

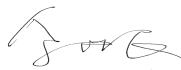

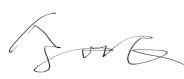


江西外语外贸职业学院
Jiangxi College Of Foreign Studies

2023 级全媒体广告策划与营销专业 人才培养方案

2023 年 6 月

江西外语外贸职业学院专业人才培养方案论证表

专业代码	560216	专业名称	全媒体广告策划与营销	
使用年级	2023 级	所在分院	工商管理学院	
论证专家				
序号	姓名	工作单位	职称/职务	签名
1	余世民	江西工业职业技术学院	教授	
2	范平	浙江旅游职业学院	副教授/副院长	
专家论证意见				
<p>该专业人才培养方案定位较准确，培养目标较明确，总体思路较清晰，整体框架规范，实践课时达到了 50%以上，课程内容也体现了职业教育理念，但还存在着一些问题：1、课程体系不够合理，如：《图形图像设计》、《广告实务》不应认定为专业基础课，应是专业核心课；《新媒体营销》与《新媒体营销传播》的内容有重叠；《广告实务》与《广告策划与创意》也有内容重叠；课程体系结构逻辑导图也不够明晰。2、没有体现校企合作的特色，如：在实施保障中，可建立校企人员共同参与的专业指导委员会。3、教学方法中，没有体现课程思政的理念。4、在教学安排进度表中，开课部门栏没有代码标识；有的科目学分与学时不符（1 学分=16 或 18）；表中小计栏统计数字有误；先开课程与后开课程，没有合理规划，如：《市场营销》应放在其它营销类课程之前。5、有些课程的素质目标与能力目标相混淆，应有界定。6、文字排版不规范。</p> <p style="display: flex; justify-content: space-between; margin-top: 20px;"> 专家签字：  2023 年 5 月 30 日 </p>				

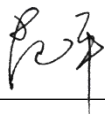
专家论证意见

本方案依据教育部最新的专业简介要求，框架体系较完整，格式较规范。

有如下几点建议：

1. 表 1 职业面向的内容不完整、不太规范；
2. 在毕业生职业发展路径中对初始岗位、发展岗位、迁移岗位的理解有偏差；
3. 培养目标中，五育缺了“劳”，应明确“高素质技术技能人才”的提法；
4. 培养规格中“知识”下面包括社会能力和方法能力，不妥；
5. 全媒体广告策划与营销课程体系结构逻辑图不完整，逻辑也并不是很清晰；
6. 缺乏对实践教学体系总体设计思路的阐述，实践教学体系中涉及的课程没有做到对专业核心课程和实习实训课程的全覆盖；
7. 教学方法上对混合式教改、模块化教改、岗课赛证融通的思考还有待进一步深化与实施；
8. EXCEL 中总课时数与毕业条件不符；
9. EXCEL 中提到了全媒体现代学徒制，但在人培的 WORD 版中完全没有相关的内容。

专家签字：



2023 年 5 月 30 日

专家论证结论

- ☐ 论证通过
- ☒ 修改后通过
- ☐ 不通过

目 录

一、专业名称及代码	1
(一) 专业名称	1
(二) 专业代码	1
二、入学要求	1
三、修业年限	1
四、职业面向	1
(一) 职业面向	1
(二) 毕业生职业发展路径	1
五、培养目标与培养规格	2
(一) 培养目标	2
(二) 培养规格	3
六、课程设置及要求	4
(一) 课程体系结构设计思路	4
(二) 课程设置	5
(三) 实训教学体系	40
七、教学进程总体安排	42
(一) 教学周数总体安排	42
(二) 教学进程总体安排	42
八、实施保障	43
(一) 师资队伍	43
(二) 教学设施	44
(三) 教学资源	45
(四) 教学方法	47
(五) 学习评价	48
(六) 质量保障	49
九、毕业要求	50
十、公共选修课程列表	51
十一、 附件	52

一、专业名称及代码

（一）专业名称

全媒体广告策划与营销

（二）专业代码

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人员。

三、修业年限

三年

四、职业面向

（一）职业面向

职业面向如表 1 所示。

表 1 职业面向一览表

专业所属 大类(代 码)	专业类 (代码)	本专业所 对应的行 业(代码)	主要职业类别(代 码)	主要岗位类别 (或技术领 域)	职业技能等级 证书举例
新闻传播 大类(56)	广播影 视类 (5602)	广告业 (725)	文化、娱乐、体育 经纪代理人员 (4-13-05)、 专业化设计服务人 员(4-08-08)	广告策划、图 片及音视频制 作、新媒体编 辑、数据采集 与分析、全媒 体运营与推广	全国 1+X 自媒 体运营职业技 能等级证书、全 媒体运营师证、 互联网营销师 证、新媒体编辑
注：（1）所属专业大类和所属专业类：依据《职业教育专业目录（2021 年）》 （2）对应行业（代码）：依据《国民经济行业分类与代码》（GB/T 4754-2017） （3）主要职业类别（代码）：依据《中华人民共和国职业分类大典》（2015 版） （4）职业技能等级证书应涵盖但不限于“1+X”中的“X”证书					

（二）毕业生职业发展路径

毕业生职业发展路径如表 2 所示。

表 2 毕业生职业发展路径

岗位类型	岗位名称	岗位要求
初始岗位	广告策划	具备数据分析能力、广告决策、实施广告决策、检验广告决策以及广告的整体战略与策略的运筹规划与执行
	媒介专员	具备良好的开拓与维护 KOC/KOL 等相关资源的能力，能够配合品牌方需求精准匹配适合的 KOC/KOL, 理解广告结案流程
	文案策划	文字能力强，能够按需求撰写文案，能理解不同平台不同领域的语言调性，理解品牌内涵。
	视频编辑	能综合运用 After Effects、Pr 等软件配合市场运营完成视频编辑与制作
	摄影摄像	具备摄像技能和出色的画面感受能力，拥有丰富的灯光、取景基础，能按照导演的要求为其提供符合影片内容的画面
发展岗位	品牌运营	具备对产品和市场数据分析、品牌打造，能够配合市场运营需要进行品牌运作与管理，能够负责公司品牌和产品的网络推广
	活动策划	具备市场调查、数据分析能力，能统筹设计活动对品牌进行塑造、产品的推广与销售
迁移岗位	直播主播	能够使用直播设备在直播平台进行视频直播. 宣传产品知识, 挖掘产品知识的卖点亮点; 具备定期策划. 组织各种直播活动的的能力
	设计美工	熟悉设计软件，如 Photoshop、CorelDraw、H5 等，能根据需求协助完成设计中的文字、图片、颜色、格式等工作，了解用户体验，利用设计手段增强用户体验
	数据采集与分析	具备搜集行业相关信息、协助公司相关项目数据分析的能力，能够从大量信息中筛选出目标以帮助制定项目决策

五、培养目标与培养规格

（一）培养目标

本专业着眼于全媒体发展的学科与产业前沿，适应本省或长三角地区广告策划与媒体(大众媒体及新媒体) 产业发展一线工作需要，培养德智体美劳全面发展，掌握扎实的科学文化基础和市场营销、媒体传播等基础知识，具备全媒体创意策划、制作包装、渠道运营等能力，具有全球视野和较强可持续发展能力，具有诚信、合作、敬业、创新创业基本素养、工匠精神和数字素养，能够从事广告策划、图片及音视频制作、新媒体编辑、数据采集与分析、全媒体运营与推广等工作的“跨媒体、会策划、能设计、善实战、懂营销”高素质技术技能人才。

（二）培养规格

1. 素质

（1）思想道德素质：坚定拥护中国共产党领导和中国特色社会主义制度，以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入学习贯彻党的二十大精神，热爱祖国，努力为人民服务，有事业心和责任感，能吃苦耐劳。拥护宪法，有民主和法制观念和公民意识，知法、懂法、守法。

（2）专业素质：具备专业基础认知，行业岗位认知，能利用专业知识帮助行业企业进行广告策划、品牌推广、新媒体应用及数据分析，解决企业产品和服务在数字经济时代的营销推动等问题。能利用所学技能完成平面广告制作、视频制作、广告文案制作、直播等行业工作内容；能合理使用新媒体推广和营销技能对行业企业新媒体领域的具体事务进行分析处理。

（3）身体心理素质：掌握科学锻炼身体的基本技能，养成科学锻炼身体习惯，讲究卫生保健，达到国家大学生体育合格标准，身体健康。

（4）劳动素养：在新媒体领域的学习是离不开创造性思维和能力的培养，因此通过参与日常劳动、生产劳动和服务性劳动不断推动创造性劳动技能的应用，实现劳动习惯、劳动价值观的培养，弘扬工匠精神，成为行业的创新创业推动者。

2. 知识

（1）掌握本专业从事职业活动相关的国家法律、行业规定，掌握绿色生产、环境保护、安全防护、质量管理等相关知识与技能，了解相关产业文化，遵守职业道德准则和行为规范，具备社会责任感和担当精神。

（2）掌握支撑本专业学习和可持续发展必备的文学与艺术欣赏、美育理论与实践等文化基础知识。

（3）掌握广告法律法规、广告原理与活动规律等方面的基础理论知识，具备判断是否符合广告传播规范的能力，掌握消费心理行为、市场营销等方面的基础理论知识。

（4）掌握视频编辑与制作、图形图像设计、市场营销等方面的专业基础知识。

（5）掌握摄影摄像设备的结构和操作、摄影摄像造型、组接规律等方面的专业基础知识。

（6）掌握数据分析方法、数据采集与清洗等方面的专业基础知识。

（7）掌握新媒体营销传播等方面的专业基础知识。

3. 能力

- (1) 具有良好的科学素养与人文素养，具备职业生涯规划能力。
- (2) 具有适应产业数字化发展需求的基本数字技能，基本掌握全媒体广告策划、制作、营销运营领域数字化技能。
- (3) 具备市场细分与定位的能力。
- (4) 具有广告市场调研、写作技法等技术技能，具备广告策划、文案写作的能力。
- (5) 具有操作多媒体技术处理软件等技术技能，具备根据广告策划文案进行图片拍摄处理、短视频制作、影视广告制作的能力。
- (6) 具有操作数据分析软件、使用新媒体平台数据分析功能等技术技能，具备对新媒体数据进行分析与应用的能力。
- (7) 具有新媒体平台搭建互动活动等技术技能，具备组合使用多种媒体构建传播矩阵、制定全媒体平台推广和流量变现策略的能力。
- (8) 具有探究学习、终身学习和可持续发展的能力，具有整合知识和综合运用知识分析问题和解决问题的能力。
- (9) 掌握基本身体运动知识和至少 1 项体育运动技能，达到国家大学生体质测试合格标准，养成良好的运动习惯、卫生习惯和行为习惯；具备一定的心理调适能力。
- (10) 掌握必备的美育知识，具有一定的文化修养、审美能力，形成至少 1 项艺术特长或爱好。
- (11) 具备与本专业职业发展相适应的劳动素养、劳动技能，创造性劳动能力。

六、课程设置及要求

(一) 课程体系结构设计思路

全媒体广告策划与营销专业课程体系建设基于对就业岗位群的能力和素质分解，分析专业发展需求，基于创造性劳动教育理念建设“课证赛团、四步进阶”人才培养模式，积极落实“双主体”育人，推动学生从新手——高级新手——胜任者——精通者的学业发展路径构建课程体系，基于创造性劳动能力培育学生职业素质、专业能力、实践能力、创新创业能力，拓宽学生就业面，最终实现人才

