

湖南工艺美术职业学院
HUNAN ARTS AND CRAFTS VOCATIONAL COLLEGE

2020 年视觉传播设计与制作专业 (品牌设计方向)

人才培养调研报告

视觉传播设计学院

2020 年 12 月

目录

一、 调查背景	3
(一) 行业背景.....	3
(二) 人才需求背景.....	3
(三) 品牌设计的行业现状分析.....	3
二、 调研目的与意义	4
(一) 调研目的.....	4
(二) 调研意义.....	4
三、 调研思路与对象	5
(一) 调研思路.....	5
(二) 调研对象.....	5
四、 调查内容	8
(一) 行企业调研的主要内容.....	8
(二) 毕业生与在校生调研的主要内容.....	8
(三) 同类院校调研的主要内容.....	9
五、 调研方法	9
(一) 文献检索法.....	9
(二) 网络调查法.....	9
(三) 实地考察法.....	9
(四) 电话访谈法.....	10
(五) 问卷调查法.....	10
六、 品牌设计人才需求分析	10
(一) 人才供不应求.....	10
(二) 品牌设计人才规格要求.....	11
(三) 品牌设计人才的就业范围和就业岗位.....	13
(四) 项目导向工学结合模块化课程体系的建设与改革.....	13
(五) 对接品牌企业、行业标准的“理实一体化”教材及优质核心课程建设.....	16
(六) 课程思政全面融入专业课程与示范课程.....	16
七、 品牌设计人才市场需求调研思考总结	17
(一) 专业结构调整与优化.....	17
(二) 以就业为导向, 进行创新创业型品牌设计人才培养模式改革.....	17
(三) 修订人才培养方案.....	18
(四) 优化课程体系设置.....	18
(五) 建立较为完善的实验实训软硬件体系.....	19
(六) 努力打造双师型师资队伍.....	19

一、调查背景

（一）行业背景

在经济全球化的时代，品牌是综合国力的体现，是衡量国家核心竞争力的标准。经过 30 多年持续快速增长，我国经济发展条件和环境发生深刻变化。传统优势趋于弱化经济步入中高速增长新常态。品牌是一个产品的无形资产，是一个企业走向世界的通行证，也是一个国家展示自己的名片，一个国家或地区经济崛起的背后，往往是一批品牌的强势崛起。曾几何时，说起中国产品，似乎就是“质次价低”的代名词，而如今，通过不断地自主创新我国已涌现出一批享誉国内外的知名品牌，中国品牌在国内经济乃至世界经济发展中显示出新的力量。品牌建设是强国战略任务，也是社会经济发展的共同责任。习近平总书记明确提出要“推动中国制造向中国创造转变、中国速度向中国质量转变、中国产品向中国品牌转变”的重要指示。这样一个过程既是对市场活力和潜力的激发，也是品牌孕育成长的巨大机遇，在这众创的时代，有更多与经济发展成就相匹配的中国品牌能够应运而生，用实力赢得市场地位，走出国门，用品牌为中国赢得尊敬！

（二）人才需求背景

近年来，国家的宏观调控及广告行业一系列相关政策和法规的出台，个性化、时尚化、正规化、专业化的品牌设计、策划公司正逐渐占领市场的主流阵地，需要大批具有系统专业知识和先进营销理念的品牌设计、策划、品牌推广人员。社会上对视觉传达设计专业方面的人才需求量与日俱增。虽然国内各主要艺术院校和综合性大学艺术系的有关专业都不断地在扩大招生人数，但培养出的设计专业人才还是远远不能满足社会的需要，呈现出供不应求的状态。

（三）品牌设计的行业现状分析

随着我国改革开放的逐步深入及经济的迅猛发展，社会对设计的需求不断增长。当今世界经济的迅猛发展，极大地改变了人们的生活方式和消费观念，也使得品牌设计深植于人们的日常生活中。品牌设计行业竞争激烈，新知识、新技术的现代化竞争对从业人员个人素质和技能提出了新要求。品牌设计方向的毕业生

对工作普遍满意度不高、而很多品牌形象设计公司等平面设计行业却吐槽设计师难招，那么企业到底需要什么样的品牌设计人才？什么样的品牌设计毕业生才是具备行业实践能力合格人选？

二、调研目的与意义

（一）调研目的

为收集较为全面和客观的数据，以配合制定我院 2020 级品牌设计专业人才培养方案、专业技能抽查标准和题库的修订等工作，本团队在全国范围内开展了多方面和多层次的调研活动。本次调研活动的开展，旨在考察品牌设计专业所对应产业的发展趋势、人才结构与需求情况、同类院校本专业的办学情况与培养现状、高职人才培养定位及教学中存在的问题等，进一步明确品牌设计专业职业教育的专业定位和专业内涵，提出品牌设计专业人才培养方案和专业技能考核（标准与题库）的修订建议，构建以职业生涯为目标、以学生就业为导向、职业能力为基础、工作结构为框架、工作任务为主线、模块化课程为主体的品牌设计专业课程体系。

