

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

2025 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

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
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	1+X 新媒体运营职业技能等级证书 1+X 数字营销数字运用职业技能等级证书 人力资源和社会保障部职业技能鉴定中心图形图像应用处理制作员(PHOTOSHOP)等级证书

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	广告策划/文案	制作广告策划案	广告策划书、广告文案撰写以及广告活动的管理
广告设计/制作师	按要求设计/制作广告内容	制作平面海报、H5广告	掌握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	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

本专业培养德、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技能人才。

（二）培养规格

1. 思政目标

培养具有正确的世界观、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，具有深厚爱国情感、通过动漫作品中的历史故事、民族文化元素等，增强学生的中华人民共和国认同感、中华民族自豪感激发其爱国热情和社会责任感。在动漫制作过程中，涉及版权、隐私等法律问题。通过法治教育，提升学生的法律意识，使其具有良好的职业道德和职业素养，崇尚宪法、遵守法律、遵规守纪，遵守、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：崇德向善、诚实守信、爱岗敬业，具有精益求精的职业精神。

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

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；熟悉相关法律法规以及环境保护、安全消防、文明生产等相关知识。

（2） 专业基础知识

掌握市场营销实务、设计基础、摄影与摄像、影视后期制作、影视脚本创作、新媒体运营、数字广告营销、广告策划、插画设计、商业广告设计、影视广告制作、广告文案写作、品牌形象设计、短视频创意与制作、H5设计与制作；单反摄影机、高清摄像机等基本设备使用方法；Photoshop、animate、After Effect、unity cinema4d 等操作软件。

（3） 专业知识

能够掌握广告原理、客户管理、文案写作、新媒体运营与营销等方面的专业知识；熟悉我国有关新媒体的法律、方针与政策；熟练掌握图片与视频的拍摄和处理，能够从事新媒体业务中的拍摄、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相关信息与数据，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

- ① 自我学习与创新能力，拥有和客户沟通和书面表达能力。
- ② 熟练计算机摄影与摄像软件基本操作技能和职业素质。
- ③ 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 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。

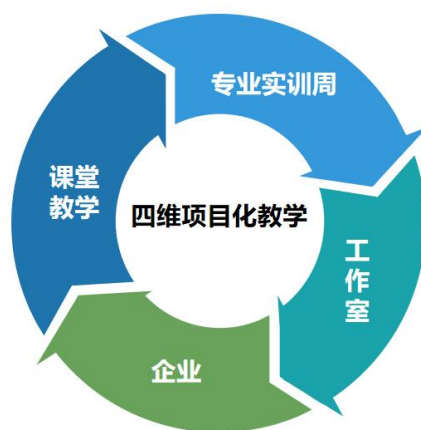
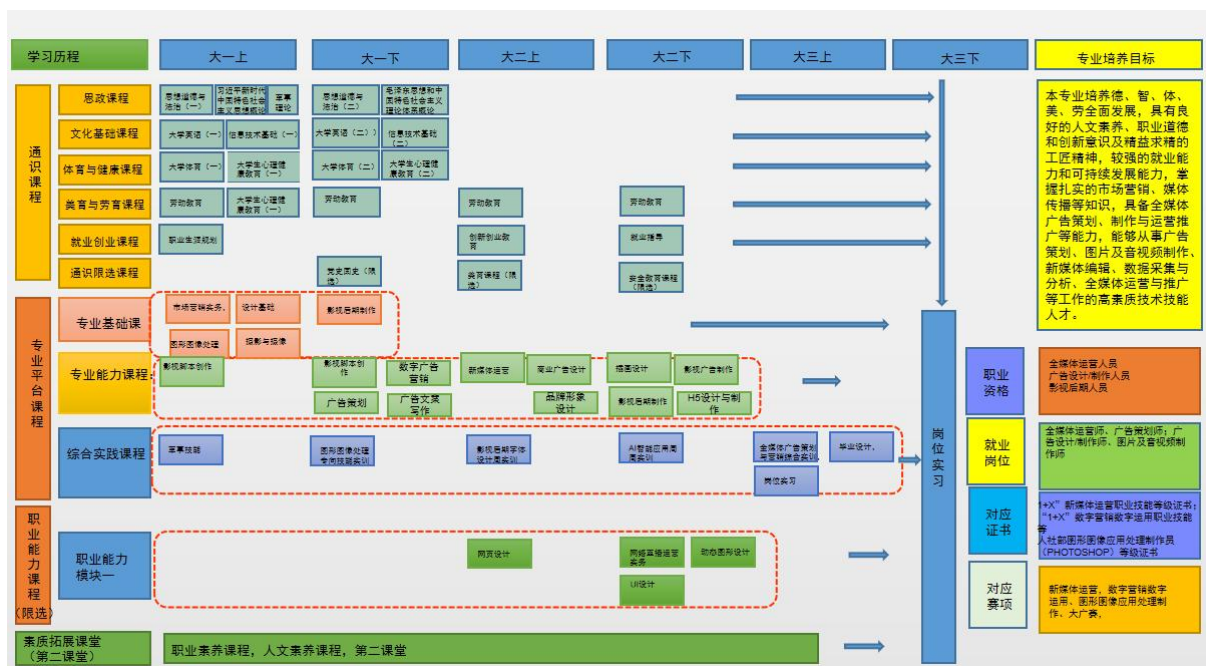


图1 “四维项目化教学”人才培养模式

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。

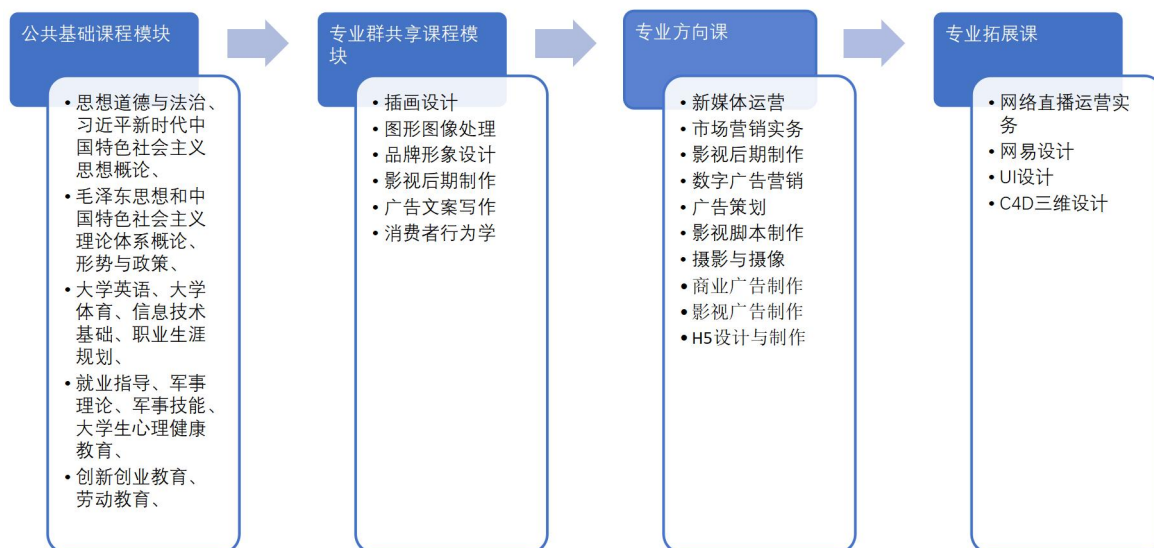
（二）课程体系构建

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“（数字创意建模职业技能等级证书，数字艺术创作职业技能等级证书，数字影视特效职业技能等级证书）”职业技能等级标准和“福建省职业院校技能大赛”等专业技能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。



