**2025级全媒体广告策划与营销**

**专业****人才培养方案**

**山东城市服务职业学院**

**2025年5月**

**目 录**

[一、专业名称及代码 1](#_Toc17310)

[二、入学要求 1](#_Toc28001)

[三、修业年限 1](#_Toc28354)

[四、职业面向 1](#_Toc5779)

[五、培养目标与培养规格 1](#_Toc25458)

[（一）培养目标 1](#_Toc5964)

[（二）培养规格 2](#_Toc13835)

[六、培养模式 3](#_Toc19931)

[七、课程设置及要求 4](#_Toc374)

[（一）课程体系构建思路 4](#_Toc12273)

[（二）课程体系架构 6](#_Toc22859)

[（三）公共基础课程 7](#_Toc19660)

[（四）专业（技能）课程 9](#_Toc14793)

[（五）专业核心课程描述 14](#_Toc6593)

[（六）素质拓展课程 18](#_Toc19646)

[八、学时安排 18](#_Toc9223)

[九、教学进程总体安排 19](#_Toc21151)

[（一）课程设置及教学计划表 20](#_Toc23026)

[（二）实践教学计划表 25](#_Toc14678)

[（三）综合实训活动安排表 25](#_Toc28422)

[（四）岗位实习活动安排表 26](#_Toc30356)

[十、实施保障 27](#_Toc14719)

[（一）师资队伍 27](#_Toc10669)

[（二）教学设施 28](#_Toc7494)

[（四）教学方法 31](#_Toc26944)

[（五）学习评价 32](#_Toc30576)

[（六） 质量管理 32](#_Toc829)

[十一、毕业要求 33](#_Toc22188)

# **一、专业名称及代码**

全媒体广告策划与营销560216

# **二、入学要求**

普通高级中学毕业、中等职业学校毕业或具备同等学力。

# **三、修业年限**

三年制

# **四、职业面向**

**表4-1 全媒体广告策划与营销专业职业面向**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 所属专业大类（代码） | 所属专业类（代码） | 对应行业  （代码） | 主要职业类别  （代码） | 主要岗位类别  （或技术领域） | 职业资格证书或技能等级证书举例 |
| 新闻传播大类（56） | 广播影视类（5602） | 互联网广告服务  （7251）  文化会展服务  （7284）  影视节目制作  （8730）  文化活动服务  （9051） | 电影电视摄影师  （2-10-05-03）  广告设计人员  （2-10-07-08）  文字编辑  （2-12-02-01）  文案策划员  （3-03-02-06）  活动策划员  （3-03-02-05）  摄影师  （4-07-05-01）  商务策划专业人员（2-06-07-03） | 广告策划与营销  全媒体编辑与运营  数据采集与分析  全媒体运营与推广  摄影摄像  图形图像设计  动画制作 | “1+X”自媒体运营（中级） |

# 

# **五、培养目标与培养规格**

## （一）培养目标

本专业培养理想信念坚定，德、智、体、美、劳全面发展，具有一定的科学文化水平，良好的人文素养、职业道德和创新意识，精益求精的工匠精神，较强的就业能力和可持续发展的能力，掌握本专业知识和技术技能，适应全媒体时代及文化产业发展需要，能够在文化事业单位、融媒体中心、文化传播公司、广告公司等企事业单位从事广告策划与文案写作、影视广告制作、全媒体运营与品牌形象推广、媒体活动专员等岗位工作的高素质复合型技术技能人才。

## （二）培养规格

### 1.素质方面

（1）坚定拥护中国共产党领导和我国社会主义制度，在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感；

（2）崇尚宪法、遵法守纪、崇德向善、诚实守信、尊重生命、热爱劳动，履行道德准则和行为规范，具有社会责任感和社会参与意识；

（3）具有质量意识、环保意识、安全意识、信息素养、工匠精神、创新思维；

（4）具有良好的职业道德和信誉、敬业精神和责任心、健康的心理和体魄，掌握基本运动知识和1-2项运动技能，养成良好的健身与卫生习惯，以及良好的行为习惯；

（5）具有一定的审美和人文素养，能够形成1-2项艺术特长或爱好；

（6）具备安全、环保、节能意识和严格按照行业安全工作规程进行操作的意识。

### 2.知识方面

（1）掌握必备的思想政治理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识；

（2）熟悉本专业相关的法律法规以及网络安全条例等相关知识；

（3）有较好的人文、艺术修养、审美情趣及文字、语言表达能力；

（4）了解广告策划与营销基本规律、熟悉媒介传播规律，掌握广告运作规律及消费心理规律。

### 3.能力方面

（1）通用能力

* 具有探究学习、快速学习、终身学习的能力。
* 具有分析问题，解决问题的能力。
* 具有较强的国际视野、现代意识和跨文化交际意识的能力。

（2）专业能力

具有广告策划、文案写作能力；

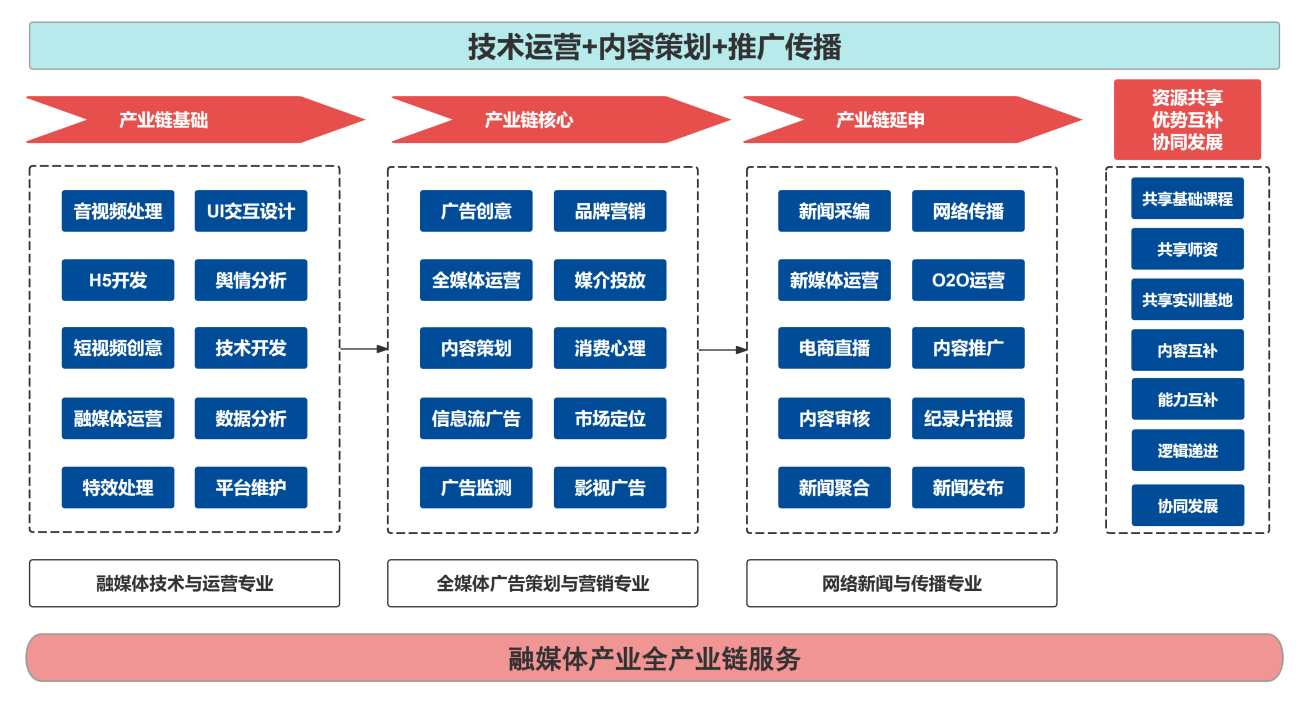
* 具有对全媒体数据进行分析与应用的能力；
* 具有了解全媒体平台的特点和运营规则，能够制定全媒体平台推广和流量变现策略；
* 具有基础的图文编辑能力。

