



河南职业技术学院

HENAN POLYTECHNIC

数字创意与设计学院
广告艺术设计专业人才培养方案
(2022 版)

专业负责人	柴鹏举
研制团队	郝彦杰、王兆阳、王丽萍、 张若晖、顾昕
二级学院审核人	李小强
修订时间	2023. 07

二〇二二年七月

目 录

一、专业描述	- 1 -
二、职业面向及职业能力要求	- 1 -
三、培养目标	- 3 -
四、培养规格	- 3 -
五、人才培养模式和教学模式	- 5 -
六、课程设置及要求	- 5 -
七、实施保障	- 16 -
八、毕业及证书要求	- 22 -
附表	- 24 -

广告艺术设计专业人才培养方案

一、专业描述

专业名称：广告艺术设计

专业代码：550113

入学要求：普通高中毕业生、中等职业学校毕业生或具备同等学力

修业年限：三年

教育类型：高等职业教育

学历层次：专科

二、职业面向及职业能力要求

（一）职业面向

表 01 专业面向的职业

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	职业技能等级证书 或职业资格
文化艺术 大类 (65)	艺术设计类 (6501)	文化艺术业 (R-88)	广告设计人员 (GBM2-57 2-10- 07-08) 工艺美术专业人 员(2-10-07)	广告策划、创 意、宣传、形 象设计	1+X 界面设计 职业技能等级证 书、广告设计 师职业技能等级 证书、1+X 数字 影像处理职业技 能等级证书

（二）职业能力分析及要求

就业面向的行业：广告行业；

主要就业单位类型：

1. 各类工商企业；
2. 各类广告媒体企业；
3. 各类广告设计与策划公司、公共关系策划公司、设计公司（室）；
4. 各类市场调查及信息咨询企业；
5. 工商行政管理机构；
6. 文化事业单位；
7. 印刷出版公司及网络公司；
8. 学校等科研机构；
9. 毕业生自主创办的各类从事营销、公关及广告服务的公司。

主要就业部门：

1. 各类工商企业（包括中外合资及独资企业）的广告策划、设计、营销、公关部门；

2. 各类广告媒体的广告管理部门；
3. 各类广告设计与策划公司、公共关系策划公司、设计公司（室）的广告设计策划部门；
4. 各类市场调查及信息咨询行业的调研部门；
5. 工商行政管理机构的广告管理部门；
6. 文化事业单位对外宣传部门；
7. 印刷出版公司及网络公司（网站美术设计）的设计部门；
8. 学校等科研机构（广告教学研究）的教学部门；
9. 毕业生自主创办的各类从事营销、公关及广告服务公司的广告设计、策划部门。

主要就业部门：

1. 策划创意部；
2. 设计制作部；
3. 媒体策划部。

从事的工作岗位：广告业务主管（A E）、广告文案、广告市场调查、广告媒体联络、广告公关、广告策划创意、广告设计岗位等。

表 02 岗位能力分析表

序号	岗位名称	岗位类别		岗位典型任务描述	岗位核心能力要求
		初始岗位	发展岗位		
1	广告业务主管 (A E)	广告业务员	广告业务主管	能够一方面代表广告公司与广告主谈广告业务；另一方面代表广告主监督广告公司一切活动的开展	具备广告运作及统筹协调的能力
2	广告文案	文字撰写	广告文案 撰稿人	撰写符合媒体传播要求的各类广告文案	具备较强的文案创意、文字处理能力
3	广告市场调查	市场调查	市场调研 咨询主管	设计和撰写调研提纲，调查问卷，选择合适的调研方法进行调研，完成数据处理，撰写有效的市场调研报告	具备市场调研的基本知识和技能，良好的沟通组织能力、发现与解决实际问题的能力，科学处理调研数据的能力
4	广告媒体联络	媒体业务员	广告媒体 策划主管	按照广告战略部署，争取到所需要的广告版面或播出时间，广告媒体联络、策划	具备媒体分析、媒体计划的基本能力，能够为广告活动的开展和广告作品的发布提供媒体支持
5	广告公关	公关服务	公关经理	为广告公司创造融洽、和谐的公众关系氛围，获得各有关方面的支持和帮助。能够从公关角度为广告策划提供有益建议，公关活动策划、实施	具备处理组织内部，组织外部的各种公共关系的技巧和能力，具备处理公关危机的能力，能在广告活动中进行公关安排和部署
6	广告策划创意	广告设计	策划部经理 创意骨干	协助总监负责项目负责营销策划及推广、品牌管理等工作	具备市场策略、品牌整合营销传播的广告策划和创意工作能力
7	广告设计	广告设计	广告设计师	设计制作各类广告作品	具备完成各种符合广告传播要求的广告作品设计的能力

三、培养目标

本专业培养理想信念坚定、德、智、体、美、劳全面发展，具有较高的科学文化水平，良好的人文素质和艺术修养、职业道德和创新意识，较强就业创业能力和可持续发展能力，掌握广告、传播、营销、策划、创意与设计、视觉传达、数字图像图形设计、媒体运营等专业知识和技能，面向各类广告公司、文化创意公司、艺术设计公司、广告媒体传播公司、企业形象策划公司及企事业单位等职业岗位群，从事广告策划、广告创意设计、企划宣传、媒体传播、艺术教育等工作的高素质复合型技术技能人才。

表 03 广告艺术设计专业培养目标

序号	具体内容
A	能解决广告艺术设计专业领域的广告策划与设计、包装设计、印前处理和制作、互联网设计、新媒体设计等具体工作。
B	具有较高的审美基础和艺术表现能力，以及计算机设计软件表现能力；具有标志、形象、版面、传播、视觉、空间等设计专业基础理论知识和实操技能。
C	能够在广告活动中发挥有效的组织、沟通和协调作用。
D	能够使职业行为符合广告法律法规、广告行业规范。
E	能够通过广告行业继续教育或职业培训提升自身的广告策划创意能力。
F	能够服务于中原经济区和郑州航空港经济建设，为区域内现代服务业和文化创意产业做出贡献。

四、培养规格

（一）知识要求

掌握本专业所需的艺术设计基本文化知识和通识内容；掌握本专业所需的艺术、文化、信息、传媒系统化基本原理和专门性工程（项目）知识；掌握为实现工程（项目）设计和实践提供支撑的知识；掌握理解技术在经济、社会、环境和可持续发展中的影响和作用。具体包括：

1. 具有政治、法律、文学及美学等方面的基础文化知识；
2. 具有体育锻炼方面的基本知识和相应的基本技能；
3. 具有基础英语与专业英语的基本知识；
4. 具有计算机艺术设计应用基础知识；
5. 具备素描、色彩、形态构成的基本知识；
6. 具有广告艺术设计的视觉传达设计的基础知识；
7. 具有主持企业营销策划、公共关系策划、企业发展策划、广告媒体策划和广告活动整体策划与实施的基础知识；
8. 具有品牌经营、广告文案制作、广告市场营销、广告产品中介代理咨询的基础知识；
9. 具有企业形象（CI）策划的基本知识；
10. 具有广告法规、广告管理、广告市场调查与分析、广告效果评估的基本知识；
11. 具有广告媒体分析与应用、广告媒介策划、消费心理与广告心理分析与判断的基础知识；

12. 具有广告策划创意和设计制作的基本知识；
13. 具备各类广告媒体作品的策划、创意与设计制作的基本知识；
14. 具备其它相关专业基本理论。

(二) 能力要求

主要包括以下内容：

专业能力：

1. 广告策划创意能力；
2. 企业形象（CI）策划设计能力；
3. 品牌经营、广告文案创作、媒体宣传能力；
4. 广告媒体分析与广告媒体策划能力；
5. 消费者消费心理与广告接受心理分析能力；
6. 市场调查与分析、广告效果评估能力；
7. 广告的经营管理能力；
8. 各类广告媒体作品的策划、创意与设计制作能力。

方法能力：

1. 具有运用外语进行阅读能力；
2. 具有语言文字表达能力；
3. 具有与客户交流与团队协作的能力。
4. 具备广告策划创意的能力；
5. 能进行广告营销规划和广告管理的能力；
6. 能进行媒体运作的的能力；
7. 能进行市场调查和分析的能力；
8. 熟练运用计算机进行辅助设计的能力；
9. 熟识基本广告材料的加工、应用技术。

社会能力：

1. 具有较强的解决实际问题的能力；
2. 具有欣赏与鉴别能力、组织管理能力、开拓创新能力；
3. 具备沟通与团队协作的可持续发展能力；
4. 具备社会保护，法律法规，判断与决策的能力；
5. 具备社会责任感，良好的职业操守。

可持续发展能力：

1. 具有自学与获取信息的能力；
2. 自觉参加广告职业培训，不断提升职业技能。

创新与创业能力：

1. 具备组建专业团队进行广告服务的能力；

2. 具备使用广告专业知识和技能，主动满足经济社会发展需求能力。

（三）素质要求

基本素质：

1. 具有坚定正确的政治方向，拥护中国共产党的领导，热爱祖国，努力学习马列主义、毛泽东思想和邓小平理论的基本观点，树立正确的世界观、人生观；具备社会主义民主和法制观念，具有良好的道德品质和职业道德；

2. 具有健康的体魄；具有文明的行为习惯、良好的心理素质和健全的人格；具有正确的审美观念；

职业素质：

1. 具备相应的职业能力，掌握所学专业的基础理论和基本技能，对本专业的学科发展有所了解；

2. 具有优良的职业道德；

3. 懂得广告艺术设计的基本规律，灵活运用所掌握的基本功进行广告策划创意、设计、制作。

五、人才培养模式和教学模式

（一）人才培养模式

本专业方向以服务河南省、中原经济区和郑州航空港经济综合实验区建设与发展需要为宗旨，在完善河南职业技术学院具有订单特色的“2+1”工学结合人才培养模式和构建以职业能力培养为核心的课程体系的基础上，创新“媒介融合+企业项目真做+创新能力培养”的人才培养模式。

