

附件 3

文化传播与设计分院广告学专业

2020届学生毕业设计（影视创作类可选指导老师：费宇拓、唐武峰）

工作方案

根据各专业教学计划的安排，现就我分院广告学专业2020届学生毕业论文写作工作安排如下：

一、时间

2020届学生毕业论文写作与答辩全过程时间不少于十六周，原则上从2019年10月17日开始，至2020年5月8日前结束。

二、程序与要求

毕业论文写作的总体要求参照《浙江财经学院东方学院本科毕业论文（设计）工作管理规定》（浙财院东[2011]93号）文件执行。

具体进程及要求同《文化传播与设计分院广告学专业2020届学生毕业论文工作方案》（附件1）

选择影视创作类作品作为毕业设计的学生在影视剧情片、电视专题、影视广告三种形式中任选一种进行创作，最终按照具体要求提交相应影视作品的电子拷贝外，还需提交不少于四千字的作品阐述。

三、毕业设计选题及要求

（一）影视剧情片创作（1-2 人一组）

一、选题范围：鼓励大家尝试用多样化的手段与形式进行剧情片的创作与探索，通过镜头语言塑造人物、组织结构、提炼情节，表达一定的主题思想。

二、具体要求：

1、主题明确，思想健康，观察视角新颖，具有自己独特的见解，短

片创作能充分表明作者的思想和创作目的，逻辑清晰，情节紧凑，故事结构完整，避免过于平淡和简单，有戏剧冲突；人物性格鲜明。

2、画面清晰流畅，构图合理，光线、色彩处理得当。

3、拍摄镜头运用有一定艺术表现力，拍摄巧妙，创意独特。

4、剪辑能够良好的运用影像语言，符合电影（电视）的叙事规律，合理剪辑，综合运用后期制作技术，有一定的艺术表现力。

三、作品创作要求

1、时间长度为 7-10 分钟，若超过 15 分钟可 2 人合组完成。

2、在确定选题后，必须在开题报告中详细地阐述影片创作理念、故事大纲，得到指导老师审核通过才能进行详细的剧本写作和分镜头写作。

3、在论文里边需要写出规范的分镜头剧本。

4、是合组的必须注明每个人所承担的工作范围。因工作量不同，合组毕业设计最终成绩也有可能不同。

5、影片所用到的素材必需 95%以上是原创拍摄或设计制作；在毕业设计完成之前务必保留所有的原始拍摄素材，以备老师检查作品的原创性。

6、镜头必须达到 720*576 像素以上，能拍高清的格式更好。

（二）电视专题创作（1 人一组）

一、选题范围：不能选择做企业宣传片、MTV 和纯风景旅游类的专题片。除此之外，其他的题材都可以。

二、具体要求：

- 1、画面大小必须达到 720*576 像素以上；镜头稳，不晃动；焦点清晰、曝光准确，不能用自动光圈拍摄。
- 2、所选的题材必须有一定的意义，并要运用电视语言进行多角度、多方位的阐述，影片中要穿插不同的人物采访、配上自己撰写的解说词。不能只有单一的解说词。
- 3、影片结构合理，故事完整，并设置相应的悬念，利用层层递进的方式将故事内容讲述出来。
- 4、需要设计一个和影片相关的片头，可用 AE+三维特效的方式制作。
- 5、每个人独立完成一个专题的创作，不允许合组。影片时间长度要求在 6—15 分钟。
- 6、开题前需要把专题的完整故事大纲给指导老师看，通过后方能开题。
- 7、在后期剪辑过程中，解说词要有一定的信息量，达到一定的深度和广度，不能泛泛而谈；配音要有力度，语速适中，国语要标准，粤语要流畅。
- 8、运用电视画面编辑知识进行画面组接，镜头组接合理。声音大小恰当。字幕无错别字。

（三）影视广告创作（三个选题方向）

一、系列影视广告（1 人一组）

要求：

- 1、影视广告必须是系列性的，系列广告可以是一组主题、风格和表现手法相同，但画面内容不同的三个篇章，每个篇章需有明确的名称（如大众银行广告、士力架广告）。或者可以是在一主题故事下，以讲故事形式，分三段进行叙事连接的广告，但每个篇章需有明确的名称（如 Payeasy 广告等）。
- 2、每个篇章时间长度可以是 45 秒或 60 秒（不含片头片尾时间）。
- 3、广告主体可以是产品类、商业类、公益类等，每个选题主题必须明确，创意新颖，表现手法新颖，影片结构合理，有一定艺术表现力，但内容不能太艺术化和抽象化。
- 4、画面大小必须达到 720*576 像素以上；运用专业的拍摄技巧，镜头稳定；焦点清晰、曝光准确，不能用自动光圈拍摄。
- 5、在形式表现上，可以是全拍摄加后期效果；也可以添加适当的电脑制作画面、手绘画面等形式；但形式必须符合主题的性质。
- 6、剪辑符合影像语言，符合影视的叙事规律，合理剪辑，有一定的艺术表现力。
- 7、广告在开始拍摄前，学生必须将每个篇章广告的剧本、拍摄计划和分镜头手绘脚本或画纲给指导老师检查，否则不给予拍摄许可，严重者毕业设计不通过。
- 8、个人独立完成。

