

服装与时尚创意专业群视觉传播设计与制作专业2019级人才培养方案

(2019年 6月)

专业代码：650102

专业负责人：陈海凌

招生对象：普通高中毕业生、中等职业学校毕业生

学分制：学分制（基本学制3年）

一、培养目标与人才规格

（一）培养目标

本专业培养德、智、体、美、劳全面发展，德才兼备，适应社会市场经济发展，具备必需的文化科学基础知识及广告设计能力，能在平面广告、影视广告、网络广告从事品牌分析、品牌策划推广、广告策划与设计、制作、营销、管理等工作，特别是在平面广告方向有较为突出的能力的既懂设计又懂品牌分析策划推广的高素质、高技能综合复合型人才。

（二）人才规格

1. 情感与价值观

- 培养学生爱国家，爱社会，爱家庭，尊敬师长，关爱同学；
- 有正确的政治观、思想观、价值观、人生观；
- 具有尊重他人、礼貌待人、遵守公德的习惯；
- 具有责任意识，具有团队意识和合作精神；
- 宽以待人，严于律己。

2. 知识达成度

- 掌握视觉传播设计专业所要求的英语、计算机、以及应用相关软件进行设计的基础知识。

- 掌握图案与色彩等相关艺术类知识。
- 掌握版式设计、平面广告设计、影视广告创意与制作、包装设计、VI设计等专业知识。

3. 方法能力

- 有良好的学习习惯与较强的自学能力。
- 掌握科学的思维方法，具有良好的表达能力。
- 具有较强的实践与动手能力。
- 具有创新意识，具有一定的科研能力。
- 具有应用计算机进行生产管理与产品设计的能力。
- 具有确切的汉语语言、文字表达能力；
- 具有一定的外语阅读、听说与查阅专业技术资料的能力；

4. 社会能力

- 培养学生分析问题、归纳问题、解决问题的能力，融入社会，融入集体；
- 具有承受挫折与面对挑战的素质及能力；
- 具有组织、计划、总结的能力；
- 具有良好的文化、艺术修养等素质。

5. 专业能力

- 专业技能：具有从版式、色彩、图案、美学的角度进行创作设计的初步能力。
- 操作技能：掌握创作设计过程的主要步骤、方法以及操作规程。有一定的绘画能力和美学鉴赏能力。并能应用计算机软件进行辅助设计。
- 其它技能：建议外语达到大学英语二级水平，具备一定的翻译和口语能力、计算机应用达到高等学校计算机应用能力考试一级水平。

二、专业岗位素质及技能要求

综合素质及技能分析是规划设计人才培养方案的必要前提，是保证专业课程教学准确对接职业岗位的重要环节。视觉传播设计与制作共有三个主要的就业岗位，通过各岗位工作任务与过程分析，得出相应岗位的综合素质与技能要求，并以此作为专业课程体系设计的主要依据（见表1、表2）。

表1 服装与时尚创意专业群对应产业链中职业岗位所需素质及技能要求

| 职业岗位 | 岗位对应的素质能力要求 | |
|-------|--|---|
| | 岗位综合素质要求 | 岗位技能要求 |
| 时尚创意类 | 具有良好职业素养，精益求精的工匠精神、良好的审美素养、敏锐的时尚捕捉能力、具备创新创业精神。 | 1. 时尚创意与创新能力 2. 产品设计与开发能力 3. 创业能力 |
| 时尚推广类 | | 1. 品牌策划与传播能力 2. 市场运营能力 3. 创业能力 |
| 工艺技术类 | | 1. 产品设计与制作能力 2. 产品工艺设计能力 3. 创业能力 |

表2 视觉传播设计与制作专业岗位素质及技能要求

| 岗位 | 岗位对应的能力分析 | |
|---------------|--|--|
| | 综合素质 | 专业技能 |
| 广告（平面）设计师 | 具备从事平面广告设计所需的美术知识、市场知识、广告知识、计算机设计能力、写作、图形创意设计等知识和能力。 | 能较熟练的运用广告系列知识和必备的计算机辅助设计手段进行各类广告设计，设计出合格的平面广告作品。 |
| 广告创意策划师 | 具备从事广告策划、品牌形象设计所需的美术知识、市场知识、广告知识、计算机设计能力、写作等知识和能力。 | 熟悉品牌的运作，根据品牌定位和市场情况进行管理和销售策划对企业的服务和产品商品进行品牌运作和品牌推广策划，进行广告整合传播策划。 |
| 影视视觉传播设计与制作人员 | 具备从事影视广告设计所需的美术知识、市场知识、广告知识、计算机设计能力、影视广告创意和制作等知识和能力。 | 能进行影视广告创意策划，并能制作完整的影视广告创意方案和影视广告创意拍摄和后期制作。 |

三、课程设置

（一）课程体系

1、专业群课程体系设计思想

服饰与时尚创意专业群通过一二课堂的结合，构建以传统文化为基础，时尚创意为核心，强化非遗传承与创新的“大平台、多方向、强能力”的专业群课程体系，形成“专业基础平台课程+专业核心技能课程+项目与专业实训”构架，全方位、多角度培养学生学习能力、社会能力、实践动手能力和创新创业能力。

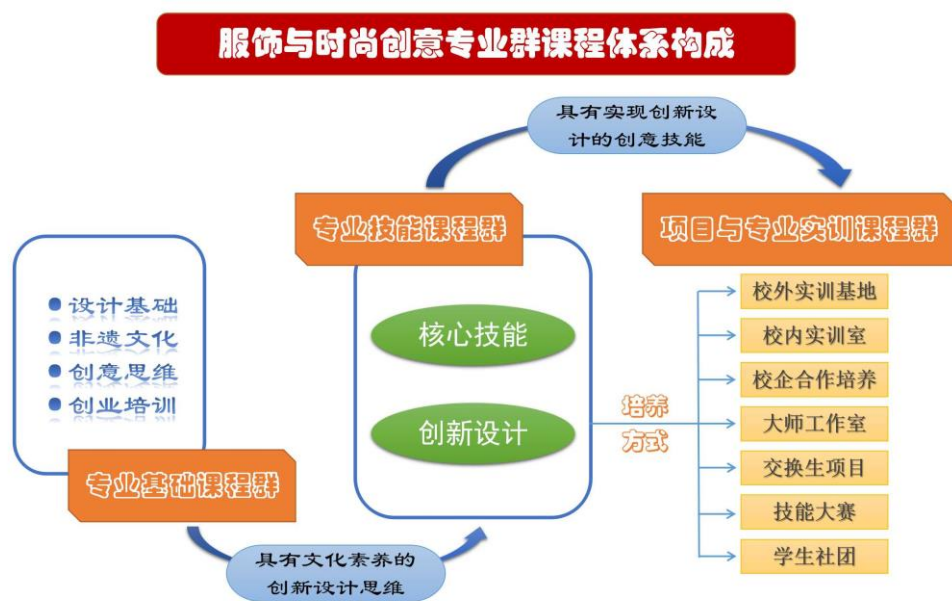


图 1 专业群课程体系

——专业基础课程群。即专业群通用基础课程模块，培养设计基础、非物质文化遗产文化基础、创意思维、跨文化交流能力以及进行创业基础知识学习。专业通用基础课程共 5 门课程，总计 13.5 学分，包含：纺织非遗鉴赏 32 学时,2 学分；艺术设计史 32 学时,2 学分；艺术设计构成基础 90 学时,5.5 学分；大学生创新创业实务指导 30 学时,2 学分；中国纺织产业史,32 学时,2 学分（每专业平台课程选择不低于 6 学分。）除通用基础课程以外，根据专业方向根据需要设置各方向专业基础课程。

