

全媒体广告策划与营销专业  
人才培养方案

江西外语外贸职业学院

二〇二二年六月

# 目 录

一、专业名称及代码 .....	1
二、入学要求 .....	1
三、修业年限 .....	1
四、就业面向 .....	1
五、培养目标与培养规格 .....	1
六、课程设置及要求 .....	2
七、教学进程总体安排 .....	27
八、实施保障 .....	27
九、毕业要求 .....	29

### 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

全日制普通高中毕业生或同等学历者

### 三、修业年限

学制：三年

### 四、就业面向

表 1 全媒体广告策划与营销专业就业面向

级别 岗位	初级岗位	晋升岗位	高级管理岗位
网络营销 与推广类	广告公司经营推广专员/广告公司活动策划专员/互联网产品策划专员新媒体营销推广专员	广告公司、企事业单位营销经理 / 运营经理岗位/新媒体运营经理、网络营销主管、公关经理、广告主管	广告公司、企事业单位网络营销总监 / 运营总监/部长、总裁
媒体设计 与传播类	数字媒体策划专员 品牌专员	数字媒体策划师 品牌整合营销师 网络运营师 全媒体运营师	广告公司、企事业单位品牌运营总监/网络营销总监 / 部长、总裁

### 五、培养目标与培养规格

本专业全面贯彻党的教育方针，以服务为宗旨，以就业为导向，培养拥护党的基本路线，德、智、体、美等方面全面发展，掌握品牌策划与设计、营销活动策划与设计、展示策划、媒介策划、广告经营与管理、广告设计与制作等专业技术，具有品牌形象策划、计算机辅助设计、营销活动策划、多媒体广告设计与制作、媒介策划、广告运作、管理等能力，培养跨媒体、会策划、能设计、善实战、懂营销的高素质技能型人才。

#### 1、素质要求：

1) 爱岗敬业，努力开拓，具有较强的事业心、责任感；具有良好的思想品德、行为规范、遵纪守法和职业道德意识；

2) 具有理论联系实际、实事求是的科学态度及竞争意识；具有勇于创新、吃苦耐劳、乐于奉献、爱岗敬业的精神和严谨的工作作风；

3) 具有良好的诚信品质、责任意识、公平竞争意识和健康的身心素质；具有一定的广告品牌策划和营销活动策划的创新能力。

#### 2、知识目标：

根据“必需”、“够用”的原则，让学生了解并掌握全媒体广告策划与营销的基本理论、基本方法，着重学习全媒体广告策划与营销在解决问题中的应用能力。培养具备高素质技能型的全媒体广告与营销领域会策划、能设计、善实战、懂营销的专业技能人才，具体包括：

1) 社会能力

- (1) 具有较强的口头与书面表达能力；
- (2) 具有较强的人际沟通、公关协调能力；
- (3) 具有较强的团队协作能力；
- (4) 具有较强的抗压、自我调节能力。

2) 方法能力

- (1) 具有收集、处理网络热点信息的能力；
- (2) 具有新技巧、新软件、新工具的自学及应用能力；
- (3) 具有发现问题、分析问题和解决问题的能力；
- (4) 具有必要的社会和人文知识，职业生涯规划能力。

3) 专业能力

- (1) 具有阅读一般性英文技术资料 and 简单口语交流能力；
- (2) 具有多媒体广告设计与制作知识和实际应用能力；
- (3) 掌握相关的品牌形象策划与设计能力；
- (4) 掌握营销活动策划与设计的知识和实际应用能力；
- (5) 具有平面广告设计制作能力；
- (6) 具有广告经营与管理能力。

## 六、课程设置及要求

形势与政策	开设学期	第 1-5 学期	周学时	1	总学时	20
课程性质、适用专业	《形势与政策》是高等学校思想政治理论必修课，是一门公共基础课。是对学生进行形势与政策教育的主渠道和主阵地，适用于高职高专各专业。					
教学目标	<p>1、知识目标</p> <p>引导和帮助学生掌握认识形势与政策问题的基本理论和基础知识，包括马克思主义的形势与政策观、科学分析形势与政策的方法论、形势发展变化的规律、政策的产生和发展、政策的本质和特征等基础知识。</p> <p>2、素质能力目标</p> <p>培养学生掌握正确分析形势和理解政策的能力，特别是对国内外重大事件、敏感问题、社会热点、难点、疑点问题的思考、分析和判断能力。</p>					

教学内容 (组织实施)	本课程分专题来讲授，要求担任本课程的专职与兼职教师要根据教育部每学期印发的《高校“形势与政策”教育教学要点》，结合上级有关部门提供教学辅导资料，进行集体备课，统一安排教学内容。					
考核方式	实行学期考核制，考核方法可以灵活多样，由任课教师根据授课内容及要求决定。可以采用命题制卷考试（开卷）、写小论文、撰写调查报告等形式。					
思想道德 修养与法律基础	开设学期	第一学期	周学时	3	总学时	60
课程性质、 适用专业	本课程是中宣部、教育部规定的高校思想政治理论系列课程之一。是大学学生的“第一课”，是学院各专业的公共基础课。					
教学目标	<p>知识目标：学习新时代大学生的历史使命，社会主义核心价值观，继承和弘扬中华传统美德和中国革命道德，树立为人民服务的思想，弘扬集体主义精神，培养良好的道德品质和高尚的道德人格；揭示人的本质，探讨人生意义，增强社会主义法律意识、树立社会主义法治观念，正确行使法律权利、履行法律义务，学习正确的择业观、创业观，选择正确的人生道路。</p> <p>能力素质目标：通过本课程学习，帮助大学生树立正确的世界观、人生观、价值观，培养大学生的健全人格以及良好的思想道德素质和法律素质，使大学生逐渐成长为德智体美全面发展的社会主义事业的合格建设者和可靠接班人。</p>					
教学内容 (组织实施)	本课程实行“章节授课+实践教学”的教学模式，理论与实践教学紧密结合。以理论课堂为主，课外实践教学为辅，实施“一课一得”“一课一品”全方位提升学生素养。					
考核方式	<p>本课程为期末闭卷统一考试</p> <p>总成绩=平时成绩 30%+技能成绩 30%+期末考试成绩 40%</p> <p>平时成绩=考勤（30 分）+课堂参与（60 分）+作业（10 分）</p>					
毛泽东思想与中国特色社会主义理论体系概论	开设学期	第二学期	周学时	4	总学时	80

课程性质、 适用专业	本课程是中宣部、教育部规定的高校思想政治理论系列课程之一。课程以中国化的马克思主义为主线，以中国特色社会主义建设为重点，是适用于大学本科和高职专科各专业的公共必修课。					
教学目标	1、知识目标 （1）通过教学，学生能把握毛泽东思想及中国特色社会主义理论体系几大成果的产生背景、实践基础、主要内容、历史地位及重大意义。 2、能力目标 学生能系统掌握毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系的基本原理，形成正确的世界观、人生观、价值观。在生活和工作自觉运用方法论去认识问题、解决问题。					
教学内容 （组织实施）	本课程实行“章节授课+实践教学”的教学模式，理论与实践教学紧密结合。以理论课堂为主，突出课堂实践教学环节，根据内容需要实行案例分析、专题讨论、观看视频、主题演讲、学生制作 PPT 主讲等多种教学方式提高学生学习积极性。					
考核方式	本课程为期末闭卷统一考试  总成绩=平时成绩 30%+技能成绩 30%+期末考试成绩 40%  平时成绩=考勤（30 分）+课堂参与（60 分）+作业（10 分）					
红色文化	开设学期	第 1 学期	周学时	1	总学时	20
课程性质、 适用专业	“红色文化”是立足江西红色文化资源优势，是面向全省高职院校学生进行思想政治教育辅助性的必修地方课程。					
教学目标	知识目标：引导和帮助学生了解红色文化的生成演进、独特魅力和时代价值，了解红色道路、红色理论、红色政权、红色精神的历史贡献和现实意义。 能力目标：培养学生辨别是非能力和抵制不良社会思潮所侵蚀的能力，通过传颂英烈事迹、牢记英烈精神，力争用革命精神鼓舞青年学生、用革命斗志激励青年学生。					
教学内容 （组织实施）	课程和思想道德修养与法律基础结合在一起，由上思修课的老师在统一安排红色文化课程的讲述和考试，要求确保上课时间和课程内容的全覆盖。					
考核方式	本课程为考查科目，考评将重点放在注重学生分析能力、应用能力的考评，结合课堂表现、活动表现等综合观察。采取期末					

	考试与平时考核相结合、撰写学习心得体会、撰写课程小论文、撰写实践活动总结等方式考核。					
计算机应用基础	开设学期	第 1 学期	周学时	2	总学时	40
课程性质、适用专业	本课程是基于学生职业岗位能力和职业素养的培养，遵循“实用为主、够用为度”的原则，以实践为主导，以学生为中心。采用案例教学法、边讲边练、讲练结合，分组讨论、协作学习等模式，教师和学生实现“教学做”合一的教学模式。课程教学与国家计算机等级考试内容相结合，实践教学考证一体化。适用专业：公共课（全校所有专业）					
教学目标	<p>（一） 知识目标</p> <p>1、全面掌握 Windows 2010 操作系统的基本组成和操作；</p> <p>2、全面掌握 Word 2010 的各项功能，文档的录入、编辑、排版操作，表格的制作和图文混排，样式和模板的使用以及邮件合并的操作；</p> <p>3、全面掌握 Excel 2010 的各项功能，掌握数据的运算与输入，常用的工作表函数，公式的输入和公式中坐标的引用；</p> <p>4、了解 PowerPoint2010 的各项功能，演示文稿的制作、超链接技术和放映。</p> <p>（二）职业技能：全国计算机 Office 一级。</p> <p>（三）职业素养：应用 Office 软件，处理日常办公。</p>					
教学内容 （组织实施）	<p>（一） Windows 操作系统：1. Windows 2010 基本知识；2. Windows 2010 的资源管理；3. Windows 2010 的系统环境设置；</p> <p>（二） Word 文字排版：1. Word 2010 基本知识；2. Word 文档基本操作；3. Word 文档的编辑操作；4. Word 文档的排版操作；5. Word 表格的制作；6. 图文混排；7. 样式与模板；8. 邮件合并。</p> <p>（三） Excel 电子表格：1. Excel 2010 中文版概述；2. Excel 2010 的界面；3. Excel 的数据 4. 数据的运算；5. 数据的输入与编辑；6. Excel 2010 的工作表函数；7. 分式中坐标的引用；8. 审核工作簿；9. 基本操作；10. 图表与图形。</p> <p>（四） PowerPoint 演示文稿 1. PowerPoint2010 的基本知识；2. 演示文稿的制作；3. 演示文稿的放映；4. 同意幻灯片的风格；5. 动画与超级链接技术。</p>					
考核方式	<p>1、考核方式：平时总评+技能测试+期末测试。</p> <p>2、考核分值比例：考核分值比例为平时成绩 30%+技能成绩 30%+期终考试成绩 40%。平时成绩 30%中包含练习作业、学习态度、出</p>					

	勤情况、课堂表现。 3、技能考核项目：实训操作。 4、期末考核：使用全国计算机等级考试模拟软件。					
军事理论	开设学期	1	周学时	2	总学时	36
课程性质、 适用专业	军事课是普通高等学校学生的必修课程。军事课要以习近平强军思想和习近平总书记关于教育的重要论述为遵循，全面贯彻党的教育方针、新时代军事战略方针和总体国家安全观，围绕立德树人根本任务和强军目标根本要求，以提升学生国防意识和军事素养为重点。					
教学目标	●通过开展国防教育，使大学生增强国防观念、掌握国防知识、发扬爱国主义精神，自觉履行国防义务。 ●增强学生的组织纪律观念，培养艰苦奋斗的作风，提高学生的综合素质。 ●让学生了解掌握军事基础知识和基本军事技能，增强国防观念、国家安全意识和忧患危机意识。					
教学内容 (组织实 施)	在军事理论教学中，要掌握好深度和广度，不断改进教学方法，积极采用以计算机为中心的多媒体教学，确保教学质量。教学内容包括 1、中国国防；2、中外军事思想；3、影响中国和世界历史进程的名将、战役和战争；4、国际战略环境与中国周边安全形势；5、军事高技术；6、信息化战争。主要由教师讲授为主，学生适当参与。教师在讲课过程中根据教学内容，会设计一系列的问题，对学生进行提问，以促进其思考和参与。					
考核方式	平时考核 30%（出勤 10%+学习态度 20%）+技能考核 30%+期末考核 40%的计算方式，技能考核是撰写有关军事理论方面的论文，期末考核是闭卷考试，以百分制计分，根据卷面成绩、平时作业、考勤情况和课堂表现综合评定。军事课成绩不及格者必须进行补考，补考合格后取得相应学分。					
军事技能 训练	开设学期	1	周学时		总学时	112
课程性质、 适用专业	军事课是普通高等学校学生的必修课程。军事课要以习近平强军思想和习近平总书记关于教育的重要论述为遵循，全面贯彻党的教育方针、新时代军事战略方针和总体国家安全观，围绕立德树人根本任务和强军目标根本要求，以提升学生国防意识和军事素养为重点。					



