



2018级艺术设计专业人才培养方案

(适用于普通高中美术类毕业生)

专业名称: 艺术设计

专业代码: 650101

所属院部: _____

目 录

一、专业名称及代码.....	1
二、招生对象及学制.....	1
三、培养目标与职业面向.....	1
（一）培养目标.....	1
（二）人才培养规格.....	1
（三）职业面向.....	1
（四）职业资格证书.....	2
四、毕业要求.....	2
五、职业岗位及职业能力分析.....	3
六、专业核心能力.....	4
七、创新创业能力培养体系.....	5
八、素质教育活动设计.....	5
九、人才培养模式.....	6
（一）人才培养模式.....	6
（二）专业课程体系.....	6
（三）专业核心课程.....	8
十、教学实施保障.....	8
（一）教学团队.....	13
（二）实践教学条件.....	14
（三）学习资源.....	15
（四）教学方法和教学手段.....	15
（五）教学评价.....	15
（六）质量管理.....	15
十一、专业教学计划表.....	15
十二、继续专业学习深造建议.....	15
十三、必要的说明.....	15

一、专业名称及代码

专业名称：艺术设计

专业代码：650101

二、招生对象及学制

招生对象：参加 2018 年普通高考的 XX 省美术类应往届毕业生

学历为大学专科，学制：全日制三年

三、培养目标与职业面向

（一）培养目标

人才培养的总体目标是：培养思想政治坚定、德技并修、全面发展，适应社会主义市场经济需要，主要以宣传设计为基础，培养具有高素质、高技能、能适应、能胜任的经世致用的中高端复合型人才。以环境营造、职业引入，岗位深入为特色，在定岗培养人才的基础上培养出平面设计师、广告设计师、展场搭建师、广告文案、客户主管等，能胜任艺术设计相关的工作领域的高技能型专门人才。

（二）人才培养规格

能力结构：能根据商业设计要求，与客户进行良好沟通、明确设计方向，进行项目相关资料收集整理并通过 AE、文案、设计师角色的配合，运用主流你设计软件完成优秀的项目设计方案，最终按商业标准进行项目输出制作，为客户呈现满意的项目成果。

知识结构：以大众设计审美为基础，熟悉业务流程，并掌握项目沟通技巧，文字、图形及相关设计要素设计要点，文案的写作技巧，形成项目开展的完整知识链条。

素质结构：热诚敬业，具有良好的职业道德和职业规范。有良好地团队意识，懂得与人合作，共创成绩。以创意为先，具备鉴赏眼光，以宽广的知识为背景，能调动各类资源服务于项目，同时具备精益求精，细心雕琢的做事态度。

（三）职业面向

本专业从事职业领域以中小型广告行业为主，具体岗位分析如下图：

中小型广告行业岗位分析



通过此图可以看出，本专业对应的广告行业公司内部结构分为三大版块：客户服务部、营销策划部、设计部/创意部。每个部门分别下设不同岗位，由低职位往高职位进行升职。其中能对应本专业的岗位主要有客户主管、文案、助理设计师。其初次就业、二次晋升、未来发展基本可下下图轨迹进行：



(四) 职业资格证书

课程设置与职业资格证书有机衔接，教学内容与国家制定的职业分类和职业资格制度相适应，把“双证书”制度纳入到专业人才培养方案中。

经过三年修业，学生应取得的职业资格及技能证书见下表：

序号	项目	等级	类别	考期	考试类型
1	办公自动化证书	初级	行业（信产部）	大一	必考必过
2	大学英语等级证书	2/3级	省考（省语委）	大一大二 大三	鼓励选考
3	CorelDRAW 认证产品专家	初级	行业	大二	必考必过
4	Corel 认证平面创意设计设计师	中级	行业	大二大三	鼓励选考
5	Adobe 平面视觉设计师职业技能认证	中级	行业	大二大三	鼓励选考