基于对现代广告行业发展现状分析和未来广告行业发展趋势的预测，以培养满足现代广告行业岗位职业能力需要为目标，以现代广告行业职业岗位能力为核心，整合现代广告行业所涉及的艺术、传媒、摄影、动画、网络等专业的相关理论及技术，结合现代广告行业岗位职业能力综合性特点，加强多专业融合，强化职业和人文素质教育，强化创新创业能力培养，建立突破传统的教学安排惯例，满足现代广告职业岗位能力要求，具有多专业融合、强创新能力和高职业能力水平的广告艺术设计人才培养方案。全面实施“媒介融合+企业项目真做+创新能力培养”的人才培养模式。

（二）教学模式

坚持“学做融通、双元结构”合作式教学模式为核心，以企业实际项目为载体，将创新教育、专业教育、职业素质教育贯穿于学生全过程学习中，从而实现学生学习能力、创新能力及职业能力全面提升。根据现代广告行业人才培养目标，全面及时跟踪国内行业发展动向，营造真实的工作情境，使教学环境与工作环境对接，教学过程和设计制作过程衔接。紧贴实际设计制造过程进行教学模式的改革，深入开展项目教学。从项目训练入手，培养学生职业兴趣；以项目模块组织教学活动，核心能力培养融入项目训练之中；实现教学效果与职业能力要求接轨的目的。

改变传统的课堂教学模式，探索“工作室化项目教学”模式，将艺术设计职业领域的“工作室”这一典型工作模式，按照教育教学规律，将其转换成学习领域的教学模式，探索实践校内各工作室产教融合的教学形式。

将广告行业“工作室”的典型工作模式融入教学过程，打破传统教学教师讲、学生听，教师要求、学生执行的教学模式，建立一种教学互动、以学生为主体的教学关系，确立以作品评判学习能力的考核方式，破解学校对人才培养与企业要求不能对接的难题。

本专业推行基于工作过程的“工作室化项目教学”教学模式，模拟广告企业的生产环境而进行的教学组织形式，教学的内容和手段与广告企业的实际工作情景和环节完全一致。在课堂上，虚拟设置和广告企业一模一样的工作岗位，教师和学生在学习过程中担任一定的角色来完成广告企业的工作任务，使学生在近乎真实的工作环境中，真切体会自己的工作岗位、理论知识和技术能力要求，在做中学，在学中做，工作和教学高度融合，理论在实践中体现，实践中运用理论，工作任务伴随教学过程，从而使学生既能掌握丰富的理论知识，又能在广告设计的实际工作中锻炼自己的动手和操作能力。理论讲授融入实践工作过程，实践工作证明和检验理论知识，在工作中提出理论问题，引起兴趣和思考，又在工作中解决问题，找出理论答案，变传统的填鸭式学习为积极主动的互动式趣味学习，学生在课堂上还可以学到很多广告企业的生产经营管理知识，为将来工作后学生能够很快适应企业的环境和岗位要求打下良好的基础。

六、课程设置及要求

（一）公共基础课程概述

序号	课程名称	课程目标	主要内容和教学要求
1	思想道德与法治	教育引导加强自身道德修养，提高思想道德素质；加强法律观念和法律知识教育，提高法律素养；培养学生爱岗敬业、诚实守信等道德品质	主要包括社会主义道德教育和法制教育，帮助学生增强社会主义法制观念，提高思想道德素质，解决成长成才过程中遇到的实际问题
2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	引导学生更加准确地把握马克思主义中国化进程中形成的理论成果，对中国共产党领导人民进行的革命、建设、改革的历史进程有更加深刻的认识；提高大学生对运用马克思主义立场、观点和方法认识问题、分析问题和解决问题的能力	以马克思主义中国化为主线，以毛泽东思想以及邓小平理论、“三个代表”重要思想和科学发展观等马克思主义中国化理论成果为主要内容，帮助学生理解和掌握马克思主义中国化理论成果的形成过程、精神实质、历史地位和指导意义，坚定中国特色社会主义道路自信、理论自信、制度自信、文化自信
3	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	引导学生从整体上把握习近平新时代中国特色社会主义思想的基本内容、理论体系、时代价值与历史意义，更好地把握中国特色社会主义的理论精髓与实践要义，实现从知识认知到信念生成的转化，增强新时代青年学生的使命担当，自觉投身到建设新时代中国特色社会主义的伟大历史进程中去	围绕马克思主义中国化最新理论成果，系统阐释习近平新时代中国特色社会主义思想的主要内容和历史地位，全面解读习近平总书记关于重大时代课题的一系列原创性治国理政新理念新思想新战略。使学生自觉运用习近平新时代中国特色社会主义思想武装自己的头脑，把爱国情、强国志、报国行自觉融入到建设社会主义现代化强国、实现中华民族伟大复兴的奋斗之中

4	形势与政策	引导学生掌握认识形势与政策问题的基本理论和知识，学会正确的形势与政策分析方法，特别对我国的基本国情、国内外重大事件、社会热点和难点等问题的思考、分析和判断能力	着重进行我国改革开放和社会主义现代化建设形势、任务和发展成就教育；党和国家重大方针政策、活动和改革措施教育；当前国际形势与国际关系状况、发展趋势和我国对外政策原则立场教育
5	大学生心理健康教育	培养学生了解心理健康的标准及意义，掌握并应用心理健康知识，培养自我认知能力、人际沟通能力、自我调节能力，增强自我心理保健意识和心理危机预防意识，切实提高心理素质	包括心理健康基础知识，了解自我、发展自我，提高自我心理调适能力，如生涯规划、学习心理、人际交往、情绪管理、压力管理、生命教育能力等，注重培养学生实际应用能力
6	体育	引导学生正确认识体育锻炼目的意义，了解基本的体育理论知识，掌握必要的运动技术和技能，学会科学锻炼身体的方法，养成锻炼身体的良好习惯	篮球、排球、足球三大球和乒乓球、羽毛球各项运动（任选一项）概述、竞赛规则、各种球类的技战术；武术、健美操运动概述、基本功和规定套路等
7	公共英语	培养学生阅读英文资料获取前沿信息的能力、涉外口头交际和书面表达能力、跨文化交流能力、学生未来职业发展和英语终身学习能力	包括学习、生活、工作等多个方面的主题单元，通过视听说、精读、翻译写作等模块，全面提高学生听、说、读、写、译各方面英语能力
8	大学语文	培养学生阅读和理解文学作品的能力，提高学生文学鉴赏水平和文化修养，提升写作能力，以适应学习和工作的需要	散文阅读与欣赏；诗歌阅读与欣赏；小说阅读与欣赏；影视与戏剧欣赏；语言表达能力与技巧；实用写作训练
9	高等数学	培养学生可持续发展的能力；提高学生数学素养和文化素养。为后续专业课程的学习打下坚实数学基础	函数极限与连续；一元函数微分学；一元函数积分学；常微分方程；一些数学问题、典故、观点中的数学文化
10	劳动教育	通过本课程学习，能使学生掌握与自身未来职业发展密切相关的通用劳动科学知识，理解和形成马克思主义劳动观，树立正确的劳动价值取向和积极的劳动精神面貌，促进学生德智体美劳全面发展	着重讲授劳动教育基础知识和技能，以劳动教育为主，兼具我校特色专业教育、实习实训、社会实践、创新创业等各学科的联动性教育。建立以提升劳动素养为核心的“三大教学任务”——劳动情感、品德为主体的思政教育，劳动知识、技能学习的劳动实践，实验研究、分析探索的劳动创新
11	中华优秀传统文化	系统认识中国传统文化的内容、性质、特点等，提升学生人文素质和个人修养，提升民族自信心和凝聚力。培养学生把传统文化融入专业学习的意识和能力	中华优秀传统文化性质和特点、各文化领域的发展脉络（传统思想、传统艺术、传统科技、政治制度、婚姻文化、建筑文化、饮食文化、传统节日等）、传统文化现代化、传统文化与专业学习等
12	信息技术	使学生理解计算机系统与计算环境基本原理，理解信息获取、数据管理与处理分析、信息表达与发布等知识和理论。具备使用应用工具软件获取信息、处理数据、解决问题的能力，形成分析和解决问题的计算思维与素养	包括计算机与信息社会、计算机系统、计算机网络、信息安全、数据库基础、办公软件、大数据云计算、人工智能等计算机新技术。本课程注重理论与实践相结合，同时兼顾计算机应用领域的前沿知识，采用理论教学与实验教学方式
13	大学生职业发展与就业指导	了解生涯规划意义和方法，引导学生认识自我和职业世界，了解职业素养和职业能力要求，了解就业形势和就业创业政策，掌握求职材料和面试技巧，提高依法维权意识，培养学生具备解决职场适应和职业发展实际问题能力	职业生涯规划基本理论、自我认知、认识职业世界、职业生涯规划及大学生涯规划、职业素质与职业能力、求职和应聘、劳动者权益、毕业手续办理及人事代理、职场适应等内容

