

广告学专业教学计划

一、培养目标和毕业要求

1. 培养目标

本专业旨在培养德智体美劳全面发展的社会主义建设者和接班人，落实立德树人根本任务，培养全面发展的卓越创新人才。具体来说，就是培养适应智能媒体时代需要、具备较高的广告专业素养、良好的国际视野和国际理解能力、较强的沟通能力和表达能力、较好的信息技术和创新能力、新时代中国特色社会主义建设需要实践型、全媒体、复合型卓越广告人才。

期待培养的学生毕业 5 年左右，能达到下列目标：

目标 1:具备健全人格和良好科学文化素养，具有正确的职业道德、职业操守和社会责任感。

目标 2: 具备在智能媒体时代从事广告及相关工作的专业素质，能够熟练运用新媒体信息技术从事广告专业相关工作。能够在广告公司、传统媒体或新媒体企业、企业单位及政府部门从事广告相关工作。

目标 3: 具备在大数据时代自主学习和不断创新的能力，熟练运用计算机和网络应用技能，在工作中独当一面、具备参与制定企事业单位发展规划的能力，注重社会和谐与职业可持续发展。

目标 4:具备较强的团队协作精神和良好的沟通能力，能够在多学科团队或跨文化环境中工作，能够在创意策划、公关、营销、数据分析等运营团队中作为成员、技术骨干或主要负责人有效地发挥作用。

目标 5:具备终身学习能力，能够通过企业历练、继续教育、高校或研究机构攻读硕博学位等方式提升自身专业素质，不断适应社会经济和技术发展的需要。

2. 毕业要求

本专业课程建设旨在培养适应智能媒体时代需要的实践型、全媒体、复合型卓越广告人才，突出实践能力、新技术运用和国际交流能力的培养，采用“低年级专业实践+高年级课程研讨”的课程教学方式，发展本专业智媒方向人才培养的特色。广告学专业培养定位为人工智能广告。

本专业的毕业要求从以下能够支撑培养目标达成的 10 个方面进行明确、公开、可衡量的分解：1. 广告学的基本理论与知识、2. 分析问题的能力、3. 广告业务实施的能力、4. 开展研究的能力、5.正确使用工具的能力、6.广告经营与管理的实践应用能力、7.职业规范、8.团队合作能力、9.沟通能力、10.终身学习能力。

通过 4 年本科培养，广告学专业本科毕业生达到的毕业要求：

(1) 基本理论与知识：能够将广告知识及相关理论和专业知识用于解决广告相关问题上

1.1 熟悉和掌握广告学相关基础知识。

1.2 了解广告产业发展动态及趋势。

1.3 能够将相关理论和专业知识用于表述和解决广告领域问题。

1.4 能够应用理论及专业知识，执行广告策划及实践。

(2) 分析问题的能力：能够将广告基本知识，通过文献研究，发现、分析并表达广告方面问题，以获得有效结论

- 2.1 借助文献调查、社会调查、认识实习等环节，发现广告产业发展的关键环节及参数。
- 2.2 借助相关理论学习及文献查询，分析广告行业动态及发展问题。
- 2.3 应用相关学科原理，解决广告行业问题并获得有效结论。
- 2.4 面对新媒体、新技术带来的对行业的变革，能够及时了解新问题，把握新模式。

(3) 解决问题的能力：能够针对广告行业动态及发展特性，进行广告活动的初步策划，并在策划及设计过程中考虑社会、安全、法律等因素。

3.1 能够针对广告行业动态及发展特性，进行广告活动的初步策划。策划活动体现与时俱进的创意，包括对大数据的运用，以及对新媒体、新技术的运用。

3.2 能够针对广告行业动态及发展特性，进行广告活动的初步策划，并在策划及设计过程中考虑社会、安全、法律等因素。同时，发挥公益广告活动的效益；公共关系的原理和方法以及技能，能够熟练使用。

3.3 能够在策划及设计过程中考虑社会、安全、法律等因素，对策划的可行性进行评论并提出优化策略。能够了解并使用跨界策划的理念和方法，综合运用整合营销传播，迎接新时代带来的新理念、新技术和新方法，不断优化策划策略。

