

**广告原理与策划**

# 课程单元教学设计

姓 名：申加强

## 《广告原理与策划实务》课程单元教学设计 1

本次课标题：广告概述					
授课班级	16营销	上课时间	2 课时	上课地点	
教学目 标	能力（技能）目标		知识目标		
		① 能知道什么是广告 ② 能了解广告的功能 ③ 能对广告进行分类		① 广告的定义 ② 广告的功能 ③ 广告的分类	
能力训练 任务及案 例	能力训练任务： 通过对广告学的基本原理和相关知识的掌握，为后续的学习打下坚实的基础				
参考资料	《广告原理与策划实务》 《广告原理与策划实务技术实用教程》网上的各种素材和作品				
教学步骤	教学内容	教学方法	教学手段	学生活动	时间分配
内容引入 (问题)	同学们现实生活中都遇到那些广告？	讨论提示	情境引入	学生思考	10分钟
准备 (问题)	什么是广告？广告包括哪些要素？	讨论提示	启发 诱导重点讲解	分析，提问	10 分钟
告知 (教学内 容、目的)	告知学生本次课要学习的主要内容：广告的基本内容。 教学目的：通过本次课的学习学生能够对振捣什么是广告。	讲授启发	演示课件	学生思考	5 分钟

项目引入 (任务项目)	可口可乐经典案例引入广告	展示、演示、任务驱动、启发	演示	思考讨论	5分钟
操练(掌握初步或基本能力)	总体方案:教师逐步完善制作,学生明确步骤进行模仿 第一步:教师展示成功广告案例,让学生思考该广告如何打动消费者的,学生讨论 第二步:教师对学生的回答进行总结并引出知识点,并引入广告相关理论 第三步:学生了解广告相关理论	任务驱动行动导向	演示	思考讨论 学生了解	25分钟
归纳(知识和能力)	知识点 1: 广告的定义 知识点 2: 广告的功能 知识点 3: 广告的分类 能力 1: 能了解广告的功能	讲授	课件	学生思考进一步熟练操作方法	10分钟
深化与拓展训练(巩固拓展检验)	拓展练习 1: 课下收集某一企业相关成功广告案例,并分析该企业怎么利用广告推广自己产品。	启发,引导,个别指导	成品演示	小组同学之间讨论,协作完成	10分钟
总结	学到了什么,重点要点,注意事项	讲授或提问	课件	师生交互	5分钟
作业	告知学生下节课的主要内容是完成拓展练习项目,课下进行素材的收集。	设计,收集素材	课件		5分钟
后记					

## 《广告原理与策划实务》课程单元教学设计 2

<b>本次课标题：</b> 广告策划认知					
授课班级	16营销	上课时间	2 课时	上课地点	格物楼
教学目标	能力（技能）目标		知识目标		
	能熟练掌握广告策划的主要内容		广告策划的主要内容 1. 分析广告机会 2. 确定广告目标 3. 形成广告信息		
能力训练任务及案例	能力训练任务： 能根据给定的广告策划案例，分析该案例的广告机会、广告目标				
参考资料	《广告原理与策划实务》 《广告原理与策划实务技术实用教程》网上的各种素材和作品				
教学步骤	教学内容	教学方法	教学手段	学生活动	时间分配
<b>内容引入</b> (问题)	你们小组为某广告公司一个策划团队，你们为公司客户设计了一款产品设计了一个广告，但是公司客户对你们作品不是很满意，公司经理，让你们小组找出自己广告方案的问题所在。	讨论提示	情境引入	学生思考	5 分钟
<b>准备</b> (问题)	广告策划的目的是什么？，一份成功的广告可以为企业带来什么机会？	讨论提示	展示	分析，提问	10 分钟
<b>告知</b> (教学内 容、目的)	告知学生本次课要学习的主要内容：广告策划的内容 教学目的：通过本次课的学习学生能够知道一份好的广告策划的应该包含哪些主要内容	讲授启发	演示课件	学生思考	5 分钟