14	创新创业教育 (含创新创业基础和创新创业与创业)	培养创新思维,提升创新能力,以创新促进创业;提升创业能力,培育创客精神,以创业带动就业	包括线下《创新创业基础》和线上《创新创业与创业》。线下部分教学以培养创业者精神,介绍开展创业活动所需要的基本知识为主,包括创业者素质和创客精神,创业的基本概念、原理、方法和相关理论。线上部分《创新创业与创业》侧重培养学生理解创新、应用创新、设计创新的行动力。通过揭示创新创意的本质和规律,以丰富的案例解读多种思维形式,进行创新思维训练,传授创新方法,激发学生的创意创新创造动机,培养学生正确的创新观和创新意识,提升学生的创新能力,为专业学习和创新创业打基础
15	军事理论	了解军事基础知识,增强国防观念、国家安全意识和忧患危机意识,弘扬爱国主义精神、传承红色基因、提高学生综合国防素质	主要包括中国国防、国家安全、军事思想、现代战争、信息化装备五个方面内容
16	军事技能	掌握基本军事技能,增强国防观念、国家安全意识和忧患危机意识,弘扬爱国主义精神、传承红色基因、提高学生综合国防素质	主要包括共同条令教育与训练、射击与战术训练、防卫技能与战时防护训练、战备基础与应用训练等方面的相应训练

(二) 专业(技能)课程概述

序号	课程名称	课程目标	主要内容和教学要求
1	公共关系	掌握公共关系基本知识,学会基本的公关工作方法;培养学生公关素养;具有组织策划、沟通协调、人际交往的职业能力,具备公关活动策划、危机公关处理的能力	主要包括公共关系基础知识、公共关系的职能与构成要素、公共关系流程三部曲、公关传播与媒介、公共关系调查、公共关系策划、公共关系专题活动、公关实务:口语传播、文字传播、视觉形象传播、公共关系的网络传播与整合运用、危机公关管理、公共关系礼仪、公关个人形象打造
2	广告传播	掌握广告创意、设计与制作的整个工作流程,能针对企业形象、产品及品牌进行广告的策划与创意。并能掌握不同特征媒体下的广告发布技巧,能够进行广告作品的媒体策划和宣传	对传播理论及广告传播运作形成一个整体的认识;掌握学科的基本原理和基本方法,包括国内外传播理论与实践的最新发展;熟识广告传播的全过程,了解广告传播运作中的注意事项。紧密联系实际,具备分析案例、解决实际问题,策划广告传播活动流程、掌控实际广告传播活动、进行传播效果评估和分析。培养学生掌握案例分析方法,掌握用实践去验证理论的方法,为以后的实践提供方法指导,为进一步学习其它专业课程奠定理论基础。了解传播学基本理论知识。掌握广告传播的基本原理和实际操作。有效运用广告传播的各种手段进行广告传播活动。具备与广告传播相关的各种学科的基本知识
3	手绘表达	通过本课程的学习,使学生建立正确的视觉审美能力,提高艺术修养和鉴赏能力,培养学生创造思维能力。同时,掌握正确的观察方法、表现技巧和熟练的技法,具备手绘表现能力	主要包括构图,透视的基本规律、素描基本画法及表现手法,空间组合体的基本画法及表现方法,精细素描的刻画表达,图形语言,课题训练

4	形态构成	通过本课程的学习,使学生初步掌握艺术设计的基本原理、设计方法和构思途径。理解形式美的基本规律,平面与色彩的搭配应用、设计制作的种类特点及空间立体形态的思维转换能力	主要包括平面构成关系、色彩原理、形式美法则、立体空间与形态等内容
5	广告理论与实务	使学生对现代广告学的理论和实务操作的方法和技巧有一定的了解和掌握,能够进行基本的广告调查、广告策划和广告文案撰写工作。培养学生应能够掌握广告理论与实务的基本理论与方法,运用广告理论与实务的基本原理,分析、解释企业中常见的广告问题,理论联系实际;进一步培养学生进行广告调研和广告策划的能力,以及对广告进行分析的能力;培养学生掌握案例分析方法,掌握用实践去验证理论的方法,为以后的实践提供方法指导,建立起广告理论与实务的基本思维框架,为进一步学习其它专业课程奠定理论基础;能够正确领会和理解广告学的的逻辑关系和基本规律,能够对广告调研和调研策划进行掌握,具备初步分析问题的能力	本课程教学内容包括广告基本概念、广告调查、广告策划、广告创意、广告媒体、广告表现、广告效果评估等。本课程建设紧紧围绕把学生培养成高素质、创新性和具有较强实践能力的复合型创新人才这一根本培养目标,充分吸收国内外先进的理论和实践成果,发挥教师队伍的团队精神和创新精神,不断更新和完善教学内容,采用灵活多样的教学方法及教学手段,针对高职学生的特点以及学校的定位,适应国家对复合型人才培养的要求
6	数码表达	课程教学以提升学生职业能力、理论知识、职业素质、符合职业资格标准的需要为目标,精选教学内容,充分实现理论与实践相结合,通过该软件的学习,能让学生达到熟练操作 Photoshop、illustrator 图像处理作的方法与灵活运用设计创作的基本要求,使学生掌握 Photoshop、illustrator 图形图像处理软件的知识和技术,在此基础上,提高分析问题和解决问题的能力;提高学生的艺术修养,为广告艺术设计做好铺垫;毕业后具备较强的实践能力、创新能力和创业能力,从而达到专业学习的基本要求和满足市场与社会发展的需求。实现理论与实践相结合、知识传授与能力培养一体化的教学目标。本课程的设计打破了传统的学科体系的模式,将职业岗位能力中用到的知识点融合在课程教育项目中。让学生通过各项目的系列练习操作,熟练地掌握岗位所需知识和技能,并不断强化,项目体现操作能力和解决问题能力的培养,并注意渗透思想教育,逐步培养学生的辩证思维,加强学生的职业道德观念	Photoshop、illustrator 的应用领域; Photoshop、illustrator 的基本操作流程和方法; Photoshop 图层、通道、蒙版、滤镜和路径的使用方法以及功能原理的剖析; Photoshop 各种功能综合运用能力; illustrator 图层、蒙版、路径和上色工具的使用方法; illustrator 图形创作的技巧与方法; 具有作为广告设计师岗位必须的效果图制作基础知识; 具有正确、系统理解、操作流程和方法的能力; 具有包装效果图制作的能力; 具有图像处理、图形创作的能力。具有良好的职业道德和科学的创新精神; 工作中的与他人的合作能力、交流与协商能力; 具有决策能力和执行能力; 社会责任心和环境保护; 语言及文字表达能力; 通过自学获取新技术的能力; 利用网络、文献等获取信息的能力; 评估工作结果的能力。培养和提高学生的审美水平和创意设计能力; 能独立进行各类设计创意制作
7	市场营销	要求学生能进行企业市场营销活动的组织实施,并根据企业市场营销战略开展广告活动。培养学生具备企业营销活动的组织与实施,广告促销活动的策划和实施的能力	主要包括市场营销观念的确立、影响市场营销的相关因素及市场调查与预测、市场营销有关战略的选择与制定、市场营销策略的选择与制定、以及营销的组织与控制等基本理论。要求学生掌握市场营销基本理论、市场营销过程、企业市场营销活动特别是广告促销活动过程基本环节的策划与设计

8	视觉传达	<p>使学生掌握视觉传达设计的基本设计技能和相关理论知识，能根据不同的设计要求进行合理设计，会应用视觉传达设计的基本设计元素准确地反映设计主题。能独立完成设计前期的设计调研、文字设计、图形设计、色彩运用以及版式排列等，完成平面广告创意与表现、设计的构图与色彩，独立进行平面设计创意与表现</p>	<p>主要包括认识版式、字体经营、微型折页、杂志编排、视觉传达-招贴、企业形象设计、企业形象战略导入、企业VI设计、视觉传达-包装。认识视觉传达设计学习的基本方法，培养学生会从不同的角度提出问题，分析问题，并能运用所学知识和技能解决问题的能力。把握视觉传达设计的整体知识结构，培养学生的逻辑思维能力和严谨求实的科学态度。培养学生独立思考和分析问题的能力，能够对设计课题进行独立思考分析并进行设计</p>
9	广告文案写作	<p>使学生了解广告文案本质及特征，掌握广告文案写作构成要素与广告文案写作的原则及技巧，了解广告受众心理，并能将所掌握的知识应用于广告设计案例分析中，为之后的专业课学习提供理论支撑。要求学生掌握广告文案写作的一般过程与规律、广告文案的基本结构，以及不同类型广告文案的主要特征和对写作的个性化要求。广告文案写作是一个创意实现的过程，又是一个运用语言文字与目标受众沟通的过程，在整个广告活动中起着非常重要的作用。对广告文案写作方法和技巧的把握，成为衡量广告公司、广告专业人员能力和水平的一项重要指标。培养学生具备撰写不同类型的广告作品文案的能力，熟练掌握广告文案的写作规律和写作技巧</p>	<p>主要包括广告文案发展脉络、文案撰稿人的素质与思维方式；深入理解文案写作的策略思考框架、文案如何配合创意、文案的诉求方法、文案的感性和理性手法以及广告文案各组成部分、不同媒体广告文案、不同产品广告文案的写作要求。 掌握广告文案写作的创意思考框架； 掌握广告文案各组成部分的写作方法。 培养良好的理解沟通能力。 能够运用所学知识撰写不同媒体广告文案、不同产品广告文案；能够运用所学知识分析具体广告作品中的广告文案特征和手法</p>
10	市场调查与分析	<p>要求学生能够根据企业营销战略开展市场调研活动。培养学生设计调研方案的能力，设计调研问卷的能力，进行实地调研的能力，整理调研数据的能力和撰写调研报告的能力</p>	<p>主要包括市场调查的概念、作用、分类及调查的具体内容； 市场调查过程中所涉及的各方成员，市场调查行业的结构及市场调查数据的使用对象，以及市场调查行业发展的趋势； 市场调查的步骤，如何科学地确定调查主题和目标的方法和技巧； 二手资料调查的方法与技巧，科学地评价二手资料； 观察调查的涵义、各种具体的观察调查方法及其实施技巧，观察调查的具体设计和操作； 实验调查的涵义、实施条件、各种实验调查方法及实施技巧； 抽样的概念、步骤、方法与技巧</p>
11	数媒视觉设计	<p>通过对广告设计理念的确立，掌握网页视觉设计、淘宝店铺视觉设计、APP产品界面设计等设计方法，明确了从事广告设计师必须对广告整体性的把握，准确把握设计理念和设计思路，从而成为一名优秀的数字媒体艺术设计师</p>	<p>主要包括数字媒体艺术设计概论，数字媒体界面设计的流程与方法，数字媒体界面艺术设计要素，数字媒体界面的视觉设计。课题设计：网站页面设计，淘宝店铺装修，APP产品界面设计</p>

