

广告学专业人才培养方案

(2012版第二次修订)

一、专业代码、专业名称、修业年限、授予学位

专业代码：050303

专业名称：广告学

修业年限：四年

授予学位：文学学士

二、培养目标及规格

(一) 培养目标

本专业适应中国经济社会发展和当代广告事业发展的需要，培养具有广告学基本知识与技能，具备广告文案写作、广告策划与创意、广告媒介发布、广告调查与效果评估以及良好的人际沟通与表现能力的应用型专门人才。

(二) 培养规格

1. 熟练掌握马列主义、毛泽东思想和中国特色社会主义基本理论知识。
2. 掌握新闻传播学、市场营销学、心理学基本知识和广告学基本原理。
3. 掌握广告策划、创意、制作，广告媒介发布与效果评估等专业知识，了解专业广告公司的运作程序和广告媒介经营特点，熟悉有关广告法律法规。
4. 了解中国广告事业现状与发展趋势，了解外国广告事业的发展动态。具备广告调查、广告策划、广告创意与制作、广告文案写作、广告媒体投放及广告效果评估等专业基本技能。
5. 具备较强的人际沟通能力、思维判断能力、语言表达能力和社会活动能力。具备一定的英语水平和计算机应用能力。
6. 具有较高的政治理论修养，良好的职业素质，健康的身体素质和心理素质。
7. 具有团结协作、积极向上的团队意识和为广告行业及社会经济发展服务的奉献精神。

三、学科领域及专业主干课程

学科领域：新闻传播学

专业主干课程：广告学概论、新闻学概论、广播电视概论、广告设计概论、传播学、市场营销学、素描与色彩、构成基础、图形创意、电脑图文设计、广告媒介、广告文案写作、广告创意、广告策划、市场调查与分析、广告摄影与摄像、

广告心理学、广告经营与管理等。

四、集中实践教学环节及第二课堂

主要实践教学环节包括军训与国防教育、学年作品一（平面广告设计）、学年作品二（广告摄影实践）、广告策划案提案展示、专业实习、毕业论文（设计）等。

第二课堂活动包括广告创意大赛、视频广告大赛、广告摄影大赛等。

本专业实践教学环节学时比为 39.21%。

五、课程类别及学时、学分构成比例

课程类别及学时、学分构成比例表

课程类别		学时构成			学时比 (%)	学分数	学分合计	学分比 (%)
		讲授	实践	学时合计				
通识课程	通识必修课	457	397	854	35.6	39	49	31.0
	通识选修课	-	-	-	-	10		
学科基础课		474	0	474	19.7	26	26	16.4
专业课	专业必修课	486	264	750	31.2	37	55	34.8
	专业选修课	324	0	324	13.5	18		
课外实践教学环节	集中实践教学	-	-	-	-	13	21	13.1
	毕业论文（设计）	-	-	-	-	8		
	第二课堂	-	-	-	-	9	9	5.6
合计		1741	661	2402	-	160	-	-

六、教学计划表（见附表）

七、学位课程及学分要求

1. 备注栏标注“D”的课程为学位课程。
2. 本专业毕业最低学分为 160 学分（含通识选修课 10 分，第二课堂 9 分），同时应修满学校规定的素质教育拓展类课程学分。
3. 通识选修课为全校各专业选修课程，学生选修不低于 10 学分；专业选修课共 24 门 46 学分，学生应至少选修 18 学分。
4. 课外实践教学环节共计 30 学分，其中集中实践教学 13 分。表四所列第二课堂部分仅包含院系举行的专业实践教学模块的活动，第二课堂其它活动参照《平顶山学院第二课堂实践教学实施方案》执行。学生参加院系及学校组织的第二课堂活动不低于 9 学分。

附表：广告学专业教学计划表

表一 通识必修课程教学计划表

课程类别	课程名称	课程编号	学分	学时				开课学期	考核方式	备注
				合计	讲授	实践	周学时			
通识必修课	思想道德修养与法律基础	11180301	3	54	45	9	3	一	考试	
	中国近现代史纲要	11180204	2	36	30	6	2	二	考试	
	马克思主义基本原理	11180101	3	54	54		3	三	考试	
	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论(一)	11180201	3	63	54	9	3	五	考试	
	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论(二)	11180202	3	45	36	9	2	六	考试	
	形势与政策	11180302	2	128	16	112	1	六	考试	
	大学英语(一)	11170101	4	60	42	18	4	一	考试	
	大学英语(二)	11170102	4	72	50	22	4	二	考试	
	大学英语(三)	11170103	4	72	50	22	4	三	考试	
	大学英语(四)	11170104	4	72	50	22	4	四	考试	
	大学体育(一)	11040101	1	30		30	2	一	考试	
	大学体育(二)	11040102	1	36		36	2	二	考试	
	大学体育(三)	11040103	1	36		36	2	三	考试	
	大学体育(四)	11040104	1	36		36	2	四	考试	
计算机文化基础	11200101	3	60	30	30	4	一	考试		
合计			39	854	457	397				

