

# 《 广告策划 》课程标准

## 课程基本信息

课程名称：广告策划	学 分：3
课程代码：03300011B1	学 时：64
先修课程：营销策划、营销心理学、市场营销学	
后续课程：市场调查与预测	
适用专业：市场营销	编制人：谢璐
审核人：陈潇潇	制订时间：2021 年 2 月

## 一、前言

### （一）课程性质

《广告策划》是市场营销专业的专业必修课，是营销传播理论付诸专业实践的课程。本课程具有一定的理论性，但同时又是一门应用性十分广泛的课程。从总体上看，《广告策划》课程以广告策划的相关理论为切入点，辅以实践性、可操作性的策划训练，以对广告营销传播的理论素养和策划能力养成为核心目的，为学生今后从事营销策划等相关实际工作打下一个坚实的基础。本门课程的先修课程，学生已经修过《市场营销学》、《营销策划》、《营销心理学》等课程对学好本门课程会有一定帮助。

课程类型为：理论课+实践课

### （二）设计思路

第一、课堂教学，主要通过多媒体和案例教学法，运用多媒体手段向学生展示参考资料、有关的广告策划案例、材料等，寻找结合教学内容的真实事件进行分析解释，并引导学生思考和讨论，训练学生分析和解释问题的能力。

第二、小组讨论，主要是加深学生对概念和原理的理解，以学生讨论为主，老师做评价。鼓励学生在课堂上积极参与有关教学内容的讨论，通过不同观点的交锋、补充、修正，加深每个学生对当前问题的理解，启发诱导学生自己去发现知识的

内在规律性,促进研讨的深化,最后教师可以对讨论过程进行总结和提炼,引导学生形成对知识概括性理解。

第三、实践教学,主要是用来帮助学生加深理解广告、广告策划相关的理论知识,并在实验环节进行广告策划提案的制作和简单广告作品的创作。广告策划提案的模块环节较多,例如广告创意章节,需要在导入广告主题、广告元素的基础上,详尽讲解广告创意常见的方法及原则,让学生在实验课程进行广告创意章节的理论的深入了解和动手动脑、团队写作能力的锻炼。

## 二、课程目标

使学生系统全面把握广告策划的总体内容、主要理论和基本方法;了解广告的主要内容,能运用广告策划的基本观点和方法,学会鉴赏广告、分析广告,初步培养学生针对具体广告企业及广告产品,分析问题解决问题,初步培养制作完整的广告策划提案能力,为进一步学习其他专业知识奠定坚实的基础。

### (一) 知识目标

- 1、掌握广告策划的基本操作、基本概念。
- 2、掌握广告策划的市场背景分析。
- 3、掌握广告战略策划。
- 4、掌握广告策划的内容和制作流程。
- 5、掌握广告调查的内容、程序和方法。
- 6、掌握广告定位的方法的具体内容。
- 7、掌握广告创意的步骤和关键。
- 8、掌握广告文案的内容和创作。
- 9、掌握广告策划提案的制作。
- 10、掌握简单的平面广告设计与制作

### (二) 技能目标

- (1) 能够帮助广告主分析企业广告相关问题并解决问题。
- (2) 能运用广告调查的方法和技巧进行广告宏观、微观环节分析。
- (3) 能够运用广告策划的流程和方法,制作基本的广告策划提案。
- (4) 能够运用广告定位的方法,进行合理的广告产品主题选择和广告定位。

(5) 能够运用广告创意的常见方法，进行简单的、合理的、可操作的广告创意。

(6) 能够理解广告文案的创作原则，进行简单的广告文案创作。

(7) 能够运用广告创作的基本方法，进行简单的平面广告的创作。

(8) 能够理解广告元素和广告表现，进行广告作品的分析和鉴赏。

### (三) 课程素质目标

(1) 培养对身边广告现象的敏锐感。能够运用所学知识初步观察和分析身边的广告现象。

(2) 能够初步对政府的广告法规和政策进行正确的理解和运用。

(3) 通过完成项目作业和小组作业增强团队协作能力。

(4) 通过完成课外阅读、资料查找和分析任务提高自我学习能力。

(5) 培养学生的社会主义核心价值观，培养正确的广告策划理念，在广告中弘扬优秀的社会主义精神文明和文化。

### 三、课程内容和要求

根据专业课程目标和涵盖的工作任务要求，确定课程内容和要求，说明学生应获得的知识、技能与态度。

序号	工作任务	技能要求	知识要求
1	广告策划概述	1. 能够掌握广告策划的基本流程。 2. 树立正确的广告策划理念：弘扬积极向上的社会主义精神文明和核心价值观。	1. 掌握广告的含义和分类。 2. 掌握广告策划的主要内容。 3. 熟悉广告策划的基本流程。 4. 了解企业的广告发展现状。
2	广告的市场背景	2.1. 能运用广告调查常见的方	1. 掌握广告环境的宏

