



山西职业技术学院

SHANXI POLYTECHNIC COLLEGE

国家骨干高职院校建设项目成果

视觉传播设计与制作专业

人才培养方案

(2018 级)

二〇一八年七月

目 录

一、专业名称及代码	错误!未定义书签。
二、教育类型及学历层次	错误!未定义书签。
三、招生对象	错误!未定义书签。
四、就业面向	错误!未定义书签。
五、培养目标及规格	错误!未定义书签。
六、课程体系	4
七、教学进程安排	7
八、毕业条件	错误!未定义书签。
九、保障条件	错误!未定义书签。
十、组织与实施	错误!未定义书签。
附件 1 视觉传播设计与制作专业人才需求调研报告	错误!未定义书签。4
附件 2 视觉传播设计与制作专业核心课程标准	错误!未定义书签。8
《平面广告设计》课程标准	28
《构成》课程标准	33
《VI 设计》课程标准	37
《Photoshop 应用基础》课程标准	42
《包装设计》课程标准	47

一、专业名称及代码

专业名称：视觉传播设计与制作

专业代码：650102

二、教育类型及学历层次

教育类型：高等职业教育

学历层次：全日制专科

学制：三年

三、招生对象

高中毕业生及同等学力者

四、就业面向

本专业可面向视觉传达领域及多领域的平面设计、美术、印刷、装饰等岗位。具体主要就业领域及岗位如图 4-1。

图 4-1 本专业就业领域及岗位

就业领域	主要面向广告公司、企划公司、报社等单位从事产品包装、商业广告及企业形象设计工作。（基本上没有行业限制，凡是需要平面设计的单位都有相应的岗位。）
岗位群	视觉传播设计与制作岗位群 多媒体平面广告设计岗位群
主要岗位	1 修图员 2 排版员 3 正搞员 4 美术编辑 5 印前制作员 6 绘图员 7 计算机辅助设计员
拓展岗位	1. 网页设计师 2. 平面广告设计师 3. 印刷制版 4. 包装设计师 5. 企业形象设计师

五、培养目标及规格

（一）培养目标

本专业培养掌握本专业以就业为导向，以岗位能力和综合素质的培养为目标，旨在培养掌握现代图形图像技术，具有专业图像处理水平及能力，能胜任社会各行业的平面图像设计、用计算机进行图文编排设计与制作、广告设计与制作、包装设计、VI 设计等方面工作所需要的德、智、体、美全面发展的且能够践行社会主义核心价值观，具有良好职业素养、创新创业意识和可持续发展能力的高素质技术技能人才。

（二）培养规格

1. 知识要求

- (1) 掌握必备的体育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) 具有公共安全、自身安全防范的基本知识;
- (4) 掌握专业的设计制作能力;
- (5) 掌握软件实际操作能力;

2. 能力要求

- (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) 具备广告、包装、形象、品牌策划的设计能力;
- (5) 具有掌握本专业各种专业设计知识及操作技能;
- (6) 具备较强的计算机美术设计、图文编排等操作应用能力;
- (7) 具备准确理解项目策略的能力;
- (8) 具备对市场预测能力;
- (9) 具备整体布局能力和色彩感好;
- (10) 具有一定的心理学知识及对设计构想的表达能力;
- (11) 具备较强的审美和创意设计能力;
- (12) 具有较强的记忆能力;
- (13) 具备方案前期的分析能力;
- (14) 具备资源整合与重组的能力;
- (15) 具有一定的设计调查研究能力, 分析问题、解决问题能力;
- (16) 具备强烈敏锐的感受能力;
- (17) 具有熟悉输出、印前制作的能力;
- (18) 具有较强的学习能力、独立工作能力和专业可持续发展能力。

3. 素质要求

- (1) 热爱祖国、遵纪守法，树立科学的世界观、人生观和价值观，具有良好的思想品德、社会公德和坚定的政治素养；
- (2) 具有一定的科学素养和文学、艺术修养；
- (3) 具有积极健康、乐观向上的身心素质；
- (4) 具有爱岗、敬业、奉献、协作等职业素养；
- (5) 具有诚信品格、服务意识、质量意识和创新创业意识。
- (6) 具有良好的身体素质、较强的语言文字表达能力和继续学习的能力。
- (7) 具有适应社会经济发展的创新精神、创业立业能力
- (8) 具有设计工作组织能力；
- (9) 具有各环节协调管理能力；
- (10) 具有分析问题应变能力；
- (11) 具有良好的社会公德、职业道德、行为规范；
- (12) 树立中国特色社会主义道路的坚定信念，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；
- (13) 具备科学的生涯规划技能、求职技能和职场适应技能，具备运用法律知识进行自我保护的能力。

4. 职业资格要求

本专业学生可以获得的职业资格证书如下表所示。

序号	职业资格（证书）名称	发证单位	等级
1	全国平面设计师资格证书	全国平面设计联盟会	中级
2	广告设计师	广告协会	中级
3	陈列展览设计员	展览协会	中级
4	计算机辅助设计绘图员	平面设计协会	初级
5	Adobe 绘图员证	Adobe 公司	初级

