

高等学历继续教育 非国控专业增设申请表

学校名称（盖章）：国家开放大学

学校主管部门：北京市教育委员会

专业名称：网络与新媒体

专业代码：050306T

所属学科门类或专业大类：文学科新闻传播学

培养层次：本科（专科起点）

学习形式：开放教育

修业年限：2.5 年

申请时间：2022 年 9 月

专业负责人：张玲

联系电话：18611057802

中华人民共和国教育部制

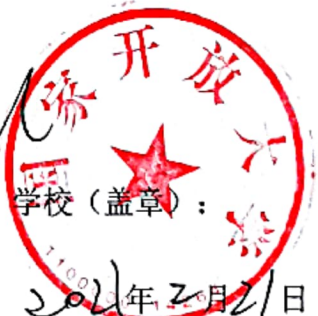
填 表 说 明

- 1.申请表限用 A4 纸张打印并装订成册（各专业分别装订）；
- 2.在学校办学基本类型对应的方框中画“√”；
- 3.所有表格均可另加页；
- 4.本表内容应真实、准确。

目录

1. 专业增设申请表
2. 学校基本情况
3. 增设专业的主要理由
4. 增设专业人才培养方案
5. 增设专业专任教师情况
6. 增设专业计划开设的主要课程
7. 增设专业基本办学条件

专业增设申请表

专业代码	050306T	专业名称	网络与新媒体
培养层次	本科（专科起点）	学习形式	开放教育
修业年限	2.5 年	现有专业（个）	现有专业 226，其中专科专业 153 个，本科专业 73 个
学科门类（本科） 或专业大类（专科）	新闻传播学	本校已设的相近专业及开设年份	广告艺术设计（专科）（1999 年）；传播与策划（专科）（2006 年）；广告学（专升本）（2006 年）
拟首次招生时间及招生数	2024 年春季，500 人	五年内计划发展规模	5000—10000 人
学校专业设置评议专家组织评议意见	专业设置委员会认为网络与新媒体专业的设置，符合国家和区域经济社会发展对人才的需要，人才培养符合学校发展定位，专业发展具有较好前景。国家开放大学具备开办该专业的办学条件和师资力量，能够获得相关部门、行业企业的资源支持。专业人才培养目标明确，课程体系设置合理。 同意申报设置网络与新媒体专业。 （主任签字）  2023 年 2 月 21 日		
学校意见	（校长签字）  学校（盖章）： 2023 年 2 月 21 日		
省级教育行政部门意见	盖章： 年 月 日		

注：专业代码按《办法》规定的专业目录填写。

学校基本情况

学校名称	国家开放大学	学校地址	北京市海淀区复兴路 75 号	
邮政编码	100039	校园网址	http://www.ouchn.edu.cn/	
在校生总数	509.2 万人		专业平均年招生规模	22531 人
学校类型	☒ 开放大学 ☐ 独立设置成人高校			
已有学科门类或专业大类	本科专业学科门类：经济学、管理学、法学、教育学、文学、理学、工学、农学、医学、艺术学等 10 个学科门类。 专科专业大类：农林牧副渔、资源环境与安全、能源动力与材料、土木建筑、水利、装备制造、生物与化工、轻工纺织、食品药品与粮食、交通运输、电子信息、医药卫生、财经商贸、旅游、文化艺术、新闻传播、教育与体育、公安与司法、公共管理与服务等 19 个专业大类。			
专任教师总数 (人)	90230		专任教师中副教授及以上职称教师所占比例	30%
学校简介和历史沿革 (300 字以内)	国家开放大学是教育部直属的，以促进终身学习为使命、以现代信息技术为支撑、以“互联网+”为特征，面向全国开展开放教育的新型高校，前身是邓小平同志 1978 年亲自倡导并批示创办的中央广播电视大学。2012 年 7 月 31 日，国家开放大学在人民大会堂正式揭牌成立。学校实行注册学习、宽进严出的教育制度，基于网络探索线上线下结合的人才培养模式。 国家开放大学适应国家经济社会发展和人的全面发展需要，强调“开放、责任、质量、多样化、国际化”的办学理念，强调优质教育资源的集聚、整合和共享，强调以现代信息技术为支撑，探索现代信息技术与教育的深度融合，提供教育机会、实现教育公平，建设我国终身教育的主要平台、在线教育的主要平台和灵活教育的平台、对外合作的平台，促进构建服务全民终身学习的教育体系。			

注：专业平均年招生规模=学校年招生数÷学校现有专业总数

增设专业的理由和基础

（包括申请增设专业的主要理由、专业筹建情况、学校专业发展规划及人才需求预测情况等方面的内容）

一、申请增设专业的主要理由

随着信息通信技术的快速发展以及互联网、移动互联网应用的不断普及，数字新媒体在社会政治经济生活中发挥着越来越重要的作用，以数字新媒体应用为核心的新媒体行业得以迅速发展，并产生了巨大的人才需求。为适应这一需求，更好地服务社会，国家开放大学拟申请增设网络与新媒体专业，与抖音集团合作开展专业建设和课程建设，依托乡村振兴学院进一步服务基层社会。以下是申请增设专业的主要理由：

（一）服务国家媒体融合的战略要求

当前，我国正处于传统媒体与新兴媒体融合向纵深发展的关键时期。党的十八大以来，面对移动互联与数据智能重塑媒体格局和舆论生态的严峻挑战，以习近平同志为核心的党中央从国家战略全局做出了重大部署，形成了一套具有中国特色的媒体融合战略的顶层设计和制度安排。针对媒体融合发展，中共中央办公厅、国务院办公厅先后印发《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》（2014年）、《关于加快推进媒体深度融合发展的意见》（2020年）等重要性文件。“推进媒体深度融合，做强新型主流媒体”也纳入《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》。构建以“全程媒体、全息媒体、全员媒体、全效媒体”为特征的“全媒体传播体系”，“利用网上网下，讲好中国故事，传播好中国声音”，是中国式现代化的重要内涵。媒体深度融合发展，不仅是国家级央媒的发展方向，也是各级各类区域性媒体发展的共同目标。在这一进程中，需要大量具有良好综合素养、熟悉新媒体传播规律的专业人才作为支撑。在《国家开放大学“十四五”事业发展规划》中明确提出“坚持解放思想，改革创新，稳中求进，以服务国家和区域重大发展战略、产业发展和构建服务全民终身学习的教育体系为办学方向”。国家开放大学作为构建学习型社会的主要支撑力量，有必要回应国家对媒体深度融合的战略要求，培养大批能服务于国家现代化的新媒体人才。

（二）服务于国家乡村振兴战略

实施乡村振兴战略是党的十九大作出的重大决策部署。在党的二十大报告中进一步明确提出“全面推进乡村振兴”的要求，要“扎实推动乡村产业、人才、文化、生态、组织振兴”。目前，互联网技术正在向农业农村渗透，在农业技术推广、市场信息服务、农业农村电子商务等方面取得显著成效，“互联网+”为农民生产、生活、教育、医疗、养老等提供内容丰富、快捷高效的数据信息服务。尤其是视频直播带货的兴起，更是为乡村振兴注入了新的活力，很多地方特色农产品借助短视频和直播从原产地被运送到了千家万户。短视频和直播还激发乡村文旅产业、乡村非遗文化产业等县域新业态的活力，成为区域、县域经济最有力的增长点，并展现出巨大的潜力。基于此，越来越多的县城、乡村对掌握网络与新媒体技能的人才产生巨大需求。

国家开放大学自 1979 年办学以来，始终扎根中国大地，秉承“面向地方、面向基层、面向农村、面向边远和民族地区”的办学理念，致力于主动服务和服从于国家战略。2004 年开始国家开放大学作为教育部“一村一名大学生计划”项目的组织实施单位，培养了大批适应农村社会发展需要的高等技能人才和基层管理人才，对于适应农村产业需要开展人才培养拥有丰富的经验。在《国家开放大学“十四五”事业发展规划》中，学校提出“坚持农业农村优先发展，以办学体系为依托，以农业、农村产业和乡村干部队伍发展需要为导向，服务农民向高素质新型职业农民转变，加快实施‘开放教育——乡村振兴支持计划’，为农民和村镇基层干部提供不离岗、不离乡、实用适用的学历和非学历教育。网络与新媒体专业的开办和招生，可以为国家开放大学服务乡村振兴战略提供强有力的支撑。

（三）顺应互联网市场对新媒体人才的需求

从整体市场需求来看，近年来随着新媒体行业的迅速发展，新媒体行业发展前景广阔，人才需求巨大。根据清华大学发布的《中国传媒产业发展报告(2022)》数据显示，2021 年中国传媒产业总产值规模达 29710.3 亿元，较 2019 年增长 13.9%，总就业机会达 2000 余万个。从细分市场来看，互联网广告、互联网营销服务、移动数据及互联网业务、网络游戏、网络视听短视频及电商的排名遥遥领先，收入超过千亿元，且收入均保持稳定增长。