——专业技能课程群。即专业群各个不同专业的核心课程模块，培养各个专业的核心技能以及创新设计能力和敏锐的市场触觉。

——项目与专业实训课程群。该模块以项目化形式，充分利用行业企业优势，联合行业企业开发优质教学资源，进行专业文化建设，结合国际流行趋势，将传统工艺与尖端技术、传统材料与现代工艺结合开展时尚产品的设计、开发与营销推广，进行创业实践。

通过深入开展岗位职业技能分析，按照视觉传播设计与制作专业职业岗位知识、能力、素质要求及学生学习认知规律，按照“紧扣职业特点、强化职业能力、实施工学结合”的原则，确立了培养“能设计、会制作、懂管理”的高级技术技能型人才的培养目标。以职业能力培养为主线,构建了“学做一体、能力递进”

的人才培养模式。

2、基本素质课程体系

基本素质课程以培养“积极参与社会生活，学会做人，提升可持续发展能力”为目标，围绕学生未来必备的社会生活素质要求设置各类课程：思想政治教育类、生活通识和通用技能类、身心健康类、人文类、就业与创业类。公共基础课程需要彻底摆脱学科式的思路，将典型社会生活情境转化为学习情境，构建基于社会生活过程的实用性、专题活动性的学习体系。

思想政治教育类：思想道德修养与法律基础、毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、形势与政策

生活通识和通用技能类：大学英语、计算机基础、应用文写作

身心健康类：体育、健康教育、大学生心理健康、军训

人文类：艺术鉴赏

就业与创业类：就业指导

3、专业技术课程体系设计

视觉传播设计与制作专业课程体系按不同的岗位群、不同能力阶段分年级、分学期、分阶段设定模块。课程体系中设置基本素质模块、专业基础知识模块、专业核心技能模块、专业拓展技能模块和专业实践模块，部分课程注入相关职业标准，拓展学生职业能力，增强学生就业竞争力。

创新创业课程为：文创产品设计与制作实训周

（二）课程设置

将创新、创业教育融入到专业实践教学中，依据“双向服务、工学交替”的人才培养模式，重构的“五段四递进”的课程体系的整个课程设置如表2所示。

表3 视觉传播设计与制作专业设置的课程与应达到的素质、技能要求

| 课程模块 | 课程名称 | 课程来源 | 素质及技能要求 | 备注 |
|--------|----------------------|------|--|----|
| 基本素质模块 | 思想道德修养与法律基础 | 校内建设 | 树立正确的世界观、人生观和价值观，具备基本的思想道德素质、职业素质与法律素质 | |
| | 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论 | 校内建设 | 了解中国共产党把马克思主义基本原理与中国实际相结合的历史进程，了解反映马克思主义中国化的理论成果，掌握毛泽东思想和中 | |

| | | | | |
|--------|----------|--------|--|----------------------|
| | | | 国特色社会主义理论体系的基本观点和基本原理，坚定在党的领导下走中国特色社会主义道路的理想信念。 | |
| | 计算机应用基础 | 校内建设 | 了解计算机基本知识，具备网络信息检索能力，掌握文档排版、数据处理与分析、制作图文并茂的演示文稿及幻灯片的技能。具备灵活运用计算机这个现代化工具去处理日常学习和面临的各种问题的能力。 | 参加计算机应用等级考试，取得相应技能证书 |
| | 体育 | 校内建设 | 了解体育运动的基本理论知识，掌握一定基本技术，对一、两个体育运动项目产生兴趣，并自觉、主动参与体育锻炼。 | |
| | 应用文写作 | 校内建设 | 通过对各专业各类常用高职应用文写作体的教学，使学生了解各类高职应用文写作体写作的基本格式与写作要求，掌握应用文写作的方法和技巧，能熟练地写好与自己所学专业 and 从事的职业密切相关的常用的高职应用文写作，以适应社会实践的需要，为学生未来职业活动打下良好的基础。 | |
| | 大学英语 | 校内建设 | 掌握运用英语进行简单的对外技术交流，如打电话、会议讨论、谈判等。具备用英语的思维了解一些与工作场景，工作任务相关的知识的能力，并逐步具备运用英语模拟工作场景的能力。 | 参加大学英语应用能力考试，取得相应证书 |
| 基础平台课程 | 艺术设计构成基础 | 校内建设 | 掌握平面构成的基本要素点、线、面各自的特点、性质及在平面中的相互关系和构成规律，培养学生的审美能力，拓展学生创造能力。 掌握色彩的基本理论知识和一定的表现技巧培养学生敏锐的色彩感觉，提高学生的色彩鉴赏能力。 掌握立体造型的基本规律和立体设计的基本原理，把握时代对设计的要求。为将来专业设计打下良好的基础。 | |
| | 图案设计与装饰 | 校内建设 | 提高学生图案设计技巧和艺术设计的创新能力，提高学生的图案装饰艺术创造力和表现能力。 | |
| | 二维设计软件 | 课证融通课程 | 要求学生基本掌握制作广告招贴、书籍装帧、网络图形动画和特效文字等方面的技术。初步熟悉广告设计和网页动画制作的设计理念和开发技巧具备设计基础软件的基本应用能力。 | |
| | 三维设计软件 | 课证融通课程 | 基本掌握建模、渲染、三维动画制作、网 | |

| | | | | |
|----------------|--------|------------------|---|--|
| | | 通课程 | 络图形动画和特效文字等方面的技术。培养学生必备的实用操作技能，同时使学生具备自我学习和提高的能力。 | |
| | 设计素描 | 校 内 建设 | 使学生对素描的历史、发展及内容基本原理和基本方法有比较系统和全面的了解。掌握素描练习中物体观察、造型及绘画技法等的基本技能。 | |
| | 色彩 | 校 内 建设 | 培养学生正确的观察方法，使学生具有较完整和独立的创造能力，提高艺术修养并为专业课的顺利进行奠定基础。 | |
| | 透视 | 校 内 建设 | 培养学生空间表现能力和立体想象能力，提高空间构思思维。 | |
| | 艺术设计史 | 校 内 建设 | 使学生对中外设计历史文化发展的内在脉络和外在形式的演进有比较系统的了解；掌握不同时期的设计风格，工艺方法，设计思路；达到培养高级设计应用型人才的目的。 | |
| 专业 核心 模块 | 广告策划 | 校 企 共 同 开发 | 能适应当今社会广告业发展的形势需要，从训练学生综合能力培养入手，使其在了解广告策划的系统理论框架的基础上，注重相关学科修养、能力的全面培养，拓展学生的专业知识面和总体设计的思维定式，能完成广告策划整合传播方案制定。 | |
| | 版式设计 | 校 企 共 同 开发 | 熟练掌握版式设计的原理、形式法则和 design 方法，并能运用版式设计的设计方法进行简单的版式设计制作 | |
| | VI 设计 | 校 企 共 同 开发 | 了解“VI 设计”的性质、特点、要素及作用，掌握“VI 设计”的程序、方法及技巧，并能与实践相结合完成 VI 设计课题。 | |
| | 平面广告设计 | 校 企 共 同 开发 | 通过本课程的理论教学 and 实际广告设计与创作，使学生理解现代广告设计的基本原理，了解现代广告设计的程序，掌握广告设计的设计思想和方法，基本掌握广告设计与创作的技巧。 | |
| | 影视广告制作 | 校 企 共 同 开发 | 培养学生掌握电视广告创意与制作的基础理论与专业技能，并能熟练运用电视手段进行广告制作，能够全面、系统地掌握电视广告媒体的特性和传播原理、电视广告的策划与创意、电视广告的制作技术，基本掌握电视广告脚本的创作以及制作过程，并对电视广告播出与效果测定、管理等相关内容有一定的了解。 | |
| | 包装设计 | 校 企 共 同 开发 | 掌握包装设计的内涵及设计原理；掌握包装设计的程序和步骤，并能灵活运用包装设计的表现形式进行包装设计；在进行产品包装设计时，能熟悉产品的流通市场及包装加工工艺 | |

