|  |
| --- |
| **培养方案制订和审核人员（教学学院盖章确认）** |
| **执笔人** | **企业专家** | **专业带头人** | **教学学院负责人** |
| **吴芳** | **刘福杨** | **李向东** | **吴辉煌** |

2024级全媒体广告策划与营销专业（三年制）人才培养方案

**一、专业名称与代码**

专业名称：全媒体广告策划与营销专业

专业代码：560216

**二、入学要求** 普通高中毕业生/“三校生”（职高、中专、技校毕业生）/初中生/退役士兵

**三、修业年限** 全日制三年

**四、职业面向**

**全媒体广告策划与营销专业面向职业、岗位一览表**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 所属专业大类（代码） | 所属专业类（代码） | 对应行业（代码） | 主要职业类别（代码） | 主要岗位类别（或技术领域） | 职业资格证书或技能等级证书（若有请举例） |
| 新闻传播大类（56） | 广播影视类（5602） | 广告业（725） | 商务专业人员（GBM20607） | 广告设计师全媒体运营师图片及音视频制作师 | 新媒体编辑 界面设计职业技能等级证书图形图像处理（photoshop平台） |

**全媒体广告策划与营销专业典型工作任务及能力分析表**

| 面向岗位 | 职业岗位典型工作任务分析 | 需要的职业能力 |
| --- | --- | --- |
| 工作任务 | 工作要求 |
| 全媒体运营师 | 品牌/产品全媒体营销策略制定及宣传推广 | 制作品牌/产品的全媒体的营销方案 | 组合使用多种媒体构建传播矩阵，制订全媒体平台推广和流量变现策略的能力 |
| 广告策划/设计/制作师 | 按要求设计/制作策划/文案/广告内容 | 制作广告策划案、平面海报、H5广告 | 掌握广告策划书、广告文案撰写以及广告活动的管理，广告设计制作的流程、掌握广告规律的应用能力、熟练使用二维/三维广告软件的能力。 |
| 图片及音视频制作师 | 对广告内容进行剪辑再制作 | 制作短视频、网络直播 | 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 |

**五、培养目标与培养规格**

（一）培养目标

专业培养德、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及精益求精的工匠精神，较强的就业能力和可持续发展能力，掌握扎实的科学文化基础和市场营销、媒体传播等知识，具备全媒体广告策划、制作与运营推广等能力，具有工匠精神和信息素养，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高素质技术技能人才。

（二）培养规格

1.思政目标

具有正确的世界观、人生观、价值观。坚决拥护中国共产党领导，树立中国特色社会主义共同理想，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感、国家认同感、中华民族自豪感；崇尚宪法、遵守法律、遵规守纪；具有社会责任感和参与意识。

2.素质目标

具有良好的职业道德和职业素养。崇德向善、诚实守信、爱岗敬业，具有精益求精的工匠精神；尊重劳动、热爱劳动，具有较强的实践能力；具有质量意识、绿色环保意识、安全意识、信息素养、创新精神；具有较强的集体意识和团队合作精神，能够进行有效的人际沟通和协作，与社会、自然和谐共处；具有职业生涯规划意识。

具有良好的身心素质和人文素养。具有健康的体魄和心理、健全的人格，能够掌握基本运动知识和一两项运动技能；具有感受美、表现美、鉴赏美、创造美的能力，具有一定的审美和人文素养，能够形成一两项艺术特长或爱好；掌握一定的学习方法，具有良好的生活习惯、行为习惯和自我管理能力。

具有良好的劳动素质。在学习和掌握基本劳动知识技能的过程中，领悟劳动的意义价值，形成勤俭、奋斗、创新、奉献的劳动精神。在生活、生产和社会性服务任务情境，亲历实际的劳动过程，善于观察思考，注重运用所学知识解决实际问题，提高劳动质量和效率。感受劳动的艰辛和收获的快乐，增强获得感、成就感、荣誉感。

3.知识目标

（1）基础文化知识：树立正确的思想，掌握思想道德修养与法律、毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、形势与政策、职业生涯规划等知识。掌握办公软件应用、商务文书与公关礼仪、计算机应用等基础知识。

（2）专业基础知识：掌握经济学基础、经济法、市场营销等营销行业基础知识；系统掌握广告营销策划的基本理论、基础知识和基本技能。

（3）专业知识：系统掌握广告原理、客户管理、文案写作、新媒体运营与营销等方面的专业知识；熟悉我国有关广告的法律、方针与政策；熟练掌握图片与视频的拍摄和处理，能够从事广告业务中的拍摄、剪辑等工作；具备计算机知识和基本技能，能够运用现代信息技术获取行业和产品的信息与数据，并运用相关知识进行处理与分析。

4.能力目标

（1）通用能力目标：语和书面表达能力，解决实际问题的能力，终身学习能力，信息技术应用能力，独立思考、逻辑推理、信息加工能力。

（2）专业技术技能目标：

○1. 具有广告策划、文案写作能力；

○2. 具有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；

○3. 具有对新媒体数据进行分析与应用的能力；

○4. 具有组合使用多种媒体构建传播矩阵，制订全媒体平台推广和流量变现策略的能力；

○5. 具有适应广告行业数字化发展需求的基本数字技能和信息化能力；

○6. 具有互联网思维，良好的语言、文字表达、沟通和审美能力；

○7. 熟悉传媒行业相关法律法规，熟悉绿色生产、安全防护、质量管理等相关知识；

○8. 具有探究学习、终身学习和可持续发展的能力。

**六、课程设置及要求**

（一）人才培养模式

本专业以“四维项目化教学”的人才培养模式，通过课堂项目、专业实训项目、工作室项目、企业实战项目组成的四维项目化教学模式，激发学生的创造力，培养学生的创新意识和解决问题的实践能力。

图1 “四维项目化教学”人才培养模式

全媒体广告策划与营销教研室开展“四维项目化教学”教学模式。在打好广告策划和市场营销的理论知识的基础上，着重于把应用实践性强的技能培养贯穿于专业主干课程中，在课堂教学中以项目为导向指导学生完成作品，参加竞赛，帮助学生了解本专业最前沿的知识并掌握实操技能，使学生更直观地了解行业的发展趋势和技能要求。在实训周项目将企业真实需求的广告营销策划任务分配给学生，由学生创作后反馈给企业，再由企业工作人员对学生的策划给予评价，于大一就开始培养学生的实践技能，一改之前学生大三才进入企业开始实习的惯例；此外本专业还致力于学生实践，鼓励学生学以致用进行社会实践，为此本专业为学生推荐课余时间参与校内的新媒体工作室和企业合作的电商项目，以及其他校企合作企业进行综合实训和顶岗实习。

