

广告学专业本科人才培养方案

专业概要

专业代码：050303

设置时间：2001 年

本专业立足于文史类生源特点和新闻传播学的学科隶属，依托陕西省名牌专业“汉语言文学”专业。近年来，广告学专业坚持强化教学质量和创新意识，不断改革教育教学方法和手段，加强实践性教学，把培养“品德优、基础厚、口径宽、能力强、素质高”作为人才培养目标定位，努力把学生培养成为视野开阔、文笔精湛、思维严谨、执行力强的应用型广告人才。

一、培养目标

本专业培养具备广告学理论与技能，宽广的文化与科学知识，能在企事业单位、广告公司、媒体以及市场调查与信息咨询行业，从事广告经营与管理、广告策划与品牌传播、广告创意与写作、广告设计制作与媒介投放等工作的广告学应用性人才。

二、培养标准

1. 素质标准

1.1 思想道德素质

1.1.1 政治思想素质

坚持四项基本原则，热爱祖国，热爱社会主义，拥护中国共产党；掌握社会发展及其规律的基础知识；初步掌握辩证唯物主义，历史唯物主义的基本观点；树立正确的世界观、人生观和价值观。

1.1.2 道德品质

具有好的道德品质和文明的行为习惯，具有敬业精神和职业道德、富有责任心和社会责任感。

1.1.3 法治意识

有法治意识和观念，做守法的社会公民。

1.1.4 诚信意识

诚信做人、做事、做学问。

1.1.5 团队意识

具有协调配合的团队精神和能力。

1.2. 文化素质

1.2.1 人文社会科学素养

传承和弘扬中华优秀传统文化和民族精神；具有一定的人文社会科学知识。

1.2.2 文学艺术修养

具有一定的文学、音乐、美术、戏剧、书法等方面的艺术鉴赏力。

1.2.3 现代科学素养

具备一定的现代科学技术常识。

1.3. 专业素质

1.3.1 思维素质

有较强的逻辑思维、辩证思维、形象思维的能力，有理性的批判意识。

1.3.2 科学研究方法

了解广告学学科发展的前沿问题，掌握本学科基本的科学研究方法。

1.3.3 创新精神

敢于革故鼎新，在实践中敢于且善于使用新方法、新理论、新观点和新思想。

1.4. 身心素质

1.4.1 身体素质

具有健康的身体。

1.4.2 心理素质

具有健康的心理，健全的人格，良好的人际关系，较强的环境适应能力。

2.能力标准

2.1 获取知识的能力

2.1.1 自学能力

具备自主学习的能力，科学有效的学习方法；具有终身学习的理念。

2.1.2 交流能力

具有良好的专业知识书面表达、口头交流能力和外语交流能力；良好的社交能力和协调事务能力，善于与他人合作，待人谦和。

2.1.3 文献检索能力

具有基本的资料搜集、文献检索能力，善于从不同的渠道搜集、检索信息。

2.2 应用知识的能力

2.2.1 综合应用知识能力

基础理论较扎实，认知和实践能力强，具有运用所学知识解决实际问题的基本能力。

2.2.2 专业实践与综合能力

在毕业实习、毕业论文、学科竞赛等专业实践中具有一定的独立发现问题、分析问题和解决问题的能力。

2.3 创新能力

2.3.1 创新思维能力

思路较开阔，具有较强的创新意识和一定的创新能力。

2.3.2 创新实践能力

能在实践环节中，探索、验证已有的结论，并具备一定创新创业能力。

3. 知识标准

3.1 工具性知识

3.1.1 外语

能使用外语进行一般性交流，具有一定的本专业外文书籍和文献资料的阅读能力，能初步撰写专业文章的外文摘要。

3.1.2 计算机与信息技术应用

掌握本专业需要的相关计算机知识，能够通过互联网进行各种信息的收集和利用。

3.1.3 信息技术应用和文献检索

能够用互联网进行各种信息收集和利用，具备一定的文献资料的运用能力。

3.1.4 方法论

了解科学研究的基本方法，具有人文社会科学研究方法的初步知识。

3.1.5 科技协作

能较好地总结和归纳实验、课程设计等教学环节中所做的工作；能撰写本专业文献综述、毕业设计论文。

3.2 人文社会科学知识

3.2.1 文学

阅读一定数量的文学名著，了解一些中外著名的文学作家和代表性作品；能通过文学著作品味人生、了解社会、提高文学知识的水平。

3.2.2 历史学

了解中华民族的文明史，尤其是近代革命史，有民族责任感和使命感；了解在世界文明发展中发生的重大事件。

3.2.3 哲学

系统地学习马克思主义哲学，掌握唯物辩证法的基本思想。

3.2.4 政治学

