

高等职业学校传播与策划专业教学标准

一、专业名称（专业代码）

传播与策划（660214）。

二、入学要求

普通高级中学毕业、中等职业学校毕业或具备同等学力。

三、基本修业年限

三年。

四、职业面向

本专业职业面向如表 1 所示。

表 1 本专业职业面向

| 所属专业大类 (代码) | 所属专业类 (代码) | 对应行业 (代码) | 主要职业类别 (代码) | 主要岗位群或 技术领域举例 |
|----------------|-----------------|---|--|---|
| 新闻传播大类 (66) | 广播影视类 (6602) | 广播、电视、电 影和录音制作业 (87)； 文化艺术业 (88) | 剪辑师 (2-09-03-06)； 公关员 (3-01-02-03)； 广告设计师 (4-08-08-08) | 策划与文案写作岗； 客户关系维护与拓 展岗； 音视频节目制作岗； 广告专员岗； 新媒体运营商 |

五、培养目标

本专业培养理想信念坚定，德、智、体、美、劳全面发展，具有一定的科学文化水平，良好的人文素养、职业道德和创新意识，精益求精的工匠精神，较强的就业能力和可持续发展能力，掌握本专业知识和技术技能，面向广播、电视、电影和录音制作和文化艺术等行业的剪辑师、公关员、广告设计师等职业群，能够从事策划与文案写作、广告运营、客户关系维护

与拓展、音视频节目制作、全媒体运营与品牌形象推广等工作的高素质技术技能人才。

六、培养规格

本专业毕业生应在素质、知识和能力等方面达到以下要求：

（一）素质

（1）坚定拥护中国共产党领导和我国社会主义制度，在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感。

（2）崇尚宪法、遵法守纪、崇德向善、诚实守信、尊重生命、热爱劳动，履行道德准则和行为规范，具有社会责任感和社会参与意识。

（3）具有质量意识、环保意识、安全意识、信息素养、工匠精神、创新思维。

（4）勇于奋斗、乐观向上，具有自我管理能力、职业生涯规划的意识，有较强的集体意识和团队合作精神。

（5）具有健康的体魄、心理和健全的人格，掌握基本运动知识和1~2项运动技能，养成良好的健身与卫生习惯，以及良好的行为习惯。

（6）具有一定的审美和人文素养，能够形成1~2项艺术特长或爱好。

（二）知识

（1）掌握必备的思想政理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识。

（2）熟悉与本专业相关的法律法规以及环境保护、安全消防等知识。

（3）熟悉现代传媒的基本理论与行业动态。

（4）掌握媒介经营与管理的基础知识与方法。

（5）掌握新媒体理论与运用的基本知识与方法。

（6）掌握市场营销与策划的基本知识与方法。

（7）掌握活动、节目、广告、宣传等文案策划的基本知识与方法。

（8）掌握客户关系维护和商务谈判的基本知识与方法。

（9）掌握网页设计与制作的基本知识与方法。

（10）掌握音（视）频内容制作的基本知识与方法。

（三）能力

（1）具有探究学习、终身学习、分析问题和解决问题的能力。

（2）具有良好的语言、文字表达能力和沟通能力。

（3）能够设计和实施市场调研，分析调研数据，形成调研报告。

（4）能够设计和实施广告、品牌、活动、公关、栏目等传媒产品的策划。

（5）熟练使用办公和图形图像处理等软件，熟练掌握网页设计和制作软件。

（6）能够撰写各类策划书、调研报告、广告文案、推广软文等相关文本。

（7）具备摄影摄像、节目剪辑、分镜头脚本/解说词撰写等技能。

（8）具有媒体关系的建立、维护、开拓的能力。

(9) 能够运用新媒体完成信息的采集、传播、管理，组织线上活动。

(10) 能够组织实施营销推广，展开和推动商务谈判。

七、课程设置及学时安排

(一) 课程设置

本专业课程主要包括公共基础课程和专业课程。

1. 公共基础课程

根据党和国家有关文件规定，将思想政治理论、中华优秀传统文化、体育、军事理论与军训、大学生职业发展与就业指导、心理健康教育等列入公共基础必修课；并将党史国史、劳动教育、创新创业教育、大学语文、信息技术、公共外语、健康教育、美育、职业素养等列入必修课或选修课。

学校根据实际情况可开设具有本校特色的校本课程。

2. 专业课程

专业课程一般包括专业基础课程、专业核心课程、专业拓展课程，并涵盖有关实践性教学环节。学校可自主确定课程名称，但应包括以下主要教学内容：

(1) 专业基础课程。

专业基础课程一般设置6~8门，包括：摄影摄像基础、大众传播学、网络传播、Photoshop、传播伦理与法规、网页设计与制作等。各院校可根据专业特色酌情增加1~2门课程。

(2) 专业核心课程。

专业核心课程一般设置6~8门，包括：营销策划、广告策划与制作、文案写作、音视频节目制作、媒介经营与管理、新媒体基础与应用、新媒体运营等。不同的专业方向，可以根据就业岗位和人才培养需要设置相应专业核心课程。

