

普通高等学校本科专业设置申请表

(审批专业适用)

学校名称 (盖章): 浙江万里学院

学校主管部门: 浙江省教育厅

专业名称: 品牌设计

专业代码: 130513

所属学科门类及专业类: 艺术学 设计学类

学位授予门类: 艺术学

修业年限: 四年

申请时间: 2024 年

专业负责人: 张宜平

联系电话: 0574-88222590

目 录

1. 普通高等学校增设本科专业基本情况表
2. 学校基本情况表
3. 申请增设专业的理由和基础
4. 申请增设专业人才培养方案
5. 专业主要带头人简介
6. 教师基本情况表
7. 主要课程开设情况一览表
8. 其他办学条件情况表
9. 学校近三年新增专业情况表
10. 增设专业的区分度
11. 增设专业的基本要求
12. 医学类、公安类专业相关部门意见

填 表 说 明

1. 申请表限用 A4 纸打印填报，并按专业分别装订成册，一式两份。
2. 若为申请设置尚未列入《普通高等学校本科专业目录》（以下简称《专业目录》）的新专业（无专业代码者），请参照《专业目录》，按专业的学科属性和专业类填写建议代码。
3. 在学校办学基本类型、已有专业学科门类项目栏中，根据学校实际情况在对应的方框中画√。
4. 本表由申请学校校长签字报出。
5. 申请学校须对本表内容的真实性负责。

1. 普通高等学校增设本科专业基本情况表

专业代码	130513	专业名称	品牌设计
修业年限	4 年	学位授予门类	艺术学学士
学校开始举办本科教育的年份	2000 年	现有本科专业 (个)	48 个
学校本年度其他拟增设的专业名称	生物医学科学	本校已设的相近本、专科专业及开设年份	视觉传达设计 2002 年 会展经济与管理 2003 年 广告学 2002 年
拟首次招生时间及招生数	2024 年 60 人	五年内计划发展规模	8 个班 240 人
师范专业标识 (师范 S、兼有 J)		所在院系名称	
高等学校专业设置评议专家组织 审核意见	(主任签字) 年 月 日	学校审批意见 (校长签字)	(盖章) 年 月 日
高等学校 主管部门专业设置评议专家 组织意见 (增设尚未列入《专业目录》 的新专业填写)	(主任签字) 年 月 日	高等学校 主管部门审核 (审议) 意见	(盖章) 年 月 日

2.学校基本情况表

学校名称	浙江万里学院	学校地址	浙江省宁波市鄞州区钱湖南路8号	
邮政编码	315100	校园网址	http://www.zwu.edu.cn	
学校办学基本类型	<input type="checkbox"/> 部委院校 <input type="checkbox"/> 地方院校 <input checked="" type="checkbox"/> 公办 <input type="checkbox"/> 民办 <input type="checkbox"/> 中外合作办学机构			
	<input checked="" type="checkbox"/> 大学 <input type="checkbox"/> 学院 <input type="checkbox"/> 独立学院			
在校本科生总数		专业平均年招生规模		
已有专业学科门类	<input type="checkbox"/> 哲学 <input type="checkbox"/> 经济学 <input checked="" type="checkbox"/> 法学 <input type="checkbox"/> 教育学 <input checked="" type="checkbox"/> 文学 <input type="checkbox"/> 历史学 <input checked="" type="checkbox"/> 理学 <input checked="" type="checkbox"/> 工学 <input type="checkbox"/> 农学 <input type="checkbox"/> 医学 <input checked="" type="checkbox"/> 管理学 <input checked="" type="checkbox"/> 艺术学			
专任教师总数(人)	1081人	专任教师中副教授及以上职称教师数及所占比例	603人 54.5%	
学校简介和历史沿革(300字以内, 无需加页)	<p>我校是经教育部批准成为“公办高校实行新的管理模式和运行机制”的新型高校, 被教育专家誉为“中国特色现代大学制度的范例性实践”。现为浙江省应用型建设试点示范学校、全国深化创新创业教育改革示范高校。占地面积1388亩, 建筑面积65万平方米, 分设钱湖、回龙校区, 有商学院、物流与电子商务学院、大数据学院等11个二级学院, 全日制在校生2万余人。围绕“高水平应用型大学”建设目标, 创建“研究性教学、产科教融合、创新创业教育和国际化视野等四维联动的人才培养和国有民办机制活力”特色。</p> <p>学校已有69年办学历史, 经历了宁波农业专科学校、宁波农学院、浙江农业大学宁波分校、浙江农村技术师范专科学校等时期。1984年, 浙江农业大学宁波分校改办为浙江农村技术师范专科学校, 在此期间, 曾与浙江农业大学、浙江师范大学等高校联合进行本科教育。1999年改制为浙江万里学院。2000年开始独立本科教育, 2002年经教育部评估, 正式升格为本科院校。2004年, 与英国诺丁汉大学联合创办了全国第一所中外合作大学——宁波诺丁汉大学; 2005年, 以优异成绩通过教育部本科教学工作水平评估; 2011年, 学校被国务院学位委员会批准为硕士专业学位研究生教育试点单位, 并成为试点单位联盟理事长单位; 2018年, 在德国汉堡设立浙江万里学院海外校区。</p>			

注: 专业平均年招生规模=学校当年本科招生数÷学校现有本科专业总数

3. 申请增设专业的理由和基础

(应包括申请增设专业的主要理由、学校专业发展规划及人才需求预测情况等方面的内容)(如需要可加页)

随着全球经济一体化的发展和中国改革开放的深入,中国涌现出了大批行业品牌。一些品牌企业不仅逐渐主导了国内市场,而且正不断走向国际市场。中国目前也成为世界最大的出口国,正在由制造大国向品牌大国崛起,而中国要迈向品牌大国,中国品牌必须在世界知名品牌中占有一席之地。品牌行业发展离不开品牌设计人才的培养,这是在新格局理念下将设计与市场、新技术与文化融合发展的良好契机,需要我们抓住机遇,助推品牌设计人才培养的健康发展。浙江万里学院基于国际化创新应用型的办学定位,充分利用国外合作大学办学资源,拟以“融合、创新”的理念增设品牌设计专业,培养具备人文素养和艺术眼界、掌握品牌科学方法、品牌营销和数字媒体技术的国际化新型设计人才。

一、增设品牌设计专业的必要性分析

1. 适应品牌行业发展现状

1.1 目前我国品牌的建设存在诸多问题

品牌是业乃至国家综合实力和核心竞争力的体现。作为世界制造大国,随着经济水平的持续飞跃,加之互联网的助推,中国不仅经济总量位居世界前列,同时有170多种产品产量居世界第一。2021年8月,美国《财富》杂志发布的2021年世界500强企业名单中,中国企业入选143家位列第一,美国有122家公司上榜。然而,2021年12月,世界品牌实验室公布了世界500强品牌榜单。在这份榜单中,美国以198家入榜的数量位列第一,法国48家,日本46家,中国44家,英国37家。这两份榜单一定程度上显示出当前中国品牌企业的整体发展状况:民族品牌“大”而“不强”;庞大的硬实力背后是缓步前进的品牌文化软实力;在市场竞争中严重缺乏具有我国自主知识产权和国际竞争力的自主品牌;无论是品牌系统建设、品牌价值含量、品牌生命力、品牌数量、品牌原始创新、品牌设计传播等方面,都与世界领先水平存在较大差距;尤其在区域性和地方性品牌在建设和转型方面,与第一梯队的知名品牌逐步脱节,最终呈现出不均衡的发展现状。因此,加快中国品牌走向世界、打造高价值长寿品牌,推动经济高质量发展,已成为当务之急。

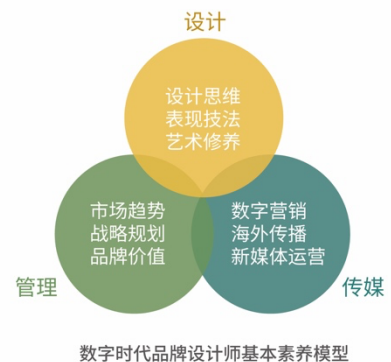
1.2 传统人才培养模式无法适应市场需求

当前国内很多高校在专业设置与专业建设中仅将品牌设计作为视觉传达设计专业下的一个学习模块，学生仅从艺术设计这一单一角度认识品牌。作为人才输出与教学主导方亟需意识到品牌设计是以品牌思维为核心，以市场需求为导向的多维度复合型专业。在社会需求端，数字经济已经成为全球化经济增长的核心发动机，催化新时期市场对于品牌设计专门人才的需求，无论是数量还是质量都提出了更高的要求。企业更期待能够获得具备掌握全链条品牌发展模式（包括品牌策划、品牌创立、品牌发展战略、品牌设计以及运用数字媒体进行传播和推广）的国际化复合应用型人才。而现阶段我国的品牌设计类教学中，在课程体系内部打通品牌管理、品牌传播、品牌设计专业全通道方面的探索与实践仍处于空白状态。

1.3 品牌创意人才缺乏制约了区域品牌建设

高校作为品牌设计人才的主要输出阵地，以往传统的人才培养理念已无法满足行业对品牌设计人才的可持续发展要求。因此，品牌设计应用型人才培养也应与时俱进，助力设计学科与品牌市场高质量协同发展的同时，为新时代的品牌设计应用型人才培养贡献力量，以满足我国经济与文化发展对相关人才迫切的需求。

增设专业拟以“艺+商+媒”大类培养、多学科导师、新形态双语教学模式，结合运用国际化人才培养模式，促进多学科交叉，促进跨文化交流互动，以新导向、新形式、新发展培植更加适应新时代的“复合型全链式品牌人才之树”。

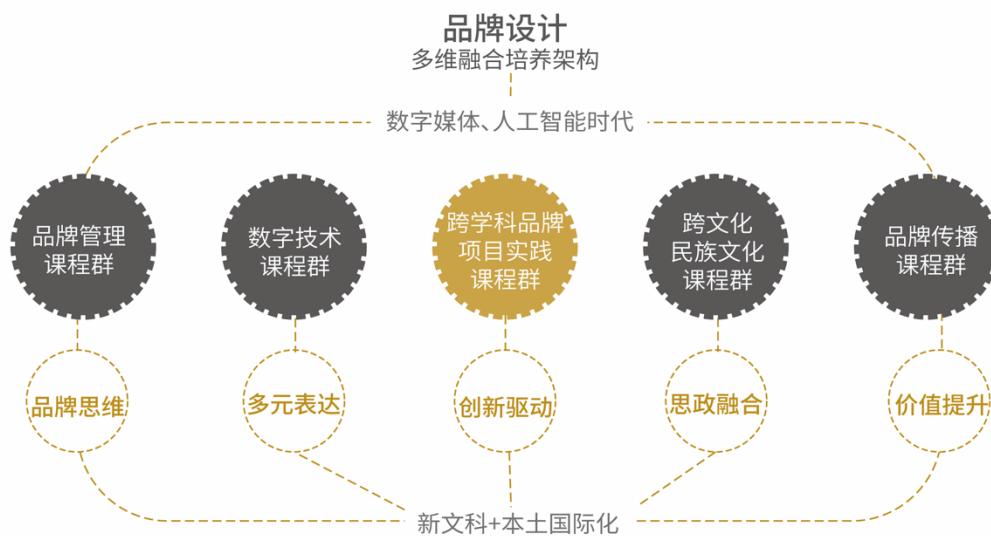


2. 响应国家政策和战略规划部署

2.1 积极履行国家新文科建设

教育部新文科建设工作组于2020年11月发布了《新文科建设宣言》，面向当下全球、国家和人类社会正在面临的变局和考验，对人才培养做出了重要部署，明确要求建设交织融合体系，充分考虑到行业特点，各个学科之间通过交叉融合，实现学科思想的包容，促使文科专业协同发展，为社会经济发展服务，以保证文科人才培养质量。我校响应国家号召，积极思考并搭建能够促进品牌设计学科人才全面发展，切实提升教育质量，支撑引领经济、促进社会发展的“艺+商+媒”应用型本土国际化品牌设计人才，培养以“具有跨文化视野、交叉学科基础和创意创新能力，掌握品牌科学

方法和先进数字技术的国际化新型品牌设计人才”为目标，加快新时代品牌设计教学教育改革发展，建构高质量品牌设计学科教学体系。



新文科背景下品牌设计专业多维融合人才培养架构

2.2 国家发展离不开品牌建设

习近平高度重视品牌建设，并指出打造中国品牌，对推动我国产业结构转型升级，具有重大而深远的意义。自2017年国务院正式批准每年5月10日为中国品牌之日起，提升全社会品牌意识，培育和宣传我国品牌正能量，让优秀品牌引导消费，拓展市场，推动中国品牌走向世界，就成为了国家强推的重要战略政策。“十四五”规划的纲要中明确指出开展中国品牌创建行动。同时，在党的十九大报告中所提到的，“三个转变”中的一项就是“中国产品向中国品牌转变”。国家对于品牌的相关政策制定的连续性，体现出品牌建设对经济高质量发展的重要性和提升中国品牌国际竞争力的紧迫性。因此，立足国家发展战略，以创新引领为根本动力，形成以“品牌思维、专业融合、设计引领、数字媒合”为基本框架的品牌设计学科体系建设是社会未来形态和品牌经济发展对高校本科设计教育的根本需求。