培养目标。

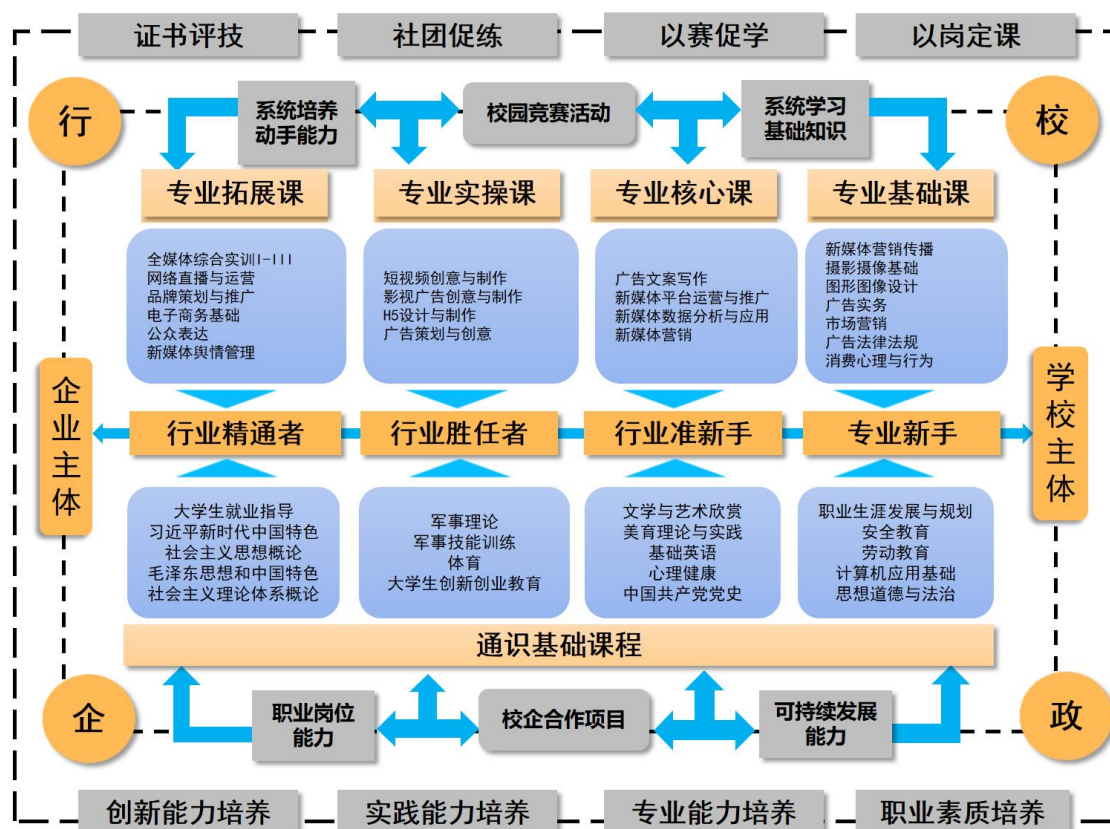


图 1 全媒体广告策划与营销专业课程体系结构逻辑关系图

(二) 课程设置

1. 公共课程

表 3 公共课程设置要求

习近平新时代 中国特色社会 主义思想概论	开课学期	第 1 学期	总课时	48
教学目标	<p>【素质目标】（1）通过基本理论的学习，帮助大学生坚定建设富强民主文明和谐美丽的社会主义现代化强国的决心。</p> <p>（2）帮助学生打好扎实的理论功底，帮助大学生坚定中国特色社会主义道路自信、理论自信、制度自信、文化自信。</p> <p>（3）培养大学生的使命感和责任心，使其成长为有理想、有道德、有文化、有纪律的中国特色社会主义事业的建设和接班人。</p> <p>【知识目标】（1）了解习近平新时代中国特色社会主义思想，是对马克思列宁主义、毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观的继承和发展，是马克思主义中国化最新成果，是党和人民实践经验和集体智慧的结晶，是中国特色社会主义理论体</p>			

	<p>系的重要组成部分，是全党全国人民为实现中华民族伟大复兴而奋斗的行动指南，必须长期坚持并不断发展。</p> <p>（2）掌握习近平新时代中国特色社会主义思想的基本精神、基本内容、基本要求，坚持不懈用习近平新时代中国特色社会主义思想武装头脑、指导实践。</p> <p>（3）理解中国共产党人如何运用马克思主义和习近平新时代中国特色社会主义思想的立场、观点、方法解决现实生活的基本问题，推进中国特色社会主义伟大事业。</p> <p>【能力目标】（1）具有熟练掌握本课程的基本概念和原理，正确表达思想观点的能力。</p> <p>（2）具有明辨是非和做出正确的价值取向的能力。</p> <p>（3）学会运用习近平新时代中国特色社会主义思想，对我国经济、政治、文化社会、生态、等社会现实问题，具有初步的分析、判断和解决的能力。</p>			
教学内容	<p>本课程通过系统讲授习近平新时代中国特色社会主义思想的核心要义、精神实质、丰富内涵、实践要求，结合习近平新时代中国特色社会主义思想在中华大地的生动实践，全面解读党在新时代的基本理论、基本路线、基本方略，帮助学生全面认识习近平新时代中国特色社会主义思想的时代意义、理论意义、实践意义、世界意义，深刻把握其中贯穿的马克思主义立场观点方法，进一步增强“四个意识”，坚定“四个自信”，做到“两个维护”，努力成长为担当民族复兴大任的时代新人。</p>			
教学要求	<p>授课教师要结合教学实际、针对学生思想和认知特点，积极探索行之有效的教学方式方法，强化党的理论创新成果的学理阐释，采取互动式教学，加强师生互动交流，注重调动学生学习的积极性主动性。按照“八个相统一”的要求，增强思政课的思想性、理论性和亲和力、针对性，全面提高思政课质量和水平。</p>			
思想道德与法治	开课学期	第 2 学期	总课时	54
教学目标	<p>【素质目标】增强学生的思想道德和法律意识，提高学生思想道德和法律素质。运用知识的能力则是学生分析问题、解决问题的程度和水平，从而提高学生的思想、政治、道德、法制观念和心理素质，把学生培养成“有理想、有道德、有文化、有纪律”的社会主义事业建设者和接班人。</p>			

	<p>【知识目标】通过学习，让学生初步了解中国特色社会主义进入新时代这一重大历史判断，了解本课程的性质和内容、明确学习本课程的重要意义。</p> <p>【能力目标】能适应大学生活，掌握正确的学习方法，做出切实可行的大学生活规划；能自觉树立正确的人生观和价值观，端正人生态度，处理好人与人、人与社会、人与环境的关系；能确立科学的学业理想和职业理想，并积极投身社会实践，化理想为现实；能按照法律的思维方式，评判周围事物，能依法行使法律权利、履行法律义务。</p>			
教学内容	绪论；领悟人生真谛、把握人生方向；追求远大理想、坚定崇高信念；继承优良传统、弘扬中国精神；明确价值要求、践行价值准则；遵守道德规范、锤炼道德品格；学习法治思想、提升法治素养			
教学要求	<p>1. 任课教师要以修订的本课程标准组织教学；并力求达到科学性、创新性、思想性、启发性、针对性和实践性的统一。</p> <p>2. 教学方式可灵活多样。如：理论教学、案例教学、课堂互动、多媒体教学和第二课堂的实践教学等。</p> <p>3. 学习成绩评定应注重科学性、合理性。注意把学生的学习态度、平时成绩、卷面成绩、实践成绩等方面结合起来。</p>			
毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	开课学期	第 3 学期	总学时	36
教学目标	<p>【素质目标】帮助学生树立正确的世界观、人生观和价值观，培养学生的人文底蕴、科学精神、职业素养、社会责任感和积极的人生态度，践行社会主义核心价值观。</p> <p>【知识目标】以马克思主义中国化为主线，以马克思主义中国化最新成果为重点，集中阐述马克思主义中国化理论成果的形成过程、主要内容、精神实质、历史地位和指导意义，充分反映中国共产党不断推进马克思主义基本原理同中国具体实际相结合、同中华优秀传统文化相结合的历史进程和基本经验，使学生对马克思主义中国化进程中形成的理论成果有更加准确的把握；对中国共产党领导人民进行的革命、建设、改革的历史进程、历史变革、历史成就有更加深刻的认识；对中国共产党在新时代坚持的基本理论、基本路线、基本方略有更透彻的理解。</p> <p>【能力目标】提高学生运用辩证唯物主义和历史唯物主义的观点和方</p>			

	法认识问题、分析问题、解决问题的能力，尝试培养学生的战略思维、创新思维、辩证思维、法治思维、底线思维、历史思维等能力，以更好地把握中国的国情、中国社会的状况和自己的生活环境。			
教学内容	教材体系中的基本理论 (1) 专题一 马克思主义中国化的历史进程和理论成果 (2) 专题二 毛泽东思想及其历史地位 (3) 专题三 新民主主义革命理论 (4) 专题四 社会主义改造理论 (5) 专题五 社会主义建设道路初步探索的理论成果 (6) 专题六 中国特色社会主义理论体系的形成发展 (7) 专题七 邓小平理论 (8) 专题八 “三个代表”重要思想 (9) 专题九 科学发展观			
教学要求	培养学生理论思维。要求学生学习把握理论背后的思想、思想之中的战略以及战略之中蕴含的智慧，从而得到思想的启迪、战略的启蒙和智慧的启示，使学生能够带着思考学，带着问题学，做到学有所思、学有所悟、学有所得，不断提高自己的思想理论水平，不断提高分析问题、解决问题的能力。			
形势与政策	开课学期	第 1-5 学期	总学时	40
教学目标	<p>【素质目标】 让学生感知国情民意，把对形势与政策的认识统一到党和国家的科学判断上和正确决策上，坚定在中国共产党领导下走中国特色社会主义道路的信心和决心。</p> <p>【知识目标】 引导和帮助学生掌握认识形势与政策问题的基本理论知识和党的路线方针政策的基本内容，了解我国改革开放以来形成的一系列政策和建设中国特色社会主义进程中不断完善政策体系。</p> <p>【能力目标】 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	本课程教学主要围绕党和国家推出的重大战略决策和当代国际、国内形势的热点、焦点问题，并结合我院教学实际情况和学生关注的热点、焦点问题来确定，组织实施我院学生《形势与政策》课的教育教学工作。着重进行党的基本理论、基本路线、基本纲领和基本经验教育；进行我国改革开放和社会主义现代化建设的形势、任务和发展成就教育；进行党和国家重大方针政策、重大活动和重大改			

	<p>革措施教育。要紧紧围绕国内外形势、重大事件、重要时事和我国的对外政策，以提高学生对形势与政策的认知能力为着力点，进行马克思主义形势观、政策观教育，引导学生正确把握国内外形势的大局。</p>			
教学要求	<p>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。</p>			
计算机应用基础	开课学期	第 1 学期	总课时	32
教学目标	<p>【素质目标】养成严谨求实的科学态度、良好的信息素质和团队合作精神，具有高尚的职业素养，树立自主学习、终身学习的观念。</p> <p>【知识目标】熟悉 windows 和 Office (word, Excel, PowerPoint) 的操作技术与基本应用。</p> <p>【能力目标】利用 windows 和 Office 技术分析并解决实际问题的基本能力，培养良好的信息素养与计算思维。</p>			
教学内容	<p>1、Windows 操作系统对文件进行管理，对系统进行设置与优化；</p> <p>2、Word 对日常办公文档进行编辑、排版；</p> <p>3、Excel 处理日常办公电子表格，输入数据建立表格，利用公式与函数计算数据，对数据管理，表格美化等功能；</p> <p>4、PowerPoint2010 建立演示文稿，美化演示文稿，在文稿中插入声音、视频、图表、图形等各种对象。</p>			
教学要求	<p>教师应具备计算机专业资格证书或职业资格证书，应用机房进行实践教学</p>			
军事理论	开课学期	第 1 学期	总课时	36
教学目标	<p>【素质目标】强化爱国主义、集体主义观念，加强组织纪律性，促进大学生综合素质的提高。</p> <p>【知识目标】使大学生掌握基本军事理论与军事技能，达到增强国防观念和国家安全意识。</p> <p>【能力目标】做到心系家国天下，时刻准备着在祖国需要的时候，挺身而出，保卫家国；自觉接受军事训练，学习军事理论课程，遵守国家法律法规。</p>			
教学内容	<p>军事理论课主要包括：中国国防、国家安全、军事思想、军兵种知识、现代战争、信息化装备等，教学时数 36 学时。</p>			
教学要求	<p>1、军事课程以国防教育为主线，通过军事课教学，使大学生了解当</p>			

	<p>前国际军事斗争形势，掌握基本军事理论与军事技能，达到增强国防观念和国家安全意识，强化爱国主义，集体主义观念，加强组织纪律，促进大学生综合素质的提高，为中国人民解放军训练后备兵员和培养预备役军官打下坚实的基础。</p> <p>2、军事理论课是在校大学生的一门必修课，列入学校的教学计划，在第一学期结合新生军训集中安排。</p> <p>3、严格执行教学计划，要按照《教学大纲》的要求组织实施教学。严格考勤、考核制度，考试合格取得相应的学分，成绩记入学生档案。</p> <p>4、为了让大学生更全面的掌握军事理论专业知识，除了把军事理论课程内容与技能练习相结合外，还要邀请军训教官或高级军官讲课。让军训教官或高级军官把在部队学习的军事前沿专业知识传授给学生，让学生真实系统的掌握国家军事理论或技能的最新知识，为鼓励大学生投身国防事业打下扎实的基础。</p>			
军事技能 训练	开课学期	第 1 学期	总课时	112
教学目标	<p>【素质目标】强化爱国主义、集体主义观念，加强组织纪律性，促进大学生综合素质的提高。</p> <p>【知识目标】使大学生掌握基本军事理论与军事技能，达到增强国防观念和国家安全意识。</p> <p>【能力目标】做到心系家国天下，时刻准备着在祖国需要的时候，挺身而出，保卫家国；自觉接受军事训练，学习军事理论课程，遵守国家法律法规。</p>			
教学内容	<p>军事技能课主要内容包括：共同条令教育与训练、防卫技能与战时防护、射击与战术训练、战备基础与应用训练等，训练时间 2—3 周，实际训练时间不得少于 14 天 112 学时。</p>			
教学要求	<p>1、军事课程以国防教育为主线，通过军事课教学，使大学生了解当前国际军事斗争形势，掌握基本军事理论与军事技能，达到增强国防观念和国家安全意识，强化爱国主义，集体主义观念，加强组织纪律，促进大学生综合素质的提高，为中国人民解放军训练后备兵员和培养预备役军官打下坚实的基础。</p> <p>2、军事理论课是在校大学生的一门必修课，列入学校的教学计划，在第一学期结合新生军训集中安排。</p> <p>3、严格执行教学计划，要按照《教学大纲》的要求组织实施教学。</p>			

