



眉山职业技术学院
Meishan vocational and technical college

三年制高等职业教育

人才培养方案

2022 级广告艺术设计专业

2022 年 7 月

一、专业名称及代码

专业名称	广告艺术设计	专业代码	550113
所属专业群名称	文化创意与策划专业群		
群内专业及代码	数字媒体艺术设计（550103）、广告艺术设计（550113）、文化创意与策划（550401）		

二、入学要求

普通高级中学毕业、中等职业学校毕业或具备同等学力。

三、修业年限

基本学业年限为3年，最长修业年限为5年。

四、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)	主要岗位类别 或技术领域举例	职业资格证书 或技能等级 证书举例
(55) 文化艺术 类	(550113) 广告艺术设 计	文化、体育 和娱乐业 (R)	(4-08-08-09) 广告设计师	新媒体广告设计美 工、平面设计师、 品牌设计助理、插 画设计师	1+x 数字艺术 创作

五、培养目标与培养规格

（一）培养目标

本专业立足眉山，面向成渝经济圈，培养理想信念坚定，德、智、体、美、劳全面发展，具有一定的科学文化水平，良好的人文素养、职业道德和创新意识，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；面向广告设计行业，掌握新媒

体广告设计、平面设计、品牌设计、插画设计等职业群，能够从事新媒体广告设计美工、平面设计师、品牌设计助理、插画设计师等工作。适应新媒体互联网广告行业下的复合型技术技能人才。毕业 3—5 年后能够担任广告设计业相关单位的独立设计师、设计总监等岗位，或能够自主创业的高素质技术技能人才。

（二）培养规格

本专业毕业生应在素质、知识和能力等方面达到以下要求：

1. 素质要求

（1）坚定拥护中国共产党领导和我国社会主义制度，在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感。

（2）崇尚宪法、遵法守纪、崇德向善、诚实守信、尊重生命、热爱劳动，履行道德准则和行为规范，具有岗位服务意识和文化传播意识，具有社会责任感和社会参与意识。

（3）具有质量意识、环保意识、安全意识、岗位意识、信息素养、工匠精神、法律意识、创新思维。

（4）勇于奋斗、乐观向上，具有自我管理能力、职业生涯规划的意识，有较强的集体意识和团队合作精神。

（5）具有健康的体魄、心理和健全的人格，掌握基本运动知识和 1-2 项运动技能，养成良好的健身与卫生习惯，以及良好的行为习惯。

（6）具有一定的审美和人文素养，能够形成 1-2 项艺术特长或爱好。

2. 知识

（1）了解广告学基础知识

（2）掌握必备的思想政治理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识。

（3）熟悉线上线下社交传播媒介及新媒体生态环境、本专业所需的造型基础知识与方法、平面设计专业知识、品牌设计专业知识。

(4) 掌握线上内容营销的排版、后期美化及运营知识和方法、项目管理的基本知识与方法、插画设计专业知识

3. 能力

(1) 具有探究学习、终身学习、分析问题和解决问题的能力

(2) 能够运用良好的语言、文字表达进行沟通

(3) 能够对信息进行加工和运用信息技术

(4) 能够运用手绘绘制设计稿。掌握艺术设计的素描、色彩、摄影等基础知识，能够较为熟练的运用艺术设计相关基础知识完成简要的平面广告设计工作

(5) 能够进行图文资料的搜集归纳整理及项目管理，进行个人职业生涯规划和自我管理

(6) 能够合理利用图形图像处理软件进行线上线下宣传物料设计、独立完成排版、图形创意等

(7) 能够进行品牌形象视觉识别系统设计，如标志图形、标志色彩、标志字体设计。能够按照商业插画流程完成简单的出版物、产品、包装插画等

六、课程设置

（一）专业面向职业与教学分析

职业岗位	典型工作任务	职业能力要求	开设课程
新媒体广告设计美工、平面设计师	信息采集分析、市场调研	了解客户要求，明确设计目标，进行市场研判与项目分析，并提供意向性材料，制定项目计划	《广告策划与文案写作》 《广告材料与报价》 《广告概论》
	完成设计初稿	根据客户要求和项目目标进行初稿设计，提供意向性方案并提案	《造型基础》 《Photoshop》 《AI》 《coreldraw》 《设计色彩》 《字体与版式设计》 《图形创意》 《二维设计基础》 《广告策划与文案写作》 《摄影基础》 《招贴设计》 《陈列设计》 《三维设计软件》

	设计方案的深化与定稿	能根据客户要求和项目目标进行初稿设计，提供意向性方案。制作设计方案效果图以及展示提案。	《造型基础》 《Photoshop》 《AI》 《coreldraw》 《设计色彩》 《字体与版式设计》 《图形创意》 《二维设计基础》 《广告策划与文案写作》 《信息技术》 《摄影基础》 《招贴设计》 《招贴设计》 《陈列设计》 《三维设计软件》
	制作文件输出	能根据线上线下不同媒介、平台输出相应尺寸、像素、格式、色彩模式的设计文件	《Photoshop》 《AI》 《coreldraw》 《字体与版式设计》 《广告材料与报价》
品牌设计助理	设计准备、市场调研	了解客户要求，明确设计目标，进行市场研判与项目分析，并提供意向性材料，制定项目计划	《广告策划与文案写作》 《广告材料与报价》 《广告概论》 《企业形象设计》

	完成设计初稿	根据客户要求和项目目标辅助品牌设计师进行项目资料搜集、整理与归纳；进行项目资料的图片美化与提取；进行标志图形设计、标志字体设计、标志色彩设计。制定企业广告宣传语。完成项目初稿设计，提供意向性方案并提案	《造型基础》 《Photoshop》 《AI》 《coreldraw》 《设计色彩》 《字体与版式设计》 《图形创意》 《二维设计基础》 《广告策划与文案写作》 《企业形象设计》 《招贴设计》 《三维设计软件》
--	--------	---	--

	设计方案的深化与定稿	根据客户要求和项目目标对初稿进行修改与深化。进行项目资料的图片美化与提取；进行标志图形设计、标志字体设计、标志色彩设计。完成项目定稿设计并提案。制作企业形象识别系统手册	《造型基础》 《Photoshop》 《AI》 《coreldraw》 《设计色彩》 《字体与版式设计》 《图形创意》 《二维设计基础》 《企业形象设计》
--	-------------------	---	--

	制作文件输出	能根据线上线下不同媒介、平台输出 品牌形象设计手册	《Photoshop》 《AI》 《coreldraw》 《字体与版式设计》 《广告材料与报价》
插画设计师	设计准备、市场调研	了解客户要求，明确设计目标，进行市场研判与项目分析，并提供方案风格参考，制定项目计划	《商业插画》
	完成设计初稿	根据客户要求和项目目标，与客户沟通交流。进行项目资料搜集、整理与归纳；进行草图方案绘制、色彩样稿绘制，确定下一步设计方向	《造型基础》 《Photoshop》 《AI》 《coreldraw》 《设计色彩》 《图形创意》 《二维设计基础》 《商业插画》

	设计方案的深化与定稿	根据客户要求和项目目标，与客户沟通交流。进行项目资料搜集、整理与归纳；进行方案造型、色彩修改与优化深入。完成项目定稿设计并提案。制作插画运用效果图。	《造型基础》 《Photoshop》 《AI》 《coreldraw》 《设计色彩》 《字体与版式设计》 《图形创意》 《二维设计基础》 《招贴设计》
	制作文件输出	能根据线上线下不同媒介、平台输出相应尺寸、像素、格式、色彩模式的设计文件	《Photoshop》 《AI》 《coreldraw》 《字体与版式设计》

（二）专业群课程结构

文创专业课程体系面向新一代文化创意产业和数字信息产业，开设文化创意与策划、数字媒体艺术设计、广告艺术设计3个专业，按照“岗位相关、技术相近、底层相通、中层分离、高层互选”原则，构建以“技艺双升、科艺相融”为特色的文创专业群。

从文创产业和数字信息产业中的对应技术岗位对“技术技能培养、艺术设计素养、职业核心素养”三个方面需求出发，遵循“厚基础、宽岗位、活技能”的三个要求，与“底层共享、中层分离、高层互选”的三个专业课程特点相结合，搭建纵深维度的三位一体课程体系框架，构建模块化、结构化专业课程体系。

特色课程模块上“一吸纳”文化创意、数字媒体、广告设计新审美、新技术，“二吸纳”1+X证书考核标准与之紧密相扣，“三吸纳”对口职业岗位需求纳入专业重点考核目标，“四吸纳”职业技能能力等级课程标准，“五吸纳”文创和数字信息行业工作流程。从而实现“3+5”并行的特色课程模块。

