

广告学专业本科人才培养方案

一、培养目标

本专业培养适应社会需要的德、智、体、美全面发展，掌握广告传播和数字营销传播的基本理论、基本知识和基本技能，具有较强的市场调研、策划与创意、文案写作、品牌传播的实务运作能力，能在广告公司、数字营销公司、媒体及企事业单位从事数字营销传播与品牌传播相关工作岗位的高素质应用型人才。

毕业生适应岗位：

1、在区域各广告公司从事广告生产的一线工作，主要有文案、创意、策略、媒介、设计、客户以及管理岗位，职能基本涵盖了广告运作的各个环节，能在策划、设计、业务方面具备产业一线生产的专业能力。

2、在数字营销公司从事新媒体文案、营销策划等岗位，能为客户定制移动互联网广告营销解决方案，对移动互联网媒体广告业务进行卖点挖掘、品牌定位等全面产品包装服务。

3、在大中型企业从事市场推广和企业宣传工作，主要有广告策划、媒体投放、品牌管理等岗位，能根据企业营销战略进行广告营销资源整合和规划，能与代理公司进行有效沟通和管理，并且具备一定的数据分析和处理的能力。

4、在媒体从事媒介营销和媒介内容生产工作。从事媒介营销工作要具备新闻学、营销学、广告学尤其是广告媒体的相关专业知识，具备一定的行业经验，挖掘客户资源；从事媒介内容生产工作，要求把握媒体定位，能够敏锐的把握市场和行业动态、具备写作、编辑、策划和制作的基本能力，生产出有特色高质量的媒介内容。

二、人才培养规格要求和知识、能力、素质结构

本专业学生主要学习广告传播和数字营销传播的基本理论和基本知识，熟悉现代广告运作的基本流程和相关知识，接受广告实务的专业训练，具有较强的广告综合实务运作能力。

1. 知识结构

- (1) 传播学、市场营销学的基本理论和基本知识，广告传播工作的方针、政策和法规。
- (2) 数字营销、广告调查、策划、创意制作、文案写作、品牌传播等基本原理和专业知识；
- (3) 文学、艺术等人文科学基础知识。
- (4) 新闻传播学科的前沿理论和发展动态知识。

2. 能力结构

- (1) 本专业必需的新闻传播学理论素养，理解并懂得广告传播与媒体发展规律，较强的广告传播与数字营销传播能力和实务运作能力；
- (2) 市场调查、文献检索和资料收集方法，较好的信息分析和研究能力；
- (3) 较好的口头表达和写作能力，社会活动和社会适应能力。
- (4) 较好的计算机和外语应用能力。

3. 素质结构

- (1) 热爱祖国，拥护党的领导，树立科学的世界观和社会主义核心价值观，有报效祖国服务人民的思想素质；
- (2) 达到大学生体育合格标准，受到必要的军事训练，有较强的社会及工作的适应能力，身心素质健康；
- (3) 熟悉我国有关广告的方针、政策和法规，了解广告行业的惯例与规则，有良好的职业道德；

(4) 具备从事本专业的业务素质, 具有敏锐的观察力、良好的沟通力和团队协作能力;

4. 专业能力实现矩阵

(1) 专业能力和能力要素确定思路

首先确定定位的专业岗位群; 然后对岗位群的专业能力需求和广告行业的最新发展趋势进行广泛深入调研, 结合本科教学的要求, 确定本专业的专业能力; 将专业能力进一步细化成相应的能力要素。经过探索和实践, 我校广告学专业定位的岗位群为: 一是在专业广告公司从事广告生产的一线工作, 如策划、制作、文案写作等相关岗位; 二是在数字营销公司从事新媒体文案、营销策划等相关岗位; 三是在大中型企业从事市场推广和企业宣传工作; 四是在媒体从事媒介营销和媒介内容生产工作。

(2) 专业能力和能力要素

根据广告岗位群对专业能力的要求, 确定本专业的六大专业能力: 新闻传播学基本理论素养与能力, 广告策划与创意表现能力, 广告设计与制作能力, 摄影摄像能力, 数字营销传播能力, 品牌传播与管理能力。进一步梳理细化分解成相应的能力要素, 并给出培养这些能力要素的实现途径, 专业能力实现矩阵如表 1 所示。

