



**广州城建职业学院**  
GUANGZHOU CITY CONSTRUCTION COLLEGE

# **2017 年新增专业自查报告**

**( 专业名称：传播与策划专业 )**

**2017 年 3 月**

# 目录

<b>1.专业面向岗位人才需求分析概述</b> .....	<b>1</b>
1.1 传播与策划行业发展现状与趋势.....	1
1.2 传播与策划专业人才需求预测.....	1
1.3 传播与策划专业面向职业岗位分析.....	2
<b>2.专业建设规划概述</b> .....	<b>4</b>
2.1 指导思想.....	4
2.2 专业定位.....	4
2.3 建设目标.....	5
2.4 建设内容与措施.....	5
<b>3.人才培养方案概述</b> .....	<b>7</b>
3.1 培养目标.....	7
3.2 招生对象与学制.....	7
3.3 职业面向及培养规格.....	7
3.4 专业核心课程.....	10
<b>4.2017 年招生计划</b> .....	<b>10</b>
<b>5.师资队伍筹备情况</b> .....	<b>10</b>
5.1 基本情况.....	10
5.2 生师比情况.....	12
5.3 专业带头人情况.....	12
5.4 专任教师结构情况.....	13
5.5 校内实训指导教师情况.....	14
5.6 兼职、兼课教师情况.....	14
<b>6.教学条件准备情况</b> .....	<b>14</b>
6.1 图书资料.....	14
6.2 实践教学条件.....	15
6.3 校外实习基地.....	17
6.4 专业教学和建设经费.....	19
<b>7.素质培养和就业前景分析</b> .....	<b>19</b>
7.1 专业核心能力.....	19
7.2 职业资格证书.....	22

7.3 学生就业前景.....	22
<b>8.相关专业建设情况.....</b>	<b>25</b>
8.1 网络新闻与传播专业.....	25
8.2 市场营销专业.....	26
8.3 会展策划与管理专业.....	27
<b>9. 自评得分和自查结论.....</b>	<b>28</b>

## 1.专业面向岗位人才需求分析概述

### 1.1 传播与策划行业发展现状与趋势

文化产业是在全球产业结构调整 and 升级的背景下发展起来的新型经济形态,已成为衡量一个国家或地区产业结构、经济活力、城市功能和消费水平的重要标志之一。国家《十三五发展规划纲要》明确提出,到2020年文化产业要成为国民经济支柱性产业。

21世纪以来,以互联网信息技术、数字技术为主的新媒体传播迅猛发展,对文化和新闻传播带来了新的机遇和挑战。伴随着数字化技术的出现与进步,文化和新闻的传播已经不仅仅是传统媒体的传播形式,互联网文化和新闻新媒体传播的形式逐渐成为主流。伴随着我国经济文化的快速发展以及信息传播技术的飞速进步,传媒行业经历了平面媒体-广播电视-互联网-移动互联网的大体演进过程。特别是2015年以来,经济增速的持续放缓使得产业转型升级的需求不断增强,传媒产业已经成为第三产业中比重越来越大、作用越来越突出、产业关联度越来越高、产业链越来越长的新型产业。根据《中国传媒产业发展报告(2016)》发布的数据显示,2015年传媒行业的整体市场规模达到12750.3亿元,同比增长12.3%(图1)。



图1: 2006-2015年我国传媒产业总产值及增速

### 1.2 传播与策划专业人才需求预测

人类社会已经进入“大数据”时代。随着中国传媒业的迅猛发展和传媒经济不断深化改革,传统媒体人才已趋于饱和,网络、新闻、编辑、广告、创意、营销、编导等专业的新媒体人才和技术人才短缺已成为中国数字媒体产业发展的软肋,预计在未来3至5年内,中国新媒体人才的缺口将达60万人之多,特别是熟谙传播规律、懂得营销策划、强实践、复合型、创新型传媒人才十分稀缺。著名新闻学者“蒙南生”教授在其

《媒体策划与营销》一书中强调：“营销策划水平的高低，成了媒体事业能否兴旺发达的重要因素”。因此，迫切需要培养较高素质的新闻传播、传媒策划与管理人才。被调研的 63 家单位对传播与策划专业的人才有着不同程度的需求，其中对传播与策划的人才需求数量有 13 家在 10 人以上，16 家在 6-10 人之间，24 家在 5 人以下，有 8 家不确定目前单位是否需要，只有 2 家认为暂时没有需求（图 2）。

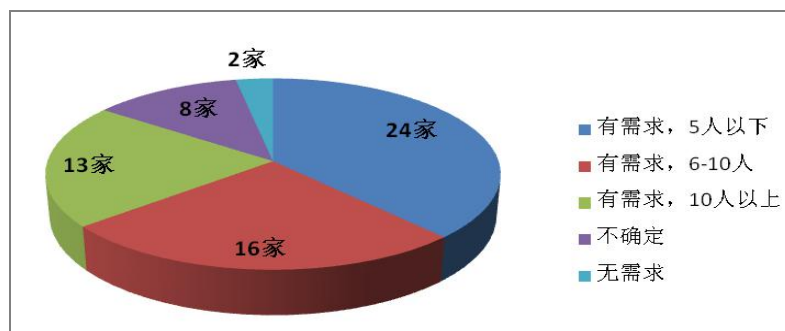


图 2: 传播与策划专业人才需求情况

### 1.3 传播与策划专业面向职业岗位分析

传播与策划专业服务于新闻、新媒体、网络等文化产业行业，面向传播、策划、营销、管理等职业岗位。核心岗位主要有：视频策划与制作、助理商业策划、品牌策划，拓展岗位主要有市场营销、网络营销、网站优化、数据可视化设计等。

### 1.4 传播与策划专业职业能力与素质要求分析

用人单位对传播与策划专业的人才要求掌握一定的媒体策划、设计、传播和信息处理技能，具备创新创业意识、较强沟通表达能力、媒介经营管理能力、品牌传播策划能力；能从事传媒策划与管理、项目策划运作、新媒体传播、影视后期制作等方面工作。要重视培养学生的学习能力、创造能力，加强对学生沟通协调、人际交往方面的训练，注重礼仪文化的熏陶，努力提高学生的综合素质。概括如下：

#### 1.4.1 知识的要求

相关岗位要求员工掌握知识的类别占比：市场营销策划知识 63.64%，网络文案与广告创意 81.82%，品牌建设与管理 73.27%，新闻传播相关知识 60%，新媒体原理 66.27%，其他 31.82%。

