



山西职业技术学院

SHANXI POLYTECHNIC COLLEGE

艺术设计系
视觉传达设计专业
人才培养方案
(2021 级)

二〇二一年六月

目 录

一、专业名称及代码	1
二、招生对象	1
三、修业年限	1
四、培养目标与培养规格	1
(一) 培养目标	1
(二) 培养规格	2
五、课程设置	4
六、学时分配	6
七、教学进程总体安排	8
八、毕业标准	10
九、实施保障	10
附件 1 数字媒体专业群人才需求调研报告	错误!未定义书签。
附件 2 对应“1+X”项目职业技能等级证书标准.....	23
附件 3 视觉传达设计专业课程标准	错误!未定义书签。
《设计思维与表现》课程标准	错误!未定义书签。
《图形图像设计与处理》课程标准	错误!未定义书签。
《书籍设计》课程标准	错误!未定义书签。
《包装设计》课程标准	错误!未定义书签。
《创意广告设计与策划》课程标准	错误!未定义书签。
《品牌设计》课程标准	错误!未定义书签。

一、专业名称及代码

专业名称：视觉传达设计

专业代码：550102

二、招生对象

高中阶段教育毕业生或具有同等学力者。

三、修业年限

高等职业学校学历教育修业年限为3年。

四、培养目标与培养规格

（一）培养目标

1. 总体目标

培养思想政治坚定、德能兼修，全面发展，适应视觉传播设计与制作工作需要的应用型人才；掌握视觉传播方面的基本原理，操作各种设计软件，特别是注重把专业核心课程与实践教学内容紧密地联系在一起，结合社会、企业的项目课题进行实践训练；加深对实际工作的适应性，面向视觉传播领域，对接到设计、制作、传播的过程中，为以后的社会实践能力打下坚实基础。

2. 职业知识目标

- （1）掌握必备的体育与健康健身基础知识和相关心理健康知识；
- （2）掌握必备的计算机应用、英语、数学的基本知识；
- （3）掌握公共安全、自身安全防范的基本知识；
- （4）掌握手绘美术基础和软件技术知识；
- （5）掌握设计思维与表现的知识；
- （6）掌握书籍设计、包装设计、广告设计、品牌设计等专业核心知识；

3. 职业素质目标

（1）基本职业素质

热爱祖国、拥护中国共产党领导，树立科学的世界观、人生观和价值观；遵纪守法，具有良好的思想品德、社会公德；有严谨务实的工作作风，具有终生学习理念，能够不断学习新知识、新技能的高素质人才。具有服务意识，安全意识和环保意识、创新精神、开拓进取的品质，具有良好的人际交往能力和团队合作精神。

（2）劳动教育课

劳动教育是青年学生形成正确世界观、人生观、价值观的基础。根据中共中央、国务院印发的《关于全面加强新时代大中小学劳动教育的意见》要求，我们要以建构新时代劳动教育体系为经，以提升劳动教育支撑保障能力为纬，注重围绕创新创业，结合学科和专业积极开展实习实训、专业服务、社会实践、勤工助学等，重视新知识、新技术、新工艺、新方法应用，创造性地解决实际问题，使学生增强诚实劳动意识，积累职业经验，提升就业创业能力，树立正确择业观，具有到艰苦地区和行业工作的奋斗精神，懂得空谈误国、实干兴邦的深刻道理；注重培育公共服务意识，使学生具有面对重大疫情、灾害等危机主动作为的奉献精神，构建中国特色劳动教育模式的四梁八柱，为职业院校劳动教育的加强提供了基本遵循。

4. 职业能力目标

- （1）具有运用辩证唯物主义的基本观点及方法认识、分析和解决问题的能力；
- （2）具有一定的应用文写作、英语听说读写及数学运用能力；
- （3）具有计算机应用的能力及信息的获取、分析与处理能力；
- （4）具有对图形、文字、色彩、版面的组织编排能力；
- （5）具有图形创作设计能力；
- （6）具有编辑制作能力；
- （7）具有交互传播表达能力；

（二）培养规格

1. 专业群与产业链的对应性（文化创意宣传产业）

数字媒体专业群培养具备深厚的艺术功底，具有熟练的计算及图形处理技术的高素质人才。现代化的生产消费、娱乐、通讯和教育几乎行行都离不开文化传媒这个产业需求，（特别提出，山西省发展转型旅游产业，我们更应该在建设专业群的同时，把山西地域特色文化宣传出去）通过视觉传播设计与制作专业前期

我们培养基础层面具备一定计算机美术编辑，掌握平面设计，广告快印需求的设计人员，这些学生在掌握这些技能后，通过能力递进深入项目继续学习，逐步走向可以在文创设计，创意策划 等高端工作岗位上自我主持，具备自我工作能力的技能型人才。

2. 专业群人才培养对应岗位

专业群名称	专业名称	主要职业类别	对应岗位名称	职业资格证书或技能等级证书	对应“1+X”项目证书
数字媒体专业群	视觉传播设计与制作	广告宣传	创意广告策划师 平面美工设计师 商业美术编辑员		ACAA 平面设计师
	动漫设计	动画设计师	动画设计师 三维建模师 原画与插画设计师 虚拟动画剪辑师		数字创意建模 职业资格证书 中级动画绘制员
	数字媒体艺术设计	数字交互	APP 网站交互管理员 数字媒体技术员 APP 网站开发美工设计师		数字媒体交互设计
	虚拟现实应用技术	虚拟技术 虚拟艺术	VR 项目制作员 虚拟图形开发设计人员		虚拟现实

3. 本专业职业岗位与核心能力

职业岗位		主要工作任务	岗位核心能力	对应核心课程	对应“1+X”项目证书	“1+X”证书考核要点
主岗位	美工设计师	大型电商美工，大型广告公司设计策划任务	较高的审美艺术修养、图形编辑技术，排版技术。	《设计思维与表现》 《广告设计》	ACAA 平面设计师	熟练PS和AI的基础操作、且具备平面设计理论知识。
	平面设计师	杂志，企事业单位美术设计	平面设计能力技术，图形编辑技术。	《版式设计》 《书籍装帧设计》	ACAA 平面设计师	熟练PS和AI的基础操作、且具备平面设计理论知识。
拓展岗位	综合美术编辑	报社，影视机构美术后期	熟练掌握各类图形和视频编辑软件能力	《包装设计》 《印刷设计》	ACAA 高级数字艺术设计师	熟练PS和AI的基础操作、具备数字图形的编排设计能力。
	广告策划	广告策划创意设计	广告设计印刷，广告组织策划能力	《广告设计》 《广告策划设计》	ACAA 高级数字艺术设计师	熟练PS和AI的基础操作、具备数字图形的编排设计能力。

五、课程设置

（一）课程体系的构建理念

视觉传播设计与制作专业课程体系的构建理念是：以现代视觉传播设计的多元性和复杂性趋势为逻辑，以满足和提升人们的审美价值观，以市场产品需求为导向，将视觉符号、文字、图形和色彩传递给接受者各种信息的设计。视觉传播艺术在现代商业服务中发挥着不可替代的作用，扮演着非常重要的角色。该专业不仅可以借助现代图形编辑专业技术提高宣传效果，还可以充分满足人们的审美要求进行个性设计。探索和研究视觉传播的规律和设计艺术的体现。掌握视觉传播的设计语言和方法。以适应现代视觉传播载体的新老交替的特征为着力点，将视觉文化传播实践作为实施人才培养的逻辑起点，从市场实际需求出发，按认识实训、创新实训等递进层次设置学期项目，以学期项目为导向构建专业课程体系。

（二）课程体系的开发程序

根据企业人才需求及数字媒体专业群建设与改革需要，组织行业企业专家、各专业带头人、骨干教师进行专业群课程体系开发。专业群课程体系开发程序是：人才需求调研、毕业生跟踪调查（麦可思报告）→主要职业岗位（群）→具体工作任务（群）→岗位群典型工作任务→完成典型工作任务所需职业能力→专业知识、职业技能→课程体系，构建群内“基础共享，核心分立，拓展互选”的课程体系。

（三）课程体系的结构

底层共享课程（18门）		核心分立课程（9门）	拓展互选课程（5门）
公共基础课（13门）	专业基础课（5门）		
国防教育与军事训练、入学教育	美术基础	书籍设计★	设计概论
思想道德修养与法律基础	设计思维与表现★	包装设计★	设计心理学
毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	图形设计技术	广告设计★	摄影基础
大学语文	图形图像设计与处理★	创意广告设计与策划★	字体与编排设计
应用数学	艺术设计集中训练	品牌设计★	插画设计
基础英语		文创包装设计	
体育		专业岗位综合实训	
形势与政策		跟岗实习	
心理健康		毕业设计（论文）	

安全教育		顶岗实习	
信息技术			
大学生职业发展与就业指导			
创新创业教育			

备注：标注“★”的课程为专业核心课程

(四) 核心分立课程简介

课程名称	书籍设计	开设学期	第3学期		
课程代码		参考学时	84	学分	4

本课程是视觉传播设计与制作专业的行业通用能力培养课程，结合我院的办学理念，通过广泛的市场调研，确定了我院对视觉传播设计与制作专业培养目标的定位为，培养学生适应广告行业服务第一线需要的，德、智、体、美全面发展。以字体设计、标志设计、版式设计等图、文、色知识为基础，以书籍设计为载体，以平面广告创意、制作为核心能力，并兼具一定的广告策划和经营技能，可从事平面广告的策划、创意、制作、发布等工作岗位的高技能专门人才。

课程名称	包装设计	开设学期	第3学期		
课程代码		参考学时	84	学分	4

通过学习包装设计使学生了解包装设计在整个设计领域的地位与作用，能用科学的方法把复杂的包装设计现象还原为基本要素。利用包装在空间上的量与质的可变性，按一定的包装设计和构成各要素并结合现代包装设计所追求的节约和绿色的环保理念，创造新的艺术造型空间与理想的包装设计效果。全面掌握包装设计程序和制作过程，以及包装印刷、插画、展示、摄影等相关知识。

课程名称	广告设计	开设学期	第3学期		
课程代码		参考学时	56	学分	4

通过学习平面广告设计使学生了解现代广告设计的艺术价值以及现代广告设计是用一些特殊的操作来处理一些已经数字化的图像的过程；它是集电脑技术、数字技术和艺术创意于一体的综合学科内容。

课程名称	品牌设计	开设学期	4		
课程代码		参考学时	112	学分	6

通过学习 VI 设计使学生具有根据企业特点进行标志设计和字体设计能力；并根据企业标志进行企业 VI 系统，包括基础系统和应用系统设计的能力。制定企业形象评估系统及企业形象管理手册的能力，运用现代企业形象管理系统进行形象监督和管理的的能力。根据发展需要对企业形象管理系统进行延伸和改进的能力。

课程名称	创意广告设计与策划	开设学期	第4学期		
课程代码		参考学时	56	学分	4

通过学习平面广告设计使学生了解现代广告设计的艺术价值以及现代广告设计是用一些特殊的操作来处理一些已经数字化的图像的过程；它是集电脑技术、数字技术和艺术创意于一体的综合学科内容。

六、学时分配

表 6-1 教学活动按周分配表

学期	入学教育及军训	课堂教学	集中实训	教学周合计	机动	考试周	学期小计	假期	总计
1	2	11	3	16	1	1	18	6	24
2	0	16	2	18	1	1	20	6	26
3	0	16	2	18	1	1	20	6	26
4	0	18	0	18	1	1	20	6	26
5	0	0	18	18	1	1	20	6	26
6	0	0	20	20	0	0	20		20
总计	2	61	45	108	5	5	118	30	148

