

广告学专业本科培养方案

(Advertising)

制定人：李闯

审校人：魏殿林

一、培养目标

在媒介融合和泛广告背景下，本专业立足马克思主义新闻传播理论，围绕品牌传播和新媒体传播专业方向培养能服务国家与地方经济发展、思想品德与政治素质过硬、拥有党性原则、创造性思维和创新精神的复合型、应用型广告人才。本专业本科毕业生应具备扎实的广告学、品牌学、市场学、设计学理论知识、无产阶级新闻观、深厚的传统文化功底，以及实操性的品牌传播和新媒体运营技能，能够胜任融媒体、网络科技公司、信息咨询公司、市场调研公司及文创公司的相关职位。

毕业 5 年后具备的能力：

本专业学生毕业 5 年左右能够成为相关岗位的骨干和管理人员，能够创造性地解决问题，具有开阔的视野和创意策划能力。五年后，本专业毕业生应达到：

- （一）胜任创意总监、设计总监、文案总监、规划主管、新媒体运营总监等职位；
- （二）在品牌传播和新媒体传播领域能够带领团队一起完成相关项目，这包括独立的市场调研、策划、执行、设计、投放、效果评估等各个环节的内容；
- （三）能够洞悉时代变化和消费趋向，以革新性的商业模式再造品牌传播流程或新媒体传播流程，引领营销传播风潮。

二、毕业要求

（1）树立马克思主义新闻观，具有过硬的政治素质、深厚的传统文化底蕴、较强的品牌意识和较好的创意能力，掌握本专业必备的基本技能、思维方式；

（2）拥有健康的体魄，受到必要的军事训练，达到国家规定的大学生体育和军事训练合格标准，身体健康、心理素质良好；

（3）掌握新媒体传播、品牌传播、市场调研、广告创意与策划、大数据分析等理论知识和实践技能；掌握新媒体营销、新媒体受众分析、行业品牌研究、品牌形象设计、设计思维等相关知识；

（4）掌握平面广告设计、电脑图文设计、三维动画、网页制作、广告摄影与摄像等实务类技能，并通过训练，能够较好完成设计和制作任务，具有学科竞赛、各类课程设计、专业实习等实践学习经历；

（5）掌握基本创意方法和设计思维，具备较强的开拓创新能力和创造性思维能力，具备较强的学习能力，具备创造性解决问题的能力；

(6) 掌握基本的管理沟通和人际沟通技能,具备一定的组织能力、较好的表达能力、较强的人际交往能力和较好的团队合作能力;

(7) 掌握一门外语和计算机应用基础知识,具备一定的外语沟通能力和一定的计算机应用能力。

三、核心课程

广告学概论、传播学、电脑图文设计、广告策划、广告创意、广告心理学、广告效果研究、市场学、品牌形象设计、新媒体广告研究。

四、毕业要求达成途径

毕业要求	配套主要课程或教育培养措施	备 注
毕业要求 1	根据专业方向的需要构建了传播学、经济学、艺术学概论、传统文化等学科的课程教学模块;具体通过《广告学概论》、《传播学》、《新闻学概论》、《专业导论》等学科必修课程。同时通过通识教育课中的选修课程模块、课程思政改革来实现。	使学生通晓传播学科的相关基础知识、鼓励学生参加各类学科竞赛、校园文化活动提高自身的传媒行业就业技能与综合文化素质。通过核心基础课程的思政内容和部分选修课程,增强学生的政治素质,树立马克思主义的新闻价值观。
毕业要求 2	通过学校“思政”类课程、通识必修类《体育》、《军训》《心理健康教育》等课程和课外社会实践活动环节来实现。	鼓励学生参加提高自身道德文化修养、身体素质锻炼的活动。
毕业要求 3	通过《品牌战略》、《市场学》、《广告心理学》、《新媒体受众分析》、《新媒体营销》、《广告效果研究》、《大数据挖掘与分析》等专业课程来实现。	旨在使学生具备品牌服务与新媒体运作的基本知识。如:广告投放、品牌管理、网络传播、新媒体运营、大数据分析等。
毕业要求 4	通过《电脑图文设计》、《广告摄影与摄像》、《字体设计》、《品牌形象设计》、《三维动画》、《网页设计》等专业课程的学习来实现。	提高学生的设计能力,使学生具备基本的设计技能。鼓励学生通过所学的图形软件参加相关比赛、活动,培养动手能力。
毕业要求 5	通过《广告创意》、《广告策划》、《广告文案写作》、《文创专题研究》等相关课程及《创新创业实践》、《社会实践》等实践环节的训练来实现。	通过文化创意类专业课程的学习以及参加相关广告竞赛活动培养学生创新创业能力。
毕业要求 6	通过《品牌创新实践》、《专业实习》、《大型作业》、《语言与跨文化沟通》来课程及实践环节训练实现。	鼓励学生参加各类课外科技实践活动、学科竞赛等。
毕业要求 7	通过《大学英语》、《大学计算机应用基础》、《信息化办公高级应用技术》、《网络应用技术》等课程及专业课程中应用软件的使用、参加学科竞赛等环节实现。	鼓励学生参加各类外语、计算机等级考试,如程序员、外语口译等考试。

