

2020 级广告策划与营销专业人才培养方案（对口）

（专业代码： 630703）

一、专业名称及代码

专业名称：广告策划与营销

专业代码：630703

二、入学要求

符合招生考试院录取规定和学院规定，通过对口招生录取的中职毕业生方可入学。

三、修业年限

基本修业年限为 3 年制，弹性修业年限为 2.5-5 年。

四、职业面向

职业面向：以广告传媒企业为主，兼顾各类商贸企业。

1	专业大类及代码	本专业属财经商贸大类（代码 63）
2	专业名称及代码	广告策划与营销（代码 630703）
3	主要面向岗位	广告策划
4	次要面向岗位	市场调查、市场推广、平面设计
5	职业资格考证	选考《中国市场营销策划师》或《品牌策划与运营师》

序号	就业规划	岗位
1	就业岗位	广告策划岗、广告业务岗、市场调查岗、广告设计岗等。
2	初始岗位	广告策划员、策划助理、市场调查员、市场推广员、广告设计员等基层岗位。
3	发展岗位	广告业务主管/经理（总监）、策划主管/经理（总监）、市场调研专员/主管（总监）、创业等。

表 1：职业岗位群分析表

岗位名称	岗位能力结构分析
广告业务主管	具有现代广告策划知识，熟悉广告业务流程，具有沟通和 分析能力，完成广告业务的推介及服务流程，能担任企业广告 业务主管工作。
营销策划主管	具有现代广告策划知识，熟悉营销过程管理，掌握市场调查 和市场营销的实务，有计算机处理营销信息和进行信息开发 的能力，能担任企业策划主管人员。
客户服务主管	具有现代营销知识，熟悉客户管理流程，有良好的服务态度 和服务技术，有较强的人际交往能力，能从事公司客户管理 工作。
广告(公关、市场)专员	具有现代营销和策划知识，熟悉营销过程管理，掌握一定传 播知识，能按企业开展策划和市场营销活动的目标要求，完 成广告策划和公关策划实务工作。
市场调研主管	具有现代营销知识，熟悉营销过程管理，掌握市场调查和市 场分析的能力，具有数据分析的能力，有计算机处理营销信 息和进行信息开发的能力，能担任公司市场调研主管人员。
创业	运用所学营销知识和技能创办小微企业。

表 2：素质和能力分析表

能力 表达	专业职业能力	能力要素	主要课程设置
基本 综合 素质 能力	计算机应用和信 息处理能力	具有 WINDOWS 操作系统基本运用、 office 信息自动化基本操作能力	计算机基础 英语、职业英语 大学生职业发展与就 业指导 心理健康教育
	英语能力	具有利用英语进行日常基本阅读和对 话的能力	
	自我认知能力	具有良好的思想品德和职业道德	
专 业 基 础 素 质 能 力	人际交往能力	具备社交礼仪知识和人际交往能力	礼仪与沟通 个人与团队管理 市场调查实务 市场营销实务 广告策划书写作实训
	市场调查与分析 能力	具有市场调查技术、信息处理及分析能 力	
	商务文案写作能 力	掌握商务文案的写作方法和技能	
专业	新媒体营销和策	掌握网络、微信、微博、短视频等新媒	网络广告实务

核心 素质 能力	划	体营销与策划技能	新媒体营销 微信营销与运营
	广告文案写作能力	能独立完成策划创意构思和营销传播策略制定、且能有效地完成企划案写作	广告策划实训 广告文案写作实训
	客户管理能力	具有新客户开发、老客户的维护	活动策划与执行 平面广告设计
	广告设计能力	能进行常规的平面广告设计和视频广告制作	视频制作实务 商务谈判与销售技巧 广告法规
职业 拓展 素质 能力	行业策划能力。	掌握房地产、粮食等行业产品营销与策划技能	房地产策划实训 粮食营销
	创业创新能力	掌握创新创业的基本知识及技能	创业基础

五、培养目标与培养规格

（一）培养目标

本专业旨在培养德智体美劳全面发展，适应全媒体时代的新需求，掌握必备的广告策划与营销专业的知识和基本技能，具有良好的职业道德和人文素养，以及较强的创新精神和持续发展能力。面向广告业、服务业、流通业、互联网业等行业的广告策划与营销推广一线岗位，能够从事广告调查与分析、广告文案创意与写作、广告市场推广、媒体公司对接、广告管理、营销策划等工作的高素质复合型技术技能人才。

