**广东省高等教育自学考试《广播电视广告》课程考试大纲**

**（课程代码：00639）**

**Ⅰ 课程性质与课程目标**

一、课程性质和特点

通过对本课程的学习，使学生掌握广播电视广告的相关理论知识，了解广告公司的组织架构以及各职位及其职责，深入理解影视镜头语言、影视广播中的声音、广播广告和影视广告的创意技巧等基础理论知识，学会电视广告脚本的制作、广告片拍摄、广告后期制作的专业方法，从而为今后从事广告相关工作打下良好的理论、方法和知识基础。

二、课程目标

本课程设置的目标是要求考生能够：

1.了解广告公司的组织架构，广告公司各职位及其职责，影视构成的基本单位，影视画面的构成元素，声音的基本分类等基础知识。

2.深入理解影视构图的基本原则，影视叙事的基本手法，蒙太奇的基本内涵，广播广告中的语言、音乐、音效的作用及其使用的特点，消费者洞察，影视中声音和画面的关系等理论知识。

3.掌握蒙太奇的剪辑手法、广播广告的声音设计技巧，静态构图的基本技巧，移动镜头、景深镜头、变焦镜头的基本方法，镜头之间衔接关系的基本技巧，镜头中的音效、音乐的基本技巧等应用性知识。

4.学会将理论知识运用于实践中，学会电视广告脚本的制作、提案、广告片拍摄、广告的后期制作等。

三、与相关课程的联系与区别

《广告策划与创意》《广告摄影》课程和本课程都是广告学专业课程，在理论知识方面，三者之间有一些通用的地方，搭配起来学习，有助于学生深入理解相关知识。但是，三者在知识的侧重点方面是有明显的区别的。

四、课程重点和难点

本课程的重点内容为：蒙太奇的剪辑手法、影视镜头语言及分析技巧、广告创意技巧及呈现方式、消费者洞察、影视广播中的声音、电视广告脚本的类型及制作、广告片拍摄前的准备、广告的后期制作等。

本课程的次重点内容为：广播电视广告的整个运作流程、竞标说明会、广告公司的组织架构、广告公司各职位及其职责、广告公司内部提案、影视广告拍摄器材的选择、广告摄制报价、影视广告的拍摄、广播广告的录音合成、跨媒体营销策划等。

本课程的难点内容为：蒙太奇的剪辑手法、影视镜头语言及分析技巧、广告创意技巧及呈现方式、消费者洞察、广播广告的声音设计技巧、电视广告脚本的类型及制作、跨媒体营销策划等。

**Ⅱ 考核目标**

本大纲在考核目标中，按照识记、领会和应用三个层次规定其应达到的能力层次要求。三个能力层次是递进关系，各能力层次的含义是：

识记：要求考生能够对大纲各章中一些基本概念和知识点进行记忆和理解，如镜头、景别、色调、影调、构图等概念及其对应知识点。

领会：要求考生能够对大纲中相关的知识点和理论等正确理解，并能够做出正确的表述和解释。如影视构图的基本规则、影视叙事的基本手法、蒙太奇的基本内涵、广告创意思维方法、垂直思维和水平思维的差异等。

应用：要求考生在掌握一些重要概念和理论知识的基础上，学会电视广告脚本的制作、提案、广告片拍摄、广告的后期制作等。如根据给定的材料制作电视广告，或者运用所学知识评析给定材料案例等。

**Ⅲ 课程内容与考核要求**

第一章 承接项目

一、学习目的与要求

熟悉广播电视广告的整个运作流程，掌握如何选择和判断广告公司，掌握如何参与竞标说明会，如何提问。

二、课程内容

1.1 寻找项目合作伙伴

1.1.1项目运作流程图

1.1.2影视公司的基本类型

1.1.3寻找合作伙伴

1.1.4挑选广告公司

1.2 竞标说明会

三、考核知识点与考核要求

（一）寻找项目合作伙伴

1.领会：影视广播广告拍摄制作的基本流程；影视公司的基本类型；寻找合作伙伴的途径。

2.应用：如何挑选广告公司？

（二）竞标说明会

1.识记：如何参与竞标说明会。

2.领会：竞标说明会的主要内容。

3.应用：竞标邀请函的撰写。

四、本章重点、难点

重点：影视广播广告拍摄制作的基本流程；如何挑选广告公司；竞标说明会的主要内容；竞标邀请函的撰写。

难点：竞标说明会的主要内容；竞标邀请函的撰写。

第二章 组建项目团队

一、学习目的与要求

了解广告公司的组织架构；理解和掌握广告公司的各个职位及其相应的职责要求。

二、课程内容

1.1 广告公司的组织架构

1.2 广告公司各职位及其职责

1.2.1点子+点子+点子

1.2.2点子+点子+概念

1.2.3点子+概念+策略

三、考核知识点与考核要求

（一）广告公司的组织架构

1.识记：广告公司的组织架构。

2.领会：广告公司各部门的工作内容和分工情况。

（二）广告公司各职位及其职责

1.领会：不同级别的职位对应怎样的群体？这些职位的职责内容分别是什么？

四、本章重点、难点

1.重点：创意部门的组织架构；不同级别的职位对应怎样的群体？这些职位的职责内容分别是什么？

2.难点：无。

第三章 影视镜头语言

一、学习目的与要求

理解和掌握影视艺术产生的基本原理，掌握影视画面构成的基本元素，影视构图的基本规则，影视叙事的基本手法，蒙太奇的基本内涵，并在实践中加以运用。本章为考生重点掌握的章节内容。

