

广告学专业课程体系框架图

课程类别	课程名称	学时数 (其中实验)	开课学期	设课目的(阐述该课程在培养学生品德、知识、能力、体育或美育的作用。在课程体系中与前后课程的关系)	所属课程群	开课学院
通识课程	大学英语 I-IV	192	第 1-4 学期	培养学生英语听、说、读、写、译的综合应用能力。	大学英语	外语学院
	思想道德修养与法律基础	32	第 1 学期	培养大学生的思想道德素质和法律基础知识,使其成为道高德重、懂法守法的社会主义建设事业的合格人才。	思想政治理论	人文学院
	马克思主义基本原理	48	第 2 学期	掌握马克思主义的基本立场、观点和方法,树立正确的世界观、人生观、价值观。		人文学院
	中国近现代史纲要	32	第 2 学期	帮助学生了解国史、国情,树立在中国共产党领导下走中国特色社会主义道路的坚定信念。先修课程:《马克思主义基本原理》。		人文学院
	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	48	第 4 学期	培养学生理解毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系是马克思主义的基本原理与中国实际相结合的两次伟大的理论成果,是中国共产党集体智慧的结晶。增强中国特色社会主义的道路自信、理论自信和制度自信。先修课程:《中国近现代史纲要》、《马克思主义基本原理》。		人文学院
	形势与政策	16	第 6 学期	帮助学生开阔视野,及时了解和正确对待国内外重大时事,树立坚定的政治立场,具有较强的政治形势明辨、分析能力和实事把控能力。		宣传部
	大学语文	32	第 2 学期	培养学生高尚的思想品德和健康的道德情操;培养学生汉语言文学方面的阅读、欣赏、理解和表达能力。		大学语文
	军事理论教育	16	第 2 学期	培养学生的军事素养、国防观念和爱国情操,提高其人文素养	军事理论	学工部
	创业基础	16	第 2 学期	掌握创业知识、创业能力和创业精神。	就业创业	招生就业处
	大学生就业指导 I、II	16	第 3,7 学期	培养大学生树立正确的择业观、求职的方法与技巧,增强择业意识,提高主动适应社会需要的能力。		招生就业处
	大学生心理健康教育	24	第 2 学期	培养自我认知能力、人际沟通能力、自我调节能力,切实提高心理素质,促进学生全面发展。	心理学	学工部
	体育 I、II	64	第 1,2 学期	掌握体育与健康知识及运动技能,增强体能;培养运动兴趣和爱好,形成坚	体育	体育部

				持锻炼的习惯。		
	计算机基础/计算机基础实验	48 (24)	第 1 学期	培养学生计算机基础知识和 Windows、Word、Excel、PowerPoint、FrontPage、Internet 软件的应用能力。	计算机科学	理信学院
学科 (专业) 基础课程	广告学概论	48	第 1 学期	帮助学生整体掌握广告学研究对象、广告学专业框架、广告学常用概念, 培养学生的专业学习方法与思辨能力	专业认知	传媒学院
	组织传播	32	第 1 学期	帮助学生从传播学的学科视角认知广告专业, 拓展学生视野, 为后续《品牌学概论》、《广告策划》、《品牌策划》、《公共关系原理与实务》课程提供新的研究视角。		传媒学院
	市场营销学	48 (8)	第 1 学期	培养学生的市场营销意识, 帮助学生掌握市场营销的基本观点、常用营销方式等, 为广告专业学习引入新视角。		经管学院
	品牌学概论	48	第 5 学期	丰富学生对品牌意识、品牌资产、品牌忠诚、品牌化策略、品牌识别、品牌传播、品牌诊断及评估等基本知识的认知, 提升学生创作层级, 为《品牌策划》的先行基础课程。		传媒学院
	广告市场调查	48	第 3 学期	培养学生的广告市场调查能力, 帮助学生掌握广告市场调查问卷设计、问卷执行及数据分析等内容, 用调研的科学手法认知广告市场, 是《广告媒体》《广告策划》等专业核心课程的基础。	广告策划基础	传媒学院
	广告市场调查实验	16 (16)	第 3 学期	指导学生进行广告市场调查, 帮助学生掌握广告市场问卷的设计、执行及 SPSS 统计分析方法。		传媒学院
	广告心理学	32	第 6 学期	引导学生从心理学的视角重新认知广告作品及广告创作, 利用心理学规律, 增强学生广告创作的科学性。		传媒学院
	广告心理学实验	16 (16)	第 6 学期	配合广告心理学理论知识, 用实验的方法, 帮助学生对于广告心理学理论的掌握及灵活运用。		传媒学院
	广告美学	40	第 6 学期	将平面、摄影、摄像三方面的课程与广告专业紧密联系在一起, 帮助同学增强广告功利性的认知, 提高学生专业审美能力和专业创作技能。		传媒学院
	新闻写作	32	第 7 学期	提高学生新闻写作及新闻利用能力, 在《广告文案》、《广告策划》与《广告全案创作》的基础上强化学生的新闻写作能力, 提高学生实战能力。		传媒学院
商务礼仪	32	第 7 学期	提高学生商务礼仪方面的基本素质, 提升广告活动执行及公关运作中的职业素养。	传媒学院		

