

# 上海市中高职贯通教育（五年制） 广告艺术设计专业人才培养方案

## 一、专业名称（专业代码）

中职专业名称：艺术设计与制作

中职专业代码：750101

高职专业名称：广告艺术设计专业

高职专业代码：550113

## 二、入学要求

招生对象：本市应届初中毕业生

## 三、基本学制

学制：5年

## 四、培养目标

本专业旨在培养具有高远的理想和良好的职业道德，具有自主创新精神和先进传播理念，适应现代传媒行业多元化传播发展的需要，掌握系统的广告传播及其他相关学科理论知识与技能，具备熟练的广告创意、广告策划、新媒体运营等能力、熟悉媒介发展趋势与运作机制。能在市场数字营销部门、宣发运营部门、影视传媒部门、企事业单位和文化创意产业等机构，从事广告创意策划、数字视频设计制作、新媒体内容生成编辑、市场经营管理工作，具有宽厚媒介素养、复合型、高等技能型人才。

## 五、职业范围

广告艺术设计专业是一个专业性极强且应用媒介丰富、发展空间巨大的综合应用性专业，专业人才主要职业及类型职业描述：

主要行业：广告行业、数字商务行业、文化服务行业等

职业类型：

基础岗位：平面设计师、品牌视觉设计师、数字营销设计师、文创设计师、视频剪辑师、短视频编导等。

迁移岗位：品牌策划师、摄影师、文案策划师、插画师、绘画教师、软件培训教师、活动执行等。

晋升岗位：品牌运营、策划总监、客户主任。

## 六、人才规格

本专业遵循国家职业教育方针，培养德、智、体、美、劳全面发展，与我国社会主义现代化建设要求相适应，以促进高水平就业为导向，通过专业所在的文化创意传媒专业群积累的产业资源、产教协同育人机制，创新人才培养模式，培养掌握从事广告行业及相关行业领域的必备理论基础、专业技能及职业素养，具备从事高速发展业态下的广告行业实际工作并适应经济发展新常态的技术技能人才。

### （一）职业素养

- 具有良好的道德品质和正确的社会主义核心价值观；
- 具有科学的世界观、确立正确的政治立场；
- 具有良好的法治意识和文明行为习惯，道德素质和法律素质，遵纪守法，热爱本职工作；
- 具有对社会的高度负责的精神，有强烈的使命、责任感以及高度的职业道德，能公正客观地为社会消费大众提供有益的信息、正确的导向；
- 具备积极应对未来世界变化的适应能力与积极心态；
- 具备坚守宣传我国文化立场和民族品格的文化信仰，承担中国广告使命，实现属于中华民族文化自信；
- 具有维护真善美的创作品格，拒绝违背诚信的行为；
- 具备正确辨别和对待各种社会语言现象、规范用词的价值观；
- 具有忠于职守、吃苦耐劳、认真负责、团队合作的职业道德意识，乐于奉献的精神；
- 具有独立的思考、创新意识和判断能力以及敏锐的艺术思维；
- 具有自我探索、信息搜索与管理能力，具备其他艺术门类的广泛爱好，以适应千变万化的设计主题，进行富于成效的创造，以最美好的形式表

现物象的本质美；

- 具备较强的自学意识和可持续发展能力。

## （二）职业能力

- 能运用绘画的创作方法，制作平面广告、视频广告等视觉内容；
- 能使用图形图像处理软件完成图片修饰、图形制作、版面制作等视觉内容；
- 能使用数位板和绘画软件绘制简单图形及综合二维元素画面；
- 能根据抽象思维原则、色彩搭配原则、三维造型原则并运用抽象元素制作平面构成、色彩构成画面及立体模型；
- 能基本操作常用照相机设备进行拍摄；
- 能运用三维设计软件完成渲染和后期合成制作；
- 能根据图案造型规律，绘制并设计中外典型图案；
- 能根据字体形式美法则、版面形式美法则，设计制作各类版面；
- 能运用创新性思维技巧，进行各类图形制作；
- 能使用专业剪辑软件进行基本的视频后期特效制作；
- 能根据材料选用原则、使用场景规律、以及市场调研分析，制作具备文化内涵的衍生产品；
- 能根据视觉形式美法则、材料选用原则，进行衍生品外包装盒设计与制作；
- 能根据图文版面的基本规律，运用数字编辑软件进行电子书籍制作；
- 能根据市场定位，运用图形创意技巧、色彩搭配技巧，并运用数字编辑软件完成海报设计；
- 能根据市场调研分析、品牌规范性原则，结合视觉审美法则，进行标志设计、标准系统设计及标准应用系统规范设计；
- 能根据视听语言的基本规律，设计短视频分镜脚本；
- 能根据视听语言的基本规律，并能操作常用摄像设备进行拍摄，使用专业剪辑软件进行视频后期特效制作，完成完整的短视频广告制作；
- 能使用调色软件，完成短视频广告的色彩调配任务；
- 能使用平面设计软件，完成图像修饰、文字编排及对外发布任务；

- 能根据书面语言逻辑规律，形成各类广告中的标题及内文的撰写；
- 能运用口语表达方法，进行设计作品阐述；
- 能根据市场规律、消费者消费心理，形成完整的广告策略方案。

## 七、课程结构

### （一）课程结构设计理念

广告艺术设计专业以聚焦服务上海建设世界设计之都为目标，顺应新媒体技术发展的良好态势，优化人才培养方向，在开全、开足公共必修课程的基础上，专业课程内容贴近工作实际，课程之间互相支撑互相提高；根据广告行业的工作流程及职业素养分析，建立严谨扎实，注重文化素质培养的理论基础课程体系，并建立紧密结合生产实践、注重培养学生动手能力的技能实践课程体系；专业技能实践课程由浅入深、技能和相关科学文化知识、专业理论知识和职业素养互相交叉的模块体系，目的是使教育内容与岗位实际一致，使高职教育与终身教育链接，注重学生未来的可持续发展；在产学一体课程设置方面，以梯次有序、资源共享为宗旨打造引企入教的实训体系，依托校企合作企业以及行业协会与产业联盟，开展分散贯穿、集中持续的产学一体化实践教学，分模块化安排顶岗实践，锤炼学生综合实践技能。