表 1: 专业能力实现矩阵

专业能力	能力要素	课程模块	主要实现途径 (课程)
新闻传播学基本理论素养与能力	掌握新闻传播学的基础理论、基本知识, 把握媒体发展与广告传播的趋势。	新闻传播学知识模块	传播学原理、新闻学概论、新媒体概论、广告学概论
广告策划与创意表现能力	掌握营销传播策划的思路与方法 掌握广告创意的思维与广告表现的方法 掌握各类型文案写作的方法与技巧	广告策划与创意表现模块	广告创意与表现、广告策划、广告文案写作、广告调查与统计分析、广告运作综合实务
广告设计与制作能力	具备美术基础, 掌握多媒体图像处理、版面编排、网页设计的原理与方法	广告设计与制作模块	美术基础、多媒体图文处理、设计构成基础、网页设计与制作
摄影摄像能力	熟练掌握基本摄影技术, 包括摄影构图、摄影用光等 熟练掌握视频拍摄与编辑的原理与方法 熟练掌握微视频设计与制作的技术	摄影摄像模块	广告摄影、视频拍摄与编辑、音频与视频广告实务、微视频设计与制作
数字营销传播能力	掌握数字营销传播的基本原理与方法 掌握数据处理与分析的方法 掌握 UI 设计的原理与方法	数字营销传播模块	数字营销传播实务、UI 设计、数字媒体广告传播、搜索引擎营销
品牌传播与管理能力	掌握品牌传播学的基本原理与方法 掌握品牌战略管理思维与方法 掌握品牌形象设计的技巧与方法	品牌传播模块	品牌传播学、品牌战略管理、品牌形象设计、中外品牌传播案例评析

三、所属学科、专业类

学科门类: 文学, 专业类: 新闻传播学类, 专业代码: 050303

四、学制和学习年限

基本学制 4 年，学习年限 3~7 年。

五、毕业与学位授予

学生必须取得培养方案规定的全部必修课程的学分，修满各平台选修课规定的最低学分，合计最低取得 180 学分方能毕业，学业成绩达到我校授予学士学位条件的授予文学学士学位。

六、主干学科和核心课程

主干学科：新闻传播学

核心课程：传播学概论、广告学概论、新媒体概论、多媒体图文处理、视频拍摄与编辑、广告策划、新媒体排版、广告创意与表现、广告文案写作、广告摄影、广告调查与统计分析

专业核心课程 1：传播学概论

内容简介：通过本课程的学习，要求学生了解、把握传播学的总体框架、基本概念、基本理论，了解本学科形成与发展的历史等基本内容，并能对其中一些重要问题进行思考；同时，锻炼学生提高跨学科学习的能力，初步运用传播学的基本理论和方法分析、解释新闻传播实践中的现象与问题，为今后的媒体实践和研究工作打下基础。

专业核心课程 2：广告学概论

内容简介：本课程重在加强学生的基础知识和专业素质的培养，旨在通过广告基本原理和运作过程的系统讲授，引导学生提高理论素养，建立专业意识，增强务实操作能力，尤其培养和提高学生的广告理论思维能力和对于广告学科总体的把握能力，从而为后期专业课的学习打下良好的基础。

专业核心课程 3：新媒体概论

内容简介：本课程为学科专业基础课，课程主要对网络与新媒体基本概念和原理进行系统讲授，引导学生提高理论素养，建立专业意识，增强务实操作能力，尤其培养和提高学生的理论思维能力和对于专业总体的把握能力，从而为后期专业课的学习打下良好的基础。

专业核心课程 4：多媒体图文处理

内容简介：本课程是广告学专业的专业必修课，课程全面系统地介绍了 Photoshop 软件，具体内容包括软件的特点、图像后期处理、编辑菜单、工具使用方法和使用技巧。要求学生通过本课程的学习，制作设计现代平面广告、包装设计、标志设计和海报招贴等，全面提高自己图形和图像处理的基本方法和基本技能，最大程度地满足广告设计师、平面设计师、Web 设计师以及摄影师的要求。

专业核心课程 5：视频拍摄与编辑

内容简介：视频拍摄与编辑为专业必修课，旨在让学生掌握基本的视频拍摄和非线性编辑原理与技术，熟练操作数字摄像机和非线性编辑软件，熟悉视频作品制作过程和规律，能够制作出具有一定思想性和艺术性的视频作品。