	<p>严格考勤、考核制度，考试合格取得相应的学分，成绩记入学生档案。</p> <p>4、为了让大学生更全面的掌握军事理论专业知识，除了把军事理论课程内容与技能练习相结合外，还要邀请军训教官或高级军官讲课。让军训教官或高级军官把在部队学习的军事前沿专业知识传授给学生，让学生真实系统的掌握国家军事理论或技能的最新知识，为鼓励大学生投身国防事业打下坚实的基础。</p>			
文学与艺术欣赏	开课学期	第 3 学期	总课时	72
教学目标	<p>【素质目标】</p> <p>1. 感悟中国文化的源远流长与博大精深，热爱和弘扬中国文化，增强文化自信。</p> <p>2. 通过对人类杰出的文学家、艺术家的创作过程、思想情感和人生经历的了解，通过对作品中人物形象和思想的理解，树立正确的世界观、人生观、价值观和艺术审美观。</p> <p>3. 通过对优秀文学艺术作品的欣赏，继承中华民族的优秀品德和传统；崇尚中华民族的伟大精神、崇仰历代中华英雄楷模；树立并强化爱国、忠诚、奉献、进取等高尚品德。</p> <p>【知识目标】</p> <p>1. 掌握中国古代文学精品与戏曲、电影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>【能力目标】</p> <p>1. 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>2. 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> <p>3. 通过学习和拓展活动，提高灵活思辨和创新思维的能力，提高团队协作、共同进步的能力，提高独立思考和自我发展的能力。</p>			
教学内容	<p>内容包括中国古典诗歌、国学经典、中国神话、古代小说、电影欣赏、戏曲欣赏等文学艺术方面的内容以及应用文写作知识（翻转课堂教</p>			

	学)。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。			
教学要求	要求以立德树人为根本，以学生职业能力发展为中心，以中华优秀传统文化和艺术作品为载体，以德技并修为育人目标，增强学生的人文底蕴和职业素养，培养高素质技术技能人才。			
体育	开课学期	第 1-4 学期	总课时	140
教学目标	<p>【素质目标】积极参与体育活动，养成良好的体育品德。懂得品德重要、积极参与锻炼、能够克服困难、遵守体育规则、学会公平竞争、认真履行职责、正确对待成败。</p> <p>【知识目标】学会运用健康与安全的知识和技能，形成健康的生活方式。明确锻炼要求、积极参与锻炼、形成锻炼意识、养成锻炼习惯、注重卫生保健、保持良好心态，能够适应环境。</p> <p>【能力目标】掌握与运用体能和运动技能，提高运动能力。享受运动乐趣、明确学练方法、积极参与锻炼、保持良好姿态、掌握运动技能、学懂知识原理、了解运动规则、达到学以致用。</p>			
教学内容	<p>大一新生开设公共体育课其内容为：第九套广播体操、篮球、100 米短跑、五步拳套路动作、少年拳套路动作、排球、1000 米/800 米</p> <p>大二学生开设体育选修课其内容为：篮球、足球、排球、网球、乒乓球、羽毛球、形体舞蹈、体育舞蹈、跆拳道、啦啦操、瑜伽健身</p>			
教学要求	<p>1、加强学生对必要的体育与卫生保健知识和运动技能的掌握，增强体育锻炼和保健意识，了解一定的科学锻炼和娱乐休闲方法。注重学生个性与体育特长的发展，提高自主锻炼、自我保健、自我评价和自我调控的能力，为学生终身锻炼、继续学习与创业立业奠定基础，科学创建与专业融合的体育运动项目为支点，从本质上提高学生基本身体素质。</p> <p>2、全面提高学生身体素质，发展身体基本活动能力和运动能力，掌握不同运动项目的基本运动技能。培养学生体育运动兴趣和习惯，为体育选项课教学奠定基础。增进学生身心健康，提高学生从事未来职业所必需的体能和社会适应能力。</p> <p>3、针对不同专业的学生特点，采取灵活多样的现代教学方法、手段进行教学，以便充分激发学生的主体意识，培养学生的创新能力和良好的社会适应能力。</p>			

	4、通过体育教学，进行爱国主义、集体主义和职业道德与行为规范教育，提高学生社会责任感。同时，快速提升学生的兴趣爱好，使终身锻炼意识增强，真正做到全民健身。			
心理健康	开课学期	第 1 学期	总学时	32
教学目标	<p>【素质目标】通过教学，引导学生养成良好的心理品质和积极应对危机的意识，培养新时代大学生。</p> <p>【知识目标】通过教学与实践活动，通过理论与实践的有机融合，使学生掌握心理健康基本知识，掌握基础的心理调适方法。</p> <p>【能力目标】基于知识目标的达成，通过教学，使大学生具备心理知识实际应用的能力。如提升学生的自我认知能力、环境适应能力、心理调适能力、应对压力挫折能力。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，全面提升大学生心理健康素养，为学生终身发展奠定良好、健康的心理素质基础。</p>			
教学内容	<p>本课程教学内容共十二章，从课程思政入手，立德树人，进行情境化教学设计，开展多种实践教学形式。各单元设置了“心理活动”“心理测试”“心理训练”等板块；每一章设计了“心理实训”资源，配合“心理疗愈”“心理明镜”“心理拓展”等有利于课下自主学习的板块，致力于学生形成科学的心理发展观和心理健康观，努力提升高职大学生心理健康素养。</p>			
教学要求	以“信息化教学”为依托，主要采用“线上+线下”混合式教学。			
劳动教育 I	开课学期	第 4 学期	总课时	16
教学目标	<p>【素质目标】树立劳动最光荣、劳动最崇高、劳动最伟大、劳动最美丽的观念；体会劳动创造美好生活，增强职业荣誉感，培育精益求精的工匠精神和爱岗敬业的劳动态度。</p> <p>【知识目标】理解和形成马克思主义劳动观，掌握劳动精神、劳模精神、工匠精神；了解新时代劳动特质；熟悉劳动组织架构、安全生产要求、劳动法律条例。</p> <p>【能力目标】能结合学科和专业，重视新知识、新技术、新工艺、新方法应用，创造性地解决实际劳动问题；积累职业经验，提升就业创业能力；具有面对重大疫情、灾害等危机主动作为的奉献精神 and 能力。</p>			
教学内容	<p>必教模块：认识劳动教育的意义、传承精神、劳动品质、安全生产</p> <p>选教模块：劳动法律、家务劳动实践、家庭修护实践、校园劳动实</p>			

	<p>践、创意手工实践、时尚艺术实践、种植空间实践、社会活动实践</p>			
教学要求	<p>课堂理论讲授与课后劳动技能实操相结合，重点结合专业特点，增强职业荣誉感和责任感，提高学生职业劳动技能水平，培育积极向上的劳动精神和认真负责的劳动态度；加强马克思主义劳动观教育，普及与学生职业发展密切相关的通用劳动科学知识。</p>			
职业生涯规划 与规划	开课学期	第 1 学期	总课时	16
教学目标	<p>【素质目标】通过本课程的教学，大学生应当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，把个人的发展和国家的需要，社会的发展相结合，愿意为个人的职业生涯规划和社会发展主动付出积极的努力。</p> <p>【知识目标】通过本课程的教学，学生应当基本了解职业发展的阶段特点；较为清晰地认识自己的优势，职业的特性及社会环境；掌握职业生涯规划书的写法。</p> <p>【能力目标】通过本课程的教学，大学生应当掌握自我探索技能，信息搜集与管理技能，生涯决策技能，求职技能等。</p>			
教学内容	<p>认识职业生涯规划的意义；了解探索我的职业价值观和适合我的工作方式；培养职业胜任能力；决策生涯目标与制定行动计划。</p>			
教学要求	<p>引导学生树立正确的职业观念和职业理想，学会根据社会需要和自身特点进行职业生涯规划，并以此规范和调整自己的行为，为顺利就业和创业创造条件。</p>			
大学生创新创业 基础	开课学期	第 2 学期	总课时	36
教学目标	<p>【素质目标】培养学生自信创新，引导学生树立正确的创新创业观念，努力提高学生的创新能力。</p> <p>【知识目标】使学生理解并掌握我国的创业环境与扶持政策；能来理解和评价创业精神的概念；能了解创业的方式方法，能掌握评估创业者素质和能力的要领，并进行自我提升。</p> <p>【能力目标】以教授创业知识为基础，以锻炼创新能力为关键，以培养创新精神为核心，激发学生的创新创业意识，提高学生的社会责任感，创新精神和创业能力。</p>			
教学内容	<p>了解创新创业相关理论及“互联网+”时代背景下的创新创业特征及挑战；创业者素质要求；组建创业团队，识别创业机会，制定创业模式，评估创业风险，整合创业资源；撰写创业计划书及路演。</p>			

教学要求	通过案例教学，培养学生的创业意识与创业能力，培养学生积极进取，勇于挑战，勇于创新创业的能力，为大学生创业，就业开拓广阔的空间。			
大学生就业指导	开课学期	第 4 学期	总课时	16
教学目标	<p>【素质目标】提升大学生的自我认知能力；培养学生良好的职业素养和职业道德；提高学生的团队协作能力。</p> <p>【知识目标】通过本课程的学习，学生能知晓国家，教育部及江西省的就业政策；能理解就业的基本概念；能理解企业的含义与类型。</p> <p>【能力目标】能熟悉行业的发展特点和趋势，了解职业要求；了解就业形式与政策，形成合理的就业期望；熟悉就业择业的方法和技巧；能熟练掌握就业协议书的填写与就业手续办理程序。</p>			
教学内容	就业形式与政策分析；树立正确的就业观念；求职择业的方法与技巧指导；职业素养与求职新浪调试；维护就业权益等。			
教学要求	本课程以就业为导向，立足市场需求，本着就业能力教育为本位的教学理念，将基础理论教学与实践教学内容紧密结合融为一体，使学生掌握求职择业的方法与激情，正确选择职业，顺利就业，为成才与发展打下良好的基础。			
美育理论与实践	开课学期	第 2 学期	总课时	36
教学目标	<p>【素质目标】</p> <p>1. 让学生加深对中华民族优秀传统文化艺术的喜爱与自豪感，增强文化自信；2. 树立正确的审美思维方式，培养和提高学生的审美能力和艺术修养；3. 培养学生的创造精神及实践能力，帮助学生形成基本的美育素养。</p> <p>【知识目标】</p> <p>1. 了解大学生学习美育课程的意义以及对音乐作品的欣赏，感受音乐之美；2. 欣赏不同舞种的代表作品，感受舞蹈之美；3. 助推中华文化的传承以及了解戏曲发展历程、不同戏曲种类，感受中国传统戏曲文化魅力；4. 了解和鉴赏中国传统建筑结构、风格、设计思想及西方建筑特点、元素等，感受建筑之美。</p> <p>【能力目标】</p> <p>1. 掌握音乐之美、舞蹈之美、戏曲之美及建筑之美四个板块的主要内容和要素、特征等方面的知识；2. 具有感受美、鉴赏美、创造美的</p>			

	能力;3. 培养学生对审美情趣与创造艺术美的才能和兴趣。			
教学内容	本课程主要为四个板块学习。分别为音乐、舞蹈、戏曲及建筑的相关内容。板块一：音乐之美；主要了解美育教导的根本任务，大学开设美育课程的意义以及中国音乐作品欣赏；板块二：舞蹈之美；了解艺术与社会功能之间的联系以及欣赏不同舞种的代表作品，感受美；板块三：戏曲之美；感受中国传统戏曲文化魅力，助推中华文化的传承以及了解戏曲发展历程、不同戏曲种类，通过对不同作品欣赏感受戏曲文化魅力；板块四：了解社会美、环境美之间相互关系以及了解我国建筑的独特魅力，通过对不同建筑的了解感受建筑的美感，让学生领悟到美的根源源于社会实践。			
教学要求	1、对标国家五育并举举措，培养当代大学生为全面发展的人;2、了解教育的根本任务，了解美育在全面发展教育中的重要意义;3、在教学过程中有效提升学生审美能力，助推中国文化的传承，对于树立文化自信有重要意义;4、了解审美特征，从而达到提升美、欣赏美、培养美感的最终目的;5、陶冶情操，了解美与社会之间的联系方式、本质和特征。			
基础英语(非涉外非语言类专业)	开课学期	第 1-2 学期	总课时	68
教学目标	<p>本课程旨在全面贯彻党的教育方针，培育和践行社会主义核心价值观，落实立德树人根本任务，在中等职业学校和普通高中教育的基础上，进一步促进学生英语学科核心素养的发展，培养具有中国情怀、国际视野，能够在日常生活和职场中用英语进行有效沟通的高素质技术技能人才。</p> <p>【素质目标】能够识别、理解、尊重世界多元文化，拓宽国际视野，增强国家认同，坚定文化自信，树立中华民族共同体意识和人类命运共同体意识；在日常生活和职场中能够有效进行跨文化交际，用英语传播中华文化。</p> <p>【知识目标】能够运用英语语言知识和语言技能比较准确地理解和表达信息、观点、情感，进行有效口头沟通和书面沟通。</p> <p>【能力目标】能够识别和理解英语使用者或英语本族语者的思维方式和思维特点，提升自身思维的逻辑性、思辨性与创新性；能够做好自我管理，养成良好的自主学习习惯，多渠道获取学习资源，自主、有效地开展学习，形成终身学习的意识和能力。</p>			