（二）调研意义

我国处在转变经济增长方式和进行产业经济结构调整的关键时期，开展品牌设计专业人才需求与培养的调研工作，对于摸清本专业的发展现状与趋势，总结本专业建设经验以及遇到的主要问题或困难，理清今后专业的发展规划、思路，明确今后专业发展重心和着力点，确立专业建设发展与改革目标，为品牌设计专业人才培养体系的优化提供有力的依据，具有重要的现实意义：

一是有利于推动品牌设计专业的建设与改革。

改革创新课程体系、教学内容和教学方法，加强与行业企业的合作，使工学结合的人才培养模式更显突出；以品牌设计专业为支撑，带动我湖湘特色工艺美术专业群建设，推动本专业改革与发展、专业标准化建设取得新进展。

二是有利于加强品牌设计专业师资队伍建设。

培养在本专业领域有较深造诣的专业带头人和骨干教师，吸纳相关专业优秀教师和企业能工巧匠进入教学队伍，建成数量适宜、素质优良、结构优化、专兼

结合、教科研水平突出、充满生机与活力的专业教学团队。

三是有利于提高品牌设计专业人才培养与就业质量。

本次调研收集和分析品牌设计专业学生的社会人才需求状况信息，了解社会、行业以及企业对品牌设计专业人才知识、技能、素质要求的变化趋势，为品牌设计专业的专业设置、招生规模、学生就业指导提供信息，为专业人才培养目标定位、教学计划和课程标准的修订、教学的改革提供依据和建议，提高品牌设计专业人才培养质量及毕业生的就业质量，以及本专业人才的岗位适应性和职业迁移力。

四是有利于加强品牌设计专业与创意文化产业的对接。

职业教育高质量发展和湖南文化创意产业升级已经形成历史性交汇，作为直接服务湖南区域经济与文创产业发展的高等职业院校，品牌设计专业的人才培养应该深度对接本区域文化创意产业和现代艺术设计高端，明确专业特色以培养产业急需的高素质技术技能人才，为促进湖南开放崛起和文化创意产业升级做出了卓越贡献。

三、调研思路与对象

（一）调研思路

1. 组建由专业带头人、骨干教师和专任教师组成的调研团队，立足于区域经济发展趋势和品牌产业特点的大背景，以市场为导向、以行业需求为依据、与能为基础、以学生为中心进行本次调研。

2. 通过全方位地了解品牌设计专业人才需求状况、专业面向的就业岗位与能力素质目标、以及本专业工作岗位的工作职责与任职要求等方面等内容，收集、分析、整体和统计相关数据，为本专业人才培养方案的形成提供基础资料和依据。

3. 结合学校湖湘特色工艺美术群和品牌设计专业人才培养的现状，对本专业人才培养方案中的人才培养模式、教学体系、课程建设、教学实施、技能考核等方面进行自我诊断与调整。

（二）调研对象

本次调研对象主要涉及品牌设计专业的对应行业、优质企业、同类型高职院校

校、在校生以及往届毕业生。

1.请进来，邀请行企专家指导与诊断

本专业邀请湖南金铠文化陈吉经理讲品牌专业人才需求、邀请益阳市广告协会胡会长专业答疑，为师生指明了随着人工智能、新媒体、直播等为品牌设计专业发展的基本方向，品牌设计今后的发展方向、设计目标、设计内容和设计方式也将发生改变。同时专家们还为品牌设计专业人才培养方案修订、品牌设计工作室建设、今后专业发展方向定位等给予了建设性的意见。



图 1、湖南金铠文化陈吉经理讲品牌专业人才需求



图 2：益阳市广告协会胡会长专业答疑

2.走出去，走访各地进行交流与学习

2018 年 11 月，品牌设计专业教师李琛、赵蓉等一行赴湖南工业大学、广州

轻工职业技术学院、深圳职业技术学院、中山火炬职业技术学院、深圳左和右品牌设计有限公司、深圳甲骨文创意有限公司、长沙天心区国家广告产业园等标杆院校和优质企业进行交流与学习。此行了解相关标杆院校专业建设方案、人才培养、课程结构、教学实施、师资培训、实训条件建设情况，以及优质企业对现代学徒制学生、毕业工作情况、企业设备与技术、品牌设计项目流程等内容，为品牌人才培养方案的修订收集了大量一手资料。



图 3：长沙天心区国家广告产业园专业调研

3.对在校生和毕业生进行追踪调研

2019 年底，品牌设计专业团队教师赴长沙、广州、深圳、上海等地进行调研，与品牌专业毕业生王为、彭丽等 20 多位毕业生进行座谈，了解毕业生的工作、生活、职业规划等方面发展情况，以及毕业生对专业、素养、技能等方面的定位和需求情况，并收集毕业生对专业建设、课程设置等方面的意见反馈。

