



山西机电职业技术学院

# 全媒体广告策划与营销（三二分段） 专业人才培养方案

所属系部： 经贸管理系

所属专业群： 电子商务专业群

学制： 二年制

培养模式： 全日制

专业带头人： 范志英

二〇二三 年 七 月

## 目 录

一、专业名称 .....	1
二、入学要求 .....	1
三、修业年限 .....	1
四、职业面向 .....	1
五、培养目标和培养规格 .....	1
（一）培养目标 .....	1
（二）培养规格 .....	2
六、课程设置及要求 .....	5
（一）课程体系构建 .....	6
（二）课程描述 .....	7
七、教学培养进程 .....	21
（一）教学进程安排表 .....	21
（二）综合实践进程表 .....	24
八、实施保障 .....	25
九、毕业要求 .....	28
十、附录 .....	29

# 全媒体广告策划与营销专业（三二分段） 2023 级人才培养方案

## 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

一般为高中阶段教育毕业生或具有同等学历者。

## 三、修业年限

本专业以 2 年为主，允许有创新创业等需求的学生适当延长修业年限。

## 四、职业面向

表 4-1-1：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)举例	职业资格 (职业技能等级) 证书举例
新闻传播大类 (56)	广播影视类 (5602)	商务服务业 (72)	广告业 (7240)	市场专员 广告创意师 广告文案师 广告设计师 新媒体专员	1.计算机等级证 2.平面设计师 3 多媒体应用设计师 4.融媒体内容制作 (1+X)

## 五、培养目标与培养规格

### (一) 培养目标

本专业主要面向商务服务业等行业企业，培养拥护党的基本路线、思想政治坚定，德、智、体、美、劳全面发展，具有国际视野和终身学习能力的高素质技术技能人才。学生经过专业学习能够掌握现代广告理论及营销策划等专业知识与技能，具有一定的科学文化水平，良好的人文素养、职业道德和创新意识，精益求精的工匠精神，较强的就业能力和可持续发展的能力，面向现代商务服务业的