# **六、培养模式**

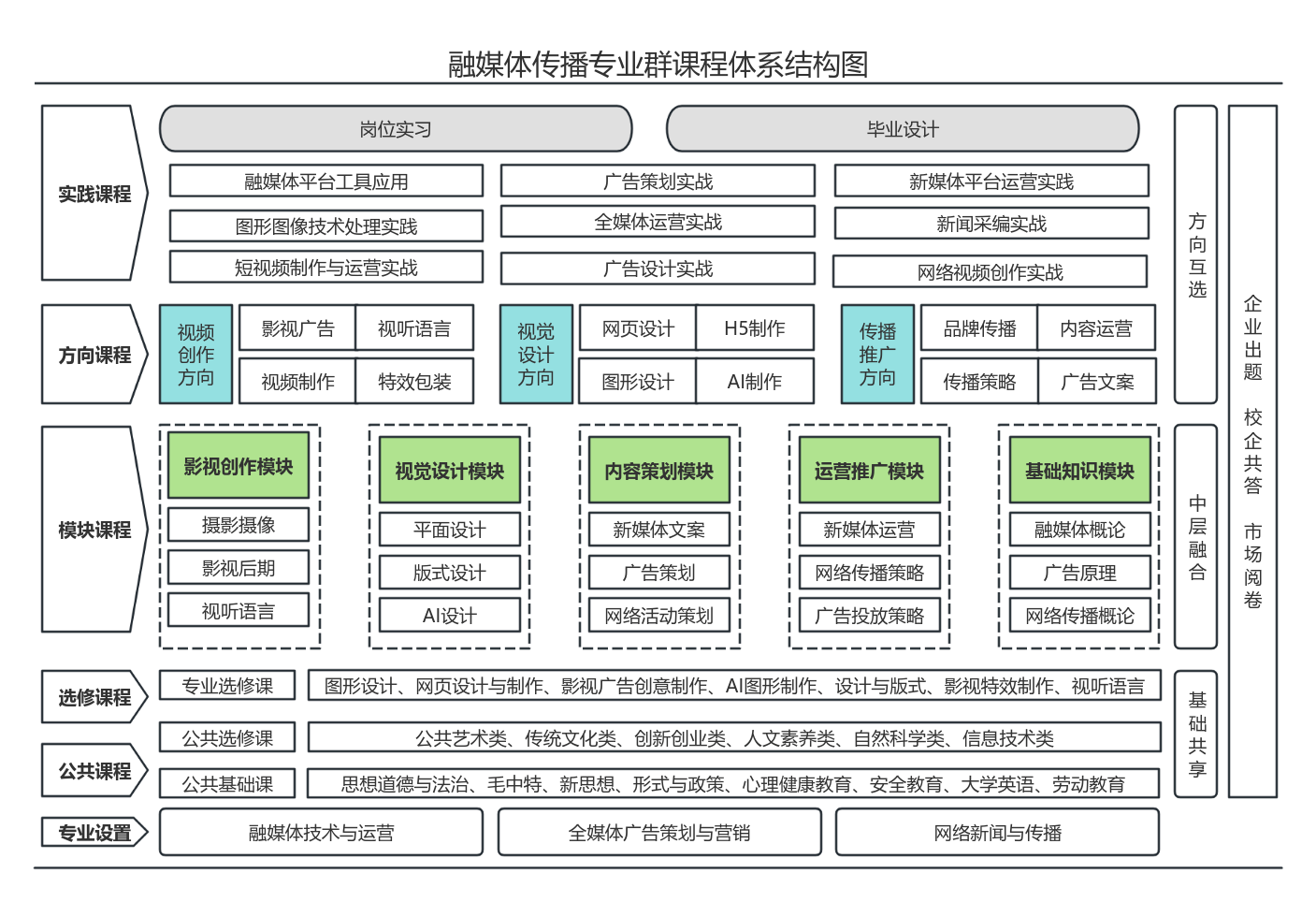
本专业紧扣融媒体产业发展需求，构建“技术赋能、内容为王、运营为本”的三维培养体系，通过“课岗证赛创”五维联动模式，培养兼具技术应用能力、内容创意能力和运营管理能力的复合型人才。课程体系深度融合“技术支撑层-商业增值层-内容生产层”产业链逻辑，以“全媒体广告策划+新媒体运营+舆情分析”为核心课程模块，辅以前沿技术课程，强化数据思维与视觉表达双核能力。实践教学依托融媒体研修中心，设置“平台运营实战”“舆情演练”“广告创意工坊”等递进式实训项目，通过“企业驻校工作室”“融媒项目孵化基地”等载体，实现与烟台市融媒体中心等头部企业的深度产教融合。推行“双导师制”，由校内教师与企业运营总监共同制定个性化培养方案，培育学生在跨平台运营、数据驱动决策、舆情应急处理等方面的实战能力。同时，构建“职业素养+创新创业”双轨育人机制，支持学生组建工作室运营自有IP，真正实现“学以致用、用以促学、学用相长”的培养目标。

# **七、课程设置及要求**

## （一）课程体系构建思路

****

**图7-1 融媒体传播专业群组群逻辑图**

****

**图7-2 融媒体传播专业群课程体系结构图**

****

**图7-3 全媒体广告策划与营销专业的职业岗位、典型工作任务及学习领域划分**

**表7-1 典型工作任务与课程支撑关系表**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **典型工作任务** | **职业能力** | **培养途径（主要课程）** |
| **1** | **新闻稿件采编与发布** | 内容创作与运营能力、跨平台整合与用户运营能力、技术工具应用与数据决策能力 | 大众传播、广告文案写作、内容创作和运营、全媒体平台运营与推广、全媒体文化传播 |
| **2** | **短视频基础制作** | 熟练掌握短视频拍摄、构图、灯光、运镜技术。  掌握短视频剪辑、特效、音效、配乐等后期处理能力。  理解短视频平台规则、风格特点和基础优化知识。 | 短视频拍摄与剪辑、摄影摄像技术、影视赏析与实践、影视广告创意与制作以及多媒体内容制作 |
| **3** | **多媒体内容制作** | 强大的内容创意能力、策划能力和网感。  深刻理解目标用户兴趣点、痛点和社会热点。  掌握不同类型内容（特别是短视频）的策划方法和框架 | H5设计与制作、图形图像处理、AI平面创意设计、摄影摄像技术、影视广告创意与制作以及内容创作和运营 |
| **4** | **广告投放与效果优化** | 理解并掌握商业化产品、模式和变现路径（广告、直播带货、电商等）。  精通用户增长、用户活跃度提升、用户留存等用户运营策略。  强大的数据分析能力，能建立指标体系、监控数据、解读效果并驱动决策优化。 | 广告原理与实务、全媒体营销、消费心理与行为、广告策划与创意、全媒体平台运营与推广以及广告策划模拟课程实训 |
| **5** | **基础视觉设计** | 熟练掌握主流图形图像处理软件（如PS, AI）。  具备扎实的平面设计基础（排版、字体、色彩、构图等）。  了解基础的UI设计原理和规范（如按钮、图标设计） | 图形图像处理、广告设计与制作、AI平面创意设计、H5设计与制作以及广告设计模拟课程实训 |

## （二）课程体系架构

课程分为公共基础课程、专业（技能）课程和素质拓展课程三类。公共基础课程包括公共必修课程（必修）、公共限选课程（限选）和公共任选课程（任选）三部分。专业（技能）课程包括专业基础课程、专业核心课程、专业实践课程和专业方向（选修）课程。素质拓展课程包括综合素质拓展课程和第二课堂活动课程。课程体系按145学分进行设计，具体分配详见表7-2。

**表7-2 课程体系构成及学分分配表**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **课程类别** | | **学分** | **学时** | **占比** | **必修** | **限选** | **任选** |
| **公共基础课程** | | 47 | 870 | 31.50% | 39 | 4 | 4 |
| **专业（技能）课程** | **专业基础课** | 14 | 224 | 8.11% | 14 | —— | —— |
| **专业核心课** | 48 | 1076 | 38.96% | 48 | —— | —— |
| **专业实践课** | 18 | 288 | 10.43% | 18 | —— | —— |
| **专业方向课** | 18 | 288 | 10.43% | —— | 18 | —— |
| **素质拓展课** | | 4 | 16+3w | 0.58% | —— | —— | 4 |
| **合计** | | 149 | 2762+3W | 100.00% | 118 | 22 | 8 |

## （三）公共基础课程

公共基础课程47学分，占总学分的31.54%，具体包括公共必修课程（必修）、公共限选课程（限选）和公共任选课程（任选）。

### 1.公共必修课

本专业开设的公共必修课，具体情况详见表7-3。

**表7-3 公共必修课程一览表**

| **序号** | **课程名称** | **学时** | **学分** | **统筹学院** | **建议开设学期** | **备注** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | 习近平新时代中国特色社会主义思想概论 | 48 | 3 | 马克思主义学院（基础教学部） | 第一学期 |  |
| 2 | 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论 | 32 | 2 | 马克思主义学院（基础教学部） | 第一学期 |  |
| 3 | 思想道德与法治 | 48 | 3 | 马克思主义学院（基础教学部） | 第二学期 |  |
| 4 | 形势与政策 | 32 | 1 | 马克思主义学院（基础教学部） | 在校（1-4学期）每学期8课时 |  |
| 5 | 中国共产党党史 | 16 | 1 | 马克思主义学院（基础教学部） | 第二学期 |  |
| 6 | 思想政治理论课实践教学 | 16 | 1 | 马克思主义学院（基础教学部） | 第一至第二学期 |  |
| 7 | 大学英语 | 128 | 8 | 马克思主义学院（基础教学部） | 第一至第二学期 | 学生从两门中任选一门 |
| 大学日语 |
| 8 | 体育与健康  （公共体育） | 36 | 2 | 马克思主义学院（基础教学部） | 第一学期 |  |
| 9 | 体育与健康  （专项一） | 36 | 2 | 马克思主义学院（基础教学部） | 第二学期 |  |
| 10 | 体育与健康  （专项二） | 36 | 2 | 马克思主义学院（基础教学部） | 第四学期 |  |
| 11 | 劳动教育 | 16 | 1 | 马克思主义学院（基础教学部） | 第二学期 |  |
| 12 | 管理学基础 | 16 | 1 | 马克思主义学院（基础教学部） | 第二学期 |  |
| 13 | 国家安全教育 | 16 | 1 | 马克思主义学院（基础教学部） | 第一学期 |  |
| 14 | 信息技术 | 48 | 3 | 教务处（科研与规划处、院士工作站） | 第一学期 |  |
| 15 | 军事技能 | 112 | 2 | 学生工作处（武装部、团委） | 第一学期 |  |
| 16 | 军事理论 | 36 | 2 | 学生工作处（武装部、团委） | 第一学期 |  |
| 17 | 心理健康教育 | 32 | 2 | 学生工作处（武装部、团委） | 第二学期 |  |
| 18 | 职业发展与就业指导 | 38 | 2 | 招生就业与校企合作处 | 在校学期分模块开设 |  |