12	广告心理	本课程针对广告艺术设计专业的特点，着重强调理论与实践操作的整合。在教学过程中整合大量案例，对理论进行阐述和解释。根据教学内容的需要，精心挑选案例，通过分析和演示，从动态中把握消费者心理学的综合运用。注重培养学生从事市场营销和广告的实际能力。同时具有较强的工作岗位适应能力、分析和解决问题的能力以及创新意识和职业道德意识	系统掌握消费者的消费心理和行为的基本规律； 掌握不同消费群体的消费心理； 系统掌握影响消费者消费心理的因素； 掌握如何利用营销工具影响消费者消费心理和行为
13	电商设计与制作	该课程的任务是让学生具备从移动电商完整业务流程的能力，并掌握运用电商美工实践教学系统搭建商城、管理商城后台、进行商城运营推广以及维护工作；掌握移动电商运营的基本理论和技能，培养从事移动电商相关岗位工作的职业道德。通过课程学习，使学生了解移动电商的基本概念和表现形式，了解手机淘宝等开店方式建设和运营的基本流程和方法，并能运用微信和微博等营销方法搭建店铺、管理店铺、推广店铺，具备解决实际问题的基本能力，培养学生从事相关岗位工作的职业道德，严谨的工作态度和良好的团队合作意识	本课程内容包括包含图片处理软件的介绍、海报制作、图片细节处理和淘宝装修模块共 18 个任务，每个任务包含都包含基础知识介绍和实战操作。专业知识的学习能够掌握基础知识，通过实战操作指导学生完成具体的任务来掌握技能
14	广告策划	针对高职学生的基础，因材施教，突出能力培养，促进知识、能力、素质协调发展。努力实现三个目标：一是通过广告创意训练，挖掘同学们潜在的创造力，并借此激发艺术设计才能，帮助他们抛弃常规，获得自由创造的勇气。二是帮助同学们快捷地选择、学习并获得非凡创意的技能，通过项目实训，让学生掌握一些具体的、实用的创意方法，这也是本课程教学的主要目标。三是从终身教育和人的可持续发展的角度，探寻创意能力与职业能力的形成规律，举一反三，帮助学生解决创造能力外延和个人弹性发展的问题	主要包括现代广告活动的整体运筹规划，介绍广告策划的基本原理与方法，广告策划的基本框架，广告运作的基本环节，广告经营管理的基本知识，广告策划的基本流程，广告策划的基本策略与技巧以及现代广告活动对策划者的素质要求等，使学生掌握现代广告整体运筹情况和基本知识
15	文创设计	文创设计课程作为广告艺术设计专业的一门专业课程。通过对文创设计概念以及设计方法的讲解，使学生了解文创设计的内涵和外延。课程对文创设计案例的分析，使学生对文创设计产生更深层次的认识，课程设置了实践环节，学生在实践环节需要完成一套完整的文创设计，培养了实践能力。通过本课程的学习，学生将达到以下要求： 1.了解文创产品设计的内容。 2.能够运用理论分析文创产品设计。 3.完成文创产品设计实践	基本知识：文创设计内容及方法； 基本理论和方法：文创设计具有的特征和特质； 基本技能：能够根据具体的课题完成文创设计
16	广告艺术设计综合	广告艺术设计综合是广告设计专业的必修课程。该课程通过基础美术、常用计算机软件工具制作、网络设计及办公应用等必备技能知识，培养学生成为全面发展的适应广告媒体新领域的高素质人才	课程内容包括广告美术基础、市场应用、办公计算机软件操作、专业图像设计制作、模块项目一体化等，采用理实结合、互动分析、信息技术在线应用等综合式课堂教学

17	界面设计	界面设计是广告艺术设计专业的必修课程。该课程以现代广告传媒技术为重要途径,通过市场原理知识及规范软件学习使学生熟练掌握应用界面设计软件操作技能,适应现代广告设计领域的新要求	课程内容包括市场技术分析、界面原理及程序使用、设计软件制作、操作系统测试等,采用理实一体化教学方式,充分发挥情景式教学、引导式教学和项目教学法的重要作用
18	专题艺术设计	以全国有影响力的大赛“大广赛”“学院奖”等为依托,以赛促学,以赛促教,通过大赛检验教学成果,锻炼学生学习、应用和实现能力	全面跟进“大广赛”“学院奖”等全国有影响力的大赛赛事,以大赛项目为教学内容,要求学生按照大赛要求完成比赛项目
19	新媒体广告	使学生掌握广告媒体的基本知识、媒体传播与消费者接触媒体、购买商品心理状态。使学生认识到广告媒体计划是在特定的行销及媒体环境中,针对营销策划以及广告策划所要解决的特定课题而提供的策略性解决方案	主要包括广告媒体的概念、构成与特性,广告媒体研究的一般指标及其运作方法。广告媒体的选择与组合,制定科学合理的广告媒体计划。广告媒体的判断选择能力,媒体沟通能力,广告媒体设计能力,媒体广告的传播能力
20	插画设计	课程教学目标重在掌握商业插画的基本理论知识:掌握读物类插画、卡通动漫类插画、商业宣传插画、数字媒体插画的设计理念,能够具有理论与实践相结合,完成整体的商业插画设计的能力	插画设计着力培养学生的艺术素养、实践能力、创新能力和终身学习能力,帮助学生逐步养成良好的职业素养和职业能力
21	C4D 应用	让学生能完成从简单场景道具到复杂角色的模型制作,培养学生的造型能力,包括:基础型分析、结构素描、结构块面分析等;培养学生分析问题、解决问题的科学方法	课程内容涵盖软件操作命令讲解、模型结构讲解及配套项目案例等。系统讲授 C4D 基础知识、建模、材质、动画等在内的多种三维模型制作方法,在此基础上,结合行业标准,着重培养学生的制作能力,包括:多边形建模技术、平面设计与 C4D 结合商业案例等
22	优秀广告作品赏析	使学生对现代广告设计的性质、范围、类型、特点以及状况获得初步的认识和了解,达到开阔眼界、增长知识、陶冶情操的目的。培养学生对现代广告设计的欣赏和鉴别能力,提高他们的艺术欣赏水平,树立正确的审美观,提高学生的人文素养。该课程着眼于学生职业岗位能力的培养和职业素质养成,关注学生终身学习与可持续性发展。课程内容突出对学生职业能力的训练,理论知识的选取紧紧围绕工作任务完成的需要来进行,同时又充分考虑了高等职业教育对理论知识学习的需要,并融合了职业资格证书对知识、技能和态度的要求。在教学内容的组织上按照由易到难由浅入深分层次进行	通过欣赏优秀广告作品,初步了解现代广告的分类;通过对广告作品的分析,从不同角度理解广告作品的内涵;认知广告设计的社会文化效应、广告设计体现的社会时代性,体会创意是广告的靈魂
23	国画名作赏析与体验	通过本课程的学习,使学生认识我国传统水墨艺术,提高审美情操,并能够了解国画的基本技法,在设计中能够融入国画元素,拓展艺术表现手法	主要包括国画技法、艺术特色、名作赏析,课题训练——临摹与写生

24	专业考察	通过以写生为主的技能训练,使学生能以科学的观察方法,着力体会艺术的情感品格,熟悉艺术的审美法则,建立和谐的设计观念。从而提高学生的造型表达能力和审美判断能力,通过归纳和概括,与广告艺术设计专业的专业课程相衔接	风景写生技法、认识不同民族的文化特点、增强学生造型能力
25	广告策划实训	一是通过广告创意训练,挖掘同学们潜在的创造力,并借此激发艺术设计才能,帮助他们抛弃常规,获得自由创造的勇气。二是帮助同学们快捷地选择、学习并获得非凡创意的技能,通过项目实训,让学生掌握一些具体的、实用的创意方法,这也是本课程教学的主要目标。三是从终身教育和人的可持续发展的角度,探寻创意能力与职业能力的形成规律,举一反三,帮助学生解决创造能力外延和个人弹性发展的问题	课程主要包括启动模拟广告公司注册、登记工作、启动广告调查工作、启动广告主体分析和广告定位工作、启动广告目标分析工作、广告主题设定、进行广告创意并展开讨论、启动广告表现分析工作、启动广告战略与策略策划工作、启动媒介分析工作、广告策划书撰写、使学生掌握现代广告整体运筹情况和基本知识
26	岗位实习	岗位实习采用教师指导学生在合作企业进行跟随岗位员工实习的形式进行。通过岗位实习训练,演练和实习广告活动的各个环节的工作,成为一名合格的懂传播、会营销的广告策划创意高级应用型人才	课程内容包括:学习广告业务主管(AE人才)的工作职责、实践工作过程;学习广告文案人员的工作职责、实践工作过程;学习广告市场调查人员的工作职责、实践工作过程;学习广告媒体联络人员的工作职责、实践工作过程;学习广告公关人员的工作职责、实践工作过程
27	毕业设计或论文	毕业设计是广告艺术设计专业的最后一个学习环节,通过毕业设计考察学生综合运用所学的知识的能力,尤其是广告学和艺术设计的基本理论,了解当代广告设计行业的发展状况。通过毕业设计,强化广告策划、创意、设计制作技能,熟悉纸媒和数媒的相关设计流程;加强学生对广告从业人员对广告设计工作实际操作的了解,使之自觉地将理论与实际紧密结合	毕业设计选题要求,(1)平面广告类包括:海报招贴,包装设计,VI企业形象设计,画册设计,数媒视觉设计。(2)策划创意类:结合毕业实践、顶岗实习的具体工作,以某一企业产品品牌为策划主体,结合实际情况,为其策划创意—广告活动方案,把握整个广告策划过程的各个环节,完成产品品牌形象的广告策划全案,撰写广告策划书,完成相关产品品牌形象的广告作品制作

