

填 表 说 明

1. 本表用钢笔填写，也可直接打印，不要以剪贴代填。字迹要求清楚、工整。
2. 本表所填内容必须真实、可靠，如发现虚假信息，将取消所在学院参评资格。
3. 本表涉及的项目、奖励、教材等所有数据，统计时间为 2015 年 9 月 1 日-2017 年 8 月 31 日。
4. 如表格篇幅不够，可另附纸。
5. 学院意见务必加盖公章，否则推荐无效。

一、系部基本情况简介

广告系创办于 2001 年，是我校新闻传播类专业的教学与科研机构，有广告学本科专业和传播学硕士学位授权点，4 位硕士生导师支撑着传播学广告文化传播方向、媒介经营管理方向。现有专业教师 9 人，其中，教授 2 人、副教授 2 人、讲师 4 人、助教 1 人，副教授以上教师占总人数的 44%。具有硕士学位的教师 6 人、博士学位的 2 人，占教师总人数的 89%。唐英教授为成都理工大学创新团队研究项目《媒介文化传播与经营》负责人、媒介经营管理方向硕导；系主任陈卓教授、杜仕勇副教授、吕晖副教授为传播学广告文化传播方向硕导；两年来教师中有 1 人荣获校优秀教师、3 人荣获四川省大学生广告艺术节优秀指导老师、7 人荣获全国大学生广告艺术大赛学院奖优秀指导老师、1 人荣获成都市成华区有突出贡献优秀专家。

我系的广告学专业为全日制普通文科本科专业，2016 年开始面向全国进行一本招生，全系在校本科生为 287 人；传播学硕士学位点现有在校研究生 37 人。

经过长期的探索和建设，我系形成了以下办学特色：

构建“三结合”的人才培养模式。经过多年的探索实践，构建出独具特色的“三结合”（即理论与实务结合、创意与创作结合、艺术与技术结合）人才培养模式，形成了既区别于一本院校广告学专业重理论的深度研究，又区别于三本专业重实践技术的“厚基础、重实践、宽口径”的平衡发展模式。

以广告文化传播为核心，指导广告创意与创作。在学科体系建设方面，本专业确立了覆盖广告学研究的传播层面、经济营销层面，形成了以广告文化传播为核心，指导广告创意与创作的专业学科特色。

注重双语课的教学，重视创新能力的培养。紧跟时代的发展，关注国际广告的发展动态和新媒介在广告业界的发展动向，重视视野拓展、重发展创新的人才培养。

在市场经济一体化的国际背景下，广告学专业新的课程体系设置更加注重双语课的教学，开设《广告学概论》（双语）、《国际广告》（双语）课程，关注业界前沿的学术研究动态，拓展学生的国际视野；同时，加大新媒介课程的设置比例，开设了《网络营销》《整合营销传播》《新媒体广告》等课程，关注新媒介的线上整合在广告传播中的发展运用，重视培养学生的发展创新思维。我系将学生创新能力的培养作为专业教学活动的中心，着重培养学生理论与实践结合的能力。在学生的素质拓展方面，紧紧围绕学生就业这个主题，开展了一系列竞赛活动，并且使这些活动常规化。

二、系部成员情况

1. 负责人情况

姓名	陈卓	年龄	51	参加工作时间	1989.07
职称	教授	最终学历(学位)	研究生(文学硕士)	授予单位	四川师范大学

2. 系部成员(在编在岗)情况

姓名	年龄	职称	最终学历(学位)	主讲课程
陈卓	51	教授	研究生(硕士)	广告学概论(双语) 中外文学
唐英	54	教授	研究生(博士)	国际广告(双语) 影视广告
杜仕勇	47	副教授	本科(学士)	广告心理学 广告法规
吕晖	46	副教授	研究生(硕士)	传播学 市场营销学
张冰	50	讲师	研究生(硕士)	消费者行为学 广告文案写作
刘砚议	37	讲师	研究生(硕士)	广告市场调查 新闻学
徐春娟	38	讲师	研究生(硕士)	广告创意与策划 广告经营与管理
苏畅	32	讲师	研究生(硕士)	广告史 网络营销传播

张纾舒	27	助教	研究生(博士)	整合营销传播 广告经营与管理
-----	----	----	---------	-------------------

3. 师资队伍建设

教师学历较高,学源结构合理。我系广告学专业现有的专业教师9人,其中教授2人、副教授2人、讲师4人、助教1人;具有广告学、传播学、新闻学、文学硕士学位的教师为6人、博士学位的2人,占教师总人数的89%。

开展形式多样的教研活动。我系十分注重教研活动的质量,坚持每月两次的教研活动(教学探讨、讲座等),相互切磋交流,加强教师之间的交流、了解,沟通和协调各类教学问题;还建立了广告系QQ工作群,方便大家随时交流沟通。同时,我系坚持“传帮带”的原则,教授、副教授向青年教师传授教学心得,并帮助其解决教学中遇到的难题。系主任还经常深入教学第一线,听老师讲课,了解学生的反映,根据发现的问题,积极采取有效的解决措施;为了不断提高教师的教学水平,切实遵守同行听课制度和老中青传帮带制度。全系教师都能严格按照教学规范的要求授课,保质保量地完成了本科教学任务,无教学事故发生,学生评教平均成绩为90分以上。

重视教师教学与学术交流。我们还为教师提供多种专业培训和深造信息,并鼓励教师多参与此类培训以获得更大提高。2016年8月唐英教授在武汉大学参加第十届互联网创新论坛、在贵州民族大学参加第七届全球传播论坛;9月在苏州大学参加当代性:影像建构与传播—中国东部传媒艺术论坛、郑州大学参加第二届新媒体公共传播国际学术研讨会;2016年12月陈卓教授出席了由中国高等教育学会广告教育专业委员会在深圳大学举办的2016年学术年会暨第7届中国广告教育论坛,提交的论文《广告人才培养模式及课程体系改革》入选论坛优秀论文,并在大会上做了交流发言;12月16日吕晖副教授参加了成都理工大学教务处主办的四川高校精品在线开放课程共享及课程建设研讨会;12月唐英教授参加了武汉大学新媒体与新闻传播论坛;2017年4月徐春娟老师在深圳大学参加了第三届教育部-电通·创新人才训练营。

聘请学界、业界专家讲学。我系现有客座教授4名,还聘请了我院视觉传达系的吕南、林强、杨洪波老师担任主讲教师;邀请学界、业界专家学者到校做讲

座，丰富学生的视野，弥补课堂教学的不足。具体情况如下表所示：

广告系邀请专家讲学情况统计表

主讲人	讲座题目	主讲人简介
陈兰岚	创业讲座	梦露珠宝创始人
邓正	互联网金融人才的发展之路	成都蜂巢天使的联合创始人
丁力	与广告公司面对面	EIM 合伙人、全球 500 强公司资深营销人、易互动营销策划有限公司副总经理
吴乃森	探索小米营销黑科技	小米科技西南地区客户总监
马澜瑜	听“小马鱼”的运营经	匠人手作电商平台东家 app 任市场总监
王国巍	治学精神与论文写作	西华大学学报主编
房开柱	第三届四川省大学生广告艺术大赛 名师名校校园巡讲	西南交通大学建筑与设计学院

4. 学生管理

学风建设是我院学生工作的重中之重。围绕学风建设重点我系狠抓学习风气，采取一系列措施具体实施，不断提高学生的学习成绩及综合素质，具体措施如下：

严格执行考勤制度，严抓纪律。对于广告学专业的学生，各班实行严格的考勤制度。要求各班纪律委员每日向班主任汇报本班学生到课情况，每周进行一次汇总，并将汇总结果在班级进行通报。任课教师也严格考勤，认真检查学生的到课情况。

努力营造良好的学习氛围。根据专业、年级等特点做好分类引导，营造良好的学习氛围。对于低年级同学经常以专业教师、教务老师举办讲座、高年级优秀学生学习方法交流会等形式，逐步引导学生明确学习目标，掌握正确的学习方法，养成良好的学习习惯。对于高年级的学生，不断加强对学风建设的宣传教育，严格管理，抓好落实，加强考风考纪教育，强化考试纪律的教育；大力抓典型，通过反面典型给学生以警示作用，以考风建设带动学风建设，促进了良好学风的形

成。

开展学风建设活动促进优良学风形成。我系举办了一系列有关学风建设的活动，如每个班级分别举行学风建设主题班会、劝学美文比赛、劝学宣传语征集等活动。通过这些活动调动了同学们的学习热情，使同学们进一步认识到学习的重要性，极大地促进了优良学风的形成。

通过以上措施的实施，我系学生的学习良好，遵守校规、校纪，学风、考风良好，长期受到授课教师的好评。2016年1月广告学专业2013级1班、2班被评为成都理工大学2014—2015学年先进学生集体；12月广告学专业2013级1班、2班、2015级1班被评为成都理工大学2015—2016学年先进学生集体（附件一）。

三、教学运行情况

我系根据《传播科学与艺术学院课程运行监控评估大表》的要求对教师撰写的教学日历与计划（实习指导书）、考试方式及试卷进行严格审核；定期按照学院要求进行试卷归档复查、整改；加强同行评教的力度。两年来我系圆满完成各项教学任务，取得良好效果，在学院年终评比中名列前茅，受到学院的表彰。具体做法是：

严格执行教学质量保障与监控工作流程。我系根据学校相关要求与本专业的教学需要，严格按照《广告学专业教学质量保障与监控学期工作流程表》的规定进行教学质量的监控，以保障广告学专业人才培养目标的实现以及培养方案的具体落实。

广告学专业教学质量保障与监控学期工作流程表

周次	监控方式	监控目标	监控重点	主要途径与措施	质量标准	质量管理
1-3	开学教学检查	1. 保障开学教学秩序的顺利进行； 2. 调整本学期的教学质量监控目标；	1. 教师、学生、教材到位及教学材料的保障情况； 2. 教师教学准备检查； 3. 及时整改教学准备及归档试卷中出现的	1. 调整与确定教学质量保障与监控的目标与重点； 2. 召开全系教学检查会议，公布本学期教学质量监控目标与重点。	1. 做到教学质量监控计划科学、可行； 2. 开学各项教学工作开展顺利，问题解决及时、信息反馈快捷； 3. 教师教学准备到位(包括教	通报开学教学检查的各项结果； 上期归档试卷的复查与整改； 制定本学期监控目标、重点及工作安排。

		3.进行上期归档试卷的复查与整改。	问题。		学大纲、教学进程表、教案、PPT)	
4-10	日常监控及突发质量问题的处理	确保正常教学秩序,保障教学过程的顺利推进。	1. 监督日常教学工作的顺利开展及时处理突发事件 2. 实践教学环节、毕业论文等工作计划的制定与实施等。	1. 日常教学过程检查; 2. 有组织地听课, 填写同行听课表、开展教研活动。	各项日常教学工作的顺利推进,对可能发生的事故能及时认定处理。	1. 定期在教研会活动时向全体教师通报教学检查及教学运行情况; 2. 通报教学事故及处理情况并记录在案。
11-12	期中教学质量检查	全面掌握学期中整体教学情况; 收集中期学生评教信息。	学生信息员的信息收集与反馈	开展期中教学质量自查工作, 并收集学生信息员评教信息。	确保学生对教学信息的反馈意见全面客观。	将课堂教学评估结果列为教师教学工作水平评估的主要观测点。
13-18	日常监控和突发质量问题的处理	确保正常教学秩序,保障教学过程的顺利推进。	1. 监督日常教学工作的顺利开展,及时处理突发事件 2. 监督实践教学环节、毕业论文等实习指导书撰写与实施等。	1. 日常教学过程检查; 2. 有组织地听课, 填写同行听课表、开展教研活动。	各项日常教学工作的顺利推进,对可能发生的事故能及时认定处理。	1. 定期通过教研活动向全体教师通报教学检查及教学运行情况; 2. 通报教学事故及处理情况并记录在案。
19-20	期末教学质量评估与信息反馈	1. 分析掌握全学期教学基本情况; 2. 拟定下学期教学质量保障与监控目标与重点。	1. 分析总结学生学习情况及对教学工作的意见、建议; 2. 教师课堂教学质量评估。	1. 组织学生期末考核工作; 2. 召开期末教研室工作会议, 分析总结本学期教学质量目标完成情况, 讨论制定下学期教学质量监控目标与重点并提出改进意见。	1. 学生期末试卷分析; 2. 试卷及实习资料的归档; 3. 教师教学工作年终评估与总结; 4. 制定下学期教学质量监控目标及重点。	1. 结合学生成绩考核情况, 对全学期的教学工作进行总结; 2. 对教学信息员工作进行表彰。

严格考核制度。我系严格执行学院颁布的教学管理人员岗位职责、年度考核细则及教学管理人员培训制度。系主任陈卓作为学院学术委员会成员具体负

责本系的教学管理工作，教学秘书张冰协助系主任对本系的教学质量进行认真考核与监控，使本专业的教学质量达到了学校和学院的要求。

严格教学督查。我系根据学校要求，教授、副教授主动承担本科生的教学任务。建立对青年教师的传帮带制度，帮助青年教师迅速成长。同时成立了以系主任挂帅、部分教师和学生班主任参加的教学督查小组，对每个教学环节进行实体监督检查，其中包括教学大纲及教材的准备情况、教师备课情况、课堂教学效果、学生意见、考试规范的检查。从检查情况来看我系教师都能严格按照教学规范完成教学工作。

严格考试监管。系主任对所有专业课程的考试试卷、考试方案进行严格审查，及时监控考试的方式、试题的覆盖率、难易度等。如发现问题，及时提出整改意见督促老师们修改，使我系的各项考试工作取得了较好的成效。

根据以上教学质量保障与监控流程对教学工作进行严格的监控落实，2016年度在教学质量监控的内容层面取得了较好的效果，特别是教材建设和实训基地建设方面取得了较大的突破。两部专业教材顺利出版；一项关于实训基地建设的校级教改项目正在按计划建设和实施之中。2016届广告学专业毕业生就业率100%，并受到广大用人单位的好评。由此可见广告学专业教学质量监控的实施效果令人满意。

四、教学效果

齐心协力，狠抓教学质量。我系拥有一支事业心强、教学及科研水平较高的师资队伍。教授、副教授带头承担本科教学任务，我们还聘请了我校其他相关专业的骨干教师为本专业本科生授课，使相关专业的教学质量得到了保证。广告学专业长期开设《广告学概论》《国际广告》两门双语课程，将国外广告界的最新案例、最新理论引入教学之中，受到学生的好评，双语课的教学取得了较好的效果，历届广告学专业学生英语四、六级过关率在全校各学院评比中名列前茅；2016年6月陈卓教授指导的2012级学生唐婷婷的毕业论文《我国B2C电商广告的传播策略研究》荣获成都理工大学百篇优秀学士学位论文奖；陈卓、唐英、吕晖、徐春娟、苏畅等荣获第十三届中国大学生广告艺术节学院秋季赛奖优秀指导老师奖；张冰、苏畅荣获第十四届中国大学生广告艺术节学院秋季赛奖优秀指导老师奖；唐英荣获第七届全国大学生广告艺术大赛四川赛区优秀指导老师；吕晖、

苏畅荣获第八届全国大学生广告艺术大赛四川赛区优秀指导老师；我系吕晖副教授被评为 2015-2016 年度成都理工大学优秀教师（附件二）。

根据成都理工大学毕业生就业质量年度报告，近两年来广告学专业就业情况很好，其中 2016 届毕业生就业率达 100%。随着人才培养质量和声誉的提高，本专业已在西部广告业界有一定的影响力。

广告学专业毕业生综合情况统计表

毕业生情况	2016 届	2017 届
毕业率	100%	100%
授位率	92.11%	96.61%
毕业生一次性就业率	100%	98.3%
考研率	10.5%	5.1%
英语四级通过率	79%	93.22%

科技创新及竞赛活动成绩优异。广告系十分重视学生的专业实践教学活 动，不断深化教学改革，针对学生的专业特色，举办丰富多彩的专业实践教学活 动以激发学生专业学习的兴趣和激情，着力提高学生的实践能力和创新能力。我系承办了由中共成都理工大学党委宣传部、成都理工大学教务处、传播科学与艺术学院联办的第 6-7 届成都理工大学广告文化节，还开展了一系列专业竞赛活 动，并且使这些活动常规化。这些活动均取得了良好的效果，受到广大师生的好评。

2016 年 5 月在第十三届中国大学生广告艺术节学院奖秋季赛中，广告学专业学生的作品从参赛的 90191 件创意作品中脱颖而出，荣获优秀奖 10 项、佳作奖 17 项、提名奖 1 项，共 28 项奖项；2016 年 10 月在有 138889 件参赛作品的第十四届中国大学生广告艺术节学院奖春季赛中，广告学专业学生的作品荣获优秀奖 2 项、佳作奖 4 项，共 6 项奖项；2017 年 7 月在第 15 届中国大学生广告艺术节学院奖春季赛中，我系学生荣获优秀奖 1 项、佳作奖 13 项，共 14 项奖项。