### 2.公共限选课

本专业开设的公共限选课，具体情况详见表7-4。

**表7-4 公共限选课程一览表**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **课程名称** | **学时** | **学分** | **统筹学院** | **开设学期** |
| 1 | 传统文化 | 32 | 2 | 马克思主义学院（基础教学部） | 第一或第二学期 |
| 2 | 美育 | 16 | 1 | 马克思主义学院（基础教学部） | 第一或第二学期 |
| 3 | 创新创业教育 | 16 | 1 | 创业创新中心 | 第三、第四学期 |

### 3.公共任选课

公共任选课为公共选修课程，包括公共艺术类、传统文化类、创新创业类、人文素养类、自然科学类、信息技术类等课程，学生在第二至第五学期从学院提供的公共任选课程清单中进行选修，选修4-6个学分，具体由教务处统筹。

## （四）专业（技能）课程

专业（技能）课程98学分，占总学分的66.2%，包括专业基础课程、专业核心课程、专业实践课程和专业方向（选修）课程。专业（技能）课程要将思政教育、安全教育、文化育人等细化落实到课程目标、课程标准、教材、教案课件、考核评价等各方面，贯穿于课堂授课、教学研讨、实验实训等各环节。

### 1.专业基础课程

设置5门专业基础课程，包括广告原理与实务、图形图像处理、摄影摄像技术、大众传播以及广告文案写作。

### 2.专业核心课程

设置8门专业核心课程，包括广告策划与创意、消费心理与行为、全媒体营销、广告设计与制作、短视频拍摄与剪辑、全媒体平台运营与推广、岗位实习、毕业设计（论文）。

### 3.专业实践课程

专业实践课程是为培养学生的基本实践能力与操作技能、专业技术应用能力与专业技能、综合实践能力与综合技能所开设的课程。根据专业岗位对全媒体广告策划与营销人才的复合性要求设置3门。包括广告策划模拟课程实训、全媒体模拟课程实训、广告设计模拟课程实训。

### 专业方向（选修）课程

设置三个专业方向的6门专业选修课程，包括视觉传达方向的H5设计与制作、AI平面创意设计；传播推广方向的内容创作和运营、全媒体文化传播；视频影视方向的影视赏析与实践、影视广告创意与制作。

**表7-5 专业（技能）课程教学计划安排表**

| **课程性质** | **课程名称** | **学分** | **学时** | **开设学期** | **课程主要内容** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 专业基础课程 | 广告原理与实务 | 2 | 32 | 第一学期 | 主要学习内容包括广告的基本概念、发展历程、受众心理、战略策略、创意表现、媒体选择、文案撰写、效果评估及媒体广告等。通过该课程，学生将掌握广告学的基本理论与方法，熟悉广告实务操作，提升广告策划与执行能力，为从事广告行业及相关领域工作奠定基础。 |
| 图形图像处理 | 4 | 64 | 第一学期 | 主要学习内容包括图像的基本概念、分类、属性、格式以及特点，帮助学生建立对图像处理的初步认识。通过Photoshop等软件工具掌握图像编辑与处理的基本方法，如图像裁剪、色彩调整、滤镜应用等，以及图像合成与动画制作等高级技巧，旨在培养学生在图形图像处理领域的实践能力与创新思维。 |
| 摄影摄像技术 | 4 | 64 | 第一学期 | 主要学习内容包括学习摄影构图、光线运用、曝光控制等摄影技巧，以及摄像机使用、镜头语言等摄像技术。同时，还将掌握PS处理软件的使用，进行色彩调整、图像修复、特效制作等后期处理，以提升作品的艺术效果和观赏性。 |
| 大众传播 | 2 | 32 | 第二学期 | 主要学习内容包括传播学基础理论、媒介研究、信息传播技巧、媒体伦理与法规、跨文化传播等内容。学习媒介理论、传播研究方法、社会语言学、历史学、社会学等基础知识，同时掌握新闻采访、写作、编辑、摄影、摄像等实践技能。 |
| 广告文案写作 | 2 | 32 | 第二学期 | 主要学习内容包括广告文案的基本概念、创意构思、语言运用、不同媒体（如报刊、广播、电视、互联网）广告文案的写作技巧与策略，以及广告文案的评估与优化方法。学生将掌握广告文案的写作规律，学会洞察消费者心理，创作出富有创意和说服力的广告文案，以适应不同媒体和产品的广告需求。 |
| 专业核心课程 | 广告策划与创意 | 4 | 64 | 第二学期 | 主要学习内容包括广告策划理论、广告创意方法、市场调研、策略制定、媒介选择与效果评估等。学生将掌握广告策划与创意的全过程，学会分析市场、挖掘消费者需求，制定有效的广告策略，并熟悉各种媒介的特点和运用技巧，最终通过实践项目提升综合能力和创新思维。 |
| 消费心理与行为 | 4 | 64 | 第三学期 | 主要学习内容包括消费者心理活动的认识与情感过程、个性心理特征与倾向、群体心理与行为、经济文化及社会环境对消费心理的影响等。通过课程学习，学生将掌握消费者行为的基本理论、知识、技能和方法，了解消费者决策行为过程的规律，为制定有效的市场营销战略和策略提供理论支持。 |
| 全媒体营销 | 4 | 64 | 第三学期 | 主要学习内容包括市场营销学、广告法律法规、广告策划与创意、营销策略，短视频创意与制作、影视广告创意与制作、H5设计与制作等实训课程。 |
| 广告设计与制作 | 4 | 64 | 第四学期 | 主要学习内容包括广告学概论、传播学、广告心理学、广告策划与创意、文案写作、美术设计基础（如素描、色彩）、设计软件应用（如Photoshop、Illustrator）、广告摄影与摄像、市场调查与分析等。学生将掌握广告设计与制作的理论基础与实操技能，培养创新思维和审美能力，以适应广告行业的快速发展。 |
| 短视频拍摄与剪辑 | 6 | 96 | 第四学期 | 主要学习内容包括摄影基础知识（如光线运用、构图技巧）、摄像设备选择与操作、短视频内容策划与创意、拍摄技巧实践、视频剪辑软件应用（如Adobe，Premiere、Final，Cut，Pro等）、剪辑技巧学习（如剪切、拼接、转场等）、音频处理、特效与动画制作、色彩调整、文字与字幕添加、视频导出与压缩，以及短视频的发布与推广策略等 |
| 全媒体平台运营与推广 | 4 | 64 | 第四学期 | 课程主要学习内容包括内容运营、用户运营、营销策略、数据策略、短视频与直播运营等。将学习如何制定全媒体营销策略，掌握内容创作与分发技巧，进行用户画像分析与分层管理，运用数据分析工具优化运营效果 |
| 岗位实习 | 20 | 600 | 第六学期 | 结合所学专业理论知识，在实际工作岗位上进行实践锻炼，通过实习掌握岗位所需的职业技能和素养，提升个人综合素质和就业竞争力，为未来的职业发展奠定坚实基础。 |
| 毕业设计（论文） | 2 | 60 | 第六学期 | 主要学习内容是综合运用所学专业知识，进行实际问题的研究和解决。学生需选定课题，进行文献综述、方案设计、实验验证及结果分析，最终撰写成论文形式，展现自己的研究能力和实践成果。 |
| 专业实践课程 | 广告策划模拟课程实训 | 6 | 96 | 第五学期 | 主要学习广告策划的实战应用，包括市场调研、策略制定、创意构思、媒介规划、预算编制及效果评估等全流程模拟，通过实践项目提升策划能力和团队协作能力。 |
| 全媒体模拟课程实训 | 6 | 96 | 第五学期 | 主要学习如何选择和配置服务器、安装操作系统、配置数据库等，以搭建全媒体平台。学习用户画像分析、用户分层管理、用户互动策略等，以增强用户粘性和活跃度。 |
| 广告设计模拟课程实训 | 6 | 96 | 第五学期 | 主要学习广告设计理论的应用与实践，包括创意思维、设计软件操作、广告元素整合、用户体验设计等，通过模拟项目提升学生的设计能力和创意实现能力。 |
| 专业方向（选修）课程模块1 | H5设计与制作 | 6 | 96 | 第三学期 | 主要学习内容包括H5页面设计原理、交互设计技巧、动画效果实现、响应式布局、SEO优化策略及主流H5工具（如Adobe，XD、H5编辑器）的使用，旨在培养学生在移动端的创意设计与开发能力。 |
| AI平面创意设计 | 6 | 96 | 第三学期 | 主要学习Adobe，Illustrator等设计软件的高级应用，掌握图形绘制、排版设计、色彩搭配、创意构思等技能，通过项目实践提升平面设计的专业能力和创意水平。 |
| 专业方向（选修）课程模块2 | 内容创作和运营 | 6 | 96 | 第三学期 | 主要学习内容包括内容策划、创意构思、撰写与编辑技巧、多渠道发布策略、用户互动管理、数据分析与优化等，旨在培养学生在内容创作与运营方面的综合能力。 |
| 全媒体文化传播 | 6 | 96 | 第三学期 | 主要学习介绍全媒体的基本概念、发展历程及未来趋势，涵盖新闻、视频、音频、图文等多种形式的内容创作与编辑技能，培养学生的多媒体内容生产能力。 |
| 专业方向（选修）课程模块3 | 影视赏析与实践 | 6 | 96 | 第四学期 | 主要学习影视艺术基础、影片分析技巧、创作理论与实践，包括剧本写作、拍摄技巧、后期制作等，通过实践提升学生影视创作与赏析能力。 |
| 影视广告创意与制作 | 6 | 96 | 第四学期 | 主要学习影视广告策划、创意构思、拍摄技巧、后期制作及推广策略，通过实践项目提升学生在影视广告领域的综合创作能力。 |

