**八、专业经典阅读书目及期刊目录**

1. （1）专著
2. AIGC-RY研究所.魔法词典AI绘画关键词图鉴[M]. 北京：人民邮电出版社，2023.
3. Sky盖哥，刘楚宾，黄小刀.人人都能玩赚AI绘画[M].北京：电子工业出版社，2023.
4. 布鲁斯·巴恩博著，樊智毅译.摄影的艺术：摄影的本质、观察与创意[M].北京：人民邮电出版社,2017.
5. 陈霖. 数字叙事十讲[M]. 苏州: 苏州大学出版社, 2023.
6. 陈小娟. 移动新媒体视域下文物影像叙事研究[M]. 北京: 中国社会科学出版社, 2022.
7. 陈小云.泛广告时代的幻象[M].上海：复旦大学出版社,2006.
8. 崔晓文. 广告文案[M]. 北京：清华大学出版社, 2019.
9. 戴夫・桑德斯著. 何盼盼等译. 20世纪广告[M].北京：中国青年出版社,2002.
10. 蒂姆·布朗著, 侯婷译. IDEO，设计改变一切[M]. 沈阳: 万卷出版公司, 2011.
11. 丁宁. 西方美术史十五讲[M]. 北京：北京大学出版社，2016.
12. 董浩然.新媒体之光[M]. 北京：电子工业出版社，2022.
13. 董占军主编. 人工智能设计概论[M]. 北京：清华大学出版社, 2024.
14. 杜雨，张孜铭. AIGC：智能创作时代[M]. 北京：中译出版社, 2023.
15. 菲利普·科特勒，凯文·莱恩·凯勒，亚历山大·切尔内夫.营销管理[M].北京：中信出版社，2024.
16. 顾明毅.数字广告生态：平台、营销与革新[M].北京：机械工业出版社，2024.
17. 顾明毅.数字广告系统：技术、产品与市场[M].北京：机械工业出版社，2024.
18. 顾铮.世界摄影史[M].杭州:浙江摄影出版社,2006.
19. 哈索·普拉特纳, 克里斯托夫·迈内尔, 拉里·莱费尔编. 姜浩译. 斯坦福设计思维课-1, 1-认识设计思维[M]. 北京: 人民邮电出版社, 2019.
20. 何华平.这就是DeepSeek：普通人如何抓住AI红利[M]. 北京：人民邮电出版社，2025.
21. 何辉. 广告文案 第2版[M]. 北京：人民出版社, 2016.
22. 黄京华. 广告调查[M]. 北京：高等教育出版社，2015.
23. 黄升民,丁俊杰,刘英华主编.中国广告图史[M].广州：南方日报出版社, 2006.
24. 黄升民等. 中国广告四十年系列丛书[M]. 北京：社会科学文献出版社, 2020.
25. 蒋里, 福尔克·乌伯尼克尔等著. 税琳琳译. 创新思维：斯坦福设计思维方法与工具[M]. 北京: 人民邮电出版社, 2022.
26. 杰克逊·利尔斯著. 任海龙译.丰裕的寓言：美国广告文化史[M].上海：上海人民出版社,2005.
27. 肯斯·安德森著. 杜凯欣译. 自主AI：设计方法与实践[M]. 北京：机械工业出版社, 2024.
28. 梁翃. Midjourney AI绘画从入门到精通[M]. 北京：化学工业出版社，2023.
29. 刘吉成，周燕华，王海振著. 优设Illustrator图形创作实训教程[M]. 北京：人民邮电出版社, 2023.
30. 刘鹏，王超. 计算广告：互联网商业变现的市场与技术（第3版）[M]. 北京：人民邮电出版社，2022.
31. 刘松异.H5移动营销广告设计全攻略[M]. 北京：人民邮电出版社，2019.
32. 刘伟.H5移动营销[M]. 北京：清华大学出版社，2023.
33. 陆邵明. 记忆与想象：空间叙事设计作品集[M]. 南京: 东南大学出版社, 2019.