(3) 专业拓展课程。

专业拓展课程包括：广告片制作、微视频创意与制作、中国文化概论、影视作品欣赏、网络营销、创意思维训练、广播电视一体化现场制作、互动营销、商务谈判、新媒体数据分析与应用、新媒体内容策划等。专业拓展课程可依据社会工作职业发展阶段特点进行调整。

3. 专业核心课程主要教学内容

专业核心课程主要教学内容如表2所示。

表2 专业核心课程主要教学内容

| 序号 | 专业核心课程名称 | 主要教学内容 |
|----|----------|---|
| 1 | 营销策划 | 营销策划理论，包括营销策划创意、方法、过程，营销策划书的写作；营销环节策划，包括战略策划、产品上市策划、品牌策划、价格策划、分销渠道策划、广告策划、公关策划、营业推广策划；营销专题策划，包括网络营销、文化营销、故事营销、服务营销等 |

续表

| 序号 | 专业核心课程名称 | 主要教学内容 |
|----|----------|--|
| 2 | 广告策划与制作 | 广告与广告策划的一般原理；广告策划的程序与步骤；广告策划书的基本内容与撰写；广告作品的基本制作流程与方法；广告创意思维方法与训练 |
| 3 | 文案写作 | 媒体运用活动中所涉主要文案类型的基础知识及写作方法，包括广告文案、策划文案、传播文案、公关文案、活动文案、促销文案、线上推广软文等 |
| 4 | 音视频节目制作 | 音视频编辑设备硬件与软件的基本知识，以及音视频编辑与电视节目制作的流程和基本方法，包括音频的录制采集、视频的录制采集、音视频的编辑处理以及电视节目的特效制作和整合输出等 |
| 5 | 媒介经营与管理 | 媒介组织结构；媒介管理体制变革；媒介市场与产品营销；媒介广告经营管理；媒介生产管理；媒介技术设备管理；媒介财务管理；媒介人力资源管理；媒介品牌经营；媒介资本运营等 |
| 6 | 新媒体基础与应用 | 新媒体的基本理论，包括新媒体的主要形式及特点、新媒体技术的发展现状及趋势；新媒体的应用模式、新媒体产业发展的宏观状况、新媒体的管理和规制等。从内容、运营、产业到技术构建出完整的新媒体知识及应用体系 |
| 7 | 新媒体运营 | 新媒体的内涵、特征和基本运作规律；新媒体（含网络、手机、各种户外媒体）运营的基本原理和操作方式；网络媒体运营的特征与基本模式；手机媒体运营的特征与基本模式；户外媒体运营的特征与基本模式 |

4. 实践性教学环节

实践性教学环节主要包括实验、实训、实习、毕业设计、社会实践等。实训可在校内实验实训室、校外实训基地等开展完成；社会实践、顶岗实习、跟岗实习由学校组织在传媒组织及相关单位开展完成。实践性教学内容主要包括媒体认知实训、受众市场调查实训、文案策划与写作实训、广告策划实训、栏目策划实训、影视节目制作实训、微视频创意与制作实训、媒体营销综合实训、社会实践、毕业设计（论文）、岗位实习等。应严格执行《职业学校学生实习管理规定》。

5. 相关要求

学校应统筹安排各类课程设置，注重理论与实践一体化教学；应结合实际，开设安全教育、社会责任、绿色环保、管理等方面的选修课程、拓展课程或专题讲座（活动），并将有关内容融入专业课程教学；将创新创业教育融入专业课程教学和相关实践性教学；自主开设其他特色课程；组织开展德育活动、志愿服务活动和其他实践活动。

（二）学时安排

总学时一般为 2700 学时，每 16~18 学时折算 1 学分。公共基础课总学时一般不少于总学时的 25%。实践性教学学时原则上不少于总学时的 50%，其中，顶岗实习累计时间一般为 6

个月，可根据实际集中或分阶段安排实习时间。各类选修课程学时累计不少于总学时的 10%。

八、教学基本条件

（一）师资队伍

1. 队伍结构

学生数与本专业专任教师数比例不高于 25:1，双师素质教师占专业教师比例一般不低于 60%，专任教师队伍要考虑职称、年龄，形成合理的梯队结构。

2. 专任教师

专任教师应具有高校教师资格；有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心；具有新闻传播、广告等相关专业本科及以上学历；具有扎实的本专业相关理论功底和实践能力；具有较强信息化教学能力，能够开展课程教学改革和科学研究；有每 5 年累计不少于 6 个月的企业实践经历。

3. 专业带头人

专业带头人原则上应具有副高及以上职称，能够较好地把握国内外广播影视和录音制作业、文化艺术业等行业、专业发展，能广泛联系行业企业，了解行业企业对本专业人才的需求实际，教学设计、专业研究能力强，组织开展教科研工作能力强，在本区域或本领域具有一定的专业影响力。

