

普通高等学校本科专业设置申请表

(备案专业适用)

学校名称 (盖章): 四川外国语大学成都学院

学校主管部门: 四川省教育厅

专业名称: 广告学专业

专业代码: **050303**

所属学科门类及专业类: 文学 广告传播学类

学位授予门类: 文学学士

修业年限: 四年

申请时间: 2014 年 6 月

专业负责人: 张小元

联系电话: 028-87133929

教育部制

目 录

1. 普通高等学校增设本科专业基本情况表
2. 学校基本情况表
3. 增设专业的理由和基础
4. 增设专业人才培养方案
5. 专业主要带头人简介
6. 教师基本情况表
7. 主要课程开设情况一览表
8. 其他办学条件情况表
9. 学校近三年新增专业情况表

填 表 说 明

- 1.本表适用于普通高等学校增设《普通高等学校本科专业目录》内专业（国家控制布点的专业除外）。
- 2.申请表限用 A4 纸张打印填报并按专业分别装订成册。
- 3.在学校办学基本类型、已有专业学科门类项目栏中，根据学校实际情况在对应的方框中画√。
- 4.本表由申请学校的校长签字报出。
- 5.申请学校须对本表内容的真实性负责。

1. 普通高等学校增设本科专业基本情况表

专业代码	050303	专业名称	广告学
修业年限	四年	学位授予门类	文学学士
学校开始举办本科教育的年份	2000 年	现有本科专业 (个)	15
学校本年度其他拟增设的专业名称	葡萄牙语、财务管理、教育学	本校已设的相近本、专科专业及开设年份	新闻学 (本科) 2013 年
拟首次招生时间及招生数	2015 年 9 月, 100 人	五年内计划发展规模	400 人
师范专业标识 (师范 S、兼有 J)		所在院系名称	英语外事管理系
高等学校专业设置评议专家组织审议意见	(主任签字) 年 月 日	学校审批意见 (校长签字)	同意申报 (盖章) 2014 年 6 月 23 日
高等学校主管部门形式审核意见 (根据是否具备该专业办学条件、申请材料是否真实等给出是否同意备案的意见)	(盖章) 年 月 日		

2.学校基本情况表

学校名称	四川外国语大学 成都学院	学校地址	四川省成都市都江堰市大观镇 四川外国语大学成都学院
邮政编码	611844	校园网址	www.cisisu.edu.cn
学校办学 基本类型	<input type="checkbox"/> 部委院校 <input type="checkbox"/> 地方院校 <input type="checkbox"/> 公办 <input checked="" type="checkbox"/> 民办 <input type="checkbox"/> 中外合作办学机构		
	<input type="checkbox"/> 大学 <input type="checkbox"/> 学院 <input checked="" type="checkbox"/> 独立学院		
在校本科生总数	10010	专业平均年招生规模	156
已有专业 学科门类	<input type="checkbox"/> 哲学 <input type="checkbox"/> 经济学 <input type="checkbox"/> 法学 <input type="checkbox"/> 教育学 <input checked="" type="checkbox"/> 文学 <input type="checkbox"/> 历史学 <input type="checkbox"/> 理学 <input type="checkbox"/> 工学 <input type="checkbox"/> 农学 <input type="checkbox"/> 医学 <input type="checkbox"/> 管理学 <input type="checkbox"/> 艺术学		
专任教师 总数（人）	489	专任教师中副教授及以上 职称教师数及所占比例	40 8.2%
学校简介和 历史沿革 (300字以内, 无需加页)	<p>四川外国语大学是一所具有光荣革命传统的外语高等院校，是在周恩来、邓小平、刘伯承等老一辈无产阶级革命家的亲切关怀和指导下创立和发展起来的。经过五十多年的发展壮大，四川外国语大学已从最初单一的俄语专科院校发展成为有俄、英、法、德、日、西班牙、阿拉伯、朝鲜、意大利语等语种和法学、广告学、国际经济与贸易、对外汉语、广告学、旅游管理、汉语言文学、人力资源管理等专业，包括研究生和本专科教育、应用外语教育、继续教育及强化培训等多形式、多层次办学的外国语大学。</p> <p>四川外国语大学成都学院是四川外国语大学申办，四川德瑞企业发展有限公司投资，经四川省教育厅批准、教育部确认的独立本科学院。学院创办于2000年，在秉承四川外国语大学光荣传统、吸纳四川外国语大学文化底蕴、应用四川外国语大学教育资源的同时，坚持教育创新和管理创新，确立了“传播世界先进文化，促进国际交流合作，培养时代创新人才，服务经济社会发展”的办学宗旨，把学院建设成培养高素质复合型外语人材的教学应用型专业外国语学院，经过13年的发展壮大，四川外国语大学成都学院已从最初单一的英语专业专科层次发展成为开设有英语、日语、德语、西班牙语、法语、朝鲜语（韩语）、俄语、越南语、泰语、意大利语、阿拉伯语等外语专业和翻译专业，汉语国际教育、广告学、商务英语等15个专业方向的多语种多学科专业外国语学院。</p>		

