

参赛组别	正高组		
课程名称	广告创意与策划	学时	64
开课年级	大二第二学期学生		
面向专业	视觉传达设计		
课程链接	https://mooc1-1.chaoxing.com/course-ans/ps/222972351 https://mooc1-1.chaoxing.com/course-ans/ps/204274703		
教师个人简介	<p>基本情况：董霞，女，教授，1969.8 出生，党员，二级建造师，视觉传达设计专业带头人，兼美术学院第一党支部书记，主讲《广告创意与策划》《图形创意》《字体设计》《标志与企业形象设计》等本科生课程。</p> <p>科研情况：本人所负责《广告创意与策划》课程于 2020 年山西省精品资源共享课程正式建设立项；2021 年山西省一流课程建设立项；主持教改项目 3 项，2020 年主持省教改课题《“课程思政”在视觉传达设计专业教学中的应用研究——以广告创意与策划课为例》；参与学校组织课程思政专题项目的研究。近年来，发表论文 8 篇：其中教改论文 3 篇，课程思政论文 1 篇；学术论文 4 篇，出版专著 1 部，汇编视觉传达设计专业课程案例集一本。</p> <p>获奖情况：</p> <ol style="list-style-type: none"> (1) 2018.3 获山西省教学成果二等奖； (2) 2018.9 被授予“山西省模范教师”称号； (3) 2018.12 被授予“1331 工程”好教师称号； (4) 2019.7 获得校级教学成果特等奖； (4) 2020.12 获校级教学创新大赛一等奖； (5) 2021.10 《广告创意与策划课程研究与实践》获校级教学成果一等奖； (6) 2021.7 建党 100 周年之际，被山西省教育工委授予“优秀共产党员”称号；其所在支部被授予“先进基层党组织”称号； (7) 2017-2022 连续五年辅导学生在全国大学生广告艺术大赛中获得各类奖项； (8) 2016-2021 连续六年辅导数名学生在山西省高校毕业季美术作品展获得奖项； 		

一、课程基本信息

课程类别：专业必修课

课程编号：1305020117

课程性质：术科课

先修课程：《字体设计》《图形创意》

学 分：4

学 时：64（理论：16 实训：48）

适用专业：视觉传达设计专业

二、课程简介

本课程是视觉传达设计专业一门专业必修课，本课程的研究对象为广告创意与策划，主要通过引入全国艺术广告大赛命题以及企业项目实践训练，在学生能够阐述广告创意、策划核心理论知识基础上，学会使用有效的广告创意多种思维方法拟定营销提案，并能独立完成一定量的个人作品及小组合作完成广告策划案创作（方案撰写+作品设计）。通过该课程的学习，培养学生运用视觉语言进行主题创意构思表现的能力和实践能力、项目管理能力、沟通交流能力以及团队协作精神。

三、课程目标

（一）知识目标

学生能够阐述广告创意与策划核心理论知识，学会使用有效的广告创意多种思维方法拟定构思方案。对广告创意表现方法及设计创意规律进行描述。

---支撑毕业要求的知识水平

（二）能力目标

能够根据广告创意设计项目完成的工作过程，选择合适的多种方法完成市场调查分析；运用合适的广告策略完成主题构思方案确定，并在方案中体现创新意识；最终完成广告创意表现和广告媒介的选择与预算。使学生具备独立完成一定量的个人广告作品及小组合作完成广告创意策划案的创作能力、沟通交流能力以及团队协作精神，。

---支撑毕业要求的分析、设计、创新能力

（三）素质目标

通过课程思政，使学生认同广告创意体系与中国传统文化体系的价值关联，立足时代，扎根大地，坚持在价值观教育中弘扬中华优秀传统文化，通过价值观教育树立正确的艺术观、创作观、审美观；提高学生的质量意识、法律意识、人文和职业素养。

---支撑毕业要求的立德树人、职业规范

教学大纲后续内容详见后面附件 1

(结合办学定位、学生情况、专业人才培养要求，具体描述学习本课程应该达到的知识、能力、素质目标，介绍整门课程“课程思政”的体系化设计情况和思政元素的挖掘建设情况；需要重点论述，2000字左右)

一、课程简介：

《广告创意与策划》是视觉传达设计专业的一门专业必修课程，课程围绕“立德树人”根本任务，结合我校为应用型高校，培养高素质技能型人才的办学定位，结合视觉传达设计专业特点。本课程目标旨在原有知识、能力、素质目标的基础上，着重强调课程思政目标，立足时代，扎根大地，坚持在价值观教育中弘扬中华优秀传统文化，通过价值观教育树立正确的艺术观、创作观、审美观；提高学生的质量意识、法律意识、人文和职业素养。

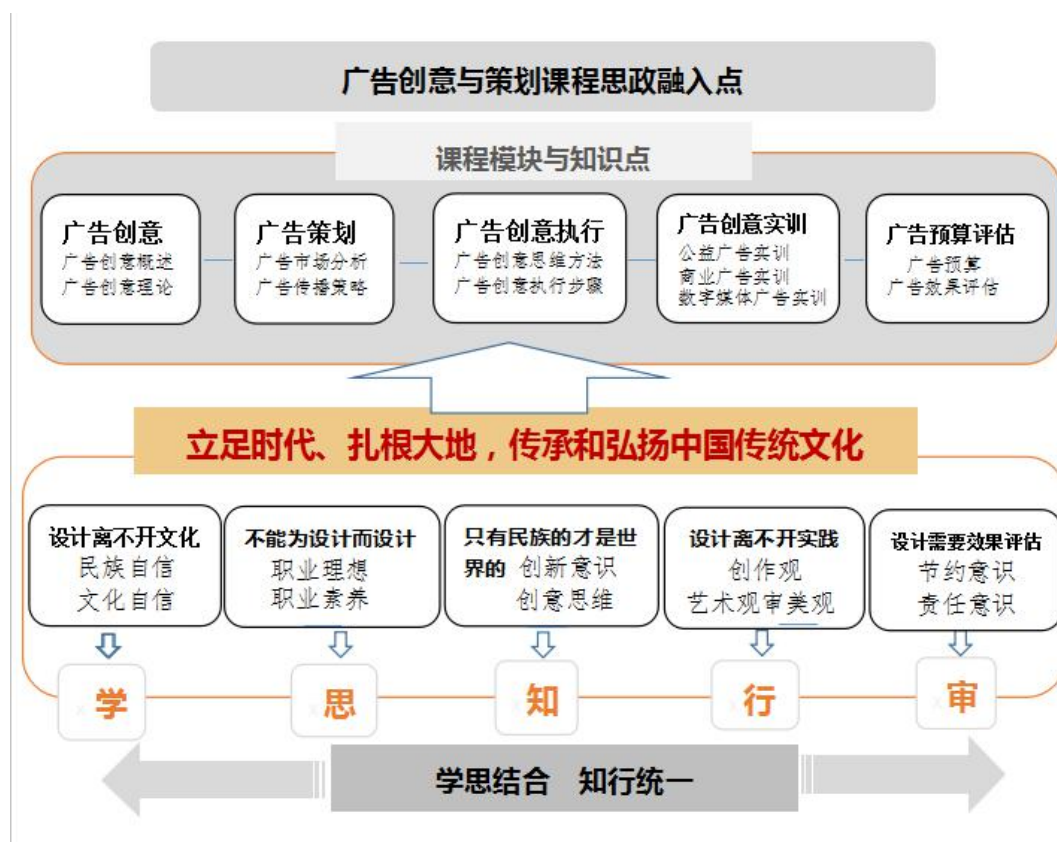
本课程开设时间为大二第二学期，共 64 学时，采用多元混合教学模式，2017 年获批校级精品课程；2019 年作为“1331”工程“立德树人”好教师建设课程立项，2020 年列入省级精品课程建设计划，2021 年山西省一流课程建设立项。

