性思维能力、实践能力和职业素养，通过理论讲授、实践操作和作品分析等多种教学方式，使学生掌握平面构成、色彩构成和立体构成的基本原理和方法。

2. 综合绘画训练

(1) 课程目标：通过本课程的学习，助力学生构建设计素描与设计色彩的基础认知体系，培养其具备精准的造型表现、科学的色彩分析及设计化视觉表达的核心能力，为后续专业设计课程（如平面设计、包装设计等）的深入学习筑牢根基。课程高度重视学生实践能力与职业素养的协同发展，通过多元化的教学活动，让学生在掌握绘画技巧的同时，树立设计思维，提升审美判断能力与艺术表达的专业性，为未来投身设计领域做好前期能力储备。

(2) 主要内容：本课程内容围绕设计素描与设计色彩两大核心模块展开，形成相互支撑、循序渐进的知识与技能体系。

在设计素描模块，帮助学生掌握素描的基本原理（如光影、透视、比例、结构等）及其在设计领域的实际应用，理解并运用形式美法则塑造物体形态；重点学习点、线、面在造型中的运用，以及物体结构、空间关系、质感表现的绘画技巧，能够通过素描准确传达设计构思与物体特征。

在设计色彩模块，引导学生掌握色彩构成的基本原理（如色相、明度、纯度、

色彩对比与调和等），熟悉不同色调的搭配方法与情感表达；学习色彩在设计中的应用规律，掌握静物、风景等不同题材的色彩表现技巧，能够根据设计需求合理运用色彩，提升作品的视觉感染力与设计表现力。

同时，课程注重培养学生的创新思维与实践能力，通过多样化的绘画练习与设计任务，让学生学会分析问题、解决问题，逐步提升独立创作与设计表达的能力。

（3）教学要求：为实现课程目标，培养学生的创造性思维能力、实践操作能力与职业素养，本课程将采用理论讲授、实践操作、作品分析、案例示范、小组研讨等多种教学方式相结合的模式。在理论教学环节，教师系统讲解设计素描与设计色彩的基本原理、知识体系及行业应用案例，帮助学生建立清晰的理论框架，理解设计绘画与纯艺术绘画的区别与联系，明确设计绘画服务于设计需求的核心定位。在实践教学环节，强调学生的动手操作，要求教师通过现场示范、一对一指导等方式，帮助学生掌握绘画技巧与方法；同时，布置多样化的实践任务（如静物素描、结构素描、色彩写生、设计主题色彩创作等），要求学生按时完成作品。

3. 数字图像编辑与设计

（1）课程目标：掌握数字图像编辑与设计（Photoshop）界面布局、工具功能（如选区、画笔、蒙版）及图层、通道、路径等核心概念，明晰不同设计场景的图像处理标准。能独立完成图片修图（人像精修、瑕疵去除）、平面设计（海报、名片制作），并熟练运用滤镜、调色功能实现创意效果。养成规范的图层命名与文件管理习惯，提升审美能力与设计细节把控意识，能根据需求优化设计方案。

（2）主要内容：分两模块：基础操作模块含软件入门（界面认知、文件操作及 PSD 等格式适用场景）、核心工具（选区、修图、绘图工具使用技巧）、基础功能（图层操作与色阶等基础调色）；进阶应用模块包括深度功能（蒙版、通道、路径相关操作）、场景实战（人像精修、平面设计、创意合成）、效率技巧（动作录制、批量处理、修图插件基础应用）。

（3）教学要求：熟记数字图像编辑与设计（Photoshop）界面布局、核心工具（选区、蒙版等）及图层、通道等概念，明晰 PSD、JPG 等格式适用场景与不同设计的图像处理标准。能独立完成图片修图、平面设计，熟练用滤镜、调色实现创意效果，规范管理图层与文件。按时完成实操任务，积极参与作品互评，主动优

化设计方案，培养审美与细节把控意识。

4、中外广告史

（1）课程目标：帮助学生梳理中外广告发展脉络，构建广告史知识体系，培养从历史视角分析广告规律、解读文化内涵的能力，为后续广告专业课程打基础；同时提升专业认知与文化素养，助力树立正确行业价值观，积累职业视野。

（2）主要内容：中国广告史：覆盖古代（叫卖、招牌广告等）、近代（鸦片战争后转型）、现代（新中国成立后创新），解析各时期广告形式、载体及案例，探讨文化与社会变革对广告的影响。

