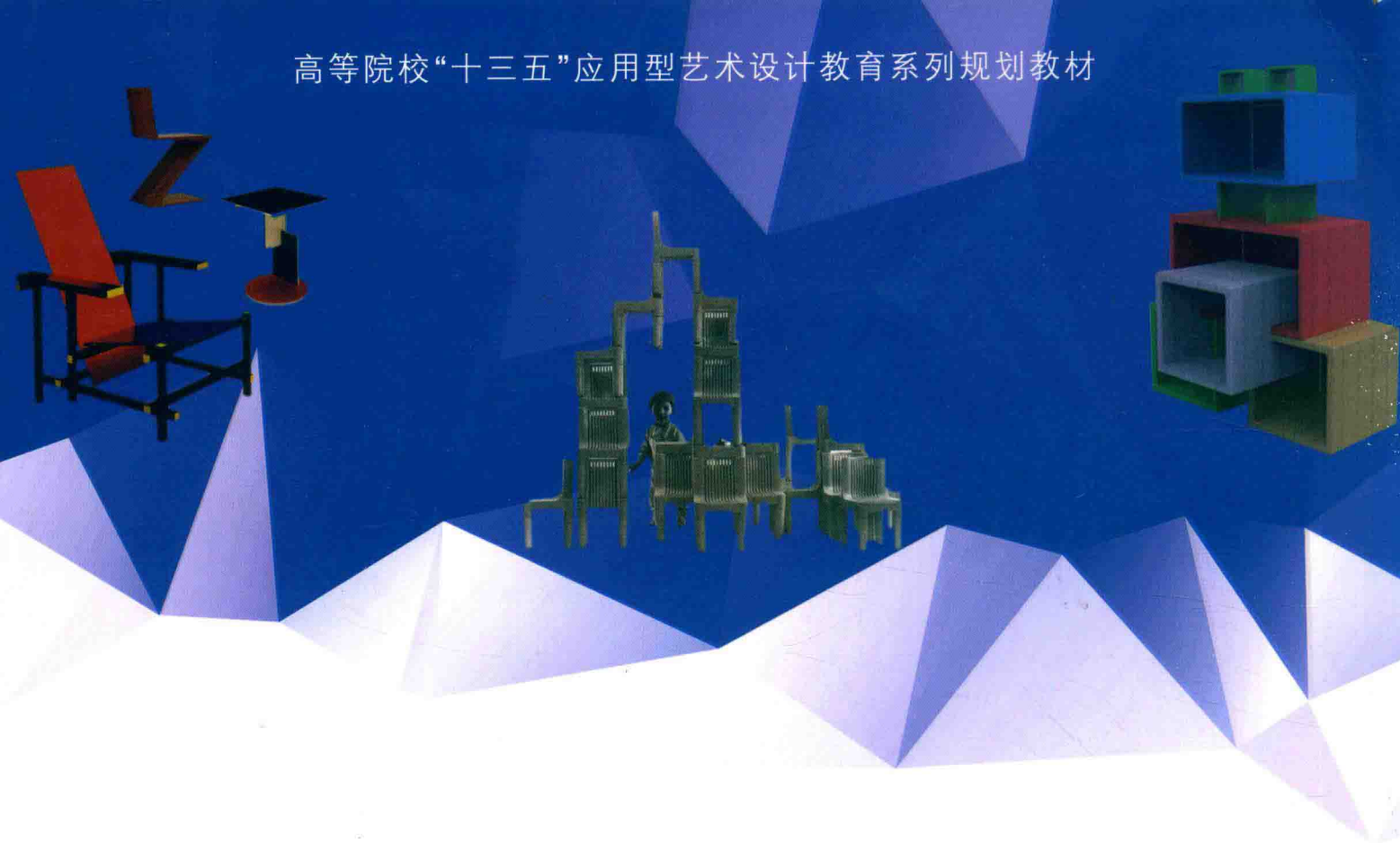


高等院校“十三五”应用型艺术设计教育系列规划教材



YISHU SHEJI ZHUANYE BIYE SHIXI YU JIUYE ZHIDAO

游娟
李翠
刘臻
主 编

艺术设计专业 毕业实习与就业指导

合肥工业大学出版社

高等院校“十三五”应用型艺术设计教育系列规划教材

艺术设计专业 毕业实习与就业指导

主 编 游 娟 李 翠 刘 臻
副主编 魏 瑛 闻 婧



合肥工业大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

艺术设计专业毕业实习与就业指导/游娟等主编. —合肥: 合肥工业大学出版社, 2016.12

ISBN 978-7-5650-2969-1

I. ①艺… II. ①游… III. ①艺术—设计—毕业生—实习—高等学校—教学参考资料②艺术—设计—毕业生—就业—高等学校—教学参考资料 IV. ①J06

中国版本图书馆CIP数据核字 (2016) 第221376号

艺术设计专业毕业实习与就业指导

游娟 李翠 刘臻 主编

责任编辑 王磊

出版 合肥工业大学出版社

地址 合肥市屯溪路193号

邮编 230009

电话 艺术编辑部: 0551-62903120

市场营销部: 0551-62903198

网址 www.hfutpress.com.cn

E-mail hfutpress@163.com

版次 2016年12月第1版

印次 2016年12月第1次印刷

开本 889毫米×1194毫米 1/16

印张 7.25

字数 290千字

印刷 安徽联众印刷有限公司

发行 全国新华书店

ISBN 978-7-5650-2969-1

定价: 48.00元

如果有影响阅读的印装质量问题, 请与出版社市场营销部联系调换。

前言

本书填补了目前艺术类专业毕业实习教材阙如的空白；讲析富于针对性，对于艺术类专业，包括了视觉传达设计专业、产品设计专业、动画设计专业、环境设计专业、风景园林专业的学生毕业实习的内容和实习中需要掌握的专业技能以及就业能力的提高具有积极的指导意义。

本书由主编游娟副教授等老师完成，书中主要从目前艺术类院校中各个专业的毕业实习的重要性，毕业实习的主要内容，岗位实习的基本知识，毕业实习报告撰写要求等方面进行详细介绍，通过各专业的案例分析和实习方法及专业设计流程等方面的介绍对提高学生毕业实习的能力具有积极的指导作用。本书可供高等学校艺术专业师生使用，也可供成人教育、本科教育及广大艺术专业爱好者使用。书中不当之处，敬请批评指正。