注：专业平均年招生规模=学校当年本科招生数÷学校现有本科专业总数

3. 增设专业的理由和基础

(简述学校定位、人才需求、专业筹建等情况)(无需加页)

一、学校定位

我院是一所以外国语言文学为主,相关学科协调发展的教学型学院,是四川省唯一的专业外语院校,发展迅速、特色鲜明。我们以本科教育为主体,适量发展专科教育,努力拓展国际合作教育,稳步开展继续教育。学校全面贯彻党的教育方针,坚持科学发展,稳步提高教育教学质量,努力培养德才兼备、一专多能,适应经济社会发展需要的具有国际视野的高素质复合型涉外人才。

二、人才需求

近 20 年来,我国广告业在各方面都取得了相当大的发展,广告媒介的发展也极为迅速。数据显示,2013 年中国广告经营额首次突破 5000 亿元大关,达到 5019.75 亿元。从事广告经营业务的单位数量和广告从业人员数量继续维持高速发展的态势,达到 44.5 万户和 262.2 万人,相较于 2012 年分别增长了 17.89%和 20.4%。四川省目前拥有广告公司超过 1000 多家其中最著名:阿佩克斯、黑蚁设计、联合传播、深圳黑弧广告、世家机构等。

与广告业蒸蒸日上的发展情形不相适应的是专业广告人才的缺乏。我国目前的广告从业人员 262 万,但真正受过高等专业教育和系统培训的不到二十分之一,许多广告从业人员都是“半路出家”。从整体上看,显得广告制作队伍参差不齐,且大多数水平不是很高。据统计,广告专业的毕业生由于人员少,质量高,远远不能满足用人单位的需求,分配状况十分看好,仅四川省广告公司、各大电视台、出版社、报纸、期刊、互联网站等广告出版机构广告人才每年达缺口达 5000 人。

三、专业筹建情况

四川外国语大学成都学院是四川省唯一的专业外语院校,从 2000 年成立至今,按照新机制和新模式举办本科层次的教学,在办学规模、办学质量和办学的经济效益和社会效益等方面均得到跨越式发展。根据我院专业学科发展情况,为满足四川省建设及中西部经济、科技、社会文化发展对广告人才的需要,我院在 2012 年就积极部署,成立新闻传播系,开设新闻学专业,并为建设广告学专业进行积极的准备。

通过专业人才的招聘和引进,广告学科将拥有一只专业多样化的教师团队。目前,该专业教师总数为 9 人,拥有中高级职称 6 人,讲师 3 人,中青年教师成为主体。在

师资队伍建设上，力争建设一支在学缘、学历、职称、年龄结构上科学合理的师资队伍，以适应专业发展和教学需要。根据广告学的实际情况，教师队伍分三块来建设：专业专职教师、校内兼职教师和校外兼职教师。专职教师主要是“双师型”教师，他们都有在广告公司和传媒公司的从业经验；校内兼职教师主要是与广告公司、广告学相关的专业课教师（包括人文素质教育教师）；校外兼职教师主要是将业内专家聘为客座教授或一般兼职教师。

我院拟将广告学专业的整个课程体系划分为基础理论、应用技能、行业专题与发展趋势这四个模块，对应学生在学术研究与行业实践方面的不同需求，根据对不同课程模块的特性锻炼学生在分析社会现象、处理实际问题等方面的不同能力。同时，针对本科生教育，将循序渐进的将这四个模块分配到不同学年之中，在保证教学效果的基础上给予学生充分的时间如观察现实、思考问题或参与实践。最后，为了使得学生可以更好获知行业的新近趋势或技术成果，本专业计划在学院的国际合作单位中选择一个长期合作伙伴，由其选派教师每年定期到中国来向学生分享广告学领域的趋势与成果，培养学生的国际化视野。

