# 

SJQU-QR-JW-033（A0）

# 【广告创意】

**【**Advertising  Creativity**】**

## 一、基本信息

**课程代码：**【 2030104 】

**课程学分：**【4】

**面向专业：**【广告学】

**课程性质：**【专业与专业特色】

**课程类型：**【实践教学课】

**开课院系：**新闻传播学院广告系

**使用教材：**【 《广告策划与设计》出版社：西安交通大学 作者：杨晓飞 】

**参考书目：**【《影视广告设计与制作---中国高等院校广告与设计系列教材》,作者:罗业云编著,

出版社:上海人民美术出版社。

《中国美术院校新设计系列教材:影视广告创意与制作》出版社:上海人民美术出版社。

《影视广告教程》是2008年11月1日高等教育出版社出版的图书，作者:苏夏。】

**课程网站网址：**

https://elearning.gench.edu.cn:8443/webapps/blackboard/content/listContentEditable.jsp?content\_id=\_12200\_1&course\_id=\_5580\_1&mode=reset

**先修课程：**【广告学概论，图像处理，视频采集，摄影基础】

## 二、课程简介

《广告创意》课程是立足于广告策略制定之后，大创意在构思以及制作环节的相关任务：包括品牌概念、公益观念在创意阶段和完稿阶段的执行和体验。课程主体除了创意思维的训练，还需要从多角度对创意表现展开演练，目的是为了有效地帮助广告学子将思维转换成符号，学习将想法变作品的能力。

广告创意教学主要是按“公益广告”与“品牌广告”两种不同的传播任务来操作。

公益广告创作以公德教育为目的，做的是公德心的建立与行为规范的指引。它各项任务的提出，是在物质需求不断膨胀下人类对自己的约束。因此不以讨好大众为出发，而是以传承和发展人类文明为专题，将生存环境保护，文化资源保护，国家经济发展与建设和谐社会作为工作目标。品牌广告的创意任务与公益传播任务不一样，它的诉求方式以及表现手法，是在市场激烈竞争的环境下，以消费者的欲望需求为始发，创作不同于其他的品牌性格，以便识别，建立印象，赢取消费者的心。广告创意教学重视策略与创意的衔接，重视品牌概念到大创意概念的提炼，重视训练为创意任务撰写创意简报、寻找大创意、完成大创意的能力。课程将通过大学生广告比赛，以赛促教、以赛促学的方式，由同学自主组队、选择命题及呈现方式，从平面设计、视频广告、文案策划等多形式全方位锻炼学生的创意提案能力及创意执行能力。

本课程建议课时数64，其中实践课时数32，共计4学分

## 三、选课建议

本课程适合广告学专业学生二、三年级学习，上本课程前应开设相应的计算机辅助设计及广告学概论等课程，以使学生有相应的视觉广告基础和创意策划能力及设计与制作能力。课程结束后可与高年级的实训实习结合，在实习实训中检验学到的知识与能力。

## 四、课程与专业毕业要求的关联性

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| L011 | LO111 | 倾听广告客户的需求和诉求点。 |  |
| LO112 | 能够熟练的阐述广告方案的意图，亮点,及时调整方案的陈述。 |  |
| L021 | LO211 | 学习和借鉴广告大师和成功案例为创意策划提供素材。 | ● |
| LO212 | 对新型广告创作应用技术进行延展学习和应用。 |  |
| L031 | L0311 | 能够进行广告创意联想。 | ● |
| L0312 | 具备广告文案创意、口号创意和图形创意的能力。 |  |
| L032 | L0321 | 具有进行广告发布、推广活动策划能力。 |  |
| L0322 | 熟悉活动的组织流程，具有活动的相关执行技术和能力。 |  |
| L033 | LO331 | 能进行广告文案、口号的写作。 |  |
| LO332 | 能进行各类维度的广告作品设计。 |  |
| LO333 | 能根据客户的反馈对广告文案和设计作品进行有效的修改。 |  |
| L034 | LO341 | 能够将广告设计方案转化为广告执行方案 |  |
| LO342 | 熟悉各类广告制作工艺和材料。 |  |
| LO342 | 具备广告现场执行的监理能力，沟通能力，协调能力。 |  |
| L035 | L0351 | 具备广告客户、业务开发和维护能力。 |  |
| L0352 | 具有广告消费行为、营销、广告客户心理等方面的基础知识。 |  |
| L0353 | 具备良好的品牌开发、传播的能力。 |  |
| L041 | LO411 | 遵纪守法：遵守校纪校规，具备法律意识。 |  |
| LO412 | 诚实守信：为人诚实，信守承诺，尽职尽责。 |  |
| LO413 | 爱岗敬业：了解与专业相关的法律法规，在学习和社会实践中遵守职业规范，具备职业道德操守。 |  |
| LO414 | 心理健康，能承受学习和生活中的压力。 |  |
| L051 | LO511 | 在集体活动中能主动担任自己的角色，与其他成员密切合作，共同完成任务。 |  |
| LO512 | 有质疑精神，能有逻辑的分析与批判。 | ● |
| LO513 | 能用创新的方法或者多种方法解决复杂问题或真实问题。 |  |
| LO514 | 了解行业前沿知识技术。 |  |
| L061 | LO611 | 熟练运用各类信息搜索软件和检索工具进行广告客户背景资料搜集 |  |
| LO612 | 熟练运用数据分析软件进行广告客户需求分析。 |  |
| LO613 | 熟练使用计算机，掌握常用办公软件。 |  |
| L071 | LO711 | 爱党爱国：了解祖国的优秀传统文化和革命历史，构建爱党爱国的理想信念。 | ● |
| LO712 | 助人为乐：富于爱心，懂得感恩，具备助人为乐的品质。 |  |
| LO713 | 奉献社会：具有服务企业、服务社会的意愿和行为能力。 |  |
| LO714 | 爱护环境：具有爱护环境的意识和与自然和谐相处的环保理念。 |  |
| L081 | L0811 | 具有良好的广告专业英语听说读写能力。 |  |
| L0812 | 能从4A公司和国外广告公司的案例中汲取经验。 |  |
| L0813 | 能引进世界先进水平的广告创意、执行和表现手段。 |  |