影视短片制作
新媒体运营
三维动画设计与制作
字体与版式设计

影视短片制作
新媒体运营
三维动画设计与制作
字体与版式设计

影视短片制作
新媒体运营
三维动画设计与制作
字体与版式设计

高层
方向

广告艺术设计
核心课程

字体与版式设计
招贴设计
书籍装帧
包装设计
企业形象设计

文化创意与策划
核心课程

包装设计
三维动画设计与制作
活动策划
文创产品设计
新媒体运营
字体与版式设计

数字媒体艺术设
计核心课程

摄影技术
摄像技术
影视短片制作
数字设计与动画制作
三维动画设计与制作

中层
模块

专业群平台课程

Photoshop

造型基础

摄影技术

设计色彩（色彩装饰画）

公共基础课程

底层
基础

（三）本专业课程结构

		课程数（门）		学时		学分	
		数量	占比	数量	占比	数量	占比
课程结构	文化素质课程	17	38.6%	908	33.8%	47	29.4%
	专业平台课程	8	18.1%	352	13.4%	24	15%
	专业核心课程	11	25%	608	25%	38	26.3%
	专业拓展课程	3	4.5%	96	3.6%	6	3.8%
	专业实习	5	11.4%	649	33.8%	41	25.6%
	小计	44		2613		160	
修习类型	必修课	34	77.3%	2149	82.2%	127	81.4%
	选修课	10	22.7%	464	17.8%	29	18.6%
	小计	44		2613		156	
课程类型	A类课	3	6.8%	56	2.1%	3	1.9%
	B类课	36	81.8%	2173	83.2%	129	83.7%
	C类课	5	11.4%	384	14.7%	24	15.4%
	小计	44		2613		156	
理实结构	理论课			826	31.6%		
	实践课			1787	68.4%		
	小计			2613			

（四）主要课程及内容要求

1.文化与素质课程简介

1.公共基础课程简介

（1）公共必修课

《军事理论与军事训练》：本课程主要学习关于中国国防、国家安全、军事思想、现代战争、信息化装备等军事基本理论知识；针对共同条令教育与训练、射击与战术训练、防卫技能与战时防护训练、战备基础与应用训练等军事技能开展相关训练，让学生了解掌握军事基础知识和基本军事技能，增强国防观念、国家安全意识和忧患危机意识，弘扬爱国主义精神、传承红色基因、提高学生综合国防素质。

《思想道德与法治》：本课程是一门融思想性、政治性、科学性、理论性、实践性于一体的思想政治理论课，针对大学生成长过程中面临的道德和法治问题，开展马克思主义的世界观、人生观、价值观、道德观、法治观教育，帮助大学生筑牢理想信念之基，培育和践行社会主义核心价值观，传承中华传统美德，弘扬中国精神，尊重和维护宪法权威，提升思想道德素质和法治素养。

《毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论》：本课程以马克思主义中国化为主线，系统学习毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观、习近平新时代中国特色社会主义思想的形成过程、主要内容、精神实质、历史地位和指导意义等内容，提升大学生运用马克思主义立场、观点和方法认识问题、分析问题和解决问题的能力，引导学生深刻理解中国共产党为什么能、马克思主义为什么行、社会主义为什么好，坚定“四个自信”。

《习近平新时代中国特色社会主义思想概论》：本课程通过讲述马克思主义中国化最新理论成果——习近平新时代中国特色社会主义思想，全面解读党在新时代的基本理论、基本路线、基本方略，使青年学生理解中国特色社会主义进入新时代的科学内涵和基本特征，切实增强全面贯彻党的基本理论、基本路线、基本方略的自觉性和主动性，进一步坚定建设富强民主文明和谐美丽的社会主义现代化强国的决心，引导

学生坚定中国特色社会主义道路自信、理论自信、制度自信、文化自信，在实现中国梦的实践中放飞青春梦想。

《大学生心理健康教育》：本课程主要学习心理健康教育的基本概念、自我意识、压力管理和情绪调节、人际关系与社会适应、恋爱与性心理、学习心理以及职业生涯规划等内容，通过学习，使大学生能够正确认识自我与环境，树立心理健康意识，传授心理调适的方法，增强大学生的自我心理调节能力，有效消除心理困惑，提高受挫能力和适应能力。

《体育与健康》：本课程以落实立德树人为根本任务，贯彻“全民健身·促健康，弘扬文化·促传承”的精神，帮助学生了解运动健身原理与方法，掌握基础体能、球类、民族传统体育项目、操类和职业拓展等方面的运动技能，使学生能够正确运用运动技能进行锻炼，切实提高自身体质健康水平，达到“强体魄、练技能、修德行、促发展”的目的，促进、落实全民健身。

《形势与政策》：本课程以党的理论创新最新成果，新时代坚持和发展中国特色社会主义的生动实践，党的路线方针政策、基本国情、国内外形势及其热点难点问题为主要内容，针对大学生思想特点进行马克思主义形势观、政策观教育，帮助其准确理解当代中国马克思主义，深刻领会党和国家事业取得的历史性成就、面临的历史性机遇和挑战，引导大学生正确认识世界和中国发展大势，坚定“四个自信”。

《职业发展与就业创业指导》：本课程涵盖了大学生职业生涯规划、大学生就业指导 and 大学生创业指导三门课程的教学内容。通过课程的学习，使学生了解职业生涯规划的基本方法，了解国家就业创业政策，引导学生树立正确的择业观、创业观和就

业观，切实提高学生就业竞争力，为大学生顺利就业、适应社会及树立创新创业意识提供必要的指导。

《劳动教育》：本课程通过对日常生活劳动、生产劳动和服务性劳动中知识、技能的学习，培养学生具备完成一定劳动任务所需要的设计、操作能力及团队合作能力；引导学生树立劳动最光荣、劳动最崇高、劳动最伟大、劳动最美丽的思想观念；继承中华民族勤俭节约、敬业奉献的优良传统，弘扬开拓创新、砥砺奋进的时代精神；养成良好的劳动习惯和品质。

《信息技术》：本课程主要学习信息检索与信息安全等信息技术基础知识、办公软件的使用技术、图形图像和音视频数字媒体技术，培养学生获取信息、加工信息、传播信息和应用信息的能力，提升信息技术核心素养。

（2）公共限选课

《大学语文》：本课程精选古今中外优秀文学名著学习篇目，主要学习文学鉴赏的基本原理、作品赏析的基本方法、常用文体的基础知识、写作方法与技巧，提高学生的阅读、赏析、写作、沟通水平，提升其审美能力和鉴赏能力，培育其良好的人文素养。

《大学英语》：本课程主要学习语音、语法、词汇、语篇和语用知识，培养学生具备必要的英语听、说、读、写、译技能，有效完成日常生活和职场情境的沟通任务；获得多元文化知识，有效完成跨文化交际，用英语传播中华文化；辨别中英两种语言思维方式的异同，具有一定的逻辑、思辨和创新思维水平；掌握恰当的英语学习策略，能够运用英语进行终身学习。

《东坡文化》：本课程是为更好地传承和弘扬东坡文化，让学生详细了解“三苏”

生平、主要文学成就、政德政绩和家教家风，以及三苏祠历史沿革、东坡文化研究传承等情况。

（3）公共任选课

公共选修课包括马克思主义理论类课程、党史国史、创新创业教育与实践、健康教育、美育课程、职业素养、艺术导论、音乐鉴赏、美术鉴赏、影视鉴赏、戏剧鉴赏、舞蹈鉴赏、书法鉴赏、戏曲鉴赏等课程。

2.主要专业（技能）课简介

（1）专业群平台课程

《造型基础》课程：造型基础是设计类专业的必修课，是广告设计的主干课之一。它是所有专业课的造型和创新思维培养的开始。从传统意义上来看，那些被业内人士广泛认可的绘画素描教学的作用，在设计专业的素描教学中也同样存在，然而，偏执于绘画技能训练而广耗时光的做法，已经与今天的设计教学的改革和演进显得不合时宜。因此，在吸取传统素描教学中最有直接效果的教学思想和手段的基础上，借鉴国内外这几年来业已行之有效的教学经验，我们广泛开展了属于设计行业自己的造型和创意的基础素描课程教学与实践研究，并已取得了阶段性的成果。设计素描不仅是脑、眼、手相互协调配合对物象全方位的表现，也更注重所视、所成、所悟的形式语言表达，正是这一特征，使得设计素描这一基本概念得到了最大的延伸与扩展。它涉及艺术设计的各个领域，并奠定了艺术设计专业的造型创意的坚实基础。培育学生立足时代、扎根人民、深入生活，树立正确的艺术观和创作观，坚持以美育人、以美化人，积极弘扬中华美育精神，全面提高学生的审美和人文素养，增强文化自信。