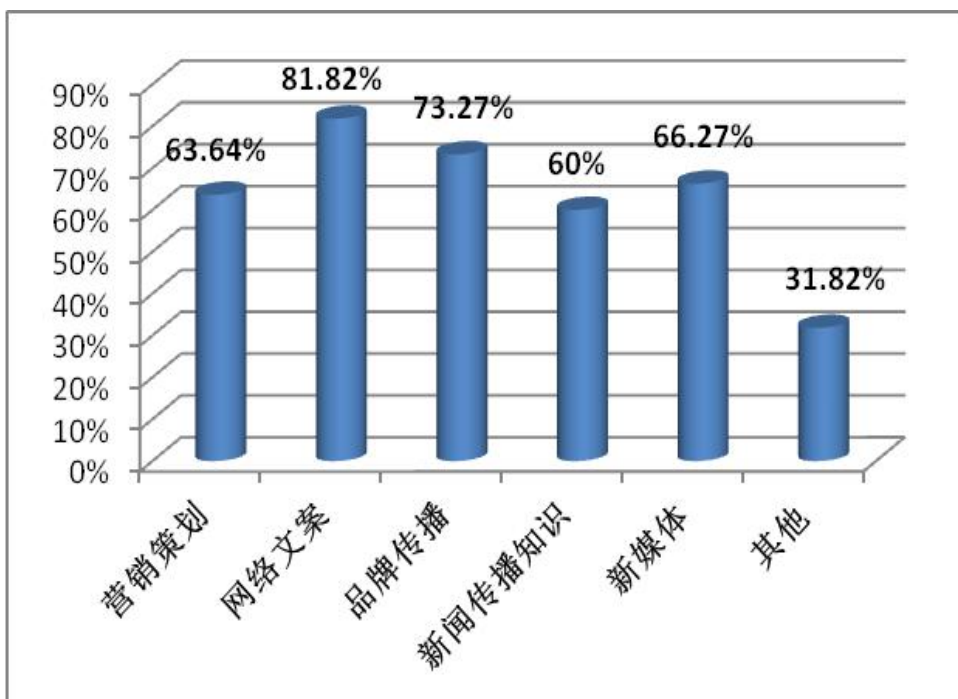


图 3: 传播与策划相关岗位对知识的要求

#### 1.4.2 技能要求

相关岗位对技能要求的占比：沟通能力 94.45%，活动策划和执行 86.36%，市场洞察和分析 77.27%，文案写作 81.82%，营销能力 54.55%，其他 9.09%。

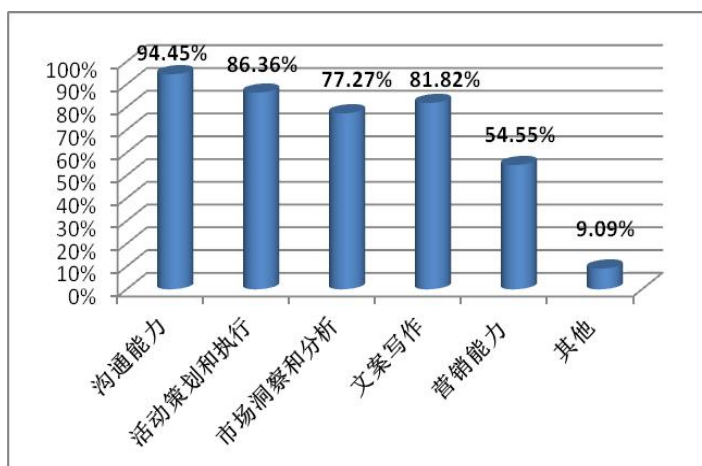


图 4: 传播与策划相关岗位对技能的要求

#### 1.4.3 职业素养要求

相关岗位对职业素养要求的占比为：思想品德 50%，善于沟通 90.91%，乐于团队合作 81.82%，良好的人际关系 72.73%，自我学习能力 85.45%，具有创新意识 33%，其他 9.09%。可以看到，90.91%以上的传播与策划从业人员认为善于沟通、乐于团队合作、自我学习能力是最重要的职业素养。

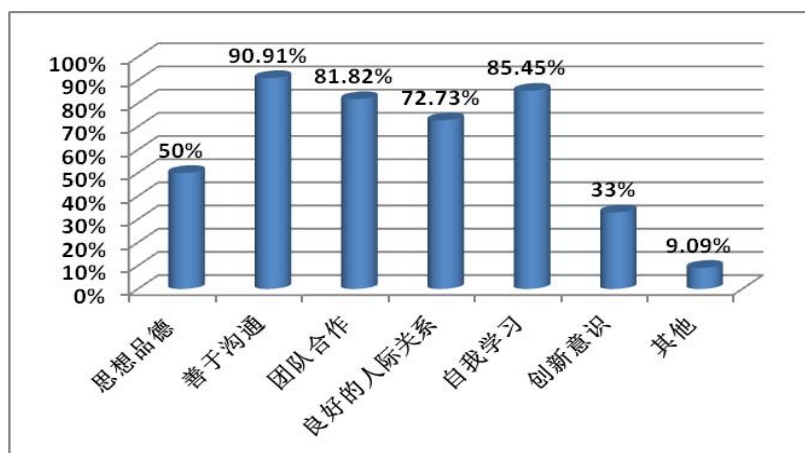


图 5: 相关岗位对职业素养的要求

## 2.专业建设规划概述

### 2.1 指导思想

坚持以适应市场需求为导向，以岗位技能培养为目标，对接“互联网+文化传媒”产业发展需要，积极推进校企合作、产教融合，探索校企共育人才培养模式，培养具有高度社会责任感、良好职业道德、实践能力强、富于创新精神的高素质高技能应用型传媒人才，努力建设符合市场需要、富有高职特色的专业。

### 2.2 专业定位

“互联网+”时代，传统的新闻出版及广播电视逐步向大文化传媒产业升级，新媒体行业的发展前景被普遍看好。《2016 年中国传媒产业发展报告》显示，经济新常态下传媒产业增长率仍达 12.4%，未来将催生更多的内容提供方式和信息服务形式变革；广东省平面媒体、广播电视、数字出版、印刷复制、动漫网游、游艺游戏设备生产等优势产业集群领军全国，人才需求倍增。传播与策划专业立足广东省尤其是珠三角的“互联网+文化传媒”产业发展，培养具有良好的职业道德和工匠精神，了解我国新闻传播法规方针，掌握一定的媒体策划、信息处理和传播推广技能，具备创新创业意识、较强沟通表达能力、媒介经营管理能力、品牌传播策划能力等的一专多能复合型人才，毕业后能够在广告公关公司、传媒策划公司等专业媒体机构或有关企事业单位，以及政府相关部门从事传媒策划与管理、商务形象传播、项目策划运作、组织与协调、信息搜集处理、影视后期制作等工作。

## 2.3 建设目标

立足区域产业发展优势，依托学校的省级重点建设市场营销专业、校级重点建设网络新闻与传播专业以及会展策划与管理专业、计算机网络技术专业等支撑平台，构建“知行合一、产学同步”的人才培养模式，工作过程导向设置课程体系，行动任务导向贯穿教学过程；打造一支结构合理、专兼结合的高水平教学团队，开发共享型优质教学资源，深化校企合作共建实践基地，提升专业服务社会能力，实现办学质量好、人才培养质量高、社会声誉好的目标。与网络新闻与传播专业资源共享谋发展，逐步增设有关专业方向，形成传媒专业群，探索网络新闻传播特色学院，逐渐建成珠三角地区传播特色专业人才孵化基地。