## （五）专业核心课程描述

**表7-6-1 广告策划与创意课程描述**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 课程名称 | 广告策划与创意 | **学分** | 4 | **学时数** | 64 |
| 课程目标 | 广告策划与创意的课程目标旨在培养学生全面掌握广告策划的工作流程，包括广告调查与分析、广告定位与主题策划、广告创意表现以及广告预算与媒体运用等能力。通过该课程，学生将学会如何科学地制定广告策略，创意性地表达广告信息，并熟悉广告制作的各个环节，最终能够独立完成广告策划书的撰写。同时，课程还注重培养学生的团队合作精神、沟通协调能力以及应变能力和实战能力，以适应广告行业的快速发展和变化。 | | | | |
| 学习内容 | 广告策划与创意课程的学习内容主要包括广告策划的基本理论与实务操作。学生将学习广告策划的流程、原则与方法，理解广告策略的制定与执行，掌握广告创意的生成与表现技巧。同时，课程还会涉及广告市场调查、广告媒介选择、广告效果评估等方面的知识，旨在培养学生综合运用所学知识进行广告策划与创意的能力。此外，学生还将通过案例分析、实践操作等方式，提升解决实际问题的能力。 | | | | |
| 能力培养 | 广告策划与创意课程培养学生策划思维、创意能力、市场分析、团队协作及项目管理能力，使学生能高效策划并执行广告活动，提升广告效果。 | | | | |
| 与岗位能力和职业资格证书的衔接 | 中国广告协会注册营销规划师（CMP）  国际广告协会认证广告策划师（AAP） | | | | |

**表7-6-2 消费心理与行为课程描述**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 课程名称 | 消费心理与行为 | **学分** | 4 | **学时数** | 64 |
| 课程目标 | 消费心理与行为课程的课程目标在于使学生掌握消费者心理与行为规律，理解市场营销策略对消费者的影响，培养分析消费者需求、制定营销策略的能力，以及提升职业素养和服务意识，为未来的市场营销工作打下坚实基础。 | | | | |
| 学习内容 | 消费心理与行为课程的学习内容主要包括：消费者心理过程分析（如知觉、学习、记忆等）、消费者行为的影响因素（如文化、社会、经济等）、消费者决策过程以及市场营销策略与消费者心理的关联。通过该课程，学生可以掌握消费者心理与行为的基本理论、知识，了解消费者行为规律，为制定有效的市场营销策略提供理论依据和实践指导。。 | | | | |
| 能力培养 | 消费心理与行为课程能够培养学生深入理解消费者心理、分析消费者行为模式的能力，同时使学生能够基于这些理解制定有效的市场营销策略，提升在复杂市场环境中洞察消费者需求、把握市场趋势的能力，为未来的市场营销工作奠定坚实基础。 | | | | |
| 与岗位能力和职业资格证书的衔接 | 市场营销师、广告策划师 | | | | |

**表7-6-3 全媒体营销课程描述**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **课程名称** | 全媒体营销 | **学分** | 4 | **学时数** | 64 |
| **课程目标** | 培养学生的全媒体平台的运营策略、内容创作与分发技巧、数据分析与用户洞察能力，以及制定并实施有效的营销策略。通过课程学习，学生将能够熟练运用各类媒体工具进行品牌推广与营销，实现营销目标，并具备创新思维和持续学习的能力，以适应快速变化的市场环境。 | | | | |
| **学习内容** | 涵盖市场分析、用户洞察、营销策略制定、内容创作与传播、全渠道媒体运营、数据分析与优化等多个方面。学生将学习如何利用全媒体资源，结合线上线下渠道，构建全方位的营销体系，提升品牌影响力和市场竞争力。同时，注重实战技能培养，通过案例分析、模拟演练和项目实践，帮助学生掌握营销策略的实际应用与调整能力。 | | | | |
| **能力培养** | 培养学生的综合能力，包括创新思维、市场分析能力、用户洞察能力、策略制定与执行能力、内容创作与传播能力，以及数据驱动的决策能力。通过课程学习，学生将能够灵活应对市场变化，精准把握用户需求，制定并实施有效的营销策略，实现品牌与市场的双赢。同时，课程还注重培养学生的团队协作与沟通能力，为未来的职业发展奠定坚实基础。 | | | | |
| **与岗位能力和职业技能等级证书的衔接** | 全媒体运营师 | | | | |

**表7-6-4 广告设计与制作课程描述**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **课程名称** | 广告设计与制作 | **学分** | 4 | **学时数** | 64 |
| **课程目标** | 广告设计与制作课程的目标是培养学生在视觉传达设计领域的创意能力、设计技能及制作技术，使学生掌握广告设计的基本原理、流程与方法，能够独立完成广告作品的创意构思、设计表现及后期制作，以适应广告行业对专业人才的需求。 | | | | |
| **学习内容** | 广告设计与制作课程的学习内容涵盖了广告设计的基础理论、创意思维、设计软件应用及实际制作技巧等多个方面。学生将学习广告设计的原则与流程，培养创意思维与审美能力，掌握Photoshop、Illustrator等设计软件的操作技能，并通过实践项目锻炼从创意构思到成品输出的全过程能力，最终能够独立完成高质量的广告设计与制作任务。 | | | | |
| **能力培养** | 广告设计与制作课程能培养学生创意思维、视觉设计、软件操作及项目执行能力，使学生具备独立完成广告设计与制作任务的综合能力。 | | | | |
| **与岗位能力和职业技能等级证书的衔接** | Adobe认证设计师、UI/UX设计师等职业资格证书 | | | | |

**表7-6-5 短视频创意与制作课程描述**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **课程名称** | 短视频拍摄与剪辑 | **学分** | 6 | **学时数** | 96 |
| **课程目标** | 短视频拍摄与剪辑课程旨在培养学生创意策划、视频剪辑与制作技能，使学生掌握短视频创作全流程，包括内容构思、拍摄技巧、后期制作及发布策略，以适应媒体时代短视频内容创作与运营的需求。 | | | | |
| **学习内容** | 短视频拍摄与剪辑课程的学习内容涵盖了从创意构思到成品发布的全方位技能。学生将学习如何策划吸引人的短视频内容，掌握视频拍摄的构图、光线、镜头运用等技巧，以及学习使用视频编辑软件进行剪辑、调色、特效添加等后期制作技术。此外，课程还会涉及短视频的推广策略、平台运营及数据分析等内容，帮助学生全面了解短视频创作与运营的整个流程。 | | | | |
| **能力培养** | 短视频拍摄与剪辑课程能培养学生创意构思、视频拍摄、剪辑制作及运营推广的综合能力，使其能够独立创作出高质量、有吸引力的短视频内容。 | | | | |
| **与岗位能力和职业技能等级证书的衔接** | Adobe认证、视频编辑师证 | | | | |

