《广告管理》实验教学大纲

一、课程的性质和任务

本课程为非独立性实践、实验课程，主要是在《广告管理》课堂教学当中，做为一个重要的、必不可少的环节而设立。

通过《管理管理》课程实习的教学，使学生将所学的广告管理的知识与企业的管理实践相结合，增强学生的感性认识，并进一步巩固所学的广告管理理论。

二、教学要求与教学方法

先在课堂学习有关理论后，教师先介绍试验或实践的目的要求、内容等，然后学生自己动手，教师在旁边引导，让学生自己分析问题和解决问题、得出结论。在实践中，根据情况可以 5-6 人为一组，组成团队，协力完成。教师根据学生试验结果，针对性解决操作中普遍存在的问题。对试验优秀的学生，可选择代表对试验过程和结果发言，

三、教学学时分配和安排

见下表：

周　次	实　　验　　内　　容	学时
第 6 周	实验一：用方法—目的链确定广告主题	3
第 7 周	实验二：广告诉求方式、代言人、表现	3
第 9 周	试验三：网络广告的形式和特征	3
第 11 周	试验四：植入式广告	3
第 15 周	实践五：企业广告管理的范围与步骤	6

四、教学内容和要求

试验一　用方法—目的链确定广告主题

目的要求：以舒肤佳香皂及其广告为例，学会用方法—目的链的方法来确定一个产品广告的主题。

教学内容：1．掌握舒肤佳香皂的有关特征。
2．分析舒肤佳香皂的所有方法—目的链。
3．根据舒肤佳香皂的方法—目的链选择广告主题。
4．提炼方法—目的链应注意的问题。

器材和场地：1．舒肤佳香皂（人手一份）。
2．舒肤佳香皂资料（人手一份）。
3．舒肤佳香皂的各种广告（每人一份广告片的电子版）。
4．电脑（每人一台）。

试验二　广告诉求方式、代言人、表现

目的要求：通过观看世界经典广告作品和中国广告，分析广告诉求方式、代言人类型、表现。

教学内容：1．广告诉求方式。
2．代言人类型。
3．广告表现（要素、信息结构）。

器材和场地：1．世界经典广告作品和中国广告（每人提供一份电子版）。
2．电脑（每人一台）。
3．耳机（每人一副）。

试验三　网络广告的形式和特征

目的要求：通过上网，找出网络广告的主要形式，并分析其特征。

教学内容：1．网络广告的主要形式。
2．各种形式网络广告的主要特征。

器材和场地：1．能与网络连接的电脑（每人一台）。
2．U 盘（每人自带一个）。

试验四　植入式广告

目的要求：通过观看《天下无贼》这部影片，掌握植入式广告的类型和运用技巧。

教学内容：1．分析《天下无贼》中植入式广告的类型。
2．分析《天下无贼》植入式广告的运用技巧。
3．提出《天下无贼》植入式广告的不足。

器材和场地：1.《天下无贼》电影影片（每人一份影片的电子版）。
2．电脑（每人一台）。

实践五　企业广告管理的范围与步骤

目的要求：到实习基地或企业中，全面了解企业广告管理的范围与步骤。

教学内容：1．广告的需求决策。
2．广告受众决策。
3．广告信息决策
4．广告媒介决策
5．广告时空决策
6．广告的强度与费用决策

7．广告效果管理

8．企业广告组织

9．整合营销传播

器材和场地：1．实习基地或联系的企业。

2．笔记本（自带）。

3．照相机

4．交通车