2019级专业人才培养方案

系（院）： 互联网营销学院

专 业： 广告策划与营销

年 级： 2019级

编 制 人： 陆永青

2019级《广告策划与营销》专业人才培养方案

一、专业名称及专业代码

专业名称：广告策划与营销

专业代码：630703

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

本校实行弹性学制，允许学生提前或延迟毕业。各专业一般修业年限为三年，修业年限最长不得超过九年（从入学时开始计算）。

四、职业面向

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 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） | 职业资格证书或技能等级证书举例 |
| 财经商贸大类(63) | 市场营销类(6307) | 批发业、零售业、印刷和记录媒介复制业（51、52、23） | 营销员（4-01-02-01）  商品营业员（4-01-02-03）  市场营销专员（2-06-07-02）  装潢美术设计人员（2-10-07-04）  广告设计人员（2-10-07-08） | 销售代表；  销售经理；  市场主管；  市场经理；  市场调查专员；  平面设计师；  产品包装设计师；  广告设计；  广告策划；  广告调查。 | 中国市场营销经理助理资格证书、高级营销员证书。  掌握营销技能的同时，掌握PS、CDR、AI等设计软件的运用，能够根据市场营销的需求进行设计。 |

五、培养目标和培养规格

**（一）培养目标**

本专业培养拥护党的基本路线，德、智、体、美等全面发展的，面向社会主义经济市场 、影视广告类等企业，掌握现代广告学专业知识，具备从事新闻媒介、广告部门、文化传媒等工作的能力；具备创意、设计 、制作多层次等专业技术理论知识和平面广告设计能力、网络广告设计能力等实践技能，具备良好的职业道德、敬业精神、适应能力、人际交流和沟通、团队协作和组织协调等社会能力。

**（二）培养规格**

**1.素质**

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，具有爱国情感、国家认同感、中华民族自豪感， 遵守法律，遵规守纪， 具有社会责任感和参与意识。

具有良好的职业道德和职业素养。遵守、履行道德准则和行为规范；尊重劳动、热爱劳动；崇德向善、诚实守信、爱岗敬业，具有精益求精的工匠精神；具有集体意识和团队合作精神，具有质量意识、绿色环保意识、安全意识、职业生涯规划意识等；具有从事相关职业应具备的其他职业素养要求。

具有良好的身心素质和人文素养。达到《国家学生体质健康标准》要求，具有健康的体魄和心理、健全的人格；具有一定的审美和人文素养。

**2.知识**

掌握广告创意与策划、广告心理学和广告学的基本理论、基本知识，具备基本的传播学分析能力和经营管理能力。

熟悉广告营销市场，掌握广告营销的定性、定量分析方法，具备为企业推出新广告策划或开展广告市场调研和广告市场分析、开展具体的广告营销策划的能力。

熟悉广告策划营销知识和方法，掌握相关营销管理理论。

掌握资料搜集、文献检索和毕业论文撰写方法，初步具备本专业领域的研究能力。

**3.能力**

具有终身学习，适应广告创意的能力；

具有获取信息的能力，并具有一定信息处理能力；

具有制定工作计划的能力和进行职业生涯规划能力；

具有分析、解决问题的能力；

具有主动探索和应用新知识、新技术、新方式的能力；

具有严格执行工作程序、工作规范、工作标准和安全操作规程的能力；

具有基本的生产组织、技术管理能力。

1. 课程设置及要求

主要包括公共基础课程和专业课程。

1. **公共基础课程**

军事技能、军事理论、美育课程、大学生心理健康、职业生涯与规划、思想道德修养、计算机基础、等级英语、大学体育、财经应用文写作、创新创业教育、毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、形势与政策、培贤英语。

**1. 公共基础课设置及进程安排表（共计41学分，占总学时30.95%）**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 课程  代码 | 课程名称 | 学 时 数 | | | | 学分 | 开课  学期 | 考核  方式 | 备注 |
| 总课  时数 | 理论  教学  （学时） | 课内  实训  （学时） | 集中  实训  （学时/周） |
| 1 | GRD 112 | 军事技能 | 112 |  |  | 112 | 2 | 1 | 考查 |  |
| 2 | GRD 113/114 | 军事理论课1/2 | 36 | 30 | 6 |  | 2 | 1、2 | 考试 |  |
| 3 | GRD 308 | 美育课程 | 32 | 16 | 16 |  | 2 | 4 | 考查 | 自行选择 |
| 4 | GRD 106 | 大学生心理健康 | 32 | 28 | 4 |  | 1.5 | 1 | 考试 |  |
| 5 | GRD 108 | 职业生涯与规划 | 16 | 14 | 2 |  | 1 | 1 | 考查 |  |
| 6 | GRD 105/205 | 思想道德修养1/2 | 48 | 32 | 16 |  | 3 | 1、2 | 考试 |  |
| 7 | GRD 301/302 | 计算机基础1/2 | 64 | 32 | 32 |  | 3 | 1、2 | 考试 |  |
| 8 | ENG 141/142/144/134 | 等级英语A/B/C/B级英语 | 64 | 64 | 0 |  | 4 | 1、2 | 考试 |  |
| 9 | GRD 201/202/203 | 大学体育1/2/3 | 96 | 18 | 78 |  | 3 | 1、2、3 | 考查 |  |
| 10 | GRD 107 | 财经应用文写作 | 32 | 26 | 6 |  | 1.5 | 2 | 考试 |  |
| 11 | GRD 117 | 创新创业教育 | 32 | 26 | 6 |  | 2 | 3 | 考查 |  |
| 12 | GRD 306/401 | 毛泽东思想概论1/2 | 64 | 56 | 8 |  | 4 | 3、4 | 考试 |  |
| 13 | GRD 307/402 | 形势与政策1/2 | 16 | 16 | 0 |  | 1 | 3、4 | 考试 |  |
| 14 | PXE 211 | 培贤英语A | 144 | 20 | 124 |  | 3 | 1 | 考查 |  |
| 15 | PXE 212 | 培贤英语B | 128 | 18 | 110 |  | 3 | 2 | 考查 |  |
| 16 | PXE 110 | 培贤英语C | 64 | 10 | 54 |  | 1.5 | 3 | 考查 |  |
| 17 | PXE 214 | 培贤英语D | 64 | 10 | 54 |  | 1.5 | 4 | 考查 |  |
| 18 | PXE 111 | 培贤英语E | 48 | 10 | 38 |  | 1 | 5 | 考查 |  |
| 16 | PEC 101 | 泰语 | 16 | 14 | 2 |  | 1 | 根据自己的课程灵活选修 | 考查 | 至少修够1分即可 |
| PEC 102 | 越南语 | 16 | 14 | 2 |  | 1 | 考查 |
| PEC 302 | 营养学 | 16 | 12 | 4 |  | 1 | 考查 |
| PEC 104 | 舞蹈 | 16 | 7 | 9 |  | 1 | 考查 |
| PEC 105 | 羽毛球 | 16 | 5 | 11 |  | 1 | 考查 |
| PEC 103 | 商务外交礼仪 | 16 | 10 | 6 |  | 1 | 考查 |
| PEC 106 | 职业道德 | 16 | 14 | 2 |  | 1 | 考查 |
| 合计 | | | 1108 | 440 | 668 | | 41 |  |  |  |