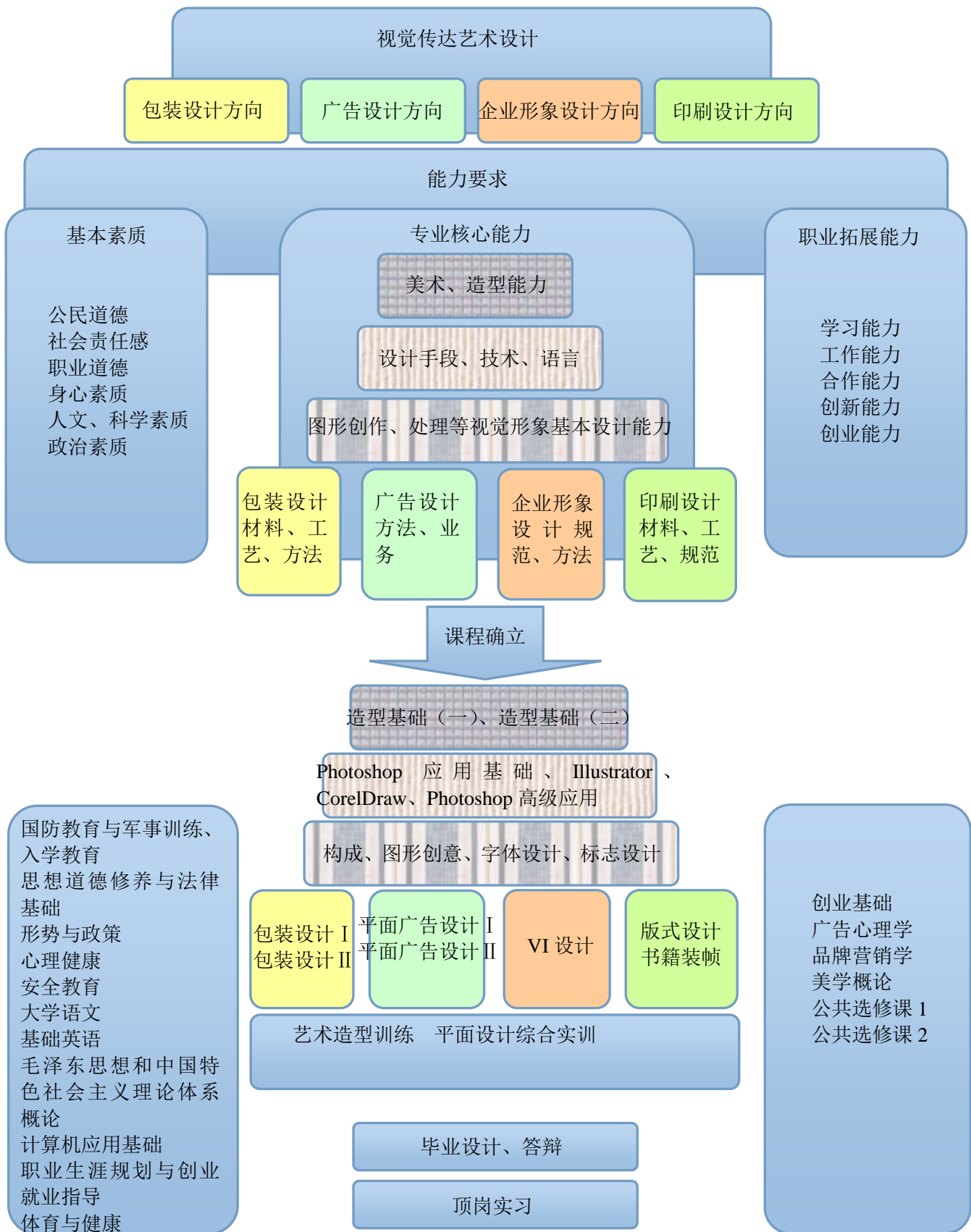
六、课程体系

（一）课程体系构建

1. 学习领域分析

工作岗位	典型工作任务	行动领域	工作过程描述	学习领域
平面广告设计 印刷出版设计 包装设计	1 图形、图像排版制作； 2 绘制标志； 3 确定标准色； 4 表达设计构想； 5 书写广告策划案 6 图形、图像排版制作； 7 熟悉印刷工艺、装帧设计实操方法 8 包装结构开发和设计； 9 包装平面视觉设计；材料及印刷工艺设计	确定广告主题的功能和风格	1. 设计广告的目的和用户的要求，做出切实可行的设计方案 2. 完成广告总体设计方案。 3. 以简单明确的语言和画面体现广告的主题，确定广告的风格	常用工具软件 图形图像处理软件 图像处理 广告设计 网页设计 包装设计 标志设计 印刷设计
		印刷制版设计	1. 印刷制版前的校对和审核。 2. 印刷打印样稿的设计和制作。 3. 印刷成品后的颜色校对等验收工作。	
		包装设计规格标准	1. 包装设计的图纸绘制。 2. 包装设计的设计初稿。 3. 包装设计的实体印刷和展示。	
企业形象设计	1 标志、字体设计； 2 企业原有形象规范； 3 企业现有形象管理监督	企业调研	1. 企业调研方案规划设计。 2. 企业标志的设计和制定与实施。 3. 企业形象设计的标准格式制定。	企业形象设计师 品牌管理 品牌推广
		企业形象策划		
		企业形象设计		
设计管理 广告摄影	1 熟悉本行业工作流程； 2 与客户、设计师沟通； 3 后期跟踪反馈 曝光控制； 4 色彩搭配； 5 构图；后期处理； 主题把控	设计协会行业	1. 协助设计协会做好美术助理工作。	平面媒体企业客服与推广 平面媒体企业印制跟单 设计行政管理
		媒体单位	2. 传媒公司美术编辑工作	
		广告公司	3. 广告公司美术助理工作、美术编辑、掌握多种平面设计效果图制作。	

2. 课程体系构建结构图



(二) 课程设置

公共学习领域	专业学习领域			拓展学习领域
公共基础课程 (11 门)	基本能力课程 (10 门)	岗位能力课程 (7 门)	综合能力课程 (7 门)	拓展能力课程 (3 门)
国防教育与军事训练、入学教育	造型基础 (一)	版式设计	艺术造型集中训练	广告心理学
思想道德修养与法律基础	造型基础 (二)	★包装设计 I	平面设计综合实训	品牌营销学
形势与政策	★构成	★平面广告设计 I	毕业设计、答辩	美学概论
心理健康	★Photoshop 应用基础	书籍装帧	顶岗实习	
安全教育	Illustrator	★VI 设计		
大学语文	CorelDraw	★平面广告设计 II		
基础英语	图形创意	★包装设计 II		
毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	字体设计			
计算机应用基础	Photoshop 高级应用			
职业生涯规划与创业就业指导	标志设计			
体育与健康				
创业基础				

备注：标注“★”的课程为专业核心课程

(三) 专业核心课程简介

课程名称	Photoshop	开设学期	第二学期		
课程代码	1710011	参考学时	52	学分	4

通过学习 Photoshop，学生能够学会应用 Photoshop 图像处理开发典型的平面设计作品，阅读、分析作品的能力；根据项目需求进行相应的平面设计的能力；根据项目要求进行简单的策划设计的能力。

课程名称	包装设计	开设学期	第三学期		
课程代码	1711031	参考学时	84	学分	5

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

视觉传播设计与制作专业人才培养方案

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。

课程名称	VI 设计	开设学期	第四学期		
课程代码	1711033	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	平面广告设计	开设学期	第三、四学期		
课程代码	1710032	参考学时	186	学分	9

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	构成	开设学期	第一学期		
课程代码	1710022	参考学时	90	学分	5

通过学习构成课程，使学生们掌握理性和感性相结合的设计方法，拓展设计思维，为专业设计提供方法和途径，同时也为各艺术设计领域提供技法支持，为今后的专业设计奠定坚实的基础。

七、教学安排

表 7-1 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	14	0	16	1	1	18	6	24
2		16	2	18	1	1	20	6	26
3		18	0	18	1	1	20	6	26
4		18	0	18	1	1	20	6	26
5		0	20	20	0	0	20	6	26
6		0	20	20	0	0	20		20
总计	2	66	42	110	4	4	118	30	148

表 7-2 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		
公共学习领域课程	1	国防教育与军事训练、入学教育	52	0	52	综合评价	2w							2
	2	思想道德修养与法律基础	60	40	20	过程考核+测试	2	2						2+2
	3	形势与政策	66	66	0	综合评价	√	√	√	√				1
	4	心理健康	14	14	0	综合评价	√							1
	5	安全教育	24	24	0	综合评价	√	√	√	√	√	√		2
	6	大学语文	60	40	20	过程考核+测试	2	2						1+2
	7	基础英语	60	40	20	过程考核+测试	2	2						2+1
	8	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	72	40	32	过程考核+测试			2	2				2+2
	9	计算机应用基础	56	30	26	过程考核+测试	4							3
	10	职业生涯规划与创业就业指导	42	36	6	过程考核+测试	√	√	√	√	√			2
	11	体育与健康	96	30	66	过程考核+测试	2	2	2					1+1+1
	12	创业基础	32	16	16	综合评价		2						2
小计			602	360	242		12	10	4	2	0	0	28	
基本能力课程	1	造型基础（一）	56	10	46	全过程考核	4							4
	2	造型基础（二）	56	10	46	全过程考核	4							4
	3	★构成	84	30	54	全过程考核	6							5
	4	★Photoshop 应用基础	64	20	44	全过程考核		4						4
	5	illustrator	96	40	56	全过程考核		6						5
	6	Coreldraw	28	10	18	全过程考核	2							3
	7	★图形创意	96	30	66	过程考核+测试		6						5
	8	字体设计	64	20	44	过程考核+测试		4						3
	9	Photoshop 高级应用	72	30	42	全过程考核			4					3

视觉传播设计与制作专业人才培养方案

	10	标志设计	72	30	42	过程考核+测试			4				5
小计			688	230	458		16	20	8	0	0		41
岗位能力课程	1	版式设计	72	30	42	过程考核+测试			4				5
	2	包装设计 I	108	40	68	全过程考核			6				5
	3	★平面广告设计 I	108	40	68	全过程考核			6				5
	4	书籍装帧	108	40	68	全过程考核				6			5
	5	★VI 设计	144	60	84	全过程考核				8			6
	6	包装设计 II	108	40	68	全过程考核				6			4
	7	★平面广告设计 II	108	40	68	全过程考核				6			4
小计			756	290	466		0	0	16	26	24		34
综合能力课程	1	平面设计综合实训	78	0	78	综合评价					3w		1
	2	艺术造型集中训练	52	0	52	综合评价		2w					2
	3	摄影技术与图像处理	26	0	26	综合评价				1w			1
	4	毕业设计、答辩	52	0	52	综合评价						2w	2
	5	顶岗实习	1050	0	1050	综合评价					17w	18w	20
小计			1232	0	1232			2w			20w	20w	28
拓展学习领域课程	1	广告心理学				笔试							1
	2	品牌营销学				笔试							1
	3	美学概论				笔试							1
小计													1
公选课	1	公共选修课 1											1
	2	公共选修课 2											1
小计													2
合计			3278	880	2398		28	28	28	28			130
<p>说明：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 国防教育与军事训练、校外外集中实训周学时按 26 学时计算，顶岗实习按周 30 学时计算； 2. 标示“√”课程不占用正常教学时间，以讲座形式开展； 3. 拓展学习领域课程（专业选修课）及公选课的学时不计入总学时，学分不计入总学分； 													

