

广告学 (Advertising) 专业本科人才培养方案

一、广告学 050303

二、招生对象：高中毕业生

三、修业年限：四年

四、授予学位：文学学士

五、培养目标

本专业坚持以马克思主义为指导，培养学生具有坚定正确的政治方向和马克思主义新闻观，树立正确的世界观、人生观、价值观和良好政治思想道德品质，能够在媒介部门、广告与公关公司、市场咨询机构、政府部门、企事业单位和文化创意产业部门及其他相关机构，从事广告策划、创意、制作、营销、市场研究等方面工作的复合型人才。

本专业毕业生应具有科学的世界观和正确的人生观，践行社会主义核心价值观，树立马克思主义政治观，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，愿为国家富强、民族振兴服务；为人诚实、正直，具有高尚的道德品质；具有较高的政治理论素养和良好的人文、艺术和审美修养；具有严谨求实的科学态度和开拓进取精神；崇尚和尊重劳动，具有良好的职业道德和敬业精神。在专业上具备广告与营销传播的理论知识，掌握传播学、营销学、社会学、心理学等学科的基本知识，有广阔的视野，有较强创新能力与专业技能。

六、培养要求

本专业学生主要学习广告学及相关交叉学科的基本理论和知识，接受科学研究方法、策略分析能力、广告创意思维以及业务协作意识等方面的基本训练，具备市场研究、电子商务、营销策划、创意设计、媒介传播等方面的基本能力。

毕业生应获得以下几方面的知识和能力：

1. 人文艺术素养。人文艺术素养是广告人才培养的基本要求，通过语言、文

学、艺术、哲学、美学等通识课程的学习，培养具有人文艺术素养的复合型专业人才。

2. 营销策划能力。广告学专业通过系统学习市场营销、广告策划、品牌策划、社交媒体运营、文化创意与营销等专业知识，毕业生在毕业时具备独立完成广告营销与策划的能力。

3. 创意设计能力。创意设计能力是广告专业的基本要求，通过广告学专业知识的学习，学生应达到独立完成创意写作、影视创意、平面广告创意与设计、新媒体创意与设计能力，具备胜任广告营销传播的创意设计基础。

4. 学术研究能力。学术研究能力是广告学本科专业毕业能力的要求之一，学术研究能力的培养主要通过广告调查、广告效果分析、广告实务专题讲座等相关内容的学习，培养学生的学术思考能力。

5. 创新创业能力。广告学专业是应用型学科，注重培养学生的创新创业能力，学生毕业时应掌握创业基础、专业核心创意与设计的课程，以及开设实践性强的实践教学环节和毕业设计，为从事广告学专业的创新与创业打下基础，培养学生的创新与创业核心能力。

6. 团队协作能力。根据广告行业作业流程，结合部分核心专业课程的教学要求，通过开设大陆培养学生团队写作能力的课程，如广告策划与创意类、活动策划类、营销策划类、毕业设计等相关课程或知识，锻炼学生的团队协作与沟通能力。

7. 自学能力。广告学专业毕业生在毕业时，需要具备较强的自学能力，通过专业课、通识课、创新创业等课程学习后，不仅能掌握扎实的专业知识与技能，自学能力还能培养学生的终身学习习惯，为未来的职业发展打下坚实的基础。

七、主干学科：

新闻传播学、市场营销学、设计学

八、核心课程

专业核心课程：中外广告史、网络传播学、公共关系学、消费者行为学、广告心理学、广告策划与创意、平面广告设计、新媒体广告设计、影视广告、广告媒介策略、图文设计基础

创意传播方向：创意传播管理、文化创意与营销、活动策划与组织、互动广告设计、品牌策划与管理

数字营销方向：数字营销传播、社交媒体运营实务、整合营销传播、电子商务运营与推广、危机传播管理

九、主要实践性教学环节

专业调查、广告创新专题实践、广告考察、广告综合设计、毕业实习。

十、主要专业实验

广告创新专题实践、广告综合设计、毕业设计。

十一、课程与毕业要求关联矩阵（表一）

十二、教学安排（表二~四）

十三、说明

积极鼓励开展学科竞赛、科技活动、创新设计竞赛、文艺活动、体育活动、社会实践等活动，学生在有关竞赛中获奖或在公开刊物发表学术论文等可计入全校公共选修课学分。凡同一奖项多次获奖，均按最高级别计算学分，不重复计算，最高折算学分为5学分。学生在校期间，要求必须积极参加学校支持的学科竞赛，至少获得1项优秀奖以上奖项（主办单位不低于市、厅级），没有获奖者必须提交不少于3件高质量广告作品，经本专业3位以上高级职称教师书面鉴定合格，方可毕业。具体办法按福建工程学院有关规定执行。