国外广告史：涵盖欧美、日本等地区，从早期印刷广告到数字时代广告，讲解行业体系、经典理论（USP、定位理论等）及代表案例，对比中外广告异同，培养跨文化认知。

（3）教学要求：本课程采用“理论讲授 + 案例分析 + 小组讨论 + 专题报告”的教学模式，其中理论教学需清晰讲解核心知识点，并结合图片、视频增强内容直观性；案例环节将引导学生从多维度剖析经典广告案例，同时通过作业布置提升学生自主研究能力，整体教学过程中还会注重培养学生的行业关注度、沟通协作能力与历史思维，最终要求学生掌握广告史关键阶段与核心理论，能够独立分析各类广告现象。

5. 广告学概论：

（1）课程目标：通过本课程的学习，培养学生系统掌握广告学的基本原理与运作流程，建立对广告行业的整体认知，具备初步的广告策划、创意与媒体应用能力，为后续广告策划、创意、媒介、品牌管理等专业课程打下坚实的理论基础。课程内容涵盖广告的本质、功能、历史发展、核心理论、运作主体、业务流程以及广告与营销、社会文化的关系等多个维度。课程注重培养学生的市场洞察力、策略性思维与职业素养，通过经典案例剖析、项目模拟等方式，增强学生对广告运作实际问题的分析与解决能力。

（2）主要内容：帮助学生掌握广告学的基本概念、学科体系及其在现代营销传播中的重要作用；理解广告发展的历史脉络与未来趋势；掌握广告运作的基本流程，包括市场分析、广告策划、创意表现、媒介策略及效果评估等核心环节；理解广告主、广告公司、广告媒介等运作主体的角色与功能；学习经典广告理论及其应用；探讨广告与社会、文化、伦理法规的互动关系；培养学生的综合分析能力与创新思维，能够运用所学知识初步分析和评价现实广告活动，提高解决营

销传播实际问题的能力。

(3) 教学要求：培养学生的系统性广告思维、市场分析能力、团队协作精神和职业素养。通过理论讲授、案例讨论、小组项目实践等多种教学方式，使学生牢固掌握广告学的基本原理和运作规律，了解行业前沿动态，具备初步的广告实务操作能力和批判性思考能力。

6. 矢量图形设计（Illustrator）

(1) 课程目标：掌握矢量图形设计（Illustrator）的界面布局、核心工具（如钢笔工具、形状工具、路径选择工具）及路径、锚点、描边、填充等关键概念，明晰不同矢量设计场景（如 Logo 设计、插画创作、排版设计）的行业标准与输出规范。能独立完成基础矢量图形绘制（图标设计、简单插画）、商业设计项目（Logo 定制、宣传册排版、包装展开图制作），并熟练运用路径编辑、渐变叠加、图案制作等功能实现创意表达。养成规范的图层分组、样式保存及文件导出（AI、EPS、PNG 等格式）习惯，提升矢量设计的精准度与创意表现力，能根据不同应用场景（印刷、数字媒体）优化设计方案。

(2) 主要内容：基础操作模块含软件入门（界面认知、文件新建与保存、常用面板调用）、核心工具（钢笔工具绘制与编辑路径、形状工具组合图形、选择工具精准操作）、基础功能（描边与填充设置、颜色模式应用、基础文字排版）；进阶应用模块包括深度功能（路径查找器运算、蒙版与剪切蒙版应用、样式与符号库创建）、场景实战（Logo 设计与标准化制作、商业插画绘制、宣传册版式设计、包装矢量图制作）

(3) 教学要求：熟记矢量图形设计（Illustrator）的界面布局、核心工具（钢笔工具、路径选择工具等）及路径、锚点、描边等关键概念，明晰 AI、EPS、PNG 等格式的适用场景（印刷输出、数字展示）与不同矢量设计项目的行业标准。能独立完成基础矢量图形绘制与商业设计项目，熟练运用路径编辑、渐变叠加等功能实现创意效果，规范进行图层分组、样式保存及文件导出管理。

专业核心课共 14 门，包括《字体设计》、《图形创意》、《版式设计》、《影视后期剪辑（Premiere）》、《现代平面广告设计》、《新媒体广告创意与表现》、《品牌设计》、《品牌策划》、《会展设计》、《数字插画设计技能训练》、《广告策划与文案实训》、《视觉创意训练》、《岗位实习》、《毕业综合设计》。

