



常州工业职业技术学院
CHANGZHOU INSTITUTE OF INDUSTRY TECHNOLOGY

专业人才培养方案

二级学院	艺术创意学院
执笔人	王栋臣
审核人	肖新华
制定日期	2020.06

常州工业职业技术学院教务处制

二〇二〇年五月

目录

一、	专业名称（专业代码）	1
二、	入学要求.....	1
三、	生源类型.....	1
四、	基本修业年限.....	1
五、	团队成员.....	1
六、	职业面向.....	2
七、	培养目标.....	6
八、	培养规格.....	7
九、	毕业能力要求.....	8
十、	毕业要求指标点.....	9
十一、	课程体系.....	10
十二、	毕业标准.....	14
十三、	教学进程总体安排.....	14
十四、	实施保障.....	16
十五、	质量保障.....	20
十六、	编制说明.....	21

一、专业名称（专业代码）

广告设计与制作 650103

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、生源类型

普通高招 自主招生 对口单招 注册入学

3+3 中高职分段 3+2 高职本科分段

其他_____

四、基本修业年限

三年

五、团队成员

表 1 专业教学标准编制团队成员名单

序号	姓名	工作单位	职称/职务
1	孙智强	南京艺术学院	教授
2	王栋臣	常州工业职业技术学院	副教授
3	黄 坚	常州工业职业技术学院	副教授
4	蔡 薇	常州工业职业技术学院	副教授
5	乔京禄	常州纺织职业技术学院	副教授
6	彭晓燕	常州工业职业技术学院	副教授
7	韩 明	常州工业职业技术学院	讲师
8	唐春红	常州工业职业技术学院	讲师
9	王佳竹	常州工业职业技术学院	讲师
10	曾索烨	常州工业职业技术学院	讲师
11	朱琴	常州工业职业技术学院	教授

注：指参与标准编制的主要成员，含校外专家。

六、职业面向

(一) 职业面向

主要就业单位：广告设计公司、文化传媒公司、包装印刷公司、出版社、报社、杂志社、企事业单位、中小学校。

主要就业部门：设计部门、企划部门、生产部门、技术部门、管理部门；
可从事的工作岗位：广告设计师、平面设计师、包装装潢设计师及企事业单位宣传管理工作等。

表 2 岗位能力分析表

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	岗位描述 ¹	岗位能力要求 ²
文化艺术大类 (65)	艺术设计 (6501)	广告行业 (7259)	2-10-07-08 广告设计师	1. 广告设计与制作 (广告设计师) (关键岗位)	负责各种广告设计,能配合策划、市场及销售团队完成平面广告、海报、画册、物料等的创意、设计工作。	<ol style="list-style-type: none"> 1. 熟练使用 Photoshop、Illustrator、Indesign 等设计软件,熟悉输出、印刷等的工艺制作; 2. 一定的广告调查能力,良好的广告内容表现能力,设计理念新,富有创意、具有较强的设计综合能力。 3. 手绘能力,口头表达能力,一定的文字提案能力。 4. 勤奋敬业、有责任心,具有良好的沟通能力和抗压能力,善于合作,团队意识强,有较强的客户意识。
				2. 出版物装帧、插图、版式设计 (平面设计师) (关键岗位)	根据客户要求,设计宣传单页、海报、杂志、书籍装帧、包装等平面有关的工作内容,熟悉排版、印刷等后期制作流程。参与创意策划的研讨和制定,按照既定方案高速优质地执行。	<ol style="list-style-type: none"> 1. 熟练使用 Photoshop、Illustrator、Indesign 等设计软件,熟悉输出、印刷等后期制作; 2. 了解输出、印刷、包装的工艺要求及制作流程。包括印前流程,设计、纸张、出片、打样,印后工艺等专业知识,了解喷绘行业的现状和技术,喷绘设计方法和喷绘设备等。有较强的敬业精神及团队合作精神,有良好的思维创意能力,较强的客户意识,责任心强。

¹ 概要阐述岗位工作内容

² 概要阐述要胜任该岗位需要具备的能力。用“能……”进行描述

			2-10-07-04 装潢美术设计人员	3. 包装装潢设计 (包装装潢设计师) (关键岗位)	根据客户要求和产品特性及流通环境,对已有产品进行包装结构的绘制或修改;包装装潢的设计或修改,确定包装材料、包装工艺,制作产品包装实样。	<ol style="list-style-type: none"> 1. 熟练使用 Photoshop、Illustrator 等主流设计软件; 2. 熟悉包装印刷的相关知识,了解包装设计与制作的整体流程并具有一定的执行能力; 3. 熟悉包装结构设计的步骤及其需考虑的各项因素; 4. 一定的结构创新能力,熟悉色彩、图形在包装装潢设计及销售中的作用; 具有良好的与客户沟能、协调能力
				商标与标志设计 (商标设计师) (关键岗位)	搜集信息与前期分析,了解产品功能,确定品牌形象,制订设计方案。创意思维,寻求各种表达设计主题的可能。图形调整,推广验证,完稿。	<ol style="list-style-type: none"> 1. 熟练使用 Photoshop、Illustrator 等主流设计软件; 2. 良好的图形、色彩、文字组合运用能力,表现手段及技巧丰富; 3. 良好的理解能力,富有创意; 善于沟通,认真负责,具有团队合作精神。
				企事业单位宣传、美化、展示设计工作 (文化宣传专员) (相关岗位)	根据企业形象,负责企事业单位整体宣传的视觉设计;并执行不同时期展示方案,及时准确地完成所需设计方案;配合相关部门进行宣传、实施等工作。	<ol style="list-style-type: none"> 1. 熟练使用 Photoshop、Illustrator 等主流设计软件; 2. 综合设计能力强,并富有创造力,思维敏捷,学习能力强,有独特的设计风格。 善于沟通,理解能力强,富有创意,认真负责,具有团队合作精神。
				商业摄影 (商业摄影师) (相关岗位)	根据客户要求,摆产品造型,根据产品设计实景;引导模特拍摄,活动抓拍。策划拍摄方案,独立完成拍摄任务,及产品布局打光,后期图片处理制作。	<ol style="list-style-type: none"> 1. 熟练使用数码单反相机、灯光等各种摄影器材; 2. 熟练使用 Photoshop、Illustrator 等主流设计软件; 3. 了解平面设计、商业创意所需图片的要求; 4. 具有良好的创意、美术功底,善于色彩搭配; 耐心细致,团队合作精神、保密意识强,良好的沟通协调能力,认真负责,抗压能力强。

