



广东茂名农林科技职业学院
专业人才培养方案

(2020 级)

专业名称 广告策划与营销
专业代码 630703
制订部门 经济贸易系
制订时间 2020 年 7 月

广东茂名农林科技职业学院制

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：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

全日制三年

四、职业面向

广告策划与营销专业职业面向一览表如表一所示。

表一 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
财经商贸大类 (63)	市场营销类 (6307)	广告服务、包装、印刷、包装、印刷、创意策划、市场营销、其他商务服务业	广告业、包装业、印刷业、文化创意、市场营销、其他商务服务、其他工艺美术专业	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

本专业培养德智体美技全面发展，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、网站推广、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，具有社会责任感和参与意识。

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) 掌握广告策划与营销专业的基本理论、基本知识和方法。
- (5) 掌握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、专业基础课、专业核心课、专业方向模板课程、选修课和顶岗实习等模块。公共课主要安排在第一、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,为进一步学习专业基础课程、专业核心课程和专业方向课程打好基础。在专业基础课程、专业核心课程和专业方向课程的安排上,循序渐进,做好前导课程与后续课程的衔接,专业基础课安排在前两个学期完成,为学习专业核心课程做铺垫;专业核心课程安排在第三、四学期,是形成学生职业素养和职业能力的最重要课程;专业方向模板课程根据不同专业方向有针对性地设置,安排在第三、四学期完成;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;跟岗实习和毕业论文指导安排在第五学期,毕业论文撰写和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能力,以及运用专业知识技能解决实际问题的能力。

(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	<p>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。掌握基本的军事技能，培养良好的军人素质和作风。增强组织性和纪律性，培养吃苦耐劳和顽强拼搏的精神，促进校纪校风和校园精神文明建设。</p>
2	思想道德修养与法律基础	<p>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。</p>
3	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	<p>本课程主要以马克思主义中国化为主线，集中阐述马克思主义中国化理论成果的主要内容、精神实质、历史地位和指导意义，充分反映中国共产党不断推进马克思主义基本原理与中国具体实际相结合的历史进程和基本经验；以马克思主义中国化最新成果为重点，全面把握中国特色社会主义进入新时代，系统阐释习近平新时代中国特色社会主义思想的主要内容和历史地位，充分反映建设社会主义现代化强国的战略部署。通过课程学习，从整体上把握马克思主义中国化的理论成果的科学内涵、理论体系，特别是中国特色社会主义理论体系的基本观点，增强中国特色社会主义的自觉自信。树立历史观点、世界视野、国情意识和问题意识，增强分析问题、解决问题的能力。不断提高理论思维能力，以更好地把握中国的国情、中国社会的状况和自己的生活环境。</p>
4	形势与政策	<p>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。</p>
5	英语	<p>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</p>

		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	计算机应用基础	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，培养学生称为信息社会的合格公民。
7	体育	本课程中身体素质锻炼贯穿始终，学生通过该课程学习，在运动参与、运动技能、身体健康、心理健康和社会适应五个学习领域中有所提高，掌握科学锻炼的基本知识、技术，培养其锻炼的兴趣和习惯，以充分发挥学生的主体能动性，为终身体育打下基础。通过体育与健康课程的学习，学生将增强体能，掌握和应用基本的体育与健康知识和运动技能；培养运动的兴趣和爱好，形成坚持锻炼的习惯；提高对个人健康和群体健康的责任感，形成健康的生活方式；发扬体育精神，形成积极进取、乐观开朗的生活态度；提高与专业特点相适应的体育素养。
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。
10	大学生就业与创新创业指导	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	职业礼仪	本课程主要内容包括职场礼仪概述、职场仪容礼仪、职场仪表礼仪、职场仪态礼仪、求职应聘礼仪、职场语言礼仪、职场交际礼仪、职场行为礼仪、职场宴请礼仪、职场办公礼仪。通过本课程的学习,使学生对职场礼仪知识有一个基础的了解和认识,掌握职场礼仪的基本理论、基本方法,掌握具体的技巧,帮助自己遵守职场礼仪要求,以增强自身的竞争力。

