# 广告设计教学设计和教学实施 广告设计教学计划(精选8篇)

来源：网络 作者：落花时节 更新时间：2024-06-22

*在日常的学习、工作、生活中，肯定对各类范文都很熟悉吧。范文怎么写才能发挥它最大的作用呢？这里我整理了一些优秀的范文，希望对大家有所帮助，下面我们就来了解一下吧。广告设计教学设计和教学实施篇一课程名称：广告设计 课程号：1100119 编写...*

在日常的学习、工作、生活中，肯定对各类范文都很熟悉吧。范文怎么写才能发挥它最大的作用呢？这里我整理了一些优秀的范文，希望对大家有所帮助，下面我们就来了解一下吧。

**广告设计教学设计和教学实施篇一**

课程名称：广告设计 课程号：1100119 编写日期：2024年8月

第一单元广告设计概述、基本原理与流程、创意与表现、广告图形

一、教学目的：

通过阐述，让学生了解广告的概念、类型、功能、任务、设计原则、历史、现在及其未来发展趋势；让学生了解广告设计的前提与基础、美学特征、策略、构成要素等基本原理，以及广告设计的程序与流程；了解广告创意的意义、思维模式、基础与程序、策略及表现；了解广告图形的意义、功能、类型、设计准则及其创意与表现方法。

二、教学要求：

学习本单元，要求学生理解广告的概念、功能，明确广告设计的任务，掌握广告设计的原则，充分认识广告设计的历史意义及其经济价值；明确广告设计的策略及构成要素，掌握广告设计的程序与流程。要求学生重点掌握广告创意的的思维模式、策略及表现方式，能够运用所学知识进行有效的广告创意。重点掌握广告图形的类型、设计准则、创意与表现方法，能够运用广告图形语言进行有效的广告创意与视觉传达。

三、教学时数： 12学时

四、教学重点：

广告的类型、功能、设计原则、构成要素的基本原理，广告图形的意义、功能、类型、设计准则及其创意与表现方法。

五、教学难点：

广告的功能、设计原则，构成要素的基本原理

六、教学方法：

课件教学、图例、实践学习

七、主要参考书目：

1、《现代广告设计创意与表现》杭海 西安交通大学出版社

2、《台湾创意百科——广告创作》杨宗魁 岭南美术出版社

3、《奥格威谈广告》 [美]大卫·奥格威 机械工业出版社

4、《大创意：与生俱来的戏剧性》 鹏程、梁岩著 机械工业出版社

5、《日本平面设计 5 报纸广告》 日本江田设计事物所 吉林美术出版社

6、《日本平面设计2——海报》 日本江田设计事物所 吉林美术出版社

八、作业

1、通过收集各类型的平面广告资料，初步了解平面广告的表现形式指导学生收集报纸、杂志、宣传单等印刷广告资料 将广告资料分类并整理成册（8 开本）。

2、通过实际案例模拟广告设计并小组讨论和分析，了解 广告设计的基本原理与流程

将学生 5 ～ 6 人编成一组，每组选取一种产品进行小组讨论。

确立该产品的广告主题及广告策略，并拟订一份 3000 字左右的广告计划。

3、了解广告创意的基本方法与表现形式

每位同学自选一种产品，首先确立其广告创意策略，然后根据策略完成 10 套平面广告创意方案的构想图，最后选定一套方案运用电脑制作成 a4 幅面的设计正稿。

4、了解广告图形语言的基本知识

课程名称：广告设计 课程号：1100119 编写日期：2024年8月

第二单元广告文字、广告色彩计划、广告版式编排、报纸广告设计

一、教学目的：

通过学习让学生了解：

二、教学要求：

学习本单元，要求学生重点掌握：

广告文字的类型与特征、设计准则、与编排技巧，能够根据具体的广告内容采用与之相适应且具有个性的文字样式。

色彩的视觉心理、运用法则、色彩的计划与方法，能够运用相关的色彩知识对广告作品的色彩进行整体计划和有效执行。

广告版式编排的法则、构成原理及编排类型，能够运用版式编排知识进行广告版式编排。

报纸广告的特性、设计技巧及制作实务。

三、教学时数：

12学时

四、教学重点：

五、教学难点：

六、教学方法：

课件教学、图例、实践学习

七、主要参考书目：

1、《现代广告设计创意与表现》杭海 西安交通大学出版社

2、《台湾创意百科——广告创作》杨宗魁 岭南美术出版社

3、《奥格威谈广告》 [美]大卫·奥格威 机械工业出版社

4、《大创意：与生俱来的戏剧性》 鹏程、梁岩著 机械工业出版社

5、《日本平面设计 5 报纸广告》 日本江田设计事物所 吉林美术出版社

6、《日本平面设计2——海报》 日本江田设计事物所 吉林美术出版社

八、作业

1、了解文字在广告设计中的运用，运用广告文字语言的基本知识完成一幅以文字为主的平面广告作品 ，产品及品牌自选，a4 幅面，电脑设计、数码印刷完成2、了解广告色彩语言的基本知识 运用广告色彩语言的基本知识完成一幅平面广告作品，注意广告色彩的隐喻性和象征性，产品及品牌自选，a4 幅面，电脑设计、数码印刷完成。

3、了解和运用广告版式与编排的基本知识

运用广告版式与编排的基本知识完成一幅平面广告作品。

产品及品牌自选，要求图文并茂，设计新颖，布局合理，a4 幅面，电脑设计、数码印刷完成。

4、了解并掌握报纸广告的设计制作形式与特点

完成两个系列共 12 幅报纸广告（6 幅／系列），尺寸不限，但须符合报纸广告版面的尺寸规范，电脑设计、数码印刷完成。

《广告设计》教学方案3

课程名称：广告设计 课程号：1100119 编写日期：2024年8月

第二单元杂志广告设计、商业海报设计、户外广告设计、pop广告设计、dm广告设计

一、教学目的：

通过学习让学生了解：

杂志广告的设计原理、设计技巧及制作实务。商业海报的概念、功能与特点及其创意与表现。

二、教学要求：

学习本单元，要求学生重点掌握：

杂志广告的特性、设计技巧及制作实务；商业海报的创意与表现方法；户外广告的策划、创意与制作实务；pop广告的种类、创意与制作实务；dm广告的种类、创意与设计的知识和制作实务。

三、教学时数：

16学时

四、教学重点：

商业海报的创意与表现方法；户外广告的策划、创意与制作实务；

五、教学难点：

商业海报的创意与表现方法；户外广告的策划、创意与制作实务；

六、教学方法：

课件教学、图例、实践学习

七、主要参考书目：

1、《现代广告设计创意与表现》杭海 西安交通大学出版社

2、《台湾创意百科——广告创作》杨宗魁 岭南美术出版社

3、《奥格威谈广告》 [美]大卫·奥格威 机械工业出版社

4、《大创意：与生俱来的戏剧性》 鹏程、梁岩著 机械工业出版社

5、《日本平面设计 5 报纸广告》 日本江田设计事物所 吉林美术出版社

6、《日本平面设计2——海报》 日本江田设计事物所 吉林美术出版社

八、作业

1、了解并掌握杂志广告的设计制作形式与特点

将学生 5 ～ 6 人编成一组，每组自选一种品牌的汽车，制定恰当的杂志广告创意策略及媒体投放计划，完成两个系列共 6 幅杂志广告（3 幅／系列），大度十六开尺寸，电脑设计、数码印刷完成。

