《 奢侈品广告创意 》本科课程教学大纲

一、课程基本信息

|  |  |
| --- | --- |
| 课程名称 | （中文）**奢侈品广告创意** |
| （英文）**Luxury advertising creativity** |
| 课程代码 | 2120122 | 课程学分 | 4 |
| 课程学时  | 64 | 理论学时 | 24 | 实践学时 | 40 |
| 开课学院 | 珠宝学院 | 适用专业与年级 | 工商管理（奢侈品管理）专业 |
| 课程类别与性质 | 系级选修课 | 考核方式 | 考查 |
| 选用教材 | 《广告创意与设计》，刘春雷著，北京：化学工业出版社，2021.1 | 是否为马工程教材 | 否 |
| 先修课程 | 广告学概论，图像处理，视频采集，摄影基础 |
| 课程简介 | 奢侈品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，有针对性地展开奢侈品广告创意的训练。使学生能够了解和掌握创意发生的基本原理和方法。着重讲解奢侈品广告的创意和制作，奢侈品展示艺术，最后通过参加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、展示设计、视频广告、文案策划、等多方面锻炼创意以及创意执行能力。 |
| 选课建议与学习要求 | 本课程适合奢侈品专业学生三年级下学期学习，上本课程前应开设相应的奢侈品营销及奢侈品消费者行为学等课程，以使学生有相应的奢侈品管理及创意策划能力。提高学生对广告创意思维的方法、图像设计的技巧有一定的认识，能结合国际新潮流案例进行解读。 |
| 大纲编写人 | 文本, 信件  描述已自动生成（签名） | 制/修订时间 | 2024.9 |
| 专业负责人 | （签名） | 审定时间 | 2024.9 |
| 学院负责人 | （签名） | 批准时间 | 2024.9 |

二、课程目标与毕业要求

（一）课程目标

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 类型 | 序号 | 内容 |
| 知识目标 | 1 | 能根据选题要求进项创意构思 |
| 2 | 能根据大赛选题和方案进行创意联想 |
| 技能目标 | 3 | 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 |
| 素养目标(含课程思政目标) | 4 | 富于爱心，懂得感恩，具备助人为乐的品质 |
| 5 | 服务于企业，服务与社区 |

（二）课程支撑的毕业要求

|  |
| --- |
| **LO1品德修养**：拥护中国共产党的领导，坚定理想信念，自觉涵养和积极弘扬社会主义核心价值观，增强政治认同、厚植家国情怀、遵守法律法规、传承雷锋精神，践行“感恩、回报、爱心、责任”八字校训，积极服务他人、服务社会、诚信尽责、爱岗敬业。⑤爱岗敬业，热爱所学专业，勤学多练，锤炼技能。熟悉本专业相关的法律法规，在实习实践中自觉遵守职业规范，具备职业道德操守。 |
| **LO2专业能力：**具有人文科学素养，具备从事奢侈品管理工作或专业的理论知识、实践能力。①具有专业所需的人文科学素养。 |
| **LO6协同创新：**同群体保持良好的合作关系，做集体中的积极成员，善于自我管理和团队管理；善于从多个维度思考问题，利用自己的知识与实践来提出新设想。①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，善于自我管理和团队管理，共同完成任务。 |
| **LO7信息应用：**具备一定的信息素养，并能在工作中应用信息技术和工具解决问题。②能够使用适合的工具来搜集信息，并对信息加以分析、鉴别、判断与整合。 |

（三）毕业要求与课程目标的关系

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 毕业要求 | 指标点 | 支撑度 | 课程目标 | 对指标点的贡献度 |
| **LO1** | ⑤ | M | 富于爱心，懂得感恩，具备助人为乐的品质 | 50% |
| 服务于企业，服务与社区 | 50% |
| **LO2** |  | H | 能根据选题要求进项创意构思 | 100% |
| **LO6** |  ① | M | 能根据大赛选题和方案进行创意联想 | 100% |
| **LO7** |  | L | 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。 | 100% |

三、课程内容与教学设计

（一）各教学单元预期学习成果与教学内容

|  |
| --- |
| 第一单元：广告创意概述1.1广告与广告创意1.2广告创意思维方式方法1.3广告图形创意第二单元：奢侈品展示艺术2.1展示设计原理2.2展示设计流程第三单元：广告比赛作品回顾与讲解3.1时报金犊奖策略单讲解3.2时报金犊奖选题及分组交流3.3时报金犊奖广告制作3.4全国大学生广告比赛策略单讲解3.5全国大学生广告比赛选题及分组交流3.6全国大学生广告比赛广告制作 |

（二）教学单元对课程目标的支撑关系

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 课程目标教学单元 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |  |
| 第一单元：广告创意概述 |  |  | √ | √ |  |  |
| 第二单元：奢侈品展示艺术 |  | √ | √ |  |  |  |
| 第三单元：广告比赛作品回顾与讲解 | √ | √ |  | √ | √ |  |

（三）课程教学方法与学时分配

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 教学单元 | 教与学方式 | 考核方式 | 学时分配 |
| 理论 | 实践 | 小计 |
| 第一单元：广告创意概述 | 提出任务、自学、点评 | 课堂汇报 | 8 | 12 | 20 |
| 第二单元：奢侈品展示艺术 | 案例讲解、演示、指导 | 课堂展示 | 8 | 8 | 16 |
| 第三单元：广告比赛作品回顾与讲解 | 调研探寻规律、分组协作、汇报、点评自主创作、指导点评 | 比赛 | 8 | 20 | 28 |
| 合计 | 24 | 40 | 64 |

（四）课内实验项目与基本要求

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 实验项目名称 | 目标要求与主要内容 | 实验时数 | 实验类型 |
| 1 | 奢侈品平面广告作品 | 收集整理及分析优秀广告创意并制作平面广告 | 4 | 综合型 |
| 2 | 视频广告作品 | 收集整理及分析优秀广告创意并制作视频类广告 | 8 | 综合型 |
| 3 | 奢侈品橱窗设计 | 根据主题为奢侈品品牌进行橱窗设计 | 8 | 综合型 |
| 4 | 参赛作品 | 选择比赛策略单并根据策略单进行创意及设计制作 | 20 | 综合型 |
| 实验类型：①演示型 ②验证型 ③设计型 ④综合型 |

四、课程思政教学设计

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 教学单元 | 教学思政设计 | 课程目标支撑点 |
| 1 | 第一单元：广告创意概述 | 以非遗工艺为主题 |  |
| 2 | 第二单元：奢侈品展示艺术 | 实践与教学相结合 |  |
| 3 | 第三单元：广告比赛 | 产教结合 |  |

五、课程考核

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 总评构成 | 占比 | 考核方式 | 课程目标 | 合计 |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |  |
| X1 | 15% | PPT汇报 | 35 | 35 |  | 30 |  |  | 100 |
| X2 | 20% | 课堂展示 | 50 | 50 |  |  |  |  | 100 |
| X3 | 15% | 课堂展示 |  |  | 40 | 30 | 30 |  | 100 |
| X4 | 25% | 比赛 |  |  | 40 | 30 | 30 |  | 100 |
| X5 | 25% | 比赛 |  |  | 40 | 30 | 30 |  | 100 |