

广告艺术设计专业 2023 级专业人才培养方案

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

国家高中阶段教育应届毕业生或同等学历者

三、基本修业年限

三年基本修业年限 3 年，根据学生灵活学习需求可拓展到 5 年。

四、职业面向

序号	专业所属 大类（代 码）	面向行业 （代码）	主要职业类别 （代码）	主要岗位群或技术 领域举例	对应的职业技能等 级证书/社会认可度 高的行业企业标准 和证书	对接的权威 职业技能大 赛
1	文化艺术 大类（55）	广告设计 公司	剪辑师 2-10-05-06	广告摄影及后期、平 面广告设计、影视广 告设计、网络广告设 计等		天津市公益 广告设计大 赛
2	文化艺术 大类（55）	文化创 意、出版 印刷公司	美术编辑 2-12-02-02 电 子出版物编辑 2-12-02-04	商业印刷、图形创 意、字体设计、广告 插画、包装设计、品 牌视觉形象设计等	数字影像处理职业 技能等级证书	

五、培养目标与培养规格

（一） 培养目标

本专业培养德智体美劳全面发展，掌握扎实的科学文化基础和本专业知识和技术技能，具备较强的就业能力和可持续发展的能力，具有工匠精神和信息素养，能够从事面向广告设计公司、文化创意、出版印刷等公司设计岗位，能够胜任设计师、剪辑师、美术编辑等岗位广告摄影及后期、平面广告设计、影视广告设计、网络广告设计、商业印刷、图形创意、字体设计、广告插画、包装设计、品牌视觉形象设计工作的发展型、复合型、创新型高素质技术技能人才。

（二）培养规格

1. 素质要求

(1) 思想品德素质：拥护中国共产党和我国的社会主义制度，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，具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感。

(2) 职业道德素质：

①尊重客户，提供优质服务；保护客户权益和隐私，尊重客户自主选择权，耐心提供客户满意的设计方案。

②敬业敬业，提高专业能力；发扬爱岗敬业精神，树立正确的人生观、价值观。努力提高协调、观察、理解、创新思维和表达等专业能力，提高工作效率，创造优秀的设计作品。

③追求完美，勇于创新；创新是设计的灵魂，是赢得竞争的关键，设计人才需要敢于冲破束缚，用认真负责的态度，不断增强职业竞争素质，自觉追求完美，努力提供符合客户需求的设计作品。

④尊重同事，团结互助；设计师之间相互尊重，在和谐的工作环境下建立平等、团结、互助的关系，提倡相互学习，相互支持，开展正当的业务竞争。

(3) 职业素质：

①自我管理和自我发展的能力方面：1) 安排自己的任务和承担责任：明确工作和生活中的职责，知晓如何完成任务。2) 合理安排时间完成课题：制定计划有效的利用时间。3) 确定个人的发展方向：规划个人的职业生涯及发展历程，制定合理的阶段性目标。4) 获得多样化能力适应环境，精通专业，并学习掌握与专业相关学科的知识。

② 与他人合作共事的能力：尊重他人的价值和意见，包忍和理解观念不一致者，能够建立和维持个人和群体间良好的工作关系。

③交往和沟通的能力：使用书面形式传达信息，文字简洁、文章脉络清晰、主题突出、有理有据、逻辑性强；语言交流：头脑灵活，吐字清晰，语速适当，具有感染力和说服力。

④安排任务和解决问题的能力：有计划地安排任务,有组织地执行任务，在工作计划进行期间，能够及时发现设计、制作中出现的问题，并提出改进或解决方案，保证工作的顺利进行。

⑤利用信息资源的能力：利用可用的手段、渠道，多方获取和使用信息处理常规和非常规工作。

⑥计算机的使用能力，熟练使用计算机：熟练掌握设计软件，在规定时间内，将创意方案、草图利用计算机进行可视化表现，并根据意见进行修改。

⑦拥有专业过硬的广告艺术设计相关技能，能够独立完成广告艺术设计的全部流程，熟练掌握广告艺术设计的专业技能。

⑧设计和创新能力：依据客户要求要求进行创意设计：在客户提出的多项限制内，进行创意设计，进行多角度思维：创造性思维的能力包括灵感、试验、设计流程、战略计划、逻辑推理、合理推论等、敏锐的洞察力和捕捉潮流的灵敏度：掌握最新的市场动向，分析发展趋势，与潮流走向，开拓视野，保持好奇心与创新思维

⑨艺术鉴赏与评价能力：培养深厚的艺术与文化功底，设计创意要具有艺术与文化感染力，提高设计者自身的艺术与文化内涵和对好的创意作品的欣赏与分析能力。

2. 知识要求

(1) 掌握必备的思想政治理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识。

(2) 熟悉通用知识：学校统一安排的通识课程的生活常识性知识；

(3) 掌握专业知识：包括设计基础理论知识，基础技能知识，设计美学知识三个方面；

①设计基础知识：掌握形态构成、色彩构成、图形创意、字体设计等基础理论知识，具备客观的视觉经验，建立理性设计思维，掌握视觉的生理学规律。

②专业设计知识：掌握平面广告设计、品牌视觉形象设计、商业印刷设计、包装设计、广告插画、广告摄影、广告影视后期制作、网络广告设计等专业知识。

③美学知识：了解国画、水彩、油画、摄影、书法等等。这些课程将在不同层次上加强学生的动手能力、表现能力和审美能力，最关键的是让学生明白什么是艺术，更重要的是发现自己的个性。

(4) 了解延展知识

设计需要多方面的广博的知识，了解相关领域的知识，例如：市场营销，心理学，社会学，项目管理等。

3. 能力要求

(1) 通用能力：具备较高的思想道德水平和政治理论素养；具有正确的人生观、世界观和价值观；具有国防观念和国家安全意识；具有良好的人文素养和科学素质；具备人文情怀和生存智慧；具有一定的问题意识、反思意识、批判精神和创新精神；具有良好的心理素质和健身意识。

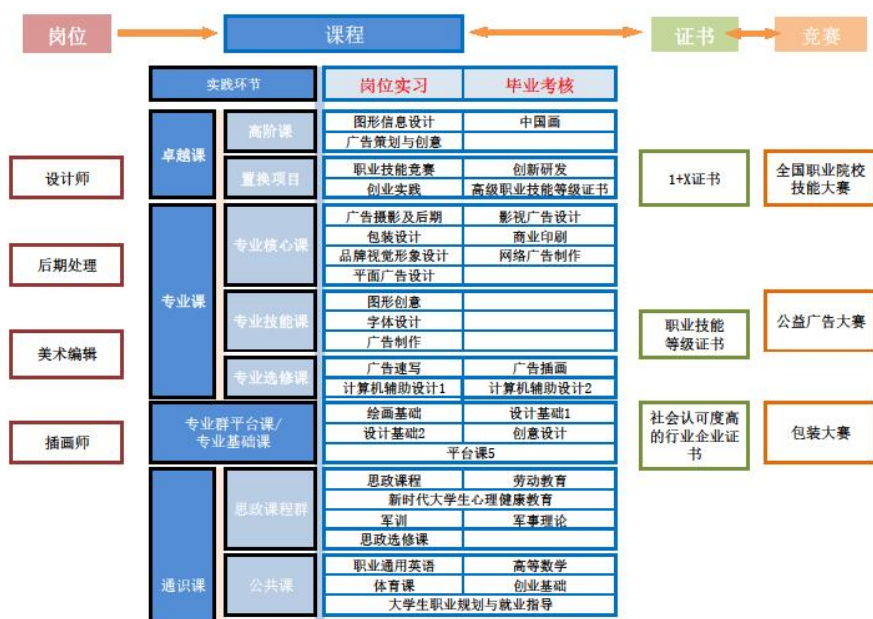
(2) 基本能力：具备广告市场调研与分析能力、广告软件使用能力、广告文案写作能力、广告创意能力、口语表达与沟通能力。

(3) 核心能力：具备品牌策划能力、广告（公关）推广能力、包装设计能力、平面广告设计能力、企业 VI 形象设计能力、影视广告设计与制作能力、网络广告设计与制作能力。

六、课程设置及要求

(一) 课程体系结构图

课程体系结构图如下：



1. 《思想道德与法治》（3 学分，48 学时）

（1）课程性质：必修课、考试课

（2）课程目标：通过本课程学习，帮助学生筑牢理想信念之基，培育和践行社会主义核心价值观，传承中华传统美德，弘扬中国精神，尊重和维护宪法法律权威，加强对学生的职业道德教育，提升思想道德素质和法治素养。

（3）课程内容：本课程主要包括马克思主义的人生观、价值观、道德观、法治观，社会主义核心价值观与社会主义法治建设的关系。

（4）教学要求：以教师为主导、以学生为中心，通过构建第一课堂与第二课堂联动、理论教学与实践教学融通、课堂教学与网络教学结合的教学模式，采用互动式、体验式、展演式、信息化等教学方法和手段，运用案例分析、课堂讨论、情境教学、课题研究、知识竞赛、模拟授课、参观考察等教学项目组织教学。课程考核包括过程性和终结性考核评价，其中过程性考核占 60%，终结性考核占 40%。

2. 《毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论》（2 学分，32 学时）

（1）课程性质：必修课、考试课

（2）课程目标：通过本课程学习，帮助学生理解毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观、习近平新时代中国特色社会主义思想是一脉相承又与时俱进的科学体系，引导学生深刻理解中国共产党为什么能、马克思主义为什么行、中国特色社会主义为什么好，坚定“四个自信”。