教学内容	本课程的内容为职场通用英语，是我校非涉外非语言类专业学生必修或限定选修的基础性内容。它旨在结合职场情境、反映职业特色，进一步提高学生的英语应用能力。
教学要求	<p>1. 坚持立德树人，发挥英语课程的育人功能</p> <p>教师要充分发挥英语课程的育人功能，将课程内容与育人目标相融合，积极培育和践行社会主义核心价值观。教师要关注课程内容的价值取向，提炼课程思政元素，根据英语学科特点，合理设计教学活动，引导学生拓宽国际视野、坚定文化自信，形成正确的世界观、人生观、价值观，培养学生的爱国主义情怀和民族自豪感。</p> <p>2. 落实核心素养，贯穿英语课程教学全过程</p> <p>教师要依据教学目标、围绕教学内容，设计符合学生情况的教学活动，全面促进学生英语学科核心素养的提升，有效促进学业目标的达成。</p> <p>3. 突出职业特色，加强语言实践应用能力培养</p> <p>教师要通过多种语言活动，让学生体验语言规律，充分调动和发挥学生学习的积极性、主动性和创造性，在提高英语语言实践应用能力的同时，加深其对职业理念、职业责任和职业使命的认识与理解。</p> <p>4. 提升信息素养，探索信息化背景下教与学方式的转变</p> <p>教师要充分利用媒体、网络、人工智能、大数据、虚拟仿真等技术，依托慕课、微课、云教学平台等网络教学手段，利用翻转课堂、混合教学模式等构建真实、开放、交互、合作的教学环境。教师要指导学生充分利用各种信息资源，通过自主学习、合作学习和探究式学习提升学生的信息素养。</p> <p>5. 尊重个体差异，促进学生全面与个性化发展</p> <p>教师要根据学生认知特点和能力水平组织教学，尊重生源差异和个体差异，满足学生的不同需求，构建适合学生个性化学习和自主学习的教学模式，鼓励学生开展自主学习、合作学习和探究式学习，促进学生的全面发展和个性化发展。</p>

2. 专业课程

表 4 专业课程设置要求

摄影摄像基础	开课学期	第 3 学期	总课时	36
--------	------	--------	-----	----

<p>教学目标</p>	<p>【素质目标】</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> <p>【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) 了解摄像机的常用术语；</p> <p>(3) 掌握在电脑中导入拍摄素材的方法；</p> <p>(4) 掌握摄影摄像机的基本使用方法；</p> <p>【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>教学内容</p>	<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。</p>
<p>教学要求</p>	<p>教学方法：结合课程的内容与专业特点，可采用讲授、头脑风暴、小组工作、案例分析、分组讨论、角色扮演、项目驱动等教学方法综合运用。</p> <p>教学条件：课程教学应基于多媒体网络条件，课前课中课后充分利用国家级精品课程和爱课程网上的资源共享课中丰富的教学资源，如教</p>

	学课件、双语课件、教学录像、视频、讲座、典型案例、时事新闻、在线答疑等完成教学任务。			
图形图像设计	开课学期	第 4 学期	总课时	72
教学目标	<p>【素质目标】</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>【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>【能力目标】</p> <p>(1) 了解图形图像设计的基础知识；</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) 掌握图形图像设计的设计制作流程；</p> <p>(6) 能熟练使用软件进行图形图像设计。</p>			
教学内容	<p>图形图像设计课程是专业一门重要主干课程，也是学生学习后继课程（动画制作、H5 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、学习图形图像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>			
教学要求	教学方法：结合课程的内容与专业特点，可采用讲授、头脑风暴、小			

	<p>组工作、案例分析、分组讨论、角色扮演、项目驱动等教学方法综合运用。</p> <p>教学条件：课程教学应基于多媒体网络条件，课前课中课后充分利用国家级精品课程和爱课程网上的资源共享课中丰富的教学资源，如教学课件、教学录像、视频、讲座、典型案例、时事新闻、在线答疑等完成教学任务。</p>			
广告法律法规	开课学期	第 5 学期	总课时	40
教学目标	<p>【素质目标】</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> <p>【知识目标】</p> <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) 熟悉广告的政府行政管理和广告行业自律及社会监督管理；</p> <p>【能力目标】</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>			
教学内容	<p>《广告法律法规》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</p> <p>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>			
教学要求	<p>教学方法：结合课程的内容与专业特点，可采用讲授、头脑风暴、小组工作、案例分析、分组讨论、角色扮演、项目驱动等教学方法综合运用。</p> <p>教学条件：课程教学应基于多媒体网络条件，课前课中课后充分利用国家级精品课程和爱课程网上的资源共享课中丰富的教学资源，如教学课件、双语课件、教学录像、视频、讲座、典型案例、时事新闻、</p>			

	在线答疑等完成教学任务。			
广告实务	开课学期	第 3 学期	总课时	72
教学目标	<p>【素质目标】</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 基本广告行业的职业素质。 2. 掌握并运用日常社交礼仪。 3. 调查工作的专业素养 4. 较高的广告创新水平； 5. 理解广告学与其他学科的关系。 <p>【知识目标】</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 了解广告公司的组织架构，企业广告部门的基本流程； 2. 熟悉广告媒体的差异性 3. 熟悉广告创意的产生和筛选； 4. 掌握不同广告形式的作用及适用范围； 5. 懂得广告效果的测评与考核； 6. 熟悉广告文案的撰写； 7. 了解广告组织、广告管理的基本理论。 <p>【能力目标】</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 能熟悉不同的广告形式。 2. 能使用广告制作的各种软件。 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。 7. 熟悉广告合同的条款； 			
教学内容	<p>通过本课程的学习，使学生掌握广告的基本概念，懂得广告策划与制作的基本原理与技巧，了解广告组织、广告管理等广告知识。</p> <p>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>			
教学要求	<p>教学方法：结合课程的内容与专业特点，可采用讲授、头脑风暴、小组工作、案例分析、分组讨论、角色扮演、项目驱动等教学方法综合运用。</p> <p>教学条件：课程教学应基于多媒体网络条件，课前课中课后充分利用</p>			

	国家级精品课程和爱课程网上的资源共享课中丰富的教学资源，如教学课件、双语课件、教学录像、视频、讲座、典型案例、时事新闻、在线答疑等完成教学任务。			
市场营销	开课学期	第 2 学期	总课时	72
教学目标	<p>【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> <p>【知识目标】</p> <p>旨在培养掌握现代营销理论与实践，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。学生需掌握营销导论、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>【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。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>			
教学内容	<p>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知识。在教学中要向学生完整地介绍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。</p>			
教学要求	<p>教学方法：结合课程的内容与专业特点，可采用讲授、头脑风暴、小组工作、案例分析、分组讨论、角色扮演、项目驱动等教学方法综合</p>			

	<p>运用。</p> <p>教学条件：课程教学应基于多媒体网络条件，课前课中课后充分利用国家级精品课程和爱课程网上的资源共享课中丰富的教学资源，如教学课件、双语课件、教学录像、视频、讲座、典型案例、时事新闻、在线答疑等完成教学任务。</p>			
消费心理与行为	开课学期	第 5 学期	总学时	40
教学目标	<p>【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>【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>【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>			
教学内容	<p>本课程培养学生建立消费者行为认知；消费者购买决策；消费者感知、记忆与学习；分析消费者个性、自我概念和生活方式；消费者态度；消费者需求和动机；消费者群体沟通、消费文化与消费行为；消费者满意和忠诚建立——消费者购后行为等知识点技能点学习。</p>			
教学要求	<p>教学方法：结合课程的内容与专业特点，可采用讲授、头脑风暴、小</p>			

	<p>组工作、案例分析、分组讨论、角色扮演、项目驱动等教学方法综合运用。</p> <p>教学条件：课程教学应基于多媒体网络条件，课前课中课后充分利用国家级精品课程和爱课程网上的资源共享课中丰富的教学资源，如教学课件、双语课件、教学录像、视频、讲座、典型案例、时事新闻、在线答疑等完成教学任务。</p>			
新媒体营销传播	开课学期	第 1 学期	总课时	64
教学目标	<p>【素质目标】</p> <p>(1) 学生应具有较强的政治素质，具有合作精神和创新精神。</p> <p>(2) 培育高尚的职业道德和较强的业务素质</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>【知识目标】</p> <p>(1) 了解有关新媒体营销与传播环境、熟悉新媒体营销与传播流程和特点，掌握新媒体营销与传播的运行机制。</p> <p>(2) 掌握新媒体营销与的主要内容、新媒体传播渠道与过程</p> <p>(3) 了解新媒体营销与传播受众</p> <p>(4) 能够分析新媒体传播效果</p> <p>(5) 理解新媒体时代营销与传播伦理</p> <p>【能力目标】</p> <p>(1) 了解新媒体营销与传播的发展历程以及推动传播历史发展的动力；</p> <p>(2) 掌握新媒体营销与传播要素对新闻信息实践的重要影响；</p> <p>(3) 形成新媒体营销与传播的系统观念，能够把具体的传播问题放到复杂的传播环境中去理解；</p> <p>(4) 培养学生运用新媒体营销与传播理论分析传播活动中的具体安全和具体问题，形成从事相关职业和适应相关岗位的理论知识储备和实践行动策略。</p>			
教学内容	<p>《新媒体营销与传播》课程从新媒体传播的基本定义、基本知识和基本发，详细地阐述了新媒体传播对政治、经济、社会、文化的影响，是给传媒业带来的变化与挑战。基本内容包括新媒体概述、新媒体与社交网络、新媒体与传统媒体、新媒体的传播、新媒体受众、新媒体文化、新媒体艺术、新媒体经济、政务、新媒体发展趋势等，要求薛</p>			

	恒对新媒体的产生背景、社会影响、产业发展、管理规范等进行了系统深入的认识和理解。			
教学要求	<p>教学方法：本课程在理论知识方面以课前任务导学，课中讨论学习，课后任务推动为主要教学方法，坚持以学生为主体，不断调整优化教学方法，提升教学质量。</p> <p>教学条件：课程教学应基于多媒体网络条件，利用专业教学资源库，扩大学习的时间和空间场域，综合利用在线教学软件，增强学习的交流性和互动性。</p>			
广告策划与创意	开课学期	第 4 学期	总课时	72
教学目标	<p>【素质目标】</p> <ol style="list-style-type: none"> 1、基本职业素质。 2、掌握并运用日常社交礼仪。 3、调查工作的专业素养 4、较高的沟通技巧 <p>【知识目标】</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 了解广告公司的组织架构，企业广告部门的基本流程； 2. 熟悉广告媒体的差异性 3. 熟悉广告创意的产生和筛选； 4. 掌握不同广告形式的作用及适用范围； 5. 掌握不同广告形式的制作技能； 6. 熟悉广告文案的撰写； <p>【能力目标】</p> <ol style="list-style-type: none"> 1、基本职业素质。 2、掌握并运用日常社交礼仪。 3、调查工作的专业素养 4、较高的沟通技巧能够对短视频和直播运营数据进行分析。 <p>能够对微信公众号、微博、今日头条运营数据进行分析。</p>			
教学内容	<p>该课程围绕理论及其发展过程，一条是实战及其操作流程，全面介绍了广告策划与广告创意的来源、作用、特征、原则、发生、发展、演进、执行等，系统论述了广告从何说起(市场调研)、为什么说(目标策略)、对谁说(市场策略)、说什么(定位策略)、用什么说(诉求策略)，以及从策略到创意的置换(从“说什么”转化为“怎么说”)，广告怎么说(创意发展)、什么才是说得好(创意原则)、怎样才能说得巧(创意</p>			