以短视频为例，随着抖音、快手等新媒体平台的出现，短视频成为一种新的媒介

形态迅速被人们接受和使用。中国互联网络信息中心（CNNIC）发布的第 50 次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至 2022 年 6 月，我国短视频的用户规模增长最为明显，达 9.62 亿，较 2021 年 12 月增长 2805 万，占网民整体的 91.5%。而基于短视频社交平台产生的“短视频+直播电商”，已经发展成一个由厂商、服务商和短视频社交平台运营商共同构成的新型商业业态，促动着整个互联网商业营销方式的变革，也带来了巨大的人才需求。近年来，直播电商的规模呈不断扩大趋势，2022 年上半年淘宝直播的商品交易总额超过 5000 亿元，快手直播达到 8000 亿元，抖音直播达到 10000 亿元。截至 2022 年 6 月，我国网络直播用户规模达 7.16 亿，占网民整体的 68.1%。蓬勃发展的业态催生了诸如短视频运营、主播、直播运营、直播销售员、视频创推员等一批新职业和岗位的大量人才需求。其中“互联网营销师”“全媒体运营师”被正式纳入《中华人民共和国职业分类大典》，成为国家认证的新兴职业。

根据巨量算数发布的《2021 中国短视频和直播电商行业人才发展报告》中的数学模型，预测结果显示，2021-2023 年，短视频和直播电商领域从业人员规模均值分别为 676 万人、873 万人、1067 万人，从业人员缺口将分别达到 181 万人、378 万人、574 万人。

（四）满足现有从业人员专业知识更新和能力提升需求

行业的快速发展，不仅产生了数量上的巨大缺口，也暴露出目前从业人员在职业能力、素养等方面的不足。根据抖音集团的相关调查显示，在目前的新媒体相关从业人员中，教育背景呈现两大特点，一是拥有大专及以上学历的从业人员比例偏高；二是拥有网络与新媒体相关专业教育背景的从业者比例较低。专业知识、能力与素养的不足具体表现在工作中，往往导致职业适应时间长，发展后劲不足等问题。

此外，新媒体行业的快速发展在为求职者带来更多岗位机会的同时，对于从业人才的要求也在逐步提高，“学历”门槛要求必将会是未来发展的趋势。以直播岗位为例，智联招聘发布的《2021 年直播产业人才报告》显示，直播行业人才发展呈现“三高”趋势：求职者数量同比上涨 46.69%；行业平均薪酬上涨 10.78%，突破万元；对求职者的学历要求越来越高。在 2021 年第三季度，直播行业“学历不限”的岗位占比最高为 69.10%，明显低于上年同期的 75.52%。本科学历要求由 2020 年第三季度

的 4.28% 上涨至 4.46%，总体来说，直播岗位对于求职者学历的要求正在缓步上升，学历硬性条件门槛提高态势已然显现。这从市场数据层面验证了培养网络与新媒体专业型人才的必要性和紧迫性。

（五）满足国家开放大学办学体系学生学历提升需求

国家开放大学一直以来高度重视学科专业的均衡可持续发展，重视学生学历提升的可接续性，以充分满足学生的学习需求。目前，国家开放大学已经开设有传播与策划（专科），该专业作为网络与新媒体的前置专科专业，经过多年的发展，已经培养了大批毕业生，且有一定规模的在校生。经过与师生座谈及问卷调查显示，该专业的学生都有较强的学历提升需求。此外，目前国家开放大学专科阶段已经开设的若干专科专业，如数字媒体艺术、网络营销、电子商务、广告艺术设计、汉语言文学等，学生也有较大的意愿接续学习网络与新媒体专业。网络与新媒体专业在办学系统内的开设呼声很高。

二、专业筹建情况

该专业历经数年调研、筹备和酝酿，做了大量前期准备工作，2022 年在学校与抖音集团开展战略合作契机下，正式启动专业人才培养方案的制定、研讨、咨询等工作。

（一）前期调研

在专业筹建过程中，主要针对学生需求、市场需求、市场就业岗位、办学体系师资、已有教学资源、高校网络与新媒体专业定位和课程设置等情况，以不同的形式展开了多轮调研。

1. 师生访谈

自 2015 年以来，开展了网络与新媒体专业筹备的专项调研工作 4 次，走访了湖南、宁波、安徽、广州、深圳、重庆、四川等十余所分部，召开教师、学生座谈会 20 余次，了解分部的师资情况、实践教学基地情况、以及学生对网络与新媒体专业的学习需求。此外，2016 年、2019 年分别利用广告学专业、艺术与传媒类专业骨干教师培训机会，组织 20 余所分部教师就网络与新媒体专业的相关问题开展座谈会 2 次。2016 年、2017 年分别利用系统教师工作会的机会，组织分部参会教师进行座谈，

了解各分部对网络与新媒体专业的需求，师资情况。

2. 问卷调查

2022 年 10 月，面向部分分部、高职院校的相关专业专科学生发放了《网络与新媒体专业需求调研问卷》，共回收问卷 417 份。了解学生对于网络与新媒体专业的态度、学习意愿，以及对于课程内容、希望掌握的新媒体技能、未来就业岗位等问题的看法。

3. 文献调查

(1) 选择了 24 个省市自治区的 78 所院校，对其所开设的网络与新媒体专业的培养方案和主干课程进行了研究分析；(2) 通过知网查询专家学者关于网络与新媒体专业培养目标定位、课程体系设置、能力体系构建等各方面的研究资料；(3) 通过智联招聘、前程无忧等网站查询与新媒体行业相关的市场招聘信息，了解行业岗位需求。

4. 实地走访

为了更深入地了解该专业与市场的对接情况，传媒学院教师还走访了腾讯、字节跳动等大型新媒体平台企业，与腾讯营销学堂、字节头条学堂的相关负责人座谈，就数字化人才市场需求、岗位技能、人才培养方式、认证体系等方面进行探讨和交流。

5. 专家咨询

(1) 教师咨询会 2 次：2022 年通过腾讯会议的形式，定向邀请了 10 余名分部教师，就网络与新媒体专业的培养目标定位、课程设置与课程内容等问题进行咨询。

(2) 专家定向咨询：通过电话和网络联系多所已开设网络与新媒体专业的院校，如重庆工商大学、郑州工程技术学院等，向专业负责人咨询专业开办经验。

6. 其他

(1) 为实现课程学习与社会认可之间的有效融通，调研了与新媒体相关的 16 个“1+X 职业技能等级证书”，深入分析了关联度最大的“自媒体运营”“网络直播运营”“新媒体编辑”“新媒体营销”“新媒体运营”等证书；(2) 与“网络直播运营”“新媒体编辑”“新媒体运营”三个证书的颁证单位负责人进行了会议交流；(3) 与国家开放大学学分银行座谈，了解学历与非学历证书之间的替换规则和流程。

（二）人才培养方案制定

网络与新媒体专业人才培养目标的确定和人才培养方案的制定主要基于以下四方面依据：

1.国家顶层设计及相关政策文件

网络与新媒体专业是基于时代进步和社会需求衍生出来的新兴专业，专业历史不长，但从当下时代背景、社会走向、市场需求上看，无疑是一个有潜力的专业。

2016年4月19日，习近平总书记主持召开网络安全和信息化工作座谈会并发表重要讲话，强调“要推进网络强国建设，推动我国网信事业发展，让互联网更好造福国家和人民。”2018年4月召开的全国网络安全和信息化工作会议上，习近平总书记指出“当今世界，谁掌握了互联网，谁就把握住了时代主动权；谁轻视互联网，谁就会被时代所抛弃。一定程度上可以说，得网络者得天下。”2022年10月16日，党的二十大报告指出，要“推动战略性新兴产业融合集群发展，构建新一代信息技术、人工智能、生物技术、新能源、新材料、高端装备、绿色环保等一批新的增长引擎”。可见，网络已经成为国家战略中的重要组成部分，在社会发展中起到举足轻重的作用。

制定网络与新媒体专业人才培养方案所依据的文件有：1）《普通高等学校本科专业目录》（2022）；2）《职业教育专业目录》（2021）；3）《普通高等学校学历继续教育办学基本要求（试行）》；4.《关于提高高校新闻传播人才培养能力实施卓越新闻传播人才教育培养计划2.0的意见》（2018）；5.《新闻传播学类专业教学质量国家标准》（2018）；6）人社部《中华人民共和国职业分类大典（2022年版）》；7）《普通高等学校学历继续教育人才培养方案编制工作指南》。

2.前期市场调研情况

通过调研，试图在市场需求和就业意愿两方面找到平衡点，并以此作为确定人才培养定位的重要出发点。调查发现，在全社会进行数字化转型和媒介融合的背景下，网络与新媒体行业人才需求较为泛化。从用人单位来看，国家机关、企业、媒介平台、自媒体、社会组织等各行各业都有新媒体人才招聘需求。其中，国家机关、大型企业、平台化媒体等单位对学历要求较高，品牌商、自媒体、广告代理公司、平台服务商（含MCN公司、DP服务商等）等单位用人需求比较旺盛，且对学历的要求相对较低，与