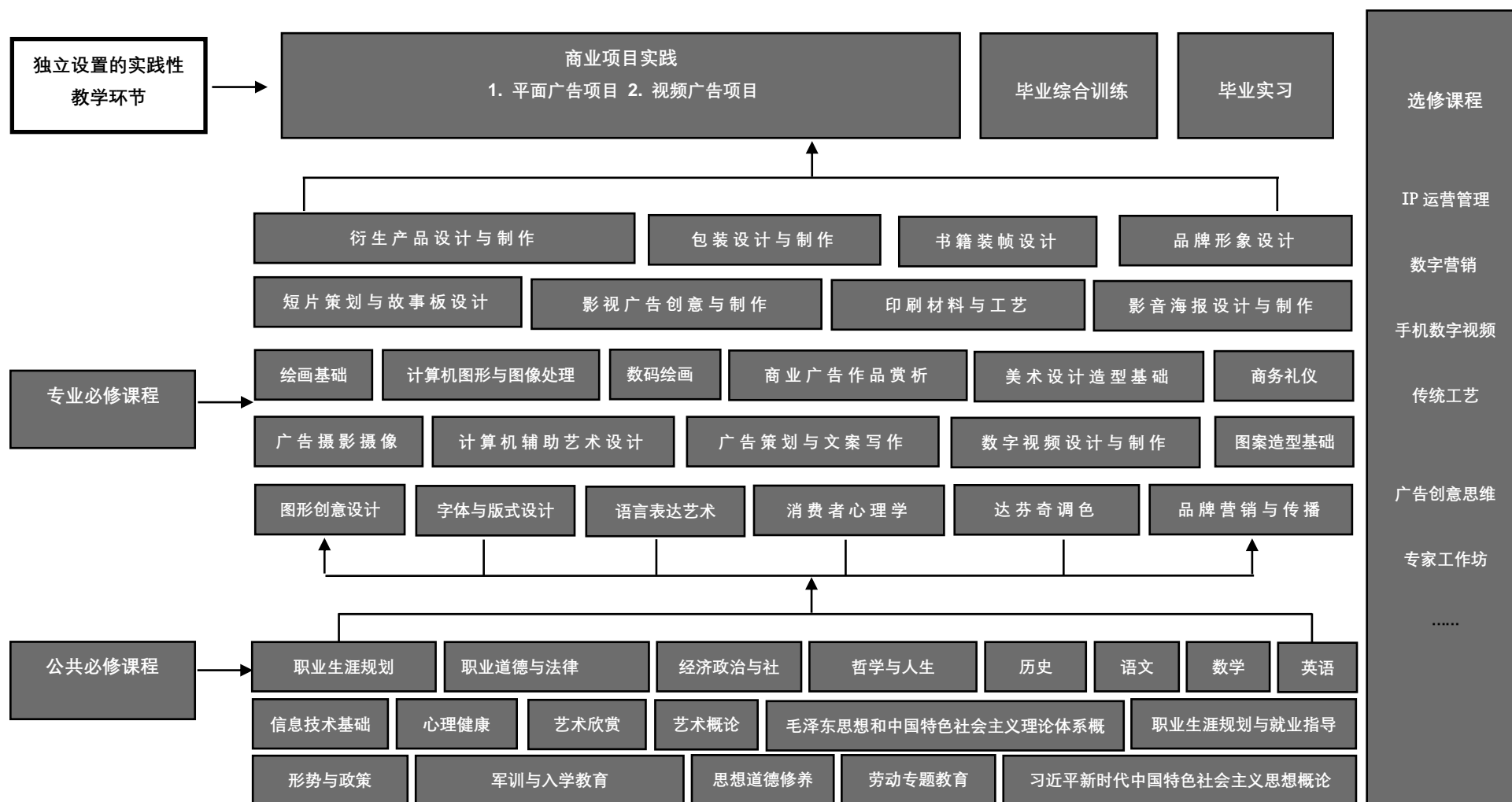


图 1 广告艺术设计专业人才培养课程结构框架与课程路线图

## （二）课程模块设置

本专业课程由五大模块组成，共计 4986 学时，其中理论课程 2447 学时，占比 49%，实践课程 2539 学时，占比 51%，课程分必修课和选修课。

表 2 广告艺术设计专业课程模块设置表

模块	性质	组成 门数	学时数		
			理论	实践	比例
公共必修课程	必修课	18	1138	428	2.66:1
专业必修课程	必修课	25	1151	829	1.39:1
限定选修课程	选修课	6	158	40	3.95:1
独立设置的实践性教学环节	实践、实习	3	0	1242	0:1
总 计		52	2447	2539	0.95:1
			4986		

## 八、专业课程内容与要求

广告艺术设计专业五年共开设 25 门专业必修课，6 门限定选修课，课程内容与要求详见表 3。

### （一）专业必修课程

表 3 广告设计与制作专业必修课程内容与要求

序号	课程名称	主要教学内容与要求	技能考核项目与要求	参考学时
1	绘画基础	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 主要教学内容：本课程以对美术绘画素描、水彩、速写为主线，讲授画面基本构图，色彩原理、光影知识，人物动态造型训练，空间透视的理论和应用；讲授艺术设计基础知识、绘画基本技巧以及基本素质、创意思维方法等。</li> <li>● 教学要求：通过学习和训练，学生能在造型基础理论、实践两个阶段教学过程中，掌握美术造型基础知识，完成从传统绘画走向美术造型设计的任务，提高学生的审美水平和创新意识。</li> </ul>		486

序号	课程名称	主要教学内容与要求	技能考核项目与要求	参考学时
2	计算机图形与图像处理	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 主要教学内容: 本课程主要讲授 Photoshop 软件基本操作、使用技巧, 基本图像和特效图像的设计制作, 以及图形绘制与编辑处理、图文排版、平面影像处理操作的基本知识和技能。</li> <li>● 教学要求: 通过学习和训练, 学生能进行复杂的图形图像设计, 制作出具有一定艺术效果的平面图像。</li> </ul>		108
3	数码绘画	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 主要内容: 数码绘画的基本原理、工具使用技法、基本造型技法及艺术表现手段; 形体构图、比例、透视、空间、体积、质感的塑造技巧; 传统绘画与数码绘画的区别。</li> <li>● 教学要求: 使学生建立良好的审美感觉和科学思考的模式, 熟练掌握运用数位板绘画的造型能力, 运用科学原理与形式美相结合的法则进行创造性的表达, 运用 Ps 等软件塑造形象和构建视觉效果, 将数码绘画与视觉设计紧密结合起来。</li> </ul>		36
4	商业广告作品赏析	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 主要内容: 广告社会背景、广告作品艺术底蕴、各大师作品赏析、国外各大广告赛事评判标准。</li> <li>● 教学要求: 通过学习, 使学生对现代广告的性质、范围、类型、特点及状况获得初步的认识与了解, 达到开阔眼界、增长知识、陶冶情操的目的。</li> </ul>		36
5	美术设计造型基础	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 主要教学内容: 本课程以平面构成、色彩构成、立体构成为主线, 讲授平面构成的基本构图, 色彩构成的基本原理、立体构成的空间光影知识; 讲授三大构成的基础知识和基本技巧和创意思维方法等。</li> <li>● 教学要求: 通过学习和训练, 学生能在平面构成和色彩构成两个阶段教学过程中, 掌握点线面造型和色彩理论的基础知识。完成从传统素描速写走向美术造型设计的任务, 提高学生的审美水平和创新意识。</li> </ul>		72