（二）课程体系构建

本专业课程体系由公共基础课、专业基础课、专业课、专业（群）拓展课组成。注重“岗课赛证”融通，将“大学生广告艺术大赛”、“中国好创意暨全国数字艺术设计大赛”等行业竞赛有关内容及要求有机融入专业课程教学，把思想政治教育、职业精神、工匠精神、劳动精神、劳模精神融入人才培养全过程，将“课程思政”融入课程教学各环节，体现以岗位（群）职业标准为基础，以职业能力培养为核心，注重综合素质、实践能力、创新意识的培养。

（三）主要课程教学要求

1.公共基础课程教学要求

**公共基础课程教学要求**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 课程名称 | 课程目标 | 课程主要内容 | 教学方法与手段 | 学时 |
| 1 | 思想道德与法治 | 1.知识目标：使学生领悟人生真谛，形成正确的道德认知，把我社会主义法律的本质、运行和体系，增强马克思主义理论基础。 2．能力目标：加强思想道德修养，增强学法、用法的自觉性，进一步提高辨别是非、善恶、美丑和加强自我修养的能力，提高学生分析问题、解决问题的能力。3.素质目标：使学生坚定理想信念，增强学生爱国情怀，陶冶高尚道德情操，树立正确的世界观、人生观、价值观、道德观和法治观，提高学生的思想道德素质和法治素养。  | 以社会主义核心价值观为主线，以理想信念教育为核心，以爱国主义教育为重点，对大学生进行人生观、价值观、道德观和法治观教育。 | 案例教学法、课堂讲授法、讨论式教学法、视频观摩互动法 | 48 |
| 2 | 习近平新时代中国特色社会主义思想概论 | 1.知识目标：掌握中国特色社会主义进入新时代的依据，理解以人民为中心的立场，把握建设社会主义现代化强国的战略安排和总体布局，系统领会“合作共赢”的新型外交关系和“一带一路”倡议，认识人类命运共同体的概念以及中国的世界责任。2.能力目标：培养学生综合运用马克思主义基本立场和方法理解、分析现实问题的能力，增强学生政治觉悟和敏感性，提高为中国式现代化建设的意识和能力。3.素质目标：增强学生对中国道路、制度、理论和文化的自信，激发学生积极投身伟大中国梦的积极性和主动性，树立马克思主义正确的世界观、人生观和价值观。 | 中国特色社会主义总任务是实现社会主义现代化和中华民族伟大复兴，新时代我国社会主要矛盾是人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾，中国特色社会主义事业总体布局和战略布局，全面深化改革总目标，坚持和完善社会主义基本经济制度党在新时代的强军目标。 | 讲授法、讨论法、实践拓展法 | 48 |
| 3 | 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论 | 1.知识目标：帮助学生了解毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观、习近平新时代中国特色社会主义思想，系统把握马克思主义中国化理论成果的形成发展过程、主要内容体系、历史地位和指导意义。2.能力目标：培养学生运用马克思主义的立场、观点和方法分析解决问题的能力，增强执行党的基本路线和基本方略的自觉性和坚定性，提高为中国特色社会主义伟大实践服务的本领。3.素质目标：提高学生马克思主义理论修养和思想政治素质，培养德智体美劳全面发展的中国特色社会主义合格建设者和可靠接班人。 | 马克思主义中国化理论成果，即毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观等理论的产生形成发展过程、主要内容体系、历史地位和指导意义。 | 讲授法、案例法、讨论法、视频展示法 | 32 |
| 4 | 体育 | 1.身心健康目标：增强学生体质，促进学生的身心健康和谐发展，养成积极乐观的生活态度，形成健康的生活方式，具有健康的体魄；2.运动技能目标：熟练掌握健身运动的基本技能、基本理论知识及组织比赛、裁判方法；能有序的、科学的进行体育锻炼，并掌握处理运动损伤的方法；3.终身体育目标：积极参与各种体育活动，基本养成自觉锻炼身体的习惯，形成终身体育的意识，能够具有一定的体育文化欣赏能力。 | 1. 高等学校体育、体育卫生与保健、身体素质练习与考核；
2. 体育保健课程、运动处方、康复保健与适应性练习等；
3. 学生体质健康标准测评。
 | 讲授；项目教学；分层教学。 | 64 |
| 5 | 大学英语 | 1.知识目标：了解未来职业相关的知识和工作过程以及沟通技巧；掌握常用的英语单词、短语、句子表达、基本的语法知识以及应用文格式和句型。2.能力目标：能听懂涉及日常交际的结构简单、发音清楚、语速较慢的英语简短对话和短文；会用日常交际常用语，并能在日常涉外活动中进行初步交流；能运用所学词汇和语法写出简单的短文；能借助词典将中等偏下难度的一般题材的文字材料译成汉语。3.素质目标：培养国际化视野和创新精神，提高综合文化素养和跨文化交际意识；养成良好的良好的自学能力和职业道德以及积极严谨的求学态度；培养自主学习能力和团队协作能力，具有良好的团队精神意识，增强扩展职业能力。 | 1.听力：句子、对话、短文的听力技巧训练；2.口语：话题讨论；3.阅读：文章阅读、语言训练4.写作：电邮、信函等应用文写作训练5.翻译：基本翻译技巧翻译实践 | 讲授法；任务教学法；启发式教学法；视频、音频教学；小组讨论。 | 128 |
| 6 | 信息技术基础 | 1.通过信息技术课程培养学生的信息素养。注重培养学生的信息能力，培养学生的动手处理信息的能力，提高学生的其他基础文化素养，尊重学生的个性，强调信息伦理道德培养。 2.教学中提供示范，应用信息技术。利用信息技术辅助教学的手段，把信息素养的培养落实到整个学校教育中去。3.通过信息技术的教学，要求学生能够通过计算机等级一级考试，使用信息技术达到培养学生信息素养的目的。 | 1.信息技术的基本情况和windows操作系统。2.掌握office办公软件的使用。3.计算机一级素养训练。 | 1、理论讲解2、实践训练。3、项目教学。 | 48 |
| 7 | 劳动教育 | 1.知识目标：帮助学生对劳动创造价值、劳动对于生存与发展的意义等有科学的认识，树立正确的劳动观；2.能力目标：学生通过各种劳动体验，提升劳动能力，形成良好的技术素养，使学生学会安全劳动，保证劳动质量；3.素质目标：提高学生职业素质，形成时代发展所需要的技术素养、初步的技术创新意识和技术实践能力。锤炼艰苦奋斗、顽强拼搏和艰苦创业的意志。 | 1.劳动观念教育，劳动法律法规教育等；2.劳动技能教育，劳动习惯教育等。 | 实践、活动、专题教育 | 16 |