## 2.4 建设内容与措施

### 2.4.1 大力推进产教融合，创新“知行合一、产学同步”人才培养模式

适应“互联网+文化传媒”产业及相关产业转型升级发展需要，搭建校企协同育人平台，把工学结合贯穿人才培养全过程，大力推进“知行合一、产学同步”的人才培养模式构建及完善。通过搭建校企融合的校内校外双实践平台，实现技能培养与服务产出同步对接的培养效果。校内实训平台包括课程生产性实训设计及“校中企”基地建设：引进企业项目进课堂，产出社会服务成果；校企共建共管校内实践基地，集教学、技术服务为一体，让学生真做企业项目，培养职业素养。校外平台通过校外实践教学基地建设，深化校企合作，帮助学生实现岗位技能和工作过程的零距离接轨。以立德树人为根本，以服务发展为宗旨，以促进就业为导向，坚持走内涵式发展道路，全面提高人才培养质量。

### 2.4.2 强化职业技能培养，构建“三维三证”人才培养课程体系

按照教育部有关专业与产业对接、课程内容与职业标准对接、教学过程与生产过程对接、学历证书与职业资格证书对接、职业教育与终身学习对接的“五个对接”要求，制定符合信息传播产业需求的人才培养方案，重视专业平台课程，加强核心主干课程，



丰富拓展选修课程，构建以市场调研、信息搜集采编为 X 轴，以市场营销、品牌传播为 Y 轴，以媒介策划、设计素养为 Z 轴，培养学生信息搜集采编能力、市场营销意识和品牌传播策划能力三个维度的培养目标。突出专业人才培养定位与特色，强化学历教育、职业资格、素质拓展“三证”教育。

构建以工作过程为导向的课程体系，重视教学资源库建设，加强教学信息化建设，开发网络课程、微课，积极使用网络技术，争取建成校级网络精品资源共享课程 1 - 2 门，优秀微课 10 个，校企合作开发工学结合实训校本教材 2 - 3 门。

#### 2.4.3 强化双师素质培养，打造结构合理的“双师”教学团队

围绕专业建设需要，内培外引，打造一支以专业带头人为核心、职称学历结构合理、具有“双师”素质、专兼结合的优秀教学团队。定期组织教师通过培训、论坛讲座、岗位练兵、企业实践等方法，为教师的成长创造条件搭建平台；不定期邀请省、市教育专家、名师及同类院校专业教师来校指导，邀请校企专家来校做客访谈，以此来开阔教师视野，提高专业知识和水平；根据需要引进高学历、高职称、高技术人员 2 - 3 名，建立较为稳定的行业企业兼职教师专家库。到 2018 年前后，双师素质教师比例达 50% 以上，80% 的专任教师具有 3 个月以上企业实际工作经历，专兼职教师比例达到 2:1。

#### 2.4.4 重视实践能力培养，打造“教学科研服务”一体化基地

充分利用现有平台，与学校相关专业资源共建共享，改造、扩建现有实训室（场），加强实训室文化建设，培育学生职业意识；以“校中企”豆蔻信息科技有限公司和已立项的校外实践基地及创新创业训练项目为依托，建成一批能满足学生顶岗实习、教师技术创新任务的校内外实践教学基地。引项目进课程、走出去接业务，不断提高师生的实践创新能力和社会服务能力，努力促成产学研结合，实现校企多赢，提升本专业的教学质量、人才培养质量、管理水平、办学效益和辐射能力。探索“共享型实训基地建设与管理”，打造融专业教学、技能培训、社会服务功能一体化的实践教学基地；建立产学研结合的教学模式，提高学生的实践能力与创新能力，鼓励并吸收部分学生参与教师的课题研究

#### 2.4.5 提高人才培养质量，稳步提升办学规模。

强化学生综合素质和创新能力培养，提升学生就业竞争力，提升人才培养质量和毕业生用人单位满意度。通过几年建设，使本专业的招生规模逐年上升。

### 3.人才培养方案概述

#### 3.1 培养目标

传播与策划专业立足广东省尤其是珠三角的“互联网+文化传媒”产业发展，培养具有良好的职业道德和工匠精神，了解我国新闻传播法规方针，掌握一定的媒体策划、信息处理和传播推广技能，具备创新创业意识、较强沟通表达能力、媒介经营管理能力、品牌传播策划能力等的一专多能复合型人才，毕业后能够在广告公关公司、传媒策划公司等专业媒体机构或有关企事业单位，以及政府相关部门从事传媒策划与管理、商务形象传播、项目策划运作、组织与协调、信息搜集处理、影视后期制作等工作。

#### 3.2 招生对象与学制

##### 3.2.1 招生对象

普通高中毕业生、中职（专）毕业生和职高毕业生。

##### 3.2.2 学制

三年（实行弹性学制）。

#### 3.3 职业面向及培养规格

##### 3.3.1 职业面向

在公关广告公司、传媒策划公司、影视制作公司、营销策划公司、政府和企事业单位宣传企划部门、专业媒体机构等企、事业单位，从事传媒策划与管理、商务形象传播、项目策划运作、组织与协调、信息搜集处理、影视后期制作、新媒体传播推广等方面工作。

表1：策划与传播专业面向的职业岗位表

岗位名称	主要工作任务描述	职业资格证书
------	----------	--------

视频策划 与制作	能够对数码影片的拍摄进行前期策划、并进行拍摄、编辑、合成和制作。	助理数字视频策划 与制作师
助理商业 策划	主持和参与商业经营活动和营销活动调研、情报收集、分析与预测，对商业活动进行策划、主动提出经营发展的建议和设想，指出发展方向。	助理商业策划师
品牌策划	全面参与产品筹划、单品促销、品牌规划、品牌形象建设的策划工作并承担相关模块的方案组织工作。	助理品牌策划师
市场营销	运用市场的调研方法、制定市场营销策略，把握市场需求、建立客户渠道；并能够使用信息化的工具对市场进行拓展和整合。	助理市场营销师
网络营销	撰写营销软文；利用网络渠道宣传产品和网站；进行市场调研，分析网络营销环境；制定营销策略；网络营销渠道的规划、拓展。	网络营销师
网站优化	搜索引擎优化设计，被搜索引擎收录、在搜索结果中排名。	百度初级认证师
数据可视 化设计师	图形图像处理、数据可视化表示、交互设计。	数据可视化设计师