3.4 结合品牌发展理论，通过大数据挖掘，及时发现品牌舆情，主动为品牌建设服务。品牌建设已然成为广告作业的利器，大数据为品牌建设带来了新模式、新方法，在运作过程中，能够充分考量社会、安全和法律的因素。

(4) 开展研究的能力：掌握广告相关知识及实操技能，在此基础上全面分析与研究广告行业中典型案例。

4.1 针对广告产业变动及各产业对于广告的需求，策划和设计具有针对性的广告活动。

4.2 掌握广告相关知识及实操技能，在此基础上全面分析与研究广告行业中典型案例。

4.3 通过全面分析与研究广告行业中典型案例，综合分析其合理性、策略性和局限性，能够具备提出优化方案的能力。

4.4 及时把握典型案例中的新理念、新方法、新技术和新模式，更新自己的专业知识和能力，并具备创新专业表达能力的意识和动力。

(5) 正确使用工具的能力：能够针对广告相关理论知识及行业动态，选择适当的文献检索及研究方法对广告行业进行分析。

5.1 针对广告理论知识及行业动态，选择和使用恰当的广告运作工具，如市场调研工具、信息挖掘和分析工具、品牌诊断工具、品牌维护和推广工具等。

5.2 使用恰当的广告运作工具，建立模型，实施模拟分析和演练，并能够理解工具使用过程中的局限性，优化相关工具的使用效率。

5.3 广告运作工具的产生和使用，是随着广告行业的发展而不断进步的，因此，需要能够做到与时俱进地掌握广告运作工具，并在一定程度上开发广告运作工具。

5.4 除了常规广告工具的使用，还需要聚焦广告业的核心作业区域，熟练使用新工具，解决新问题。

(6) 实践应用能力：具备广告活动策划及开展等实操技能。

6.1 具备扎实的广告原理与实务知识和方法，能够将广告原理与实务的学习效益体现在专业实践活动中，尤其突出创意和策划的实操能力。

6.2 广告行业跨界运作，公共关系、市场营销、展览展示等新媒体、新技术在广告推广中经常得到跨界运用和发展；因此，借助我系具有广告专业和会展专业的协同发展优势，能

够创新实施广告活动策划，同时跨界运用会展的技术和方法于广告传播中。

6.3 我系创办的上海市大学生国际广告节、全国大学生会展创新大赛两大赛事，是培养学生实践应用能力的平台，相关的全国性以及全球性的广告、会展赛事，锻炼了学生的广告策划和执行能力；课程中的实践能力培养同样重要，通过对课程中实践能力的设计和锤炼，提升学生的实操技能。

6.4 理念和运作能力优胜的广告企业，提供了培养学生实务能力的场所；通过沉浸式的项目历练，学生的实操能力在企业的实习中得以捶打和提升；课程学习与实务技能培养，得以统一实施。

