# 《影视广告拍摄与创作》课程教学大纲

课程编号：07130300

课程名称：影视广告拍摄与创作/Film and Television Advertising Shooting and Creation

课程总学时/学分：40/2.5（其中理论10学时，实验30学时）

适用专业：视觉传达

一、课程简介

《影视广告拍摄与创作》课是一门专业必修课，主要讲授影视广告的特点，并且利用摄像设备完成一个创意新颖、直击主题且能引起观众兴趣的优秀影视广告短片的拍摄。整个制作过程包括创意设定、剧本写作、分镜制作、拍摄、后期等。影视广告兼有影视与广告的特点，即要用影视的形式完成广告的功能。

《影视广告拍摄与创作》课程是视觉传达设计专业的一门专业选修课程，旨在帮助学生掌握影视广告拍摄基本概念、基本要素以及具体的制作流程，并了解其在不同广告领域的应用情况和不同的表现方式，且能进行实际创作。课程内容包括影视广告的概念、影视广告的优秀案例、影视后期要完成的任务以及具体的制作流程、影视广告的创意、影视广告拍摄在现实生活中的应用等。其中，影视广告制作流程主要包括创意、剧本、分镜、拍摄、表演、剪辑、特效等，又以创意最为重要。课程也旨在让学生拥有领先的审美判断和科学的理性精神，具有创新思维和发现问题与解决问题的能力，能够在影视广告短片拍摄与制作过程中拓展自己的思维，提高自身的综合素质，为后续课程学习奠定基础。

二、课程目标

通过本课程学习，学生应达到如下目标：

目标1：了解影视广告的基本概念及课程的基本要求，了解优秀创意广告的类别及特点；

目标2：掌握广告创意需要具备的基础，需要掌握的原则和方法，具有一定的创意能力；

目标3：掌握拍摄设备的使用和一定的拍摄技巧，能比较熟练地运用镜头语言；

目标4：掌握后期剪辑、调色、字幕、片头片尾的制作等。

三、课程教学内容及与目标的关系

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **课程**  **目标** | **知识**  **模块** | **教学内容** | **授课课时** | **教学方法** |
| 1 | 目标1 | 了解影视广告的基本概念及课程的基本要求，了解优秀创意广告的类别及特点。 | 影视广告的概念、发展历史及其特点  课程要完成的目标及具体任务  影视广告与其他广告的区别与联系 | 2 | 课堂讲授 |
| 2 | 目标2 | 掌握广告创意需要具备的基础，需要掌握的原则和方法，具有一定的创意能力。 | 2.1 国内优秀广告演示（分商业广告与公益广告）  2.2 国外优秀广告演示（分商业广告和公益广告）  2.3 优秀广告的创意、拍摄手法、表演、情绪表达、情节设计、故事讲述、产品植入、文史哲内容等的分析。  2.4 影视广告的特点总结：简短、以情感人、美的形式与善的内容的完美结合。  2.5 创意的来源：直接的生活经验，书本上的经验、优秀的广告、其他类型的艺术作品。  2.6 创意与要表达主题或要呈现产品的有机结合 | 10 | 课堂讲授  实践操作  学生讨论 |
| 3 | 目标3 | 掌握拍摄设备的使用和一定的拍摄技巧，能比较熟练地运用镜头语言。 | 3.1 电影中优秀的表演片断  3.2 在完成创意的基础上写出故事梗概，包括开头、发展和结局，并细化关键部分的情节。  3.3 在完成故事梗概的基础上写出剧本、文字分镜，画出画面分镜。  3.4 掌握拍摄器材的使用。  3.5 根据画面分镜进行拍摄，要注意构图。  3.6 注意镜头运动，善于运用视听语言，比较熟练地掌握蒙太奇的一些方法。 | 20 | 课堂讲授  实践操作  学生讨论 |
| 4 | 目标4 | 掌握后期剪辑、调色、字幕、片头片尾的制作等。 | 4.1 使用剪辑将故事讲述清楚。  4.2 使用调色功能让画面更美。  4.3 制作片头片尾，让作品更完美。 | 8 | 课堂讲授 |

四、实验或上机内容：无

五、考试目的

通过考试（考查），让学生熟练掌握创意的基本技巧和要求，能熟练掌握拍摄技法，熟练运用视听语言，能清楚完整地用动态画面表达自己的想法，最终做出一个优秀的影视广告短片。

六、考核标准

1.考核知识点和考核要求

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **知识模块** | **考核内容** | **考核**  **要求** | **分值** |
| 1 | 了解影视广告的基本概念及课程的基本要求，了解优秀创意广告的类别及特点。 | 优秀创意广告的类别  优秀创意广告的特点  影视广告与其他广告的区别与联系 | 能模仿一些优秀创意广告的创意，并进行应用  能对创意进行改进。 | 15% |
| 2 | 掌握广告创意需要具备的基础，需要掌握的原则和方法，具有一定的创意能力。 | 2.1 具有一定的文史哲基础及艺术学理论基础  2.2 掌握一定的创意原则和方法 | 广告内容和台词体现一定的文史哲功底。  表现形式方面能对一些艺术形式进行创新融合。  能熟练运用一些创作原则和规律。 | 35% |
| 3 | 掌握拍摄设备的使用和一定的拍摄技巧，能比较熟练地运用镜头语言。 | 3.3 故事梗概、剧本、文字分镜和画面分镜的写作与制作  3.2 拍摄设备的使用  3.3 拍摄时镜头的运用 | 故事梗概、剧本、文字分镜和画面分镜较好地完成。  能熟练运用拍摄设备。  能熟练运用镜头拍摄出想要的画面。 | 40% |
| 4 | 掌握后期剪辑、调色、字幕、片头片尾的制作等。 | 4.1 剪辑与调色  4.2 字幕与片头片尾 | 能利用剪辑清楚完整地表达故事。  能根据故事中角色的不同情绪使用不同的颜色效果。  完成字幕及片头片尾的设计。 | 10% |

2.题目类型及分值分布

学生根据所学的广告创意与拍摄方法制作一个影视广告。分值分布：创意：40%，拍摄与表演：40%，后期剪辑：20%。

考试方法和考试时间

总评成绩由平时成绩和期末成绩两部分组成，分别占比重为30%和70%；平时成绩包括课堂作业（20%）、课后作业（50%）、课堂互动（20%）和出勤（10%）。其中满勤80分，迟到、早退-5分/次，无故旷课-10分/次。无故旷课3次以上、累计超过12个课时的学生，取消其打分资格，并建议其重修。平时成绩不及格（低于60）者，不能参与成绩总评，课程成绩计0分；期末成绩以指定的主题，自定题目，内容包括：设计研究总结报告（PPT形式）、设计作品、展板等主要内容。期末成绩低于50分者，不能参与成绩总评，期末成绩直接记为总评成绩。

（1）考试方法：其他（考查，交作品）

（2）记分方式：百分制，满分为100分

（3）考试时间：120分钟

七、教材及主要参考资料

[1] 金水,于术.影视广告制作基础.北京：中国传媒大学出版社[M],2019.3.

[2] 王济军编.数码摄影与摄像.上海：上海交通大学出版社[M], 2021.08.

[3] 王贤波著. 当代电视艺术的视觉性思维[M]. 广州：中山大学出版社, 2019.02.

[4] 张正学，段兰霏主编. 影视广告案例解析[M]. 北京：中国传媒大学出版社, 2019.09.

执笔人：吴彦泽 2023年7月3日

审核人：张永年 2023年08月15日

批准人：张 华 2023年08月18日