表 7-3 公共选修课设置情况一览表

选修课类别	课程名称	所属系部	限选人数	总学时
现场面授选修课	开启职场大门	思政部	60	20
	K A B 创业指导	思政部、招就办	30	20
	快乐成长团体辅导	思政部、心理健康中心	20	20
	职业形象设计	旅游系	60	20
	成功学	思政部	60	20
	现代交际礼仪	旅游系	60	20
	篮球	社体部	30	20
	长拳	社体部	30	20
	太极拳	社体部	30	20
	太极剑	社体部	30	20
	健美操	社体部	30	20
	美术欣赏之动漫赏析	装饰系	60	20
	中国民族音乐及古筝艺术	基础部	60	30
	音乐基础	基础部	60	30
	中国文学选读	基础部	60	30
	英语演讲	基础部	60	30
	弟子规	基础部	60	30
	演讲与口才	基础部	60	30
	朗诵技巧	基础部	60	30
	应用文写作	基础部	60	30
	晋商文化	旅游系	60	20
	美学欣赏	基础部	60	30
	中国传统文化	基础部	60	30
	中外电影音乐欣赏	基础部	60	30
	英语口语	基础部	60	30
	英美文化与英语学习	基础部	60	30
	社交礼仪	基础部	60	30
	摄影	装饰系	60	30
	数学建模与文化	基础部	60	30
	解读三字经	基础部	60	30
CAD/CAM	机械系	60	20	
ISO9000 国际质量管理体系认证	会计系	60	20	
投资与理财	会计系	60	20	
课外素质拓展之网络选修课	大学生职业生涯规划	教务处	人数不限	42
	军事理论	教务处	人数不限	22
	中国近代人物研究	教务处	人数不限	35
	当代中国社会问题透析	教务处	人数不限	50
	礼仪与社交	教务处	人数不限	66
备注:				
1. 根据校区不同情况, 我院每学期均开设有二十门左右的公共选修课供学生自主选择学习, 要求每生在校期间至少选修两门。				
2. 面授选修课的考核主要以随堂测试的方式进行; 网络选修课的考核以网上考核的方式进行。				

表 7-4 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	1710001	造型基础(一)	B类	14	4	10+46
	1710002	造型基础(二)	B类	14	4	10+46
	1700022	构成	B类	14	6	30+54
	0911001	计算机应用基础	B类	14	4	30+26
	1200030	职业生涯规划与创业就业指导 1	A类	14	√	4+0
	1200009	思想道德修养与法律基础 1	A类	14	2	20+8
	1200012	心理健康 1	A类	14	1	14+0
	2100003	安全教育 1	A类	14	√	4+0
	1110046	大学语文 1	A类	14	2	20+8
	1110049	基础英语 1	A类	14	2	20+8
	1400007	体育与健康 1	C类	14	2	10+18
	2100001	国防教育与军事训练、入学教育	C类	2	2w	0+52
	1200026	形势与政策 1	A类	14	√	14+0
	合计					
第二学期	1710011	Photoshop 应用基础	B类	16	4	20+44
	1710013	illustrator	B类	16	6	40+56
	1711040	图形创意	B类	16	6	30+66
	1710012	字体设计	B类	16	4	20+44
	1200010	思想道德修养与法律基础 2	A类	16	2	20+12
	1110058	大学语文 2	A类	16	2	20+12
	1110050	基础英语 2	A类	16	2	20+12
	1400008	体育与健康 2	B类	16	2	10+22
	1200032	职业生涯规划与创业就业指导 2	A类	16	√	4+0
	2100004	安全教育 2	A类	16	√	4+0
	1200027	形势与政策 2	A类	16	√	16+0
	1700091	艺术造型集中训练	C类	2w	26	0+52
		创业基础	B类	16	2	16+16
合计						524
第三学期	1711032	平面广告设计 I	B类	18	6	40+68
	1711031	包装设计 I	B类	18	6	40+68
	1700101	Photoshop 高级应用	B类	18	4	30+42
	1711031	标志设计	B类	18	4	30+42
	1700102	版式设计	B类	18	4	30+42
	1200037	毛泽东思想与中国特色社会主义理论体系概论 1	A类	18	2	20+16
	1400009	体育与健康 3	B类	18	2	10+26
	1200028	形势与政策 3	A类	18	√	18+0
	2100005	安全教育 3	A类	18	√	4+0

	1200033	职业生涯规划与创业就业指导 3	A 类	18	√	4+0
	合计					530
第四学期	1711038	平面广告设计 II	B 类	18	6	40+68
	1711039	包装设计 II	B 类	18	6	40+68
	1711033	VI 设计	B 类	18	8	60+84
	1711036	书籍装帧	B 类	18	6	40+68
	1711080	摄影技术与图像处理综合实训	C 类	1W		26
	1200038	毛泽东思想与中国特色社会主义理论体系概论 2	A 类	18	2	20+16
	1200029	形势与政策 4	A 类	18	√	18+0
	2100006	安全教育 4	A 类	18	√	4+0
	1200034	职业生涯规划与创业就业指导 4	A 类	18	√	4+0
		合计				
第五学期	1200035	职业生涯规划与创业就业指导 5	A 类	20	√	20+6
	2100007	安全教育 5	A 类	20	√	4+0
	2100002	毕业顶岗实习	C 类	17	30	0+510
		合计				
第六学期	2100002	毕业顶岗实习	C 类	18	30	0+540
	1700021	毕业设计答辩	C 类	2	26	0+52
	2100008	安全教育 6	A 类	15	√	4+0
		合计				
合计	实践学时数			2398	总学时	3278
	实践学时所占比例		73%			
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. 同一课程在不周学期开设应使用不同的代码。						

八、毕业条件

(一) 学分要求

必修课 130 学分, 公共选修课 2 学分, 拓展学习领域课程(专业选修课) 1 学分, 总学分不得少于 133 学分。

(二) 职业资格证书要求

至少取得 1 项初级或中级职业资格证书。本专业学生可以考取的职业资格证书见

“培养规格”中的“职业资格要求”部分。

九、保障条件

（一）师资配备条件

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。

5. 本专业教师实际配备情况

山西职业技术学院视觉传播设计与制作岗位技术专业师资教学团队目前有校内专任教师 34 名及 6 人的企业兼职教师，每学期从中选择部分兼职教师承担教学任务。现有专业带头人 2 名，其中校内 1 名，企业 1 名；骨干教师 6 名；双师素质教师 31 名，占专任教师的 90%；具有硕士学位教师 26 名，占专任教师的 74%；具有高级职务教师 7 人，占专任教师的 21%。

（二）实践教学条件

1. 校内实践教学条件

为保证人才培养方案的顺利实施，需建成与课程体系配套的校内实训基地和理实一体化教室，为理实一体化教学提供有力保障。校内实训室应有设备及实训功能表 9-2。

表 9-2 本专业校内实训室配置及开设实训项目

实训室	设备名称	实训功能
艺术造型训练实训室	包装设计展示	艺术造型训练
	企业形象设计展示	艺术造型训练
	平面设计作品展示	艺术造型训练
	艺术创作中心	平面综合设计训练
	书籍设计展示	平面综合设计训练
	图形创意设计展示	平面综合设计训练
多功能艺术设计室	电脑	平面广告综合设计项目实训
	多媒体设备	平面广告综合设计项目实训
装饰设计实训室	电脑	包装设计项目实训
	打印机	图形创意项目实训
	投影仪、桌椅、资料等	图形创意项目实训

	扫描仪	图形创意项目实训
	计算机绘图软件（网络版）	标志设计项目实训
装饰画装裱实训室	装饰画装裱展示	装饰画的制作和装裱实训
	毕业设计作品展示	图形创意项目实训

2. 校外实习基地及要求

校外实习基地是学生从学校进入社会的一个重要环节，是学生完成角色转换的一个必要缓冲地带。应通过充分的市场调研，综合考虑企业规模、技术及企业信誉，筛选建立 7~10 个稳定的校外实习基地，每个协议实训基地聘用一名企业兼职联络员，负责所及提供企业生产信息，根据企业生产内容和专业教学进度协调实习实训相关事宜。专业应与各合作企业共同制定人才培养目标，共同制定实习方案，按照人才培养方案，聘请企业专家担任兼职教师，定期安排学生到企业进行顶岗实习，校内外基地相互配合共同完成学生的实践教学任务，使学生达到企业用人标准。本专业合作校外实习基地情况见表 9-3。

