

廣告影片製作教學計劃表

科目代碼	科目名稱	授課教師	修別	開課年級	學分數	每週時數
	中文：廣告影片製作	秦興和	必修	三	二	二
	英文：Commercial Film Production	先修課程	廣告學			
教學目標	1. 掌握基本的影像創作概念與發展影像創作發想系統， 2. 孕育與擴張影像創意與主題, 3. 發展創意視覺化技巧， 4. 管理創意並納入廣告策略規範， 5. 評估創意可行性與效益， 6. 訂定廣告創意策略， 7. 完成一個廣告影片腳本與製作一部廣告影片					
實施方法	√ 講解法。 √ 實作法。 √ 討論法。 √ 演習法。 √ 問答法。 □其他()。					
評量方式	期中測驗 25% 。期末測驗 40% 。平時成績 30% 。學習態度成績 5% 。					
授課 使用及 參考 書籍	黃文博 (1998). 關於創意我有意見. 台北市: 天下文化					
	許安琪, 邱淑華 (2004). 廣告創意：概念與操作. 台北市: 楊智文化					
	路克·蘇立文 (2000). 文案發燒. 乞丐貓譯. 台北市: 商周出版					
科目簡介(可含大綱及教學進度)：						
一 介紹影像創意課程概要與進度，學生自我介紹並列舉對課程的期待						
二 重新發現自己：如何內省 -- 發現自己創意思路，如何從觀察經驗中挖掘創意 並縮小主題，作業 1 描述						
三 繳交作業 1，討論並分享觀察經驗，水平思考與垂直思考交互運用，腦力激盪會議的規劃。						
四 意念視覺化過程的描述，討論圖文關係，文字在視覺傳達的重要性與敘事個性，文字主導創意案例分析，文字創意發想途徑。有關影像系列 -- 如何發展一個影像創作系列，認識廣告影片 -- 主題擴張觀摩。作業 2 描述 (文字創意與 8 格漫畫)						
五 作業 2 繳交，廣告流程的介紹，視覺傳達的幾種面向介紹，廣告原理與流程概要，有限制的創意 -- 廣告策略，市場區隔，與商品特性的規範，廣告影片欣賞。何謂 TVC 創意						

	策略，有關廣告策略：訴求對象、廣告主題、表現調性，廣告影片欣賞，作業 3 描述 -- TVC 創意分析
六	作業 3 繳交，有關資訊蒐集：Focus Group 與市調問卷，有關 Focus Group 資訊蒐集技巧，小組 Focus Group 資訊蒐集會議模擬，作業 4--市調問卷
七	作業 4 繳交，基本電影語言介紹 -- 運鏡，轉接與剪接，音效與旁白，腳本插畫表現特性，期中作業 5 描述 -- 廣告影片 10” 製作腳本。
八	廣告的目的，策略與手法 -- 廣告影片的型態分析
九	期中作業 5 繳交-- 廣告影片 10” 製作腳本繳交與討論
十	廣告影片製作流程分析與校外觀摩
十一	廣告影片製作流程分析與校外觀摩
十二	廣告創意評估系統的建立 作業 6 創意評估表
十三	TVC 製作流程實例介紹 -- 從創意策略書，創意成形，腳本到 TVC 成品. 作業 7 描述 -- TVC 創意策略書
十四	作業 7 繳交與分享 -- TVC 創意策略書，作業 8 描述 -- 30” 廣告影片腳本一支，依作業 7 的創意主軸發展
十五	作業 8 繳交與分享 -- 30” 廣告影片腳本，期末作業(分組製作)描述 -- 30” 廣告影片一支，依作業 8 的 30” 廣告影片腳本製作
十六	拍攝技巧與 Flash 軟體介紹與應用. 分鏡腳本與製作腳本介紹，演員，場景，與音效的設定，簡單的錄音技巧
十七	期末作業的預交與討論，創意與技術補強
十八	期末作業繳交 -- 分享與討論，課程總結與上課經驗分享

資傳系
主任 施保旭

課務組
95.4.10
收文章