国家开放大学毕业生未来去向较为吻合。从就业岗位来看，2022 年对网络与新媒体专业本科毕业生来说，用人单位最需要的三大热门岗位类别是运营岗位（30.41%）、产品经理（30.67%）、产品销售（16.14%）。在学生需求层面，问卷调查显示，学生最有意愿从事的工作岗位排名前三位的分别是短视频拍摄与剪辑（54.92%）、媒体运营与媒体策划（29.5%）、直播运营（24.46%）；学生最想学的课程排名前三位的分别是短视频制作与编辑（60.19%）、新媒体图文编辑（48.68%）、新媒体运营与管理（41.73%）。

3.各职高院校、普通高校“网络与新媒体”人才培养方案分析

截至 2022 年，全国开设网络与新媒体专业的院校已达 361 所。由于国家开放大学未来面向全国招生，因此我们以区域为单位，选取了北京、上海、广东、重庆、陕西、云南、福建、河南、安徽、湖北、黑龙江、新疆、甘肃等 24 个省市自治区的 78 所院校，对其所开设的网络与新媒体专业的培养方案和主干课程进行了研究分析。在对这些院校进行选择时，在考虑地域性特征的同时，重点突出了二本类院校和高职本科院校。通过对这些学校人才培养方案的分析发现，不同高校在培养目标的定位上差异较大，没有一致的标准。通过大致总结，梳理出了四种取向：技术应用取向、视觉设计取向、新闻宣传取向、内容与运营取向。这与一些学者的相关研究中的结论趋于一致。

4.自身资源优劣势评估

网络与新媒体专业未来将依托国家开放大学、抖音集团、乡村振兴学院三方力量进行建设和发展，因此在考虑专业定位时必须充分考量目前三方面现有师资、资源等各方面优势。

从国家开放大学来看，目前传媒学院已开设有传播与策划（专科）、广告艺术设计（专科）、广告学（专升本）三个专业，现有课程体系和现有师资力量主要集中于新闻传播学、艺术设计、广告学、品牌与营销、新媒体等领域或方向；未来的培养目标和课程体系应适当考虑与既有专业的对接和融合，一方面可以盘活已有专业的知识积淀，另一方面也在新的业务空间实现新老专业的协同发展。

从抖音集团来看，抖音集团已经依托抖音数字学堂集中了一大批自有讲师和认

证讲师，并建设有一定规模的课程，课程内容主要集中于新媒体运营、直播电商、短视频创作、数字营销等领域，并作为教育部 1+X 自媒体运营证书的开放和认证单位，开发了相关的证书认证标准和课程体系、考核评估体系，面向社会开展自媒体运营培训与认证工作。

乡村振兴学院主要作为专业开设后的招生办学支持力量，面向 160 个国家重点帮扶县搭建乡村人才培养基地，届时可针对性地补充适应于当地特色的选修课程。

基于以上依据，通过充分研讨和论证，最终将国家开放大学网络与新媒体专业培养目标定位于内容运营取向，培养一批具有新媒体运营专业知识和技能，能面向数字社会发展需要，具有高度的社会责任感、爱国情怀和正确政治导向的应用型人才，为营造风清气朗的网络舆论空间输入新生力量。

（三）专业方案的论证

在专业培养目标制定前后，经过了多轮研讨和论证过程：

1.传媒学院与抖音集团、乡村振兴学院数次召开网络会议，共同商讨专业培养目标定位和课程设置方案。

2.2022 年 11 月 18 日，组织若干位行业专家、高职院校及普通高校网络与新媒体专业负责人，就国家开放大学网络与新媒体专业培养目标及课程设置的初稿进行咨询。结合专家咨询意见，对培养方案进行了完善。

3.2022 年 11 月 29 日，召开网络与新媒体专业设置论证会，行业专家、普通高校专家、国开系统相关专家对专业设置的必要性、可行性、专业人才培养方案进行了充分研讨，并提出了很好的修改意见。会后经过多次讨论和沟通，结合专家修改意见，对培养方案进行了进一步修改。2022 年 12 月提交专业设置审核会。

（四）师资力量的准备

国家开放大学、抖音集团双方的师资力量能够为网络与新媒体专业建设提供有力的师资保障。国家开放大学目前有专兼职教师 40 余名，教育背景涵盖新闻学、传播学、艺术设计、新媒体等相关学科。总部专职教师 5 名，其中博士 2 名，2 名教师具有高级职称。此外，自 1999 年以来，传媒学院陆续开设了广告艺术设计（专科）、广告学（专升本）、传播与策划（专科）等相关专业，经过 20 余年发展和沉淀，在

国家开放大学办学系统内，积累了大批相关专业背景的骨干师资力量，且在教学过程中形成了合作紧密的教学团队，这些师资都可以为网络与新媒体专业提供教学支撑。

在抖音集团方面，出于战略发展和知识传播需要，抖音集团自 2019 年开始建设师资团队，通过企业内部优秀人才遴选和聘用新媒体行业资深专家的方式，组建成了由自有讲师和认证讲师共同构成的师资队伍。除了大量引入人才不断充实“抖音集团官方讲师”外，同时吸纳了来自产业数字化、数字新媒体各相关行业的顶尖讲师数百名，组建起了由 200 余名行业资深专家构成的专家团队。讲师大多来自于短视频、直播电商行业的培训专家及资深创业者和经验丰富的项目操盘手，具备丰富的理论和实战经验，形成多元师资互补的结构，保证整个师资团队既具备理论深度、战略高度和行业顶层认知，也具备丰富的项目实战经验，扎实的专项技能和企业运作能力，能满足学员多维度、多层次的学习需求。

（五）学习资源准备

网络与新媒体专业具有复合性、前沿性、应用性的特点。体现于学习内容上，要求该专业的学习资源既要融合多学科基础知识，又要与时俱进，且需要紧密联系实践和实操。该专业主要依托国家开放大学和抖音集团两方的学习资源，我们对目前已有资源进行了系统梳理。

从国家开放大学来看，国家开放大学除了已有的公共基础课、通识课能为该专业提供公共类课程支撑外，人文教学部传媒学院及文学院目前已开设的诸多课程可以作为网络与新媒体专业的人文素养课、专业选修课、拓展课，或者为相关课程资源的建设打下基础。

而抖音集团方面，目前已开发有《自媒体运营》《短视频运营》《新媒体创作与运营》《数字营销与舆情应对》等课程，教材、课件、教案、题库、微课等资源齐全，线上学习平台视频课程共计超过 6000 学时。且抖音数字学堂现有抖音数字技能学习中心 9 个，能够满足线上每年 10 万+人次的学习和线下每年 5000+人次的短期培训；基于抖音学堂的业务发展需要，抖音集团目前仍在结合行业发展情况不断补充和更新各类学习资源。

此外，依托学科和国开系统专家，网络与新媒体专业拟进一步建立和完善多种教

学资源。已有、待建设的专业课程及其资源如下表所示：

课程模块	课程名称	课程性质	状态	已有资源
专业基础课	网络与新媒体概论	必修	待建设	无
	新闻传播伦理与法规	必修	待建设	无
	网络舆情监测与研判	必修	待建设	部分视频（抖音）
	中国文学经典	选修	已建设	教材、录像、
	文学概论	选修	已建设	教材、录像、网络课
	中国文化导论	选修	已建设	教材
	媒介理论与实务	选修	已建设	教材
	媒介素养	选修	未建设	无
	大众传播学	选修	已建设	教材、录像
	融合新闻学	选修	未建设	无
	广告学概论	选修	已建设	教材、录像、网络课
	市场营销学	选修	已建设	教材、录像、网络课
	新媒体广告	选修	已建设	教材、网络课
	消费者行为学	选修	已建设	教材、录像、网络课
	广告心理学	选修	已建设	教材、录像、网络课
	广告法规与管理	选修	已建设	教材、录像、网络课
	实用法律基础	选修	已建设	教材、录像、网络课
	公共关系策划	选修	已建设	教材
	广告策划	选修	已建设	教材、录像、网络课
	品牌竞争策略	选修	已建设	教材、录像、网络课
	创新思维	选修	未建设	无
	热点分析与应用	选修	未建设	无
	新媒体数据分析与应用	选修	未建设	无
	视觉设计基础	选修	已建设	教材、录像
	美学原理	选修	已建设	教材、录像、网络课
专业核心课	新媒体产品策划	必修	待建设	部分视频课（抖音）
	新媒体内容编创	必修	待建设	部分视频课（抖音）
	短视频拍摄与制作	必修	待建设	部分视频课（抖音）
	新媒体运营与管理	必修	待建设	部分视频课（抖音）
	数字营销实务	必修	待建设	部分视频课（抖音）
	直播电商基础与应用	必修	待建设	部分视频课（抖音）
	计算机平面设计(1)	选修	已建设	教材、录像、网络课
	网络多媒体素材加工	选修	已建设	教材、录像、网络课
	广告设计	选修	已建设	教材、网络课
	网站界面（UI）设计	选修	已建设	教材、录像、网络课
	基础写作	选修	已建设	教材
	创意写作	选修	已建设	教材、网络课（4 月上线）
	营销策划案例分析	选修	已建设	教材、录像、网络课
	电子商务与网络营销	选修	已建设	教材、录像
	整合营销传播	选修	未建设	无
	电子商务概论（农）	选修	已建设	教材、录像

