



山西职业技术学院

SHANXI POLYTECHNIC COLLEGE

国家骨干高职院校建设项目成果

人物形象设计专业
人才培养方案
(2018 级)

二〇一八年六月

目 录

一、专业名称及代码	1
二、教育类型及学历层次	1
三、招生对象	1
四、就业面向	1
五、培养目标及规格	1
六、课程体系	3
七、教学过程安排	6
八、毕业条件	12
九、保障条件	12
十、组织与实施	20
附件 1 人物形象设计专业人才需求调研报告	23
附件 2 专业核心课程标准	41
《形象设计概论》课程标准	41
《化妆基础》课程标准	44
《皮肤护理》课程标准	49
《人物造型化妆》课程标准	53
《色彩构成》课程标准	62

一、专业名称及代码

专业名称：人物形象设计

专业代码：650122

二、教育类型及学历层次

教育类型：高等职业教育

学历层次：全日制专科

学制：三年

三、招生对象

高中毕业生及同等学力者

四、就业方向

就业领域	形象设计、电视台、影视等企业的造型、化妆、服饰搭配，企业形象定位分析等领域
岗位群	形象设计岗位群（化妆、发型设计、美容等） 形象设计咨询、顾问、美业管理与营销岗位群
主要岗位	1. 整体形象设计顾问 2. 造型师及跟妆师 3. 专业化妆师 4. 美容师 5. 美容美发顾问
拓展岗位	1. 人物整体造型策划 2. 人物形象包装设计与制作 3. 高级服装服饰的销售顾问 4. 服装店堂陈列设计 5. 首饰、配饰设计 6. 专业艺术人体彩绘师、艺术美甲师 7. 各类培训学校、机构的相关专业教师岗位 8. 企业团队形象设计及企业文化活动策划岗位

五、培养目标及规格

（一）培养目标

本专业培养掌握形象设计、艺术造型基本知识、具备化妆、发型设计、服饰搭配、形体礼仪、色彩诊断等技能，能胜任形象设计及相关行业一线专业技术服务工作，能够践行社会主义核心价值观，具有良好职业素养、创新创业意识和可持续发展能力的高素质技术技能人才。

（二）培养规格

1. 知识要求

- (1) 掌握必备的体育健身基础知识和相关心理健康知识；
- (2) 掌握必备的计算机应用、英语、数学的基本知识；
- (3) 掌握公共安全、自身安全防范的基本知识；
- (4) 掌握人物形象设计基础知识；
- (5) 掌握良好的化妆、发型必需的文化基础与专业知识；
- (6) 掌握色彩诊断的相关知识；
- (7) 掌握 Photoshop 软件进行人像修图和基础排版相关知识；
- (8) 掌握皮肤护理的相关知识。

2. 能力要求

- (1) 具有运用辩证唯物主义的基本观点及方法认识、分析和解决问题的能力；
- (2) 具有一定的应用文写作、英语听说读写及数学运用能力；
- (3) 具有计算机应用的能力及信息的获取、分析与处理能力；
- (4) 具有较好的造型设计与表现能力；
- (5) 具有创新思维和形象设计相关项目管理能力；
- (6) 具有独立完成简单的人物整体造型设计的能力；
- (7) 具有 Photoshop 软件进行人像修图和基础排版的能力；
- (8) 具有较准确地色彩诊断能力；
- (9) 具有查找资料、文献等取得信息的能力；
- (10) 具有较好的解决问题的方法能力、制定工作计划的能力。

3. 素质要求

- (1) 热爱祖国、遵纪守法，树立科学的世界观、人生观和价值观，具有良好的思想品德、社会公德和坚定的政治素养；
- (2) 具有一定的科学素养和文学、艺术修养；
- (3) 具有积极健康、乐观向上的身心素质；
- (4) 具有爱岗、敬业、奉献、协作等职业素养；
- (5) 具有诚信品格、服务意识、质量意识和创新创业意识；
- (6) 具有良好的职业道德与职业操守，具备较强的组织观念和集体意识；
- (7) 具有较强的计划组织协调能力、团队协作能力；
- (8) 具有较强的开拓发展和创新能力；

(9) 具有较强的口头与书面表达能力、人际沟通能力。

4. 职业资格要求

本专业学生可以获得的职业资格证书如下表所示。

序号	职业资格（证书）名称	发证单位	等级
1	高美容师	国家人力资源和社会保障部	高级
2	高化妆师	国家人力资源和社会保障部	高级
3	高级形象设计师技能证书	国家人力资源和社会保障部	国家三级
4	形象设计技师	国家人力资源和社会保障部	国家二级
5	形象设计高级技师	国家人力资源和社会保障部	国家一级
6	普通话水平测试等级证书	国家语言文字工作委员会	一级乙等、二级甲等、二级乙等

六、课程体系

（一）学习领域分析

在对岗位和岗位群进行调研的基础上，由行业专家、专业教师和课程专家共同分析岗位所需的知识、能力和素质要求，形成能力标准，确定实际工作任务集合，提炼典型工作任务，之后根据典型工作任务进行分析，确立行动领域，最后进行学习领域转换。学习领域分析过程如下表所示。

工作岗位	典型工作任务	行动领域	工作过程描述	学习领域
化妆师	<ol style="list-style-type: none"> 1. 用户需求分析 2. 妆面素材采集 3. 彩妆分类 4. 护肤及上妆流程 5. 皮肤检测、皮肤分析 6. 妆面与年龄、体态、职业、场合的联系 7. 各类妆面技巧（新娘妆、舞台装、影视妆、日妆、晚宴妆、综艺妆等） 8. 妆面与服饰、发型搭配 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 确定各类妆面的特点和风格 2. 熟练各类妆面的技法与流程 3. 创意妆设计与开发 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解顾客及角色需求，根据人物特点设计切实可行的化妆方案 2. 进行妆前皮肤测试和简单护理 3. 运用化妆技巧完成各类妆面 4. 将妆面类型与服饰、发型、场合有机结合 	交际礼仪 汉语口语技巧 交际英语 化妆基础 形体训练 化妆品学 素描基础 人物造型化妆 形象设计美学 行业服务礼仪 服装与配饰 色彩构成
美容师	<ol style="list-style-type: none"> 1. 用户需求分析 2. 掌握不同类型肤质特点 3. 进行皮肤诊断 4. 皮肤护理 5. 问题皮肤诊断及护理 6. 运用美容医学 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 熟练使用各类美容仪器，了解其工作原理 2. 掌握各类皮肤的特点并会诊断分析，制定皮肤护理计划 3. 熟练运用美容医学 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解顾客需求，根据皮肤特点设计制定切实可行的皮肤护理方案 2. 进行专业、系统的皮肤测试、诊断、分析和诊治 3. 了解化妆品、护肤品的特点、性质、功效 4. 进行专业皮肤护理、按摩美体程序 	交际礼仪 汉语口语技巧 交际英语 形体训练 化妆品学 皮肤护理 形象设计美学 行业服务礼仪 中医美容学

发型师	<ol style="list-style-type: none"> 1. 用户需求分析 2. 掌握不同发质特点 3. 发型与年龄、体态、职业、场合的联系与适应 4. 扎发、编发、盘发、包发 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 熟练使用各类美发仪器，了解其工作原理 2. 掌握各类发型的特点，注重发型与脸型、体态、年龄、职业、服饰、妆面的搭配、协调 3. 掌握扎发、编发、盘发、包发技术 4. 创新发型设计 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解顾客需求，根据发质特点、角色特点制定切实可行的发型设计方案 2. 全面分析角色面部、身体结构比例 3. 运用扎发、编发、盘发、包发等技术进行发型设计 4. 发行与服饰、妆面搭配 	交际礼仪 汉语口语技巧 交际英语 形体训练 发型设计与技术 形象设计美学 形象设计概论 行业服务礼仪 服装与配饰 色彩构成
形象设计师 形象设计顾问 美业顾问及营销管理岗位	<ol style="list-style-type: none"> 1. 用户需求分析 2. 妆容设计 3. 发型设计 4. 色彩诊断 5. 职业与风格整体设计 6. 个人形象系统分析 化妆用色指导、陪同购物指导、整体形象塑造指导 7. 企业管理营销 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 表达、沟通、临场应变 2. 对客户服务技巧 3. 熟悉化妆品、护肤品、造型材料的性质、特点、价格等 4. 对色彩、配饰、服装等方面进行搭配 5. 将妆容设计、发型设计、服饰设计、风格诊断有机结合 6. 创新能力 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解顾客需求，制定切实可行的形象设计方案 2. 全面运用化妆、护肤、美体、发型、色彩、服饰等设计技巧进行整体造型 3. 分析判断造型效果 4. 纠错能力 5. 行业企业管理与营销 	交际礼仪 汉语口语技巧 交际英语 形体训练 化妆品学 皮肤护理 化妆基础 发型设计与技术 行业服务礼仪 中医美容学 整体形象设计 色彩构成 电脑辅助形象设计 摄影基础

(二) 课程体系构建

1. 课程设置

公共学习领域	专业学习领域			拓展学习领域
公共基础课程 (125 门)	基本能力课程 (8 门)	岗位能力课程 (17 门)	综合能力课程 (7 门)	拓展能力课程 (7 门)
国防教育与军事训练、入学教育	交际礼仪	化妆品学	礼仪实训	服饰配件设计
思想道德修养与法律基础	汉语口语技巧	★化妆基础	化妆实训	西曼色彩
形势与政策	交际英语	★皮肤护理	美容实训	妆面创意设计
心理健康	形体训练	★人物造型化妆	综合实训	人体彩绘
安全教育	形象设计概论	★发型设计与技术	人物整体造型设计实训	店堂设计与陈列
大学语文	素描基础	★色彩构成	毕业设计	影视戏剧人物造型
基础英语	形象设计美学	服饰搭配	顶岗实习	
毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	专业外语	电脑辅助形象设计		
计算机应用基础		整体形象设计		
职业生涯规划与创业就业指导		饰品设计与制作		

人物形象设计专业人才培养方案

体育与健康		中医美容学		
创业基础		摄影基础		
		行业服务礼仪		
		美容企业管理与营销		
		美甲		
		茶艺基础		

备注：标注“★”的课程为专业核心课程

2. 课程体系

按照人才培养目标和职业拓展的要求，以基本能力课程、岗位能力课程、综合能力课程为主体，以公共学习领域课程为基础，增加拓展学习领域课程及公共选修课程，遵循教育教学规律及岗位专业知识之间的内在关系，对所有课程排序，最终形成基于工作过程系统化的课程体系。

（三）专业核心课程简介

课程名称	化妆基础	开设学期	第二学期		
课程代码	0710089	参考学时	68	学分	4

通过学习化妆与绘画、化妆与脸部基本形态、化妆与底色的塑造、化妆与局部的塑造、化妆与年龄特征的塑造、化妆与性格特征的塑造，使学生掌握化妆相关知识，学会独立完成妆面特点的分析、设计及制定上妆实施方案等，掌握新娘妆、日妆、晚宴妆、舞台妆等妆面的上妆程序和创新力。

课程名称	皮肤护理	开设学期	第三学期		
课程代码	0710088	参考学时	68	学分	4

通过学习皮肤特质分析、护肤品性能、面部护肤原理、颈部按摩、头部按摩、问题皮肤诊断与处理、美体等内容，使学生掌握皮肤护理的相关知识，学会独立完成皮肤测定与分析、皮肤护理步骤与程序等，掌握各类美容仪器使用方法与工作原理、掌握各类护肤品性质与功效、能够运用规范按摩手法进行皮肤护理，并通过分析解决问题皮肤的隐患，具备完整的皮肤护理与诊断能力。

课程名称	人物造型化妆	开设学期	第三学期		
课程代码	0710099	参考学时	68	学分	2

通过学习不同角色、人物的妆面特点等内容，使学生了解各类妆面的基本概念与特征，掌握人物造型化妆的相关知识，具备不同角色上妆的能力，具备服饰、发型、妆面与角色整饰的能力，以及整体人物造型的水平。

课程名称	发型设计与技术	开设学期	第二、三学期		
课程代码	0710095	参考学时	136	学分	4

通过学习发型设计概念与分类、造型技术、修剪技术等内容，使学生掌握发型设计的基本原理与技巧，掌握编发、盘发、扎发、包发等技术，具备独立判断发型造型与角色整饰的能力，提升审美水平，为进行整体形象设计奠定基础。

课程名称	色彩构成	开设学期	第二学期		
课程代码	0710104	参考学时	34	学分	2

通过学习色彩的基本知识、色彩的三要素、色彩的变化、色彩的融合、色彩的混合、色彩体系等内容，使学生了解色彩构成的基本原理与特点，了解和掌握运用色彩原理进行服饰搭配的方法，具备对常见色彩构成分析判断、利用工具或软件对常见色彩进行调整的能力，整体提升形象设计的审美能力。

七、教学过程安排

表 8-1 教学活动按周分配表

学期	入学教育及军训	课堂教学	集中实训	教学周合计	机动	考试周	学期小计	假期	总计
1	2	13	1	16	1	1	18	6	24
2		17	1	18	1	1	20	6	26
3		17	1	18	1	1	20	6	26
4		11	7	18	1	1	20	6	26
5		0	20	20	0	0	20	6	26
6		0	20	20	0	0	20		20
总计	2	58	50	110	4	4	118	30	148

表 8-2 教学进程安排表

课程结构	序号	课程名称	学时			考核方式	学时分配						学分	
			总学时	理论	实践		第一学年		第二学年		第三学年			
							第一学期 16周	第二学期 18周	第三学期 18周	第四学期 18周	第五学期 20周	第六学期 20周		
公共学习领域课程	1	国防教育与军事训练、入学教育	48		48	综合评价	2w							2
	2	思想道德修养与法律基础	60	46	14	过程考核+测试	2	2						2+2
	3	形势与政策	64	64		综合评价	√	√	√	√				1
	4	心理健康	13	13		综合评价	1							1
	5	安全教育	24	24		综合评价	√	√	√	√	√	√		2
	6	大学语文	60	60		过程考核+测试	2	2						1+2
	7	基础英语	120	120		过程考核+测试	4	4						2+2
	8	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	56	40	16	过程考核+测试			2	2				2+2
	9	计算机应用基础	52	12	40	过程考核+测试	4							3

人物形象设计专业人才培养方案

	10	职业生涯规划与创业就业指导	35	35	0	过程考核+测试	1	√	√	2			2
	11	创业基础	34	17	17			2					1
	12	体育与健康	144	12	82	过程考核+测试	2	2	2				1+1+1
小计			610	427	217		16	12	4	4			30
基本能力课程	1	交际礼仪	26	20	6	过程考核+测试	2						2
	2	汉语口语技巧	26	20	6	过程考核+测试	2						1
	3	交际英语	34	22	12	过程考核+测试			2				2
	4	形体训练	60	6	54	综合评价	2	2					2+2
	5	形象设计概论	26	20	6	过程考核+测试	2						2
	6	素描基础	52	24	28	过程考核+测试	4						2
	7	形象设计美学	34	28	6	过程考核+测试		2					2
	8	专业外语	22	16	6	过程考核+测试				2			2
小计			280	156	124		12	4	2	2			17
岗位能力课程	1	化妆品学	34	28	6	过程考核+测试		2					2
	2	化妆基础	68	34	34	过程考核+测试		4					2
	3	中医美容学	68	34	34	过程考核+测试		4					2
	4	人物造型化妆	68	34	34	过程考核+测试			4				2
	5	发型设计与技术	136	68	68	过程考核+测试		4	4				2+2
	6	色彩构成	34	14	20	过程考核+测试			2				2
	7	服饰搭配	34	20	14	过程考核+测试			2				2
	8	电脑辅助形象设计	44	20	24	过程考核+测试				4			2
	9	整体形象设计	44	14	30	过程考核+测试				4			4
	10	皮肤护理	68	34	34	过程考核+测试			4				2
	11	摄影基础	22	10	12	过程考核+测试				2			2
	12	行业服务礼仪	22	12	10	过程考核+测试				2			1
	13	美容企业管理与营销	22	16	6	过程考核+测试				2			1
	14	美甲	44	20	24	过程考核+测试				4			2
	15	茶艺基础	22	10	12	过程考核+测试				2			1

	16	饰品设计与制作	68	22	46	过程考核+测试			4				2
小计			798	392	404		0	14	20	20			33
综合能力课程	1	礼仪实训	26		26	综合评价	1w						1
	2	化妆造型实训	26		26	综合评价		1w					1
	3	美容实训	26		26	综合评价			1w				1
	4	毕业设计	156		156	综合评价						6w	6
	5	顶岗实习	1066		1066	综合评价				7w	20w	14w	41
小计			1300		1300								50
拓展学习领域课程	1	服饰配件设计	30	20	10	综合评价							1
	2	西曼色彩	30	20	10	综合评价							1
	3	妆面创意设计	30	10	20	综合评价							1
	4	人体彩绘	30	14	16	综合评价							1
	5	店堂设计与陈列	20	10	10	综合评价							1
	6	影视戏剧人物造型	30	14	16	综合评价							1
小计			170	88	82								7
公选课	1	公共选修课 1											1
	2	公共选修课 2											1
小计													2
合计			3038	991	2047		28	30	26	26			133

说明:

1. 国防教育与军事训练、校内外集中实训、顶岗实习周学时按 26 学时计算;
2. 标示“√”课程不占用正常教学时间,以讲座形式开展;
3. 拓展学习领域课程(专业选修课)及公选课的学时不计入总学时,学分不计入总学分;