(7) 职业规范：爱国守法、具有人文情怀和社会责任感，在广告实践活动中遵守职业道德，履行相应责任。

7.1 具有高度人文情怀和社会责任感，发挥好广告的引导和教育作用，自觉抵制庸俗广告，挖掘人性美的广告元素，创意策划出积极健康的优美广告。

7.2 在广告实践活动中坚守职业规范，遵守职业道德，履行相应责任，保护客户的商业秘密，不做虚假广告，维护社会公共利益，策划制作好的广告，创导和谐广告环境。

7.3 维护正常的竞争环境，在市场环境中，守住道德底线，不因利益诱使而忘记职业规范和职业道德。

7.4 人心向善，道德、责任、情怀、规范、法律，都是广告人不断汲取的环节，也需要坚守。

(8) 团队合作能力：能够在广告理论学习及实践活动中承担团队成员责任。

8.1 理解团队中的角色定位及对于团队的意义。

8.2 在团队工作中，能承担自己的角色并与其他成员协作。

8.3 维护团队的整体利益，强化团队合作能力；做好项目成员，提升自己在团队中的合作能力。

8.4 课程作业和参赛实习，以及到广告企业实习，都培养了学生在团队中的成员意识、责任和能力。

(9) 沟通能力：能够在广告理论学习及实践活动中与同学或同行进行书面及口头交流，并具备一定的国际视野，在跨文化背景下进行交流。

9.1 在广告理论学习及实践活动中，与同学或同行进行书面及口头交流，通过交流，提升自己沟通能力。普通话水平达到二级乙等以上。

9.2 具备一定的国际视野，在跨文化背景下进行交流。暑期国际项目、交换生项目，以及出国留学，培养了学生的沟通交流能力。

9.3 就广告领域复杂问题，借助讲座、学习、毕业设计等方式，具备与业界同行及社会公众进行有效沟通和交流的能力。

9.4 广告业务中的提案，在课程中演练，在广告赛事中同样有效，皆能提升学生的沟通能力。

(10) 终身学习能力：具有自主学习和终身学习的意识，又不断学习和适应发展的能力。

10.1 具有自主学习并适应广告学科发展与行业变化的能力。

10.2 从事广告业，意味着一辈子需要学习，熟悉项目中客户委托的要求，由外行变内行，需要学生具备终身学习的能力。承接不同项目就是学习的机会。

10.3 行业发展需要行业与时俱进，新知识、新方法、新媒体的产生，都需要广告人始终

把控，只有建立起终身学习的意识和能力，才是合格的广告人。

10.4 从项目中学，从经验丰富的老师身上学，甚至从与竞争对手交往中学，具备适应发展的能力。

二、主干学科和主干课程

1. 主干学科

新闻传播学

2. 主干课程

马克思主义新闻观、广告学概论 A、 市场营销学 B、 广告策划、广告创意、广告文案、中外广告史、品牌研究、广告法规、广告心理学、广告效果研究 B、创意产业研究 A、新媒体研究

3. 主要实践性教学环节

大一：广告实践入门与仿真实训：实地参观广告、营销公司和广告主；邀请业界专家举办讲座，虚拟仿真实训系统的实际操作。本实践环节旨在通过本教学内容，使大类分流进入本专业学习的学生基本把握广告行业状况，为专业学习打好基础。

大二：广告业务实训：通过引入广告公司的实际项目和业界导师，让学生能够将所学理论知识能够运用于实践之中，通过团队的合作，完成指定的项目，使得学生能够在具体的场景中，学会解决问题的能力，并通过案例实操，提升学生广告职业技能素养、道德素养和较为全面解决实际问题的能力。

大三：广告智能场景化运作实践：

(1)、本实习内容是选择一个县级市的实习基地，由当地政府提供“实习命题”，学生通过为一个小城市进行整体的传播“诊断”，找出其存在的问题，并提出整体性、系统性营销沟通解决方案，并将方案部分付诸实现。通过本实践，让学生能够运用智能化营销平台，在现实复杂场景中，学会系统的思考问题，运用大数据、AI 技术等，提出整体性的解决方案，全面提升学生分析、处理复杂问题的能力和应对挑战和压力的心理素质。学分为 6 分。

(2)、广告参赛实践。原则上在整个学年内学生需要参加的 2 次以上(含 2 次)专业比赛，大广赛、大广节、学院奖、金犊奖、营创赛、浙江会展创意大赛、全国大学生会展创新大赛等等都可以，实现以赛促学。学分为 2 分。

大四：毕业实践：综合性的专业实践活动，结合专业学习的成果，结合就业要求，学生在我系的专业实践基地，或与自己就业挂钩的专业单位参加实践活动，实习单位资深员工与本系专业教师担任指导教师，负责对学生的实践内容进行指导和考核。