	视觉构成	64	第 1 学期	帮助学生掌握点、线、面，对称与均衡，节奏与韵律等基本构成方法，为广告创意表现及广告提案提供技术支持。	广告创意 表现	传媒学院
	电脑美术平面设计 I	64	第 2 学期	承接《视觉构成》，培养学生对 PS 等常用设计软件的使用能力，与《创新思维训练》配合，达到提高学生参与专业比赛的实战能力的目的。		传媒学院
	版式编排设计	48	第 3 学期	承接《电脑美术平面设计》，是《商业广告设计》的基础课程，同时为《广告提案》作铺垫。培养学生的版式编排设计能力，帮助学生掌握常用版式编排审美及表现技法。		传媒学院
	商业广告设计	64	第 4 学期	属于平面设计类的大综合课程，承接《版式编排设计》与《广告创意》，帮助学生从商业广告的视角整合使用已学过的平面设计知识，提升商业广告意识，提高商业广告创意表现的实战能力。		传媒学院
	摄影基础	32	第 2 学期	帮助学生掌握构图、角度、光影等摄影的基本原理及技法，提高学生的创意表现能力，为后续课程《广告创意》和《广告摄影》的学习作铺垫。		传媒学院
	摄影基础实验	32 (32)	第 2 学期	配合《摄影基础》的理论讲述，帮助学生实践摄影技法，提高摄影创作水平。		传媒学院
	摄像基础	32	第 4 学期	帮助学生掌握摄像造型元素、固定画面、运动摄像、场面调度等摄像基本原理及常用技法，培养学生影视创作基础能力。		传媒学院
	摄像基础实验	32 (32)	第 4 学期	帮助学生实践摄像造型元素、固定画面、运动摄像、场面调度等摄像基本原理及常用技法，承接《广告创意》，提高学生影视创作能力。		传媒学院
专业课程	创新思维训练	16	第 2 学期	《广告创意》的先修课程，培养学生的发散思维、聚合思维、逆向思维、横向思维、形象思维等，丰富学生灵感来源，提高学生创新意识，帮助学生养成良好的创作习惯。	广告策划 实务运作	传媒学院
	创新思维训练实验	16 (16)	第 2 学期	帮助学生克服思维障碍，训练学生发散思维、聚合思维、逆向思维、形象思维、横向思维等，增强学生创新意识，提高学生创作水平；启迪学生自主创业思维，扩大学生就业渠道。		传媒学院
	广告创意	48	第 3 学期	承接《创新思维训练》课程，帮助学生掌握常用创意技法，提高学生创意能力，提升学生专业学习热情；同时配合《广告专业外出考察 I》，帮助学生吸取更多创意灵感。		传媒学院
	公共关系原理与实务	32	第 3 学期	《广告策划》与《品牌策划》的先修课程，使学生能明确公共关系运作的基本原理，掌握公关活动执行技巧，能从事沟通协调、信息传播、调查评估、		传媒学院