全媒体广告策划与营销专业课程设置流程图

全媒体广告策划与营销专业课程体系本着专业群基础共享、中层分立、高层互选的原则，由共享模块、专业模块、拓展模块组成，按照“广告艺术设计专业、视觉传达设计专业、全媒体广告策划与营销专业”等专业基础相通，“广告艺术设计专业、视觉传达设计专业、全媒体广告策划与营销专业”等技术领域相近，“广告艺术设计专业、视觉传达设计专业、全媒体广告策划与营销专业”等职业岗位相关，“教学团队、实训基地、教学资源库”等教学资源共享原则，实现“平台课互通，专业课共享”等，广告艺术设计专业、视觉传达设计专业、全媒体广告策划与营销专业群课程共享，构建了“数字创意专业群”课程体系。



全媒体广告策划与营销专业群课流程图

（三）主要课程教学要求

1. 公共基础课程教学要求

序号	课程名称	教学目标	教学主要内容	教学方法与手段	学时/学分
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，把握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	48/3
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，增强为中国式现代化建设的意识和能力。 3. 素质目标：增强学生对中国特色社会主义道路、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
3	毛泽东思想和中国特色社会主义	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时代化的理论成果及其形成发展过程、主要内	马克思主义中国化时代化理论成果，即毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观及习近	讲授法、案例法、讨论法、视频展示法	32/2

	社会主义理论体系概论	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。	平新时代中国特色社会主义思想等理论的产生、形成、发展过程，主要内容体系、历史地位和指导意义。		
4	形势与政策	1. 知识目标：根据每学期形势与政策课程的教学知识要点、结合国家政策出台的相关背景，当前和今后一个时期的国际和国内形势，对学生进行马克思主义教育，帮助学生熟悉和了解马克思主义的立场、观点和方法，掌握政治、经济、文化、历史以及社会等多领域的知识和信息，从而开拓视野、构建科学合理的知识结构。 2. 能力目标：通过对国内外形势和国家大政方针的学习和研讨，使大学生能够理清社会形势和正确领会党的路线方针政策精神，培养学生逐步形成敏锐的洞察力和深刻的理解力，以及对职业角色和社会角色的把握能力，提高学生的理性思维能力和社会适应能力。 3. 素质目标：通过了解和正确认识经济全球化形势下实现中国特色社会主义现代化的艰巨性和重要性，引导学生树立科学的社会政治理想、道德理想、职业理想和生活理想。增强学生振兴中华和实现中华民族伟大复兴的信心信念和历史责任感以及国家大局观念，全面拓展能力，提高综合素质，塑造“诚、勤、信、行”和“有理想、有道德、有文化、有纪律”融于一体的当代合格大学生。	紧密围绕习近平新时代中国特色社会主义思想，依据教育部社科司《时事报告大学生版高校“形势与政策”课》教学要点安排教学，根据形势发展要求和学生特点，重点讲授党的理论创新最新成果和新时代中国特色社会主义的生动实践， 及时回应学生关注的热点问题。	案例教学法、讨论式教学法、视频观摩、线上辅导答疑	48/1
5	国家安全教育	1. 知识目标：掌握总体国家安全观的内涵和精神实质，理解中国特色国家安全体系，掌握国家安全知识。 2 能力目标：能够深入理解和准确把握总体国家安全观，具有维护国家安全的能力。	1. 国家安全总论：国家安全的重要性，我国新时代国家安全的形势与特点，总体国家安全观的基本内涵、重点领域和重大意义，以及	通过组织讲座+在线式网络课程进行教学。并通过参观、调	16/1

		3 素质目标：树立国家利益至上的观念，具有自觉维护国家安全的意识。	相关法律法规。2. 国家安全重点领域：国家政治安全、国土安全、军事安全、经济安全、文化安全、社会安全、科技安全、网络安全、生态安全、资源安全、核安全、海外利益安全以及太空、深海、极地、生物等不断拓展的新型领域安全等重点领域安全的基本内涵、重要性、面临的威胁与挑战、维护的途径与方法。	研、体验式实践活动等方式,进行案例分析、实地考察、访谈探究、行动反思,积极引导 学生自主参与、体验感悟。	
6	党史国史	1. 知识目标：了解中国近现代历史基本知识，熟悉马克思主义基本理论和中国共产党历史发展历程，掌握中国近现代历史的基本知识和基本规律。 2. 能力目标：具有史学素养和政治觉悟，并借以观照现实中的社会、政治和人生。 3. 素质目标：具有史学素养和政治思维。	1. 西方列强对中国的侵略。 2. 马克思主义在中国传播与中国共产党成立。 3. 中华民族抗日战争的伟大胜利。 4. 历史和人民选择了中国共产党。 5. 中国特色社会主义进入新时代。	在线式网络课程,任务驱动法、学生可以跨时间、跨地域灵活自主地参与学习。	16/1
7	大学英语	1. 知识目标：掌握大学英语核心词汇、短语、句型及基础语法，熟练运用职场与日常应用文格式及句型；了解职业相关知识与沟通技巧，重点掌握八项实践活动场景的专业英语表达，实现语言知识与实践场景结合，为实践活动开展奠定基础。 2. 能力目标：掌握听、说、读、写、译基础方法，能听懂日常及职场场景（含 IT、商务类）、语速适中的英语对话与短文，把握核心信息；熟练运用日常交际用语及汇报、应答技巧，重点训练八项活动所需实用表达。能独立完成两项个人项目，参与六项团队项目，完成英文沟通、文案、	1. 听力教学：训练日常及基础职场听力技巧，聚焦实践相关场景（IT 产品发布、面试等），适配 130-150 词/分钟语速，提升语篇理解能力。 2. 口语教学：夯实日常交际表达，结合实践训练专业自我介绍、产品宣讲等实用口语，配合项目提升展示与协作沟通能力，储备赛事能	讲授法；任务教学法；启发式教学法；视频、音频教学；小组讨论	128/8