2016 年 9 月在第八届全国大学生广告艺术大赛中我系学生荣获广播类优秀奖 2 项；10 月在第八届全国大学生广告艺术大赛四川赛区暨 2016 年四川大学生竞赛项目“第二届四川省大学生广告艺术大赛”中荣获省级一等奖 6 项、二等

16项、三等奖15项，共37项。2017年8月在第九届全国大学生广告艺术大赛四川赛区暨2017年四川大学生竞赛项目“第三届四川省大学生广告艺术大赛”中获得平面类、策划类、影视广播类一等奖5项、二等奖4项、三等奖4项；在第八届全国大学生广告艺术大赛的比赛中首次取得零的突破，荣获广播类三等奖1项（附件三）。

2015年11月由广告学专业2013级学生冯杨和其他院系三位同学组成的“New New Man”团队荣获由新华网主办的“闪光侠”高校志愿者招募计划暨首届四川省大学生新媒体创新大赛“创新奖”。其参赛的新媒体作品《720全景俯瞰“进口展”》，综合运用全景摄影、航拍、H5轻应用等新媒体手段，将首届中国西部（四川）进口展的盛况搬至“云端”，获得了评委的好评。2016年4月冯杨又参加了中国数据新闻大赛委员会、北京师范大学新闻传播学院、甘肃省融合媒体研训基地主办的第二届中国数据新闻大赛，并荣获国家级二等奖；2014级学生刘昱伶2016年6月参加四川省省委组织部主办的第三届“创青春”四川青年创新创业大赛荣获铜奖，9月参加中华人民共和国教育部、中华人民共和国商务部、无锡市人民政府主办的第七届中国大学生服务外包创新创业大赛，荣获国家级二等奖（附件三）。

五、教学研究

教材建设、教改研究初见成效。近两年来，我系编写了《现代广告经典案例评析》（吕晖主编、重庆大学出版社2016年5月出版）、《广告文案写作理论与实务》（张冰主编、重庆大学出版社2016年8月出版）；杜仕勇副教授在《青年记者》2016.12期（上）发表了教改论文《传媒教学的表面繁荣与内心焦灼》；2015年12月吕晖主持的校级质量工程项目《传播学》精品课程顺利结题，并于2016年1月获校级精品资源共享课程立项。

广告系教改论文及教材统计表（附件四）

论文题目/教材名称	发表刊物/出版社	发表时间 (年、期)	作者姓名	排名	级别	备注
现代广告经典案例 评析	重庆大学出版社	2016.05	吕晖	主编	省部级	
广告文案写作理论 与实务	重庆大学出版社	2016.08	张冰	主编	省部级	
传媒教学的表面繁 荣与内心焦灼	青年记者	2016.12 期 (上)	杜仕勇	独撰		

围绕教学开展科研工作，以课程建设和学科建设推动专业建设。我系申报的课题和发表的学术论文与广告学专业建设紧密相关，老师们在教学中去寻找研究课题，再用课题研究的成果来指导教学，把科研成果融入课程体系的设置和课堂教学中，不断地提高教学和科研水平。据不完全统计，我系在 2015 年 9 月—2017 年 8 月期间，发表学术论文 17 篇，其中核心期刊 5 篇、CSSCI 来源期刊 8 篇、一般期刊 4 篇，出版学术专著与文艺作品各 1 部；在研省厅级项目 3 项；2016 年唐英教授的《新广告法语境下互联广告监管制度研究》课题获得国家社科基金（16BXW084）立项；陈卓教授、苏畅老师申报成功 2 项省厅级项目；我系实际到账纵向项目经费 19.6 万元。

广告系教师部分科研论文、专著、文艺作品一览表（附件四）

论文（专著）名称	作者	期刊（出版社） 名称	期刊（出版 社）级别	发表时间 (期数)
都市报全媒体转型的路径与困境思考 ——基于《华西都市报》的个案考察	唐英	西南民族大学 学报	CSSCI 源刊	2015.12 期
国产小成本电影全媒体推广的边际效 应探究——以电影《小时代》为例	陈卓	新闻界	CSSCI 扩展 版	2016.11 期
微博反腐倡廉的价值与思考	苏畅	青年记者	核心期刊	2016.2 月中

大数据背景下网络自制综艺节目的特征及趋势研究——以《奇葩说》为例	唐英	新闻界	CSSCI 扩展版	2016.06 期
互动与互补：《新周刊》微博传播策略浅析	唐英	新闻界	CSSCI 扩展版	2016.11 期
突发性灾难事件中不同舆论场域的风险沟通差异——以“东方之星”号客轮翻沉事件为例	唐英	当代传播	CSSCI 源刊	2016.03 期
社区新闻在微信公众平台上的传播	唐英	青年记者	核心期刊	2016.09 月
电视娱乐节目互联网化的表征与趋势分析	唐英	新闻界	CSSCI 扩展版	2016.10 期
“受众中心”视域下新闻客服端的负面效应	杜仕勇	青年记者	核心期刊	2016.11 月 (下)
新媒体时代影视广告视像化审美特质研究	唐英	当代传播	CSSCI 源刊	2017.1 期
“两微一端”时代川菜文化传播的创新与发展	苏畅	青年记者	核心期刊	2017.5 月(中)
受众视听研究	杜仕勇	西南交通大学出版社	省部级	2016.01
春天里的笃笃声	徐春娟	天津人民出版社		2016.05

广告学专业教师教学、科研项目一览表

项目名称	起止时间	主持人	项目类别
------	------	-----	------

新广告法语境下互联广告监管制度研究	2016.06-2018.12	唐英	国家社科基金 (16BXW084)
川酒文化国际传播的进入模式研究	2016.09-2018.12	陈卓	省厅级 (CJCB2016-16)
“两微一端”下川菜文化的创新传播与发展	2016.09-2018.12	苏畅	省厅级 (CC16W10)
媒介文化传播与经营科研创新团队	2014.01-2017.01	唐英	校级

六、发展成效（选填项）

运用教学、科研优势服务社会。我系徐春娟老师在 2011 年 1 月创建了成都小红马儿童会。这是一个关爱乡村儿童的非营利性公益组织，旨在为山区的留守儿童提供帮助与服务。除了主题讲座与互动活动、助学活动，2017 年 3 月还启动了“经典诵读乡村公益行”活动，在大邑县鹤鸣乡联和村基层村落举办公益免费经典诵读班，每周一次组织乡村儿童开展一次传统文化经典诵读，传播中华优秀传统文化。我系不少同学在徐老师的带领下积极参与到基层领读经典、宣传、后勤等相关活动，受到当地政府的关注与好评（附件五）。

我系学生还积极运用专业知识和技能为学校的宣传和建设服务。2016 年广告学 2015 级林玲为教务处教学信息平台撰写广告文案；2014 级杨雨航、黄丹妮、2015 级杨佳欣、刘子娴、夏瑞、朱适心、2016 级魏文奕、胡伟、唐蕊等 9 人，成为学校新媒体工作室、原·设创意工作室的骨干力量，为学校的官方网站的宣传及策划创意工作做出了较大的贡献。

专业大赛培养学生的创新能力。我系注重专业理论学习与学生动手能力、创新能力培养的紧密结合，组织学生参加全国各级各类专业竞技活动。两年来，组织学生参加了第八、九届全国大学生广告艺术大赛及第 14、15 届中国大学生广告艺术节学院奖的比赛，使学生的专业技能在各类大赛中得到了锻炼和提高。

2015年12月，我系刘砚议老师以《广告经营与管理》课程为依托，结合大众创业、万众创新的时代背景，利用课余时间组织2015、2014及2013级的学生到四川省中小企业发展中心参加第一届四川省小微企业融资项目路演与对接活动。

学生综合素质的培养初见成效。我系注重学生综合能力的培养，鼓励他们选修相关专业（如市场营销专业、工商管理）的课程，有30%的学生选修了第二学位课程或辅修了第二专业课程；我们还鼓励学生参加职业技能及综合素质考核，并获得可喜成绩。如2012级学生唐婷婷2015年12月荣获成都理工大学第八届十佳大学生提名奖；2016年5月2014级学生刘昱伶荣获“四川省大学生综合素质A级证书”；2016年度，唐婷婷、胡倩等6人荣获校优秀毕业生称号、9人评为校优秀学生、2人评为优秀学生干部；学生成功申报四川省省级大学生创新创业训练计划项目1项、院“种子计划”项目6项（附件六）。

依托专业课程加强校企联合。我系依托专业课程开展实践教学，先后组织部分优秀学生到易互动营销策划有限公司、小米科技、由来广告公司进行实习实践活动，加强与企业的深度交流与沟通，取得了良好的效果。

2016年10月我系徐春娟老师依托《广告经营与管理》课程与某葡萄酒品牌客户合作，让学生为真实客户服务，实战演练广告经营活动的各个环节，并向客户提交广告作品。这是校企联合进行专业实战教学的有益尝试。

2016年10月26日，我系邀请曾在携程旅行网、阿里集团旅行、天猫市场部从事运营、品牌营销、销售管理等工作的中国最大的匠人手作电商平台东家app的市场总监马澜瑜女士为师生分享品牌运营方面的经验。

建立毕业生档案，为在校学生寻求实践机会。我系十分重视与往届毕业生的联系，利用这些人脉关系为学生寻求实习机会。2016年在我校校庆60周年之际，请已毕业学长、学姐为在校学生介绍了广告行业宝贵的从业经验、优秀的专业学习经验、对未来职业规划的建議以及广告学专业知识对各行业岗位工作的帮助。9月28日，小米科技西南地区客户总监吴乃森（广告学专业2008届毕业生）主讲了《探索小米营销黑科技》，并分享了自己的就业经验；10月19日易互动营销策划有限公司副总经理丁力、资深客户经理胡莹（广告学2012届专业毕业生）、策划人殷玉兰（广告学专业2016届毕业生）为同学们分享广告策划经验，指导求职面试技巧。

七、特色加分项（选填项）

1. 本科生优秀毕业论文（设计）

毕业论文（设计）题目	学生姓名	获奖名称	获奖时间
我国 B2C 电商广告的传播策略研究	唐婷婷	成都理工大学百篇优秀 学士学位论文（设计）	2016.06

2. 教师获奖情况：（含校级、省级、国家级奖励）

项目名称	奖励名称	奖励级别	时间
唐英	四川省大学生广告艺术大赛优秀指导老师	省级	2015.12
陈卓	成都市成华区有突出贡献优秀专家	县级	2016.04
吕晖	2015-2016 年度成都理工大学优秀教师	校级	2017.01
陈卓	第十三届中国大学生广告艺术节学院奖秋季赛 优秀指导老师	国家级	2016.05
唐英	第十三届中国大学生广告艺术节学院奖秋季赛 优秀指导老师	国家级	2016.05
吕晖	第十三届中国大学生广告艺术节学院奖秋季赛 优秀指导老师	国家级	2016.05
张冰	第十三届中国大学生广告艺术节学院奖秋季赛 优秀指导老师	国家级	2016.05
苏畅	第十三届中国大学生广告艺术节学院奖秋季赛 优秀指导老师	国家级	2016.05

张冰	第十四届中国大学生广告艺术节学院奖优秀指导教师	国家级	2016.10
苏畅	第十四届中国大学生广告艺术节学院奖优秀指导教师	国家级	2016.10
吕晖	第八届全国大学生广告艺术大赛四川赛区优秀指导老师	省级	2016.10
苏畅	第八届全国大学生广告艺术大赛四川赛区优秀指导老师	省级	2016.10

3. 质量工程项目

项目名称	类别	项目级别	获批时间
《传播学》	精品资源共享课程	校级	2016

4. 本科生竞赛获奖

项目名称	奖励名称	奖励等级	时间
遇见最好的你	四川省大学生广告艺术大赛	省级三等奖	2015.12
石头剪刀布	四川省大学生广告艺术大赛	省级三等奖	2015.12
一起吹吹风吧	四川省大学生广告艺术大赛	省级三等奖	2015.12
有备无患 防患未然	四川省大学生广告艺术大赛	省级三等奖	2015.12
互联网+机器视觉的产品研发与服务	四川省第二届“互联网+”大学生创新创业大赛	省级二等奖	2016.09
互联网+机器视觉的产品研发与服务	第七届中国大学生服务外包创新创业大赛	国家级二等奖	2016.09

VIVO 告别不快	第八届全国大学生广告艺术 大赛四川分赛区	省级一等奖	2016.10
我在人祖山，期待遇见你	第八届全国大学生广告艺术 大赛四川分赛区	省级一等奖	2016.10
告别不快	第八届全国大学生广告艺术 大赛四川分赛区	省级一等奖	2016.10
新孔	第八届全国大学生广告艺术 大赛四川分赛区	省级一等奖	2016.10
美莱医疗美容—大葱大蒜篇	第八届全国大学生广告艺术 大赛四川分赛区	省级一等奖	2016.10
拒绝错觉	第八届全国大学生广告艺术 大赛四川分赛区	省级一等奖	2016.10
不一样的温暖，一样的用心	第八届全国大学生广告艺术 大赛四川分赛区	省级二等奖	2016.10
中国梦，梦相握	第八届全国大学生广告艺术 大赛四川分赛区	省级二等奖	2016.10
不一样的 SIZE ,不一样的你	第八届全国大学生广告艺术 大赛四川分赛区	省级二等奖	2016.10
瘦很简单	第八届全国大学生广告艺术 大赛四川分赛区	省级二等奖	2016.10
文字游戏	第八届全国大学生广告艺术 大赛四川分赛区	省级二等奖	2016.10

启力为你加油	第八届全国大学生广告艺术 大赛四川分赛区	省级二等奖	2016.10
专属美丽 定制未来	第八届全国大学生广告艺术 大赛四川分赛区	省级二等奖	2016.10
S	第八届全国大学生广告艺术 大赛四川分赛区	省级二等奖	2016.10
拒绝家庭暴力	第八届全国大学生广告艺术 大赛四川分赛区	省级二等奖	2016.10
我在人祖山等你	第八届全国大学生广告艺术 大赛四川分赛区	省级二等奖	2016.10
三九胃泰给你爱	第八届全国大学生广告艺术 大赛四川分赛区	省级二等奖	2016.10
胃了你好	第八届全国大学生广告艺术 大赛四川分赛区	省级二等奖	2016.10
告别不快	第八届全国大学生广告艺术 大赛四川分赛区	省级二等奖	2016.10
美莱医疗整容之“zhou”了	第八届全国大学生广告艺术 大赛四川分赛区	省级二等奖	2016.10
犹抱琵琶难遮面	第八届全国大学生广告艺术 大赛四川分赛区	省级二等奖	2016.10
洁婷就是宠你	第八届全国大学生广告艺术 大赛四川分赛区	省级三等奖	2016.10

告别不快	第八届全国大学生广告艺术 大赛四川分赛区	省级三等奖	2016.10
你本来就很美	第八届全国大学生广告艺术 大赛四川分赛区	省级三等奖	2016.10
微笑，就这么简单	第八届全国大学生广告艺术 大赛四川分赛区	省级三等奖	2016.10
FREE	第八届全国大学生广告艺术 大赛四川分赛区	省级三等奖	2016.10
激活时间小咖篇、颜控篇、 深井篇	第八届全国大学生广告艺术 大赛四川分赛区	省级三等奖	2016.10
启力，时刻开启你的动力	第八届全国大学生广告艺术 大赛四川分赛区	省级三等奖	2016.10
中国梦，我的梦	第八届全国大学生广告艺术 大赛四川分赛区	省级三等奖	2016.10
VIVO 告别不快	第八届全国大学生广告艺术 大赛四川分赛区	省级三等奖	2016.10
美丽，预见未来	第八届全国大学生广告艺术 大赛四川分赛区	省级三等奖	2016.10
艾丽瘦一下，拍照不尴尬	第八届全国大学生广告艺术 大赛四川分赛区	省级三等奖	2016.10
原来你也在这里	第八届全国大学生广告艺术 大赛四川分赛区	省级三等奖	2016.10

“擦”去油脂	第八届全国大学生广告艺术 大赛四川分赛区	省级三等奖	2016.10
我不想	第八届全国大学生广告艺术 大赛四川分赛区	省级三等奖	2016.10
花儿艺术商城 向光女生篇、 男生篇	第八届全国大学生广告艺术 大赛四川分赛区	省级三等奖	2016.10
一幅画，一个故事	第八届全国大学生广告艺术 大赛四川分赛区	省级三等奖	2016.10
豹篇，猫篇	第八届全国大学生广告艺术 大赛四川分赛区	省级三等奖	2016.10

