

# 广告学

## Advertising

### 050303

#### 一、专业简介与方案特色

广告学专业创建于 2000 年，现为浙江省重点建设专业；主要依托浙江农林大学“农林”、“生态”两大特色和校级培育学科新闻传播学科建设，丰富专业内涵，经过多年的发展，在实践教学环节形成了基于竞赛的广告学专业技能训练模式与特色。本专业现有新闻传播学专业教授 2 名、省高校教坛新秀 2 名、省 151 人才 1 名、中国广告协会学术委员会委员 2 名，师资力量雄厚；培养掌握广告学理论与技能，熟悉现代传媒、创意、营销、公关、会展、创业等知识，具备广告文案与策划、广告创意与设计、数字广告影像创作与传播等能力的广告学高级应用型人才。毕业生能在广告行业、新闻媒体部门、公关与会展公司、市场调查与咨询机构、文化创意与策划行业、企事业单位从事广告运作、策划创意、营销推广、形象塑造、信息传播等方面的工作。

The Advertising specialty, founded in 2000, is the key construction specialty in Zhejiang province. The specialty mainly relying on the Zhejiang A&F University "agriculture" and "ecological" two characteristics and the construction of Journalism and Communication that is the cultivated discipline of school. After many years of development, it has enriched the connotation of the specialty, and has formed the training mode and characteristics of the professional skills of advertising based on competition. Journalism and Communication has a strong professional teachers, including two professional professors, two new-star educationists of universities in Zhejiang province, one specialist of 151 provincial professionals, and two Chinese advertising association academic committees. The specialty training to master advertising theories and skills, familiar with modern media, creative, marketing, PR, exhibition, business founding knowledge, with advertising and planning, creative design and advertising, digital advertising image creation and communication ability of high-quality applied professionals in advertising. Graduates who can work in the advertising industry, news media and public relations department, exhibition companies, market research and consulting institutions, cultural creativity and planning industry, enterprises and other units engaged in advertising, creative planning, marketing promotion, image building, information dissemination and other aspects of the work.

本专业培养方案以广告行业前沿为引领、培养中高级应用型广告人才为需求，主动对接区域文化创意产业，培养胜任广告运作、策划创意、营销推广、形象塑造、信息传播工作的广告学高

级应用型人才。遵照国家广告学专业教学质量标准，注重因材施教与个性发展相结合，构建广告文案与策划、广告创意与设计、数字广告影像创作与传播三大方向的课程体系，设置了大数据背景下服务区域经济社会建设和行业发展现实关切的核心课程，推行以应用型人才培养为中心的人才培养模式，创新课堂教学方法，开展启发式、探索式、参与式的教学改革。

The specialty training program to keep up with the forefront of the advertising industry, and to cultivate qualified applied advertising professionals as demand. Actively integrate with the regional cultural and creative industries to cultivate competent advertising professionals who are competent in the advertising operation, creative planning, marketing promotion, image building and information dissemination. The program in accordance with the national standard of advertising specialty teaching quality, pay attention to their aptitude and personality development combination, construct advertising copy writing and planning, advertising creativity and design, and digital advertising image creation and communication of the three directions of curriculum system. Under the circumstances of big data age, the program sets up the core courses closely related to the industry for the service regional economic and social development, and carries out the training mode of professionals with applied professionals as the center, to innovate the teaching methods, and to promote the teaching reform of heuristic, exploration and participation.

## 二、培养目标

本专业培养具有生态文明意识、深厚人文素养基础与创新创业精神，掌握广告学理论与技能，熟悉现代传媒、创意、营销、公关、会展、创业等知识，具备广告文案与策划、广告创意与设计、数字广告影像创作与传播等能力，能在新闻媒介广告部门、广告公司、市场调查与信息咨询行业、政府部门、文化创意与策划行业、企事业单位，从事广告运作、策划创意、营销推广、形象塑造、信息传播工作的广告学高级应用型人才。

The specialty training of high-quality applied professionals in advertising, they have the awareness of ecological civilization, profound humanistic foundation and innovation of the entrepreneurial spirit, grasp the advertising theories and skills, familiar with modern media, creative, marketing, PR, exhibition, business founding knowledge, with advertising and planning, creative design and advertising, digital advertising image creation and communication ability, can serve in the news media, advertising department the advertising company, market investigation and information consulting industry, government departments, cultural creativity and planning industry, enterprises and institutions engaged in advertising, creative planning, marketing promotion, image building, information dissemination work of high-quality applied professionals in advertising.