	技巧)、怎么对广告主说(策划书撰写与提案)、怎样说给消费者(媒介策略),最后说得怎么样(执行评估)。			
教学要求	<p>教学方法:结合课程的内容与专业特点,可采用讲授、头脑风暴、小组工作、案例分析、分组讨论、角色扮演、项目驱动等教学方法综合运用。</p> <p>教学条件:课程教学应基于多媒体网络条件,课前课中课后充分利用国家级精品课程和爱课程网上的资源共享课中丰富的教学资源,如教学课件、双语课件、教学录像、视频、讲座、典型案例、时事新闻、在线答疑等完成教学任务。</p>			
广告文案写作	开课学期	第 5 学期	总课时	40
教学目标	<p>【素质目标】</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 提高新媒体行业适应能力和学习能力 2. 学习实践的意识 and 能力。 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。 <p>【知识目标】</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 能够广告战略规划的制订,广告创意思维方法的选择 2. 能够广告预算及具体策略的确定,广告策划书的撰写。 3. 能够完成新媒体文案写作前的调查,掌握新媒体文案的写作技巧 4. 能够拟定新媒体文案的标题,设计新媒体文案的开头,掌握新媒体文案正文的写法,设计新媒体文案的结尾 5. 认知电商文案,写作产品详情页文案,掌握多种电商活动文案的写法 6. 能够完成微信公众号文案写作,微信朋友圈文案写作,微博文案写作 7. 能够品牌故事文案写作,社群文案写作 <p>【能力目标】</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 良好的整理归纳能力。 2. 收集、归纳和分析信息的能力。 3. 具备新闻敏锐性和深刻的观察力。 4. 具备创意策划能力。 			
教学内容	本课程从新媒体广告和文案的角度出发,对新媒体广告基础、新媒体广告策划流程、新媒体文案基础知识、新媒体文案的具体写作,以及			

	营销软文、电商文案、微信和微博文案、品牌故事文案、社群文案等多种具体新媒体文案的相关内容进行学习指导，以培养学生学习并成为一名专业、优秀的新媒体文案人员。			
教学要求	<p>教学方法：结合课程的内容与专业特点，可采用讲授、案例教学、小组任务、人物驱动等教学方法综合运用。</p> <p>教学条件：课程教学基于广告文案案例教学资源库，以新媒体行业的优秀大V、博主等为主要研究学习对象，课前课中课后学生自我学习、课中讨论学习并进行主题实践，课后不断完善优化，提升学生的技能水平。</p>			
短视频创意与制作	开课学期	第 3 学期	总课时	72
教学目标	<p>【素质目标】</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) 保持对短视频行业的敏感性，提高沟通协调能力。</p> <p>(5) 锻炼自学能力和可持续发展能力。</p> <p>【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 AE、Premiere 制作短视频片头、修剪短视频、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>【能力目标】</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</p>			

	<p>封面图。</p> <p>(4) 能够使用 “剪映” 进行短视频后期制作。</p> <p>(5) 能够使用 AE、Premiere 制作短视频片头、修剪短视频、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。</p>			
教学内容	<p>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，主要教学内容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>			
教学要求	<p>教学方法：结合课程的内容与专业特点，可采用讲授、头脑风暴、小组工作、案例分析、分组讨论、角色扮演、项目驱动等教学方法综合运用。</p> <p>教学条件：课程教学应基于多媒体网络条件，课前课中课后充分利用国家级精品课程和爱课程网上的资源共享课中丰富的教学资源，如教学课件、双语课件、教学录像、视频、讲座、典型案例、时事新闻、在线答疑等完成教学任务。</p>			
影视广告创意 与制作	开课学期	第 4 学期	总课时	72
教学目标	<p>【素质目标】</p> <p>(1) 通过参加小组活动，经历团队配合经历，尝试解决同学之间在工作中出现的各种问题，以锻炼学生的社会能力，具备主动与他人合作的精神，有将自己的见解与他人交流的愿望，敢于坚持正确观点，勇于修正错误，具有团队精神；</p> <p>(2) 培养学生创新意识和创新能力；</p> <p>(3) 提升学生对影视广告的鉴赏能力；</p> <p>(4) 树立学生服务意识和敬业精神。</p> <p>【知识目标】</p> <p>(1) 了解影视广告、栏目包装的基本原理；</p> <p>(2) 熟悉影视广告、栏目包装的创意表现；</p> <p>(3) 熟悉影视广告、栏目包装的制作技巧；</p> <p>(4) 掌握影视广告、栏目包装的创作规律；</p> <p>(5) 掌握影视广告、栏目包装的综合制作。</p>			

	<p>【能力目标】</p> <p>(1) 能够开展影视广告、栏目包装的调研与分析工作；</p> <p>(2) 能够根据广告或栏目目标需求合理的项目设计；</p> <p>(3) 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。</p>			
教学内容	本课程主要从影视广告基础理论学习、了解影视广告的商业流程、分析影视广告创意、策划影视广告的视听语言、完成影视广告制作。			
教学要求	<p>教学方法：结合课程的内容与专业特点，可采用讲授、头脑风暴、小组工作、案例分析、分组讨论、角色扮演、项目驱动等教学方法综合运用。</p> <p>教学条件：建立影视广告实例资源库，充分利用教学课件、视频、讲座、等完成教学任务。</p>			
H5 设计与制作	开课学期	第 2 学期	总课时	72
教学目标	<p>【素质目标】</p> <p>培养搜集、处理、使用市场调查信息的能力。</p> <p>提升团队协作、组织、协调、决策的职业素养。</p> <p>具有理论联系实际的素质与创新能力。</p> <p>增强数据安全意识，避免数据泄露。</p> <p>有良好的职业道德和敬业精神。</p> <p>【知识目标】</p> <p>了解初识 H5</p> <p>掌握 H5 的设计与制作</p> <p>【能力目标】</p> <p>通过本课程学习,学生可以掌握 H5 技术的相关知识点和基本制作方法,包括 H5 初识、H5 的设计与制作、互动游戏 H5 制作、活动抽奖 H5 制作、滑动翻页 H5 制作、长页滑动 H5 制作、等内容。</p>			
教学内容	本课程理论知识与实操案例相辅相成,详细介绍了 H5 运营与设计的方法与技巧,内容包括: H5 概述, 开发 H5 的流程与策略, H5 页面风格设计, H5 页面图文设计, H5 影音设计, H5 页面动效设计, H5 创意优化, 易企秀 H5 编辑器的使用方法, 使用易企秀制作翻页型、长页型、表单型、互动型与视频型 H5, 以及 H5 的推广引流等。			
教学要求	<p>教学方法：结合课程的内容与专业特点，可采用讲授、头脑风暴、小组工作、案例分析、分组讨论、角色扮演、项目驱动等教学方法综合运用。</p> <p>教学条件：课程教学应基于多媒体网络条件，课前课中课后充分利用</p>			

	国家级精品课程和爱课程网上的资源共享课中丰富的教学资源，如教学课件、双语课件、教学录像、视频、讲座、典型案例、时事新闻、在线答疑等完成教学任务。			
新媒体营销	开课学期	第 2 学期	总课时	72
教学目标	<p>【素质目标】</p> <p>(1) 提升新媒体营销能力；</p> <p>(2) 提升新媒体营销的全局意识；</p> <p>(3) 培养团队成员互相协作的意识；</p> <p>(4) 培养自主学习与实践动手能力；</p> <p>(5) 培养学生具有良好的职业道德和较强的工作责任心；</p> <p>【知识目标】</p> <p>(1) 新媒体营销的基础知识；</p> <p>(2) 新媒体运营平台与注意事项；</p> <p>(3) 短视频主流平台与特点；</p> <p>(4) 短视频营销推广的方法与技巧；</p> <p>(6) 网络直播的思维；</p> <p>(7) 网络直播活动的实施；</p> <p>(8) 新媒体内容众创的方法；</p> <p>(9) 新媒体营销的内容创作工具与传播工具；</p> <p>(10) 用户挖掘与运营的方法与策略；</p> <p>(11) 社群运营的原则与团队组建的方法；</p> <p>【能力目标】</p> <p>(1) 初步具备新媒体营销思维的能力；</p> <p>(2) 具备新媒体平台运营的能力；</p> <p>(3) 初步具备短视频营销推广的能力；</p> <p>(4) 具备网络直播思维的能力；</p> <p>(5) 初步具备新媒体内容创作的能力；</p> <p>(6) 初步具备新媒体营销工具的使用能力；</p> <p>(7) 具备挖掘与管理用户的能力；</p> <p>(8) 具备社群搭建与运营的能力。</p>			
教学内容	<p>本课程是全媒体广告策划与营销专业的一门专业必修课程，本课程主要学习新媒体营销的理论，了解掌握新媒体营销的常用工具和方法，新媒体营销方案的策划设计，新媒体运营的阶段及其特点新媒体营销模式的基本功能与一般规律。</p>			

教学要求	<p>教学方法：结合课程的内容与专业特点，可采用项目式教学，多媒体讲授、“教、学、做”一体化教学方法综合运用。</p> <p>教学条件：教材的选配、建立习题库及答案，同时为学生提供了多种版本的参考书，有利于学生复习和巩固知识，</p> <p>建立学习资料库，推荐国内与专业有关的网站地址，积极引导与培养学生学会自主学习、资料查询等能力。</p>			
新媒体数据分析与应用	开课学期	第 4 学期	总课时	72
教学目标	<p>【素质目标】</p> <p>培养尊重数据、实事求是、科学严谨的精神和态度。</p> <p>能够应用现代计算工具和软件分析新媒体数据。</p> <p>能够运用专业知识发现新媒体运营中存在的问题。</p> <p>培养搜集、处理、使用市场调查信息的能力。</p> <p>提升团队协作、组织、协调、决策的职业素养。</p> <p>具有理论联系实际的素质与创新能力。</p> <p>增强数据安全意识，避免数据泄露。</p> <p>有良好的职业道德和敬业精神。</p> <p>【知识目标】</p> <p>掌握新媒体数据分析的原则、基本步骤、维度、内容和周期。</p> <p>掌握收集新媒体数据的基本流程和方式，以及使用网络爬虫工具采集数据的方法。</p> <p>掌握数据清洗和数据加工的方法。</p> <p>了解 PEST 分析法、5W2H 分析法、逻辑树分析法、用户行为理论和 4P 营销理论等数据分析方法论。</p> <p>掌握对比分析法、分组分析法、结构分析法、平均分析法、交叉分析法、四象限分析法、漏斗图分析法、杜邦分析法和综合评价分析法的运用方法。</p> <p>掌握新媒体数据可视化的方法与技巧。</p> <p>掌握新媒体数据分析报告的写作方法。</p> <p>掌握短视频运营数据分析、直播运营数据分析、微信公众号运营数据分析、微博运营数据分析、今日头条运营数据分析的方法。</p> <p>【能力目标】</p> <p>能够通过多种方式收集新媒体数据。</p> <p>能够清洗与加工新媒体数据。</p>			

	<p>能够运用多种方法分析新媒体数据。</p> <p>能够对新媒体数据进行可视化处理。</p> <p>能够撰写新媒体数据分析报告。</p> <p>能够对短视频和直播运营数据进行分析。</p> <p>能够对微信公众号、微博、今日头条运营数据进行分析。</p>			
教学内容	<p>本课程以培养应用型人才为出发点，系统地讲解了新媒体数据分析的基本理论，新媒体数据的收集、处理、分析及可视化的应用技能，新媒体数据分析报告的写作方法，以及短视频、直播、微信公众号、微博、今日头条等主流新媒体平台账号运营数据分析与应用的方法。</p>			
教学要求	<p>教学方法：结合课程的内容与专业特点，可采用讲授、头脑风暴、小组工作、案例分析、分组讨论、角色扮演、项目驱动等教学方法综合运用。</p> <p>教学条件：课程教学应基于多媒体网络条件，课前课中课后充分利用国家级精品课程和爱课程网上的资源共享课中丰富的教学资源，如教学课件、双语课件、教学录像、视频、讲座、典型案例、时事新闻、在线答疑等完成教学任务。</p>			
新媒体平台运营与推广	开课学期	第 5 学期	总课时	40
教学目标	<p>【素质目标】</p> <p>(1)培养学生实践动手操作能力；</p> <p>(2)树立科学的设计创新意识；</p> <p>(3)形成“以人为本”的设计观念；</p> <p>(4)锻炼语言表达能力；</p> <p>(5)培养学生的沟通能力和协作精神；</p> <p>(6)培养学生爱岗敬业的工作作风；</p> <p>(7)培养学生具有良好的职业道德和较强的工作责任心。</p> <p>【知识目标】</p> <p>(1)了解新媒体运营的基础；</p> <p>(2)理解新媒体运营的基本要素；</p> <p>(3)深入理解新媒体运营的具体操作；</p> <p>(4)理解微信运营的操作流程；</p> <p>(5)深入理解文案策划的具体实施步骤；</p> <p>(6)深入理解活动运营以及推广的操作流程；</p> <p>(7)了解自媒体平台的操作流程以及方法</p>			