我院依照高等学校广告学本科专业的教学大纲，组织力量，通过调研，借鉴省内外高校广告学本科专业的课程计划，结合我院的特色和定位，初步制订了广告学本科专业的教学计划。在教学设施方面，我院拟建立广告传播实验室，具备较完备的校内实训条件。

目前，广告学专业的管理、师资队伍建设已具基本框架，即已拥有开办广告学本科专业全部课程所需的师资，教学文件的准备工作也已告一段落。我院经过多年探索与实践，积累了丰富的办学和管理经验，具备了创办新专业的师资及物质条件，增办本科广告学专业是完全可行的。

4. 增设专业人才培养方案

(包括培养目标、基本要求、修业年限、授予学位、主要课程设置、主要实践性教学环节和主要专业实验、教学计划等内容)(如需要可加页)

四川外国语大学成都学院广告学专业本科人才培养方案

培养目标:本专业旨在培养系统掌握广告与营销传播领域中的知识和技能、外语熟练、具备一定的国际广告专业教育背景和良好的跨文化沟通能力、能在广告传播机构、市场咨询公司、企事业单位、文化创意产业部门和会展机构从事广告策划、创意、制作、营销的复合型、外向型人才。

培养要求:本专业旨在培养市场经济发展需要、综合素质良好的复合型创新人才。使学生掌握广告与营销传播的理论知识和技能;具有较广博的文化与科学知识、一定的创新能力与专业技能,能在广告公司、媒体广告部、市场咨询机构、政府部门、企事业单位及文化创意产业部门从事广告及传播运营、策划创意、设计制作、市场研究及营销策划工作。

毕业生应具备以下几方面的知识和能力:

1、熟悉广告政策与法规,具备优良的政治思想素质与职业操守;

2、掌握广告学、传播学、营销学的基础理论、基本知识;

3、具备在整合营销背景下实施广告策划、创意、设计、制作、发布及经营管理活动的

能力;具有从事广告实际操作和研究的能力;

4、具有创新精神、团队合作精神和持续学习能力;

5、具有运用计算机进行广告设计和制作的基本能力;

主干学科:广告传播学。

核心课程:广告学概论、中外广告史、传播学观念与实务、广告美术基础、广告文案写作、平面广告设计、市场营销学、广告策划与创意、广告设计与制作、影视广告、新媒体广告等。

主要专业实践性教学环节:基层社会实践(低年级,6周左右)、广告媒体专业实践(高年级,16周左右)。

主要专业实验:计算机广告设计、广告摄影实务、广告调查与效果评估。

修业年限:四年。

授予学位:文学学士。

广告学专业课程设置及课时表

一、 公共基础课程及教学进程表

课程类型	课程名称	各学期周学时								总学时	学分	
		一	二	三	四	五	六	七	八			
		13	16	17	16	17	16	17				
公共必修课程	思想道德修养与法律基础	4									52	3
	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论			2	4						98	4
	马克思主义基本原理						3				48	3
	中国近现代史纲要		2								32	2
	大学语文		2	2							66	4
	大学生职业规划与就业指导							2			34	1
	外事礼仪						2				32	2
	体育	2	2	2	2						124	4
	计算机应用基础	2	2								58	4
	形势与政策	1	1	1	1	1	1	1			112	2
	小计	9	9	7	7	1	6	□			656	29
								毕业论文写作	毕业实习与择业	毕业考试		

二、专业课程及教学进程表

课程类型	课程名称	各学期周学时								总学时	学分	
		一	二	三	四	五	六	七	八			
		13	16	17	16	17	16	17				
专业必修课程	大学英语	6	6	4	4						306	20
	广告学概论	2									26	2
	现代汉语	2									26	2
	广告美术基础-1	2									26	2
	中外广告史		2								32	2
	传播学观念与实务		2								32	2
	广告美术基础-2		2								32	2
	计算机广告设计			2							34	2
	广告文案写作			4							68	4
	平面广告设计-1			2							34	2
	市场营销学				2						32	2
	广告策划与创意				4						64	4
	平面广告设计-2				2						32	2
	广告调查与效果评估					2					34	2
	广告摄影实务					4					68	4
	电视广告					2					34	2
	广告设计与制作						4				68	4
	影视广告							2			32	2
	新媒体广告								2		32	2
	小计										1012	64
专业选修课程	广告心理学					2					34	2
	广告案例分析					2					34	2
	品牌营销					2					34	2
	整合营销传播							2			32	2
	广告经营与管理							2			32	2
	广告法规与职业道德							2			34	2
	小计					2	2				66	4
总计												

