**【影视广告制作】**

**【**VIDIO AD**】**

一、基本信息（必填项）

**课程代码：**【2030083】

**课程学分：**【4】

**面向专业：**【广告学】

**课程性质：**【专业课“◎”。】

开课院系：新闻传播学院广告学系

使用教材：教材【自编】

参考书目【《影视广告设计与制作---中国高等院校广告与设计系列教材》,作者:罗业云编著,出版社:上海人民美术出版社。《中国美术院校新设计系列教材:影视广告创意与制作》出版社:上海人民美术出版社，《影视广告教程》是2008年11月1日高等教育出版社出版的图书，作者是苏夏。】

课程网站网址：

https://elearning.gench.edu.cn:8443/webapps/blackboard/content/listContentEditable.jsp?content\_id=\_12200\_1&course\_id=\_5580\_1&mode=reset

**先修课程：**【视频采集2030318学分4，摄影基础2030311学分2】

二、课程简介（必填项）

影视广告是现代广告业发展迅速的重要广告业务，是各大广告公司重要的业务之一。主要是指为各类企事业单位拍摄企业形象宣传片，产品推广商业片，文化建设宣传片。影视广告作为重要的广告业务主要包括前期调研、策划创意、拍摄制作、后期剪辑、投放效果反馈等重要的工作岗位和能力要求。同时，它对学生的剧本写作能力、摄影摄像能力、语言表达、采访录制、音效配置等素质能力要求较其他广告专业能力有更高的要求。因此，本课程在广告学专业课程中处于非常重要的地位，是一门专业核心课程。

本课程的目的是培养能按照现代广告策划创意传播理念，规范、准确、熟练地完成影视广告制作的各项专业任务的人才。立足这一目的，本课程结合本科生的学习能力水平与影视广告的课程目标，依据影视广告的主要子项目内容共制定了五方面，十五个能力要求。这五方面目标分别涉及的是影视广告片的前期调研和资料搜集与分析，创意策划，拍摄，剪辑与后期制作，广告投放效果分析五个方面。

本课程建议课时数64，其中实践课时数32，共计4学分。

三、选课建议（必填项）

本课程前应开设《视频采集》、《摄影基础》、课程，以使学生有相应的摄影摄像基础和创意策划能力。课程结束后可与高年级的实训实习结合，在实习实训中检验学到的知识与能力。

1. 课程与专业毕业要求的关联性（必填项）

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| L011 | LO111 | 倾听广告客户的需求和诉求点。 | ● |
| LO112 | 能够熟练的阐述广告方案的意图，亮点,及时调整方案的陈述。 | 　 |
| L021 | LO211 | 学习和借鉴广告大师和成功案例为创意策划提供素材。 | 　 |
| LO212 | 对新型广告创作应用技术进行延展学习和应用。 | 　 |
| L031 | L0311 | 能够进行广告创意联想。 | ● |
| L0312 | 具备广告文案创意、口号创意和图形创意的能力。 | 　 |
| L032 | L0321 | 具有进行广告发布、推广活动策划能力。 | 　 |
| L0322 | 熟悉活动的组织流程，具有活动的相关执行技术和能力。 | 　 |
| L033 | LO331 | 能进行广告文案、口号的写作。 | 　 |
| LO332 | 能进行各类维度的广告作品设计。 | ● |
| LO333 | 能根据客户的反馈对广告文案和设计作品进行有效的修改。 | ● |
| L034 | LO341 | 能够将广告设计方案转化为广告执行方案 |  |
| LO342 | 熟悉各类广告制作工艺和材料。 | 　 |
| LO342 | 具备广告现场执行的监理能力，沟通能力，协调能力。 | 　 |
| L035 | L0351 | 具备广告客户、业务开发和维护能力。 | 　 |
| L0352 | 具有广告消费行为、营销、广告客户心理等方面的基础知识。 | 　 |
| L0353 | 具备良好的品牌开发、传播的能力。 | 　 |
| L041 | LO411 | 遵纪守法：遵守校纪校规，具备法律意识。 | 　 |
| LO412 | 诚实守信：为人诚实，信守承诺，尽职尽责。 | 　 |
| LO413 | 爱岗敬业：了解与专业相关的法律法规，在学习和社会实践中遵守职业规范，具备职业道德操守。 | 　 |
| LO414 | 心理健康，能承受学习和生活中的压力。 | 　 |
| L051 | LO511 | 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，共同完成任务。 | 　 |
| LO512 | 有质疑精神，能有逻辑的分析与批判。 | 　 |
| LO513 | 能用创新的方法或者多种方法解决复杂问题或真实问题。 | 　 |
| LO514 | 了解行业前沿知识技术。 | 　 |
| L061 | LO611 | 熟练运用各类信息搜索软件和检索工具进行广告客户背景资料搜集 |  |
| LO612 | 熟练运用数据分析软件进行广告客户需求分析。 | 　 |
| LO613 | 熟练使用计算机，掌握常用办公软件。 | 　 |
| L071 | LO711 | 爱党爱国：了解祖国的优秀传统文化和革命历史，构建爱党爱国的理想信念。 | 　 |
| LO712 | 助人为乐：富于爱心，懂得感恩，具备助人为乐的品质。 | 　 |
| LO713 | 奉献社会：具有服务企业、服务社会的意愿和行为能力。 | ● |
| LO714 | 爱护环境：具有爱护环境的意识和与自然和谐相处的环保理念。 | 　 |
| L081 | L0811 | 具有良好的广告专业英语听说读写能力。 | 　 |
| L0812 | 能从4A公司和国外广告公司的案例中汲取经验。 | 　 |
| L0813 | 能引进世界先进水平的广告创意、执行和表现手段。 | 　 |

