2021级广告艺术设计专业

人才培养方案

专业大类：文化艺术大类

专业名称：广告艺术设计

专业代码：550113

目　　录

一、专业名称与代码 1
二、入学要求 1
三、修业年限 1
四、职业面向 1
五、培养目标 1
（一）目标定位 1
（二）目标内容 2
六、培养规格 2
（一）职业素养 2
（二）通用能力 2
（三）专业知识 3
（四）技术技能 3
七、课程设置及要求 4
（一）课程对培养规格的支撑 4
（二）平台课程 5
（三）模块课程 8
（四）实践教学模块 11
八、教学进程总体安排 11
（一）教学进程安排 11
（二）课程结构与学时安排 13
九、考核评价 13
（一）知识评价 14
（二）技能操作评价 14
（三）校外实习评价 14
（四）职业资格认证鉴定 14
（五）技能等级证书鉴定 14
十、实施保障
（一）师资队伍 14
（二）教学设施 17
（三）教学资源 18
十一、成果认定置换 21
十二、毕业要求 21
十三、持续发展建议 22
十四、培养方案修订说明
（一）修订情况 22
（二）人才培养方案编委会成员 23

广告艺术设计专业人才培养方案

（适用年级：2021级　　修订时间：　2022年08月 ）

一、专业名称与代码

1. 专业名称：

广告艺术设计

2.专业代码：

550113

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历。

三、修业年限

基本学习年限为 3 年，弹性学制范围 2-5 年。

四、职业面向

本专业毕业生主要面向商务服务类企业(广告设计策划公司、会展会务公司、新媒体运营、文创策划等) 、政府或公益机构(博物馆、美术馆、文化服务中心)等单位从事设计活动及相关设计活动与广告策划和组织及相应服务与管理工作) 。

本专业职业面向如表 1 所示。

表1　职业面向

所属专业大类	所属专业类（代码）	主要行业（代码）	主要职业类别（代码）	主要岗位群技术领域举例	主要职业岗位分析	职业资格（职业技能等级）证书举例
文化艺术大类（55）	艺术设计类（5501）	广告业（725） 文化艺术业（88） 广播、电视、电影和录音制作业（87）	广告设计师（4-08-08-08） 全媒体运营师（4-13-01-05） 视觉传达设计人员（2-09-06-01）	广告设计 数字艺术设计 包装设计 视觉艺术设计 短视频制作运营 融媒体内容设计	**广告设计师**：针对市场品牌，提出符合策略，构建**品牌视觉体系**；把控**广告整体风格及视觉呈现** **数字交互设计师：根据用户体验设计流程，完成包括需求分析、角色场景及交互设计等工作。** **全媒体运营师：综合利用各种媒介技术和渠道，采用数据分析、创意策划等方式**，从事对信息进行加工、匹配、分发、传播、反馈等工作的人员. **广告优化师**：了解客户的投放需求及营销目标，提供针对性的**精准营销广告投放方案**，对广告投放效果数据进行跟踪及效果分析	**广告设计；** **全媒体、融媒体运营；** **数字交互设计；** 包装设计；

五、培养目标

（一）目标定位

广告艺术设计专业瞄准“中国制造2025”和乡村振兴国家战略，紧抓成渝地区双城经济圈建设机遇，围绕数字创意产业中高端发展需求，对接重庆数字创意

产业链，面向**设计服务和文化旅游**两大领域，坚持立德树人为根本、三全育人为抓手、内涵建设为引领，加强劳动教育，推进课程思政，实施“**德技融合、校企融合、分层融合、专创融合**”四融合设计人才培养模式。人才培养标准对接数字创意设计，面向**广告设计师、广告优化师、数字交互设计师**、全媒体运营师、包装设计师等职业群（或技术技能领域）；能够从事**数字交互设计、广告优化、全媒体及融媒体内容设计**制作、视觉艺术设计、包装设计、短视频制作运营等工作，适应产业转型升级和企业技术创新需要的**高素质技术技能人才**。

（二）目标内容

培养目标1：培养具有德智体美劳全面发展的设计人才；

培养目标2：培养具有广告基本理论与专业基础、专业素养的设计人才；

培养目标3：培养具有**设计创意能力**和手绘能力的设计人才；

培养目标4：培养具有独立完成设计项目能力的专业设计人才；

培养目标5：培养具有对广告印刷工艺进行创造运用的设计人才；

培养目标6：培养具有较强艺术设计鉴赏能力的设计人才；

培养目标7：培养具有较强**数字广告设计、制作、运营能力**的设计人才。

六、培养规格

与企业深度合作，建立**混合制两江数字经济产业学院**，坚持校企共同研究制定人才培养方案的“双元育人”模式，教学与生产双轨并行，本专业人才培养规格由“职业素养、通用能力、专业知识、技术技能”四个方面组成。其培养规格与培养目标对应关系矩阵图如表2所示。

（一）职业素养

广告艺术设计专业人才具有的职业素养由价值观、职业规范、身心健康、创新思维四个方面组成。

1.1 养成牢固树立对中国特色社会主义的思想认同、政治认同、理论认同和情感认同，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**；

1.2 树立良好的**专业精神、职业精神和工匠精神**，履行道德标准和行为规范，具有**社会责任感和社会参与意识**；

1.3 形成良好的艺术修养和审美情趣；

1.4 具有创新创业思维、职业生涯规划意识与以人为本的设计理念。

（二）通用能力

广告艺术设计专业人才具有的通用能力由人文社会科学、收集分析处理数据、团队交流与合作、解决技术问题、终身发展等方面组成；

2.1 具有有效的与客户进行沟通交流、并能准确陈述自己方案设计的能力；

2.2 具有积极做事、团队合作的能力；

2.3 具有运用信息化手段查阅专业技术资料的能力；

2.4 具有参与广告设计**全案策划、设计、投放、运行和维护**的能力；

2.5 具有**用户与市场调研、信息分类与处理**能力；

2.6 具有**数字化设计技术手段**的综合应用能力。

（三）专业知识

广告艺术设计专业人才具备的专业知识由创意思维、设计语言、设计形式、设计表达、设计综合等方面的专业知识组成。

3.1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**；

3.2熟悉广告法律法规知识、**数字创意产业、广告行业最新的相关企业行业标准、国家标准**和国际标准；

3.3掌握广告设计造型语言、审美知识、设计综合知识；

3.4掌握**创意思维、设计制作、设计表达**的综合应用知识；

3.5掌握广告项目设计后期制作与印刷工艺制作流程知识；

3.6掌握不同广告设计中的风格、方法与技巧的运用的知识；

3.7掌握**数字媒体下的互动技术、广告发布技巧和评估**的方法。

（四）技术技能

广告艺术设计专业人才具有的技术技能能力由手绘技能、设计软件操作技能、数字摄影技能、全媒体技术运用技能、**数字广告设计技能**、项目方案设计与推广技能等6个方面的技术技能组成。

