

<<中美广告人才培养模式比较研究>>

图书基本信息

书名：<<中美广告人才培养模式比较研究>>

13位ISBN编号：9787516401606

10位ISBN编号：7516401609

出版时间：2012-9

出版时间：企业管理出版社

作者：范志国，李翠莲 著

页数：152

字数：150000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<中美广告人才培养模式比较研究>>

内容概要

《中美广告人才培养模式比较研究》在对中美两国的广告教育进行简要概述的基础上，从中美两国广告人才培养的构建基础(教育理念、培养目标与学科归属)、培养模式的实施途径(课程体系、教学方式方法与实践实习)、培养模式的实施者(师资队伍)、业界与学界的互动性等方面进行了比较分析。

范志国和李翠莲专著的《中美广告人才培养模式比较研究》通过比较分析可以发现，中国的广告教育在其发展进程中有着很深的“美国模式”的烙印，但又与美国存在一定的差距。期望本书通过对美国经验的解读，能对目前中国广告教育“反思”潮有所裨益。

<<中美广告人才培养模式比较研究>>

书籍目录

第一章 绪论

- 一、研究背景
- 二、研究意义和目的
- 三、研究思路
- 四、人才培养模式内涵的界定

第二章 中美广告人才培养概述

- 一、美国广告人才培养概述
- 二、中国广告人才培养概述

第三章 培养模式的构建基础比较

——教育理念、培养目标与学科归属

- 一、中美两国广告教育的教育理念和培养目标比较分析
- 二、中美两国广告学学科归属比较分析

第四章 培养模式的实施途径比较

——课程体系、教学方式方法与实践实习

- 一、课程体系比较分析
- 二、教学方式方法
- 三、实习与实践情况

第五章 培养模式的实施者比较

——师资队伍

- 一、美国广告教育师资状况
- 二、中国广告教育师资状况
- 三、比较分析

第六章 业界与学界的互动性比较

- 一、美国广告行业组织对人才培养的贡献
- 二、中国广告行业组织与教育的联系
- 三、比较分析

第七章 中国广告人才培养模式的思考

- 一、美国广告人才培养模式给我们的启示
- 二、广告观念的变化对广告教育的影响
- 三、构建复合型广告人才培养模式的思考
- 四、业界参与复合型广告人才培养的社会责任
- 五、研究展望：高校广告人才培养模式的创新与重构

附录

附录 美国部分大学广告学本科生课程表(中英文对照)

附录美国排名靠前的所大学广告学师资情况表

参考文献

后记

<<中美广告人才培养模式比较研究>>

编辑推荐

随着广告业的发展，广告人才培养需要不断地创新，对广告人才培养模式的研究也将是长期的课题。

本项目曾于2009年结题。

之后，课题组对相关问题进行了细化研究。

虽然课题组力图通过本课题的研究，为中国广告人才培养提供可资借鉴的经验。

范志国和李翠莲专著《中美广告人才培养模式比较研究》便是此项目所得出的理论成果。

<<中美广告人才培养模式比较研究>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>