

## 9.2021 级传播与策划专业人才培养方案(高职扩招)

一. 专业名称: 传播与策划

二. 专业代码: 560215

三. 招生对象:

☐普通高招 ☐自主招生 ☐对口招生 ☐学徒制学生 ☐五年转段 ☒社招生 ☐其他

四. 学制与学历:

三年 专科

五. 职业面向

(一) 职业面向

表 1 职业面向与主要岗位简表

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)	职业资格证书或技 能等级证书
新闻传播大类 (56)	广播影视类 (5602)	互联网广告服 务(7251)	广告设计人员 (2-10-07-08)	新媒体编辑岗位、 <u>新媒体广告交互与推广岗位</u> (品牌策划与推广岗位、文化传媒岗位等)。	<u>数字媒体交互设计(中级)</u> 、新媒体编辑(中级)。

(二) 工作任务与职业能力分析

表 2 岗位能力分析表

岗位名称	典型工作任务	工作过程	岗位能力要求
新媒体广告交互与推广	A. 项目信息调研	目标市场调查的方法、调研资料的收集、分析技能、调研报告的撰写方法。	能够了解掌握品牌策划与推广的基本的知识并能自己进行从前期调研到中期定位再到后期策划方案呈现的系统化广告创意的设计工作,同时在设计工作的过程中锻炼自我表达能力和团队协作能力。
	B. 制定战略总目标	理性认识“市场”概念、市场细分的方法、产品定位、产品策略。	
	C. 确立品牌推广策略	明晰品牌推广战略的概念,熟悉广告战略目标的分类、制定及其原则。	
	D. 广告媒体渠道策划	学会利用搜索引擎为企业设计关键词。	
	E. 产品广告策划与营销计划、品牌建设	市场细分战略、定位战略及广告定位,营销传播活动与品牌战略策划。	
	F. 广告营销策划提案书写	掌握品牌策划的运作过程,明确品牌在市场中的定位、建设目的、媒介的选择、经费的预算、企业策划书的编制。根据项目整体评估及设计,做出详细且完整的营销策划提案。	
	G. 品牌广告策划与广告表现	掌握推广创意的表现方法,能够灵活地运用创意与思维。	
	H. 媒介投放排期	运用新媒体平台进行品牌广告互动传播,能够对线上媒体进行精准分析,并采取媒介投放。	

	I. 产品广告营销预算工作	对整个项目营销策划提案,已经线上线下媒介投放做出详细的预算。	
新媒体编辑 与广告创意 岗位	A. 项目信息调研	市场调查的方法掌握以及调研报告的撰写能力。	能够了解掌握广告策划与创意的基本的知识并能自己进行从前期调研到中期定位再到后期策划方案呈现的系统化广告创意的设计工作,同时在设计工作的过程中锻炼自我表述能力和团队协作能力。
	B. 制定战略总目标	能够明确市场细分的方法、产品定位、产品策略。	
	C. 确立产品推广策略	了解广告战略的概念,熟悉广告战略目标的分类、制定及其原则。	
	D. 广告媒体渠道策划	能够熟练利用搜索引擎为企业设计关键词广告。	
	E. 产品广告策划与营销计划	明确市场细分战略、定位战略及广告定位,营销传播活动与品牌战略策划。	
	F. 广告营销策划提案书写	掌握广告策划的运作过程,明确广告定位、广告目的、广告媒介的选择、广告经费的预算、广告策划书的编制。根据项目整体评估及设计,做出详细且完整的营销策划提案。	
	G. 广告策划与广告表现	掌握广告创意的表现方法,能够灵活地运用广告创意与思维。	
	H. 媒介投放排期	运用新媒体平台进行广告互动传播,能够对线上媒体进行精准分析,并采取媒介投放。	
	I. 产品广告营销预算工作	对整个项目营销策划提案,已经线上线下媒介投放做出详细的预算。	

## 六. 培养目标与培养规格

### (一) 培养目标

本专业培养拥护党的基本路线、方针和政策,适应传播策划与推广第一线需要的,德、智、体、美、劳全面发展,掌握项目传播与策划从前期调研到中期定位再到后期策划方案呈现的系统化创意的设计工作的基本理论和爱岗敬业、安全生产意识、责任关怀意识和创新精神,从事广告传播与策划、新媒体互动与传播及相关产业领域内的开发、研究、策划、教育和管理工作的复合型技术技能人才。

### (二) 培养规格

#### 1. 知识要求

- (1) 掌握本专业必要的基础理论知识和动手操作能力。
- (2) 熟练掌握计算机辅助图形设计工具,如 Photoshop、Adobe Illustrator、AE 等有关设计软件。
- (3) 掌握传媒设计规律和技巧。
- (4) 具有较强的理性创造思维,具有相关产品策划操作能力及实际动手的能力。
- (5) 能够绘制(手绘)创意草图或概念草图。
- (6) 能够按行业惯例或规范,掌握相应的设计术语、图例并能够为客户表达设计的意图。

#### 2. 能力要求

- (1) 能够寻求设计项目、完成项目的调研、现场勘测、并基本掌握客户的构想和要求。
- (2) 能够根据设计任务书的要求完成设计草案。
- (3) 能够根据客户的要求对项目进行准确的定位。

- (4) 能够根据项目的功能、要求和资金等因素，科学地确定设计的主导方向。
- (5) 能够编制整体的设计创意方案。
- (6) 能够运用图形、符号、色彩等表现设计构思。
- (7) 能够运用多种媒体全面地表达、表现设计意图。
- (8) 能够熟练掌握常见的广告设计工具，并熟悉材料的品种、规格、质量和价格等。

### 3. 素质要求

- (1) 热爱社会主义祖国，拥护中国共产党的领导，具有为国家富强、民族振兴而奋斗的理想、事业心和责任感。具有爱国主义、集体主义、社会主义思想的良好思想品德。
- (2) 树立科学世界观和为人民服务的人生观，了解我国基本国情，能理论联系实际，实事求是。
- (3) 具有严肃的学习态度，艰苦奋斗、实干创新的精神，热爱劳动、遵纪守法、自律谦虚、团结合作的品质。有较好的文化、道德修养和健康的心理素质，有良好的行为习惯。
- (4) 要求学生具有创新精神，敏锐的市场观察能力。
- (5) 在工作中的沟通能力与良好的团队协作精神。

**表 3 传播与策划专业培养（目标）规格**

序号	具体内容
I	能够掌握广告专业的基本理论知识和广告运作程序，熟悉广告市场运作全过程，具有广告策划、广告创意、广告文案写作和广告管理能力。
II	能够在工作中发挥有效的组织、沟通和协调作用，具有责任关怀意识、创新创业意识和独立思考的能力，具备创造性和开拓精神的优秀的实用性广告专门人才的精神。
III	具有一定的科学文化水平、良好的人文素养、职业道德，精益求精的工匠精神，成为爱岗敬业和德智体美劳等全面发展的负责任公民。
IV	能够通过继续教育或职业培训不断提升自身的能力，较强的就业能力和可持续发展的能力。
V	熟悉传媒行业国内外发展现状，了解行业发展趋势，能够为滁州地区传播策划领域发展做出贡献。

## 七. 课程设置及要求

### （一）课程体系的架构与说明

传播与策划专业课程体系的构建以人才培养目标与规格为总纲，突出核心岗位职业能力的培养，综和考虑基本职业素养与可发展能力，同时结合“针对市场设专业、针对企业定课程、针对岗位练技能”的三原则，进行课程体系的整体设计。