《设计色彩》课程：设计色彩是艺术设计专业的必修课，是造型基础课的主干课之一。设计色彩是近年来新兴起的专为艺术设计专业服务的一门十分重要的基础课程。它是建立在一般色彩写生基础上的对新的写生方式的一种探索，其目的是通过进行富有针对性或规定性的课题训练，使学生了解掌握设计色彩的基础理论以及设计色彩的象征性与设计色彩所产生的心理效应；设计色彩的造型基本原理和方法。通过对客观物象观察、分析和审美选择，使学生将特定的物象进行梳理、提炼，再通过夸张、变形、分解重构等手段表现在画面上。在其过程中，能使学生较系统地认识和学习设计色彩造型在构图、构形、构色以及在画面构成方式、表现技巧、形式风格等方面的问题，以此强化绘画写生与艺术设计的相互关系，使学生对色彩知识融于感性的色彩实践之中，让学生对色彩的感觉由个人的知觉升华到更宽广、更科学的色彩审美观，最终达到在各种专业性的设计中能够灵活运用色彩构成的理论和方法进行符合功能和审美的色彩设计。培育学生立足时代、扎根人民、深入生活，树立正确的艺术观和创作观，坚持以美育人、以美化人，积极弘扬中华美育精神，全面提高学生的审美和人文素养，增强文化自信。

《Photoshop》课程：了解 Photoshop 图像处理软件的十大主流功能；了解并掌握 Photoshop 软件的主要功能及应用。通过学习 Photoshop 图像处理软件的十大主流功能：图像润饰和修补；图层、蒙板和通道的使用技巧；文字和路径功能的使用；滤镜特效制作技巧；动作功能的使用等，为学生进行广告设计、包装设计等奠定良好的基础。培养学生的法律意识，增强社会责任感，引导学生爱国、爱校和爱家情怀。

《AI》课程：了解并掌握 AI 软件的主要功能及应用；通过本课程学习，了解并掌握 AI 图形设计基础的设计处理方法、AI 文字排版设计技巧、AI 使用技巧，能熟练地

掌握各种矢量插图、公司标志、宣传彩页、产品包装等效果的制作技巧；具备一定的艺术设计能力，培养学生的发散性创新思维和学习能力。培养学生勤奋好学、团队协作精神。

《Coreldraw》课程：了解并掌握 Coreldraw 软件的主要功能及应用。了解并掌握 Coreldraw 图形设计基础的设计处理方法、Coreldraw 文字排版设计技巧、Coreldraw 复杂图形的绘制质感的表现，能熟练地掌握各种矢量插图、公司标志、宣传彩页、产品包装等效果的制作技巧。培养学生一丝不苟和严谨细致工作态度，精益求精的职业精神。

（2）专业核心课程

《书籍装帧》课程：了解书籍装帧基本法则；掌握书籍装帧设计形态结构；装帧封面设计方法及类型；书籍装帧内页设计方法及规律；了解书籍装帧印刷与装订。能够开展书籍装帧的调研与分析工作；能利用书籍装帧设计要求设计各类书籍；能利用书籍装帧设计的创意原理和手法开发出新型书籍类型。培养学生良好的思想政治素质，尊重中国传统文化，培养爱国精神和文化自信，培养科学思维意识，树立专业敬业精神。

《企业形象设计》课程：通过学习使学生了解企业形象设计的内涵，标志设计与企业形象之间的关系，并掌握企业形象设计的理论知识；企业形象设计的学习，使学生初步掌握企业形象的基本理论，能熟悉地掌握其中的一些要素和要求。最终能较好地完成企业形象视觉识别的一些要求。有利于学生在学习过程中扩宽视野和各门设计技能的综合应用。掌握企业形象的设计方法和设计技能，最终能较好地完成企业形象视

觉识别的一些要求。培养学生的创新意识、团结协作意识和精益求精的职业精神。

《招贴设计》课程:了解招贴设计的源流、分类等基础知识,学会赏析优秀招贴作品;通过课题设计训练,使学生掌握招贴设计的基本方法,能独立设计富有创意的招贴作品。培养学生的创新意识、环保意识和社会主义核心价值观。

《包装设计》课程:了解包装设计相关法律法规《包装法》;了解包装的概念及其概念拓展;了解包装设计对产品销售的价值与功能;了解现代包装设计的趋势及新理念;了解包装设计的分类;理解包装设计的形式特点;理解包装设计与消费心理、品牌价值之间的关系;熟悉包装设计的市场调查方法;熟悉包装设计的基本程序。掌握包装设计与产品定位之间的工作方法;掌握包装设计的色彩设计方法;掌握包装设计的图案设计方法;掌握包装设计的文字设计方法。掌握包装结构与包装装潢的统一设计方法。培养学生精益求精的工作态度,树立学生严谨正确的法律意识,树立学生对包装设计师的初步岗位认知。培养集体意识和团队合作精神。

《商业插画》课程:了解商业插画的概念及其概念拓展;了解商业插画的基本绘制方法和完成商业插画的基本工作流程;培养学生具备大胆的创新意识和理念,并具备付诸实践的行动力,培养职业关键能力和素质,为学生毕业后从事商业插画相关工作打下坚实基础。

(3) 专业拓展课程

《摄影技术》课程:课程培养学生能运用数码单反相机,根据摄影规则,能做到建筑风景、园林风景、静物、人像等拍摄要求;培养具有商业摄影从业者所必需的基础理论知识和动手能力;了解商业摄影专业理论知识;理解商业摄影的基本方法;掌握数码单反相机的使用方法。培养学生较强的服务意识、审美能力和敬业精神。

《影视短片制作》课程:本课程使学生理解影视短片创意的基本思维方法、技法与基本要求;掌握影视短片制作中的策划、摄像与编辑的基本方法与技巧。学生组队完成短片的前期脚本设计、中期拍摄、后期制作,每一个环节的有效实施与沟通才,确保视频成片完整输出。以团队合作的方式掌握各类短视频制作的方法。在实践中培养学生团结合作,互帮互助。

七、课程学时及学分分配表

课程类别		总学时	理论学时	实践学时	实践学时占比	课程总学时占比	学分数	课程总学分占比
必修课程	公共必修课	636	292	344	54%	24%	30	19%
	专业必修课	1497	300	1197	80%	60%	96	62%
选修课程	公共选修课	288	186	102	35%	10%	18	12%
	专业选修课	192	48	144	75%	6%	12	7%
总计		2613	826	1787	69%	100%	156	100%