2、了解并掌握商业海报的设计制作形式与特点

将学生 5 ～ 6 人编成一组，每组自选一种品牌的饮料，制定恰当的广告创意策略

每位同学自选一种品牌的化妆品，设计一份三折页式的产品宣传册，内附一包试用品

尺寸不限，符合印刷成品尺寸规范，电脑设计、数码印刷完成。

**广告设计教学设计和教学实施篇二**

对xx老师教学效果的评价

xx老师治学严谨，教学认真，注重培养学生能力，对学生严格要求，悉心指导。能深入了解学生在就业方面遇到的问题，注重教学的针对性;针对就业指导课的实践性和应用性特点，注重创设教学情境，调动学生的积极性，通过师生互动、生生互动提高教学效果，活跃课堂气氛;注重案例教学，贴近学生，贴近就业，贴近实际；课后注意实践活动;能虚心并广泛听取学生的意见和反馈信息，做到及时修正和调整自己的课堂教学的方式和方法。

对教师讲课的教学评语

简明准确——指名学生努力方向。评价语言应客观的指出学生的长处及存在的问题，语言简洁明了，有重点。情真意切——激发学生的感情涟漪。

教师的评价语言应该是发自内心的，对学生的赞美应该是真诚而亲切。

饱含激励——点让学生的智慧的火种。教师一句简单恰当、激励性的评语在学生心中起着不可低估的作用教师的评语一旦进入学生的心中就宛如智慧的火种，点燃学生的创新的火花。

不拘一格——彰显学生鲜明的个性。教师课堂语言要灵活多样，随机应变，注重创新,这样学生才想听，爱听，百听不厌。

诙谐幽默——创设师生间的轻松气氛。运用诙谐幽默的评价语言是调节师生情绪、打破课堂沉默局面不可缺少的有效办法。

教学目标 1、教学目标科学、全面、明确，符合校本教材教学规律。2、教学要求具体、合理、切合学生实际。

教学内容1、知识结构合理、重点突出、衔接自然。2、学生生活实际联系紧密，体现时代性。

教学方法1、调动学生主动参与学习的有效程度，注重学生参与教学活动，突出学生的主体

地位。

2、有利于激发学生的学习兴趣，有利于启发学生动手动脑主动去获取知识和技能，有利于掌握学习方法。 3、启发学生合作学习和引导学生科学探究的方法有实效 4、注重过程体验，面向全体，因材施教。

教学能力1、重点突出，条理清楚，时间安排合理，应变 能力表现突出。

2、教具直观，手段先进，示范设计合理，指导操作规范，运用熟练。 3、语言生动严谨，准确流畅，表达清晰，板书 4、设计恰当。

体验。

2、学生思维活跃，参与面广。学生能够展示成果。3、课堂气氛活跃，师生交流和谐。

教学特色 1、课堂设计、操作设计具有创新意识。2、反映课程改革理念。

能精选习题，题目设置有梯度，提问面向中下等学生。注意知识的衔接，运用知识迁移的教学方法，使学生易懂。学生主动参与性不够，有待提高。

板书工整清晰，语言流畅有条理，课堂条理清楚，题目设置有梯度，课堂容量足，要加大学生参与面。

知识点详尽，内容丰富，条理清晰。并能适当补充相关知识。如能适当增添一些互动环节，气氛会更好。

语言幽默风趣，将枯燥的讲解变为生动的传授，能引导学生有效学习，双基落实，效果大为显著。

本课从书法欣赏入手，能激发学生学习兴趣，课堂内容安排有序，但学生反映稍显沉闷。能结合生活实例引入课程，课堂气氛活跃，内容传授形式多样。

通过分数运算类比引出分式的约分，学生容易理解，易于接受。课堂容量较大，但习题还需优化。老师讲解较多，师生双边活动需增多。

习题设计难易合理有序。整堂课围绕找公因式这个关键，设计了多种题型，并通过老师讲解、学生探索、学生口答、学生模拟练习、学生板演等多种形式，使学生基本上能解决问题，但课堂气氛略显沉闷。能让学生在反复朗读中体会海燕的优秀品质，教师在课堂上起到了引领、导航作用。新课程理念有所体现，但课堂内容略显单薄，平时应注意引导学生知识的积累，丰富学生知识面。

能采用类比引入新课，讲解例题详细，对个别容易出错的地方能反复强调，及时反愧巩固。选题类型较全面，课堂气氛略显沉闷，学生自主学习空间有待拓展。

小爱总结

教师年度考核评语

【评语一】

xx老师有心、用心、且有一颗巧心。她不仅积极参加政治学习，认真领会践行上级精神，还用心学习各种专业书刊，不断提高自身的专业素养及教学能力。面对性格各异，基础参差不齐的学生，她耐心想办法，有条不紊地组织学生互助互学，实施分类教学。面对学校的一次次接待任务，她静心接受，细心准备，圆满地完成了一次次接待课，尽显聋校师生在面点专业的风采，使得一批批来宾喜笑颜开。面对副班主任工作，她主动配合班主任协调好各项工作，灵活到位，使得班级的日常教育工作秩序井然，班级氛围积极和谐。

【评语二】

该同志热爱学校，关心集体，做好学生的表率。服从安排，团结协作，工作尽心尽责，态度端正，努力完成学校交给的各项任务。出勤好，勇挑重担，从不计较个人得失。在做好教育教学工作的同时，全心全意为学校做一些力所能及的事，在教育教学中，能够带头作用，认真学习领会课改精神，努力探索教育教学规律，改进教育教学方法，提高教育教学质量和科研水平。同时，学习校本课程开放的精神，认真备课，注重抓课堂效率，充分发挥学生的主动精神和合作意识，体现学生的主体地位。在学生方面，发现学生出现思想认识偏差，及时给予正确引导，关心学生的健康成长。此外，充分利用课余时间，关心国家时事，积极参加各种培训。

【评语三】

该同志热爱学校，关心集体，服从安排，团结协作，工作尽心尽责，态度端正，完成学校交给的各项任务积极。出勤好，勇挑重担，从不计较个人得失。在做好教育教学工作的同时，全心全意为学校做一些力所能及的事，在教育教学中，能够带头作用，认真学习领会课改精神，努力探索教育教学规律，改进教育教学方法，提高教育教学质量和科研水平。

【评语四】

该同志爱党爱国，积极参加政治学习和业务学习，热爱教育事业，自觉遵守《教师法》和《中小学教师职业道德规范》等法律法规，以教书育人为己任，积极参加教研活动和课改培训，认真上好公开课，弘扬奉献精神，作风正派，廉洁从教，为人师表，有强烈的事业心和高度的责任感。

【评语五】

该同志在思想上坚持四项基本原则，拥护中国共产党的领导，积极参加单位组织的各项政治学习，努力提高自己的思想政治觉悟，严格遵守单位的各项规章制度。在工作中，该同志具有强烈的事业心和高度的责任感，工作勤勤恳恳、任劳任怨。勇于开拓、锐意创新，能够虚心向老教师学习，认真钻研教材，积极参与教研，努力提高自身的业务素质，取得了显著的工作效果。在生活中，该同志想他人之所想，急他人之所急，团结同志，乐于助人，注重提高个人修养，在搞好本职工作的同时，积极参加各种集体活动，认真完成组织交给的各项工作任务，受到了学校领导和家长的一致好评。

【评语七】

该同志热爱社会主义祖国，热爱中国共产党，认真学习和宣传马列主义、毛泽东思想和邓小平建设有中国特色的社会主义理论，积极参加政治学习和业务学习，热爱党的教育事业，自觉遵守《教师法》和《中小学教师职业道德规范》等法律法规，以教书育人为己任，积极参加各项教研活动和课改培训，认真上好公开课，不断提高认识和业务水平，解放思想，实事求是，陶冶人生观、价值观、世界观。弘扬奉献精神，作风正派，廉洁从教，为人师表，有强烈的事业心和高度的责任感。

在生活中，该同志想他人之所想，急他人之所急，团结同志，乐于助人，注重提高个人修养，在搞好本职工作的同时，积极参加各种集体活动，认真完成组织交给的各项工作任务，受到了学校领导和家长的一致好评。