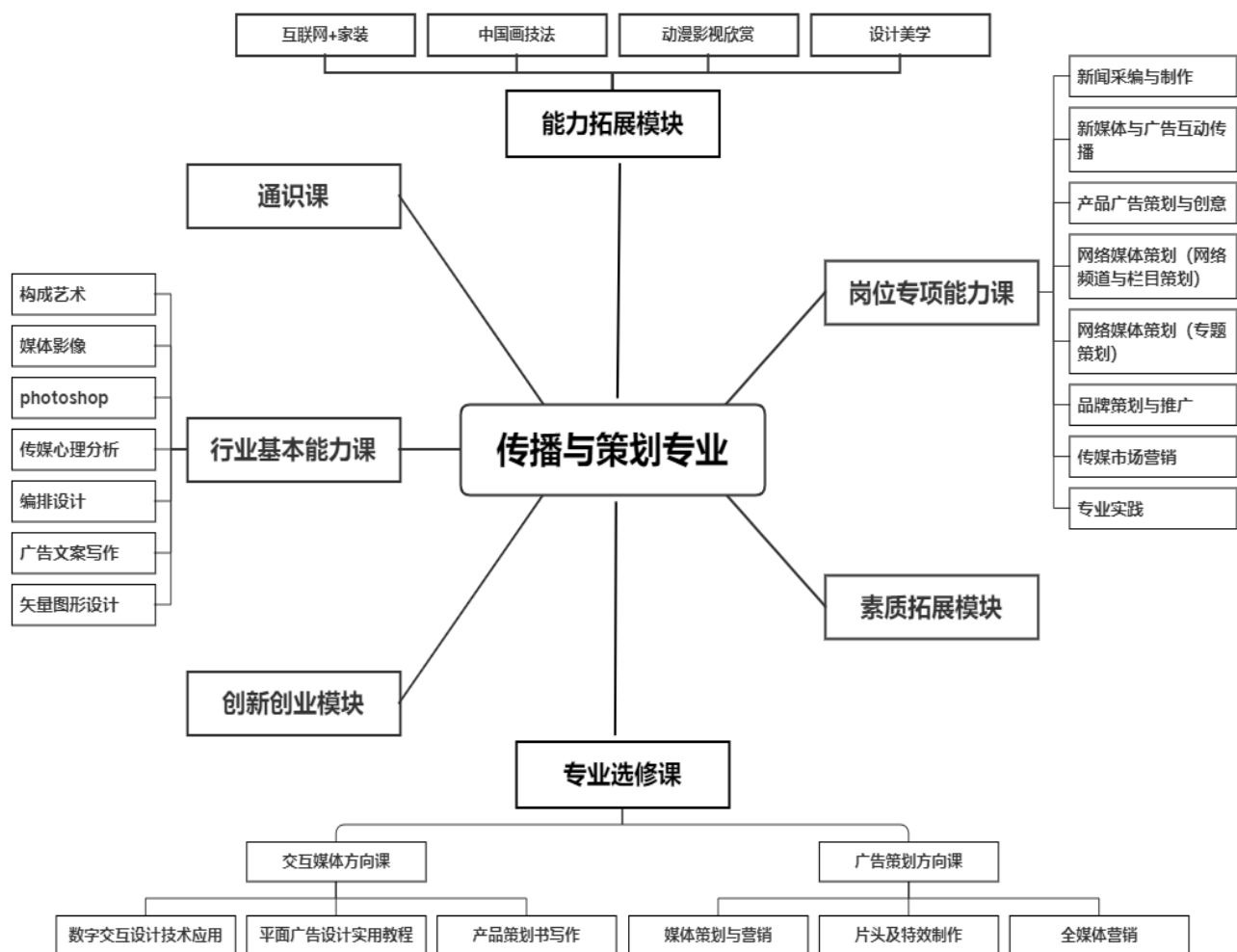


图 1 课程体系架构图

## （二）专业课程体系

表 4 专业课程体系表

序号	课程名称（学习领域）	对应的典型工作任务
1	构成艺术	A B
2	媒体影像	A B I
3	photoshop	A B I
4	传媒心理分析	E
5	传媒市场营销	C D
6	编排设计	B C D
7	广告文案写作	B C D
8	矢量图形设计	A I
9	新闻采编与制作	A B
10	新媒体与广告互动传播	C D E
11	网络媒体策划（专题策划）	A B C D E F
12	平面广告设计	B C D E H

表 5 传播与策划专业课程矩阵表

毕业要求	毕业要求指标点 <sup>11</sup>	构成艺术	媒体影像	P H O T O S H O P	传 媒 心 理 分 析	传 媒 市 场 营 销	编 排 设 计	广 告 文 案 写 作	矢 量 图 形 设 计	新 闻 采 编 与 制 作	新 媒 体 与 广 告 互 动 传 播	平 面 广 告 设 计	思 想 道 德 修 养 与 法 律 基 础	形 势 与 政 策、大 学 语 文
掌握基本理论知识：具备系统的广告学、管理学、市场营销理论等方面的基本理论知识，了解广告传播规则，能够运作营销策划与技巧等基本项目。	1.1 能够了解广告策划的完整流程。	√	√	√	√	√		√	√		√			
	1.2 能够掌握新媒体相关媒介的运用操作。	√	√	√		√		√			√	√	√	
	1.3 能够了解广告传播的基本规则。	√		√	√	√		√	√	√	√			√
目标市场调研与分析：能够运用传统方法、相关软件或各类大数据分析，发现并分析广告传播与策划在执行中的相关问题，并结合案例进行梳理和分析，并得出实证	2.1 能够对品牌产品目标市场进行分析、对项目资料进行整合，对市场营销信息分析。	√	√		√	√		√		√		√		√
	2.2 能够进行 SWOT 分析，并针对公司文化分析、能运用	√	√				√	√		√		√	√	√

性结论。	EXCEL 数据分析。													
	2.3 能够针对人群进行品牌设计定位，对项目进行价值定位、对目标市场做定位。	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√
品牌广告传播与推广：运用广告营销策划技能和计算机应用技能，能够运作广告市场运作全过程，并能够适当考虑职业健康、安全文明、社会以及环境等因素。	3.1 能够制定品牌推广策略。	√	√	√	√	√	√	√	√				√	√
	3.2 能够书写详细的商业计划书。	√	√		√	√	√	√		√	√		√	√
	3.3 能够灵活的运用 PHOTOSHOP、AI 等专业软件。	√	√	√	√	√	√	√			√		√	√
专业理论知识的自我提升：能够对市场传播现状展开调查与研究，从数据库及国内外文献中检索并选择出相关数据，结合当下传播趋向进行论证，得出更为完善的项目思路。	4.1 能够基于传播学原理并采用科学方法与时俱进的对传播与策划领域进行研究。	√	√	√	√	√	√	√	√		√		√	√
	4.2 能够对传播策划常见技术问题设计实验，并获取实验数据。	√	√	√	√	√	√		√	√	√	√	√	√
	4.3 具备整合思维能力，能够对传媒行业的突出问题进行推理和分析。	√	√	√	√	√	√	√	√		√		√	√

注：专业课程体系已用图、表的方式进行阐述，体现所设置的课程体系与岗位典型工作任务间的关系。

专业课程体系应涵盖所有毕业要求，支撑所有指标点的训练和培养，采用课程矩阵的方式表述课程—毕业要求—指标点三者之间的对应关系，

毕业要求指标点落到哪一门课程已在该门课程对应的框中打“√”

### （三）主要课程内容

新媒体与广告互动传播（课程名称）

课程名称	新媒体与广告互动传播		
开设学期	三	基准学时	72 学时
<b>职业能力要求：</b> 紧扣新媒体技术的发展，系统地提出了“广告互动传播”的概念及理念，在新媒体技术与广告互动传播密切关系的基础上，按网络广告、数字电视广告、手机广告等新媒体广告形式，重点探讨了广告互动传播的不同实现方式，并在新媒体平台上探讨了电子商务与互动广告传播的一体化趋向。			
<b>课程目标：</b>  1. 专业能力目标  (1) 能够寻求设计项目、完成项目的调研、现场勘测、并基本掌握客户的构想和要求。 (2) 能够根据设计任务书的要求完成设计草案。 (3) 能够根据客户的要求对项目进行准确的定位。 (4) 能够根据项目的功能、要求和资金等因素，科学地确定设计的主导方向。 (5) 能够编制整体的设计创意方案。 (6) 能够运用多种媒体全面地表达、表现设计意图。 (7) 能够熟练掌握常见的广告设计工具，并熟悉材料的品种、规格、质量和价格等。 (8) 能够完成材料的选样、熟悉各类广告的制作流程与工艺。 (9) 能够协助项目负责人完成设计项目的竣工验收，并根据设计变更绘制竣工图、掌握最基本的设计协调、指导技术，对小型设计项目进行必要的督查  2. 方法能力目标  (1) 能够绘制（手绘）创意草图或概念草图。 (2) 能够按行业惯例或规范，掌握相应的设计术语、图例并能够为客户表达设计的意图。 (3) 把握广告设计的各种创意与方法和表现手法。提高学生职业岗位适应能力。 (4) 培养学生创新思维、专业理念、专业技术创造能力和运用能力。 (5) 通过独立学习，不断获取新的知识和技能，能够在工作中寻求发现问题、解决问题的途径。 (6) 具有培养学生综合应用所学软件的能力的作用。  3. 社会能力目标  (1) 在工作中的沟通能力与良好的团队协作精神。 (2) 公正坦诚、尊重他人，乐于助人，学会与人相处。 (3) 掌握和控制工作进度，合理安排时间。 (4) 认真、细致，有自制力，具有较强的自信心、求知欲和进取心。 (5) 有较强的环境意识。			
<b>课程内容：</b>  项目一. 基础图文命题-广告互动传播 项目二. 地方（校园）命题-广告互动传播 项目三. 行业竞赛命题-广告互动传播 项目四. 商业（校企合作）命题-广告互动传播			

