

广告艺术设计专业 人才培养方案

专业负责人：_____

学院负责人：_____

教务处处长：_____

主管教学校长：_____

教务处

2023 年 3 月

编制说明

广告艺术设计专业人才培养方案是依据《国务院关于加快发展现代职业教育的决定》（国发[2014]19号）、《教育部关于深化职业教育教学改革全面提高人才培养质量的若干意见》（职教成[2015]6号）、《国务院关于加快发展现代职业教育的决定》（国发[2014]19号）、《国家职业教育改革实施方案》（国发[2019]4号）、《加快推进教育现代化实施方案（2018-2022）》和《职业教育提质培优行动计划（2020-2023年）》、《高等职业院校内部质量保证体系诊断与改进指导方案》（试行）《启动相关工作的通知》（教职成司函〔2015〕168号）、《关于在院校实施“学历证书+若干职业技能等级证书”制度试点方案》（教职成[2019]6号）、《教育部关于职业院校专业人才培养方案制定与实施工作的指导意见》（教职成[2019]13号）等文件精神，按照《海南***学院关于制定2023级专业人才培养方案的指导意见》要求制定。

一、人才培养方案组成

本方案共分为两部分：第一部分为人才培养方案；第二部分为附件，包括专业人才需求与专业改革调研的报告、专业核心课程的课程标准。

二、人才培养方案使用范围

本方案适用于广告艺术设计专业。

三、人才培养方案编制人员

类别	教师信息		
	姓 名	所属部门或单位	职称/职务

方案执笔人：刘梦溪

目 录

一、专业基本信息	- 3 -
二、职业面向	- 3 -
三、培养目标	- 4 -
四、 培养规格	- 4 -
五、 课程设置及要求	- 5 -
六、教学基本条件	- 13 -
七、专业建设指导委员会	- 15 -
八、人才培养方案论证与审批	- 16 -
九、相关附件	- 19 -
海南****学院广告艺术设计专业人才需求与专业改革的调研报告	- 21 -
海南****学院广告艺术设计专业核心课课程标准	- 43 -

广告艺术设计专业人才培养方案

一、专业基本信息

(一) 专业名称及代码：广告艺术设计专业 550113

(二) 招生对象：普通高中毕业生/中等职业学校毕业生

(三) 学制与学历：三年、专科

(四) 学习形式：全日制

(五) 毕业要求：

1. 修完本专业人才培养方案所规定的课程及学分。
2. 在三年学习期间，鼓励获得相应的职业资格（技能等级）证书。
3. 在三年学习期间，鼓励获得相应的英语、计算机合格证书。
4. 完成顶岗实习并考核合格。

二、职业面向

表 1 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)	主要岗位群或技术 领域举例
55 文化艺术大类	5501 艺术设计类	广告公司	平面设计师、广告设计师、策划、文案	广告设计、平面设计、广告策划、广告文案等相关工作
		设计公司	平面设计师、广告设计师、美工、运营、策划、文案	平面设计、广告设计、标志设计、网页设计、设计策划
		杂志、报纸、媒体出版类、传播类相关企业	平面设计师、广告设计师、美工、电商运营	平面设计、美术编辑、视频编辑师、宣传企划、宣传海报、网站设计等相关工作

		品牌设计公司、企业品牌部、文化创意、影视传媒行业	品牌设计师、品牌运营、VI 设计师	企业 VI 识别设计、为企业设计 Logo、VI 系统、品牌手册参与品牌全案设计（命名、视觉、落地物料）
		自媒体、个人设计工作室	自媒体运营、设计师	平面设计、广告设计、标志设计、自媒体运营、自媒体美工等相关工作

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，具有良好的人文素质、科学素养、职业道德、创新意识和精益求精的工匠精神，较强的就业能力和可持续发展的能力，掌握广告设计、平面设计的基本理论知识和基本的美学原理、设计手法等专业基础知识，以能够独立创业、经营小型广告设计工作室为能力导向，以能服务于海南国际旅游岛、自由贸易区（港）建设为能力发展目标，具备广告设计与平面设计的能力，能够在专业设计公司就职本专业方向，也可以在旅游景区、小中型企业宣传策划岗、自营广告设计工作室、自媒体等行业从事广告设计、平面设计、网页设计、封面设计、视频编辑与制作等相关工作的高素质技术技能人才。

四、培养规格

表 2 培养规格

类别		主要规格描述	备注
知 识		1. 掌握行业职业道德和法律意识； 2. 掌握办公软件基本应用知识； 3. 掌握广告设计常用软件应用基础； 4. 掌握广告设计理论知识； 5. 掌握字体设计、色彩、版式等基本理论知识。	
能 力	通识能力	1. 具有计算机网络应用操作能力； 2. 具有吃苦耐劳，团结协作精神和组织工作能力； 3. 具有阅读专业外文资料及通过相关途径获取信息的能力； 4. 具有竞争意识、效率意识、创新意识和健康的生活态度； 5. 具有良好的信息表达、交流能力，认识和分析经济形势和政策能力； 6. 具有对新知识、新技能的学习能力；	

		7. 具有分析和解决专业实际问题的能力； 8. 具有一定组织管理和领导能力。	
	专业通用能力	1. 具备较高艺术修养。 2. 掌握一定的绘画基础知识，如手绘技法表现。 3. 掌握一定的设计基础知识，如平面构成、立体构成、色彩构成。 4. 掌握广告设计与平面设计常用软件，如 PHOTOSHOP、AE、Coreldraw、AI、C4D 等软件的操作方法。 5. 掌握广告设计专业相关基础设计知识，如平面图形设计基础、广告法规等。	
	专业拓展能力	1. 掌握字体形式美感及创意设计原理。 2. 掌握广告策划与广告文案写作相关知识。 3. 掌握广告、书籍的排版规律及样式。 4. 能用艺术的手法表现广告创意。 5. 熟练设计旅游景区宣传广告。 6. 利用多媒体手段编辑影音文件。掌握常用视频编辑软件，如 AE 等表现创意文本	
	素质	1. 具有正确的世界观、人生观、价值观，爱岗敬业客观公正，做人正派； 2. 具有良好的交流沟通能力和团队精神； 3. 具有良好的职业素养； 4. 具有竞争意识、效率意识、创新意识和健康的生活态度； 5. 具有终身学习的理念与自我学习提高能力； 6. 有较强的沟通及压力承受能力。	

五、课程设置及要求

（一）课程设置

本专业课程主要包括公共课和专业课。

1. 公共课

公共课包括公共基础课和公共通识课两部分。开设毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、思想道德修养与法律基础、形势与政策、军训、军事理论课、大学生心理健康教育、大学生职业发展与就业指导、计算机文化基础、体育、综合英语、“养优”文化等公共基础课，并设置人文素质、科学素质、职业素养等三类 20 门公共通识课，任选 4 门公共通识课课程。

2. 专业课程

专业课程包括专业基础课、专业核心课、专业实践课、专业拓展课，并涵盖有关实践性教学环节。各学院可自主确定课程名称，但应包括以下主要教学内容：

（1）专业基础课程

专业基础课程设置 12 门，包括设计基础一（平面构成）、设计基础二（色彩构成）、设计基础三（立体构成）、电脑图形辅助设计（PhotoShop 基础）、设计学简史、平面图形创意基础、电脑图形辅助设计（Coreldraw）、广告法律与法规、电脑图形辅助设计（Illustrator）、电脑图形辅助设计（Premiere）、手绘表现基础、电脑图形辅助设计（Cinema 4d）。

（2）专业核心课程

专业核心课程设置 5 门，包括版式设计实训、品牌形象设计、平面广告设计、广告策划与文案、影视广告编辑与制作。

（3）专业拓展课程

设置 6 门专业拓展课程，任选 3 门课程。包括 UI 设计、展示设计、企业形象识别设计、书籍装帧设计、广告摄影、CAD 制图。

3. 专业核心课程主要教学内容

表 3 专业核心课程主要教学内容

序号	专业核心课	主要教学内容
1	版式设计实训	通过系统讲授版式设计的基础知识，使学生认识版式在平面设计中的重要性，了解版式设计的基本原则。通过系统的讲授版式设计的流程和方法，并借助典型案例分析，使学生了解编排设计的一般规律。通过科学的、系统的、大量的、有针对性的基础训练，使学生掌握版式设计的基本思路和一般性技巧。通过对部分学生的作品分析，提升学生对版式设计具体方法的理解、认识水平，为专业设计的学习铺垫良好的基础。
2	品牌形象设计	本课程以“职业能力为核心、实践项目为载体”，系统培养学生从品牌策略到视觉落地的全流程设计能力。课程主要内容包括：品牌认知与市场调研方法，帮助学生掌握品牌定位策略；品牌视觉核心系统设计（标志、标准色、标准字及辅助图形），强化 VI 基础规范；办公、宣传、导视等应用系统设计，提升多场景适配能力；动态

		Logo、社交媒体视觉等数字化传播设计，适应新媒体环境需求；最后通过真实项目实战，整合品牌全案设计能力。课程突出“做中学”，融入行业标准与职业素养要求，注重文化传承与创新，培养学生成为懂策略、精技术、有情怀的品牌设计人才。
3	平面广告设计	本课程从广告设计的基本理论、创意手法、视觉表现等方面进行阐述，通过对设计理论的讲授和优秀作品的赏析、结合行业与社会热点设置的项目实操，培养学生进行广告设计的能力、培养学生的美感、设计感、设计理念，提高学生的创造能力、设计能力和审美水平，为设计打下坚实的基础。
4	广告策划与文案	本课程的教学目标是通过基本理论的阐述和典型范例的分析，使学生掌握广告文案基本观念、领会广告文案写作的思考框架，掌握文案的写作要求与方法，初步具备广告文案写作能力和本专业领域内基本的分析、判断能力。
5	影视广告编辑与制作	通过本课程学习，学生能综合运用创意的方法完成影视广告、栏目包装的创意，能够熟练运用影视广告的相关软件完成影视广告、栏目包装的后期制作与特效处理。

（二）学时安排

教学活动	学时数	占总计的比例
理论教学	728	27%
实践教学	1932	73%
总计	2660	100%

（三）教学进程表

2023级广告艺术设计专业教学进程表

课程分类		课程性质	序号	课程名称	课程编码	教学活动学时			学分	考核方式	学时分配						备注
						总学时	理论	实践			第一学年		第二学年		第三学年		
											1	2	3	4	5	6	
											13周	16周	16周	16周	16周	16周	
公共基础课	必修课	1	军训	01000001	40	0	40	2	考查	2周							
		2	#军事理论课	01000002	36	24	12	2	考查	2							
		3	思想道德与法治	01000061	26	20	6	2	考试	2							
		4	毛泽东思想与中国特色社会主义理论概论	01000064	32	24	8	2	考试	2							
		5	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	01000060	48	36	12	3	考试				3				
		6	#形势与政策	01000065	32	32	0	2	考查	每学期8学时							
		7	大学生心理健康教育	01000007	32	32	0	2	考查	每学期 16学时							
		8	体育 I	04000001	26	0	26	2	考试	2							
		9	体育 II	04000002	32	0	32	2	考试		2						
		10	大学生职业发展与就业指导	01000006	32	32	0	2	考查	每学期16学时							
		11	计算机文化基础	09000001	48	24	24	3	考试		3						
		12	综合英语	03000006	58	30	28	4	考试	2	2						
		13	现代信息技术应用	01000098	16	8	8	1	考查		1						
		小计				458	262	196	29		9.5	11.5	1.5	4.5			
		14	“养优”文化	01000008	16	8	8	1	考查	1						必选	
公共课	限选课	15	劳动教育	01000055	64	32	32	4	考查	1	1	1	1			必选	
		16	#创新创业基础	01000009	16	8	8	1	考查		1					必选	
		17	应用文写作	01070101	16	8	8	1	考查		1					必选	
		18	*艺术与审美	01000040	32	16	16	2	考查		2					必选	
	小计				144	72	72	9		2	5	1	1				
	任选课	19	人类文明史	01000101												人文素质类 任选一门	
		20	*探索心理学的奥秘	01000051													
		21	*人类与生态文明	01000052													
		22	*美学与人生	01000102													
		23	*“四史”概论	01000108												人文素质类 任选一门	
		24	*思辨与创新	01000037													
		25	*中国传统文化	01000041													
		26	*异彩纷呈的民族文化	01000050													
		小计				32	0	32	2			2	2				
		27	自然科学概论	01000103													科学素质类 任选一门
		28	*天文漫谈	01000043													
		29	*急救与自救	01000063													
		30	*中医药与中华优秀传统文化	01000054													
		小计				16	0	16	1			2					
		必修课	31	职场礼仪与形象塑造	01000104												职业素养类 任选一门
			32	*创践——大学生创新创业实务	01000106												
	33		*情商认知与提升	01000105													
	34		*成功求职六步走	01000107													
	小计				16	0	16	1			2						
	详见第五项“养优”素质教育活动（第二课堂）				220	0	220	11							养优教育		

