

广告艺术设计专业人才培养方案（2021 级统招）

一、专业名称及代码

专业名称：广告艺术设计 专业代码：550113

二、入学要求

高中阶段教育毕业生或具有同等学力者。

三、修业年限

基本修业年限 3 年，可以根据学生灵活学习需求合理、弹性安排学习时间。

四、职业面向

本专业职业面向。详见表 1。

表1 广告艺术设计专业毕业生就业职业面向领域及主要工作岗位群

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	职业技能等级证书
文化艺术大类 (55)	文化艺术类(5501)	广播、电视、电影和录音制作业(87)； 文化艺术业(88)	广告设计人员 (2-09-06-03)	广告策划师；书籍装帧设计师； 包装设计师、平面广告师、影视 广告设计师；插画设计师、网页 设计师、展示设计师、陈列设计 师。	

五、培养目标与培养规格

（一）培养目标

根据国家对高等职业教育的要求和广告艺术设计专业的特点，本专业的培养目标是力争让学生牢固掌握本专业必需的专业知识，了解广告理论与实践（国内外）的最新发展；具有独立解决本专业领域实际问题的能力；具有较强的广告设计、创意与制作能力、创新能力和社会活动能力，为媒介、广告公司、中小企业、展示设计公司、会展策划公司、信息服务等部门培养从事广告设计、制作、媒体销售、市场营销、调查分析、展示设计、陈列设计、会展策划的高级人才。学生在必备的基础理论知识和专门知识的基础上，重点掌握从事基层广告设计、创意与制作工作所需要的专业知识，并具有较强的相关技能和基本能力，构建具有鲜明高职特色的高等技术应用性广告设计、制作专门人才

的培养模式，使毕业生的知识结构更趋合理，实践能力更加突出，同时还具有根据实践继续学习的能力。

（二）培养规格

本专业毕业生应在素质、知识和能力等方面达到以下要求。

1. 素质目标

（1）思政素养

具有良好的思想政治素质和职业道德，遵纪守法，具有事业心、进取心和创新精神；诚实、守信、卫生、勤奋、谦虚的文明素质；自尊、自强、自立、自律，尊重他人，与人合作，善良、正直、理智、沉着、坦诚、热情、乐观向上、富有朝气、刚毅、执着、公道的人格素质；热爱祖国，拥护中国共产党，拥护党的基本路线，坚持为人民服务，乐于奉献的拥护宪法，法律观念，公民意识，遵纪守法。

（2）文化素质

具有一定的艺术文化修养、语言和文字表达能力，基本的英语和计算机应用能力；。

（3）职业素质

不断自我学习和自我修正的能力；与人沟通、交流的能力；团队的合作意识和协作的能力；具有良好的职业道德、较强的职业工作能力和创新精神；艺术审美能力，和对作品的鉴赏能力。

（4）身心素质

身体健康，能胜任企业生产、服务和管理第一线的工作。

2. 知识目标

（1）具有广告设计、VI 设计、平面设计、广告策划与展示设计、包装设计等专业知识；

（2）具有对现代广告进行设计、制作的能力；

（3）具有广告策划学的知识；

（4）具有电脑软件设计方面的相关知识；

（5）广告与市场方面的知识；

（6）广告与媒介方面的知识。

3. 能力目标

（1）具备广告策划的能力；

- (2) 具备较强的平面广告设计能力;
- (3) 具备独特的设计理念和创新意识;
- (4) 具备对市场进行调查分析和媒介运营的能力;
- (5) 具备较强的专业计算机辅助设计软件的应用能力;
- (6) 具备广告与展示陈列设计制作的综合能力;
- (7) 具备使用广告设计设备的能力。

六、课程设置及要求

本专业课程主要包括公共基础课程和专业课程。

(一) 公共基础课程

根据党和国家有关文件规定,开设思想政治理论、体育、军事理论、将创新创业教育、就业指导、心理健康教育等公共基础必修课;开设专业外语、健康教育、职业素养等选修课。

(二) 专业课程

1. 专业基础课程

专业基础课程12门,包括:广告造型基础、PhotoShop基础、设计色彩、PhotoShop进阶、图形创意、Illustrator软件、图案与字体设计、数字插画表现、InDesign。

