

广告学（品牌管理）学分制培养方案

一、培养目标

本专业坚持社会主义办学方向，把“四个服务”和“五育并举”作为根本要求，立足于国家产业发展趋势与数字经济时代的需求，整合我校学科优势，将培养金融业品牌管理与宣传企划复合型人才作为专业重点发展方向，旨在培养德智体美劳全面发展的复合型营销传播高级专业人才，具备为人民服务，为治国理政服务，为巩固和发展中国特色社会主义制度服务、为改革开放和社会主义现代化建设服务 的意识。本专业毕业生应当掌握广告学、传播学、公共关系以及其他与营销传播相关的系统理论，具备营销传播 与品牌管理的专业知识与创新技能，能在媒体广告部门、广告代理公司、咨询公司以及企事业单位从事 营销传播、品牌管理、广告经营、策划创意，以及公共关系、市场调研等实际工作。学生毕业5年左右应该胜任营销传播相关岗位的中级及以上管理者的工作，成为广告创意、品牌管理、数字营销等领域的骨干力量，助力企业的营销传播和品牌发展战略。

以下是本专业具体培养目标：

目标1：成为坚持正确的政治立场和方向，具有良好的思想品德，坚守职业道德和专业理想，具备深厚的人文素养、职业素养、政治素养和服务中国特色社会主义的责任感的品牌传播高级专业人才。

目标2：具备坚实系统的专业基础理论知识，掌握广告策划、广告创意以及媒介策略等核心理论，熟悉数字营销、智能传播等前沿技术与方法。

目标3：具备优秀的团队合作精神和人际沟通能力和持续学习创新的能力，能在工作中担当管理者的角色，有效完成项目协调、资源整合和管理团队的工作，并具有继续深造的坚实专业基础。

目标4：坚持社会主义核心价值观，熟悉和严格遵守党和国家有关广告业发展的政策方针和法律法规，在 广告作品中传递正向价值观。

目标5：具备新思维、掌握新技术、新工具，具有开阔的国际视野和敏锐的追踪专业前沿的意识，能够适应行业技术迭代，在数字营销、智能传播等新兴领域实现职业进阶，适合行业的快速发展和变化，勇于创新 and 开拓进取，持续提升自己的综合素质和专业能力。

二、基本要求

本专业人才培养始终坚持“学生中心、结果导向和持续改进”的基本理念，围绕培养目标构建毕业 要求，形成“培养目标—培养要求—课程设置”三位一体的支撑体系。本专业毕业生具体培养要求如下：

1. 知识要求

全面掌握专业知识，会使用一门外语，能够熟练使用计算机相关软件，了解经济特别是金融行业的背景知识。

1.1 本专业学生应学习和掌握广告学、营销学、传播学知识，兼顾心理学、社会学、统计学等方面的知识，熟悉媒体尤其是新媒体运作机制与规律，形成全面扎实的专业知识体系。

1.2 熟练掌握一门外语，具有较强的外语阅读能力和一定的外语听、译能力和初步的外语写作能力，能

较熟练地阅读本专业的外文书刊，能够使用外语进行交流。

1.3能较熟练使用计算机从事业务工作;具有基本的数据收集、分析与洞察能力。

1.4了解经济特别是金融行业的背景知识，熟悉并掌握经济特别是金融行业的品牌传播规律。

2. 能力要求

广告学专业的学生具备过硬的自主学习能力、沟通表达能力、专业技术能力和创新拓展能力。

2.1自主学习能力：具有自主学习的能力和意识，能够比较快速地了解广告、营销传播行业发展前沿的理论与实践。

2.2沟通表达能力：具有良好的沟通表达能力，能够及时有效地开展沟通;具有良好的合作精神与能力，能够与团队、媒体等展开富有成效地合作。

2.3专业技术能力：具有现代广告的调研、策划、创意、制作、发布等基本能力，以及市场调查与营销的基本知识和市场分析、数据处理的基本能力。

2.4创新拓展能力：具有一定的创新意识与创新能力，能够提出新问题，产生新想法，并掌握科学的思维方式。

3. 素质要求

广告学专业的学生需具备过硬的政治、道德、审美和身心素质。

3.1政治素质过硬：要了解世情国情党情民情，深刻理解习近平新时代中国特色社会主义思想、社会主义核心价值观和中华优秀传统文化的思想精华和时代价值，自觉弘扬中华优秀传统文化、革命文化和社会主义先进文化。

