



新职场·新技能·新课程丛书
职业课程完整解决方案

中国职业技术教育学会课题研究成果
人力资源和社会保障部职业技能鉴定中心推荐

广告传媒专业 应用职业技术培训教程

职场指南

本书编写组 编著



中国人民大学出版社



新职场·新技能·新课程丛书
职业课程完整解决方案

New Work Place
New Skills
New Curriculum

广告传媒专业 应用职业技术培训教程

职场指南

本书编写组 编著



中国人民大学出版社

· 北京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

广告传媒专业应用职业技术培训教程——职场指南 / 本书编写组编著

北京: 中国人民大学出版社, 2010

(新职场·新技能·新课程丛书)

ISBN 978-7-300-12694-4

I. ①广…

II. ①本…

III. ①广告-传播媒介-职业教育-教材

IV. ①F713.8

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 177222 号

新职场·新技能·新课程丛书

广告传媒专业应用职业技术培训教程——职场指南

本书编写组 编著

Guanggao Chuanmei Zhuanye Yingyong Zhiye Jishu Peixun Jiaocheng

出版发行 中国人民大学出版社

社 址 北京中关村大街 31 号

邮政编码 100080

电 话 010-62511242 (总编室)

010-62511398 (质管部)

010-82501766 (邮购部)

010-62514148 (门市部)

010-62515195 (发行公司)

010-62515275 (盗版举报)

网 址 <http://www.crup.com.cn>

<http://www.ttrnet.com> (人大教研网)

经 销 新华书店

印 刷 涿州星河印刷有限公司

规 格 169mm×239mm 16 开本

版 次 2010 年 9 月第 1 版

印 张 19.25

印 次 2010 年 9 月第 1 次印刷

字 数 366 000

定 价 43.00 元 (含光盘)

版权所有 侵权必究

印装差错 负责调换

丛书编审委员会

顾	问	刘来泉	宋 建	余祖光
		谢幼琅	洪京一	杨 克
		李维利	曹红波	
编委会主任		沙 旭		
编委会副主任		王文瑾	张 明	许 远
		孙庆武	何 扬	
编委会秘书长		孙庆武	祝智敏	

本书编写组

主	编	何 扬		
副	主 编	祝智敏	孙倩倩	王婷婷
		林兆胜		
编	委	冯永年	林 衡	阙 影
		朱俊梅		
顾	问	束开俊	梁学宏	孙乃海
		王 胜		
美	工	侯 萌		

序

职业教育未来十年要坚持大力发展的方针，建设有中国特色、符合国情、具有鲜明时代特征的现代职业教育体系和制度，加快提高我国职业教育的现代化水平。发展职业教育要坚持以服务为宗旨，以就业为导向，以改革创新为动力，把提高质量作为重点。职业教育的改革和发展，要适应经济和社会发展的需要，提高社会服务能力，提高就业、创业能力，同时要满足人的职业素质和全面发展的要求，来促进教育质量的全面提高。

实行产教结合、校企合作是我国职业教育改革发展的一条根本出路。职业教育的教学改革，离不开校企合作的方式。教育部职业教育中心研究所王文谨同志完成的中国职业技术教育学会发布的课题《行业参与职业院校课程改革的研究与实践——高、中职业院校电子信息类能力本位课程》在研究校企合作理论的同时，积极开展试验，以IT企业与职业院校合作的方式深入探讨课程和教材、教学方法的改革，取得了可喜的成果，并开发出职业素质、环境艺术、广告传媒、数码影视、动漫设计、网络工程、网站建设、电子商务共8套完整的职业课程体系，以及30余个完备的职业课程模块。

这些课程和这套教材从行业企业需求出发，把工作岗位能力融入教学目标，以工作中的实际案例作为教学内容，把问题引入、案例教学、项目整合结合进教学设计，并采用了做中学、参与式的教学方法。这些课程和这套教材在职业院校经过了试用，受到学生和老师的欢迎，也得到了企业的好评。大家认为改革后的课程和教材实现了学生乐学、教师易教、工作实用的初衷。

我对能利用中国职业技术教育学会发布的课题开展如此深入的教学改革研究与试验感到很高兴，也对试点课程和教材的试用成功感到满意，对此表示由衷的祝贺。希望在职业教育中能够开展更多的教学改革尝试，涌现更多的改革成果，使我国职业教育的质量得到大幅提升，以提高职业教育对国家产业发展的贡献率，增强职业教育的社会吸引力。