5. 本科生第一作者发表论文

论文（著）题目	作者	期刊名称、卷次
茶艺在川茶品牌传播及塑造中的作用	刘昱伶	探索科学 2016.08
大学生微商营销模式及问题分析	胡翰柔	中国市场 2016.12

八、学院推荐意见

--

(公章)

院长：(签字)

年 月 日

填 表 说 明

1. 本表用钢笔填写，也可直接打印，不要以剪贴代填。字迹要求清楚、工整。
2. 本表所填内容必须真实、可靠，如发现虚假信息，将取消所在学院参评资格。
3. 本表涉及的项目、奖励、教材等所有数据，统计时间为 2015 年 9 月 1 日-2017 年 8 月 31 日。
4. 如表格篇幅不够，可另附纸。
5. 学院意见务必加盖公章，否则推荐无效。

一、系部基本情况简介

广告系创办于 2001 年，是我校新闻传播类专业的教学与科研机构，有广告学本科专业和传播学硕士学位授权点，4 位硕士生导师支撑着传播学广告文化传播方向、媒介经营管理方向。现有专业教师 9 人，其中，教授 2 人、副教授 2 人、讲师 4 人、助教 1 人，副教授以上教师占总人数的 44%。具有硕士学位的教师 6 人、博士学位的 2 人，占教师总人数的 89%。唐英教授为成都理工大学创新团队研究项目《媒介文化传播与经营》负责人、媒介经营管理方向硕导；系主任陈卓教授、杜仕勇副教授、吕晖副教授为传播学广告文化传播方向硕导；两年来教师中有 1 人荣获校优秀教师、3 人荣获四川省大学生广告艺术节优秀指导老师、7 人荣获全国大学生广告艺术大赛学院奖优秀指导老师、1 人荣获成都市成华区有突出贡献优秀专家。

我系的广告学专业为全日制普通文科本科专业，2016 年开始面向全国进行一本招生，全系在校本科生为 287 人；传播学硕士学位点现有在校研究生 37 人。

经过长期的探索和建设，我系形成了以下办学特色：

构建“三结合”的人才培养模式。经过多年的探索实践，构建出独具特色的“三结合”（即理论与实务结合、创意与创作结合、艺术与技术结合）人才培养模式，形成了既区别于一本院校广告学专业重理论的深度研究，又区别于三本专业重实践技术的“厚基础、重实践、宽口径”的平衡发展模式。

以广告文化传播为核心，指导广告创意与创作。在学科体系建设方面，本专业确立了覆盖广告学研究的传播层面、经济营销层面，形成了以广告文化传播为核心，指导广告创意与创作的专业学科特色。

注重双语课的教学，重视创新能力的培养。紧跟时代的发展，关注国际广告的发展动态和新媒介在广告业界的发展动向，重视视野拓展、重发展创新的人才培养。

在市场经济一体化的国际背景下，广告学专业新的课程体系设置更加注重双语课的教学，开设《广告学概论》（双语）、《国际广告》（双语）课程，关注业界前沿的学术研究动态，拓展学生的国际视野；同时，加大新媒介课程的设置比例，开设了《网络营销》《整合营销传播》《新媒体广告》等课程，关注新媒介的线上整合在广告传播中的发展运用，重视培养学生的发展创新思维。我系将学生创新能力的培养作为专业教学活动的中心，着重培养学生理论与实践结合的能力。在学生的素质拓展方面，紧紧围绕学生就业这个主题，开展了一系列竞赛活动，并且使这些活动常规化。

二、系部成员情况

1. 负责人情况

姓名	陈卓	年龄	51	参加工作时间	1989.07
职称	教授	最终学历(学位)	研究生(文学硕士)	授予单位	四川师范大学

2. 系部成员(在编在岗)情况

姓名	年龄	职称	最终学历(学位)	主讲课程
陈卓	51	教授	研究生(硕士)	广告学概论(双语) 中外文学
唐英	54	教授	研究生(博士)	国际广告(双语) 影视广告
杜仕勇	47	副教授	本科(学士)	广告心理学 广告法规
吕晖	46	副教授	研究生(硕士)	传播学 市场营销学
张冰	50	讲师	研究生(硕士)	消费者行为学 广告文案写作
刘砚议	37	讲师	研究生(硕士)	广告市场调查 新闻学
徐春娟	38	讲师	研究生(硕士)	广告创意与策划 广告经营与管理
苏畅	32	讲师	研究生(硕士)	广告史 网络营销传播
张纾舒	27	助教	研究生(博士)	整合营销传播 广告经营与管理

3. 师资队伍建设

教师学历较高，学源结构合理。我系广告学专业现有的专业教师9人，其中教授2人、副教授2人、讲师4人、助教1人；具有广告学、传播学、新闻学、文学硕士学位的教师为6人、博士学位的2人，占教师总人数的89%。

开展形式多样的教研活动。我系十分注重教研活动的质量，坚持每月两次的教研活动(教学探讨、讲座等)，相互切磋交流，加强教师之间的交流、了解，沟通和协调各类教学问题；还建立了广告系QQ工作群，方便大家随时沟通交流。同时，我系坚持“传帮带”的原则，教授、副教授向青年教师传授教学心得，并帮助其解决教学中遇到的难题。系主任还经常深入教学第一线，听老师讲课，了

解学生的反映，根据发现的问题，积极采取有效的解决措施；为了不断提高教师的教学水平，切实遵守同行听课制度和老中青传帮带制度。全系教师都能严格按照教学规范的要求授课，保质保量地完成了本科教学任务，无教学事故发生，学生评教平均成绩为 90 分以上。

重视教师教学与学术交流。我们还为教师提供多种专业培训和深造信息，并鼓励教师多参与此类培训以获得更大提高。2016 年 8 月唐英教授在武汉大学参加第十届互联网创新论坛、在贵州民族大学参加第七届全球传播论坛；9 月在苏州大学参加当代性：影像建构与传播——中国东部传媒艺术论坛、郑州大学参加第二届新媒体公共传播国际学术研讨会；2016 年 12 月陈卓教授出席了在中国高等教育学会广告教育专业委员会在深圳大学举办的 2016 年学术年会暨第 7 届中国广告教育论坛，提交的论文《广告人才培养模式及课程体系改革》入选论坛优秀论文，并在大会上做了交流发言；12 月 16 日吕晖副教授参加了成都理工大学教务处主办的四川高校精品在线开放课程共享及课程建设研讨会；12 月唐英教授参加了武汉大学新媒体与新闻传播论坛；2017 年 4 月徐春娟老师在深圳大学参加了第三届教育部-电通·创新人才训练营。

聘请学界、业界专家讲学。我系现有客座教授 4 名，还聘请了我院视觉传达系的吕南、林强、杨洪波老师担任主讲教师；邀请学界、业界专家学者到校做讲座，丰富学生的视野，弥补课堂教学的不足。具体情况如下表所示：

广告系邀请专家讲学情况统计表

主讲人	讲座题目	主讲人简介
陈兰岚	创业讲座	梦露珠宝创始人
邓正	互联网金融人才的发展之路	成都蜂巢天使的联合创始人
丁力	与广告公司面对面	EIM 合伙人、全球 500 强公司资深营销人、易互动营销策划有限公司副总经理
吴乃森	探索小米营销黑科技	小米科技西南地区客户总监
马澜瑜	听“小马鱼”的运营经	匠人手作电商平台东家 app 任市场总监
王国巍	治学精神与论文写作	西华大学学报主编
房开柱	第三届四川省大学生广告艺术大赛 名师名校校园巡讲	西南交通大学建筑与设计学院

4. 学生管理

学风建设是我院学生工作的重中之重。围绕学风建设重点我系狠抓学习风气，

采取一系列措施具体实施,不断提高学生的学习成绩及综合素质,具体措施如下:

严格执行考勤制度,严抓纪律。对于广告专业的学生,各班实行严格的考勤制度。要求各班纪律委员每日向班主任汇报本班学生到课情况,每周进行一次汇总,并将汇总结果在班级进行通报。任课教师也严格考勤,认真检查学生的到课情况。

努力营造良好的学习氛围。根据专业、年级等特点做好分类引导,营造良好的学习氛围。对于低年级同学经常以专业教师、教务老师举办讲座、高年级优秀学生学习方法交流会等形式,逐步引导学生明确学习目标,掌握正确的学习方法,养成良好的学习习惯。对于高年级的学生,不断加强对学风建设的宣传教育,严格管理,抓好落实,加强考风考纪教育,强化考试纪律的教育;大力抓典型,通过反面典型给学生以警示作用,以考风建设带动学风建设,促进了良好学风的形成。

开展学风建设活动促进优良学风形成。我系举办了一系列有关学风建设的活动,如每个班级分别举行学风建设主题班会、劝学美文比赛、劝学宣传语征集等活动。通过这些活动调动了同学们的学习热情,使同学们进一步认识到学习的重要性,极大地促进了优良学风的形成。

通过以上措施的实施,我系学生的学习良好,遵守校规、校纪,学风、考风良好,长期受到授课教师的好评。2016年1月广告专业2013级1班、2班被评为成都理工大学2014—2015学年先进学生集体;12月广告专业2013级1班、2班、2015级1班被评为成都理工大学2015—2016学年先进学生集体(附件一)。

三、教学运行情况

我系根据《传播科学与艺术学院课程运行监控评估大表》的要求对教师撰写的教学日历与计划(实习指导书)、考试方式及试卷进行严格审核;定期按照学院要求进行试卷归档复查、整改;加强同行评教的力度。两年来我系圆满完成各项教学任务,取得良好效果,在学院年终评比中名列前茅,受到学院的表彰。具体做法是:

严格执行教学质量保障与监控工作流程。我系根据学校相关要求与本专业的教学需要,严格按照《广告专业教学质量保障与监控学期工作流程表》的规定

进行教学质量的监控,以保障广告学专业人才培养目标的实现以及培养方案的具体落实。

广告学专业教学质量保障与监控学期工作流程表

周次	监控方式	监控目标	监控重点	主要途径与措施	质量标准	质量管理
1 -3	开学教学检查	1.保障开学教学秩序的顺利进行; 2.调整本学期的教学质量监控目标; 3.进行上期归档试卷的复查与整改。	1. 教师、学生、教材到位及教学材料的保障情况; 2. 教师教学准备检查; 3. 及时整改教学准备及归档试卷中出现的问题。	1. 调整与确定教学质量保障与监控的目标与重点; 2. 召开全系教学检查会议, 公布本学期教学质量监控目标与重点。	1. 做到教学质量监控计划科学、可行; 2. 开学各项教学工作开展顺利, 问题解决及时、信息反馈快捷; 3. 教师教学准备到位(包括教学大纲、教学进程表、教案、PPT)	通报开学教学检查的各项结果; 上期归档试卷的复查与整改; 制定本学期监控目标、重点及工作安排。
4 -10	日常监控及突发质量问题的处理	确保正常教学秩序, 保障教学过程的顺利推进。	1. 监督日常教学工作的顺利开展及时处理突发事件; 2. 实践教学环节、毕业论文等工作计划的制定与实施等。	1. 日常教学过程检查; 2. 有组织地听课, 填写同行听课表、开展教研活动。	各项日常教学工作的顺利推进, 对可能发生的事故能及时认定处理。	1. 定期在教研会活动时向全体教师通报教学检查及教学运行情况; 2. 通报教学事故及处理情况并记录在案。
1 1-12	期中教学质量检查	全面掌握学期中整体教学情况; 收集中期学生评教信息。	学生信息员的信息收集与反馈	开展期中教学质量自查工作。并收集学生信息员评教信息。	确保学生对教学信息的反馈意见全面客观。	将课堂教学评估结果列为教师教学工作水平评估的主要观测点。
1 3-18	日常监控和突发质量问题的处理	确保正常教学秩序, 保障教学过程的顺利推进。	1. 监督日常教学工作的顺利开展, 及时处理突发事件; 2. 监督实践教学环节、毕业论文等实习指导书撰写与实施等。	1. 日常教学过程检查; 2. 有组织地听课, 填写同行听课表、开展教研活动。	各项日常教学工作的顺利推进, 对可能发生的事故能及时认定处理。	1. 定期通过教研活动向全体教师通报教学检查及教学运行情况; 2. 通报教学事故及处理情况并记录在案。
1 9-20	期末教学质量评估与信息反馈	1.分析掌握全学期教学基本情况; 2.拟定下一学期教学质量保障与监控目标与重点。	1. 分析总结学生学习情况及对教学工作的意见、建议; 2. 教师课堂教学质量评估。	1. 组织学生期末考核工作; 2. 召开期末教研室工作会议, 分析总结本学期教学质量目标完成情况, 讨论制定下学期教学质量监控目标与重点并提出改进意见。	1. 学生期末试卷分析; 2. 试卷及实习资料的归档; 3. 教师教学工作年终评估与总结; 4. 制定下学期教学质量监控目标及重点。	1. 结合学生成绩考核情况, 对全学期的教学工作进行总结; 2. 对教学信息员工作进行表彰。

严格考核制度。我系严格执行学院颁布的教学管理人员岗位职责、年度考核细则及教学管理人员培训制度。系主任陈卓作为学院学术委员会成员具体负责本系的教学管理工作，教学秘书张冰协助系主任对本系的教学质量进行认真考核与监控，使本专业的教学质量达到了学校和学院的要求。

严格教学督查。我系根据学校要求，教授、副教授主动承担本科生的教学任务。建立对青年教师的传帮带制度，帮助青年教师迅速成长。同时成立了以系主任挂帅、部分教师和学生班主任参加的教学督查小组，对每个教学环节进行实体监督检查，其中包括教学大纲及教材的准备情况、教师备课情况、课堂教学效果、学生意见、考试规范的检查。从检查情况来看我系教师都能严格按照教学规范完成教学工作。

严格考试监管。系主任对所有专业课程的考试试卷、考试方案进行严格审查，及时监控考试的方式、试题的覆盖率、难易度等。如发现问题，及时提出整改意见督促老师们修改，使我系的各项考试工作取得了较好的成效。

根据以上教学质量保障与监控流程对教学工作进行严格的监控落实，2016年度在教学质量监控的内容层面取得了较好的效果，特别是教材建设和实训基地建设方面取得了较大的突破。两部专业教材顺利出版；一项关于实训基地建设的校级教改项目正在按计划建设和实施之中。2016届广告学专业毕业生就业率100%，并受到广大用人单位的好评。由此可见广告学专业教学质量监控的实施效果令人满意。

四、教学效果

齐心协力，狠抓教学质量。我系拥有一支事业心强、教学及科研水平较高的师资队伍。教授、副教授带头承担本科教学任务，我们还聘请了我校其他相关专业的骨干教师为本专业本科生授课，使相关专业的教学质量得到了保证。广告学专业长期开设《广告学概论》《国际广告》两门双语课程，将国外广告界的最新案例、最新理论引入教学之中，受到学生的好评，双语课的教学取得了较好的效果，历届广告学专业学生英语四、六级过关率在全校各学院评比中名列前茅；2016年6月陈卓教授指导的2012级学生唐婷婷的毕业论文《我国B2C电商广告的传播策略研究》荣获成都理工大学百篇优秀学士学位论文奖；陈卓、唐英、吕晖、徐春娟、苏畅等荣获第十三届中国大学生广告艺术节学院秋季赛奖优秀指导

老师奖；张冰、苏畅荣获第十四届中国大学生广告艺术节学院秋季赛奖优秀指导老师奖；唐英荣获第七届全国大学生广告艺术大赛四川赛区优秀指导老师；吕晖、苏畅荣获第八届全国大学生广告艺术大赛四川赛区优秀指导老师；我系吕晖副教授被评为 2015-2016 年度成都理工大学优秀教师（附件二）。

根据成都理工大学毕业生就业质量年度报告，近两年来广告学专业就业情况很好，其中 2016 届毕业生就业率达 100%。随着人才培养质量和声誉的提高，本专业已在西部广告业界有一定的影响力。

广告学专业毕业生综合情况统计表

毕业生情况	2016 届	2017 届
毕业率	100%	100%
授位率	92.11%	96.61%
毕业生一次性就业率	100%	98.3%
考研率	10.5%	5.1%
英语四级通过率	79%	93.22%

科技创新及竞赛活动成绩优异。广告系十分重视学生的专业实践教学活 动，不断深化教学改革，针对学生的专业特色，举办丰富多彩的专业实践教学活 动以激发学生专业学习的兴趣和激情，着力提高学生的实践能力和创新能力。我 系承办了由中共成都理工大学党委宣传部、成都理工大学教务处、传播科学与艺 术学院联办的第 6-7 届成都理工大学广告文化节，还开展了一系列专业竞赛活 动，并且使这些活动常规化。这些活动均取得了良好的效果，受到广大师生的好 评。

