



重庆工业职业技术学院
CHONGQING INDUSTRY POLYTECHNIC COLLEGE

课程标准

课程名称 《广告设计》
课程代码 02200115
课程类型 专业核心课
课程总学时 64
适用专业 广告艺术设计专业
课程负责人 唐春妮



设计学院（教学院部）传媒设计教研室制定（修订）

2022年8月

《广告设计》课程标准

课程代码：02200115

课程类型：理实一体化课

学时/学分：64 学时/4 学分

适用专业：广告艺术设计

一、课程性质

本课程是省级双高专业群广告艺术设计专业（代码 550113）的一门专业核心课程。

本课程开设在第四学期，前期课程：《Photoshop》、《形式构成》、《三维软件基础》、《版式设计》、《图形创意》，平行课程有《广告专题策划》、《微视频制作》，后续课程依托校企共建的产业学院，以广告设计师岗位能力为标准，引入广告设计综合生产实训项目，具体课程有《生产项目实训 3》《生产项目实训 4》《生产项目实训 5》。

通过本课程的学习，使学生掌握广告设计的基本知识，具备广告设计的操作能力，培养学生的创意思维，提高艺术修养并掌握丰富的表现手段，为后面的项目实训打下基础。

二、课程目标

通过本课程的学习，学生能够遵循广告设计的基本要求与规范，完成产品海报设计、静态网页设计、IP文化形象设计、GIF动图海报设计、3D动态广告设计五个模块的学习，达到以下具体目标：

（一）知识目标

- 1.掌握设计美学的艺术理论、专业知识；
- 2.掌握广告设计相关规范和设计基础理论知识；
- 3.掌握广告设计的视觉要素、媒介运用的专业知识；
- 4.掌握创意思维开发的方法、设计管理的专业知识；
- 5.掌握广告设计流程与运作、印刷工艺的专业知识；
- 6.掌握团队协作、设计汇报、商务谈判相关知识，能与团队良好协作，与客

户有效沟通。

(二) 技能目标

- 1.具有广告设计创新设计能力、图形、信息功能、色彩设计、使用媒介策略分析整合资源等视觉元素设计的能力；
- 2.具有广告设计手绘表现技法，设计创意能力、手绘与制作的能力；
- 3.具有 Photoshop、Illustrator 、CorelDraw、PageMaker、PowerPoint、3Dmax 等应用软件辅助广告设计与制作的专业设计技能；
- 4.具有广告设计后期材料与工艺印刷、制作流程和设计方案预算的综合实践能力；
- 5.具有广告设计创意方案写作汇报能力、团队协作、人际交流沟通等能力；
- 6.具有市场调研，进行数据分析并提出解决问题方案的能力，能够参与广告设计与制作全案策划、设计、制作的能力；
7. 具有较强的信息获取和适合职业发展的学习能力，关注广告设计发展趋势和理论前沿并进行学习运用的能力；
- 8.具备较强的新媒体所需的综合应用能力。

(三) 素质目标

- 1.坚定拥护中国共产党领导和我国社会主义制度，树立中国特色社会主义理想，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感；
- 2.具备良好的职业道德、诚信品质、敬业精神和责任意识；
- 3.具备良好的沟通能力和团队协作意识；
- 4.能积极进行自我激励、具备承担工作压力的能力；
- 5.建立法律意识，崇尚宪法、遵纪守法、崇德向善、诚实守信、热爱劳动、履行道德准则和行为规范、具有社会责任感和社会参与意识。
- 6.具备勤奋踏实的工作态度和较强的责任心；
- 7.具有较好的人文、艺术和审美素养。