编者

2016.10

目 录

前 言	001
第一章 毕业实习的概念	001
一、毕业实习的定义	001
二、实习对个人及企业的作用	001
第二章 毕业实习的重要性	003
一、毕业实习的目的	003
二、毕业实习的意义	003
第三章 毕业实习的主要内容	006
一、毕业实习的基本要求和主要任务	006
二、视觉传达设计专业毕业实习的主要内容	008
三、产品设计专业毕业实习的主要内容	014
四、动画设计专业毕业实习的主要内容	032
五、环境设计专业毕业实习的主要内容	038
六、风景园林专业毕业实习的主要内容	044

第四章 岗位实习的基本知识	051
一、视觉传达设计专业岗位实习的基本知识	051
二、产品设计专业岗位实习的基本知识	053
三、动画设计专业岗位实习的基本知识	057
四、环境设计专业岗位实习的基本知识	059
五、风景园林专业岗位实习的基本知识	062
第五章 毕业实习报告撰写要求	064
一、实习报告撰写的具体要求	064
二、视觉传达设计专业实习报告撰写要求范例	066
三、产品设计专业实习报告撰写要求范例	080
四、动画设计专业实习报告撰写要求范例	084
五、环境设计专业实习报告撰写要求范例	087
六、风景园林专业实习报告撰写要求范例	091
第六章 毕业实习与求职攻略	095
一、实习生被拒绝的N个理由	095
二、实习就业的方法和步骤	096
三、艺术类各专业就业方向和就业指导	100
四、艺术类各专业就业前景	102
参考文献	109

1

第一章 毕业实习的概念

一、毕业实习的定义

实习：顾名思义，在实践中学习。在经过一段时间的学习之后，或者说当学习告一段落的时候，我们需要了解自己的所学需要或应当如何应用在实践中。因为任何知识都源于实践，归于实践，所以要付诸实践来检验所学。实习一般包括大学里的学生的精工实习和公司里安排员工实习。实习是把学到的理论知识拿到实际工作中去应用，以锻炼工作能力。

毕业实习：毕业实习是指学生在毕业之前，即在学完全部课程之后到实习现场参与一定实际工作，通过综合运用全部专业知识及有关基础知识解决专业技术问题，获取独立工作能力，在思想上、业务上得到全面锻炼，并进一步掌握专业技术的实践教学形式。它往往是与毕业设计（或毕业论文）相联系的一个准备性教学环节。