--

**新闻采编与制作（课程名称）**

课程名称	新闻采编与制作		
开设学期	三	基准学时	64 学时
<b>职业能力要求：</b> 熟练掌握新闻采编与制作的基本技能，适应各类报刊、电台、电视台、新闻网络等多种媒体的新闻采编、媒体管理和各类节目制作等工作的技能型新闻专业人才。使学生能够胜任各类媒体采编、节目制作、媒体管理等工作，也可以胜任企事业单位对外宣传、网站管理等工作。该专业就业前景广泛，尤其是既懂新闻和经济理论、又懂网络操作的技能型新闻人才具有较大社会需求。			
<b>课程目标：</b> 1. 专业能力目标 （1）适应社会主义现代化建设需要，德、智、体、美全面发展，能在新闻媒体及企事业单位从事新闻传播工作。 （2）获得新闻采访、写作、编辑、评论与制作等基本训练，具有创新精神和实践能力的应用型新闻专业人才。 （3）熟练掌握新闻采编与制作的基本技能，适应各类报刊、电台、电视台、新闻网络等多种媒体的新闻采编、媒体管理和各类节目制作等工作的技能型新闻专业人才。 （4）能够编制整体的设计创意方案。 （5）能够掌握编辑、录像、摄影、播出等方面的技能，掌握多媒体计算机技术，熟练掌握一门外语。 （6）能够协助项目负责人完成设计项目的竣工验收，并根据设计变更绘制竣工图、掌握最基本的设计协调、指导技术，对小型设计项目进行必要的督查 2. 方法能力目标 （1）能够绘制（手绘）创意草图或概念草图。 （2）能够按行业惯例或规范，掌握相应的设计术语、图例并能够为客户表达设计的意图。 （3）把握广告设计的各种创意与方法 and 表现手法。提高学生职业岗位适应能力。 （4）培养学生创新思维、专业理念、专业技术创造能力和运用能力。 （5）通过独立学习，不断获取新的知识和技能，能够在工作中寻求发现问题、解决问题的途径。 3. 社会能力目标 （1）思想道德素质 拥护党的领导，热爱祖国；自觉遵守社会公德和新闻职业道德；具有正确的人生观和价值观。 （2）文化素质 具有一定的人文知识和科学知识；有健康向上的人格和兴趣爱好；诚实守信，谦逊好学。 （3）专业素质 具有较强的新闻敏感性，有较扎实的新闻采、写、编、评基本知识和熟练的编辑制作技能；具有创新的思维方法和忧患意识，在信息时代的媒体竞争中有较强的生存能力。 （4）身体心理素质 有科学的身体锻炼方法，有和谐的身体运动能力和健康的体魄；有较强的与人协作的能力，有一定的心理承受能力和环境适应能力，敢于面对挫折，善于挑战自我。			
<b>课程内容：</b>  项目一. 网络新闻编辑的流程实务 项目二. 网络新闻内容的编辑 项目三. 网络新闻音频和视频的编辑			



项目四. 网络新闻的音频编辑
项目五. 网络新闻的视频编辑
项目六. 网络新闻音频和视频编辑的技术流程

Photoshop（课程名称）

课程名称	Photoshop		
开设学期	一	基准学时	56 学时

**职业能力要求：**掌握 Photosop 这个图像处理软件，应用于印刷、广告设计、封面制作、网页图像制作、照片编辑等领域。利用 Photosop 可以对图像进行各种平面处理。绘制简单的几何图形、给黑白图像上色、进行图像格式和颜色模式的转换。培养学生对图像的处理技术，也为以后学习图像的排版与输出做基础。

**课程目标：**

通过任务引领型的项目活动，使学生能了解图像处理软件的操作界面，会使用各种图像处理工具，能制作出符合要求的各种图像处理效果。养成诚实、守信、吃苦耐劳的品德，养成善于动脑，勤于思考，及时发现问题的学习习惯；具有善于和客户沟通与与企业工作人员共事的团队意识，能进行良好的团队合作，养成爱护设备和检测仪器的良好习惯，养成操作安全的意识。

1. 知识目标

- (1) 了解编辑图像的各种方法
- (2) 了解 Photoshop CS3 的工作界面和基本操作
- (3) 了解图像处理基础知识
- (4) 了解绘制图形与路径的方法
- (5) 了解通道的概念与使用技巧
- (6) 了解各种滤镜并掌握部分常用的滤镜
- (7) 了解动作的应用

2. 技能目标

- (1) 熟练掌握绘制和编辑选区的方法
- (2) 掌握调整图像色彩和色调的方法
- (3) 掌握图层的应用方法和操作技巧
- (4) 掌握文字的应用
- (5) 掌握绘制和修饰图像的方法和技巧
- (6) 掌握综合应用制作精彩实例

3. 素质目标

- (1) 养成诚实、守信、吃苦耐劳的品德；
- (2) 养成善于动脑，勤于思考，及时发现问题的学习习惯；
- (3) 养成课后“六不走”的工作习惯；
- (4) 具有善于和客户沟通和维修企业工作人员共事的团队意识，能进行良好的团队合作；
- (5) 养成爱护设备和检测仪器的良好习惯。

**课程内容：**

- 项目一. 初识 Photoshop CS3 中文版
- 项目二. 绘制和修饰图像
- 项目三. 图层的应用

项目四. 文字的使用
项目五. 图形的制作
案例讲解（一）
案例赏析（二）
综合作业制作

#### 编排设计（课程名称）

课程名称	编排设计		
开设学期	二	基准学时	56 学时
<b>职业能力要求：</b> 掌握编排设计基本概念、基本原理、基本框架和核心业务流程，通过编排设计项目实施体会编排设计流程，了解编排设计的实际应用制作过程，掌握编排设计项目实施的关键决策因素和组织实施方法, 通过实际应用，使学生将所学的知识融会贯通，提高学生分析问题和解决问题的能力；在综合素质上，加强学生的实践能力，提高学生的综合素质，以满足社会需要。			
<b>课程目标：</b> 1. 知识目标 （1）理解编排设计的概念与特点； （2）编排设计的发展历程及基本原理； （3）编排设计在企业中的应用； （4）了解编排设计的基础、分类； （5）掌握编排设计的实际操作流程； （6）掌握编排设计的项目实施和管理。 2. 能力目标 （1）熟练操作编排设计的主要工具； （2）能收集、分析、处理企业文化，并形成创意文案； （3）完成编排设计的基础传媒； （4）能协助企业各部门相关工作人员，结合具体实际设计完成初步的设计流程； （5）能根据企业要求提供具体的编排设计思想； （6）能根据企业文化需求，协助客户解决 UI 系统中存在的问题。 3. 素质目标 （1）具有良好的人际沟通能力与团队协作精神； （2）具有提出问题、分析问题及解决问题的能力； （3）提高素质，具有吃苦耐劳的心理素质； （4）精益求精的工匠精神。			
<b>课程内容：</b>			

项目一. 封面设计
项目二. 包装外观编排设计
项目三. 网页编排设计
项目四. CD 封套编排设计
项目五. 求职简历编排设计
项目六. 专题——农产品包装设计

矢量图形设计（课程名称）

课程名称	矢量图形设计		
开设学期	二	基准学时	56 学时
<b>职业能力要求：</b> 通过本课程的学习，使学生具备从事 CG 设计师、网页美工、平面设计、广告设计等相关岗位所必需的方法能力、社会能力及专业能力等相关的职业能力，培养学生实际工作岗位的适应能力，提高学生的职业素质。具备素材的收集、分析及整理的能力，能熟练操作 Illustrator 软件，具备平面图形的处理能力，具备图形及图文的混排能力，能够进行平面设计、广告设计、艺术设计，达到较为专业化的程度。			
<b>课程目标：</b> 1. 专业能力目标 （1）掌握贵宾卡的设计制作方法； （2）掌握准入证的设计制作方法； （3）掌握名片的设计制作方法； （4）掌握杂志内插广告的设计制作方法； （5）掌握宣传单页的设计制作方法； （6）掌握书籍封面的设计制作方法； （7）掌握包装盒的设计制作方法； （8）掌握 VI 设计的方法； （9）掌握播放器界面设计的方法； （10）掌握商业插画的设计制作方法； （11）掌握动画角色的设计制作方法； （12）掌握海报的设计制作方法。 2. 方法能力目标 （1）培养分析问题、解决问题的能力； （2）培养知识的融会贯通和举一反三的能力； （3）培养动手实践能力； （4）培养自主学习和创新能力。 3. 社会能力目标 （1）遵纪守法，爱岗敬业，具有良好的职业道德和职业形象； （2）具有严谨的科学作风和踏实的工作态度，积极的求知欲和进取心； （3）具有自觉的规范意识和团队精神，并具有良好的沟通和交流能力；			