		宣讲等任务，为学院赛事储备能力，确保表达得体准确。 3. 素质目标：培养国际化视野与创新思维，提升综合文化素养及跨文化交际能力，契合各类活动要求；养成严谨求学态度与职业素养，掌握自主学习与团队协作方法。依托各类实践活动锤炼核心素养，提升个人表达与团队协作能力，积极参与学院赛事，树立终身学习理念，提升职业竞争力。	力。 3. 阅读教学：掌握日常及职场文本阅读技巧，适配实践相关文本，结合阅读巩固核心词汇、语法，实现知识与实践结合。 4. 写作教学：掌握基础写作方法，熟练职场及日常应用文格式，重点训练实践相关文案，提升项目汇报、宣讲稿等写作能力。 5. 翻译教学：掌握英汉互译基础技巧，聚焦实践相关职场、文化场景翻译，强化译文准确性与流畅度，适配实践及赛事需求。		
8	信息技术基础	1. 知识目标：了解信息时代特征及信息安全与网络道德知识；了解互联网与互联网思维；熟悉计算机的基本操作与维护方法；掌握常用软件的安装与卸载方法；掌握文档的编排、数据统计与分析、演示文稿展示等基本信息处理方法；掌握常用的信息检索方法。 2. 能力目标：能够对计算机进行日常维护，熟悉计算机基本操作和常用软件的安装与卸载，能安全有效地利用互联网进行信息检索和信息获取，并利用计算机进行文档编辑、数据统计与分析、信息展示等信息基本处理。 3. 素质目标：具有自主探索学习意识；具有团队合作精神；具有信息安全意识和网络道德素养；具有互联网思维。	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。	讲授法；任务驱动法；项目化教学法	48/3
9	人工智能	1. 知识目标：了解人工智能基本概念、发展历程与主流应用趋势；熟悉人工智能在生活、各职业岗位中的典型应用场景，掌握 AI 工具合规使用、数据安全、基础伦理	1. AI 基础认知：人工智能概念、发展历程、主流技术；各行业及职业岗位 AI 典型应用与	案例教学法；任务驱动法；项目化教学法；	16/1

		等人工智能素养核心知识，建立贴合职业需求的AI认知体系。 2. 能力目标：熟练掌握主流通用AI工具的操作方法，能够灵活运用AI工具完成内容生成、基础数据分析、图像处理等实操任务；掌握基础编程逻辑与简易代码操作技能，具备运用AI技术解决学习、日常及专业基础学习中简单实际问题的能力。 3. 素质目标：牢固树立“技术向善”的核心意识，恪守人工智能伦理规范，强化数据隐私保护、知识产权保护意识；能够辩证、理性看待人工智能的社会影响与职业变革，养成规范、安全、负责任使用AI技术的良好习惯，提升智能时代职业适配素养。	发展趋势。 2. AI 合规与数字素养：AI 工具规范使用、数据安全、隐私保护、AI 伦理常识，培育职业 AI 素养。 3. 通用 AI 工具实操应用：文本生成、信息整理、数据分析、图像处理等日常岗位 AI 实操技能。 4. 入门编程与 AI 简单应用：认知基础编程逻辑，练习简易代码操作；运用 AI 解决学习及专业基础简单问题。 5. AI 伦理与职业素养：树立“技术向善”理念，理性看待 AI 社会与职业影响，养成安全合规用 AI 的习惯。	线上线下混合教学法；分组讨论法	
10	职业生涯规划	1. 知识目标：基本了解职业发展的阶段特点；较为清晰地认识自己的特性、职业的特性以及社会环境；了解就业形势与政策法规。 2. 能力目标：掌握自我探索技能、信息搜索与管理技能、生涯决策与规划技能、求职技能等，提高自我管理技能和人际交往技能等各种通用技能。 3. 素质目标：大学生树立起职业生涯发展的自主意识，树立积极正确的人生观、价值观和就业观念，把个人发展和国家需要、社会发展相结合。	1. 生涯觉醒，建立生涯与职业意识，树立职业理想、做好职业准备、提升职业素质； 2. 认识自我，清楚认识“我是谁”、探索职业兴趣、认知职业性格、开发职业能力、澄清职业价值观； 3. 职业探索，认识职业环境、搭建职业目标金字塔、做好职业决策； 4. 职业发展决策，修炼情商、大学生职业生涯规划实操、职业生涯规划书的评估与修正。	讲授法；任务教学法；启发式教学法；小组讨论	16/1

11	就业指导	1. 知识目标：系统了解国家和地方关于实习、就业、创业的法律法规及政策体系。 熟悉现代职业教育体系建设改革的方向。 掌握求职择业的基本流程、方法与技巧，包括简历撰写、面试策略、就业信息搜集与筛选、就业市场分析等；了解行业人才需求趋势、以及新业态相关政策与要求。 2. 能力目标：运用就业政策法规维护自身合法权益，具备签订和履行实习协议、识别违规实习情形、处理实习伤害及劳动争议的基本能力；提高职业规划与生涯管理能力；强化求职实践能力，包括简历优化、面试应对、职场沟通、信息甄别、安全风险防范等；培养适应产教融合、校企合作模式的岗位适应能力；提升创新思维与创业能力，了解创业扶持政策，具备初步的创业项目评估与资源整合能力。 3. 素质目标：树立正确的就业观、择业观和职业价值观。强化职业道德、法治意识和安全素养。培养积极健康的就业心理。增强社会责任感与使命感。	1. 就业形势与政策法规解读 2. 就业信息搜集与行业需求分析 3. 求职准备与实践技能 4. 求职心理调适与职业素养 5. 就业权益保护与风险防范	讲授法；任务教学法；启发式教学法；小组讨论；案例分析法	22/1
12	创新创业教育	1. 知识目标：学生掌握开展创业活动所需要的基本知识。认知创业的基本内涵和创业活动的特殊性，辩证地认识和分析创业者、创业机会、创业资源、创业计划和创业项目。 2. 能力目标：学生具备必要的创业能力，掌握创业资源整合与创业计划撰写的方法，熟悉新企业的开办流程与管理，提高创办和管理企业的综合素质和能力。 3. 素质目标：学生认知创新，理解创新对于个人、企业和国家的意义。学生树立科学的创业观，主动适应国家经济社会发展和人的全面发展需求，正确理解创业与职业生涯发展的关系，自觉遵循创业规律，积极投身创业实践。	1. 初识创新、创业； 2. 创新思维与创新方法； 3. 创业机会挖掘与选择； 4. 创业资源整合； 5. 创业计划（创业计划书撰写、创业项目路演）。	讲授法；任务教学法；项目教学	32/2
13	军事理论	1. 知识目标：掌握国防、国家安全、军事思想、现代战争及信息化装备等理论知识；理解我国国防体制、战略、政策与成就，	1. 中国国防与国家安全：涵盖国防内涵、历史、法规及建设成就，	讲授法；案例分析法；	36/2

