

艺术设计制作专业人才培养方案

一、专业名称及代码

(一) 专业名称

艺术设计与制作

(二) 专业代码

750101

二、入学要求

初中毕业生或具有同等学力者。

三、修业年限

3 年（中职阶段）。

四、职业面向

专业大类及代码	对应行业	主要职业类别	主要岗位类别	职业技能等级证书	社会认可度高的行业企业标准和证书
艺术设计类 (7501)	艺术行业的 工艺美术与 创意设计、视 觉传达设计、 美术编辑等	1. 视觉传达设计师 2. 广告设计师 3. 电商设计师、 4. 新媒体设计师 5. 影视剪辑师	1. 平面设计（海报 / LOGO / 宣传册） 2. 电商视觉设计（店铺装修 / 详情页 / H5 页面） 3. 短视频制作（广告片 / 产品宣传动画） 4. 品牌视觉设计（VI 系统 / 插画 / 包装设	1. 产品创意设计 2. 文创产品 3. 数字化设计 4. 界面设计	1. Adobe Certified Professional（ACP）认证 2. 中国美术学院社会美术水平考级 3. 全国计算机等级考试

			计		
--	--	--	---	--	--

五、培养目标与培养规格

（一）培养目标

本专业培养德、智、体、美、劳全面发展，掌握计算机广告设计与制作的基础理论、专业技能和行业规范，具备平面设计、新媒体视觉设计、短视频制作等能力，能在广告公司、电商企业、文化传媒机构等单位从事视觉传达、营销策划、数字媒体设计等工作的高素质技术技能人才。

（三）培养规格

1. 素质要求

具有正确的世界观、人生观和价值观，践行社会主义核心价值观。

具备良好的职业道德和工匠精神，遵守广告行业规范与法律法规（如知识产权保护）。

具有创新意识、团队协作能力和沟通表达能力，适应数字化时代的设计需求。

具备健康的体魄和审美素养，热爱传统文化与设计艺术。

2. 知识要求

掌握计算机广告设计的基础理论（如平面构成、色彩原理、设计心理学）。

熟悉广告策划与营销的基本流程，了解市场调研与用户分析方法。

掌握 Photoshop、Illustrator、Premiere 等设计软件的操作技能。

了解印刷工艺、网页设计、短视频制作等跨领域知识。

3. 能力要求

能独立完成平面广告设计（如海报、LOGO、宣传册）。

能进行电商视觉设计（如店铺装修、产品详情页、H5 营销页面）。

能运用剪辑与特效技术制作短视频、广告片。

能协助完成广告策划案，具备基础的文案撰写与提案能力。

六、课程设置及要求

主要包括公共基础课程和专业（技能）课程。

(一) 公共基础课程

序号	课程名称	学习目标	教学内容	学时
1	思想政治	培养学生政治认同、职业精神和社会责任感	习近平新时代中国特色社会主义思想、职业道德与法治、党史教育等	144
2	语文	提高学生阅读现代文和浅易文言文的能力；培养学生欣赏文学作品的能力；提高学生应用文写作能力和日常口语交际水平。	现代文和文言文阅读训练，写作和口语交际训练。	72
3	英语	使学生能听懂简单对话和短文，能围绕日常话题进行初步交际，能读懂简单应用文	学习基础词汇和基础语法；培养学生听、说、读、写的基本技能和运用英语进行交际的能力。	72
4	数学	培养逻辑思维与数据分析能力	基础代数、几何、统计与概率	72
4	信息技术	掌握计算机操作的基本技能，具有文字处理能力，数据处理能力，信息获取、整理、加工能力，网上交互能力。	学习计算机的基础知识、常用操作系统的使用、文字处理软件的使用、计算机网络的基本操作和使用。	72
5	体育与健康	培养自主锻炼、自我保健、自我评价和自我调控的意识，全面提高身心素质和社会适应能力。	学习体育与卫生保健的基础知识和运动技能，掌握科学锻炼和娱乐休闲的基本方法。	72

6	心理与健康	了解心理健康的基本知识,掌握一些心理调适的方法和技巧,培养积极乐观的心态和良好的心理素质,以更好地适应学习、生活和未来的职业发展。	心理健康的概念、标准、基本原理;情绪管理的方法、人际交往的原则和技巧;职业心理等。	72
---	-------	---	---	----