教学目标	<p>●增强组织纪律观念、培养顽强拼搏和集体主义的精神，养成良好的军人姿态。</p> <p>●通过军事技能课的强化训练，使大学生掌握基本的军事技能和军事素质。</p> <p>●让学生了解掌握军事基础知识和基本军事技能，增强国防观念、国家安全意识和忧患危机意识。</p>					
教学内容 (组织实施)	<p>《军事技能》训练时间 2—3 周，实际训练时间不得少于 14 天 112 学时，记 2 学分。</p> <p>通过学习解放军条令条例教育与训练（轻武器射击、战术、队列、军体拳、捕俘刀等），队列基础动作，战术基础动作，《队列条令》教育与训练，《纪律条令》教育，《内务条令》教育，使学生基本掌握军事技能的动作要领。</p> <p>军事技能训练一般安排在新生入学后进行，采取聘请部队与国防生担任教官，校内集中组织的方式实施。在组织上，坚持以学院编成训练营、以专业编成连，营连长由部队教官担任、班排长由国防生担任。</p>					
考核方式	<p>军事技能训练考核由学校和承训教官共同组织实施，成绩分优秀、良好、及格和不及格四个等级。根据学生参训时间、现实表现、掌握程度综合评定。军事课成绩不及格者必须进行补考，补考合格后取得相应学分。</p>					
文学与艺术欣赏	开设学期	3	周学时	4	总学时	80
课程性质、适用专业	<p>本课程是根据人才培养需要开设的一门必修基础课程，教学对象为全校各院系各专业学生，通过优秀的文化和艺术形式及作品的赏析教学，培养学生的人文精神，提高美育素养，激发学生的爱国热情和文化自信。</p>					
教学目标	<p>1. 掌握中国古代文学精品，戏曲、电影艺术精品，以及书法、绘画艺术精品的相关知识。</p> <p>2. 了解中国文化的发展历史和文化内涵。</p> <p>3. 通过对各大知识板块内容的学习，掌握基本的文学艺术欣赏方法。</p> <p>4. 通过对文学、戏曲、电影、绘画、书法等文学艺术形式的欣赏，提高艺术鉴赏能力、提升人文素养和艺术修养。</p>					

教学内容 (组织实施)	内容包括“古典诗词”、“史记故事鉴赏”、“魏晋文学”、“品味红楼”、“外国文学”、“中西方神话”、“电影赏析”、“戏曲鉴赏”、“中外绘画作品欣赏”、“书法常识与欣赏”等文学艺术方面的内容以及应用文写作知识。教学中以必选和自选方式选择相应的内容，每一板块内容以“循序渐进、由点带面、学会欣赏”为设计安排的原则，引导学生学会从各方面去欣赏和探究。					
考核方式	本课程采用多元、全程化的评价，结合答问、作业、第二课堂、考试等方式，对学生进行考核。					
体育	开设学期	1-4	周学时	2	总学时	160
课程性质、 适用专业	体育课是以身体练习为主要手段，以增进学生体质、增进健康和提高体育素养为主要目标的必修课。把学习体育技能和身体锻炼作为增强体质、增进健康的主要手段，同时把与之相关的体育运动知识结合到课堂教学中。					
教学目标	<ul style="list-style-type: none"> <li>●培养学生对本课程正确认识，培养学生参与锻炼的积极性。</li> <li>●实现体育运动的知识目标，主要是使学生掌握科学锻炼身体的基本原理和方法，用科学的理论知识指导实践。</li> <li>●体育运动技能目标，是指学生通过体育课程学习，掌握一项或多项自己较为喜欢的运动项目和锻炼方法，并在某一方面形成一定的爱好和兴趣，为“终身体育”打好基础。</li> </ul>					
教学内容 (组织实施)	<p>1、公共体育课：第一、二学期开设。开设项目：广播体操、田径、篮球、排球、武术、体育生理卫生、运动损伤、体育保健理论及身体素质练习：力量、速度、耐力、弹跳、协调、灵敏。</p> <p>2、体育选修课：第三、四学期开设。开设项目：网球、篮球、足球、排球、羽毛球、乒乓球、跆拳道、健美操、形体舞蹈、体育舞蹈、瑜伽健身。学生根据自己的运动基础和能力，在所开设的项目中选择一个有兴趣的项目进行学习。</p> <p>体育课程教学是以“教师为主导、学生为主体、培养学生掌握运动技能、提高运动能力、改善心理状况、增强团队协作意识为主线”的总体教学思路。</p>					
考核方式	平时考核 30%（出勤 10%+学习态度 20%）+技能考核 30%+期末考核 40%的计算方式，以学生运动技能测试为主，技、战术及专项素质考试实行同一项目统一标准，实行教考分离模式。					
心理健康	开设学期	第一学期	周学时	2	总学时	40

课程性质、 适用专业	<p><b>课程性质：</b>开设《心理健康》课程，旨在使学生明确心理健康的标准及现实意义，掌握并应用心理健康知识，培养良好的心理素质、自信精神、合作意识和开放的视野，培养学生的自我认知能力、人际沟通能力、自我调节能力，全面提高学生心理整体素养，为学生终身发展奠定良好、健康的心理素质基础。</p> <p><b>二、适用专业：</b>适用于全院各专业大一高职学生；</p> <p><b>三、开课时间安排：</b>现结合我院师资等具体情况，分两个学期开设。<b>大一第一学期：</b>国际商务学院、会计金融学院、国际工程学院、电子商务学院、工商管理学院；<b>大一第二学期：</b>英语学院、应用西语学院、应用东语学院、旅游学院、艺术与设计学院。</p>					
教学目标	<p>●通过主体体验性《心理健康》课程教学与实践活动，使学生了解心理健康基本知识，掌握基本的心理调适方法；提升学生的自我认知能力、环境适应能力、心理调适能力、应对挫折能力。进一步增强学生的自信心和耐挫性，培养学生乐观积极的生活态度和顽强的意志品质，通过理论与实践的有机融合，达到培养学生良好心理素养的目的，从而为他们的全面发展提供良好的基础。</p>					
教学内容 (组织实施)	<p>●本课程教学内容共十一个主题，根据各章节教学内容的特点，采取的教学方法有课堂讲授、课堂活动、案例分析、小组讨论、心理测试、情景表演、角色扮演、团体训练等。同时在课程思政、互动体验式等教学理念的指导下，通过开展多种实践教学形式，重视培养大学生的自我心理调适能力。通过开展心理测试、心理健康月活动、校园心理情景剧、个体心理咨询等多种实践活动，有效提升学生的心理自助能力，促进学生的心理成长。</p>					
考核方式	技能测验、随堂考试					
劳动教育	开设学期	第 3 学期	周学时	1	总学时	16
课程性质、 适用专业	必修课程适用专业：工商管理学院所有专业					
教学目标	通过劳动教育弘扬劳动精神，促使学生形成良好的劳动习惯和积极的劳动态度，切实体会到“生活靠劳动创造，人生也靠劳动创造”的道理，培养他们的社会责任感，促进学生全方面发展。					
教学内容 (组织实施)	以实习实训课为主要载体开展劳动教育，其中劳动精神、劳模精神、工匠精神专题教育不少于 16 学时。					
考核方式	一是融入到各专业实训实践课程的教学中进行考核；二是开设 16 课时劳动教育专题课，进行理论考试；三是每学年设立劳动					

	周，结合学生平时生活、生产和服务性劳动表现，与学生工作处德育考核挂钩，同时各专业分院安排暑假社会实践活动，上交论文与报告形式完成。					
职业生涯规划	开设学期	第 1 学期	周学时	2	总学时	20
课程性质、适用专业	《职业生涯规划与发展》是面向江西外语外贸职业学院全体学生开设的一门旨在为学生个人的职业生涯规划和发展提供理论和实践指导的职业核心能力素质课，通过教学活动帮助和引导学生认识自我、发现自我的同时认识职业环境，从而帮助学生做好职业决策，树立好职业目标，并做好职业生涯规划。					
教学目标	使学生掌握职业生涯规划的基础知识和常用方法，树立正确的职业理想和职业观、择业观、创业观以及成才观，形成职业生涯规划的能力，增强提高职业素质和职业能力的自觉性，做好适应社会、融入社会和就业、创业的准备。					
教学内容 (组织实施)	本课程采用集中授课的方式，集中授课内容主要为自我探索，如性格、职业价值观、能力、职业兴趣等；其次为工作世界探索，主要内容为行业、职业探索及职业生涯规划人物访谈。最后为职业决策、目标及行动。					
考核方式	1、本课程考核分值比例为：平时 30%+技能测试 30%+期末考试 40%。 2、平时成绩为练习作业占 15%、课堂表现占 15%。 3、技能测试为大学生职业生涯规划档案，占总成绩的 30%。 4、期末考试为生涯人物访谈实践，占总成绩的 40%。					
大学生创新创业基础	开设学期	第 2 学期	周学时	2	总学时	40
课程性质、适用专业	《大学生创新创业基础》课程是面向全院大学生开设的一门公共基础课，帮助大学生转变就业观念，拓宽就业渠道，培养创新能力，塑造创新人才，进行创新创业普及化教育。本课程适用于全院所有专业。					
教学目标	第一，培养创新精神和科学创业观。正确理解创新创业与职业生涯发展的关系，自觉遵循创新创业规律，积极投身创新创业实践。第二，教授创新创业知识，使学生掌握开展创新创业活动所需要的基本知识。第三，提升创新创业能力。掌握创新思维的方法、理论和技巧，掌握创业资源整合与创业计划撰写的方法，熟悉新企业的开办流程与管理，提高创新创业综合素质和能力。					

教 学 内 容 (组 织 实 施)	课上以任务为导向,课后辅以慕课为参考。主要学习模块包括:创业与创业教育、创业者与创业精神、创业机会与创业项目、商业模式设计与创新、创业风险与融资、各类创业大赛与创业计划撰写介绍、商业计划书路演。					
考核方式	1、考核方式:商业计划书撰写和路演。 2、考核分值比例平时成绩 30%+计划书撰写 30%+路演 40%。 3、技能考核项目评分标准:7 人为一组撰写出一份较为完整的商业计划书。 4、路演及评分标准:PPT 制作(40%)、路演流畅性(10%)、项目介绍完成性(30%)、回答问题情况(20%)。					
就业与创业指导	开设学期	第 4 学期	周学时	2	总学时	20
课程性质、适用专业	《就业与创业指导》课程是面向全院大学生开设的一门公共基础课,旨在培养大学生的就业创业的素养和能力,为就业、择业以及创业做准备。本课程适用于全院所有专业。					
教学目标	通过本课程的教学,能够树立起职业生涯规划 and 发展的自觉意识,树立积极正确的人生观、价值观和就业观念,把个人发展和国家需要、社会发展相结合,能清晰地认识自己的特性、职业的特性以及社会环境,了解就业形势与政策法规,掌握基本的大学生就业信息、相关的职业分类知识以及就业、创业的基本知识。还应该通过课程提高学生的基本职业素质,比如职场礼仪、沟通技能、团队合作精神、自我管理技能和人际交往技能等。					
教 学 内 容 (组 织 实 施)	围绕着就业形势与政策、树立正确的就业观念、等 7 个模块,采用启发式教学,利用课堂提问、讨论、辩论、真人示范、模拟表演等方式促进学生创新思路,提高学生参与度;利用多媒体技术辅助教学,使教学形象化,增加学生兴趣,改善教学效果和质量;采用案例教育,提高学生的分析和研究能力,培养学生阅读兴趣,拓宽知识面。					
考核方式	1、考核方式:技能考核+面试。 2、考核分值比例:平时成绩 30%+技能测试 30%+模拟面试 40%。 3、技能考核项目:撰写一份参加人才市场招聘会的体验报告。 4、模拟面试及评分标准:提交个人简历(40%)、面试礼仪表现(10%)、自我介绍表述(30%)、回答问题情况(20%)。					
美育理论与 与实践	开设学 期	第 2 学 期	周学时	2	总学时	40
课程性质、适用专业	本课程的教学,是增强大学生对美的感受能力,培养想象力和创造力等感性素质的一条重要途径。其功能是让学生以审美教					

	育为核心，了解必要的音乐、美术、诗词等美育知识，提高学生的审美能力和艺术素养，对学生就业岗位等的职业能力培养起到一定的支撑作用。适用专业：公共必修课（全校所有专业）					
教学目标	1、培养和提高学生感受美、鉴赏美、表现美、创造美的能力； 2、理解和掌握美学与美育的基本理论知识； 3、能运用美学与美育理论知识分析和鉴赏生活、自然与艺术领域的审美现象； 4、运用美学与美育理论知识对学生指导就业方向，提高学生审美塑造的自觉性和在工作中贯彻美育的能力。					
教学内容 (组织实施)	本课程教学内容共 8 个主题，分别是诗经之美、唐诗之美、音乐之美、舞蹈之美、雕塑之美、建筑之美、戏剧之美、影视之美，采取的教学方法有课堂讲授、课堂活动、小组讨论等，同时设置 20 节慕课供学生观看学习。					
考核方式	1、考核方式：平时总评+技能测试+期末测试。 2、考核分值比例：考核分值比例为平时成绩 30%+技能成绩 30%+期终考试成绩 40%。平时成绩 30%中包含观看 20 节慕课、学习态度、出勤情况、课堂表现。 3、技能考核项目：参加美育实践活动（本学期不少于 3 次）。 4、期末考核：根据平时所学内容和慕课内容进行笔试。					
市场营销学	开设学期	2	周学时	4	总学时	80
课程性质、 适用专业	《市场营销学》是高职全媒体广告策划与营销专业的核心课程。本课程体系一方面注重知识性，培养学生的专业知识和管理理论；另一方面注重实践性，强调课程从学生的专业特点和实践能力培养出发，引入项目导向、情景教学等新的教学模式，倡导体验、实践、参与、合作与交流以及学生自主学习的学习方式，使学生既掌握营销的理论基础，又具备实际应用能力。本课程主要学习企业管理人员需要掌握的营销理论基础和营销实践应用能力的相关知识。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。适用于市场营销、企业管理、全媒体广告策划与营销等专业。					