四、毕业要求

根据学制、培养目标、业务规格的规定，完成理论教学和实践教学的教学计划。顺利完成毕业设计，毕业实习。

五、职业岗位及职业能力分析

职业岗位	工作任务	职业能力及职业素质要求
客户主管 AE	客户沟通	1、能与客户沟通、明确设计要求； 2、能组织设计师与文案讨论设计方案； 3、能讲解设计方案思路，为客户提案。 4、热忱敬业，能主动积极地联系助理设计师、设计总监和客户，确保项目进展顺利； 5、注重形象，礼貌待人； 6、不卑不亢，在确保方案创意及效果的前提下尽力说服客户，力争公司利益； 7、严守商业秘密，不透露项目信息及客户资料； 8、团队意识，学会与人合作，发现并合理激发每个成员的优势。
文案 CW	文案撰写	1、能收集与设计项目相关的背景资料，提供项目定位和设计的参考； 2、能整理客户提供的图文资料，并规划好设计的层次及页面； 3、能根据项目需求撰写广告语，及描述性文字；

		4、能与设计人员共同确定设计风格及表现效果，并能对页面效果进行评估、反馈修改意见； 5、富有创意，尽量不与他人雷同； 6、具备鉴赏眼光，知道什么是好的文案； 7、知识面广，能调动各个领域知识为文字服务，必要的时候主动学习新的知识； 8、精益求精，能认真雕琢、推敲重点用词； 9、团队意识，学会与人合作。
助理设计师 Assistant Designer	方案设计	1、能根据项目要求搜索并找到合适的设计素材； 2、能在规定时间内做完设计方案； 3、设计方案要确保后期能印刷，不出现开本、装订、图片精度等方面的错误； 4、能对设计素材进行加工； 5、在前期明确设计效果阶段能提供 2-3 个设计方案供客户选择； 6、能用设计手法很好地展现出文字、图片的层次，突出重点信息； 7、页面设计具备美感，并具有一定的创意表现。 8、富有创意，坚决不与他人雷同； 9、具备鉴赏眼光，知道什么是好的版面； 10、速度效率，能积极提升软件能力在规定时间内完成设计； 11、耐心细致，注意细节，确保设计输入无疏漏； 12、团队意识，学会与人合作。
展示陈列助理 Venue building assistant	展示陈列 展示搭建	1、能根据展场搭建的流程，制定工作计划； 2、能结合施工工艺进行物料准备； 3、能在展场现场进行道具制作； 4、能对费用进行合理估算，填写成本核算单； 5、具备良好的职业素养，做好施工后的展位清洁； 6、耐心细致，注意细节，确保施工达标； 7、团队意识，学会与人合作。

六、专业核心能力

各专业结合职业岗位和典型工作任务，对职业领域的专业核心能力进行分析，总结提炼出各专业学生应该掌握的核心能力。

序号	核心能力	能力标准	支撑课程
1	版式设计能力	版式布局合理、美观、有创意	版式设计 宣传品设计 动态读物设计 平面广告设计 个人作品集设计
2	专业软件操作能力	能够熟练使用专业必备软件	版式设计 字体与标志设计 宣传品设计 动态读物设计 平面广告设计 展示设计 个人作品集设计
3	设计素材收集能力	能通过多种途径收集设计所需素材	所有专业课程
4	设计需求沟通与需求转化能力	能够与客户进行良好沟通,并进行需求分析与设计项目执行	广告文案 商业沟通与提案 整合营销 宣传品设计 展示设计
5	展示陈列能力	能根据展品特征对展示方案进行初步规划并执行	中外图案赏析 设计后期与工艺 展示设计

七、创新创业能力培养体系

结合专业的特点,依托创新创业课程、创新创业平台,建立专业与创业教育相融合的实践体系,培养学生的专业实践能力、创新精神、创业意识。根据艺术设计类专业渗透面广,技能与创意并重的特点,鼓励学生将设计运用在生活之中,在各个行业领域均能发挥作用。在课程教学中逐步以商业标准指导项目教学,在教学中引导孵化优秀的学生项目及学生创业团队。鼓励学生在专业学习的同时承接一定量的商业项目并由教师辅导完成。