(3) 课程内容：本课程主要包括中国共产党把马克思主义基本原理同中国具体实际相结合产生的马克思主义中国化的两大理论成果。

(4) 教学要求：以教师为主导、以学生为中心，通过构建第一课堂与第二课堂联动、理论教学与实践教学融通、课堂教学与网络教学结合的教学模式，运用互动式、体验式、展演式、信息化等教学方法和手段，实施案例分析、课堂讨论、情境教学、课题研究、知识竞赛、模拟授课、参观考察等教学项目组织教学。课程考核包括过程性和终结性考核评价，其中过程性考核占 60%，终结性考核占 40%。

3. 《形势与政策》（总学分 1，专科总学时 40, 3+2 总学时 24，详情如下）

课程代码	课程中文名称	学分	总学时	开课层次
1100007	形势与政策-1	0.2	8	专科
1100001	形势与政策-2	0.2	8	专科
1100008	形势与政策-3	0.2	8	专科
1100010	形势与政策-4	0.2	8	专科
1100009	形势与政策-5	0.2	8	专科

(1) 课程性质：必修课、考查课

(2) 课程目标：通过本课程学习，帮助学生准确理解当代中国马克思主义，深刻领会党和国家事业取得的历史性成就、面临的历史性机遇和挑战，引导大学生正确认识世界和中国发展大势，正确认识中国特色和国际比较，正确认识时代责任和历史使命，正确认识远大抱负和脚踏实地。

(3) 课程内容：本课程主要包括党的理论创新最新成果，新时代坚持和发展中国特色社会主义的生动实践，马克思主义形势观政策观、党的路线方针政策、基本国情、国内外形势及其热点难点问题。

(4) 教学要求：以教学专题为单元，运用集中讲授法、案例分析法、小组研讨法等教学方法和信息化教学手段组织教学。课程考核通过平时成绩累加评定学生最终学习成绩。

4. 《习近平新时代中国特色社会主义思想概论》（3 学分，48 学时）

(1) 课程性质：必修课、考试课

(2) 课程目标：通过本课程学习，帮助学生深切感悟习近平新时代中国特色社会主义思想是党和国家必须长期坚持的指导思想；全面认识习近平新时代中国特色社会主义思想的原创性贡献；自觉认同习近平新时代中国特色社会主义思想的指导意义；切实增强社会责任感和使命担当。

(3) 课程内容：本课程主要包括习近平新时代中国特色社会主义思想的形成过程、科学内涵和核心。

(4) 教学要求：以教师为主导、以学生为中心，通过构建第一课堂与第二课堂联动、理论教学与实践教学融通、课堂教学与网络教学结合的教学模式，运用互动式、体验式、展演式、信息化等教学方法和手段，实施案例分析、课堂讨论、情境教学、课题研究、知识竞赛、模拟授课、参观

考察等教学项目组织教学。课程考核包括过程性和终结性考核评价，其中过程性考核占 60%，终结性考核占 40%。

5. 《劳动素质教育》（1 学分, 16 学时）

（1）课程性质：必修课、考查课。

（2）课程目标：通过本课程学习，使学生理解马克思主义劳动观，深刻理解劳动精神、劳模精神和工匠精神的内涵，引导学生树立正确的劳动观，涵养热爱劳动、尊重劳动的情感，自觉践行勤俭、奋斗、创新、奉献的劳动精神，了解劳动组织、劳动安全、劳动法规，具备良好的劳动安全和劳动保护意识。

（3）课程内容：涵盖劳动精神、劳模精神、工匠精神、劳动组织、劳动安全和劳动法规等方面的理论知识。

（4）教学要求：以实地调研、事例讲述、劳动体验、知识链接等方式开展教学，运用课堂讨论、学生宣讲等方法营造良好教学氛围，将劳动精神、工匠精神和劳模精神的内涵入心入行。考核成绩包括平时成绩（30%）、撰写报告成绩（70%）。

6. 《军事理论》（2 学分, 36 学时）

（1）课程性质：必修课、考查课。

（2）课程目标：通过本课程学习，使学生掌握军事基础知识和基本的军事技能，具有较强的国防观念、国家安全意识、忧患危机意识和国防服务意识，能够弘扬爱国主义精神、集体主义精神，具备较强的组织纪律性、较高的综合国防素质，激发努力学习，报效祖国的热情。

（3）课程内容：本课程主要包括中国国防、国家安全、军事思想、现代战争、信息化装备等。

（4）教学要求：采用线上线下混合式教学，综合运用案例教学、专题研讨等教学方法组织与实施教学活动。课程考核包括过程性和终结性考核评价，其中过程性考核占 50%，终结性考核占 50%。

7. 《新时代大学生心理健康》（2 学分, 32 学时）

（1）课程性质：必修课、考查课。

（2）课程目标：通过本课程的学习，使学生了解心理健康标准、掌握心理健康知识和技能，提升心理健康水平；培育学生理性、平和、积极乐观的阳光心态；引导学生形成奋发向上的意志品质，实现与社会、环境的积极适应。

（3）课程内容：本课程主要包括把握人生，适应生活；认识自我，悦纳自我；学会学习，成就未来；情绪管理，从我做起；解构爱情，追求真爱；成功交往，快乐生活；优化人格，和谐一生；化解压力，接受挑战；调整心理，准备择业；跨越障碍，活出精彩。

（4）教学要求：通过案例导读、知识链接、技能导入等方式，将知识讲授与能力培养相结合，运用课堂讨论、案例分析等方法组织和实施教学。考核成绩包括平时成绩（30%）、撰写报告成绩（70%）。

8. 《军事技能》（2 学分, 3 周）

(1) 课程性质：必修课、考查课。

(2) 课程目标：通过本课程学习，使学生掌握军事基础知识和基本的军事技能，具有较强的国防观念、国家安全意识、忧患危机意识和国防服务意识，能够弘扬爱国主义精神、集体主义精神，具备较强的组织纪律性、较高的综合国防素质，激发努力学习，报效祖国的热情。

(3) 课程内容：本课程主要包括共同条令教育、分队的队列动作、轻武器射击、战术、格斗基础、战场医疗救护、核生化防护、战备规定、紧急集合、行军拉练。

(4) 教学要求：根据学生参训时间、现实表现、掌握程度综合评定，成绩分为：优秀、良好、及格和不及格四个等级。

9. 《大学生职业规划与就业指导-1/-2》（18/20 学时）

(1) 课程性质：必修课、考试课。

(2) 课程目标：通过本课程学习，使学生掌握职业生涯发展的基本理论和方法，以及就业知识和技能，具备科学的职业生涯规划能力和良好的就业能力，并能正确的分析和处理在成长及就业中面临的问题。

(3) 课程内容：本课程主要包括职业认知、职业生涯规划、提升职业素养、就业准备、求职策略、就业权益与法律保障、职业适应与发展等。

(4) 教学要求：按照职业生涯规划 and 就业指导两大模块内容分学期组织教学，课程采用线上自主学习+线下教学相结合的方式开展，在线下教学中坚持以学生为中心，积极运用课堂讨论、小组讨论、案例分析等方法，提高课堂效率。课程考核包括过程性和终结性考核评价，其中过程性考核占 30%，终结性考核占 70%。

10. 《创业基础》（2 学分，32 学时）

(1) 课程性质：必修课、考查课。

(2) 课程目标：通过本课程学习，使学生树立科学的创业观，提升创新意识、掌握开展创业活动所需要的基本知识，能正确的分析创业者、创业机会、创业项目，编制创业计划，进行创业资源整合。

(3) 课程内容：本课程主要包括创业与人生、创业者与创业团队、创业机会及其识别与评价、创业风险及识别与管理、商业模式及其设计与创新、创业资源及其管理、创业计划、新企业的创办与管理等八个模块。

(4) 教学要求：充分利用网络教学平台，采用学生线上自主学习方式，科学合理设计课程内容，紧扣创业新趋势和大学生群体的特点，采用立体化和精细化设计，案例分析与理论讲授相结合。课程考核包括过程性和终结性考核评价，其中过程性考核占 30%，终结性考核占 70%。

11. 《职业通用英语 1-1》（3.5 学分，56 学时）

(1) 课程性质：必修课、考试课。

(2) 课程目标：通过本课程学习，掌握日常必要的英语语音、词汇、语法、语篇、语用和文化基本知识；在中职和高中阶段基础上，累计掌握 2400 个单词；具备一定的职场涉外沟通，多元文化交流，语言思维提升和自主学习完善等素养；理解中外文化共性和差异性，感受中国优秀文化在世界文化中的重要地位，用英语传播中国声音；达到高等职业教育专科英语学业质量水平中的一般要求。

(3) 课程内容：本课程主要包括逛街购物、观光旅游、就医急救、志愿服务等社会日常生活主题和时间管理、智能汽车等职业相关主题的英语知识及技能训练。

(4) 教学要求：坚持以教师为主导、学生为主体，利用多媒体、语言实验室、网络教学平台等多种现代信息技术手段，运用混合式教学模式，基于专业群，采用情景模拟、角色扮演、小组讨论和案例教学等多种教学方法组织和实施教学。课程利用智慧教学平台，采取无纸化考核。课程考核包括过程性和终结性考核评价，其中过程性考核占 60 %，终结性考核占 40%。