序号	课程名称	主要教学内容与要求	技能考核项目与要求	参考学时
6	商务礼仪	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 主要教学内容：礼仪概念、基本发展史、礼仪特性，掌握商务活动中礼仪的基本原则与规范。</li> <li>● 教学要求：通过教师的系统讲授、示范操作与训练，使学生掌握礼仪的基本概念、常识、基本原理及方法技巧，为今天在商务活动中塑造良好形象、提高服务艺术</li> </ul>		18
7	广告摄影摄像	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 主要教学内容：本课程主要讲授各领域类型常用影视设备的使用学习，各类型专业附件设备的学习，使得学生能够完成常规的影像记录及创作拍摄，并根据实际内容制定和运用技术实施方案，同时有一定的摄影摄像造型与画面语言能力，能够通过画面构图、用光、色彩等能力设计服务于主题内容及情感氛围的表达，以此完成不同情景中摄影机位置的合理安排，培养对现场的把控和调度能力、不同情境下的拍摄技巧、基础灯光布置规则以及镜头语言的规范设计。</li> <li>● 教学要求：通过学习和训练，保证充分的行业实效性案例及实践时间，使学生在对基础理论有足够理解基础上，实现从知识到能力的有机转化。在学生实践的全过程中，始终有专业教师在学生团队中指出错误、指导正确规范的操作，做到犯错立刻发现、纠错立刻改正的实时现场教学指导，并实时结合理论讲授使学生快速理解掌握设计技巧和制作技术。</li> </ul>		108
8	计算机辅助艺术设计	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 主要教学内容：本课程主要讲授 3ds Max 等三维软件空间建模、渲染等基本技巧，包含三维建模的原理、软件技巧与具体运用；讲授三维效果图制作流程，基本制作方法和制作手段，相关辅助建模软件的操作使用技巧。</li> <li>● 教学要求：通过学习和训练，学生能更好地理解三维建模软件的功能，掌握并能灵活运用常用的三维软件建模方法，提高模型制作的效率和效果，熟悉渲染器的各种参数设置，为从事广告文创和效果图制作相关工作打下良好的艺术功底。</li> </ul>		108



序号	课程名称	主要教学内容与要求	技能考核项目与要求	参考学时
9	数字视频设计与制作	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 主要教学内容：本课程主要讲授视频制作的剪辑处理等基本技巧，包含视频非线性编辑，视频剪接等制作的原理、技巧、程序与具体运用；讲授视频剪辑制作流程，基本制作方法和制作手段，相关剪辑软件的操作使用技巧，视频剪辑的生理学和心理学相关基础知识，视频剪辑中的节奏、时空结构方式、蒙太奇技巧、镜头组接技巧；讲授不同时期的视频剪辑的观念。</li> <li>● 教学要求：通过学习和训练，学生能更好地理解视频剪辑的功能和作用，掌握并能灵活运用常用的视频剪辑艺术方法，提高艺术鉴赏力和艺术修养，为从事视频艺术相关工作打下良好的艺术功底。</li> </ul>		108
10	广告策划与文案写作	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 主要教学内容：本课程主要讲授适合各种媒体使用的广告文案的基本知识、写作技能。其中包括：平面类广告的策划与文案写作、视频类广告的策划与文案写作、系列广告文案的策划与写作、不同信息主体的广告策划与文案写作、品牌故事的策划与写作等写作模式。</li> <li>● 教学要求：通过学习和训练，培养创造性思维能力、良好的文化艺术素养和流畅的文字表达能力，对广告文案作品具有较准确的鉴赏和判断能力。并使学生对广告文案作品具有较准确的鉴赏和判断能力，为以后广告设计课程的学习和将来的设计岗位打下良好的专业基础。</li> </ul>		36
11	图案造型基础	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 主要教学内容：图案的形式美法则；图案的造型原理；图案的组织形式；图案的黑白构成；图案的色彩构成等内容。</li> <li>● 教学要求：通过学习和训练，使学生了解和掌握装饰语言的造型规律、形式美法则以及表现技法。为以后艺术设计的表现及应用范畴的涉足打下良好的基础。为学生打下一个坚实的运用设计艺术语言的基础。</li> </ul>		54
12	图形创意设计	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 主要教学内容：图形创意的理论知识、现代图形的意义与形成语言、图形表达的基</li> </ul>		72

序号	课程名称	主要教学内容与要求	技能考核项目与要求	参考学时
		<p>本方法及技巧；图形创意基本形态（共用形、正负形图形、同构图形、物体与影子图形、延异图形、元素替换、矛盾空间图形）。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 教学要求：通过学习和训练，使学生掌握图形设计的构成方法与表现手段、图形设计的综合运用，同时了解中外图形的特点，并通过创作实践展现为作品，为后续影印海报与界面设计等专业课程打好扎实的基础。</li> </ul>		
13	字体与版式设计	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 主要教学内容：字体与编排设计基本知识和技能，字体选择、图文版面编排、网格系统、字体骨骼与笔画元件等，字体设计的技术和创意思维。</li> <li>● 教学要求：通过学习和训练，使学生掌握字体设计的基本知识、基本方法和基本技能以及在各种设计形式中的实际运用，对字体设计与版式编排的全流程有较清晰的、综合的、系统的了解，并能够进行独立创作。</li> </ul>		72
14	语言表达与表现	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 主要教学内容：本课程主要讲授发声语音、语言组织、逻辑梳理、演讲形态。</li> <li>● 教学要求：通过学习和训练，学生能对演讲时的清晰度、流畅度，无稿演讲时思维灵活度；训练学生表达中的组织能力、描述能力、讲述能力以及人际沟通能力；训练学生当众讲话时对体态语的驾驭能力。</li> </ul>		18
15	消费心理学	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 主要教学内容：本课程主要讲授广告感觉心理、广告知觉心理、广告注意心理、广告记忆心理、广告思维心理、广告情感心理知识点。</li> <li>● 教学要求：通过学习和训练，学生能掌握广告活动中受众个体的心理活动特点及广告策略设计原理，对广告活动和消费活动中的心理规律和特点有基本的认识，从而增强分析解决企业市场运作中实际问题的能力，提高学生的社会适应性和动手操作能力。</li> </ul>		18