广告公司、媒体公司、第三方企业相关岗位等职业群，能够从事广告策划、广告创意、广告设计、广告文案撰写、媒体整合发布等广告传播工作的高素质技术技能人才。

## （二）培养规格

本专业毕业生应在素质、知识和能力方面达到以下要求：

### 1.素质

A1: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；

A2: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；

A3: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；

A4: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；

A5: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，养成良好的健身和卫生习惯，以及良好的行为习惯；

A6:具有一定的审美和人文素养，能够形成 1-2 项艺术特长及爱好；

### 2.知识

B1:掌握必备的思想政治理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识；

B2:掌握色彩基础理论和配色技巧及设计色彩产生的心理效应；

B3:掌握广告策划方案的基本理论和广告策划书的编写方法；

B4:掌握广告文案写作基本技巧和表现手法；

B5:掌握广告创意基本知识和创意表现手法及创意草图的编制方法；

B6:掌握图形图像设计的基本知识及计算机对图形图像的处理方法；

B7:掌握平面广告的图形、文字、色彩、编排、印刷等设计方法；

B8:掌握视频剪辑的基本方法和制作手段及处理技巧；

B9:掌握商业插画的表现形式和绘画技巧；

B10:掌握摄影技术的基本技巧和方法；

B11:掌握融媒体内容制作的的基本知识和技术展现手法；

B12:掌握活动策划的基本知识和方法。

### 3.能力

C1:具有较强的计算机操作能力、实践动手能力，具备自我学习与创新能力；

C2:具有良好的语言、文字表达能力和沟通能力，能够与客户进行有效沟通；

C3:具备数据意识和商务数据分析应用能力；

C4:具备商务礼仪规范应用能力；

C5:能够运用设计色彩学的基本理论进行色彩配色及效果呈现；

C6:能够运用数据信息，结合策划模式和工具完成广告策划活动；

C7:能够运用创意情报，结合创意方法、技巧完成广告创意活动；

C8:能够运用文案写作的表现技法完成广告文案撰写工作；

C9:能够根据客户要求应用设计软件，合理运用版式构图、色彩、文字等元素进行完成平面广告、新媒体广告设计工作；

C10:能够运用媒介、消费者等情报，结合媒介策划工具完成媒体推介工作；；

C11:能够运用视频剪辑软件进行视频的剪接、影视非线性编辑、婚礼 MV 等的制作与处理；

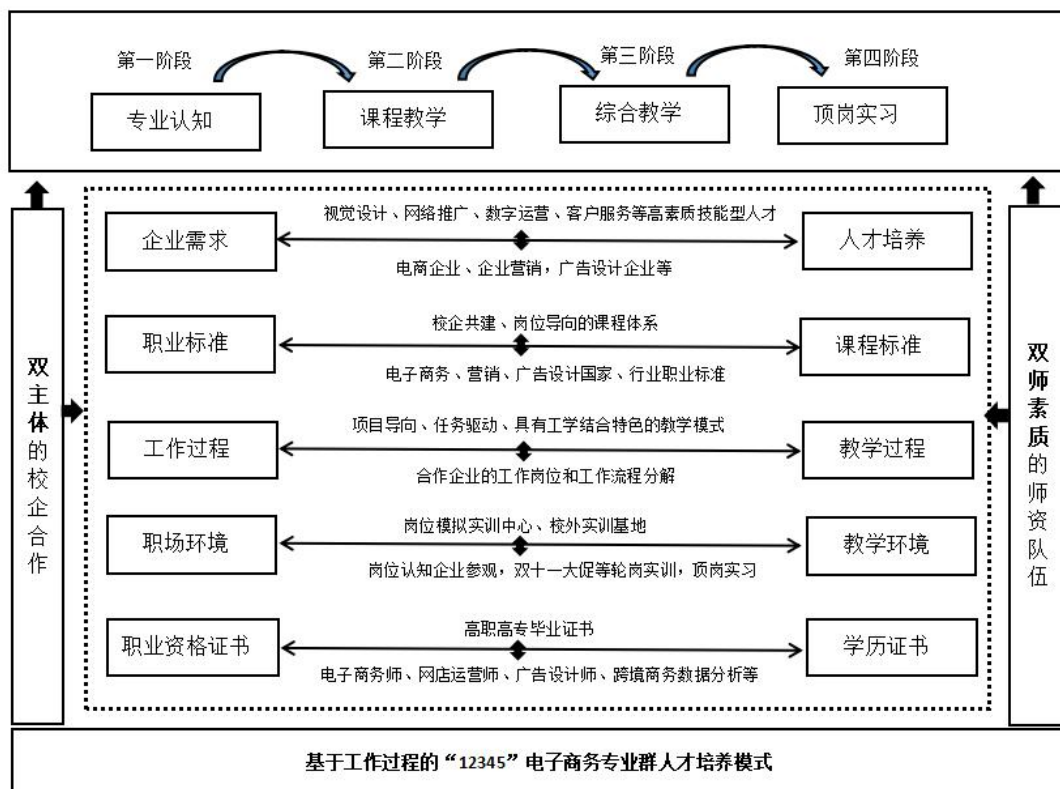
C12:能够运用点、线、面、光、影、拼贴等插画技法进行商业插画的制作与处理；

C13:能够为小微企业进行项目、活动策划与组织工作。

## 六、主要人才培养模式

全媒体广告策划与营销专业坚持产教融合、校企合作、工学结合、知行合一，以技能培养为重点，主动适应产业结构调整 and 现代服务业需要，精准定位，明确专业建设标准，创新专业人才培养，狠抓专业技能竞赛，规范教学管理过程，大力推进专业内涵建设，积极争取、整合社会资源，创新开放化、多元化办学模式，初步形成了基于工作过程的一个思路、两双工程、三个结合、四个环节、五个对接的人才培养模式。如图 6-1-1 所示。

图 6-1-1： 基于工作过程的“12345”人才培养模式



基于工作过程的“12345”人才培养模式具体为一个思路，两双工程，三个结合，四个环节，五个对接人才培养模式。“一个思路”，坚持基于工作过程的专业建设思路，制定基于工作过程的专业群及专业人才培养方案；“两双工程”，建立“双主体”的校企合作机制，建成一批优质的专业实训基地；培养“双师素质”的师资队伍，建成专兼结合的教学团队；“三个结合”，采用“课堂教学与职场训练相结合、职业技能培养与职业资格鉴定相结合、课业考核与岗位考核相结合”的“三个结合”教学方式，拓展专业人才培养渠道；“四个环节”，加强“专业知识→课堂教学→综合教学→顶岗实习”四个教学环节的管理，提高专业人才培养质量；“五个对接”，实现“专业培养目标与行业对接；课程标准与职业标准对接，课程与岗位对接；教学过程与生产过程对接；教学环境与企业新技术、新工艺对接；学历证书与职业资格证书对接”。

## 七、课程设置

### （一）课程体系建构

#### 1. 专业课程设置

表 7-1-1：岗位典型工作任务与学习领域课程对照表

工作岗位	典型工作任务	行动领域	学习领域
营销策划师	市场调查	1. 设计调查方案；2. 设计调查问卷；3. 组织实地调研；4. 进行数据分析；5. 撰写调查报告。	市场营销基础
	撰写广告策划方案	1. 收集广告材料；2. 制定目标策略、确定广告主题；3. 制定广告创意策略；4. 确定广告设计创作思路；5. 选择媒介策划；6. 编写广告策划	平面广告设计
	组织实施	1. 确定活动主题与目标；2. 制定活动策划方案；3. 确定活动时间、地点和内容；4. 编制经费预算；5. 安排和培训活动人员；6. 现场组织实施；7. 评价过程及效果。	管理学基础 基础会计
创意员（师）	提出创意 确定表现手法	1. 制定创意简报；2. 收集创意提案；3. 遴选最佳方案和备选方案；4. 编制创意流程；5. 绘制（手绘）创意草图或概念草图；6. 选择创意表现手法，进行创意呈现。	设计色彩 平面广告设计
文案员（师）	撰写广告文案	1. 收集文案资料；2. 确定广告文案创作表现手法；3. 确定广告文案的结构；4. 进行广告标题写作、广告正文与附文写作、广告口号写作；5. 提交审核修改；6. 校对设计文案。	平面广告设计
	设计平面广告	1. 收集设计信息，进行主题定位；2. 提案协商修改；3. 签订合同；4. 制定工作计划：人员安排、工作分配；5. 应用设计软件，进行版式构图、色彩、文字等元素创作；6. 提交作品审核修改。	经济法实务 商业插画 图形图像处理 平面广告设计