| | | | | |
|----------------------|---------|------------------|---|--|
| | | | 技术；能完成产品包装的系列化、品牌化、一体化设计。 | |
| 专业 综合 能力 课程 | 网页设计 | 校 内 建设 | 通过对 Internet 网的网页理论学习,使学生掌握网页设计的基础设计制作；提高学生在网页设计中的实际应用能力。 | |
| | 插图设计 | 校 内 建设 | 系统的培养学生的思维和创造能力,通过阶段性的学习、交流、创作活动使学生基本能够达到具有一定的图形表达和设计能力,以丰富的设计表现语言表达各类不同的设计效果,更好的为专业设计服务。 | |
| | 图形创意设计 | 校 内 建设 | 除了训练学生的图形表现能力之外,更重要的是培养他们创造性思维的能力,而最直接的手段就是通过图形想象的练习,启发学生摒弃束缚,打开自由的思想之门。本课程的目的:通过本课程的学习,掌握图形语言的创造方法、表现形式的创造和设计制作方法,培养学生的创造性思维能力和一定的图形创意能力,为设计专业课打下基础。 | |
| | 品牌管理 | 校 内 建设 | 本课学习有关品牌定位分析、品牌设计系统、品牌整合传播、品牌资产维护、品牌战略规划等品牌核心板块的相关理论和具体事例。培养学生对于在市场竞争体制下,国际竞争日趋激烈的今天,一个品牌如何建立与维持竞争优势有清楚的认识。掌握品牌分析技巧,清楚了解品牌分析对广告设计、广告策划的重要作用。 | |
| | 广告摄影 | 校 企 共 同 开发 | 摄影是现代传媒、广告执行的基本图形图像传播方式,通过本课程的学习,使学生了解并掌握现代广告艺术摄影设计全过程应有的技法和技巧,培养该专业学生相关的执行,组织,设计能力。 | |
| | 印刷材料与工艺 | 校 企 共 同 开发 | 通过本课程的学习,理解印刷品设计的基本原理,熟悉印前设计的基本规范,掌握印刷品设计的实践的基本技能,为过渡到职业化的大量的印刷品设计实践活动奠定相关的知识与技能准备。 | |
| | 会展展示设计 | 校 企 共 同 开发 | 使学生了解会展设计的基本元素,设计材料,设计方法等系统理论框架的基础上,能力的全面培养,拓展学生的专业知识和总体设计的思维定式,使之能更好地适应现今展示行业的需求。 | |
| | UI 界面设计 | 校 企 共 同 开发 | 掌握 UI 界面设计及其软件的基本概念、基本结构、工作原理及设计方法,最终了解和掌握其工作原理,具有初步的设计能力。学会使 | |

| | | | | |
|--|--|--|--|--|
| | | | 用设计类工具分析、设计，通过全面培养学生的分析、设计、开发、使用能力，提高学生分析问题、解决问题的自主创新能力。 | |
|--|--|--|--|--|

（三）课程基本要求

1、基本素质模块

（1）毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论

本课程承担着对大学生进行系统的马克思主义理论教育的任务，是各层次、各科类大学生的公共必修课，是对大学生进行思想政治教育的主渠道。它通过讲授中国共产党把马克思主义基本原理与中国实际相结合的历史进程，充分反映马克思主义中国化的理论成果，帮助学生系统掌握毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系的基本观点和基本原理，坚定在党的领导下走中国特色社会主义道路的理想信念。

（2）思想道德修养与法律基础

本课程是思想政治理论课的核心课程。是学校各专业的公共基础课，是对大学生系统地进行思想政治教育的主渠道和主阵地。通过本课程的学习，提高大学生的思想道德素质、职业素质与法律素质，帮助大学生树立正确的世界观、人生观和价值观，使他们成为中国特色社会主义事业的合格建设者和可靠接班人，具备良好的职业素养和较强的职业能力。

（3）大学英语

英语作为一门交流的工具，在学生专业的学习和运用中起着非常重要的作用。课程以学生将来毕业后要涉及的各领域和各环节为主要切入点，将学生的工作场景带入课程学习和体验中，使学生在自身专业的同时，懂得如何运用英语进行简单的对外技术交流，如打电话、会议讨论、谈判等。让学生用英语的思维了解一些与工作场景，工作任务相关的知识，并逐步具备运用英语模拟工作场景的能力。

（4）计算机应用基础

本课程是高职高专职业教育的一门重要课程，是全校各专业教学的必修公共课程，是学生基本计算机操作技能的基础课程。本课程要求学生了解计算机基本知识、网络信息检索、文档排版、数据处理与分析、制作图文并茂的演示文稿及幻灯片。具备灵活运用计算机这个现代化工具去处理日常学习工作和面临的各

种问题的能力，以适应计算机工作和环境对现代职业人的基本要求。

（5）体育

公共体育课学校课程体系的重要组成部分，是高等学校体育工作的中心环节。通过对体育课程的学习，使学生了解体育运动的基本理论知识并掌握一定基本技术，对一、两个体育运动项目产生兴趣，并自觉、主动参与体育锻炼，养成终生锻炼的好习惯。

（6）应用文写作

本课程是对应用文书的写作进行理论学习、研究和写作训练的一门公共基础课程。学生通过应用写作课程的学习，掌握应用文写作的基本理论和一般规律，养成良好的应用文写作思维、能够写出规范的、常用的应用文书，具备应用型人才所必需的应用写作能力，适应社会的需求。

2、专业群专业基础平台课程

（1）艺术设计构成基础

本课程是现代应用设计的基础，是一门专业基础课，包括平面构成、色彩构成、立体构成。其目的在于研究平面构成的基本要素点、线、面各自的特点、性质及在平面中的相互关系和构成规律，培养学生的审美能力，拓展学生创造能力。

通过本课程的学习认识色彩的本质、研究色彩的基本理论知识、色彩变化统一的基本规律、观察色彩的正确方法以及学习色彩画的原则和具体方法、技巧，进而掌握色彩构成的原理并灵活运用相关色彩构成的法则熟练地进行色彩设计，掌握色彩的基本理论知识和一定的表现技巧培养学生敏锐的色彩感觉，提高学生的色彩鉴赏能力。

是研究空间立体造型的学科，是进行设计的必修的专业基础课程。目的是使学生掌握立体造型的基本规律和立体设计的基本原理，把握时代对设计的要求。为将来专业设计打下良好的基础。并且有重点的有目的的了解对形体空间的研究、开发；培养学生的审美能力，拓展学生创造能力，为视觉传播设计与制作专业课程打下良好的基础。