2.专业核心课程教学要求

**《市场营销实务》课程教学要求**

|  |  |
| --- | --- |
| 课程名称 | 市场营销实务 |
| 安排第4学期，总学时64学时，其中理论32学时，实践32学时。 |
| 职业能力 | 1. 掌握市场营销的整个操作流程
2. 会实际进行市场调研、分析、开拓市场
3. 能根据不同情况制定相应的营销策略
 |
| 学习目标 | 1．知识目标1. 能分析指定产品所面临的宏观环境、微观环境
2. 能分析指定产品的竞争状况和目标消费者的购买行为特征
3. 能运用市场营销的调研手段，进行调查问卷设计，组织实地调研并分析结果，撰写调研报告
4. 能运用定位理论为产品进行产品定位设计

2．能力目标1. 熟悉产品所面临的宏观环境、微观环境
2. 分析消费者需求、进行市场定位、做出战略决策
3. 理解整体产品理论及品牌知识
4. 掌握产品生命周期理论
5. 比较不同的营销渠道

3．素质目标1. 具备可持续发展的学习与适应能力
2. 具备良好的职业素养（职业道德、职业习惯、职业素质）
3. 具备强烈商业信誉观
4. 具备较强的专业技能
5. 具备良好的沟通、协调能力
 |
| 学习内容 |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 项目名称 | 学习内容 | 学习目标 | 专项能力 |
| 认识市场营销 | 1.市场营销基本概念2.市场营销观念形成与发展3.市场营销内容与原理 | 掌握市场营销的基本概念；掌握市场营销的内容及原理；了解市场营销的特点与作用；能够灵活运用营销观念分析、设计企业市场营销方案。 | 1.能够说明市场营销活动过程。2.能够对市场营销环境进行准确分析。3.能够根据企业需求设计市场营销组合方案。 |
| 市场营销环境分析 | 1.市场营销环境分析2.市场营销宏观环境和微观环境3.市场营销特点 | 掌握市场营销环境分析方法；了解市场营销的微观环境和微观环境的过程；掌握时代环境下的市场营销特点；能够对企业营销环境进行分析，并提出关于应对企业营销环境变化的对策。 | 1. 能够对企业市场营销环境做出分析
2. 能够分析环境变化对市场营销产生的影响

3.能够根据企业情况，提出关于应对营销环境变化的对策 |
| 消费者行为分析 | 1. 消费者市场需求特征
2. 消费者购买行为模式和决策过程
3. 消费者行为的主要因素分析
 | 深刻理解消费者购买行为，影响购买行为的因素；掌握消费者购买行为的整个决策过程；建立良好的市场营销职业观念和职业良心，逐步形成诚实守信的职业道德品质。 | 1.能够对消费市场做出需求特征分析2.能够对消费者购买行为做出判断3.能够对消费者市场特点提出营销策略 |
| 市场细分与定位 | 1. 市场细分
2. 目标市场选择
3. 市场定位
 | 掌握市场细分的概念、依据和作用；理解市场细分的条件与标准；了解市场定位的策略与步骤；能够运用市场细分方法撰写市场细分报告。 | 1. 能够对产品市场进行细分；

2.能够运用市场细分方法撰写细分报告；3.能为企业产品设计市场定位 |
| 产品策略 | 1. 产品整体和生命周期
2. 新产品开发策略
3. 产品组合策略和包装策略
 | 掌握产品整体概念及层次构成，理解品牌与商标的联系与区别；掌握和运用产品组合策略、产品生命周期策略、品牌策略、包装策略；形成良好的市场营销职业习惯，能以认真负责的态度进行产品策略的学习与运用实践。 | 1.能够对产品所处的生命周期阶段做出分析；2.能够设计嫦不同生命周期阶段的营销策略3.能够设计产品包装策略4.能够为企业撰写产品营销策略方案 |
| 定价策略 | 1. 定价方法
2. 产品定价策略
 | 掌握影响商品定价的因素，准确理解营销定价目；掌握定价方法和定价策略。能正确运用定价方法、定价策略去实现企业经营目标；形成良好的职业心理，在营销中讲求信誉，公平竞争；关心企业，善待顾客。 | 1．制定学习、工作计划的能力；2．查阅文献能力、自学能力、独立思考能力和解决工作中出现的问题的能力等；3．分析、归纳、总结能力。 |
| 分销渠道 | 1. 分销渠道的基本类型与模式
2. 中间商的概念、作用与类型
 | 掌握分析影响分销渠道选择的因素，了解分销渠道的基本类型与模式，能根据实际情况正确选择和管理分销渠道；形成良好的市场营销职业习惯，能以认真负责的态度进行分销渠道策略的学习与运用实践。 | 1.能够对产品分销渠道进行分析；2.能够对产品分销渠道做出选择；3.能够对分销渠道管理做出设计。 |
| 促销策略 | 1. 促销内涵及促销组合
2. 促销组合策略
 | 掌握促销组合的过程及相关因素；了解推销人员的甄选、培训、激励与管理；掌握主要的公关关系工具；能正确运用促销基本策略、方法和技巧组织开展促销活动。形成良好的营销职业习惯，能以认真负责的态度进行促销策略的学习与运用实践。 | 1.能够为企业产品撰写耻笑策略方案；2.能够制定产品广告策略；3.能够设计推销人员组织与培训方案；4、能够使用公共关系工具开展促销活动。 |

 |
| 思政元素 |

|  |  |
| --- | --- |
| 项目名称 | 思政元素 |
| 认识市场营销 | 社会主义核心价值观 |
| 市场营销环境分析 | 正确的人生观、价值观和世界观的树立 |
| 消费者行为分析 | 保护客户隐私 |
| 市场细分与定位 | 耐心工作的敬业心；精益求精的精神 |
| 产品策略 | 产品必须是前瞻性的符合国家法律品牌的名称要合法，还要弘扬正能量 |
| 定价策略 | 诚信销售，不欺诈 |
| 分销渠道 | 诚信经营 |
| 促销策略 | 公共关系不许行贿受贿；促销不是欺骗，要正确引导；人员推销要讲究商务礼仪 |