4. 兼职教师

兼职教师主要从本专业相关的行业企业聘任，具备良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神，具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，具有中级及以上相关专业职称，能承担专业课程教学、实习实训指导和学生职业发展规划指导等教学任务。

（二）教学设施

教学设施主要包括能够满足正常的课程教学、实习实训所需的专业教室、校内实训室和校外实训基地等。

1. 专业教室基本条件

专业教室一般配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，互联网接入或 Wi-Fi 环境，并实施网络安全防护措施；安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求，标志明显，保持逃生通道畅通无阻。

2. 校内实训室基本要求

（1）网页设计传播实训室。

网页设计传播实训室应配备图形图像工作站（教师、学生）、存储服务器、交换机、调色台、监听耳机、录播系统等；互联网接入或 Wi-Fi 环境；用于网页设计与制作、新媒体基础与应用、新媒体运营等课程教学和实训。

（2）影视制作工作室。

影视制作工作室应配备台式计算机、高清摄像机、数码相机及道具、后期制作工作站、

高清视频监视器、蓝光播放器、投影设备、互联网接入或 Wi-Fi 环境，用于摄影摄像基础、广告片制作、微视频创意与制作等课程教学和实训。

(3) 广告创意与制作工作室。

广告创意与制作工作室应配备台式计算机、扫描仪、数码相机、彩色喷墨打印机、展架等设备，计算机需安装 Photoshop、Illustrator 等设计软件，互联网接入或 Wi-Fi 环境，用于广告策划与制作、文案写作、Photoshop、计算机图文设计等课程教学和实训。

(4) 商务谈判实训室。

商务谈判实训室应配备谈判会议桌椅、便携式录播系统、摄像机、笔记本电脑、投影系统、监控设备、无线话筒、移动白板等设备，互联网接入或 Wi-Fi 环境；用于商务谈判、营销策划等课程的教学和实训。

3. 校外实训基地基本要求

校外实训基地基本要求为：具有稳定的校外实训基地；能够开展传播与策划专业相关实训活动，实训设施齐备，实训岗位、实训指导教师确定，实训管理及实施规章制度齐全。

4. 学生实习基地基本要求

学生实习基地基本要求为：具有稳定的校外实习基地；能够提供文案策划、活动策划、营销推广策划、媒介专员、影视制作、新媒体运营等相关实习岗位；能涵盖当前相关产业发展的主流技术，可接纳一定规模的学生实习；能够配备相应数量的指导教师对学生实习进行指导和管理；有保证实习生日常工作、学习、生活的规章制度，有安全、保险保障。

5. 支持信息化教学方面的基本要求

支持信息化教学方面的基本要求为：具有可利用的数字化教学资源库、文献资料、常见问题解答等信息化条件；鼓励教师开发并利用信息化教学资源、教学平台，创新教学方法，引导学生利用信息化教学条件自主学习，提升教学效果。

(三) 教学资源

教学资源主要包括能够满足学生专业学习、教师专业教学研究和教学实施需要的教材、图书文献及数字教学资源等。

1. 教材选用基本要求

按照国家规定选用优质教材，禁止不合格的教材进入课堂。学校应建立专业教师、行业专家和教研人员等参与的教材选用机构，完善教材选用制度，经过规范程序择优选教材。

2. 图书文献配备基本要求

图书文献配备能满足学生全面培养、教科研工作、专业建设等的需要，方便师生查询、借阅。其中专业类图书主要包括：行业政策法规资料，如《著作权法》《电影产业促进法》《公共文化服务保障法》《电影管理条例》《全民阅读促进条例》《印刷业管理条例》《广播电视管理条例》《信息网络传播权保护条例》《进口影片管理办法》《互联网信息服务管理办法》、有关职业标准，有关策划、广告、营销、影视制作、公关、新媒体制作传播等方面的技术、方法、实务操作类图书。

3. 数字教学资源配置基本要求

建设、配备与本专业有关的数字化报刊库、广播影视作品库、中外经典广告库、音视频素材库、教学课件库、数字化教学案例库、虚拟仿真软件、数字教材等专业教学资源库，应种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新，能满足教学要求。

九、质量保障

(1) 学校和二级院系应建立专业建设和教学质量诊断与改进机制，健全专业教学质量监控管理制度，完善课堂教学、教学评价、实习实训、毕业设计以及专业调研、人才培养方案更新、资源建设等方面质量标准建设，通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进，达成人才培养规格。

(2) 学校和二级院系应完善教学管理机制，加强日常教学组织运行与管理，定期开展课程建设水平和教学质量诊断与改进，建立健全巡课、听课、评教、评学等制度，建立与企业联动的实践教学环节督导制度，严明教学纪律，强化教学组织功能，定期开展公开课、示范课等教研活动。

(3) 学校应建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，并对生源情况、在校学业水平、毕业生就业情况等进行分析，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况。

(4) 专业教研组织应充分利用评价分析结果有效改进专业教学，持续提高人才培养质量。