表 6-2 学期教学任务书

学期	课程代码	课程名称	课程类型	教学周数	建议周学时	学时数 (理论+实践)
第一学期	2100001	国防教育与军事训练、入学教育	C	2	√	0+48
	1200009	思想道德修养与法律基础	A	14	2	20+8
	1200026	形势与政策	A	√	√	8+0
	1200012	心理健康	A	14	1	7+0
	2100003	安全教育	A	√	√	4+0
	1200040	大学生职业发展与就业指导	A	14	1	4+0
	1110046	大学语文	A	14	2	28+0
	1110061	基础英语	A	14	2	28+0
	1400007	体育	B	14	2	4+24
	0911100	信息技术	B	14	4	46+10
	1711091	美术基础	B	3	√	0+78
	1711092	设计思维与表现	B	9	8	34+38
	1711093	图形设计技术	B	9	4	16+20
	2100052	劳动教育	c	√	√	0+8
	合计学时					206+226=432
第二学期	1200010	思想道德修养与法律基础	A	13	2	20+6
	1110058	大学语文	A	16	2	32+0
	1200027	形势与政策	A	√	√	8+0
	2100004	安全教育	A	√	√	4+0
	1200012	心理健康	A	14	1	7+0
	1110062	基础英语	A	16	2	32+0
	1400008	体育	B	14	2	4+24
	1711115	图形图像设计与处理★	B	13	6	28+50
1700091	艺术造型集中训练	C	2	√	0+52	

	1711116	设计概论	A	15	2	30+0
	1711117	设计心理学	A	15	2	30+0
	1711135	摄影基础	A	15	2	30+0
	2100052	劳动教育	C	√	√	0+8
	合计学时					
第三学期	1200037	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	A	18	2	40
	1400009	体育	B	14	2	4+24
	2100010	创新创业教育	B	16	2	22+10
	1711129	书籍设计★	B	14	6	40+44
	1711130	包装设计★	B	14	6	40+44
	1711164	广告设计与制作★	B	14	4	26+30
	1200028	形势与政策	A	√	√	8+0
	2100005	安全教育	A	√	√	4+0
	1711177	字体与编排设计	A	15	2	30+0
	合计学时					
第四学期	1200029	形势与政策	A	√	√	8+0
	2100006	安全教育	A	√	√	4+0
	1200038	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	A	18	2	28+8
	1200041	大学生职业发展与就业指导	A	15	1	10+5
	1711166	创意广告设计与策划★	B	14	4	26+30
	1711157	品牌设计★	B	14	8	50+62
	1711167	文创包装设计	B	14	4	26+30
	1711082	插画设计	A	15	2	30+0
	合计学时					
第五学期	2100007	安全教育	A	√	√	4+0
	1711176	专业岗位综合实训	C	4	√	0+104
	2100011	跟岗实习	C	10	√	0+260
	0411137	毕业设计（论文）	C	6	√	0+156
	合计学时					
第六学期	2100008	安全教育	A	√	√	4+0
	2100002	顶岗实习	C	18	√	0+468
	1700021	毕业设计答辩	C	2	√	0+52
	合计学时					
合计	实践学时数		1733		总学时	2541
	实践学时所占比例		68.4%			
说明：						
1.课程类型：A类（理论课） B类（理论+实践课） C类（实践课）						
2.课程代码为教务管理系统中的课程代码，同一课程在不周学期开设使用不同代码。						

七、教学进程总体安排

表 7-1 教学进程安排表

课程结构	序号	课程名称	学时			考核方式	学时分配						学分	
			总学时	理论	实践		第一学年		第二学年		第三学年			
							第一学期 16周	第二学期 18周	第三学期 18周	第四学期 18周	第五学期 20周	第六学期 20周		
公共基础课程	1	国防教育与军事训练、入学教育	48		48	综合评价	2w							3
	2	思想道德修养与法律基础	54	40	14	过程考核+测试	2	2						3
	3	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	72	56	16	过程考核+测试			2	2				4
	4	形势与政策	32	32		综合评价	√	√	√	√				2
	5	心理健康	14	14		综合评价	<u>1(7w)</u>	<u>1(7w)</u>						1
	6	安全教育	24	24		综合评价	√	√	√	√	√	√		3
	7	体育	84	12	72	过程考核+测试	2	2	2					4.5
	8	大学语文	60	60		过程考核+测试	2	2						3
	9	基础英语	60	60		过程考核+测试	2	2						3
	10	信息技术	56	46	10	过程考核+测试	4							3
	11	大学生职业发展与就业指导	38	28	10	过程考核+测试	1			1				2
	12	创新创业教育	32	22	10	综合评价			2					2
	13	劳动教育	16		16	综合评价								
小计			594	398	180		14	8	6	3	0	0	34	
专业课程	1	美术基础	78		78	考查	3w							4
	2	设计思维与表现	72	34	38	全过程考核	8							4
	3	图形设计技术	36	16	20	全过程考核	4							3
	4	图形图像设计与处理	78	28	50	全过程考核		6						4
	5	艺术设计集中训练	52		52	考查		2w						3
	6	书籍设计	84	40	44	全过程考核			6					4
	7	包装设计	84	40	44	全过程考核			6					4
	8	广告设计	56	26	30	全过程考核			4					3

	9	创意广告设计与策划	56	26	30	全过程考核				4			3
	10	文创包装设计	56	26	30	全过程考核				4			3
	11	品牌设计	112	50	62	全过程考核				8			6
	12	专业岗位综合实训	104		104	综合评价					4W		4
	13	跟岗实习	260		260	综合评价					10w		14
	14	毕业设计（论文）	156		156	综合评价					6w		4
	15	顶岗实习	468		468	综合评价						18w	18
小计			1844	260	1568		12	6	16	12	0	0	78
专业拓展课程	1	设计概论	30	30	0	考查		2					2
	2	设计心理学	30	30	0	考查		2					2
	3	摄影基础	30	30	0	考查		2					2
	4	字体与编排设计	30	30	0	考查			2				2
	5	插画设计	30	30	0	考查				2			2
小计			150	150	0		0	6	2	2			10
选修课程	1	公共选修课 1	30	30	0								2
	2	公共选修课 2	30	30	0								2
	3	公共选修课 3	30	30	0								2
	4	公共选修课 4	30	30	0								2
小计			120	120	0								8
合计			2541	808	1733		25	20	24	21	0	0	133
<p>说明：</p> <p>1.校内外集中实训、毕业设计、顶岗实习周学时按 26 学时计算；</p> <p>2.标示“√”课程不占用正常教学时间，以讲座形式开展；</p> <p>3.公共选修课学时不计入总学时，只计学分。</p>													

表 7-2 可开设的非限定性专业选修课一览表

课程名称	课程类型	教学周数	建议周学时	学时数	学分
设计美学	A	15	2	30	2
设计营销学	A	15	2	30	2
展示设计	A	15	2	30	2
中外建筑欣赏	A	15	2	30	2

表 7-3 实践教学项目一览表

实践教学项目	开设学期	开设地点	教学周数	总学时数
劳动教育课	3、4	校外	2	52
美术基础	1	艺术造型训练 实训室	3	78

艺术设计集中训练	2	校外	2	52

八、毕业标准

（一）学分要求

学生须修完本专业培养方案中公共学习领域课（34 学分）、专业学习领域课（81 学分）、拓展学习领域课（10 学分）、公共选修课（8 学分）、专业选修课（0 学分），总学分达到 133 学分。

必修课、公共选修课（其中面授选修课 1 门，网络选修课三门或 60 课时）成绩合格。

（二）素质要求

三年修业期间，素质拓展达到合格标准，取得学院颁发的素质评定证书。

（三）职业资格证书要求

毕业前需取得以下职业资格证书或技能等级证书。

类别	资格证（技能证）名称	考核等级	考核学期	要求	职业编码
通用资格	普通话证	二级乙等	不限	至少取得一项	
	计算机等级证	一级	不限		
职业资格	ACAA 平面设计师资格证书				
“1+X”项目证书	全国高等学校英语应用能力 B 级证书				
	微软 MOS 证书				
	网页设计师证书				
	助理网络编辑师证书				

九、实施保障

（一）师资队伍

本方案实施需要建立由专业带头人、骨干教师、“双师素质”教师、企业技术专家或技术能手共同组成的教学团队，生师比建议不高于 16:1；具有研究生学位教师占专任教师的比例达 35%以上；具有高级职务教师占专任教师的比例达 30%以上；专业基

基础课和专业课中双师素质教师比例达 70%以上；兼职教师数占专业课与实践指导教师合计数之比达 40%以上。

1. 专业带头人

校企各配置 1 名专业带头人。校内专业带头人应具有副高及以上技术职称，从事视觉传达与教学工作 10 年以上；对本专业的前沿动态、行业发展、岗位需求等有较深入的了解，准确把握视觉传播设计与制作专业建设与教学改革方向，具有对本专业发展的规划能力；主持省级以上科研和教研项目；与视觉传达行业企业联系紧密，在行业和企业中具有一定的知名度。专业带头人必须是“双师素质”教师。校外专业带头人应为本专业领域资深专家，在行业企业中具有较大的影响力。

2. 骨干教师

专业教学团队应配置骨干教师 4 名以上。骨干教师应具有中级及以上职称，从事视觉传播设计与制作与教学工作 5 年以上，具有视觉传播设计与制作的理论与实践经验；承担 2 门以上专业课，具有课程开发及教学设计的能力，能够合理利用各种教学条件，采用不同教学方法和手段组织教学；能够开发校本教材、实训指导书，制作多媒体教学课件，建设精品网络资源共享课；到校企合作企业挂职锻炼，熟悉视觉传达行业设计施工及管理的现状趋势，熟悉毕业生所从事工作岗位的要求，骨干教师必须是“双师素质”教师。

3. “双师素质”教师

“双师素质”教师应具有高等学校助理讲师（或以上）教师技术职务，年度考核合格，又具备下列条件之一：近五年有两年（可累计）以上企业工作经历；近五年有三年（可累计）以上企业兼职工作经历；近五年主持（或主要参与）2 项应用技术研究，成果已被企业使用，效益良好；近五年主持（或主要参与）两项校内实践教学设施建设或提升技术水平的设计安装工作，使用效果好，在省内同类院校中居先进水平；具有中级（或以上）工程系列专业技术职称或国家注册执业资格证书、职业资格证书者。其他情况可由学院教学指导委员会认定。

4. 兼职教师

企业兼职教师应具有熟练的视觉传达岗位技术能力和一定的教学水平，从事视觉传达相关岗位工作 3 年以上；具有中级以上专业技术职务或高级工以上职业资格或在本行业享有较高声誉、具有丰富实践经验和特殊技能的“能工巧匠”；企业兼职教师上课或担任学生实践指导任务前，需经过教育教学培训；企业兼职教师承担专业实践课及顶岗实习学时数达 50%以上，形成稳定的企业兼职骨干教师队伍。