34. 罗伯特·丹顿·布莱恩特, 基思·吉格里奥著. 陈依萍译. 屠龙:互动叙事法：迎向新科技多媒体平台的崭新说故事法[M]. 台北: 易博士文化, 2024.
35. 罗纳德·莱恩，卡林·怀特霍尔·金，J. 托马斯·拉塞尔著. 李东贤，刘颖译. 克莱普纳广告教程[M].北京：清华大学出版社,2008.
36. 马歇尔·麦克卢汉著，何道宽译.理解媒介：论人的延伸[M].南京：译林出版社，2019.
37. 迈克尔·勒威克, 帕特里克·林克, 拉里·利弗著. 纳迪亚·兰格萨德绘. 高馨颖译. 设计思维手册：斯坦福创新方法论[M]. 北京: 机械工业出版社, 2020.
38. 迈克尔·所罗门著. 杨晓燕等译. 消费者行为学[M]. 北京：中国人民大学出版社，2018.
39. 美国纽约摄影学院等.美国纽约摄影学院摄影教材[M].北京:中国摄影出版社,2000.
40. 彭兰. 网络传播概论[M].北京：中国人民大学出版社，2023.
41. 乔尔·J·戴维斯著. 杨雪睿，田卉等译. 广告调查：理论与实务(第2版)[M]. 北京：中国人民大学出版社，2016.
42. 沈虹. 广告文案创意教程[M]. 北京大学出版社, 2008.
43. 斯科特·阿姆斯特朗著. 吴国华译. 广告说服力：基于实证研究的195条广告原理[M]. 北京：商务印书馆， 2016.
44. 汤晓颖. 新媒体设计概论[M].北京: 电子工业出版社, 2024.
45. 汪海波，农琳琳主编.影视广告设计与制作[M].南京:南京大学出版社,2015.
46. 王瑾著. 何朝阳，韦琳译. 品牌新中国：广告、媒介与商业文化[M]. 北京：北京大学出版社，2012.
47. 王娜. 解锁创造力：Photoshop创意技巧魔法书[M]. 北京：中国青年出版社，2021.
48. 王受之. 世界现代设计史(第2版) [M].北京：中国青年出版社，2015.
49. 威廉·阿伦斯，迈克尔·维戈尔德，克里斯蒂安·阿伦斯著. 丁俊杰，程坪，陈志娟等译.当代广告学[M].北京：人民邮电出版社,2010.
50. 唯美世界，翟颖健. 中文版Photoshop 2024从入门到精通[M].北京：中国水利出版社，2024.
51. 小甲鱼，袁春良.零基础玩转Midjourney[M].北京：人民邮电出版社, 2023.
52. 薛志荣. AI改变设计——人工智能时代的设计师生存手册[M]. 北京：清华大学出版社, 2019.
53. 阳翼. 数字消费者行为学[M]. 北京：中国人民大学出版社，2022.
54. 杨晨曦著.影视广告策划与创意[M].杭州:中国美术学院出版社,2023.
55. 杨先顺，陈韵博，谷虹. 广告文案写作原理与技巧 第3版[M]. 广州：暨南大学出版社, 2009.
56. 殷娅玲,李虹霖.AI绘画101例：小白上手宝典[M].北京：中国水利水电出版社, 2024.
57. 原研哉著. 朱锷译. 设计中的设计[M]. 济南：山东人民出版社，2006.
58. 张洪忠，王袁欣.智能传播学：技术原理与应用[M].北京：北京师范大学出版社，2024.
59. 张金海.20世纪广告传播理论研究[M].武汉：武汉大学出版社,2002.
60. 赵庆华编著. 商业广告设计手册[M]. 北京：清华大学出版,2023.
61. 朱铁斌，Jamin，江天等.一本书玩转Midjourney[M].北京：电子工业出版社，2023.
62. 祝帅. 中国广告学术史论[M]. 北京：北京大学出版社，2013.
63. 邹玉清. 未来设计思维与方法：基于未来视角的设计方法研究[M]. 南京: 江苏凤凰美术出版社, 2022.