注:表中公共选修课、专业选修课均以最低学时、学分计算。

八、教学进程总体安排

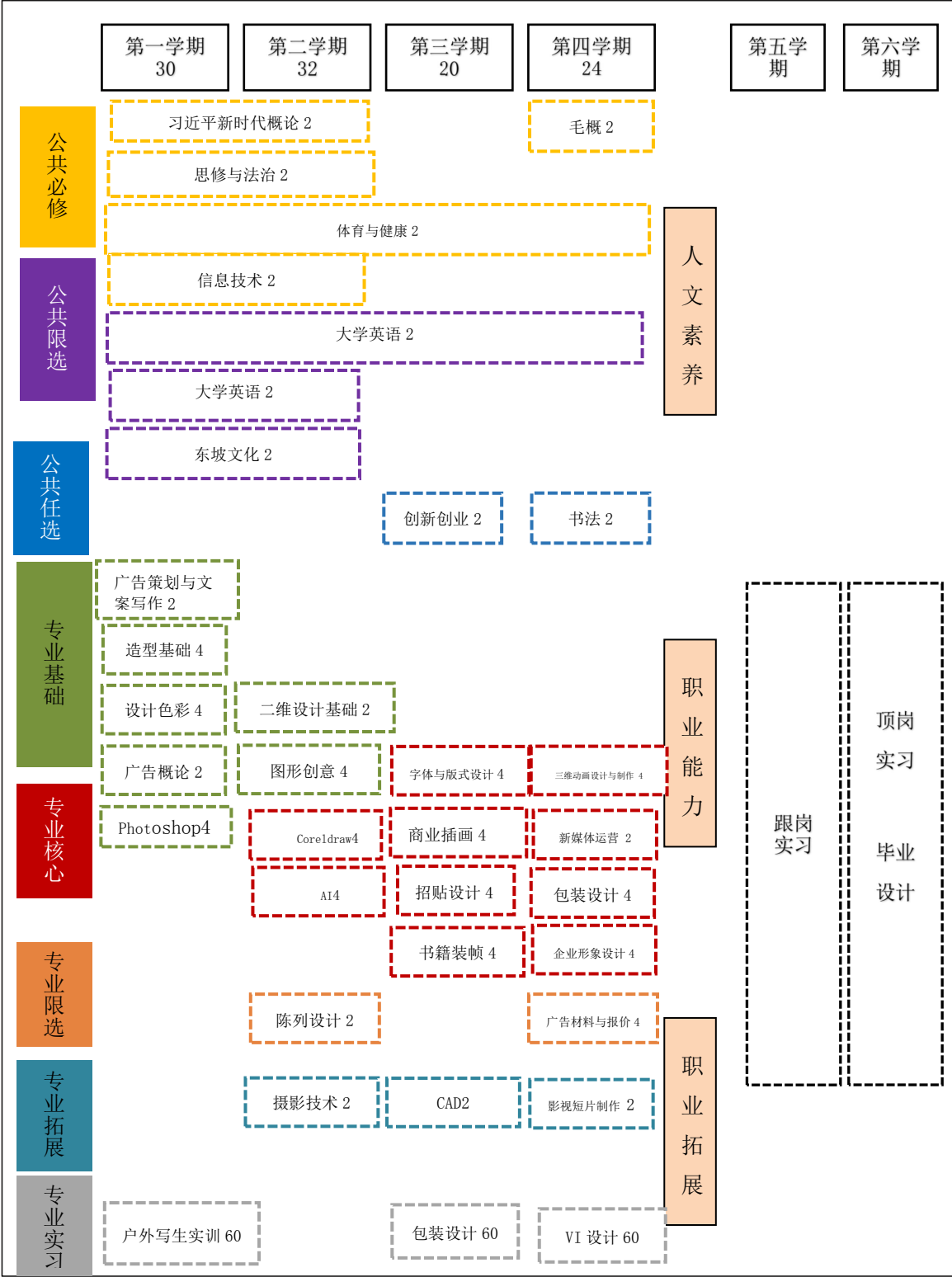
(一) 教学总体安排

学年	学期	周学时	教学周历																			
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
1	1		★ △	★ △	=	=	=	=	●	●	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	▲	▲
	2		=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	※	▲	▲
2	3		=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	●	●	=	=	=	=	▲	▲
	4		=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	●	●	=	◎	◎	◎	▲	▲

3	5														☆	☆	☆	☆	☆	☆	☆	☆	☆
	6		☆	☆	☆	☆	☆	☆	☆	☆	☆	☆	☆	☆	☆	☆	☆	☆	□	□	□	□	□

入学教育△ 军训★ 理实一体教学＝ 专项集中实训教学● 考试▲
 认知实习※ 跟岗实习◎ 顶岗实习☆ 技能鉴定○ 毕业论文（实习报告、毕业设计）□

（二）课程地图



(三) 教学进程安排表

课程类别	课程性质	序号	课程代码	课程名称	学分	学时分配			各学期周学时数×理论教学周数						考核形式	开课方式	开课部门	备注
						学时	理论	实践	1	2	3	4	5	6				
									17W	20W	20W	20W	20W	18W				
文化与素质课程	必修	1	80001001	军事训练及军事理论	4.0	148	36	112	36+112						◎	☑	人武部	
		2	80001002	思想道德与法治	3.0	48	36	12	2*12	2*12					※	√	马克思主义学院	
		3	80001003	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	2.0	32	24	8				2*16			※	√	马克思主义学院	
		4	80001004	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	3.0	48	36	12	2*16	1*16					※	√	马克思主义学院	
		5	80001007	形势与政策	1.0	32	32	0	8	8	8	8			◎	√	马克思主义学院	
		6	80001005	体育与健康①-②	4.0	128	8	120	2*16	2*16	2*16	2*16			※	√	文化艺术系	
		7	80001010	信息技术	5.0	80	40	40	2*16	2*16	16				※	☑	文化艺术系	
		8	80001006	大学生心理健康教育	2.0	32	24	8	2*16						◎	☑	师范教育系	
		9	80001008	职业发展与就业创业指导	2.0	32	20	12	2*8			2*8			◎	√	学工部	
		10	80001009	劳动教育	1.0	16	4	12	16						◎	√	各系部	
	限选	11	80001011	大学生安全教育	1	8	8	0	每学期 2 个学时						◎	√	学工部	安排在第 3 或第 4 学期
		12	80001012	艺术教育	2.0	32	24	8			2*16				◎	√	文化艺术系 师范教育系	
		13	80002001	中国改革开放发展史	1.0	16	16	0	2*8						◎	☐	马克思主义学院	
			80002002	中国共产党党史	1.0	16	16	0	2*8						◎	☐	马克思主义学院	二选一
		14	80002003	东坡文化	2.0	32	24	8	2*16						◎	√	马克思主义学院	二选一
			80002004	中国优秀传统文化	2.0	32	24	8	2*16						◎	√	马克思主义学院	

核心课程	必修	24	20225008	图形创意设计	2	32	10	24		4*16					※	√	文化艺术系		
	必修	25	20225009	CorelDraw	4	64	24	40		4*16					◎	√	文化艺术系		
	必修	26	20225010	AI	2	32	10	24		4*16					◎	√	文化艺术系		
	必修	27	20225011	字体与版式设计	4	64	24	40			4*16				※	√	文化艺术系		
	必修	28	20225012	商业插画	4	64	24	40			4*16				※	√	文化艺术系		
	必修	29	20225013	招贴设计	4	64	24	40			4*16				※	√	文化艺术系		
	必修	30	20225014	书籍装帧	4	64	24	40			4*16				※	√	文化艺术系		
	必修	31	20225015	三维动画设计与制作	4	64	24	40				4*16			◎	√	文化艺术系		
	必修	32	20225016	新媒体运营	2	32	12	20				2*16			◎	√	文化艺术系		
	必修	33	20225017	包装设计	4	64	24	40				4*16			※		文化艺术系		
	必修	34	20225018	企业形象设计	4	64	24	40				4*16			※		文化艺术系		
	小计					38	608	224	388										
拓展课程	限选拓展	(组选)	32	20226007	摄影技术	2	32	12	20		2*16				◎	√	文化艺术系	三选一	
				20226008	活动策划	2	32	12	20		2*16				◎	√	文化艺术系		
				20226009	数字调色	2	32	12	20		2*16				◎	√	文化艺术系		
		限选拓展	33	20226010	CAD	2	32	12	20			2*16			◎	√	文化艺术系	三选一	
				20226011	产品手绘	2	32	12	20			2*16			◎	√	文化艺术系		
				20226012	品牌推广	2	32	12	20			2*16			◎	√	文化艺术系		
		任选拓展	34	20227014	影视短片制作	2	32	12	20				2*16			◎	√	文化艺术系	三选一
				20227015	文创产品设计	2	32	12	20				2*16			◎	√	文化艺术系	
				20227016	录音技术	2	32	12	20				2*16			◎	√	文化艺术系	
小计					6	96	36	60											
专业实习	必修	35	20228003	企业形象设计	4	60		60			60				◎	√	文化艺术系		
		36	20228004	包装设计	4	60		60				60			◎	√	文化艺术系		
		37	20228005	认知实习	1	16		16	16								会凌广告有限公司		
		38	20228006	跟岗实习	8	128		128					128				蓝点广告装饰公司		
		39	20228007	顶岗实习	24	384		384					384				天宇广告装饰有限公司	司	

			小计	41	648		648										
其他	限选+任 选		无需编码	第二课堂学分	3.0~5.0				限选+任选								
总计					156	2613	826	1787									

注：

- 原则上各专业不得随意改动公共基础部分课程设置，但须明确具体的限选课程；
- 任选拓展课原则上在本专业大类外修习 3.0 学分。各专业亦可根据实际需要，设置合理修习学分；
- 第二课堂学分**认证细则由专业在方案中加以明确；
- 专业创新创业类课程请用“▲”标识。
- 师范教育系按照 2.5+0.5 学制合理开设课程，其中《职业发展与就业创业指导》安排 2*8 学时在第五学期。
- 五年一贯制公共基础课程按“课程设置”要求开设课程。
- 表中※为考试课，◎为考查课，√为线下教学，□为线上教学，☑为线上线下混和教学。

（四）教学组织

1.教学组织

（1）落实课程思政，推进全员全过程全方位“三全育人”，实现思想政治教育与专业培养的有机统一。

（2）按照文创专业群的课程结构，与群类各专业实行底层共享、中层分离、高层互选的课程体系，加强各专业的职业性和开放性

（3）强化实践教学，充分利用实训基地，坚持工学结合、教学做一体化，提高学生的动手能力和专业应用能力。

（4）整合教师资源，以教师为主导，学生为主体，利用现代教育技术手段与教学平台，以专业技能训练为主，采用多种教学方法与手段，调动学生主动性、积极性和创造性，提高教学质量。