3.2道德品质良好：能够遵纪守法，诚实守信，公道办事，具有良好的思想品德；能够爱岗敬业、自觉遵守广告业的职业精神和职业规范，具备优良的职业责任感;具备开拓创新的职业品格和行为习惯。

3.3审美素养优良：具备扎实的文学、哲学、历史和艺术等人文学科基础知识；具有较高的人文素质和较好的人文、艺术修养、审美情趣和审美能力。

3.4体魄心理健康：具备良好的体育运动习惯，拥有强壮的体魄、健全的人格。具备乐观积极、健康向上、不屈不挠的心理素质。

三、主要课程

市场营销学、中外广告史、广告调查与效果测定、广告创意、广告心理学、广告文案写作、广告法规与伦理、品牌策划与媒介关系、品牌管理、整合营销传播、金融品牌与财经公关。

四、学制、学位及毕业条件

学制：基本学习年限 4 年，最长不超过 6 年。

学位：文学学士学位。

毕业条件：学生在规定的学习年限内，完成培养方案要求的最低总学分 130.5 学分。具体要求如下：

类别	课程模块	学分要求
通识教育课程	通识教育选修课	10
公共通修课程	思想政治与军事理论课	21
	外语类	10
	体育类	4
	计算机类	4
专业教育课程	学科基础课	24
	专业核心课	19
	专业进阶课	14
	专业拓展课	12
实践环节		12.5
总计		130.5

注：学生如选修数学类课程，将认定为专业拓展课学分。

学生除了可以通过修读指导性教学计划中所列出的具体课程获得专业拓展课学分之外，还可以通过选修全校选修课获得专业拓展课学分。修读方式及要求参见《总则》相应说明。

五、主要实验和实践性教学要求

实验教学包括独立开设的实验教学课程和理论课程教学中的实验教学内容，相关课程有计算机应用基础、走进人工智能、AI赋能的数据分析与应用等。

集中实践教学环节包括毕业实习、毕业论文等，学生在第7-8学期进行专业毕业实习和研究撰写毕业论文，劳动实践，创新创业实践，还可在其他时间以其他方式参加社会实践。

六、课程设置与指导性教学计划

广告学（品牌管理）专业指导性教学计划

课程结构		应修学分	课程代码	中文课程名称	英文课程名称	学分	总学时	课时分配			开课学期	修读要求	开课部门	备注	
								讲课	实验	实践					
通识教育课程	通识教育选修课	10	GE001	“语言、文学与艺术”模块	Language, Literature, and Arts						3-8	选修		其中至少选修2学分美育类课程	
			GE002	“历史、政治与社会”模块	History, Politics, and Society						3-8				
			GE003	“生命、心理与哲学”模块	Life, Psychology, and Philosophy						3-8				
			GE004	“自然、科技与环境”模块	Nature, Science, and Environment						3-8				
			GE005	“创新、创意与创业”模块	Innovation, Creativity, and Entrepreneurship						3-8				
公共通修课程	思想政治与军事理论课	21	2010003	军事理论	Military Theory	2	36	32		4	1	必修	国财院		
			3430020	思想道德与法治	Ideology, Morality and Law	3	48	40		8	1		马院		
			3430029	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	Introduction to Xi Jinping Thought on Socialism with Chinese Characteristics for a New Era	3	48	40		8	1				学生处
			1610018	大学生心理健康	Mental Health for College Students	2	32	16		16	1-2				
			3430014	中国近现代史纲要	The Outline of Chinese Modern History	3	48	40		8	2				
			3430021	马克思主义基本原理	The Basic Principles of Marxism	3	48	40		8	3				
			3430030	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	Mao ZeDong Thought and Introduction on the Theoretical System of Socialism with Chinese Characteristics	3	48	40		8	4				
			3430018	形势与政策	Situation and Policy	2	64	64			1-8				
			3130042	国家安全教育	National Security Education	1	16	16			1		选修		政管
			1230007	中华民族共同体概论	Introduction to the Chinese National Community	2	32	32			2	社心			
	外语类	10		基础课程组	Comprehensive Courses	10					1-4	必修	外语		
				发展课程组	General & Specific Purposes Course	10					3-4				
				提高课程组	Advanced Courses	10					5				
	体育类	4	ty12001	大学体育（1）	Physical Education (1)	1	32	32				1	必修		体经
			ty12002	大学体育（2）	Physical Education (2)	1	32	32				2			
			ty12003	大学体育（3）	Physical Education (3)	1	32	32				3			
			ty12004	大学体育（4）	Physical Education (4)	1	32	32				4			
	计算机类	4	0610220	计算机应用基础	Fundamentals of Computer Application	2	32	16	16			1	必修		信息
			0630224	走进人工智能	Introduction to Artificial Intelligence	2	32	24	8			1			
			0630222	AI赋能的数据分析与应用	AI in data analytics and applications	2	32	16	16			2	选修		
			0630008	C程序设计	C Programming	2	32	22	10			3			
			0630223	区块链原理与应用	Blockchain: Principles and Applications	2	32	24	8			4			