二、课程思政体系化设计思路

结合上述目标，在对课程整体设计的基础上，根据知识点和技能点挖掘课程思政元素，搜集思政典型素材，设计融入方式，在组织实施中形成“1+5+4”课程思政教学设计思路。

“1”为一条主线；“5”为五个着力点；“4”为四个实施途径；实现“学思结合、知行统一”达成目标。

课程简介及课程思政体系化设计思路



（一）一条主线：

以“立足时代、扎根大地，传承中国传统文化”为主线；党的十八大以来，习近平总书记高度重视中华优秀传统文化在实现中华民族伟大复兴中的重要地位和作用，广告创意设计属于文化的范畴。而设计离不开文化，广告设计的责任不仅仅是为了产品推销，还肩负着对人性发展的引导，应当体现对人文精神的关怀。因此，在课程实施中坚持在价值观教育中弘扬中华优秀传统文化；坚持“民族自信和文化自信”的中华价值理念；坚持立足当代大学生的职业理想和职业素养，培养锻炼学生创新意识和创新思维，养成正确的艺术观、审美观和创作观。

（二）五个着力点：

根据《广告创意与策划》课程体系，将专业知识主要分为广告创意、广告策划、广告创意执行、广告创意实训以及广告预算评估五大模块，并根据不同的知识模块，挖掘思政元素，进行教学实践。

学：广告创意模块，立足时代，发挥中国传统文化在现代广告艺术设计中的运用价值；比如：从思想元素合理融入“天人合一”思想，蕴含了人与自然和谐相处的深刻内涵。将“天人合一”思想融入到现代广告设计中，恰好与当下最为流行的生态环保、绿色和谐等理念相吻合。通过对北京冬奥会的开幕式精彩片段创意点，分析中国文化元素，解析中国文化的博大精深，**设计离不开文化**，传播中国价值观念、中华文化精神和审美追求；分析品牌形象理论主张观点中，分享设计大师创业历程，体会作为一名设计师的敬业奉献、奋斗的一生，作为大学生更要努力工作实现人生价值、人文精神、职业理想、职业素养。

思：广告策划模块，立足时代，发挥现代广告在社会舆论中的导向作用；落实习总书记在新闻舆论工作座谈会上的讲话精神，广告宣传也要讲导向，将广告伦理问题与课程案例有效结合，使理论化的伦理理念转变为学生的自觉意识，并使学生将这种伦理意识运用到设计创作中。在指导学生设计构思的实践教学过程中，要重点培养学生实事求是和具体问题具体分析的意识；确保数据的真实性，遵守职业道德，**不能为设计而设计**；坚持职业操守、树立法律意识；帮助学生形成运用广告传播策略分析广告的能力，培养学生的诚信品格和法制观念；牢固树立广告传播的法制意识。

知：广告创意执行模块，立足时代创新精神，发挥创新思维方法在广告创意中作用；教师可带领学生讨论经典广告的创意之处，帮助学生打破传统思维，在潜移默化中培养学生的广告创新意识和创意思维；通过对战疫情公益广告案例分析，阐述广告图形创意三个过程；激发学生爱国热情和使命担当；通过具有中国传统文化元素的案例广告：增强民族文化自信；深刻领悟**只有民族的才是世界的**的深刻含义。

行：广告创意实训模块，立足时代热点话题，发挥以赛促教，以赛促学的实践作用；**设计离不开实践**，给学生创设真实的情境，从**2017-2022**年坚持组织五届学生参加大学生

广告艺术大赛，在期中考核中，要求学生选择大广赛公益命题作为设计主题，比如：“善心、善言、善行”“责任与担当”“战疫情”“理想照耀中国”“我们有信仰—奋进新青年”等；通过公益广告实训开拓学生创新意识和创意思维，树立标新立异的创作理念。商业广告实训中，注重广告伦理问题在实践中解决，坚定商业价值、文化自信；数字媒体实训中，以“00后”学生最常接触的新媒体为突破点，以其中的典型伦理失范案例为引线，在增加新鲜感与话题感的同时，消除学生与广告伦理之间的隔膜。尤其在2020年组织学生参加全国战疫情线上海报展览。并获得了国家级二等奖的好成绩。

审：广告预算与评估模块，立足时代，扎根人民，讲解广告预算的编制方法，明确广告经费必须有计划地且合理地支出，避免因经费支出的随意性和工作中的不正之风等造成资源浪费。着力培养学生的节约意识和责任意识，做到真正为人民服务。

（三）四个实施途径

在教学实践中，围绕“一条主线”重构课程目标内容、精准挖掘思政元素，坚持“学思结合，知行统一”达成目标，在课堂实践中，“以学生为中心”实施了理论和实践、校内和校外、线上和线下的多元混合式教学模式，构建注重过程性考核的多元化课程综合评价机制，整体教学实施途径如下：