教学目标	<p>(一) 知识目标</p> <p>旨在培养掌握现代市场营销理论与实践,具有先进营销技能和现代经营管理知识,即具有全球视野,又通晓中国市场运作实践的企业管理人员。</p> <p>学生需掌握市场营销导论、市场营销环境、消费者市场行为分析、组织市场行为分析、市场调研与预测、目标市场营销策略、产品策略、价格策略、渠道策略、促销策略、市场竞争战略等的相关知识。</p> <p>(二) 技能目标</p> <p>突出职业技术教育特点,以职业能力为配置课程的依据,使学生学到的知识、技能满足职业岗位的实际需求。加大市场分析、市场调查、营销规划、战略决策、营销实战等操作的内容,大力开展市场营销决策模拟系统训练,使学生加深对营销与策划知识的理解、增强学生理论联系实际的动手能力和操作能力。</p> <p>(三) 素质目标</p> <p>注重职业兴趣和职业道德的养成、注重服务意识和管理意识的养成、注重团队精神和敬业精神的养成,使学生成为有职业素养的营销人员。学生具有良好的语言表达和人际沟通能力,协调与组织能力,并有良好的团队精神;具有健康的体魄、良好的心理素质。</p>					
教学内容 (组织实施)	市场营销的概念、市场营销的环境、市场调研与预测、STP 营销、产品策略、定价策略、渠道策略、促销策略、市场营销计划于实施等					
考核方式	笔试+技能测试					
广告学	开设学期	1	周学时	4	总学时	80
课程性质、 适用专业	<p>本课程是高职全媒体广告策划与营销专业的一门专业课程,注重广告学的基本理论和操作实务,重点突出新媒体时代的广告创意与实际应用。全书内容共分四大模块,分别为广告概述、广告受众、广告活动和广告专题。具体内容包括:广告导论、广告的起源与发展、广告计划、广告目标与广告预算、广告信息的认知反应与处理过程、广告信息的情感反应、广告调查、广告创意策略、广告文案创作、广告制作、广告媒体及媒体策略、广告模特和广告音乐、网络广告、广告管制、广告与社会及国际广告等。选用的教材适宜作为高等院校本、专科广告学课程的授课教材,同时也可作为各类成人高等教育的教学用书和企业在职人员的培训教材及广告学爱好者的自学用书。</p>					

教学目标	<p>(一)知识目标</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1、掌握广告的概念、起源和发展、广告职能及其分类、广告媒体；</li> <li>2、掌握广告策划；</li> <li>3、掌握广告创意；</li> <li>4、掌握广告表现形式</li> <li>5、掌握广告的构成；</li> <li>6、掌握广告文案；</li> <li>7、广告管理。</li> </ol> <p>(二)能力目标</p> <p>本课程注重培养学生在掌握广告基础知识的前提下,能够在市场营销框架中进行广告策划与创意。重视广告策划书的撰写能力和广告作品的创意能力的提升。锻炼学生文案写作的能力,注重培养学生的动手实际操作能力和团队配合作业的能力。综合分析现实的案例进而能够推出自己独特的广告。</p> <p>(三)素养目标</p> <p>培养学生主动积极学习的习惯和职业素质,积累丰富学习经验。形成多观察,勤思考多问多做的学习兴趣,多积累进而.激发灵感,形成好的创意和点子。</p>					
教学内容 (组织实施)	广告策划;广告创意;广告表现形式; 广告的构成; 掌握广告文案; 广告管理					
考核方式	技能测试					
市场调查 与预测	开设学期	3	周学时	4	总学时	80
课程性质、 适用专业	本课程是高职市场营销(营销与策划)专业的专业基础课程,属于理论加实践课程。市场调查与预测是市场营销活动的基础,它为市场营销活动的开展提供相关的信息并对市场的未来做出预测,这些都构建成为职业营销工作者的基本素质。本课程以实际操作为线索,以理论知识为支撑,采用任务导向教学方式,达到教学做结合。适用于市场营销、市场营销(营销与策划)、电子商务专业专业等。					
教学目标	<p>(一)能力目标</p> <p>(1) 调查计划撰写能力:熟练根据背景及调查发布者的具体要求,完成调查计划的撰写,并可以进行实际操作。</p> <p>(2) 信息收集能力:可以根据既定计划要求,从市场上准确的寻找相应的调查对象,并从中获得所需要的相关信息。</p>					



	<p>(3) 信息分析能力：根据调查目标的要求，结合所收集的相关资料进行科学的分析和判断，为调查报告的提出做好准备。</p> <p>(4) 调查报告撰写能力：通过前三种能力的培养，最终以完整有效的调查报告撰写能力要求达成能力要求的升华，使整个调查工作能力完整。</p> <p>(二) 知识目标</p> <p>(1) 调查计划的内容。</p> <p>(2) 信息收集的方式和信息分析的方法。</p> <p>(3) 调查报告的模板。</p> <p>(三) 职业素质目标</p> <p>(1) 基本职业素质。</p> <p>(2) 掌握并运用日常社交礼仪。</p> <p>(3) 调查工作的专业素养</p> <p>(4) 较高的沟通技巧</p>					
教学内容 (组织实施)	市场调查的概念与分类、市场调查方案的设计、市场调查的方法、市场调查的抽技术、问卷的设计、市场调查活动的组织、市场调查资料的处理、市场预测的含义与方法、市场调查报告的编写。					
考核方式	30%平时成绩+30%技能测试+40%期末集中考试					
消费者行为学	开设学期	3	周学时	4	总学时	80
课程性质、 适用专业	<p>《消费者行为学》课程是市场营销专业、市场营销（营销与策划）的专业基础课，其功能是让学生通过观察消费者，分析消费者行为活动，采用观察法、市场调查法的方式，培养学生研究消费者营销活动的的能力、分析问题的能力、解决问题的能力。本课程与前序市场营销学、网络营销学、广告学、心理学、商务谈判、市场调查与预测课程的学习相衔接，共同培养学生的市场营销活动分析能力。与后续市场营销策划相衔接，共同培养学生市场营销策划能力。适用于市场营销、市场营销（营销与策划）、连锁经营管理等专业。</p>					
教学目标	<p>(一) 能力目标</p> <p>结合市场调查课程所学的技能，能够进行消费者的某项消费心理调查；结合商店的季节销售实际，能够进行消费者购买心理活动分析；能在销售实际场地，能够准确判断出消费者的心理活动；培养学生的现场观察能力、组织管理能力及协调能力。会运用专业术语，对任意指定展览的布置进行分析评价。</p> <p>(二) 知识目标</p>					

	<p>通过销售现场的主要工作内容,会分析不同类型消费者的心理活动特点;</p> <p>(1) 掌握消费者心理和行为的基本规律;</p> <p>(2) 掌握不同群体的消费心理;</p> <p>(3) 掌握影响消费者心理的因素;</p> <p>(4) 掌握消费者的个性心理特征;</p> <p>(5) 掌握消费者的需要和消费动机;</p> <p>(6) 掌握消费者的购买决策过程;</p> <p>(7) 了解商品因素对消费者购买行为的营销;</p> <p>(8) 了解环境因素对消费者购买行为的影响;</p> <p>(9) 掌握如何利用营销工具去影响消费者的心理和行为;</p> <p>(10) 提高学生在未来的营销工作中的职业定位;</p> <p>(11) 达到市场营销专业对学生的知识和技能的要求。</p> <p>(三) 素质目标</p> <p>通过案例教学形式,激起学生学习兴趣,培养学生在市场营销活动过程中具有吃苦耐劳精神,一丝不苟的严谨工作作风,与人相处、与人沟通的综合素质。</p> <p>(四) 情感目标</p> <p>帮助学生体验消费行为学学习活动中的成功与快乐,使他们认识到消费心理学来源于实际,又服务于社会。帮助学生体验该学科学习活动中的成功与快乐,通过教师演示、学生动手操作完成项目任务,激发学生的学习兴趣,培养学生科学观察、独立思考、自主探究的习惯,从而使学生达到自主学习、参与学习、合作学习的目的。</p>					
教学内容 (组织实施)	消费者行为概述、消费者需要、消费者的心理过程、消费者的个性、影响消费者行为的商品因素、环境因素、销售服务等。					
考核方式	30%平时成绩+30%技能测试+40%期末集中考试					
传播学	开设学期	1	周学时	4	总学时	80
课程性质、 适用专业	<p>《传播学》是高职全媒体广告策划与营销专业的核心课程。本课程体系一方面注重知识性,培养学生的专业知识和管理理论;另一方面注重实践性,强调课程从学生的专业特点和实践能力培养出发,引入项目导向、情景教学等新的教学模式,倡导体验、实践、参与、合作与交流以及学生自主学习的学习方式。本课程主要研究人类传播现象及其规律的学科。该课程系统阐释人类社会的信息传播现象,注重概念的明晰性和理论的系统性。吸收和</p>					

	借鉴国内外传播学研究的历史和最新成果,对现代信息社会中的人际传播、组织传播、大众传播等主要领域中的主要理论问题进行较为全面的阐述、分析、梳理,从而勾勒出传播学的基本体系和框架。					
教学目标	<p>(一) 知识目标</p> <p>旨在培养掌握传播学的基本理论、基本概念与传播学的知识体系,注意知识的系统性与准确性,理论深度方面不作过高要求。</p> <p>(二) 技能目标</p> <p>注意理论联系实际,学生要能根据课程所介绍的传播规律与研究方法进行实训,具备如下专业能力:其一,要能运用传播学理论对当前的传播现象与大众文化热点进行理性地分析与评论;其二,能够运用所学的人际传播知识,解决现实生活中的人际交流问题,具备良好的人际沟通能力;其三,要能理论联系实际进行公文写作等实际活动的操作。</p> <p>(三) 素质目标</p> <p>通过本课程的教学,掌握理论思维的方法与规律,初步具有理论的自觉与敏感。从而具备良好的行政事务处理、企业文化传播等专业素质。</p>					
教学内容 (组织实施)	传播与我们的生活,传播与媒介,传播的过程与功能,传播与符号,人际传播,大众传播,公共传播,等等					
考核方式	笔试+技能测试					
市场营销 策划	开设学期	5	周学时	4	总学时	80
课程性质、 适用专业	<p>本门课程是高职类全媒体广告策划与营销专业的核心课程。通过学习本课程,力求使学生掌握现代市场营销策划的基本理论、基础知识和基本方法,提高学生对企业经营活动的分析、判断和策划能力。同时,增强学生的职业素养、策划意识以及相关技能,提高学生营销策划的实际能力,为今后从事相关工作奠定基础,并注重学生综合能力的培养,突出学生自我提高能力和创新能力。</p> <p>适用于全媒体广告策划与营销专业、电子商务专业等。</p>					
教学目标	<p>(一) 能力目标</p> <p>1. 掌握市场营销策划的基本内容,能区别不同的策划掌握不同的侧重点</p> <p>2 能进行简单的营销策划经费预算和信息处理、撰写营销策划书。</p>					

	<p>3. 能够运用创意的技法进行策划</p> <p>4. 能够结合理论进行市场细分、市场定位策划</p> <p>5. 通过对知识的灵活运用, 提高自己的产品策划技能。</p> <p>6. 能运用所学的价格策划知识, 进行相关产品的价格策划。</p> <p>7. 能运用所学理论知识和方法, 进行营销渠道策划。</p> <p>8. 能进行各种促销方式组合运用的策划创意。</p> <p>9. 能够对企业形象进行分析、定位和策划, 能够进行品牌策划。</p> <p>10. 能够在营销策划项目中运用营销策划的创新理念。</p> <p>11. 能运用所学的理论和方法进行营销策划的实施和控制。</p> <p>(二) 知识目标</p> <p>1. 了解什么是市场营销策划, 掌握市场营销策划的内容, 市场营销策划学科的特点、学科的对象。总体把握该门学科的特性。</p> <p>2. 了解建立市场营销策划的组织机构, 配备优秀策划人员和营销策划过程所需的经费预算的基本理论。</p> <p>3. 掌握市场营销策划战略制定的三个阶段, 即调查分析、战略制定及实施评价阶段。了解目标市场战略的意义。</p> <p>4. 认识营销策划的目的, 产品策划的重要性, 了解产品策划、新产品策划、产品组合策划以及品牌和包装策划的基本理论。</p> <p>5. 认识价格策划的目的, 价格是市场营销中最难把握的, 价格策划是市场营销策划的重要组成部分; 了解价格策划基本理论。</p> <p>6. 了解与把握营销渠道的发展新趋势, 掌握营销渠道策划的基本理论和方法。</p> <p>7. 认识促销策划在企业营销活动中的重要意义; 了解促销策划的含义和程序; 掌握人员促销、广告促销、营运推广和公关促销策划的基本理论。</p> <p>8. 认识编写营销策划书的目的是为了将营销策划方案条理化、文字化。便于理解和执行; 了解营销策划书的结构和基本组成内容。</p> <p>9. 掌握企业形象策划的含义、组成要素、基本原则, 了解企业形象策划的基本程序、基本内容及与品牌策划时应该注意的问题。</p> <p>10. 理解绿色营销、关系营销、数字营销、体验营销、服务营销、整合营销、网络营销、文化营销和公关危机营销等创新理念。</p> <p>11. 明确实施和控制市场营销策划方案是市场营销管理过程中的两个重要步骤, 了解营销策划方案实施和控制的基本理论和方法。</p> <p>(三) 职业素质目标</p> <p>1. 初步接触市场营销策划, 并对市场营销策划有一个整体的印象, 以利于以后的学习和提高。</p>
--	---