序号	课程名称	主要教学内容与要求	技能考核项目与要求	参考学时
16	达芬奇调色	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 主要教学内容：时间线流程、调色流程、渲染流程、进阶调色流程、进阶调色工具、整体调色思路、细节调色思路；达芬奇调色产业流程包括：FCPX 协作流程；实际项目综合训练将主要针对广告宣传片进行调色。</li> <li>● 教学要求：通过学习和训练，让学生了解达芬奇调色的产业流程，并能针对各类型的影视作品做出对应的调色处理。课程在教授软件技能的同时，也训练学生对于画面色的审美能力以及对于光线，人物等元素主次关系的组织能力。</li> </ul>		72
17	品牌营销与传播	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 主要教学内容：本课程主要以讲授网络营销推广的整体业务流程为主线，知识点分布在：新媒体信息资源的分类、新媒体信息搜集的途径、新媒体信息筛选的原则、爆款文案标题类型及创作技巧、新媒体美工编辑、新媒体 H5 编辑等。</li> <li>● 教学要求：通过学习和训练，让学生们了解并掌握新媒体营销的基本知识，最新发展以及相关原理，数量掌握并了解微博营销、微信营销、新兴自媒体营销等新媒体营销的概念、特征、营销方式及主要载体，并通过案例分析，使得学生能够接触到最新的新媒体营销策略。</li> </ul>		36
18	衍生产品设计制作	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 主要教学内容：文创产品的概念与特点，文创产品设计思维：用户思维、连接思维、重构思维，文创产品的视觉设计亮点与优化功能需求，文创产品的创意方案设计。</li> <li>● 教学要求：使学生掌握分析文创产品设计的必要知识和技能，如文化融合设计思维、人体工学标准等。学会从商品化、品牌化的角度去认知和设计产品。引导学生结合理论知识，在创作中对文化资源、文化用品进行提取与提升，通过设计表现手段的创新与升级，提升产品附加值。</li> </ul>		36

序号	课程名称	主要教学内容与要求	技能考核项目与要求	参考学时
19	包装设计制作	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 主要教学内容：文创产品的概念与特点，文创产品设计思维：用户思维、连接思维、重构思维，文创产品的视觉设计亮点与优化功能需求，文创产品的创意方案设计。</li> <li>● 教学要求：通过学习和训练，使学生掌握分析文创产品设计的必要知识和技能，如文化融合设计思维、人体工学标准等。学会从商品化、品牌化的角度去认知和设计产品。引导学生结合理论知识，在创作中对文化资源、文化用品进行提取与提升，通过设计表现手段的创新与升级，提升产品附加值。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 技能考核项目：包装纸盒结构刀板图制作、包装效果图制作。</li> <li>● 考核要求：达到平面设计职业技能等级证书（高级）中包装设计制作板块的相应考核要求。</li> </ul>	36
20	书籍装帧	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 主要教学内容：数字出版的概念特点、行业发展与市场需求，数字出版设计的制作流程，数字出版设计过程中每个岗位的具体职责要求，平面设计中文字、图片、色彩等编辑的技巧与方法，以及动态设计的互动情节、手段设置以及表现传播。</li> <li>● 教学要求：通过学习和训练，使学生掌握如何利用数字技术进行内容编辑加工，并合作完成较为完整的数字出版作品并在线上传播。从各方面加以引导，提升学生的综合能力。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 技能考核项目：版面编辑、书籍印前文件设置。</li> <li>● 考核要求：达到平面设计职业技能等级证书（高级）中编辑设计制作板块的相应考核要求。</li> </ul>	54
21	品牌形象设计	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 主要教学内容：品牌形象设计的认识，对照 VI 设计程序，开展市场调研并明确设计定位，不同类型（如餐饮、文化、工业、互联网、生活等）的品牌 VI 设计特点与规律。</li> <li>● 教学要求：通过学习和训练，学生能够结合主题项目，将衍生产品设计、造型表达、结构体现及色彩应用四目标体现在作品中，能胜任标志与企业形象设计的设计师的岗位，能够独立完成 VI 设计（包括标志、标准字、标准色域辅助色指定、辅助图形制定）以及 VI 手册设计。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 技能考核项目：平面广告设计及印前文件设置。</li> <li>● 考核要求：达到平面设计职业技能等级证书（高级）中广告设计制作板块的相应考核要求。</li> </ul>	72

序号	课程名称	主要教学内容与要求	技能考核项目与要求	参考学时
22	影音海报设计与制作	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 主要教学内容：影音产品的分析、沟通与提案，影音海报设计风格类型和设计风格的设定，影音海报图形、文字、色彩、版式四大基本要素，印刷输出文件的印刷规范。</li> <li>● 教学要求：通过学习和训练，能按照影音海报设计的理念和规范，创造性地完成影音海报设计任务。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 技能考核项目：平面广告设计及印前文件设置。</li> <li>● 考核要求：达到平面设计职业技能等级证书（高级）中广告设计制作板块的相应考核要求。</li> </ul>	54
23	短片策划与故事板设计	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 主要教学内容：分镜头故事板的基础知识。重点是分镜头的基本概念、基本定理、定律的基本分析方法。</li> <li>● 教学要求：通过学习和训练，使学生掌握广告短片的镜头画面造型设计规律与技巧，培养学生对于具有时间和空间运动特性的动态影像总体设计能力，与美术造型基本功互动融合，为以后创作广告短片奠定基础。</li> </ul>		36
24	影视广告创意与制作	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 主要教学内容：短视频的策划、拍摄、制作和运营方法，包括短视频初识、人物写真短视频、生活技能短视频、旅拍 vlog 短视频、创意混剪短视频、宣传片短视频、产品广告短视频、短视频推广等内容。</li> <li>● 教学要求：通过学习和训练，使学生能够熟练掌握短视频的基础内容和拍摄方法，通过实际操作快速熟悉软件功能并领会设计思路，提高实际应用能力，达到实战水平。</li> </ul>		198
25	印刷材料与工艺	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 主要教学内容：印刷工艺流程、选择印刷用纸、完成置版工艺。</li> <li>● 教学要求：通过学习和训练，培养学生的印前设计制作能力，对印刷设备的操作能力及印刷品的表面加工能力。学生对该课程的掌握对整个专业的学习及胜任平面广告设计、操作及管理起着重要的作用。</li> </ul>		36