二、微电影广告（1 人一组）

选题解释：

微电影广告，是为了宣传某个特定的产品或品牌而拍摄的有情节的，时长一般不超过 30 分钟的，以电影为表现手法的广告。它的本质，依旧是广告，具有商业性或是目的性。微电影广告，采用了电影的拍摄手法和技巧，增加了广告信息的故事性，能够更深入地实现品牌形象、理念的渗透和推广，能够更好地实现“润物细无声”的境界。（如益达酸甜苦辣微广告、“不说话的女孩”伊利牛奶片微电影广告）

要求：

- 1、广告必须要有明确的主题、产品或品牌。
- 2、微电影广告的时间长度为 3-5 分钟（不含片头片尾时间）。
- 3、微电影广告主体可以是产品类、商业品牌类、公益类等，每个选题主题必须明确，创意新颖，表现手法新颖，影片结构合理，有一定艺术表现力，但内容不能太艺术化和抽象化。公益类选题必须有明确的广告指向，而且内容跟所指向主体必须相吻合。
- 4、画面大小必须达到 720*576 像素以上；画面清晰流畅，构图合理，光线、色彩处理得当。运用专业的拍摄技巧，镜头稳定；焦点清晰、曝光准确，不能用自动光圈拍摄。
- 5、在形式表现上，以拍摄加后期处理，允许添加适当的其他画面形式；但形式必须符合主题的性质。
- 6、剪辑符合影像语言，符合影视的叙事规律，合理剪辑，有一定的艺术表现力。
- 7、开始拍摄前，学生必须将广告的剧本、拍摄计划和分镜头手绘脚

本或画纲给指导老师检查，否则不给予拍摄许可，严重者毕业设计不通过。

8、个人独立完成。

（三）影视视觉效果广告（1 人一组）

选题：在以下范围里面选定一个具体的商品并为其制作动画形式的广告。

- ① 汽车 ②家电、数码 ③药、保健品 ④个人用品
⑤化妆品 ⑥食品 ⑦运动用品

表现形式：

1、以三维动画或二维动画为主要手段，结合后期特效进行表现；也可以是动画和后期特效为主，结合少量自己拍摄的视频素材进行创作（视频素材不可超过总时间的 1/3）。

2、必须是系列性的，系列广告可以是一组主题、风格和表现手法相同，但画面内容不同的三个篇章，每个篇章需有明确的名称（比如大众银行广告、士力架广告）。或者可以是在一主题故事下，以讲故事形式，分三段进行叙事连接的广告，但每个篇章需有明确的名称（比如益达广告）。

具体要求：

1、每条时长：15 秒、30 秒（不含片头片尾时间）。

- 2、一共完成 3~5 条。
- 3、画面大小必须达到 720*576 像素以上（画面长宽比可以也可以自定，但是必须经导师批准）；
- 4、剪辑符合影像语言，符合影视的叙事规律，合理剪辑，有一定的艺术表现力。
- 5、广告在创作前学生必须将所有剧本、分镜头手绘脚本给指导老师检查，否则不给予能开始，严重者毕业设计不通过。
- 6、个人独立完成。

（四）作品阐述及要求

一、以影视创作类作品作为毕业作品（设计）的同学，在完成作品同时，须针对自己的作品写作相应的作品阐述文案。文案内容主要包括创意构思阐述、影像美学阐述、创作过程阐述等方面，并需附带分镜头脚本、拍摄计划表、拍摄预算表等附件。

需要注意的是，在创作中不同职务的同学，作品阐述应当针对自己的工作展开。具体讲：①“导演兼策划者”主要提交：创意说明、分镜头脚本等；②“摄影者”主要提交：摄影说明、分镜头摄影方案等；③“后期制作者”主要提交：后期制作说明、后期制作步骤与方法等；④“系列广告片者”主要提交：广告创意说明、拍摄制作步骤与方法等。

二、作品阐述格式参照“毕业论文”格式。提交内容一般应包括：①中英文的题目、摘要、关键词；②目录；③正文：即“作品阐述”部分；④致谢、参考文献。该“作品阐述”的字数要求：4000 字以上。