（二）培养规格

1.专业基本要求

要懂得毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系的基本原理，坚定拥护中国共产党领导和我国社会主义制度，在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感，有良好的职业道德、职业精神和心理素质；崇尚宪法、遵法守纪、崇德向善、诚实守信、尊重生命、热爱劳动，履行道德准则和行为规范，具有社会责任感

社会参与意识；在具有必备的基础理论知识和专门知识的基础上，重点掌握从事本专业领域实际工作的基本能力和基本技能；具备较快适应生产、建设、服务、管理第一线岗位需要的实际工作能力；具有健全的体魄和创新创业精神。

2.本专业的素质要求

(1) 具有质量意识、环保意识、安全意识、工匠精神、创新思维。

(2) 勇于奋斗、乐观向上，具有自我管理能力、职业生涯规划的意识，有较强的集体意识和团队合作精神。

(3) 具有健康的体魄、心理和健全的人格，掌握基本运动知识和一两项运动技能，养成良好的健身与卫生习惯，良好的行为习惯。

(4) 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。

(5) 具备一定的营销学、广告学、心理学、创业学素质。

(6) 热爱广告行业，具备良好的广告从业职业道德，掌握并遵守广告法规。

(7) 具有良好的沟通能力和强烈的服务意识。

(8) 具有一定的创新意识。

3.本专业的知识与能力要求

知识要求：

(1) 掌握思想政治理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识。

(2) 掌握本专业相关的法律法规以及环境保护、消防安全等相关知识。

(3) 市场调查的方法、程序、抽样方法、数据分析和报告撰写等知识。

(4) 掌握平在广告设计和视频制作等相关知识。

(5) 掌握广告策划的方法、流程、方案写作等相关知识。

(6) 消费者行为与消费心理分析的基本内容和方法。

(7) 掌握推销与谈判的原则、方法和技巧。

- (8) 掌握活动策划与组织的基本内容和方法。
- (9) 掌握创业项目选择、机会风险分析、创业计划书撰写等相关知识。
- (10) 掌握新媒体营销推广相关知识。

能力要求：

- (1) 具有探究学习、终身学习、分析问题和解决问题的能力。
- (2) 具有良好的语言、文字表达能力和沟通能力。
- (3) 具备较强的市场调查能力
- (4) 能够撰写较为规范的广告策划书的能力
- (5) 能够撰写广告语和常用广告文案的能力。
- (6) 能够设计平面广告作品和制作视频广告的能力。
- (7) 具有商务活动策划和组织的能力。
- (8) 能够运用新媒体对品牌和产品进行线上线下推广和促销。
- (9) 能够对客群和竞争者进行分析。
- (10) 能够与客户进行商务沟通、组织实施推销和商务谈判。
- (11) 具备一定的创新创业能力。

六、课程设置及要求

(一) 公共基础课程

公共基础课程包括必修和限定选修两类；安排 884 学时、49 学分，实践学时比例不低于 20%。

1、公共基础必修课程：包括教育行政部门明确下文规定必修的公共课程，安排 584 学时、30 学分。

(1) 大学生安全教育：《关于在全区高等学校开设安全教育课的通知》(桂教安稳[2011]14号)，共 24 学时、1.5 学分。

(2) 军事技能与军事理论:《教育部中央军委国防动员部关于印发《普通高等学校军事课教学大纲》的通知》(教体艺(2019)1号),军事课由《军事理论》《军事技能》两部分组成。《军事理论》教学时数 36 学时,记 2 学分;《军事技能》训练时间 14 天 112 学时,记 2 学分。

(3) 思想道德修养与法律基础:教育部关于印发《新时代高校思想政治理论课教学工作基本要求》的通知(教社科[2018]2号),48 学时、3 学分(3 个学分中包含 0.5 个学分为实践教学学分)。

(4) 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论:教育部关于印发《新时代高校思想政治理论课教学工作基本要求》的通知(教社科[2018]2号),64 学时、4 学分(4 个学分中包含 0.5 个学分为实践教学学分)。

思想道德修养与法律基础 3 个学分中抽取 0.5 个学分作为实践教学学分,毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论 4 个学分中抽取 0.5 个学分作为实践教学学分,实践教学共计 1 学分。

(5) 形势与政策:教育部关于加强新时代高校“形势与政策”课建设的若干意见(教社科[2018]1号),32 学时、1 学分。

(6) 英语:《国家教育体制改革领导小组办公室关于进一步落实和扩大高校办学自主权完善高校内部治理结构的意见》(教改办[2014]2号),128 学时、8 学分。

(7) 体育:《教育部关于印发〈高等学校体育工作基本标准〉的通知》(教体艺[2014]4号),108 学时、6.5 学分。

(8) 心理健康教育:《关于进一步加强广西高等学校学生心理健康教育工作的实施意见》(桂教党[2018]38号),32 学时,2 学分。

2、公共基础限定选修课程:安排 300 学时、19 学分。

公共基础限定选修课程是教务部门根据《教育部关于职业院校专业人才培养

养方案制订与实施工作的指导意见》(教职成〔2019〕13号)要求制定的限定选修课程,各公共课程教学部门按文件要求分别提出课程目录,经教务部门汇总审核,分管院领导审定。