2020 年初，品牌设计专业团队教师本校该专业 2017 级、2018 级与 2019 级的在校生进行现场座谈和问卷调查。了解学生对于本专业课程内容的学习情况、授课教师的满意度以及职业发展期望等方面内容，对于分析现行培养方案的问题

以及后续培养方案的修订工作，提供了一定的客观参考和依据。

四、调查内容

（一）行企业调研的主要内容

制定人才需求调查访谈问卷，意在通过品牌经营单位负责人一对一访谈，掌握该品牌设计公司对人才的真实需求和工作岗位具备的能力素质要求情况，调查结果作为湖南工艺美术职业学院品牌设计专业课程设置、人才培养方案修订提供价值依据。

访谈问卷内容包含以下内容：

- 1、贵公司主要从事何种品牌设计活动？
- 2、贵公司目前服务对象为哪些行业？
- 3、贵公司在进行品牌设计人员招聘时，主要岗位有哪些？
- 4、贵公司招聘每个岗位实习生，更看重的技能是哪些？
- 5、贵公司在工作期间，主要使用软件有哪些？
- 6、贵设计师新招进的品牌设计专业学生，在工作中存在的不足是？
- 7、贵公司认为品牌设计专业学生在校期间需加强学习的内容有哪些？
- 8、贵公司认为品牌设计从业者应具备哪些素质与专业能力？
- 9、贵公司认为品牌设计人才培养方案需要增删的课程有哪些？
- 10、贵公司认为当前品牌设计行业发展趋势对品牌设计人才需求有何影响？

（二）毕业生与在校生调研的主要内容

对本专业已经毕业并在行业发展较好的学生和优秀在校学生访谈：毕业学生既是前期人才培养方案的培养对象，也是行业从业人员，对品牌设计的教学过程和行业的人才需求都有着充分的了解；在校学生是人才培养方案的实施对象，他们对课程设置和实践教学体现比较了解。因此，就课程设置、实践教学等征求他们对人才培养方案的意见和建议。

（三）同类院校调研的主要内容

同类院校关于品牌设计专业的建设方案、人才培养、课程结构、教学实施、师资培训与实训条件建设等方面的经验；根据专业群要求，了解湖湘特色工艺美术专业群对应企业的品牌设计方向岗位需求、专业技能、课程结构、教学方法；专业保障及实施方面的内容。

五、调研方法

通过直接调研与间接调研相结合的方式，对品牌设计专业人才培养方案的修订进行了系统的调研，具体调研方法如下：

（一）文献检索法

针对本专业调查报告的内容与范围，搜集与整理国内外相关品牌设计专业的教学内容、课程开设与行业标准等文献资料，如湖南工业大学、天津现代职业技术学院、深圳职业技术学院、中山火炬职业技术学院、湖南工业职业技术学院、湖南都市职业技术学院等相关专业资料；搜集国家相关品牌设计政策、法规与标准等资料；国内外相关品牌设计企业行业的内部资料、新闻媒体报道等。

（二）网络调查法

了解品牌设计企业基本情况、业务范围、岗位设置、企业人才需求现状及未来需求趋势；企业对本专业毕业生的素质与能力要求；对毕业生持证上岗的要求与证书种类、等级要求，以及企业近期急需、和五年内对毕业生的需求情况。

（三）实地考察法

利用顶岗实习和专业考察机会，本专业老师走访设计企业与相关院校，了解品牌行业现状及发展趋势；企业人才状况及需求；对高职院校学生培养的建议；对品牌设计专业课程设置及教学内容改革的建议；对专业人才培养方案改革的经验等。