3. 促进产教融合人才培养模式优化

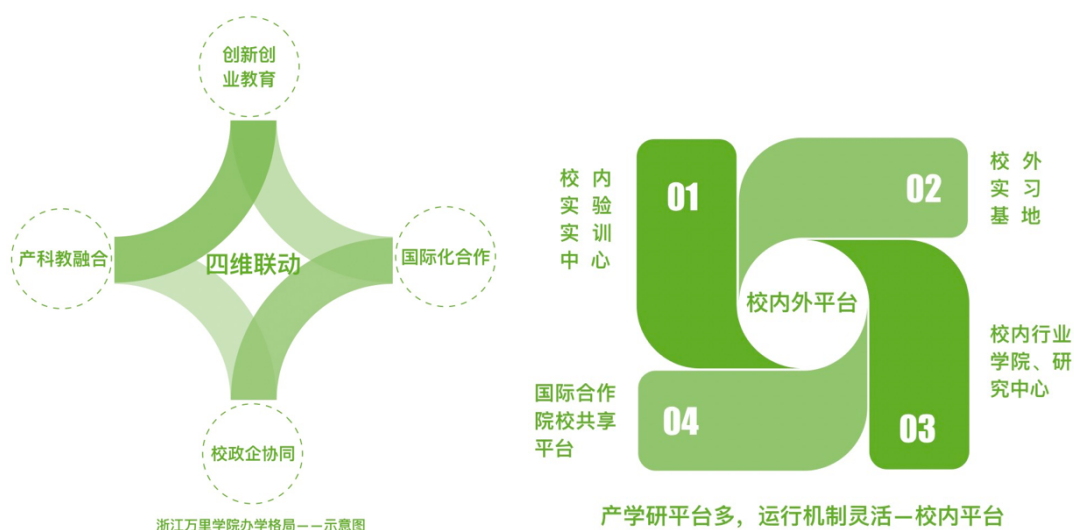
3.1 顺应数字时代的技术发展

随着信息技术以及传播媒介的快速发展，艺术设计、品牌传播、数字传媒、智能科技等学科加速融合，以数字网络和新媒体等媒介的传播形式不断革新，网络会展、平台经济、城市活跃度等品牌营销与管理的理论和实践体系不断创新，品牌创新型设计人才需求强势倍增。科创板的推出让中国的企业又迎来了“双创”升级时代，对知识产权的转化和运用提出了更高的要求。未来，一场由5G、人工智能和大数据而催

生的技术革命将促进数字经济与实体经济深度融合，为品牌数字化转型、智能化发展和国际化推广发展奠定重要基础。

3.2 优化产业人才培养模式

依据产业、行业内人才紧缺情况分析，中国不缺处于金字塔底层中的传统视觉传达设计人才，也不缺乏懂得市场管理或营销推广人员，缺乏的是既具备艺术素养，又掌握市场规律和数字媒体运营的高层次复合型人才。目前全国高校培养的创意设计人员综合人才只有 5%能达到产业的需求。高校的专业设置应与社会的人才需求合拍，依据教育部门建立的人才需求的监测预报，高校应该结合和企业发展的实际需求，及时调整或设置相关专业，以适应和满足当前市场发展对于人才需求标准的提升。加快实现由中国制造向中国“智”造转变的内在需求。



4. 助力区域经济发展与行业转型升级

4.1 助力国产品牌的海外推广

2021 年中国上市品牌的总体品牌价值为 14.65 万亿元，同比增长了 16.7%。随着中国民族品牌日渐壮大，为拓展市场，不少上市企业的品牌将在国际市场中与国外的领先品牌一决高下。而面对大量中国上市公司在国内的品牌价值很高，但在海外却鲜为人知，品牌价值受限，这样的市场需求决定了创意设计人才不仅需要较高的艺术修养和设计思维，还要兼备将管理学、传播学、设计学科相关知识整合应用的设计实践能力。新型品牌设计人才将成为本土品牌策划、品牌设计、品牌国际化推广的助推器。

4.2 加速本土行业升级转型

国家“十四五”规划和+2035 远景目标纲要中明确提出，“要开展中国品牌创建

行动，提升自主品牌影响力和竞争力，推动中国产品、服务、技术、品牌、标准走出去”。浙江省“十四五”规划提出了要推进技术创新与商业模式创新、品牌创新融合，打造“浙江制造品牌”的发展战略，引导企业想品质化、标准化、品牌化发展，打响浙江“品字标”。实现中国工厂从以 OEM 为特点的代工模式向以自主研发、自主制造、自主销售的 ODM 模式转变。

4.3 以人才培养助推行业建设

在企业品牌建设过程中，人才是关键。长三角地区上海、苏州、杭州等市政府分别出台了关于鼓励和扶持文化创意产业发展的相关政策，打造文化创意产业园区、创意企业和创意产品三大品牌系列，建设“长三角文化创意产业圈”，促进科技和信息现代服务业、游戏及文化创意产业迅猛发展，促进文化与经济的融合，提高文化资源的利用率。随着文化创意产业发展迅速，对品牌设计人才的需求也将成倍的增长，人才需求态势越来越明显。

综上所述，伴随着我国品牌经济呈现出高速发展的态势，创新型、复合型、应用型的“三型”人才成为品牌打造的核心人力资源。我校提出增设品牌设计专业，符合我国目前行业、市场新经济发展的迫切需要，更能助推浙江区域性品牌的建设、发展和海外推广。

5. 构建“艺+商+媒”多学科交叉与产业融合的学科新体系

5.1 与国际教育同步思考

美国纽约视觉艺术学院是最早将设计、品牌和战略进行交叉教育，并最先设置了 MPS（专业硕士）品牌专业。专业将文化、行为、商业和创意四个板块融入课程的构建中，以视觉设计、品牌思维、多样化品牌战略、品牌评估等综合交叉的方式，指导品牌、设计、营销和商业战略的融合，也将创造性的设计和现实性商业问题的决策过程相结合，以此构建创造力、决策力和领导力之间的智力联系。除此之外，英国伦敦艺术大学、伦敦米德赛斯大学、诺丁汉特伦特大学、伯明翰城市大学、西伦敦大学等知名大学也都将市场管理、广告传播、广告创意、视觉设计、市场营销、公共关系等专业进行整合，构建了与品牌相关的综合性学科融合型专业。综上，主动改变，与国际先进办学理念同步，综合性培养具备能够拥有更高视角统筹制定品牌战略，拥有数字媒体营销、品牌建设能力，同时掌握创意设计技能的复合型全链式品牌设计人才，加速对品牌领域专业人才的培养，以适应品牌全球化的经济发展潮流。

5.2 推动学科新体系的建立

增设的品牌设计专业是将设计学、管理学与传播学相融合，不仅响应了教育部提出的新文科建设的号召，也是一次从教育的角度对品牌设计专业的跨学科、多维度战略发展的强有力助推。结合跨文化交流互通的创新国际化教学模式，成为开启未来品牌智能化发展与国际化传播的重要前提。尽管目前，我国部分高校在不同专业已分别开设与品牌策划、品牌管理、品牌视觉化设计等相关课程，但尚未形成完整培养体系的新型教学模式，并不能满足急剧扩大的国内市场对复合创新型品牌设计人才的迫切需求，以及企业对于能够完成从品牌定位、视觉设计、到媒体推广全链式应用型人才的强烈渴望。为更好地满足创意产业融合与数字经济发展情景下对品牌设计人才的需要，此次增设品牌设计专业将统整传统模式中各自独立又零散分布的品牌相关课程，设计一套系统性品牌设计学科体系，将打通品牌建设的上下游相关课程，形成完整的品牌设计专业高阶人才培养方案，建立能够对接品牌全产业链的复合型人才模式。最终以品牌设计专业为基础，推动品牌学科新体系的建立。

二、品牌设计专业人才需求分析

1. 品牌设计专业人才紧缺的现状

品牌设计专业主要是培养能够将品牌视觉设计深度融合的、熟练掌握品牌前期策划定位、跨文化沟通、国际化传播等品牌应用领域技术人才。主要就业岗位有品牌经理人、品牌规划设计师、品牌营销设计师、品牌形象设计师等。

国家“十四五”规划中提到，实施文化品牌战略，打造一批有影响力、代表性的文化品牌，推动区域文化产业带建设。同时制定诸多利好政策来为这一发展战略“保驾护航”。从2018年起，波司登、中国李宁、华为、海尔、大疆等一批中国品牌已经走向国门，以优秀的产品赢得了世界的青睐，向世界消费者展示了中国品牌的实力，极大提高了中国品牌对全球消费者的影响力，让更多海外消费者认识中国品牌。企查查数据显示，2021年中国品牌新增数量2400多万家，同比上一年度增加25%。这让市场对品牌领域专业人才的需求也随之迅速爆发，但兼具视觉设计、市场需求和推广运营的高质量全产业链专业人才储备严重短缺的态势明显，对人才需求提出严峻挑战。据中国市场学会调查显示，随着各大企业品牌意识的提高，预计未来3年高端产品行业中的高级品牌管理人才缺口至少在10万人以上。综上所述，人力资源市场对品牌设计专业人才的需求巨大，并且呈现递增上升的明显趋势。

2. 品牌设计专业的招生就业的市场潜力大

2.1 专业吸引力大，生源市场潜力大

在以品牌战略为导向的文化创意产业中，与品牌设计融合的国际化运营和推广是最具发展潜力的朝阳产业。随着国务院 44 号文件提出的“中国品牌建设三大重点工程”落地实施，促进国家自主品牌建设，以品牌经济建设推进产业升级，以品牌推动农业品牌的发展，全面推进乡村振兴建设，并同步的推进品牌的数字化建设、现代化发展和民族品牌的国际化推广。国家政策的支持，市场行业的需求与专业人才的稀缺，无疑是给高校系统性的规划品牌专业建设，带来了一个极好的改革创新的机遇。

目前教育面临的生源主要是习惯使用网络了解世界，钟情于物联网的千禧年零零后群体。他们有独特的消费观念和方式，习惯于“认牌消费”。追求时尚品牌和个性化的定制设计让新一代的年轻人对打造小众或高端品牌产业心向往之。年轻一代是未来中国文化品牌创意产业领域的生力军，高校增设品牌设计专业正是为了抓住这样一个朝阳产业所带来的巨大机遇，把众多有兴趣和有需求的学生培养成具备持续创新能力、服务经济社会发展的未来素养型品牌设计人才。

2.2 就业渠道广泛，就业市场需求大

据达曼国际咨询(上海)发布的《2021 年中国自有品牌行业发展白皮书》数据显示，国内自有品牌整体持续跨越式增长 22.7%。英国品牌评估咨询公司品牌金融发布《2022 年全球品牌价值 500 强榜单》中，中国品牌价值合计达 1.6 万亿美元。据艾媒咨询调查数据显示，2021 年中国短视频市场规模达到 2000 亿元，并继续保持高增长态势。媒体运营平台的快速发展，能够有效的帮助品牌扩大影响力，也促进了市场对品牌设计创新型人才的需求。据中研普华研究报告《2020-2025 年中国新媒体行业市场前瞻与未来投资战略分析报告》数据显示，预计到 2023 年中国新媒体行业企业数量将达到 4723 家，市值将超过百亿元。产业的飞速发展的另一面是面临几十万的人才缺口问题。这让国内市场对品牌领域专业人才的需求也随之迅速爆发，既懂市场又懂艺术的品牌设计专业高阶复合型人才，在行业内炙手可热。

3. 企业与院校调研

3.1 调研目的

在媒介与社会同构时代，站在面向未来的视角，通过调研分析国内高校相关专业人才培养现状、路径、模式以及趋势，了解市场目前以及未来对该专业人才的需求，评估高校品牌设计类人才输出状况与人才培养成效。谋求并达成与社会需求端共同解决品牌建设人才培养必须着力解决的三大问题：1、关键因素：（顶层逻辑）革新人才

培养理念 2、基础因素：（底层操作）重塑人才培养体系 3、决定性因素：（底层操作）优化人才培养场域氛围。建构一个能够适应未来发展的品牌设计教育新体系。

3.2 调研范围及调研对象

主要针对北京、上海、杭州、苏州、无锡、宁波等地人才招聘网站、公开人才招聘信息；上海、杭州、宁波、深圳等地的国内外知名互联网公司以及与品牌相关类企业，重点是文化创意类企业，以及开设有相关类似专业的高等院校。主要些企业和学校列表如下：

主要调研企业

企业名称	企业代表	职务	调研内容	联系人
安索帕中国集团公司 (电通安吉斯投资有限公司子公司)	陈民轅	中国区首席创意官	品牌设计师、品牌策划与推广职业能力要求	张宜平
北京麦肯光明广告公司	莫康孙	总经理	创意经济经济与可持续设计人才培养	高迪
秒针营销科学院	谭北平	院长	数字化品牌设计及推广营运岗位职业能力	高迪
宁波联合动力集团有限公司	陈耀东	设计总监	品牌设计，品牌媒体推广岗位及职业能力	高迪
深圳雷鸣网络科技有限公司	张洁明	设计总监	文化创意、产品策划职业素质要求	周楠
腾讯集团(腾讯国际业务部)	巫剑龙	前端工程师	数字营销、用户体验设计、界面设计及职业素质要求	周楠
阿里巴巴集团(数字营销部)	祝士伟	品牌经理	品牌数字化传播、侧重设计的产品经理的职业能力要求	张宜平
上海天与空广告有限公司	黄海波	联合创始人兼首席创意官	创意产业、品牌设计所需人才能力模型	张宜平

主要调研院校

院校名称	院校代表	职务/职称	调研内容	联系人
上海交通大学设计学院	李鹏程	视觉传达设计系主任	视觉传达设计、数字媒体设计人才培养模式及课程体系	张宜平
中国美术学院国际联合学院	汪建军	院长助理	国际化课程设置、品牌数字化相关课程设计与评估方法	张宜平
同济大学设计创意学院	陈健	教授	学科建设、专业设置的合理性、与其他专业的关系	张宜平

北京师范大学珠海分校设计学院	刘亚明	数字媒体艺术系主任	数字媒体设计人才培养模式与评价方式	张宜平
东华大学上海国际时尚创意学院	李峻	院长	校企合作、国际化创意人才培养和实训	张宜平
华东理工大学艺术与 design 学院	倪俊	研究员	数字驱动型企业急需人才模型、课程设计	张宜平
上海应用技术大学艺术与 design 学院	林迅	院长	品牌设计类专业所需实验室建设与师资团队建设	张宜平