(1) 计算机基础:教育部高等学校计算机科学与技术专业教学指导委员会《高等学校非计算机专业计算机基础课程教学基本要求》,64学时、4学分。

(2) 大学生职业发展与就业指导:《教育部办公厅关于印发“大学生职业发展与就业指导课程教学要求”的通知》(教高厅〔2007〕7号),38学时、2.5学分。

(3) 创业基础:《国务院办公厅关于深化高等学校创新创业教育改革的实施方案》,32学时,2学分。

(4) 中共党史:中共中央办公厅 国务院办公厅印发《关于深化新时代学校思想政治理论课改革创新的若干意见》,教育部《关于职业院校专业人才培养方案制订与实施工作的指导意见》(教职成〔2019〕13号),16学时,1学分。

(5) 劳动教育:2018年9月,习近平总书记在全国教育大会的讲话中提出:“要在学生中弘扬劳动精神,教育引导学生崇尚劳动、尊重劳动,懂得劳动最光荣、劳动最崇高、劳动最伟大、劳动最美丽的道理,要努力构建德智体美劳全面培养的教育体系,形成更高水平的人才培养体系。”;《中国教育和改革发展纲要》指出:“加强劳动观点和劳动技能教育,是实现学校培养目标的重要途径和内容。”在《国家中长期教育改革和发展规划纲要(2010-2020年)》中,明确提出“坚持教育教学与生产劳动、社会实践相结合”。《劳动教育》课程纳入教学计划,实行劳动周制,结合学生素质课程及学院实际,安排16学时,1学分,分4个学期开设,任课教师由班级辅导员担任。课程考核标准参见《广西工商职业技术学院学生劳动教育实施方案》及《学生劳动手册》。

(6) 公共艺术课:《教育部办公厅关于印发〈全国普通高等学校公共艺术课程指导方案〉的通知》(教体艺厅〔2006〕3号),16学时、1学分。

(7) 公共选修课:《教育部关于职业院校专业人才培养方案制订与实施工作的指导意见》(教职成〔2019〕13号),134学时、8.5学分。

(二) 专业(技能)课程

专业(技能)课程安排912学时、57学分。专业课程一般包括专业基础课程、专业主干核心课程、专业拓展课程

1. 市场营销实务(考试课)

通过本课程的学习,学生应了解市场营销观念的内涵,掌握SWOT和STP理论与运用方法,掌握4P理论在广告策划和广告业务营销中的运用,为广告策划与营销专业后续课程的学习打下基础。

2. 市场调查实务(考试课)

通过本课程的学习,使学生系统地掌握市场调查的基本概念和基本理论;掌握市场调查方法,能独立承担市场调查任务,并撰写出有较高质量的调查报告。将市场调查的结论运用于广告策划中,为广告策划的有效完成提供可靠的依据。

3. 消费者行为分析(考试课)

通过本课程的学习,使学生掌握消费者信息来源、消费行为分析的主要内容。掌握消费者分析的方法,并将消费者分析与广告策划和广告销售结合,让广告策划和广告销售更加有效。

4. 广告实务(考试课)

本课程是广告策划与营销专业的基础课程,讲授现代广告的基本原理、广告业运作的基本规律和广告活动的一般规律,了解广告与市场营销、广告与传播、公共关系的相互关系以及广告的经营管理。通过该课程的学习使学生树立

现代广告意识，拓宽视野，为下一步广告策划相关课程的学习打下基础。

5.广告文案写作实训（考试课）

本课程是广告策划与营销专业的专业必修课程，讲授以报纸、杂志、户外等为代表的平面广告文案写作，以电视、广播为代表的电波广告文案的写作、以及网络代表的新媒介的广告文案写作等。通过该课程的学习使学生掌握主流媒介和常用新媒体的广告文案的写作规律，如写作格式，结构、方法和技巧。

6.广告策划实训（考试课）

本课程是面向广告策划与营销专业开设的一门专业必修课程。主要讲授广告策划的基本流程、广告策划书的撰写、广告策划与市场调查、产品分析、产品定位、广告传播策略的设计、广告效果评估之间关系、创意思维类型与方式、创意形成技法、创意思维训练、创意在广告策中的运用等内容。通过本课程教学，让学生掌握广告策划流程中各环节的要点，能写出合格的广告策划书。

