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：**《广告设计》邢宏亮 河北美术出版社

**参考书目：**《广告创意解码》贝纳德·格塞雷，罗伯·埃伯格 著   中国物价出版社

《广告策划与创意》    蒋旭峰，杜骏飞 编著     中国人民大学出版社

《广告策划创意学》余明阳  陈先红  主编    复旦大学出版社**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

 广告创意课程从创意发生和创意表现的角度提出问题，根据广告创意的内在逻辑与外在表现设计为教学核心。通过文化、产业、日常生活形态的解读来探寻广告创意的深层动因和理论源起，注重在普遍的思维困境中揭示广告创意的基本规律，并结合个案细读和实务分析，有针对性地展开广告创意的训练。使学生能够了解和掌握创意发生的基本原理和方法。着重讲解广告的创意和制作，通过参加多个大学生广告比赛为主要验证方法，由同学自主组队和选择命题及呈现方式，从平面设计、视频广告、文案策划等多方面锻炼创意以及创意执行能力。

 本课程的目的是使学生全面、系统了解广告创意的理论和原则，认识广告创意的特点和规律，掌握广告创意的主要方法和相关技能。

1．系统了解广告创意的原理和规律，掌握广告创意与表现的方法与技能。

2．了解国内外广告创意与表现的一般状况和最新发展，正确认识国内外广告创意与表现的理论和经验。

3．理论联系实际，将广告创意与表现的原理和方法与广告创意设计大赛有机组合，引导学生进行广告设计与制作，培养学生的创造性，培养学生的广告创意与表现的能力，并引导学生从社会的、思想的、文化的、艺术的背景中理解创意、学习创意。

4．注重创意思维训练，结合比赛项目进行教学，提高学生的即时反应和灵活应变的能力，训练学生的创意提案和讲稿的能力，使其能适应广告公司的实际运作。

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 | 能根据选题要求进项创意构思 | 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 | 优秀广告创意案例分析不少于20个，以WORD或PPT的形式进行汇报 |
| 2 | LO311 | 能根据大赛选题和方案进行创意联想 | 课堂上运用头脑风暴的形式，创意策划并撰写创意策划书 | 大赛选题策划方案 |
| 3 | LO512 | 在设计与制作过程中能不断对自己的作品进行改进，使其成为一件优秀的设计作品 | 进行课堂设计指导作品在课堂上展示交流 | 大赛选题设计完稿 |