二、课程内容

1.1 影视构成的基本单位

1.1.1基本原理：视觉暂留

1.1.2影视的基本构成单位

1.2 影视画面的构成元素

1.2.1形象元素

1.2.2形式元素

1.3 景别和镜头

1.3.1机位

1.3.2景别

1.3.3拍摄角度

1.3.4轴线

1.4 影视构图

1.4.1线条

1.4.2影视广告构图的基本原则

1.5 影视叙事

1.5.1影视中的时间

1.5.2影视叙事视角

1.5.3叙述的顺序

1.5.4影视叙事的语法——蒙太奇

三、考核知识点与考核要求

（一）影视构成的基本单位

1.识记：什么叫“视觉暂留”或“视觉记忆”？

2.领会：影视的基本构成单位；标准镜头、广角镜头、长焦镜头和变焦镜头在成像上有何不同？各自呈现出怎样的美学风格？

（二）影视画面的构成元素

1.识记：影视画面的形象元素和形式元素分别包含哪些内容？

2.领会：景的类别；影视中的光分哪些类型？在造型上、气氛的营造上各自起到什么作用？影视中的影调、色调的具体含义是什么？有何作用？

3.应用：色调使用的基本要求。

（三）景别和镜头

1.识记：机位、景别、拍摄角度、轴线的定义。

2.领会：影视构图中的景别主要有哪些？在造型层面、叙事层面、心理层面有何意义？影视拍摄有哪些角度？不同的角度在造型和心理层面有何意义？镜头的运动有哪些方式？它们在叙事和美学层面上有何意义？

（四）影视构图

1.识记：构图的定义；影视构图遵循的两条原则。

2.领会：影视构图中，不同的线条有何不同的美学含义？

3.应用：影视构图的区域分布；静态构图的基本原则是什么？影视中的动态构图包括哪些？影视画面的透视效果通过哪些手段体现出来？

（五）影视叙事

1.识记：影视叙事的含义。

2.领会：如何理解影视中的“时间”和“空间”？如何理解影视叙事的视角？叙述的顺序；蒙太奇有哪几种含义？常用的蒙太奇手法有哪些？每种手法有何不同的特点。

3.应用：结合本章的知识，自己拍摄一段影视视频，并进行剪辑。

四、本章重点、难点

1.重点：影视的基本构成单位；影视画面的形象元素和形式元素分别包含哪些内容？影视中的光分哪些类型？在造型上、气氛的营造上各自起到什么作用？影视中的影调、色调的具体含义是什么？有何作用？影视构图中的景别主要有哪些？影视拍摄有哪些角度？镜头的运动有哪些方式？静态构图的基本原则是什么？影视中的动态构图包括哪些？影视画面的透视效果通过哪些手段体现出来？如何理解影视中的“时间”和“空间”？如何理解影视叙事的视角？叙述的顺序；蒙太奇有哪几种含义？常用的蒙太奇手法有哪些？每种手法有何不同的特点。

2.难点：静态构图的基本原则是什么？影视中的动态构图包括哪些？影视画面的透视效果通过哪些手段体现出来？如何理解影视中的“时间”和“空间”？如何理解影视叙事的视角？叙述的顺序；蒙太奇有哪几种含义？常用的蒙太奇手法有哪些？每种手法有何不同的特点。

第四章 影视广播中的声音

一、学习目的与要求

了解声音的基本组成要素，理解广播的媒介特征，广播广告中的语言、音乐、音效的作用及其使用的特点，学会广播广告的声音设计技巧，掌握影视中声音和画面间的关系，并进行必要的实例分析。这一章内容应为自学者重点学习内容。

