

广告艺术设计专业人才培养方案

执笔：高峰 审核：孙培松 制定日期：2021 年 4 月

一、专业名称

广告艺术设计（专业代码：550113）

二、教育类型及学历层次

教育类型：高等职业教育

学历层次：大专

三、入学要求条件

高中毕业

四、学制

全日制三年

五、培养目标

本专业主要面向广告行业，培养能适应创意策划、设计执行以及数码影像制作等工作需要，具有较强造型设计、计算机软件操作、创意设计、广告策划与设计、视觉语言表达以及审美等能力，具有社会主义市场经济适应能力和竞争能力，具有创新创业意识、精深专业技能和良好职业素养的高端技能型人才。落实立德树人根本任务，弘扬社会主义核心价值观，坚持育人与育才相统一，培养德智体美劳全面发展的中国特色社会主义合格建设者和可靠接班人。

六、职业面向及职业能力要求

1. 职业面向

主要就业单位：广告公司、图文制作公司、企事业单位、媒体机构、商业摄影机构、软件设计公司、新媒体设计与制作公司、出版社以及各类设计工作室等。

主要就业部门：创意和策划部、设计与制作部、平面设计部、宣传部门、数码摄影以及后期处理部门等。

可从事的工作岗位及职业能力要求如表 1 所示。

表 1 岗位工作任务与职业能力分析表

序号	核心工作岗位 及相关工作岗位	工作任务	技能、知识与素质要求
1	创意策划 (核心岗位)	(1) 制定创意策略; (2) 与客户沟通协调; (3) 撰写广告策划书; (4) 与其他部门协作; (5) 文案编写; (6) 项目实施过程控制	(1) 能与客户进行有效的沟通; (2) 能制定明确的广告创意策略; (3) 能撰写具体的创意说明; (4) 能对设计项目进行有效的管理; (5) 具有一定的艺术造型设计能力; (6) 具备一定的艺术表达能力; (7) 能撰写规范广告策划书;

序号	核心工作岗位 及相关工作岗位	工作任务	技能、知识与素质要求
			(8) 能完成常见的广告文案的写作; (9) 熟悉广告相关的法律法规; (10) 掌握广告业务实施的一般流程; (11) 掌握广告创意的常用方法; (12) 熟悉广告策划的一般流程; (13) 了解印刷输出; (14) 掌握广告传播的基本知识; (15) 具有较强的文字表达能力; (16) 能合理优化设计与制作资源; (17) 具备一定的评价能力
2	设计执行 (核心岗位)	(1) 参与广告策划, 接受设计任务; (2) 根据设计任务单制定设计计划; (3) 搜集并制作设计元素; (4) 广告小样制作; (5) 修改并确认广告小样; (6) 后期制作; (7) 印刷出品	(1) 能明确客户意图并进行客户分析; (2) 能较好地理解制作工作单内容; (3) 能用文字表达广告制作要求; (4) 能较为熟练地应用设计软件; (5) 能根据需要制定摄影计划以及进行摄影创意; (6) 能较好地进行版面视觉表现合成; (7) 能将设计的主旨和要点进行语言表达; (8) 能对广告作品的艺术表现形式进行分析; (9) 能完成广告样稿的精细制作; (10) 掌握艺术造型基础知识; (11) 掌握设计构成的基础知识; (12) 熟悉广告设计与制作的一般流程; (13) 掌握相关印刷材料的基本知识; (14) 熟悉广告印刷的一般过程; (15) 能完成广告内容的审查与校对; (16) 具备较强的搜集并分析资料的能力; (17) 具备一定的色彩管理能力; (18) 具备基本的视觉表现元素与语言的表达能力; (19) 具备较强的广告创意能力; (20) 具备一定的图形创意能力
3	数码影像制作 (核心岗位)	(1) 制定拍摄计划; (2) 摄影创意与设备准备; (3) 现场拍摄; (4) 图片后期处理; (5) 平面设计; (6) 广告作品输出	(1) 能绘制场景布局图和机位图; (2) 能用文字表达拍摄方案; (3) 能根据拍摄需要合理调度拍摄现场; (4) 掌握广告摄影构思和创意的要点; (5) 能操作相关软件进行图片后期处理; (6) 熟悉应用设计软件; (7) 能根据客户要求进行印刷输出; (8) 具备较强的构图和用光能力; (9) 掌握不同类型产品的拍摄技巧; (10) 具备基本的视觉表现元素与语言的应用能力; (11) 具备摄影设备的使用和维护知识; (12) 掌握广告摄影的基础知识;