三、课程结构

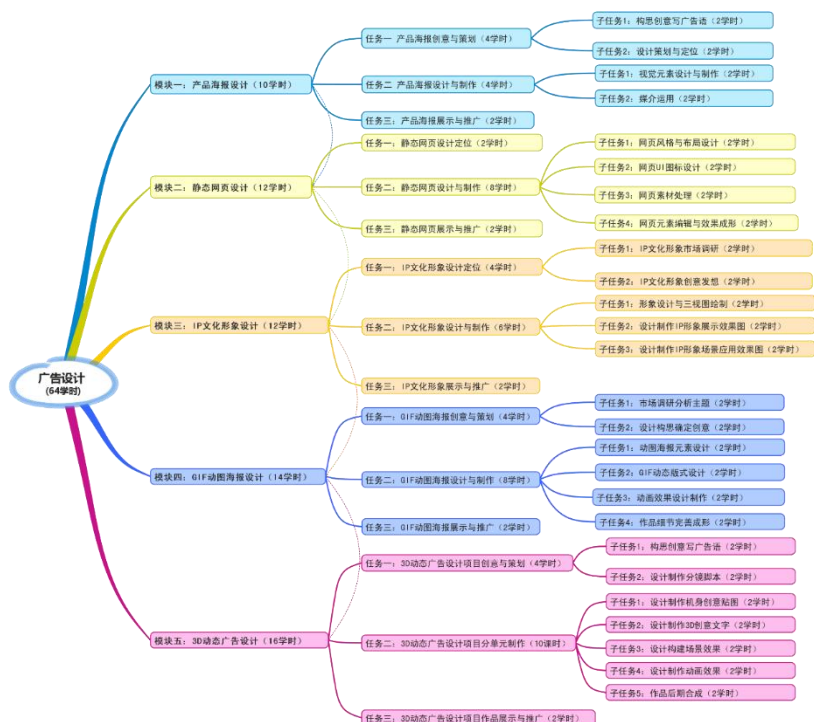
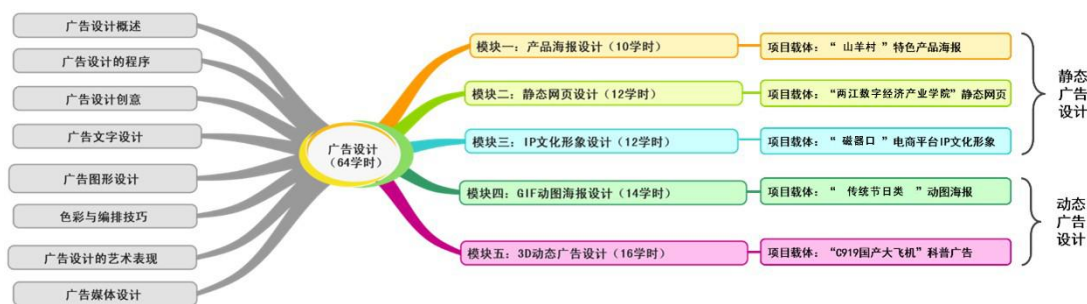
(一) 教学载体

《广告设计》课程以市场需求为导向，对接广告设计师职业能力需求，依托校企共建数字产业学院，在传统课程的基础上，引入企业真实项目为载体，整合课程内容。企业真实项目包括：“山羊村”特色产品海报、“两江数字经济产业学院”静态网页、“重庆磁器口”IP 文化形象、“传统节日类”动图海报、

“C919 国产大飞机” 科普广告。会根据市场需求动态调整项目。

(二) 教学模块

该课程以服务设计行业的实际需求为课程开设依据。主要以项目进行课程内容的设置，包含产品海报设计、静态网页设计、IP 文化形象设计、GIF 动图海报设计五个模块，并且根据行业需求动态调整工作任务。在各模块中按照广告设计生产制作流程将项目解读、创意发想、设计制作、作品展示推广融入其中，提升学生认知、思维、技能、审美的能力，并结合专业课程体系建设的实际状况，开发出从二维到三维、从静态到动态螺旋上升的课程模块。使学生逐渐掌握广告设计的技能，并能及时了解广告行业中的发展动态，以及前沿技术在广告设计中的运用。具体见下图：



四、课程内容

本课程的总课时为 64 学时，4 学分。分为五大模块，具体如下：

模块	项目任务		内容要求
模块一 产品海报设计	任务一 产品海报 创意与策 划	子任务 1：构思创 意写广告语	1 掌握构思产品广告创意的方法； 2 理解广告设计与广告策划的关系； 3 掌握设计流程和海报设计的表现方法； 4.能针对产品进行推广策划的分析；
	任务二 产品海报 设计与制 作	子任务 2：设计策 划与定位	5.能撰写广告创意文案； 6.能使用 PS 软件构建主体元素并依据审 美元素提升广告表现； 7.掌握广告媒介的应用方法；
		子任务 1：视觉元 素设计与制作	8.能运用信息化技术进行作品推广。
	任务三：产品海报展示与推广	子任务 2：媒介运 用	
模块二 静态网页设计	任务一：静态网页设计定位		1.了解不同网页类型的风格特征；
	任务二： 静态网页 设计与制 作	子任务 1：网页风 格与布局设计	2.掌握网页布局的版式类别； 3.运用 Ps 等设计软件形成作品；
		子任务 2：网页 UI 图标设计	4.能够书写网页设计的创意策略书； 5.能够使用相关设计软件进行静态网页设 计制作；
		子任务 3：网页素 材处理	6.能运用信息化技术进行作品推广。
		子任务 4：网页元 素编辑与效果成 形	
	任务三：静态网页展示与推广		
模块三	任务一： IP 文化形 象设计定 位	子任务 1：IP 文化 形象市场调研	1.了解 IP 文化形象概念及设计方法； 2.了解 IP 文化形象传递的信息途径；
		子任务 2：IP 文化 形象创意发想	3.掌握 IP 文化形象的综合表现方法； 4.掌握 IP 文化形象设计的综合流程与相 关技术；
	任务二：	子任务 1：IP 文化	