(二) 教学设施

校内实训室（基地）一览表

序号	实训室名称	配置			面积 m ²	工位 数	实践能力
		主要设备	单位	数量			
1	艺术造型训练实训室	画架	只	100	160	80	该实训室提供足够的空间、展位、灯光演示等设备，满足学生美术功底训练、设计素材创作、设计工作流程等教学开展
		画板	只	100			
		静物	件	100			
		投影仪	套	2			
		静物灯	台	4			
		设计工作台	只	4			
		实训项目		服务课程			
静物写生 设计素材创作		美术基础 设计思维与表现					
2	多功能艺术设计室	计算机	台	80	160	80	该实训室具备视觉传播设计与制作所需计算机及多媒体的软硬件，可供学生培养软件使用技能，为各设计项目的图形设计阶段、设计工作的研究协作提供环境和设备
		多媒体设备	套	3			
		实训项目		服务课程			
		软件技术操作 设计项目演示协作 设计项目图形制作		图形设计技术 图形图像处理与处理			
3	视觉设计实训室	电脑	台	4	160	60	该实训室为专业设计应用项目的制作提供环境和设备，培养学生对设计项目流程的掌握和操作能力
		多媒体设备	套	2			
		打印机及扫描仪	台	2			
		大工作台	套	8			
		实训项目		服务课程			
包装制作、书籍制作、广告制作、VI设计制作		包装设计、书籍装帧、创意策划、品牌设计					
4	陈设展示实训室	展柜、展台、展架	台		160	50	实训室提供作品展示的空间及灯光，可进行优秀作品的讲解赏析，以及视觉传播展示陈设的训练
		轨道灯	只	40			
		实训项目		服务课程			
		作品展示陈设赏析及展示设计训练		展示设计、包装设计			
5	摄影摄像实训室	数码相机及镜头	套	2	80	25	实训室提供摄影摄像所需的设备和场地，培养学生摄影摄像技能、通过摄影摄像训练内容提升审美及设计能力、为设计项目创作素材
		影室灯	套	5			
		背景幕布	套	1			
		实训项目		服务课程			
摄影流程方法学习、摄影基础训练、设计项目素材摄影摄像创作		摄影基础、创意策划、包装设计					

6	印刷制作实训室	单色数字印刷机	套	1	80	25	实训室提供印前、印刷、印后设备，可以独立完成书籍、期刊的生产加工；可以完成对书画作品从扫描、调色、输出到装裱整个流程的操作。培养学生掌握基本印刷技术的能力
		彩色数字印刷机	套	1			
		覆膜机、烫金机、胶订机	台	1			
		实训项目		服务课程			
印刷原理、印刷流程实训		印刷设计、包装设计、书籍设计、创意策划、品牌设计、毕业设计					
7	装饰画装裱实训室	装裱机	套	1	50	25	实训室提供装裱设备及工具，培养学生对绘画及平面作品装裱制作的技能，为相关课程提供装裱制作条件
		大工作台	台	6			
		实训项目		服务课程			
		绘画及平面艺术作品的装裱、展示		美术基础、艺术设计集中训练、毕业设计			

（三）教学资源

1. 教材资源

教材是教学内容的载体，可以呈现教学大纲的内容，也可以提现教学方法。内容适度、结构合理的教材是教学质量保证的重要因素，建议从以下几方面加强教材建设。

（1）校企合作共建“理实一体化”教材

专业组教师要联合企业一线技术专家，紧贴生产实际，合作完成教材编写。

教材要将真实项目引入教材，实现理论知识学习和实际应用一体化；教材要面向教学过程、结合学生实际合理设置理论教学和技能训练环节，实现“教、学、做”甚至是“教、学、做、考”合一。

教材以项目为核心，每一教学单元建议采用教学导航、课堂讲解、课堂实践、课外拓展的环节开展教学。教学单元结束后，通过“单元实践”进一步提升技能；相关课程结束后，通过“综合实训”提升学生的综合能力。

（2）选用优质的国家级高职高专规划教材

充分利用多年来各出版社的教材建设成果，尤其是体现工学结合特色的国家级“十三五”规划教材、“教育部高职高专规划教材”、“21世纪高职高专教材”等精品教材、优质教材，根据本专业课程和教学要求选用合适的教材。

2. 网络资源

以信息技术为手段，以网络为平台，构建体系完善、资源丰富开放式的专业教学资源。同时要善于整合、消化、吸收企业优秀教学资源，使其实行共享。

网络资源需从以下几方面进行建设：

（1）专业建设方案

专业建设方案包括：专业简介、专业人才培养方案、课程标准、教学文件等。

（2）职业技能标准

按照建筑工程和装饰工程相关岗位的职业技能标准。

3. 课程资源

①基本资源。基本资源应包含课程简介、课程标准、教学大纲、授课计划、教案、多媒体课件、学习指南、习题、实验实训项目、电子教材、试题库等。

②拓展资源。拓展资源是在基本资源基础上，面向学生和社会学习者扩展的自学、培训、进修、检索、科普、交流等内容，体现课程技术特点并向产业领域扩展。拓展资源包括素材库、培训包、工种包、企业案例、参考网站等。

③课程视频。课程视频包括课程整体设计介绍、课程单元设计说明等课程设计指导，课堂授课、现场教学、实训实习等教学场景，原理结构、工作过程、业务流程、操作步骤、技术细节、安全禁忌等内容。

4. 人文素养教学资源

①品德德育教学资源库。包含思想道德修养与法律基础、毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、职业生涯规划与创业就业指导等课程的课程资源，思政网站等。

②基础文化课教学资源库。包含本专业开设的高职语文、高职数学、高职英语、计算机应用基础、体育等文化基础课程的课程标准、教材、课件、案例库、习题库、视频资料等教学资源。

③职业拓展教学资源库。包含本专业开设的心理健康、形式与政策、拓展学习领域课程及公选课等课程课程资源。

（四）教学方法

1. 教学方法、手段与教学组织形式建议

对于公共基础课，建议采用启发式授课方式，以讲授为主，配合简单实验，多采用案例法、推理法等，深入浅出地讲解理论知识，可制作图表和动画，易于学生理解。

对于基本技能课和岗位能力课，建议采用训练考核的教学方法，在讲清原理的基础上以实践技能培养为目标，保证训练强度达到训练标准，实践能力达到技术标准。可采用演示、分组辅导，需要提供较为详尽的训练指导、动画视频等演示资料。

对于理实一体化课和综合能力课，可采用项目教学法，按照项目实施流程展开教学，让学生间接学习工程项目经验。项目教学法尽量配合小组教学法，可将学生分组教学，并在分组中分担不同的职能，培养学生的团队合作能力。

2. 推行“1+X证书”制度

根据人才培养方案中对资格证书的要求，在原有“双证书”的基础上推行“多证书”制度，拓展职业资格考试范围，增加职业资格鉴定，保证毕业生“1+X证书”获取率达95%以上，以此推进工学结合，工学交替，培养和提高学生的岗位工作能力。

（五）教学评价

凡是培养方案规定开设的课程都要对学生进行考核。根据课程特点和性质采用多样化的考核方式和方法，考核重点放在学生的综合素质和能力的评价方面。视觉传播设计与制作专业工学结合人才培养模式和课程体系的建立，对考核标准和方式提出了新的要求。其考核应具有全面性、整体性，以学生学习新知识及拓展知识的能力、运用所学知识解决实际问题的能力、创新能力和实践能力的高低作为主要考核标准。考核方式可分为：

（1）工作过程导向的职业岗位课程可采取独立、派对和小组的形式完成，重在在具体工作任务的计划、实施和评价的全过程考查，涵盖各个阶段的关联衔接和协作分工等内容，可通过工作过程再现、分工成果展示、学生之间他评、自评、互评相结合等方式进行评价。

（2）专业认知、企业实境训练、顶岗实习等课程可重在对学习途径和行动结果的描述，包括关于学习计划、时间安排、工作步骤和目标实现的情况，以及困难、成果、估计、选择等内容，可通过工作报告、成果展示、项目答辩等方式采用校内老师评价与企业评价相结合进行评价。

（3）工学结合的职业拓展课程可重在对岗位综合能力及其相关专业知识间结构关系的揭示以及相关项目的演示，涉及创造性、想象力、独到性和审美观的内容，可通过成果展示、项目阐述等方式采用发展性评价与综合性评价相结合进行评价。

（六）质量管理

经过多年实践，学院已经形成和建立了行之有效的教学管理制度和教学质量监控体系，对规范正常教学秩序、严格教学管理，保证教学质量起到了积极的保障作用。

（1）教学管理

①日常教学管理。为保证人才培养方案的有效实施，按照教务处统一的教学运行

文件，教务处及系（部），对学院教学运行进行日常检查、抽查、和学期检查。一般采取听课、检查任课教师的教学文件、召开学生座谈会、对学生进行问卷调查等形式，对出现的问题及时纠正改进，以确保方案的正常运行。

②建立教学工作例会制度。根据学院教学工作需要，由教务处协助主管教学副院长定期和不定期召开教学工作会议，全体系（部）主任及相关部门人员参加。通过教学工作例会，传达并学习最新职教发展动态和教学改革理念，布置学院教学发展改革任务，了解系（部）日常教学及专业、课程建设工作进展情况，研究和处理人才培养方案执行中出现的各种问题等。

③系（部）教学管理。系（部）定期召开专业主任会议和任课教师会议，及时掌握教学过程情况，总结教学工作和教学管理工作经验，及时研究解决教学过程中出现的问题。各专业要在每学期初制定出工作计划，组织集体备课、观摩教学、开展教学研究，了解教师教学进展情况，按学院安排进行教学检查。

（2）教学质量监控体系

①教学督导委员会组织机构

建立院系两级教学督导委员会，分级管理，分工负责，协同监控。

院级教学督导委员会由学院党委书记任主任，分管教学工作和学生工作的两位副院长任副主任，同时聘请具有丰富教学经验的在职或离退休教师、具有丰富管理经验的教学管理人员组成山西职业技术学院教学督导委员会。院级教学督导委员会由督导中心牵头，以教学目标和主要教学环节的宏观监控为主，在院领导的直接领导下，负责全校教学质量监控工作的总体协调，确保教学质量的稳步提高。主要工作职责：一是对专业设置的论证、专业人才培养方案及相关教学文件的审核；二是通过深入课堂、实验室、实习基地，客观掌握教学运行的全过程，提出督导建议，为学院有关教学决策提供参考依据。

系级教学督导委员会由系主任负责，成立由校企合作工作委员会和专家、优秀毕业生代表组成的人才培养质量监控小组。系级教学督导委员会的主要职责：以教学过程自我监控为主，在主要负责人的领导下，负责对本单位的整体教学工作、教师的教学情况、学生的学习情况进行监控。负责组织各专业的听课、试卷命题、阅卷、试卷质量分析、毕业论文质量分析等工作，并通过学院、系部、专业教研室组织的各类检查评估（教案、作业布置与批改、教学进度计划、学生评教、教师评学、教研活动的开展等），严把各个教学环节的质量。

②日常教学督导

听课制度：院级领导每月听课次数不少于 1 次；值班中层干部每周听课不少于 1 次；系（部）主任、副主任及系（部）书记每月听课不少于 2 次。学院和系（部）各级党政干部深入教学第一线，及时了解教学情况，倾听师生意见，发现并解决教学中存在的问题，避免教学一线与管理层的脱节，保证教学管理工作的针对性和有效性。

学生教学信息员制度：以专业班级为单位，确定思想品德优良，有参与教学管理的积极性，善于联系老师和同学，能客观反映广大学生的意见学生代表和学生干部，举行学期座谈会，填写任课教师评分表，给学生以畅通的渠道反映本系、本专业的教学管理、办学条件和教学质量中存在的问题并对教学提出意见和建议，使系部的管理和教学更加贴近学生、贴近实际。

教学检查与管理制度：从学期初到学期末，院、系两级安排不少于 2 次的集中教学检查，采取听（听课、召开座谈会听取师生的反映）、看（查看教学条件和管理软件）、查（抽查教案、学生作业、实验报告、实习报告、课程设计、毕业设计等）、评（对教学条件、状态、效果进行评价）。教学情况的检查工作贯穿始终，发现问题及时反馈并解决落实。

（3）制度保障

为保证人才培养方案的执行，在教学运行中严格执行学院制定的教学工作规范、教学计划、课程标准和教学进程，严格教学事故的认定与处理，严格执行教学评价制度，严格执行课堂教学和实践教学过程检查制度，严格教学文件的规范管理，保证人才培养方案的顺利实施、教学秩序的稳定和教学质量的提高。