		小计				886	334	552	53		11.5	20.5	6.5	5.5			
专业基础课	必修课	35	设计基础一（平面构成）	52191301	40	12	28	3	考试	4							10周
		36	设计基础二（色彩构成）	52191302	40	12	28	3	考试	4						10周	
		37	设计基础三（立体构成）	52191303	40	12	28	3	考试			4				10周	
		38	电脑图形辅助设计（PhotoShop基础）	52191304	48	12	36	3	考查	4						12周	
		39	设计学简史	52191305	24	24	0	2	考查	2						12周	
		40	平面图形创意基础	52191306	64	26	38	4	考试		4					16周	
		41	电脑图形辅助设计（Coreldraw）	52191307	32	12	20	3	考查		4					8周	
		42	电脑图形辅助设计（Illustrator）	52191309	48	12	36	3	考查			6				8周	
		43	电脑图形辅助设计（Premiere）	52191310	32	12	20	2	考查			4				8周	
		44	手绘表现基础	52191311	48	12	36	3	考查				6			8周	
		45	电脑图形辅助设计（Cinema 4d）	52191312	48	12	36	3	考查			6				8周	
		小计				464	158	306	32		12	6	10.5	3	0		
	专业核心课	46	版式设计与实践	52191401	64	26	38	4	考试		4						16周
		47	品牌形象设计	52191402	64	26	38	4	考试				4			16周	
		48	平面广告设计	52191403	64	26	38	4	考试			4				16周	
		49	广告策划与文案	52191404	48	20	28	3	考试			6				8周	
		50	影视广告编辑与制作	52191405	64	26	38	4	考试				4			16周	
		小计				304	124	180	19		0	4	10	8	0	0	
专业拓展课	选修课	51	UI设计	52192502	32	12	20	2	考查					4		任选三门	
		52	广告法律与法规	52192503	32	12	20	2	考查					4			
		53	企业形象识别设计	52192505	32	12	20	2	考查					4			
		54	自媒体制作与运营	52192506	32	12	20	2	考查				2				
		55	广告摄影	52192507	32	12	20	2	考查				2				
		56	CAD制图	52192508	32	12	20	2	考查					4			
	小计				96	36	60	6		0	0	0	2	8			
专业实践课	必修课	57	网页美工	52191605	48	12	36	3	考试				6			8周	
		58	设计实训与岗位融合	52191608	36	2	34	2	考查					6		6周	
		59	毕业顶岗实习	01000053	720	0	720	36						8周	16周		
		小计				804	14	790	41		0	0	0	3	4.5		
小计					1668	332	1336	98		11.7	10	20.5	16	12.5			
总计					2554	666	1888	151		23.2	30.5	27	21.5	12.5			

注：
标*的课程为纯智慧树线上课程；标#的课程为线下教师授课+线上智慧树辅助课程。

（四）实践性教学环节

表4 集中性实践教学环节（项目）安排表

序号	活动类别	活动（项目）名称	教学目标	学期	校内/校外
1	认知见习	军训	国防教育认知	一	校内
2	技能	网页美工	电商美工岗位技能学习	四	校内
3	实训	自媒体制作与运营	自媒体相关基础知识学习	四	校内
4	综合	设计实训与提高	课程知识融会串联与应用	二	校内

5	实训	设计实训与岗位融合	设计行业岗位技能综合培训	五	校内
6	顶岗 实习	毕业顶岗实习	实习	六	校外

(五)“养优”素质教育活动

表5 “养优”素质教育活动安排表

类别	参加活动项目	积分兑换标准	认定依据	备注
思想政治 3.5 学分	1. 主题性教育活动（主题性思想政治教育活动、演讲比赛或知识竞赛、征文比赛、摄影摄像比赛、微电影大赛等）	1. 申请参加成员每人每项可积3分； 2. 校级知识竞赛（演讲比赛）荣获一等奖、二等奖、三等奖、优秀奖分别可积12分、8分、6分、3分；省级、国家级知识竞赛（演讲比赛）荣获一等奖、二等奖、三等奖、优秀奖分别可积12分、8分、6分、3分。	提供获奖证书和获奖照片。	积分足够100分则获得4.5个学分
	2. 常规性思想教育（爱国爱党教育、传统文化教育、诚信教育主题团日活动、先进事迹报告会等。）	每参加一次可积3分。	提供活动现场图片和签到情况。	
	3. 个人评优评先（优秀共青团员、优秀团干、优秀学生干部、养优之星、优秀青年志愿者、自强之星等荣誉、党、团校培训、大骨班等活动、学生干部、艺术团、优秀学生、学生干部、）	1. 国家级、省级、校级、院级分别积12分,8分,6分,3分 2. 党、团校学习合格可积6分； 3. 校青马班（大骨班）学习合格可积5分，被评为优秀学员加6分；省级以上青马班学习合格可积8分。 4. 担任学生干部考核合格，各班级学生干部可积3分；院级学生组织主席可积6分，副主席、部长可积4分，干事（预备干事）可积2分；校级学生组织主席可积10分，副主席、部长可积8分，干事（预备干事）可积4分；学校各部门助理类学生干部工作由主管部门评定合格，每人积6分。	提供获奖证书。提供参加培训合格证书和培训笔记或培训心得。	
	4. 集体荣誉（五四红旗团支部、先进班集体、文明宿舍、活力团支部、优秀社团、优秀青年志愿者团体等集体荣誉）	国家级、省级、校级分别积12分,8分,6分,3分	提供获奖证书。	

	5. 讲座、报告会（养优大讲 堂、思想政治、形势政策报 告会、理想信念主题教育、 安全教育、法制教育人文素 质、健康教育报告会、讲座 等）	每参加一次可积 3 分。	提供参加课外讲座证明 和相关讲座内容笔记以 及签到情况。	
志 愿 公 益 2.5 学 分	6. 志愿者注册（志愿海南、 各项组织志愿者）	注册志愿者积5分	提供志愿汇志愿服务时 长证明。	积分足 够 100 分则获 得 3 个 学分
	7. 志愿服务公益活动	省级组织的志愿服务活动，每参加1次积10分； 市级组织的志愿服务活动，每参加1次积7分； 区级组织的志愿服务活动，每参加1次积4分； 校级组织的志愿服务活动，每参加1次积3分； 院级组织的志愿服务活动，每参加1次积2分。	提供志愿汇志愿服务活 动证明。	
	8. 西部计划志愿者	每人次积30分。	提供相关录取证明。	
	9. 义务献血	每人次积25分。	提供献血证明。	
创 新 创 业 1 学 分	10. 专利发明、发表论文、文 章	专利发明每项可积 40 分。校级媒体平台（校 报、学报）发表文章每篇可积 6 分，在公开出 版报纸期刊上发表文章每篇可积 8 分；三大检 索、核心期刊、一般期刊分别积 50 分、30 分、20 分。	提供相关证明。	积分足 够 100 分则获 得 1.5 个学分
	11. 创新创业比赛（“挑战 杯”大学生课外学术科技作 品竞赛；“创青春”全国大学 生创业大赛、“正大杯”大学 生双创实战营销大赛、全国 大学生数学建模大赛、全国 大学生互联网+创新创业大 赛，全国大学生电子商务竞 赛，全国大学生软件杯大赛 等）	国家级一等奖（金奖）、二等奖（银奖）、三等 奖（铜奖）、优秀奖，分别积 30 分、20 分、15 分、10 分；省级一等奖（金奖）、二等奖（银 奖）、三等奖（铜奖）、优秀奖，分别积 20 分、 15 分、10 分、7 分；校级一等奖、二等奖、三 等奖、优秀奖，分别积 10 分、7 分、5 分、3 分；参赛者积 2 分；	提供相关获奖证书。	
	12. 创新创业讲座、活动（如 养优大讲堂中的创业讲座 等）	每人次积 8 分。	提供参加课外讲座、活 动的听课笔记和现场照 片。	

	13. 公司创建（成功注册公司并运营一年以上）	每人 30 积分	提供相关作证材料	
	14. 大学生创新创业立项	校级立项成功可积 10 分；省级、国家级立项分别可积 15 分、30 分。	提供相关作证材料	
文艺体育 1.5 学分	15. 文艺活动(三走活动)	参与校、院系文艺活动可积 3 分；高雅艺术进校园等大型活动积 4 分。参加校级文艺活动并获得一等奖、二等奖、三等奖、优秀奖分别可积 8 分、6 分、4 分、2 分；参加省级文艺活动并获得一等奖、二等奖、三等奖、优秀奖 15 分、10 分、8 分、6 分。参加国家级文艺活动并获得一等奖、二等奖、三等奖、优秀奖 30 分、20 分、15 分、10 分。	提供相关作证材料。	积分足够 100 分则获得 2.25 个学分
	16. 体育运动 (三走活动)	报名参加校园体育活动可积 3 分；校运会等大型活动积 5 分。参加校级体育活动并获得一等奖、二等奖、三等奖、优秀奖分别可积 8 分、6 分、4 分、2 分；参加省级体育活动并获得一等奖、二等奖、三等奖、优秀奖 15 分、10 分、8 分、6 分；参加国家级比赛可积分 25 分。	提供相关作证材料	
实习实践 1 学分	17. 社团活动	参加各种社团活动 1 次积 3 分；会员时间超过一学年每学年可积 5 分，社团负责人可积 10 分。	提供相关作证材料	积分足够 100 分则获得 1.5 个学分
	18. 校内实践（学校日常社会实践活动（走进企业等）社会相关工作荣誉）	每参加一次可积 3 分。国家级、省级、校级、院级荣誉分别积 30 分、20 分、10 分、6 分。	提供实践报告和图片。	
	19. 校外实践（机关（事业单位）挂职、实习；国际交流访学。）	每人次积 10 分。	挂职实习时间要求 2 周以上，以挂职实习鉴定为准；国际交流时间要求一学期以上。	
	20. 寒暑社会实践（“三下乡”社会实践活动、寒暑假社会实践）	校级立项团队负责人积10分，其余团队人员积7分。 院级立项团队负责人积8分，其余团队人员积6分	提供实践证明。	
技能培训 1.5	21. 职业技术培训、职业规划、就业创业培训	积极参加各种专业技术培训积10分； 获得相应证书的高级、中级、初级，每人每项可积30分、20分、10分。	提供相关作证材料	积分足够100分则获得 2.25 个学分

学分				
额外加分项3学分	22. 汽车驾驶证	在校三年内获得汽车驾驶证即可获得3个学分	提供驾驶证或驾校的结业证书	材料报辅导员审核，满足条件即可在“到梦空间”软件中获得学分
其他	凡《海南****学院“第二课堂成绩单”积分学分计算方法》中未涉及到的，但需要予以确认积分的项目需上报学校团委审核通过备案。计分标准及学分计量方法由学校“第二课堂成绩单”办公室负责解释。			

（六）创新创业教育体系

表 6 创新创业教育体系安排表

类别	课程（活动）名称	学时	学分	开设学期	教学形态	修读方式	备注
职业规划	大学生职业发展	8	1.5	第一学期	讲座	必修	
	职业生涯规划	8		第二学期	比赛	必修	
就业指导	就业指导 1	4		第三学期	讲座	必修	
	就业指导 2	4		第四学期	辅导	必修	
	就业基本技能（驾驶）	8	0.5	任一学期		选修	
创新创业	创新创业基础	16	1	第一学期	讲授	必修	
	创新创业实务	16	1	第二学期	讲授	选修	
	创新思维训练				实践	选修	
	创新创业实践				实践	选修	

六、教学基本条件

（一）师资队伍

1. 队伍结构

广告艺术设计专业以市场需求为导向，以技能性强、实操多为专业特点。依托岗位需求以及行业发展，所需要的师资队伍应理论知识体系完善，企业工作经验丰富，能准确把握广告行业一线人才需求趋势，能在教学过程中传授设计理念知识、引导学生了解行业特点以及掌握应对岗位需求的能力。

广告艺术设计专业有 5 名副教授，3 名讲师，2 名助教。都在 30-45 岁之间。

双师素质教师占专业教师比例不低于 80%，专任教师队伍要考虑职称、年龄，形成合理的梯队结构。

2. 专任教师

广告艺术设计专业教学团队目前拥有专任教师 10 名，学历高、企业经验丰富且任教多年，教学经验丰富。团队教师多次被评为教学标兵、教学新秀、骨干教师等荣誉，并在教师教学比赛中获一、二等奖数次。指导学生参加省级设计比赛获一、二、三等奖 30 余次，教师发表学术论文 20 余篇，编写教材 7 部。

专业教师整体素质较高，能为人师表，教书育人，治学严谨，教学态度端正，方法运用得当，教学过程规范，较好地保证了教学质量。在历年的教学评估中都有较好的成绩，受到学生的普遍欢迎，呈现蓬勃向上的良好发展态势

3、专业带头人

原则上应具有副高及以上职称，能够较好地把握国内外行业、专业发展，能够了解行业企业对广告艺术设计专业人才的实际需求，组织开展教科研工作能力强，在本区域或本领域有一定的专业影响力。

专业带头人刘梦溪副教授，从事专业教学时间长达 13 年。

（二）教学设施

广告艺术设计专业课程体系中的电脑设计软件学习是系统学习里面最重要的一环，需要开设学校有一定的资源环境支撑。主要需求有电脑、设计软件、实训场地等设施。

1. 专业教室基本条件

一般配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，互联网接入或 WiFi 环境，并具

有网络安全防护措施。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. 校内实训室

教学设施需求	类别	使用状况（正常、非正常、报废）	备注
学生用电脑	电子设备	正常	学校具备有多个教学用机房
绘图桌	办公家具	正常	已具备
扫描仪	电子设备	正常	已具备
打印机	电子设备	正常	已具备
激光刻字机	电子设备	正常	已具备
投影仪	电子设备	正常	已具备
教师用计算机	电子设备	正常	已具备
挂式空调	电子设备	正常	已具备
电动投影仪幕布	电子设备	正常	已具备

在教学过程中，充分利用学校配备电脑机房和广告设计实训室，提高学生的动手能力，把掌握知识技能和发展能力，培养良好的职业道德以及个性心理品质等各目标有机地结合起来，着眼于提高学生的综合素质。在培养模式的具体实施中，采用 2.5+0.5 模式，两年半在校系统学习，半年实训实践。通过多样化教学模式实现产教融合，把所学知识点融入实践。

（三）教学资源

具有利用数字化教学资源库、文献资料、常见问题解答等的信息化条件。引导鼓励教师开发并利用信息化教学资源、教学平台，创新教学方法，提升教学效果。

这些资源能够满足专业课程的需求，激发学生学习兴趣的同时，可以大幅提高课程的教学水平和教学效率。

七、专业建设指导委员会

序号	姓名	性别	委员会职务	出生年月	工作单位	职务/职称

八、人才培养方案论证与审批

（一）人才培养方案专业建设委员会论证意见

（二）人才培养方案审批表

广告艺术设计专业人才培养方案专业建设指导委员会
论证意见

审定 意见	<div>专家组组长： 时 间：</div>			
姓名	职称/职务	专业建设指导 委员会职务	工作单位	签名

广告艺术设计专业人才培养方案审批表

(必须认真审核并填写审核意见, 审核意见须手写)

