《 珠宝广告及展示艺术 》本科课程教学大纲

一、课程基本信息

|  |  |
| --- | --- |
| 课程名称 | （中文）珠宝广告及展示艺术 |
| （英文）Advertising and Display of Jewelry |
| 课程代码 | 2040201 | 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），第6学期 |
| 课程类别与性质 | 专业课程，专业选修课 | 考核方式 | 5X |
| 选用教材 | 《展示设计》，詹武著，兵器出版社，2012.7，ISBN 9787802487703 | 是否为马工程教材 | 否 |
| 先修课程 | 奢侈品文化（双语） 2120118（ 2学分）广告学 2060730（2学分） |
| 课程简介 | 《珠宝广告及展示艺术》课程是上海建桥学院珠宝学院工商管理（奢侈品管理）专业的选修课程。总课时数为64课时，理论课24学生，实践课40学时。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。 |
| 选课建议与学习要求 | 本课程适合工商管理（奢侈品管理）专业本科学生三年级第二学期学习。要求学生具有一定的审美基础、对珠宝及奢侈品品牌有一定了解，对珠宝和奢侈品文化有一定了解，因此先修课程包括奢侈品文化、广告学等。 |
| 大纲编写人 |  | 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 | 了解珠宝广告设计和展示设计基础原理。  |
| 技能目标 | 2 | 基本掌握珠宝广告和展示的设计要素、设计程序及设计表达 |
| 素养目标(含课程思政目标) | 3 | 培养自主搜索珠宝广告和展示的相关资讯，能根据需要确定学习目标，并设计学习计划 |
| 4 | 能用创新的方法或者多种方法解决复杂问题或真实问题。 |

（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。④诚信尽责，为人诚实，信守承诺，勤奋努力，精益求精，勇于担责。 |
| 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。③奢侈品销售管理能力。熟悉奢侈品、珠宝和时尚行业市场分析和品牌定位的方法，能制定品牌营销的战略和策略。掌握销售的技能，能够与顾客良好的沟通，达成销售。能基于市场竞争环境进行市场拓展。 |
| LO4自主学习：能根据环境需要确定自己的学习目标，并主动地通过搜集信息、分析信息、讨论、实践、质疑、创造等方法来实现学习目标。①能根据需要确定学习目标，并设计学习计划。 |
| 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。③能用创新的方法或者多种方法解决复杂问题或真实问题。 |

（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 | ④ | M | 4、能用创新的方法或者多种方法解决复杂问题或真实问题。 | 100% |
| LO2 | ③ | M | 1、了解珠宝广告设计和展示设计基础原理。 | 60% |
| 2、基本掌握珠宝广告和展示的设计要素、设计程序及设计表达。 | 40% |
| LO4 | ① | M | 3、培养自主搜索珠宝广告和展示的相关资讯，能根据需要确定学习目标，并设计学习计划。 | 100% |
| LO6 | ③ | H | 4、能用创新的方法或者多种方法解决复杂问题或真实问题。 | 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

|  |
| --- |
| 总课时：64学时，其中理论授课24学时，实践课 40学时第一单元 广告设计概论 （理论4学时，实践0学时） 1.1课程介绍，考核方式及课时安排告知1.2广告定义，历史发展，意义，广告类别1.3广告设计要素知识点和能力要求：通过了解广告的特点，理解广告与产品以及品牌之间的关系；通过对于案例的分析，理解珠宝广告的具体特点以及广告效应的必要价值；理解珠宝展示与品牌产品之间的关系。教学难点：对于不同珠宝品牌定位和品牌故事与广告手段之间的关系。 |
| 第二单元 珠宝展示设计概论（理论4学时 实践12学时） 2.1展示设计概论2.2 综合材料的说明与运用2.3运用综合材料进行珠宝橱窗展示设计2.4珠宝展示空间方案分享讨论知识点和能力要求：通过学习掌握展示设计的表现手法，尤其是与对应展示与产品的相互关系，可以进行珠宝展示的制作。教学难点：展示空间的教授学习。 |
| 第三单元：广告比赛实践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 |
| 第一单元 广告设计概论 | √ |  | √ |  |
| 第二单元 珠宝展示设计概论 |  | √ | √ | √ |
| 第三单元 广告比赛实践 |  |  | √ | √ |

（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 广告设计概论 | 案例讲解、演示、指导、实践 | 报告ppt | 8 | 12 | 20 |
| 第二单元 珠宝展示设计概论 | 案例讲解、演示、指导、实践 | 展示方案 | 8 | 8 | 16 |
| 第三单元 广告比赛实践 | 提出任务、自学、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 | 珠宝平面广告作品 | 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 | 珠宝橱窗设计 | 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

|  |
| --- |
| 第一单元 广告设计概论课程思政：培养学生对珠宝奢侈品行业和岗位多元的文化认同第二单元 珠宝展示设计概论课程思政: 培养自主搜索珠宝广告和展示的相关资讯，能根据需要确定学习目标，并设计学习计划。第三单元 广告比赛实践课程思政: 课程思政: 打开国际视野，对中国和世界的珠宝广告行业发展有全面的了解，培养学生的国家和民族自豪感 |

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 |