

广告艺术设计专业教学标准（高等职业教育专科）

1 概述

为适应科技发展、技术进步对行业生产、建设、管理、服务等领域带来的新变化，顺应广告行业数字化、网络化、智能化发展的新趋势，对接新产业、新业态、新模式下广告设计、广告策划、广告制作、广告摄影（像）等岗位（群）的新要求，不断满足广告行业高质量发展对高素质技能人才的需求，推动职业教育专业升级和数字化改造，提高人才培养质量，遵循推进现代职业教育高质量发展的总体要求，参照国家相关标准编制要求，制订本标准。

专业教学直接决定高素质技能人才培养的质量，专业教学标准是开展专业教学的基本依据。本标准是全国高等职业教育专科广告艺术设计专业教学的基本标准，学校应结合行业实际和自身办学定位，依据本标准制订本校广告艺术设计专业人才培养方案，鼓励高于本标准办出特色。

2 专业名称（专业代码）

广告艺术设计（550113）

3 入学基本要求

中等职业学校毕业、普通高级中学毕业或具备同等学力

4 基本修业年限

三年

5 职业面向

所属专业大类（代码）	文化艺术大类（55）
所属专业类（代码）	艺术设计类（5501）
对应行业（代码）	广告业（725）
主要职业类别（代码）	专业化设计服务人员（4-08-08）
主要岗位（群）或技术领域	广告设计、广告策划、广告制作、广告摄影（像）……
职业类证书	数字媒体交互设计、文创产品数字化设计、界面设计……

6 培养目标

本专业培养能够践行社会主义核心价值观，传承技能文明，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、科学素养、数字素养、职业道德、创新意识，爱岗敬业的职业精神和精益求精的工匠精神，较强的就业创业能力和可持续发展的能力，掌握本

专业知识和技术技能，具备职业综合素质和行动能力，面向广告行业的专业化设计服务人员的广告设计、广告策划、广告制作、广告摄影（像）职业，能够从事品牌识别系统设计、平面广告设计、广告策划与创意、数字广告设计、视频广告设计等工作的高技能人才。

7 培养规格

本专业学生应在系统学习本专业知识和完成有关实习实训基础上，全面提升知识、能力、素质，掌握并实际运用岗位（群）需要的专业核心技术技能，实现德智体美劳全面发展，总体上须达到以下要求：

（1）坚定拥护中国共产党领导和中国特色社会主义制度，以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，践行社会主义核心价值观，具有坚定的理想信念、深厚的爱国情感和中华民族自豪感；

（2）掌握与本专业对应职业活动相关的国家法律、行业规定，掌握绿色生产、环境保护、安全防护、质量管理等相关知识与技能，了解相关行业文化，具有爱岗敬业的职业精神，遵守职业道德准则和行为规范，具备社会责任感 and 担当精神；

（3）掌握支撑本专业学习和可持续发展必备的语文、数学、外语（英语等）、信息技术等文化基础知识，具有良好的人文素养与科学素养，具备职业生涯规划能力；

（4）具有良好的语言表达能力、文字表达能力、沟通合作能力，具有较强的集体意识和团队合作意识，学习 1 门外语并结合本专业加以运用；

（5）掌握平面设计、广告设计等方面的专业基础理论知识，具有用户与市场调研，信息分类以及市场营销、品牌策划与设计制作能力；

（6）具有图形、色彩、标志、字体创意设计与制作能力；

（7）具有数字摄影、数字摄像及视频编辑能力；

（8）具有图像处理、版面编排设计与制作能力；

（9）具有广告法律法规知识及多媒体、融媒体技术等应用能力；

（10）具有一定的应用科学技术和协同创新的能力；

（11）掌握信息技术基础知识，具有适应本行业数字化和智能化发展需求的数字技能；

（12）具有探究学习、终身学习和可持续发展能力，具有整合知识和综合运用知识分析问题和解决问题的能力；

（13）掌握身体运动的基本知识和至少 1 项体育运动技能，达到国家大学生体质健康测试合格标准，养成良好的运动习惯、卫生习惯和行为习惯；具备一定的心理调适能力；

（14）掌握必备的美育知识，具有一定的文化修养、审美能力，形成至少 1 项艺术特长或爱好；

（15）树立正确的劳动观，尊重劳动，热爱劳动，具备与本专业职业发展相适应的劳动素养，弘扬劳模精神、劳动精神、工匠精神，弘扬劳动光荣、技能宝贵、创造伟大的时代风尚。