中国职业技术教育学会常务副会长

刘来泉

序

进入新世纪以来，随着我国经济的发展和人民生活水平的提高，我国的职业教育与职业培训事业得到迅猛发展，新的职业、新的技能和技术不断涌现，在这一背景下，《新职场·新技能·新课程丛书》在专家们进行了大量实际调查分析，经过近两年的艰苦努力，终于出版了。开发职业类课程，必须把握好学生的学习动机，养成学生的职业素质，鼓舞学生参加职业实践的意愿。组织职业类课程内容，必须以职业活动为导向、以职业能力为本位。因此编写教材必须深入职场，科学论证，根据对职业活动的分析判断确定的课程内容，加以合理组织。

本丛书的编者“自讨苦吃”、打破常规，摒弃了职业教材开发上长期存在的重理论、轻实践，重学科系统、轻职业能力的弊端，以有关科研课题研究为依托，选择电子信息类的部分专业，共开发了职业素质、环境艺术、广告传媒、数码影视、动漫设计、网络工程、网站建设、电子商务共8套完整的职业课程体系，30余个完备的职业课程模块。这些课程模块融专业能力、职业知识、职业技能为一体，并配备多媒体教学资源。

我非常欣喜地看到，全套丛书合理创设职业情境，以全场景表述手段，将原本深奥、枯燥的专业理论和职业技能，通过生动趣味的职业场景和人际沟通形式，得以直观流畅、浅显易懂的表现和传承。对在校学生和初中级专业技能人员的专业拓展、视野开阔起到积极作用。

本丛书的编写融合了有关国家职业技能标准的要求，适合于职业院校、职业技能培训机构作为课堂教材使用，也可作为本专业技术人员的自学读物。

希望通过有关专家和大家共同的努力来实践先进职业课程理念，构建全新职业教材体系，为我国的职业教材建设尽自己一份力量。

人力资源和社会保障部
职业技能鉴定中心副主任



实践先进职业课程理念 构建全新职业教材体系

——《新职场·新技能·新课程丛书》出版说明

进入新世纪以来,我国的职业教育、职业培训与社会经济的发展联系越来越紧密,职业教育与培训的课程(统称“职业课程”)的改革越来越为广大师生所关注。职业课程理论的研究可谓流派众多、精彩纷呈,有关课程改革的实践也十分活跃。

《新职场·新技能·新课程丛书》就是在这样的背景下组织编写的。任何的职业课程开发实践都不外乎注重调动学生的学习动机,以职业活动为导向、以职业能力为本位。本丛书的编者“自讨苦吃”、打破常规,摒弃了职业教材开发上长期存在的重理论、轻实践,重学科系统、轻职业能力,重策划包装、轻内涵质量的弊端,以中国职业技术教育学会《行业参与职业院校课程改革的研究与实践——高、中职院校电子信息类能力本位课程》课题研究为依托,选择电子信息类的部分专业,深入职场,进行了实际调查分析,根据对职业活动的分析判断确定的课程内容,加以科学组织。本书编委会第一批开发了职业素质、环境艺术、广告传媒、数码影视、动漫设计、网络工程、网站建设、电子商务共8套完整的职业课程体系,30余个完备的职业课程模块。这些课程模块融专业能力、职业知识、职业技能为一体,并配备多媒体教学资源。

一、指导思想

《新职场·新技能·新课程丛书》根据有关课题研究成果和院校长期教学和管理经验,提出了以企业需求为导向的全场景趣味教学模式,即真实市场需求,完全场景模拟,针对分析设计,实战训练过程。学生学习的主线围绕需求→设计→制作→交付四大企业基本工作流程;教材的特点是要能让学生喜欢读、读得懂、用得上;实训教学模式上的特点是人人有活干、人人活不同;主导的教学思想是真实的企业项目驱动、完全的工作过程导向。

二、教材特点

本套教材与企业需求、教学环节紧密结合,教学不再是单向的课堂讲授、而成为双向互动的促进式课堂。主要表现如下:

