



广东茂名农林科技职业学院

高职扩招专业人才培养方案（修订版）

（2021 级）

专 业 名 称 全媒体广告策划与营销
专 业 代 码 560216
修 订 部 门 经济管理系
修 订 时 间 2022 年 6 月

广东茂名农林科技职业学院制

全媒体广告策划与营销专业人才培养方案

一、专业名称及代码

专业名称：全媒体广告策划与营销

专业代码：560216

二、入学要求

高中阶段教育毕业生或具有同等学力者

三、修业年限

全日制三年

四、职业面向

全媒体广告策划与营销专业职业面向一览表如表一所示。

表一 全媒体广告策划与营销专业职业面向一览表

所属专业大类 (代码)	所属专业类 (代码)	对应行业 (代码)	主要职业类别 (代码)	主要岗位类别 (或技术领域)	职业技能证书 或技能等级证 书举例
新闻传播大类 (56)	广播影视类 (5602)	广告业 (725)、专业 设计服务 (7492)、 文化艺术类 (8990)、 数字内容服 务(657)	广告设计师 (4080808)、商务 专业人员 (20607)、会议及 展览服务人员 (40707)、工艺美 术与创意设计人 员(20906)	广告设计、广告制 作、包装设计、印 刷制版设计、创意 策划、会展策划、 营销策划、营销 员、其他商务服务 员、其他工艺美术 专业人员	图形图像处理 制作员、ACAA 平面设计师、 英语等级证 书、计算机等 级证书

五、培养目标与培养规格

(一) 培养目标

本专业旨在培养理想信念坚定，德智体美劳全面发展，具有良好职业道德、较高综合素质、较强社会适应能力和计算机应用能力，符合区域经济和社会发展的需要，较系统掌握本专业基本理论、专业技能和计算机应用能力，面向行政事业单位、各类型企业单位、社会团体及其他经济组织，能从事广告策划、广告设计、营销策划、网络推广、网络营销、网络客服、电子政务、商务文秘、行政及经济管理等岗位工作及自主创业的高素质劳动者和复合型技术技能人才。

（二）培养规格

1. 素质要求

具有正确的世界观、人生观、价值观。坚决拥护中国共产党领导，树立中国特色社会主义共同理想，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感、国家认同感、中华民族自豪感，崇尚宪法、遵守法律、遵规守纪，具有社会责任感 and 参与意识。

具有良好的职业道德和职业素养。崇德向善、诚实守信、爱岗敬业，具有精益求精的工匠精神；尊重劳动、热爱劳动，具有较强的实践能力；具有质量意识、绿色环保意识、安全意识、信息素养、创新精神和厉行节约、降耗增效意识；具有加强的集体意识和团队合作精神，能够进行有效的人际沟通和协作，与社会、自然和谐共处；具有职业生涯规划意识。

具有良好的身心素质和人文素养。具有健康的体魄和心理、健全的人格，能够掌握基本运动知识和一定运动技能；具有感受美、表现美、鉴赏美、创造美的能力，具有一定的审美和人文素养，能够形成一两项艺术特长或爱好；掌握一定的学习方法，具有良好的生活习惯、行为习惯和自我管理能力。

2. 知识要求

（1）掌握基本的思想政治理论知识、法律法规知识和有关全媒体广告策划与营销行业的政策和法规。

（2）熟悉计算机及网络应用基本知识。

（3）掌握一定的体育和军事基本知识。

（4）掌握全媒体广告策划与营销专业的基本理论、基本知识和方法。

（5）掌握全媒体广告策划与营销企业创意策划与营销方面的文案撰写能力。

（6）掌握广告策划在互联网营销推广方面的基本知识和操作技能。

（7）掌握从事广告策划、广告设计、营销策划、电子政务、网站推广等专业工作所必需的专业理论、知识、方法，掌握全媒体广告策划与营销常用设备、工具的操作技能和技能。

（8）掌握开展企业经营管理、市场营销、网络营销、网络客服、统计分析、商务运作、行政管理等业务工作及自主创业的业务理论、知识和方法。

（9）掌握广告、策划、营销企业对于视觉设计、图片处理、视频制作等数字媒体设计知识和相关操作技能。

（10）掌握广告、策划、营销企业售前售后客户关系管理知识。

（11）掌握广告、策划、营销企业所需的各种沟通协调，组织策划，商务谈判等能力所需要的知识。

（12）了解当前广告行业的现状及其发展方向和趋势。

3. 能力要求

- (1) 具有良好的语言文字表达能力、组织协调与事务处理能力、沟通交流及社会适应能力。
- (2) 具有终身学习能力、独立思考、逻辑推理、信息加工能力。
- (3) 具有运用电脑进行文字处理、网络信息技术处理的基本应用能力。
- (4) 具有良好的阅读、写作与口语交流等方面的应用能力。
- (5) 具备广告、策划、营销行业企业岗位创意、策划与营销的文案撰写能力。
- (6) 具备开展市场调查和预测的能力。
- (7) 具备视觉营销岗位美工、广告设计、广告制作等方面的技术能力。
- (8) 具备根据相关广告政策法规的规定和要求，依法依规开展广告策划、广告设计、营销策划、电子政务、网络营销、网络客服、网站推广等方面的工作能力。
- (9) 具备根据广告市场状况和发展趋势，推广应用广告新技术、新工艺、新方法的能力。
- (10) 具备广告、策划、营销行业企业沟通协调、商务谈判方面的能力。
- (11) 具备广告、策划、营销行业企业售前售后客户关系管理协调能力。
- (12) 具备跨境电商领域创新创业项目策划的能力。
- (13) 具备广告、策划、营销推广团队管理的能力。