 |
| 学习方法 |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 项目名称 | 教法 | 建议学法 |
| 项目一： 认识市场营销 | 案例法、任务教学法 | 小组学习、多媒体学习 |
| 项目二： 市场分析 | 任务教学法、讨论法 | 翻转学习、小组学习 |
| 项目三：市场细分和目标市场选择 | 任务教学法、讨论法 | 合作学习、探究学习 |
| 项目四：营销组合策略的应用 | 案例分析法、启发引导法 | 小组合作学习 |

 |
| 学习材料 | 教材：《市场营销实务》高等教育出版社 2017年12月 ISBN 978-7-04-047826-6参考书目： 《市场营销》(高职高专十二五规划教材) 高等教育出版社 吴勇/燕艳 2020年9月 978704054303-2 |
| 知识技能 | 1.注重理论联系实际,既有扎实的理论基础,又有较强的实际动手能力;2.具有较强的语言与文字表达、人际沟通、信息获取能力及分析解决市场营销实际问题的基本能力;3.要掌握现代市场营销学系统理论、专业知识、基本技能;掌握市场营销的定性、定量的分析方法。 |
| 相关证书或对应赛项 | 互联网+创新创业大赛 |

**《新媒体运营》课程教学要求**

|  |  |
| --- | --- |
| 课程名称 | 新媒体运营  |
| 安排第3学期，总学时64学时，其中理论32学时，实践32学时。 |
| 职业能力 | 学生应当熟悉新媒体运营在目前的网络营销环境下的优势，能够掌握新媒体运营用户和内容的定位和优化方法；掌握主流新媒体营销渠道的运营方法；具备新媒体运营的策略制定能力，能够针对不同的新媒体营销渠道开展运营工作。  |
| 学习目标 | 通过学习了解产品、策划、宣传、公关和广告的一系列完整的计划、组织、实施和控制活动，使学生对新媒体运营人员的必备素质、常用思维、运营流程和运营策略进行详细了解，为后面的运营工作打好基础。并通过对各类新媒体形式和平台的学习和实践操作，掌握企业和品牌的新媒体推广与建设方法。  |
| 学习内容 | 了解新媒体；了解新媒体运营；新媒体运营的用户定位；新媒体运营的平台定位；新媒体运营的内容定位；微信个人号运营；微信公众号运营；微博账号设置；微博内容运营；微博粉丝运营；音频运营；视频运营；直播运营；了解社群与社群运营；创建一个完整的社群；策划并开展社群活动  |
| 思政元素 | 在传授基础知识的同时，课程还着意培养学生观察、思辨、参与的学习习惯，为其他相关专业课程打好基础。  |
| 学习方法 | 在项目式驱动教学模式下，以教师讲授、多媒体演示、案例分析、分组讨论、学生实训、学生实践、上网查阅资料等形式展开教学。在加强课堂教学中基本理论和方法的学习同时，应加强教学的实践和实习环节，对于广告调查、广告策划、广告创意、广告文案等实用性内容应加强实训，使学生熟练掌握计算方法。要求学生做学结合、边学边做，以培养学生胜任广告业务操作的职业能力，提高学生广告业务等实际操作能力。  |
| 学习材料 | 章文艳，熊凌宇主编，《新媒体运营》人民邮电出版社2020年出版。 |
| 知识技能 | 本课程是全媒体营销和策划专业的专业技能课，主要教授和训练学生使用微博、微信、社群、音频、视频、直播等富有新媒体时代特色的运营平台，加强学生对新媒体运营的实际操作能力。  |
| 相关证书或对应赛项 |  |

**《 广告策划 》课程教学要求**

|  |  |
| --- | --- |
| 课程名称 | 广告策划 |
| 安排第2学期，基准学时32学时，其中理论16学时，校内实训16学时。 |
| 职业能力 | 该课程是广告设计与应用的理论性指导课程。无论广告设计、平面设计、室内设计、与客户沟通交流，都必须借助的理论领域。它是整个专业课程的纲领性依据。 |
| 学习目标 | 认识广告学基本知识与创意应理论，了解基本方法，有助于理解广告在整体营销策略中的重要作用。在广告创意方面，着重于文化形态、消费心理和广告营销结合创新思维方法运用，掌握广告有效地实施手段，为有效的广告创造提供理论与实践方面的指导。 |
| 学习内容 | 掌握广告学基础内容，包括概述、管理、案例分析、类别、广告调查，学会如何进行广告创意：策划与实施、文案写作、广告作品设计制作、效果测定等。 |
| 思政元素 | 1、全面推动习近平新时代中国特色社会主义思想进教材进课堂，积极培育和践行社会主义核心价值观；2、强化学生职业素养养成和专业技术积累，将专业精神、职业精神和工匠精神融入课堂教学和作业中。 |
| 学习方法 | 讨论、练习、学习材料整理、现场教学、实践、观摹、专项实训。 |
| 学习材料 | 网络资料、影片、动画、视讯素材、幻灯片、图书、设计实例。 |
| 知识技能 | 美术造型基础知识、构成设计知识、摄影知识、计算机基础应用技能、文学基础知识。 |
| 相关证书或对应赛项 | 大学生广告艺术大赛、学院奖 |

**《 商业广告设计 》课程教学要求**

|  |  |
| --- | --- |
| 课程名称 | 商业广告设计 |
| 安排第3学期，总学时64学时，其中理论16学时，实践48学时。 |
| 职业能力 | 商业广告设计是广告设计专业以及视觉传达类专业最具整合性质的课程之一，是各项设计技能，包括字体与版式设计、图形创意、广告文案、广告策划等知识的融会贯通的过程。 |
| 学习目标 | 掌握商业广告设计中的字体设计方法、图形创意方法、色彩设计方法、版面编排方法，能够完成标志设计、海报设计、画册编排、品牌设计等内容。 |
| 学习内容 | 根据商业广告设计的工作目标和流程，以项目驱动为主线，以工作过程为导向，构建以文字、图形、色彩以及版面编排这四大主要教学模块，涵盖课前自研自探的理论学习，课中典型工作的项目实训，课后成功案例的分析思考，融通理论学习、技能训练和素养提升，最终达到复合型技能型广告设计人才培养目标的要求。 |
| 思政元素 | 1、全面推动习近平新时代中国特色社会主义思想进教材进课堂，积极培育和践行社会主义核心价值观；2、强化学生职业素养养成和专业技术积累，将专业精神、职业精神和工匠精神融入课堂教学和作业中。 |
| 学习方法 | 讨论、练习、学习材料整理、现场教学、实践、观摹、专项实训。 |
| 学习材料 | 网络资料、影片、动画、视讯素材、幻灯片、图书、设计实例。 |
| 知识技能 | 广告设计行业认知、商业广告设计中的字体设计、图形设计、色彩设计、版式设计以及商业广告设计综合实训。 |
| 相关证书或对应赛项 | 职业技能大赛平面设计赛项 |