- (4) 身心健康，能精力充沛地工作；
- (5) 思维敏捷，反应速度快。

#### 课程内容：

- 项目一. 设计制作贵宾卡
- 项目二. 设计制作一张出入证
- 项目三. 设计制作名片
- 项目四. 设计制作杂志内插广告的
- 项目五. 设计制作宣传单页
- 项目六. 设计制作图书封面
- 项目七. 设计制作包装盒（结构）

#### 媒体影像（课程名称）

课程名称	媒体影像		
开设学期	一	基准学时	48 学时
<b>职业能力要求：</b> 本课程实践性和综合性较强，知识覆盖面广，通过本课程的学习使学生学会摄影、摄像的基本方法，掌握摄影、摄像的基本理论，了解照相机和摄像机的内部结构和工作原理，并学会各种操作功能的使用方法，通过广告短片的创意与制作，训练培养学生应用不同创意方法完成短视频广告创意的能力；通过具体制作技能完成短视频广告的制作能力。			
<b>课程目标：</b> 通过本课程学习，学生能综合运用创意的方法完成短视频广告的创意，能够熟练运用影视广告的相关器材完成短视频广告的拍摄与制作，能够运用短视频广告的评估方法对设计项目进行专业的测评。			
1. 职业能力培养目标 （1）要求学生能运用运用摄影摄像的理论和实际操作相结合，在实际操作上加强锻炼； （2）提高学生的摄影摄像技术能力及思考创作能力，让学生理解真正的摄影摄像，提高审美，开拓视野； （3）能够开展短视频广告的调研与分析工作； （4）能够根据广告目标需求制定合理的项目设计报告书； （5）能够综合运用创意与制作技巧完成项目的前期创意与后期制作。			
2. 知识目标 （1）使学生了解照相机和摄像机的内部结构和工作原理； （2）熟练掌握摄影、摄像基础知识和操作技术，独立完成讲授内容； （3）了解短视频广告的基本原理； （4）熟悉短视频广告的策划方法； （5）熟悉短视频广告的创意表现； （6）熟悉短视频广告的制作技巧； （7）掌握短视频广告的设计流程； （8）掌握短视频广告的创作规律。			
3. 素质目标 （1）通过本课程的训练能够使学生为今后的专业课程的学习打好基础，更容易地进入艺术创作； （2）培养学生严谨的工作作风和勤奋努力的工作态度； （3）培养学生较强的创意能力； （4）提升学生对短视频广告的鉴赏能力； （5）培养学生对短视频广告的测评能力； （6）培养学生创新意识和创新能力；			

(7) 树立学生服务意识和敬业精神。

**课程内容:**

项目一. 拍摄制作证件照

项目二. 人像摄影

项目三. 静物广告摄影

项目四. 短视频拍摄制作

考核 1: 制定项目汇报 PPT

考核 2: 项目总结与测评

**网络媒体策划（专题策划）（课程名称）**

课程名称	网络媒体策划（专题策划）		
开设学期	五	基准学时	72 学时
<p><b>职业能力要求:</b> 主要针对营销管理部门的需求，特别是对专题广告促销管理方面人才需求，以广告理论为基础，探讨成功广告规律和有效管理广告活动的应用性学科。在教学中注重理论与客观现实的实践结合，主张精选内容，打好基础，从具体日常接触的广告出发进行理论分析，培养学生分析问题和解决问题的能力。</p>			
<p><b>课程目标:</b></p> <p>1. 知识目标:</p> <p>(1) 正确认识广告与网络媒体专题广告活动的性质与功能;</p> <p>(2) 理解本课程的体系结构，对网络媒体专题广告活动的全过程及各环节之间关系有一个全面的认识，掌握广告活动的内在规律;</p> <p>(3) 准确理解广告学科的重要概念，如广告、广告策划、广告创意、广告媒体、广告效果等;</p> <p>(4) 理论联系实际，掌握广告调查、广告策划、广告效果测定与广告预算的基本原理和方法;</p> <p>(5) 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;</p> <p>(6) 了解国内外广告活动与理论的一般状况和最新发展，正确认识国内外广告现实与理论、经验。</p> <p>2. 技能目标:</p> <p>(1) 能够对广告学的基本概念、认知模型和主要方法有比较系统的了解及运用，并理解它们所包含的如何影响消费者认知及行为方面规律;</p> <p>(2) 明确在营销管理活动中，使用广告认知模型对解决实际营销问题和提高效益所起的作用;</p> <p>(3) 掌握广告学原理和消费者认知行为模式在营销管理实务中的应用，建立起营销管理全程系统观;</p> <p>(4) 培养学生策划销售促进活动、制定广告策略、策划公共宣传活动、与媒体建立联系的能力;</p> <p>(5) 能够在企业经营管理过程中，理解目标顾客及公众的认知模式，洞察顾客需求及其变化，坚持以市场需求为导向，运用广告学的基本原理和方法发现、分析和解决问题。</p> <p>3. 素质目标:</p>			

- (1) 要求学生能够具备良好的思想品德和政治素质，具有良好的职业道德和高度的敬业精神；
- (2) 理论联系实际、实事求是的科学态度；
- (3) 遵纪守法，具有较强的自我控制能力；
- (4) 具有良好的文化素养；
- (5) 具有健全的体魄和良好的心理素质，能正确对待挫折，对自身的心理状态能进行及时有效的调适。

#### 课程内容：

##### 项目一. 网络媒体专题广告策划概述

【任务 1】 网络媒体专题广告创意的表现策略

【任务 2】 网络媒体专题广告策划与呈现

##### 项目二. 广告调研

【任务 1】 广告调研的流程

【任务 2】 广告调研的方法

##### 项目三. 网络媒体专题广告策划

【任务 1】 网络媒体专题策划的核心

【任务 2】 网络媒体专题策划的特性与原则

#### 平面广告设计（课程名称）

课程名称	平面广告设计		
开设学期	四	基准学时	64 学时

**职业能力要求：**通过本课程的学习，使学生获得平面广告设计的基本素养，具备 VIS 设计、海报设计等方面初步的设计技能，了解平面广告设计岗位的工作流程，掌握平面广告设计各项通用技能。

#### 课程目标：

##### 1. 专业能力目标

- (1) 具备平面广告设计的基本技能；
- (2) 掌握现代广告设计创意手法；
- (3) 运用计算机辅助手段进行平面广告设计与编排；
- (4) 了解平面广告设计的现状与发展趋势。

##### 2. 方法能力目标

- (1) 了解色彩三要素和 24 色相。
- (2) 会用色相、明度、纯度、冷暖对比配置标志色彩。
- (3) 会针对不同的行业和行业细分选择相应的标志设计类型。
- (4) 会用同构、夸张、矛盾空间、影子图形等创意手法来设计海报图形。
- (5) 会使用多种排版类型进行海报的编排。
- (6) 会用 COREL DRA 软件的造型工具设计海报图形和字体。
- (7) 会用 PHOTOS HO 软件操作海报图象的导入和导出。
- (8) 会绘制海报创意设计稿(手绘草图)。
- (9) 会设计符合海报主题的字体。
- (10) 会针对不同类型的海报设计相适应的图形和文字。

##### 3. 社会能力目标

- (1) 学生自主学习的能力。

- (2) 提升学生的合作能力。
- (3) 合理安排时间的能力。
- (4) 具有较强的自信心、求知欲和进取心。
- (5) 提升复杂问题解决能力。

#### 课程内容:

##### 项目一. 标志设计

【任务 1】使用基本形，采用环状构成和采用面状构成，构成新的形

【任务 2】用 CORELDRAW 件的造型、修剪、焊接、交叉工具设计标志的图形和字体

##### 项目二. VIS 设计

【任务 1】用 PHOTOSHOP 软件的文字工具属性栏处理海报文字

【任务 2】用 PHOTOSHOP 软件的混合选项工具、滤镜工具和图层工具处理海报图片

##### 项目三. 海报设计

【任务 1】用同构、夸张、矛盾空间、影子图形等创意手法来设计海报图形

【任务 2】运用文字变形的手法进行图形创意

【任务 3】用 CORELDRAW 软件的色盘和调色工具处理海报的色彩

#### 构成艺术（课程名称）

课程名称	构成艺术		
开设学期	一	基准学时	48 学时

**职业能力要求:** 培养学生们对造型的敏感性和创造性，同时也反映出现代生活的审美理想。在当今更开放、更多元的社会背景下，通过创新主题教学形式跨越传统，培养学生思维能力和设计能力，实现基础课与专业课的有效衔接。

#### 课程目标:

1. 通过教师的示范和优秀作品分析演示，培养学生图形语言表达能力。
2. 通过色彩情感联想练习，使学生体会色彩内涵，激发色彩表达能力。
3. 通过立体构成分割空间练习，锻炼学生的立体形象的思维创作能力。

