

## 课程教学进度计划表

## 一、基本信息

课程名称	广告学				
课程代码	2060877	课程序号	1589	课程学分/学时	3/48
授课教师	吴骄宜	教师工号	24202	专/兼职	专职
上课班级	工商 B21-1	班级人数	25	上课教室	三教 405; 四教 406
答疑安排	时间 :周二 5-6 节; 周四 1-2 节      地点: 8213				
课程号/课程网站					
选用教材	《广告学概论(第二版)》丁俊杰、陈培爱、金定海著·高等教育出版社· 2024年5月				
参考教材与资料	相关广告学论文				

## 二、课程教学进度安排

课次	课时	教学内容	教学方式	作业
1	4	绪论 第一章 广告的内涵和特征	讲课、讨论	
2	2	第二章 广告发展演变的历史	讲课、讨论	
3	4	第三章 广告的功能和价值	讲课、讨论	小组汇报作业
4	2	小组汇报	讨论	
5	4	第四章 广告与品牌传播	讲课、讨论	小组汇报作业
6	2	小组汇报	讨论	

7	4	第五章 广告调查	讲课、讨论	小组汇报作业
8	2	小组汇报	讨论	
9	4	第六章 广告策略	讲课、案例	小组汇报作业
10	2	小组汇报	讨论	
11	4	第七章 广告创意	讲课、案例	
12	2	实践课	边讲边练	
13	4	第八章 广告媒介 第九章 广告效果 (1)	讲课、讨论、 案例	
14	2	第九章 广告效果 (2)	讲课、讨论、 案例	
15	4	第十章 广告业发展与管理 第十一章 广告从业人员的素养	讲课、讨论、 案例	小组汇报作业
16	2	小组汇报	讨论	

### 三、考核方式

总评构成	占比	考核方式
X1	20	考勤
X2	10	课堂表现
X3	50	小组汇报
X4	20	调查报告
X5		

任课教师:  (签名)

系主任审核:  (签名)

日期: 2025.02