表 9-3 本专业校外实习基地及实训项目

序号	名称	主要功能
1	山西圣通装饰工程有限公司	顶岗实习、技能实训、识岗实习、教师实践
2	山西点石装饰设计有限公司	顶岗实习、技能实训、识岗实习、教师实践
3	山西百荣装饰工程公司	顶岗实习、技能实训、识岗实习
4	苏州金螳螂建筑装饰股份有限公司山西分公司	顶岗实习、技能实训、识岗实习
5	香港神采装饰有限公司山西分公司	顶岗实习、技能实训、识岗实习
6	山西承方科技有限公司	技能实训、识岗实习
7	山西恒达伟业软装设计有限公司	顶岗实习、教师实践

（三）教学资源保障

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“十二五、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）教学运行与教学质量保障

1. 教学运行与实施方案设计

为实施全面的教学运行和质量管理，根据高职教育规律和我院实际情况，在教学管理上实行学院和系部两级管理，针对影响教学质量的环节和因素，采取切实可行的措施对教学全过程进行质量控制。

（1）院系两级管理体制

以“院长—主管副院长—教务处”为院级管理和以“系主任—主管副主任—专业室主任—教学秘书”为系部管理的两级教学管理体系，分别承担教学管理的工作。院级管理工作的重点是突出目标管理、重在决策监督，系级管理工作重点突出过程管理和组织落实。

（2）实施方案设计

①组织制定人才培养方案和课程标准。人才培养方案是人才培养目标、规格以及培养过程和方式的总体设计，是学院保证教学质量的重要文件，是组织教学过程，安排教学任务的基本依据。课程标准是落实培养目标和人才培养方案最基本的教学文件，应准确的贯彻人才培养方案所体现的教育思想和培养目标。课程标准内容包括本课程的性质、学时、课程目标、课程内容、教学实施、考核评价等，由各专业组织编制。

②课堂教学的组织管理。系（部）聘任有相应学识水平、有责任心、有教学经验的专任或兼职教师任课。组织任课教师认真研究课程标准，组织编写或选用与标准相适应的教材和教学参考资料；要求教师认真履行教师岗位职责，按教学规律讲好每一节课；组织教师开展教学方法的讨论和研究，合理使用现代化教学手段，充分利用教学资源，保证课堂教学质量。

③理实一体及实践性教学的组织管理。根据职业教育的特点，合理开发理实一体的课程及综合实践性教学课程，并促进项目的实施。理实一体化课程及实践性教学内容要严格按人才培养方案和课程标准的要求进行教学，充分发挥校内外实训基地的教学资源，任课教师要设计好每一节或每个项目的教学做环节，训练学生的专业基本技能和综合职业能力。

④对学生考核的管理。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。

2. 教学质量保障

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。

（五）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的检查制度，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。

1. 教师管理制度

- （1）山西职业技术学院专业带头人评选管理办法
- （2）山西职业技术学院骨干教师选聘管理办法
- （3）山西职业技术学院兼职教师管理办法

- (4) 山西职业技术学院“双师”素质教师队伍建设管理办法
- (5) 山西职业技术学院校企人员互聘管理办法
- (6) 山西职业技术学院教师到企业实践锻炼管理办法
- (7) 教师系列津贴量化考核办法
- (8) 山西职业技术学院教师任课管理办法

2. 教学管理制度

- (1) 山西职业技术学院关于课堂教学的若干规定
- (2) 山西职业技术学院教师编写教案若干规定
- (3) 山西职业技术学院课程表编排规程及运行管理办法
- (4) 山西职业技术学院教师课外辅导、批改作业若干规定
- (5) 山西职业技术学院日常教学检查值班制度
- (6) 山西职业技术学院关于停、调课的有关规定
- (7) 山西职业技术学院教学事故认定和处理办法
- (8) 山西职业技术学院关于学期教学检查的规定
- (9) 山西职业技术学院听课制度
- (10) 山西职业技术学院学生评教管理办法
- (11) 山西职业技术学院学生教学信息员管理制度
- (12) 山西职业技术学院校本教材建设管理办法
- (13) 山西职业技术学院课程建设项目管理办法
- (14) 山西职业技术学院考试工作管理办法
- (15) 山西职业技术学院考试违规处理办法
- (16) 山西职业技术学院毕业考核管理规定

3. 实习实训制度

- (1) 山西职业技术学院实习管理办法
- (2) 山西职业技术学院顶岗实习管理办法
- (3) 山西职业技术学院校内实训基地建设管理办法
- (4) 山西职业技术学院校外实训基地建设管理办法
- (5) 山西职业技术学院实训（实验）室安全制度
- (6) 山西职业技术学院仪器设备管理办法

十、组织与实施

（一）专业人才培养模式

本方案实施中，可将三年分为五个阶段分别组织教学。打破传统两学时教学时段授课模式，根据实际情况进行弹性教学时段安排，充分利用寒暑假、晚自习灵活调整教学计划，不断探索和深化分段式教学组织模式改革。具体实施办法如下：

第一阶段：第一学年对学生进行基本职业素质培养和专业基础能力培养。利用校内实训室以课岗融合的方式，采用项目驱动教学法，主要实施公共基础课和基本能力课的教学，进行技能实训。期间到校外实习基地识岗，初步了解企业岗位环境，为下一阶段学习奠定基础。

第二阶段：第一学年暑期安排学生校外习岗。鼓励学生在家庭所在地的一些企事业单位进行调研，有条件的可进入广告公司等单位工作，初步体验以后所从事的工作岗位。（注：该阶段不做考核要求。）

第三阶段：第二学年对学生进行专业核心能力培养。利用校内实训室以课岗融合的方式进行岗位能力课程的教学，通过学习与实践，掌握专业核心技能，具备岗位核心能力。

第四阶段：第二学年暑期校外习岗或顶岗实习。鼓励学生自愿选择到校外实习基地或自行选择实习单位进行习岗，专业能力强的学生可以直接顶岗参与完成实习单位的技术性工作。（注：该阶段不做考核要求）

第五阶段：第三学年针对就业岗位对学生进行综合实践能力培养。第五学期针对学生就业岗位进行强化学习，培养学生职业综合素质能力和利用所学知识解决实际问题的能力。第六学期安排学生校外顶岗，同时根据岗位需求、结合岗位特点完成毕业设计任务。这一阶段是综合能力提升与职业素质养成的重要阶段，以学生预就业签约协议单位为主，学生以准员工的身份到企业顶岗实习，按校企合作制定的顶岗计划、实践项目，由企业兼职教师和学校专任教师共同指导学生的顶岗实习，共同评价考核学生顶岗实习效果。通过岗位群的轮换顶岗，使学生能够按照企业工作的要求独立完成操作，学生根据就业意向与企业要求，在对应的岗位进行顶岗，达到“一岗精”的目的，实现“零距离”就业。

以上五个阶段，共进行3次校企循环，职业素养教育贯穿全程，采用项目导向、课岗融合的教学组织形式，内容由浅入深，实训项目由简到难，教学过程与生产过程对接，课程内容与职业标准对接，学生的专业技能也随着各阶段的进行逐步提高，能力从“习岗”、“顶岗”到“预就业”逐渐递进，最后达到企业用人标准。

（二）建议与说明

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，一讲授为主，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“多证书”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“双证书”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。

3. 方案执行的基本要求

该方案适用于三年制视觉传播设计与制作专业学生；在执行该方案时应制定实施性教学计划，可以根据市场人才需求适当调整课程；在实施理实一体课程时，具备相应的教学实训条件；在教学实施过程中，如有问题及时向系部反映，确保问题及协调解决，保证人才培养方案的顺利实施。

4. 编制依据

- (1)《国家中长期教育改革和发展规划纲要（2010-2020年）》；
- (2)《关于确定国家示范性高等职业院校建设计划骨干高职院校立项建设单位的通知（教高【2010】8号）；
- (3)《关于全面提高高等职业教育教学质量的若干意见》（教高【2006】16号）；
- (4)高等职业学校《视觉传播设计与制作专业教学基本要求》；
- (5)高等职业学校《视觉传播设计与制作专业实训导则》；
- (6)《视觉传播设计与制作专业人才需求调研报告》；
- (7)《山西职业技术学院关于制定和修订专业人才培养方案的指导性意见》。

附件 1 视觉传播设计与制作专业人才需求调研报告

一、调研目的与对象

(一) 调研目的：

为了结合学院专业特色和课程设置，了解社会对艺术类高职院校人才培养的现实要求，对高职毕业生进行就业情况跟踪调查，了解毕业生择业就业意向与供需特点，如毕业生分布的区域、行业，企业对毕业生的满意度，毕业生在岗的稳定率，毕业生在企业、部门的发展情况，毕业生所学专业与企业需求的结合度等，为进一步推进学院教育教学改革、做好就业创业指导工作做准备。

