附件一

2025级培养方案模板

广告学专业学分制本科人才培养方案

（专业代码：050303）

一、专业介绍

首都经济贸易大学广告学专业设立于1993年，是国内较早开设广告学专业的高校之一，也是首都经济贸易大学首批数智化转型试点专业。依托学校经济学、管理学学科优势，注重培养具有国际视野、创新精神和实践能力的复合型广告人才。专业历经多年发展，已形成覆盖本科与硕士教育的完整人才培养体系，获批北京市一流专业建设点。师资队伍实力雄厚，教授、副教授占比超过60%，多位教师具有海外留学背景和丰富的行业经验。专业以新闻传播学、工商管理、应用经济学等学科为支撑，构建了跨学科、融合性的课程体系，并在广告效果评估、品牌传播、数字营销等领域取得了丰硕的学术科研成果。培养特色鲜明，注重实践教学，与多家知名广告公司合作，开设广告创意实验室、广告摄影实验室等，强化学生实践能力；强调国际化视野，开设双语课程，引进国外先进教材，鼓励学生参与国际交流项目；突出创新创业能力培养，开设相关课程并鼓励学生参与广告创意大赛。毕业生主要就业于广告公司、媒体、企业、政府部门等，从事广告策划、创意、设计、管理等工作，深受用人单位好评，在行业内有较高的声誉。本专业按新闻传播学大类招生，学生入学后根据个人兴趣和学业成绩进行专业分流。

二、培养目标

本专业以立德树人为根本任务，以马克思主义新闻观为统领，培养具备社会责任感和职业道德，掌握营销学、传播学、心理学、文化学的基础理论，通晓数字化、智能化时代的广告策划、创作与经营管理技能，具备创新能力和专精业务技能的应用型、复合型、国际化高级专门人才。学生能够熟练运用AIGC技术与品牌战略思维，胜任广告公司、媒体、政府机构及科技企业等单位的广告创作与策划运营工作。

本专业以“T-ABC”为核心培养理念，构建适应AI时代广告行业需求的培养体系：

T（Technology）技术驱动：以AIGC技术为核心驱动力，培养学生掌握人工智能、大数据、数字营销等前沿技术，具备运用AI思维进行广告创作、策划与数据分析的能力，成为技术赋能的广告创新者。

A（Art-Aesthetic Consciousness）以审美意识的培养促进艺术素养的提升。以技术驱动为基础，培养学生敏锐的审美判断力和艺术表现力，能够在广告创作中融合技术与艺术，做出符合时代审美的创意选择。

B（Business-Brand Thinking）以品牌思维的培养促进商业能力的提升。以技术驱动为依托，培养学生长效品牌建设与管理的战略思维，能够在即时流量与品牌价值之间找到平衡，提升品牌的核心竞争力。

C(Creative-Critical Learning）以批判性学习的培养促进创意能力的提升。以技术驱动为支撑，培养学生独立思考与批判性学习的能力，能够在人机协作中保持人的主导地位，具备应对AI时代广告伦理与挑战的能力。

通过T-ABC的培养目标转型，本专业致力于培养以技术驱动为核心，兼具审美意识、品牌思维和批判性学习能力的广告人才，能够在AI时代引领广告行业的创新与发展。

三、毕业要求

**1．知识要求**

掌握扎实的专业基础知识、外语知识及相关学科知识，具备跨学科融合的知识结构，适应数智时代广告行业的发展趋势。

1.1 专业基础知识：系统掌握广告学、传播学、市场营销学等学科的基本理论和方法，熟悉广告策划、创意、设计、媒介策略等核心专业知识，能够结合数智技术进行创新应用。

1.2 数字营销与媒体知识：通晓数字营销理念、现代数字媒体技术及广告行业前沿动态，掌握大数据分析、人工智能、社交媒体营销等领域的理论与实践，具备数智化广告运营的能力。