## (二) 限定选修课程

表 4 广告设计与制作专业限定选修课程内容与要求

序号	课程名称	主要教学内容与要求	技能考核项目与要求	参考学时
1	IP 运营管理	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 主要教学内容: 本课程主要以讲授网络营销推广的整体业务流程为主线, 知识点分布在: 新媒体信息资源的分类、新媒体信息搜集的途径、新媒体信息筛选的原则、爆款文案标题类型及创作技巧、新媒体美工编辑、新媒体 H5 编辑等。</li> <li>● 教学要求: 通过学习和训练, 让学生们了解并掌握新媒体营销的基本知识, 最新发展以及相关原理, 数量掌握并了解微博营销、微信营销、新兴自媒体营销等新媒体营销的概念、特征、营销方式及主要载体, 并通过案例分析, 使得学生能够接触到最新的新媒体营销策略。</li> </ul>		36
2	数字营销	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 主要内容: 线上传播媒介的优点, 新媒体的多元化表现手段, 新媒体广告从策划到投放的全流程, 静态视觉的形色质构成, 以及动态视觉的交互性与时间性。</li> <li>● 教学要求: 使学生了解行业现状以及发展趋势, 具有一定的新媒体广告设计创造力、表现力、传播能力, 能展现广告更强的生命力,</li> </ul>		36
3	手机数字视频	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 主要内容: 手机短视频制作流程、工具与方法</li> <li>● 教学要求: 通过学习与训练, 使学生掌握手机短视频制作流程、工具与方法, 通过实践项目的设计, 使其具备制作手机短视频的能力, 精通手机短视频拍摄、编辑、制作、优化与发布的方法、工具与技巧, 具备熟练的职业技能。</li> </ul>		18
4	专家工作坊	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 主要教学内容: 本课程主要讲授中外美术的发展脉络, 对各时期美术的观念和技术发展有系统的认知。</li> <li>● 教学要求: 通过学习和总结, 学生能掌握</li> </ul>		36

序号	课程名称	主要教学内容与要求	技能考核项目与要求	参考学时
		各时期美术的特点, 能够将各时期美术设计的典型技法运用到具体的设计中, 用美术的历史视角阐述自己的设计作品的的能力, 加深学生对于广告艺术专业的认知。		
5	广告创意思维	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 主要教学内容: 本课程主要讲授广告感觉心理、广告知觉心理、广告注意心理、广告记忆心理、广告思维心理、广告情感心理知识点。</li> <li>● 教学要求: 通过学习和训练, 学生能掌握广告活动中受众个体的心理活动特点及广告策略设计原理, 对广告活动和消费活动中的心理规律和特点有基本的认识, 从而增强分析解决企业市场运作中实际问题的能力, 提高学生的社会适应性和动手操作能力。</li> </ul>		36
6	传统工艺	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 主要教学内容: 本课程主要讲授印刷基本知识、图稿设计与选材、印前设置、印刷核心技术。</li> <li>● 教学要求: 通过学习和训练, 学生能对了解丝网印刷的基础知识, 具备丝网印刷的操作能力, 为胜任平面广告设计师、出版印刷等岗位奠定基础。</li> </ul>		36

## 九、指导性教学安排表

### (一) 教学活动时间安排表

中高职贯通广告艺术设计专业共 5 个学年, 每个学年共计 52 周, 其中教学时间为 40 周 (含复习考试), 累计假期 12 周。具体教学活动时间安排见表 5。

表 5 广告设计与制作专业教学活动时间安排表 (单位: 周)

学期	入学教育	军训	课堂教学	实训(实验)	实习	考试	毕业设计	机动	假期	总计
一	0.5	0.5	18	0	0	1	0	1	3	24
二	0	0	18	0	0	1	0	1	8	28
三	0	0	18	0	0	1	0	1	4	24
四	0	0	18	0	0	1	0	1	8	28
五	0	0	18	0	0	1	0	1	4	24

学期	入学教育	军训	课堂教学	实训(实验)	实习	考试	毕业设计	机动	假期	总计
六	0	0	18	0	0	1	0	1	8	28
七	0.5	0.5	16	2	0	1	0	1	3	24
八	0	0	9	9	0	1	0	1	8	28
九	0	0	0	9	0	1	9	1	4	24
十	0	0	0	0	18	0	0	2	8	28
总计	1	1	133	20	18	9	9	11	58	260

注：1. 第一学期军训1周，不计入教学活动周，含1天入学教育。

2. 第七学期军训1周，不计入教学活动周，含1天入学教育。

3. 第八学期，实训9周，第九学期，实训9周，包含校企合作实际项目实训。

## (二) 教学进程表

本专业教学计划总学时数为 4986 学时，具体信息如下：

表 6 教学进程表

课程分类	课程名称	总学时分配		第一学年		第二学年		第三学年		第四学年		第五学年	
		理论学时	实践学时	第一	第二	第三	第四	第五	第六	第七	第八	第九	第十
				学期	学期	学期	学期	学期	学期	学期	学期	学期	学期
1	军训与入学教育	8	4	4	0								
2	职业生涯规划	3	3	2	1								
3	公共基础课 职业道德与法律	3	3		2								
4	经济政治与社会	3	3			2							
5	哲学与人生	3	3				2						



6	心理健康	3 6	3 6	2	1 8	3 6														
7	毛泽东思想和中国 特色社会主义理论 体系概论	3 6	3 6							2	1 8	3 6		0						
8	思想道德 修养与法律基础	3 6	3 6								2	1 8	3 6							
9	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	1 8	1 8	0	0	0	0	0	0	0	0	1 8	1 8	0	0	0	0	0	0	0
10	语文	2 5 2	2 5 2	4	1 8	7 2	4	1 8	7 2	4	1 8	7 2	2	1 8	3 6					
11	数学	2 1 6	2 1 6	4	1 8	7 2	4	1 8	7 2	4	1 8	7 2	0							
12	英语	2 1 6	1 2 8	8	4	1 8	7 2	4	1 8	7 2	4	1 8	7 2	0	0					
13	信息技术基础	1 4 4	5 0 4	9	4	1 8	7 2	4	1 8	7 2										

14	体育	2 6 2 8 0 8	3 1 5 8 4	3 1 5 8 4	3 1 5 8 4	3 1 5 8 4	2 1 3 8 6	2 1 3 8 6											
15	艺术欣赏	3 3 6 6	1 1 8 8			1 1 8 8													
16	艺术概论	3 3 6 6						2 1 3 8 6											
17	历史	7 7 2 2				2 1 3 8 6	2 1 3 8 6												
18	职业生涯规划与就业指导	3 1 1 6 8 8															2 1 3 8 6		
19	绘画基础	4 3 1 8 7 0 6 8 8	6 1 1 8 8	1 1 0 6 8 8	1 1 0 6 8 8	1 1 0 6 8 8	3 1 5 8 4	3 1 5 8 4	3 1 5 8 4									0	
20	计算机图形与图像处理	1 6 4 0 8 0 8	3 1 5 8 4	3 1 5 8 4															
21	数码绘画	3 2 1 6 4 2		2 1 3 8 6				0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
22	商业广告作品赏析	3 3 6 6	0	1 1 8 8	1 1 8 8	1 1 8 8													
23	美术设计造型基础	7 2 4 2 4 8			0 4 8 2	1 7 8 2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
24	商务礼仪	1 1 8 8	0		0 1 8 8	1 1 8 8			0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
25	广告摄影摄像	1 3 7 0 6 2 8		0	0 2 8 6	1 3 8 2	1 7 8 2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
26	计算机辅助艺术设计	1 6 4 0 8 0 8		0	0	0 4 8 2	1 7 8 2	4 9 6	3 6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
27	数字视频设计与制作	1 3 7 0 6 2 8		0	0	0 4 8 2	1 7 8 2	4 9 6	3 6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