（四）电话访谈法

对毕业生进行跟踪调查，岗位、技能需求、可持续发展、岗位迁移能力、职业晋升途径、薪水、福利待遇；后续进修等。

（五）问卷调查法

对在校生、毕业生等相关人员进行课程设置、教学效果、深造计划等反馈意见收集。

六、品牌设计人才需求分析

（一）人才供不应求

走访的企业都表示每年几乎都不能按计划招收足够数量的品牌设计人才，其根本原因不是应聘人数不足，而是人才所需的现状与企业要求极不相符。从我们回收的 40 份问卷信息看，湖南正正品牌有限公司品牌人才需求在 55 人左右，广州英杨传奇文化传播有限公司、深圳南风盛世品牌策划设计有限公司等在近 2 年内对品牌设计专业人才的需求人数在 100 人左右，部分规模较小的公司在 45 人左右。以上这些数据明显表示出品牌设计企业每年的品牌设计人才需求量较多，但是人才供给却不能满足需求。品牌设计企业的运营包括品牌策划、品牌诊断与机会洞察、品牌定位、品牌核心价值提炼、品牌核心识别系统设计、产品品牌策划与设计、产品广告策划与设计、品牌整合营销、品牌整合设计、品牌管理等多个环节，每个环节都需要专业的品牌设计人才去实现。复合型品牌设计人才是市场经济体制下视觉传播设计与制作产业急需的高端人才。大部分的公司最缺乏的是品牌创意和策划人才，这类品牌设计人才的要求不在数量而在质量。以走访的中小型各类品牌设计企业为例，规模较大的公司的岗位分工制是非常详细和明确的。公司内部分工越细致，对人才质量的要求就越高。小一些的公司岗位的业务范围要宽泛一些。在品牌设计人才结构需求上，需求量大且门槛较低，适合高职层次人才的品牌整合营销与设计岗位最缺。

（二）品牌设计人才规格要求

（1）品牌设计人才知识、能力的构成大部分品牌设计企业将复合型、实用型品牌设计人才的专业能力按美术基础、专业基础、专业特长来划分，主要依据并看中这三个方面。所谓美术基础，指的是素描、速写、色彩、透视等造型能力，即对客观对象有较强的造型设计能力、审美能力、敏锐的观察、捕捉能力和较强的手绘表现能力，以及对生活的感悟力、鉴赏素质和较好的文化艺术修养。它是品牌设计人才需要具备的重要的能力和素质之一。专业基础指的是对品牌设计专业本身知识的了解，如品牌策划、品牌整合设计、品牌形象设计以及对与之密切联系的其它广告创意设计、品牌设计、插画设计等基础知识的领会，对基本技术操作手段的掌握，对品牌设计制作与生产流程的了解和综合应用能力。专业特长指的具有与本专业相适应的，如对品牌设计制作过程中某一对应岗位上应具备的较为突出的能力。通过调研分析出：美术基础是艺术之源、绘画之本；专业基础是根基。（见下表）：

表 1 人才主要知识和能力构成

工作岗位	工作任务	职业能力要求
助理平面设计师	能熟练使用平面设计相关软件通过图形、文字、色彩、编排等设计要素的处理，准确表达产品各类形象；了解必要的印刷过程，制作成型。	有创意，有较强的绘画表现能力，对平面设计软件应用熟练；有团队合作的能力
品牌形象设计师	能进行品牌策略分析定位、会文案、能在品牌概念下熟练运用标志设计、字体设计、视觉品牌设计，广告设计、插画设计等各项平面设计技能。	设计兴趣浓厚，并有良好的创新意识、现代意识强，对国际设计有良好的洞悉能力；有强烈的视觉感召力、表达力；对不同行业有灵敏的洞察力；善于沟通，有责任感，能出奇制胜。愿意接受挑战和承受工作压力，对完美的作品有强烈的追求欲望。

品牌设计 创意总监	以创新为先，并能把握市场、产品、客户的关系，提供完整的设计解决方案，有设计提要撰写能力，独立完成创意设计工作的能力，指导设计工作	设计兴趣浓厚，并有良好的创新意识、现代意识强，对国际设计有良好的洞悉能力。
品牌策划 师	能对客户进行需求分析，拟制项目建议书，有品牌管理咨询、具有企业文化、CI、营销策划、广告策划等经验，能运用管理工具，分析实际问题，为	较强的客户沟通能力，具备良好的分析问题和解决问题的能力；逻辑性强，仪表端正，诚实勤奋，成熟稳重，踏实能吃苦，具有团队精神。

(2) 品牌设计人才规格要求

依据对企业的深入调研和对调查问卷的统计和分析，可以归纳出以下几点：

——重视基础，即美术基础与专业基础。在“对品牌设计人才有哪些基本要求”的调查中，企业都选择了“具备扎实的美术基本功”选项，且大多列为多个项目的首位。多家公司在招收员工的时候，先前考试的内容大多数是最基本的素描和色彩写生，也都以此作为衡量标准之一。

——需有工作强项，即专业特长。专业特长不仅指专业技术水平，而且指对自己的专业方向有较为明确的定位。没有岗位定位，也就没有对某一方面的深入关注，自身的专业特长也就无法得到体现，在工作岗位上不能发挥自己最大的能力，会产生工作中的不适应感，从而导致人员短时期内有不断跳槽的现象——强调实战能力。所走访的大部分公司均表示更喜欢招收具备从事一线工作经验或者有一定实战经验的人员。对于大多即将毕业实习的学生来说，因在校期间所学的知识较为广泛，缺乏对具体制作任务的针对性，因而都不能较快地为企业所用。

——需要有严谨的态度和较强的合作精神。品牌设计的每一个制作环节都需要严谨的态度与较强的团队合作精神。企业在招收人员时非常强调人才的团队合作适应能力、承受能力、沟通能力和人际交往能力。