二、课程内容

1.1 声音的基本分类

1.1.1声音的基本类型

1.1.2声音的物理属性

1.2 广播中的声音

1.2.1广播媒介的基本特点

1.2.2广播广告声音三要素

1.3 广播广告语言的人声的运用

1.4 音响

1.5 音乐

1.5.1背景音乐

1.5.2广告歌

1.5.3广播广告声音三要素的结合

1.6 影视中的声画关系

1.6.1影视中的语言

1.6.2音响的种类

1.6.3声音和画面的关系

三、考核知识点与考核要求

（一）声音的基本分类

1.识记：声音的基本类型、声音的物理属性。

（二）广播中的声音

1.识记：广播媒介的基本特点；

2.领会：广播广告声音三要素是哪些？广播广告对语言的基本要求是什么？

3.应用：能够对广播广告案例中语言运用的效果进行点评。

（三）广播广告语言的人声的运用

1.领会：广播广告语言的人声的运用规则是什么？

3.应用：能够对广播广告案例中人声运用的效果进行点评。

（四）音响

1.识记：音响在广播广告中的作用。

2.领会：广播广告中音响使用的基本原则是什么？

3.应用：能够对广播广告案例中音响使用的效果进行点评。

（五）音乐

1.识记：背景音乐的暗示作用。

2.领会：广告歌的作用及其要求；广播广告声音三要素的组合方式有哪几种？

（六）影视中的声画关系

1.识记：影视中的语言包括哪些内容？音响可分为哪几种？

2.领会：影视中的声音和画面之间的关系有哪些？

四、本章重点、难点

1.重点：广播广告声音三要素是哪些？广播广告对语言的基本要求是什么？广播广告语言的人声的运用规则是什么？广播广告中音响使用的基本原则是什么？广告歌的作用及其要求；广播广告声音三要素的组合方式有哪几种？影视中的声音和画面之间的关系有哪些？

2.难点：对广播广告的声音进行设计；对电影片段或影视广告中声画关系的运用进行分析。

第五章 镜头语言的分析技巧

一、学习目的与要求

掌握分析静态构图的基本技巧；掌握分析移动镜头、景深镜头、变焦镜头的基本方法；掌握分析镜头之间衔接关系的基本技巧；掌握分析镜头中的音效、音乐的基本技巧。这一章内容应为自学者重点学习内容。

二、课程内容

1.1 分析静态构图的基本技巧

1.2 动态的内部构图的分析技巧

1.3 分析动态外部构图的基本步骤

1.4 镜头中声音的基本分析步骤

三、考核知识点与考核要求

（一）分析静态构图的基本技巧

1.领会：分析静态构图的基本步骤有哪些？

（二）动态的内部构图的分析技巧

1.领会：移动镜头、景深镜头、变焦镜头的分析技巧有哪些？

2.应用：尝试找到这些类型的电影片段进行分析，找出摄影机移动的内在依据是什么？景深镜头的前、中、后景的关系是什么？为什么要进行变焦处理等。

（三）分析动态外部构图的基本步骤

1.领会：动态外部构图的分析方法有哪些？

（四）镜头中声音的基本分析步骤

1.领会：镜头中的音效、音乐的分析步骤有哪些？

四、本章重点、难点

1.重点：分析静态构图的基本步骤有哪些？移动镜头、景深镜头、变焦镜头的分析技巧有哪些？动态外部构图的分析方法有哪些？镜头中的音效、音乐的分析步骤有哪些？

2.难点：能够对相应的电影或广告片段的构图方法和音效、音乐的运用进行分析。

第六章 创意及其训练

一、学习目的与要求

掌握并运用头脑风暴法、KJ法等基本的创意组织方法；理解垂直思维和水平思维的根本性差异；掌握如何收集广告信息，并进行必要的分类和提炼；理解消费者洞察的心理学依据，并学会消费者洞察的基本技巧；理解22种常用的广告创意思维方法，并进行训练；深刻理解创意思维的本质；理解并熟练掌握电视广告的基本呈现手法、基本结构及其各自的优缺点；理解并掌握广播广告的结构手法并熟练运用；掌握电视广告分析的基本技巧并进行训练；了解电视广告突出产品、突出品牌的常用技巧。这一章内容应为自学者重点学习内容。