28	广告策划与文案写作	3 1 1 6 8 8	0 0 0 0	2 1 3 8 6	0 0 0															
29	图案造型基础	5 3 2 4 4 0	0 0 0	2 9 1 8 4 9 3	0 0 0															
30	图形创意设计	7 3 3 2 6 6	0 0 0	4 9 3 6 4 9 3	0 0 0															
31	字体与版式设计	7 3 4 2 0 2	0 0 0	4 9 3 6 4 9 3	0 0 0															
32	语言表达与表现	1 1 0 8 8	0 0 0	0 0 0	0 2 9 1 8															
33	消费心理学	1 1 0 8 8	0 0 0	0 0 0	0 2 9 1 8															
34	达芬奇调色	7 3 3 2 6 6	0 0 0	0 0 0	0 4 1 7 8 8 2															0 0
35	品牌营销与传播	3 3 0 6 6	0 0 0	0 0 0	0 4 9 3 6															
36	衍生产品设计与制作	3 3 0 6 6	0 0 0	2 9 1 2 9 1 8 8	0 0 0															0 0 0
37	包装设计	3 1 1 6 8 8	0 0 0	4 9 3 6	0 0 0															
38	书籍装帧	5 2 2 4 7 7	0 0 0	0 6 9 5 4	0 0 0															0 0 0
39	品牌形象设计	7 2 4 2 4 8	0 0 0	4 1 6 8 4	0 0 0															0 0 0
40	影音海报设计与制作	5 2 3 4 4 0	0 0 0	0 6 9 5 4	0 0 0															0 0 0
41	短片策划与故事板设计	3 1 1 6 8 8	0 0 0	0 4 9 3 6	0 0 0															0 0 0
42	影视广告创意与制作	1 7 1 9 2 6	0 0 0	0 8 1 4 6 9 5 8 4	0 0 0															0 0 0

4 3	印刷材料与工艺	3 6	1 8	1 8	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	1 8	3 6	0	0				
4 4	商业项目实践	4 1 4	4 1 4	4 1 4	0	0	0	3	1 8	5 4	2	1 8	3 6	1 8	7 2	6	1 8	0 8	1 4	1 4	0	0	
4 5	毕业综合训练	2 8 8	2 8 8	2 8 8	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1 6	1 8	2 8	0	
4 6	毕业实习	5 4 0	5 4 0	5 4 0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3 0	1 8	5 4 0
	选修课	1 9 8	1 5 8	4 0					2	1 8	3 6	2	1 8	3 6	1	1 8	3 8	2	1 8	3 6	2	1 8	3 6
	学时小计	4 9 8 6	2 4 4 7	2 5 3 9	1 8 3 0	5 9 3 4	1 8 3 0	5 9 3 8	1 9 9 4	5 4 3 0	1 9 9 8	3 4 3 2	1 6 1 4	4 3 3 2	1 2 8	4 0 5 8	3 5 8 2	1 2 9 8	4 6 9 8	3 7 0 2	4 5 0 0	3 1 8 0	5 4 0

### （三）独立设置的实践性教学安排表

广告艺术设计专业整个五年培养过程中，包括实训（实验）、实习等在内的独立设置的实践性教学环节主要体现在产学一体课程中，包括三门主要课程：商业项目实践、毕业综合训练、毕业实习。在商业实践项目中分为两个部分：贯穿第四、五、六、七、八学期的跟岗实践课程，该课根据学生专业学习方向采用两个模块逐层递进的模式（平面广告设计项目模块、短视频广告设计项目模块）参与企业真实项目制作。具体内容见表 7

表 7 独立设置的实践性教学安排表

类别	项目	内容与要求	学期	周数	备注
商业项目实践 (两个模块化实训)	方向一 平面广告设计项目	内容：本实践性教学内容主要以校内工作室的形式，指导学生参与商业平面广告设计方向的实训项目，包含标志设计、海报设计、插图绘制、线上视觉宣传制作等。 要求：通过该方向内容的实训，学生应该具备能够根据设计需求完成标志设计、海报设计、插图绘制、线上视觉宣传制作等的能力；具备根据主题和甲方需求，进行具有一定造型美感、符合项目特性的平面广告设计，并以效果图、绘图、制作、模拟为基础完成项目的综合能力。提高学生将理论应用于实践的能力，并在实训过程中增加学生实践操作技能的熟练度、增强学生的沟通能力、思维能力及管理能力。	4、5	18	
	方向二 短视频广告设计项目实践	内容：本实践性教学内容主要以校内工作室的形式，指导学生参与视频类广告短片制作方向的实训项目。 要求：通过该方向内容的实训，要求学生能够综合运用专业知识内核进行视频广告的策划及制作，使用契合内容方向及表现形式的技术手段完成具备合理性的项目内容设计与制作；理解新媒体视频广告的运行规则及制作流程，具备一定的交互设计理念，拥有独立策划、拍摄及后期制作的能力；培养学生熟悉专业方向岗位职责及制作流程。	6、7、8	18	
毕业综合训练	毕业设计开题	内容：毕业设计选题、文本分析、制定创作计划（参加开题答辩）。 要求：呈现主题，考察分析主题理念。	9	1	
	前期设计	内容：素材收集、资料分析、草图绘制、分工、设计工作计划。 要求：创建创作技能资料库，前期概念设计设定。	9	4	
	前期制作	内容：概念方案设计（参加中期答辩）。 要求：使用合理工具，技术与艺术结合设计作品。	9	3	

类别	项目	内容与要求	学期	周数	备注
	中期制作	内容: 工作进度汇报。 要求: 中期项目制作流程管理, 明确每个阶段制作数量及质量。进行中期进度汇报。	9	1	
	中期制作	内容: 广告宣传方案设计。 要求: 使用各类软硬件设备根据剧本要求完成设计, 技术与艺术结合设计作品。	9	3	
	后期制作	内容: 广告宣传方案制作。 要求: 使用合理工具, 技术与艺术结合进行海报、动态海报、衍生品整体设计。	9	5	
	作品展示与答辩	内容: 终期答辩。 要求: 最终实现展示效果。	9	1	
毕业实习	方向一 (三选一) 平面广告设计实践	内容: 参与公司的真实项目的广告艺术设计, 如戏剧、商业演出、品牌活动、综艺节目的宣传品设计、制作和执行等(可延续跟岗实践时公司及项目)。 要求: 在实际项目中运用已掌握的基于广告设计知识进行项目诠释的相关知识与技能。	10	18	校外实习
	方向二 (三选一) 广告衍生实践	内容: 参与公司真实项目制作, 如戏剧、商业品牌、文化等项目的广告衍生品设计实际制作(可延续跟岗实践时公司及项目)。 要求: 在实际项目中运用已掌握的广告衍生品设计相关知识与技能。	10	18	校外实习
	方向三 (三选一) 视频广告实践	内容: 参与公司真实项目制作或独立项目的视频广告策划与制作。 要求: 在实际项目中运用已掌握的视频广告艺术设计相关知识与技能。	10	18	校外实习