表 8-3 公共选修课设置情况一览表

选修课类别	课程名称	所属系部	限选人数	总学时
现场面授选修课	开启职场大门	思政部	60	20
	K A B 创业指导	思政部、招就办	30	20
	快乐成长团体辅导	思政部、心理健康中心	20	20
	职业形象设计	旅游系	60	20
	成功学	思政部	60	20
	现代交际礼仪	旅游系	60	20
	篮球	社体部	30	20
	长拳	社体部	30	20
	太极拳	社体部	30	20
	太极剑	社体部	30	20
	健美操	社体部	30	20
	美术欣赏之动漫赏析	装饰系	60	20
	中国民族音乐及古筝艺术	基础部	60	30
	音乐基础	基础部	60	30
	中国文学选读	基础部	60	30
	英语演讲	基础部	60	30
	弟子规	基础部	60	30
	演讲与口才	基础部	60	30
	朗诵技巧	基础部	60	30
	应用文写作	基础部	60	30
	晋商文化	旅游系	60	20
	美学欣赏	基础部	60	30
	中国传统文化	基础部	60	30
	中外电影音乐欣赏	基础部	60	30
	英语口语	基础部	60	30
	英美文化与英语学习	基础部	60	30
	社交礼仪	基础部	60	30
	摄影	装饰系	60	30
	数学建模与文化	基础部	60	30
	解读三字经	基础部	60	30
	CAD/CAM	机械系	60	20
	ISO9000 国际质量管理体系认证	会计系	60	20
投资与理财	会计系	60	20	
课外素质拓展之网络选修课	大学生职业生涯规划	教务处	人数不限	42
	军事理论	教务处	人数不限	22
	中国近代人物研究	教务处	人数不限	35
	当代中国社会问题透析	教务处	人数不限	50
	礼仪与社交	教务处	人数不限	66
备注:				
1. 根据校区不同情况, 我院每学期均开设有二十门左右的公共选修课供学生自主选择学习, 要求每生在校期间至少选修两门。				
2. 面授选修课的考核主要以随堂测试的方式进行; 网络选修课的考核以网上考核的方式进行。				

表 8-4 学期教学任务书

学期	课程代码	课程名称	课程类型	教学周数	建议周学时	学时数 (理论+实践)
第一学期	2100001	国防教育与军事训练、入学教育	C	2		0+48
	1200009	思想道德修养与法律基础	A	13	2	20+6
	1200026	形势与政策	A			16+0
	1200012	心理健康	A	13	1	13+0
	2100003	安全教育	A			4+0
	1110046	大学语文	A	13	2	26+0
	1110049	基础英语	A	13	4	52+0
	0911001	计算机应用基础	B	13	4	12+40
	1200030	职业生涯规划与创业就业指导	A	13	1	13+0
	1400007	体育与健康	B	13	2	4+22
	0700003	交际礼仪	B	13	2	20+6
	0720037	汉语口语技巧	B	13	2	20+6
	0710002	形体训练	C	13	2	4+22
	0710084	形象设计概论	B	13	2	20+6
	0710085	素描基础	B	13	4	24+28
	0710063	礼仪实训	C	1	26	0+26
		合计学时				
第二学期	1200010	思想道德修养与法律基础	A	17	2	26+8
	1200027	形势与政策	A			16+0
	2100004	安全教育	A			4+0
	2100009	创业基础	A		2	17+17
	1110058	大学语文	A	17	2	34+0
	1110050	基础英语	A	17	4	68+0
	1200032	职业生涯规划与创业就业指导	A			4+0
	1400008	体育与健康	B	17	2	4+30
	0710003	形体训练	B	17	2	2+ 32
	0710097	形象设计美学	B	17	2	28+6
	0710098	化妆品学	B	17	2	28+6
	0710102	中医美容学	B	17	4	34+34
	0710089	化妆基础	B	17	4	34+34
	0710095	发型设计与技术	B	17	4	34+34
	0710090	化妆造型实训	C	1	26	0+26
	合计学时					534
第三学	1200028	形势与政策	A			16+0
	2100005	安全教育	A			4+0

人物形象设计专业人才培养方案

期	1200018	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	A	17	2	26+8	
	1200033	职业生涯规划与创业就业指导	A			4+0	
	1400009	体育与健康	B	17	2	4+30	
	0710086	交际英语	B	17	2	22+12	
	0710099	人物造型化妆	B	17	4	34+34	
	0710095	发型设计与技术	B	17	4	34+34	
	0710088	皮肤护理	B	17	4	34+34	
	0710104	色彩构成	B	17	2	14+20	
	0710097	服饰搭配	B	17	2	20+14	
	0710156	饰品设计与制作	B	17	4	22+46	
	0710091	美容实训	C	1	26	0+26	
	合计学时						492
第四学期	1200029	形势与政策	A			16+0	
	2100006	安全教育	A			4+0	
	1200031	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	A	11	2	14+8	
	1200034	职业生涯规划与创业就业指导	A	11	2	22+0	
	0710096	电脑辅助形象设计	B	11	4	20+24	
	0710103	整体形象设计	B	11	4	14+30	
	0710105	摄影基础	B	11	2	10+12	
	0710106	行业服务礼仪	B	11	2	12+10	
	0710104	美容企业管理与营销	B	11	2	16+6	
	0710109	美甲	B	11	4	20+24	
	0710110	茶艺基础	B	11	2	10+12	
	0710116	专业外语	B	11	2	16+6	
	0710071	顶岗实习	C	7	26	0+182	
合计学时						477	
第五学期	210007	安全教育	A	20		4+0	
	0710071	顶岗实习	C	20	26	0+520	
	合计学时						524
第六学期	2100008	安全教育	A	18		4+0	
	0710068	毕业设计	C	6	26	0+156	
	0710071	顶岗实习	C	14	26	0+364	
	合计学时						524
合计		实践学时数		2047		总学时	3038
		实践学时所占比例		67.38%			

说明：

1. 课程类型：A类（理论课） B类（理论+实践课） C类（实践课）
2. 同一课程在不同学期开设应使用不同的代码。

八、毕业条件

（一）学分要求

必修课 141 学分，公共选修课 2 学分，拓展学习领域课程（专业选修课）1 学分，总学分不得少于 143 学分。

（二）职业资格证书要求

至少取得 1 项初级或中级职业资格证书。本专业学生可以考取的职业资格证书见“培养规格”中的“职业资格要求”部分。

九、保障条件

（一）师资配备条件

本方案实施需要建立由专业带头人、骨干教师、“双师素质”教师、企业技术专家或技术能手共同组成的教学团队，生师比建议不高于 16:1；具有研究生学位教师占专任教师的比例达 35%以上；具有高级职务教师占专任教师的比例达 30%以上；专业基础课和专业课中双师素质教师比例达 70%以上；兼职教师数占专业课与实践指导教师合计数之比达 40%以上。

1. 专业带头人

校企各配置 1 名专业带头人。校内专业带头人应具有副高及以上技术职称，从事人物形象设计教学工作 10 年以上；对本专业的前沿动态、行业发展、岗位需求等有较深入的了解，准确把握形象设计专业建设与教学改革方向，具有对本专业发展的规划能力；主持省级以上科研和教研项目；与行业企业联系紧密，在行业和企业中具有一定的知名度。专业带头人必须是“双师素质”教师。校外专业带头人应为本专业领域资深专家，在行业企业中具有较大的影响力。

2. 骨干教师

专业教学团队应配置骨干教师 2 名以上。骨干教师应具有中级及以上职称，从事人物形象设计教学工作 5 年以上，具有形象设计的理论与实践经验；承担 2 门以上专业课，具有课程开发及教学设计的能力，能够合理利用各种教学条件，采用不同教学

方法和手段组织教学；能够开发校本教材、实训指导书，制作多媒体教学课件，建设精品网络资源共享课；到校企合作企业挂职锻炼，熟悉形象设计行业的现状趋势，熟悉毕业生所从事工作岗位的要求，骨干教师必须是“双师素质”教师。

3. “双师素质”教师

“双师素质”教师应具有高等学校助理讲师（或以上）教师技术职务，年度考核合格，又具备下列条件之一：近五年有两年（可累计）以上企业工作经历；近五年有三年（可累计）以上企业兼职工作经历；近五年主持（或主要参与）2项应用技术研究，成果已被企业使用，效益良好；近五年主持（或主要参与）两项校内实践教学设施建设或提升技术水平的设计安装工作，使用效果好，在省内同类院校中居先进水平；具有中级（或以上）工程系列专业技术职称或国家注册执业资格证书、职业资格证书者。其他情况可由学院教学指导委员会认定。

4. 兼职教师

企业兼职教师应具有熟练的人物形象设计岗位技术能力和一定的教学水平，从事形象设计相关岗位工作3年以上；具有中级以上专业技术职务或高级工以上职业资格或在本行业享有较高声誉、具有丰富实践经验和特殊技能的“能工巧匠”；企业兼职教师上课或担任学生实践指导任务前，需经过教育教学培训；企业兼职教师承担专业实践课及顶岗实习学时数达50%以上，形成稳定的企业兼职骨干教师队伍。

5. 本专业教师实际配备情况。

人物形象设计专业教学团队成员共6人，其中3人为专职教师，3人为兼职教师，兼职比例占50%。专职教师中副教授以上职称2人，中级职称4人。专职教师全部是硕士以上学位，6人为“双师”型教师，并挂职相关企业。兼职教师均为行业专家或企业总经理，在行业有较大的影响力。年龄结构为：30—40岁教师5人，40岁以上的教师1人，教师平均年龄为30岁。

（二）实践教学条件

1. 校内实践教学条件

为保证人才培养方案的顺利实施，需建成与课程体系配套的校内实训基地和理实一体化教室，为理实一体化教学提供有力保障。本专业需要建设形体训练室、化妆造型实训室、美容实训室等校内实训室来满足专业教学的基本需求，并专人管理，科学、合理安排。校内实训室应有设备及实训功能见下表。

实训室	设备名称	实训功能
-----	------	------

实训室	设备名称	实训功能
美容实训室	美容按摩床	皮肤测试 皮肤护理 问题皮肤诊断 面部护理 颈部按摩 美体护理
	美容凳	
	美容工具车	
	洗头床	
	多功能组合机	
	皮肤测试仪	
	离子喷雾机	
	水氧仪	
	美容枕、床罩、专用毛巾、浴巾	
	全自动洗衣机	清洗美容布草
	紫外线消毒柜	布草及用品消毒
	模特头（软质）	模拟练习
	投影仪、计算机	多媒体教学
化妆与造型实训室	美发椅	发型设计 编发 扎发 盘发 包发 服装、配饰设计、制作 新娘妆 日妆 晚宴妆 戏剧妆 舞台妆 综艺妆 创意妆
	双面镜台	
	单面镜台	
	工具车	
	纳米陶瓷釉卷发棒	
	光波夹板	
	吹风机	
	模特头（真发）	
	模特头支架	
	化妆箱及化妆造型器材	
	投影仪、计算机	多媒体教学
形体训练室	镜子	形体训练 礼仪训练
	地毯	
	把杆	
	音响	
	柜子	

2. 校外实习基地及要求

校外实习基地是学生从学校进入社会的一个重要环节，是学生完成角色转换的一

个必要缓冲地带。根据人物形象设计专业课程建设要求，应通过充分的市场调研，综合考虑企业规模、设备技术及企业信誉，筛选建设 7~10 个能够满足专业实践教学、技能训练要求和企业经营双赢的稳定的校外实习基地，每个协议实训基地聘用一名企业兼职联络员，负责提供企业生产信息，根据企业生产内容和专业教学进度协调实习实训相关事宜。本专业应与各合作企业共同制定人才培养目标，共同制定实习方案，按照人才培养方案，聘请企业专家担任兼职教师，定期安排学生到企业进行顶岗实习，校内外基地相互配合共同完成学生的实践教学任务，使学生达到企业用人标准。通过校外实训基地的实训，使学生了解掌握行业的全面服务流程，掌握管理能力。

（三）教学资源保障

1. 教材资源

教材是教学内容的载体，可以呈现教学大纲的内容，也可以提现教学方法。内容适度、结构合理的教材是教学质量保证的重要因素，建议从以下几方面加强教材建设。

（1）选用优质的国家级高职高专规划教材

充分利用多年来各出版社的教材建设成果，尤其是国家级“十二五”规划教材、“教育部高职高专规划教材”、“21 世纪高职高专教材”等精品教材、优质教材，根据专业课程和教学要求选用合适的教材。

（2）校企合作共建“理实一体化”教材

专业组教师要联合企业一线技术专家，紧贴行业实际，合作完成教材编写。

教材要将真实项目引入教材，实现理论知识学习和实际应用一体化；教材要面向教学过程、结合学生实际合理设置理论教学和技能训练环节，实现“教、学、做”甚至是“教、学、做、考”合一。

教材以项目为核心，每一教学单元建议采用教学导航、课堂讲解、课堂实践、课外拓展的环节开展教学。教学单元结束后，通过“单元实践”进一步提升技能；相关课程结束后，通过“综合实训”提升学生的综合能力。

2. 网络资源

以信息技术为手段，以网络为平台，构建体系完善、资源丰富开放式的专业教学资源。同时要善于整合、消化、吸收企业优秀教学资源，使其实行共享。

网络资源需从以下几方面进行建设：

（1）专业建设方案

专业建设方案包括：专业简介、专业人才培养方案、课程标准、教学文件等。

（2）课程资源

①基本资源。基本资源应包含课程简介、课程标准、教学大纲、授课计划、教案、多媒体课件、学习指南、习题、实验实训项目、电子教材、试题库等。

②拓展资源。拓展资源是在基本资源基础上，面向学生和社会学习者扩展的自学、培训、进修、检索、科普、交流等内容，体现课程技术特点并向产业领域扩展。拓展资源包括素材库、培训包、工种包、企业案例、参考网站等。

③课程视频。课程视频包括课程整体设计介绍、课程单元设计说明等课程设计指导，课堂授课、现场教学、实训实习等教学场景，工作过程、业务流程、操作步骤、技术细节、安全禁忌等内容。

（3）人文素养教学资源

①品德德育教学资源库。包含思想道德修养与法律基础、毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、职业生涯规划与创业就业指导等课程的课程资源，思政网站。

②基础文化课教学资源库。包含本专业开设的高职语文、高职英语、计算机应用基础、体育等文化基础课程的课程标准、教材、课件、案例库、习题库、视频资料等教学资源。

③职业拓展教学资源库。包含本专业开设的心理健康、形式与政策、拓展学习领域课程及公选课等课程资源。

（4）职业技能标准

①美容师职业技能标准

②化妆师职业技能标准

③形象设计师职业技能标准

（四）教学运行与教学质量保障

1. 教学运行与实施方案设计

为实施全面的教学运行和质量保障，根据高职教育规律和我院实际情况，在教学管理上实行学院和系部两级管理，针对影响教学质量的环节和因素，采取切实可行的措施对教学全过程进行质量控制。

（1）院系两级管理体制

以“院长—主管副院长—教务处”为院级管理和以“系主任—主管副主任—专业室主任—教学秘书”为系部管理的两级教学管理体系，分别承担教学管理的工作。院

级管理工作的重点是突出目标管理、重在决策监督，系级管理工作重点突出过程管理和组织落实。

（2）实施方案设计

①组织制定人才培养方案和课程标准。人才培养方案是人才培养目标、规格以及培养过程和方式的总体设计，是学院保证教学质量的重要文件，是组织教学过程，安排教学任务的基本依据。课程标准是落实培养目标和人才培养方案最基本的教学文件，应准确的贯彻人才培养方案所体现的教育思想和培养目标。课程标准内容包括本课程的性质、学时、课程目标、课程内容、教学实施、考核评价等，由各专业组织编制。

②课堂教学的组织管理。系（部）聘任有相应学识水平、有责任心、有教学经验的专任或兼职教师任课。组织任课教师认真研究课程标准，组织编写或选用与标准相适应的教材和教学参考资料；要求教师认真履行教师岗位职责，按教学规律讲好每一节课；组织教师开展教学方法的讨论和研究，合理使用现代化教学手段，充分利用教学资源，保证课堂教学质量。

③理实一体及实践性教学的组织管理。根据职业教育的特点，合理开发理实一体的课程及综合实践性教学课程，并促进项目的实施。理实一体化课程及实践性教学内容要严格按人才培养方案和课程标准的要求进行教学，充分发挥校内外实训基地的教学资源，任课教师要设计好每一节或每个项目的教学做环节，训练学生的专业基本技能和综合职业能力。

④对学生考核的管理。凡是培养方案规定开设的课程都要对学生进行考核。根据课程特点和性质采用多样化的考核方式和方法，考核重点放在学生的综合素质和能力的评价方面。

2. 教学质量保障

经过多年实践，学院已经形成和建立了行之有效的教学管理制度和教学质量监控体系，对规范正常教学秩序、严格教学管理，保证教学质量起到了积极的保障作用。

（1）教学管理

①日常教学管理。为保证人才培养方案的有效实施，按照教务处统一的教学运行文件，教务处及系（部），对学院教学运行进行日常检查、抽查、和学期检查。一般采取听课、检查任课教师的教学文件、召开学生座谈会、对学生进行问卷调查等形式，对出现的问题及时纠正改进，以确保方案的正常运行。

②建立教学工作例会制度。根据学院教学工作需要，由教务处协助主管教学副院长定期和不定期召开教学工作会议，全体系（部）主任及相关部门人员参加。通过教

学工作例会，传达并学习最新职教发展动态和教学改革理念，布置学院教学发展改革任务，了解系（部）日常教学及专业、课程建设工作进展情况，研究和处理人才培养方案执行中出现的各种问题等。

③系（部）教学管理。系（部）定期召开专业主任会议和任课教师会议，及时掌握教学过程情况，总结教学工作和教学管理工作经验，及时研究解决教学过程中出现的问题。各专业要在每学期初制定出工作计划，组织集体备课、观摩教学、开展教学研究，了解教师教学进展情况，按学院安排进行教学检查。

（2）教学质量监控体系

①教学督导委员会组织机构

建立院系两级教学督导委员会，分级管理，分工负责，协同监控。

院级教学督导委员会由学院党委书记任主任，分管教学工作和学生工作的两位副院长任副主任，同时聘请具有丰富教学经验的在职或离退休教师、具有丰富管理经验的教学管理人员组成山西职业技术学院教学督导委员会。院级教学督导委员会由督导中心牵头，以教学目标和主要教学环节的宏观监控为主，在院领导的直接领导下，负责全校教学质量监控工作的总体协调，确保教学质量的稳步提高。主要工作职责：一是对专业设置的论证、专业人才培养方案及相关教学文件的审核；二是通过深入课堂、实验室、实习基地，客观掌握教学运行的全过程，提出督导建议，为学院有关教学决策提供参考依据。