（六）教学环境的准备

经过 40 余年的办学，国家开放大学具有完善的网络教学环境和办学组织体系，依托办学组织体系，以现代信息技术为支撑，通过教、学、管、研、服一站式和一体化运行的远程教育云平台（<http://one.ouchn.cn>）来实施专业教学。

（七）教学过程的准备

国家开放大学依托各分部、学习中心现有师资组织开展线上线下混合式教学。目前，全国有 20 余家分部开设了广告学（本科），有 30 余家分部开设了广告艺术设计（专科）和传播与策划（专科），这些专业的师资力量和“网络与新媒体”专业具有较大的重合性。现有师资不仅具备专业教学能力，且熟练掌握远程教育的教学方法，能够为该专业的教学过程提供保障。

此外，网络与新媒体专业与抖音集团合作，将为国家开放大学网络与新媒体专业的师生提供教师下企业挂职锻炼、课程实践实训、顶岗实习实践等机会，抖音集团在全国的分公司、各级代理商、人才培养联盟的企业会员、各地供应商、以及抖音数字技能学习中心等可作为本专业的教学实践基地。

三、学校专业发展规划

本专业具有鲜明的应用性，但在教学内容又具有较强的时效性，专业知识和专业技能容易随着媒介环境、行业产业环境的发展而不断更新和变化，因此，在专业建设机制需要紧密结合培养目标要求，探索新的专业建设机制。具体而言，本专业拟做以下几方面探索：

（一）专业师资：双师协同课程教学模式

第一，在课程主持教师设置上，所有职业核心课均采用“国开主持教师+行业产业教师”共同管理课程模式；

第二，在课程主编主讲选用上，坚持名师名教引领战略，充分整合高校知名专家教授、有影响力的行业专家，采取“理论老师+业界专家”共同讲授课程的模式，其中，可以为“1+1”组合或“1+N”组合，保证课程建设质量；

第三，在分部辅导教师培养上，拟在抖音集团的支持下，大力开展双师型教师培训，不断提升和更新系统内教师的专业知识和专业技能。

（二）教学资源：全网络数字化课程资源建设

本专业在课程资源建设过程中，拟打破传统“文字教材+网络课程”的传统模式，而以教学大纲为基本导向和基本要求，由国家开放大学与抖音集团进行合作，共同建设数字化学习资源。由国家开放大学主持教师根据国开现有资源建设标准，进行资源建设规划和全程协同，充分发挥抖音集团现有的平台优势、行业师资优势、资源优势，建设完成全网络数字化课程资源，遴选优质资源在终身教育平台发布。在教学过程中，结合行业变化，根据国家开放大学的资源建设要求，定期进行资源补充和更新。

（三）课程考核：建立多元考核评价模式

在课程考核方面，本专业根据不同课程的特点，建立多元化考核模式。对于基础理论类课程，在考核中强化对内容的掌握和深入理解能力，可以采取日常学习行为考核与期末闭卷考试相结合的考核模式；对于职业技能类课程，重视对具体技能的应用能力，建议采取任务导向式考核方式，通过网络进行考核任务发布，学生根据要求完成若干次形成性考核任务，达到要求后，可获得本门课程的学分。必修课程的任务设计由“国开主持教师+行业产业教师”共同完成，考核任务应紧密结合当前行业及相关岗位实际需求，以提升学生的动手能力为基本出发点。

（四）职教融通：探索课程开放与双证融通

一方面，探索网络与新媒体专业中相关课程（或课程模块）与职业技能证书的融通互换，实现学历证书和职业技能等级证书互通衔接，对学习成果给予相应学分，学分通过认定、积累，相互转换，实现“书证融通”，使网络与新媒体专业学习者在获得学历证书的同时，能够取得多类职业技能等级证书。另一方面，着力探索课程开放和单科课程结业模式，通过国家终身教育学习平台进行课程发布，鼓励非“网络与新媒体”专业的社会人员参与课程学习，获得单科课程学分，实现学历与非学历融通。

四、人才需求预测

本专业的潜在生源预计主要由三部分构成，包括社会生源，服务乡村振兴生源，以及国开办学体系常规生源。

（一）社会生源

网络与新媒体专业前期建设阶段完成后，拟利用抖音集团影响力，在抖音生态体

系内各渠道进行招生宣传。抖音集团旗下的抖音数字学堂目前已经覆盖 8 省，30 多个市，开展线上、线下的新媒体相关培训，共计覆盖人群 20 余万，预计有 60% 的人群具有学历提升的需求，抖音集团将针对这部分学员进行定向宣传，预计每季招生约 500 人左右。

（二）服务乡村振兴

新专业建设后，国家开放大学乡村振兴学院（重点帮扶县）作为试点单位，面向已经在 160 个国家重点帮扶县所在十个省的搭建的乡村人才培养基地进行生源组织宣传，此部分生源每季在 2000 人左右，随着非学历培训体量增加和专业影响力增加，将保持持续增加态势。

（三）国开生源

在国家开放大学办学体系内，目前专科阶段相关专业有传播与策划、电子商务、网络营销、数字媒体艺术设计等专业，经过多年的发展，已经积累了大量在校生和毕业生，这些学生都是网络与新媒体专业（本科）的潜在生源。自 2015 年，人文教学部传媒学院已开始新专业需求调研，先后走访了湖南、宁波、安徽、广州、深圳、重庆、四川等十余所分部，通过教师访谈、学生座谈等方式了解社会需求和学生需求，先后召开座谈会 20 余次。通过调查发现学生对网络与新媒体专业普遍存在较大兴趣。2022 年，我们面向国开办学体系及高职院校发放“网络与新媒体专业需求调研问卷”，共回收有效问卷 417 份，调查结果显示 92% 的学生对这个专业表示感兴趣；74% 的学生表示有报名就读的意愿。新专业试点招生通过验收后，将通过与全国 44 个分部招办的沟通合作，增加分部招生该专业的申请量，预计达到每季 3000 人的招生规模。

综上所述，新专业招生，初期每年招生量在 5000 人左右，经过验收在全国推行后，招生量每年将在 10000 人以上。

增设专业人才培养方案

包括培养目标、基本要求（素质要求、能力要求、知识结构要求）、修业年限、主干学科、主要课程、主要实践性教学环节和主要专业实验、教学计划等内容

一、专业名称、层次、所属学科门类

专业名称：网络与新媒体。

专业层次：本科（专科起点）。

专业所属学科门类或专业大类：文学新闻传播学类。

二、入学要求

具有国民教育系列相同或相近专业高等专科学校（含专科）以上学历者。

三、职业面向

所属专业类(代码)	对应行业(代码)	主要职业类别(代码)	主要岗位类别(或技术领域)	职业资格(职业技能等级)证书
传播学 (050304)	互联网零售 (5294)； 广告业 (7240)； 新闻业 (8510)。	新闻出版、文化工作人员(2-7)； 数字媒体艺术专业人员(2-09-06-07)； 网络编辑 (2-10-02-05)； 电子商务师 (4-01-06-01)； 互联网营销师 (4-01-06-02)； 全媒体运营师 (4-13-01-05)； 推销、展销人员 (4-12)； 商务数据分析师 (4-07-02-05)。	新媒体运营； 短视频运营； 直播运营； 文案策划； 活动策划； 社群运营； 直播选品； 投放推广； 网络主播； 网站编辑。	自媒体运营； 直播电商运营 (拟)

四、培养目标

本专业立足于培养德智体美劳全面发展的社会主义建设者和接班人，培养适应新时代中国特色社会主义建设要求，具备较高思想政治水平、道德品质、文化素养以及较强创新能力和发展潜力，培养掌握网络与新媒体基础理论知识和基本运作流

程，具备熟练应用主要新媒体平台进行内容策划、信息采集、编创、发布和营销推广等基本运营能力，面向自媒体运营或在互联网平台、媒体和传播机构、企事业单位、党政机关、社会组织等单位从事网络与新媒体策划、内容生产与制作、运营推广与管理及相关工作的高级应用型专门人才。

五、培养规格

（一）修业年限：最低修业年限 2.5 年。学生学籍自注册入学起 8 年内有效。

（二）学习形式：开放教育。

（三）总学时学分：1314 学时，73 学分。

（四）人才培养素质、知识和能力要求

1.知识要求

(1) 掌握马克思主义基本原理、习近平新时代中国特色社会主义思想、中国近现代史纲要等思想政治基本理论与知识。

(2) 掌握网络与新媒体学科基础知识及基本原理。

(3) 熟悉网络与新媒体行业相关政策法规与职业道德规范。

2.能力要求

(1) 具备网络与新媒体内容策划、信息采集、编创、发布和营销推广等基本运营能力。

(2) 具备一定的审美能力、写作能力和软件操作能力。

(3) 具有英语语言应用能力及计算机应用能力。

(4) 具有良好的语言表达能力和人际沟通能力。

(5) 能够及时了解和把握新媒体行业的发展迭代趋势，具有较强的洞察和适应能力，能通过终身学习不断引领职业发展。

3.素质要求

(1) 具备较高的政治素养、坚持正确的政治导向，强烈的社会责任感、民族认同感和爱国主义精神。

(2) 具有良好的职业素养、较高的职业道德水准以及较高的人文与科学素养。

(3) 具有良好的心理承受能力和抗压能力，富有团队合作精神和组织协作意识。

六、课程模块体系说明

（一）课程模块设置

本专业共设置 5 个模块 9 个子模块，分别是公共基础课（思想政治课、公共英语课、其他课程）、专业课（专业基础课、专业核心课、专业拓展课）、通识课、综合实践及补修课。