学院名称					
审定部门	审 定 意 见				
教研室主任 意见	负责人签字 (盖章): 日 期:				
院长 审核意见	负责人签字 (盖章): 日 期:				
教务处 审核意见	负责人签字 (盖章): 日 期:				
学术委员会 审批意见	负责人签字 (盖章): 日 期:				

九、相关附件

附件 1：海南****学院广告艺术设计专业人才需求与专业改革的调研报告

附件 2：海南****学院广告艺术设计专业核心课课程标准

海南****学院

广告艺术设计专业人才需求与专业改革的调研报告

一、前言

（一）调研的目的

高职人才培养目标不等同于高等教育人才培养目标，高职教育培养的人才类型是实用型、应用性的高技能型人才，因此，把核心目标放在满足社会需要，培养社会需要的、有岗位需求的人才才是高等职业教育设置专业、开展知识教学的关键轴。在我院计划设置广告艺术设计专业之前、专业建设之中一直把对专业的“理解与接轨”放在首要位置，并以此作为规范和指引本专业对整体发展走向、课程体系设置、重难点等改革方向。具体体现在对广告设计行业与广告艺术设计专业毕业后就业范围内的相关企业，对涵盖不同规模、性质、公司经营方向的公司企业进行资料采集。通过调研，了解到相关行业、岗位公司对广告设计专业的毕业生人才需求情况、职业能力要求情况，调研结果显示，掌握相关行业对设计专业知识能力要求的重点与就业方向流行趋势，为广告艺术设计专业的设置、整改、人才培养目标与知识设置体系提供依据，以此提高我院人才培养质量与广告设计专业毕业生职业能力素养和就业质量。

（二）调研工作概述

系统的专业调研过程中走访了行业相关部门、海南广告设计相关行业，对涵盖不同规模、性质、公司经营方向的公司企业进行资料采集，通过调研，了解到相关行业、岗位公司对广告艺术设计专业的毕业生人才需求情况、职业能力要求情况。

毕业生就业情况的反馈也是本专业了解行业需求的重要方向。通过对毕业生的调查与反馈，了解经过课程体系学习过后在工作中的运用，帮助专业更好的构建适应商品市场的、更有效率的课程体系。主要调研方式有：实地访谈、参观学习、问卷调查等调研方式。

二、人才需求调研

（一）产业发展现状与趋势

随着我国经济的不断发展，广告产业也得到了长足的成长，广告产业在我国经济中已具

有重要的地位。国家发改委发布的《产业结构调整指导目录》中第一次把“广告创意、广告策划、广告设计、广告制作”列为鼓励类产业，为广告产业发展提供了强有力的政策支持，这将使我国广告产业进入新的发展里程。广告设计是一门综合性很强的专业，结合设计、文字功底、制定策略性计划以及品牌意识，广泛运用于各种类型的媒体，随着经济的迅速发展其前景越来越广阔。就学科特点而言，知识涵盖面宽，社会需求量大。要将学生培养成为具备一定的广告设计、包装设计、装帧设计、VI 设计以及懂得一些商业营销策略的专门人才，要求学生具备一定的审美能力、创新能力、沟通能力。

近几年，中国的设计行业犹如房价一路攀爬，增长急速加快，据不完全统计，目前从事艺术设计的从业人员约 30 多万人，近年来，随着国家宏观经济的稳定发展，以及移动通信、互联网、社交媒体等新兴媒介的飞速发展，广告业进入了蓬勃发展时期，从事广告设计艺术类人才培养的高等院校和教学机构近千家，而且还在不断的增加之中。和所有新兴的软性服务行业一样，而广告设计专业就业的广告公司最重要和稀缺的资产就是人才。在这方面，广告公司往往善于调整自身人才的甄选机制，抛弃传统选才观念，比如，他们的招聘广告就比较标新立异：“风格要有，创意要强，广告要懂，地产要知。你要的，我给你，我要的，你拿来。”那么，究竟是什么样的人才符合这类要求？广告从业人员的薪资和潜力又是怎样的？从市场需求上看，广告设计专业的毕业生除了要具备系统的知识结构、扎实的专业功底以外，还要求有较强的实际操作能力。

从行业三类职位要求来看，招聘侧重点各不一样：对创意人员的招聘并没有特别强调专业毕业的学历要求。行业背景是基础，关键是有创意，有想法的人；媒体营销中心招聘对专业要求较高，一般要求广告新闻相关专业学历及相关经验；制作人员的要求比较偏重经验，有大型活动操作经验，吃苦耐劳。关于广告行业待遇，从网上求职者薪酬统计看，三大城市中北京广告行业的平均月薪收入以 9560 元名列第一，广州和上海分别以 8470 元和 7210 元名列第二和第三位。海南相关设计岗位平均工资达到 4875 元月薪。

（二）区域内重点企业概况

广告行业在全球来讲是一个大行业，业内也出现了一批非常优秀的企业，如 WPP、奥美、蓝色光标等等。广告行业的发展某种程度上和区域的经济活跃和发展程度是密切相关的，海南省，作为全国最大的经济特区广告行业市场一直在高速蓬勃的发展中，由于海南省从前的经济支柱是地产业，所以海南广告市场也一直高度依赖海南房地产市场，可以说早期的海南房地产就是海南广告业的晴雨表，近几年随着海南省的不断发展，自贸港的建设、十二大产

业并肩发力，海南的经济也开始变得多元化起来，随之而来的就是广告业的蓬勃。省会海口在广告产业中的地位十分突出，经营主体占全省的 58%，经营额更是接近全省总规模的 90%。

海口之外，纵观全岛，经济与城市建设正蓬勃快速发展，也带来了广告设计岗位人才的需求。走近琼海进行调研，分散在琼海各处的村落与小镇从景观、建筑外表、街道规划设计大处着眼已形成一定的整体风格，但是能够帮助整体景区形成文化区域特色的店铺店招、店铺平面广告宣传、旅游景点宣传、街头广告类等配套的广告设计远远达不到相应的高度，询问当地的店主得知，相应的广告类配套设计由于村域范围太广，信息传达时效性较慢，当地没有专业的广告设计相关人员，导致相应设计很难更新一次。随着相应的全域旅游在海南岛的逐渐展开、做大做强和预期在各处形成独有的文化特色，能够及时的更新和配套的当地广告宣传制作应该会必不可少的一部分。因此能够适配相应的旅游广告设计的岗位需求应该也是发展前景良好的。

通过专业调研，岗位的大量需求还体现在除了专业的广告公司需求广告专业人才，还可以发现广告设计并没有局限在专业的设计公司，有需要对企业文化、企业产品推广宣传的部门都可以有设计岗位的存在，例如，我们对不同规模不同性质的企业调研显示，除了专业从事设计的海南各广告设计公司、学生工作的各设计岗位等进行调查研究，随着业务的增多，每年都在持续招收专业的广告设计人员，也调研了多处各行业的普通企事业单位，如海南美光旅业发展有限公司、易视腾科技股份有限公司、大润发、海南中视等大中小型企业也都有设计部门或设计岗位的存在，用于设计制作相应的自媒体推广、产品广告、促销海报、促销手册等等。

通过对上述公司的实地调查、咨询其人才需求与近期招聘计划、毕业生就业跟踪调查、辅以对主流招聘网站的数据调查，调查显示，一些广告公司、自媒体、平面设计公司需要熟练设计人才，热门岗位有广告设计师、助理设计师、AE 视频广告制作、平面设计师、网页设计师、电脑绘图操作员等。广告艺术设计专业的毕业生就业范围广、就业岗位多，除了一线城市的设计岗位需求多，随着经济发展和城镇化的进程，市县村也需要专业的广告设计人才，因此从就业层面考虑，广告艺术设计专业的学生毕业后就业成功率较高。

（三）职业岗位设置与岗位任职要求

序号	职业岗位设置	岗位任职要求
1	广告设计师 平面设计师	广告设计、平面设计广告策划、广告文案平面设计、广告设计标志设计、网页设计、设计策划

2	网页美工设计 期刊报纸美工	平面设计、美术编辑、视频编辑师完成宣传企划、宣传海报、网站设计等相关工作。
3	各企事业单位宣传设计岗位	设计岗位、企业 VI 识别设计配合宣传完成宣传海报、网站设计等相关工作。
4	自营设计工作室 自媒体运营	平面设计（海报、各种宣传册、展板、名片、招牌制作等） 参与自媒体运营团队或独立完成自媒体相关工作

三、专业发展现状调研

（一）区域内，专业布点情况

通过调研海南热带海洋学院、三亚学院、海口经济学院、海南职业技术学院、海南经贸职业技术学院等 5 个相关本专科学校开设专业的情况，发现同类设计专业名为视觉传达设计或艺术设计或艺术设计(广告设计方向)，开设相同专业的院校有海南软件职业技术学院，能提供的毕业生人数比远达不到市场岗位需求。

（二）区域内，专业招生与就业情况

从招生人数上看，艺术设计类招生情况比热门学科招生较少，主要原因在于设计属于特殊学科，在前几年的要求中需要艺考生才能报考，而海南本地市场对口考生相对较少；近几年改变了招生条件，普通文理艺都可以报考相应的设计专业，因此招生人数相对往年较多；从有相同专业的海南软件技术学院来说，广告设计专业一个年级能保证在两个班，还有合作办学的订单班与和中专学校联合的 3+2 办学模式。由此看来，广告设计专业的发展前景还是乐观的，办学模式也可以朝多样化模式发展。

从就业方面看，岗位的大量需求还体现在除了专业的广告公司需求广告专业人才，还可以发现广告设计并没有局限在专业的设计公司，有需要对企业文化、企业产品推广宣传的部门都可以有设计岗位的存在，基于海南国际旅游岛全岛环境，优化配置旅游岛文化环境氛围乃至海南岛全域旅游的发展走向，也都急需广告设计应用型人才。

四、专业教学改革建议

（一）专业教学存在的问题与不足

1. 师资队伍结构有待进一步优化

学术骨干数量不足,水平有待提高,全体教师的教研、科研能力有待加强;年轻教师居多,一些教师缺乏教学经验,还需要在教学实践中逐步锻炼。

在今后几年内将采取以下措施，加强教师队伍的建设工作：

- （1）加大引进力度,吸引省内外其它高校中高学历,高职称的优秀人才；
- （2）吸引社会上有丰富专业实践经验的专家和技术人员充实教师队伍；
- （3）通过组织教师参加学术活动,聘请专家等来校开设短期培训和专题讲座,拓宽教师视野；
- （4）通过理论实践教学一体化,选派教师到企业一线挂职锻炼,促进教师“双师型”素质的形成。

2. 加强专业与课程建设

专业建设带头人、课程建设负责人以及本专业的学术梯队的培养与建设仍需加强。尤其是队伍真正的双师型素质与能力，各主干课程缺乏足够的技术型人才与能工巧匠。

3. 努力深化教研、教学改革状况

教学研究与教学改革有待进一步深化，集体进行教学研讨风气不浓、高水平的教研项目不够、高质量的教学成果不多等状况有待改善。此外，探索与发展深层次的产学研合作教育模式，也是本专业发展中面对的一个难题。

在专业的建设思路，要加大专业带头人、课程建设负责人的培养与引进力度，使他们的高职教育理念、科研教研水平以及实践水平得以大幅度提高，培养出在本专业领域内较有影响的高水平带头人。

继续加强本专业实验、实训基地的建设，实践教学课程体系的开发与完善，针对毕业生跟踪调查反馈的结果，进一步改进并完善实践教学的软硬件平台建设。培养适应社会需求的技术、技能应用性人才。力争在较短时间，形成技术先进、与企业紧密联系、教学手段一流、职业特色鲜明的专业应用技术型人才培养基地。

（二）专业教学改革建议

- （1）在人才培养规格定位上以企业需求为基本依据，以就业为导向

将满足企业的工作需求作为课程开发的出发点，全力提高教育与培训的针对性和适应性。探索和建立根据企业用人“订单”进行教育与培训的机制。教育行政部门和职业学校要关注企业需求变化，根据企业用人需求，调整专业方向，确定培养培训规模，开发、设计实施性

教育与培训方案。相关行业、企业要深入地参与职业学校的教育与培训活动，要在确定市场需求、人才规格、知识技能结构、课程设置、教学内容和学习成果评估等方面发挥主导作用。

（2）在教学计划，课程内容体系上，以适应行业技术发展，体现教学内容的先进性和前瞻性为目的

要关注广告设计的最新发展，通过校企合作等形式，及时调整课程设置和教学内容，突出本专业领域的新知识、新技术、新流程和新方法，克服专业教学存在的内容陈旧、更新缓慢、片面强调学科体系完整、不能适应产业发展需要的弊端。要结合专业要求，在扎实掌握专业基本知识和基本技能的基础上，及时了解本专业领域的最新技术发展方向，实现专业教学基础性与先进性的统一。

（3）在教学方法上以学生为主体，体现教学组织的科学性和灵活性

要根据本市经济技术的发展情况，充分考虑学生的认知水平和已有知识、技能、经验与兴趣，为每一个学生提供适应劳动力市场需要和有职业发展前景的、模块化的学习资源。要力求在学习内容、教学组织、教学评价等方面给教师和学生提供选择和创新的空間，构建开放式的课程体系，适应学生个性化发展的需要。采用“模块加小项目”的课程组织模式，用本专业职业能力结构中通用部分构筑能力平台，用灵活的模块化课程结构和学分制管理制度满足学生的不同需要。技能型人才培养的课程和教学项目，不仅要适应职业学校的学历教育，而且要适应在职人员更新知识和技能培训的需要。