7.广告媒体策划实训（考试课）

本课程是广告策划与营销专业的职业主干课程。主要讲授广告媒体的功能，广告媒介的分类与特点、广告媒体策略制定、媒体选择与预算、广告媒体计划书的撰写等内容。通过本课程的教学让学生掌握广告媒体的特点，并有效合理地制订广告媒介投放计划，特别是网络、移动等新媒体的策划。

8.广告策划书写作实训（考试课）

本课程主要讲授广告策划书撰写的内容、过程、结构、方法、技巧以及优秀策划案的评价标准和特点。其目的是提升广告策划书撰写的动手能力，具备对特定项目进行调研、创意、传播策略设计、广告策略的组织实施等技能，本课程以“项目市场调查分析、项目核心价值提炼、项目定位及广告传播策略设计、广告策划书的撰写和编制、广告策划书现场提案”等6个项目为载体来组织教学。

9.活动策划与执行（考试课）

通过本课程的学习，让学生掌握大型商业推广活动的策划流程，方法和技巧。掌握活动策划书的写作，掌握活动策划执行的细节和风险控制。学生应能写出大型推广活动的策划书，并能执行到位。

10.视频制作实务（考试课）

本课程是一门职业主干课程。本课程由、Flash CS6 基本操作、绘制动画矢量图形、编辑与修改矢量图形选取、填充图形颜色、创建与编辑文本等内容。通过本课程教学，让学生能做出一个基础的视频动画类广告作品。

11.平面广告设计（考试课）

本课程是广告策划专业的专业必修课程。主要讲授（平面）广告设计（photoshop/CorelDRAW）软件的运用和色彩运用、平面构图等内容，通过本课程的教学，让学生掌握平面设计的基础知识和软件的运用技巧，最终能做出基础的平面广告。

12.网络广告实务（考试课）

本课程是广告策划与营销专业的专业必修程。主要讲授网络广告的类型与特征、网络广告的调研、网络广告文案写作、网络广告的策划、网络广告的控制、网络广告的媒介分析等内容。通过本课程教学，让学生掌握网络广告策划的流程和方法，能写出规范的网络广告策划书。

13.微信营销与运营（考试课）

本课程是广告策划与营销的专业课。主要讲授：微信 5.0 新功能及其商业模式解读、微信公众账号的 8 大价值、微信双号和多号及矩阵战略、微信公众账号矩阵的 6 大运营攻略、微信公众账号的设计、利用服务号提供客户服务、企业微信发布内容的规划与选择等内容。通过本课程学习让学生掌握微信营销与运营的流程、方法和技术。

14.新媒体营销（考试课）

本课程是广告策划与营销的专业课。主要讲授新媒体的概念和特征、不同类型的新媒体、新媒体广告投放载体、新媒体运营的策划思维、新媒体舆情管理知识、选取了可口可乐、海底捞、恒大冰泉等的新媒体助力传统行业转型的案例。通过本课程教学让学生掌握新媒体营销的策略、方法和技术。

15.广告法规（考查课）

本课程是广告策划与营销专业的专业基础课程。主要讲授广告活动制度规范、广告发布标准、特定媒介的广告法规管理、广告道德规范、涉外广告的法规管理等内容。通过本课程学习让学生了广告法规，在进行广告活动策划时遵守广告法规。

16.个人与团队管理（考试课）

本课程方要培养学生的团队管理意识，掌握本学科的基本概念、原则和方法，训练学生的实际应用能力。通过学习，使学生树立起个人与团队管理意识的基础上，掌握进行有效的个人和团队管理的知识、方法和技巧；在掌握这些的知识技巧的基础上，将知识应用到实际生活中，有效的管理个人发展和团队发展。

17.商务谈判与销售技巧（考试课）

本课程是广告策划与营销的专业课。主要讲授：商务谈判思维、过程、价格，签约、客户类型与特点、接触客户与资料搜集、产品演示、拒绝与成交、售后服务等内容。通过本课程教学让学生掌握广告业务员应具有谈判和说服务能力，以及客户开发和管理能力。

18.房地产策划实训（考试课）

本课程主要讲授房地产策划信息准备、资源分析、决策分析、创意及营销策略制订、策划和组织实施等原理、方法与技巧。突出房地产营销策划知识、

创新思维和实战能力的训练和培养，使策划创新思维成为学生的一种习惯，帮助学生全面提高就业竞争力和职场适应能力。通过重点学习房地产项目运营的流程，房地产项目策划的方法和要求。使学生掌握如何运用系统的方法，掌握房地产项目营销策划以及策划运营的流程及方法。