序号	核心工作岗位 及相关工作岗位	工作任务	技能、知识与素质要求
			(13) 掌握相关的输出设备； (14) 掌握相关的文件存储与输出格式； (15) 熟悉印刷的一般过程； (16) 熟悉广告摄影的一般过程； (17) 具备较好的客户分析能力； (18) 具备较强的图片鉴赏能力； (19) 熟悉广告摄影所需的人员以及相关职能

2. 能力结构总体要求

表 2 能力结构分析表

专业能力	社会能力	方法能力
(1) 广告传播基础知识； (2) 软件基本操作能力； (3) 艺术造型设计能力； (4) 视觉语言表达能力； (5) 艺术创意能力； (6) 广告策划能力； (7) 广告创意与评价能力； (8) 文案写作能力； (9) 广告设计的应用能力； (10) 广告设计的综合表现能力； (11) 印刷工艺实施能力	(1) 适应工作能力； (2) 创新能力； (3) 团队合作能力； (4) 沟通与谈判能力； (5) 职业道德与素养； (6) 良好的心理素质； (7) 融入社会能力； (8) 公司文化的认同能力	(1) 设计建构能力； (2) 获取新知能力； (3) 分析问题能力； (4) 艺术鉴赏能力； (5) 信息获取能力； (6) 自我发展能力； (7) 语言表达能力； (8) 项目执行能力； (9) 规范设计能力； (10) 计算机应用能力

3. 技能证书要求

表 3 技能证书要求一览表

序号	证书名称	颁证单位	等级	备注
1	高等学校英语应用能力证书	江苏省教育厅	B 级	必备
2	江苏省高等学校计算机基础知识和应用能力证书	江苏省高等学校计算机等级考试中心	一级	
3	Adobe 认证产品专家 (ACPE) (Photoshop)	Adobe 中国教育管理中心	合格	必备其一
4	Adobe 认证产品专家 (ACPE) (After Effects)		合格	
5	NACG 平面设计师	工业和信息化部人才交流中心	合格	
6	摄影师证书	人力资源和社会保障部	中级	
7	NACG 广告设计师	工业和信息化部人才交流中心	合格	
8	全国信息化工程师项目证书 (插画/漫画设计师)	工业和信息化部人才交流中心 (NACG)	合格	

备注：如因政策原因，证书取消，将酌情处理。

七、课程方案与课时分配

1. 课程方案与课时分配表见附表 1-3
2. 相关实践性教学课课时分配见表 5

表 5 相关实践性教学课课时分配表

课程类别	课程代码	课程名称	开课部门	学时	学分	学时分配		开课学期及学时						考核方式(考试/考查)
						讲授	实践	一	二	三	四	五	六	
								16	13	11	12	10	0	
								各学期非集中教学总周数						
相关实践性教学课	100001A	入学与毕业教育			1			0.5					0.5	考查
	100003A	军事理论与军事训练			2			2						考查
	小 计				3			2.5					0.5	