**《 摄影与摄像 》课程教学要求**

|  |  |
| --- | --- |
| 课程名称 | 摄影与摄像 |
| 安排第3学期，总学时64学时，其中理论16学时，实践48学时。 |
| 职业能力 | 1．具备对新知识、新技能的 学习 能力和创新创业能力； 2．具备商业人像摄影能力； 3．具备电商行业产品广告摄影能力； 4．具备建筑摄影、室内装潢环境摄影的能力； 5．掌握数码摄影的后期制作技能。 |
| 学习目标 | 掌握摄影的基本知识，掌握摄影的实践操作技能，学会使用摄像机，掌握摄影的镜头语言、构图、用光、用色，以及场面调度等，为学生深入学习影视创作和进行影视实践拍摄打下坚实的基础。 |
| 学习内容 | 摄影器材、摄像机基本操作摄影构图固定镜头、运动镜头灯光的布置、镜头的切分、画面的组接影像的节奏短片综合拍摄练习 |
| 思政元素 | 1、全面推动习近平新时代中国特色社会主义思想进教材进课堂，积极培育和践行社会主义核心价值观；2、强化学生职业素养养成和专业技术积累，将专业精神、职业精神和工匠精神融入课堂教学和作业中。 |
| 学习方法 | 讨论、练习、学习材料整理、现场教学、实践、观摹、专项实训。 |
| 学习材料 | 网络资料、影片、动画、视讯素材、幻灯片、图书、设计实例、摄像机、相机。 |
| 知识技能 | 人像摄影、产品广告摄影、建筑摄影、室内装潢环境摄影、摄影后期处理和短片拍摄能力。 |
| 相关证书或对应赛项 | 全国信息化技术大赛 |

**《影视后期制作》课程教学要求**

|  |  |
| --- | --- |
| 课程名称 | 影视后期制作 |
| 安排第4学期，基准学时48学时，其中理论24学时，校内实训24学时。 |
| 职业能力 | 基本操作计算机的处理，图层的合成运用 |
| 学习目标 | 1、通过课程教学,让学生系统的了解影视后期及特效制作的基本概念和相关知识；2、了解After Effect的相关操作，独立完成后期合成输出视频。 |
| 学习内容 | 1、运用After Effect后期软件进行影视后期效果或者片头设计；2、系统的、整体的分析和解决后期合成问题的能力；3、独立思考和再学习的能力。 |
| 思想政治教育元素 | 1、以热爱祖国为荣，以危害祖国为耻的题材元素作为素材讲解合成；2、通过实操树立热爱祖国的高尚情操，要化爱国之情为报国之行，立足现实，投身中国特色社会主义建设的伟大实践，以建设祖国、保卫祖国、富强祖国为最大光荣；以损害祖国的利益、尊严和荣誉为最大耻辱，坚决抵制和反对危害祖国的思想和行为。 |
| 学习方法 | 讨论、练习、模块分类、现场教学演示、专项案例模仿。　 |
| 学习材料 | 网站资料、图书、设计实例、电子材料。 |
| 学生需要的知识和技能 | photoshop软件基础、计算机绘图基础、三大构成、平面设计。 |
| 教师需要的知识和技能 | 教师资格、基础绘画知识、后期合成案例经验及特效分析分析运用的技能。 |

**《数字广告营销》课程教学要求**

|  |  |
| --- | --- |
| 课程名称 | 数字广告营销 |
| 安排第2学期，总学时32学时，其中理论16学时，实践16学时。 |
| 职业能力 | 1.掌握数字广告营销的整个操作流程2.会实际进行市场调研、分析、开拓市场3.能根据不同情况制定相应的营销策略 |
| 学习目标 | 1.认识数字广告分析的重要性，熟悉常用数据分析的工具。2.掌握数字方法营销分析的工具、内容和流程，对营销分析结果判断与数据研究。1. 了解成功的数据广告营销的渠道
2. 有针对性的策划可行性的数字广告营销方案
 |
| 学习内容 | 熟悉广告内容策划流程；进行关键词分析、分析搜索排名优化；掌握搜索竞价营销；掌握推荐引擎营销；掌握广告效果分析和综合运用。 |
| 思政元素 | 了解数字广告营销中的法律法规，营造良好的网络生态树立公平竞争意识，努力营造公平竞争的数字营销环境 |
| 学习方法 | 讨论、练习、学习材料整理、现场教学、实践、观摹、专项实训。 |
| 学习材料 | 教材：《数字广告营销》徐汉文 全盼主编 高等教育出版社 2022年8月出版 |
| 知识技能 | 1信息获取能力及分析解决市场营销实际问题的基本能力;2.掌握现代市场广告营销学系统理论、专业知识、基本技能;掌握市场广告营销的定性、定量的分析方法。 |
| 相关证书或对应赛项 | 职业技能大赛数字营销赛项 |

**七、教学进程总体安排**

（一）教学环节时间分配表

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 学年 | 学期 | 周数 | 周 数 分 配 |
| 军训入学教育 | 课堂教学 | 技能实训 | 岗位实习 | 答疑考试 | 毕业教育 |
| 第一学年 | 一 | 20 | 2 | 16 |  |  | 2 |  |
| 二 | 20 |  |  |  |  | 2 |  |
| 第二学年 | 三 | 20 |  |  |  |  | 2 |  |
| 四 | 20 |  |  |  |  | 2 |  |
| 第三学年 | 五 | 20 |  |  | 8 | 2 | 2 |  |
| 六 | 20 |  |  |  | 19 |  | 1 |
| 合 计 | 120 | 2 |  |  | 21 | 10 | 1 |