19、直播营销（考试课）

本课程主要讲授直播营销的基础概念、直播营销的策划与筹备、直播活动的实施与执行、直播营销的传播与发酵、直播营销的复盘与提升、直播营销案例分析等知识模块。通过系统学习直播营销的理论和开展专项技能实训，最终目标是使用学生能运用直播知识和技能完成品牌传播计划和销售目标。

（三）校外职业实践课程

主要包括顶岗实习、毕业综合实践报告、创业实习实践（预就业）三个环节，对部分学生可以根据情况安排召回培训、订单培训、强化培养等。安排 1200 学时、40 分，实践教学学时比例为 100%。

1.顶岗实习

依据自治区教育厅桂教高教〔2009〕69 号文附件三“学生至少有半年时间到企业等用人单位顶岗实习”规定，安排在第五学期、20 周、20 学分，自第五学期起计满六个月。

2.毕业综合实践报告

依据教育部教高〔2000〕2 号文所列实践教学科目。安排在第六学期 10 周、10 学分。

3.预就业

依据《教育部关于加快高等教育改革，促进高等职业院校毕业生就业的通知》（教高〔2009〕3 号）的规定，10 周、10 学分，安排在第六学期，作为奖励学分，以就业证明等材料为据。

4.召回培训

对在顶岗实习中实习单位或实习学生提出需要加强知识或技能补课的，由所在系统筹安排召回培训。

5.订单培训

对在顶岗实习中意向用人单位或意向就业学生提出需要进行专项知识或技能培训的，由所在系统筹安排订单培训。

6.强化培养

对学院有特定培养方向或学生有特定发展意愿者，由系安排第三学年进行强化培养。

(四) 第二课堂

第二课堂：《共青团中央、教育部关于印发关于在高校实施共青团“第二课堂成绩单”制度的意见》(中青联发〔2018〕5号)，6学分；对学生参与第二课堂情况实行课程化管理,采用积分兑换学分的形式实现过程记录,以完成情况进行分级评价，具体实施见《广西工商职业技术学院“第二课堂成绩单”制度实施管理办法（试行）》。

七、教学进程总体安排

附表 1-1：学时分配表

学年	学期	课内教学学时		校外实践学时					其他	教学周数
		理论	实践(实践、上机等)	实习	实训	课程设计	毕业设计(论文)	预就业		
第一学年	第一学期	323	289							16
	第二学期	281	127							19
第二学年	第三学期	223	153							19
	第四学期	261	139							19

第三学年	第五学期			600					19
	第六学期						300	300	20
合计	2996	1088	708	600			300	300	

附表 1-2: 课程学分、学时分类统计表

课程性质		学时			学分	占总学分比例%
		总数	理论	实践		
公共基础课程	必修	584	357	227	30	
	限定选修	300	189	111	19	
	小计	884	546	338	49	32.24%
专业(技能)课程	专业基础课程	320	179	141	20	
	专业主干核心课程	416	252	164	26	
	专业拓展课程	176	106	70	11	
	小计	912	537	375	57	37.5%
校外实践课程		1200	0	1200	40	26.32%
第二课堂		—	—	—	6	
合计		2996	1083	1913	152	
实践教学比例		63.85%				

附表 1-3 广告策划与营销专业(三年制)课程体系及教学进程计划表

学期	课程性质	课程类别	开设课程(课程编码)	考核	学分	总学时	实际学时	理论学时	实践学时	周学时	授课周数(学周-专周)	开课、考试说明
一	公共基础课程	必修	大学生安全教育 1 (50050215)	查	0	12	12	10	2	特排	—	开学周、考试周
			军事技能 (50060215)	查	2	112	112	0	112	专周	—	2-3 周
			军事理论 1 (50040215)	查	0	18	18	14	4	1	16	4-19 周, 19 周考查
			思想道德修养与法律基础 (60010316)	试	3 (其中包含 0.5 个学分为实践教学学分)	48	48	38	10	特排	—	4-19 周, 20 周考试
			形势与政策 1 (60030116)	试	0	8	8	8	0	特排	—	4-19 周, 20 周考试
			英语 (40010814)	证	5	80	80	64	16	6	16	4-19 周, 考英语 B 级
			体育 1 (40020614)	试	1	20	20	10	10	2	10	4-19 周, 20 周考试
			心理健康教育 1 (50030215)	查	0	16	16	13	3	1	16	4-19 周, 19 周考查

