

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	2060730	课程序号		课程学分/学时	2.0/32
授课教师	潘薇	教师工号	22117	专/兼职	专职
上课班级	时尚传播 B26-1	班级人数	43	上课教室	
答疑安排	时间：周二 地点：时尚传播系办公室 209				
课程号/课程网站					
选用教材	《广告学概论》 丁俊杰 2018 年 4 月，高等教育出版社				
参考教材与资料	《现代广告学》 第八版 何修猛编著 2016 年 7 月 复旦大学出版社 《广告学教程》 第四版 倪宁著 2014 年 5 月 中国人民大学出版社 《新媒体广告》 第 2 版 黄河著 2022 年 7 月 中国人民大学出版社				

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	广告概述	启发式教学 案例分析法	根据课堂内容布置相应 思考题
2	2	广告与品牌传播	启发式教学 案例分析法	根据课堂内容布置相应 思考题
3	2	广告策略	启发式教学 案例分析法	根据课堂内容布置相应 思考题
4	2	广告诉求	启发式教学 案例分析法	根据课堂内容布置相应 思考题
5	2	种草分享	启发式教学 案例分析法	根据课堂内容布置相应 思考题
6	2	广告创意 1	启发式教学 案例分析法	根据课堂内容布置相应 思考题

7	2	广告创意 2	启发式教学 案例分析法	根据课堂内容布置相应 思考题
8	2	广告创意 3	启发式教学 案例分析法	根据课堂内容布置相应 思考题或练习作业
9	2	广告创意展示	小组项目报告 课堂展示	
10	2	广告创意展示	小组项目报告 课堂展示	
11	2	新媒体与新营销	启发式教学 案例分析法	根据课堂内容布置相应 思考题
12	2	新媒体广告消费者行为与新 媒体广告营销案例	启发式教学 案例分析法	根据课堂内容布置相应 思考题
13	2	创意与文案	启发式教学 案例分析法	根据课堂内容布置相应 思考题
14	2	创意与文案	启发式教学 案例分析法	准备期末品牌广告策划 案
15	2	综合展示与评测	启发式教学 案例分析法	
16	2	综合展示与评测	小组项目报告 课堂展示	

三、考核方式

总评构成	占比	考核方式
X1	10%	出勤、课堂表现及作业情况
X2	20%	种草分享：个人作业
X3	30%	广告创意展示（小组项目）
X4	40%	综合展示与评测：完整广告策划案(小组项目报告)

任课教师： 潘薇

系主任审核： 覃卫萍

日期： 2026. 08