（4）加强广告设计专业师资培训

教育的希望在教师。广告艺术设计专业教学的希望也是在教师。教师不仅是教学工作的执行者，也是教学改革的参与者和推动者。因此，要推进广告艺术设计专业课程教学改革，不断提高教育教学质量，我们就需要有高素质的专业教师。对教师的培训情况是关系到当前课程改革成败的关键。

教师的培训要从两个方面入手。一是教育教学理念；二是专业知识和职业技能。这二者应该是密不可分的。我们应该以当前的课程改革推动专业教师的培训工作。以具体的教学活动为载体进行教育教学理念的转变，进行职业技能的提高。根据学习动机理论，当原有的知识和能力解决不了现在的问题时，学习就有了主动性和积极性，这时的学习最有效。因此，对广告设计专业专任教师的培训应该与他们具体的教学活动联系起来。

（三）专业教学改革的基本保障

（1）坚定的指导思想

树立科学的人才发展观，坚持以人为本的理念，以社会需求为导向，以职业岗位技能为中心，依托海南国际旅游岛建设需要培养人才。理论教学以“应用为目的，实用为主，够用为度”为原则，强化实践教学环节，注重培养学生的综合素质。

（2）清晰的改革思路

以就业为导向，以服务国际旅游岛建设为目标，以培养高素质的广告设计人才为中心。在教学过程中将始终注重学生就业能力的培养，在专业课的教学中加强对学生的基本功训练并建立相应的考核体系，将教学过程和就业结合起来，本专业把广告设计类课程作为核心课程，以平面广告设计为基础，以简单的影视动态广告、户外广告为辅的静、动态广告设计相应课程作为核心课程，培养能够在海南广告行业一线岗位工作，并能适配海南旅游为基础的海南景区旅游广告设计和以运营小型广告店铺和工作室为就业指导方向的专业技能学习作为重点技能培训方向。也符合现阶段国家重点关注的大学生创新创业项目，学生在三年的学习过程中以独立创业能力为学习考核、能力导向目标，用系统的、实践性强的专业技能课为学习重点，项目化案例引导学习过程，在完成系统化的学习后能够有能力创业、有能力在工作继续中可持续发展。

（3）人才培养的明确目标的确立

从市场调研结果分析来看，本专业就专业特点而言，社会需求量大，课程设置专业化强，本专业的专业目标是要将学生培养为具备相应的平面广告设计、影视广告设计能力的专业人才，并能扩展工作领域至网页设计、装帧设计、VI 设计等以及懂得一些商业营销策略的多技能型人才，要求学生具备一定的审美能力、创新能力、沟通能力，能够良好适应岗位需求。

（4）师资能力底蕴足

广告艺术设计专业教学团队目前拥有专兼职教师 5 名，学历高、企业经验丰富且任教多年，教学经验丰富。团队教师多次被评为教学标兵、教学新秀、骨干教师等荣誉，并在教师教学比赛中获一、二等奖数次。指导学生参加省级设计比赛获一、二、三等奖 30 余次，教师发表学术论文 20 余篇，编写教材 7 部。

本专业教师整体素质较高，能为人师表，教书育人，治学严谨，教学态度端正，方法运

用得当，教学过程规范，较好地保证了教学质量。

执笔人：刘梦溪

2023 年 4 月 23 日

海南****学院广告艺术设计专业核心课课程标准

一、课程基本信息

- (一) 课程名称：版式设计实训 52191401
- (二) 课程属性：B 类课程
- (三) 开课学期：第__1__学年，第__2__学期
- (四) 基准学时：__64__学时，计__4__学分

二、课程定位

《版式设计实训》是我院广告艺术设计专业的方向的职业技术必修课，对以后的平面设计专业课程有着广泛的应用作用。运用多种的编排形式和编排原理，将所表现内容有机地、合理地编排在画面中，力求传达信息准确、清晰，并具有很强的视觉感染力。

三、课程目标

(一) 能力目标

1. 了解版式设计的基本原理和使用法则，并将其灵活的应用的版式设计中
2. 掌握版式设计中文字的设计原则和使用技巧
3. 熟知色彩的特征以及在版式设计中的使用原则
4. 把握图形的表现方法和表现形式，以及版式设计中图形的布局安排
5. 熟知常用版式设计的类型，并能结合设计需要灵活的进行选择

(二) 知识目标

1. 掌握版式设计的基本法则
2. 掌握版式设计程序和创意方法
3. 掌握版式设计的应用范围
4. 掌握版式设计的形式美感法则

（三）态度目标

1. 良好的职业道德素养
2. 严谨的工作态度和一丝不苟的工作作风
3. 自觉学习和自我发展的能力
4. 归纳组织能力、创新能力和专业表达能力
5. 独立分析与解决具体问题的综合素质能力。

四、课程设计

（一）设计思路

本课程是一门将平面媒体基本元素进行合理地组织和排布、形成有效的阅读流程、达成信息传递作用的能力训练的课程，所以应该建立在元素造型训练、元素构成训练之上，介于基础课程与应用课程之间的重要桥梁。本课程从解释编排设计的本质出发，积极挖掘本课程的思想资源，带领学生欣赏国内优秀版式设计作品，讲授现代版式设计中对中国优秀传统文化的借鉴，讲授中式设计背后的中国传统美学精神、中国人的思维方式，讲授中国设计走向世界的故事等，把传统融入教学，在提高专业知识和技能的同时，学习其中蕴含的中国优秀传统文化，寓价值观引导于知识传授和能力培养之中，以美育人、以美化人，积极弘扬中华美育精神，引导学生自觉传承和弘扬中华优秀传统文化，建立正确的世界观、人生观、价值观。在此基础上，详细介绍编排设计训练的基础方法，非常重视版式设计的科学性、系统性、技巧性及实用性。同时，将理论与实践紧密结合，通过一系列的、大量的、有递进规律的版式训练面对广阔的具体训练内容，拓展学生的设计思路，培养其设计意识，养成多角度看待问题、多手段解决问题的方式，形成具有引导性的教学流程和模式。

（二）课时分配

序号	课程单元	学习任务	参考学时
1	版式设计概述	1.1 版式设计概念导入 1.2 中外版式设计发展简史 1.3 版式设计整体概念理解	6
2	文字与图版的编排设计	2.1 文字的编排设计 2.2 图形与字的编排设计	10
3	画册版式设计	3.1 画册版式设计构成要素 3.2 画册版式设计的基本技巧 3.3 画册版式设计的常见形式 3.4 画册版式设计的案例分析	18

4	商品广告版式设计	4.1 商品广告版式设计构成要素 4.2 商品广告版式设计的基本技巧 4.3 商品广告版式设计的常见形式 4.4 商品广告版式设计的案例分析	20
5	版式设计在平面设计中的应用	5.1 包装的编排设计 5.2 招贴广告的编排设计 5.3 报纸的版式设计 5.4 宣传样本的设计 5.5 书籍装帧设计 5.6 网页设计	10
...			

（三）课程单元描述

课程单元名称	版式设计概述	课时数	6
学习目标	通过理论传授引导学生自觉传承和弘扬中华优秀传统文化，建立正确的世界观、人生观、价值观。了解版式设计是一种重要的视觉表达语言，是视觉传达设计专业重要的基础课程。		
学习内容	1. 任务1 版式设计概念导入 （1）版式的应用范围与功能 （2）版式设计三大视觉要素 （3）版式设计的原则 2. 任务2 中外版式设计发展简史 （1）传统中国的版式设计 （2）古代欧洲的版式设计 （3）现代版面设计的源流与发展 3 任务3 版式设计整体概念理解 （1）整体性原则 （2）简洁性原则		
教学方法和建议	在教学中采用理论讲授法、启发引导法、案例分析法、，一定要能调动学生学习的主动性，让他们自己总结提高		
教学条件要求	综合机房		
学生已有基础	字体设计、Photoshop 软件基础		
教师执教能力要求	对版式设计的前世今生了解得非常透彻，对中国优秀传统文化的有自己的见解，了解中式设计背后的中国传统美学精神、中国人的思维方式。		

课程单元名称	文字与图版的编排设计	课时数	10
学习目标	<p>提高专业知识和技能的同时，学习其中蕴含的中国优秀传统文化，价值观引导于知识传授和能力培养之中，以美育人、以美化人，积极弘扬中华美育精神。了解文字、图形在编排过程中的具体表现，认识不同的编排方式对版面产生的不同视觉效果。掌握文字群体的编排；图片与图形的编排及文字与图形结合的编排形式。</p>		
学习内容	<p>1. 任务1 文字的编排设计 (1) 文字群体基本特性 字体（字型） 字号、变形 字距、行距 标题字编排的基本形式 (2) 正文文字编排的基本形式 左右均齐的编排 齐左（右）的编排 文字居中对齐编排 文字绕图编排 阶段性小结与讲评 2. 任务2 图形与文字的编排设计 (1) 图形与文字编排的对比关系 a、大与小的对比 b、明暗的对比 c、曲与直的对比 d、动与静的对比 e、疏与密的对比 (2) 图形与文字编排的基本形式 a、上下分割 b、左右分割 c、线性编排 d、重复编排 e、以中心为重点的编排 (3) 展开页的整体设计 a、展开页的整体设计建立在编排元素的协调上 b、展开页的整体设计建立在同一视觉元素的识别上 c、产品宣传页广告设计</p>		
教学方法和建议	<p>在教学中采用理论讲授法、启发引导法、案例分析法、，一定要能调动学生学习的主动性，让他们自己总结提高</p>		
教学条件要求	综合机房		
学生已有基础	字体设计、Photoshop 软件基础		
教师执教能力要求	<p>对版式编排的规律和原则了解得非常透彻，能够对学生的想法及时做出评价并善于引导</p>		
课程单元名称	画册版式设计	课时数	18
学习目标	<p>通过学习，了解画册版式设计在编排过程中的具体表现，认识不同的编排方式对版面产生的不同视觉效果。掌握画册版式设计的基本技巧和常见形式，通过案例分析使学生内化理论知识得以实践。</p>		

学习内容	1. 任务1 画册版式设计的构成要素 (1) 画册版式设计要素之文字与图形 (2) 画册版式设计要素之色彩 2. 任务2 画册版式设计的基本技巧 3. 任务3 画册版式设计的常见形式 (1) 文字的常见形式 (2) 图形与文字常见的编排类型 4. 任务4 画册版式设计的案例分析		
教学方法和建议	在教学中采用理论讲授法、启发引导法、案例分析法、，一定要能调动学生学习的主动性，让他们自己总结提高		
教学条件要求	综合机房		
学生已有基础	字体设计、Photoshop 软件基础		
教师执教能力要求	对画册版式编排的规律和原则了解得非常透彻，能够对学生的想法及时做出评价并善于引导		
课程单元名称	商品广告版式设计	课时数	20
学习目标	学习和创作廉政文化海报，帮助学生掌握相关设计专业知识，还帮助他们塑造品格，提升审美素养、陶冶情操、温润心灵、激发创造创新活力，成为德智体美劳全面发展的社会主义建设者和接班人。		
学习内容	1. 任务1 商品广告版式设计的构成要素 (1) 海报版式设计要素之文字与图形 (2) 海报版式设计要素之色彩 2. 任务2 商品广告版式设计的基本技巧 3. 任务3 商品广告版式设计的常见形式 (1) 文字的常见形式 (2) 图形与文字常见的编排类型 4. 任务4 商品广告版式设计的案例分析		
教学方法和建议	在教学中采用理论讲授法、启发引导法、案例分析法、，一定要能调动学生学习的主动性，让他们自己总结提高		
教学条件要求	综合机房		
学生已有基础	字体设计、Photoshop 软件基础		
教师执教能力要求	对商品广告版式编排的规律和原则了解得非常透彻，能够对学生的想法及时做出评价并善于引导		
课程单元名称	版式设计在平面设计中的应用	课时数	10
学习目标	通过学习，使学生了解版式设计在各类平面广告中的作用与特性，将字体设计课程和专业课程进一步结合，以便为以后的专业课学习做铺垫		
学习内容	1. 任务1 版式设计在标志中的应用 2. 任务2 版式设计在书籍中的应用 3. 任务3 版式设计在包装中的应用		

	4. 任务4 版式设计在海报中的应用 5. 任务5 版式设计在网页中的应用
教学方法和建议	在教学中采用理论讲授法、启发引导法、案例分析法、，一定要能调动学生学习的主动性，让他们自己总结提高
教学条件要求	综合机房
学生已有基础	Photoshop 软件基础
教师执教能力要求	对版式设计在平面设计中各个领域的应用了解得非常透彻，能够对学生的想法及时做出评价并善于引导

五、 课程考核

该课程的考核以实际操作为主，即学即练，每次练习都给予记分，成绩积累，综合评价。

评价项目	到课率	作业完成情况	期末考试
权重	10%	40%	50%

六、教材及其它教学资源

（一）使用教材

《版式设计制作》 曾沁岚 广东轻工职业技术学院

（二）参考书

《版式设计》倪伟等编著 上海人民美术出版社

《版式设计基础研究》陈世和编著 辽宁美术出版社

（三）其它教学资源

1. 利用现代信息技术开发多媒体课件，使学生的主动性、积极性和创造性得以充分调动。
2. 通过线上线下混合式教学平台，为学生提供自学、复习的便利环境。
3. 积极利用电子期刊、数字图书馆、各大网站等网络资源，使教学内容从单一化向多元化转变，使学生知识和能力的拓展成为可能。

七、编制说明

编制人：梅雅雯

编制单位：建筑工程学院

编制日期：2023 年 4 月 18 日

教学单位负责人：王菲

海南****学院广告艺术设计专业核心课课程标准

一、课程基本信息

（一）课程名称：品牌形象设计 52191402

（二）课程属性：B 类课程

（三）开课学期：第__2__学年，第__2__学期

（四）基准学时：__64__学时，计__4__学分

二、课程定位

本课程是高职院校广告艺术设计专业的专业核心课程，属于“岗课赛证”融合型实践课程。该课程以品牌形象设计的全流程为导向，聚焦品牌策划、视觉系统设计与数字化传播三大核心能力，通过“理论+案例+项目”的教学模式，培养学生从市场分析到设计落地的综合职业素养。