六、课程设置及要求

(一) 课程体系

本专业以职业能力为主线，构建了工学结合、学做一体、个性培养的课程体系，该体系分为公共课、专业核心课、其他专业课、实训实习课、公共选修课以及专业选修课等模块。公共基础课主要安排在第一、二学期完成，主要是使学生了解社会，提高学生人文科学素养，培养学生的社会能力，为进一步学习专业课程打好基础。部分公共基础课贯穿人才培养全过程，如劳动教育、创新创业教育。专业核心课程主要安排在第三、四学期，是形成学生职业素养和职业能力的最重要课程；其他专业课则是对专业核心课的有益辅助和补充，帮助学生更好地进行专业学习；实训实习课中的毕业设计（论文）安排在第五学期和第六期，顶岗实习安排在六学期，是专业理论知识和专业技能在实际工作的综合运用，也是专业教育在校外的延续，以提高学生的社会能力和职业工作能力，以及运用专业知识技能解决实际问题的能力。选修课主要安排专业外的拓展课程，以拓宽学生的知识面和提高学生人文科学素养。

(二) 公共基础课程

公共基础课程教学内容及要求如表二所示。

表二 公共基础课程教学内容及要求

序号	课程名称	教学内容及要求
1	军事理论	通过本课程教学使学生接受国防教育，激发爱国热情，树立革命英雄主义精神，增强国防观念和组织性、纪律性，掌握基本的军事知识和技能。主要内容为：了解我国近代国防史和世界军事形势，增强国防意识。了解现代武器，现代军事科学技术和现代战争的特点和发展趋势，激发学生的爱国主义热情。
2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	本课程讲授中国共产党把马克思主义基本原理与中国实际相结合的历史进程，充分反映马克思主义中国化的两大理论成果，帮助学生系统掌握毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系基本原理，坚定在党的领导下走中国特色社会主义道路的理想信念。本课程以中国化的马克思主义为主题，以马克思主义中国化为主线，以建设中国特色社会主义为重点，把马克思主义中国化进程中形成的理论成果作为一个一脉相承又与时俱进的统一整体来进行把握，通过对马克思主义中国化理论成果怎样解决中国革命、建设、改革各个阶段问题的分析，帮助学生了解中国特色社会主义事业怎样在继往开来中不断向前发展，马克思主义中国化怎样在承前启后中持续向前推进；帮助学生深刻认识坚持马克思主义指导地位对实现中华民族伟大复兴的重要性，增强他们学习马克思主义理论的自觉性。
3	思想道德修养与法律基础	本课程是一门综合性较强的思想品德课程，主要包括政治教育、思想教育、道德教育、法制教育等方面的内容。课程教学的根本任务是：贯彻落实“以德治国”、“依法治国”的重要思想和社会主义荣辱观，帮助大学生树立中国特色社会主义的共同理想，确立坚定的马克思主义信念，继承和弘扬爱国主义传统，加强自身道德修养、培育各种道德素质，提高法律素养、自觉遵纪守法，促使大学生树立正确的世界观、人生观、价值观、道德观和法制观，引导大学生树立科学的理想信念，并在实现中国梦的伟大实践中化理想为现实，做“有理想、有道德、有文化、有纪律”的社会主义事业建设者和接班人。
4	形势与政策	通过本课程的教学，使学生了解国内外的重大时事，全面认识和正确理解党的基本路线、重大方针和政策，认清形势和任务，掌握时代的脉搏，激发爱国主义精神，增强民主自信心和社会责任感，珍惜和维护国家稳定的大局，为建设有中国特色的社会主义而奋发学习、健康成长。课程内容紧密结合国内外形势，紧密结合学生的思想实际，通过适时地进行形势政策、世界政治经济与国际关系基本知识的教育，帮助学生开阔视野，及时了解和正确对待国内外重大时事，使学生在改革开放的环境下有坚定的立场、有较强的分析能力和适应能力。