	与处理				
<b>项目引入</b> (任务项目)	广告策划的主要内容	展示、演示、任务驱动、启发	演示	思考讨论	5分钟
<b>操练</b> (掌握初步或基本能力)	总体方案:教师逐步完善制作,学生明确步骤进行模仿 第一步:教师提供加多宝推广王老吉品牌策划案例,引导学生讨论案例中体现策划内容。 第二步:教师对学生的回答进行总结并引出知识点,并进行知识点引入,学生边看边思考 第三步:完成该次课程互动,并对注意点进行强调	任务驱动 行动导向	演示	思考讨论 学生模仿	30分钟
<b>归纳</b> (知识和能力)	知识点 1: 广告策划的步骤 知识点 2: 广告策划的目的 知识点 3: 广告策划的内容 能力 1: 能结合实际案例,明确广告策划的主要内容	讲授	课件	学生思考进一步熟练操作 方法	10分钟
<b>深化与拓展训练</b> (巩固拓展检验)	拓展练习 1: 如果网通公司请你给他们产品做个大学城推广广告策划, 你应怎么去打动大学生?	启发, 引导, 个别指导	成品演示	个人操作个别指导同学之间讨论, 可协作完成	15分钟
<b>总结</b>	学到了什么, 重点要点, 注意事项	讲授或提问	课件	师生交互	5分钟
<b>作业</b>	告知学生下节课的主要内容是完成拓展练习项目, 课下进行素材的收集。	设计, 收集素材	课件		5分钟
<b>后记</b>					

## 《广告原理与策划实务》课程单元教学设计 3

本次课标题：广告策划的流程					
授课班级		上课时间	2 课时	上课地点	
教 学 目 标	能力（技能）目标			知识目标	
	① 熟练掌握广告策划的工作流程 ② 熟练掌握广告策划书的撰写技巧			① 广告策划的工作流程 ② 广告策划书的基本内容	
能力 训练 任务 及案 例	能力训练任务： ① 据客户要求，组建广告策划团队，并能根据实际策划任务，给团队成员分派任务 ② 广告策划书各部分的具体				
参 考 资 料	《广告原理与策划实务实用教程》 《广告原理与策划实务（修订版）》网上的各种素材和作品				
步骤	教学内容	教学方法	教学手段	学生活动	时间分配
内 容 引 入 (问 题)	引入上一节网通公司产品推广策划，在指导消费者诉求点的基础上，我们应该具体怎么组织材料，进一步把网通产品更加形象化。	讨论 提示	引入拓 展内容	学生思考	5 分钟
准 备 (问 题)	<b>任务分析：</b> 怎么把相关材料按照策划书的要求组织成型。	讨论 提示	展示	分析，提问	10 分钟
告 知 (教 学 内 容、 目 的)	告知学生本次课要学习的主要内容：广告策划书的基本内容 教学目的：通过完成网通产品推广宣传策划，使学生掌握广告策划的基本流程。	讲授 启发	演示课件	学生思考	5 分钟

	知识和技能				
<b>操练</b> （掌握初步或基本能力）	<p>总体方案：教师逐步完善制作，学生明确步骤进行模仿</p> <p>第一步：小组派代表展示上节课作业，其他小组评价</p> <p>第二步：教师对学生的回答进行总结并引出知识点，并进行步骤演示，学生边看边实际操作模仿</p> <p>第三步：完成本堂知识的互动，并对注意点进行强调</p>	任务驱动 行动导向	演示	思考讨论 学生模仿	55 分钟
<b>归纳</b> （知识和能力）	<p>知识点 1：广告策划的流程</p> <p>知识点 2：广告策划的撰写</p> <p>能力 1：能根据实际需求组建策划团队</p> <p>能力 2：熟练掌握广告策划书的基本内容</p>	讲授	课件	学生思考进一步熟练操作方法	5 分钟
<b>总结</b>	学到了什么，重点要点，注意事项	讲授或提问	课件	师生交互	5 分钟
<b>作业</b>	告知学生下节课的主要任务是利用所学知识根据综合练习题目设计网通公司产品推广宣传策划，通过各种方式收集所需素材	设计，收集素材	课件		5 分钟
<b>后记</b>					

## 《广告原理与策划实务》课程单元教学设计4

本次课标题：广告调查的内容与方法					
授课班级		上课时间	2 课时	上课地点	
教 学 目 标	能力（技能）目标			知识目标	
	能熟练掌握广告调查常用的方法及各方法的优缺点和适用范围。			① 广告调查的方法与技巧 ② 广告调查的步骤	
能力 训练 任务 及案 例	能力训练任务： 根据调查内容，选择合适的调查方法。				
参考 资料	《广告原理与策划实务》 《广告原理与策划实务技术实用教程》网上相关网站				