本专业部分课程实行课程开放，可由学生选学。

1.公共基础课模块

（1）思想政治课

该模块最低毕业学分为 11 学分，模块最低总部考试学分为 9 学分，模块最低设置学分为 11 学分。

统设必修课：习近平新时代中国特色社会主义思想概论、中国近现代史纲要、马克思主义基本原理、形势与政策。

（2）公共英语课

该模块最低毕业学分为 6 学分，模块最低总部考试学分为 6 学分，模块最低设置学分为 24 学分。

选修课：管理英语 3、管理英语 4、理工英语 3、理工英语 4、人文英语 3、人文英语 4、商务英语 3、商务英语 4。

（3）其他课程

该模块最低毕业学分 1 学分，最低总部考试学分为 1 学分，最低设置学分为 1 学分。

统设必修课：国家开放大学学习指南

选修课：计算机应用基础、人工智能专题、学位论文指南。

2.专业课模块

（1）专业基础课

该模块最低毕业学分为 13 学分，模块最低总部考试学分为 9 学分，模块最低设置学分为 20 学分。

统设必修课：网络与新媒体概论、新闻传播伦理与法规、网络舆情监测与研判。

选修课：文学概论、媒介素养、大众传播学、融合新闻学、市场营销学、新媒体广告、实用法律基础、广告策划、品牌竞争策略、创新思维、热点分析与应用、新媒体数据分析与应用、美学原理、视觉设计基础等。

（2）专业核心课

该模块最低毕业学分为 26 学分，模块最低总部考试学分为 22 学分，模块最低设置学分为 36 学分。

统设必修课：新媒体产品策划、新媒体内容编创、短视频拍摄与制作、新媒体运营与管理、数字营销实务、直播电商基础与应用。

选修课：摄影与摄像、网络直播实训、短视频运营实训、视听语言、计算机平面设计(1)、信息可视化设计、创意写作、营销策划案例分析、新媒体文案创意实训、媒介经营管理、短视频内容创推（乡村文旅方向）、短视频内容创推（农特产品营销方向）、电子商务概论（农）等。

（3）专业拓展课

该模块最低毕业学分 3 学分，最低总部考试学分为 0 学分，最低设置学分 6 学分。

该模块主要为专业提升和职业技能类选修课，包括主播类、视频技术类、新闻编辑类、信息技术类、自主创业类，分部可依据各自的办学实际选择部分类别开设课程。

3.综合实践模块

该模块最低毕业学分 8 学分，最低总部考试学分为 0 学分，最低设置学分 8 学分。

统设必修课：社会实践、毕业论文（作品）。由分部根据国家开放大学制定的实践环节教学大纲组织实施。

4.通识课模块

该模块最低毕业学分 2 学分，最低总部考试学分为 0 学分，模块最低设置学分为 14 学分。

选修课：详见通识课列表。

5.其他

(1) 补修课

补修课程是指在注册本科(专科起点) 专业学习的学生中, 部分不具备相同学科相关专业学历背景必须补修的课程, 补修课程统一使用国家开放大学确定的课程名称, 执行统一的教学大纲或教学要求, 并由国家开放大学推荐教材、提供相关教学支持服务, 本专业的补修课程是: 广告调查与预测、品牌传播与策划。

(2) 证书课

证书 1: 学习完“新媒体运营与管理”“数字营销实务”两门课程并通过考核, 达到规定的条件, 可申请“自媒体运营”证书。

证书 2: 学习完“直播电商基础与应用”课程并通过考核考核, 达到规定条件, 可申请“直播电商运营” 证书。

证书课程的相关规定及替换流程以具体文件为准。

(二) 课程说明

1. 专业基础课

(1) 网络与新媒体概论

本课程 3 学分, 课内学时 54 学时, 开设一学期。

本课程是网络与新媒体专业重要的专业必修课和基础课。通过本课程的学习, 学生可以对网络与新媒体专业的总体框架形成初步认识, 并能够充分了解新媒体的定义、特征、发展脉络和分类等相关理论知识, 为顺利进入该专业各个细分领域的学习打下良好的理论基础, 进一步提升专业素养和人文素养, 树立起正确的社会主义核心价值观。

本课程的主要教学内容包括: 新媒体的定义、分类、特征、发展历程及发展趋势等。

(2) 新闻传播伦理与法规

本课程 3 学分, 课内学时 54 学时, 开设一学期。

本课程是网络与新媒体专业的专业必修课和基础课。课程旨在使学生了解传媒职业的道德准则和规范, 掌握我国涉及传媒职业的基本法律与法规, 提高媒介工作

者职业道德修养，强化媒介工作者的法律意识，以适应未来工作的基本需求。通过本课程的学习，学生可以了解传播活动中涉及到的法律、法规问题，掌握传媒职业的道德准则和规范、能够对媒介职业道德失范行为案例进行剖析，树立正确的社会主义核心价值观。

本课程的主要教学内容包括：传媒类职业道德规范、新闻法律法规等。

(3) 网络舆情监测与研判

本课程 3 学分，课内学时 54 学时，开设一学期。

本课程是网络与新媒体专业的一门专业必修课，也是本专业的基础课程之一。通过本课程的学习，学生能够从理论和实践上了解网络舆情的基本概念，理解网络舆情在网络环境管理中的重要性及基本规律，掌握对网络舆情的分析与引导技能，能够对热点事件进行分析、追踪、研判并形成应对办法，提高对舆情环境的洞察力和感知力，有助于建立宽广的视野。

本课程的主要教学内容包括：网络舆情概述、网络舆情的传播机理、网络舆情信息搜索、网络舆情的功能与构成要素、网络舆情的生成与演变机制、网络舆情检测与研判机制、网络舆情应对机制。

2. 专业核心课

(1) 新媒体产品策划

本课程 4 学分，课内学时 72 学时，开设一学期。

本课程是网络与新媒体专业的专业必修课和专业核心课。

本课程从新媒体产品策划相关问题的概念、现状、思维、观念、调研、用户等多个方面进行讲授，通过本课程的学习，学生能够较为全面地了解新媒体产品的相关概念、新媒体策划的基本原理、思维方法，调研及需求分析、用户思维、新媒体产品开发的组织保障、以及各类策划案例评析，熟练掌握当前主流新媒体平台策划的创意及执行技巧，为从事相关工作打下良好的理论和实践基础，培养学生成为德才兼备的复合型人才。

本课程的主要教学内容包括：新媒体及新媒体产品的相关概念、新媒体产品的文化与表达、新媒体产品的思维与创意、新媒体产品策划的调研与分析、新媒体策

划的用户思维以及新媒体产品策划的技术与工具。

(2) 新媒体内容编创

本课程 4 学分，课内学时 72 学时，开设一学期。

本课程是网络与新媒体专业的专业必修课和专业核心课。

通过本课程的学习，学生应掌握主流新媒体内容的编创方法和基本技巧，包括新媒体内容的选题技巧、热点内容的掌控能力、文案策划及撰写技巧，并能够熟练运用各类新媒体编辑工具对内容进行编辑和发布，有效地提升人文素养、审美素养和创新精神。

本课程的主要教学内容包括：新媒体内容策划、图文内容编创、短视频内容编创和直播编创。

(3) 新媒体运营与管理

本课程 4 学分，课内学时 72 学时，开设一学期。

本课程是网络与新媒体专业的专业必修课，也是本专业的核心课程之一。

通过本课程的学习，学生可以了解新媒体运营的基本原理和实际操作方法，掌握新媒体运营的理论知识，包括新媒体内容创作、文案创意、账号运营、内容变现以及营销推广等方法和技能，能够熟练运用新媒体运营理论和策略完成相应的运营方案，树立正确的人生观、世界观、价值观，将知识习得与社会主义核心价值观的树立相结合。

本课程的主要教学内容包括：新媒体内容创作、新媒体内容运营、新媒体广告平台投放及新媒体 KOL 投放推广等。

(4) 数字营销实务

本课程 4 学分，课内学时 72 学时，开设一学期。

本课程是网络与新媒体专业的专业必修课，也是本专业的核心课程之一。

通过本课程的学习，学生能够了解数字营销发展的现状，熟悉数字营销的相关理论与规律，掌握大数据营销传播与程序化购买，掌握用户人群画像分析的方法，新媒体广告平台的投放，进一步提升专业实践能力，成为德能兼备、全面发展的复合型人才，为未来从事相关岗位工作打下良好的理论及实践基础。

