

人才培养方案

专业名称: 视觉传达设计

专业代码: 550102

专业学制: 三年制

专业层次: 专 科

(部门) 制订

制定日期: 2021年6月

一、专业名称及代码

视觉传达设计（550102）

二、入学要求

三校生、普通高中毕业生等

三、修业年限

三年

四、职业面向

表 1 本专业职业面向

视觉传达设计专业职业面向							
专业大类	专业类	专业代码	对应行业	主要职业类别	主要岗位类别（技术领域）	职业技能等级证书	社会认可度的行业标准和证书

文化 艺术 大类 55	艺术 设计 类 5501	550103	广播、电 视、电影 和影视录 音制作业 (87)； 文化艺术 业(88)	20903-03 电 影 电视摄影 师 20903-06 剪 辑 师 20906-07 数 字 媒体艺术 专业 人员	品牌设计 (LOGO、 VIS 等) 物料设计 (海报、 画册、礼 券等纸质 广告)PC 端界面设 计(电商 设计、网 页设计)	艺 术 设 计 师 视 觉 传 达 艺 术 设 计 师	Adobe 认 证
----------------------	-----------------------	--------	--	---	---	--	-----------------

五、培养目标

以就业为导向，以职业技能为本，本专业着力于培养具有平面设计与制作、包装设计、企业形象策划与设计、网络视觉设计、等必备的基础理论和专业知识，熟练掌握从视觉艺术专业领域实际工作的基本能力和基本技能，具有较高艺术设计审美和创意设计能力、熟练的创意设计表达能力、具有创新精神和可持续发展潜力、适应民族文化强省建设生产、管理、服务一线需要的高素质技能人才。

六、培养规格

(一) 素质

1. 坚定拥护中国共产党领导和我国社会主义制度，在习近平

新时代中国特色社会主义思想引导下，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。崇尚宪法、尊法守纪、崇德向善、诚实守信、尊重生命、热爱劳动，履行道德准则和行为规范，具有社会责任感和社会参与意识；具有国防观念、国家安全意识和忧患危机意识。

2. 具有良好的职业道德素质和团队合作精神，勇于创新，爱岗敬业；具有质量意识、环保意识、安全意识、信息素养、工匠精神、创新思维。

3. 心理健康，勇于奋斗、乐观向上，具有自我管理能力、职业生涯规划的意识，有较强的集体意识和团队合作精神。具有健康的体魄、心理和健全的人格，掌握基本运动知识和 1-2 项运动技能，养成良好的健身与卫生习惯，及良好的行为习惯。

4. 具有一定的审美和人文素养，能够形成 1-2 项艺术特长或爱好。

（二）知识

1. 基本具备本专业必需的文化基础、艺术基础、计算机应用、行业规范及相关法律法规知识；

2. 基本掌握视觉传播设计与制作专业的基本课程理论知识；

掌握创新、创业、就业等方面的知识；

3. 基本掌握与专业相关的业务知识：

- ①掌握平面设计的基本理论和基本知识；
- ②掌握视觉传达设计专业技能和方法；
- ③具有独立进行视觉传达设计实践的基本能力；
- ④了解有关经济、文化、艺术事业的方针、政策和法规；
- ⑤了解国内外平面设计的发展动态；
- ⑥掌握文献检索、资料查询的基本方法。

（三）能力

1. 基本能力

- ①具有基础的艺术鉴赏能力；
- ②具有基础的绘画技能和进行各类场景速写的技能；
- ③具有了解国内外平面设计的发展动态及相关文化知识；
- ④具有一定的平面设计能力及图片处理能力；
- ⑤具有一定的平面设计鉴赏能力；
- ⑥具有把握平面构成、色彩构成、立体构成结合运用的综合能力；
- ⑦具有良好的数字插画绘制能力。

2. 核心能力

- ①具有计算机辅助图形与制作 AI、PS 的基本技巧;
- ②掌握各类设计元素特点及运用的基本技巧;
- ③具备简易短片制作的能力;
- ④具有新媒体营销基本理论与研究方法，掌握营销多元化发展背景下各个新模式的特点;
- ⑤具有一定制图、效果图等基本设计表现技法。