2016 年 5 月在第十三届中国大学生广告艺术节学院奖秋季赛中，广告学专 业学生的作品从参赛的 90191 件创意作品中脱颖而出，荣获优秀奖 10 项、佳作 奖 17 项、提名奖 1 项，共 28 项奖项；2016 年 10 月在有 138889 件参赛作品的 第十四届中国大学生广告艺术节学院奖春季赛中，广告学专业学生的作品荣获优 秀奖 2 项、佳作奖 4 项，共 6 项奖项；2017 年 7 月在第 15 届中国大学生广告艺 术节学院奖春季赛中，我系学生荣获优秀奖 1 项、佳作奖 13 项，共 14 项奖项。

2016年9月在第八届全国大学生广告艺术大赛中我系学生荣获广播类优秀奖2项；10月在第八届全国大学生广告艺术大赛四川赛区暨2016年四川大学生竞赛项目“第二届四川省大学生广告艺术大赛”中荣获省级一等奖6项、二等奖16项、三等奖15项，共37项。2017年8月在第九届全国大学生广告艺术大赛四川赛区暨2017年四川大学生竞赛项目“第三届四川省大学生广告艺术大赛”中获得平面类、策划类、影视广播类一等奖5项、二等奖4项、三等奖4项；在第八届全国大学生广告艺术大赛的比赛中首次取得零的突破，荣获广播类三等奖1项（附件三）。

2015年11月由广告学专业2013级学生冯杨和其他院系三位同学组成的“New New Man”团队荣获由新华网主办的“闪光侠”高校志愿者招募计划暨首届四川省大学生新媒体创新大赛“创新奖”。其参赛的新媒体作品《720全景俯瞰“进口展”》，综合运用全景摄影、航拍、H5轻应用等新媒体手段，将首届中国西部（四川）进口展的盛况搬至“云端”，获得了评委的好评。2016年4月冯杨又参加了中国数据新闻大赛委员会、北京师范大学新闻传播学院、甘肃省融合媒体研训基地主办的第二届中国数据新闻大赛，并荣获国家级二等奖；2014级学生刘昱伶2016年6月参加四川省省委组织部主办的第三届“创青春”四川青年创新创业大赛荣获铜奖，9月参加中华人民共和国教育部、中华人民共和国商务部、无锡市人民政府主办的第七届中国大学生服务外包创新创业大赛，荣获国家级二等奖（附件三）。

五、教学研究

教材建设、教改研究初见成效。近两年来，我系编写了《现代广告经典案例评析》（吕晖主编、重庆大学出版社2016年5月出版）、《广告文案写作理论与实务》（张冰主编、重庆大学出版社2016年8月出版）；杜仕勇副教授在《青年记者》2016.12期（上）发表了教改论文《传媒教学的表面繁荣与内心焦灼》；2015年12月吕晖主持的校级质量工程项目《传播学》精品课程顺利结题，并于2016年1月获校级精品资源共享课程立项。

广告系教改论文及教材统计表（附件四）

论文题目/教材名称	发表刊物/出版社	发表时间 (年、期)	作者姓名	排名	级别	备注
现代广告经典案例 评析	重庆大学出版社	2016.05	吕晖	主编	省部级	
广告文案写作理论 与实务	重庆大学出版社	2016.08	张冰	主编	省部级	
传媒教学的表面繁 荣与内心焦灼	青年记者	2016.12期(上)	杜仕勇	独撰		

围绕教学开展科研工作，以课程建设和学科建设推动专业建设。我系申报的课题和发表的学术论文与广告学专业建设紧密相关，老师们在教学中去寻找研究课题，再用课题研究的成果来指导教学，把科研成果融入课程体系的设置和课堂教学中，不断地提高教学和科研水平。据不完全统计，我系在2015年9月—2017年8月期间，发表学术论文17篇，其中核心期刊5篇、CSSCI来源期刊8篇、一般期刊4篇，出版学术专著与文艺作品各1部；在研省厅级项目3项；2016年唐英教授的《新广告法语境下互联广告监管制度研究》课题获得国家社科基金（16BXW084）立项；陈卓教授、苏畅老师申报成功2项省厅级项目；我系实际到账纵向项目经费19.6万元。

广告系教师部分科研论文、专著、文艺作品一览表（附件四）

论文（专著）名称	作者	期刊(出版社) 名称	期刊(出版 社)级别	发表时间 (期数)
都市报全媒体转型的路径与困境思考 ——基于《华西都市报》的个案考察	唐英	西南民族大学 学报	CSSCI 源刊	2015.12 期
国产小成本电影全媒体推广的边际效 应探究——以电影《小时代》为例	陈卓	新闻界	CSSCI 扩展版	2016.11 期
微博反腐倡廉的价值与思考	苏畅	青年记者	核心期刊	2016.2 月中
大数据背景下网络自制综艺节目的特 征及趋势研究——以《奇葩说》为例	唐英	新闻界	CSSCI 扩展版	2016.06 期
互动与互补：《新周刊》微博传播策略 浅析	唐英	新闻界	CSSCI 扩展版	2016.11 期
突发性灾难事件中不同舆论场域的 风险沟通差异——以“东方之星”号客轮翻 沉事件为例	唐英	当代传播	CSSCI 源刊	2016.03 期
社区新闻在微信公众平台上的传播	唐英	青年记者	核心期刊	2016.09 月
电视娱乐节目互联网化的表征与趋势 分析	唐英	新闻界	CSSCI 扩展版	2016.10 期
“受众中心”视域下新闻客服端的负面 效应	杜仕勇	青年记者	核心期刊	2016.11 月 (下)

新媒体时代影视广告视像化审美特质研究	唐英	当代传播	CSSCI 源刊	2017.1 期
“两微一端”时代川菜文化传播的创新与发展	苏畅	青年记者	核心期刊	2017.5 月(中)
受众视听研究	杜仕勇	西南交通大学出版社	省部级	2016.01
春天里的笃笃声	徐春娟	天津人民出版社		2016.05

广告学专业教师教学、科研项目一览表

项目名称	起止时间	主持人	项目类别
新广告法语境下互联广告监管制度研究	2016.06-2018.12	唐英	国家社科基金(16BXW084)
川酒文化国际传播的进入模式研究	2016.09-2018.12	陈卓	省厅级(CJCB2016-16)
“两微一端”下川菜文化的创新传播与发展	2016.09-2018.12	苏畅	省厅级(CC16W10)
媒介文化传播与经营科研创新团队	2014.01-2017.01	唐英	校级

六、发展成效（选填项）

运用教学、科研优势服务社会。我系徐春娟老师在 2011 年 1 月创建了成都小红马儿童会。这是一个关爱乡村儿童的非营利性公益组织，旨在为山区的留守儿童提供帮助与服务。除了主题讲座与互动活动、助学活动，2017 年 3 月还启动了“经典诵读乡村公益行”活动，在大邑县鹤鸣乡联和村基层村落举办公益免费经典诵读班，每周一次组织乡村儿童开展一次传统文化经典诵读，传播中华优秀传统文化。我系不少同学在徐老师的带领下积极参与到基层领读经典、宣传、后勤等相关活动，受到当地政府的关注与好评（附件五）。

我系学生还积极运用专业知识和技能为学校的宣传和建设服务。2016 年广告学 2015 级林玲为教务处教学信息平台撰写广告文案；2014 级杨雨航、黄丹妮、2015 级杨佳欣、刘子娴、夏瑞、朱适心、2016 级魏文奕、胡伟、唐蕊等 9 人，成为学校新媒体工作室、原·设创意工作室的骨干力量，为学校的官方网站的宣传及策划创意工作做出了较大的贡献。

专业大赛培养学生的创新能力。我系注重专业理论学习与学生动手能力、创

新能力培养的紧密结合，组织学生参加全国各级各类专业竞技活动。两年来，组织学生参加了第八、九届全国大学生广告艺术大赛及第 14、15 届中国大学生广告艺术节学院奖的比赛，使学生的专业技能在各类大赛中得到了锻炼和提高。

2015 年 12 月，我系刘砚议老师以《广告经营与管理》课程为依托，结合大众创业、万众创新的时代背景，利用课余时间组织 2015、2014 及 2013 级的学生到四川省中小企业发展中心参加第一届四川省小微企业融资项目路演与对接活动。

学生综合素质的培养初见成效。我系注重学生综合能力的培养，鼓励他们选修相关专业（如市场营销专业、工商管理）的课程，有 30% 的学生选修了第二学位课程或辅修了第二专业课程；我们还鼓励学生参加职业技能及综合素质考核，并获得可喜成绩。如 2012 级学生唐婷婷 2015 年 12 月荣获成都理工大学第八届十佳大学生提名奖；2016 年 5 月 2014 级学生刘昱伶荣获“四川省大学生综合素质 A 级证书”；2016 年度，唐婷婷、胡倩等 6 人荣获校优秀毕业生称号、9 人评为校优秀学生、2 人评为优秀学生干部；学生成功申报四川省省级大学生创新创业训练计划项目 1 项、院“种子计划”项目 6 项（附件六）。

依托专业课程加强校企联合。我系依托专业课程开展实践教学，先后组织部分优秀学生到易互动营销策划有限公司、小米科技、由来广告公司进行实习实践活动，加强与企业的深度交流与沟通，取得了良好的效果。

2016 年 10 月我系徐春娟老师依托《广告经营与管理》课程与某葡萄酒品牌客户合作，让学生为真实客户服务，实战演练广告经营活动的各个环节，并向客户提交广告作品。这是校企联合进行专业实战教学的有益尝试。

2016 年 10 月 26 日，我系邀请曾在携程旅行网、阿里集团旅行、天猫市场部从事运营、品牌营销、销售管理等工作的中国最大的匠人手作电商平台东家 app 的市场总监马澜瑜女士为师生分享品牌运营方面的经验。

建立毕业生档案，为在校学生寻求实践机会。我系十分重视与往届毕业生的联系，利用这些人脉关系为学生寻求实习机会。2016 年在我校校庆 60 周年之际，请已毕业学长、学姐为在校学生介绍了广告行业宝贵的从业经验、优秀的专业学习经验、对未来职业规划的建议以及广告学专业对各行业岗位工作的帮助。9 月 28 日，小米科技西南地区客户总监吴乃森（广告学专业 2008 届毕业生）主讲了《探索小米营销黑科技》，并分享了自己的就业经验；10 月 19 日易互动营

销策划有限公司副总经理丁力、资深客户经理胡莹(广告学 2012 届专业毕业生)、策划人殷玉兰(广告学专业 2016 届毕业生)为同学们分享广告策划经验,指导求职面试技巧。

七、特色加分项(选填项)

1. 本科生优秀毕业论文(设计)

毕业论文(设计)题目	学生姓名	获奖名称	获奖时间
我国 B2C 电商广告的传播策略研究	唐婷婷	成都理工大学百篇优秀学士学位论文(设计)	2016.06

2. 教师获奖情况:(含校级、省级、国家级奖励)

项目名称	奖励名称	奖励级别	时间
唐英	四川省大学生广告艺术大赛优秀指导老师	省级	2015.12
陈卓	成都市成华区有突出贡献优秀专家	县级	2016.04
吕晖	2015-2016 年度成都理工大学优秀教师	校级	2017.01
陈卓	第十三届中国大学生广告艺术节学院奖秋季赛优秀指导老师	国家级	2016.05
唐英	第十三届中国大学生广告艺术节学院奖秋季赛优秀指导老师	国家级	2016.05
吕晖	第十三届中国大学生广告艺术节学院奖秋季赛优秀指导老师	国家级	2016.05
张冰	第十三届中国大学生广告艺术节学院奖秋季赛优秀指导老师	国家级	2016.05
苏畅	第十三届中国大学生广告艺术节学院奖秋季赛优秀指导老师	国家级	2016.05
张冰	第十四届中国大学生广告艺术节学院奖优秀指导老师	国家级	2016.10
苏畅	第十四届中国大学生广告艺术节学院奖优秀指导老师	国家级	2016.10
吕晖	第八届全国大学生广告艺术大赛四川赛区优秀指导老师	省级	2016.10
苏畅	第八届全国大学生广告艺术大赛四川赛区优秀指导老师	省级	2016.10

3. 质量工程项目

项目名称	类别	项目级别	获批时间
《传播学》	精品资源共享课程	校级	2016

4. 本科生竞赛获奖

项目名称	奖励名称	奖励等级	时间
遇见最好的你	四川省大学生广告艺术大赛	省级三等奖	2015. 12
石头剪刀布	四川省大学生广告艺术大赛	省级三等奖	2015. 12
一起吹吹风吧	四川省大学生广告艺术大赛	省级三等奖	2015. 12
有备无患 防患未然	四川省大学生广告艺术大赛	省级三等奖	2015. 12
互联网+机器视觉的产品研发与服务	四川省第二届“互联网+”大学生创新创业大赛	省级二等奖	2016. 09
互联网+机器视觉的产品研发与服务	第七届中国大学生服务外包创新创业大赛	国家级二等奖	2016. 09
VIVO 告别不快	第八届全国大学生广告艺术大赛四川分赛区	省级一等奖	2016. 10
我在人祖山，期待遇见你	第八届全国大学生广告艺术大赛四川分赛区	省级一等奖	2016. 10
告别不快	第八届全国大学生广告艺术大赛四川分赛区	省级一等奖	2016. 10
新孔	第八届全国大学生广告艺术大赛四川分赛区	省级一等奖	2016. 10
美莱医疗美容—大葱大蒜篇	第八届全国大学生广告艺术大赛四川分赛区	省级一等奖	2016. 10
拒绝错觉	第八届全国大学生广告艺术大赛四川分赛区	省级一等奖	2016. 10
不一样的温暖，一样的用心	第八届全国大学生广告艺术大赛四川分赛区	省级二等奖	2016. 10
中国梦，梦相握	第八届全国大学生广告艺术大赛四川分赛区	省级二等奖	2016. 10
不一样的 SIZE，不一样的你	第八届全国大学生广告艺术大赛四川分赛区	省级二等奖	2016. 10
瘦很简单	第八届全国大学生广告艺术大赛四川分赛区	省级二等奖	2016. 10
文字游戏	第八届全国大学生广告艺术大赛四川分赛区	省级二等奖	2016. 10
启力为你加油	第八届全国大学生广告艺术大赛四川分赛区	省级二等奖	2016. 10

专属美丽 定制未来	第八届全国大学生广告艺术大赛四川分赛区	省级二等奖	2016.10
S	第八届全国大学生广告艺术大赛四川分赛区	省级二等奖	2016.10
拒绝家庭暴力	第八届全国大学生广告艺术大赛四川分赛区	省级二等奖	2016.10
我在人祖山等你	第八届全国大学生广告艺术大赛四川分赛区	省级二等奖	2016.10
三九胃泰给你爱	第八届全国大学生广告艺术大赛四川分赛区	省级二等奖	2016.10
胃了你好	第八届全国大学生广告艺术大赛四川分赛区	省级二等奖	2016.10
告别不快	第八届全国大学生广告艺术大赛四川分赛区	省级二等奖	2016.10
美莱医疗整容之“zhou”了	第八届全国大学生广告艺术大赛四川分赛区	省级二等奖	2016.10
犹抱琵琶难遮面	第八届全国大学生广告艺术大赛四川分赛区	省级二等奖	2016.10
洁婷就是宠你	第八届全国大学生广告艺术大赛四川分赛区	省级三等奖	2016.10
告别不快	第八届全国大学生广告艺术大赛四川分赛区	省级三等奖	2016.10
你本来就很美	第八届全国大学生广告艺术大赛四川分赛区	省级三等奖	2016.10
微笑，就这么简单	第八届全国大学生广告艺术大赛四川分赛区	省级三等奖	2016.10
FREE	第八届全国大学生广告艺术大赛四川分赛区	省级三等奖	2016.10
激活时间小咖篇、颜控篇、深井篇	第八届全国大学生广告艺术大赛四川分赛区	省级三等奖	2016.10
启力，时刻开启你的动力	第八届全国大学生广告艺术大赛四川分赛区	省级三等奖	2016.10
中国梦，我的梦	第八届全国大学生广告艺术大赛四川分赛区	省级三等奖	2016.10
VIVO 告别不快	第八届全国大学生广告艺术大赛四川分赛区	省级三等奖	2016.10
美丽，预见未来	第八届全国大学生广告艺术大赛四川分赛区	省级三等奖	2016.10
艾丽瘦一下，拍照不尴尬	第八届全国大学生广告艺术大赛四川分赛区	省级三等奖	2016.10
原来你也在这里	第八届全国大学生广告艺术大赛四川分赛区	省级三等奖	2016.10
“擦”去油脂	第八届全国大学生广告艺术大赛四川分赛区	省级三等奖	2016.10