	设计新媒体广告	1. 收集设计信息，进行主题定位；2. 提案协商修改；3. 签订合同；4. 制定工作计划：人员安排、工作分配；5. 受众分析、投放区域分析；6. 选择媒体推广方式；7. 设计广告作品；8. 提交作品审核修改。	C4D 技术应用 融媒体内容制作
媒体专员	选择合适媒介 撰写媒体推介书	1. 选择推广媒介与组合；2. 确定媒介发布时机、媒介排期；3. 编写媒体推介书。	融媒体内容制作

## 2. 课程体系简述

根据立德树人的根本要求和技术技能人才成长的规律，构建“五平台、四模块、三融合、一核心”的“岗课赛证”四位一体课程体系。根据课程性质将课程分为：通识课程模块、专业（群）课程模块、实践课程模块、就业课程模块；三融合指“项目提炼+信息技术+课程思政”融入课程内容教学中，发挥课堂育人主渠道作用。如图 7-2-1 所示

表 7-2-1 全媒体广告策划与营销专业课程体系图





### （1）通识课程模块

通识课程模块包含**文化素质教育平台**（体育与健康、中华优秀传统文化、应用高等数学、高职基础英语、机电行业职场英语、素质拓展活动公共艺术+艺术实践）、**思政教育平台**（思想道德与法治、毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、习近平新时代中国特色社会主义思想、形势与政策教育、中共党史、大学生心理健康教育、劳动教育、大学生安全教育、军事课）、**创新创业教育平台**（创新创业基础、创新创业实践、创业孵化实践、大学生职业发展和就业指导、KAB 专项培训、SYB 专项培训）、**机电基础平台**（工程制图、电工电子技术）、**信息技术平台**（信息技术+人工智能、机器人技术、3D 打印及逆向设计）等五大平台。

### （2）专业课程模块

专业课程模块包括专业基础平台课程、专业核心课程、专业拓展课程、专业综合实践课程等 4 类平台课程。

专业基础平台课程是在专业群共有的基础课程之上，按专业构建专业后续发展平台，它是后续专业课程学习的基础，包含市场营销基础，基础会计，经济法实务，管理学基础、设计色彩学、消费心理学等六门课程。

专业实践课程包括各专业独立开设的课程设计、实习实训以及跟岗、顶岗、就业实习、技能竞赛、职业技能等级证书等课程。

专业核心课程设置经过认真调研凝练，贴合专业岗位任务，突出技术应用，具体包括图形图像设计、平面广告设计、融媒体内容制作、Pre'mi'ere 视频编辑与制作等四门课程。

专业拓展课程的设置是以就业为导向，以提升学生专业综合素质和增强学生岗位迁移、转岗能力为目标，从用人单位的实际需求出发，具有一定前瞻性和拓展性，充分体现专业特色和行业发展前瞻性，满足新技术方向的专项学习需求。包括商业插画、C4D 应用技术等四门课程。

## 3. 专业实践体系设计

表 7-1-3 专业实践教学体系表

实践	开	学	学	实践项目	实习内容/任务	实习形式	考核	实训地点及	相应课程
----	---	---	---	------	---------	------	----	-------	------

层次	设 学 期	时	分			(随课程 实习/课程 实习/顶岗 实习/企业 实习)	要求	主要合作企 业	
基础 实训	第 1 学 期	20	1	专业认知	了解广告传媒行业企业 全流程；了解核心岗位 的工作内容和职责；掌 握从事广告策划与营销 工作的基本知识和基本 技能	校外实训	考 勤+过 程 评 价+ 实 训 报 告	长治市蓝天 广告传媒有 限公司 山西海之润 广告装饰工 程有限公司	
	第 1 学 期	40	2	商业插画实 训	招贴广告插画、产品包 装插画、企业形象宣传 品插画、影视插画等产 品制作。	校内实训	考勤+过 程评价+ 实训报告	山西海之润 广告装饰工 程有限公司 大广赛赛题	商业插画
专项 实训	第 2 学 期	40	2	Primiere 视 频编辑与制 作实训	根据客户需求，策划短 视频内容、拍摄视频素 材、剪辑视频素材、设 置转场与特效、添加视 频字幕、处理音频素材、 优化与发布短视频，例 如婚纱摄影 MV 短片制 作与处理	校内实训	考勤+过 程评价+ 实训报告	长治原野婚 纱摄影有限 公司 大广赛赛题	Primiere 视 频 编 辑 与 制 作
	第 2 学 期	40	2	融媒体内容 制作	应用木疙瘩平台，编辑 H5 页面内容、设置交互 效果与促发行为、添加 帧动画效果、添加特异 动画效果、添加关联动 画效果、编辑运用表单 数据。	校内实训	考勤+过 程评价+ 实训报告	校内实训室： 木疙瘩软件	融媒体内 容制作
综合 实训	第 3 学 期	120	6	广告综合创 作能力实训	经济适用小户型房源市 场推广、广告宣传、营 销策划、室内装饰设计 等	校外实训+ 校内实训	实训报告	长治独特壹 家广告装饰 有限公司	
毕业 综合 实践	第 4 学 期	400	20	跟岗、顶岗 实习	1.了解企业概况； 2.岗位认知； 3.岗前培训； 4.跟岗实习； 5.独立承担岗位任务。	校外跟岗、 顶岗实习	毕业论文 +答辩书+ 实习报告	长治独特壹 家、长治小记 者传媒文化 有限公司、长 治华冠广告 传媒有限公司、长治蓝天 广告传媒有 限公司等	