## 三、培养标准

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，掌握本专业科学研究方法、策略分析能力、创意思维模式以及业务协作意识等方面的基本训练，通过课堂教学、实训、大赛

与实战项目良性互动的校内校外联合教学机制,切实促进本专业学生对基本理论知识的学习掌握,具备市场分析、消费者行为分析、策划、广告创意、媒介策略制订与实施等方面的基本能力,具有从事广告、创意、营销、会展、公关、咨询等实际工作的专业精神和业务素养。

## （一）知识标准

### 1 基础知识

#### 1.1 公共基础知识

1.1.1 具备良好的文学、历史、哲学、伦理学、思想道德、政治学、艺术、美学、法学等方面的通识性知识

1.1.2 熟悉市场营销学、管理学、心理学等的基本知识与理论,了解国情、时事政策,熟悉知识产权和有关法律法规

1.1.3 熟练掌握计算机辅助技术和多媒体应用知识,熟悉网络与数字资源挖掘、整合与利用方面的工作

#### 1.2 学科基础知识

1.2.1 熟悉新闻传播学科发展历史以及相关理论

1.2.2 掌握新闻传播学科框架,了解新闻传播学科涉及以及包含的系统知识

### 2 专业知识

#### 2.1 专业核心知识

2.1.1 掌握广告学、传播学和营销学等基本理论、基本知识,具有扎实的理论修养、熟练的业务技能

2.1.2 具有全面扎实的专业基础知识,包括广告文案创作、广告心理学、广告媒体计划与效果、广告创意、广告设计、广告策划、数字与新媒体营销传播等知识

#### 2.2 专业拓展知识

2.2.1 熟悉中外广告发展历史和发展趋势,熟悉过去与现在经典的中外广告作品,并且能够进行独立分析、品鉴

2.2.2 掌握广告视觉传播理论与实践操作技巧;掌握广告文案与策划、品牌与营销传播、数字传播环境下的现代传媒方面的知识

2.2.3 熟悉有关广告、媒介、创意、公关、会展、咨询行业的政策与法规

### 3 工具性知识

3.1 掌握英语基本知识与应用技巧,具备快速阅读能力、良好的听说能力和一定的写作能力

3.2 具备职场礼仪、人际交往等方面的知识

## （二）能力标准

### 1 基础能力

#### 1.1 公共基础能力

1.1.1 具有科学思维与信息技术、数据应用和传播的基本能力,能够利用计算机、互联网和多

媒体技术，掌握资料查询、文献检索获得相关信息

1.1.2 具备较为流畅的中英文语言表达能力

1.1.3 具备广告作品鉴赏、创意写作以及良好的人际交往和沟通能力

1.2 学科基础能力

1.2.1 具备信息采集、新闻写作、编辑策划与传播能力，具备媒介整合的能力

1.2.2 具备市场调查、研究能力，广告效果分析、评估能力，进行数据挖掘、处理与分析能力

1.2.3 具备使用平面、数字等的设计手段、利用互联网结合影像制作技巧进行广告创意展示的能力

2 专业能力

2.1 专业核心能力

2.1.1 具备广告业务拓展、客户管理与服务、广告调查、广告策划、广告创意、广告文案、广告设计、广告媒介购买与投放等全案策划与执行的能力

2.1.2 具备策略制定、概念、创意发想的能力，能够依据企业提供的策略单完成广告文案与策划，具备优秀的提案能力

2.1.3 具备数字创意、传播能力，基本掌握数字传播的特点与方法

2.1.4 熟悉搜索引擎、社会化媒体、网络视频、APP 等数字沟通工具与传播载体，能够利用各类新兴媒体以及自媒体的资源创作和应用，能够撰写并实施数字创意营销传播活动方案