## 十、专业教师任职资格

(1) 专业教师包括校内专业专任教师和校外兼职教师, 专兼配比 1:1。

(2) 专业学科带头人应具有副高及以上专业技术职务, 具备扎实专业知识、活跃学术思想、较强的组织协调能力和改革创新精神。校内专业负责人能够带领教学团队开展专业建设、教学改革; 校外兼职带头人在行业企业有一定威望, 具

有与校内专业带头人联合制定专业发展规划的能力，且应具备较强的校外教学资源整合能力。

(3) 校内专业专任教师具有大学本科及以上学历，中、高等学校教师资格证书、近5年内有6个月以上的企业实践（工作）经历。

(4) 校外兼职教师应具有专业相关岗位5年以上企业工作经历和一定的职业教育理念，并掌握基本的教育教学方法。

## 十一、专业实训（实验）装备

中高贯通广告艺术设计专业实训室的建设应以与行业要求深度融合为导向，结合人才培养模式的特点，以整合资源、促进优质资源共享、提高资源使用效益和服务水平为目的，构建现代化、职业化、开放式、生产性的实训环境以满足实践教学需要。具体要求见表8。

表8 广告艺术设计专业校内实训室情况表

序号	实训室名称	主要功能	实训装备	涵盖课程	工位数
1	基础美术实训室	素描、速写造型训练，色彩训练	画架、置物台、石膏像、静物	绘画基础	40
2	摄影实训室	灯光照明、商业摄影、人像摄影；动态采集，基础视频前期拍摄	摄影灯具、多轴背景升降背景、静物拍摄台、反光板、柔光罩；电视机	摄影摄像基础	20
3	视觉创意实训室	计算机图形与图像处理	MAC系统计算机，i9处理器、独立显卡、27寸显示器、鼠标键盘、电视机；4K分辨率数位板、数位笔	计算机图形与图像处理	20
4	三维建模实训室	计算机三维模型制作	高性能计算机，i9处理器、32g内存、独立显卡、win10系统、27寸显示器、鼠标键盘、电视机	三维空间设计基础、三维造型基础	20
5	短视频创作实训室	短片后期剪辑、短片项目制作	MAC系统计算机，i9处理器、独立显卡、27寸显示器、鼠标键盘、电视机；4K分辨率数位板、数位笔	剪辑与后期制作、沉浸式影像设计	20
6	衍生产品设计工作室	开发制作	高性能计算机，i9处理器、32g内存、独立显卡、win10系统、27寸显示器、鼠标键盘、电视机	衍生产品设计创作与体现	20
7	绿幕（特效）摄影棚	视频广告合成	背景无影墙绿幕、固定摄影棚灯光、金属葡萄架、摄影	虚拟视觉设计与表现	20

序号	实训室名称	主要功能	实训装备	涵盖课程	工位数
			灯具、反光板、柔光罩、电视机		

## 十二、其他说明

### （一）本培养方案制订所依据的相关上位文件

本专业人才培养方案是为实施产教深度融合模式下广告艺术设计（中高职贯通）专业教学而编制的，其制订的主要依据有：

1. 《国务院办公厅关于深化产教融合的若干意见》（国办发〔2017〕95号）
2. 《职业学校校企合作促进办法》（教职成〔2018〕1号）
3. 《高等职业教育创新发展行动计划（2015-2018年）》（教职成〔2015〕9号）
4. 《上海市教育委员会关于继续开展中高职教育贯通培养模式试点工作的通知》（沪教委职〔2011〕34号）
6. 教育部五部门《关于职业学校学生实习管理规定的通知》（教职成〔2016〕3号）等

### （二）学习制度

本专业为五年制中高职贯通专业，着重体现一体化设计思路，采用学年学分制。学生在规定的学习时间内修完全部课程，成绩全部合格，学业水平合格性考试通过，准予毕业。

参照《中高职教育贯通“甄别”工作的规定》及《中高职教育贯通培养甄别操作细则》，在第一学年结束时，根据学生的学习成绩（包括统考课程、学校自行组织的考试和考查课程等）、行为规范、学习状态、日常表现等，对学生的学习能力、适应能力和心智发展状态进行甄别，对不适应中高职教育贯通“长学制”培养模式的学生采取转入三年制中职相同或相近专业学习，并做好这些学生的培养模式的平稳转出工作。

### （三）师资、教材、课程资源、校内外实训实习等条件

#### 1. 专业教师任职资格

- （1）专业教师包括校内专业专任教师和校外兼职教师，专兼配比 1:1。



(2) 专业学科带头人应具有副高及以上专业技术职务，具备扎实专业知识、活跃学术思想、较强的组织协调能力和改革创新精神。校内专业负责人能够带领教学团队开展专业建设、教学改革；校外兼职带头人在行业企业有一定威望，具有与校内专业带头人联合制定专业发展规划的能力，且应具备较强的校外教学资源整合能力。

(3) 校内专业专任教师具有大学本科及以上学历，中、高等学校教师资格证书、6个月以上的企业实践（工作）经历，具有创新创业教育理念。

(4) 校外兼职教师应具有专业相关岗位5年以上企业工作经历和一定的职业教育理念，并掌握基本的教育教学方法。

## 2. 教材、教学资源建议

中高职贯通广告设计与制作专业所用公共基础课程的教材建议选用近五年出版的教育部“十三五”国家规划中高职贯通教材，另外选取参考教材辅助教学；专业必修课程建议选用近五年出版的教育部“十三五”国家规划高职高专教材；产学一体化课程主要选用中高职贯通联合教研室组织企业与教师共同编写的讲义、校本教材，实习实训资料等。

## 3、课程资源、校内外实训实习等条件保障要求

中高职贯通广告设计与制作专业实训室的建设与行业要求深度融合为导向，结合人才培养模式的特点，以整合资源、促进优质资源共享、提高资源使用效益和服务水平为目的，着力构建现代化、职业化、开放式、生产性的实训环境。两校按照专业相关企业的实际生产流程配备实训设施，实施情境实践教学，承担各类实训课、顶岗实习、项目实践、毕业设计等教学任务。

