**【广告文案写作】**

**【AD copy writing】**

一、基本信息（必填项）

**课程代码：**【[2030119](http://jwxt.gench.edu.cn/eams/syllabusTeacher.action)】

**课程学分：**【2】

**面向专业：**【广告学专业】

**课程性质：**【系级必修课】

**开课院系：新闻传播学院**

**先修课程：**【广告学概论】

二、课程简介（必填项）

广告文案写作是广告学专业的专业特色课程。课程以广告创意中广告写作为主线，以理论阐述、行业前端、实际操作三位一体，充分考虑广告文案“实用而具创造性”的特点,课程内容涉及广告创作与广告传播的的各个领域。课程内容包括了概述、 广告创意、 广告媒体、 广告内容、品牌建设、 语言符号特点等多个方面的内容。

三、选课建议（必填项）

适合广告学专业的学生。

四、课程与培养学生能力的关联性（必填项）

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 自主学习 | 表达沟通 | 专业能力 | | | | | 尽责抗压 | 协同创新 | 服务关爱 | 信息应用 | 国际视野 |
|  |  |  |  |  |
| ● | ● |  | ● | ● |  |  | ● | ● |  | ● |  |

五、课程学习目标（必填项）

知识目标：广告文案的概念、结构、特性和广告文案写作的一般规律等。

能力目标：提高分析、辨别各种广告文案的能力，具备能较为熟练地撰写适合各种媒体、各种类型的广告文案的能力。

六、课程内容（必填项）

第一章 概述 （ 4学时）

理解广告文案的本质及相关因素

理解广告文案写作的目的及原则。

第二章文案的策划与创意（ 4学时）

理解文案创作的步骤：调查，规划，创作，检验。

掌握文案写作的策略思考及创意思维。

第三章 广告文案的结构分类（ 4学时）

掌握广告文案结构构成：广告语、标题、正文

第四章广告文案的语言技巧 （4学时）

理解广告文案语言的修辞技巧

第五章广告文案的内容诉求（ 8学时）

综合完成企业广告文案的写作

综合完成商品或服务广告文案的写作

第六章广告文案的媒体表现（ 8 学时）

综合完成传统广告文案的写作

综合完成新媒体广告文案的写作

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 总评构成（1+X） | （1） | （X1、X2、X3……） |
| 评价方式 | 小组项目报告 | 由教师或课程组决定 |
| 1与X两项所占比例% | 30% | 70% |

七、评价方式与成绩（必填项）

撰写： 叶晶晶 系主任审核：