八、素质教育活动设计

注重人文素质教育与职业道德教育的培养,坚持课内外教学活动和校外教育活动相结合,正确处理好德育与智育、理论与实践的关系,正确处理好传授基础知识、培养职业能力、提高综合素质三者之间的关系。鼓励学生参与公共服务,多参与各类艺术、设计展览展会,假期兼职等方式提升学生的职业素养。

通过军训及国防教育、思想道德修养与法律、毛泽东思想和中国特色社会主义理论概述、形势与政策等课程，努力培养学生建立正确的人生观和世界观、价值观，热爱祖国，拥护中国共产党的领导，拥护党的基本路线、方针政策，有事业心和责任感，能吃苦耐劳。

在入学入职教育和各个项目课程中，不断将商业标准和职业、行业要求带入课程，培养学生爱职、爱岗、敬业的职业意识，具有良好的团队精神，善于团结合作。

学院不定期开展 xx 讲坛、xx 开讲了等高水平讲座活动，丰富学生们的课余生活，让学生们了解文化热点、培养良好的兴趣爱好。

在选修课程中，让学生有更多了解各个学科的机会，激发学生的自我学习能力，让学生去学习研究自己感兴趣的事，去拓展自己的专业领域。

九、人才培养模式

（一）人才培养模式

本专业根据对中小型广告行业的职务及工作流程梳理，通过营造出广告行业的工作环境及岗位定位，使学生对自己今后的工作有一个充分地认识，能够承担各自岗位的工作任务，并与团队成员配合共同完成设计项目。形成“项目带动教学，岗位树立标准，团队形成竞争”的工作室方式教学的人才培养模式。达到以职业能力培养为主线，以职业技能训练为核心，通过项目训练做到“工作”与“学习”的进程交替，实现专业学习与真实的职业工作环境训练有机衔接，实现设计类高职人才培养的新目标。

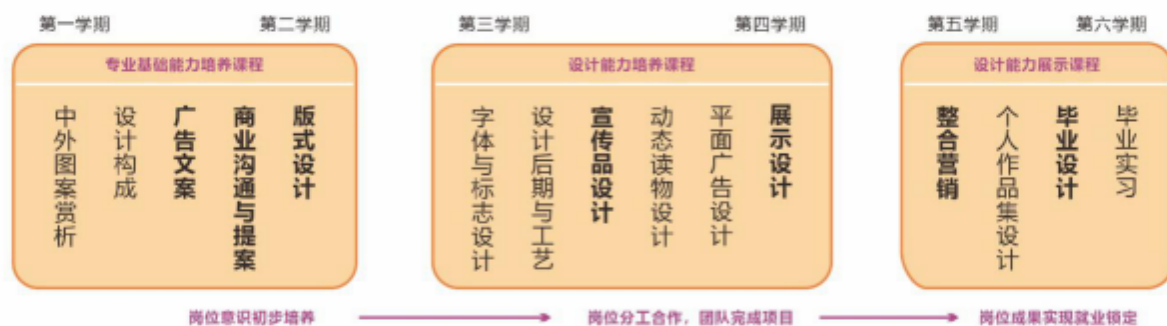
同时根据中小型广告行业的岗位分析及晋升情况，结合工作室内部各个类别岗位的设定情况，设计了一套职位递进体系，每个岗位类别按以下顺序进行职位提升，并进行加分。在工作室内部，每一个年级，都会设计类似班级展示墙贴贴在教室，展示每位学生的职位情况，若有升职，就用新的职位图标替换旧的，一直到学生毕业。这样可以激发学生的学习激情，让学生看到自己的成长过程。同时，获得升职的学生要负责给其他同学指导项目，老师根据指导情况进行评分（有加有减），从而培养出一批学生助教，形成高年级带低年级、优秀学员帮助普通同学的良性教学模式。

