

560216

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

对口：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

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

表 1：职业类别

所属行业类别 (代码)	所属专业 大类 (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
744	本专业属 财经商贸 大类(代 码 63)	7440	广告业	广告策划岗、新 媒体运营岗、广 告设计岗等。	1+X 新媒体技 术考证(中 级)

表 2：职业岗位群分析表

岗位名称	岗位能力结构分析
广告策划主管	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 market 分析的实务，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。
新媒体运营主管	负责社会化媒体矩阵的搭建(微信、微博、头条、抖音及其它媒体的日常运营及推广工作)，结合平台粉丝调性周期性策划线上活动，增强粉丝粘性。分析运营数据，结合数据及用户反馈制定并调整运营策略，提高阅读量和互动量。
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。
创业	运用所学营销知识和技能创办小微企业。

表 3：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
	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	
专业核心素质能力	新媒体营销和策划	掌握网络、微信、微博、短视频等新媒体营销与策划技能	网络广告实务 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	广告策划与创意 广告文案写作 活动策划与执行
	客户管理能力	具有新客户开发、老客户的维护	平面广告设计 视频制作实务 商务谈判与销售技巧
	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	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 粮食营销 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，掌握必备的全媒体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技术技能人才。

（二）培养规格

1. 专业基本要求

本专业学生要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；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；具有创业精神和健全的体魄。

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 868 学时，共 47 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 568 学时，计 28 学分。

(1) 大学生安全教育：自治区教育厅《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），安排 24 学时，计 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），军事课由军事理论和军事技能两部分组成。“军事理论”教学时数安排 36 学时，计 2 学分；“军事技能”训练时间 14 天安排 112 学时，计 2 学分。

(3) 思想道德与法治：自治区党委宣传部、自治区教育厅关于贯彻落实《新时代学校思想政治理论课改革创新实施方案》（桂教教材〔2021〕1 号）的通知，安排 48 学时，计 3 学分。

(4) 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论：安排 32 学时，计

2 学分。

(5) 习近平新时代中国特色社会主义思想概论：安排 48 学时，计 3 学分。

(6) 形势与政策：自治区党委宣传部、自治区教育厅关于贯彻落实《新时代学校思想政治理论课改革创新实施方案》（桂教教材〔2021〕1 号）的通知，安排 48 学时、计 1 学分。

(6) 英语：国家教育体制改革领导小组办公室《高等职业教育专科英语课程标准（2021 年版）》，英语课安排 128 学时，计 8 学分。其中，《英语》为公共基础课程，安排 64 学时，计 4 学分；按专业设置《职业英语》为专业基础课程，安排 64 学时，计 4 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），安排 108 学时，计 6.5 学分。

(8) 心理健康教育：自治区教育厅《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），安排 32 学时，计 2 学分。

(9) 劳动教育：中共中央、国务院《关于全面加强新时代大中小学劳动教育的意见》，安排 16 学时，计 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》。

2. 公共基础限定选修课程：安排 300 学时，计 19 学分。

公共基础限定选修课程是教务处根据教育部《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）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，经教务处汇总审核，报分管院领导审定。

(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》，安排 64 学时，计 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），安排 38 学时，计 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》，安排 32 学时，计 2 学分。

(4) 中共党史：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），安排 16 学时，计 1 学分。

(5) 公共艺术课：《广西壮族自治区学校美育老师配备和场地器材建设三年行动计划（2021-2023 年）》（桂教教师〔2021〕10 号），安排 32 学时，计 2 学分。

(6) 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），安排 134 学时，计 8.5 学分。

（二）专业（技能）课程

1. 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。

2. 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。

3. 广告实务（考试课）。

本课程是全媒体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。

4. 广告文案写作（考试课）。

本课程是全媒体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。

5. 广告策划与创意（考试课）。

本课程是面向全媒体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。

6. 广告媒体策划（考试课）。

本课程是全媒体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。

7. 广告策划书写作（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。

8. 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。

9. 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。

10. 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。

11. 网络广告实务（考试课）。

本课程是全媒体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。

12. 微信营销与运营（考试课）。

本课程是全媒体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。

13. 新媒体营销（考试课）。

本课程是全媒体广告策划与营销的专业课。本课程也是校企合作课程，即学院与南京奥派信息产业股份公司开展 1+X 证书考核站点合作，对本专业学生开展新媒体技术职业技能等级证书考核工作，并进行校企融通，师资培训、课程共建等合作内容。考证学生上 1+X 证书选修课程包。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。