8 课程设置及学时安排

8.1 课程设置

主要包括公共基础课程和专业课程。

8.1.1 公共基础课程

按照国家有关规定开齐开足公共基础课程。

应将思想政治理论、体育、军事理论与军训、心理健康教育、劳动教育等列为公共基础必修课程。将马克思主义理论类课程、党史国史、中华优秀传统文化、语文、数学、外语、国家安全教育、信息技术、职业发展与就业指导、创新创业教育、艺术设计史、设计美学等列为必修课程或限定选修课程。

学校根据实际情况可开设具有地方特色的校本课程。

8.1.2 专业课程

一般包括专业基础课程、专业核心课程和专业拓展课程。专业基础课程是需要前置学习的基础性理论知识和技能构成的课程，是为专业核心课程提供理论和技能支撑的基础课程；专业核心课程是根据岗位工作内容、典型工作任务设置的课程，是培养核心职业能力的主干课程；专业拓展课程是根据学生发展需求横向拓展和纵向深化的课程，是提升综合职业能力的延展课程。

学校应结合区域/行业实际、办学定位和人才培养需要自主确定课程，进行模块化课程设计，依托体现新方法、新技术、新工艺、新标准的真实生产项目和典型工作任务等，开展项目式、情境式教学，结合人工智能等技术实施课程教学的数字化转型。有条件的专业，可结合教学实际，探索创新课程体系。

（1）专业基础课程

主要包括：设计造型基础、设计创意手绘、数字图像编辑与设计、数字图形创意与设计、字体与编排设计、数字 3D 设计、广告与市场营销等领域的内容。

（2）专业核心课程

主要包括：品牌识别系统设计与制作、平面广告设计与制作、包装设计与制作、广告策划与文案创意、数字广告设计与制作、视频广告设计与制作、电商设计与制作、数字出版设计与制作等领域的内容，具体课程由学校根据实际情况，按国家有关要求自主设置。

专业核心课程主要教学内容与要求

序号	课程涉及的主要领域	典型工作任务描述	主要教学内容与要求
1	品牌识别系统设计与制作	<p>① 调研、分析行业、竞品、受众、品牌目标与设计任务。</p> <p>② 完成品牌理念识别（MI）的构思与文案撰写。</p> <p>③ 完成品牌行为识别（BI）的构思与文案撰写。</p> <p>④ 完成品牌视觉识别（VI）的构思与设计，其中包括标识、字体、图形图像的构思与设计。</p>	<p>教学内容：</p> <p>品牌识别系统设计的基本概念、构成、设计原则、设计程序流程、设计方法。</p> <p>教学要求：</p> <p>学习和了解品牌识别系统设计的知识、设计方法。运用上述知识，综合使用不同的计算机辅助软件，完成一个品牌/企业形象的设计，掌握品牌识别系统设计相关知识和技能</p>

续表

序号	课程涉及的主要领域	典型工作任务描述	主要教学内容与要求
1	品牌识别系统设计	⑤ 完成品牌视觉识别（VI）系统的应用延展设计。 ⑥ 完成品牌形象传播物料，如品牌画册、品牌形象宣传片、品牌形象网站的设计与制作。 ⑦ 品牌形象管理制度，如品牌形象识别管理手册的制订、监督与检查与监督	
2	平面广告设计	① 分析广告工作单及相关资料，明确平面广告设计任务与目标。 ② 进行平面广告构思、创意。 ③ 进行平面广告绘制。 ④ 使用计算机软件进行平面广告设计与修改。 ⑤ 进行平面广告的制作、监督与检查	教学内容： 平面广告设计的基本概念、形式、创意方法、设计方法、制作流程等。 教学要求： 学习和了解平面广告设计知识、设计方法，结合课堂内容，学习和运用计算机辅助软件进行字体、图形、海报、商业插画等平面广告的创意、设计与制作，掌握平面广告设计相关知识和技能
3	包装设计	① 调研、分析商品特性、储运环境、竞品包装与受众特点。 ② 选择包装材料、包装结构、包装容器。 ③ 完成包装装潢、包装造型、包装结构设计。 ④ 检测与评价包装设计	教学内容： 包装设计的基本概念、创意、设计方法、材料、工艺、流程等。 教学要求： 学习和了解包装设计的基本知识、设计方法，运用计算机辅助软件设计与制作商品包装，掌握包装设计相关知识和技能
4	广告策划与文案创意	① 调研、分析商品特性、储运环境、竞品包装与受众特点。 ② 选择包装材料、包装结构、包装技法，容器成型与包装工艺。 ③ 设计防护包装与销售包装。 ④ 使用计算机辅助设计软件，设计包装装潢、包装造型、包装结构。 ⑤ 检测、评价包装设计	教学内容： 广告策划与文案创意相关的基本概念、原理、任务、形式、方法、作业流程。 教学要求： 学习和了解广告策划与文案创意知识；学习调研技能，锻炼分析与洞察、创意思维能力；了解不同的广告传播形式和不同种类文案的撰写，并结合所学，使用计算机辅助