## 五、课程目标/课程预期学习成果

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **课程预期**  **学习成果** | **课程目标**  **（细化的预期学习成果）** | **教与学方式** | **评价方式** |
| 1 | LO211 | 能够独立学习，选择并概括总结优秀广告的案例。 | 通过对优秀案例的分析，使学生们了解创意方法，为选题创意提供思路 | 概括分析优秀广告创意案例，并以PPT的形式进行汇报分享。 |
| 2 | LO311 | 能够根据大赛选题和相关要求进行创意联想和创意执行 | 进行广告创意简报和创意制作。 | 品牌广告 |
| 3 | LO512 | 能够在创意与制作的过程中不断对自己的作品进行改进，使其成为一件优秀的广告作品。 |
| 4 | LO711 | 能够进行公益广告的创意与制作。 | 根据公益广告的要求，制作合乎时宜的具有正能量的公益广告。 | 公益广告 |

## 六、课程内容

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **单元** | **项目**  **（可转化为校内模拟情景）** | **子项目** | **工作任务（每个任务4课时每周次）合计15个教学周含上课地点和内容** | **能力要求** | **知识要求** | **项目质量标准** |
| 1 | 优秀广告案例总结及分享 | 资料搜集与分析小结、汇报分享 | 1-1分析时下优秀广告创意任务（教室内讲授方法）  12课时（10课时理论 2课时实践） | 1-1-1选择并分析优秀广告创意的能力 | 1-1-1-1市场调查的知识 | 掌握搜集素材的方式，利用网上资源和线下沟通的方式，撰写优秀广告创意PPT的任务，并能在课堂中与班级同学分享汇报。 |
| 1-1-2与团队成员沟通的能力 | 1-1-2-1交流语言和市场调研的基本知识 |
| 1-1-3 PPT制作及汇报分享的能力 | 1-1-3-1数据归类数据量化数据可视化的知识技术、 |
| 1-1-4 概括总结的能力 | 1-1-4-1广告创意的五种表现形态的基本知识 |
| 2 | 金犊奖作品创意简报及创意制作 | 金犊奖作品讲解及作品创意制作 | 2-1 金犊奖以往获奖作品讲解  4课时（2课时理论 2课时实践） | 2-1-1欣赏鉴赏金犊奖历年获奖作品及掌握其获奖的理由。 | 2-1-1-1理解金犊奖的量子创意学。 | 掌握将策略单的要求，转化为具体的核心创意点，并将核心创意点最终转为适合各种媒体展示的相关内容和符号。重视品牌概念到广告成品大创意概念的提炼过程。 |
| 2-2 掌握金犊奖风格，读懂策略单的要求。  4课时（2课时理论 2课时实践） | 2-2-1理解金犊奖策略单，能够给出不同的方案的能力 | 2-2-1-1 将策略单的要求转化为核心创意点。 |
| 2-3 根据策略单，提供创意简报。  4课时（2课时理论 2课时实践） | 2-3-1 能够根据不同的方案，提供适合媒体的创意简报。 | 2-3-1-1联想、发散性思考等方面的创新、创意知识 |
| 2-4 掌握由创意简报到创意完稿 。  4课时（4课时实践） | 2-4-1能够将核心创意点和创意闪光点等转为广告成品的能力。 | 2-4-1-1将核心创意点转为适合各种媒体展示表现的图形符号及文字内容。 |
| 3 | 公益广告比赛创意与制作 | 公益广告比赛讲解解读及制作公益广告。 | 3-1公益广告比赛以往获奖作品讲解  4课时（2课时理论 2课时实践） | 3-1-1欣赏鉴赏公益广告比赛历年获奖作品及掌握其获奖的理由。 | 3-1-1-1 公益广告的特色。 | 公益广告创作以公德教育为目的，制作公益广告需要通过相关宣传，吸引、感同身受，进而在言行举止上能够使人实际行动。因而在制作公益广告的过程中，公德心的建立与行为规范的指引至关重要。 |