14. 广告法规（考试课）。

本课程是全媒体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。

15. 商务谈判与销售技巧（考试课）。

本课程是全媒体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。

16. 房地产策划（考查课）。

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。

17. 直播营销（考查课）。

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。

18. 新媒体概论（考试课）。

该课程主要探讨新媒体与社会之间的互动关系，一方面关注各种社会力量对新媒体的塑造，另一方面讨论新媒体对社会各个层面的影响。课程讲授新媒体的概念、特征、形式、内容和历史的基础上，同时关注新媒体的采纳、扩散、伦理和法制，以及新媒体对社会的影响，通过本课程教学让学生掌握新媒体的基本知识，以及其在政治、经济、文化和社会结构上对社会的影响。

19. 品牌管理（考查课）。

本课程主要是探讨品牌培育和品牌运营两方面的内容。包括品牌的概念、特征、核心价值以及管理模式，品牌设计的原则和方法，品牌决策与品牌结构，品牌定位和品牌延伸的理论、方法和策略，国内外品牌个性的内容和特征及个性打造思路，品牌整合传播的途径和策略。品牌运营部分包括品牌的经营维护、法律维护和应对品牌危机的思路、策略，品牌联合、品牌授权和品牌在资本市场的运营模式，建立品牌的知名度、美誉度、品质认知、

品牌联想和提升品牌忠诚度的思路和方法，评估品牌资产的方法和模型，品牌国际化与本土化的有效途径。通过本课程使学生能够充分了解品牌管理的发展趋势，熟练掌握品牌管理的基本理论，帮助学生树立品牌管理的理念，提高学生品牌管理的能力。

20. 短视频营销（考试课）。

本课程主要讲授短视频营销的基础概念、优势及运营方法，分别从营销理念、策划定位、内容生产、推广引流、流量变现、数据分析、IP 打造等几个方面着手，详细地讲述了短视频营销的实战技巧。通过系统学习短视频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短视频营销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

1. 岗位实习（课时：6 个月，学分：20）

安排在第 5 个学期开始至实习满 6 个月，该环节主要根据专业人才培养方案的要求，组织学生到专业对口、业务较全面的企事业相关岗位，上岗操作，着重于所学知识和各种能力的综合运用，通过该阶段的实习，使学生在实习的工作过程中体验企业文化，培养学生具有吃苦耐劳、耐心细致、认真负责的工作态度，树立良好的质量意识和安全意识，形成对未来职业的理想认识，进一步提高学生的专业技能和综合素质，为下一阶段的“预就业”奠定基础。

2. 毕业综合实践报告（课时：10 周，学分：10）

安排在第六学期进行，在前期岗位实习的基础上，针对实习过程中遇到的问题、企业管理过程中存在的问题等，撰写毕业综合实践报告。

3. 预就业（课时：10 周，学分：10）

学生经过在企业一线实习实践后，继续在企业实习，使学生把校内所学运用到实际工作中，缩短自己与企业要求的差距，实现角色转变，成为企业

的“准员工”，培养学生分析、解决实际问题的能力，全面提升学生的综合素质，增强就业能力。

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）	岗位实习	实训	课程设计	毕业综合实践报告	预就业		
第一学年	第一学期	259	221							16
	第二学期	309	135							19
第二学年	第三学期	343	173							19
	第四学期	287	101							19
第三学年	第五学期	8		480						19
	第六学期	8					240	10周		20
合计	2564	1214	630	480			240			

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	568	327	241	28	
	限定选修	300	208	92	19	
	小计	868	535	333	47	30.1%
专业（技能）课程	专业基础课程	320	232	88	20	
	专业主干核心课程	480	355	125	30	
	专业拓展课程	176	124	52	11	
	小计	976	711	265	61	39.9%
校外实践课程		720	0	720	40	26.1%
第二课堂		—	—	—	6	
合计		2564	1246	1318	154	
实践教学比例		51.5%				