二、课程内容

1.1 关于创意的诸多说法

1.2 广告创意的目标制定与信息收集

1.2.1广告信息的收集

1.2.2广告目标的制定

1.3 消费者者洞察

1.4 创意的组织

1.5 创意的技巧

1.6 影视广告创意的呈现方式

1.7 广播广告创意的呈现方式

1.7.1广播广告的表现形式

1.8 广告创意能力的训练

1.8.1读解影视广告的基本步骤

1.8.2分析实例

1.8.3影视广告创意思维的其他训练方法

1.8.4影视广告中凸显产品、品牌最常用的策略

1.8.5世界一些著名的影视广告人对影视广告的观点

三、考核知识点与考核要求

（一）关于创意的诸多说法

1.识记：了解泰德·贝尔、李奥·贝纳、罗瑟·瑞夫斯、威廉·伯恩巴克、大卫·奥格威 分别提出的广告主张是什么？

2.领会：罗瑟·瑞夫斯的独特销售主张的主要内容是什么？威廉·伯恩巴克的ROI理论的主要内容是什么？

（二）广告创意的目标制定与信息收集

1.领会：进行创意前，我们需要收集哪些信息？广告目标包括哪些内容？

（三）消费者者洞察

1.识记：什么叫消费者洞察？

2.领会：消费者者洞察的几个要点和常用的方法是什么？消费者洞察主要洞察对象的哪些症候？对这些症候该如何读解？

3.简单运用：能够运用消费者者洞察的知识点对广告案例进行分析。

（四）创意的组织

1.识记：什么是头脑风暴法？什么是KJ法？什么是垂直思考法？什么是水平思考法？

2.领会：头脑风暴的特点、实施要点，以及进行头脑风暴时，应该注意什么？如何避开创意杀手？KJ法的运用范围、实施步骤、应用流程是什么？KJ与SQC法的异同点是哪些？垂直思考法与水平思考法的区别与联系是什么？

（五）创意的技巧

1.识记：22种创意技巧的内容是什么？

2.简单运用：训练这22种创意技巧，并学会将其运用于实战之中。

（六）影视广告创意的呈现方式

领会：影视广告创意的呈现方式：告知式、名人推荐式、新闻片断式、比较式、消费者证言式、生活片段式、情节剧模式、动画式、文案式、广告歌曲式、舞蹈式（造型式）的主要内容及其各自的优缺点是什么？

1. 广播广告创意的呈现方式

领会：广播广告的表现形式：陈述式、对话式、场景式、歌唱式、韵文式、其他形式、综合式广播广告的主要内容是什么？

1. 广告创意能力的训练
2. 领会：读解影视广告的基本步骤有哪些？为什么要进行这样的读解？
3. 简单运用：学会分析、读解广告案例。

四、本章重点、难点

1.重点：罗瑟·瑞夫斯的独特销售主张的主要内容是什么？威廉·伯恩巴克的ROI理论的主要内容是什么？进行创意前，我们需要收集哪些信息？广告目标包括哪些内容？消费者者洞察的几个要点和常用的方法是什么？消费者洞察主要洞察对象的哪些症候？对这些症候该如何读解？头脑风暴法；KJ法；垂直思考法；水平思考法；22种创意技巧的内容是什么？影视广告创意的呈现方式和广播广告的表现形式的主要内容是什么？读解影视广告的基本步骤有哪些？

2.难点：学会运用本章有关创意的方法去分析广告案例。

第七章 电视广告脚本

一、学习目的与要求

了解电视广告脚本的几种基本形式，学会概念脚本和分镜头脚本的基本格式和写作技巧，学会故事板的绘制。这一章内容应为自学者重点学习内容。

二、课程内容

1.1 电视广告脚本的类型

1.2 电视广告脚本的制作

1.2.1分镜头脚本

1.2.2故事脚本

三、考核知识点与考核要求

（一）电视广告脚本的类型

1.识记：电视广告制作流程

2.领会：概念脚本、分镜头脚本、故事脚本、制作脚本、相片脚本的主要内容。

3.应用：学会概念脚本和分镜头脚本的基本格式。

（二）电视广告脚本的制作

1.识记：分镜头脚本的功能。

2.领会：故事板的含义、作用和主要内容。

3.应用：分镜头脚本的写作格式和写作技巧；故事板的制作方法。

四、本章重点、难点

重点：了解电视广告脚本的几种基本形式，学会概念脚本和分镜头脚本的基本格式和写作技巧，学会故事板的绘制。

难点：了解电视广告脚本的几种基本形式，学会概念脚本和分镜头脚本的基本格式和写作技巧，学会故事板的绘制。

第八章 提案

一、学习目的与要求

掌握公司内部提案的基本技巧，包括提问方式、人员安排排练；掌握正式提案的方法和应对技巧；掌握幻灯片演讲时的基本技巧。

二、课程内容

1.1 广告公司内部提案

1.1.1对创意进行检视

1.1.2内部提案演练

1.2 提案现场

1.2.1提案本质上是一场表演

1.2.2在提案时如何应对客户

1.2.3提案的基本手段和方法

1.2.4案例

1.3 幻灯片的演讲技巧

1.3.1情况分析：5W模型

1.3.2演讲技巧

1.3.3声像助教

1.3.4座位布置

三、考核知识点与考核要求

（一）广告公司内部提案

1.领会：提案前如何进行内部提案，需要对哪些问题进行检视？

2.应用：如何进行提案的细节准备？

（二）提案现场

1.识记：提案人员在呈现提案时，需要注意的事项有哪些？

2.领会：提案时，如何应对客户的提问？

3.应用：提案的基本手段和方法。

（三）幻灯片的演讲技巧

1.领会：进行投影演示需要注意哪些问题？

2.应用：运用幻灯片的演讲技巧。

四、本章重点、难点

1.重点：掌握公司内部提案的基本技巧，包括提问方式、人员安排排练。掌握正式提案的方法和应对技巧。掌握幻灯片演讲时的基本技巧。

2.难点：掌握幻灯片演讲时的基本技巧。

第九章 影视广告拍摄器材的选择

一、学习目的与要求

了解电影胶片的基本类型和各自的特点；了解电影摄影机的基本特点和主要类型；了解摄影机成像的基本原理；了解电影镜头的特点；掌握用胶片和录像带拍摄各自的优点和缺点；了解录像带和摄像机的基本特点。