1.3 政策与法规知识：熟悉广告行业的方针政策、法律法规及行业伦理规范，了解文化创意产业与广告产业的运营模式，能够在数智化环境中合规开展广告活动。

1.4 人文社科知识：具备坚实的人文科学、社会科学知识基础，具有较高的文化涵养和文学艺术修养，能够在广告创作中融入文化价值和社会责任。

1.5 外语与工具知识：熟练掌握一门外语，具备文献检索、计算机应用及数据分析的基本能力，能够运用数智工具进行广告策划与效果评估。

**2．能力要求**

具备自主学习能力、沟通表达能力、专业技术能力及学术创新能力，能够适应数智时代广告行业的发展需求。

2.1 自主学习能力：具备独立获取知识、更新知识的能力，能够通过自主学习适应行业变化和技术发展，掌握数智化广告工具和平台的应用。

2.2 沟通表达能力：具备较强的语言表达能力和人际沟通能力，能够清晰表达创意和策划方案，有效进行团队协作，并在跨文化环境中进行沟通。

2.3 专业技术能力：掌握广告策划、创意设计、媒介策略、品牌传播等专业技能，熟练运用现代传播技术从事广告创作与运营，具备数智化广告内容制作与传播的能力。

2.4 整合营销能力：具备数字媒体环境下的整合营销传播能力，能够独立完成市场调研、策划实施、效果评估等工作，运用大数据和人工智能技术优化广告策略。

2.5 创新能力：具有较强的创新思维和创意能力，能够提出具有市场竞争力的广告策划与营销方案，结合数智技术探索广告行业的新模式与新业态。

**3．素质要求**

具备过硬的政治素质、道德品质、职业精神和身心素质，能够胜任广告行业的职业要求并承担社会责任。

3.1 政治素质过硬：系统掌握马克思主义和中国特色社会主义理论体系，具有为国家富强、民族昌盛而奋斗的志向和责任感，能够在广告传播中传递正能量。

3.2 道德品质良好：具有良好的思想品德和职业修养，遵守职业道德规范，具备爱岗敬业、遵纪守法和团结合作的品质，能够在数智化广告环境中坚守伦理底线。

3.3 富有职业精神：具备广告行业的职业素养和创新精神，能够适应行业高强度、快节奏的工作环境，积极应对数智化带来的挑战与机遇。

3.4 体魄心理健康：具备健康的身体素质和心理素质，能够应对工作中的压力与挑战，保持积极向上的心态，通过学生体质健康测试是毕业条件之一。

3.5 国际化素质：具有宽阔的国际视野和跨文化沟通能力，能够胜任国内外广告行业的创作、策划及运营工作，适应全球化与数智化融合的发展趋势。

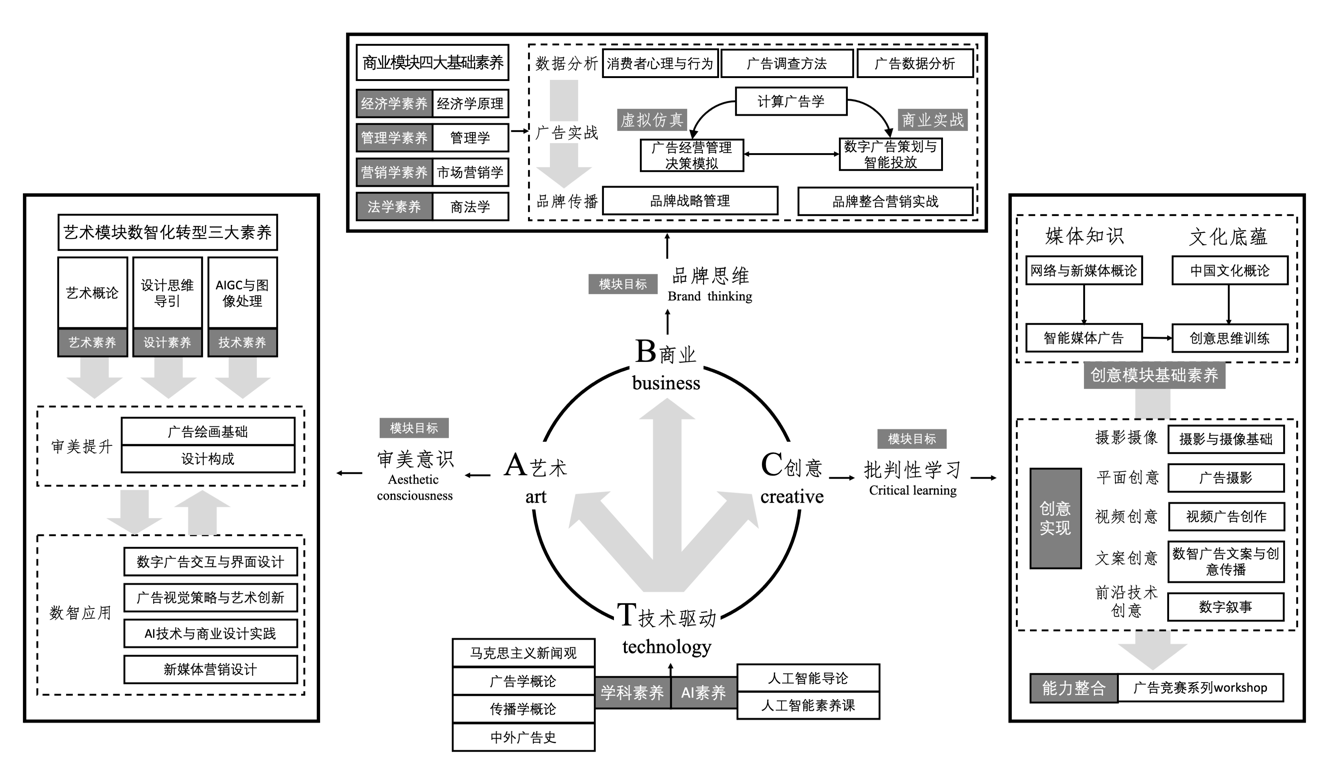
通过以上毕业要求的达成，本专业学生将具备扎实的专业知识、过硬的技术能力、良好的职业素养和国际化视野，能够胜任数智时代广告行业的各类岗位需求，成为适应数字时代发展的高素质应用型广告人才。