二、实习对个人及企业的作用

实习的作用是验证自己的职业抉择，了解目标工作内容，学习工作及企业标准，找到自身职业的差距。

(1) 验证自己的职业抉择，当大学生在了解自我的基础上确定未来的职业理想时，需要以身试水，需要在真刀真枪的实际工作中检验自己是否真正喜欢这个职业，自己是否愿意做这样的工作。举例来说，如果你想做个文案的工作，但是当你在广告公司工作之后你发现自己不是很喜欢那种文字工作，那你就需要反思自己的职业抉择了，这样就可以及时地纠正和反馈自己的职业发展轨迹。

(2) 了解目标工作内容，在确定自己适合文案工作后，那你就需要明确文案的所有工作内容，文案的一天都要怎么度过，文案的核心工作是什么？文案的边缘工作是什么？文案要与哪些部门打交道，文案的

核心能力是什么?在了解工作内容后就要尝试着操作,争取在实践中把文案的工作都做了,也在操作中明确自己的优劣势。

(3) 学习工作及企业标准,知道了文案工作都要做什么后,你就要了解企业及业内对每个工作内容的所要求的流程 and 标准,这时你要以业内及企业的最高标准来要求自己,用这种高标准来要求自己时无疑就是向业内的一流人物发展。

(4) 找到自身职业的差距,实习不单是为了落实工作,更包括要明确自己与岗位的差距以及自己与职业理想的差距,并在实习结束时制订详细可行的补短计划。当你从明确差距弥补不足的高度来看实习时,你会在实习中得到更多。

第一方面,结合未来职业选择,要实习的公司和岗位是和你的职业理想直接相关的,这个岗位的实习和这个公司的进入可以给你日后的职业发展加分;第二方面,结合个人状况,上一条是结合未来,这一条是结合当下,在明确自己当下最需要补充的知识、技能时去选择针对性的实习机会;第三方面,结合外在机遇,在有些时候你所最欠缺的不一定得到及时的补充,因为没有合适的机会,所以要结合有利于自己职业发展的外在机遇,及时抓住机会去为未来做准备,虽然可能不是可以马上见效,但只要是着眼于长远的准备都是有用的;第四方面,衡量能力与赚钱的权重,有些时候赚钱是自身的第一需要,有些时候积攒能力是第一需要。但一般来说能锻炼能力的工作都能赚大钱,当然这个就要结合个人的具体情况。

实习对企业的作用主要有:实习提供了观察一位潜在的长期员工工作情况的极好方法;为企业未来发展培养骨干技术力量与领导人;有利于廉价劳动力争夺人才;刚毕业的学员便于管理,这样不仅能降低成本,还能提高企业的知名度,有利于企业长远发展。

2

第二章 毕业实习的重要性

一、毕业实习的目的

所谓毕业实习是学生在指导老师的指导下，独立从事社会实践工作的初步尝试，其基本目的是培养学生综合运用所学的基础理论、专业知识、基本技能应对和处理问题的能力，是学生对四年所学知识和技能进行系统化、综合化运用、总结和深化的过程。通过毕业实习的过程，检查学生的思维能力、创造能力、实践能力等各方面综合能力。它是学校和社会为毕业生提供的，一个很好的就业实习机会，是从理论学习到实际应用的一条纽带，对我们综合能力的培养，使得我们既能掌握专业的基本理论和基本知识，又能具有对于所学知识的运用能力以及独立工作的能力，为我们在毕业后，能顺利地走上工作岗位打下良好的基础。

毕业实习培养学生的能力：

1. 训练学生从事相关专业技术工作及管理所必须的各种基本知识和实践能力。
2. 学生了解相关专业在企业内的应用现状、存在的问题和应用前景。
3. 培养学生理论结合实际，从实际出发，发现问题、分析问题和提出解决方法的能力，训练学生从事专业技术工作及管理工作所必需的各种基本技能和实践动手能力。
4. 培养学生将来从事相关专业的应用、开发所具备的沟通能力和团结协作的素养。

二、毕业实习的意义

毕业实习是学校教学培养方案和教学计划的必要环节，是课堂教育和社会实践相结合的重要形式，实习的目的是增强学生实践能力、培养学生提高分析问题和解决问题的能力以及综合运用所学基础知识和基本技能的重要途径，也是学生最终完成教学不可或缺的阶段。