**表7-6-6 全媒体平台运营与推广课程描述**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **课程名称** | 全媒体平台运营与推广 | **学分** | 4 | **学时数** | 64 |
| **课程目标** | 旨在培养学生在全媒体环境下，掌握平台运营与推广的核心技能与策略。通过系统学习，学生将能够深入理解全媒体平台的运作机制，熟悉用户行为分析，掌握内容策划、传播与优化的方法，以及运用数据分析工具进行精准营销。课程目标还包括提升学生的创新思维、团队协作能力和市场敏锐度，为其未来在媒体、广告、电商等行业的职业发展奠定坚实基础。 | | | | |
| **学习内容** | 学习内容丰富多样，涵盖全媒体平台的基础知识、用户画像构建、内容创作与分发、活动策划与执行、数据分析与优化等多个方面。学生将学习如何选择合适的全媒体平台，进行平台账号的注册与管理；掌握用户行为分析的方法，了解用户需求与偏好；学习内容创作的技巧，包括文案撰写、视频制作、图片编辑等；同时，还将学习如何策划并执行有效的活动，以及运用数据分析工具对运营效果进行评估与优化。 | | | | |
| **能力培养** | 该课程注重培养学生的实践能力、创新能力和数据分析能力。通过案例分析、模拟演练和项目实践等方式，学生将能够亲身体验全媒体平台运营与推广的全过程，提升解决实际问题的能力。同时，课程还鼓励学生发挥创新思维，尝试新的运营策略和推广方式，以适应快速变化的市场环境。此外，数据分析能力的培养也是课程的重要目标之一，学生将学习如何运用数据分析工具进行用户行为分析、运营效果评估等，为精准营销提供有力支持。 | | | | |
| **与岗位能力和职业技能等级证书的衔接** | 新媒体运营师、社交媒体营销专家等职业资格证书 | | | | |

## （六）素质拓展课程

素质拓展课程要求至少完成4学分，64学时。素质拓展课程包括综合素质拓展课程和第二课堂活动课程。依据人才培养需要，参照学生工作处（武装部、团委）《“第二课堂成绩单”制度实施办法（试行）》执行。

**表7-7 素质拓展课程一览表**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **课程名称** | **学时** | **学分** | **统筹部门** | **拟开设学期** |
| 1 | 入学教育 | 16 | 1 | 学生工作处（武装部、团委） | 第一学期 |
| 2 | 思想成长 | 16 | 1 | 学生工作处（武装部、团委） | 第一学期 |
| 3 | 社会实践、志愿公益 | 32 | 2 | 学生工作处（武装部、团委） | 第一至五学期 |
| 4 | 文体社团活动 | 16 | 1 | 学生工作处（武装部、团委） | 第一至五学期 |
| 5 | 技能特长 | 16 | 1 | 学生工作处（武装部、团委） | 第一至五学期 |
| 6 | 学生工作履历 | 16 | 1 | 学生工作处（武装部、团委） | 第一至五学期 |
| 7 | 创新创业 | 16 | 1 | 学生工作处（武装部、团委） | 第一至五学期 |
| 8 | 特色模块 | 16 | 1 | 学生工作处（武装部、团委） | 第一至五学期 |
| 9 | 健康教育 | 16 | 1 | 总务处（基建处） | 第一至五学期 |
| 10 | 项目实训 | 16 | 1 | 融媒体产业学院 | 第一至五学期 |

# **八、学时安排**

每学年教学时间40周，课内学时一般按每周20-24学时计算，岗位实习按每周30学时计算。每学时不少于45分钟。

专业总学分为148学分，总学时数为2746学时，其中公共基础课程46学分，占总学分的31.1%；专业（技能）课程98学分，占总学分的66.2%；素质拓展课4学分，占总学分的2.7%。实践性教学学时占总学时的 68%。

# **九、教学进程总体安排**

实行三学年六学期制。探索实行“2+0.5+0.5”三段式学制人才培养模式。前两年四个学期，以人文素养课程、专业基础课程、专业核心课程为主，同时开展专业认知，专业基本技能训练；第五学期实行工学交替，校企协同培养，以开展专项实训、综合实训、企业项目化实训为主，重在学生综合技能训练提升，为岗位实习做好衔接；第六学期安排岗位实习。

每学期教学周数20周，三年共120周。

**表9-1 2025级全媒体广告策划与营销专业教学进程表**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **学年** | **学期** | **教学周** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** | **7** | **8** | **9** | **10** | **11** | **12** | **13** | **14** | **15** | **16** | **17** | **18** | **19** | **20** |
| 一 | 1 | 入学教育  军事技能 | | | 一体化教学 | | | | | | | | | | | | | | | | 考试 |
| 2 | 一体化教学 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 考试 |
| 二 | 1 | 一体化教学 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 考试 |
| 2 | 一体化教学 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 考试 |
| 三 | 1 | 工学交替、校企协同培养、综合实训 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 考试 |
| 2 | 岗位实习、毕业设计（论文） | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

## （一）课程设置及教学计划表

**表9-2 全媒体广告策划与营销专业课程设置及教学计划表**

| **课程** | **课程** | **课程名称** | **学分** | **学时** | **学时分配** | | **各学期课程开设分布及学时安排** | | | | | | **考核** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **第一学年** | | **第二学年** | | **第三学年** | |
| **理论** | **实践** | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** |
| 公共必修课 | 01000001 | 思想道德与法治 | 3 | 48 | 40 | 8 |  | 3 |  |  |  |  | ★ |
| 01000101 | 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论 | 2 | 32 | 28 | 4 | 2 |  |  |  |  |  | ★ |
| 01000102 | 习近平新时代中国特色社会主义思想概论 | 3 | 48 | 40 | 8 | 3 |  |  |  |  |  | ★ |
| 01000040 | 形势与政策（一） | 1 | 32 | 8 | 0 | 0.5 |  |  |  |  |  |  |
| 形势与政策（二） | 8 | 0 |  | 0.5 |  |  |  |  |  |
| 形势与政策（三） | 8 | 0 |  |  | 0.5 |  |  |  |  |
| 形势与政策（四） | 8 | 0 |  |  |  | 0.5 |  |  |  |
| 01000155 | 中国共产党党史 | 1 | 16 | 16 | 0 |  | 1 |  |  |  |  |  |
| 01000035 | 思想政治理论课实践教学 | 1 | 16 | 0 | 16 | 0.5 | 0.5 |  |  |  |  |  |
| 01000007 | 心理健康教育 | 2 | 32 | 24 | 8 |  | 2 |  |  |  |  |  |
| 01000005 | 军事理论 | 2 | 36 | 24 | 12 | 2 |  |  |  |  |  |  |
| 01000103 | 军事技能 | 2 | 112 | 0 | 112 | **√** |  |  |  |  |  |  |
| 01000077 | 国家安全教育 | 1 | 16 | 16 | 0 | 1 |  |  |  |  |  |  |
| 01000105 | 劳动教育 | 1 | 16 | 0 | 16 | **√** | **√** |  |  |  |  |  |
| 01000232 | 管理学基础 | 1 | 16 | 14 | 2 |  | 1 |  |  |  |  |  |
| 01000009 | 大学英语（一） | 4 | 64 | 48 | 16 | 4 |  |  |  |  |  | ★ |
| 01000019 | 大学英语（二） | 4 | 64 | 48 | 16 |  | 4 |  |  |  |  | ★ |
| 01000034 | 大学日语（一） | 4 | 64 | 48 | 16 | 4 |  |  |  |  |  | ★ |
| 01000033 | 大学日语（二） | 4 | 64 | 48 | 16 |  | 4 |  |  |  |  | ★ |
| 01000106 | 信息技术 | 3 | 48 | 24 | 24 | 3 |  |  |  |  |  |  |
| 01000098 | 体育与健康（公共体育） | 2 | 36 | 2 | 34 | 2 |  |  |  |  |  | ★ |
| 01350221 | 体育与健康（专项一） | 2 | 36 | 2 | 34 |  | 2 |  |  |  |  | ★ |
| 01000097 | 体育与健康（专项二） | 2 | 36 | 2 | 34 |  |  |  | 2 |  |  | ★ |
| 01000107 | 职业发展与就业指导 | 2 | 38 | 22 | 16 |  | 1 | 1 |  |  | 0.5 |  |
| 小计 | | 39 | 742 | 382 | 360 | 18 | 15 | 1.5 | 2.5 | 0 | 0.5 |  |
| 公共限选课 | 1000094 | 传统文化 | 2 | 32 | 28 | 4 |  | 2 |  |  |  |  |  |
| 1000064 | 美学 | 1 | 16 | 12 | 4 |  |  | 1 |  |  |  |  |
| 100068 | 创新创业教育 | 1 | 16 | 12 | 4 |  |  |  | 1 |  |  |  |
| 小计 | | 4 | 64 | 52 | 12 | 0 | 2 | 1 | 1 |  |  |  |
| 公共选修课 |  | 公共选修课1 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | 公共选修课2 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | 公共选修课3 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 自入校第二学期开设，每人在校需完成4-6个学分。 | | | | | | | | | | | | |
| 专业基础课 | 09006001 | 广告原理与实务 | 2 | 32 | 8 | 24 | 2 |  |  |  |  |  |  |
| 09006002 | 图形图像处理 | 4 | 64 | 12 | 52 | 4 |  |  |  |  |  |  |
| 09006003 | 摄影摄像技术 | 4 | 64 | 12 | 52 | 4 |  |  |  |  |  |  |
| 09006004 | 大众传播 | 2 | 32 | 12 | 20 |  | 2 |  |  |  |  | **★** |
| 09006005 | 广告文案写作 | 2 | 32 | 20 | 12 |  | 2 |  |  |  |  |  |
| 小计 | | 14 | 224 | 60 | 164 | 10 | 4 | 0 | 0 | 0 | 0 |  |
| 专业核心课 | 09006006 | 广告策划与创意 | 4 | 64 | 16 | 48 |  | 4 |  |  |  |  |  |
| 09006007 | 消费心理与行为 | 4 | 64 | 16 | 48 |  |  | 4 |  |  |  |  |
| 09006008 | 全媒体营销 | 4 | 64 | 16 | 48 |  |  | 4 |  |  |  |  |
| 09006009 | 广告设计与制作 | 4 | 64 | 16 | 48 |  |  |  | 6 |  |  |  |
| 09006010 | 短视频拍摄与剪辑 | 6 | 96 | 16 | 80 |  |  |  | 6 |  |  |  |
| 09006011 | 全媒体平台运营与推广 | 4 | 64 | 48 | 16 |  |  |  | 4 |  |  |  |
| 09006021 | 岗位实习 | 20 | 600 | 0 | 600 |  |  |  |  |  | 20 |  |
| 09006022 | 毕业设计（论文） | 2 | 60 | 0 | 60 |  |  |  |  |  | 2 |  |
| 小计 | | 48 | 1076 | 96 | 980 | 0 | 4 | 8 | 16 | 0 | 22 |  |
| 专业实践课 | 09006012 | 广告策划模拟课程实训 | 6 | 96 | 18 | 78 |  |  |  |  | 6 |  |  |
| 09006013 | 全媒体模拟课程实训 | 6 | 96 | 18 | 78 |  |  |  |  | 6 |  |  |
| 09006014 | 广告设计模拟课程实训 | 6 | 96 | 18 | 78 |  |  |  |  | 6 |  |  |
| 小计 | | 18 | 288 | 0 | 288 | 0 | 0 | 0 | 0 | 18 | 0 |  |
| 专业选修课 | 09006015 | H5设计与制作 | 6 | 96 | 24 | 72 |  |  | 6 |  |  |  |  |
| 09006016 | AI平面创意设计 | 6 | 96 | 24 | 72 |  |  | 6 |  |  |  |
| 09006017 | 内容创作和运营 | 6 | 96 | 24 | 72 |  |  | 6 |  |  |  |  |
| 09006018 | 全媒体文化传播 | 6 | 96 | 24 | 72 |  |  | 6 |  |  |  |
| 09006019 | 影视赏析与实践 | 6 | 96 | 24 | 72 |  |  |  | 6 |  |  |  |
| 09006020 | 影视广告创意与制作 | 6 | 96 | 24 | 72 |  |  |  | 6 |  |  |
| 小计 | | 18 | 288 | 72 | 216 | 0 | 0 | 12 | 6 | 0 | 0 |  |
| 素质拓展课 | 8000011 | 国防教育与军事训练 | 4 | 16+3w | 8 | 8+3w | √ |  |  |  |  |  |  |
| 8000007 | 思想成长 | 1 | 16 | 0 | 16 | √ |  |  |  |  |  |  |
| 8000012 | 社会实践、志愿公益 | 2 | 32 | 0 | 32 | √ | √ | √ | √ | √ |  |  |
| 8000013 | 文体社团活动 | 1 | 16 | 0 | 16 | √ | √ | √ | √ | √ |  |  |
| 8000056 | 技能特长 | 1 | 16 | 0 | 16 | √ | √ | √ | √ | √ |  |  |
| 8000014 | 学生工作履历 | 1 | 16 | 0 | 16 | √ | √ | √ | √ | √ |  |  |
| 8000015 | 创新创业 | 1 | 16 | 0 | 16 | √ | √ | √ | √ | √ |  |  |
| 8000016 | 特色模块 | 1 | 16 | 0 | 16 | √ | √ | √ | √ | √ |  |  |
| 8000009 | 项目实训 | 1 | 16 | 0 | 16 | √ | √ | √ | √ | √ |  |  |
| 小计 | | 4 | 16+3w | 8 | 8+3w | √ | √ | √ | √ | √ |  |  |
| 合计及周学时 | | | 149 | 2762+3w | 808 | 1938+3w | 24.2 | 26.2 | 24.2 | 24.2 | 18.2 | 22 | 0 |
| 总学分/总课时 | | | 149/2762+3W | | | | | | | | | | |