2. 专业核心课程

专业核心课程6门,包括:书籍装帧与印刷、标志与VI设计、广告策划与创意、C4D视觉设计、AfterEffects、展示设计等。

3. 专业拓展课程

专业拓展课程包括:影视广告剪辑、3D展示效果图设计、1+X文创产品数字化设计(一)、1+X文创产品数字化设计(二)。

4. 专业选修课程

专业选修课程包括:制图与透视、网页设计、CAD设计与绘图等。

(三) 专业核心课程和主要教学内容与要求

专业核心课程主要教学内容如表 2 所示。

表2 专业核心课程主要教学内容

序号	核心课程名称	学年 \学时	教学内容	教学目标	职业能力要求
1	标志与VI设计	3/64	vi 课程主要内容, 标志定义, 标志设计原则; 标志设计流程; 具象标志设计; 抽象标志设计; 文字标志设计; vis 定义; ci 定义;vi 在企业中的作用; vis 基础系统设计; vis 应用系统设计; vi 导入。	通过本课程各项目的实施, 使学生能够用标志设计的造型原则及表现形式设计制作企业标识, 运用 VI 的设计规范完成 VI 手册的设计制作; 引导、帮助学生总结归纳标志及 VI 设计制作的方法及工作流程、标志及 VI 设计的原理、设计技巧; 使学生具备形象创意设计能力、形象系统的应用与开发能力; 并具备感受力、判断力、想象力、创造力及团结协作精神; 培养能够在设计与管理第一线从事 CIS 策划、标志设计、企业形象设计、品牌管理等工作, 具有职业生涯发展基础的企业形象设计师。	(1) 能够用多种调查方法完成市场调研研究, 并形成企业形象设计调查问卷及调研报告; (2) 能够用企业形象设计策划与定位方法, 制订企业形象设计定位分析报告; (3) 能够用标志设计的造型原则进行不同种类的标志设计; (4) 能够用标志设计的色彩表现原理, 进行标志的色彩配色设计; (5) 能够用 CroelDRW 等矢量软件, 进行标志及 VI 手册电脑制作; (6) 能够用 VI 的设计规范, 进行 VI 设计, 并制作 VI 手册; (7) 能够用 VI 的管理程序, 进行 VI 的导入及管理调整;
2	书籍装帧设计与印刷	2/72	纸张的种类、开本的定义、书籍封面、封底、环衬、扉页、目录、正文; 开本与护封的设计、内封与函套的设计、目录及正文的设计、装订工艺的选择; 书籍的种类, 书芯的图文版式编排, 零页设计, 插图的绘制; 开本及形态的选择, 外观的设计与书芯的版式编排, 插图的绘制与纸张的选择, 印刷工艺与材质的选择, 装订工艺的运用	《书籍装帧与印刷》是广告专业重要的必修课程, 通过本课程各项目的实施, 使学生能够了解书籍装帧的发展过程、书籍装帧的基本特征, 掌握书籍装帧的装订工艺、印刷工艺, 掌握书籍装帧材料的应用, 掌握书籍装帧设计的基本原则, 掌握书籍装帧设计的流程和方法, 培养学生的设计思维能力和设计表达能力, 突出综合设计应用能力与技术运作能力, 培养学生独立、严谨的工作作风和团队意识, 培养学生良好的职业道德, 使学生就业走上设	(1) 能够根据开本设计的原则进行书籍的开本设计; (2) 能够根据纸张的规格、纸张的切割方法进行纸张材料选择; (3) 能够根据书籍插图的表现形式进行书籍插图设计; (4) 能够根据书籍装帧的装订工艺进行书籍装帧设计; (5) 能够根据精装书的设计原则进行精装书的书籍设计; (6) 能够根据封面、封底、护封的设计原则进行书籍设计;