**2.公共基础课内容及要求**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **序号** | **课程名称** | **主要教学内容及要求** |
| 1 | 军事技能 | 本课程的主要内容包括：共同条令教育与训练、射击与战术训练、防卫技能与战时防护训练、战备基础与应用训练。  通过本课程的学习，让学生了解掌握基本军事技能，养成良好的军事素养，增强组织纪律观念，培养学生良好的战斗素养，提高学生安全防护能力，全面提升学生的综合军事素质。 |
| 2 | 军事理论 | 本课程的主要内容包括：中国国防、国家安全、军事思想、现代战争、信息化装备。  通过本课程的学习，让学生了解掌握军事基础知识，增强国防观念、国家安全意识和忧患危机意识，弘扬爱国主义精神、传承红色基因、提高学生综合国防素质，为实施军民融合发展战略和建设国防后备力量服务。 |
| 3 | 美育课程 | 本课程主要内容包括认识美，体验美，感受美，欣赏美，创造美等的美学。采用实践教育来体现美的教育。  通过本课程的学习，使学生认识美，爱好美，创造美，促进学生德智体的全面发展，提高学生思想，发展学生的道德情操，丰富学生知识和智力，从而学生在自然成长当中收获精神上的充足，对艺术，空间想象等进一步研究有重要的意义。 |
| 4 | 大学生心理健康 | 本课程的主要内容包括大学生心理健康的新观念、悦纳自我、控制调节情绪、塑造健全人格、积极适应环境、提升人际交往能力、学会恋爱、和生命教育等章节。 通过本课程的学习帮助学生掌握一定的心理健康知识，正确认识自我，接纳自我，塑造自己的良好形象，管理好自己的情绪，培养健全的人格品质，积极正向的心态，掌握学习和人际交往的科学方法和技巧，并帮助他们树立科学正向的恋爱观，学会尊重生命，努力实现生命的价值。 |
| 5 | 职业生涯与规划 | 本课程的主要内容包括认识职业生涯规划、制订职业生涯规划、职业素质的培养和职业能力的提升、就业准备、求职实践指导、就业权益的保护、创业教育、创业行动实施等内容。  通过本课程的学习，使学生掌握职业、职业生涯的基本理论知识、具备自我认识与分析技能、信息搜索与管理技能、生涯决策技能、求职技能等，提高学生的各种通用技能，激发学生的社会责任感，增强学生自信心，树立职业生涯发展的自主意识、正确的就业观和价值观、职业观；把个人发展和国家需要、社会发展相结合，确立职业的概念和意识，愿意为个人的生涯发展和社会发展主动付出积极的努力。 |
| 6 | 思想道德修养 | 本课程是中宣部、教育部规定的大学生的必修课之一，是各专业的公共必修课，也是对大学生进行系统的思想政治教育的核心渠道与阵地。通过学习，使学生树立科学的世界观、人生观、价值观、道德观、法制观。通过理论与实践相结合的教学模式，培养学生的爱国主义情操，坚定理想信念的自觉，激发敬业创新精神，形成健全人格的品质与心理素质，掌握工作、生活中的基础法律理论，树立法治意识。通过引导和学习，使学生具备作为现代公民的道德素养和法律素养。  通过本课程的教学改革与建设，使学生具有明确的职业理想、良好的职业道德、科学的职业价值观和较完善的职业纪律素质，为高职各专业人才培养目标的实现以及高职学生成长成才和终生发展打下坚实的基础。 |
| 7 | 计算机基础 | 《计算机应用基础》课程的主要内容有：计算机基础知识、计算机系统知识、Windows7操作系统知识介绍、Word2010文字处理软件、Excel2010电子表格数据处理软件、PowerPoint2010演示文稿软件、计算机网络基础知识及计算机维护等。  通过本课程的学习，结合理论教学和上机操作能力的培养，使学生了解计算机基础知识，掌握Windows7操作系统的文件、程序管理技术，使学生了解Word2010、Excel2010、PowerPoint2010的基本概念，熟练掌握办公软件的使用，学会利用Word2010软件处理文字，学会制作电子表格并利用公式与函数计算数据，学会高级数据处理、图表数据分析及打印输出等，学会幻灯片的版面设计、对象的动画设计和幻灯片的放映控制及输出转换通过掌握相关知识能够制作一个理想的演示文稿。熟悉Internet的使用，了解计算机安全与维护等基本技能与操作。 |
| 8 | 等级英语 | 本课程主要内容有英语语言知识与应用技能、学习策略和跨文化交际，包括词汇、阅读、翻译、语法和写作技巧等模块，其目的是帮助学生掌握英语语言知识和交际能力，通过丰富的语言输入与多样的练习形式巩固学生的语言基础，提高学生在不同情境下的语言应用能力。  通过本课程的学习使学生打好扎实的语言基本功，逐步学会使用英语中的基本词汇、语法以及句型结构；能听得懂英语授课，能听懂日常英语谈话和一般的英文主题讲座；提高学生的阅读和写作能力，培养学生在未来生活工作中使用英语进行口头和书面交流能力。本课程特别重视培养学生说、写、译等语言交际能力的培养，同时培养和训练学生的自主学习能力，提高综合文化素养，通过外文的学习培养其思想道德素质、文化素质和心理素质。 |
| 9 | 大学体育 | 本课程主要的内容有,体育基础、素质拓展、篮球、排球、羽毛球、武术（刀术）足球、田径（跑、跳）等。  学习本课程，使学生掌握体育基础知识，基本体育技能和基础体育动作要领，提高学生身体素质，个人兴趣爱好，使学生在现代化、面向世界、面向未来，适应我国社会主义现代化建设和基础体育改革与发展的实际需要，德、智、体、美全面发展，基础宽厚，具有现代体育  观念、良好的科学素养以及具有创新精神和实践能力，在社会中有一技之长。 |
| 10 | 财经应用文写作 | 本课程的主要内容包括常用公务文书、常用事务文书、财经活动分析文书、财经调研文书财经契约文书、财经策划文书、财经信息文书、财经函电、财经诉讼文书、财经论文等。  通过本课程的学习提高高职高专学生的应用文书写作能力，促进学生思维拓展，帮助学生从应用文写作的感性认识入手，开拓专业视野、培养写作兴趣，到完成积累专业知识、树立专业意识、提高专业素养、规范专业行为、掌握专业技能的学习体系的理性构建。 |
| 11 | 创新创业教育 | 本课程主要教学内容及要求： 本课程的主要内容创意概述，创意理论基础，创意心理分析，市场竞争中的创意，创意人才，创意人才的培养，创新意识，创新能力，创新方法及技巧，创新人才的培养，创业教育，创业计划，创业团队等。 通过本课程的学习，培养学生的三创意识，让他们勇于创新和超越，使学生在生活中能发现创新，创业的灵感，在未来的竞争中取得优势。 |
| 12 | 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论 | 该课程主要内容是全面论述毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想和科学发展观、习近平新时代中国特色社会主义思想的科学涵义、形成发展过程、科学体系、历史地位、指导意义。 是我国高校本专科学生都必修的一门思想政治理论课程。  通过本课程的学习，主要帮助大学生系统掌握中国化马克思主义的形成发展、主要内容和精神实质，增强中国特色社会主义道路自信、理论自信、制度自信、文化自信，坚定中国特色社会主义理想信念。培养运用马克思主义的立场、观点和方法分析和解决问题的能力，增强执行党的基本路线和基本纲领的自觉性和坚定性，积极投身全面建设小康社会的伟大实践。 |
| 13 | 形势与政策 | 本课程是思想政治理论课程的重要组成部分，是高等学校思想政治理论课的必修课。是按照高等学校对学生的培养目标，根据当今大学生普遍关心形势与政策的实际情况以及深化改革、建设全面小康社会新的历史时期对思想政治教育提出的要求设置的。每学期的教学内容是根据中宣部、教育部社科司下发的《“时事报告大学生版”教育教学要点》制定。  通过对大学生进行形势与政策教育，使学生全面系统了解社会发展动态，认清时代潮流，把握时代脉搏，正确认识国情、正确理解党的路线、方针和政策，提高爱国主义和社会主义觉悟，明确时代责任，提高分析和解决社会问题的能力，为成才打下坚实的思想基础。 |
| 14 | 培贤英语 | 本课程主要内容有标准的英语语音、语调、基本的词汇句型及日常的不同语境下的句型表达等。  通过本课程的学习，使学生可以掌握丰富的日常基本词汇、句型、问候的方式；如何进行自我介绍以及与其他人交朋友；食品、餐具、用餐的相关表达方式；有关购物单词和基本句子；常用国家名称；以电话为主题的句子；紧急情况为主题的单句；时间的表达；购物及商务活动等场合用语，以及在休闲场合使用的对话；与他人电话及紧急情况交流日常句型。培养学生用英语进行基本交流的能力，注重纠正语音语调，强调反复跟读、重复记忆的方式，达到加深印象，自然习得的效果。使学生能较流利地用标准的英语语音、语调表达自己的思想，进行一般的英语会话。逐步培养学生的对话、交谈和叙述等方面的口语实际能力，以达  到英语作为交流工具的目的。 |