4.1具备运用手绘方式绘制设计方案所需素材的技能；

4.2具备运用Photoshop、Adobe Illustrator、CorelDRAW、Premiere、C4D、Hbuilder等设计软件执行广告设计方案效果图的技能；

4.3具备数字摄影、数字摄像及视频剪辑能力；

4.4具备**全媒体及融媒体信息内容加工、数据分析、信息载体营销**的能力；

4.5具备在互联网+思维下运把握不同**数字互动广告媒体特点**完成传统广告设计、**数字广告设计、界面设计、数字交互设计**的能力；

4.6具有运用各种设计原理方法对广告方案进行合理执行的技能。

表2 培养规格与培养目标对应关系矩阵图

培养目标 / 培养规格		培养目标-1	培养目标-2	培养目标-3	培养目标-4	培养目标-5	培养目标-6	培养目标-7
培养规格-1 职业素养	1.1	√						
	1.2	√						
	1.3	√					√	
	1.4	√	√					
培养规格-2	2.1	√						

	2.2	√						
	2.3	√						
	2.4		√		√	√		√
	2.5		√					
	2.6							√
培养规格-3 专业知识	3.1	√						
	3.2		√					
	3.3		√	√			√	
	3.4			√	√			
	3.5					√		
	3.6				√	√	√	
	3.7						√	√
培养规格-4 技术技能	4.1			√				
	4.2		√		√			
	4.3			√	√			
	4.4					√		
	4.5		√	√				√
	4.6							
	4.7				√		√	√

七、课程设置及要求

(一)课程对培养规格的支撑

广告艺术设计专业课程由公共基础课程和专业（技能）课程组成，采取“平台+模块”结构体系。本专业平台课程包含公共基础平台课程和专业基础平台课程，模块课程包含公共选修模块课程、素质拓展模块课程、专业核心模块课程和专业拓展模块课程。其课程与培养规格的对应关系矩阵图见表3所示。

表3 课程与培养规格对应关系支撑矩阵图

培养规格 / 课程名称	职业素养				通用能力						专业知识							技术技能					
	1.1	1.2	1.3	1.4	2.1	2.2	2.3	2.4	2.5	2.6	3.1	3.2	3.3	3.4	3.5	3.6	3.7	4.1	4.2	4.3	4.4	4.5	4.6
思想道德与法治	H																						
大学生心理健康教育			H																				
劳动教育				H																			
形势与政策	H																						
大学英语					H																		
大学美育			H																				
体育			H																				
毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	H																						
习近平新时代中国特色社会主义思想	H																						
创新创业教育				H																			
应用文写作			H																				
演讲与口才			H																				
职业发展规划				H																			
大学生安全教育			H																				
人工智能与信息社会							H																
就业指导						M					H												

国家安全教育						H						M											
军事课						M					H												
Photoshop计算机辅助设计											M										H		
数字绘画设计基础						M					H								H				
摄影基础			M								M									H			
专业导论（设）	H	M		L							L												
CorelDraw计算机辅助设计											M										H		
设计概论			H																				L
Illustrator计算机辅助设计											M					H					H		
形式构成			M																				H
校外实习						M	M				H												
短视频制作												M									H	M	
印刷工艺与设计			M				L				H			H									
广告摄影												H	M	H						H			
图形创意										M		H				M							
职业资格认证实训		H		M							M												
字体与版式设计											M					L						H	
生产项目实训1					M	M													M		H	M	M
数字广告设计与制作	L				M	H			M	H	M	L		H			H					M	H
包装设计					M								H	M									
企业形象设计					M							M			H								H
广告专题策划				M		M							M	H									
全媒体产品设计运营												M		H								H	
传统技艺			M								H												
校外实习2						M	M				H												
生产项目实训2					M														M		H	M	M
生产项目实训3					M												H		M		H	M	M
生产项目实训4					M														M		H	M	M
生产项目实训5					M												H		M		H	M	M
岗位实习（设）	L	H	H	H	M	M	M	M			M	M							M		H	M	M
岗位实习									M				M								H		

注解：1.根据课程对培养规格的支撑度，可划分为高支撑（H）、中支撑（M）和低支撑（L）。

2.每门课程至少对1项培养规格形成高支撑，或对多项培养规格形成中支撑。

3.每项培养规格至少有一门课程对其形成高支撑。

（二）平台课程

1.公共基础平台课程

根据国家有关文件规定，将毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概述、习近平新时代中国特色社会主义思想、思想道德修养与法律基础、大学生心理健康教育、劳动教育、形势与政策、创新创业教育、职业生涯规划与就业指导、大学生安全教育、大学英语、大学美育、大学生国家安全教育、人工智能与信息技术列入公共必修课程，将军事课列为认识实习。其具体课程内容见表4。

表4 公共基础平台内容和教学要求

序号	课程名称	主要教学内容	参考学时	学分
1	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、以中国化的马克思主义为主题、以马克思主义中国化最新成果为重点，集中阐述马克思主义中国化各阶段理论成果的主要内容、精神实质、历史地位和指导意义相关内容。	32	2
2	思想道德修养与法律基础	本课程针对大学生成长过程中面临的思想道德和法律问题，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，引导大学生提高思想道德素质和法治素养，成长为自觉担当民族复兴大任的时代新人。	48	3
3	形势与政策	本课程根据中宣部、教育部下发的当期“形势与政策的教育教学要点”，形势与政策的基本理论和基础知识，即马克思主义的形势与政策观、科学地分析形势与政策的方法论、形势发展变化的规律、政策的产生发展及本质特征等基础知识。每学期选择确定4个专题开展教学。	40	1
4	习近平新时代中国特色社会主义思想	本课程旨在指导学生从整体上把握习近平新时代中国特色社会主义思想，系统学习这一思想的基本内容、理论体系、时代价值与历史意义，更好把握中国特色社会主义的理论精髓与实践要义，自觉投身到建设新时代中国特色社会主义的伟大历史进程中去。	48	3
5	劳动教育	本课程应充分发挥劳动的综合育人功能，让大学生了解劳动教育的历史发展和演变，培养学生对劳动精神、工匠精神、劳模精神内涵的理解，感受大国工匠的专注、奉献、进取、执着，中外著名教育家对劳动的论述，历史上著名的劳动模范的典型事迹等，引导学生树立正确的劳动价值观，热爱劳动、尊重劳动。	16	1
6	大学生心理健康教育	本课程主要介绍大学生心理健康知识、传授心理调适方法和解析异常心理现象。根据大学生的特点，具体包含这样几个内容：心理健康观、大学生自我意识与人格发展、大学生人际交往心理、大学生恋爱及性心理、大学生情绪调适与挫折应对、大学生生命教育与危机应对等内容。	32	2
7	创新创业教育	本课程根据大学生创新创业教育的人才培养目标的需求，为了更好地促进大学生自主创业，开发学生创业潜力，在内容上紧紧围绕学生创新意识的培养和创新思维的训练、创业能力的提升。主要有国家战略和科学素养、创新思维训练、创业项目的选择、创业团队的组建和创业计	24	1.5