本课程在专业课程体系中承担“承上启下”的关键作用，第3学期开设，其先修课程有《平面构成》《图形创意》等基础课程，为本课程提供造型、色彩与软件操作基础；后续为《广告综合实训》《包装设计》等课程提供品牌系统化设计思维支撑，助力学生完成复杂设计任务。

三、课程目标

（一）能力目标

1. 能独立完成品牌定位分析、视觉提案及 VI 手册设计；
2. 熟练运用设计软件（AI/PS/CDR）制作品牌视觉元素；
3. 具备品牌形象推广方案策划能力，适应线上线下传播需求。

（二）知识目标

1. 掌握品牌形象设计的基本概念、流程及核心要素（品牌定位、VI 系统、品牌传播等）；
2. 理解品牌策略与市场调研方法，能分析品牌受众与竞品；
3. 熟悉品牌视觉识别系统（VI）的设计规范及延展应用。

（三）素质目标

1. 培养市场洞察力与用户思维；
2. 强化团队协作与沟通能力；
3. 提升职业素养（版权意识、提案表达能力）。

四、课程设计

（一）设计思路

本课程围绕品牌形象设计师岗位工作流程中需要掌握的主要技能，重构课程内容，形成4个教学模块。分别是品牌基础理论，视觉识别设计，品牌传播推广，项目综合实训。在教学实践方面，引入校企合作真实项目，从市场调研到前期定位，从创意构思到设计表现，从多元转化到应用推广，对照行业岗位要求，提高学生综合运用能力，加强人际沟通能力，实现高水准产出。教学突出对学生职业能力的训练及职业素质的培养。以求真正做到以学生为主体、职业活动为导向、项目为载体、任务训练为手段的培养形式，同时将大广赛，技能大赛标准引入教学，把“1+X 品牌包装设计职业技能等级证书”考试技能作为指引，实现岗课赛证通融，成为融知识、理论、实践为一体化的教学模式。

（二）课时分配

序号	课程单元	学习任务	参考学时
1	品牌基础理论	1.1 品牌及品牌形象 1.2 CIS 设计概述 (MI/BI/CI)	6
2	品牌视觉识别设计	2.1 视觉识别定义 2.2 基础系统设计 2.3 应用系统设计	30
3	品牌传播与推广	3.1 广告宣传推广 3.2 环境与陈设推广 3.3 产品包装推广 3.4 产品包装推广	12
4	综合项目实训 (品牌设计助力乡村振兴)	4.1 红丰村品牌调研 4.2 红丰村基础系统设计 4.3 红丰村应用系统设计 4.4 红丰村项目验收	16

（三）课程单元描述

课程单元名称	品牌基础理论	课时数	6
学习目标	通过本模块学习，学生将理解品牌与商标的本质区别，掌握CIS系统（理念识别、行为识别、视觉识别）的构成要素；能够运用问卷调研、竞品分析等工具完成品牌诊断报告，并运用SWOT分析法提炼品牌核心价值；最终能够撰写专业的		

	品牌定位陈述书，为后续视觉设计奠定策略基础。
学习内容	任务 1：品牌基础理论 1. 品牌 vs 商标的区别 2. 品牌资产金字塔模型 任务 2：CIS 设计概述 1. MI 理念识别设计方法 2. VI 视觉识别系统层级 任务 3：市场调研实践 1. 设计调研问卷（含线上工具使用） 2. 用户画像制作（Persona 模板）
教学方法和建议	在教学中采用理论讲授法、启发引导法、案例分析法。
教学条件要求	综合机房
学生已有基础	Photoshop 软件基础
教师执教能力要求	需积累企业真实项目资源，熟悉行业标准文档格式，需同时具备市场营销（STP 理论/4P 分析）与设计学双重知识体系。

课程单元名称	品牌视觉识别设计	课时数	30
学习目标	通过本模块的学习，学生将掌握标志、色彩、字体等品牌核心视觉元素的设计规范与创意方法，能够独立完成符合行业标准的 VI 基础系统设计，培养严谨的标准化设计思维与视觉表达能力。熟练运用品牌视觉元素进行多场景延展设计（办公、宣传、导视、包装等），掌握印刷工艺与物料制作规范，具备商业项目落地的实战能力与成本控制意识。		
学习内容	任务 1 视觉识别定义 任务 2 基础系统设计 1. 标志设计 2. 标准字体 3. 标准色 4. 辅助图形 任务 3 应用系统设计		
教学方法和建议	在教学中采用理论讲授法、启发引导法、案例分析法。		
教学条件要求	综合机房		
学生已有基础	Photoshop 软件基础		

教师执教能力要求	精通色彩理论、版式设计、字体设计等核心原理，熟悉行业规范，熟练使用 Adobe 系列工具（Photoshop、Illustrator、InDesign）。
----------	---

课程单元名称	品牌传播与推广	课时数	12
学习目标	通过本模块学习，学生将掌握从静态设计到动态传播的全链路技能，并能根据品牌需求灵活适配多场景应用。		
学习内容	任务 1 广告宣传推广 任务 2 环境与陈设推广 任务 3 产品包装推广 任务 4 视频类推广		
教学方法和建议	在教学中采用理论讲授法、启发引导法、案例分析法、，一定要能调动学生学习的主动性，让他们自己总结提高		
教学条件要求	综合机房		
学生已有基础	Photoshop 软件基础		
教师执教能力要求	对工匠精神背后的历史及其蕴含的传统文化有一定的积累和研究，有深厚的专业知识与技能功底。		

课程单元名称	综合项目实训（品牌设计助力乡村振兴）	课时数	16
学习目标	通过学习，学生能够了掌握汉字造型中的字形构成，偏旁构成和结构构成的特点，培养学生对汉字的分析能力和造型能力。 通过学习，学生能够了解拉丁文字、数字的设计规律，使他们掌握汉字、中英文以及数字之间的合理搭配组合原理。		
学习内容	任务 1 红丰村品牌调研 任务 2 红丰村基础系统设计 任务 3 红丰村应用系统设计 任务 4 红丰村项目验收		
教学方法和建议	在教学中采用理论讲授法、启发引导法、案例分析法、，一定要能调动学生学习的主动性，让学生自己总结提高		
教学条件要求	综合机房		
学生已有基础	Photoshop 软件基础		
教师执教能力要求	对字体设计的笔画结构非常了解，能够对学生的想法及时做出评价并善于引导。		

五、课程考核

1. 考核形式

课程采用“过程性评价+结果性评价+增值性评价”对学生进行全过程追踪。构建了学生、教师、企业导师、网络公众等多元主体，知识，技能，创意，素养四个维度，教学过程、设计成果、课后拓展全方位实施的评价体系。

2. 考核评价表

表 4 过程性考核评价量化表

评价项目	评价标准	评价方式
职业素养（30 分）	工作态度： 能严格遵守考勤制度，没有迟到、早退、旷课现象 规范操作： 能按照行业标准开展设计工作，进行资料分类、整理、归档工作 沟通意识： 能与委托方/企业设计师/教师进行沟通，细心细致的调整、优化作品 责任意识： 能认真、严肃、细致的完成小组工作 安全意识： 能遵循 6S 素养，安全用电，规范摆放工具，整理场地	1. 课中过程观测； 2. 学习通平台阶段测试。
关键能力（30 分）	自学能力： 能独立观看微课、查阅资料 创意思维： 能根据任务要求，参与创意构思，提出可行性创意点，撰写创意提纲 信息技术： 能使用 OFFICE 等工具整合资源，获取信息资源，规范填写工作记录等表格 沟通能力： 能积极参与参与发言，准确表达标志设计意图 审美能力： 有较高的观察力和鉴赏能力，欣赏美、表达美	
专业能力（40 分）	矢量绘图： 能用 AI、PS 软件进行矢量辅助图形绘制 创意构思： 能提出可行性的创意构思 色彩搭配： 能完成设计作品的色彩搭配	

表 5 结果性考核评价量化表

	评价标准	分值	评价方式
作品 评价 100 分	1. 切题性：与设计主题要求相契合	25 分	学 习 通 平 台 开 展 评 价， 记 录 评 价 数 据
	2. 原创性：概念独特，创意新颖	15 分	
	3. 易用性：满足各类传播媒体的应用及制作	10 分	
	4. 适配性：设计适配乡村场景	15 分	
	5. 延展性：能够满足系统性延展	15 分	
	6. 规范性：画面比例尺寸规范，制图规范，制图规范，色彩模式准确，格式准确	20 分	

3. 最终成绩构成

学生最终成绩=过程性评价 60%+结果性评价 30%+增值性评价 10%，总赋值 100 分。

六、教材及其它教学资源

（一）使用教材

《CIS 企业形象设计实务》，中国工信出版社，周登杰编著，2020 年 1 月出版，“十四五”职业教育国家规划教材。

（二）参考书

《品牌形象设计实战手册》，高职高专艺术类规划教材。

（三）其它教学资源

1. 利用现代信息技术开发多媒体课件，使学生的主动性、积极性和创造性得以充分调动。
2. 通过线上线下混合式教学平台，为学生提供自学、复习的便利环境。
3. 积极利用电子期刊、数字图书馆、各大网站等网络资源，使教学内容从单一化向多元化转变，使学生知识和能力的拓展成为可能。

七、编制说明

编制人：梅雅雯

编制单位：建筑工程学院

编制日期：2023 年 4 月 28 日

海南****学院广告艺术设计专业核心课课程标准

一、课程基本信息

（一）课程名称：平面广告设计 52191403

（二）课程属性：B 类课程

（三）开课学期：第 2 学年，第 1 学期

（四）基准学时： 64 学时，计 4 学分

二、课程定位

《平面广告设计》是广告艺术设计专业的核心课程。从广告设计制作的基本概念与广告设计基础知识开始，掌握广告设计基础知识的基本操作方法，分别从概念、创意、视觉、媒体四个方面来深入了解广告设计。本课程开课时间为大二年级第 2 学期，前续课程有《电脑软件辅助设计》、《图形创意》、《字体设计》《版式设计》等基础和核心课程，后续课程主要有广告实训等实训课程，是一门融合课程体系知识点，串联所学设计知识并能应对毕业后岗位所需专业能力的重要课程，承上启下，是毕业前的最后一门重要核心课程。通过本课程的讲解，使学生能把前面所学知识查漏补缺，并通过大量的实训练习加以提高，学生在本门课程中能使自己的设计能力得到大量的提升。在学习过程中，教师在设计选题上应注重于选择爱国爱党环保以及各种公益题材的设计主题为实训选题，通过对相关设计选题引导学生思考，树立学生正确的三观以及爱国情怀。

三、课程目标

（一）能力目标

- 1.掌握平面广告设计能力
- 2.掌握平面广告整体策划能力
- 3.掌握广告文案的表达能力
- 4.掌握广告市场、广告媒体的分析能力

（二）知识目标

- 1.了解平面广告设计的概念与意义；
- 2.了解平面广告设计的种类；
- 3.了解平面广告设计的工作流程
- 4.掌握平面广告设计视觉元素
- 5.掌握平面广告设计与广告媒体
- 6.掌握平面广告与广告策划

（三）态度目标

- 1.专业负责，对工作细心，能主动完成工作任务
- 2.积极好学，能阅读资料和利用资料提升自己
- 3.拥有较好的设计洞察力和较好的时代进步感以及优秀的审美能力
- 4.团队合作适配性强，能积极参与团队合作并配合完成自己的工作任务

四、课程设计

（一）设计思路

本课程以平面广告设计知识点为基础，强调广告定位、创意与视觉导向功能，在课程过程中要加强学生的全面修养，吸收如经济学、社会学、市场学、传播学、心理学、理论学等与广告设计课程关系密切的其它相关学科的知识。教学过程中既要求学生注重广告对消费者的引导，又要求学生要根据广告分类的不同选择适合的艺术表现形式来传达广告内容。把握时代精神，引导学生明白从事专业能对社会与国家的贡献，提升学生的专业性与专业自豪感，从中外优秀平面广告案例和本土民族文化中吸取设计营养，发挥最大的创造力来学习和尝试平面广告设计。

（二）课时分配

序号	课程单元	学习任务	参考学时
1	绪论	1.1 平面广告的概念与分类 1.2 平面广告的历史沿革	2
2	平面广告设计实务与程序	2.1 平面广告的调研与策划 2.2 平面广告的创意与表现	12

		2.2.1 广告创意概念 2.2.2 好创意评价指南 2.2.3 创意生成源头——调研 2.2.4 创意简报 2.2.5 创意思维程序 2.2.6 两大主流创意思维方法 2.2.7 创意思维的几点要诀 2.3 平面广告的制作与发布	
3	报纸广告设计	3.1 报纸广告的媒介特性 3.2 报纸广告设计实务	12
4	杂志广告设计	4.1 杂志广告的媒介特性 4.2 杂志广告设计实务	6
5	户外广告设计	5 户外广告的类型与特点	6
6	招贴广告设计	6.1 招贴概述 6.2 招贴广告的媒介特性 6.3 招贴广告的功能与设计原则	12
7	POP 广告设计	7.1 POP 广告的概念与分类 7.2 POP 广告的功能与设计原则	2
8	8DM 广告设计	8.1 DM 广告的概念与分类 8.2 DM 广告的设计实务	12

（三）课程单元描述

课程单元 1

课程单元名称	第一章 绪论	课时数	2
学习目标	通过学习，学生能够 1. 了解什么是广告设计，掌握广告设计的优势、功能 2. 了解广告设计的类别与发展历史，从历史中走近广告 3. 了解广告设计未来的发展方向与就业前景		
学习内容	第一节 平面广告的概念与分类 一、什么是广告设计 二、广告设计的功能——告知、说服、激发欲望 三、平面广告的类别（商业广告、公益广告等）		

