



广告学专业(本)

专业代码:561 主考院校:天津师范大学 开考方式:面向社会

序号	课程代码	课程名称	学分	课程类别	考试方式	备注
1	1180	中国近现代史纲要	2	必考	笔试	
2	1181	马克思主义基本原理概论	4	必考	笔试	
3	0049	俄语(二)	14	任选一门	笔试	
	0244	日语(二)	14		笔试	
	0359	英语(二)	14		笔试	
4	0560	传播学概论	6	必考	笔试	
5	0964	广告学教程	6	必考	笔试	
6	0965	整合营销传播	6	必考	笔试	
7	0966	中外广告史	6	必考	笔试	
8	0967	广播电视广告	6	必考	笔试	
9	0968	广告效果测定技术	6	必考	笔试	
10	4737	广告案例研究	6	必考	实践	
11 12	0495	现代管理学	6	任选两门,如不考公共外语再选三门	笔试	
	0630	中国文化概论	5		笔试	
	0655	消费者行为学	3		笔试	
	0969	广告媒介实务	6		笔试	
	0970	文化冲突与多元世界研究	4		笔试	
	4738	广告摄影实务	6		实践	
13	4739	综合作业	2	通过	实践	
14	4740	广告学毕业论文	0	通过	实践	

注:1. 考生在取得专业必修课程 30 学分以后, 可以进行“综合作业”。

2. 自 2008 年 10 月起, 公共政治课程调整为“中国近现代史纲要”和“马克思主义基本原理概论”两门课程。在原专业计划中通过的“毛泽东思想概论”可以顶替“中国近现代史纲要”课程; 在原专业计划中通过的“马克思主义政治经济学原理”可以顶替“马克思主义基本原理概论”课程。