#### 4.职业技能竞赛体系设计

表 7-1-4 专业职业技能竞赛体系表

序号	竞赛名称	竞赛目标	竞赛形式 (实操、笔试、表演等)	与专业课 配合情况
1	全国大学生广告艺术设计大赛(平面广告设计、广告策划案赛项)	通过本赛项,锻炼和考核参赛选手对报纸广告、杂志广告、招贴、产品设计的能力和和市场环境分析的调研能力;制作营销策划提案、创意设计执行提案、媒介提案以及核算广告预算的能力。	线下实操 网上提交(团队协作)	平面广告设计 图形图像设计
2	全国高校数字艺术设计大赛	通过本赛项,锻炼和考核参赛选手具有独立的设计创新和实践能力,拓展选手国际视野和团队协作能力。	线下实操 网上提交(团队协作)	Premiere 视频编辑与制作 商业插画
3	中国好创意暨全国数字艺术设计大赛	通过本赛项,锻炼和考核参赛选手是否具有独特的创意设计能力,具有展示数字艺术设计、科技创新和产学研融合的创作能力。	线下实操 网上提交(团队协作)	图形图像设计 商业插画 Premiere 视频编辑与制作

#### 5.职业技能等级证书(1+x 证书)设置

表 7-1-5 专业职业技能等级证书(1+X 证书)设置表

序号	专业名称	专业性 质(国家、省重点、特色)	证书名称	发证单位	与考证相关课程	学时 (理论+实践)	合计
1	通用技能证书	全国机械行业技能人才培养特色专业	全国计算机应用水平考试(计算机应用基础)	教育部考试中心	计算机应用基础		
2	广告策划与营	全国机械行业技能	平面设计师	教育部考试中心	平面广告设计		
3			多媒体应用设计师	人力资源和社会保障部、工业和信息化部	融媒体内容制作		

4	销 专 业 技 能 证 书	人才培养 特色专业	1+X 融媒体内容制 作	北京乐享云创科技有 限公司	图形图像设计 设计色彩 Premiere 短视频 编辑与制作		
---	------------------------	--------------	-----------------	------------------	---	--	--

## （二）专业课程描述（群内共享课程不在此描述）

表 7-2-1 消费心理学

课程名称	消费心理学	学时	28
开设学期	第 3 学期	学分	1.5
<b>课程目标：</b> 通过本课程的学习，使学生了解消费心理学的基础理论，掌握广告的创意心理和诉求心理，学会使用广告诉求的情感元素和理性心理方法，能够综合运用品牌营销的心理策略指导广告创作和设计实践。			
<b>课程内容：</b> 课程内容分为三个项目，了解消费者个性心理和群体心理、分析营销媒体心理效应、运用网络与新媒体营销心理策略 3 个项目的实施来达到教学目的。			

表 7-2-2 设计色彩

课程名称	设计色彩	学时	28
开设学期	第 2 学期	学分	1.5
<b>课程目标：</b> 通过本课程的学习，是学生了解设计色彩的基础理论以及设计色彩的象征性与设计色彩所产生的心理效应，使学生能够灵活运用各种设计色彩的理论与方法就进行符合功能和审美的设计色彩，提升设计表现力。			
<b>课程内容：</b> 了解色彩基础理论、掌握单色配色技巧、邻近色配色技巧、对比色配色技巧、互补色配色技巧、无彩色系配色技巧以及综合色彩配色技巧等七个项目的实施来得到教学目的。			

表 7-2-3 图形图像设计

课程名称	图形图像设计	学时	56
开设学期	第 2 学期	学分	3.5
<b>课程目标：</b> 通过本课程的学习，完成应用软件 photoshop 及视频编辑软件学习任务，使学生能够全面了解广告设计中 photoshop 的应用知识，掌握 photoshop 设计的基本方法，能根据不同的设计要求完成平面排版布局、色彩调整、图像融合、特效添加等任务。			
<b>课程内容：</b> 设计类专业软件应用知识；平面设计中图像的调整；素材的编辑；色彩的调整；以及不同场景中素材的相互融合；常见电商广告的学习。本课程通过具体项目的平面广告设计、平面装帧设计、广告视频剪辑等三个项目来实施，达到教学目标。			

表 7-2-4 平面广告设计

课程名称	平面广告设计	学时	56
------	--------	----	----

开设学期	第 2 学期	学分	3.5
<b>课程目标：</b> 通过本课程学习，使学生了解平面广告基础理论知识及其内在联系，掌握广告设计程序和设计方法，能够根据平面广告设计任务，熟练操作设计软件，合理运用版式构图、色彩、文字等元素进行平面设计作品创作。			
<b>课程内容：</b> 平面广告图形设计、平面广告文字设计、平面广告色彩设计、平面广告编排设计、平面广告印刷设计、招贴广告设计与制作、报纸广告设计与制作、杂志广告设计与制作、DM 广告设计与制作、平面 POP 广告设计与制作、户外平面广告设计与制作。通过报纸广告设计、海报广告设计、DM 广告设计、淘宝店铺品牌设计等四个项目来实施，达到教学目标。			