表二 学科基础课程教学计划表

课程类别	课程名称	课程编号	学分	学时				开课学期	考核方式	备注
				合计	讲授	实践	周学时			
学科基础课程	中国现当代文学（一）	21070201	2	30	30		2	一	考试	
	中国现当代文学（二）	21070202	2	36	36		2	二	考试	
	现代汉语（一）	21070203	2	30	30		2	一	考试	
	现代汉语（二）	21070204	2	36	36		2	二	考试	
	中国古代文学（一）	21070205	3	54	54		3	三	考试	
	中国古代文学（二）	21070206	3	54	54		3	四	考试	
	广告学概论	22070501	2	45	45		3	一	考试	D
	新闻学概论	22070301	2	45	45		3	一	考试	
	基础写作 I	22070207	2	36	36		2	二	考试	
	传播学	22070302	2	36	36		2	二	考试	D
	广播电视概论	22070303	2	36	36		2	三	考试	
	广告设计概论	22070502	2	36	36		2	三	考试	D
合计			26	474	474					

表三 专业课程教学计划表

课程类别	课程名称	课程编号	学分	学时				开课学期	考核方式	备注	
				合计	讲授	实践	周学时				
专业必修课	素描与色彩(一)	31070503	1	30	18	12	2	一	考试		
	素描与色彩(二)	31070504	2	36	18	18	2	二	考试		
	中外广告史	31070505	3	54	54		3	二	考试	D	
	广告媒介	31070506	2	36	36		2	二	考试	D	
	构成基础	31070507	2	36	18	18	2	三	考试		
	广告文案写作	31070508	3	54	54		3	三	考试	D	
	广告创意	31070510	2	36	36		3	四	考试	D	
	广告策划	31070511	3	54	36	18	2	四	考试	D	
	广告心理学	31070512	2	36	36		3	四	考试		
	市场营销学	31070513	3	54	54		2	四	考试		
	电脑图文设计(一)	31070515I	1	36		36	2	四	考试	D	
	电脑图文设计(二)	31070516	1	36		36	2	五	考试	D	
	广告摄影与摄像	31070514	2	36	18	18	2	五	考试		
	广告调查	310705130	3	54	36	18	3	五	考试	D	
	图形创意	31070509	2	54	18	36	3	五	考试		
	CI 策划与设计	31070525	2	54	18	36	3	六	考试		
广告经营与管理	31070529	3	54	36	18	2	六	考试	D		
合计			37	750	486	264					
专业选修课	文化素养类	跨文化传播	32070321	2	36	36		2	五	考试	
		中国传统文化概论	32070208	2	36	36		2	五	考试	
		公共关系学	32070319	2	36	36		2	六	考试	
		外国文学作品鉴赏	32070209	2	36	36		2	六	考试	
		美学	32070210	2	36	36		2	六	考试	
		广告语言学	32070530	2	36	36		2	六	考试	
	论文写作指导	32070212	1	16	16		4	七	考试	4周	
	专业拓展类	房地产广告策划	32070518	2	36	36		2	五	考试	
		广告美学	32070519	2	36	36		2	五	考试	
		非线性编辑 I	32070104	2	36	36		2	五	考试	
		整合行销传播	32070520	2	36	36		2	五	考试	
		中外经典广告案例	32070521	2	36	36		2	五	考试	
		促销广告研究	32070522	2	36	36		2	五	考试	
广告法规与职业道德		32070523	2	36	36		2	五	考试		
会展概论	32070524	2	36	36		2	六	考试			
新闻采访与写作 I	32070305	2	36	36		2	六	考试			

流行文化研究	32070329	2	36	36		2	六	考试	
网络广告	32070526	2	36	36		2	六	考试	
消费者行为学	32070527	2	36	36		2	六	考试	
品牌策划	32070528	2	36	36		2	六	考试	
媒介批评	32070324	2	36	36		2	六	考试	
传播调研方法	32070325	2	36	36		2	六	考试	
受众心理学	32070317	2	36	36		2	六	考试	
面试技巧	32070213	1	16	16		4	七	考试	4周
合计		46	824	824					

表四 课外实践教学环节活动计划表

活动类别	活动名称	活动代码	学分	活动安排			开课学期
				起始周	结束周	总周数	
集中实践教学	军训与国防教育	41070501	2	2	4	3	一
	学年作品一（平面广告设计）	46070502	1	15	17	3	四
	学年作品二（广告摄影实践）	46070503	1	15	17	3	五
	广告策划案提案展示	46070504	1	2	4	3	七
	专业见习	44070505	1				寒暑假
	专业实习	43070506	7	5	18	14	七
	毕业论文（设计）	51070507 (52070508)	8	8	15	8	八
合计			21				
第二课堂	公开发表作品	61070509	1				
	参与相关的科研课题	61070510	1				
	广告创意大赛	61070511	2				五
	行业专家访谈	61070512	1				五
	视频广告大赛	61070513	2				六
	广告摄影大赛	61070514	2	17	17	1	四
合计			9				