(三) 专业(技能)课程

1. 专业基础课程

广告策划与营销专业基础课程教学内容与要求见表三。

表三 广告策划与营销专业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	摄影与 photoshop 图片处理技术	通过本课程的学习与实践,要求学生掌握并能熟练使用摄影所需的器材,正确使用灯光和曝光控制,学会摄影的拍摄技巧、造型手段、表现形式,培养他们敏锐的观察力和审美能力,从而提高他们的艺术审美与摄影创作能力,并能在表现形式上有所创新。摄影与 Photoshop 的结合,有效地拓宽了摄影再创造的领域,解决了摄影后期效果,为平面设计提供了高质量的图片素材来源,为以后的创意设计拓展提供了强大平台,体现设计原创精神打下了坚实的基础,解决了学生利用电脑辅助设计进行艺术设计表现空间的不足。为学生以后专业的应用打下良好的基础。使学生系统地了解掌握摄影理论知识与拍摄技能,培养他们敏锐的观察力和审美能力,从而提高他们的艺术审美与摄影创作能力。
2	广告学	通过本课程的学习,使学生掌握广告的基本概念,提高学生们的广告的创新水平,创作出客户满意的广告作品。本课程首先从介绍广告的概念和渊源着手,着重介绍了广告的概念、广告策划、广告组织、等广告知识。通过本课程的学习,使学生对广告有一个全面、细致的了解。
3	设计色彩	本课程进行富有针对性或规定性的课题训练,使学生了解掌握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;设计色彩的造型基本原理和方法。通过对客观物象观察、分析和审美选择,使学生将特定的物象进行梳理、提炼,再通过夸张、变形、分解重构等手段表现在画面上。在其过程中,能使学生较系统地认识和学习设计色彩造型在构图、构形、构色以及在画面构成方式、表现技巧、形式风格等方面的问题,以此强化绘画写生与艺术设计的相互关系,使学生对色彩知识融于感性的色彩实践之中,让学生对色彩的感觉由个人的知觉升华到更宽广、更科学的色彩审美观,最终达到在各种专业性的设计中能够灵活运用色彩构成的理论和方法进行符合功能和审美的色彩设计。

序号	课程名称	教学内容及要求
4	广告文案写作	本课程是在学生具备了广告设计基本知识的基础上，了解广告文案写作基本知识和内容，以满足专业职业岗位课和职业拓展课的需求。课程的主要任务是通过学习使学生了解广告文案本质及特征，掌握广告文案写作构成要素与广告文案写作的原则及技巧，了解广告受众心理，并能将所掌握的知识应用于广告设计案例分析中，为之后的专业课学习提供理论支撑。
5	版面设计	通过本课程的学习，使学生掌握设计的视觉要素、构成要素，编排设计表现内容与形式的关系、设计要素及其构成规律与方法，以及各种应用性设计的形式特点，使学生能够进行具有感染力的版式设计，从而使作品的内容更清晰、更有条理地传达给读者。具备独立完成版式整体设计的能力，有针对性的锻炼，根据课程设置制作出有新意、有时代感的版式设计作品。
6	Coreldraw	本课程主要任务是使学生掌握矢量图形绘制、处理及图文排版的基础知识，培养学生运用矢量图形处理软件设计制作作品的技能，全面提高学生的素质，增强适应职业变化能力，为服务社会区域经济需要打下一定基础。