三、修业年限、学分和学位

1. 修业年限

四年

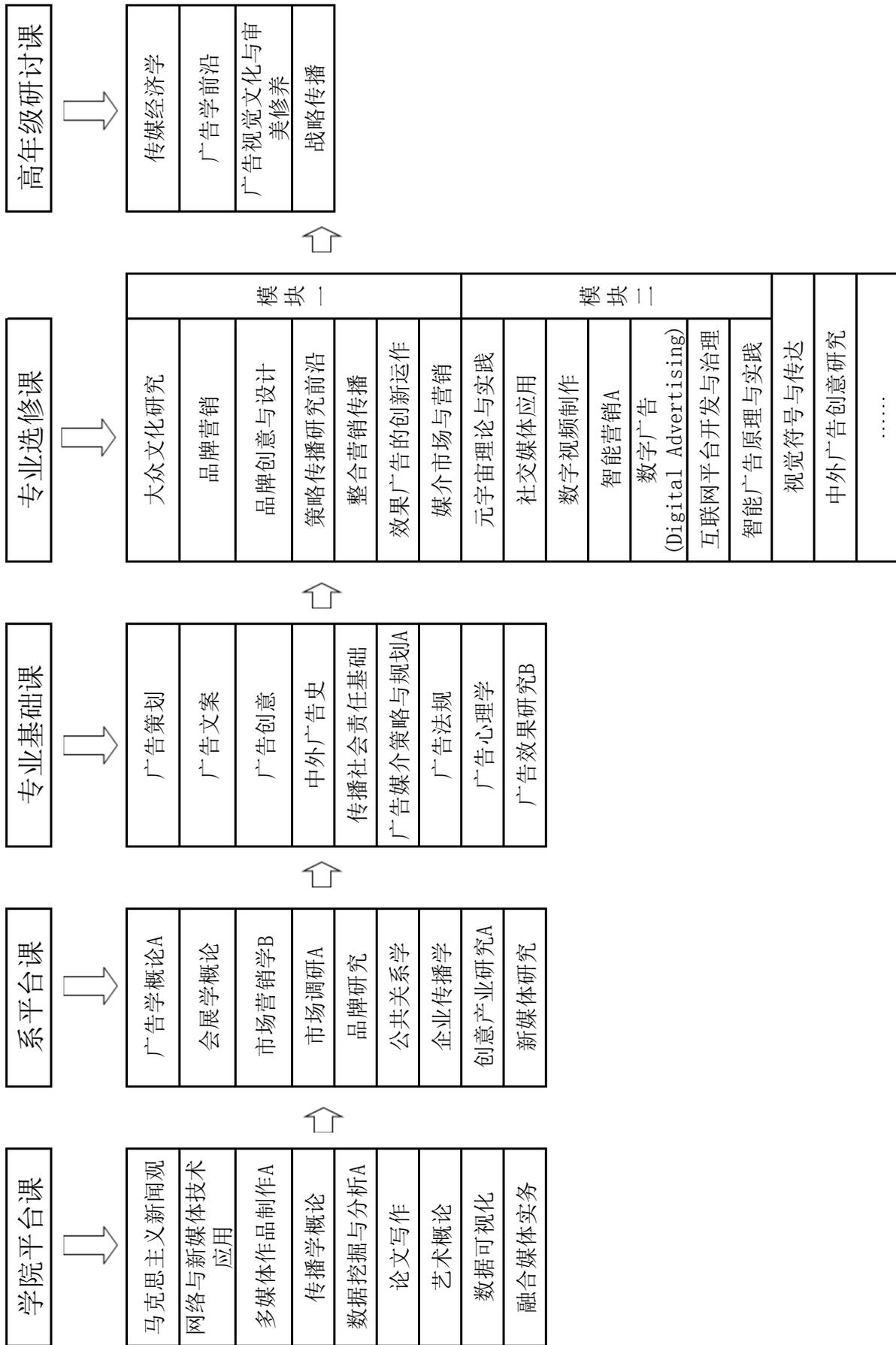
2. 总学分

259

3. 授予学位

文学学士

广告学专业课程相互关系结构图



上海大学2024级教学计划表

新闻传播学院

广告学专业

课程分类	课程编号	课程名称	课程学分							各学年、学期计划学分安排												备注					
			共计	教学环节							第一学年			第二学年			第三学年			第四学年							
				讲授	实验	上机	自学	项目	读书	其他	1	2	3	夏季	4	5	6	夏季	7	8	9		夏季	10	11	12	
通识课 18	人文经典与文化遗产		14+4																						详见附件表		
	政治文明与社会建设																										
	艺术修养与审美体验																										
	经济发展与全球视野																										
	科技进步与生态文明																										
	创新思维与创业教育																										
新生研讨课1			1									1															
公共基础课 73	思想政治理论课	16583109	形势与政策	1	1																			*			
		16584153	思想道德与法治	3	3								3														
		16584136	中国近现代史纲要B	3	3								3														
		16584168	马克思主义基本原理	3	3											3											
		16584173	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论C	3	3												3										
		16584171	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	3	2								1					3									
		思想政治选择性必修课（详见附件）		3										3												◆	
		16583004	当代世界经济与政治	3	3																	3					
		16584172	劳动教育理论课	1	1								1														
		00944008	大学生心理健康	2	1	1							2														
		详见附表	体育	3								1	1	1													
		00853004-006	体育(4-6)	3	3											1	1	1									
		00914006	军事理论A	2	2								2														
		详见附表	大学英语	16									4	4	2		2	2	2								
		详见附表	人文类计算机语言选修模块	4									4														
		详见附表	人文类计算机技术选修模块	3										3													
		01014103	微积分C	3	3								3														
		12484110	生命科学导论	2	2								2														
		02074161	应用写作A	3	3									3													
		02084280	全球史	3	3									3													
		16614109	逻辑与批判性思维	3	3										3												
		37B54004	中国古代文明	3	3										3												
	学科基础课(见续表)			88													19	13	16		15	14	8		3		
	高年级研讨课(见续表)			4																	2		2				
选修课	专业选修课(见续表)		24														3	3	3		3	3	6		3	▲	
	任意选修课		4																								
实践教学环节			47										1	9					1	4				12	5	15	●
总计			259																								