2.1.5 熟悉全球知名广告集团以及下属广告公司，了解其代理的品牌以及广告发展；熟悉本土知名广告公司，了解其代理的品牌以及广告发展

2.1.6 具有收集、分析、判断、归纳和选择国内外相关优秀广告信息以及传播内容的能力，能够对相关品牌进行广告行业跟踪，了解品牌最新发展趋势

2.2 专业拓展能力

2.2.1 具备自主创业意识与能力，能够在传统广告领域、新媒体推广、电商平台、品牌运营、广告设计等实现个人创业梦想

2.2.2 具备自学和终身学习能力，持续增强自我竞争力，满足个人职场发展需求

2.3 其它能力

2.3.1 具备团队合作能力，具有良好的团队意识与团队精神

2.3.2 具备人际沟通与交流能力，具有沟通交流的基本技巧与能力

2.3.3 具备国际化交流与合作能力，具有一门外国语的基本听、说、读、写、译的能力

### （三）素质标准

1 职业精神

1.1 专业发展精神

1.1.1 具有正确的世界观、人生观和价值观，具有爱国主义集体主义情操，诚实守信并且能够有尊严地从事广告

1.1.2 热爱广告行业，勇于探索与创新，具有为客户创造价值的服务精神

1.1.3 具备国际化视野、具有强烈的社会责任感与责任能力，自觉维护国家和社会公共利益

## 2 职业道德与规范

### 2.1 专业发展道德与规范

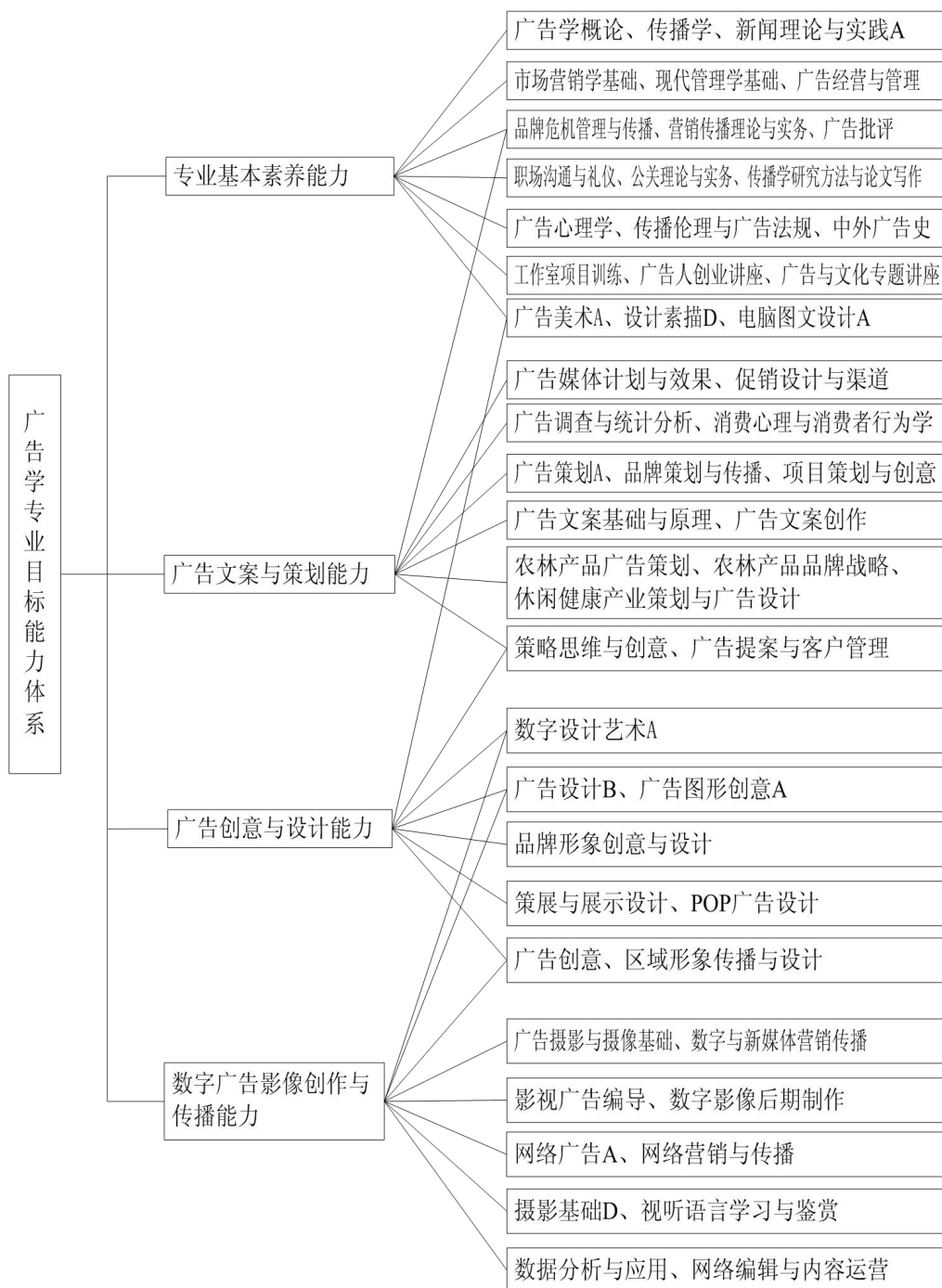
2.1.1 遵守广告以及文化产业相关法律法规；遵守广告人职业准则、规范与道德

2.1.2 自觉抵制虚假、违法广告，不为不诚信企业、伪劣产品提供广告与创意服务

2.1.3 正确理解广告对于社会文化、价值观的影响，在工作过程中主动承担必要的社会责任

2.1.4 维护社会的公序良俗，尊重并保护社会特殊群体的权益，积极参与公益广告创作与传播，培养公众的广告与媒介素养，增进公众对广告的信任

#### （四）培养目标能力体系与课程体系映射关系



四、核心课程（中英文）

- 1. 广告文案创作(Advertising Copy writing)
- 2. 广告心理学(Advertising Psychology)
- 3. 广告媒体计划与效果(Advertising Media Plan and Effect)
- 4. 广告设计 B(Advertising Design B)
- 5. 广告策划 A(Advertising Planning A)
- 6. 广告经营与管理(Advertising Operation and Management)
- 7. 数字与新媒体营销传播(Digital and New Media Marketing Communication)
- 8. 影视广告编导(Television Advertising Directions)

五、修业年限与授予学位