附件 1 数字媒体专业群人才需求调研报告

一、调研目的与对象

（一）调研目的

高职教育是坚持以就业为导向，以能力为本位，以服务为宗旨的大众教育。为彰显职业教育的特色，通过本次调研收集和分析数字媒体专业群学生的社会人才需求状况信息，了解社会、行业以及企业对数字媒体专业群人才知识、技能、素质要求的变化趋势，为我院数字媒体专业群的专业设置、招生规模、学生就业指导提供信息，为专业人才培养目标定位、教学计划和课程标准的修订、教学的改革提供依据和帮助，提高我系数字媒体专业群人才培养质量及毕业生的就业质量。

（二）调研对象

山西数字媒体行业、企业

同类专业兄弟院校

历年毕业生

在校学生

二、调研方法与内容

（一）调研方法

本次调研采用全面调查和抽样调查相结合的方式，调查形式采用多种方法相结合。通过这次的调研，目的是希望能够对今后数字媒体专业群人才的培养方面能够更加适应企业需求，在教学的过程中具有一定的针对性。

（二）调研内容

1. 用人单位的岗位需求情况。
2. 学生就业岗位需求情况
3. 专业岗位职业能力。
4. 专业岗位知识能力。

三、调研分析

相对于山西省省内情况来说，目前数字媒体艺术专业是信息学科向文化艺术领域拓展的新方向，这是传统教育人才培养的空白，又是新兴产业崛起的急需。根据目前社会多种行业对数字媒体艺术应用型人才急需的现实状况，我院拟开设的数字媒体艺术专业定位以培养学生的基本的数字媒体艺术创意能力和制作能力、培养具有较强的实际操作技能的应用型人才为主。通过走访其它省内同类高校了解到，本专业试推行

产学研相结合的人才培养模式，加强学院内部师生的学术研究，并加强校企合作，积极发挥产、学、研在人才培养中的协同作用；加强专业课程、教材建设；采取合理有效的教学科研激励机制，促进专职教师对专业教学方法和手段等方面的改革，促进课件建设与教师授课竞赛等活动；启用符合时代与专业发展的教学方法和教学模式；拓宽实践教学渠道，建立学生走向社会，结合实践，“以赛促学”等有效机制。通过积极探索有效的专业建设机制，逐步做到服务方向明确，社会效益明显，把具有跨界设计能力的复合型艺术人才培养和学生个性发展作为人才培养特色。稳步形成教学、科研和社会实践有机结合的人才培养模式。

四、结论与建议

（一）调研结论

1. 专业群定位

专业群适应行业领域发展需求，致力于文化传播，紧跟 5G 时代的传媒需求，从动态视觉到平面 2D 效果再到空间 3D 视觉的呈现。完成一整套完整的宣传传播的有效方式，打造从静态视觉到空间立体化视觉的文化传播。

2. 专业群群内各专业的群组关系

专业群的组合一是从社会外部视角将服务产业发展整体需求为出发点，专业群的建设是将产业链或产业集群所需的专业组合为专业群，明确资源和管理重构是专业群建设的主要手段；二是从系部的内部资源整合共享为出发点，重在内部管理重构，将相近性或拥有共同基础的专业组合为专业群。两类概念界定的根本区别是专业群建设的出发点不同，落脚点相同。从社会外部视角出发，以提升服务社会和产业发展能力为出发点，倒逼高职院校变革专业建设和管理模式，突破原有相近或共同基础的束缚，拓宽高职院校专业群建设的思路。

数字媒体专业群从创意、动画、数字三个大类层层递进、相互渗透，着力于从视觉传播为载体的数字媒介的设计，本着以文化传播为根本，从交互视觉展现，到动态视觉表达，到静态视觉展示再到空间 3D 视觉的穿越感，从 2D 到 3D，从平面到立体，从静态到动态，多方位各角度的培养兼具艺术性、技术性，文化性，传承性，传播性的设计类人才。所包含的专业既有视觉传播设计与制作，动漫设计，数字媒体艺术设计，虚拟现实应用技术这 4 个专业。从艺术设计大类，跨界计算机大类，一种全新的跨界的，融合的，交互的，关联的视觉表达将淋漓尽致的呈现。他专业群内的各专业，共享资源、师资资源、实训基地资源等，形成共享式的专业群组。（如下图：）



3.人才培养目标和就业岗位

培养思想政治坚定、德技并修、全面发展，适应动画设计，广告宣传，数字交互，虚拟技术艺术设计需要，具有较完善的创意构思体系和较丰富的艺术表达和独特的传媒眼光，及较强的职业道德和职业素质，掌握二维动画，三维建模，影视后期，包装设计，广告设计，文创产品设计，栏目包装，媒体交互，虚拟建模，材质与渲染等专业知识和技术技能，面向数字媒体领域，能够从事动画设计，广告策划，网站交互，VR 项目制作等工作的高素质技术技能人才。

专业群名称	专业名称	主要职业类别	对应岗位名称	职业资格证书或技能等级证书	对应“1+X”项目证书
数字媒体	动漫设计	动画设计	动画设计师 三维建模师 虚拟动画剪辑师		数字创意建模职业资格证 中级动画绘制员
	视觉传播设计与制作	广告宣传	创意广告策划师 平面美工设计师 商业美术编辑员		ACAA 平面设计师
	数字媒体艺术设计	数字交互	APP 网站交互管理员 数字媒体技术员 APP 网站开发美工设计师		数字媒体交互设计
	虚拟现实应用技术	虚拟技术 虚拟艺术	VR 项目制作员 虚拟图形开发设计员		虚拟现实

4.人才培养规格

1.素质

- (1) 具有良好的职业道德和职业素养。
- (2) 崇德向善、诚实守信、爱岗敬业，具有精益求精的工匠精神；
- (3) 尊重劳动、热爱劳动，具有较强的实践能力；
- (4) 具有质量意识、绿色环保意识、安全意识、信息素养、创新精神；
- (5) 具有较强的集体意识和团队合作精神，能够进行有效的人际沟通和协作，与社会、自然和谐共处；
- (6) 掌握一定的学习方法，具有良好的生活习惯、行为习惯和自我管理能力。
- (7) 对新媒体视频，动漫制作创作充满兴趣和热情；

2.知识

- (1) 具备一定的美学知识;
- (2) 具备较高的文化修养;
- (3) 具备较深厚的绘画功底: 有熟练的人物表情, 动态表达能力, 能熟练绘制草图; 对场景环境透视运用熟练, 能够熟练绘制草图;
- (4) 了解动画制作流程;
- (5) 具备熟练地软件操作;
- (6) 具备一定的镜头表现方法;
- (7) 熟练使用 AFTER EFFECTS\PREMIERE\MAYA\FLASH 等软件;
- (8) 吃苦耐劳, 能适应各种工作环境;

3.能力

- (1) 具有动画造型能力;
- (2) 具有计算机二维和三维的动画的能力;
- (3) 具有原画的创意设计和编导能力;
- (4) 具有影视后期制作的能力;
- (5) 具有视频拍摄与剪辑能力

(二) 实施建议

1、在教学过程中突出创造力的培养

学院职业教育优于社会职业培训之处在于创新意识和创新能力的培养, 尤其对于动漫设计专业, 要在具体的设计教育过程中开发学生创造性思维的潜能。从设计基础课到设计实践课程, 都实施以课题为中心的创新设计教育模式, 重点培养创造性思维, 讲授创造方法, 营造创造情境, 围绕课题展开教学, 引导学生进入创造角色, 激发创造激情, 增长创造能力。

2、增强学生的实践能力

以计算机软件操作实践和各种专业技能实践为主, 采用课堂教学、实训教学并行设置的方式, 使实践教学与课堂教学成为教学的两条线, 力求互相交融, 相互印证, 使学生将所学理论知识运用到设计实践中去; 在校外与多个企业建立实践基地安排实践教学, 以专业考察、见习、实习一条龙的市场实践课程, 实现理论教学和实践教学的交替渗透, 使学生贴近专业、贴近市场、贴近社会, 增强实战能力。

3、优化教学模式

教学没有定法，取其合适最重要，去设计教育要适应现代化发展的需要，不仅要与新技术、新眼光、新融合，新的思路，相结合，还要关注行业动态走向与政策。

4、教师的双重身份

师资的综合素质是长期制约高校实践教学的瓶颈。提升师资水平涉及两个方面：提升校内教师的社会实践经验和能力；邀请社会生产实践一线的高级技术人员来授课。

5、统一教学理念，规范教学标准

各科教师应在人才培养模式的框架下，统一教学理念，围绕学生，以学生为主体，为学生的知识能力体系服务，着眼于课程及知识的衔接，着眼于课程内容为其他课做好基础。

附件 2 对应“1+X”项目职业技能等级证书标准

附件3 视觉传播设计与制作专业课程标准

《设计思维与表现》课程标准

一、课程基本信息

课程名称	设计思维与表现				
课程代码		学时	72	学分	
授课时间	第1学期	适用专业	视觉传播设计与制作		
课程性质	设计基础				
先修课程	美术基础	后续课程	《书籍设计》、《包装设计》《图形图像处理设计与处理》		

二、课程定位

创意思维表达与表现课程是视觉专业方向的基础课程，在视觉传达设计领域，创新思维设计观念和角度的探索新设计的方式，是寻求设计创意的目标。它的任务在于培养学生如何以简驭繁表达深远，利用有限的形式语言生成信息，并使受众产生共鸣和形成记忆。

三创意思维表达与表现课程是视觉专业方向的基础课程，在视觉传达设计领域，创新思维设计观念和角度的探索新设计的方式，是寻求设计创意的目标。它的任务在于培养学生如何以简驭繁表达深远，利用有限的形式语言生成信息，并使受众产生共鸣和形成记忆。

、课程设计思路

课程标准的总体思路对接职业岗位，课程强调图形设计的过程培养、实践性技能的强化和具体设计方法，课程将重点加强对学生感性创作训练，激发对图形元素展开想象，并尝试运用丰富的创作手法进行图创思维与图形设计，将复杂的信息表达成特定的简练易懂的图形语言，同时深入分析更具体的岗位专业对接，如 VI BI CI 设计，包装设计、书籍装饰设计等领域。

工作任务基本结构模式为：

基础——技能——方法——应用

课程分阶段重点培养学生的不同能力的基础任务。

四、课程目标

(一) 能力目标

1. 能够运用在标志、VI BI CI 设计，包装设计、书籍装饰设计任务上；
2. 能够掌握图形设计形式及规律，运用工具进行创造性思维表达；

3. 能够掌握色彩心理、立体视觉、图底关系；
4. 能锻炼学生的实际动手能力和激发学生的设计敏锐观察力；
5. 能删繁就简，打破惯性思维模式，从习以为常的事物中发展关联性，并从中挖掘出新的图形语言。

（二）知识目标

1. 了解图形创意的实在与其它艺术形式的关系
2. 了解图形创意表现形式上的多元发展
3. 体会图形语言的传达
4. 体会图像创意的思维方式
5. 体会图形创意体验与训练
6. 了解色彩基础

（三）素质目标

1. 提升工学结合，在做中学，在学中做
2. 解决“怎么做（经验）和怎么做更好（策略）
3. 培养实践分析与思维创新意识
4. 树立正确的设计思维方式和对图形设计的艺术创意体验
5. 树立正确的设计思维及设计制作的动手衔接能力
6. 准确掌握设计主题到图形创意的转换过程