		熟悉国防法规、武装力量及国防动员；领会总体国家安全观，了解国际战略形势与各国军事动态，把握现代战争趋势与装备作用，筑牢理论基础。 2. 能力目标：提升运用军事理论分析安全形势、解读国防政策的能力；增强国防宣传与防间保密能力；学会运用战略思维、系统思维解决学习与工作问题；具备识别常见信息化装备、知晓其应用的基础能力。 3. 素质目标：强化国防观念与国家安全意识，弘扬爱国精神、传承红色基因；锤炼纪律观念与集体主义精神，养成优良作风；树立正确国防观、战争观，激发爱国卫国的责任担当，提升综合国防素养，为培养高素质人才与国防后备力量奠基。	明确公民国防权利与义务与武装力量构成；阐述总体国家安全观要义，分析我国地缘安全挑战与国际战略形势，强化学生国防与安全意识。 2. 军事思想：讲解军事思想发展历程，了解中外军事思想特点及代表理论，帮助学生树立科学战争观与方法论。 3. 现代战争与信息化装备：分析现代与传统战争差异及信息化战争特征，介绍信息化装备分类、作战平台、杀伤武器及综合电子信息系统，激发学生军事科技学习兴趣。		
14	军事技能	1. 知识目标：掌握共同条令、战术基础、防卫技能等军事知识，了解三大条令主要内容，掌握自救互救、识图用图常识，熟悉紧急集合、行军拉练等基本要求。 2. 能力目标：熟练队列与单兵战术，具备防护、应急处置与团队协作能力，能将纪律与协作意识融入职业实践。 3. 素质目标：锤炼纪律作风与意志品质，增强国防观念与国家安全意识，提升身心素质与职业素养，为国防后备力量建设夯实基础。	1. 共同条令教育与队列训练，学习三大条令，开展分队队列与现地教学。 2. 强化纪律作风与国防情怀。射击战术、防卫技能与战时防护训练，含模拟射击、单兵战术、格斗、战场救护及核生化防护。 3. 战备基础与应用训练，涵盖紧急集合、行军拉练、识图用图、电磁频谱监测，融合高职专业需求。	示范讲解与分组实训； 现地教学与军营观摩； 模拟演练与专业融合教学	112/2
15	大学生心理健康教育	1. 知识目标：帮助学生掌握一定的心理学知识。如，理解心理健康的标准。怎样正确认识自我，了解情绪的作用、挫折的意义，人际心理效应，熟悉常见心理问题及其预防等心理学基础知识。 2. 能力目标：培养高职学生适应大学生活	以班级心理辅导活动课为主要手段，以学校适应、自我意识、学习、人际交往、生涯规划辅导为主要学习内容，以增进高等职业学校学	讲授法；任务教学法；启发式教学法；小组讨论。	32/2

		和社会生活的能力。调节情绪的能力，正确处理人际关系、友谊和爱情的能力，塑造健康的人格和磨砺优良的意志品质，以及自我心理调节的能力。做一个健康快乐的大学生。 3. 素质目标：通过教学，帮助高职学生树立心理健康意识和面临心理困惑、心理危机时的自助和求助意识；能正确认识自我，悦纳自我，善待他人；培养积极向上的心态、健全的人格和良好的个性品质。预防和缓解心理问题，优化心理品质，以培养适应社会发展需要的新时期高素质职业技术人才。	生心理健康水平、提高生涯规划能力为主要目的的必修课程。自助性和发展性是心理健康课程的基本特点。 课程致力于学生良好心理素质的培养，要求学生明白心理健康的标准及现实意义，掌握并应用心理健康知识，培养良好的心理素质、自信精神、合作意识和开放的视野，培养学生的自我认知能力、人际沟通能力、自我调节能力，全面提高学生的整体素质，为学生的终身发展奠定良好、健康的心理素质。		
16	大学体育	1. 知识目标：掌握体育与健康基础理论知识、常见运动项目竞赛规则，理解体育锻炼的健身价值及其与身心健康的内在联系，树立科学、安全、文明的健身观念，掌握科学健身与健康生活的基本常识。 2. 能力目标：通过走班制、俱乐部制教学，熟练掌握基础体能训练方法，达到《国家学生体质健康标准》要求；掌握 1-2 项专项运动技能，具备规范的技术动作与基本战术配合能力；落实体教融合“教会、勤练”要求，能够组织策划校内三级（班级、院级、校级）体育比赛；具备制定简易、个性化运动处方的能力；掌握常见运动损伤的预防、应急处理与简单康复方法。 3. 素质目标：培养吃苦耐劳、顽强拼搏、团队协作、公平竞争的体育精神，增强自信心、意志力与规则意识、责任意识，养成良好的运动习惯与健康的生活方式，实现“以体育人、以体载德、以体润心”，助力学生树立正确的世界观、人生观、价值观。	1. 理论知识：科学锻炼原理、健康生活方式、运动损伤与康复、专项运动规则与裁判法、大学生体测标准、意义与训练方法等。 2. 运动技能：基础体能（达到国家学生体质健康标准、特殊学生体质强化训练）和专项技能（三大球：篮球、足球、排球；中华传统武术项目：太极拳、五禽戏、八段锦等；小球类；操舞类等）。 3. 实践应用教学：开展基层比赛组织（赛程安排、简单裁判、场地布置、秩序维）、积极参加校内俱乐部活动和其它体育活动，实现“以赛促练、以赛育人”。	讲解示范法、分解与完整教学法、纠错法、重复练习法、分组练习法	108/6

17	大学美育	1. 知识目标：理解美的概念与本质,学会欣赏美、辨别美、发现美。 2. 能力目标：提高学生对美的观察能力、感受能力、认知能力和体验创造能力。让学生学会用艺术美、文学美、自然美、生活美、影视美等来感受事物。 3. 素质目标：促进学生人文素质的全面发展。提升学生的审美认知与鉴赏能力。培养学生求真、向善、向美的气质与眼光。	1. 培养美之情操 2. 自然美之美育 3. 社会美之美育 4. 艺术美之美育（音乐之美、舞蹈之美、戏曲之美、绘画之美、书法之美、诗词之美、影视之美、生活与科技之美。）	讲解法；多媒体演示法；翻转课堂法；讨论法。	32/2
18	劳动教育	1. 知识目标：帮助学生劳动创造价值、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。	32/2

2. 专业基础课教学要求

序号	课程名称	教学目标	教学主要内容	教学方法与手段	学时/学分
1	市场营销实务	1、通过课程教学，让学生系统了解市场营销的基本概念、理论体系与行业发展趋势； 2、掌握市场调研、目标市场选择、产品 / 价格 / 渠道 / 促销策略制定等核心技能，能独立完成基础营销方案设计与落地执行。	1、运用市场营销理论进行市场分析、消费者行为研究与目标市场定位； 2、制定产品、价格、渠道、促销等营销组合策略，完成营销方案的撰写与实施； 3、掌握客户沟通、商务谈判与客户关系维护技巧，具备解决营销实际问题的能力。	讲授、实践、案例结合,多媒体辅助教学。	32/2
2	图形图像	1. 掌握图形图像的基本概念、色彩原理及分辨率等核心知识，建立正确的图像处理	1. 图形图像基础理论与色彩知识。2. PS 软	案例教学、实操演练、	