3. 课程结构分析见表 6

表 6 课程结构分析表

课程类别		学 分	百分比	学 时	百分比	实践性 教学学时	百分比
必修 课	学院公共基础平台课	35.5	26.0%	655	22.2%	253	8.7%
	专业群通用技术平台课	39	28.6%	749	25.3%	421	14.2%
	专业方向必修课	34	24.9%	1207	40.8%	885	29.9%
	相关实践性教学课	3	2.2%				
选修 课	专业方向选修课	15	11.0%	225	7.6%	110	3.7%
	素质拓展课	10	7.3%	120	4.1%		
总学分		136.5					
教学活动总学时		2956		实践性教学总学时		1669	
实践学时比例		56.5%					

八、各教学环节时间（周数）分配

表 7 各教学环节时间（周数）分配表

教学环节 学年学期		非集中教学	入学(毕业)教育/军训	集中教学	顶岗实习	毕业设计(论文)	考试	法定节假日	寒暑假	合计
一	1	16	2				1	1	5	25
	2	13		5			1	1	7	27
二	3	11		7			1	1	5	25
	4	12		6			1	1	7	27
三	5	10		8			1	1	5	25
	6	0			10	6				16

合 计	62	2	26	10	6	5	5	29	145
-----	----	---	----	----	---	---	---	----	-----

九、主要课程及课程目标

1. 广告策划与文案写作

课程目标：

（1）知识目标

掌握搜集和分析客户资料的方法与技巧；掌握广告策划的一般流程；掌握广告策划书的构成；掌握常见广告媒体的特征；掌握广告主题提炼的方法与技巧，明确商品或品牌的诉求点；确定广告的基调与表现形式；掌握广告方案的写作技巧；了解广告文案的构成并熟练掌握写作流程。

（2）技能目标

能把握产品或品牌的核心诉求，提出广告主题和方案；能熟练运用广告策划的策略；能根据广告方案选择合适的广告媒介；能制定广告实施的进度计划；能将广告与其他营销手段进行整合；能撰写规范的广告策划书；根据设计需要写作广告文案，有较强的文字表现力；能根据媒体的特征写作广告文案，并将文案的精美与视觉表现元素的形式美相结合。

（3）素质目标

培养学生具备较好的沟通交流能力；培养学生具备较好的团队协作能力；培养学生具备较好的协调组织能力；培养学生具备宣传软文的写作能力。

2. 广告材料与印刷工艺

课程目标：

（1）知识目标

掌握各种类型广告的表现载体知识；掌握传播媒体的相关知识；了解相关的印刷材料的知识；熟悉印刷的一般过程。

（2）技能目标

能较好地表达广告作品的制作要求；能进行相关的色彩管理文件的制作；能根据客户需求选择合适的输出材料；能进行相应的装帧和封面设计工作；具备一定的印刷质量的判别能力；掌握相关的文件存储与输出格式；能为客户制定较为合理的媒体策略；能帮助客户进行广告媒体的投放。

（3）素质目标

具有认真负责、严谨细致的工作态度和工作作风；具有与客户良好的沟通能力；具备基本的广告印刷理论知识；具有团队合作精神和现场把握能力；自觉遵守职业道德和行业规范。

3. 标志与 VI 设计实训

课程目标：

（1）知识目标

了解标志的起源与发展；熟悉标志的设计原则；重点掌握标志的设计形式、设计技法及标志设计的程序；了解 CIS 的基本概念、CIS 系统的构成及各部分的关系；重点掌握 VI 基础部分和应用部分的设计拓展，并制定规范的 VI 设计手册；熟练掌握 VI 设计的全套流程。

（2）技能目标

熟练掌握标志设计的创意要领和设计表现技法；以企业和市场需求为标准，设计出合理的标志方案；掌握标志设计环节中的制作程序，保证标志的艺术性与传播性相统一；培养岗位群所需要的设计制作能；在实训过程中培养学生的设计表达能力；能够展开 VI 设计的调研与分析工作；能够根据 VI 设计项目需求制定企业形象宣传策划书；能够运用设计技巧完成企业形象的创意与表现。

