

# 《广告策划课程设计》

## 课程教学大纲

### 一、课程基本信息

课程类型	总学时为学时数	<input type="checkbox"/> 理论课（含上机、实验学时）			
	总学时为周数	<input type="checkbox"/> 实习 <input checked="" type="checkbox"/> 课程设计 <input type="checkbox"/> 毕业设计			
课程编码	7038311	总学时	2周	学分	2
课程名称	广告策划课程设计				
课程英文名称	Course Design of Advertising Planning				
适用专业	广告学				
先修课程	(7038201) 广告策划、(7219811) 广告调查与分析				
开课部门	文法学院广告学系				

### 二、课程性质与目标

本课程为专业必修课，是配合广告策划课程的实践教学设计。

**课程目标：**训练学生将广告策划的基本理论、策划的流程、市场分析方法及广告策划书的撰写、提案等知识和技巧能在实际案例中进行具体应用。培养学生深入实际，解决问题的能力。

**课程思政目标：**树立社会主义核心价值观，培养学生的创新精神、科学精神和工匠精神。

### 三、课程教学基本内容与要求

#### 1. 教学基本内容：

##### (1) 讲座

邀请广告公司专业策划人员进行专题讲座，介绍实际策划经验，解决学生在实践前产生的各种问题和疑惑。

##### (2) 实际策划的展开

甄选若干与实际结合紧密的策划命题，提出要求，由学生分小组进行策划，最后提交策划书并提案、评分。

#### 2. 思政元素：培养学生的创新思维、全局意识以及正能量的传播理念。

#### 3. 教学基本要求：

**掌握：**广告策划的基本理论、广告策划流程、市场调查分析、广告定位、传播策略。

理解：企业品牌定位与市场的关系、品牌策略与广告目标的关系。

了解：不同行业的竞争状态、市场环境。

#### 四、实践性教学内容的安排与要求

1. 时间安排：第 19 周-第 20 周

2. 教学内容安排：

第一部分：策划专题讲座及策划命题布置

第二部分：指导学生分组完成策划方案

第三部分：小组策划方案提案汇报

#### 五、课程考核方式与成绩评定标准

总成绩以百分制计算，平时占 30%，以小组讨论出勤为参考；期末占 70%，以提交的广告策划书和提案评分为主，主要考察学生的创新思维、全局意识以及科学的市场观和传播观。

#### 六、大纲制(修)订说明

无。

大纲执笔人：张 哲

大纲审核人：张 哲

开课系主任：张 哲

开课学院教学副院长：袁凤识

制（修）订日期：2022 年 01 月