1. **专业（技能）课程**
2. **专业基础课设置及进程安排表（共计41分，占总学时21%）**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 课程  代码 | 课程名称 | 学 时 数 | | | | 学分 | 开课  学期 | 考核  方式 | 备注 |
| 总课  时数 | 理论  教学  （学时） | 课内  实训  （学时） | 集中  实训  （学时/周） |
| 1 | OUW 101/OUW 102 | University English Writing Skills (上）(下） | 64 | 48 | 16 |  | 3 | 1、2 | 考试 |  |
| 2 | OUP 101/OUP 102 | Presentation Skills Course （上）（下） | 64 | 48 | 16 |  | 3 | 2、3 | 考试 |  |
| 3 | ACC 814 | Introduction to Quantitative Methods (IQM) 定量分析概论 | 32 | 30 | 2 |  | 2 | 2 |  |  |
| 4 | ABE 401 | Principles of Marketing Practice  (PMP) 营销实践原则 | 32 | 30 | 2 |  | 2 | 3 |  |  |
| 5 | ABE 404 | Dynamic Business Environments  (DBE) 动态商业环境 | 32 | 30 | 2 |  | 2 | 2 |  |  |
| 6 | ABE 405 | Enterprising Organisations  (EO) 企业组织 | 32 | 30 | 2 |  | 2 | 3 |  |  |
| 7 | ABE 406 | Managing Agile Organisations and People（MAOP）  敏捷组织和人员管理 | 32 | 30 | 2 |  | 2 | 5 |  |  |
| 8 | ABE 409 | International Business Economics and Markets  (IBEM) 国际商业经济学和市场 | 32 | 30 | 2 |  | 2 | 3 |  |  |
| 9 | HRM 815 | Human Resource Management  (HRM) 人力资源管理 | 32 | 30 | 2 |  | 2 | 4 |  |  |
| 10 | ABE 407 | Integrated Marketing Communications(IMC) 整合营销传播 | 32 | 30 | 2 |  | 2 | 4 |  |  |
| 11 | ABE 408 | Buyer and Consumer Behaviour  (BCB) 购买者和消费者行为学 | 32 | 30 | 2 |  | 2 | 4 |  |  |
| 12 | ABE 412 | Strategic Marketing  (SM) 战略市场营销 | 32 | 30 | 2 |  | 2 | 5 |  |  |
| 13 | APM306 | 新媒体营销概论 | 32 | 24 | 8 |  | 2 | 1 | 考试 |  |
| 14 | APM111 | 平面构成 | 48 | 12 | 36 |  | 2 | 2 | 考查 |  |
| 15 | APM112 | 色彩构成 | 48 | 12 | 36 |  | 2 | 2 | 考查 |  |
| 16 | APM113 | 立体构成 | 48 | 12 | 36 |  | 2 | 2 | 考查 |  |
| 17 | APM305 | 广告创意表达 | 32 | 24 | 8 |  | 2 | 3 | 考试 |  |
| 18 | APM224 | 图形创意 | 64 | 16 | 48 |  | 3 | 4 | 考查 |  |
| 19 | APM504 | 广告活动策划与专题 | 32 | 24 | 8 |  | 2 | 5 | 考试 |  |
| 合计 | | | 752 | 520 | 232 |  | 41 |  |  |  |