五、课程内容及要求

序号	教学内容	能力目标	知识目标	教学方法及手段	学时
1	1.1 图形创意的实质	了解感知图形创意的魅力	掌握图形的历史及概念	“教学做”一体、任务驱动教学，先利用多媒体讲授概念、历史及风格流派，然后边学边做设计	4
2	1.2 图形创意与其它艺术形式的关系	体会图形创意思维	掌握图形语言的传播	“教学做”一体、任务驱动教学，通过多媒体讲授方法实现边学边做	4
3	1.3 图形创意形式上的多元化发展	体会图形创意思维	掌握图形创意的方法	“教学做”一体、任务驱动教学，熟悉图形设计的思维掌握设计中常见的问题	4
4	2.1 图形语言的传达	体会图形创意思维	体验图形创意思维与训练的思维转换	“教学做”一体、任务驱动教学，通过多媒体讲授方法体验图形创意思维与训练的思维转换	8
5	2.2 图形创意体验与训练	了解符合图形训练	掌握互换思维、循环思维训练、掌握比喻句图形训练	“教学做”一体、任务驱动教学，通过多媒体讲授方法熟悉斗式提升机、袋式收尘器结构、原理及操作，解决设备运行中常见问题	6

6	2.3 图形的构成形式及应用	掌握同构图形、置换图形、影射图形、共生图形、空间图形、文字图形设计	掌握图形创意构成形式，了解图形设计应用的表现方法及设计制作	“教学做”一体、任务驱动教学，通过案例实训方法熟悉生设计应用解决创意联想中常见问题	36
7	3 平面标志、广告、书籍、包装设计中的图形创意的程序	掌握图形创意设计的语义传达	掌握设计应用	“教学做”一体、任务驱动教学，通过案例实训方法熟悉生设计应用解决创意联想中常见问题	18

六、课程实施建议

（一）教学建议

1. 教学团队基本要求

掌握课程结构体系

2. 教学条件

多媒体

实训室

3. 教学方法与手段

实行任务导入、理论讲授、单独辅导的教学模式，采用启发式、引导、图例分析，辅导设计为主体的教学方法。

4. 课程资源的开发与利用

教师要充分利用教学资源、拓宽学习渠道，改进学生学习方式。

5. 教材选用

华中科技大学出版社 毕丹主编 《图形创意》

《字体设计》

《黑白构成》

《色彩构成》

《立体构成》

（二）考核建议

1、考核实行任务导入、理论讲授、项目工作的新型教学模式，采用启发欣赏实例制作的主导的教学方式。

2、教师要充分利用教学，只有扩宽学生学习渠道，改进学生学习方式，提高教学效果，增强教学的开放性和灵活性，就和技术与专家讲座，作品设计观摩等多种形式实施教学。

3、在设计期末考试考题时应注意图形创意设计明确目的，并具有可操作性，设计

对学生的职业岗位能力、要求为出发点，内容和方式要尽量真实并能提高学生兴趣。

《图形图像设计与处理》课程标准

一、课程基本信息

课程名称	图形图像设计与处理				
课程代码		学时	78	学分	4
授课时间	第 2 学期		适用专业	视觉传播设计与制作专业	
课程性质	岗位能力课程				
先修课程	《美术基础》、《设计思维与表现》、 《图形设计技术》		后续课程	《书籍设计》、《包装设计》	

二、课程定位

《图形图像设计与处理》课程是平面设计与制作专业的一门专业核心课程，是一门实践性很强的课程。主要学习 PHOTOSHOP 这个软件的制作方法和设计的内容。通过本课程学习能使学生掌握使用 PHOTOSHOP 进行绘图，处理图像等技术。企业要求平面制作人员不仅具有绘图和处理图像的能力，还要具备基本平面设计能力。

三、课程设计思路

在进行本课程设计的过程中，要基于以下几个方面的思路：

1、以工作过程为导向的项目教学方法，课程设计将面向工作过程的项目教学、任务驱动教学、案例教学的教学思想融为一体，并不追求形式上的项目教学、任务驱动教学或案例教学，而是重点体现项目教学法、任务驱动教学法、案例教学法的精神实质。

2、将图形图像处理视为一个整体项目过程，打破传统图像处理教学的条块界限，按照图片处理到广告制作的实际项目过程作为课程的教学主线。

3、坚持以就业为导向，以培养学生职业能力为根本，将提高学生的就业竞争力和综合素质作为课程教学的根本目标。

4、全面而准确地理解“工学结合”的办学模式，从本课程的实际出发，找准“工学结合”的切入点，将真实项目作为本课程“工学结合”的关键，一方面通过实施项目提高教师的能力、为教学提供丰富的资源，同时，又尽量让学生参与项目，提高学生的自主学习、自主实践、服务社会的能力，全面锻炼学生的实践技能、沟通能力、团队合作能力和跟踪新技术的能力。

四、课程目标

（一）能力目标

学习计算机辅助设计基础知识，掌握 photoshop 软件的一些基础的使用方法，应用技巧。

（二）知识目标

学习本课程，目的是让学生理解图象色彩原理，以及利用 photoshop 进行图象处理的技巧，掌握各种工具和滤镜的使用，因此不能当成一门纯理论的的课程来学习，而应当突出技能和应用。

1、学习 photoshop 的图象色彩原理、色彩模式的转换以及色调和色彩调整的技巧和操作；

2、掌握 photoshop 的命令、工具、基本功能和方法，图层、通道、路径等的概念和使用；

3、掌握滤镜的功能和使用滤镜制作各种特效的技巧；

4、利用所学习的知识进行图象处理，完成一定数量的上机实践任务；

5、能独立设计制作完成不同类型的图片作品。

（三）素质目标

具备勤劳诚信、善于协作配合、善于沟通交流等职业素养。

五、课程内容及要求

序号	教学内容	能力目标	知识目标	教学方法及手段	学时
1	认识 photoshop 1、启动中文版 photoshop 软件和退出的各种方法 2、认识操作界面 3、利用工具制作简单图形	用工具制作简单图形	1. 了解 photoshop 窗口组成 2. 掌握工具箱中各种工具的使用方法，能够使用各种工具制作简单的图形 3. 掌握浮动面板的显示与隐藏方法	本课程在教学过程中以学生为中心，针对学生的认知特点和不同的教学内容，以上机操作教师示范为主导，结合	5
2	文字处理 1、文本工具的运用 2、创建文字效果 3、制作波纹文字 4、制作五彩字 5、制作浮雕字	能在 PS 软件基础上进行基本图形设计	1、了解在 photoshop 中对文字的操作 2、了解 photoshop 文本的类型 3、熟悉文字特效的制作过程	多媒体网络教学系统、学生实验计算机以及局域网进行授课及训练。	5
3	路径和画笔的基本操作 1、用钢笔工具勾勒轮廓形成路径 2、路径的复制与转换 3、绘制和编辑图像工具	能在 PS 软件基础上进行基本图形设计	1、了解路径和画笔工具在 photoshop 中的作用 2、掌握钢笔工具的运用 3、熟悉 photoshop 的绘制和编辑图像工具		10
4	选定技巧 1、选定选区的基本技巧 2、各种选择工具 3、选区的调整 4、自由变换	能进行标志设计、版式设计	1、了解在 photoshop 中各种选择工具的使用 2、掌握 photoshop 中的操作方法 3、掌握选定技巧		10

5	图层的运用 1、图层的基本操作方法 2、通道与蒙版的运用	能进行标志设计、版式设计	1、进一步掌握 photoshop 中图层的操作 2、掌握运用图层的方法	10
6	色彩修饰 1、色彩修饰的基本方法 2、图像的模式转换 3、图像的颜色校正	能进行标志设计、版式设计	1、了解在 photoshop 软件中的作用 2、掌握色彩修饰在 photoshop 中的操作方法	5
7	滤镜效果 1. 滤镜的种类 2. 滤镜的效果 3. 制作简单图片特效	能进行包装设计、VI 设计	1、了解滤镜在 photoshop 的运用 2、掌握 photoshop 的基本操作方法 3、掌握 photoshop 中滤镜处理的各种调整手段及应用技巧	5
8	图像的制作 1、制作图像 2、对图像进行处理	能进行包装设计、VI 设计	1、了解图像处理的方法 2、掌握 photoshop 的基本操作方法 3、掌握 photoshop 中的各种处理手段及操作技巧并加以应用	6

六、课程实施建议

(一) 教学建议

教学资料开发建议

1. 教材讲义的编写建议、参考资料的选用
<p>1. 建议使用教材</p> <p>《Photoshop 完全自学教程》 李金明、李金荣 人民邮电出版社 2010-05 出版</p> <p>2. 主要参考书:</p> <p>《Photoshop 从入门到精通》 神龙影像编人民邮电出版社 2012</p>
2. 项目任务书、案例教学方案、实训指导书、课堂活动方案等教学资料的开发思路与建议
<p>1. 教学过程中, 要从高职教育的目标出发, 了解学生的基础和情况, 结合其实际水平和能力, 多进行技能的指导。</p> <p>2. 教学中要结合教学内容的特点, 可采用项目教学、实训指导、参观等方式方法来努力提高学生的自学能力和创新精神, 培养学生分析原因, 找到解决问题的方法和技巧。</p> <p>3. 在规范的前提下, 注重对学生作品个性风格方面的引导。</p>
3. 学习指南、学习资料包、教学课件等的开发思路与建议
<p>1. 提升专任教师的实践技能水平, 引进企业一线的兼职教师, 形成一支专兼结合, 双师型的教师团队。</p> <p>2. 努力提高校外实习基地的利用率, 开展施工现场教学。</p> <p>3. 提高软件教学水平, 充分利用教学软件应用于教学过程。</p> <p>4. 构建与完善课程网站, 满足师生教与学立体化的互动需求。</p>

教学资源使用建议

1. 教学设施资源使用建议

1. 课程组教师在教学手段上, 积极引入多媒体教学手段和网络教学等现代化教学手段, 充分利用各种教学资源, 提升课堂的品质和内涵, 提高教学的效率与教学效果。

2. 应用实训室现有实训设备进行职场的训练, 巩固和加强学生的操作技能。

2. 教学文件资源使用建议

1. 在任务驱动下, 学生学习要有的目的性。

2. 教学过程中应用多种教学手段和教学方法, 提高学生的学习兴趣。

3. 充分发挥学生的主体作用和教师的主导作用。

(二) 考核建议

1. 期末考核及方式说明: 上机考试

2. 过程考核说明:

评价项目	评价内容
海报或宣传画的制作	总体设计布局合理, 主题突出, 设计得当,
构图及创意	构图完整, 整体和谐, 色彩搭配合理, 画面形式有创意, 紧扣题意,
代码特效应用	加入一定的代码和特效, 并能较好的理解代码的含义
实验报告的书写质量	条理清楚, 文理通顺, 用语符合技术规范, 字迹工整
综合	考勤合格、设计态度认真, 设计时间分布合理

3. 课程成绩形成 (比例分配)

平时作业 50%, 考勤 20%, 期末考试 30%。

七、需要说明的其他问题 (参考资料、所需仪器、设备、教学软件等)

1、教学设备条件

配备多媒体教学设备、课件

2、参考资料:

《Photoshop 完全自学教程》 人民邮电出版社

《书籍设计》课程标准

一、课程基本信息

课程名称	书籍设计				
课程代码		学时	84	学分	
授课时间	第3学期		适用专业	视觉传播设计与制作	
课程性质	专业基础课				
先修课程	《设计思维与表现》、《图形图像设计与处理》		后续课程	《广告策划》、《包装设计》、《品牌设计》	

二、课程定位

本课程是视觉传播设计与制作专业的行业通用能力培养课程，结合我院的办学理念，通过广泛的市场调研，确定了我校对视觉传播设计与制作专业培养目标的定位为，培养学生适应广告行业服务第一线需要的，德、智、体、美全面发展，以平面广告创意、制作为核心能力，并兼具一定的广告策划和经营技能，可从事平面广告的策划、创意、制作、发布等工作岗位的高技能专门人才。

三、课程设计思路

利用在长期的教学中总结出来的经验，平面广告设计项目中实践积累的经验与社会对设计人员的要求相结合，充分听取行业人士的建设，紧跟市场脉搏，不断的在教学上自我完善，从而取得良好的教学效果。