(二) 专业 (技能) 课程

1.专业基础课

序号	课程名称	学习目标	教学内容	学时
1	绘画基础	培养造型能力;提高色彩运用能力;增强审美素养;促进创意表达。	线条运用、构图的基本原则、色彩理论、绘画技法与材料、创意绘画与表现。	144
2	构成基础	提高学生的美术素养,具备较高的审美能力和表现美的能力;熟悉画面的基本构成要素。	平面构成的基本元素、形式美法则、构成形式;色彩的原理、对比和调和;材料与工艺、形态要素、空间构成等。	144
3	手绘	掌握线条、色彩、构图等手绘基础技能,能够准确地表现物体的形态、结构和质感;培养创意表达能力;提升艺术审美素养	基础手绘技法;创意图形的设计方法,插画的风格特点和表现技巧等。	144

4	摄影与摄像基础	学生熟练掌握摄影与摄像设备的操作方法；具备摄影与摄像的艺术审美能力，学会运用构图、光影、色彩等元素来创作具有美感和表现力的影像作品，以提升广告作品的艺术品质。能够根据广告创意和主题，拍摄出具有针对性和感染力的影像素材，为广告制作提供有力支持。	设备操作与技术基础；构图原则；色彩理论在影像中的应用；开展产品摄影、人物摄影、广告短片拍摄等实践项目，让学生掌握不同类型广告影像的拍摄技巧，	72
5	广告学概论	帮助学生系统了解广告学的基本概念、原理和发展历程，构建完整的广告学理论框架，为后续专业课程学习和实践奠定基础；使学生熟悉广告运作流程，理解广告在市场营销和传播中的作用，培养学生从广告专业角度分析问题和解决问题的思维能力；提升行业认知	广告的基本概念；广告的历史与发展；广告运作流程；广告在营销中的地位和作用等。	72
6	图像处理	让学生熟练掌握图像处理软件的各种功能和工具，能够高效地运用软件进行图像的编辑、合成、特效制作等操作；提升图像创意与设计能力。	以 Photoshop 等软件为例，介绍软件的界面布局、基本工具的使用方法；图像色彩调整；图像合成与特效制作；文字与图形的处理。	54

2. 专业核心课

序号	课程名称	学习目标	教学内容	学时
----	------	------	------	----

1	电商设计	掌握电商视觉设计逻辑、平台规范（如淘宝/京东尺寸标准）及营销活动视觉要点；能够独立完成电商店铺首页、详情页、促销 Banner 等核心页面设计；培养商业思维与用户导向设计理念，适应电商行业快速迭代需求。	电商视觉营销核心价值与不同品类的风格差异；店铺视觉体系搭建；品牌调性定位（主色调/字体/排版）、首页层级规划（导航栏/Banner/商品区）；产品视觉优化等。	180
2	包装设计	掌握设计原则与技巧；培养学生的创新思维和审美素养，使学生能够运用版式设计元素进行创意表达，设计出具有独特创意和较高审美价值的广告作品。通过实际项目的训练，让学生将包装设计理论知识应用于广告制作实践中，提高学生解决实际问题的能力，使其能够满足广告行业对版式设计人才的需求。	包装设计策划；包装结构与视觉；包装印刷工艺	144

3	Adobe Illustrator	掌握 Illustrator 软件的核心功能与矢量图形设计原理；熟练使用钢笔工具、路径运算、锚点编辑等功能完成高精度矢量图形绘制。 – 能独立设计 LOGO、VI 视觉系统、插画、海报等广告素材。培养精准的设计思维与细节把控能力，强化矢量图形在品牌视觉中的统一性。	软件基础与矢量图形原理；矢量图形设计核心技能，如：LOGO 与 VI 设计、插画与图标设计、文字与版式设计；广告场景实战应用等。	144
4	Adobe Premiere Pro	掌握 Premiere Pro(简称 Pr)的核心功能与影视剪辑逻辑；熟练使用 Pr 完成素材剪辑、转场设计、关键帧动画、多机位剪辑等操作。能独立制作广告短视频、产品宣传动画、活动快剪等作品；培养影视叙事能力与节奏感，强化“视觉+听觉”协同的广告传播思维。	界面与工作流程；镜头语言与节奏设计；转场与动态效果；多机位剪辑与绿幕抠像；调色与音频处理等。	144
5	3dmax	掌握 3Dmax 软件的核心功能与三维建模原理；熟悉三维模型在广告设计中的应用场景；掌握基础动画制作；能设计广告场景并添加材质、灯光与摄像机动画；培养立体空间思维与视觉表现能力，提升广告设计的创意维度等。	界面与基础操作；标准几何体建模：长方体、球体、圆柱体等基础模型的参数化编辑；材质、灯光与渲染；渲染输出与后期处理等。	144

