

乌海市职业技术学校
工艺美术专业

《广告设计与制作》
课程标准

工艺美术教研组编制

2020年7月

目录

一、前言	1
(一) 课程性质	1
(二) 课程设计理念	1
(三) 课程设计思路	1
二、课程目标	1
(一) 总目标	1
(二) 具体目标	2
1. 知识目标	2
2. 技能目标	2
3. 素质目标	2
三、课程内容与学时分配	2
(一) 教学内容选取依据	2
(二) 教学内容组织与安排	2
四、实施建议	4
(一) 教材的选用	4
(二) 教学建议	4
(三) 教学基本条件	5
1. 教学场所	5
2. 实训设备	5
3. 教学团队	5
(四) 考核与评价	5
(五) 课程资源的开发与利用	6
五、编制说明	6

工艺美术专业《广告设计与制作》

课程标准

一、前言

（一）课程性质

广告设计与制作是一门理论性较强的专业基础课，通过本课程的学习，使学生初步掌握广告设计的基本原理、设计方法和构思途径，掌握广告设计的基本程序和步骤。了解并灵活运用平面设计的相关学科知识，恰当的处理广告设计中功能要求、技术条件、艺术形象三者之间的关系，树立广告设计的基础意识。同时注重学生在操作过程中的学习和实践。

（二）课程设计理念

①. 通过“理论—实训—设计”教学模式培养学生创新思维，专业理念、专业技术创造能力和运用能力。

②. 掌握平面广告设计的各种创意方法和表现手法，为今后从事广告设计专业打下良好的基础，提高学生职业岗位适应能力。

③. 掌握正确的设计方法，建立设计的创新思维理念，扩展学生的职业选择面，为将来的职业生涯奠定好基础。

④. 掌握路牌广告、灯箱广告、霓虹灯广告、模型广告、手绘 POP 广告、橱窗广告等广告制作的工艺要求。

（三）课程设计思路

本课程不仅要帮助学生更好地掌握广告设计这个专业，更要注重理论与实际的结合，培养学生的创新思维与能力，让学生能掌握各种不同的广告设计与制作的作品。利用在长期的教学中总结出来的经验、平面广告设计项目中实战积累的经验与社会对设计人员的要求相结合，充分的听取行业人士的建议，紧跟市场脉搏，提高学生广告设计与制作的专业技能。

二、课程目标

（一）总目标

通过该课程的教学，使学生把握不同广告媒体的特点与局限，了解广告传播方式以及制作与实施，无论在理论上还是在实践中都能正确掌握平面广告设计的基本规律、艺术法则和制作工艺要求，创造出新颖别致、具有创造思维的方案与作品来。并着重培养学生的审美素质，促进学生用心灵、思想感受设计，提高学生对美的鉴赏能力、对广告作品的鉴赏能力以及创造能力。

（二）具体目标

1. 知识目标

- （1）掌握广告设计的基础知识及设计方法；
- （2）掌握广告设计整个流程；
- （4）掌握广告设计与制作的工艺。

2. 技能目标

- （1）了解广告基础理论知识和广告管理法规；
- （2）熟练掌握广告设计的创意、构图、色彩和表现形式；
- （3）能独立完成设计文案；
- （4）能熟练使用相关设计软件进行广告设计；
- （5）能掌握广告设计与制作过程中的各种制作工艺；
- （6）掌握广告设计与制作的实际操作能力

3. 素质目标

- （1）能够运用广告设计与制作的理论知识进行设计的能力；
- （2）通过学习能够准确对广告设计与制作的方案进行表达的能力；
- （3）能够进行各种类型的广告设计与制作；
- （4）具有良好的沟通能力和团队合作意识。

三、课程内容与学时分配

（一）教学内容选取依据

根据中职学生对专业能力的需求,选用了由赵玉晶主编,高等教育出版社出版的《广告设计与制作》(第三版),主要介绍广告的基础知识、广告设计与制作的方法、技巧及其规律。教材共分四部分,十八个章节,注重突出学生的技能训练,强化学生作业的训练,其中的电脑广告案例更具实效性。通过对广告设计与制作实践演练,不仅可以提高学生掌握电脑设计的技术操作能力,还可以帮助学生解决实际操作中遇到的问题,切实掌握所学知识和技能。

(二) 教学内容组织与安排

《广告设计与制作》理论知识+技能训练共 120 课时,可根据实际情况增加授课时间,每个领域可适当增加 2 — 4 课时。具体内容如下表:

领域	教学内容	要求	建议课时
第一部分 广告基础理论	1. 概论 2. 广告的各项分类和构成要素 3. 广告的调研	1. 了解广告设计的概论; 2. 掌握广告设计的各项分类和构成要素; 3. 可以独立完成广告的调研工作。	6 理论+6 实操
第二部分 广告设计	4. 广告创意 5. 广告的表现形式 6. 广告插画 7. 广告文案 8. 广告色彩 9. 广告构图 10. 广告设计流程	1. 了解广告的创意方法和消费者心理与广告设计的关系; 2. 熟悉掌握广告的八种表现形式; 3. 认识广告插画的特征作用及表现风格和表现技法; 4. 学会如何制作广告文案; 5. 熟练运用广告色彩和构图; 6. 了解广告设计的流程。	7 理论+47 实操
第三部分 广告制作	11. 路牌广告的制作 12. 灯箱广告的制作 13. 霓虹灯广告的制作 14. 模型广告的制作 15. 手绘 POP 广告的制作 16. 橱窗广告的制作 17. 电脑平面广告制作案例	1. 能够设计路牌广告、灯箱广告、霓虹灯广告、模型广告、手绘 POP 广告、橱窗广告等不同平面广告; 2. 了解路牌广告、灯箱广告、霓虹灯广告、模型广告、手绘 POP 广告、橱窗广告、电脑平面广告制作的表现方法和制作工艺。	7 理论+41 实操
第四部分 广告管理法规	18. 广告管理法规	1. 了解室内色彩、照明、材料与空间环境的关系; 2. 熟悉掌握当下市场中流行的材料性质与价格。	2 理论+4 实操

四、实施建议

（一）教材的选用

本课程选用了高等教育出版社出版的工艺美术专业《广告设计与制作》（第三版）教材。

1. 教材应图文并茂，提高学生的学习兴趣，加深学生对静态网页制作认识和理解。教材表达必须精炼、准确、科学。

2. 教材内容应体现先进性、通用性、实用性，要将新方法、新理念及时地纳入教材，使教材更贴近本专业的发展和实际需要。

3. 教材中活动设计的内容要具体，并具有可操作性。

4. 教材体现了职业教育特色，既具有通用性，又体现针对性。

（二）教学建议

（1）教学采用“四阶段教学法”，将“教、学、练、做”融为一体。

教学体现“教师为主导，学生为主体，训练为主线”的原则，其中技能训练 98 课时，占到总课时的 81%，完成了本课程的要求。

（2）本课程在教学过程中以学生为中心，针对学生的认知特点和不同的教学内容，在使用传统的讲授法的基础上进行了多种教学方法的拓展。

任务驱动式：把真实的企业项目作为工作任务引入课堂，引导学生在完成任务的过程中模拟进入岗位角色，并以公司的工作制度、工作流程来要求学生完成作品的创作。

案例教学法：对于典型项目中的核心技能用生动、直观的案例进行导入。例如：某企业所设计系列的平面广告。

启发式教学法：学生掌握案例的制作方法后，对案例涉及的知识技能进行拓展提问，启发学生去思考，使学生能够举一反三，拓宽广告设计思路。

（三）教学基本条件

1. 教学场所

计算机实训室、多媒体教室。

2. 教学设备

- (1) 多媒体；
- (2) 计算机实训室；

3. 教学团队

本专业教学团队专任教师 13 人，教学名师 1 名，30% 以上教师具有双师资格。团队的建设以专业骨干教师为核心，以强化教师实践能力为重点，形成“双师型”教师队伍的团队合力。

（四）考核与评价

本着这门课程的实操性强，对学生的评价与考核分两个部分：职业素养考核、技能考核，遵循“73”的考核方式：

(1) 职业素养考核，包括平时的出勤率、课堂表现（30%）、考试成绩（70%）的情况等，占总评价成绩的 70%。这部分内容重点考核学生的学习过程，包括其学习态度、努力的程度（30%）以及表现出来的效果（70%）。

(2) 技能考核，结合学习过的理论知识内容，进行实践操作广告设计与制作，进行实际操作完成并实施。目的是考核每一个学生的实际操作能力。考核的成绩占总评价成绩的 70%。

（五）课程资源的开发与利用

课堂教学与实验教学相结合。在课程考核中，进行了相关考试改革。

（1）传统教学

由于本课程的特殊性，在教学时理论讲授教学，本课程的所有教学内容可制作(PPT)电子教案。

（2）示范教学

理论讲授结合示范指导教学

(3) 网络、光盘等辅助教学手段

利用网络、光盘上的公共教学资源，扩大学生的视野，提高学生的学习兴趣。

五、编制说明

适用专业：工艺美术

专业组：工艺美术教研组

制定人：林宜洁

审核人：林宜洁

编制日期：2020年7月