**2.专业基础课内容及要求**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **序号** | **课程名称** | **主要教学内容及要求** |
| 1 | UniversityEnglish Writing Skills（大学英语写作课课程） | 本课程通过研究英文学术文章的谋篇布局，学习在英文学术文章写作中如何合法地获取与使用英文出版物与非出版物的资料信息、如何正确地使用各种英文资料组织写作，探讨如何评估并优化英文学术文章来培养学生良好的英语学术文章写作技巧与能力。  通过本课程的学习，学生可以熟悉英文学术文章的架构与作文技能，掌握写作主题鲜明、重点突出、资料翔实、逻辑清晰、结构合理、层次分明、衔接顺畅的英文篇章的能力，提高并强化学生在学习工作中的国际交流能力。 |
| 2 | Presentation Skills Course（大学演讲课课程） | 本课程通过研究优秀英文演讲的构成要素、分析英文演讲的情景并学习如何撰写优秀的英文演讲稿、如何在英文演讲中合理地管控肢体语言和声音技巧、如何管理视觉辅助器具、如何设计演讲舞台与传递信息来培养学生出众的英文演讲技巧与能力。  通过本课程的学习，学生可以熟悉多种情形下的英文演讲的架构与技巧，掌握在英文环境中进行主题鲜明、重点突出、逻辑清晰、结构合理、衔接顺畅的英语演讲技巧与能力。 |
| 3 | Introduction to Quantitative Methods (IQM) 定量分析概论 | 该课程主要内容是研究如何对商业数据的收集分类、处理和分析，以便得出正确行业结论的方法论学科。通过统计所特有的统计指标和指示体系，表明所研究的社会经济现象的规模、水平、速度、比例和效益，以反映社会经济现象发转规律在一定时间、地点、条件下的作用，描述和预测社会经济现象数量之间的联系和变动规律。  通过本课程的学习使学生们理解统计学的基本原理，掌握统计学的基本方法，子定性分析基础上做好定量分析。用统计学的知识取“发现问题、分析问题和解决问题”，培养学生做数据统计、商业分析和市场预测的能力，以适应市场经济中各类问题的实证研究、科学决策和经济管理的需求。 |
| 4 | Principles of Marketing Practice  (PMP) 营销实践原则 | 该课程主要内容是介绍市场营销基本概念和基础知识。  通过本课程的学习使学生们理解营销方法与技巧，掌握一定的营销理念，将理论与实际结合，具备解决实际赢下问题的能力。 |
| 5 | Dynamic Business Environments  (DBE) 动态商业环境 | 该课程主要内容是关于商业的经济学观点、不同的经济制度、政府对企业商业的潜在影响、不同水平的市场竞争、供需关系以及需求的弹性、PESTLE分析法、SWOT分析法和企业内部环境的分析。  通过本课程的学习使学生们理解涉及商业环境的全面的基础知识，对商务中涉及道德实务和相关问题有个清晰的认识，为其他专业课的学习简历一个系统与明确的观点，加强学生综合运用所学理论分析实际问题的能力，培养学生一定的上午素质。 |
| 6 | Enterprising Organisations  (EO) 企业组织 | 该课程主要内容是关于企业组织结构的多种类型，能绘制最合适的组织结构，并展示不同组织因素之间的联系。组织结构类型以及企业组织的沟通方式，各职能之间的合作与冲突。  通过本课程的学习使学生们理解如何分析内外部因素对组织产生的影响；学会用使用一些分析理论分析企业环境。组织基础设施的概念和作用；能够在不同的组织范围内确定组织绩效的关键因素。 |
| 7 | Managing Agile Organisations and People（MAOP）  敏捷组织和人员管理 | 该课程主要内容是学习组织性质的变化，了解现代管理实践与原则，熟悉员工绩效环节和管理者的个人发展。  通过本课程的学习使学生们具备分析组织内外部环境的能力，嫩够提出支持采取具体战略的合理论据；具备分析、判断、商业意识能力，了解个人职责、熟悉人员管理，能够反思并制定合适的个人发展规划。 |
| 8 | International Business Economics and Markets  (IBEM) 国际商业经济学和市场 | 该课程主要内容是全面论述常见的国际市场状况及国际经济环境形势。  通过本课程的学习使学生们理解常见的国际贸易原理和经理理论、国际市场规律、常见的国际金融机构及其运行方式。 |
| 9 | Human Resource Management  (HRM) 人力资源管理 | 该课程主要内容是分析人力资源管理的盖伦及其对组织的影响；评估人力资源管理在职场中的应用过程；评估人力资源管理所涉及的各种实践及应用情况（包括人力资源规划、人员配置、员工发展、员工关系和薪酬）；评估影响职场中员工关系的有关因素。  通过本课程的学习使学生们理解现代人力资源开发与管理的专业知识；行政管理与文化建设的专业知识；具有分析解决人力资源战略管理、进行人力资源开发和管理的基本能力。 |
| 10 | Integrated Marketing Communications(IMC) 整合营销传播 | 该课程主要内容是解释整合营销传播基本概念及原理，综合介绍整合营销传播在实现品牌、市场营销和企业目标中的重要性。  通过本课程的学习使学生们掌握如何在各种实际情况下实现整合营销传播, 同时了解客户行为, 媒体计划和品牌战略的相关知识。 |
| 11 | Buyer and Consumer Behaviour  (BCB) 购买者和消费者行为学 | 该课程主要内容是研究消费者心理和行为的应用性学科，是市场营销学和心理学的一个重要的的分支。它包含了影响消费者选择的主要因素，消费者购买原理，研究消费者行为的价值，消费者行为理论如何影响组合营销等。  通过本课程的学习使学生们掌握消费者心理的基本知识，基本理论，基本原则，掌握影响消费者行为方面的的基本因素及相关的基础知识，学习分析影响消费者心理和行为的社会环境，文化因素，产品要素和其他相关因素，培养学生综合分析，解决实际问题的能力，为将来从事营销实践工作及进行理论研究打下良好基础。 |
| 12 | Strategic Marketing  (SM) 战略市场营销 | 该课程主要内容是关于市场营销的概念以及发展趋势，介绍营销环境、营销战略、营销技巧以及营销过程中涉及的法律问题。  通过本课程的学习使学生们理解营销活动的必要性，更加全面地掌握市场营销理论知识，培养学生的营销能力，使其在未来实践工作运用所学知识解决遇到的营销难题。 |
| 13 | 新媒体营销概论 | 《新媒体营销概论》是一门学科专业的课程，系统地阐述了认知新媒体营销载体、运营策略、案例分析等多角度，研究新媒体发展变化规律，新媒体营销表现的理论和方法。通过本课程的学习，使学生掌握新媒体营销基本知识、基本原理、能够正确的运用所学的新媒体营销方法解决广告活动中的实际问题。本课程能够让学生具备良好的实际运用能力。 |
| 14 | 平面构成 | 本课程主要内容：本课程的任务是使学生在平面形态的基本构成原理和方法方面得到较系统的了解和训练，使学生具备平面创造能力、审美能力和表现能力。  通过本课程的学习，使学生掌握：要求学生掌握平面构成基础和原理；掌握平面构成方法，研究构成美学，建立理性思维方法与现代审美思想；熟练用绘图仪器表现构思。其中平面构成设计要注意对工具的熟练掌握，注意绘图工具的制约性与便捷性。其次在学习平面构成时，既要注意二度空间视觉造型的丰富，又要注意并研究在二度空间中图形所产生的空间感与透视感。 |
| 15 | 色彩构成 | 本课程主要内容：引导学生研究形态和色彩之间的关系；体现形态、色彩相互的适应性与共同的表现性，分析和评价色彩关系；并在掌握基本色彩规律的基础上，用构成语言创建新的形式与方法，从而提高形与色综合造型的创造能力、鉴赏能力和表现能力，为以后有目的地专业设计做好准备。  通过本课程的学习，使学生掌握：能掌握合理有序选择色彩形式 ；具备用造型色彩等对构成作品进行色彩形式表达的能力；培养对色彩方面的鉴赏能力；同时要求学生掌握具备设计构思以及规划色彩的能力；培养严谨的色彩创作态度，具有热爱科学和实事求是的严谨学风，具有较强的创新意识和创新精神。 |
| 16 | 立体构成 | 本课程主要内容：立体构成是研究立体、空间造型的一门基础课，是设计的基础，是从写生、写实造型向抽象、想象造型转化的过程，是从绘画基础训练向专业设计转化的环节，构成观念是否能建立起来，关系到后面的专业创作以及整个艺术活动的动向。  通过本课程的学习，使学生掌握：主要培养学生空间立体造型和创作的能力，锻炼学生三维空间的思维能力及审美能力。通过对立体构成形式规律的学习，要求学生掌握立体构成创作的基本原理和创作技法，学会逻辑思维与形象思维相结合的创造性思维，提高动手能力，为专业设计打下坚实的基础。熟练掌握从平面到立体的形态分析；空间立体造型的基本因素和形式法则； 线、面、体的练习；理解材料在立体构成中的应用与表情，理解与运用材料所带来的不同的视觉心理感受；立体构成的应用。 |
| 17 | 广告创意表达 | 本课程从创意出发和创意表现的角度提出问题，根据广告创意的内在逻辑与外在表现设计为教学核心。通过文化、产业、日常生活形态的解读来探寻广告创意的深层动因和理论源起，并结合个案细读和实务分析，有针对性地展开广告创意的训练。使学生能够了解和掌握创意发生的基本原理和方法。并通过对经典广告创意作品的类型研究，阐述广告创意的思路与方法。  本课程的基本教学任务是使学生全面、系统了解广告创意的理论和原则，认识广告创意的特点和规律，掌握广告创意的主要方法和相关技能。 |
| 18 | 图形创意 | 本课程主要内容：本课程的学习内容情境依据技能为主、知识为辅的思想，将图形创意的知识，设计及创意的技能融入到各个情境单元当中，并且注重学习方法的养成。为学生在将来的设计工作中更具形式美意识与实践能力，更具设计创造力打下基础。学习情境的课时数按照实践工作任务的为主，任务情境由易到难并涵盖各部分的知识点。  通过本课程的学习，使学生掌握：要求学生掌握在于通过写生、变形、再创作、培养学生认识和创造美的能力，提高学生的创造性思维能力，摆脱习惯的思维方式，从新的角度去观察、认识、理解、表达事物。了解和运用设计的形式美法则，培养学生对图形想象力的控制能力和形式美原则的应用能力，同时引导学生进入与市场接轨的设计区域，学习图形设计的基本作法，为其他专业课程的学习打下基础。 |
| 19 | 广告活动策划与专题 | 广告活动策划与专题是广告专业的一门中重要课程，具有很强的实用性。它是对广告专业其他门课程的融会贯通，以达到综合性运用的目的。通过本课程的学习，对广告策划的原理、技巧、程序与具体运作应有全面深刻的了解，并熟悉地结合企业广告活动进行广告活动与策划书撰写。 |

**3.专业核心课程**

**（1）专业核心课设置及进程安排表（共计17学分，占总学时8.95%）**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 课程  代码 | 课程名称 | 学 时 数 | | | | 学分 | 开课  学期 | 考核  方式 | 备注 |
| 总课  时数 | 理论  教学  （学时） | 课内  实训  （学时） | 集中  实训  （学时/周） |
| 1 | APM101 | 广告学 | 32 | 26 | 6 |  | 2 | 2 | 考试 |  |
| 2 | APM302 | PS广告视觉设计 | 64 | 16 | 48 |  | 3 | 3 | 考查 |  |
| 3 | APM303 | CDR矢量设计 | 64 | 16 | 48 |  | 3 | 3 | 考查 |  |
| 4 | APM501 | 招贴设计 | 64 | 16 | 48 |  | 3 | 3 | 考查 |  |
| 5 | APM114 | 摄影与摄像 | 32 | 10 | 22 |  | 2 | 4 | 考查 |  |
| 6 | APM223 | 传播学 | 32 | 24 | 8 |  | 2 | 4 | 考试 |  |
| 7 | APM502 | 广告创意与策划专题 | 32 | 24 | 8 |  | 2 | 5 | 考试 |  |
| 合计 | | | 320 | 132 | 188 |  | 17 |  |  |  |