（3）素质目标

具有热爱本职工作、不断开拓创新的能力；具有团队协作能力，人际交往和沟通能力；具

有良好的职业道德和规范和安全、环保、成本、质量控制等职业素质；具有良好的心理素质和克服困难与挫折的能力。

4. 平面广告设计与制作实训

课程目标：

（1）知识目标

掌握广告传播的基础理论；熟练操作设计软件；掌握广告公司的组织结构以及相关职能；掌握广告文案写作的基本知识；掌握艺术造型的基本知识；掌握设计构成的基本知识；掌握各类广告的表现形式；掌握相关媒体的概念以及特征；熟悉广告设计与制作的一般流程。

（2）技能目标

能综合应用各种设计软件；能将基本造型以及设计构成的知识应用到实际的设计中；能设计出具有一定形式感的完整作品；能从客户需求和传播功能出发进行设计；能完成设计作品的小样、精细制作、后期制作以及印刷输出等工作；能完成色彩管理以及印刷装订工作。

（3）素质目标

能独立或参与完成设计的建构工作；具有较强的资料收集和分析能力；规范化设计；具备较好的项目的计划、实施以及控制的基本管理能力；具备一定的艺术鉴赏能力。

5. 广告创意

课程目标：

（1）知识目标

掌握创意策略制定的方法；掌握创意转化为设计的技巧；掌握广告创意简报编制方法与技巧。

（2）技能目标

能进行合理的广告创意；能制定明确的广告创意策略；熟练应用广告创意的方法；能撰写具体的创意说明。

（3）素质目标

具有较好的沟通交流能力；较好的团队协作能力；具备一定的创造性思维能力；具备较好的艺术表达能力。

6. 广告摄影实训

课程目标：

（1）知识目标

掌握广告摄影的场地与器材配置；熟练使用闪光灯与测光表；掌握不同质地产品的布光和拍摄方法；掌握影棚特殊效果的拍摄技巧；能熟练掌握静物商品的拍摄技巧；掌握大型场景的广告拍摄方法；了解广告摄影画面的形式处理方法。

（2）技能目标

具备相应设备的使用和维护知识；能熟练使用拍摄现场的相关设备；具备一定的摄影器材的规划能力；能根据实际拍摄环境进行摄影用光；能根据设计需要进行摄影构图；掌握不同类型产品的拍摄技巧；掌握影棚拍摄的技巧；掌握室外拍摄的技巧。

（3）素质目标

具备较强的沟通与交流能力；能根据拍摄需求进行现场的人员调度；能对拍摄对象进行有效的创意和调整；具备较强的艺术鉴赏能力；具有认真负责、严谨细致的工作态度和作风；具有团队合作以及沟通和表达能力。

十、“形势与政策”课说明

1. “形势与政策”课由学校马克思主义学院统一组织开课，统一管理任课教师，宣传部、学生工作处、教务处等相关部门配合做好教学管理工作。

2. 马克思主义学院依据教育部每学期印发的《高校“形势与政策”课教学要点》安排教学。

3. “形势与政策”课每学期开课不低于 8 学时，共计 1 学分。

十一、第二课堂活动的设计与安排

表 8 第二课堂活动的设计与安排表

学期	形式（社团、讲座、参观、实践活动）	主要内容
1	入学专业教育、人文素质活动、社团	专业介绍、读书活动、知识竞赛、志愿服务
2	讲座、参观学习、艺术社团活动	广告行业发展状况、广告行业就业状况、组织各类参观，提升学生的艺术素养、组建艺术社团，分类别定期活动
3	讲座、参观学习、摄影展示、社团	专业讲座、学术交流、观摩等、参观其他院校的毕业展、摄影作品展示以及参加国际摄影展
4	讲座、参加比赛、学生活动、创业、职业教育、社团	专业讲座、参加全国广告大赛、传媒艺术系艺术设计周、职业规划讲座、创业培训、电子简历设计比赛
5	参观学习、展览、人文素质活动、手工活动、社团	参观广告公司、学生优秀作品展、志愿服务、社会服务、手绘 T 恤、手工制作
6	讲座	就业指导