12. 《职业通用英语 1-2》（2 学分，4.5 学分，72 学时）

(1) 课程性质：必修课、考试课。

(2) 课程目标：通过本课程学习，掌握日常必要的英语语音、词汇、语法、语篇、语用和文化基本知识；在中职和高中阶段基础上，累计掌握 2500 个单词；具备职场涉外沟通，多元文化交流，语言思维提升和自主学习完善等素养；理解中外文化共性和差异性，感受中国优秀文化在世界文化中的重要地位，用英语传播中国声音；达到高等职业教育专科英语学业质量水平中的较高要求。

(3) 课程内容：本课程主要包括求职、实习、职场礼仪、职业规划等职业相关主题的英语知识及技能训练。

(4) 教学要求：坚持以教师为主导、学生为主体，利用多媒体、语言实验室、网络教学平台等多种现代信息技术手段，运用混合式教学模式，基于专业群，采用情景模拟、角色扮演、小组讨论和案例教学等多种教学方法组织和实施教学。课程利用智慧教学平台，采取无纸化考核。课程考核包括过程性和终结性考核评价，其中过程性考核占 60 %，终结性考核占 40%。

13. 《体育 1/2/3》（三年制 7 学分，108 学时；两年制 4.5 学分，70 学时）

(1) 课程性质：必修课、考试课。

(2) 课程目标：以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻落实《关于全面加强和改进新时代学校体育工作的意见》，坚持立德树人根本任务，坚持“健康第一”指导理念，体育课程与职业技能培养相结合，学生至少掌握 2 项体育运动专项技能，实现提高学生体质健康水平和职业体能的目的，培养身心健康的技术人才。通过课程教学使学生养成自觉参与锻炼的行为习惯，能够自主进行体育锻炼，提高终身体育锻炼能力；通过体育课程学习，提升学生集体主义精神，激发其树立积极进取的精神，养成顽强拼搏的优良品质，使学生形成健康的心理品质、良好的人格特征、积极的竞争意识以及团队合作态度，并能够制定科学合理的体育运动处方，具有较高的体育文化知识素养、体育运动技能水平和体育观赏能力。结合今后从事职业的职业资格标准，运用体育手

段，掌握发展职业体能的方法，了解常见职业性疾病的成因与预防及体育康复的方法，促进职业岗位的胜任力水平，使学生成为德智体美劳全面发展的合格人才。

（3）课程内容：本课程在第一、第二、第三学期开设，第一学期内容为健康知识+基本运动技能，第二、三学期内容为健康知识+专项运动技能，专项运动技能选自足球、篮球、排球、网球、羽毛球、乒乓球、武术、健美操、瑜伽、体育舞蹈、体适能等体育运动项目。

（4）教学要求：结合学生运动兴趣，指导学生进行选项并完成项目教学，充分体现健体与育人相结合。在体育课程学习中安排 10%的理论教学内容（每学期 4 学时），以扩大体育的知识面，提高学生的认知能力，课程考核包括过程性和终结性考核评价，过程性考核占比 30%（平时成绩+体育理论考试占比 30%）、终结性考核占比 70%（《国家学生体质健康标准》+专项技能占比 70%）。

14. 《信息技术（基础模块）》（3 学分， 48 学时）

（1）课程性质：必修课、考查课。

（2）课程目标：通过理论知识学习、技能训练和综合应用实践，使学生理解信息社会特征并遵循信息社会规范，了解信息安全、大数据、人工智能等新兴信息技术，具备人工智能技术基础，掌握常用人工智能常用开发工具和应用技术，并能运用 Python 语言进行图像识别、语音处理、数据分析。

（3）课程内容：本课程针对工科类专业群主要讲授信息检索技术、新一代信息技术、信息素养与社会责任为主要内容的基础模块和信息安全、大数据技术、人工智能为主要内容的拓展模块，以及 Python 语言的语法基础和案例代码学习模块。

（4）教学要求：坚持教师主导，学生主体，基于工科类专业群，以项目为引领，采用教学做一体化模式，集中在计算机机房授课，实施过程化项目考核。

15. 《素养提升英语》（2 学分，32 学时）

适用范围：全校所有三年制专业（商务英语专业除外），第三学期开设，32 学时，2 学分。

（1）课程性质：选择性必修课、考查课。

（2）课程目标：通过本课程中西文化比较学习，使学生了解中西文化差异以及中国优秀传统文化的独特魅力，增强学生民族文化自信心以及对中西文化差异的理解、包容和互鉴沟通；通过用英语讲述 6-10 个中国故事，提升学生用英语传播中国声音的外宣意识和能力，提高学生运用英语进行一般性的中外文化沟通交流的能力；满足学生对中西优秀文化学习的兴趣爱好，提升学生中西优秀文化素养。

（3）课程内容：本课程主要包括西方文化知识阅读、中西方文化比较、用英语讲中国故事（中国人文历史、文化遗产、传统节日、美食美景）等内容。

（4）教学要求：坚持以教师为主导、学生为主体，利用多媒体、语言实验室、网络教学平台等多种现代信息技术手段，运用混合式教学模式，采用情景模拟、角色扮演、小组讨论和案例教学

等方法进行训练，课程考核包括过程性和终结性考核评价，其中过程性考核占 80%，终结性考核占 20%。

（二）专业技能课

【专业平台课】

1. 《绘画基础》（48 学时）

（1）课程性质：必修课、考试课。

（2）课程目标：以“立德树人”为根本任务，学生通过该课程的学习掌握设计素描造型基础的内容表现方法，课程内容表现以“雷锋精神”为主题，着重培养学生对设计素描基础的认识和表现技能，加强学生对创意造型基础整体的动手实践操作能力的培养，为后续专业课程学习打下基础。

（3）课程内容：了解设计素描的目的、要求；通过课堂实训，掌握设计素描的构思方法，表现方法和动手能力；让学生了解设计素描的概念和原则；通过课堂实训，掌握设计素描的表现方法。

（4）教学要求：以教师讲授和示范操作、学生写生和模仿练习为主，采用“项目教学”和“教学做一体”的教学方式；教学环境要求是普通教室；考核通过过程性考核（60%）和终结性考核（40%）两种方式进行。

2. 《设计基础 1》（48 学时）

（1）课程性质：必修课、考试课。

（2）课程目标：通过学习该课程，以“立德树人”为根本任务，以“万里长城”的主旋律，使学生了解和掌握设计色彩的规律和表现方法，掌握色彩的理性和感性认知，进行大量色调和变调练习与创作；锻炼学生动手能力，培养学生色彩思维，不断研究色彩基本原理，探讨色彩美的法则。

（3）课程内容：教学内容涵盖设计色彩，设计理论和技能训练，色彩创作和技巧、色彩搭配、绘制技法等。

（4）教学要求：教学方法上主要采取案例项目教学及问题导向的方式，通过示范与实际操作完成项目任务；教学在普通教室；本门课程为考试课，教学考核分为平时成绩考核（60%）和结课成绩考核（40%）。

3. 《设计基础 2》（48 学时）

（1）课程性质：必修课、考试课。

（2）课程目标：通过该课程的学习掌握形态构成的内容表现方法，培养学生对形态构成的认识和表现技能，同时加强学生对形态构成整体认知和动手能力的培养。

（3）课程内容：掌握形态构成构思方法和设计技巧；让学生了解形态构成的定义和基本任务；掌握形态构成的形成理念；学生学习该课程后，能根据所学知识提升设计思维、抽象思维的意识能力、并在练习的基础上掌握抽象美的基本法则。

（4）教学要求：以行动为导向构成教学内容和教学方案；根据学生认知规律由单一向综合完成，从写生领域向设计方向的转换；教学环境要求是普通教室；本课程为考试课；教学考核分为平时考核（60%）和期末考核（40%）。

4. 《创意设计》（44 学时）

（1）课程性质：必修课、考试课。

（2）课程目标：通过掌握色彩规律知识来启发学生的想象力，以“立德树人”为根本任务，以“中国梦”为主色调，丰富学生的色彩经验，为进一步的专业设计奠定基础。

（3）课程内容：包括色彩混合的应用；色彩明度对比的应用；色彩色相对比的应用；色彩纯度对比的应用；色彩冷暖、面积对比的应用；色彩调和的应用；色彩色相色调的应用；色彩明度色调的应用；色彩纯度色调的应用；色彩冷暖色调的应用；色彩与心理的应用等。

（4）教学要求：本课程为教学做一体课程，通过实例讲解与制作演示完成项目案例设计任务；教学要求动手调色的能力。教学环境要求是普通教室；本门课程为考试课，成绩考核分为两部分，任务制作过程为 60%，最终作品效果为 40%。

【专业课】

1. 《图形创意》（48 学时）

（1）课程性质：必修课、考试课。

（2）课程目标：通过了解图形设计的相关知识，熟练掌握图形创意的方法，并能够完成以图形为核心的视觉传达基本要素设计；并为广告公司、印刷与出版公司、企划设计部门的平面设计师等技术和服务岗位打下图形设计的基础。

（3）课程内容：教学内容涵盖图形与之相关的创意表达及其制作的理论及实践；本课程还包括设计创意及表达等练习；加强学生对于设计本身整体的把握。

（4）教学要求：教学方法上主要采取案例项目教学及问题导向的方式，通过示范与实际操作完成；教学环境要求是普通教室；本门课程为考试课，教学考核分为平时考核（30%）和期末考核（70%）。