### 3.3.2 培养规格

#### (一) 专业能力

(1) 能够利用计算机和扫描仪、音频设备、数码相机及摄像机等数字设备采集文字、图片、音视频素材，并根据内容属性、文件类型对素材进行分类；

(2) 能够利用信息技术收集信息，并根据策划需求选择有效信息进行分类整理；

(3) 能够使用软件进行文字、音频、图像、动画、视频处理；能够；

(4) 对媒体策划与管理专业及相关学科的发展有一定的了解，具备一定的传媒策划与管理能力；

(5) 具有较强的媒体传播与活动策划的工作能力；

(6) 能够制定网络营销策略，实施网络营销程序，利用各种网络营销渠道宣传推广企业产品和网站；

(7) 能够根据客户需求和项目需要，参与项目创意策略讨论提出建议，完成项目方案撰写及文案规划；

(8) 能够洞悉文化产业政策方针，结合需求策划组织产品或品牌传播活动；

(9) 能够运用多媒体编辑软件策划制作平面广告、视频广告、网络广告，并通过各种信息发布渠道发布广告，培养较强的广告创意策划能力；

(10) 能够通过协助参与、协调管理品牌传播，培养企业文化经营管理能力。

## (二) 方法能力

(1) 具备较强的口头表达能力和书面表达能力；

(2) 具有协助领导上情下传，内部协调能力；

(3) 具备获取新知识、新技术的能力；

(4) 具备数字媒体功能开发及创新能力；

(5) 具备市场信息分析、活动策划能力；

(6) 具备自主学习及自我管理的能力；

(7) 具备较强的分析决策能力。

## (三) 社会能力

(1) 具有良好的新闻信息把握能力；

(2) 具有良好的沟通与协作能力；

(3) 具备良好的人文素养；

(4) 具有新技术推广应用能力；

(5) 具备良好的艺术素养；

(6) 具有较强的责任心和团队协作能力；

(7) 具备大局意识，不断增强工作的战略性、前瞻性和实效性。

### 3.4 专业核心课程

用户心理与媒介管理、广告策划与文案写作、数字摄像与后期制作、网络营销策划、公关策划实务、企业文化与品牌传播。

### 4.2017 年招生计划

2017 年计划招生 50 人。

### 5.师资队伍筹备情况

#### 5.1 基本情况

现有专任教师 8 人（正高 1 人、副高 3 人、讲师 2 人、助教 2 人，博士 1 人、硕士 7 人）、兼职教师 6 人（硕士 2 人）。涵盖中文文学、新闻学、传播学、管理学、教育学、计算机技术、艺术设计等各方面人才，知识结构合理、整体水平较高，能胜任本专业教学科研。

表 2：教师基本情况表

序号	姓名	性别	年龄	专业技术职务	最后学历	最后学历毕业学校、专业、学位	拟任课程	是否双师型	专任/兼职
1	徐国莉	女	46	副教授	硕士研究生	广西师范大学文学硕士	汉语基础、企业文化与品牌传播	是	专任教师
2	王媚莎	女	42	教授	博士研究生	华南理工大学管理学博士	品牌管理	是	专任教师
3	贺克	男	48	副教授	硕士研究生	湖南师范大学文学	平面设计、flash 动	是	专任教师

						硕士	画制作		
4	曾光辉	男	43	副教授	硕士研究生	华南理工大学电子技术硕士	计算机应用实务、影视制作	是	专任教师
5	鲍英英	女	35	讲师	硕士研究生	暨南大学管理学硕士	网络传播实务、新闻采写、节目策划、广告文案	是	专任教师
6	李晨光	男	34	讲师	本科	四川美术学院工学硕士	摄影基础	是	专任教师
7	张琴琴	女	31	助教	硕士研究生	广州体育学院教育学硕士	网络信息编辑实务、传播项目管理	否	专任教师
8	吴洁薇	女	28	助教	硕士研究生	云南大学新闻学硕士	摄影基础、新闻摄像、音视频剪辑等	否	专任教师
9	潘智刚	男	36		本科	中山大学工商管理学士	广告创意策划、整合营销传播实战、企业文化与品牌管理	否	兼职教师
10	李佰生	男	29		大专	广州大学电子商务大专	微信运营实战、自媒体网络营销、	否	兼职教师
11	聂赵阳	男	33		本科	河南大学工商管理学士	企业文化与品牌管理	否	兼职教师

12	邱显鹏	男	33		本科	广州大学 企业管理 学士	营销策划	否	兼职教师
13	邵弘夫	男	40		硕士研究生	香港科技大学 管理学 硕士	企业文化与品牌管理	否	兼职教师
14	张曦	男	39		硕士研究生	华南理工大学 工商管理 硕士	市场营销策划	否	兼职教师

## 5.2 生师比情况

表 3: 生师比情况表

年度	2017 年	2018 年	2019 年
计划招生数 (人)	50	80	160
教师	8	10	12
生师比	6.25	8	13.33

## 5.3 专业带头人情况

表 4: 专业带头人情况

姓名	徐国莉	性别	女	专业技术 职务	副教授	第一 学历	专科
		出生年月	197110	行政职务	人文学院副 院长	最后 学历	硕士研究生
第一学历和最后学历 毕业时间、学校、 专业		1992年毕业于南昌职业技术师范学院、2007年毕业于广西师范大学汉语言文学专业。					
主要从事工作 与研究方向		长期从事汉语教学与研究，曾任学校新闻中心主任，负责全校新闻传播工作，参与品牌策划工作。					
本人近三年的主要工作成就							

公开发表论文共 6 篇，参编教材 2 本。							
获教学科研成果奖共 项；其中：国家级 项，省部级 项。							
目前承担教学科研项目共 2 项；其中：国家级项目 项，省部级项目 1 项。							
近三年拥有教学科研经费共 40000 元，年均 1.3 万元。							
近三年给专科生授课（实践教学）共 560 学时；							
最具代表性的教学科研成果	序号	成果名称	等级及签发单位、时间			本人署名位次	
	1	民办高职院校人文素质教育改革与实践研究	广东省教育厅教改课题，2016 年结题			主持	
	2	网络新闻与传播专业人才校企融合跨界培养模	校级课题，2016 年结题			主持	
目前承担的主要教学科研项目	序号	项目名称	项目来源	起讫时间	经费	本人承担工作	
	1	基于工作过程的高职汉语基础课程教学研究	校级课题	2016-2017	3000	主持	
目前承担的主要教学工作	序号	课程名称	授课对象	人数	学时	课程性质	授课时间
	1	新闻策划与采写	专科生	50	80	必修	2016-2017
	2	汉语基础	专科生	45	48	必修	2015-2016
	3	口才与写作	专科生	302	96	必修	2015-2016

## 5.4 专任教师结构情况

表 5: 本专业专任教师学历职称分布情况

专业教学团队	骨干教师	双师型	两年以上企业工作经历	学历分布		职称分布				
				博士	硕士	正高	副高	中级	初级	
教师 (8 人)	人数	4	6	4	1	7	1	3	2	2
	比例	50	75	50	12.5	87.5	12.5	37.5	25	25



	(%)								
--	-----	--	--	--	--	--	--	--	--

表 6: 专任教师年龄分布和双师情况

专业教学团队		年龄分布					双师素质教师	
		60 以上	50-60	40-50	30-40	30 以下	双师	非双师
专任教师(10人)	人数	0	0	4	3	1	6	2
	比例 (%)	0	0	50	37.5	12.5	75	25