表 5 专业核心课程主要教学内容

序号	课程名称	典型工作任务描述	主要教学内容及要求
1	字体设计	① 进行字体创意内容设计原理分析。 ② 完成印刷与创意字体设计。 ③ 完成创意字体设计。 ④ 根据内容和资料进行字体选择与应用	教学内容： 字体设计概述、基础字体设计、创意字体设计、品牌字体设计、印刷字体设计、字体设计应用 教学要求： 能完成创意表现，掌握概念草案与数字化呈现间的关系及相互转化的技巧。
2	图形创意	① 运用图形创意概念进行图形图像处理。 ② 根据内容与资料进行表现方式与技法的选择应用。 ③ 完成标识信息设计	教学内容： 创意思维原理、图形设计概念、图形表现方法、图形创意方法、标识信息设计。 教学要求： 能完成创意图稿绘制、发掘创意手段，利用载体特性展开设计
3	版式设计	① 运用版式编排原理进行视觉要素分析。 ② 根据内容与资料，选择版面设计方法。 ③ 运用数字排版软件，完成版式设计制作。 ④ 根据项目与载体的特性完成版式设计制作	教学内容： 网格编排原理与方法、自由版面设计方法与技巧、综合编排原理与技巧、针对不同项目和载体（如折页、海报、书籍）进行版式设计制作。 教学要求： 能完成创意表现，运用图形和排版软件表达视觉信息。
4	影视后期剪辑（Premiere）	①根据分镜头脚本，完成宣传片、广告片的素材采集、剪辑拼接、音画同步及节奏控制； ②为影片添加转场效果、视频滤镜（如抠像、调色）、动态字幕及音频特效； ③根据传播媒介（网络、广播、DVD）需求，输出符合技术标准的视频文件，并确保画质与音频质量。	主要内容： Premiere界面与工作流程、素材导入与管理、时间线剪辑、基础转场与音频处理；高级视频特效（抠像、遮罩、调色）、动态字幕设计、多轨道合成、音频降噪与音画同步；企业项目实训（如宣传片、广告片）、分镜头脚本实现、跨软件协作（Photoshop素材处理）、成片输出与压缩优化。 教学要求： 掌握视频制式、帧速率设置，能独立完成电子相册等简单作品输出；熟练应用滤镜修饰素材，实现镜头运动特效（如缩放、旋转），确保技术参数符合行业标准。
5	现代平面广告设计	①培养学生具备广告设计的基本理论知识和实际操作技能； ②能够独立完成广告设计与制作； ③了解图像处理的相关知识，熟练掌握印刷的基本知识，能够独立进行基本的输出和调整。	主要内容： 学习现代平面广告设计的基本原则，以及设计流程；提高对现代平面广告设计的审美鉴赏能力，能够评估不同广告设计的优劣，理解广告设计的艺术价值和市场效果；掌握设计软件如数字图像编辑与设计、矢量图形设计等，灵活运用软件进行图像处理、图形绘制和广告设计。

			教学要求： 学生需要掌握现代平面广告设计的基本原则，通过理论与实践相结合，培养学生的创造思维和动手能力，使学生能够独立完成广告设计任务，提高学生对平面广告设计的审美鉴赏能力。
6	新媒体广告创意与表现	①是通过新媒体广告创意与表现训练，挖掘同学们潜在的创造力，并借此激发艺术设计才能； ②帮助同学们快捷地选择、学习并获得非凡创意的技能，通过项目实训，让学生掌握一些具体的、实用的创意方法； ③从终身教育和人的可持续发展的角度，探寻创意能力与职业能力的形成规律。	主要内容： 本课程主要通过新媒体广告创意与表现的工作流程来进行设计，在教学过程中，学生无法接触到真实的广告主，就由教师提前设计好虚拟的企业背景，和对广告的创意设计要求以及预算费用，由学生自己搜集素材，教师指导学生进行创作。 教学要求： 教学中根据新时期广告艺术设计专业发展的新趋势，借鉴现代设计科学的系统研究方法，将创意思维这种不易表述和传授的抽象能力，尽可能地借助文字语言、图形等方式传递给学生，以期通过学习内化为学生的能力。
7	品牌设计	①品牌定位分析：完成行业竞品调研、用户画像构建，提炼品牌核心价值主张。 ②基础识别系统设计：设计品牌标志（Logo）、标准色、辅助图形及基础应用（名片/信纸）。 ③VI手册框架搭建：编制VI基础系统规范（标志制图、色彩数值、组合禁忌）。	主要内容： 品牌DNA提取方法论、标志设计原理（符号/字体/组合）、色彩心理学应用；AI/PS矢量制图技术、VI手册排版。 教学要求： 输出完整品牌基础系统，技术文件符合印刷标准。
8	品牌策划	①帮助学生掌握品牌策划的核心逻辑与实操方法，具备从市场调研到视觉落地的全流程策划能力，能够独立完成行业竞品调研、精准构建用户画像并提炼品牌核心价值主张。 ②通过理论与技术结合的教学，提升学生的品牌战略思维与设计执行能力，确保输出的品牌系统符合商业需求与印刷标准，助力学生树立专业的品牌策划职业认知。	主要内容： 品牌战略定位：学品牌 DNA 提取方法，做行业竞品分析（优势 / 差异点）、用户画像（需求 / 场景），提炼品牌核心价值主张与差异化定位。 品牌策略规划：讲解品牌故事构建、核心信息梳理，设计目标人群触达策略（如市场切入点、用户转化路径）。 品牌传播策划：学习品牌传播渠道选择（线上 / 线下）、传播内容规划，制定阶段性传播方案与效果评估维度。 教学要求： 以“理论 + 案例拆解 + 方案实操”教学，学生需熟练掌握调研与策略制定方法；最终输出完整