备注：素质拓展课和第二课堂共计 10 学分，其中第二课堂 2 学分。第二课堂的具体实施办法详见校团委相关文件。

十二、毕业要求

1. 修满本专业人才培养方案规定学分；
2. 取得高等学校英语应用能力 B 级证书；
3. 取得江苏省高等学校计算机基础知识和应用能力等级考试一级证书或其它同等级证书；
4. 至少取得 1 项专业职业资格证书，具体要求见本方案表 3 “技能证书要求一览表”。

十三、人才培养方案特色

1. 明确专业定位，根据核心职业岗位要求构建课程体系

本专业在专业调研的基础上，针对江苏地区广告和摄影行业人才需求的特点，进一步明确专业定位以及人才培养规格，确立了对应“创意策划”、“设计执行”、“数码影像制作”三类岗位职业能力要求的课程体系，确定在基本专业平台基础上进行“创意策划”、“设计执行”以及“数码影像制作”三个专业方向的培养方案，进一步明确本专业的“基于核心工作岗位的‘三元’互动”的人才培养模式中的“核心岗位”，并且基于三个核心岗位展开职业能力、职业素养的分析，根据分析结果优化组合职业能力和职业素养要求，从而形成本专业的专业核心课程，再通过“职业基本训练”、“岗位核心素能训练”以及“职业素能提升”3个递进阶段，完成本专业人才岗位适应能力和职业上升迁移能力的培养。

2. 强化实践能力，形成多层次、系统化的实践体系

明确实践教学主线，构建基于平面广告设计与制作流程的合理的实践教学体系，并使之成为促进学生知识、能力和素质协调与全面发展的有效途径，从能力培养的角度进行实训环节的设置，从而有效地保证了学生职业能力以及职业素养的培养。本专业人才培养方案中的实践性教学环节

基于广告设计与制作的一般过程，分为课堂分散实训、课程综合实训课程、专业综合实训、顶岗实习和毕业设计等四种类别，体现为共性能力实训、专业能力实训、综合能力实训等三个层次。

3. 将职业能力与创业能力的培养相结合，培养具有创业精神的职业人

本人才培养方案体现了“懂理念、会创意、精设计、通技术、能管理”的能力培养目标和培养理念，在完善第一课堂教学的同时，开展丰富多彩的第二课堂，开展多种形式的创业教育，在培养合格职业人的同时，培养具有创业、创新意识的“创业型人才”，拓宽学生的就业渠道，提升就业品质。

十四、课程方案与课时分配表

1. 广告艺术设计专业（创意策划方向）课程方案与课时分配表见附表 1
2. 广告艺术设计专业（设计执行方向）课程方案与课时分配表见附表 2
3. 广告艺术设计专业（数码影像制作方向）课程方案与课时分配表见附表 3