一是教材以场景模式贯穿始终，可以充分让读者在学习产生兴趣、在兴趣中学到知识、在收获中体验成就。

二是全仿真企业实际运营状况，通过再现工作中的全部环节，使读者全面掌握企业工作流程。

三是多项目分组实训，每组分工完成一个独立的实训项目，培养工作规范和工作技能的同时，充分培养团队合作精神。

四是每个实训项目结束后都有交付和答辩环节，对实训效果检验的同时，进一步提高学员的表达能力和综合素质。

五是作为教材的配套，本丛书拥有成体系的教学指导资料（包括职场指南、教学 PPT、教学视频指导资料、企业项目案例等）来开展课堂教学和课后辅导，教学管理部门也要有对应的管理条款来组织各种学制的教学环节并进行考核等。这也就是通常所谓的“立体化”教学产品。

本丛书的编写融合了国家有关职业技能标准的要求，适合于职业院校、职业技能培训机构作为课堂教材使用，也可作为本专业技术人员的自学读物。

本丛书的编审委员会邀请了教育部职业技术教育中心研究所、中国就业培训技术指导中心、中国职业技术教育学会、高等职业技术教育研究会以及从事职业教育教学研究、职业心理研究、职业资格研究、电子信息行业、教材出版领域等各方面专家组成。上述领域的专家、学者均具有较强的理论造诣和实践经验，希望通过大家共同的努力来实践先进职业课程理念，构建全新职业教材体系，为我国的职业教育培训教材建设尽自己一份力量。

丛书编委会

前 言

本书是《广告传媒专业应用职业技术培训教程》之一,教材的最大特色是吸收行业专家参与编写,针对行业和岗位需求,针对“职业实训”教材中所给出的64个单元案例和40个综合案例,从客户分析、需求设计、创意思想、设计流程等角度,按照市场运作的规范和技术实施的过程,深入剖析各个实训案例中所需要综合考虑的环节,引导学习者思考和设计,并起到举一反三的作用。

广告传媒专业各个设计领域中劳动者的就业和职业生涯发展,既要靠技术,也要靠创意,更要靠严谨的职业态度和规范的职业工作过程。本书通过对实际案例的剖析,不仅能强化学生实施技能的实训,发散学生的创意思维,而且还可以由这些实际案例延伸到职业工作现场的各种情况。对于现已从事或即将从事这项工作的设计师而言,本书一方面从技术和专业角度给予训练,另一方面还指导学习者在面对实际工作中各种复杂的情况时,学会从客户的职业、背景、需求以及设计定位等角度来考虑和设计,而不仅仅局限于技术层面。同时,项目实施的完整性和项目训练的规范性,也会引导学习者从容适应激烈的市场竞争。

本书的编写融合了广告设计国家职业技能标准的要求,并列入人力资源和社会保障部职业技能鉴定中心教材推荐目录,适合职业院校广告传媒及相关专业作为课程实训教学和职业技能培训教材,也可作为相关技术人员的自学读物。随书配套光盘中提供了大量的素材和书中案例的源文件,以方便读者学习使用。

本书由林兆胜、朱俊梅、王婷婷、冯永年、林衡、阙影老师参与编写,林兆胜、王婷婷、孙倩倩老师对全书进行统稿,何扬、祝智敏老师负责全书的审定。丛书编委会领导和专家给予了相关指导。由于时间仓促、水平有限,书中难免有不妥之处,恳请读者多提宝贵意见。

本书编写组

目 录

第 1 章 数码照片处理分组实训指导	1
职场导言	1
1.1 金星花园小区效果图合成	1
1.2 小葵花幼儿园宣传画	4
1.3 田径运动会宣传画	6
1.4 舞蹈大赛报纸广告	8
1.5 “我爱妈妈”公益广告	10
1.6 化妆品派发广告	11
1.7 3G 手机广告	13
1.8 方便面电视广告	15
职场总结	17
第 2 章 展示设计分组实训指导	19
职场导言	19
2.1 楼盘海报	19
2.2 设计工作室展板	21
2.3 运动会海报	24
2.4 青年歌手大赛展板	27
2.5 感恩公益海报	29
2.6 化妆品海报	31
2.7 电器公司易拉宝和宣传展板	34
2.8 果汁海报	36
职场总结	38
第 3 章 插画设计分组实训指导	41
职场导言	41
3.1 小区插画	41
3.2 鼓励贫困儿童插画	44
3.3 足球联谊赛插画	46
3.4 幼儿园版喜羊羊主题插画	48
3.5 “以愚昧无知为耻”公益插画	51
3.6 时尚化妆品店插画	53