### 5.5 校内实训指导教师情况

校内实训指导教师 5 人，均为双师素质教师。

### 5.6 兼职、兼课教师情况

兼课教师 1 人；兼职教师 6 人，其中具有硕士研究生学位 2 人，均为相关企业高层管理人员。

## 6.教学条件准备情况

### 6.1 图书资料

我校图书馆大楼总面积达 30000 平方米，阅览座位近 3000 个。目前图书馆纸质藏书达 102.3 万余册，光盘 14602 种，中文期刊 504 种，过刊合订本 15877 册，报纸 80 种，并不断更新，电子图书 3100.52GB；引进的数字资源有中国知网（CNKI）数据库和维普中文科技期刊数据库、维普考试资源系统、超星电子图书数据库，同时开通试用了多种数据库。图书馆加入了《全国图书馆参考咨询联盟》、《广东省高职院校区域文献资源共享联盟》，可得到全国和本省高职院校图书馆提供的网上参考咨询和文献远程传递免费服务。满足传播与策划专业用纸质图书有 152888 册，电子图书 391.99GB，详见下表：

表 7: 传播与策划专业电子图书容量统计表

专业名称	图书分类号	代表类别	电子图书种类	所占容量 (GB)
传播与策划	G20	信息与传播理论	652	4.9
	G21	新闻事业	736	5.53

	G23	出版事业	302	2.27
	H0	语言学	975	7.33
	F713.8	广告策划	521	3.92
	I	文学	42317	318.2
	J4	摄影艺术	1027	7.72
	J5	艺术设计	2580	19.4
	TB8	摄影艺术	391	2.94
	TP391.1	计算机应用-信息处理	727	5.47
	TP391.4	计算机应用	1903	14.31
<b>合计</b>			52131	391.99

表 8: 传播与策划专业纸质图书数量统计表

专业名称	图书分类号	代表类别	册数	总册数
传播与策划	G20	信息与传播理论	1527	152888
	G21	新闻事业	2221	
	G23	出版事业	719	
	H0	语言学	3997	
	F713.8	广告策划	2661	
	I	文学	108939	
	J4	摄影艺术	4495	
	J5	艺术设计	8798	
	TB8	摄影艺术	844	
	TP391.1	计算机应用-信息处理	3236	
	TP391.4	计算机应用	15451	

## 6.2 实践教学条件

本专业在校内共有六个专业实训室，分别是：菠萝传媒工作室、软件技术实训室、

电子商务项目中心（产品陈列室）、摄影工作室、录音室及导演室。

表 9：校内实训基地情况表

序号	名称	简介	主要实训设备
1	菠萝传媒工作室	本专业工作室主要可承担传播与策划专业网页设计与制作、二维动画制作、音视频编辑与制作、活动策划、文案写作与广告创意等专业核心课程的教学任务，以及考证培训、生产性和服务性等实训项目。	联想计算机交换机； 投影； 路由器； 多媒体系统
2	软件技术实训室	本专业实训室主要承载公司网站的快速建站、二维动画设计、flash 动画制作、linux 操作系统的使用与应用及网页设计相关考证培训等实训项目。主要可承担传播与策划专业网页设计与制作、音视频编辑与制作等专业核心课程的教学任务。	清华同方计算机； 多媒体投影； 路由器
3	电子商务项目中心	本实训室依托电子商务策划及运营流程，采取“企业真实项目”为载体，全程模拟企业、个人开展电子商务交易，掌握基本操作技能，开展各项电子商务项目实践，由教师带领学生帮助企业打造电子商务运营平台。可以承接网页设计、网页图像处理、商务网站开发、网站优化、网络营销、网络推广、客户服务与接洽、电子商务支付与结算等实训项目。	联想计算机 52 台； 组合屏风； 交换机； 移动投影； 会议桌 2 张； 路由器； 文件柜
4	摄影工作室	本实训室主要进行摄影、美工设计前期图片采集等实训项目。主要可承担传播与策划专业基础学习领域中摄影与摄像课程的教学任务。	照相机； 摄像机； 挡光板； 幕布等

5	录音室	本专业实训室主要面向传播与策划、艺术设计、环境艺术设计三个专业，主要进行音频与音响、数字影视后期制作与合成、配音等实训项目。主要可承担传播与策划专业的音视频编辑与制作、新闻传播、网络主持等专业拓展课程的教学任务。	电脑； 前置压缩器； 人声效果器； 动圈麦克风； 防喷罩； 音屏卡； 调音台； 监听音箱； 话筒放大器； 电容麦克风； 耳机分配器； 监听耳机等设备
6	导演室	本专业实训室主要面向传播与策划、艺术设计、环境艺术设计三个专业，主要进行新闻传播、主持、配音等实训项目。主要可承担传播与策划专业的新闻传播、网络主持等专业拓展课程的教学任务。	电脑； 会议桌； 多媒体系统； 投影仪； 文件柜等设备

### 6.3 校外实习基地

为了进一步加强实践教学，提升学生的创新精神和实践能力培养，提高学生的综合素质，在完善了校内实验实践条件同时大力加强与企业合作，建设了一批稳定、高效的校外实习基地，目前本专业有稳定的校外实践教学基地 15 家，同时与这些实习基地的合作也是多方位的，企业既是实习基地，也是就业基地、科研基地、外聘教师基地，有力的补充了教学资源，拓宽了学生的就业市场。

表 10: 校外实习基地的建设情况表

基地名称	依托单位	建立时间	面向专业		实习实训项目	
		(年月)	总数	主要专业	总数	主要项目
传播与策划专业实训基地	广州海力动漫文化发展	201501	1	传播与策划专业	1	企业新闻采集编写和活动策划，顶岗实

	有限公司					习, 毕业实习
传播与策划专业实训基地	广州市鼎立广告有限公司	201501	1	传播与策划专业	1	企业新闻采集编写和活动策划, 顶岗实习, 毕业实习
传播与策划专业实训基地	广州华晨广告有限公司	201501	1	传播与策划专业	1	企业新闻采集编写和活动策划, 顶岗实习, 毕业实习
传播与策划专业实训基地	广州豆蔻信息咨询有限公司	201503	1	传播与策划专业	1	企业新闻采集编写和活动策划, 顶岗实习, 毕业实习
传播与策划专业实训基地	深圳市龙侨华实业有限公司	201501	1	传播与策划专业	1	企业新闻采集编写和活动策划, 顶岗实习, 毕业实习
传播与策划专业实训基地	广州市陶佳装饰工程有限公司	201501	1	传播与策划专业	1	企业新闻采集编写和活动策划, 顶岗实习, 毕业实习
传播与策划专业实训基地	广东煌朝电子科技有限公司	201503	1	传播与策划专业	1	企业新闻采集编写和活动策划, 顶岗实习, 毕业实习
传播与策划专业实训基地	东莞市国亮电子科技有限公司	201503	1	传播与策划专业	1	企业新闻采集编写和活动策划, 顶岗实习, 毕业实习
传播与策划专业实训基地	广州市逸蓝环科技有限公司	201501	1	传播与策划专业	1	企业新闻采集编写和活动策划, 顶岗实习, 毕业实习
传播与策划专业实训基地	广州市晶华精密光学股份有限公司	201501	1	传播与策划专业	1	企业新闻采集编写和活动策划, 顶岗实习, 毕业实习

传播与策划专业实训基地	广州市方道科技信息有限公司	201510	1	传播与策划专业	1	企业新闻采集编写和活动策划, 顶岗实习, 毕业实习
传播与策划专业实训基地	广州天适樱花悠乐园有限公司	201510	1	传播与策划专业	1	企业新闻采集编写和活动策划, 顶岗实习, 毕业实习
传播与策划专业实训基地	广州豆蔻信息科技有限公司	201510	1	传播与策划专业	1	企业新闻采集编写和活动策划, 顶岗实习, 毕业实习