职位递进体系见下图：



(二) 专业课程体系

本专业课程体系是在行业专家和教育理念专家指导下，以广告行业各个岗位工作流程及职业要求为基础，提炼核心职业能力为课程教学，并通过各类项目的开展形成教学全过程的。课程搭建如下图：



粗体文字为专业核心课程

(三) 专业核心课程

课程名称		展示设计	开设学期	4
课程学分		4	计划学时	72
课程 目 标	知识目标	掌握展示设计的策划要点，创意技巧和施工方法。熟悉常用展示材料及工具。		
	能力目标	能根据展品特征对展示方案进行初步规划并执行。		
	素质目标	培养学生关心时事，关注商业动向。形成较强的资源整合能力和团队协作能力。具备精益求精、精雕细琢的工匠精神。		
教学内容		展示设计概述 展示设计工作程序与方法 博物馆展示空间设计 展厅展示空间设计 大型博览会展示空间设计 商业展示空间设计与施工		
教学建议		跨专业融合教学，以赛促教。		

课程名称		版式设计	开设学期	1-2
计划学时		162	课程学分	10
课程 目 标	知识目标	能熟悉 CorelDRAW、Photoshop 及相关图形处理软件的使用方法。 了解简单版面项目的制作标准及流程。		
	能力目标	能运用 CorelDRAW、Photoshop 及相关图形处理软件完成项目的设计。		
	素质目标	养成良好的电脑使用习惯，具备耐心细致的工作态度。		
教学内容		1、标志制作项目 2、名片设计项目 3、字体特效项目 4、字体组合项目 5、杂志对页项目 6、图片处理项目		
教学建议		在项目制作中教授学生软件的使用技巧。		

课程名称		广告文案	开设学期	2
计划学时		72	课程学分	4
课程 目 标	知识目标	熟悉广告文案的写作技巧及提高文案鉴赏水平，了解并掌握各类文案的写作特点。		
	能力目标	运用广告文案技巧，能独立完成各类文案的写作。		
	素质目标	养成良好的笔记习惯，善于思考与创新。		
教学内容		1、广告文案基础 2、文案的表现技巧 3、不同广告事物的文案写作 4、系列广告文案写作 5、平面广告文案写作 6、电视广告文案写作 7、其他媒体广告文案写作 8、房地产广告文案写作		
教学建议		在各类案例中让学生潜移默化学习不同类型文案的写作，举一反三而后创新。		

课程名称		商业沟通与提案	开设学期	2
计划学时		72	课程学分	4
课程 目 标	知识目标	了解商业提案的基础模式，掌握运用商业沟通及提案的技巧与知识。		
	能力目标	运用商业沟通与提案技巧知识，能独立模拟完成各项商业提案。		
	素质目标	养成良好的笔记习惯，勤奋灵活，善于思考。		
教学内容		1、商业市场调研 2、商业报告撰写 3、商业沟通提案技巧 4、商业提案实操 5、商业沟通实操		
教学建议		模拟各项商业沟通与提案，让学生了解并掌握商业提案要领。		

课程名称		宣传品设计	开设学期	3-4
计划学时		396	课程学分	22
课程 目 标	知识目标	熟悉宣传品设计的项目流程及团队配合方式,掌握各个岗位的项目职责,深谙商业审美及执行方式。		
	能力目标	能建立项目小组,通过各个岗位的配合实现各类宣传品项目的设计执行及成品输出。		
	素质目标	具备各个岗位的职责意识,并能建立团队配合。精益求精,能做好项目中的每个细小环节以确保项目顺利实施。		
教学内容		1、商业画册设计项目 2、招生简章设计项目 3、学生毕业设计作品集设计项目 4、报纸编排设计项目 5、商业包装设计项目 6、班级展板设计项目 7、工作室优秀学员展板设计项目 8、随机实战项目		
教学建议		按商业模式运作项目进行教学。		