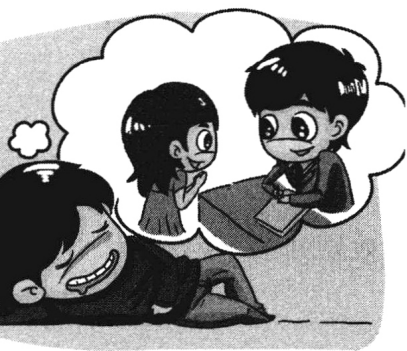
3.7 液晶电视促销插画	55
3.8 集体生日蛋糕插画	57
职场总结	60
第4章 标志设计分组实训指导	63
职场导言	63
4.1 楼盘标志	63
4.2 学校标志	66
4.3 运动会标志	68
4.4 女子歌舞队标志	71
4.5 社团标志	73
4.6 化妆品标志	76
4.7 风电能源公司标志	78
4.8 开心水果吧标志	80
职场总结	82
第5章 包装设计分组实训指导	85
职场导言	85
5.1 房地产公司手提袋	85
5.2 普洱茶包装盒	88
5.3 女鞋包装盒	90
5.4 CD 盘面及包装盒	93
5.5 卷烟包装盒	95
5.6 化妆品手提袋	98
5.7 出口节能日光灯包装盒	100
5.8 外带快餐盒包装	102
职场总结	104
第6章 宣传册设计分组实训指导	109
职场导言	109
6.1 高档住宅小区宣传册	109
6.2 大学宣传册	111
6.3 瑜伽健身宣传册	113
6.4 旅行社宣传册	116
6.5 慈善祝福宣传册	119
6.6 化妆品宣传册	122
6.7 电脑宣传册	124
6.8 食品企业宣传册	127

职场总结	129
第7章 户外广告设计分组实训指导	133
职场导言	133
7.1 酒店户外广告	133
7.2 学校巨幅宣传画	136
7.3 全民运动会巨幅宣传画	138
7.4 旅游俱乐部户外广告	140
7.5 防甲型流感公益宣传画	142
7.6 唇膏户外广告	144
7.7 3G手机炒股户外广告	147
7.8 瓜子喷绘广告	148
职场总结	150
第8章 网络广告设计分组实训指导	153
职场导言	153
8.1 幽雅别墅网络广告	153
8.2 留学培训网络广告	156
8.3 滑雪运动会网络体育广告	158
8.4 娱乐大赛网络广告	160
8.5 建市周年庆网络公益广告	162
8.6 化妆品网络广告	164
8.7 数控车床网络广告	166
8.8 花生油静态网络广告	169
职场总结	171
第9章 数码相册综合设计分组实训指导	175
职场导言	175
9.1 美少女个人写真	175
9.2 遥远的童年记忆	177
9.3 可爱宝宝	180
9.4 我爱我家	181
9.5 快乐出游	184
9.6 校园时光	186
9.7 我的班长我的班	188
9.8 我的作品集	190
职场总结	192



第 10 章 杂志设计分组实训指导	195
职场导言	195
10.1 科技杂志《科技窗》	195
10.2 体育杂志《体育天下》	198
10.3 娱乐杂志《娱乐在线》	200
10.4 商务杂志《营销概念》	203
10.5 旅游电子杂志《日本游记》	205
10.6 休闲电子杂志《策画报》	207
10.7 女性时尚杂志《得色》	210
10.8 生活杂志《健康饮食》	212
职场总结	216
第 11 章 企业形象设计分组实训指导	217
职场导言	217
11.1 绿源食品	217
11.2 星缘国际酒店	220
11.3 朝霞工作室	223
11.4 力巨房产	226
11.5 仁爱药业	229
11.6 大志书店	231
11.7 权威设计	234
11.8 荷韵书画城	237
职场总结	240
第 12 章 系列化包装设计分组实训指导	241
职场导言	241
12.1 黑色的灯泡	241
12.2 多彩巧克力	244
12.3 “飞爽”运动	246
12.4 给你一张“水果”脸	248
12.5 音乐的色彩	250
12.6 不要乱“药”	253
12.7 书中自有“颜如玉”	255
12.8 同型异形	257
职场总结	259
第 13 章 综合广告设计分组实训指导	261
职场导言	261