## 6.4 专业教学和建设经费

学校办学经费实行学年预决算制度,教学经费列入专项经费保障。教学经费的构成包括教学人员经费、专业与课程建设费用、教学设备设施费用、实验实习经费、图书资料费用以及用于教学研究的费用,教学经费直接参与教学过程的每个环节,与提高教学质量呈正相关关系。我校传播与策划专业拟在 2017 - 2018 学年投入专业教学和建设经费 25 万元,其中包括教学设备设施费用、图书资料费用以及引进“三高”人才经费、教师培训经费、课程建设经费、教学改革研究课题经费等。

## 7.素质培养和就业前景分析

### 7.1 专业核心能力

为了更好地实现学生专业核心能力的培养,适应学生成长成才的要求,构建了“五位一体”的教学质量保障与监控体系,即“专业质量保障体系”、“课堂教学评价体系”、“学生考核评价体系”、“毕业生就业跟踪反馈体系”、“教学质量常态监测体系”,积极创新教学管理,深化教育教学改革。

通过在校内实施“五位一体”教学质量保障与监控体系,建立了学校教学质量自我评估机制和质量文化,建立了学生、教师、管理者和社会用人单位等多角度评价教学质量的制度。在自我评估中不断发现问题、解决问题并不断优化教学过程、提高教学质量,使得教师、学生、管理者、用人单位各方都将“促进质量提升”作为共同的价值追求。强化专业教学指导委员会的功能和作用,使其实质地、制度性地参与人才培养的全过程。制度化、经常化开展社会需要调查和毕业生质量跟踪调查及研究分析,对进一步提

高教学质量提供依据和参考。

表 11: 传播与策划专业核心课程设置分析表

职业能力	课程名称	主要教学模块内容	职业资格（技能）考核内容与要求	职业技能竞赛项目内容与要求	参考学时
1. 能够掌握传媒心理学基本理论； 2. 能够对传者心理、受众心理进行剖析； 3. 能够策划方案和制定战略对媒体进行引导。	用户心理与媒介管理	传媒心理研究、受众心理剖析、传媒引导方案和媒体应对战略制定。	1. 对传者心理、受众心理进行剖析； 2. 对传媒引导方案和应对媒体战略进行制定。	1. 传者心理、受众心理剖析； 2. 传媒引导方案和应对媒体战略的制定。	48
1. 能够按照营销软文写作方法进行网络文案写作； 2. 能够利用各种网络营销渠道宣传推广企业产品和网站； 3. 能够根据企业/品牌定位策略选择广告主题及广告类型，并撰写软文； 4. 能够运用多媒体编辑软件制作平面广告、视频广告、网络广告。	广告策划与文案写作	网络文案写作技法；广告创意原则和方法；广告主题、内容、表现形式的设计和制作技巧、软文营销策划；软文载体分析及应用。	1. 网络营销定位； 2. 网络文案撰写； 3. 网络营销计划书制订。	1. 市场信息收集与分析； 2. 数据整理与分析； 3. 目标受众需求分析； 4. 网络文案（包括新闻类和广告类）撰写； 5. 根据广告创意撰写相关文案。	112
1. 能够使用数码相机、DV、摄像机进	数字摄像与后	网络电视场面调度以及实际应用等；	1. 对视频素材进行采集；	1. 视频素材采集； 2. 音视频处理与	112

行新闻摄像，纪实摄影； 2. 能够使用软件对信息进行文字处理、图像处理、音频处理、视频处理。	期制作	声音、视频素材的采集方法与编辑处理；节目的综合编辑与合成制作。	2. 对音视频进行处理与编辑； 3. 对影视进行后期视频字幕合成、录音合成。	编辑； 3. 影视后期视频字幕合成、录音合成。	
1. 能够进行策划文案的撰写； 2. 能够整理分析市场数据； 3. 能够统计分析客户资料； 4. 能够对传播效果追踪和评估； 5. 能够寻找与洽谈媒体及活动公司。	网络营销策划	市场营销调研、企业形象策划、营销策划创意与文案、产品策划、营销策划的方法。	1. 进行策划文案的撰写； 2. 统计分析客户资料； 3. 对传播效果追踪和评估。	1. 策划文案的撰写； 2. 追踪传播效果； 3. 寻找与洽谈媒体及活动公司； 4. 市场营销策划。	64
1. 能够协助企业公关部门领导制定公关计划； 2. 能够组织企业实施公关活动。	公关策划实务	公关调查、公关职能与原则、公关关系的技巧方法、商务礼仪等。	1. 策划公关活动； 2. 协助公关主管编写公关策划方案； 3. 根据公关策划方案准备公关活动的相关材料； 5. 根据公关活动效果进行评估，并编写公关活动效果评估报告。	1. 公关活动的策划； 2. 编写公关策划方案； 4 准备公关活动的相关材料； 5. 评估公关活动效果，编写公关活动效果评估报告。	64
1. 能够撰写评估品	企业文	全面参与产品筹	1. 参与品牌规范	1. 企业宣传材料	64



牌计划书、可行性研究报告； 2. 能够制定与监督、组织实施品牌项目营销策略； 3. 能够整理市场数据分析； 4. 能够进行基础的广告平面设计； 5. 能够撰写品牌策划文案； 6. 能够寻找媒体并进行商务洽谈。	化与品牌传播	划、单品促销、品牌规划、品牌形象建设的策划工作并承担相关模块的方案组织工作。	管理工作； 2. 负责市场活动和广告的策划； 3. 负责企业宣传材料的内容策划与组织； 4. 参与市场调研及分析； 5. 负责市场资料库建设与维护； 6. 负责协助进行广告投放、运行、公关策划等工作。	的内容策划与组织对品牌进行规范管理； 2. 策划市场活动和广告； 3. 广告投放、运行、公关策划； 4. 参与市场调研及分析； 5. 基础的广告平面设计； 6. 组织实施品牌项目营销策略。	
---	--------	--	---	---	--

## 7.2 职业资格证

助理数字视频策划与制作师

## 7.3 学生就业前景

广东作为中国改革开放前沿阵地的传媒大省，无论是报刊、杂志、广电等传统媒体的遥遥领先，还是如腾讯、网易的互联网新媒体的快速增长、锐意创新，“南方力量”一直都是中国文化传媒产业中表现突出的“强势力”。数据显示，2015年广东文化产业增加值达3648亿元，占GDP比重超过5%，连续13年位居全国首位，形成了以珠三角为龙头的完整的文化传媒产业体系和健全的产业链条。这为传播与策划专业的学生提供了一个非常广阔的就业平台，也为学生提供了一种加速成长和成才的机会。传播学类专业构成了当今信息社会的主旋律，因此依靠珠三角雄厚庞大的传媒产业背景，传播与策划专业的就业前景非常可观。本专业的学生主要可以在以下三个方向进行就业：一是专门的广告、公关、媒体代理、营销策划、品牌咨询公司等，从事文案策划、营销策划、广告创意策划、品牌策划、市场调研与分析等工作。二是专业的网站、广电、报