基本学制四年，实行弹性学制，学习年限 3-6 年。授予文学学士学位。

六、课程体系结构与比例

表 1 课程体系结构与学分分布比例

课程平台		课程类别	开设学分	应修小计			合计
				学分	占比（%）	占比小计（%）	
课内教育	通识教育	通识必修	34	34	21.25	27.50	160
		通识选修	/	10	6.25		
	基础教育	学科基础必修	18	18	11.25	21.25	
		专业基础必修	16	16	10.00		
	专业教育	专业核心必修	18	18	11.25	47.50	
		专业限定选修	20	16	10.00		
		专业拓展选修	46	32	20.00		
		毕业环节	10	10	6.25		
	跨专业教育	个性发展选修	/	6	3.75	3.75	
课外教育	创新创业	创新创业必修	/	4	/	/	6
	思政类实践	思政类实践必修	/	2	/		

备注：“应修小计”中的占比是指对应项的“应修学分”与“课内教育学分”合计之比。

七、实践性教学模块设计

实践性教学环节主要包括实验、实习、实训、课程设计及毕业设计（论文）等内容，旨在培养学生的基本技能、创新精神与解决实际问题能力和素质。

表 2 实践教学环节指导性安排

类别	课程代码	课程名称（中英文）	学分	周数/学时	各学期学分分配							
					1	2	3	4	5	6	7	8
独立设置的实验课程	C4103010	电脑图文设计实验 A Digital Graphic and Type Design Experiment A	2.0	64		2.0						
	C4104025	广告美术实验 A Advertising Design as Art Experiment A	2.0	64		2.0						
	C4104031	广告摄影与摄像基础实验 Fundamental of Advertising Photography and Filming Experiment	2.0	64				2.0				
	C4102079	影视广告编导实验 Television advertising directions Experiment	1.0	32					1.0			
	E4121063	数字影像后期制作实验 Digital Image post-production Experiment	1.0	32					1.0			
独立设置的实践环节	C4103056	摄影基础 D 实验 Photography Foundation Experiment D	1.0	32	1.0							
	C4103054	设计素描 D 实验 Sketch Design D Experiment	1.5	48	1.5							
	C5601002	军事技能训练 Military Training	0.5	64	0.5							