3. 关键能力

- ①具有计划和组织策划能力，交往与合作的能力;
- ②具有较高审美、构图、创意相结合的能力，并能在整体项目中充分发挥平面设计和策划创意等方面的能力;
- ③具有对实际的运作项目的完整流程的管控能力。

4. 延展能力

- ①具备综合运用各种材质的运用以及印刷制作的能力;
- ②具有商业洽谈以及仪表仪态管理能力。

七、课程设置及学时安排

(一) 课程设置

本专业课程主要包括公共基础课程和专业课程两大类。

1.公共基础课程

据相关文件要求，将思政类课程、体育、军事理论与军训、国家安全教育、就业指导与职业规划类课程、心理健康教育、劳动素质课。并将党史教育、四史教育、创新创业类课程、大学语文、大学英语、信息技术、中国传统文化等课程。

2.专业课程

一般包括三类：专业基础课、专业核心课、专业拓展课。

（1）专业基础课

专业基础课一般设置 9 门，包括平面设计史、广告创意设计与鉴赏、广告文案、设计素描、设计色彩、构成原理、创意思维与方法、计算机图形辅助设计（PS）、计算机图形辅助设计（AI）。

（2）专业核心课

专业核心课一般设置 9 门，包括字体设计、手绘素材、版式设计、新媒体运营、标识设计、商业插画、视觉识别设计（VI）、包装设计、品牌设计与制作。

（3）专业拓展课

专业拓展课包括商务谈判技巧、短视频制作。

3.专业基础课程主要教学内容

表 2 专业基础课主要教学内容

序号	课程名称	课程类型 (A/B/C)	学时	学分	主要内容
1	平面设计史	A	36	2	平面设计史是平面设计课程中重要的一个部分，透过历史的回顾，可以使学生们更好地理解并掌握平面设计的基本知识和技能。
2	广告创意设计与鉴赏	A	36	2	广告创意设计与鉴赏旨在培养学生的广告设计意识和能力，让他们掌握相关理论和实践技能，能够设计出具有创意、受众群体接受度高的广告作品。
3	设计素描	B	72	4	对学生的基础造型能力进行训练，包括：形体观察能力、形体刻画能力、形体创造能力，并着重培养学生在设计方面的意识形成，培养学生的画面构成能力，设计创新能力，引导学生正确的审美观。
4	设计色彩	B	72	4	设计色彩是所有专业造型和创新思维培养的开始。主要对学生的基础色彩运用能力进行训练，包括色彩观察能力、色彩表现能力和色彩创造能力，并着重培养学生在设计方面的意识形成，培养学生的画面色彩构成能力，设计创新能力，引导学生正确的审美观。
5	构成原理	B	72	4	通过对相应意义的点线面的客观与微观范围内的理解，同时在二维平面区域内解决诸多问题；让学生系统了解色彩的理论体系；通过对立体构成的学习，学生能够按照形式美规律进行组织线、面、块的空间构成，并且使其构成元素的色彩及材质与创意相符合，包装结构、包装容器科学合理。
6	广告文案	B	36	2	广告文案的撰写及创意能力
7	创意思维与方法	B	36	2	图形元素的创意思维，图形的变化，图形的形象要素运用等。

8	计算机图形 辅助设计 (PS)	B	72	4	PS 各个工具的练习, 主要针对各大平台产品详情页, 照片优化, 字体设计简单引入, 版式设计的简单引入。
9	计算机图形 辅助设计 (AI)	B	72	4	Illustrator 的基本操作和效果制作。