刊、杂志等媒体机构和平台，从事内容策划与制作、媒体策划与管理、项目策划运作、新媒体传播与策划等工作。三是政府和企事业单位的宣传部门、企划部门，为企事业单位提供传播策划及新闻宣传策划，能为所在单位制作、管理网站、报纸、刊物等传播媒介。

传播与策划专业的核心岗位主要有：助理策划师、品牌策划专员、文案策划专员等，拓展岗位主要有：活动策划专员、网络营销、网站运营、网站优化、后期剪辑师、数据可视化设计师等。

根据“职友集网”（职业动态分析网站）截至2017年3月15日的各专业就业数据发现：信息传播与策划专业在1099个专业中，就业排名第162；在艺术设计传媒57个专业中，就业排名第5；在广播影视类20个专业中，就业排名第3，就业指数9907（见表12所示，就业指数越高，表示就业热度越高）；相关专业“传媒策划与管理”排名第5位。

表 12: 广播影视类专业就业指数

排名	专业名称	所属类别	就业指数
1	摄影	广播影视类	20785
2	新闻与传播	广播影视类	16948
3	<b>信息传播与策划</b>	<b>广播影视类</b>	<b>9907</b>
4	剪辑	广播影视类	9553
5	<b>传媒策划与管理</b>	<b>广播影视类</b>	<b>3553</b>
6	新闻采编与制作	广播影视类	1460
7	影视广告	广播影视类	988
8	主持与播音	广播影视类	958
9	电视摄像	广播影视类	924
10	影视动画	广播影视类	893

根据“看准网”的相关数据显示（图6），“信息传播与策划”专业就业呈上升趋势，这也说明了该专业的就业前景良好。

## 信息传播与策划专业就业趋势



图 6: 信息传播与策划专业就业趋势

另外,根据“职友集网”的相关数据显示,目前传播与策划相关专业就业地区分布,广东省(广州+深圳)占据 31%(见图 7)。这充分显示了广东省对于传播策划人才的吸纳力是强大的。

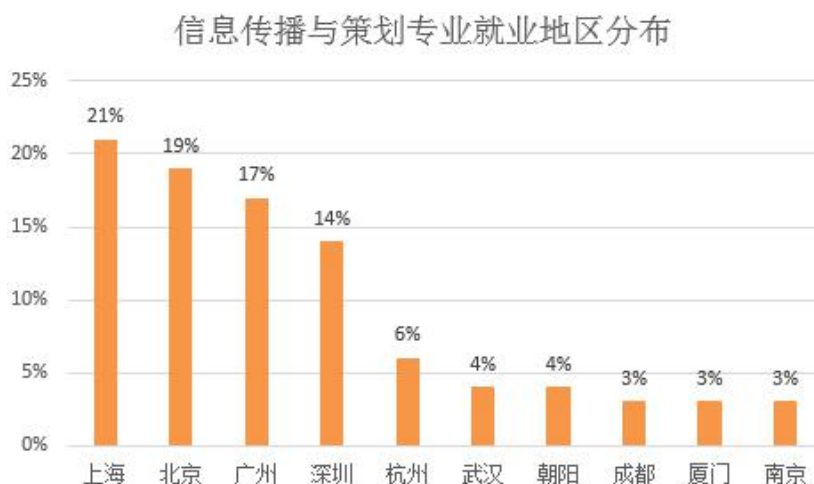


图 7: 信息传播与策划专业就业地区分布

同时,根据《中国统计年鉴》(2015)数据显示,截至 2014 年底,广东省从事文化、体育与娱乐业的就业人数达 11.7 万人(按行业分城镇单位就业人员数),工资总额达到 80.3 亿元,就业人员年平均工资达到 69745 元,说明文化产业类在广东省有

着良好的就业环境。

## 8.相关专业建设情况

### 8.1 网络新闻与传播专业

“互联网+”时代催生的网络新闻与传播专业于2015年开始招生，新生报到率91.11%，设立之初即确定了按省级二类品牌专业标准建设的目标，成为校级重点专业建设项目。目前现有专任教师11名，均具有相关专业硕士学位及企业工作经验。其中教授1人，副教授4人，讲师2人，助教4人；同时聘请企业兼职教师，形成基本满足教学需要、专兼结合的教学团队。

该专业在人才培养模式和教学模式改革方面不断探索：2015年成立了校企专家共同组成的专业共建委员会，不断优化人才培养方案和课程设置，已形成“433”课程设置和人才培养体系，“4”即通识课、职业素养课、职业核心课、职业拓展课“四个平台”；两个“3”分别为以新闻采写与软文写作为X轴、以数字媒体编辑技术为Y轴、以媒介策划、设计素养为Z轴的“三个维度”和课堂教学、职业资格证书、职业技能比赛“三个融通”的课程体系，培养学生专业基础能力、职业核心能力与职业拓展能力。

重视实践环节，坚持校企合作共育人才，将企业真实项目带入课堂，与企业专家共同指导学生。制定了校企共同编写《网络传播实务》工学结合实训教材的计划。建有校内实训室“菠萝传媒工作室”1间，按照集专业教学、技能培训、社会服务于一体的思路建设，目前已承接完成多个生产性实训项目，被评为“校级优秀生产性实训室”；校外实践教学基地十余家，在师资培训、学生实习、教材编写等方面与方道科技、北京优思行等公司开展了深度合作；建有摄影工作室、录音室及导播室等实训室，按教学行政用房生均5.3平方米进行配备，教学仪器设备生均值4000元，较好满足专业教学、技能培训和社会服务需要。2015级学生中有2名学生获国家励志奖学金，1名学生获得市级业余主持人大赛铜奖，2名学生获得校级摄影大赛二等奖，多名学生在企业实习中获得好评。

表 13 网络新闻与传播专业部分校外实践基地及合作情况一览表

合作单位	合作内容	合作成效
广州方道信息科技有限公司	承接微旅神大赛项目、合作进	实现人文学院社会服务项目

	行从化旅游日、莲雾节宣传推广、亨来斯登温泉酒店月度宣传规划、共同开发创业先锋班课程等	零的突破,合作申报大学生校外实践基地项目,企业作为理事单位加盟广东城建职教集团;学生撰写稿件得到企业认可
广州市豆蔻信息有限公司	择校易高校发布频道内容运营、八卦校园项目进课堂、合作开展专业入学教育、主题班会及针对性培训,创业团队成为公司“择校易”的内容运营战略合作伙伴	专业学生全面参与网站内容运营,有效提升学生的信息采编能力
芜湖乐思网络科技有限公司	教师暑期企业交流、多个项目进课堂、举办企业宣讲会	企业加盟广东城建职教集团,教师搜集鲜活案例提升职教能力,企业宣讲助力学生提高职业认同感
广东天适樱花悠乐园有限公司	南国花香节新闻采写、企业官微内容运营	学生采写的新闻稿被发布在企业今日头条号,阅读量近万,业界口碑极好
广州模法社文化传播公司	机构宣传片拍摄	丰富课堂实训项目,学生提升宣传片策划制作能力
深圳市花千谷创意发展有限公司	2015级两位学生顶岗实习,负责官微运营、门票销售等	学生表示收获颇丰,通过实践能够深刻理解课堂理论知识及团队协作精神

