

《中外广告史》

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 checked="" type="checkbox"/> 理论课（含上机、实验学时）			
	总学时为周数	<input type="checkbox"/> 实习 <input type="checkbox"/> 课程设计 <input type="checkbox"/> 毕业设计			
课程编码	7115701	总学时	32	学分	2
课程名称	中外广告史				
课程英文名称	Chinese and Foreign Advertising History				
适用专业	广告学				
先修课程	(7039401) 广告学概论、(7015101) 传播学概论				
开课部门	文法学院广告学系				

二、课程性质与目标

本课程为广告专业必修课。本课程主要讲授中外古今广告活动的产生和发展概况与背景、中外古今各个历史时期的广告形式与特点（典型特征）、手段与方法（典型实践）、广告人物与广告理念等，并借此帮助学生完善专业知识体系，熟知广告“家谱”，增强专业自信，领略古人智慧，服务当下实践。

课程目标 1：熟悉并理解广告发展的内在规律。

课程目标 2：深刻理解广告（活动）的本质特征。

课程目标 3：学会独立探究历史问题和团队协作。

课程目标 4：具备初步的学术研究和公开演示能力。

课程思政目标：系统了解我党百余年来在政治传播上的探索以及经验和成就（尤其是对广告的运用），深刻认识到广告的社会价值和责任，增强职业责任感和使命感。

三、课程教学基本内容与要求

1、教学内容一：绪论：广告行业、广告专业与广告史

基本内容：介绍广告行业特性与职业前景，阐述广告专业的学习规律与特点、了解广告史的学习意义与方法。

思政元素：客观对待广告业所遇到的社会争议，增强职业责任感和荣誉感，为树立良好行业形象而努力；理解广告在商业实践中的重要作用和合理角色，客观评价各种营销传播手段的优劣及其协同的重要性；以史为鉴，增强专业使命感。

基本要求：客观认识广告业，提前做好个人职业规划；了解广告专业的学习规律，调整专业学习状态；意识到广告史学习的必要性，熟知该课程的学习思路。

2、教学内容二：我国原始社会末期到鸦片战争前的广告

基本内容：广告活动的产生与发展；中国古代各个历史时期的主要广告活动和形式及其社会背景。

思政元素：学习“伯乐相马”这一典故时，明白商业宣传要有底线，不可虚假；学习古代商品上的铭文时，要清楚自古至今，企业都要对自己的产品质量负责的主体责任意识。

基本要求：掌握中国古代广告活动产生和发展的历史轨迹及成就；了解各个历史时期广告活动的形式与特点，形成清晰的广告发展脉络，并清楚今天各种广告形式的历史渊源。

3、教学内容三：鸦片战争到新中国成立前的广告

基本内容：各种新型广告媒体的出现和发展；广告业的诞生和广告管理的出现；早期广告学研究与发展。

思政元素：通过了解资产阶级改良派、革命派、无产阶级政党（中国共产党）等社会力量的办报实践，要意识到媒体在提高民众觉悟、凝聚社会力量中的强大力量；通过了解民族企业家的广告实践，要明白“国货当自强”是实现中华民族伟大复兴的重要议题；通过史量才的广告经营活动，要认识到广告对媒体的重要性和强大影响，以及传媒人该有的社会良知和民族大义。

基本要求：掌握该时期各新广告媒体的兴起和发展概况；了解该时期广告成为新行业，以及民国政府对其实施管理的概况；了解广告学研究及教学的发展概况。

4、教学内容四：新中国成立后大陆的广告

基本内容：建国初期及社会主义改造完成后的广告业；新时期的大陆广告。

思政元素：通过学习这段时间商业广告逐渐衰微的历史，要意识到经济制度、商业环境对广告行业健康发展的重大影响作用；同时也要清楚，广告作为一种商业文化，要顺应社会发展潮流，倡导积极价值观，树立良好社会形象，赢得社会信任。

基本要求：掌握建国初期及社会主义改造完成后的中国广告业概况；了解和掌握新时期大陆广告行业的迅猛发展概况及广告管理的不断完善。

5、教学内容五：大陆公益广告简史

基本内容：公益广告的萌芽及历史形态；现代公益广告的持续发展与成就。

思政元素：广告具有重要的社会功能，可以公益广告的形式积极参与社会管理并发挥独特作用，广告人要多一份责任感，积极参与公益广告的创作和传播。

基本要求：掌握公益广告的由来及历史形态；了解中国大陆及台、港地区公益广告的发展与成就。

6、教学内容六：台湾广告简史

基本内容：台湾地区广告演变概况；台湾地区广告媒介及广告管理的发展与现状。

思政元素：台湾广告业的式微，台湾广告人才的西进，都在说明一个事实：只有两岸统一，台湾才有出路，台湾同胞才会有更好的发展空间和更加美好的生活，同时坚信习主席关于“中国必须统一，也必然统一”的论断。