		划书的编写等内容。		
8	职业发展规划	职业生涯规划。	16	1
9	就业指导	课程概论及就业形势政策; 求职过程指导; 就业权益保护职业适应。	16	1
10	大学生安全教育	安全基本知识，安全问题相关的法律法规和校纪校规，安全问题所包含的基本内容，安全问题的社会、校园环境；安全信息、相关的安全问题分类知识以及安全保障的基本知识。	32	2
11	体育	体育理论、身体素质提高练习、大学生体质健康标准项目测试、体育选项学习（篮球、足球、排球、乒乓球、羽毛球、网球、游泳、健美操、瑜伽、跆拳道等项目）	108	2
12	军事课	军事理论，队列训练，应急演练、军体拳，阅兵式，分列式。	148	4
13	应用文写作	大学语文课文赏析、应用写作公文及文书讲解。	20	1.5
14	演讲与口才	演讲与口才实践训练。	20	1.5
15	大学英语	英语基本语法，学生的听说能力和交际能力，英语阅读能力，英语基本写作。	96	6
16	大学美育	综合艺术理论。	32	2
17	大学计算机基础	计算机基础知识、操作系统基本操作、office办公软件的基本操作、计算机网络基础知识、人工智能基础知识。	24	1.5
18	大学生国家安全教育	践行总体国家安全观、系统掌握总体国家安全观的内涵和精神实质，理解中国特色国家安全体系，树立国家安全底线思维，将国家安全意识转化为自觉行动，强化责任担当。	16	1

2.专业基础平台课程

表5 专业基础平台课程内容和教学要求

序号	课程名称	主要教学内容	参考学时	学分
1	专业导论(设)	通过本课程学习，学生能了解专业课程学习的目标，对职业道德工匠精神有清晰的认识，对职业规划专业素养有明确的概念。	16	1
2	Photoshop计算机辅助设计	通过本课程学习，学生能了解Photoshop的基本工具运用；掌握Photoshop绘制广告外彩色平面图、效果图后期处理；学生能熟练运用软件进行绘图及排版。	56	3.5
3	数字绘画设计基础	通过本课程学习，学生能了解结构素描在产品设计中的作用；掌握结构素描的方法；学生能熟练运用结构素描分析产品形态结构。	64	4

4	摄影基础	通过本课程学习，学生能了解摄影基础在广告设计中的作用；掌握色彩配色知识；学生能熟练运用摄影手段为广告摄影中的基础技巧。	32	2
5	CorelDraw 计算机辅助设计	通过本课程学习，学生能了解 CorelDRAW的基础知识，与 Photoshop不同用途，基本工具运用；掌握 CorelDRAW绘制广告平面图、排版等内容；学生能熟练运用软件进行设计和排版。	56	3.5
6	设计美学概论	通过本课程学习，学生能掌握艺术与设计的异同，生活的世界与人性化设计、人的需要与产品的功能、审美的起源与形式感的形成、审美的起源与形式感的形成、协调设计与生活的关系。	32	2
7	Illustrator计算机辅助设计	通过本课程学习，学生能掌握 Illustrator软件的基本工具的运用，并结合具体广告设计图纸案例进行讲解，学会用绘图软件绘制效果图，并能掌握广告画面构成方法与技巧。	40	2.5
8	形式构成	通过本课程学习，学生能掌握三维设计的构成知识和方法，提高艺术的感受力，判断力与理性的逻辑能力，最终将体积、空间、结构等知识以最佳方式应用到建筑与环境、产品造型设计、平面广告设计等设计应用领域。	64	4
9	图形创意	通过本课程学习，学生能图形创意课程是广告艺术设计专业的重要专业课之一，是一门涉及字体版式、印刷工艺、图形插画、美术编辑、手工制作等学科知识综合性很强的课程。掌握每种设计知识与形式构成关系知识运用等内容。	56	4

（三）模块课程

1.公共选修模块课程

公共选修模块课程方向主要集中在中华优秀传统文化、文学艺术与美育类、历史文化类、人工智能与科学技术等方面。任选课学生主要利用通识课程平台进行学习，每名学生在校期间必须完成不低于16个学分。标注有*的走近中华优秀传统文化（必选）、大学美育（必选）、四史（必选），人工智能、大数据、智能制造为公共限选课程。其中，走近中华优秀传统文化、大学美育、四史为必选课程。各专业根据实际情况，在人工智能、大数据、智能制造中再选择一门为必选课。

表6 公共选修模块课程内容和教学要求

序号	课程名称	主要教学内容	参考学时	学分
1	*走近中华优秀传统文化	了解中华优秀传统文化	36	2
2	*大学美育	美育类课程	36	2
3	*四史	党史、新中国史、改革开放史、社会主义发展史	36	2
4	*人工智能	人工智能概论、发展趋势	36	2
5	*大数据	大数据	36	2
6	*智能制造	智能制造发展趋势	36	2

2. 专业核心模块课程

表7 专业核心模块课程内容和教学要求

序号	课程名称	主要教学内容	参考学时	学分
1	字体与版式设计	通过本课程学习，学生能熟练掌握字体与版式设计的一般规律和方法；能正确使用字体与版式设计方法技巧；掌握不同设计媒体字体与版式设计的特殊规律和技巧；熟练掌握字体与版式设计的规范与方法。	80	5
2	包装设计	通过本课程学习，学生能熟悉包装设计的基本概念，掌握包装设计基本方法，具备包装设计能力，熟悉包装设计软件操作的过程，掌握包装设计效果图制作的基本规范。掌握各种包装设计技巧，能够快速地完成包装设计工作。	64	4
3	企业形象设计	通过本课程学习，学生能了解企业形象设计的概念、内容范围、作用意义、企业形象设计发展史、通过企业形象设计案例资料分析优秀设计，让学生认识优秀的企业形象设计、好的设计比赛、设计网站、设计书籍等资料；掌握企业形象设计方法与技巧。	64	4
4	数字广告设计与制作	通过本课程学习，学生能对数字整合营销系统的理论、大数据特点和互联网创意思维进行掌握，结合当下数字广告案例的指导，具备数字广告创意、设计表现和互动技术的技术技能，最终通过数字媒体进行传播和体验。并结合校企合作项目、产业学院课题等进行数字互动广告实践，深入了解数字互动广告公司创意流程和人员架构和创作表现过程，包括互联网广告思维、大数据分析、数字品牌策略分析、用户网络行为、创意概念提取、创意互动技术、设计表现、广告推广	64	4