**说明：★表示考试，其余为考查；w 表示集中实践教学周；√表示课程开设学期。**

## （二）实践教学计划表

以契合行业发展、促进就业能力为导向，以综合职业能力为主线，结合专业实际，按照由简单到复杂，由单一到综合，由基础到拓展创新依次递进的原则，将专业群实践教学环节进行整体设计。

**表9-3 实践教学计划表**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 实践教学项目 | 学期 | 周数/学时 | 实践目标 | 实践内容 | 实践地点 |
| 1 | 入学、军事教育 | 1 | 2/48 | 入学学生守则、专业介绍、团学工作的普及。 | 入学学生守则、专业介绍、团学工作；毕业就业指导；军事化管理学习等。 | 校内 |
| 2 | 广告文案写作 | 2 | 16/32 | 提升实践能力 | 自主完成公众号文章选题、策划、撰写与发布 | 融媒体研修中心 |
| 3 | H5设计与制作 | 3 | 16/64 | 提升实践能力 | 进行H5作品产出，集体备战融媒体内容策划与制作赛项 | 融媒体研修中心 |
| 4 | 全媒体平台运营与推广 | 4 | 16/64 | 提升实践能力 | 模拟搭建全媒体平台（如网站、APP、社交媒体账号等），并进行相关配置，如界面设计、功能设置等。 | 融媒体研修中心 |
| 5 | 广告策划模拟课程实训 | 5 | 16/96 | 提升实践能力 | 学习广告策划的实战应用，包括市场调研、策略制定、创意构思、媒介规划、预算编制及效果评估等全流程模拟. | 融媒体研修中心 |
| 6 | 岗位实习 | 6 | 20/600 | 提升实践能力，为毕业做前置准备 | 侧重全媒体相关行业，结合自己的实习岗位强化技能。 | 校外实训基地 |

## （三）综合实训活动安排表

**表9-4 综合实训活动安排表（第五学期）**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 实训项目 | 周数(学时) | 实训内容 | 实训考核 |
| 广告策划模拟课程实训 | 16周（96学时） | 学习广告策划的实战应用，包括市场调研、策略制定、创意构思、媒介规划、预算编制及效果评估等全流程模拟. | 提交完整广告策划方案 |
| 全媒体模拟课程实训 | 16周（96学时） | 学习广告策划的实战应用，包括市场调研、策略制定、创意构思、媒介规划、预算编制及效果评估等全流程模拟。 | 提交全媒体实战任务书 |
| 广告设计模拟课程实训 | 16周（96学时） | 学习广告设计理论的应用与实践，包括创意思维、设计软件操作、广告元素整合、用户体验设计等。 | 提交设计作品集 |

## （四）岗位实习活动安排表

**表9-5 岗位实习活动安排表（第六学期）**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 实习目标 | 使学生掌握实习岗位的工作技能；使学生达到实习企业的岗位要求；使学生实现从学生到职业人的转变。 | | | |
| 实习安排 | 实习项目 | 周数（学时） | 实习内容 | 实习单位 |
| 影视后期与制作 | 10周（300学时） | 学习影视广告策划、创意构思、拍摄技巧、后期制作及推广策略 | 烟台深蓝文旅发展集团有限公司、烟台豹享乐购传媒有限公司 |
| 全媒体策划与运营 | 10周（300学时） | 微信公众号、小红书、短视频等运营 | 方片传媒、浩东文化传媒、世纪星图 |
| 教师要求 | 1.教师以高度的责任心，全面关心学生的思想、学习、生活、健康与安全，加强对学生法制教育、行为规范教育和劳动纪律、生产安全、自救自护及心理健康等方面的教育，提高学生的自我保护能力；  2.针对学生在岗位实习过程中的表现，通过开展各种活动，减轻学生因从学生向员工身份的转变而产生的身心压力，保证学生岗位实习工作的稳定；  3.加强与学校和学生家长的沟通与联系，协调解决学生在工作、生活、学习中出现的困难和要求。 | | | |
| 学生要求 | 1.岗位实习是教学计划规定的必修环节，岗位实习成绩合格是具有毕业资格的一个前提条；  2.学生自主选择合法岗位实习单位，避免传销组织；  3.学生应与岗位实习单位签署《学生岗位实习协议书》；  4.学生应在岗位实习单位联系三位校外指导教师，负责学生岗位实习期间指导、考勤、鉴定等工作，将校外指导教师信息填入《企业兼职教师登记表》；  5.学生应填写《工作经历证明》，将纸质文档寄给校内指导教师。 | | | |
| 实习考核 | 1.在实习期间，独立完成实习报告，并且内容深刻，30分；  2.实践期间，能够遵守单位规章制度，服从安排，学习认真刻苦，尊敬师傅，团结合作，得到单位好评，20分；  3.在岗位实践过程中有独立或与人合作有技术改革和创新成果，20分；  4.在岗位实践中参与组织实施并完成本岗任务以外的工作内容，10分；  5.在岗位实践中因成绩显著而获取的实践单位的嘉奖及证明材料，20分。 | | | |