2. 《字体设计》（48 学时）

（1）课程性质：必修课、考试课。

（2）课程目标：通过该课程的学习，全面掌握字体设计的基础知识；设计出“不忘初心，牢记使命”字体设计，重点培养学生动手设计标志字体，标准字体，包装字体以及其他形式字体的能力和技能；加强学生对字体设计的实践操作能力的培养。

（3）课程内容：教学内容涵盖字体设计的基本理论知识、设计原则以及创作技巧等。

（4）教学要求：以典型工作过程为导向重构“字体设计”的课程内容；以行动为导向设计教学内容和教学方案，根据学生认知规律由单一向多元化，由简单到复杂，完成从学习领域向学习情境的转换；教学为普通教室。本门课程为考试课；教学考核分为过程性考核（60%）和终结性考核（40%）。

3. 《广告摄影及后期》（72 学时）

（1）课程性质：必修课、考试课。

(2) 课程目标：以“立德树人”为根本任务，“课前/课中/课后”贯穿中华优秀传统文化、职业标准、职业素养教育，通过本课程的学习，使学生具有拍摄初级、中级和摄影作品后期制作的能力，为后续专业知识的学习打下基础。

(3) 课程内容：设计了3个学习情境：使用数码相机、运用自然光线拍摄、运用影室光源拍摄与制作。

(4) 教学要求：学生通过学习掌握摄影及后期的基本知识，达到：1. 技能要求：①能够准确制定拍摄流程方案；②能够熟练掌握相机特性；③能够熟练使用常用影像后效处理软件；④能够准确运用图像的输出格式。考核通过过程性考核（30%）和终结性考核（70%）两种方式进行。2. 素质要求：坚定拥护中国共产党的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，具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感。同时，形成脚踏实地、尊重科学、实事求是、精益求精的职业素养等职业素质要求。

4. 《广告制作》（72 学时）

(1) 课程性质：必修课、考试课

(2) 课程目标：以“立德树人”为根本任务，针对平面设计师工作岗位要求，培养学生图形图像制作和处理、图形图像合成与设计、图形图像的校色调色及特效制作等能力，并且能够熟练掌握产品和人物影像处理的技术要领，清晰识别不同商业应用领域的标准要求，熟练应用美学及商业规范，精确把握对象形态，深度处理图像的光感、质感和色感，有效营造图像的影调风格，大幅提升图像的整体观感。同时，依托中国传统节日、庆祝建党、改革开放纪念日、“绿水青山就是金山银山”环保理念、职业诚信等主题进行广告设计制作，在“课前/课中/课后”贯穿中华优秀传统文化/地域特色民族文化/和职业标准/职业道德/职业素养教育。

(3) 课程内容：本课程设计了三个学习情境，技能操作基础、技能专项训练、商业项目核心技能训练，通过三个学习情境，训练学生基于广告工作任务的职业工作能力，完成广告项目的设计与制作。

(4) 教学要求：

本课程采用“教学做”一体的教学模式，注重培养学生的创意构思和设计能力。教学环境要求是计算机机房。课程考核采用知识和技能一体化考核方式，在教学进行中综合考虑专业能力、知识及职业素养目标等因素，对每个学习情境进行综合评价。采用过程性考核和终结性考核相结合，过程性考核占总成绩的30%，终结性考核占总成绩的70%。

5. 《包装设计》（72 学时）

(1) 课程性质：必修课、考试课。

(2) 课程目标：以“立德树人”为根本任务，“课前/课中/课后”贯穿中华优秀传统文化、职业标准、职业素养为始终，能对现有电商快消行业中包装装潢设计进行“诊断”，提出更加适合本产品的包装策划方案及设计稿。同时培养学生具有团队精神、协作精神、成本意识、环保意识和认真仔细的工作态度，学生在职业技能和职业素养两方面得到了锻炼，为提高学生就业能力打下基础。

(3) 课程内容：包括包装设计行业的现状及发展趋势，一般掌握包装策划流程等理论知识/专业英语；着重介绍包装形态造型设计、品牌标识设计以及产品包装的装潢设计、系列设计、组合设计等基本美学规律和工艺特性，学生能够运用相关图形图像设计软件进行设计制作。本课程的重点是包装装潢设计与包装造型设计(纸质为主)两个部分，难点是如何将理论与设计实践相结合。

(4) 教学要求：利用多媒体、网络教学平台、移动平台等现代化信息手段，通过情景教学、任务教学等多种教学方法设计、组织和实施教学，并对学生学习成效进行过程性和终结性考核评价。考核通过过程性考核（30%）和终结性考核（70%）两种方式进行。

6. 《品牌视觉形象设计》（72 学时）

(1) 课程性质：必修课、考试课。

(2) 课程目标：以“立德树人”为根本任务，“课前/课中/课后”以贯穿中华优秀传统文化为始终，本课程旨在让学生掌握 VI 设计的基本理论知识，设计原则以及创作技巧，具备使用软件完成企业形象设计系统的创作和制作能力。

(3) 课程内容：这门课程通过三个学习情境，训练学生基于企业形象设计工作任务的职业能力，完成企业品牌形象设计。

(4) 教学要求：

教学组织：根据企业形象设计课程内容体系，学习情境，以案例教学、案例启发、教师演示，学生实践等为主要教学方法，教学地点：多媒体教室/计算机机房。

课程考核上，采用知识和技能一体化考核方式，在教学进行中综合考虑专业能力、知识及职业素养目标等因素，对每个学习情境进行综合评价。考核通过过程性考核（30%）和终结性考核（70%）两种方式进行。同时，学生通过学习达到的素质要求：坚定拥护中国共产党的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，具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感。

7 《平面广告设计》（80 学时）

1) 课程性质：必修课、考试课。

(2) 课程目标：通过该课程的教学，使学生把握不同广告媒体的特点和局限，了解广告传播的方式以及制作和实施，无论在理论上还是实践中，都能够正确地驾驭广告设计的基本规律和艺术法则，创造出新奇，新颖，具有创建思维的方案和作品来，着重培养学生的审美素养，着重培养学生的创造性思维能力、判断能力和解决问题的执行能力，培养学生深厚的爱国情感和中华民族自豪感，使学生具有良好的思想品德、社会公德和职业道德，服务人民，奉献社会。

(3) 课程内容：聆听：

本学习领域的学习情境设计是依据企业、商业、社会团体文化。等项目设计活动只需要而设计的，围绕企业若干工作任务，设定若干学习情境，完成项目商业海报，公益海报平面广告设计。

(4) 教学要求：

教学组织：根据课程内容体系，以大赛项目为导向，真题真做，以案例教学、项目导向和任务驱动为主要教学方法，教学地点：多媒体教室/计算机机房。课程考核分为两部分：1、过程性考核（占 30%），包括业务精神：①教学过程参与程度（课上讨论、回答问题）；②学生整个工作过程中的表现；课堂作业完成质量等。2、终结性考核（占 70%）：①个人作品考核；专业英语单词考核。

8. 《影视广告设计》（96 学时）

（1）课程性质：必修课、考试课。

（2）课程目标：本课程以“立德树人”为根本任务，在让学生熟悉影视广告策划到制作的工作过程，掌握影视画面的视觉要素，镜头画面的安排，镜头的运动等理论知识，具备影视广告的策划能力和表现技能，学生能够根据产品特性，运用相关电脑软件设计完成影视广告的制作的同时，依托中国传统节日、庆祝建党、改革开放纪念日、“绿水青山就是金山银山”环保理念、职业诚信等主题影视广告设计，在“课前/课中/课后”贯穿中华优秀传统文化/地域特色民族文化/和职业标准/职业道德/职业素养教育，引导学生坚定拥护中国共产党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，培养学生深厚的爱国情感和中华民族自豪感，使学生具有良好的思想品德、社会公德和职业道德，服务人民，奉献社会。

（3）课程内容：依托大赛项目，根据影视广告课程内容体系，设计了三个学习情境，以案例教学、项目导向和任务驱动为主要教学方法，学生在完成项目和任务的过程中学习影视广告的策划和表现技能，真正达到学习和工作融为一体的效果。教学内容设计为：1. 影视广告策划与制作。2. 影视广告视频剪辑与音效合成。3. 影视广告特效制作。

（4）教学要求：

教学组织：根据影视广告课程内容体系，以大赛为导向，真题真做，以案例教学、项目导向和任务驱动为主要教学方法，教学地点：多媒体教室/计算机机房。课程考核分为两部分：1、过程性考核（占 30%），包括业务精神：①教学过程参与程度（课上讨论、回答问题）；②学生整个工作过程中的表现；课堂作业完成质量等。2、终结性考核（占 70%）：①个人作品考核；②项目设计作品（小组考核）③专业英语单词考核。

9. 《商业印刷》（80 学时）

（1）课程性质：必修课、考试课。

（2）课程目标：以“立德树人”为根本任务，“课前/课中/课后”贯穿中华优秀传统文化、职业标准、职业素养教育，学生通过该课程的学习掌握广告设计专业商业印刷的系统知识，着重培养学生对商业印刷完整工艺过程熟练的设计制作的技能，同时加强学生对数码印刷设备及印后装订设备的实践操作能力的培养，为平面设计完稿打下坚实基础。通过对本课程的学习，主要使学生掌握如下技能：1. 独立设计、制作一般性商业印刷品的能力。2. 了解一般性商业印刷品的标准和具体尺寸