		等环节。		
5	全媒体产品设计运营	通过本课程学习，学生能熟悉全媒体产品设计运营的基本概念，掌握全媒体产品设计运营基本方法，具备全媒体产品设计运营设计能力，熟悉全媒体产品设计运营软件操作的过程，掌握全媒体产品设计运营效果图制作的基本规范。掌握各种全媒体产品设计运营技巧，能够快速地完成全媒体产品设计运营工作内容。	72	4.5

3. 专业拓展模块课程

表8 专业拓展模块课程内容和教学要求

序号	课程名称	主要教学内容	参考学时	学分
1	广告专题策划	通过本课程学习，使学生掌握广告专题策划概念、方法，为以后的广告设计策划工作加深专业学习打下良好的基础：了解广告专题策划方法的规律与特点；掌握广告专题策划技巧；培养学生广告专题策划的能力。	56	3
2	三维软件基础	本课程通过三维作品赏析、三维造型方法学习对三维软件全方位的了解与学习，主要内容包括 3Dmax 软件中模型、贴图、材质、灯光、渲染等流程的具体操作与相应的案例制作。	56	3
3	印刷工艺与设计	通过本课程学习，使学生掌握印刷工艺与设计的基本工艺的运用并结合具体项目设计要求，学会用印刷工艺与设计方案的最终效果呈现，并能掌握印刷工艺与设计方法与技巧。	64	4
4	生产项目实训1	本课内容由企业导师指导学生完成，主要对前期的品牌形象设计进行综合性运用，从软件执行技术和艺术审美两方面提升学生能力，详细讲解由技术设计、创意设计到项目实施的整个过程，可以让初期设计从业人员系统全面了解该行业的必备知识。	28	1.5
5	生产项目实训2	本课程重点讲解H5、VR等交互产品策划方案、视觉设计表现手法及第三方交互设计平台操作。由企业导师指导学生完成。培养学生新媒体互动类广告设计与制作能力。	56	3
6	生产项目实训3	本课程主要围绕毕业设计展开，通过真实项目进行设计训练，培养学生在真实的项目学习中，树立以人为核心的主导思想，去发现问题、分析问题、解决问题，鼓励学生去创造，用新的思维去认知与表达；全面掌握一个完整的广告设计案例的执行实施过程和培养学生独立自主的专业学习能力。	168	10.5

7	传统技艺	通过本课程学习，使学生掌握与广告艺术设计相关的技术与艺术《蜡染》、《陶艺制作》、《艺术剪纸》等传统技艺。	40	2.5
8	生产项目实训4	本课程主要围绕岗前培训开展实践学习。同时企业导师围绕毕业设计对学生进行综合能力的培养。包括利用全媒体技术对于毕业设计产品拍摄成果进行后期处理、制作，目的是达到商业型项目的短视频效果，利用前期新媒体平台进行推广等，培养学生对所学知识的综合运用能力。鼓励学生创新思维，为广告设计工作岗位做好相应的前期准备。	56	3.5
9	生产项目实训5	本课程主要是通过跟岗实习让学生深入了解就业岗位对各种能力的要求。企业导师指导学生完成企业项目，引导学生熟悉工作流程及评定成果方式。为学生后期的就业打下坚实的基础。	56	3.5
10	广告摄影	本课程是广告艺术设计专业技法表现的重要专业课之一，是一门涉及创意、形式构成、广告、摄影技巧、摄影方法等学科知识综合性很强的课程。掌握每种广告摄影的知识运用等内容。	56	3.5

（四）实践教学模块

表9 实践环节

序号	环节名称	学期	周数	学分
1	校外实习	2	2	3
2	职业资格认证实训	3	1	1.5
3	校外实习2	4	1	1.5
4	岗位实习 (设)	5、6	25	8
5	生产项目实训1	3	1	1.5
6	生产项目实训2	4	2	3
7	生产项目实训3	5	6	10.5
8	生产项目实训4	5	2	3.5
9	生产项目实训5	5	2	3.5

八、教学进程总体安排

（一）教学进程安排

广告艺术设计专业教学进程见表10。

表10 教学进度安排表

课程性质及属性		序号	课程代码	课程名称	课程类型	计划内学时数				开课学期及周课时						考核形式
						学分	总学时	理论学时	实践学时	1	2	3	4	5	6	
基础	必修	1	02110006	思想道德修养与法律基础	A 类	3	48	48	0	4						考试

		2	02110012	大学生心理健康教育	A 类	1	28	28	0	2						考查
		3	02110023	劳动教育	A 类	1	16	16	0	2						考查
		4	002119	形势与政策 1	A 类	0.2	8	8	0	2						考查
		5	02120003	大学英语 1	A 类	3	48	48	0	4						考试
		6	02120011	体育 1	C 类	2.5	36	0	36	2						考查
		7	02120002	军事课	C 类	4				+2	—					考查
		8	02110007	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	A 类	4	64	64	0		4					考试
		9	02110008	习近平新时代中国特色社会主义思想	A 类	1	16	16	0		2					考查
		10	02110010	形势与政策 2	A 类	0.2	8	8	0		2					考查
		11	02110011	创新创业教育	A 类	1.5	24	24	0		2					考查
		12	02120004	大学英语 2	A 类	3	48	48	0		4					考试
		13	02120008	体育 2	C 类	2.5	36	36	0		2					考查
		14	02120010	大学语文	A 类	3	40	40	0		4					考查
		15	02110001	形势与政策 3	A 类	0.2	8	8	0			2				考查
		16	02120001	体育 3	C 类	2	36	36	0			2				考查
		17	01130002	大学生安全教育	A 类	2	32	32	0			2				考查
		18	02200001	职业发展规划与就业指导	A 类	2	32	32	0				2			考查
		19	02110002	形势与政策 4	A 类	0.2	8	8	0				2			考查
		20	01130004	信息技术与人工智能	A 类	1.5	24	24	0					2		考查
		21	02110003	形势与政策 5	A 类	0.2	8	8	0					2		考查
		22	01130062	大学生国家安全教育	A 类	1	16	16	0					2		考查
	小计					39	584	548	36							
专业基础平台	必修	1	02200055	photoshop	B 类	3.5	56	28	28	8						考试
		2	02200186	设计素描	B 类	2.5	40	20	20	8						考试
		3	02200185	专业导论（设）	B 类	1	16	8	8	2						考查
		4	02200058	CorelDraw 图形处理技术	B 类	3.5	56	28	28		8					考试
		5	02200181	Illustrator 软件应用技术	B 类	2.5	40	20	20		8					考查
		6	02200061	形式构成	B 类	4	64	32	32		8					考试
	选修	7	02200188	设计色彩	B 类	2	32	16	16	8						考查
		8	02200059	设计美学概论	B 类	2.5	40	20	20		4					考查
		9	02060002	图形创意	B 类	3	48	24	24			8				考查
	小计					24.5	392	196	196							
专业核心	必修	1	02200098	字体与版式设计	B 类	5	80	40	40			8				考试
		2	02200106	书籍装帧	B 类	4	64	32	32			8				考试
		3	02200116	包装设计*	B 类	4	64	32	32				8			考试
		4	02200118	企业形象设计	B 类	4	64	32	32				8			考查
		5	02200115	数字广告设计与制作*	B 类	4	64	28	36				8			考试
		6	02200187	全媒体产品设计运营*	B 类	4.5	72	36	36				8			考试
	小计					25.5	408	200	208							
专业拓展	必修	1	02200108	广告专题策划*	B 类	3	48	24	24				8			考查
		2	02200103	影视广告	B 类	3.5	56	28	28			8				考试
		3	022099	生产项目实训 1	C 类	1.5	28	0	28			28				考试