（2）期刊

1. 哲学、社会学、政治、法律类，新闻与写作.
2. 哲学、社会学、政治、法律类，科技与出版.
3. 哲学、社会学、政治、法律类，中国出版.
4. 哲学、社会学、政治、法律类，编辑学报.
5. 哲学、社会学、政治、法律类，编辑之友.
6. 哲学、社会学、政治、法律类，出版发行研究.
7. 哲学、社会学、政治、法律类，出版科学.
8. 哲学、社会学、政治、法律类，当代传播.
9. 哲学、社会学、政治、法律类，国际新闻界.
10. 哲学、社会学、政治、法律类，科技与出版.
11. 哲学、社会学、政治、法律类，现代出版.
12. 哲学、社会学、政治、法律类，现代传播.
13. 哲学、社会学、政治、法律类，新闻大学.
14. 哲学、社会学、政治、法律类，新闻记者.
15. 哲学、社会学、政治、法律类，新闻界.
16. 哲学、社会学、政治、法律类，新闻与传播研究.
17. 哲学、社会学、政治、法律类，现代广告（学刊）.
18. **培养目标与毕业要求矩阵图**

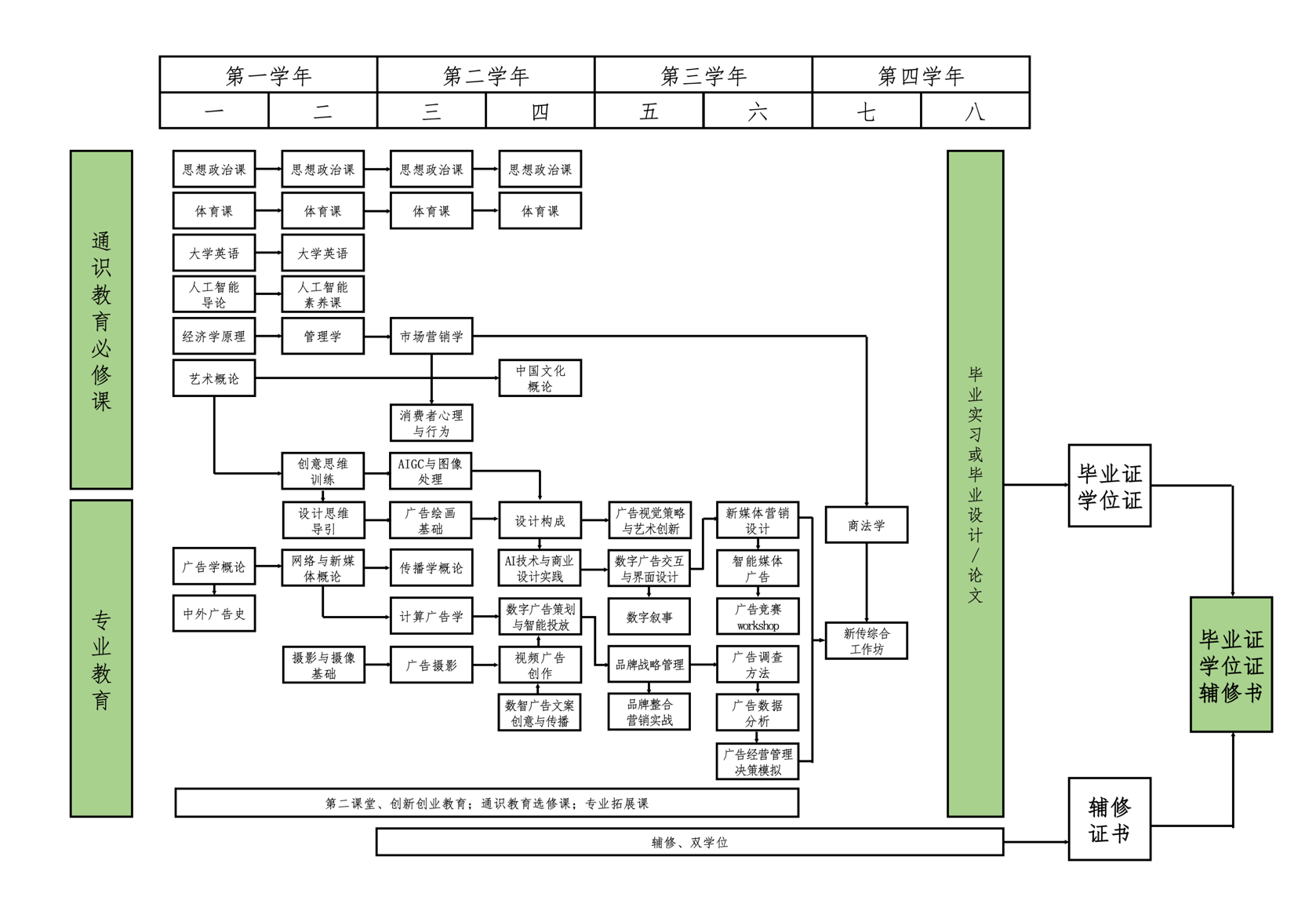
| **培养目标**  **毕业要求** | | 以立德树人为根本任务，以马克思主义新闻观为统领，具备社会责任感和职业道德 | 掌握营销学、传播学、心理学、文化学的基础理论 | 通晓数字化、智能化时代的广告策划、创作与经营管理技能 | 具备创新能力和专精业务技能的应用型、复合型、国际化高级专门人才 | 熟练运用 AIGC 技术与品牌战略思维，胜任广告公司、媒体、政府机构及科技企业等单位的广告创作与划运营工作 |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1.知识要求 | 1.1 专业基础知识：系统掌握广告学、传播学、市场营销学等学科的基本理论和方法，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。 | L | H | M | M | H |
| 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。 | L | M | H | M | H |
| 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。 | M | L | M | L | M |
| 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。 | M | H | L | M | L |
| 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。 | L | L | M | M | H |
| 2．能力要求 | 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。 | L | M | M | H | H |
| 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。 | M | M | M | M | M |
| 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。 | L | M | H | H | H |
| 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。 | L | M | H | H | H |
| 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。 | L | M | M | H | H |
| 3．素质要求  …… | 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。 | H | L | L | L | L |
| 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。 | H | L | L | L | L |
| 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。 | M | L | M | M | M |
| 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。 | M | L | L | M | L |
| 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。 | L | L | M | H | H |

