**《公益广告研究》课程学习指南**

**Study of public service advertising**

**课程负责人（任课教师） 和群坡**

1. **教师简介：**

和群坡，中国传媒大学广告学院副教授，国家广告研究院院长助理，全国公益广告创新研究基地副秘书长，《中国公益广告年鉴》主编。中宣部、中央文明办等单位“讲文明树新风”公益广告征集活动评委，中共中央纪委反腐倡廉优秀公益广告评选评委，中央电视台“CCTV全球公益广告征集活动”评委。1992年毕业于北京广播学院文艺编辑系，1992-1994年在河南省南阳电视台专题部工作，1996年毕业于北京广播学院广告双学位班，1996-1998年在北京佳易广告公司影视部工作，1998年至今在中国传媒大学广告学院任教。主讲课程：《影视广告》、《视听语言》、《中外电影史》等。主要研究领域：公益广告、影视广告，电影。代表性著作：《影视广告制作教程---从接单到成片的全程指导》（2006年，中国传媒大学出版社）；《中国公益广告年鉴（1986年-2010年）》（2011年，中国工商出版社）；《公益广告学概论》（终稿已交，预计2014年4月出版，中国传媒大学出版社）； 《中国公益广告年鉴（2011年-2013年）》（终稿已交，预计2014年4月出版，中国工商出版社）。

1. **联系方式：**

电子邮箱：1975618508@qq.com

**课程基本信息：**创新复合类公共选修课

**课程名称：** 公益广告研究

**英文名称：** Study of public service advertising

**授课对象：** 全校各专业研究生

**开课学期：** 2013-2014学年春季学期（第2学期）

**开课时间：** 9-16周

**上课时间：**

**上课地点：**

**学分/学时：** 2/24

**先修课程：** 无

**注：** 上课时间和地点以研究生院网上课表为准

**课程简介：**

本课程是研究生层次创新复合类公共选修课。主要讲授：我国公益广告简史、公益广告的特点、类型，我国公益广告的运行体制，公益广告的创意与表现，公益广告作品评析，公益广告与企业社会责任，中外公益广告比较等。

**教学目标：**

1.使学生掌握公益广告的相关基本知识；

2.了解公益广告与商业广告的不同与共通之处，掌握公益广告创作和传播的一般规律；

3.基本上能够运用专业手段进行公益广告创作。

**教学方式：**

1. 本课程以教师讲授与学生参与相结合的方式进行；
2. 每次课前20分钟为学生主题发言时间（每人至少参加一次，记入平时成绩），每次课最后20分钟为学生提问、师生互动时间。

**考核方式：**

1. 课堂发言、出勤，占总评成绩的30％。
2. 期末论文：从教师提供的课后思考题中选取论题或与任课教师协商选题，在课程结束后两周内提交一篇1500字以上的论文。要求同时提交论文的电子版和纸质版以及电子版“研究生课程作业提交单”，占总评成绩的70％。
3. 期末论文提交时间：按研究生院规定时间提交。
4. 教师在收到论文后两周内，给学生反馈“研究生课程作业提交单”。
5. 论文提交地点： 广告学院研究生教学办公室作业提交处

**教学内容及学时安排：**

**第一讲 绪论**

第一节 公益广告的概念

第二节 公益广告的特点和分类

第三节 公益广告的功能

**第二讲 中国公益广告简史**

1. 公益广告初始阶段（1991——1995年）

第二节 公益广告发展阶段（1996——2006年）

第三节 公益广告成熟阶段（2007年至现在）

**第三讲 公益广告的运行体制**

第一节 我国的公益广告运行体制

第二节 非政府组织公益广告运行体制

第三节 企业公益广告运行体制

**第四讲 公益广告与企业社会责任**

第一节 公益广告与企业社会责任

第二节 公益营销的价值

第三节 公益广告营销案例分析

**第五讲 公益广告创意与表现**

第一节 广播电视公益广告创作

第二节 报刊公益广告创作

第三节 网络公益广告创作

**第六讲 公益广告媒体投放**

第一节 大众媒体的公信度与公益广告

第二节 公益广告受众心理和媒体选择

第三节 公益广告效果调查

**第七讲 优秀公益广告评选与赏析**

第一节 我国的优秀公益广告作品评选

第二节 我国优秀公益广告作品赏析

第三节 国际著名公益广告作品赏析

**第八讲 中外公益广告比较研究**

第一节 外国公益广告简史

1、美国

2、英国

3、韩国

4、日本

第二节 公益广告运行与监管体制比较

1. 公益广告创作比较

**注： 从2011年级起，培养方案中每门专业课程须填写“研究生《XXXX》课程学习指南”，而且有学院专业指导小组组长（成员） 或学院学术委员会成员，或学院教授委员会成员（由学院确认）的签字，否则，研究生院培养办不予排课。**

|  |
| --- |
| 其他说明： |
| 专业指导小组组长或成员签字：  或学院学术委员会成员签字  或学院教授委员会成员签字  200 年 月 日 |
| 所在学院（所、中心）意见：    负责人（签名）：  200 年 月 日 |
| 研究生院备案：  （签名）：  200 年 月 日 |