五、专业特色

本专业办学特色为理论与实践同步,策划、创意与设计三位一体发展,密切关注区域需求,服务地方经济发展。立足浙江经济,紧随互联网电商发展动态,培养以品牌传播和新媒体传播为特色的应用型人才。本专业要求学生较系统地学习新闻传播学、品牌传播、新媒体传播、广告策划与创意、市场营销、文化创意等课程的基本原理;系统学习电脑图文、平面广告设计、网页制

作、字体设计等设计类课程，使学生具有很强的广告实务动手能力；通过优化课程体系、加强实践教学，鼓励学生参加高层次的学科竞赛与创新创业实践，从根本上提升广告专业人才服务社会的能力，更好地适应社会发展与就业需求。

六、学制、最低毕业学分、授予学位

学 制：基本学制 4 年，学生可 3-6 年内完成学业，具体按学校有关规定执行。

最低毕业学分：163 学分。

授予学位：文学学士。

七、课程结构分配表

课程类别		学时（周）数	占课堂教学总学时的比例	学分数	占总学分比例
通识教育课	必修	619	27.9%	29	17.8%
	选修	368	16.6%	23	14.1%
学科基础课	必修	256	11.5%	16	9.8%
	选修	352	15.9%	22	13.5%
专业教育课程	必修	192	8.7%	12	7.4%
	选修	432	19.5%	27	16.6%
集中实践环节	必修	33 周	/	31	19.0%
	选修	/	/	0	0%
第二课堂		/	/	3	1.8%
总计		2219	100%	163	100%