的计算。3. 使用专业设计软件制作商业印刷品的文件。4. 设计模板，供客户选择。5. 具有团队协作精神和与客户沟通交流的能力。

(3) 课程内容：遵循完成商业印刷从一无所有到成品的整个过程，基本按照印前、印中、印后的工艺顺序，设计六个典型的工作项目：商业卡片、海报、DM单、展架、折页、型录宣传册。

(4) 教学要求：结合实际的工作任务作为学习情境，对教学过程、教学内容、教学方法和考核评价进行设计，利用多媒体、网络教学平台、移动平台等现代化信息手段，通过情景教学、任务教学等多种教学方法设计、组织和实施教学，并对学生学习成效进行过程性和终结性考核评价。考核通过过程性考核和终结性考核两种方式进行，学生最终成绩=过程性考核*30% + 终结性考核*70%。

10. 《网络广告制作》（72 学时）

(1) 课程性质：必修课、考试课。

(2) 课程目标：以“立德树人”为根本任务，在让学生掌握网络广告制作的基本理论知识，设计原则以及创作技巧，培养学生的专业设计技能和综合素质，使学生具备网络广告制作的能力、艺术审美能力、计算机操作能力的同时，依托中国传统节日、庆祝建党、改革开放纪念日、“绿水青山就是金山银山”环保理念、职业诚信等主题网络广告设计，在“课前/课中/课后”贯穿中华优秀传统文化、地域特色民族文化和职业标准、职业道德、职业素养教育。

(3) 课程内容：根据网络广告课程内容体系，设计了三个学习情境，静态网络广告制作、动态网络动画制作、手机端网络广告制作，通过三个学习情境，训练学生基于网络广告工作任务的职业工作能力，完成网络广告的设计与制作。

(4) 教学要求：

教学组织：分别以静态网站 banner 制作、二维动画网络广告制作、基于移动端的 h5 动态网络广告制作的典型工作情境为真实的工作任务进行讲解。每个单元的设计围绕整体设计的要求，真题实做，把知识点融入到每个单元的设计任务中，做到教学做一体。教学地点：计算机机房。

课程考核上，采用知识和技能一体化考核方式，在教学进行中综合考虑专业能力、知识及职业素养目标等因素，对每个学习情境进行综合评价。考核通过过程性考核和终结性考核两种方式进行，学生最终成绩=过程性考核*30% + 终结性考核*70%。

11. 《广告速写》（48 学时）

(1) 课程性质：必修课、考试课。

(2) 课程目标：该课程属于专业必修的基础类专业课程，以“立德树人”为根本任务，重点以“津门新貌”为基本任务，表现天津巨大变化，它的作用就是训练设计师对表现造型的感知和把握能力，即用速写语言将其传达出来造型及特点。旨在表达训练设计写生能力和动手绘画能力，表现能力在专业中有着不可替代的地位和作用。

(3) 课程内容：介绍广告速写的表现和构成要素；掌握广告速写训练的基本原则和基本方法。

(4) 教学要求：本课程采用理论讲授和课堂辅导相结合的教学方法，着重训练学生造型能力，完成相应的实践训练；教学环境要求是普通教室；采用过程考核和期末综合考核相结合，过程考核占总成绩的 60%，期末综合考核占总成绩的 40%。

12. 《广告插画》（48 学时）

(1) 课程性质：必修课、考试课。

(2) 课程目标：了解该课程的目标及意义；以“立德树人”为根本任务，表现 革命英雄的插画设计，让学生运用广告插画理论知识在实际操作中充分发挥原创力和正能量，绘制既有个性化、艺术性，同时又满足大众的优秀插画作品。

(3) 课程内容：教学内容从广告插画的表现；表现广告产品的视觉美等特点，从而产生赏心悦目的效果。

(4) 教学要求：教学方法上案例教学和实际操作相结合，对内容的表现方法达到熟练掌握；教学要求在普通教室；本课程为考试课，教学考核分为过程表现考核(60%)和项目成果考核(40%)。

【卓越课】

1. 《信息图形设计》（80 学时）

(1) 课程性质：选修课、考试课。

(2) 课程目标：以“立德树人”为根本任务，“课前/课中/课后”贯穿中华优秀传统文化、职业标准、职业素养教育，通过本课程的学习使学生掌握数据的采集、提取和分析，形成方便理解的个性化可视化图；使学生领略数据可视化的美，重点培养学生的数据可视化表达思维和基本处理能力，一般性理解掌握动态“交互性”即可。培养学生吸收和借鉴、继承和创新的精神，利用所学设计观念和 design 样式，能够进行作品设计创作。

(3) 课程内容：通过本课程教学，使学生了解数据可视化基本概念；掌握数据可视化的一般原理和处理方法；针对实际应用中遇到的不同类型的数据选择相应的可视化表现手法。通过图解信息图设计、统计图设计、图表与表格设计、地图设计四个教学情景模块展开。本课程重点是大数据收集与分析，难点是数据可视化个性化表现形式。

(4) 教学要求：利用多媒体、网络教学平台、移动平台等现代化信息手段，通过情景教学、任务教学等多种教学方法设计、组织和实施教学，并对学生学习成效进行过程性和终结性考核评价。考核通过过程性考核和终结性考核两种方式进行，学生最终成绩=过程性考核*30% + 终结性考核*70%。

2. 《广告策划与创意》（80 学时）

(1) 课程性质：选修课、考试课。

(2) 课程目标：广告创意策划工作岗位的工作任务和 workflow 进行深入调查分析，解构了创意的概念、创意体系、创意要素、创意原则、创意特征、创意思维方法、创意思维工具、克服创意障碍的办法、创意硬件技术掌握、创意提案制作技能、创意文案写作技能关键知识点，并在工作过程导向的学习情境中重构。利用所学设计观念和 design 样式，能够进行作品设计创作。

(3) 课程内容：本课程以广告欣赏、制作、发布过程为载体，由行动导向的教学组织来实施，使学生通过“教中学，学中做”，深入理解并掌握广告制作技术和策划中所需要的专业技能和相关理论与实践知识，培养用于创新、善于沟通、团结合作的职业品质，为以后对促销环节的广告形式策划构成的应用进行分析和开发提供必要的理论和实践技能。

(4) 教学要求：利用多媒体、网络教学平台、移动平台等现代化信息手段，通过情景教学、任务教学等多种教学方法设计、组织和实施教学，并对学生学习成效进行过程性和终结性考核评价。考核通过过程性考核和终结性考核两种方式进行，学生最终成绩=过程性考核*30% + 终结性考核*70%。

(三) 实践环节

1. 《专业写生》（40 学时）

(1) 课程性质：必修课、考查课。

(2) 课程目标：学生通过该课程的学习，能够发现、捕捉自然界中所蕴藏着的美，能够培养学生深入体察、概括提炼的能力，学会把生活的真实转变成艺术的形式，在写生中发现意境，在写生中创造典型形象，从写生中选取构图，在写生中创造表现方法和笔墨程式，提高学生的色彩修养和运用色彩造型的技能，提升专业设计的创作能力，为后续专业课程的学习打下基础。

(3) 课程内容：对蓟县黄崖关等相关写生地区进行现场教学；1. 室外光色变化规律、取景与构图；空间与色调、形式与情调意境的表达：①风景写生的作画方法与步骤。②风景画的各种表现技法示范。③风景画中外大师名作赏析。④风景画中外佳作临摹练习。⑤ 空间层次和色彩关系小画稿练习。⑥自然环境景物写生练习。⑦不同题材、不同色调、不同表现手法的练习。⑧风景写生的整理。2. 风景画创作：①中外风景画典型范例、技法形式与思维方式解析。②风景画写生与创作的关系。③风景画创作的基本方法：题材与形式的选择（构思与构图）；运用抽象思维推敲形式美感；重视艺术形式和主观情感的表达，突出风格特征和精神文化内涵。④风景画创作实践。

(4) 教学要求：组织学生学习风景画的基本技法与特殊技法，引导学生掌握风景画的基本技法与特殊技法；组织学生进行户外风景写生练习，启发学生研究自然界外光色彩的变化规律，探索风景画的构图和情调意境的表现以及表现技法的运用；采用讨论、启发的方式，指导学生整理写生素材，酝酿构思题材和形式风格特征，注重表达色彩与情感之间的关系，在规定时间内完成整理加工作品。组织学生作业举办观摹展，制作光盘存档，教师根据学生学习成效进行过程性和终结性考核评价，成绩分为五级：优、良、中、及格、不及格。教学组织：学生以个人为单位，单独进行创作，每天晚上进行作业检查和点评。

2. 《专业考察》（40 学时）

(1) 课程性质：必修课、考查课。

(2) 课程目标：通过考察，使学生深入了解广告设计专业的社会实际情况，使学生将所掌握的基础理论、基础知识和基础技能，在实践考察中进一步深化，培养学生本专业的鉴赏力，提高专业综合修养，达到收集素材、开阔眼界、提高素养的目的，为毕业设计打下基础。

(3) 课程内容：1. 参观北京 798 艺术区及艺术博物馆：激发学生灵感、时尚与艺术之间的完美结合，感受灵感、时尚与艺术所传递的理念与情感，了解历史上各个时期工艺形式、民俗风情等。2. 广告招贴：考察该地区的路牌广告、灯箱、商场广告、媒体广告、静态广告、动态广告等。3. 商品包装：考察该地区各大商场，尤其是自选商场的商品包装，关注，材料、工艺、形式、造型等。4. 材料市场：考查广告材料市场、尤其是新材料的使用方法、用途。