该课程在第二学期，周学时 6

四、课程目标

总体目标：教学模拟真实场景，通过本课程的教学实施，学生应该能够根据市场设计需求，将自己或团队的创意策划意图，熟练的绘制草图，并运用相关软件表现出来，并且进行设计成品的完成。培养学生能够掌握文字与版式设计理论和设计技巧；熟练运用设计软件设计作品；培养学生热爱生活，增强学生社会责任感；培养学生具有团队协作，坚强的毅力和吃苦耐劳的精神；培养学生具有严谨，诚信的职业品质和良好的职业道德；培养学生分析问题，解决问题的能力以及灵活应变的能力。

1、专业能力目标

- (1) 具有培养学生综合应用所学软件的能力的作用。
- (2) 培养学生的实践运用能力及创新精神，提高学生的设计创意能力。
- (3) 培养正确的设计理念、设计方法和设计实现能力。
- (4) 在引导学生学习各类设计风格的同时促进学生设计表达的发展。
- (5) 能够熟练掌握至少一种图形编辑软件。
- (6) 掌握基本知识、培养学生的职业生涯可持续发展能力。
- (7) 把握平面广告设计的各种创意与方法和表现手法。提高学生职业岗位适应能力。

2、方法能力目标

- (1) 制定广告字体设计方案能力。
- (2) 培养学生的个性发展，激发学生的创意思维能力和创新精神。
- (3) 设计定位、设计创意、设计能力的培养
- (4) 培养学生创新思维、专业理念、专业技术创造能力和运用能力。
- (5) 通过独立学习，不断获取新的知识和技能，能够在工作中寻求发现问题、解决问题的途径。

3、社会能力目标

- (1)在工作中的沟通能力与良好的团队协作精神。
- (2)公正坦诚、理解他人，尊重他人，乐于助人，学会与人相处。
- (3)掌握和控制工作进度，合理安排时间。
- (4)认真、细致，有自制力，具有较强的自信心、求知欲和进取心。

五、课程内容及要求

序号	教学内容	能力目标	知识目标	教学方法及手段	学时
1	1.1 字体设计概述与理论知识	熟悉文字的演变过程。	了解字体设计发展史	教学环节以理论教学+实践操作为主要模式，采用启发式教学，培养学生思考问题、分析问题和解决问题的能力。	6
2	1.2 字体设计方法	掌握字体设计方法	了解字体设计基本方法及形式	教学环节以理论教学+实践操作为主要模式，采用启发式教学，培养学生思考问题、分析问题和解决问题的能力；增加讨论环节，要求学生展示并对所有字体设计作业自评与互评。	6

3	1.3 字体设计应用	字体设计在不同应用载体中的设计能力	掌握标志、平面广告、包装设计等载体中的应用		10
4	2.1 版式编排设计理论	通过本章的学习,学生应了解和熟悉编排设计的特点、编排设计的创意技巧,掌握使用 Photoshop CS、coreldrawCS 和 Illustrator CS 的应用方法。	通过本章的学习,学生应了解和熟悉编排设计的特点、编排设计的创意技巧。	1、教师以书籍封面编排设计为例,提出设计方法以及编排设计要素的构成和所要完成的工作,提供相关知识背景及教学资源。2、教师介绍设计软件的使用方法。3、学生运行设计软件并完成学习任务。	10
5	2.2 编排制作在平面艺术设计中的应用	通过本章的学习,学生应了解和熟悉编排设计的特点、编排设计的创意技巧,掌握使用 PhotoshopCS、coreldrawCS 和 Illustrator CS 的应用方法。	通过本章的学习,学生应了解和熟悉编排设计的特点、编排设计的创意技巧。	教师以海报编排设计为例,提出设计方法以及编排设计要素的构成和所要完成的工作,列出几种不同载体的版式编排案例,并分别做相应训练。	18
6	书籍外部形态设计	能够掌握护封设计的创意技巧; 能够理解护封设计的四大元素。	熟悉书籍装帧护封设计的立意、概括、想象力、舍弃与象征、探索与创新等技巧; 掌握护封设计中文字、图形、色彩、构图四大元素的使用方法	讲授法、演示法、实例教学法	6
7	书籍内部形态设计	能够根据要求掌握书籍内部形态设计原理。	了解掌握书籍扉页、环衬设计,了解掌握书籍环衬、内页设计,了解掌握书籍版面、插图设计。	演示法、实例教学法,小组讨论法	12
8	书籍装帧材料	能够正确使用书籍材料——纸张和其他特殊材料。	凸版纸、胶版纸、铜版纸、白版纸使用的特殊性 书籍其他特殊材料的使用原理	讲授法、实例教学法	6
9	书籍装帧开本	掌握确定书籍开本的四个因素 掌握书籍常用开本类型	根据书籍的性质和内容确定开本 根据读者审美习惯确定开本 根据书籍的类型选择开本	讲授法、实例教学法	10

六、课程实施建议

(一) 教学建议

1、突显课题设计在教学中的功能与价值，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。 2、加强教学环节的链接与整合，将理论讲授、信息收集、专业调研、草图构思、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。 3、强调学生对教学过程的体验，强调绘制大量的草图，多次快速方案练习，展开师生间的教学互动讨论，综合性的文本制作等。 4、大力介绍、借鉴国外院校编排设计课程的教学方法，尤其在课程理念、内容、课题设计方面吸收其合理而具有创造力的因素。聘请外籍教师担任单元教学，同时派青年教师作为教学助理，学习外教的教学设计思路与作业辅导方法，吸取他们在思维、形式意识、手法、对生活及周围事物的观察、对学生个性因素发现与帮助等方面的方式方法。 5、提倡运用现代教育技术辅助教学，多媒体课件教学率达90%。课件的制作过程使课程资源、内容等知识范畴的材料得以优化，使体裁、媒介、材料、技法等课题设计要素得以有机组合与巧妙编排，使教师的思路、教学程序与组织、教案编写与表达更为清晰。

1. 教学团队基本要求

2. 教学条件

1、软硬件条件

(1)为配合一体化教学，需要为教师配置教师机及大屏幕。

(2)需要为每位学生配置1台计算机，计算机软件环境要求：

1) 操作系统： Windows XP

2) Photoshop

3) Illustrator

4) PageMaker

5) CorelDraw

6) Word 2003、Excel 2003。

(3)需要准备的安装软件如下：

1) Photoshop CS5

2) CorelDrawX3

(4)为方便查阅资料，每台计算机应能上网。

3.教学方法与手段

理论授课配合多媒体手段，图文并茂。演示法、项目教学法、现场教学法、案例教学法、启发式教学法、作品讲评法同步运用。

本课程采用多媒体教学、结合网络化教学、虚拟教学等教学手段效果好。

讲授、讨论、实践。现代教育技术使用要求：熟练使用幻灯机、投影仪、电脑及其辅助设计软件。教学环节以理论教学+实践操作为主要模式，采用启发式教学，培养学生思考问题、分析问题和解决问题的能力；增加讨论环节，要求学生展示并对所有字体设计作业自评与互评。

4.课程资源的开发与利用

在编排制作教学中我们为实现教学效果地开展提供了大量的设计素材和各种可利用的条件，包括教材、案例、影视、图片、课件等，也包括教师资源、教具、基础设施等。我们利用一切有助于教育、教学的物质条件、自然条件、社会条件以及媒体条件。在教学资源构成的大环境下，学生的学习需求在教师的指导下，可以主动的利用资源来满足。我们认识到，不仅教学媒体是教学资源，教师和学生也是教学资源，要充分利用一切可以利用的资源，为学生创造一个更完善的环境。

我们除了拥有传统的图书馆、资料中心这些学习资源环境外。随着网络技术的发展、网络日益强大，为人类提供了最为广泛的教学资源。网上教育资源形式多样、种类繁多，了解教育资源的分类及其特点，将有利于高效地获取资源，也能更好的在实际教学中利用这些资源。

5.教材选用

教材的选用：《字体与版式设计》中南大学出版社,王清海主编。该教材从实际出发，引导学生掌握从实际应用角度去解决问题的思维方法，实战教学，实现就学与就业的零距离。着重加强设计实践能力的训练，积极启发学生自己提出问题，深入思考，然后寻找解决问题的途径。

(二) 考核建议

主要采取过程性考核方式，也就是通过课堂教学过程考核，实训项目，项目汇演相结合的方式。其中课堂教学过程考核强调平时的出勤率，课堂表现和作业，实训项目考查学生分析问题，解决问题的能力，项目汇演，考察学生的语言表达和应变能力。

课程的考核评价类型：出勤 20%、平时成绩 30%、考试成绩 50%。

《包装设计》课程标准

一、课程基本信息

课程名称	包装设计			
课程代码		学时		学分
授课时间	第 3 学期	适用专业	视觉传播设计与制作	
课程性质	岗位能力课程			
先修课程	《美术基础》、《图形设计技术》《图形图像处理》《书籍设计》	后续课程	《品牌设计》	

二、课程定位

《包装设计》课程是艺术设计专业核心课程之一，通过对包装设计与制作的训练，掌握产品包装的调研、创意、设计、制作的相关知识。培养学生运用不同创意与表现方法完成包装设计的能力，通过具体制作技能完成包装设计的制作。

三、课程设计思路

本课程作为图形图像制作专业的核心课程之一，需要全面介绍相关的概念、实践运作过程等。注重了相关专业知识的介绍，从包装设计理论和设计实际入手，深入浅出地介绍包装设计的实用知识、设计人员应具备的基本素质、以及作为一名包装设计师，必须涉及多种学科的知识，熟悉与商品包装设计有关的法律法规。通过简练的理论介绍，使学生能很快拓展知识面，对包装设计理论构架有一个全面的认识，教学内容注重与理论与实践的紧密联系，课程设计与实际设计项目相结合。理论教学内容也安排穿插一些经典案例，打开学生的思路，拓展学生的视野。

四、课程目标

（一）能力目标

1. 具有市场调研和创意开发的能力；
2. 具有运用不同设计形式和技法进行设计表达的能力；
3. 具有包装精致化制作的能力。

（二）知识目标

1. 能依据设计题目完成市场调查和分析研究；
2. 能在调研基础上进行创意开发和设计定位；

3. 能完成设计题材和设计形象的选择;
4. 能选择合适的设计形式和设计技法完成设计;
5. 能完成设计的正稿制作与视觉修正;
6. 能利用相关绘图软件进行辅助设计
- 7.