二、课程内容

1.1 电影胶片

1.2 录像带拍摄

三、考核知识点与考核要求

（一）电影胶片

1.领会：胶片的基本类型和各自的优缺点是什么？

（二）录像带拍摄

1.识记：录像带拍摄的原理。

2.领会：录像带拍摄的好处和问题分别是什么？高清摄像机和胶片拍摄相比，具有哪些优势？使用高清摄像机拍摄时，需要注意的事项有哪些？

3.应用：以电视机上播出的一些电视广告为例，判断哪些是胶片拍摄，哪些是录像带拍摄，并比较二者的差异。

四、本章重点、难点

1.重点：胶片的基本类型和各自的优缺点是什么？高清摄像机和胶片拍摄相比，具有哪些优势？使用高清摄像机拍摄时，需要注意的事项有哪些？

2.难点：无。

第十章 广告摄制报价

一、学习目的与要求

了解国内外制作公司的不同状况，职责明细表的具体内容，包工议价与成本加固定收费两种议价方式的不同，掌握摄制询价的基本方法，广告拍摄的成本构成，报价表的制作方法。

二、课程内容

1.1 选择广告片的摄制公司

1.1.1广告公司自己摄制

1.1.2制作公司摄制

1.2 制作公司竞标

1.3 广告片摄制成本价目表

1.4 广告片摄制成本估价表

1.5 广告片拍摄征询书样本

三、考核知识点与考核要求

（一）选择广告片的摄制公司

1.识记：广告公司自己摄制的优点和问题有哪些？

2.领会：选择制作公司前，需要了解制作公司的哪些基本状况？不同类型的制作公司有哪些以及它们又可以划分为哪些类别？

（二）制作公司竞标

1.领会：如何评估竞标的制作公司？在审看制作公司的作品集时，对自己感兴趣的广告片要做哪些方面的分析？广告影片的基本议价方式是什么？制作公司报价时，需要提供哪些材料？

3.应用：如何制定职责明细表？

（三）广告片摄制成本价目表

1.领会：广告片摄制成本价目表的内容和格式是怎样的？

2.应用：如何制定一个摄制成本价目表？

（四）广告片摄制成本估价表

1.领会：广告片摄制成本估价表的内容和格式是怎样的？

2.应用：如何制定一个摄制成本估价表？

（五）广告片拍摄征询书样本

1.领会：广告片拍摄征询书的内容和格式是怎样的？

四、本章重点、难点

1.重点：职责明细表的具体内容；包工议价与成本加固定收费两种议价方式的不同；摄制询价的基本方法；广告拍摄的成本构成；报价表的制作方法。

2.难点：报价表的制作。

第十一章 拍摄前的准备

一、学习目的与要求

掌握广告拍摄的大致流程；掌握挑选电视广告演员应注意的相关事项；掌握摄制组每位成员各自的职责任务；掌握电视广告制作的前期准备工作的具体内容；掌握进行外景地选择的注意事项；掌握召开PPM会议的具体内容。这一章内容应为自学者重点学习内容。

二、课程内容

1.1 广告片拍摄的整体流程图

1.2 拍摄团队

1.3 召开PPM会议

1.4 拍摄的准备工作

1.5 成为广告片导演应具备的基本能力

1.6 目前中国广告片导演存在的基本问题

三、考核知识点与考核要求

（一）广告片拍摄的整体流程图

1.领会：电视广告制作的流程

（二）拍摄团队

1.识记：拍摄团队由哪些成员构成？

2.领会：在拍摄团队中，各成员的职责是什么？

（三）召开PPM会议

1.识记：PPM会议指什么？

2.领会：参加PPM会议的成员有哪些？PPM报告包括哪些内容？PPM要讨论的事项有哪些？

（四）拍摄的准备工作

1.识记：选择外景地时，要注意哪些事项？

2.领会：影片风格设计的要素有哪些？视觉效果设计需要注意的事项有哪些？

3.应用：导演分镜头脚本的制作；摄制日程表的制作。

（五）成为广告片导演应具备的基本能力

1.领会：成为广告片导演应具备的基本能力有哪些？

（六）目前中国广告片导演存在的基本问题

1.领会：目前中国广告片导演存在的基本问题有哪些？

四、本章重点、难点

1.重点：广告拍摄的大致流程；摄制组每位成员各自的职责任务；电视广告制作的前期准备工作的具体内容；PPM会议的具体内容；分镜头脚本的制作。

2.难点：分镜头脚本的制作。

第十二章 影视广告片的拍摄

一、学习目的与要求

掌握棚内拍摄、外景拍摄需要注意的问题以及克服的方法；掌握国外拍摄、航拍、水下拍摄以及一些特技拍摄必须注意的问题和克服的方法；详细了解如何组织广告片的现场拍摄；掌握现场拍摄的导演、摄影师、制片、客户等的基本职责；掌握导演进行演员指导、场面调度的基本技巧；掌握提高广告片拍摄效率的基本技巧。