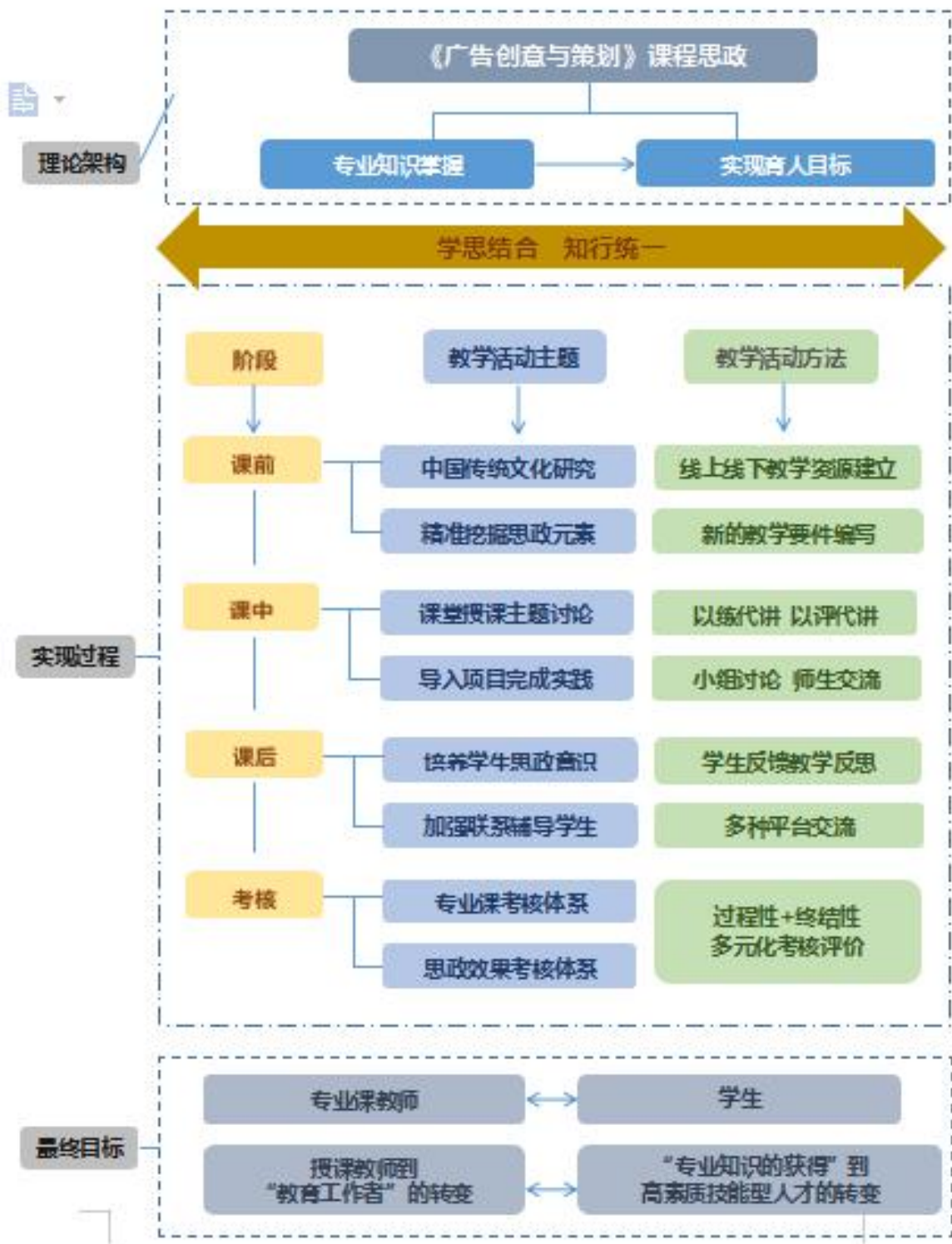
1. 课前：根据专业人才培养方案和社会人才需求，围绕课程的育人目标，以完成设计项目的工作过程为主线，重组课程内容，深度挖掘课程的思政元素和育人功能，有计划、有步骤地融入相关章节模块的教学内容中。

2. 课中：引入设计项目，针对不同知识点、技能点和思政点，以多样化的教学方式，调动学生的积极性，在掌握专业知识的同时，引导学生主动学习、小组讨论、发现问题、创新探索，勇担时代赋予的历史责任和使命。

3. 课后：进入实训工作室，教师率先士卒，聆听生声、解答生疑，正确引导、加强沟通，形成线上线下合力，在激发学生创作欲望的同时引导其坚“四个自信”，树牢与时代主题同心同向的理想信念。

4. 考核：采用专业课考核和思政效果考核相结合考核体系。专业课考核主要是过程性考核和终结性考核相结合考核方法，过程性考核占比由原来20%提高到40%。提升了学生实践运用能力；思政效果主要考核课程思政达成度和学生获得感方面，采用了三种方法：即问卷调查、个案访谈及企业评价。

具体设计思路如下图：



（介绍整门课程“课程思政”如何融入、思政元素如何与课程内容结合、思政教育的具体实现途径等；需要重点论述，1000 字左右）

课程思政的融入点：

以“立德树人”为引领，思政元素紧扣目标，在教学内容中浸润思政元素，通过课程思政、形成育才与育人的共振效应。立足时代，扎根大地，坚持在价值观教育中弘扬中华优秀传统文化，通过价值观教育树立正确的艺术观、创作观、审美观；本课程课程内容、模块、思政元素以及思政融入方法如下：

课程思政融入点及实现方式

模块	课程内容	育人目标	思政元素挖掘与融入
广告创意 ↓ 学 ↓ 设计案例	广告创意概述	民族自信 文化自信	在广告创意概念中，通过对北京冬奥会的开幕式精彩片段创意点中国分析，解析中国文化的博大精深，设计离不开文化，传播中国价值观念、中华文化精神和审美追求；
	广告创意理论	职业理想 职业素养	分析品牌形象理论主张观点中，分享设计大师创业历程，体会作为一名设计师的敬业奉献、奋斗的一生，作为大学生更要努力工作实现人生价值；理想信念、道德修养、职业素养；
广告策划 ↓ 思 ↓ 设计构思	广告策划	个人素养 诚信意识	在指导学生设计构思的实践教学过程中，要重点培养学生实事求是和具体问题具体分析的意识；
	广告市场分析	职业操守 法律意识 职业素质	1. 探讨品牌市场营销环境，引导学生思考设计与经济、文化、社会的关系，设计师的职责是解决用户困难和需求，设身处地为他人着想，对他人负责，坚持职业操守、树立法律意识； 2. 确保数据的真实性，遵守职业道德，不能为设计而设计；
	广告传播策略	诚信品格 法制规范 法律意识	1. 帮助学生形成运用广告传播策略分析广告的能力，培养学生的诚信品格和法制观念；2. 引导学生查找《广告法》中关于广告经营、广告主和广告内容的法律条文，说明在行业自律和消费者监督等社会控制手段之外政府控制已经应运而生，必须牢固树立广告传播的法制意识。
广告创意执行 ↓ 知 ↓ 设计方案	广告创意思维方法	创新意识 创意思维	立足时代创新精神，发挥创新思维方法在广告创意中作用；教师可带领学生讨论经典广告的创意之处，帮助学生打破传统思维，在潜移默化中培养学生的广告创新意识。
	广告创意执行步骤	爱国热情 使命担当 自我责任	1. 通过对战疫情公益广告案例分析，阐述广告图形创意三个过程；2. 引导学生运用创意思维方法解决实际问题，激发学生爱国热情和使命担当；
	广告创意艺术表现手法	尊重传统 文化自信	通过具有中国传统文化元素的案例广告：增强民族文化自信；深刻领会只有民族的才是世界的深刻含义
广告实训 ↓ 行 ↓ 项目制作	公益广告实训	创作观 艺术观 审美观	1. 立足时代热点话题，发挥以赛促教，以赛促学的实践作用； 2. 通过公益广告实训培养与开拓学生创新意识和创意思维，树立标新立异的创作理念
	商业广告实训	审美观 创作观	1. 树立正确的商业电视广告鉴赏理念；提升学生审美能力； 2. 坚定商业价值、文化自信；逐步形成探索艺术的行为习惯；
	数字广告实训	民族自信 爱国情怀	1. 数字媒介的变化体现了我国科学技术的不断发展，国力的增强，2. 激发学生的民族自豪感，引导学生树立爱国情怀；
广告预算评估 ↓ 审 ↓ 项目审核	广告预算与评估	节约意识 责任意识	讲解广告预算的编制方法，明确广告经费必须有计划地且合理地支出，避免因经费支出的随意性和工作中的不正之风等造成资源浪费。并着力培养学生的节约意识和责任意识。