毕业实习

毕业论文写作 + 毕业考试

三、实践教学环节及教学进程表

实践类型	课程名称	学分	按学期分配周数							
			一	二	三	四	五	六	七	八
集中实践教学环节	新生入学教育	1	1							
	军训与军事理论	2	2							
	课程论文（或课程设计）	3		2		2		2		
	专业实习	2							2	
	毕业实习	3								8
	毕业论文或毕业设计	4								8
	毕业生教育	1								1
课外实践教学活动	社会实践	2		2		2				
	创新活动	2		1		1		1		1
共 36 周		20	3	5		5		3	2	18

说明：

1. 课程论文（或课程设计）根据广告学专业实践教学大纲安排在校内外进行课程教学实践，内容详见广告传播课程（广告文案写作、平面广告设计、广告策划与创意、广告调查与效果评估、广告摄影实务、计算机广告设计、广告设计与制作等）实践教学大纲，可获得课程论文（或课程设计）学分 6 学分；

2. 学生在第四至第七学期末利用寒暑假到媒体进行系统实习，可获得专业实习学分 2 学分，在第八学期进行为期 8 周的毕业实习，可获得毕业实习学分 2 学分；

3. 学生参加学校统一组织的社会实践活动或在课堂之外结合网络传播实务、传播学社会实践等课程进行专业训练、社会调查等社会实践活动，可获得社会实践学分 2 学分；

4. 创新活动指学生参加各种比赛（全国大学生挑战杯比赛、演讲比赛、网页设计比赛、英语比赛等）、第二课堂活动（新闻传播综合技能大赛）等活动。学生在规定创新学分以外如有多余的学分可以冲抵通识课程（公共任选课程）学分，但最多只能冲抵 2 学分（1 门课程）。

5. 公共必修课 29 学分、专业必修课 102 学分、专业选修课 4 学分、实践教学 18 学分，合计 153 学分。

6. 采用课程学分绩点的方法评定学生的某门课程的学习质量。将某一课程的学分乘以本课程成绩绩点，即为本课程的学分绩点。学习成绩与绩点的折算方法如下：

90——100 分折合为 4.0——5.0 绩点（90 分折合为 4.0 绩点，91 分折合为 4.1 绩点，余类推，下同），优秀等级折合为 4.5 绩点；

80——89 分折合为 3.0——3.9 绩点，良好等级折合为 3.5 绩点；

70——79 分折合为 2.0——2.9 绩点，中等等级折合为 2.5 绩点；

60——69 分折合为 1.0——1.9 绩点，及格等级折合为 1.5 绩点；

59 分以下（不及格等级）折合为 0 绩点。

考试不及格但补考后合格的课程按最后成绩记分，并给予学分，其绩点为：实得绩点—补考次数×0.5；

7. 平均学分绩点的计算方法：以学生所修课程所得的学分绩点之和，除以该生应修读的全部课程学分的总和，即得出该生平均学分绩点。平均学分绩点的计算公式如下：

$$\text{平均学分绩点} = \frac{\sum (\text{课程成绩绩点} \times \text{课程学分})}{\sum \text{课程学分}}$$

部分课程简介

广告学概论

本课程是为广告学专业的学生开设的专业基础课程。该课程从广告专业的整体理论角度入手，研究广告运作的调查、策划、创意、设计与制作、媒体运作、效果评估等一系列环节的基础理论知识；分为广告主体论、广告媒体论、广告受众论等三个部分。广告学脉络梳理涉及广告活动的起源与发展；在不同发展阶段的广告理论形成以及因需求、诉求改变影响理论重心的变化；广告市场实践行为的具体现象研究及分析。使学生通过学习了解广告学的专业领域和运作流程，并能运用广告学的基本原理来分析现实问题，进行广告专业知识构架的基础性必修课程。