二、课程内容

1.1 拍摄方式

1.1.1拍摄方式

1.2 开拍前需再次确认的问题

1.3 拍摄现场

三、考核知识点与考核要求

（一）拍摄方式

1.识记：棚内拍摄、外景拍摄的优缺点是什么？

2.领会：棚内拍摄、外景拍摄注意的事项有哪些？国外拍摄、航拍、水下拍摄以及一些特技拍摄必须注意的问题和克服的方法是什么？

3.应用：棚内拍摄布光的方法和步骤是怎样的？

（二）开拍前需再次确认的问题

1.领会：开拍前需再次确认的问题有哪些？

（三）拍摄现场

1.识记：拍摄的基本程序是怎样的？

2.领会：导演如何进行现场的控制？

3.应用：如果条件允许，自己组建团队，拍摄一则30秒的电视广告片。

四、本章重点、难点

1.重点：棚内拍摄、外景拍摄、国外拍摄、航拍、水下拍摄以及一些特技拍摄需要注意的问题以及克服的方法；导演进行演员指导、场面调度的基本技巧。

2.难点：棚内拍摄、外景拍摄、国外拍摄、航拍、水下拍摄以及一些特技拍摄需要注意的问题以及克服的方法；导演进行演员指导、场面调度的基本技巧。

第十三章 广告的后期制作

一、学习目的与要求

掌握影视广告后期制作的基本流程；掌握影视后期剪辑的基本规则和技巧；了解电脑动画的基本规律和制作步骤；掌握如何为广告片选择音乐和音效；学会自己剪辑广告片。这一章内容应为自学者重点学习内容。

二、课程内容

1.1 影视后期制作的基本程序

1.1.1谁参与后期制作

1.1.2后期制作的流程

1.2 影视广告的后期剪辑的基本原则

1.2.1影视剪辑一般原则

1.2.2影视的画面语法

1.3 动画广告制作

1.3.1动画的基本类型

1.3.2卡通制作或角色绘制

1.3.3电脑动画

1.3.4 逐格贴合的重复性动画动作

1.3.5 电脑动画的价格评估

1.4 声音的制作与影片合成

1.4.1配音

1.4.2音效

1.4.3音乐

1.4.4 声画合成

1.4.5 套剪成其他时长的广告片

1.4.6 交付广告片并付款

1.4.7 广告测试

1.4.8 广告片的播放

三、考核知识点与考核要求

（一）影视后期制作的基本程序

1.识记：胶转磁的基本特性是什么？

1.领会：粗编和精编各需要注意哪些问题？后期剪辑的基本流程是什么？

（二）影视广告的后期剪辑的基本原则

1.领会：影视广告的后期剪辑的基本原则和技巧是什么？

（三）动画广告制作

1.识记：动画的基本类型有哪些？其基本的制作步骤是怎样的？。

2.领会：电脑动画的基本规律和制作步骤是什么？

（四）声音的制作与影片合成

1.应用：如何为广告片选择音乐和音效？

四、本章重点、难点

1.重点：影视广告后期制作的基本流程；影视后期剪辑的基本规则和技巧；电脑动画的基本规律和制作步骤；广告片音乐和音效的选择；学会自己剪辑广告片。

2.难点：学会自己剪辑广告片。

第十四章 广播广告的录音合成

一、学习目的与要求

掌握广播广告文案的基本要求；掌握话筒、调音台的基本使用方法；掌握录制人声的基本技巧，包括话筒质量、位置、噪音的处理；掌握修饰美化人声的基本技巧；掌握广播广告的声音的混录技术和技巧。

二、课程内容

1.1 演播准备

1.1.1审核广告文案

1.1.2检查、调试制作设备

1.1.3选择、确定演播人员

1.1.4设计录制方案

1.2 广告的录制及合成

1.2.1前期语言、人声录制

1.2.2后期合成

三、考核知识点与考核要求

（一）演播准备

1.识记：广播广告录制设备有哪些？

2.领会：广告文案写作的基本要求是什么？

3.应用：掌握话筒、调音台的基本使用方法；设计录制方案。

（二）广告的录制及合成

1.领会：录制人声的基本技巧，包括话筒质量、位置、噪音的处理；修饰美化人声的基本技巧；研究广播广告中的人声、音乐、音效之间的配合关系。

2.应用：了解广播广告的录制过程和技巧。

四、本章重点、难点

1.重点：广播广告文案的基本要求；话筒、调音台的基本使用方法；录制人声的基本技巧，包括话筒质量、位置、噪音的处理；修饰美化人声的基本技巧；广播广告的声音的混录技术和技巧。

