

淮南师范学院广告学专业建设规划

(2021-2025)

专业建设是高等学校最重要的教学基本建设任务，是关系专业发展和成长的关键指标，科学地进行专业建设是事关全局的一项战略性任务。专业建设规划是学校发展战略目标的具体体现，是专业发展的依据，是专业有序、可持续发展的蓝图。为促进广告学本科专业发展，根据教育部关于本科专业建设有关文件精神 and 《淮南师范学院“十四五”教育发展规划》，结合我省广告行业人才需求、广告学专业的性质、特点和学院现有条件，特制定广告学专业五年建设规划。

一、专业建设现状

1. 专业基本情况

文学与传播学院广告学专业创建于 2002 年，是安徽省教育厅首批设立的广告学本科专业。历经 18 年的艰苦努力，广告学专业逐步形成了自身的专业特色和核心课程体系，目前拥有 6 个教学班，在校学生 295 人。至今已有毕业生 1000 多人，向全国各企事业单位输送了大批优秀的广告营销、活动策划和品牌传播的高素质应用型专门人才。2008 年广告学专业被确定为校级特色专业，并以良好成绩顺利结项；2019 年广告学专业省级质量工程项目《广告学专业综合改革试点》顺利以“良好”等次结项；2021 年，以广告学专业为龙头的传播学专业群获批《教育部中外人文交流全媒体产教融合基地》项目（以下简称“示范基地”），引入北京容艺教育公司的企业支持，为广告学专业的“十四五规划”发展框定了基本的战略方向：“以产教融合育人为手段，地方文化数字化创意传播为己任，培养具备理论与实践能力突出的复合型创意人才”。

广告学本科专业有专任教师 9 名，外聘教师 1 名，其中副教授 3 名、讲师 6 名、助教 1 名，其中有硕士以上教师 7 人，双能型教师 5 名，相关行业经历教师 2 人，40 岁以下教师 2 名，平均教龄 8 年以上，职称结构、年龄结构基本合理，能够胜任广告学相关专业课程，但在即将到来的“产教融合”建设中，教师团队明显不足，无法保证在教学过程中有足够的精力带领学生进行市场化的产业项

目。广告学系专业设备齐全，性能优良，拥有校级社团“磐古广告社”，并设有“蒲公英数字传播”工作室、建设有“广告创意综合实验室”，为广告学专业发展提供了强有力的硬件支撑，并拥有校外实践基地6处。

2. 专业建设基础与现状分析

结合广告学专业的特点、安徽省广告行业发展情况和学院在全国及全省的办学水平，经过调查研究，我校广告学专业确立了以培养具备良好市场意识和一定设计制作能力的广告学专业人才，重点突出创意策划能力的训练与培养，在广告策划人才培养方向处于同类高校领先水平。

随着短视频网络传播的兴起，创意与传播内容生产急需大量既懂市场，又懂创意，更熟悉视频生产的广告专业人才，我校广告学专业在传统策划人才培养基础上，进一步辐射网络视频传播和电商策划人才的培养，以因应网络经济的发展需求。

由于文传学院本科建设工作较短，原有基础相对薄弱，广告学系由于历史原因和现实师资水平限制，在学科专业的建设和发展上存在明显的不足，具体表现在：①师资力量较充足，但职称层次较低；②专业定位清晰，但培养宽度、深度不够；③行业变化迅速，但教师继续教育滞后；④教学质量良好，但实验设备更新较慢；⑤学生就业优质，但招生入口不畅；⑥师资队伍年青有活力，但整体科研和教研水平不高；⑦实习、见习安排充分，产教融合实践薄弱。

二、专业建设目标

1. 专业定位、专业建设总体目标

(1) 专业定位

淮南师范学院一直以来坚持建设“地方性、应用型、开放式”的高水平本科高校。广告学专业紧紧围绕着学校的办学定位与理念，结合广告学专业的自身特点，确立了“宽知识、精技能、重创新”的办学定位，培养以“策划为核心，兼具设计、摄影摄像和网络传播能力”的应用型复合人才，致力于将我校广告学专业建设成为省内一流的广告创意传播人才培养基地，具备鲜明产教融合特点，实现“人才培养与服务社会”双重功能的应用型本科专业。