（二）调研对象：

视觉传播设计与制作专业毕业生

太原市锦升文化传媒有限公司

北京中成利华文化传媒有限公司太原分公司

二、调研方法与内容

（一）调研方法：

1、问卷调查

2、深入企业实践

（二）调研内容：

关于太原市广告公司的广告人才需求，主要做了四个方面的调查：需求总量、需求人才文化程度、需求人才类型以及需求人才年龄结构。在这四个方面的调查中，除了需求人才类型出现多样化以外，其他的三个方面都呈现出比较一致的趋向，可以将太原市广告公司广告人才的需求大致可以概括为大专及本科水平的 22-30 岁人群，同时，在需求量方面是 5 人以下或者是 5-10 人。面对严峻的就业形势，广告公司人才需求量比较少是可以理解的。虽然说需求总量不是很多，但是也有可喜的一面，那就是广告公司对于人才的需求一般比较年轻，而且对学历的要求不是很高，所以我们的毕业生将来也会有自己的竞争力。

关于广告公司对人才的需求最重要的就是需求的人才类型，是我们最有利用价值的方面之一，在调查分析之后，我们发现关于有关广告行业基本素质的人才类型，如策划人才、创意人才、设计制作人才、文案写作人才等还是广告行业人才需求的热点所在，当然其他类型的人才，如媒介整合人才、市场营销人才等也是广告公司所需要的。在做问卷调查同时开展的访谈中我们也了解到虽然说有这样的一技之长很重要，但是在广告行业中没有所谓的专才，而大多数情况下都是复合型人才，而且，一些广告从业者告诉我们广阔的知识面对于广告从业者来说是非常重要的。以下是广告公司人才需求类型的统计结果。

关于太原市广告公司人才招聘的情况，主要调查了广告公司的人才招聘途径、招聘时比较注重的方面、以及对相关成绩、技能等的看法和注重程度。

由统计分析可以看出，太原市广告公司的人才招聘途径非常具有多元化，包括以单位网站、大型人才招聘会为主的校园招聘、全国人才招聘会、中介组织等。人才招聘的多样化，表现了广告公司招聘渠道丰富，风格可能多样化。

其次，对于广告人的几点基本素质，如：在校成绩、获奖情况、英语水平、计算机水平、历史及语言知识这五个方面，在调查中我们发现，太原市广告公司从业者这几个方面都比较注重，尤为突出的在校成绩和计算机水平，其他几个方面或者不关心，或者是直接不看重。

第三，关于太原市广告公司在招聘时最注重的方面，调查中表现出了一个突出的特点就是比较看重学生的动手实践能力，而学校的名气却不是招聘时所看重的方面，除此之外，学生的基础知识，在广告专业的特长也是招聘时被广告公司所看重的方面。

三、调研分析

（一）行业发展对本专业人才需求的趋势

随着我国经济的飞速发展，信息在人们的心中占有越来越重要的位置。而信息的传播也就越来越普遍。信息的传播也带动了以广告和包装设计为代表的传统平面设计产业。视觉传播设计与制作是通过视觉媒介表现并传达给观众的设计体现着设计的时代特征和丰富的内涵，其领域随着科技的进步、新能源的出现和产品材料的开发应用而不断扩大，并与其他领域相互交叉，逐渐形成一个与其他视觉媒介关联并相互协作的设计新领域。其内容包括：印刷设计、书籍设计、展示设计等。视觉传播设计与制作多是以印刷物为媒介的平面设计，从信息发展的角度来分析，传统的平面媒体正朝向网络为代表的动态媒体转化，视觉传播设计与制作是商业服务的艺术内涵正悄悄的朝网络方向变化，视觉传播设计与制作起着沟通企业—商品—消费者桥梁的作用。视觉传达设计主要以文字、图形、色彩为基本要素的艺术创作，在精神文化领域以其独特的艺术魅力影响着人们的感情和观念，在人们的日常生活中起着十分重要的作用。随着我国经济的发展，经济活动越来越活跃，视觉传播设计与制作的需求也越来越多，伴随着人们审美的水平的提高，视觉传播设计与制作正不断迈向更高层次。

（二）企业对本专业人才的需求情况

针对视觉传播设计与制作专业的发展现状，暑假里教研室组织了教研室专职教师走访了几家传媒业企业，这几家企业在山西太原具有一定规模的同行业企业，同时在传媒业不同角度地展现出山西省内现代传媒业较高的发展水准，教师在同企业负责人交流和参观企业的过程中，收获了当下行业内最新信息，提高了教师的专业发展意识。

了解传统媒体的经营概况，在市场竞争激烈而背景下，企业如何采取积极的措施应对市场的变化，企业对公关策划人的要求很高，如酒店行业管理经验、双语能力、策划能力、沟通能力等要求很高。企业对执行人员的能力要求主要表现在综合性能力，

策划能力、有一定的双语能力、熟练的技能等，对于学历不是很看重，看重个人实际工作能力。

企业针对现在刚毕业的毕业生不能直接胜任工作，一般聘用有三年工作经验的人这一现状，认同学校把企业里成功的适合于教学的项目案例，经过整合后放到项目教学中，并愿意到学校里给学生讲授实战经验。企业需求有熟练的操作技能、专业的知识与较高职业素质的综合型人才。

（三）岗位需求分析

1. 素质要求：

（1）、具有科学的世界观、人生观和爱国主义、集体主义、社会主义思想以及良好道德和行为规范；

（2）、具有基本的科学文化素养，掌握必要的文化基础知识、专业知识和熟练的职业技能，具有终身学习的能力和适应职业变化的能力；

（3）、具有创新精神、实践能力和立业、创业能力；

（4）、具有欣赏美和创造美的能力；

（5）、具有平面艺术设计、美术设计、材料工艺加工等的综合运用能力；

（6）、具有熟练掌握相关计算机辅助设计的操作能力。

2. 能力要求：

（1）、掌握视觉传播设计与制作基本理论、基本知识；

（2）、具有现代视觉传播设计与制作的策划、创意、设计、制作、发布的基本能力，以及印刷工艺、推广营销的基本知识和市场分析、数据处理的基本能力；

（3）、熟悉有关视觉传播设计与制作的政策法规；

（4）、具有商业设计洽谈的基本知识与活动能力；

（5）、了解中国视觉传播设计与制作行业的现状与发展趋势，了解外国视觉传播设计与制作事业的发展动态。

四、结论与建议

1、针对本专业课程与企业工作任务衔接不紧密的现状，本专业在最短期间内根据行业和专业特点，增加课程设计中具有生产性的项目设计环节，推行“工作室化”教学法，整合课程项目，联合设计类企业参与课程教学，根据真实的项目与工作流程进行教学，设计并制作出真实应用性设计产品。再就是根据本专业特点，在优势专业内推行“校企一体化”合作办学，三年后使其校企合作开发课程达到核心课程的50%以上。

2、针对顶岗实习跳槽频繁造成管理难度大的现状，一是加强对学生的思想教育，从一入校就开始循序渐进的引导，在校期间就做好学生的思想工作，并通过工作室化教学环境，使其尽快了解并理解企业运营和盈利模式，能正确看待和分析问题，培养责任意识、增强抗挫折能力，实习前更是要做好实习动员工作，从而逐渐减少实习学生对企业的满意率，进而保证相对稳定的顶岗实习局面。

3、针对产学合作在本专业发展不足的现状，逐步在本专业推行“校企一体化”办学模式，只有不断寻求双方的利益共同点，才可能为产学合作打下坚实的基础；其次是通过下企业锻炼、承担项目教学和工作室化教学法的推进等手段，逐步增强部分教师的实践动手能力，提高专业教师的业务综合能力和与企业人员的沟通和配合能力，从而整体提高其产学合作能力。

4、建立毕业生与在校生交流平台，并积极为交流平台服务。形成“师兄带师弟”的校外自主学习状态，毕业生返校论坛、毕业生访谈、毕业生就业心得分享会等等。

附件 2 专业核心课程标准

《平面广告设计》课程标准

一、课程基本信息

课程名称	平面广告设计				
课程代码	1711032、1711038	学时	90+84	学分	9
授课时间	第三、四学期	适用专业	视觉传播设计与制作		
课程类型	专业核心理论课（含实践）				
先修课程	《Photoshop》、《版式设计》、 《Illustrator》、《字体设计》、《图 形设计》	后续课程	《顶岗实习》、《毕业设计》		