			品牌策划方案（含定位、策略、传播规划），符合商业品牌需求；通过方案答辩优化思路，培养市场洞察与战略思维，确保方案具备落地性。
9	会展设计	①基于比赛命题或文化主题，完成品牌视觉系统开发，涵盖标志、VI手册、包装及宣传物料，输出标准化设计文件； ②设计系列化广告作品，确保主题统一且适配多平台传播，同步制作个人作品集； ③策划主题展馆或商业终端空间，整合动线规划、灯光道具及动态视觉元素，输出方案册、实物模型。	主要内容： 品牌分析、用户画像构建、文化元素转化；标志标准化制图、VI手册、包装实物制作；动态标志（AE）、虚拟展台设计；动态视觉系统设计、品牌空间应用（门店/展会）、AIGC辅助创意生成、品牌传播全案策划；作品电子归档（JPEG+源文件）。 教学要求： 提交选题，需定位精准、内容健康，严禁抄袭；技术文件符合印刷标准及行业规范。
10	数字插画设计技能训练	①依据商业需求或主题创作数字插画，适配书籍装帧、文创产品、广告等场景，输出分层源文件与高清效果图； ②完成插画系列化设计，适配多媒介传播。	主要内容：数字绘画软件操作、插画风格塑造、商业插画创意构思、插画多媒介适配设计、作品电子归档。 教学要求：选题贴合商业需求，严禁抄袭；作品风格统一，源文件格式规范，符合印刷及数字传播标准。
11	广告策划与文案实训	①针对品牌或产品完成广告策划案，涵盖市场分析、目标受众定位、广告策略制定； ②撰写适配不同媒介的广告文案，同步制作文案展示物料。	主要内容：市场调研方法、广告策划框架搭建、广告文案撰写技巧（品牌文案、产品文案、活动文案）、策划案可视化呈现、文案效果评估。 教学要求：策划案逻辑清晰、数据支撑充分；文案语言精准且符合品牌调性，严禁抄袭；提交策划案文档与文案展示物料，格式规范。
12	视觉创意训练	①围绕给定主题完成视觉创意设计，涵盖海报、宣传册、社交媒体视觉等； ②探索多元创意表现形式，实现主题与视觉的深度融合，输出系列化设计作品。	主要内容：创意构思方法、视觉元素提炼与重组、版式设计技巧、多媒介视觉适配、创意作品点评与优化、作品归档。 教学要求：创意独特且贴合主题，严禁抄袭；作品视觉风格统一，构图合理，色彩搭配协调；提交设计作品及创意说明，文件格式符合规范。
13	岗位实习	①在广告公司、传媒企业等	主要内容：广告行业工作流程熟

		相关岗位（如广告设计岗、创意执行岗、客户对接岗）参与工作，完成广告视觉设计、创意方案辅助、物料制作跟进等任务； ②协助团队推进广告项目，整理实习成果。	悉、广告设计软件实操、客户沟通技巧、广告项目执行细节、实习日志撰写、实习报告编制、职业素养培养。 教学要求：遵守企业规章，按时完成任务；实习日志真实详细，报告需结合广告项目总结；严禁伪造经历，提交实习证明、日志及报告，符合专业实习规范。
14	毕业综合设计	①结合广告行业需求选定主题（如品牌广告推广、公益广告创作等），完成完整广告设计项目，涵盖调研、创意构思、设计执行、成果展示，输出广告方案册、设计作品及说明。	主要内容：广告市场调研、主题定位、创意方案推导、广告设计软件综合运用、成果可视化（如广告片、海报等）、答辩准备、作品归档。 教学要求：选题贴合广告行业，具创新性，严禁抄袭；设计逻辑完整，成果符合广告传播需求；提交完整资料并通过答辩，文件与实物达标。

专业拓展课共 6 门（选修），包括摄影摄像基础与信息可视化（二选一）、三维图形设计、标志设计、新媒体营销、包装设计（四选三）。

（四）实践性教学环节

实践性教学应贯穿于人才培养全过程。实践性教学主要包括实习实训、毕业设计、社会实践活动等形式，公共基础课程和专业课程等都要加强实践性教学。

（1）实训

在校内外进行品牌设计与制作、现代平面广告设计、包装设计作、广告策划与文案、数字广告设计与制作、视频广告设计与制作、电商设计与制作、数字出版物设计与制作等实训，包括单项技能实训、综合能力实训、生产性实训等。