表 7-2-5 融媒体内容制作

课程名称	融媒体内容制作	学时	56
开设学期	第 3 学期	学分	3.5
<b>课程目标：</b> 通过本课程的学习，使学生了解 H5 广告的发展现状和最新发展趋势，应用木疙瘩平台界面，掌握木疙瘩平台的基本技能，H5 页面规划与设计的方法、添加行为与促发条件的方法，帧动画、特异动画、关联动画的设置技巧、掌握木疙瘩平台实用工具以及空间的基本操作技能，学会借鉴优秀的 H5 广告设计案例的创意定位、能完成常见类型的 H5 广告制作。			
<b>课程内容：</b> 初识 H5 广告与木疙瘩平台、编辑 H5 页面内容、设置交互效果与促发行为、添加帧动画效果、添加特异动画效果、添加关联动画效果、编辑运用表单数据等七个项目的实施来达到教学目的。			

表 7-2-6 Premiere 短视频编辑与制作

课程名称	Premiere 短视频编辑与制作	学时	56
开设学期	第 3 学期	学分	3.5
<b>课程目标：</b> 通过本课程的学习，使学生了解短视频的特点和常见的短视频平台，掌握短视频的内容策划、拍摄方法、剪辑技巧、转场与特效的运用技巧、字幕添加、音频处理，以及短视频优化与发布的技巧，能完成常见类型的短视频作品制作。			
<b>课程内容：</b> 认知短视频和常见的短视频平台、策划短视频内容、拍摄视频素材、剪辑视频素材、设置转场与特效、添加视频字幕、处理音频素材、优化与发布短视频等 8 个项目的实施来达到教学目的。			

表 7-2-7 商业插画

课程名称	商业插画	学时	56
开设学期	第 2 学期	学分	3.5
<b>课程目标：</b> 通过本课程的学习，使学生了解插画的概念、功能、审美特征、分类、应用、表现手法等设计基础知识，了解制作规范，掌握插画设计的基本制作流程和制作方法，能够运用各种技法和表现手段设计出符合主题风格的具体画面，并进行后期装帧项目真是化，具有完整展示效果的插画作品。			

**课程内容：**

商业插画基础知识；主题立意创意构思；风格设定；造型设计；氛围塑造和文字编排。本课程通过读物类插画设计、卡通漫画类插画设计、商业宣传画插画设计、影视媒体插画设计等四个项目来实施，达到教学目标。

**表 7-2-8 C4D 应用技术**

课程名称	C4D 应用技术	学时	56
开设学期	第 3 学期	学分	3.5
<b>课程目标：</b> 通过本课程的学习，使学生了解 CINEMA 4D 的概念，了解该设计软件在新媒体设计中的重要作用，掌握流媒体视频特效的基本操作、三维广告模型的渲染技术，能够通过 CINEMA 4D 设计软件来制作更具视觉效果的广告设计作品，提高广告的表达效果。			
<b>课程内容：</b> CINEMA 4D 软件基础知识学习；三维场景的创建；初级建模技术的学习；级动画效果的制作；广告小场景渲染。本课程通过霓虹灯特效制作、简单产品建模、初级动画制作等三个项目来实施，达到教学目标。			

**(三) 课程设置与学时进度分配****表 7-3-1 本专业课程设置与学时进度分配**

课程分类			课程信息			学分、学时				各学期周学时分配（周学时/上课周）								
体系	平台	性质	序号	课程编码	课程名称	学分	学时	理论	实践	I	II	III	V	VI	VII	备注		
										20	20	20	20	20	20			
通识课程模块	文化素质	必修	1	90000105-09	体育与健康(4-1, 4-2, 4-3, 4-4)	4	56	0	56	2/14	2/14							
			2	90080116	●中华优秀传统文化	1.5	28	28	0		2/14						第二学期	
			3	90080113	应用高等数学	3.5	56	56	0	4/14							第一学期	
			4	90080115	机电行业职场英语	4	64	64	0	4/14	4/14						第一学期融入专业英语模块，其中专业英语模块占 32 课时	
			5	90140104	●素质拓展活动	3	48	0	48								一至三学期	
		选修			公共艺术选修课 1	1	16	8	8									
					公共选修课 2	1	16	8	8									
					公共选修课 3	1	16	8	8									
		小计学分、学时					16	252	148	104								
	思政教育	必修	6	90090114-15	思想道德修养与法律基础	3.5	56	56		2/14								第一学期线上 2 课时，线下 2 课时，
			7	90090117	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	2	36	36			4/9						第二学期	
			8	90090125	习近平新时代中国特色社会主义思想	3	48	36	12			4/9					第三学期	
			9	90090105-08	●形势与政策教育	1	12	12		2/2	2/2	2/2					一至三学期	
			10	90090107	中共党史	1.5	28	28			2/14						第二学期	
			11	90130101-06	●大学生安全教育	1.5	24	12	12	2/3	2/3	2/3						一至三学期
			12	90080104	●大学生心理健康教育	2	32	32			2/8							其余 16 课时于第二学期线上学习
			13	90130101-03	●劳动教育	2	32	32		2/3	2/3	2/2						其余为实践
			14	90130107	军事理论	2	36	36										第一学期