——具有原创性思维，同时又精通其它某一学科领域的基础理论和应用知识的复合实用型人才，如文学、建筑、旅游等领域。

(3) 对人才的其他要求

通过企业调研，我们注意到，企业大多比较重视大学毕业生的学习能力和英

语基础。品牌行业技术更新快，需要学生不断地学习新知识、新技术，而很多新东西都是英文资料。

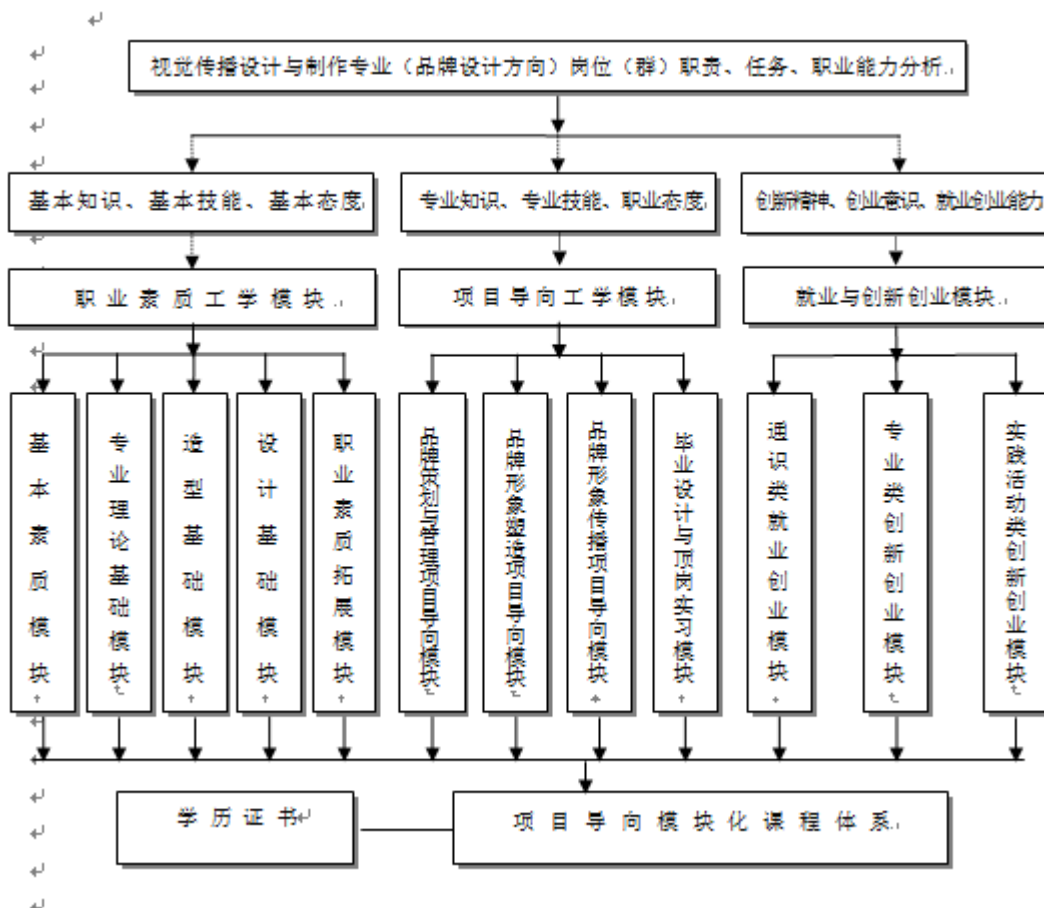
（三）品牌设计人才的就业范围和就业岗位

依据调研走访，我们按品牌设计制作流程的划分来看，品牌概念建设阶段有品牌策划师、品牌文案、品牌管理等岗位；品牌形象设计阶段有平面设计师、品牌形象设计师、广告设计师、品牌设计师、设计总监等岗位。较为适合我院品牌设计人才的就业岗位可以分为平面设计师、广告设计师、品牌设计师、品牌形象设计师、设计总监等，顺序越靠后，对人才要求越高，对从业人员的专业素质要求也越高，收入自然也成级上涨。

（四）项目导向工学结合模块化课程体系的建设与改革

项目导向单元工学模块工作过程及专项能力分析

分析典型工作任务全过程，明确专向能力，重构各专业课程，设置相应工学模块。



综合对视觉传播设计与制作专业（品牌设计方向）未来职业岗位的分析，通过应知部分鉴定内容，明确专业理论相关知识，通过应会部分鉴定内容，明确专业岗位实践技能要求，重构专业核心课程。