平面广告设计（1-2）

本课程是一门紧密贴近广告专业的基础课程。以培养学生具有平面设计的知识、意识和能力，领悟视觉传达的理念，提高其视觉传达辨别力、创造力、设计修养为目的。课程内容包括设计素描、设计色彩、平面构成和色彩构成几部分；在教学过程中，训练目的明确，循序渐进，使学生逐步达到对设计知识的了解、设计原理、审美法则的掌握，实践能力加强，为学生进一步学习广告学专业课程，提升专业分析、辨别力和创意能力，打下坚实艺术设计创意思维和素质的基础。

中外广告史

本课程是为广告学专业开设的一门专业基础课程。该课程以培养学生世界广告史知识和对广告的鉴赏、分析能力为目的。内容包括世界广告史发展线索的讲解，广告思潮、流派的介绍和广告大师的理论观点、经典作品分析三部分。在教学过程中，三者互相配合、互为基础，让学生了解中国及以外的国家和地区广告从古至今发展的脉络和情况，为学生学习其他广告学专业课程开阔视野，提升认知思维广度和深度打下坚实基础。

传播学观念与实务

本课程从传播学的产生、传播学的研究现状和发展趋势等方面纵向展示传播学的学科概貌，从传播者、受众、符号、信息、媒介、传播技巧、传播环境、传播效果等方面横向阐述传播学的基本概念、基本理论和基本概念。

广告法规与职业道德

本课程是为广告学专业开设的一门专业基础课程。该课程结合具体案例对《中华人民共和国广告法》进行逐条详细的解释与分析，对于广告主、广告经营者、广告媒介等专业人员有指导作用。遵守广告法规与职业道德是广告人必备的素质。

广告文案写作

本课程是广告学专业的一门专业必修课程。该课程以培养学生熟练地写作多种题材的广告文案的能力为基本目的；课程内容包括广告文案的写作原理和广告文案的写作实务两大部分。写作原理主要讲授广告文案的本质、类性、创意、语言运用技巧等方面的知识；通过文案分析更能理解广告作品创意中的诉求表达。写作实务主要训练学生掌握四大媒体广告文案、网络广告文案等方面的实际操作能力，为以后在工作中熟练地撰写广告文案打下坚实的基础。

广告策划与创意

本课程是为广告专业的学生开设的一门专业必修课。该课程主要阐述广告策划的内容与程序、广告战略、广告策略、广告创意、广告与整合营销传播、广告与促销活动、广告效果等等广告运作各环节的策划、制定等问题。让学生对广告的了解由感性化、表面化的局部认知，转向背后流程的完整性的深入认知；使学生对广告认知更专业，有利于学生在实地实习时更懂得发现和体验创意与表达是如何全过程来规划和设计的，成功的案例不是仅仅某个环节，更是整个环节的共同策划和创意来完成，提高学习和实践能力。

市场营销学

本课程是为广告学专业开设的一门专业必修课程。广告主要的支用领域在于企业的市场营销。对市场营销的原理、运作准则、运作方法的把握与了解是广告学专业学生的必需的学科背景。本课程的内容分三大块，市场营销原理、市场营销各环节讨论；分类市场营销讨论。

通过学习，熟悉我国有关市场营销的方针、政策、法规及了解国际市场营销的惯例和规则；锻炼学生具有较强的语言与文字表达、人际沟通以及分析和解决营销实际问题的基本能力。

广告经营与管理

本课程是为广告专业的学生开设的一门专业必修课。广告经营学是广告专业的主干课，以广告经营作为研究的主要内容，包括广告公司的广告经营、媒介的广告经营及企业的广告营销等；涉及广告经营的市场环境、专业广告公司、广告代理制以及广告经营程序等内容。广告管理是以传授广告管理的基本理论知识，培养学生对广告行业、广告活动进行社会管理的能力为目的。本课程内容分基本理论篇和案例分析篇，前者包括广告管理体制、广告法规与道德、广告市场管理、广告市场运作管理、广告信息管理和广告违法责任及其处罚；后者以分析典型的广告违法和违背道德广告个案为主。