实习目的和意义：毕业实习是为了学生在毕业进入社会前，将自己的理论知识与实践融合，并且完成从学生到职员的过渡，大学生的毕业实习是迈向成熟重要的一步，也是大学生正视社会和正视自己，走出自我，真正融入社会生活工作的第一步，而且很多时候通过实践，尤其在不同的职业中的实践才会真正找到自己感兴趣并适合自己的行业，也是完成从空想到现实转变的第一步。

经过了大学期间的学习，到毕业实习阶段是人才培养方案的重要环节，旨在培养学生的实践能力、分析问题和解决问题的能力。在实习指导老师的指导下，使学生将所学基本理论、基本知识与社会实践相结合，迅速转化为实际工作能力，增强适应市场需要的能力，在运用所学专业知识，学习运用中深化，初步具备职业人的思想素质和业务能力。

实习不必专业对口：对于很多大学生而言，如果自己所学的专业能够“学以致用”是最理想的事情。可眼下，“工作与专业不对口”也是大学生就业的现状之一。在选择实习工作时，大学生其实不必过于“执着”专业的对口性，应更多地考虑兴趣尝试，在摸索中寻找自己的职业兴趣点，唯有如此，才不至于在毕业之后出现短期内频繁跳槽的状况。

为未来铺路：据调查显示，60%以上的应届毕业生认为得到相关实践经验才是实习的真正目的。他们希望从实习的工作中找到自己的工作方向，同时也是一个了解社会的机会。实习作为学习与工作的缓冲，对于个人职业生涯的发展确实起着重要的作用。可以帮助学生实践所学知识、积累社会经验，并可以亲身体验目标工作的具体内容，认清自身距离职业化的差距。

尽管不少实习生对工资待遇和“打杂儿”的身份抱有消极情绪，但是从长远的利益来看，实习更便于他们找准自己的职业定位，让自己的求职简历变得充实生动。有计划有针对性的实习，会帮助你了解你希望从事的职业的“真面目”，提前做好继续坚持或者转行的准备，也是为一些在校生毕业后的正式就业铺路。学生进行了三年的理论知识积累之后，深知自己要有一个踏入社会的过程，必须要进行的实践过程，也就是理论与实践的结合，特别是对于艺术设计专业实践性非常强的一门学科更要强调实际操作技能的培养。而且这门学科在实际应用时需要很强的专业技能，在实习中能使我们所掌握的理论知识得以升华，使理论与实践能够最好地结合和运用。

毕业实习就是一种社会实践，而社会实践对大学生的就业有着很大的促进作用，是大学生成功就业的前提和基础。

第一，社会实践能拓展大学生的综合素质，培养“适应型”人才。社会实践是大学生拓展自身素质的主要载体之一，学生通过实践磨炼意志、发展个性、锻炼能力，勇于承担社会责任，拓展自身的综合素质，成为“学历、素质、技能”一体化的“适应型”人才。

第二，社会实践使大学生增加社会阅历，积累工作经验。社会阅历和工作经验是职场中的决定因素，但这些因素是校园里学不到的，只有参加社会实践活动，才能缩短毕业后适应社会的时间，在社会实践中日积月累，把体验融入自己的知识，通过实践的检验，最终升华为自身的阅历和经验。

第三，社会实践能培养大学生的创业能力，树立正确的创业观。大学生创业已成为高等教育的重要组成部分，“求职不如创业”正成为高校的就业指导方针。通过创业实践，才能使勇于创业、乐于创业，既能体验创业的艰辛、失败的痛苦和成功的喜悦，又能健全创业品质，坚定创业信念。

第四，社会实践能帮助大学生树立市场意识，端正就业态度。大学生通过社会实践才能认知社会中的优胜劣汰，培养竞争意识，才能在实践中了解用人单位的需求和要求，在大学期间努力地培养自己的

综合素质，端正就业态度，避免好高骛远、不切实际，真正做到量能定位和量力就业。

第五，社会实践能帮助大学生树立正确的立业观，适应市场，顺利就业。通过社会实践，大学生能提前了解社会、认知自我、准确定位，树立正确的立业观和择业观，在就业过程中适应就业市场的要求，在短时间内找到适合自己的岗位，迈出走向社会的第一步。