（2）实习

对接真实职业场景或工作情境，在校内外进行设计实践、构成设计训练、中国民间美术、数字插画设计技能训练、视觉创意训练。在印刷业、广告业、出版业、文化艺术业、专业设计服务行业、数字内容服务行业的视觉传达设计企业等单位进行岗位实习。

实习实训既是实践性教学，也是专业课教学的重要内容，应注重理论与实践一体化教学。学校可根据技能人才培养规律，结合企业生产周期，优化学期安排，灵活开展实践性教学。应严格执行《职业学校学生实习管理规定》和相关专业岗位实习标准要求。

（3）毕业设计

根据广告艺术设计专业人才培养方案确定的目标和培养规格，完成规定的实习实训，全部课程考核合格或修满学分，准予毕业。

学校结合办学实际，细化、明确学生课程修习、学业成绩、实践经历、职业素养、综合素质等方面的学习要求和考核要求等。严把毕业出口关，确保学生毕业时完成规定的学时学分和各教学环节，保证毕业要求的达成度。

接受职业培训取得的职业技能等级证书、培训证书等学习成果，经职业学校认定，可以转化为相应的学历教育学分；达到相应职业学校学业要求的，可以取得相应的学业证书。

七、教学进程总体安排

教学进程是对本专业技术技能人才培养、教育教学实施进程的总体安排，是专业人才培养方案实施的具体体现。

总学时为 2806 学时，其中，公共基础课总学时为 824 学时，占总学时的 29%。实践性教学学时为 1664 学时，占总学时的 59%。选修课学时为 352，占总学时的 12%。见附表 1-4（1. 各教学环节教学周总体安排表 2. 教学进程安排表 3. 公共艺术课安排表 4. 课程结构、学时与学分总体分配表）。

八、师资队伍

本专业按照“四有好老师”“四个相统一”“四个引路人”的要求建设专业教师队伍，将师德师风作为教师队伍建设的第一标准。

（一）队伍结构

本专业教师团队职称与年龄结构科学合理，师生比例 21:1，研究生学历教师占比超 70%，双师型教师占比达 60%，高级职称专任教师的比例 21%；全体教师均具备企业实践经历，且需满足每 5 年累计不少于 6 个月的企业实践要求，能够完全胜任教学岗位工作。同时，一线兼职教师队伍稳定、素质优良，兼具专业能力、企业实践经验与职业教育教学能力，可与专职教师形成教学合力，实现教学资源的有效融合。在教学实践中，专业教师始终以市场需求为导向，利用假期定期参与企业实践，通过持续优化教学内容与课程结构、构建仿真教学环境，推行“教、学、做”一体化教学模式，突出实践性教学理念，着力强化学生艺术设计实践技能的系统训练，确保教学效果与行业需求紧密衔接。

（二）专业带头人

视觉传达专业学科带头人持有高校教师资格证、具备副高级职称，能分别独立承担两门以上各自专业核心课程教学，并凭借较高学术水平为所在专业教学质

量提供保障。在行业与专业把控上，二人均能准确把握艺术设计行业发展方向及各自领域前沿动态，广泛对接对应专业的行业企业，深入了解企业对本专业人才的实际需求，共同确保所在专业的人才培养方向贴合产业实际与市场需求。教学科研能力方面，二者具备所在专业过硬的教学设计能力与专业研究素养，高效组织开展本专业教科研工作，以科研成果推动专业建设、赋能专业内涵提升。同时，路娟与周霞分别在本专业领域形成一定专业影响力，各自成为引领所在专业发展、推动专业高质量建设的核心力量与关键引领者。

（三）专任教师

专任教师作为教学与人才培养的直接承担者，需以规范资质为基础，必须持有高校教师资格证，这是从事高等教育的前提。职业素养上，需践行“四有”标准——坚定的理想信念、高尚的道德情操、扎实的学识储备、深厚的仁爱之心，以人格魅力引领学生成长。专业背景方面，应具备视觉传达设计、广告设计等相关专业本科及以上学历，确保对本专业有系统认知与学科根基。能力上，既要有扎实的本专业理论功底与过硬的实践能力，能融合理论与实践；也要有较强的信息化教学能力，适应现代教育技术发展，并积极投身课程教学改革与科研，以创新提升教学质量和专业建设水平。

（四）兼职教师

兼职教师主要从本专业相关的行业企业中聘任，这一聘任渠道确保了其与行业实践的紧密衔接。在思想政治与职业素养层面，需具备良好的思想政治素质、高尚的职业道德以及严谨的工匠精神，为教学工作奠定坚实的思想与职业基础。专业能力方面，应拥有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，能够将行业前沿动态与实践案例融入教学过程。同时，需具备中级及以上相关专业职称，以专业资质保障教学质量，进而承担起专业课程教学及实习实训指导等工作，有效弥补专职教学在实践环节的不足。