续表

序号	课程涉及的主要领域	典型工作任务描述	主要教学内容与要求
4	广告策划与文案创意		软件完成一项广告策划与文案创意方案的制作与提报；掌握广告策划与文案创意知识和技能
5	数字广告设计与制作	① 完成设计调研、分析受众与设计任务。 ② 进行数字广告创意与构思。 ③ 完成数字广告文案撰写。 ④ 完成数字广告设计图稿绘制。 ⑤ 使用计算机软件进行辅助设计。 ⑥ 进行数字媒体原型制作与测试。 ⑦ 参与数字媒体软件与代码编写	教学内容： 数字广告的原理、方法、流程、工具，发布的不同媒体、应用设备，不同媒体所需的技术标准与格式。 教学要求： 学习和了解数字广告设计知识和方法，运用计算机软件为不同媒体、应用及设备创作具有表现力和互动性的广告内容；掌握数字广告设计知识和技能
6	视频广告设计与制作	① 进行市场调研，分析受众和设计任务。 ② 进行视频广告创意。 ③ 完成视频广告脚本撰写。 ④ 完成视频广告素材采集与拍摄准备。 ⑤ 进行视频广告拍摄。 ⑥ 完成视频广告编辑与后期制作。 ⑦ 视频广告的发布	教学内容： 影视广告拍摄与制作的流程、方法，数码摄像机的使用，视频编辑与制作工具的使用。 教学要求： 学习和了解视频广告设计知识和方法；熟练运用数码相机、剪辑、合成软件进行视频广告创意设计与制作；掌握视频广告设计知识和技能；运用数码相机采集视频素材，对视频片头进行创意设计，并完成视频的编辑与后期制作
7	电商设计与制作	① 进行市场调研、分析用户。 ② 完成对电商进行信息内容、架构、视觉、UI 交互方面的设计构思。 ③ 绘制电商设计草图。 ④ 使用多种计算机软件制作电商原型。 ⑤ 完成电商的测试和发布	教学内容： 网络用户需求分析、UI 交互设计的策划、ICON 矢量图绘制等。 教学要求： 学习和了解电商设计知识和技能；运用界面制作软件完成商务类网站的设计制作；掌握电商设计知识和技能

续表

序号	课程涉及的主要领域	典型工作任务描述	主要教学内容与要求
8	数字出版物设计与制作	① 分析目标受众与设计任务。 ② 设计创意数字出版物版面、页面、封面。 ③ 使用多种计算机软件进行数字出版物的创意及编排设计。 ④ 选择数字作品的发布媒体与发布格式。 ⑤ 进行数字作品的发布	教学内容： 数字出版物设计的基本知识，设计方法、设计技术、发布媒体与格式等。 版式设计的视觉原理、版面构成的基本形式、图片的版式设计、文字的版式设计、图文结合版式设计等。 教学要求： 学习和了解数字出版物设计的知识和方法；使用软件进行数字作品的排版，出版物设计与发布；掌握数字出版物设计知识和技能

（3）专业拓展课程

主要包括：虚拟仿真制作、UI 设计、数字媒体交互设计、商业数字摄影、文化 IP 与文创设计、人工智能与图形设计、商业展示设计、传统图案设计等领域的内容。

8.1.3 实践性教学环节

实践性教学应贯穿于人才培养全过程。实践性教学主要包括实验、实习实训、毕业设计、社会实践活动等形式，公共基础课程和专业课程等都要加强实践性教学。

（1）实训

在校内外进行品牌识别系统设计、平面广告设计与制作、包装设计、广告策划与文案创意、数字广告设计与制作、视频广告设计与制作、电商设计与制作、数字出版物设计与制作等实训，包括单项技能实训、综合能力实训、生产性实训等。

（2）实习

在广告行业、服务类行业的相关设计企业进行广告艺术设计等实习，包括认识实习和岗位实习。学校应建立稳定、够用的实习基地，选派专门的实习指导教师和人员，组织开展专业对口实习，加强对学生的指导、管理和考核。