		4	02200111	生产项目实训 2	C 类	3	56	0	56				28			考试
		5	02200112	生产项目实训 3	C 类	10.5	168	0	168					28		考试
		6	02200113	生产项目实训 4	C 类	3.5	56	0	56					28		考试
		7	02200114	生产项目实训 5	C 类	3.5	56	0	56					28		考试
	选修	1	02200117	广告摄影	B 类	3	48	24	24			8				考查
		2	02200119	三维软件基础	B 类	3	48	24	24			6				考查
		3	02060008	传统技艺	B 类	2.5	40	20	20				4			考查
		4	新增	Adobe premiere 视频编辑	B 类	3	48	24	24				6			考查
	小计					40	652	144	508							
实习	认识实习	1	02200067	校外实习	C 类	3	56	0	56		28					考查
	跟岗实习	2	02200032	校外实习 2	C 类	1.5	28	0	28				28			考查
		3	02200031	职业资格认证实训*	C 类	1.5	28	0	28			28				考查
	顶岗实习	4	02200033	顶岗实习（设）	C 类	8	500	0	500					28	28	考查
	小计					14	612	0	612							

注解： 1.课程代码以学校自行编制为准；2.课程类型分为A、B、C类课程，其中A类为纯理论课程，B类为理论+实践课程，C类为纯实践课程；3.课证融通课程*标明。

（二）课程结构与学时安排

广告艺术设计专业总课时2648(含教务处网课),总学分159(含公共选修课16 学分) 见表11广告艺术设计课程结构与学时安排。

表11 广告艺术设计课程结构与学时安排

课程类别 \ 分配情况		性质	课程门数	学时分配				学分分配	占总学分比例
				理论课时	实践课时	小计	占总学时比例		
公共基础平台		必修	22	584	36	584	22 9%	39	24 4%
专业(技能)课	专业基础平台	必修	6	136	136	272	10.2%	17	10.6%
		选修	3	60	60	120	4.5%	7.5	4.7%
	专业核心模块	必修	6	200	208	416	15.6%	25.5	16.3%
	专业拓展模块	必修	7	52	416	468	17.6%	28.5	17.8%
		选修	4	92	92	184	6.9%	11.5	7.2%
认识、跟岗实习			6	0	112	112	4.2%	6	3.7%
毕业设计（论文）			1	0	500	500	18.8	8	5%
总学时		必修	45	940	1412	2352	88.5%	124	78%
		选修（不含公共选修课）	7	152	152	304	11.4%	19	11.9%

九、考核评价

本专业采用现代学徒制，工学结合，兼具教学特征和工作特征，在课程考核和评价上综合考虑教学目标和项目生产需求，采用定量与定性评价相结合，过程、结果、增值性考核相结合的全程式考核评价方法。在课程教学中通常涉及到以下四种鉴定范围：

（一）知识评价

知识鉴定是针对能力标准中知识点为主的鉴定。鉴定方式采用书面问卷、口头问卷等由专业教师承担完成。

（二）技能操作评价

技能操作鉴定是针对能力标准中的实作指标所完成的工作任务鉴定。主要考查学生收集和分析信息、交流想法和信息、计划和组织活动、团队工作、解决问题、运用数学思想和方法、运用技术的关键能力。鉴定方式采用工作场所观察、模拟角色扮演项目工作或工作任务等，由具有相应国家职业资格或行业资格的专兼职教师承担完成。

（三）校外实习评价

校外实习鉴定是指学习者在校外实习和顶岗实习期间，由企业的技术人员按照工作绩效对学生的出勤、职业素养、任务技能、团队协作等考核内容进行鉴定。鉴定方式采用工作场所观察、第三方报告等，由企业指导老师承担完成。

（四）职业资格认证鉴定

职业资格认证鉴定是针对职业资格认证培训，按照国家技能鉴定方式执行，由具有相应或高于被鉴定职业资格的专职教师或企业教师承担完成。

（五）技能等级证书鉴定

技能等级证书鉴定按照证书认证培训要求，由具有相应或高于技能等级证书资格的学校核心教师和企业核心教师承担完成。

十、实施保障

（一）师资队伍

教学团队基本具备本专业研究生以上学历，并接受过职业教育教学方法论的培训。从事实践教学的主讲教师具备广告创意策划等实践工作经验，具备独立开发基于工作过程课程的能力；通过人才引进、聘请兼职教师等手段，增加师资数量；通过教师职业能力和职业技能培训，提高师资队伍的“双师”素质，形成了合理的“双师”结构；通过到企业顶岗实践、指导学生生产性实训、参加实践、技能大赛等途径，提高了专业教师的职业能力；邀请实践能力强的企业行业技术骨干承担实践性教学，指导顶岗实习、参与课程建设等人才培养全过程。

