SJQU-QR-JW-033（A0）

**【基础写作】**

**【Basic Writing】**

一、基本信息

**课程代码：**【2030158】

**课程学分：**【2.0】

**面向专业：**【广告学】

**课程性质：**【院级必修课】

**开课院系：新闻传播学院**

**使用教材：**【《新编商务应用文写作》，肖晓明主编，西安交通大学出版社，2016年6月第2版】

**参考书目：**

《应用文写作项目化实训教程》，钟德玲著，中国轻工业出版社，2018年2月第1版。

《经济应用文写作》，陈丽红等，北京理工大学出版社，2017年8月第2版。

《商务应用文写作》，方有林著，同济大学出版社，2010年11月第2版。

《简明应用写作教程》，张耀辉主编，高等教育出版社，2009年版。

**课程网站网址：https://elearning.gench.edu.cn:8443/webapps/blackboard/content/listContentEditable.jsp?content\_id=\_75622\_1&course\_id=\_12844\_1&mode=reset**

**先修课程：**【无】

二、课程简介

基础写作是广告学专业的专业必修课程。本课程旨在让学生掌握基础写作的基本理论知识和技能，以培养学生过硬的商务应用写作能力，这也是学生将来成为应用型广告人才所必备的专业核心技能之一。本课程学习的主要内容有：商务应用文概述（概念、特点、结构要素），常用商务文书（管理文书、业务文书、礼仪文书、交际文书、决策分析文书、协约文书、信息传播文书、行政公文、策划文书）和商务类毕业论文的理论知识和写作技能训练。本课程32学时，其中理论课时数24，课内实验课时数8。

三、选课建议

建议在大学一年级第一学期或第二学期开课，新闻传播学院广告专业本科生必修。

1. 课程与专业毕业要求的关联性

|  |  |
| --- | --- |
| 专业毕业要求 | 关联 |
| L011 | LO112 | 能够熟练的阐述广告方案的意图，亮点,及时调整方案的陈述。 | ● |
| L031 | L0321 | 具有进行广告发布、推广活动策划能力。 | ● |
| L033 | L0331 | 能进行广告文案、口号的写作。 | ● |

备注：LO=learning outcomes（学习成果）

五、课程目标/课程预期学习成果

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **课程预期****学习成果** | **课程目标** | **教与学方式** | **评价方式** |
| 1 | LO112 | 能够熟练的阐述广告方案的意图，亮点,及时调整方案的陈述。 | 课堂讲授案例分析法 | 撰写一份关于广告方案的总结或简报 |
| 2 | LO321 | 具有进行广告发布、推广活动策划能力。 | 课堂讲授案例分析法 | 撰写一份广告策划文书 |
| 3 | LO331 | 能进行广告文案、口号的写作。 | 课堂讲授案例分析法 | 撰写一份广告文案 |

六、课程内容

（一）单元：商务应用文概述

了解应用文的概念、内涵，熟悉其发展沿革，理解商务应用文的特点，掌握其功能；了解主题的概念与要求，理解材料的含义，掌握主题的确立和表达方法以及材料在主题表达中的作用；了解商务应用写作语言的特点，掌握商务应用写作语言的要求，区分文学作品与与商务应用文语言表达方式的异同；了解商务应用文结构的含义与要求，掌握其写作的基本环节。能力方面：能辨别应用文与非应用文的异同，把握商务应用文的共性和个性特征；概括商务应用文的主题，恰当地运用材料体现主题；能恰当地运用叙述、说明、议论方式写作商务应用文；具备基本的构思能力、执笔行文能力和修改能力。

重点：商务应用文的特点、功能和构成要素；难点：商务应用文写作语言的要求。

1. 单元：商务管理文书

了解商务管理文书的写作要求和注意事项，理解各类商务管理文书的特点和作用。掌握计划、总结、工作简报、规章制度等的格式和写法。能根据商务工作的不同需要，运用常用管理文书的格式和写法，形成撰写格式规范、内容恰当、语言贴切的常用的各类商务管理文书的能力。

重点：计划、总结、工作简报、规章制度的格式和撰写方法；难点：简报的撰写方法。

（三）单元：商务业务文书

了解商务业务文书的概念、作用和特点，理解商务业务文书的写作要求和注意事项，掌握询价函、报价函、订购函、催款函、索赔函、理赔函等商务业务文书的格式和写作方法。根据商务业务的需要，运用常用的商务业务文书的格式和写法，形成撰写格式规范、内容恰当、语言贴切的询价函、报价函、订购函、催款函、索赔函、理赔函等商务业务文书的能力。

重点：询价函、报价函、订购函、催款函的格式和撰写方法；难点：报价函的撰写方法。

1. 单元：商务礼仪交际文书

了解商务礼仪交际文书的写作要求和注意事项，理解各类商务礼仪交际文书的特点和作用。掌握邀请函、请柬、开幕词、闭幕词、欢迎词、欢送词、答谢词、演说词、感谢信、慰问信和求职信等的格式和写法。根据商务礼仪交际活动需要，运用常用的商务礼仪交际文书的格式和写法，形成撰写格式规范、内容恰当、语言贴切的常用的各类商务礼仪交际文书的能力。

重点：开幕词、欢迎词、欢送词、答谢词、感谢信等的格式和撰写方法；难点：演说词、求职信的撰写方法。

（五）单元：商务决策分析文书

了解商务决策分析文书的写作要求和注意事项，理解各类商务决策分析文书的特点和作用。掌握市场调查报告、市场预测报告、经济活动分析报告等的格式和写法。根据商务决策分析活动需要，运用常用的商务决策分析文书的格式和写法，形成撰写格式规范、内容恰当、语言贴切的常用的各类商务决策分析文书的能力。