#### 课程内容:

##### 第 1 章 构成艺术概述

- 1.1 构成艺术定义
- 1.2 构成艺术的由来
- 1.3 构成的形式要素及审美原则
- 1.4 构成的形式
- 1.5 构成及构成学习中的误解
- 1.6 本章小结
- 1.7 思考与练习

##### 第 2 章 构成的审美原则

- 2.1 对比与调和
- 2.2 对称与均衡

2.3 单纯与经济
2.4 节奏与韵律
2.5 比例与习惯
2.6 联想与意境
2.7 多样与统一
2.8 稳定与轻巧
2.9 本章小结
2.10 思考与练习
第3章 构成的基本元素
3.1 平面构成的元素——点
3.2 平面构成的元素——线
3.3 平面构成的元素——面
第4章 平面构成技法
第5章 色彩构成技法
第6章 立体构成技法
第7章 光构成技法
第8章 构成艺术的应用
第9章 课堂实训

#### 传媒心理分析（课程名称）

课程名称	传媒心理分析		
开设学期	二	基准学时	32 学时
<b>职业能力要求：</b> 要求学生能够掌握受传者心理系统对传播信息的选择、受传者选取的信息与受传者心理构成的心理反应等等。这门课程的开设旨在扩大学生的学术视野、进一步夯实学生的理论基础，让学生学会运用理论分析现实生活中的各种传播现象，以及能在各种传播活动中通过掌握受传者的心理取得良好的传播效果。			
<b>课程目标：</b> 1、知识与技能目标：通过学习，使学生掌握心理现象的本质、机制、规律。主要知识点包括：认知过程；学习心理；教学心理；智力与创造力培养；动机与学习；人格。 2、过程与方法目标：培养学生初步形成观察问题和解决问题的心理学视角，自主地运用心理学原理解决实际问题，指导教育教学活动。 3、情感、态度与价值观发展目标：培养学生热爱青少年儿童、热爱基础教育事业的专业思想。促进学生自身心理发展，进一步完善心理素质和提高心理健康水平。			
<b>课程内容：</b> 第一章 绪论 第1节 作为生活环境的大众传媒 第2节 大众传媒心理学的研究对象 第3节 大众传媒心理学研究的现状 第二章 行为主义心理学与大众传播研究			



第1节	华生的古典行为主义
第2节	斯金纳的新行为主义
第3节	托尔曼的认知行为主义
第三章	精神分析心理学与大众传播研究
第1节	弗洛伊德的古典精神分析心理学
第2节	埃里克森的心理社会发展理论
第四章	认知心理学与大众传播研究
第1节	格式塔心理学
第2节	皮亚杰的发生认识论
第3节	信息加工心理学
第五章	人本主义心理学与大众传播研究
第1节	马斯洛的人本主义心理学理论
第2节	罗杰斯的人本主义心理学理论
第3节	人本主义心理学对传播学研究的影响
第六章	传者心理
第七章	不同类型的传者心理分析
第八章	受众心理
第九章	不同类型受众心理分析
第十章	传媒心理学研究方法：概念及常用工具
第十一章	传媒心理学定量研究的具体方法

#### 传媒市场营销（课程名称）

课程名称	传媒市场营销		
开设学期	二	基准学时	32 学时
<b>职业能力要求：</b> 本课程主要培养企业需要的具有专业营销理论基础和营销实践应用能力的高级应用型营销管理人才。在教学中要向学生完整地介绍市场营销的知识体系与应用方法，更重要的是要使学生牢固树立以消费者为中心的营销观念，在实践中能以市场为导向，进行产品开发、定价、分销、促销等营销活动，提高企业经营管理水平，从而实现把开发新技术、新产品同开发新市场结合起来，使社会生产适应市场需求的变化。			
<b>课程目标：</b> 一．知识目标 1. 认识市场营销环境，掌握市场营销环境分析的基本策略； 2. 理解顾客价值理论，掌握研究消费者需要、动机和消费者行为分析的理论和方法；    3. 掌握市场细分的基本理论、目标市场策略、市场定位策略；    4. 掌握产品策略、价格策略、分销策略、促销策略的主要内容；    5. 了解市场营销战略和营销控制的相关内容。 二．能力目标 1. 树立正确的市场营销观念，具备观念创新意识； 2. 初步掌握市场营销环境的分析方法，能运用所学方法，结合自己比较熟悉或了解的某个特定企业进行市场营销环境的分析；			

<p>3. 能够运用市场细分的若干种方法，选择相关企业所面对的市场进行市场细分，进而选择目标市场，推出相应的目标市场策略和市场定位策略；</p> <p>4. 能够比较准确地分析消费者的购买动机、购买行为和购买过程，并能采取相应的营销策略；</p> <p>5. 能够针对具体的企业选择与设计产品策略与价格策略；</p> <p>6. 能够结合相关案例对某企业实施的分销策略进行利弊分析，基本上能够设计和践行相关的营销活动；</p> <p>7. 可以根据市场条件选择与设计促销策略，组织参与促销活动。</p> <p>三. 素养目标</p> <p>综合培养学生的思辨能力、团队协作能力、精益求精的工作态度等。</p>
<p><b>课程内容：</b></p> <p>第1章 MBA 的市场营销能告诉我们的事</p> <p>1. 思考市场营销的目的</p> <p>2. 市场营销的发展史</p> <p>3. 产品分析：价值大致可分为两种</p> <p>第2章 学习基本理论①（市场营销 1.0）</p> <p>1. 市场营销的序幕（市场营销 1.0）</p> <p>2. 市场营销 1.0 之后的路</p> <p>第3章 学习基本理论②（市场营销 2.0）</p> <p>第4章 学习基本手法（Marketing mix 市场营销组合）</p> <p>第5章 市场营销 2.0 的界限与品牌管理</p> <p>第6章 “市场营销困境”的暴露与克服方法</p> <p>第7章 针对“主观满足感”的具体方法（深入市场营销 3.0）</p> <p>第8章 市场营销调查手法的更新</p>

#### 广告文案写作（课程名称）

课程名称	广告文案写作		
开设学期	三	基准学时	48 学时
<p><b>职业能力要求：</b>要求学生从理论与实践的结合上，系统地掌握现代广告文案写作的一般理论和写作过程、写作技巧，获取必备的广告文案的鉴赏能力和写作能力，以适应当前和今后在工作中的写作需要，并为毕业作业（设计）的写作做好知识和能力上的准备。</p>			
<p><b>课程目标：</b></p> <p>一. 专业能力目标</p> <p>1. 熟悉平面广告设计的特点、要素和基本原则等知识，掌握各类广告设计与制作的一般流程；</p> <p>2. 能够熟练地根据设计对象的不同选择使用相应的软件进行广告设计制作；</p> <p>3. 具有一定的广告创意、审美能力和构思能力。</p> <p>二. 方法能力目标</p> <p>1. 具有良好的革新创造能力以及岗位适应能力；</p> <p>2. 具有良好的独立思考能力及独立制定工作计划能力；</p> <p>3. 具有良好的获得与利用信息能力以及独立学习推广新知识、新技术的能力；</p>			

<p>4. 具有良好的分析判断与决策能力以及解决实际问题的能力；</p> <p>5. 具有良好的评估总结工作结果的能力。</p> <p>三. 社会能力目标</p> <p>1. 具有良好的职业道德、社会责任、遵纪守法，具有良好的人际交流和沟通能力；</p> <p>2. 具有良好的团队合作精神、集体工作能力、交往合作能力、批评与自我批评能力；</p> <p>3. 具有良好的沟通协调能力与口头书面表达能力；</p> <p>4. 具有良好的承受能力、使用转换能力、应变能力及客户服务意识；</p> <p>5. 具有良好的环保意识能力及组织管理能力。</p>
<p><b>课程内容：</b></p> <p>第一章 广告文案写作概论</p> <p>第一节 广告文案写作的概念</p> <p>第二节 广告文案写作的基本特性与 目的</p> <p>第三节 广告文案写作的原则</p> <p>第四节 广告文案撰稿人的相关素质要求</p> <p>[思考与讨论]</p> <p>[实践与实训]</p> <p>第二章 广告文案执行广告策略</p> <p>第三章 广告文案的创作与表现</p> <p>第四章 广告文案的结构构成与写作</p> <p>第五章 报刊媒体的广告文案写作</p> <p>第六章 广播媒体的广告文案写作</p> <p>第七章 电视媒体的广告文案写作</p> <p>第八章 网络媒体的广告文案写作</p> <p>第九章 其他媒体的广告文案写作</p> <p>第十章 不同信息内容广告文案写作</p>