注：“两长一短”三学期制：两个长学期各 19 周，安排校内理论和实践教学；短学期（暑期内）2-4 周，分别安排校外暑期社会实践和校外部分专业实习。

2021级广告学专业教学进程计划表

课程类别	课程性质	课程代码	课程名称	学分	总学时	学时分配			开课学期	是否教务处排考	要求学分	专业方向
						理论学时	实验/实践学时	上机学时				
通识教育课	必修课	15G0020	思想道德与法治	2	32	28	4		2	是		
		15G0003	中国近现代史纲要	3	48	42	6		1	是		
		15G0001	马克思主义基本原理	3	48	42	6		4	是		
		15G0002	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	4	64	56	8		3	是		
		15G0017	形势与政策	2	64	64			1-8	否		
		16G00--	体育	4	144		144		1-6	否		
		16G0011	军事理论	1	36	36			1	否		
		03G0000	大学计算机应用基础	0.5	8	0	8	8	1	是		
		08G0006	文科数学A	3.5	56	56			1	是		
		03G0004	信息化办公高级应用技术	3	48	20	28	28	2	是		
		30G0004	心理健康教育	2	32	22	10		1	否		
		30G0000-30G0004	大学生职业发展与就业指导	1	39				2367	否		
		小计		29	619	366	214	36			29	
	选修课	11G0003	大学英语1	4	64	64			1	是	8	
		11G0004	大学英语2	4	64	64			1或2	是		
		11G0005	大学英语3	4	64	64			1或2	是		
		11G0006	大学英语4	4	64	64			1或2	是		
		11G0007	大学英语5	4	64	64			2	是		
		15G0022	新中国史	1	16	14	2		1	否	限选	
		11G0000	应用写作	2	32	32			2	是	限选	
		03G0006	多媒体应用技术	2	32	16	16	16	3	是	限选	
		/	语言与跨文化沟通	2	32	32			3/4	否		
		/	学校特色类	1	16	16			2-8	否		
		/	创新精神与创业教育	1	16	16			2-8	否		
		/	艺术鉴赏与审美体验	2	32	32			2-8	否		
		/	中华文化与世界文明	4	64	64			2-8	否		
		/	社会科学与现代社会						2-8	否		
		/	科技发展与科学素养						2-8	否		
		小计		35	560	544	16	16			23	
学科基础课	必修课	12M0032	★广告学概论	2	32	32			1	是		
		12M0017	★传播学	3	48	48			3	是		
		12M0012	新闻学概论	2	32	32			3	是		
		12M0004	会展概论	2	32	32			4	是		
		12M0018	广告效益核算	3	48	48			4	是		
		12M0021	▲广告媒体研究	2	32	32			5	是		
		12M0034	★新媒体广告研究	2	32	32			5	是		
		小计		16	256	256	0	0			16	

课程类别	课程性质	课程代码	课程名称	学分	总学时	学时分配			开课学期	是否教务处排考	要求学分	专业方向
						理论学时	实验/实践学时	上机学时				
学科基础课	选修课	12M0016	中外广告史	2	32	32			1	否	限选	
		12M0056	设计思维训练	2	32	32			2	否	限选	
		12M0239	计量文化传播与设计	2	32	16	16		4	否	限选	
		12M0005	新闻传播史	2	32	32			2	否	16	
		12M0152	书法艺术	2	32	32			2	否		
		12M0008	传统文化概论	2	32	32			2	否		
		12M0240	文化创意专题研究	3	48	48			3	否		
		12M0001	艺术学概论	2	32	32			4	否		
		12M0033	平面广告设计	3	48		48	48	4	否		
		12M0000	公共关系原理与实务	2	32	32			4	否		
		12M0011	新闻传播伦理与法规	2	32	32			5	否		
		12M0044	广告社会学	2	32	32			5	否		
		12M0040	影视概论	3	48	48			5	否		
		12M0023	广告经营与管理	2	32	32			6	否		
		12M0020	▲大众传媒理论与实务	2	32	32			7	否		
		小计		33	528	464	64	48			22	
专业教育课	必修课	12M0017	专业导论	1	16	16			1	否		
		12M0025	★广告心理学	2	32	32			3	是		
		12M0022	广告案例评析	2	32	32			3	是		
		12M0030	★广告创意	3	48	48			4	是		
		12M0042	★广告效果研究	2	32	32			4	是		
		12M0009	★广告策划	2	32	32			6	是		
		小计		12	192	192	0	0			12	
	选修课	12M0116	★电脑图文设计	4	64		64	64	1	否	限选	
		12M0002	★市场学	2	32	32			2	是	限选	
		12M0184	★品牌形象设计	3	48		48	48	4	否	限选	
		12M0276	大数据分析与应用	2	32	20	12		5	否	限选	
		12M0047	广告文案写作	3	48	48			3	是	16	
		12M0049	字体设计与软件应用	2	32		32	32	3	否		
		12M0041	行业品牌研究	2	32	32			4	否		
		12M0027	媒介管理案例研究	2	32	32			4	否		
		12M0015	整合营销传播	2	32	32			5	否		
		12M0053	三维动画	3	48		48	48	5	否		
		12M0024	广告摄影与摄像	4	64	32	32		5	否		
		12M0122	媒介经济学	2	32	32			6	否		
		12M0037	网络新闻编辑	2	32	32			6	否		
		12M0026	广告美学	2	32	32			6	否		
		12M0123	品牌战略	3	48	48			6	是		
		12M0006	▲当代广告理论前沿	2	32	32			7	否		
		12M0035	新媒体营销	2	32	32			7	是		
		小计		42	672	448	224	192			27	

