# 《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