

《广告创意与表现》

课程标准

执笔人：俞明

单 位：重庆工商职业学院传媒艺术学院

《广告创意与表现》课程标准

一、基本信息

课程代码		课程性质	专业必修课	建议学时/学分	80/5
适用范围		教学方式	(1) “教、学、做” 一体课堂面授教学 (2) 网络的线上教学。		
制订单位	学校	制订(修订)日期	2014 年 4 月	审批部门	传媒艺术学院
	企业	执笔人	俞 明、陈文 (艺术总监)	审核人	陈 丹、徐江

二、课程定位

本课程作为高职高专视觉传达艺术设计、装潢艺术设计类专业必修课,根据视觉传达专业领域和广告设计职业岗位(群)的任职要求,参照相关职业资格标准,在已素描、色彩、二维设计基础学习领域和文字设计与编排、广告策划等专业技术学习领域课程的基础上,通过本课程学习,使学生对该门课有系统的认识,了解广告的定义,熟悉现代广告的种类,熟悉创意思维的特征、掌握广告创意的基本思路和原则、常见表现手法等。在此基础上建立完整的平面创意广告理念,灵活应用到特定主题的创作中。通过教师对学生创意型思维的启发和训练,引导学生根植于自身的人生经历、文化背景,使学生具备独立进行合理的思维创意和与之匹配的的画面表达能力。

本课程的主要专业前置课程为素描、色彩、二维设计基础、CorelDRAW/ Illustrator 矢量图形制作、Photoshop 数码图像处理、文字设计与编排、图形创意、广告策划等,主要后续课程为电子刊物设计、包装设计、企业形象设计、品牌设计、毕业设计等。

三、课程目标

通过本课程的学习与设计实践,让学生理解广告设计的基本概念及其设计方法,了解广告创意与表现的发展历史及其一些主要的设计案例,以及广告创意与设计体系形成的原理,能够根据广告创意与设计的程序,进行市场调研与正确的设计定位,确定设计表达要素,具有从广告策划、创意关键词联想、广告画面执行、广告版面编排能力。

1. 知识目标

- (1) 了解广告发展史;
- (2) 了解和熟悉广告设计的基本概念,设计构成原理;
- (3) 了解广告字体设计,手绘常用广告字体的特性;

- (4) 了解广告插图设计的表现手法;
- (5) 了解广告版面编排方法;
- (6) 了解广告设计专业的从业环境。

2. 技能能力

- (1) 能熟练运用手绘创作插图的能力;
- (2) 能熟练运用 CorelDRAW/ Illustrator 矢量图形软件进行造型设计;
- (3) 能熟练运用 Photoshop 软件进行数码图像处理;
- (4) 会熟练运用版面编排原理对广告画面进行编排;

3. 能力目标

- (1) 能运用较好的逻辑性、合理性的科学思维方法。
- (2) 能进行创意思维及画面表达;
- (3) 能运用版式编排的实际环境中的表达;
- (4) 能较强的分析问题、解决问题;
- (5) 能清晰地制定工作计划;
- (6) 能进行查找资料、文献等,有效整合信息。

4. 素质目标

- (1) 在学习中具有较强的计划组织协调能力、团队协作能力;
- (2) 在学习中进一步开拓发展的创新能力;
- (3) 在学习中有良好的人际沟通和协调能力;
- (4) 在学习中具备敏锐的市场感知和洞察力。

四、课程内容

序号	任务模块	学习任务	学习情境内容	预期目标	建议学时
1	广告设计基础模块	广告概述	任务 1-1 广告的定义 任务 1-2 广告的发展史 任务 1-3 广告设计职业岗位与能力	(1) 准确理解广告的定义; (2) 了解广告的发展史; (3) 了解广告设计专业的从业环境。	6 (其中网络学时 2 学时)
2		广告策划	任务 2-1 广告策略定位 任务 2-2 广告策略表现形式 任务 2-3 广告策划案的撰写	(1) 准确理解广告策划的定义; (2) 掌握广告策划的基本原则; (3) 掌握广告策划的程序,能够撰写广告策划书。	10 (其中网络学时 4 学时)