(二) 典型工作任务及其工作过程

表 3 典型工作任务及工作过程分析表

序号	典型工作任务	工作过程
1	广告设计与制作	<ol style="list-style-type: none"> 1. 接受工作任务，搜集相关文本及图片资料。（公司介绍、项目描述、基本设计要求）。 2. 进行市场调研，搜集设计资料。 3. 开展创意会，总结分析市调结果，讨论设计方向，制定设计方案； 4. 设计师设计草图，文案配合文字，用电脑软件作出设计稿； 5. 客户审核，确认设计稿；修改或调整完成整体设计； 6. 进行正稿制作；经客户验收后交稿输出菲林； <p>客户签字确认，交给客户印刷，完成。</p>
2	产品包装装潢设计	<ol style="list-style-type: none"> 1. 接受工作任务，市场调查，编制市场调查报告； 2. 视觉艺术资料的查询与准备，分析市场调查报告与相关艺术资料，找出创意点； 3. 确定基本色彩，选定字体形态与编排方式，确立将要选用的图形形态，绘制草图；草图的讨论与修订，论证及确定方案； 4. 运用计算机辅助设计系统绘制出最终方案，选择纸张打印输出，裁切，折盒，完成折盒，市场反馈。 5. 选择合适的包装材料、设计产品的包装工艺过程和包装产品的制作工艺。
3	标志设计与制作	<ol style="list-style-type: none"> 1. 根据企业的具体情况及经营理念，考虑标志接触的对象和应用环境，进行充分的市场调研分析。 2. 根据调查结果提炼标志的结构类型、色彩，列出标志需体现的精神和特点，解析图形元素，找准设计方向。 3. 充分运用不同的表现方式，使标志含义深刻、特征明显、色彩搭配等都适合企业形象。 4. 讨论修改，规范标志使用，按标准制图。
4	出版物装帧、插图、版式设计	<ol style="list-style-type: none"> 1. 选题策划，调查了解同类图书情况，确定流程； 2. 组织稿件，加工创作； 3. 针对外观形象（封面、内封、封底、书脊）和内文版式，进行美术设计。 4. 审读，参考责任编辑意见修改设计，并将修改后的设计样稿（小样）交分管领导终审； 5. 校对，选择相应材料进行装帧设计； 6. 印刷，装订，成品。

5	企事业单位宣传、美化、展示设计工作	<ol style="list-style-type: none"> 1. 客户或相关技术部门提出工作要求，根据提供的相关文本及图片资料，搜集信息，进行需求分析； 2. 整理资料、素材下对比，整体方案策划，确定设计风格和制作工艺等细节； 3. 方案设计，确保图形、色彩与版式及空间搭配合理，符合要求，提交初稿； 4. 与相关客户沟通，进行方案修改设计； 5. 完稿，交付后确认签名，并制作实施。
---	-------------------	--

七、培养目标

本专业培养拥护党的基本路线，适应生产、建设、管理、服务第一线需要的德、智、体、美全面发展，具有较强创新能力、实践能力的技术应用性人才。能熟悉运用各类设计软件进行广告设计与制作，掌握广告设计理论、方法、技能，能适应广告设计与制作、企业形象设计、图形设计、影视广告创作、包装设计、版式设计、交互媒体设计等岗位能力和知识需求的，培养具有技术应用和设计创新能力兼备的高素质技术技能型人才。

表 4 广告设计与制作专业培养目标

序号	具体内容
A	培养能够解决平面设计与制作领域的实际问题。
B	能够在工作中发挥有效的组织、沟通、协调作用，能有效地配合设计管理人员和其他专业人员进行有组织的活动。
C	能够使自己的行为符合道德伦理的要求，爱岗敬业，诚实守信，工作中严格遵循规章规范的要求。
D	培养能够通过继续教育或职业培训，扩展自己的知识提升自身的能力，具有独立完成平面广告及视觉传达设计的能力。
E	培养具有确切的语言文字表达能力，论证设计方案的可行性的口头和书面表达能力。初步阅读和欣赏一些外文书刊的能力，具备较高的美育修养和文化素质。
F	熟练使用计算机，具有一定的计算机表现能力。
G	根据设计目标进行市场调研、分析、创意设计与制作的能力。
H	培养的毕业生将面向文化创意大产业，立足常州，服务江苏，辐射长三角，能够为广告行业的发展做出贡献。

八、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：

表 5 本专业毕业生应有素质、知识和能力要求

(一)素质	
(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、信息素养、工匠精神、创新思维、全球视野。
(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、心理和健全的天格，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)	具有定的审美和人文素养，能够形成 1-2 项艺术特长或爱好。
(二)知识	
(7)	掌握必备的思想政理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识。
(8)	熟悉与本专业相关的法律法规以及环境保护、安全消防、文明生产等知识。
(9)	掌握造型、色彩、透视、平面设计、等相关的基础理论。
(10)	了解广告项目制作流程，生产管理制造流程及各个岗位工种特点，以便深入学习岗位技能。
(11)	掌握掌握广告、展示、包装、平面视觉设计的基本知识。
(12)	熟悉制作、创作各个环节的平台软件特性，能够根据需求进行选择切换及精准学习。
(13)	了解工商管理知识、最新的相关国家标准和国际标准。
(14)	了解软件项目开发与管理知识。
(15)	熟悉各类新媒体载体终端，能够结合终端媒体特征掌握内容形式表现特点。
(三)能力	
(16)	具有探究学习、终身学习、分析问题和解决问题的能力。
(17)	具有良好的语言、文字表达能力和沟通能力。
(18)	具有良好的团队合作与抗压能力。
(19)	具备根据设计目标进行创意设计的能力。
(20)	具有初步广告市场调研的能力。

(21)	具有应用计算机表达设计创意和专项能力。
(22)	具有数据库设计、应用与管理能力。
(23)	具备完成较简单的广告项目、包装与展示设计的基本能力。
(24)	确切的语言文字表达能力，论证设计方案的可行性的口头和书面表达能力。
(25)	具有完成平面广告及视觉传达设计的能力。
(26)	具有软件项目文档的报写能力。
(27)	具备较强的团队协作能力，良好的语言、文字表达能力和沟通能力。
(28)	具有探究学习、终身学习的能力 培养行业迁移及创新设计能力。

九、 毕业能力要求

表 6 广告设计与制作毕业能力要求

序号	毕业能力要求	对应的培养目标序号
1	能够具备良好的口头和书面表达能力	E
2	具有应用计算机表达设计创意和专项制作能力；	F
3	能够运用英语进行简单的对话交流，能看懂专业技术文献	E
4	能熟练掌握检索工具，运用现代信息技术进行自主学习	D G
5	具备完成较简单的广告项目、包装与展示设计的基本能力	A F
6	能够在具有多样性的团队中作为个体、成员或者负责人有效地发挥作用	B C
7	能够就实际工作与同行以及社会公众进行有效沟通、包括理解和撰写报告，设计文档、做现场报告、理解或发出清晰指令	BD E
8	具有完成平面广告及视觉传达设计的能力	A D F G