序号	课程名称	教学内容及要求
5	英语	本课程以培养学生实际应用英语的能力为目标，侧重职场环境中英语实际能力的培养，使学生逐步提高用英语进行交流和沟通的能力。同时，使学生掌握有效的学习方法和策略，培养学生的学习兴趣 and 自主学习能力，提高学生的综合文化素养和跨文化交际意识，为提升学生的就业竞争力及未来的可持续发展打下必要的基础。掌握 3500 个英语单词，在口语和书面写作时加以熟练运用；掌握基本的英语语法，能在职场中熟练运用所学知识；能听懂日常生活用语和未来职业相关的一般性对话和陈述；能就日常话题和与未来职业相关的话题进行比较有效的交谈；能就一般性话题写命题作文，能模拟套写与未来职业相关的应用文。
6	信息技术	本课程主要使学生掌握必备的计算机应用基础知识和基本技能，培养学生应用计算机解决工作与生活中的实际问题的能力；使学生初步具有应用计算机学习的能力，为其职业生涯发展和终身学习奠定基础；提升学生的信息素养，使学生了解并遵守信息道德与安全准则，培养学生成为信息社会的合格公民。
7	大学语文	通过本课程教学提高和强化学生对本民族语言文字的理解能力和运用水平。帮助学生继续积累本国语文的有关知识，继续培养他们阅读分析能力和文字表达能力，打好扎实的语文根底。通过阅读理解文学作品提高学生的思维品质和审美悟性。教育、引导学生阅读理解优秀的文学作品，帮助他们突破思维定势，激发创造精神，学会形象思维与逻辑思维，从而建构起开放灵活的思维方式。同时，在教学的过程中，帮助学生辨别真善美与假恶丑，培养丰富的想象和联想能力，提高审美悟性，形成健康高雅的审美心理和情趣。以中国文学所体现的人文精神及优秀传统熏陶学生。要把传授知识与陶冶情操结合起来，发掘优秀文学作品所蕴涵的内在思想教育、情感熏陶因素，帮助学生树立正确的世界观、人生观和价值观，增强爱国主义精神和民族自豪感。
8	大学生心理健康	本课程是大学公共必修课程。主要内容涉及了心理健康的基础知识；认知自我；接纳自我；情绪管理；合理优化学习心理；恰当处理人际交往；树立正确的恋爱观以及远离网络危害等方面的知识。通过课程学习，旨在使学生明确心理健康的标准及现实意义，掌握并应用心理健康知识，培养良好的心理素质、自信精神、合作意识和开放的视野，培养学生的自我认知能力、人际沟通能力、自我调节能力，全面提高学生心理整体素养，为学生终身发展奠定良好、健康的心理素质基础。
9	大学生职业发展和就业指导	本课程是公共必修课程，既强调职业在人生发展中的重要地位，又关注学生的全面发展和终身发展。通过激发学生职业生涯发展的自主意识，树立科学的就业观、创业观，促使大学生理性地规划自身未来的发展，并努力在学习过程中自觉地提高就业能力和创新能力。通过本课程的教学，培养大学生职业生涯发展的自主意识，教育引导大学生树立积极正确的人生观、价值观和就业观，自觉把个人发展和国家需要、社会发展相结合，为个人生涯发展和社会发

序号	课程名称	教学内容及要求
10	大学生创新创业指导	本课程是遵循职业教育规律，针对高职学生特点而组合开设的一门体现高职教育就业导向的综合性课程，强调理论性和实践性的有机统一，内容包括创业基础理论、创业意识、就业相关基本知识。通过课程学习，让学生树立职业生涯规划理念，掌握创业基本知识和技巧、增强创业意识和精神、了解国家就业方针和政策。有利于引导高职学生理性规划个人职业生涯发展，帮助高职学生了解社会需要及认识自身优势，促进学生职业素质发展，激发创业精神。
11	国家安全教育	通过本课程教学并结合专题教育，使学生能够深入理解和准确把握总体国家安全观，牢固树立国家利益至上的观念，增强自觉维护国家安全意识，具备维护国家安全的能力。并要求学生系统掌握总体国家安全观的内涵和精神实质，理解中国特色国家安全体系，树立国家安全底线思维，将国家安全意识转化为自觉行动，强化责任担当。
12	劳动专题教育	通过劳动精神专题教育、劳模精神专题教育以及工匠精神专题教育等，使学生能够理解和形成马克思主义劳动观，牢固树立劳动最光荣、劳动最崇高、劳动最伟大、劳动最美丽的观念，促使学生养成良好的劳动习惯。
13	劳动教育	本课程将劳动分为校内劳动实践和校外劳动实践两个部分。其中校内劳动实践包括：实训室、课室、卫生间、楼道、周边草坪及指定区域的清洁；校外劳动实践包括：寒暑假社会实践、志愿者活动及其他有益于身心发展的劳动实践。学生通过劳动实践，体会劳动创造美好生活，认可劳动不分贵贱，培养勤俭、奋斗、创新、奉献的劳动精神，形成良好的劳动习惯，具备满足生存发展需要的基本劳动能力。
14	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	通过本课程的学习，学生能够全面、准确地理解习近平新时代中国特色社会主义思想创立的时代背景，掌握习近平新时代中国特色社会主义思想的科学理论体系，包括“五新”：一是新时代，二是新矛盾，三是新思想（理论主题、核心要义、核心内容），四是新征程，五是新建设（五位一体、党的建设），从而认识习近平新时代中国特色社会主义思想的历史地位和重大意义，增强学生对习近平新时代中国特色社会主义思想的政治认同、思想认同和情感认同，坚定走中国特色社会主义道路的决心和信心。