(4) 教学要求：1. 按照学院相关文件制订专业考察计划，要求具备详实的行动计划，并交院务会讨论，再由教学院长签字后报学院有关部门备案方可实施。2. 外出考察前，学生应与领队教师签订安全责任书，加强纪律观念教育，确保安全。3. 采用分组训练和教学做一体的教学方法：学生在带队老师的统一安排下，分成若干小组，作专题考察，既要有丰富的图片资料，也要有详实的记录和体验，最后形成一篇考察报告。教师对学生学习态度、学习成效进行过程性和终结性考核评价。成绩分为五级：优、良、中、及格、不及格。

3. 《岗位实习》（600 学时）

(1) 课程性质：必修课、考试课。

(2) 课程目标：通过顶岗实习，使学生从课堂走向社会，让学生在亲身实践中掌握广告艺术设计的操作环节，实际体会广告设计从业人员的基本素质要求，以培养自己的适应能力、业务能力、协调能力和分析解决实际问题的能力，让学生找出自身状况与社会实际需要的差距，并及时补充相关知识，为今后工作做好充分的知识和能力准备，从而缩短从校园走向社会的心理转型期。

(3) 课程内容：涵盖专业相关的助理设计师、设计师、完稿制作等相关工作内容。主要设置两个方向，两个方向任选。1. 平面设计类：①调查并了解平面设计任务中的工作流程，如分配案例—讨论—搜集素材—与客户沟通—创意构思—设计初稿—审稿—修改—定稿—出图—发片—校片—印刷—整理等；②了解掌握平面设计后期制作要求，如喷绘要求，工程安装要求；③了解掌握平面设计后期印刷要求，如菲林输出、拼版、分色等；④了解目前市场上的喷绘材料属性；⑤了解目前市场上的各种印刷纸张开数、大小、纸张厚度、表明肌理等属性；⑥调查并熟悉平面设计业务范围；⑦了解平面设计实际岗位的技能需求；⑧锻炼并提高自己在平面设计领域内，创意构思能力、色彩应用能力、综合素材表现能力、版式设计能力、图形创意能力、标志和文字设计能力。2. 影视广告类：①调查并了解影视广告任务中的工作流程，如与客户沟通—创意构思—设计初稿—审稿—修改—定稿—整理—素材拍摄—电子编辑—特技制作—录音配乐—后期合成—成片等。②了解掌握影视广告工程制作要求；③掌握影视广告前期拍摄的技能；④掌握影视广告后期制作的技能；⑤调查并熟悉影视广告业务范围；⑥了解影视广告实际岗位的技能需求。

(4) 教学要求：①在顶岗实习之前制订详细的实施方案。在顶岗实习开始前，召开本专业学生顶岗实习动员会，讲明各种要求和注意事项。②综合考虑专业、地域和企业等因素，合理配置校内指导教师，校内指导教师要按照顶岗实习的教学安排，认真学习、研究顶岗实习的教学，有效指导学生的顶岗实习，同时，每位学生落实一个企业人员作为校外指导教师，企业指导教师传授学生岗位工作所需要的技能，指导实习学生按照工作规程和工作标准完成岗位工作任务等。③学生顶岗实习期间，既是学校的学生又是企业的（准）员工，实习期间学生必须遵循实习单位的劳动纪律和各项规章制度。④实习考核：对实习学生从职业道德、出勤、工作能力（技能）、工作实绩等方面进行全面考核，并给出实习鉴定成绩，实习成绩 30%由实习单位鉴定评定，30%由实习指导老师、学校评定，工作总结、专题调查报告及实习作品等占 40%，成绩分为五级：优、良、中、及格、不及格。

（四）毕业环节

1. 《毕业考核》（32 学时）

(1) 课程性质：必修课、考试课。

(2) 课程目标：培养学生综合运用所学知识、素质与技术技能，分析、解决实际广告设计问题的重要环节，是增强学生创新意识、创造能力、提高职业能力和职业精神的培养过程，是学生综合素质教育与职业实践能力培养效果的全面检验。

(3) 课程内容：

① 撰写专业能力自评报告

从以下四个方面撰写自评报告：专业实习报告（顶岗实习或毕业专业设计内容、课程联系岗位、日常工作表现、职业态度、团队合作、问题建议、收获成长等）、未来职业生涯规划（职业分析、德智体美劳综合素养准备等）、专业能力自我评价（自身专业能力方面的经历和成长）和学习反思与建议（自我评价、课程评价等）。

② 能力展示评价

必做课题内容：包装设计、招贴设计（海报设计）

可选择内容：书画艺术作品、影视视频编辑、宣传册设计

（注明：必做课题两项、可选课题一项，一共做三项课题）

(4) 教学要求：专业能力自评报告 3000 字。能力展示评价为“校内设计作品展示评价”，所有选题必须是企业项目或参加大赛的项目。在教师指导下，学生制订毕业环节专业能力评价工作计划和进度，并分阶段实施。指导教师原则上每周至少一次与学生联系，检查其进度和质量，随时了解情况，并予以必要指导。学生要制作招贴设计展板和包装设计实物，进行毕业设计展览，并参加毕业展示。考核要求：专业自评报告占专业能力评价的 60%，能力评价展示占专业能力评价的 40%。

七、教学计划进程表

(一) 教学环节分配表

学期	课程教学	实践性教学				考试	军训 (含入学教育)	实习教育	毕业教育	机动	合计
		集中实训	1+X 取证	岗位 实习	毕业 考核						
一	13	2				1	3			1	20
二	16	2				1				1	20
三	13		5			1				1	20
四	16	2				1				1	20
五	10			8		1		1			20
六	0			16(含 寒假4 周)	2				1	1	20
总计	68	6	5	24	2	5	3	1	1	5	120
说明	1. 单位为周										

(二) 教学计划进程表

《广告艺术设计专业教学进程表(三年制)》)

广告艺术设计专业教学进程安排表

分类		序号	类别	课程名称	学时				学分	考试	考查	学时分配					
					合计	理论教学	实验实训	集中实践教学				第一学年		第二学年		第三学年	
												1	2	3	4	5	6
												15/15	18/18	18/18	18/18	10/18	0/18
通识课	思想政治理论课	1	必修课	思想道德与法治	48	32	16		3.0	1		3					
		2		毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	32	24	8		2.0	2			2				
		3		习近平新时代中国特色社会主义思想概论	48	40	8		3.0	3				3			
		4		形势与政策 Δ	40	40			1.0		1-5	Δ	Δ	Δ	Δ	Δ	
		5	选择性必修课	大国工匠与职业理想	32	32			2.0		1	2					
				宪法与法治中国	32	32			2.0		1	2					
				马克思主义劳动观与劳动教育	32	32			2.0		1	2					
				新时代大学生心理健康	32	30		2	2.0		1	2					

公共课	6	选修课		中国特色社会主义和 中国梦教育、诚信教育、 四史教育、中国自信系列或 中国发展系列或中国制度系列等（必选 2 学分）	32	32			2.0				※	※	※	※	
		小计			328	294	32	2	19								
	1	选择性 必修 课	英语 拓展 （选 一）	劳动素质教育	16	16			1.0		1	2					
				军事理论	36	36			2.0		2		2				
				大学生职业规划 与就业指导	38	38			2.5	1、4		2*5+ 10★			2*5+ 8★		
				创业基础★	32	32			2.0		1	★					
				职业通用英语 2-1	56	56			3.5	1		4					
				职业通用英语 2-2	72	72			4.5	2			4				
				体育（1-3）	108	12	96		7.0	1-3		2	2	2			
				信息技术（基础模 块）	48		48		3.0		1 或 2	3 （工）	3 （文）				
				小计	406	262	144	0	25.5								
	1			素养提升英语	32	32			2.0					2			

		小计			32	32			2.0								
	公共选修课	1	选修课 (3-5 任选 2学 分,类 别不 重复)	优秀传统文化类(必选 1 学分)	16	16			1.0				※	※	※	※	
		2		公共艺术类 (必选 1 学 分)	16	16			1.0				※	※	※	※	
		3		生态文明类 (含健康教育)	16	16			1.0				※	※	※	※	
		4		法制安全类 (含国家安 全教育)	16	16			1.0				※	※	※	※	
		5		国际视野类	16	16			1.0				※	※	※	※	
		6		自然科学类 (含信息技术拓展模 块)	16	16			1.0				※	※	※	※	
		7		就业指导类 (含双创教 育)	16	16			1.0				※	※	※	※	
	小计				64	64			4								
专业 (技 能) 课	平台课	1	必修 课	绘画基础	48	20	28		3.0	1		12*4 1-4					
		2		设计基础 1	48	20	28		3.0	1		12*4 5-8					
		3		设计基础 2	48	24	24		3.0	1		12*4 9-12					
		4		创意设计	44	16	28		3.0	1		16*3 13-15					
	小计				188	80	108	0	12								
	专	1	必	图形创意	48	20	28		3.0	2			12*4				