基本要求：掌握和了解二十世纪台湾地区、尤其是 50 年代光复后广告业的产生及发展概况。

7、教学内容七：香港广告简史

基本内容：香港地区广告演变概况；香港地区广告媒介、广告公司及广告管理。

思政元素：香港在广告人才培养方面有很多值得内地学习的地方，尤其是其国际化视野、重视产学研融合的教学实践、重视公关与广告的融合等，都非常值得借鉴，由此充分认识到“一国两制”的科学性，坚持“一国两制”和“爱国者治港”，必然会让更多人受益。

基本要求：掌握和了解香港作为世界著名转口贸易中心，其广告媒介、广告公司、广告行业组织的特点，以及香港广告人才培养的概况。

8、教学内容八：世界广告简史

基本内容：人类社会早期文明中口头广告、文字广告及图形广告的出现和发展；近代广告早期的发展面貌；广告媒介、广告公司、广告教育和管理的成熟进程。

思政元素：通过对本章节内容的学习，要认识到世界大同的一面，深刻领悟习主席提出的“人类命运共同体”的科学性和强大生命力，中国广告业应在这一理念之下尽可能地走向世界，融入国际，服务全人类。

基本要求：能对比中外广告早期的发展历程，发现他们的共同规律，同时对国外广告的特性有所掌握。

9、教学内容九：美国广告简史

基本内容：美国广告业三百年的发展轨迹；美国的“肥皂剧”，广告媒介和广告公司；完善的广告法规、行业管理及广告教育的发展与兴盛。

思政元素：通过本章学习，要意识到美国在很多方面的先进性，同时也应该意识到，在“世界百年未有之大变局”之际，以美国为代表的传统广告运营模式的衰落和以中国互联网新媒体为代表的广告运营模式的崛起，具有必然性，作为

“准广告人”要为参与这一划时代的广告行业变革做积极的准备。

基本要求：重点掌握美国广告公司强大的原因、美国的广告管理特点。

10、教学内容十：国际广告业与未来发展趋势

基本内容：主要的广告业国际性行业组织概况、国际广告管理和国际广告组织自律、国际广告代理制度；未来广告业前景、未来广告观念的变革、信息传播技术对未来广告业的影响、广告业的国际化趋势。

思政元素：当今广告观念正在变革，品牌的沟通策略也在变化，意识形态广告再一次流行，作为“准广告人”，要充分意识到广告对消费者价值观的强大影响力，要借助广告大力弘扬社会主义核心价值观。

基本要求：重点掌握广告代理制度，其次是掌握国际广告协会、国际广告自律等内容；大致掌握国际广告业的四大趋势。

四、课程学时分配

教学内容	讲授	实验	上机	课内学时小计	课外学时
1. 绪论：广告行业、广告专业与广告史	6			6	
2. 原始社会末期—鸦片战争前的广告	4			4	
3. 鸦片战争到建国前的广告	4			4	
4. 新中国成立后大陆的广告	4			4	
5. 大陆公益广告简史	2			2	
6. 台湾广告简史	2			2	
7. 香港广告简史	2			2	
8. 世界广告发展简史	2			2	
9. 美国广告发展简史	2			2	
10. 国际广告业与未来发展趋势	2			2	
期末复习指导	2			2	
合计	32			32	

五、教学设计与教学组织

教学设计将遵循 OBE 教育理念，强调成果输出，针对每个章节的教学任务和目标，设置合理的训练项目，主要通过课堂讲解、互动讨论、小组专题片展示（借

助实验室完成专题片拍摄和制作)、过程性作业辅导和评价、期末辅导与考试,了解广告发展规律、真正做到以史为鉴、增强专业认同度,在立德树人方面同步实现提升学生的理论自信、职业责任感、社会责任感和行业荣誉感以及走向世界的国际观。

六、 教材与参考资料

1. 教材

《中外广告史新编》,陈培爱,高等教育出版社,2013,ISBN 9787040257489。

2. 参考教材

(1)《新编中外广告通史(第三版)》,刘家林,暨南大学出版社,2011,ISBN 9787811358971。

(2)《中外广告史》,何玉杰,中国人民大学出版社,2017,ISBN 9787300242958。

(3)《中外广告史新编》,杨海军,复旦大学出版社,2009,ISBN 9787309067002。

(4)《美国广告史》,林升梁,中国经济出版社,2008,ISBN 9787501783830。

(5)《中国广告史》,赵琛,高等教育出版社,2005,ISBN 9787040174953。

七、 课程考核方式与成绩评定标准

总成绩以百分制计算,由平时成绩和期末考试成绩两部分组成。平时成绩占30%,包括考勤和小组展示作业;期末考试成绩占70%。思政考核主要由平时作业的30%占比成绩中得以体现,力求以保质保量、生动有趣的方式,让学生亲身参与、深度思考。

八、 大纲制(修)订说明

无。

大纲执笔人:李明合

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1月