4.专业核心课程主要教学内容

表 3 专业核心课主要教学内容

序号	课程名称	课程类型 (A/B/C)	学时	学分	主要内容
1	字体设计	B	72	4	本课程指导学生系统了解中外文字发展脉络和基本规律, 以汉字文字设计教学为主, 英文字体为辅, 了解文字的产生和发展, 研究字体笔画、结构、性格、编排、内容与字体、字体与图形之间关系等。通过学习为专业设计打下坚实的基础, 认识字体设计在视觉设计中的重要性。
2	手绘素材	B	72	4	手绘素材在各个商业领域的延伸与渗透以及它们在视觉艺术设计中的表现特征与设计延伸, 教学启发学生的创意思路, 引导学生构造出新的手绘素材视觉形象及其传达性。
3	版式设计	B	72	4	版式编排设计的基本理论、实际操作技能和基本创意能力, 现代技术中具有通用性、普遍性的软件的使用方法, 印刷输出的规律与制作方法。
4	新媒体运营	A	36	2	新媒体运营, 是通过现代化移动互联网手段, 通过利用微信、微博、贴吧等新兴媒体平台工具进行产品宣传、推广、产品营销的一系列运营手段。通过策划品牌相关的优质、高度传播性的内容和线上活动, 向客户广泛或者精准推送消息, 提高参与度, 提高知名度, 从而充分利用粉丝经济,

					达到相应营销目的。
5	标识设计	C	72	4	标识设计的相关知识, 设计方法, 让学生掌握以标识为核心的视觉传播基本要素设计, 为企业形象 (CI) 设计课程奠定基础。
6	商业插画	B	72	4	插画设计在各个商业领域的延伸与渗透以及它们在视觉艺术设计中的表现特征与设计延伸, 教学启发学生的创意思路, 引导学生构造出新的插图视觉形象及其传达性。
7	视觉识别设计 (VI)	B	72	4	该课程以撰写企业形象设计策划书和企业形象视觉传达设计表现的实际需求为课程开设的依据。以市场调研、文案策划、设计、制作工作流程为该课程内容选择的标准, 以企业形象设计策划与表现项目任务为载体, 提升学生企业形象设计、文案策划及视觉部分的设计表现能力。
8	包装设计	B	72	4	在了解纸盒包装设计的知识前提下, 不断完善制作和设计新型包装盒型能力, 能独立运用相关软件完成包装设计并制作包装成品。
9	品牌设计与制作	C	144	8	学生学习品牌概念, 了解企业需要强调的价值, 考虑目标受众, 然后进一步进行形象设计, 包括标志、VI 设计、品牌文化等。品牌设计实操不仅需要学生有一定的设计能力, 同时也需要其具备较强的市场意识和创意能力。

5. 实践性教学环节

实践性教学环节主要包括实训、实习、毕业设计、社会实践等。实训可在校内外开展相关对口企业, 实习可在校企合作企业或校外企业。严格执行《职业学校学生实习管理规定》。

（二）学时安排

1. 本专业总学时 2754，其中公共基础课占 23%，公共选修课占 0.6%，专业必修课 24.8%，专业拓展课占 3.9%，实践性环节必修类课程占 29%。

2. 毕业实习 20 周，毕业设计 7 周。

八、教学进程总体安排（详见进程表）

九、实施保障

（一）师资队伍

1. 队伍结构

生师比不高于 13: 1，双师素质教师占专业教师比例一般不低于 60%，专业教师团队要综合考虑职称、年龄、学缘结构等，形成合理的梯队结构。

2. 专任教师

专任教师应具有高校教师资格证；有理想信念、道德情操、扎实学识、仁爱之心；具备传媒类专业本科及以上学历；具有本专业扎实的理论功底和实践能力；具备信息化教学能力，能够开展信息化教学和科研工作。

3. 专业带头人

专业带头人原则上应具有副高及以上职称；能够较好地把握行业前沿动态，专业水平高，带领团队开展教学科研能力强，专业能力得到普遍认可。

4. 兼职教师

兼职教师主要从本专业相关的行业企业聘任，具备良好的思想政治素质、职业道德，具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，具有中级及以上相关专业职称或职业技能等级证书，能承担专业课程、实习实训指导工作等教学任务。