6	UI 设计	了解 UI 设计的基本概念；掌握设计工具的使用方法；熟悉不同平台的设计规范；具备良好的设计审美和创意能力；能够独立完成界面设计项目。	界面设计规范和特点；元素排版；图标设计风格和技巧等。	72
---	-------	--	----------------------------	----

七、教学进程总体安排

课程类别	课程性质	课程名称	学时	学分	学期课程安排	考核方式
公共基础课程	必修课	思想政治	144	8	第 1-4 学期，每学期 36 学时	考试
公共基础课程	必修课	语文	72	4	第 1-2 学期，每学期 36 学时	考试
公共基础课程	必修课	英语	72	4	第 1-2 学期，每学期 36 学时	考试
公共基础课程	必修课	数学	72	4	第 1-2 学期，每学期 36 学时	考试
公共基础课程	必修课	信息技术	72	4	第 1-2 学期，每学期 36 学时	考试
公共基础课程	必修课	体育与健康	72	4	第 1-4 学期，每学期 18 学时	考试
公共基础课程	必修课	心理与健康	72	4	第 1-2 学	考试

					期，每学期 36 学时	
专业基础课	必修课	绘画基础	144	8	第 1-2 学期， 每学期 72 学 时	考查
专业基础课	必修课	构成基础	144	8	第 1-2 学期， 每学期 72 学 时	考试
专业基础课	必修课	广告学概 论	72	4	第 1-2 学期， 每学期 36 学 时	考试
专业基础课	必修课	摄影与摄 像基础	72	4	第 3-4 学期， 每学期 36 学 时	考查
专业基础课	必修课	手绘	144	8	第 3-4 学期， 每学期 72 学 时	考试
专业基础课	必修课	图像处理	54	3	第 3 学期， 每学期 54 学 时	考试
专业核心课	必修课	包装设计	144	8	第 3-4 学期， 每学期 72 学 时	考试
专业核心课	必修课	3dmax	144	8	第 3-4 学期， 每学期 72 学 时	考试
专业核心课	必修课	电商设计	180	10	第 4-5 学期， 每学期 90 学 时	考试

专业核心课	必修课	Adobe Illustrat or	144	8	第 4-5 学期， 每学期 72 学时	考试
专业核心课	必修课	Adobe Premiere Pro	144	8	第 4-5 学期， 每学期 72 学时	考试
专业核心课	必修课	UI 设计	72	4	第 5 学期， 每学期 72 学时	考试
综合实践课	必修课	顶岗实习	450			考查

学时比例分析

课程类别	总学时	学分	占比
公共基础课程	576	32	24.7%
专业基础课	639	35	27%
专业核心课	864	48	35%
综合实践课	450	25	19.3%
合计	2448	136	100%

1. 公共基础课占比接近 25%，符合职业教育公共课设置标准。
2. 专业课程（基础 + 核心）占比超 60%，突出技术技能培养重点。
3. 综合实践课占比近 20%，保障学生实践能力与岗位需求对接。