IP 文化形象设计	IP 文化形象设计与制作	形象设计与三视图绘制	5.能够书写文案策划绘制 IP 文化形象、三视图绘制以及制作 IP 形象效果图。 6.能运用信息化技术进行作品推广。
		子任务 2：设计制作 IP 文化形象展示效果图	
		子任务 3：设计制作 IP 文化形象场景应用效果图	
	任务三：IP 文化形象展示与推广		
模块四 GIF 动图海报设计	任务一： GIF 动图海报创意与策划	子任务 1：市场调研分析主题	1.了解动图广告的时代特征； 2.了解 GIF 动图海报的形式与传播媒介； 3.掌握动图广告的时间性与视觉流程； 4.分析项目特征，掌握 GIF 动图海报表现的方法； 5.能够利用 PS 和 AE 实现动态广告特征； 6.能够形成 GIF 动图广告创意； 7.能够针对项目，运用形式美法则和推广媒介的特征，形成项目成果。 8.能运用信息化技术进行作品推广。
		子任务 2：设计构思确定创意	
	任务二： GIF 动图海报设计与制作	子任务 1：动图海报元素设计（	
		子任务 2：GIF 动态版式设计	
		子任务 3：动画效果设计制作	
		子任务 4：作品细节完善成形	
	任务三：GIF 动图海报展示与推广		
模块五	任务一： 3D 动态广告设计项目创意	子任务 1：构思创意写广告语	1 掌握构思 3D 动态广告创意的方法； 2 掌握 3D 动态广告分镜头脚本撰写方法； 3 掌握 3D 模型贴图和 3D 文字设计的方法；
		子任务 2：设计制作分镜脚本	

3D 动态广告设计	与策划		4 掌握 PPT 构建场景和动画的设计方法;
	任务二:	子任务 1: 设计制作机身创意贴图	5.能运用广告创意的方法写广告语;
	3D 动态		6.能撰写 3D 动态广告分镜头脚本;
	广告设计	子任务 2: 设计制作 3D 创意文字	7.能使用三维软件制作 3D 模型贴图和 3D 文字;
	项目分单		
	元制作	子任务 3: 设计构建场景效果	8.能使用 PPT 软件构建场景和制作 3D 动态广告动画;
		子任务 4: 设计制作动画效果	9.掌握项目展示汇报的语言技巧;
		子任务 5: 作品后期合成	10.能运用信息化技术进行作品推广。
	任务三: 3D 动态广告设计项目作品展示与推广		

五、课程实施

(一) 教学要求

全面落实立德树人根本任务,有机融入思想政治教育元素;根据高职学生的思维习惯和认知特点,结合本课程的定位、目标和特点,坚持“教师为主导,学生为主体”的思想,采用讲练结合的教学模式,在“讲、学、做”融为一体的实训操作中,有机结合线上线下混合式教学。课程采用项目教学、任务驱动、案例教学等授课方式、将多媒体课件、微课视频、国家教学资源库等现代信息技术应用在教育教学中,提升学生的知识、技能水平,培养学生的综合素质。

(二) 考核评价

本课程改革考核手段和方法,采取教师评价和学习者互评相结合、过程评价和结果评价相结合、课内评价和课外评价相结合、理论评价和实践评价相结合、校内评价和校外评价相结合的评价方法,多维度考核学生的学习效果。

形成性评价是教学的重要组成部分和推动因素。形成性评价的任务是对课前课中过程的表现、所取得的成绩以及所反映出的情感、态度、策略等方面的发展做出评价。形成性评价有利于学生从被动接受评价转变成为评价的主体和积极参与者。

终结性评价是检测学生能力发展程度的重要途径,也是反映教学效果重要指标之一。终结性评价必须以考查学生综合应用能力为目标,力争科学地、全面地考查学生在经过一段学习后所具有的广告设计的基本能力。测试可以采取实际操作、评价机制、个人表现和小组作业等形式,全面考查学生综合应用能力。