执笔人：



专业负责人：



学院教学委员会主任：



表一：课程与毕业要求关联矩阵

课程性质	课程代码	课程名称	毕业要求						
			人文艺术素养	营销策划能力	创意设计能力	学术研究能力	创新创业能力	团队协作能力	自学能力
公共基础必修课	36110012	思想道德修养与法律基础	√						
	36110013	大学生心理健康教育	√						
	36110014	马克思主义基本原理概论	√						
	36110021	中国近现代史纲要 Outline of Modern Chinese History	√						
	36110015	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论（1）	√						
	36110016	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论（2）	√						
	36110017	形势与政策（1）	√						
	36110018	形势与政策（2）	√						
	36110019	形势与政策（3）	√						
	36110020	形势与政策（4）	√						
	10110801	大学英语（1）	√				√		√
	10110802	大学英语（2）	√				√		√
	10111003	大学英语（3）	√				√		√
	10111004	大学英语（4）	√				√		√

福建工程学院本科人才培养方案（广告学）

续上表

课程性质	课程代码	课程名称	毕业要求						
			人文艺术素养	营销策划能力	创意设计能力	学术研究能力	创新创业能力	团队协作能力	自学能力
公共基础必修课	32110001	体育（1）	√						
	32110002	体育（2）	√						
	32110003	体育（3）	√						
	32110004	体育（4）	√						
	33110003	军事理论	√						
	1711247c	创业基础					√	√	√
学科与专业基础必修课	10110950	中国古代文学	√						
	10110929	中国现当代文学	√						
	10111010	外国文学	√						
	20112086	艺术构成			√				
	10110952	广告学概论		√					
	10110077	摄影基础			√				
	10110157	中外广告史			√				
	10110925	网络传播学		√					
	10110023	公共关系学		√					
	10111052	消费者行为学		√					
	20112100	图文设计基础			√				
	10111140	广告心理学		√	√				
	10111234	简报与提案策略		√			√		√
	10110039	广告文案写作		√	√				
	10110032	广告策划与创意		√	√		√	√	√
10110307	摄像与编辑			√		√	√		

福建工程学院本科人才培养方案（广告学）

续上表

课程性质	课程代码	课程名称	毕业要求						
			人文艺术素养	营销策划能力	创意设计能力	学术研究能力	创新创业能力	团队协作能力	自学能力
学科与专业基础必修课	10111012	平面广告设计			√				
	10111013	新媒体广告设计			√				
	10110924	广告音乐基础			√				
	10111014	影视广告			√				
	10111015	广告媒体策略		√					
	10110932	广告法规与职业道德					√		
	10111016	市场调查与统计分析		√		√	√	√	
	10111053	市场营销学		√			√		
专业方向选修课	10110933	创意传播管理		√			√		
	10110927	文化创意与营销		√	√		√		
	10110938	活动策划与组织		√			√	√	
	10111017	互动广告设计			√		√	√	
	10111018	品牌策划与管理		√					
	10110939	数字营销传播		√	√				
	10111019	社交媒体运营实务		√	√		√	√	√
	10111022	整合营销传播		√				√	
	10111020	电子商务运营与推广		√	√		√	√	
	10111021	危机传播管理		√					
院系选修课	10111023	会展策划		√					
	10111044	客户关系管理		√					
	10111030	广告叙事			√				
	10110011	大众文化导论	√						
	10111191	社会学概论	√						

