

全媒体广告策划与营销专业工学结合人才培养方案

一、专业名称（代码）

全媒体广告策划与营销（560216）

二、入学要求

普通高级中学毕业、中等职业学校毕业或具备同等学力

三、修业年限

三年

四、职业面向

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) 举例
新闻传播大类 (56)	全媒体广告 策划与营销 (560216)	商务服务业 (72)	1. 全媒体运营师 (4-13-05-04)	1. 数据分析 2. 数据信息加工、创 意及传播

五、培养目标

本专业培养理想信念坚定，德、智、体、美、劳全面发展，具有一定的科学文化水平，良好的人文素养、职业道德和创新意识，精益求精的工匠精神，较强的就业能力和可持续发展的能力，主要面向现代广告服务业的广告主、广告公司、媒体公司等企业的相關岗位群，掌握现代广告理论及市场与营销知识，具有较强的全媒体广告活动策划、创意文案、媒体发布及广告设计能力，胜任大中型企业、广告公司、媒体公司、广告营销咨询公司广告信息传播工作的复合型高素质技术技能人才。

六、培养规格

本专业毕业生应在素质、知识和能力方面达到以下要求

1. 素质

(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. 知识目标

- (1) 掌握全媒体广告策划与营销专业所必需的基础知识和专业理论；
- (2) 掌握调查方法和实践技术，能运用调查方法和工具完成调查项目；
- (3) 掌握全媒体广告策划知识，能运用数据情报，结合策划工具完成广告策划活动；
- (4) 掌握全媒体广告文案知识，能运用文案写作表现技法完成广告文案撰写工作；
- (5) 掌握全媒体广告创意知识，能运用创意情报，应用创意方法、技巧完成创意脚本；
- (6) 掌握图形图像设计、平面广告设计、摄影技术等基本知识，能根据客户要求完成平面广告设计等工作；
- (7) 掌握全媒体传播、消费者心理知识，能运用媒介、消费者等情报，结合媒介策划的工具完成媒体方案撰写；
- (8) 掌握市场营销、销售通路、全媒体活动策划等知识，能完成全媒体活动策划工作。

3. 能力目标

- (1) 具有较强的计算机操作能力、实践动手能力，具备自我学习与创新能力；
- (2) 具有良好的心理素质、身体素质，能较快适应全媒体广告策划、营销岗位的能力；
- (3) 具有良好的沟通、交流的能力，具备与同事及相关人员合作互助的能力；
- (4) 具有较强的独立思考、逻辑推理、信息加工能力；
- (5) 具有较强的解决实际问题的能力。

七、典型工作任务与专业课程设置

序号	典型工作任务	专业课程
1	广告策划案撰写	全媒体广告策划
2	广告创意脚本	全媒体广告创意
3	广告文案撰写	全媒体广告文案
4	公关策划案撰写	公关活动策划
5	媒体方案撰写	全媒体传播
6	商务方案设计与输出	商务方案设计

八、专业核心课程简介

核心课程 1 全媒体广告策划	第二学年 参考学时 64
学习目标 1. 学生能够完成策划背景分析、策划目标制定、策略制定、策划方案撰写等项目； 2. 撰写全媒体广告策划方案； 3. 具有策划任务分析能力； 4. 掌握策划程序掌握、策划目标制定方法、策略构想、策划方案撰写等能力；	

学习内容 1. 广告策划背景分析； 2. 广告目标制定； 3. 广告策略制定； 4. 广告策划方案； 5. 广告策划方案提报；	
核心课程 2 全媒体广告创意	第二学年 参考学时 64
学习目标 1. 掌握广告创意训练方法，挖掘同学们潜在的创造力，并借此激发艺术设计才能； 2. 通过选择、学习，学生掌握一些具体的、实用的创意方法； 3. 学生探寻创意能力与职业能力的形成规律，学生具有解决创造能力外延和个人弹性发展能力；	
学习内容 1. 中国传统文化心理； 2. 消费心理与广告创意的关系； 3. 广告创意的过程与创新思维； 4. 广告创意窍门；超越性思维与广告创意； 5. 创意广告策略以及广告人的素质；	
核心课程 3 全媒体广告文案创作	第二学年 参考学时 64
学习目标 1. 学生认识和了解全媒体广告文案的类型、结构、特性及实际应用； 2. 了解和掌握现代广告文案基本理论和基本技能； 3. 初步具有分析、设计、撰写、修改和与广告策划、平面设计人员沟通协调的能力； 4. 养成独立思考、崇尚科学与艺术的学习习惯和严格遵守行业标准、国家广告法规的职业习惯； 5. 树立较强的广告人意识及创新意识，为从事的全媒体广告文案撰写工作奠定基础；	
学习内容 1. 全媒体广告文案导论； 2. 全媒体广告文案基本概念、历史及创作流程； 3. 广告策略解读、广告创意训练； 4. 诉求策略及广告文案语言； 5. 标题、正文、广告语及随文； 6. 印刷、视频、广播、网络、户外等媒体及系列广告文案创；	
核心课程 4 公关活动策划	第二学年 参考学时 64
学习目标 课程目标： 1. 学生能够掌握公共关系基础知识； 2. 掌握公共关系工作程序的各个步骤； 3. 能够独立完成公关调查、公关活动策划、公益活动策划、新闻发布会策划及危机公关策划及实施； 4. 学习并践行公关礼仪，能够进行公关推销；	