业 课		修 课										11-14					
	2		字体设计	48	20	28		3.0	2			12*4 15-18					
	3		广告摄影及后期*◆	72	32	40		4.5	3				16*4+8*1 1-5				
	4		广告制作◆	72	32	40		4.5	3				16*4+8*1 5-9				
	5		包装设计*	72	32	40		4.5	3				16*4+8*1 10-14				
	6		品牌视觉形象设计*	72	32	40		4.5	3				16*4+8*1 14-18				
	7		平面广告设计*	80	30	50		5.0	4					20*4 1-4			
	8		影视广告设计*	96	48	48		6.0	4					20*4+16*1 5-9			
	9		商业印刷*	80	40	40		5.0	4					20*4 12-15			
	16		网络广告制作*	72	32	40		4.5	4					20*3+12*1 15-18			
	小计			712	318	394	0	44.5									
	1	选 修 课	四 选 二	广告速写	48	20	28		3.0	2			12*4 1-4				
	2			广告插画	48	20	28		3.0	2			12*4 7-10				
	3			计算机辅助设计 1	48	20	28		3.0	2			12*4 1-4				

卓越课	4			计算机辅助设计 2	48	20	28		3.0	2			12*4 7-10				
	小计				96	40	56		6								
	1	高阶课程组		图形信息设计	80	30	50		5.0	5						20*4 1-4	
	2			广告策划与创意	80	30	50		5.0	5					16*5 6-10		
	小计				160	60	100		10								
	1	选修课	二选一	中国画	64	20	44		4.0	5						24*1+8*5 5-10	
	2				白描	64	20	44		4.0	5				24*1+8*5 5-10		
	小计				64	20	44		4.0								
集中实践	1	专业写生			40			40	2.0		2		20*2 5-6				
	2	专业考察			40			40	2.0		4				20*2 10-11		
	3	岗位实习			600			600	20.0		5-6					8w	12w
	4	毕业考核			32			32	2.0		6						2w
	小计				712			712	26.0								
总课时					2666	1074	878	714	147								

（三）教学进程总体安排

在填写理论和实践环节课时分配表时，应注意学时的准确性和与教学计划进程表数据的一致性。

学年	学期	教学周数	理论教学		实践教学					教学做一体化	
			学时	占总学时比例(%)	实验实训	集中实训	岗位实习	毕业考核	占总学时比例(%)	学时数	占总学时比例(%)
一	1	15	280	10.30%	130	2	0	0	7.90%	0	0
	2	18	286	10.60%	150	40	0	0	9.60%	0	0
二	3	18	194	7.60%	218		0	0	8.80%	160	6%
	4	18	232	9%	220	40	0	0	8.50%	80	3%
三	5	18	80	4.80%	144	0	240	0	14.20%	0	0
	6	18	0	0	0	0	360	32	8.70%	0	0
合计		105	1074	42.30%	878	82	600	32	57.70%		
说明：1. 单位为周；2. “理论教学+实践教学”比例合计为 100%											

注意：总学时指六个学期的累计总学时，“理论教学+实践教学”比例合计为 100%，教学做一体化课程单独计算。

八、实施保障

以习近平总书记关于教育的重要论述作为根本遵循，全面落实立德树人根本任务，把加强党的建设作为党育人、为国育才根本保证，以思想政治教育为主线，推进“三全育人”、“五育并举”的人才培养体系建设，产教融合，校企合作，整合各方资源，凝聚强大合力，培养德智体美劳全面发展的高素质技术技能人才。

（一）师资队伍

按照专业设置要求，需配备校企“双导师”，其中来自企业的兼职教师占校内专任专业教师的 25%以上，承担不少于 20%的专业课程。学生数量与本专业专任教师数比例不高于 20:1，双师素质教师占专业教师比例一般不低于 80%。目前，专业现有授课教师 10 人，其中，专任教师 7 人；兼职教师 3 人，占比 30%；双师型教师 7 人，占比 70%。

1. 专任教师聘用要求

(1) 专业带头人：拥有良好的思想政治素质和职业道德，具有高级职称和高级职业技术等级证书，以及丰富的广告设计岗位工作经验，专业技术应用能力强、教科研水平较高，能带领专业教师团队进行改革创新、在区域行业具有一定影响力，同时具备专业教学能力与专业岗位能力。

(2) 专业骨干教师：拥有良好的思想政治素质和职业道德，具备硕士及以上学历、中级以上职称、高级职业资格证书、专业技术应用能力强、有一定科研能力、累计有3年及以上广告设计岗位工作经历，在专业课程建设方面能起带头作用，为同时具备理论教学和实践教学能力的“双师型”教师。

(3) 一般专业教师：拥有良好的思想政治素质和职业道德，具备硕士及以上学历、中级及以上职业资格证书、有一定的专业技术应用能力及科研能力，有教学改革创新意识、信息化技术应用能力较强。

2. 兼职教师聘用要求

兼职教师符合学校流动岗聘用要求，主要从广告艺术设计相关的行业企业聘任，且具备良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神，具有5年以上的广告公司或设计企业工作经验和高超的技术技能，并能够与专任教师共同开展专业课程教学。主要负责岗位实习课程等专业实操课程的授课。

序号	姓名	职务	企业来源
1	门小月	总经理	天津盛之源广告有限公司
2	李春盛	设计总监	金泽永航教育科技（天津）有限公司
3	韦韬	设计主管	韦韬艺术设计工作室

3. 教学能力要求

具备先进的教育教学理念，具有项目化教学设计能力、教学实施能力、课程育人能力、现代信息技术应用能力，不断深化教学内容、教学方法以及学习评价改革，推进课堂革命。

(二) 教学设施

1. 教室条件

120平方米以上的标准教室和专业实操教室，教室通风采光条件良好，教室配备多媒体、智能终端设备，实现无线网络覆盖。能够运用手机终端、APP开展教学活动，满足混合式教学需要。小班教室均有可移动桌椅，可随时搭建小组化学习环境。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. 校内实训条件

目前本专业有200平方米规格的综合实训室2间；配备有广告专业电脑60套、教学用绘画静物100余种；美术设计教室4间。高清摄像机3台等。

3. 校外实训条件

我专业现有长期合作校外实训基地 3 家、天津市豪柏艺术设计有限公司、天津盛之源有限公司和天津润松文化科技有限公司 3 家公司，也是天津职业大学广告艺术设计专业的毕业实践实训基地。比如天津市豪柏艺术设计有限公司，创建于 2006 年，是经天津市广告设计公司、天津市广告协会批准成立的正规民办广告艺术设计设计师培训机构。2012 年与天津市国家技能鉴定第四十所联合，创办天津市正规的广告设计行业培训机构。截止到目前已有近 2700 人才在该处进行过广告设计和其他广告相关工种的职业资格培训。目前教学面积 600 平米，拥有广告设计及多媒体教室等全套教学设施，师资雄厚，广告公司指定的《广告设计师》取证单位。旗下的培训教师均是经验丰富的从业多年的技术精英，以育人为本、因材施教为教学方针，注重素质人才的培养，教育团队始终致力于培养高端的广告设计师。

4. 教学平台选用

选用的教学平台要求符合课程内容的教学平台及建议选用的大学生 MOOC 等平台。

（三）教学资源

1. 教材选用制度

严格按照《天津职业大学教材建设管理办法（试行）》（津职大党〔2020〕110 号）要求，严把意识形态关，严格专业内容审核，每学期按要求和程序完成教材选用、征订和抽检工作，积极选用规划教材和领域内优秀教材。基于教学项目，校企共同编写教学讲义，积极转化形成活页式教材，鼓励开发融媒体教材。

2. 图书文献配备

校图书馆和该部资料室现有艺术类图书资料近 10 万册，期刊近 60 余种。比如《广告艺术设计》、《艺术与设计》、《中国画》、《美术研究》等。

3. 数字资源配备

加快建设智能化教学支持环境，建设能够满足多样化需求的课程资源，建好用好专业教学资源库，促进优质资源共建共享，为学生、教师、企业搭建互通的桥梁，共享的平台，从而推动校企合作、帮助教师备课、促进学生学习，不断提高专业的社会影响和人才培养质量。资源库建设应包括如下资源：

（1）学习资源：色彩搭配师职业培训包资源库

（2）实践教学资源：来自校外实训基地的真题真做等一手资源。我们与企业合作开发新的实训教材 4 本，实训指导书 7 部。完善社会培训网站一个、并建设相关实训指导资源，实现教学和培训的信息化。完成天津市两个工种职业培训包的开发项目，并以此为依托实现各工种高级、技师、高级技师三个等级的网络培训课程资源和学习资源建设。

（四）教学方法

我专业教学方式多样,主要包括情境教学、案例教学、项目教学、信息化教学这几种教学方式。在教学中采用共享型专业教学资源库云综合平台、BB 平台等手段、进行如班级授课、企业实践、学习化小组、订单培养、顶岗实习等多种组织形式。

1. 教学方法

本专业教学过程中应做到传统与现代的有机结合,灵活运用讲授法、案例教学法、情景教学法、项目教学法等教学方法,保证课堂教学的吸引力。本专业建议采用的教学方法有:

(1) 讲授法:讲授法是最基本的教学方法,对重要的理论知识的教学采用讲授的教学方法,直接、快速、精炼地让学生掌握,为学生在实践中能更游刃有余地应用所学知识和技能打好坚实的理论基础。

(2) 案例教学法:在教师的指导下,由学生对选定的具有代表性的典型案例,进行有针对性的分析、梳理和讨论,做出自己的判断和评价。这种教学方法拓宽了学生的思维空间,增加了学习兴趣,提高了学生的能力。案例教学法在课程中的应用,充分发挥了它的启发性、实践性,开发了学生思维能力,提高了学生的判断能力、决策能力和综合素质。