3	广告设计创作领域模块	广告创意	任务 3-1 什么是广告创意 任务 3-2 广告图形创作方法 任务 3-3 广告创意表现手法	(1) 正确理解广告创意的概念、创意原则; (2) 掌握广告图形创作方法和规律; (3) 掌握广告创意的表现手法。	12 (其中网络学时 4 学时)
4		广告构成要素及版面编排	任务 4-1 广告设计的构成要素 任务 4-2 广告设计的版面编排	(1) 熟知插图、文字、标志、色彩在广告版面当中的重要作用; (2) 熟练掌握平面广告设计版面编排类型; (3) 掌握广告画面的统一视觉整体。	6 (其中网络学时 3 学时)
5		平面广告设计方法和步骤	任务 5-1 广告创意策略研讨 任务 5-2 创意头脑风暴——关键词提取 任务 5-3 广告创意表达——图形图像化创作 任务 5-4 广告文案——标题、正文创作 任务 5-5 广告版面编排完稿	(1) 体验广告创意策略形成过程; (2) 创意头脑风暴, 提取关键词, 激发创意; (3) 体验创意图形呈现的过程; (4) 熟练掌握广告画面执行与编排。	6 (其中网络学时 3 学时)
6	广告设计领域延伸模块	平面广告媒介	任务 6-1 招贴广告 任务 6-2 报纸广告 任务 6-3 杂志广告 任务 6-4 DM 广告 任务 6-5 户外广告	(1) 熟知招贴、报纸、杂志、直邮、户外广告特征; (2) 熟练掌握广告媒介在不同环境下的应用; (3) 掌握招贴、报纸、杂志、直邮、户外广告的设计要求。	12 (其中网络学时 6 学时)
7	广告实践领域模块	广告赛事的推介	任务 7-1 全国大学生广告艺术大赛 任务 7-2 时报金犊奖 任务 7-3 学院奖	通过以赛促教, 熟练掌握商业广告的诉求点与创意能力。	28 (其中网络学时 6 学时)
学时合计					80 (网络学时 28 学时)

五、课程资源

1. 基本学习材料

- (1) 重庆工商职业学院传媒艺术学院编制《广告创意与表现》课程标准 (Word)
- (2) 俞明编写的《广告创意与表现》(校本教材)
- (3) 俞明编写的《广告创意与表现》(电子教材)
- (4) 俞明等制作《广告创意与表现》教学课件 (PPT)
- (5) 《广告创意与表现》教学进程安排表 (Word)
- (6) 《广告创意与表现》课程考核实施办法 (Word)

(7) 课程重难点讲解辅导 (PPT)

(8) 《广告创意与表现》实践教学大纲

以上数字化学习材料来源网址:

<http://moodle.cqdd.cq.cn/enrol/index.php?id=20>

2. 参考学习材料

(1) 自编校本教材《广告创意与表现》，俞明编著

(2) 《广告策划创意》，张惠辛著，上海画报出版社，2006 年出版。

(3) 《世界著名广告作品分析》，许之敏著，经济科学出版社。

(4) 《平面广告创意经典》，冯斌、周建中、慕洋编著，辽宁科学技术出版社。

3. 拓展学习资源

(1) 中国广告设计网: <http://ad.cndesign.com/>

(2) 设计在线: <http://www.dolcn.com/>

(3) 视觉中国: <http://shijue.me/home>

(4) 中国艺术设计联盟: <http://www.arting365.com>

(5) 国家精品课程资源网: <http://www.jingpinke.com/>

4. 学习环境

(1) 校园面授学习环境

①配置多媒体设备的教室

②配置平面设计软件且一人一机的实训室

(2) 基于网络的线上学习环境

①数字化学习平台及相应的数字化学习资源;

②相应出口带宽的广域网环境或 DDN 专线局域网环境;

③网上学习支持服务平台及支持服务队伍。

六、课程考核

1. 本课程采用理论考核和实践考核的方式进行，其考核成绩分别占课程学业总成绩的 30%和 70%。理论部分考核学习者对广告设计基础知识的掌握情况，实践部分对学习者的设计能力的考核，严格的考核标准可以全面考核学习者的学习效果。

2. 理论考核方式具体分为课程考核（课堂或网上学习、课外学习、小组学习）和态度纪律考核（考勤情况、作业完成情况、主动参与相关学习讨论活动），其考核成绩分别占理论考核成绩的 60%和 40%。

3. 实践考核方式分为课堂实践考核（广告设计基础知识掌握情况、项目设计制作能力）和期末考核（综合项目表现能力），其考核成绩分别占实践考核成绩的 50%和 50%。

4. 学业考核总成绩达 60 分及以上者为合格，不合格者须进行期末课程结业补考或重修；

5. 参加过高职高专学校、普通本科学校、成人高等学校艺术计类专业、视觉传达类专业《广告设计》课程学习并经该学校考核取得合格成绩者或参加国家中级广告师资格考试并成绩合格者，经向学校申请并通过认证者可免修本课程，并以认证成绩替代本课程考核成绩。

七、教学建议

1. 由学校专业课程教师与行业企业经验丰富的广告设计专业人员 3-5 人共同组成课程教学团队，依据本标准制定本课程“教、学、做”一体化的教学设计方案、教学实施计划、教学日志，开发和丰富课程学习资源，研究运用相应教法、学法和评价方法及相应教学手段。

2. 根据学习者的学习条件和学习基础，灵活采用校园面授学习方式或基于网络的线上学习方式或线上学习与线下学习相结合的混合学习方式，但无论哪种学习方式，均必须强化相应的学习支持服务。

3. 注重教学过程的实践性、开放性、职业性和信息化环境构建，引导学习者在良好的学习环境中主动学习、自主学习、合作学习，既培养学习者的岗位职业能力又培养其职业发展能力。