十、毕业要求指标点

表 7 广告设计与制作专业毕业能力要求指标点

毕业能力要求序号	毕业能力要求	能力要求指标点序号	对应的毕业能力要求指标点
1	能够具备良好的口头和书面表达能力	1.1	能在分组汇报中准确表达自己的观点
		1.2	能够撰写规范的论文
2	能够熟练操作计算机及相关软件	2.1	能熟练使用计算机进行数据处理
		2.2	能熟练使用 office 等办公常用软件
3	能够运用英语进行简单的对话交流，能看懂专业技术文献	3.1	能用英语进行简单的口头和书面交流
		3.2	能初步阅读国内外专业相关文献和标准
4	能熟练掌握检索工具，运用现代信息技术进行自主学习	4.1	能利用各类检索工具，收集相关信息，分析、进行创意设计等。
		4.2	能利用各种现代信息技术，进行自主学习
5	具备完成较简单的广告项目、包装与展示设计的基本能力	5.1	能够解决平面设计与制作领域的实际问题的能力
		5.2	熟练使用计算机，具有一定的计算机表现能力。
6	能够在具有多样性的团队中作为个体、成员或者负责人有效地发挥作用	6.1	能够在工作中发挥有效的组织、沟通、协调作用，能有效地配合设计管理人员和其他专业人员进行有组织的活动。
		6.2	能够使自己的行为符合道德伦理的要求，爱岗敬业，诚实守信，工作中严格遵循规章规范的要求。
7	能够就实际工作与同行以及社会公众进行有效沟通、包括理解和撰写报告，设计文档、做现场报告、理解或发出清晰指令	7.1	能够参与实际工作中的信息交流，发表自己的观点
		7.2	能够独立或参与撰写实际工作中的方案、报告
		7.3	能理解并接受上司发出的任务要求
8		8.1	能够解决平面设计与制作领域的实际问题

	具有独立完成平面广告及视觉传达设计的能力	8.2	能够通过继续教育或职业培训，扩展自己的知识提升自身的能力，具有独立完成平面广告及视觉传达设计的能力
		8.3	熟练使用计算机，具有一定的计算机表现能力
		8.4	具有根据设计目标进行市场调研、分析、创意设计与制作的能力

十一、课程体系

(一) 公共课程体系

1. 公共基础课

本专业公共基础课模块主要是为提高学生科学素养、学习专业知识、掌握职业技能和进行终身学习奠定基础。包括必修课（含限选课）、选修课和素质拓展。

- **必修课**（含限选课）设置参见《常州工业职业技术学院公共课课程设计方案（2020 级）》。

- **选修课**

依据职业能力和跨行业能力培养的要求，由学院统一开设，开课形式有校级公选课、大学城选修课、尔雅公共选修课、中国大学 MOOC、“中国系列”思政选修课程等。学生在校学习期间选修课由学生根据个人发展或学分替换需要自行选择，共 8 个学分（其中思政选修课 2 学分、公共艺术课 2 学分）。

- **素质拓展**

根据《常州轻院大学生素质拓展学分认定办法（选修课）》施行方案，累计至少达到 18 学分。

2. 公共基础课与毕业要求指标点对应关系

课程体系应涵盖所有毕业要求，支撑所有指标点的训练和培养，可采用课程矩阵的方式表述课程-毕业要求-指标点三者之间的对应关系，可参照下表描述。

表 8 公共基础课程体系³

³ 毕业要求指标点落到哪一门课程可以在该门课程对应的框中打✓

毕业能力要求	毕业 要求 指标 点序 号	大学 英语	体育	思想道 德修养 与法律 基础	形式 与政 策	职业规 划与创 新训练	大学 生心 理健 康	创业 之旅	毛泽东 思想和 社会主义理论
能够具备良好的口头和书面表达能力	1.1	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓
	1.2	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓
能够熟练操作计算机及相关软件	2.1								
	2.2								
能够运用英语进行简单的对话交流,能看懂专业技术文献	3.1	✓							
	3.2	✓				✓		✓	
能熟练掌握检索工具,运用现代信息技术进行自主学习	4.1			✓	✓	✓	✓	✓	✓
	4.2			✓	✓	✓	✓	✓	✓
能够在具有多样性的团队中作为个体、成员或者负责人有效地发挥作用	6.1	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	6.2	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
能够就实际工作与同行以及社会公众进行有效沟通、包括理解和撰写报告,设计文档、做现场报告、理解或发出清晰指令	7.1	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓
	7.2	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	7.3	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

(二) 专业课程体系

专业课程包括专业基础课、专业课和专业拓展课。

1. 专业课程与岗位典型工作任务的对应关系

专业课程体系应体现所设置的课程体系与岗位典型工作任务间的关系。如下图所示:

表 9 专业课程体系典型任务表

序号	课程名称	对应的典型工作任务
1	图形设计	寻求创新的思维设计观念和多角度的探讨图形设计的表达方式，从而达到设计创意的目的。
2	字体设计	完成广告、书籍、包装、版式等载体的个性化字体设计设计，制定方案，实施字体的创新设计
3	版式设计	根据客户要求，设计宣传单页、海报、杂志、书籍装帧、包装等进行文字的编排设计、版面整体的布局和调整以及版式的策划和管理。
4	广告设计与制作	负责各种广告设计，能配合策划、市场及销售团队完成平面广告、海报、画册、物料等的创意、设计工作。
5	摄影与后期处理	根据客户要求，摆产品造型，根据产品设计实景；引导模特拍摄，活动抓拍，及产品布局打光，后期图片处理制作。
6	包装设计	根据客户要求和产品特性及流通环境，对已有产品进行包装结构的绘制或修改；包装装潢的设计或修改，确定包装材料、包装工艺，制作产品包装实样。
7	企业形象设计	根据客户产品功能，确定品牌形象，制订设计方案。创意思维，寻求各种表达设计主题的可能。图形调整，推广验证，完稿。

2. 专业课程与毕业要求指标点的对应关系

表 10 广告设计与制作专业课程体系⁴

毕业能力要求	毕业要求指标点序号	图形设计	版式设计	广告设计与制作	企业形象设计	包装设计	字体设计
能在分组汇报中准确表达自己的观点	1.1	✓		✓			
能够撰写规范的论文	1.2						
能熟练使用计算机进行数据处理	2.1		✓				
能熟练使用 office 等办公常用软件和专业软件	2.2		✓	✓	✓		
能用英语进行简单的口头和书面交流	3.1		✓		✓		
能初步阅读国内外专业相关文献和标准	3.2						
能利用各类检索工具,收集相关信息,分析、进行创意设计等。	4.1			✓	✓		
能利用各种现代信息技术,进行自主学习	4.2	✓	✓	✓	✓	✓	✓
能够解决平面设计与制作领域的实际问题的能力	5.1		✓	✓			
熟练使用计算机,具有一定的计算机表现能力。	5.2	✓	✓	✓			✓
能够在工作中发挥有效的组织、沟通、协调作用,能有效地配合设计管理人员和其他专业人员进行有组织的活动。	6.1			✓	✓	✓	
能够使自己的行为符合道德伦理的要求,爱岗敬业,诚实守信,工作中严格遵循规章规范的要求。	6.2			✓	✓	✓	
能够参与实际工作中的信息交流,发表自己的观点	7.1	✓		✓	✓	✓	
能够独立或参与撰写实际工作中的方案、报告	7.2			✓	✓		
能理解并接受上司发出的任务要求	7.3			✓	✓		
能够解决平面设计与制作领域的实际问题	8.1	✓	✓	✓			✓

