

《广告调查课程设计》

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	7311601	总学时	1周	学分	1
课程名称	广告调查课程设计				
课程英文名称	Course Design of Advertising Surveys				
适用专业	广告学				
先修课程	(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

《广告调查课程设计》是广告学专业的必修课程设计。学生在修完《广告调查与分析》课程以后，本课程设计进一步强化学生的项目设计与研究能力，在项目控制、项目流程、问卷设计、受访者甄别、数据采集、数据分析、数据挖掘、报告撰写等方面强化学生的调研能力与分析能力。

课程目标：强化学生的项目设计与研究能力。

课程思政目标：要求学生向革命前辈学习，培养吃苦耐劳的优良品格；鼓励学生扎根中国大地，面向专业前沿、面向经济主战场、面向国家需求、面向民生福祉，率先发挥专业力量，通过脚踏实地的调查研究和数据分析为国家战略贡献力量。

三、课程教学基本内容与要求

3.1 课程训练基本内容

本课程设计从理论与实践两方面对学生展开训练。

理论训练一般由指导教师指定一项理论研究题目，要求学生采用一定的社会科学研究方法（如二手资料法、访谈法、观察法、内容分析法等）展开研究。学生完成一篇不少于 1000 字的学术论文。

实践训练一般由指导教师指定实践题目，学生组队完成。要求调查方法主体为问卷法（或内容分析法），配合观察法、访谈法、二手资料法。调查项目必须包含范围明确的总体。必须包含科学的抽样方法，从总体当中抽取一定的样本，

使调查样本符合 95%置信度下±5%误差（最低样本量 384 个）。

学生必须完成封面统一的《广告调查报告》，方可获得学分。

3.2 实践训练要求

1) 课题与样本。题目必须包含数量确切的总体，采用较好的抽样方法，样本量 ≥ 384 个

2) 方法。主体研究方法选择得当，同时配合使用第二种研究方法。

3) 报告。调查报告撰写质量应该符合北方工业大学毕业论文撰写要求，报告最少字数（不含图片）：6 人（含）以下的小组，至少完成 6000 字的报告；7 人小组最少完成 7000 字、8 人小组最少完成 8000 字、9 人小组最少完成 9000 字、10 人小组最少完成 10000 字报告，团队人数上限 10 人。

3.3 课程思政要求

学生研究课题应面向专业前沿、面向经济主战场、面向国家需求、面向民生福祉，率先发挥专业力量，通过脚踏实地的调查研究和数据分析为国家战略贡献力量。

四、 实践性教学内容的安排与要求

学生按训练主题有目的、明确地进行相关的资料收集与技巧练习；在老师指导下，创造性地完成课题训练。

课设分布在 1-16 周不定期安排实训，分为四个阶段进行，分别是：

时间	内容安排	要求
第一阶段	课设动员和项目拟题	教师讲授、学生全体参与
第二阶段	项目理论指导及模拟演练	教师讲授、学生分组进行
第三阶段	项目调研执行	学生分组进行
第四阶段	完成课程设计报告	考核方式进行

五、 教学设计与教学组织

课程设计坚持“立德树人”的总体要求，实践教学坚持德育为先，通过正面教育来引导学生、感化学生、激励学生；项目设计坚持以人为本，通过合适的实验方法来塑造人、改变人、发展人。

课程以教师引导为主，学生独立自主设计项目、完成数据调查、撰写报告。鼓励学生积极思考、团队合作，脚踏实地完成项目工作。

六、 教材与参考资料

1. 教材

无。

2. 参考资料

无。

七、 课程考核方式与成绩评定标准

项目鼓励学生扎根中国大地，项目要面向专业前沿、面向经济主战场、面向国家需求、面向民生福祉设计，要求学生率先发挥专业力量，通过脚踏实地的调查研究和数据分析为国家战略贡献力量。

本课程设计采用考察制，成绩评定标准为：

理论训练作业成绩 50%+实践训练作业成绩 50%。二者合成分以期末成绩形式计入学生成绩。

八、 大纲制(修)订说明

无。

大纲执笔人：姚政邑

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