### 二、教学设计

步骤	教学内容	教学方法	教学手段	学生活动	时间分配
内容引入 (问题)	你所在公司公司接受了网通公司开拓大学城市场广告策划业务，你公司分派你们小组负对大学城大学生手机业务使用情况进行调查	讨论提示	情境引入	学生思考	5 分钟
准备 (问题)	针对这一任务，你们小组应该怎么样开展该项工作？	讨论提示	展示	分析，提问	10 分钟
告知 (教学内 容、目的)	告知学生本次课要学习的主要内容：广告调查的内容与方法。 教学目的：通过本次课的学习学生能够掌握广告调查的内容与方法。	讲授 启发	演示课件	学生思考	5 分钟

项目引入 (任务项目)	领到调查大学城大学生手机业务使用情况任务。团队调查前准备工作。	展示、演示、任务驱动、启发	演示	思考讨论	5分钟
操练(掌握初步或基本能力)	总体方案:教师逐步完善制作,学生明确步骤进行模仿 第一步:教师下达该堂课的任务,让学生思考如何完成,学生讨论 第二步:教师对学生的讨论进行总结并引出知识点,学生边看边实际操作修正自己分工。 第三步:完成广告调查前期任务分解工作	任务驱动 行动导向	演示	思考讨论 学生模仿	40分钟
归纳(知识和能力)	知识点 1: 广告调查的方法与技巧 知识点 2: 广告调查的步骤 能力: 能根据实际需要拆解调查任务,带领团队成员选择好调查方法	讲授	课件	学生思考进一步熟练操作 方法	10分钟
深化与拓展 训练(巩固拓展检验)	拓展项目 1: 根据任务列出需要调查内容 以上拓展项目是为下节课调查问卷的设计的拓展项目,布置任务和要求,收集相关素材,为下节完成此项目做准备。	启发,引导,个别指导	成品演示	个人操作个别指导同学之间讨论,可协作完成	5分钟
总结	学到了什么,重点要点,注意事项	讲授或提问	课件	师生交互	5分钟
作业	告知学生下节课的主要内容是根据调查内容设计调查问卷,课下进行素材的收集。	设计,收集素材	课件		5分钟
后记					

## 《广告原理与策划实务》课程单元教学设计5

本次课标题：调查问卷的设计					
授课班级		上课时间	4课时	上课地点	
教 学 目 标	能力（技能）目标			知识目标	
	能根据要调查内容设计调查问卷			① 问卷的结构 ② 问卷设计技巧	
能 力 训 练 任 务 及 案 例	能根据不同调查内容，设计出不同侧重点的调查问卷				
参 考 资 料	《广告原理与策划实务实用教程》 《广告原理与策划实务技术实用教程》网上的各种素材和作品				

### 二、教学设计

步骤	教学内容	教学方法	教学手段	学生活动	时间分配
内容引入 (问题)	根据上节课列出的需要调查的内容，设计出合适的调查问卷题目	讨论提示	情境引入	学生思考	5 分钟
准备 (问题)	是不是调查题目越多越好？问卷设计中有哪些注意事项？	讨论提示	展示	分析，提问	10 分钟
告知 (教学内容、目的)	告知学生本次课要学习的主要内容：根据调查内容，设计调查问卷 教学目的：通过本次课的学习能自主的设计调查问卷，而不是简单的从网上抄袭。	讲授启发	演示课件	学生思考	5 分钟
项目引入 (任务项目)	制作大学城大学生手机业务调查问卷	展示、演示、任务驱动、启发	演示	思考讨论	5 分钟

<b>操练</b> （掌握初步或基本能力）	<p>总体方案：做中学，学中做，学生主体，教师引导</p> <p>第一步：教师演示几个设计有问题的问卷问题，让学生思考这些问卷题目存在什么问题，学生讨论</p> <p>第二步：根据学生回答，老师引入问卷设计技巧</p> <p>第三步：完成调查问卷设计，并对注意点进行强调</p>	任务驱动 行动导向	演示	思考讨论 学生模仿	40 分钟
<b>归纳</b> （知识和能力）	<p>知识点 1：问卷结构</p> <p>知识点 2：问卷设计技巧</p> <p>能力 1：能够根据要求设计出结构清晰、内容有针对性的问卷题目。</p>	讲授	课件	学生思考进一步熟练操作方法	5 分钟
<b>深化与拓展训练</b> （巩固拓展检验）	<p>拓展练习 1：大学城大学生手机业务调查问卷展示</p> <p>（此训练项目若课上完成不了，可课下完成，或练习课完成）</p>	启发，引导，个别指导	成品演示	个人操作 个别指导同学之间讨论，可协作完成	90 分钟
<b>总结</b>	学到了什么，重点要点，注意事项	讲授或提问	课件	师生交互	5 分钟
<b>作业</b>	告知学生下节课的主要内容是完成综合练习项目：调查报告的撰写，课下要进行整体设计并收集素材	设计，收集素材	课件		5 分钟
<b>后记</b>					

