

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	1614	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 B21-1/2	班级人数	26	上课教室	三教 405; 四教 308
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	2	绪论	讲课、讨论	
2	4	第一章 广告的内涵和特征 第二章 第二章 广告发展演变的历史	讲课、讨论	
3	2	第三章 广告的功能和价值 (1)	讲课、讨论	小组汇报作业
4	4	第三章 广告的功能和价值 (2) 小组汇报	讨论	
5	2	第四章 广告与品牌传播 (1)	讲课、讨论	小组汇报作业

6	4	第四章 广告与品牌传播 (2) 小组汇报	讨论	
7	2	第五章 广告调查 (1)	讲课、讨论	小组汇报 作业
8	4	第五章 广告调查 (2) 小组汇报	讨论	
9	2	第六章 广告策略 (1)	讲课、案例	小组汇报 作业
10	4	第六章 广告策略 (2) 小组汇报	讨论	
11	2	第七章 广告创意 (1)	讲课、案例	
12	4	第七章 广告创意 (2) 实践课	边讲边练	
13	2	第八章 广告媒介	讲课、讨论、 案例	
14	4	第九章 广告效果	讲课、讨论、 案例	
15	2	第十章 广告业发展与管理	讲课、讨论、 案例	小组汇报 作业
16	4	第十一章 广告从业人员的素养 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