**4.专业核心课内容及要求**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **序号** | **课程名称** | **主要教学内容及要求** |
| 1 | 招贴设计 | 1、熟练操作Coreldraw或Illustrator　　2、图像照片处理软件：Photoshop　　3、大量文字排版软件：Pagemaker方正排版。强烈敏锐的感受能力、发明创造的能力、对作品的美学鉴定能力、对设计构想的表达能力、具备全面的专业技能。 |
| 2 | 摄影与摄像 | 美学的基础，对构图和色彩能够熟练掌握。对于摄影艺术来说，构图和色彩是最根本的基础，如果想要摄影作品在众多的同类中脱颖而出，对构图和色彩的选择和把控是最关键的  具备硬件和软件设备的应用，熟悉摄影器材知道怎样布光、置景，并且能合理使用景深和景别，这样才能得到理想的光影效果。 |
| 3 | 广告创意与策划专题 | 广告创意与策划专题是应用性很强的一个专业，但也不能离开其相应的专业基础。具备多学科知识交叉的综合运用特点，策划活动所涉及的理论内容十分广泛，包括广告学、传播学、心理学、营销学、美学、社会学、统计学、逻辑学等多个学科的知识基础。我们精心确定广告学、传播学、心理学、营销学四门课为专业基础课。综合考察学生的知识能力、软件应用技术能力、素质。 |
| 4 | 广告学 | 广告学是研究广告活动的历史、理论、策略、制作与经营管理的学科。在结合大量实际案例的基础上了解广告学的基础理论、掌握广告运作的基本流程，广告活动的管理和规范等内容。将其基本原理运用到其他适用领域的方法与实践操作技能。 |
| 5 | 传播学 | 传播学是关于传播的一种视角,通过汇集各种观点和方法论来研究各种传播活动。传播学是研究人类一切传播行为和传播过程发生、发展的规律以及传播与人和社会的关系的学问，即传播学是研究人类如何运用符号进行社会信息交流的学科。  掌握广告的传播规律与传播特征，能够正确地选择媒体进行广告信息的有效传播并掌握媒体排期技能。 |
| 6 | PS广告视觉设计 | Photoshop是广告专业学生的一门专业必修课,具较强的系统性、创新性、针对性和实用性。学生通过该课程的学习,对广告平面设计工作的性质、任务、Photoshop是广告专业学生的一门专业必修课,具较强的系统性、创新性、针对性和实用性。学生通过该课程的学习,对广告平面设计工作的性质、任务、作用及其意义应有比较全面的了解;同时培养学生良好的广告设计从业意识,开拓广告设计市场的精神和竞争意识;并初步具备从事广告平面设计工作的能力和处理问题的能力。  具备硬件和软件设备的应用，熟悉软件知道怎样使用、图层工具、蒙版工具、特效工具的使用、并且能独自完成一些较简单的作品、创意广告作品等。 |
| 7 | CDR矢量设计 | 广告设计方向的一门基础课程，是设计专业的一门必修软件课。通过本课程的学习，使学生 Coreldraw软件的功能、特点、概念、术语和工作界面，熟练掌握图像编辑综合运用，从而形成一定的平面图像处理力与平面设计能力。为学生进一步学习平面设计知识打下坚实的基础，同时为与平面效果相关的应用课程提供应用基础与支持，并使学生能够独立完成基本广告设计工作。  掌握具备硬件和软件设备的应用特征，能够正确地选择有效工具与技能独自完成一些较简单的作品、创意广告设计作品等等 |

**5.专业拓展课设置及进程安排表（共计14学分，占总学时6.24%）**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 课程  代码 | 课程名称 | 学 时 数 | | | | 学分 | 开课  学期 | 考核  方式 | 备注 |
| 总课  时数 | 理论  教学  （学时） | 课内  实训  （学时） | 集中  实训  （学时/周） |
| 1 | APM212 | 市场调研与预测 | 32 | 24 | 8 |  | 2 | 3 | 考试 |  |
| 2 | APM304 | 广告心理学 | 32 | 26 | 6 |  | 2 | 3 | 考查 |  |
| 3 | APM307 | 广告媒介研究 | 32 | 26 | 6 |  | 2 | 3 | 考查 |  |
| 4 | APM101 | 广告美学 | 32 | 24 | 8 |  | 2 | 4 | 考查 |  |
| 5 | APM403 | 视觉营销 | 32 | 26 | 6 |  | 2 | 4 | 考查 |  |
| 6 | APM213 | 市场营销概论 | 32 | 24 | 8 |  | 2 | 4 | 考试 |  |
| 7 | APM301 | 电子商务文案策划与写作 | 32 | 24 | 8 |  | 2 | 5 | 考试 |  |
| 合计 | | | 224 | 174 | 50 |  | 14 |  |  |  |

6. **专业拓展课内容及要求**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **序号** | **课程名称** | **主要教学内容及要求** |
| 1 | 市场调研与预测 | 《市场调研与预测》是一门实用性极强的课程，系统地阐述了认知市场状况，研究市场发展变化规律，预知市场未来表现的理论和方法。通过本课程的学习，使学生掌握市场调研与预测的基本知识、基本原理、能够正确的运用所学的调查与预测方法解决市场活动中的实际问题。具备良好的实际运用能力。本课程能够让学生综合运用相关课程去做好统计分析，数据处理能力。 |
| 2 | 广告心理学 | 《广告心理学》,属于心理学一个分支学科,注重对学生应用能力的培广告心理学养,解决广告活动的心理学问题，通过对广告活动过程中消费者心理规律的学习,掌握知、情、行等心理过程与广告的相互作用与影响,以及心理规律在广告活动中的具体应用,培养学生运用心理规律解决广告活动中实际问题的能力和分析能力。 |
| 3 | 广告媒介研究 | 本课程深入介绍广告媒体的基本专业书籍，涵盖了媒体运作的方方面面。从两个大的方面详细得介绍了媒体计划的背景知识和媒体计划作业的程序。  通过对本书的学习，简单了解广告媒体在我国的发展历史，学会根据各种媒体不同的特点来选择合适的媒体对象，会进行媒体量和质的评估，学会对媒体环境、竞争品牌媒体投资以及消费者进行分析, 媒体目标及目标阶层的设定，学会根据到达率和接触频率的分析和计算来进行最有效的媒体选择，学会进行媒体行程的设定，媒体执行方案和媒体预算的制定。  是一本深入介绍广告媒体的基本专业书籍  有一定难度，但涵盖了媒体运作的方方面面。从两个大的方面详细得介绍了媒体计划的背景知识和媒体计划作业的程序。 |
| 4 | 广告美学 | 本课程主要内容：这是一门广告美学理论与广告创作实践相结合的新兴课程。是学生进行毕业设计的必要理论准备，同时它也是《广告策划》、《广告文案》、《广告摄影》等后续课程的基础。主要教学内容包括：广告美的属性和审美规律、现代广告的审美因素、广告创意思维的形成与运作、现代广告的形式美法则、现代广告的美学表现方法、广告受众审美心理分析等。  通过本课程的学习，使学生掌握：引导学生认识广告创作和接受过程中的美学规律。通过对经典广告案例的介绍使学生理解并掌握广告美学的规律和表现法则，并帮助学生在广告创作中培养自觉运用这些规律的能力。  通过本课程的学习，学生应达到下列基本要求：  （1）了解广告美的属性和审美规律  （2）了解现代广告的审美因素  （3）掌握广告创意思维的形成与运作  （4）掌握现代广告的形式美法则  （5）掌握现代广告的美学表现方法  （6）了解广告受众审美心理 |
| 5 | 视觉营销 | 本课程主要学习网店布局、文案视觉、商品主图设计、直通车推广图设计、钻石广告设计和视觉营销数据化等知识。  本课程通过理实一体化的教学理念，采用项目实战的教学方法，培养学生运用网络资源，深入理解网店视觉营销基础知识，掌握网店布局、文案视觉、商品主图设计、直通车推广图设计、钻石广告设计和视觉营销数据化等职业能力，根据网店运营等岗位需要，采用典型工作任务项目化课程开发模式,打破原有的以理论为主的内容结构和课序,根据工作任务进行课程项目设计，重视实践教学，遵循科学的职业教育理念，让学生通过项目化的实践，在真实的学习情境中学习并掌握网店视觉设计能力。 |
| 6 | 市场营销概论 | 市场营销概论是一门具备管理、经济、法律、市场营销等方面的知识和能力的专门学科。  《市场营销概论》根据高职高专教育的特点，以理论难度适中、体系健全为原则，以培养学生应用能力为目的，在学生掌握最基本的市场营销学理论的基础上，着力培养学生应用市场营销学的基本知识和基本原理去分析解决实际问题的能力。每章增加导人案例，课后设置案例分析，以强化理论与实践的结合，课堂学习与课后思考相结合，突出应用性、实用性和针对性。 |
| 7 | 电子商务文案策划与写作 | 《电子商务文案写作》是电子商务和市场营销专业的一门必修课。通过本课程的学习,使学生系统掌握常用的商务应用文章的实际用途和写作要领，从而在今后工作中能解决商务活动中的实际问题。 |