（5）采用多元化评价。根据课程性质，采用考试、考察方式进行考试考核，注重平时教学过程评价、阶段性评价等多元化评价方式。

（6）合理安排及组织岗位实习，并根据学生的综合表现，进行考核与评定。

2.人才培养模式

广告艺术设计专业以一面向二依托三驱动的“123”人才培养模式，实施人才培养。

（1）“1”面向指的是面向一个文创产品产业链

广告艺术设计专业面向文创产品产业链，从文创产品的 logo、包装装潢、产品宣传、产品活动视觉推广等方面进行人才培养。

（2）“2”依托指的是依托两条育人主线，即学校和企业共同育人

从岗位需求出发，实施学习任务与岗位工作任务对接、实行学习环境与工作环境对应、教学内容与岗位需求结合、教学过程与工作过程融通，实现校企合作，学校企业双育人。项目共享、师资共享、成果共享、资源共享、平台共享以及教材研发等。

（3）“3”驱动指的是“岗位驱动、项目驱动、创新驱动”三驱动，全面实施专业课程教学。

以培养高技能高素质专业技术人才为目标，以市场需求为导向，明确岗位职责与典型工作任务，严格按照岗位工作流程在专业课程教学中落实岗位驱动。在《包装设计》《商业插画》《企业形象设计》等课程中整合课程内容、以真实项目为载体实施项目化教学。在专业教学实施环节过程中，一是教学内容创新，结合本土乡村振兴、三苏文化

传播等进行教学。二是教学模式创新，积极探索工学结合的教学模式，有效地提高专业教学质量。

人才培养模式“123”

一面

文创产品
产业链

文创产品 Logo

包装装潢

产品宣传

产品活动视觉推广

二依

学 校

学习任务

学习环境

教学内容

教学过程

企 业

工作岗位

工作环境

岗位需求

工作过程

校企合作

三驱动

岗位驱动

市场需求为导向

明确岗位职责

典型工作任务

项目驱动

包装设计

商业插画

企业形象设计

创新驱动

教学内容创新

乡村振兴

三苏文化

教学模式创新

工学结合

九、实施保障

（一）师资队伍

1.队伍结构

学生数与本专业专任教师比例不高于 20:1,硕士研究生教师应占专任教师 30%以上,具有高级职称教师应占专任教师 20%以上,双师素质教师应占专业教师 50%以上,专任教师队伍职称、年龄需形成合理的梯队结构。

2.专任教师

专任教师应具有高校教师资格;有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心;具有广告艺术设计相关专业本科及以上学历学位;具有扎实的本专业相关理论功底和实践能力;具有较强信息化教学能力,能够开展课程教学改革和科学研究;有每 5 年累计不少于 6 个月的企业实践经历。

3.专业带头人

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广告行业、专业发展,能广泛联系行业企业,了解行业企业对本专业人才的需求实际,教学设计、专业研究能力强,组织开展教科研工作能力强,在本区域或本领域具有一定的专业影响力。

4.兼职教师

兼职教师主要从本专业相关的行业企业聘任,具备良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神,具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验,具有中级及以上相关专业职称,能承担专业课程教学、实习实训指导和学生职业发展规划指导等教学任务。

（二）教学设施

教学设施主要包括能够满足正常的课程教学、实习实训所需的专业教室、校内实践教学场所和校外实习实训基地。

1.专业教室基本条件

专业教室一般配备黑(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,并实施网络安全防护措施;安装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。

2.校内外实训室基本要求

对校内、校外实验实训基地等提出建议性的有关要求。

序号	实验实训室	主要仪器设备	数量	主要完成实验实训项目
1	画室（3个）	画板	100	实训 1：静物素描、色彩 实训 2：人物素描、色彩 实训 3：速写静物、人物
		画架	100	
		写静台	8	
		写景灯	8	
		陶罐	8	
		石膏	8	
2	广告设计实训室	电脑	100	实训 1：标识设计 实训 2：企业形象设计 实训 3：包装设计 实训 4：招贴设计 实训 5：书籍装帧设计 实训 6：展示设计
		交换机	2	
		覆膜机	1	
		条幅机	1	
		UV 数码打印机	1	
		打印复印一体机	1	
		胶装机	1	
		激光雕刻机	1	
		机械雕刻机	1	
		喷绘机	1	
		写真机	1	
3	摄影摄像实训室	索尼相机 HXP-MC2500	20	实训 1：摄影 实训 2：商品拍摄 实训 3：室内人像摄像
		佳能相机 EOS 7500	20	
		金贝闪光灯	6	
4	校外实训基地	广告设计与制作公司	5 家	完成综合实训与跟岗实训

3.专业作品展厅

为更好地展示专业教学成果，促进交流学习，激发学生学习热情，建设 200 平左右的专业作品展厅。

（三）教学资源

1. 教材选用基本要求

按照国家规定选用优质教材，禁止不合格的教材进入课堂。组建由专业教师、行业企业专家、教科研人员 and 教学管理人员等组成的教材选用委员会，完善教材选用制度，经过规范程序择优选用教材。同时，可适当开发针对性强的校本教学资源。

2. 图书文献配备基本要求

图书文献配备能满足人才培养、专业建设、教科研等工作的需要，方便师生查询、借阅。专业类图书文献主要包括：美术基础、广告发展史、现代艺术类、设计方法类、中外艺术鉴赏类、版式设计、插图设计、品牌设计、字体设计、标志设计等专业类图书，操作软件等实务案例类图书和期刊等。

2. 数字教学资源配置基本要求

网络资料：站酷、花瓣网、素材天下、素材中国等广告设计类网站相关素材资源均可以作为课外学生使用。制作与专业有关的音视频素材、教学课件、数字化教学案例库、虚拟仿真软件、数字教材等专业教学资源库。

（1）中国大学 MOOC（慕课）：<https://www.icourse163.org/>

（2）国家教育资源公共服务平台：<http://www.eduyun.cn/>

（3）一师一优课网站：<http://1s1k.eduyun.cn/portal/html/1s1k/index/1.html>

（四）教学方法

公共基础课教学要符合教育部有关教育教学基本要求，通过教学方法、教学组织形式的改革，教学手段、教学模式的创新，调动学生学习积极性，为学生综合素质的提高、职业能力的形成和可持续发展奠定基础。注重在潜移默化中坚定学生理想信念、厚植爱国主义情怀、加强品德修养、增长知识见识、培养奋斗精神，提升学生综合素质。

根据现代广告专业人才培养目标，深入开展项目教学，将广告行业“工作室”的典型工作模式融入教学过程，打破传统教学教师讲、学生听，教师要求、学生执行的教学模式，建立一种教学互动、以学生为主体的教学关系。从项目训练入手培养学生职业兴趣；以项目模块组织教学活动，核心能力培养融入项目训练之中，实现教学效果与职业能力要求接轨的目的。

同时，通过多年的教学教改研究与实践，初步建立了校企合作，产学研结合的机制，探索形成了具有鲜明高职教育特色的“专业+企业（竞赛）+师生”的专业建立模式，积极探讨了工学结合的教学模式，有效地促进了专业的建立与开展。引入企业新技术、新工艺，校企合作共同开发专业课程和教学资源；积极试行多学期、分段式等灵活多样的教学组织形式，将学校的教学过程和企业（竞赛）的项目紧密结合，校企共同完成教学任务。

（五）学习评价

1.规范评价

建立学生学习评价表，就学生学习品质、学习水平做出综合评价。内容主要包括：求知欲望、学习兴趣、参与意识、质疑能力、探究能力、创新精神、情感态度、学习

习惯、课堂表现、回答问题的准确性和独创性、实践能力、作业完成情况、课外自主学习能力和特长等方面。

2.多元评价

除了要有教师对学生的评价外，要更多地引进学生的自评、互评，甚至是学生对教师的评价，第三方企业评价，让学生在自评中看到自己的进步，提高前进的勇气，在互评中看到别人的长处，努力弥补自己的不足。学生在这多元、立体、互动的评价中，自主性得以充分的体现和发展，也将外力积极转化为内驱力。把企业评价模式引入教学体系中，学生的企业实践的工作能力纳入毕业成绩考核范围，充分发挥企业的实践指导作用。

3.状态评价

根据学科的特殊性和教学目标，对广告专业学生的评价应注重其在专业课学习的各方面发展状态的描述性的评价，也就是状态评价。记录学生的突出表现、取得的进步或存在的缺点等诸多方面所呈现出的随机表现的总和，通过状态评价，可以更好地促进学生树立正确的评价观，充分体现平时的状态，促进学生的持续发展。

4.激励评价

激发学生的内在动力，课堂才会有活力，我们的教学才有生命力，才能最大限度地发展每一个学生。所以在学生评价中，不能忽略，更要强化对学生的激励评价。

（六）质量管理

1.组织保障

为保证广告艺术设计专业建设顺利开展，根据学校相关规定，眉山职业技术学院

成立以院长、副院长和各专业负责人、校外专家及骨干教师组成的专业建设领导小组，全面领导各专业建设工作。广告艺术设计专业成立有以眉山市美术家协会的主席、美协专家成员为带头人，企业专家及专业艺术院校毕业的骨干教师组成的专业建设指导委员会，具体落实专业建设工作。