重点：市场调查报告、市场预测报告、经济活动分析报告等的格式和撰写方法；难点：市场调查报告的撰写方法。

（六）单元：商务协约文书

了解商务协约文书的概念、作用和特点，理解商务协约文书的写作要求和注意事项，掌握商务合同、协议书、招（投）标书等商务协约文书的格式和写作方法。根据商务活动的需要，运用常用的商务协约文书的格式和写法，形成撰写格式规范、内容恰当、语言贴切的商务合同、协议书、招（投）标书等商务活动文书的能力。

重点：商务合同、协议书、招（投）标书的格式和撰写方法；难点：商务合同的撰写方法。

（七）单元：商务信息传播文书

了解商务信息传播文书的概念、作用和特点，理解商务信息传播类文书的写作要求和注意事项，掌握消息、广告文案、商品说明书、企业简介等的格式与写作方法。根据商务信息传播活动的需要，运用常用的商务信息传播文书的格式和写法，形成撰写格式规范、内容恰当、语言贴切的消息、广告文案、商品说明书、企业简介等的能力。

重点：消息、广告文案、商品说明书、企业简介的格式和撰写方法；难点：广告文案的撰写方法。

（八）单元：商务行政公文

了解商务行政公文写作的基本知识（商务公文的含义、特征、种类、特殊格式、语言风格），理解商务行政公文的办理程序和行文制度，掌握商务行政公文的一般格式和六种常用商务行政公文（通知、通报、报告、请示、批复、函）的撰写方法。根据商务行政活动的不同要求，具有撰写规范、得体的常用商务行政公文的能力。

重点：六种常用商务行政公文的撰写方法；难点：商务行政公文的特殊格式和语言风格。

（九）单元：商务策划文书

了解商务策划文书的概念、作用和特点，理解商务策划文书的写作要求和注意事项，掌握营销策划文书、广告策划文书、公共关系策划文书、会展策划文书等商务策划文书的格式和写作方法。根据商务活动的需要，运用常用的商务策划文书的格式和写法，形成撰写格式规范、内容恰当、语言贴切的营销策划文书、广告策划文书、公共关系策划文书、会展策划文书等商务策划文书的能力。

重点：营销策划文书、广告策划文书、公共关系策划文书、会展策划文书的格式和撰写方法；难点：广告策划文书的撰写方法。

（十）单元：商务类毕业论文

了解商务类毕业论文的概念、作用和特点，理解商务毕业论文的写作要求和注意事项，掌握商务毕业论文的格式与写作方法。根据商业研究的需要，运用商务毕业论文的格式和写法，形成撰写格式规范、内容恰当、语言贴切的商务毕业论文的能力。

重点：商务毕业论文的格式和撰写方法；难点：商务毕业论文的撰写方法。

七、课内实验名称及基本要求（选填，适用于课内实验）

列出课程实验的名称、学时数、实验类型（演示型、验证型、设计型、综合型）及每个实验的内容简述。

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 实验名称 | 主要内容 | 实验时数 | 实验类型 | 备注 |
| 1 | 商务管理文书训练 | 计划的修改和简报的制作撰写 | 2 | 综合型 | 阅读计划、简报的文体理论知识，训练前以PPT形式提示理论知识要点。 |
| 2 | 商务交际文书训练 | 求职信和简历撰写训练。 | 2 | 综合型 | 阅读求职信和简历文体的理论知识，训练前以PPT形式提示理论知识要点。 |
| 3 | 商务协约文书训练 | 商务合同病例的修改和的撰写 | 2 | 综合型 | 阅读商务合同文体的理论知识，训练前以PPT形式提示理论知识要点。 |
| 4 | 商务行政公文训练 | 比较充分了解常见商务行政公文理论知识的基础上，展开公文制作和撰写的写作训练。 | 2 | 综合型 | 准备电脑，训练前阅读教材中关于商务行政公文制作和常见文体写作的理论知识。用PPT再一次提示理论知识要点。 |

1. 实践环节各阶段名称及基本要求（选填，适用于集中实践、实习、毕业设计等）

列出实践环节各阶段的名称、实践的天数或周数及每个阶段的内容简述。

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 各阶段名称 | 实践主要内容 | 天数/周数 | 备注 |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |

九、评价方式与成绩

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 总评构成（1+X） | 评价方式 | 占比 |
| 1 | 期末考查（纸笔测试）  | 40% |
| X1 | 撰写一份关于广告方案的总结或简报 | 20% |
| X2 | 撰写一份广告策划书 | 20% |
| X3 | 撰写一份广告文案 | 20% |

“1”一般为总结性评价, “X”为过程性评价，“X”的次数一般不少于3次，无论是“1”、还是“X”，都可以是纸笔测试，也可以是表现性评价。与能力本位相适应的课程评价方式，较少采用纸笔测试，较多采用表现性评价。

常用的评价方式有：课堂展示、口头报告、论文、日志、反思、调查报告、个人项目报告、小组项目报告、实验报告、读书报告、作品（选集）、口试、课堂小测验、期终闭卷考、期终开卷考、工作现场评估、自我评估、同辈评估等等。一般课外扩展阅读的检查评价应该成为“X”中的一部分。

同一门课程由多个教师共同授课的，由课程组共同讨论决定X的内容、次数及比例。

撰写人： 宋军朋 系主任审核签名：李平

审核时间： 20180302