二	专业 (技能)课程	限定选修	美术鉴赏(必选) (90040114)	查	1	16	16	13	3	1	16	4-19周,周四下午上课,19周考查	
			礼仪与沟通 (90070214)	查	2	32	32	20	12	2	16		
			中国传统文化 (90090214)	查	2	32	32	20	12	2	16	4-19周,19周考查	
			劳动教育(必选) (50080115)	查	0	4	4	0	4	特排	4	12-19周,19周考查	
			计算机基础(必选) (30010413)	试	4	64	64	32	32	4	16	4-19周,20周考试	
			大学生职业发展与就业指导1(必选) (50010215)	查	0	6	6	5	1	特排	—	4-19周,19周考查	
	专业 (技能)课程	专业基础课程	市场营销实务 (50060215)	试	3	48	48	28	20	3	16	4-19周,20周考试	
			市场调查实务 (1912020312)	试	3	48	48	28	20	3	16	4-19周,20周考试	
			市场调查项目训练 (1912190112)	查	1	16	16	0	16	特排	—	17-19周,分散灵活安排	
			个人与团队管理 (1912200212)	试	2	32	32	20	12	2	16		
	小计					29	612	612	323	289	25	19	
	公共基础课程	必修	大学生安全教育2 (50050225)	查	1.5	12	12	10	2	特排	—		开学周、考试周
			毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论 (60020416)	试		4(其中包含0.5个学分为实践教学学分)	64	64	51	13	特排	—	1-19周,20周考试
			形势与政策2 (1912200212)	试	0	8	8	8	0	特排	—	1-19周,20周考试	
军事理论2 (50040225)			查	2	18	18	14	4	1	19	1-19周,19周考查		
职业英语 (40010824)			试	3	48	48	38	10	3	19	1-19周,20周考试		
体育Ⅱ(40020624)			试	2	34	34	17	17	2	19	1-19周,20周考试		
心理健康教育2 (50030225)			查	2	16	16	13	3	1	19	1-19周,19周考查		
限定选修		中共党史 (90630116)	查	1	16	16	16	0	特排	—	1-19周,19周考查		
		普通话考证项目 (90165014)	查	0.5	6	6	6	0	特排	19			
		版式设计 (201201323)	试	3	48	48	28	20	3	16			
		劳动教育(必选) (50080125)	查	0	4	4	0	4	特排	4	12-19周,19周考查		
		大学生职业发展与就业指导2(必选) (50010225)	查	0	6	6	5	1	特排	19	1-19周,19周考查		
专业 (技能)课程		专业基础课程	广告实务 (1912030322)	试	3	48	48	28	20	3	16	1-19周,20周考试	
			新媒体推广实务 (1912280322)	试	3	48	48	28	20	3	16	1-19周,20周考试	
			广告法规 (1912290222)	试	2	32	32	19	13	2	16		
小计					27	408	408	281	127	19	19		

三	公共基础课程	必修	形势与政策3 (60030136)	试	0	8	8	8	0	特排	—	1-19周,20周考试	
			体育3(40020634)	试	2	34	34	17	17	2	—	1-17周,17周考查	
		限定选修	劳动教育(必选) (50080135)	查	0	4	4	0	4	特排	4	12-19周,19周考查	
			大学生职业发展与就业指导3(必选) (50010235)	查	0	10	10	8	2	特排	—	1-19周,19周考查	
	专业(技能)课程	专业基础课程	广告策划实训 (1912300332)	试	3	48	48	28	20	3	16	1-19周,20周考试	
		专业主干核心课程	广告文案写作实训 (1912070332)	试	3	48	48	28	20	3	16	1-19周,20周考试	
			网络广告实务 (1912080332)	试	3	48	48	28	20	2	16		
			商务谈判与销售技巧 (1912090332)	试	3	48	48	28	20	3	16		
			新媒体营销 (1912230242)	查	2	32	32	20	12	2	16		
			平面广告设计 (1912110432)	试	4	64	64	38	26	4	16		
	专业拓展课程	微信营销与运营 (1912210232)	查	2	32	32	20	12	2	16	1-19周,19周考查		
	小计					22	376	376	223	153	21	19	
四	公共基础课程	必修	形势与政策4 (60030146)	试	1	8	8	8	0	特排	—	1-19周,20周考试	
			体育4(40020644)	试	1.5	20	20	16	4	特排	—	1-10周,10周考查	
		限定选修	创业基础(必选) (50090245)	查	2	32	32	28	4	2	19	1-19周,20周考试	
			劳动教育4(必选) (50080145)	查	1	4	4	0	4	特排	4	12-19周,19周考查	
			大学生职业发展与就业指导4(必选) (50010245)	查	2.5	16	16	13	3	1	19	1-19周,20周考试	
	专业(技能)课程	专业主干核心课程	广告策划书写作实训 (1912320342)	试	3	48	48	30	18	3	16	1-19周,20周考试	
			广告媒体策划实训 (1912330342)	试	3	48	48	30	18	3	16		
			视频制作实务 (1912220342)	试	3	48	48	30	18	3	16		
			活动策划与执行 (1912100232)	试	2	32	32	20	12	2	16		
		专业拓展课程	房地产策划实训 (1912170442)	查	4	64	64	38	26	4	16	1-19周,19周考查	
			粮食营销 (1912240142)	查	1	16	16	10	6	1	8		
			直播营销 (201202443)	查	4	64	64	38	26	4	16		
	小计					28	400	400	261	139	23	19	
	五	校外实践课程	必修	顶岗实习 (70012052)		20	600	600		20周			
			小计		20	600	600		20周				
六	校外实践	必修	毕业综合实践报告 (70021062)		10	300	300		10周				