能系统地理解毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”思想的主要内容，并联系实际领会和实践。

3.2.5 文学艺术

了解基本的文学、音乐、美术、戏剧、书法等知识。

3.2.6 法学

具有基本的法律知识。

3.2.7 社会学

具有初步的社会学知识。

3.2.8 管理学

具有一定的管理学基础知识。

3.2.9 心理学

具有基本的心理学知识，了解基本的心理特征，能够进行自我心理调整。

3.3 专业知识

3.3.1.专业基础知识

本专业毕业生应该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、视觉传达等学科的基本知识。

3.3.2.专业技术知识

具备市场分析、消费者分析、策划、广告创意、媒介策略制定与实施等方面的基本技术与能力。

三、学制与修业年限

学制：4 年

修业年限：3-6 年

四、毕业条件与授予学位

毕业条件：修完并通过本专业课程设置与教学计划表中所开设修读课程，达到本专业规定的最低学分 161 学分，方能毕业。

授予学位：取得毕业资格，并符合学校规定的授予学士学位条件，授予文学学士学位。

五、主干学科

新闻传播学、市场营销学

六、专业特色课程

写作、广告策划、广告创意、广告文案、品牌策划与管理、广告实训等。

七、教育教学活动时间安排

学年 学期		教学（周）						教育（周）					小计 （周）	假期 （周）	合计 （周）
		上课	考试	集中教学实践				入学 教育	军事 训练	公益 活动	社会 实践	毕业 教育			
				专业 见习	专业 实习	学年 论文	毕业 论文								
一	1	14	2					1	2	0.5	0.5		20	12	52
	2	18	1.5							0.5			20		
二	3	18	1.5								0.5		20	12	52
	4	18	1.5	(4)						0.5			20		
三	5	18	1.5								0.5		20	12	52
	6	18	1.5							0.5			20		
四	7	6	1.5		12						0.5		20	12	52
	8	7	1				10					2	20		
合计		117	12	(4)	12		10	1	2	2	2	2	160	48	208

注：①专业实习可根据实际在第七或第八学期集中安排；

②学年论文自行安排，不占课时，课外指导完成；

③广告专业见习在第二学期暑期进行，为期 4 周，不占课时。

八、课程结构与学分分配

课程类别		学时	比例（%）	学分	比例（%）	备注
通识教育课程	通修课程	838	31.4%	41	25.5%	
	通选课程	144	5.4%	8	5%	
专业教育课程	必修课程	1148	43%	75	46.5%	
	选修课程	396	14.8%	22	13.7%	
综合教育课程	必修课程	72	2.7%	4	2.5%	
	选修课程	72	2.7%	11	6.8%	
合计		2670	100%	161	100%	

九、全程实践教学体系

（一）主要实践教学环节和主要专业实训

构建全程实践教学体系，坚持实践教学不断线。大一加强基础写作、应用写作，平面构成、色彩构成等课程训练，大二着重是营销与广告策划、电脑图文设计和暑期为期一个月的专业实习；大三以广告专业实训进行集中训练，以大广赛和宝鸡文理学院“金鲤杯”广告创意设计大赛为平台，进行广告策划与创意、品牌策划、广告摄影、电视广告制作等实践教学环节的训练；大四安排毕业实习和毕业论文，全面检验学习效果并锻炼学生的实际广告运作能力。

具体方案如下：

第一学年：

实践教学目标：主要培养和加强训练学生的基本文字能力、文化素养、广告设计基础知识的掌握，为大学四年的专业学习打下坚实的基础。

具体实践包括：掌握广告学基础知识、基础写作与应用写作基本能力；训练广告设计基本能力（素描、速写、平面构成、色彩构成等）。

具体实践形式和要求：以班为单位，由相关任课教师专门负责，分组进行活动，专业教师进行点评和考核。

第二学年：

实践教学目标：主要培养和训练学生的广告策划与创意、电脑图文设计等能力。

具体实践包括：广告策划课程的策划书撰写、营销与广告提案训练，广告创意原理、技巧与方法的学习与实践训练，熟练运用电脑设计软件进行相关训练，学会基本广告摄影摄像技术与技巧。