2. 专业核心课程

广告策划与营销专业核心课程教学内容及要求见表四。

表四 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	广告设计基础	本课程通过学习广告设计基础理论，运用相关案例和优秀广告作品，分析成功的广告作品的内在设计要素，以实训操作形式训练学生合理运用色彩、文字、形象、空间等要素，了解平面广告、招贴广告、展示广告、影视广告等广告形式的设计艺术及制作程序，使学生理解掌握广告设计构成元素的基本技巧，掌握平面广告形式、形象、表现美的法则规律及编排要素，培养学生广告设计人员的基本素质和技能，并初步具备独立完成设计制作简单广告作品的的能力。
2	illustrator	Adobe illustrator 是一种广泛应用于出版、海报书籍排版、专业插画、多媒体和在线图像的工业标准矢量插画的软件。通过本课程的学习，使学生了解掌握 Illustrator 的界面及文档基础操作，熟练掌握其操作流程，学会利用绘制与调整图形、设置与复制图形属性、管理与编辑对象、使用符号与画笔、置入与编辑外部对象、输入与编辑文本、设置对象透明与蒙版、应用外观与效果、创建与编辑图表、使用样式管理属性等 Illustrator 应用操作方法，并通过综合案例提高 Illustrator 的应用能力和综合素养。
3	标志设计	本课程主要学习标志设计的基本知识、设计思路和方法，使学生了解标志设计的基本审美原则和掌握标志设计的基本技能、设计思路，树立正确的审美观念，提高，学会图形标志设计、文字标志设计、办公用品系统、公关用品系统、导引指示系统、交通运输系统等应用项目的设计，提高学生的审美能力和设计的综合素养。
4	广告创意与	本课程是本专业的一门专业性、应用性强的的重要基础技术课程。

序号	课程名称	教学内容及要求
	策划	课程内容注重理论和实践相融合,紧跟时代发展的要求,结合实践案例学习广告策划创意在移动媒介、网络、数字电视、手机等媒体上的应用,使学生加深对广告创意、广告策划的基本知识的理解,培养学生广告创意与策划的职业能力和综合素养。
5	会展策划	本课程主要学习会展的概念、特点、构成、发展历程、经济效益、产业特点、宏观管理等基本理论,以及与会展策划、组织和参与等方面相关的应用性基础知识。通过本课程的教学,使学生初步掌握会展的内涵、特点、类型和组成,了解会展产业的特点、经济效益及宏观管理及国际化特,了解会议、展览、节事与奖励旅游活动的基本组织程序、现场管理、后期评估的基础知识,提高学生解决会展策划实际问题的能力和职业素养。
6	3DSmax	本课程主要学习综制图知识和 3dmax 软件的结合使用等内容,围绕实际工作中的相关案例学习如何运用计算机软件辅助制图常用工具的使用方法。通过本课程的学习,理解掌握和用 3DS MAX 制作效果图的方法与技巧,掌握 3DS MAX 软件的各种绘图命令知识和操作命令知识,创作出理想的方案效果图,初步具备运用 3dmax 软件 3D 设计的职业能力。

3. 专业技能方向课程

广告策划与营销专业方向模板课程教学内容与要求见表五。

表五 广东策划与营销专业方向模板课程教学内容与要求

专业方向	序号	课程名称	教学内容及要求
广告策划方向	1	广告策划原理与实务	通过本课程的教学,使学生正确的认识它是一门研究广告现象及其一般规律以及方法与技巧的学科。使学生了解广告与市场营销的关系,掌握广告学的基本原理及其操作实务。使学生能够具备分析现代广告活动的设计理念;对中国广告活动中的现状与发展趋势做到有一定的了解;理论联系实际,掌握广告调研、广告策划、广告效果评估测定与广告预算的基本原理与方法,培养学生进行广告案例分析、全面认识广告作品及解决实际问题的基本能力。
	2	广告美学	通过本课程的学习,学生能够从事广告美学创作工作,同时具备良好的色彩理论和色彩审美修养,对培养学生的职业能力和职业素质起到主要的支撑作用。
	3	公共关系学	本课程是以公关工作流程为主线,重点介绍了以公共关系认知、内部关系的协调、外部关系的把握、危机公关管理、公关专题活动开展等基本知识,实现学生对公共关系的原理、实务与技巧的掌握与运用。
	4	广告效果评估	本课程是基于市场调查方法和数据处理与统计分析技术,让学生掌握广告效果研究的基本理论及广告效果评估的程序、研究内容、研究方式等。