	处理	认知。2. 熟练运用 PS 等主流软件, 完成图像修复、调色、合成等基础操作。3. 能够根据设计需求, 独立完成简单的图形创作与图像处理任务。4. 培养审美能力和创意表达能力, 提升图像设计的规范性和实用性。	件工具操作与技巧。3. 图像修复、调色与合成方法。4. 简单图形设计与输出规范。	课堂点评。	64/4
3	构成基础	1. 理解平面构成、色彩构成、立体构成的核心原理与设计规律。2. 掌握三大构成的基本表现方法, 能够运用构成法则进行基础设计。3. 培养空间思维和视觉组织能力, 提升设计作品的层次感和逻辑性。4. 为后续专业课程学习奠定坚实的设计基础, 树立正确的设计理念。	1. 平面构成的要素与组合规律。2. 色彩构成的搭配原则与应用。3. 立体构成的造型方法与空间表达。4. 构成作品的设计与呈现。	理论讲授、实践创作、小组互评。	32/2
4	摄影与摄像	1. 掌握摄影与摄像的基本原理、设备操作及构图技巧。2. 能够独立完成静物、人像、风景等题材的拍摄任务, 捕捉优质画面。3. 了解摄像的运镜、布光方法, 完成简单的视频片段拍摄。4. 培养画面审美和叙事能力, 提升作品的画面质感与表达效果。	1. 摄影摄像设备操作与维护。2. 构图、布光、曝光技巧。3. 不同题材拍摄方法。4. 基础运镜与画面捕捉。	理论讲解、户外实操、作品点评。	32/2
5	影视后期制作	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。	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 and 再学习的能力。	讨论、练习、模块分类、现场教学演示、专项案例模仿。	64/4

3. 专业课教学要求

序号	课程名称	教学目标	教学主要内容	教学方法与手段	学时/学分
1	影视脚本创作	1. 掌握分镜头脚本的基本概念、构成要素及设计规范。2. 理解镜头语言的运用方法, 能够根据脚本需求设计合理镜头。3. 能够独立完成简单影视、动画作品的分镜	1. 分镜头脚本构成与设计规范。2. 镜头语言与运镜技巧。3. 脚本绘制方法与技巧。4.	案例解析、实操绘制、	32/2

		头脚本设计。4. 培养叙事思维和镜头表达能力，提升脚本的逻辑性和可执行性。	案例分析与实操练习。	教师指导。	
4	新媒体运营	1. 学习产品、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；2. 理解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；3. 掌握各类新媒体形式和平台的学习和实践操作；4. 掌握企业和品牌的新媒体推广与建设方法。	1. 新媒体运营的用户定位、平台定位、内容定位；2. 各平台个人号运营；3. 音频运营；4. 视频运营；4 直播运营；5. 数据分析。	实操教学、步骤演示、作品点评。	64/4
5	数字广告营销	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；3. 了解成功的数据广告营销的渠道；4. 有针对性的策划可行性的数字广告营销方案。	1. 熟悉广告内容策划流程；2. 进行关键词分析、分析搜索排名优化；3. 掌握搜索竞价营销；4. 掌握推荐引擎营销；5. 掌握广告效果分析和综合运用。	案例教学、小组创作、市场调研。	32/2
6	广告策划	1. 认识广告学基本知识与创意应理论，了解基本方法；2. 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；3. 把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。	1. 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，2. 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。	案例研讨、方案撰写、小组展示。	64/4
7	插画设计	1. 掌握插画角色的设计基础知识；2. 独立造型设计插画。	1. 插画角色和场景角色表现；2. 人物五官的绘制；3. 人物服饰的绘制。	实操教学、步骤演示、作品点评。	64/4
8	商业广告设计	1. 掌握商业广告设计中的字体设计方法；2. 熟悉营商业广告的设计逻辑，学会图形创意方法、色彩设计方法、版面编排方法；3. 完成标志设计、海报设计、画册编排、品牌设计等内容能力与项目落地执行能力。	1. 商业广告设计基础知识；2. 商业广告设计基础：涵盖色彩心理学、版式布局、字体规范及素材处理技巧等；2. 优秀案例分析与思考；4. 项目案例实战。	实操教学、步骤演示、作品点评。	64/4

9	影视广告制作	掌握影视广告基础知识；2. 够熟练运用摄像机、灯光设备及录音器材进行规范化拍摄，精通 Premiere、After Effects 等后期软件进行剪辑、特效与调色处理，能够独立完成商业影视广告的制作；3. 培养学生精益求精的工匠精神与审美情趣，树立正确的版权意识与职业伦理观念	1. 影视广告创意与脚本策划；2. 前期拍摄技术与艺术：包含摄影摄像器材（手机/单反）的操作与参数设置、布光技巧与光影造型、场面调度与运镜技巧。3. 后期制作与特效包装：剪辑节奏、叙事逻辑、影视调色理论与实操以及最终成片的输出与格式规范。	实操教学、步骤演示、作品点评。	64/4
10	品牌形象设计	1. 掌握基础商业知识：了解并理解品牌形象的作用、核心概念，掌握市场调研，行业分析，竞品分析等基本商业基础原理；2. 培养设计创意思维：熟悉广告传播逻辑，学会结合品牌调性与营销需求进行品牌形象创意设计；3. 掌握基础品牌形象设计技能：包括基本提案创意思维、品牌全案文案策划，相关平面图形设计软件等技能；4. 提升实践能力：通过学习和实训，培养学生为不同需求主体设计多样化对品牌全案以及分析各自案例的项目落地可行性，培养学生执行能力及思辨能力。	1. 品牌形象全案设计概念基础；2. 市场调研，行业分析，竞品分析等基本商业基础原理；色彩构成，字体设计及 logo 设计规范等设计基础知识；3. 讲解 illustrate 和 photoshop 软件基础操作；综合项目实战：掌握从市场分析，品牌定位，创意构思、品牌全案形象制作、到定稿宣讲演示文稿输出的全流程制作。	实操教学、步骤演示、作品点评。	64/4
11	微电影摄制	1. 掌握微电影视听语言、分镜设计、剪辑调色等核心基础知识；2. 熟练使用影视制作软件，可独立完成从选题、脚本、拍摄到成片的全流程创作；3. 树立正向创作审美，提升创意表达与影视叙事能力，养成严谨创作、精益求精的职业创作素养。	1. 微电影基础理论、题材选题与剧本创作、分镜脚本设计、构图运镜拍摄技巧；2. 素材剪辑、字幕音效、调色包装等后期制作内容；3. 结合案例赏析，练习短片创作、主题创作及团队联合拍片实操。	实操教学、步骤演示、作品点评。	64/4
12	H5 设计与制作	1. 掌握 H5 设计基础、移动端版式规范、交互原理等理论知识；2. 熟练运用主流 H5 制作工具，掌握图文排版、动画特效、互动组件制作技能，可独立制作完整 H5 页面；3. 树立原创设计理念与工匠精神，培养创新思维、审美素养与团队协作能力，具备新媒体内容正向传播的职业素养。	1. 学习移动端 H5 设计基础、屏幕适配、版式构图与色彩搭配知识。2. 掌握 H5 制作平台操作，涵盖图文编辑、弹窗、滑动、转场动画、互动按钮、表单组件等功能；3. 开展主题 H5	实操教学、步骤演示、作品点评。	32/2