3.3 调研结果

基于以上调研，从企业给与的反馈可以发现，人工智能时代，媒介与社会一体同构、全球秩序重构的背景下，未来的教育是多维融合的教育。然而，传统视觉传达设计专业沿用设计艺术单一学科培养模式，培养的学生虽然掌握了本专业或本领域内的相关知识和技能，但单一学科只重视设计艺术的培养模式难以应对数字媒体时代不断变化发展的市场与行业对品牌升级的需求。当前我校申请增设品牌设计专业既符合产业发展的需要，也符合国家政策引导的方向。通过调研，我们更加明确了本专业应在品牌思维核心引领下，从院校层面整合国内、国际行业资源，破除设计学、管理学、传播学以及数字媒体技术等学科壁垒，在多维融合中探索培育具备未来素养型的本土国际化品牌建设人才培养路径，以对接国际化产业链需求，实现跨界互联互通。

三、增设品牌设计专业的可行性分析

基于国家、社会、经济发展对人才的需求分析和对品牌设计人才的能力结构分析，并结合我校在艺术设计、会展管理、传播学等相关专业有良好的基础，具备培养品牌设计全链条能力的高级技术应用型人才的基本条件。

1. 具备明确的专业定位与培养目标

本专业基于设计、商学与传媒深度融合的教学理念，结合国家文化品牌战略，以服务我国区域品牌建设为宗旨，充分利用我校国际合作教学基础与浙江万里学院汉堡校区的优势条件，系统引进德国品牌应用科学大学办学模式以及教学资源。以“2035远景目标”与新文科建设的融合为出发点，以创新品牌设计应用型人才培养为目标，对接企业发展和市场实际需求，以职业需求为导向、以实践能力培养为重点、以产学研用结合为途径，在文化创意产业和品牌智能化构建的过程中，整合设计、艺术、营销与传播，结合商业视角，在品牌精品性策划和数字化全线营销等领域，突破以往只

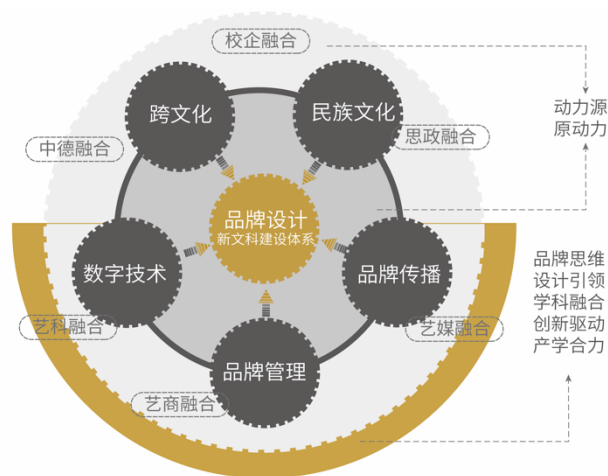
重“设计”的培养模式，培养具有跨文化视野、交叉学科知识和创意创新能力的整体化品牌战略设计人才。

品牌设计专业将建立可持续的“政产学研用”五位一体协同创新机制，搭建科学研究与产业化衔接的枢纽，建设若干产业技术变革、创新驱动的高水平专业化产教融合实训基地，把品牌设计专业打造成为集“设计人才培养、国际化营销、产业服务为一体”的“小而精”的国际一流的特色专业，成为应用型的国际化产教融合的典范；为中国的创意产业发展、品牌建设、中国产品“走出去”等发展战略提供人才和服务支撑，推动我国相关产业迈向全球价值链中高端，助力区域中高端消费、数字经济、产业升级、共享经济、绿色低碳等领域新增长点的培育。

本专业毕业生将能够在国内外品牌设计公司、广告公司、网络与互动媒体公司、数字科技公司、新媒体传播公司独立承担新媒体运营、品牌形象设计、品牌整合营销、数字品牌设计、品牌战略规划等创意和管理工作。其国际化的专业优势也有助于学生进一步到国内外大学进行进修与深造。

2. 具有创新、融合的人才培养模式

本专业人才培养主要依托浙江万里学院已有学科基础，同时借助学校与国际合作院校共建的平台资源积淀，在设计学科、管理学科和传播学科之间跨学科融合，塑造学科特色内质。在师资、课程、实践、平台等各个维度上推进学科特色的持续严谨，形成“融合、互补、支撑、共享”的闭环，实现“品牌思维、学科融合、设计引领、数字媒合、二元协同，产学合力”的国际化创新应用型人才培养模式。



品牌设计新文科建设多维融合人才培养模式

2.1 品牌思维，学科融合

新专业以品牌思维为核心，把握本学科艺术人文性、市场商业性与传媒互通性多重属性高度融合的特征。通过品牌领域的知识与技能的相互支撑与补充，在课程架构中构建专业基础课、专业核心课、专业实践课的学科间开放协同的品牌设计专业创新教学体系，发挥特设专业“新、特、专”的优势，打破一般非特设专业采用模块式课程组来进行交叉学科课程设计的常规做法，从底层基础课开始，到专业核心、专业实

践课都进行重新设计，实现新时代背景下，从品牌策划、设计、运营等全链式高度融合的创新型设计人才培养。

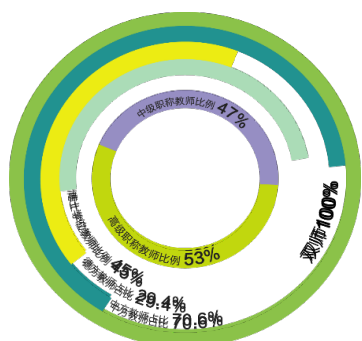
2.2 设计引领，数字媒合

以设计为引领，在品牌科学指导下，把握本专业艺术人文与科技创新双重属性高度融合的特征，从“数字原生代”学生的知识结构和工具使用习惯出发，打破在高年级才开设模块式课程的旧有模式，在视觉传达设计专业课程框架的基础上，将培养计算机软硬件技术、实践动手能力、跨文化素养的课程贯穿四年培养过程，通过艺术与科技领域的知识与技能的相互支撑与补充，在课程架构中构建专业基础课、专业核心课、专业实践课的学科间开放协同的国际化创新教学体系，发挥特设专业人才培养“底层重构”的原生优势。

2.3 双元协同，产学合力

在教学中倡导跨专业、跨校项目制合作，全产业链角度进行模拟仿真实训。引进国际优质行业资源，引入国际行业企业专家开设工作坊，指导学生参加国际高水平行业竞赛。与中、德著名企业共建“校企联合品牌实验室”，在教学与科研中完成项目实践和成果转化，为企业提供相关设计服务。引进德国设计委员会资源，为学生提供在协会内会员企业顶岗实习的机会。建立“校企融合项目实践孵化中心”，为实践教学提供实操平台，采用“三导师制”指导、帮助学生完成相关品牌课题。

3. 具备扎实的专业建设基础和多元化的师资配备



品牌设计专业师资构成

增设品牌设计专业，不仅具有产业发展的紧迫性，人才培养和教育发展的必要性，更具有良好的政治、地域和学科专业等合作条件和扎实的工作基础。随着内外部条件的改善和人才培养的需要，我校已经围绕品牌设计的建设开展各项工作。为培养品牌设计完美融合的应用型人才，针对地方经济特点与我校学科特色，同时借鉴了国内外应用型大学相关专业的课程，制定了理论与实践应用相结合的本科生培养方案。增设品牌设计专业

能够从已开设的视觉传达设计、广告设计、新媒体传播、会展策划与管理、大数据分析应用、跨文化营销等专业扎实的专业建设基础中，得到这些专业在智力、人力、课程等方面的有效支撑。

与增设专业密切相关的设计学专业为宁波市重点学科，会展经济与管理专业为首

批国家级一流本科专业建设点、国家特色专业、省重点专业、特色专业、市重点专业、优势专业，拥有创意设计产业与城市发展研究中心（宁波市教育局设立，与中国社科院经济研究所合作）、会展经济研究所（与宁波市会展办合作）；网络与新媒体专业是浙江省新兴特色专业、“十三五”特色专业，其下属传媒实验中心是浙江省实验教学示范中心，与网易传媒建立万里-网易直播学院，与中青华云新媒体科技有限公司建立中青万里新媒体研究院。大数据与大数据技术专业下的“万里笃创”众创空间被国家科技部认定为第三批国家级众创空间，以“智能硬件”和“互联网+”项目为重点培养方向，构建高校和地方产业相结合的开放式众创平台。

浙江万里学院与德国品牌应用科学大学在 2018 年 4 月共同成立了中德设计与传播学院，目前已举办了包括视觉传达设计在内的 4 个 2+2 专业，实现 90% 以上的专业课全英语教学，德国大学共派遣 35 人次的教师（其中 7 名已被我校聘为专任教师）来中德学院教授专业课，授课总时长超过 2000 课时，并举办各类外教讲座、工作坊 30 余次，学院中德合作的基础日益巩固。在此牢固的合作基础上，本专业师资团队建设同样体现了“交叉融合”的新文科建设要求与“国际化”背景的鲜明特色。师资整合了我校视觉传达设计、广告设计、新媒体传播、大数据分析应用、会展策划与管理、跨文化营销中教学与研究领域，以满足品牌设计交叉融合要求的精干师资，并部分引进我校的德国合作大学——德国品牌应用科学大学数字设计系的优秀教师团队作为专任教师共 18 人，其中，副高以上职称 11 人，占比 61.1%；具有博士学位者 5 人，占比 27.7%；国际师资或具有国际化背景的本土师资共 11 人，占比 61.1%；所有教师都具备行业从业经验。基于此，本专业将组成一支中青年教师为主，品牌设计融合，跨文化互通合作，双师型全覆盖的教学与科研团队。学校与中德设计与传播学院将提供建设专项经费，以支撑本专业的开办费用。

4. 能够充分发挥学科融合互补的潜能

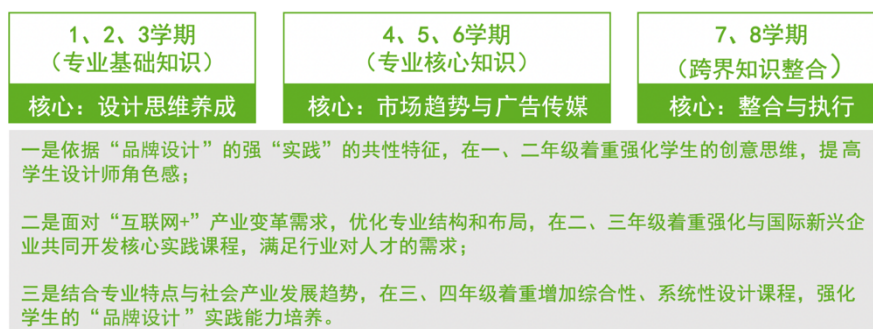
品牌设计专业将在我校现有学科基础上，按照“构建一个体系、把握双重属性、坚持三位一体、强化四大支撑”进行专业布局，系统梳理跨界融合的人才培养方案与人才输出路径。构建学科间开放协同的品牌设计专业创新教学体系，对品牌系统化设计理论基础薄弱、品牌制度建立、品牌文化塑造等重点难点问题，建立设计与规划相结合的基础理论和适应中国品牌建设和发展的体系，同时布局建设品牌设计专业学生创新项目实践基地，壮大应用型高端品牌策划和设计人才队伍培养，促进学科间协同互动，形成本专业持续创新能力。

在设计学科（交互设计、视觉传达设计、产品设计）、管理学科（会展策划与管理、市场趋势分析、品牌管理）和传播学科（广告策划、广告设计、新媒体运营）之间，在师资、技术、资源、课程、平台各个维度上形成“融合、互补、支撑、共享”的闭环，以品牌设计新专业的建设作为三大学科板块的桥梁和纽带，形成原本割裂的三个学科版块间的交互发展的良性态势，同时将现代信息技术和国际化融入其中，构建多维度交互融合的专业课程架构（如下图）。



品牌设计专业多维融合人才培养课程体系

把握本学科艺术人文性、市场商业性与传媒互通性的多重属性高度融合的特征，促进内容生产和传播手段现代化，加大文化创意产业、市场需求与媒体交互领域融合的空间。将品牌设计融合相关的横向科研、纵向科研项目研发、课程体系建构列入我院重点工作计划，加大支持力度，聚焦目标、突出重点，形成梯次接续的系统布局（如下图）。

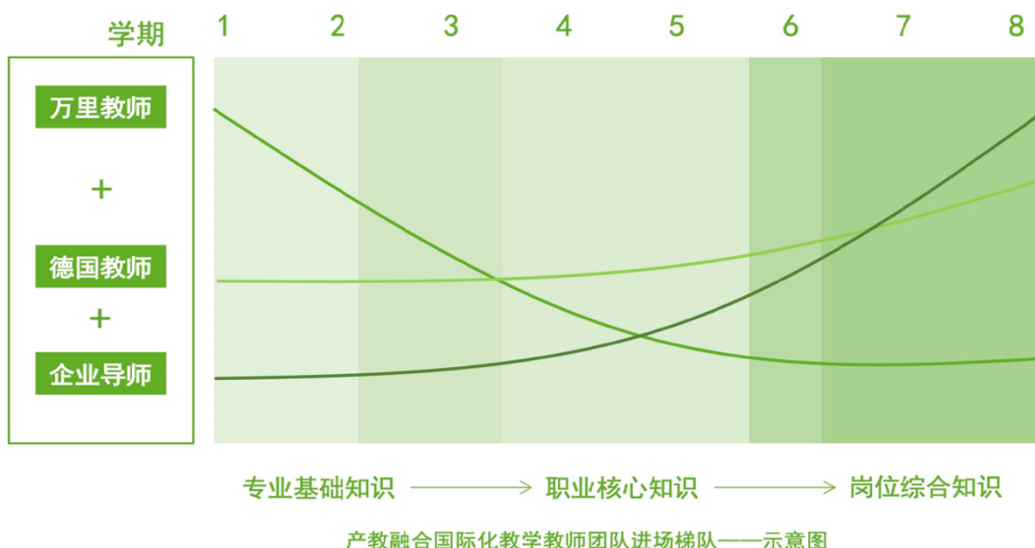


产教融合-课程体系示意图

5. 具备国际化、应用型的专业特色

国际化办学特色：我校 2018 年国际化办学在浙江省应用型本科院校排名第 4 位，连续 3 年进入“中国大学国际化竞争力评级 500 强”200 强，2019 年位列排行榜 120 位。继 2004 年创建第一家中外合作大学“宁波诺丁汉大学”，2015 年 10 月，浙江万里学院与德国品牌应用科学大学启动了校际科研合作；2016 年 6 月，两校校长签订框架协议，就国际化合作项目在中国和德国分别建立基地；2016 年 7 月，洽谈“2+2”合作办学项目在浙江万里学院落户，成立中德设计与传播学院；2018 年成立“浙江万里学院德国汉堡校区”。