				开展专题活动，进行危机处理等公共关系工作。	
公共关系原理与实务实验	16（16）	第3学期		培养学生具备以下能力：能进行小型公共关系活动策划及实施；能开展一般公共关系传播活动；能有效地防止公共关系传播障碍的产生；能运用内外公共关系的协调技巧；能制定预防公共关系危机发生的方案；能运用合理的原则与程序处理公共关系危机；讲究礼仪规范；能熟练写作常用公共关系文书。	传媒学院
广告媒体	32	第4学期		承接《广告创意》课程，帮助学生掌握广告媒体特别是新媒体的状况，培养学生广告媒体策划能力。后续课程：《广告策划》、《品牌策划》、《新媒体广告研究》。	传媒学院
广告媒体实验	16（16）	第4学期		帮助学生了解地区媒体概况，掌握媒体目标设定、媒体选择与组合、媒介比重设定、媒介行程设定等知识。	传媒学院
广告策划	48	第5学期		承接《广告市场调查》、《公共关系原理与实务》《广告媒体》等课程，帮助学生系统掌握广告策划运作环节，培养学生广告策划这一专业核心能力。后续课程：《广告全案创作》。	传媒学院
广告策划实验	16（16）	第5学期		结合案例及实际项目，细化每一个环节的真实操作，辅导学生完成卖场观察、问卷设计及执行、问卷数据分析、策划方案设计、创意表现等内容，帮助学生实践广告策划关键环节的运作。	传媒学院
广告文案	40	第5学期		承接《广告创意》、《广告媒体》课程，培养学生针对不同媒体、不同产品进行广告文案写作的能力，帮助学生掌握广告文案写作的理念及技巧。	传媒学院
广告文案实验	24（24）	第5学期		帮助学生掌握各媒体广告文案写作技法、不同信息内容的文案写作方法以及文案各部分的写作技巧，提高广告文案写作水平。	传媒学院
广告全案创作	64	第6学期		整合前五个学期专业所学，引入真实案例，用实战帮助学生检验自己专业学习的效果，查缺补漏，提高学生自主学习的积极性和针对性，提高实战能力。	传媒学院
品牌策划	48	第6学期		承接《品牌学概论》、《公共关系原理与实务》、《广告策划》，培养学生从品牌的视角整合策划思路的能力，提升学生策划层级，拓展创作思路。	传媒学院
广告提案	24	第7学期		承接《品牌策划》及《广告全案运作》，帮助学生掌握广告提案基本知识及常用技巧，整合商务礼仪及专业创作等多元素养，切实提升学生广告提案能力，提高广告策划等方案竞标成功率。	传媒学院
广告提案实验	24（24）	第7学期		结合案例及小组运作项目，针对性指导学生进行广告提案，提高学生说服、	传媒学院

				应变等综合能力。		
	新媒体广告研究	32	第7学期	承接《广告媒体》课程，帮助学生掌握新媒体对广告的影响以及广告创新等方面的知识和创意技巧，培养学生关注广告环境变化并积极创新的能力。		传媒学院
	广告综合运用	80	第7学期	综合训练，融合专业所学，帮助学生完整运作客户联络、调研、方案、提案等全过程，配合毕业创作，整体提升学生专业创作及入职能力。		传媒学院
专业拓展课程（选修）	公共演讲与沟通策略	32	第3学期	帮助学生掌握公共演讲与沟通的策略及技巧，提高学生公关执行及各类策划执行中的沟通与说服能力，提升学生专业素养。	策划实务拓展	传媒学院
	广告案例分析	32	第4学期	启发学生从案例的角度看营销策划，引导学生总结广告创作规律，培养学生专业学习方法，提高学生灵活运用专业知识、创新使用多种营销手段的能力。		传媒学院
	流行与时尚	32	第4学期	引导学生关注市场，关注流行与时尚，并洞悉广告在引爆流行与时尚中的重要作用，培养学习习惯，丰富创作素材。		传媒学院
	广告公司经营与管理	32	第5学期	帮助学生了解广告公司经营管理基本知识，提高学生自主创业能力与职场认知能力，帮助学生确定职业发展方向。		传媒学院
	涉农品牌营销传播	32	第5学期	承接系列专业课程，帮助学生用专业所学分析思考具体涉农品牌营销传播案例，引导关注涉农品牌，关注农业营销领域发展，提高学生理论水平和思考问题的宽度和深度，提高服务农产品品牌的能力，拓展创作思路及就业选择。		传媒学院
	消费者洞察	32	第5学期	帮助学生形成重视消费者洞察的创作思想，培养学生从消费者视角进行策划实务运作的的能力。		传媒学院
	活动策划	32	第6学期	培养学生活动策划的核心能力，帮助学生掌握活动的类型、活动策划、活动策划执行、活动效果评估等知识，切实提高学生实际运作能力。		传媒学院
	会展策划	32	第6学期	帮助学生掌握会展策划基本知识，培养学生农业会展策划及其他类型会展策划的能力，拓宽策划业务范畴。		传媒学院
	行业广告专题	32	第7学期	帮助学生掌握多行业广告资料，为学生就业提供指导。		传媒学院
	文化创意产业前沿	32	第7学期	帮助学生掌握文化创意产业前沿资讯，拓展学生专业视角及就业选择。		传媒学院
	广告摄影	32	第3学期	承接《摄影基础》，为有摄影特长及对摄影有兴趣的同学深化摄影知识及技能的应用，帮助学生掌握广告摄影的基本原理及创作技法，提高学生广告摄影的能力，拓宽学生就业面。	影视广告创作	传媒学院