*1-10学期均需选修 ◆多修同时属于通识课的课程可认定为通识课（见附表备注） ▲学分分布供参考 ★任意选修任何课程 附表见 II-1-44 页，所修通识课必须包含：1. “核心通识课”至少6学分；2. “艺术修养与审美体验”模块至少2学分；3. “创新思维与创业教育”模块至少2学分；4. “经济管理类”、“理学工学类”通识课分别至少2学分。（某门课程同时满足多个条件时，可重复认定，但所获得学分不累计。）

●毕业前至少修读一门全英语授课课程且成绩合格。（全英语授课课程指：1. 选课系统中标注的全英语课程。2. 国际化小学期开设的课程。3. 海外交流学分认定的课程。）

上海大学2024级教学计划表

学科基础课

课程编号	课程名称	课程学分							学期	备注	课程编号	课程名称	课程学分							学期	备注	
		共计	教学环节										共计	教学环节								
			讲授	实验	上机	自学	项目	读书						其他	讲授	实验	上机	自学	项目			读书
17005006	网络与新媒体技术应用	3	2				1		4	△	17595008	中外广告史	3	3							7	◎
17005014	多媒体作品制作A	4	3					1	4	△	17595259	传播社会责任基础	3	3							7	
17B45019	会展学概论	6	4				2		4	□	17595188	品牌研究	3	2				1			7	□◎
17595129	广告学概论A	6	3				3		4	□◎	17595018	公共关系学	3	2				1			7	□
17004001	传播学概论	4	2				1	1	5	△	17595253	广告媒体策略与规划A	4	2				2			8	
17595163	广告策划	3	2				1		5	◎	17595019	广告法规	3	2					1		8	◎
17595230	市场营销学B	6	3					3	5	□◎	17595260	企业传播学	4	3				1			8	□
17005015	数据挖掘与分析A	4	2				2		6	△	17596167	新媒体研究	3	2				1			8	□◎
17595009	广告文案	3	2				1		6	◎	17595077	广告心理学	3	2				1			9	◎
17595161	广告创意	3	2				1		6	◎	17596180	广告效果研究B	3	2				1			9	◎
17595229	市场调研A	6	3				3		6	□	17004003	论文写作	2	2							9	△
17005010	马克思主义新闻观	3	2					1	7	△	17595190	创意产业研究A	3	2				1			10	□◎

高年级研讨课

课程编号	课程名称	课程学分							学期	备注	课程编号	课程名称	课程学分							学期	备注	
		共计	教学环节										共计	教学环节								
			讲授	实验	上机	自学	项目	读书						其他	讲授	实验	上机	自学	项目			读书
二年级适用										三年级适用												
1759EY04	传媒经济学	2	1					1	6		1759SY03	广告视觉文化与审美修养	2	1					1		8	
1759EY05	广告学前沿	2	1					1	6		1759SY04	战略传播	2	1					1		8	