具体实践形式和要求：以班为单位，有相关教师专门负责，分组进行训练，专业教师进行点评和考核。

第三学年：

教学实践目标：以“大广赛”和宝鸡文理学院“金鲤杯”广告创意设计大赛为平台，进行广告策划与创意、品牌策划、广告摄影、电视广告制作等实践教学环节的训练。

具体实践包括：以大广赛和“金鲤杯”广告大赛策略单为训练内容，结合营销策划、广告策划、品牌策划等专业课内容，综合运用摄影摄像、文案写作、电脑图文设计、提案训练等技能做好实践训练。

具体实践形式和要求：以指导老师和创作团队为单位，以大赛为平台，以策略单为对象，在专业教师指导下全力完成各项训练。

第四学年：

实践教学目标：继续培养和训练学生的综合业务能力，以及专业实践和研究能力，培养学生适应现代社会发展的能力，为就业奠定基础。

具体实践包括：广告学生毕业实习和毕业论文的完成。

具体实践形式和要求：按照学校安排，进行为期4个月的毕业实习，由带队老师与实习单位共同负责，保质保量完成实习任务；毕业论文开题由学生和论文指导教师共同商议，进行选题、开题、撰写、修改、答辩等各个阶段任务。

（二）集中实践教学安排

名称	开设学期	周（学时）
基础写作与应用写作	1	2周
广告设计训练	2	4周
电脑图文设计训练	3	4周
广告策划、创意	4	6周
专业实习、品牌策划、文案写作	5	6周
广告摄影与摄像	6	4周
毕业实习	7	12周
毕业论文	8	10周

十、课程设置与教学计划表

(一) 全校通识教育必修课程

课程类别			课程编码	课程名称	课程英文名称	学分	授课时数			开设学期	周学时	考核方式	对应培养标准 (核心支撑)	承担单位
							总学时	理论学时	实践学时					
通识教育	必修课	思想政治理论课	17010101	思想道德与法律基础	Ideological and Moral Cultivation and Law Basis	2	42	42		1	3	考查	1.1.3	马克思主义学院
			17010102	中国近现代史纲要	The Outline of Modern Chinese History	2	36	36		2	2	考试	3.2.2	
			17010103	马克思主义基本原理	Basic Principles of Marxism	3	54	36	18	3	3	考试	1.1.1	
			17010104-1	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论 I	Outline of Mao Zedong Thought and Socialism with Chinese Characteristics I	3	54	45	9	3	3	考试	1.1.2; 3.2.4	
			17010104-2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论 II	Outline of Mao Zedong Thought and Socialism with Chinese Characteristics II	3	54	45	9	4	3	考试	1.1.2; 3.2.4	
		小 计				13	240	204	36					
通识教育	必修课	大学英语课	17010105	大学英语 I	College English I	3	56	56		1	4	考试	3.1.1	外国语学院
			17010106	大学英语 II	College English II	4	72	72		2	4	考试	3.1.1	
			17010107	大学英语 III	College English III	4	72	72		3	4	考试	3.1.1	
			17010108	大学英语 IV	College English IV	4	72	72		4	4	考试	3.1.1	
		小 计				15	272	272						

通识教育	必修课	体育、军事课	17010109	大学体育 I	Physical Education I	1	28	28		1	2	考试	1.4.1; 1.4.2	体育学院
			17010110	大学体育 II	Physical Education II	1	36	36		2	2	考试	1.4.1; 1.4.2	
			17010111	大学体育 III	Physical Education III	1	36	36		3	2	考试	1.4.1; 1.4.2	
			17010112	大学体育 IV	Physical Education IV	1	36	36		4	2	考试	1.4.1; 1.4.2	
			17010113	军事理论	Military Theory	1	18	18		1	2	考试	1.4.2	武装部
			17010114	军事训练	Military Training	1	2 周			1		考查	1.1.5	
		小 计				6	154+2 周	154						
通识教育	必修课	计算机和信息技术基础课	17010115	大学计算机基础	Computer Basics	2	56	28	28	1	4	考试	3.1.2	计算机学院
			17010119	多媒体技术与应用	Multimedia Technology and Application	3	72	36	36	2	4	考试	3.1.3	
		小 计				5	128	64	64					
		创业基础教育课程	17010120	广告学专业创新创业基础	The Base of Advertising Professional Innovative Entrepreneurial	2	44	26	18	2	2	考试	2.3.1; 2.3.2	文学与新闻传播学院
		小 计				2	44	26	18	2	2			