四、主干学科、核心课程及专业知识图谱

主干学科：广告学、传播学、经济学、管理学、市场营销学

核心课程：广告学概论、中外广告史、计算广告学、创意思维训练、设计思维导引、消费者心理与行为、AIGC与图像处理、数字广告策划与智能投放、广告经营管理决策模拟等

专业知识图谱：



五、学制、学位及毕业条件

学制：本专业基本学制为四年，实行弹性修业年限制度，学生在校修业年限可以提前至三年或延长至六年，修满规定的学分准予毕业。

学位：符合学士学位授予条件者，授予文学学士学位。

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140学分。其中：

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **教学环节** | **课程类别** | **门数** | **学分** |
| 通识教育 | 通识教育必修课 | 26 | 48 |
| 通识教育选修课 |  | 10 |
| 专业教育 | 专业必修课 | 12 | 28 |
| 专业选修课 |  | 27 |
| 实践教育（不含课堂实验学分） | |  | 27 |
| 体质健康测试 | | 通过 | |
| **总计** | |  | 140 |

六、学分一览表

**总学分一览表**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **总学分** | **教学方式** | | | | **理论与实践教学比例（%）** | |
| 140 | 课堂教学环节 | 113 | 理论教学 | 85 | 理论教学 | 61% |
| 实验教学 | 28 | 实践教学 | 39% |
| 课外教学环节 | 27 | 实习、军训等 | 27 |

1. **课堂教学学分分配表**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **教学环节** | **课程类别** | **门数** | **学分** |
| 通识教育 | 通识教育必修课 | 26 | 48 |
| 通识教育选修课 |  | 10 |
| 专业教育 | 专业必修课 | 12 | 28 |
| 专业选修课 |  | 27 |
| **合计** |  |  | **113** |

1. **实践教学环节一览表**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **类别** | **实践环节** | **学期安排** | **学分** |
| 实习类 | 军事技能 | 1 | 2 |
| 认知实习 | 4 | 2 |
| 专业实习 | 6 | 2 |
| 毕业实习 | 8 | 4 |
| 毕业设计（论文） | 8 | 4 |
| 素质提升类 | 创新学分 |  | 2 |
| 第二课堂 |  | 2 |
| 劳动类实践课程 |  | 2 |
| 思想政治类 | 习近平新时代中国特色社会主义思想概论社会实践 |  | 1 |
| 思想道德与法治社会实践 | 1 | 1 |
| 毛泽东思想与中国特色社会主义理论体系概论社会实践 | 1 | 1 |
| 中国近现代史纲要社会实践 | 1 | 1 |
| 马克思主义基本原理社会实践 | 1 | 1 |
| 形势与政策（一） | 1 | 0.25 |
| 形势与政策（二） | 2 | 0.25 |
| 形势与政策（五） | 5 | 0.25 |
| 形势与政策（六） | 6 | 0.25 |
| 大学生心理健康实践课 | 2 | 1 |
| 专业实验类 | 广告学概论 | 1 | 1 |
| 设计思维导引 | 2 | 1 |
| 马克思主义新闻观 | 2 | 1 |
| 摄影与摄像基础 | 2 | 2 |
| 计算广告学 | 3 | 1 |
| 广告摄影 | 3 | 1 |
| 传播学概论 | 3 | 1 |
| 广告绘画基础 | 3 | 1 |
| 设计构成 | 4 | 1 |
| 视频广告创作 | 4 | 1 |
| AI技术与商业设计实践 | 4 | 1 |
| 数字广告策划与智能投放 | 4 | 2 |
| 数智广告文案创意与传播 | 4 | 1 |
| 数字广告交互与界面设计 | 5 | 2 |
| 广告视觉策略与艺术创新 | 5 | 1 |
| 品牌战略管理 | 5 | 1 |
| 品牌整合营销实战 | 5 | 1 |
| 数字叙事 | 5 | 1 |
| 广告调查方法 | 6 | 1 |
| 新媒体营销设计 | 6 | 1 |
| 广告数据分析 | 6 | 1 |
| 广告竞赛Workshop（创意设计方向） | 6 | 0.5 |
| 广告竞赛Workshop（艺术设计方向） | 6 | 0.5 |
| 智能媒体广告 | 6 | 1 |
| 广告经营管理决策模拟 | 6 | 2 |
| **合计** | |  | **55** |