（二）教学设施

1. 校内实践教学条件要求

（1）校内教学场地及实训场所基本要求：画室、品牌形象工作室、摄影摄像工作室、电脑机房、多媒体工作室、图书室等。

（2）教学设备基本要求：手绘板、电脑、投影设备、具有摄影、摄像功能的智能手机，大型触控屏幕、投影等展示设备完善。

（3）信息网络教学条件：为专业教学、科研提供先进的信息化教学环境，能够实现教学管理信息化。AIC、超星学习通。

2.校外实训基地的基本要求

满足该专业实践教学和技能训练要求以及学生半年以上顶岗实训要求的相对固定的实训基地。能够配备专门实训指导教师，具有健全的规章制度。

（三）教学资源

满足视觉传播设计与制作专业实践教学和技能训练要求以及学生半年以上顶岗实训要求的相对固定的实训基地。选择合法经营、管理规范、实习设备完备、符合安全生产法律法规要求的实习单位安排学生实习。在确定实习单位前，领导进行实地考察评估并形成书面报告，考察内容应包括：单位资质、诚信状况、管理水平、实习岗位性质和内容、工作时间、工作环境、生活环境以及健康保障、安全防护等方面。校外实训基地配备专门实训指导教师，具有健全的规章制度。

十、质量管理

本专业按照《三类专业分类标准》中的重点专业量化考核。

十一、毕业要求

1. 学生在规定的年限内修完教育教学计划规定的 2800 学时 134 学分，成绩考核合格，达到专业规定最低学分；

2. 德智体美劳达到毕业要求;
3. 获得“1+X”相关证书;
4. 完成实习实训, 完成实习报告;
5. 达到以上条件准予毕业, 由学院颁发毕业证书。

教学进程表

总学分

131

专业

视觉传达

学制：三年制大专

序号	课程性质	课程名称	课程类型	学时分配		总学时	学分	各学期周时数						考核方式	
				理论	实践			1	2	3	4	5	6		
	公共基础课	军事理论课	A	36		36	2	2							考试
		心理健康与心理素质拓展课	A	36		36	2	2							考试
		劳动素质课	C		80	80	2	2	2	2	2				考试
		职业生涯发展与规划	A	36		36	2	2							考试
		就业与创业指导	B	18	18	36	2				2				考试
		大学语文	A	30	6	36	2	2							考试
		英语	A	60	12	72	4	2	2						考试
		体育与健康	B	12	96	108	6	2	2	2					考试
		思想道德与法治	A	45	9	54	3	3							考试
		毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	A	30	6	36	2	2							考试
		习近平新时代中国特色社会主义思想概论	A	45	9	54	3		3						考试
		形势与政策	A	20	0	20	1	0.5	0.5						考试
		国家安全教育	A	36	0	36	2		2						考试
			合计:		332	156	640	27							
	必修课	专业基础课	平面设计史	A	36	0	36	2	2×18						考试
			广告创意设计与鉴赏	A	36	0	36	2	2×18						考试
			设计素描	C	16	56	72	4	8×9						考查
			设计色彩	C	16	56	72	4	8×9						考查
			广告文案	B	18	18	36	2	4×9						考查
			构成原理	B	36	36	72	4		4×18					考查
			创意思维与方法	B	18	18	36	2		4×9					考查
			计算机图形辅助设计(PS)	B	36	36	72	4		4×18					考查
			计算机图形辅助设计(AI)	B	36	36	72	4		4×18					考查
				合计:		248	256	504	28	14	14				
	专业核心课	字体设计	B	36	36	72	4			8×9				考查	
		手绘素材	C	16	56	72	4			8×9				考查	
		版式设计	B	36	36	72	4			8×9				考查	
		新媒体运营	A	36	0	36	2			2×18				考试	
		标识设计	C	0	72	72	4				8×9			考查	
		商业插画	B	18	54	72	4				4×18			考查	
		视觉识别设计(VI)	B	36	36	72	4				8×9			考查	
		包装设计	B	36	36	72	4				4×18			考查	
		品牌设计与制作	C	44	100	144	8					16×9		考查	
		合计:		258	426	684	38			14	16	16			
	实践性环节必修类课程	艺术实践(社会实践)	C				6							考查	
		实习实训	C			20周	20							考查	
		毕业综合考核	C				7							考查	
			合计:				20周	33							
	选修课	公共选修课	四史教育(限定选)	A	18	0	18	1		1				考试	
			合计:		18	0	18	1							
		专业拓展课	短视频制作	B	18	18	36	2		2×18					
			商务谈判技巧	B	18	18	36	2			2×18				
			合计:				108	4							
	总计:			856	838	2754	131								

课程类型：A类：纯理论课 B类：理论+实践课 C类：纯实践课