系级教学督导委员会由系主任负责，成立由校企合作工作委员会和专家、优秀毕业生代表组成的人才培养质量监控小组。系级教学督导委员会的主要职责：以教学过程自我监控为主，在主要负责人的领导下，负责对本单位的整体教学工作、教师的教学情况、学生的学习情况进行监控。负责组织各专业的听课、试卷命题、阅卷、试卷质量分析、毕业论文质量分析等工作，并通过学院、系部、专业教研室组织的各类检查评估（教案、作业布置与批改、教学进度计划、学生评教、教师评学、教研活动的开展等），严把各个教学环节的质量。

②日常教学督导

听课制度：院级领导每月听课次数不少于 1 次；值班中层干部每周听课不少于 1 次；系（部）主任、副主任及系（部）书记每月听课不少于 2 次。学院和系（部）各级党政干部深入教学第一线，及时了解教学情况，倾听师生意见，发现并解决教学中存在的问题，避免教学一线与管理层的脱节，保证教学管理工作的针对性和有效性。

学生教学信息员制度：以专业班级为单位，确定思想品德优良，有参与教学管理的积极性，善于联系老师和同学，能客观反映广大学生的意见学生代表和学生干部，举行学期座谈会，填写任课教师评分表，给学生以畅通的渠道反映本系、本专业的教学管理、办学条件和教学质量中存在的问题并对教学提出意见和建议，使系部的管理和教学更加贴近学生、贴近实际。

教学检查与管理制度：从学期初到学期末，院、系两级安排不少于 2 次的集中教学检查，采取听（听课、召开座谈会听取师生的反映）、看（查看教学条件和管理软件）、查（抽查教案、学生作业、实验报告、实习报告、课程设计、毕业设计等）、评（对教学条件、状态、效果进行评价）。教学情况的检查工作贯穿始终，发现问题及时反馈并解决落实。

（五）制度保障

为保证人才培养方案的执行，在教学运行中严格执行学院制定的教学工作规范、教学计划、课程标准和教学进程，严格教学事故的认定与处理，严格执行教学评价制度，严格执行课堂教学和实践教学过程的检查制度，严格教学文件的规范管理，保证人才培养方案的顺利实施、教学秩序的稳定和教学质量的提高。

1. 教师管理制度

- （1）山西职业技术学院专业带头人评选管理办法
- （2）山西职业技术学院骨干教师选聘管理办法
- （3）山西职业技术学院兼职教师管理办法
- （4）山西职业技术学院“双师”素质教师队伍建设管理办法
- （5）山西职业技术学院校企人员互聘管理办法
- （6）山西职业技术学院教师到企业实践锻炼管理办法
- （7）教师系列津贴量化考核办法
- （8）山西职业技术学院教师任课管理办法

2. 教学管理制度

- （1）山西职业技术学院关于课堂教学的若干规定
- （2）山西职业技术学院教师编写教案若干规定
- （3）山西职业技术学院课程表编排规程及运行管理办法
- （4）山西职业技术学院教师课外辅导、批改作业若干规定
- （5）山西职业技术学院日常教学检查值班制度

- (6) 山西职业技术学院关于停、调课的有关规定
- (7) 山西职业技术学院教学事故认定和处理办法
- (8) 山西职业技术学院关于学期教学检查的规定
- (9) 山西职业技术学院听课制度
- (10) 山西职业技术学院学生评教管理办法
- (11) 山西职业技术学院学生教学信息员管理制度
- (12) 山西职业技术学院校本教材建设管理办法
- (13) 山西职业技术学院课程建设项目管理办法
- (14) 山西职业技术学院考试工作管理办法
- (15) 山西职业技术学院考试违规处理办法
- (16) 山西职业技术学院毕业考核管理规定

3. 实习实训制度

- (1) 山西职业技术学院实习管理办法
- (2) 山西职业技术学院顶岗实习管理办法
- (3) 山西职业技术学院校内实训基地建设管理办法
- (4) 山西职业技术学院校外实训基地建设管理办法
- (5) 山西职业技术学院实训（实验）室安全制度
- (6) 山西职业技术学院仪器设备管理办法

十、组织与实施

（一）专业人才培养模式

本方案实施中，可将三年六个学期学习分为两个阶段组织教学，一到四学期为第一阶段，实行工学交替式学习，五、六学期为第二阶段，利用一年的时间进行顶岗实习。这样，学生在毕业时就能直接上岗，成为“下得去、用得上、上手快、干得好、留得住”的高技能、实用型人才。教学过程中可根据实际情况进行弹性教学时段安排，充分利用寒暑假、晚自习灵活调整教学计划，不断探索和深化分段式教学组织模式改革。具体实施办法如下：

在第一阶段，第一、二学期在进行理论教学、专业基础能力教学，利用校内实训室以课岗融合的方式，采用项目驱动教学法，进行技能实训。在对学生进行基本职业素养培养和培养的同时，到行业企业进行认知性实践教学，使学生了解和体验专业各岗位

的工作流程,培养学生专业基础知识和良好的职业情感与职业态度,加强对专业的认同感,为下阶段学习奠定基础。

第三、四学期着重对学生进行专业核心能力培养。利用校内实训室以课岗融合的方式进行岗位能力课程的教学,通过学习与实践,掌握专业核心技能,具备岗位核心能力。根据行业实际情况,充分利用寒暑假,鼓励学生在家庭所在地的一些企业进行调研,有条件的可进入企业协助工作,初步体验以后所从事的工作岗位。注重学生校内专业课程的学习与企业实际工作的一致性,从而培养学生的全局观念、协作观念和良好的职业道德,提高学生适应社会、与人交往及自我调节的能力。

第二阶段,五、六学期。学生进入企业进行为期一年的顶岗实习,学生根据自己的所长选择实习岗位,在顶岗实习期间,完成毕业设计。在顶岗实习的过程中,我系施行实习生巡回指导制度,加强实习的指导与过程控制。学生顶岗实习成绩的评定由两部分组成:一是学生与实习岗位相关的毕业设计,评价的主体是学校;二是企业对学生的评价,评价的主体是企业。通过对顶岗实习成绩的评定,可以较好地实现学生顶岗实习期间的过程管理与质量监控,保证人才培养目标的顺利实现。顶岗实习结束后,按双向选择的原则,学生可与企业签订劳动就业合同。

以上两个阶段,职业素养教育贯穿全程,采用项目导向、课岗融合的教学组织形式,内容由浅入深,实训项目由简到难,教学过程与生产过程对接,课程内容与职业标准对接,学生的专业技能也随着各阶段的进行逐步提高,能力从“习岗”、“顶岗”到“预就业”逐渐递进,最后达到企业用人标准。

(二) 建议与说明

1. 教学方法、手段与教学组织形式建议

对于公共基础课,建议采用启发式授课方式,一讲授为主,配合简单实验,多采用案例法、推理法等,深入浅出地讲解理论知识,可制作图表和动画,易于学生理解。

对于基本技能课和岗位能力课,建议采用训练考核的教学方法,在讲清原理的基础上以实践技能培养为目标,保证训练强度达到训练标准,实践能力达到技术标准。可采用演示、分组辅导,需要提供较为详尽的训练指导、动画视频等演示资料。

对于理实一体化课和综合能力课,可采用项目教学法,按照项目实施流程展开教学,让学生间接学习工程项目经验。项目教学法尽量配合小组教学法,可将学生分组教学,并在分组中分担不同的职能,培养学生的团队合作能力。

2. 推行“多证书”制度

根据人才培养方案中对资格证书的要求，在原有“双证书”的基础上推行“多证书”制度，拓展职业资格考试范围，增加职业资格鉴定，保证毕业生“双证书”获取率达95%以上，以此推进工学结合，工学交替，培养和提高学生的岗位工作能力。

3. 方案执行的基本要求

该方案适用于三年制高职人物形象设计专业学生；在执行该方案时应制定实施性教学计划，可以根据市场人才需求适当调整课程；按要求配备专任教师和企业兼职教师，专任教师及兼职教师应达到方案规定的素质要求；在实施理实一体课程时，具备相应的教学实训条件；在教学实施过程中，如有问题及时向系部反映，确保问题及时协调解决，保证人才培养方案的顺利实施。

4. 编制依据

- (1)《国家中长期教育改革和发展规划纲要（2010-2020年）》；
- (2)《关于确定国家示范性高等职业院校建设计划骨干高职院校立项建设单位的通知（教高【2010】8号）；
- (3)《关于全面提高高等职业教育教学质量的若干意见》（教高【2006】16号）；
- (4)《高等职业学校人物形象设计专业教学标准》；
- (5)《教育部高等学校高职高专艺术设计类专业建设参考方案》；
- (6)《人物形象设计专业人才需求调研报告》；
- (7)《山西职业技术学院关于制定和修订专业人才培养方案的指导性意见》。

附件 1 人物形象设计专业人才需求调研报告

第一部分：调研目的与对象

（一）调研目的：

高职教育是坚持以就业为导向，以能力为本位，以服务为宗旨的大众教育。为彰显职业教育的特色，通过本次调研收集和分析人物形象设计专业学生的社会人才需求状况信息，了解社会、行业以及企业对人物形象设计专业人才知识、技能、素质要求的变化趋势，为我院人物形象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帮助，提高我系人物形象设计人才培养质量及毕业生的就业质量。

根据西方学者总结得出了形象沟通的“55387”定律：决定一个人的第一印象 中 55%体现在外表、穿着、打扮，38%的肢体语言及语气而谈话内容只占到 7%。可见注重第一印象，注重我们的外表形象对于我们整体的事业，和生活来说是多么的重要。个人形象设计作为一门新型的综合艺术学科，正走进我们的生活。无论是政界要人、明星、公众人物，还是平民百姓都祈盼有一个良好的个人形象展示在公众面前。人们急于想提高自我形象设计能力，但以感到力不从心，往往是投入较大而收效甚微，甚至适得其反。

在这种大的市场环境下，我们设计了这次有关太原市个人形象设计的市场需求及可行性的调查活动，主要是为了获取有关太原市个人形象设计行业的各种信息，给想从事个人形象设计行业的人提供参考，使他们更好的了解个人形象设计行业的市场需求和发展潜力。通过这次市场调研所得到的调查问卷可分析出个人形象设计在太原市的需求情况，可认识到太原地区不同类型的消费群体对个人形象设计的了解程度（主要是针对个人形象设计所带来的改变的认知程度），可推断出在太原地区发展该行业的侧重点。

（二）调研对象：

太原市抽样调查不同年龄段、不同收入水平的消费人群。

第二部分：调研方法与内容

（一）调研方法：

本次调研主要采用简单随机抽样方法，即按照随机的原则从调查总体中不加任何

分类、排序、分组等先行工作，直接地抽取调查样本单位。各单位被抽到的机会完全均等，相互独立，排除了抽样过程中各种主观因素的干扰。纯随机抽样法又称简单随机抽样。是最基本的抽样方法。分为重复抽样和不重复抽样。在重复抽样中，每次抽中的单位仍放回总体，样本中的单位可能不止一次被抽中。不重复抽样中，抽中的单位不再放回总体，样本中的单位只能抽中一次。社会调查采用不重复抽样。本次调研中主要采用不重复抽样。

对于数据的分析，我采用定量分析与定性分析相结合。定量分析是指从事物的数量方面入手，运用一定得统计分析或数学分析方法进行数量对比研究，从而挖掘出事物的数量中所包含的事物本身的特征和规律性的分析方法。首先，通过调查报告得出的数据，我要先进行定量分析，运用各种统计方法比如直方图或者饼状图得所占的比例，从而得出个人形象设计业的发展市场潜力。运用单变量统计分析或者双变量统计分析得出不同的因素对不同人群在享受个人形象设计服务时的影响，以及在这些因素中哪个影响最大，哪个影响微不足道，也可以说是研究各个因素之间的因果关系。

还可以结合定性分析的方法，定性分析主要是利用辩证思维、逻辑思维、创造性思维等思维方法对事物的本质的规定性进行判断和推理。比如，针对定量分析的结果，我可以运用经济学中的需求理论和成本理论以及竞争理论等理论知识对市场发展方向做出一定的估计。还可以利用学过的《消费者行为学》了解到消费者的行为动机，更好的说明品牌印象与认知、消费者需求偏好、广告媒体、定价策略等等因素对于指导消费者的行为有什么作用。

（二）调研内容：

1. 用人单位的岗位需求情况。
2. 专业岗位职业能力。
3. 市场需求情况

第三部分：调研分析

（一）市场的基本情况

1、个人形象设计业的市场发展现状

纵观形象设计行业市场，由于居民消费能力不断增长，时尚氛围渐浓，形象设计的需求空间更大，形象设计是一种艺术组合,形象设计是一种个性,形象设计是一种心情。形象设计带给我们的是什么呢？是美丽、是快乐、是文化。同样一个人，设计出了

品味,精神上就有了力量,就具备一种透射力,而且经得起时间的考验。随着市场经济的建立和拓展,形象设计的商业品牌也越发显的重要,一个好品牌,能使商品本身产生高的附加值,它是企业的无形资产。行象设计行业市场需要形象设计企业塑造名牌、培植名牌,服务的质量是行象设计企业在市场竞争中立于不败的基础,服务质量的竞争力可以决定企业在市场竞争中的实力。目前形象设计行业市场从业人员良莠不齐,在一片繁荣背后,负面影响也日益显现。在生产水平很低的情况下,只要商品价廉物美,即使不做任何宣传,也会非常畅销,这是由于物质和精神生活很缺乏的原因。但是这个时代已经一去不复返了。人们希望得到优质的服务,这一切反映了人们对服务质量的追求。形象设计企业为了迎接市场的竞争与挑战,如何主动、积极地开拓市场,提高市场占有率,这已成为形象设计企业经营发展战略新的要求。

2、个人形象设计业的市场发展前景

随着社会的发展,人类文明的进步,个人形象设计已经成为人们生活中不可或缺的组成部分,个人形象设计,缩短大家摸索的时间,提升穿衣品味与素质,让人人都像走在巴黎街道的男女,充满自信有魅力。藉由“外在”转动“内在”,启发生命活力,这些都是透过服装与态度可以办到的事。个人整体形象咨询业是一个蓬勃发展的新兴行业,是西方发达国家在拥有了先进的色彩与形象理念和成熟的色彩应用技术的基础上发展起来的行业,风靡于欧美日韩等 28 个国家,进入中国仅有数年。和其他所有的新兴行业一样,色彩咨询业在中国也将有着巨大的市场发展空间。

尤其是在太原这座历史积淀与现代时尚相交融的城市中,有着 2500 多年的历史,有着 400 多万人口,有着众多的高校,有着丰富的自然、人文资源,有着来自全国各地甚至世界各地的游客。因此,人们更加的注重自己的个人形象问题,也更想拥有专业的、贴心的个人形象设计等一系列服务。

(二) 市场分析与结论

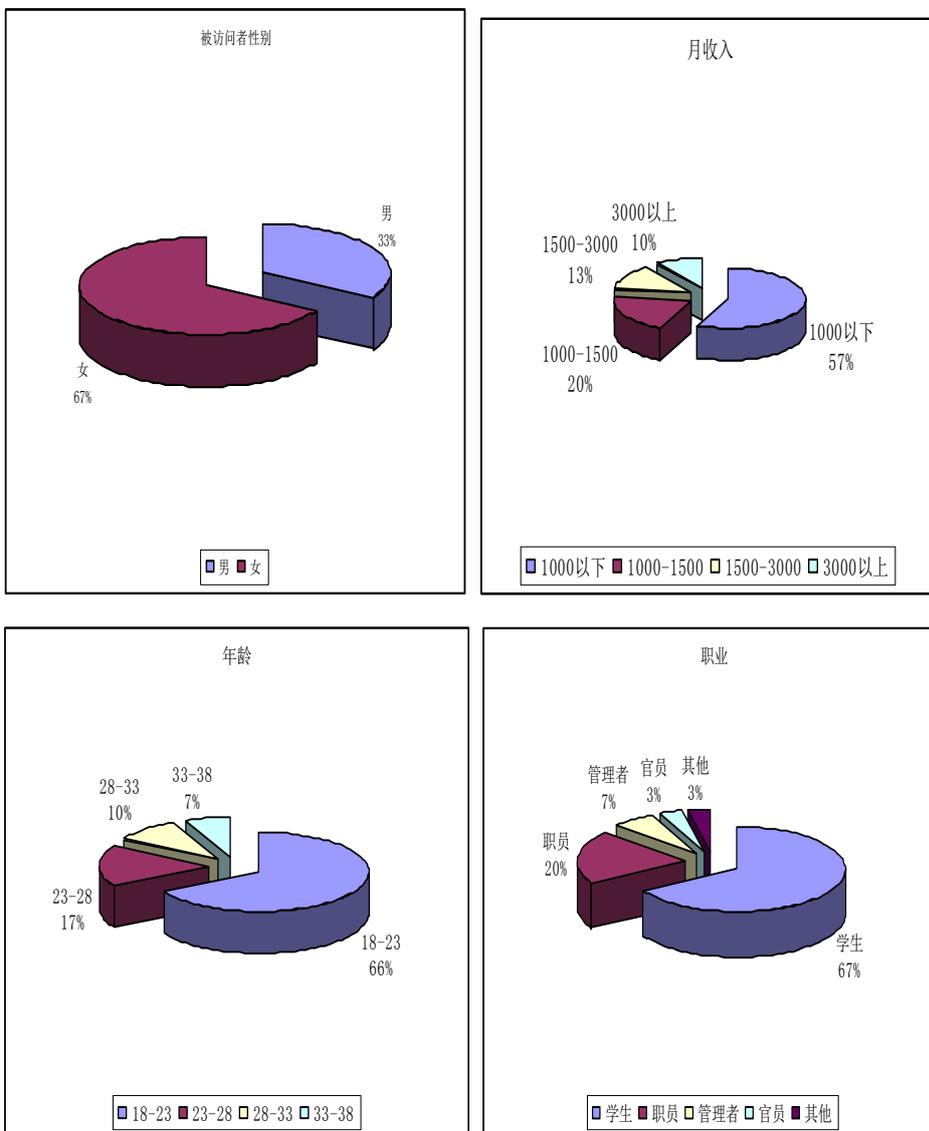
1、调查基本情况分析

这次调查活动主要在太原市区来进行,我们用抽样调查的方法在整个调查范围内,通过面访问卷和网络问卷的方式收集并整理了 30 份有效问卷,现将被访问者的基本情况分从性别、月收入、年龄和收入等统计数据如下:

(1) 被访问者的性别:根据问卷数据得到的统计图可以看出,在被访问者中女性占总体的比例为 67%,所占比例较大;男性占总体比例的 33%,所占比例较小。(2) 被

访者的月收入：根据问卷数据得到的统计图可以看出，月收入在 1000 元以下的所占比例最大为 57%，月收入在 1000-1500 元的占总体的 20%，月收入在 1500-3000 元的占总体的 13%，月收入为 3000 以上的占总体的 10%。（3）被访问者年龄：根据问卷数据得到的统计图可以看出，18-23 岁的占总体的 66%，23-28 岁的占总体的 17%，28-33 岁的占总体的 10%，33-38 岁的占总体的 7%。（4）被访问者职业：根据问卷数据得到的统计图可以看出，学生占总体的 67%，职员占总体的 20%，管理者占总体的 7%，官员占总体的 3%。

有上面的数据我们可以看出，



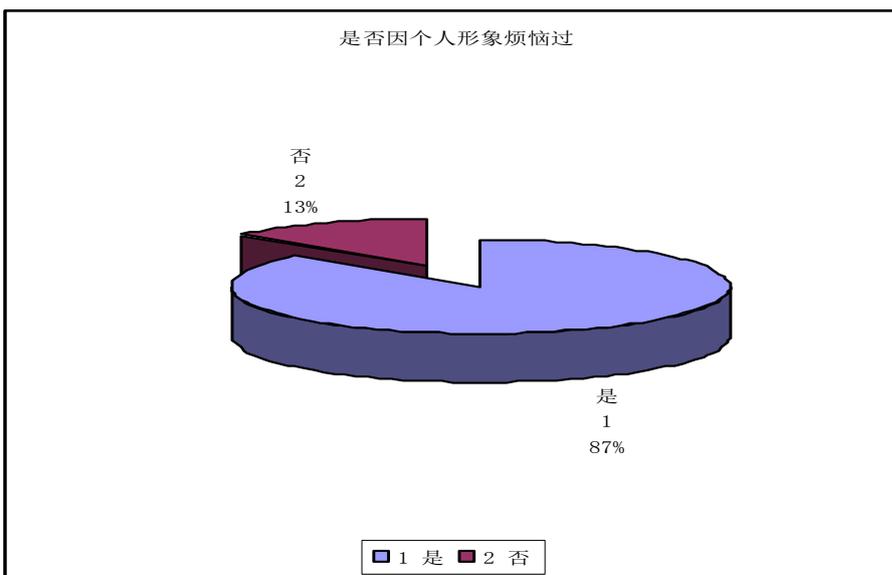
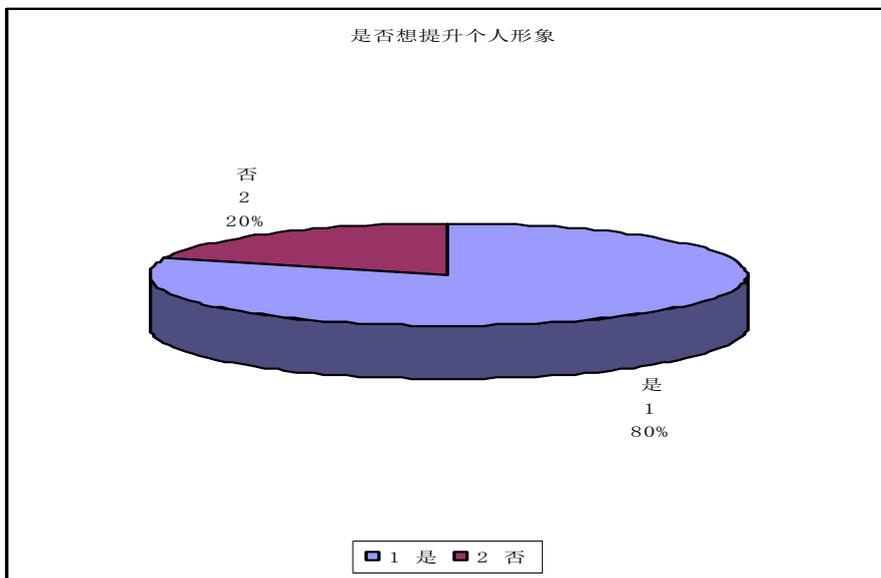
2、市场需求调查分析

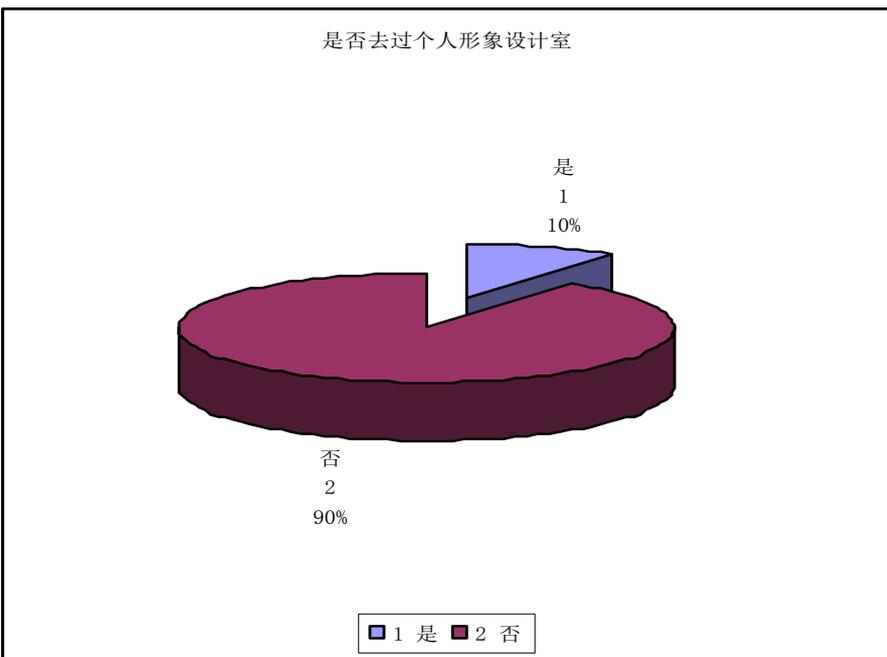
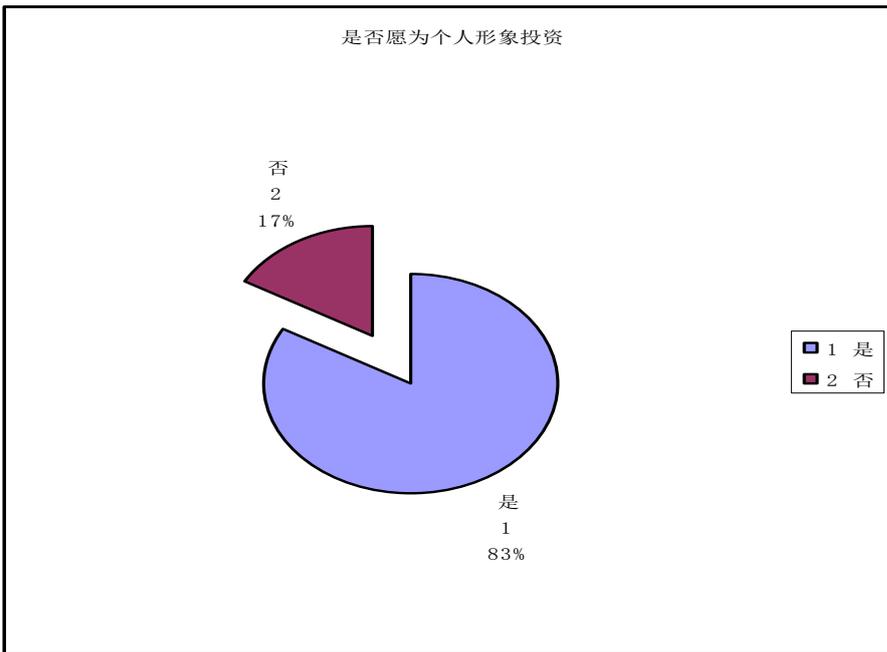
（1）数据：根据问卷的数据统计图我们可以看出，在被访问者中想提升和改变个

人形象的占到总体的 80%，因为个人形象而烦恼过的占到 87%，愿意为个人形象投资的占到 83%，然而，没去过个人形象设计工作室的或没有通过其他途径来感受过个人形象设计的相关服务的竟占到了总体的 90%。

(2) 结论：从上面的数据我们可以发现，在太原地区个人形象设计业有着良好的市场发展前景、广阔的市场发展空间。因为大部分人都因个人形象而烦恼过，也都想提升和改变自己的个人形象，而且也愿意为个人形象设计来投资。

(3) 建议：我们应该在太原地区的个人形象业还未发展起来的时候来抢抓机遇开设个人形象设计工作室，来满足广大客户的需求。



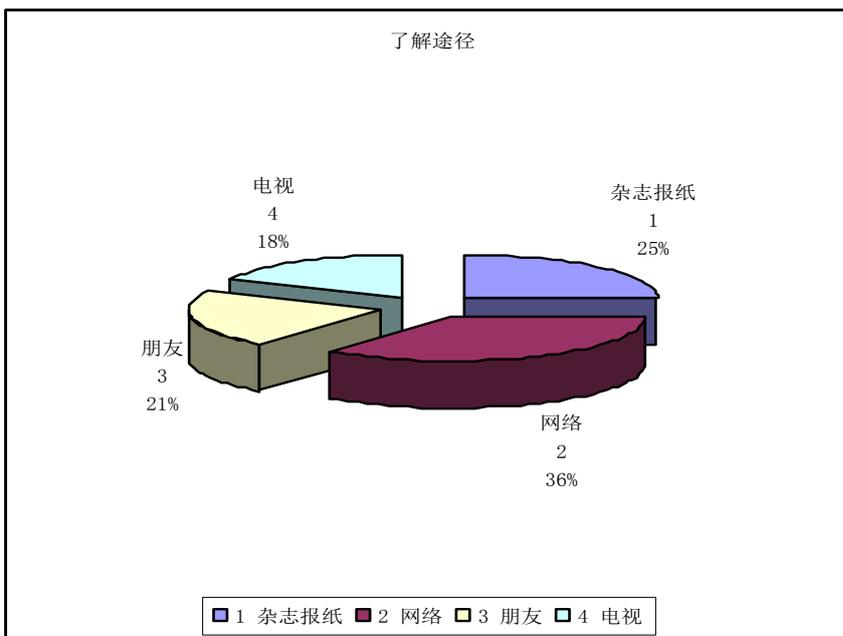
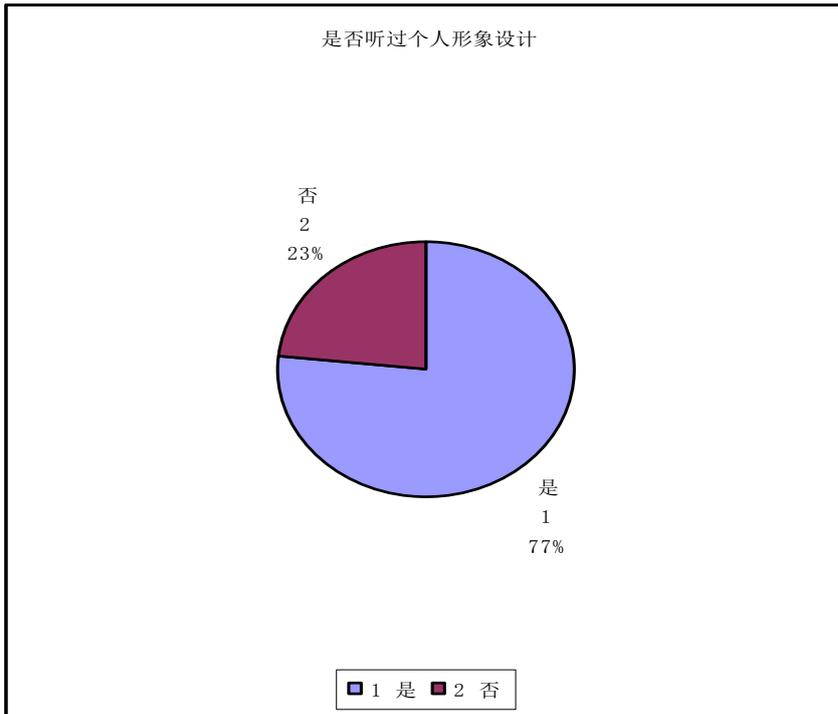


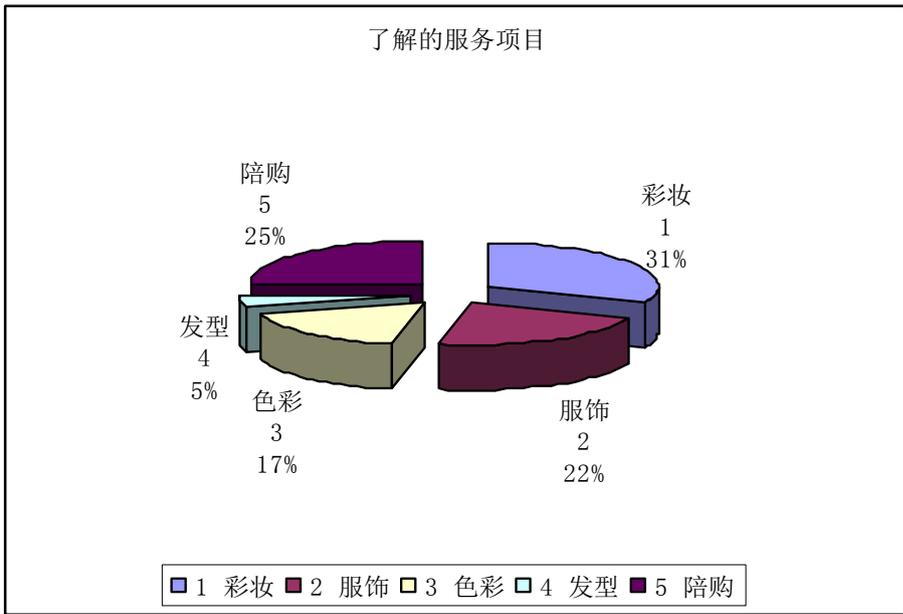
3、认知度调查分析

(1) 数据：根据问卷的数据统计图我们可以看出，在被访问这中有 77%的人听过个人形象设计工作室，有 23%的人没有听过个人形象设计工作室；而在听过个人形象设计工作室的被访问者中有 36%的人是通过网络来了解的，有 25%的人是通过杂志报纸来了解的，有 21%的人是通过朋友介绍来了解的，还有 18%的人是通过电视广告来了解。其中有 31%是通过网络来了解彩妆的，有 25%是想有人帮他指导买东西的，有 22%的是了解衣服的搭配的，有 17%是想了解色彩的搭配的，还有 5%的是想设计发型的。

(2) 结论：由以上的数据可以看出个人形象设计在太原还处在萌芽阶段，人们只是去通过一些手段去了解怎么样去做，我们的发展空间非常的大，我们就是太原个人形象的行业发展的第一人。