	<p>(8) 深入理解音频自媒体以及短视频自媒体的运营要点</p> <p>【能力目标】</p> <p>2. 能力目标:</p> <p>(1) 掌握微信运营的操作流程</p> <p>(2) 掌握文案写作的技巧</p> <p>(3) 掌握主流自媒体平台的平台规则以及特点</p> <p>(4) 熟练掌握短视频自媒体和音频自媒体的内容生产和传播规则</p> <p>(5) 掌握活动运营和推广的操作方法</p> <p>(6) 掌握用户运营的操作流程</p>			
教学内容	<p>课程新媒体运营与推广基础知识, 从新媒体用户运营, 新媒体内容运营, 新媒体活动运营, 微信公众号的运营与推广, 微博的运营与推广, 短视频的运营与推广, H5 的运营与推广等七个方面从定位、目标和途径等方面进行学习和实践。</p>			
教学要求	<p>教学方法: 结合课程的内容与专业特点, 可采用情景模拟、角色互换、案例分析、项目驱动等教学方法帮助理解和运用知识。</p> <p>教学条件: 聘请有企业实战经验的教师, 配备专职教师 1 人, 企业兼职教师 1 人, 其中双师型教师 1 人, 职称结构合理, 互补性强。本课程开展教学活动的场所以多媒体教室为主, 必需配置以下硬件设备: 电脑、投影仪、互联网等; 应与校内实训基地统筹规划, 建设多家布局合理、功能明确的校外实训基地, 为课程的实践教学提供真实的工作环境, 能够满足学生了解企业实际、体验企业文化的需要; 充分利用企业资源, 进行工学合作。建立实习实训基地, 组织学生参与社会实训。</p>			
全媒体综合实训 I-III	开课学期	第 1-3 学期	总课时	208
教学目标	<p>【素质目标】</p> <p>(1) 通过对 PS\营销沙盘\AE、PR 等操作性软件的实训实操掌握香港的融媒体制作和营销相关知识和技能;</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>【知识目标】</p> <p>(1) 掌握 PS\营销沙盘\AE、Premiere 的基本操作</p> <p>(2) 掌握图形处理、营销模拟、影视视频特效及剪辑技术</p> <p>(3) 熟练掌握视频转场效果</p> <p>(4) 掌握视频特效的应用、了解调色、抠像与叠加技术</p>			

	<p>(5) 熟练掌握字幕与字幕特技、掌握加入音频效果的方法</p> <p>(6) 掌握营销沙盘中生产计划、销售计划、销售方案、销售渠道等方面的知识和技能</p> <p>(8) 掌握软件的操作技术和案例设计的理念</p> <p>【能力目标】</p> <p>通过综合技能实训使学生能够熟练运用市场营销沙盘软件，掌握短视频制作，PS 修图技术和方法，能够将所学技能应用于实际工作过程中，不断提升自身技能素质。</p>			
教学内容	<p>第一学期主要学习 Photoshop 界面的组成；会用几个特殊工具(仿制图章工具、历史记录画笔工具)；能够实现图像的复制。</p> <p>第二学期进行营销沙盘学习实践，主要进行市场环境分析，制定企业总体发展战略，并通过实施产品策略、渠道策略、价格策略、媒体广告及财务策略等，以取得良好的经营绩效，实现企业战略目标。</p> <p>第三学期学习 AE 和 PR 软件应用，学习 AE 的特效制作，应用 AE 完成视频的主要编辑后添加元素，以完成剪辑，例如改变景深、3D 雾化、遮罩效果，还可以使用折弯、曲线和比例调整动画，以模糊视频和现实之间的界限。应用 PR 对视频素材进行艺术性的剪辑拼接工具，同时编辑多个视频文件，并且进行渲染等复杂项目。并进行基础的音频编辑能力、调色功能。当然也可以配合众多的插件达到调色、转场等技能的应用。</p>			
教学要求	<p>教学方法：理论学习+实践操作，运用校内外实习、实训实践机会，通过校内外竞赛、社团活动等锻炼软件操作能力。</p> <p>教学条件：校内建立专业实训室，校外建立企业实训实践基地，提供丰富多样的实践项目，建立软件素材资源包，配置校内外指导教师，着力培育软件操作技能，提升软件操作技巧。</p>			
网络直播与运营	开课学期	第 5 学期	总课时	40
教学目标	<p>【素质目标】</p> <p>(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。</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> <p>【知识目标】</p> <p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>(3) 掌握直播团队的组织架构，主播助理的培养。</p> <p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>【能力目标】</p> <p>(1) 能够策划直播活动脚本。</p> <p>(2) 能够组建直播团队，打造主播人设。</p> <p>(3) 能够运用“四步营销法”推广直播间商品。</p> <p>(4) 能够布置直播间设备、环境与灯光。</p> <p>(5) 能够选择、陈列与管理直播间商品。</p>
--	---

	<p>(6) 能够利用各种手段提升直播间氛围。</p> <p>(7) 能够对直播间数据进行分析与复盘。</p> <p>(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。</p>			
教学内容	<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。</p>			
教学要求	<p>教学方法：结合课程的内容与专业特点，可采用讲授、头脑风暴、小组工作、案例分析、分组讨论、角色扮演、项目驱动等教学方法综合运用。</p> <p>教学条件：课程教学应基于多媒体网络条件，课前课中课后充分利用国家级精品课程和爱课程网上的资源共享课中丰富的教学资源，如教学课件、双语课件、教学录像、视频、讲座、典型案例、时事新闻、在线答疑等完成教学任务。</p>			
品牌策划与推广	开课学期	第 5 学期	总课时	40
教学目标	<p>【素质目标】</p> <ol style="list-style-type: none"> 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； 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； 3. 遵纪守法，忠于国家与组织，忠于职守。 <p>【知识目标】</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握品牌定位的过程及定位策略； 2. 掌握品牌形象塑造的途径； 3. 掌握品牌文化带给品牌的价值效应； 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； 5. 掌握品牌危机的处理策略和品牌规划管理策略。 <p>【能力目标】</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 能够针对具体产品进行品牌定位； 2. 能够针对具体的品牌分析出其品牌形象； 3. 能够针对具体的品牌分析出其品牌文化； 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文化，提 			

	<p>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>			
教学内容	<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。</p>			
教学要求	<p>教学方法：结合课程的内容与专业特点，可采用讲授、头脑风暴、小组工作、案例分析、分组讨论、角色扮演、项目驱动等教学方法综合运用。</p> <p>教学条件：课程教学应基于多媒体网络条件，课前课中课后充分利用国家级精品课程和爱课程网上的资源共享课中丰富的教学资源，如教学课件、双语课件、教学录像、视频、讲座、典型案例、时事新闻、在线答疑等完成教学任务。</p>			
电子商务基础	开课学期	第 1 学期	总课时	64
教学目标	<p>【素质目标】</p> <p>(1) 培养学生快速跟上电商发展思维的能力</p> <p>(2) 培养学生具备基本的互联网思维的能力，具备国际化视野和基本的创新精神及创业意识。</p> <p>【知识目标】</p> <p>(1) 了解快速发展的电子商务新兴产业动态，注重技术创新和商业模式创新能力的培养。</p> <p>(2) 掌握电子商务理论与方法，能够理论与实践紧密结合，解决实际问题。</p> <p>【能力目标】</p> <p>(1) 具备独立自主地获取电子商务相关知识的学习能力；</p> <p>(2) 具备将获取的知识与实践技能融会贯通并灵活应用于电子商务实务操作的能力。</p>			
教学内容	<p>《电子商务基础》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</p>			

	<p>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。</p>			
教学要求	<p>教学方法：充分利用电子教案、动画、视频等技术手段，使教学过程更生动形象、易懂。如将典型业务处理拍成操作演示教学片或制作成动画片，在学习新业务时进行播放，强化电子商务工作的规范化性。交互式体验学习，充分利用网站建设软件、网络交易模拟工具、虚拟现实系统等进行多企业、多角色体验，强化实际操作能力。</p> <p>网络化学习，建立教学资源丰富、功能完善的课程网站，引导学生自主学习和协作学习。</p> <p>教学条件：学习场地应满足理论学习和实践操作两个基本要求，为使电子商务实践场地与企业真实环境相似，具备实践场地桌椅，计算机及相关软件。</p>			
公众表达	开课学期	第 3 学期	总课时	36
教学目标	<p>【素质目标】</p> <p>(1) 言之有理，言之有物，言之有序，言之有文，言之有情。</p> <p>(2) 培养学生口头表达能力、应变能力、记忆力、观察能力和思辨能力。</p> <p>(3) 培养学生搜集、选择材料的能力和写作能力。</p> <p>(4) 培养学生塑造个人良好形象的能力。</p> <p>(5) 培养学生策划、设计以及有效使用 PPT 的能力。</p> <p>(6) 提升学生职场表达能力、职场竞争实力，促进职业发展。</p> <p>(7) 培养学生组织能力、分析问题和解决问题的能力。</p> <p>【知识目标】</p> <p>(1) 了解演讲的构成要素、类型和准备工作，了解口才的重要性，掌握培养口才的方法。</p> <p>(2) 掌握确定演讲主题和标题的方法，演稿材料的收集、选择与使用，学会撰写演讲稿。</p> <p>(3) 掌握有声语言和态势语言的表达技巧。</p> <p>(4) 掌握演讲型演示文稿的制作和使用方法。</p> <p>(5) 掌握演讲场控技巧，能够有效静场与暖场、灵活掌控提问与突发情况、以完美的方式进行收场。</p> <p>(6) 掌握有感而发、职场口才、商务口才等多种情境下的演讲技巧。</p> <p>(7) 掌握能够快速打动客户的营销语言策略。</p> <p>【能力目标】</p>			

	<p>(1) 能够使运用吐字、语气、停顿、语速、重音等语言表达技巧，提高自身的口头表达能力。</p> <p>(2) 能够撰写出有理有据、条理清晰的高质量演讲稿，能够设计制作并使用演示文稿。</p> <p>(3) 在演讲时，能够克服紧张、恐惧的心理，能自信、准确地表达自己的观点和见解，具有强大的感染力，并且能够有效应对演讲过程中的各种状况。</p> <p>(4) 在求职、竞聘、汇报工作、就职、述职时，能够通过语言表达恰到好处地展示自己。</p> <p>(5) 通过提升自己的形象和语言表达能力，更好地彰显企业形象。</p> <p>(6) 能够运用不同的营销语言表达策略快速打动客户，以达到成功销售和解决客户异议的目的。</p>			
教学内容	<p>本课程是培养当代社会所需高层次人才应具有的表达技能和素质的一门实用性课程，是以语言为突破口，开发学生的表达、思维、交际等潜能的综合性课程，也是培养学生自信力、抗压力与团队合作精神的复合性课程。</p> <p>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的积极性。</p>			
教学要求	<p>教学方法：结合课程的内容与专业特点，可采用讲授、头脑风暴、小组工作、案例分析、分组讨论、角色扮演、项目驱动等教学方法综合运用。</p> <p>教学条件：课程教学应基于多媒体网络条件，课前课中课后充分利用国家级精品课程和爱课程网上的资源共享课中丰富的教学资源，如教学课件、双语课件、教学录像、视频、讲座、典型案例、时事新闻、在线答疑等完成教学任务。</p>			
新媒体舆情管理	开课学期	第 4 学期	总课时	72
教学目标	<p>【素质目标】</p> <p>(1) 树立正确的价值观，能沉着冷静面对网络突发舆情。</p> <p>(2) 培养学生对网络舆情的分析判断能力，及未来破坏性。</p> <p>(3) 培养学生对网络舆情的后期处理正确思路和方法。</p>			

	<p>(4) 提升学生职场表达能力、职场竞争实力，促进职业发展。</p> <p>(5) 培养学生组织能力、分析问题和解决问题的能力。</p> <p>【知识目标】</p> <p>(1) 了解网络时代信息发生的特点和网络舆情的产生和发展规律</p> <p>(2) 掌握网络舆情信息的采集、搜集和监测的方法、渠道</p> <p>(3) 了解网络舆情预警的基本素质，做好网络信息预警和研判</p> <p>(4) 掌握网络舆情评估的方法、原则和技巧</p> <p>(5) 理解网络谣言和短视频舆情风险的应对和引导机制</p> <p>(6) 掌握突发网络舆情的应对原则和机制</p> <p>【能力目标】</p> <p>(1) 掌握网络舆情的类型和特点</p> <p>(2) 建立应该网络舆情的处理机制</p> <p>(3) 培养应该网络舆情的思维方法和处理流程</p>
教学内容	<p>本课程采用了理论与实践相结合的方法，使学生既能理解网络舆情的基本原理和方法，又能够加强实践和动手能力的提高，成为能够应对复杂多变的网络舆情管理的专业人才。课程主要包括网络时代与网络舆情，网络舆情的监测与搜集网络舆情预警，网络舆情的评估与引导，网络谣言与负面信息的应对，突发事件网络舆情应对，网络舆情报告等知识点。</p>
教学要求	<p>教学方法：针对理论教学以网络舆情管理理论基础为主，介绍网络舆情的概念、分类、特征等。为学生搭建网络舆情管理的基本框架。</p> <p>围绕实践课程：实验式教学是本次课程中一个重要的教学体系，应用工具包括互联网和各种网络应用程序，实训突出解决实际问题 and 综合性。另外开展口头交流和写作讨论，加强与学生沟通交流，提高学生思考、分析和解决问题的能力。经过课堂测试检查学生是否掌握有关知识点，并使其了解实战应用的方法和技术，提高管理策略和处理危机的能力。</p> <p>教学条件：课程教学应基于多媒体网络条件，建立学习资料库，推荐国内与专业有关的网站地址，积极引导与培养学生学会自主学习、资料查询等能力，完成教学任务，</p>