广告摄影实务

本课程是为广告专业的学生开设的一门专业必修课。该课程主要详细阐述广告摄影的特征、表现手法、常用设备、广告摄影的画面构成和广告摄影中的数码摄影系统等内容。让学生学会认知广告摄影是一门以现代科学技术为基础、影像文化为背景、视觉传达理论为支点，服务于商业行为和目的的摄影，它不同于其他门类的摄影，它既不以审美作为最终目的，也不以反映摄影者的个人情感和思想为主旨，而是以传播商业信息和广告意念为主要动机，以迎合消费者情趣，达到促销的目的。这种明确的功利性倾向，是现代广告摄影的最大特点。学习中注重实际操作练习，掌握一门技能。

系主任：

教务处处长：

主管院长：

5. 专业主要带头人简介

姓名	张小元	性别	男	专业技术职务	教授	第一学历	本科
		出生年月	1953.8.1 1	行政职务	系主任	最后学历	研究生
第一学历和最后学历 毕业时间、学校、专业		1983年毕业于四川师范大学中文系， 1988年毕业于陕西师范大学中文系，					
主要从事工作与 研究方向		新闻传播、网络新媒体研究					
本人近三年的主要工作成就							
在国内外重要学术刊物上发表论文共 3 篇；专著 部							
获教学科研成果奖共 项；其中：国家级 项，省部级 项。							
目前承担教学科研项目共 项；其中：国家级项目 项，省部级项目 项。							
近三年拥有教学科研经费共 1.5 万元，年均 0.5 万元。							
近三年给本科生授课 共 648 学时；指导本科毕业设计共 30 人次。							
最具代表性的教学 科研成果	序号	成果名称	等级及签发单位、时间			本人署名位次	
	1	《微博时代纸媒何为》	《西部发展研究》四川大学出版社 2012.4			1	
	2	《着力改变文风展现 新气象》	《新闻战线》 2013、2			1	
目前承担 的主要教学 科研项目	序号	项目名称	项目来源	起讫时间	经费	本人承担工作	
	1						
	2						
	3						
目前承担 的主要教学 工作	序号	课程名称	授课对象	人数	学时	课程性质	授课时间
	1	网络时代的新闻传播	本科	50	36	基础理论	2014, 3-7月
	2	新闻美学	本科	90	72	基础理论	2014. 3-7月
教学管理部门 审核意见		情况属实 签章：					

姓名	苗艳	性别	女	专业技术职务	讲师	第一学历	大专
		出生年月	1973年8月	行政职务		最后学历	博士
第一学历和最后学历 毕业时间、学校、专业		第一学历：绵阳师范学院政史教育专业，大专，1994年7月 最后学历：四川大学新闻学专业，博士，2011年7月					
主要从事工作与 研究方向		新闻传播学，符号学					
本人近三年的主要工作成就							
在国内外重要学术刊物上发表论文共 1 篇；专著 部							
获教学科研成果奖共 项；其中：国家级 项，省部级 项。							
目前承担教学科研项目共 1 项；其中：国家级项目 项，省部级项目 1 项。							
近三年拥有教学科研经费共 2.4 万元，年均 万元。							
近三年给本科生授课 共 300 学时；指导本科毕业设计共 27 人次。							
最具代表性的教学 科研成果	序号	成果名称	等级及签发单位、时间			本人署名位次	
	1						
	2						
目前承担的 主要教学 科研项目	序号	项目名称	项目来源	起讫时间	经费	本人承担工作	
	1	新媒体事件文化文本 研究	四川省教 育厅		0.4	主持	
	2						
	3						
目前承担 的主要教 学工作	序号	课程名称	授课对象	人数	学时	课程性质	授课时间
	1	新闻学	本科	98	40	理论	
	2	传播学	本科	98	40	理论	
教学管理部门 审核意见		情况属实 签章：					