广告脚本创作	32	第 3 学期	帮助学生发挥文科优势,掌握广告脚本创作的方法,为对影视创作有兴趣的同学拓展出新的发展方向,提升影视广告创作的水平。	传媒学院
网络广告基础	32	第 4 学期	帮助学生掌握网络广告基础知识,了解网络对影视广告创作的要求,拓展学生对影视广告投放媒体的认识。	
公益广告	32	第 4 学期	引导学生运用专业所学参与社会热点,关注社会,培养学生的社会责任感和专业荣誉感,并着重提升公益类影视广告的创作能力。	
广告摄像	32	第 5 学期	承接《摄像基础》,与《广告脚本创作》配合,为学生打造广告摄像这一更为专业的发展领域,拓展学生就业领域。	
影视广告剪辑	32	第 5 学期	承接《摄像基础》,与《广告摄像》同期开展,培养学生广告素材的剪辑制作能力,提高学生创作能力。	
电视节目策划	32	第 5 学期	承接影视广告创作系列课程,细化出电视节目策划具体领域,提高学生在电视节目策划方面的选题能力、策划能力、脚本撰写能力,拓展学生就业方向。	
电视节目包装	32	第 6 学期	承接《电视节目策划》,帮助学生将电视节目策划的方案实际呈现出来,提高学生实战能力,丰富影视广告表现。	
影视作品行销策划	32	第 6 学期	帮助学生从行销策划的角度理解、创作影视作品,掌握影视广告、电影、动画等影视作品的行销特点、常用行销方法,提供行之有效的行销策划方案。	
影视广告创作前沿	32	第 7 学期	帮助学生掌握影视广告制作动向及创意新特征,培养学生专业创作的创新、与时俱进,为学生就业提供指导。	
广告史	32	第 3 学期	帮助学生理清广告发展脉络,从历史的角度更好地理解广告、广告创作及广告产业的发展,并为学生专业考研做基础理论准备。	学术研究
现当代文学	32	第 3 学期	文学素质课,增加学生文学积淀,开阔学生文学视野,服务于学生整体素质特别是文案能力提高。	
新闻学概论	32	第 3 学期	帮助学生掌握新闻活动、新闻要素、新闻与宣传、新闻媒介、新闻媒介受众、新闻生产与新闻选择等新闻学基本知识,提高学生媒介素养。	
经典广告论著解读	32	第 4 学期	帮助学生形成读专业名著、独立思考、理性反思的学习习惯,站在巨人肩膀认知广告、创作广告,深化广告研究的理论层次。	
传播学概论	32	第 4 学期	一是帮助有志于考研的同学进行专业复习,二是扩展学生知识面,从传播学学科的角度看广告,学习传播学基本规律服务于广告创作。	

	中外新闻史	32	第 4 学期	服务于学生考研，帮助学生掌握新闻史发展脉络。		传媒学院
	传播学研究方法	32	第 5 学期	服务于学生科研，为学生科研、大学生科技创新项目、毕业创作及毕业论文的写作提供方法论指导。		传媒学院
	广告专业英语	32	第 5 学期	为学生在 4A 广告公司就职、考研等情况提供专业英语辅导，提高学生考研及入职的成功率。先修课程：《大学英语 I-IV》。		传媒学院
	整合营销传播	32	第 6 学期	帮助学生从营销传播的角度重新梳理广告、公关等营销手段，结合案例，提升学生专业理论学习与专业实践的层次，提高专业素养。		传媒学院
	广告文化学	32	第 6 学期	帮助学生从文化的视角研究广告，拓展广告研究角度。		传媒学院
素质教育课程（选修）	管理营销类课程	32/门	第 3-6 学期	培养大学生企业管理、公共管理、财务管理及市场营销知识。	管理营销	经管学院、人文学院
	文化素质类课程	32/门	第 3-6 学期	培养大学生的文化品位、审美情趣、人文素养。	人文艺术	人文、艺术学院、传媒学院
	自然科学类课程	32/门	第 3-6 学期	培养大学生自然科学素质。	自然科学	自然科学类学院