（二）专业（技能）课程

1. 专业核心课程

全媒体广告策划与营销专业核心课程教学内容及要求如表三所示。

表三 全媒体广告策划与营销专业核心课程教学内容及要求

序号	课程名称	教学内容及要求
1	广告学	课程讲授广告活动的历史、理论、策略、制作等经营管理方法。通过学习要求学生掌握广告理论，广告策略和广告制作，基本上具备通过各种媒体对企业及企业产品信息进行广告宣传的能力。主要内容为广告概论，广告市场，广告心理学，广告技术，广告媒介，广告程序与广告策划，广告策略，广告组织，广告管理等。
2	设计色彩	本课程培养学生对色彩的感觉敏锐度，掌握调色的技巧和能力；色彩学则以科学理性的方法系统介绍相关的知识，重点开发学生的分析、理解、创造的心智思维，使学生能够有机地联系所学专业，塑造表现对象的几种颜色配置和组合形态，实现色彩写生和色彩设计的技能提高，最终达到设计色彩课程成为专业设计的课前的演练。
3	Illustrator	通过本课程的学习，让学生能使用 Illustrator 软件设计制作名片、杂志内插画广告、宣传单页、书籍封面、包装盒、VI 设计、播放器界面设计和海报设计等。在实训过程中培养学生的设计能力，团队合作和沟通能力、自主学习与创新能力，为今后从事平面图形的设计与制作工作奠定坚实的基础。
4	商业摄影	本课程着重介绍摄影技术知识，通过学习这门课程是学生系统掌握摄影的知识，熟悉摄影的工作流程、创作方法。通过介绍本相机等摄影器材的种类、性能和使用方法等方面的知识，是学生能够根据被摄影物体和拍摄条件合理选择摄影器材。介绍摄影造型要素，让学生掌握摄影构图、摄影用光的知识，能拍摄出较好的作品。通过本课程为将来的商业影视广告拍摄打下扎实基础。
5	广告文案写作	本课程分为三大部分，第一部分为广告文案的整理概述和基本分类，分为文学型文案和说理性文案两大类，重点为分类的特性与交叉；第二部分为文案创作技能，包括创意、语言应用、体裁、结构等等，重点为文案创意、体裁掌握和语言应用；第三部分为分类广告文案创作，重点为各类广告文案写作实践训练。
6	市场营销	包括营销理念、营销环境分析、消费者市场分析、企业市场分析、市场细分、市场定位、目标市场选择营销组合策略、营销计划及执行、营销伦理等知识。
7	版面设计	本课程的教学内容是以版式设计训练为导向，以典型版面构成方法为基点，综合理论知识，操作技能和职业素养为一体的学习。通过完成各种学习情境的学习，学生不但能够掌握版面构成的方法以及色彩、文字、图形重组的专业知识和审美能力，还能全面培养其团队协作、沟通表达、工作责任心、职业道德与规范等综合素质，使学生通过学习的过程掌握工作岗位所需要的各项技能和相关专业基础知识。

2. 其它专业课

全媒体广告策划与营销专业其它专业课程教学内容及要求如表四所示。

表四 全媒体广告策划与营销专业其它专业课程教学内容及要求

序号	课程名称	教学内容及要求
1	Photoshop 图形图像处理	本课程在专业建设中占重要的地位，重点培养学生的实践动手能力和审美水平，内容着重基础知识、基本概念和基本操作技能，强调 Photoshop 软件的使用，同时兼顾平面图形设计领域的前沿知识和创意设计。
2	字体设计	本课程主要是研究字体的结构、编排、字体与图形之间的关系等，运用形式美的基本原理探讨字体的设计方法和规律。通过本课程的系统学习使学生熟练掌握中、外基本字体的书写方法及创意字体设计的基本规律，培养学生的图形设计能力和创造性思维能力，达到综合运用所学知识，独立完成字体的创意和设计，为后续课程打下基础。
3	图形创意设计	本课程通过作品欣赏、绘画练习、创作辅导等做种教学方式的灵活运用，欣赏国内外优秀图形创意作品，使学生最大限度的了解图形创意发展的现状。在基于教材的基础上，系统地讲授图形设计相关概念、设计方法、表现形式，使学生学习过程中能充分了解图形设计的方法和技巧，为以后的设计工作打下坚实的基础。
4	会展策划	本课程内容包括会展基础知识、会展市场调研及可行性分析、会展项目策划、会展相关活动策划、会议策划、会展评估、会展活动管理等。
5	品牌传播	本课程主要内容包括品牌与品牌传播、品牌传播的战略选择、品牌传播的基本要素、消费者与品牌营销传播渠道、品牌传播的手段、品牌传播媒介策略、品牌传播的创新、品牌的全球化传播、品牌传播整合与方案编制、品牌传播的效果评估等。
6	消费心理学	本课程主要内容包括潜在客户寻找与识别、产品介绍、线上线下推销流程及阶段划分、线上线下推销方法和技巧、电话推销技巧、销售合同签订与实施、售前售中售后服务等知识与实务操作。
7	立体构成	立体构成的学习内容主要包括有对立体形态造型知识、对材料、空间、技术等构成形态的基本要素和形式要素的学习及应用，将造型要素按照构成法则组成新的立体形态，为之后的商品、产品包装、展柜、会展设计等打下坚实基础。
8	数字媒体技术	通过本课程学习，学生能掌握数字影视、电视动画、影视广告、栏目包装、多媒体网络设计、多媒体技术应用等于数字媒体相关的基本理论知识，熟练应用相关的现代数字化技术，熟悉数字媒体艺术创作规律。

9	管理学	本课程内容包括企业管理与管理学、管理思想的发展与演变、计划与决策、管理基本职能、企业经营管理、管理发展的新趋势。通过本课程的学习，激发学生从事管理工作的兴趣及爱岗敬业的职业素养，从基层管理岗位的实际需要出发，提高学生的观察、思考、判断和操作能力以及劳动素养，注重实用知识与技能的学习，能运用所学知识解决实践问题，培养学生从事管理工作的实际能力，更好地适应工作环境。
10	企业品牌形象设计(VI)	通过本课程学习，以学习市场调研、文案策划、标志设计、VI 手册制作工作流程为主要内容，让学生能把握基础系统到应用系统 VI 的设计与表现工作，能够完成企业形象宣传策划书的撰写工作，并能够运用所学知识对 VI 设计项目进行专业的测评。
11	文献检索与写作	文献检索课是通过培养学生信息能力和信息素质，对学生吸取新知识、改善知识结构、提高自学和研究能力、发挥创造才能都具有重要的意义一门基础性课程。按照这一课程定位本课程目标是：通过信息素质与信息能力的培养，掌握用科学的方法进行文献信息的收集、整理、加工和利用，提高学生的自我学习能力和创新能力。