（二）理论与实践教学学时、学分分配表

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **课程类别** | **门数** | **学分** | **学时数** | **各学期周学时安排** | **各类课程占总学分比例（%）** | **各类课程占总学时比例（%）** |
| **总学时** | **理论学时** | **实践学时** | **第一学年** | **第二学年** | **第三学年** |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** |
| **公共基础课** | **“必修课”小计** | **14** | **35** | **682** | **394** | **288** | **17** | **10** | **2** | **2** | **0** | **0** | **23** | **25** |
| **“选修课”小计** | **6** | **10** | **160** | **128** | **32** | **2-6学期选课** | **7** | **7** |
| **“专业基础课”小计** | **6** | **16** | **264** | **64** | **136** | **10** | **4** | **0** | **0** | **0** | **0** | **11** | **9** |
| **“专业课”小计** | **16** | **75** | **1364** | **176** | **1188** | **0** | **8** | **16** | **10** | **20** | **20** | **50** | **50** |
| **“专业（群）拓展课”小计** | **4** | **14** | **224** | **64** | **160** | **0** | **0** | **4** | **10** | **0** | **0** | **9** | **9** |
| **合计** | **44** | **150** | **2694** | **826** | **1868** | **27** | **22** | **22** | **22** | **20** | **20** |  |  |
| **占总学时比例(%)** | **A类课程比例** | **B类课程理论部分比例** | **B类课程实践部分比例** | **C类课程比例** |
| **15** | **22** | **45** | **18** |
| **合计（%）** | **37** | **63** |

【说明：公共基础课程学时不少于总学时的25%（公共必修课+素质类选修课），选修课学时占总学时的比例不少于10%（素质类选修课+专业（群）拓展课），实践学时占总学时数50%以上（通过实践环节和课内实践学时实现）。】

（三）教学进程表

【说明：1.总学时2500-2800，周学时20-24学时。以16学时计1个学分，总学分140-150学分，实践环节每周按20学时计算，1周计1学分。

2.课程类型用ABC分类标注，“A”类为理论课程，“B”类为“理论+实践”课程，“C”类为实践课程。

3.专业核心课程用“●”标注，职业技能证书考试课程用“★”标注，记号均标注在课程名称前面。

4. 课程考核分为考试（S）和考查（C），可采用过程性考核、终结性考核、过程性考核+终结性考核的方式。】

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **课程 类别** | **序号** | **课程名称** | **课****程****类型** | **学****分** | **总****学****时** | **学时分配** | **各学期周学时安排** | **考核方式** |
| **理论** | **实践** | **第一学年** | **第二学年** | **第三学年** | **S/C****(考试/考查)** |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** |
| **公共基础课** | **必修课** | 1 | 思想道德与法治 | B | 3 | 48 | 42 | 6 | 1 | 2 |  |  |  |  | S |
| 2 | 习近平新时代中国特色社会主义思想概论 | B | 3 | 48 | 42 | 6 | 3 |  |  |  |  |  | S |
| 3 | 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论 | B | 2 | 32 | 28 | 4 |  | 2 |  |  |  |  | S |
| 4 | 形势与政策 | A | 1 | 48 | 48 |  | 讲座 | 讲座 | 讲座 | 讲座 | 讲座 | 讲座 | C |
| 5 | 大学英语 | B | 8 | 128 | 100 | 28 | 4 | 4 |  |  |  |  | S |
| 6 | 大学体育 | B | 4 | 64 | 4 | 60 | 2 | 2 |  |  |  |  | C |
| 7 | 信息技术基础 | B | 3 | 48 | 32 | 16 | 3 |  |  |  |  |  | C |
| 8 | 职业生涯规划 | B | 1 | 16 | 14 | 2 | 1 |  |  |  |  |  | C |
| 9 | 就业指导 | B | 1 | 22 | 16 | 6 |  |  |  | 1 |  |  | C |
| 10 | 军事理论 | A | 2 | 36 | 36 |  | 2 |  |  |  |  |  | C |
| 11 | 军事技能 | C | 2 | 112 |  | 112 | 2W |  |  |  |  |  | C |
| 12 | 大学生心理健康教育 | B | 2 | 32 | 16 | 16 | 1 |  |  | 1 |  |  | C |
| 13 | 创新创业教育 | B | 2 | 32 | 16 | 16 |  |  | 2 |  |  |  | C |
| 14 | 劳动教育 | C | 1 | 16 |  | 16 | 活动 | 活动 | 活动 | 活动 |  |  | C |
| **“必修课”小计** |  | **35** | **682** | **394** | **288** | **17** | **10** | **2** | **2** | **0** | **0** |  |
| **选修课** | 1 | 党史国史 | A | 1 | 16 | 16 |  | **2-6学期选课** | C |
| 2 | 美育课程 | A | 2 | 32 | 32 |  | C |
| 3 | 人文素养课程 | A | 2 | 32 | 32 |  | C |
| 4 | 职业素养课程 | A | 1 | 16 | 16 |  | C |
| 5 | 安全教育课程 | A | 2 | 32 | 32 |  | C |
| 6 | 第二课堂 | C | 2 | 32 |  | 32 | C |
| **“选修课”小计** |  | **10** | **160** | **128** | **32** |  |
| **“公共基础课”合计** |  | **45** | **842** | **522** | **320** | **17** | **10** | **2** | **2** | **0** | **0** |  |
| **专业基础课** | 1 | 市场营销实务 | B | 2 | 32 | 16 | 16 | 2 |  |  |  |  |  | C |
| 2 | 设计基础 | B | 2 | 32 | 16 | 16 | 2 |  |  |  |  |  | C |
| 3 | 摄影与摄像 | B | 2 | 32 | 16 | 16 | 2 |  |  |  |  |  | S |
| 4 | ★图形图像处理（1+X数字图像处理） | B | 4 | 64 | 16 | 48 | 4 |  |  |  |  |  | S |
| 5 | **影视后期制作** | B | **4** | **64** | **16** | **48** |  | **4** |  |  |  |  | S |
| 6 | 图形图像处理专项技能提升课程周实训 | C | 2 | 40 | 0 | 40 |  | 2w |  |  |  |  | C |
| **“专业基础课”合计** |  | **16** | **264** | **64** | **136** | **10** | **4** |  |  |  |  |  |
| **专****业****课** | **1** | ●影视脚本创作 | B | 2 | 32 | 16 | 16 |  | 2 |  |  |  |  | C |
| **2** | **●新媒体运营** | B | **4** | **64** | **16** | **48** |  |  | **4** |  |  |  | C |
| **3** | **★数字广告营销****(1+X数字营销技术运用)** | B | **2** | **32** | **16** | **16** |  | **2** |  |  |  |  | C |
| **4** | **●广告策划** | B | **2** | **32** | **16** | **16** |  | **2** |  |  |  |  | C |
| **5** | **●插画设计** | B | **4** | **64** | **16** | **48** |  |  |  | **4** |  |  | C |
| **6** | **●商业广告设计** | B | **4** | **64** | **16** | **48** |  |  | **4** |  |  |  | S |
| **7** | **●影视广告制作** | B | **4** | **64** | **16** | **48** |  |  |  | **4** |  |  | **S** |
| **8** | **广告文案写作** | B | **2** | **32** | **16** | **16** |  | **2** |  |  |  |  | C |
| **9** | 品牌形象设计 | **B** | **4** | **64** | **16** | **48** |  |  | **4** |  |  |  | C |
| **10** | **短视频创意与制作** | **B** | **4** | **64** | **16** | **48** |  |  | **4** |  |  |  | C |
| **11** | **H5设计与制作** | **B** | **2** | **32** | **16** | **16** |  |  |  | **2** |  |  | C |
| **12** | 影视后期字体设计周实训 | C | 2 | 40 | 0 | 40 |  |  | 2w |  |  |  | C |
| **13** | AI智能应用周实训 | C | 2 | 40 | 0 | 40 |  |  |  | 2w |  |  | C |
| **14** | 全媒体广告策划与营销综合实训 | C | 8 | 160 | 0 | 160 |  |  |  |  | 8w |  | C |
| **15** | 毕业设计 | C | 8 | 160 | 0 | 160 |  |  |  |  | 8w |  | C |
| **16** | 岗位实习 | C | 21 | 420 | 0 | 420 |  |  |  |  | 2w | 19w | C |
| **“专业课程”合计** |  | **75** | **1364** | **176** | **1188** | **0** | **8** | **16** | **10** | **10** | **20** |  |
| **1** | **网络直播运营实务** | **B** | **2** | **32** | **16** | **16** |  |  |  | **2** |  |  | C |
| **2** | **网页设计** | **B** | **4** | **64** | **16** | **48** |  |  | **4** |  |  |  | C |
| **3** | **动态图形设计** | **B** | **2** | **32** | **16** | **16** |  |  |  | **2** |  |  | C |
| **4** | **广告创意** | **B** | **2** | **32** | **16** | **16** |  |  | **2** |  |  |  | C |
| **5** | **UI设计** | **B** | **4** | **64** | **16** | **48** |  |  |  | **4** |  |  | C |
| **6** | 品牌行销 | **B** | **2** | **32** | **16** | **16** |  |  | **2** |  |  |  | C |
| **7** | C4D三维设计 | **B** | **4** | **64** | **16** | **48** |  |  |  | **4** |  |  | C |
| **8** | 消费者行为学 | **B** | **2** | **32** | **16** | **16** |  |  |  | **2** |  |  | C |
| **9** | **文化创意与市场推广** | **B** | **2** | **32** | **16** | **16** |  |  |  | **2** |  |  | C |
| **10** | **广告个案分析** | **B** | **2** | **32** | **16** | **16** |  |  |  | **2** |  |  | C |
| **“专业（群）拓展课”合计 （至少选修14学分）** |  | **14** | **224** | **64** | **160** | **0** | **0** | **4** | **10** |  |  |  |
| **合计** |  | **150** | **2694** | **845** | **1849** | **27** | **22** | **22** | **22** | **20** | **20** |  |