(二) 全校通识教育选修课程

课程类别			课程 编码	课程 名称	学 分	学 时	考 核 方 式	开设学期及 周课时	对应培养标准 (核心支撑)	承 担 单 位
通 识 教 育	任 选 课	人文与社会类	见通识教育选修课程库	见通识教育选修课程库	2	36	考查	本专业学生须修读8学分。本专业学生须在创新创业类课程中至少选修1个学分的课程。	1.2.1; 1.2.2 1.2.3; 1.3.1 1.3.3; 1.4.1 1.4.2; 3.2.1 3.2.2; 3.2.3 3.2.4; 3.2.5 3.2.6; 3.2.7	教 务 处
		自然科学与技术类	见通识教育选修课程库	见通识教育选修课程库	2	36	考查			
		艺术与人生类	见通识教育选修课程库	见通识教育选修课程库	2	36	考查			
		体育与健康类	见通识教育选修课程库	见通识教育选修课程库	2	36	考查			
		创新创业类	见通识教育选修课程库	见通识教育选修课程库	2	36	考查			
		学校特色类	见通识教育选修课程库	见通识教育选修课程库	2	36	考查			
		综合实践类	见通识教育选修课程库	见通识教育选修课程库	2	36	考查			

（三）专业教育必修课程

1.专业核心课程

课程类别			课程编码	课程名称	课程英文名称	学分	授课时数			开设学期	周学时	考核方式	对应培养标准 (核心支撑)
							总学时	理论学时	实践学时				
专业教育	必修课	专业核心课程	WX020101	艺术概论	Art Conspectus	2	42	38	4	1	3	考试	1.2.2; 3.2.5
			WX020102	写作	Writing	3	54	48	6	3	3	考试	2.1.2.
			WX020103	古代文学作品选讲	Ancient Literary Selections	3	54	54	0	2	3	考试	1.2.2; 3.2.1; 3.2.5
			WX020104	外国文学经典作品选讲	The Selections of Foreign Literary Work	2	36	36	0	4	2	考试	1.2.2; 3.2.1; 3.2.5.
			WX020105	现当代文学作品选讲	Modern and Contemporary literature Selections	2	36	36	0	3	2	考试	1.2.2; 3.2.1; 3.2.5
			WX020106	中外文化概论	An Introduction to Sino-Foreign Culture	3	54	54	0	2	3	考试	1.2.1
			WX020107	广告学概论	An Introduction to Advertisement	3	56	52	4	1	4	考试	3.3.1
			WX020108	中外广告史	the History of china-foreign Advertisement	2	42	42	0	1	3	考试	3.3.1

专业教育	必修课	专业核心课程	WX020109	传播学概论	Communication theory	4	72	64	8	2	3	考试	3.3.1
			WX020110	市场营销学	Marketing	4	72	64	8	3	4	考试	3.3.1
			WX020111	广告策划	Advertising Planning	4	72	64	8	4	4	考试	3.3.2
			WX020112	广告创意	Advertisement Originality	4	72	64	8	4	4	考试	3.3.2
			WX020113	广告文案	Advertising Copy	4	72	64	8	5	4	考试	3.3.2
			WX020114	广告媒介	Advertising Media	3	54	48	6	4	3	考试	3.3.2
			WX020115	品牌策划与管理	Brand Planning and Management	3	54	48	6	5	3	考试	3.3.2
			WX020116	广告道德与法规	Advertisement Law and Morality	3	54	48	6	6	3	考试	3.3.1
			小计			49	896	824	72				

2.专业实践课程

课程类别			课程编码	课程名称	课程英文名称	学分	授课时数			开设学期	周学时	考核方式	对应培养标准 (核心支撑)
							总学时	理论学时	实践学时				
专业教育	必修课	专业实践课程	WX020201	广告设计	Advertising Design	4	72	36	36	2	4	考试	3.2.5
			WX020202	电脑图文设计	Computer Design	4	72	36	36	3	4	考试	3.1.2
			WX020203	电视制作技术	TV Technology	3	54	36	18	5	3	考试	3.1.3
			WX020204	广告摄影	Advertising Photography	3	54	36	18	4	3	考试	2.3.2
			WX020205	广告实训	Advertising Practice	1	3 周			6	3 周	考查	2.3.2
			WX020206	毕业实习	Graduation Practice	6	12 周			7	12 周	考查	2.2.2
			WX020207	毕业论文	Graduation Thesis	5	10 周			8	10 周	考查	2.2.2
			小计			26	25 周+252	144	108				