# 《广告原理与策划实务》课程单元教学设计 6

## 一、教案头

本次课标题：广告调查报告的撰写					
授课班级		上课时间	4 课时	上课地点	
教学 目 标	能力（技能）目标			知识目标	
	能根据前面调查内容，分析目标消费者消费特征，并撰写出调研报告			广告调查文案的撰写	
能力 训练 任务 及案 例	基础性任务：撰写调查报告 主要步骤：①创建swot矩阵 ②根据swot矩阵，分析目标消费者消费特征 ③根据消费特征设计满足消费者产品 ④为企业广告提出指导性意见 拓展练习任务：swot矩阵构建				
参考 资料	《广告原理与策划实务实用教程》 《广告原理与策划实务技术实用教程》网上的各种素材和作品				

## 二、教学设计

步骤	教学内容	教学方法	教学手段	学生活动	时间分配
内容引入 (问题)	通过前期的调研，分析所调查数据，下面就是根据数据撰写调研报告。	讨论提示	情境引入	学生思考	5 分钟
准备 (问题)	调研方案的重点在哪？企业想通过我们调查获得什么？	讨论提示	展示	分析，提问	10 分钟
告知 (教学内 容、目的)	告知学生本次课要学习的主要内容：调研报告的撰写 教学目的：通过本次课的学习学生能够撰写调研报告	讲授启发	演示课件	学生思考	5 分钟

项目引入 (任务项目)	根据搜集数据,分析数据,撰写调研报告。	展示、演示、任务驱动、启发	演示	思考讨论	5分钟
操练(掌握初步或基本能力)	总体方案:做中学,学中做,学生主体,教师主导 第一步:教师讲述调研报告撰写相关内容 第二步:学生进行数据分析,老师指导 第三步:完成调研报告撰写相关知识点,并对注意点进行强调	任务驱动 行动导向	演示	思考讨论 学生模仿	100分钟
归纳(知识和能力)	知识点:广告调研方案的撰写技巧 能力:能够根据实际调研资料,写好调研报告	讲授	课件	学生思考进一步熟练操作方法	5分钟
深化与拓展训练(巩固拓展检验)	拓展练习1:完成网通公司大学城调研报告 (此训练项目为下节课的展示任务,在此,教师先进行展示,希望学生课下收集资料为下节课做好准备)	启发,引导,个别指导	成品演示	个人操作个别指导同学之间讨论,可协作完成	10分钟
总结	学到了什么,重点要点,注意事项	讲授或提问	课件	师生交互	5分钟
作业	告知学生下节课的主要内容是展示拓展练习项目,课下要进行整体设计并收集素材	设计,收集素材	课件		5分钟
后记					

# 《广告原理与策划实务》课程单元教学设计 7

## 一、教案头

本次课标题：广告创意思维					
授课班级		上课时间	2 课时	上课地点	
教学 目 标	能力（技能）目标			知识目标	
	能对广告常用的创意性思维形成初步的意识			广告创意思维方式	
能力 训练 任务 及案 例	能力训练任务及案例： 创意案例 创意的内涵 广告案例分析（杜蕾斯感恩节广告）				
参考 资料	《广告原理与策划实务实用教程》 《广告原理与策划实务技术实用教程》网上的各种素材和作品				

## 二、教学设计

步骤	教学内容	教学方法	教学手段	学生活动	时间分配
内容引入 (问题)	随着我国经济持续高速增长，市场竞争日益扩张、竞争不断升级，商战已经进入“智”战时代，广告也从以前的所谓“媒体大战”、“投入大战”上升到广告创意竞争。	讨论提示	情境引入	学生思考	5 分钟
准备 (问题)	创意是什么？什么才叫好的创意？	讨论提示	展示	分析，提问	10 分钟
告知 (教学内 容、目的)	告知学生本次课要学习的主要内容：广告创意思维 教学目的：通过本次课的学习学生能够掌握广告创意的常用思维方式	讲授启发	演示课件	学生思考	5 分钟