1.专兼职教师数量、结构

（1）师生比。数字媒体艺术专业依托广告艺术设计专业学生195人，专任教师10人，师生比为1：19.5。

（2）专兼职教师比。教学团队专兼职教师比例1：0.8。在专任教师10人中，有1名专业带头人，6名骨干教师；在兼职教师中有高级技师7人。

（3）学历结构。教学团队专任教师中，硕士以上学位10人，博士2人，硕士以上人数占比100%，博士人数占比20.00%。

（4）职称结构。教学团队专任教师中，高级职称7人，中级职称3人，初级职称0人。

（5）教学团队中专任教师50岁以上0人， 40-50岁7人，30-40岁3人，30岁以下0人。

（6）双师型教师。教学团队专任教师中，双师型教师9人，双师型教师占比90.00%。

2.专兼职教师素质

根据《深化新时代职业教育“双师型”教师队伍建设改革实施方案》精神和广告设计岗位人才标准，广告艺术设计专业专兼职教师素质能力要求见表 12 。

表12 广告艺术设计专业专兼职教师素质能力要求

教师类型	素质要求	能力要求
专任教师	具备爱国守法、爱岗敬业、关爱学生、教书育人、为人师表、终身学习等素质。	1. 具备对通识性教育、课程教学、素养教育等专业知识； 2. 具备教学设计 、教学实施、教学管理能力 3. 具备社会服务和科研能力。
兼职教授	具备爱国守法、爱岗敬业、关爱学生、教书育人、为人师表、终身学习等素质。	1. 具备较强的专业技能； 2. 具备教学设计 、教学实施、教学管理能力

3. 职业能力课程任课教师资格

具有相应职业资格证书、受过技能培训的专职教师基本情况见表13。受过职业教学能力培训的企业技术人员、能工巧匠。专兼职教师的基本情况见表14。

表13 专职教师的基本情况表

序号	姓名	学历	职称	职业资格	行业经历	主要承担课程
1	唐春妮	硕士	教授	高级商业美术设计师	有	专业导论、数字绘画、图形创意、社交媒体营销、数字创意形象设计、UI设计、文创产品专题设计、包装设计
2	李 兰	硕士	教授	高级广告设计师	有	专业导论、数字媒体概论、版式设计、数字广告设计（数字影像方向）、文创产品专题设计、数字文创设计
3	张 文	硕士	副教授	高级网络设计师	有	数字图形图像处理、数字媒体概论、新媒体文化与传播、数字广告设计、视频媒体账号设计、数字文创设计、数字广告设计（数字文创方向）
4	何 明	硕士	副教授	高级广告设计师、TAE	有	数字广告设计与制作、设计基础、故事脚本创意、非线性编

				四级		辑、数字影视后期合成、传统技艺制作与传承、UI设计、包装设计
5	张 文（女）	硕士	副教授	高级商业美术设计师	有	数字绘画、设计基础、图形创意、媒介运营与账号管理、数字短片创作、地域文化应用设计、视听语言美学探究
6	汪丹丹	硕士	副教授	TAE 四级	有	版式设计、媒介运营与账号管理、数字广告设计（数字影像方向）、数字影视后期合成、视频媒体账号设计、数字影像编辑与特效、品牌营销与推广
7	陈泓吉	硕士	副教授	商业美术设计师	有	数字摄影与摄像、推文采编与图文整合、影视视听语言、直播间打造与导流、数字影像制片管理、视听语言美学探究
8	郭一可	硕士	助教	在线学习服务师	有	推文采编与图文整合、新媒体文化与传播、非线性编辑、品牌包装策划运营、地域文化应用设计、数字广告设计（数字文创方向）
9	谢雪晴	硕士	讲师	全媒体运营师	有	数字广告设计与制作，数字摄影与摄像、数据分析与流量优化、UI界面设计、数字展示策划与设计、品牌营销与推广、文化遗产数字化复原实训
10	李传帅	硕士	讲师	网络工程服务师	有	数字广告设计与制作、影视视听语言、数据分析与流量优化、直播间打造与导流、三维模型制作、三维动画设计与制作、虚拟场景制作

表14 企业兼职教师基本情况

序号	姓名	性别	单位	职称/职务	主要承担任务
1	陈明明	男	重庆华龙网	高级商务策划师	数字宣传片制作实训、车载HMI界面设计实训、交互产品设计、交互产品设计
2	杨 莉	女	重庆华龙网	高级商务策划师	故事脚本创意、数字宣传片制作实训、地域数字文创专题设计
3	田 勇	男	重庆华龙网	高级商务策划师	工业产品广告创作实训、地域数字文创专题设计
4	王建欣	男	重庆华龙网	高级新媒体运营师	全媒体产品设计运营实训、文化遗产数字化复原实训、数字展示策划与设计
5	贺 抒	男	重庆华龙网	高级影视动画师	工业文化遗产传播实训、工业产品广告创作实训（虚拟模型与动态捕捉应用方向）、传统技艺制作与传承

6	党鹏飞	男	重庆华龙网	无	地域数字文创专题设计、车载HMI界面设计实训、数字影像编辑与特效、地域数字文创专题设计
7	张化宇	男	重庆华龙网	高级商务策划师	数字广告设计与制作、品广告创作实训（数字视频策划、摄制与合成方向）、社交媒体营销、全媒体产品设计运营实训
8	彭茂琳	女	重庆剪爱工艺品有限责任公司总经理	二级工艺美术师	工业文化遗产传播实训、传统技艺、品牌营销与推广

（二）教学设施

本专业自2014年以来已建成的校内实训基地—《视觉艺术设计实训室》、《摄影工作室》、《数字绘画工作室》、《虚拟仿真实训室》、《民间工艺展示室》、《全媒体综合实训室》等，这些实训室拥有广告艺术设计专业的创意设计、数字手绘制作、数字图像输入输出等多项先进设备，能够胜任广告艺术设计设 计专业需要的教学与实训。**2020年与校企共建两江数字经济产业学院，集科研与教学一体，设有项目生产中心、工匠工坊、路演厅、洽谈室、交流学习区等，配备行业内高精尖设备，对接企业真实项目，新增数字媒体实训室两间、数字手绘实训室1间、全媒体内容创作中心2间，2021年新建多功能虚拟主播系统、高清摄像技术创新实训室、短视频创作运营工作室等。**

1. 教室

拥有理实一体化教室多间，其教室位置、配置标准、教室功能详见表15。

表15 教室配置与要求

序号	教室名称	配置标准	完成的理论环节教学
1	多媒体教室	达到高职院校授课统一配置标准	进行多媒体讲授及案例展示
2	虚拟展示教室	达到高职院校授课统一配置标准	专业设计作品展示
3	包装设计工作室	达到高职院校授课统一配置标准	包装设计集训及其作品展示
4	画室	达到高职院校授课统一配置标准	专业基础绘画实训与展示
5	民间工艺展示室	达到高职院校授课统一配置标准	传统技艺实训及其展示

2. 校内实训条件配置与要求

广告艺术设计专业校内实训条件配置与要求见表16；外实习基地见表17。

表16 校内实训条件配置与要求

序号	实验室名称	主要教学设置设备要求	配置标准	完成的实践教学环节	备注
1	虚拟数字仿真	图形工作站、虚拟仿	24寸液晶4核台式电脑40套、虚拟仿真VR一体	Illustrator计算机辅助设计、CorelDraw图	