				计工作岗位后，能较好地具备承担书籍装帧设计的实际工作能力。	(7) 能够根据材料选择的原则进行书籍材料的设计。
3	广告策划与创意	3/72	广告策划的特点、作用、原则；产品的定位策略；广告策划的内容和基本程序；广告市场调查的方法和技巧；广告市场的分析；广告战略的多角度设计；广告媒体渠道的选择；广告的创意表现方法和实施；广告创意的一般特点与技法；广告文案、平面广告、广播广告、电视广告创意的原理和方式；广告策划中的公关、直销和促销策略；广告策划书与提案的撰写方法与技巧。	通过本课程各项目的实施，使学生能够根据客户具体要求完成广告策划方案与创意的执行方案。使学生掌握广告策划工作规范、工作流程以及广告策划与创意基本理论和基本知识。培养学生的语言表达能力、广告策划与创意能力，最终使学生具备从事广告策划与创意执行工作的职业能力。	(1) 能够运用广告市场调查的方法和技巧撰写广告市场调研报告； (2) 能够运用产品的定位策略，广告市场的分析制定广告市场细分计划； (3) 能够运用媒介策划与媒介组合方法制定媒介选择与媒介排期计划； (4) 能够运用广告的表现和实施与广告创意的一般特点与技法设计广告创意方案； (5) 能够运用广告策划中的公关、直销和促销策略制定品牌整合营销策略； (6) 能够运用广告策划书与提案的撰写方法与技巧撰写广告策划书； (7) 能够运用综合的广告策划与创意方法制定品牌广告整合策划与创意的执行方案
4	After Effects*	4/80	1. 《我的作品集》片头制作 ①AE的标准工作界面及初始化设置； ②合成的创建方法； ③合成的设置； ④不同素材的导入方法； ⑤层的 Transform 属性； ⑥关键帧的设置及修改。 2. 《动漫世界》栏目片头制作	本课程的总体目标是通过本课程各项目的实施，使学生能用 After Effects 软件设计制作影视宣传片、影视片头、影视广告、栏目包装等后期特效影片；同时，引导帮助学生归纳总结影视后期合成的流程、方法及特效应用等的基本理论知识；从而培养学生的影片设计创意思维、视频特效制作能力和艺术审美能力，使学生能够胜任影视后期合	职业能力要求： (1) 能够对影片进行统筹策划、整体设计； (2) 能够根据影片需要选取、处理素材； (3) 能够用 AE 软件进行影视宣传片的设计制作； (4) 能够用 AE 软件进行影视片头的设计制作； (5) 能够用 AE 软

			①AE 中层的分类及作用； ②蒙版的作用； ③蒙版的创建； ④蒙版的属性； ⑤蒙版的修改； ⑥多个蒙版的叠加模式； ⑦Foam 特效的基本属性。 3.《旅游城市》节目片头制作 ①三维图层的定义方法； ②三维图层的属性； ③三维视图的分类及应用； ④摄像机的创建； ⑤摄像机的属性； ⑥摄像机的运动分类； ⑦摄像机动画。 4.《香水百合》MTV 片头制作①灯光的分类； ②灯光的属性； ③灯光的应用； ④3D 材质属性； ⑤特效插件的安装方法； ⑥Knoll Light Factory（镜头光斑工厂）特效组的应用。 5《精灵》特效制作 ①扭曲特效的分类； ②扭曲特效的特性； ③扭曲特效的属性。 6.《摩托冲击波》特效制作①Shatter（破碎）特效的特性； ②Shatter（破碎）特效的属性。	成师的工作。具体为： （1）了解数字合成技术及发展趋势； （2）了解 After Effects 在影视后期工作中的作用； （3）掌握影视后期合成的流程； （4）掌握影片的二维合成方法； （5）掌握灯光、摄像机等三维场景合成的方法； （6）掌握 AE 中抠像的技巧及主流抠像插件的使用方法； （7）掌握 AE 中调色的技巧及主流调色插件的使用方法； （8）掌握 AE 中文字特效的参数设置及应用； （9）掌握 AE 中滤镜特效的参数设置及应用； （10）掌握 AE 中变形特效的参数设置及应用； （11）掌握 AE 中仿真特效的参数设置及应用； （12）掌握 AE 中音频特效的参数设置及应用； （13）掌握影片渲染输出的方法。	件进行影视广告片的设计制作； （6）能够用 AE 软件进行电视频道宣传片的设计制作； （7）能够用 AE 软件进行电视频道栏目整体包装的设计制作； （8）能够用 AE 软件渲染输出不同格式的图片。
5	C4D视觉设计	2/68	项目 1: C4D 形象招贴设计；项目 2: 宜家闹钟产品形象制作；项目 3: 艺术学院动态 logo 制	通过本课程各项目的实施，使学生能够根据客户具体要求完成相关设计作品的制作。使学生掌握	能够掌握使用 C4D 软件进行广告设计与制作的一般方法、步骤和技巧，进而掌握 C4D 的