专业核心课程 6：广告策划

内容简介：本课程是广告学专业的专业必修课，它以市场营销学、营销调研，消费者行为学等课程为基础，具备管理、艺术等多学科相互交融的特点。通过本课程的学习，使学生能较好的掌握现代广告学的基本原理，基本方法与基本技能，并能联系实际加以灵活运用。

专业核心课程 7：新媒体排版

内容简介：本课程是广告学专业的专业必修课，该课程旨在通过学习版面编排基础理论知识，掌握排版软件的操作技能，加强学生的电子排版实践操作能力。实验内容包括新媒体页面的文图编排处理，以及各类不同类型新媒体版面的综合排版。

专业核心课程 8：广告创意与表现

内容简介：本课程是广告学专业的专业必修课，通过本课程的学习，帮助学生全面、系统了解广告创意与表现的理论和原则，深刻认识广告创意与表现的特点和规律，掌握广告创

意与表现的主要方法和相关技能，培养、训练较为敏感的创新意识，使学生具备基本的广告创意能力及广告创意表现的实际操作能力与专业素养。

专业核心课程 9：广告文案写作

内容简介：本课程为广告学专业必修课，通过讲授本课程，使学生理解广告文案的概念、结构、特性和广告文案写作的一般规律，了解广告文案在整体广告运动中的地位、作用及其与广告调查、广告定位、广告创意、广告表现等的关系，提高分析、辨别各种广告文案的能力，掌握并运用广告文案各组成部分和各种媒体、各种类型的广告文案的写作方法和写作技巧。

专业核心课程 10：广告摄影

内容简介：本课程为广告学专业必修课，通过该课程的学习，使学生了解和掌握摄影的基础理论及广告摄影的基本拍摄技巧，同时，掌握广告摄影器材的使用方法及如何正确布光和控制曝光。

专业核心课程 11：广告调查与统计分析

内容简介：本课程是广告学专业的专业必修课，本课程旨在通过讲授广告调查和效果评估的基本原理与方法、研究分析的基本思路和过程，以及调查研究相关的工具运用，使学生能够具备进行广告调查与效果评估的专业知识，掌握并能熟练运用一般的调查方法和工具，并在学习和实践的过程中提升对广告的认知和理解。

七、集中实践教学环节

表 2：集中性实践教学环节统计表

实践环节名称	学分数	学期	周数	备注
入学教育	0.5	1	0.5	
军事训练	2	1	2	
第三学期实习 1、2、3	9	3, 6, 9	27	
项目实训	7	8, 10	7	
毕业实习	6	10-11	12	
毕业论文（设计）	10	11	14	
合计	34.5		62.5	

八、企业实习实践计划

广告学专业实行“三学期制”，即在每学年的第一学期、第二学期之外，增加一个“第三学期”（四年级不设置），本科生四年期间共计 11 个学期。“第三学期”在依照教学管理规章制度下，有组织、有目的、有计划地安排学生到实习单位从事专业实践，教师指导学生实习或“过实践关”为主要内容的教学工作。

合作企业：武汉东方时代广告有限公司、成都日报集团、大楚网、荆楚网等。

企业培养标准：通过在企业的实习与实践，使学生具备以下的知识、能力和素质：

1、具备较强的动手能力，能够有效参与一线生产，具备良好的广告营销与传播能力，了解广告业务的基本环节和流程；

2、具备良好的职业道德，树立正确的价值观和职业发展观，具有较强的沟通交流能力、团队领导能力和合作能力；

3、掌握研究型的学习工作方法，具有创新思维，能从学习和实践中总结经验、发现问题、探寻知识、查询文献、总结创新等能力。

表 3 企业学习安排表

项目	时间	计划安排	学习内容	培养目标
第三学期 实习 1	9 周（第 3 学期）	实习动员+学院协调安排+教师网络或实地走访指导+实习考核与总结	广告业务的环节和流程、业务中的社会交往问题	培养学生基本的广告业务操作能力
第三学期 实习 2	9 周（第 6 学期）	实习动员+学院协调安排+教师网络或实地走访指导+实习考核与总结	掌握行业发展趋势，结合自身实际，寻求专业能力的定位和发展方向	进一步掌握广告策划、文案写作、广告设计与制作等各项技能
第三学期 实习 3	9 周（第 9 学期）	实习动员+学院协调安排+教师网络或实地走访指导+实习考核与总结	明确今后职业定位和能力要求	能够综合运用专业技能，明确就业方向，初步落实就业单位。
毕业实习	12 周（第 10、11 学期）	在完成所有的课程学习和实训后，集中 12 周的时间深入企业，在企业导师和实习指导教师的指导下，完成各工作岗位的实习工作。	掌握广告营销传播学各技能，确定就业方向和岗位，找到就业岗位	能够胜任广告营销传播相关岗位工作。
毕业论文（设计）	14 周（第 11 学期）	在企业实践中寻找毕业论文选题，并在实践中完成	实践中发现问题、探寻知识、查询文献、总结创新。	广告学研究学习与专业思维训练。根据所完成毕业论文对学生专业能力进行全面的训练和展现，并根据成果对学生专业能力进行评定。

