课程教学进度计划表

一、基本信息

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 课程名称 | 广告学 | | | | |
| 课程代码 | 2120168 | 课程序号 | 1799 | 课程学分/学时 | 32 |
| 授课教师 | 夏天 | 教师工号 | 19249 | 专/兼职 | 专 |
| 上课班级 | 工商管理（珠宝）B24-1 | 班级人数 | 13 | 上课教室 | 一教216 |
| 答疑安排 | 时间:周四14:30—15:30 （QQ课程群随时欢迎答疑）地点: 新闻传播学院307（广告系办公室） 电话：18019008676 | | | | |
| 选用教材 | 《广告学概论》（第二版）(9787040614855) | | | | |
| 参考教材与资料 | 《广告学概论》刘佳著，出版社：华中科技大学出版社，出版时间：2018-03-01。ISBN：9787568035026。 | | | | |

二、课程教学进度安排

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 课次 | 课时 | 教学内容 | 教学方式 | 作业 |
| 1 | 第1次 | 第一单元广告学绪论**（一）**广告内涵特征、种类、功能、价值；广告学的产生及发展；广告传播特点，广告对社会主义市场经济的贡献。  第一单元广告学绪论**（二）**广告相关学科理论及广告大师理论。  第一单元广告学绪论**（三）**广告发展演变的历史，广告业及其组织。 | 讲授、案例分析 | **布置X1作业**：分小组团队合作演讲，说明广告的定义、种类（至少说出五种广告种类名称，含新媒体），举例阐述广告对社会主义市场经济的影响等。正确阐述广告相关学科理论及广告大师理论。正确阐述广告业构成与业态形态的升级转型趋势 |
| 2 | 第2次 | X2作业：一、举例说明广告与社会主义市场经济的关系（要求用马克思主义方法论的基本原则的历史观、实践观、认识论等等唯物辩证法哲学进行阐述）。二、以自己认知、组织语句为广告下定义。三、列举广告种类（每一种类至少五种广告图片展示，并正确说出该广告种类名称）。四、列举与广告学科有关理论在广告中的应用（传播学、市场营销学、社会学、心理学在广告中的应用、广告大师理论在广告中的应用） | 案例分析、汇报、点评分析 | **布置预习：**营销策划与广告策划 |
| 3 | 第3次 | 第二单元（一）营销策划与广告策划 | 讲授、案例分析 | **布置X2作业**：分小组团队合作演讲，结合一个熟悉案例（某品牌广告），分析营销策划与广告策划之间相互关系及影响 |
| 4 | 第4次 | X3作业：团队合作演讲：结合一个熟悉案例（某品牌广告），分析营销策划与广告策划之间相互关系及影响 | 案例分析、汇报、点评分析 | **布置预习：**广告创意 |
| 5 | 第5次 | 第二单元（二）广告创意（1）创意流程，思维导图（2）广告的诉求点、沟通点 | 讲授、案例分析 | **布置X3作业：**分小组团队合作演讲，能正确阐述某一品牌进行广告创意策划的步骤、解析广告作品的诉求策略及其诉求点、沟通点。 |
| 6 | 第6次 | X4作业：团队合作演讲：阐述某一品牌进行广告创意策划的步骤、解析广告作品的诉求策略及其诉求点、沟通点。 | 案例分析、汇报、点评分析 | **布置预习：**广告文案写作 |
| 7 | 第7次 | 第二单元（三）广告文案写作 | 讲授、案例分析 | **布置预习：**广告视觉设计与表现 |
| 8 | 第8次 | 第二单元（四）广告视觉设计与表现 | 讲授、案例分析 | **布置预习：**品牌营销与企业识别系统策划 |
| 9 | 第9次 | 第三单元品牌营销与企业识别系统策划上 | 讲授、案例分析 | **布置预习：**媒介策划与互联网数字媒体的表现与应用 |
| 10 | 第10次 | 第三单元品牌营销与企业识别系统策划下 | 讲授、案例分析 | **布置预习：**媒介策划与互联网数字媒体的表现与应用 |
| 11 | 第11次 | 第四单元广告媒介策划与互联网数字媒体的表现与应用（2课时） | 讲授、案例分析 | **布置预习：**营销公关与销售促进 |
| 12 | 第12次 | 第五单元营销公关与销售促进 | 讲授、案例分析 | **布置预习：**广告经营管理 |
| 13 | 第13次 | 第六单元广告经营管理\第七单元广告法规与广告人素养及自律 | 讲授、案例分析 | **布置预习：**广告法规广告人素养自律 |
| 14 | 第14次 | 总复习：案例分折，广告学系统知识要点综合应用 | 讲授、案例分析 | **布置总复习** |
| 15 | 第15次 | 学生汇报大作业 | 圆桌讨论 | **布置总复习** |
| 16 | 第16次 | 学生汇报大作业及圆桌讨论及学生小组互评 | 小组互评 | **布置总复习** |

三、考核方式

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 总评构成 | 占比 | 考核方式 |
| X1 | 10% | 出勤+课堂表现：学生按时上下课，不得迟到，不得早退。上课积极回答问题。  出勤率占比60%，回答问题占比40%。 |
| X2 | 30% | 过程考核：分小组团队合作展示演讲。举例说明广告的定义：举例说明广告的种类（含新媒体）：举例说明广告对社会主义市场经济的影响。（包括考勤、课堂互动等表现） |
| X3 | 30% | 过程考核分小组团队合作展示演讲。结合一个熟悉案例（某品牌广告）分析营销策划与广告策划之间相互关系及影响。（包括考勤、课堂互动等表现） |
| X4 | 30% | 过程考核分小组团队合作展示演讲。正确阐述某一品牌进行广告创意文案与视觉设计表现方案策划的步骤（流程）、正确解析该品牌广告创意作品的诉求策略及其诉求点、沟通点。（包括考勤、课堂互动等表现） |

任课教师：夏天 （签名）  系主任审核： A black background with white text

AI-generated content may be incorrect. （签名） 日期： 2025-2-25