总之，在校大学生只有积极参加社会实践，才能不断充实和完善自身知识结构，培养自我教育、自我管理和自我发展的能力，锻炼适应能力和社交能力，从而积累社会阅历和工作经验，走出成功就业的第一步，为国家和社会做出应有的贡献。

3

第三章 毕业实习的主要内容

一、毕业实习的基本要求和主要任务

（一）毕业实习的基本要求

1. 毕业实习的目的

（1）让毕业生走出校门，面向社会，开阔视野，提高眼界，深入设计及生产一线进行实践，接触与考察生产企业、设计单位、商品市场、博物馆、文化古迹等，接受民族文化和现代设计意识的熏陶。

（2）参与设计策划、设计制作、设计生产的实践过程，熟悉并了解企业运作、经营与管理等方面的知识，学习设计从业人员与时俱进和实干敬业的精神，在社会实践过程中及时更新思想观念、拓展专业知识面、提高设计能力和制作水平。

（3）通过开展广泛的社会考察，以及对市场信息情报的调研，寻求毕业设计课题的确立；或者将实习期间获得的社会项目、设计任务直接引入毕业设计课题，以便在此基础上，进一步制订毕业设计计划；而实习笔记、速写素材、摄影图片、资料图形、语言录音的资料收集也为毕业设计的展开奠定了基础。

（4）通过实习实践，让毕业生能够在现实氛围中寻找自身差距，在弥补自身不足的同时强化进入社会前的适应能力，使毕业生信心十足地面对就业，顺利完成向设计人员的角色转变。

（5）通过实习考察，让毕业生对国内设计行业的现状有一个较全面的了解，对毕业后的去向有一个清醒认识和明确定位，有效避免了就业中普遍存在的盲目性，大大地提高了毕业生的就业概率。

2. 毕业实习报告

(1) 毕业实习报告内容

① 导言,包括毕业实习时间、实习地点、实习方法、实习内容与实习目的等内容,实习考察活动的结论性观点也应以简明扼要的形式出现在导言部分。

② 报告书的正文,包括详细论述实习考察阶段的具体项目(实习考察内容)、进展情况(步骤与过程)和实习结果(心得体会),综合论述实习考察结论,要求论点、论证、论据充足,具有说服力,最后根据结论提出建议或意见(可针对设计者本人、设计行业或企业单位提出)。

③ 附件,提供本报告书所需的相关证明材料,如实习周记、实习笔记与报告内容相关的图片资料、实习期间设计作品的原始文档和实习单位出示的有效实习鉴定证明。

3. 毕业实习注意事项

(1) 到公司或实训基地参加毕业实习的同学必须严格执行校规校纪和实习单位的规章制度、劳动纪律和操作规程,爱护劳动工具和仪器设备,保证实习安全,如有违反,根据情节轻重,给予批评教育直至纪律处分;不得泄露所在单位的商业信息,不得做有损于学院形象的事情,服从单位领导的工作安排,尊重单位领导和同事,注意发挥团队精神。

(2) 毕业生不得无故不参加毕业实习,如确因特殊情况不能参加实习者,须事先征得院(系)领导同意,并报教务处批准,但事后必须补修毕业实习。实习过程中,应严格遵守作息制度,不得迟到、早退;有事必须向指导教师请假,未经同意,不得擅自离队。

(3) 发扬艺术学院“乐善至诚、强学力行”的精神,充分认识毕业实习的重要意义,为培养具有创新意识,良好艺术修养与设计水平,同时又具备掌握科学技术、市场信息和企业管理才能而认真务实进行毕业实习。除了参与设计策划、制作和生产的实践过程,还要注意熟悉并了解生产流程、经营与管理等知识,更新思想观念,不断拓展专业知识面,提高专业素质,增强服务社会、服务地方经济的意识。

凡不参加毕业实习的时间超过毕业实习规定时间三分之一者,不予评定毕业实习成绩,不能取得毕业资格。

(4) 实习期间,不光要重视专业设计、制作的具体技术问题,更要注意收集与专业有关的信息资料和素材,在不同的条件和环境中对设计行业做必要的了解和分析,充分认识自己的优势和不足,明确定位,增强自信心和适应性。

(5) 毕业实习期间随时保持与指导教师的联系,可用多种方式与老师交流汇报实习过程中的思想、生活和工作情况。并养成写实习笔记的习惯,或每周撰写一篇实习周记,及时记录自己对实习工作的真情实感。