八、实施保障

主要包括师资队伍、教学设施、教学资源、教学方法、学习评价、质量管理等方面。

（一）师资队伍

专职教师：具备广告设计、数字媒体等相关专业本科及以上学历，“双师型”教师占比 $\geq 70\%$ ，5 年以上行业经验占比 $\geq 50\%$ 。

兼职教师：邀请广告公司设计师、电商视觉总监等行业专家授课，每学期不

少于 20 课时。

教师培训：定期组织教师参加行业展会、软件认证培训，提升实践教学能力。

（二）教学设施

教学设施主要包括能够满足正常的课程教学，学习实训所需的专业教室、校内实训室等。

1. 专业教室

综合本专业发展现状和发展前景建设专业教室 26 间。

2. 校内实训室

序号	实训室名称	实训项目	实训室数量	实训室面积 (m²)
1	机房实训室	计算机办公应用 图像处理 AI 应用	2	300

3. 校外实训室

与本地广告公司、电商企业合作，建立稳定的实习基地，确保三年级学生顶岗实习覆盖率 100%。

（三）教学资源

教材选用：优先使用国家规划教材或校企合编教材。

数字资源：建设校本资源库，包含教学视频、案例库、素材库（如字体、图片、特效模板），依托 “智慧课堂” 平台实现线上线下混合式教学。

图书文献：图书馆配备广告设计类期刊（如《艺术与设计》）、行业报告、经典设计作品集。

（四）教学方法

项目式教学：以 “企业真实项目”（如品牌 LOGO 设计、产品短视频制作、包装设计）驱动教学，学生分组完成从需求分析到交付的全流程。

案例分析法：拆解国内外优秀广告案例（如戛纳获奖作品、淘宝天猫年度营销视觉），分析设计思路与传播效果。

分层教学：根据学生基础差异，设置基础任务与拓展任务，鼓励学有余力的学生积极参加校级、市级、省级各有关部门组织的技能竞赛或行业赛。

（五）学习评价

过程性评价：占比 40%，包括课堂表现（20%）、作业完成质量（30%）、小组协作（50%）。

终结性评价：占比 60%，包括期末考试（理论 / 实操，30%）、项目答辩（40%）、企业导师评价（30%）。

特色评价：引入 “设计作品盲审” 机制，邀请行业专家对学生作品进行匿名评分，强化职业标准对接。

（六）质量管理

建立 “学校 - 企业 - 学生” 三方评价体系，每学期开展教学满意度调研，及时调整课程内容与教学方法。

定期修订人才培养方案，对接行业新技术（如 AIGC 设计工具），确保课程的前瞻性。

加强毕业设计管理，要求作品必须包含真实项目元素或企业命题，由校企双导师联合指导。

九、毕业要求

（一）学分要求

修满人才培养方案规定的 100 学分，其中公共基础课≥30 学分，专业技能课≥60 学分，综合实践课≥10 学分。

（二）能力要求

- 1. 独立完成不少于 3 个完整设计项目（如平面广告、短视频、电商页面），作品存入个人设计作品集。
- 2. 具备良好的职业素养，无严重违反校规校纪或行业规范的行为记录。

十、附录

课程类别	课程性质	课程名称	学时	学分	学期课程安排	考核方式
公共基础课程	必修课	思想政治	144	8	第 1-4 学期，每学期 36 学时	考试

公共基础课程	必修课	语文	72	4	第 1-2 学期, 每学期 36 学时	考试
公共基础课程	必修课	英语	72	4	第 1-2 学期, 每学期 36 学时	考试
公共基础课程	必修课	数学	72	4	第 1-2 学期, 每学期 36 学时	考试
公共基础课程	必修课	信息技术	72	4	第 1-2 学期, 每学期 36 学时	考试
公共基础课程	必修课	体育与健康	72	4	第 1-4 学期, 每学期 18 学时	考试
公共基础课程	必修课	心理与健康	72	4	第 1-2 学期, 每学期 36 学时	考试
专业基础课	必修课	绘画基础	144	8	第 1-2 学期, 每学期 72 学时	考查
专业基础课	必修课	构成基础	144	8	第 1-2 学期, 每学期 72 学时	考试
专业基础课	必修课	广告学概论	72	4	第 1-2 学期, 每学期 36 学时	考试
专业基础课	必修课	摄影与摄像基础	72	4	第 3-4 学期, 每学期 36 学时	考查
专业基础课	必修课	手绘	144	8	第 3-4 学期, 每学期 72 学时	考试
专业基础课	必修课	图像处理	54	3	第 3 学期, 每学期 54 学时	考试
专业核心课	必修课	包装设计	144	8	第 3-4 学期, 每学期 72 学时	考试
专业核心课	必修课	3dmax	144	8	第 3-4 学期, 每学期 72 学时	考试
专业核心课	必修课	电商设计	180	10	第 4-5 学期, 每学	考试

					期 90 学时	
专业核心课	必修课	Adobe Illustrat or	144	8	第 4-5 学期，每学 期 72 学时	考试
专业核心课	必修课	Adobe Premiere Pro	144	8	第 4-5 学期，每学 期 72 学时	考试
专业核心课	必修课	UI 设计	72	4	第 5 学期，每学期 72 学时	考试
综合实践课	必修课	顶岗实习	450			考查