			实战制作，学习作品发布、预览、优化与复盘技巧，掌握完整制作流程。		
--	--	--	----------------------------------	--	--

4. 专业（群）拓展课教学要求

序号	课程名称	教学目标	教学主要内容	教学方法与手段	学时/学分
1	网络直播运营实务	1. 掌握网络直播行业规则、平台机制、直播运营基础理论知识；2. 熟练掌握直播策划、场景布置、话术设计、直播控场、复盘优化等实操技能，可独立完成完整直播项目；2. 树立合规直播、诚信经营的职业理念，培养责任意识、服务意识、抗压能力与精益求精的职业素养。	1. 主流直播平台规则、账号定位与人设打造、直播脚本策划、直播场景与设备搭建；2. 学习直播开场、互动、逼单、收尾全套话术，掌握直播节奏把控、粉丝维护、引流转化技巧；3. 学习直播数据查看、复盘分析、账号优化方法。	实操演练、案例解析、教师点评。	32/2
2	网页设计	1. 掌握网页设计的基本原理、布局规范及设计原则。2. 熟练运用 HTML、CSS 及设计软件，完成网页界面设计与制作。3. 能够设计出美观、实用、响应式的简单网页。4. 培养网页设计思维和用户体验意识，提升作品的实用性与美观度。	1. 网页设计基础与布局规范。2. HTML、CSS 基础应用。3. 网页界面设计与优化。4. 响应式网页制作。	实操教学、案例演示、代码练习。	64/4
3	广告文案写作	1. 了解广告文案的发展历程、核心概念，掌握广告文案的结构规范、创作原则与写作流程；2. 熟悉广告传播逻辑，学会结合品牌定位与用户需求进行文案创意构思；3. 通过学习和实训，培养学生不同场景下的广告文案写作能力与创意表达能力。	1. 了解广告文案的发展历程、核心概念，掌握广告文案的结构规范、创作原则与写作流程；2. 熟悉广告传播逻辑，学会结合品牌定位与用户需求进行文案创意构思；3. 通过学习和实训，培养学生不同场景下的广告文案写作能力与创意表达能力。	实操教学、案例演示、代码练习。	32/2

4	动态图形设计	1. 了解动态图形设计的发展历程、核心概念，掌握运动规律、视觉节奏与动效设计的基础原理；2. 熟悉广告传播逻辑，学会结合品牌调性与营销需求进行动态图形创意构思；3. 通过学习和实训，培养学生不同媒介下动态图形的设计制作能力与项目落地执行能力。	1. 动态图形设计基础；2. 动效设计核心原理：涵盖运动规律、时间轴控制、视觉节奏、转场效果与色彩动态等；3. 主流软件实操：讲解 After Effects 基础操作、关键帧动画、形状图层、表达式及插件应用等；4. 广告类动态图形制作：学习动态海报、广告片头、短视频动态包装、UI 动效、信息可视化动画的设计方法。	实操教学、案例演示、代码练习。	64/4
5	UI 设计	1. 掌握 UI 设计的基本概念、设计原则及用户体验核心要素。2. 熟练运用 Figma、Sketch 等软件，完成 APP、网页等 UI 界面设计。3. 能够结合用户需求，设计出美观、易用的 UI 界面。4. 培养用户思维和设计创新能力，提升界面的实用性与美观度。	1. UI 设计基础与用户体验知识。2. 设计软件操作与技巧。3. APP、网页 UI 界面设计。4. 原型设计与优化。	案例教学、实操设计、用户测试。	32/2
6	C4D 三维设计	1. 熟练掌握 C4D 软件中三维建模、材质纹理设置、灯光布局、渲染输出以及动画制作等核心功能的操作技巧；2. 独立完成各类风格的三维模型创建；3. 掌握动画关键帧设定与运动规律，制作出高质量的三维动画作品。	1. C4D 软件基础理论和操作规范；2. 基于不同类型项目的实践操作训练；3. 优秀三维设计作品的分析与总结	实操创作、平台实践、案例点评。	64/4
7	文化创意与市场推广	1. 了解文化创意产业的发展现状、市场趋势及核心竞争力。2. 掌握文化创意产品的创意构思、设计方法及市场推广策略。3. 能够结合市场需求，制定简单文化创意产品的推广方案。4. 培养创意思维和市场推广能力，提升产品的市场认可度。	1. 文化创意产业现状与市场分析。2. 创意构思与产品设计。3. 市场推广策略与方法。4. 推广方案撰写与执行。	案例教学、市场调研、方案演练。	32/2
8	广告个案	1. 熟练掌握商业广告设计中的字体设计、图形创意、色彩设计及版面编排技巧；2. 能够独立完成标志设计、海报设计、画册	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	案例解析、小组策划、实践演练。	32/2

	分析	编排、品牌设计等各类广告设计任务；3. 培养学生敏锐的广告审美能力、创新思维能力以及解决实际问题的能力，增强学生对广告行业的职业认同感与责任感。	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。		
--	----	--	--	--	--

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	教学 准备	复习 考试
第一 学年	一	20	2	16			1	1
	二	20		16	2		1	1
第二 学年	三	20		16	2		1	1
	四	20		16	2		1	1
第三 学年	五	20			12	6	1	1
	六	20				18	1	1
合 计		120	2	64	18	24	6	6

（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	18	43	822	456	366	17	13	4	6	0	0	29	30
	“选修课”小计	3	6	96	64	32	2-6 学期选课						4	3
“专业基础课”小计		6	16	264	80	184	10	4	0	0	0	0	11	10

“专业课”小计		15	72	1312	160	1176	0	8	14	10	0	0	48	49
“专业（群）拓展课”小计		3	10	160	48	112	0	0	4	6	0	0	6	6
合计		44	147	2652	808	1846	27	25	22	22	0	0		
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		
	6		23					68				3		
合计 (%)	29							71						

（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	课程编码	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
										1	2	3	4	5	6	(考试/考查)
公共基础课	必修课	1	思想道德与法治（一）	0001020001	B	3	48	42	6	1						S
			思想道德与法治（二）								2					
		2	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	0001020002	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	0001020003	B	2	32	28	4		2					

