

《广告学》课程教学大纲

一、课程与任课教师基本信息

课程名称：广告学	课程类别：选修课
课程英文名称：Advertisement	
总学时/周学时/学分：32/2/2	其中实验（实训、讨论等）学时：0
先修课程：市场营销学	
授课时间：1-16周 周三 5、6 节	授课地点：莞城 6#2
授课对象：14 工商管理 1、2、3、4 班	
开课院（系）： 经管学院	
任课（/助课）教师姓名/职称： 邓念武 副教授	编写人姓名/职称： 邓念武 副教授
使用教材：广告学概论（第三版）陈培爱主编 高等教育出版社	
教学参考资料： 1、张浩达等. 简明广告学教程. 北京大学出版社 2、苗杰. 现代广告学. 人民大学出版社，第三版。 3、Rajeev bBatra 等著. 赵平等译. 营销之旅-广告管理. 清华大学出版社	
课程期末考核方式：开卷（ ） 闭卷（ ） 课程论文（◆） 实操（ ）	
联系电话：729827	Email:dengnw@163.com
答疑时间、地点与方式：1. 课前、课间和课后，采用一对一的问答方式。2. 平时，可采用 QQ、电子邮件、电话等方式，随时答疑。3. 每次发放作业时，采用集中讲解方式	
编写时间：2016-9-1	

二、课程简介

本课程是工商管理专业的专业选修课。本课程从广告的整体理论角度入手，研究广告运作的调查、策划、创意、设计与制作、媒体运作、效果评估等一系列环节的基础理论知识；分为广告主体论、广告媒体论、广告受众论等三个部分，并涉及广告活动的起源与发展，广告市场实践行为的具体现象研究及分析。广告学的任务是通过广告理论和实践的研究，揭示广告活动的规律，使学生掌握基本的广告专业术语，掌握广告活动的基本原理与基本操作方法。

三、课程教学目标

结合本课程的基本内容以及课程的基本特点，制定如下目标：

1. 知识与技能目标：通过本课程的学习，要使学生能够了解广告学的一般规律，理解市场营销的基本概念和基本原理，掌握企业广告活动中的各种策略及其适用范围，具备一定的广告分析与策划能力。培养学生成为企业所需的，具有一定市场开拓能力的人才；

2. 过程与方法目标：广告学课程作为工商管理专业的专业选修课重点培养学生的广告策划能力。从策划创意过程来看策划本身是企业为了谋求自我生存和发展的最佳环境和市

场竞争优势而进行的创新性的决策思维方式因而广告策划能力的培养也是决策思维方式的培养重点应培养学生的发散式思维、收敛式思维、系统式思维、逆向思维、矛盾思维等营销典型式思维当然对于分析与综合、抽象与概括、归纳与演绎等一般思维也应加强夯实使得策划案具有可行性、可操作性；

3. 情感、态度与价值观发展目标：作为未来的营销人才首先应具备应有的营销道德勇于承担社会责任进而在未来的职业生涯中把以符合法律和伦理道德的行为方式提供给企业增进社会福利。其次注重个人品质与道德的教育着力树立学生的自尊、自信、自我管理、诚实、正直的人格。最后注重团队精神的培养即团队合作能力、沟通交流能力的培养使学生具有良好的从业心态、大局意识、奉献精神、协作精神和服务精神。

四、课程进度表

理论教学进程表

周次	教学主题	教学时长	教学的重点与难点	教学方式	作业安排
1、2	广告概论	3	广告的基本含义及相关概念	课堂讲授	1
3	广告的起源与发展	2	中外广告发展的历史进程；了解各阶段广告发展的形式、动因、特点、标志性事件	课堂讲授	
4、5	广告与其他学科	4	掌握广告学与营销学、心理学、社会学的关系及其相关学科知识在广告学中的运用	课堂讲授	
6	现代广告业	2	现代广告业的性质与任务、广告在现代社会中的功能与作用、现代广告对社会的影响	课堂讲授	
7、8、9	广告基本原理	5	广告学说的发展、广告定位理论、USP理论与整合营销传播、4P组合与4C组合、5W理论与广告传播	课堂讲授	1
10、11	广告运作规律	4	广告活动、广告公司的运作规律、广告策划的主要内容和程序	课堂讲授	
12、13	广告主体与客体	3	广告主体、广告信息、广告媒体、广告客体	课堂讲授	1
14、15	广告效果的测定与广告管理	4	重点掌握广告效果测定的各种方法和网络广告效果的测定、广告管理的内容、广告传播的社会责任	课堂讲授	

16	国际广告	2	国际广告策略、海外广告管理	课堂讲授	
合计		29			3

五、成绩评定方法及标准

考核内容	评价标准	权重
到堂情况	不得无故缺席，上课勤做笔记，积极回答问题	10%
课堂讨论	认真准备，积极参与讨论	10%
课后作业（即单元测试）	每章授课结束，教师均会根据所讲内容以及需要延伸的内容，提出具体要求，布置相关作业	10%
期末考核	采用撰写策划书或课程论文的形式考核学生对知识的掌握与应用	70%
期末考核方式	课程论文	

六、院（系）教学指导委员会审查意见

我院（系）教学指导委员会已对本课程教学大纲进行了审查，同意执行。

院（系）教学指导委员会主任签名：

日期： 年 月 日