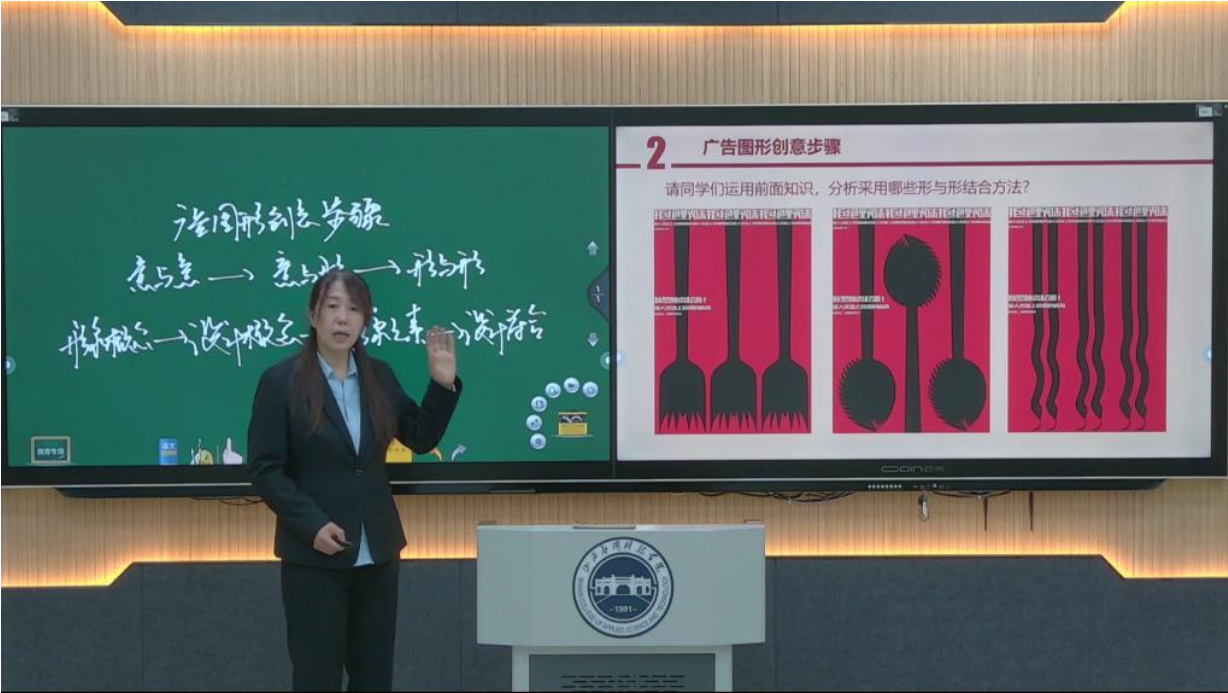
课程思政典型案例	(提供课程中一个知识点的详细教案设计, 内容与 15 分钟课程思政教学微视频一致)							
	课程内容	项目三 任务二 广告图形创意执行						
	专业班级	视传 (本) 2001	授课 教材	中国传媒大 学出版社 《广告策划 与创意》	课时	15 分钟	授课 类型	新授课
					学生数	34 人		
	教学理念	本节课秉持以学生为中心, 坚持产出导向, 持续改进的理念, 将教学理念融入教学设计, 围绕教学目标达成、教学内容、组织实施课堂教学; 教学方法采用基于设计项目的案例教学 2, 利用网络资源和学习通平台信息技术, 使学习内容和过程相结合, 在项目设计制作中获得新知, 通过进阶式任务让学生运用知识解决问题, 从而达到了知识内化, 能力提升, 职业素养养成, 实现了“学思结合和知行统一”的目标达成。						
	学情分析	授课对象	视觉传达设计专业大二学生					
		学生特点	<ol style="list-style-type: none"> 1. 学生个体分析: 学习习惯 (知识获取碎片化), 学习态度 (价值取向多元化), 学习方式 (信息来源丰富化) 2. 理论知识分析: 通过第一章的学习学生对广告有一定认知, 第二章学生能够解释广告策划概念, 学生学会运用市场调查分析方法撰写市场分析报告, 能够阐述广告营销基本策略理论知识; 3. 实践环节分析: 以小组为单位学生完成对大广赛项目命题分析, 4. 学习兴趣分析: 由于近两年 18 级 19 级学生参赛人数和获奖率的提高, 无形中带动 20 届学生参赛主动性, 提升对这门的学习兴趣; 					
	教学目标	<p>知识目标: 使学生熟悉广告图形创意执行步骤, 掌握形与形结合的方法;</p> <p>能力目标: 使学生具备较好的广告图形创意能力; 注重培养学生艺术表现能力和创造性思维能力;</p> <p>素质目标: 参加公益海报设计激发学生社会责任感和爱国情怀;</p>						
	课程思政	组织学生参加大广赛《战疫情》为主题公益海报设计, 激发学生社会责任感和爱国情怀;						
	教学重点	使学生熟练掌握广告图形创意执行步骤; (在授课中除了重复采用大量可视性图片展示过程, 组织学生现场体验创意过程, 达到熟练掌握的目的)						
教学难点	学生能够在广告主题图形创意中灵活运用形与形结合的方法; (借助多媒体, 向学生展示各类广告案例; 通过课堂实训, 让学生亲自领会如何根据主题选择形与形结合方法)							

课程思政典型案例	教学方法		教法	探究新知法 案例教学法 利用学习通课堂互动,			
			学法	直观感受、小组主题讨论 头脑风暴 绘制思维导图			
	特色创新		<p>1. 教学内容创新： 在课堂内容重组过程中，以训练学生掌握广告图形创意过程中三个步骤，提升学生艺术表现能力和创造性思维能力；参加公益海报设计激发学生社会责任感和爱国情怀，润物细无声地完成对学生价值的引领。</p> <p>2. 教学方法创新： 采用“2+1”基于学科竞赛的项目化教学+案例教学法和学习通平台互动。组织学生总结和归纳广告图形创意步骤和多种思维方法在广告图形创意中应用，利用学习通平台进行课堂互动，让学生以小组为单位参与大广赛参赛项目的实践活动。分享彼此小组之间的思维导图，并组织生生评价和小组评价，使学生实现高阶性教学目标达成，为完成广告策划案这一具有一定挑战度任务奠定基础。</p>				
	环节	教学过程		教师活动	学生活动	设计意图	
课前自主学习	<p>课前任务</p> <p>1. 登录学习通观看教学视频和教学资源，学习回顾图形创意方法，完成单元测试和主题讨论。</p> <p>2. 下载命题资料，分组讨论确定主题。</p> <p>3. 以小组为单位，查找战疫资料，搜集逆行者感人故事。</p>		上传教学资源，发送课前任务单。	接收任务参与小组活动，提出疑问。	<p>1. 课前自主学习，提出疑问，明确课中着重解决的问题；</p> <p>2. 学生了解大赛命题中作品的创作要求；</p> <p>3. 为创作搜集素材，激发学生创作激情和社会责任感和爱国情怀；</p> <p>——思政点融入</p>		
课中导入前测	<p>项目导入；（1.5分钟）</p> <p>在全民抗疫的特殊时期，作为大学生也要用创意的方式来为祖国助力！为此我们导入全国大学生广告艺术大赛以《战“疫”情》为命题的公益广告为本次实训设计项目，请大家欣赏这则视频广告它表达了是什么主题？并运用了上节课学习的那种广告思维方法呢？</p>		导入视频提出问题引发思考。	学生思考回答提问	<p>通过设问激发学生的创作激情，对广告创意思维运用能力；</p> <p>——思政点融入</p> <p>完成前测很巧妙地过渡到本课</p>		