(3) 建议：从人们的需求入手，从人们的平常生活入手，让人们看到通过设计和没有设计的区别。



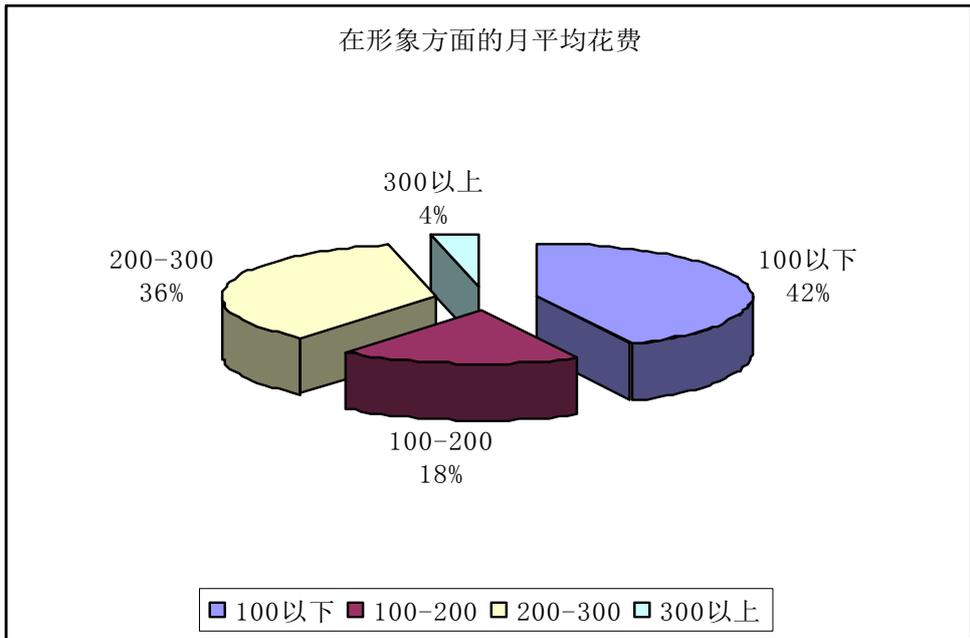


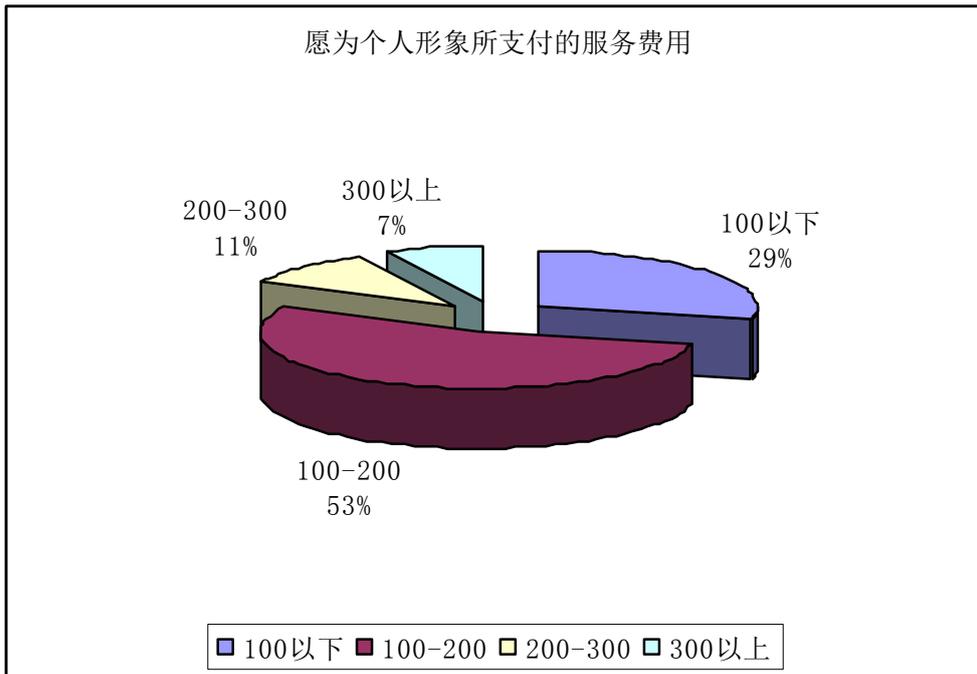
4、敏感度调查分析

(1) 数据：根据问卷的数据统计图我们可以看出，在被访问这中愿意为自己做投资的占 83%，愿意给自己投资 100-200 元的占 53%，愿意给自己投资 100 元以下占 29%，愿意给自己投资 200-300 元的占 11%，愿意给自己投资 300 元以上的占 7%。

(2) 结论：从上面的数据图我们可以看出人们愿意给自己的形象做投资，而且愿意长期的做投资，投资的资金大部分在 100-200 元之间。

(3) 建议：从上面的数据图我们可以把个人形象的价格定在 200 元左右，可以把这个个人形象时间定为周期性！





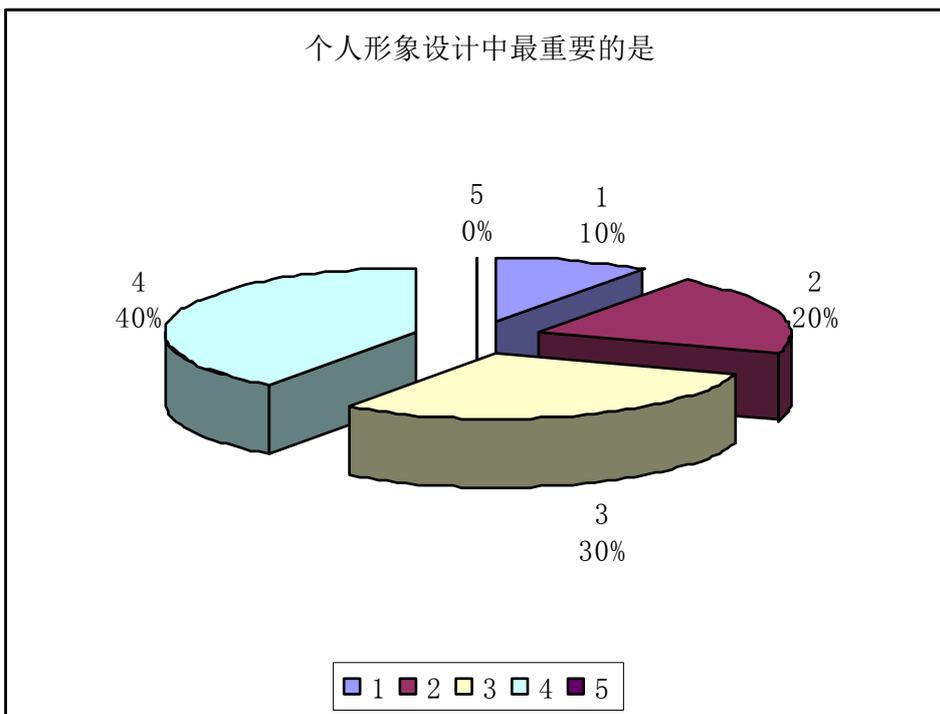
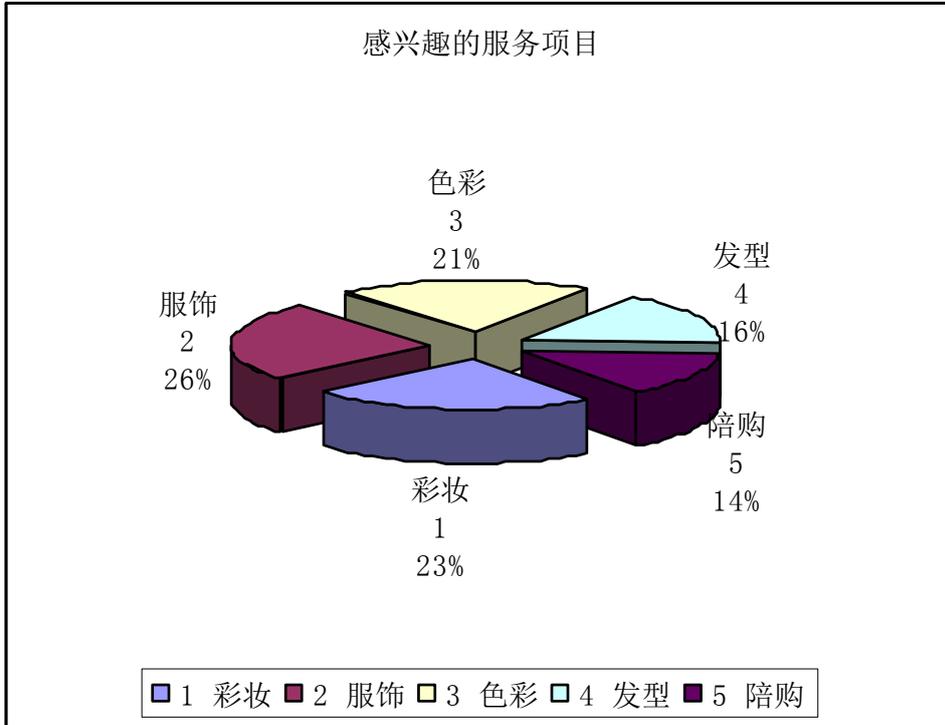
5、购买行为调查分析

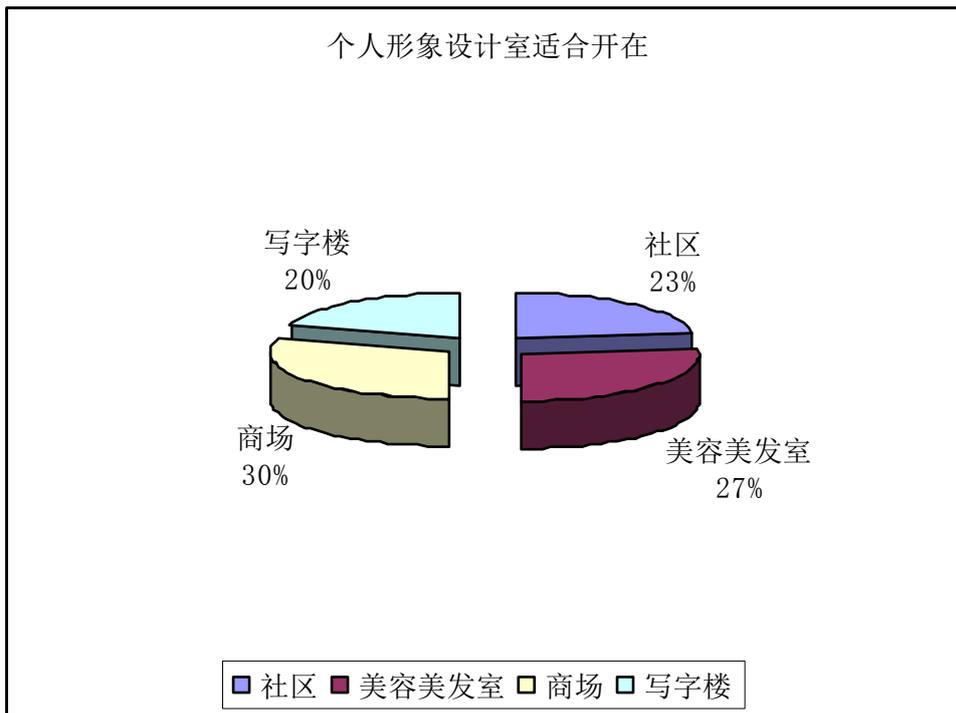
(1) 数据：根据问卷的数据统计图我们可以看出，在被调查者中对个人形象设计感兴趣的服务项目侧重点不同，对服饰搭配服务感兴趣的占总体的 26%，对彩妆设计服务感兴趣的占总体的 23%，对色彩服务感兴趣的占总体的 21%，对发型设计服务感兴趣的占总体的 16%，对陪购服务感兴趣的占总体的 14%。在被调查者中认为在个人形象设计工作中最为重要的是符合个人标准的占总体的 40%，认为在个人形象设计工作中最为重要的是经济价格的占总体的 30%，认为个人形象设计工作中最为重要的是产品品质的占总体的 20%，认为个人形象设计工作中最为重要的是服务态度的占总体的 10%。在被调查者中认为个人形象设计工作室适合开设在大型商场附近的占总体的 30%，认为个人形象设计工作室适合开设在大型商场的占总体的 30%，认为个人形象设计工作室适合开设在美容美发店附近的占总体的 27%，认为个人形象设计工作室适合开设在社区附近的占总体的 23%，认为个人形象设计工作室适合开设在写字楼附近的占总体的 20%。

(2) 结论：从上面的数据图我们可以看出人们对个人形象设计服务感兴趣的项目一次是服饰搭配、彩妆设计、色彩、发型设计和陪购服务。被调查者认为在个人形象设计工作中最为重要的是符合个人标准，然后是经济价格、产品品质和服务质量。在被调查者中认为个人形象设计工作室适合开设在大型商场附近的最多，接着是美容美发店附近、社区附近和写字楼附近。

(3) 建议：从上面的数据分析和得出的结论我们建议个人形象设计工作室最应该

开设在大型商场附近；开设的个人形象设计工作室应该以服饰搭配和彩妆设计服务为主，并附带色彩、发型设计和陪购等服务；在对顾客进行个人形象设计时应该以符合顾客的个人标准为主，并结合上面做的价格敏感度分析出的结果制定出合理的经济价格，来吸引更多的想体验个人形象设计服务的顾客。

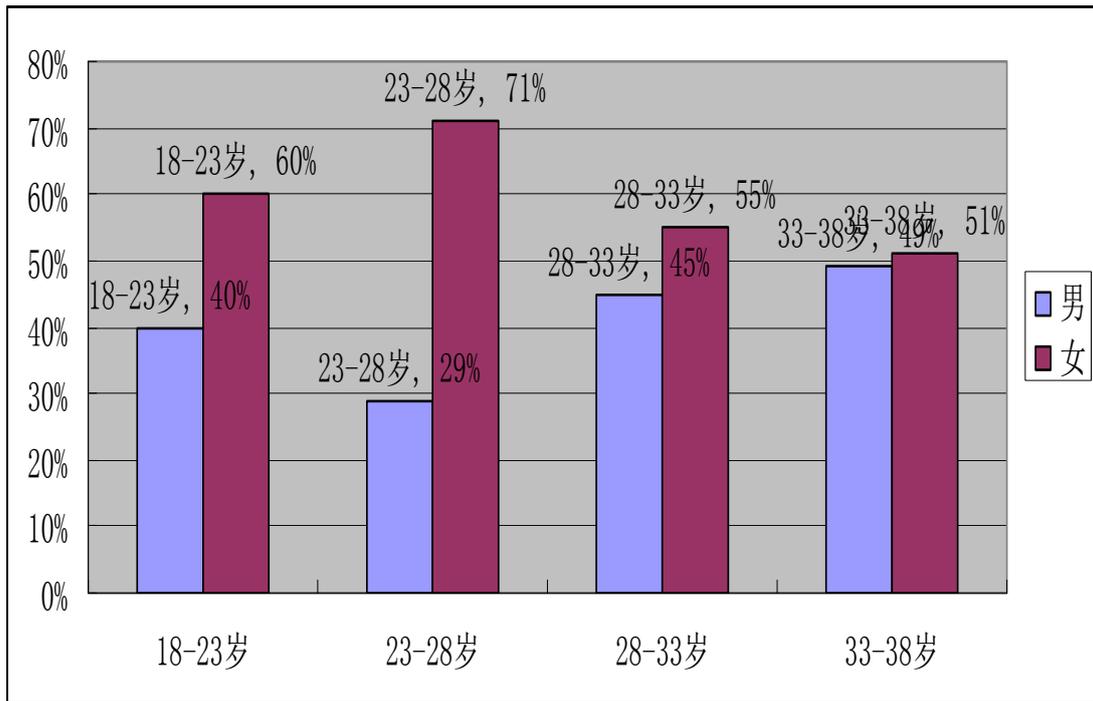




6、相关变量的交叉分析

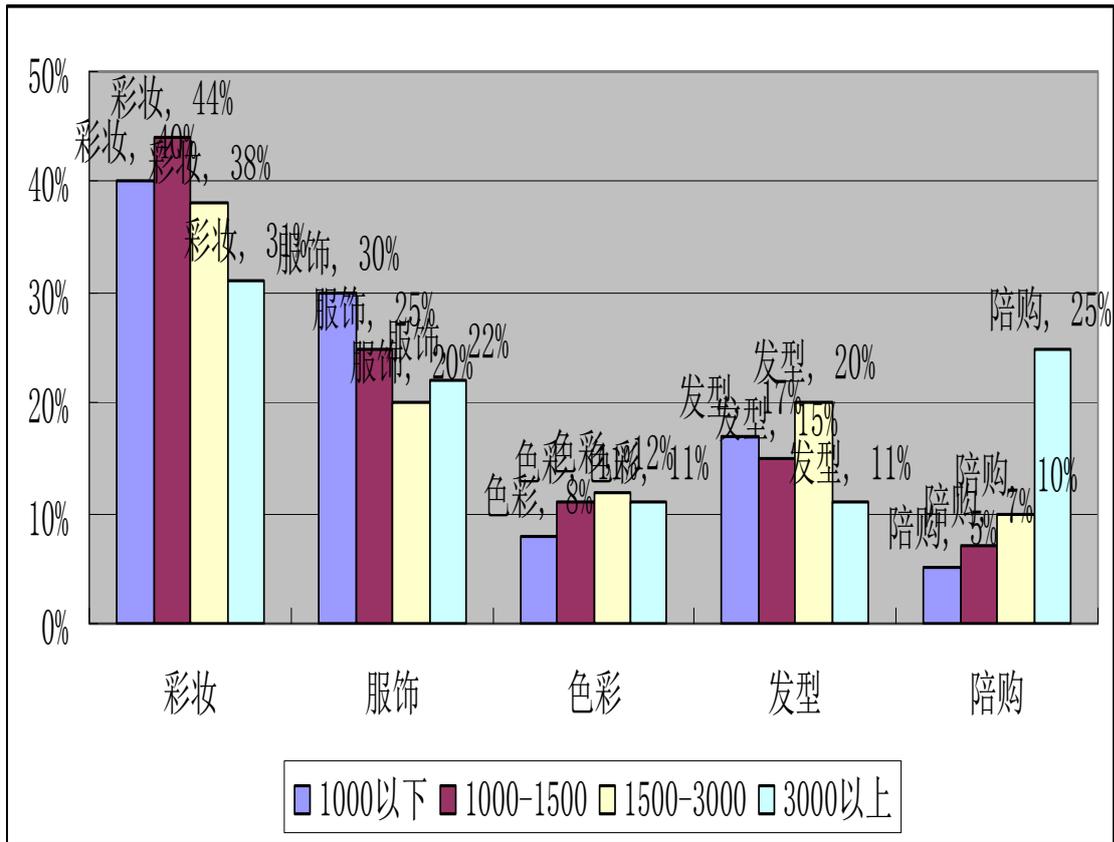
我们已经在上面这次有关个人形象设计业和个人形象设计工作室的市场调查实践活动分别从调查者基本情况、市场需求量、认知度、敏感度和购买行为做了数据统计和分析。现在，我们从影响个人形象设计工作室的发展因素中选取一些重要因素来进行相关因素的交叉分析。具体分析如下：

(1) 个人形象设计的需求量与年龄和性别的交叉分析：



从上面的图中我们可以看出，男、女不同性别在不同的年龄段对个人形象设计业有不同的认识和需求。在 18-23 岁的被调查者中，对个人形象设计服务有需求的女性占到 60%，男性占到 40%；在 23-28 岁的被调查者中，对个人形象设计服务有需求的女性占到 71%，男性占到 29%，在 28-33 岁的被调查者中，对个人形象设计服务有需求的女性占到 55%，男性占到 45%，在 33-38 岁的被调查者中，对个人形象设计服务有需求的女性占到 51%，男性占到 49%。