	分析	<p>法进行广告宏观环境分析。</p> <p>2.2. 能够运用广告调查方法进行消费者调查分析。</p> <p>2.3 能够运用广告调查方法进行广告产品、企业调查分析</p> <p>2.4 能够运用广告调查方法进行竞争者状况调查与分析</p> <p>2.5 能够进行 SOWT 分析</p>	<p>观环境和微观环境。</p> <p>2. 掌握消费者分析的内容。</p> <p>3. 明确广告产品、企业分析的内容。</p> <p>4. 掌握广告竞争者分析的内容</p>
3	广告战略策划	<p>3.1 能够运用广告战略的知识进行广告战略的合理组合。</p> <p>3.2 能够设计基本的企业广告战略方案。</p>	<p>1. 掌握广告战略的含义和分类,</p> <p>2. 掌握广告战略常见的目标。</p> <p>3. 掌握广告表现的常见方法。</p>
4	广告媒体策划	<p>4.1 能够进行初步的广告媒体选择和组合。</p> <p>4.2 能够进行广告媒体的调查和评价。</p>	<p>1. 掌握广告媒体的含义和特点。</p> <p>2. 掌握广告媒体常见的组合方法。</p> <p>3. 掌握广告媒体的评价指标。</p>
5	广告效果评估与预算	<p>5.1 能够运用理论进行广告效果的预估和事后评估。</p> <p>5.2 能够做初步的广告预算。</p>	<p>1. 了解广告效果的含义和类别。</p> <p>2. 重点掌握如何提升广告效果。</p> <p>3. 掌握广告效果预算的方法。</p>
6	广告创意概述	<p>6.1 能够准确的确立广告主题。</p>	<p>1. 了解广告创意的含</p>

		6.2 能够围绕广告主题，做出合理的广告创意。	义和类别。 2. 掌握广告创意常见的方法和策略。 3. 掌握广告创意的步骤。
7	广告文案创作	7.1 能够进行广告标语的创作。 7.2 能够进行广告正文的创作。 7.3 能够进行广告标题的创作。	1. 掌握广告文案的构成要素。 2. 掌握优秀广告文案的标准。 3. 掌握广告文案的不同媒体形式。
8	平面广告创意	8.1 能够进行简单的平面广告创作。 8.2 能够分析平面广告的元素及创意方法。	1. 掌握平面广告的构成要素。 2. 掌握平面广告的创意方法。
9	影视广告创意	9.1 能够进行简单的影视广告创作 9.2 能够分析影视广告元素及创意方法	1. 掌握影视广告的构成要素。 2. 掌握影视广告的创意方法。

#### 四、教学设计

序号	教学项目	教学重点	教学难点	教学情境设计	结果 (可展示)	建议学时
1	广告策划	1. 掌握广告的含义	1. 掌握广告	请同学们分组，成	以调查	6

	概述	义和分类。 2. 掌握广告策划的主要内容。 3. 熟悉广告策划的基本流程。 4. 了解企业的广告发展现状。	策划的基本流程。 2、树立正确的广告策划理念：弘扬积极向上的社会主义精神文明和核心价值观。	立模拟广告公司，选择广告企业及产品，分析企业面临的广告问题。	报告形式展示	
2	广告的市场背景分析	1. 掌握广告环境的宏观环境和微观环境。 2. 掌握消费者分析的内容。 3. 明确广告产品、企业分析的内容。 4. 掌握广告竞争者分析的内容	2. 1. 能运用广告调查常见的方法进行广告宏观环境分析。 2. 2. 能够运用广告调查方法进行消费者调查分析。 2. 3 能够运用广告调查方法进行广告产品、企业调查分析 2. 4 能够运用广告调查方法进行竞	请同学们结合市场营销调查方法和广告调查的技巧，一次进行广告宏观环境、广告受众、广告企业、广告产品、广告竞争对手分析。	以调查报告形式展示	10

			<p>争者状况调查与分析</p> <p>2.5 能够进行 SWOT 分析</p>			
3	广告战略规划	<p>1. 掌握广告战略的含义和分类,</p> <p>2. 掌握广告战略常见的目标。</p> <p>3. 掌握广告表现的常见方法。</p>	<p>3.1 能够运用广告战略的知识进行广告战略的合理组合。</p> <p>3.2 能够设计基本的企业广告战略方案。</p>	<p>根据广告调查的结果, 做合理的广告战略的选择和组合, 规划企业的广告战略发展。</p>	<p>以调查报告形式展示</p>	6
4	广告媒体策划	<p>1. 掌握广告媒体的含义和特点。</p> <p>2. 掌握广告媒体常见的组合方法。</p> <p>3. 掌握广告媒体的评价指标。</p>	<p>4.1 能够进行初步的广告媒体选择和组合。</p> <p>4.2 能够进行广告媒体的调查和评价。</p>	<p>根据广告媒体的调查, 根据广告受众的媒体使用习惯, 进行合理的广告媒体选择和媒体组合。</p>	<p>全班分组到讲台展示成果, 并对小组成果解释说明</p>	6
5	广告效果评估与预算	<p>1. 了解广告效果的含义和类别。</p> <p>2. 重点掌握如何提升广告效果。</p> <p>3. 掌握广告效果预算的方法。</p>	<p>5.1 能够运用理论进行广告效果的预估和事后评估。</p> <p>5.2 能够做</p>	<p>1. 分析广告效果的特点</p> <p>2. 讨论如何提升企业广告效果</p>	<p>分组讨论案例</p>	6