类别	课程代码	课程名称（中英文）	学分	周数/ 学时	各学期学分分配							
					1	2	3	4	5	6	7	8
独立设置的实践环节	C3801222	大学计算机基础 B Basic Computer Science B	1.0	32	1.0							
	E4121040	中期论文 Interim Thesis	2.0	64					2.0			
	E4121042	专业实习 Professional Practice	1.0	32					1.0			
	C0024001	毕业实习 Graduation Practice	2.0	64								2.0
	C0020002	毕业设计（论文） Graduation Design & Graduation Thesis	8.0	256								8.0
非独立设置的实践环节	C3401001	思想道德修养与法律基础 Moral Education and Law Basics	0.25	8	0.25							
	C3401002	马克思主义基本原理 General Principle of Marxism	0.25	8					0.25			
	C3401003	中国近现代史纲要 Summary of Chinese Modern and Contemporary History	0.25	8				0.25				
	C3401004	毛泽东思想与中国特色社会主义理论体系概论 An Introduction to Mao Zedong Thought and Socialist Theory System with Chinese Characteristics	0.25	8						0.25		
	C5201002	大学英语 B I College English B I	1.0	32	1.0							
	C5201005	大学英语 B II College English B II	1.0	32		1.0						
	C4103074	新闻理论与实践 A Theories and Practice of Journalism At	0.5	16		0.5						
	C4104039	广告学概论 Introduction to Advertising	0.5	16		0.5						
	C4104037	广告文案基础与原理 Advertising Copy writing Foundation and Theory	0.5	16		0.5						
	C4104060	数字设计艺术 A Digital Design Art A	0.5	16			0.5					
	C4104034	广告图形创意 A Advertising Graphic Creativity A	0.5	16			0.5					
	C4102036	广告文案创作 Advertising Copy writing	0.5	16			0.5					
	C4102038	广告心理学 Advertising Psychology	0.5	16			0.5					
	C4102022	广告媒体计划与效果 Advertising Media Plan and Effect	0.5	16			0.5					
	C4102029	广告设计 B Advertising Design B	0.75	24				0.75				
	C4102016	广告策划 A Advertising Planning A	0.75	24				0.75				
	C4102064	数字与新媒体营销传播 Digital and New Media Marketing Communication	0.5	16				0.5				
	C4102021	广告经营与管理 Advertising Operation and Management	0.5	16					0.5			
	E4121033	广告调查与统计分析 Advertising Research and Statistical Analysis	0.5	16			0.5					
	E4121005	传播伦理与广告法规 Theories of Communication and Advertising Regulations	0.5	16			0.5					
	E4121050	品牌形象创意与设计 Brand Image Creating and Design	0.5	16				0.5				
	E4121066	网络广告 A Online Advertising A	0.5	16					0.5			
	E4121007	传播学研究方法与论文写作 Communication Research Method and Essay Writing	0.75	24					0.75			
	E4122015	公关理论与实务 Theory of Public Relation and Practice	0.5	16			0.5					
	E4122073	消费心理与消费者行为学 Consumption Psychology and Behavior	0.5	16				0.5				
	E4122047	品牌策划与传播 Brand Planning and Communication	0.5	16					0.5			
	E4122068	网络营销与传播 Online Marketing and Communication	0.5	16					0.5			
	E4122003	策略思维与创意 Strategic thinking and creativity	0.5	16						0.5		
	E4122032	广告提案与客户管理 Advertising Proposal and Customer Management	0.5	16						0.5		
	E4122072	项目策划与创意 Project Planning and Creativity	0.5	16							0.5	
合计			40.75	1352	5.25	6.5	4.0	5.25	8.0	1.25	0.5	10

备注：以上均为学生必修的实践教学环节。

八、指导性修读计划

(一) 通识教育平台

表 3 通识教育平台课程指导性安排

课程类别	课程代码	课程名称（中英文）	学分	总学时	学时分配					各学期学分分配								考核方式	
					理论	实验	实习实训	上机	课程设计	1	2	3	4	5	6	7	8		
通识必修	C3401001	思想道德修养与法律基础 Moral Education and Law Basics	3.0	52	44		8			3.0									试
	C3401002	马克思主义基本原理概论 General Principle of Marxism	3.0	52	44		8							3.0					试
	C3401003	中国近现代史纲要 Summary of Chinese Modern and Contemporary History	2.0	36	28		8						2.0						试
	C3401004	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论 An Introduction to Mao Zedong Thought and Socialist Theory System with Chinese Characteristics	4.0	68	60		8								4.0				试
	C3401005	形势与政策 State Affairs and Policy	2.0	32	32					0.5	0.5	0.5	0.5						试
	C3401006	大学生心理健康教育 Mental Health Education	1.0	16	16					1.0									查
	C3401007	大学生职业发展 Career Development for University Students	0.5	8	8					0.5									查
	C3401008	大学生就业指导 Career Guidance for University Students	0.5	8	8												0.5		查
	C5601001	军事理论 Military Theory	0.5	36	36					0.5									试
	C5601002	军事技能训练 Military Training	0.5	64			64			0.5									查
	C5601003	大学体育 I Physical Education I	0.75	32	32					0.75									试
	C5601004	大学体育 II Physical Education II	0.75	32	32						0.75								试
	C5601005	大学体育 III Physical Education III	0.75	32	32							0.75							试
	C5601006	大学体育 IV Physical Education IV	0.75	32	32								0.75						试
	C5601007	健身与体能 Bodybuilding and Physical Fitness	1.0	16	16										0.5	0.5			试
	C5201002	大学英语 B I College English B I	4.0	80	48		16	16		4.0									试
	C5201005	大学英语 B II College English B II	4.0	80	48		16	16			4.0								试
		大学英语（拓展 1） College English (Extension1)	2.0	32	32							2.0							试
		大学英语（拓展 2） College English (Extension 2)	2.0	32	32								2.0						试
	C3801222	大学计算机基础 B Basic Computer Science B	1.0	32				32		1.0									试
通识选修	生态创业类（需含 2 学分创业相关课程）		6.0	96	96													查	
	自然科学类		4.0	64	64													查	
合计			44	932	740		128	64		11.75	5.25	3.25	5.25	3.5	4.5	10.5			