**5.专业实训课设置及进程安排表（共计25学分，占总学时32.86%）**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 课程  代码 | 课程名称 | 学 时 数 | | | | 学分 | 开课  学期 | 考核  方式 | 备注 |
| 总课  时数 | 理论  教学  （学时） | 课内  实训  （学时） | 集中  实训  （学时/周） |
| 1 | APM401 | 版式设计 | 64 | 16 | 48 |  | 3 | 2 | 考查 |  |
| 2 | APM402 | CIS企业形象 | 64 | 16 | 48 |  | 3 | 4 | 考查 |  |
| 3 | APM207 | 影视后期 | 64 | 16 | 48 |  | 2 | 4 | 考查 |  |
| 4 | APM505 | 品牌建设与推广 | 32 | 16 | 16 |  | 2 | 4 | 考试 |  |
| 5 | APM224 | 广告媒体渠道策划 | 64 | 32 | 32 |  | 4 | 5 | 考试 |  |
| 6 | GRD 902 | 实习报告 | 168 | 0 | 168 |  | 5 | 5 |  |  |
| 7 | GRD 901 | 顶岗实习 | 720 | 0 |  | 720 | 6 | 6 |  |  |
| 合计 | | | 1176 | 96 | 360 | 720 | 25 |  |  |  |

**3.专业实训课内容及要求**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **序号** | **课程名称** | **主要教学内容及要求** |
| 1 | 版式设计 | 通过本课程的学习，要使学生掌握版式编排设计的基本理论、实际操作技能和基本创意能力，掌握现代技术中具有通用性、普遍性的软件的使用方法。要通过各个教学环节培养学生对版式编排应用及书装的制作能力、和创意的能力。提高对画面中的各视觉元素组织安排的技巧，增强学生的理解力、创造力，要让学生更好地掌握编排设计规律与制作方法。 |
| 2 | CIS企业形象 | 当学生学习本课程时，需对CIS企业形象设计有了整体的了解，对标志、标准字、标准色、企业造型、企业象征图案有了正确的理解和认识，并且已经学习了学科基础课程、专业平台课程，因此拥有了较好的基础知识和基本技能。通过本课程的教学，使学生了解CIS企业形象设计在市场周期中的地位、作用，以及企业形象设计中的具体技巧和规律方法，主要致力于培养学生综合运用广告设计的相关理论、技巧、方法进行独立设计与制作的统筹能力。 |
| 3 | 影视后期 | 本课程使学生影视后期特效的基本理论知识；了解影视编辑的基础知识；掌握学习合成软件影视特效实战技巧，会进行基础的影视后期特效设计和制作，加强学生对广告影视技术的理解，培养学生实际操作能力。 |
| 4 | 品牌建设与推广 | 1.充分理解品牌与产品的创新与创造特点和运营方式；  2.充分掌握品牌建设与内涵，品牌推广与运营方式； |
| 5 | 广告媒体渠道策划 | 通过对本书的学习，可以使学生更加清楚的了解广告媒体的运作程序和过程，从而在以后的实际工作中，运用所学过的知识，熟练的进行媒体各方面的操作。学会根据各种媒体不同的特点来选择合适的媒体对象，会进行媒体量和质的评估，学会对媒体环境、竞争品牌媒体投资以及消费者进行分析，媒体目标及目标阶层的设定，学会根据到达率和接触频率的分析和计算来进行最有效的媒体选择，学会进行媒体行程的设定，媒体执行方案和媒体预算的制定。 |

