# 【珠宝广告及展示艺术】

SJQU-QR-JW-033（A0）

# 【Advertising and Display of Jewelry】

## 一、基本信息

**课程代码：**【2040201】

**课程学分：**【4】

**面向专业：**【宝石及材料工艺学】

**课程性质：**【院级选修课程】

**开课院系：**【珠宝学院宝石及材料工艺学系】

**使用教材：**【《展示设计》，詹武著，兵器出版社，2012.7】

**参考书目：**【《广告设计》， 崔生国著，上海人民美术出版社 2007.4

《展示设计》，王蔚、张友军编著，东南大学出版社 2011.7】

**课程网站网址：**

https://elearning.gench.edu.cn:8443/webapps/discussionboard/do/conference?toggle\_mode=edit&action=list\_forums&course\_id=\_15282\_1&nav=discussion\_board\_entry&mode=cpview

**先修课程：**【设计美学 2120009 （3）；

首饰概论 2040086 （2）】

## 二、课程简介

本课程主要介绍珠宝广告设计和展示设计基础原理、设计要素设计程序及设计表达、创意设计、珠宝广告媒体形式、广告设计流程、珠宝展示设计表现技法等内容。重点介绍视觉传达语意、产品设计形态和空间环境创造在珠宝广告、展示学科中的作用。同时，结合典型案例的剖析及项目模拟，介绍珠宝广告及展示艺术的创意和发散性思维的知识。

## 三、选课建议

本课程适合宝石及材料工艺专业本科学生三年级第二学期学习。要求学生具有一定的美术基础、构成设计基础，首饰和宝石学基础知识，因此先修课程包括设计美学、首饰概论等。

## 四、课程与培养学生能力的关联性

|  |  |
| --- | --- |
| **专业毕业要求** | **关联** |
| LO11：理解他人的观点和鉴定、鉴别要求，并能够清晰流畅的表达自己的鉴定思路和工作构想。能在不同场合用书面、口头或数据图表及宝石、矿物样本形式进行有效的双向沟通。 |  |
| LO21：学生能根据自身需要和岗位需求，结合社会背景下，新知识、新技术、新器械、新材料的发展趋势，确定自己的学习目标，并主动自觉地通过搜集、分析信息、讨论、实践、质疑、创造等方法来实现学习目标。 | ● |
| LO31：掌握设计和审美的基本理论与基本知识；具备设计能力和审美素养。 | ● |
| LO32：掌握珠宝首饰加工技能和工艺的基本理论知识。 |  |
| LO33：掌握珠宝玉石材料的性质和用途，掌握珠宝鉴定的基本理论知识，具备珠宝玉石材料的识别鉴定能力。 |  |
| LO34：掌握珠宝鉴定常规仪器、大型仪器的基本原理和操作，利用仪器能够准确鉴别珠宝玉石。 |  |
| LO35：掌握珠宝鉴赏和评估的相关知识，具备基本的珠宝玉石鉴赏和评估能力。 |  |
| LO41：遵守纪律、守信守责；具有耐挫折、抗压力的能力，并能够顺利完成相应地工作学习任务。 |  |
| LO51：同工作学习伙伴保持良好的关系，团结互助、齐心协力，做团队或集体中的积极成员；善于从多个维度思考问题，善于利用自己掌握的知识与技能，在工作实践中提出新颖的构思和设想。 |  |
| LO61：具备信息素养和运用科技信息技术的能力，并能熟练操作各项办公软件和图像、图形处理软件。 |  |
| LO71：愿意服务他人、服务企业、服务社会；为人热忱，富于爱心，懂得感恩，甘于奉献。 | ● |
| LO81：具备外语能力，能够阅读外文专业图书和资料，同时对专业范围中跨语言跨文化的内容具有理解能力，有国际竞争与合作的意识。 |  |

## 五、课程学习目标

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **课程预期**  **学习成果** | **课程目标** | **教与学方式** | **评价方式** |
| 1 | LO212 | 能搜集、获取达到目标所需要的学习资源，根据特定主体进行自主学习，找寻问题解决方案。 | 提出任务、自学、点评 | 报告ppt |
| 2 | LO311 | 能全面系统地掌握设计与审美的基本理论，并能独立完成对设计作品与艺术作品的赏析。 | 案例讲解、演示、指导、实践 | 展示方案 |
| 3 | LO712 | 助人为乐：富于爱心，懂得感恩，具备助人为乐的品质。 | 问题本位教学法 | 观察评价  实作评价 |

## 六、课程内容

总课时：64学时，其中理论授课24学时，实践课 40学时

第一单元 广告设计概论 （理论4学时，实践0学时）

课程介绍，考核方式及课时安排告知

广告定义，历史发展，意义，广告类别

广告设计要素

知识点和能力要求：通过了解广告的特点，理解广告与产品以及品牌之间的关系；通过对于案例的分析，理解珠宝广告的具体特点以及广告效应的必要价值；理解珠宝展示与品牌产品之间的关系。

教学难点：对于不同珠宝品牌定位和品牌故事与广告手段之间的关系。

第二单元 珠宝品牌的分类以及广告的表现手法设计 （理论12学时 实践16学时）

广告的情感、文案、图形等设计

珠宝广告创意案例

珠宝广告排版

珠宝品牌与广告的关系

珠宝品牌定位

现代媒体形式在珠宝品牌广告中的应用

运用photoshop为品牌产品系列进行广告设计

知识点和能力要求：通过课程的分类讲授，理解品牌的具体市场定位，更好的理解广告的内容以及对应的表现手法；学习广告的传播手段和具体的分类；理解并掌握信息化时代珠宝广告的媒体传播形式，并学习掌握进行媒体推广的方案策划能力

教学难点：珠宝广告的具体设计和表现手法的理解与运用

第三单元 展示设计概论（理论4学时 实践12学时）

1、展示设计概论

2、Adobe Illustrator的使用与练习

3、运用AI进行珠宝展柜展开图与效果图设计

知识点和能力要求：通过学习掌握展示设计的表现手法，尤其是与对应展示与产品的相互关系，可以进行珠宝展柜的绘制。

教学难点：展柜绘制的教授学习。

第四单元 珠宝展示空间设计与构成形式 （理论4学时、实践12学时）

1、珠宝展示设计基础原理

2、珠宝展示空间设计、展具与陈列设计案例分析

3、珠宝展示空间设计方案

4、珠宝展示空间方案分享讨论

知识点和能力要求：掌握空间展示的基本法则，并学会空间与产品品牌的呼应关系；

教学难点：空间设计与产品的呼应关系以及具体的设计法则

## 七、课内实验名称及基本要求

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 实验名称 | 主要内容 | 实验  时数 | 实验类型 | 备注 |
| 1 | 珠宝广告设计 | 珠宝广告设计 | 16 | 综合型 | 考核 |
| 2 | 珠宝展示设计 | 珠宝展柜设计 | 12 | 综合型 | 考核 |
| 3 | 珠宝空间设计 | 珠宝空间效果设计 | 12 | 综合型 | 考核 |
| 4 | 合计 |  | 40 |  |  |

## 八、考核方式和成绩评定

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 总评构成（X） | 评价方式 | 占比 |
| X1 | 小组汇报 | 40% |
| X2 | 珠宝广告设计 | 30% |
| X3 | 珠宝陈列设计 | 20% |
| X4 | 练习作业 | 10% |

撰写人：鲍杨艺 系主任审核签名：王琼

审核时间：2019年9月1日