

【珠宝广告及展示艺术】

【Advertising and Display of Jewelry】

一、基本信息（必填项）

课程代码：【2040201】

课程学分：【4】

面向专业：【宝石及材料工艺学专业】

课程性质：【专业任意选修课】

开课院系：【艺术设计学院宝石工艺系】

使用教材：《广告设计基础》，崔生国著，上海人民美术出版社 2007.4

《展示设计》，吴亚生、覃旭瑞著，上海人民美术出版社 2007.4

《展示设计》，张立主编，中国纺织出版社 2006.9

先修课程：【首饰概论 首饰制作（2） 宝石学 中国玉石及鉴赏】

二、课程简介（必填项）

本课程主要介绍珠宝广告设计和展示设计基础原理、设计要素设计程序及设计表达、创意设计、珠宝广告媒体形式、广告设计流程、珠宝展示设计表现技法等内容。重点介绍视觉传达语意、产品设计形态和空间环境创造在珠宝广告、展示学科中的作用。同时，结合典型案例的剖析及项目模拟，介绍珠宝广告及展示艺术的创意和发散性思维的知识。

三、选课建议（必填项）

本课程适合宝石及材料工艺学专业本科学生在第六学期开设。要求学生具有一定的美术基础、构成设计基础，首饰和宝石学基础知识，因此先修课程包括创意基础、珠宝设计基础、首饰概论和首饰设计等。

四、课程与培养学生能力的关联性（必填项）

自主学习	表达沟通	专业能力					尽责抗压	协同创新	服务关爱	信息应用	国际视野
			电脑设计	手工制作							
●	●		●	●		●	●		●		

五、课程学习目标（必填项）

通过本课程的学习，使学生掌握珠宝广告设计的基本概念和原理，掌握创意思维的方法和技巧，以及各类广告形式的特点和工艺流程，通过优秀案例的剖析和设计课题的实践和训练，培养学生的珠宝广告创意设计能力。掌握珠宝展示设计的基本概念和原理，掌握其设计程序和表达、展示空间构成、版面设计、照明设计、色彩设计以及表现技法等。并能运用所学知识对目标案例进行广告创意及展示设计

注：教学大纲电子版公布在本学院课程网站上，并发送到教务处存档。

六、课程内容（必填项）

总课时：64 学时，其中理论授课 24 学时，实践课 40 学时。

第一章 广告设计概论、展示设计概论

第二章 珠宝广告设计要素、珠宝展示设计程序及设计表达

1、珠宝广告设计中文字、图形、色彩和版面的编排

2、珠宝展示设计程序及设计表达

第三章 珠宝广告创意设计、珠宝展示设计基础原理

1、珠宝广告创意设计

2、珠宝展示设计基础原理

第四章 珠宝广告媒体形式、珠宝展示空间设计与构成

1、现代媒体形式在珠宝广告中的应用

2、珠宝展示空间构成中馆围空间、展示空间、演示空间、辅助空间的设计方法

第五章 珠宝广告设计流程、珠宝展示设计表现技法

1、珠宝广告设计流程

2、珠宝展示设计表现技法

七、课内实验名称及基本要求（适用于课内实验）

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
	珠宝广告设计	珠宝广告系列设计	16	设计型	
	珠宝展示设计	珠宝陈列设计	16	综合型	
	珠宝空间设计	珠宝空间效果图设计	16	综合型	

七、实践环节各阶段名称及基本要求（适用于集中实践、实习、毕业设计等）

列出实践环节各阶段的名称、实践的天数或周数及每个阶段的内容简述。

序号	各阶段名称	主要内容	天数/周数	备注
	珠宝广告系列设计	系列广告 3 张，A4	4/2	
	珠宝陈列设计	模型制作效果图设计制作	4/2	
	珠宝空间设计	空间效果图设计及制作	4/2	

注：教学大纲电子版公布在本学院课程网站上，并发送到教务处存档。

八、评价方式与成绩（必填项）

总评构成 (1+X)	(1)	(X1、X2、X3……)
评价方式		50%+25%+25%
1 与 X 两项所占比例%	0	100%

“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。

本大纲只对“1”的考核方式以及比例进行规定，对“X”不予规定，由任课教师自行决定X的内容、次数及比例，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。

撰写： 吴亦昊

系主任审核：

院长签字：