

“新艺科”背景下视觉传达设计专业三位一体人才培养模式改革与实践成果总结报告

广东工程职业技术学院

詹志 宋萱 陈菁辉 李源雨 徐湛榕

成果介绍

视觉传达专业于 2020 年对原有的专业人才培养方案进行修改及迭代，2021 年开始实施，方案修订以习近平总书记关于弘扬和发展中华优秀传统文化的重要论述以及教育部发布的《新文科建设宣言》为导向，沿着“新艺科”建设近年来的理论突破及实践创新，我们深化了对艺术领域科技应用、产教融合、功能属性等方面的认识，推动中华优秀传统文化艺术创造性传承、创新性发展。视觉传达专业以复合型人才培育和学生的个性化发展为出发点，将优秀传统文化与新媒体数字传播相融合，进行了一系列的培养模式改革与实践，成功实践了高素质创新人才培养的产教融合之路。

本培养方案以意识塑造、技术赋能、实践应用三步走为原则，致力于打造技术赋能引领的“新艺科”三位一体人才培养模式。借助“互联网+”课程体系，以虚实结合、增强体验、资源共享等方式，实现了教学、研究、实践“三位一体”的目标。全新的培养模式彻底突破了本专业旧有培养模式，显著提高学生的技能，增强他们的就业能力。在这个过程中，为企业培养出了兼备优秀传统文化意识、现代设计理念和掌握数字媒体传播技术的复合型优秀人才。他们不仅具备扎实的专业技能，而且拥有良好的创新意识和文化素养。课程结构的创新修正实现了课程创变、课堂质变、学生优变的成果。

（一）培养目标

本专业培养能够践行社会主义核心价值观，德智体美劳全面发展，具备有一定的科学文化水平，良好的人文素养、科学素养、科学素养、职业道德和创新意识，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，面向印刷、广告、出版、文化艺术、专业

设计服务、数字内容服务行业的工艺美术与创意设计专业人员、专业化设计服务人员等职业，能够从事视觉传达设计、平面设计、广告策划与设计、包装设计、印前处理与制作、新媒体设计、美术编辑等工作的高素质技术技能人才。

（二）培养规格

专业毕业生应在知识、能力和素质等方面达到以下要求：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，全面提升素质、知识、能力，掌握并实际运用岗位（群）需要的专业核心技术技能，总体上须达到以下要求：

1. 素质培养

- （1）思想政治素质：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指引下，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、遵法守纪、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。
- （2）文化素质：具备相应的人文社科类的知识，包括哲学、历史、文学、社会学等方面的知识。有社会责任心和奉献精神。具有不断追求知识、实事求是、独立思考、勇于创新的科学精神。
- （3）职业素养：能够熟练掌握与本专业从事职业活动相关的国家法律、行业规定，了解相关产业文化，恪守职业道德与职业操守；弘扬劳动光荣、技能宝贵、创造伟大的时代精神，热爱本职工作，具备较强的沟通交流和团队协作能力，具备与本专业职业发展相适应的劳动素养、劳动技能。
- （4）身心素质：达到《国家学生体质健康标准》，具有健康的体魄、心理和健全的人格；掌握必备的美育知识，具有一定的文化修养、审美能力。