二、课程定位

《平面广告设计》是奠基在广告学与设计上面，来替产品，品牌，活动等做广告。最早的广告设计是早期报纸的小布告栏，也就是以平面设计的形式出来的。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内容。通过“理论—实训—设计”教学模式使学生在掌握基本知识、能力培养素质的基础上，得到一次真实环境的全面综合实践锻炼。培养了学生的个性发展，激发了学生的创意思维能力和创新精神，使学生能在快乐学习的环境中收获职业工作经验和实际设计成果，拥有对未来的自信心和进取心。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。掌握平面广告设计的各种创意方法、表现手法和正确的设计方法，建立设计的创新思维理念，扩展学生的职业选择面，为将来的职业生涯奠定好基础。

三、课程设计思路

本课程是以服务为宗旨，以就业为导向，以职业能力培养为重点的理念下，以理论够用为原则，注重学生实践技能的培养，为生产一线培养中高级技能人才。在教学内容的安排上，强调知识的实用性，把技能和理论知识统一协调起来，着重培养学生处理图像的学习兴趣；以案例教学为主线，使学生掌握软件的使用，提高实践技能；以项目教学为主要技能培养手段，围绕职业岗位进行模拟实训；案例和项目设计由易到难，培养学生的成就感和树立自信心，激发学生的求知欲，轻松掌握基本操作技能。

四、课程目标

(一) 能力目标

1、本课程是一门专业基础导入课，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，提高学生的审美能力。

3、培养正确的设计理念、设计方法。

4、在引导学生学习各类设计风格的同时促进学生设计个性的发展。

5、了解设计与社会分工、广告运作的关系和过程。

(二) 知识目标

1、熟悉广告的内涵、发展、分类以及设计师应具备的能力。

2、掌握平面广告设计的视觉语言及视觉流程。

3、善用广告创意

4、熟悉平面广告媒体的形式。

(三) 素质目标

1、统筹安排、严谨的工作作风；

2、团结协作的组织沟通能力；

3、终身学习可持续发展能力。

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	平面广告概述 1. 平面广告的内涵 我国平面广告发展历程	具备一定的理解、沟通、表达能力，以及对平面设计产品的鉴赏、分析能力。	掌握平面广告的内涵、了解我国及国外广告的发展历程、为更好地学习打下基础。	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。 任务驱动式：把真实的企业项目作为工作任务引入课堂，引导	4
2	2. 国外平面广告的发展历程				4
3	3. 平面广告分类				8
4	平面广告设计的视觉语言及视觉流程 1. 平面广告设计图形	广告版面的编排方法。	了解图形文字设计表现形式；理解色彩在现代广告应用中的作用；掌握色		12

5	2. 平面广告设计色彩		彩远离及视觉流程的建立。能够独立进行图形设计、文字排列、色彩运用。	学生在完成任务的过程中模拟进入岗位角色，并以公司的工作制度、工作流程来要求学生完成作品的创作。 案例教学法：对于	12
6	3. 平面广告设计文字				12
7	4. 平面广告设计视觉流程				12
8	平面广告策划 1. 平面广告策划的程序。	广告设计的完整实施	掌握平面广告策划的程序、平面广告策划的撰写等，能够独立进行平面广告策划。本章对平面广告进行了较为全面的介绍、主要讲述了平面广告的内涵、我国及国外平面广告的发展历程。	典型项目中的核心技能用生动、直观的案例进行导入。例如：某企业所设计系列的平面广告。 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，拓宽广告设计思路。	6
9	2. 平面广告策划的撰写。				6
10	3. 优秀平面广告策划案例。				6
11	平面广告创意 1. 广告创意概述	表现技巧（突出特征法、象征法、夸张法、比喻法、对比法、悬念法、抒情法、幽默法、偶像法、例证法、拟人法、讽刺法。	了解平面广告创意的重要性以及成功的平面广告创意的特征，掌握平面广告创意的方法及表现手法。	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	8
12	2. 中外优秀广告案例创意分析				12
13	3. 广告创意的视觉表现				12
14	平面广告媒体形式 1. 招贴广告	户外广告及设计法则（路牌广告、霓虹灯广告、车身广告、导向广告、售点广告、橱窗广告）	掌握各类平面广告的特征及具体分类等内容。	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。 多媒体网络教学系统、学生实验计算机	12
15	2. 报纸广告				12
16	3. 直邮广告				12
17	4. 户外广告				12

18	5. POP 广告		及局域网等。	12
----	-----------	--	--------	----

六、课程实施建议

（一）教学建议

1. 教学资料开发建议

1.1 教材讲义的编写建议、参考资料的选用

《平面广告设计》 赵勤/姚敏娟 南京大学出版社 2011 出版

1.2. 主要参考书:

《平面广告设计》 朱建强编武汉大学出版社 2011

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开发思路与建议

2.1. 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。

2.2. 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。

2.3. 在规范的前提下, 注重对学生作品个性风格方面的引导。

3. 学习指南、学习资料包、教学课件等的开发思路与建议

3.1. 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。

3.2. 努力提高校内外实习基地的利用率, 开展施工现场教学。

3.3. 提高软件教学水平, 充分利用教学软件应用于教学过程。

3.4. 构建与完善课程网站, 满足师生教与学立体化的互动需求。

（二）教学资源使用建议

1. 教学设施资源使用建议

1.1. 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。

1.2. 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

- 2.1. 在任务驱动下，学生学习要有的目的性。
- 2.2. 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。
- 2.3. 充分发挥学生的主体作用和教师的主导作用。

（三）考核建议

期末考核及方式说明：上机考试

本课程是电脑艺术设计专业的一门专业核心课程，该课程教学主要突出实践技能的培养，使学生通过学习熟练掌握平面广告设计思维与表现的技巧。该课程的考核重点是对学生创意思维与创意技能的形成性评价。教学中，根据新时期广告艺术设计专业发展的新趋势，不断更新课程教学质量评价标准，采用过程控制与目标控制有机结合。

七、需要说明的其他问题

本课程用到的教学材料包括：教材、电子教案、多媒体课件、案例操作录屏文件，案例操作结果文件和视频材料等电子版资料。

《构成》课程标准

一、课程基本信息

课程名称	构成				
课程代码	1700022	学时	84	学分	5
授课时间	第一学期	适用专业	视觉传播设计与制作		
课程性质	基本能力课程				
先修课程	《造型基础一》、《造型基础二》				
后续课程	《书籍装帧》、《图形创意》、《包装设计》				

二、课程定位

《构成》视觉传达、平面等设计类重要的专业基础课程，也是理论教学课程，是一种现代设计观念，包括平面构成、色彩构成、立体构成，也称“三大构成”。它是对造型艺术、视觉设计中所涉及到的形态、色彩、立体空间以及材料、肌理、质感等课题的基本概念、基本原理、形态的组合规律、造型结构的组织原则、形式语言的表达等进行研究，通过理论教学学习，应掌握平面、色彩、立体构成的基础和原理、构成方法，研究构成美学，建立理性思维方法与现代审美思想。

三、课程设计思路

根据本课程在视觉传播设计与制作专业岗位群中的定位与课程目标，以艺术能力培养为重点，立足基于艺术创作过程的实际安排和艺术作品为载体规划设计课程内容、教学形式、考核方式。以校企合作、职业资格培训与鉴定等途径，突出职业能力训练，培养学生艺术创新能力和艺术鉴赏能力。使学生在艺术创作的过程中牢固掌握必须的构成基础知识、艺术基本创作能力及初级的艺术鉴赏力，具备从事艺术设计基础行业相应的知识、素质与水平。

四、课程目标

（一）能力目标

1. 能掌握美的形式规律；
2. 能够按照美的形式法则，构成设计所需要的图形；
3. 能提升审美能力；
4. 能提高其创造“抽象形态”和构成的能力。

(二) 知识目标

1. 了解平面、色彩、立体构成的有关理论知识；
2. 掌握平面、色彩、立体构成的基本规律；
3. 通过课题的思维训练，培养学生的创造性思维；
4. 从理论上分析平面、色彩、立体构成的有关概念、原理、方法。

(三) 素质目标

1. 培养并具备一定的审美能力和设计创新能力，能自主学习、独立分析问题和解决问题的能力；
2. 培养良好的语言表达能力；
3. 培养并具备严谨的工作态度和团队协作、吃苦耐劳的精神，爱岗敬业、遵纪守法，自觉遵守职业道德和行业规范；
4. 具备较好的设计洞察力和较好的时代进步感。

