

一、修业年限

三年制

二、授课语言

中文

三、培养目标

本专业以职业能力和岗位需求为导向，以培养学生“汉语水平+岗位能力+职业素养”为目标，科学定位，打造“国际化、技能化、职业化”的专业特色，培养掌握广告设计与制作专业必需的基础理论、专业知识，具有专项设计能力、较坚实的绘画造型能力及一定的艺术修养和审美能力，能够运用专业设计方法与技能，独立从事包装设计、媒体广告策划、平面设计等工作的高端技能型专门人才，同时了解中国传统文化和人文历史。

四、主要课程

序号	课程名称	课程主要内容 (限 80 字以内)	学时与 学分	开课学 期
1	设计造型基础	通过课程学习掌握包括二维空间、三维空间、多维空间的造型表现，介绍各空间造型的基本要素、形态、色彩、材料及构成方法，以及在设计中的运用及表现技巧与方法。	64 学时 4 学分	1
2	计算机辅助设计	AI 的基础知识和操作，掌握路径图形的制作和相关处理操作、艺术效果处理、图形绘制过程、LOGO 设计和制作、插画、卡通形象等图像设计与绘制能力；掌握 Photoshop 图像合成技术与图像创意设计制作方法，为后续图形图像处理应用与设计创新打下计算机软件应用基础技能。	64 学时 4 学分	2
3	版式设计	主要介绍文字、色彩、图形三大版面元素的理念知识，以商业性实战练习小品使学生了解掌握不同类型的版面编排方式，锻炼学生熟练运用版面的构成要素，并根据特定的内容和风格的需要，运用造型要素及形式原理，成功的组合排列。	64 学时 4 学分	3

4	品牌形象设计	概述品牌应用要素系统的实用项目制作，培养学生独立完成形象设计手册的能力，包括 LOGO、色彩、字体组合、辅助图形基础应用部分与应用部分的包装设计、展示设计等 VI 视觉识别制作；延伸 VI 设计的应用与后期的策划营销应用。	64 学时 4 学分	3
5	平面广告设计	介绍广告的概念、功能、分类、设计原则等基本原理各媒体广告的特点和制作方法；培养学生具有广告创意及表现的能力，具备广告构图、色彩、文案的设计能力，熟悉平面、报纸、杂志、户外、POP、电视等各类广告的特点并进行设计制作。	64 学时 4 学分	4
6	品牌策划与营销	主要在品牌形象设计课程的基础上，进一步结合企业文化传播与营销策略进行知识提升，课程重点为策划与设计，要求学生有设计服务意识与独立设计能力，掌握品牌策划设计方法、营销技巧与综合应用的 CI 能力。	64 学时 4 学分	4
7	广告短片设计	概述短片创意的基础知识与各种表现手法，通过讲授使学生掌握 Flash、Premiere、AE 等软件操作以及从素材采集、剪辑、合成到输出的相关知识；训练学生的短片的编辑技术能力与影片的艺术表达能力。	64 学时 4 学分	4