(2) 专业建设总体目标

广告学专业建设总体目标立足现有条件，在未来 3-5 年将围绕“示范基地”项目，落实基地场所和设备配套、优化师资队伍结构、项目化课程改革、整合人才培养方案，实现真正地“产教融合”、“服务社会”的优质发展，力争把广告学专业建成在全省同类专业中具有“定位明显、特色明显、优势明显”的产业化能力突出的品牌专业，在华东地区高校中有一定影响力的高质量、高层次专门人才培养基地。

（3）学科专业建设具体目标

根据目前学院发展规划，专业具体建设目标：

- ①今后 4 年，专业规模预计到 2025 年，广告学本科生将发展到 350 余人；
- ②建成一支年龄、职称、学历、结构合理、技能突出的广告学专业师资梯队；
- ③大力开展科学研究与教学研究，加快立项，争取省级课题 2 项，横向课题蓬勃发展；
- ④推动专业“3+1”模式与“示范基地”项目的有机对接。

2. 专业方向、培养目标与规格

（1）专业方向

我校广告学专业基本确立了以各类型广告策划为核心（包括商业策划、品牌策划、活动策划、公关策划、CIS 策划等），兼顾广告平面设计、广播影视广告创意制作、网络新媒体传播为重要辐射点的综合性专业方向，向各类型广告公司、公司企划营销部门、影视制作公司、广播电视媒体以及网络和新媒体公司等输送高素质应用型专门人才。

（2）专业培养目标与规格

本专业培养适应我国社会建设和当代广告事业发展的需要，理论基础扎实，知识面宽，适应能力和实际工作能力强，富有创新精神和市场意识的高素质的广告学理论和广告实际运作、设计制作能力的高级复合型应用性广告专业人才。人才培养要实现以下规格要求：（1）知识要求。毕业生应是以科学社会主义理论体系武装的具有良好思想道德品质并严格遵守广告人职业操守的广告从业者。其知识体系应该包括了解市场营销基本规律、熟悉媒介传播规律，掌握广告运动规律及消费心理规律等；（2）能力要求。毕业生不仅应具有较强的市场沟通能力、敏锐的市场洞察能力、准确的市场分析能力和极强的市场驾驭能力，能够及时捕

捉广告行业发展的前沿动态，及时掌握最新广告发展形态，提供全面、专业的广告服务的能力；（3）素质要求。毕业生应具有正确的社会历史观和人生价值观，熟悉我国广告相关的法律法规体系，遵守广告人的职业道德规范，熟悉中华文化，有较好的人文、艺术修养、审美情趣及文字、语言表达能力，吃苦耐劳，兢兢业业。

3. 专业知识、能力、素质要求

本专业具有学科涉及面广、实践性强的特点，要求学生能较系统地学习传播学与市场营销学、心理学的基本原理，掌握广告学基本理论和基础知识，接受传媒技术和实务的基本训练，具有较强的广告实务的运作能力和广告理论的研究能力。

（1）毕业生应获得以下几个方面的知识和能力：

①掌握广告传播与广告营销的基本理论与基本知识；②具备市场调查研究、公关策划和社会活动能力；③掌握文案写作、广告策划、创意设计、经营管理等实务知识和技能；④掌握摄影、摄像、后期制作等现代传媒技术设备操作的基本能力；⑤掌握和具备网络传播知识、网络策划设计和制作的能力；⑥了解广告行业的有关方针、政策和法规，并了解国内外广告行业的现状与发展趋势。

（2）毕业生应具备以下基本素质要求：

要求具备热爱祖国，拥护中国共产党领导，拥护中国特色社会主义道路的坚定理想信念和信念；要求做“有理想、有道德、有纪律、有文化”的新时代四有新青年，具备乐于助人、爱岗敬业的道德情操；要求具备勇于创新，敢于挑战的职业精神和职业追求，做创新创业的排头兵和践行者。

三、专业建设指导思想与基本思路

广告学专业历经多年发展已经到了成长的关键时期，在接下来的专业建设中要树立“品牌化”意识，围绕师资建设、课程建设、科研建设、产教融合基地建设建设，花大力气完成以下几个方面的主要内容：

