

# 广告艺术设计专业人才培养方案

## 一、专业名称与代码

专业名称：广告艺术设计

专业代码：550113

## 二、专业定位

### (一) 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 (代码)	主要岗位类别 (或技术领域)	职业资格证书或 技能等级证书
商务服务业 (72)	广告业 (725)	其他广告服务 (7259)	广告设计人员 (2-10-07-08)	广告设计师	界面设计职业技能等级证书 图形图像处理 (photoshop 平台)

### (二) 岗位描述

岗位名称 (工作项目)	工作任务 (职业活动)	职业能力要求
广告设计/ 制作师	按要求设计/制作广告内容	掌握广告设计制作的流程、掌握广告规律的应用能力、熟练使用二维/三维广告软件的能力。
广告剪辑/ 特效师	对广告内容进行剪辑再制作	使用广告剪辑软件进行影片剪辑的能力、使用广告特效软件制作广告特效能力、艺术审美能力。
UI 设计师	移动端 APP 界面设计	了解设计基础，掌握平面设计软件。掌握交互基础、制作界面视觉，设计完整的移动端 UI 作品。
广告相关的 服务与管理 工作	广告策划/文案	广告策划书、广告文案撰写以及广告活动的管理

## 三、招生对象

普通高中毕业生/“三校生”（职高、中专、技校毕业生）/初中生/退役士兵

#### 四、学制与学历 三年 专科

#### 五、培养目标与规格

##### （一）培养目标

培养德智体美劳全面发展，掌握广告制作等知识和技术技能，面向区域广告领域，从事平面广告设计、影视广告制作及视频剪辑岗位的复合型创新型技术技能人才。

##### （二）培养规格

###### 1. 素质目标

具有正确的世界观、人生观、价值观。坚决拥护中国共产党领导，树立中国特色社会主义共同理想，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感、国家认同感、中华民族自豪感；崇尚宪法、遵守法律、遵规守纪；具有社会责任感和参与意识。

具有良好的职业道德和职业素养。崇德向善、诚实守信、爱岗敬业，具有精益求精的工匠精神；尊重劳动、热爱劳动，具有较强的实践能力；具有质量意识、绿色环保意识、安全意识、信息素养、创新精神；具有较强的集体意识和团队合作精神，能够进行有效的人际沟通和协作，与社会、自然和谐共处；具有职业生涯规划意识。

具有良好的身心素质和人文素养。具有健康的体魄和心理、健全的人格，能够掌握基本运动知识和一两项运动技能；具有感受美、表现美、鉴赏美、创造美的能力，具有一定的审美和人文素养，能够形成一两项艺术特长或爱好；掌握一定的学习方法，具有良好的生活习惯、行为习惯和自我管理能力。

###### 2. 知识目标

###### （1）基础文化知识

具备大学专科层次所需的基础文化知识；

具有一定的美术修养和审美能力；

###### （2）专业基础知识

具有良好的手绘能力；

熟练使用电脑辅助的良好造型能力；

### (3) 专业知识

掌握二维广告制作技术的基本知识和技能,并获得相关职业资格与技能证书;

掌握广告编辑的基本知识和技能;

了解广告行业的前沿动态,具备分析和拓展能力。

### 3. 能力目标

#### (1) 通用能力目标

自我学习与创新能力;

熟练计算机广告基本操作技能。

#### (2) 专业技术技能目标

熟悉广告设计人员所需的基础知识和基本理论,了解熟悉广告作品的制作流程,掌握广告作品相关环节的制作技能;

掌握二维动态图形设计、处理、发布的技术,熟练掌握多媒体集成软件使用,能够从事界面设计、交互式多媒体系统设计、多媒体课件开发等工作,熟悉多媒体产品的发布与推广;