(3) 情景教学法:情景教学法是本专业实操课最为普遍使用的一种教学方法。实训场所在规划、建设时均按照企业实际经营模式设计建设,给学生一个真实的环境,在根据企业各岗位的工作任务,设定教学内容。再通过教师的组织、学生的演练,在仿真近乎真实的环境下、切实的工作任务中达到教学目标,既锻炼了学生的临场应变、实景操作的能力,又让学生感受了企业工作的实际状态,提高了教学的感染力。这种教学方法在各职业技能课程中的运用,不仅提高了学生的学习兴趣 and 动手能力,还培养了学生适应今后工作环境的能力。

(4) 项目教学法:学生在教师的指导下亲自参与完成一个项目的全过程,在这一过程中学习掌握教学计划内的教学内容。学生全部或部分独立组织、安排学习行为,解决在处理项目中遇到的困难,提高了学生的兴趣,自然能调动学习的积极性。“项目教学法”是一种典型的以学生为中心的教学方法。

2. 信息化手段应用

本专业借助智能化、物联网、大数据、云计算的时代契机,利用信息化教学方式与手段,提高教学效度与质量。并在加强专业教学资源库建设的基础上,构建网络课程,应用于教学实践,打破时间与空间的界限,为开展学生的“自主学习”创造更为有利的条件。其建设内容主要有交互性平台建设、监控性功能建设、考核评价系统建设等内容。

3. 教学组织形式

(1) 班级授课形式

鉴于课程需求,本专业仍采用班级授课形式。这种传统的教学组织形式有利于教师知识传授及学生课堂知识吸收率的提高。对于专业技能和实训课程可配合采用“学生助教制”模式。“学生助教制”是通过在班级中选出有潜质的学生作为助教,主讲教师带领他们共同备课,提前辅导,课程

开展时，便可让这些学生辅助教师进行实训指导，这不仅可提高上课效率，也可实现优秀学生的培养和选拔。

（2）小组合作学习

根据学生的知识储备、学习能力、兴趣爱好等综合评定学生能力，进行分组，明确小组成员的分工，根据教学情况适时调整或轮换小组成员的角色，小组根据老师分配的任务展开小组互助学习，教师及时给与指导，并对小组成果进行正确评价。

（3）“岗位实习”模式

本专业顶岗实习主要有两种形式：①假期自主实习即利用寒、暑假时间自行安排短期专业对口实习；②第5、6学期的顶岗实习。学生通过专业顶岗实习，了解企业的运作、组织架构、规章制度和企业文化；掌握岗位的典型工作流程、工作内容及核心技能；养成爱岗敬业、精益求精、诚实守信的职业精神，增强学生的就业能力。

（4）“第二课堂”模式

①组建学生社团

学生社团是学生将专业知识与技能进行综合运用和展现的平台。在学生培养过程中作为学生课外学习的组织形式，学生根据兴趣，爱好选择相应的社团活动，扩展学生的学习领域。

②以赛代练

本专业将针对专业设计大赛，开发相应的院内选拔赛，使学生能够利用业余时间，通过以赛代练的方式，提高学生技能水平，并为培养优秀学生服务，同时积极组织学生参加有影响力的行业大赛。

（五）学习评价

对学生学业成绩的考核，是教学工作的重要环节，对学生的成长具有指导、激励和鉴定作用，对教学和教学管理具有反馈作用。本专业进一步更新教育教学观念，改进教学方法，突出培养学生的自主学习能力、知识运用能力，通过课程过程考核与结题考核相结合的考核制度，加强教学过程控制，提高教学质量。

（1）课程考核的指导思想

1) 课程考核的目的是全面考核学生的知识、能力和综合素质，增强学生学习自觉性和主动性，加强对所学知识的理解、掌握和应用，把课堂上学到的基本知识和技能综合起来，用于解决实际问题，改变课程结束时“作业定成绩”的做法，防止突击赶工，抄袭作品、购买、代做作业的行为。

2) 课程考核要遵循教育教学的基本规律，按照人才培养方案和课程教学大纲的要求，把学生作为教学过程中的主体，使学生变被动式的应试性学习为主动式的研究型和创新性学习，摆脱死记硬背的学习方法。通过过程考核使教师及时了解学生学习状态、反馈信息，调整教学；学生及时发现学习中存在的问题，改进学习思路和方法，更好地掌握和运用所学知识。

3) 积极探索新的教学方法和教学手段。根据高端技能性人才培养对人才素质和能力要求,深入贯彻“教、学、做一体”的教学方式,结合我专业实际情况,设计切实可行的项目,增加课堂交流和互动,给学生留下自己独立思考的余地,鼓励学生大胆发表不同的见解,激发学生的创新意识,培养学生的创新精神和创新能力。在完成项目的过程中对学生完成阶段任务的结果进行考核。

(2) 课程考核的形式

课程考核包括过程考核和结题考核。

艺术设计专业的过程考核可采用的形式包括:课堂讨论、课堂测验、课堂陈述、课题训练、实际操作、调研报告、论文撰写等多种形式。在教学过程中,教师可根据课程教学大纲和授课进度进行过程考核。

评价可从以下几个方面进行:符合教学要求、思路清晰、表达准确、材料丰富、内容可靠、分析充分、创新运用知识、问题解决方案可行、团队协助和完成时间等。

结题考核是对学生是否全面地、系统地掌握本门课程知识和对所学内容的理解和运用情况进行综合考核,结课考核对于考核内容有明确任务和要求,有相关过程记录和对学情况文字评价。

(3) 核评价体系及评价标准

制定《广告艺术设计专业学生学业成绩全过程考核评价体系及评价标准》,本着“重视过程监控、实施有效评价、及时反馈信息、促进教学水平”的原则,从评价原则、评价方法、评价内容及标准、评价要求及评价质量控制等方面进行规范。

(六) 质量管理

1. 组织机构

为广告艺术设计专业建设的科学健康发展,成立由6名院内专业骨干和3名企业专家组成的专业建设指导委员会,负责专业建设的规划、指导、咨询、监控等工作;成立广告艺术设计专业教研室,配备教研室主任1名及专业带头人1名,具体负责专业建设项目的实施、组织专业教学与实习开展等工作。

2. 构建专业人才培养质量保障体系

(1) 制度建设:学校从发展规划、教学建设与改革、教学运行管理、教学评价与质量监控、实训基地建设管理、队伍建设与管理等六方面建立完善的制度,形成了完备的教学管理制度体系。加强日常教学组织运行与管理,通过远程监控系统、教学巡视、各级听课、期中教学检查等主要工作,将常规检查与专项检查相结合,常规检查覆盖全过程、全师生、全课堂,专项检查按期初——期中——期末关键节点进行,建立教学评估督导体系,形成分析、评价、反馈制度。

(2) 质量标准建设:建立教学质量诊断与改进机制,健全教学质量监控管理制度,完善课堂教学、教学评价、实习实训、毕业考核及专业调研、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。

（3）教学质量监测系统建设：由专业负责人牵头，委托第三方调查机构麦可思数据有限公司，每年进行企/行业满意度调查（包括毕业生岗位适应能力、职业素养、专业技能、综合素质、录用人数等）和毕业生满意度调查（包括学习的知识和技能适用性、发展空间、岗位对口情况、薪酬水平、人际关系、对企业的认可度等）。

九、毕业要求

学生通过规定年限的学习，修完专业人才培养方案所规定的课程与教学活动，修满 149（增加军训的 2 学分）学分，在德智体美劳等方面达到毕业要求，方可毕业。在校期间鼓励学生考取与本专业相关的职业资格证书或行业权威证书，支撑学生未来在就业、创业、学业等方面持续发展。

本专业的指导性最低学分框架如表所示（三年制）：

课程分类		课程类别	课程大类	最低学分要求
通识课	思想政治理论课	必修课	—	11
		选择性必修课	—	
		选修课	—	
	公共课	必修课	英语类	8
			体育类	7
			数学类	
			信息技术	3
			劳动素质教育	1
			军事理论	2
			心理健康教育	2
			大学生职业规划与就业指导	2.5
			创业基础	2
		选择性必修课	英语类	2
		选修课	优秀传统文化类	1
			公共艺术类	1
			生态文明类（含健康教育）	2
			法制安全类（含国家安全教育）	
			国际视野类	
			自然科学类（含信息技术拓展模块）	

			就业指导类（含双创教育）	
专业(技能)课	平台课 (专业基础课)	必修课	绘画基础	3
		必修课	设计基础 1	3
		必修课	设计基础 2	3
		必修课	创意设计	3
	专业课	必修课	图形创意	3
		必修课	字体设计	3
		必修课	广告摄影及后期	4.5
		必修课	广告制作	4.5
		必修课	包装设计	4.5
		必修课	品牌视觉形象设计	4.5
		必修课	平面广告设计	5
		必修课	影视广告设计	6
		必修课	商业印刷	5
		必修课	网络广告制作	4.5
		选修课	广告速写	3
		选修课	广告插画	3
		卓越课	必修课	图形信息设计
	必修课		广告策划与创意	5
	选修课		中国画	4
集中实践	必修课	军事技能	2	
		专业写生	2	
		专业考察	2	
		岗位实习	20	
		毕业考核	2	
总计				149

二〇二三年八月