**八、实施保障**

（一）师资队伍

为满足教学工作的需要，专业生师比建议为 18：1。

本专业教师应具备研究生以上学历，热爱教育事业，工作认真，作风严谨，持有国家或行业的职业资格证书，或者具有企业工作经历，具备课程开发能力，能指导项目实训。专任教师中“双师”型教师不低于80%，专任教师职称结构合理。

在实践类课程上，建议聘请行业企业技术人员作为兼职教师，企业兼职教师应为行业内从业多年的资深专业技术人员，有较强的执教能力。专职教师和兼职教师采取“一课双师”形式共同完成专业课程的教学和实训指导，兼职教师主要负责讲授专业的新标准、新技术、新工艺、新流程等，指导生产性实训和岗位实习。

（二）教学设施

1、教室条件

教室包括普通教室和专业教室，均配备有黑（白）板、多媒体计算机、投影设备或触控一体机、音响设备、互联网接入或Wi-Fi环境，并实施网络安全防护措施；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．校内实训条件

校内实训设备和实训场地应满足实践教学计划基本要求，支撑实践教学计划所必需的校内实训基地基本要求包括素描、水粉室、手工创意室、广告造型设计室、广告制作技术专业实训准备室、渲染集群实训、三维广告实训室、广告特效实训室。

**校内实训条件一览表**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 实训室（中心、基地）名称 | 主要实训项目 | 主要设备装备 | 工位数量 |
| 素描、水粉室 | 素描、水粉课程实训 | 静物、画具等 | 7间约300人 |
| 普通教室 | 三大构成课程实训 | 多媒体教学设备 | 4间约200人 |
| 公共机房 | 上机实践课程实训 | 计算机和相关软件 | 3间约180人 |
| 手工创意室 | 手工创意 | 桌椅、纸张 | 1间50人  |
| 广告造型设计室 | 广告造型设计 | 烤焙台 | 1间40人  |
| 广告制作技术专业实训准备室 | 二维广告制作 | 计算机和相关软件 | 5间约300人 |
| 渲染集群实训室 | 三维建模、渲染 | 计算机和相关软件 | 1间60人 |
| 三维广告实训室 | 三维广告设计 | 计算机和相关软件 | 1间60人 |
| 广告特效实训室 | 广告特效处理 | 计算机和相关软件 | 1间60人 |

3.校外实训基地条件

**校外实训基地一览表**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 实训基地名称 | 实训项目 | 实训时间（含学期及时限） | 实训人数 |
| 1 | 中国广告集团 | 二维广告制作实训 | 第三学期、第四学期 | 80-160人 |
| 2 | 广告公司 | 广告、广告视频实训 | 第五学期、第六学期 | 80-160人 |
| 3 | 广告公司 | 三维建模、渲染 | 第五学期、第六学期 | 80-160人 |