# **十、实施保障**

## （一）师资队伍

在师资建设方面，山东城市服务职业学院与烟台市融媒体中心、山东怡林信息技术有限公司共同组建了一支高素质的师资团队，汇聚不同领域的专家和实践者，形成优势互补、协同发展的良好局面，共同研发课程、开展实践教学、组织学术研讨。目前共拥有专兼职教师17名，其中硕士2人，副高级以上职称2人，拥有3年及以上工作经验17人。专兼职教师队伍崇尚“奉献、爱生、敬业、求真”的高尚师德，业务精湛，关爱学生，专业基础理论和专业知识能力扎实，教学方法科学，教学效果好。所有教师均是“全面+特长”型的教师，在全面达到学校教育教学要求的基础上，更具备自己教育教学专长，形成独特的有极强影响力的教育教学风格和特色。

**表10-1 全媒体广告策划与营销专业专任/兼职教师**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **姓名** | **性别** | **职称** | **教师性质** | **承担课程** | **是否双师素质教师** |
| 马修元 | 男 | 无 | 融媒体产业学院 | 广告原理与实务 | 否 |
| 姜雪 | 女 | 无 | 融媒体产业学院 | 消费心理与行为 | 否 |
| 于鑫 | 男 | 无 | 融媒体产业学院 | 摄影摄像技术 | 否 |
| 孙晓妮 | 女 | 无 | 融媒体产业学院 | 全媒体编辑 | 否 |
| 杨朝霞 | 女 | 无 | 融媒体产业学院 | 图形设计、全媒体文化传播 | 否 |
| 于文苓 | 女 | 无 | 融媒体产业学院 | 大众传播 | 否 |
| 张源 | 女 | 无 | 融媒体产业学院 | 广告文案写作 | 否 |
| 侯召溪 | 男 | 无 | 企媒兼职 | H5设计与制作 | 否 |
| 吴仁忠 | 男 | 无 | 企媒兼职 | 影视后期特效 | 否 |
| 赵洋 | 女 | 工程师 | 企媒兼职 | 图形图像处理 | 否 |
| 张坤 | 男 | 高级工程师 | 企媒兼职 | AI平面创意设计 | 否 |
| 孔春媛 | 女 | 无 | 企媒兼职 | 广告设计与制作 | 否 |
| 周芳 | 女 | 编辑 | 企媒兼职 | 广告策划与创意 | 否 |
| 邹积林 | 男 | 无 | 企媒兼职 | 全媒体营销 | 否 |
| 张学敏 | 男 | 副高级主任记者 | 企媒兼职 | 影视广告创意与制作 | 否 |
| 武妍宇 | 男 | 无 | 企媒兼职 | 短视频创意与制作 | 否 |
| 刘洪涛 | 男 | 无 | 企媒兼职 | 影视赏析与实践 | 否 |

## 

## （二）教学设施

### 1.专业教室基本条件

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.校内实训室（基地）基本要求

校内实训基地结合理论教学的开展，重点帮助学生建立对有关知识的感性认识，初步培养学生的动手能力和职业技能。

（1）融媒体研修中心

①功能定位

支撑专业核心课程实践，覆盖短视频制作、内容策划、运营管理、视觉设计等技能训练。模拟真实融媒体工作流程，支持项目化教学与实战演练。

②场地与设备​​

高清摄像机、微单、稳定器、灯光设备、录音设备、高性能剪辑电脑、数位板、直播套装。

主流剪辑/设计软件（如PR、PS、AE）、数据分析工具、新媒体平台后台权限或模拟系统。

③网络与安全​​

高速稳定网络，支持多设备同时在线操作。

设备管理规范，配备消防设施，确保用电安全。

④运行管理​​

专人负责设备维护、软件更新及场地调度。

制定预约制度，保障教学与实训有序开展。

1. AIGC 生产性实训中心

①功能与配置要求

配备GPU服务器、AI工作站、动作捕捉设备、3D扫描仪及虚拟直播系统等硬件设施，部署ChatGPT、Stable Diffusion、UE5 MetaHuman等主流AIGC工具，构建覆盖文本/图像/视频生成、数字人开发、多模态创作的实训环境。中心应聚焦AI内容生成技术应用，开展AI辅助创作、数字人开发、多模态内容生产等实训项目，满足行业对AIGC人才的需求。

②运营与管理要求​

建立完善的AI伦理与版权规范，配备专业团队负责算力资源维护和工具更新。通过引入企业真实项目，打造"AI+创意+生产"的实战化教学平台，重点培养学生在AI内容生成、智能创作、商业化应用等方面的实践能力，培育符合行业需求的AIGC应用型人才。

### 3.校外实训基地基本要求

校外校企合作实训基地5个，烟台市融媒体中心、烟台绿林工具有限公司、换换名品传媒公司、烟台深蓝文旅发展集团有限公司、烟台豹享乐购传媒有限公司。

### 4.学生实习基地基本要求

学生实习基地应为依法注册的融媒体相关企业或机构，具备合法资质与行业影响力，业务覆盖全媒体采编、短视频制作、直播技术、多平台运营等核心领域，优先选择在5G、AI、大数据等技术应用及内容商业化方面有创新实践的单位；硬件方面需配备专业演播室、非线性编辑工作站、直播导播设备及数据分析工具，并构建真实业务场景如内容生产中心与多平台运营矩阵，同时支持云计算、AIGC等新技术实践；师资团队应由具有3年以上行业经验的企业技术骨干或运营负责人与学院专业教师共同组成，负责实践指导与行业动态反馈；实践内容需涵盖技术（如AR/VR内容制作）与运营（如用户增长策略、数据驱动优化）核心模块，并参与真实项目全流程，培养学生跨平台运营能力与数据应用能力；管理层面需建立制度规范，明确考核标准与安全保障措施，实行过程与成果双重评价，并签订校企协议保障学生权益；合作机制应深化产教融合，通过“订单班”“项目制实习”等方式引入企业真实项目，同时鼓励基地参与元宇宙、区块链等前沿技术研究及乡村振兴、非遗传播等公益项目，拓展国际化视野；最终通过年度评估机制动态优化实习内容与模式，确保基地建设与行业需求紧密衔接，助力学生成长为兼具技术实操与战略思维的复合型人才。

### 5.信息网络教学条件

(1)高性能计算机实验室：配置具备高计算能力和存储空间的计算机设备，以满足全媒体广告策划与营销专业学生在课程学习、项目实践以及科研创新等方面的需求。

(2)专用网络教室：设立专门的网络教室，配备高速稳定的网络环境，保障在线教学的顺利进行，同时提供足够的空间供学生进行小组讨论和协作学习。

(3)多媒体教学资源中心：建立集视频、音频、图像等多种媒体资源于一体的教学资源中心，方便学生随时随地获取学习资料。

**（三）教学资源**

### 1.教材选用基本要求

依据《职业院校教材管理办法》和学院教材选用规定，从以下几个方面考虑：

1. 内容前沿性：教材应反映全媒体广告策划与营销领域的最新发展动态和前沿技术，确保学生所学内容与行业需求保持同步。
2. 理论与实践结合：教材应既包含理论知识的系统阐述，又注重实践操作的指导，帮助学生将理论知识转化为实际操作能力。
3. 案例丰富：教材中应包含丰富的行业案例，通过案例分析帮助学生理解理论知识在实际项目中的应用。
4. 结构清晰：教材的组织结构应清晰合理，便于学生快速掌握知识点和逻辑关系。
5. 权威性：优先选用“十四五”规划、由知名专家、学者或具有丰富教学经验的教师编写的教材，确保教材内容的权威性和准确性。

### 2.图书文献配备基本要求

1. 专业书籍齐全：学校图书馆应收藏与全媒体广告策划与营销专业相关的各类专业书籍，包括基础理论、技术应用、行业发展等方面的著作。
2. 期刊杂志更新：定期更新与全媒体广告策划与营销专业相关的期刊杂志，确保师生能够及时了解最新的学术研究成果和行业动态。
3. 电子资源丰富：除了纸质图书外，还应配备丰富的电子资源，如电子图书、电子期刊、学位论文等，方便学生随时随地进行学习和研究。
4. 分类清晰易于检索：图书文献应按照一定的分类体系进行整理，设置合理的检索系统，方便师生快速找到所需资料。