品牌设计专业将在浙江万里学院中德设计与传播学院国际化教学环境下筹建，学院已系统引进德国行业企业教学与实践资源和国际先进水平的教育标准体系，在教育制度、教育理念、教育内容、教育方法、教育模式上相互学习和借鉴；以德国品牌应用科学大学为平台，基于前期系统引进德国的数字化设计产业的先进技术、企业与项目，建构双向融合国际化教育体系，在视觉传达设计专业人才培养过程中，将品牌设计意识和国际化交流观念渗透到办学体系和办学全过程，并已获得丰富教学成果。为提升国际化应用型人才培养质量，实现变道超车、特色发展，为提高我国数字设计与创意产业发展提供技术支持（如下图）。



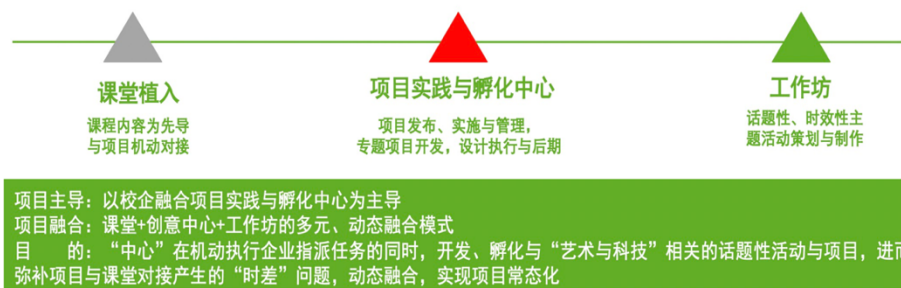
应用型课程特色：通过实施项目化、小班化、专业课中英双语教学，为学生提供跨学科、海外企业和院校学习交流机会，提升人才培养的创新性、多维度和国际化能力。通过中德国际知名企业的实践实习，提升学生国际就业竞争力和服务产业发展的服务能力。以项目实践为中心，把开发学生的创造性思维作为人才培养主线贯彻始终，推进产学研用合作培养，实现产学结合、创意与设计实践结合，实施全学程的小班化

和“校企双导师”培养。中德学院的学生需要用英语作为学术语言阅读相关教科书、学术期刊，参加小组讨论，完成老师布置的相应课题等。学院为学生提供在德企专业实践，体验世界一流设计与传播企业的学习工作经历。

6. 具备“双元协同”的校内外实习实训条件

校内：已具备多个中央财政和省财政资助实验与实践教学平台，如数字视觉创意与交互设计验证实验室、数字媒体与游戏设计实验室、信息可视化实验室、产品虚拟设计实验室等，以及万里-网易直播学院、创意设计产业与城市发展研究中心、会展经济研究所包括凤凰数字创意学院（凤凰卫视集团合建的行业虚拟学院）、（全国）高校数字媒体产教融合创新应用示范基地、宁波市文化创意学院（我校牵头，宁波市委宣传部与宁波市教育局批准成立的产业虚拟学院）、浙江万里先行协同创新设计中心、浙江省哲学社会科学重点研究基地（临港现代服务业与创意文化研究中心）、阿里云大数据应用学院、中欧高等教育联合体-宁波品牌与设计推广中心（浙江万里学院德国汉堡校区）等多个实践平台。在此基础上，还将另外筹建智能设计实验室、交互行为与认知实验室等新型实践教学平台。

校外：学校紧密联系数字创意、文化创意产业，依托长三角区域丰富的经济文化资源与国际合作院校资源，同时共享开拓校政校企合作，建在已有的与本专业相关的校内外实习实践基地 30 余家的基础上，依托中德设计与传播学院共享德国设计委员会、德国品牌协会及其会员企业相关资源，与德国设计委员会及其 300 多家国际会员企业在中国的分支机构密切合作，实施产教融合与校企合作的培养体系，德国品牌企业接纳学生为实习生和员工等。与合作企业实施学校、基地、企业交替学习、研究和工作的模式，依托校企合作，与企业展开人才联合培养。

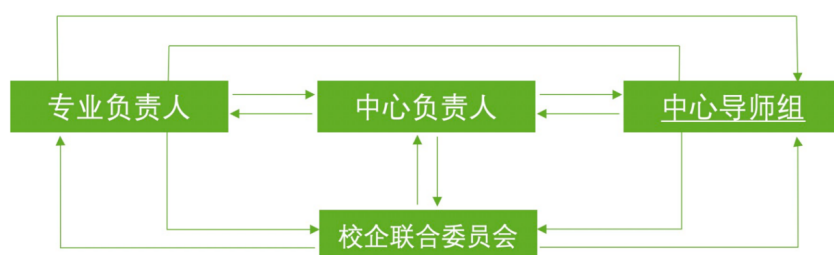


“校企融合项目实践&孵化中心”项目动态融合执行模式——示意图

坚持以品牌设计为主体的产、学、研“三位一体”协同推进。为适应文化创意产业与品牌行业建设的特点和趋势，强化创新链和全品牌产业链深度融合，同市场需求

和传播推广互动演进，强化校企深度融合，我院在引进海外高端人才，共建教学团队，推动师资队伍国际化，带动办学能力和水平的快速提升的同时，开发国内外、校内外项目实践基地。校企互派技术与科研人员，以技术突破为目的，建立产学研“三位一体”的实践教学体系。以应用实践推动学科体系优化。实现专业发展和持续提升，确保理论上走在前面、技术上占领制高点、应用上安全可控（如下图）。

校内外实习、实践项目统一在中德设计与传播学院下的“产教融合项目实践与孵化中心”统一规划管理下进行，已形成完善的导师梯队、学生团队，项目执行以管理中心负责制进行，采用集体探讨、分工合作的方式，以课程、课程群、创意中心的团队形式完成具体项目（如下图）。



“产教融合项目实践与孵化中心”项目管理——示意图

以专业负责人，创意中心负责人、骨干教师、企业导师为核心，形成实践与孵化中心领导小组。校企双方共派核心成员成立校企联合委员会，作为项目督导组。由委员会制定“中心”规章制度与执行方案，监督管理项目进度，从制度上保障合作项目的有效、有序进行。采用集体探讨、分工合作的方式，以课程、课程群、创意中心的团队形式完成具体项目

4. 申请增设专业人才培养方案

(包括培养目标、基本要求、修业年限、授予学位、主要课程、主要实践性教学环节和主要专业实验、教学计划等内容)(如需要可加页)

品牌设计专业人才培养方案

一、培养目标

本专业在中国文化主体意识与文化坐标主导下与欧洲设计教育体系相对接，培养能够掌握品牌设计专业知识及研究方法、了解行业发展趋势，具备在系统设计思维指导下的品牌设计、品牌创新能力、跨文化能力、跨学科整合能力的德智体美劳全面发展的国际化高素质应用型新文科人才。学生毕业后能够以全球视野在国内外品牌设计公司、广告公司、数字媒体设计公司、平面设计公司、网络与互动媒体公司、出版社、报社、电视台或企业独立承担品牌创建、广告创意、数字交互、印刷出版等领域，从事设计创意、品牌建设与维护、用户体验设计项目管理等方面工作。

本专业期待学生毕业后五年左右达到以下目标：

1. 具有良好的道德信念和民族文化担当精神，在设计实践中助力本土品牌国际化；
2. 具有良好职业素养、团队协作能力和国际沟通能力，解决复杂设计问题的能力；
3. 专业知识运用能力明显提升，能通过掌握行业发展动态指导品牌设计实践工作；
4. 具备以国际化视野、互学互鉴以及求实与创新的精神对外进行专业和技术交流；
5. 能够成为知行合一、跨界整合能力强的国际化创新应用型新文科人才的典型。

二、毕业要求及知识、能力、素质实现矩阵

(一) 毕业要求

1 思想与文化素质要求

1-1: 思想素质：坚持正确的政治方向，拥护中国共产党的领导，热爱祖国；理解国情，对国家、民族、社会和他人具有责任感和奉献精神；树立正确的职业精神，践行社会主义核心价值观和科学的世界观。

1-2: 文化素养：培育具备较丰富的人文知识、人文修养和良好的设计艺术素养；辨别正确的伦理道德，培育敬业、守业的职业精神，具有全球视野和与时俱进的开拓意识。

2 专业知识与技能要求

2-1: 基础知识与基础技能: 在品牌系统思维指导下,理解并运用专业知识和专业技能,具备从事品牌设计相关领域工作所必备的基础理论、基本知识、基本技能、基本方法;

2-2: 专业知识与数字技术: 了解品牌设计与数字化品牌视觉传播等知识体系之间的关联,运用品牌设计思维与设计方法,结合数字媒体技术进行品牌设计的能力;

2-3: 设计思维与整合能力: 培养在实践探索发现问题和解决问题的思维方法,在设计研究、探索的过程中学会运用集成、整合知识的能力,学会在解决问题的过程中进行设计。

3 组织协调与沟通表达能力

3-1: 领导与组织协调能力: 具备一定的领导、组织、协作能力,能综合采用多种思维方式分析和解决问题;

3-2: 有效表达与沟通能力: 展示出具有较强的口语表达能力,能够有效的与专业同行和社会公众进行沟通;能够使用书面和口头表达的方式与业界同行和社会公众就品牌设计相关领域的问题进行有效的交流与沟通。

3-3: 较强的设计表达能力: 具有将设计作品的图形语言转译为口头、文字等方式表达的综合能力,能够独立完成品牌设计策划、设计报告及设计提案的撰写。

4 国际视野与国际竞争力

4-1: 具备国际沟通能力: 掌握一门外语,能够对听、说、读、写进行熟练交流,具备国际视野、国际化的职业素养;在进行国际沟通交流时跨越文化边界,以包容的态度接受并适应中西文化差异。

4-2: 具备国际竞争能力: 了解本专业领域国际发展趋势,能跟踪和预测行业发展动态,具备本土文化国际化的设计能力,能为提升本土企业品牌国际化、品牌出海提供智力与专业技术支撑的国际竞争能力。

5 批判思维和创新能力

5-1 具备批判思维: 能够以家国情怀、人类命运共同体为思考原则,以开放的国际视野、批判性思维,在服务企业项目设计中通过运用本专业专业知识解决复杂问题的洞察力、思辨力、决策力和创新能力,为商业项目提供对策和解决方案。

5-2: 具备创新能力: 能够以全球视角与可持续发展的世界观, 以创新和开辟精神, 在品牌设计相关领域的项目实践中开拓新方法、新元素、新技能与新路径的创新意识, 做国家富强的人才动力。

6 跨界整合与国际产学实践能力

6-1: 跨界整合能力: 洞察科技发展趋势, 系统掌握计算机与数字媒体技术的基本知识和基本技能, 能够将品牌设计、品牌传播、数字技术等领域知识交叉贯通, 在企业项目中实现设计与传播、设计与科技创新融合, 成为具有核心竞争力的新文科复合型人才;

6-2: 国际产学实践能力: 能够将所学设计知识与技能集成、创新并应于学院提供的国际产教融合实践项目中, 将研究型思维与思辨思维贯穿于项目实践始终, 探索、研究并总结经验, 成为国内企业品牌国际化和将产品推向海外市场的国际化本土应用型人才。

7 创新学习方法与终身学习能力

7-1: 创新学习方法: 以掌握良好的学习方法, 在经验中总结创新学习方法, 培养探索与研究能力;

7-2: 终身学习能力: 具有自主学习和终生学习的意识, 有不断学习和适应发展的能积极正确的价值观。

(二) 课程体系与毕业要求指标点的任务矩阵

课程体系支撑毕业要求指标点的任务矩阵如表 1 所示, 此表描述课程体系对毕业要求指标点的支撑情况, 明晰了课程的任务, 根据课程对指标点的贡献度大小, 课程对指标点支撑强度分为高支撑、中支撑和低支撑。

注: H-高支撑 M-中支撑 L-低支撑

课程体系支撑毕业要求指标点任务矩阵

毕业要求	一级	思想与文 化素质要 求		专业知识与技能 要求			组织协调与沟通 表达能力			国际视野 和国际 竞争力		批判性思 维和创新 能力		跨界整合 与国际产 学实践能 力		创新学习 方法与终 身学习能 力	
	二级	1-1	1-2	2-1	2-2	2-3	3-1	3-2	3-3	4-1	4-2	5-1	5-2	6-1	6-2	7-1	7-2
思想道德与法治		H	H													M	
大学生心理健康教育		H	H				L	L	L							H	H
军事技能		H	H														
军事理论		H	H														
计算机应用基础														H	H	M	M
计算机实用技术														H	H	M	M
马克思主义基本原理概论												L	L			H	H
毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论		H	H													M	
思想政治理论课实践		H	H														
学术英语 听力								H		H						M	M
学术英语 口语								H		H						M	M
学术英语 阅读								H		H						M	M
学术英语 写作								H		H						M	M
体育与健康			M													H	H
高级英语听说								H		H						M	M
高级英语读写								H		H						M	M
设计美学与设计思维				H	H	H				M	H	H				M	M
图形创意				H						M						M	M
字体设计		H		H						M	H					M	M
品牌设计基础				H						M	H					M	M