课程	必修	预就业 (70031062)		9+1	270+30	270+30		9+1周			
		小计		20	600	600		20周		20	
总计				146	2996	2996					

附表 1—4：实践性教学环节进程表

学 期	主要实践教学环节	地 点	考核方式
第一学期	市场调查实训	调查公司	跟调查合作开展实训和考核 以调查公司的考核方式和结果为准
第二学期	依托《广告实务》课程，举办营销策划节，并引进企业真实项目，全体学生分组参加策划方案设计和撰写，并进行答辩，	校内	策划方案及答辩
第三学期	以《广告策划与创意》课程为主，其他课程为辅，参加校外广告大赛和嘉燕营销策划大赛	校外	参加校外的策划竞赛，以获奖等级和任课教师评价作为考核依据
第四学期	以《广告策划书写作》课程为主，其他课程为辅，参加全国大学生广告艺术大赛	校内外	参加校外的策划竞赛，以获奖等级和任课教师评价作为考核依据
	依托《视频制作》《平面设计》课程，参加校内外的广告设计竞赛和承办策划节		与财信系广告设计专业一起开展校内竞赛，以任课老师评定和参赛成绩作为考核依据
	2020 级优秀广告策划(设计)作品展		展出 2019 级学生二年来的获奖的优秀策划和设计作品
第五学期	顶岗实习（企业实践）	校外实训基地	填写顶岗实习手册，校内外指导老师
第六学期	顶岗实习（毕业综合实践报告）	校外	撰写毕业综合实践报告
	预就业（创业实习）毕业教育	校外	实习考核表，提交就业协议或证明

附表 1—5：公共选修课程

序号	课程名称	学时	学分	开课单位	开课学期	备注
1	礼仪与沟通	32	2	通识教育学院	1	
2	中国传统文化	32	2	通识教育学院	1	
3	版式设计	48	3	经贸学院	2	

4	普通话考证项目	6	0.5	通识教育学院	2	
5	中共党史	16	1	马克思主义学院	2	
	合计	134	8.5			

附表 1—6：公共艺术选修课程

序号	课程名称	学时	学分	开课单位	开课学期	备注
1	美术鉴赏	16	1	通识教育学院	1	
	合计		1			

八、实施保障

（一）师资队伍

师资素质是教学质量的重要保证，培养造就一支结构合理，具有强烈的创新精神的师资队伍是专业建设的基础。本专业现有专任教师 15 名，教授、研究员、副教授、副研究员等高级职称的教师 5 名，具有博士、硕士学位教师 10 名，自治区级优秀教师 1 名，“双师型”教师 3 名，还长年聘请一批经验丰富的专家担任客座教师的顾问，是一支结构较为合理并且充满活力的团队。为更好的保障人才培养质量，本专业还会不断完善专任教师的学历结构和职称结构；增强专任教师的实践能力，提高教学效果；积极开展教学和科研经验、成果、动态方面的交流探讨，实现科研与教学之间的良性互动，在科研中进一步提升教师的专业素养和学术水平。

（二）教学设施

学习和能力的培养，不仅需要在课堂学习专业基础知识，更需要相关的实践学习，通过实践达到专业培养目标。本专业拥有设备先进的教学大楼、共有教室 10 间，全部配备黑板、多媒体设备、投影仪、计算机、网络接口等。营销策划实训室 2 间，计算机、投影仪、教学软件等软硬件配备齐全。校外实习基地 10 个，可以开展市场调查、广告策划、平面设计等实训活动。在基地的建设中始终秉持着以职业岗位技能为核心，以培养学生职业能力、职业道德及