1. 专业建设指导思想

（1）用科学发展观统领学科专业建设，遵守高等教育规律，针对社会发展趋势，站在新世纪我国经济和社会发展对广告人才质量与数量需求的高度，科学合

理地规划专业建设，坚持为地方经济社会发展服务的方向；以就业为导向，明确学科专业定位；坚持创新、重点突破、整体推进，努力实现学科全面协调可持续发展。

(2) 依托学院现有的新闻学、戏剧影视文学等相关传播类学科等专业群，借助传媒实验中心，广告创意综合实验室为实践平台，“磐古广告社”、“蒲公英数字传播工作室”等团队为核心构建“产教融合、研产结合”的广告学教学体系，逐步建立以现代应用技术优势为特色，以真正形成自身的学科优势和特色。

(3) 以学科建设为龙头，以师资队伍建设为根本，以课程建设为基础，以教学改革为动力，以增加投入改善办学条件为保障，以“示范基地”项目为重点，配套场地、配套设备、配套人员，解放学生、解放教师，与学校相关部门沟通协调调整合理的教师项目化教学的考核制度，确保“产教融合”有人、有地、有设备承接，确保“数字文创”有团队、有时间、有成果。

2. 师资队伍建设规划

(1) 在专业师资队伍建设上应该根据本校现状，根据广告学实际情况，多条腿走路，推动教师能力的多维发展：教学能力+动手能力+科研能力。

(2) 学缘结构合理，避免近亲繁殖，尤其多渠道引入具备强实践能力的年青教师，以推动教育部“示范基地”项目顺利开展。

(4) 大幅地提升教师学历、学位，吸收高学历毕业生、鼓励在职读学位，尤其是青年教师，要以攻读学位的方式为主。

(5) 中年教师，主要以提高教学和科研水平的方式到国内重点大学进行单科进修或进行产教融合能力培训，根据需要逐步进行提升。

(6) 引进竞争机制，优胜劣汰，提高教师整体素质，重点扶植思想活跃、成绩优秀、成果突出、能力超群的优秀人才，打造专业名牌教师，并努力引进广告学博士一名。

(7) 教学实践团队建设

系部要深入研究学院优秀教学团队建设有关文件，根据系部实际，制定广告学专业教学团队建设方案，尤其是具备“产教融合”承接能力的项目团队，并以此为基础，推动师生团队建设，和跨专业、跨学院团队合作建设，重点建设一批实践团队，为承接产业融合项目打好人力基础。

(8) 社会影响力

争取到 2025 年专业教师中有 1 人担任省级学术研究会或行业协会理事，1-2 名教师培养成省级教学名师。

3. 课程建设规划

(1) 组织教师进行教学研究，申报教育研究课题进行课程研究，预计 2022 年完成对标“示范基地”项目的课程体系，并依托基地完成 100 万左右的横向项目；2021-2025 年教学计划要符合教育部本科教学有关文件的基本要求，突出专业特色，发表相关研究论文。

(2) 2021-2025 年，按校级、省级标准分类进行课程群建设和单门课的系列化建设，要整合专业课程、遴选与编写教材、制定新的教学大纲，编写教案或讲义、编写实验大纲、实践指导书等。

(3) 2021-2025 年，建设一到二门省级精品课程，争取专业核心课程的精品课程建设全覆盖；

(4) 2021-2025 年，推动课程思政建设，立项课程思政项目 2-3 项，培养又红又专的人才。

4. 教材建设规划

要根据教育部和学院有关文件选用和编写一批既能反映现代科学技术先进水平，又符合专业人才培养目标和培养模式、适用性强、质量高的教材。

(1) 纸质教材

2021-2025 年：选用国内重点教材，如省十五规划教材、国家规划教材；选用行业最新教材。

2021-2025 年：选用国内重点教材和行业最新教材，尤其是马工程教材。

2021-2025 年：选用国内重点教材和行业最新教材；自编部分体现专业特色的实验教材。

(2) 多媒体课件

2021-2023 年：开发、升级专业核心课程多媒体课件；

2024-2025 年：开放一批设计优良，内容充实多媒体课件，并配有相应的视频课程资源。

5. 科研建设规划

(1) 科研的方向、条件、成果；

做好高等学校科研工作的重要环节之一，是必须明确科学研究的方向。科学研究方向由两部分构成，具体包括科学研究活动的正确定位与前进目标。

① 科研活动定位

确定科学研究活动与广告行业战略需求的关系、与国内外学术前沿的关系、与学院其他工作的关系。科学研究活动要广告行业战略需求为研究的对象与标准。

研究方向要在社会服务的视野中进行，以社会广告行业迫切需要的课题为龙头，组建两三个学术团队，实现科研资源的优化配置，逐步形成特色研究方向，经过三年建设，在研究特色上具有一定研究优势，最终形成优势科研团队和高质量科研成果。

