

课程教学进度计划表

一、基本信息

课程名称	数字广告学				
课程代码	1060165	课程序号	1682	课程学分/学时	2/32
授课教师	吴骄宜	教师工号	24202	专/兼职	专职
上课班级	工商 B22-4 (专升本)	班级人数	26	上课教室	三教 416
答疑安排	时间:周二 3-4 节, 周三 5-6 节 地点: 8213				
课程号/课程网站					
选用教材	《数字广告管理》高维和·孙亚程·王莉著·高等教育出版社·2024年6月				
参考教材与资料	数字广告管理相关文献				



二、课程教学进度安排

课次	课时	教学内容	教学方式	作业
1	2	第1单元 数字广告概论	讲课	
2	2	第2单元 数字广告管理概述	讲课	
3	2	第3单元 数字广告环境分析	讲课、案例	
4	2	第4单元 数字广告受众分析	讲课, 案例	
5	2	第5单元 静态数字广告	讲课	
6	2	第6单元 动态数字广告	讲课	
7	2	第7单元 数字广告调研 (1)	讲课、案例	小组汇报 作业

8	2	第7单元 数字广告调研 (2)	讲课、案例	小组汇报 作业
9	2	小组汇报	讨论	
10	2	第8单元 数字广告策划 (1)	讲课、案例	小组汇报 作业
11	2	第8单元 数字广告策划 (2)	讲课、案例	小组汇报 作业
12	2	小组汇报	讨论	
13	2	第9单元 数字广告整合传播	讲课、案例	
14	2	第10单元 程序化广告	边讲边练	
15	2	第11单元 数字广告效果评估	讲课、案例	小组调研 作业
16	2	第12单元 数字广告法律与伦理	讲课、案例	

三、考核方式

总评构成	占比	考核方式
X1	40	小组项目汇报 (共2次)
X2	30	调查报告
X3	20	考勤
X4	10	课堂表现
X5		

任课教师:  (签名) 系主任审核:  (签名) 日期: 2025.02