### 3.数字教学资源配置基本要求

1. 在线课程与视频教程：配置与全媒体广告策划与营销专业相关的在线课程和视频教程，涵盖核心知识点和操作技能，为学生提供多样化的学习方式。
2. 实验实训软件：提供与课程内容相匹配的实验实训软件，确保学生能够在虚拟环境中进行实践操作，提升实践技能。
3. 融媒体研修中心：模拟真实工作环境，让学生在真实环境中进行项目实践和创新研究。
4. AIGC生产性实训中心：为学生提供一个实际、高效、前沿的学习环境，在实践中掌握AIGC技术。
5. 教学资源库：建立教学资源库，包括课件、教案、案例库等，为教师备课和学生自学提供丰富的教学素材。

## （四）教学方法

为了有效提升专业的教学质量，培养具备扎实理论基础和实践能力的专业人才，满足行业发展对人才的需求。在教学方法方面主要从以下几个方面展开。

案例教学：引入行业典型案例，通过案例分析、讨论和模拟操作等方式，帮助学生理解理论知识在实际项目中的应用，提高问题解决能力。

项目驱动教学：以实际项目为载体，让学生在完成项目的过程中学习知识和技能，培养学生的团队协作能力和实践操作能力。

翻转课堂教学：利用在线教学资源，让学生在课前进行自主学习，课堂上进行问题讨论和实践操作，实现知识的内化与提升。

工作室式教学：组织工作室活动，邀请行业专家或企业导师进行现场指导和交流，让学生深入了解行业动态和技术前沿，拓宽视野。

跨学科教学：鼓励与其他相关学科进行跨学科教学合作，如艺术设计、计算机科学等，以培养学生的综合素质和跨学科解决问题的能力。

## （五）学习评价

教学评价应体现评价主体、评价方式、评价过程的多元化，注意吸收行业企业参与，探索第三方评价。校内校外评价结合；职业技能鉴定与学业考核结合；教师评价、学生互评与自我评价相结合；过程性评价与结果性评价相结合。

结合专业特点，考核与评价主要包括考核与评价内容、考核与评价方式、考核与评价方法三个方面。

**1.考核与评价内容**

考核与评价应针对学生的综合职业能力，包括学生完成工作分模块的专业能力、方法能力和社会能力，以及与专业相关的职业素养。

**2.考核与评价方式**

可以采用多种方式，如现场操作、笔试、口试、作品展示、综合作业等。

**3.考核与评价方法**

根据不同培养层次的课程特点，将过程性考核和终结性考核相结合。课程中的学习分模块以及课程结束时采用过程性考核；一个培养层次的课程全部完成时，由职业技能鉴定部门、企业、学校共同完成终结性考核。具体方法如下：

**（1）学习分模块形成性考核**

每个学习分模块可采用自评、组内互评、组间互评、教师评价和企业专家评价等方式进行考核。

**（2）课程终极性考核**

完成各学习分模块后，课程终结考核：学生根据分模块任务书，独立完成实施方案，并根据实施方案独立完成工作内容。考核成绩作为课程终极性考核成绩。

**（3）课程成绩计算**

课程成绩＝学习分模块形成性考核×60%＋课程终极考核×40%。

## 质量管理

人才培养的质量管理是确保教学质量和提升学生综合素质的关键环节，具体以下：

1.建立教学质量监控机制：制定明确的教学质量标准和评估体系，定期对教师的教学过程、教学方法和教学效果进行评估，确保教学质量符合要求。

2.开展学生满意度调查：定期收集学生对教学质量的反馈意见，了解学生的需求和期望，为教学改进提供依据。

3.同行评价与专家评审：鼓励教师之间进行同行评价，邀请行业专家进行课程评审，提高教学水平和课程质量。

4.实验实训条件保障：确保实验室和实训基地的设备设施完善、更新及时，满足实践教学的需求。

5.教材与教学资源审核：对选用的教材和教学资源进行严格审核，确保其内容前沿、质量可靠。

6.图书文献更新与维护：定期对图书馆藏书进行更新和维护，确保师生能够获取到最新的学术资源和信息。

7.教学资源维护：对教学资源进行定期更新和维护，确保其稳定运行、内容更新及时。

# **十一、毕业要求**

1.本专业学生毕业最低取得149学分，其中公共基础课47学分，专业课程（包括岗位实习与毕业设计）98学分，素质拓展课程4学分。

2.参加规定的毕业实习，提交符合要求的实习鉴定、实习报告并成绩合格。

3.鼓励学生取得与专业相应的1+x视频特效制作、融媒体运营师等职业技能等级证书。

全媒体广告策划与营销专业人才培养方案论证审核单

一、全媒体广告策划与营销专业人才培养方案论证意见

|  |
| --- |
| **烟台市融媒体中心张学敏：**整体人才培养方案设置合理，建议加强实训室建设，为学生提供足够的设备，让每个学生都能有实操的机会。  **北京清博智能科技有限公司慕晓阳：**人才培养方案中实操课程设置的特别好，也特别全面，不过也不能忽视学生的理论教学，只有底层理论支撑，学生才能更好地进行创新学习。  **成都明途科技有限公司董霖：**课程设置合理严谨，既包含公共课程，也包含多样化的专业课程，有助于学生的全面发展和技能提升。  **烟台职业学院教研室主任丁燕君：**整体人才培养方案制定的非常严谨科学，建议在实际授课过程中，全面融入AI技术，抓住AI风口，目前掌握AI技术已经不是加分项，而是基本功。  **银座商城新媒体运营专员张永辰：**  除了专业知识外，我们公司对员工在勤奋好学、吃苦耐劳、品质优良等方面的素质要求也非常高，所以人才培养方案中对于素质目标的要求还是非常好的，希望能够严格执行。  **泽林人力资源咨询有限公司宋慧珍：**要想让学生体会到实际的工作环境，还是要多与企业合作，引入校企合作项目，同时拓宽学生的人脉资源。  专家签字：bb369c7a6509a24c7aa72b46c5b9eea  2025年6 月 3 日 |

二、全媒体广告策划与营销专业人才培养方案修订说明

|  |
| --- |
| 本次修订以“夯实理论、强化实操、融合AI、深化校企、突出素养”为原则，构建了“技术-运营-创新-素养”四位一体的人才培养体系，确保毕业生既具备扎实的专业技能，又拥有适应行业变革的持续学习能力。  **一、强化实训条件建设，保障实操教学质量**  增设专项资金用于实训室设备升级，确保学生人均设备使用率达100%（如演播室摄像机、直播导播台等）。  优化实训课程排课机制，采用“小班制+轮岗制”教学模式，确保每生每周不少于8学时实操训练。  **二、深化“理实一体化”课程体系**  理论课程占比由30%提升至35%，增设《广告原理与实务》等课程，强化底层逻辑支撑。  推行“双师同堂”教学模式，企业导师负责实操案例讲解，学院教师负责理论框架梳理。  建立“理论-实操-创新”三级考核体系，期末成绩=理论考试（40%）+实操作品（40%）+创新方案（20%）。  **三、全面融入AI技术，打造智能化课程体系**  加强AI技术应用领域，涵盖AIGC内容生成、智能剪辑（如剪映AI成片）、数据分析（如百度AI舆情监测），在现有课程中嵌入AI模块。  **四、拓展校企合作，构建“产学研用”生态**  新增“校企合作项目制课程”，每学期引入3-5个企业真实项目，学生以小组形式完成并接受企业考核。  **五、突出职业素养培养，强化“软技能”训练**  设置素养目标，涵盖职场沟通、压力管理、职业道德等内容，采用“案例研讨+情景模拟”教学方式。实施“企业导师+辅导员”双线育人机制，企业导师负责技能指导，辅导员负责职业规划与心理辅导。  **六、优化课程结构，强化专业特色**  保留原有“公共课程+专业课程”双轨体系，增设选修课，拓宽学生视野。  开发“1+X”证书融通课程，学生毕业时可同步考取“全媒体运营师”“直播电商师”等行业认证。 |

三、全媒体广告策划与营销专业人才培养方案编制审核单

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 人才培养方案制订小组编写人员（含校内外）   |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | | 姓名 | 职务（职称） | 单位 | 对应专业 | | 王永刚 | 学院院长 | 山东怡林信息技术有限公司 | 全媒体广告策划与营销 | | 孙小静 | 阅评监审部主任 | 烟台市融媒体中心 | 全媒体广告策划与营销 | | 王峻毅 | 党支部书记、副院长 | 山东城市服务职业学院 | 全媒体广告策划与营销 | | 马修元 | 教学办公室主任 | 山东怡林信息技术有限公司 | 全媒体广告策划与营销 | | 于文苓 | 团总支书记 | 山东怡林信息技术有限公司 | 全媒体广告策划与营销 | | 杨朝霞 | 学管办公室主任 | 山东怡林信息技术有限公司 | 全媒体广告策划与营销 | | 张学敏 | 主任记者 | 烟台市融媒体中心 | 融媒体技术与运营 | | 尉嘉倩 | 兼职教师 | 山东怡林信息技术有限公司 | 全媒体广告策划与营销 | |
| 二级学院审核意见：  签字：  年 月 日 |
| 教务处（科研与规划处、院士工作站）：  （盖章）  年 月 日 |
| 主管教学校领导意见：  （签章）  年 月 日 |
| 学校党委会意见：  （盖章）  年 月 日 |