五、课程目标/课程预期学习成果（必填项）（预期学习成果要可测量/能够证明）

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **课程预期****学习成果** | **课程目标****（细化的预期学习成果）** | **教与学方式** | **评价方式** |
| 1 | LO111 | 能够倾听并准确理解企业主宣讲**企业诉求** | 企业人员进课堂宣讲广告片诉求，师生交流与沟通 | 企业诉求简报和调研报告 |
| 2 | LO713 | 能为企业创作**体现企业社会责任感**的，**反映企业社会公益属性（**社会主义核心价值观内容**）**的广告语 | 课堂上**运用头脑风暴**的形式，**创意策划**具备社会责任感的广告语 | 宣传语（剧本的开始部分） |
| 3 | LO311 | 能根据广告语进行头脑风暴创意并写作剧本 | 课堂上**运用头脑风暴**的形式，**创意策划并写作剧本** | 剧本 |
| 4 | LO332 | 能进行广告片视频素材的拍摄 | 现场拍摄及指导 | 拍摄素材 |
| 5 | LO333 | 能进行后期剪辑、修改、特效设计，最后形成一部**企业宣传片** | 课堂软件剪辑操作指导 | 剪辑与后期制作视频 |

六、课程内容（必填项）

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **单元** | **项目****（可转化为校内模拟情景）** | **子项目** | **工作任务（每个任务4课时每周次）合计15个教学周含上课地点和内容** | **能力要求** | **知识要求** | **项目质量标准** |
| 1 | 公司进行企业形象广告片拍摄制作 | 前期调研和资料搜集与分析 | 1-1广告主企业情况调研（教室内讲授方法） | 1-1-1设计商业调查表能力 | 1-1-1市场调查的目的知识 | 撰写前期调研和资料搜集与分析，准确把握甲方的利益诉求 |
| 1-1-2与企业负责人沟通的能力 | 1-1-2交流语言和市场调研的基本知识 |
| 1-1-3调查表数据整理的能力 | 1-1-3数据归类数据量化数据可视化的知识技术 |
| 1-2广告主资料收集（企业老总来宣讲需求） | 1-2-1资料索取与汇总能力 | 1-2-1文档整理归类，和企业资料结构方面的知识 |
| 1-2-2网络资源获取的能力 | 1-2-2网络搜索的技术及关键信息设定的知识 |
| 2 | 创意策划 | 2-1广告主需求分析（教室内撰写修改） | 2-1-1资料总结与归纳能力 | 2-1-1企业商业诉求类别分析和要点梳理的知识 | 创意策划契合甲方诉求，创意有创新性，具备可执行性 |
| 2-1-2广告主诉求点分析能力 | 2-1-2广告市场需求、消费结构分析等方面的知识 |
| 2-2宣传语创意（教室内撰写修改） | 2-2-1头脑风暴能力 | 2-2-1联想、发散性思考等方面的创新、创意知识 |
| 2-2-2商业口号创意写作能力 | 2-2-2创意转化成简洁的广告语的相关写作知识 |
| 2-2-3商业口号选择确定（与广告主互动）能力 | 2-2-3与广告主互动的策略 |
| 2-3剧本写作（教室内撰写修改） | 2-3-1情节创意能力 | 2-3-1情节演绎创意知识 |
| 2-3-2剧本写作能力 | 2-3-2剧本类文字写作方法和知识 |
| 2-3-3解说词写作能力 | 2-3-3解说词类文字写作方法和知识 |
| 2-4脚本写作及拍摄计划制定（教室内撰写修改） | 2-4-1脚本写作能力 | 2-4-1脚本类文字写作方法和知识 |
| 2-4-2拍摄计划制定能力 | 2-4-2拍摄物质、人员、流程知识 |
| 3 | 拍摄 | 3-1主题拍摄（企业现场拍摄） | 3-1-1选择和准备拍摄器材的能力 | 3-1-1拍摄器材使用设备性能知识 | 拍摄镜头优美，内容完整.素材采用比不低于10:1 |