基础课	4	形势与政策	0001010001	A	1	48	48		讲座	讲座	讲座	讲座	讲座	讲座	C
	5	国家安全教育	0001010006	A	1	16	16				1				C
	6	党史国史	0001010002-5	A	1	16	16					1			C
	7	大学英语（一）	0001020004	B	4	64	48	16	4						S
		大学英语（二）	0001020005	B	4	64	48	16		4					S
	8	信息技术基础	0001020008	B	3	48	32	16	3						C
	9	人工智能	0001020018	B	1	16	8	8		1					C
	10	职业生涯规划	0001020009	B	1	16	8	8	1						C
	11	就业指导	0001020010	B	1	22	8	14				1			C
	12	创新创业教育	0001020013	B	2	32	16	16			2				C
	13	军事理论	0001010007	A	2	36	36		2						C
	14	军事技能	0001030001	C	2	112		112	2W						C
	15	大学生心理健康教育（一）	0001020011	B	1	16	8	8	1						C
		大学生心理健康教育（二）	0001020012	B	1	16	8	8				1			C
	16	大学体育（一）	0001020006	B	2	36	4	32	2						C
		大学体育（二）	0001020007	B	2	36	4	32		2					C
		大学体育（三）	0001020015	B	1	18	2	16			1				C
		大学体育（四）	0001020016	B	1	18	2	16				1			C
	17	大学美育	0001010008	B	2	32	16	16		2					C
	18	劳动教育	0001020014	B	2	32	16	16				2			C
	“必修课”小计				43	822	456	366	17	13	4	6	0	0	
	选修课	1 素质类选修		A	4	64	64		2-6 学期选课						C
		2 第二课堂		C	2	32		32							C
		“选修课”小计			6	96	64	32							
	“公共基础课”合计				49	918	520	398	17	13	4	6	0	0	
基础课	1	市场营销实务	0403010002	B	2	32	16	16	2						C

	2	设计基础	0403020017	B	2	32	16	16	2						C
	3	摄影与摄像	0403020018	B	2	32	16	16	2						C
	4	★图形图像处理 (1+X 数字图像处理)	0403020005	B	4	64	16	48	4						S
	5	影视后期制作	0404020020	B	4	64	16	48		4					S
	6	AI 智能应用周实训	0404030030	C	2	40	0	40		2w					C
	“专业基础课”合计				16	264	80	184	10	4	0	0	0	0	
专 业 课	1	●影视脚本创作	0404020042	B	2	32	16	16		2					C
	2	●新媒体运营	0412020036	B	4	64	16	48			4				C
	3	★数字广告营销 (1+X 数字营销技术运用)	0404020043	B	2	32	16	16			2				C
	4	●广告策划	0404010003	B	2	32	16	16		2					C
	5	●数字插画设计	0412020030	B	4	64	16	48		4					C
	6	●商业广告设计	0404020044	B	4	64	16	48				4			S
	7	●影视广告制作	0404020045	B	4	64	16	48				4			S
	8	品牌形象设计	0404020046	B	4	64	16	48			4				C
	9	微电影摄制	0412020038	B	4	64	16	48			4				C
	10	H5 设计与制作	0404020048	B	2	32	16	16				2			C
	11	影视后期字体设计周实训	0404030029	C	2	40	0	40			2w				C
	12	AI 漫剧制作与运营周实训	0404030056	C	2	40	0	40				2w			C
	13	全媒体广告策划与营销综合实训	0404030031	C	8	160	0	160					8w		
	14	毕业设计	0404040002	C	4	80	0	80					4w		
	15	岗位实习	0404030041	C	24	480	0	480					6w	18w	
	“专业课程”合计				72	1312	160	1152	0	8	14	10	20	20	
专 业 (群)	1	网络直播运营实务	0412020049	B	2	32	16	16				2			C
	2	网页设计	0412020050	B	4	64	16	48			4				C
	3	广告文案写作	0412010005	B	2	32	16	16							C

拓展课	4	动态图形设计	0404020010	B	2	32	16	16				4			C
	5	UI 设计	0412020052	B	4	64	16	48			4				C
	6	C4D 三维设计	0408020001	B	4	64	16	48				4			C
	7	文化创意与市场推广	0412020011	B	2	32	16	16				2			C
	8	广告个案分析	0412020039	B	2	32	16	16				2			C
	“专业（群）拓展课”合计 （至少选修 10 学分）				10	160	48	112	0	0	4	6	0	0	
合计				147	2654	808	1846	27	25	22	22	20	20		

八、实施保障

（一）师资队伍

为满足教学工作的需要，专业生师比为 25: 1。共有专兼职教师 16 人，其中高级职称有 3 人，中级职称 5 人，初级职称 8 人。

本专业教学团队包括校内专任教师和企业优秀兼职教师，组建一支教学团队年龄结构、职称结构、学历结构合理的优秀教学队伍，具备“双师”素质专任教师的比例不低于 85%。

本专业专任教师应具备本科以上学历，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；具有扎实的专业知识和熟练的操作技能，能够开展课程教学改革和科学研究，有较强的执教能力，每两年应到企业兼职锻炼累计 3 个月以上，能够积极参与专业建设和实训基地建设。

专业带头人李向东老师具有正高级职称，在全媒体广告策划与营销领域内有丰富的专业实践能力，具备创新能力和开拓精神；有扎实的专业知识和较强的实践操作能力；具有敏捷的思维和较强的洞察力，及时掌握全媒体的发展动态和趋势，提出专业发展思路 and 措施；能够主持本专业人才培养模式改革和课程体系构建；具有带领专业教学团队的能力；具有较强的组织科技服务和社会培训能力；能够主持编写出版专著或教材，具备主持科研课题和校内外实训基地建设项目的的能力；有较高的教学水平，具备指导青年教师提高教学水平，加强实践技能，开展社会服务的能力。

本专业兼职教师具有 5 年以上全媒体企业一线工作经历，具有一定的执教能力，能

够完成讲座或实训指导，指导学生顶岗实习，及时解决工作过程中的技术问题；能够参与专业人才培养方案制定、课程开发，参与指导学生职业素养养成与职业技能培养；具备工程师或以上职称。

在实践类课程上，聘请行业企业技术人员作为兼职教师，企业兼职教师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

全媒体广告策划与营销专业校内实训设备和实训场地满足全媒体广告策划与营销专业实践教学计划基本要求。具体实训室设备如下表所示：

校内实训条件一览表

实训室名称	主要实训项目	主要设备	工位数量
素描、水粉室	素描、水粉课程实训	画板、画架、静物、画具等	300 工位
普通教室	三大构成课程实训	多媒体教学设备	200 工位
公共机房	上机实践课程实训	计算机和相关软件	180 工位
手工创意室	手工创意	桌椅、纸张	50 工位
动漫造型设计室	动漫造型设计	拷贝台	40 工位
全媒体广告策划与营销专业实训准备室	二维动画制作	计算机和相关软件	300 工位
渲染集群实训室	三维建模、渲染	计算机和相关软件	60 工位
三维动画实训室	三维动画设计	计算机和相关软件	60 工位
影视特效实训室	影视特效处理	计算机和相关软件	60 工位

