

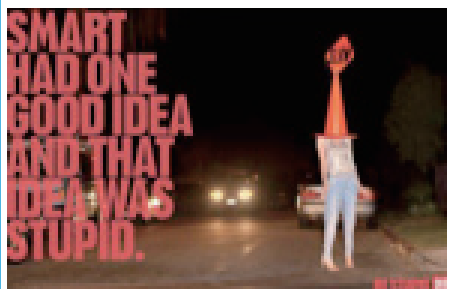
# 广告学



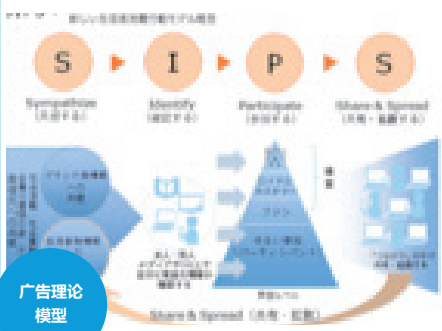
广告学硕士学科点面向当代媒体传播与创意中国大局，培养具有国际化视野的品牌策划、创意传播、媒体经营和公关管理等高级人才。毕业生能够独立从事广告运作、数字营销、沟通设计、公关策划等领域的专业水准和运作能力，并具备较强的专业理论水平和科研工作能力。

广告学硕士点与传播学硕士点、新闻学硕士点同属于我校新闻传播学一级硕士点（教育部 2010 年授予）。2014 年首届招生。广告学硕士点暂定三个研究方向：广告与品牌传播、广告与媒介经济和广告与公关策划。所有研究偏重国际环境和跨文化传播，培养复合型人才。

广告学硕士点是传媒学院 (SCHOOL OF MEDIA & COMMUNICATIONS) 核心研究生学位培养项目，立足于中国最发达的经济、文化和创意中心城市——上海，顺应全球经贸发展势头和数字媒体浪潮而建设的热门专业。



核心研究课程：广告传播研究、广告创意研究、广告媒体研究、广告营销研究、国际广告研究、广告品牌研究、广告与传播设计（英）、广告实践技能进阶。



学科点致力于推动学生掌握经典广告理论和业界广告模型前沿，具备调研和数据分析的能力，能够实证研究市场、媒介、受众和广告效果。

对数字时代广告与传播设计具有深度理解和创意策划能力，注重消费者体验和情感共鸣。熟悉 O2O 跨网广告融合、M2M 物件交互传播、整合情境广告。

广告学硕士点拥有一支长期从事广告策划与创意、品牌设计与推广、数字营销与传播的师资队伍。硕士点导师有中国广告教育研究会副会长、常务理事；央视和央企的广告策略顾问；国家级广告奖项评委；中青年导师均拥有博士学位、博士后学历和海外留学经历；在广告传播、品牌营销、媒体运作和公关策划等领域的研究处于国内领先地位。



交互广告传播

源自上海市重点学科的广告学本科专业创办于 1998 年，十多年来充分发挥了广告学专业特色和外语基础优势，为跨国广告公司、跨国企业、网络营销公司、国际媒体机构、政府和高等学校等培养了大批专业广告传播人才。2012 年，传媒学院获得国家级实验中心“媒体融合实验中心”的建设项目，这将为广告学的硕士和本科生培养，搭建一个高端实验操作平台。



广告学专业学生合影