掌握视频和音频合成、剪辑、发布的技术。

## 六、人才培养模式

### (一) 人才培养模式

岗位先行,三融一创

本专业融合平面广告设计和摄影摄像两大知识架构及技能体系,将“岗位先行,三融一创”的教育理念渗透到人才培养的各个环节。所谓岗位先行,是指在职业教育的过程中,以岗位为导向,根据岗位要求构建课程体系,模拟岗位工作情境设置实训实践内容,依据岗位工作流程设计教学方法,让学生在课程的过程中实现“认知岗位——参与岗位——直接上岗”的学习过程。三融指的是:“1+X与课程学习融合”、“职业素养和专业技能融合”、“工作室、实训室和教室融合”,一创,指的是创新创业教育贯穿人才培养各个环节。

### (二) 集中实践

实践教学环节	主要实训项目名称	学分	开设学期	学时	实训内容	实训场所
--------	----------	----	------	----	------	------

认识岗位	认识岗位	0	1	4	广告设计与制作岗位认识	校内、企业
专项实训(一)	1+X 界面设计师初级集训	4	3	96	广告设计与制作技能实训	校内、企业
专项实训(二)	1+X 数字影像处理初级集训	2	4	48	广告设计与制作技能实训	校内、企业
专项实训(三)	企业项目实训	4	6	96	广告设计与制作技能实训	校内、企业
综合实训(含毕业设计)	毕业设计项目实训	16	7	384	广告设计与制作项目实训	校内、企业
顶岗实习	下企业顶岗锻炼	18	8	432	广告设计与制作岗位实习	企业
合计		44		1060		

## 七、毕业规定

1. 本专业学生应完成本方案规定的全部课程学习，总学分修满 144 学分，其中公共基础课 40 学分(含选修课 6 学分)、专业基础课 16 学分、专业课 24 学分、拓展课 20 学分、集中实践 44 学分，允许学生通过参加技能竞赛、高层次学历教育、对外交流学习、职业资格及技能考证、创新创业实践、第二课堂活动和在线课程等获得的成绩和学分按照《厦门软件职业技术学院课程学分替代管理办法》进行学分认定互换，但公共必修课、专业核心课、集中实践学分不可替代。

2. 综合素质测评成绩：合格

3. 课程证书要求：全国计算机等级考试(一级或二级)合格证书

4. 职业技能等级证书要求：逐步推行“1+X”方案，学生须获得 UI 界面设计职业技能等级证书作为毕业条件之一。

## 八、教学计划进程与时间安排

### 1. 各学期教学计划总体安排表

学年	学期	周数	周 数 分 配					
			军训、入学教育	课堂教学	技能实训	顶岗实习	答疑考试	毕业教育
第一学年	1	19	2	16			1	
	2	17		16			1	



	3	色彩	B	4	64	16	48		4									√
	4	三大构成	B	4	64	16	48	4										√
“专业基础课”合计					16	256	64	192	12	4	0	0	0	0	0	0		

### (三) 专业课

课程体系	课程类别	序号	课程名称	课程类型	学分	总学时	学时分配		各学期周学时安排								考核方式		
							理论	实践	第一学年			第二学年			第三学年		考试	考查	
									1	2	3	4	5	6	7	8			
专业课		1	VI 设计	B	4	64	16	48				4							√
		2	商业广告设计	B	4	64	16	48				4							√
		3	新媒体广告设计	B	4	64	16	48		4									√
		4	微电影摄制	B	4	64	16	48				4							√
		5	影视广告制作	B	4	64	16	48				4							√
		6	UI 设计(1+X 界面设计)	B	4	64	16	48		4									√
		7	广告策划(1+X 界面设计)	B	2	32	16	16				2							√
		“专业课”合计				26	416	102	304		8		10	8					

### (四) 拓展课

课程体系	课程类别	序号	课程名称	课程类型	学分	总学时	学时分配		各学期周学时安排								考核方式		
							理论	实践	第一学年			第二学年			第三学年		考试	考查	
									1	2	3	4	5	6	7	8			
拓展课		1	网页美工设计	B	2	32	16	16				2							√
		2	广告个案分析	B	2	32	16	16				2							√
		3	摄影技术与应用	B	4	64	16	48				4							√
		4	现代商业空间展示设计	B	4	64	16	48				4							√
		5	3dsmax 三维设计	B	4	64	16	48				4							√
		6	网页设计	B	4	64	16	48				4							√
		7	创意手工制作	B	2	32	16	16				2							√
		8	文化创意与市场推广	B	2	32	16	16				2							√
		9	互联网广告文案写作	B	2	32	16	16				2							√
		10	广告创意	B	4	64	32	32				4							√
		11	广告媒介	B	4	64	32	32				4							√
		13	品牌行销	B	4	64	16	48				4							√
		14	传播学	B	2	32	16	16				2							√
		“拓展课”小计 (至少选修 20 学分)			B	20	320	112	208				10	10					√