3. 实训实习课程

全媒体广告策划与营销专业实训实习课程教学内容及要求如表五所示。

表五 全媒体广告策划与营销专业实训实习课程教学内容及要求

序号	课程名称	教学内容及要求
1	1+X 证书考证实训	根据学生选考的试点职业技能证书安排考证实训教学内容。
2	广告策划与广告设计制作综合实训	按照广告策划和广告设计制作两个方向开展实训教学，使学生学会广告策划营销的基本技能，以及学会多种形式的广告设计与制作的基本技能，提升学生全媒体广告策划与营销的职业能力和素养。
3	毕业设计（论文）	毕业设计（论文）是教学过程的一个重要教学环节，其目的在于训练学生综合运用所学的基本理论、基本知识和基本技能，分析和解决实际工作问题的能力，使学生具有从事生产和科学研究的初步能力。教学要求：根据课题的性质和要求，写出毕业设计计划书，学生应当独立完成全部任务；设计方案应合理，理论分析和计算正确；论文的要求要明确突出，论据要充分，分析及论述要条理清楚；要注意体现技术上的实用性和先进性，经济上的合理性以及计算机的应用。
4	顶岗实习	学生通过从事广告设计或市场营销专业顶岗工作，掌握有关广告行业的具体工作任务，在实践教师的指导下，完成预定的学习任务，同时培养学生综合素质、动手能力，缩短学生走上工作岗位的适应期，提高就业竞争能力，是产学合作教育的重要教学环节。通过学生在企业的顶岗实习，将所学的专业知识进行实践性融合，使学生对广告设计与营销策划相关行业更加熟练，为学生今后的就业做好铺垫。

七、教学进程总体安排

（一）教学进程安排表

教学进程安排表如表六所示。

表六 教学进程安排表

内容 周数 学期	教学	考核	入学教育 军训	顶岗 实习	1+X 证 书考证 培训	综合 实训	毕业 教育	毕业设 计（论 文）	机动	寒暑 假	合计
1	16	1	2						1	4	24
2	18	1							1	8	28
3	18	1							1	4	24
4	18	1							1	8	28
5	9	1			2	4		3	1	4	24
6				17			1	1	1	8	28
总计	79	5	2	17	2	4	1	4	6	36	156

（二）课程设置与教学安排计划表

全媒体广告策划与营销专业课程设置与教学安排计划如表七所示。

表七 全媒体广告策划与营销专业课程设置与教学安排计划

课程性质	课程类别	序号	课程编码	课程名称	学期		学分	学时数				课程教学周学时					
					考试	考查		总计	集中学习	理论	实践	第一年		第二学年		第三学年	
												一	二	三	四	五	六
												18周	18周	18周	18周	18周	18周
公共必修课	公共基础课	1	GB0001	军事理论		1	2	36	36	36	0	18/2					
		2	GB0003	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论		2	2	36	22	24	12		2				
		3	GB0004	思想道德修养与法律基础(含廉洁修身)		1	3	54	34	42	12	3					

课程性质	课程类别	序号	课程编码	课程名称	学期		学分	学时数				课程教学周学时					
					考试	考查		总计	集中学习	理论	实践	第一年		第二学年		第三学年	
												一	二	三	四	五	六
												18周	18周	18周	18周	18周	18周
		4	GB0005	形势与政策		12 345	1	40	24	40	0	每学期 8 学时					
		5	GB0006	英语	1	2	8	144	88	112	32	4	4				
		6	GB0009	信息技术	12		4	72	44	32	40	2	2				
		7	GB0010	大学语文		3	2	72	30	44	24			4			
		8	GB0011	大学生心理健康教育		1	2	36	16	36	8	2					
		9	GB0012	大学生职业发展与就业指导		123 45	2	30	12	30	6	每学期 6 学时					
		10	GB0013	大学生创新创业指导		123 45	2	30	12	30	6	每学期 6 学时					
		11	GB0014	国家安全教育		123 45	1	16	8	16	0	每学年 4-6 学时，共 16 学时					
		12	GB0015	劳动专题教育		123 45	1	16	8	16	0	每学期 2-4 学时，共 16 学时					
		13	GB0016	劳动教育		123 45	2	44	28	0	44	每学年设劳动周（安排在寒假或暑假，校内每 2 周安排一次学生集体劳动，日常实训实习渗透劳动教育）					
		14	GB0017	习近平新时代中国特色社会主义思想概论		3	3	54	34	36	18			3			
		公共基础课小计						35	680	482	478	202	11	8	7	0	0
专业必修课	专业核心课	1	030401	广告学	1		4	64	26	30	34	4					
		2	030402	设计色彩	1		2	32	14	16	16	2					
		3	030403	Illustrator	2		2	36	14	12	24		2				
		4	030404	商业摄影		1	2	32	14	16	16	2					
		5	030405	广告文案写作	2		4	72	30	36	36		4				