根据数据的统计分析，我们可以发现不管在哪种年龄阶段，女性对个人形象设计所涉及的服务的关注度和需求度都要高于同年龄段的男性。而且，随着社会的进步和经济的发展，男性对自我形象也有了更多的关注，他们对个人形象设计的



服务

需求也不断在增加。

(2) 个人形象设计的服务项目与月收入的交叉分析：

从上面的统计分析图我们可以看出，被他们调查者所感兴趣的个人形象设计服务项目与他们的月收入有一定得关系。就对彩妆设计服务感兴趣的人而言，月收入在 1000 元以下的占 40%，月收入在 1000-1500 的人占 44%，月收入在 1500-3000 的人占 38%，月收入在 3000 以上的占 31%，就对服饰搭配服务感兴趣的人而言，月收入在 1000 元以下的占 30%，月收入在 1000-1500 的人占 25%，月收入在 1500-3000 的人占 20%，月收入在 3000 以上的占 22%，就对色彩服务感兴趣的人而言，月收入在 1000 元以下的占 8%，月收入在 1000-1500 的人占 11%，月收入在 1500-3000 的人占 12%，月收入在 3000 以上的占 11%，就对发型设计服务感兴趣的人而言，月收入在 1000 元以下的占 17%，月收入在 1000-1500 的人占 15%，月收入在 1500-3000 的人占 10%，月收入在 3000 以上的占 25%，就对陪购服务感兴趣的人而言，月收入在 1000 元以下的占 5%，月收入在 1000-1500 的人占 7%，月收入在 1500-3000 的人占 10%，月收入在 3000 以上的占 25%，

整个的个人形象设计服务项目中不同月收入的人想要体验的服务侧重点不同，但大部分人对彩妆设计和服饰搭配的关注度比较高，对发型设计服务的关注度也紧随其后。然而，随着人们月收入水平的提高，越来越多的人开始关注个性形象设计服务中的其他领域，比如说色彩和陪购服务。

第四部分：调研结论

随着国内消费者的收入增加，人们对于自我形象的要求也越来越高，需求个性化、科学化的扮靓方法，同时，中国拥有 13 亿人口，可以说个人形象设计行业服务受众人群是巨大的，行业发展空间是无限的。目前形象咨询行业在中国的发展速度较快，但也一定会遵循行业发展规律，有一个进入期、发展期、高峰期及衰退期，个人形象咨询行业在中国目前处于快速发展阶段，而对任何产品而言，在发展期介入是最佳时期。所以现在适合在山西开设个人形象设计工作室。

通过这次调查我们发现，在山西地区个人形象设计业有着良好的市场发展前景、广阔的市场发展空间。因为大部分人都因个人形象而烦恼过，也都想提升和改变自己的个人形象，而且也愿意为个人形象设计来投资。个人形象设计行业在山西还处在萌芽阶段，人们只是去通过一些手段去了解怎么样去做，它的发展空间非常的大，我们就是要做山西个人形象的行业发展的第一人。

人们对个人形象设计服务感兴趣的项目一次是服饰搭配、彩妆设计、色彩、发型设计和陪购服务。被调查者认为在个人形象设计工作中最为重要的是符合个人标准，然后是经济价格、产品品质和服务质量。在被调查者中认为个人形象设计工作室适合开设在大型商场附近的最多，接着是美容美发店附近、社区附近和写字楼附近。

不管在何种年龄阶段，女性对个人形象设计所涉及的服务的关注度和需求度都要高于同年龄段的男性。而且，随着社会的进步和经济的发展，男性对自我形象也有了更多的关注，他们对个人形象设计的服务需求也不断在增加。整个的个人形象设计服务项目中不同月收入的人想要体验的服务侧重点不同，但大部分人对彩妆设计和服饰搭配的关注度比较高，对发型设计服务的关注度也紧随其后。然而，随着人们月收入水平的提高，越来越多的人开始关注个性形象设计服务中的其他领域。

个人形象设计业发展建议：

通过这次有关个人形象设计行业的调查，我们建议我们应该在太原及山西地区的个人形象业还未发展起来的时候来抢抓机遇开设个人形象设计工作室，来满足广大客

户的需求。

所开设的个人形象设计工作室应以 18-28 岁的女性为主要目标市场。在经营中以彩妆设计和服饰搭配为主要服务项目，同时针对不同顾客的需求提供发型设计、色彩和陪购等服务项目。在对顾客进行个人形象设计时应该以符合顾客的个人标准为主，并结合上面做的价格敏感度分析出的结果制定出合理的经济价格，来吸引更多的想体验个人形象设计服务的顾客。

四、结论与建议

（一）课程设置应更新

课程内容滞后于专业技术的更新与发展，案例教学、项目教学内容偏少，导致学生在实际工作中分析问题和解决问题的能力较弱。另外，在职业技能培养方面，职业性法律法规、安全性措施、管理经验以及职业素质教育等内容在教学中还不能很好的得到全面实施。

积极推进专业课程建设。围绕专业岗位技能，以工作过程为主线，以服务流程为中心，整合课程内容，构建工作过程导向的专业课，形成以优质核心课程、精品课程、网络课程为引领的课程体系。

组织开发理论与实训“一体化”优质教材。根据核心职业能力培养要求及职业技能证书的考核需要，引入企业、行业和国家职业标准，吸收企业技术人员参与教材编写，将企业生产实际中应用的新知识、新技术、新规范、新方法引入新教材，使教材能够反映专业的现状和发展趋势。

（二）应加强实践能力的培养

调研的企业普遍反映，学生动手能力差，基础不扎实，主要是在校期间缺乏有效的、足量的实践环节，致使毕业生就业竞争力较差。建议学校在加大自身硬件投入的同时，积极与企业进行合作，加强实践教学环节，实现学校与企业、学生与企业的互动。学生应该在校期间就到专业对口的企业进行岗位实习，以便帮助自己定位，为今后顺利走向工作岗位打好基础。学校应提高专业实践环节在教学中的比例，丰富实践内容，通过各种培训机制培养学生的课题开发等实际应用能力，为高职专业学生能力培养奠定基础。

（三）应加强综合素质培养

在知识经济快速发展的时代，毕业生仅仅掌握已有的知识是完全不够用的，重要的是要有良好的专业素质，应该在以下几方面加强对学生的培养：

- (1) 持续学习能力；
- (2) 独立解决问题的能力；
- (3) 沟通能力；
- (4) 团队合作能力。

结合以上调研结果，我们在以后的教学中应注重改革培养模式，实行“校企合作，订单办学”模式；推进“工学结合”培养模式；创新教学方式，全力实行模块式教学和项目式教学；创新教育内容，根据企业用人需求培养人才，按岗位要求开发相应的校本教材；加强师资队伍建设，落实专业教师厂企培训制度，有计划地安排专业课教师到厂企跟班学习，提高专业动手能力，培养真正的“双师型”教师。加强校企合作，不断对教学进行改革。

（四）创新校企合作机制，推动人才培养模式改革

在岗位能力调研的基础上，根据岗位特点，深化内涵建设，进一步加强和完善人才培养的实践教学环节，创建模拟真实工作环境的校内实训基地，为教学方式的改变及学生的职业能力培养提供条件保证，实现学习内容和岗位工作任务相一致，形成完整的、科学的实践教学实施管理体系；以典型工作任务为载体，实施“理实一体化”教学；进行校企循环，根据所学内容有计划、有步骤地安排学生到企业进行习岗、顶岗或到就业协议单位进行预就业顶岗实习；推行多证书制度，进一步提高学生的综合能力，提高就业竞争力；注重创新意识、责任意识、吃苦耐劳精神的传承，培养形象设计行业高端高素质技能型专门人才。

建立有效的校企合作运行机制，根据市场需求更新职业岗位方向的设置。以学校—企业、教师—形象设计师、实训环境—实习岗位为桥梁，以校园文化、企业文化建设为素质培养载体，以校内外实训实习基地为培养平台，突出学生能力培养，创新和推动人才培养模式改革。

遵循专业与产业对接原则，与企业合作针对职业岗位共同设计、构建专业人才培养方案，不断充实教学资源，利用校内外实训实习基地与专兼结合的优质专业教学团队，进行理实一体化教学；增加学生校外习岗、顶岗次数，同时进行生产岗位群的交替顶岗，培养学生“多岗通、一岗精”，全面提高学生的职业技能；安排学生进行综

合项目实训、考取职业资格证书，提高学生的综合职业能力和创业能力，培养学生可持续发展的能力。

（五）加强校内外实习基地的建设，完善实践教学条件

依托校企合作办学机制创新平台，将合作企业技术人员及管理规范引入到校内实训基地。专业校内实训基地建设以“环境职场化、设备生产化、功能多样化、使用开放化、园区教学化”为原则，节约资源，拓展交叉面，提升相融度，优化生产性。在教学、培训过程中，各实训室实行统一管理、统一使用，资源共享。在技术服务方面，做到资源有效调配，根据企业岗位培训与项目开发，提供优质服务。校外实训基地以完善合作机制，优化管理机制，扩大合作规模为重点，丰富和发展“顶岗实习”、“订单培养”等教学模式本专业已具有多个校外实习基地并与之保持着良好的合作关系，目前正在开拓新的实习基地。

充分利用各企业的先进设备、技术、企业文化等资源，在企业的生产或服务现场进行主要的专业课和实训教学，解决人才培养与资源不足的困难，确保学生有半年以上的企业顶岗工作经历，为培养形象设计高端技能型专门人才提供保障。

（六）加强师资队伍建设，提高教师实践教学能力

专业教学质量提高的关键是建设一支双师素质突出、双师结构合理、品德高尚、爱岗敬业的专业教学团队。在建设期内不断优化师资队伍结构，建立和形成专业带头人、骨干教师、双师素质、兼职教师持续培养和聘用机制，不断提高专业教师的数量和质量。

加强“双师型”教学团队建设。“双师型”不仅仅是“双证型”，真正意义的双师型教师应该是具有较宽的行业视野，较强的行业实践能力和较新的教学理念的教师。学校的专业教师不仅有高学历、高职称，而且还应具备相关专业的技术等级证书，否则只会“纸上谈兵”而缺乏行业实践经验能力。

同时，通过校企合作平台，从企业聘请管理人员和优秀一线员工和邀请行业资深专家来校开讲座做指导，完善专业教师队伍培养与考核办法，形成课持续的专业教师队伍动态建设机制。

（七）坚持走工学结合的道路

积极推进职业学校工学结合、校企合作办学向纵深发展，加强对学生的职业道德

教育以及实习实训、职业指导等环节的工作。要通过体验式教育真正培养学生吃苦耐劳、坚持不懈、持之以恒的品质和责任意识，使学生养成可持续发展的方法与能力，不断拓宽学生的知识面，使毕业生不仅具备较强的专业知识和操作能力，同时也具有较高的应变和协调能力，成为一个各方面全面发展，不断适应环境和新挑战的技术人才。教师要帮助学生转变思想观念，培养和树立正确的择业观和科学的职业观，帮助学生确立科学的职业定位，并帮助学生制订好职业生涯规划。

附件 2 专业核心课程标准

《形象设计概论》课程标准

一、课程基本信息

课程名称	形象设计概论				
课程代码	0710084	学时	26	学分	2
授课时间	第 1 学期	适用专业	人物形象设计		
课程性质	基本能力课程				
先修课程		后续课程	化妆基础、色彩构成		

二、课程定位

根据高职人物形象设计专业“培养具有现代化企业操作技能、管理意识和能力的应用型人才。具有较强服务业一线业务运作能力、语言能力和基础管理能力，能胜任形象设计行业管理和实务工作”的培养目标，“形象设计概论”作为高职人物形象设计专业的专业基础课，是培养学生从事形象设计服务工作所需的基本技能和职业素质的必修课程，也是提高学生职业能力和就业的支撑课程

三、课程设计思路

本课程采用课堂讲授与学生实践相结合的教学方式，在课堂教学中，突出重点、难点，力求通过形象化的教学使学生对所学内容加深理解。

使学生在全面了解形象设计的基本概念、特征、原则的基础上，掌握职业仪态、妆容形象设计、服饰形象设计、礼貌语言的运用、气质培养及职业生涯规划的基本知识。

让学生在系统学习有关形象设计知识的基础上，加强实践训练，在学生实践训练活动中，充分发挥他们的参与积极性，全面提高其实际应变能力及应用形象设计知识的能力。

在教学中，强调以学生为主题而以教师为主导，改变过去以教师为中心的教学模式，注重学生自主学习和应用能力的培养，教学方法要灵活多样，充分调动学生学习的积极性，激发学生的学习动机，最大限度地让学生参与学习的全过程。

本课程将从不同角度、不同层面、不同内容进行综合阐述和训练。在教学过程中突出听、看、做、练等亲身体验的关键环节，注重培养学生的职业能力，充分激发学生的学习兴趣，使之能够轻松自如的把所学知识运用到日常生活和工作中，帮助学生塑造良好的职业形象。

四、课程目标

通过本课程的学习，使学生掌握职业形象设计、形体训练、语言交际、气质培养等方面的基本知识及方法，提高学生身体的协调、控制及表现能力，矫正不良姿势，提高审美情趣。使自身的形体姿态适应所从事工作的需要。为日后从事形象设计行业奠定基础。

五、课程内容及要求

1. 形象设计导论 掌握形象设计的背景及概念
2. 形象设计的设计要素 掌握形象设计的形态要素、色彩要素、肌理要素
3. 形象设计的审美原则
 - (1) 了解统一与变化、对称与均衡、节奏与韵律、尺度与比例的概念
 - (2) 掌握统一与变化、对称与均衡、节奏与韵律、尺度与比例在设计中的运用
4. 形象设计的设计语言 介绍化妆设计、发型设计、服装设计的特点
5. 整体形象设计
 - (1) 了解人体的各种脸型、发型、体型特点及如何协调
 - (2) 了解服装服饰选择的 TPO 原则

六、课程实施建议

(一) 教学建议

1. 教学条件

本课程课堂理论教学需要全部使用课件教学，配备相应的多媒体设备。

2. 教学方法与手段

讲授法、校外观摩与现场教学法、再现模拟制作法

3. 教材选用

主选教材：《形象设计概论》 周生力（编者）化学工业出版社

扩充资料：

《职业形象设计与训练》新世纪高职高专教材编审委员会组编，大连理工大学出版社，2009

《形体训练与形象设计》王晶，清华大学出版社，2011

《商务形象设计教程》陈郁，中国轻工业出版社，2010

(二) 考核建议

1. 注重评价的多元性，结合平时纪律、工作主动性、知识掌握情况、项目完成情况综合评价学生成绩。

2. 注重学生动手能力和实践中分析问题、解决问题能力的考核，对在学习和应用上有创新的学生应予特别鼓励，全面综合评价学生能力。

3. 总评成绩按平时（30%）+期末（40%）+实训（30%）的方法评定。其中，平时部分依据考勤、作业、实验报告、课堂提问情况以及学习态度进行评定；期中部分采用上机方式；实训部分采用集中上机实践方式。

七、需要说明的其他问题

本课程用到的教学材料包括：教材、电子教案、多媒体课件、案例操作录屏文件，案例操作结果文件和视频材料等电子版资料。

《化妆基础》课程标准

一、课程基本信息

课程名称	化妆基础				
课程代码	0710089	学时	68	学分	2
授课时间	第2学期	适用专业	人物形象设计专业		
课程性质	岗位能力课程				
先修课程	形象设计概论	后续课程	人物造型化妆、整体形象设计		

二、课程定位

《化妆基础》在整个课程体系中位于中心位置。通过对《化妆基础》这门课程的学习，使学生初步了解化妆造型设计的基础知识并掌握基本原理，学习中通过大量的化妆实践操作练习，使学生掌握化妆技术的基本操作方法和技巧，完成其基本技能的训练，培养学生化妆设计能力及提高审美能力。

三、课程设计思路

本课程以全面提高学生的创新、理解、分析、实践、设计能力为主线，针对不同的内容设计出符合职业教育规律的教学模式，采用校企合作、工学结合实践过程等课程设计：

（一）校企结合：

实践性的内容环节紧扣人物形象设计的要求，使学生能够掌握化妆理论的知识点，达到理论与实践相结合，通过实践取得相应的化妆职业资格证书。

（二）工学结合：

依托实际工作环境，选择部分优秀学生到企业实习，参与企业的活动，从事人物化妆造型整体搭配等实践工作。

（三）采取灵活的方式来组织课堂教学：

通过分组学习、角色置换教学等方式来强化学生的参与度，使学生不仅成为教学活动的目标主体，而且成为教学活动的实践主体。

四、课程目标

（一）知识目标：

1. 掌握化妆造型的概念与要素。

2. 掌握化妆设计基础知识。
3. 掌握生活美容化妆的方法及操作技巧。
4. 掌握摄影化妆的方法及操作技巧。

（二）职业技能培养目标：

1. 能正确使用各类化妆品及工具。
2. 掌握美容化妆造型设计的程序和方法。
3. 掌握五官的矫正化妆技巧。
4. 掌握生活美容化妆的方法及操作技巧

（三）职业素质培养目标

1. 培养学生化妆设计观念、观察能力、表现能力
2. 引导学生通过化妆设计进入人物形象设计领域这样的一个过程，
3. 兼顾一定表现能力，促进学生职业素质的养成。

（四）职业技能证书考核要求

取得人物形象设计技能证书

五、课程内容及要求

（一）课程内容

1. 第一单元 化妆基础理论

第一章：化妆的基础知识

第二章：化妆品及化妆工具的使用

第三章：化妆色彩的基础知识

重点、难点：绘画与色彩的基本原理，并且将绘画元素与化妆元素自然的结合在一起。

2. 第二单元 局部修饰理论与技术

3. 第三单元 化妆的应用理论与技术

第四章：局部化妆步骤与矫正方法

重点、难点：用化妆技巧来塑造皮肤质感和脸型，五官的化妆技巧及关系的调整技法。

第五章：生活艺术化妆造型

重点、难点：生活艺术化妆造型的特点及各类型的化妆造型表现方法。

4. 第四单元 化妆的应用理论与技术

第六章：艺术化妆造型

重点、难点：创意妆、梦幻妆、时尚妆的特点及造型技巧。

（二）课程组织安排说明

1. 将教学内容分为两大技能项目训练。根据行业岗位目标能力要求；把握课堂练习、课外实习的可操作性，选择相适应的教学模式。化妆是以人为服务对象，所以要了解人对化妆设计的相关要求，运用专业知识完成这些任务做好顾客咨询。训练就如何分析识别顾客性格及特征，如何进行有效沟通、如何解决顾客异议提出专业建议，根据顾客要求确定服务意向等几个方面，对学生沟通能力、观察分析能力、信息的归纳总结能力、自学能力、职业素养进行训练和培养。训练方式为校内实训 1: 2，考核方案参考技能操作质量标准为标准，进行考核，体现技能、素质、知识的综合评价。