（四）专业教育选修课程

1. 专业限选课程

课程类别			课程编码	课程名称	课程英文名称	学分	授课时数			开设学期	周学时	考核方式	对应培养标准 (核心支撑)
							总学时	理论学时	实践学时				
专业教育	限选课	专业方向课程	WX020301	广告心理学	Advertisement Psychology	2	36	36		5	2	考查	3.2.9
			WX020302	消费者行为学	Consumer Behavior	2	36	36		5	2	考查	3.2.9
			WX020303	数字营销	Digital marketing	2	36	36		6	2	考查	3.3.2
			WX020304	广告经营与管理	Advertising Management	2	36	36		6	2	考查	3.3.2
			WX020305	公共关系原理与实务	Principles and practice of Public Relations	2	36	36		5	2	考查	2.1.2
			WX020306	网络传播	Internet Communication	2	36	36		6	2	考查	3.1.3
			WX020307	广告文化学	Advertising Culture	2	36	36		6	2	考查	1.2.1
			WX020308	字体构成与文字编排	Font composition and font layout	2	36	36		5	2	考查	3.3.1

专业教育	限选课	专业方向课程	WX020309	网页设计与制作	Design and Making of the Web-page	2	36	36		7	2	考查	3.1.2
			WX020310	商业图形与插图	Business graphics and illustrations	2	36	36		6	2	考查	3.3.1
			WX020311	社会学概论	Introduction to Sociololgy	2	36	36		5	2	考查	3.2.7
			WX020312	广告语言学	Advertising Linguistics	2	36	36		6	2	考查	2.1.2
			WX020313	应用文写作	Practical Writing	2	36	36		7	2	考查	2.1.2
			WX020314	市场调查与统计分析	Marketing Research and Analysis	2	36	36		6	2	考查	3.3.2
			WX020315	广告材料与工艺	Advertising Materials and Techniques	2	36	36		7	2	考查	2.3.2
			WX020316	经典广告案例选讲	Classic Advertising Cases Selected	2	36	36		7	2	考查	3.3.1
			WX020317	广告美学	Advertising Aesthetics	2	36	36		5	2	考查	3.3.1
			WX020318	传播学经典导读	Introduction to Communication Classic	2	36	36		6	2	考查	2.1.3
			小计			36	648						

备注：学生在所开设的专业限选课程中至少选修 7 门课程，至少修够 14 个学分，252 个学时，原则上仅在 5、6、7 三个学期开设。

2. 专业拓展课程

课程类别			课程编码	课程名称	课程英文名称	学分	授课时数			开设学期	周学时	考核方式	对应培养标准 (核心支撑)
							总学时	理论学时	实践学时				
专业教育	选修课	专业拓展课程	WX020401	国学经典与当代应用	Chinese Classic and Contemporary Applications	2	36	36		5	2	考查	1.2.1
			WX020402	词赋与广告写作	CiFu and Advertising Writing	2	36	36		6	2	考查	3.2.1
			WX020403	社交礼仪与公关礼仪	Social and Public Relation Etiquette	2	36	36		7	2	考查	2.1.2
			WX020404	演讲与口才	Speech and Eloquence	2	36	36		7	2	考查	2.1.2
			WX020405	西方美学与艺术	Western Aesthetics and Art	2	36	36		7	2	考查	3.2.5
			WX020406	中国文化与广告	Chinese Culture and Advertising	2	36	36		7	2	考查	1.2.1
			WX020407	新媒介与社会	New media and society	2	36	36		7	2	考查	3.2.7
			WX020408	社会热点问题分析	Analysis of social hot issues	2	36	36		6	2	考查	3.2.7
			WX020409	公务员考试申论技巧训练	Technique Training of Civil Servant Examination	2	36	36		7	2	考查	3.2.4

专业教育	选修课	专业拓展课程	WX020410	民俗文化学	Folk Culture	2	36	36		7	2	考查	3.2.7
			WX020411	纪录片创作	Documentary Creation	2	36	36		7	2	考查	2.3.2.
			WX020412	节庆文化研究	Festival Cultur	2	36	36		7	2	考查	3.2.7
			WX020413	新闻采访与写作	News Interview and Writing	2	36	36		7	2	考查	3.1.4
			WX020414	广播电视概论	Broadcast and Television	2	36	36		7	2	考查	3.1.4
			WX020415	学术论文写作	Academic Writing	2	36	36		7	2	考查	3.1.5
			WX020416	汉字审美与传播	Chinese aesthetic and culture propagation	2	36	36		7	2	考查	3.2.1
			WX020417	网络文化	Internet Culture	2	36	36		5	2	考查	2.3.1
			WX020418	微电影广告创作	Micro Movie Advertisement Creation	2	36	36		7	2	考查	2.1.1
			小计:			36	648						
			备注: 学生在所开设的专业拓展课程中至少选修 4 门课程, 至少修够 8 个学分, 144 个学时, 原则上仅在 5、6、7 学期开设。										