	<p>2.掌握建立市场营销策划组织的基本方法、营销策划过程所需经费预算的基本方法，策划所需的信息搜集及整理、筛选方法，市场营销策划书的撰写。</p> <p>3.具备营销策划中的创意思维能力，掌握营销策划创意的步骤及开发途径</p> <p>4.了解和掌握市场营销策划的制定方法和步骤。</p> <p>5.掌握产品策划、新产品策划、产品组合策划、品牌和包装策划的基本方法和技巧。</p> <p>6.学习价格策划的基本方法，掌握价格策划的基本技巧。</p> <p>7.掌握营销渠道策划的基本技能，懂得渠道长度与宽度、厂商与中间商关系。把握厂商主导型与中间主导型、传统营销系统与垂直营销系统关系</p> <p>8.掌握人员促销策划、广告促销策划、营业推广策划和公关策划的方法和要点。</p> <p>9.掌握企业形象策划的基本流程与基本内容。</p> <p>10.学会在项目营销与策划中巧妙运用营销策划创新理念。</p> <p>11.认识方案执行存在的问题，了解方案执行过程，掌握方案控制方法和步骤。在此基础上掌握方案实施与控制的策略和技巧。</p>					
教学内容 (组织实施)	营销策划的一般原理、营销策划的流程、营销策划调研、营销策划的创意、撰写营销策划书、营销专题活动的策划等					
考核方式	技能考核+实训					
广告文案	开设学期	4	周学时	4	总学时	80
课程性质、 适用专业	<p>本课程是全媒体广告策划与营销专业的一门专业核心课，通过案例学习+仿写+创意写作的教学理念，采用项目实战的教学方法，以培养学生的新媒体文案策划与写作技能。随着电子商务、新媒体等行业的飞速发展及逐渐成熟，内容建设与营销成为很多企业、机构媒体的重要工作，文案写作是新媒体内容建设的核心工作。社会对文案类岗位人才的需求量越来越大，新媒体营销人才必须提高自己的文案写作水平，以适应当前广告文案、产品文案、促销文案、头条文案、微信公众号文案、短视频文案等多样化的创意与创作需求。</p>					

	<p>本课程详细介绍了新媒体文案的概念、特点、结构，围绕文案标题和内容写作，给出了创意策划及写作方法；介绍了产品文案、传播文案、品牌文案、活动文案等常见类别文案的创意提炼方法和写作技巧，以适应电商运营、媒体机构、各类企业在新媒体运营中的不同需求；围绕着微信公众号、抖音短视频站点等热门平台，分析了微信公众号文案策划和短视频内容策划的技巧与策略，以支撑这些主流新媒体平台的运作工作。课程是全媒体广告策划与营销专业的一门专业选修课程，本课程开发在线开放课，组织学生在线自主学习、师生线上和线下互动研讨，以及自主训练和指导训练相结合等多种学习形式，有助于增强创新创业意识、应用互联网思维、提高学习与创新能力、树立正确的价值观和责任感，符合新时代要求的综合素质与适应全媒体产业发展需要的专业基础能力。适用于全媒体广告策划与营销专业、广告专业等。</p>
教学目标	<p>（一）应具备的专业能力</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 熟悉各类新媒体平台，具备熟练的访问与应用能力。</li> <li>2. 具备信息检索、信息收集的能力，能采集各类优质文案。</li> <li>3. 具有良好的文案阅读能力，文案归纳与总结能力。</li> <li>4. 熟练掌握各类文案创意方法和策略。</li> <li>5. 具备各类文案稿件的写作能力和仿写能力。</li> <li>6. 熟悉产品文案的卖点提炼方法。</li> <li>7. 掌握能熟练应用故事文案和的写作技巧。</li> <li>8. 能策划和撰写企业传播文案。</li> <li>9. 根据营销目标，策划活动文案。</li> <li>10. 能撰写微信公众号文案，策划微信专题信息。</li> <li>11. 能够撰写短视频脚本、对白、字幕等文字内容。</li> <li>12. 能够策划新媒体广告文案。</li> <li>13. 具备文案创意能力，能写出原创文案。</li> <li>14. 能够根据要求修改文案稿件。</li> </ol> <p>（二）应具备的方法能力</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 良好的阅读能力。</li> <li>2. 收集、归纳和分析信息的能力。</li> <li>3. 具备新闻敏锐性和深刻的观察力。</li> </ol>

	4. 具备分析问题、比较问题、解决问题的能力。 5. 良好的学习、模仿能力。 6. 具备学习、总结与迁移能力。 7. 具备创意策划能力。 8. 新媒体创新创业能力。 （三）应具备的社会能力 1. 线上线下的自学能力 2. 持续改进优化的意识。 3. 版权保护意识。 4. 自我发展能力和岗位迁移能力。 5. 具备新媒体职业道德和新闻操守。					
教学内容 （组织实施）	活文案的结构、产品文案写作、传播文案写作、品牌文案写作、活动文案写作、微信文案写作、短视频文案写作					
考核方式	技能考核+实训					
广告策划 与创意	开设学期	4	周学时	4	总学时	80
课程性质、 适用专业	<p>《广告策划与创意》课程是市场营销专业、全媒体广告策划与营销专业必修核心课程，属于理论加实践课程。广告创意是市场营销活动的基础类型，它为企业的信息传递，企业文化建设及企业销售活动的开展提供必要的支持，通过本门课程的学习构建成为职业营销工作者的基本素质。本课程以实际操作为线索，以理论知识为支撑，采用任务导向教学方式，达到教学做结合。</p> <p>2021 年我院申请了数字营销技术应用职业技能等级考试(1+X),在本课程的教学内容中将加入 1+X 培训中的 APP 营销内容。适用于全媒体广告策划与营销专业、电子商务专业等。</p>					
教学目标	（一）能力目标 1. 能熟悉不同的广告形式。 2. 能使用广告制作的软件。 3. 能和客户洽谈广告业务。 4. 能评估广告效果。 5. 能根据企业实际需要提供不同的广告创意。 6. 能撰写广告文案。 7. 能做广告制作监制。					

	<p>(二) 知识目标</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 了解广告公司的组织架构，企业广告部门的基本流程；</li> <li>2. 熟悉广告媒体的差异性</li> <li>3. 熟悉广告创意的产生和筛选；</li> <li>4. 掌握不同广告形式的作用及适用范围；</li> <li>5. 掌握不同广告形式的制作技能；</li> <li>6. 熟悉广告文案的撰写；</li> <li>7. 熟悉广告合同的条款；</li> </ol> <p>(三) 职业素质目标</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1、基本职业素质。</li> <li>2、掌握并运用日常社交礼仪。</li> <li>3、调查工作的专业素养</li> <li>4、较高的沟通技巧</li> </ol>					
教学内容 (组织实 施)	广告的基本概念与分类、广告策划的内容与方案的制定、广告策划创意的产生、广告文案的撰写、广告的表现形式、广告的效果测评、广告策划活动的组织与实施等。					
考核方式	技能考核+实训					
品牌管理	开设学期	5	周学时	4	总学时	48
课程性质、 适用专业	<p>《品牌管理》是高等职业院校市场营销专业、全媒体广告策划与营销专业的核心课程，是学生做好市场营销工作的必备知识，也是学生将来从事品牌管理、品牌传播方向、品牌策划、品牌设计等方向工作的基础。</p> <p>该课程主要以品牌管理的全过程为主线构建课程内容，在了解品牌及品牌理论基础上，主要围绕“品牌定位、品牌个性、品牌建立、品牌形象塑造、品牌文化、品牌传播、品牌维护”等典型工作环节展开。理论知识按照“必需、够用”组织，而不是过于强调理论体系的完整性，突出品牌营销技能培养，具有很强的职业岗位针对性，操作性很强，是一门高职教学特色鲜明的专业课程。适用于工商企业管理、市场营销、全媒体广告策划与营销等专业。</p>					
教学目标	<p>(一) 能力目标</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 能够针对具体产品进行品牌定位；</li> <li>2. 能够针对具体的品牌分析出其品牌形象；</li> <li>3. 能够针对具体的品牌分析出其品牌文化；</li> <li>4. 能够针对具体的品牌进行品牌整合，传递清晰一致的品牌</li> </ol>					



	<p>文化，提升品牌价值。；</p> <p>5. 能够及时不断地进行品牌维护；</p> <p>6. 能够运用品牌创新理论分析品牌经营实践中的一些重要现象。</p> <p>(二) 知识目标</p> <p>1. 掌握品牌定位的过程及定位策略；</p> <p>2. 掌握品牌形象塑造的途径；</p> <p>3. 掌握品牌文化带给品牌的价值效应；</p> <p>4. 掌握品牌的广告传播、公共关系传播、销售促进传播、整合营销传播等传播途径；</p> <p>5. 掌握品牌危机的处理策略和品牌规划管理策略。</p> <p>(三) 职业素质目标</p> <p>1. 学生“用户需求”至上的意识，训练学生和客户交流的职业素养；</p> <p>2. 培养学生的心理承受能力、吃苦耐劳的精神和团队合作意识；</p> <p>3. 遵纪守法，忠于国家与组织，忠于职守。</p>					
教学内容 (组织实施)	品牌的概念与要素、品牌定位、品牌战略发展、品牌个性与品牌维护、品牌价值、品牌个性与品牌文化、品牌的创新与发展、品牌形象的塑造、品牌危机管理等。					
考核方式	笔试+技能测试					
新媒体营销与运营	开设学期	2	周学时	4	总学时	80
课程性质、 适用专业	<p>《新媒体营销与运营》课程是市场营销专业、全媒体广告策划与营销专业开设的核心专业课程。随着以微博、微信为代表的新媒体在包括营销在内的社会各领域掀起了一阵阵“风潮”，如今热度犹在，而网络直播、虚拟现实技术等又掀起一阵阵“巨浪”……不仅如此，新的营销理念与营销形式还在不断地创生。新媒体逐渐崛起壮大，社会对新媒体营销人才的需求也日益增加，新媒体营销课程在市场营销、电子商务和广告公关等专业的课程体系中，有着非常重要的地位。通过本课程的学习，使学生从互联网技术，市场营销和信息管理等多学科的角度，了解和掌握新媒体营销与运营的基本理论和核心内容。本课程教学突出学生的实践能力的培养，教授与新媒体传播相适应的知识和技能，培养适应新媒体时代需要的应用型营销人才。</p> <p>2021 年我院申请了数字营销技术应用职业技能等级考试</p>					

	(1+X),在本课程的教学内容中将加入 1+X 培训中的粉丝营销内容。
教学目标	<p>1. 知识目标:</p> <p>根据“必需”、“够用”的原则,让学生了解并掌握新媒体营销与运营的基本理论、基本方法,着重学习新媒体营销与运营在解决实际问题中的应用能力。具体包括:</p> <p>(1) 了解有关新媒体营销与运营环境、熟悉新媒体营销与运营流程,掌握新媒体营销与运营基本实质。</p> <p>(2) 掌握新媒体营销的各个主要领域,包括网络广告、软文营销、搜索营销、博客与微博营销、微信营销、论坛营销、邮件营销、IM 营销、APP 营销、第三方平台营销,以及比较前沿的场景营销、直播营销和 VR 营销的内容与主要方法。</p> <p>总之,《新媒体营销与运营》的学习是以企业需求为起点,以解决企业的需求为终点。通过课程的学习,使学生能够根据企业的实习情况制定出相应的新媒体营销与运营解决办法,并最终帮助企业解决新媒体营销与运营中的实际问题,让企业在激烈的市场竞争上求得生存和发展。</p> <p>2. 职业技能目标:</p> <p>(1) 具有利用网络工具开展市场调研、收集处理商务信息、撰写商情报告的能力。</p> <p>(2) 具有运用网络工具开展公关活动、进行公关策划的能力,如站点宣传策划、网络广告策划等。</p> <p>(3) 具有新媒体营销与运营策略综合运用能力。</p> <p>(4) 培养学生基本能力(学习能力、语言能力、信息能力、实践能力)、专业能力和发展能力(如公关能力、创新能力、管理能力)等。</p> <p>3. 职业素质养成目标</p> <p>(1) 培养学生适应网上贸易工作良好业务素质和身心素质,具备一定的新媒体营销与运营基本素质,增强学生的现代市场竞争意识。</p> <p>(2) 培养学生分析问题、解决问题的实际运用的能力。</p> <p>(3) 培养学生自身可持续发展的能力,在转换岗位职业后在复杂变化的环境中重新获得新的职业知识与技能。</p> <p>(4) 学生应具有较强的政治素质,具有合作精神和创新精神。</p>
教学内容 (组织实 施)	新媒体的概念、网络广告、软文营销、搜索营销、博客与微博营销、微信营销、网络视频营销、事件营销、新媒体前沿等。