在工作中，该同志具有强烈的事业心和高度的责任感，工作勤勤恳恳、任劳任怨。勇于开拓、锐意创新，能够虚心向老教师学习，认真钻研教材，积极参与教研，努力提高自身的业务素质，取得了显著的工作效果。

【评语八】

该同志在一年的支教工作中，以饱满的工作热情、求真务实的工作态度，认真完成各项任务。充分发挥支教教师的引导作用，耐心细致的指导青年教师，提高本组教师的业务水平。关心爱护学生，利用各种手段激发学生学习兴趣，教育教学效果好，深受广大家长和学生的喜爱。为人师表，作风正派，堪为其他老师学习的榜样。

虽不善于表达自己的情感，但只要了解他的人无不为他那爱岗敬业的精神所震惊。他对待工作学生非常负责，永远将学生放在第一位。作为班主任的他很会团结集体，体育课时他组织学生，和学生们一起打篮球，也会和女同学打羽毛球。他很关心爱护学生，在我们班水痘肆虐期间，他为我们买预防药，给宿舍消毒，到处奔波，却从无怨言，他经常为班级制定一系列的规章制度，把班级的各项事务管理的井然有序。虽然他平时对我们很严格，但古人云：严师出高徒。所以我们班一致认为师德标兵的称号梁志勇老师当之无愧!

**广告设计教学设计和教学实施篇三**

初踏社会,心情激动、紧张、难过.激动的是我终于可以长大了,可以开始我真正的人生;紧张的是不知自己是否能适应这个社会,战胜这新环境;难过的是从此我就要在这纯真的学生生活上画上句号了.心里矛盾,脑子里翻天覆地.

在当今的社会里我们离不开人类的沟通与机械化的运作,从大学生活转向社会时,我就意识到电脑与沟通的重要性.所以我选择了一家惠州的广告公司实习.在公司里面我主要负责与美指、客户联系、传达客户信息、跟进客户所下达的业务、使其得到满意的效果.由于这行业的专业性质要求比较高,而我又是刚出来的大学生,对广告行业的一些术语与材料一窍不通.经常会遭到同事与供应商的小视,所以我决心要做好这第一份工作.在日后的日子里我经常到公司底下的制作前线与前辈讨教来加强我的专业知识,看广告书和上网与别人分享自己的经验检讨出自己工作中一些不适的语言与行为!

广告并不是一个容易的行业,其实广告人是孤独而被遗忘的\'.在网上调查发现其实我们所做的广告,有75%的人是忽略的,所以如何运用技巧唤醒人们对广告的注意,是广告人必须要注意的.广告有基本必须的元素1.由美术构成并且有一定的水准.2.文字方面朗朗上口,简洁有利.3.必须要能表达出来,并在恰好的时间点上.当然还有我们的服务也是至关重要的,广告行业其实就是卖你的服务.

五月的工作的确很累,每天拖着疲惫的身子回家,但是后面也渐渐就习惯了.不断有新的知识学到,心里有一种充实感.经理除了让我学习销售策略以外还让我与公司的设计师学习广告设计来填补自己在广告创意上的缺乏.在这两个月里我真的学到了很多,也巩固了以往许多知识.现在工作的每一天几乎都会有大的或小的问题,这样其实我很开心,我也有信心把现在的工作做好!因为我有我的信念：我不怕问题的到来,因为问题总是可以得到解决的!

在这段实习的时间里,我经历了很多以前没有的事,就比如第一次领工资虽然只是一点点的钱,但却是我人生的转折点,一个人在他的学生时代最重要的是学习东西,增长见识,锻炼能力,尤其在大学学习时候,参于社会实践活动是一个很好的锻炼机会,赚钱不是主要的,作为学生,能赚多少钱,等你毕业了有的是赚钱的机会,这回可是我长这么大第一次用自己的双手和智慧挣来的钱,当时我真的是激动的要哭,那种感觉真的是无法形容的美妙.

实习是为将来打基础的重要阶段,珍惜自己每一个工作的机会,不论什么人,什么学历,从事什么工作,好好的表现、展示自己的能力,不要错过好的机遇.没有一件事情是轻轻松松的,但每一件事都是让人成长的,经历一段过程,喜悦或是艰辛,尽管经历的方式不尽相同,但它的结果是相同的,我们都会因涉事而成长.

**广告设计教学设计和教学实施篇四**

教学实践表评语： 教研室组评语：

该生在教学实践过程中，能够刻苦钻研，虚心请教，积极施行新的教育理念，探索新的教学方法，在教学实践过程中认真钻研教学大纲和教材，备课认真，态度负责，其助教工作受到学生的支持与称赞。总体上，较好地完成了教学实践任务。

导师评语：

该生对待教学实践工作，态度端正，认真负责。在整个教学实践过程中听课认真，备课仔细，能够积极查阅资料，丰富教学内容。对于分配的教学任务表现出高度热忱，讲课思想性科学性正确，语言表达清楚、流畅、准确，组织教学能力较强，教学效果好；并能兼顾不同程度学生的需要，鼓励学生在学习上不断进步。教学实践工作中，表现优秀。

学术讲座考核表评语：

导师评语：

该同学在硕士研究生的课程学习期间，态度端正，目的明确，在自我刻苦努力学习专业知识的同时，参与各项实践环节。特别是积极参加各种学术活动与专题讨论会，认真听取学术报告，勤做笔记，大胆提问，并能够结合自身学习，与教授专家交流

心得体会

，积累了大量专业知识，拓宽个人眼界。总体上，该生比较高的达到了研究生学术讲座考核的要求。

大学教学评价意见范文

1、教师通过对课本的独到深入的讲解，达到了很好的教学效果，能结合多种教学手段，使学生对知识的掌握更深刻。教学内容重点突出，教学目的十分明确，教师具有极高的专业技能。授课方式新颖别致，激起同学们的兴趣，教师很注重互动，课堂学习氛围轻松愉快，真正达到了教学的目的要求。

2、老师在授课中，内容深且广，涵盖面广，能联系古今，结合时代背景，在充分了解诗人，词人等古人的人生经历的同时更好地使学生们理解古文学作品的内涵与意蕴，同时在学习中使学生陶冶情操，增加了素养。教学效果显著，合同学们在学好古代文学专业课的同时，增加了人文素质，提高了文学品味，加强自身修养，使学生在轻松活跃的学习氛围中，增长了知识。

4、教师教学在书面浅显知识的基础上，进一步扩大了教学的知识的深度及广度，扩大了学生知识面，并且多方面培养学生的思考问题的能力，教师的知识渊博，因此讲授的很有深度，并且在书本知识上也有所扩展。课上教师很注意与学生的互动环节，增强了课堂气氛，使教学效果更加显著。

5、教师课堂上的整体教学效果非常好，教师在教学方面极认真负责，教师的基本知识技能过硬，因此，课上所达到的效果是很好的，指导具有针对性，使同学更容易获得提高。课上教师很注意与学生的互动环节，尤其是赵老师互动的效果很好，语言也很生动、形象。得到同学们的喜爱，教师并未忽视同学们的自己动手的锻炼、课堂互动效果极好。

6、教师上课认真负责，专业基础极技能高深，非常注重学生的实际动手能力。老师常常告诫学生，书法要从心开始，勤于练习。注重学生专业能力和素养的培养。上课语言幽默，互动适当，演示精准精彩。学生上课出勤率高，教学效果极其明显。

7、教师能以饱满的精神为学生讲每一堂课。在授课过程中，教师所讲的内容能够吸引学生的注意力，从所讲知识的一点，拓宽到一连串的多个知识点，并能从广度中求深度，用提问题的方示，让学生对问题进行深刻思考，形成教师与学生的互动关系。这样的教学，无论在知识面的拓展上，还是在知识点的深入理解上，都能有效地使学生接授并掌握所学和知识。