我不想	第八届全国大学生广告艺术大赛四川分赛区	省级三等奖	2016.10
花儿艺术商城 向光女生篇、男生篇	第八届全国大学生广告艺术大赛四川分赛区	省级三等奖	2016.10
一幅画，一个故事	第八届全国大学生广告艺术大赛四川分赛区	省级三等奖	2016.10
豹篇，猫篇	第八届全国大学生广告艺术大赛四川分赛区	省级三等奖	2016.10

5. 本科生第一作者发表论文

论文（著）题目	作者	期刊名称、卷次
茶艺在川茶品牌传播及塑造中的作用	刘昱伶	探索科学 2016.08
大学生微商营销模式及问题分析	胡翰柔	中国市场 2016.12

八、学院推荐意见

（公章）

院长：（签字）

年 月 日

成都理工大学

优秀教学系部申报表

支
撑
材
料

广告系

二〇一七年

附件一：先进学生集体获奖证书





荣誉证书

HONORARY CREDENTIAL

2013 年級广告学专业二班:

在 2015-2016 学年中, 各项工作出色, 被评为

学生先进集体

特颁此状, 以资鼓励。

成都理工大学
二〇一六年十二月



荣誉证书

HONORARY CREDENTIAL

2015 级广告学专业一班:

在 2015-2016 学年中, 各项工作出色, 被评为

学生先进集体

特颁此状, 以资鼓励。

成都理工大学
二〇一六年十二月

附件二：教师教学、科研成果获奖证书



证书编号：成华优专第019号

成都市成华区有突出贡献优秀专家证书

授予陈卓同志“成都市成华区有突出贡献优秀专家”称号。

中共成都市成华区委

成都市成华区人民政府

二〇一六年四月

荣誉证书

吕 晖 同志：

被评为成都理工大学 2015 - 2016 年

优秀教师

成都理工大学

二〇一七年一月十六日

鉴于成都理工大学传播科学与艺术学院 陈卓老师
指导的作品在第十三届中国大学生广告艺术节学院奖秋季赛比赛中获得
等级奖，经组委会决定，授予该教师为中国大学生广告艺术节学院奖秋
季赛“**优秀指导教师**”称号，特发此证。



中国广告协会



中国大学生广告
艺术节学院奖组委会



广告人杂志社



鉴于成都理工大学传播科学与艺术学院 唐英老师
指导的作品在第十三届中国大学生广告艺术节学院奖秋季赛比赛中获得
等级奖，经组委会决定，授予该教师为中国大学生广告艺术节学院奖秋
季赛“**优秀指导教师**”称号，特发此证。



中国广告协会



中国大学生广告
艺术节学院奖组委会



广告人杂志社



鉴于成都理工大学传播科学与艺术学院 吕晖老师
指导的作品在第十三届中国大学生广告艺术节学院奖秋季赛比赛中获得
等级奖，经组委会决定，授予该教师为中国大学生广告艺术节学院奖秋
季赛“**优秀指导教师**”称号，特发此证。



中国广告协会



中国大学生广告
艺术节学院奖组委会



广告人杂志社



鉴于成都理工大学传播科学与艺术学院 张冰老师
指导的作品在第十三届中国大学生广告艺术节学院奖秋季赛比赛中获得
等级奖，经组委会决定，授予该教师为中国大学生广告艺术节学院奖秋
季赛“**优秀指导教师**”称号，特发此证。



中国广告协会



中国大学生广告
艺术节学院奖组委会



广告人杂志社



鉴于成都理工大学传播科学与艺术学院 苏畅老师
指导的作品在第十三届中国大学生广告艺术节学院奖秋季赛比赛中获得
等级奖，经组委会决定，授予该教师为中国大学生广告艺术节学院奖秋
季赛“**优秀指导教师**”称号，特发此证。



中国广告协会



中国大学生广告
艺术节学院奖组委会



广告人杂志社



中国大学生广告艺术节学院奖
第14届春季赛

获奖证书

HONORARY CREDENTIAL

鉴于成都理工大学传播科学与艺术学院张冰 老师
指导的作品在第14届中国大学生广告艺术节学院奖春季赛比赛中获得优异成绩，经组委会决定，
授予该教师为中国大学生广告艺术节学院奖春季赛“**优秀指导教师**”称号，特发此证。



中国大学生广告艺术节
AD CAMPUS
学院奖
第14届春季赛

获奖证书

HONORARY CREDENTIAL

鉴于成都理工大学传播科学与艺术学院苏畅老师

指导的作品在第14届中国大学生广告艺术节学院奖春季赛比赛中获得优异成绩，经组委会决定，授予该教师为中国大学生广告艺术节学院奖春季赛“优秀指导教师”称号，特发此证。





四川赛区

第八届全国大学生广告艺术大赛

THE EIGHTH NATIONAL
ADVERTISING ART DESIGN COMPETITION
FOR COLLEGE STUDENTS

优秀指导教师奖

吕 晖

四川省大学生广告艺术大赛组委会

二〇一六年十月



中国大学生好创意



四川赛区

第八届全国大学生广告艺术大赛

THE EIGHTH NATIONAL
ADVERTISING ART DESIGN COMPETITION
FOR COLLEGE STUDENTS

优秀指导教师奖

苏畅

四川省大学生广告艺术大赛组委会

二〇一六年十月



附件三：学生专业比赛获奖证书

三等奖
3

四川省大学生广告艺术大赛

SICHUAN PROVINCE
ADVERTISING ART DESIGN COMPETITION
FOR COLLEGE STUDENTS

作品名称： 遇见更好的你

作者姓名： 冯杨

指导教师： 苏畅 曾恒

参赛院校： 成都理工大学

四川省大学生广告艺术大赛组委会

二〇一五年十二月



三等奖
3

四川省大学生广告艺术大赛

SICHUAN PROVINCE
ADVERTISING ART DESIGN COMPETITION
FOR COLLEGE STUDENTS

作品名称： 石头剪刀布

作者姓名： 张悦

参赛院校： 成都理工大学

四川省大学生广告艺术大赛组委会

二〇一五年十二月



三等奖
3

四川省大学生广告艺术大赛

SICHUAN PROVINCE
ADVERTISING ART DESIGN COMPETITION
FOR COLLEGE STUDENTS

作品名称： 一起吹吹风吧!

作者姓名： 杨盈

指导教师： 陈卓

参赛院校： 成都理工大学

四川省大学生广告艺术大赛组委会

二〇一五年十二月





四川省大学生广告艺术大赛

SICHUAN PROVINCE
ADVERTISING ART DESIGN COMPETITION
FOR COLLEGE STUDENTS

作品名称： 有备无患 防患未然

作者姓名： 翁翔 伏巧 胡冬颖 罗菊 吴嘉慧

指导教师： 吕晖

参赛院校： 成都理工大学

四川省大学生广告艺术大赛组委会

二〇一五年十二月



一等奖

四川分赛区

第八届全国大学生广告艺术大赛

THE EIGHTH NATIONAL
ADVERTISING ART DESIGN COMPETITION
FOR COLLEGE STUDENTS

作品名称: VIVO告别不快

作者姓名: 黄卉 黄丹旒

指导教师: 苏畅

参赛院校: 成都理工大学

四川省大学生广告艺术大赛组委会

二〇一六年十月



一等奖

四川分赛区

第八届全国大学生广告艺术大赛

THE EIGHTH NATIONAL
ADVERTISING ART DESIGN COMPETITION
FOR COLLEGE STUDENTS

作品名称：我在人祖山期待遇见你

作者姓名：黄丹旒 黄卉 吴万迪

指导教师：苏畅 曾恒

参赛院校：成都理工大学

四川省大学生广告艺术大赛组委会

二〇一六年十月



一等奖

四川分赛区

第八届全国大学生广告艺术大赛

THE EIGHTH NATIONAL
ADVERTISING ART DESIGN COMPETITION
FOR COLLEGE STUDENTS

作品名称：告别不快

作者姓名：章磊 杨雪松 黄卉

指导教师：

参赛院校：成都理工大学

四川省大学生广告艺术大赛组委会

二〇一六年十月



一等奖

四川分赛区

第八届全国大学生广告艺术大赛

THE EIGHTH NATIONAL
ADVERTISING ART DESIGN COMPETITION
FOR COLLEGE STUDENTS

作品名称： 新孔
作者姓名： 王琼
指导教师： 吕晖
参赛院校： 成都理工大学

四川省大学生广告艺术大赛组委会

二〇一六年十月



一等奖

四川分赛区

第八届全国大学生广告艺术大赛

THE EIGHTH NATIONAL
ADVERTISING ART DESIGN COMPETITION
FOR COLLEGE STUDENTS

作品名称：美莱医疗器械-大葱篇/大蒜篇

作者姓名：林琳

指导教师：吕南

参赛院校：成都理工大学

四川省大学生广告艺术大赛组委会

二〇一六年十月



一等奖

四川分赛区

第八届全国大学生广告艺术大赛

THE EIGHTH NATIONAL
ADVERTISING ART DESIGN COMPETITION
FOR COLLEGE STUDENTS

作品名称： 拒绝错觉

作者姓名： 邹羽希 唐苹

指导教师： 吕晖

参赛院校： 成都理工大学

四川省大学生广告艺术大赛组委会
二〇一六年十月

™
中国大学生好创意

三等奖

四川分赛区

第八届全国大学生广告艺术大赛

THE EIGHTH NATIONAL
ADVERTISING ART DESIGN COMPETITION
FOR COLLEGE STUDENTS

作品名称: 微笑,就这么简单

作者姓名: 张宇

指导教师: 苏畅

参赛院校: 成都理工大学

四川省大学生广告艺术大赛组委会

二〇一六年十月



三等奖

四川分赛区

第八届全国大学生广告艺术大赛

THE EIGHTH NATIONAL
ADVERTISING ART DESIGN COMPETITION
FOR COLLEGE STUDENTS

作品名称: 你也可以很美

作者姓名: 杨雨航 杨佳欣

指导教师: 苏畅

参赛院校: 成都理工大学

四川省大学生广告艺术大赛组委会

二〇一六年十月

™
中国大学生好创意

三等奖

四川分赛区

第八届全国大学生广告艺术大赛

THE EIGHTH NATIONAL
ADVERTISING ART DESIGN COMPETITION
FOR COLLEGE STUDENTS

作品名称：激活时间小咖篇、颜控篇、深井篇

作者姓名：杨鑫 姜欣玉

指导教师：苏畅

参赛院校：成都理工大学

四川省大学生广告艺术大赛组委会

二〇一六年十月

™
中国大学生好创意

三等奖

四川分赛区

第八届全国大学生广告艺术大赛

THE EIGHTH NATIONAL
ADVERTISING ART DESIGN COMPETITION
FOR COLLEGE STUDENTS

作品名称: Free

作者姓名: 杨霞

指导教师: 苏畅

参赛院校: 成都理工大学

四川省大学生广告艺术大赛组委会

二〇一六年十月

IDEA™
中国大学生好创意

三等奖

四川分赛区

第八届全国大学生广告艺术大赛

THE EIGHTH NATIONAL
ADVERTISING ART DESIGN COMPETITION
FOR COLLEGE STUDENTS

作品名称：豹篇、猫篇

作者姓名：王璐

指导教师：吕南

参赛院校：成都理工大学

四川省大学生广告艺术大赛组委会

二〇一六年十月



三等奖

四川分赛区

第八届全国大学生广告艺术大赛

THE EIGHTH NATIONAL
ADVERTISING ART DESIGN COMPETITION
FOR COLLEGE STUDENTS

作品名称：拍照不尴尬,艾丽瘦一下

作者姓名：刘璟睿 陈梦嘉

指导教师：苏畅

参赛院校：成都理工大学

四川省大学生广告艺术大赛组委会

二〇一六年十月

 IDEA™
中国大学生好创意

三等奖

四川分赛区

第八届全国大学生广告艺术大赛

THE EIGHTH NATIONAL
ADVERTISING ART DESIGN COMPETITION
FOR COLLEGE STUDENTS

作品名称： 原来你也在这里

作者姓名： 李紫亭

指导教师： 苏畅

参赛院校： 成都理工大学

四川省大学生广告艺术大赛组委会

二〇一六年十月

 TM
中国大学生好创意

三等奖

四川分赛区

第八届全国大学生广告艺术大赛

THE EIGHTH NATIONAL
ADVERTISING ART DESIGN COMPETITION
FOR COLLEGE STUDENTS

作品名称: 《我不想》

作者姓名: 李佳

指导教师:

参赛院校: 成都理工大学

四川省大学生广告艺术大赛组委会

二〇一六年十月



三等奖

四川分赛区

第八届全国大学生广告艺术大赛

THE EIGHTH NATIONAL
ADVERTISING ART DESIGN COMPETITION
FOR COLLEGE STUDENTS

作品名称：《中国梦 我的梦》

作者姓名：李佳

指导教师：

参赛院校：成都理工大学

四川省大学生广告艺术大赛组委会

二〇一六年十月

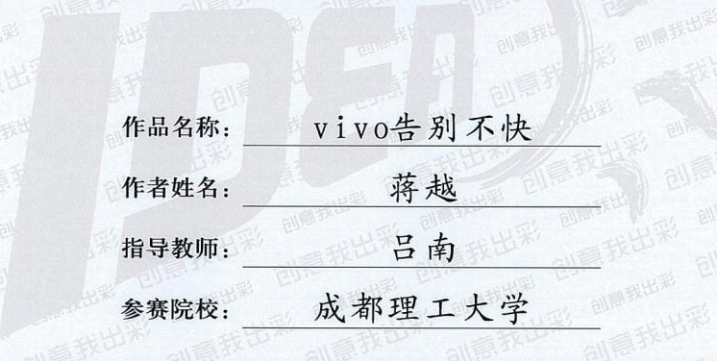


三等奖

四川分赛区

第八届全国大学生广告艺术大赛

THE EIGHTH NATIONAL
ADVERTISING ART DESIGN COMPETITION
FOR COLLEGE STUDENTS



作品名称: vivo告别不快
作者姓名: 蒋越
指导教师: 吕南
参赛院校: 成都理工大学

四川省大学生广告艺术大赛组委会

二〇一六年十月



三等奖

四川省大学生广告艺术大赛

SICHUAN PROVINCE
ADVERTISING ART DESIGN COMPETITION
FOR COLLEGE STUDENTS

作品名称： 一幅画， 一个故事

作者姓名： 姜欣玉， 杨鑫

指导教师： 曾恒

参赛院校： 成都理工大学

四川省大学生广告艺术大赛组委会
二〇一六年十月



三等奖

四川省大学生广告艺术大赛

SICHUAN PROVINCE
ADVERTISING ART DESIGN COMPETITION
FOR COLLEGE STUDENTS

作品名称：花儿艺术商城 向光女生篇、男生篇

作者姓名：姜欣玉 杨鑫

指导教师：苏畅

参赛院校：成都理工大学

四川省大学生广告艺术大赛组委会
二〇一六年十月



三等奖

四川分赛区

第八届全国大学生广告艺术大赛

THE EIGHTH NATIONAL
ADVERTISING ART DESIGN COMPETITION
FOR COLLEGE STUDENTS

作品名称: 美丽, 预见未来

作者姓名: 洪文浩

指导教师: 吕南

参赛院校: 成都理工大学

四川省大学生广告艺术大赛组委会

二〇一六年十月

™
中国大学生好创意

三等奖

四川分赛区

第八届全国大学生广告艺术大赛

THE EIGHTH NATIONAL
ADVERTISING ART DESIGN COMPETITION
FOR COLLEGE STUDENTS

作品名称: 《启力, 时刻开启你的动力》

作者姓名: 陈梦嘉

指导教师:

参赛院校: 成都理工大学

四川省大学生广告艺术大赛组委会

二〇一六年十月

™
中国大学生好创意

三等奖

四川分赛区

第八届全国大学生广告艺术大赛

THE EIGHTH NATIONAL
ADVERTISING ART DESIGN COMPETITION
FOR COLLEGE STUDENTS

作品名称： “擦” 去油脂

作者姓名： 曹姣 胡翰柔

指导教师： 苏畅

参赛院校： 成都理工大学

四川省大学生广告艺术大赛组委会

二〇一六年十月



三等奖

四川分赛区

第八届全国大学生广告艺术大赛

THE EIGHTH NATIONAL
ADVERTISING ART DESIGN COMPETITION
FOR COLLEGE STUDENTS

作品名称: 洁婷就是宠你

作者姓名: 阿尔阿加莫

指导教师: 苏畅

参赛院校: 成都理工大学

四川省大学生广告艺术大赛组委会

二〇一六年十月



二
等
奖
2

四川分赛区

第八届全国大学生广告艺术大赛

THE EIGHTH NATIONAL
ADVERTISING ART DESIGN COMPETITION
FOR COLLEGE STUDENTS

作品名称：我在人祖山遇见你

作者姓名：朱梦琦 王辰 吕娟

指导教师：苏畅

参赛院校：成都理工大学

四川省大学生广告艺术大赛组委会

二〇一六年十月



二等奖

四川分赛区

第八届全国大学生广告艺术大赛

THE EIGHTH NATIONAL
ADVERTISING ART DESIGN COMPETITION
FOR COLLEGE STUDENTS

作品名称：三九胃泰给你爱

作者姓名：夏瑞 李繁

指导教师：曾恒

参赛院校：成都理工大学

四川省大学生广告艺术大赛组委会

二〇一六年十月

™
中国大学生好创意



四川分赛区

第八届全国大学生广告艺术大赛

THE EIGHTH NATIONAL
ADVERTISING ART DESIGN COMPETITION
FOR COLLEGE STUDENTS

作品名称: 美莱医疗整容之走“zhou”了

作者姓名: 马静雯

指导教师: _____

参赛院校: 成都理工大学

四川省大学生广告艺术大赛组委会

二〇一六年十月



二
等
奖

四川分赛区

第八届全国大学生广告艺术大赛

THE EIGHTH NATIONAL
ADVERTISING ART DESIGN COMPETITION
FOR COLLEGE STUDENTS

作品名称： 犹抱琵琶难遮面

作者姓名： 黄雨丹

指导教师： 吕南

参赛院校： 成都理工大学

四川省大学生广告艺术大赛组委会

二〇一六年十月



二等奖
2

四川分赛区

第八届全国大学生广告艺术大赛

THE EIGHTH NATIONAL
ADVERTISING ART DESIGN COMPETITION
FOR COLLEGE STUDENTS

IDEA

作品名称： 不一样的SIZE，不一样的你

作者姓名： 黄卉

指导教师： 苏畅

参赛院校： 成都理工大学

四川省大学生广告艺术大赛组委会

二〇一六年十月

IDEA™
中国大学生好创意

二
等
奖
2

四川分赛区

第八届全国大学生广告艺术大赛

THE EIGHTH NATIONAL
ADVERTISING ART DESIGN COMPETITION
FOR COLLEGE STUDENTS

作品名称： 瘦很简单

作者姓名： 丁宁 李天月

指导教师： 苏畅

参赛院校： 成都理工大学

四川省大学生广告艺术大赛组委会

二〇一六年十月

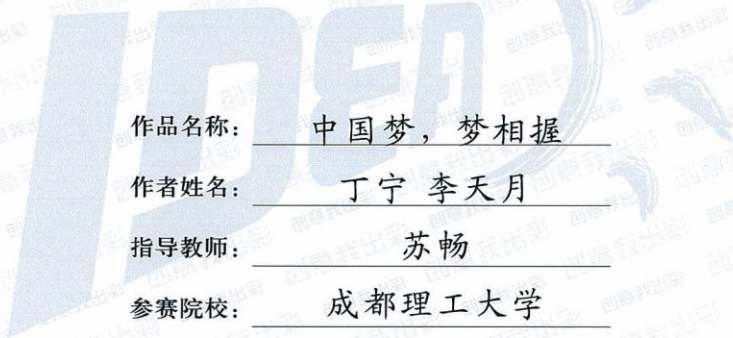


二
等
奖
2

四川分赛区

第八届全国大学生广告艺术大赛

THE EIGHTH NATIONAL
ADVERTISING ART DESIGN COMPETITION
FOR COLLEGE STUDENTS



作品名称： 中国梦，梦相握

作者姓名： 丁宁 李天月

指导教师： 苏畅

参赛院校： 成都理工大学

四川省大学生广告艺术大赛组委会

二〇一六年十月



二等
2

四川分赛区

第八届全国大学生广告艺术大赛

THE EIGHTH NATIONAL
ADVERTISING ART DESIGN COMPETITION
FOR COLLEGE STUDENTS

作品名称: 胃了你好
作者姓名: 程良 杨梓旋
指导教师: 徐春娟
参赛院校: 成都理工大学

四川省大学生广告艺术大赛组委会

二〇一六年十月


中国大学生好创意

二等奖

四川分赛区

第八届全国大学生广告艺术大赛

THE EIGHTH NATIONAL
ADVERTISING ART DESIGN COMPETITION
FOR COLLEGE STUDENTS

作品名称： 告别不快

作者姓名： 陈星宇

指导教师： _____

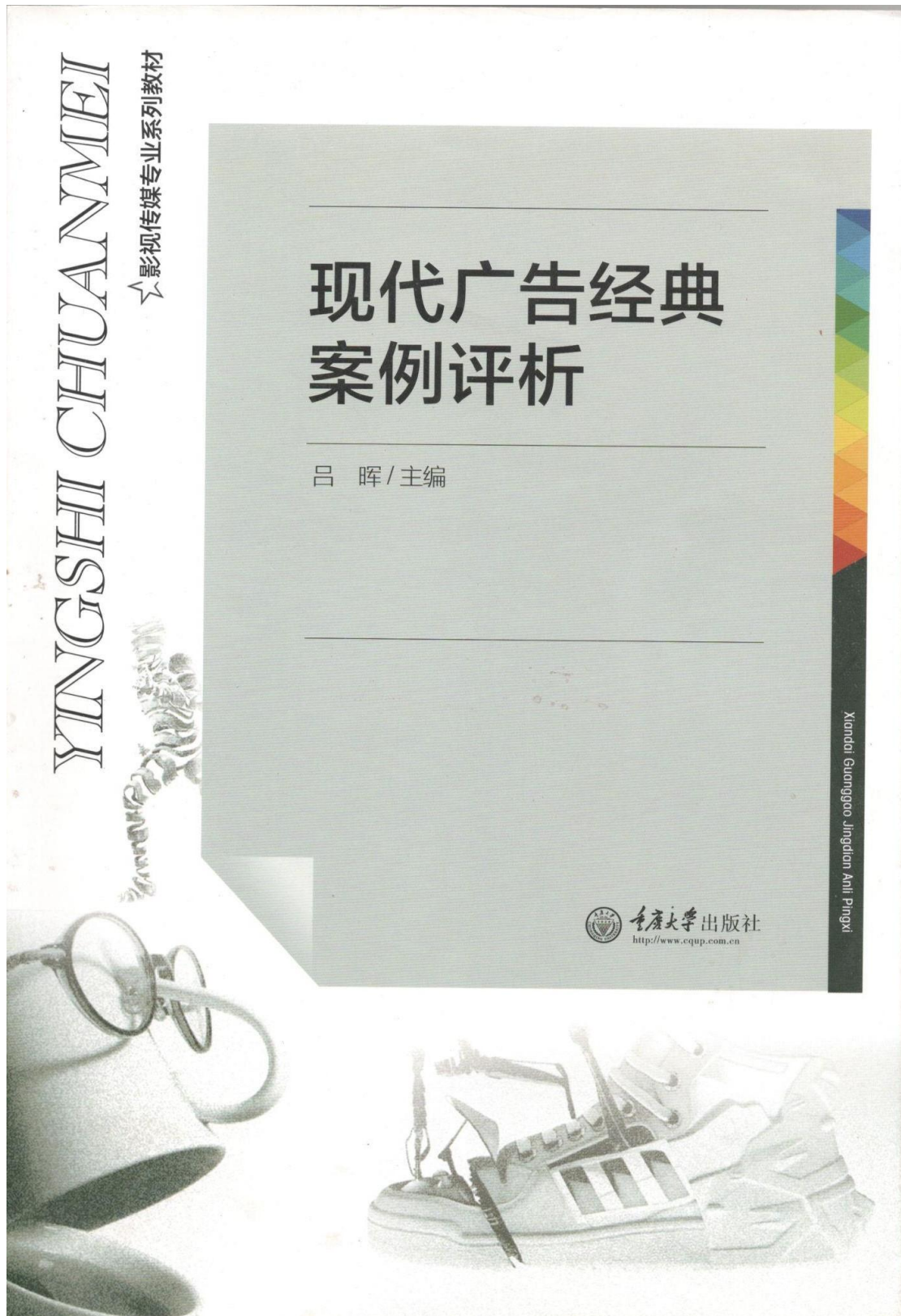
参赛院校： 成都理工大学

四川省大学生广告艺术大赛组委会

二〇一六年十月



附件四：教材及教学科研成果



图书在版编目(CIP)数据

现代广告经典案例评析 / 吕晖主编. —重庆:
重庆大学出版社, 2016.5
影视传媒专业系列教材
ISBN 978-7-5624-9743-1

I. ①现… II. ①吕… III. ①广告—案例—高等学校—教材 IV. ①F713.8

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第085391号

现代广告经典案例评析

主 编 吕 晖

策划编辑: 雷少波 向文平 陈 曦 唐启秀
责任编辑: 李桂英 姜 凤 版式设计: 陈 曦
责任校对: 邹 忌 责任印制: 赵 晟

*

重庆大学出版社出版发行
出版人: 易树平
社址: 重庆市沙坪坝区大学城西路21号
邮编: 401331
电话: (023) 88617190 88617185 (中小学)
传真: (023) 88617186 88617166
网址: <http://www.cqup.com.cn>
邮箱: fxk@cqup.com.cn (营销中心)
全国新华书店经销
万州日报印刷厂印刷

*

开本: 787×1092 1/16 印张: 15.75 字数: 326千
2016年5月第1版 2016年5月第1次印刷
ISBN 978-7-5624-9743-1 定价: 34.00 元

本书如有印刷、装订等质量问题, 本社负责调换

版权所有, 请勿擅自翻印和用本书
制作各类出版物及配套用书, 违者必究

本书特色

- 案例的经典性: 广告案例的选取力求做到经典、新颖, 兼顾到不同类型的广告。
- 案例的争鸣性: 广告案例的选取以优秀广告案例为主, 同时选取具有一定影响, 带有争议性的广告案例进行评析。
- 案例的前沿性: 案例的选取关注业界重视的新媒介广告形态, 如网络广告中的病毒式营销广告、微电影广告等。

从平面广告到电子广告, 从广告作品到策划提案, 汇集广告之精粹; 从优秀作品到争鸣作品, 从案例的精彩陈述到理论的深度解读, 呈现广告之魅力。

展现创意之精彩, 解读创意之奥秘!

创意就是力量!

Xiandai Guanggao Jiqinglan Anli Pingxi

ISBN 978-7-5624-9743-1



9 787562 497431 >

定价: 34.00 元

YINGSHI CHUANNMEI

☆ 影视传媒专业系列教材

广告文案写作 理论与实务

张 冰 / 主编

重庆大学出版社
<http://www.cqup.com.cn>

Guanggao Wenan Xiezuo Lilun yu Shiwu



图书在版编目(CIP)数据

广告文案写作理论与实务/张冰主编. —重庆:
重庆大学出版社, 2016. 4
影视传媒专业系列教材
ISBN 978-7-5624-9704-2

I. ①广… II. ①张… III. ①广告—写作—高等学校
—教材 IV. ①F713. 8

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 047504 号

广告文案写作理论与实务

主 编 张 冰

副主编 陈 卓 吕 晖

策划编辑:雷少波 向文平 陈 曦 唐启秀

责任编辑:李桂英 版式设计:陈 曦

责任校对:张红梅 责任印制:赵 晟

*

重庆大学出版社出版发行

出版人:易树平

社址:重庆市沙坪坝区大学城西路 21 号

邮编:401331

电话:(023) 88617190 88617185(中小学)

传真:(023) 88617186 88617166

网址:<http://www.cqup.com.cn>

邮箱:fxk@cqup.com.cn (营销中心)

全国新华书店经销

重庆市国丰印务有限责任公司印刷

*

开本:787mm×1092mm 1/16 印张:14.75 字数:256千

2016年5月第1版 2016年5月第1次印刷

ISBN 978-7-5624-9704-2 定价:32.00元

本书如有印刷、装订等质量问题,本社负责调换

版权所有,请勿擅自翻印和用本书

制作各类出版物及配套用书,违者必究

内容简介

本书为高等院校广告学及相关专业教材。全书对广告文案写作的理论和方法作了全面的阐述，同时列举和分析了大量经典案例，使学生能从理论和实践两方面掌握广告文案写作的基本原理与方法技巧。全书共十章，包括广告文案的概念、广告文案写作的语言与修辞、广告文案标题的写作、广告文案正文及附文的写作、广告口号的写作、平面广告文案的写作、广播广告文案的写作、电视广告文案的写作、网络媒体广告文案的写作、软文广告文案的写作等。每章开篇提出本章要点与学习目标，使学生明了学习重点与要求；每章末都有思考题和实训题，以帮助学生在实践中运用写作知识并提高写作能力。本书内容全面、框架合理、体系完整、操作性强。

Guanggao Wen'an Xiezuo Lulun yu Shiwu

ISBN 978-7-5624-9704-2



9 787562 497042 >

定价：32.00 元

● 杜仕勇

传媒教育的表面繁荣与内心焦灼



DOI:10.15997/j.cnki.qnjz.2016.34.031

传媒教育的繁荣景象

技术文明与教育文明循环促进,大众传媒在现代科技推进下已发展到各传媒业态互为衬托,内容、技术和终端互相融合的阶段。今非昔比,就连喻国明先生都感叹:传媒业从底层基础到规则、界面的具体表现形式都发生着巨大变化,不知未来会怎样。^①

传媒业已拓展到非常广泛的领域,传媒教育事业也因此蓬勃兴盛。从早先单一纯粹的“新闻教育”发展到多元化媒体信息生产与传播的全媒体教育,从学科教育转向传媒行业教育。新闻学、传播学、广告学、广播电视学、广播电视编导、媒介经营与管理、网络新闻学、播音主持、影视表演、摄影摄像、录音、动漫……传媒教育的专业划分越来越细,招生规模不断扩大。然而轰轰烈烈发展的背后,业界、学校、学生三方都

对目前的局面心存焦虑。

传媒教育“学”与“术”的纠结

以传统媒体为中心的传播仿佛已成过去,眼下正经历着“全新的替代式”的变化,旧的理论体系、模式、经验、概念和方法论都遇到了挑战,有的正被质疑和颠覆。尤其是全民参与传播后,新闻与谣言、信息与情绪、职业记者与“草根”并存,面对不费心计的“图像”、过度的娱乐、快餐式的碎片化阅读、泛滥的情绪暴晒,似乎传媒领域不学也无术。

而事实上,传媒业的发展是基于数据处理、电子通信和网络技术驱动的,同时也是艺术的传播,并传播着艺术。“技术”和“艺术”就决定了传媒“术”的特性;即便是以内容为王的传统纸媒,也已经进行了新技术的尝试和新渠道的开拓。技术发展一定程度自然会

形成体系,会被理性归纳总结,系统化了的技术与知识也自然成为该领域的学问。更主要的是人类信息传播活动蕴藏着博大精深的传播学道理,同时也与人类学、社会学、文化学、信息科学等相生相融,因此传媒教育需要传授的学问多得很。我认为最初的传媒教育设计是较合理的:职教系列重在技能培养,本科教育要求理论与技能并重,研究生阶段重在理论的深度和广度。然而现实的纠结在于:职业教育想增加传播理论以实现文化性,本科教育中技能实训环节有的是走过场,还需要加大投入,研究生教育却在加重行业实践能力,专业硕士便是如此。

复合应用培养的困境

传媒新技术和行业新环境要求有新的教学理念和人才培养体系来与之相适应,需要在全局视野下遵循教育信息传

总之,以马克思主义的“交往实践观”为指导,经过传播学“实践范式”转向的中介,我们的马克思主义新闻理论体系的建构路径也就清晰可见了:以新闻本质论、新闻关系论、新闻理想论这三大模块来搭建理论框架,每一模块内对研究内容进行升级换代,从而建设成一个更具包容力和普适性的理论体系——这就是我们的目标。

【本文为国家社科基金项目“马克思主义新闻理论体系建构的知识逻辑和创新路径研究”(项目编号:11BXW001)的成果】

注释:

① Nick Couldry(2004).Theorising media as practice.Social Semiotics, volume

14(2):115-132.