实习实训既是实践性教学，也是专业课教学的重要内容，应注重理论与实践一体化教学。学校可根据技能人才培养规律，结合企业生产周期，优化学期安排，灵活开展实践性教学。应严格执行《职业学校学生实习管理规定》和相关专业岗位实习标准要求。

8.1.4 相关要求

学校应充分发挥思政课程和各类课程的育人功能。发挥思政课程政治引领和价值引领作用，在思政课程中有机融入党史、新中国史、改革开放史、社会主义发展史等相关内容；结合实际落实课程思政，推进全员、全过程、全方位育人，实现思想政治教育与技术技能培养

的有机统一。应开设安全教育（含典型案例事故分析）、社会责任、绿色环保、新一代信息技术、数字经济、现代管理、创新创业教育等方面的拓展课程或专题讲座（活动），并将有关内容融入课程教学中；自主开设其他特色课程；组织开展德育活动、志愿服务活动和其他实践活动。

8.2 学时安排

总学时一般为 2700 学时，每 16~18 学时折算 1 学分，其中，公共基础课总学时一般不少于总学时的 25%。实践性教学学时原则上不少于总学时的 50%，其中，实习时间累计一般为 6 个月，可根据实际情况集中或分阶段安排实习时间。各类选修课程的学时累计不少于总学时的 10%。军训、社会实践、入学教育、毕业教育等活动按 1 周为 1 学分。

9 师资队伍

按照“四有好老师”“四个相统一”“四个引路人”的要求建设专业教师队伍，将师德师风作为教师队伍建设的第一标准。

9.1 队伍结构

学生数与本专业专任教师数比例不高于 22:1，“双师型”教师占专业课教师数比例一般不低于 60%，高级职称专任教师的比例不低于 20%，专任教师队伍要考虑职称、年龄、工作经验，形成合理的梯队结构。

能够整合校内外优质人才资源，选聘企业高级技术人员担任行业导师，组建校企合作、专兼结合的教师团队，建立定期开展专业（学科）教研机制。

9.2 专业带头人

原则上应具有本专业及相关专业副高及以上职称和较强的实践能力，能够较好地把握国内外广告艺术设计行业、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，主持专业建设、开展教育教学改革、教科研工作和社会服务能力强，在本专业改革发展中起引领作用。

9.3 专任教师

具有高校教师资格；原则上具有广告艺术设计、视觉传达视觉、新媒体艺术设计等相关专业本科及以上学历；具有一定年限的相应工作经历或者实践经验，达到相应的技术技能水平；具有本专业理论和实践能力；能够落实课程思政要求，挖掘专业课程中的思政教育元素和资源；能够运用信息技术开展混合式教学等教法改革；能够跟踪新经济、新技术发展前沿，开展技术研发与社会服务；专业教师每年至少 1 个月在企业或生产性实训基地锻炼，每 5 年累计不少于 6 个月的企业实践经历。

9.4 兼职教师

主要从本专业相关行业企业的高技能人才中聘任，应具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，一般应具有中级及以上专业技术职务（职称）或高级工及以上职业技能等级，了解教育教学规律，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。根据需要聘请技能大师、劳动模范、能工巧匠、非物质文化遗产代表性传承人等高技能人才，根据国家有关要求制定针对兼职教师聘任与管理的具体实施办法。

10 教学条件

10.1 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、实训室和实习实训基地。

10.1.1 专业教室基本要求

具备利用信息化手段开展混合式教学的条件。一般配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，具有互联网接入或无线网络环境及网络安全防护措施。安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求，安防标志明显，保持逃生通道畅通无阻。

10.1.2 校内外实验、实训场所基本要求

实验、实训场所面积、设备设施、安全、环境、管理等符合教育部有关标准（规定、办法），实验、实训环境与设备设施对接真实职业场景或工作情境，实训项目注重工学结合、理实一体化，实验、实训指导教师配备合理，实验、实训管理及实施规章制度齐全，确保能够顺利开展品牌识别系统设计、包装设计、平面广告设计、数字广告设计与制作、电商设计、视频广告设计与制作、数字出版物设计与制作等实验、实训活动。鼓励在实训中运用大数据、云计算、人工智能、虚拟仿真等前沿信息技术。

（1）计算机辅助设计实训室

配备教师主控设备、服务器、投影设备、白板、工作站、计算机、多媒体教学系统、打印机、相关计算机辅助设计软件等设备设施，用于品牌识别系统设计、平面广告设计、数字图像编辑与设计、数字图形创意与设计等实训教学。