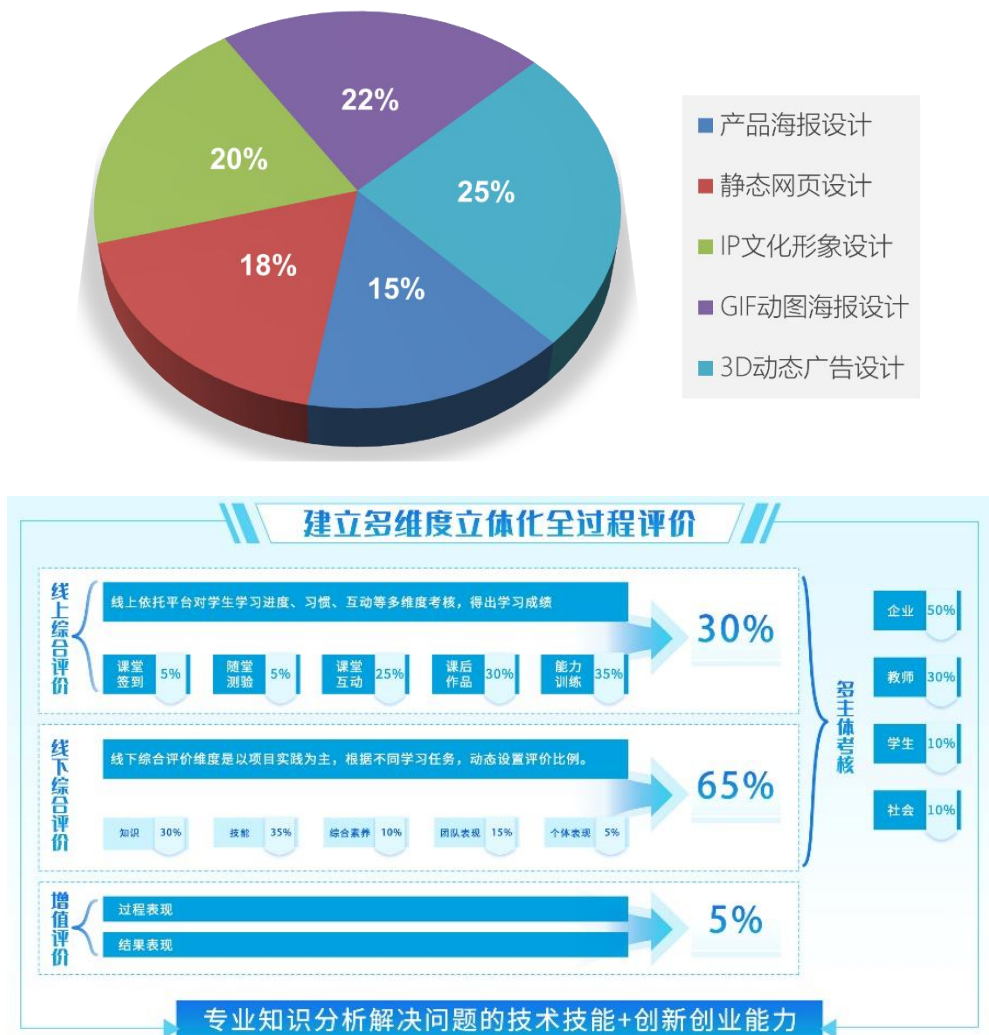


图 3、图 4 多维度立体化评价图

(三) 教学资源

1.教材选用

根据课程目标、教学内容以及学生实际等特点,本课程的教学采取由广告设计类教材、PPT 课件和网络教材等多种教学资源为一体的配套教材,全套教材各司其职,共同完成教学任务,达成教学目标。并按照学校《教材管理办法》,选用的教材要符合高职教学的要求,尽量选用近三年出版的教育部规划教材。

2.网络选用

积极开发和利用网络课程资源。充分利用诸如电子书籍、电子期刊、数据库、

数字图书馆、教育网站和电子论坛等网络信息资源，使教学媒体从单一媒体向多种媒体转变；使教学活动从信息的单向传递向双向交互转变；使学生从单独的学习向合作学习转变。并充分认识信息技术与学科的整合，积极使用国家精品在线课程资源、国家专业教学资源库相关资源实现混合式教学、翻转课堂教学等教学方法。

(四) 教学地点

两江数字经济现代产业学院、智慧教室、数字媒体实训机房等。

六、师资队伍

(一) 从事本课程教学的专任教师，应具备以下相关知识、能力和资质

具备艺术类专业大学本科以上学历（含本科），并接受过职业教育教学方法论的培训，具备高校教师资格；从事实践教学的主讲教师要具备艺术设计类专业中级以上的资格证书（含中级）或工程师资格；具备绘画、平面设计、设计概论、品牌策划等方面的相关知识；具备教学组织、管理及协调能力。

(二) 从事本课程教学的兼职教师，应具备以下资质

应具有一定的普通话基础，并掌握一定的教学、教育相关知识，在进行示范性教学时，能充分表达教学内容；在企业从事 3 年以上平面设计等工作。

七、实践教学

校内实训条件要求：数字创意设计中心、虚拟应用技术实训室、数字设计实训室等

校内外实训室安排说明：实训室拥有多媒体设备、手绘板、电脑等。校外基地的自然景色应有特色。

八、其它说明

编写：唐春妮

校对：李传帅

审核：李兰

重庆工业职业技术学院____设计学院____（院部）

2022 年 8 月