课程性质	课程类别	序号	课程编码	课程名称	学期		学分	学时数				课程教学周学时						
					考试	考查		总计	集中学习	理论	实践	第一年		第二学年		第三学年		
												一	二	三	四	五	六	
												18周	18周	18周	18周	18周	18周	
		6	030406	市场营销	2		4	72	30	36	36		4					
		7	030407	版面设计	4		4	72	30	36	36				4			
		专业核心课小计						22	380	158	182	198	8	10	0	4	0	
	其他专业课	1	030408	PhotoShop 图形图像处理	1		2	32	14	12	20	2						
		2	030409	字体设计	3		4	72	30	24	48			4				
		3	030410	图形创意设计	2		4	72	30	36	36		4					
		4	030411	会展策划	3		2	36	14	18	18			2				
		5	030412	品牌传播	3		2	36	14	18	18			2				
		6	030413	消费心理学	3	4	72	30	36	36			4					
		7	030414	立体构成	3	2	36	14	12	24			2					
		8	030415	数字媒体技术		4	4	72	30	24	48				4			
		9	030416	管理学		4	2	36	14	18	18				2			
		10	030417	企业品牌形象设计（VI）	4	4	72	30	24	48				4				
		其他专业课小计						31	554	228	228	326	2	4	14	10	0	
	实习实训课	1	030428	1+X 证书考证实训		5	2	60	24	0	60					2周		
		2	030429	广告策划与营销综合实训		5	4	120	48	0	120					4周		
		3	030413	毕业设计（论文）		6	4	120	48	0	120					3周	1周	
		4	030414	顶岗实习		6	17	510	0	0	510						17周	
		实习实训课小计						27	810	120	0	810	0	0	0	0	0	
	专业必修课小计						80	1744	506	410	1334	10	14	14	14	0		
选修	公共	1	GX0001 GX0002	史学类（开设党史、国史等）		3	2	36	16	36	0		2					

课程性质	课程类别	序号	课程编码	课程名称	学期		学分	学时数				课程教学周学时						
					考试	考查		总计	集中学习	理论	实践	第一年		第二学年		第三学年		
												一	二	三	四	五	六	
												18周	18周	18周	18周	18周	18周	
课	选修课	2	GX0003	马克思主义中国化进程与青年学生使命担当		1	1	18	8	18	0	1						
		3	GX0004	职业礼仪		4	2	36	16	30	6				2			
		4	GX0005 GX0006 GX0007 GX0008	公共艺术类（开设影视鉴赏、书法鉴赏、美术鉴赏、字体设计等）		4	2	36	16	36	0				2			
		5	GX0009	中华优秀传统文化		5	1	22	10	22	0					2/11		
		公共选修课需达到 6 学分以上						6	106	48	100	6	1	0	0	4	2	
	专业选修课	1	030418	新媒体产品设计与运营	3		4	72	30	30	42			4				
		2	030419	商业活动策划与营销	4		2	36	16	12	24				2			
		3	030420	公共关系学	4		4	72	30	36	36				4			
		4	030421	市场调查与统计	4		2	36	16	12	24				2			
		5	030422	网络营销		5	2	36	16	12	24					4/9		
		6	030423	CINEMA 4D（C4D）		5	2	36	16	12	24					4/9		
		7	030424	商业插画		5	2	36	16	12	24					4/9		
		8	030435	广告影视特效制作		5	2	36	12	24	24					4/9		
	专业选修课需达到 12 学分以上						12	216	92	90	126	0	0	4	8	4		
		选修课小计						18	322	140	190	132	1	0	4	12	6	
	总计							130	2746	1128	1082	1944	213	25	26	33	6	
	其中							必修课学分：130 必修课学时：2424										
		总学分数：131 学分 总学时数：2688，其中实践学时 1608，占 59.82%)																

（三）课程结构比例表

全媒体广告策划与营销专业课程结构比例如表八所示。

表八 全媒体广告策划与营销专业课程结构比例表

课程分类	学时及比例							
	总学时	%	理论	%	实践	%	集中学习	%
公共必修课程	680	24.76%	478	17.41%	202	7.36%	482	17.55%
专业必修课程	1744	63.51%	410	14.93%	1334	48.58%	506	18.43%
必修课程小计	2424	88.27%	888	32.34%	1536	55.94%	988	35.98%
公共选修课程	106	3.86%	100	3.64%	6	0.22%	48	1.75%
专业选修课程	216	7.87%	90	3.28%	126	4.59%	92	3.35%
选修课程小计	322	11.73%	190	6.92%	132	4.81%	140	5.10%
合 计	2746	100.00%	1078	39.26%	1668	60.74%	1128	41.08%

八、实施保障

（一）师资队伍

1. 专业教师任职资格

专业教师具有高等职业学校及以上教师资格证书；有强烈的事业心和高度的责任感；或具有与广告策划、市场营销行业企业从业经历；熟悉全媒体广告策划与营销行业的发展趋势，掌握全媒体广告策划与营销的基本工作流程和实践操作技能；具有较高的职业教育理论水平，对职业教育有较深入的研究，能够胜任全媒体广告策划与营销专业基础课和专业课程的教学与科研任务；具备本科及以上学历；职称要求中、高级达到 60%，其中高职称教师不少于 20%。专任教师要具备企业实践经历。

2. 专任教师任职资格

- （1）专任教师和实训指导教师应具备一年以上广告策划、印刷、营销行业企业或岗位实践经历。
- （2）教师要掌握信息现代化教学手段，具备使用或制作多媒体课件进行教学的能力。
- （3）专任教师(含实训指导教师)应具备对现行教材的筛选、组合能力。
- （4）明确专业培养目标，能按照教学大纲的要求科学合理的安排教学内容。