	实训室	真VR一体化展示大屏、VR眼镜	化展示大屏1台，高亮投影仪和红外交互电子白板各两套	形处理技术、photoshop、3Dmax等课程所需设计教学实践	
2	高清摄影摄像技术创新实训室	摄影基础、短视频制作	摄影机、照相机、静物拍摄台、闪光灯、触发器、支架、天花路轨、背景布、电动背景架、UV镜	高清摄像实训、在线直播实训	
3	数字手绘实训室	专业数位板30台	专业数位板30台等	图形创意、数字广告设计、书籍装帧、包装设计等课程的实践环节	
4	数字创意设计实训室	方案设计、综合案例设计、仿真项目演练、真实项目制作	高性能3D运算台式机20台、图像处理机两台、服务器1台、专用打印机3台、配套计算机8台等。	数字广告设计、产品包装技能大赛、广告艺术设计大赛、数字设计大赛的学赛训课程的实践教学。	
5	民间工艺研究中心	工作台、展示台	大型工作操作台一张、多媒体设备、打印机一台、数字资源 2T等	完成毕业设计的方案设计、讨论、修改等课程的教学实践。	
6	全媒体内容创作中心	全媒体综合实训系统、融媒体数据分析系统、图形工作站	全媒体综合实训服务器3台、高配机图形工作站20台、教学数字展示大屏5台	数字广告设计与制作、全媒体产品设计运营	

表17　校外实践基地

序号	基地名称	企业名称	主要实践条件要求	完成的实践教学环节	备注
1	华龙网互联网产业学院	重庆华龙网集团股份有限公司	能满足大部分室内专业学生创新创业平台	创新创业实践课、真实项目引入课堂教学中	
2	重庆渝北区广告协会	重庆渝北区广告协会	集聚多家广告设计有限公司能满足上百个实习生实习	顶岗实习、社会实践设计制作	
3	曼恒数字虚拟现实基地	上海曼恒数字技术有限公司	满足部分课程的数字化虚拟仿真教学资源	生产项目实训、虚拟现实应用设计实训、三维动画设计与制作。	
4	江西婺源写生基地	余地主美术写生基地	校外写生、摄影、采风、社会实践调研	集中国传统元素于一体的古镇，能满足大量学生课程调研	
5	吉首市景森文化写生基地	吉首市景森文化写生基地有限公司	校外写生、摄影、采风、社会实践调研	集中国传统元素于一体的古镇，能满足大量学生课程调研	

（三）教学资源

1. 能力标准

本专业教师共计编写专业教材12本，编写教材围绕广告艺术设计专业核心课程进行开展，并力求教材的内容以工作岗位为导向，知识内容不在于多深奥，而在于适用，适合高职教学使用。

2. 学习教材

优先选用高职教育十三五国家规划教材，禁止不合格的教材进入课堂。根据学校教材选用制度经过规范程序择优选用教材。

表18　专业必修课程教材编写配置一览表

序号	教材名称	出版社
1	数字广告	人民邮电出版社
2	CorelDraw图形处理技术	西南师范大学出版社
3	全媒体产品设计运营	校本特色教材
4	文字图形编辑技术	校本特色教材
5	艺术设计技能提升	校本特色教材
6	人体工程学应用	上海交通大学出版社
7	商业摄影	东方出版中心
8	商业包装设计	机械工业出版社
9	CorelDraw图形处理技术	校本特色教材
10	设计构成	机械工业出版社
11	新媒体技术	江西美术出版社
12	Photoshop	吉林出版社
13	平面设计原理	机械工业出版社

表19 专业（技能）选修课程教材编写配置一览表

序号	教材名称	出版社
1	计算机环境设计表现	重庆大学出版社
2	设计初步	化学工业出版社
3	立体构成	东北大学出版社
4	色彩意象论	重庆大学出版社

3.数字教学资源配置要求

（1）广告资源：学生通过学习优秀广告案例的全流程项目资源，解析广告，累积广告制作、营销思路。

（2）虚拟仿真资源：学生通过虚拟仿真资源学习，认知不同的广告类型及呈现效果、不同场景下模型呈现效果，激发学习兴趣。

（3）数字设计工坊微信公众号：学生通过导生学长分享学习经验、项目制作经验和软件学习小技巧，从多方面了解项目、熟悉项目。

（4）产业学院广告、全媒体、微电影、短视频项目：学生通过体验产业学院已完成的相关项目，明确本专业各课程在广告项目开发中的重要性，使用行业新设备，大大激发学习和工作兴趣。

（5）VR 模型素材库 3DCITY：学生通过下载各类模型资源，积累不同类型模型素材，更好地完成工作任务，亦可为虚拟现实项目制作提供模型素材。

（6）VRBOX 虚拟现实内容平台：面向行业用户的虚拟现实内容平台，学生可通过该平台，了解不同领域、不同行业的 VR 内容，体验不同项目不同的模型制作要求和呈现效果，加深对企业项目需求的理解。

（7）全媒体综合实训平台：平台可提供多种信息载体全渠道的媒体解决方案，全工作场景对图片、视频、图表素材进行灵活处理，并可对内容进行传播分析及浏览行为分析，全面满足全媒体内容生产者的需求。学生通过实训平台的训练，可系统掌握可视化场景交互制作、可视化动画编辑、个性化模板设计、多维度团队协作，一站式生产APP图文、微信图文、网页专题、**交互H5动画内容。**

（8）可视化教学过程数据采集平台：通过数据统计、分析，及时反馈，全过程收集教师教、学生学的行为信息，精准画像，注重学生成长路径，健全评价。

（9）优秀的教学网站推荐：站酷、马蹄网、设计之家、视觉中国、设计师在线、中国摄影网、中华广告网、中国平面设计在线、圆点视线、视觉中国、黑秀网、图片处理教程网、数码资源网、形色主义、pohotoshop教程论坛。

（10）教程类网站：超星学习通、智慧职教、职教云、慕课等。

4. 网络课程

⑴ 广告艺术设计专业国家教学资源库

⑵ 市级产业学院教学资源库

通过这些教学资源，学生可以下载资料，观看教学视频，进行在线学习；通过链接多个知名艺术设计专业网站，为学生的拓宽视野提供了专业平台。

（四）教学方法改革

在广告艺术设计专业教学主要采用了模块化教学形成，分为专业基础教学、专业软件教学、专业能力教学以及专业技术教学。本专业以两江数字产业学院为平台，以立德树人为根本，校企双主体协同育人，运用新发展理念构建“德技融合、校企融合、分层融合、专创融合”的人才培养模式。通从学生、学徒向实践导师、项目经理的晋升通道。横向搭建项目团队,实现校企间人才互融，助力人才的双向循环和产教两栖发展。“德技融合、校企融合、分层融合、专创融合”人才培养模式.