⁴ 毕业要求指标点落到哪一门课程可以在该门课程对应的框中打✓

能够通过继续教育或职业培训, 扩展自己的知识提升自身的能力, 具有独立完成平面广告及视觉传达设计的能力	8.2			✓	✓	✓	
熟练使用计算机, 具有一定的计算机表现能力	8.3	✓	✓	✓	✓	✓	✓
具有根据设计目标进行市场调研、分析、创意设计与制作的能力	8.4			✓	✓		

3. 主要课程内容（一门课程一张表）

附在后面。

4. 专业拓展课

依据专业方向和行业通用能力培养的要求由二级学院统一开设, 累计至少达到 4 学分。

十二、毕业标准

1. 学生在规定的学习年限内, 修满本方案规定最低总学分 158, 其中必修课累计至少达到 132。选修课（含素质拓展学分）累计至少达到 26。

2. 学生应获得 Adobe 认证产品（Photoshop）专家资格证书或界面设计资格证书, 以及广告行业相关职业资格证书。

3. 学生应参与一次通过普通话水平测试。

4. 学生应具备获得江苏省英语应用能力考试 B 级证书能力。

十三、教学进程总体安排

1. 表 11 教学环节安排表

学年	学期	劳动教育	军训、入学(毕业)教育	实践专用周	理论教学周	机动周	合计
一	1	1	3	2	12	1	19
	2	1		6	12	1	20
二	3	1		6	12	1	20
	4	1		6	12	1	20
三	5	1		5			19
				13			
	6	1	1	5			17
			10				
总计		6	4	53	48	4	115

2. 教学进程表

2020级 广告设计与管理专业 教学进程表

二级学院名称:

招生对象: 普通高中 自主招生 对口单招 注册入学 3+3中高职分段 3+2高职本科分段 其他_____

学制: 三年

制订日期: 2020年5月

序号	课程名称 ¹	课程性质 ²	课程类别 ³	课程类型 ⁴	开课学期	开课学院	考核方式	周学时	学分	实践学时数	理论学时数	总学时
01	大学英语1	必修课	公共课	A	1	基础部	考试	4	3.0	0	48	48
02	体育1	必修课	公共课	A	1	体育工作部	考试	2	1.5	0	24	24
03	思想道德修养与法律基础	必修课	公共课	B	1	马克思主义学院	考查	3	3.0	0	36	36
04	形势与政策	必修课	公共课	A	1	马克思主义学院	考查	0	0.0	0	6	6
05	职业规划与创新训练	必修课	公共课	B	1	创新创业学院	考查	2	1.5	12	12	24
06	入学教育	必修课	公共课	C	1	学工处	考查	+1	1.0	0	0	0
07	军训	必修课	公共课	C	1	人武部	考查	+2	2.0	48	0	48
08	劳动周1(公益劳动)	必修课	公共课	C	1	后管处	考查	+1	1.0	24	0	24
09	大学生心理健康	必修课	公共课	A	1	学工处	考查	0	1.5	0	24	24
公共课合计								11	14.5	84	150	234
01	二维设计基础	必修课	专业基础课	B	1	艺术创意学院	考试	12	3.5	30	30	60
02	图像处理	必修课	专业基础课	B	1	艺术创意学院	考查	12	3.0	28	20	48
03	摄影	必修课	专业基础课	B	1	艺术创意学院	考查	12	2.0	20	16	36
04	非遗传统技艺	必修课	专业拓展课	B	1	艺术创意学院	考查	4	3.0	24	24	48
05	民间艺术考察	必修课	专业实践课	C	1	艺术创意学院	考查	+2	2.0	48	0	48
专业课合计								16	13.5	150	90	240
01	*大学英语2	限选课	公共课	A	2	基础部	考查	2	1.5	0	24	24
02	*职场礼仪与社会能力	限选课	公共课	B	2	基础部	考查	2	1.5	12	12	24
03	创业之旅	必修课	公共课	B	2	创新创业学院	考查	2	2.0	8	24	32
04	体育2	必修课	公共课	A	2	体育工作部	考试	2	1.5	0	24	24
05	军事理论	必修课	公共课	A	2	人武部	考查	2	2.0	0	24	24
06	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论1	必修课	公共课	A	2	马克思主义学院	考查	2	1.5	0	24	24
07	形势与政策	必修课	公共课	A	2	马克思主义学院	考查	0	0.0	0	6	6
08	劳动周2(公益劳动)	必修课	公共课	C	2	后管处	考查	+1	1.0	24	0	24
公共课合计								12	11.0	44	138	182
01	*图形设计	必修课	专业基础课	B	2	艺术创意学院	考查	12	3.5	30	30	60
02	字体设计	必修课	专业基础课	B	2	艺术创意学院	考试	12	3.5	30	30	60
03	商业插画	必修课	专业基础课	B	2	艺术创意学院	考查	12	3.5	30	30	60
04	书籍装帧	必修课	专业拓展课	B	2	艺术创意学院	考查	12	2.0	20	16	36
专业课合计								12	12.5	110	106	216
01	*大学语文	限选课	公共课	A	3	基础部	考查	16	3	0	48	48
02	体育3	必修课	公共课	A	3	体育工作部	考查	16	1.5	0	24	24
03	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论2	必修课	公共课	A	3	马克思主义学院	考查	16	1.5	0	24	24
04	毛中特概论课实践	必修课	公共课	C	3	马克思主义学院	考查	16	1.0	12	0	12
05	形势与政策	必修课	公共课	A	3	马克思主义学院	考查	16	0.0	0	6	6
06	劳动周3(职业劳动与健康)	必修课	公共课	C	3		考查	16	1.0	24	0	24
公共课合计								16	5.0	36	102	138
01	*包装设计	必修课	专业课	B	3	艺术创意学院	考查	16	5.0	40	40	80
02	*版式设计	必修课	专业课	B	3	艺术创意学院	考查	16	4.0	30	34	64
03	展示设计	必修课	专业课	B	3	艺术创意学院	考查	16	4.0	30	34	64
04	*交互媒体设计	必修课	专业课	B	3	艺术创意学院	考试	16	5.0	40	40	80
专业课合计								16	18.0	140	148	288
01	创业就业指导	必修课	公共课	B	4	创新创业学院	考查	1	1.0	4	12	16
02	体育4	必修课	公共课	A	4	体育工作部	考查	2	1.5	0	24	24
03	形势与政策	必修课	公共课	A	4	马克思主义学院	考查	1	1.0	0	12	12
04	劳动周4(职业劳动与健康)	必修课	公共课	C	4		考查	+1	1.0	24	0	24
公共课合计								4	4.5	28	48	76
01	*企业形象设计	必修课	专业课	B	4	艺术创意学院	考试	16	7.0	50	62	112
02	广告策划与创意	必修课	专业课	B	4	艺术创意学院	考查	16	3.0	20	28	48
03	*广告设计与制作	必修课	专业课	B	4	艺术创意学院	考试	16	5.0	40	40	80
04	综合设计表现	必修课	专业课	B	4	艺术创意学院	考查	16	3.0	20	28	48
专业课合计								16	18.0	130	158	288
02	劳动周5(岗位劳动)	必修课	公共课	C	5	艺术创意学院	考查	+1	1.0	24	0	24
04	劳动周6(岗位劳动)	必修课	公共课	C	6	艺术创意学院	考查	+1	1.0	24	0	24
公共课合计								16	2.0	48	0	48
01	专业综合实践1周(考工)	必修课	专业实践课	C	5	艺术创意学院	考查	+1	1.0	24	0	24
03	顶岗实习1	必修课	专业实践课	C	5	艺术创意学院	考查	+13	13.0	312	0	312
05	顶岗实习2	必修课	专业实践课	C	6	艺术创意学院	考查	+15	15.0	360	0	360
06	毕业设计	必修课	专业实践课	C	5	艺术创意学院	考查	+4	4.0	96	0	96
专业课合计								35	33.0	792	0	792
01	毕业教育	必修课	公共课	C	6	艺术创意学院	考查	+1	1.0	0	0	0
02	公共选修课	选修课							8.0	0	128	128
03	素质拓展								18.0	0	0	0
03	素质拓展								18.0	0	0	0

