

广告学专业

一、办学简史

2006 年原温州师范学院与原温州大学合并，新的温州大学正式成立。经过严格的论证和申报等程序，浙江省教育厅批复，同意温州大学人文学院开设广告学专业（本科）。

经过十余年的快速发展，温州大学广告学专业形成了独具特色、适应地方高校的实践型广告与文化人才培养模式，在专业建设的各个方面，尤其是在学生实践能力和创新能力培养上取得了令人瞩目的成绩。

2012 年本专业被遴选为温州大学“十二·五”重点（特色）专业，同时入选温州大学卓越人才培养综合改革试验区项目，获得中央财政支持地方高校发展实验室建设专项经费和温州市政府文化产业人才培养专项资金支持，2014 年成为浙江省“十三·五”重点（特色）专业，跻身为全省一流、全国知名的广告学专业。



二、办学定位

近年来，广告作为文化产业的重大组成部分，迎来了文化大发展、大繁荣的历史机遇。浙江是中国广告业最发达的五大区域之一，也是文化产业发展的前沿阵地。

本专业因应现实需求，根植于瓯越大地，结合地方高校特点，挖掘温州区域资源，服务地方经济与社会发展，培养“厚基础、宽口径、重实践、一专多能”的高素质应用型广告与文化创意人才。

与省内同类院校比较起来，本专业办学主要有三个方面的差异与特色：

其一，根植瓯越，服务地方。通俗地说，就是“接地气”。即，结合地方高校特点，挖掘温州区域资源，服务地方广告与文化创意产业发展

其二，“厚基础，宽口径”。通俗地讲，就是基础扎实，适用面广。培养学生具有广博的知识，能胜任各类相关行业的工作

其三，“重实践、一专多能”。本专业一贯重视学生实践能力，培养高素质应用型广告与文化创意人才。



三、教学资源

本专业积极筹措教学经费，近三年争取到了 200 多万元，主要用于本专业的实践教学和学生活动，并与中文系、历史系共建了广告与文化创意实验室。



实验实训教学中心

2014年获批为浙江省“十二·五”省级实验教学示范中心重点建设项目，拥有设备3050余台，资产总值2088余万元，使用面积10047m²。

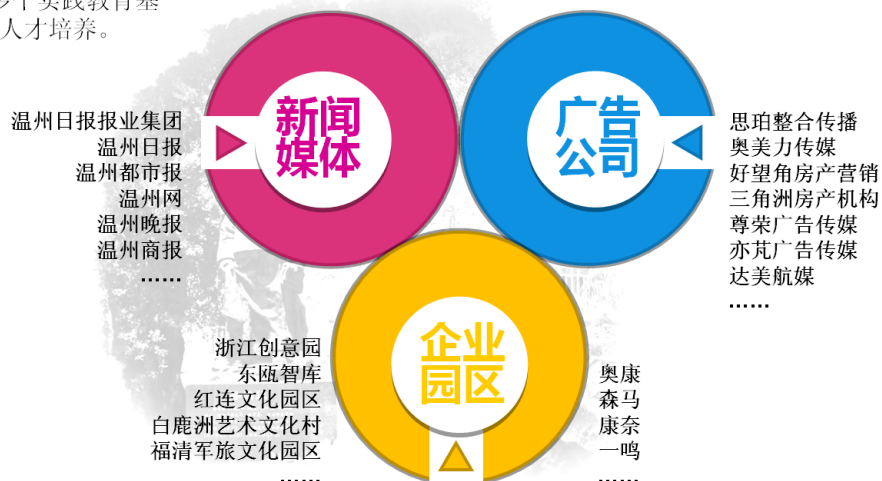


广告与文化创意实验室

2013年开始筹建，2014年获得了中央财政支持地方高校发展专项资金50万元，同时获得中文一级学科16.8万元，历史学重点学科30万元，共近100万元进行设备采购。

同时，本专业积极对接社会资源，与温州报业集团（包括温州都市报、温州晚报、温州晚报）、温州广电传媒集团、浙江思珀整合传播公司、千想传媒公司、浙江广策传媒公司、杭州同仁广告公司、浙江奥美力文化传媒公司、温州好望角房产营销策划公司，以及浙江创意园、红连文化产业园区等，建立了 20 多个实践教育基地，共同建设“广告与文化创意实践教育基地”。

建立了20多个实践教育基地，落实“3+1”人才培养。



本专业作为温州市广告协会秘书长单位、中国高等教育学会广告教育专业委员会理事单位，积极参与地方和全国的广告行业活动，举办了全国第二届广告专业实践教学研讨会、温州市第二届“广协杯”助推小微企业发展广告创意活动评选、海峡两岸大学生广告艺术设计实训营等活动。