(6) 无故不按时交毕业实习报告和实习周记的,其成绩按不及格论。

(二) 毕业实习的主要任务

通过综合运用所学专业知识使学生获得独立工作的能力,并培养学生的综合职业能力;有目的地围绕毕业设计(或毕业论文)进行毕业实习,以便在实践中获得有关资料,为进行毕业设计或撰写毕业论文做好准备。

二、视觉传达设计专业毕业实习的主要内容

第一部分：实习内容

视觉传达设计专业课程安排：

第一天：确定导视系统和标志用户群体。

1~3课时：行业介绍及项目介绍。

4~8课时：与客户沟通，了解客户需求以及企业品牌的相关背景；针对性地做企业标志及相关品牌的调研。

第二、三天：企业的整体定位及需求调查分析。

9~16课时：企业市场定位及销售重点的相关调查。

17~24课时：同类竞争者调研。

第四、五天：市场调研。

25~32课时：平面设计当前市场基本情况调查分析及针对客户群体的需求调研。

33~40课时：平面设计的未来发展趋势分析并结合客户设计要求进行市场定位。

第六天：设计定位。

41~48课时：根据前期调研工作所得出的结论，结合客户的基本需求，确定设计的基本定位。

第七天：标志及导视系统设计。

49~56课时：确定设计主题（针对客户的需求给出一个准确的定位，设计思想、营销卖点，传达的含义）。

第八天：设计草图。

57~64课时：根据确定的设计主题，提出设计思想，绘制设计草图。

第九天：方案深入。

65~72课时：从所有的设计草图中，确定最终可行性最好的方案，并进行产品细节的深入表现。

第十天：方案讨论。

73~80课时：从所有设计稿中，总结设计创意，选出符合客户需求的最佳设计方案，对设计方案不足之处进行修改。

第十一天：效果图制作。

81~88课时：运用平面软件（PS、AI、Coreldraw等）制作，以便于客户更加直观地了解设计主题创意。

第十二~十六天：效果图制作——实物成品的制作。

89~128课时：对实物的制作及使用场景的设计。

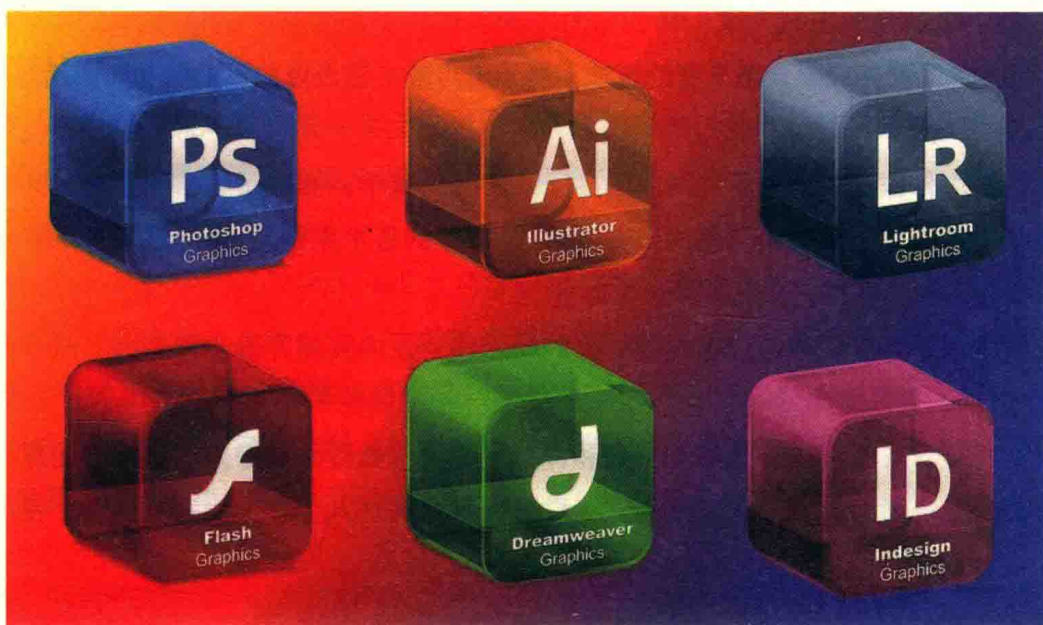
第十七~十九天：效果图制作——使用场景的设计。

第二十天：项目点评。

第二部分：平面设计的实习方法及案例分析

平面设计（graphic design）的定义泛指具有艺术性和专业性，以“视觉”作为沟通和表现的方式。透过多种方式来创造和结合符号、图片和文字，借此作出用来传达想法或讯息的视觉表现。平面设计师可能会利用字体排印、视觉艺术、版面（page layout）等方面的专业技巧，来达成创作计划的目的。平面设计通常可指制作（设计）时的过程，以及最后完成的作品。