## 八. 教学进程总体安排

### (一) 专业中课程分类学时及学分比例表

表 6 专业中课程分类学时及学分比例表

课程类别		学时			占总 学时 (%)	学分	占总 学分 (%)	备注
		学时	理论	实践				
必修课程	通识课程	464	356	108	16.90%	26	18.57%	1. 教学总学时为：2709 学时； 2. 实训环节包括顶岗实习、跟岗实习等； 3. 实践课占总学时的 55%。 100%
	行业基本能力课程	316	158	158	11.51%	17.5	12.50%	
	岗位专项能力课程	432	216	216	17.05%	24	18.57%	
	创新创业课程	144	126	18	5.25%	8	5.72%	
	实践教学课程	450		450	16.39%	15	10.71%	
	其它环节课程	273	36	237	9.95%	12.5	8.93%	

选修课程	素质拓展课程	270	135	135	9.84%	15	10.71%	
	能力拓展课程	360	180	180	13.11%	20	14.29%	
合计		2709	1207	1502	100%	140	100%	

## (二) 课程教学进程

表 7 滁州职业技术学院 2021 级传播与策划专业课程教学安排表

课程类别	课程编号	课程名称	学分	总学时	理论学时	实践学时	考核形式	一学年		二学年		三学年	
								一 20	二 20	三 20	四 20	五 20	六 20
公共基础课		思想道德与法治	4	72	72		#	72					
		毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	4	72	72		#	72					
		形势与政策	2	32	32		#	8	8	8	8		
		大学语文	4	72	72		#	72					
		计算机应用基础	4	72	36	36	#	72					
		体育	8	144	72	72	#	36	36	36	36		
		小计	26	464	356	108							
专业技能课	行业基本能力课	构成艺术	3	54	27	27	#		54				
		媒体影像	3.5	64	32	32	★		64				
		编排设计	3	54	27	27	#		54				
		Photoshop	4	72	36	36	★			72			
		矢量图形	4	72	36	36	#			72			
		小计	17.5	316	158	158							
	岗位专项能力课	新闻采编与制作	4	72	36	36	★			72			
		新媒体与广告互动传播	4	72	36	36	★				72		
		网络媒体策划(专题策划)	4	72	36	36	★				72		
		传媒市场营销	4	72	36	36	★				72		
		传媒心理分析	4	72	36	36	#					72	
		平面广告设计	4	72	36	36	★					72	
		小计	24	432	216	216							
创新创业模块		创新创业基础理论课	4	72	54	18	#		72				
		创新设计方法与实践 创新创业专业课	4	72	72		#			72			
		小计	8	144	126	18							

选修课	素质拓展课	《公共基础选修课程一览表》	15	270	135	135							
	能力拓展课	《能力拓展选修课程一览表》	20	360	180	180							
		小计	35	630	315	315							
实训环节		顶岗实习	15	450		450	#						450
							#						
		小计	15	450		450							
其它教学环节		军事理论	2	36	36		#	36					
		入学教育	0.5	9		9	#	9					
		大学生安全教育	1	18		18	#	18					
		社会实践	2	60		60	#			1周		1周	
		劳动教育课	2	60		60	#		1周	1周			
		毕业教育	0.5	9		9	#						9
		毕业设计	4	72		72	#						
		毕业答辩	0.5	9		9	#						
		小计	12.5	273	36	237							
合计			140	2709	1207	1502							

说明：（1）课程教学形式采取线上自学+面授教学形式开展；考核形式中有“★”的专业核心课程面授2次，每次6节课，考核形式中有“#”的课程面授1次，每次6节课（毕业答辩为2次9节课）；

（2）实训类课程（环节）可结合实际工作岗位开展，以工作单位给出考核成绩为主，学校考核其实习报告完成情况为辅的形式进行；

（3）学分互认部分，如：退伍军人可以免修《军事理论课》，获得学分；学生根据工作岗位获得的职业资格证书，发明专利，参与的行业技能竞赛获奖证书等获得学分（具体情况见《滁州职业技术学院社招生学分互认规定》文件中的相关规定）。

### （三）考核方式

在2020级传播与策划专业课课程改革的基础上，继续深化课程考核改革，强化过程考核，加大过程考核比例，努力提高学生的实践动手能力。构建第三方考核评价体系，实现人才培养的知识、能力、素质目标。

#### 1. 考核成绩与绩点折算方法

表8 考核成绩与绩点折算

百分制成绩	90-100	80-89	70-79	60-69	<60
绩点	4.0-5.0	3.0-3.9	2.0-2.9	1.0-1.9	0.0

#### 2. 学分绩点计算方法

课程学分绩点，即等于该门课程的绩点数乘以该门课程的学分数。平均学分绩点一般作为衡量学生学习质量的主要指标，可按学期或学年进行结算，作为综合考评及奖励学生的重要依据

平均学分绩点计算公式为：

$$\text{平均学分绩点} = \frac{\sum \text{所学课程(环节) 学分} \times \text{绩点}}{\sum \text{所学课程(环节) 的学分}}$$

### 3. 课程学分获取

课程学分是指专业人才培养方案中规定的必修课、限选课和任选课学分。学生必须按规定参加各类课程的学习，取得考核资格，考核评价成绩达到 60 分或及格以上者，经审查确认后即可获得该门课程学分。

## 九. 实施保障

### （一）师资队伍

本专业具有高级职称的专业带头人 2 名，双师比≥50%，专业师生比≤18:1，教师所学专业应为新闻传播、影视广告、数字媒体艺术、市场营销、信息工程或相近专业，专任教师不少于 4 人。专业专业理论课以具有专业背景的专职主讲教师为主，专业实践课主要以企业、行业专业技术骨干、能工巧匠担任的兼职教师讲授为主。

表 9 专业教学标准编制团队成员名单表

序号	姓名	工作单位	职称/职务
1	李雯雯	滁州职业技术学院	副教授/数字媒体系主任
2	陈潇潇	滁州职业技术学院	副教授/专职教师
3	闫正洲	滁州职业技术学院	讲师/专职教师
4	林茜	滁州职业技术学院	助教/专职教师
5	俞联	安徽滁州商贸旅游学校	讲师/专职教师
6	何雯	滁州学院	讲师/专职教师

### （二）教学设施

#### 1. 校内实训基本要求

表 10 数字创新教学实训室

实训室名称	数字创新教学实训室	面积要求	200m <sup>2</sup>
序号	核心设备	数量要求	备注
1	数字动画图形工作站	50 台	-
2	HTC VIVE Pro VR 头盔套装	1 套	-
3	75 寸 4K 动画显示器	1 台	-

4	SONY FS5M2K 4K 高清摄像机	1 台	-
5	Leap motion 2.0 手部动态捕捉仪	2 台	-
6	Hololens AR 增强现实全息头盔	1 台	-
7	高清动画线拍仪	1 台	-
8	多人互动 VR 教学系统	50 套	-
9	24 口网络交换机	3 台	-
10	音响系统	1 套	-
11	KINECT 体感器（开发版）	1 套	-
12	VR 多人协作管理系统	50 套	-
13	Wacom 图形手绘板	50 套	-

2. 校外实习基地基本要求（合作深度包括深度合作型、紧密合作型、一般合作型三个等级，各等级标准参照校外实践教学基地建设标准。）

表 11 校外实习基地基本情况（新媒体与广告互动传播）

序号	校外实习基地名称	合作企业名称	用途 <sup>12</sup>	合作深度要求
1	滁州职业技术学院北京凤凰数字媒体产业教育集团实践基地	凤凰（北京）数字媒体产业教育集团	生产性实训、跟岗实训	深度合作型
2	滁州职业技术学院豆果文化发展（南京）有限公司实践教育基地	豆果文化发展（南京）有限公司	认识实习、跟岗实训	深度合作型
5	滁州职业技术学院广汽三菱 4S 店实践教育基地	广汽三菱 4S 店	顶岗实习	深度合作型