### （四）评价要求

参照《中高职教育贯通培养教学评价与质量考核制度》要求，教学评价以促进学生专业能力发展和社会适应力提升为准则，在学院的教学质量监督运行机制下，采用学校评价、企业评价和第三方评价相结合的方式，实施过程化、多元化、整体性教学评价。评价形式由学生自评、项目组互评、教师与企业专家评价及行业协会等专业团体组织评价共同组成。

根据课程性质将中高职贯通五年课程分为 A、B、C 三类，并形成相应的评价标准。A 类为纯理论类课程，评价方式主要以教师评价与学生自评相结合，以书

面考试形式为主，主要考核学生对于专业相关理论知识的掌握情况，以及教学难点、重点的理解程度。B类课程为理论结合实践课程，评价方式主要是教师评价、学生自评及项目组互评相结合，主要考核学生对于专业核心知识和技能的理解和迁移情况，包括职业能力的掌握、工作操守、团队意识等。考核形式主要以个人大作业、团队联合大作业为主。C类课程为纯实践课程，评价方式主要是行业专家评价、项目组互评及教师评价相结合，主要考核在产学一体化教学模块阶段学生对于专业知识的理解、专业技能的灵活运用以及创新和创业意识在内的一系列综合职业素质。在产学一体化学习模块的不同阶段，灵活采用项目汇报、项目答辩、项目展示及项目实施过程评价等多元评价方式。

### （五）教学管理制度

教学管理体现以人为本，通过方案制订、规范实施、常规检查和动态反馈等措施，对教学过程的各个阶段进行质量控制，促进学生学习水平的提高和教师的专业发展，从而保证教学质量。

贯通人才培养方案制定后，两校教学管理部门按计划执行，与校企合作企业一起编制专业教学实施方案、教学考核要求和考试大纲。教学质量监控由专门的督导机构负责。计划的执行在专业指导委员会的指导下，及时根据行业和市场的需求进行调整。两校的教师成立专门的一体化贯通教学联合教研室。

编制实施《广告设计与制作专业中高职教育贯通培养考试管理制度》《广告设计与制作专业中高职教育贯通培养教学检查制度》《广告设计与制作中高职教育贯通培养教学评价与质量考核制度》《广告设计与制作专业中高职教育贯通培养教研活动制度》《广告设计与制作中高职教育贯通培养科研管理制度》等，教学管理严格按照制度要求进行。

### （六）对以上不能涵盖的其他相关情况进行说明

#### 1. 教学建议

本贯通专业将严格按照此方案执行，同时根据国内外广告产业的发展及生源情况的变化及时对培养目标、培养手段进行更新与升级。联合行业骨干企业共同开发项目课程，依托各类相关科研课题提升师资科研及教学水平，利用现代化信息技术平台和丰富的优质教学资源，让学生在培养目标的指导下，有充分选择课程搭配和就业方向的机会，以此提升教学质量和专业竞争力。

## 2. 专业学习建议

建议在本专业课程学习过程中除引导学生掌握必要的理论知识外,充分利用龙头企业及行业骨干企业提供的项目实践机会,让学生在生产实践中达到行业标准及用人要求。所有用于教学的项目均由专业教师作为项目负责人带领学生有序完成,教师在项目实施和教学过程中随时关注学生的特长,因材施教,发掘不同学生的所长,注重学生个性培养。优秀的、学有余力的学生在项目教学中可自荐作为组长或项目骨干进行重点培养。学生在五年的学习过程中应注重积累实践经验,争取项目发表署名权和专利权,收集完善作品集用于今后就业。教师应在教学中指导学生多关注相关国家政策及法规,了解法律常识,建议多学习和参考国外教材及读物。

## 3. 教学质量评价充分引入产业与行业评价

专业教学引入第三方评价体系,遴选上海舞台美术学会、中国演出行业协会里龙头骨干企业中的产业大师成立固定的专家理事会团队,制定完善的理事会章程和运作机制,协助专业在人才培养方案、教学计划、教学内容、考核评价等多方面进行把关,确保专业课程体系在方方面面符合产业当下及未来的发展方向。本专业的毕业标准也将由行业和理事会共同认定。(下表为专家理事会成员名单)

**表 9 专家理事会成员名单**

序号	姓名	职务及简介	研究指导方向	代表作
1	范凯熙	曾任中国美术学院副院长 中国设计师协会理事 教育部高等学校社会科学发 展研究中心研究员 主编国家教育部、劳动与 社会保障部、广东省、上 海市的设计教材 20 余本	广告视觉设计	《设计艺术教育方法 论》 《包装设计教程》 《美术教育史》
2	陶为民	达彼思广告公司创意群总 监 曾获嘎纳广告节、亚太广 告节金奖 被誉为中国广告圈的“金 牌文案”	广告策划 广告文案	上海城市形象片(姚明 篇) 力波啤酒广告作词者
3	齐一鸣	麦达数字集团 顺为互动 &利宣广告 创意群总监	短视频策划 数字营销	《百草集故宫限量版》 上市推广 《永和大王》品牌推广 《惠而浦集团》品牌推 广

序号	姓名	职务及简介	研究指导方向	代表作
4	冯 炜	上海博物馆文创部主任	文创开发 品牌管理	上海博物馆文创品牌 管理
5	徐志敏	上海博物馆文创部设计总监	文创开发	上海博物馆文创产品 开发
6	张 曦	丝路文化遗产研究中心 研究院/高级 顾问 APEC 华夏文化传承与转化工作组 专项委员	IP 打造与运营	《流浪地球》 衍生产品开发
7	肖寒	上海东启广告有限公司 创始人	文创产品的设计	《知乎平台吉祥物文 创》 《航天联名款玩具》
8	尹超	上海高朗品牌策划有限公司 CEO	平面广告 新媒体广告	中国新锐设计师
9	戴刚峰	上海美协成员 上海摄影家协会成员	摄影	2018 年成功申报上海 文化发展基金会上海 市重大文艺创作选题 孵化研发项目《上海的 前世今生》

## 5. 课程思政

上海电影艺术职业学院始终将党和国家“育人为本，德育为先”理念贯穿于专业教学的重要手段与渠道，其中“五分钟德育”荣获上海市教学成果二等奖、首届全国民办高校党建和思想政治工作优秀成果二等奖。广告艺术设计贯通专业育人过程中要将“课程思政”与专业教学相结合，要求每位任课教师在课堂教学时，围绕专业教学、结合时事政治，设计一个德育主题，将其与专业教学相结合，以贴近学生实际的方式，开展德育主题教育，时间可集中，也可分散在教学中，遵循效果为先的原则，做到入情入理、入耳入脑，增强贯通专业德育教育工作的针对性，提高德育教学的时效性。