生的思维与学习兴趣。

9、课堂氛围轻松活跃，积极调动了学生的兴趣。课程设置合理，深浅知宜，实际操作多，教学效果好，且授课内容新颖，独到，有自己的特色，能很好的启发、带动学生的思维。立意新，大大地启发了学生的创造性思维。在师生互动方面，避免了老师单纯讲，学生单纯听的教学固有模式，打破常规，使学生参与到了课堂当中、10老师认真负责，以身为范，狠抓学生军事训练，处处高要求严标准。国防教育课，紧跟时代步伐，所讲授内容新颖、精彩，学生常常入迷。在讲授过程中不仅注重学生知识的普及，还注重培养学生的爱国情操。课堂互动高效，教学效果极其明显，深受同学们喜欢。

11、教师课堂上的整体教学效果好，教师的基本专业技能过硬，因此，课上所达到的效果是很好的，指导具有针对性，使同学更容易获得提高。课上教师很注意与学生的互动环节，尤其是互动的效果非常好，语言也很生动、形象。得到同学们的喜爱，教师并未忽视同学们的自己动手的锻炼、课堂效率极高。

12、教师的教学效果非常好，学生对老师授课的内容有较深的理解，教师授课内容深入广泛，精彩的语言使学生十分投入。另外，教师授课的立意十分吸引人，方式创新，同时，师生间的互动也使课程的效果有明显的提高。学生整体听课状况良好，注意力集中，对老师所讲内容吸收的很好。

13、教学整体效果较好，课堂气氛也很活跃，在程度上也做了较好的拓展，使学生对所学内容有更深了解，并且，授课内容所选择的角度，即切入点新颖，很有新意，能充分吸引学生的注意力，符合学生的学习兴趣，所以师生间有较好的互动，营造了良好的课堂氛围，尤其是教师讲课风格灵活，语言幽默，生动，深得学生喜爱，而且也非常注重学生实际操作的培养。

14、教师通过对文章的独到深入的讲解，达到了很好的教学效果，知识系统深入，并能结合多种教学手段，使学生对知识的掌握更深刻。教学内容重点突出，教学目的十分明确，教师所具备的知识达到了较深的程度，广博的学识使学生学习到了更多。主题立意新颖别致，激起同学们的兴趣，教师很注重互动，师生交流频繁，课堂学习氛围轻松愉快，学习者在教师的引领下既能充分吸收新知识，又有大的思维发展空间，真正达到了教学的目的要求。

教学效果评价标准细则

课堂教学是教学过程的中心环节，是教师和学生进行教学活动的主要形式，为了促进课堂教学改革，提高课堂教学质量，特制定本细则：

一、教学目标评价

“三维目标” 目标明确，符合学生实际，有可操作性，并能使知识目标，技能目标、情感目标有机相融，和谐统一。

量化评价标准总计10分。

二、教学内容评价

1、教师能准确把握所教学科内容的重点、难点。

2、教学内容紧密联系学生的生活实际，激发学生积极思维。

3、教师能从教学实际出发，转变教材观念，对教材进行科学有效的整合，不唯教材，能够创新使用教材。

量化评价标准：第1、2项各3分，第3项4分。总计10分。

三、

教师行为评价

1、课堂教学中教师能够有效地组织学生进行学习；能够对学生的学习方法恰当指导；培养学生良好的学习习惯；创设生动有趣的教学情境来诱发学生学习主动性和创造性；成为学生和课本之间的桥梁纽带；能和学生一起学习，探究、倾听、交流。

2、课堂上能营造宽松、民主、平等的学习氛围，教态自然亲切，对学生学习的评价恰当、具体、有激励性。

3、能够根据教材的重点、难点精心设计问题，所提出的问题能针对不同层次的学生，恰到好处。能启发学生思考，促进学生知识的构建，并能给学生留有充分思考的时间，同时注重引导学生主动提出问题。

4、根据教学内容和学生实际，恰当地选择教学手段，合理运用教学媒体。

5、课堂上，教师的讲解语言准确简练，示范操作规范，板书合理适用。

6、教师在教学方法等方面的处理上表现有较高机智。教学有一定的风格和艺术性。

量化评比标准：每项5分，总计30分。

四、学生行为评价 1、学生学习的主动性被激起，积极地参与到学习活动之中，精神振奋，有强烈的求知欲望。

2、学生由被动学习变为主动学习，体现自主学习与合作学习，接受性学习与探究性学习的恰当结合。

3、学生是否善于发现问题，提出问题，积极解决问题；是否敢于质疑、积极合作、主动探究。

4、学生在学习过程中有效参与，90%以上的学生是否能够相互交流知识、交流体会，交流情感，在获取丰富知识的同时形成了一定的学习能力。

量化评价评价标准：第1项5分；第2—4项各10分。总计 35分。

五、教学效果评价

1、学生在教师的指导下，积极主动参与教学过程，90%以上的学生掌握了有效的学习方法，获得知识，发展能力；是否有积极的情感体验。

2、教学效果反馈是否合理、有效。

量化评价标准：第1项7分；第2项8分。总计 15分

高效课堂的评价标准

学校教育的基本途径是课堂教学，有无明确的教学目标是课堂教学成败的关键，只有明确了教学目标，才能科学地组织和调整教学内容，合理地安排和开展教学活动，准确地分析和评价教学效果。这就要求教师在设计教学目标时：一要具体化，应细化到认知、技能、情感等领域各项目标，避免过分强调知识性目标，以达到素质教育的要求；二要实际化，应在了解学生实际能力水平和特点的基础上，合理确定教学重点，使教师在课堂教学中集中力量讲清重点，从而提高教学效率；三要分层化，每个学生都是特殊的个体，教师必须以个体差异作为一种资源来开发，从而在教学目标的设计上体现出合理的层次性，促使每个学生学有所得，学有所长。2、提问的启发性 课堂问答是课堂教学过程中必不可缺的一种教学手段，学生通过教师提出的问题展开学习思考，教师通过学生的回答把握教学效果。教师要高效地完成课堂教学任务，就必须注重对课堂提问启发性的研究，切实达到“有效”的标准。真正具有启发性的有效提问应是能有效促进师生间互动、增强课堂教学实效性的问题，如教师通过提问来启发学生发现问题；通过追问来启发学生发现认识过程中自相矛盾之处，从而掌握正确知识；通过启发学生提出问题，在自我评价与集体评价相结合的评价方式中有效提升自我学习能力。

3、板书的系统性

一堂课的板书，是对课堂教学内容的高度概括，内容应完整系统，对于讲课提纲、基本内容、重要结论等起到强调作用。因此，高效课堂的板书应具备网络性，以便于学生在课后利用板书的章、节、目、条、款，进行归纳小结，收到再现知识、加深理解、强化记忆的效果。

4、作业的合理性

为了让学生在练习过程中巩固所学知识，教师在课堂内外都会设置一些作业，尽管这是教学中不可缺少的环节，但我们必须清醒地认识到，作业的量和教学的质并非成正比关系，只有科学、合理、适量的作业才能成为高效课堂的助推剂，否则只会影响学生学习的积极性。

5、学生的积极性

**广告设计教学设计和教学实施篇五**

通过社会实践，可以把我们在学校所学的理论知识，运用到客观实际中去，使自己所有用武之地。以便能够达到拓展自身的知识面，扩大与社会的接触面，增加个学的理论知识人在社会竞争中的经验，锻炼和提高自己的能力。