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	构成的基本元素分类；	熟练掌握平面构成中各元素的特点	了解平面构成元素：概念元素、视觉元素、关系元素、实用元素及各元素的特点	课堂现场教学，采用学生自学与教师面授的教学方式，理论联系实际，以学生动手绘画为主，把理论教学融入学生的实践、练习中去	2
2	点、线、面形态研究	能够利用点线面的构成形式及构成规律创造形态	了解点、线、面的形态特征与构成特点	通过课堂现场教学把对形、色、质等造型元素及其构成原理的分析和理解，作为基础教学的切入点，把传统的训练方式，转变为注重对艺术规律和艺术语言的研究	8
3	统一与变化、对称与均衡、节奏与韵律、比例与分割	熟练掌握统一与变化、对称与均衡、节奏与韵律、比例与分割等构成原理在现实生活中的运用。	了解四个组合的特点	通过课堂现场教学，在总体上去感悟、理解和认识从传统到现代多种艺术样式的形式特征和构成规律	2
4	近似与重复、渐变与发射、对比和特异、密集与空间、结构和肌理	掌握各构成形式的基本规律	掌握近似与重复、渐变与发射、对比和特异、密集与空间、结构和肌理等构成形式在实践中的运用	采取“分解式研究”和“动态式表述”的教学方法和“大作业量”的教学要求相结合，强化艺术实践感受与体验的深度和广度	30

5	色彩的基本原理、基本性质及表示法	掌握色彩三要素及它们的相互关系。了解色彩分类、色立体的构造、规律和用途。	掌握色彩的物理原理和视觉原理，了解由它们产生的色彩现象	采用以课题为单元的系列化训练方式，有效地改变了单一作业练习的弊端	6
6	色相推移、明度推移、纯度、综合推移	能够利用色彩的表示方法进行色彩相关设计	掌握色彩三要素的特点，补色的几组类型，间色的特点	采用探索式、启发式教学方法能促进学生对所学课程融会贯通，形成一组在内容上有内在联系的知识网络，提高学生的主体意识，激发学习的能动性	6
7	色彩的构成	掌握配色最基本方法和原理，能正确运用对比与调和的关系处理色彩效果的不足，有效提高学生色彩审美能力和设计能力	了解色彩平衡、节奏（渐变、反复、多元反复）、主次、层次、呼应、对比调和	采用角色扮演的教学方法，将创造性思维的培养作为教学思想的核心	6
8	色彩的表现力	学会用色彩语言传递信息与情感	能利用形与色的组合，对事物的特征、印象进行概括、提炼、综合表现	采用启发式教学方法，要求学生对所学课程融会贯通，形成一组在内容上有内在联系的知识网络，提高学生的主体意识，激发学习的能动性	6
9	色彩构成的应用	能根据设计功能、用途、受众之变来把握色彩之变	了解色彩在不同设计中的应用特点和原则	采用案例教学方法，把教学内容融入案例中，进行优化重组	6
10	立体构成要素、形态设计的创造性生成	掌握构成形式美的法则及各构成要素之间的搭配组合	立体构成的形式美：统一性、调和性、对比性、均衡性、律动性	采用观摩、讨论和对话等多种方式进行教学	6
11	线材、块材、面材构成	学会利用各种材质表现设计构思	掌握线材面材、块材特点和构成方法，并能灵活运用在构成之中，培养学生形象和逻辑思维的能力	采用课堂现场示范教学，以学生动手操作为主，把理论教学融入学生的实践、练习中去	6

六、课程实施建议

（一）教学建议

1. 本课程通过分析专业职业岗位的典型工作任务，进而重组了该课程的教学内容，改进并丰富了课程的教学方法和手段。课程的学习项目设置以了解构成的作用、培养学生的兴趣、提升学生的创新意识为工作背景。以实际动手能力为依据，通过各个教学项目的设置完成课程。根据课程的进度和内容，分别采取了案例分析、课堂讲解分析、角色扮演、启发引导、实际操作等多种教学方法。

2. 本课程需要少量的先进教学设施，大部分都属于室内使用，如：投影仪，

电脑，音响，数码产品等。

（二）考核建议

（1）注重评价的多元性，结合平时纪律、学习主动性、知识掌握情况、项目完成情况综合评价学生成绩。

（2）注重过程考核，注重学生动手能力和实践中分析问题、解决问题能力的考核，对在学习和应用上有创新的学生应予特别鼓励，全面综合评价学生能力。

（3）总评成绩按平时（20%）+实训（30%）+期末（50%）的方法评定。其中，期末的评定办法按照以下方式评定：

优秀（90分以上）：理论知识扎实，实践技能良好。

良好（80-89分）：理论知识扎实，实践技能较好。

一般（70-79分）：理论知识较扎实，实践技能一般。

及格（60-69分）：理论知识基本掌握，实践技能操作不大熟练。

不及格（60分以下）：只能够掌握部分理论知识，对项目只能进行简单的操作。

七、需要说明的其他问题

本课程用到的教学材料包括：教材、电子教案、多媒体课件、案例操作录屏文件，案例操作结果文件和视频材料等电子版资料。

《VI 设计》课程标准

一、课程基本信息

课程名称	VI 设计				
课程代码	1711033	学时	120	学分	6
授课时间	第四学期	适用专业	视觉传播设计与制作		
课程类型	专业核心理论课（含实践）				
先修课程	《素描》、《色彩》、《构成》、《版式设计》、《标志设计》	后续课程	《顶岗实习》、《毕业设计》		

二、课程定位

《VI 设计》课程是图像图形制作专业的一门优质核心课程。“企业 VI 设计”是一个很大的系统工程；是现代企业经营管理的战略手段；是现代企业形成无形资产策略的实施，是企业形象的最直观的体现；是学习广告设计专业学生必修课，这对学生未来从事设计有着重要关系。企业 VI 设计平面广告设计的主导作用和贯穿，是一门专业性很强的并涉及诸多学科的专业学科。该课程旨在让学生对企业形象识别设计主要知识点的认识与掌握。

本课程总体设计思以培养“有素养、懂艺术、会设计、能制作”的商业广告设计与制作人员为目标，以商业企业真实项目为载体，建立“学做一体、技艺并举”工学结合人才培养模式；按照商业广告设计与制作的业务流程，构建以商业广告设计与制作能力培养为核心的课程体系；《企业 VI 设计》核心课建设，构建融“教学、技能训练、项目实战”等以项目导向，行为教学方式，企业专家和设计师参与课程建设之中，建立以校内“上班式”工作室上班式课程方式进行真实的岗位实训和企业岗位实训相结合，培养企业 VI 设计设计的高技能人才，重视学生的职业技能、创新素质和职业道德的培养，实现核心课的教学成果和专业培养目标。

三、课程设计思路

本课程是以服务为宗旨，以就业为导向，以职业能力培养为重点的理念下，以理论够用为原则，注重学生实践技能的培养，为生产一线培养中高级技能人才。在教学内容的安排上，强调知识的实用性，把技能和理论知识统一协调起来，着重培养学生处理图像的学习兴趣；以案例教学为主线，使学生掌握软件的使用，提高实践技能；以项目教学为主要技能培养手段，围绕职业岗位进行模拟实训；

案例和项目设计由易到难,培养学生的成就感和树立自信心,激发学生的求知欲,轻松掌握基本操作技能。

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 VI 精致化制作的能力;
- 4、工作中发现问题、分析问题、解决问题能力;
- 5、培养创新意识、审美素质、团队合作能力;
- 6、提出多种解决问题思路的能力。

(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。

(三) 素质目标

- 1、统筹安排、严谨的工作作风;
- 2、团结协作的组织沟通能力;
- 3、终身学习可持续发展能力;
- 4、艺术审美能力。

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	VI 绪论 1、VI 的定义。 2、CIS 的历史。 3、CIS 的功能。 4、CIS 设计作业程序。 5、CIS 的构成。	能够在 CI 的大范畴下,理解其包含的范畴、作用	培养学生了解 VI 设计的基本概念、作用、源流发展,通过分析掌握 VI 与 CI 的区别。	教师进行相关设计项目调研的案例分析,学生分组相互配合完成调查的实训,分组研讨确定设计的主题理念后,	20
2	调查分析与设计定位 1、明确设计项目的来源和委托;	能在调研基础上进行设计定位	培养学生针对设计项目进行市场	通过教师归纳点评的形式促进学	25