备注：考核方式分为考试与考查，分别简称为“试”与“查”。

(二) 基础教育平台

表 4 基础教育平台课程指导性安排

课程类别	课程代码	课程名称（中英文）	学分	总学时	学时分配					各学期学分分配								考核方式
					理论	实验	实习实训	上机	课程设计	1	2	3	4	5	6	7	8	
学科基础必修	C4103080	应用文写作 A Practical Writing A	2.0	32	32					2.0								试
	C4103055	摄影基础 D Photography Foundation D	1.0	16	16					1.0								查
	C4103056	摄影基础 D 实验 Photography Foundation Experiment D	1.0	32			32			1.0								查
	C4103053	设计素描 D Sketch Design D	1.5	24	24					1.5								查

课程类别	课程代码	课程名称（中英文）	学分	总学时	学时分配					各学期学分分配								考核方式
					理论	实验	实习实训	上机	课程设计	1	2	3	4	5	6	7	8	
学科基础必修	C4103054	设计素描 D 实验 Sketch Design D Experiment	1.5	48			48			1.5								查
	C4103006	传播学 Communication Studies	2.0	32	32						2.0							试
	C4103074	新闻理论与实践 A Theories and Practice of Journalism A	2.0	40	24	16					2.0							试
	C4103009	电脑图文设计 A Digital Graphic and Type Design A	1.0	16	16						1.0							查
	C4103010	电脑图文设计实验 A Digital Graphic and Type Design Experiment A	2.0	64		64					2.0							查
	C4103057	市场营销学基础 Foundation of Marketing	2.0	32	32							2.0						试
	C4103071	现代管理学基础 Fundamentals of Modern Management	2.0	32	32							2.0						查
专业基础必修	C4104041	广告学专业导论 Introduction of Advertising Major	1.0	16	16						1.0							查
	C4104039	广告学概论 Introduction to Advertising	3.0	56	40	16					3.0							试
	C4104023	广告美术 A Advertising Design as Art A	1.0	16	16						1.0							查
	C4104025	广告美术实验 A Advertising Design as Art Experiment A	2.0	64		64					2.0							查
	C4104037	广告文案基础与原理 Advertising Copy writing Foundation and Theory	2.0	40	24	16					2.0							试
	C4104060	数字设计艺术 A Digital Design Art A	2.0	40	24	16						2.0						查
	C4104034	广告图形创意 A Advertising Graphic Creativity A	2.0	40	24	16						2.0						查
	C4104030	广告摄影与摄像基础 Fundamental of Advertising Photography and Filming	1.0	16	16								1.0					查
	C4104031	广告摄影与摄像基础实验 Fundamental of Advertising Photography and Filming Experiment	2.0	64		64							2.0					查
合计			34	720	368	272	80			7	16	8	3					

备注：考核方式分为考试与考查，分别简称为“试”与“查”。

### （三）专业教育平台

表 5 专业教育平台课程指导性安排

课程类别	课程代码	课程名称（中英文）	学分	总学时	学时分配					各学期学分分配								考核方式
					理论	实验	实习实训	上机	课程设计	1	2	3	4	5	6	7	8	
专业核心必修	C4102036	广告文案创作 Advertising Copy writing	2.0	40	24	16						2.0						试
	C4102038	广告心理学 Advertising Psychology	2.0	40	24	16						2.0						试
	C4102022	广告媒体计划与效果 Advertising Media Plan and Effect	2.0	40	24	16						2.0						试
	C4102029	广告设计 B Advertising Design B	3.0	60	36	24							3.0					查
	C4102016	广告策划 A Advertising Planning A	3.0	60	36	24							3.0					试
	C4102064	数字与新媒体营销传播 Digital and New Media Marketing Communication	2.0	40	24	16							2.0					查
	C4102021	广告经营与管理 Advertising Operation and Management	2.0	40	24	16								2.0				试
	C4102078	影视广告编导 Television advertising directions	1.0	16	16									1.0				查
	C4102079	影视广告编导实验 Television advertising directions Experiment	1.0	32		32								1.0				查
专业限定选修	E4121033	广告调查与统计分析* Advertising Research and Statistical Analysis	2.0	40	24	16						2.0						试
	E4121005	传播伦理与广告法规* Theories of Communication and Advertising Regulations	2.0	40	24	16						2.0						试
	E4121050	品牌形象创意与设计* Brand Image Creating and Design	2.0	40	24	16							2.0					查
	E4121066	网络广告 A* Online Advertising A	2.0	40	24	16								2.0				查
	E4121062	数字影像后期制作* Digital Image post-production	1.0	16	16									1.0				查