本课程的主要教学内容包括：数字营销概述、程序化购买、新媒体广告投放、内容电商和内容服务变现等。

(5) 短视频拍摄与制作

本课程 3 学分，课内学时 54 学时，开设一学期。

本课程是网络与新媒体专业的专业必修课，也是本专业的核心课程之一。

本课程具有较强的实操性和应用性，主要任务旨在培养学生在短视频剪辑工作岗位中，熟练地掌握短视频内容策划、脚本撰写、拍摄、剪辑以及后期制作等技能，策划、拍摄、剪辑制作出具有较高水准的短视频作品并在相关短视频平台上发布与传播。

本课程的主要教学内容包括：短视频定位与策划、短视频的拍摄与剪辑工具、短视频的拍摄技法、特效制作、字幕制作、颜色校正和混音、短视频的制作要点与上传方法等。

(6) 直播电商基础与应用

本课程 3 学分，课内学时 54 学时，开设一学期。

本课程是网络与新媒体专业的一门专业必修课，也是本专业的核心课程之一。

通过本课程的学习，学生能够系统全面地掌握网络直播相关的基础知识和实操技能，了解直播平台的选择的基本原则与操作方法，掌握直播选品、直播内容的策划和脚本的撰写，直播推广方案制定，私域账号运营，主播 IP 定位、主播 KOL、明星合作方管理等实务性的知识原理和内在逻辑，提升必要的人文素养，为未来从事相关工作打下基础。

本课程的主要教学内容包括：直播运营基本概念和策略，了解直播电商平台、申请直播账号、直播电商岗位、直播电商团队、直播内容策划及脚本撰写，直播推广方案制定等。

3. 补修课

(1) 广告调查与预测

本课程 4 学分，课内 72 学时，开设一学期。

本课程主要介绍市场调查涉及的基本调查方法、调查流程、数据收集和分析

方法、以及调查报告撰写等内容。具体内容包括市场调查与广告调查概述、二手资料的收集与应用、广告调查方法与流程、观察法和实验法、定性调查、定量调查、抽样设计、问卷设计、数据分析及报告撰写、市场与消费者分析、广告媒体调查、广告效果评估等内容。通过本课程的学习，学生可以提升科学素养，培养求真务实的精神，通过市场调查加深对用户和市场的理解，从而可以更好地指导实践。

(2) 品牌传播与策划

本课程 4 学分，课内 72 学时，开设一学期。

本课程主要介绍品牌与品牌传播的基本概念、理论，并在此基础上讲授企业在实际运作中如何创立、维系、推动、发展品牌，进行品牌传播。通过本课程的学习，学生可以提升专业素养和系统思维能力，能在正确的价值观和传播观的指导下开展品牌传播与策划活动。

4. 综合实践

本专业综合实践包括社会实践和毕业论文（作品），统设必修，共 8 学分，由分部根据国家开放大学制定的实践环节教学大纲组织实施。

（三）课程考核方式

国家开放大学总部和国开各分部分别按照考试工作的有关制度和文件组织考试。具体考核方式相关信息以国家开放大学当学期发布的考试安排文件为准。

1. 统设必修课严格执行统一课程名称、统一课程学分标准、统一教学大纲、统一教材、统一考核。

2. 课程实践环节成绩计入课程学习成绩，没有完成课程实践环节的不能取得课程学分。

3. 专业规则表中各课程开设学期是根据专业知识结构提供的课程先修、后续关系确定的，供学生选课时参考。各专业所有统设必修课首次开设后均实行全年滚动开设。

4. 具体考核方式参见每门课程的考核说明。

七、毕业规则与学位规则

（一）毕业规则

本专业最低毕业总学分为 73 学分。

本专业各模块最低毕业学分依次是：公共基础课模块 18 学分，其中思想政治课 11 学分，公共英语课 6 学分，其他 1 学分；专业课模块 42 学分，其中专业基础课 13 学分，专业核心课 26 学分，专业拓展课 3 学分；通识课模块：2 学分；综合实践模块：8 学分。

不具备相同学科相关专业学历背景的学生，需要补修相关课程，学分为 8 学分。

各模块最低毕业学分之和为 70 学分，不足的毕业学分可在其他课程中选学。最低总部考试学分为 47 学分。完成本教学计划规定的教学内容，修满教学计划规定的学分，经审核准予毕业，获得毕业资格。

（二）学位规则

按照学校学位授予相关规定执行。

八、教学计划进程表

文学科新闻传播学类

网络与新媒体（本科（专科起点））专业教学计划进程表

专业名称				网络与新媒体		规则号						
学生类型				开放教育		专业层次		本科（专科起点）				
毕业学分				73		国开总部考试学分		47				
	模块名称	模块毕业最低学分	模块总部考试最低学分	模块设置最低学分	课程代码	课程名称	学分	课程类型	课程性质	建议开设学期	考试单位	
公共基础课	思想政治课	11	9	11	1	05014 马克思主义基本原理	3	统设	必修	2	总部	
					2	04391 习近平新时代中国特色社会主义思想概论	3	统设	必修	3	总部	
					3	04681 中国近现代史纲要	3	统设	必修	1	总部	
					4	04392 形势与政策	2	统设	必修	1-5	分部	
	公共英语课	6	6	24		04019 管理英语 3	3	统设	选修	1	总部	
					6	04020 管理英语 4	3	统设	选修	2	总部	
					7	04007 理工英语 3	3	统设	选修	1	总部	
					8	04008 理工英语 4	3	统设	选修	2	总部	
					9	04015 人文英语 3	3	统设	选修	1	总部	
					10	04016 人文英语 4	3	统设	选修	2	总部	
					11	04011 商务英语 3	3	统设	选修	1	总部	
					12	04012 商务英语 4	3	统设	选修	2	总部	

	其他课程	1	1	10	13	02970	国家开放大学学习指南	1	统设	必修	1	总部
					14	00815	计算机应用基础	4	统设	选修	3	总部
					15	04848	人工智能专题	2	统设	选修	1	总部
					16	01750	学位论文指南	7	统设	选修	5	分部
	专业基础课	13	9	20	17	新建	网络与新媒体概论	3	统设	必修	1	总部
					18	新建	新闻传播伦理与法规	3	统设	必修	2	总部
					19	新建	网络舆情监测与研判	3	统设	必修	3	总部
					20	02422	中国文学经典	5	统设	选修	2	分部
					21	01546	文学概论	3	统设	选修	2	分部
					22	04651	中国文化概论	4	统设	选修	5	分部
					23	04234	媒介理论与实务	4	统设	选修	3	分部
					24	新建	媒介素养	3	非统设	选修	2	分部
					25	00260	大众传播学	4	统设	选修	1	分部
					26	新建	融合新闻学	4	非统设	选修	2	分部
					27	00575	广告学概论	3	统设	选修	1	分部
					28	02325	市场营销学	4	统设	选修	1	分部
					29	04220	新媒体广告	4	统设	选修	4	分部
					30	02541	消费者行为学	3	统设	选修	3	分部
					31	00570	广告心理学	4	统设	选修	2	总部
					32	00560	广告法规与管理	3	统设	选修	3	分部
					33	02133	实用法律基础	3	统设	选修	1	分部
					34	53012	公共关系策划	4	非统设	选修	4	分部
					35	00556	广告策划	5	统设	选修	1	分部
					36	01158	品牌竞争策略	3	统设	选修	4	分部
					37	新建	创新思维	3	统设	选修	2	分部
					38	新建	热点分析与应用	3	非统设	选修	4	分部
					39	新建	新媒体数据分析与应用	4	非统设	选修	4	分部
					40	01358	视觉设计基础	3	统设	选修	2	分部
					41	01089	美学原理	3	统设	选修	3	分部
	专业核心课	26	22	36	42	新建	新媒体产品策划	4	统设	必修	2	总部
					43	新建	新媒体内容编创	4	统设	必修	2	总部
					44	新建	短视频拍摄与制作	3	统设	必修	3	总部
					45	新建	新媒体运营与管理	4	统设	必修	4	总部
					46	新建	数字营销实务	4	统设	必修	4	总部
					47	新建	直播电商基础与应用	3	统设	必修	3	总部
					48	50662	摄影与摄像	4	非统设	选修	3	分部
					49	新建	网络直播实训	2	非统设	选修	3	分部
					50	新建	短视频运营实训	2	非统设	选修	3	分部
					51	新建	H5 创意与策划	3	非统设	选修	3	分部
					52	52991	视听语言	3	非统设	选修	2	分部
					53	00786	计算机平面设计(1)	3	统设	选修	2	分部
					54	03326	网络多媒体素材加工	4	统设	选修	2	分部
					55	02905	广告设计	4	统设	选修	2	分部
					56	03424	网站界面（UI）设计	4	统设	选修	3	分部
					57	新建	网页设计与制作	3	非统设	选修	3	分部
					58	新建	数字多媒体作品创作	3	非统设	选修	3	分部
					59	新建	信息可视化设计	3	非统设	选修	3	分部
					60	00748	基础写作	2	统设	选修	1	分部