(三) 实训教学体系

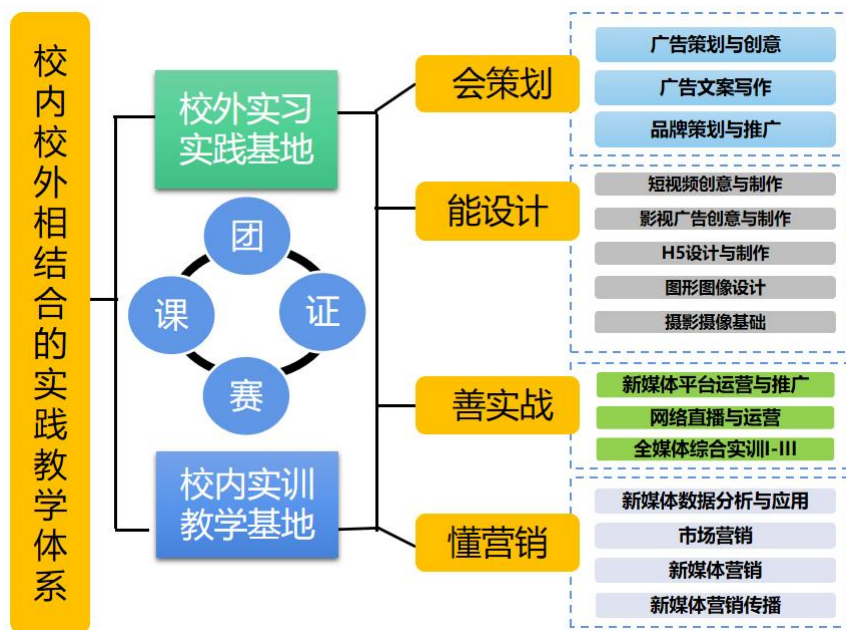


图2 全媒体广告策划与营销专业实训教学学体系设计思路图

依托校内外实习实训基地，对接行业企业发展需要，以“会策划、能设计、善实战、懂营销”为培育目标建立实训教学课程体系，以提高学生对知识、技能技术的理解和领悟，培养综合性的实践操作和运营技能。

表5 专业核心课程内容及实训项目表

编号	课程名称	教学内容	实训项目内容
1	广告策划与创意	(1) 广告市场调查 (2) 市场认识与细分 (3) 广告媒体渠道策划 (4) 广告创意概说 (5) 广告文案创意 (6) 平面广告创意 (7) 广播广告创意	(1) 广告创意构思与设计 (2) 广告策划书写作 (3) 平面广告策划案 (4) 广播广告策划案
2	广告文案写作	(1) 新媒体广告基础、 (2) 新媒体广告策划流程、 (3) 新媒体文案基础知识、 (4) 新媒体文案的具体写作， (5) 营销软文、电商文案、微信和微博文案、品牌故事文案、社群文案	(1) 报刊文案写作 (2) 电视文案编辑 (3) 网络广告文案写作 (4) 商业广告文案写作 (5) 公益广告文案写作
3	短视频创意与制作	(1) 了解短视频策划制作的基本方法和流程。 (2) 掌握短视频的构图原则与方法，具备开展短视频策划的能力。 (3) 掌握主流短视频编辑软件的操作方法和技巧，能根据不同客户端（移动端、PC端）进行短视频的后期制作	(1) 主题短视频创意 (2) 短视频脚本策划 (3) 短视频音视频编辑剪辑 (4) 生活 vlog 短视频制作

4	影视广告创意与制作	(1) 了解影视广告的发展与现状。 (2) 掌握影视广告创作原则, 具备开展影视广告策划的能力。 (3) 掌握摄影设备操作技能, 能够拍摄完整的影视广告, 并进行影视广告的后制作	(1) 影视合成技术 (2) 二维动画合成 (3) 三维合成 (4) MASK 遮罩的使用 (5) 图形制作渲染输出
5	H5 设计与制作	(1) 了解 H5 软件的使用范围。 (2) 掌握 H5 软件的界面、工具箱、菜单栏、属性栏等使用方法, 具备使用 H5 软件实现网络新媒体页面的设计与制作能力	(1) H5 产品策划 (2) H5 图片设计 (3) H5 页面设计 (4) H5 文本设计 (5) 制作邀请函 H5 页面
6	新媒体营销	(1) 了解微博、微信、APP、社群等新媒体的种类和特点。 (2) 掌握新媒体营销的原理和方法, 能根据不同新媒体的特点, 进行新媒体营销方案策划。 (3) 掌握新媒体的使用方法, 能进行组合使用多种新媒体对客户进行开发、培养与运维	(1) 新媒体营销认知与策划 (2) 新媒体广告营销 (3) 多种平台渠道的营销策划案制作 (4) 新媒体客户管理方法
7	新媒体数据分析与应用	(1) 了解数据分析基本工具。 (2) 掌握新媒体数据的收集与清洗技能。 (3) 掌握新媒体数据分析方法, 具备对新媒体数据进行分析的能力, 能利用分析数据结论进行实际应用	(1) 新媒体数据收集 (2) 新媒体数据清洗 (3) 新媒体领域用户数据分析和应用 (4) 新媒体领域运营数据分析和应用
8	新媒体平台运营与推广	(1) 了解新媒体各平台的特征, 能根据新媒体平台定位和目标群体需求, 搭建运营互动体系。 (2) 掌握新媒体平台的后台操作, 能策划设计游戏新闻、访谈、调查、留言板等互动产品, 进行互动活动 (2) 掌握互动活动与传统媒体、新媒体等进行捆绑推广技能, 能制定平台流量变现策略	(1) 新媒体领域运营互动体系建设 (2) 新媒体领域运营活动策划方案制作及实施 (3) 新媒体领域运营活动推广方案制作

七、教学进程总体安排

(一) 教学周数总体安排

表 6 教学周数分配表

学期	总周数	军事训练	教学	毕业设计	岗位实习	考试	假日与机动
1	20	2	16	0	0	1	1
2	20	0	18	0	0	1	1
3	20	0	18	0	0	1	1
4	20	0	18	0	0	1	1
5	20	0	10	0	8	1	1
6	20	0	0	8	12	0	0
总计	120	2	80	8	20	5	5

(二) 教学进程总体安排

见附件

八、实施保障

（一）师资队伍

按照“四有好老师”“四个相统一”“四个引路人”的要求建设专业教师队伍，将师德师风作为教师队伍建设的第一标准。

1. 师资结构

能够整合校内外优质人才资源，选聘企业高级技术人员担任产业导师，组建校企合作、专兼结合的教师团队，建立定期开展专业（学科）教研机制。队伍结构拥有教育观念新、教学水平高、实践能力强的双师型教学团队，教师的年龄结构、职称结构科学合理。

2. 专业带头人

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。能够较好地把握国内外广告、文化艺术、广播电视等行业专业发展，能广泛联系行业企业，了解行业企业对本专业人才的需求实际，主持专业建设、开展教育教学改革、科研工作和社会服务能力强，在本专业改革发展中起引领作用。

3. 任课教师

（1）专任教师

任课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；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。

（2）兼职教师

主要从本专业相关行业企业的高技术技能人才中聘任，具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，原则上应具有中级及以上相关专业技术职称，了解教育教学规律，能承担专业课程教学、实习实训指导和学生职业发展规划指导等教学任务。

根据需要聘请技能大师、劳动模范、能工巧匠等高技能人才，建立专门针对兼职教师聘任与管理的具体实施办法。

（二）教学设施

1. 教室条件

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. 校内实训要求

营销沙盘实训室：营销专业实训室主要以 ITMC 沙盘教学为主，同时还安装配置企业经营管理沙盘模拟软件。

云上融媒体实训中心：以行业企业标准建设高标准融媒体实训基地，高配置电脑设备满足教学中视频剪辑、PS 制作、H5 制作等基本要求，另有直播设施设备满足直播运营教学需求。

表 7 校内实训场地要求一览表

序号	实训场地名称	实训项目	实训设备	工位数	支撑课程
1	营销沙盘实训室	生产计划决策制定 产品销售渠道选择 产品广告投放及预算	ITMC 沙盘、 电脑	50	全媒体综合实训 II
2	云上全媒体产教融合中心	直播实训 PS\PR\AR 短视频制作 影视广告动画制作 H5 广告制作	直播 设备 电脑 设备	50	短视频创意与制作 影视广告创意与制作 网络直播与运营 全媒体综合实训 I、III

3. 校外实训条件

按照技能训练和实习实训的要求，全媒体广告策划与营销专业将与企业合作共建校外实训基地，如江西省广播电视台、酷哦科技、波动智媒等企业，以现代学徒制培育模式实现校企合作“双主体”育人，构建“双导师”创造性师团队。

全媒体广告策划与营销专业培养模式如下：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。

表 8 校外实训场地要求一览表

序号	基地名称	实训项目	接纳人数	支撑课程
1	江西省广播电视台校外实训基地	AR、PS 直播 直播运营	100	影视广告创意与制作 短视频创意与制作 新媒体平台运营与推广 网络直播与运营
2	酷哦科技校外实训基地	广告设计 直播运营	50	网络直播与运营 广告策划与创意
3	波动智媒校外实训基地	文案写作 广告策划	50	网络营销推广与策划

（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，经过规范程序选用教材，优先选用国家规划教材和国家优秀教材。选用出版日期 3 年以内的新版教材。由专业教师、教研室主任、行业专家和教研人员共同建立教材选用小组，对教材内容进行多重审读，择优选用教材。专业课程教材应体现本行业新技术、新规范、新标准、新形态，并通过活页式教材等多种方式进行动态更新。

全媒体广告策划与营销专业课程选用教材参考书目

课程名称	教材名称	ISBN 号	主编	出版社	出版年月	备注
新媒体运营	新媒体运营（慕课版）	978-7-115-60623-5	吴娟	人民邮电出版社	2023-03-01	
新媒体数据分析与应用	新媒体数据分析与应用	978-7-115-58616-2	李靖，胡永锋	人民邮电出版社	2022-04-01	
广告实务	新媒体广告（慕课版）	978-7-115-56966-0	秋叶，陆亚明	人民邮电出版社	2021-09-01	

	版)			社		
广告文案写作	新媒体文案写作实战教程(微课版)	978-7-115-59528-7	胡晓	人民邮电出版社	2022-10-01	
新媒体舆情管理	网络舆情监测与研判	978-7-115-56101-5	芦珊	人民邮电出版社	2021-06-01	
新媒体平台运营与推广	新媒体运营与推广	978-7-115-61843-6	李桂红	人民邮电出版社	2023-07-01	

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。专业类图书文献主要包括：广播影视行业政策法规，广播影视行业相关职业标准，有关策划、创意、广告、营销、公关、视频制作、新媒体制作传播等方面的技术、方法、实务操作类图书文献。及时配置新经济、新技术、新工艺、新材料、新管理方式、新服务方式等相关的图书文献。

推荐书目一览表

教材名称	ISBN 号	主编	出版社	出版年月	备注
《运营之光》	9787121434822	黄有璨	电子工业出版社	2022-06-01	
《爆款文案》	9787559611352	关健明	北京联合出版公司	2017-11-01	
《科学的广告》	9787538596830	克劳德霍普金斯	北方妇女儿童出版社	2016-01-01	
《超级符号就是超级创意》	9787559439420	华杉	江苏凤凰文艺出版社	2019-12-01	

3. 数字教学资源配备基本要求

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。

数字教学资源一览表

数字资源名称	资源数量	网址链接
抖音大学	100	http://douyindaxue.com
快手大学	50	https://university.kuaishou.com
万堂学院	30	https://shuyuan.taobao.com
虎课网	30	https://huke88.com/shortvideo/27-0-0-0-0-2-1-16-1
翼狐网	30	https://www.yiihuu.com/zt/premiere