13.1 留下永恒瞬间	261
13.2 粒粒大豆味道香	265
13.3 娱乐广告	269
13.4 童装广告	273
13.5 教育产品广告	276
13.6 运动无界限	280
13.7 化妆品广告	283
13.8 汽车广告	285
职场总结	288



第 1 章

数码照片处理分组实训指导



职场导言

本章安排了 8 个分组实训，目的是让学生通过本章的学习，掌握与客户沟通的常规技巧，常用的抠图方法、调色方法以及数码照片处理的一般工作流程。进行分组实训时，教师和学生应该把握的重点是数码照片常用的抠图和调色方法以及创意在作品中的重要意义。

1.1

金星花园小区效果图合成

1. 实例引入

首一房地产开发有限公司欲在市内一处繁华地段开工建设一处高档居民住宅小区——金星花园，该公司已将小区的三维效果图提供给了滨江市完美设计公司，要求完美设计公司将该小区的三维效果图配景合成，合成后的效果图供喷绘使用。效果图的展示地点为施工场地入口处。经过和客户深入交流后，设计填写了如表 1-1 所示的《客户业务受理登记表》。

表 1-1 客户业务受理登记表

× × × × 年 × × 月 × × 日			
客户姓名	× × ×	客户电话	× × × × × × × × × ×
设计项目	金星花园小区效果图合成喷绘稿		



客户要求	1. 图像宽度为 15 米，高度是 7 米。 2. 要突出绿色家园和环保型小区特色，突出人与自然的和谐统一，要表现出该小区地处繁华地段的优势，图像整体色彩效果要以蓝绿为主。
看小样时间	××××年××月××日上午 8 点
定金交纳情况	已交纳定金 100 元

客户签字：×××

设计师签字：×××

2. 需求分析

设计师接手首一房地产开发有限公司的金星花园小区效果图合成任务后，对客户的需求进行了分析，并提出了自己的解决方案。

需求之一：客户要突出绿色家园和环保型小区特色。

解决方案：在效果图中添加绿草坪、树木和花鸟鱼虫等配景元素。

需求之二：客户要求表现出小区地处繁华地段的优势。

解决方案：在效果图的背景中添加楼群林立的图像。

需求之三：客户要求效果图整体色彩以蓝绿为主。

解决方案：将效果图中小区的背景设置为蓝天白云，添加小区内绿树成荫的图像。

3. 设计方案

根据客户的设计要求，设计师很快提出了相应的解决方案，为了尽量让客户有选择的余地，设计师在较短的时间内设计了两套方案。

第一套设计方案以偏冷色调为主，背景为蓝天白云，远处清晰可见楼群林立，体现小区地处繁华地段的优势，近处小区广场绿树成荫，三三两两的人们在广场上漫步，在靠近镜头的右侧，有一棵参天大树，枝叶繁茂，与小区中的楼群相映成趣，再加上天上的白鸽和地上的人们，突出了人与自然的和谐统一。第一套设计方案的效果图如图 1-1 所示。



图 1-1 第一套设计方案效果图

第二套设计方案是在第一套设计方案的基础上做了进一步的修改而得到的,一方面是将蓝天白云的背景换成了以蓝天为主、白云减少,楼群的颜色设置成了偏暖色调。另一方面,在镜头的近处添加了正在向小区方向行走的两位美女,鉴于本案主要是小区效果图,因此人的面部向内效果更好些,这样更能突出人与自然的和谐统一。

此外,本案中添加了更多的和平鸽,人的数量也有所变化。第二套设计方案的效果图如图 1-2 所示。



图 1-2 第二套设计方案效果图

4. 成品展示

当客户看到提供的两套设计方案时,对第二套方案更感兴趣,但是对第一套方案中的某些元素也十分赞赏,想将两套方案中的某些元素合并,例如第一套方案中的参天大树,第二套方案中两位背向的美女,并且还要求在图像中添加“首一房地产开发有限公司承建”和“金星花园”字样,而图像的色调以第二套方案为主。

根据客户的要求,设计师对合成的小区效果图做了修改,修改后最终的效果图如图 1-3 所示。



图 1-3 最终设计方案效果图