2. 化妆图片资料分析讲解。通过一些具有典型特点的作品进行分析，来达到验证理论的目的，同时还要引导学生进行发散思维，让学生能够深刻的掌握教学内容。

3. 根据不同的课程内容特点，采用多样化的教学方法和模式，做到抽象理论实例化、课程设计多样化。重点强调学生在教学过程中有主体参与意识，引导学生在教学中积极思考，而不是被动接受一个个知识点。最终的教学效果评价将以实践能力、综合应用能力为考察的方法。

六、课程实施建议

（一）教学建议

1. 教学方法建议：

（1）通过实际项目任务的完成替代原有章节教学的模式

本课程以项目引领、任务驱动组织开展教学，通过典型岗位实际工作任务设计教学项目、任务。实现学习过程既是工作过程，完成相应学习任务即完成实际工作任务，通过不同任务来传授相关知识点。

本课程采用以项目为主的模块结构，将理论与实践的内容进行整合。在教学中采用理论与实践一体化的教学模式，在课程实施中积极探索实训导向性、问题导向性和项目导向性的教学。采用理论与实践一体化的教学模式，并不是完全抛弃传统的教学，而是发挥传统教学的长处，将其融入理论实践一体化教学模式这中，注重教学的有效性。教学中要充分发挥学生的主体作用和教师的主导作用，从学生的实际和企业岗位的需求出发，遵照学生的学习特点和认识规律，突出培养学生解决实际问题的能力和

应变能力，强化情感态度价值观的教育。

(2) 理论与实践相结合，主动学习与被动学习相结合

在实践中学知识，在学知识中长技能，在整个教学过程中既有老师讲授也要有学生自主学习，既有规定的实践任务也有学生的自主实践。整个教学过程注重培养学生动手能力与思考习惯。

2. 课程实施基础与条件建议：

(1) 教学团队基本要求

“双师”结构的专业教学团队组成。主要由学校专任教师和来自行业企业的兼职教师组成，以专业建设作为开展校企合作的工作平台，设计、开发和实施专业人才培养方案，人才培养和社会服务成效显著。团队规模适度。

专兼结合的制度保障。通过校企双方的人事分配和管理制度，保障行业企业兼职教师的来源、数量和质量以及学校专任教师企业实践的经常化和有效性；根据专业人才培养需要，学校专任教师和行业企业兼职教师发挥各自优势，分工协作，形成基础性课程及教学设计主要由专任教师完成、实践技能课程主要由具有相应高技能水平的兼职教师讲授的机制。

(2) 实训条件基本要求

实训基地：由行业企业与学校共同参与建设，能够满足课程生产性实训或仿真实训的需要，设备、设施利用率高。化妆造型实训室 1 间(约 80m²)，容放 20 张化妆镜台。

3. 课程资源的开发与利用

建立“化妆知识学习”课程网站，包括教学大纲、教学计划、实践教学、教学录像、习题试卷、教学改革、彩妆图库、职业考证、行业动态、教学论坛、教学博客等栏目内容，构建一个听觉与视觉联动，老师与学生共创的网络教学资源环境。加强教学探讨和学生学习成果的展示与交流功能，实现教学资源共享和师生互动。

4. 教材选用

主选教材：《化妆设计》 吴帆 上海交通大学出版社

参考资料：

《化妆造型设计》作者：乔国华 高等教育出版 (2005-11)

《影楼化妆技巧与发型设计实战》作者：东河 人民邮电出版社

(二) 考核建议

1. 期末考核评价及方式：要求书写化妆造型设计方案，然后实操动手设计制作出实物，展示自我作品。

2. 教学过程评价：根据课程需要进行实操测试，以便随时监控教学效果，及时修正教学过程中一些不利的因素。

3. 集中实训评价（可参照以下表格进行评价）

序号	任务模块	评价目标	评价方式	评价分值
1	化妆实操测试	操作准确，符合各项目的操作标准要求	互评、教师点评	5
2	书写化妆造型 设计方案	方案符合实际，人物造型定位准确，采用的操作手法合理实用	自我阐述、教师点评	5

4. 课程成绩形成方式：以平时考核占 20%，实操占 40%，期末考核占 40%的比例，来评定该课程总成绩。

七、需要说明的其他问题

（一）对教师的要求

教师应举止得体、谈吐优雅、精神饱满、素质过硬，在专业领域知识丰富、方法得当，能够带领学生在理论联系实际的基础上深入挖掘教学潜力，形成该门课程的独特教学程序和方法，能够不断融合当前形象设计方面的发展趋势，使教学效果始终适应未来就业需要。热爱教师岗位，为人师表。拥有劳动和社会保障部颁发的高级化妆资格证书。有丰富的化妆教学经验。

（二）学习场地、设施要求

多媒体教室与实训室结合使用，教师应根据教学内容以及教学要求充分利用教材及教学参考书所提供的资料开展教学活动，适当运用课件、录音、录像等教具开展教学。

《皮肤护理》课程标准

一、课程基本信息

课程名称	皮肤护理				
课程代码	0710088	学时	68	学分	2
授课时间	第三学期	适用专业	人物形象设计专业		
课程性质	岗位能力课程				
先修课程	形象设计概论	后续课程	中医美容学		

二、课程定位

《皮肤护理》是人物形象专业的专业主干必修课程,目的为从理论上了解与美容相关的一些皮肤科学基本问题,为学生将来学习与美容保健相关的实际应用的内容打下基础,它是一门临床医学,临床药学,美容学等专业的重要衔接医学课程,是医学原理与美容学之间的桥梁。这是一门重要的专业核心课程。

三、课程设计思路

该课程为处理美容相关问题尤其是皮肤这一最大审美器官中遇到的问题,提供规范科学的理论依据.同时在掌握美容皮肤科学基本理论,基本知识,基本诊断和方法的基础上,培养学生观察,分析,综合和解决常见美容皮肤问题的能力。尤其是一些基本皮肤的美容学科诊察技术,方法,一些典型皮肤美容疾患的处理等,是重要的专业核心课程。

四、课程目标

通过本课程的教学,使学生达到下列基本要求:

- 1.在理论学习中,使学生了解各类问题皮肤的形成原因及其处理方法
- 2.了解各类美容仪器的原理及其操作方法。
- 3.熟练掌握各类按摩技巧,熟练操作各类美容仪。
- 4.养成诚实、守信、吃苦耐劳的品德;具有善于和客户沟通和公司工作人员共事的团队意识,能进行良好的团队合作。
- 5.养成爱护工具设备、保护环境良好习惯。

五、课程内容及要求

序号	工作任务	能力（技能）目标	知识目标
1	各种皮肤问题的形成原理及其护理方案	能了解各类问题皮肤的成因及护理方案	1. 理解各类问题皮肤形成原因 2. 理解各类问题皮肤处理方法
2	各类美容仪器的原理及其操作方法	1. 能清楚知道各仪器的原理 2. 能清楚各仪器的操作方法	1. 理解各仪器工作原理 2. 理解各仪器操作方法 3. 理解个一起注意事项
3	各类仪器的操作实操练习	1. 能熟练掌握各仪器操作方法 2. 能处理仪器的保养与问题处理	1. 理解仪器的保养与问题处理 2. 理解仪器适合皮肤类型特性
4	各种问题皮肤养生按摩技巧示范及实习	1. 能熟练掌握各类按摩技巧 2. 能清楚知道个按摩技巧的设计原因	1. 理解各类按摩技巧 2. 理解按摩技巧的设计原因

六、课程实施建议

（一）教学建议

1. 教学条件

（1）理论教学场地（60m²）有良好照明条件，通风条件良好，备有 40 套桌椅，讲台、黑板、电化教学设备齐全。

（2）实习操作场地：美容实训室 1 间（约 100m²），各容放 20 张美容床。

2. 教学方法与手段

（1）强调学生在教学过程的主体参与度，引导学生积极思考，培养其分析问题、解决问题的能力。

（2）采用多样化的组合教学方法：理论讲授、分组练习、现场演示操作等方法。

（3）培养学生团队合作意识，体验美容师（讲师）的工作情境。

3. 课程资源的开发与利用

建立“皮肤护理知识学习”课程网站，包括教学大纲、教学计划、实践教学、教学录像、习题试卷、教学改革、案例资源库、职业考证、行业动态、教学论坛、教学博客等栏目内容，构建一个听觉与视觉联动，老师与学生共创的网络教学资源环境。加强教学探讨和学生学习成果的展示与交流功能，实现教学资源共享和师生互动。

4. 教材选用

主选教材：《皮肤护理》 高等教育出版社

（二）考核建议

1. 考核项目

改革传统的学生评价手段和方法，采用阶段评价，过程性评价与目标评价相结合，项目评价，理论与实践一体化评价模式。

2. 评价标准与比例

关注评价的多元性，将课堂提问、学生作业、平时测验、项目考核、技能目标考核作为平时成绩，按阶段性考查的重要性分比例计入总评成绩。

应注意学生动手能力和实践中分析问题、解决问题能力的考核，对在学习和应用上有创新的学生应予特别鼓励，全面综合评价学生能力。

3. 课程成绩形成方式：以平时考核占 20%，实操占 40%，期末考核占 40%的比例，来评定该课程总成绩。

七、需要说明的其他问题

（一）对教师的要求

教师应举止得体、谈吐优雅、精神饱满、素质过硬，在专业领域知识丰富、方法得当，能够带领学生在理论联系实际的基础上深入挖掘教学潜力，形成该门课程的独特教学程序和方法，能够不断融合当前形象设计方面的发展趋势，使教学效果始终适应未来就业需要。热爱教师岗位，为人师表。拥有劳动和社会保障部颁发的高级化妆资格证书。有丰富的皮肤护理教学经验。

（二）教学资源利用

1. 注重实训指导书和实训教材的开发和应用。

2. 注重课程资源和现代化教学资源的开发和利用，如多媒体教室的应用，这些资源有利于创设形象生动的工作情景，激发学生的学习兴趣，促进学生对知识的理解和掌握。同时，建议加强课程资源的开发，建立多媒体课程资源的数据库，努力实现跨学校多媒体资源的共享，以提高课程资源利用效率。

3. 积极开发和利用网络课程资源，充分利用诸如电子书籍、电子期刊、数据库、数字图书馆、教育网站和电子论坛等网上信息资源，使教学从单一媒体向多媒体转变；教学活动从信息的单向传递向双向交换转变；学生单独学习向合作学习转变。同时应积极创造条件搭建远程教学平台，扩大课程资源的交互空间。

4. 产学合作开发实训课程资源，充分利用校内外实训基地，进行产学合作，实践“工学”交替，满足学生的实习、实训，同时为学生的就业创造机会。

5. 建立本专业开放式实训中心，使之具备现场教学、实训、职业技能证书考证的

功能，实现教学与实训合一、教学与培训合一、教学与考证合一、满足学生综合职业能力培养的要求。

《人物造型化妆》课程标准

一、课程基本信息

课程名称	人物造型化妆				
课程代码	0710099	学时	68	学分	2
授课时间	第3学期	适用专业	人物形象设计		
课程性质	综合能力课程				
先修课程	化妆基础	后续课程	整体形象设计		

二、课程定位

《人物造型化妆》是人物形象设计专业的专业主干必修课程, 目的为从理论上了解与整体形象设计相关的化妆知识, 为学生将来学习整体造型设计的实际应用打下基础, 它是一门重要的专业核心课程。

三、课程设计思路

该课程从脸型与五官比例的分析, 化妆用色等相关的化妆造型的基础知识入手, 介绍了化妆造型前的准备、工具与用品, 重点介绍了化妆造型的步骤程序与技巧, 为面部化妆提供了科学的理论依据。同时在掌握化妆学基本理论知识和方法的基础上, 培养学生观察, 分析, 综合和解决面部问题的能力. 是重要的专业核心课程。

课程内容突出对学生职业能力的训练, 理论知识的选取紧紧围绕工作任务完成的需要来进行, 并融合了相关职业资格证书对知识、技能和态度的要求。项目设计以工作任务为线索来进行。教学过程中, 采取理论和实践一体教学, 给学生提供丰富的实践机会。

按照情境学习理论的观点只有在实际情境中学生才能获得真正的职业能力, 并获得理论认知水平的发展, 因此本课程要求打破纯粹讲述理论知识的教学方式, 实施项目教学以改变学与教的行为。每个项目的学习都以人物形象设计的工作任务为载体设计的活动来进行, 以工作任务为中心整合理论与实践, 实现理论与实践的一体化的教学。教学效果评价采取过程评价与结果评价相结合的方式, 通过理论与实践相结合, 重点评价学生的职业能力。

以真实工作任务及工作过程为依据开发设计教学、训练项目, 确定如下学习情境:

序号	学习情境内容	建议学时
----	--------	------

1	化妆基础理论	18
2	讲解示范	10
3	实践操作	32
4	考核	4
总计		64

本课程建议学时为 64 学时。

四、课程目标

（一）能力目标

1. 能将化妆的原则灵活运用整个妆面设计中
2. 熟练掌握分析和调整五官的方法和技巧
3. 熟练运用化妆品和工具
4. 熟练掌握化妆的操作流程

（二）知识目标

1. 理解化妆的原则
2. 理解五官的修饰原理
3. 了解妆面的设计要点

（三）素质目标

1. 养成诚实、守信、吃苦耐劳的品德；
2. 养成善于动脑，勤于思考，及时发现问题的学习习惯；
3. 养成踏实肯干、勤学好问的工作习惯；
4. 具有善于和客户沟通和公司工作人员共事的团队意识，能进行良好的团队合作；
5. 养成爱护工具设备、保护环境良好习惯。

五、课程内容及要求

学习情境 (或项目)	典型工作任务	职业能力	课程内容	教学要求	学时	
					讲授	实训
1	化妆造型概论	运用化妆的原则的	化妆概论	了解化妆的概念、意义、	2	0

		能力		和要求		
2	面部比例分析测试	能正确分析脸型, 熟练运用五官的矫正技法	五官分析 矫正	了解五官的修饰技巧和规律	16	30
3	化妆品和工具的应用	能正确选择和运用化妆品和工具	化妆品和工具	了解化妆品和工具的选择、使用和保养方法。 了解国际知名品牌	2	0
4	妆面设计	掌握妆面的要点以及操作技法	妆面设计	了解妆面的要点	4	8

六、课程实施建议

(一) 教材选用与编写

1. 必须依据本课程标准编写教材, 教材应充分体现任务引领、实践导向课程的设计思想。

2. 教材应将本专业职业活动, 分解成若干典型的工作项目, 按完成工作项目的需要和岗位操作规程, 结合职业技能证书考证组织教材内容。要通过情景模拟、观看多媒体材料、理实一体教学并运用所学知识进行评价, 引入必须的理论知识, 增加实践实操内容, 强调理论在实践过程中的应用。

3. 教材应图文并茂, 提高学生学习兴趣, 加深学生对整体形象设计的认识和理解。教材表达必须精炼、准确、科学。

4. 教材内容应体现先进性、通用性、实用性, 要将本专业新技术、新材料及时地纳入教材, 使教材更贴近专业的发展和实际的需要。

5. 教材中活动设计的内容要具体，并具有可操作性。

（二）教学组织与设计

1. 在教学过程中，应立足于加强学生实际操作能力的培养，采用项目教学，以工作任务引领提高学生兴趣，激发学生的成就动机。

2. 本课程教学的关键是现场教学，应选用典型案例为载体，在教学过程中，教师示范和学生分组讨论、训练互动，学生提问与教师解答、指导有机结合，让学生在“教”与“学”过程中，会进行实际操作。

3. 在教学过程中，要创设工作情景，同时应加大实践实操的容量，要紧紧密结合职业技能证书的考证，加强考证的实操项目的训练，在实践实操过程中，使学生掌握实操项目，提高学生的岗位适应能力。

4. 在教学过程中，要重视本专业领域新技术、新工艺、新材料发展趋势，贴近企业、贴近生产。为学生提供职业生涯发展的空间，努力培养学生参与社会实践的创新精神和职业能力。

5. 教学过程中教师应积极引导提升职业素养，提高职业道德。

（三）课程考核与评价

1. 改革传统的学生评价手段和方法，采用阶段评价，目标评价，项目评价，理论与实践一体化评价模式。

2. 应注重学生动手能力和实践中分析问题、解决问题能力的考核，对在学习和应用上有创新的学生应给予特别鼓励，全面综合评价学生能力。

3. 建议采用学生互评与教师评价相结合的方式，对每个工作任务模块进行评分，在此基础上进行总评。考核评价内容包括：考勤成绩、平时成绩（理论考核+技能考核）、期末考核（理论考核+技能考核）。