（2）图案设计与装饰

本课程是艺术学科的一个重要组成部份，是视觉传播设计与制作专业必修的基础课程之一。通过本课程的学习，学生应能掌握一定的专业的理论知识，并掌握图案的造型、配色及制作技巧等设计表现技法，从而树立设计观念，培养学生

装饰形象思维和对形式美的审美能力。

(3) 二维设计软件

本课程是视觉传播设计与制作专业的基础专业课程。课程主要介绍 PhotoShop 软件、Corel DRAW 软件的使用方法与技巧。PhotoShop、Corel DRAW 软件是制作广告平面设计的最佳软件之一，它们的主要用途是处理图形、图像和制作网页动画。本课程正是通过大量的典型范例，在广告制作和平面设计方面做了针对性的实战演练。该课程全面系统地介绍了 Corel DRAW 软件、Photoshop 软件，课程从 Corel DRAW 软件、Photoshop 软件的特点、作图工具、编辑菜单、处理方法和使用技巧。通过本课程的学习，要求学生基本掌握制作广告招贴、婚纱艺术照片、书籍装帧、网络图形动画和特效文字等方面的技术。初步熟悉广告设计和网页动画制作的设计理念和开发技巧。本课程着重讲授工具软件 PhotoShop7 CorelDRAW10 的使用方法及实战中的应用技巧，因此大量的实作是学好本课程的关键。

(4) 三维设计软件

3DstudioMAX 是一个在软件结构与操作流程上都比较复杂的应用软件，对于初学者而言，如何能快捷入门并达到直接应用的水平，确实是一个较为困难的问题。通过学生对本课程的学习，让学生在短时间内建立起对 3DS 的大局观、系统观、培养学生必备的实用操作技能，同时使学生具备自我学习和提高的能力。

(5) 设计素描

“设计素描”是训练学生对物体的观察、造型、表现、为主的课程，是艺术设计专业的基础之一。本课程的目的任务是：通过本课程的学习，使学生对素描的历史、发展及内容基本原理和基本方法有比较系统和全面的了解。掌握素描练习中物体观察、造型及绘画技法等的基本技能，为设计打下良好的基础。

(6) 色彩

本课程是视觉传播设计与制作专业的必修基础课。通过色彩教学，使学生基本掌握色彩的审美原理、规律及表现方法，培养学生正确的观察方法，使学生具有较完整和独立的创造能力，提高艺术修养并为专业课的顺利进行奠定基础。

(7) 艺术设计史

本课程是视觉传播设计与制作专业的一门选修课程。本课程的目的与任务

是：通过本课程的学习，使学生对中外设计历史文化发展的内在脉络和外在形式的演进有比较系统的了解；掌握不同时期的风格，工艺方法，设计思路；并启发，渗透到设计的实际应用中去，达到培养高级设计应用型人才的目的。

（8）透视

此课程是视觉传播设计与制作专业的专业基础平台课程。主要教学目的是培养学生空间表现能力，空间想象能力和空间构思思维，使学生掌握阴影和透视的绘制能力。

3、专业群专业方向核心课程

（1）广告策划

此课程是视觉传播设计与制作专业的必修核心课程。本课程教学目的：通过本课程的学习，使学生能适应当今社会广告业发展的形势需要，从训练学生综合能力的培养入手，使其在了解广告策划的系统理论框架的基础上，注重学生相关学科修养、能力的全面培养，拓展学生的专业知识和总体设计的思维定式，使之能成广告策划整合传播方案制定。

（2）版式设计

该课程是视觉传播设计与制作专业的专业必修核心课程之一。版式设计是现代设计艺术的重要组成部分，是视觉传达的重要手段。它不仅是一种技能，更是技术与艺术的高度统一。版式设计是现代设计家必须具有的艺术修养与技术知识。版式设计的好坏，直接影响着平面设计作品的成败，更可衡量出设计师设计水平的高低。本课程的目的是：通过本课程的学习，使学生熟练掌握版式设计的原理、形式法则和设计方法，并能运用版式设计的设计方法进行简单的版式设计制作。

（3）VI 设计

“VI 设计”即企业识别系统设计，是一套在企业的精神、行为和视觉形象上系统地塑造企业形象的方法。本课程的目的与任务是：通过本课程的学习与训练，使学生了解“VI 设计”的性质、特点、要素及作用，掌握“VI 设计”的程序、方法及技巧，并能与实践相结合完成 VI 设计课题。

（4）平面广告设计

此课程是视觉传播设计与制作专业的必修核心课程。通过本课程的理论教学

和实际广告设计与创作,使学生理解现代广告设计的基本原理,了解现代广告设计的程序,掌握广告设计的设计思想和方法,基本掌握广告设计与创作的技巧。

(5) 影视广告制作

该课程是视觉传播设计与制作专业的专业必修课程之一。其目的通过理论和实践的学习,熟悉并了解课程开设的目的是为了培养学生掌握电视广告创意与制作的基础理论与专业技能,并能熟练运用电视手段进行广告制作。通过本课程的学习,要求学生能够全面、系统地掌握电视广告媒体的特性和传播原理、电视广告的策划与创意、电视广告的制作技术,基本掌握电视广告脚本的创作以及制作过程,并对电视广告播出与效果测定、管理等相关内容有一定的了解。

掌握数字和模拟影视制作系统的组成,了解主要设备的操作及其选型要点。掌握影视编辑软件——Premiere,一般掌握影视合成软件 After Effects,掌握制作 vcd 的相关软件。通过学习,使学生初步具备影视广告制作的能力。

(6) 包装设计

本课程的目的是:通过本课程的学习,使学生能够掌握包装设计的内涵及设计原理;掌握包装设计的程序和步骤,并能灵活运用包装设计的表现形式进行包装设计;在进行产品包装设计时,能熟悉产品的流通市场及包装加工工艺技术;能完成产品包装的系列化、品牌化、一体化设计。

4、专业群专业综合能力课程

(1) 网页设计

该课程是视觉传播设计与制作专业的专业选修课程之一。本课程的目的是:通过对 Internet 网的网页理论学习,使学生掌握网页设计的基础设计制作;提高学生在网页设计中的实际应用能力。

(2) 插图设计

通过本课程的学习,系统的培养学生的思维和创造能力,通过阶段性的学习、交流、创作活动使学生基本能够达到具有一定的图形表达和设计能力,以丰富的设计表现语言表达各类不同的设计效果,更好的为专业设计服务。

(3) 图形创意设计

该课程是视觉传播设计与制作专业的专业选修课程之一。这门课程除了训练学生的图形表现能力之外,更重要的是培养他们创造性思维的能力,而最直接的

手段就是通过图形想象的练习，启发学生摒弃束缚，打开自由的思想之门。本课程的目的：通过本课程的学习，掌握图形语言的创造方法、表现形式的创造和设计制作方法，培养学生的创造性思维能力和一定的图形创意能力，为设计专业课打下基础。

（4）品牌管理

本课学习有关品牌定位分析、品牌设计系统、品牌整合传播、品牌资产维护、品牌战略规划等品牌核心板块的相关理论和具体事例。培养学生对于在市场竞争体制下，国际竞争日趋激烈的今天，一个品牌如何建立与维持竞争优势有清楚的认识。掌握品牌分析技巧，清楚了解品牌分析对广告设计、广告策划的重要作用。