表二：教学总体安排表

学 期	理论教育		集中实践性教学 (入学教育、军事训练、实习实训、课程设计、毕业设计 / 毕业论文、毕业教育等)				运 动 会	机 动 周	学 期 周 数	备 注
	授 课 周 数	考 试 周 数	项 目 代 码	项 目	周 数	学 分				
一	18	1	58120001	入学教育 Entrance Education	0.5	0	0.5	1	18	
			33120003	军事训练 Physical Training	2	2				
二	19	1	10120129	专业调查 Professional investigation	1	1		0.5	19	
三	20	1					0.5	1	20	
四	19	1	10120057	广告创新专题实践 Advertising Innovation Practice	1	1		0.5	19	
五	20	灵活 安排	10120056	广告考察 Advertising Investigation	2	2	0.5	1	20	
六	19		10120130	广告综合设计 Integrated design of advertising	1	1		0.5	19	
七	20		10120064	毕业设计 Graduation Design	10	10	0.5	1	20	
八	19		10120124	毕业实习 Graduation Internship	14	14		0.5	19	
		10120064	毕业设计 Graduation design exhibition	2	2					
			58120002	毕业教育 Graduation Education	0.5	0				
合 计					36	33		6	154	
说 明										

表三：课程设置及各学期学时学分分配表

1. 必修课

课程性质	课程代码	课程名称	学 分	学 时 数				各学期授课周数、周学时								备 注		
				总 学 时	其 中				一	二	三	四	五	六	七		八	
					授 课	上 机	实 验	实 践										
公共基础必修课	36110012	思想道德修养与法律基础 Moral Cultivation and Legal Basis	3	48	42			6	2									
	36110013	大学生心理健康教育 Mental Health Education	2	32	24			8		2								
	36110014	马克思主义基本原理概论 Introduction to Basic Principles of Marxism	3	48	42			6			2							
	36110021	中国近现代史纲要 Outline of Modern Chinese History	3	48	40			8		2								
	36110015	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论（1） Mao Zedong Thought and Introduction to the Theoretical System of Socialism with Chinese Characteristics(1)	2.5	40	34			6			2							
	36110016	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论（2） Mao Zedong Thought and Introduction to the Theoretical System of Socialism with Chinese Characteristics(2)	2.5	40	34			6				2						
	36110017	形势与政策（1） Situation and Policies(1)	0.5	8	8				(2)									
	36110018	形势与政策（2） Situation and Policies(2)	0.5	8	8					(2)								
	36110019	形势与政策（3） Situation and Policies(3)	0.5	8	8						(2)							
	36110020	形势与政策（4） Situation and Policies(4)	0.5	8	8							(2)						

续上表

课程性质	课程代码	课程名称	学 分	学 时 数				各学期授课周数、周学时								备 注		
				总 学 时	其 中				一	二	三	四	五	六	七		八	
					授 课	上 机	实 验	实 践										
学科与专业基础必修课	10110023	公共关系学 Public Relations	3.0	48	40			8			3							
	10111052	消费者行为学 Consumer Behavior	2.0	32	28			4					2					
	20112100	图文设计基础 Basis Graphic design	3.0	48	20			28			3							
	10111140	广告心理学 Advertising Psychology	2.0	32	32					2								
	10111234	简报与提案策略 Presentation & Proposal Strategy	2.0	32	18			14					2					
	10110039	广告文案写作 Advertising Copy writing	3.0	48	30			18			3							
	10110032	广告策划与创意 Advertising Planning and Creativity	3.0	48	24			24					3					
	10110307	摄像与编辑 Camera and Editing	3.0	48	20			28			3							
	10111012	平面广告设计 Print Advertising Design	3.0	48	20			28				3						
	10111013	新媒体广告设计 New media advertising design	3.0	48	24			24					3					
	10110924	广告音乐基础 Basis Advertising Music	2.5	40	20			20					2.5					
	10111014	影视广告 Film and Television Advertising	3.0	48	20			28				3						
	10111015	广告媒体策略 Advertising media strategy	2.0	32	20			12						2				
	10110932	广告法规与职业道德 Advertising Regulation and professional ethics	2.0	32	32									2				
	10111016	市场调查与统计分析 Marketing investigation and statistical analysis	2.5	40	26			14		2.5								
	10111053	市场营销学 Marketing	2.0	32	32				2									
	小 计			60	960	652			308	12	9.5	13	9	12.5	4			
必修课合计			96	1600	1188	32		348	20	23.5	21	17	14.5	4				