（三）教学资源

1.教材选用与建设

教材建设：开发基于工作过程的新形态教材。专业建设团队根据专业建设指导委员会的建议，针对本专业各门课程教学内容的选取，组织专业教师到企业进行课程调研，进一步开展和推动以工作过程为导向的教学改革和课程建设，并组织开发编写基于工作过程的课程教学改革教材、新型活页式和工作手册式教材等。

教材选用：教材选用应结合区域和学校实际，切实服务人才培养。遵循以下要求：

1）思想政治理论课教材必须使用国家统编的教材、马克思主义理论研究和建设工程重点教材。

2）专业核心课程和公共基础课程教材原则上从国家和省级教育行政部门发布的规划教材目录中选用。

3）国家和省级规划目录中没有的教材，可在职业院校教材信息库选用。

4）不得以岗位培训教材取代专业课程教材。

5）选用的教材必须是通过审核的版本，擅自更改内容的教材不得选用，未按照规定程序取得审核认定意见的教材不得选用。

6）不得选用盗版、盗印教材。

教学资源共享与利用：选用国家资源共享优质课程教学资源。在课程教学资源的选择上，除了课程教师自主开发专业课程教学资源外，还根据情况选用国家资源共享优质课程教学资源，拓展学生知识面，提高教学效果。

2.图书文献配备

学校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：与本专业有关的图书、期刊、资料、规范规程、标准、法律法规、图集图纸等，并能及时更新、充实。

3.数字化（网络）资源建设

专业教学团队在课程教材建设的基础之上，积极进行网络资源建设与开发，现已有多门专业基础课程、专业核心课程建立的课程教学网站，教学过程资料均已上网。学生可以通过网络访问浏览课程教学内容和资源，实现课后自主学习，进一步提高教学效果。

（四）教学方法

专业的载体是课程，课程的载体是课堂，课堂教学效果的提升依赖于采用恰当的教学手段和教学方法，确定课程教学方法和手段时，教师可以依据专业培养目标、课程教学要求、学生能力与教学资源，采用项目教学、案例教学、情境教学、模块化教学等教学方式，广泛运用启发式、探究式、讨论式、参与式等教学方法，采用翻转课堂、线上线下混合式教学、理实一体教学等新型教学模式，坚持学中做、做中学，推动课堂教学革命，加强课堂教学管理，规范教学秩序，打造优质课堂。

（五）学习评价

优化课程考核评价体系，探索以关键能力为核心、以作品为载体的课程考核方式。根据学生完成任务情况进行考核，兼顾认知、技能、情感等各方面要素，从学生完成的作品、学习过程、职业素养、学习态度等多方面进行综合考评。在课程评价标准中体现过程性评价和终结性评价相结合，能力评价和素养评价相结合，理论考核与操作考核相结合，试卷考核与项目作品考核相结合，学生自评、互评与教师、企业专家评价相结合。

（六）质量管理

1.完善教学管理机制，加强日常教学组织运行与管理，定期开展课程建设水平和教学质量诊断与改进，建立健全巡课、听课、评教、评学等制度，建立与企业联动的实践教学环节督导制度，严明教学纪律，强化教学组织功能，定期开展公开课、示范课等教研活动。

2.建立毕业生跟踪反馈机制级社会评价机制，并对生源情况、在校生学业水平、毕业生就业情况等进行分析，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况，找出问题、分析原因、提出措施，为下一届人才培养提供参考依据。

**九、毕业规定**

（一）本专业学生应完成本方案规定的全部课程学习，总学分修满150学分，其中：

公共基础课程：45学分

专业基础课程：16学分

专业课程：75学分

专业（群）拓展课程：14学分

允许学生通过参加技能竞赛、高层次学历教育、对外交流学习、职业资格及技能考证、创新创业实践、第二课堂活动和在线课程等获得的成绩和学分按照《厦门软件职业技术学院课程学分替代管理办法》进行学分认定互换。

（二）综合素质测评成绩：合格

（三）体育素质测评成绩：合格

（四）职业技能证书要求：

推行“1+X”方案，把学生须获得一本与本专业相关的职业技能等级证书作为毕业条件之一。

**全媒体广告策划与营销专业相关职业资格证书**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 职业资格（证书）名称 | 发证单位 | 等级 |
| 1 | 1+X界面设计（初级）职业技能等级证书 | 腾讯云计算（北京）有限责任公司 | 初级 |
| 2 | 1+X数字影像处理初级职业技能等级证书 | 中摄协会国际文化传媒（北京）有限公司 | 初级 |
| 3 | 1+X数字媒体交互设计职业技能等级证书(初级) | 杭州时光坐标影视传媒股份有限公司 | 初级 |
| 4 | 1+X数字创意建模职业技能等级证书(初级) | 浙江中科视传科技有限公司 | 初级 |
| 5 | 1+X游戏美术设计职业技能等级证书(初级) | 完美世界教育 | 初级 |
| 6 | 1+X数字营销数字运用等级证书（中级） | 中教畅享（北京）科技有限公司 | 中级 |

**十、继续专业学习深造建议**

本专业毕业生要树立终身学习的理念，这是可持续发展获取持久的动力和源泉。根据本专业毕业生未来从事的职业岗位的特点，结合学生自身情况，可以选择继续学习的途径有自学、求学两种。

自学方式针对性强，能达到学以致用。求学方式可以有通过短期培训班（主要针对特定岗位的职业需求而言），以提升专业技能水平；或继续升学接受继续教育的模式，以提升学历层次。

1.专业技能继续学习的渠道

随着广告行业的发展，本专业毕业生走向工作岗位后，为了适应新媒体、数字技术的应用，以满足岗位的需求，不断地补充更新自己的专业知识，拓宽知识视野，更新知识结构。潜心钻研业务，勇于探索创新，不断提高专业素养和专业技能水平，适应经济社会发展的需要。主要渠道有：

（1）学校开展的新媒体新技术培训；

（2）行业、企业的新媒体新技术培训；

（3）互联网资源自主学习。

2.提高层次教育的专业面向

本专业毕业生为了提高个人学历层次，可在毕业后参加专升本、自学考试、网络远程教育等相关途径，获得更高层次的教育机会，更高学历层次的专业面向主要有：全媒体电商运营、广告学专业、网络与新媒体专业、数字出版专业、市场营销专业等。