（5）广告摄影

本课程是视觉传播设计与制作专业的选修专业课程。本课程的目的与任务是：摄影是现代传媒、广告执行的基本图形图像传播方式，通过本课程的学习，使学生了解并掌握现代广告艺术摄影设计全过程应有的技法和技巧，培养该专业学生相关的执行，组织，设计能力。

（6）印刷材料与工艺

通过本课程的学习，理解印刷品设计的基本原理，熟悉印前设计的基本规范，掌握印刷品设计的实践的基本技能，为过渡到职业化的大量的印刷品设计实践活动奠定相关的知识与技能准备。

（7）会展展示设计

本课程教学目的是使学生了解会展设计的基本元素，设计材料，设计方法等系统理论框架的基础上，能力的全面培养，拓展学生的专业知识和总体设计的思维定式，使之能更好地适应现今展示行业的需求。

（8）UI 界面设计

本课是视觉传播设计与制作专业的一门非常重要的与最新就业需要结合的选修课程。目的使学生掌握“以人为本”的设计原则，重点讲述人机交互的基本概念和重要意义以及发展历程、软件系统的人机交互设计原则和方法、网络系统的人机交互设计原则和方法、人机交互技术与设备、人机交互开发工具与环境，简要介绍人机交互的认知心理学、计算机硬件的人机交互设计、人机交互技术的发展趋势，并培养学生利用网络交互设计制作做实际作品的的能力。

5、专业实践模块

(1) 广告摄影实训

了解摄影的历史发展，变化和演变，培养摄影的基础审美和相关美学设计理念。学习并掌握基础摄影的理论和技法。了解照相机的原理，结构和使用操作。学习并掌握数字摄影的原理和图像处理的技术。学习商业摄影的拍摄技巧。艺术摄影和实验性摄影的拍摄。

(2) 版式设计实训

学生能运用版式设计的设计方法在平面设计的各个领域进行简单的版式设计制作：如报纸、杂志、平面广告、DM单、唱片封套、宣传册、画册等。

(3) 平面广告设计实训

学生能运用广告设计的设计方法进行设计制作：如报纸广告、杂志广告、DM单、车身广告等。

(4) VI 设计实训

本课程是VI设计课之后的实践教学课程。通过本课程的学习，学生得以巩固前面所学VI设计的理论知识，并将理论知识应用到设计实践中，进一步熟悉和掌握VI设计的构思、创意设计程序及表现方法，同时掌握VI设计在实际应用中不同情况下的各种要求。

(5) 印刷材料与工艺实训

该课程以服务广告设计行业的平面设计、平面制作、印刷监理等岗位的实际需求为课程开设的依据。课程内容选择的标准依据印刷工艺的印前、印中、印后的基本流程而设定。既涉及印前计算机软件的图像处理，也包括图文的排版的基本操作，同时还包括印刷印前制作规范以及印刷设备的工作原理等内容，不同领域间的知识交叉性较强，在教学内容的编排顺序上以印刷流程为基本线索，同时结合学生的认知规律作为课程编排的基本依据

(6) 影视广告创意与制作实训

了解影视广告创意的基本流程，能够掌握影视广告创意的种类、基本模版，灵活运用影视广告创意手段进行影视广告创意；在进行影视广告创意时，能够影视广告创意的目的、依据、任务、广告主的需求等进行影视广告创意；能够准确地制定切实可行的媒体整合广告传播方案；能写创作富有专业特色的影视广告；

(7) 包装设计实训

能掌握包装设计的程序和步骤，并能灵活运用包装设计的表现形式。能熟悉产品的流通市场及包装加工工艺技术。能完成产品包装的系列化、品牌化、一体化设计。能绘制包装设计效果图及菲林版、烫金版、扣刀版。

(8) 文创产品设计与制作

瞄准本地区文创产品设计制作人才需求特色，确定“懂材料、会设计制作、有创新、可创业、可发展”的课程人才培养目标。通过工作室教学，培养能掌握地方文创产品设计知识和技能，能够在文创产业从事设计与制作、文化传承、研发及管理等方面工作的高等技术应用型专门人才，使其实现自主创业并服务于地方经济发展。

本课程按照“以培养学生创新创业能力为宗旨，以行业岗位对接为教学目标，以项目任务引领为教学内容、以工作室化教学为教学形式”的多位一体培养模式，进一步深化改革项目工作室教学。课程遵循“创新+创业=岗位+职业发展”规律的原则进行教学内容的设计，构建创新技能训练加可持续性的创业能力训练两大课程体系。实现培养学生文创产品实训能力和创新创业能力的目标。通过教学实施真正实现课程为专业服务、专业为学生服务、学生为市场服务。

(9) 广告专题实习

综合运用广告设计知识，将理论与实践相结合，并结合工作实习的项目进行品牌分析和推广、熟悉广告设计从调研开始到印刷完成的完整流程。

本课程是三年级最后的综合实践周课程，学生将完成由学校理论教学到实际工作实践的过渡期。

(10) 毕业实习

要求学生在校期间将理论知识和实践技能结合起来，为今后的视觉传播设计与制作专业工作打下基础。通过在校5个学期的专业学习，需要将所学广告学专业专业知识应用于实践之中，完成由课堂学习到专业操作之间的过渡。根据教学计划，学生第6学期进行为期4周的毕业实习。

(11) 毕业设计

毕业设计是本专业学生绘画或设计语言综合运用的重要专业课程。该课程的主要任务是指导学生整合所获专业技能，并纯化为个性艺术语言，创作一件或一

组作品。通过素材搜集、处理构思，提炼等环节上升为内容，通过造型、色彩、构图、构成等环节上升为艺术形式，籍此整合为有一定意味的作品，培养学生独立思考与创造能力。

（四）课程教学进程表（见附件二）

四、教学组织实施建议

1、校企合作人才培养

“学做一体、能力递进”的专业人才培养模式

加强校企合作，充分发挥“专业建设与发展委员会”的指导作用，以职业能力培养为主线,构建“学做一体、能力递进”的人才培养模式。强化学生职业规划，课程开发与实施、教学评价与反馈等。校企相互渗透，企业专家直接参与，体现职业要素和产业特征，使毕业生有较强的就业竞争力、更好的可持续发展能力，短时间内能走向管理岗位。

2、教学组织

学校、行业协会、企业专家共同组建教学指导委员会，根据行业的需要，对学院的专业设置与调整进行指导，不断推进学院人才培养模式及各项教学改革。部分专业课程与行业协会等合作，将企业工作过程和项目引入课堂进行项目引领、任务驱动的课程开发，完成基于岗位能力或任务导向的课程标准的制定；围绕课程标准进行了校本教材、实训指导书、课业文件的编写。根据行业、企业标准，对学生进行能力训练与岗位竞聘，给予参与企业真实项目、岗位培训、优先面试入职的机会。

教师在教学过程中引导学生成立虚拟设计公司，设置公司常规机构，派专业老师定时指导，虚拟或引进设计题目，虚拟公司中同学分工合作，共同完成设计项目。通过校企合作和建立虚拟公司的方法，让学生对理论的学习进入到可以实际操作的层面，摆脱了传统教育理论与实践操作分离的困境。