视觉传播设计与制作专业（品牌设计方向）典型工作任务与职业能力分析表

工作任务领域	典型工作任务	职业能力
1. 品牌策划与管理	1.1 通过品牌市场调研,准确把握相关品牌信息,制定品牌目标,明确品牌任务;进行品牌细分和品牌定位。	1.1.1 与客户良好沟通的能力; 1.1.2 整体策划和执行的能力; 1.1.3 团队协调合作的能力; 1.1.4 进行品牌市场调研,准确把握相关市场信息的能力; 1.1.5 进行品牌细分和品牌定位能力。
	1.2 制定品牌投放计划,进行品牌媒体的选择和组合。	1.2.1 制定品牌投放计划的能力与品牌媒体的选择和组合的能力。
	1.3 进行品牌效果评估与品牌预算。	1.3.1 品牌效果评估的能力与品牌预算的能力。
	1.4 编制品牌策划书与项目提案。	1.4.1 品牌策划书编写能力与项目提案能力。
	1.5 品牌形象传播与管理。	1.5.1 制定品牌形象内外传播策划的能力; 1.5.2 实施传播方案的能力; 1.5.3 企业形象管理与维护的能力。
2. 品牌形象塑造	2.1 进行品牌市场调研,准确把握品牌属性,明确策划与设计理念。	2.1.1 独立完成策划与设计的能力; 2.1.2 团队协调合作的能力。
	2.2 确定品牌形象定位,进行MI、BI、VI 策划与设计。	2.2.1 正确分析市场的能力; 2.2.2 准确把握企业属性的能力。
	2.3 进行品牌标志设计、标准字、标准色、吉祥物设计。	2.3.1 创意思维能力和创新能力; 2.3.2 标志设计的能力; 2.3.3 吉祥物设计能力。
	2.4 进行品牌办公系统、交通环境指示系统、宣传广告、招牌旗帜、包装礼品等一体化的整体设计。	2.4.1 规范制作CI 常规项目的策划与设计能力; 2.4.2 熟练使用相关设计软件的能力。
3. 品牌形象传播	3.1 品牌包装市场调研,把握包装商品属性;正确绘制包装结构,通过图形、文字、色彩、编排等设计要素的处理,准确表达商品包装形象;了解必要的印刷过程,制作成型。	3.1.1 独立完成设计的能力; 3.1.2 团队协调合作的能力; 3.1.3 正确分析市场的能力; 3.1.4 把握消费者心理的能力; 3.1.5 准确把握商品属性的能力;

		3.1.6 准确设计纸盒结构能力; 3.1.7 进行包装创意、设计能力; 3.1.8 掌握印刷工艺的基本能力; 3.1.9 把握包装印刷成品后期准确制作能力。
	3.2 广告市场调研分析,进行准确设计定位,广告创意构思,绘制创意草图并进行平面视觉表现;运用广告媒介对商品信息、社会公益活动等进行准确的传播,并打印装裱。	3.2.1 独立完成设计的能力; 3.2.2 团队协调合作的能力; 3.2.3 正确分析市场的能力; 3.2.4 把握消费者心理的能力; 3.2.5 广告设计创新能力; 3.2.6 广告图形创意的能力; 3.2.7 商业字体设计的能力; 3.2.8 广告文案写作的能力; 3.2.9 图文编排的能力; 3.2.10 运用多媒体技术手段,熟练使用平面设计软件的能力。
	3.3 掌握现代商务网站建设的各相关设计制作要素;绘制网页设计平面草图;综合应用网页设计软件进行技术制作;上网运行,进行网站维护和网站更新。	3.3.1 独立完成设计的能力; 3.3.2 团队协调合作的能力; 3.3.3 网页设计技术综合应用的能力; 3.3.4 网站维护的能力。

· 视觉传播设计与制作专业（品牌设计方向）项目导向模块化课程构成表

一级模块	二级模块	课程
职业素质工学模块	基本素质模块	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、思想道德修养与法律基础、大学英语、大学语文、应用写作、计算机应用基础、体育、心理健康教育、军事理论与军事技能、形式与政策、大学生成长辅导与安全教育
	专业理论基础模块	现代设计史、中外工艺美术史
	造型基础模块	设计素描、设计色彩、设计构成、中外传统图案
	设计基础模块	视觉创意与表现、字体设计与 Illustrator、版式设计、丝网印刷、Photoshop
	职业素质拓展模块	西方美术欣赏、国学智慧、中华民族精神、美学入门、现代商务礼仪
项目导向工学模块	品牌策划与管理项目导向模块	品牌学、品牌文案、品牌策划与推广、CIS 企业形象设计
	品牌形象塑造项目导向模块	城市品牌形象设计、连锁品牌形象设计、品牌设计专业考察

	品牌形象传播项目导向模块	标志设计、包装设计、广告设计、插画设计、H5设计与制作、品牌IP设计、展示设计
	毕业设计与顶岗实习模块	毕业设计、顶岗实习
就业与创新创业模块	通识类就业创业模块	创新、发明与专利实务、网络创业理论与实践、创业创新领导力、创业创新执行力、大学生创业法律基础知识与实务
	实践活动类创新创业模块	专业和创新创业竞赛、职业生涯规划大赛、简历大赛、创新创业训练营、创客课程、创业培训等