项目引入 (任务项目)	广告创意思维	展示、演示、任务驱动、启发	演示	思考讨论	5分钟
操练(掌握初步或基本能力)	<p>第一步: 教师演示杜蕾斯感恩节经典广告, 让学生思考这个广告成功之处, 学生讨论</p> <p>第二步: 教师对学生的回答进行总结并引出知识点, 并进行知识点解读, 学生边看边实际操作模仿</p> <p>第三步: 完成广告创意思维的互动, 并对注意点进行强调</p>	任务驱动行动导向	演示	思考讨论 学生模仿	40分钟
归纳(知识和能力)	<p>知识点 1: 收敛性思维</p> <p>知识点 2: 发散性思维式</p> <p>能力 1: 学会用这些以上思维考虑问题的方法</p>	讲授、互动	课件	学生思考进一步熟练操作方法	5分钟
深化与拓展训练(巩固拓展检验)	<p>综合练习项目: 老师提供一些利用这些思维方式的智力题目, 让学生互动完成。</p> <p>(此训练项目若课上完成不了, 可课下完成, 或练习课完成)</p>	启发, 引导, 个别指导	布置任务	同学之间讨论, 可协作完成	10分钟
总结	学到了什么, 重点要点, 注意事项	讲授或提问	课件	师生交互	5分钟
作业	告知学生下节课的主要内容是广告创意的过程。	设计, 收集素材	课件		5分钟
后记					

# 《广告原理与策划实务》课程单元教学设计8

## 一、教案头

本次课标题：广告创意原则					
授课班级		上课时间	2 课时	上课地点	
教学 目 标	能力（技能）目标			知识目标	
	能够熟练使用广告创意的基本原则			掌握广告创意原则	
能力 训练 任务 及案 例	能力训练任务及案例： 创意案例 失败广告案例分析（绝味鸭脖双十一广告）				
参考 资料	《广告原理与策划实务实用教程》 《广告原理与策划实务技术实用教程》网上的各种素材和作品				

## 二、教学设计

步骤	教学内容	教学方法	教学手段	学生活动	时间分配
内容引入 (问题)	现在多如牛毛的广告充斥着整个市场，这么多广告，大家愿意看的有多少呢？为什么绝大多数广告大家都不愿意看？。	讨论提示	情境引入	学生思考	5 分钟
准备 (问题)	创意是用来干什么的？什么才叫好的创意？	讨论提示	展示	分析，提问	10 分钟
告知 (教学内 容、目的)	告知学生本次课要学习的主要内容：广告创意思维 教学目的：通过本次课的学习学生能够掌握广告创意的常用思维方式	讲授启发	演示课件	学生思考	5 分钟

项目引入 (任务项目)	广告创意遵循原则	展示、演示、任务驱动、启发	演示	思考讨论	5分钟
操练(掌握初步或基本能力)	<p>第一步: 教师演示绝味鸭脖双十一广告, 让学生思考这个广告败笔之处, 学生讨论</p> <p>第二步: 教师对学生的回答进行总结并引出知识点, 并进行知识点解读, 学生边看边实际操作模仿</p> <p>第三步: 完成广告创意原则的互动, 并对注意点进行强调</p>	任务驱动 行动导向	演示	思考讨论 学生模仿	40分钟
归纳(知识和能力)	<p>知识点 1: 广告创意的原则</p> <p>能力 1: 在进行广告设计的时候能时刻牢记这些原则。</p>	讲授、 互动	课件	学生思考进一步熟练操作方法	5分钟
深化与拓展 训练(巩固拓展检验)	<p>综合练习项目: 老师提供一些产品, 让学生讨论怎么利用创意原则使自己产品更能打动消费者。</p> <p>(此训练项目若课上完成不了, 可课下完成, 或练习课完成)</p>	启发, 引导, 个别指导	布置任务	同学之间讨论, 可协作完成	10分钟
总结	学到了什么, 重点要点, 注意事项	讲授或提问	课件	师生交互	5分钟
作业	告知学生下节课的主要内容是广告创意的过程。	设计, 收集素材	课件		5分钟
后记					

# 《广告原理与策划实务》课程单元教学设计 9

## 一、教案头

本次课标题：广告创意的过程					
授课班级		上课时间	2 课时	上课地点	
教 学 目 标	能力（技能）目标			知识目标	
	通过学习国外广告大师的经典理论，进一步加深对广告创意思维的理解			1. 詹姆斯·韦伯·杨五阶段创意理论 2. 亚瑟·科特勒帕二旧化一新创意 3. 罗斯·瑞夫斯Usp理论 4. 威廉·伯恩巴克ROI理论法 5. 大卫·奥格威的品牌形象理论	
能力 训练 任务 及案 例	基础性任务： 学习国外广告大师经典理论，从中体味创意的内涵  拓展练习任务：赏析国外广告大师的经典作品，体味其中独到之处。				
参 考 资 料	《广告原理与策划实务实用教程》 《广告原理与策划实务技术实用教程》网上的各种素材和作品				