广告学（品牌管理）专业指导性教学计划

课程结构		应修学分	课程代码	中文课程名称	英文课程名称	学分	总学时	课时分配			开课学期	修读要求	开课部门	备注
								讲课	实验	实践				
专业教育课程	学科基础课	24	1010060	逻辑学	Logic	2	32	32			1	必修	文传	
			1010155	广告学概论	Conspectus of Advertisement	3	48	48			1			
			1010158	新闻学概论	Conspectus of Journalism	3	48	48			1			
			1010612	传播学研究方法	Communication Research Method	2	32	32			2		经济	
			0510092	微观经济学	Microeconomics	3	48	48			2			
			1010316	传播学概论	Conspectus of Communication	3	48	48			2			
			1010611	新媒体传播	New Media Communication	3	48	48			2		文传	
			1010161	广告策划	Advertisement Masterminding	3	48	24		24	3			
			1210056	社会学概论	Introduction to Sociology	2	32	32			5			
	专业核心课	19	1010179	中外广告史	History of Chinese and Foreign Advertising	2	32	32			3	必修	文传	
			1010388	广告调查与效果测定	Advertisement Investigation and Study on Advertising Effects	2	32	32			3			
			1010627	广告创意	Conspectus on Originality	2	32	20		12	3			
			1010625	市场营销学	Marketing	3	48	48			3			
			1010318	广告文案写作	Advertisement-text Writing	2	32	24		8	4			
			1010571	广告法规与伦理	Advertising laws and ethics	2	32	32			5			
			1010720	品牌策划与媒介关系	Brand Planning & Media Management	2	32	32			5			
			1010176	品牌管理	Brand Management	2	32	32			6			
			1010492	整合营销传播	Integrated Marketing Communication	2	32	32			6			
	专业进阶课	14	1010034	公共关系学	Public Relations	2	32	32			2	选修		
			1010294	消费者行为学	Consumer Behavior	2	32	32			3			
			1010237	广告心理学	Advertising Psychology	2	32	32			4			
			1010292	媒介经营与管理	Media Operation and Management	2	32	32			4			
			1010408	影视广告创意与制作	Advertisement Video Creating and Making	2	32	32			5			
			1010557	舆论学概论	Introduction to Public Opinion	2	32	32			5			
			1010475	沟通管理	Communication Management	2	32	32			6			
			1010616	金融品牌与财经公关	Finacial Brands and Pubilic Relations	2	32	32			6			
	专业拓展课	12	1210050	社会心理学	Social Psychology	2	32	32			3	选修	社心	
			1310117	概率论与数理统计	Probability and Statistics	3	48	48			3		统数	
			0510093	宏观经济学	Macroeconomics	3	48	48			3		经济	
			0210205	金融学概论	Finance	2	32	32			5		金融	

广告学（品牌管理）专业指导性教学计划

课程结构		应修学分	课程代码	中文课程名称	英文课程名称	学分	总学时	课时分配			开课学期	修读要求	开课部门	备注
								讲课	实验	实践				
专业教育课程	专业拓展课	12	1010534	西方新闻传播学经典名著选读	Selected Readings in Classics of Western Journalism and Communication	2	32	32			5	选修	文传	
			1010698	数字经济与数字治理	Digital Economy and Digital Governance	2	32	22		10	5			
			1010737	上市公司市值管理与 ESG 沟通传播融媒报道工作坊	Workshop on Market Value Management and ESG Communication of Listed Companies	2	32	8		24	5			
				全校选修										
实践环节		12.5	1610021	职业探索与选择	Career Exploration & Decision-Making	0	32	32			1	必修	学生处	
			9900021	大学生安全教育	Safety Education For College Students	0.5	32	32			1		保卫处	
			1610017	军事技能	Military Skills	2	112			112	1		学生处	
			2100612	劳动实践	Laboring Practice	2	40			40	6			
			9900031	毕业实习	Internship	2	80			80	8			
			9900032	创新创业实践	Practice of Innovation and Entrepreneurship	2	80			80	8			
			9900013	毕业论文/设计	Graduation Thesis	4	64			64	8			