品牌管理基础			H	H	M				M	H					M	M
信息设计					H				M						M	M
传统视觉艺术与现代设计	H		H		H				M	H		H			M	M
中国文化与品牌设计	H		H		M		M	L	M	H			M	H	M	M
包装设计			H		H				M					M	M	M
交互体验设计			H	H					M	H			H	M	M	M
品牌全案设计			H	H	H	M	M	H	M	H			M	H	M	M
数字化造型语言			H	H					M	H			H	M	M	M
动态图形设计			H	H					M	H			H		M	M
商业插画			H	M	M				M	M					M	M
版式设计			H	M					M	M					M	M
摄影			M	M					M	M					M	M
品牌视听设计			H	H					M	M			H		M	M
动态影像设计			H	H					M	H			H		M	M
跨文化能力发展	L	L							H	H					M	
跨学科实践项目	M	H	H	H	H	M	L	H	M	H	M	M	M	H	M	M
毕业设计			H	H	H	M	M	H	M		M	M	M	H	M	M
设计思维与可持续			M	M	M				M	M	M	M			M	M
设计心理学					M				M		M					
跨媒介叙事			H	M	H				M				H		M	M
包装容器设计			H	H					M				H		M	M
出版物设计			M						M						M	M
传统文化考察	H	H	H						M	M					M	M
设计考察	M	M							M	H	M				M	M
行业考察	M	H							M	H	M			L	M	M
形势与政策	H	H							M	L					M	M
职业素养提升与就业指导	M	M		M					M						M	M

国际设计与创新趋势				M	M					M	H			H			M	M	
视觉日志		M	H																H

三、基准学制 四年

四、授予学位 艺术学学士

五、主干学科 艺术学

六、核心课程

设计美学与设计思维、图形创意、字体设计 1、字体设计 2、品牌管理基础、品牌设计基础、信息设计、传统视觉艺术与现代设计、中国文化与品牌设计、品牌全案设计、包装设计。

七、课程设置结构及学分要求

本专业毕业最低学分为 160 学分。学生在校期间另需完成 4 学分生活思政（含劳动教育）内容，该教学内容由学生工作部负责落实完成。

课程类别	课程性质	学分	比例	备注
基础课程	必修课程	42	26.25%	
	限修课程	2	1.25%	
	选修课程	0	0.00%	
	小计	44	27.50%	
核心课程	必修课程	41	25.63%	
模块课程	必修课程	55	34.38%	
	限修课程	0	0.00%	
	选修课程	10	6.25%	
	小计	65	40.63%	
素质拓展课程	必修课程	10	6.25%	
	选修课程	0	0.00%	
	小计	10	6.25%	
总 计		160	100.00%	
其中：				
实践教学课程	集中性实践教学环节学分	22	13.75%	★
	独立设置实验（含实训）教学环节学分	21.5	13.44%	■
	非独立设置实验（含实训）教学环节学分	82	51.25%	●
	素质拓展课程实践学分	6	3.75%	◆
	小计	125.5	78.44%	
创新创业教育课程	必修课程	7	4.38%	▲
	限修课程	0	0%	▲
	选修课程	0	0.00%	
	小计	7	4.38%	
劳动教育课程	总学时数	16 学时		

集中性实践 课程	周数	30周		
-------------	----	-----	--	--

品牌设计专业（中德 2+2 双学位班）教学安排表

课程类别	课程代码	课程名称	学分构成			周学时构成		学期	备注	修读学分要求	中/德
			总学分	理论	实践	理论	实践				
基础课程	N1J00131	思想道德与法治 Ideology Morality and The Rule of Law	3	3		3		1		必修 42 学分	中
	N1I00450	大学生心理健康教育 Psychological Health Education	1	1		1		1			
	N1J00074	军事技能 Military Skills	2		2		2周	1	★		
	N1L00099	学术英语 听力 1 EAP Listening 1	1.5	1.5		3		1			
	N1L00187	学术英语 口语 1 EAP Speaking 1	1.5	1.5		3		1			
	N1L00100	学术英语 阅读 1 EAP Reading 1	1.5	1.5		4		1			
	N1L00186	学术英语 写作 1 EAP Writing 1	1.5	1.5		3		1			
	N1J00086	体育与健康 1 Physical Training & Health 1	0.5		0.5		2	1	■		
	N1J00070	计算机应用基础 Foundations of Computer Application	3	1	2	1	2	1	■		
	N1J00068	计算机实用技术 Practical Computer Technology	3	1	2	1	2	2	■		
	N1J00132	体育与健康 2 Physical Training & Health 2	1		1		2	2	■		
	N1J00075	军事理论 Military Theory	2	2		2		2			
	N1J00125	中国近现代史纲要 Outline of Modern Chinese History	2	2		2		2	■		
	N1L00101	学术英语 听力 2 EAP Listening 2	1.5	1.5		3		2	■		

	N1L00184	学术英语 口语 2 EAP Speaking 2	1.5	1.5		3		2			
	N1L00188	学术英语 阅读 2 EAP Reading 2	1.5	1.5		4		2			
	N1L00185	学术英语 写作 2 EAP Writing 2	1.5	1.5		3		2			
	N1J00091	体育与健康 3 Physical Training & Health 3	0.5		0.5		0.5	3	■		
	N1J00077	马克思主义基本原理 The Basic Principles of Marxism	3	3		3		3			
	N1J00094	体育与健康 4 Physical Training & Health 4	1		1		2	4	■		
	N1J00137	毛泽东思想和中国特色社会 主义理论体系概论 Mao Zedong Thoughts and Chinese Characteristic Socialism System	2	2		2		4			
基础 课程	N1J00138	习近平新时代中国特色社会 主义思想概论 An Introduction to Xi Jinping Thought on Socialism with Chinese Characteristics for a New Era	3	3		3		4			
	N1J00085	思想政治理论课实践 Practice of ideological and political theory	2		2		每学期 8 学时	1-4	■		中
	N1J00133	体育与健康 5 Physical Training & Health 5	0.5		0.5		2.0	5	■		
	N1J00134	体育与健康 6 Physical Training & Health 6	0.5		0.5		2.0	6	■		
	N0D00020	艺术导论 Art Appreciation	2	2		2		5-7			
	N0D00023	音乐鉴赏 Appreciation of Music	2	2		2		5-7			
	N0D00021	美术鉴赏 Art Appreciation	2	2		2		5-7			
	N0C00062	影视鉴赏 Appreciation of film and TV series	2	2		2		5-7			限修 2 学分
	N0C00065	戏剧鉴赏 Drama Appreciation	2	2		2		5-7			中
	N0J00110	舞蹈鉴赏 Appreciation of Dance	2	2		2		5-7			
	N0G00027	书法鉴赏 Calligraphy Appreciation	2	2		2		5-7			

	N0C00064	戏曲鉴赏 Drama Appreciation	2	2		2		5-7			
	合 计		44	32	12	45	17+2 周				
核心 课程	N5SG0001	设计思维导入 Introduction to Brand Thinking	2	2		2		1	●	必修 40 学分	德
	N5SG0002	字体设计 1 Type and Fonts 1	3	1	2	1	2	3	●		中
	N5SG0003	字体设计 2 Type and Fonts 2	3	1	2	1	2	3	●		德
	N5SG0004	设计思维与快速品牌建立 Design Thinking & Agile Branding	3	1	2	1	2	4	●		德
	N5SG0005	品牌管理基础 Foundations of Brand Management	3	2	1	2	1	3	●		中
	N5SG0006	信息设计 Information Design	3	1	2	1	2	4	●		中
	N5SG0007	跨媒介叙事与品牌活动 Transmedia Storytelling & Brand Campaigns ST	4	2	2	2	2	5	●		德
	N5SG0008	品牌规划与理念 Branding-Planning and Conception	3	2	1	2	1	4	●		中
	N5SG0009	中国文化与品牌设计 Chinese culture & branding design	4	1	3	1	3	6	●		中
	N5SG0010	包装设计 Packaging design	4	2	2	2	2	6	●		中
	N5SG0011	用户体验设计 User Experience Design	4	2	2	2	2	6	●		德
	N5SG0012	品牌全案设计 Corporate Design	4	1	3	1	3	7	●		德
	合 计		40	18	22	18	22				
	N5SG0013	形式与构成 1 Form & Composition 1	3	1	2	1	2	1	●	品牌设计 基础 必修 20 学分	德
	N5SG0014	形式与构成 2 Form & Composition 2	3	1	2	1	2	2	●		德
	N5SG0015	3D 设计 3D Design	2	1	1	1	1	2	●		德
	N5SG0016	动态设计 1-图形 Motion Design 1-Graphic	3	1	2	2	2	3	●		德
	N5SG0017	商业插画 Digital Narrative	4	2	2	2	2	5	●		德

模块课程	N5SG0018	可持续品牌：循环经济与设计 Sustainable Brands: Circular Economy & Design	2	1	1	1	1	3	●		德
	N5SG0019	版式设计 Typography	3	1	2	1	2	4	●		德
	N5SG0020	摄影 Photography	2	1	1	1	1	4	●	数字影像设计 必修 9 学分	德
	N5SG0021	品牌视听设计 Film & Audiovisual Design	3	1	2	1	2	5	●		德
	N5SG0022	动态设计 2-影像 Motion Design 2-Video	4	1	3	1	3	6	●		德
	N5SG0023	跨文化能力发展 1 Intercultural Communicative Competence Development 1	1.5	1	0.5	1	0.5	3	●	跨文化融合 必修 3 学分	中
	N5SG0024	跨文化能力发展 2 Intercultural Communicative Competence Development 2	1.5	1	0.5	1	0.5	4	●		中
	N5SG0025	跨学科实践项目 1 Transdisciplinary practice project 1	4	1	3	1	3	5	●	跨学科产教融合 必修 27 学分	中+德
	N5SG0026	跨学科实践项目 2 Transdisciplinary practice project 2	4		4		4	6	■		中+德
	N5SG0027	跨学科实践项目 3 Transdisciplinary practice project 3	4		4 周		4	7	★▲		中+德
	N5SG0029	毕业设计 Thesis and Colloquium	10		10		10	10	★		中+德
	N5SG0028	毕业实习与劳动实践 Internship & Practice Transfer Project	4		4 周		4	8	★		中+德
	N5SG0030	设计考察 Design Research	1		1 周		1	2/3 /4/5	★		中
模块课程	N5SG0031	德语 German	2	2		2		3/4		外语增强模块 选修 2 学分	
	N5SG0032	高级英语听说 Advanced English for Listening & Speaking	2	2		2		4/5/6			中
	N5SG0033	高级英语读写 Advanced English for Reading & Writing	2	2		2		4/5/6			
	N5SG0034	社会化的品牌：品牌与责任 Social Brands: Brand & Responsibility	2	0.5	1.5	0.5	1.5	2		专业增强模块 选修 6 学分	德
	N5SG0035	社会与思辨设计 Social & Speculative Design	2	0.5	1.5	0.5	1.5	4			德
	N5SG0036	社交媒体与内容创意 Social Media & Content Creation	2	0.5	1.5	0.5	1.5	3			德

	N5SG0037	创意技术与AI Creative Technology & AI	2	0.5	1.5	0.5	1.5	5			德	
	N5SG0038	数字产品设计 Digital Product Design	2	0.5	1.5	0.5	1.5	5	●		德	
	合 计		69	19	50	19	50					
素质拓展课程	N1J00139	形势与政策 1 Current Situation and Policy1	0.25	0.25		每学 期 4次 讲座		1			必修 10 学分	中
	N1J00140	形势与政策 2 Current Situation and Policy2	0.25	0.25		每学 期 4次 讲座		2				
	N1J00141	形势与政策 3 Current Situation and Policy3	0.25	0.25		每学 期 4次 讲座		3				
	N1J00142	形势与政策 4 Current Situation and Policy4	0.25	0.25		每学 期 4次 讲座		4				
	N1J00143	形势与政策 5 Current Situation and Policy5	1	1		每学 期 4次 讲座		5-7				
	N1L00049	国际设计与创新趋势 Trends in International Design & Innovation	2	2		12次 讲座		1-4	▲			
	N1L00125	职业素质提升与就业指导 Professional Quality Development and Employment Guidance	1	1		平时		1-4	▲			
	N5SG0039	传统文化考察 Traditional Culture Research	2		3周		2	5	◆			
	N5SG0040	行业考察 Industry Research	1.5		2周		1.5	7	◆			
	N5SG0041	视觉日志 Visual Diary	1		1		1	1-4	◆			
		合 计		9.5	5	5		5				
总 计			161	72	89	72	91+2 周					

说明:

1.创新创业教育课程以“▲”表示，集中性实践课程以“★”表示，独立设置实验（含实训）课程以“■”表示，非独立设置实验（含实训）课程以“●”表示，素质拓展课程实践学分以“◆”表示。

2.每学分对应 16 学时。

5. 专业主要带头人简介

姓名	张宜平	性别	男	专业技术职务	副教授	第一学历	本科
		出生年月	1978.11	行政职务	中德设计与传播学院院长	最后学历	硕士研究生
第一学历和最后学历		2003年本科毕业于德国汉堡传媒艺术与新媒体学院传媒设计专业					
毕业时间、学校、专业		2005年硕士毕业于英国朴茨茅斯大学数字媒体设计专业					
主要从事工作与研究方向		数字媒体设计 跨文化品牌设计					
本人近三年的主要成就							
在国内外重要学术刊物上发表论文共 2 篇； 出版专著（译著等）1 部。							
获教学科研成果奖共 1 项；其中：国家级 项， 省部级 项。							
目前承担教学科研项目共 4 项；其中：国家级项目 1 项，省部级项目 2 项。							
近三年拥有教学科研经费共 72 万元， 年均 24 万元。							
近三年给本科生授课（理论教学）共 312 学时；指导本科毕业设计共 15 人次。							
最具代表性的教学科研成果（4项以内）	序号	成果名称	等级及签发单位、时间			本人署名位次	
	1	中国品牌形象设计的历史价值研究	国家社会科学基金项目 重大项目第一子课题 2021.07-2025.11			2/6	
	2	中央电视台“相信品牌的力量”频道形象宣传片制作	中央电视台、德国品牌应用科学大学 2010.03-2010.09			2/3	
	3	“品牌设计”中德合作办学项目：MOE44DE2A20141639N	北京师范大学珠海分校、德国品牌应用科学大学 2015.09-2019.09			1/5	
	4	Brand Management Education Made in Germany für den chinesischen Markt	德国联邦教育与科研部 2009.03-2011.04			1	
目前承担的主要教学科研项目（4项以内）	序号	项目名称	项目来源	起讫时间	经费	本人承担工作	
	1	跨学科融合模式下品牌国际化建设产学研合作协同育人	浙江省教育厅	2022.01-2024.01	45万元	主持	
	2	中国文化与品牌设计-浙江省一流本科国际课程	浙江省教育厅	2021.08-2023.08	2万元	主持	
	3	"新常态"下中欧品牌数字化创新论坛	宁波市教育局	2020.06-2021.09	6万元	主持	
	4	中德品牌对话——汉堡中德品牌交流与发展年会	中央电视台、德国品牌应用科学大学	2018.06 -	12万欧元	论坛组织	
目前承担的主要教学工作（5门以内）	序号	课程名称	授课对象	人数	学时	课程性质	授课时间
	1	国际设计与创新趋势	视觉、广告	180	144	专业核心	2020-2021-2
	2	品牌设计	视觉传达设计	30	64	专业核心	2018-2019-1
	3	中国文化与中国品牌	视觉传达设计 德国交换生	20	64	专业限选	2019-2020-1
教学管理部门审核意见		签章					