实习时间

2024年x月x日——x月x日

实习地点

xx广告公司

实习内容

2024年x月x日，由于学习需要我进入到xx广告公司进行了为期两个星期xx系统设计的实习活动，进行学习。在xx市，xx广告公司属于典型本土小公司。其公司主要有环境及节庆装饰，广告设计等几部分业务组成。

xx广告设计有限公司本着创意的原则，引进国外广告公司全新理念，并结合本土广告公司作业优势，探索出一套独特而有效的广告公司运作模式，是一家集管理、人才、技术于一体的专业广告公司。同时，以“为客户提供一流设计、协助客户塑造良好企业形象”为目标，“诚信为本、服务至上”为原则，本着踏实、勤奋、勇于探索的精神，多层次、全方位为客户提供满意而有效的服务。

第一天走进公司的时候，与经理进行了简单的面谈之后，并没有给我留下过多的任务，先让我熟悉一下环境，了解了一下公司的状况，包括其规模、部门、人员分工等。然后让我参与对可口可乐广告海报的设计，设计的过程中正好测验一下我的能力。

很幸运，一进公司便能参与的设计项目之中，正好锻炼一下自己。但由于经验不足，我在开始的时候，未能做出很好的设计方案。后来通过设计主任的指导和同事们的帮助，再加上学校所学的专业知识，做出了较好的方案。经过两天的磨合，自己有哪些缺点和不足，便知道得一清二楚，在校的时候由于实际锻炼的机会比较少，在软件操作上还是不够纯熟。而且对于客户的要求并不能立即做出反应。

通过前两天的工作实践，基本的了解了公司的设计流程。首先是客户提出要求，然后设计主任根据客户的需求程度，结合每位设计师的设计特点，合理的分配任务，尽量发挥出每位设计师的优点，让设计做到尽量让客户满意，更加吸引消费者的眼球。

经过了几天琐碎的设计任务的锻炼，使我学到许多在课本中无法涉及的内容。因为工作就是与客户直接接触，我们工作的目的就是要让客户满意，当然在不能缺乏创意的同时，还要兼顾它在市场上的时效性。并不是说，有创意的设计就一定适应市场的竞争，这就涉及到设计的营销与管理的重要性。如何让设计达到预期的市场效应，首先就要对所涉及到的市场进行剖析性分析，找到最恰当的目标消费群，进行市场定位，然后确定项目的核心，一切设计行为都围绕着核心概念展开，这样才能使策划项目不偏离市场。

实习总结

在为数不多的几天时间里，我观看了许多广告方面的书籍和影视广告，在广告创意方面有了一些琐碎的思考。广告并不是一个容易的行业，其实广告人是孤独而被遗忘的。广告是在反映人生，而许多不可能的现象，在以后回头来看，都是非常巧妙创意。xx可乐案例可乐在19xx年该做的广告都做了，然后开始进行推广通路：如何让每一个地方，想喝可乐时就有可乐喝。可乐根据不同的渠道去调整配送方法。当渠道都有了，该如何去做和消费者有意义的相关广告活动或节目。像是在圣诞节时，xx可乐把圣诞老公公的衣服从原来的黄色，转变成大家熟悉的红色，这才是品牌创意在生活上所带来的意义。一个好的创意去激发人对环境的热情与幽默，一个产品所带来的广告，绝对超越你的想象。作一个广告最基本的是知道它的目的是什么，不是让自己的公司出名，这是最后的步骤。更重要的是把商品卖掉，要做一个专业的广告人，要寻找的应该是这个东西。

这次实习丰富了我在这方面的知识，使我向更深的层次迈进，对我在今后的社会当中立足有一定的促进作用，但我也认识到，要想做好这方面的工作单靠这这几天的实习是不行的，还需要我在平时的学习和工作中一点一点的积累，不断丰富自己的经验才行。我面前的路还是很漫长的，需要不断的努力和奋斗才能真正地走好。

短暂的实习生活过去了，心情很复杂，可以说是喜悦加留恋。喜悦的是很快就要回到学校见到可爱的同学们，留恋的是xx公司的同事和朋友们。

以上是我在实习过程中的一些感悟，这也为我的人生开启了一条新的旅程，回到学校我要在平时的学习和工作中一点一点的积累，不断丰富自己的经验，更加努力学习专业知识。在丰富自己社会经验的同时，更向我自己的人生目的地又迈进了一大步！

广告设计大学生实习报告篇二

经过了四年的理论学习，使我们对平面设计有了基本掌握，对于平面设计这个专业也有了一个系统的学习和掌握。我们即将离开大学校园，作为平面设计专业的毕业生，心中想得更多的是如何去做好一个平面设计师、如何更好的去完成每一个设计任务。

过多地拘束设计师的思维与创新，忽略了设计要素的重要性，造成了设计的庸俗化。

所以仅仅通过在学校所学的理论知识是远远不够的，这就需要我们去实践，走进设计公司，将所学理论与实践相结合，这也是我们这次实习课程的目的。

实习目的

通过社会实践，熟练专业技能，了解艺术设计机构，其部门、日常业务活动、整体状态。并从中认识到艺术设计活动与人力、资金、社会的关系。

实习时间

2024年x月x日——x月x日

实习地点

xx广告设计公司

实习内容

2024年x月x日，我应聘进入到xx市xx广告设计公司进行了为期一个月的实习活动，进行学习。任职平面设计实习生，其公司主要有卖场设计、喷绘广告设计和墙体广告、cis策划导入等几部分业务组成。

从我进入公司至离开，公司员工稳定在10人左右，同时服务的广告客户不超过10个，其中稳定的长期客户也只有5、6家，还包括一些未知客户群。固然如此，据我所知公司效益良好，处于稳步上升时期.公司内部设置大约也和其他同级公司相似：老板即公司总经理，负责整个公司的统筹与管理；下设业务部、制作部、设计部、以及安装部等。因为公司规模不大，内部员工可以灵活的交叉运作，我也得以参与了数个客户的文案、创意、客服等方面的开发和交流，获得很多难得的学习和锻炼的机会。以下是我的实习日记以及参与的主要客户的设计项目的工作状况。

第一天走进公司的时候，与经理进行了简单的面谈之后，并没有给我留下过多的任务，先让我熟悉一下环境，了解了一下公司的状况，包括其规模、部门、人员分工等。然后让我对xx人力资源公司宣传册的设计，设计的过程中正好测验一下我的能力。

很幸运，一进公司便能参与的设计项目之中，正好锻炼一下自己。于是，我学以致用，很快在一天之内做出了三个方案，设计主任看后比较满意，便可以放心的将其他的设计任务交给我。由于经验不足，我在开始的时候，主要还是负责一些比较琐碎的设计任务。还没有真正地参与到比较完整的活动策划之中。经过两天的磨合，自己有哪些缺点和不足，便知道得一清二楚，在校的时候由于实际锻炼的机会比较少，在软件操作上还是不够纯熟。而且对于客户的要求并不能立即做出反应。

通过前两天的工作实践，基本的了解了公司的设计流程。首先是客户提出要求，然后设计主任根据客户的需求程度，结合每位设计师的设计特点，合理的分配任务，尽量发挥出每位设计师的优点，让设计做到尽量让客户满意。而有的客户会盯着设计师把设计任务做完，往往这种方式基本上是按照客户的意愿做出来，设计师们最不喜欢的就是这类的客户，很容易造成设计缺乏创意与创新，因为大部分的客户还是不了解设计的，他们更多地追求设计时效性，明艳、鲜亮的色调是客户的首选，因为他们认为这样会更加吸引消费者的眼球。而这种基调如果把握不好，就会造成设计的庸俗化。

