

广告专业培养方案

一、专业培养目标

本专业旨在培养既有宽广科学文化知识与较全面的广告理论及技能，又具备较强的社会活动能力及敏锐的经济头脑与市场眼光的高层次广告人才。本专业毕业生应具有基础宽厚、适应面广、动手能力强、富有创造活力的特点。能在媒体及企业进行广告策划创意、广告市场调查、文案及形象策划、宣传及视觉传达等工作。

二、专业毕业要求

(1) 知识结构要求：

具有系统的广告学、传播学的基础知识，具有良好的人文社会科学知识以及一定的市场营销与管理科学知识。

系统地掌握广告学专业的基础理论和专业知识，在广告传播领域得到广告创意、表现与策划方面的基本训练，具有本专业技术领域的较宽广的知识结构，了解本学科范围内新媒体、广告、传播、营销的前沿发展现状和趋势。

了解国家制定的有关本专业广告与传播领域相关职业和行业的政策与基本法律、法规，了解广告业经济和企业管理方面的知识。

(2) 能力结构要求：

掌握文献检索、资料查询及运用现代信息技术获取相关信息的能力，对终身学习有正确认识，具有不断学习和适应发展的能力。

具备较强的创新意识和实践动手能力，熟练的计算机应用能力，具有综合运用理论知识、技术手段和创意与表现方法解决广告实际问题的能力。

具有一定组织管理能力，能胜任本专业相关领域的调查研究、文案策划、创意表现及经营管理等相关工作，在工作中能正确认识广告发展对于客观世界和社会的影响。

掌握一门外语，并能熟练阅读与专业有关的外文书籍和文献资料，具有跨文化交流、竞争与合作的意识与能力。

(3) 素质结构要求：

热爱社会主义祖国，具有远大的志向，有为国家富强与民族振兴而奋斗的理想和使命感，具有良好的思想道德品质、健康的人生态度，良好的心理素质和健康的体魄。

具有较强的社会责任感和科学严谨、创新突破的广告职业素质，具备较强的综合分析、思维和想象力，具有自觉的批判意识和创新意识，良好的人际交往和团结协作精神。

三、学制与学位

学制：4年

学位：文学学士

四、主干学科与专业核心课程

主干学科：广告学。

专业核心课程：广告学概论、传播学概论、中外广告史、广告构成基础、广告造型基础、广告文案写作、广告策划与创意、广告设计软件基础、市场调研、媒介心理、媒介投放、市场营销、广告摄影、视频摄制与编辑基础、创新能力基础训练、新媒体概论等。

五、毕业学分基本要求

课程体系		学分要求					合计 155 学分
		必修		限选		小计	
		理论	实践	理论	实践		
通识与公共 基础课程	思想政治类	10	4			14	41 学分
	军事类	1	2			3	
	通识教育类			8+2 ^(a)		10	
	外语类	6 ^(b)		4		10	
	体育类		4			4	
学科大类与 专业基础课 程	计算机类	3.5	2.5			6	77 学分
	数学类	2				2	
	物理类						
	学科基础课	23	1			24	
	专业基础课	33	12			45	
专业(专业 方向)课程	专业(专业 方向)课程	8	4	8		20	29 学分
	专业实验、实 践(单独设 课)		7			7	
	创新创业				2	2	
毕业设计 (论文)			8			8	8 学分
必修环节	形势与政策					0	0 学分
	第二课堂					0	