可持续发展能力为基本点，以工作（岗位）流程为导向。力争实现校内实训基地的模拟性、生产性、开放性，校外实训基地的生产实践性、顶岗实习性、技术服务性的有机结合。

（三）教学资源

学院馆藏适用文献 58 万册，订有超星读秀知识库、手机移动图书馆、CNKI 同方知网数据库、重庆维普中文科技期刊数据库和考试服务平台、智立方知识资源服务平台、百度文库等电子资源，随书及其它阅读光碟 8000 余张，具有丰富的图书文献和数字资源。选用的教材也符合知识与能力培养目标和对应的职业岗位能力。即通过专业的学习与训练，就能满足专业岗位的工作需要，并可以为学生后续的强化学习训练奠定良好的基础。

（四）教学方法

坚持“教、学、做合一”原则，以学生为主体、教师为主导，根据本专业特点，综合运用项目教学、现场教学、案例教学、情景教学、模块化教学等教学方式，有效利用启发式、探究式、讨论式、参与式等教学方法，大胆创新教学模式，可利用翻转课堂、混合式教学等新型教学模式，保障教学质量，打造优质课堂。

（五）学习评价

本专业主要是采用综合评价体系，来评价学生。理论课程学习评价主要包括学习表现、平时作业、阶段性考核、实践性作业考核、期末考试的评价；实训课程学习评价主要包括实训纪律、实训资料、实训态度、实训操作、实训结果的评价；顶岗实习通过实习期间每月月报告、实习总结及实习指导教师意见综合进行评价；毕业综合实践报告根据所选课题或项目，到相应专业岗位实习，综合应用本专业知识与技能，完成毕业综合实践报告情况进行评价。毕业设计评价要求学生撰写针对某产品或项目的广告策划案，具体包括选题、市场调查、

文案写作、文案批改等方面的评价。

（六）质量管理

在人才培养方案的实施过程中，不断加强教学运行过程管理及质量监控，完善各项管理制度，建立督导机制，定期召开学生座谈会，建立教学质量信箱以及网络测评等制度，及时掌握、监控教学运行过程和人才培养质量。

九、毕业要求

学生必须具备以下条件，方可毕业：

（一）满足修业年限的要求：基本修业年限为3年制，弹性修业年限为2.5-5年。

（二）满足学分要求：本专业的学生至少取得146学分方可毕业（146学分里不包括第二课堂学分）。

（三）根据本专业特色及专业培养目标要求，通过公共基础课程和专业（技能）课程以及学校组织的各类集体教学活动，在素质、知识、能力等方面应达到以下要求：

1.素质方面

（1）坚定拥护中国共产党领导和我国社会主义制度，在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感。

（2）崇尚宪法、遵法守纪、崇德向善、诚实守信、尊重生命、热爱劳动，履行道德准则和行为规范，具有社会责任感和社会参与意识。

（3）具有质量意识、环保意识、安全意识、信息素养、工匠精神、创新思维。

（4）勇于奋斗、乐观向上，具有自我管理能力、职业生涯规划的意识，有较强的集体意识和团队合作精神。

(5) 具有健康的体魄、心理和健全的人格，掌握基本运动知识和 1-2 项运动技能，养成良好的健身与卫生习惯，以及良好的行为习惯。

(6) 具有一定的审美和人文素养，能够形成 1-2 项艺术特长或爱好。

2.知识方面

(1) 掌握必备的思想政理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识。

(2) 熟悉与本专业相关的法律法规以及环境保护、安全消防等知识。

(3) 掌握市场调查的原理与方法、调查数据分析和报告写作等知识。

(4) 掌握广告策划原理、过程、方法。

(5) 掌握客户推销和商务谈判的原则、方法和技巧。

(6) 掌握平面设计和视频编辑等相关知识和方法。

(7) 掌握不同媒介类型的广告文案写作方法和技巧。

(8) 掌握新媒体营销和推广的相关知识。

3.能力方面

(1) 具有探究学习、终身学习、分析问题和解决问题的能力。

(2) 具有良好的语言、文字表达能力和沟通能力。

(3) 具有制定市场调查计划、组织实施、报告写作等能力。

(4) 具有广告策划和文案写作能力

(5) 能够组织实施推销和商业谈判。

(6) 会做平面设计和视频编辑。

(7) 会写主流媒介的广告文案。

(8) 会运用新媒体进行线上推广和文案写作。

(9) 具备一定的创新创业能力。