经过了几天琐碎的设计任务的锻炼，使我学到许多在课本中无法涉及的内容。因为工作就是与客户直接接触，我们工作的目的就是要让客户满意，当然在不能缺乏创意的同时，还要兼顾它在市场上的时效性。并不是说，有创意的设计就一定适应市场的竞争，这就涉及到设计的营销与管理的重要性。如何让设计达到预期的市场效应，首先就要对所涉及到的市场进行剖析性分析，找到最恰当的目标消费群，进行市场定位，然后确定项目的核心，一切设计行为都围绕着核心概念展开，这样才能使策划项目不偏离市场。

实习总结

通过这次实习，在设计方面我感觉自己有了一定的收获。这次实习主要是为了我们今后在工作及业务上能力的提高起到了促进的作用，增强了我们今后的竞争力，为我们能在以后立足增添了一块基石。实习单位的同事们也给了我很多机会参与他们的设计任务。使我懂得了很多以前难以解决的问题，将来从事设计工作所要面对的问题，如：前期的策划和后期的制作、如何与客户进行沟通等等。这次实习丰富了我在这方面的知识，使我向更深的层次迈进，对我在今后的社会当中立足有一定的促进作用，但我也认识到，要想做好这方面的工作单靠这这几天的实习是不行的，还需要我在平时的学习和工作中一点一点的积累，不断丰富自己的经验才行。我面前的路还是很漫长的，需要不断的努力和奋斗才能真正地走好。

从学习中也让我更深刻的了解设计行业的个性和潜力。而作为将来的设计者其中一员，不仅要将设计的理论掌握好，更要充分的去认识市场、了解市场。作为一个设计师，要不断地开拓思路去填补设计者与管理者之间的鸿沟，让设计与市场更加融合，使设计更加市场化、市场更加设计化。

广告设计大学生实习报告篇三

今年寒假，我在xx广告公司里实习了两个星期，日益严峻的就业形势，对我们面临毕业的大学生是一个巨大的挑战，也是一个很大的压力。

这次寒假实习，我把精力主要集中于与广告有关的工具软件上，因为在学校，老师不止一次对我们强调实践的重要性、强调技能的重要性。在当今社会形势下，学历并不能作为评价一个人的标准，而当今社会更加注重人们的技能与能力。所以，我对photoshop、3dmax、adobe等系列软件有了一个初探，熟悉这些与广告制作有关的软件，亲自动手参与到公司的广告制作上，给了我很大的锻炼。同时，不光是学习制作，我还承担起了帮助公司给客户交送广告作品的任务，主要是一些平面广告作品，例如海报、横幅、大型背景、灯箱等等，与工人们一起组装大型的灯箱和广告牌。学到了学校不能给予的知识的同时，又增添了我的社会实践经验，这些都给予了我很大的帮助，为我今后步入社会增加了许多经验。

先从软件的学习上说起吧，我学习的重点软件是photoshop，因为广告公司里。许多广告平面设计和制作都是由photoshop来完成的，因此我首先熟悉了一下基本的操作，公司还派了韦师傅来教我，师傅一开始并没有带着我工作，而是叫我先在photoshop上制作一件作品，仗着以前学过一点专业知识，我按着师傅的要求，兴致勃勃的操作起来，一个小时过去了，我却发现连第一个要求都没达标，以前的知识在实践中却不那么好使，连连碰壁的我只好求教师傅，他对我说我：“很多大专甚至中专的学生都对photoshop了如指掌，比你们这些大学生强多了”，我很是惭愧，原来xx师傅就是大专毕业，这让我对大专的职业教育有了新的看法，也让我更加意识到现今社会竞争的激烈。后来，师傅手把手教我操作photoshop的技巧，不仅帮我复习了以往的知识，也让我学会了很多操作手法。

接下来的几天，我在师傅身旁跟着他学习制作广告作品，每天一大早，师傅就拿着工作单查看今天的工作任务，在制作的过程中还不时的与客户保持电话联系，师傅和我说，制作一件广告平面作品，自己的创意和兴趣固然很重要，但是一定要在客户的指定范围内，切不可随心所欲的按自己的喜好来制作，一切要以客户的利益为准，“客户要我们怎么做，我们就怎么做”。不过在制作过程中还要随机应变，根据具体情况与客户协商作品的风格、样式、表现手法等，这是一整套看似简单，但操作起来复杂的工作流程。听了师傅的这番讲解，我初步了解了广告作品从设计到完成的一系列过程，也加深了对广告行业的认识，虽然只是一个小小的广告公司，却给我好好上了一课。

跟着师傅几天了，终于能让我自己独立练习了，先是模仿师傅以前的历史作品，然后是制作些简单的作品，例如铜牌、横幅、简单的海报，不过别看这些东西简单，其实制作都是有严格规定的，长、宽、高、规格、比例、字体等，一样都不得有偏差，这项任务既考验耐心又锻炼技术。实习的时间过得真的很快，转眼一个星期过去了，第二个星期的星期一，我终于可以正式为客户制作广告作品了，这让我激动不已。任务是：制作一张婚宴座次排放表，样式没有特别的要求，喜庆吉祥就行。于是，我上网下了好几个婚庆模板，选择了一个的开始修改制作，利用photoshop做出花纹图案和桌子的简图，再将桌子按顺序一一排好，点缀上吉祥漂亮的花纹，再将背景修改一下，打上文字，最后就完工了。送交到师傅那，他看了看，对我说还有很多错误，我很惊讶，明明我很努力认真的制作，怎么还有瑕疵那？师傅对疑惑的我指出了几点错误。

的错误就是婚宴桌子的排放，我对婚宴啊什么的，这些风俗和讲究不是很熟悉，桌子的排放应该按照主桌、家人、亲戚、朋友等依次排列，要有先后和尊卑，朝向和桌子的摆放组合也很有讲究，朝向就是要选个吉利的方向，桌子的摆放有很多组合，要根据主办方的要求和桌子的数目，进行精致的组合摆放。其次，就是我的海报做的还是不够精纯，有些地方不够仔细美观，而且没有标注桌子的序号，也没有加上酒店的标识，这些都是要注意的。经过师傅的指点，大改了一番后，终于完成了。这件事也让我知道，光是学好广告的专业知识是远远不够的，广告是涉及社会各个方面的社会科学，包括了很多专业以外的知识，例如经济、营销等，在学好专业知识的基础上，还要扩展自己的社会经验和各方面的知识，把知识学杂了，成为一个“杂家”，对今后的工作是很有帮助的。

**广告设计教学设计和教学实施篇六**

数字媒体时代的到来为影视广告设计的变革提供了良好的契机，而要想切实提升影视广告作品的文艺价值以及科技价值，数字媒体技术的应用是不可或缺的组成部分。数字媒体技术主要包括数字电视、智能手机以及互联网技术等方面，数字媒体技术的应用推动了影视广告设计的创新，不仅仅为影视广告设计提供了先进的处理技术，还提供了许多设计灵感。而数字媒体技术和影视广告设计的整合也将产生巨大的效益。

二、数字媒体技术和影视广告设计融合的价值

影视广告设计工作是一项复杂性的工作，涉及设计思维的应用、设计策略的优化以及设计方法的构思等方面，而要想使得影视广告设计获得理想的效果，无论是哪一个方面的设计，都需要结合其他设计，不能独立存在。而数字媒体技术的应用则整合了设计思维、设计策略以及设计方法等众多步骤，也就是说，数字媒体技术的应用整合了影视广告设计过程中有价值的资源并使得资源产生了一定的效益。首先，在影视广告设计中，对于广告中人物角色的塑造、环境的描绘以及场景的再现都需要数字媒体技术的辅助，通过利用数字媒体技术，影视广告中所要表达的特定的情感氛围和艺术效果得到了最大限度的体现。同时，观众在欣赏影视广告时，也将获得全新的艺术体验以及情感冲击，在视觉和听觉等多重作用下，影视广告的艺术价值以及科技价值得到了完美的体现。其次，传统的影视广告设计将自身定位在艺术文化作品的创作领域，而随着数字媒体技术与影视广告设计的融合，艺术作品的艺术价值以及质量得到了大幅度的提升，主要表现在以下两个方面：1.数字媒体技术的应用极大地拓宽了影视广告设计过程中表达的方式，将虚拟的场景和现实的事物进行融合，不仅仅充分体现了艺术来源于生活的真理，也将艺术作品上升至科学的层次。图形处理技术以及特效处理技术的应用更是大大丰富了影视广告的表达语言。2.数字媒体技术的应用为影视广告设计人员提供了许多宝贵的灵感。影视广告设计不应该一味固守传统，而要破旧迎新，争取新的发展。而数字媒体技术的出现为影视广告设计提供了变革的机会，例如网络以及手机中flash广告的大量出现不仅仅丰富了影视广告作品的表达形式，也将影视广告作品的受众大大拓宽。