课程名称		整合营销	开设学期	5
课程学分		5	计划学时	80
课程目标	知识目标	明确营销策划的流程,对策划前期的各项分析工作能进行准确分析与研判,根据分析懂得产品与形象的定位,能形成可行性的营销策略与具体的策划方案。		
	能力目标	通过对营销市场环境分析、客群分析、竞品分析、定位策划、产品策划、营销策划、形象宣传策划知识的学习与掌握,学生可以独立完成项目营销策划方案。		
	素质目标	培养良好的策划沟通能力、清晰的逻辑思维、独立的策略思考能力,较强的资源整合能力和团队协作能力。		
教学内容		营销环境分析 客群分析 竞品分析 定位策划 产品策划 营销策划 形象宣传策划		
教学建议		可配合全案设计进行课程。		

十、教学实施保障

(一) 教学团队

教师团队概况:专业教师 5 人;骨干教师 3 人、双师素质教师 5 人;承担专业核心课的兼职教师 3 人。

专任教师一览表

序号	姓名	职称	学历/学位	年龄	研究领域	是否双师型	骨干教师/专业带头人
----	----	----	-------	----	------	-------	------------

1	XX	副教授	本科/学士	37	艺术设计及教育	是	骨干教师
2	XXX	副教授	研究生/硕士	38	会展策划与管理	是	骨干教师
3	XXX	讲师	本科/学士	33	商业美术设计	是	骨干教师
4	XXX	讲师	研究生/硕士	33	数字交互	是	
5	XX	助教	研究生/硕士	29	符号与传播	是	

兼职教师一览表

序号	姓名	职务	工龄	工作单位	承担课程	课时量
1	XXX	讲师	15 年	XX 艺术职业学院	动态读物设计 版式设计	234
2	XX	设计 总监	19 年	3ME 文化传播有限公司	展示设计 设计后期与工艺	140
3	XXX	执行 总监	13 年	言几又文化传播有限公司	展示设计 宣传品设计	252

（二）实践教学条件

1. 校内实践教学场地与功能

序号	实验室/实训基地（中心）的名称	完成的实践教学内容	适用课程
1	数字宣传设计工作室	设计项目相关	所有专业课程
2	绿山墙实训项目室	版面设计、广告设计、 策略及相关项目	设计后期与工艺 平面广告设计
3	项目策划实训室	设计策略相关	广告文案 商业沟通与提案 整合营销
4	商品展示实训室	设计项目及项目展示	平面广告设计 宣传品设计 展示设计
5	设计基础实训室	图形、色彩及基础训练 项目	中外图案赏析 设计构成

2. 校外实践教学基地

序号	企业名称	完成的实践教学内容	学期	学时
1	XX 硕达科技有限公司	宣传品设计	3	30
3	3ME 文化传播有限公司	商品展示设计与施工	4	16
4	言几又文化传播有限公司	宣传品设计 商品展示设计与施工 设计后期与工艺	3-4	32

（三）学习资源

可共享校企合作企业的设计资源及图书，学院及分院阅读空间图书，艺术设计专业教学资源库、CRP 空中课堂资源、云班课教学资源等。

（四）教学方法和教学手段

项目教学、翻转课堂、云班课教学，坚持学中做、做中学，学生主体，教师主导。

（五）教学评价

以学生最终项目效果作为主要方式，学生反馈作为辅助方式进行教师教学评价。

学生学习评价参考课程参与度、项目质量、课程考勤、项目汇报或答辩等方式进行评价，学生互评、多教师共同评价、企业评价三方面综合进行。

（六）质量管理

在学院与分院（部）两级的质量保障体系下，以保障和提高教学质量为目标，运用系统方法，依靠必要的组织结构，统筹考虑影响教学质量的各主要因素，结合教学诊断与改进、质量年报等自主保证各专业人才培养质量的工作，统筹各环节的教学质量管理活动，形成任务、职责、权限明确，相互协调、相互促进的专业质量管理机制。

