
广告设计课程教学大纲

2020. 8. 1

第一部分 大纲说明

一、课程性质与任务

广告设计是“国家开放大学人才培养模式改革和开放教育”项目广告学（本科）两个方向的专业必修课程。本课程4学分，课内72学时。

本课程是广告学（本科）的一门重要的专业设计课程，具有很强的基础性、理论性和指导意义。首先，使学生深入浅出地了解广告设计的相关概念、知识原理和基础理论；其次让学生理解和掌握进行广告设计的基本方法和技能；指导学生提升设计实践的能力和水平。让学生在理解设计原理、研习设计方法、分析经典作品的基础上，灵活掌握广告设计的相关知识和广告设计策略及广告创意表现技巧，培养学生的广告设计观；同时为其进入工作岗位，顺利上手设计工作，胜任广告设计职位打下坚实的基础。

二、与相关课程的衔接、配合及分工

本课程体现了广告学（本科）专业注重实操性和理论性相结合的特点。其内容任务与一些必修课程有一定程度的关联，体现出本科教学体系的层次性。其先行课程包括：广告策划、中外广告史、广告心理学等。而“广告设计”是一门讲授广告设计的原理、基本方法、技能的课程，是设计专业核心课程，也是学生集中研习广告设计操作能力的重要课程。其后续课程有计算机三维设计等，让学生在深入了解广告设计专业基础的前提下，进行更复杂的三维相关软件的进一步学习。

三、课程教学基本要求

第一，通过本课程的教学，使学生了解并掌握：

1. 广告设计概念的界定、设计的目的、属性和分类。
2. 熟悉广告流程、明确广告设计与广告策略、定位的关系。
3. 掌握广告设计创意思维。
4. 熟练掌握广告设计的各种视觉要素，广告设计技巧与广告表现方法。

5. 了解不同媒介广告的特点。

第二,在教学过程中注意结合成功的设计作品进行赏析和设计实践操作相结合,不仅要让学生能够从感性的层面上更加深入地体会广告设计原理,更要从实践的层面上运用设计方法,从而加强动手操作能力,学以致用。

四、教学方法和教学形式

自主学习与各种辅导、指导相结合;个别学习、小组讨论、操作实践相结合;课堂指导与课堂实践相结合;理论学习与作业实践相结合;合理运用多媒体手段;结合设计作品赏析有意识的深化学生对与运用广告设计方法的理解,组织学生通过模拟和实践操作,体会广告设计的操作流程,灵活掌握广告设计方法。

五、课程教学要求的层次

知识性内容:按了解、认识、理解三个层次要求。

实践性内容:按观察、领会、掌握三个层次要求。

第二部分 媒体使用和教学过程建议

1. 学时分配

本课程 4 学分,课内 72 学时,其中建议面授 42 学时。教学时数具体分配参考下表:

序号	教学内容	学时分配 (面授)	学时分配 (自学)	形考 作业
1	第 1 单元 广告设计概述	2	1	
2	第 2 单元 广告设计的策略、定位与要求	5	5	
3	第 3 单元 广告设计的创意思维	6	6	
4	第 4 单元 广告设计的视觉要素——文字要素	6	4	
5	第 5 单元 广告设计的视觉要素——图形要素	7	4	
6	第 6 单元 广告设计的视觉要素——色彩要素	7	4	
7	第 7 单元 广告设计的视觉要素——版式要素	6	4	
8	第 8 单元 不同媒介的广告设计分析	3	2	
合计	学习内容共 8 个单元	42	30	5 次

2. 多种媒体教材的说明

(1) 本课程借用了如下教材：《广告创意实效》（黄军，江西美术出版社，2011.8 第一版）；《广告设计》（李有生、旷枚花编著，中国青年出版社，2013.2 第 1 版）；本课程网络课程、考核说明、大纲、形考作业等均以上述借用教材和网络课程为准。

(2) 2020 秋季启用上线运行网络课程，集合了如下媒体资源的综合优势和重难点：

- 借用的文字教材

- 微视频：讲解教师为广告设计课程团队的核心团队成员，教师们针对课程重难点结合案例分析讲授了 5-15 分钟不等的微视频课程。

- 案例图片：甄选网络的图片资源，以及来自金犊奖、莫比广告奖、戛纳广告奖等诸多知名广告比赛的获奖作品。

- 广告案例视频

- 其他网络精品资源共享（设计小白的创新工坊——智慧树网

<https://coursehome.zhihuishu.com/courseHome/2076951?from=singlemessage#teachTeam>）

- 团队教师们每个学期随课程推进讲授的教学活动资料和专题讲座，主要采用 ppt 课件、图片、文字结合等形式，作为辅助课程教学和学生学习的材料，不断更新和补充，突出设计学科特点，帮助学生更好地完善学习过程。并配合不同层次学生的不同学习需求，分为基础、巩固和提高等类别，提供辅导资料。

3. 教学环节

本课程原则上按以下环节进行教学。

(1) 教学要求明确课程性质及教学目标。

(2) 在网络课程指导下了解课程内容框架及学习方法，并安排教学进程。

(3) 根据网络课程的要求和讲授内容进行学习和拓展。增加感性认识，深入领悟并消化重点、难点。

(4) 面授辅导与答疑、根据大纲要求组织作品研讨等。

(5) 以网络课程为平台，开展网上教学，通过发布网上辅导，定期的教学活动和不定期网上答疑等解决教学过程中的问题。

(6) 以网络课程为平台，按照教学进度和要求进行形成性考核，课程学习结束进行综合考评。

第三部分 教学内容和教学要求

第1单元 广告设计概述

1. 教学内容:

1	广告及广告设计的概念
2	为什么做广告
3	广告的本质
4	广告设计的类型
5	广告设计的功能
6	广告设计的运作流程
7	广告设计师应具备的能力

2. 教学要求:

了解：广告设计的概念、类型、功能、运作流程等相关知识；广告设计师应具备的相关能力，平时有意识的加强相关能力培养

理解：广告及广告设计的基本概念、功能、本质；商业、文化、公益广告设计的区别。

分析：对广告设计作品进行评析，培养对广告设计作品的鉴赏能力。

第2单元 广告设计的策略、定位与要求

1. 教学内容:

1	广告设计在广告运作流程中的位置
2	广告策划和广告设计的关系
3	广告设计策略
4	广告设计定位

2. 教学要求:

了解：广告设计在整体广告运作流程中的位置，广告设计与广告策划的关系，广告设计策略、定位等方面的相关理论知识。

掌握：掌握广告设计策略制定原则与设计定位方法。以广告设计策略、设计定位的方法、广告设计要求为指导，模拟与体会广告设计实践。

应用：从广告策略、市场定位、广告创意与设计等方面进行广告案例分析；

第3单元 广告设计的创意思维

1. 教学内容：

1	创意与思维的内涵
2	广告设计的创意原则、创意思维的内涵
3	广告创意相关重要理论
4	广告设计的创意思维与其表现手法

2. 教学要求：

了解：创意与思维的内涵、广告设计的创意原则、创意思维的内涵

理解：广告创意相关重要理论

运用：广告设计的创意思维与其各种表现手法，并能够分析出作品所采用的手法；以广告设计的创意原则为指导，灵活综合运用各种表现手法进行广告创意与设计。

第4单元 广告设计的视觉要素——文字要素

1. 教学内容

1	文案
2	字体设计
3	公司名称

2. 教学要求：

了解：文案所包含的内容，字体设计的原则和方法、公司名称的作用和设计原则

掌握：广告字体设计原则的作用、方法，广告文字的编排的技巧。能结合实操，运用上述原理和方法进行文字要素的实践，进行广告字体设计。

第5单元 广告设计的视觉要素——图形要素

1. 教学内容：

1	图形的重要性和优势
2	依据视觉表现形式分类及其特点：具象图形、抽象图形、综合图形
3	图形创作类型：摄影图片、绘画图形、装饰图形、综合图形。
4	广告创意常用图形手法
5	标志图形的展现与运用

2. 教学要求：

了解：广告设计中图形的重要性和优势；图形依据视觉表现形式分类及其特点；广告图形据视觉表现形式分类及其特点；标志图形的展现。

掌握：广告创意图形设计手法。能结合实操，运用上述原理和方法进行图形要素设计的实践，进行广告设计。

第6单元 广告设计的视觉要素——色彩要素

1. 教学内容：

1	色彩要素的重要性和优势
2	色彩基础知识
3	色彩的感觉
4	各种色彩的象征意义

2. 教学要求：

了解：广告设计中色彩要素的重要性和优势；色彩的分类方法和特点

理解：色彩基础知识和基本原理；色彩三要素。

掌握：能够准确把握色彩的感觉、各种色彩的特点和象征意义。能结合实操，运用上述原理和方法进行色彩要素设计的实践，进行广告设计。

第7单元 广告设计的视觉要素——版式要素

1. 教学内容：

1	版式设计的定义
2	广告版式设计重要性
3	广告版式设计的空白率
4	平面设计中版式设计的一般原则
5	广告版式设计的总体原则
6	广告版式设计的常见形式

2. 教学要求：

了解：版式设计的定义、广告版式设计重要性

理解：版式设计一般原则；广告版式设计的总体原则；广告版式设计的空白率的含义和作用；平面设计中版式设计的一般原则、广告版式设计的总体原则。

掌握：能结合实操，以平面设计中版式设计的一般原则、广告版式设计的总体原则为指导，合理把握空白率和视觉主次关系，灵活运用不同的广告版式设计形式完成设计作品。

第8单元 设计的创作论不同媒介的广告设计分析

1. 教学内容：

1	直效广告设计
2	报纸广告设计
3	杂志广告设计
4	户外广告设计
5	其他媒介的广告设计

2. 教学要求：

-
- (1) 了解平面广告的基本分类
 - (2) 理解和准确分辨各类型平面广告的定义、优缺点、设计原则。
 - (3) 赏析各类媒介广告案例
 - (4) 根据不同的媒体特点设计广告

第四部分 课堂教学建议

1. 系统学习并重视实践练习。本课程需要在接触大量作业练习和模拟任务实践的基础上深入对广告设计方法和相关知识的认识与体会,教学中应该注意积累和分析设计作品和实践操作练习,以及小组协作,避免空洞的纯知识教学。

2. 在练习过程中需要在老师的组织下进行学生小组讨论或演示,模拟案例任务进行设计流程的模拟与设计方法的实战体会。

3. 紧密联系教学实际,因材施教。力求联系学生的兴趣、需求和实际能力,教学联系实际有助于增加构成课程的吸引力。

4. 充分利用网络课程,指导学生顺利、按时、高效的完成学习任务,并且按时完成形成性考核任务。

5. 重视学习伙伴之间的交流和研讨,引导学生利用自身经验并在与他人的多边交流中深入学习和掌握课程知识内容。