七、教学进程总体安排

**（一）教学进程安排**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **课程类别** | | **序号** | **课程名称** | **课程**  **代码** | **核心课程** | **学分** | **课程**  **学时** | **理论**  **教学**  **（学时）** | **课内**  **实训**  **（学时）** | **集中**  **实训**  **（学时/周）** | **考试**  **（查）** | **各学期教学周数及周学时分配（周学时\*周数）** | | | | | |
| **一** | | **二** | | **三** | |
| **19** | **20** | **20** | **20** | **20** | **19** |
| 公共基础课程 | 必修 | 1 | 军事技能 | GRD 112 |  | 2 | 112 |  |  | 112 | 考查 | >112(14天） |  |  |  |  |  |
| 2 | 军事理论课1/2 | GRD 113/114 |  | 2 | 36 | 30 | 6 |  | 考试 | 1\*18 | 1\*18 |  |  |  |  |
| 3 | 美育课程 | GRD 308 |  | 2 | 32 | 16 | 16 |  | 考查 |  |  |  | 2\*16 |  |  |
| 4 | 大学生心理健康 | GRD 106 |  | 1.5 | 32 | 28 | 4 |  | 考试 | 2\*16 |  |  |  |  |  |
| 5 | 职业生涯与规划 | GRD 108 |  | 1 | 16 | 14 | 2 |  | 考查 | 1\*16 |  |  |  |  |  |
| 6 | 思想道德修养1/2 | GRD 105/205 |  | 3 | 48 | 32 | 16 |  | 考试 | 2\*12 | 2\*12 |  |  |  |  |
| 7 | 计算机基础1/2 | GRD 301/302 |  | 3 | 64 | 32 | 32 |  | 考试 | 2\*16 | 2\*16 |  |  |  |  |
| 8 | 等级英语A/B/C/B级英语 | ENG 141/142/144/134 |  | 4 | 64 | 64 | 0 |  | 考试 | 2\*16 | 2\*16 |  |  |  |  |
| 9 | 大学体育1/2/3 | GRD 201/202/203 |  | 3 | 96 | 18 | 78 |  | 考查 | 2\*16 | 2\*16 | 2\*16 |  |  |  |
| 10 | 财经应用文写作 | GRD 107 |  | 1.5 | 32 | 26 | 6 |  | 考试 |  | 2\*16 |  |  |  |  |
| 11 | 创新创业教育 | GRD 117 |  | 2 | 32 | 26 | 6 |  | 考查 |  |  | 2\*16 |  |  |  |
| 12 | 毛泽东思想概论1/2 | GRD 306/401 |  | 4 | 64 | 56 | 8 |  | 考试 |  |  | 2\*16 | 2\*16 |  |  |
| 13 | 形势与政策1/2 | GRD 307/402 |  | 1 | 16 | 16 | 0 |  | 考试 |  |  | 2\*4 | 2\*4 |  |  |
| 14 | 培贤英语A | PXE 211 |  | 3 | 144 | 20 | 124 |  | 考查 | 9\*16 |  |  |  |  |  |
| 15 | 培贤英语B | PXE 212 |  | 3 | 128 | 18 | 110 |  | 考查 |  | 8\*16 |  |  |  |  |
| 16 | 培贤英语C | PXE 110 |  | 1.5 | 64 | 10 | 54 |  | 考查 |  |  | 4\*16 |  |  |  |
| 17 | 培贤英语D | PXE 214 |  | 1.5 | 64 | 10 | 54 |  | 考查 |  |  |  | 4\*16 |  |  |
| 18 | 培贤英语E | PXE 111 |  | 1 | 48 | 10 | 38 |  | 考查 |  |  |  |  | 3\*16 |  |
|  | 小计：（总学时比例30.5%） | | 0 | 40 | 1092 | 426 | 554 | 112 |  | 442 | 298 | 168 | 136 | 48 |  |
| 选 修 （选够 1 分 即 可） | 1 | 泰语 | PEC 101 |  | 1 | 16 | 14 | 2 |  | 考查 |  |  |  |  |  |  |
| 2 | 越南语 | PEC 102 |  | 1 | 16 | 14 | 2 |  | 考查 |  |  |  |  |  |  |
| 3 | 营养学 | PEC 302 |  | 1 | 16 | 12 | 4 |  | 考查 |  |  |  |  |  |  |
| 4 | 舞蹈 | PEC 104 |  | 1 | 16 | 7 | 9 |  | 考查 |  |  |  |  |  |  |
| 5 | 羽毛球 | PEC 105 |  | 1 | 16 | 5 | 11 |  | 考查 |  |  |  |  |  |  |
| 6 | 商务外交礼仪 | PEC 103 |  | 1 | 16 | 10 | 6 |  | 考查 |  |  |  |  |  |  |
| 7 | 职业道德 | PEC 106 |  | 1 | 16 | 14 | 2 |  | 考查 |  |  |  |  |  |  |
|  | | 小计：（总学时比例0.4%） | |  |  | 1 | 16 | 14 | 2 |  |  | 说明：学生在第1—6期选修够1个学分以上即可； | | | | | |
| 专 业 技 能 课 程 | 必修 课 程 | 1 | University English Writing Skills (上）(下） | OUW 101/OUW 102 |  | 3 | 64 | 48 | 16 |  | 考试 | 2\*16 | 2\*16 |  |  |  |  |
| 2 | Presentation Skills Course （上）（下） | OUP 101/OUP 102 |  | 3 | 64 | 48 | 16 |  | 考试 |  | 2\*16 | 2\*16 |  |  |  |
| 3 | Introduction to Quantitative Methods (Level 4) | ACC 814 |  | 2 | 32 | 30 | 2 |  | 考试 |  | 2\*16 |  |  |  |  |
| 4 | Dynamic Business Environments (DBE)(L4) | ABE 404 |  | 2 | 32 | 30 | 2 |  | 考试 |  | 2\*16 |  |  |  |  |
| 5 | Enterprising Organisations (EO)(L4) | ABE 405 |  | 2 | 32 | 30 | 2 |  | 考试 |  |  | 2\*16 |  |  |  |
| 6 | Principles of Marketing Practice (PMP)(L4) | ABE 401 |  | 2 | 32 | 30 | 2 |  | 考试 |  |  | 2\*16 |  |  |  |
| 7 | International Business Economics and Markets (IBEM)(L5) | ABE 409 |  | 2 | 32 | 30 | 2 |  | 考试 |  |  | 2\*16 |  |  |  |
| 8 | Buyer and Consumer Behaviour (BCB)(L5) | ABE 408 |  | 2 | 32 | 30 | 2 |  | 考试 |  |  |  | 2\*16 |  |  |
| 9 | Human Resource Management (HRM)(L5) | HRM 815 |  | 2 | 32 | 30 | 2 |  | 考试 |  |  |  | 2\*16 |  |  |
| 10 | Integrated Marketing Communications (IMC)(L5) | ABE 407 |  | 2 | 32 | 30 | 2 |  | 考试 |  |  |  | 2\*16 |  |  |
| 11 | Managing Agile Organisations and People (MAOP)(L5) | ABE 406 |  | 2 | 32 | 30 | 2 |  | 考试 |  |  |  |  | 2\*16 |  |
| 12 | Strategic Marketing (SM)(L6) | ABE 412 |  | 2 | 32 | 30 | 2 |  | 考试 |  |  |  |  | 2\*16 |  |
| 13 | 新媒体营销概论 | APM306 |  | 2 | 32 | 24 | 8 |  | 考试 | 2\*16 |  |  |  |  |  |
| 14 | 平面构成 | APM111 |  | 2 | 48 | 12 | 36 |  | 考查 |  | 8\*6 |  |  |  |  |
| 15 | 色彩构成 | APM112 |  | 2 | 48 | 12 | 36 |  | 考查 |  | 8\*6 |  |  |  |  |
| 16 | 立体构成 | APM113 |  | 2 | 48 | 12 | 36 |  | 考查 |  | 8\*6 |  |  |  |  |
| 17 | 版式设计 | APM401 |  | 3 | 64 | 16 | 48 |  | 考查 |  | 4\*16 |  |  |  |  |
| 18 | 广告学 | APM101 | \* | 2 | 32 | 26 | 6 |  | 考试 |  | 2\*16 |  |  |  |  |
| 19 | PS广告视觉设计 | APM302 | \* | 3 | 64 | 16 | 48 |  | 考查 |  |  | 4\*16 |  |  |  |
| 20 | CDR矢量设计 | APM303 | \* | 3 | 64 | 16 | 48 |  | 考查 |  |  | 4\*16 |  |  |  |
| 21 | 广告创意表达 | APM305 |  | 2 | 32 | 24 | 8 |  | 考试 |  |  | 2\*16 |  |  |  |
| 22 | 招贴设计 | APM501 | \* | 3 | 64 | 16 | 48 |  | 考查 |  |  | 4\*16 |  |  |  |
| 23 | 摄影与摄像 | APM114 | \* | 2 | 32 | 10 | 22 |  | 考查 |  |  |  | 2\*16 |  |  |
| 24 | CIS企业形象 | APM402 |  | 3 | 64 | 16 | 48 |  | 考查 |  |  |  | 4\*16 |  |  |
| 25 | 传播学 | APM223 | \* | 2 | 32 | 24 | 8 |  | 考试 |  |  |  | 2\*16 |  |  |
| 26 | 图形创意 | APM224 |  | 3 | 64 | 16 | 48 |  | 考查 |  |  |  | 4\*16 |  |  |
| 27 | 广告创意与策划专题 | APM502 | \* | 2 | 32 | 24 | 8 |  | 考试 |  |  |  |  | 2\*16 |  |
| 28 | 广告活动策划与专题 | APM504 |  | 2 | 32 | 24 | 8 |  | 考试 |  |  |  |  | 2\*16 |  |
| 29 | 实习报告 | GRD 902 |  | 5 | 168 | 0 | 168 |  | 考查 |  |  |  |  |  | 28\*6 |
| 30 | 实习 | GRD 901 |  | 6 | 720 | 0 | 0 | 720 | 考查 |  |  |  |  |  | 30\*24 |
|  | 小计：（总学时比例58.4%） | |  |  | 75 | 2088 | 684 | 684 | 720 |  | 64 | 368 | 352 | 288 | 128 | 888 |
| 选修课程 | 1 | 市场调研与预测 | APM212 |  | 2 | 32 | 24 | 8 |  | 考试 | 2\*16 |  |  |  |  |  |
| 2 | 广告心理学 | APM304 |  | 2 | 32 | 26 | 6 |  | 考试 |  |  | 2\*16 |  |  |  |
| 3 | 广告媒介研究 | APM307 |  | 2 | 32 | 26 | 6 |  | 考试 |  |  | 2\*16 |  |  |  |
| 4 | 广告美学 | APM101 |  | 2 | 32 | 24 | 8 |  | 考查 |  |  |  | 2\*16 |  |  |
| 5 | 视觉营销 | APM403 |  | 2 | 32 | 26 | 6 |  | 考查 |  |  |  | 2\*16 |  |  |
| 6 | 市场营销概论 | APM213 |  | 2 | 32 | 24 | 8 |  | 考试 |  |  |  | 2\*16 |  |  |
| 7 | 影视后期 | APM207 |  | 2 | 64 | 16 | 48 |  | 考查 |  |  |  |  | 4\*16 |  |
| 8 | 电子商务文案策划与写作 | APM301 |  | 2 | 32 | 24 | 8 |  | 考查 |  |  |  |  | 2\*16 |  |
| 9 | 品牌建设与推广 | APM505 |  | 2 | 32 | 16 | 16 |  | 考试 |  |  |  |  | 2\*16 |  |
| 10 | 广告媒体渠道策划 | APM224 |  | 4 | 64 | 32 | 32 |  | 考试 |  |  |  |  |  | 4\*16 |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | 小计：（总学时比例10.7%） | | |  |  | 22 | 384 | 238 | 146 |  |  | 32 |  | 64 | 96 | 128 | 64 |
|  | 合计 | | |  |  | 130 | 3580 | 1362 | 1386 | 832 |  |  |  |  |  |  |  |