			初步的广告预算。			
6	广告创意概述	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 了解广告创意的含义和类别。</li> <li>2. 掌握广告创意常见的方法和策略。</li> <li>3. 掌握广告创意的步骤。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>6.1 能够准确的确立广告主题。</li> <li>6.2 能够围绕广告主题，做出合理的广告创意。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 分析广告节获奖作品的广告创意</li> <li>2. 讨论优秀广告创意的标准有哪些</li> <li>3. 针对具体企业及产品广告做出广告创意</li> </ol>	全班分组到讲台展示成果，并对小组成果解释说明	10
7	广告文案创作	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 掌握广告文案的构成要素。</li> <li>2. 掌握优秀广告文案的标准。</li> <li>3. 掌握广告文案的不同媒体形式</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>7.1 能够进行广告标语的创作。</li> <li>7.2 能够进行广告正文的创作。</li> <li>7.3 能够进行广告标题的创作。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 广告优秀文案的赏析</li> <li>2. 选择具体广告产品、广告企业，设计广告文案</li> </ol>	全班分组到讲台展示成果，并对小组成果解释说明	8
8	平面广告创意	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 掌握平面广告的构成要素。</li> <li>2. 掌握平面广告的创意方法。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>8.1 能够进行简单的平面广告创作。</li> <li>8.2 能够分析平面广告的元素及创</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 观察平面广告的构成要素。</li> <li>2. 分析优秀平面广告的创意</li> <li>3. 进行简单的平面广告创作</li> </ol>	以小组成果形式展示	6



			意方法。			
9	影视广告 创意	1. 掌握影视广告的构成要素。 2. 掌握影视广告的创意方法。	9.1 能够进行简单的影视广告创作 9.2 能够分析影视广告元素及创意方法	1. 观察影视广告的构成要素。 2. 分析优秀影视广告的创意 3. 进行简单的影视广告创作	以小组成果形式展示	6

## 五、实施建议

### （一）教材选用与编写

面对高职院校经济管理专业学生，《广告策划》的教材应该在原有体系、结构和内容上都有突破，应该以广告策划流程为主要线索。它应该系统地分析企业在市场中的广告行为、广告策划运作、广告管理等。

### （二）教学建议

- 1、理论分析和原理的应用相结合。
- 2、案例分析与理论分析相结合。
- 3、理论教学与实践教学相结合。
- 4、小组讨论与作业练习相结合。
- 5、利用多媒体等现代化教学手段，制作网上课件和授课录像

### （三）教学基本条件

#### （1）教师要求

教师应以“双师”型教师为最佳，由于该课程理论深度比较高，课程相对于学生来说比较枯燥，“双师”型教师不仅有理论深度，而且能够结合自己的经验把比较枯燥的理论以比较生动的形式表现出来，这样更有利于提高学生学习的积极性。

## (2) 学习场地、设施要求

教学课室应有多媒体设备，这样上课能够应多样教学方式授课，取得较好的教学效果；实训室应该是开放式的，学生网上学习、查询除统一安排时间外，在实训室开放时间段学生可随时进入。

## (四) 课程资源的开发与利用

(1) 利用现代信息技术开发研制各种形式的多媒体教学课件，为学生搭建一个立体的学习平台，激发学生的学习兴趣，调动学生的主动性和积极性。

(2) 校内的图书馆应有相关的广告学参考资料和练习册；校外有学习网站如广告人网站、中国国际广告节官网等等。

(3) 针对广告策划课程的理论性，可以开发校企合作，让学生亲身体验。

## 六、考核方法

本课程为考查课，考核方法按如下方式评判：

考核项目	考核标准	考核方法	评分比例%	
平时成绩	学习态度	学生上课期间勤问、勤练、勤思考的表现及团队协作情况	由教师和学生推荐的民主评议小组评议	10%
	上课考勤	纪律委员登记同学上课期间出勤情况	由教师根据考勤登记表评定	10%
	作业完成	根据学生上交的作业质量	由教师根据作业质量进行评议	10%
	期末考查	学生统一参加期末考查进行评定	由教师根据期末考查成绩进行评定	70%
合计			100	