同时，鼓励并指导学生参加各种类型的比赛，以提升教师的教学水平，引进企业资源，弥补学生在校学习期间对企业的不了解，提升学生的实践能力和专业水平。

用多媒体讲解理论的基础上结合优秀例子对学生进行启发引导，让学生从实例中理解抽象的基本原理。课程实行课堂讲授与实际操作示范和学生动手实践相

结合，理实一体化教学。通过大量练习使学生们掌握设计基本原理，锻炼其熟练的绘制、设计能力和制作能力。

3、教学过程设计

教学实施中大力推进教学做一体化，积极借鉴国外职业教育较成功的项目教学法、引导文教学法、行动导向教学法等先进教学方法；教学课堂多元化，有传统的教室、教学工厂、企业现场，还有一体化教室，实现“做中学、学中做”，同时建立部分网络课程，有效地提高教学效率，也与其他院校实现课程资源共享。

4、职业岗位能力考核

将职业技能标准和职业鉴定内容融入课程教学之中，合理安排教学进度，在实训实习等方面为学生提供锻炼实际工作能力的条件和保障，根据实际情况分年级、分批次、分职业岗位，组织学生参加职业认证考核并获得证书，达到职业教育的能力培养要求。岗位职业技能鉴定安排如（表3）所示。建设实践教学基地，与行业企业共建共享实践教学资源，提高了教学效率，依靠行业企业专家、“双师型”教学团队共同建立教学资源库，及时更新教学内容，丰富教学资源。

表3 职业技能鉴定安排

| 序号 | 考证名称 | 考核等级 | 考核时间安排 | 支撑课程 |
|----|-------------|------|--------|--------|
| 1 | 数字化高级平面设计师 | 中级 | 第二学期 | 二维设计软件 |
| 2 | 三维应用工程师（3D） | 中级 | 第三学期 | 三维设计软件 |

五、毕业要求

修读教学计划内所有课程，获得135学分，其中基本素质模块26.5学分、专业基础课27.5学分、专业核心课18.5学分、专业选修课程22.5学分、公共选修课程8学分（理工类课程4学分、人文社科类课程4学分）、各类实践环节32学分，准予毕业。

建议学生参加全国计算机、建议学生参加四川省英语二、三级考试和国家大学英语四、六级考试，并获得相应证书；建议取得相关职业资格认证，在校期间至少参加一次省级以上（含省级）专业设计大赛。

六、教学资源保障

（一）师资队伍

1、师资现状

年龄及知识结构合理、相对稳定、水平较高的师资队伍；有学术造诣较高、实践动手能力较强的本专业带头人，专业课的专任教师（含理论课、实践课）不少于6人，其中具有副高级专业技术职务以上的专任教师人数不少于专任教师总数的30%；企业兼职教师，承担的专业课程学时比例达到30%；有能够满足教学要求，高、中、低职称比例合理的实践动手能力强的实践环节指导教师；专业教师中具有“双师型”素质的教师达60%以上。

校内现有1名教授、8名副教授，专业带头人2人（其中企业1人）、青年骨干教师13人、双师素质专任教师21人。专兼职教师比例达到1:1。本专业依照“双向兼职、实职互派”的方针建设教学团队。按照“数量足、结构优”的建设思路，与企业联合培养专业教师，具有一支素质优良、结构合理的“双师”专兼职结合的教学团队。

2、校内专任教师要求

具备本专业大学本科以上学历（含本科）或具有本专业技术师以上资格证书，并接受过职业教育教学方法的培训。

从事实践教学的主讲教师要有本专业相关实践经验与技能证书。

专业“双师素质”教师（具备相关专业职业资格证书或企业经历）的比例要达到90%以上。

专任教师不定期下企业，在企业设计项目实施及产品研发等方面担任实职。

3、企业兼职教师要求

兼职教师应由企业经验丰富的技术人员和企业的技术骨干或管理骨干，同时热心教育事业，有较强的责任心和沟通能力，具有一定的教学能力。热心教育事业，责任心强，善于沟通；具有一定的教学能力，通过专业教学能力测试；能担任部分实践性较强的专业课程教学，能熟练指导学生顶岗实习和毕业实习等实践教学工作。

4、专业带头人要求

能够把握本专业技术发展的方向，精通行业技术，带领团队教师开展专业

建设、教学改革和科研等工作。

（二）实践教学条件

1、校内实训基地

基础课程部分：配备画室、多媒体教室及相应的教学设备。

专业课程部分：广告摄影工作室、模型制作实验室、空间陈列展示室、3D渲染机房。

校内本专业实训基地现有陶艺雕塑工作室、旅游产品设计工作室、模型制作与现代饰品设计室、广告与影像设计工作室等多个设计工作室。工作室走市场化道路，采取“公司化”运作模式，利用工作室资源优势，联系企业、行业，承揽业务，为学生提供一定的工作任务和实际项目，使技能训练与实际工作有机结合，提高师生实践教学能力，使专业教学得以更有效地与生产实际相结合。

依托学院“艺术设计实训中心”多种形式的设计工作室，架起专业教学与行业技术发展密切联系的桥梁，建成融“公司”、“教室”、“工作室”为一体的新型“产、学、教”实训基地。注重硬件建设的同时，加强实训基地内涵建设，完善实训基地的管理运行机制，共同制定校外顶岗实习管理制度和考核方法，有效提高人才培养质量。

2、校外实习实训基地

在校外实习基地方面，加强校企深度合作，充分利用现有实习基地，与多家企业建立紧密的人才培养合作关系。注重硬件建设的同时，加强实训基地内涵建设，完善实训基地的管理运行机制，共同制定校外顶岗实习管理制度和考核方法，有效提高人才培养质量。

（1）校外实训基地要求

①校外实训基地建设要与人才培养目标紧密结合，应以专业实践教学的要求为依据，使学生能得到真实的实际操作训练。统筹规划、互惠互利、合理设置、全面开放和资源共享的原则。

②校外实训基地要全面规划，协调发展，要兼顾专业的覆盖面，优先选择受益面大的实训基地，提高校外实训基地的利用率。在实训过程上要具有专业技能真实性或仿真性，使学生能按照未来专业岗位对基本技能的要求，得到实际操作训练。加大对兼职实训指导教师的培训力度，使他们了解专业实践要求，积

极参与教学改革。

③在技术要求上要具有专业领域的先进性，在内容安排上要具有综合性，使学生通过实训，不仅掌握本专业的核心技术和技能，而且熟悉和了解与专业相关的技能，使学生的基本能力、技术能力和综合素质全面得到培训。

(2) 校外实训基地组织与管理

①校外实训的建立要签订合作协议，注明适应专业、实训项目、内容、时间、双方的责任与义务、协议期限等。校外实训中心统筹规划，学院负责建立、管理与协调。

②学校要加强对校外实训基地的指导和管理，建立定期检查指导工作制度，协助企业解决实训基地建设和管理工作中的实际问题，帮助实训基地做好建设、培训、发展的各项工作。同时要建立相应的台帐资料，如组织机构、指导老师登记表、实习（实训）指导书、实习（实训）过程记录、考核记录、成绩记录、实训基地规章制度、教师下厂记录，收集各类资料、图片。

③校外实训基地人员，特别是兼职实训指导教师要有合适的学历、技术职务和技能结构，以保证实训工作质量的不断提高和实训基地建设的不断加强。校外实训基地要严格遵守国家有关部门颁布的法规、法令及条例，建立实训环境管理和劳动保护管理规定、安全操作管理规程和文明生产措施，营造良好的育人环境。要深化教学改革，与企业加强合作，不断开发新的实训项目，改进教学方法，以保证教学质量和教学水平的不断提高。