姓名	Prof. Dr. Stefan Waller	性别	男	专业技术职务	教授	第一学历	本科
		出生年月	1974. 11	行政职务	中德设计与传播学院国际合作项目主任	最后学历	博士
第一学历和最后学历 毕业时间、学校、专业		2000年本科毕业于德国汉堡国际传媒艺术与新媒体学院传媒设计专业 2014年博士毕业于德国汉堡大学艺术与文化专业					
主要从事工作与研究方向		跨文化品牌、品牌文化与创新、设计理论、创新设计					
本人近三年的主要成就							
在国内外重要学术刊物上发表论文共 5 篇； 出版专著（译著等） 1 部。							
获教学科研成果奖共 1 项； 其中：国家级 项， 省部级 项。							
目前承担教学科研项目共 3 项； 其中：国家级项目 项， 省部级项目 1 项。							
近三年拥有教学科研经费共 64 万元， 年均 21.3 万元。							
近三年给本科生授课（理论教学）共 294 学时； 指导本科毕业设计共 12 人次。							
最具代表性的教学科研成果 (4项以内)	序号	成果名称	等级及签发单位、时间			本人署名位次	
	1	Kultur. Freiheit. Technik. —Forschungsprojekt	德国教育与科研部, 2017.10 -			1	
	2	INTERCHANGE. Magazin für Designaustausch	德国品牌应用科学大学 2015.06 -			1/4	
	3	Leben in Entlastung. Mensch und Naturzweck bei Arnold Gehlen	德国汉堡州教育部, 德国汉堡大学 2015			1/2	
	4	Selbstbild und Sollen. Überlegungen im Anschluss an Gehlen und Kant	德国汉堡大学、德国巴斯夫集团 2014.02 -			1	
目前承担的主要教学科研项目(4项以内)	序号	项目名称	项目来源	起讫时间	经费	本人承担工作	
	1	Mythos und Marke. Zur Relevanz mythischen Denkens im Branding	德国汉堡州文化部	2020.02 -	1.5万欧元	主持	
	2	Aliens in Action, Ole Utikals Arbeiten zu Jugendkultur und T-Shirts in China	Gudberg Nerger Verlag Hamburg	2019.03 -	4万欧元	主持	
	3	Sino-German Creative Forum	德国汉堡大学	2018.12 -	2.7万欧元	主持	
4	德国品牌大学德中合作办学项目	德国品牌应用科学大学	2016.09 -	50万元	主持		
目前承担的主要教学工作(5门以内)	序号	课程名称	授课对象	人数	学时	课程性质	授课时间
	1	品牌管理基础	视觉传达设计	64	48	必修	2021-2020-1
	2	跨文化设计	品牌设计	85	108	必修	2019-2002-1
	3	品牌交互环境设计	品牌设计	85	216	必修	2019-2020-2
4	设计理论与方法	品牌设计	85	216	必修	2017-2018-1	

教学管理部门
审核意见

签章

姓名	傅立新	性别	男	专业技术职务	副教授	第一学历	本科
		出生年月	1971年8月	行政职务	设计艺术与建筑学院院长	最后学历	硕士
第一学历和最后学历毕业时间、学校、专业		1997年本科毕业于赣南师范学院艺术系美术教育专业 2013年硕士毕业于江南大学工业设计工程专业					
主要从事工作与研究方向		数字艺术、动画					
本人近三年的主要成就							
在国内外重要学术刊物上发表论文共 3 篇； 出版专著（译著等） 部。							
获教学科研成果奖共 2 项；其中：国家级 项， 省部级 1 项。							
目前承担教学科研项目共 4 项；其中：国家级项目 1 项，省部级项目 项。							
近三年拥有教学科研经费共 125 万元， 年均 40 万元。							
近三年给本科生授课（理论教学）共 1356 学时；指导本科毕业设计共 19 人次。							
最具代表性的教学科研成果（4项以内）	序号	成果名称	等级及签发单位、时间			本人署名位次	
	1	Research on the teaching model of animation professional class based on AR/VR technology and 5G network	SCI, 2021.12			1/1	
	2	基于数字媒体产教融合创新应用示范基地的人才培养模式改革	浙江省教育厅, 2018			1/5	
	3	高校数字媒体产教融合创新应用示范基地（建设）	教育部学校规划建设发展中心/凤凰教育, 2017			1/5	
	4	高校数字媒体产教融合创新应用实践基地（建设）	中央财政资助高校建设项目			1/4	
目前承担的主要教学科研项目（4项以内）	序号	项目名称	项目来源	起讫时间	经费	本人承担工作	
	1	中国品牌形象设计的历史价值研究	国家社科艺术学重大项目子课题	2021年12月 -	10.0	主持	
	2	基于数字媒体产教融合创新应用示范基地的人才培养模式改革（优秀结题）	浙江省教育厅	2018年8月 -2021年5月	2.0	主持	
	3	高校数字媒体产教融合创新应用实践基地（建设）	中央财政项目	2017年8月	624.0	主持	
	1	动画角色设计	动画 18 级	30	64	必修	2019-2020-1
	2	动画创作	动画 17 级	21	64	必修	2019-2020-2
	3	数字绘画	动画 18 级	30	48	必修	2019-2020-1
	4	二维动画	动画 16 级	27	80	必修	2018-2019-2
	5	漫画技法	动画 16 级	27	48	必修	2017-2018-2
	教学管理部门审核意见		签章				

姓名	高迪	性别	女	专业技术职务	副教授	第一学历	本科
		出生年月	1976.01	行政职务	中德设计与传播学院视觉传达专业系主任/专业负责人	最后学历	硕士研究生
第一学历和最后学历毕业时间、学校、专业		2000年本科毕业于东北师范大学美术教育专业 2008年硕士毕业于东北师范大学视觉传达设计专业					
主要从事工作与研究方向		品牌设计、中国传统视觉符号现代转译					
本人近三年的主要成就							
在国内外重要学术刊物上发表论文共 篇； 出版专著（译著等） 部。							
获教学科研成果奖共 1 项；其中：国家级 项， 省部级 项。							
目前承担教学科研项目共 3 项；其中：国家级项目 项， 省部级项目 项。							
近三年拥有教学科研经费共 46.5 万元， 年均 14.8 万元。							
近三年给本科生授课（理论教学）共 1232 学时；指导本科毕业设计共 8 人次。							
最具代表性的教学科研成果(4项以内)	序号	成果名称	等级及签发单位、时间			本人署名位次	
	1	跨学科融合模式下品牌国际化建设产学研合作协同育人	浙江省教育厅, 2021			2/5	
	2	基于“中德合作+产教融合”的品牌设计本土应用型国际化人才培养模式探索	宁波市教育局, 2022			1/5	
	3	基于数字媒体产教融合创新应用示范基地的人才培养模式改革	浙江省教育厅, 2018			3/5	
目前承担的主要教学科研项目(4项以内)	序号	项目名称	项目来源	起讫时间	经费	本人承担工作	
	1	“一带一路”中文学习及职教慕课课程“中国文化与品牌设计”	宁波市教育局	2021-2023	2.00万	主持	
	2	《字体设计》 浙江省一流本科课程	浙江省教育厅	2021-2023	2.00万	主持	
	3	宁波-欧洲教育文化产业融合平台建设	宁波市教育局	2020-2022	40万元	2/4	
4	宁波地区民间艺术的活化创新及产业化研究排名	浙江省教育厅	2019-2022	2.5万	2/5		
目前承担的主要教学工作(5门以内)	序号	课程名称	授课对象	人数	学时	课程性质	授课时间
	1	品牌设计基础	视觉传达设计	64	48	必修	2020-2021-1
	2	中国文化与品牌设计	视觉传达设计	41	64	必修	2021-2022-2
	3	多形态品牌设计	视觉传达设计	41	64	必修	2020-2021-1
	4	传统视觉艺术与现代设计	视觉传达设计	71	48	必修	2021-2022-1
	5	字体设计	视觉传达设计	32	48	必修	2020-2021-1

教学管理部门审
核意见

签章

姓名	Prof. Michael Jonas	性别	男	专业技术职务	教授	第一学历	本科
		出生年月	1975. 06	行政职务	数字品牌设计系主任	最后学历	硕士
第一学历和最后学历毕业时间、学校、专业		1999 年本科毕业于德国布劳史维克大学传媒设计专业 2004 年硕士毕业于德国布劳史维克大学数字设计专业					
主要从事工作与研究方向		数字媒体艺术与技术、互动装置设计、交互设计					
本人近三年的主要成就							
在国内外重要学术刊物上发表论文共 4 篇； 出版专著（译著等） 部。							
获教学科研成果奖共 5 项； 其中：国家级 1 项， 省部级 4 项。							
目前承担教学科研项目共 4 项； 其中：国家级项目 项， 省部级项目 1 项。							
近三年拥有教学科研经费共 120 万元， 年均 40 万元。							
近三年给本科生授课（理论教学）共 216 学时； 指导本科毕业设计共 19 人次。							
最具代表性的教学科研成果（4 项以内）	序号	成果名称	等级及签发单位、时间			本人署名位次	
	1	»Hackathons als Workshop-Format« article in PAGE magazine	PAGE 设计出版集团, 2018.11 -			1	
	2	Das ist Virtual Reality Design«	德国黑森州教育部, 2019.06 -			1/4	
	3	»Branded Interaction Design - digitale Markenwerbung«	德国布劳史维克大学 2015.04			1/2	
	4	Member of the DDC jury for the " Gute Gestaltung " annual competition	德国设计委员会 2013.03			2/2	
目前承担的主要教学科研项目（4 项以内）	序号	项目名称	项目来源	起讫时间	经费	本人承担工作	
	1	The Hamburg Digital Art Festival—Media Design Section	德国汉堡州文化部	2018.12 -	4.4 万欧元	主持	
	2	Trend Research in Big Data, how we are driven by numbers in visual culture of digital world	Kultur Haus Hamburg	2019.03 -	1.7 万欧元	主持	
	3	Das ist Virtual Reality Design«	德国黑森州教育部	2018.12 -	2.6 万欧元	主持	
	4	德国品牌大学德中合作办学项目	德国品牌应用科学大学	2016.09 -	50 万元	课程设计	
目前承担的主要教学工作（5 门以内）	序号	课程名称	授课对象	人数	学时	课程性质	授课时间
	1	虚拟现实设计	数字设计	32	72	必修	2020
	2	数字设计概论	数字设计	23	32	必修	2019/20
	3	交互原型设计	数字设计	15	64	必修	2019/20
	4	生成设计	数字设计	31	64	必修	2018/19
	5	设计理论与方法	品牌设计	24	216	必修	2017/18
教学管理部门审核意见		签章					

6. 教师基本情况表

序号	姓名	性别	年龄	专业技术职务	第一学历毕业学校、专业、学位	最后学历毕业学校、专业、学位	现从事专业	拟任课程	专职/兼职
1	张宜平	男	44	副教授	德国汉堡传媒艺术与新媒体设计专业学士	英国朴茨茅斯数字设计研究生硕士	数字媒体设计、品牌设计	国际设计与创新趋势 跨学科品牌项目实践 中国文化与品牌设计	专职
2	Stefan Waller	男	49	教授	德国汉堡传媒艺术与新媒体设计专业学士	德国汉堡大学文化与艺术博士	品牌文化与创新	品牌管理基础 跨学科品牌项目实践 社交媒体与内容创意	专职
3	Michael Kress	男	59	高级讲师	德国汉堡艺术影像艺术学士	德国汉堡艺术媒体艺术硕士	动态影像设计	动态设计 1-图形 动态设计 2-影像 创意技术与 AI	专职
4	Michael Jonas	男	43	教授	德国布劳史维克大学传媒设计专业艺术学士	德国布劳史维克大学设计专业艺术硕士	品牌数字设计	信息设计 跨学科品牌项目实践	专职
5	傅立新	男	49	副教授	赣南师范学院美术学院艺术教育专业学士	江南大学艺术学院工程硕士	数字媒体艺术	用户体验设计 数字产品设计	专职
6	Steffen Kalauch	男	49	高级讲师	德国卡塞尔大学视觉传达设计学士	德国塞耳大学媒体设计硕士	数字品牌设计	形式与构成 包装设计	专职
7	周信言	女	27	助教	澳大利亚墨尔本大学文学学士与传播学士	澳大利亚墨尔本大学营销传播学硕士	营销传播学	品牌规划与理念 品牌传播策略与规划	专职
8	高迪	女	44	副教授	东北师范大学艺术设计学士	东北师范大学设计学硕士	品牌设计	传统文化考察 品牌全案设计 中国文化与品牌设计	专职
9	Jan Tomas	男	47	副教授	布拉格瓦茨拉夫霍勒艺术学院学士	柏林艺术学院视觉传达设计硕士	视觉传达设计	3D 设计 字体设计 版式设计	专职
10	蔡莉	女	49	讲师	福建师范大学外国语学院英语学士	诺丁汉大学教育学博士	英语教学	学术英语听说 跨文化发展	专职
11	罗俊	女	41	讲师	武汉科技大学文法学院英语专业学士	浙江师范大学外国语学院教育学硕士	教育学	跨文化发展 学术英语读写	专职
12	Michael Peter	男	68	讲师		柏林自由大学社会学硕士 民族经济学硕士	应用经济学	品牌管理基础 社会化的品牌： 品牌与责任	专职