| 3-1-2主要题材的拍摄能力 | 3-1-2拍摄人物视频素材技巧 |
| 3-2背景拍摄（企业现场拍摄） | 3-2-1背景素材的拍摄能力 | 3-2-1拍摄景物视频素材技巧 |
| 3-2-2背景工具的使用能力 | 3-2-2道具准备制作知识 |
| 3-3补拍（企业现场拍摄） | 3-3-1素材的补拍能力 | -3-1补充素材的选择要点和拍摄技巧 |
| 4 | 剪辑与后期制作 | 4-1初剪（教室内剪辑） | 4-1-1样片镜头的选择能力 | 4-1-1 PR剪切剪辑技术 | 剪辑与后期制作充分体现剧本要求，特效运用合理，有一定视觉和听觉冲击力 |
| 4-1-2镜头合成能力 | 4-1-2 PR音视频合成技术 |
| 4-2特效制作（教室内剪辑） | 4-2-1三维二维特效制作能力 | 4-2-1 3DMAXFLASH技术 |
| 4-2-2特效制作能力 | 4-2-2AE特效制作技术 |
| 4-3配音配乐（教室内剪辑） | 4-3-1音棚配音录制能力 | 4-3-1音棚配音录制录入设备知识和技术 |
| 4-3-2背景乐选择剪辑能力 | 4-3-2 PR背景乐选择及音频合成技术 |
| 4-4终剪（教室内剪辑） | 4-4-1运用组合各类素材、特效、配音配乐综合剪辑的能力 | 4-4-1综合运用PR、AE的技术知识 |
| 5 | 广告投放效果分析 | 5-1投放调查（教室内设计撰写） | 5-1-1投放效能调查表设计能力 | 5-1-1市场反馈调研知识 | 广告投放效果分析能够准确反映投放效果，为客户和制作方提供修改和营销策略的依据 |
| 5-1-2投放效能调查方案设计能力 | 5-1-2投放效能调查活动策划知识 |
| 5-1-3投放效能调查现场调研的能力 | 5-1-3调研现场语言知识和沟通技巧 |
| 5-2效能分析（企业现场调研形成报告） | 5-2-1投放效能调查结果数据汇总能力 | 5-2-1投放效能数据指标知识 |
| 5-2-2投放效能调查数据分析能力 | 5-2-2投放效能数据指标分析方法与知识 |
| 5-2-3撰写投放效能调查方报告的能力 | 5-2-3投放效能调查方报告写作知识 |

七、课内实验名称及基本要求（选填，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 |
| 1 | 视频拍摄 | 按照剧本拍摄素材 | 8 | 综合 |  |
| 2 | 视频剪辑 | 按照剧本选择合适的素材剪辑成片 | 8 | 综合 |  |
| 3 | 剧本写作 | 按照企业策略要求写作广告片剧本 | 8 | 综合 |  |
| 4 | 企业调查报告 | 调查企业理念诉求写作调研报告一份 | 8 | 综合 |  |
|  |  |  |  |  |  |

七、实践环节各阶段名称及基本要求（选填，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 | 实践主要内容 | 天数/周数 | 备注 |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |

 八、评价方式与成绩（必填项）

“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。一般课外扩展阅读的检查评价应该成为“X”中的一部分。

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。

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 总评构成（1+X） | 评价方式 | 占比 |
| 1 | 大作业企业宣传片成品一部 | 40% |
| X1 | 企业需求调查报告一份（含企业需求简报） | 20% |
| X2 | 剧本创作一份（含广告语） | 20% |
| X3 | 拍摄素材及初剪样片 | 20% |

撰写：系主任审核：