(五) 综合教育必修课程

课程类别			课程编码	课程名称	课程英文名称	学分	授课时数			开设学期	周学时	考核方式	对应培养标准 (核心支撑)	承担单位
							总学时	理论学时	实践学时					
综合教育	必修课	思想教育课程	17030101	入学教育	Freshman Orientation	1	1 周		1 周	1		考查	1.1.1; 1.1.2; 1.1.3; 1.1.4; 1.1.5	文学与新闻传播学院
			17030102	形势与政策教育 (含国防安全)	Current Affairs and Policies	1	36	18	18	1-8	讲座	考查	1.1.1; 1.1.2; 1.1.3; 3.2.3	马克思主义学院
			17030103	当代世界经济与政治	Contemporary World Economy and Politics	1	36	18	18	1-8	讲座	考查	1.1.1; 1.1.2; 1.1.3; 3.2.3	马克思主义学院
			17030104	毕业教育	Graduation Education	1	2 周		2 周	8		考查	1.1.1; 1.1.2; 1.1.3; 1.1.4; 1.1.5	文学与新闻传播学院
			小计			4	72 +3 周	36	36+3 周					

(六) 综合教育选修课程

课程类别			课程编码	课程名称	课程英文名称	学分	授课时数			开设学期	周学时	考核方式	对应培养标准 (核心支撑)	承担单位
							总学时	理论学时	实践学时					
综合教育	限选课	发展指导课程	17030201	大学生心理健康教育	Mental Health Education for College Students	1	18	18		1-2	讲座	考查	1.4.2	教育学院
			17030202	学业规划与学习方法指导	Guidance of Academic Planning and Learning Strategies	0.5	18	12	6	1 (5-10周)	2	考查	1.3.1; 2.1.1	文学与新闻传播学院
			17030203	大学生职业生涯规划	Career Planning for College Students	0.5	18	12	6	3 (5-10周)	2	考查	1.3.1; 2.1.1	文学与新闻传播学院
			17030204	大学生创业就业指导	Guidance of Entrepreneurship and Employment for College Students	1	18	12	6	6 (5-10周)	2	考查	1.3.1; 2.1.1	招生就业处
			小 计			3	72	54	18					

综合教育	任选课	文体活动	17030301	文艺比赛	Artistic Competition	2	体育学院及文学与新闻传播学院、学工部、团委开设;学工部、团委制定管理办法,文学与新闻传播学院管理。	1.1.5 1.4.1
			17030302	体育竞赛及运动会比赛	Sports Competition			
			17030303	体育健康标准测试	Test of Physical Fitness			
			17030304	社团文体活动	Students' Union Activities			
			小 计			2		
综合教育	任选课	学术科技创新	17030401	综合素质教育讲座	Lectures on Overall Quality Education	4	文学与新闻传播学院、学工部、团委、招生就业处共同开设;学工部、团委、招生就业处制定管理办法,文学与新闻传播学院管理。	1.3.1 1.3.2 1.3.3 2.2.1 2.2.2 2.3.1 2.3.2 3.3.2
			17030402	学术报告	Academia Report			
			17030403	社团科技活动	Scientific Activities of Student Clubs			
			17030404	科技学术作品竞赛	Scientific and Technological Competition			
			17030405	大学生科技立项	College Students' Scientific Research Projects			
			17030406	学科竞赛	Disciplinary Competition			
			17030407	学术科技成果	Academic Scientific and Technological Achievents			
			小 计			4		
		创业活动	17030501	社会服务与社会实践	Community Service and Social Practice	2		
			17030502	职业技能培训与职业资格证书	Vocational Training and Professional Certificate Acquisition			
			17030503	创业培训及创业项目鉴定	Entrepreneurship Training and Project Evaluation			
		小 计			2			
		合 计			11			

十一、专业核心课程和专业特色课程简介

（一）专业核心课程

1.广告学概论

课程编码：WX020107

课程简介：本课程是一门以广告原理和广告活动过程为研究对象的新兴的边缘性学科。是广告学专业的一门入门必修课。主要包括：广告概说、广告发展简史、广告组织与运营、广告策划概述、广告表现战略分析、广告文案、广告媒体运用、广告受众及广告管理等内容。