| 3-2掌握公益广告比赛的风格，读懂策略单的要求。  4课时（2课时理论 2课时实践） | 3-2-1小组团队合作，头脑风暴。 | 3-2-1-1  公益广告创作以公德教育为目的，做的是公德心的建立与行为规范的指引。 |
| 3-3根据策略单，提供创意导线图。  4课时（2课时理论 2课时实践） | 3-3-1重视创意出笼，根据创意导线图，提供多方面的草图。 | 3-3-1-1能够将生存环境保护，文化资源保护，国家经济发展与建设和谐社会等相关因素，通过创意导线的方式加以体现。 |
| 3-4 掌握由创意导线图到创意完稿 。  4课时（4课时实践） | 3-4-1 掌握形式美，注重执行力，提交完稿。 | 3-4-1-1 将公德心和正确的行为规范通过广告成品充分展示。 |
| 4 | 大广赛作品创意简报及创意制作 | 大广赛比赛作品讲解及作品创意制作 | 4-1大广赛以往获奖作品讲解  4课时（4课时理论 ） | 4-1-1鉴赏大广赛历年获奖作品及掌握其获奖的理由。 | 4-1-1-1 大广赛“创意我飞跃”的理念。 | 大广赛以企业真实营销项目作为命题，与教学相结合，真题真做，了解受众，调研分析，提出策略，提案创意。通过线上、线下相关媒体投放，不仅提升学生实践能力，探讨创新；也能通过学生的作品使企业收获鲜活的有创意的作品，也建树了有活力的年轻品牌形象。 |
| 4-2掌握大广赛风格，读懂策略单的要求。4课时（4课时理论 ） | 4-2-1根据品牌的策略单，寻找大创意”，进而以大创意概念为中心开辟出不同路线 ，发现品牌的闪光元素。 | 4-2-1-1 品牌的闪光点、核心诉求点等 |
| 4-3 根据闪光点，提供创意简报及创意关联演绎。  4课时（2课时理论 2课时实践） | 4-3-1掌握创意的核心凸显及关联演绎的能力。 | 4-3-1-1创意初步合成，大创意控制下的系列发展 |
| 4-4 品牌广告成品  4课时（4课时实践） | 4-4-1运用组合各类素材、特效等进行图片文字编排设计、视频剪辑合成的能力 | 4-4-1-1综合运用图文编排技术和视频剪辑合成等知识 |
| 4-5 提案汇报  4课时（4课时实践） | 4-5-1 综合表达及提案阐释的能力 | 4-5-1-1 沟通交流的技巧知识。 |

## 七、课内实验名称及基本要求

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 实验名称 | 主要内容 | 实验  时数 | 实验类型 | 备注 |
| 1 | 优秀案例分析 | 收集整理及分析优秀广告创意案例，并以PPT的形式进行汇报 | 2 | 综合 |  |
| 2 | 金犊奖参赛作品 | 选择金犊奖奖比赛策略单并根据策略单进行创意及设计制作 | 10 | 综合 |  |
| 3 | 公益杯参赛作品 | 选择公益杯比赛策略单并根据策略单进行创意及设计制作 | 10 | 综合 |  |
| 4 | 大广赛奖参赛作品 | 选择大广赛比赛策略单并根据策略单进行创意及设计制作 | 10 | 综合 |  |

## 八、评价方式与成绩

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 总评构成（1+X） | 评价方式 | 占比 |
| X1 | 考勤，课堂展示及口头报告 | 20% |
| X2 | 金犊奖作品 | 20% |
| X3 | 公益广告作品 | 20% |
| X4 | 大广赛作品 | 40% |

撰写： 叶晶晶 系主任审核：

撰写： 叶晶晶 系主任审核：