### (五) 集中实践

课程体系	课程类别	序号	课程名称	课程类型	学分	总学时	学时分配		各学期周学时安排								考核方式	
							理论	实践	第一学年			第二学年			第三学年		考试	考查
									1	2	3	4	5	6	7	8		
集		1	认识岗位	C	0	4		4	在入学教育中安排									

中 实 践	2	UI 设计课程实训	C	4	96		96			4W							√
	3	商业广告设计课程实训	C	2	48		48				2W						√
	4	影视广告课程实训	C	4	96		96					4W					√
	5	综合实训（含毕业设计）	C	16	384		384							16W			√
	6	顶岗实习	C	18	432		432							2W	16W		√
“集中实践”合计					44	1060		1060	0	0	24	24	0	24	24	24	

(六) 各课程类别学分、学时、周课时结构表

课程类别	门数	学分	学时数			各学期周学时安排								各类课程 占总学分 比例 (%)	各类课程 占总学时 比例 (%)
			总学时	理论 学时	实践 学时	第一学年			第二学年			第三学年			
						1	2	3	4	5	6	7	8		
“公共必修课”小计	16	34	666	378	288	15	12	0	2	2	0	0	0	24%	24%
“公共选修课”小计	3	6	72	72	0	0	2-6 学期选课						0	4%	3%
“专业基础课”小计	4	16	256	80	176	12	4							11%	9%
“专业课”小计	7	26	416	112	304		8		10	8				17.8%	14.9%
“拓展课”小计	7	20	320	112	208				10	10				14%	12%
“集中实践”小计	6	44	1060		1060	0	0	24	24	0	24	24	24	30%	38%
合计	43	146	2790	754	2036	27	24	24	22	20	24	24	24	100%	100%
占总学 时比例 (%)	A 类课程比例		B 类课程理论部分比例			B 类课程实践部分比例						C 类课程比例			
	26%		34%			40%						26%			
合计 (%)	26%		74%						26%						

## 九、专业办学基本条件和教学建议

### (一) 专业教学团队

专业教师队伍配置要求：教师配置实施专职与兼职结合、学校教师与企业教师结合、老中青教师结合。教师队伍具有扎实的美术功底；造型能力过硬，有广告制作经验，精通 Photoshop、Illustrator、Flash、Premiere、AE、3dsmax 或者 maya 等相关软件。具有硕士研究生以上文凭，最好具有数字媒体企业从业经验，实际动手能力较强，素质高、年富力强、敬业爱岗、积极进取，在科研和教学方面都具有良好的素养。或者是具有高学历、高级职称专业人才，或者是企业的能工巧匠。熟知和把握行业现状及发展趋势，能根据办学实际，科学制定广告制作技术专业人才培养教学计划，并有效实施专业课程教学。

校企双师型教师队伍配置构成与建设措施：双师型教师组成以内培外引的方式，其构成比例要合理、教师引进实施学校引进与企业引进结合、教师培养实施长期培养与短期培训相结合、进课堂提高与下企业锻炼相结合。

骨干教师具备“双师”素质，有较强的实践动手能力；兼职老师以行业或企

业工程师或部门主管为主。

## （二）教学设施

【说明：教学设施应满足本专业人才培养实施需要，其中实训（实验）室面积、设施等应达到国家发布的有关专业实训教学条件建设标准（仪器设备配备规范）要求。信息化条件保障应能满足专业建设、教学管理、信息化教学和学生自主学习需要。】