(三) 网络资源

为了适应课程的教学改革，实施课程项目化教学，最大限度地满足学生自主学习和师生网上互动教学的需要，在教学中可充分利用先进的校园网及多媒体设备；同时本专业教学应建立教学资源库，涵盖行业基础资源、课程资源、专业特色资源、职业技能资源，实施实训资源，专业标准等内容，具有网上辅助教学条件和教学互动平台，保障学生自主学习和知识拓展。

七、审核

| | | |
|-------|-------|--------|
| 专业负责人 | 教研室主任 | 专业学院院长 |
|-------|-------|--------|

| | | |
|-------------|-------------|--|
| | | |
| 学院专业指导委员会主任 | 学校专业指导委员会主任 | |
| | | |
| 教务处长 | 分管校长 | |
| | | |

成都纺织高等专科学校
2019 年 6 月

附件一：视觉传播设计与制作专业人才需求调研分析

附件二：视觉传播设计与制作专业2019级教学进程表

附件三：教学质量监控体系

附件四：专业核心课程标准

附件一：视觉传播设计与制作专业人才需求调研分析

2019 年视觉传播设计与制作专业的教学计划和人才培养方案制定，是根据 2018-2019 全国《高等职业院校视觉传播设计与制作教学标准调研报告》，调研数据取样为全国 59 所相关院校，包括四川在内的 11 个省市相关企业。调研范围广、数据取样多，从学校教学计划制定到毕业生、企业、企业员工等多角度调研。此外，参考多所本科学校视觉传达专业教学计划，包括四川大学、中国传媒大学等。所以，2019 视觉传播设计与制作专业的教学计划和人才培养方案制定是有充分扎实的调研基础的。

我校视觉传播设计与制作专业主要就业为平面设计中的广告行业。广告行业现在发展变化很大，特别新媒体中移动媒体的发展冲击等诸多原因，还按照老思路、老方法，不紧跟时代变化思考新问题来制定教学计划是不合适的。广告从业人员的就业岗位种类需求日益增多，对从事这个行业的人员要求越来越高。特别是新兴互联网媒体广告的需求大量增加，对广告设计人员的能力素质需求发生很多变化。

本校视觉传播设计与制作专业为新开设专业，但是基础的广告设计专业开设已经十余年，对于每年的教学计划修订，都能做到实事求是，紧随行业最新发展，做好行业调研。2019 年人才培养方案调查的对象包括当年毕业的大学生和已经在岗位上工作几年的本校毕业生，同时也包括其他学校的相关行业毕业生和企业代表。调查中有配合就业工作的相关调查问卷，并参考学校就业办的每年招生就业工作内部资料，抽取一定数量的毕业生调查。

一、调研目的

了解广告行业发展现状，熟悉国家相关行业规定对行业发展的影响。已有视觉传播设计与制作专业毕业生的就业情况以及对学校课程安排的反馈。企业对视觉传播设计与制作人员现状需求。

二、调研对象

相关行业协会，广告设计公司、传媒公司，企业代表，毕业生。

三、调研方法

1、资料分析

通过浏览相关权威网站，统计分析行业企业需求。

2、问卷调查

向调查对象发放调查问卷，分析用人单位岗位设置情况及人才需求。

3、毕业生跟踪调查

通过各种方式对不同地区、不同企业与岗位工作的毕业生进行跟踪调查，分析毕业生就业历程及就业需求现状。

4、企业走访

与不同规模、不同产品、不同地区的企业各级人员进行交流座谈。

四、调研内容

视觉传播设计与制作人才的需求，包括目前本专业毕业生工作岗位、企业对毕业生的评价、企业对人才培养的建议。本专业毕业生跟踪调查，包括毕业生所在企业的发展、对专业教学的意见和建议。

五、调研情况分析

1、视觉传播设计与制作专业典型职业阶段分析

设计助理（平面、影视）—设计师—项目主管—项目经理

创意策划助理—策划师—项目主管—项目经理

2、毕业生就业岗位分析

从就业情况和企业需求来看，平面设计师和广告策划人员是主要就业方向，对口的广告设计公司、品牌传媒公司是重点。

企业也需要大量具有品牌分析、传播策划、设计与一身的相关视觉传播设计与制作人员，平面设计为主。

企业宣传的相关文字工作。

3、典型职业岗位分析

| 岗位 | 岗位对应的能力分析 | |
|-----------|---|--|
| | 综合素质 | 专业技能 |
| 广告（平面）设计师 | 具备从事平面广告设计所需的美术知识、市场知识、广告知识、计算机设计能力、写作、 | 能较熟练的运用广告系列知识和必备的计算机辅助设计手段进行各类广告设计，设计出合格 |

| | | |
|---------------|--|--|
| | 图形创意设计等知识和能力。 | 的平面广告作品。 |
| 广告创意策划师 | 具备从事广告策划、品牌形象设计所需的美术知识、市场知识、广告知识、计算机设计能力、写作等知识和能力。 | 熟悉品牌的运作,根据品牌定位和市场情况进行管理和销售策划对企业的服务和产品商品进行品牌运作和品牌推广策划,进行广告整合传播策划。 |
| 影视视觉传播设计与制作人员 | 具备从事影视广告设计所需的美术知识、市场知识、广告知识、计算机设计能力、影视广告创意和制作等知识和能力。 | 能进行影视广告创意策划,并能制作完整的影视广告创意方案和影视广告创意拍摄和后期制作。 |

4、典型工作过程分析

毕业生就业初期只能担任助理岗位,经过企业的相关培训能尽快适应岗位要求,胜任设计师或者是广告策划师职位。也能承担一定的企业宣传文字工作,企业宣传活动策划人员。有一部分毕业生到广告媒体工作。经过几年锻炼,有一部分毕业生得到企业认可,到企业担任品牌分析、传播策划人员。

企业对于学生的综合能力要求逐步提高,这就要求在课程设置上专业课程更加突出课程之间的衔接性。近两年来,毕业后从事影视视觉传播设计与制作人员有所增多,这与川内影视广告发展有紧密联系,但从事后期制作人员要多于前期创意人员,这表明课程中对于创意策划这部分应该加强。

5、典型工作任务与职业能力分析

通过对这些资料的分析,能够发现本专业毕业生对于大学三年所学课程的设置安排有一定的了解,但更关注工作中课程理论与实践工作的具体结合。企业对于在校广告行业的学生要求更加具体,“有相关经验”或者“有成功案例”就要求在校学生完成基本课程学习后,更积极参加社会相关行业大学生广告竞赛和有一定的相关实习经验。这就要求人才培养方案根据高职高专院校特点,坚持以就业为导向,以能力为本位,以岗位的综合职业能力要求为基础,确定本专业的培养目标,以工作任务为引领、以企业实际项目为主线,制定视觉传播设计与制作专业人才培养方案。从而达到基础教学与实践教学有机结合,实践教学与社会就业有机结合,院内教学和社会需求相结合。

与企业深度合作,以职业设计能力培养为主线,引入企业实际设计项目和参加设计竞赛课题,实现“产学结合”,根据企业设计师岗位职业资格标准选择教

学内容，基于完整企业设计流程进行教学设计，实现“项目驱动”。

6、创建“双向服务、工学交替”的人才培养模式

通过与企业之间各种合作途径，学院逐步建立和完善学院与各理事单位之间双向参与、双向服务、多方受益、工学交替的人才培养模式。

(1) 建立健全企业参与制定人才培养方案的工作制度

完善专业建设指导委员会参与人才培养方案制定过程的工作制度，即由专业负责人组织调研，确定专业培养目标，分析能力、知识和素质结构，经专业教研室讨论，制定出人才培养方案初稿，再经企业专家组成的专家委员会审议修改，报学校教学工作委员会审批实施，并在实施过程中逐年滚动调整。学校与企业共同完成人才培养方案的制定、人才的培养和人才的考核与评价全过程。