注：1. “实践”栏带“（）”的为课外实践学时，没有括号的为实验、上机外的其他课内实践学时，下同。

2. 《形势与政策》单独计算学分，“（）”内学分或学时不必进行小计和合计。

2. 专业方向选修课

课程性质	专业方向	课程代码	课程名称	学分	学时数				各学期授课周数、周学时								备注		
					总学时	其 中				一	二	三	四	五	六	七		八	
						授课	上机	实验	实践										
专业方向选修课	创意传播方向	10110933	创意传播管理 Creative Communication Management	3.0	48	24			24						3				
		10110927	文化创意与营销 Cultural Creativity Industry and Marketing	3.0	48	30			18				3						
		10110938	活动策划与组织 Event Planning	3.0	48	28			20						3				
		10111017	互动广告设计 Interactive Advertising Design	3.0	48	28			20						3				
		10111018	品牌策划与管理 Brand Planning and Management	3.0	48	30			18						3				
		小 计				15	240	140			100					3	9	3	
	数字营销方向	10110939	数字营销传播 Digital Marketing Communication	3.0	48	30			18						3				
		10111019	社交媒体运营实务 Social Media Operations and Practices	3.0	48	20			28						3				
		10111022	整合营销传播 Integrated Marketing Communication	3.0	48	32			16				3						
		10111020	电子商务运营与推广 The operation and promotion of electronic commerce	3.0	48	28			20								3		
		10111021	危机传播管理 Crisis Communication Management	3.0	48	30			18						3				
		小 计				15	240	140			100					3	9	3	

注：可设置若干个专业方向，学生必须选修一个方向组。

3. 院系选修课

课程性质	课程代码	课程名称	学分	学时数				各学期授课周数、周学时								备注		
				总学时	其 中				一	二	三	四	五	六	七		八	
					授课	上机	实验	实践										
院系选修课	10111023	会展策划 Exhibition Planning	2.0	32	20			12								2		

续上表

课程性质	课程代码	课程名称	学分	学时数				各学期授课周数、周学时								备注		
				总学时	其中				一	二	三	四	五	六	七		八	
					授课	上机	实验	实践										
院系选修课	10111044	客户关系管理 Consumer Relationship Management	2.0	32	24			8						2				
	10110011	大众文化导论 Introduction to Popular Culture	2.0	32	32					2								
	10111191	社会学概论 Introduction to Sociology	2.0	32	32						2							
	10111024	电影读解 Film Analysis	2.0	32	32							2						
	10110055	跨文化传播 Inter-cultural Communication	2.0	32	32					2								
	10110445	广告英语 Advertising English	2.0	32	32							2						
	10111025	广告实务讲座（1） Lecture on advertising practice（1）	1.0	16	16						2							
	10111026	广告实务讲座（2） Lecture on advertising practice（2）	1.0	16	16							2						
	10111027	艺术概论 Introduction to Art	2.0	32	32									2				
	10110226	基础写作 Basic Writing	2.0	32	32					2								
	10111028	微电影广告 Micro film advertising	2.0	32	12			20						2				
	10111029	中外美术史 History of Chinese and foreign art	2.0	32	32							2						
	10111030	广告叙事 Advertising Storytelling and Narration	2.0	32	32									2				
	10110941	批判性思维训练 Critical thinking training	2.0	32	32					2								
	10111054	智能营销传播 Intelligent marketing communication	2.0	32	20			12								2		
10110063	美学概论 Introduction to Aesthetics	2.0	32	32					2									

注：以上必须修满 10 学分。

4. 全校性公共选修课：必须修满 10 学分，其中必须包括创新创业类课程 1.5 学分。

表四： 各学期理论教学学时分配表

项 目	各 学 期 学 时 分 配												小 计
	一	二	三	四	五		六		七		八		
					方 向 I	方 向 II	方 向 I	方 向 II	方 向 I	方 向 II	方 向 I	方 向 II	
授 课 周 数	18	19	20	19	20	20	19	19	20	20	19	19	
理 论 授 课 学 时	课内授 课学时	264	368	298	222	220	222	176	174	70	70		
	上 机 学 时			16	16								
	实 验 学 时												
	其他课 内实践 学时	58	42	76	88	116	114	80	82	26	26		
总学时	322	410	390	326	336	336	256	256	96	96			
周 学 时	18	21.5	21	17	17.5	17.5	15	15	3	3			
说 明	专业方向： I 创意传播方向； II 数字营销方向。												