(5) 具备运用灵活多样的教学模式、教学方法进行教学的能力。

(6) 具有较强的语言表达能力。

(7) 能够将学生的思想道德教育融入到教学全程。

(8) 专任教师应具备广告策划、印刷、营销行业企业或岗位挂职工作经历一年以上，对广告策划、印刷、营销企业或岗位各部门运营状况有实际的了解，具备广告策划、印刷、营销行业企业经营管理的实际工作能力。

3. 兼课教师任职资格

(1) 兼课教师应具备一年以上广告策划、印刷、营销行业企业或岗位实践经历，专业核心技能课程教师应取得中高级职业资格证书或技能证书。

(2) 教师要掌握信息现代化教学手段，具备使用或制作多媒体课件进行教学的能力。

(3) 明确专业培养目标，能按照教学大纲的要求科学合理的安排教学内容。

(4) 具有较强的语言表达能力。

(5) 能够将学生的思想道德教育融入到教学全程。

4. 外聘兼职兼课教师任职资格

(1) 校外兼职教师占专业教师总数 30%左右，承担全部学时 20%左右教学任务。

(2) 具有良好的师德，较强的敬业精神，具有一定的教育教学经验，熟悉高等教育的教学方法。

(3) 具有 5 年以上本专业工作经历。

(4) 具有中级(含)专业技术职称或硕士(含)以上学位或大中型企业中层以上管理人员，专业知识水平较高。

(5) 具有较强的语言表达能力和课堂组织能力。

(6) 具有完成课堂讲授、实习指导、论文指导等教学任务的充沛精力和充足时间。

(二) 教学设施

1. 校内外实训条件

全媒体广告策划与营销专业的校内实训设施建设和配置的原则应体现实景、实境的原则，专业实训设施应能实际运行。

(1) 摄影摄像实训室

学生在本实训室内利用摄影摄像器材和工具，进行人像摄影摄像和商品静物摄影摄像训练，通过训练使学生掌握摄影摄像的操作流程、操作方法和操作技巧，学会人像摄影摄像和商品静物摄影摄像技能，培养学生的团队意识和协作精神。

(2) 商品美工设计实训室

学生在本实训室可进行图片后期制作与平面设计训练等。通过训练使学生掌握图片后期制作与平面设计的操作流程、操作方法和操作技巧。

（3）广告设计实训室

学生在本实训室利用有关平面设计和 3D 等计算机辅助设计软件进行广告设计、广告策划和广告制作等训练。通过训练使学生掌握计算机辅助设计的操作流程、操作方法和操作技巧。

（4）市场营销综合实训室

学生在本实训室可进行市场营销策划与营销推广等训练。通过训练使学生掌握市场营销策划与推广的工作流程、工作方法和工作技巧。

（5）广告制作实训室

学生在本实训室可进行海报、条幅等平面广告作品的操作训练，掌握平面广告作品制作的等工作流程、工作方法和工作技巧。

（6）校外实习基地

目标是建成本院校全媒体广告策划与营销专业高技能人才实战训练中心。全媒体广告策划与营销专业校外实习基地建设紧扣区域经济和产业的定位，确定培养目标，有助于学生获取“知识”——必备的基础理论知识和专业理论知识；有助于学生练就“能力”——专业的实际工作基本能力和基本技能；有助于学生造就职业“素质”——良好的职业道德和敬业爱岗精神，同时，也有助于提高人才培养的整体质量和对现代社会环境的适应性。

校外实习基地的选择一般要符合以下条件：

- ①优先选择长期合作企业。
- ②优先选择毕业生集聚企业。
- ③优先选择集团化管理企业。
- ④优先选择提供实践指导教师和实训工位，能完成培训计划的企业。
- ⑤优先选择具有吸纳一定实习规模(10 人以上)和提供住宿条件的企业。
- ⑥优先选择能满足专业实践教学和技能训练要求，能为学生提供顶岗实训半年以上岗位的企业。
- ⑦优先选择经营业绩良好的诚信规范的企业。

学校在进行校外实习基地建设时要注意：与校外合作单位应有长期合作协议和每次阶段性实习教学的短期合作协议；学生在校外合作单位实训或者实习，必须由学校指派专业教师随班辅导，以确保学生校外实习的安全并保证充分完成实习内教学任务；校外实习教学必须依据教学计划和教学大纲所规定的内容和标准，根据校外合作单位的具体情况和要求，通过校企协商，共同制定出可行性实习教学计划。每次阶段性实训都应有实习课题计划和教学标准；学生实习结束时，必须进行实习考核及鉴

定，并作为正式学业成绩记入学生档案。

2. 信息化条件

信息化教学的必要条件:数字化的软、硬件环境是实现信息化教学的必要条件。

信息化教学的资源质量:多媒体课件是目前信息技术支持教育教学的主要形式。此外还有文字、图片、动画、视频等素材等。

(三) 教学资源

本专业结合课程特色，多渠道开展校企合作、工学结合的教材开发，鼓励教师编写课程讲义、开发相关配套课程资源，并在此基础上形成数字化课程同步网站。以课程为单位建立并及时更新课程教学资源库，课程教学资源库内容应包括:教学设计文件、电子教材、教学课件、典型案例、政策法规、音视频文件、动画库、习题与试题库、职业资格考试信息、专业图片库等；配备与专业教学相关的图书资料、电子杂志等相关的学习辅助性资源，建立校园网络信息系统，保证教师与学生可通过校园网络即时获取上述各项教学资源并可通过网络利用教学及实训软件开展备课、学习、实训等教学活动。