◎专业核心课程 △为学院平台课 □系平台课

专业选修课（第9学期（含）之后的课程可能会进行一次动态调整。）

课程编号	课程名称	课程学分							学 期	备 注	课程编号	课程名称	课程学分							学 期	备 注
		共 计	教学环节										共 计	教学环节							
			讲 授	实 验	上 机	自 学	项 目	读 书						其 他	讲 授	实 验	上 机	自 学	项 目		
17595182	艺术设计史	3	2					1	4	17706079	社交媒体应用	3	1						2	7	
17B46009	设计基础与摄影表现	3	2					1	4	17596231	非营利组织营销	3	2					1		7	
17596204	现代展示设计A	3	1					2	5	17596256	新媒体视频研究	3	2					1		8	
17596218	平面广告设计与制作A	3	2					1	5	17596201	广告公司经营管理	3	2						1	8	
17B46010	视觉符号与传达	3	2					1	5	17005011	数据可视化	2	2							8	△
17B46024	管理学原理	3	2					1	5	17596213	中外广告创意研究	3	2					1		8	
17004002	艺术概论	3	2					1	5	△	17B46012	潮流杂志与文艺绘本	3	2					1		8
17595114	广告作品评析	3	2					1	6	17596227	包装设计	3	2						1	9	
17595134	公益广告研究	3	2					1	6	17005012	融合媒体实务	6	3					3		9	△
17596239	创意赛事技能集训	3	2					1	6	17596261	媒体策划学	3	2					1		9	
17595191	消费者行为学A	3	2					1	6	17596248	广告影片故事板设计	3	2						1	9	
专业选修课模块一：品牌营销传播●																					
17596142	大众文化研究	3	2					1	7	17595159	整合营销传播	3	2					1		8	
17596242	品牌营销	3	2					1	7	17596258	效果广告的创新运作	3	2					1		8	
17596249	品牌创意与设计	3	2					1	7	17596263	媒介市场与营销	3	2					1		10	
17596262	策略传播研究前沿 (Frontiers in Strategic Communication Research)	3	2					1	7	▲											
专业选修课模块二：智能广告●																					
17B46026	元宇宙理论与实践	3	2					1	7	17596235	数字广告(Digital Advertising)	3	2					1		8	▲
17B46011	从字体到LOGO设计	3	2					1	7	17546050	互联网平台开发与治理	3	3							9	
17B46025	数字视频制作	4	2					1	7	17596265	智能广告原理与实践	3	2					1		9	
17596255	智能营销A	4	2					2	8												

△学院平台课 □系平台课 ▲全英语课程 ●专业选修课模块须二选一，每个模块内课程至少须七选三。即：学生须从“品牌营销传播”和“智能广告”中选择一个模块进行学习；每一模块课程均有七门课程，学生须从中至少选修三门。专业选修课剩余要求学分可从另一个模块或非模块课程中选修。

上海大学2024级实践性教学环节学分安排表

广告学专业

实践分类	编号	实践环节名称	实践周数	实践学分	实践形式		各学年学分安排				备注	
					集中	分散	一	二	三	四		
实习	00914003	军事技能	2	2	√		2					
	00874008	形势与政策(实践)		1	√		1					
	1658A001~002	思想政治理论课(实践)(1-2)		2			1	1			第3,6学期	
	00874007	思想道德与法治(实践)	1	1	√		1					
	0000A001	创新创业实践		1		√	1				三选一 (详见注)	
	00874028	大学生社会实践		1		√	1					
	00883034	劳动素养专项实践		1	√		1					
	1759A034	广告实践入门与仿真实训	2	4	√		4					
	1759A035	广告业务实训	2	4	√			4				
	1759A036	广告智能场景化运作实践	4	8	√				8			
	1759A029	毕业实习		5		√					5	第11学期
课程设计	1759A037	学年设计(论文)	2	4		√				4		
毕业设计(论文)	1759A010	毕业设计(论文)		15		√					15	第12学期
共计				47			10	5	12	20		

注:

1. 《创新创业实践》、《大学生社会实践》和《劳动素养专项实践》三门课程三选一。
2. 在校期间,学生参与下述活动之一,可认定《创新创业实践》课程学分。分别是(1)联合大作业;(2)大学生创新项目;(3)学科竞赛获校级(含)以上奖项,并未冲抵过学分;(4)院系认定的创新创业各类活动(累计至少半周时间)。
3. 《大学生社会实践》在第2-11学期(除夏季学期)均开设,具体要求详见课程简介。
4. 《劳动素养专项实践》包含“电子小世界”、“木质匠心”、“陶塑艺术”和“金属艺术”4个专项,只限选修其中1个专项,第1-12学期(除夏季学期)均开设。