3. 表 12 各类课程学时（学分）比例表

课程类别	学时	学时比例 (%)	学分	学分比例 (%)
公共基础课	678	26. %	64	38. 5%
专业基础课	440	18. %	26	16. 5%
专业课	1384	53%	67	43. 5%
专业拓展课	32	1%	2	1. 5%
合 计	2502		159	

4. 表 13 理论与实践教学比例表

课程类型	学时	学时比例 (%)	学分	学分比例 (%)
理论教学	940	38%		
实践教学	1562	62%		
总计				

注：实践教学包括：军训、公共课实践环节、实验课、实训、课程设计、顶岗实习、毕业设计、劳动教育等环节，实践教学时数占总学时比例不得少于 60%。

十四、实施保障

（一）师资队伍

专业教学团队的人数 12 人、双师型教师的比例 100%、专业团队职称结构完美、年龄结构适当、专业带头人 1 人、专业骨干教师 8 人、校外兼职教师 3 人。

序号	姓名	职称	年龄	是否双师	类型
1	王栋臣	副教授	42	是	专业带头人
2	彭晓燕	副教授	53	是	校外兼职教师
3	黄 坚	副教授	48	是	骨干教师
4	蔡 薇	副教授	46	是	骨干教师
5	韩 明	讲师	35	是	骨干教师
6	唐春红	讲师	45	是	骨干教师
7	王佳竹	讲师	37	是	骨干教师
8	朱 琴	教授	40	是	骨干教师
9	曾索烨	讲师	34	是	骨干教师
10	孙智强	教授	58	是	校外兼职教师
11	乔京禄	副教授	52	是	校外兼职教师

（二）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、实训室和实训基地

1. 校内实训室

广告设计与制作校内实训室

序号	校内实训室名称	主要设备
1	专业画室、一体化专业教室	专业画具、多媒体教室
2	平面设计机房、三维设计机房	Pc\苹果电脑
3	平面、影视实训室	打印、印刷设备、摄影摄像器材

2. 校外实习基地（合作深度包括深度合作型、紧密合作型、一般合作型三个等级。）

广告设计与制作校外实习基地

序号	校外实习实践基地名称（合作企业）	所在区域（是否是区域联盟内）	用途	合作深度
1	灵通展览系统股份有限公司	常州武进	认识实习、生产性实训、顶岗实习等	深度合作型
2	加减广告有限公司	常州武进	认识实习、生产性实训、顶岗实习等	紧密合作型
3	常州橙果广告有限公司	常州钟楼	认识实习、顶岗实习等	一般合作型
4	皖南写生基地	安徽	写生采风	一般合作型

(三) 教学资源

主要包括能够满足学生专业学习、教师专业教学研究和教学实施需要的教材、图书及数字化资源等。

广告设计与制作专业教材选用表

序号	教材名称	教材类型	出版社	主编	版别
1	二维设计基础	精品课程	上海人民美术出版社	王雪青	第一版
2	版式设计全攻略	规划教材	中国青年出版社	佐佐木刚士	第一版
3	展示设计	规划教材	北京兵器工业出版社	詹武等	第一版
4	3dsMax/After Effects 电视栏目与片头包装深度剖析	规划教材	科学出版社	王志新	第一版
5	Adobe animate cc2017 经典教程	规划教材	人民邮电出版社	Russell Chun	第一版
6	自由字在	规划教材	人民邮电出版社	刘克兵	第一版
7	包装装潢设计	规划教材	华中科技大学出版社	沈卓娅	第一版
8	CI 设计	规划教材	华中科技大学出版社	黄坚	第一版
9	The Adobe Illustrator CS6/CC	规划教材	中国青年	[美]斯得渥夏志玲	第一版
10	从小白到美术指导 广告创意与设计执行	规划教材	人民邮电	玄光福	第一版
11	摄影构图迅速提升	规划教材	人民邮电	[美]斯得渥	第一版
12	影视广告策划与制作	规划教材	上海交通大学出版社	潘惠德	第一版
13	广告人手记	大师教材	北京联合出版	叶茂中	2016

（四）教学方法

从优化课程结构入手，完善教学内容，提高教学手段，突出专业特色，并初见成效。在突出应用性，实践性原则的基础上，注重人文社会科学与应用技术相结合，理论与实践相结合。将职业能力培养贯穿教学全过程，教学效果凸显。

根据学习情境的具体要求，通过实际项目载体，结合仿真教学、研讨式教学，以一体化教学为重点。根据不同情境的具体需要，灵活选择适当的教学方法进行教学方法改革。

项目教学与任务驱动法：以生产项目带动学习，以仿真任务带动实训。学生通过参与模拟仿真任务，一方面逐渐适应生产项目实践过程的训练模式，分阶段增加任务压力，逐层递增，循序渐进，掌握专业实践技能，培养了良好的学习习惯和职业道德。充分利用实训室、工作室、多媒体工具、网络工具等实施项目教学，同时在管理过程中借鉴企业管理方法，通过良性竞争与奖励激发学习兴趣。