### 1. 校内实训条件

实训室（中心、基地）名称	规模	主要实训项目	主要设备装备
素描、水粉室	7间约300人	素描、水粉课程实训	静物、画具等
普通教室	4间约200人	三大构成课程实训	多媒体教学设备
公共机房	3间约180人	上机实践课程实训	计算机和相关软件
手工创意室	1间50人	手工创意	桌椅、纸张
广告造型设计室	1间40人	广告造型设计	烘焙台
广告制作技术专业实训准备室	5间约300人	二维广告制作	计算机和相关软件
渲染集群实训室	1间60人	三维建模、渲染	计算机和相关软件
三维广告实训室	1间60人	三维广告设计	计算机和相关软件
广告特效实训室	1间60人	广告特效处理	计算机和相关软件

### 2. 校外实训条件

实训基地名称	规模	主要实训项目	主要设施与条件
中国广告集团	大中型企业	二维广告制作实训	计算机、相关软件及满足二维广告设计所需设备
广告公司	大中型企业	广告、广告视频实训	满足音效合成等综合技能应用所需设备
广告公司	大中型企业	三维建模、渲染	满足三维建模、渲染所需的高配置计算机及相关软件

## （三）教材及图书、数字化（网络）资料等学习资源



教材选用须符合课程教学大纲要求，核心课程的教材 60%以上应选用正式出版的高职高专教材，优先选用专业教学指导委员会推荐的规划教材和评选的优秀教材，专业必修课至少应有符合教学大纲要求的讲义。公共图书馆中有一定数量与专业有关的图书、刊物、资料，逐步建立有特色的、内容丰富的专业数字化（网络）资料等学习资源库和具有检索信息资源的工具，有利于学生自主学习，并能使用便捷、更新及时的数字化专业教学资源。

在教学中充分利用先进的校园网及多媒体设备，建立课件库、素材库、光盘、期刊网等，保障学生自主学习和知识拓展。

#### **（四）教学方法、手段与教学组织形式建议**

“以学生为中心”，根据学生特点，激发学生学习兴趣；实行任务驱动、项目导向等多种形式的“做中学、做中教”教学模式。

以工作过程为导向、以岗位任务为驱动的理论与实践融合，强调实践的课程。根据该课程的性质和定位，设计教学方法。同时针对课程内容的不同，岗位能力的不同，教学方法的选择也不相同，建议采用如案例教学法、项目导入法、主题教学法、小组讨论、市场调研、作品展示、虚拟任务和场景、讲评法等方法。在实施教学时，采用线上、线下相结合的混合式教学，以调动学生的学习积极性和主动性为主，鼓励学生发现问题、思考问题和解决问题，培养学生自主学习和创新创业的能力。

#### **（五）教学评价、考核建议**

从专业技能、方法能力与社会能力或者从知识、技能、态度三方面寻找指标，要关注学习者的个体差异，评价主要采用过程性评价、结果性评价及其组合方式进行。

严格执行教学规章制度是有序化教学管理的基本要求，一是要以培养目标和教学规章制度作为管理的基本依据，严格按制度办事，坚持原则，不循私情，实现教学管理规范化、制度化；二是坚持管理的经常性和连贯性。尤其是对教学成果也就是学生的知道能力体系的考核，从专业技能、方法能力与社会能力或者从知识、技能、态度三方面制订考核指标，关注学习者的个体差异，采用过程性评价、结果性评价及其组合方式进行。

##### **1. 专业教学评价体系**

人才培养模式中设置评价体系是鉴定、保证教学成效的必备环节，专业人才培养综合评价体系应从培养模式评价、教师教学课程评价、学生学习课程评价三

方面着手，引入行业评价、企业评价，以提高广告设计与制作职业人才培养质量。

## 2. 课程教学评价、考核

在人才培养评价中，课程教学评价是专业教学评价的核心，是保证课程质量的重要手段。应从教师教学评价、学生学习评价两方面着手，引进行业评价、企业评价等手段，进行全方位的立体评价。结合广告设计与制作行业与工学职业教育的实际，采取双通型课程评价模式。一是课程评价与职业资格证书互通的模式。核心课程的教学就是核心技能的训练过程，对核心技能课程的教学效果评价直接以技能证书的考核作为评价方式，使课程评价与职业技能考证实现直通。二是学生的课程成绩评价与生产标准互通的模式。教师按照生产标准的要求实施教，学生按照生产标准的要求实施练习，学生的职业素质评价由教师给出，占课程成绩的 30%，作业作品评价占课程成绩的 70%，其中包含有企业人员参与给出的评价结果，对于企业真实项目的课程作品交付企业后，将企业采用或评价情况作为考核教与学成效的主要评价依据。