					61	04645	创意写作	3	统设	选修	4	分部
					62	新建	新媒体文案创意实训	2	非统设	选修	3	分部
					63	01870	营销策划案例分析	4	统设	选修	3	分部
					64	03010	电子商务与网络营销	3	统设	选修	4	分部
					65	新建	平台广告创意与投放	2	非统设	选修	4	分部
					66	53010	整合营销传播	3	非统设	选修	4	分部
					67	新建	新媒体产品设计与项目管理	4	非统设	选修	4	分部
					68	新建	新媒体帐号运营实训	2	非统设	选修	3	分部
					69	新建	媒介经营与管理	3	非统设	选修	4	分部
					70	新建	短视频内容创推（乡村文旅方向）	2	非统设	选修	5	分部
					71	新建	短视频内容创推（农特产品营销方向）	2	非统设	选修	5	分部
					72	52886	乡村民俗文化与开发	2	非统设	选修	4	分部
					73	52558	农产品营销实务	4	非统设	选修	4	分部
					74	02744	电子商务概论（农）	2	统设	选修	4	分部
	专业拓展课	3	0	6	75	新建	播音艺术与主持	3	非统设	选修	3	分部
					76	50577	普通话	2	非统设	选修	1	分部
					77	50612	全国导游基础知识	4	统设	选修	2	分部
					78	53014	影视特技与后期合成	5	非统设	选修	2	分部
					79	50211	非线性编辑	4	统设	选修	2	分部
					80	53022	新闻采编与策划	3	非统设	选修	2	分部
					81	53019	新闻学概论	3	非统设	选修	1	分部
					82	50804	网络编辑	3	非统设	选修	3	分部
					83	05067	大数据技术概论	4	统设	选修	3	分部
					84	01683	信息化管理与运作	4	统设	选修	5	分部
					85	52879	互联网+创新创业	3	非统设	选修	6	分部
					86	53185	创新创业基础	3	非统设	选修	2	分部
					87	52719	创业入门	2	非统设	选修	5	分部
	补修课				88	00571	广告调查与预测	4	统设	选修	1	总部
					89	05079	品牌传播与策划	4	统设	选修	1	总部
综合实践	8	0	8	90	新建	毕业论文（作品）	5	统设	必修	5	分部	
				91	新建	社会实践	3	统设	必修	4	分部	
通识课		2	0	14	详见通识课列表							

九、教学实施保障

（一）师资队伍

本专业每门专业课程均应配备符合相应条件的专职主持教师和兼职主编主讲教师、辅导教师。

各分部、行业学院和各学习中心在选聘课程责任教师、辅导教师时，应将从多所院校和相关学科中选拔符合条件的优秀师资，引入具有丰富从业经历的行业专家和“双师型”人才参与专业课程、综合实践的教学及实训环节的指导工作。

（二）学习资源

根据远程学习者的学习特点及本专业课程的教学需求，国家开放大学为学生提供适合学习者自主学习的多种媒体教学资源，包括文字教材、视频教材、网络课程、微课程等，遴选并引入相关 MOOC 资源作为补充。另外，本专业所涉及到的相关证书课程也配有相应的课程视频学习资源。

网络与新媒体专业主要有专业基础课、专业核心课，如网络与新媒体概论、媒介伦理与法规、网络舆情分析与管理、新媒体策划、新媒体内容编创、短视频编辑与制作、新媒体运营与管理、数字营销实务与网络直播实务等课程，以上课程均选聘高校或行业知名专家担任课程主编、主讲，建设适用的多种媒体学习资源。

（三）教学设施

教学设施主要包括能够满足正常课程教学、实习实训所需的专业教室、校内实训室以及校外实训基地等场所。

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）新媒体运营实训室

新媒体运营实训室应配有投影设备、会议桌、多媒体计算机、音响设备互联网接入或 Wi-Fi 环境，实验室通过新媒体营销案例、素材、营销热点日历，支持补充营销热点，记录热点营销思路及计划，打造个性化的超强热点表，掌握新媒体热点事件进行营销活动的策划，能够支持实训过程中对于优秀营销案例开展分析学习。提供文字设计、图片设计、表单设计、海报制作等探索式练习和内容处理的基础技能实训。

（2）新媒体电商直播实训室

新媒体电商直播实训室应配备直播服务主机、图形工作站计算机和新媒体导直播实训软件、路由器、存储设备、高清摄像机（含脚架）灯光设备等软硬件设施。应配有结合当下直播环境能够连接线上线下多店铺入驻且支持真实交易的电商平

台。该平台可以实现新零售模式支持线上商城运营及线下门店管理、同时能打通微信小程序直播，开启线上直播带货。通过实训能够使学生体验直播带货的整个环节。

(3) 摄影摄像实训室

摄影摄像实训室应配备台式计算机、多媒体投影设备、数码相机（含三脚架）、数码摄像机、反光板、引闪器、闪光灯、摄影灯架、静物台、拍摄幕布、背景板、照片打印机、胶片扫描仪等相关器材。能够满足各类商品或人物拍摄需要，配备相关商品的展示柜、陈列台，相关搭配使用的道具等设备，拍摄区域要求满足全遮光环境条件，用于摄影摄像的拍摄制作实训课程。

3.校外实训室及基地基本要求

(1) 基地基本要求：具有较为稳定的校外实训基地，可以开展新媒体策划、新媒体运营、新媒体内容编创、网络直播等实训活动，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。

(2) 学生实习基地基本要求：具有稳定的校外实习基地，能够提供新媒体运营、直播运营、短视频运营、文案策划、活动策划、网络主播等相关实习岗位，可以涵盖当前相关行业发展的主流技能，能够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的实习加以指导与管理，能够保障实习学生日常工作、学习、生活的规章制度，有安全、保险保障。

(3) 支持信息化教学方面的基本要求：支持信息化教学方面的要求：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。

4.图书资料与学习资源保障

总部、分部、学院和有条件的学习中心均配备图书馆、数字图书馆和阅览室，能够为广大师生提供丰富的图书资源及参考文献，总部图书馆作为办学组织体系的图书文献资源中心，藏书数量充足，种类齐全，内容覆盖新媒体、新闻学、传播学、广告学、艺术设计、信息技术等多个领域，能够满足日常专业教学所需。同时，总部数字图书馆还购买了中国知网、万方知识服务平台、龙源期刊网、超星数字图书

馆等主流文献数据库的数据服务，配备了丰富的新闻传播学类数字图书文献资源供师生查阅参考，学校通过数字化手段为教职工和学生提供文献资源的阅览和下载服务。

十、质量保障

质量保障方案以学校出台的相关制度、规范为准。

（一）保证专业教学的组织与运行要求

总部制定各项教学管理制度，保证办学体系的规范办学与高效运行，包括专业建设与管理、课程资源建设与管理、招生与学籍管理、课程教学管理、实践教学管理、学习支持服务管理、考试管理、教学评估督导等。各分部根据总部要求，结合当地实际，制定相应的教学管理制度与实施细则，规范各项教学工作。

（二）专业建设与持续改进机制要求

办学体系通过在校学生问卷调查、毕业生追踪调查、基层办学单位调查、用人单位问卷调查以及网络调查等，对生源情况、在校生学业水平、毕业生就业情况、用人单位满意度、基层办学要求等进行分析，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况，充分利用评价分析结果有效改进专业教学，适时更新专业人才培养目标、课程体系、教学要求，持续提高人才培养质量。

总部聘请学科专家、行业专家、体系内教学管理人员定期开展专业评估和专项评估，根据评估结果及时更新调整专业和课程内容。

（三）教学质量监控机制要求

采用信息技术手段与常规手段相结合的方式，对办学体系人才培养进行全过程、动态化的质量监控。教学质量监控与管理部门对于在质量监控过程中发现的突出问题，以专项督导的形式跟踪整改，随时掌握整改落实情况，并适时将结果向办学系统通报。教学和教学管理职能部门针对发现的质量问题及时整改，完善教学服务，优化工作流程，健全管理制度。

增设专业专任教师情况

序号	姓名	性别	年龄 (岁)	专业技术 职务/ 职业资格	第一学历毕业学 校、专业、学位	最后学历毕业 学校、专业、 学位	现从事专业	拟任课程	专职/ 兼职
1	郭丽云	女	54	教授	山西大学， 新闻学专业，文学 学士	山西大学， 中国古代文学 ，文学硕士	新闻传播 学、广告学	网络与新媒 体概论	专职
2	郭青春	女	58	研究 员	南开大学，汉语言 文学，文学学士	北京大学，艺 术学，文学硕 士	广告学、广 告设计	网络与新媒 体概论	专职
3	张玲	女	41	副教 授	武汉大学，汉语言 文学，文学学士	武汉大学，传 播学，硕士	网络与新媒 体、广告学	新媒体产品 策划	专职
4	付彧	女	40	副教 授	中国传媒大学，艺 术设计，文学学士	中国传媒大 学，设计艺术 学，文学硕士	网络与新媒 体、广告学	短视频拍摄 与制作	专职
5	于庆尧	男	37	讲师	中国计量大学，广 告学，文学学士	中国美术学 院， 影视动 画， 硕士	网络与新媒 体、广告学	新媒体内容 编创	专职
6	朱瑾	女	39	讲师	西北大学，新闻传 播学，文学学士	北京大学，高 等教育管理， 博士	网络与新媒 体、广告学	网络与新媒 体概论	专职
7	温婧	女	37	讲师	内蒙古师范大学/ 英语，文学学士	北京大学/传播 学，文学博士	网络与新媒 体	网络舆情监 测与研判	专职
8	吴玲玲	女	45	教授	西南民族大学，汉 语言文学专业，学 士学位	四川大学， 文艺与传媒， 博士学位	广告学、传 播学	新媒体内 容编创	专职
9	李建强	男	49	教授	湖北美术学院，美 术教育专业，文学 学士	武汉理工大 学，美术学专 业，艺术硕士	广告学、艺 术设计	新媒体内 容编创	专职
10	刘永东	男	58	教授	湖南师范大学，油 画专业，文学学士	湖南师范大 学，油画专业， 文学学士	广告设计	短视频拍摄 与制作	专职
11	杨冬	男	52	教授	吉林艺术学院，美 术教育，文学学士	吉林艺术学 院，美术教育， 文学学士	广告学、广 告设计	短视频拍摄 与制作	专职
12	敖敦其 木格	女	50	教授	内蒙古师范大学， 蒙古语言文学专 业专科	西北民族大 学，中国少数 民族语言文 学，硕士	广告学	新闻传播 伦理与法 规	专职