（五）对接品牌企业、行业标准的“理实一体化”教材及优质核心课程建设

与湖南深蓝设计顾问有限公司、深圳畅想品牌设计有限公司共同开发《CIS企业形象设计》、《连锁品牌形象设计》等高职“理实一体化”教材2本；建成《广告设计》、《品牌推广》、《包装设计》、《字体设计》优质核心课程。

（六）课程思政全面融入专业课程与示范课程

课程思政是专业教学与思政教育相融合的重要举措，2020级人才培养方案将课程思政全面融入各门课程建设中。

笔者选取《广告设计》作为课程思政示范课，更明确了这门课的主旨与课程定位。《广告设计》作为本专业的核心课程之一，从2013级至今已经开课两届，今年在人才培养方案修订过程中，通过与任课老师沟通，我们了解到在四周课时内，由于广告设计行业范畴的宽泛性，详尽地把广告设计的内容讲解，在与教师及行业专家论证后，该课程内容主要聚焦房地产的广告设计与创意上

以此为基础，本课程思政融入点聚焦：岗位分工与敬业协作，通过课程学习让每位学生明确AE、策划、文案、设计、媒介每个岗位的具体职责和要求，在学习和实训中有意识培养岗位角色，明确本岗位主要职责和能力要求，根据项目阶段任务去分工，在整体项目进程和提案中相互协作，培养学生岗位角色意识的同时，增强协作敬业精神与工匠精神。

七、品牌设计人才市场需求调研思考总结

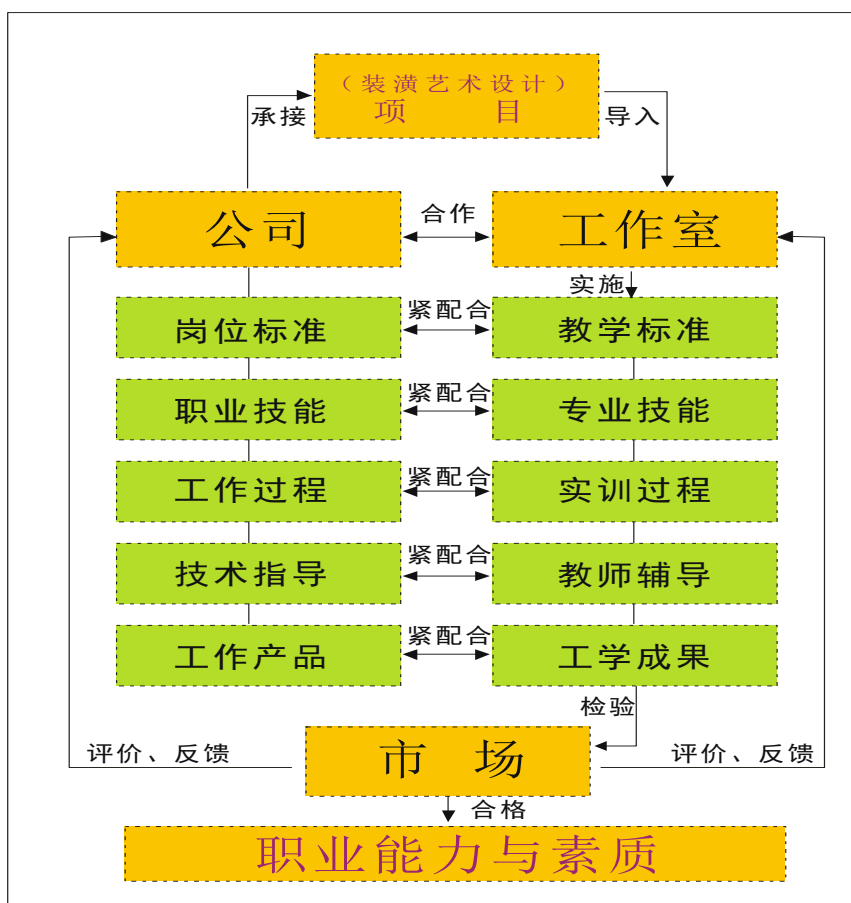
对本院视觉传播设计与制作专业（品牌设计方向）人才培养工作的思考通过实地调研，我们真实地感受到了一线品牌设计企业和部分高校的实际状况，从与企业、学校面对面实际交流中既增进了彼此间的感情，也从品牌设计企业中得到了很多有意义的启发。为今后湖南工艺美术职业学院视觉传播设计与制作专业（品牌设计方向）的发展理清了思路，为此提出几点专业建设的建议。