(四) 教学方法

要求教师在教学实施过程中：

1. 树立正确的教学理念。遵循高等职业教育的基本规律，牢固树立提高课堂教学质量是专业人才培养的根本任务的理念，积极开展教学改革研究，提高课程教学质量。

2. 科学合理地选择教学方法。要求教师能够在现代职业教育理论的指导下，熟练掌握讲授式、启发式、探究式、合作式、线上线下混合式、工学交替、课证融合、课赛融合等各类教学方法的特性，基于学生学习需求和社会用人需要，科学选取教学内容，合理选择适宜的教学方法并进行优化组合。

3. 有效地运用教学方法。教师要根据具体教学实际，对所选择的教学方法进行优化组合和综合运用，并充分关注学生的反馈，适时调整，适应学生学习实际。课堂教学中采用精讲、案例、讨论、练习等多种教学形式，将课程教学延伸到实践环节之中。根据教学内容、教学环境、教学对象采用相应的教学方法。例如，对一些理论性很强的难点内容，采用精讲教学形式。对一些实践性很强的重点内容，采用案例教学形式。对一些容易混淆难以理解的内容，采用对比、讨论教学形式。对有些难点内容，采用精讲、案例、讨论、练习等多种教学形式。

4. 在教学过程中根据各门课程的实际情况，灵活应用项目教学、案例教学、角色扮演、小组讨论、深度研讨等多种教学方法，教学过程注重任务驱动和行动导向。

项目教学法：教学内容紧紧围绕职业岗位进行选取和重新序化，课程内容的教学载体是真实的项目，在校企合作项目中以具体任务驱动教学和实训。项目教学法能够充分调动学生学习积极性，培养学生的学习兴趣。

案例教学法：每一教学单元要完成一个典型的工作任务，在案例模仿项目中运用了“案例教学法”，即教师首先对要讲述的案例进行分析，并通过示范完成案例，然后学生模仿完成案例。“案例教学法”以应用技能培养为核心，通过典型案

例帮助学生在局部范围内掌握专业技能，培养职业素养。

小组工作法：每 4-5 名学生为一组，组成一个团队，承担一个任务，团队成员分工协作，共同完成任务和项目，教学评价与团队每个成员表现密切相关。这样，能很好地培养学生的团队精神和沟通能力。

5. 根据教师和学生参加技能大赛的需要，采用课赛融合的教学方式，在课堂教学中融入比赛的内容。

6. 还可以根据实际情况采取线上线下混合、工学交替的教学方法，实现双主体育人成效，推动政行校企的协同育人。

总之，基于学生学习需求和社会用人需要，科学选取教学内容，合理选择适宜的教学方法并进行优化组合，并充分关注学生的反馈，适时调整，适应学生学习实际。

（五）学习评价

1. 学生学业评价

专业坚持课程的过程性和实践性考核，不断改革和完善学生学业成绩的评价制度，根据课程性质和课程定位，对学生学业成绩进行分类评价，强化对学生自主学习能力的考核评价，鼓励开展线上线下学习成果的多元评价。理论性课程成绩包括期末成绩和平时成绩，平时成绩包括视频或课件学习、测验作业、课堂提问和讨论、调研报告等。实践性课程成绩创新评价制度，注重实践性考核。平时成绩包括作业、课堂提问和讨论；实践操作环节以视频、音频、文字材料等形式进行保存，每门课程的实践操作环节有详细的操作要求和规范的评分标准，每次实践操作环节有必要的反馈。

2. 第三方评价

行业、企业对毕业生的评价是人才培养质量评价体系重要的环节，本专业定期、不定期地了解行业、企业等对毕业生的评价，努力建立和完善第三方对人才培养质量评价制度，主要包括：

(1) 应届毕业生毕业实习及就业情况调查。在每年应届毕业生毕业实习阶段对若干个实习单位进行调查，主要了解毕业设计、毕业实习、就业情况等方面的情况；

(2) 每年毕业生随访制度。每年随机对前一届毕业生所在单位进行重点访问，主要了解用人单位对毕业生满意度和认可度、毕业生专业知识和专业技能的适用性等方面；

(3)毕业生五年后调查。主要调查学生的工作岗位、岗位发展情况、收入情况、工作满意度、毕业后岗位更换次数、工作适应情况等。

(六) 质量保障

1. 人才培养质量保障

学院成立了由行业企业专家、教科研人员、一线教师和学生（毕业生）代表组成的专业建设委员会，共同做好专业人才培养方案制（修）订工作。各专业建设委员会做好行业企业调研、毕业生跟踪调研和在校生学情调研，分析产业发展趋势和行业企业人才需求，明确本专业面向的职业岗位（群）所需要的知识、能力、素质，形成专业人才培养调研报告。学院还组织由行业企业、教研机构、校内外一线教师和学生代表等参加的论证会，对专业人才培养方案进行论证，最终提交校级党组织会议审定，保障人才培养质量。

2. 教学质量监控

分管教学副院长带领教务处、实训中心、教育教学质量研究中心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）、毕业实习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、督导教师听课、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。

分院在学院的领导下，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。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，实施了分院兼职督导监控机制，成立了分院兼职督导委员会，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

（一）本专业学生在三年内必须修满 159 学分，其中选修课 6 学分。

（二）学生毕业能够达成本专业人才培养方案的素质、知识和能力等方面要求，能够从事广告策划、图片及音视频制作、新媒体编辑、数据采集与分析、全媒体运营与推广等工作的岗位要求。

（三）符合学校学籍管理规定的相关要求。

十、公共选修课程列表

类别	序号	课程名称	学分
文化类	1	探寻中国茶：一片树叶的传奇之旅	2.0
	2	影视鉴赏	2.0
	3	戏曲鉴赏	2.0
	4	文物精品与中华文明	2.0
	5	欧洲文明概论	2.0
美学类	1	美学原理	2.0
	2	建筑艺术欣赏	2.0
	8	住宅设计	2.0
	4	中国民间艺术的奇妙之旅	2.0
	5	绘画里的中国：走进大师与经典	2.0
工科类	1	天文学的奥秘	2.0
	2	家园的治理：环境科学概论	2.0
	3	太阳系中的有趣科学	2.0
	4	人文智能	2.0
	5	智能法理	2.0
素养类	1	批判与创意思考	2.0
	2	形象设计与礼仪训练	2.0
	3	像经济学家那样思考：信息、激励与政策	2.0
语言类	1	商务英语翻译技巧	2.0
	2	商务英语口语与实训	2.0
	3	英语语言技巧	2.0
	4	视听语言	2.0
商贸类	1	大型活动组织与管理	2.0
	2	跨境电商业务实战	2.0
	3	市场营销学	2.0
	4	财政与金融	2.0
	5	商道：管理素养的五项修炼	2.0
	6	国际工程项目管理	2.0

十一、附件

2023 年全媒体广告策划与营销专业教学进度安排表

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	开课部门
									小计	一	二	三	四	五	六		
							理论	实践/实训		16周	18周	18周	18周	10周	20周		
通识基础模块	公共基础	1	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	A	必修	11111005	笔试	48		48	3					3	马院
		2	思想道德与法治	A	必修	11111006	笔试	54		54		3				3	马院
		3	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	36		36			2			2	马院
		4	形势与政策	B	必修	11121002-1 11121002-2 11121002-3 11121002-4 11121002-5	笔试	20	20	40						1	马院
		5	计算机应用基础	C	必修	07131104	技能测试		32	32	2					2	电商学院
		6	军事理论	A	必修	01111065	笔试	36		36	2					2	基础部
		7	军事技能训练	C	必修	01131066	技能测试		112	112						2	基础部
		8	文学与艺术欣赏	A	必修	01111064	笔试	72		72			4			4	基础部
		9	体育	B	必修	01121005-1 01121005-2 01121005-3 01121005-4	笔试+技能测试	20	120	140	2	2	2	2		8	基础部

专业 技能 模块		10	心理健康	B	必修	14121001	笔试+技能测试	16	16	32	2					2	心理健康教研室
		11	劳动教育 I	A	必修	14111002	笔试	16		16				2		1	劳动教育教研室
		12	职业生涯规划	B	必修	13121001	笔试+技能测试	10	6	16	2					1	创业学院
		13	大学生创新创业基础	B	必修	13121002	笔试+技能测试	18	18	36		2				2	创业学院
		14	大学生就业指导	B	必修	13121004	笔试+技能测试	12	4	16				2		1	创业学院
		15	美育理论与实践	B	必修	15121001	笔试+技能测试	28	8	36		2				2	美育教研室
		小计						386	336	722	10	7	8	4		36	
	专业 基础 课	1	摄影摄像基础	B	必修	06121232	笔试+技能测试	18	18	36			2			2	工商管理
		2	图形图像设计	B	必修	06121233	笔试+技能测试	36	36	72				4		4	工商管理
		3	广告法律法规	B	必修	03121113	笔试+技能测试	20	20	40					4	2.5	国际商务
		4	广告实务	B	必修	06121234	笔试+技能测试	36	36	72			4			4	工商管理
		5	市场营销	B	必修	06121203	笔试+技能测试	36	36	72		4				4	工商管理
		6	消费心理与行为	B	必修	06121235	笔试+技能测试	20	20	40					4	2.5	工商管理
		7	新媒体营销传播	B	必修	06121236	笔试+技能测试	32	32	64	4					4	工商管理
		小计						198	198	396	4	4	6	4	8	23	
	专业 核 心 课	1	广告策划与创意	B	必修	06121229	笔试+技能测试	36	36	72				4		4	工商管理
		2	广告文案写作	B	必修	06121237	笔试+技能测试	20	20	40					4	2.5	工商管理
		3	短视频创意与制作	C	必修	06131238	笔试+技能测试	0	72	72			4			4	工商管理
		4	影视广告创意与制作	B	必修	06121239	笔试+技能测试	36	36	72				4		4	工商管理
		5	H5 设计与制作	C	必修	06131240	笔试+技能测试	0	72	72		4				4	工商管理

		6	新媒体营销	B	必修	06121230	笔试+技能测试	36	36	72		4				4	工商管理
		7	新媒体数据分析与应用	B	必修	06121241	笔试+技能测试	36	36	72				4		4	工商管理
		8	新媒体平台运营与推广	C	必修	06131242	笔试+技能测试	0	40	40				4		2.5	工商管理
		小计						164	348	512	0	8	4	12	8	29	
	专业拓展课	1	全媒体综合实训 I-III	C	限选	06132243-1 06132243-2 06132243-3	笔试+技能测试	0	208	208	4	4	4			12	工商管理
		2	网络直播与运营	B	限选	06122244	笔试+技能测试	20	20	40				4		2.5	工商管理
		3	品牌策划与推广	B	限选	06122223	笔试+技能测试	20	20	40				4		2.5	工商管理
		4	电子商务基础	B	限选	07122202	笔试+技能测试	32	32	64	4					4	电商学院
		5	公众表达	B	限选	06122245	笔试+技能测试	18	18	36			2			2	工商管理
		6	新媒体舆情管理	B	限选	06122246	笔试+技能测试	36	36	72				4		4	工商管理
		小计						126	334	460	8	4	6	4	8	27	
素质能力拓展模块	公共拓展课程	1	基础英语（非涉外非语言类专业）	A	限选	01112060-1 01112060-2	笔试	68	0	68	2	2				4	基础部
		2	安全教育	A	必修	01111053	笔试	16		16						1	基础部
		3	中国共产党党史	A	选择性必修	11113004	笔试	32		32						2	
		小计						116	0	116	2	2				7	
	公共选修	1	第一学期	B	公共选修		笔试+技能测试	16	16	32	2					2	
		2	第二学期	B	公共		笔试+技能测试	18	18	36		2				2	

					选 修													
		3	第三学期	B	公 共 选 修		笔 试 + 技 能 测 试	18	18	36			2				2	
		小计						52	52	104	2	2	2				6	
实 践 教 育 模 块	实 践 课 程	1	劳动教育Ⅱ	C	必 修	14131003	技能测 试	融入到 1-5 学期的社会实践、实训环节中，不单独占课时								1	劳动教 育教研 室	
		2	毕业设计（论文）	C	必 修	01131025	技能测 试	0	128	128						8	8	工商管 理
		3	毕业实习	C	必 修	01131026	技能测 试	0	320	320					8	1 2	20	工商管 理
		4	第二课堂	C	必 修	15131002	技能测 试	按照《江西外语外贸职业学院大学生第二课堂成绩评定实施规定》执行								2	团委	
		5	全媒体现代学徒制	C	专 业 选 修	06132247	技能测 试		360	360					2 0		20	工商管 理
		小计						0	448	448							31	
总 计							104 2	171 6	275 8	2 4	2 5	2 4	2 4	2 4	/	15 9		
总学时：2758 学时；理论教学：1042 学时， 占总学时 37.8%；实践/实训教学：1716 学时， 占总学时 62.2%。																		
47 门课：A 类课程 9 门， 占总课程 19.1%；B 类课程 27 门， 占总课程 57.4%；C 类课程 11 门， 占总课程 23.4%。																		
注：1. 第二学期开设红色文化必修课程，10 学时；2. 1+x 证书：做好课证融通，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；3. 全媒体广告策划与营销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。																		