2. 知识培养

- （1）了解视觉传达设计的基础理论体系与职业技能相适应的专

业技术知识及管理知识；

(2) 了解广告视觉设计基本要素，掌握创意设计方法和设计表达能力；

(3) 掌握商业导向的设计策略与定位技巧；

(4) 了解商业视觉设计的整体设计流程；

(5) 掌握不同行业品牌的视觉形象的创意设计、图文编排及系统设计整合能力；

(6) 掌握在网络交互等新形态媒体环境下数字创意思维与广告的关系；

(7) 了解本专业的国内外最新发展动向；

(8) 掌握品牌、视觉、广告及传播等范畴内的英语基本读写能力；

(9) 掌握传统平面纸媒与动态化媒体环境下的设计执行能力；

(10) 了解大数据商业策略与人工智能等对广告设计的影响；

(11) 了解大数据与人工智能时代交互设计与界面设计的变化；

(12) 掌握软件编程与创意的关系；

3. 能力培养

(1) 基本职业能力

1) 具备视觉传播设计基本理论和广告创意设计的基本技能；

2) 具备较高的设计审美和较公正的设计批判能力；

3) 具备熟练使用计算机办公软件以及电脑辅助设计操作的能力。

(2) 岗位核心能力

1) 具备大数据与人工智能时代下较好的市场定位、竞争策略、核心价值等商业策略思维能力；

2) 具备系统的创业拓展能力，特别是整合营销设计、品牌识别设计、跨媒体设计等整合设计能力；

3) 具备广告、包装及文创行业工作的主要职业能力，包括广告、包装设计行业在媒体、设计、客户沟通、预算报价等方面的基础规范与工作流程；

- 4) 具备整合广告设计、包装设计、影视广告、交互广告、界面设计、插画设计、文创设计、展示空间设计、网络设计等所有品牌与消费者的接触点的视觉设计与传播能力；
- 5) 具备数字化时代品牌视觉设计师的媒体导向意识、商业导向意识。

(3) 职业拓展能力

- 1) 具备通过互联网及各类渠道查阅搜索信息及素材的能力；
- 2) 具备适应不同服务主体的快速深入的专业创作服务能力；
- 3) 具备较强的跨专业跨行业的品牌资讯整合和分析能力；
- 4) 具备较高的专业素养及利用各种手段的提案表达能力。

(三) 专业课程设置及要求

以专业群为基础，基于工作过程系统化课程设计，面向职业岗位设计专业课程体系，由职业岗位分析得到本专业职业岗位群中每一个岗位所需要的岗位能力，在此基础上，进行能力的组合或分解，解构与重构出本专业的主干课程。专业群组群逻辑如图 1 所示。