## 二、教学设计

步骤	教学内容	教学方法	教学手段	学生活动	时间分配
内容引入 (问题)	2018年月全食，各大商家推出的经典广告。让学生对比感恩节杜蕾斯感恩广告。	讨论提示	情境引入	学生思考	5 分钟
准备 (问题)	<b>任务分析：</b> 创意到底是什么？有没有一定规律可遵循？	讨论提示	展示	分析，提问	10 分钟
告知（教 学内 容、目 的）	告知学生本次课要学习的主要内容：广告创意的过程	讲授 启发	演示	学生思考	5 分钟

项目引入 (任务项目)	通过经典广告作品体会广告创意理论	展示、演示、任务驱动、启发	演示	思考讨论	5分钟
操练(掌握初步或基本能力)	总体方案:教师提供经典广告案例,学生明确步骤进行模仿 第一步:教师展示月全食各商家广告,让学生思考创意所在,学生讨论 第二步:教师对学生的回答进行总结并引出知识点,并进行知识引入,学生边看边体会 第三步:完成广告创意思维的提升,并对注意点进行强调	任务驱动行动导向	演示	思考讨论 学生模仿	30分钟
归纳(知识和能力)	1.詹姆斯.韦伯.杨五阶段创意理论 2.亚瑟.科特勒帕二旧化一新创意 3.罗斯.瑞夫斯Usp理论 4.威廉.伯恩巴克ROI理论法 5.大卫.奥格威的品牌形象理论 能力:能从广告大师作品中体会出与众不同的地方	讲授	课件	学生思考进一步熟练操作方法	5分钟
深化与拓展训练(巩固拓展检验)	拓展训练项目:分析广告大师作品经典之处 (此训练项目若课上完成不了,可课下完成,或练习课完成)	启发,引导,个别指导	成品演示	个人操作 个别指导同学之间讨论,可协作完成	20分钟
总结	学到了什么,重点要点,注意事项	讲授或提问	课件	师生交互	5分钟
作业	告知学生下节课的主要内容是广告创意的方法。	设计,收集素材	课件		5分钟
后记					

# 《广告原理与策划实务》课程单元教学设计10

## 一、教案头

本次课标题：广告创意的方法					
授课班级		上课时间	2 课时	上课地点	
教学 目 标	能力（技能）目标			知识目标	
	掌握创意的设计表现方法和思维方法。			①广告创意的技巧 ②广告创意的实施方法 ③广告创意的思考方法 ④广告创意表现	
能力 训练 任务 及案 例	优秀创意案例赏析《杜蕾斯日全食广告》 学生思考，创意的价值是什么？ 《杜蕾斯日全食广告》广告创意使用了什么设计表现手法？				
参考 资料	《广告原理与策划实务实用教程》 《广告原理与策划实务技术实用教程》网上的各种素材和作品				

## 二、教学设计

步骤	教学内容	教学方法	教学手段	学生活动	时间分配
内容引入 (问题)	创意是一种抽象的看不见摸不着的东西，那么我们应该怎么把我们创意表达出来呢？。	讨论提示	情境引入	学生思考	5 分钟
准备 (问题)	我们广告创意怎么才能被大家所接受呢？	讨论提示	展示	分析，提问	10 分钟
告知 (教学内 容、目的)	告知学生本次课要学习的主要内容：广告创意的表现方法和思维方法 教学目的：通过本次课的学习学生能够掌握广告创意的思考方法和表现手法	讲授启发	演示课件	学生思考	5 分钟

项目引入 (任务项目)	邦迪平面广告赏析	展示、演示、任务驱动、启发	演示	思考讨论	5分钟
操练(掌握初步或基本能力)	第一步:通过分析邦迪广告体会创意设计技巧 第二步:讨论该广告创意思考方法 第三步:讨论该广告的实施方法 第四步:总结广告创意的表现手法	任务驱动 行动导向	演示	思考讨论 学生模仿	50分钟
归纳(知识和能力)	知识点 1: 广告创意技巧 知识点 2: 广告创意思考方法 知识点 3: 广告创意实施方法 知识点 4: 广告创意表现手法 能力 1: 掌握广告创意技巧 能力 2: 能够利用广告创意思维 能力 3: 能熟练运用广告创意的表现手法渲染自己广告作品	讲授	课件	学生思考进一步熟练操作方法	5分钟
总结	学到了什么, 重点要点, 注意事项	讲授或提问	课件	师生交互	5分钟
作业	告知学生下节课的主要内容是广告文案, 告知任务要求, 课下进行素材收集和设计	设计, 收集素材	课件		5分钟
后记					