注：1. 有设置更多专业方向或五年制专业，或专业分方向学期与上表不同的应调整表格格式。

2. “授课周数”不包含集中性实践环节、机动周、考试周等。

3. 理论授课学时包括公共基础必修课、学科与专业基础必修课、专业方向选修课和院系级选修课。

4. 周学时=总学时 / 授课周数，取整数填写。

表五：毕业最低学分及理论教学与实践教学比例要求

类别	课程性质	总学分	总学时	课内授 课学时	上机 学时	实验 学时	其他课内 实践学时	课外实践 学 时	学时百分比	
必修 课	公共基础必修课	37	640	536	32		40		29.63%	74.07 %
	学科与专业基础必修课	60	960	652			308		44.44%	
选修 课	专业方向选修课	15	240	140			100		11.11%	25.93 %
	院系选修课	10	160	160					7.41%	
	全校性公共选修课	10	160	160					7.41%	
小 计		131	2160	1648	32		448		100%	
集中实践性教学环节		33								
合 计		165								
实践环节学分占总学分百分比		37.57%								

注：实践环节学分百分比计算公式为：【(上机学时+实验学时+其他课内实践学时) / 16+集中实践性教学学分】×100%/总学分

表六：辅修专业（学位）培养方案

序号	课程性质	课程代码	课程名称	学分	总学时	开课学 期	备注
1	必修 理论课	10110952	广告学概论 Introduction to Advertising	2.0	32	1	
2		10110157	中外广告史 History of Chinese and Foreign Advertising	2.0	32	1	
3		10110023	公共关系学 Public Relations	3.0	48	2	★
4		10111140	广告心理学 Advertising Psychology	2.0	32	3	★
5		10110032	广告策划与创意 Advertising Planning and Creativity	3.0	48	5	★
6		10110039	广告文案写作 Advertising Copy writing	3.0	48	4	★
7		10111012	平面广告设计 Print Advertising Design	3.0	48	4	★
8		10111016	市场调查与统计分析 Marketing investigation and statistical analysis	3.0	48	2	
9		10111015	广告媒体策略 Advertising media strategy	2.0	32	5	★
10		10110932	广告法规与职业道德 Advertising Regulation and professional ethics	2.0	32	3	

福建工程学院本科人才培养方案（广告学）

11		10110939	数字营销传播 Digital Marketing Communication	3.0	48	5	★
12	选 修 理 论 课 至 少 选 修 20 学 分	10110933	创意传播管理 Creative Communication Management	3.0	48	5	
13		10110938	活动策划与组织 Event Planning and Organization	3.0	48	6	
14		10111018	品牌策划与管理 Brand Planning and Management	3.0	48	7	★
15		10110927	文化创意与营销 Cultural Creativity Industry and Marketing	3.0	48	6	
16		10111019	社交媒体运营实务 Social Media Operations and Practices	3.0	48	7	
17		17112144	整合营销传播 Integrated Marketing Communication	3.0	48	7	★
18		10111020	电子商务运营与推广 The operation and promotion of electronic commerce	3.0	48	7	
19		10111021	危机传播管理 Crisis Communication Management	3.0	48	6	
理 论 课 小 计				46	768		
序号	课程性质	课程代码	实践教学环节名称	学分	周数	开课学 期	备注
20	实践教学 必修环节	10120057	广告创新专题实践 Advertising Innovation Practice	2	2	6	
21		10120064	毕业设计 Graduation Design	12	12	8	
实 践 教 学 必 修 环 节 小 计				14	14		

注：1. 专业核心课程在备注栏标注“★”。

2. 学分要求按《福建工程学院本科学籍学历管理条例》（闽工院教〔2017〕42号）执行。