考核方式	技能测试+实训					
社群营销与运营	开设学期	4	周学时	4	总学时	80
课程性质、适用专业	<p>《社群营销与运营》课程是全媒体广告策划与营销专业、市场营销等专业技能课，其主要内容包括如何制定群规，如何线上分享，何如做线下活动，选择什么样的平台等，大量干活秘籍一应俱全，并提供丰富的实操案例。通过本课程学习，学生可以掌握微信运营和社群运营的基础知识、为以后从事社群及微信运营工作打基础。</p> <p>2021 年我院申请了数字营销技术应用职业技能等级考试(1+X),在本课程的教学内容中将加入 1+X 培训中的社群营销内容。适用于市场营销专业、全媒体广告策划与营销专业。</p>					
教学目标	<p>(一) 能力目标</p> <p>会构建不同类型的微信群，对微信群有管理的能力，具体来说主要有如何让自己的社群加粉、如何进行互动、10 种微信群玩法、如何促成微信成交、如何加粉等等，让学生掌握线上拼团的方法与操作，如何经营社群并进行会员管理等。</p> <p>(二) 知识目标</p> <p>通过销售现场的主要工作内容，会分析不同类型消费者的心理活动特点；</p> <p>(1) 掌握社群营销的概念与基本特征；</p> <p>(2) 掌握优质社群打造的方法与途径；</p> <p>(3) 掌握社群营销的扩展时机和核心团队的打造；</p> <p>(4) 掌握社群构建到社群盈利的方法与途径；</p> <p>(5) 掌握社群营销的运营。</p> <p>(三) 素质目标</p> <p>通过项目任务的完成与锻炼，培养学生的专业技能，培养学生的人际交往与沟通能力，提高学生的综合营销能力与综合素质。</p> <p>(四) 情感目标</p> <p>让学生在实践操作中体会人情冷暖，让他们更清晰地认识人性，并通过完成任务的奖励，让他们获得成功的喜悦与失败的思考，培养学生独立营销能力。</p>					
教学内容 (组织实施)	社群营销的概念、社群运营、社群裂变、社群工具等					

考核方式	技能考核+实训					
网络直播与运营	开设学期	4	周学时	4	总学时	80
课程性质、适用专业	<p>《网络直播与运营》是一门理论与实践相结合的专业核心课程，根据工作岗位需求，本课程应使学生具备直播营销与运营能力，并能真正成为一名网络直播主播，实现能力变现。通过实践项目的设计，培养学生从事直播营销与运营工作的各种能力，熟悉直播营销与运营的相关方法、工具与技巧，具备熟练的职业技能。主要面向全媒体广告策划与营销、电子商务类、新媒体类、市场营销类相关专业学生</p>					
教学目标	<p>（一）能力目标</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 能够策划直播活动脚本。</li> <li>2) 能够组建直播团队，打造主播人设。</li> <li>3) 能够运用“四步营销法”推广直播间商品。</li> <li>4) 能够布置直播间设备、环境与灯光。</li> <li>5) 能够选择、陈列与管理直播间商品。</li> <li>6) 能够利用各种手段提升直播间氛围。</li> <li>7) 能够对直播间数据进行分析与复盘。</li> <li>8) 能够在淘宝直播平台、抖音直播平台、快手直播平台和视频号直播平台上进行直播带货。</li> </ol> <p>（二）知识目标</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 了解直播营销的优势、常见形式及合作模式、直播营销的产业链与收益分配模式，以及直播平台的主要类型。</li> <li>2) 掌握直播营销活动的基本流程，直播营销活动流程规划和直播活动脚本策划。</li> </ol>					

	<ol style="list-style-type: none"> <li>3) 掌握直播团队的组织架构，主播助理的培养。</li> <li>4) 掌握直播营销话术设计要点、原则和常用话术，直播营销“三点”方法论和直播间商品讲解要点。</li> <li>5) 掌握直播设备的配置，直播间的布置，场地要求、场景布置及辅助道具的使用。</li> <li>6) 掌握直播间选品策略，直播间商品定价策略，直播间商品结构规划，直播间商品精细化配置与管理。</li> <li>7) 掌握做好直播前预热，打造优质直播封面图，提升直播间氛围，开展平台内付费推广，做好粉丝运营的方法。</li> <li>8) 掌握直播数据获取、处理与分析的方法，以及直播数据分析的常用指标。</li> <li>9) 了解淘宝直播的生态特征，淘宝直播流量分配规则，以及淘宝直播代表性主播的直播特点及成功经验。</li> <li>10) 了解抖音平台的特点和抖音直播电商生态特征，以及抖音直播电商达人直播特点及成功经验。</li> <li>11) 了解快手平台的特点及快手直播电商生态特征，以及快手直播电商代表主播的直播特点及成功经验。</li> <li>12) 了解视频号直播平台的特点及视频号直播电商生态特征，以及视频号直播代表主播的直播特点及成功经验。</li> </ol> <p>(三) 素质和情感目标</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 具备直播行业的基本职业道德，热爱直播工作，虚心学习，勤奋工作，遵守行业法律、法规。</li> <li>2) 培养用户思维、流量思维、产品思维、大数据思维等运营思维。</li> <li>3) 养成认真踏实、细心耐心、注重合作、积极上进的</li> </ol>
--	--

	<p>工作作风，具有良好的服务意识。</p> <p>4) 讲究工作效率和时间观念,养成良好的书面记录习惯,及时回复用户的各种要求,有重要事项及时进行反馈。</p> <p>5) 保持对直播行业的敏感性,提高沟通协调能力。</p> <p>6) 锻炼自学能力和可持续发展能力。</p>					
教学内容 (组织实 施)	直播营销方案策划、组建高效能直播团队、直播话术、直播间设计、商品选择与规划、“引流”互动、数据分析、淘宝直播、抖音直播、快手直播、视频号直播等					
考核方式	技能测试+实训					
视频编辑 与制作	开设学期	3	周学时	4	总学时	48
课程性质、 适用专业	<p>本课程是全媒体广告策划与营销专业的一门专业核心课程,是依照高等职业教育培养目标与新媒体行业企业实际需求设置的专业必修课,主要面向全媒体广告策划与营销专业、市场营销类相关专业学生、新媒体从业者、电子商务从业者及社会学员,以实现技能提升和知识更新。</p> <p>《视频编辑与制作》课程主要针对新媒体运营、电商美工、短视频制作等岗位开设,主要任务是:培养学生在短视频拍摄与剪辑工作岗位中,熟练掌握短视频策划、脚本撰写、拍摄、剪辑等职业技能,能够策划、拍摄和剪辑出较高水平的短视频作品,在淘宝网、抖音等电商平台、短视频平台上展示和传播,具有较强的产品视频策划和执行能力,能够制作相应的短视频广告,培养学生短视频策划、拍摄、剪辑、特效制作、字幕制作、颜色校正、音频编辑等职业技能。</p>					
教学目标	<p>1. 知识目标</p> <p>(1) 了解短视频的特征和优势,短视频的渠道类型、内容类型及生产方式类型,以及短视频的商业变现方式。</p> <p>(2) 了解制作短视频需要做哪些前期准备工作,短视频制作团队</p>					

	<p>的组建方法，掌握短视频的策划方法。</p> <p>(3) 掌握短视频的构图要素，短视频构图的基本原则。</p> <p>(4) 掌握拍摄抖音短视频的方法，抖音短视频后期处理的方法，以及制作短视频封面图的方法。</p> <p>(5) 掌握使用“蕉片”App 编辑视频、使用 VUE App 修剪视频、使用“小影”App 一键生成主题视频、使用“巧影”App 多层编辑视频、使用“快影”App 制作文字视频与自动识别字幕、使用“乐秀”App 制作照片音乐卡点视频、使用 InShot App 美化与修饰视频、使用“简影”App 制作电子相册、使用 Bger App 制作节日促销视频的方法。</p> <p>(6) 掌握使用“爱剪辑”制作特效创意视频、使用“快剪辑”制作商品短视频、使用“会声会影”制作宣传片片头、使用 Camtasia Studio 录制与编辑视频、使用 Video Editor 快速处理视频的方法。</p> <p>(7) 掌握使用 Premiere 制作短视频片头、修剪短视频、制作电商图片幻灯片、制作影视片尾短视频、制作滚动字幕、为短视频调色、为短视频编辑音频的方法。</p> <p>(8) 掌握制作影视轮播广告和企业宣传片两个短视频制作实训案例的方法。</p> <p>2. 职业技能目标</p> <p>(1) 能够拍摄短视频，剪辑、包装与发布短视频。</p> <p>(2) 能够对短视频进行合理构图。</p> <p>(3) 能够拍摄抖音短视频，对抖音短视频进行后期处理，制作短视频封面图。</p> <p>(4) 能够使用“蕉片”、VUE、“小影”“巧影”“快影”“乐秀”、InShot App、“简影”、Bger App 进行短视频后期制作。</p> <p>(5) 能够使用“爱剪辑”“快剪辑”“会声会影”、Camtasia Studio、Video Editor 在 PC 端对短视频进行后期制作。</p> <p>(6) 能够使用 Premiere 制作短视频片头、修剪短视频、制作电商图片幻灯片、制作影视片尾短视频、制作滚动字幕、为短视频</p>
--	---

	<p>调色、为短视频编辑音频。</p> <p>(7) 能够根据案例讲解制作影视轮播广告和企业宣传片。</p> <p>3. 职业素养目标</p> <p>(1) 具备短视频行业的基本职业道德，热爱工作，虚心学习，勤奋工作，遵守行业法律、法规。</p> <p>(2) 培养用户思维、流量思维、产品思维、大数据思维等运营思维。</p> <p>(3) 养成认真踏实、细心耐心、注重合作、积极上进的工作作风，具有良好的服务意识。</p> <p>(4) 讲究工作效率和时间观念，养成良好的书面记录习惯，及时回复用户的各种要求，有重要事项及时进行反馈。</p> <p>(5) 保持对短视频行业的敏感性，提高沟通协调能力。</p> <p>(6) 锻炼自学能力和可持续发展能力。</p>					
教学内容 (组织实施)	<p>(1) 短视频的特征与优势</p> <p>(2) 短视频的类型</p> <p>(3) 短视频的商业变现方式</p> <p>(4) 短视频的制作流程</p> <p>(5) 短视频的构图原则与方法</p> <p>(6) 抖音短视频的录制与制作</p> <p>(7) 移动端短视频的后期制作</p> <p>(8) PC端短视频的后期制作</p> <p>(9) Premiere 短视频制作实训案例</p>					
考核方式	技能测试+实训					
营销综合实训软件 I-II	开设学期	2、3	周学时	4	总学时	160
课程性质、适用专业	<p>通过本课程的学习，教学目的在于通过软件操作学习、团队合作竞争、商品买卖资金分配等，能胜任一般企业在真实市场环境中的营销管理工作，获得较高的市场适应能力，从而培养学生团结协作、灵活应变和谨慎分析的品德与良好的市场大局观。适用于市场营销、市场营销（国际物流）、全媒体广告策划与营销等专业。</p> <p>2021 年我院申请了数字营销技术应用职业技能等级考试</p>					



	(1+X)，在本课程的教学内容中将加入 1+X 培训中的小程序营销内容。					
教学目标	<p>(一) 能力目标</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 能够熟练运用相应市场营销沙盘软件；</li> <li>2. 掌握同类沙盘软件操作方法；</li> <li>3. 能够熟练将所学营销知识应用于实际操作之中，4. 能够动态对营销策略进行调整。</li> </ol> <p>(二) 知识目标</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 掌握营销收支测算能力；</li> <li>2. 掌握分类型产品投放收益分析能力；</li> <li>3. 掌握竞争对手数据分析能力。</li> </ol> <p>(三) 职业素质目标</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 具有良好的职业道德</li> <li>2. 具有良好的沟通，交流，以及处理人际关系的能力</li> <li>3. 树立诚信品质，团队意识，敬业精神，责任意识和遵纪守法的观念</li> </ol>					
教学内容 (组织实施)	市场开拓、销售管理、广告管理、产品研发及认证生产计划、采购管理、库存管理					
考核方式	技能测试+实训					
Photoshop 图像处理	开设学期	3	周学时	4	总学时	80
课程性质、 适用专业	<p>Photoshop 图像处理课程是全媒体广告策划与营销专业的一门重要主干课程，也是学生学习后继课程(CorelDraw、动画制作、网页制作等)的基础。通过课程中对图形图像等的趣味处理，提高学生的专业学习兴趣，明确学习目的，为今后建立完整健全的计算机知识体系、学习平面设计中其他软件打下很好的基础。它可以把摄影图片、绘画、图形等现有的美术作品结合在一起，并进行处理，使之产生绚丽甚至超越意的艺术效果。</p> <p>在课程教学中，要进一步突出本课程在整个计算机知识体系中的重要作用，使学生走向工作岗位后，不但可以直接使用Photoshop 软件，更能将本软件和其他软件融合使用，进一步加强学生软件综合应用能力的培养。</p>					
教学目标	<p>(一) 知识目标</p> <p>本课程的总体学习目标是希望学生可以掌握 Photoshop 的基本概念与操作界面、选择区与图像编辑、图层和特效、路径和形</p>					