姓名	饶广祥	性别	男	专业技术职务	讲师	第一学历	本科
		出生年月	1982	行政职务		最后学历	博士
第一学历和最后学历 毕业时间、学校、专业		2005, 四川大学、广告学; 2012, 四川大学, 符号学与传播学					
主要从事工作与 研究方向		传播学及广告学教学科研; 研究方向: 符号学、广告符号学					
本人近三年的主要工作成就							
在国内外重要学术刊物上发表论文共 18 篇; 专著 0 部							
获教学科研成果奖共 1 项; 其中: 国家级 0 项, 省部级 1 项。							
目前承担教学科研项目共 2 项; 其中: 国家级项目 1 项, 省部级项目 0 项。							
近三年拥有教学科研经费共 10 万元, 年均 3.3 万元。							
近三年给本科生授课 共 204 学时; 指导本科毕业设计共 6 人次。							
最具代表性的教学 科研成果	序号	成果名称	等级及签发单位、时间			本人署名位次	
	1	追求动力: 广告情节 结构的符号叙述学研	《四川大学学报》2013 年第 3 期			第一	
	2	元广告: 三层区隔与 跨层表意	《国际新闻界》, 2013 年 06 期			第一	
目前承担 的主要教学 科研项目	序号	项目名称	项目来源	起讫时间	经费	本人承担工作	
	1	品牌的符号学基础 理论与应用研究	四川大学	2013.2-2014 .12	3 万	独立主持	
	2	中国符号学丛书	国家出版基 金	2013.4-2013 .12	39 万	负责广告符号学 专著撰写	
	3	当今中国文化现状与 发展的符号学研究	国家社科	2013.11-201 8.11	80 万	子课题成员, 负 责广告部分。	
目前承担 的主要教 学工作	序号	课程名称	授课对象	人数	学时	课程性质	授课时间
	1	广告文案	广告学专业	55	3	必修	2013 年春
	2	广告效果	广告学专业	65	3	必修	2013 年秋 季
教学管理部门 审核意见		情况属实 签章:					

姓名	朱加宁	性别	女	专业技术职务	副教授	第一学历	本科
		出生年月	1974.01	行政职务	/	最后学历	博士研究生
第一学历和最后学历 毕业时间、学校、专业		本科 1993年 四川外国语大学 博士研究生 2005年 莫斯科国立大学		俄语语言文学 新闻学、语言学			
主要从事工作与 研究方向		俄语专业教学工作，目前主讲高级俄语、俄语口译、俄罗斯文学史、外报外刊阅读；大众传媒社会学、广告学、俄语修辞学、中俄语言文化比较等方面的研究					
本人近三年的主要工作成就							
在国内外重要学术刊物上发表论文共 篇；参编专著 部。							
获教学科研成果奖共 项；其中：国家级项，省部级 项。							
目前承担教学科研项目共 3 项；其中：国家级项目 项，省部级项目 1 项。							
近三年拥有教学科研经费共 1 万元，年均 万元。							
近三年给本科生授课（理论教学）共 1360 学时；指导本科毕业设计共 18 人次。							
最具代表性的教学	序号	成果名称	等级及签发单位、时间			本人署名位次	
	1						
目前承担的主要教学科研项目	序号	项目名称	项目来源	起讫时间	经费	本人承担工作	
	1	《论电视广告的修辞特征和表现手法》	四川省教育厅	2014.1. - 2015.1.	1 万	项目负责人	
	2	重点课程《俄语翻译》	四川外国语大学成都学院	2013.4. - 2015.4.		项目组成员	
	3	集体科研项目《旅游俄语》自编教材	四川外国语大学成都学院	2011.4. - 2013.4.	1.5 万	项目组成员	
目前承担的主要教学	序号	课程名称	授课对象	人数	学时	课程性质	授课时间
	1	俄语口译	三年级	55	4/周	专业必修课	
	2	俄罗斯文学史	三年级	55	4/周	专业限选课	
教学管理部门 审核意见	情况属实 签章：						

注：填写三至五人，只填本专业专任教师，每人一表。

6. 教师基本情况表

序号	姓名	性别	年龄	专业技术职务	第一学历毕业学校、专业、学位	最后学历毕业学校、专业、学位	现从事专业	拟任课程	专职/兼职
1	张小元	男		教授	四川师范大学 中文专业 本科	陕西师范大学 新闻学专业 博士	教学	广告学 概论	专职
2	苗艳	女	41	教授	绵阳师范学院 政史教育专业, 专科	四川大学 新闻学专业, 博士	教学	广告策 划与创 意	专职
3	张放	男	34	副教授	电子科技大学电 子信息工程专业 本科	四川大学 文艺与传媒专业 博士	教学	中 外 广 告 史	专职
4	朱加宁	女	40	副教授	四川外国语大学 俄语专业 本科	莫斯科国立大学 新闻学专业 博士	教学	传 播 学 观 念 与 实 务	专职
5	施勤	女	29	讲师	四川外国语大学 英语专业 本科	英国拉夫堡大学 媒体与文化研究 硕士	教学	广 告 文 案 写 作	专职
6	田永伟	男	34	讲师	陕西师范大学 广播电视编导专 业 本科	西南交通大学 工商管理 硕士	教学	广 告 摄 影 实 务	专职
7	刘国强	男	44	教授	武汉大学 中文专业 本科	武汉大学 新闻学专业 博士	教学	现 代 汉 语	兼职
8	饶广祥	男	32	讲师	四川大学 广告学专业 本科	四川大学 符号学与传播学 专业 博士	教学	平 面 广 告 设 计	兼职
9	张建敏	女	38	副教授	东北师范大学汉 语言文学	东北师范大学文 艺学 博士	教学	广 告 案 例 分 析	兼职
10									