2.难点：广播广告的声音的混录技术和技巧。

第十五章 媒介融合时代的广播电视广告

一、学习目的与要求

掌握多媒体时代消费者决策机制发生了怎样的变化；掌握跨媒体营销的核心理念；跨媒体营销和整合营销传播的区别何在；掌握电视、广播、网络等媒体的传播特性，以及在媒介策略中各自担当的角色与地位；掌握如何从消费者角度进行营销主题的设计；掌握如何运用各种媒体进行营销活动，如何进行诱导设计。这一章内容应为自学者重点学习内容。

二、课程内容

1.1 媒介融合时代的营销特征

1.2 跨媒体营销案例：丰田汽车Bb的营销

三、考核知识点与考核要求

（一）媒介融合时代的营销特征

1.识记：AIDMA模型和AISAS模型的主要内容是什么？

2.领会：跨媒体营销的核心理念，它和整合营销传播的区别何在？电视、广播、网络等媒体的传播特性分别是什么？电视、广播、网络等媒体在媒介策略中各自担当的角色与地位是怎样的？

（二）跨媒体营销案例：丰田汽车Bb的营销

1.领会：丰田汽车Bb的跨媒体营销案例。

2.应用：掌握如何从消费者角度进行营销主题的设计；掌握如何运用各种媒体进行营销活动，如何进行诱导设计。

四、本章重点、难点

重点：AIDMA模型和AISAS模型的主要内容；跨媒体营销的核心理念；电视、广播、网络等媒体的特性，以及它们在媒介策略中各自担当的角色与地位是怎样的？掌握如何从消费者角度进行营销主题的设计；掌握如何运用各种媒体进行营销活动，如何进行诱导设计。

难点：掌握如何从消费者角度进行营销主题的设计；掌握如何运用各种媒体进行营销活动，如何进行诱导设计。

第十六章 广播电视广告管理

一、学习目的与要求

了解广告管理手段主要有两种：行政手段和法律手段；行业自律是一种自我管理手段。

二、课程内容

1.1 行政管理

1.2 法规管理

1.3 广播电视广告专项管理

1.4 广告影片制作流程（film方式制作）

1.5 广告影片制作流程（video方式制作）

三、考核知识点与考核要求

（一）行政管理

1.领会：政府工商行政管理部门主要行使的广告监督管理职能有哪些？

（二）法规管理

1.识记：在管理手段中，法律手段最具权威。

（三）广播电视广告专项管理

1.识记：广播电视广告专项管理相关规定。

（四）广告影片制作流程（film方式制作）

1.领会：广告影片制作流程（film方式制作）。

（五）广告影片制作流程（video方式制作）

1.领会：广告影片制作流程（video方式制作）。

四、本章重点、难点

1.重点：了解广告管理手段主要有两种：行政手段和法律手段；行业自律是一种自我管理手段。

2.难点：无。

Ⅳ 关于大纲的说明与考核实施要求

一、自学考试大纲的目的和作用

课程自学考试大纲是根据专业自学考试计划的要求，结合自学考试的特点而确定。其目的是对个人自学、社会助学和课程考试命题进行指导和规定。

课程自学考试大纲明确了课程学习的内容以及深广度，规定了课程自学考试的范围和标准。因此，它是编写自学考试教材和辅导书的依据，是社会助学组织进行自学辅导的依据，是自学者学习教材、掌握课程内容知识范围和程度的依据，也是进行自学考试命题的依据。

二、课程自学考试大纲与教材的关系

课程自学考试大纲是进行学习和考核的依据，教材是学习掌握课程知识的基本内容与范围，教材的内容是大纲所规定的课程知识和内容的扩展与发挥。课程内容在教材中可以体现一定的深度或难度，但在大纲中对考核的要求一定要适当。

大纲与教材所体现的课程内容应基本一致；大纲里面的课程内容和考核知识点，教材里一般也要有。反过来教材里有的内容，大纲里就不一定体现。

三、关于自学教材

《广播电视广告》，何建平编著，中南大学出版社，2009年第1版。

四、关于自学要求和自学方法的指导

本大纲的课程基本要求是依据专业考试计划和专业培养目标而确定的。课程基本要求还明确了课程的基本内容，以及对基本内容掌握的程度。基本要求中的知识点构成了课程内容的主体部分。因此，课程基本内容掌握程度、课程考核知识点是高等教育自学考试考核的主要内容。