创新创业	必修	15	90140103-04	创新创业基础	2	32	32	0	2/8	2/8					一、二学期	
		16	90140106	创新创业实践	1	16	0	16							二、三学期	
		17	90120101-02	大学生职业规划和就业指导（2-1，2-2）	2	32	16	16	2/4		2/4				其余第一、三学期各线上 8 课时	
		18	90120201	创业孵化实践	奖励	课外									三、四学期	
		小计学分、学时				5	80	48	32							
	机电基础	必修	19	90010117	工程制图	3.5	56	32	24		4/14					非机电类专业
			小计学分、学时				3.5	56	32	24						
	信息技术基础	必修	20	90060102	人工智能	3	48	32	16		4/8					
			21	90060101	信息技术	2	32	0	32	4/8						
		选修		90020201	机器人技术	2	32	16	16							
				90020203	3D 打印及逆向设计	2	32	16	16							
		小计学分、学时				5	80	32	48							
	合计课程门数 21 门，合计学分、学时					48	772	540	232							
专业课程模块	专业基础	必修		70011101	市场营销基础	3.5	56	56	0	4/14						
				70011102	经济法实务	3.5	56	56	0	4/14						
				70011103	基础会计	3.5	56	28	28	4/14						
				70011104	管理学原理	3.5	56	28	28			4/14				
				73911101	消费心理学	1.5	28	28	0			2/14				
				73911102	设计色彩学	1.5	28	28	0		2/14					
		课程门数 6 门，小计学分、学时				17	280	224	56							
	广告策划与营销专业															
	专业核心			73921102	图形图像设计	3.5	56	28	28		4/14					
				73921104	平面广告设计	3.5	56	28	28		4/14					
				73921105	融媒体内容制作	3.5	56	28	28			4/14				
				73921107	Premiere 视频剪辑与处理	3.5	56	28	28		4/14					
		课程门数 4 门，小计学分、学时				14	224	112	112							
		选修		73931101	商业插画	3.5	56	28	28		4/14					
				73931102	C4D 应用技术	3.5	56	28	28			4/14				
	课程门数 2 门，小计学分、学时				7	112	56	56								
合计学分、学时					38	616	392	224	26	26	24					
专业综合素质与实践教育	综合素质实践课程			入学教育	0.5											
				劳动教育	1											
				军事技能	2											
				▲素质拓展	3											
				毕业教育	0.5											

学 课 程 模 块				▲职业技能等级证书													
				▲全国计算机等级证书	2												
				▲创新创业实践	1												
				课程门数 8 门, 小计学分、学时	10												
	专 业 实 践 课 程		73921301	广告专业认知	1	20	0	20	1周								
			73921302	商业插画实训	2	40	0	40	2周								
			73921304	融媒体内容制作实训	2	40	0	40		2周							
			73921306	视频编辑与制作实训	2	40	0	40		2周							
			73921309	广告综合创作实训	6	120	0	120			6周						
			73921310	顶岗实习	20	400	0	400									
				课程门数 6 门, 小计学分、学时	33	660		660									
合计学分、学时					43	660		660									
就 业 教 育 模 块	选 修			▲校企就业培训包													
总计学分、学时、周课时					129	2048	932	1116	26	26	24						
备 注	1.▲：表示可以实施学分奖励项目。 2.●：带有此标记的课程务必严格按照课程学时要求组织教学。 3.																

#### （四）专业课程体系学时学分比例分配表

表 7-4-1 全媒体广告策划与营销专业课程体系学时学分比例表

类 别		课程数量	学分	学时分配			备注
				总学时	理论学时	实践学时	
通识教育模块 (共*学时, *学分)	文化素质	5	16	252	148	104	
	思政教育	9	18.5	304	280	24	
	创新创业	4	5	80	48	32	
	机电基础	1	3.5	56	32	24	
	信息技术	2	5	80	32	48	
	小计	21	48	772	540	232	
专业教育模块 (共*学时, *学分)	专业基础	6	17	280	224	56	
	专业核心	4	14	224	112	112	
	专业拓展	2	7	112	56	56	
	小计	12	38	616	392	224	
综合素质与实践教学(共*学	综合素质实践课程	8	10				
	专业实践课程	6	33	660	0	660	



时, *学分)	小计	14	43	660	0	660	
就业教育模块 (共 1 学分)	校企就业培训包	1					
	小计	1					
合 计		50	129	2048	932	1116	总学分
理论与实践教学学时比例					4.6	5.4	
公共基础课课时比例 (*学时)					37.7%		
选修课课时比例 (*学时)					10.37%		

(五) 课程与培养规格的相关度

表 7-5-1 全媒体广告策划与营销专业课程矩阵表

课程设置		培养规格																													备注		
	素质						知识												能力														
	A1	A2	A3	A4	A5	A6	B1	B2	B3	B4	B5	B6	B7	B8	B9	B10	B11	B12	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9	C10	C11	C12	C13		
市场营销基础		中	强	弱	弱	弱		强													强		强										
管理学原理		中	强	中	弱	弱	强											强		强											强		
基础会计		中	弱	中	弱	弱			强									强	强		强												
经济法实务		中	中	中	弱	弱		强	强	强											强		强										
设计色彩		中	中	强	弱	弱			强	强	强			强	强		强							强	强	强	强		强	强			
消费心理学		中	中	中	弱	弱		强	强	强			强	强		强									强	强				强			
图形图像设计		中	中	中	弱	弱						强	强	强			强									强		强	强				
平面广告设计			中	强	弱	弱		强	强	强	强		强													强	强						
融媒体内容制作		中	中	强	弱	弱			强	强	强	强					强						强	强	强	强							
视频编辑与制作		中	中	强	弱	弱						强		强												强		强					
商业插画		中	中	中	弱	弱						强			强											强			强				
C4D 应用技术		中	中	弱	弱	弱						强					强									强	强						