			作项目 4: 玩具飞机项目; 项目 5: 光影静物场景; 项目 6: 碎裂 LOGO 的制作; 项目 7: 幸运装置; 项目 8: 合成特效文字; 项目 9: 电商广告设计与制作; 项目 10: 飞碟走路循环	C4D 软件的基础理论以及基本操作方法与 C4D 软件在制作设计作品时的设计思路; 设计色彩的造型基本原理和方法。培养学生的语言表达能力、C4D 软件的操作能力, 最终使学生具备从事相关设计行业 C4D 软件的制作设计作品的职业能力。	建模、材质灯光到后期渲染的全过程。培养其具备广告设计、创意与制作绘图人员科学、严谨的职业能力和工作作风。
6	展示设计	5/80	展示道具设计原则、照明设计、照明方式、展示道具分类、材料的组合方式与方法、橱窗的结构、橱窗设计的形式、人体工程学、展示空间流线的设计、展示空间信息的传播、展示空间材料	《展示设计》是广告专业重要的必修课程, 通过本课程各项的实施, 使学生能够了解展示设计的发展过程、展示的功能, 理解展示的流线设计和空间划分, 掌握展示空间设计功能分区、色彩、道具、陈设、照明及室内界面设计技巧与处理方法, 掌握展示设计的流程, 培养学生的设计思维能力和设计表达能力, 突出综合设计应用能力与技术运作能力, 培养学生独立、严谨的工作作风和团队意识, 培养学生良好的职业道德, 使学生就业走上设计工作岗位后, 能较好地具备承担展示空间设计项目的实际工作能力, 与设计团队一起创造高质量的展示空间环境。	(1) 能够运用展示设计的分类与基本法则进行展厅的展示设计 (2) 能够运用人体工学原理进行展示尺寸的设计 (3) 能够运用照明设计理论进行展示灯光设计 (4) 能够运用橱窗设计的要点进行橱窗展示设计 (5) 能够运用展示色彩的设计原则进行展厅色彩的设计 (6) 能够运用功能区域的分割的原则进行展示区域的分割 (7) 能够运用展示道具的设计原则进行展厅展示道具的设计 (8) 能够运用展示材料选择的原则进行展厅材料的设计

(四) 实践性教学环节

实践性教学环节主要包括实验、实训、实习、毕业设计、社会实践等。在校内外进行动画设计与制作, 影视动画短片制作, 企业生产性动画制作, 制片管理等综合实训。在广播影视和视频制作、文化艺术等行业的广告传媒类企业进行社会实践、顶岗实习。应严格执行《职业学校学生实习管理规定》。

（五）相关要求

统筹安排各类课程设置，注重理论与实践一体化教学；将安全教育、社会责任、绿色环保、管理等方面的选修课程、拓展课程或专题讲座（活动），并将有关内容融入专业课程教学。大学生创新创业教育融入专业课程教学和相关实践性教学；组织开展德育活动、志愿服务活动和其他实践活动。

加大思政教育教学力度，除公共课程的思政教学，另添加职业素养课程，由专业教师授课，从专业的角度进行思政教育。

七、教学进程总体安排

（一）总体教学进程安排表

表3 总体教学进程安排表

总体教学安排	项目	学分	分学期安排时间（周）						总计（周）
			I	II	III	IV	V	VI	
课程教学与实践	课程教学	138	13	19	17	19	8		76
	复习考试		1	1	1	1	1		5
	顶岗实习	27					9	18	27(合6个月)
	毕业设计（论文） 综合考核与答辩	1						1	1
其它	入学教育及军训	2	2						2
	毕业教育	1						1	1
	机动		1	1	1	1	1		5
	假期		7	5	7	5	7		31
合计周数		169	24	26	26	26	26	20	148