	<p>四、广告之艺术</p> <p>第二节 平面广告的历史沿革</p> <p>一、现代广告的发展历史</p> <p>二、现代广告设计的发展趋势……</p>
教学方法和建议	在教学中采用理论讲授法结合多媒体演示法、启发引导法、案例分析法，调动学生学习的主动性。
教学条件要求	计算机教室
学生已有基础	字体设计、版式设计、软件操作等
教师执教能力要求	熟悉市场所需专业人才岗位能力、讲解设计理论通俗易懂、对专业脉络整体把握清晰、有企业工作经验

课程单元 2

课程单元名称	第二章 平面广告设计实务与程序	课时数	12
学习目标	<p>通过学习，学生能够</p> <p>1. 了解什么是广告设计策略以及广告策略的方法</p> <p>2. 了解广告创意、创意的生成方法、创意思维方法</p>		
学习内容	<p>第一节 平面广告的调研与策划</p> <p>一、关于广告策略</p> <p>二、关于广告策略创意——大创意</p> <p>三、广告策略构架</p> <p>四、策略创意准备</p> <p>五、广告主要策略手法</p> <p>第二节 平面广告的创意与表现</p> <p>一、广告创意概念</p> <p>二、好创意评价指南</p> <p>三、创意生成源头——调研</p> <p>四、创意简报</p> <p>五、创意思维程序</p> <p>六、两大主流创意思维方法</p> <p>七、创意思维的几点要诀</p> <p>第三节 创意技巧</p> <p>一、创意概念的挖掘</p> <p>二、广告创意精髓——以情制胜</p>		

	三、一些成功的广告创意技法
教学方法和建议	在教学中采用理论讲授法结合多媒体演示法、启发引导法、案例分析法，调动学生学习的主动性。
教学条件要求	计算机教室
学生已有基础	字体设计、版式设计、软件操作等
教师执教能力要求	熟悉市场所需专业人才岗位能力、讲解设计理论通俗易懂、对专业脉络整体把握清晰、有企业工作经验

课程单元 3

课程单元名称	第三章 报纸广告设计	课时数	12
学习目标	通过学习，学生能够 1. 了解报纸广告的媒介特性设计标准 2. 从广告设计基本设计元素入手分析报纸广告设计方法 3. 掌握广告设计版面要素 4. 了解广告设计常用的报纸广告媒体的优劣并进行分项设计		
学习内容	第一节 报纸广告的媒介特性 第二节 报纸广告设计的图、文、色 一、图 二、文字 三、色彩		
教学方法和建议	在教学中采用理论讲授法结合多媒体演示法、启发引导法、案例分析法，调动学生学习的主动性。		
教学条件要求	计算机教室		
学生已有基础	字体设计、版式设计、软件操作等		
教师执教能力要求	熟悉市场所需专业人才岗位能力、讲解设计理论通俗易懂、对专业脉络整体把握清晰、有企业工作经验		

课程单元 4

课程单元名称	第四章 杂志广告设计	课时数	6
学习目标	通过学习，学生能够 1. 了解杂志广告设计的媒介特性设计标准 2. 从广告设计基本设计元素入手分析杂志广告设计方法 3. 掌握杂志广告设计版面要素		

	4. 了解广告设计常用的杂志广告媒体的优劣并进行分项设计
学习内容	第一节 杂志广告设计的媒介特性 第二节 杂志广告设计的图、文、色 一、图 二、文字 三、色彩
教学方法和建议	在教学中采用理论讲授法结合多媒体演示法、启发引导法、案例分析法，调动学生学习的主动性。
教学条件要求	计算机教室
学生已有基础	字体设计、版式设计、软件操作等
教师执教能力要求	熟悉市场所需专业人才岗位能力、讲解设计理论通俗易懂、对专业脉络整体把握清晰、有企业工作经验

课程单元 5

课程单元名称	第五章 户外广告设计	课时数	6
学习目标	通过学习，学生能够 1. 了解户外广告设计的媒介特性设计标准 2. 从广告设计基本设计元素入手分析户外广告设计方法 3. 掌握户外广告设计版面要素		
学习内容	了解广告设计常用的户外广告媒体的优劣并进行分项设计 第一节 户外广告设计的媒介特性 第二节 户外广告设计的图、文、色 一、图 二、文字 三、色彩		
教学方法和建议	在教学中采用理论讲授法结合多媒体演示法、启发引导法、案例分析法，调动学生学习的主动性。		
教学条件要求	计算机教室		
学生已有基础	字体设计、版式设计、软件操作等		
教师执教能力要求	熟悉市场所需专业人才岗位能力、讲解设计理论通俗易懂、对专业脉络整体把握清晰、有企业工作经验		

课程单元 6

课程单元名称	第六章 招贴广告设计	课时数	12
学习目标	通过学习，学生能够 1. 了解招贴广告设计的媒介特性设计标准 2. 从广告设计基本设计元素入手分析招贴广告设计方法 3. 掌握招贴广告设计版面要素		
学习内容	了解广告设计常用的招贴广告的优劣并进行分项设计 第一节 招贴广告设计的媒介特性 第二节 招贴广告设计的图、文、色 一、图 二、文字 三、色彩		
教学方法和建议	在教学中采用理论讲授法结合多媒体演示法、启发引导法、案例分析法，调动学生学习的主动性。		
教学条件要求	计算机教室		
学生已有基础	字体设计、版式设计、软件操作等		
教师执教能力要求	熟悉市场所需专业人才岗位能力、讲解设计理论通俗易懂、对专业脉络整体把握清晰、有企业工作经验		

课程单元 7

课程单元名称	第七章 POP 广告设计	课时数	2
学习目标	通过学习，学生能够 1. 了解 POP 广告设计的媒介特性设计标准 2. 从广告设计基本设计元素入手分析 POP 广告设计方法 3. 掌握 POP 广告设计版面要素 4. 了解广告设计常用的 POP 广告的优劣并进行分项设计		
学习内容	第一节 POP 广告设计的媒介特性 第二节 POP 广告设计的图、文、色 一、图 二、文字 三、色彩		
教学方法和建议	在教学中采用理论讲授法结合多媒体演示法、启发引导法、案例分析法，调动学生学习的主动性。		
教学条件要求	计算机教室		

学生已有基础	字体设计、版式设计、软件操作等
教师执教能力要求	熟悉市场所需专业人才岗位能力、讲解设计理论通俗易懂、对专业脉络整体把握清晰、有企业工作经验

课程单元 8

课程单元名称	第八章 DM 广告设计	课时数	12
学习目标	通过学习，学生能够 1. 了解 DM 广告设计的媒介特性设计标准 2. 从广告设计基本设计元素入手分析 DM 广告设计方法 3. 掌握 DM 广告设计版面要素 4. 了解广告设计常用的 DM 广告的优劣并进行分项设计		
学习内容	第一节 DM 广告设计的媒介特性 第二节 DM 广告设计的图、文、色 一、图 二、文字 三、色彩		
教学方法和建议	在教学中采用理论讲授法结合多媒体演示法、启发引导法、案例分析法，调动学生学习的主动性。		
教学条件要求	计算机教室		
学生已有基础	字体设计、版式设计、软件操作等		
教师执教能力要求	熟悉市场所需专业人才岗位能力、讲解设计理论通俗易懂、对专业脉络整体把握清晰、有企业工作经验		

五、课程考核

本课程为考试课，以百分制计分，对学生应掌握的核心知识和核心技能进行评价，突出实践能力的考核。

1.课堂纪律表现情况（10%）

2.三个单项项目，包括（60%）

（1）对平面广告基本理论知识的掌握情况

（2）专题训练项目的完成情况

(3) 平面广告表现技能的掌握情况

3. 期末项目 (30%)

考核类型	成绩	权重	课程总评成绩
过程化项目考核	100	0.6	过程化项目考核成绩×60%+课堂纪律表现成绩×10%+期末考核成绩×30%
课堂纪律表现	100	0.1	
期末考核	100	0.3	

六、教材及其它教学资源

(一) 使用教材

《平面广告设计与制作》 张照雨著 化学工业出版社

(二) 参考书

《平面广告设计》 徐阳 刘瑛著 上海人民美术出版社

(三) 其它教学资源

(1) 利用现代信息技术开发多媒体课件, 使学生的主动性、积极性和创造性得以充分调动。

(2) 开通网上教学平台, 为学生提供自学、复习的便利环境。

(3) 搭建产学合作平台, 充分利用校外实训基地资源, 满足学生参观、实训和毕业实习的需要, 并在合作中关注学生职业能力的发展和教学内容的调整。

(4) 积极利用电子期刊、数字图书馆、各大网站等网络资源, 使教学内容从单一化向多元化转变, 使学生知识和能力的拓展成为可能。

七、编制说明

编制人: 刘梦溪

编制单位: 建筑工程学院

编制日期: 2023 年 4 月 22 日

教学单位负责人：王菲

海南****学院广告艺术设计专业核心课课程标准

一、课程基本信息

(一) 课程名称：广告策划与文案 52191404

(二) 课程属性：B 类课程

(三) 开课学期：第 2 学年，第 1 学期

(四) 基准学时：48 学时，计 3 学分

二、课程定位

《广告策划与文案》是广告艺术设计专业的一门专业核心课，本课程具有宽广的知识内容、较强的人文性和实践性，是一门综合性很强的学科。本课程的教学目的是通过基本理论的阐述和典型范例的分析，使学生理解广告文案基本观念、掌握广告文案的写作要求与方法，初步具备广告文案写作能力和本专业领域内基本分析、判断能力。本课程开课时间为：第 2 学年第 3 学期。前期课程：《电脑软件辅助设计》、《字体设计》、《版式设计》等。后续课程：《平面广告设计》、《广告设计实训》、《网页美工》等。广告文案写作是一个创意实现的过程，在这个过程中，广告文案人员要在广告文案写作的特殊原则、特殊条件下，对广告创意策略和表现策略进行语言文字的表现。这个表现，是与其它制作和表现者一起，形成一个完整、有效的广告作品。这个广告作品，是直接目标受众产生沟通的中介。因此，广告文案写作过程是一个发展创意、表达创意的过程，是一个运用语言文字与目标受众沟通的过程。

三、课程目标

(一) 能力目标

1. 能撰写不同类型的广告作品文案，熟练掌握广告文案的写作规律和写作技巧。
2. 不同媒体广告文案的写作，不同信息主体广告文案的写作，不同行业的广告文案写作，软文及系列广告文案的写作。

(二) 知识目标

1. 通过学生对本课程的学习，全面掌握广告文案写作的基本概念、原理、方法和技巧以及不同媒体类别、商品类别和行业类别广告文案的写作技巧和方法，构建起广告文案写作的理论与方法框架。

2. 了解广告文案写作的基本理论，理解广告文案的概念、掌握广告文案的写作要求与写作方法，初步具备广告文案写作能力和本专业领域内基本分析、判断能力。

（三）态度目标

1. 灵活运用所掌握的基本功进行广告策划创意、设计、制作。具有较强的解决实际问题的能力。

2. 具有自学与获取信息的能力；具有欣赏与鉴别能力、组织管理能力、开拓创新能力；具备沟通与团队协作的可持续发展能力。

四、课程设计

（一）设计思路

本课程要求学生具备较完善的面向广告市场的设计思想，要求学生通过撰写一系列的媒体广告文案作品，实现广告公司工作流程中的创作能力，具备文案的创意策划能力，报纸、杂志、广播、电视、网络五大媒介以及海报招贴、路牌灯箱等广告文案的创意表现能力，因此课程学习难度较大。本课程采用“项目驱动，师徒制教学，一体化课堂”的教学模式开展教学。整个课程由一个完整的市场实战项目驱动，教学中以学生为中心，教师全程负责讲授知识、答疑解惑、指导项目设计，充分调动师生双方的积极性，实现教学目标。在教学过程中引导学生树立正确的价值观，结合广告法，做到杜绝虚假广告文案的创作与制作。在掌握专业技能的同时，立德树人，将知识传授、价值塑造和能力培养的多元统一化。

（二）课时分配

序号	课程单元	学习任务	参考学时
1	什么是广告文案	1.1 广告文案的界定：广义与狭义 1.2 从广告策划到创意策略 1.2 从创意策略到广告文案	2
2	广告策划与广告方案（上）	2.1 广告策划中的产品分析和广告文案 2.2 广告策划中的市场分析和广告文案	4

		2.3 广告策划中的竞争分析和广告文案 2.4 广告策划中的消费者分析和广告文案	
3	广告策划与广告文案（下）	3.1 对人类需要和欲求的诉求与广告文案 3.2 诉求方式与广告文案 3.3 表现形式与广告文案 3.4 情感型广告何时更有效	2
4	印刷广告文案创作	4.1 印刷媒体与印刷广告 4.2 大标题和副标题创作 4.3 正文创作与附文创作 4.4 文字部分与视觉部分的协调	4
5	电视广告文案创作	5.1 电视与电视广告 5.2 电视广告文案创作 5.3 几种基本类型的电视广告文案创作	4
6	广播广告文案创作	6.1 广播与广播广告 6.2 广播广告文案的创作 6.3 几种基本类型的广播广告文案创作	2
7	户外广告文案创作	7.1 户外媒体与户外广告特点 7.2 户外广告文案创作 7.3 交通广告	3
8	互联网广告文案创作	8.1 互联网媒体与互联网广告特点 8.2 互联网广告文案创作	3
9	售点广告文案创作	9.1 售点广告 9.2 售点广告文案创作	3
10	媒体创意时代的广告文案创作	10.1 媒体创意时代对文案创作的挑战 10.2 媒体创意与广告文案创作	3
11	几种专门广告的文案创作	11.1 几种专门的广告形式 11.2 公益广告文案创作 11.3 公共关系广告文案创作	4
12	广告文案的语言艺术	12.1 广告文案与修辞 12.2 视觉语言艺术	2
13	广告文案与广告提案	13.1 什么是广告议案 13.2 广告提案中经常出现的问题 13.3 广告提案技巧	4

