

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	1635	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 B22-3 (专升本)	班级人数	25	上课教室	三教 410
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