（二）教学与实践学时分配表

表4 教学与实践学时分配表

教学项目	学时	所占比例	备注
公共基础教学	708	26	
专业理论教学	374	14	
专业实践教学	1362	50	
选修课程教学	288	10	
教学活动总学时	2732	100	含公共课

(三) 教学进程总体安排

表5 教学进程表

课程性质	课程类别	序号	课程代码	课程名称	学分	总学时	课程类型		学期理论教学周及周学时					
							理论	课内实训	I	II	III	IV	V	VI
									13周	19周	17周	19周	8周	18周
必修课程	公共基础课	1	10065	思想政治理论	10	168	168		2	2	2	2	4	
		2	10020	体育	8	136	50	86	2	2	2	2		
		3	10021	军事理论教育	2	36	36		2					
		4	20021	大学生心理健康教育	2	32	32			2				
		5	20024	大学生创新创业	2	26	26		2					
		6	20026	口语交际与实用写作	2	32	32			2				
		7	10050	劳动教育	1	16		16	6	10				
		8	20001	大学英语	8	128	40	88	4	4				
		9	7RJ63	信息技术	3	52	20	32	4					
		10	7DY67	新媒体文案策划与写作	2	34	34				2			
		11	7DS29	消费者心理学	2	32	10	22					4	
		12	10056	就业指导	2	16	16					2		
	专业基础课	13	7RJ60	职业素养	2	26	26		2					
		14	7GG16	广告造型基础*	5	78	18	60	6					
		15	7DY35	设计色彩*	3	52	12	40	4					
		16	7GG14	PhotoShop基础*	3	52	12	40	4					
		17	7GG15	PhotoShop进阶*	4	60	20	40		6				
		18	7DY54	Illustrator软件	3	54	14	40		6				
		19	7GG41	图案基础	4	60	20	40		6				
		20	7DY11	图形创意*	4	60	20	40			4			
		21	7GG31	数字插画表现	4	60	20	40			4			
		22	7GG26	InDesign	3	54	14	40				6		
	专业核心课程	23	7DY26	书籍装帧与印刷*	5	72	30	42				6		
		24	7DY12	标志与VI设计*	4	60	20	40			4			
		25	7GG38	C4D视觉设计*	4	68	20	48		4				
		26	7DY19	广告策划与创意*	5	76	26	50				4		
		27	7DY15	After Effects*	5	80	20	60				10		
		28	7GG06	展示设计*	5	64	20	44					8	
	专业拓展课	29	7GG27	影视广告剪辑	4	60	20	40			4			
		30	7GG05	3D展示效果图设计*	5	72	22	50				8		
		31	7GG39	1+X文创产品数字化设计（一）	2	32	10	22		16				

	程	32	7GG40	1+X文创产品数字化设计（二）	2	32	10	22			16			
				毕业设计（论文）										
				顶岗实习										
必修课合计					120	1880	838	1042	26学小时左右					
选修课	专业选修课	1	7GG01	制图与透视*	3	54	20	34		6				
		2	7GG22	CAD设计与绘图*	3	48	18	30					6	
		3	7JY04	网页设计	4	60	20	40			4			
	公共选修课				4									
	思政选修课	1		美育	2	32								
		2		中国文化史	2	32								
	建议选修课					18	288			占总学时10%				

（四）集中实践教学安排表

表6 集中实践教学安排表

序号	课程代码	技能项目	学分	周数	学时	安排学期	实训地点	考核方法
1	20022	军事训练与入学教育	2	2	52	I	校内	现场考核
2	7DY39	顶岗实习	27	27	486	V、VI	校外实训基地	报告结合现场考核
3	7DY40	毕业设计（论文）及答辩	1	1	26	VI	校外实训基地	设计（论文）、答辩
4	20023	毕业教育	1	1		VI	校内	考勤
合 计			31	31	564			

1、第一学期课程安排：

序号	课程名称	周数															学时
		5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17			
1	广告造型基础	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6		78