注：1、如是核心课程，需在对应位置标“\*”；

2、等级英语，根据学生测试成绩划分班级，分层次教学，学两个层次即可；

3、公共选修课，最少要修1分；

4、专业选修课程，最少要修够14分。

总时数3580学时，在总课时中，理论教学1362 学时，实践教学2218学时，两者比例1:1.64 ，实践教学占总时数62 %。

**（二）学期周数分配表**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 学 期 | 教学周数 | 理论教学周 | 军 训  入学教育暨 | 认识实习 | 施工实习 | 工种实习 | 综合实习 | 毕业设计 | 顶岗实习 | 毕业教育 | 复习考试 | 机动 |
| 一 | 20 | 15 | 2 |  |  |  |  |  |  |  | 2 | 1 |
| 二 | 20 | 18 |  |  |  |  |  |  |  |  | 1 | 1 |
| 三 | 20 | 18 |  |  |  |  |  |  |  |  | 1 | 1 |
| 四 | 20 | 18 |  |  |  |  |  |  |  |  | 1 | 1 |
| 五 | 20 | 12 |  |  |  |  |  | 6 |  |  | 1 | 1 |
| 六 | 20 |  |  |  |  |  |  |  | 18 | 2 |  |  |
| 总计 | 120 | 81 | 2 |  |  |  |  | 6 | 18 | 2 | 6 | 5 |

八、实施保障

**（一）师资队伍**

教师队伍的建设是发展教育的根本，在教师队伍建设中，以人为本，把师资队伍的建设作为学科建设和工科化学基地建设的核心。通过稳定充实、正面引导、以老带新、优化提高，建立一支年龄、知识结构合理，教学与科研、理论与实际相结合的高水平师资队伍。

通过实施教师队伍建设的一系列措施，广告策划与营销专业致力建立一支年龄和知识结构合理、科研能力较强、专兼结合的师资队伍，能较好地满足专业教学的需要。

**（二）教学设施**

教学实践是教学过程中的重要环节，在加强课堂教学过程中，不断的提高和最大化的利用实训教学，拟接近真实的广告行业标准来要求学生完成学业任务。

广告策划与营销专业现配备有专业实训机房，可以完成广告策划与营销专业课程教学以及广告设计制作等教学任务；配备有专业课程画室，可以完成本专业基础构成课程以及基础设计实训实践课程任务；配备有摄影摄像教学器材及机房，可以完成广告策划专业的影像摄像等课程的实训练习课程；有校外摄影采风实训对接基地，能够保障教学外出采风摄影等课程实践开展。同时，教学实训教室网络信息化条件，能满足专业建设、教学管理、信息化教学和学生自主学习需要。

**（三）教学资源**

严格执行国家和省（区、市）关于教材选用的有关文件规定，严格把控教学教材质量，选用职业教育国家规划教材、省级规划教材，以国家“十二五”、“十三五”规划为教材选取范围，禁止不合格的教材进入课堂。

学校图书馆现有的图书、文献等能满足学生全面培养、教学科研工作、专业建设等的需要，配备的电子书籍、书刊，包含音频、视频素材、教学课件、案例库、虚拟仿真软件、数字教材等，种类丰富、形式多样，方便师生查询、借阅，较好地满足专业教学的需要。

**（四）教学方法**

加强实践教学平台建设，着力培养学生创新精神和实践能力，在教学过程中展开案例理论教学和多媒体教学两种方式。

实践能力培养是应用型人才培养的重要内容，而实践技能的培养更多的依赖于平台建设。一是专业实训室教学，为学生提高广告策划与营销业务操作技能提供更多、更好的软、硬件环境；二是实习基地教学，密切与广告策划企业及相关行业的联系，加强与企业产、学、研的交流与合作；三是强化创新创业项目训练以及专业赛事平台，开设创新创业课程，提供创业理论和技能指导，指导学生申报创新创业项目并辅助实施获批后的项目计划，积极组织学生参加相关专业赛事比赛，形成以赛促学的教学方式；四是以就业为导向，将学历教育、职业技能培养与职业认证三者有机结合起来，专业教学中的课程内容设置以及教学内容改革都直接与相关职业岗位资格证书和技能证书的考核内容相对接。

**（五）教学评价**

教师对教学、要加强对教学过程的质量监控，改革教学评价的标准和方法。在日常教学中对学生的学业考核评价内容体现评价标准、评价主体、评价方式、评价过程的多元化，在专业课程建设中，要求学生掌握和熟悉课程基本理论，能够在课程实训中，熟练的技术操作以及按照课程要求规定的时间节点完成任务；其次在课程理论学习过程中，按照教学要求，完成课程考查作业；课程考核分为两种方式：一种是考查方式，如面试、顶岗操作、职业技能大赛、一种是考核方式，通过笔试答卷完成对课程学习的反馈。同时广告专业也在积极探寻开展第三方评价。

学生对教师的教学评价，体现在学期结束的网络平台教师教学评价中。通过网络平台教师教学评价，可以更好的从总体上掌握教师在教学过程中比较突出的问题，汇总反馈后可以促使教师在今后的教学工作中，更加具有针对性实施教学任务。

**（六）质量管理**

一是筹建教学工作委员会和教学督导组，建立规范的管理制度；二是加强日常教学监督。教研室对教师的教学进度、教案、课件、试卷每学期检查一次，轮置检查人员对教师日常课堂教学进行常规检查，不定期随堂听课，每学期召开一次学生座谈会，对学生反映的问题及时反馈处理，并将监督检查结果与教师年度考核挂沟。每学期各教研室都要开展观摩教学活动，每年都开展青年教师教学技能比赛、教案课件质量评比、试卷质量评比、实践教学评比、课堂教学质量评比等活动。积极组织开展学术讲座、报告，通过活动扩大学生的知识面，逐步提高学生的学术素养、创新精神和实践能力；制定相关措施，鼓励学生积极参加各类比赛；积极组织学生开展社会调查、社会实践活动，提升学生适应社会的能力。

九、毕业要求

（一）通过英语B级考试；

（二）通过2门香港公开大学课程；

（三）通过10门ABE校考；

（四）修够130个学分。

十、附录

**人才培养方案制订审批表**

**分院（部）：**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **年级** | 2019级 | **专业名称** | 广告策划与营销 |
| **培养方案**  **制订情况** | 广告策划与营销专业是我校在对广西地方企业进行充分调研的基础上，经过对企业的岗位性质、岗位需求的调查，紧密联系本校的实际情况，经过广告从业人员和广大专业教师讨论、修改，企业相关专家的论证，本着我校的“专业+英语”的办学理念而制定。该计划比较切合地方企业，也切合我校实际情况。  签字：  年 月 日 | | |
| **教研室意见** | 签字：  年月日 | | |
| **分院意见** | 签字（盖章）：  年 月 日 | | |
| **归属**  **校领导**  **意见** | 签字：  年 月 日 | | |
| **教务处**  **意见** | **意见：**  同意年级专业的人才培养方案从年月日起用。  签字（盖章）：  年 月 日 | | |