(三) 专业(技能)课程体系构建

1. 专业课程体系设计思路

本专业教学秉持“学理与实务并重、理论与实践结合”的原则,在充分尊重学生专业培养规律的基础上,进行广告艺术设计专业课程体系的设计开发与建设。

根据广告艺术设计专业学生学习的目标要求和广告行业的能力要求,全面实施“媒介融合+企业项目真做+创新能力培养”的人才培养模式,创新和改革工作室项目教学法,以广告策划的实际工作为主线,要求学生把握整个广告策划过程的各个环节,完成不同产品或品牌形象的广告策划全案,撰写广告策划书,完成相关产品及品牌形象的广告制作,使广告艺术设计专业的课程设置和教学进程符合企业的实际状况。

在对现代广告行业人才需求结构进行深入剖析的前提下，将广告艺术设计专业的人才培养目标定位于培养服务于中原经济区和郑州航空港经济建设所急需的、现代服务业和文化创意产业所要求的广告及传媒多专业融合的懂传播、会营销的广告策划创意高素质优秀人才，并依据这一人才培养目标进行课程体系建设。

（1）广告艺术设计专业群对接产业链

广告设计与制作专业群以广告艺术设计专业为核心，由产品艺术设计专业和影视动画专业三个专业组成。其中广告艺术设计专业为创新发展行动计划骨干专业和学院特色专业建设项目。

广告艺术设计产业是二十一世纪最具发展潜力的朝阳产业，涉及到出版发行、影视制作、印刷、广告、演艺、娱乐、会展、文化创意、数字出版、移动多媒体和动漫游戏等诸多产业的产业集群。广告艺术设计行业作为一门技术与艺术相结合的学科，旨在培养兼具技术和艺术的新型艺术设计制作人才。以市场岗位需求为导向，从专业对接产业、专业群对接产业链的理念出发，广告艺术设计专业群的建设可以充分发挥集约效应，提高人才培养质量，满足文化创意产业市场的人才需求。

（2）专业能力对接职业能力

高等职业教育以社会需求为导向来设置专业，围绕地方或行业经济科技发展的需求，发展专业教育改革，培养目标的要求要突出职业教育技术的特征，以职业能力标准进行专业能力培养。

广告艺术设计专业人才培养方案从广告运作的实际出发，围绕中原经济区战略的实施，对培养目标、培养规格、教育模式、课程设置体系、教学内容和教材的方面进行全面、系统的改革，突出综合素质培养，强化岗位技术教育，建立以艺术设计、市场、策划、施工和管理能力培养为主线的教学模式。

（3）课程标准对接岗位标准

为了加强广告艺术设计专业的课程建设，总结我院双高院校建设项目专业和课程建设的经验，提出了指导性的课程标准框架。组织专业带头人和骨干教师以及行业企业专家、技术人员等，根据专业、课程的特点及我院实际情况，按照专业基础课、专业核心课、实习实训技能课和专业拓展课进行课程分类，制定适用于我院广告艺术设计专业的课程标准框架。

（4）教学过程对接生产过程

从分析广告艺术设计专业的传统教学模式入手，结合高职教育以就业为导向的人才培养方案，以具体的广告课程教学实践为依据，研究和探索教学过程和生产过程的对接，在新的人才培养方案中贯彻实施基于工作过程的“工作室化项目教学”教学模式新思路。

2. 专业课程体系构建

本专业方向课程体系构建主要围绕广告策划活动的过程以及人才培养目标的能力要求有重点分步骤的展开，通过专业核心课程设计中的模拟策划实训和技能专项练习来完成教学目标。

广告艺术设计专业培养的懂传播、会营销的广告策划创意高素质优秀人才，需要在广告活动的具体工作中完成广告经营与管理、广告策划与创意、广告艺术设计、市场营销策划、广告市场

调查与分析、公共关系策划、广告媒体策划与实施、广播影视广告策划与创作、网络广告策划以及广告文案写作等典型工作任务。

本专业方向在开设多门公共基础课，以培养大学生基本素质和能力的基础上，开设了《公共关系》《广告传播》《手绘表达》《广告理论与实务》《市场营销》《视觉传达》等8门专业基础课，培养学生具备广告策划所应掌握的基本理论知识和技能，具有很强的专业知识理论系统性和实践操作性，知识体系构建完备、合理。

在此基础上，本专业方向开设了《广告文案写作》《市场调查与分析》《数媒视觉设计》《广告策划》《电商设计与制作》等8门专业核心课，旨在通过专业课程的学习，使学生了解本专业方向知识结构构成体系以及未来广告策划市场的发展方向，面对时代发展与市场需求，使学生掌握广告策划的核心内容，拓展专业技能，实现人才“兼容性”，力求使培养的学生能够掌握全面和行业前沿的专业知识。

另外本专业方向开设了《界面设计（初级）》《新媒体广告》等多门专业拓展课，以最大限度拓展本专业学生的知识面，开阔学生的眼界。

突显课题设计在教学中的能力和价值，以课题的方式、资源、线索、内容、媒介、程序体现课程的目标与要求。以分解与综合、趣味与理性、发散与交叉等多元、多维、多样化课题设计方法，体现出课程的过程性与开放性。

加强教学环节的连接与整合，将理论讲授、信息收集专业调研、讨论讲评、材料选择、作业制作、课程总结等方面构成综合与多样的教学方法。

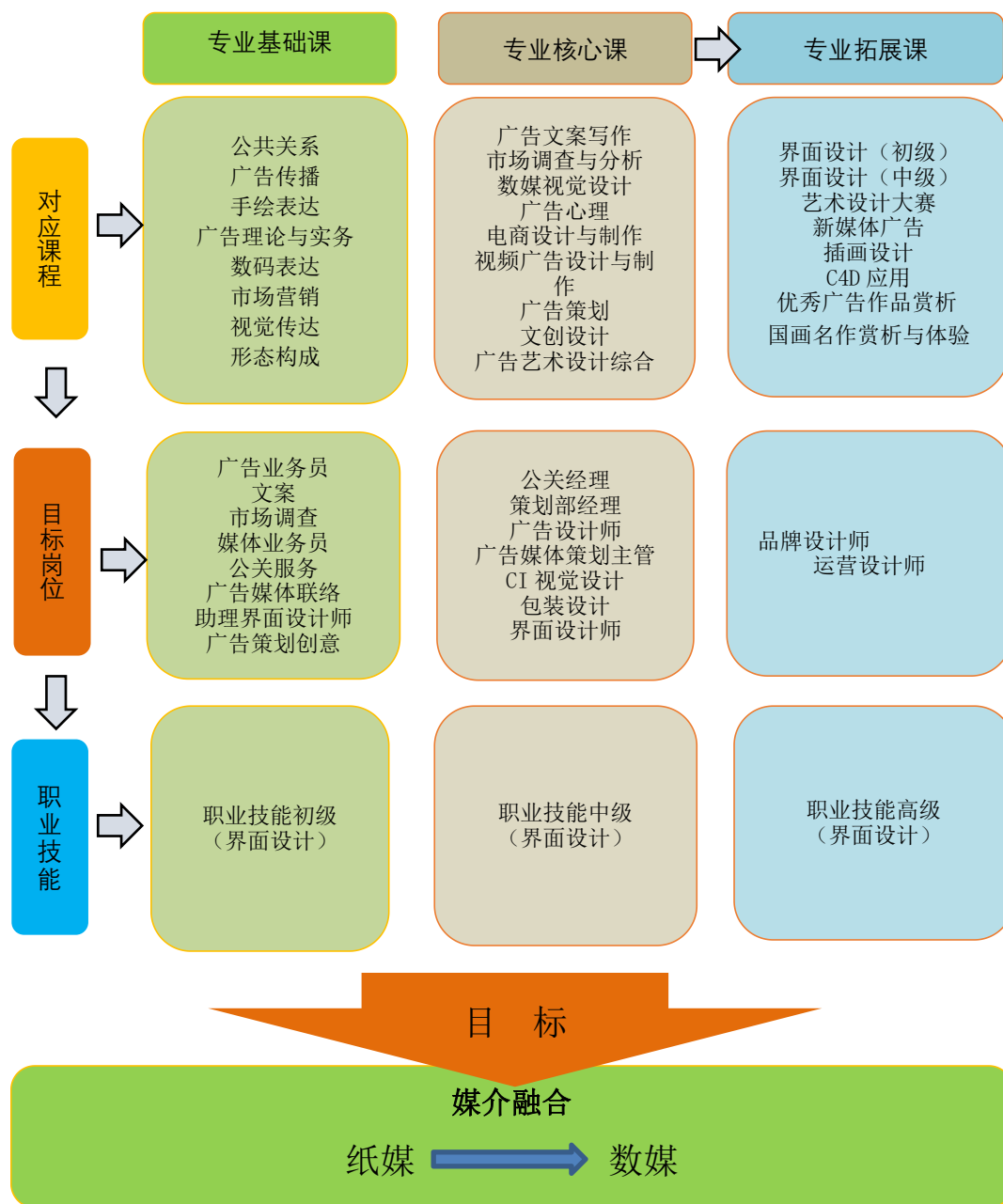
强调学生对教学过程的体验，注重学生实际动手能力的培养，快速设计方案的练习，开展师生间的教学互动讨论，综合性的广告设计制作等。

