SJQU-QR-JW-033（A0）

**【广告文案写作】**

**【AD copy writing】**

一、基本信息（必填项）

**课程代码：**【[2030119](http://jwxt.gench.edu.cn/eams/syllabusTeacher.action" \t "_blank)】

**课程学分：**【2】

**面向专业：**【广告学专业】

**课程性质：**【专业必修课】

**开课院系：新闻传播学院**

**先修课程：**【广告学概论】

**使用教材：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

**辅助教材：**

《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

课程网站网址：

https://elearning.gench.edu.cn:8443/webapps/blackboard/content/listContentEditable.jsp?content\_id=\_12200\_1&course\_id=\_5580\_1&mode=reset

二、课程简介（必填项）

广告文案写作是广告学专业的专业特色课程。课程以广告创意中广告写作为主线，以理论阐述、行业前端、实际操作三位一体，充分考虑广告文案“实用而具创造性”的特点,课程内容涉及广告创作与广告传播的的各个领域。课程内容包括了概述、 广告创意、 广告媒体、 广告内容、品牌建设、 语言符号特点等多个方面的内容。

三、选课建议（必填项）

适合广告学专业的学生。

四、课程与培养学生能力的关联性（必填项）

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| L011 | LO111 | 倾听广告客户的需求和诉求点。 |  |
| 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。 |  |
| L021 | LO211 | 学习和借鉴广告大师和成功案例为创意策划提供素材。 |  |
| LO212 | 对新型广告创作应用技术进行延展学习和应用。 |  |
| L031 | L0311 | 能够进行广告创意联想。 |  |
| L0312 | 具备广告文案创意、口号创意和图形创意的能力。 |  |
| L032 | L0321 | 具有进行广告发布、推广活动策划能力。 |  |
| L0322 | 熟悉活动的组织流程，具有活动的相关执行技术和能力。 |  |
| L033 | LO331 | 能进行广告文案、口号的写作。 | ● |
| LO332 | 能进行各类维度的广告作品设计。 |  |
| LO333 | 能根据客户的反馈对广告文案和设计作品进行有效的修改。 |  |
| L034 | LO341 | 能够将广告设计方案转化为广告执行方案 |  |
| LO342 | 熟悉各类广告制作工艺和材料。 |  |
| LO342 | 具备广告现场执行的监理能力，沟通能力，协调能力。 |  |
| L035 | L0351 | 具备广告客户、业务开发和维护能力。 |  |
| L0352 | 具有广告消费行为、营销、广告客户心理等方面的基础知识。 |  |
| L0353 | 具备良好的品牌开发、传播的能力。 |  |
| L041 | LO411 | 遵纪守法：遵守校纪校规，具备法律意识。 |  |
| LO412 | 诚实守信：为人诚实，信守承诺，尽职尽责。 |  |
| LO413 | 爱岗敬业：了解与专业相关的法律法规，在学习和社会实践中遵守职业规范，具备职业道德操守。 | ● |
| LO414 | 心理健康，能承受学习和生活中的压力。 |  |
| L051 | LO511 | 在集体活动中能主动担任自己的角色，与其他成员密切合作，共同完成任务。 |  |
| LO512 | 有质疑精神，能有逻辑的分析与批判。 |  |
| LO513 | 能用创新的方法或者多种方法解决复杂问题或真实问题。 | ● |
| LO514 | 了解行业前沿知识技术。 |  |
| L061 | LO611 | 熟练运用各类信息搜索软件和检索工具进行广告客户背景资料搜集 |  |
| LO612 | 熟练运用数据分析软件进行广告客户需求分析。 |  |
| LO613 | 熟练使用计算机，掌握常用办公软件。 |  |
| L071 | LO711 | 爱党爱国：了解祖国的优秀传统文化和革命历史，构建爱党爱国的理想信念。 |  |
| LO712 | 助人为乐：富于爱心，懂得感恩，具备助人为乐的品质。 |  |
| LO713 | 奉献社会：具有服务企业、服务社会的意愿和行为能力。 |  |
| LO714 | 爱护环境：具有爱护环境的意识和与自然和谐相处的环保理念。 |  |
| L081 | L0811 | 具有良好的广告专业英语听说读写能力。 |  |
| L0812 | 能从4A公司和国外广告公司的案例中汲取经验。 |  |
| L0813 | 能引进世界先进水平的广告创意、执行和表现手段。 |  |

五、课程学习目标（必填项）

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **课程预期学习**  **成果** | **内容** | **教与学方式** | **评价方式** |
| 1 | L0331 | 能够完整地表达自己的思路及想法，能够进行传统媒体的广告文案、口号的写作。 | 讲授、分享、交流 | 根据课程要求进行传统媒体文案的写作及团队交流。 |
| 2 | LO413 | 具备调研研究及深度学习的能力，能够通过调研及案例学习等方式，提升自己对于公益广告文案撰写的能力。 | 讲授、深度学习、文案撰写 | 根据要求，调研学习公益广告的文案及相关资料，通过深度学习，学习撰写公益广告的文案，提升自己对于公益广告文案撰写的能力。 |
| 3 | LO513 | 具备能较为熟练地撰写适合新媒体传播的广告文案的能力。 | 调研、撰写文案、项目报告 | 根据相关要求，提交新媒体文案写作的项目报告：包括相关文案作品及资料。 |
|  |  |  |  |  |

六、课程内容（必填项）

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 单元 | 具体内容 | 能力要求 | 知识要求 | 质量标准 |
| 1 | 第一章概述（6课时） | 1-1典型案例分析，广告文案的相关因素。 | 1-1-1理解广告文案的本质及相关因素 | 1-1-1-1广告文案的相关因素。 | 能够根据要求进行传统媒体文案的写作及团队交流。 |
| 1-2 广告文案写作的原则。 | 1-2-1理解广告文案写作的目的及原则 | 1-2-1-1广告文案写作的原则。 |
| 2 | 第二章文案的策划与创意  （4课时） | 2-1 文案创作的步骤。 | 2-1-1理解文案创作的步骤：调查，规划，创作，检验。 | 2-1-1-1调查，规划，创作，检验。 | 根据要求，调研学习公益广告的文案及相关资料，通过深度学习，学习撰写公益广告的文案，提升自己对于公益广告文案撰写的能力。 |
| 2-2 文案写作的策略思考及创意思维 | 2-2-1掌握文案写作的策略思考及创意思维 | 2-2-1-1文案写作的创意思考及策略。 |
| 3 | 第三章广告文案的结构分类（10课时） | 3-1 广告文案的结构构成 | 3-1-1掌握广告文案结构构成：广告语、标题、正文 | 3-1-1-1广告语、标题、正文 |
| 3-2 文案写作训练 | 3-2-1掌握商业广告与公益广告的文案撰写。 | 3-2-1-1 撰写相关文案。 |
| 4 | 第四章广告文案的媒体表现（12课时） | 4-1 新媒体广告撰写 | 4-1-1综合完成新媒体广告文案的写作 | 4-1-1-1新媒体广告文案的写作及报告。 | 根据相关要求，提交新媒体文案写作的项目报告：包括相关文案作品及资料。 |

七、课内实验名称及基本要求

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 |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |

八、实践环节各阶段名称及基本要求

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 |
|  | 无 |  |  |  |
|  |  |  |  |  |

九、评价方式与成绩

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 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% |

撰写： 叶晶晶 系主任审核：李平 201808