②【美】詹姆斯·W·凯瑞:《作为文化的传播》,华夏出版社,2005年版,第62页

③梅琼林:《走向传播哲学——提供一个传播学的学科反思视角》,《人文杂志》,2005年第2期

④曹频智:《论传播哲学研究在中国的兴起》,《求索》,2010年第3期

⑤【丹麦】克劳斯·布魯恩·廷森著,刘君译:《媒介融合:网络传播、大众传播和人际传播的三重维度》,复旦大学出版社,2012年版,第21页

⑥黄卫星:《“communication”:再思传播哲学》,《山西大学学报(哲学社会科学版)》,2013年第1期

⑦陈旭红:《德里达传播哲学及其方法论启示》,《吉首大学学报(社会科学版)》,2013年第4期

⑧孙玮:《从新媒体传达新传播:基于技术哲学的传播研究思考》,《暨南学报(哲学社会科学版)》,2016年第1期

⑨陈力丹:《精神交往论——马克思恩格

斯的传播观》,开明出版社,1993年版,第4页

⑩李欣人:《反思与重构:西方传播理论的人学解读》,高等教育出版社,2011年版

⑪任平:《走向交往实践的唯物主义》,《中国社会科学》,1999年第1期

⑫任平:《走向交往实践的唯物主义》,《中国社会科学》,1999年第1期

⑬俞吾金:《主体际性、客观际性和主客际性——马克思实践唯物主义关系理论探要》,《河北学刊》,2007年第2期

⑭王南溟:《马克思哲学在何种意义上是一种实践哲学》,《马克思主义与现实》,2007年第1期

⑮邓涛 李静:《论改革视域下党报的发展路径》,《城市党报研究》,2010年第6期

⑯支庭荣:《实践新闻专业性 实现新闻公共性——基于马克思主义新闻观的视角》,《新闻与传播研究》,2014年第4期

(作者为烟台大学人文学院副院长、教授)

青年记者·2016年12月上

©2017 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net

播规律、工学并重，兼得审美与伦理、文化传承与创新、人格与社会融洽教育。有的学校提出了“素质为本，技能为用，学用贯通”的培养理念，值得借鉴。

但在与行业接轨、落实技能训练和实践教学环节中，情况就千差万别，不尽如人意了。条件好、机制灵活的学校建立了传媒实践群落、专业实训平台，有的则采取了“互助共建”模式。复合应用培养不再是几张桌子、几把椅子就能解决得了的，需要楼宇空间、机器设备、系统软件和网络平台，这些都需要数目不小的经费投入，更需要双师型师资的配备，对于新建传媒专业的学校来说不可能一蹴而就，需要一定的周期。毫不夸张地说，从项目申报到批准立项、建设、政府采购招标、安装调试、师资培训到位，学生都毕业好几届了。还有，高校传媒实验平台与业界操作平台的相关度、匹配度还不是很强，二者之间的良性互动还没有形成，经常是学校辛辛苦苦训练的技能，学生毕业后用不上或者业界早已升级换代了。

另外，功利的社会风气使得业界和学生都“只怕来不及”，这就与固有的专业和课程设置、通专结合的学校教育产生冲突。公共课、通识课、理论课遭受冷遇，专业技能课眼高手低、急于求成。传媒教育的“大跃进”与媒体需求的结构性和目标性矛盾仍然突出，业界急需上手快、后劲足且具有新媒体思维和技能的跨学科融合型人才，而学校则面临学科边界、教学模式、师资队伍及知识体系再造等诸多挑战，培养出来的人才脱离媒体实际，落后于且不适应于迅猛发展的传媒业，或转行或频繁跳槽，热门专业遭遇就业难。因此，复合应用型传媒人才培养目标的实现还需要各方面共同努力。

师资队伍建设遭遇尴尬

师资队伍是当前制约中国传媒教育发展的重大瓶颈。传媒行业是近些年在中国兴起的年轻行业，传媒师资要在

这么短的周期内成熟和丰富是不切实际的。而且，多数高校对教师的入门要求是具有博士学位，但该专业领域博士授权点少，于是更多的文学、史学、文艺学、语言学博士进入传媒教育领域。对于传媒教育而言，这些高学历教师和已有的高职称教师，知识体系不完全匹配或者已明显陈旧，是不适应传媒新技术、新业态、新观念的。年长的教师不想学，或学起来困难；年轻的教师迫于生计，如果进修学习，既要支付学习费用又要丧失上课得薪酬的机会，所以积极性也不高；业界精英、高端人才又多愿挤在平台好、机会多的京沪两地，中西部高校在人才引进上存在地域劣势；对于新媒体，学生反而比老师了解得多、使用得多、学得快，所以师资队伍是在尴尬中前行。另外，虽然一支粉笔一本书的教学时代已远去，但灌输式、照本宣科的教师还占一定比重，多媒体教学大多是将书本上的东西复制到屏幕上，教学效果不理想。

因此，如果不实行灵活的用人制度，不改革教师评价和绩效分配制度，延揽业界精英、引进高水平专家学者、完善师资队伍结构、提高教师的学术水平和专业能力就是空话。

传媒教育初心的彷徨

大众传媒从“传者中心”到“受众中心”，实实在在践行着“使用与满足”理论，甚至有“受众决定”趋势，“注意力市场”“眼球经济”被开发得红红火火，然而文化被弱化了，核心价值体系没有得到凸显，个人主义、实用主义、享乐主义、拜物主义逐渐盛行，一些媒体操守旁落，把关缺失、缺位现象时有发生，这就应该检讨传媒教育并对传媒教育提出更高要求，因为传媒和教育是引领社会前行的先头部队。

2016年，习近平总书记在党的新闻舆论工作座谈会上站在全局的高度，点明了新的历史阶段党的新闻舆论工作的职责使命、关键定位和重大意义，为传

媒教育指明了目标和方向。在当前环境下，传媒教育要回归教育的本质，不仅要重视专业技能，更要重视能够升华技能的理论素养，重视学生的人格和内在在精神世界，避免技能与思想、道德的背离。发展传媒教育要不忘初心，培养学生正确的新闻观、传播观以及价值观，培养学生的协作精神、责任感与追求真理的勇气，深信坚守精神价值的意义，不能有太多的功利意识，不要太在乎各种评比、评估及学科排名。

公共传媒教育的缺失

当今是每个公民都与大众传媒发生紧密联系的社会，人人都是宣传员，“人人都有麦克风”。因此，除传媒教育之外，面向公众的传媒教育是一个不能回避的新课题，目前这一块是缺失的。增进公众对媒体及信息的认识、获取必要的传媒技能、提升媒介素养，培养人们对信息的鉴赏、分辨和选择能力，增强民众在信息受传过程中的责任意识、法律意识，使其免受负面信息的影响和不参与不良信息的传播，是公共传媒教育应肩负的历史使命和社会责任。

进行公共传媒教育的最好途径是利用大众传媒，大众传媒除了以身作则外，还可以开设专栏、专题等进行普及教育。社会组织也可以通过会议、讲座、活动、社区宣讲等形式发挥较好作用。各级学校是公共传媒教育的重要环节，应将其作为一种通识素养教育，或独立设课、或将内容渗透于思想政治教育等其他课程之中。

注释：


①刘胜男：《变革时代，传媒教育需要更强大的“定力”——专访中国人民大学新闻学院副院长喻国明教授》，《中国传媒科技》，2015年第3期

（作者为成都理工大学传播科学与艺术学院副院长）

受众视听 研究

SHOUZHONG SHITING YANJIU

杜伟勇 编著

 西南交通大学出版社

图书在版编目 (C I P) 数据

受众视听研究 / 杜仕勇编著. —成都: 西南交通大学出版社, 2016.1
ISBN 978-7-5643-4456-6

I. ①受… II. ①杜… III. ①视听传播 - 研究 IV.
①G206.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 314278 号

受众视听研究

杜仕勇 编著

责任编辑 罗爱林
封面设计 何东琳设计工作室
西南交通大学出版社
出版发行 (四川省成都市二环路北一段 111 号
西南交通大学创新大厦 21 楼)
发行部电话 028-87600564 028-87600533
邮政编码 610031
网 址 <http://www.xnjdcbs.com>
印 刷 成都蜀通印务有限责任公司
成品尺寸 165 mm × 230 mm
印 张 14.5
字 数 231 千
版 次 2016 年 1 月第 1 版
印 次 2016 年 1 月第 1 次
书 号 ISBN 978-7-5643-4456-6
定 价 55.00 元

图书如有印装质量问题 本社负责退换
版权所有 盗版必究 举报电话: 028-87600562

策划编辑 / 郭发仔

责任编辑 / 罗爱林

封面设计 / JADE HE

受众视听研究

SHOUZHONG SHITING YANJIU



ISBN 978-7-5643-4456-6



定价:55.00元



图书在版编目 (CIP) 数据

春天里的笃笃声 / 哩噜著; 鹿果绘. -- 天津: 天津人民出版社, 2016.5
ISBN 978-7-201-10283-2

I. ①春… II. ①哩… ②鹿… III. ①童话—作品集—中国—当代 IV. ①I287.7

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 077781 号

春天里的笃笃声

CHUNTIAN LI DE DUDU SHENG

哩噜 / 著 鹿果 / 绘

出 版 天津人民出版社出版
出 版 人 黄 沛
地 址 天津市和平区西康路 35 号康岳大厦
邮 政 编 码 300051
邮 购 电 话 (022) 23332469
网 址 <http://www.tjrmcbs.com>
电 子 信 箱 tjrmcbs@126.com

责任编辑 张 璐
特约编辑 赵子源
企 划 广州漫友文化科技发展有限公司
策 划 何海燕
装帧设计 林荣辉

制版印刷 深圳市精彩印联合印务有限公司
经 销 新华书店
开 本 889 毫米 × 1194 毫米 1/24
印 张 6
字 数 150 千
版次印次 2016 年 5 月第 1 版 2016 年 5 月第 1 次印刷
定 价 29.00 元

版权所有 侵权必究
如发现印装质量问题, 影响阅读, 请联系 020-87608715-321

森林里有一所大橡树学校，有善良的羊小绵、爱吹牛的胡说理、正义的虎威威、勇敢的熊小黑，还有很多有趣的小伙伴。它们做小法官、当魔术师、做小侦探……它们一起盖树屋、去恐龙洞探险……它们勇敢地探索着森林与自我，学会了创造与合作，懂得了保护朋友与家园，也思考了自由与梦想。它们在大橡树下，结下友谊，自由成长。

同系列推荐：



建议上架：儿童文学 | 童话故事



向日葵童书馆




漫友文化
策 / 划 / 出 / 品
定价：29.00 元

ISBN 978-7-201-10283-2



9 787201 102832 >

图书在版编目 (CIP) 数据

春天里的笃笃声 / 哩噜著; 鹿果绘. -- 天津: 天津人民出版社, 2016.5
ISBN 978-7-201-10283-2

I. ①春… II. ①哩… ②鹿… III. ①童话—作品集—中国—当代 IV. ①I287.7

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 077781 号

春天里的笃笃声

CHUNTIAN LI DE DUDU SHENG

哩噜 / 著 鹿果 / 绘

出 版 天津人民出版社出版
出 版 人 黄 沛
地 址 天津市和平区西康路 35 号康岳大厦
邮 政 编 码 300051
邮 购 电 话 (022) 23332469
网 址 <http://www.tjrmcbs.com>
电 子 信 箱 tjrmcbs@126.com

责任编辑 张 璐
特约编辑 赵子源
企 划 广州漫友文化科技发展有限公司
策 划 何海燕
装帧设计 林荣辉

制版印刷 深圳市精彩印联合印务有限公司
经 销 新华书店
开 本 889 毫米 × 1194 毫米 1/24
印 张 6
字 数 150 千
版次印次 2016 年 5 月第 1 版 2016 年 5 月第 1 次印刷
定 价 29.00 元

版权所有 侵权必究
如发现印装质量问题, 影响阅读, 请联系 020-87608715-321

附件五：广告系师生志愿服务乡村儿童公益活动材料



The image is a screenshot of a government website. At the top, there is a banner with the logo of '四川大邑' (Sichuan Dayi) and the URL 'WWW.DAY.GOV.CN'. The banner also features a scenic view of mountains and the text '鹤鸣乡' (Heiming Township). Below the banner is a navigation menu with items like '首页' (Home), '政府文件' (Government Documents), '办事指南' (Service Guide), '招商项目' (Investment Projects), '乡镇风采' (Township Highlights), '公示公告' (Public Notices), '工作动态' (Work Dynamics), and '乡镇概况' (Township Overview). A search bar is located on the right side of the navigation menu.

鹤鸣乡联和村开展小红马儿童会

编辑日期：2017-08-24 来源：鹤鸣乡 【关闭】

鹤鸣乡联和村开展小红马儿童会

8月24日，在联和村村委会，鹤鸣乡联和村开展小红马儿童会。经典诵读乡村公益行是小红马儿童会在四川成都大邑县联和村的第七年新开展的活动。在前面六年，小红马儿童会围绕家乡文化和艺术主题开展活动，活动形式多样，涉及到自然、手工、英语、民俗、绘画、摄影、户外实践等方面，旨在通过活动让一周回一次家的孩子能够认识家乡，爱家乡，爱小伙伴，使得这些最终很有可能离开故土前往城市的孩子，在文化活动和艺术活动中形成一种较深厚的乡土感情。

有了整整六年活动的沉淀，小红马儿童会在2017年3月开始每周一次的经典诵读计划，通过对经典书籍的一遍一遍的素读，孩子们用眼睛、嘴巴、耳朵充分吸收，在经典的浸润中，汲取前人的智慧，受到中华优秀传统文化的熏陶，博学于文，约之以礼。



在前面六年，小红马儿童会围绕家乡文化和艺术主题开展活动，活动形式多种多样，涉及到自然、手工、英语、民俗、绘画、摄影、户外实践等方面，旨在通过活动让一周回一次家的孩子能够认识家乡，爱家乡，爱小伙伴，使得这些最终很有可能离开故土前往城市的孩子，在文化活动和艺术活动中形成一种较深厚的乡土感情。



有了整整六年活动的沉淀，小红马儿童会在今年3月开始每周一次的经典诵读计划，通过对经典书籍的一遍一遍的素读，孩子们用眼睛、嘴巴、耳朵充分吸收，在经典的浸润中，汲取前人的智慧，受到中华优秀传统文化的熏陶，博学于文，约之以礼。

大邑县鹤鸣乡关工委

2017年8月27日



成都关心下一代工作委员会
关下一代，就是关心我们的未来

关工委概况 | 工作总结 | 联系我们

@成都关心下一代工作
委员会版权所有

备案号：902192121







经典诵读乡村公益行

让乡村儿童浸润在经典文化中，汲取前人的智慧，受用终身。

目标筹款/元

当前筹款/元

捐款人次/次

30,000

30,049

517

查看更多项目

项目

详情

进展

动态

互动



项目执行计划·诵读的秘密，隐秘生长

1.持续时间：2017年3月至12月每周星期天，每月4次，整年需保证40次活动落地。

2.活动地点：四川成都大邑县联和村乡村图书室

查看更多项目



王远根 (真名：王远根)

受助者的亲人, 农民

我是联和村的村民，感谢马儿们的无私奉献。坚持为孩子们能学到更多的知识而努力。



鹤鸣农夫 (真名：郑宏德)

受助者的项目参与者, 联和村村委会

小红马7年来进村80多次，志愿者为孩子带来了太多的情和爱！改变一名农村孩子会改变太多……感谢成长路有你们！



魂淡啊☐钟锐 (真名：钟锐)

受助者的学生, 千龙广告

项目发起人是我大学导师。工作内外淳教之情，公益之心使人景仰。言传身教感召之下，惟报以春晖寸草之心。



我了解项目，我有话说

附件六：学生综合素质技能展示及获奖证书



综合素质A级证书

刘昱伶同学：

经考核，符合四川省大学生“综合素质A级证书”制度标准。

特发此证

编号：2016 0268



荣誉证书

唐婷婷同学：

在二〇一四年度表现突出，被评为

优秀团干



荣誉证书

冯博博 同学：

你在二〇一四——二〇一五学年期间，表现突出，成绩优异，被评为

优秀学生

成都理工大学
二〇一五年十二月

荣誉证书

胡冬颖 同学：

你在二〇一四——二〇一五学年担任学生干部期间，综合表现优异，工作积极主动、成绩突出，被评为

优秀学生干部

成都理工大学
二〇一五年十二月

荣誉证书

孙思雨 同学：

你在二〇一四——二〇一五学年期间，表现突出，成绩优异，被评为

学习优秀奖

成都理工大学
二〇一五年十二月

荣誉证书

周 琴 同学：

你在二〇一四——二〇一五学年期间，表现突出，成绩优异，被评为

优秀学生

成都理工大学
二〇一五年十二月



中国大学生服务外包创新创业大赛组委会

序号	类别	队伍名称	所属院校	项目名称	姓名	身份	指导老师
458	B类中文赛题组	青之云	成都理工大学	机器视觉产品的研发与服务	刘昱伶	副队长	何兴杰
459	B类中文赛题组	青之云	成都理工大学	机器视觉产品的研发与服务	彭滢茹	队员	-
460	B类中文赛题组	青之云	成都理工大学	机器视觉产品的研发与服务	柳炳琦	队员	-
461	B类中文赛题组	青之云	成都理工大学	机器视觉产品的研发与服务	肖婷婷	队员	-