附表 1-3 全媒体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	课程名称	考核	学分	总学时	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	查	0	12	10	2	特排	—	开学周、考试周	
			军事技能	查	2	112	0	112	专周	—	15-16 周	
			军事理论 1	查	0	18	14	4	1	16	4-19 周, 19 周考查	
			思想道德与法治	试	3	48	38	10	特排	—	4-19 周	
			形势与政策 1	试	0	8	8	0	特排	—	4-19 周	
			英语	试	4	64	50	14	4	16	4-19 周	
			体育 1	试	1	20	10	10	2	10	4-19 周	
			劳动教育 1	查	0	4	2	2	特排	4	12-19 周	
			心理健康教育 1	查	0	16	13	3	1	16	4-19 周	
			计算机基础(必选)	试	4	64	32	32	4	16	4-19 周	
	限定选修	职业生涯规划(必选)	查	0	18	16	2	特排	—	4-19 周		
		中国传统文化	查	2	32	18	14	2	16	1-19 周		
		小计		20	480	259	221	18+	16			
专业(技能)课程	专业基础课程	新媒体概论	试	2	32	24	8	2	16	1-19 周		
		品牌管理	查	2	32	24	8	2	16	1-19 周		
二	公共基础课程	必修	大学生安全教育 2	查	1.5	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	试	2	32	19	13	特排	—	1-19 周	
			习近平新时代中国特色社会主义思想概论	试	3	48	32	16	特排	—	1-19 周	
			形势与政策 2	试	0	8	8	0	特排	—	1-19 周	
			军事理论 2	查	2	18	14	4	1	19	1-19 周	
			体育 2	试	2	34	17	17	2	19	1-19 周	
			劳动教育 2	查	0	4	1	3	特排	4	12-19 周	
			心理健康教育 2	查	2	16	13	3	1	19	1-19 周	
			限定选修	礼仪与沟通	查	2	32	18	14	2	16	1-19 周
				影视鉴赏	查	1	16	13	3	1	16	1-19 周
	创业基础(必选)	查		2	32	28	4	2	19	1-19 周		
	专业(技能)课程	专业基础课程	广告实务	试	3	48	38	10	3	16	1-19 周	
			消费者行为分析	试	3	48	38	10	3	16	1-19 周	
版式设计			试	2	32	20	12	2	16	1-19 周		
职业英语			试	4	64	40	24	3	19	1-19 周		
小计		29.5	444	309	135	17+	19					
三	公共基础课程	必修	形势与政策 3	试	0	8	8	0	特排	—	1-19 周	
			体育 3	试	2	34	17	17	2	—	1-19 周	
			劳动教育 3	查	0	4	1	3	特排	4	12-19 周	
		限定选修	普通话正音训练	查	0.5	6	4	2	2	3	1-3 周	
			计算机基础(必选)	试	4	64	32	32	4	16	4-19 周	

学期	课程性质	课程类别	课程名称	考核	学分	总学时	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
	专业 (技能) 课程	专业 基础 课程	美术鉴赏	查	1	16	13	3	1	16	
			视频制作实务	试	4	64	48	16	4	19	1-19周
			广告策划与创意	试	3	48	36	12	5	19	1-19周
			广告文案写作	试	3	48	36	12	3	16	1-19周
			微信营销与运营	试	2	32	20	12	6	19	1-19周
			商务谈判与销售技巧	试	3	48	36	12	3	16	1-19周
			广告法规	试	1	16	12	4	1	8	1-8周
			短视频营销	试	2	32	24	8	2	16	1-19周
			新媒体推广实务 (不考证学生上)	试/证	4	64	32	32	4	19	1-19周
			1+X证书选修课程包1: 新媒体营销) (考证学生上)								
	专业 拓展 课程	网络广告实务	查	2	32	24	8	2	16	1-19周	
		小计		31.5	516	343	173	19+	19		
四	公共 基础 课程	必修	形势与政策4	试	0	8	8	0	特排	—	1-19周
			体育4	试	1	20	16	4	特排	—	1-10周
			劳动教育4	查	1	4	2	2	特排	4	12-19周
		限定 选修	就业指导(必选)	查	2.5	20	16	4	2	19	1-19周
	专业 (技能) 课程	专业 主干 核心 课程	广告策划书写作	试	3	48	36	12	3	16	1-19周
			广告媒体策划	试	3	48	36	12	3	16	1-19周
			平面广告设计	试	4	64	47	17	4	16	1-19周
			活动策划与执行	试	2	32	22	10	2	16	1-19周
		专业 拓展 课程	房地产策划	查	4	64	48	16	4	16	1-19周, 19周考查
			粮食营销	查	1	16	8	8	2	8	1-19周, 19周考查
直播营销	查		4	64	48	16	4	16	1-19周, 19周考查		
		小计		25.5	388	287	101	21+	19		
五	公共 基础 课程	必修	形势政策5	试	0	8	8				
			体育健康测试	证	0.5	0	0	0	0		
			岗位实习		20	480					
			小计		20.5	488					
六	公共 基础 课程	必修	形势政策6	试	1	8	8				
					毕业综合实践报告		10	240			10周
			预就业		9+1	10周				9+1周	