2.制度保障

学校和院系完善教学管理机制，加强日常教学组织运行与管理，定期开展课程建设水平和教学质量诊断与改进，建立健全巡课、听课、评教、评学等制度，建立与企业联动的实践教学环节督导制度，严明教学纪律，强化教学组织功能，定期开展公开课、示范课等教研活动。

3.资金保障

学校在实训室建设、课程建设、师资培养、校企合作等方面都有相应专项资金投入，能保证专业建设需要的经费支持。每年都有充裕的资金投入，是专业建设取得成效的关键。

4.教学保障

（1）建立课程教学标准。教研室应组织优秀专业技术人员建立各课程教学标准，做到课程与课程既相对独立，又相互关联，形成内容不重复，支撑有力的教学体系，实现专业培养目标和毕业要求。

（2）加强过程管控。建议实施过程中系（部）成立教学质量管控小组，负责对教学过程进行监管，从教学准备、课堂实施、技术技能实训和课后作业进行全面督查。

（3）建立课程实施报告制度。每位教师在课程实施完成后应对课程实施情况及

实施效果进行全面分析，提供定性和定量结合的报告，说明教学目标的达成情况。

（4）加强校企协同育人。实施过程中专业应加强同广告企业的合作，产教融合，协同育人，引进企业真实案例或项目用于课堂教学，同时强化岗位培训。

十、毕业要求

1.修满本专业人才培养方案规定的 163 学分，达到规定的素质、知识、能力等规格要求。

2.毕业设计成绩达合格以上。

3.取得相应的能力与职业能力等级证书

职业能力等级证书非毕业必备条件。

十一、编制依据

本方案依据《国家职业教育改革实施方案》、《关于实施中国特色高水平高职学校和专业建设计划的意见》，《关于职业院校专业人才培养方案制订与实施工作的指导意见》、《高等职业学校数字媒体艺术设计专业教学标准》等文件及学校《关于制订 2022 年版人才培养方案的指导意见》编制。

附件：1.眉山职业技术学院广告艺术设计专业人才培养调研报告；

2.眉山职业技术学院广告艺术设计专业课程对毕业要求的支撑分析；

3.眉山职业技术学院广告艺术设计专业人才培养方案专家论证意见；

4.眉山职业技术学院广告艺术设计专业人才培养方案审批表。

附件 1

眉山职业技术学院广告艺术设计专业人才培养调研报告

一、调研基本情况

（一）调研时间

2022 年 3 月-2022 年 9 月

（二）调研目的

对广告行业发展趋势和人才需求进行调研，预测行业的发展前景，了解广告行业的企业的结构组织，设计岗位的分布，所需设计人才的职业职能素养，知识储备，操作能力的情况，毕业生发展需求、相关院校本专业人才培养情况进行调研，结合我校实际情况，科学编制广告艺术设计专业人才培养方案，提升人才培养的针对性和可操作性。

（三）调研对象

互联网、眉山余盛汽贸有限公司、眉山蓝典、眉山弘毅堂、相关院校（需详细罗列）、本专业毕业生。

（四）调研形式

互联网信息收集、选择具有代表性的企业及现场走访座谈、参观考察、会议研讨、问卷调查、对毕业校友电话访问等形式。

（五）参与人员

广告艺术设计专业教研室全体成员

二、行业调研分析

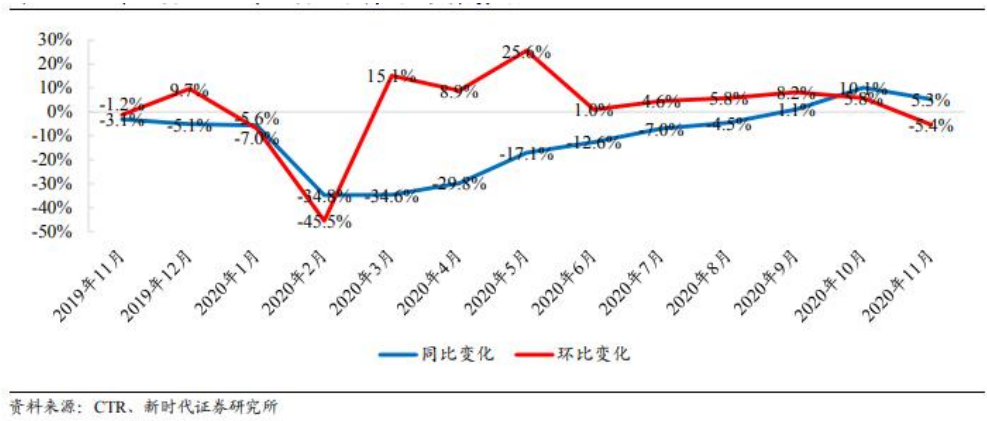
（一）行业发展现状与趋势

从分析年度广告投放和广告整体刊例花费数据能掌握广告市场的活跃度。广告行业的活跃度决定着广告专业人才的需求量大小。另外，从每种渠道的广告市场的结构

来看，户外广告包括：电视、报纸、杂志、广播、传统户外、电梯 LCD、电梯海报等类型。线上广告包括移动端和手机端所包含有：社交广告、门户及咨询广告、在线视频广告、分类信息广告、电商广告、短视频广告等，分析不同结构的广告发展趋势，有助于了解广告公司的主要业务范围，了解今后广告专业人才培养侧重点，优化课程结构，改善课程内容。

1、户外广告

(1) 2022 年线下广告投放逐步回暖，梯媒持续改善引领复苏根据 R 媒介智讯大数据显示得知,2022 年国内线下广告市场逐步恢复至疫情前水平,9 月起恢复正增长。根据 CTR 媒介智讯的数据显示，2020 年受疫情影响广告刊例花费同比大幅下滑，4 月起下降幅度开始收窄，9 月开始恢复正增长，2020 年九月到十一月广告市场整体刊例花费同比分别增长 1.1%、10.4%、5.3%，环比增速在年中提高至 25.6%。与去年同期相比，线下广告市场基本上恢复到了疫情前的水平。



2019 年 11 月－2020 年 11 月全媒体广告刊例花费变化

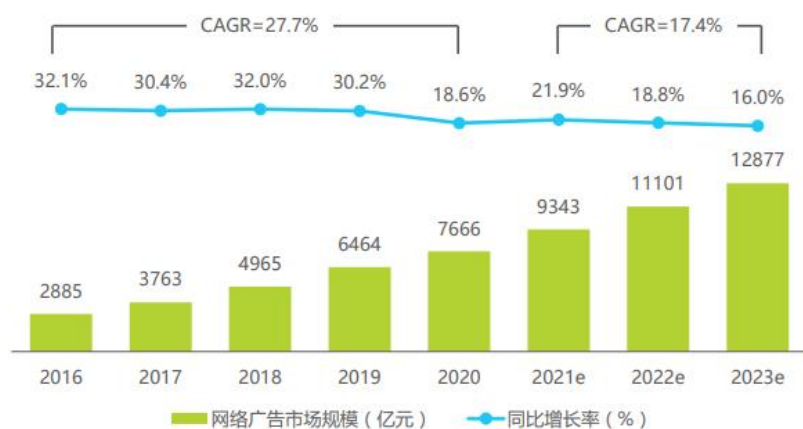
(2) 从结构来看，梯媒自 2020 年 5 月起显著复苏并开始强劲增长，连续多月增速在 20%–50%。根据 CTR 媒介智讯数据显示，自 2020 年 5 月起，在电视、报纸、

杂志、广播等传统广告媒介广告刊例花费仍同比大幅下降时，电梯 LCD 及电梯海报广告刊例花费同比已恢复增长，至 2020 年 11 月增速始终保持在 20%-50%旺盛增长。从 2020 年 11 月各投放渠道广告刊例花费变化情况来看，电梯 LCD 和电梯海报同比分别增长 36.8%，50%，与其他广告渠道相比，梯媒增长明显。