为有效地指导个人自学和社会助学，本大纲已指明了课程的重点和难点，在章节的基本要求中一般也指明了章节内容的重点和难点。

本课程共6学分。

为便于考生更好地开展自学，特提出以下两点学习方法供参考：

1.系统学习，深入重点。

自学者首先应系统地学习各章内容，掌握要求识记的概念，深入理解和掌握基本概念和理论，在此基础上深入知识点，掌握重点。比如，对于《广播电视广告》这门课程而言，识记和理解“景别”、“影视构图”等概念对于理解这门课程全部内容都十分重要。又比如，关于影视镜头语言、影视广播中的声音、影视广告创意、电视广告脚本、拍摄前的准备工作、广告的后期制作相关理论应该是自学者学习的重点内容，其他内容做一般了解和领会。

2.明确相关概念之间的关系，注意理论与实践相结合。

考试前梳理已经学习过的内容，搞清楚一些基本概念之间的关系，便于记忆、加深理解，从而牢固掌握相关内容。在此基础上，要注意理论结合实践，学会应用相关内容。比如，掌握蒙太奇的基本内涵，并在实践中掌握蒙太奇的剪辑手法；透彻理解广播广告中的语言、音乐、音效的作用及其使用的特点，学会广播广告的声音设计技巧；掌握分析移动镜头、景深镜头、变焦镜头的基本方法，并进行训练。

五、对社会助学的要求

1.帮助自学者梳理重难点和一般内容之间的关系

社会助学者应根据本大纲规定的各章主要内容和考核重点及难点，认真钻研指定教材，明确本课程与其他课程不同的特点和学习要求，对考生进行切实有效的指导，把握社会助学的正确方向。

2.引导考生正确处理基本知识和应用能力的关系

指导考生将识记、领会同应用联系起来，把基本知识转化为实际工作能力，在辅导的基础上，着重培养和提高自学应试者的素质和思想水平，引导他们正确处理学习知识和提高能力的关系。

3.引导考生进行兼顾重点内容和一般内容的系统性学习

课程内容有重点与一般之分，但考试内容是全面的，而且重点与一般是相互影响的，不是截然分开的，社会助学者应指导自学应考者全面系统地学习教材，掌握全部考试内容和考核知识点，在此基础上再突出重点。

六、对考核内容的说明

1. 本课程要求考生学习和掌握的知识点内容都作为考核的内容。课程中各章的内容均由若干知识点组成，在自学考试中成为考核知识点。因此，课程自学考试大纲中所规定的考试内容是以分解为考核知识点的方式给出的。由于各知识点在课程中的地位、作用以及知识自身的特点不同，自学考试将对各知识点分别按三个认知（或叫能力）层次确定其考核要求。

2. 在考试之日起6个月前，由全国人民代表大会和国务院颁布或修订的法律、法规都将列入相应课程的考试范围。凡大纲、教材内容与现行法律、法规不符的，应以现行法律法规为准。

七、关于考试命题的若干规定

1.本课程考试为闭卷笔试，考试时间150分钟，按百分制记分,60 分为及格。

2.本大纲各章所规定的基本要求、知识点及知识点下的知识细目，都属于考核的内容。考试命题既要覆盖到章，又要避免面面俱到。要注意突出课程的重点、章节重点，加大重点内容的覆盖度。

3.命题不应有超出大纲中考核知识点范围的题，考核目标不得高于大纲中所规定的相应的最高能力层次要求。命题应着重考核自学者对基本概念、基本知识和基本理论是否了解或掌握，对基本方法是否会用或熟练。不应出与基本要求不符的偏题或怪题。

4.本课程在试卷中对不同能力层次要求的分数比例大致为：识记占30%，领会占30%，应用占40%。

5.要合理安排试题的难易程度，试题的难度可分为：易、较易、较难和难四个等级。每份试卷中不同难度试题的分数比例一般为：2:3:3:2。

6.各种题型的具体样式参见本大纲附录。

**附录 题型举例**

1.单项选择题

（1）焦距小于40mm的定焦镜头称为（ ）

A.长焦镜头 B.变焦距镜头

C.广角镜头 D.标准镜头

（2）平面构图的基本法则是（ ）

A.变化 B.秩序

C.对比 D.从属

2.简答题

（1）广播广告中音响使用的基本原则是什么？

（2）分镜头脚本有哪些方面的功能？

3.论述题

（1）如何理解影视时间？

（2）论述蒙太奇的功能。

4.材料分析题

产品：花之雨浴露

品牌：东洋之花

品牌口号：绽放你的美

产品定位：

1. 养——萃取珍贵花卉精华，滋养皮肤
2. 护——肌肤保湿，杀菌止痒
3. 天然——温和，安全，更健康
4. 魅力——细腻，爽滑，肌肤润泽
5. 身心绽放——缤纷色彩，快乐心情

表现风格：开朗、浪漫、亮丽

请根据上述材料，为花之雨浴露创作一则30秒的电视广告。内容包括：

1. 创意阐述
2. 创意故事