九、课程结构及实践学分

表 4: 课内课程学时学分统计表

总学时/总学分	课程类别	学时	占总学时百分比	学分	占总学分百分比	备注
2088/ 130.5	通识教育必修课	744	35.6%	46.5	35.6%	
	学科专业基础必修课	288	13.8%	18	13.8%	

	专业必修课	512	24.5%	32	24.5%	
	通识选修课	160	7.7%	10	7.7%	
	学科专业基础选修课	64	3.1%	4	3.1%	
	专业选修课	320	15.3%	20	15.3%	
	必修课合计	1544	73.9%	96.5	73.9%	
	选修课合计	544	26.1%	34	26.1%	

表 5：理论教学和实践教学结构统计表

课程类别		学分	小计	占总学分百分比
理论教学	通识教育必修课	32	83.5	50.6
	学科专业基础必修课	18		
	专业必修课	12		
	学科专业基础选修课	4		
	通识教育选修课	10		
	专业选修课	7.5		
实践教学	入学教育	0.5	81.5	49.3
	军事训练	2		
	实验	34		
	课内实践	13		
	项目实训	7		
	第三学期实习 1、2、3	9		
	毕业实习	6		
	毕业论文（设计）	10		
理论教学与实践教学合计			165	100%
创新创业与素质拓展			15	
总学分			180	

十、本专业教学执行计划表

1. 通识教育平台（必修 46.5 学分，选修 10 学分）

课程类别	课程编号	课程名称	学分	教学时数				考核方式	开课学期	备注	
				总计	讲授	实验	实践				
通识教育必修课程	00011	思想道德修养与法律基础	3	48	32		16	考试	1		
	00021	中国近现代史纲要	2	32	24		8	考试	2		
	00031	马克思主义基本原理	3	48	32		16	考试	4		
	00041	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	6	96	64		32	考试	5		
	00051	形势与政策	2	32	32			考查	1-5	在线学习为主	
	00061	体育	7.5	120			120	考查	1-5	体育俱乐部制	
	00071	军事理论	2	32	32			考查	1	在线学习为主	
	00081	大学英语	13	208	208			考试	1-5	分级教学	
	00091	计算机基础	3	48	24	24		考试	1		
	00101	大学生心理健康教育	2	32	16		16	考查	2	在线学习为主	
	00111	大学生职业规划与就业指导	2	32	32			考查	2,6	在线学习为主	
	00121	创新创业基础	1	16	16			考查	3	在线学习为主	
	小计			46.5	744	512	24	208			
	通识教育选修课		综合素质课	10	160	160				2-11	在线学习为主，详见当学期公布的通识教育选修课清单
小计			10	160	160						
合计			56.5	904	672	24	208				

2. 学科专业基础课程平台（必修 18 学分，选修 4 学分）

课程类别	课程编号	课程名称	学分 数	教学时数				考核 方式	开课 学期	备注	
				总计	讲授	实验	实践				
学科 专业 基础 必修 课	05551	新闻学概论	3	48	48			考试	1		
	05421	新媒体概论	3	48	48			考试	1		
	01731	古代文学作品选讲（上）	2	32	32			考试	1		
	01732	古代文学作品选讲（下）	2	32	32			考试	2		
	01911	广告学概论	3	48	48			考试	2		
	00891	传播学概论	3	48	48			考试	4		
	03972	社会学概论	2	32	32			考试	4		
	小计			18	288	288					
	学科 专业 基础 选修 课	03951	设计构成基础	2	32	32			考查	2	选修 4 个 学分
		04201	市场营销学	2	32	32			考试	4	
		01651	公共关系学	2	32	32			考试	5	
	小计			4	64	64					
	合计			22	352	352					