管理制度引导法：在项目教学中，本专业注重引入企业管理制度，用企业的管理制度来约束行为。例如校企合作项目——动画电影《小虫三宝》，即通过组织影视动画专业 20 余位学生形成制作团队，采用教师主导，学生自主管理合作的方式。学生在参与过程中，自我管理，自主学习，主动钻研难关，通过管理制度的逐步渗透，不断提升责任心，形成自主探索专业知识与技能的习惯。

成效奖励法：本专业在某某育港科技有限公司等企业内建立“定向班”，将毕业前的岗位技术集训提升课搬到企业中完成，使学生提前进入企业技能与文化的训练，完成与企业及岗位的无缝衔接。同时与企业共同设立专项奖学金制度，对表现特别优秀的学生给与一定的经济奖励，锻炼学生的竞争意识。

积极探索实训教法改革。根据广告设计的项目流程、设计师的工作过程等环节设置训练项目，全部实践课程采用自编实践教学指导教材和国家规划教材相结合的方式。根据课程特点，采用“学训交替”“顶岗实习”等多种工学结合的教学方法，配合多媒体教学、视频录像等现代教学手段。聘请行业企业专家进行行业前沿设计理念、设计文化及管理、职业道德教育等内容的讲座。对于设计生产密切相关的课程，推行理实紧密结合的“教、学、做”一体化的教学模式，让学生在顶岗实习训练过程中身临“职业环境”，使学生在真实的职业工作环境和岗

位上增长专业知识、感受工作氛围、体验工作情境，使毕业生完成岗位适应性训练。与企业合作开发虚拟流程、虚拟工艺、虚拟设计、虚拟生产等数字化教学资源，搭建校企数字传输课堂，将企业的生产过程、工作流程等信息实时传送到课堂，使企业兼职教师在生产、工作现场直接开展专业教学，实现校企联合教学

（五）教学评价

建立就业（用人）单位、行业协会、学生及其家长、科教城管委会、专业评估研究机构等利益相关法共同参与的第三方人才培养质量评价制度，将毕业生就业率、就业质量、企业满意度、创业成效等作为人才培养质量的重要指标，实行毕业生五年发展轨迹跟踪制，通过对教育教学活动和职业发展信息化管理和分析，为优化专业设置、制定人才培养方案、课程调整与创新、教学质量、成本核算、制度设计等提供科学依据。

科学规范的评价体系是检查教与学的有效手段，是促进教育教学管理规范化、制度化、保证教育教学改革的顺利实施、全面提高教育教学质量。建立以事先预防、过程检查与及时纠偏为主线的教育教学质量评价体系。切实推行师德教育与“三证制”评价制度。注重对学生思想品德评价、课内质量评价、创新能力评价、职业技能、以及教学效果评价。因为教学质量的好坏与教学模式、课程体系和内容、教学方法和手段、教学管理、以及产、学、研结合等环节有着直接的关系。着力职业能力的培养，对影响教育教学质量的有关因素进行归类分析，建立由学院、系部、教研室。以及教师评学、教师互评、学生评教等多层次、多角度的检查与评价体系。从校内教学评价（目标和课程体系，师资和产学研等），学生职业能力评价（能力与素质、就业率）结合广告行业职业资格标准，进行职业能力评价。建立毕业生质量跟踪与信息反馈制度，及时了解用人单位对人才培养方案的认可度和满意率。建立教师评价制度，同时结合教师职务分类，以制度业绩考核为核心，建立由品德、知识和能力构成的专业教师考核评价体系，注重职业道德修养和教学实绩。

十五、质量保障

（一）学校和二级学院应建立专业建设和教学质量诊断与改进机制，健全专业教学质量监控管理制度、完善课堂教学、教学评价，实习实训、毕业设计以及

专业调研、人才培养方案更新、资源建设等方面质量标准建设，通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进，达成人才培养规格。

（二）学校、二级学院应完善教学管理机制，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，严明教学记录，强化教学组织功能，定期开展公开课、示范课等教研活动。

（三）学校应建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，并对生源情况、在校学业水平、毕业生就业情况等进行分析，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况。

（四）专业教研组织应充分利用评价分析结果有效改进专业教学，持续提高人才培养质量。

十六、编制说明

1. 学生毕业后可继续在常州工业职业技术学院艺术创意学院进行专接本教育，合作学校为南京艺术学院，对接专业为视觉传达设计专业。

2. 各专业可根据需要自行添加其他说明。

附件：主要课程内容（一门课程一张表）

广告设计与制作专业核心课程

课程名称	广告策划与文案		
开设学期	第四学期	基准学时	40
<p>职业能力要求：</p> <ul style="list-style-type: none"> (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、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。 (5) 有较强的环境意识。 			
<p>课程目标：</p> <p>《广告创意与策划》课程针对高职学生的基础，因材施教，突出能力培养，促进知识、能力、素质协调发展。努力实现三个目标：一是通过广告创意训练，挖掘同学们潜在的创造力，并借此激发艺术设计才能，帮助他们抛弃常规，获得自由创造的勇气。二是帮助同学们快捷地选择、学习并获得非凡创意的技能，通过项目实训，让学生掌握一些具体的、实用的创意方法，这也是本课程教学的主要目标。三是从终身教育和人的可持续发展的角度，探寻创意能力与职业能力的形成规律，举一反三，帮助学生解决创造能力外延和个人弹性发展的问题。</p>			
<p>课程内容：</p> <p>广告策划项目信息调研;广告策划的产品策略; 广告战略的制定与实施;广告媒体渠道策划; 广告策划与营销计划、品牌建设 广告策划的运作过程;广告策划与广告表现.</p>			

课程名称	广告设计与制作		
开设学期	第四学期	基准学时	80
<p>职业能力要求：</p> <p>(1) 提高学生的观察能力、综合分析能力、多角度思维能力、设计能力。</p> <p>(2) 培养学生的自我学习能力和团队协作精神等。</p> <p>(3) 培养具有自主学习并适应在职业岗位群相关领域内新发展和创业的可持续发展能力。</p> <p>(4) 从终身教育和人的可持续发展的角度，研究创意能力与职业能力的形成规律，举一反三，培养学生解决创造能力外延和个人弹性发展的能力。</p>			
<p>课程目标：</p> <p>课程的初期目标是使学生能通过本课程学习正式进入专业设计学习，通过系统的理论讲述和创意方法的讲解，在案例策略的指导下去创造性的完成广告创意的设计表现，整个创造表现过程包含最新广告理论、策略分析、文案配合、图形概念提取、设计表现的环节；课程总的目标是要求学生能综合运用这些手段，独立完成广告设计与制作，同时也要求作品应具有市场因素的考虑、创意独特点的提取、广告创意设计传播环境适应等实际要求。</p>			
<p>课程内容：</p> <p>基础 广告概论、 广告设计基础</p> <p>应用 广告设计创意 广告设计表现</p> <p>创意 商业广告创意设计制作 公益广告创意设计制作 影视广告设计制作</p>			