(三) 素质目标

1. 刻苦学习精神——听课专注，思维积极，作业独立完成并具有创造性。
2. 良好职业行为——诚实守信、遵守纪律、正确做事，做正确的事。
3. 团结协作精神——互相帮助、相互学习、共同完成任务。
4. 规范应用习惯——正确应用和遵守国家 and 行业的相关标准，作风严谨。

五、课程内容及要求

序号	教学内容	能力目标	知识目标	教学方法及手段	学时
1	设计项目的调研分析 1、明确设计项目的来源和委托。 2、设计项目信息的搜集与调查，包括产品、目标市场和目标消费者。 3、设计项目信息调查结果的分析和研究。 4、撰写调研报告。 5、确立设计项目主题理念和预期目标。 6、针对设计项目拟定设计计划和工作进度时间表。	培养学生针对设计项目进行市场调查、分析并撰写调研报告的能力。	1、明确设计项目的来源和委托。 2、设计项目信息的搜集与调查，包括产品、目标市场和目标消费者。 3、设计项目信息调查结果的分析和研究。 4、撰写调研报告。 5、确立设计项目主题理念和预期目标。 6、针对设计项目拟定设计计划和工作进度时间表。	课程五个项目采用的共同的教学方法和手段是项目导向、任务驱动、案例教学、启发式教学、多媒体教学与常规教学结合学生分组训练、小组讨论法、市场调研法、老师	6
2	设计创意的开发与深化 1、确定设计的方向，分为表述的方法、表征的方法、会意的方法以及纯标识方法。 2、根据设计项目特征确定设计题材，分为表音符号设计和图形符号设计。 3、标志设计形象和造型要素的确定。 4、绘制草图，把各种创意的理念转化为具体的视觉形象。	培养学生在此基础上进行设计创意开发与深化的能力。	1、确定设计的方向，分为表述的方法、表征的方法、会意的方法以及纯标识方法。 2、根据设计项目特征确定设计题材，分为表音符号设计和图形符号设计。 3、标志设计形象和造型要素的确定。 4、绘制草图，把各种创意的理念转化为具体的视觉形象。	讲评与设计经验分享。 本课程在教学过程中以学生为中心，针对学生的认知特点和不同的教学内容，在使用传统的讲授法的基础上进行了多种教学方法的拓展。	12
3	纸包装结构形式 1、包装结构概述 2、包装结构分类 3、包装结构创意的思	培养学生针对不同设计项目能采用不同设计形式进行表	1、包装结构概述 2、包装结构分类 3、包装结构创意的思维形式及方法	项目导向：将真实项目通过老师的指导，	30

	<p>维形式及方法</p> <p>4、包装结构表现形式</p> <p>5、包装结构的表現手段和技法工艺</p>	<p>现的能力。</p>	<p>4、包装结构表现形式</p> <p>5、包装结构的表現手段和技法工艺</p>	<p>交由学生自己处理，信息的收集、方案的设计、项目实施及最终评价，学生通过该项目进行，了解并把握整个过程及每一个环节中的基本要求。</p> <p>案例教学法：将真实案例引入课堂，用生动、直观的案例进行导入。</p>	
4	<p>容器的设计形式</p> <p>1、容器设计的基本要求。</p> <p>2、化妆品容器设计技法。</p> <p>3、香水容器设计设计技法。</p> <p>4、手机容器设计设计技法。</p> <p>5、手机容器设计设计技法。</p> <p>6、容器造型设计平面图、效果图、三视图的设计技法。</p>	<p>培养学生针对不同设计项目能采用不同设计技法进行设计表现的能力。</p>	<p>1、容器设计的基本要求。</p> <p>2、化妆品容器设计技法。</p> <p>3、香水容器设计设计技法。</p> <p>4、手机容器设计设计技法。</p> <p>5、手机容器设计设计技法。</p> <p>6、容器造型设计平面图、效果图、三视图的设计技法。</p>	<p>案例教学法：将真实案例引入课堂，用生动、直观的案例进行导入。</p>	12
5	<p>包装的整体制作</p> <p>1、包装的创意设计概述。</p> <p>2、包装的结构设计。</p> <p>3、包装的外观装潢设计。</p> <p>4、包装的整体制作。</p>	<p>培养学生完成标包装设计的整体制作能力。</p>	<p>1、包装的创意设计概述。</p> <p>2、包装的结构设计。</p> <p>3、包装的外观装潢设计。</p> <p>4、包装的整体制作。</p>	<p>启发式教学法：学生掌握案例的制作方法后，对案例涉及的知识技能进行拓展提问，启发学生去思考，使学生能够举一反三，拓宽包装设计思路。</p> <p>多媒体教学与常规教学结合：利用多媒体教室教学，能够增加学生的感性认识，激发学生的学习兴趣，上机操作教师示范，，本课程的教学采用多媒体教学，上课时教师利用课件教学。</p>	30

六、课程实施建议

(一) 教学建议

1. 教学团队基本要求

一、知识目标要求

1、知道包装设计的基本要求和程序；2、了解设计与消费知识、设计方法与内容、印刷加工知识；3、理解包装结构及包装特点；4、掌握包装设计方法、程序和制作技巧。

二、素质目标要求

1、思想政治素质：有良好的品德素养、健康的思想情操、正确的人生观，具备一定得法制观念和良好的文明行为习惯；2、职业素质：创新能力；吃苦耐劳、爱岗敬业、勤奋踏实、谦虚好学、能够恪守职业道德；3、社会能力：团队协作精神；沟通能力

2.教学条件

多媒体

3.教学方法与手段

课程五个项目采用的共同的教学方法和手段是项目导向、任务驱动、案例教学、启发式教学、多媒体教学与常规教学结合学生分组训练、小组讨论法、市场调研法、老师讲评与设计经验分享。

4.课程资源的开发与利用

项目任务书、案例教学方案、实训指导书、课堂活动方案等教学资料的开发思路

1. 教学过程中，要从高职教育的目标出发，了解学生的基础和情况，结合其实际水平和能力，多进行技能的指导。

2. 教学中要结合教学内容的特点，可采用项目教学、实训指导、参观等方式方法来努力提高学生的自学能力和创新精神，培养学生分析原因，找到解决问题的方法和技巧。

3. 在规范的前提下，注重对学生作品个性风格方面的引导。

5.教材选用

《包装设计》 于静/李航 辽宁美术出版社 2011-05 出版

(二) 考核建议

课程考试考核采用项目实训加平时成绩综合评定的考核方法，实行百分制评定，其中项目实训占 70%，平时成绩占 30%。考核成绩见下表。

课程整体成绩表

考核类型	成绩	权重	课程整体成绩
课程考核	100	100%	100
职业技能认证	0	0	

课程考核成绩表

项目名称	成绩		权重	项目成绩	项目成绩权重	课程考核成绩
设计项目的调研分析	知识		30%	10	10%	100
	技能		50%			
	态度		20%			

《创意广告设计与策划》课程标准

一、课程基本信息

课程名称	创意广告设计与策划				
课程代码		学时	56	学分	4
授课时间	第 4 学期		适用专业	视觉传播设计与制作	
课程性质	岗位能力课程				
先修课程	《书籍设计》、《包装设计》		后续课程	《品牌设计》	

二、课程定位

本课程讲解广告设计的步骤、方法，培养学生的综合设计能力、创造性思维能力以及艺术修养，最终使学生能够综合运用所学知识，独立完成平面广告作品的创意与设计。

通过该课程的教学，使学生把握不同广告媒体的特点与局限，了解广告传播方式以及制作与实施，无论在理论上还是在实践中都能正确掌握平面广告设计的基本规律和艺术法则，创造出新颖别致、具有创造思维的方案与作品来。并着重培养学生的审美素质，促进学生用心灵、思想感受设计，提高学生对美的鉴赏能力、对广告作品的鉴赏能力以及创造能力。

三、课程设计思路

按照“以能力为本位、以职业实践为主线、以项目课程为主体的模块化专业课程体系”的总体设计要求，该门课程以满足一下要求为基本理念。

(1)、体系性要求：所设计的模块课程，要求能够既能自成体系，又能独立使用。所谓自成体系是指单个模块课程要涵盖该模块所涉及的所有内容领域，不能有遗漏；所谓能够独立使用，是指该模块课程的设计，要以每一任务为单位，对每一节课甚至每个知识点，要设计出适合教学需

要的任务课程，它可以独立用于教学。

(2)、功能性要求：所设计模块课程在教学过程中，要在如下五个方面起重要作用：一是用于辅助教师教学，重点在于向学生演示和表达知识，突破重点和难点，辅助教师进行知识的传授；二是辅助学生学习，重点帮助学生巩固知识，诱导学生积极思考，帮助学生发现探索知识；三是提供资料参考，重点在于提供教师备课以及学生学习时的相关参考资料；四是用于学生的兴趣扩展，重点用于帮助学生发展兴趣爱好、增长见识、形成个性。五是能即时测评，重点在于对学习者的学习效果进行评价并即时反馈。

(3) 技能性要求：模块教学设计要符合人才培养方案，要有利于激发学生的学习动机和提高学习兴趣，最终达到让学生掌握改课程所传授的技能，并能将这些技能应用的以后的工作中。

四、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与局限，了解广告传播方式以及制作与实施，无论在理论上还是在实践中都能正确掌握平面广告设计的基本规律和艺术法则，创造出新颖别致、具有创造思维的方案与作品来。并着重培养学生的审美素质，促进学生用心灵、思想感受设计，提高学生对美的鉴赏能力、对广告作品的鉴赏能力以及创造能力。

五、课程内容及要求

项目名称	任务知识结构	学时分配	学分	选课建议
一 任务一 概论	1、广告的概念 2、我国广告的发展概况 3、广告的职能 4、广告设计与广告制作的关系	4	4%	将课程总目标落实到各个模块中，依据各模块的教学目标确定所要完成

二	任务二 广告的各项分类和构成要素	1、广告的种类 2、广告媒体种类 3、广告画面的构成要素	4	4%	的工作任务；进行工作任务的分析，确定相关应用知识和需要掌握的操作技能；按照工作任务设置不同的教学模块，进行单元设计，组织实施。
三	任务三 广告调研	1、广告调研的方法 2、广告调研的对象	4	4%	
四	任务四 广告创意	1、广告创意的的方法 2、消费心理与广告设计	4	4%	
五	任务五 广告的表现形式	掌握广告的表现形式	4	4%	
六	任务六 广告插图	1、广告插图的特征和作用 2、广告插图的表现风格 3、广告插图的表现方法	4	4%	
七	任务七 广告文案	1、广告文案的种类 2、广告文案的应用	6	6%	
八	任务八 广告色彩	1、广告色彩的应用 2、广告色彩的消费心理 3、广告色彩的喜好和禁忌	4	4%	
九	任务九 广告构图	1、广告构成要素 2、广告版面的空间分割形式	4	4%	
十	任务十 广告设计流程	掌握广告设计流程	4	4%	
	任务十一 路牌广告的制作	1、立柱地面基础部分的工艺 2、楼顶广告牌基础部分的工艺 3、牌面框架的金属版面的制作工艺 4、版面艺术表现形式 5、灯架安装工艺	6	6%	

任务十二 灯箱广告制作	1、灯箱广告制作的工艺 2、灯箱画面的制作 3、亚克力吸塑灯箱的制作	6	6%	
任务十三 霓虹灯广告制作	1、霓虹灯广告的表现形式和设计 要求 2、霓虹灯广告的制作工艺	6	6%	
任务十四 模型广告的制作	了解常用的模型广告的制作	6	6%	
任务十五 手绘POP广告制作	1、手绘POP广告的基本要求和 方法 2、手绘POP广告的制作	8	8%	
任务十六 橱窗广告的制作	1、橱窗广告的结构形式 2、橱窗广告的表现形式 3、橱窗广告的制作工艺	8	8%	
任务十七 电脑平面广告制作案例	1、果汁饮料杯的制作 2、果汁饮料瓶的制作 3、果汁饮料宣传单的制作	8	8%	
任务十八 广告设计原理和广告管理法规	1、广告设计原理 2、广告管理法规	4	4%	
测试		6	6%	

模块一 广告基础理论

参考学时	学时
工作任务	概论，广告的各项分类和构成要素，广告调研
学习目标	概论，广告的各项分类和构成要素，广告调研
实践技能	掌握概论和广告的各项分类和构成要素，能进行广告调研，写出调研报告
知识要点	概论，广告的各项分类和构成要素，广告调研
拓展知识	概论，广告的各项分类和构成要素，广告调研的对象和方法

考核要求	概论, 广告的各项分类和构成要素, 广告调研
------	------------------------

模块二 广告设计

参考学时	学时
工作任务	广告创意, 广告表现形式, 广告插图, 广告文案, 广告色彩, 广告构图, 广告设计流程。
学习目标	掌握广告创意的方法, 了解广告表现形式, 能绘制广告插图, 会写作广告文案, 掌握一般的广告构图, 掌握广告设计流程。
实践技能	掌握广告创意的方法, 了解广告表现形式, 能绘制广告插图, 会写作广告文案, 掌握一般的广告构图, 掌握广告设计流程。
知识要点	广告创意, 广告表现形式, 广告插图, 广告文案, 广告色彩, 广告构图, 广告设计流程。
拓展知识	掌握广告创意的方法, 了解广告表现形式, 能绘制广告插图, 会写作广告文案, 掌握一般的广告构图, 掌握广告设计流程。
考核要求	广告创意, 广告表现形式, 广告插图, 广告文案, 广告色彩, 广告构图, 广告设计流程。