3. 专业课程平台（必修 32 学分，选修 20 学分）

课程类别	课程编号	课程名称	学分数	教学时数				考核方式	开课学期	备注	
				总计	讲授	实验	实践				
专业课程平台	03361	美术基础	2	32		32		考查	1		
	01291	多媒体图文处理	4	64		64		考查	2		
	04222	视频拍摄与编辑	3	48		48		考查	2		
	06243	中外广告史	2	32	32			考试	4		
	01811	广告策划	3	48	32	16		考试	4		
	05441	新媒体排版	2	32		32		考查	4		
	01891	广告摄影	3	48		48		考查	5		
	01821	广告创意与表现	3	48	16	32		考试	5		
	01901	广告文案写作	3	48	16	32		考试	7		
	01831	广告调查与统计分析	3	48	32	16		考试	7		
	01861	广告经营与管理	2	32	32			考试	7		
	01841	广告法规与职业道德	2	32	32			考查	10		
	小计			32	512	192	320				
	专业选修课	05831	音频与视频广告实务	4	64	32	32		考查	4	共 28 学分，选修 12 学分
		04812	网页设计与制作	3	48		48		考查	5	
		01881	广告设计与制作	2	32		32		考查	7	
		05432	新媒体内容策划与管理	2	32		32		考查	7	
		05372	消费者行为与心理	3	48	48			考试	8	
		03322	媒介经营与管理	2	32	32			考试	8	
		06471	形象设计	2	32		32		考查	8	
		04381	数字传播与媒体发展	2	32	32			考查	8	
		04484	数字营销传播实务	2	32		32		考查	7	数字营销传播方向必选，品牌传播方向任选
		00442	UI 设计	2	32		32		考查	7	
04441		数字媒体广告传播	2	32	24	8		考查	8		
04521		搜索引擎营销	2	32	16	16		考查	8		
03482	品牌传播学	2	32	32			考查	7	品牌传		

课程类别	课程编号	课程名称	学分数	教学时数				考核方式	开课学期	备注
				总计	讲授	实验	实践			
	03492	品牌形象设计	2	32		32		考查	7	播方向必选，数字营销传播方向任选
	03483	品牌战略管理	2	32	32			考查	8	
	06291	中外品牌传播案例评析	2	32	32			考查	8	
	小计		20	320	120	200				
	合计		52	832	312	520				

4. 实践教学课程平台（必修 34.5 学分）

课程类别	课程编号	课程名称	学分数	周数	开课学期	备注	
实践教学课程平台	90011	入学教育	0.5	0.5	1		
	90021	军事训练	2	2	1		
	90461	第三学期实习 1	3	9	3		
	90481	第三学期实习 2	3	9	6		
	90491	第三学期实习 3	3	9	9		
	90471	毕业实习	6	12	10-11		
	90501	毕业论文（设计）	10	14	11		
	项目实训	90521	广告运作综合实务	4	4	10	
		90511	微视频设计与制作	3	3	10	
		小计		34.5	62.5		

5. 创新创业与素质拓展平台（必修 2 学分，选修 13 学分）

创新创业与素质拓展必修：创业基础实践（自媒体运营）

创新创业与素质拓展选修主要包括以下内容：

（1）实践素质拓展学分：包括创新创业实践、创新创业项目、科研训练、学科竞赛、发明专利、论文成果、课外阅读、学术讲座、社会实践与志愿服务、文体艺术与身心发展、社团活动与社会工作、技能培训等。通过认定的方式计算学分，具体认定范围与程序见《武汉工商学院创新创业与素质拓展学分认定办法》。

（2）课程素质拓展学分：包括选修英语拓展课程、数学拓展课程、政治拓展课程及跨专业选修课等课程。

十一、培养方案执行说明

1. 非集中周教学课程学时学分规定：理论课程、实验实践课程按 16 学时计 1 学分。
2. 集中周次教学课程学时学分规定：校内课程实践（含课程设计、综合实践项目等）1 周计 1 学分；校外实践（含军训、认知实习、课程实习等）1 周计 1 学分、不计学时；第三学期共计 9 学分，毕业实习 12 周，计 6 学分，毕业论文（设计）共 14 周，计 10 学分。

系主任： 肖志芬

教学副院长： 范红霞

院 长： 张金海