\+

上海建桥学院课程教学进度计划表

**一、基本信息**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 课程代码 | 2030119 | 课程名称 | 广告文案写作 |
| 课程学分 | 2 | 总学时 | 32 |
| 授课教师 | 叶晶晶 | 教师邮箱 | yongaihei@126.com |
| 上课班级 | 17广告1、2 | 上课教室 | 二教402 |
| 答疑时间 | 时间 : 周四12点20分至13点 地点:新闻传播学院307 电话：13816108487 | | |
| 主要教材 | 吸金广告文案写作训练手册 朱雪强著 民主与建设出版社 2018.3 | | |
| 参考资料 | 《广告文案写作教程》 鲍德瑞（Bowdery，B） 著，许旭东译上海人民美术出版社 出版时间2009-4-1】  《广告文案写作》（第2版）　高志宏、徐智明著 中国物价出版社出版 | | |

**二、课程教学进度**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 周次 | 教学内容 | 教学方式 | 作业 |
| 1 | 广告文案的本质及相关因素 | 讲课、讨论 |  |
| 2 | 广告文案的本质及相关因素  广告文案写作的目的及原则。 | 讲课、讨论 |  |
| 3 | 广告文案写作的目的及原则。 | 讲课、讨论 |  |
| 4 | 文案创作步骤：调查，规划，创作，检验。 | 讲课、讨论 |  |
| 5 | 文案写作的策略思考及创意思维。 | 讲课、讨论 | X2 |
| 6 | 广告文案结构构成：广告语、标题、正文 | 讲课、讨论 |  |
| 7 | 广告文案结构构成：广告语、标题、正文 | 讲课、讨论 |  |
| 8 | 广告文案撰写训练1 | 讲课、讨论 |  |
| 9 | 广告文案撰写训练2 | 讲课、讨论 |  |
| 10 | 实战训练及修改 | 讲课、讨论 | X3 |
| 11 | 新媒体文案写作训练1 | 讲课、讨论 |  |
| 12 | 新媒体文案写作训练2 | 讲课、讨论 |  |
| 13 | 新媒体文案修改 | 讲课、讨论 |  |
| 14 | 新媒体文案修改 | 讲课、讨论 |  |
| 15 | 汇报新媒体文案写作的报告1 | 汇报 |  |
| 16 | 汇报新媒体文案写作的报告2 | 汇报 |  |
|  |  |  |  |

**三、评价方式以及在总评成绩中的比例**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 总评构成（1+X） | 评价方式 | 占比 |
| X1 | 考勤，课堂展示及口头报告 | 30% |
| X2 | 案例分享及相关文案撰写 | 30% |
| X3 | 新媒体文案写作及报告 | 40% |

任课教师： 叶晶晶 系主任审核： 日期：2018.9