

《广告原理与实务》(第七版)特色创新

①坚守正确的政治方向和价值方向。按照教育部评审专家的意见,吸纳骨干思政教师,及时导入二十大新提法新精神 30 多处,融入课程思政点和优秀传统文化 50 多节点。与国家广告法等法律法规同步,及时更新处罚案例。

②迎变推新。适应融媒体数字技术变革和文体旅产业融合发展趋势,教学内容、业务流程、工作场景都调整到新媒体应用,引入百度、亚马逊等头部企业实务教学。

③原理原则服从工作实务的节点。不片面追求知识逻辑的完整性,以现场实务工作的主要步骤展开要点和要点的理由(原理原则),易懂易记。便于技能传授而非知识传递。

④教材每章章首均设计了职业知识、职业能力和职业道德的学习目标,各子目标同章内正文教学内容及多样化的功能性栏目设置,及章后基本训练的“知识训练”、“能力训练”与“课程思政”三者相互对应。将职业道德、工匠精神等理念,巧妙纳入案例与“课程思政”栏目、习题中,在提升学生专业技能的同时,实现学生思政水平同步提高。

⑤兼顾“工学结合型”教育所要求的“双证沟通”与“互补”。兼顾了“理论”、“实务”、“案例”和“实训”各教学与训练环节。扩展了“职业学力”建构的基本内涵。将学生“职业学力”基本内涵的建构,由先前的“职业知识”和“职业能力”两者并重,扩展到“职业知识”、“职业能力”和“职业道德”三者并重,致力于建构以“健全职

业人格”为更高整合框架的教材赋型机制。

⑥兼顾各种教学方法。将“学导式教学法”、“案例教学法”、“问题教学法”、“讨论教学法”、“项目教学法”、“工作导向教学法”等诸多先进教学方法具体运用于专业课程各种教学活动、功能性专栏和课后训练的教材设计中。为应对日益加速的“知识流变性”，教材将“自主学习”作为与“实训操练”同等重要的能力训练，分别将其设置于奇数章和偶数章“学习目标”的“能力目标”和“基本训练”的“能力训练”中。