附具体设备明细

资产名称	类别名称	规格型号	单位	数量
佳能照相机	照相机及器材	佳能90D机身+EF50 1.8STM	台	5
大疆长续航无人机	平板显示设备	Mini 4 Pro	台	2
机房课堂控制系统	其他计算机软件	VETMS	套	9
惠普台式电脑	台式机	HP ELITE TOWER 680 G9	台	54
机房课堂控制系统	其他计算机软件	VETMS	套	1
惠普台式电脑	台式机	HP ELITE TOWER 680 G9	台	54
机房课堂控制系统	其他计算机软件	VETMS	套	1
惠普台式电脑	台式机	HP ELITE TOWER 680 G9	台	54
机房课堂控制系统	其他计算机软件	VETMS	套	1
惠普台式电脑	台式机	HP ELITE TOWER 680 G9	台	54
机房课堂控制系统	其他计算机软件	VETMS	套	1
惠普台式电脑	台式机	HP ELITE TOWER 680 G9	台	54
机房课堂控制系统	其他计算机软件	VETMS	套	1
惠普台式电脑	台式机	HP ELITE TOWER 680 G9	台	54
机房课堂控制系统	其他计算机软件	VETMS	套	1
惠普台式电脑	台式机	HP ELITE TOWER 680 G9	台	54
机房课堂控制系统	其他计算机软件	VETMS	套	1
惠普台式电脑	台式机	HP ELITE TOWER 680 G9	台	54
机房课堂控制系统	其他计算机软件	VETMS	套	1
惠普台式电脑	台式机	HP ELITE TOWER 680 G9	台	54
动漫数字工坊软件	其他计算机设备及软件	V1.0	台	1

可视化移动视教一体机	全数字摄影测量系统设备	RONA-MC-215	台	1
机房课堂控制系统	其他计算机软件	VETMS	套	1
摄影灯架	照相机及器材	CN-K-1	台	10
大疆 手持稳定器	照相机及器材	RS 4 Pro	台	10
大疆 DJI SDR 图传	照相机及器材	DJI SDR	台	20
摄影灯	照相机及器材	Froza 300B II	套	20
摄影灯	照相机及器材	Froza 720B	台	10
索尼电影摄像机	照相机及器材	FX30 单 身 机 +18-105mm	台	2
佳能相机	照相机及器材	EOS R8	台	5
VR一体机	其他网络设备	PIC04	台	10
惠普台式电脑	台式机	HP Z2 Tower G9	台	61
鸿合55英寸教学一体机	平板显示设备	ON55+12代i5	台	1

3. 校外实训基地条件

全媒体广告策划与营销专业积极拓展校外企业实训基地，与多家公司签订产学研协议，满足全媒体广告策划与营销专业校外实践教学计划的基本要求。具体如下表所示：

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	厦门唐至网络科技有限公司	农产品网络直播	第二学期、第三学期	80-160 人

2	厦门新媒体互动文化传播有限公司	新媒体商业账号运营项目	第三学期	80-160人
3	厦门星策传媒有限公司	企业文化与策划服务方案	第四学期	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，针对全媒体广告策划与营销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，后续将组织老师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，有多门动画专业基础课程、专业课程教材均已正式出版。另外后续将和企业合作开发了多门专业选修课程的校本教材。

教材选用：选用优秀的高职高专规划教材，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；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；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等教材选用原则选用优秀的高职高专规划教材。在进行教材选用时，应整体研究、制定教材选用标准，使在教学中实际应用的教材能明显反映行业特征，并具有时代性、应用性、先进性和普适性。

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。据高职职业特色选用符合高职教育的相关教材，教材选用须符合课程教学大纲要求，核心课程的教材60%以上应选用正

式出版的高职高专教材，优先选用专业教学指导委员会推荐的规划教材和评选的优秀教材，专业必修课至少应有符合教学大纲要求的讲义。公共图书馆中有一定数量与专业有关的图书、刊物、资料，逐步建立有特色的、内容丰富的专业数字化（网络）资料等学习资源库和具有检索信息资源的工具，有利于学生自主学习，并能使用便捷、更新及时的数字化专业教学资源。

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，后续将有多门专业基础课程、专业核心课程建立的课程教学网站，教学过程资料将上网。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

采用工学结合的思想进行教学模式的改革，包括岗位任务驱动、项目导向（引领）、作品案例等模式，实施启发式、讲授法、谈话法、讨论法、演示法、参观法、调查法、练习法、实验法等教学方法，充分应用信息技术手段，实施线上线下混合式教学。

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。

建立形式多样的课程考核，吸纳行业企业和社会参与学生的考核评价，突出职业能力考核评价。通过多样化考核，对学生的专业能力及岗位技能进行综合评价，激发学生自主性学习，鼓励学生的个性发展，培养创新意识和创造能力，培养学生的职业能力。

评价采用笔试、实践技能考核、项目实施技能考核、岗位绩效考核、职业资格技能鉴定、厂商认证、技能竞赛等多种考核方式，根据课程的不同，采用其中一种或多种考核相合的方式进行评价。

笔试：适用于理论性比较强的课程，由专业教师组织考核。

实践技能考核：适用于实践性比较强的课程。技能考核应根据岗位技能要求，确定其相应的主要技能考核项目，由专兼职教师共同组织考核。

项目实施技能考核：综合项目实训课程主要是通过项目开展教学，课程考核旨在学生的知识掌握、知识应用、专业技能、创新能力、工作态度及团队合作等方面进行综合评价，可采取项目实施过程考核与实践技能考核相结合进行综合评价，由专兼职教师共同组织考核。

岗位绩效考核：在企业中开设的课程与实践，由企业与企业进行共同考核，企业考核主要以企业对学生的岗位工作执行情况进行绩效考核。

职业资格技能鉴定、厂商认证：本专业还引入了职业资格鉴定和厂商认证来评价学生的职业能力，学生参加职业资格认证考核，获得的认证作为学生评价依据。

技能竞赛：积极参加国家、省各有关部门及学院组织的各项专业技能竞赛，以竞赛所取得的成绩作为学生评价依据。

（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及社会评价机制，并对生源情况、在校学业水平、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 147 学分，其中：

公共基础课程：49 学分

专业基础课程：16 学分

专业课程：72 学分

专业（群）拓展课程：10 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：把学生毕业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，各专业职业技能证书的要求由各专业（群）建设委员会审核。

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	图形图像应用处理制作员 (PHOTOSHOP)	人力资源和社会保障部职业技能 鉴定中心	中级/高级
2	新媒体运营师	人力资源和社会保障部职业技能 鉴定中心	三级/四级

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

随着新媒体行业的发展，本专业毕业生走向工作岗位后，为了适应新媒体、新技术的应用，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）学校开展的影视动画新媒体新技术培训；

（2）行业、企业的新媒体新技术培训；

（3）互联网资源自主学习：51 自学网，翼狐网等。

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。