(四) 教学方法

本专业以提高教育教学质量为目标，以满足学生成才成长的多元需求为出发点，以学生为中心，重视现代教育教学技术的应用，结合课程特色，进行合作学习、案例教学、情境教学、项目教学、任务驱动、行动导向等多种形式的“做中学、做中教”教学模式，发挥兼职教师在课程教学中的积极作用，充分调动学生的学习积极性和教学互动的参与度。

(五) 学习评价

本专业应采用知识考核与能力测试相结合，过程考核和结果考核相结合的考核评价方式，结合课程特色，选用笔试、口试、机试、项目考核、业绩考核、以证代考、能力测试等多种考评方式。教学评价的对象应包括学生知识掌握情况、实践操作能力、学习态度和基本职业素质等方面，强调“做中学、做中教、做中考”，注重对职业能力的考核和综合素质的评价:引入小组评分、第三方评分、用人单位评分等多元化的考核评价机制，完善教学评价体系。

在学校规定的修业年限内，经毕业清考后累积 5 门课程不合格，不予毕业。

(六) 质量管理

1. 教学运行组织管理

学校教学实行院(校)系两级管理。由一名副院(校)长分管教学工作，教务处负责完成日常教学管理工作，负责制定教学管理规章制度，开展教学评估和检查，保证教学运行。系部负责日常教学的实施和管理，组织专业教师和教研室完成教学任务和教学建设。

成立以系主任为负责人，由教学主任、专业带头人、骨干教师和企业领导及专家组成的校企合作

专业建设委员会，负责指导专业的建设、教学制度的制定和审核，并监控教学过程，评价人才培养质量；系部负责日常教学的管理和监控；合作企业负责学生顶岗实习、现场教学的管理和监控。

2. 教学质量监控评价

在日常教学管理中形成教学检查制度、教学质量分析制度、教学信息反馈制度和“学生评教、教师评学、同行评课、专家评质、社会评人”的五评制度。发挥专业建设委员会的积极作用，校企合作制定人才培养方案、工学结合课程标准和各教学环节工作规范性文件，使教学管理和质量监控有章可循、有据可依。建立企业参与的校系两级教学质量监控与评价体系。根据顶岗实习情况，与企业领导和指导教师共同制定和执行顶岗实习管理和考核体系，加强对人才培养过程的管理；为保证顶岗实习的质量，制定顶岗实习管理制度、考核体系、兼职教师管理制度，完善校企双方质量保障制度。

3. 教学管理制度

建立与工学结合相适应的校企双方共同参与管理的制度，形成校企共管制度化、规范化、可操作的管理办法。在实施人才培养计划和教学管理的过程中，针对校企联合育人出现的问题，根据企业、学生的要求，实施人才培养的柔性管理。

（1）企业的订单培养

根据就业岗位的要求，对订单班，可以根据企业的要求，校企共同制定培养方案，灵活调整教学计划，设置适合企业所需人才规格要求的课程，并改革相应课程的教学内容、教学方法、教学模式和考核方法。

（2）实行弹性学制

允许学生由于服兵役、进入社会实践等原因暂时中断学习，学分制的建立体现了修业年限的弹性、课程的自选性。学生学分的修业年限最长可延长至 5 年。

（3）对于顶岗实习的柔性管理

学生顶岗实习的管理按照学院(校)、系学生顶岗实习管理办法执行，由企业兼职教师与学校教师按照毕业实践课程标准，在学校和企业共同管理、指导、考核下取得相应学分。

顶岗实习单位可灵活选择。在毕业实践环节，学生既可前往就业单位实习，也可去专业安排的校外基地进行实习，或自行联系实习企业。只要企业符合专业规定的实习教学条件要求，都可以去实习。

因就业单位的实际需求，针对部分学生提前前往就业单位实习或从事非本专业实习内容的，实行“学分替换”制度，学生在企业参加与专业相关或不相关的岗前培训，并考核合格，经系主任批准，可用企业考核成绩替换相应专业课程学分。

九、毕业要求

本专业的学生必须修满 130 分才能获得毕业资格。

全媒体广告策划与营销专业学生毕业前推荐考取表九职业资格证书中的一项：

表九 全媒体广告策划与营销专业相关技能证书一览表

证书名称	报名时间	考证时间	发证机构
全国计算机等级考试	时间待定	每年 6、12 月	教育部
全国大学英语四、六级考试 (CET)	时间待定	每年 6、12 月	教育部
营销员证	时间待定	时间待定	人力资源和社会保障部
图形图像处理制作员	时间待定	时间待定	行业企业
ACAA 平面设计师证书	时间待定	时间待定	行业企业

备注：要求根据本人规划的就业方向考取上述职业资格证书之一

十、继续专业学习和深造建议

学生继续专业学习深造的途径有：

1. 参加相关专业的高等自学考试(以下简称高自考)的学习高自考的学习主要采取业余时间自主学习的方式，可以于在校期间完成。
2. 参加专升本考试升至本科院校继续学习深造或参加函授、远程教育本科学习。全媒体广告策划与营销专业可继续深造的本科专业包括广告学、市场营销、电子商务等。
3. 可考取专业相关高级工、技师技能证书。
4. 可通过有资质的中外办学合作项目或者个人通过考试，申请出国深造或出国进修和培训。

十一、学分转换规定

执行学校有关文件规定。