	<p>状工具、通道和蒙版、图像调整、文字处理与特效、滤镜、图像的色彩处理。通过学习，使学生具有阅读、分析作品的能力；具有根据需求进行平面设计的能力；具有根据要求策划设计的能力。</p> <p>（二）能力目标</p> <p>本课程以学生能够以平面设计能力为学习目标，使学生具备构思和设计制作平面设计的基本知识和基本技能，形成解决实际问题方法能力，并注意渗透思想教育，逐步培养学生的团队精神，加强学生的职业道德观念。</p> <p>1. 专业能力</p> <p>（1）了解平面设计的基础知识；</p> <p>（2）掌握色彩构成、平面构成的相关知识；</p> <p>（3）掌握平面设计的软件操作方法；</p> <p>（4）掌握图像的制作与修改技巧；</p> <p>（5）掌握平面设计的设计制作流程；</p> <p>（6）能熟练使用软件进行平面设计。</p> <p>2. 社会能力</p> <p>（1）培养创业精神、敬业精神和职业道德。</p> <p>（2）培养综合运用知识分析、处理问题的能力。</p> <p>（3）培养空间想象能力、创新意识；形成正确、规范的思维方式和分析方法。</p> <p>（4）培养认真负责、勤奋努力的工作态度、严谨细致的工作作风。</p> <p>（5）培养综合素质，提高团队合作精神。</p> <p>3. 方法能力</p> <p>（1）能独立进行平面设计；</p> <p>（2）能独立制作与修改图像；</p> <p>（3）具备灵活使用基础知识的能力；</p> <p>（4）具备使用网络或其他参考资料进行解决问题的能力；</p> <p>（5）具备观察、思考和修改平面设计图像的能力。</p> <p>（6）培养学生包装设计能力、广告装潢能力、艺术摄影作品的编辑及加工等综合能力</p>
<p>教学内容 （组织实施）</p>	<p>掌握图像文件基本操作；管理图像文件</p> <p>掌握色彩调整命令的操作</p> <p>掌握选区基本操作</p> <p>掌握如何让编辑图像文件</p> <p>掌握图层的正确操作方法</p> <p>掌握蒙版、通道、路径设置和使用</p> <p>掌握绘画与图像修饰、应用文字</p>

	掌握如何应用滤镜					
考核方式	技能测试+实训					
摄影摄像	开设学期	2	周学时	2	总学时	40
课程性质、 适用专业	<p>《摄影摄像》是一门理论与实践相结合的专业核心课程，兼顾技术与艺术的课程，目的是使学生了解和掌握影视的理论与实践知识的基础，掌握摄影摄像这一重要环节中的取景、透视、色彩、灯光运用方式的技术原理、艺术原则及实际操作的方法与技巧，并能够利用摄影摄像拍摄各种人物照片、场景、视频等；目标在于培养学生具备从事专业影视拍摄、照片拍摄、场景灯光等方面工作的基本职业能力。适用于全媒体广告策划与营销、广告等专业</p>					
教学目标	<p>（一）能力目标</p> <p>（1）领会客户意图，拍摄照片、视频；</p> <p>（2）熟练进行素材采集，并对素材进行处理；</p> <p>（3）根据作品的使用要求图片处理；</p> <p>（5）能够根据要求制作出用户满意的各类作品。</p> <p>（二）知识目标</p> <p>（1）了解摄影摄像的概念、特点、发展历程及一般工作流程；</p> <p>（2）了解摄像机的用途、特点及安装要求；</p> <p>（3）了解摄像机的常用术语；</p> <p>（4）了解摄像机的艺术指导原则；</p> <p>（5）了解摄影机中可以编辑的素材格式及特点；</p> <p>（6）掌握材质贴图的方法；</p> <p>（7）掌握摄影机的工作界面、菜单、工具面板以及各种控制面板的布局方式和使用方法；</p>					

	<p>(8) 掌握在电脑中导入拍摄素材的方法；</p> <p>(9) 掌握摄影摄像机的基本使用方法；</p> <p>(三) 素质和情感目标</p> <p>(1) 热爱影视后期制作艺术，对待工作精益求精，具有吃苦耐劳的精神；</p> <p>(2) 具有较好的团队合作精神，严于律己，宽以待人，善于交流沟通；</p> <p>(3) 自学能力强，紧跟技术发展的最新动态，对工作中遇到的挫折和困难不畏惧，能够主动寻求解决总是的方法；</p> <p>(4) 社会责任心和环境保护；</p> <p>(5) 语言及文字表达能力；</p> <p>(6) 具有决策能力和执行能力；</p> <p>(7) 利用网络、文献等获取信息的能力；</p> <p>(8) 自我控制与管理能力；</p> <p>(9) 制定工作计划的能力；</p> <p>(10) 评估工作结果（自我、他人）的能力。</p>					
教学内容 (组织实 施)	<p>(1) 器材的使用</p> <p>(2) 影像曝光</p> <p>(3) 取景构图</p> <p>(4) 摄影摄像艺术作品</p> <p>(5) 摄影摄像实践</p> <p>(6) 综合应用</p>					
考核方式	技能测试+实训					
平面广告 设计	开设学期	4	周学时	4	总学时	48
课程性质、 适用专业	<p>《平面广告设计》是我院全媒体广告策划与营销专业就业后从事相关工作岗位所必须掌握的基础技能。本课程立足于职业能力的培养，因此对课程内容的选择标准作了根本性改革，打破以知识传授为主要特征的传统学科课程模式，转变为以预期的职业</p>					

	<p>能力为中心组织课程内容和课程教学，让学生在完成具体设计项目的过程中发展职业能力。</p> <p>经过论证和分析，本课程确定了以下教学项目：MIS 的设计、VIS 手册基础设计项目、BIS 的设计，企业危机公关等。这些项目循序渐进的对学生进行职业能力的培养，其理论知识的选取紧紧围绕培养相应的职业能力的需要来进行，并融合了相关职业资格证书对知识、技能、素质的要求。通过本课程内容的学习训练，以工作任务为中心，将不同类型的知识综合起来，实现理论与实践的一体化，有利于培养学生的综合应用知识和技能，以便于有效地完成岗位上相应的工作任务。</p> <p>按照情境学习理论观点，学生在实际情境中才可能获得真正的职业能力，并获得理论认知水平的发展。因此，本课程在学习项目中要求打破纯粹讲述的教学方式，实施案例教学、项目导向、讲练结合的模式，以实际工作中典型的 VI 设计任务为案例，以各种 VI 设计或拟定的实训项目为任务进行设计。教学效果评价采取过程评价与结果评价相结合的方式，重点评价学生的工作态度和技能水平。</p>
教学目标	<p>(1) 知识目标</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>① 能依据设计题目完成市场调查和分析研究。</li> <li>② 能进行基本的 MIS 相关知识的设计。</li> <li>③ 能完成设计题材和设计形象的选择。</li> <li>④ 能选择合适的 VIS 设计形式和设计技法完成设计。</li> <li>⑤ 能完成设计的正稿制作与视觉修正。</li> </ol> <p>(2) 技能目标</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>① 具有市场调研和创意开发的能力。</li> <li>② 具有运用不同设计形式和技法进行设计表达的能力。</li> <li>③ 具有 VI 精致化制作的能力。</li> </ol> <p>(3) 态度目标</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>① 刻苦学习精神——听课专注，思维积极，作业独立完成并具</li> </ol>

	<p>有创造性。</p> <p>② 良好职业行为——诚实守信、遵守纪律、正确做事，做正确的事。</p> <p>③ 团结协作精神——互相帮助、相互学习、共同完成任务。</p> <p>④ 规范应用习惯——正确应用和遵守国家和行业的相关标准，作风严谨。</p>					
教学内容 (组织实施)	<p>熟悉 MIS 的基本理论、掌握 MIS 得主要内容</p> <p>进行 MIS 的实训设计、企业标志设计</p> <p>企业标准字设计、企业标准色设计</p> <p>企业员工手册、企业员工行为规范</p>					
考核方式	技能测试+实训					
网络营销 推广与策 划	开设学期	5	周学时	4	总学时	48
课程性质、 适用专业	<p>该课程在设计思路上充分体现理论与实践相结合。首先，根据市场营销专业、全媒体广告策划与营销专业人才培养方案，整理出这两个专业学生毕业后在网络营销方面所需要的能力以及所从事的岗位，这些岗位所需要的网络营销知识点。其次，针对每个典型工作任务进行细化、分解形成对应的学习内容，再针对每个学习内容形成学习单元及教学单元，进行知识点教育的同时，安排适当的实验内容进行验证，最后进行综合实训以及根据情况参与具体的企业网络营销。适用于全媒体广告策划与营销、市场营销专业、电子商务专业等。</p>					
教学目标	<p>(一) 能力目标</p> <p>1. 具有利用网络工具开展市场调研、收集处理商务信息、撰写商情报告的能力。</p> <p>2. 具有运用网络工具开展公关活动、进行公关策划的能力，如站点宣传策划、网络广告策划等。</p> <p>3. 具有网络营销策略综合运用能力。</p> <p>4. 培养学生基本能力(学习能力、语言能力、信息能力、实践能力)、专业能力和发展能力(如公关能力、创新能力、管理能力)等。</p> <p>(二) 知识目标</p> <p>1. 了解有关网络营销环境、熟悉网络营销流程，掌握网络营销基本实质。</p>					

	<p>2.掌握网络市场调研的内容与主要方法,以及商情分析等方面的知识。</p> <p>3.掌握网络营销过程的产品策略、价格策略、渠道策略、促销策略和顾客策略等方面的知识。</p> <p>(三) 职业素质目标</p> <p>1.培养学生适应网上贸易工作的美好业务素质和身心素质,具备一定的网络营销基本素质,增强学生的现代市场竞争意识。</p> <p>2.培养学生分析问题、解决问题的实际运用的能力。</p> <p>3.培养学生自身可持续发展的能力,在转换岗位职业后在复杂变化的环境中重新获得新的职业知识与技能。</p> <p>4.学生应具有较强的政治素质,具有合作精神和创新精神。</p>					
教学内容 (组织实施)	网络营销环境分析、网络市场调研、消费者购买行为模式、网络消费者购买决策过程、网络广告策划与创意等					
考核方式	笔试+技能测试					
广告法规	开设学期	5	周学时	4	总学时	48
课程性质、 适用专业	<p>《广告法规》课程是全媒体广告策划与营销专业、市场营销(营销与策划)广告学专业的专业必修课,其前期课程主要有《广告学》、《广告策划与创意等》。该课程主要让学生了解广告法的基本内容和作用,掌握广告法规和管理的基本理论、基本知识和基本技能。本课程可以通过翔实的案例结合广告法规条例,注重理论联系实际,加强学生分析问题和解决问题的能力。该课程重在培养学生的法律素养,让广告和营销从业者懂得自己必须遵守的有关法律法规,从而达到让学生知法、懂法、守法、依法办事,并能用法律的武器保护自己的目的。通过本课程的学习不仅让扩大学生的知识面,还能让本专业学生了解和掌握我国现行的主要广告法规的内容和要求,增强广告的法规意识,为今后从事广告管理工作打下较为扎实的基础。</p>					
教学目标	1、知识目标:					

	<p>1) 要求学生了解和掌握广告组织和管理基本运行规律;</p> <p>2) 掌握我国现行的主要广告法规的内容和要求;</p> <p>3) 熟悉广告和政府行政管理、广告行业自律及社会监督管理;</p> <p>4) 了解西方及港澳台有关广告法律。</p> <p>2、职业技能目标:</p> <p>1) 懂得辨别明显的广告违法行为;</p> <p>2) 能够在法律法规的约束内做广告和发布广告;</p> <p>3) 能够用法律武器保护自己及组织。</p> <p>3) 具有新媒体营销与运营策略综合运用能力。</p> <p>3、职业素质养成目标</p> <p>1) 培养学生良好的职业约束能力与素养;</p> <p>2) 培养学生的行业自律能力。</p> <p>3) 增强学生的广告法规意识,有对法的敬畏。</p>					
教学内容 (组织实施)	广告监管综述、广告法规综述、广告活动的基本规范、广告活动的基本制度、广告发布的一般准则、特殊行业广告的管理、特殊形式广告的管理、特殊性质广告的管理、广告违法行为的法律责任、国外广告法规与监管					
考核方式	笔试+技能测试					
电子商务 概论	开设学期	5	周学时	4	总学时	48
课程性质、 适用专业	<p>本课程是全媒体广告策划与营销专业的一门专业选修课程,本课程开发在线开放课,组织学生在线自主学习、师生线上和线下互动研讨,以及自主训练和指导训练相结合等多种学习形式,有助于增强创新创业意识、应用互联网思维、提高学习与创新能力、树立正确的价值观和责任感,符合新时代要求的综合素质与适应全媒体产业发展需要的专业基础能力。</p> <p>《电子商务概论》课程的任务是落实立德树人根本任务,满足电子商务类专业的人才培养要求,围绕核心素养,吸纳相关领</p>					