三、数字媒体技术在影视广告设计中的创新性发展

（一）影视广告设计前期的数字媒体技术应用

“新颖、奇妙、特殊”作为衡量影视广告设计的三大指标，要求影视广告作品的设计能够在较短的时间中向欣赏者传递信息、强化观众认知并给观众留下深刻的影响。在早期的影视广告设计过程中，由于科学技术的落后以及新媒体技术尚未出现，前期的制作十分简陋，直接影响了影视广告设计的播出效果。而随着数字媒体技术的出现以及应用，影视广告前期的制作可以采用图形处理、三维建模以及数字建模等众多新兴的处理技术，前期的准备更加充足。具体来说，在影视广告前期设计过程中，数字媒体主要扮演着以下几种角色[1]：1.素材的整合。影视广告追求受众的广度，要求观众能够从广告中感受到夸张以及新奇的效果，因此，在前期的素材收集过程中，要利用数字媒体技术制作多维度的动画场景，利用数字软件可以将动画画面制作成二维或者三维的效果，从而增强视觉冲击力。而传统影视广告前期素材收集过程中，摄像机是主要的画面记录工具，无法实现数字化软件的处理效果。2.广告图形以及图表制作的应用。在影视广告中，设计人员常常会利用一些图表和图形来表现广告的设计理念以及要表达的中心思想。而图形或者图表的制作以及设计并不需要多么先进的软件，只需要利用计算机中的一些图形处理软件即可。例如，汽车广告在进行广告设计时，常常使用图形处理软件对广告的画面进行处理，这些处理大致包括平面化处理以及分割处理。该种设计方式比较简单且能够获得理想的广告效果。同时，字幕的处理也可以利用数字化处理技术。我们经常看到影视广告中利用文字表达广告的大致内涵，而利用数字媒体技术，字幕的处理可以实现动态化以及个性化，给观众留下深刻的视觉感受。

（二）影视广告剪辑中的数字媒体技术应用

作为影视广告设计过程中的重要组成部分，画面剪辑是非常关键的。一方面，随着数字媒体技术的发展和应用，观众的需求也不断地朝着多元化方向发展；另一方面，无论是何种类型的广告设计，都需要利用画面剪辑呈现最佳的艺术效果。首先，影视广告剪辑主要包括音频剪辑、视频剪辑、画面剪辑以及二维建模等方面，利用以上剪辑手段可以对影视广告素材进行优化处理。影视广告的风格以及内涵直接决定了影视广告所能够产生的效益，而影视广告剪辑则可以极大地丰富广告的内涵、优化广告风格[2]。同时，影视广告中特效技术的使用也是十分常见的，为了营造夸张的艺术效果，给予观众强烈的视觉体验，特效技术的应用是广告设计人员的设计重点。而特效技术的应用也是需要经过广告剪辑这一步骤的，通过剪辑技术的应用，特效技术所呈现出来的画面将会更加流畅和自然。而在剪辑过程中，剪辑人员需要注意以下几个方面：1.剪辑工作的进行需要建立在充分了解事物发展的规律和基础之上，不能为了一味追求艺术效果而背弃事物的本来面貌。2.剪辑人员要对影视广告画面组成部分进行合理的安排，考虑到观众的接受习惯。

（三）三维特技及后期处理

数字媒体技术的发展催生了三维特技技术的产生，影视广告设计的中期以及后期阶段需要大量使用三维特技，例如广告模型的谈化、叠化处理都是可以利用三维特技来实现的。而三维特技在影视广告设计后期中的应用核心是抠像技术。抠像技术就是利用特效处理技术对广告场景进行叠加、优化等处理，使广告画面更加协调[3]。同时，色彩的处理以及声音的处理也是后期广告设计的重要工作，清晰的画质以及清晰的声音是影视广告基本的要求，任何一位观众都希望能够接受最为基本的感官体验。因此，利用声音处理软件可以对广告设计过程中产生的杂音进行消除处理，同时对画面的色彩进行调和处理，并对画面进行美化处理，使其更加符合观众的审美习惯和欣赏习惯。在对广告声音进行处理时，可以利用pro和premiere软件。

四、结语

综上所述，数字媒体技术在影视广告设计中的应用极大地推动了影视广告设计的创新和发展，为影视广告设计提供了新的发展思路和发展模式。科技是影视广告发展的最终动力，随着数字媒体技术的不断发展，影视广告设计也将探索新的发展模式，促进影视广告设计行业的变革与发展。

**广告设计教学设计和教学实施篇七**

中国广告行业经过近二十年的迅速发展,取得了令人瞩目的成就。作为为社会培养输出人才的高校，广告设计教育开展的如何呢?本文试图从艺术类院校广告设计教育的现状出发，分析其中的一些不合理因素，并借鉴国外广告设计教育的经验和做法，提出了关于加强和改善广告设计教育的一些建议。

一 千呼万唤始出来的广告设计教育

上世纪八九十年代是中国经济加速发展的时期,也是中国广告行业蓬勃发展的时期.北京市经济信息中心调查资料显示：仅1990－2024年十年间，中国广告营业额就从25.02亿上升至794.89亿,增长了31.77倍。广告经营单位从11123户增长为78339户。2024年营业额更是达到903.15亿。广告成为炙手可热的职业之一。

二广告设计教育的现状分析

广告行业大环境上的繁荣对于广告设计教育起着推动作用当然是好事，但是同时这种表面的繁荣与广告设计教育本身薄弱的根基形成了一种反差。

第一从社会层面来说：虽然行业的繁荣使社会及家长对广告设计教育的关注度空前提高，这种关注一方面促进了教育的发展，一方面又引起人们对广告行业不理性的预期，至使广告教育在根基还不稳固的情况下快速膨胀。各高校在市场导向下一哄而上，而师资力量和理论研究上又有所欠缺，必然造成教育质量难以保证。与此同时，社会对广告设计教育的认识也过于简单化。大家普遍认为：会画画，会电脑制作再加上一点小聪明玩玩创意就可以作广告。许多广告公司在招聘的时候更是明文列出须应聘人员有几年的美术功底，会操作哪几个电脑设计软件……当然我们不可否认，电脑制作是广告设计的内容之一，但是绝不是最重要的。这种错误的信息对于已经或将要学习广告设计的学生以及开设了广告设计课程的学校来说将会是一种误导。