7. 主要课程开设情况一览表

序号	课程名称	课程总学时	课程周学时	授课教师	授课学期
1	广告学概论	36	2	张小元	1
2	现代汉语	36	2	刘国强	1
3	广告美术基础	64	2	刘国强	1-2
4	中外广告史	36	2	张放	2
5	传播学观念与实务	36	2	朱加宁	2
6	计算机广告设计	36	2	田永伟	3
7	广告文案写作	68	4	施勤	3
8	平面广告设计	68	2	饶广祥	3-4
9	市场营销学	36	2	施勤	4
10	广告策划与创意	68	4	苗艳	4
11	广告调查与效果评估	36	2	张小元	5
12	广告摄影实务	68	4	田永伟	5
13	电视广告	36	2	田永伟	5
14	广告心理学	36	2	张建敏	5
15	广告案例分析	36	2	张建敏	5
16	广告设计与制作	68	4	饶广祥	6
17	影视广告	36	2	钟世全	6
18	新媒体广告	36	2	张小元	6
19	广告经营与管理	36	2	张放	6
20	广告法规与职业道德	36	2	苗艳	6

8. 办学条件情况表

专业名称	广告学			开办经费	30 万		
申报专业副高及以上职称(在岗)人数	6	其中该专业专职在岗人数	4	其中校内兼职人数	0	其中校外兼职人数	2
可用于新专业的教学图书(万册)	0.5	可用于该专业的教学实验设备(千元以上)	2528 (台/件)	总价值(万元)	289.7		
序号	主要教学设备名称(限 20 项)			型号规格	台(件)	购入时间	
1	模拟语言实验室带投影 36 学生座			松下 36 座	6 间	2004 年	
2	模拟语言实验室带投影 72 学生座			松下 72 座	2 间	2004 年	
3	数字语音实验室, 两人共享一个显示器			国产 72 座	12	2005 年	
4	数字语音实验室, 两人共享一个显示器			蓝鸽 72 座	8 间	2006 年	
5	数字语音实验室, 两人共享一个显示器			蓝鸽 36 座	8 间	2009 年	
6	数字多媒体教室			国产 36 座	10	2009 年	
7	数字多媒体教室			国产 110 座	8 间	2005 年	
8	数字多媒体教室			国产 36 座	10	2009 年	
9	数字多媒体大教室			国产 132 座	10	2003 年	
10	数字多媒体大教室			国产 232 座	9 间	2004 年	
11	数字多媒体大教室			国产 280 座	3 间	2005 年	
12	多媒体微机教室			TCL 72 座	7 间	2003 年	
13	多媒体微机教室			长城 72 座	6 间	2006 年	
14	多媒体学术厅小厅			国产 330 座	1 间	2004 年	
15	多媒体学术厅中厅			国产 760 座	1 间	2004 年	
16	多媒体学术厅大厅			国产 1550 座	1 间	2005 年	
17	多媒体学术报告厅			国产 210 座	1 间	2005 年	

注：若为医学类专业应附医疗仪器设备清单。

9. 学校近三年新增专业情况表

学校近三年（不含本年度）增设专业情况				
序 号	专 业 代 码	本/专科	专 业 名 称	设 置 年 度
1	050257	本科	翻 译	2012 年
2	050103	本科	汉语国际教育	2013 年
3	050262	本科	商务英语	2013 年
4	050301	本科	新闻学	2013 年
5	660305	专科	体育服务与管理 (国际高尔夫服务与管理)	2014 年
6	640106	专科	酒店管理	2014 年
7				
8				
9				
10				
11				
12				
13				
14				
15				
16				
17				