13	Sandra Groll	女	45	副教授	德国卡尔斯鲁厄设计大学产品设计学士	德国奥芬巴赫设计学院设计学博士	产品与服务设计	设计思维与快速品牌建立 社会与思辨设计	专职
14	Ansgar Eidens	男	52	教授	德国柏林自由大学传媒设计专业学士	德国柏林自由大学传媒设计专业硕士	品牌传播	品牌全案设计 跨学科品牌项目实践	专职
15	Stefan Volk	男	49	高级讲师	德国里根斯堡学院工程学士	德国比勒菲尔应用科学大学数字影视硕士	摄影、数字摄影与后期	摄影 品牌视听设计	专职
16	周楠	男	29	助教	天津工业大学服装设计与工程学士	英国南安普顿大学服装设计硕士	品牌设计	品牌设计基础 包装设计	专职
17	Benjamin Vogt	男	37	副教授	奥芬巴赫设计学院设计与产品设计硕士	奥芬巴赫设计学院设计学博士	视觉传达设计	设计思维导入 创意技术与 AI	专职
18	周莹	女	25	助教	云南大学数字媒体技术学士	浙江大学工业设计工程硕士	艺术与科技	形式与构成 信息设计	专职
19	钱碧妍	女	26	助教	浙江理工大学美术学学士	皇家艺术学院视觉传达硕士	视觉传达	字体设计 商业插画	专职
20	许可为	男	25	助教	浙大城市学院工业设计学士 怀卡托大学计算机图形设计学士	香港理工大学交互设计硕士	艺术与科技	3D 设计 传统文化考察	专职
21	杨致远	男	26	助教	天津工业大学工业设计学士	英国皇家艺术学院产品设计硕士	艺术与科技	形式与构成 数字产品设计	专职
22	Hendrik Moller	男	44	讲师	荷兰海牙皇家艺术学院图形与印刷设计学士	柏林白湖艺术学院传播设计硕士	视觉传达设计	品牌设计基础 用户体验设计	专职
23	Peter Bittler	男	59	讲师	厦门大学中国文化与中国经济学学士	路德维西应用科学大学工商管理硕士	广告学	社交媒体与内容创意	专职
24	Friederike Hantel	女	34	讲师	杜塞尔多夫高等专业学院传播与设计学士	汉堡应用科学大学商业插画硕士	视觉传达设计	形式与构成 商业插画	专职
25	徐宁宁	女	25	助教	诺斯伍德大学（中外合作）信息管理与信息系统工商管理	西交利物浦大学应用信息学硕士	艺术与科技	设计思维导入 设计思维与快速品牌建立	专职

					学士				
26	王进	男	42	讲师	奥克兰大学 经济学金融学 双学士	奥克兰大 学经济学 专业博士	会展经济与管理	可持续品牌：循 环经济与设计	专职
27	Anke Fochler	女	59	副教授	拜罗伊特大 学体育经济 学学士		广告学	社交媒体与内容 创意	专职
28	Kirilka Peeva-muller	女	66	副教授	索菲亚大学 地理人种与 文化学士	中欧大学 工商管理 学硕士	广告学	跨媒介叙事与品 牌活动	专职
29	葛晨晨	男	27	助教	宁波大学广 告学学士	伦敦国王 学院文化 创意产业 硕士	广告学	品牌管理基础	专职
30	宋鑫楠	女	29	助教	浙江理工大 学科技与艺 术学院产品 设计学士	中国美术 学院 跨界 设计数字 设计方向 硕士	品牌设计	动态设计2-影像 品牌视听设计	专职
31	侯家盛	女	26	助教	英国利兹大 学管理与市 场营销专业 学士	英国华威 大学市场 营销与战 略硕士	会展经济与管理	品牌规划与理念	专职
32	邱佳砚	女	40	讲师	浙江师范大 学数学与应 用数学学士	宁波诺丁 汉大学金 融博士	会展经济与管理	品牌全案设计	专职
33	Hans Meuers	男	69	讲师	伍珀塔尔大 学经济学学 士		广告学	社会化的品牌： 品牌与责任	专职
34	Madita Morgenstern Antao	女	32	讲师		奥芬巴赫 设计学院 产品设计 硕士	视觉传达设计	可持续品牌：循 环经济与设计	专职
35	Stefanie Mager	女	44	讲师	欧洲经济与 语言学院国 际传媒学士	汉堡应用 科学大学 国际品牌 传播硕士	广告学	社交媒体与内容 创意	专职

7. 主要课程开设情况一览表

序号	课程名称	课程总学时	课程周学时	授课教师	授课学期
1	形式与构成 1	48	8	杨致远 Friederike Hantel	1
2	形式与构成 2	48	8	周莹 Steffen Kalauch	2
3	3D 设计	32	8	许可为 Jan Tomas	2
4	设计思维导入	48	8	徐宁宁 Benjamin Vogt	1
5	字体设计	48	8	钱碧妍 Jan Tomas	3
6	可持续品牌：循环经济与设计	32	8	王进 Madita Morgenstern Antao	3
7	品牌设计基础	48	8	周楠 Hendrik Moller	4
8	品牌管理基础	32	8	葛晨晨 Michael Peter	4
9	品牌规划与理念	32	8	周信言 侯家盛	4
10	商业插画	64	8	钱碧妍 Friederike Hantel	5
11	跨媒介叙事与品牌活动	48	8	周信言 Kirilka Peeva-muller	5
12	设计思维与快速品牌建立	48	8	徐宁宁 Sandra Groll	4
13	动态设计 2-影像	64	8	宋鑫楠 Michael Kress	6
14	信息设计	48	8	周莹 Michael Jonas	4
15	学术英语听、说、读、写	192	8	蔡莉 罗俊	1-2
16	品牌全案设计	64	8	邱佳砚 Ansgar Eidens	7
17	传统文化考察	32	16	高迪 许可为	5
18	包装设计	64	8	周楠 Steffen Kalauch	6
19	中国文化与品牌设计	64	8	高迪 张宜平	6
20	品牌视听设计	48	8	宋鑫楠 Stefan Volk	5
21	跨学科品牌项目实践 1	64	8	张宜平 Ansgar Eidens	5
22	跨学科品牌项目实践 2	64	8	邱佳砚 Michael Jonas	6
23	跨学科品牌项目实践 3	64	8	高迪 Stefan Waller	7

8. 其他办学条件情况表

专业名称	品牌设计			开办经费及来源	400 万元, 中德设计与传播学院学科建设经费		
申报专业副高及以上职称(在岗)人数	11	其中该专业专职在岗人数	18	其中校内兼职人数	2	其中校外兼职人数	3
是否具备开办该专业所必需的图书资料	是	可用于该专业的教学实验设备(千元以上)	100 (台/件)		总价值(万元)	1000	
序号	主要教学设备名称(限 10 项内)			型号规格	台(件)	购入时间	
1	主动立体投影机			奥图码 OPTOMA DN5803	1	2014. 02	
2	主动立体眼镜□			思考力 SKL-YY-E-04	15	2014. 02	
3	协同设计虚拟现实制作软件□+可视化软件+模型库			Quest 3D 5.、DVS3D Studio V2. 0	7	2014. 02	
4	高精度三维成形机			Objet 30 PRO	1	2014. 03	
5	3D 投影仪			科视 ChristieDS	2	2016. 12	
6	视景仿真系统			Creator3. 3	1	2016. 12	
7	图形计算机系统			SGI VSL 160	1	2016. 12	
8	图形小型电子计算机			SGI Tezro	1	2016. 12	
9	一体电脑(苹果 27 寸工作站)			APPLE iMac	72	2018. 09	
10	可穿戴眼动追踪系统模块□			EyeControl M2 眼动仪	1	2018. 09	
备注							

注：若为医学类专业应附医疗仪器设备清单。

9. 学校近三年新增专业情况表

学校近三年（不含本年度）增设专业情况				
序号	专业代码	本/专科	专业名称	设置年度
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				
9				
10				
11				
12				
13				
14				
15				
16				
17				

10. 增设专业的区分度

(应包括增设专业的科学性、合理性，与所属“专业类”下其他专业的区分，专业名称的规范性等)

一、增设专业的科学性

1.1 为践行新文科建设的要求。提出建设品牌设计专业是响应并落实国家全面推动新文科建设，探索人文社会科学研究新范式，打造浙江省哲学社会科学新高地的要求。品牌设计专业是一个融合了艺术设计、工商管理 and 新媒体传播三个学科，以市场需求为导向，以跨学科融合为核心，以国际化互通为重点，以数字化传播为方向，将“艺商媒”与现代信息技术和国际化交流相结合的新专业。一方面，构建符合当今产业结构化调整，品牌数字化发展，企业国际化推广的现实需求，另一方面，通过把新一代信息技术融入人文、艺术课程之中，形成文理艺交叉的现代意义的新文科，为学生提供综合性的跨学科教育。同时，探索出在互联网+时代背景下，数字科技融合艺术和人文学科的学科发展及建设的新方向。致力于构建更中国、更现代、更创新、更融合、更国际的具有浙江特色的跨学科人才培养模式和新文科人才培养体系，以实现浙江省文科教育高质量高水平发展。

1.2 为响应品牌强国的发展战略。现如今品牌已经成为关乎企业、消费者的根本利益乃至国家的竞争力，品牌战略地位的提升，成为大国博弈和国际竞争的焦点。全国各城市争先建设“中国品牌之都”，围绕品牌数字化转型、智能化发展、跨文化互通，进军国际，制定“科技创新，共铸品牌”、“探讨品牌培育，赋能企业发展”等品牌发展战略。打造中国各类知名品牌已是提升中国国家形象的重要途径之一，从国家形象、城市品牌、企业品牌到产品品牌、文化品牌，已成为世界认识中国的向导。因此，培育适应国家品牌战略需要，具备国际化视野，了解国际政治格局和社会文化的品牌设计专业全能型复合人才是对中国品牌持续深入发展和市场经济的稳定发展、民族崛起的现实性要求，然而在我国高校培养品牌专门人才的专业还没有建立，培养系统相对匮乏。在这样的背景下，社会对品牌设计教育的责任与使命要求不断提升，高校理应承担起在品牌设计方面人才培养的历史责任。

1.3 为构建完整的人才培养体系。在教育发达的国家，许多高校开设了品牌或品牌设计等相关专业，品牌管理已经在很大程度上被企业所接受，并逐步向各个行业岗位进行职业化应用发展，品牌教育也从理论入门到实战方面不断转变。在国内清华大学、北京大学、中山大学、上海交通大学、武汉大学等，纷纷为本科生及研究生开设品牌相关课程，并已

成为设计学、市场营销、工商管理类本科专业的一门核心专业课。尽管如此，各高校开设的与品牌相关的课程还存在分散、各自独立，没有形成完整且系统化的教育模式和培养体系的问题，具体表现在这些课程分布在视觉传达设计、广告学、市场营销等不同专业中，并没有明确的品牌设计专业人才培养方案。而在品牌战略越来越重要的今天，在世界经济竞争加剧、传播媒介更加广泛、新技术高速发展的多方驱动下，更加说明在高等教育中建立品牌设计专业培养全链式复合型品牌专业人才培养体系，是满足社会和市场迫切需求的必由之路，同时能够弥补教育系统尚存的不足之处。

1.4 国内品牌建设的现状。2014年5月，习近平明确指出要“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”。2017年5月，国务院正式批准将每年5月10日定为国家品牌日。这标志着中国经济社会发展已经进入品牌竞争时代。研究发现，一个国家或区域拥有世界上最具品牌价值企业的多少，反映了该国或区域经济发展水平和在世界经济竞争中的地位。在Brand Finance发布的2022年品牌500强榜单中，中国共有84个品牌入选，其中2个品牌进入全球前十，分别是工商银行和华为，其中只有华为作为唯一的民营企业进入榜单。值得注意的是，美国有199个品牌入围500强榜单，约占总数的40%。品牌的价值合计达3.9万亿美元，占总价值的49%，位居全球第一。而中国入围的品牌数量仅占16.8%，品牌价值合计达1.6万亿美元，占总价值的19%。这也意味着中国品牌的建设与转型和国际化推广任重而道远。

二、增设专业的合理性

2.1 市场的巨大需求是增设新专业的基础。由于国内企业代工生产创造的附加值不足30%，其余70%则来自以品牌为核心的研发与营销环节，生产环节所能分享的利润甚至低于10%。国家提出要实施文化品牌战略，推动国内企业的业务开始从贴牌代工逐渐转向自有品牌建设。据达曼国际咨询(上海)发布的《2021年中国自有品牌行业发展白皮书》数据显示，国内自有品牌整体持续加速增长，总体增长22.7%，较前两年实现跨越式增长，也带动了国内品牌的新增数量。企查查数据显示，2021年中国品牌新增2400多万家，同比上一年度增加25%。短短十几年，中国品牌从开始在世界榜单中占有一席之地，到品牌总数和总价值均位居世界第二位。国内品牌的快速发展让市场对该领域的专业人才的需求也随之迅速爆发，但目前能够兼具视觉设计、市场需求和推广运营的高质量全产业链专业人才储备，却呈现严重短缺的态势，这也更进一步确定了国内目前在复合型品牌人才的培养的教育体系是一个亟待填补的空白。据中国市场学会调查显示，随着各大企业品牌意识的

提高，预计未来 3 年高端产品行业中的高级品牌管理人才缺口至少在 10 万人以上，全媒体品牌运营师行业缺口高达 500 万，数字营销人才也呈现出供不应求的态势。

2.2 能够解决各级政府决策的需求问题。从国家角度来看，品牌是国家战略资源，品牌设计、传播与管理应该是一个系统工程，需要建立起完备的人才培育体系、科技创新体系、市场主导体系、文化传播体系、司法保护体系等，在我国亦存在着以“中国名牌战略推进委员会”为领导核心的工作机制。但很明显，上述所说的整套品牌发展体系在国内并不健全。为此，各级政府急需一个系统的品牌理论框架，以指导解决这一根本性难题。品牌设计专业的建立，将能够为政府、企业提供培养专门人才的同时，构建起更加科学合理的加强品牌理论和科学研究体系与架构，为品牌决策提供服务。