# 《广告原理与策划实务》课程单元教学设计 11

## 一、教案头

本次课标题：广告文案-广告标题的制作					
授课班级		上课时间	2 课时	上课地点	
教学 目 标	能力（技能）目标			知识目标	
	掌握广告标题设计技巧			①广告标题的类型 ②广告标题的写作的基本要求	
能力 训练 任务 及案 例	<p>基础性任务：为一份广告文案设计广告标题</p> <p>主要要求：①突出主题，标出新 ②简洁明确，一目了然 ③题文相符，互为一体 ④易懂好记，引人注目</p> <p>拓展练习任务：赏析大卫·奥格威的广告写作检测原则</p> <p>综合练习任务：为济南仕邦农化有限公司杀菌剂美雨设计广告标题</p>				
参考 资料	<p>《广告原理与策划实务实用教程》</p> <p>《广告原理与策划实务技术实用教程》网上的各种素材和作品</p>				

## 二、教学设计

步骤	教学内容	教学方法	教学手段	学生活动	时间分配
内容引入 (问题)	济南仕邦农化有限公司新推出一款除菌剂——美雨，请你为该种产品设计一份广告文案。	讨论提示	情境引入	学生思考	5 分钟
准备 (问题)	你觉得什么样的广告标题能吸引你继续阅读下去本广告文案？	讨论提示	展示	分析，提问	10 分钟
告知 (教学内 容、目的)	告知学生本次课要学习的主要内容：广告文案设计中的广告标题的制作 教学目的：通过本次课的学习学生能够掌握广告标题的设计技巧。	讲授启发	演示课件	学生思考	5 分钟
项目引入 (任务项 目)	为济南仕邦农化有限公司新产品美雨设计广告标题	展示、演示、任务驱动、启发	演示	思考讨论	5 分钟

<b>操练</b> （掌握初步或基本能力）	<p>总体方案：做中学，学中做，学生主体，教师主导</p> <p>第一步：教师演示一些优秀广告文案，学生讨论</p> <p>第二步：教师对学生的回答进行总结并引出知识点，并进行归纳那总结</p> <p>第三步：完成制作，并对注意点进行强调</p>	任务驱动 行动导向	演示	思考讨论 学生模仿	40 分钟
<b>归纳</b> （知识和能力）	<p>知识点 1：广告标题的类型</p> <p>知识点 2：广告标题的写作技巧</p> <p>1：能够为美雨设计贴切的文案标题</p>	讲授	课件	学生思考进一步熟练操作 方法	5 分钟
<b>深化与拓展训练</b> （巩固拓展检验）	<p>拓展练习 1：为产品美雨广告文案设计广告标题。</p> <p>（此训练项目为下节课广告口号设计做准备）</p>	启发，引导，个别指导	任务拓展	同学之间讨论	10 分钟
<b>总结</b>	学到了什么，重点要点，注意事项	讲授或提问	课件	师生交互	5 分钟
<b>作业</b>	告知学生下节课的主要内容是完成一份广告文案：利用所学知识制作广告标题，课下要进行整体设计并收集素材	设计，收集素材	课件		5 分钟
<b>后记</b>					

## 《广告原理与策划实务》课程单元教学设计 12

### 一、教案头

本次课标题：广告口号					
授课班级		上课时间	2 课时	上课地点	
教 学 目 标	能力（技能）目标			知识目标	
	能掌握广告口号的类型与写作要求			①广告口号定义 ②广告口号与广告标题的区别 ③广告口号的写作要求	
能力 训练 任务 及案 例	拓展练习任务：  为济南仕邦农化有限公司除菌剂美雨设计广告口号				
参 考 资 料	《广告原理与策划实务实用教程》  《广告原理与策划实务技术实用教程》网上的各种素材和作品				