（一）专业结构调整与优化

专业结构调整与优化是提高人才培养质量的主要手段，依托品牌设计产业的发展现状，探寻符合本专业发展之路，随着现代社会产品的品牌化，从传统的以产品销售为主要业务的生产企业，也都已经以品牌化生产手段为主。在品牌设计专业教育过程中，我们应当将品牌策略概念放在整个品牌设计产业链中，将品牌设计项目放置于课堂，重视基本功，加强实践操作能力，熟练掌握一至两款专业软件，重点熟悉并掌握品牌形象设计制作流程并在具体某个操作环节上具有专长，同时激发与培养学生的创造性思维能力，只有这样才能培养出公司、企业所需要的人才。

（二）以就业为导向，进行创新创业型品牌设计人才培养模式改革。

21 世纪是知识经济时代，也是创新创业时代。“实施创新驱动发展战略”是党的“十八大”提出的一项宏伟远大的发展战略，创新精神以及创业能力更是现代社会经济繁荣的基础，由此可见，培养适应经济和社会发展需要的高素质创新创业型人才已经上升成为了国家战略。高校是人才培养与社会服务的主要承担者，是国家创新创业教育体系中的最重要力量，因此，培养创新创业人才，更好地为国家发展战略和经济社会发展服务，是当前各高校探索的重要课题和紧迫任务。



(三) 修订人才培养方案。

明确创新创业教育目标要求，完善创新创业教育课程体系。改革课程体系、教学模式、教学内容和教学方法。根据我校地方性、应用型大学的办学定位和专业特色明确提出创新创业型人才培养目标，设置合理的培养模式。

(四) 优化课程体系设置

视觉传播设计与制作专业（品牌设计方向）在近几年的课程体系建设中不断深入企业调研、不断分析和总结，构建了较为合理且符合本专业发展需要的课程体系。但随着品牌设计市场行情的变化发展，在此次调研中也发现现有的课程体系还存在不足之处，需要进一步优化。首先，课程体系的设置迫切需要紧随市场行情趋势，充分考虑学生的接受能力和学业时间等方面的因素，在必修课和选修课程上有所调整，合理分配。在学生必修课的内容设置上，可以适时增开实训实践课程，如城市品牌形象设计、连锁品牌形象设计等，增设新媒体广告设计课程，或将部分理论课程其列为能力拓展课程，以丰富学生的品牌策划理论知识；其次，

适时调整理论和实践的学时比例；再次，近年来我们学院高度重视技能大赛，品牌设计中广告设计、品牌设计等的比赛项目也成为了今年湖南省技能大赛的新增项目，因此，在课程体系的设置上要求具体的课程与技能大赛的内容相匹配，核心课程开设的时间与技能大赛的时间相适应。合理采取“以赛促学、以赛促训、以赛促学”的教学模式，逐步建立学校、省、国家三级竞赛体系。同时，在优化课程体系设置的过程中，还应大力加强与品牌设计企业的联系和合作，积极探索产、学、研合作培养人才的道路，努力培养适应品牌设计产业飞速发展的高质量人才。

（五）建立较为完善的实验实训软硬件体系

为了确保高素质实用型品牌设计人才的培养质量，提升学生的实战能力，就需要引入品牌设计制作的“生产流程”概念，模拟企业生产实践。这就要求我们必须建立基本完整的实验实训软硬件体系，在现有的绘画工作室、电脑辅助设计实训室、品牌形象设计工作室、品牌形象策划工作室、丝网印刷工作室、提案工作室等，积极开展实践教学。

（六）努力打造双师型师资队伍

在调研过程中，企业对于我们的师资队伍建设也提出了宝贵意见。打造一支过硬的师资队伍，是视觉传播设计与制作专业（品牌设计方向）人才培养的关键。在视觉传播设计与制作专业（品牌设计方向）师资队伍建设上，不仅需要教师的学历、职称，还应当格外重视双师型教师的引进和培养，鼓励教师定期进入生产一线参与品牌设计制作，参加不同形式的技能培训和锻炼，积极指导学生参加省、全国性的大赛，同时还应走入国际领域去解品牌设计最具前沿的信息。

湖南工艺美术职业学院视觉传播设计与制作专业（品牌设计方向）的人才培养建设是一个不断完善、与时俱进的过程。通过此次调研活动深知，品牌设计人才的培养，应该注重知识、素质和能力的培养，以专业需求为中心，积极推动人才培养模式的改革；同时，要创新培养理念，基于产业需求，加强学生的动手实践能力的培养，契合并满足企业的用人需要。调查研究过程中也因时间、调查范围有限，收集到的适合品牌设计人才培养的资料也不是很全面，所以相关的调研

总结报告也未能尽如人意。在今后的品牌设计人才培养研究与实践中还需要适当的补充和调整，才能更加有效地培养品牌设计的高素质技术技能型人才，才能让视觉传播设计与制作专业（品牌设计方向）更加充满活力。