	<p>域的前沿知识和技术，通过一些知识、数据和故事的学习，让学生了解电子商务的基本知识、发展现状、未来趋势；通过一些创业案例、成功经验故事的分享，能够喜欢电商、喜欢专业、看到希望；通过组织讨论分析、实践操作等活动，能够由羡鱼到织网，迈出新媒体第一步。适用于市场营销、全媒体广告策划与营销等专业。</p>
教学目标	<p>（一）知识目标</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 掌握电子商务基本概念、特点、类型，以及发展历程及趋势；</li> <li>2. 理解电子商务系统框架、平台运营、在线支付、供应链等基本原理；</li> <li>3. 掌握电子商务法律法规、安全基本特点和电商安全管理方法；</li> <li>4. 理解电子商务智能化营销特点；</li> <li>5. 掌握电商购物的一般方法和技巧；</li> <li>6. 掌握常见平台网店的开设要求与方法；</li> <li>7. 掌握微商的概念、发展现状与商业模式分类；</li> <li>8. 掌握微商盈利方式和微店的开设方法；</li> <li>9. 掌握百度营销、微博营销、微信营销、短视频营销、直播营销等方法和技巧；</li> <li>10. 掌握大数据思维、增长思维、成长等思维方式特点；</li> <li>11. 掌握新零售的定义、本质及未来发展趋势；</li> <li>12. 掌握跨境电商概念、特点、类型与典型平台；</li> <li>13. 理解跨境电商支付原理，以及跨境电商物流方式；</li> <li>14. 理解农村电商的概念、特点、方式，以及技巧与方法；</li> <li>15. 掌握移动电子商务概念、应用领域、发展历程和趋势；</li> <li>16. 掌握社交电子商务概念、主要模式、发展历程和趋势；</li> <li>17. 理解 5G 对电子商务促进作用，以及 VR、AR 的应用；</li> <li>18. 掌握大数据、物联网、人工智能快速发展的特点和趋势；</li> <li>19. 理解大数据、物联网和人工智能在电子商务中的应用现状与趋势。</li> </ol>

	<p>(二) 能力目标</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 能深刻认识电子商务的含义，辩证看待“电子”和“商务”之间的关系，准确把握电子商务的内涵，形成自己的独到见解。</li> <li>2. 通过分析电子商务发展和技术应用，以及未来趋势分析，能批判性思考其必然性和影响因素，为未来把握创业机遇奠定思维基础。</li> <li>3. 能够对常见的电子商务进行分类判断，认识不同交易类型，对未知领域产生创新意识和判断，为今后创业的选择做好准备。</li> <li>4. 能深刻认识电子商务给人们生活带来变化的原因，以及常见的电子商务盈利模式，具备思考商业模式和盈利模式的意识。</li> <li>5. 能分析电子商务系统组成要素和框架结构，以及主要技术的特点。</li> <li>6. 能针对学习电子商务涉及的法律问题提出个人的看法，能做到学好用好《电子商务法》，能分析判定违规行为。</li> <li>7. 能根据自己的实际需要，开通个人网上银行业务，并能深入分析微信支付、支付宝等第三方支付平台的逻辑。</li> <li>8. 能根据自己的实际需求，选择合适的平台购物、关注电子商务物流动态、看懂卖家的定价策略和营销手段。</li> <li>9. 能运用电子商务安全的方法与技术，提高对个人和他人隐私数据的保护意识和风险防范意识。</li> <li>10. 能够根据自己的实际需求选择合适的电子商务平台，识别常见的促销陷阱，运用巧妙购物的方法。</li> <li>11. 能够选择合适的商品进行网络创业，为自己网店创业做好准备。</li> <li>12. 能够分析微商平台的特点和商业模式、开店流程、基本操作，根据自己的需求选择合适的微商平台进行创业。</li> <li>13. 能够分析网络营销主流平台的特点及区别，对形成自己的认知，为自己从事网络营销工作打下基础。</li> <li>14. 能够将大数据思维和增长思维灵活应用于生活实际，分析电</li> </ol>
--	--

	<p>子商务领域的一些现象，指导自己的创业决策。</p> <p>15. 能够从“人”的角度理解新零售，用新零售的思维模式看懂电子商务行业的发展趋势。</p> <p>16. 能够准确研判哪些是共享经济、对共享经济的未来发展趋势形成自己的观点。</p> <p>17. 能够通过不同途径，获取相关的跨境电商创业参考信息，能为跨境电商创业支付提出设计方案，以及对比分析典型跨境电商平台。</p> <p>18. 能够将农村电子商务应用到当前国家精准扶贫的战略中进行分析，对目前存在的问题和今后发展提出个人见解。</p> <p>19. 能够将智慧生活应用于专业学习和未来就业、创业中，总结和分析生活中移动电子商务的应用。</p> <p>20. 能够分析社交电子商务的未来发展趋势，准确研判未来发展需要解决的问题，为可能从事的社交电子商务创业奠定基础。</p> <p>21. 能为迎接“5G+电子商务”的到来储能，能预测AR和VR对电子商务产生的影响。</p> <p>22. 能够判断大数据、物联网、人工智能等技术对电子商务发展的影响，并提出个人见解。</p> <p>（三）素质目标</p> <p>1. 具有信息意识，能够根据学习和工作的实际需要，自觉主动地寻求恰当方式获取信息，分析数据所承载的信息。</p> <p>2. 具有合作意识，在合作解决问题过程中，能与团队共享信息，实现信息的更大价值。</p> <p>3. 具有互联网思维，能够运用信息技术的思想方法，界定问题、抽象特征、建立模型、组织数据，应用互联网的方法与技巧，迁移运用到相关问题的解决中。</p> <p>4. 具有创新意识，能开展自主探究、协作开展电子商务实践训练和创新创业实践。</p> <p>5. 具有数字化学习意识，能综合运用数字化学习资源与工具，自</p>
--	---

	<p>主或协作完成学习任务。</p> <p>6. 具有社会责任，在电子商务学习和创业实践中，有文化修养、道德规范和行为自律等方面应尽的责任。</p> <p>7. 具有遵规守纪的意识，能够遵守信息和电子商务方面的法律法规，遵守道德规范，懂得合法使用信息资源和开展商务活动，自觉抵制不良信息，注意保护个人、他人的信息隐私。</p> <p>8. 具有理性的价值判断和负责的行动能力，关注电子商务所带来的社会问题，对新观念和新事物，具备积极的学习态度、理性的价值判断和负责的行动能力。</p>					
教学内容 (组织实施)	认识电商、揭秘电商、玩转电商、透视电商、畅想电商等					
考核方式	笔试+技能测试					
公共关系 与礼仪	开设学期	4	周学时	2	总学时	40
课程性质、 适用专业	<p>《公共关系与礼仪》是一门综合性的应用科学，该学科以建立社会组织与社会公众之间良好的沟通关系，在社会公众心目中树立社会组织的良好形象为主线贯穿始终。设置本课程的任务，是为了使高职高专学生掌握公共关系的基本原理，运用公关基本原理进行案例分析，开展如公关调查、公关策划、公关传播和公关危机处理等公关活动，解决一些公关问题。</p> <p>适用于市场营销、人力资源管理、企业管理、全媒体广告策划与营销等专业。</p>					
教学目标	<p>(一) 能力目标</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 能对不同公众进行合理分类；</li> <li>2. 会熟练写出符合新闻报道的宣传稿；</li> <li>3. 能根据主题进行调查问卷设计，能撰写公共关系调研报告；</li> <li>4. 会初步举办庆典活动、赞助活动、召开记者招待会等专题公关活动。</li> </ol> <p>(二) 知识目标</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 熟悉公共关系职能；</li> <li>2. 熟悉公共关系工作机构组成要素；</li> <li>3. 掌握策划的方法，提高策划的综合能力；</li> </ol>					

	<p>4. 理解公关传播的原则和媒介,掌握公关传播实施技巧; 掌握危机管理与预防;</p> <p>5. 了解公关常的各种专题活动的特点与适用范围。</p> <p>(三) 职业素质目标</p> <p>1. 公关意识及团队意识得到提高;</p> <p>2. 掌握并运用日常社交礼仪。</p> <p>3. 文字撰写能力得到提高;</p> <p>4. 与人合作、交流的能力得到培养;</p> <p>5. 处理信息能力得到提高。</p>					
教学内容 (组织实施)	公关调查、公关计划、公关信息传播、公关效果评估、公关专题活动、接待工作、交际技巧、公关礼仪、公关关系等。					
考核方式	笔试+技能测试					
广告英语	开设学期	5	周学时	2	总学时	48
课程性质、 适用专业	<p>本课程标准的总体设计思路:变三段式课程体系为任务引领型课程体系,打破传统的文化基础课、专业基础课、专业课的三段式课程设置模式,紧紧围绕完成工作任务的需要来选择课程内容;变知识学科本位为职业能力本位,打破传统的以“了解”、“掌握”为特征设定的学科型课程目标,从“任务与职业能力”分析出发,设定职业能力培养目标;变书本知识的传授为动手能力的培养,打破传统的知识传授方式,以“工作项目”为主线,创设工作情景,培养学生的实践动手能力。为了充分体现任务引领、实践导向课程思想,本课程按照不同类别商品的销售工作过程进行贯穿,涉及到了销售活动工作过程的各个方面。适用于全媒体广告策划与营销等专业。</p>					
教学目标	<p>(一) 能力目标</p> <p>能够识别一定量的销售专业英语词汇;能够阅读并熟练的翻译英语课文;能够用英语进行日常的销售会话。</p> <p>(二) 知识目标</p>					

	<p>掌握广告英语词汇及用法；了解销售领域文章结构及体裁；掌握面对不同类型产品，选择适当的英语表达。</p> <p>（三）职业素质目标</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 具有良好的职业道德；</li> <li>2. 发展良好的沟通、交流以及处理人际关系的能力；</li> <li>3. 树立诚信品质、团队意识、敬业精神、责任意识和遵纪守法的观念。</li> </ol>					
教学内容 (组织实施)	Toys、clothing、Leather goods、Electric household appliances、furniture、jewelry、等					
考核方式	笔试+技能测试					
茶艺	开设 学期	第五学 期	周学时	2	总学时	24
课程性质、 适用专业	<p>课程性质：</p> <p>《茶艺》是工商管理学院的专业选修课程，对培养学生的职业能力和职业素养起着促进作用。本课程安排在第五学期，总课时为 24 学时，均为实训，周课时为 2 学时。通过本课程的学习，学生掌握茶艺的概念、茶叶知识、茶艺基本要素、茶艺表演等内容，陶冶情操，为今后在实际岗位上工作奠定理论和实践基础。</p> <p>适用专业：工商企业管理、人力资源管理、市场营销、市场营销（营销与策划）</p>					
教学目标	<p>（一）知识目标：</p> <p>学生需掌握茶艺的概念、茶叶知识、茶艺基本要素、茶艺表演、茶艺服务、茶艺馆的经营与管理、茶艺相关知识等知识。</p> <p>（二）能力目标：</p> <p>突出职业技术教育特点，以职业能力为配置课程的依据，使学生学到的知识、技能满足职业岗位的实际需求。学生熟练掌握茶艺表演、茶艺服务、茶艺馆的经营与管理的岗位技能。</p> <p>（三）职业素质目标：</p> <p>注重职业兴趣和职业道德的养成、注重服务意识和管理意识的养成、注重团队精神和敬业精神的养成，使学生成为有职业素养的酒店服务与管理人员。培养学生既能通过观察、分析、对照、模仿等进行独立思考、解决问题，又能通过交流、合作、对比、总结等进行团队协作、共同进取的综合素质。</p>					

<p>教学内容 (组织实施)</p>	<p>本课程首先讲授专业的茶文化与茶艺知识，包括茶叶的分类、茶叶的功效等内容茶叶的基本概况和基础知识，同时系统、全面、准确地讲授茶艺的知识，引导学生进行绿茶、花茶、红茶和乌龙茶等品种茶叶的冲泡技巧和各种茶具的使用，此外，通过图文视频等方式向学生展示不同国家和民族的饮茶习俗和茶文化的表现。</p> <p>课程根据教学内容的不同特点，采取课堂讲授、案例分析、分组讨论、角色扮演等教学方法，利用现代多媒体教学设备，集图片、声像、文字等资料动静结合，配合网络资源，丰富教学内容。</p>
<p>考核方式</p>	<p>30%平时成绩+70%实践操作考试</p>

七、教学进程总体安排

**全媒体广告策划与营销专业教学进度安排表（2022 年 5 月 31 日）**

模块名称	序号	课程名称	课程类型	课程性质	课程代码	考核方式	计划学时数			每学期周学时数						学分	备注
							理论	实践/实训	小计	一	二	三	四	五	六		
职业素养养成模块	公共必修	1	形势与政策	B	必修	11121002-1 11121002-2 11121002-3 11121002-4 11121002-5	笔试	10	10	20						1	每学期 4 次理论课
		2	安全教育	A	必修	01111053	笔试	20		20						1	
		3	思想道德修养与法律基础	A	必修	11111001	笔试	60		60	3					3	
		4	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	A	必修	11111004	笔试	80		80	4					4	
		5	计算机应用基础	C	必修	07131104	技能测试		40	40	2					2	
		6	军事理论	A	必修	01111065	笔试	36		36	2					2	
		7	军事技能训练	C	必修	01131066	技能测试	0	112	112						2	第一学期前 14 天集中进行