专业方向	序号	课程名称	教学内容及要求
市场营销方向	1	消费心理学	通过本课程的学习，使学生掌握消费心理的基本概念和规律，并培养学生在实践活动中具有合理运用调查手段、对消费者心理和消费者行为做出有效分析的能力。
	2	商品促销活动技巧	本课程突出“实用，适用，够用”的原则，注重学生促销策划能力的培养，着重突出学生听、看、做和练等亲身体验的关键环节，模拟商场各种活动的各种促销情景，通过强化训练使学生能够针对企业的各种促销活动能够策划出各种促销策划方案，并具有一定的实用性和操作性。
	3	现代企业经营管理	本课程通过现代企业管理的学习，让学生了解和掌握什么是现代企业、管理，了解现代企业制度、企业战略管理、市场经营战略管理、质量管理、人力资源管理、财务管理，企业文化的功能和主要工作内容，了解现代企业管理的一些最基本的知识；为学生以后走入社会，进行管理和实践活动打下坚实的理论基础和必要的实践基础。
	4	网络营销	通过该课程的学习，培养学生对网络营销重要性的认识，使学生们能够系统掌握网络营销的基本原理和方法，了解网络营销的技术基础，灵活掌握运用网络营销的基本工具和方法，开展网络营销各项职能，从而在实践中有效地帮助企业进行有效的网上经营活动，使企业切实以顾客为导向，提高企业网络经营管理水平，最终培养市场欢迎的具有实际操作能力的电子商务专业的应用型专门人才。

4. 专业技能实训课程

广告策划与营销专业实习实训课程教学内容及要求见表六。

表六 广告策划与营销专业技能实训课程教学内容及要求

序号	课程名称	教学内容及要求
1	毕业论文指导	了解毕业论文写作程序，写作要求，写作方法。掌握文献综述和社会调研的能力。
2	跟岗实习	通过跟岗实习，可以进一步增进学生对企业的感性认识，树立岗位意识，为今后的走向工作岗位打下坚实的基础，提高学生的综合素质和适应社会的能力；同时也可以让学生对于工作岗位有了进一步的了解和认识，便于在今后的学习过程中，明确自己的职业发展方向以及树立正确的就业观。
3	顶岗实习	第六学期安排顶岗实习，学生从事广告策划与营销顶岗工作，通过工作掌握有关现代农业技术的具体工作任务，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，使学生对园艺技术更加熟练，为学生今后的就业做好铺垫。
4	毕业设计	毕业设计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

序号	课程名称	教学内容及要求
		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。

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七所示。

表七 教学进程安排表

学期	内容 周数	教学	考核	入学教育 军训	毕业教育	实训	毕业论文 和顶岗实 习	机动	合计
2	18	1						1	20
3	18	1						1	20
4	18	1						1	20
5	17	1						2	20
6					1		17	2	20
总计	88	5	2	1			34	7	120

（二）学时、学分要求

1. 学时：总学时不低于 2500 学时

2. 学分计算的基本原则

①公共课、专业基础课、专业核心课、专业方向课、选修课、专业实训课：16—18 学时计 1 学分。

②职业资格证书：2 学分/证。

③毕业实习：1 周计 1 学分。

（三）课程设置与教学安排计划表

广告策划与营销专业课程设置与教学安排计划如表八所示。

表八 广告策划与营销专业课程设置与教学安排计划表

课程类别/性质	序号	课程名称	学期		学分	学时数			课程教学周学时							
			考试	考查		总计	理论	实践	第一学年		第二学年		第三学年			
									一	二	三	四	五	六		
									17周	18周	18周	18周	17周	17周		
公共基础课	1	军事理论		1	2	36	36		2周							
	2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论		2	4	72	72			4						
	3	思想道德修养与法律基础		1	4	68	68		4							
	4	形势与政策		1234	2	32	32		每学期8学时							
	5	英语	1	2	8	140	140		4	4						
	6	计算机应用基础	12		4	70	35	35	2	2						
	7	体育		12	4	70	35	35	2	2						
	8	大学生心理健康		1	1	17	10	7	1							
	9	大学语文		3	2	36	36				2					
	10	大学生就业与创新创业指导		12345	4	60	60		每学期12学时							
	11	职业礼仪		4	2	36	36					2				
		公共基础课小计			37	637	560	77								
专业(技能)课	专业基础课	1	摄影与photoshop图片处理技术	1		4	68	20	48	4						
		2	广告学	1		4	68	34	34	4						
		3	设计色彩	1		4	68	20	48	4						
		4	广告文案写作	2		4	72	36	36		4					
		5	版面设计	2		4	72	20	52		4					
		6	Coreldraw	2		2	36	12	24		2					
			专业基础课小计			22	384	142	242							
	专业核心课	1	广告设计基础	2		4	72	36	36		4					
		2	illustrator	3		4	72	20	52			4				
		3	标志设计	3		4	72	34	38			4				
		4	广告创意与策划	3		4	72	36	36			4				
		5	会展策划	4		4	72	36	36				4			
		6	3DSmax	4		4	72	20	52				4			
		专业核心课小计			24	432	182	250								
专		广告策划方向														