<p>课程思政典型案例</p>	<p>讲授新知 广告图形创意步骤：（10分钟）</p> <p>步骤 1. 意与意的沟通</p> <p>设计师无论做什么图形创意，都是为了要反映某一思想、观念，体现某一主题，这种思想观念和主题的形成，必须通过“意”与“意”的反复沟通才能达到目的</p> <p>头脑风暴法-绘制思维导图-意与意沟通-形象概念到设计概念；</p> <p>步骤 2: 意与形的转换</p> <p>设计师经过意与意的沟通，形成了图形表达的内容。但图形内容的表达是需要通过直观的形象来加以呈现后，才能为受众所感知、理解和接受。这就要进行意与形的转换。</p> <p>设计思维导图→文字闪光点绘制形象元素→意与形转换→设计概念到形象元素转换</p> <p>步骤 3: 形与形结合</p> <p>设计师经过意与意的沟通和意与形的转换，构成图形的形象元素已经具备，但如何把这些形象元素组合起来，成为有机的画面，则还需要从事形与形的结合。</p> <p>绘制设计草图——形与形的结合——完成电子正稿——从形象元素到视觉符号，</p> <p>请同学们欣赏下面系列列作品，试用课前线上自主学习的相关知识分析采用哪些形与形结合方法？请同学们分组进行讨论。</p> <p>1. 形与形的结合</p> <p>通过意与形的转换确定能够表现主题形象词的两个图形，那么他们以什么形式结合在一起呢？这就是形与形的结合过程。</p> <p>常见的有四种方法：置换衔接、异影衔接、共生衔接、延异渐变</p> <p>(1) 置换衔接</p>	<p>老师板书： 广告图形创意步骤</p> <p>意与意的沟通、意与形的转换、形与形的结合</p> <p>图片直观展示广告图形创意步骤： 帮助学生理解执行过程中所蕴含的创意思维方法</p>	<p>学生在教师的引导下，进行对案例的分析、回答问题、讨论，并利用所学知识，对图形创意步骤进行思考与总结。</p>	<p>根据课程特点采用直观教学，使学生直观感受广告图形创意执行过程；掌握其中蕴含创造性思维方法和规律，提高自我分析问题的能力。</p> <p>——思政点融入</p> <p>帮助学生梳理广告图形创意的三个过程与形象概念、设计概念、形象元素和设计符号的对应关系。</p> <p>通过案例分析法，探究新知，使学生加深对形与形概念和方法认知；</p>
-----------------	--	--	---	--

<p>课程思政典型案例</p>	<p>课中活动</p>	<p>赏析“同舟共济”海报，分析构成图形的形象元素，探究置换衔接结合方法、过程，表达团结互助，同心协力，战胜困难信心和决心。</p> <p>总结置换衔接的概念：就是图形的某一局部被其他与其相关联的元素取代产生一种虚幻的图形，传达出新的含义，置换的部分和原来的物质局部的造型保持一定的相似性，通过这样巧妙的结合引发新的思考。</p> <p>(2) 异影衔接</p> <p>赏析电影海报，分析构成图形的形象元素，探究异影衔接结合方法、过程，表达电影内容“末代厨娘”。</p> <p>总结异影衔接的概念：就是指设计者以物象和物象的影子为设计的切入点，通过对影子的加工改造，使影子产生变化来表达广告的主题。</p> <p>这里要强调这里影子可以是水中的倒影或镜中的影像，有的同学说这两幅作品采用的是异影衔接，</p> <p>(3) 共生衔接</p> <p>赏析“宅小家为大家”海报，分析构成图形的形象元素，探究共生衔接结合方法、过程，表达广告主题。</p> <p>总结异影衔接的概念：是指两个图形共用相同的轮廓线，产生虚实相生的图形，表达事物之间相互依存的关系。一般有轮廓共生图形和正负共生图形两种。</p> <p>引导学生分析轮廓共生图形和正负共生图形的区别，另外，如何处理好两个图形的自然衔接。</p> <p>(4) 延异渐变</p> <p>赏析“众志成城”系列海报，分析构成图形的形象元素，探究延</p>	<p>教师呈现战役海报广告案例，组织进行探究学习，加深学生对形与形概念和方法认知；</p> <p>教师呈现战役海报，组织进行探究学习，加深学生对置换、异影、共生衔接概念和方法认知；</p> <p>教师在平台发出投票利用投屏功能呈现学生会结果。教师对投票的结果给予评价；</p>	<p>学生在引导下分析案例，总结形概念和方法；</p> <p>学生用手机参与投票，完成投票结果的解答。</p>	<p>运用中国传统文化元素“龙舟”和口罩的结合，表达“同舟共济”主题，传承中国文化，激发学生面对困境，齐心协力，攻读难关信心和决心</p> <p>——思政点融入</p> <p>运用中国汉字文化元素“宅”和“家”的结合，表达“宅小家为大家”主题，引出抗疫涌现出许多“舍小家为大家”先进典型人物，比如：逆流而上医务工作者和志愿者，我们常说“不是我们岁月静好，只是有人为我们负重前行”，鼓励学生要用实际行动抗疫，争当志愿者；</p> <p>——思政点融入</p>
-----------------	-------------	--	--	---	--