学期	课程性质	课程类别	课程名称	考核	学分	总学时	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
			小计		21	248				20周	
			总计		148	2564	1236	1328			

备注：1. 一般以 16-18 学时计为 1 个学分。2. 专业拓展课程中必须有一门涉粮课程，16 学时，1 学分。3. 专业主干核心课程建议开设 6-8 门。4. 请补充完善课程编码，公共艺术课程和公共选修课程可以参照《2021 级公共基础限定选修课程目录》，专业（技能）课程编码带汇总课程后另行下发。5. 每学期 20 周为社会实践周。

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	依托《市场营销》课程，举办嘉燕杯教学实训	校内	以获奖等级和任课教师、企业评价作为考核
第二学期	以《广告原理与实务》《数字摄影摄像》课程为主，其他课程为辅，参加全国广告艺术大赛 1+X 考证	校内	参加校外的策划竞赛，以获奖等级（考证通过率）和任课教师评价作为考核依据
第三学期 校内			
第四学期	依托《平面广告设计》课程，参加学院奖和大广赛，承办策划节，2022 级优秀广告策划（设计）作品展	校内	与信设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，展出学生二年来的获奖的优秀策划和设计作品
第五学期	岗位实习	校外实训基地	填写顶岗实习手册，校内外指导老师共同评定成绩
第六学期	毕业综合实践报告	校外	撰写毕业综合实践报告
	预就业	校外 校内	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	中国文化	32	2	公共基础部		
2	普通话正音训练	6	0.5	公共基础部		

3	中共党史	16	1	马克思主义学院		
4	市场调查实务	48	3	经贸学院		
5	礼仪与沟通	32	2	通识教育学院		
	合计		8.5			

备注：此表合计学分为 8.5 分，可在《2021 级公共基础限定选修课程目录》的公共选修课程里选择。中国传统文化，普通话正音训练，中共党史要为必选课程。

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	
2	影视鉴赏	16	1	通识教育学院	2	
	合计		2			

备注：此表合计学分为 2 分，可在《2021 级公共基础限定选修课程目录》的公共艺术选修课程里选择。

八、实施保障

（一）师资队伍

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 4 名，教研室正负主任各 1 名，专业带头人 1 人，在读博士 1 人。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。拥有企业一线实战经验教师 12 人，占比 80%。还长年聘请一批经验丰富的专家担任客座教师的顾问。专业教育采取真实项目教学、情境教学、校企联动教学模式，有效保障教学质量提升。

（二）教学设施

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，能够运行视频剪辑软件 premiere 和 photoshop 图片处理软件，开展视频剪辑课程、图片处理课程、微信营销与运营课程、新媒体营销课程等课程的实训教学。全媒体广告策划与营销专业已经与广西乐达传媒集团等 10 家企业签订了校企合作协议，建设有校外实习基地 10 个，可以开展市场调查、广告策划、平面设计等实训活动。

（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 and 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，并可以为后续学生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，建立思想政治理论课教师与其他各类课程教师协同思政的机制，并要求思想政治理论课教师定期深入专业课程教学团队，结合课程知识点挖掘思政元素和选择思政载体。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148学分方可毕业（148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。