本课程的基本教学任务是，使学生了解广告活动的基本内容，认识广告活动的基本特点，掌握基本的广告专业术语，掌握广告活动的基本原理与基本操作方法，为进一步深入学习和掌握广告专业理论与技能打下良好基础。

2.中外广告史

课程编码：WX020108

课程简介：本课程是广告专业的基础理论课程，以广告这一特殊的社会文化现象在历史长河中的产生、发展、变化的过程为研究对象。通过本课程的学习，引导学生对中外广告发展史做一次全面的历史回顾，使学生初步掌握中外广告发展的历史面貌，了解中外广告发展过程中具有突破性历史意义的事件和人物，认识广告发展的历史规律，掌握一些广告学研究的学术规范，并通过广告史的学习，开阔学生的知识面，使学生能够吸收广告史上积累下来的丰富的经验教训，借鉴中外广告发展的经验与教训，为当代中国广告理论与实践快速、正确地发展奠定坚实的理论基础，从而为学生今后的广告实践提供丰富的经验材料。

3.传播学概论

课程编码：WX020109

课程简介：本门课程是广告学专业的基础理论课，主要讲解传播学的诞生和发展、人类传播活动的历史演进历程及其规律、人类传播的五大类型大众传播的功能、信息传播的过程与模式、信息传播的劝服技巧和宣传技巧，传播者理论、受众理论、媒介特点及理论、传播效果理论等。开设本课程的目的是使学生正确地认识人类传播现象的本质规律，培养学生运用传播学知识认识、分析和解决各种现实传播问题尤其是广告传播活动的能力，从传播学的角度丰富和深化对本专业的认识和理解。

4. 市场营销学

课程编码：WX020110

课程简介：本课程是一门综合性和应用性的学科，着重研究企业如何以消费者的需求为中心，合理组织其生产、经营活动，掌握其规律性，达到开拓市场，

实现企业经济效益和社会效益的目标。该课程要求学生重点掌握市场营销的基本概念、基本理论和基本方法。在教学过程中,要求学生在学习过程中应密切关注国内外营销实践及理论的新发展,理论联系实际、理论与案例分析相结合、定性与定量分析相结合、课堂讲授与学生讨论相结合,使学生全面理解每章节所讲授的内容。

5.广告媒介

课程编码: WX020114

课程简介: 本课程是广告学专业的专业课,着重学习各类广告媒体的特点、广告媒体基本概念和广告媒介计划的制定。在熟练掌握广告媒介相关概念的基础上,学会运用这些概念,并熟知广告媒介评价指标及其运作方法、广告媒体组合策略和广告媒体计划的制定实施。为学生以后进入广告公司进行媒体运作以及进入专业的媒介公司打下良好的理论基础。在教学过程中,注重于理论联系实际、理论与案例分析相结合。

6.广告道德与法规

课程编码: WX020116

课程简介: 本课程是广告学专业的基础理论课。主要包括两个部分,一是广告道德,二是广告法规。广告道德部分主要包括广告道德与法律规范的对象与特征;广告活动的道德选择与评价;广告道德的失衡与错位现象;广告活动中关系问题的道德辨析与错位矫正;广告道德监督体系。广告法规部分主要包括广告法规管理体系概述:广告准则;广告活动规范;广告审查;广告责任等。本课程力图体现“德”与“法”的有机统一,注重理论与实践相结合,对广告活动中的典型案例进行列举剖析,以便学生结合实际案例理解和掌握相关的法律条文及内容。

7.电脑图文设计

课程编码: WX020202

课程简介: 本课程是一门广告专业相关理论课程的实践应用。是广告学专业的一门专业必修课。主要内容包括:电脑图文设计的基础概念、Photoshop 和 CorelDRAW 的基础、电脑图文设计中的颜色、修饰和增强图片、合并图像、绘图、图形和路径、文字和排版。本课程的基本教学任务是,让学生对电脑设计技术有着较为深刻的理解。掌握电脑软件的基本原理与基本操作方法,学会利用软件来实现自己的策划方案。培养和提高学生综合自己所学基础理论、基本知识和基本技能来分析、解决问题的能力。