课程思政典型案例	后测	<p>异渐变结合方法、过程，表达广告主题。</p> <p>总结延异渐变的概念：就是在一个平面空间内，将两个具有一定关联意义的形相互衍变为其他的形象元素，而这两种形象元素能代表一定概念，从而揭示广告主题。</p> <p>这里要强调图形中要有衍变的过程，另外，要处理好两个图形的自然衔接。</p> <p>作品展示评价（2分钟）</p> <p>这一环节主要以学生自评、互评和教师总评相结合的方法。利用学习通平台投票表决，所展示作品的结合方法，完成后测。</p>			<p>通过“众志成城”系列海报分析，掌握延异渐变的结合方法，同时，表明只要在党的领导下，同心协力众志成城，抗疫一定能取得最后胜利。</p> <p>——思政点融入</p> <p>利用学习通平台主题讨论检测学生对形与形方法的认知和判断，达成高阶性目标实现。</p>
	布置课堂实训	<p>（0.5分钟）</p> <p>实训内容：以《战役》为主题，根据今天分享广告图形创意的三个步骤，完成系列海报设计；</p> <p>实训要求：文件格式为jpg，色彩模式RGB，规格A3(297×420mm)，分辨率300dpi，作品不得超过3张页面，单个文件不大于5MB。；</p> <p>实训时间：8课时</p>	教师布置课堂实训任务，强调实训要求	学生在小组长的组织下，开展头脑风暴，绘制思维导图，上传学习通平台分享、参与互评。	<p>通过头脑风暴和思维导图绘制，训练学生在广告图形创意过程中灵活运用多种思维方法来完成广告策划案中广告图形创意表现部分，提升学生创新思维能力和运用头脑风暴和思维导图分析问题、解决问题的实际能力。</p> <p>——思政点融入</p>
	课堂小结	<p>（1分钟）</p> <p>利用板书总结这节内容，强调广告图形创意的三个步骤，激发学生创作的激情，体现青年一代共同战疫的决心和信心</p>	教师总结	学生回顾	<p>激发学生创作的激情和欲望，鼓励大家行动起来助力战疫；</p> <p>——思政点融入</p>

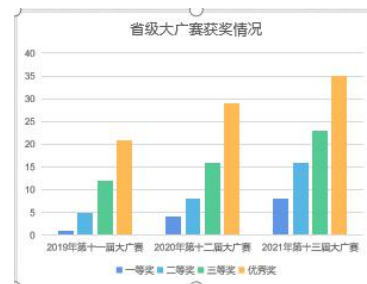
<p>课后巩固</p>	<p>各组学生进入实训室，根据今天课堂上完成思维导图，以及其他组学生和教师的点评意见，并选择适合的结合方式，进一步完善设计草图，完成设计符号转换</p>	<p>教师学习通发布任务四，帮助各组学生课后完成。并安排下周学习任务，</p>	<p>各 组 学 生 根 据 思 维 导 图 选 择 的 适 合 的 结 合 方 式， 绘 制 设 计 草 图， 完 成 设 计 符 号 转 换</p>	<p>通过课后完善设计草图，学生完成课后知识巩固和运用。为下周设计作品自评、互评和点评做好准备</p>
<p>教学反思</p>	<p>本次教学“以学生为中心”，采用案例教学法和直观展示法，通过教学平台、图片、视频动效等信息化手段的运用，既提升学生学习的积极性和能动性，也使同学在领略知识魅力的同时培养学生创新能力，坚持厚植中国传统文化目标，达到预期的教学效果。但是不足之处是，学生在完成任务过程中面对临时提问缺乏一些应变能力，需要教师提醒，且设计问题的能力还要加强，课堂的教学语言还需提高。</p>			
				

（概述课程思政教学改革成效，500 字左右）

通过课程思政教学实施，一方面教师的教学科研能力提升，一方面学生学习成绩和获奖率以及个人修养、职业素质、理想信念上得到大幅度提高。主要表现在以下几个方面：

1. 提高学生学习成绩和获奖率

通过对 19 级和 20 级两届普通班和翻转班学习成绩的分析，优秀率和良好率均提高 6% 以上。通过我们对近三年大广赛参赛人数和获奖率分析，参赛人数占比由 2019 年的 48% 提升 2021 年的 82%，获奖数由 2019 年 53 项增加到 2021 年 92 项。



2. 增强了学生的社会责任感

（1）新冠肺炎疫情防控期间学生拿起画笔设计《战疫情》公益海报举办线上展览，激发人们共同抗疫的信心和决心，很多学生争当志愿者，为人民群众牢牢筑起一道生命安全防线。

（2）每年组织师生利用毕业采风开展山西非遗文化研学，培养学生核心素养，要求学生毕业设计以“山西地域文化”为主线，宣传和推广山西乡村旅游文化资源和土特产，落实习总书记视察山西的讲话精神，助力地方非遗文化传承和山西转型发展的事业，培养了学生奉献、服务意识。

3. 提升了教师的教研能力

（1）团队教师思政教学理论水平明显提升。获得学院思政教学比赛一等奖一项，申报了两项省级课题，成果申报省级教改《“课程思政”在视觉传达设计专业课程中应用研究》一项，《广告创意与策划》省级一流课程建设立项。

（2）96%以上教师教学反思和研究能力得到了不同程度的提升。近三年在省级刊物发表论文 32 篇。课程团队主持、参与教改课题 4 项，其中课程思政项目 2 项，获省级教学成果二等奖、校级教学成果特等奖和一等奖。

4. 促进了教师基层党支部建设

充分发挥课程负责人为“双带头人”的身份，将课程思政立为样板支部建设重要任务，组织党员教师多次开展有关课程思政的教学研究，努力做到课程门门有思政，教师人人讲思政，2022 年有 8 项省级教改课题立项。顺利通过全国样板支部的验收，2021 年在建党 100 周年之际，被省高校工委授予“优秀共产党员”和“先进基层党支部”称号。

(学生的学习体会摘录, 500 字左右)

学生一: 通过对《广告创意与策划》这门课学习, 我认为要想成为一名合格的广告设计师, 首先要提高自己思想政治学习, 要立足时代, 扎根大地, 深入生活, 其次, 要有扎实的艺术功底, 审美能力和广告设计能力, 第三, 要有敏锐的感受能力, 表达设计理念的能力; 第四, 要具备创新能力和团队协作精神。

学生二: 老师在上《广告创意与策划》这门课时, 常说到的一句话就是“只有民族的才是世界的”, 至今使我记忆犹新, 在设计实践中指导我们将中国传统文化元素运用在设计创作中, 使我从理论和实践都感受到了中国传统文化价值观引领。

学生三: 通过这门课程学习是我深刻认识到, 任何一项广告设计都应当对自己的设计行为负责, 在伦理监督之下, 广告设计在给企业带来利益的同时, 也应当考虑对社会大众的影响。作为未来的准广告设计的设计师更需要加强自身修养, 不为贪图一时利益而失掉设计师的职业道德。

学生四: 老师治学严谨, 要求严格, 能深入了解学生的学习和生活状况, 循循善诱, 平易近人, 注意启发和调动学生的积极性, 课堂气氛较为活跃; 上课案例丰富, 不厌其烦, 细心讲解, 使学生有所收获, 总之, 董老师是一个不可多得的好教师。

学生五: 课堂气氛轻松、活跃, 积极激发学生的兴趣。课程设置合理, 知识深度合适, 实际操作多, 教学效果好, 教学内容新颖、独特、有自身特色, 能很好地启发、驱动学生的思维。