课程类别	课程代码	课程名称（中英文）	学分	总学时	学时分配					各学期学分分配								考核方式
					理论	实验	实训	上机	课程设计	1	2	3	4	5	6	7	8	
专业限定选修	E4121063	数字影像后期制作实验* Digital Image post-production Experiment	1.0	32		32								1.0				查
	E4121040	中期论文* Interim Thesis	2.0				64							2.0				查
	E4121007	传播学研究方法与论文写作* Communication Research Method and Essay Writing	3.0	60	36	24								3.0				查
	E4121042	专业实习* Professional Practice	1.0	32			32							1.0				查
	E4121013	工作室项目训练 Studio Project Training	2.0	40	24	16						2.0						查
	E4121027	广告批评 Advertising Criticism	2.0	40	24	16									2.0			查
专业拓展选修	E4122015	公关理论与实务* Theory of Public Relation and Practice	2.0	40	24	16						2.0						查
	E4122082	中外广告史* Chinese and Foreign Advertising History	2.0	32	32							2.0						查
	E4122058	视听语言学习与鉴赏 Audio Language-learning and Appreciation	2.0	40	24	16							2.0					查
	E4122073	消费心理与消费者行为学* Consumption Psychology and Behavior	2.0	40	24	16							2.0					查
	E4122008	促销设计与渠道 Promotion Design and Channels	2.0	40	24	16								2.0				查
	E4122047	品牌策划与传播* Brand Planning and Communication	2.0	40	24	16								2.0				查
	E4122068	网络营销与传播* Online Marketing and Communication	2.0	40	24	16								2.0				查
	E4122004	策展与展示设计 Exhibition Planning and Design	2.0	40	24	16								2.0				查
	E4122081	职场沟通与礼仪 Workplace Communication and Niceties	2.0	40	24	16									2.0			查
	E4122059	数据分析与应用 Data Analysis and Application	2.0	40	24	16									2.0			查
	E4122003	策略思维与创意* Strategic thinking and creativity	2.0	40	24	16									2.0			查
	E4122077	营销传播理论与实务 Theory and Practice of Marketing Communication	2.0	40	24	16									2.0			查
	E4122002	POP 广告设计 POP Design	2.0	40	24	16									2.0			查
	E4122065	网络编辑与内容运营 Online Edit and Content Operation	2.0	40	24	16									2.0			查
	E4122032	广告提案与客户管理* Advertising Proposal and Customer Management	2.0	40	24	16									2.0			查
	E4122052	区域形象传播与设计 Regional Image Communication and Design	2.0	40	24	16									2.0			查
	E4122046	农林产品品牌战略 Agriculture and Forestry Products Brand Strategy	2.0	40	24	16									2.0			查
	E4122045	农林产品广告策划 Agriculture and Forestry Products Advertising Planning	2.0	40	24	16										2.0		查
	E4122076	休闲健康产业策划与广告设计 Tourism and Leisure Industry Planning and Advertising Experiment	2.0	40	24	16										2.0		查
	E4122049	品牌危机管理与传播 Brand Crisis Management and Communication	2.0	32	32											2.0		查
	E4122072	项目策划与创意* Project Planning and Creativity	2.0	40	24	16										2.0		查
	E4122043	广告与文化专题讲座 Advertisement and Cultural Topic Course	1.0	16	16												1.0	查
	E4122028	广告人创业讲座 Advertisers Entrepreneurship Lectures	1.0	16	16												1.0	查
	E4122020	广告公司创新案例剖析 Advertising Company Innovation Case Analysis	2.0	48	16	32										2.0		查
毕业环节	C0024001	毕业实习 Graduation Practice	2.0	64			64										2.0	查
	C0020002	毕业设计(论文) Graduation Design & Graduation Thesis	8.0	256			256										8.0	查
合计			94	2036	972	648	416					16	14	22	20	12	10	

备注：1.考核方式分为考试与考查，分别简称为“试”与“查”；

2.专业选修课中标注\*为必选课。

#### （四）跨专业教育平台

跨专业教育需跨专业大类或跨学院选修个性化发展课程，课程菜单由学校统一提供，学生根据自身个性化发展需求自主选择修读课程。本专业学生需修读 6 个学分的个性化发展课程。