九、教学条件

（一）教学设施

1. 专业教室基本要求

校内配备有能够满足正常的课程教学、实习实训所需的专业教室，环境条件舒适，采光照明良好，配备空调、投影仪、电脑、电源，适配本专业课程的创作

需求。

2. 校内外实验、实训场所基本要求

实验、实训场所需全面符合教育部在面积、设备设施、安全、环境及管理等方面的相关标准、规定与办法。在场景构建上，环境及设备设施应精准对接真实职业或工作情境，提升学生对实际工作的适应能力。人员与制度保障层面，配备合理数量的实验、实训指导教师，同时建立健全实验、实训管理及实施的各项规章制度，为品牌设计、包装设计、现代平面广告设计、摄影摄像、影视后期剪辑等各类实验、实训活动的顺利开展提供坚实支撑。

表 6 与课程对应关系校内外实验、实训场所

序号	实训室名称	主要仪器设备配置	服务课程	主要实训功能
1	画室	画架、画板、画室	综合绘画训练	培养学生的基础构造、手绘、审美能力
2	摄影摄像实训室	备数字摄影器材、灯光、背景，影像存储、输出设备等设备设施	摄影摄像基础、现代平面广告设计、包装设计	培养学生商业能力摄影能力、产品拍摄能力
3	数字设计与输出实训室	电脑、服务器、工作站、投影设备、音响等	广告策划与文案，平面设计类展示	培养学生进行广告策划与传播、展示的能力

3. 实习场所基本要求

实习场所配备符合规定的消防设施等以保障学生实习安全，配备照明设施与电源，配置用于广告艺术设计的电脑设备、数字投影仪、音响等设备。

（二）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、实践实习资源等。

1. 教材选用基本要求

根据本专业特点选用符合人才培养方案和课程标准要求、教育部推荐的优秀高职高专教材，且近三年出版的教材比例大于 90%，优先在国家“十三五”、“十四五”规划教材中选取。

2. 图书文献配备基本要求

图书文献应涵盖广告设计基础理论、创意与策划、视觉传达设计、数字媒体广告、品牌广告设计。图书文献的语言表述应清晰易懂，方便学生阅读和理解。

使用丰富的图片、图表和示例来辅助说明，提高可读性和吸引力。文献应来自权威出版社或有良好学术声誉的作者。内容应准确、可靠，能够反映视觉传达设计领域的最新研究成果和实践经验。

3. 数字教学资源配置基本要求

配备高性能的计算机设备，具备足够的内存、处理器速度和存储空间，以确保学生能够流畅地进行广告设计创作。安装系列软件以及视频处理软件。搭建数字教学资源平台，整合各类教学资源，提供便捷的搜索和浏览功能。为教师提供数字教学资源使用和管理的培训和支持，提升教师的数字素养和教学能力。

十、质量保障和毕业要求

（一）质量保障

1. 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。

2. 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，建立健全听课，评教等督导制度，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. 建立毕业生跟踪反馈机制，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. 专业教研组织充分利用评价分析结果有效改进专业教学，定期召开教研会议，持续提高人才培养质量。

（二）毕业要求

毕业要求是学生通过规定年限的学习，须修满的专业人才培养方案所规定的学时学分，完成规定的教学活动，毕业时应达到的素质、知识和能力等方面要求。毕业要求应能支撑培养目标的有效达成。

本专业学生通过规定年限的学习，修满培养方案中规定课程 2806 学时 164 学分，其中公共课程 920 学时 53 学分，专业课程 1886 学时 111 学分，且符合相关要求方准予毕业。