（五）质量管理

建立广告艺术设计专业建设和教学过程质量监控机制、教学管理机制和毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，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，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改，建立健全巡课听课、评教、评学等制度，严明教学纪律和课堂纪律，强化教学组织功能，定期公开课、示范课等教研活动。定期对生源情况、在校生学业水平、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。

专业教研组织以企业专家的眼光审视办学质量,以社会和用人单位的用人标准衡量人才培养水平，充分利用评价分析结果有效改进专业教学，针对人才培养过程中存在的问题，制定诊断与改进措施，持续提高人才培养质量。通过“顶岗实习”、毕业生就业调查等途径，动态跟踪企业的用人需求和新技术发展，从而调整专业人才培养方案，改革教学内容和考核方式，形成开放的人才培养质量评价和反馈机制，如图2所示。

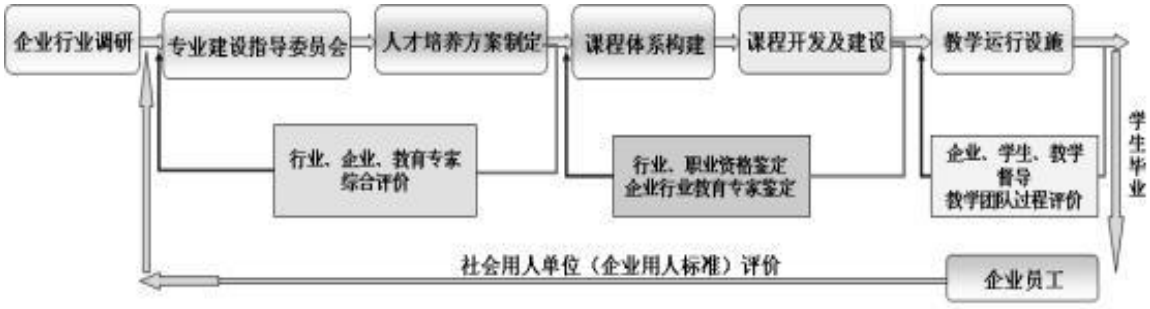

图2 人才培养质量评价和反馈机制

十一、成果认定置换

学分按照模板学分计入国家学分银行，其成果认定置换规定见表20。

表20 成果认定置换

序号	持有证书名称与级别	免修内容	备注
1	数字媒体交互设计（1+X职业技能等级证书）	生产项目实训2	
2	融媒体内容制作（1+X职业技能等级证书）	全媒体产品设计运营	
3	广告设计师	职业资格认证实训	

十二、毕业要求

1.学生毕业时应达到 2656 学时（含教务处网课），必修课程应达到159学分(含公共选修课16学分)。

（1）取得的公共必修课课程达到39学分；公共选修课不低于16学分，专业必修课（含实践课程）达到85学分；专业选修课不低于25学分，实习课14学分。

（2）取得的总学分达到159学分及以上。

（3）所有纪律处分影响期已经解除。

（4）综合素质学分不低于9学分。

2.学生应获得职业资格：广告设计师/数字媒体交互设计/融媒体内容制作。

十三、持续发展建议

可依据国家方针政策的发展加强专业人才培养方案的修订，继续深入调研广告艺术设计工作岗位人才需求，使得专业人才培养与企业接轨，让学生能更好就业。

十四、培养方案修订说明

（一）修订情况

1.修订版本基础

《2020版广告艺术设计专业人才培养方案》

2.修订依据

《国务院关于印发国家职业教育改革实施方案的通知》（国发〔2019〕4号）

《职业教育提质培优行动计划（2020—2023年）》（教职成〔2020〕7号）

《关于在院校实施“学历证书+若干职业技能等级证书”制度试点方案》（教职成（2019）6号）

《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划纲要》

《重庆市教育委员会关于开展高等职业教育专业人才培养质量和课程质量评估工作的通知》

3.修订重点

在课程方面，订了《大学生心理健康教育》学时安排与学分，增设了《大学生国家安全教育》，结合学院专业群双高计划建设和课程思政体系建设新要求，加入《专业导论》基础课，调整了专业必修课与选修课的比例结构、学时安排，确保公共基础课程学时不少于总学时的25%，选修课学时数的比例不少于10%，实践性教学学时占总学时数50%以上；在师资团队方面，调整了企业兼职教师人员安排；在教材方面，更新选用了十三五职业教育国家规划教材；同时，增加了培养规格与培养目标对应关系矩阵图、课程与培养规格对应关系支撑矩阵图，梳理了课程对于人才培养目标的支撑情况。

4.修订工作的实施情况

自修订工作启动以来，编委会成员通过走访相关企业、毕业生线上问卷调查和线下访谈、文献资料搜集等方式进行充分调研，在此基础上，分析专业特色，找准专业定位，明确人才培养目标。聚焦人才的专业关键能力，加入专业导论课

做好课程体系建设，突出第一课堂引导作用，坚决杜绝因人设课的现象。突出学生能力培养，将“双证融通”、专业认证、教材建设、实训教学等工作融入其中。

（二）人才培养方案编委会成员（见表21）

表21 专业人才培养方案编委会成员

编制者	姓名	职务	职称	工作单位	职责分工
学院教师	李兰	设计学院院长	教授	重庆工业职业技术学院设计学院	主审
	刘蘅	设计学院副院长	副教授	重庆工业职业技术学院设计学院	主审
	唐春妮	传媒设计教研室主任	教授	重庆工业职业技术学院设计学院	统筹编制
	何明	广告专业负责人	副教授	重庆工业职业技术学院设计学院	编写
	易军	骨干教师	教授	重庆工业职业技术学院设计学院	参与编写
	汪丹丹	骨干教师	副教授	重庆工业职业技术学院设计学院	参与编写
	张文	骨干教师	副教授	重庆工业职业技术学院设计学院	参与编写
行业企业专家	刘坤	总经理	广告策 划师	重庆飞达文化广告有限公司	参与编制
	范大春	总经理	商业美 术师	重庆凡卡广告有限公司	参与编制
	李阳	设计总监	设计师	成都黑蚁广告有限公司	参与编制
	胡玉东	总经理	设计师 师	FIrsting设计有限公司	参与编制
	梅洹林	插画师	插画师	VANCE潮牌有限公司	参与编制
高校同行	袁恩培	学术带头人	教授	重庆大学	参与编制
	罗力	学科带头人	教授	四川美术学院	参与编制
学生代表	王步云	学生		重庆工业职业技术学院设计学院	交流访谈
	于明浩	学生		重庆工业职业技术学院设计学院	交流访谈

审核：李兰 刘蘅

复审：雷正桥 黄文胜

审定：中共重庆工业职业技术学院委员会

批准执行：重庆工业职业技术学院教学工作（专业建设指导）委员会