		<p><b>说明：</b>1. “人才培养规格”中的素质、知识、能力目标分别用 A、B、C 加标号的形式表述。例 A1、B2。</p> <p>2. 矩阵表中“强”表示强相关，“中”表示中相关，“弱”表示弱相关。</p> <p>3. 1 门课程对应的能力不能超过能力总数的一半。</p>
--	--	--

## 八、教学进程总体安排

### （一）教学进程总表

表 8-1-1 教学进程总表

序号	教学环节	第一学年		第二学年				合计 (周)
		1	2	3	4			
1	入学教育与军训	3						3
2	劳 动	根据具体安排确定劳动时间						
03	理实教学（具体周数可根据实际适当调整）	14	14	14	0			42
04	实践教学（基础实训、专项实训、综合实训） （具体周数可根据实际适当调整）	3	4	6				13
05	科技文化体育艺术节		1					1
06	顶岗实习						16	16
07	毕业设计（或论文等）						2	2
08	机动（含法定公休日）	1	2	1				4
10	考核	1	1	1				3
11	学期计划总周数	20	20	20	20			80
12	寒 暑 假	5	7	5				17
合 计		27	29	25				81

## 九、实施保障

### （一）师资队伍

#### 1、师资队伍结构

学生数与本专业专任教师数比例不高于 25:1，专业教师中具有“双师素质”的教师比例达到 90%以上。专任教师队伍要考虑职称、年龄，形成合理的梯队结构，高级职称、中级职称、初级职称教师的比例合理。

#### 2、专任教师

专任教师应具备本专业或相近专业研究生以上学历或硕士学位，或具有 5 年以上企业实践的企业技术骨干。专任教师应接受过职业教育的培训，并取得高等学校教师资格证和本专业职业资格或技能等级证书，具有开发职业课程的能力。有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心；具有市场营销、广告策划与营销等相关专业本科及以上学历；具有扎实的相关理论功底和实践能力；具有较强信息化教学能力，能够开展课程教学改革和科学研究；每五年累计不少于 6 个月的企业实践经历。

#### 3、专业带头人

原则上应具有副高及以上职称，能够较好地把握专业发展趋势，能广泛联系

行业企业，了解行业企业对广告策划与营销专业人才的需求实际，教学设计、专业研究能力强，组织开展教科研工作能力强，在本区域或本领域具有一定的专业影响力。专业结合双专业带头人应掌握前沿的职业教育人才培养理念、教育教学理论和方法，能正确把握本专业行业的发展方向，具有较高的教科研水平和丰富的实际工作经验。

#### 4、兼职教师

主要从广告媒体传播、营销策划等相关岗位，具备良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神，具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，具有中级及以上行业相关专业技术资格，能承担课程与实训教学、实习指导等专业教学任务。企业兼职教师承担的专业课时占专业总课时比例不低于 30%。

本专业现有教师 8 人，副教授 5 人，讲师 3 人，骨干教师 3 人，具有“双师”素质教师 5 人，师资队伍中“双师”素质教师比例达 62.5%以上。生师比为 13:1。教师全部具有市场营销相关专业硕士学历，信息化教学能力与教学基本功扎实，90%的教师已经顺利通过了一门课程的项目化测评并落地实施，师资队伍基本可以满足专业教学的需要。

#### （二）教学设施

教学设施主要包括能够满足正常的课程教学、实习实训所需的专业教室、校内实训室和校外实训基地等。

##### 1. 专业教室

专业教室配备（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，互联网接入，并实施络安全助护措施；安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求，标志明显，保持逃生通道畅通无阻。

##### 2. 校内实训室

###### （1）广告业务综合实训室

广告业务综合实训室配备多媒体设备、投影设备、白板、计算机、路由器、常用办公软件、讨论工位，还配备交换机、服务器、无线路由器、广告业务相关实训软件，支持本专业核心课程教学改革以及专业认知实训、单项技能实训、综合技能实训。

###### （2）广告新技术实训室

广告新技术实训室职场氛围浓厚，配备多媒体设备、投影设备、白板、计算机、路由器、常用办公软件、打印机、相关实训软件、讨论工位，支持本专业核心课程教学改革以及广告新技术实训。

### 3. 校外实训基地

本专业具有稳定的校外实训基地，能够开展专业认知、市场调查与策划实习、广告策划实习、媒体调研实习等实训活动，实训设施齐备，实训岗位、实训指导教师确定，实训管理及实施规章制度齐全。

### 4. 学生实习基地

本专业具有稳定的校外实训基地，能够提供广告客户、广告文案、广告设计、广告策划等相关实习岗位，涵盖当前相关产业发展的主流技术，可接纳一定规模的学生实习，并配备相应数量的指导教师对学生实习进行指导和管理，有保证实习生日常工作、学习、生活的规章制度，有安全、保险保障。

### 5. 支持信息化教学

本专业具有可利用的数字化教学资源库、文献资料、常见问题解答等信息化条件，专业教师积极开发并利用信息化教学资源、教学平台，创新教学方法，引导学生利用信息化教学条件自主学习，提升教学效果。