充分挖掘社会资源，开展对外合作与交流。

A 积极参与温州重要文化活动



参加2015年温州文博会展览 参加2015海峡青年时尚创想秀

B 对接行业组织和专业协会

C 积极与海内外高校开展合作



学生受邀参加台湾大同大学实训营



举办海峡两岸广告实训营

四、教学过程

在坚持人才培养目标定位和标准的前提下，本专业适时地修订专业培养方案：2012年，响应文化创意产业的发展趋势，增加了文化创意类的课程；2013年开始，大幅增加实践创新创业类课程，并增设特色实践周课程；为了适应互联网的快速发展，2014年增加了数字传播课程；根据多样化人才培养的需要，2015年本专业设置广告营销传播和网络新闻传播方向，并全面落实“3+1”改革思路。

以实践教学为中心，抓住三个重要阶段，推动学生从外行到内行、从理论到应用、从竞赛到实战转型。



全面落实“3+1”人才培养改革方案，逐渐过渡到大四全部为实践课程，且在校外实践基地完成。



积极组织同学参加学科竞赛（如全国大学生广告艺术大赛），打造成温州大学“创意飞扬”校园品牌活动

实践周教学，包括专业认知、广告产业考察、企业品牌建设考察、专业采风、广告创作专题



本专业将培养过程分为三个主要阶段，推动学生实现三次转型：即启蒙阶段，以实践周教学为重点，推动学生从外行到内行转型；孵化阶段，以学科竞赛为抓手，推动学生从理论到应用转型；实战阶段，在校外实践基地落实“3+1”人才培养方案，推动学生从竞赛到实战转型。

坚持以学生为中心，抓住几个重要的节点，建立师生之间新型“师徒/伙伴”关系。



入学

班主任、专业负责人、寝室导师通过专业认知课等，及早切入，建立师生联系

学科竞赛

以“大广赛”等学科竞赛为抓手，形成师生、生生之间的团队合作关系

毕业与就业

论文指导教师、班主任、专业负责人，点、线、面结合，为学生提供帮助

实践活动

通过实践周、科研立项、创新创业项目、各类讲座、专业活动等密切师生关系

见习与实习

配合“3+1”人才培养方案，实行双导师制，配备专业导师和业务导师

在此过程中，本专业坚持以学生为中心，密切关注学生的成长，并在上述三个阶段的关键节点上，由老师主动切入，建立师生之间新型的“师徒/伙伴”关系。本专业主张，从入学开始，老师及早切入，建立联系；之后，通过实践周等，密切联系；在学科竞赛环节，形成师生之间的团队关系。这种师生关系贯穿本专业人才培养过程始终，也将贯穿学生整个职业发展生涯。

五、特色与优势

通过十年的探索，本专业已经形成了自己的特色与优势：

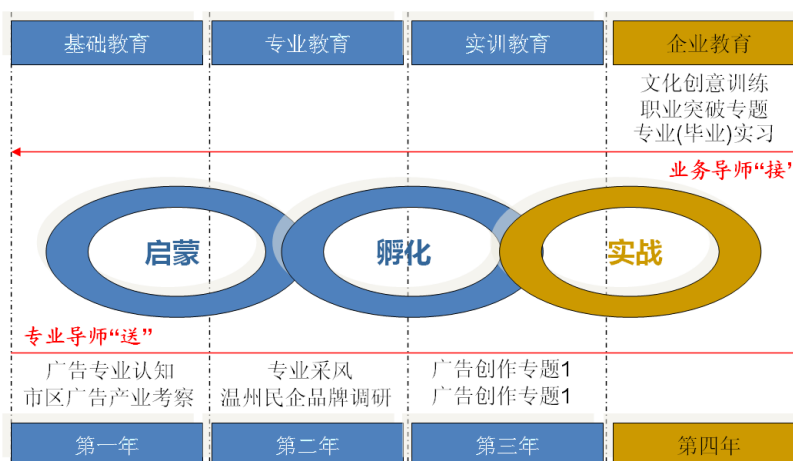
首先，本专业将自己的培养模式概括为 HCM，H 是指孵化，即通过“厚基础、重实践、一专多能”的培养，孵化多类型广告人才；C 指创新，强调以实践能力为中心，突出创意、创新、创业能力的培养；M 指是模块，建立“导引、联动、分类”的培养机制。