学生
反馈



一、思融合

本课程确立了一条主线、五个着力点和四个实施途径的课程思政整体设计，每个章节思政元素的建设已基本成形，内容比较充实，衔接基本自然流畅。但纵观整门课程，部分章节思政元素结合点偏显性较多，有待于显隐结合。需要教师在专业知识的基础上，不断的进行探索、挖掘和创新隐形思政元素，将专业知识与思政元素进行有效结合，育人于无形，使课程思政教育更全面、更系统、更有针对性。

二、思实施

在日常授课过程中借助信息化技术，运用了选人、投票、抢答、主题讨论、等多样化的教学方法，充分调动了学生学习的积极性和主动性，学生已经由接收者变成参与者。但课堂教学效果提升的同时，课前预习和课后提升形式也略显单一。今后要更多地探索如何融入丰富的课前和课后学习，实现闭环管理；如何融合个性展示与学习小组的多元教学主体，让学生认识学习规律的辩证关系。进一步研究架构线上线下多元素、多方位、多层次的融合体系，让学生由目前的参与者变成输出者。

三、思创新

本课程中的思政元素，立足时代，扎根大地与生活息息相关，从中国传统文化到社会热点事件，从国家领导人的重要讲话到最新《广告法》的分析，这些都需要有思政的敏锐性。要想把一节课以及一门课程的思政元素更加丰满有效，需要教师多渠道、多维度、多方面，不断提高思政教育能力与素养，与时俱进的推动思政教育的进程。同时，也要加强与思政课教师深入交流合作，提高教师本人的政治素养。

四、思考核

在课程考核过程中，虽然运用了多元化考核体系，注重过程性考核，过程考核占比由原来 20%提高到 40%，但是由于本课程实践性较强，在综合成绩中权重仍略显低，且德育教育的考核能否给出真实且公平的评价有待进一步商榷。因此后续的教学实践中，一方面逐步加大过程性考核权重，另一方面，可结合心理学或社会实践等多种测评方式进行德育效果考核。

附件 1: 《广告创意与策划》教学大纲

一、课程基本信息

课程类别：专业必修课 课程编号：1305020117
课程性质：术科课 先修课程：《字体设计》《图形创意》
学 分：4 学 时：64（理论：16 实训：32）
适用专业：视觉传达设计专业

二、课程简介

本课程是视觉传达设计专业一门专业必修课，本课程的研究对象为广告创意与策划，主要通过引入全国艺术广告大赛命题以及企业项目实践训练，在学生能够阐述广告创意、策划核心理论知识基础上，学会使用有效的广告创意多种思维方法拟定营销提案，并能独立完成一定量的个人作品及小组合作完成广告策划案创作（方案撰写+作品设计）。通过该课程的学习，培养学生运用视觉语言进行主题创意构思表现的能力和实践能力、项目管理能力、沟通交流能力以及团队协作精神。

三、课程目标

（一）知识目标

学生能够阐述广告创意与策划核心理论知识，学会使用有效的广告创意多种思维方法拟定构思方案。对广告创意表现方法及设计创意规律进行描述。

——支撑毕业要求的知识水平

（二）能力目标

能够根据广告创意设计项目完成的工作过程，选择合适的多种方法完成市场调查分析；运用合适的广告策略完成主题构思方案确定，并在方案中体现创新意识；最终完成广告创意表现和广告媒介的选择与预算。使学生具备独立完成一定量的个人广告作品及小组合作完成广告创意策划案的创作能力、沟通交流能力以及团队协作精神，。

——支撑毕业要求的分析、设计、创新能力

（三）素质目标

通过课程思政，使学生认同广告创意体系与中国传统文化体系的价值关联，立足时代，扎根大地，坚持在价值观教育中弘扬中华优秀传统文化，通过价值观教育树立正确的艺术观、创作观；提高学生的质量意识、审美能力及人文素养。

——支撑毕业要求的立德树人、职业规范

四、教学内容

第一章 广告创意

【教学内容】

第一节 认识广告创意

1. 创意概念
2. 广告创意定义

第二节 广告创意理论

1. RIO 理论
2. USP 理论

3. 品牌形象理论

第三节 对广告创意的理解

1. 广告创意与策略关系

2. 广告创意特征

第四节 好广告创意的标准

1. 什么是好的广告创意

2. 好的广告创意标准

【教学重点】

理解广告创意的定义及广告创意和策略的关系。

【教学难点】

依据广告创意理论解决广告创意中的实际问题。

【课程思政融入点】

在广告创意概念中，通过对北京冬奥会的开幕式精彩片段创意点中国分析，解析中国文化的博大精深，设计离不开文化，传播中国价值观念、中华文化精神和审美追求；分析广告创意理论中主张观点，分享设计大师创业历程，体会作为一名设计师的敬业奉献、奋斗的一生，作为大学生更要努力工作实现人生价值：理想信念、道德修养、职业素养。

第二章 广告策划

【教学内容】

第一节 认识广告策划

1. 广告策划概念

2. 广告策划特征

3. 广告策划原则

第二节 市场调查与分析

1. 市场调查的含义

2. 市场调查的内容

3. 市场调查的方法

第三节 广告目标策略

1. 什么是广告目标

2. 广告目标的类型

3. 广告目标的要求

第四节 目标市场策略

1. 广告目标市场策略概念

2. 市场细分的依据

3. 广告目标市场策略

第五节 广告定位策略

1. 广告定位策略概念

2. 广告定位策略种类

第六节 广告诉求策略

1. 广告诉求概念
2. 广告诉求策略

第七节 广告媒介策略

1. 广告媒介概念
2. 影响广告媒介选择的因素
3. 广告媒介组合策略

【教学重点】

认识市场分析在广告策略中的作用，并运用市场调查方法组织市场分析；认识媒体特性及广告信息传播特征，学会如何制定广告定位策略和广告诉求策略。

【教学难点】

如何有效合理运用媒体选择的基本原则完成媒体选择细分；掌握广告诉求中的情感诉求和理性诉求，并能够运用诉求方法完成具体广告策划项目。

【课程思政融入点】

1. 指导学生写作的实践教学过程中，要重点培养学生实事求是和具体问题具体分析的意识；

2. 通过探讨品牌市场营销环境，引导学生思考设计与经济、文化、社会等的关系，设计师的职责是解决用户困难和需求，设身处地为他人着想，对他人负责，履行设计师的职责：职业素质