## （三）教学资源

### 1. 课程教学资源库网站平台

依托学校现代化信息平台资源，构建广告策划与营销专业核心课教学资源库网站平台。每门课程设置课程简介、课程定位、授课计划、教案、视频资料、教学条件、教学方法与手段、教学评价、习题与试题库、课程建设规划、师资队伍、在线测试、教学参考资料等内容，学生可以查阅学习资源，自主学习、自主测试，教师网上答疑，通过网络交流讨论，促进师生互动。同时方便兼职教师直接参与校内的教学活动，将企业的资源转化为教学资源，丰富教学资源内容，实现优质专业教学资源共享。

### 2. 教材资源

优先选用国家级、省级获奖教材、规划教材。鼓励教师与行业企业专家合作，共同开发突出高等职业教育特色、体现基于工作过程和职（执）业技能等级培训内容特点的模块化、项目化、活页式、工作手册式教材。本专业图书的数量不少

于每个学生 50 本，图书的新添置量每年不少于 5%。

#### （四）教学方法

1. 加强对学生实际职业能力的培养，强化案例教学或项目教学，注重以任务引领型案例或项目作业来诱发学生兴趣，使学生在案例分析或完成项目的过程中掌握操作。

2. 以学生为本，注重“教”与“学”的互动。通过选用典型活动项目，由教师提出要求或示范，组织学生进行活动，让学生在活动中增强职业意识，掌握本课程的职业能力。

3. 注重职业情景的设计，以多媒体、录像、案例分析、角色扮演、实训等多种方式来提高学生分析问题和解决问题的职业能力。

4. 教师必须重视实践，更新观念，加强校企合作，实行工学结合，走产学研相结合的道路，探索中国特色职业教育的新模式，为学生提供自主学习的时间和空间，为学生提供轮岗实训的机会与平台，积极引导学生提升职业素养，努力提高学生的创新能力。

#### （五）教学评价

##### 1. 教学评价建议

教学评价主要包括用人单位对毕业生的综合评价，行业企业对顶岗实习学生的知、能、素的评价，实习指导教师对实践能力的评价，教学督导对教学过程组织实施的评价，教师对教学效果的评价，学生对教学团队教学能力的评价，学生专业技能认证水平和职业资格通过率的评价，专业技能竞赛参赛成绩的评价，社会对专业的认可度评价等，形成独具学校特色、开放式、自主型的教学质量保障体系。

##### 2. 教学考核建议

（1）职业基础课程建议采用笔试与实践能力考核相结合的形式，实践成绩占 30%，笔试成绩占 70%。

（2）职业能力课程和职业拓展课程采用技能测试、笔试相结合的方法。笔试占 40%；技能测试包括功能测试、技艺评测和过程评价，占 60%。

（3）职业技能训练课程主要采用技能测试，重点关注功能测试、技艺评测和过程评价。

(4)顶岗实习和毕业设计由校企人员组成的评定委员会根据学生出勤情况、月实习报告、顶岗实习总结、毕业设计论文或综合实践报告、带队或指导老师对学生的鉴定报告、企业对学生的评价鉴定、答辩情况,综合定性给出优秀、良好、及格、不及格四个评价等级。

(5) 建议学生考取相应的职业资格证书。相应的职业资格证书标准应纳入专业人才培养方案。

## **(六) 质量管理**

1.完善学生学习过程监测、评价与反馈机制,不断改进学习过程管理和评价,加大过程考核、实践技能考核成绩在课程中成绩中的比重。严格考试纪律,健全多元考核评价体系,引导学生自我管理、主动学习,提高学习效率。强化实习、实训、毕业设计(论文)等实践性教学环节的全过程管理与考核评价。通过教学环节、过程监控、质量评价和持续改进,促进人才培养目标和培养规格的达成。

2.完善教学管理机制,加强日常教学组织运行与管理,完善巡课和听课制度,严格教学纪律和课堂纪律管理。在学院教务处和教学督导处的领导和专业教学委员会的指导下具体负责本专业的教学管理工作,并成立二级督导组负责教学全过程的监控。

3.建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制,对培养目标是否达成进行定期评价。校企合作共同修订教学质量内部评价标准,引入社会评价机构开展第三方评价,形成内部评价与外部评价相结合的多元化人才培养质量评价机制。

4.有效利用评价分析结果改进专业建设有关工作,持续提高专业建设水平和人才培养质量。学院委托麦可思人力资源信息管理咨询公司开展第三方评价,对本专业毕业生的就业率、月薪、失业率、失业量、离职率、工作与专业对口率、求职成本、求职强度等各项指标进行评价,并以此为引导,推动专业建设、教学模式、教学理念、教学内容的改革,培养紧跟社会发展、符合行业需求、具有可持续发展潜力的高级技术技能人才。

## **十、毕业要求**

### **(一) 学时及学分要求**

学生需通过专业群人才培养方案中规定的所有课程考试,修满各专业所规定学分学时。其中:机电平台课程 7 学分 112 学时,专业群基础课程 17.5 学分 280



学时，专业群拓展课程 10.5 学分 84 学时，鼓励学生考取 1 个职业技能等级证书，参与 1 项技能竞赛，不少于 3 学分的素质拓展课程等等。

## **（二）素质要求**

**思想素质要求：**思想品德评定合格

**身体素质要求：**达到国家颁布《学生体质健康标准》的要求

## **（三）证书要求**

1. 计算机等级证书：学生必须参加全国计算机等级考试一级考试，通过记 2 学分。

2. 职业技能等级证书：实行学历证书和职业技能等级证书“双证书”制度。学生必须参加相关工种的职业技能认定，必须取得平面设计师等职业技能等级证书中的一项，记 2 学分。