1. 毕业要求与课程对应关系（表7毕业要求与课程对应关系）

表7 毕业要求与课程对应关系

序号	毕业要求	对应的培养目标和规格	对应课程或环节
1	政治素养	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。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。具有质量意识、环保意识、安全意识、数字素养、工匠精神、创新思维。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。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。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。	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、劳动教育、中华优秀传统文化。
2	专业能力	广告设计专业学生需达到：一是新媒体广告创意与表现设计能力，能独立完成平面、数字广告设计，结合“人五官”感知提升受众接受度，满足课程实践要求；二是策划落地能力，掌握广告策划全流程，能分析受众需求并协调执行；三是行业适配能力，熟悉行业规范与趋势，设计适配多场景的广告作品，具备问题解决能力。	品牌设计、包装设计、字体设计、三大构成、图形创意、信息可视化、新媒体广告创意与表现、摄影摄像
3	方法能力	公共艺术设计专业学生能自主追踪视觉设计新技术与趋势，通过课程资源、行业案例补充知识以迭代设计能力；面对设计难点可结合《视觉心理学》拆解问题并高效解决；除熟练用 PS、AI 外、色彩搭配等辅助工具提升设计效率与质感。广告设计专业学生能从市场数据、受众调研中提炼信息，结合行业规范推导广告策略支撑创意；在项目中可与客户、制作团队高效沟通，协调环节衔接保障推进；能尝试将动态广告制作、数据分析等数字技术融入设计，借工具创新提升传播效果与竞争力。	数字图像编辑与设计、矢量图形设计、三维图形设计
4	社会能力	具有良好的沟通表达能力，能清晰传递设计理念与项目需求；具备团队协作能力，能在跨专业团队中承担角色并协同完成任务；遵守数字媒体行业职业道德与规范，具有知识产权保护意识；具有服务意识，能结合用户需求与社会需求开展创作；具备一定的跨文化交流能力，能理解不同文化背景下的设计需求。	体育，心理健康教育，普通话，公共艺术，数学文化，实用英语口语，实用英语写作，应用文写作，中华优秀传统文化。

5	可持续发展能力	具有终身学习意识，能根据行业发展持续更新知识与技能；关注数字媒体行业与社会、环境的协同发展，能将绿色设计、包容性设计等理念融入创作；具备适应职业变化的能力，能在数字媒体相关领域（如新媒体运营、影视后期等）灵活转型；了解行业政策与法规，能在合规框架下实现职业长期发展。	中外广告史，英语，岗位实习，毕业综合实习。
6	创新创业能力	具有创新思维，能在作品创作中提出新颖的设计理念与表现形式；掌握创新创业基础知识，能识别数字媒体领域的创业机会；具备项目孵化能力，能完成从创意构思到原型制作、市场验证的创业流程；具有风险意识与资源整合能力，能借助政策、平台等资源推动创新项目落地。	就业与创业指导，职业生涯规划，创业基础。

2. 毕业证书要求

毕业证书+职业技能证书。鼓励学生根据自身情况，考取下列职业技能等级证书一种或几种：1+X 证书。

附表：1. 各教学环节教学周总体安排表

2. 教学进程安排表

3. 公共艺术课安排表

4. 课程结构、学时与学分总体分配表

附表1 各教学环节教学周数安排表

学年	学期	课堂教学	军事技能训练	劳动教育	实习与实训	岗位实习	毕业设计	考试	机动	合计
1	一	16	3		0			1	1	21
	二	15		1	1			1	1	19
2	三	17			2			1	1	21
	四	15			2			1	1	19
3	五	8				11		1	1	21
	六	0				13	6			19
合计		71	3	1	5	24	6	5	5	120

附表2 教学进程安排表

课程类型	课程名称	课程代码	课程性质	建议学时	理论学时	实践学时	学分	第一学期	第二学期	第三学期	第四学期	第五学期	第六学期	考核方式	备注
公共基础课	英语 1	ZD000111	必修	64	64	0	4	4*16						考试	2*16 线上 2*16 线下
	英语 2	ZD000112	必修	64	64	0	4		4*16					考试	限选
	职业生涯规划	ZD000131	必修	18	16	2	1	2*8						考查	实践教学, 不占正常课时
	就业与创业指导	ZD000132	必修	20	16	4	1				2*8			考查	实践教学, 不占正常课时
	计算机应用及人工智能基础	ZD000143	必修	32	0	32	2	2*16						考查	

创业基础	ZD000121	必修	32	16	16	2				2*8			考查	实践教学，不占正常课时
普通话	ZD000122	必修	16	8	8	1	2*8						考查	
思想道德与法治	ZD000210	必修	48	32	16	3	3*16						考试	
毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	ZD000220	必修	32	26	6	2		2*16					考试	
形势与政策	ZD000230	必修	32	32	0	2	2*4	2*4	2*4	2*4			考查	
习近平新时代中国特色社会主义思想概论	ZD000240	必修	48	48	0	3				3*16			考试	
中国共产党历史	ZD000250	必修	16	16	0	1			2*8				考查	
劳动教育 1	ZD000032	必修	30	0	30	2		1W					考查	第 2 或第 3 学期
劳动教育 2	ZD000033	必修	16	16	0	1		1*16					考查	
军事技能训练	ZD000034	必修	112	0	112	3	3W						考查	包含新生入校教育
军事理论	ZD000260	必修	36	36	0	2	2*18						考查	
国家安全教育	ZD000270	必修	16	16	0	1	2*8						考查	线上+线下
大学生心理健康教育	ZD000512	必修	32	24	8	2		2*16					考查	
体育 1	ZD000322	必修	32	2	30	2	2*16						考试	
体育 2	ZD000333	必修	32	2	30	2		2*16					考试	
体育 3	ZD000344	必修	32	2	30	2			2*16				考试	