3. 确保数据的真实性，遵守职业道德，不能为设计而设计：职业操守、法律意识；

4. 帮助学生形成运用广告传播策略分析广告的能力，牢固树立广告传播的法制意识。培养学生的诚信品格和法制观念；

第三章 广告创意执行

【教学内容】

第一节 广告创意的思维方法

1. 什么是创造性思维
2. 创造性思维的特点
3. 创造性思维的过程
4. 创造性思维的类型

第二节 广告图形创意的步骤

1. 意与意的沟通
2. 意与形的转换
3. 形与形的结合

第三节 广告创意的艺术表现手法

1. 直接展示法
2. 对比衬托法
3. 合理夸张法
4. 以情托物法

5. 以小见大法
6. 幽默法
7. 比喻法
8. 借代法
9. 拟人法
10. 悬念法

第四节 广告文案的创意

1. 广告文案内涵
2. 广告文案作用
3. 不同媒介广告文案

【教学重点】

掌握广告创意执行步骤；学生能够运用广告创意多种思维方法进行艺术表现；分析不同媒介广告文案组成部分，总结不同媒介的广告文案创意特征。

【教学难点】

学生能够运用广告创意多种思维方法和艺术表现手法完成广告策划案中创意展示部分；

【课程思政融入点】

1. 分析经典广告的创意之处，帮助学生打破传统思维，在潜移默化中培养学生的广告创新意识；
2. 通过对战疫情公益广告，阐述图形创意三个过程；激发学生爱国热情和使命担当；
3. 通过具有中国传统文化元素的案例广告：增强民族文化自信；深刻领会只有民族的才是世界的深刻含义。

第四章 广告创意实训

【教学内容】

第一节 公益广告实训

1. 什么是公益广告
2. 公益广告创作主题与原则
3. 公益广告创意策略
4. 公益广告创作流程

第二节 商业广告实训

1. POP 广告
2. 电视广告
3. 户外广告
4. 招贴广告

第三节 数字广告实训

1. 认识数字广告
2. 数字广告创意原则
3. 数字广告创意媒介类型

【教学重点】

1. 探究多种媒介广告创意构思策略；
2. 掌握数字媒体广告创意原则和类型；

【教学难点】

各类媒介广告的创意设计实践应用。如何站在艺术设计与市场经济的角度，做以人为本的设计，并达到内容与形式相统一，解决商业广告的创意诉求目的。

【课程思政融入点】

1. 通过公益广告实训培养与开拓学生创新意识和创意思维，树立标新立异的创作理念；
2. 树立正确的商业电视广告鉴赏理念；提升学生审美能力；坚定商业价值、文化自信；逐步形成探索艺术的行为习惯；
3. 数字媒介的变化体现了我国科学技术的不断发展和国力的增强，激发学生的民族自豪感，引导学生树立爱国情怀；

第五章 广告预算与效果

【教学内容】

第一节 广告预算

1. 广告预算的定义
2. 广告预算的内容
3. 影响广告预算的定义的因素
4. 广告预算制定方法
5. 广告预算分配

第二节 广告媒介选择与排期

1. 广告媒介选择
2. 媒介选择技巧
3. 媒介排期

第三节 广告预算与评估

1. 广告效果评估内容；

【教学重点】

1. 影响广告预算的因素；
2. 广告预算制定的方法；
3. 广告传播效果的评估指标；

【教学难点】

1. 掌握广告预算的分配方法；
2. 如何进行广告传的传播效果的评估；

【课程思政融入点】

1. 讲解广告预算的编制方法，明确广告经费必须有计划地且合理地支出，避免因经费支出的随意性和工作中的不正之风等造成资源浪费。并着力培养学生的预算意识和责

任意识。

2. 通过案例进而了解如何进行广告选择与媒介排期。推动学生对艺术与新媒体营销的参与搭建；促进学生传播主流价值观形成，推进学生成为美育新担当的角色。

五、实训项目

序号	项目名称	学时	类型	要求
1	认识广告创意——运用广告理论分析典型案例	2	验证性	必做
2	广告策划——以小组为单位完成广告策划案中市场分析和营销提案两部分	2	设计 研究性	必做
3	广告创意执行——每位同学完成期中考核作业平面系列创意广告设计	4	综合性	必做
4	广告创意实训——以小组为单位完成广告策划案中广告创意表现各类媒介广告设计；	6	综合性	必做
5	广告预算与效果——以小组为单位完成广告策划案中广告媒介选择与预算部分。	2	综合性	必做
合 计		16	-	

六、学时分配

章次	内容	学时	学时分配	
			理论	实践
1	广告创意	4	2	2
2	广告策划	8	6	2
3	广告创意执行	14	10	4
4	广告创意实训	18	12	6
5	广告预算与效果评估	4	2	2
合 计		48	32	16

七、教学方法与手段

1. 基于翻转课堂下项目教学法的实施

通过线上教学资源组织学生课前自主学习完成部分广告创意理论知识认知，课中着重探究学习完成广告策划案设计项目所需的重点和难点，课后采用工作室模式，在课程团队教师辅导下学生完成广告设计项目，有针对性解决设计过程存在的问题，增强了实践环节，更加符合应用型本科视觉传达设计人才培养目标，达到理想教学效果。

2. 实训室转变为工作室

将原有实训室模拟公司环境设置：接待洽谈区、创意讨论区、设计工作区、作品展

示区、设备操作区、设计总监室，进一步完善广告创意与策划工作室设备，采用导师负责制，由导师任项目组长或设计总监。配合学生进行设计项目模拟训练，学生可根据项目类型分组实施设计工作，按照设计公司的运作流程进行角色实训，提高了学生协作精神，增强了沟通能力，组织能力，掌握了从创意设计到实际制作的设计全流程。

八、课程考核

1. 考核方式：考试
2. 计分制：百分制
3. 成绩评定：

成绩构成	占比 (%)	考核项目	考核要求
平时成绩	40%	单元实践 (30%)	单元实践根据实际完成阶段性设计作品评定,最终成绩取三次平均分。以作业形式线上提交电子设计作品,上传学习通进行评分。
		出勤 (10%)	全勤且无迟到、早退、缺课,为100分。迟到早退5分钟扣3分,5-10分钟扣5分,10分钟以上记为旷课,
		课堂互动 (20%)	参与分组任务学习、投票、问卷、抢答、选人、讨论、随堂练习等课程活动获得相应分数,各项活动通过学习通线上进行,积分以学习通成绩统计为主,辅以课堂表现评价,满分为100分。参与辅导答疑记入讨论得分。
		任务点完成 (40%)	主要依据学生课前自主情况,具体包括:教学视频占20%,章节测试占10%,主题讨论占10%)
期中成绩	20%	详见试题评分标准	
期末成绩	40%	详见试题评分标准	

九、教材及教学资源

(一) 推荐教材

- [1] 孙国非,黎青.广告策划与创意.湖南大学出版社.2018.11.
- [2] 潘君,冯娟,徐曼等.广告策划与创意.中国地质大学出版社.2019.4.
- [3] 邱小平.广告策划实务.机械工业出版社.2017.4.

(二) 参考书目

- [1] 朱海辰.广告设计与制作(第二版).中国轻工业出版社.2020.8.
- [2] 王艺湘.广告策划与媒体创意.中国轻工业出版社.2017.9.
- [3] 任莉.广告设计与创意表现.人民邮电出版社.2017.11.

(三) 线上资源

1. 超星学习通 山西应用科技学院 董霞 《广告创意与策划》
<https://mooc1-1.chaoxing.com/mycourse/teachercourse>.

2. 学银在线 广东东软学院 江明磊 《广告创意与策划》

<https://mooc1.chaoxing.com/mycourse/studentcourse?courseId>