※注：H表示高相关性，M表示中相关性，L表示低相关性。

1. **毕业要求与课程体系矩阵图**

| **毕业**  **要求**  **课程**  **名称** | 1．知识要求 | | | | | 2．能力要求 | | | | | 3．素质要求 | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1.1 专业基础知识 | 1.2 数字营销与媒体知识 | 1.3 政策与法规知识 | 1.4 人文社科知识 | 1.5 外语与工具知识 | 2.1 自主学习能力 | 2.2 沟通表达能力 | 2.3 专业技术能力 | 2.4 整合营销能力 | 2.5 创新能力 | 3.1 政治素质过硬 | 3.2 道德品质良好 | 3.3 富有职业精神 | 3.4 体魄心理健康 | 3.5 国际化素质 |
| 思想政治课 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | √ | √ |  |  |  |
| 体育课 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | √ |  |
| 大学英语 |  |  |  |  | √ |  |  |  |  |  |  |  |  |  | √ |
| 大学生心理健康 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | √ |  |
| 人工智能导论 |  | √ |  |  | √ | √ |  | √ |  | √ |  |  |  |  |  |
| 人工智能素养课 |  | √ |  |  | √ | √ |  | √ |  | √ |  |  |  |  |  |
| 经济学原理 |  |  |  | √ |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 艺术概论 |  |  |  | √ |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 管理学 |  |  |  | √ |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 创意思维训练 |  |  |  |  | √ |  | √ |  |  | √ |  |  |  |  |  |
| 市场营销学 | √ |  |  |  |  |  |  |  | √ |  |  |  |  |  |  |
| 消费者心理与行为 | √ |  |  |  |  |  |  |  | √ |  |  |  |  |  |  |
| AIGC与图像处理 |  | √ |  |  | √ | √ |  | √ |  |  |  |  |  |  |  |
| 中国文化概论 |  |  |  | √ |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 广告学概论 | √ |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 中外广告史（双语） | √ |  |  |  | √ |  |  |  |  |  |  |  |  |  | √ |
| 摄影与摄像基础 |  |  |  |  |  |  |  | √ |  |  |  |  |  |  |  |
| 数字广告策划与智能投放 |  | √ |  |  | √ |  |  | √ | √ | √ |  |  |  |  |  |
| 数智广告文案创意与传播 |  | √ |  |  | √ |  | √ | √ | √ | √ |  |  |  |  |  |
| 数字广告交互与界面设计 |  | √ |  |  |  |  |  | √ |  | √ |  |  |  |  |  |
| 广告视觉策略与艺术创新 |  |  |  | √ |  |  |  | √ |  |  |  |  |  |  |  |
| 广告调查方法 |  |  |  |  |  |  |  | √ | √ |  |  |  |  |  |  |
| 广告经营管理决策模拟 |  |  |  |  |  |  |  | √ | √ |  |  |  | √ |  |  |
| 新媒体营销设计 |  | √ |  |  |  |  |  | √ | √ |  |  |  |  |  |  |
| 智能媒体广告 |  | √ |  |  |  |  |  | √ | √ |  |  |  |  |  |  |
| 网络与新媒体概论 |  | √ |  |  |  |  |  | √ |  |  |  |  |  |  |  |
| 设计思维导引 |  |  |  |  |  | √ |  |  |  | √ |  |  |  |  |  |
| 广告摄影 |  |  |  |  |  |  |  | √ |  |  |  |  |  |  |  |
| 传播学概论 | √ |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 广告绘画基础 |  |  |  | √ |  |  |  | √ |  |  |  |  |  |  |  |
| 计算广告学 |  | √ |  |  |  |  |  | √ | √ |  |  |  |  |  |  |
| 设计构成 |  |  |  |  |  |  |  | √ |  |  |  |  |  |  |  |
| 视频广告创作 |  |  |  |  |  |  |  | √ |  |  |  |  |  |  |  |
| AI技术与商业设计实践 |  | √ |  |  | √ | √ |  | √ |  | √ |  |  |  |  | √ |
| 品牌战略管理 |  |  |  |  |  |  |  | √ | √ |  |  |  |  |  |  |
| 品牌整合营销实战 |  |  |  |  |  |  |  | √ | √ |  |  |  |  |  |  |
| 数字叙事 |  | √ |  |  |  |  | √ |  |  | √ |  |  |  |  |  |
| 广告数据分析 |  | √ |  |  |  |  |  | √ | √ |  |  |  |  |  |  |
| 广告竞赛Workshop |  |  |  |  |  | √ | √ | √ |  | √ |  |  | √ |  |  |
| 商法学 |  |  | √ |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 新传综合工作坊 |  |  |  |  |  | √ | √ | √ |  | √ |  |  | √ |  |  |

**十一、课程修读及培养流程图**

****