特色与优势一： HCM人才培养 模式



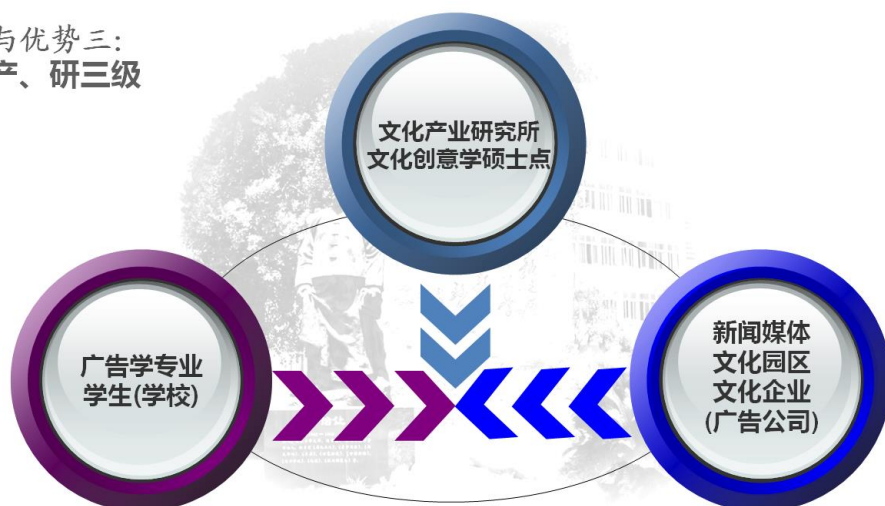
其次，本专业的特色突出地表现在校内外结合的 3+1 双模培养。所谓 3+1 是指，前三年学生在学校学习，完成所有课堂教学任务；第四年进入实践教育基地，开展实践学习。双模，如同手机的两种制式一样，让学同时适应学校和企业的两种体制；尤其是双导师制，专业导师“送一程”，业务导师“接一程”，帮助学生平滑地从学校过渡到社会。

特色与优势二： 校内外结合的 3+1双模培养



再次，本专业利用文化产业研究所、文化创意学硕士点，不仅拓展了广告专业的培养方向和就业岗位，更重要的是让高校与企业之间创造了平等合作的机会。广告专业骨干教师，也是文化产业研究所的研究骨干；同时也是文化创意学硕士点的骨干教师。以此为基础，本专业有机会与各级政府、各大园区和文化企业对接，在提供咨询服务的同时，也为本专业开展 3+1 人才培养，创造了条件。

特色与优势三：
学、产、研三级
联动



六、成果及影响

十年来，尤其是近几年来，广告专业建设取得了突出的成绩：2011 年依托文艺学二级学科，申报了文化创意学硕士点；2012 年成为温州大学重点（特色）专业、卓越人才综合改革试验区；2014 年成功申报浙江省“十二·五”重点（特色）专业，并成功举办了全国广告专业实践教学研讨会；2015 年举办海峡两岸广告艺术设计实训营，来自台湾的 10 多所高校的 30 多名学生，来温州大学参加了本次活动。



值得一提的是，本专业在学生实践能力方面取得了骄人的成绩。仅学科竞赛省级以上获奖，就多达 100 多项。以教育部主办的“全国大学生广告艺术大赛”为例，2013 年我们获得影视类全国一等奖，2014 年、2015 年连续获得策划类全国一等奖，2016 年获得浙江省赛区全场大奖（特等奖），2017 年获得互动类全国一等奖。一次获奖也许是偶然，连续三年获奖，足以说明本专业实践教学质量过硬。此外，本专业学生在浙江省职业规划大赛、浙江省大学生摄影竞赛，以及国家创新创业项目、浙江省大学生科技创新活动等方面均表现优异。

本专业在学生实践能力方面取得了骄人的成绩，仅学科竞赛省级以上获奖就多达100余项。

连续三年获得“全国大学生广告艺术大赛”全国一等奖

此外，还有：

- 国家级创新创业项目
- 浙江省大学生科技创新活动计划暨新苗人才培养项目
- 浙江省职业规划大赛
- 浙江省大学生摄影竞赛
-



浙江省教育评估院公布的2016届毕业生调查数据显示，本专业在9项指标中，专业课程课堂教学效果、实践教学效果、教学水平三项排名全省第一，专业相关度、师德师风排名全省第二。麦可思权威调查显示，本专业就业竞争力指数、初次就业薪资水平、愿意推荐母校的比例在我校名列前茅，在全省同类专业中排名领先。2016年本专业荣登艾瑞森“中国大学最佳专业排行榜”，在全国242个广告学本科专业中，本专业名列全国第十二、浙江省第一。