#### （五）课外教育平台

课外教育平台共 6 个必修学分，包含 4 个创新创业类学分和 2 个思政类实践学分，学生通过认定方式获得，认定办法参照《浙江农林大学大学生创新创业学分认定管理办法》执行。

### 九、毕业标准及要求

四年制本科专业毕业最低学分为 166 学分，其中课内教学学分建议为 160 学分，课外教育学分为 6 学分。

表 6 毕业最低学分及要求

课程平台	课程类别	应修学分	小计
课内教育学分	通识教育	通识必修 34	160
		通识选修 10	
	基础教育	学科基础必修 18	
		专业基础必修 16	
	专业教育	专业核心必修 18	
		专业限定选修 16	
		专业拓展选修 32	
		毕业环节 10	
	跨专业教育	个性发展选修 6	
课外教育学分	创新创业	创新创业必修 4	6
	思政类实践	思政实践类必修 2	
合计			166

### 十、辅修专业、双专业/双学位修读要求

辅修专业最低应修学分不低于 20 学分，辅修双专业最低学分应不低于 45 学分，辅修双学位须加修双学位毕业设计（论文）10 学分。符合辅修专业、双专业毕业要求的，学校颁发相应辅修证书；符合辅修双学士学位授予条件的，学校授予辅修双学士学位。

表 7 课程设置指导性安排

课程类别	课程代码	课程名称（中英文）	学分	总学时	学时分配					各学期学分配								考核方式
					理论	实验	实习实训	上机	课程设计	1	2	3	4	5	6	7	8	
基础教育	C4103006	传播学 Communication Studies	2.0	32	32							2.0						试
	C4103009	电脑图文设计 A Digital Graphic and Type Design A	1.0	16	16							1.0						查
	C4103010	电脑图文设计实验 A Digital Graphic and Type Design Experiment A	2.0	64		64						2.0						查
	C4104039	广告学概论 Introduction to Advertising	3.0	56	40	16						3.0						试
	C4104023	广告美术 A Advertising Design as Art A	1.0	16	16							1.0						查
	C4104025	广告美术实验 A Advertising Design as Art Experiment A	2.0	64		64						2.0						查
	C4104037	广告文案基础与原理 Advertising Copy writing Foundation and Theory	2.0	40	24	16						2.0						试
	C4104060	数字设计艺术 A Digital Design Art A	2.0	40	24	16							2.0					查
专业教育	C4102038	广告心理学 Advertising Psychology	2.0	40	24	16							2.0					试
	C4102022	广告媒体计划与效果 Advertising Media Plan and Effect	2.0	40	24	16							2.0					试
	C4102029	广告设计 B Advertising Design B	3.0	60	36	24								3.0				查

课程类别	课程代码	课程名称（中英文）	学分	总学时	学时分配					各学期学分分配								考核方式
					理论	实验	实习实训	上机	课程设计	1	2	3	4	5	6	7	8	
专业教育	C4102016	广告策划 A Advertising Planning A	3.0	60	36	24								3.0				试
	C4102064	数字与新媒体营销传播 Digital and New Media Marketing Communication	2.0	40	24	16								2.0				查
	C4102021	广告经营与管理 Advertising Operation and Management	2.0	40	24	16									2.0			试
	C4102078	影视广告编导 Television Advertising Directions	1.0	16	16										1.0			查
	C4102079	影视广告编导实验 Television Advertising Directions Experiment	1.0	32		32									1.0			查
	E4121033	广告调查与统计分析 Advertising Research and Statistical Analysis	2.0	40	24	16							2.0					试
	E4121005	传播伦理与广告法规 Theories of Communication and Advertising Regulations	2.0	40	24	16							2.0					试
	E4121050	品牌形象创意与设计 Brand Image Creating and Design	2.0	40	24	16								2.0				查
	E4121066	网络广告 A Online Advertising A	2.0	40	24	16								2.0				查
	E4122047	品牌策划与传播 Brand Planning and Communication	2.0	40	24	16									2.0			查
	E4122059	数据分析与应用 Data Analysis and Application	2.0	40	24	16									2.0			查
	E4122003	策略思维与创意 Strategic Thinking and Creativity	2.0	40	24	16										2.0		查
	E4122065	网络编辑与内容运营 Online Edit and Content Operation	2.0	40	24	16									2.0			查
	C0020001	毕业设计(论文) Graduation Design & Graduation Thesis	10.0	320					320							10.0		查
合计			57	1296	528	448			320				13	10	12	10	12	

备注：考核方式分为考试与考查，分别简称为“试”与“查”。

执笔：汪永奇

审定：任重