		8	文学与艺术欣赏	A	必修	01111064	笔试	80		80			4			4	
		9	体育	B	必修	01121005-1 01121005-2 01121005-3 01121005-4	笔试+技能测试	20	140	160	2	2	2	2		8	
		10	心理健康	B	必修	14121001	笔试+技能测试	20	20	40	2					2	
		11	劳动教育	A	必修	14111002	笔试	16		16			2			1	
		12	职业生涯发展与规划	B	必修	13121001	笔试+技能测试	20		20	2					1	
		13	大学生创新创业基础	B	必修	13121002	笔试+技能测试	20	20	40		2				2	包括 20 节慕课
		14	就业与创业指导	B	必修	13121003	笔试+技能测试	16	4	20				2		1	
		15	美育理论与实践	B	必修	15121001	笔试+技能测试	30	10	40		2				2	包括 20 节慕课
专业 技能 模块	专业 基础 课	1	市场营销学	B	必修	06121008-1	笔试+技能测试	40	40	80		4				4	
		2	广告学	B	必修	06121102	笔试+技能测试	40	40	80	4					4	
		3	市场调查与预测	B	必修	06121035-1	笔试+技能测试	20	20	40			2			2	
		4	消费者行为学	B	必修	06121087-1	笔试+技能测试	40	40	80			4			4	

		5	传播学	B	必修	06121124	笔试+技能测试	40	40	80	4						4	
	专业核心课	1	市场营销策划	B	必修	06121034-5	笔试+技能测试	24	24	48					4		4	
		2	广告文案	B	必修	06121145	笔试+技能测试	20	60	80				4			4	
		3	广告策划与创意	B	必修	06121146	笔试+技能测试	20	60	80				4			4	
		4	品牌管理	B	必修	06121088-5	笔试+技能测试	24	24	48					4		4	
		5	新媒体营销与运营	B	必修	06121095-2	笔试+技能测试	40	40	80		4					4	
		6	社群营销与运营	B	必修	06121096-4	笔试+技能测试	40	40	80				4			4	
		7	网络直播与运营	B	必修	06121147	笔试+技能测试	40	40	80				4			4	
		8	视频编辑与制作	C	必修	06131148	笔试+技能测试		48	48			4				4	
	专业拓展课	1	营销综合实训软件 I-II	C	必修	06131116-1 06131116-2	笔试+技能测试		160	160		4	4				8	
		2	Photoshop 图像处理	B	必修	06121155	笔试+技能测试	40	40	80			4				4	
		3	摄影摄像	B	必修	06121150	笔试+技能测试	20	20	40		2					2	

		4	平面广告设计	B	必修	06121151	笔试+技能测试	40	40	80				4		4	
		5	网络营销推广与策划	B	必修	06121099-5	笔试+技能测试	24	24	48					4		4
		6	广告法规	B	必修	06121130	笔试+技能测试	24	24	48					4		4
		7	毕业设计（论文、翻译等）	C	必修	01131025	技能测试		160	160					8		8
		8	毕业实习	C	必修	01131026	技能测试		240	240						12	12
职业素质拓展模块	专业选修	1	基础英语（非涉外非语言类专业）	A	专业选修	01112060-1 01112060-2	笔试	160	0	160	4	4					8
		2	电子商务概论	B	专业选修	0612152-1	笔试+技能测试	40	40	80	4						4
		3	公共关系与礼仪	B	专业选修	06122115-1	笔试+技能测试	20	20	40				2			2
		4	广告英语	B	专业选修	06122153	笔试+技能测试	24	24	48					4		4
		5	茶艺	B	专业选修	10122125	笔试+技能测试	12	12	24					2		2

		6	全媒体现代学徒制	C	专业选修	06131157	技能测试		400	400					20		20	注：在现代学徒制企业培养模式下，以 20 学分计算；如在校内培养模式下，则无需计算本学分，不计入周课时。详见备注 11
	公共选修	1	第一学期	B	公共选修		笔试+技能测试	20	20	40	2						2	
		2	第二学期	B	公共选修		笔试+技能测试	20	20	40		2					2	
		3	第三学期	B	公共选修		笔试+技能测试	20	20	40			2				2	
	第二课堂																2	
总 计								1280	1736	3016	26	26	25	25	22		160	
总学时：3016 学时；理论教学：1280 学时，占总学时 42.4%；实践/实训教学：学时 1736，占总学时 57.6%。																		
44 门课：A 类课程 7 门，占总课程 15.9%；B 类课程 31 门，占总课程 70.5%；C 类课程 6 门，占总课程 13.6%。																		

注：1. 第 1-5 学期按 20 周计算，其中第五学期授课 12 周，毕业设计 8 周。2. 课程类型分为三类：A 类(纯理论课)、B 类(理论+实训课)、C 类(纯实训课)。3. 课程性质分为三类：必修课、专业选修课、公共选修课。4. 考核方式分为三类：笔试、技能测试、笔试+技能测试。5. 第二课堂学分：由团委组织、认定的第二课堂活动，可在第 1 至第 5 学期任一学期完成，学分 2 分。6. 体育第一、二学期为公共体育，第三、四学期为选修项目，选定项目后连续学习两个学期。

7. 职业素养拓展模块的公共选修课安排在第一、二、三学期，完成 6 个学分，分为线上慕课选修和线下集中选修。

8. 劳动教育课程：在各专业实训实践课程中融入劳动教育、工匠精神，开设 16 课时劳动教育专题课；每学年的劳动周结合学生平时生活、生产和服务性劳动表现，与学生工作处德育考核挂钩，以各专业分院安排暑假社会实践活动的形式，通过上交论文与报告形式完成。

9. 1+X 证书试点工作：列举出该专业对应的具体证书名称，该证书均可转换专业课程的学分，原则上不超过两门专业课，不超过 8 学分。

10. 根据教职成【2019】13 号文件要求每学年安排 40 周教学活动，具体授课课时数根据课程开设当年实际情况而定。

11. 全媒体广告策划与营销为现代学徒制试点专业，学生在校完成一、二、三学期教学计划规定的课程后，第四学期执行两种教学模式：第一种现代学徒制企业培养模式，根据实际情况，学生参与企业培养，采用校企“双主体”“双身份”模式进行教学，学生成绩以“全媒体现代学徒制”成绩认定，计 20 学分（具体执行细则根据当年实际情况另行制定）；第二种学生在校内培养模式，按教学计划完成校内教学相应学分。

## 八、实施保障

### （一）师资队伍

全媒体广告策划与营销专业教师应具有良好的职业道德和敬业精神,具备全媒体广告策划与营销领域扎实的理论功底、熟练的实践技能、缜密的逻辑思维能力,丰富的表达方式,能遵循高职教育教学规律,正确分析、设计、实施及评价教学,具备课程设计和教学实施的综合能力,能准确把握行业发展动态并且与相关行业保持紧密联系。

1. 专业带头人具有高尚的政治素质、职业道德素质和严谨正派的学风;具备优良的学术才能素质,热爱科学和教育事业,有强烈的事业心和奉献精神。对专业发展有预见性,善于继承,勇于开拓、创新和拼搏;具有丰富的理论知识和动手操作、科技推广能力,还有经营能力和市场经营意识;同时具备副教授以上职称,能引领团队教学、科研,在教学工作中有强烈的质量意识和完整、有效、可持续改进的教学质量管理措施,教学效果好,且具有较强的教学改革科研能力;

2. 骨干教师具有高尚的职业道德,治学严谨,具有团结、协作精神;了解学科(专业)、行业现状,追踪学科(专业)前沿,及时把学科最新发展成果和教改教研成果引入教学;积极参加教学改革与创新,教学思想活跃,教学改革有创意;重视实验与实践性教学,引导学生进行研究性学习和创新性实验,培养学生发现、分析和解决问题的兴趣和能力的;定期下企业顶岗,有较强的实践操作能力;须取得技能证书,要积极参与企业技术开发与技术服务,具备既能教动脑又能教动手的“双师型”教师能力;

3. 校外兼职教师聘请了在全媒体广告策划与营销方面既有一定理论水平又有丰富实践经验的技术专家或能工巧匠担任,构建稳定的校外兼职教师网络。

### （二）教学设施

#### 1. 教室基本条件

一般配备黑(白)板、多媒体计算机、投影设备、音响设备,互联网接入或WiFi环境,并具有网络安全防护措施。安装应急照明装置并保持良好状态,符合紧急疏散要求、标志明显、保持逃生通道畅通无阻。

2. 营销专业实训室:营销专业实训室有电脑50台,连接互联网,可以为学生提供在线实训。实训室还有投影仪、音响等教学设备,可以进行多媒体教学。同时购买了营销管理决策模拟沙盘软件及企业经营管理沙盘模拟软件。

#### 3. 校外实训基地

按照跟岗实践和工学结合的要求,全媒体广告策划与营销专业将开拓以企业为主的校外实训基地,如7-11便利店、深圳百果园实业(集团)股份有限公司,并与百果园等企业建立现代学徒制班,真正实现了学生在校有专业指导老师培养与学生在岗学徒有企业师傅的带教的工学结合,“双导师”的培养模式。

### （三）教学资源

主要包括能够满足学生专业学习、教师专业教学研究和教学实施需要的教材、图书及数字化资源等。

### 1. 教材选用基本要求

按照国家规定选用优质教材，禁止不合格的教材进入课堂。学校已建立由专业教师、行业专家和教研人员等参与的教材选用机构，完善教材选用制度，经过规范程序择优选用教材。

### 2. 图书文献配备基本要求

图书文献配备能满足人才培养、专业建设、教科研等工作的需要，方便师生查询、借阅。专业类图书文献主要包括：有关营销理论、技术、方法、思维以及实务操作类图书，经济、管理类文献等。

### 3. 数字教学资源配置基本要求

建设、配备与本专业有关的音视频素材、教学课件、数字化教学案例库、虚拟仿真软件、数字教材等专业教学资源库，种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新、满足教学。

## （四）教学方法

全媒体广告策划与营销专业教学将持以“任务为驱动，以项目为导向”的教学模式，坚持“教、学、做合一”的原则，以培养学生的职业能力为核心，突出工作过程与学习过程的相结合。根据全媒体广告策划与营销的特点，分别采用任务驱动法、情景教学法、基于案例的学习、基于问题的学习、基于项目的学习、基于网络资源的学习、发现法、讨论法、启发式教学法、讲授法等教学方法，强化实践教学环节，实践教学的授课时数不低于课堂总授课时数的 50%，并且以案例或真实的任务来设计专业综合实训项目。积极推进运用多媒体技术教学，要求专业课堂教学使用多媒体教学的课时比例达到 60%以上。

## （五）学习评价

学生成绩的考核与评定由过程性考核与终结性考核组成。

1. 课程考核：过程性考核由考勤、作业、课堂参与、平时考核（含技能）等组成；终结性考核根据课程特点由理论考试、技能考核等组成。

2. 毕业实习：过程性考核由出勤、实习报告、企业实习总结、指导教师评价、企业评价等组成。

3. 毕业论文：成绩评定包含选题、论文质量等，成绩按照优、良、中、合格、不合格进行等级评定。

## （六）质量管理

### 1. 教学运行制度保障

为确保人才培养方案顺利实施，提升人才培养质量，学院建立了完善的院、分院（部）两级管理模式。针对教学运行环节，学院建有教材管理、日常教学管理、考务管理、校内和校外实践教学管理、顶岗实践管理等多个教学管理制度，对学院教学运行宏观管理。分院根据学院的项目管理制度，制订实施细则子项目管理制度。建立目标责任制，将项目内容进行指标分解，与子项目负责人签订子项目指标建设责任书，明确任务和时间安排，强化责任意识，建立奖惩机制。项

目建设严格按照项目任务书及项目经费管理办法实施细则执行，加强检查督促，及时处理建设中的各种问题，保障专业建设与改革的顺利进行。

## 2. 质量管理体系

### （1）院级教学质量监控

教学副院长带领教务处、实训中心、督学办等职能部门做好教学质量监控的部署、监督、协调等工作。具体通过以下几方面实施：

一是教学建设与教学改革监控。通过对分院专业建设、课程建设的评审或验收，对教学文件修订等进行指导和监控，引导分院进行教学建设和教学改革。审定分院教学改革方案，并监督落实；二是督查监控教学各环节，包括：教材选定、授课计划执行、考核等教学环节的贯彻落实；三是对实训、实践、毕业论文（毕业设计）、顶岗实践等实践教学环节进行监控评价；四是通过各级别听课，包括院领导听课、督学办教师听课、教学管理部门听课等多方位掌握课堂教学情况；五是定期组织召开学生座谈会和评教评学，及时听取学生对教学的反映；六是广泛听取用人单位对人才培养工作的意见和建议，认真分析并做相应整改。

### （2）分院教学管理

分院在学院的领导下，分院院长带领教学干事和所有任课教师做好教学质量监控的部署、监督、协调等工作。主要体现在以下几个方面：

首先，为了进一步维护和稳定教学工作秩序，加强对教学过程的动态监控，充分调动教师教学工作的积极性，保证教学质量的稳步提高，全媒体广告策划与营销专业实施了分院兼职督导监控机制，成立了兼职督导委员会，在教学过程中根据相应的质量标准，对教学管理及教学全过程的各个环节的质量情况进行监督控制与评价，对教学条件、实训室教学与使用、教学过程、教学效果、进行监控，科学地鉴定了教学质量的全面状况，并提供反馈信息，促进了教学质量进一步提高。

## 九、毕业要求

学生通过三年的学习，须修满的专业人才培养方案所规定的 3016 学时，完成一次顶岗实习以及毕业论文等规定的教学活动，合格毕业生公共基础课程、专业基础课、专业核心课等所有课程及毕业论文成绩必须全部合格；优秀毕业生专业课平均成绩 75 分以上。