2	PhotoShop 基础	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52
3	设计色彩	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52

2、第二学期课程安排:

序 号	课程名称	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	学 时
1	PhotoShop 进阶	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6										60
2	图案基础	6	6	6	6	6	6	6	6												48
3	制图与透视										6	6	6	6	6	6	6	6			48
4	Illustrator 软件										6	6	6	6	6	6	6	6			48
5	C4D 视觉设计	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4			68
6	1+X 文创产品数字化设计 (1)																		16	16	32

3、第三学期课程安排:

序 号	课程名称	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	学 时
1	1+X 文创产品数字化设计 (2)	16	16																32
2	图形创意*			4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
3	标志与 VI 设计			4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
4	数字插画表现			4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
5	影视广告剪辑			4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
6	网页设计			4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60

4、第四学期课程安排:

序 号	课程名称	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	学 时
1	AfterEffects	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8										80
2	3D 展示效果图设计											8	8	8	8	8	8	8	8	8	72
3	书籍装帧与印刷	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6										60

4	InDesign											6	6	6	6	6	6	6	6	6	54
5	广告策划与创意	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	76

5、第五学期课程安排：

序号	课程名称	周数								学时
		1	2	3	4	5	6	7	8	
1	展示设计	8	8	8	8	8	8	8	8	64
2	CAD 设计与制图	6	6	6	6	6	6	6	6	48

八、实施保障

（一）师资队伍

1. 师资队伍结构

本专业专任教师共9人，教授1人，副教授1人，讲师7人，双师教师6人，学生数与本专业专任教师数比例为26：1，双师素质教师占专业教师比例为100%。

2. 专业带头人

能够较好地把握国内外媒体广告和展示陈列设计与制作、文化艺术等行业、专业发展，能广泛联系行业企业，了解行业企业对本专业人才的需求实际，教学设计、专业研究能力强，组织开展教科研工作能力强，在本区域或本领域具有一定的专业影响力。

3. 专任教师

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

4. 兼职教师

主要从影视广告、报社、杂志社、广告公司、文化艺术行业企业聘任，具备良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神，具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，具有中级及以上相关专业职称，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. 专业教室基本条件

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

2. 校内实训室（基地）要求

（1）广告基础实训室。

广告基础实训室应配备投影设备、静物台、画板画架、静物灯等设备；用于广告基础设计、图案与字体设计、图形创意等课程教学与实训。

（2）广告制作实训室。

动画制作实训室应配备电脑桌椅、个人电脑、投影仪、多媒体教学系统、主流平面设计制作软件、耳麦等；用于书籍装帧、包装设计等课程教学与实训。

（3）广告后期输出实训室。

广告后期输出实训室应配备电脑桌椅、个人电脑、投影仪、多媒体教学系统、主流后期打印机、喷墨机、压膜机等输出设备。

3. 校外实训基地要求

具有稳定的校外实训基地；能够开展广告艺术设计等实训活动，实训设施齐备，实训岗位、实训指导教师确定，实训管理及实施规章制度齐全。

具有稳定的校外实习基地；能提供广告设计、广告制作管理、展示陈列设计等相关实习岗位，能涵盖当前相关产业发展的主流技术，可接纳一定规模的学生实习；能够配备相应数量的指导教师对学生实习进行指导和管理；有保证实习生日常工作、学习、生活的规章制度，有安全、保险保障。

4. 信息教学条件

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

（三）教学资源

1. 教材选择与要求

按照国家规定选用优质教材，禁止不合格的教材进入课堂。学校应建立专业教师、行业专家和教研人员等参与的教材选用机构，完善教材选用制度，经过规范程序择优选

用教材。

2. 图书文献配备基本要求

图书文献配备能满足人才培养、专业建设、教科研等工作的需要，方便师生查询、借阅。专业类图书文献主要包括：广告行业政策法规、有关职业标准，广告制作手册、广告设计手册，以及两种以上广告艺术设计专业学术期刊和有关广告艺术设计专业的实务案例类图书。