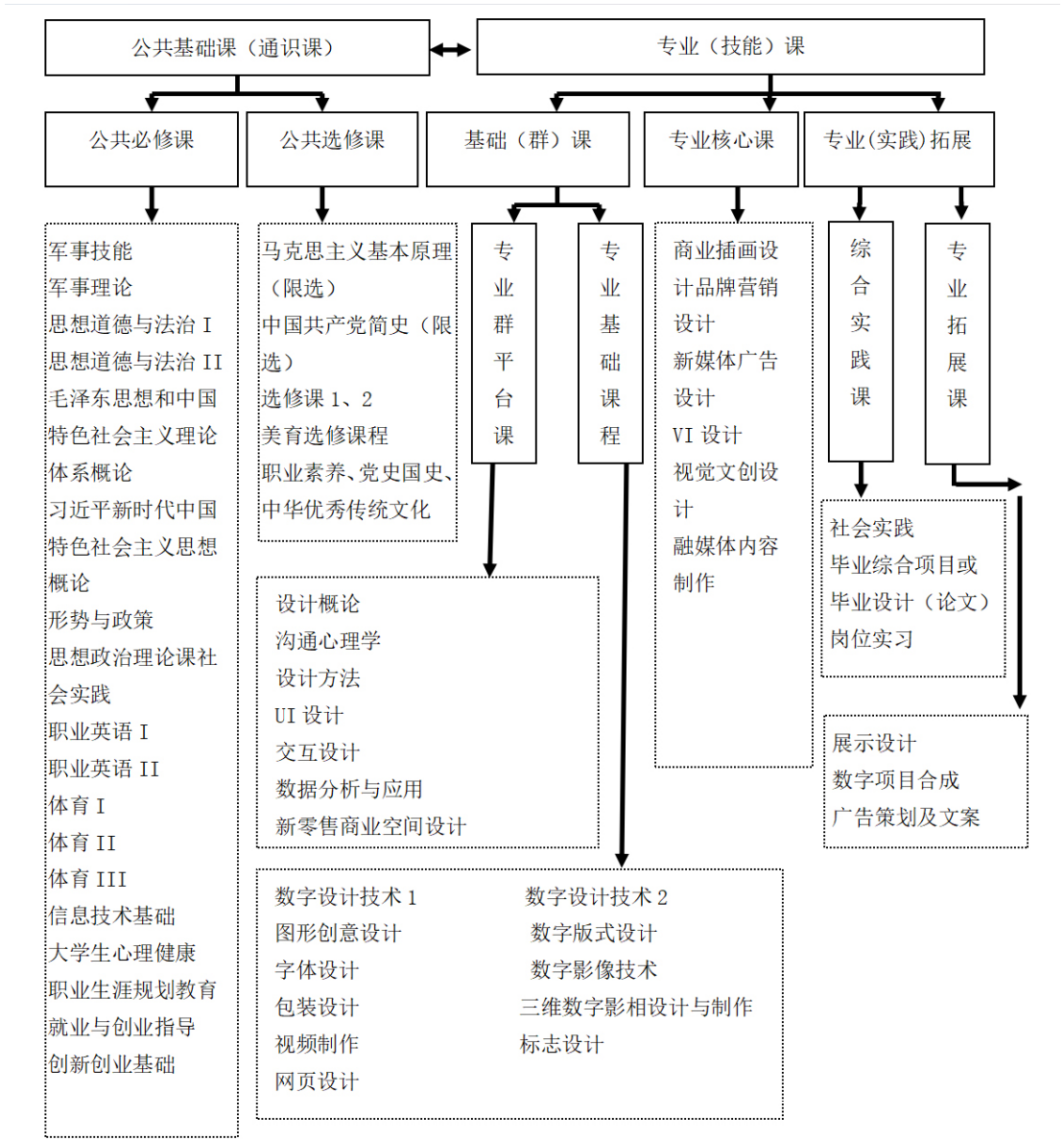
图1 专业群组群逻辑图

本专业在专业群中属于后端的品牌数字营销板块，偏重网络推广环节。人才定位是品牌VI设计师、网络视频制作师、新媒体互动设计师等。

（四）专业课程体系设置

主要包括公共基础课（通识课）和专业（技能）课，课程体系设置如下。

视觉传达专业课程体系设置



成果主要解决的教学问题及解决方案

教学问题：通过教学塑造视觉传达专业与时俱进的现代设计思维模式并同时将新的思维模式融入新媒体数字传播技术，培养“新艺科”复合型专业人才。

通过教学、研究、实践全方位打造“新艺科”三位一体人才培养模式来解决。

1、“课题课程一体化”支撑“意识塑造”：“意识塑造”旨在着重培养学生的中华优秀传统文化艺术理念，深入理解现代设计思维，激发学生对本专业的探究热情。采用课题形式构建一体化课程，以课题之间的串联关系形成内部结构，教师在教学的过程中结合艺术、设计、媒体传播技术等知识使学生在思维引导和情感表达上，创造出最佳的视觉语言。从“内容”到“形式”都必须体现社会化、信息化、智慧化、创意化。通过采用项目课题的形式优化组合课程，将分散的所学汇聚，转化为视觉设计成品。这种教学模式更为强调视觉思维的训练和市场的分析，重视形式语言的学习体验。

2、“互联网+”课程体系解决“技术赋能”：“技能培养”旨在通过传统艺术设计元素及工艺技术融合新媒体数字传播技术应用工具教育，培养学生掌握数字视觉传达设计应用能力。视觉传达设计以信息传达为目的，但它脱离不了媒体。视觉传达专业通过传统媒体与新媒体中视觉传达效果典型案例的比较研究，从设计理念和思维及传达方式的创新入手，理论与实践相结合，完成网络共享课程4门，增设《新媒体广告设计》、《数字影像技术》、《三维数字影像设计》、

《融媒体内容制作》等特色课程；建设融媒体内容制作实训基地，积极运用国家级教学资源库《职业教育广告设计与制作专业教学资源库》的教学资源丰富教学内容；与环境、产品、包装等专业合作，初步建成专业群教学资源库；完成“1+X”证书考点建设及学生职业技能考证。

3、校企共建完善实现“实践应用”：“实践应用”旨在指导学生运用“意识塑造”后的思维融合新媒体数字传播设计技术完成综合实践。视觉传达专业与天意有福科技股份有限公司合作，共同开展“现

代学徒制”人才培养合作项目，就办学定位、合作专业、合作模式、专业建设、教学师资、学生管理、招生、就业等问题达成一致意见。与网易有道信息技术（北京）有限公司广州分公司签订战略合作框架协议，开展“数字艺术设计”赛项的培训、产业项目实训、社会化服务等项目，与大湾区直播产业联盟签订校外教学实习基地，开展新媒体数字传播与设计特色项目研发和孵化，开启新形势下的校企合作模式。