8.电视制作技术

课程编码: WX020203

课程简介: 本课程是一门广告专业相关理论课程的实践应用。是广告学专业

的一门专业必修课。主要包括：电视画面构图基础、电视画面构图的视觉元素、电视画面的镜头元素、电视画面的类别与法则、摄像机的构造及原理、摄像镜头、镜头调度、视频剪辑艺术。本课程的基本教学任务是，让学生对电视技术有着较为深刻的理解。掌握电视节录制作的基本原理与基本操作方法，学会有效的应用制作设备，同时熟悉电视节目制作的各个流程和艺术方面的要求，为广告理论的实践打好基础。

（二）专业特色课程

1.写作

课程编码：WX020102

课程简介：写作是广告学专业的专业基础课和综合实践课，目的是培养广告专业学生掌握一定的写作理论知识，具有较高的写作能力，为学好其他专业课打好基础，为将来从事广告文案撰写、品牌与广告策划方案撰写等打下良好的基础。本课程以培养学生的写作能力为教学中心，把传统写作课的“说教”变为“实做”。本课程为一学期教学内容，分为上下两编。上编基础写作，围绕培养学生的观察、感受、采集、想象、思索、立意、结构、表达和语言等十大能力展开；下编文体写作，讲授新闻、调查报告、散文、小小说、文学评论等常见文体的基本知识和写作要求。

2.广告策划

课程编码：WX020111

课程简介：本课程是广告专业的一门重要课程，具有很强的实用性，它是对广告专业其它各门课程的融会贯通，以达到综合地运用的目的。通过本课程的学习，对广告策划的原理，技巧，程序与具体运作应有全面而深刻的了解，并能熟练地结合企业广告活动进行广告策划与策划书撰写。本课程在教学中尽力开拓学生的知识面，不仅讲授与广告专业相关的知识，而且可涉及社会学、市场营销学、文学等方面的知识。广告策划是主意、点子的运用，因此还可以从中国传统文化中的谋略得到启示。本课程重视结合案例讲授，从世界广告策划中百年以来的著名案例及我国改革开放以来企业营销的案例，注意收集与分析，并提供给学生参考，强调实践环节。

3. 广告创意

课程编码：WX020112

课程简介：本课程结合具体的创意实务和广告设计，详细讲述广告创意的内涵、产生过程、创意的方法和思维以及广告创意表现；结合当前较新的、大量经典的广告作品，追踪当前教育界最新理论成果，帮助同学们快捷地选择、学习非

凡创意获得的方法，挖掘同学们潜在的创造力，并借此激发艺术设计才能，全面培养、提升广告专业学生的创意能力。

4. 广告文案

课程编码：WX020113

课程简介：本课程系统讲授现代广告文案写作的一般理论和写作过程、写作技巧，培养学生对广告文案的鉴赏和理解能力，提高应用和创作能力，适应广告业务对文案的要求。通过讲授本课程，使学生理解广告文案的概念、结构、特性和广告文案写作的一般规律，了解广告文案在整体广告运作中的地位、作用及其与广告调查、广告定位、广告创意、广告表现等的关系，提高分析、辨别各种广告文案的能力，掌握并运用各种类型的广告文案的写作方法和写作技巧。

5. 品牌策划与管理

课程编码：WX020115

课程简介：品牌管理是一门应对当下市场竞争提升品牌价值和品牌竞争力的一门应用性课程，分为品牌培育和品牌运营两部分。主要内容包括：品牌概论、品牌管理模式、品牌命名与设计、品牌化决策、品牌定位、品牌个性、整合品牌传播、品牌运营、品牌资产、品牌维护等内容。本课程的基本教学任务是，使学生了解品牌管理的基本内容，认识品牌管理的基本特点，掌握基本的品牌管理技巧和方法，为进一步深入学习和掌握品牌理论与管理技能打下良好基础。

6. 广告实训

课程编码：WX020205

课程简介：广告实训课程分为四个阶段进行。第一阶段：按照“全国大学生广告艺术大赛”的参赛要求与策略单，进行课堂讲解和互联网分享，并将相关参赛信息与相关院系分享，提高参与面与公平性。第二阶段：按照学校的活动精神与安排，提炼广告大赛活动主题，报请学院领导及主办上级领导审查并在宝鸡文理学院网上发布大赛通知。第三阶段：以学生自主联系相关专业教师的形式，形成一对一的指导方式，按照“大广赛”时间安排，在规定时间内创作和打印、制作参赛作品，统一收集整理。第四阶段：将评选出的优秀平面作品用展板的形式进行设计、制作并安排展出。这是一门综合性实训课程，基本上是按照活动流程，分环节训练，不进行课堂理论讲授，以活动效果评价课程的合格与否，大致分为6个星期。

修订人：仵军智 审核人：兰拉成