2、线上广告

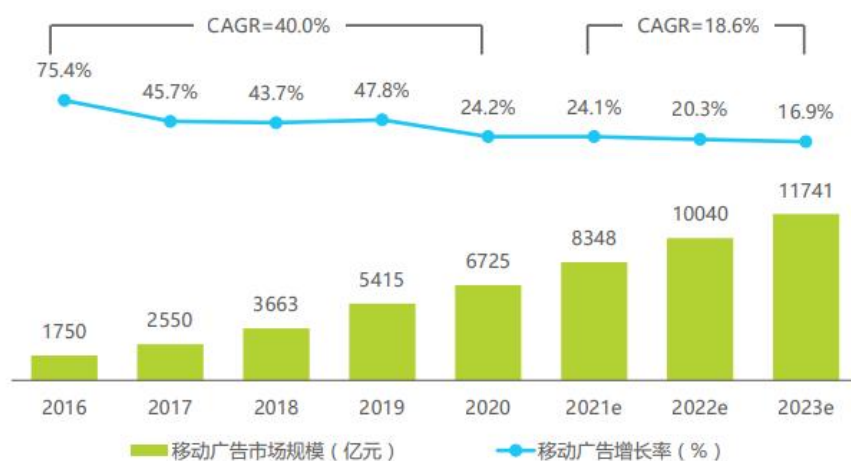
（1）中国网络广告市场规模

2020 年中国网络广告市场规模达 7666 亿元。根据艾瑞咨询数据显示，2020 年中国网络广告市场规模达 7666 亿元，同比增长率为 18.6%，比去年预计增长率低了 4.1%。2020 年中国网络广告市场规模的增速显著放缓，主要是受到疫情影响，部分品牌方对网络广告预算进行了重新的配置与规划。随着品牌方的市场信心不断恢复，商业活跃度进一步提高，预计 2022 年中国网络广告市场将出现一定的回暖，同比增长率将重新提升至 21.9%。未来三年，中国网络广告市场将继续以 17%的年复合增长率保持稳定的增长态势，而品牌方对营销精细化、效率化和数智化的转型和追求，是网络广告市场产业链条中各方共同努力的方向，也是推动未来网络广告市场继续增长的核心驱动力。



（2）中国移动广告市场规模

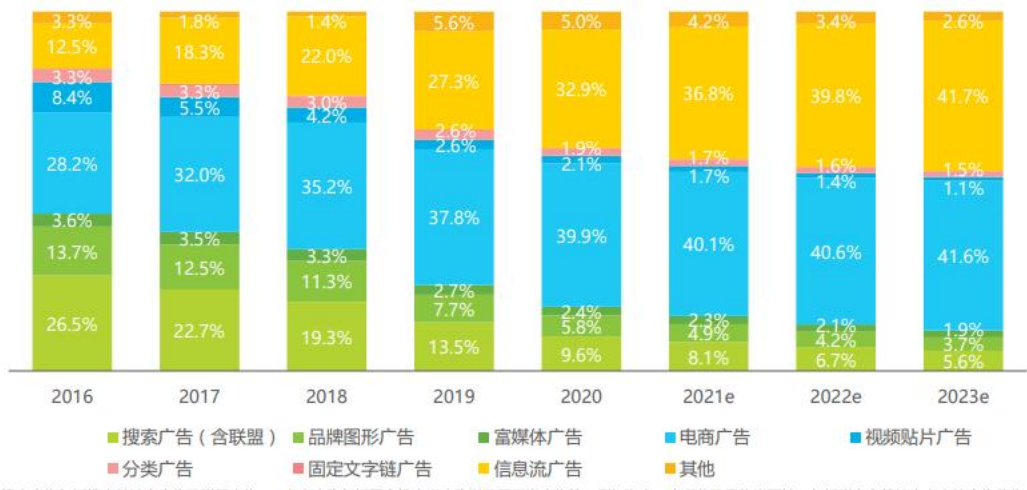
疫情带来转折，移动广告逐渐进入平稳发展期 根据艾瑞咨询数据显示，2020 年移动广告市场规模达到 6725 亿元，同比增长率为 24.2%。2020 年疫情对移动互联网用户 使用习惯的进一步推动，使得移动广告市场规模仍然保持着较高的增长，在整体网络广告市场规模中的占比也进一步提升 至 87.7%。未来三年移动广告市场将继续以略高于整体网络广告市场的年复合增长率稳步发展，预计在 2023 年将达 11741 亿元，同时随着移动广告在网络广告中的渗透率逐渐接近天花板，未来移动广告的增长动力将更多来自于品牌方对网络广 告预算的不断投入和数字营销产业的持续创新。



（3）网络广告市场细分结构（按形式）

电商广告与信息流广告愈加占据网络广告主要版图 2020 年，中国网络广告不同形式的份额构成仍然在持续调整，其中电商广告与信息流广告占比继续上升，分别以

39.9%和 32.9%的市场份额位居前两大广告形式。尤其是信息流广告成为增长最为显著的形式版块，主要原因是由于各类媒体纷纷 开始深化信息流内容布局，进一步增加了信息流广告的商业化空间。



年之间的广告行业的投放增长情况来看，广告市场一直保持良好的发展趋势，广告市场业务量大，所需的相关行业人员多。从广告都分类和结构来看，户外广告中的梯媒广告，线上广告中的电商广告以及信息流广告占了比较重要的广告业务市场。

（二）行业人才需求

目前川渝广告市场发展，较为缓慢，行业大多为中小型广告门面，房地产广告。大型广告创业策划较少，因此对广告人才需求较为多样。

一、中小型广告公司。公司规模在 10—150 人之间。由于四川广告行业 40%以上大多都为中小型公司，创意策划能力较弱。因此大多需要电脑技术较好的广告人才，如 Ps, AI, CDR 等等设计软件都是此类公司从业人员所必要掌握的软件，有一定的审美，同时

也需要对广告生产环节进行了解，以方便减少沟通成本，更快速高效的将广告制作出来。

这类广告公司一部分喜欢招毕业生，对学历没有硬性要求，因为他们有热情刚入行，学习能力强会为公司注入新鲜血液。

另一部分广告公司不喜欢招毕业生，因为一个专业的广告从业人员有一定时间的培育周期。同时，广告行业是一个流动性较强的行业，很容易把人才培养好却留不住人才，这就会造成公司损失。毕业生有热情，但也容易丧失热情。遭到现实与理想的碰撞，会产生不满情绪。大大影响公司效率。

二、广告设计部门。广告设计部门也需要相关的广告专业人才。有些公司内部设立广告设计部门，专门为公司内部设计公司所需广告。这类广告公司对人才需求如上。

三、广告制作公司。广告制造公司在四川也少量分布。此类公司，需要人才大多为男性。因为需要做体力活。但也需要少部分制图师。

此类公司对学历要求较低，但需要大量的广告制作经验。需要拥有吃苦耐劳精神的年轻人，工作强度较大。季节性劳动较高。

公司内部环境大都不太能满足年轻人意向。工资福利较低，流动性较大。

四，广告创意公司。此类公司在四川分布较少。因此竞聘压力较大。对人才的需求高。首先需要过硬的专业技能、其次具有较强的创意能力，对广告制作生产环节熟悉，拥有较大的工作热情，能加班，肯加班，对毕业学生的要求有大学期间参加过较多竞赛。拥有自己的作品。参加过社团活动。性格开朗热情。有较好的沟通能力与执行能力。

四川广告市场大，所容纳的就业人员也较多，但需要从业人员具备自身的优势。每种类型广告公司对从业人员都有不同的要求。这就需要我们具备高素质，高要求。作为大学生有以下建议 1、学习好专业能力 。2、培养良好的性格与人沟通能力，社交能力。3、有自己的目标意向公司。朝着这个方向去努力。4、多参加各类大赛丰富自己的履历。

三、典型企业调研分析

（一）典型企业岗位设置情况分析

对眉山余盛汽贸有限公司、眉山蓝典、眉山弘艺堂几家公司，以实地调查法为主的前提下，辅以访谈法，与有关人员进行交谈以获得有关的企业岗位设置情况的信息。

四川蓝典广告装饰工程有限公司，面积约 900 平米。经营范围包括广告设计、制作、代理、发布；艺术品（不含象牙制品）、工艺礼品、广告材料销售；市政光彩工程设计、安装；文艺活动组织策划；标识牌设计；安防设备安装；室内外装修装饰设计、施工，水电安装，建筑劳务分包，景观工程设计、施工，建筑工程施工，代订报刊。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）该公司拥有优秀的平面设计师和广告制作安装技术岗位，公司的设计师主要负责公司所承接的各种户外广告、标识标牌、节庆活动物料设计制作、会议海报物料等的设计与制作

四川弘艺堂文化传播有限公司经营范围包括文化艺术交流活动策划；广告设计、制作、代理、发布；会务服务；展览展示服务；企业营销策划、形象策划；礼仪服务；摄影服务；广告标识牌设计、制作；该公司设有设计师和设计师助理等岗位。岗位职责需要策划及设计各类政企机关的广告。要求熟悉设计类软件，具有良好的沟通能力。

眉山余盛汽贸有限公司为了方便企业更好的完成公司的活动策划及活动期间的物料设计，该公司设有设计策划岗位。其岗位内容为辅助市场部经理完成东风日产活动的策划和活动物料的设计与制作。