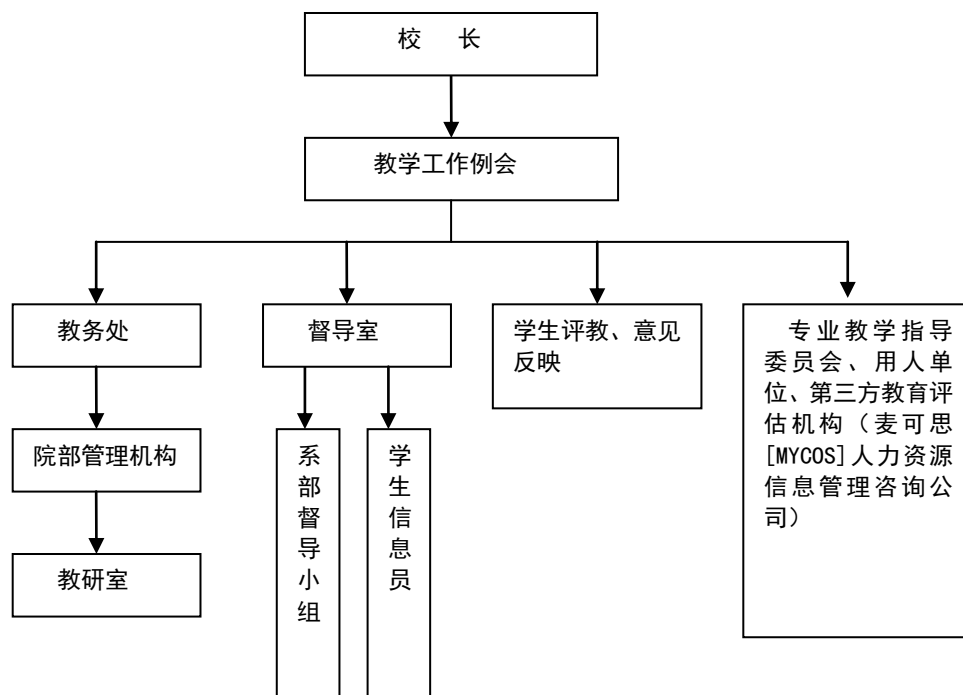
(2) 制定新的课程标准

根据实践专家对核心课程的基本描述，通过校企合作，由行业专家、兼职教师和专任教师共同完成学习领域的描述，由此制定出新的课程标准，供专家指导委员会讨论。新的课程标准应该包括：课程基本情况、课程地位和性质、课程目标、教学情境设置、课程内容与要求、教学情境设计、课程考核方案和教学条件要求等内容。新的课程标准应报系部、教学主管部门和主管院长审批。

附件二：视觉传播设计与制作专业 2019 级教学进程表

附件三：教学质量监控体系

教学质量监控体系是一个既包括教学过程监控，又包括教学效果反馈控制的系统工程。学校建立了多元化监控主体，根据管理的职能，在不同层面上实施教学质量监控。“四主体、五并重”的教学质量监控体系如下图。



“四主体、五并重”的教学质量监控体系架构示意图

“四主体”监控体系主要包括：

1、由教务处、各学院（部）及教研室为主构成的教学质量监控常规主体 其中教务处主要负责制定全校的教学质量管理方案，抓好教学的组织安排及教学运行中的质量调控，开展经常性的教学质量调研，组织开展教学质量检测评估，建立健全教学质量监控工作制度，并代表学校对各学院（部）、各专业的教学工作进行质量管理，指导各学院（部）对教研室进行教学质量管理工作。

学院（部）教学管理职责是依据学校的办学目标和指导思想以及教学质量管理工作方案，对所属专业的人才培养方案、各个教学环节的安排、教学检查等进行统一领导和管理，搞好教学基本建设，并指导教研室对所属教师和课程进行教学质量管理工作，以及对学生的学习活动进行有效的指导、督促和检查。同时依据学校

《教学工作质量评估和奖励办法》、《教学事故认定与处理办法》等相关文件对每位教师的教学质量进行评价，并做相应的奖励或处理。

教研室作为教学基层组织，在教学质量监控中起基础作用，其主要职责是依据校、学院（部）教学质量管理的目标和专业人才培养方案中的教学计划、课程标准的要求，对所属教师和课程的各个教学环节进行教学质量监控，组织开展教研活动，进行专业和课程教学改革，交流教学经验，反馈教学信息，并对学生的学习活动进行辅导和管理。

2、由督导室及各学院（部）教学督导组为主构成的专家主体 其主要职责是对学校整体教学工作进行调研，通过听课、参加实践教学环节、参与教研活动、召开学生评教座谈会、检查教师教学常规、问卷调查等活动，了解教学活动的开展情况，收集教学中的各种信息，并写出相应的情况反馈建议、总结，定期或不定期地向学校领导或有关部门和个人反馈教学工作（教学改革、教学建设、教学计划与实施、教学管理、教学保障等方面）中存在的问题，并就如何培养知识、能力、素质协调发展的合格人才，加强和改进教学工作与师资队伍建设，提高学生的创新意识和实践能力提出合理意见和建议。

3、由各班级教学信息员为主构成的学生主体 其职责主要包括：搜集并及时反馈本班同学对教师的教学态度、教学方法、教学内容、教学效果等方面的意见；搜集并及时反馈本班同学对课程设置、教材选购等方面的建议；每月定期填写《教学情况反馈表》，直接交督导组，由督导组及时整理并与相关学院或部门沟通解决学生反映的问题。

4、由各专业教学指导委员会及相关用人单位、第三方教育评估机构构成的社会主体 学校专业开发与专业建设中，引进社会各行业专家，成立专业教学指导委员会，指导专业开发与人才培养方案的制定，及时修订完善专业教学计划，准确把握社会对人才培养规格需求的变化。同时加强与用人单位关系，建立毕业生质量跟踪调查与就业分析制度。及时反馈用人单位对学校教学质量的意见与建议。引入第三方教育评估机构（麦可思公司）每年对学校的人才培养质量、专业建设、教学管理与质量等进行全方位评价，形成学校各年度社会需求与培养质量报告，为学校更好的进行专业设置与建设、教学质量监控、学生工作等各方面建设与改革提供公正客观的依据。

“五并重”监控包括：

1、从注重主要对教师教学的监控，转向对教师教学的监控和对学校教学管理环节的监控并重；

2、从注重对理论教学的监控，转向对理论教学的监控与对校内外实践教学监控并重；

3、从注重对教师教学水平、教学效果的监控，转向对教师的教学水平、教学效果的监控与对教师的综合素质和课程建设力度的监控并重；

4、从注重对教师教的监控，转向对教师教的监控与对学生学的监控并重；

5、从对校内教学管理与质量监控，转向校内教学管理与质量监控与社会对学校人才培养质量反馈监控并重。

教学质量管理体系的建立与完善是一个复杂、动态的过程，各教学单位要高度重视，根据自身特点细化学院的教学监控实施措施，落实到人，全面掌握教学质量保障情况，全过程多方位抓质量监控，不断提高教学质量，培养出社会需要的、高级技术技能型人才。