② 科研目标和成果

一年内申报 3-5 项校级科研课题，教师每人都能参与；两年内争取教师每人参与一项省级以上教学科研项目。三年发表论 15 篇。

③ 科研工作管理

根据广告学专业科研队伍不强、科研基础薄弱的实际情况，我们要以科研促管理、促教学，将科研工作与本职工作结合起来，在实践中学习，在实践中提高；建立健全科研工作制度，以合理的制度保障科研工作的开展；专业教师要每年参与企业、媒体、广告公司的广告策划、制作及与专业有关的社会实践活动。加强与外界的合作、交流与学习，力争科研水平得到跳跃性的进步。

通过科研锻炼，初步形成在教学科研学科上“年龄、职称、学术水平、教学科研水平”等方面合理的、有层次的学科梯队。

(2) 产教融合提升教学质量等方面拟采取的措施

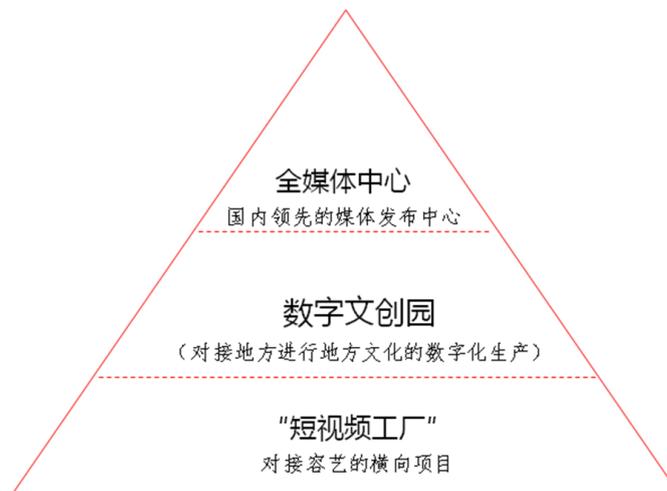
深入探索产学合作提升教学质量规律和渠道，依托教育部“示范基地”，与容艺教育咨询公司开展“师资培训、横向项目、数字文创以及传播”的全面合作，全方位推动教育教学改革，发挥应用型专业服务社会的功能。

6. 实验室、实习实训基地建设规划

(1) 实验室建设规划

基于教育部“示范基地”项目，广告学专业的实验室建设要积极融入到“示

范项目”的发展需求中，可以根据学校的资金情况和项目进度去进行，争取2021-2022年完成“短视频工厂”和“数字文创园”的落地建设，2022-2023年启动完成“全媒体中心”建设。



“中外人文交流全媒体产教融合示范基地”建设框架

(2) 实验室制度建设

改革实验室管理体制，对标产教融合基地项目需求，构建实践教学体系，更新实验教学内容，增加综合性设计性实验项目。加强专业实践基地建设，既要重视基地的教学功能，又要考虑基地的科研功能，以基地为基础，建立教学、科研、生产三结合的教学模式，提高学生的实践能力与创新能力。

加强实验队伍的建设，通过引进教师、在职进修、课题研究、学术交流等渠道，提高实验室工作人员学历层次、素质水平，优化职称结构，形成一支合理的实验师资队伍。

(3) 实践基地建设规划

持续推动校外实践基地建设，为学生的实习实践和就业提供优质的基地。

四、教学管理与保障措施

全面贯彻落实学院教学质量与教学改革工程实施方案，配合学院积极开展教学质量评估活动，做到以评促建、以评促改、以评促管，为未来的教育部本科院校教学水平评估奠定基础。

为落实学科发展规划，要建立健全规章制度及相关的保证措施。配合学院人事制度改革，全面贯彻执行学院颁布的各项规章制度。建立和完善竞争与激励机制，对学科建设内容实行阶段验收和年度考核，动态管理。奖励为学科建设做出贡献的个人与集体。

专业实行专业系主任负责制，具体落实专业建设规划、保证条件和师资队伍建设；实行主干课程负责人制度；坚持“统一备课、统一命题、统一阅卷、统一试讲、统一档案管理、统一教研活动”六个统一。

2021年11月14日