

# 《广告设计》

## 课程教学大纲

### 一、课程基本信息

课程类型	总学时为学时数	<input 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	7220001	总学时	64	学分	4
课程名称	广告设计				
课程英文名称	Advertising Design				
适用专业	艺术设计				
先修课程	无				
开课部门	建筑与艺术学院艺术设计系				

### 二、课程性质与目标

《广告设计》是视觉传达设计专业的必修课程，本课程内容包括广告设计的概念、原理、媒介形式、视觉计划（语境表达、图形提炼）。课程目的是要建立起学生对于广告传播的宏观认知，构建起广告视觉设计的基础理论框架，掌握广告设计的流程、创意、规律、原理，了解广告视觉传播所需的视觉计划。让学生在广告创意的目标对象、传达信息、传播手段及创意方法等问题的求解过程中，对整个广告创意设计过程初步的体验；同时锻炼学生基本的广告设计能力，培养有执行能力，有责任感的广告设计师。

课程目标 1：培养学生根据不同的主题，选择恰当的广告设计表现形式，准确进行广告设计的能力。

课程目标 2：培养懂得广告视觉传播战略和策划，符合未来需要的有责任感的广告设计师。

课程思政目标：以广告设计为基础，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

1. 教学内容一：现代广告的概念与功能价值

基本内容为了解世界广告的起源和发展，解析不同设计风格广告作品和他们的“前世今生”。

2. 教学内容二：现代广告设计的基本原理

基本内容为广告设计观念、广告设计的美学特征、广告设计的策略、构成要素。

3. 教学内容三：现代广告设计的创意

侧重点为图形海报，基本内容为图形海报设计语境路径的探索、图形海报的概念提取方式。

4. 教学内容四：经典海报作品解析

侧重点为图形海报，基本内容品读经典海报作品的语境表达及图形概念的提炼、文字信息的编排，再到眼界提升。

5. 教学内容五：图形的心理感应

基本内容：基于图形海报“五线理论”的探索。

6. 教学内容六：汉字字体海报设计的表达

基本内容为系统学习广告设计中的字体、色彩应用和版式应用。

7. 教学内容七：现代广告色彩的表达

基本内容为系统学习广告设计中的色彩应用。

8. 教学内容八：中国审美意境的构图方式与广告版式

基本内容：基于中国传统文化的“五线理论”的探索。

#### 四、课程学时分配

教学内容	讲授	实验	上机	课内学时小计	课外学时
1. 教学内容一：现代广告的概念与功能价值	8			8	
2. 教学内容二：现代广告设计的基本原理	8			8	
3. 教学内容三：现代广告设计的创意	6	2		8	
4. 教学内容四：经典海报作品解析	8			8	
5. 教学内容五：图形的表现与心理感应	8			8	
6. 教学内容六：汉字字体海报设计的表达	6	2		8	

7. 教学内容七：现代广告色彩的表达	6	2		8	
8. 教学内容八：中国审美意境的构图方式与广告版式	8			8	
合 计	58	6		64	

## 五、 教学设计与教学组织

本课程以课堂讲解与学生反馈交流、实地调研、课堂汇报相结合。使用多媒体设备展示教学内容、观摩优秀案例作品。

## 六、 教材与参考资料

### 1. 教材

《广告设计基础教程》，侯凤斌，编著，中国建筑工业出版社，责任编辑：柳冉，2018.12, ISBN: 978-7-112-23026-6;

### 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

## 七、 课程考核方式与成绩评定标准

课程采取期末结课作业与平时成绩综合评定的考查办法。在总成绩中，期末结课作业占 40%，平时成绩占 60%。百分制。

大纲执笔人：王雪莹

大纲审核人：侯凤斌

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