附表1：广告艺术设计（创意策划方向）课程方案与课时分配表

课程类别		课程代码	课程名称	开课部门	计划学时	学分	学时分配		开课学期及学时						考核方式
							讲授	实践	一	二	三	四	五	六	
									16	13	11	12	10	0	
									各学期非集中教学总周数						
学院公共基础平台课	素质教育基础课	100005A	思想道德与法治	马克思主义学院	45	3	36	9		3					考试
		000032A 000033A	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论1-2	马克思主义学院	60	4	52	8			2	2			考试
		100004A	形势与政策	马克思主义学院	48	1	48		每学期不少于8学时						考查
		100006A	国家安全教育	马克思主义学院	16	1	6	10		1					考查
		100007A	心理健康	马克思主义学院	32	2	32		2						考查
		000042A- 000045A	大学英语C1-4	外国语学院	180	10	120	60	4	4	2	2			考试
		000046A	大学语文	教育学院	30	2	15	15	2						考查
		000010A- 000012A 000048A	体育1-4	教育学院	108	3.5	12	96	2	2	2	1			考查
	职业能力基础课	010387A	信息技术	信息工程学院	60	4	30	30	4						考试
		000051A	就业与创业指导	马克思主义学院	15	1	15					1			考查
		080001A	劳动教育	教育学院	16	1	6	10	1						考查
		000052A	管理学原理与实务	教育学院	45	3	30	15				3			考查
	小 计				655	35.5	402	253	15	10	6	9	0	0	
专业群通用技术平台课	技术基础课	030081A	摄影	设计学院	45	3	27	18	3						考查
		030011A	Photoshop图像处理	设计学院	45	3	27	18		3					考查
		030179A	造型基础	设计学院	90	6	45	45	6						考查
		030215A	设计构成	设计学院	75	5	35	40		5					考查
		030089A	图形创意设计	设计学院	45	3	18	27			3				考查
		030010A	Illustrator图形设计	设计学院	45	3	18	27		3					考查
		030122A	数字广告与新媒体	设计学院	45	3	30	15					3		考查
		040128A	产业与产业经济	商学院	45	3	30	15			3				考查
		000053A	经济法实务	公共管理学院	45	3	30	15					3		考查
		030234A	广告专业英语	设计学院	45	3	30	15					3		考查
	基础实	030178A	专业采风	设计学院	28	0.5		28		1w					考查
		030124A	字体设计实训	设计学院	56	1	14	42			2w				考查

课程类别		课程代码	课程名称	开课部门	计划学时	学分	学时分配		开课学期及学时						考核方式
							讲授	实践	一	二	三	四	五	六	
									16	13	11	12	10	0	
									各学期非集中教学总周数						
实践课		030279A	编排设计实训	设计学院	84	1.5	24	60			3w				考查
		030399A	设计软件应用实训	设计学院	56	1		56		2w					考查
	小 计				749	39	328	421	9	11	6	0	9	0	
专业方向必修课	技术应用课	030241A 030401A	广告理论与实务1-2	设计学院	105	7	60	45	4	3					考试
		030245A 030402A	广告策划与文案写作1-2*	设计学院	105	7	60	45		4	3				考查
		030348A	广告材料与印刷工艺*	设计学院	45	3	30	15				3			考试
	岗位实践课	030235A	广告业务流程实训	设计学院	56	1		56			2w				考查
		030349A	包装设计实训	设计学院	112	2	28	84				4w			考查
		030278A	标志与VI设计实训*	设计学院	112	2	56	56					4w		考查
		030128A	广告摄影实训	设计学院	56	1	28	28		2w					考查
		030350A 030351A	平面广告设计与制作实训1-2*	设计学院	140	2.5	60	80				2w	3w		考查
		030400A	专业考察	设计学院	28	0.5		28					1w		考查
		030264A	顶岗实习	设计学院	280	5		280						10w	考查
		030280A	毕业设计	设计学院	168	3		168						6w	考查
	小 计				1207	34	322	885	4	7	3	3	0	0	
专业方向选修课	创意策划	030496A	新媒体运营与管理	设计学院	45	3	15	30					3		考查
		030244A	广告创意*	设计学院	45	3	25	20				3			考查
		030225A	品牌管理	设计学院	45	3	25	20					3		考查
		030473A	商务策划	设计学院	45	3	25	20					3		考试
		030487A	广告调查	设计学院	45	3	25	20				3			考查
	小 计				225	15	115	110	0	0	0	6	9	0	
素质拓展课（任选）				学院	120	10	120	至少从艺术类和“四史”类课程中各选一门课程						考查	
合 计					2956	133.5	1287	1669	28	28	15	18	18	0	

注：1.课程名称右上角加“*”者为专业核心课程

2.素质拓展课10学分含“第二课堂”