### （三）教学资源

教材类型包括国家、省规划教材、精品重点教材、行业部委统编教材、自编教材等。

表 12 传播与策划专业教材选用表

序号	教材名称	教材类型	出版社	出版日期
1	《新媒体广告》	国家职业教育规划教材	中国人民大学出版社	2019.01

2	《数字媒体交互设计 (中级)》	职业技能证 书配套教材	人民邮电出版社	2019. 12
3	广告策划与设计	省级规划 教材	中国轻工业出版社	2019. 12

表 13-1 产品广告策划与创意

序号	数字化资源名称	资源网址
1	产品广告策划与创意	<a href="http://mooc1.chaoxing.com/course/1234481.html">http://mooc1.chaoxing.com/course/1234481.html</a>
2	产品广告策划与创意	<a href="http://ss.chaoxing.com/ncs?sw=%E5%B9%BF%E5%91%8A%E5%88%9B%E6%84%8F&amp;strchannel=76&amp;x=0_6684">http://ss.chaoxing.com/ncs?sw=%E5%B9%BF%E5%91%8A%E5%88%9B%E6%84%8F&amp;strchannel=76&amp;x=0_6684</a>

表 13-2 新媒体广告互动传播

序号	数字化资源名称	资源网址
1	网络广告投放新媒体广告创意	<a href="https://v.youku.com/v_show/id_XNTgxNDEzMTMy.html?from=s1.8-1-1.2">https://v.youku.com/v_show/id_XNTgxNDEzMTMy.html?from=s1.8-1-1.2</a>
2	网络广告投放新媒体广告创意	<a href="https://v.youku.com/v_show/id_XNTgwOTI0ODgw.html?from=s1.8-1-1.2">https://v.youku.com/v_show/id_XNTgwOTI0ODgw.html?from=s1.8-1-1.2</a>

表 13-3 新闻采编与制作

序号	数字化资源名称	资源网址
1	新闻采编与制作	<a href="http://mooc1.chaoxing.com/course/793054.html">http://mooc1.chaoxing.com/course/793054.html</a>

表 13-4 网络媒体策划（专题策划）

序号	数字化资源名称	资源网址
1	网络媒体策划	<a href="http://mooc1.chaoxing.com/course/793054.html">http://mooc1.chaoxing.com/course/793054.html</a>

表 13-5 设计美学

序号	数字化资源名称	资源网址
1	设计美学	<a href="http://mooc1.chaoxing.com/course/105165.html">http://mooc1.chaoxing.com/course/105165.html</a>

表 14 《新媒体与广告互动传播》课程数字化资源选用表

序号	数字化资源名称	资源网址
1	（校企合作）凤凰数媒互动学习社区平台	<a href="http://www.fenghuangshumeiHDXX.com.cn">www.fenghuangshumeiHDXX.com.cn</a>
2	（校企合作）凤凰数媒应用与资源平台	<a href="http://www.fenghuangshumeiYYZY.com.cn">www.fenghuangshumeiYYZY.com.cn</a>
3	（校企合作）凤凰数媒实训外包服务平台	<a href="http://www.fenghuangshumeiSXWB.com.cn">www.fenghuangshumeiSXWB.com.cn</a>
4	（校企合作）凤凰数媒商业交易与运营平台	<a href="http://www.fenghuangshumeiSYJY.com.cn">www.fenghuangshumeiSYJY.com.cn</a>
5	全国大学生广告艺术大赛	<a href="http://www.sun-ada.net">http://www.sun-ada.net</a>



6	超星学习通课程资源	X. chaoxing. com
7	站酷网	http://www. zcool. com. cn

#### （四）教学方法

改变以教师为中心，以课堂为中心，以灌输为中心、以笔试为中心，以口述板书为中心的教法、考法，注重因材施教，积极实行启发式、讨论式教学，根据不同的课程特点选择相应的教学方法，以“学生为中心”，实行项目化课程教学，完成“做——学——做”的教学模式，并在高年级使用工作室化教学模式，根据学生的能力与兴趣实行个性化培养。

本专业应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，以“教、学、做”一体化为主线，充分调动学生的学习积极性和教学互动的参与度。

##### 1. 教学方法建议

针对学生实际情况，结合课程特点和教学条件，以“学生为中心”灵活应用多种教学方法。如：讲授和启发、情景模拟、案例分析、任务驱动和行动导向等教学方法。

##### 2. 教学手段建议

鼓励学生独立思考，激发学习的主动性，培养务实精神和创新意识，注重多种教学手段相结合。如：讲授与多媒体教学相结合，视频演示与认知实习相结合，教师示范与实际动手相结合，虚拟仿真与真实操作相结合，专项技术教学与综合实际应用相结合等。

3. 组织形式建议结合课程特点、教学环境支撑情况采用不同的形式组织教学。如：整班集中教学、分组交流学习、现场观摩体验、分岗位合作完成传播与策划工作任务等。

#### （五）教学评价

教学评价采用打分制：教学常规检查，学生评教、教师互评、第三方（多维）评价。

1. 改变传统的终结性考评的模式，加大课程考核改革力度，将技能考核内容纳入课程考核成绩，核心课程考核方式要将过程考核与结果考核相结合。

2. 建立多样化的评价方式，如竞标式项目答辩、现场操作、产品推广案例分析、调研报告、项目可实施性报告等，可吸纳更多行业企业和社会有关方面组织参与考核评价。

3. 核心课程采用过程评价与结果评价相结合的方法，将知识、技能考核与专业素养考核相结合，考核因素引入对学生综合素质和态度素养等综合能力的考核，增加过程考核的导向性，以考核引导学生主动学习、讨论式学习，促进学生良性发展。

#### （六）质量管理

严格落实培养目标和培养规格要求，加大过程考核、实践技能考核成绩在课程总成绩中的比重。严格考试纪律，健全多元化考核评价体系，完善学生学习过

程监测、评价与反馈机制，引导学生自我管理、主动学习，提高学习效率。质量管理采用打分制：专业人才培养的目标、专业人才培养的规格、人才培养的理论教学体系及实践教学体系、特色或创新、教学进程计划、专业学制及学分、个性和复合型人才培养、规范性等多维度进行评价。

1. 精确定位专业人才培养的目标。结合行业职业能力要求和职业标准，进行充分的行业企业调研，深度分析专业所面对的产业基础、发展导向和岗位特征，以人才市场需求变化为导向，确定本专业的专业定位，要充分体现高等职业教育的类型特色和层次特色。同时，要遵循教育教学规律，妥善处理好社会需求与教学工作的关系；处理好社会需求的多样性、多变性和教学工作相对稳定性的关系。

2. 构建工学结合特色的课程体系。工学结合特色课程体系要依据工作过程导向思想开发课程和构建新课程体系，打破原有公共基础课、专业理论课、实践课的课程体系，摆脱学科课程的思想束缚，从岗位需求出发，尽早让学生进入工作实践，为学生提供体验完整工作过程的学习机会，逐步实现从学习者到工作者的角色转换。课程体系的构建以以下八种观念为指导思想：基于职业属性的专业观、能力本位的教育观、基于形象思维的人才观、基于工作过程的课程观、行动导向的教学观、基于生命发展的基础观、学习情境的建设观、基于整体思考的评价观。

3. 以职业能力为依据组织课程内容。知识的掌握服务于能力的建构，要围绕职业能力的形成组织课程内容，以工作任务为中心来整合相应的专业能力、社会能力和方法能力，实现理论与实践的统一。要避免把职业能力简单理解为操作技能，注重职业情境中实践智慧的养成，培养学生在复杂的工作过程中做出判断并采取行动的综合职业能力。课程内容要反映专业领域的新知识、新技术、新工艺和新方法。

4. 人才培养的理论教学体系及实践教学体系。理论教学提示框架清晰，总学时总学分及各类课程学时分配及比例合适，与专业知识领域相适应的主要专业及专业基础课程设置合理；实践教学体系框架清晰，各实践模块学分分配及实践教学学分比例合适，与专业知识领域相适应的主要实践教学内容含实验、实习、课程设计等，设置合理。

5. 特色与创新。格局实践和调研信息反馈及时作出修订和调整，具有新思维、新理念、新方法，专业特点明显，具有推广价值和示范作用。

6. 教学进程计划。教学进程安排表中的课程设置与学校教务系统中的信息一致，教学计划制定中课程体系建立的基本思路与原则明确，知识能力素质三大结构设计合理。课程体系的调整，课程的整合、重组合理，比例适当。