（2）数字媒体综合设计实训室

配备计算机教师主控设备、服务器、投影设备、白板、工作站、计算机、多媒体教学系统、打印机、数字媒体设计相关软件等设备设施，用于品牌识别系统设计、平面广告设计、包装设计、数字广告设计与制作、电商设计与制作、数字出版物设计与制作等实训教学。

（3）视频与影视创作实训室

配备数码摄像/摄影机、计算机教师主控设备、服务器、投影设备、白板、工作站、计算机、多媒体教学系统、视频与影视创作相关软件等设备设施，用于视频广告设计与制作等实训教学。

（4）数字排版设计与印刷实训室

配备计算机教师主控设备、投影设备、多媒体教学系统、白板、计算机、印刷设备、排版、预制相关软件等设备设施，用于数字排版设计、包装设计、预印刷与广告制作等实训教学。

（5）设计手绘工作室

配备展示台、投影设备、教师计算机、展示架、陈列架、画桌（2400 mm×1200 mm×75 mm）、画凳等设备设施，用于设计手绘课程等实训教学。

可结合实际建设综合性实训场所。

10.1.3 实习场所基本要求

符合《职业学校学生实习管理规定》《职业学校校企合作促进办法》等对实习单位的有关要求，经实地考察后，确定合法经营、管理规范，实习条件完备且符合产业发展实际、符合安全生产法律法规要求，与学校建立稳定合作关系的单位成为实习基地，并签署学校、学生、实习单位三方协议。

根据本专业人才培养的需要和未来就业需求，实习基地应能提供品牌识别系统设计、平面广告设计、包装设计、广告策划与文案创意、数字广告设计、电商设计、数字出版物设计、广告制作等与专业对口的相关实习岗位，能涵盖当前相关产业发展的主流技术，可接纳一定规模的学生实习；学校和实习单位双方共同制订实习计划，能够配备相应数量的指导教师对学生实习进行指导和管理，实习单位安排有经验的技术或管理人员担任实习指导教师，开展专业教学和职业技能训练，完成实习质量评价，做好学生实习服务和管理工作的，有保证实习学生日常工作、学习、生活的规章制度，有安全、保险保障，依法依规保障学生的基本权益。

10.2 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。

10.2.1 教材选用基本要求

按照国家规定，经过规范程序选用教材，优先选用国家规划教材和国家优秀教材。专业课程教材应体现本行业新技术、新规范、新标准、新形态，并通过数字教材、活页式教材等多种方式进行动态更新。

10.2.2 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。专业类图书文献主要包括：广告艺术设计、广告策划、广告文案、市场营销、市场调研等相关专业原理、方法、作业流程，以及实务案例类图书等。及时配置新经济、新技术、新工艺、新材料、新管理方式、新服务方式等相关的图书文献。

10.2.3 数字教学资源配置基本要求

建设、配备与本专业有关的音视频素材、教学课件、数字化教学案例库、虚拟仿真软件等专业教学资源库，种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新、满足教学。

11 质量保障和毕业要求

11.1 质量保障

(1) 学校和二级院系应建立专业人才培养质量保障机制，健全专业教学质量监控管理制度，改进结果评价，强化过程评价，探索增值评价，吸纳行业组织、企业等参与评价，并及时公开相关信息，接受教育督导和社会监督，健全综合评价。完善人才培养方案、课程标准、课堂评价、实验教学、实习实训、毕业设计以及资源建设等质量保障建设，通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进，达到人才培养规格要求。

(2) 学校和二级院系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、日常教学、人才培养质量的诊断与改进，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）专业教研组织应建立线上线下相结合的集中备课制度，定期召开教学研讨会议，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。

（4）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、职业道德、技术技能水平、就业质量等进行分析，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况。

11.2 毕业要求

根据专业人才培养方案确定的目标和培养规格，完成规定的实习实训，全部课程考核合格或修满学分，准予毕业。

学校可结合办学实际，细化、明确学生课程修习、学业成绩、实践经历、职业素养、综合素质等方面的学习要求和考核要求等。要严把毕业出口关，确保学生毕业时完成规定的学时学分和各教学环节，保证毕业要求的达成度。

接受职业培训取得的职业技能等级证书、培训证书等学习成果，经职业学校认定，可以转化为相应的学历教育学分；达到相应职业学校学业要求的，可以取得相应的学业证书。