成果创新点

1、本成果通过“课题课程一体化”寻找课程间的“相关性”、“渗透性”和“整合性”，强调知识体系的“结构化”、“系统化”和“实际化”，将分散的所学汇聚，转化为视觉设计成品。这种教学模式更为强调视觉思维的训练和市场的分析，重视形式语言的学习体验。在课程标准的要求下，以课题之间的串联关系形成内部结构。此外，视觉传达设计与多学科的交叉入手，倡导教师在教学的过程中结合艺术、设计、媒体技术、传播学等学科知识，使学生在思维的引导和情感的表达上，找到合理化的视觉空间，创造出最佳的视觉语言，体现个性化、多元化的丰富内涵。视觉语言的创新在于对图形、文字、色彩这三大视觉元素的创新以及这三大元素相互之间的美学性构成的创新。基于专业基础课程对视觉思维的训练及形式语言的体验，要求学生在选择视觉元素来传达信息时，应该突破一般视觉所习惯的东西，力求以新颖的形式表现最为丰富的内容。

2、科学技术让视觉传达设计的领域和表现方式不断扩大。寻找新媒体与传统媒体在视觉传达效果上存在的差异，取长补短，把探索在不同媒介中加强视觉传达效果的方法纳入专业课程体系中，教师在教学中须充分考虑数字时代环境下的艺术表现，引导学生全方位思考，探求各视觉媒介间的内在联系，将新媒体与传统媒体灵活紧密地结合在一起分析。教学中保持灵活性和开放性，引导学生不断创新设计观念，以不同媒介，不同设计角度，探讨设计的各种可能性，以创造性思维寻求审美的现代性，使设计呈现全新面貌。指导学生寻找探索在

不同媒介中加强视觉传达效果的方法。

3、在实践应用中打破传统的教学被禁锢在方寸之间，教师和学生沟通交流渠道日趋多元化和信息化。直播平台、微信群、QQ 群、腾讯课堂等等 APP 及小程序的运用，大量美学论坛、专题讲座、设计资源、共享和习作的探讨，让学生体验到新媒体传播技术强大的影响力及跨地域性。团队教师通过多种渠道与媒介，跟踪与收集国内外视觉传达设计课程的最新动态信息，在接收信息的同时也通过新媒体传播的形式推广自己，充分调动了学生学习的积极性和对自己的认同感，通过课堂教学和课外实践，学生对自我发展的追求，成为视觉传达设计课程重构、教学方法和考核方式改革的推动力，直播产业联盟基地的新媒体传播平台充分实现了教学项目的实践应用成果。引进海外优质课程，本专业与美国贝佛大学 2023 年签订合作协议，合作建设视觉传达设计学分互认联合办学项目，共引进 12 门国外优质课程。

成果推广应用效果

1、主要成效

团队教师参加专业技能大赛、美育教师教学基本功比赛、职业院校技能大赛教学能力比赛获奖 3 项；教师作品获奖或入选国家级展览 3 项、省级 7 项，主持或参与国家级课题 1 项、省级 6 项，校级 15 项，出版著作 16 本，发表论文 64 篇，教师作品《百物一天 香港 1935》入选第十三届全国美展、作品《且慢-民国西关美女图》入选全国首届动漫展；指导学生获奖国家级 3 项、省级 31 项，其中学生作品短视频《粤剧之“新”》获全国大学生广告大赛国家级优秀奖，《回归的侨鼓声之二十四节令鼓》获第八届广东省高校设计作品学院奖双年展一等奖。

学生在实习阶段中充分发挥了自身的主观能动性和团队协作精神，实习单位对“三位一体”人才培养模式给予了肯定和好评。学生的实习作品完成度、原创度较高，作品具市场化和文化内涵，受到了用人单位的一致欢迎。2022 年本专业就业率为 96.88%，专业对口率为 90%。大湾区直播产业联盟基地对接的各大企业对于本专业的毕

业生回馈评价均为优秀。

2、成果推广

成果辐射国内外，视觉传达设计专业与广州冠岳网络科技有限公司的人力资源合作项目被教育部高校学身司的供需对接就业育人项目立项；《传统装饰设计》课程被广东省教育厅高职院校课程思政示范计划项目立项；《大数据背景下艺术品陈设设计互联网应用研究》被广东省教育厅科研特色创新类项目立项；SCI 论文《Multiscale Feature Fusion Network for Monocular Complex Hand Pose Estimation》被国际期刊《Electronics Letters》录用；融媒体内容制作案例“米兰设计周国赛三等奖获奖作品《复古与未来》与广州冠岳网络科技有限公司签到成果转化协议，完成企业经济效益 450 万；完成教师及学生举办展览 29 场，美学专题讲座 32 场。