设计是有目的的策划，平面设计是这些策划将要采取的形式之一。平面设计有很多表现手法，本书跟大家分享平面设计常用的十四个表现手法。



（一）直接展示法

这是一种最常见的运用十分广泛的表现手法。它将某产品或主题直接如实地展示在广告版面上，充分运用摄影或绘画等技巧的写实表现能力，细致刻画和着力渲染产品的质感、形态和功能用途，将产品精美的质地引人入胜地呈现出来，给人以逼真的现实感，使消费者对所宣传的产品产生一种亲切感和信任感。

这种手法由于直接将产品推至消费者面前，所以要十分注意画面上产品的组合和展示角度，应着力突出产品的品牌和产品本身最容易打动人心的部位，运用色光和背景进行烘托，使产品置身于一个具有感染力的空间，这样才能增强广告画面的视觉冲击力。

（二）突出特征法

运用各种方式抓住和强调产品或主题本身与众不同的特征，并把它鲜明地表现出来，将这些特征置于广告画面的主要视觉部位或加以烘托处理，使观众在接触言辞画面的瞬间即很快感受到，对其产生注意和发生视觉兴趣，达到刺激购买欲望的促销目的。

突出特征的手法也是我们常见的运用得十分普遍的表现手法，是突出广告主题的重要手法之一，有着不可忽略的表现价值。

对比是一种趋向于对立冲突的艺术美中最突出的表现手法。它把作品中所描绘的事物的性质和特点放在鲜明的对照和直接对比中来表现,借彼显此,互比互衬,从对比所呈现的差别中,达到集中、简洁、曲折变化的表现。通过这种手法更鲜明地强调或提示产品的性能和特点,给消费者以深刻的视觉感受。

(四) 合理夸张法

夸张是一般中求新奇变化，通过虚构把对象的特点和个性中美的方面进行夸大，赋予人们一种新奇与变化的情趣。

按其表现的特征,夸张可以分为形态夸张和神情夸张两种类型,前者为表象性的处理品,后者则为含蓄性的情态处理品。通过夸张手法的运用,为广告的艺术美注入了浓郁的感情色彩,使产品的特征性



鲜明、突出、动人。

（五）以小见大法

在广告设计中对立体形象进行强调、取舍、浓缩，以独到的想象抓住一点或一个局部加以集中描写或延伸放大，以更充分地表达主题思想。这种艺术处理以一点观全面，以小见大，从不全到全的表现手法，给设计者带来了很大的灵活性和无限的表现力，同时为接受者提供了广阔的想象空间，获得生动的情趣和丰富的联想。

以小见大中的“小”，是广告画面描写的焦点和视觉兴趣中心，它既是广告创意的浓缩和生发，也是设计者匠心独具的安排，因面它已不是一般意义的“小”，而是小中寓大、以小胜大的高度提炼的产物，是简洁的刻意追求。

（六）运用联想法

合乎审美规律的心理现象。在审美的过程中通过丰富的联想，能突破时空的界限，扩大艺术形象的容量，加深画面的意境。

通过联想，人们在审美对象上看到自己或与自己有关的经验，美感往往显得特别强烈，在产生联想过程中引发了美感共鸣，其感情的强度总是激烈的、丰富的。

（七）富于幽默法

幽默法是指广告作品中巧妙地再现喜剧性特征，抓住生活现象中局部性的东西，通过人们的性格、外貌和举止的某些可笑的特征表现出来。幽默的表现手法，往往运用饶有风趣的情节，巧妙的安排，把某种需要肯定的事物，无限延伸到漫画的程度，造成一种充满情趣，引人发笑而又耐人寻味的幽默意境。幽默的矛盾冲突可以达到出乎意料，又在情理之中的艺术效果，勾引起观赏者会心的微笑，以别具一格的方式，发挥艺术感染力的作用。