课程类别/性质	序号	课程名称	学期		学分	学时数			课程教学周学时						
			考试	考查		总计	理论	实践	第一学年		第二学年		第三学年		
									一	二	三	四	五	六	
									17周	18周	18周	18周	17周	17周	
业方向模块课程	1	广告策划原理与实务	3		4	72	36	36			4				
	2	广告美学	3		2	36	18	12			2				
	3	公共关系学	4		4	72	36	24				4			
	4	广告效果评估	4		4	72	36	24				4			
	广告策划方向课小计				14	252	126	96							
	市场营销方向														
	1	消费心理学	3		4	72	36	36			4				
	2	商品促销活动技巧	3		2	36	18	12			2				
	3	现代企业经营管理	4		4	72	36	24				4			
	4	网络营销	4		4	72	36	24				4			
	市场营销方向课小计				14	252	126	96							
	实习实训课	1	企业跟岗实习			1	30		30					1周	
		2	毕业论文设计指导			2	60	40	10					2周	
		3	毕业论文和顶岗实习			17	510		510						17周
实习实训课小计				20	600	40	550								
专业技能课小计				80	1668	490	1138								
选修课	1	数字媒体艺术		5	4	68	18	50					4		
	2	市场营销		5	4	68	34	34					4		
	3	应用文写作		5	4	68	34	34					4		
	4	包装设计		5	4	68	34	34					4		
	5	网店装修		5	4	68	34	34					4		
	6	演讲与口才		4	4	72	36	36				4			
	7	电影鉴赏		4	4	72	72					4			
	8	字体设计		3	4	72	36	36			4				
	9	书法		3	4	72	36	36			4				
	10	中华优秀传统文化		3	4	72	72				4				
	11	美术鉴赏		3	4	72	72				4				

课程类别/性质	序号	课程名称	学期		学分	学时数			课程教学周学时							
			考试	考查		总计	理论	实践	第一学年		第二学年		第三学年			
									一	二	三	四	五	六		
									17周	18周	18周	18周	17周	17周		
		选修课小计（任选四门，第三学期四选一，第四学期二选一，第五学期五选二）			16	272	144	144								
总计					133	2577	1194	1359								
其中					必修课学分：117 必修课学时：2305											
总学分数：133 学分											总学时数：2577（其中理论学时 1194，实践学时 1359）					
备注：专业（技能）课程进程可依实际需要调整周学时			必修课	每学期开课门次	合计	11	10	8	7	5						
				考试门次	合计	5	5	5	4	0						
				考查门次	合计	6	5	3	3	3						

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；熟悉广告策划与营销行业的发展趋势，掌握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(合实训指导教师)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

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

目标是建成各高职院校广告策划与营销专业高技能人才实战训练中心。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。

广告策划与营销专业已在深圳、珠海、东莞、佛山、茂名等城市建立了多个校外实习基地，学生每年都可以在合作企业开展单独设置的专业实习和顶岗实习，职业能力和职业素养得到大幅度提高。本专业校外实习（实训）基地见表九。

表九 广告策划与营销专业校外实习（实训）基地表

序号	合作企业	建立时间
1	北京博导前程信息技术股份有限公司	2018年9月
2	广东振茂电子商务有限公司	2018年9月
3	东莞市双赢智业企业管理咨询有限公司	2018年9月
4	益达(广州)广州教育科技有限公司	2019年9月
5	广州大洋教育股份有限公司	2018年9月
6	茂名市七色广告有限公司	2019年5月

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

根据就业单位的要求，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 133 学分才能获得毕业资格。

广告策划与营销专业学生毕业前推荐考取表十职业资格证书中的一项:

表十 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。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。