		13.4 广告提案书的制作和使用的设备工具	
14	广告文案测试	14.1 进行广告文案测试要考虑的基本问题 14.2 广告文案测试的主要方法	2
15	广告文案创作与社会	15.1 广告文案的真实性与欺骗性 15.2 广告文案与潜意识操纵 15.3 广告文案中的程式化问题 15.4 广告文案的品位与格调 15.5 广告文案对价值观的影响 15.6 广告文案与其他敏感问题	4
16	广告文案创作者	16.1 广告文案创作者的职业角色 16.2 广告文案创作者的职业素养	2

（三）课程单元描述

课程单元名称	第一章什么是广告文案	课时数	2
学习目标	1. 了解广告文案基本观念和相关问题 2. 掌握广告文案的概念 3. 理解广告文案的本质特征		
学习内容	广告文案的界定： 一、狭义的广告文案定义 二、广义的广告文案定义 三、广告文案的功能 第二节从广告策划到创意策略 一、广告文案创作者应了解制定广告策略的过程 二、广告文案创作应充分理解广告策略的具体内容 第三节从创意策略到广告文案 一、广告创意策略的形成是一个动态发展过程 二、广告文案创作者在广告创意前的基本思考 三、创意指导性清单与广告文案创作		
教学方法和建议	在教学中采用理论讲授法、启发引导法、案例分析法、，一定要能调动学生学习的主动性，让学生自己总结提高。		
教学条件要求	多媒体网络教室		

学生已有基础	广告学基础
教师执教能力要求	对广告文案的理论知识了解得非常透彻，能够对学生的想法及时做出评价并善于引导学生。

课程单元名称	第二章广告策划与广告方案（上）	课时数	4
学习目标	1. 理解广告策略是文案写作的重要前提 2. 了解营销策略、品牌策略、广告策略、文案策略 3. 掌握一般格式		
学习内容	第一节广告策划中的产品分析和广告文案 一、产品或服务满足何种需求与欲求 二、消费者对产品或服务是否满意 三、产品或服务对于潜在消费者而言是否真正独一无二 四、产品或服务的定位是否合适 第二节广告策划中的市场分析和广告文案 一、市场 二、市场方针与广告文案创作 三、市场策略的延续性与广告文案创作 四、限制因素与广告文案创作 第三节广告策划中的竞争分析和广告文案 一、研究直接竞争与广告文案创作 二、研究间接竞争与广告文案创作 第四节广告策划中的消费者分析和广告文案 一、营销观念向以消费者中心转变 二、广告文案创作要研究消费者的购买动机 三、研究消费者个性		
教学方法和建议	在教学中采用理论讲授法、启发引导法、案例分析法、，一定要能调动学生学习的主动性，让学生自己总结提高。		
教学条件要求	多媒体网络教室		
学生已有基础	广告学基础		
教师执教能力要求	对广告文案的理论知识了解得非常透彻，能够对学生的想法及时做出评价并善于引导学生。		

课程单元名称	第三章广告策划与广告方案（下）	课时数	2
学习目标	1. 理解广告策略是文案写作的重要前提 2. 了解营销策略、品牌策略、广告策略、文案策略 3. 掌握一般格式		
学习内容	第一节对人类需要和欲求的诉求与广告文案 一、需要与欲求 二、人类基本诉求 第二节诉求方式与广告文案 一、理性诉求方式 二、感性诉求方式 三、理性与感性诉求相结合 四、其他类型的诉求方式 第三节表现形式与广告文案 一、广告表现和广告诉求的关系 二、广告表现的常见形式 第四节情感型广告何时更有效		
教学方法和建议	多媒体实例讲解、计算机教学操作、案例分析、教学小结		
教学条件要求	多媒体网络教室		
学生已有基础	广告学基础		
教师执教能力要求	对广告文案的理论知识了解得非常透彻，能够对学生的想法及时做出评价并善于引导学生。		

课程单元名称	第四章印刷广告文案创作	课时数	4
学习目标	1. 掌握媒介特性，把握各个方向 2. 了解各种媒介的传播符号 3. 理解如何根据不同的产品类型和广告目的确定文案与正文		
学习内容	第一节印刷媒体与印刷广告 一、报纸的媒体特点 二、杂志的媒体特点		

	<p>三、何时比较适合使用报纸广告和杂志广告</p> <p>第二节大标题和副标题的创作</p> <p>第三节正文创作与附文创作</p> <p>第四节文字部分与视觉部分的协调</p>
教学方法和建议	多媒体实例讲解、计算机教学操作、案例分析、教学小结
教学条件要求	多媒体网络教室
学生已有基础	广告学基础
教师执教能力要求	对广告文案的理论和印刷理论知识了解得非常透彻，能够对学生的想法及时做出评价并善于引导学生。

课程单元名称	第五章 电视广告文案创作	课时数	4
学习目标	<p>1.掌握媒介特性，把握各个方向</p> <p>2.了解各种媒介的传播符号</p> <p>3.理解如何根据不同的产品类型和广告目的确定文案与正文</p>		
学习内容	<p>第一节电视与电视广告</p> <p>一、作为广告媒体的电视的发展</p> <p>二、电视作为广告媒体的特点</p> <p>三、何时比较适合使用电视做广告</p> <p>第二节电视广告的文案创作</p> <p>第三节几种基本类型的电视广告文案创作</p>		
教学方法和建议	多媒体实例讲解、计算机教学操作、案例分析、教学小结		
教学条件要求	多媒体网络教室		
学生已有基础	广告学基础		
教师执教能力要求	对广告文案的理论知识了解得非常透彻，以及电视媒介形式的了解，能够对学生的想法及时做出评价并善于引导学生。		

课程单元名称	第六章广播广告文案	课时数	2
学习目标	1.掌握媒介特性，把握各个方向		

	2. 了解各种媒介的传播符号 3. 理解如何根据不同的产品类型和广告目的确定文案与正文
学习内容	第一节广播与广播广告 第二节广播广告文案的创作 一、广播媒介对广告文案的要求 二、广播广告文案的表现形式 第三节几种基本类型的广播广告文案创作
教学方法和建议	多媒体实例讲解、计算机教学操作、案例分析、教学小结
教学条件要求	多媒体网络教室
学生已有基础	广告学基础
教师执教能力要求	对广告文案的理论和广播媒介的特点知识了解得非常透彻，能够对学生的想法及时做出评价并善于引导学生。

课程单元名称	第七章户外广告文案创作	课时数	3
学习目标	1. 掌握媒介特性，把握各个方向 2. 了解各种媒介的传播符号 3. 理解如何根据不同的产品类型和广告目的确定文案与正文		
学习内容	第一节户外媒体与户外广告特点 一、户外广告的内涵 二、户外广告的特点 第二节户外广告的文案创作 第三节交通广告 一、交通广告的种类与特点 二、交通广告的文案创作		
教学方法和建议	多媒体实例讲解、计算机教学操作、案例分析、教学小结		
教学条件要求	多媒体网络教室		
学生已有基础	广告学基础		
教师执教能力要求	对广告文案的理论和户外广告的特点知识了解得非常透彻，能够对学生的想法及时做出评价并善于引导学生。		

课程单元名称	第八章 互联网广告文案创作	课时数	3
学习目标	1. 掌握互联网媒介特性，把握各个方向 2. 了解各种媒介的传播符号 3. 理解如何根据不同的产品类型和广告目的确定文案与正文		
学习内容	互联网媒体与互联网广告特点 互联网广告的文案创作 互联网广告创作的首要任务 互联网广告的主要类型与文案创作		
教学方法和建议	多媒体实例讲解、计算机教学操作、案例分析、教学小结		
教学条件要求	多媒体网络教室		
学生已有基础	广告学基础		
教师执教能力要求	对广告文案的理论知识了解得非常透彻和互联网的特性，能够对学生的想法及时做出评价并善于引导学生。		

课程单元名称	第九章 售点广告文案创作	课时数	3
学习目标	1. 掌握媒介特性，把握各个方向 2. 了解各种媒介的传播符号 3. 理解如何根据不同的产品类型和广告目的确定文案与正文		
学习内容	第一节 售点广告 一、售点广告的定义 二、售点广告的主要形式 第二节 售点广告文案的创作 一、售点广告文案创作与消费者心理 二、顾客到售点的距离与售点广告文案创作		
教学方法和建议	多媒体实例讲解、计算机教学操作、案例分析、教学小结		
教学条件要求	多媒体网络教室		

学生已有基础	广告学基础
教师执教能力要求	对广告文案的理论知识了解得非常透彻，能够对学生的想法及时做出评价并善于引导学生。

课程单元名称	第十章 媒体创意时代的广告文案创作	课时数	3
学习目标	1. 掌握媒介特性，把握各个方向 2. 了解各种媒介的传播特点 3. 理解如何根据不同的媒体和广告目的确定文案		
学习内容	媒体创意时代对文案创作的挑战 一、媒体创意时代的到来 二、媒体创意的主要空间 第二节媒体创意与广告文案创作 一、广告创意、跨媒体创意与广告文案创作 二、媒体创意中广告文案创作的主要思路与技巧		
教学方法和建议	多媒体实例讲解、计算机教学操作、案例分析、教学小结		
教学条件要求	多媒体网络教室		
学生已有基础	广告学基础		
教师执教能力要求	对广告文案的理论知识了解得非常透彻，能够对学生的想法及时做出评价并善于引导学生。		

课程单元名称	第十一章 几种专门广告的文案创作	课时数	4
学习目标	1. 掌握媒介特性，把握各个方向 2. 了解各种广告的形式 3. 理解如何根据不同的广告目的确定文案		
学习内容	第一节几种专门的广告形式 一、公益广告 二、公共关系广告 三、政治广告 第二节公益广告文案创作		

	一、公益广告的特征 二、公益广告文案创作须知 第三节公共关系广告文案创作 一、何时使用公共关系广告 二、公共关系广告文案创作须知
教学方法和建议	多媒体实例讲解、计算机教学操作、案例分析、教学小结
教学条件要求	多媒体网络教室
学生已有基础	广告学基础
教师执教能力要求	对广告文案的理论知识了解得非常透彻，能够对学生的想法及时做出评价并善于引导学生。

课程单元名称	第十二章 广告文案与修辞	课时数	2
学习目标	1. 掌握修辞特性，把握各个方向 2. 了解修辞手法的特点 3. 理解如何根据不同的广告目的确定广告文案的修辞手法		
学习内容	第一节广告文案与修辞 一、修辞的要义与广告文案 二、广告文案创作中如何运用修辞 三、辞格与广告文案创作中对辞格的运用 第二节视觉语言艺术 一、视觉内容的色调 二、布局与设计 三、减少视觉元素 四、使广告画面产生类似文字语言的修辞效果 五、5b 原则		
教学方法和建议	多媒体实例讲解、计算机教学操作、案例分析、教学小结		
教学条件要求	多媒体网络教室		
学生已有基础	广告学基础		
教师执教能力要求	对广告文案的理论知识了解得非常透彻，能够对学生的想法及时做出评价并善于引导学生。		

求	
---	--

课程单元名称	第十三章 广告文案与广告提案	课时数	4
学习目标	1.掌握广告提案，把握各个方向 2.了解广告提案的方法 3.理解不同的广告应该如何做广告提案		
学习内容	什么是广告提案 一、提案与广告提案 二、广告提案的重要性和广告提案的能力 第二节广告提案中经常出现的问题 第三节广告提案技巧 一、提案前的准备 二、重要的提案技巧 第四节广告提案书的制作和使用的设备工具 一、广告提案书的制作 二、使用的设备与工具		
教学方法和建议	多媒体实例讲解、计算机教学操作、案例分析、教学小结		
教学条件要求	多媒体网络教室		
学生已有基础	广告学基础		
教师执教能力要求	对广告文案的理论知识了解得非常透彻，能够对学生的想法及时做出评价并善于引导学生。		

课程单元名称	第十四章 广告文案测试	课时数	2
学习目标	1.掌握广告文案测试，把握各个方向 2.了解广告文案测试的方法 3.理解如何为广告文案做测试		
学习内容	第一节进行广告文案测试要考虑的基本问题 一、是否应该进行广告文案测试 二、何时进行文案测试		

	三、测试什么 四、使用何种方法进行广告文案测试 第二节广告文案测试的主要方法 一、小组访谈法 二、核对表测试法 三、发布反馈测试法 四、剧场测试法 五、试播测试法 六、仪器测试法
教学方法和建议	多媒体实例讲解、计算机教学操作、案例分析、教学小结
教学条件要求	多媒体网络教室
学生已有基础	广告学基础
教师执教能力要求	对广告文案的理论知识了解得非常透彻，能够对学生的想法及时做出评价并善于引导学生。

课程单元名称	第十五章 广告文案创作与社会	课时数	4
学习目标	1. 掌握广告文案创作与社会的联系 2. 了解广告文案创作对价值观的影响 3. 理解广告文案创作对社会有哪些影响		
学习内容	第一节广告文案的真实性与欺骗性 第二节广告文案与潜意识操作 第三节广告文案中的程式化问题 第四节广告文案的品味与格调 第五节广告文案对价值观的影响 第六节广告文案与其他敏感问题		
教学方法和建议	多媒体实例讲解、计算机教学操作、案例分析、教学小结		
教学条件要求	多媒体网络教室		
学生已有基础	广告学基础		
教师执教能力要求	对广告文案的理论知识了解得非常透彻，能够对学生的想法及时做出评价并善于引导学生。		

求	
---	--

课程单元名称	第十六章 广告文案创作者	课时数	2
学习目标	1. 理解广告文案创作者在社会中担任的职业角色 2. 了解并熟悉广告文案创作者应具备的职业素养		
学习内容	第一节广告文案创作者的职业角色 第二节广告文案创作者的职业素养		
教学方法和建议	多媒体实例讲解、计算机教学操作、案例分析、教学小结		
教学条件要求	多媒体网络教室		
学生已有基础	广告学基础		
教师执教能力要求	对广告文案的理论知识了解得非常透彻，能够对学生的想法及时做出评价并善于引导学生。		