获奖证书



未来视觉科技有限责任公司

荣获第三届“创青春”四川青年创新创业大赛
暨第七届高校毕业生创业大赛

铜 奖



大学生微商营销模式及问题分析

胡翰柔, 徐柱杰, 曾 恒

(成都理工大学, 四川 成都 610059)

[摘 要] 大学生微商作为一个特殊的微商群体, 日益发展壮大, 成为微商从业群体中的主要组成部分。文章围绕大学生微商这一主体, 结合传统微商的营销模式, 全面剖析大学生微商的营销模式、各自存在的问题, 并对其独有的创新性进行了分析。同时, 针对现有问题提出理论建议, 以期对大学生微商的创新与发展提供一定参考价值。

[关键词] 大学生; 微商; 营销模式; B2C 模式

[DOI] 10.13939/j.cnki.zgsc.2016.48.062

1 前 言

微商是利用网络社交平台进行运营和管理的新型电商组织形式。大学生微商, 则是指从事微商的在校大学生群体。在国家鼓励青年人创新创业的时代背景下, 越来越多的大学生在学业之余选择从事微商, 不但能满足平日生活开销所需, 而且还可以将微商作为个人创业的第一步。

据相关调查显示, 2015 年大学生从事微商的人数已经占到微商总人数的 29.6% (来源: 易观智库), 在微商从业群体中占比最多。大学生微商已经成长为具有一定规模与组织的特殊电商群体。

大学生作为接受高等教育的群体, 且是社交媒体平台的重度使用者, 其微商营销既具有传统微商营销的共同点, 又独具自身的特殊性与创新性。

2 大学生微商营销模式

目前, 大学生微商营销模式主要有以下四类: 第一类, 做某一产品或品牌的校园代理, 甚至发展下线, 培养自己的团队; 第二类, 个人创业, 有自己的实体店, 主要将社交平台作为沉淀“粉丝”的途径; 第三类, 为众多公司的产品或品牌宣传, 销售成功后分得佣金, 类似于淘宝客; 第四类, 利用微店等平台成为正规微商。其中, 第一类校园代理是大学生微商最主要的营销模式。

这四种主要模式, 各自存在优势与问题。

2.1 代理分销模式

所谓代理分销模式, 指个体微商没有自己的产品, 而是代替企业 (一般为不知名的小企业) 转售商品。

代理模式在微商最初兴起时, 是大学生主要的微商模式, 一般称作校园代理。代理产品集中在服装、化妆品这类消耗品上。

在运营方式上, 校园微商代理主要通过不断加周边好友, 甚至通过贴吧、微博等社交平台寻找陌生人变成其潜在客户。在宣传方式上, 主要在朋友圈发布信息, 信息主要包括: 产品信息、交易记录、消费者反馈、煽动性的励志语言以及招募下级代理商等。

2014 年以来, 微商代理模式在大学迅速风靡。其原因有以下几点: 分销代理模式的营销主体是个人或小微团体, 没有时间地点限制, 资金门槛要求低, 因此能吸引大批想做兼职的大学生迅速加入; 大学生消费观念前卫, 且在校同

学、老师众多, 均可作为潜在客户; 线上线下结合, 多渠道沟通, 对产品的网络评价通过熟人传播, 可信度高, 销售更具个性化; 利润较高, 短期就有可观利润。

在微商萌芽阶段, 部分大学生通过此模式赚到第一桶金, 但经病毒式效仿后, 最终演变成“朋友圈卖面膜”的丑闻现象而饱受诟病, 这种模式如今日渐式微。究其原因, 主要有以下几点: 暴力刷屏引起亲友反感; 产品质量难以保障, 丧失诚信; 渠道过长导致价格远远高于价值; 市场混乱, 缺乏规范及监督机制; 甚至靠发展下线圈钱, 层层剥削, 出现“杀熟”现象。

由于当时并没有相关法律法规约束, 有的微商代理要求下级代理商缴纳大笔加盟费, 层层抽水, 变成了披着微商外衣的“合法传销”, 令许多下级代理商深受其害, 许多大学生校园代理也最终因亏损, 纷纷退出微商。

2.2 B2C 模式

这类模式的大学生微商大多已成立工作室或公司, 开发出了某种产品或服务, 而且已投入市场进行线下销售。他们更多将社交媒体平台作为产品或服务的形象推广手段, 将更多线上消费者吸引到线下门店进行体验和消费, 某些团队甚至会自主开发 App 来配合产品进行销售。

该模式以实体店为中心, 如大学生自主经营的外卖店、饮品店、美容店等来进行营销推广。大多采用扫描二维码、转发分享、派发红包等方式使消费者关注自己的微信公众平台, 通过优质服务与精准“粉丝”产生情感交流与维系。微信公众平台由团队共同经营, 微信推送内容大多结合时事热点来捆绑宣传自己的产品或服务, 有计划地配合相应打折促销手段, 引导客流进行线下消费。此种模式下的消费者忠诚度更高, 重复购买率也高, 而且良好口碑会促成品牌的良性发展。但仍应注意的是, 较之第一种模式, 该模式需要投入更多时间、成本与精力, 对大学生自身素质与能力提出更高要求。

此模式更贴近当代大学生创新创业的精神内涵, 不同于传统分销代理、发展下线的机械运作, 这是大学生运用自身理论知识与创业实践相结合的健康发展。

B2C 模式的不足之处在于, 将微信公众号当作宣传手段之一, 团队无法集中精力经营。如果缺乏良好的销售管理体系来规划整个渠道, 由于管理的不系统, 最终可能会导致整个渠道的失控。此外, 难以深度拓宽“粉丝”渠道。由于商品同质化现象严重, 如果推广初期不够标新立异, 那么就

很难引起目标消费者注意,使“粉丝”大量集聚。

2.3 “淘宝客”模式

这是另一种通过成交计费的代理模式,类似于淘宝客的微商。比较典型的是,美特斯邦威曾经与在自己店里买衣服的年轻人(一般都是大学生)合作,商家会给这些代理商一些接口,首先让他们领取一个属于自己的专属码,随后让其通过社交平台推荐代理商自己搭配的衣服,并贴上专属码。一旦有人通过这个专属码购买衣服,代理商会自动获得一定佣金。

在这种模式下,代理商并不是专门做某个产品的代理,他们本身就是生活中的“时尚达人”,对于服装的搭配或化妆品的使用等有自己独特的见解,能获得周围人的认可。因此,他们发布的朋友圈信息大多具有观赏性,对于服饰的搭配也有一定借鉴价值,不会引起过多反感。

但是,这种微商模式规模很小,获得的利润也较少,而且这些大学生代理商并不会花很多时间精力去经营,只是偶尔赚点零花钱,因此有较大局限性。

2.4 “微店”模式

近一两年来,微商中逐渐兴起一种免费开店的电商平台,即个人在基于移动端的应用 App,仅凭手机号码便可开通属于自己的店铺销售商品,如微店微店等。

微店主要的优势在于:大学生零成本开店,而且线上线下同步经营;操作简单,方便经验不足的大学生学习,不会占用过多学习时间;大学生可以根据微店数据分析本店经营状况,从而调整未来营销策略;微店拥有更多盈利渠道,介绍开店、发展分销商等都可以获取利润。

而微店的劣势在于:微店产品传播范围及成交量有限,朋友认可的产品才能有好的发展机会;顾客看不到实物,存在不信任感,顾客开发初期较为困难。

3 建议

针对大学生微商营销模式发展中的不足,提出以下建议。

首先,选择适合的商品推销。许多大学生微商一味追求

经济利润,盲目听信他人经验,导致销售假冒伪劣的“三无”产品,造成亏损。选择适销对路的正规产品既降低个人风险,又适于大学生营销推广。

其次,创新营销模式,提高核心竞争力。微商竞争激烈,大学生更要依靠自身创新意识、学会自我分析,比如提高文案功底与营销能力等。善于趋同的营销模式中独创自身经营特色,提高核心竞争力。

最后,发挥“粉丝”力量,树立自身良好口碑。微商立足于诚信。“粉丝”如果愿意为自己转发推广,这会远比自己暴力刷屏更为有效,而且会让自己在其他潜在客户中获得认同感,与其他微商相区别。

4 结论

通过此次调查研究,本文对大学生微商营销模式做出详尽分析,从现实角度分析了大学生在从事微商时出现的问题,并提出针对性建议。对于大学生微商创业者来说,要平衡创业和学习的关系,把握微商营销的前沿动态,不断实践与创新,最终形成科学的微商营销体系。从而推动校园微商,甚至是整个微商行业的良性发展。

参考文献:

- [1] 张国强. 微信的现状和问题研究 [D]. 成都: 四川省社会科学院, 2014.
- [2] 翁鑫哲. 基于微商的发展现状预测微商未来的发展 [J]. 商场现代化, 2015 (3).
- [3] 秦倩. 网络营销渠道与传统营销渠道整合策略 [J]. 经营管理者, 2015 (8).
- [4] 钱玉娟. 微商风靡背后 [J]. 中国城市经济, 2014, 21 (1): 68.
- [5] 纪妙, 王明宇. 微商行业分析报告 [J]. 中国商论, 2014 (22).

【作者简介】胡翰柔(1995—),女,汉族,四川成都人,学生,本科。研究方向:广告学;徐柱杰(1995—),男,汉族,四川万源人,学生,本科。研究方向:广告学;通讯作者:曾恒。

茶艺在川茶品牌传播及塑造中的作用

◎刘昱伶 刘原睿 丁宁

摘要: 在我国传统文化当中,茶艺是茶文化的一个重要组成部分,当前阶段,我随着市场经济在我国不断发展,人们对物质生活提出了更高的要求,茶艺也就逐渐走进了人们的日常生活。同时我国幅员辽阔,许多地方都适合产茶的生成,在漫长的时间内,逐渐形成了多种茶叶品牌,川茶就是其中之一。在本文中,笔者首先介绍了茶艺的具体内容,并以此为基础论述了茶艺对川茶品牌的传播及塑造作用。

关键词: 茶艺;川茶;品牌;传播;塑造

1 引言

茶艺最初起源于我国的唐宋时期,在明清时代达到了鼎盛时期,具有着悠久的历史。同时茶艺与我国的民族特征与传统哲学之间存在着一定的共鸣,从而导致了茶艺在我国的不间断传播。同时我国也是一个产茶大国,四川也是我国较为重要的产茶基地,例如峨眉竹叶青在国内外享有较高的声誉,久而久之就形成了独立的体系,川茶品牌也逐渐形成,茶艺与川茶之间存在着天然的联系,二者之间相辅相成,在当前的新常态经济背景之下,我们可以充分利用茶艺的优势来促进川茶的品牌传播与塑造。

2 川茶茶艺发展研究

茶艺本是过关于茶叶的冲泡技术以及茶文化在发展过程当中受到传统文化影响而不断发展起来的一种艺术,茶艺不仅是陶冶情操的重要方式,也是联系情谊的重要纽带,也是包含我国传统文化的经典国粹,茶艺在我国的传播范围较广,解放之后,茶艺作为带有一定资产阶级情调的生活方式,受到了一定程度的打击,直到80年代,随着改革开放的不断深入,人们生活水平的不断提高,茶艺才又重新回归人们的生活,川茶也是在这样的背景之下才逐渐开始发展起来的,四川盆地以山地居多,气候湿润,雨水充沛,非常适合产业的生长,同时四川也是我国茶叶经济与茶文化的发祥地之一,在四川,饮茶有着广泛的群众基础,大街小巷中遍布着各种各样的茶馆,这就为茶艺的发展提供了肥沃的土壤。

在90年代初期,台湾地区的茶艺开始渗入到四川,让四川的茶客们打开眼界,人们开始认识到喝茶也可以如此讲究,一时之间在四川兴起了茶艺的风潮,在此之后,四川开始出现各种各样的茶馆,同时各种不同风格的茶艺开始在四川融合发展,到上个世纪90年代,川茶逐渐产生了自己所独有的茶艺,如陈永田一壶两茶的冲泡引起了人们的广泛关注,自此之后川茶开始形成独特的品牌形象,开始走向全国,得到了广泛的传播。

3 川茶的品牌现状

川茶具有着悠久的发展历史,自古就有“蜀中茶圣”之美誉,在上个世纪80年代,川茶曾经辉煌一时,但是自90年代末开始,川茶由于品牌意识较差,开始逐渐被其他系列的茶叶品牌挤占市场,如今,川茶又开始强势崛起,在全国范围内的产业市场上都占有一定的市场份额,在产业产业的布局中占有重要的地位,但是总体上看,川茶的全面崛起还存在着一定的问题,而其中最关键的问题就是川茶的品牌知名度较差,无法与市场上的其他品牌的茶叶展开公平的竞争,根据市场调查发现,大多数人对西湖龙井、黄色毛峰、武夷山大红袍等茶叶较为熟悉,峨眉竹叶青作为川茶中的代表,具有较高的品质,但是在市场上却并没有较高的知名度,因此,当前阶段川茶要想重新占领市场,其品牌的传播与塑造已经势在必行。

4 茶艺对川茶品牌的传播与塑造

4.1 利用茶艺的文化属性增强川茶的文化内涵

茶艺不仅仅是一种生活方式,也代表着我国的传统文化内涵,在长远来看,一个缺乏文化内涵的品牌必然会无法形成品牌凝聚力,也就无

法实现其品牌在时间与空间上的传播,更谈不上塑造自主品牌,而茶艺这种艺术形式与川茶有着天然的联系,因此,可以通过茶艺来增强川茶的文化内涵,例如,在茶叶销售商在进行茶叶销售时,可以通过茶艺表演的方式来为川茶注入更多的文化内涵,通过文化的传播,带动川茶品牌的传播。

4.2 利用茶艺的群众基础提升川茶的品牌知名度

从全国范围来看,茶艺有着广泛的群众基础,广州的功夫茶艺到杭州的龙井茶艺,都受到群众的广泛欢迎,在川茶的品牌建设过程中,如果能够充分挖掘茶艺的群众基础,在川茶的销售渠道中不断加大茶艺的投入,必然能够通过茶艺的群众基础,提升自主的品牌知名度,同时,在进行茶艺表演时,可以创新式的加入川茶的元素,尽最大的可能塑造川茶的品牌形象。

例如,作为川茶的龙头企业,龙都香茗茶业集团与峨眉山茶叶公司,都将茶艺纳入到公司的发展战略当中,先后在投入了大量的资金进行茶艺培训与开发,同时还将企业的品牌融入到茶艺中去,茶艺中所使用的器具都带有公司的标志,利用一切机会在群众面前塑造自己的品牌形象,通过这种方式,以上两家公司充分利用了茶艺的群众基础,实现了品牌的塑造,从而为企业的发展赢得了宝贵的机会。

4.3 茶艺提升了川茶广告宣传的效率

当前阶段广告是企业传播与塑造品牌形象的一个重要措施,但是在现代人的日常生活中充斥着太多的广告,从现实的大街小巷到虚拟的网络世界,人们都被广告所包围,这就在一定程度上导致了人们对广告的抵触情绪,从本质上来说,茶艺表演也具有一定的广告效应,但是茶艺的广告属性与特征并不鲜明,同时由于茶艺的趣味性,不仅不会引起人们的抵触,还会引起更多的人关注,从而在潜移默化中起到了广告的作用。

5 结语

在本文中,笔者首先对茶艺在我国的发展进行阐述,同时分析了当前阶段川茶品牌所面临的问题,最后得出了当前阶段,茶艺对川茶品牌的传播与塑造作用,从上文的论述中我们可以发现,茶艺作为我国的传统国粹,对川茶的品牌传播及塑造具有重要的意义。

(作者单位:成都理工大学传播科学与艺术学院)

参考文献

- [1] 李少莎. 茶文化旅游研究 [D]. 四川师范大学, 2014.
- [2] 李瑜. 基于提升河南地域茶产品竞争力的品牌形象设计与营销策略研究 [D]. 天津理工大学, 2014.
- [3] 刘春雨, 彭磊, 王九九, 周珍, 居倪萍, 郝宗普. 四川茶文化旅游发展对策 [J]. 现代商业, 2013, 25: 84-85.
- [4] 杨如. 试析川茶文化对川茶品牌的提升与促进 [J]. 中国集体经济, 2015, 30: 130-131.
- [5] 王烈超. 传承茶文化, 发展茶产业——以峨边“古羌茶艺传习所”为例 [J]. 包装世界, 2015, 05: 98-99.
- [6] 王琳. 龙都茶业作用 塑造川茶品牌——访四川省茶叶行业协会会长沈尚贵 [J]. 中国西部, 2014, 14: 102-103.