

《广告设计应用社会实践调查》

教学大纲

一、课程基本信息

课程类型	总学时为学时数	<input checked="" type="checkbox"/> 理论课（含上机、实验学时）			
	总学时为周数	<input type="checkbox"/> 实习 <input type="checkbox"/> 课程设计 <input type="checkbox"/> 毕业设计			
课程编码	7251421	总学时	1周	学分	1
课程名称	广告设计应用社会实践调查				
课程英文名称	Investigation on social practice of Advertising design application				
适用专业	视觉传达设计				
先修课程	无				
开课部门	建筑与艺术学院艺术设计系觉传达设计方向				

二、课程性质与目标

广告设计实验课程为艺术设计专业平面设计方向的重要专业设计实践课，是广告设计教学的核心内容之一，主要是通过社会实践的形式，探讨广告的创意设计和艺术表现，以及与社会品牌服务相结合的教学。其意义和作用在于，针对不同媒体的特性进行剖析，培养学生的观察、创造性和思维能力，使学生通过对广告设计理论及技能的学习，为将来的广告设计开拓新的探索思路。

课程目标 1: 通过结合各种典型实例，讲述的广告设计理论与技术及设计实践练习，使学生了解广告设计语境表达及图形概念的提炼、文字信息的编排、广告行业及行业发展的最新方向，同时了解广告设计在整个商业系统中的作用。

课程目标 2: 学生应能联系实际，发现与广告设计相关的问题并引申思考，从专业视角出发形成解决问题的方法。

课程思政目标: 通过广告设计实践，以爱国主义为出发点，以“红色文化”传承为导向，以设计赋能“红色文化”，探索“红色文化”的可再生设计方法，促进红色文化资源的永续发展。同时，激发学生爱国主义思想，培养学生的民族设计思维、设计意识，引导学生树立“以人为本”的设计理念和价值导向。

三、课程教学基本内容与要求

实践基本内容:

设计主题: 收集广告设计优秀作品

设计要求：

- 1、记录经典作品创作的立意、图形、版式、字体、色彩等应用；
- 2、概念、媒介形式、视觉计划及概念提取方式；
- 3、附带设计创意的文字简述。

实践基本要求：

- 了解：广告设计的概念、范畴和基本构成要素；
- 理解：广告设计表现的基本规律和风格特征；
- 掌握：广告设计语境表达及图形概念的提炼、文字信息的编排。

四、 教学设计与教学组织

本课程通过课程实践的形式，让学生了解和基本掌握广告设计的理论体系、策划程序、设计方法等。通过典型作业训练和辅导，使学生具备教广告设计能力和团队合作完成某项广告设计任务的能力。

五、 教材与参考资料

1. 教材

自编讲义《广告设计应用社会实践调查》

2. 参考资料

《广告创意大解码》，格兰格·格瑞芬，上海人民美术出版社，2012. 1, ISBN: 978-7-5322-7486-4

六、 课程考核方式与成绩评定标准

总成绩以百分制计算，满分 100 分。

大纲执笔人：王雪莹

大纲审核人：侯风斌

开课系主任：任永刚

开课学院教学副院长：白传栋

制（修）订日期：2021 年 8 月