3. 数字教学资源配备基本要求

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

（四）教学方法

项目化教学法，任务驱动法，情境导入法，头脑风暴法，小组讨论法，直观演示法，探究教学法，问题导入法等教学方法。

（五）学习评价

构建与人才培养模式改革、创新相适应的广告艺术设计专业教育教学质量监控评价体系。由学校、行业企业共同参与对教学全过程实行节点监控、过程监控及评价。教学过程结束，进行终结性评价和反馈，最终形成科学的教育教学质量监控评价体系，为广告艺术设计专业的教学质量目标提供保障。完成校企共建教学质量标准体系；校企共建教学质量评价标准体系；校企共建教学质量保障体系构建。

（五）质量管理

（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，完善课堂教学、教学评价、实习实训、毕业设计以及专业调研、人才培养方案更新、资源建设等方面质量标准建设，通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进，达成人才培养规格。

（2）完善教学管理机制，加强日常教学组织运行与管理，定期开展课程建设水平和教学质量诊断与改进，建立健全巡课、听课、评教、评学等制度，建立与企业联动的实践教学环节督导制度，严明教学纪律，强化教学组织功能，定期开展公开课、示范课等教研活动。

（3）建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，并对生源情况、在校生学业水平、

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) 充分利用评价分析结果有效改进专业教学，持续提高人才培养质量。

九、毕业要求

1. 广告知识：具有扎实的广告设计、VI设计、平面设计、广告策划与展示设计、包装设计等专业知识，并能够综合应用这些知识设计平面广告/网页广告/UI设计/影视广告/短视频制作等相关领域设计。

2. 问题分析：能够应用广告设计、VI设计、平面设计、广告策划与展示设计、包装设计等基本原理，设计、制作、并通过对客户的需求分析平面广告/网页广告/UI设计/影视广告/短视频制作等相关领域设计方案，已完成有效的并能够传播的广告作品。

3. 设计/制作方案：能够综合运用理论和技术手段，设计针对平面广告/网页广告/UI设计/影视广告/短视频制作等相关领域设计方案，设计满足商业、客户需求的创意设计并完成制作方案，并能够在设计环节中体现创新意识，考虑社会、健康、安全、法律、文化以及环境等因素。

4. 使用现代工具：能够选择、使用恰当的技术、资源、现代工程工具和信息技术工具，对平面广告/网页广告/UI设计/影视广告/短视频制作等相关领域设计方案，进行创意设计与制作。

5. 环境和可持续发展：能够理解和评价针对平面广告/网页广告/UI设计/影视广告/短视频制作等相关领域设计方案的实践对环境、社会可持续发展的影响。

6. 职业规范：具有人文社会科学素养、社会责任感，能够在平面广告/网页广告/UI设计/影视广告/短视频制作等相关领域设计方案的实践中理解并遵守广告职业道德和规范，履行责任。

7. 个人和团队：能够在多学科背景下的团队中承担个体、团队成员以及负责人的角色。

8. 沟通：能够就广告艺术设计领域复杂创意问题与业界同行及社会公众进行有效沟通和交流，包括撰写报告和设计文稿、陈述发言、清晰表达或回应指令。并具备一定的国际视野，能够在跨文化背景下进行沟通和交流。

9. 项目管理：理解并掌握工程管理原理与经济决策方法，并能在多学科环境中应用。

10. 终身学习：具有自主学习和终身学习的意识，有不断学习和适应发展的能力。

十、附录

专业建设指导委员会成员

序号	姓名	性别	工作单位职务或职称	会内职务
1	郝华涛	男	黑龙江林业职业技术学院副院长教授	理事长
2	郝世峰	男	黑龙江林业职业技术学院信息工程学院教授	主任委员
3	敖桂文	女	黑龙江林业职业技术学院信息工程学院教授	副主任委员
4	冯明玲	女	黑龙江林业职业技术学院信息工程学院	委员

人才培养方案审批

方案制（修）订人签字：_____ 年 月 日

专业建设指导委员会主任签字： 年 月 日

教务处审核签字: _____ 年 月 日

主管领导批准签字： 年 月 日

人才培养方案执行调整记录

序号	时间	调整内容	调整原因	系主任签字	教务处签字