第二从学校层面而言：首先，在我国开设广告设计教育的众多学校中，除了一定的艺术类专业院校之外，还有大部分的综合类和工科院校。各个专业从不同的领域进行研究和教学一方面有利于广告教育科学体系尽早完成。另一方面，这种互不联系的专业划分也将广告这个科学系统人为的割裂了。大家互不交流，都只埋头于自己领域内的那以小块，而对与广告相关的其它领域充耳不闻。于是学习了平面广告设计的不懂营销、新闻传播、消费心理；学习电脑制作的不懂版式、色彩；学习新闻的不懂广告学市场调查……最终出来的学生就象盲人摸象一样，之看到了自己那一块，而不知道广告到底是什么，从而根本无法满足社会的需要。其次，仅从艺术类院校的广告设计课程来看，从最初的两所学校（中央工艺美术学院和无锡轻工学院?），发展到现在的（据初步统计）六百多所，但从目前的发展情况来看，大部分学校都是借鉴和和参考了这两所大学的办学模式和教学大纲，却很少有学校能够从自己所在的地域的特色（如产业特点、文化特色、学校专业优势等方面）来考虑，实行教学方面的改革和创新。模式、形式到内容都十分相似。基本都是围绕着色彩，字体，版式在各种类型的平面广告上得运用和表现为主。授课形式大多是老师讲述，然后布置一些公益广告、pop或者dm的作业再欣赏一些佳作就完成了。课程完了往往很多学生对市场调查、消费细分、广告媒介、广告法规等许多在真实操作中必须考虑的因素还没有概念，就更别提了解整个操作流程了。再次，学校仍然被束缚在一种孤立尴尬状态之中，供给学生的也几乎是与社会绝缘的知识。一方面学校无法提供给学生真正与社会接触的机会，一方面在理论上的研究和建设也很有限。在仅有的研究中也是以具体某个广告项目执行或案例研究为多，而从实践中深化的广告理论和教育理论更是少之又少。面对广告这个不断变化，重视市场规律和团队合作的综合学科显得有些无能为力。

《计算机广告设计教学的现状及思考》全文内容当前网页未完全显示，剩余内容请访问下一页查看。

**广告设计教学设计和教学实施篇八**

影视广告设计随着拍摄技术的发展而不断发展，三维技术作为一个新兴的技术，逐渐的进入到人们的视野当中。在影视广告的设计中，传统的演员表演型的广告也逐渐被动画技术所替代，三维技术凭借着强大的造型能力、运动表现自由自在、丰富的质感表现创造了许多优秀的作品。三维技术有很多出众的特点，例如在广告的设计阶段，通过三维技术演示可以让演员更加直观的了解表演的动作，提高表演的效果。或者通过三维技术强大的情景虚拟能力以及角色虚拟能力，直接通过动画设计而创造出有特色的广告作品。三维动画设计可以制作出令人惊叹色效果的广告作品，而这样的作品大都可以给观众以深刻的印象，达到良好的广告效果。

1、在影视广告设计中使用三维技术的优点

1.1三维技术概述

三维技术是近年来发展的新兴技术，打破了影视拍摄的局限性，弥补了拍摄过程中视觉效果上的不足，并以其灵活多变的表现手法为影视广告创作提供了无限的拓展空间，同时，三维技术使得广告作品更加倾向于影视作品，不仅有着宣传产品的效果，还能够给观众以良好的视觉效果。三维作品在移动拍摄视角、设计科幻特色的场景以及塑造有特色的动画角色等方面能够创造出令人惊叹的视觉特效，通过三维技术，可以让艺术和科学技术完美结合。三维技术凭借着强大的虚拟情景能力，虚拟情景、完成许多困难的`拍摄任务，达到传统的拍摄技术所不能达到的效果。三维技术还能够让广告的“拍摄地点”更加丰富多样，给观众以更好的视觉震撼，同时给观众留下深刻的印象，这也就也达到了广告拍摄的目的。除此之外，三维技术也可以通过一些细腻的手法来加强影视广告的拍摄效果，例如通过将所要宣传的产品通过特殊的图形加工，使之能够有人类的语言、动作，即产品的“拟人化”，配合生动、有趣的动作故事，可以给观众留下更加深刻的印象，通过这种方式大大加强对于产品的宣传效果，可以使观众通过幽默的故事，令人印象深刻的情节来记住产品的特点，达到良好的宣传效果。

1.2三维技术在影视广告设计应用中独特优势

现代影视作品中广泛应用的三维技术同样也吸引着众多人的目光，其触角已伸向现代人生活和娱乐的各个方面，完全融入到现代社会之中，变得与我们的生活息息相关，密不可分。其凭借着众多的优势引起了相关专家学者们的广泛关注，从计算机三维技术在影视广告设计方面的应用来展开研究。传统的影视广告大都影视人员进行拍摄，拍摄的难度大，而且成本较高，有些比较有特色的影视广告因为演员的演技欠佳而无法达到良好的拍摄效果。因此，在广告的设计过程就需要用到三维技术，三维技术通过强大的造型能力、运动表现自由自在、丰富的质感表现让观众得到更好的视觉效果。另外，三维技术通过对于虚拟情景模拟现实情景、虚拟与现实相结合、虚拟的空间和角色使影视广告作品能够更加震撼人心，让影视广告作品的美学境界得到提高。而在广告的设计阶段，设计人员可以通过三维技术的应用让演员更加清楚、明白的理解广告的拍摄动作，从而达到比较好的拍摄效果。通过三维技术与演员互动，能够后期特效可以使演员与虚拟的情景、角色互动，提高影视广告的效果。因此，三维技术在影视广告设计中有着无法替代的地位。

2、三维技术在影视广告中的实际应用

2.1在影视广告中具体应用三维技术

影视广告拍摄大体可以分为以下的步骤。在影视广告设计阶段，通过三维技术让设计人员更加直观的表现出自己的构思，即通过三维建模使作品更加直观、形象的被其它人所理解，而不再需要用复杂的语言和现场指导来完成这一步骤，这大大提高了影视广告设计的效率，同时也提高了广告的设计效果。完成实际拍摄后，广告片的创作便进入后期制作阶段，不同的图像形式，其具体的操作步骤有所不同，在图像处理过程需要处理计算机设计的动画图像、电视摄像机拍摄的图像和电影摄影机拍摄的图像，在数字技术高度发达的今天，这三种不同来源的图像最终都可以用数字信号加以保存，而这也使三维技术可以更加灵活的应用。三维技术在影视广告中应用最多的就是在后期制作，通过对情景的模拟以及对演员动作的调整，可以让作品更加有质感，来提高影视广告作品的质量。

2.2未来三维技术与影视广告设计的发展

影视广告设计与三维技术的支持密不可分，三维技术为影视广告带来的艺术魅力有目共睹。三维技术通过对于运动的自由自在的表现和对于情景的生动模拟，不仅拓展了影视广告设计的传达空间，丰富了影视广告设计的表现手段，弥补了拍摄过程中视觉效果上的不足，还使得影视广告设计的创造力和表现力进一步加强，为创作影视广告提供了无限的发展空间。未来三维技术也会和影视广告作品相结合，在三维技术的支持下，影视广告作品对于演员的要求会原来越低，通过后期三维技术的创作，可以创作出具有丰富想象力的影视广告作品，从而博得观众的眼球。精彩的影视广告通常离不开丰富的想象，在影视广告中，一些非现实的、离奇的、跨度非常大的故事情节往往都是通过想象来实现的，并以超现实主义手法带给观众新奇的视觉感受。

3、结语

传统的影视广告拍摄技术已经无法满足观众的要求，三维技术则恰恰能够填补这个缺陷，通过三维技术可以让广告作品给人留下深刻的印象。近年来三维技术在我国迅速发展，在各个行业都有广泛的应用。三维技术凭借着强大的情景、角色虚拟能力，配合生动、有趣的动作故事，可以给观众留下深刻的印象，达到良好的产品宣传效果。未来三维技术也会与广告设计所结合，通过一些丰富的手段、配合一些离奇的故事情节、可以达到更好的宣传效果。相信未来三维技术会在影视广告设计行业有更大的发展空间。

本文档由028GTXX.CN范文网提供，海量范文请访问 https://www.028gtxx.cn