参与课程教学评价的有学生、任课教师、教学管理督导、专业教学委员会（内含行企专家），课程评价、考核标准：

（1）课程实施过程考核评价方式。

（2）建立职业能力综合评价体系，以目标水平为主，阶段成绩为辅，结合课外作业、学习态度以及本人课程学习中职业技能的提高程度进行综合评价。

（3）强调目标评价和过程评价相结合，注重作业过程、方法步骤的正确性，加强实践性教学环节的考核，注重平时成绩记录。

（4）建议在教学中按课程教学目标分别进行综合评估，按不同的权重计算总成绩。

（5）课程按百分制考评，60 分为合格。

## 3. 对学生评价、考核

对学生的课程学习的评价、考核方法，主要采取过程考评方法，期末总评成绩由考勤、课堂学习表现、平时作业练习、期末综合设计等教学过程四部分组成，这四部分的分数其比例为：

课程考核总评成绩 = 考勤 10% + 课堂学习表现 10% + 平时作业与练习（20%） + 学习表现（20%） + 期末综合设计（40%）

平时作业练习：包含平时课堂上的随堂检查，课后作业、图纸与报告，实物原型作品等，教学过程作业次数计划为 4-5 次。

课堂学习表现：包含参与课堂教学活动与课堂纪律状况印象评价。出勤考核和课堂表现。

期末综合设计：综合能力考核 1) 提交期末综合设计作品（交互作品设计报告与实物原型），2) 要求演讲表现，演讲分数由老师现场打出；两个分数的比例为：期末综合设计=交互作品设计报告与实物原型（70%）+演讲与 PPT（30%）。

#### 4. 对教师评价、考核

教师的课程评价主要集中在每学期的教学评价，将各课程评价平均综合得到教师课程教学评价考核结果。对教师的课程评价是由学生、专业教学指导委员会、教学管理督导三方组成；其评价权重比例为：学生评价占 40% 比重，专业教学指导委员会评价占 30% 比重，教学管理、督导评价占 30% 比重。

## 十、继续专业学习深造建议

1. 国内专升本的五个途径：一是省内计划指标控制的高校，通过考试录取本科专业对口或相近专业的插班生，完成学业取得本科学历学位；二是报考成人本科大学，通过学习完成学业，取得国家承认的成人教育本科学历学位；三是报名参加自学考试，针对对口专业或相关专业，完成自修考试取得本科学历学位；四是参加电视大学本科对口专业或相近专业，考试录取，完成学业取得本科学历学位；五是参加网络学院专业学习，考试录取，完成学业取得本科学历学位。国内专升本主业面向主要有广告设计、媒体艺术、广告艺术、艺术设计、计算机广告等专业。

2. 国外专升本：通过本校与国外对口合作方式或本市专业对外教育合作机构，进行专升本对接。对接方式以 3+2 方式、3+1 方式，通过语言考试和专业所学课程确认，报考成功，完成学业获得专业本科学历学位。国外专升本主业面向主要有数字媒体、广告艺术、艺术设计、计算机科技等专业。

3. 高级职业资格培训：毕业后一边工作一边参加高级职业培训，通过参加国家承认的资格认证，获得高级工或高级技师层次的职业资格证书。可选择的有：参加国家人力资源部制定的广告类高级职业技术资格培训考核，参加 Adobe 国际企业、国际或国内行业龙头企业制定的高级职业资格证书的培训考核，参加国际商业美术设计师协会开发的高级（A、B 级）广告类职业技术资格的考核以及对接的腾讯 1+X 界面设计（高级）和 1+X 素质影像处理证书（高级）。