大力介绍、借鉴国内有影响院校基础课的设计方法，聘请教师（省内富有经验的设计师）担任单元教学，同时派青年教师作为教学助理，学习其教学设计思路与作业辅导方法，吸收他们在思维、形式意识、手法、对生活及周围事物的观察、对学生个性因素的发现与帮助等方面的方式方法。

提倡运用现代教育技术辅助教学，提高多媒体课件教学。本专业有十多门课程教学可采用多媒体教学手段。所有计算机应用基础课PS、AE应用等课程全部使用应用软件教学。

提倡学生参与实践锻炼，派学生参与国家及社会重大广告比赛，比如，组织学生参加全国大学生广告艺术大赛，学院奖等实战平台。

广告艺术设计专业课程体系示意图如下：



七、实施保障

（一）师资队伍要求

学生数与本专业的专任教师数比不高于 20: 1，教学团队中应具备一定数量的企业兼职教师，兼职教师数量与专业教师数量为 1: 1 左右，专业教师中，具备“双师”素质的教师人数占专任教师总数量的 75%左右。

专任教师应达到高等教育教师任职资格的要求，具备良好的职业道德和一定的教学科研能力。专任教师应具备本专业或相近专业硕士研究生以上（含硕士研究生）学历，并接受过职业教育教学方法论的培训，具有开发职业课程的能力。能灵活运用多种教学方法，开展互动式、课题式、项目式、任务驱动式教学，能在教学过程中引导学生充分发挥主观能动性和创造性，且能增强质量意识、自我评价能力及开展自主学习和小组合作学习、研究性学习。

课程主讲教师应由讲师以上职称的专任教师担任，具备课程体系开发和课程教学实施过程设计能力，具有企业工作经历或企业锻炼经历，每五年累积不少于6个月的企业实践经历，具有较强的实践教学能力。

兼职教师既要有扎实的业务能力和丰富的管理经验，还应有一定的理论水平。具体来讲应具备大学本科以上学历，在设计公司或大、中型企业从事广告设计、广告创意、广告策划等岗位工作五年以上，具有高等级技能证书。

广告艺术设计专业现有专业教师6名，兼职教师2名，全部具有讲师及以上职称，5人具有副高职称，都属于“双师型”教师，专业带头人及骨干教师具有扎实的专业知识和业务技能，分别精通广告艺术设计的基础理论知识及设计制作技能，广告基本理论和广告运作技能，广告媒体传播基本理论和媒体组织筹划技能，市场营销基本理论和营销、促销策划技能，广告策划基本理论和广告活动运作实施技能。除此之外，本专业配备多名外聘专家及兼职教师，都经历过广告专业系统的学习，具备丰富的工作经历，符合广告艺术设计专业教师队伍建设的要求。

（二）教学设施

1. 教室要求

多数课程需要使用多媒体教室及专业设计机房，部分核心课程使用专业工作室，满足小规模班级数量要求。

2. 校内实训室（基地）要求

广告艺术设计专业拥有数字图像处理技术工作室、艺术设计实训室、广告艺术设计工作室、策划创意工作室、摄影技术实训室、艺术设计后期制作工作室等十余间专业实训室，专业画室三间，配备可用于广告设计的图形工作站/台式计算机140多台，以及各类专业设计输出设备20余台（套）。可完成的实训项目有：手绘表达、广告策划、商业印刷品设计、招贴设计、CI设计、包装设计、广告摄影、数媒视觉设计、印刷工艺实训等。基于工作过程的实训室，容设计创意室、制作生产、教学于一体，充分满足本专业方向实践教学的需要，并随着专业的发展，实践教学条件会继续得以改善。

表 04 实训教学场地与设施要求

序号	实训室	主要设备及数量	主要实训内容	职业能力培养
1	专业画室	1. 设计工作台 40 套 2. 画架近百套	1. 手绘表达 2. 形态构成	素描、色彩、图案、构成等基本设计能力训练
2	广告艺术设计工作室	1. 图形工作站 4 台 2. 设计工作台 4 套	1. 广告策划 2. 图形创意 3. 商业印刷品设计	各类广告策划方案设计与提案说明，图形创意说明等
3	数字图像处理技术工作室	1. 多媒体 1 套 2. 计算机 48 台	1. 招贴设计 2. 商业印刷品设计 3. 包装设计 4. 数媒视觉设计	广告设计软件学习，各类广告作品设计与制作

4	艺术设计实训室	1. 多媒体 1 套 2. 计算机 60 台 3. 触控一体机 1 台	1. 招贴设计 2. 商业印刷品设计 3. 包装设计 4. 数媒视觉设计	广告设计软件学习, 各类广告作品设计与制作
5	艺术设计后期制作工作室	1. 彩色打印机 1 台 2. 喷绘写真机 1 台 3. 数码印花机 1 台 4. 平板烫画机 1 台	1. 招贴设计 2. 印刷工艺 3. 商业印刷品设计	各类广告作品制作输出
6	摄影技术实训室	1. 数码照相机 6 台 2. 专业镜头 10 余套 3. 摄像机 1 台 4. 摄影灯具 20 余套 5. 照片打印机 1 套	1. 广告摄影 2. 商业摄像	广告摄影技术基础训练, 广告设计原稿采集

3. 校外实习基地要求

校外实习基地主要以真实的生产任务训练为主, 对校内实训基地设备、场所和功能有效补充。自 2003 年开始建设广告与设计制作专业校外实习基地以来, 依据专业人才培养方案的要求, 贯彻以任务驱动为目的的教学理念, 选择那些适合本专业学生特点, 能为学生提供实习实践岗位的企业进行校企合作, 先后与多家社会企业建立有长期的合作关系, 校外实习基地有郑州五桂堂企业形象策划有限公司、新开普、神通大梦想, 学生校外实训实习得以保障。它们主要为学生提供广告策划、市场调研、广告艺术设计、营销策划、媒体策划及联络、公关促销策划等实习岗位。

表 05 广告艺术设计专业校外实习基地

序号	校外实习基地名称	合作企业名称	用途	合作深度要求
1	新开普河职基地	新开普	生产性实训	一般合作型
2	神通大梦想河职基地	神通大梦想	认识实习	一般合作型
3	河南唐御广告有限公司基地	河南唐御广告有限公司	岗位实习	一般合作型
4	郑州印之星印务基地	郑州印之星印务有限公司	岗位实习	一般合作型
5	腾讯云计算(北京)基地	腾讯云计算(北京)有限责任公司	岗位实习、职业资格证书	紧密合作型

(三) 教学资源

1. 教材选用要求

选用教材时要认真贯彻落实习近平新时代中国特色社会主义思想和党的教育方针, 落实立德树人根本任务, 培养合格社会主义建设者和接班人的基本要求, 必须严格执行国家有关规定。所有教材符合高职特点, 符合专业特点。

(1) 所选教材的教学内容要能反映新知识和新技术, 杜绝选用质量低劣的教材, 原则上全部选用近三年出版的高职高专教材, 优选国家级、省部级获奖的高职高专教材和能反映先进技术发展水平的国家级、省部级“十三五”、“十四五”规划教材, 百佳出版社教材优先选择。

(2) 所选教材必须适用于教学、符合学校的工学结合特色、人才培养目标及课程教学的要求，深浅恰当、难易适中，注重对学生实践应用能力的指导和培养，能体现本专业特色和高职教育特色。

(3) 所选教材应该注意保持相对稳定，但当教材出现修订或内容不适合教学要求时，应及时调整教材选择。

(4) 经教研室论证，确定没有正式出版教材的课程，可以选用质量较高、内容较合适的自编讲义、活页教材、云教材或实验实训指导书。

2. 图书文献配备要求

学校图书室需要有相当数量的广告理论、广告设计、广告策划创意、媒体、传播等书籍作为专业教材的补充，鼓励学生可借助现在网络手段阅读专业最新图书文献，鼓励专业老师为学生提供专业最新图书文献资源。

3. 数字资源配备要求

构筑教材配套数字化资源，利用各种广告专业比赛拓展数字媒体资源，有效利用专业设计网络资源。

表 06 广告理论与实务课程数字化资源选用表

序号	数字化资源名称	素材	资源网址
1	中华广告网	广告案例	http://www.a.com.cn
2	中国广告人	广告业务、广告案例	http://www.chinaadren.com
3	中国广告网	广告作品	http://www.cnad.com
4	视觉中国	广告艺术设计	http://www.shijue.me