2.3 能够解决品牌行业实践者的需求问题。现实中品牌建设越来越引起关注，快速发展的同时，亦的确存在着各种各样的品牌观点、思想、理论和操作模型，但始终没有形成系统的品牌人才培养体系，反而使得“品牌理论的丛林”更加茂盛，具体表现在：一是了解、传授和实践全部的品牌知识日益困难；二是单一课程视角下的各种专门研究一直在各自的跑道上前行，难以形成体系和跨学科性质的交叉与复合；三是大量存在着用一种片面性去直接反对或代替另一种片面性的各种学说纷争。其结果是，企业从业人员无所适从，要么直觉摸索，要么寻求咨询，但两者的成本代价都很昂贵。其中，面对形形色色的品牌课程传授的不同侧重方向，操作中也存在着一个抉择依据的问题。“品牌理论体系”是什么？究竟包括哪些内容、它们之间的联系又如何？这一直缠绕着品牌建设者们。而这些困惑，正是品牌设计专业要研究的主要内容。可见，品牌设计专业的建立，也是品牌建设者们所需要的。

2.4 目前国外相关课程设置情况和人才培养目标。美国纽约视觉艺术学院是最早将设计、品牌和战略进行交叉教育，并最先设置了 MPS（专业硕士）品牌专业。专业将文化、行为、商业和创意四个板块融入课程的构建中，以视觉设计、品牌思维、多样化品牌战略、品牌评估等综合交叉的方式，指导品牌、设计、营销和商业战略的融合，也将创造性的设计和现实性商业问题的决策过程相结合，以此构建创造力、决策力和领导力之间的智力联系。综合性培养具备能够拥有更高视角统筹制定品牌战略，拥有新媒体营销发展数字品牌建设的能力，同时掌握创意设计技能、公共关系品牌基本法律的理论与实践技能的复合型全链式品牌专业人才。

除此之外，英国伦敦艺术大学有 4 个品牌相关专业，伦敦米德赛斯大学、诺丁汉特伦特大学、伯明翰城市大学、西伦敦大学等知名大学也都将市场管理、广告传播、广告创意、

视觉设计、市场营销、公共关系等专业进行整合，构建了与品牌相关的综合性学科融合型专业，加速对品牌领域专业人才的培养，以适应品牌全球化的经济发展潮流。

综上所述，增设品牌设计专业将有效解决当前政府、社会、企业等需求问题，同时为教育系统构建更加完整的符合时代发展的人才培养体系，同时解决目前高校教育中存在的课程设置分散、单一、各自独立等问题，尽快提升国内品牌教育的体系化和模块化建设的速度，加快追赶发达国家在品牌教育方面已经取得的的人才培养优势。因此，增设品牌设计专业具有科学性和合理性。

三、与所属“专业类”下其他专业的区分

品牌设计专业拟申请为“设计学”专业类下，按照普通高等学校本科专业目录（2022年版）该专业类包括“艺术设计学”等9个专业，其中，视觉传达设计、产品设计、包装设计等专业中有开设品牌相关的课程。但还没有与品牌设计相类似的专业，品牌设计专业除了包含传统视觉设计专业中的艺术类课程，还更加注重融入更多跨学科、跨文化的课程，如融合商科类和广告类课程，对于与品牌设计息息相关的上游环节如市场营销、品牌策划，以及下游环节如品牌的大众传播、社群传播等相关内容进行综合性的整合。构建出系统、融合的“品牌设计”生态，全方位培养设计师对品牌从前期调研、中期设计和后期推广的综合实践能力、创新思维能力、为企业服务的创新意识。

同时，积极响应《新文科建设宣言》中提出的“建设交织融合体系”，为新格局理念下的品牌设计行业的发展需要能够拥有国际化视野的专业人才，进一步提升中国品牌企业的创新能力、以及国内品牌的国际竞争力。基于我校国际化的人才培养定位，能够将品牌设计专业的人才能力培养进一步延展至国际化的推广，为助力中国品牌的全球化，推动国际品牌的中国化提供智力支撑。

从专业培养目标、具备能力和专业课程的设计上看，品牌设计专业与设计学类其他专业之间的区分十分明显。

设计学类专业	培养目标	具备能力	专业课程
艺术设计学 (130501)	能在相关机构、院校及出版单位或以个人从业身份开展专业研究、教学及传播工作的复合型创新型人才	培养具备中外艺术设计及其应用、传播的历史知识，以及掌握全球艺术设计潮流及其应用和传播	中外艺术设计史、中外工艺美术史、艺术设计概论、艺术考古学等
视觉传达设计 (130502)	能在企事业、高等院校从事视觉传达设计、包装设计、广告策划与设计、信息设计及具有整	培养具备先进的设计理念及平面设计实践、设计策划、设计管理与设计研究能力	视觉传达设计、插画设计、标志设计、出版物设计等

	合创新能力和责任感的高级复合型设计人才		
环境设计 (130503)	能从事相关室内装饰、环境艺术设计、景观规划设计及环境艺术教学工作的高素质专门人才	培养具备环境艺术设计理论知识和专业技能、具备环境与公共艺术设计、建筑室内外空间设计、景观设计的能力	建筑与景观设计、室内空间设计、环境设计、建筑设计方法等
产品设计 (130504)	能够在设计公司、生产企业及各类研究机构从事以产品设计为核心等工作的创新性复合型人才	培养具备产品设计专业基本理论知识与设计技能，具备产品造型设计、产品结构设计与产品设计创新等方面的专业技能	产品设计程序与方法、产品设计表现、产品模型与制作工艺、产品设计调查与研究方法等
服装与服饰设计 (130505)	能够从事服装工程设计、应用研究、生产管理等工作的高层次应用型创新人才	培养具备服务于现代服装产业，掌握扎实的服装设计专业知识和实践技能，具有创新意识、实践能力和国际视野	服装设计与表现、服装设计方法、服装画技法、服装材料、佩饰设计及工艺等
公共艺术 (130506)	能够胜任艺术设计教育、研究、设计、出版和文博等单位从事艺术设计、公共艺术教学、研究、编辑等方面工作，具备创新精神和实践能力的高级应用型人才	培养具备在公共艺术设计领域、公共环境艺术设计领域、旅游产品设计开发领域进行教学和研究等方面的知识和能力	公共空间设计、公共景观设计、公共设施设计、室内外陈设艺术品创作设计等
工艺美术 (130507)	具备独立的创作和制作能力，能够从事多领域的工艺产品设计、教学科研等工作的创新性复合型人才	培养具备国际化视野、现代设计思维能力，了解中国传统及地域文化，掌握工艺产品设计的基本理论知识和良好应用知识的方法，具有突出的造型基本表现能力、文化创意产品开发和创新能力	传统及现代手工艺材料（纤维、染织、陶瓷、玉石、漆艺、竹木、金属、纤维、玻璃等）、传统及现代手工艺设计、传统及现代手工艺制作等
数字媒体艺术 (130508)	能够在设计学及新一代数字媒体传播领域、专业设计机构、企事业单位等，从事数字媒体艺术创意、策划、设计、制作、产品研发等相关	培养具备数字媒体艺术专业理论知识，具备数字媒体创作技能	数字媒体艺术基本原理、网络原理与应用、数字色彩及原理、数字声音处理、影视特效创作等

	工作的创业型设计人才		
艺术与科技 (130509T)	能够胜任文化创意、科技综合、新媒体产业等相关工作的创新创业型设计人才	培养具备较为宽广的艺术与科学交叉理论知识和扎实的专业技能，具备多学科交叉知识结构和持续创新能力	信息可视化设计、用户体验分析与交互设计、数字游戏设计、虚拟现实应用设计等
品牌设计	能够以全球视野在国内外品牌设计公司、广告公司、数字媒体设计公司、平面设计公司、网络与互动媒体公司、出版社、报社、电视台或企业独立承担品牌创建、广告创意、数字交互、印刷出版等领域，从事设计创意、品牌建设与维护、用户体验设计项目管理等方面工作	培养能够掌握视觉传达设计专业知识及研究方法、了解行业发展趋势，具备在系统设计思维指导下的品牌设计、品牌创新能力、跨文化能力、跨学科整合能力的德智体美劳全面发展的国际化高素质应用型新文科人才	品牌管理基础、品牌设计基础、信息设计、传统视觉艺术与现代设计、中国文化与品牌设计、品牌全案设计、包装设计等 品牌国际化传播 商业模式创新设计 品牌管理 数媒传播 数字广告与营销 品牌规划与理念

品牌设计专业的最明显特征是艺、商、媒学科跨界融合。从表格内容中能够明确看到品牌设计专业与艺术设计学、环境设计和产品设计等专业在培养目标、具备能力和主要课程等方面存在明显的差异。以下着重阐述品牌设计专业因与其他专业的差异而形成的专业特点。

1. 在培养目标、能力和专业课程方面。本学科以市场需求为导向，以服务目标为重点，以提升企业和产品的商业价值为核心，强调艺术人文性、市场商业性与传媒互通性多重属性高度融合的特征。以“科际融合”、“融通致新”为学科建设基础，更加注重人才的全面培养和发展，充分体现专业建设的时代性、针对性和创新性。培养不仅具备出众的设计实践能力，同时具备对市场需求和媒体推广等多学科理论知识和相关技能的新时代文科人才。

2. 在学科建设和市场需求方面。品牌设计专业通过将设计学领域的知识与技能与管理学、传播学的相互支撑与补充，架构多学科间开放协同的品牌设计专业创新教学体系，系统性梳理符合当今市场和企业需求的多维度跨界融合人才培养方案与人才输出路径，满足市场对品牌创新型设计人才需求。以高质量人才输出为国内的品牌数字化转型、智能化发展和国际化推广保驾护航。

3. 在融合国际化程度方面。依据本专业对品牌传播高度跨文化、信息化的培养要求，以新文科建设为背景，国际化互通性和与智能时代技术性将助推“艺商媒”学科交叉融合，探索具有国际视野的复合型人才创新培养模式。有效提升专业的国际化水平，通过强化品牌与海外市场的交流互通，打造符合国家品牌战略发展的高质量的品牌文化，助力中国品牌的海外推广。

四、专业名称的规范性

品牌设计专业隶属于设计学一级学科下属专业，处于新文科背景，专业教学中采用跨学科教学模式，构建以品牌视觉设计为主，兼顾品牌策划和跨文化传播的多学科知识融合专业。“设计”一词，在字典中具有“设定”、“计划”的含义。这一点能够充分体现在专业的课程设定和人才培养方向上，即不仅能够做到对企业正确定位基础之上的视觉沟通，协助企业发展的形象实体的直观设计，同时具备提供品牌发展战略的整体解决方案及整合营销传播计划的能力。即，专业以“品牌”为核心，所属在设计学专业类下，比照同在设计学专业类下的以视觉传达为核心称为“视觉传达设计”，以“包装”为核心称为“包装设计”，以“产品”为核心称为“产品设计”，本专业名称称为“品牌设计”符合专业设定和发展方向，具备规范性。

注：增设尚未列入《专业目录》的新专业填写，国家控制布点的专业不需填写。

11. 增设专业的基本要求

普通高等学校本科专业基本要求：

注：增设尚未列入《专业目录》的新专业填写，国家控制布点的专业不需填写。

12. 医学类、公安类专业相关部门意见

(应出具省级卫生部门、公安部门对增设专业意见的公函并加盖公章)

浙江万里学院“品牌设计”新专业申报论证专家意见表

专业名称：品牌设计	负责人	张宜平
申报时间：2023.5.28	论证时间	2023.5.20-2023.5.28
	论证地点	通讯论证

专家组意见：


浙江万里学院以品牌建设为理念引领，拟增设品牌设计专业，进行以“品牌建设”为核心能力的设计人才培养，是具有前瞻性、建设性意义的教育决策。该专业的设立既符合国家远景战略目标，也有利于发挥学校现有设计学科优势的同时，推动本校传统优势学科的融合与提升，促进设计学科与管理学和传播学的交叉融合，加快构建复合型品牌设计人才的培养模式，将形成新的学科增长点和构建新的人才培养高地，解决当前行业对品牌设计人才急需的问题。

学校已具备增设品牌设计专业的条件和良好的专业建设基础，能发挥学科融合互补的潜能，坚持以品牌设计为主体的产、学、研“三位一体”协同推进。同时，为适应创意数字产业与新媒体产业发展特点和趋势，培养国际视角的新型品牌人才，学校系统引进了德国品牌应用科学大学和德国设计委员会的教学与实践资源，以及国际先进水平的教育标准体系，这将带动品牌设计专业办学能力和水平的快速提升。

通过浙江万里学院对增设品牌设计专业的全方位论证可见，新专业设置建立在大量的前期教学实践与教学反思之上，能够从行业的发展趋势出发，在人才培养目标、定位、规格、标准、教学模式等方面做出了充分考虑，现有基础扎实，师资条件完备。

经专家组综合论证，一致同意新增“品牌设计”专业。

希望品牌设计专业在开设过程中，能协同国际前沿企业、院校合作资源，结合数字媒体技术、信息科技，面向国家未来发展，使品牌设计教学时变时新，能够为市场培养与时俱进的优秀品牌设计人才。

专家组成员	姓名	职称或职务	所在单位	联系电话	签字
	林家阳	教授	同济大学	15000096966	
	张国华	中国广告协会会长	中国广告协会	010-65924260	张国华
	赵明	董事长	江大设计传播机构	13961753022	赵明
	金定海	教授	上海师范大学	13601697529	金定海
	Shan Fan	教授、校长	德国品牌应用科学大学	00491712658736	
	方敏	教授	苏州大学艺术学	13151180896	方敏
论证结论	同意	√	修改后同意	不同意	