	体育 4	ZD000355	必修	32	2	30	2				2*16			考试	
	公共艺术课	—	限定性选修课	32	24	8	2	2*8	2*8					考查	
	小计			824	462	362	47	18W	13	4	8	0	0	824	
	数学文化	ZD000103	选修	32	16	16	2			2*16				考查	线上和线下相结合
	实用英语口语	ZD000113	选修	32	0	32	2		2*16					考查	线上和线下相结合
	实用英语写作	ZD000114	选修	32	16	16	2			2*16				考查	线上和线下相结合
	应用文写作	ZD000123	选修	32	16	16	2				2*16			考查	线上和线下相结合
	中华优秀传统文化	ZD000124	选修	32	32	0	2				2*16			考查	线上和线下相结合
	大学语文	ZD000125	选修	32	32	0	2			2*16				考查	线上和线下相结合
	小计			96	96		6								
专业基础课	广告学概论	ZD060651	必修	16	16	0	1	1*16						考试	
	综合绘画训练	ZD060601	必修	64	32	32	4	4*16						考试	
	三大构成	ZD060603	必修	64	32	32	4	4*16						考查	
	中外广告史	ZD060652	必修	16	16	0	1	1*16						考试	
	矢量图形设计	ZD060634	必修	64	32	32	4		4*15					考查	

	数字图像编辑与设计	ZD060643	必修	64	32	32	4		4*15					考查	
	小计			288	160	128	18	8	8	0	0	0	0		
专业核心课程	字体设计	ZD060606	必修	64	32	32	4		4*15					考试	
	图形创意	ZD060639	必修	64	32	32	4		4*15					考试	
	版式设计	ZD060638	必修	64	32	32	4			4*17				考查	
	影视后期剪辑 (Premiere)	ZD060610	必修	64	32	32	4			4*17				考查	
	现代平面广告设计	ZD060650	必修	64	32	32	4			4*17				考试	
	新媒体广告创意与表现	ZD060646	必修	64	32	32	4			4*17				考试	
	品牌设计	ZD060615	必修	64	32	32	4				4*15			考查	
	品牌策划	ZD060653	必修	72	36	36	4					9*8		考查	
	会展设计	ZD060649	必修	72	36	36	4					9*8		考查	
	数字插画设计技能训练	ZD060609	必修	30	0	30	1		1W					考查	二选一
	广告策划与文案实训	ZD060656	必修	60	0	60	2			2W				考查	
	视觉创意训练	ZD060619	必修	60	0	60	2				2W			考查	四选三
	岗位实习	ZD000023	必修	480	0	480	24					11W	13W		

	毕业综合设计	ZD000024	必修	120	0	120	12						6W		
	小计			1340	296	1046	77	0	8+1W	16+2W	4+2W	18+11W	19W		
专业拓展课程	摄影摄像基础	ZD060611	选修	64	32	32	4			4*17				考试	二选一
	信息可视化设计	ZD060655	选修	64	32	32	4			4*17				考试	
	三维图形设计	ZD060631	选修	64	32	32	4			4*17				考试	四选三
	标志设计	ZD060614	选修	64	32	32	4				4*15			考试	
	新媒体营销	ZD060654	选修	64	32	32	4				4*15			考试	
	包装设计	ZD060616	选修	64	32	32	4				4*15			考查	
	小计			256	128	128	16	0	0	4	12	0	0		

备注：“课程性质”分为必修、选修，“考核方式”分为考试、考查

附表3 公共艺术课程安排表

序号	课程名称	课程 代码	建议 学时	理论 学时	实践 学时	学分	考核
1	艺术导论	ZD0000418	16	12	4	1	考查
2	音乐鉴赏	ZD0000419	16	12	4	1	考查
3	美术鉴赏	ZD0000420	16	12	4	1	考查
4	影视鉴赏	ZD0000421	16	12	4	1	考查
5	剪纸	ZD0000422	16	12	4	1	考查
6	合唱	ZD0000423	16	12	4	1	考查
7	书法鉴赏	ZD0000424	16	12	4	1	考查
8	摄影	ZD0000425	16	12	4	1	考查

备注：每个学生在校期间，至少要在公共艺术课程中任选 2 门并且取得 2 学分

附表4课程结构及学时、学分分配表

课程结构			学时	学时比例	学分	学分比例
课程类别		课程性质				
必修课	公共基础课		824	29%	47	29%
	专业基础课		288	11%	18	11%
	专业核心课		1342	48%	77	47%
选修课	公共基础选修课		96	3%	6	3%
	专业拓展课		256	9%	16	10%
总学时			2806	总学分	164	
理论学时		1142	理论:实践	41%: 59%		
实践学时		1664				