(四) 教学方法

坚持“学做融通、双元结构”合作式教学模式为核心，以工作任务为驱动，以行动为导向，以学生为主体，实施“讲—演—练—评”四位一体教学模式和工作室项目教学法。

“讲—演—练—评”四位一体教学模式即理论实践一体化的课程实施模式。教师首先进行课堂讲授、教学演示、然后学生进行练习，最后教师、学生或专家进行评价。

讲，即讲授，指教师将广告相关的理论知识先行讲解，讲明广告活动实践操作中的要求，把“讲”融合到实训教学中。

演，即演示，指教师在教学过程中，模拟真实的广告策划工作情境和职业氛围，示范演示广告策划工作过程，使学生明白广告活动中职业岗位的实践操作要领。

练，即练习，指学生根据教师的讲解、演示，在广告策划实训岗位动手实践，亲身体验广告策划活动中技能操作的步骤和要领。

评，即评价，指教师针对学生的实践过程，按照既定的指标进行评定。评价主要采用自评与互评、点评和测评相结合的方式，即在教师讲解、演示和学生实践、训练后，教师对学生掌握和运用广告策划专业技能的情况分别通过学生自评与互评、教师现场点评和综合项目测评进行评价。

1. 学生自评与互评。在每次广告活动任务完成后，学生把所有的作品放在一起进行比较，每个学生对自己的作品进行自评，并通过所有作品的比较找出自己作品的不足。学生自评后学生之间进行互评，通过自评与互评使学生找到自己的差距，激发学生的学习积极性。

2. 教师现场点评。学生的广告活动任务完成后教师采用提问、答辩等方式进行成绩评定，包括个别点评和集体点评。个别点评是指教师在巡回指导中，反复强调学生广告策划环节的重点和难点，纠正个别学生的错误；集体点评是对全体学生普遍存在的错误进行指导和纠正。教师点评与“讲”、“演”、“练”同步或交叉进行。

3. 综合项目测评：学生完成广告策划综合实训项目后，教师依据职业标准、职业资格证书鉴定和人才培养规格的要求，进行项目式教学，课程围绕某个专题项目主题展开教学，该项目可以是实际项目，或以投标的内容、要求来命题作业，它可以是教师、合作企业、历届学生的实践设计课题项目作为专题项目引入课堂；另一方面，积极参与校外的设计大赛，将大赛课题引入到课堂，以便提高学生的实战能力。其中可以建立相应的“策划团队”，将学生分为几个策划团队，在教师的指导下，按照广告公司的运作模式，分工协作，学生在其中根据自身的能力、水平、特长担任不同的工作，既有分工又有协作，既发挥了个性也体现了精诚合作，一起完成预定的设计任务。

在教学过程中，以工作任务为驱动，以行动为导向，以学生为主体，“讲—演—练—评”四位一体教学模式的四个环节或同步或交叉，相互依存，构成了完整的教学体系，其中学生动手训练是达到培养目标的关键环节。课堂、实训室与工作场所融为一体，形成“学、做、用”三合一的教学与工作环境。运用这种创新的教学模式进行专业知识和技能培养，有效地提高学生的职业综合能力。

改进和实施工作室项目教学法，传统的教学体系及方法，是由公共基础理论、技术基础理论及技能、专业基础理论及技能、专业理论及技能、综合技能教学分级分段完成的，学生学习过程中各门功课的教学与训练均以教师为主分块分段进行，对学生而言，这种教学模式使学生缺乏适应企业岗位的实际工作能力，提升随着高职学生生源质量的不断下降，传统教学体系及方法已无法实现人才培养目标，基于高职教育的现状，运用企业工作室改革现有的教学模式和教学方式，以真实项目为载体，从公共素质培养、基础原创培养、到专业理论学习、到项目设计方案、到现代手段表现、直到设计思想表达和设计结果营销，全程实施团队教学，实现以学生为主体的职业综合能力培养。

（五）学习评价

对于学生的学习评价考核在不同的阶段主要有平时考核、实践操作考核、期末考核、毕业综合实习、毕业论文、1+X证书学分考核几种方式。根据课程的性质不同，考核成绩所占的比例也有所差异。

考虑专业的艺术性特点，突出学生课程的过程性考核和设计作品成果性考核。

1. 理论课程学习评价

对于考查课程，注重过程性评价，平时成绩一般会占到50%；期末成绩占50%。平时考核成绩一般分为平时表现、平时作业等几种方式。

考试课一般用平时成绩、末考成绩等方式进行成绩综合评定。成绩评定标准如下：平时考勤，占总成绩的 10%；课堂作业，占总成绩的 20%；期末考核，占总成绩的 70%。

2. 实践课程学习评价

实践课程采用口试、笔试等方式进行过程性成绩评定和结果性成绩评定。实训成绩评定依据：实践考核时分析问题、解答问题情况等成绩，占总成绩的 20%；实习期间的表现（实习态度，出勤情况，遵守纪律情况），占总成绩的 50%；实习成果作业，占总成绩的 30%。

3. 实习成绩评价

采用“企业考核+学校考核”的方式进行实习成绩的评定。一方面，由岗位实习企业的导师给出实习成绩；另一方面，学校指导教师对学生的指定项目的操作，教师针对学生掌握和运用专业技能的情况，按照既定的指标进行成绩评定。最后，将上述两项成绩相加进行实习成绩的评定。实习成绩评定依据：出勤率，占总成绩的 20%；实习中的思想素质，占总成绩的 20%；实习中的业务素质，占总成绩的 30%；实习报告完成的质量，占总成绩的 30%。

除此之外，如果课程涉及到职业资格证书的考试，且获取了专业资格证书，则可以免除本门课程的期末考核内容，且期末考核成绩为优秀等次。

（六）质量管理

1. 过程监控体系

通过课程平台的学习，积累大量的课堂的过程性数据并分析数据。引入教学督导制度、企业考评制度，实现教学考核评价体系的开放与融合。通过多维度进行质量管理，保证学生能实现“零距离”就业。

2. 诊断与改进机制

对教学质量进行诊断与改进，要求：1. 教师使用课堂教学平台，积累数据；2. 使用教学管理平台定期进行及时性分析、阶段性分析、结果性分析；3. 使用专业管理系统平台将培养方案、课程体系、教学标准等数据同步到教学的组织、实施、质量分析过程中。

3. 毕业生跟踪调研

通过毕业生跟踪调查，掌握毕业生的就业状况，了解了就业市场的基本行情，根据其所反馈的信息，作为专业设置、专业结构调整和制定下一年度招生计划的重要参考依据。要求：（1）制定专业毕业生和用人单位的调查内容；（2）专人负责协调各部门有目的、有计划地开展毕业生跟踪调查工作；（3）定期到毕业生工作单位调研，主动获取信息；（4）建立与用人单位良好的合作伙伴关系，合理利用企业的人才和设备资源。使教学内容与社会生产现状同步。

4. 第三方评价

引入企业对学生的评价、家长对学生的评价，第三方教育数据咨询和评估机构评价，社会及家长对学生的满意度。深化工学结合、校企合作，校行合作，不仅在于制定符合河南社会经济发展需要的广告艺术设计专业人才培养方案，而且要有保证实现人才培养方案的课程建设、实训基地建设、教学模式改革、教学团队建设等改革，同时还需要检验改革实施效果教学质量的监督和

考核体系，建立用人单位、行业协会、学生及其家长、研究机构等利益相关方共同参与的第三方人才培养质量评价制度可以为教学质量管理、课程调整创新、制度设计制定提供客观的依据。

(1) 利用学院数字校园资源，构建由自评价体系 and 第三方评价体系组成的教学质量保证体系：

(2) 构建家长、毕业生、研究机构的社会第三方评价主体，实现对教学内容的专业化、教学管理的动态化、教育考核的社会化的教育质量全面评价。

基本要求：依据课程教学标准制定授课计划、课程目标与专业人才培养规格要求相吻合、专业人才培养规格与专业课程体系对应紧密。

八、毕业及证书要求

(一) 毕业要求与课程对应关系

表 07 毕业要求与课程对应关系

序号	毕业要求	对应的培养目标和规格	对应课程或环节
1	具有良好的思想政治素质、较好的团队协作及吃苦耐劳精神、健康的身体及心理素质；较好的艺术修养及创新素质。 具有基本的英语和计算机软件运用能力，能查阅本专业英文资料和使用电脑进行辅助设计。	1. 具有运用外语进行阅读能力； 2. 具有语言文字表达能力； 3. 具有与客户交流与团队协作的能力。	思想道德与法治 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论 形势与政策 大学生心理健康教育 公共英语 体育 劳动教育 中华优秀传统文化 信息技术 大学生职业发展与就业指导 创新创业教育（含创新创业基础和创新创业与创业） 军事理论
3	了解广告艺术设计特别是广告策划的基本理论体系与职业技能相适应的专业技术知识，掌握广告策划的基本概念与运作过程。	1. 能进行媒体运作的的能力； 2. 能进行市场调查和分析的能力； 3. 熟练运用计算机进行辅助设计的能力； 4. 熟识基本广告材料的加工、应用技术。	公共关系 广告传播 手绘表达 形态构成 广告理论与实务 数码表达 市场营销 视觉传达（一） 视觉传达（二）

4	掌握广告创意、设计与制作的整个工作流程，能针对企业形象、产品及品牌进行广告的策划与创意。	1. 广告策划创意能力； 2. 企业形象（CI）策划设计能力。	广告文案写作 市场调查与分析 数媒视觉设计 广告心理 电商设计与制作 视频广告设计与制作 广告策划 文创设计 广告艺术设计综合
5	掌握广告文案写作的基本知识，能够根据要求撰写不同媒体、不同行业、不同广告主的广告文案作品。	1. 品牌经营、广告文案创作、媒体宣传能力； 2. 广告媒体分析与广告媒体策划能力。	广告文案写作 市场调查与分析 数媒视觉设计 广告心理 电商设计与制作 视频广告设计与制作 广告策划 文创设计 广告艺术设计综合
7	掌握不同特征媒体下的广告发布技巧，能够进行广告作品的媒体策划和宣传。	1. 分析、判断、选择媒体的能力。 2. 各类广告媒体作品的策划、创意与设计制作能力。 3. 市场调查及分析、处理、判断、总结的能力。	广告文案写作 市场调查与分析 数媒视觉设计 广告心理 电商设计与制作 视频广告设计与制作 广告策划
8	能够撰写具有战略性、策略性和操作性的《广告策划书》。	1. 市场调查与分析、广告效果评估能力； 2. 广告的经营管理能力。 3. 文案书写能力 4. 具备广告策划创意的能力； 5. 能进行广告营销规划和广告管理的能力。	广告策划 市场营销 公共关系 市场调查与分析