课程名称	书籍装帧		
开设学期	三	基准学时	80
<p>职业能力要求：</p> <p>(1) 能够绘制（手绘）创意草图或概念草图。</p> <p>(2) 能够按行业惯例或规范，掌握相应的设计术语、图例并能够为客户表达设计的意图。</p> <p>(3) 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。</p> <p>(4) 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。</p> <p>(5) 具有培养学生综合应用所学软件的能力的作用。</p>			
<p>课程目标：</p> <p>通过对本课程的学习，使学生全面掌握书籍装帧设计的方法与技能，了解书籍装帧设计的功能与形式，熟悉书籍装帧设计的工艺制作过程、包装材料的种类、质地、性能，并能够灵活的运用这些方法和技能，进行独立的书籍装帧设计并不断提高设计的创意能力和实际操作能力，对书籍装帧设计有了总体把握后进行整体效果的设计。</p>			
<p>课程内容：</p> <p>版式的起源、发展、现状与趋势</p> <p>版式设计的元素</p> <p>版式设计的形式</p> <p>版式设计的艺术特征</p> <p>版式设计作品赏析</p>			

课程名称	企业形象设计		
开设学期	4	基准学时	96
<p>职业能力要求：</p> <p>(1)能熟练操作 PS\ILL\3D 等设计应用软件经行图像处理、图形创意、3D 视觉技巧表达</p> <p>(2)能领会客户意图或项目要求，进行视觉形象创作。</p> <p>(3)熟练进行素材采集，并对素材进行处理。</p> <p>(4)熟练掌握标志艺术设计能力:运用图形语言表达、色彩体系研究、设计系统规范</p> <p>(5)熟练掌握应用系统的设计，处理好色彩、文字、版式技巧等</p> <p>(6)熟练掌握企业形象设计流程应用</p>			
<p>课程目标：</p> <p>学习企业形象设计基础理论，注重了解企业核心价值与 CIS 三要素的逻辑关系，掌握 MI\BI\VI 三者相互递进的内涵，MI 是三者核心、BI 是对内对外管理体现，VI 是视觉形象体系。课程学习的重点是 VI 系统，学生通过选取网络实战案列，进行（某一）品牌视觉形象全案设计训练，提高设计技巧、应用能力和审美水平，使学生有企业品牌形象策划、设计等综合性职业能力。通过课程的学习培养学生收集分析梳理企业核心价值、设计构思、草图表达、LOGO 设计、VI 体系规范等方面的岗位职业能力。分析企业理念范畴的规律来进行形象设计基础系统，解决形象设计图形语言、色彩系统研究、标准字处理等方面的能力，能够掌握企业形象设计的应用系统的设计，处理好色彩、文字、版式技巧等方面的设计规律性表达，设计出具有专属性、系统性、能充分表达企业核心价值的企业视觉形象作品。养成良好的爱岗敬业、吃苦耐劳精神，和刻苦钻研、团结合作的职业道德，为后续的从事企业形象设计、广告等相关工作打下坚实的基础。培养具有社会主义价值的审美观，绿色设计思维，有责任感的设计师。</p>			

课程内容：			
课程内容与教学要求			
模块 /项目/学习情境	任务	教学内容	学时分配
模块一 (导入课题)	任务 1 引领行业品牌形象分析	1. 华为企业品牌形象分析★ 2. 苹果手机品牌形象分析☆ 3. 宝马汽车品牌形象演变史◆ 4. 兰蔻品牌形象赏析 ♥	2
	任务 2 确定课题	企业网络品牌形象征集作为设计课题。要求学生感兴趣的商品	2
	任务 3 分析课题 素材收集	1. 了解课题企业的背景资料，产品、地域自然、人文历史 2. 收集同类产品企业形象进行分析。 3. 形成符合社会主义价值的审美体系，绿色设计观	4
模块二 (企业形象设计 基础知识讲授)	任务 4 企业形象设计 基础知识 (1)	1. 企业形象设计的发展、 2. 企业形象设计的风格与流派； 3. 企业形象设计的内容及设计原则、设计程序。	2
	任务 5 企业形象设计 基础知识 (2)	1. 企业核心价值与企业形象设计的关系 2. 企业形象设计三要素、	2
模块三 (基础系统设计)	任务 6 基础系统设计 理论讲授 (3)	1. 标志设计历史 2. 标志设计原则、形式美法则 3. 标志设计分类 4. 标志设计创意思路、表达	2
	任务 7	1. 结合课题分析进行形象设计 2.	26

	标志设计创意、设计等实务	创意思维表达 3. 手绘表现 4. 电脑制作实施 5. 演示、辅导		
	任务 8 基础系统设计 理论讲授（4）	1. 色彩设计知识 2. 字体设计知识	2	
	任务 9 标志的色彩设计 标准字设计	1. 任务 7 的设计作品进行配色研究，多套色分析比较。 2. 学生交流探讨、作品展示 3. 进行标准字体设计分析 4. 手绘表现 5. 电脑制作实施 6. 演示、辅导	10	
	任务 10 装饰图形设计 吉祥物设计	1. 结合课题分析进行形象设计 2. 创意思维表达 3. 手绘表现 4. 电脑制作实施 5. 演示、辅导	8	
模块四 (应用系统设计)	任务 11 应用系统设计包括： A 办公用品 B 环境设计 C 交通工具 D 广告媒体 E 服装服饰 F 赠品设计 J 导示系统设计 H 包装设计	1. 结合基础系统进行形象设计，设计的系统性、规范性。 2. 学生交流探讨、作品展示 3. 手绘表现 4. 电脑制作实施 5. 演示、辅导	24	

模块五 (企业形象手册设计)	企业形象手册 设计与制定	1. 对确定方案的 VI 系统进行归纳整理 2. 系统的编制成册。	6
模块六 (提案制作 作品展示)	提案制作 作品展示	最终方案的打印、汇编及演示文稿制作	6

课程名称	展示设计		
开设学期	3	基准学时	64
职业能力要求： (1)空间艺术设计能力 (2)会展创新设计能力 (3)会展艺术设计表达能力 (4)计算机绘图软件及外围设备操作能力 (5)工艺美术创新设计能力 (6)会展制作配套能			
课程目标： 展示设计是广告设计制作专业的必修课程，面向会展行业第一线，培养能从事展示设计与实施、展台设计与搭建、配套设计与落实及会展设计流程管理等工作，能将民族特色工艺美术与现代会展艺术设计相结合，具有良好职业素养和可持续发展能力的一线技能人才，培养具有社会主义价值的审美观，绿色设计思维，有社会责任感的设计师。			

课程内容:

序号	情境设计	任务单元	内容及能力	技能要求	知识	教学方法	作业要求	课时分配
一	方案初步设计	1) 与展商洽谈、沟通	1、内容及能力要求 :与展商接洽,了解参展商要求及展示空间基本特征, 与参展商接洽.	1、技能: 通过建立良好的职业工作态度, 把握展商心理, 能够完成与展商在进行布展前的沟通。	展商心理; 沟通技巧。	(1) 任务驱动法。以任务驱动教学法组织教学, 以激发学生的学习兴趣, 优化教学过程, 提高教学质量 和效果, 充分体现“以能力为本位”的教改精神。	收集素材, 建立个人资料库	4
		2): 分析资料、确定设计风格	内容及能力要求: 对前期掌握的资料进行分析, 确定恰当的设计风格。	2、技能: 能够熟练掌握设计风格, 使设计思路更加明确; 对优秀展示设计案例有分析、鉴别的能力。	展示设计的发展、展示设计的风格与流派; 展示设计的内容及设计原则、设计程序。	(2) 案例分析法。用大量的会展空间设计案例诠释展示空间设计的理念和原则, 是抽象的理论问题形象化, 便于学生理解与把握。 (3) 情景模拟法。通过对展示场景的模拟, 使学生能对自己的设计作品的现场感又比较形象的认识, 加深其对自身设计的状况的了解, 明确改进设计的方向。	从资料库中选择自己感兴趣的设计进行效果图技能训练鼓励学生多做探索性尝试。	4
		3): 把握空间尺度, 现场勘察	内容及能力要求 : 对空间尺度建立感受, 使感性与理性合二为一。到设计现场进行测量, 为设计提供基本的资料。	技能: 能够把握空间尺度概念, 进行合理尺寸设定。 人体基本静态尺度; 人体基本动作尺度 人体活动空间尺度; 人体尺度和心理需求; 人体视觉要素及基本尺度。能够正确、规范的进行	测量的基本知识; 展示设计的空间测量要点	(4) 反向思维法。通过对自己设计作品(或方案)的	企业课题个性空间尺度与平面布局设计(1)	4

			场地测量。				
(4): 空间设计	展示空间的类型特点; 展示空间的划分方法; 展示空间设计的要求和功能特点; 不同类型展示空间的设计手法;	技能: 对不同展示空间进行创新规划; 合理选择总体结构形式; 进行规范绘制。	制图基础知识。展示空间构图要素和基本原则;	反向思考, 从而提出新的设计方案。有助于学生摆脱已有的思维模式, 提出新的设计思路, 创造新的空间设计。	企业个性展示空间整体设计创意。	16	
任务一: 对展示空间进行合理布局	展示空间展品陈设创意设计要点。空间内的道具; 合理选择装饰材料; 进行规范绘制。	技能: 能够根据展示空间的特征, 合理选择或设计展示空间展品陈设。	展示空间展品陈设的布置原则;	(5) 小组讨论法。分小组讨论, 不但可以激发学习的热情, 提高主动性, 而且还可以集思广益, 产生思想的碰撞, 发出创造的火花。	展品陈设方案表达		
任务二: 对展示空间展品陈设进行选择或设计	道具的分类及形态特征; 道具设计的造型形式与展示设计风格相协调	技能: 能够根据展品陈设的要求以及人体基本尺度和人体视觉要素及基本尺度, 合理选择或设计展示空间内的道具; 合理选择装饰材料; 进行规范绘制。	道具设计的发展历史, 道具的分类及形态特征; 道具设计的造型形式法则; 道具设计的原则。	(6) 职业资格鉴定结合法。结合职业资格的鉴定安排学习内容, 与将来的就业挂上钩, 能有效地激发学生的专业学习热情, 提高学习自觉性。	道具方案表达		
任务三: 对展示空间内的道具进行选择或设计	展示照明的种类及应用方式, 与展示设计风格相协调	技能: 合理选择光源; 合理选择灯具; 能够对不同空间进行用电负荷估算; 能够根据不同功能的展示空间, 进行展示空间照明设计; 进行规范绘制。	展示空间照明设计基础知识;	(7) 个性培养法。引导学生的, 发展学生的个性, 使培养创新型人才最重要的问题之一。	照明方案表达		
任务四: 对展示空间进行合理的照明设计	视听设备的选择和配置; 展示空间中视听设备的布置与展示设计风格相协调。	技能: 能够根据展示空间的特征以及展示效果的要求, 合理选配视听设备。	知识: 视听设备对展示效果的作用; 展示空间中视听设备的布置。		视听环境方案表达		
任务五: 对展示空间视听环境进行选择设计	展示空间生态环境设计与展示设计风格相协调。	技能: 能够根据展示空间的特征	知识: 展示空间生态环境设计的理念; 展示空间生态环境设计要点。		生态绿色方案表达		
任务六: 对展示空间进行生态设计							

				征,将生态要素体现在设计中;合理选择装饰材料。			
二	方案确定	(1):与参展商沟通	内容及能力要求:对设计方案与参展商进行沟通	技能:能够充分表达设计意图,与参展商达成一致的设计方案	知识:消费者心理;沟通技巧	展示空间效果整体设计创意表述/探讨/修改	4
		(2):方案修改	内容及能力要求:在与参展商沟通的基础上,对方案进行修改	技能:能够将参展商的建议转化在设计方案中	知识:相关的设计能力		4
		(3):方案确定	内容及能力要求:对修改后的设计方案与参展商共同确定,签订合同	技能:能够充分表达设计意图,与参展商达成一致的设计方案	知识:消费者心理;沟通技巧		4
三	方案深化设计	(1):绘制设计效果图	内容及能力要求:对确定方案的展示空间进行电脑三维效果图表现	技能:运用相关计算机软件绘制展示设计效果图	知识:计算机效果图绘制知识	设计效果图表现	20
		(2):绘制施工布展图	内容及能力要求:对确定方案的展示空间内的道具、总体布展平面、局部立面进行电脑施工图表现	技能:运用Auto CAD软件绘制道具制作三视图、平面布置图、局部立面图	知识:计算机制作、施工布展图绘制知识,运用电脑Auto CAD软件绘制施工布展图		绘制施工布展图
四	提案制作与演示	1):提案制作	内容及能力要求:最终方案的打印、汇编及演示文稿制作	技能:制作演示文稿能力	知识:文件编辑与打印制作知识	制作演示文稿	4
		(2):提案演示	:提案的演示	技能:提案演示操作能力、答疑的能力	知识:演示器材使用知识,提案		模拟提案演示、

					相关		答 疑 的 能 力	
		教学条件与环境 要求	校内一体化实训室，校外实训基地					
		课程评价	过程性评价与结果性评价相结合的考核方法 学生设计小组对设计作品的评价 专业任课教师对作品的评价 企业评定、大赛评定 作品展示					
								合计