课程类别	课程性质	课程代码	课程名称	学分	总学时	学时分配			开课学期	是否教务处排考	要求学分	专业方向
						理论学时	实验/实践学时	上机学时				
集中实践环节	必修课	16G0010	军训	1	2周				1	否		
		30G0010	思想政治理论课实践1	1	16				4	否		
		30G00--	思想政治理论课实践2	1	2周				1-8	否		
		12P0004	创业导论	1	1周				3	否		
		12P0027	社会调查	4	4周				4	否		
		12P0000	品牌创新实践	5	5周				5	否		
		12P0003	专业实习	6	6周				7	否		
		12P0023	大型作业	4	4周				8	否		
		12P0001	毕业论文	8	8周				8	否		
		小计		31	33周						31	
第二课堂	必修课	30S0001	创新创业实践	1.5					1-8	否		
		30S0000	社会实践	1.5					1-7	否		
		小计		3							3	

注1：课程中文名称前加“▲”表示为双语课程

注2：课程中文名称前“★”表示核心课程

毕业要求与课程体系矩阵图

课程名称	毕业要求 1	毕业要求 2	毕业要求 3	毕业要求 4	毕业要求 5	毕业要求 6	毕业要求 7
思想道德与法治	L	H					
中国近现代史纲要	M	M					
马克思主义基本原理	H	M					
毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	H	M					
形势与政策	M	M					
体育		H					
军事理论		M					
大学计算机应用基础							H
文科数学 A			M		L		
信息化办公高级应用技术			L				H
心理健康教育		H					
大学生职业发展与就业指导		M					
新中国史	M	M					
多媒体应用技术					L	L	
应用写作						L	
大学英语 1-5							H
艺术鉴赏与审美体验	L	L					
语言与跨文化沟通系列课程						H	M
中华文化与世界文明		M			H		
学校特色类						L	
创新精神与创业教育					H		
社会科学与现代社会						L	
科技发展与科学素养			M	H	M		
中外广告史	M		M	M			
广告学概论	H			M			
专业导论	H		L				
传播学	H		M				
新闻学概论	H		M				
会展概论				M	L		
广告效益核算			M	L			
广告媒体研究			M	M	L		
新媒体广告研究			H	M	L		
书法艺术			L	M			
设计思维训练			L	M	L		
计量文化传播与设计			L	M	H		
新闻传播史	M						
传统文化概论	H	M					
艺术学概论				M			
文化创意专题研究	L				H	M	
平面广告设计					H	M	

课程名称	毕业要求 1	毕业要求 2	毕业要求 3	毕业要求 4	毕业要求 5	毕业要求 6	毕业要求 7
公共关系原理与实务						H	
新闻传播伦理与法规	H						
影视概论				M			
广告经营与管理			M				
大众传媒理论与实务			M	M			
广告社会学						H	
广告心理学			H	M	L		
广告案例评析				M	M		
广告创意			M		H	L	
广告效果研究			H	L	M		
广告策划			M		H	M	
市场学			H	M	L		
品牌形象设计				H	M	L	
电脑图文设计				H	M	L	
大数据分析与应用			H	M		L	
广告文案写作					H	M	
字体设计与软件应用				H		M	
行业品牌研究			M	L		H	
媒介管理案例研究			H				
当代广告理论前沿			M	M	L		
新媒体营销			H			M	
广告摄影与摄像				H	M	L	
媒介经济学			M	L			
网络新闻编辑			M		L		
广告美学		H			M		
品牌战略			H	M	L		
整合营销传播			M	M			
三维动画				H			
军训		H					
思想政治理论课实践 1	M	H					
思想政治理论课实践 2	M	H					
创业导论					H		
社会调查		M					
品牌创新实践					M	H	
专业实习				L	M	H	
大型作业				M	L	H	
毕业论文				H	M	L	
创新创业实践					H	M	
社会实践				L	H	M	

说明：请根据课程对毕业要求支撑关系的强弱，在相应空格处填写 H、M 或 L，其中 H 为强支撑，M 为中支撑，L 为弱支撑。