注释：a. 新生研讨课属通识教育模块，设置在第一学年，学院提供多门课程组成限选组供选择，学生第一学年完成 2 学分。

六、课程设置细化表

课程类型	课程名称	课程性质	总学分	课内实践教学学分	开课学期	开课学院		
通识与公共基础课程模块共 41 学分, 必修 27 学分, 限选 14 学分	思想道德修养与法律基础	必修	3	1	2	马院		
	中国近现代史纲要	必修	2		1	马院		
	马克思主义基本原理	必修	3	1	4	马院		
	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论 I	必修	3	1	5	马院		
	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论 II	必修	3	1	6	马院		
	英语 I	必修	4		1	外语		
	英语 II	必修	2		2	外语		
	通用学术英语	限选 两门 共 4 学分	2			外语		
	高级英语 B		2			外语		
	职场英语		2			外语		
	交际与文化视听说		2			外语		
	思辨与学术视听说		2			外语		
	实用英语写作		2			外语		
	英美文学经典选读		2			外语		
	英语III* (限未通过英语四级学生)		2			外语		
	注: 未通过四级必须选英语III, 还需从其他限选课中选择 1 门							
	军事理论	必修	2	1	1	武装部		
	军事技能训练	必修	1	1	短 1	武装部		
	体育 I	必修	1		1	体育部		
	体育 II	必修	1		2	体育部		
	体育 III	必修	1		3	体育部		
	体育 IV	必修	1		4	体育部		
	广告专业现状与未来发展 (新生研讨课)	限选	2		2			
	通识课	限选	8					
	通识类限选课具体课程设置和要求 按照“西南交通大学通识教育课程设置方案”执行							
	学科大类与专业基础课程模块共 77 学分, 必修 77 学分	计算机类 6 学分	大学计算机基础 B	必修	3	1	1	软院
			多媒体技术及应用	必修	3	1.5	2	软院
数学类		高等数学 D II	必修	2		1	数学	
		广告学概论	必修	3		1	人文	
		传播学概论	必修	3		1	人文	
		创新能力基础训练	必修	2		3	人文	

课程类型	课程名称		课程性质	总学分	课内实践教学学分	开课学期	开课学院	
	学科基础课 24 学分	市场营销	必修	3		2	经管	
		中外广告史	必修	2		3	人文	
		市场调研	必修	3	1	2	人文	
		基础写作	必修	3		3	人文	
		新媒体概论	必修	3		3	人文	
		艺术概论	必修	2		3	人文	
	专业基础课 45 学分	广告图形创意	必修	4		3	人文	
		广告造型基础	必修	4		2	人文	
		广告版式设计	必修	4		3	人文	
		广告设计软件基础	必修	4	1	3	人文	
		广告摄影 I~II	必修	6	4	2、4	人文	
		视频摄制与编辑 基础 I~II	必修	8	6	4、5	人文	
		广告策划	必修	3		4	人文	
		广告创意	必修	3		4	人文	
		广告文案写作	必修	3	1	5	人文	
		电视节目策划	必修	3		6	人文	
	媒介心理	必修	3		5	人文		
	专业（专业方向）课程模块 共 29 学分， 必修 19 学分， 限选 10 学分	网络广告设计 与制作	网络广告设计 与制作	限选	3		5	人文
			品牌广告战略	8 学 分	3		6	人文
媒介投放			2			7	人文	
新媒体 UI 开发			3			5	人文	
新媒体广告营 销方向 12 学分		整合营销传播	必修	3	1	6	人文	
		新媒体营销	必修	3	1	7	人文	
		媒介经营与管理	必修	3	1	6	人文	
		新媒体市场调查与统 计分析	必修	3	1	5	人文	
第二课程组 （视频广告方 向）12 学分 要求完整地选 修一个课程组		视频广告策划与包装 I~II	必修	6	2	6、7	人文	
		视频广告创作 I~II	必修	6	2	6.7	人文	
专业实验、实 践 7 学分		广告认识实习	必修	2		短 1	人文	
		市场调查	必修	2		短 2	人文	
		影视摄制实习	必修	2		短 3	人文	
	学年论文	必修	1		短 3	人文		

课程类型	课程名称		课程性质	总学分	课内实践教学学分	开课学期	开课学院
	创新创业		限选	2		8	
毕业设计（论文）共 8 学分			必修	8		8	

【注】课外创新实践与学术讲座 2 学分由学生按照《西南交通大学创新实践学分认定与管理办法》规定修习并取得；

必修环节课程设置

课程名称	课程性质	学分	说明
形势与政策	必修	0	
第二课堂	必修	0	第二、三课堂要求详见校团委《西南交通大学第二、三课堂建设实施方案》（试行）