

上海建桥学院课程教学进度计划表

一、基本信息

课程代码	2060730	课程名称	广告学
课程学分	2	总学时	32
授课教师	赵楠	教师邮箱	66832454@qq.com
上课班级	工商管理 B20-1、2	上课教室	周五 1-6 节一教 218
答疑时间	周二上午		
主要教材	广告学概论·丁俊杰主编·高等教育出版社·2018年04月		
参考资料	1. 广告学, 朱江鸿等主编, 上海财经大学出版社, 2017年8月 2. 广告策划与创意, 孟克难等主编, 清华大学出版社, 2021年02月 3. 广告学, 王莉等主编, 清华大学出版社, 2018年03月		

二、课程教学进度

周次	教学内容	教学方式	作业
1	1: 广告的概述 ①掌握广告的定义与特征 ②了解广告类别、掌握广告功能 ③了解与其他学科的关系	讲课	
2	单元 2: 广告发展简史 ①了解古代广告的发展历程 ②掌握近代广告的发展历程	讲课	
3	单元 3: 广告基础理论 ①理解广告定位理论的内涵 ②掌握“USP”理论和整合营销传播理论、“4P”理论和“4C”理论的基本内容 ③理解“5W”理论、“6W+6O”理论 ④了解并深入研究消费心理	讲课	
4	单元 4: 广告主体 ①掌握广告客户、广告公司和广告媒介是广告市场中的三个主体	讲课	

注：课程教学进度计划表电子版公布在本学院课程网站上，并发送到教务处存档。

	<p>②了解广告组织的主要类别，广告代理制的发展演变过程</p> <p>③掌握广告代理制的内容并深刻理解实施广告代理制的重要意义</p>		
5	<p>单元 5：广告心理与受众</p> <p>①掌握广告心理学研究消费者在产品购买和消费过程中的心理现象。</p> <p>②了解消费者的态度、动机、情感、爱好以及决策过程等</p>	讲课	
6	<p>单元 6：广告创意与表现</p> <p>①掌握广告创意方法、广告创意的基本类型；</p> <p>②掌握广告创意“三位一体”判断标准</p> <p>③能够运用所学知识进行广告创意的创作</p>	讲课	海报设计
78	小组设计展示	边讲边练	
9	<p>单元 7：广告文案</p> <p>①了解广告文案的概念，广告文案的类别</p> <p>②掌握广告文案的构成</p> <p>③掌握几种典型广告文案的撰写方法</p>	汇报	文案创作
10	<p>单元 8：广告媒体</p> <p>①了解印刷广告、电子媒体广告以及数字互动媒体广告是如何增强广告主的媒体组合</p> <p>②掌握媒体的特点、优点和缺点</p> <p>③了解如何才能在媒体组合中哪种购买方式效益最好</p>	讲课	
11	<p>单元 9：新媒体广告</p> <p>①了解新媒体广告的定义和特征</p> <p>②掌握网络广告、手机广告、新型电视广告的类型、特征与功能</p>	讲课	视频广告创作
12	<p>单元 10：广告策划</p> <p>①了解广告活动主要由计划、实施和评价管理三部分组成，广告主和营销人员要了解制定营销计划和广告计划的各种方法</p> <p>②掌握企业营销计划或整合营销传播策划的实现方法</p>	讲课	
	单元 11：广告管理	讨论课	

注：课程教学进度计划表电子版公布在本学院课程网站上，并发送到教务处存档。

13	①了解引入广告代理制度，广告组织 ②掌握广告组织的结构、职能和运作 ③掌握介绍广告管理的内容和方法	讲课	
14	单元 12：广告效果的测定 ①掌握广告效果的基本含义和特征 ②掌握广告效果测定的主要方向 ③了解并能够初步运用广告效果测定的基本方法	讨论课	
15	视频广告展示	汇报	
16	随堂考核		

三、评价方式以及在总评成绩中的比例

总评构成（全 X）	评价方式	占比
X1	出勤课堂	10%
X2	广告海报设计	30%
X3	广告文案创作	20%
X4	广告视频制作	40%

任课教师：赵楠

系主任审核：



日期：2023.2.12