7. 个性和复合型人才培养。个性培养计划和复合型人才培养计划体现了专业特点，能充分发挥学生的主观能动性，使学生个性得以发挥，综合素质得到提高。

8. 注意人才培养方案的整体优化，处理好各个教学环节之间的相互关系，重视课程整合。立足培养目标，进行课程整合，优化课程设置，注意知识的相互

渗透和融合，搞好课程之间的衔接，明确各门课程和各个教学环节在人才培养方案中的地位和作用。

## 十. 毕业要求

本专业毕业要求完成总学分不低于 140，详细要求如下：

### （一）毕业要求

表 15 传播与策划专业毕业要求

序号	毕业要求	对应的培养目标
1	掌握基本理论知识：具备系统的广告学、管理学、市场营销理论等方面的基本理论知识，了解广告传播规则，能够运作营销策划与技巧等基本项目。	I，V
2	目标市场调研与分析：能够运用传统方法、相关软件或各类大数据分析，发现并分析广告传播与策划在执行中的相关问题，并结合案例进行梳理和分析，并得出实证性结论。	I
3	品牌广告传播与推广：运用广告营销策划技能和计算机应用技能，能够运作广告市场运作全过程，并能够适当考虑职业健康、安全文明、社会以及环境等因素。	I
4	专业理论知识的自我提升：能够对市场传播现状展开调查与研究，从数据库及国内外文献中检索并选择出相关数据，结合当下传播趋向进行论证，得出更为完善的项目思路。	I，V
5	线上线下相关平台应用：能够针对市场现状和传播趋势选择适合项目实施的媒介平台、资源和信息技术工具，解决问题。	I，IV，V
6	明确信息传播与社会效应：能够理解传播与策划、广告互动传播在社会、健康、安全、法律及文化诸方面涉及的因素与应承担的责任。	I，III
7	环境与可持续发展：能够在社会和环境大背景下，理解和评价解决传播与策划工作中的可持续性、社会评价和影响。	I，III
8	职业道德：能够恪守职业准则，理解和遵守广告媒体传播的职业道德、责任及规范，履行责任。	I，III
9	个人与团队：能够在具有多样性的团队中作为个体、成员或负责人有效地发挥作用。	I，II
10	沟通：能够就传播与策划与同行以及社会公众进行有效的沟通，包括投标活动、合同管理、策划提案书写、媒介排期、项目预算等。	I，II，IV

11	项目管理能力：能够认识和理解传播与策划的相关原理，并将其应用于工作中，即作为团队成员和领导者，能够在多学科交叉的环境下进行项目管理。	I，II
12	终身学习精神：能够认识在传播与策划领域进行自主学习和终身学习的必要性，并具备相应的能力。	I，IV，V

## （二）毕业要求指标点

表 16 传播与策划专业毕业要求指标点

序号	毕业要求	对应的指标点
1	掌握基本理论知识：具备系统的广告学、管理学、市场营销理论等方面的基本理论知识，了解广告传播规则，能够运作营销策划与技巧等基本项目。	1.1 能够了解广告策划的完整流程。
		1.2 能够掌握新媒体相关媒介的运用操作。
		1.3 能够了解广告传播的基本规则。
2	目标市场调研与分析：能够运用传统方法、相关软件或各类大数据分析，发现并分析广告传播与策划在执行中的相关问题，并结合案例进行梳理和分析，并得出实证性结论。	2.1 能够对品牌产品目标市场进行分析、对项目资料进行整合，对市场营销信息分析。
		2.2 能够进行 SWOT 分析，并针对公司文化分析、能运用 EXCEL 数据分析。
		2.3 能够针对人群进行品牌设计定位，对项目进行价值定位、对目标市场做定位。
3	品牌广告传播与推广：运用广告营销策划技能和计算机应用技能，能够运作广告市场运作全过程，并能够适当考虑职业健康、安全文明、社会以及环境等因素。	3.1 能够制定品牌推广策略。
		3.2 能够书写详细的商业计划书。
		3.3 能够灵活的运用 PHOTOSHOP、AI 等专业软件。
4	专业理论知识的自我提升：能够对市场传播现状展开调查与研究，从数据库及国内外文献中检索并选择出相关数据，结合当下传播趋向进行论证，得出更为完善的项目思路。	4.1 能够基于传播学原理并采用科学方法与时俱进的对传播与策划领域进行研究。
		4.2 能够对传播策划常见技术问题设计实验，并获取实验数据。
		4.3 具备整合思维能力，能够对传媒行业的突出问题进行推理和分析。
5	线上线下相关平台应用：能够针对市场现状和传播趋势选择适合项目实施的媒介平台、资源和信息技术工具，解决问题。	5.1 能够熟练运用各类媒介平台，并了解其信息技术以更好的运用。
6	明确信息传播与社会效应：能够理解传播与策划、广告互动传播在社会、健康、安全、法律及文化诸方面涉及的因素与应承担的责任。	6.1 具有实习和社会实践的经历。
		6.2 熟悉与技术相关的技术标准、知识产权、产业政策和法律法广告传媒相关规，了解企业管理体系。
		6.3 有创业意识和创业基本素养。
7	环境与可持续发展：能够在社会和环境大背景下，理解和评价解决传播与策划工作中的可持续性、社会评价和影响。	7.1 理解环境保护和社会可持续发展的内涵和意义。
		7.2 熟悉环境保护的相关法律法规。
		7.3 能够按照产品商业计划书执行策划提案。
8	职业道德：能够恪守职业准则，理解和遵守广告媒体	8.1 尊重生命，关爱他人，主张正义、诚信守则，具

	传播的职业道德、责任及规范，履行责任。	有人文知识、思辨能力、处事能力和科学精神。
		8.2 理解社会主义核心价值观，了解国情，维护国家利益，具有推动民族复兴和社会进步的责任感。
		8.3 理解传播与策划的核心理念，了解传媒行业从业人员的职业性质和责任，在传播与策划的实践工作中能自觉遵守职业道德和规范，具有法律意识。
9	个人与团队：能够在具有多样性的团队中作为个体、成员或负责人有效地发挥作用。	9.1 能主动与团队其他成员合作开展工作。
		9.2 能独立完成团队分配的工作。
		9.3 能胜任团队成员的角色和责任，能组织团队成员开展工作。
10	沟通：能够就传播与策划与同行以及社会公众进行有效的沟通，包括投标活动、合同管理、策划提案书写、媒介排期、项目预算等。	10.1 根据广告与传播相关法规解决传播策划与管理中的相关纠纷。
		10.2 负责品牌广告营销策划提案的书写，并做出准确的媒介排期和项目预算。
		10.3 具有良好的语言、文字表达能力和沟通能力，能熟练运用一门外语，进行阅读、写作和沟通交流。
11	项目管理能力：能够认识和理解传播与策划的相关原理，并将其应用于工作中，即作为团队成员和领导者，能够在多学科交叉的环境下进行项目管理。	11.1 能够编制品牌策划总进度计划表，并能在实际进度变化时做出适当调整。
		11.2 能够进行项目的合同管理、信息管理。
		11.3 负责协调项目制定与实施出现的相关问题。
12	终身学习精神：能够认识在传播与策划领域进行自主学习和终身学习的必要性，并具备相应的能力。	12.1 能认识不断探索和学习的必要性，具有自主学习和终身学习的意识。
		12.2 具备终身学习的知识基础，掌握自主学习的方法，了解拓展知识和能力的途径。
		12.3 能针对个人或职业发展的需求，采用合适的方法，自主学习，适应发展。

## 十一. 附录

### （一）继续专业学习深造建议

1. 本专业毕业生可以通过形式接受更高层次的教育，更高层次教育专业面向有传播策划与管理(本科)、广告学(本科)等专业。

2. 有条件的学生可参加数字媒体交互、商务策划师、传媒策划师、数字视频(DV)策划与制作师、网络编辑师、会展策划师等考试而获得国家级执业资格证。

3. 可以通过本校中外办学合作项目或个人通过考试，申请出国深造或出国进修和培训。

### （二）证书要求

表 17 传播与策划专业高职学生应取得的资格证书及等级要求

证书种类	证书名称	证书级别	附加说明
基础知识及素质	省高校学生计算机水平 考试证书（一级）	省级	建议取得
	英语应用能力考试证书 （B 级）	省级	
专业知识及素质	“1+X” 数字媒体交互 设计	中级	建议取得其中的任意一个 证书
	“1+X” 新媒体编辑	中级	

### （三）说明

对编制《传播与策划专业高职教学计划进度表》的几点说明：

1. 考虑到法定假日和考试，每学期有 1 周机动、1 周考试，所以每学期实际教学周数应扣除 2 周。
2. 毕业设计(论文)安排在第八学期课余时间进行(4 周)，毕业答辩占 1 周教学时间(在实习期间进行)。
3. 集中安排的实践教学内容单独考核，毕业设计(论文)进行答辩、评审考核。实践考核成绩和毕业设计考核成绩均单独列入学生成绩册。