	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、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。		调研、撰写调研报告并进行设计定位的能力。	生掌握有关知识和技能。 教学方法：教学课件、案例分析、讲解示范、项目导向、任务驱动、教材、学生分组训练。		
3	VI 手册基础设计项目 1、企业标志设计； 2、企业标准字体设计； 3、企业标准色彩设计； 4、企业象征图形与吉祥物设计； 5、基本要素组合规范。	能进行 VI 手册基础系统设计	培养学生市场调研的基础上进行设计创意开发与深化的能力。			25
4	VI 手册应用设计项目 1、办公事务用品设计； 2、公共关系赠品设计； 3、员工服装、服饰规范； 4、企业车体外观设计； 5、标志符号指示系统设计； 6、企业商品包装识别系统； 7、企业广告宣传规范。	能进行 VI 手册应用系统设计	培养学生针对不同设计项目能采用不同设计形式进行表现的能力。			50

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

1. 建议使用教材

《VI 设计》 易中华 华中师范大学出版社 2011 出版

2. 主要参考书：

(见下表)

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

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。

3. 学习指南、学习资料包、教学课件等的开发思路与建议

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。
2. 努力提高校外实习基地的利用率, 开展施工现场教学。
3. 提高软件教学水平, 充分利用教学软件应用于教学过程。
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。

教材(参考书)名称	出版单位	出版日期	作者	类别
VI 设计	华中师范大学出版社	2011.8	易中华	高职十二五规划教材
VI 设计与实训	辽宁美术出版社	2009.11	刘 莎	高职规划教材
CI 设计	河南科学技术出版社	2009.08	郭新生	教学指导书
VI 设计基础	江苏美术出版社	2007.08	毛 峰	教学指导书
VI 设计学与用	清华大学出版社	2009.09	易 建	教学指导书
VI 设计	天津大学出版社	2009.04	庞黎明	教学指导书
现代 VI 设计	辽宁美术出版社	2007.08	张世卓	教学指导书
VI 设计教程	广西美术出版社	2009.06	喻湘龙	教学指导书
VI 设计基础	江苏美术出版社	2008.01	高 兴	教学指导书
CIS 企业形象设计	湖北美术出版社	2009.04	刘 瑛	教学指导书
标志与 VI 设计创意指南	上海科技文献出版社	2009.04	钱永宁	教学指导书
企业形象与视觉传达	中国纺织出版社	2005.01	严 晨	教学指导书

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、市场调研阶段中的工作表现：如是否认真求实的态度，调研工作的细致度，小组讨论时发言的踊跃度、考勤、组织纪律情况等。（占 20%）
- 2、市场调研报告的写作情况。（占 30%）
- 3、VI 视觉设计的专业水准。（占 50%）

《Photoshop 应用基础》课程标准

一、课程基本信息

课程名称	Photoshop 应用基础				
课程代码	1710011	学时	56	学分	4
授课时间	第二学期	适用专业	视觉传播设计与制作		
课程类型	基本能力课程				
先修课程	《素描》、《色彩》、《图形创意》、《构成》				
后续课程	《VI 设计》、《版式设计》、《标志设计》、《广告设计》、《包装设计》				

二、课程定位

《PHOTOSHOP》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	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	上机操作教师示范为主导，结合多媒体网络教学系统、学生实验	5
3	路径和画笔的基本操作 1、用钢笔工具勾勒轮廓	能在 PS 软件基础上进行基本	1、了解路径和画笔工具在 photoshop 中的作用	计算机以及局域	10

	形成路径 2、路径的复制与转换 3、绘制和编辑图像工具	图形设计	2、掌握钢笔工具的运用 3、熟悉 photoshop 的绘制和编辑图像工具	网进行授课及训练。	
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
1. 建议使用教材 《Photoshop 完全自学教程》 李金明、李金荣 人民邮电出版社 2010-05 出版
2. 主要参考书： 《Photoshop 从入门到精通》 神龙影像编人民邮电出版社 2012
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

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。

3. 学习指南、学习资料包、教学课件等的开发思路与建议

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。
2. 努力提高校外实习基地的利用率, 开展施工现场教学。
3. 提高软件教学水平, 充分利用教学软件应用于教学过程。
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。

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

《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	1711031、1711039	学时	90+84	学分	9
授课时间	第三、四学期	适用专业	视觉传播设计与制作		
课程性质	综合能力课程				
先修课程	《设计素描》、《设计色彩》、《构成》、《Photoshop 图像处理》、《字体设计》、《版式设计》				
后续课程	《顶岗实习》、《毕业设计》				

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

(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	1-1: 与委托人进行沟通	掌握和委托人沟通的技巧	明确设计项目的来源和委托	理实一体	2
2	1-2: 设计项目信息的搜集与调查	培养市场调研能力	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	理实一体	2
3	1-3: 设计项目信息调查结果的分析、研究	分析调研收集的信息资料	设计项目信息调查结果的的分析、研究	理实一体	2
4	1-4: 撰写调研报告	掌握调研报告的数据分析、撰写内容要点明确	调研报告的分析、撰写	理实一体	2
5	1-5: 确立设计项目主题理念和预期目标	把握设计的方向, 确立整体设计思路	确立设计项目主题理念和预期目标。	理实一体	2
6	1-6: 拟定设计计划和工作进度时间表	把控整体设计的程序、有步骤、有计划地进行	针对设计项目拟定设计计划和工作进度时间表	理实一体	2
7	2-1: 确定设计的方向	掌握基本设计方法	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	理实一体	6
8	2-2: 确定设计题材	培养学生根据设计意图, 选用合适的设计原则来进行设计	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	理实一体	6
9	2-3: 标志设计	掌握标志的设计能力	标志设计形象和造型要素的确定	理实一体	6
10	2-4: 绘制草图, 把各种创意的理念转化为具体的视觉形象	培养学生将想法形象化的转化为视觉元素	绘制草图, 把各种创意的理念转化为具体的视觉形象	理实一体	8
11	3-1: 包装结构概述	掌握结构形态及要素	结构概述	理实一体	4
12	3-2: 包装结构分类	掌握结构分类的规律	包装结构分类	理实一体	12
13	3-3: 包装结构创意的思维形式及方法	培养学生的创意思维能力	结构创意的思维形式及方法	理实一体	8
14	3-4: 包装结构表现形式	培养学生结构的表現能力	包装结构表现形式	理实一体	12

15	3-5: 包装结构的表现手段和技法工艺	培养学生创新能力	表现手段和技法工艺	理实一体	8
16	4-1: 容器设计的基本要求	培养学生具备包装容器造型设计的基本能力	定义、基本要求	理实一体	4
17	4-2: 化妆品容器设计技法	掌握化妆品容器设计的技巧	设计技法	理实一体	12
18	4-3: 香水容器设计设计技法	掌握香水容器设计的独特性	设计技法	理实一体	12
19	4-4: 容器造型设计平面图、效果图、三视图的设计技法	培养容器设计手绘基本能力能力	平面图、效果图、三视图的设计技法	理实一体	12
20	5-1: 包装的创意设计概述	掌握形式美、结构合理的设计原则	形式美法则、情感原则	理实一体	12
21	5-2: 包装的结构设计	培养人性化、系列化包装的设计能力	设计原则、设计依据、设计的基本方法	理实一体	12
22	5-3: 包装的外观装潢设计	培养视觉传达设计能力	图形、字体、商标、色彩设计	理实一体	12
23	5-4: 包装的整体制作	培养视觉传达、结构制作的综合能力	结构设计、视觉传达设计、电脑软件应用	理实一体	16

六、课程实施建议

(一) 教学建议

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。

1. 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。

4. 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。

5. 采用知识点讲解在练习中和练习后进行, 培养学生自学能力和独立思考能力。

(二) 考核建议

(1) 注重评价的多元性, 结合平时纪律、工作主动性、知识掌握情况、项目完成情况综合评价学生成绩。

(2) 注重过程考核, 注重学生动手能力和实践中分析问题、解决问题能力

的考核,对在学习和应用上有创新的学生应予特别鼓励,全面综合评价学生能力。

(3) 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%			
设计创意开发与深化	知识		30%	20	20%	
	技能		50%			
	态度		20%			
纸包装结构形式	知识		30%	20	20%	
	技能		50%			
	态度		20%			
容器的设计形式	知识		30%	20	20%	
	技能		50%			
	态度		20%			
包装的整体制作	知识		30%	30	30%	
	技能		50%			
	态度		20%			

七、需要说明的其他问题

本课程用到的教学材料包括:教材、电子教案、多媒体课件、包装实物展示和视频材料等电子版资料。