考勤成绩：占 10% 考核内容包括：到课率、作业完成情况。

平时成绩：占 40% 考核内容包括：实训练习成绩、项目考核成绩。

期末成绩：占 50% 考核内容包括：理论知识+技能考核

（四）课程教学资源使用与建设

1. 注重实训指导书和学生学习指南的开发和应用。

2. 注重课程资源和现代化教学资源的开发和利用，这些资源有利于创设形象生动的工作情景，激发学生的学习兴趣，促进学生对知识的理解和掌握。同时，建议加强

课程资源的开发，建立多媒体课程资源的数据库，努力实现跨学校多媒体资源的共享，以提高课程资源利用效率。

3. 积极开发和利用网络课程资源，充分利用诸如电子书籍、电子期刊、数据库、数字图书馆、教育网站和电子论坛等网上信息资源，使教学从单一媒体向多种媒体转变；教学活动从信息的单向传递向双向交换转变；学生单独学习向合作学习转变。同时应积极创造条件搭建远程教学平台，扩大课程资源的交互空间。

4. 产学合作开发实验实训课程资源，充分利用本行业企业的资源，进行产学合作，建立实习实训基地，实行“工学”交替，满足学生的实习实训，同时为学生的就业创造机会。

5. 建立本专业“教、学、做”一体化教室，使之具备现场教学、实训的功能，实现“教、学、做”一体化，满足学生综合职业能力培养的要求。

《发型设计与技术》课程标准

一、课程基本信息

课程名称	发型设计与技术				
课程代码	0710095	学时	136	学分	4
授课时间	第 2、3 学期		适用专业	人物形象设计	
课程性质	岗位能力课程				
先修课程	形象设计概论、形象设计美学		后续课程	电脑辅助形象设计、整体形象设计	

二、课程定位

本课程是人物形象设计专业的专业核心课程。通过本课程的学习，让学生掌握发型设计的基本概念、要求及根本方法，掌握基本知识与技巧，掌握发型制作的基本概念、要求及根本方法，能运用“三维立体”原理，塑造、设计出符合不同人物的发型方案。

三、课程设计思路

该课程从基础手法练习与结合头型的分析，编、盘、拧、包等相关的发型盘发的基础知识入手，介绍发型盘发之前的准备、工具与用品，重点介绍了发型盘发的步骤程序与技巧，为发型提供了科学的理论依据。同时在掌握发型基本理论知识和方法的基础上，培养学生观察、分析、综合和解决面部问题的能力。是重要的专业核心课程。

课程内容突出对学生职业能力的训练，理论知识的选取紧紧围绕工作任务完成的需要来进行，并融合了相关职业资格证书对知识、技能和态度的要求。项目设计以工作任务为线索来进行。教学过程中，采取理实一体教学，给学生提供丰富的实践机会。

按照情境学习理论的观点只有在实际情境中学生才能获得真正的职业能力，并获得理论认知水平的发展，因此本课程要求打破纯粹讲述理论知识的教学方式，实施项目教学以改变学与教的行为。每个项目的学习都按以人物形象发型的工作任务为载体设计的活动来进行，以工作任务为中心整合理论与实践，实现理论与实践的一体化的教学。教学效果评价采取过程评价与结果评价相结合的方式，通过理论与实践相结合，重点评价学生的职业能力。

1. 紧扣工作岗位能力要求，课证相融。根据企业对技能型人才的需求状况和基本要求，分析和确定本课程学生应具备的职业能力和基本技能目标，培养学生化妆设计

基本能力、类型化妆操作技能、化妆设计实践应用的综合能力与个性表现力。

2. 深入“教学做一体化”的实践教学模式。

3. 设计——制作——拍照——成集——展示，仿真模拟训练，“实践一体化”式教学。

四、课程目标

（一）总体目标

通过本课程的学习，让学生掌握发型设计的基本概念、要求及根本方法，掌握基本知识及技巧，掌握发型制作的基本概念、要求及根本方法，能运用“三维立体”原理，塑造、设计出符合不同人物的发型方案。通过发型专业理论知识，基础技巧与知识的学习，并具备一定的独立设计发型的能力。培养学生对本专业的学习兴趣，开拓学生的创造性思维，提高审美情趣。

（二）具体目标

1. 能掌握发型的原则。
2. 能掌握脸型和头型的修饰方法。
3. 能掌握手法和发型工具的选择和应用知识。
4. 能熟练的操作专业发型流程。
5. 提高审美能力与创造性思维能力。

五、课程内容及要求

序号	教学内容	技能要求	知识要求
1	倒梳	掌握发型制作的程序与技巧	学习发行制作的原理和知识
2	拧包	掌握发型制作的程序与技巧	学习发行制作的原理和知识
3	基础分区	掌握发型制作的程序与技巧	学习发行制作的原理和知识
4	发区基本手法	掌握发型制作的程序与技巧	学习发行制作的原理和知识
5	发辫的编结方法及组合	掌握发型制作的程序与技巧	学习发行制作的原理和知识
6	日常生活发型	掌握发型制作的程序与技巧	学习发行制作的原理和知识
7	新娘发型	掌握发型制作的程序与技巧	学习发行制作的原理和知识

8	晚装发型	掌握发型制作的程序与技巧	学习发行制作的原理和知识
9	商业发型	掌握发型制作的程序与技巧	学习发行制作的原理和知识
10	舞台发型	掌握发型制作的程序与技巧	学习发行制作的原理和知识

六、课程实施建议

(一) 教学建议

1. 教学条件

(1) 理论教学场地 (60m²) 有良好照明条件, 通风条件良好, 备有 40 套桌椅, 讲台、黑板、电化教学设备齐全。

(2) 实习操作场地: 化妆造型实训室间 (约 80m²), 各容放 20 张化妆镜台。

2. 教学方法与手段

仿真模拟训练、比赛引领法、项目教学法、课证融合法、多媒体教学法

3. 课程资源的开发与利用

建立课程网站, 包括教学大纲、教学计划、实践教学、教学录像、习题试卷、教学改革、发型图库、职业考证、行业动态、教学论坛、教学博客等栏目内容, 构建一个听觉与视觉联动, 老师与学生共创的网络教学资源环境。加强教学探讨和学生学成果展示与交流功能, 实现教学资源共享和师生互动。

4. 教材选用

主选教材: 《人物形象设计:发型篇》 孙甜 华中科技大学出版社 (2011-08)

参考书籍

《发型设计》 龚志英、徐家华、刘健芳 上海人民美术出版社

《发型设计》 吴帆 上海交通大学出版社 (2012-01)

(二) 考核建议

考核形式: 平时成绩与期末考试相结合

评分办法: 平时成绩占 30% (主要考察学习态度、课堂发言、讨论、作业等方面), 期末考试占 70%。

序号	典型工作任务	评价方式	评价内容	分值
----	--------	------	------	----



七

1	发型设计基础	考核	技巧的熟练程度和最后的制作效果	40
2	整体发型设计	考核	技巧的熟练程度和最后的制作效果	60
合计				100

需要说明的其他问题

（一）对教师的要求

教师应举止得体、谈吐优雅、精神饱满、素质过硬，在专业领域知识丰富、方法得当，能够带领学生在理论联系实际的基础上深入挖掘教学潜力，形成该门课程独特教学程序和方法，能够不断融合当前形象设计方面的发展趋势，使教学效果始终适应未来就业需要。热爱教师岗位，为人师表。拥有劳动和社会保障部颁发的高级化妆资格证书。有丰富的发型设计教学经验。

（二）学习场地、设施要求

化妆造型实训室、多媒体教室

《色彩构成》课程标准

一、课程基本信息

课程名称	色彩构成				
课程代码	0710104	学时	34	学分	2
授课时间	第2学期	适用专业	人物形象设计		
课程性质	岗位能力课程				
先修课程	形象设计概论 形象设计美学	后续课程	电脑辅助形象设计 整体形象设计		

二、课程定位

色彩构成是构成基础训练中一个重要的组成部分，根据构成原理，将色彩按照一定的关系去组合，创造出（调配出）适合目的的美好色彩，这种创造过程，成为色彩构成。

根据人物形象设计专业特征和学习内容，在色彩构成教学环节中，从色彩的性质、特征出发，选用适当的习作为图例研究色彩的对比调和规律，从而达到熟练组织各种色彩构成并显示色彩的表现力。

我们研究色彩不单是认识色彩的客观规律，更重要的是认人们的主观意识对色彩的反映。装饰色彩并非大自然色彩的展现，即不是写生色彩（不同于画家调色板上的色彩），而是结合生活、生产、经过提炼、夸张，概括出来的，能美化人民生活，是人们心理作用的理想化色彩。

造型色彩研究的范围比较广，如色彩的要素，各种色彩互相混合的关系，对比、调和的原理，色彩的感性研究，色彩的感觉训练等等，为了系统化、条理化的学习，我们把色彩基础训练分解成若干个以单一因素为主的课题进行训练无疑是必要的。（如以明度变化为基础的构成，以色相变化为基础的构成，以纯度变化为基础的构成等）。

三、课程设计思路

色彩构成（Interaction of Color），即色彩的相互作用，是从人对色彩的知觉和心理效果出发，用科学分析的方法，把复杂的色彩现象还原为基本要素，利用色彩在空间、量与质上的可变幻性，按照一定的规律去组合各构成之间的相互关系，再创造出新的色彩效果的过程。色彩构成是艺术设计的基础理论之一，它与平面构成及立体构成有着不可分割的关系，色彩不能脱离形体、空间、位置、面积、肌理等而独立

存在。

人们的生活与色彩有着密切的关系，由色彩造成的心理上的满足感和刺激感，不断影响着人们，色彩完全融合于人们的生活中，成为现代生活的一个重要特征。在设计诸要素中，色彩被认为是商品上一大价值，对于设计者和消费者都是极为重要的。一件设计作品的成败，在很大程度上取决于色彩运用的优劣，美的色彩具有美化和装饰性效果，能够引起人们的共鸣。

虽然，大多数人都能够感知色彩，但是后天的教育、感染、熏陶、训练在相当程度上起着决定性作用。因此我们通过色彩构成的教学环节，靠严格的科学训练，从对色彩的理性认识着手来提高学生的色彩认知力和色彩感悟力。

四、课程目标

（一）能力目标

1. 色彩构成的概念，范围，意义和工具材料；
2. 色彩的分类，色彩的三要素，色彩的属性以及色调；
3. 色彩的分类；
4. 色彩的三要素；
5. 色彩的属性以及色调；
6. 制作方法；
7. 准确把握各种不同的色彩构成；

（二）知识目标

1. 大量使用范图和实物进行讲授，理论教学注重讲、看、练结合并采用情景教学法，采用多媒体教学。

2. 多实例示范，多讲评，多与学生交流，一对一的习作辅导。

3. 实践教学中，可以采取分组竞赛的形式，并给予一定的激励，以活跃课堂气氛，提高学生学习兴趣，变被动学习为主动学习。并训练他们的团结协作能力。为了发挥学生的主观能动性，提高学生的职业素质，可以多进行全班性的习作观摩与评论。

4. 多进行案例教学法，以调动学生的学习兴趣。

5. 多让学生自己讲评，或同学之间相互讲评，训练他们的思维能力和口头表达能力。

（三）素质目标

1. 提高学生对色彩的认识和审美能力，提高学生的色彩整体搭配表现能力，并为以后的图形图像制作专业打下基础；

2. 培养学生良好的市场分析的能力；

3. 培养学生搜集资料、阅读资料和利用资料的能力；

4. 拥有较好得设计洞察力和较好的时代进步感以及优秀的视觉色彩的审美能力。

五、课程内容及要求

序号	学习情境	学习目标	主要内容	教学重点	教学活动设计	课时	
						理论	实践
1	色彩的产生	光源光 透射光 反射光	色彩的发生时光对人视觉和大脑发生作用的结果，是一种视知觉。	色彩的产生	体会光---眼---神经的过程才能见到色彩	4	0
2	光源 物体色与固有色	光源定义 物体色与固有色定义	光源研究对象； 物体在正常的白色日光下所呈现的色彩特征	自然光 人造光 物体色与固有色	理解与观察	4	0
3	色彩的范畴	无色色 有色色	色彩范畴	反射光与透射光 单色光特征	黑、白、灰 彩色	4	1
4	民族色彩的区域性特色	色彩装饰；色彩象征；色彩模仿；色彩表现	多彩文化环境	民族色彩的区域性特色	黄帝—青色 禹—白色 汤—红 周—黑色 秦—黄	4	
5	明度	色彩的明暗程度	通过黑白灰的关系单独呈现	明度属性	黑白灰	4	1
6	色相	色彩不同的相貌	红、橙、黄、绿、蓝、紫	色相属性	色彩印象	4	
7	纯度	色彩的鲜艳程度	加中性灰；加互补色；加其他色	纯度属性	鲜艳程度	4	
8	色彩推移的特点和种类	色相推移	按色相环的顺序	色相推移	色相推移方式观察训练	10	2
		明度推移	按明度等差级系列的顺序	明度推移	明度推移方式观察训练		
		纯度推移	按等差级数系列的顺序由鲜到灰或由灰到鲜进行排列组合	纯度推移	纯度推移方式观察训练		
		综合推移	将色相、明度、纯度推移进行综合排列、组合的渐变	综合推移	综合推移方式观察训练		
9	色彩推移	平行推移	垂直线、水平线、斜线、曲线	平行推移	间隔或不等间隔条纹状、		2

	的基本构				有序地安排、处理		
	图形式	放射推移	定点放射 同心放射 综合放射	放射推移	根据反射条件不同选择不同的色彩构成方式		
		综合推移	平行推移和放射推移的手法同时出现	曲、直、宽、窄、粗、细等对比	构图复杂、多变、效果更为丰富、有趣		
		错位、透叠及变形	整体错位和局部错位；色彩透叠可产生透明、轻快的效果，可变性及创造性开发余地很大	错位 透叠 变形	冷暖对比、明度的明暗对比、纯度的鲜灰对比；处理成两者都能显现形体、轮廓的表现手法；发挥个人的构思想象，将会产生无穷无尽的佳作		
10	同时对比	同时对比	同一时间下色彩并置的对比效果	特定的色彩	红绿并置，红的更红，绿的更绿(还有蓝和橙、黄和紫、黑和白)；补色的同时对比	2	8
	连续对比	连续对比	连续对比的效果是建立在时间的差异和对比产生的单方向之上	不同色彩刺激之间的对比	先观察的色彩时间越长，连续对比的效果越强。反之越弱	2	
	三要素对比	色相对比	色彩并置时因色相的差别而形成的色彩对比	可见光谱的色相差是因可见光波长的差别而形成	太阳光谱中的波长问题	4	
		补色对比	红与绿(蓝+黄)、蓝与橙(红+黄)、黄与紫(红+蓝)。	补色对比使色彩对比达到最弱的程度	对立性促使对立双方的色相更加鲜明		
		原色对比	红、黄、蓝三原色不能由别的色彩混合而产生	基础的色彩	原色对比是非自然的，精神化的、抽象的		
		间色对比	原色相混所得的色彩称为间色	橙色、绿色、紫色	间色对比比较原色对比柔和自然、明朗活泼、饱满华丽		
		中差色对比	色环上间隔90°的色相差比较明确	介于类似色与对比色之间	中差色的是一种常用的色彩对比关系		
		临近色相对比(类似色)	相邻的色相，色相差别小，夹角在45°左右	红与橙 黄与绿 橙与黄	整体调和又包含变化的色彩对比关系		
同类色相比	色相环上距离较近的色彩关系	夹角在15°左右 如中绿与翠绿、黄与柠檬黄、朱红与大红	色调统一，是调和的色彩对比关系				

六、课程实施建议

（一）教学团队的基本要求

教学团队的素质培养以职业道德素质、专业理论知识、专业实践技能、教育教学能力、课程和教材设计能力、科研创新能力为基本内容。教学质量取得成功的关键是拥有一支教学与实践经验丰富、治学严谨、锐意进取、勇于创新，爱岗敬业、团结协作、结构合理的教学团队。

根据专业人才培养需要，本课程教师应具备以下 3 方面的基本能力：

1. 具有良好的思想政治素质和教师职业道德；
2. 掌握色彩构成区别于色彩绘画的知识与方法，了解色彩构成的发展状况、并且有很强的美术功底与基础造型能力等；
3. 掌握职业教育教学方法，具有课程设计和教学实施的能力。

相关核心课程的实践教学中均应聘请具有丰富项目经验的行业人员参与课程建设和担任兼职教师。

针对色彩构成这一专业基础课程，我们需要拥有专业美术功底教师，在教师基础造型能力中尤其突出色彩造型能力，有很强的色彩感觉和色彩灵敏度，能够从事复杂的色彩构成教学活动，并能够引导学生强化色彩构成能力，提高学生对于色彩的理解能力和运用能力，提高视觉审美能力和丰富的色彩想象力，为进一步学习设计类专业课打下坚实的基础。

（二）教学硬件环境基本要求

针对色彩构成这类造型基础课程，所要求的教学硬件环境相对较为简单，多媒体教室，画室，有一个较好的绘画氛围，静物中的瓶瓶罐罐，各类用作摆放的静物，衬布，还有绘画工具如：色彩颜料，色彩画笔，画板，画架，曲线板，直尺，纸张，铅笔，炭笔，马克笔，针管笔，中性笔，橡皮，橡皮泥等等。

（三）教学资源基本要求

在色彩构成教学中我们为实现教学效果地开展提供了大量的色彩构成素材和各种可利用的条件，包括教材、案例、影视、图片、课件等，也包括教师资源、教具、基础设施等。

我们利用一切有助于教育、教学的物质条件、自然条件、社会条件以及媒体条件。在教学资源构成的大环境下，学生的学习需求在教师的指导下，可以主动的利用资源

来满足。我们认识到，不仅教学媒体是教学资源，教师和学生也是教学资源，要充分利用一切可以利用的资源，为学生创造一个更完善的环境。

我们除了拥有传统的图书馆、资料中心这些学习资源环境外，随着网络技术的发展、网络日益强大，为人类提供了最为广泛的教学资源。网上教育资源形式多样、种类繁多，了解教育资源的分类及其特点，将有利于高效地获取资源，也能更好的在实际教学中利用这些资源。