### 二、教学设计

步骤	教学内容	教学方法	教学手段	学生活动	时间分配
内容引入 (问题)	引入两个长文档的拓展练习项目： 根据上节课广告标题，为济南仕邦农化有限公司除菌剂美雨设计广告口号	讨论 提示	情境引入	学生思考	5 分钟
准备 (问题)	广告口号和广告标题是一回事吗？	讨论 提示	展示	分析，提问	10 分钟
告知 (教学内 容、目的)	告知学生本次课要学习的主要内 容：广告口号的写作技巧 教学目的：通过本次课的学习学生 掌握广告口号的写作技巧	讲授 启发	演示课件	学生思考	5 分钟
项目引入 (任务项 目)	优秀广告口号赏析	展示、演 示、任务 驱动、启 发	演示	思考讨论	5 分钟

<b>操练</b> （掌握初步或基本能力）	<p>第一步：教师提供几个优秀广告口号让学生思考如何完成，学生讨论</p> <p>第二步：教师对学生的回答进行总结并引出知识点，并进行知识点引入</p> <p>第三步：完成两个拓展项目的制作，并对注意点进行强调</p>	任务驱动 行动导向	演示	思考讨论 学生模仿	30 分钟
<b>归纳</b> （知识和能力）	<p>知识点 1：广告口号页脚的方法</p> <p>知识点 2：广告口号与广告标题区别</p> <p>知识点 3：广告口号写作技巧</p> <p>能力 1：能利用所学知识为产品设计广告口号</p>	讲授	课件	学生思考进一步熟练操作 方法	5 分钟
<b>作品展示</b>	分组进行作品展示与说明	启发，引导，指导	成品演示	个人操作 个别指导 同学之间讨论，可协作完成	20 分钟
<b>总结</b>	学到了什么，重点要点，注意事项	讲授或提问	课件	师生交互	5 分钟
<b>作业</b>	告知学生下节课的主要内容是完成综合练习项目：利用所学知识为美雨设计广告文案，课下要进行整体设计并收集素材	设计，收集素材	课件		5 分钟
<b>后记</b>					

# 《广告原理与策划实务》课程单元教学设计 13

## 一、教案头

本次课标题：广告文案——广告正文					
授课班级		上课时间	2 课时	上课地点	
教学目标	能力（技能）目标			知识目标	
	能掌握广告正文的类型与写作技巧			①广告正文的结构 ②广告正文的表现形式 ③广告正文的写作技巧	
能力训练任务及案例	基础性任务：掌握广告正文的结构 ①导语部分 ②正文部分 ③结尾部分 拓展练习任务：完成美雨广告正文 综合练习任务：制作美雨广告文案书				
参考资料	《广告原理与策划实务实用教程》 《广告原理与策划实务技术实用教程》相关网站				

## 二、教学设计

步骤	教学内容	教学方法	教学手段	学生活动	时间分配
内容引入（问题）	有了广告标题和广告口号，那怎样才能把自己产品信息推送给消费者呢？怎样的文案才能激发消费者购买欲望呢？ 广告正文是广告方案的核心，是广告主题的表现，对宣传广告信息、树立商品形象和推动公众购买产品具有决定性的作用	讨论提示	情境引入	学生思考	5 分钟
准备（问题）	广告正文怎样才能激发消费者购买欲望？	讨论提示	展示	分析，提问	10 分钟
告知（教学内容、目的）	告知学生本次课要学习的主要内容：广告正文的撰写 教学目的：学会撰写广告正文	讲授、启发	演示课件	学生思考	5 分钟

项目引入 (任务项目)	根据上两节课做制作的广告标题与广告语,为美雨制作广告正文	展示、演示、任务驱动、启发	演示	思考讨论	5分钟
操练(掌握初步或基本能力)	总体方案:做中学,学中做,学生主体,教师主导 第一步:教师演示一些优秀广告文案,学生讨论 第二步:教师对学生的回答进行总结并引出知识点,并进行步骤演示,学生边看边实际操作模仿 第三步:完成制作,并对注意点进行强调	任务驱动 行动导向	演示	思考讨论 学生模仿	40分钟
归纳(知识和能力)	知识点1:广告正文格式 知识点2:广告正文类型 知识点3:广告正文的写作技巧 能力1:能为指定产品制作广告正文	讲授	课件	学生思考进一步熟练操作方法	5分钟
深化与拓展训练(巩固拓展检验)	拓展练习1:完成美雨完整的广告文案,下一次课小组展示。	启发,引导,个别指导	任务拓展	同学之间讨论	10分钟
总结	学到了什么,重点要点,注意事项	讲授或提问	课件	师生交互	5分钟
作业	告知学生下节课的主要内容是完成拓展练习项目:小组展示美雨广告文案。	设计,收集素材	课件		5分钟
后记					