（二）典型企业岗位能力要求分析

1. 从对以上三个企业的调研来看，企业要求毕业生需要具备一定的专业技能，熟练使用各种设计软件。

企业最需要大学生所具有的能力是扎实的专业技能，其次是沟通能力，由此可见，在大学校园里，最主要的还是学习技能，在学习中锻炼自己的沟通表达能力，这也同时解决了大学生到底应以学习为主还是以工作为主的困惑。

目前，广告公司内部的岗位分工也日趋细致，对专业人才的需求也一直是呈上升的趋势。在招聘中企业也越发的重视员工的专业技能，因而在缺乏一个统一的客观的专业技能评价标准的情况下，企业选择了首先了解毕业生的专业知识，是一个必然的选择。另外，企业所需要的人才也在日益向“专业化复合型”转变，在要求员工具有出色的专业技能的同时也要求员工具备较高的心理素质、组织协调能力、团队协作能力等。

2. 大学生综合能力

企业很是看重应聘者的社会实践能力，相对于成绩与学历，社会应该更看重员工未来的发展潜力，这个方向是正确的，也会是当今学生注重培养的能力。

3、企业对毕业生的思想道德的要求比较高

现阶段对企业的调查中了解到，企业对毕业生的思想道德的要求是比较高的（61.90%的企业将思想道德列为对毕业生的特别要求），这主要是由于企业为了应对目前大学生在求职过程中缺乏诚信表现以及逃避问题而采用的措施。

同时，我们也可以看到企业的用人标准也日趋务实，在招聘中学历、学校名气等因素所占比重都日趋合理，企业的评价标准更加合理。

四、毕业生调研分析

（一）毕业生工作岗位现状

一、毕业生薪资水平现状

根据对19级广告专业学生的就业跟踪调查显示，8%的人选择在1000元以下，41%的人选择在2000—3000，30%的人选择在3000—4000，10%的人选择在4000以上。由此可以看出，大部分人选了2000~3000元。并且对于该薪资水平来看大部分的毕业生表示满意。而且随着工作经验的增长和工作能力的提升，薪水还有很大的提升空间。可见，薪金不再是大学生最为看重的因素了。理性地对待薪金，积累经验才是第一位的。

二、毕业生工作地点

根据调查显示，40%的人选择在成都工作，13%的人选择回家乡，22%的人选择留在眉山，其余的人选择去到四川其他区县城城市。

由此可以看出，不少大学生还是选择成都，就业发展的机会比较多，锻炼的机会也比较大，能够更好的提升自己的技能。而且，成都的薪水相对高一些，很多大学生追求物质待遇和地域条件，情愿留在成都发展。

三、毕业生工作岗位现状

据调查显示，68%的人对与自己专业有关的工作感兴趣，并且愿意在这行继续发展，32%的人考虑个人家庭因素，不在从事大学所学专业岗位。另外，在继续选择广告专业的毕业生中，大部分都对自己的岗位充满憧憬，能力与知识也得到较大的提升。

（二）毕业生需求分析

从以上的调查来看，本专业的毕业生除了对工资有基本的要求外，对自己未来的能力提升，未来的职业前程也有一定的认知。在这个过程中，毕业生的流动量比较大，多在一家公司干了一年或者数月后便有跳槽的想法。跳槽的原因多半是原公司的工资薪水及所涉及的业务不满足毕业生的需求。

五、相关高校调研分析

1. 专业的招生就业情况

专业学生招生数量没有明确的限制，具体数量结合学校自身情况确定，招生区域主要集中在川渝地区

2. 人才培养与课程体系改革方面

（1）四川艺术职业学院的视觉传达专业主要面向工艺美术和创意设计行业中视觉传达设计的图形设计公司、广告公司、生产企业广告企划部、相关设计工作室等的广告设计与制作、包装设计、品牌设计、插画设计、网页界面设计等相关岗位就业，从事视觉传达的设计、策划、制作及管理等工作。专业内的课程已经构建较为齐全的模块化课程体系。

（2）专业采用理论与实践一体化的人才培养模式。建立“校企结合”、“校企合作+合作社结合”或根据企业需要进行实训。

（3）专业的课程体系设置主要分为公共基础课、专业（基础）课、专业核心课、专业拓展课等，在一些具体的科目上，学校会根据自身情况调整。

（4）专业的核心课程一般根据岗位群共同的工作任务与职业能力设置6门，根据主要工作岗位和用人单位的需求，每个专门化方向设置4门专业拓展课程，课程教

材中校本教材所占比例较小。

(5) 专业的专业技能课程的配套教材，整体上基本适合于区域人才的培养。

(6) 专业的校内外实训基地建设基本达到教学要求。

(7) 专业的多媒体教学基础与能力基本上能配套本专业的教学和实训，主要问题是师资力量不够、素材不齐全。

3. 师资队伍建设方面

(1) 专业的教师入职学历要求硕士以上，比例配备按专业标准需求数配备。

(2) 专业的教师“双师”要求基本达到要求，双师比率 80%以上。

(3) 专业引入行业及专业特别人才任教的思路采取公开招聘和直聘相结合。

(4) 专业的专业带头人、骨干教师以及青年教师的培养上采取校内和校外培训相结合思路，培训方式上主要采取“老带新”、“传帮带”、外派培训加考核，结合一年一聘等政策。

(5) 专业兼职教师队伍建设的思路、政策落实情况较好，通过建立实习基地的形式或学校聘任兼职教师是推进教师队伍建设的重要途径。

六、调研结果分析及建议措施

目前本专业的课程体系整体来讲没有大方向上的偏差，所设置的课程都按照岗位职责分阶段循序渐进的进行。但是细节上还有诸多不完善的地方。整个课程设计比较真空状态，优势在于有助于培养学生的审美能力，提升造型基础，属于专业艺术学院及学院派的培养方式。劣势是没有将户外广告设计所需的能力落实到课程体系中，设计和实践有点脱节。可以将广告综合实训作为设计与实践的综合运用，设置广告材料报价的相关课程，并在后续课程中将材料报价融入到户外广告的课程中。至于中型规模的设计公司在设计线上广告所需的适配原则的问题很有针对性也比较容易解决可以去了工作后在学习。

附件 2

眉山职业技术学院广告艺术设计专业
课程对毕业要求的支撑分析

能力要素 课程名称	知识要求			能力要求		基本素质要求		
	专业基础 知识	专业 知识	其他相 关知识	专业 能力	综合 能力	人文和 科学素 质	专业 素质	身心和 艺术素 质
思想道德与法治			M		M	H		M
毛泽东思想和中国特色社会 主义理论体系概论			M		M	H		L
形势与政策			M		L	L		M
信息技术	L		M		H	M		L
大学英语		L				H		M
大学体育①-②			M			L		
大学生心理健康教育			M		H			H
劳动教育			M		M			M
职业发展与就业创业指导			L		H	H		M
设计素描	M	M		M				M
设计色彩	M	M		M				M
速写	M	M		L				H
PhotoShop	H	H		H			M	
广告概论	H	H		M		H	H	
二维设计基础	M	M		L			M	
图形创意设计	M	M		M			L	
CorelDraw	H	H		H			M	M
AI	H	H		H			H	H
字体与版式设计	H	H		H	M		H	M
商业插画	H	H		H		M	M	
招贴设计	H	H		H		M	M	
书籍装帧	H	H		H	H	M	M	
3DMAX	M	M		M			M	
新媒体运用	M	M		L	H		H	H
包装设计	H	H		H	H		M	M
企业形象设计	H	H		H	H		M	
广告材料报价	H	H		M			M	M

备注：课程体系与毕业要求的支撑分别用“H（高支撑度）、M（中支撑度）、L（低支撑度）”表示。其中H代表直接支撑，M代表间接支撑，L代表关联支撑。

附件 3

眉山职业技术学院广告艺术设计专业
人才培养方案专家论证意见

姓名	单位	职务	职称	联系方式
袁泉	眉山职业技术学院	教师	教授	15283788590
商利英	会凌广告	总经理	无	13890345222
沈晓未	锦上空间装饰设计有限公司	总经理	无	15102838783
兰华	蓝点广告装饰公司	总经理	无	18990313660
秦富伟	天宇广告装饰有限公司	总经理	无	18628921107

附件 4

眉山职业技术学院广告艺术设计专业
人才培养方案审批表

系部： 文化艺术系 （盖章）

序号	专业名称	适用年级	专业负责人（签字）
1	广告艺术设计	2022	
2			
3			
4			
5			

系部审核意见：

系部负责人（签字）：

系部党总支负责人（签字、盖章）：

年 月 日

教务处审核意见：

教务处（盖章）

年 月 日

学校党委审批意见：