（二）毕业学分及证书要求

表 08 毕业学分及证书要求

应修学分		应取得的证书	
公共基础课	44	职业技能等级证书 或职业资格证书名称	发证机构
专业基础课	30	1. 毕业证书 2. 1+X 界面设计职业技能等级证书 3. 广告设计师职业技能等级证书	1. 河南职业技术学院 2. 腾讯云计算（北京）有限 责任公司
专业核心课	31		
专业拓展课	6		
实践技能课	34		
公共选修课	19		
活动类课程	2		
合计	166		

注：活动类课程学分由学生参加学院组织的劳动实践、社团服务活动、创新创业实践、志愿服务及其他社会公益活动等获得。

附表：

1. 各教学环节教学周总体安排表
2. 各教学环节教学周具体安排表
3. 课堂教学环节教学进程安排表
4. 课堂教学环节信息明细表
5. 集中实践环节教学进程安排表
6. 公共选修课要求及安排表
7. 学时与学分总体分配表

附表 1:

各教学环节教学周总体安排表

学 期	课 堂 教 学 环 节	集 中 实 践 环 节			复 习 考 试 (其他)	集 中 教 学 研 讨	合 计
		军 事 训 练	集 中 实 践	岗 位 实 习			
一	15	2			2	1	20
二	18				1	1	20
三	16		2		1	1	20
四	16		2		1	1	20
五	11			8		1	20
六				17	2	1	20
合计	76	2	4	25	7	6	120

附表 2:

各教学环节教学周具体安排表

周次	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
一	教学准备	军事技能训练 2 周	课堂教学 15 周															复习考试	教学研讨	
二	课堂教学 18 周																		复习考试	教学研讨
三	集中实践 2 周	课堂教学 16 周															复习考试	教学研讨		
四	课堂教学 16 周															集中实践 2 周	复习考试	教学研讨		
五	课堂教学 11 周									岗位实习 (含毕业设计或论文) 8 周									教学研讨	
六	岗位实习 (含毕业设计或论文) 17 周																办理离校 2 周	教学研讨		

附表 3:

课堂教学环节教学进程安排表

类别	序号	课程编码	课程名称	学分	课程学时分配				统考方式		上课学期	落实标准及课证融通情况	
					总计	课堂教学	实践教学	线上教学	校考	院考			
公共基础课	1	Z110010061-2	思想道德与法治	3	54	48	6		1		1、2		
	2	Z110010020	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	2	36	32	4		3		3		
	3	Z110010070	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	3	54	46	8		4		4		
	4	Z110010031-4	形势与政策	1	32	32					1-4		
	5	Z110010051-2	大学生心理健康教育	2	32	32					1、2		
	6	Z100010091-2	公共英语	7	128	108		20	1、2		1、2		
	7	Z100010101-4	体育	6	108		84	24			1-3、5		
	8	Z100010030	大学语文	3	56	40		16			2		
	9	Z100010040	高等数学	2.5	44	14		30			2		
	10	Z100010060	劳动教育	1	16	16					1		
	11	Z140010020	中华优秀传统文化	2	38	20		18			2		
	12	Z050010010	信息技术	3.5	60	26	18	16	2		2		
	13	Z120010011-2	大学生职业发展与就业指导	2	38	20		18			1、4		
	14	Z150010011-2	创新创业教育(含创新创业基础和创新创业与创业)	2	32	8		24			2		
	15	Z130010010	军事理论	2	36	8		28			1		
专业基础课	16	Z071320200	公共关系	3.5	60	20	40				1	①	
	17	Z071320210	广告传播	3.5	60	30	30			1	1	①	
	18	Z071320220	手绘表达	3.5	60	20	40			1	1	①	
	19	Z071320230	形态构成	4	72	30	42			2	2	①、②	
	20	Z071320240	广告理论与实务	4	72	36	36				2	①	
	21	Z071320250	数码表达	4	72	36	36			2	2	①、②	
	22	Z071320260	市场营销	3.5	64	32	32			3	3	①	
	23	Z071320270	视觉传达	3.5	64	14	50			3	3	①、②	
专业核心课	24	Z071330200	广告文案写作	3.5	64	32	32			3	3	①	
	25	Z071330210	市场调查与分析	3.5	64	32	32				4	①	
	26	Z071330220	数媒视觉设计	3.5	64	32	32			3	3	①、②	
	27	Z071330230	广告心理	3.5	64	32	32			4	4	①	
	28	Z071330240	电商设计与制作	3.5	64	32	32				4	①、②	
	29	Z071330250	广告策划	3.5	64	32	32			4	4	①	
	30	Z071330260	文创设计	5	88	20	68				5	①	
	31	Z071330270	广告艺术设计综合	5	88	20	68				5	①	
专业拓展课	纵向提升模块	32	Z071340200	界面设计(初级)	1.5	28	8	20				3	
		33	Z071340210	界面设计(中级)	1.5	28	8	20				3	
		34	Z071340220	专题艺术设计	1.5	28	4	24				4	
		35	Z071340230	新媒体广告	1.5	28	4	24				4	
	横向复合模块	36	Z071340240	插画设计	1.5	28	8	20				3	
		37	Z071340250	C4D应用	1.5	28	8	20				3	
		38	Z071340260	优秀广告作品赏析	1.5	28	4	24				4	
		39	Z071340270	国画名作赏析与体验	1.5	28	4	24				4	
合计				108.5	1960	924	842	194	6	10			

注: 1. “落实标准及课证融通情况”部分, 落实职业教育国家教学标准等要求的填“①”、融入职业技能等级证书或职业资格证书要求填“②”。

附表 4:

课堂教学环节信息明细表

序号	课程类型	课程	考试课	考查课	学期学时安排						
		门数	门数	门数	第一 学期	第二 学期	第三 学期	第四 学期	第五 学期	第六 学期	小计
1	公共基础课	27	6	21	338	398	52	80	8		876
2	专业基础课	8	6	2	180	216	128				524
3	专业核心课	8	4	4			128	256	176		560
4	专业拓展课	4		4			56	56			112
学期学时小计					518	614	364	392	184		2072
学期课内学时小计					346	488	364	384	184		1766
学期课堂教学周数					15	18	16	16	11		76
课堂教学周学时					23.07	27.11	22.8	24	16.7		
考试课程门数					4	4	5	3			16

注：课内学时包括课堂教学和相应实践教学，不含线上自学学时。

附表 5:

集中实践环节教学进程安排表

实践地点	序号	课程编码	课程名称	学 分	学 时	周学时/周数					
						第一 学期	第二 学期	第三 学期	第四 学期	第五 学期	第六 学期
校内	1	Z130050010	军事技能	2	112	56/2					
	2	Z071350010	广告策划实训	3.5	60				30/2		
校外	1	Z070050010	专业考察	3.5	60			30/2			
	2	Z070050030	岗位实习	25	600					24/8	24/17
	3	Z070050040	毕业设计或论文（岗位实习期间开展）	2	30						30
实践技能课总计				36	862	112		60	60	192	438
集中实践周数						2		2	2	8	17

注：集中实践环节课程均安排为考查课。

附表 6:

公共选修课选修要求及安排表

序号	课程类型	选修学时	选修学分	备注	
1	人文素养类	公共艺术课程（含美学和艺术史论类、艺术鉴赏和评论类、艺术体验和实践类等 3 类）	32	2	3 类课程中任选 2 门（其中美学和艺术史论类、艺术鉴赏和评论类课程至少 1 门）
2		马克思主义理论类课程	16	1	任选 1 门
3		党史国史类课程	16	1	任选 1 门
4		健康教育方面课程	16	1	任选 1 门
5		国家安全教育方面课程	16	1	任选 1 门
6		职业素养方面课程	16	1	任选 1 门
7	科学素养类	节能减排方面课程	32	2	任选 1 门
8		绿色环保方面课程	32	2	任选 1 门
9		金融知识方面课程	32	2	任选 1 门
10		社会责任方面课程	32	2	任选 1 门
11		管理方面课程	32	2	任选 1 门
12		营销方面课程	32	2	任选 1 门
合计		304	19		

注：公共选修课原则上要求在第四学期结束前完成，课程编码由学生实际选修课程决定。

附表 7:

学时与学分总体分配表

课程类别	课程	考试课	考查课	学时	学时百分比 (%)	学分	学分百分比 (%)	
	门数	门数	门数					
公共基础课	27	6	21	876	27.74%	44	26.51%	
专业基础课	8	6	2	524	16.59%	30	18.07%	
专业核心课	8	4	4	560	17.73%	31	18.67%	
实践技能课	4		4	750	23.75%	34	20.48%	
选修课	专业拓展课	4		4	112	3.55%	6	3.61%
	公共选修课	13		13	304	9.63%	19	11.45%
活动实践类课程	1		1	32	1.01%	2	1.20%	
合计	65	16	49	3158	100.00%	166	100.00%	
理论教学总学时		1422		实践教学总学时		1736		
理论教学总学时与实践教学总学时比例				0.45: 0.55				

注：公共基础课在统计时需将“集中实践环节”的军事技能相应学时学分计算在内，实践技能课不再统计军事技能训练学时学分。