附件二

**主讲（主持）教师及团队简历**

1、**和群坡，**中国传媒大学广告学院副教授，国家广告研究院院长助理，全国公益广告创新研究基地副秘书长，《中国公益广告年鉴》主编。中宣部、中央文明办等单位“讲文明树新风”公益广告征集活动评委，中共中央纪委反腐倡廉优秀公益广告评选评委，中央电视台“CCTV全球公益广告征集活动”评委。1992年毕业于北京广播学院文艺编辑系，1992-1994年在河南省南阳电视台专题部工作，1996年毕业于北京广播学院广告双学位班，1996-1998年在北京佳易广告公司影视部工作，1998年至今在中国传媒大学广告学院任教。主讲课程：《影视广告》、《视听语言》、《中外电影史》等。主要研究领域：公益广告、影视广告，电影。代表性著作：《影视广告制作教程---从接单到成片的全程指导》（2006年，中国传媒大学出版社）；《中国公益广告年鉴（1986年-2010年）》（2011年，中国工商出版社）；《公益广告学概论》（终稿已交，预计2014年4月出版，中国传媒大学出版社）； 《中国公益广告年鉴（2011年-2013年）》（终稿已交，预计2014年5月出版，中国工商出版社）。

2、**丁俊杰，**中国传媒大学学术委员会副主任，教授，亚洲传媒研究中心主任，国家广告研究院长，全国公益广告创新研究基地主任，《中国公益广告年鉴》编委会主任，首都传媒经济研究中心主任、党报党刊研究中心主任，文化创意产业研究中心学术委员会主任。 现为[中国传媒大学](http://baike.baidu.com/view/6410.htm)广告学教授、博士生导师。2005年入选教育部新世纪优秀人才支持计划，主讲的《广告学概论》被评为国家级精品课程。曾被评为北京市优秀教师、北京市优秀青年骨干教师、全国广播影视系统先进工作者等称号。学习经历：1987年毕业于北京广播学院新闻系，获法学学士学位；2003年毕业于北京广播学院[国际传播学院](http://baike.baidu.com/view/1122667.htm)，获文学博士学位。主讲过的课程：“新闻通讯写作”、“中国近代新闻思想研究”、“受众调查的理论与方法”、“广告策划”、“广告概论”、“广告战略研究”、自考教材“广告学（二）”等。代表性著作：《广播电视概论》、《现代广告活动论》、《现代广告活动的理论与操作》、《现代广告通论》等 。目前还兼任《中国广播电视年鉴》编委会副主任、《中国广告作品年鉴》主编、《中国终端营销展示年鉴》编委会副主任、《IMI消费行为与生活形态年鉴》主编、《文化创意产业参考》编委会主任、《国际广告》杂志社主编等职务。

**3、黄升民，**中国传媒大学广告学院院长，教授，全国公益广告创新研究基地副主任，《中国公益广告年鉴》编委会主任，《媒介》杂志总编辑。主要研究领域为：[媒介](http://baike.baidu.com/view/296558.htm)经营与产业化研究、消费行为与生活形态研究、中国当代广告史研究、广告学其他领域研究。黄升民教授是我国最早提出媒体产业化理论等一系列独到观点的学者之一，他对媒体产业化的研究系我国传媒行业具有开创性、探索性意义的专业研究，对我国传媒行业的发展历程具有深刻而广泛的影响。黄升民教授作为“首都传媒经济研究基地”的首席专家，打造“传媒经济科研平台”和“传媒产业资讯平台”。通过开展科研、出版、培训、产业咨询、国际交流合作等多项研究活动，向北京市政府、北京市委宣传部、北京广播电影电视集团、北京报业等机构提供决策支持和运营咨询。其中，他曾开创性地提出北京朝阳CBD“传媒金三角”概念，为北京市的区位规划研究，朝阳区的发展定位和首都传媒行业集群化发展提供了有力的理论支持。

专著有《[媒介](http://baike.baidu.com/view/296558.htm)经营与产业化研究》、《国际化背景下的中国[媒介](http://baike.baidu.com/view/296558.htm)产业化透视》、《中国广告活动实证研究》、《广告观－－一个广告学者的视点》、《广告调查》等。

**4、刘林清，**中国传媒大学广告学院教授，国家广告研究院院秘书长，全国公益广告创新研究基地秘书长，《中国公益广告年鉴》主编。中宣部、中央文明办等单位“讲文明树新风”公益广告征集活动评委，中共中央纪委反腐倡廉优秀公益广告评选评委，中央电视台“CCTV全球公益广告征集活动”评委，第十二届中国广告长城奖评委，第十八届中国国际广告节中国公益广告黄河奖评委，第七、八届全国公益广告评委。主要研究领域为：公益广告、广告法规、广告学等。主讲课程：《广告学概论》、《广告策划》、《广告监管与法规》等。代表性著作有：《中国公益广告年鉴（1986年-2010年）》（2011年，中国工商出版社）；《优秀广告作品评析（第2版）》（213年，中央广播电视大学出版社）《公益广告学概论》（终稿已交，预计2014年4月出版，中国传媒大学出版社）； 《中国公益广告年鉴（2011年-2013年）》（终稿已交，预计2014年5月出版，中国工商出版社）