## 六、课程内容（标红为课程思政点）

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **单元** | **项目名称** | **课时数** | **能力及知识要求** |
| 1 | 广告创意概述 | 4 | 了解创意的概念以及不同创意的类型，了解创新和创意之间的联系和区别，了解广告创意的概念以及广告创意人的特点。熟悉广告创意流程再整个广告作业中的位置以及如何进行有效衔接 |
| 2 | 传播及受众变化 | 4 | 了解广告创意实则是信息经过创造性加工后进行传播，熟悉信息的流转模型（大众传播模型）；理解传者、受众、信息三者间的关系；重点了解受众中新受众的七种变化；理解并学会在创意中运用5W理论 |
| 3 | 好的广告创意 | 4 | 学习广告创意要把眼界打开——何谓好的广告！学会思考——为什么这是好的广告，明白好的标准是做好创意的第一步。了解并学会应用ROI理论来进行广告创意 |
| 4 | 公益广告 | 4 | 从公益传播立场出发，使广告作品在塑造品牌个性和宣传公益事业的同时，能够服务于物质文明建设和精神文明建设。了解公益广告的沿革；公益广告的创意要素；学会运用公益广告设计中的图像创意思维；理解公益广告的创意思维；学会运用公益广告的常用创意手法 |
| 5 | 品牌广告 | 4 | 从中国品牌建设立场出发，培养具有“敢为消费者的需求与欲望制造、销售和广告”的创造能力，使广告作品在塑造品牌个性和宣传公益事业的同时，能够服务于物质文明建设和精神文明建设 |
| 6 | 广告创意解码 | 4 | 了解广告创意构思的各项相互作用、考虑因素以及创作手法，并且学会运用之间的相互关系创意广告作品。理解广告创意是从传播学的观点出发，结合符号学与语言学的相关理论，学会运用角色关系、地位等的分析方法。理解20类广告传播模式，60种创意策略的技巧 |
| 7 | 汇创青春文创类比赛策略单讲解、讨论 | 4 | 通过本单元的教学，让同学们基本了解该奖项的范围。知晓本届汇创当前所发布的策略单，并根据策略单讲解每个主题的属性、定位和诉求，分析针对其产品/品牌可行的广告形式和手法，帮助同学们较好的理解策略单所阐述的内容。要求同学们在课堂上进行预选题并根据比赛组织方的规定做好分组工作 |
| 8 | 汇创青春文创类比赛制作 | 4 | 本次授课旨在让同学们完整的执行参赛作品的制作全过程。同学们要进行三个阶段的任务：创意讨论、设计与制作、成品。创意阶段，同学们要多进行师生和小组沟通，确定作品的方向、形式和内容；设计与制作阶段，根据选题和形式，进行草图绘制、脚本编写、框架搭建等先期工作，然后在不停地讨论和反馈下，进行正式作品的制作；成品阶段，按照比赛组织方的规定和要求，进行作品的后期调整 |
| 9 | 汇创青春文创类比赛作品改进及汇报、分析 | 4 | 在提出改进建议的基础上。能运用软件进行作品的进一步完善；能汇报创意作品的诉求点、表现方式、受众分析及传播模式、创意策略等 |
| 10 | 上海市大学生广告艺术比赛策略单讲解、讨论 | 4 | 通过本单元的教学，让同学们基本了解上海市大学生广告艺术比赛的大致沿革，了解该奖项的范围。知晓本届比赛当前所发布的策略单，并根据策略单讲解每个广告主的属性、定位和诉求，分析针对其产品/品牌可行的广告形式和手法，帮助同学们较好的理解策略单所阐述的内容。要求同学们在课堂上进行预选题并根据比赛组织方的规定做好分组工作 |
| 11 | 上海市大学生广告艺术比赛制作 | 4 | 本次授课旨在让同学们完整的执行参赛作品的制作全过程。同学们要进行三个阶段的任务：创意讨论、设计与制作、成品。创意阶段，同学们要多进行师生和小组沟通，确定作品的方向、形式和内容；设计与制作阶段，根据选题和形式，进行草图绘制、脚本编写、框架搭建等先期工作，然后在不停地讨论和反馈下，进行正式作品的制作；成品阶段，按照比赛组织方和广告主的规定和要求，进行作品的后期调整 |
| 12 | 上海市大学生广告艺术比赛作品改进及汇报、分析 | 4 | 在提出改进建议的基础上。能运用软件进行作品的进一步完善；能汇报创意作品的诉求点、表现方式、受众分析及传播模式、创意策略等 |
| 13 | 商业广告比赛作品讲解、分析 | 4 | 通过本单元的教学，让同学们学会分析所运作品牌的特点（包含消费者、竞争、优劣势、产品、渠道等）并根据分析内容确定属性、定位和诉求，分析针对其产品/品牌可行的广告形式和手法。要求同学们在课堂上进行广告诉求点及表现方法的制定。 |
| 14 | 商业广告比赛制作 | 4 | 本次授课旨在让同学们完整的执行商业广告创意作品的制作全过程。同学们要进行三个阶段的任务：创意讨论、设计与制作、成品。创意阶段，同学们要多进行师生和小组沟通，确定作品的方向、形式和内容；设计与制作阶段，根据选题和形式，进行草图绘制、脚本编写、框架搭建等先期工作，然后在不停地讨论和反馈下，进行正式作品的制作；成品阶段，按照广告主以及讨论设定的诉求点和要求，进行作品的后期调整 |
| 15 | 商业广告比赛作品改进及汇报、分析 | 4 | 在提出改进建议的基础上。能运用软件进行作品的进一步完善；能汇报创意作品的诉求点、表现方式、受众分析及传播模式、创意策略等 |
| 16 | 广告比赛作品回顾与讲解 | 4 | 1、作品的优点2、可改进的地方 |
| 注：关于比赛的项目内容根据学期中各项赛事所公布的时间节点定，故内容顺序会有略调 |

## 七、课内实验名称及基本要求（标红为课程思政实践点）

列出课程实验的名称、学时数、实验类型（演示型、验证型、设计型、综合型）及每个实验的内容简述。

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 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 | 汇创参赛作品 | 选择汇创青春文创类比赛并根据策略单进行创意及设计制作 | 10 | 综合 |  |
| 3 | 大广赛参赛作品 | 选择大广赛策略单并根据策略单进行创意及设计制作 | 10 | 综合 |  |
| 4 | 商业创意作品 | 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 |  |

## 八、评价方式与成绩

“1”一般为总结性评价, “X”为过程性评价，“X”的次数一般不少于3次，无论是“1”、还是“X”，都可以是纸笔测试，也可以是表现性评价。与能力本位相适应的课程评价方式，较少采用纸笔测试，较多采用表现性评价。

常用的评价方式有：课堂展示、口头报告、论文、日志、反思、调查报告、个人项目报告、小组项目报告、实验报告、读书报告、作品（选集）、口试、课堂小测验、期终闭卷考、期终开卷考、工作现场评估、自我评估、同辈评估等等。一般课外扩展阅读的检查评价应该成为“X”中的一部分。

同一门课程由多个教师共同授课的，由课程组共同讨论决定X的内容、次数及比例。

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 总评构成（1+X） | 评价方式 | 占比 |
| X1 | 比赛作品（汇创青春） | 40% |
| X2 | 比赛作品（大广赛） | 40% |
| X3 | 比赛作品（商业广告创意） | 20% |

撰写： 系主任审核：