十一、专业教学计划表

见附件：2018 级艺术设计专业教学计划表（三张 Excel 表格）

十二、继续专业学习深造建议

为体现终身学习理念，明确本专业学生可以通过与 XX 大学联办的自考专升本和与

XX 大学、XX 师范大学对接的对口专升本等途径实现毕业生继续学习的渠道和接受更高层次教育。

十三、必要的说明

本计划经艺术设计专业专业建设指导委员会讨论通过。执行时可结合具体条件适当调整。

制订人：XX 审核人：XXX

制订（修订）日期：XXXX 年 X 月

附件 1

表一:														
2018级 艺术设计专业 学分制指导性教学计划（三年制）														
课程 代码	学 年	一		二		三		总课时	学时分配		学分	考查 学期	考试 学期	备注
	学 期	1	2	3	4	5	6		理论 课时	实践 课时				
	理论教学周数	15	18	18	18	8	0							
	课程名称													
10001	思想道德修养与法律基础	3						45	35	10	3	1		
10002	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论		4					72	54	18	4	2		
10003	形势与政策							16	16	0	1	2	第一学期17~18周 第二学期17~18周	
10005	创新创业教育		2					36	18	18	1.5	2		
10006	就业指导					2		16	9	7	0.5	5		
10007	计算机基础	4						60	25	35	4		根据师资情况可在第2 学期开设	
10008	大学英语	4	4					132	52	80	8	1	2	
10009	体育	2	2	2	2			138	18	120	6	1~4		
10010	国学	1						15	15	0	1			
11787	天府文化		1					18	16	2	1	2		
11788	现代服务业概论			1				18	18	0	1	3		
	小计	14	13	3	2	2	0	566	276	290	31			
公共必修课共		31		学分 ， 占		23.8%								
11449	中外图案赏析	2						30	20	10	2	1		
10865	设计构成	4						60	24	36	4	1		
11330	版式设计	6	4					162	36	126	10	2	1	
10868	广告文案		4					72	36	36	4		2	
11586	商业沟通与提案		4					72	32	40	4	2		
10867	字体与标志设计			4				72	28	44	4	3		
11135	设计后期与工艺			4				72	28	44	4	3		
11586	宣传品设计			12	10			396	60	336	22	4	3	
11235	动态读物设计				4			72	28	44	4	4		
11238	平面广告设计				4			72	20	52	4	4		
11239	展示设计				4			72	20	52	4		4	
11525	整合营销					10		80	36	44	5		5	
11585	个人作品集设计					10		80	16	64	5	5		
	小计	12	12	20	22	20	0	1312	384	928	76			
专业必修课毕业学分		76		学分 ， 占		58.5%								
公共 选修 课	公共限选课		2	2				72	72	0	4	2、3		《大数据与商务实训》、《 财富文化》、《 文化创意与策划》限 选课2门
	公共任选课				2			36	36	0	2	4		公共任选课任选1门
	小计	0	2	2	2	0		108	108	0	6			
任选课共		6		学分 ， 占		4.6%								
周学时总计		26	27	25	26	22	0							
每期开出课程总门数		8	9	6	6	3	0							
课堂教学总学时=理论学时		768		+		实践学时		1746	=		2514			
课堂教学最低总学分		113		学分				毕业学分		130		学分		

附件 2

表二：								
2018级 艺术设计专业 教学环节时间表（三年制）								
项目 周数 学期	课堂教学	专业实践 教学	入学入职教育	军训及国防教育	顶岗实习（含毕 业设计、报告）	考核	假期	小计
一	15		1	2		1	1	20
二	18					1	1	20
三	18					1	1	20
四	18					1	1	20
五	8				10	1	1	20
六	0				20			20
总 计	77		1	2	30	5	5	120

附件 3

表三										
2018级 艺术设计专业 实践环节表（三年制）										
实 践（实习）项目	实践 学时	实践 学分	实践 周数	各 学 期 实 践 周 数						备注
				一期	二期	三期	四期	五期	六期	
入学入职教育	26	0.5	1	1						
军训及国防教育	52	1.5	2	2						
顶岗实习（含毕业设 计、报告）	450	15	30					10	20	
合 计	528	17	33	3	0	0	0	10	20	