模块三 广告制作

参考学时	学时
工作任务	路牌广告的制作, 灯箱广告的制作, 霓虹灯广告的制作, 模型广告的制作, 手绘 POP 广告的制作, 橱窗广告的制作, 电脑平面广告制作。
学习目标	了解路牌广告的制作, 灯箱广告的制作, 霓虹灯广告的制作, 模型广告的制作, 橱窗广告的制作, 掌握手绘 POP 广告的制作和电脑平面广告制作。
实践技能	掌握手绘 POP 广告的制作方法, 能制作电脑平面广告。
知识要点	路牌广告的制作, 灯箱广告的制作, 霓虹灯广告的制作, 模型广告的制作, 手绘 POP 广告的制作, 橱窗广告的制作, 电脑平面广告制作。
拓展知识	路牌广告的制作, 灯箱广告的制作, 霓虹灯广告的制作, 模型广告的制作, 手绘 POP 广告的制作, 橱窗广告的制作, 电脑平面广告制作。
考核要求	路牌广告的制作, 灯箱广告的制作, 霓虹灯广告的制作, 模型广告的制作, 手绘 POP 广告的制作, 橱窗广告的制作, 电脑平面广告制作。

模块四 广告管理法规

参考学时	学时
工作任务	广告设计原则和广告管理法规
学习目标	广告设计原则和广告管理法规
实践技能	广告设计原则和广告管理法规
知识要点	广告设计原则和广告管理法规
拓展知识	广告设计原则和广告管理法规
考核要求	广告设计原则和广告管理法规

六、课程实施建议

教材编写要体现项目课程的特色与设计思想，教材内容体现先进性、实用性，典型项目的选取要科学，体现产业特点，具有可操作性。其呈现方式要图文并茂，文字表述要规范、正确、科学。

教学要采取项目教学法，以工作任务为出发点激发学生的学习兴趣，教学过程中要注重创设教育情境，采取理论实践一体化教学模式，要充分利用挂图、投影、多媒体等教学手段。

采取阶段评价和目标评价相结合，理论考核与实践考核相结合，学生作品的评价与知识点考核相结合。

课程教学过程中注重通过动手实践来促进理论学习。

在教学过程中不断通过课堂练习来提高学生的动手能力，课程内容要具有针对性。

课程项目开发要求：学习本课程后应能够独立完成一个广告的设计和制作。

《品牌设计》课程标准

一、课程基本信息

课程名称	品牌设计				
课程代码		学时	112	学分	
授课时间	第 4 学期		适用专业	视觉传播与制作	
课程性质	岗位能力课程				
先修课程	《书籍设计》、《包装设计》		后续课程	毕业设计、顶岗实习	

二、课程定位

《品牌设计》课程是视觉传播设计与制作专业的专业核心课程之一。通过市场调研、文案策划、设计、制作工作流程的训练，提升学生企业形象设计文案策划及视觉部分的设计表现能力。

三、课程设计思路

该课程以撰写企业形象设计策划书和企业形象视觉传达设计表现的实际需求为课程开设的依据。以市场调研、文案策划、设计、制作工作流程为该课程内容选择的标准，以某企业形象设计策划与表现项目任务为载体，并结合学生认知规律编排课程的内容顺序。

该课程在第四学期，周学时 8

四、课程目标

通过本课程学习，学生能把握基础系统到应用系统 VI 的设计与表现工作，能完成企业形象宣传策划书的撰写工作，并能够运用所学知识对 VI 设计项目进行专业的测评。

(一) 能力目标

1. 能够开展 VI 设计的调研与分析工作；
2. 能够根据 VI 设计目标需求制订企业形象宣传策划书；
3. 能够运用设计技巧完成企业形象的创意与表现工作。；

(二) 知识目标

1. 了解标志设计构成元素与构成法则；
2. 了解 VI 设计的基本原理；
3. 了解 VI 设计的策划方法；
4. 熟悉 VI 设计的创意表现；

- 5.掌握 VI 设计的设计流程;
- 6.掌握 VI 设计的创意与制作规律。
- 7.掌握 VI 设计的创意与制作规律。

(三) 素质目标

1. 提升学生对 VI 设计的鉴赏能力;
2. 培养学生对 VI 设计的测评能力;
3. 培养学生创新意识和创新能力;
4. 树立学生服务意识和敬业精神。

五、课程内容和要求

序号	学习内容		教学要求		参考课时
	模块	教学单元/ 项目	能力要求	知识要求	
1	基础模块	标志的初步认识	<ul style="list-style-type: none"> ●能够理解和运用标志的含义; ●标志的意义认识与分析能力。 	<ul style="list-style-type: none"> ●了解标志的含义; ●认识标志的意义; ●标志的角色功能。 	30
		优秀标志设计作品赏析	<ul style="list-style-type: none"> ●用所学知识直观感受与分析标志设计的美感。 	<ul style="list-style-type: none"> ●标志的图形认识; ●标志的色彩认识; ●标志的形式美认识。 	
		标志的图形元素与构成法则	<ul style="list-style-type: none"> ●能抓住重点,了解标志构成元素; ●能够认识标志的构成法则。 	<ul style="list-style-type: none"> ●标志的图形元素; ●标志的的结构; ●标志的形式。 	
2	创意设计模块	企业形象设计基础	<ul style="list-style-type: none"> ●认识 VI 的基础部分设计流程; ●认识 VI 的应用部分设计流程。 	<ul style="list-style-type: none"> ●建立品牌; ●基础部分; ●成为企业形象中心的 VI; ●应用部分; ●VIS 体系; ●何时启用企业形象设计。 	72
		企业识别系统设计的基本程序	<ul style="list-style-type: none"> ●能够了解与掌握企业识别系统设计的基本程序; ●能够根据市场应用撰写企业形象设计策划书。 	<ul style="list-style-type: none"> ●设计准备阶段; ●设计开发阶段; ●设计修正定型阶段; ●编制企业形象设计策划书阶段。 	
		标志与企业形象设计训练	<ul style="list-style-type: none"> ●能够进行企业形象 VI 基础部分、VI 应用部分的设计训练; ●能够对 VI 设计作品的优劣做出评判。 	<ul style="list-style-type: none"> ●VI 基础部分认识; ●VI 应用部分认识; ●VI 设计作品赏析。 	
3	实训模块	标志与企业形象设计开发实例训练	<ul style="list-style-type: none"> ●能够结合项目和客户要求,进行标志与企业形象设计训练。 	<ul style="list-style-type: none"> ●理解与运用标志与企业形象设计相关知识。 	14
		标志与城市形象设计开发实例训练	<ul style="list-style-type: none"> ●能够结合项目和客户要求,进行标志与城市形象设计开发实例训练。 	<ul style="list-style-type: none"> ●理解与运用标志与城市形象设计相关知识。 	

		标志与活动形象设计开发实例训练	●能够结合项目和客户要求,进行标志与活动形象设计开发实例训练。	●理解与运用标志与与活动形象设计相关知识。	
4	评价模块	学生 VI 设计作业演示	●能够将自己的设计作品做成 PPT; ●演示,并加以说明。	●VI 设计功能定位准确、视觉效果好、市场应用性强。	4
		作业观摩与评价	●同学之间就 VI 设计作业进行相互评定; ●VI 设计作业进行评定。	●VI 设计角色功能定位准确、创意方法、视觉效果、应用价值等实现情况评价。	

六、课程实施建议

(一) 教学建议

1. 教学团队基本要求

2. 教学条件与环境

(1)、为了加深学生对 VI 设计的直观认识,提高学生分析问题、解决问题的能力,可充分利用校内工作室以及校外设计公司、广告设计制作公司等真实的工作环境,采用工作情境设置与案例分析教学法。

(2)、在教学过程中,应充分利用校内实训基地的作用,使教学与实训紧密联系,保持学习内容与岗位工作内容的一致性,提高学生的职业能力。

(3)、教师成员可以引进行业专家为特聘教师,建立专兼结合的“双师型”教学团队。

(4)、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。

3. 教学方法与手段

(1)、实行任务导入、项目工作的新型教育模式,采用以启发式、案例分析、实例制作为主体的教学方法。

(2)、教师要充分利用教学资源,拓宽学生学习渠道,改进学生学习方式,提高教学效果,增强教学的开发性和灵活性。

(3)、在设计“任务型”教学活动项目时,应注意活动要有明确的目的并具有可操作性;要以学生的职业岗位能力要求为出发点,内容和方式要尽量真实,以提升学生学习的兴趣。

(4)、教学以任务的完成为目标,以任务发生的顺序展开教学过程,融“教”、“学”、“做”为一体,有利于学生理解与掌握 VI 创意与制作的方法。

4. 课程资源的开发与利用

课程资源是指依据课程性质开发的各种教学材料以及本课程可以利用的各种教学

资源、工具和场所，它主要包括：主辅教材、教学 PPT、案例分析、校内实训室、校外实习基地、社会资源（企业公司兼职教师、客座专家等智力资源）

5.教材选用

建议选用教育部高等学校高职高专视觉传达艺术设计专业教学指导委员会“十一五”规划教材同时也可以由一线教师与行业专家依据本课程标准编写教材，基本要求为：(1)、教材依据本课程内容标准编写教材，将知识学习与能力培养紧密结合。

(2)、教材以体现训练项目导入、工作任务目标达成，为课程设计主体思想。

(3)、教材内容注重能力培养，并体现任务驱动，要以学生为教学主体，灵活多样设计任务，创立真实情境，引导学生进行观察、调研、思考和创意等活动，着重培养学生的分析判断与表现能力，为学生出完整的 VI 设计方案提供帮助。

(4)、教材编写的体例和呈现方式尽量考虑岗位需求和学生的认知水平，强调实用和够用原则，以方便教学。

(5)、教材应图文并茂，引用图片清晰精美，文字语言深入浅出。

(6)、教材内容贯彻与时俱进的原则，借鉴国内外最新的研究成果，及时更新教学内容。

（二）考核建议

品牌形象设计是视觉传达艺术设计专业的专业核心课程之一，因此在遵循高职高专的人才培养目标的前提下，为进一步加强学生的原创性、实践性、应用性、传达性能力，现对该课程的学业评价进行一定的改革与创新。

本专业课程采取集中授课，按平时成绩、模块训练成果考核、期末考评相结合的方式，对学生学业进行评价。

- 1、平时成绩 20%。
- 2、模块训练成果考核 30%
- 3、期末考评 50%

平时成绩模块训练成果评分标准如下所示：

平时成绩及模块训练成果评分标准（50分）		
序号	内容	分数
1	调研模块	5分

2	创意设计模块	15分
3	制作表现模块	5分
4	评价模块	5分
5	书写认真，格式规范、表述严谨	3分
6	对课程中教授的知识点和相关技能认识情况	3分
7	通过自己的VI设计作品总结创意与制作要点	4分
8	平时表现及学习态度	10分

期末考评评分标准如下所示：

期末考评评分标准（共50分）		
序号	内容	分数
1	VI设计基本认知水平	5分
2	VI设计创意方法的运用	10分
3	VI设计创意与制作的原创性	15分
4	VI设计创意与制作的市场应用价值	15分
5	大学生综合素质精神面貌	5分

4、考核成果资料：

- (1) 模块训练成果通过数码相机采集成电子图像刻录成光盘，按班级、学年保存。
- (2) 期末考评内容包括文字报告上交电子稿和打印稿、作品刻录成光盘。