13	李若婧	女	38	副教授	安徽师范大学，广告学，文学学士。	安徽大学，传播学，文学硕士学位，	网络与新媒体、广告学	新媒体产品策划	专职
14	张建松	男	41	副教授	中国传媒大学，广告学，文学学士	中国传媒大学，广告学，硕士	网络与新媒体、广告学	新媒体运营与管理	专职
15	陈 征	女	46	副教授	毕业院校天津美术学院，艺术设计，学士	天津美术学院，设计艺术学，硕士	广告设计、传播与策划	新媒体内容编创	专职
16	芦林燕	女	39	副教授	西安工程大学，艺术设计，学士	西北大学美术学院，广告学教学管理，硕士	广告学、传播与策划	新媒体内容编创	专职
17	王 佳	女	39	副教授	郑州大学，国际经济与贸易，学士	广西大学，新闻学，硕士	网络与新媒体广告学	新闻传播伦理与法规	专职
18	王雪非	男	43	副教授	东北师大，艺术设计，学士	吉林大学，项目管理硕士	网络与新媒体、广告学	新媒体运营与管理	专职
19	李膺民	男	42	副教授	沈阳大学师范学院，学士	沈阳大学师范学院，本科学士学位	艺术设计	短视频拍摄与制作	专职
20	谢济	男	40	副高级	沈阳大学，美术师范，学士	沈阳师范大学，版画，硕士，	广告学，广告设计	短视频拍摄与制作	专职
21	田甜	女	42	副教授	湖南师范大学，美术学，学士	湖南师范大学，教育学硕士	艺术设计	新媒体内容编创	专职
22	李子钰	女	33	讲师	内蒙古师范大学，视觉传达艺术设计专业，学士学位	内蒙古师范大学，设计学，硕士学位	广告学、广告设计、传播学	新媒体内容编创	专职
23	张 琼	女	34	讲 师	中国戏曲学院，音乐学，文学学士	中国传媒大学，传播学，博士	网络与新媒体、媒介文化传播	网络舆情监测与研判	专职
24	秦思	女	39	讲师	西安工程大学，环境艺术设计，学士	武汉大学，数字媒体艺术，硕士	广告设计、传播与策划	直播电商基础与应用	专职
25	黄晋	女	36	讲师	成都理工大学，广播电视编导，文学学士	武汉大学艺术学系戏剧戏曲学，硕士研究生	网络与新媒体、广告学	网络与新媒体概论	专职
26	李相春	女	36	讲师	贵州师范大学，美术学，学士	贵州师范大学，艺术学，硕士，	数字媒体艺术设计	短视频拍摄与制作	专职

27	高红娜	女	43	讲师	河北师范大学美术学院 美术学，文学学士学位	河北师范大学美术学院 美术学，文学学士学位	传播与策划、电子商务	新媒体内容编创	专职
28	杨玉茗	女	28	讲师	天津师范大学，教育学，英语教育学、文学双学士	天津师范大学，教育学，硕士	广告学、广告设计	网络舆情监测与研判	专职
29	王露茵	女	43	讲师	浙江大学，工业设计，学士	浙江大学，设计艺术学，文学硕士	广告设计	新媒体内容编创	专职
30	左戡文	女	33	讲师	湖北经济学院法商学院，艺术设计专业，学士学位	湖北工业大学，工业设计工程，工程硕士	艺术设计	新媒体产品策划	专职
31	温俊	男	28	助教	浙江工商大学，产品设计，学士学位	海南大学，艺术设计，硕士学位	广告学	新媒体产品策划	专职
32	刘 耕	男	33	行业教师	北京大学博士	北京大学，博士	网络与新媒体	新媒体运营与管理	兼职
33	蔡文婷	女	36	行业教师	北京化工大学学士	德国德累斯顿工业大学，硕士	网络与新媒体	数字营销实务	兼职
34	王冰虹	女	26	行业教师	北京师范大学硕士	北京师范大学，硕士	网络与新媒体	新媒体运营与管理	兼职
35	张轩瑞	男	28	行业教师	北京电影学院硕士	北京电影学院，硕士	网络与新媒体	直播电商基础与应用	兼职
36	王燕妮	女	31	行业教师	辽宁大学学士	辽宁大学，学士	网络与新媒体	数字营销实务	兼职
37	桂 鑫	男	33	行业教师	中国青年政治学院，学士	中国青年政治学院，学士	网络与新媒体	数字营销实务	兼职
38	丁 琪	女	31	行业教师	新南威尔士大学，硕士	新南威尔士大学，硕士	网络与新媒体	直播电商基础与应用	兼职
39	甘 露	女	36	行业教师	北京师范大学学士	北京师范大学学士	网络与新媒体	直播电商基础与应用	兼职
40	林亮景	男	42	行业教师	中国政法大学学士	中国政法大学硕士	网络与新媒体	数字营销实务	兼职

增设专业计划开设的主要课程

序号	课程名称	课程总学时	课程周学时	授课教师	授课学期
1	网络与新媒体概论	54	3	朱瑾	1
2	新闻传播伦理与法规	54	3	朱瑾	2
3	网络舆情监测与研判	54	3	温婧	3
4	新媒体产品策划	72	4	张玲	2
5	新媒体内容编创	72	4	于庆尧	2
6	短视频拍摄与制作	54	3	付彧	3
7	新媒体运营与管理	72	4	于庆尧	4
8	数字营销实务	72	4	张玲	4
9	直播电商基础与应用	54	3	付彧	3
10	新媒体广告	72	4	于庆尧	4
11	美学原理	54	3	郭青春	3
12	品牌传播与策划	72	4	张玲	1
13	媒介理论与实务	72	4	李若婧	3
14	短视频运营实训	36	2	刘 耕	3
15	新媒体帐号运营实训	36	2	蔡文婷	5

增设专业基本办学条件

专业名称		网络与新媒体				开办经费	30 万		
申报专业副高及以上职称（在岗）人数		15	其中该专业专职在岗人数	35	其中校内兼职人数	15	其中校外兼职人数	20	
可用于新专业的教学图书（万册）		15	可用于该专业的教学实验设备（千元以上）		200（台/件）		总价值（万元）	300	
序号	主要教学设备名称（限 20 项）				型号规格	台(件)	购入时间		
1	融媒内容管理实训平台				Ula 内容管理系统 V1.0	1	2021.7		
2	策划指挥实训平台				策划指挥系统平台 V1.0	1	2021.8		
3	舆情监测实训平台				海河舆情大数据系统 V1.0	1	2021.10		
4	内容生产实训平台				Yumi 智能媒体云应用工具平台 V1.0	1	2021.10		
5	多渠道发布实训平台				MCPP 融媒多渠道发布平台 V1.0	1	2021.10		
6	智能媒体应用实训平台				IMPC 智能媒体处理平台 V1.0	1	2021.10		
7	实训操作电脑				DELL OptiPlex	150	2021.6		
8	非编移动工作站				DELL precision3571	4	2021.6		
9	非编台式工作站				DELL Precision	6	2021.6		
10	智能剪辑实训平台				网界智能剪辑 V1.0	1	2021.7		
11	交互式智能平板 86 英寸（包含 OPS 电脑、电子白板软件）				RG-IIB-K86U	2	2021.7		
12	交互式智能平板 55 英寸				RG-ShareBox 100	6	2021.7		

13	分组研讨教学系统	SCC1000-SIM	1	2021.10
14	互动教学系统	RG-UClass	1	2021.10
15	扩音系统（包含音箱、功放、无线麦、音频）	RG- Sounder	1	2021.10
16	融媒实训支撑硬件平台（包含计算、存储服务、交换机）	H3C R4900 G5+ NEUTRINO N160L+ H3C S6520X-54QC -EI	1	2021.10
17	融媒多媒体融合显示终端大屏（包含多媒体终端管理系统）	RLED-P1.8	1	2021.7
18	专业摄像微单相机	尼康 Z6II	2	2022.4
19	全面幅摄影设备	索尼 FE PZ 16-35mm f/4	2	2022.4
20	无人机摄影设备	大疆 RS3 PRO	1	2022.5