五、课程考核

本课程为考试课，对学生应掌握的核心知识和核心技能进行评价，突出实践能力的考核。

（一）课堂纪律表现情况 （10%）

（二）三个单项项目（40%）

1. 对广告文案基本理论知识的掌握情况
2. 不同专题训练项目的完成情况
3. 平面构成表现技能的掌握情况

（三）期末项目（50%）

六、教材及其它教学资源

（一）使用教材

《广告设计与策划》 陈莹 辽宁美术出版社

（二）参考书

《广告文案创作》陈培爱 厦门大学出版社

（三）其它教学资源

1. 利用现代信息技术开发多媒体课件，使学生的主动性、积极性和创造性得以充分调动。
2. 积极利用电子期刊、数字图书馆、各大网站等网络资源，使教学内容从单一化向多元化转变，使学生知识和能力的拓展成为可能。

七、编制说明

编制人：谢丹

编制单位：建筑工程学院

编制日期：2023 年 4 月 18 日

教学单位负责人：王菲

海南****学院广告艺术设计专业核心课课程标准

一、课程基本信息

(一) 课程名称：影视广告编辑与制作 52191405

(二) 课程属性：(B 类课程)

(三) 开课学期：第__2__学年，第__2__学期

(四) 基准学时：__64__学时，计__4__学分

二、课程定位

影视广告编辑与制作课程是广告设计专业的专业核心课程之一。总课程为 64 个课时。主要通过影视广告、栏目包装创意与制作的训练培养学生应用不同创意方法完成影视广告、栏目包装创意的能力;通过具体制作技能完成影视广告、栏目包装的制作能力。掌握影视广告、栏目包装的调研、创意、制作的相关知识。

三、课程目标

(一) 能力目标

1. 能够开展影视广告、栏目包装的调研与分析工作;
2. 能够根据广告或栏目目标需求合理的项目设计;
3. 能够综合运用创意与制作技巧完成项目的前期创意与后期制作。

(二) 知识目标

1. 了解影视广告、栏目包装的基本原理;
2. 熟悉影视广告、栏目包装的创意表现;
3. 熟悉影视广告、栏目包装的制作技巧;
4. 掌握影视广告、栏目包装的创作规律;
5. 掌握影视广告、栏目包装的综合制作。

（三）态度目标

1. 通过参加小组活动，经历团队配合经历，尝试解决同学之间在工作中出现的各种问题，以锻炼学生的社会能力，具备主动与他人合作的精神，有将自己的见解与他人交流的愿望，敢于坚持正确观点，勇于修正错误，具有团队精神；
2. 培养学生创新意识和创新能力；
3. 提升学生对影视广告的鉴赏能力；
4. 树立学生服务意识和敬业精神。

四、课程设计

（一）设计思路

影视广告编辑与制作课程教学强调理论与实践并重，既要培养学生的理论思考能力，又要培养学生的实际动手能力。根据生产一线对影视广告、栏目包装专业应用型高技能岗位人才的基本技能和知识能力的要求，结合职业岗位群的特征，将传统的知识为主线构建的学科型课程模式，可加入公益广告内容（如国庆，建党，建军节日宣传）转变为以能力为主线、以任务引领知识。按工作过程组织教学，将工作任务设计成“学习模块”，采用项目化教学，按模块的不同采用任务驱动、项目导向等教学模式。

（二）课时分配

序号	课程单元	学习任务	参考学时
1	影视特效亲密接触	1. 影视特效片段欣赏 2. 影视特效软件的分类 3. 常见的影视特效合成软件	4
2	绘制第一个场景	1. 绘制第一个场景 2. 形状图层的使用	6
3	卡通动漫人物的画法	1. 制作卡通动漫人物 2. 绘图工具的使用	6
4	制作动画	1. 制作动画 2. 人偶工具的运用	6
5	系统自带特效文字的应用	1. 制作打字动画	6

		2. 系统自带特效文字的应用	
6	遮罩的创建与应用	1. 制作手机待机动画 2. 遮罩的创建与应用	6
7	制作三维场景	1. 制作旋转的盒子动画 2. 制作三维场景	6
8	摄像机灯光的运用	1. 制作黑屋中的文字效果 2. 摄像机灯光的运用	8
9	粒子系统	1. 制作黑客帝国数字矩阵动画 2. Particle Playground 粒子系统	8
10	节目预告制作背景	1. 节目预告——制作背景 2. 节目预告	8

（三）课程单元描述

课程单元名称	1. 影视特效亲密接触	课时数	4
学习目标	通过学习，学生能够掌握影视特效片段欣赏，对影视特效软件的分类和了解常见的影视特效合成软件		
学习内容	任务 1 1. 影视特效欣赏 2. 影视特效软件的分类 3. 常见的影视特效合成软件 任务 2 1. Photoshop 与 After Effects 的区别 2. AE 界面介绍		
教学方法和建议	在教学中采用理论讲授法、启发引导法、案例分析法，一定要能调动学生学习的主动性，让学生自己总结提高		
教学条件要求	机房教学		
学生已有基础	平面和 3d 制图软件基础		
教师执教能力要求	对软件了解得非常透彻，知道现如今的广告主流，能够对学生的想法及时做出评价并善于引导学生		

课程单元名称	2. 绘制第一个场景	课时数	6
--------	------------	-----	---

学习目标	通过学习，学生能够掌握新建项目文件与合成文件，动画文件的制作。
学习内容	任务 1 1. 绘制第一个场景（国庆节场景） 2. 形状图层的使用
教学方法和建议	在教学中采用理论讲授法、启发引导法、案例分析法，一定要能调动学生学习的主动性，让学生自己总结提高。
教学条件要求	机房教学
学生已有基础	平面和 3d 制图软件基础
教师执教能力要求	对软件了解得非常透彻，知道现如今的广告主流，能够对学生的想法及时做出评价并善于引导学生。

课程单元名称	3. 卡通动漫人物的画法	课时数	6
学习目标	通过学习，学生能够掌握“Q 版人物的绘制”实例来学习钢笔工具的用法，体验 AE 绘图工具的魄力。		
学习内容	任务 1 1. 制作卡通动漫人物（24 节气设计人物） 2. 绘图工具的使用		
教学方法和建议	在教学中采用理论讲授法、启发引导法、案例分析法，一定要能调动学生学习的主动性，让学生自己总结提高。		
教学条件要求	机房教学		
学生已有基础	平面和 3d 制图软件基础		
教师执教能力要求	对软件了解得非常透彻，知道现如今的广告主流，能够对学生的想法及时做出评价并善于引导学生。		

课程单元名称	4. 制作动画	课时数	6
学习目标	通过学习，学生能够掌握人偶动画利用人偶工具能制作很流畅的动作过程，完成某些动作短片的制作。		
学习内容	任务 1 1. 制作动画 2. 人偶工具的运用		
教学方法和建议	在教学中采用理论讲授法、启发引导法、案例分析法，一定要能调动学生学习的主动性，让学生自己总结提高。		

教学条件要求	机房教学
学生已有基础	平面和 3d 制图软件基础
教师执教能力要求	对软件了解得非常透彻，知道现如今的广告主流，能够对学生的想法及时做出评价并善于引导学生。

课程单元名称	5. 系统自带特效文字的应用	课时数	6
学习目标	通过学习，学生能够掌握打字效果实例的制作来学习怎样调用 AE 系统自带的文字效果。		
学习内容	<p>任务 1</p> <p>1. 制作打字动画</p> <p>2. 系统自带特效文字的应用</p> <p>任务 2</p> <p>1. 制作文字排排走动画</p> <p>2. 路径文字的使用</p> <p>任务 3</p> <p>1. 制作飞舞的文字动画</p> <p>2. Animation 属性</p>		
教学方法和建议	在教学中采用理论讲授法、启发引导法、案例分析法，一定要能调动学生学习的主动性，让学生自己总结提高。		
教学条件要求	机房教学		
学生已有基础	平面和 3d 制图软件基础		
教师执教能力要求	对软件了解得非常透彻，知道现如今的广告主流，能够对学生的想法及时做出评价并善于引导学生。		

课程单元名称	6. 遮罩的创建与应用	课时数	6
学习目标	通过学习，学生能够掌握 AE 中的遮罩 (Mask)，实际是一个路径或者轮廓图，用于修改层的 Alpha 通道。利用遮罩对局部影像进行单独处理，从而使影片产生强烈的视觉冲击效果和令人震撼的特技场景。		
学习内容	<p>任务 1</p> <p>1. 制作手机待机动画</p> <p>2. 遮罩的创建与应用</p> <p>任务 2</p> <p>1. 制作影像人物渐现动画</p>		

	2. 遮罩动画与特效的应用
教学方法和建议	在教学中采用理论讲授法、启发引导法、案例分析法，一定要能调动学生学习的主动性，让学生自己总结提高。
教学条件要求	机房教学
学生已有基础	平面和 3d 制图软件基础
教师执教能力要求	对软件了解得非常透彻，知道现如今的广告主流，能够对学生的想法及时做出评价并善于引导学生。

课程单元名称	7. 制作三维场景	课时数	6
学习目标	通过学习，学生能够掌握制作在三维空间中旋转的盒子，来讲解 AE 中的特有的片面三维概念，学会开启层的 3D 属性及参数调整，理解三维坐标轴、各种视图对确立对象在空间中的位置所起的作用，以及层间的父子关系的应用等。		
学习内容	任务 1 1. 制作旋转的盒子动画 2. 三维场景		
教学方法和建议	在教学中采用理论讲授法、启发引导法、案例分析法，一定要能调动学生学习的主动性，让学生自己总结提高。		
教学条件要求	机房教学		
学生已有基础	平面和 3d 制图软件基础		
教师执教能力要求	对软件了解得非常透彻，知道现如今的广告主流，能够对学生的想法及时做出评价并善于引导学生。		

课程单元名称	8. 摄像机灯光的运用	课时数	6
学习目标	通过学习，学生能够掌握制作黑屋中文字的来讲述 Camera 摄像机和 Light 灯光的添加、设置及运用，使用他们让 AE 的三维效果得到更逼真的展现。		
学习内容	任务 1 1. 制作黑屋中的文字效果 2. 照明系统 3. AE 摄像机 4. 摄像机工具		
教学方法和建议	在教学中采用理论讲授法、启发引导法、案例分析法，一定要能调动学生学习的主动性，让学生自己总结提高。		
教学条件要求	机房教学		

学生已有基础	平面和 3d 制图软件基础
教师执教能力要求	对软件了解得非常透彻，知道现如今的广告主流，能够对学生的想法及时做出评价并善于引导学生。

课程单元名称	9. 粒子系统	课时数	6
学习目标	通过学习，学生能够掌握制作黑客帝国数字矩阵来讲述 AE 中自带的粒子系统 Particle Playground 的使用，从而了解粒子发射系统的原理，掌握常见参数的使用方法。		
学习内容	任务 1 1. 制作黑客帝国数字矩阵动画 2. Particle Playground 粒子系统 任务 2 1. 制作缤纷雨滴 2. AE 插件的安装方法		
教学方法和建议	在教学中采用理论讲授法、启发引导法、案例分析法，一定要能调动学生学习的主动性，让学生自己总结提高。		
教学条件要求	机房教学		
学生已有基础	平面和 3d 制图软件基础		
教师执教能力要求	对软件了解得非常透彻，知道现如今的广告主流，能够对学生的想法及时做出评价并善于引导学生。		

课程单元名称	10. 节目预告制作背景	课时数	6
学习目标	通过学习，学生能够掌握制作“节目预告背景”实例的制作来学习在 AE CS4 中使用气泡特效和三维图层来完成最终效果的方法。		
学习内容	任务 1 1. 节目预告——制作背景 2. 节目预告 任务 2 1. 节目预告——制作文字效果 2. 常见的节目预告版式类型		
教学方法和建议	在教学中采用理论讲授法、启发引导法、案例分析法，一定要能调动学生学习的主动性，让学生自己总结提高。		

教学条件要求	机房教学
学生已有基础	平面和 3d 制图软件基础
教师执教能力要求	对软件了解得非常透彻，知道现如今的广告主流，能够对学生的想法及时做出评价并善于引导学生。

五、课程考核

（一）课堂表现：（10%）

1. 出勤情况：旷课一次扣 2 分，学期累计 5 次，直接取消期末考试资格；病、事假一次扣 1 分，学期累计 10 次，取消期末考试资格。

2. 课堂表现：积极发言，认真思考，答案有新意，每次加 1 分。加满 10 分为止。
（如果有出勤扣分情况，在抵消扣分后，加满 10 分为止）

3. 参与课堂其他活动，积极踊跃，表现突出，每次加 2 分，加满 10 分为止。

第四，如果没有缺勤情况，但课堂表现一般，既没有主动发言，也没有参加课堂活动，取全班同学此项分数的平均分。

（二）课堂作业（20%）

平时作业，教师根据作业态度，作业内容，每次作业以 100 分计。

（三）课外活动参与情况（10%）

根据参与活动的过程表现及结果给出成绩。

（四）期末考试（60%）

期末考试以设计作品方式进行。总分为 100 分，取其中的 60%计入总评分。

六、教材及其它教学资源

（一）使用教材

《边做边学——After Effects 影视后期合成案例教程》（After Effects CC 2019）

（二）参考书

《视频编辑应用教程》人民邮电出版社

（三）其它教学资源

积极利用电子书籍、电子期刊、数字图书馆、国内各大影视广告网站，拓宽学生视野、拓展学生的相关知识和能力。

七、编制说明

编制人：金慧姣

编制单位：建筑工程学院广告设计专业

编制日期：2023. 4. 19

教学单位负责人：王菲