## 8.2 市场营销专业

市场营销专业师资拥有一支适应职业教育需要的专兼结合的“双师型”教学团队。现有专任教师10人,其中教授2人、副教授2人、讲师6人,校级名师2人;研究生学历(硕士学位)以上6人,“双师素质型”教师9人;聘请企业实战型兼职教师10人,这支数量充足、结构合理、师德优良的教师队伍,为本专业教育教学和改革发挥重要作用。

(1) 校内实训教学条件能满足实践教学需要。

本专业建立了具有真实职业氛围、设备先进、充分满足教学需要的校内生产性实训基地，运行状态良好。目前市场营销专业可使用的实体实验平台包括国际商务谈判室、ERP 仿真实训室、企业经营沙盘实训室、实训超市等等。实训室总面积约 15257.59 平方米，主要仪器设备值 306.85 万余元。实训室内配有金蝶、用友、因纳特等与企业管理操作相关的系统和软件，能较好地开展生产性实习和具有职业氛围和仿真操作的实训，为专业课程教学的理论联系实际及相关技能的提高奠定了坚实的基础。

(2) 校企深度合作打造优良实践教学条件。

本专业自创建以来一直坚持与行业企业进行紧密结合，并与行业企业系统设计、实施了生产性实训和顶岗实习，探索建立了“校中厂”、“厂中校”等形式的实践教学基地。先后与香港嘉宏国际集团、珠光地产、顺丰快递、广州市川化减震器有限公司、广信集团、广东申通物流有限公司、中国邮政速递物流等多家实力雄厚的企业建立了深度合作关系，开办了立升展览订单班等多种形式的合作，并与 20 家企业建立了稳定的校外实践教学基地。本专业践行现代学徒制、234 工学结合的人才培养模式，推行“理论+实训、实践+项目实战+技能竞赛+企业现场参观”的教学模式；与知名上市公司合作开展现代学徒制人才培养，“无缝对接”企业岗位，做到学生一毕业就能马上就业。

### 8.3 会展策划与管理专业

会展策划与管理专业目前拥有会展策划与管理、国际会展策划和国际酒店管理三个专业方向，现有专任教师 11 人。

(1) 专业师资结构合理

依托朝阳产业——广东省优先重点发展的会展业的快速发展，会展策划与管理专业呈现出良好的发展势头。招生人数逐年快速增长，从 2012 年的 28 人到 2016 年的 90 人；专业师资队伍不断壮大，专任教师以中青年为主，具有较强的科研愿望和科研能力，其中，研究生学历的教师占 82%，中级职称的教师占 73%，高级职称教师占 10%。

(2) 校内外实训教学条件能满足实践教学需要

本专业建立了具有真实职业氛围、设备先进、充分满足教学需要的校内生产性实训基地，运行状态良好。校内拥有会展实训室、荔湖咖啡屋等实训场地，校外已与广州益

武国际展览有限公司、洲际酒店集团、广州毕加展览服务有限公司等会展企业和五星级酒店建立了长期的深度合作关系。经过不断的改革探索，该专业课程设置已趋于合理，师资队伍趋于稳定，校内外实训条件不断改善，目前拥有《会展策划与营销》和《会展英语》两门校级在建精品资源共享课程。

## 9.自评得分和自查结论

自评得分 92 分，等级为“优”，具体情况如表 14 所示：

表 14 传播与策划专业检查自评表

一级指标	二级指标	内容	自评得分
一、专业建设规划和人才培养方案 (25)	1.1 专业定位及专业建设规划 (10 分)	专业设置适应经济、社会发展需要，符合学校定位及十三五发展规划 (2 分)。开展行业或区域人才需求调研，并有人才需求调研报告和专家论证报告 (2 分)。专业建设规划、专业建设目标明确，措施可行 (2 分)。专业建设实施方案具体可行，措施得力 (2 分)。招生规模每年最低应达到 40 人以上 (2 分)。	9
	1.2 人才培养方案 (10 分)	人才培养方案科学合理，符合高职院校培养定位，符合专业基本要求 (6 分)。实践教学课时占课程设置总学时的 40% 以上 (2 分)。其他必需的教学文件齐备 (2 分)。	9
	1.3 知识、能力、素质结构分析 (5 分)	人才培养方案中对学生应具备的知识、能力、素质结构分解科学合理，能体现以职业能力培养为主线，满足预期就业岗位的要求。	5
二、师资队伍 (25 分)	2.1 基本情况 (9 分)	专业至少配备副高级专业技术职务以上的专任教师 2 人 (3 分)。中级专业技术职务以上的本专业的“双师型”专任教师 2 人 (3 分)。每门主要专业技能课程至少配备相关专业中级技术职务以上的专任教师 2 人 (3 分)。	9
	2.2 生师比情况 (3 分)	2017 年计划招生数与教师数 (含 2017 年教师聘请计划) 比例。	3
	2.3 专业带头人情况 (4 分)	具有副高级以上专业技术职务，2 年以上行业企业工作经历 (2 分)。职称学位情况、主持科研或教改项目情况 (2 分)。	4
	2.4 专任教师结构情况 (3 分)	专任教师的职称、年龄、学位结构情况 (1 分)；双师素质教师比例情况 (1 分)；专任教师中企业工作经历情况 (1 分)。	3
	2.5 校内实训指导教师情况 (3 分)	实训指导教师的数量、结构及两年以上企业工作经历比例情况。	3
	2.6 兼职、兼课教师情况 (3 分)	兼职、兼课教师所占比例及其队伍职称、年龄、学位结构情况。	3
三、教学条件 (25 分)	3.1 图书 (4 分)	专业图书 (2 分)；可利用的电子阅览室、教室保障情况 (2 分)。	3

	3.2 实践教学条件(10分)	专业生均校内实践基地建筑面积情况(2分)。专业生均校内实践基地设备值(3分)。专业生均校内实践基地设备2017计划采购值(2分)。实践教学条件应能保证课程设置中规定的试验、实训课的开出率在90%以上(3分)。	9
	3.3 校外实习基地(4分)	具有比较稳定的校外实习基地及其水平情况。	3
	3.4 专业教学和建设经费(7分)	教学和建设经费计划投入情况,学校专项经费投入专业建设情况,专业自筹经费情况等。	6
四、素质培养和就业前景(10分)	4.1 专业核心能力(3分)	专业核心能力培养计划及相关保障措施情况	3
	4.2 职业资格证(3分)	符合专业发展面向的职业资格证书获得计划及已具备的职业资格证书鉴定能力	3
	4.3 学生就业前景(4分)	学生就业前景情况	4
五、相关专业建设情况(15分)	5.1 相关专业建设情况(15分)	已有的相关专业师资队伍情况和实践教学条件情况,及其在学校专业结构中,所处地位情况	13
<b>合计</b>			<b>92</b>