**广东省高等教育自学考试《平面广告设计》课程考试大纲**

**（课程代码：00640）**

Ⅰ 课程性质与课程目标

一、课程性质和特点

通过本课程的学习，使学生掌握平面广告设计的沿革、基础、载体和平面广告的创意原理。站在历史发展的角度和处在国际背景下，通过分析平面广告与经济文化发展的关系，以中外典型的设计为参照，系统地了解平面广告设计从概念到视觉表现的程序和方法。

二、课程目标

本课程设置的目标是要求考生能够：

1.掌握平面广告的特征与价值，信息传达的基本理论。

2.了解平面广告发展的基本脉络，掌握不同的社会背景对平面广告的影响。

3.了解平面广告设计基础的主要内容及其所包含的基本要素。

4.了解创造活动与思维活动之间的逻辑关系，掌握广告创意中常用的思维策略。

5.了解平面媒体的特性及其在广告整体运作中的作用

6.掌握平面广告设计的程序。

三、与相关课程的联系与区别

本课程注重提高学生的信息整合与传达能力、视觉的表现力和创造力，系统地掌握平面广告设计从概念到视觉表现的程序和方法。修读本课程无需先修其他课程，但掌握本课程的相关知识内容能为中外广告史、市场调查与传播效果等课程学习打下前期基础。

四、课程重点和难点

本课程的重点内容为：平面广告的特征与价值、平面广告设计的主要内容及其所包含要素的分类、特征、设计原则、表现方法等、平面广告设计的程序。

本课程的次重点内容为：平面广告发展的基本脉络、创造活动与思维活动之间的逻辑关系、平面广告的思维策略与思维方法、平面媒体的特性、平面媒体的创意运用等。

本课程的难点内容为：平面广告设计的程序（市场调查与分析、市场策略、广告策略、创意概念、创意点子、创意表现）。

Ⅱ 考核目标

本大纲在考核目标中，按照识记、领会和综合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，如广告、平面广告、信息传达、创意思维、媒体、市场调查与分析、市场策略、广告策略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。如平面广告设计的特征与社会意义、基本元素与整体设计的关系等。

应用：要求考生在掌握一些重要概念和理论知识的基础上，对平面广告设计的相关案例进行剖析，并根据指定命题进行创意设计。如运用“综合法”对平面设计案例实施创意分析、依据媒体特性对案例进行分析评估。

Ⅲ 课程内容与考核要求

第一章 概论

一、学习目的与要求

掌握平面广告设计的特征与价值，初步掌握信息传达的基本理论，认识平面广告信息传达的表现与效果。第一章内容涉及到重要的核心概念，如广告、平面广告、平面广告设计、信息传达等，理解这些概念是学习和掌握后面章节内容的基础。

二、课程内容

1.1平面广告设计的特征和价值

1.2平面广告的信息传达

1.3平面广告的传达效果与表现

三、考核知识点与考核要求

（一）平面广告设计的特征和价值

1.识记：广告、平面广告的概念；平面广告的特征。

2.领会：平面广告的价值。

3.应用：认识平面广告的社会意义。

（二）平面广告的信息传达

1.识记：传达的四个要素。

2.领会：传达的概念及本质含义。

3.应用：如何看待平面广告信息传达的成功与否？

（三）平面广告的传达效果与表现

1.识记：在进行平面广告信息传达时，如何提高传达效果？

2.领会：美是平面广告设计魅力的综合体现。

3.应用：如何理解美是成功的“添加剂”？

四、本章重点、难点

重点：广告、平面广告的概念和价值。

难点：在进行平面广告信息传达时，如何提高传达效果？

第二章 平面广告的历史沿革

一、学习目的与要求

了解平面广告发展的基本脉络，掌握不同的社会背景对平面广告的影响，正确认识与把握平面广告的发展趋势。

二、课程内容

2.1平面广告的缘起

2.2印刷术与平面广告

2.3市场活动与平面广告

2.4现代艺术与平面广告

2.5现代科技与平面广告

三、考核知识点与考核要求

（一）平面广告的缘起

1.识记：人类最早的文字；《死亡书》；世界现存最早的平面广告。

2.领会：平面广告的原初形态所体现的社会功能和信息诉求。

3.应用：以现代设计观念体悟古代的穴窟壁画创作。

（二）印刷术与平面广告

1.识记：活字印刷术；“济南刘家功夫针铺”。

2.领会：印刷术的发展为平面广告提供了生产和发展空间。

3.应用：报纸的产生为平面广告提供了传播领域。

（三）市场活动与平面广告

1.识记：石版印刷（彩色石版技术）；照相术；现代海报之父；月份牌。

2.领会：平面广告用作宣传媒体的巨大威力。

3.应用：广告摄影作为设计手段的特点、优势。

（四）现代艺术与平面广告

1.识记：现代主义艺术；欧洲最重要的设计运动。

2.领会：现代艺术与平面广告的关系。

3.应用：“包豪斯”对20世纪设计思想的重要贡献。

（五）现代科技与平面广告

1.识记：视觉传达的本质。

2.领会：平面广告的历史沿革给人类带来的启示。

3.应用：影响平面广告发展与兴衰的因素。

四、本章重点、难点

1.重点：平面广告的历史沿革。

2.难点：现代艺术与平面广告的关系。

第三章 平面广告设计基础

一、学习目的与要求

了解平面广告设计基础的主要内容及其所包含的基本要素，认识要素的分类特征及其在平面广告中的地位和作用，掌握各设计要素的设计原则与表现方法，体会要素之间再创意表现上的相互联系。

二、课程内容

3.1文字设计

3.1.1文字设计在平面广告中的应用

3.1.2平面广告中文字设计应遵循的原则

3.1.3字体设计方法

3.1.4基本印刷字体

3.2商标设计

3.2.1商标在平面广告中的作用

3.2.2商标设计的分类

3.2.3商标设计的原则

3.3平面广告图形设计

3.3.1广告图形的分类

3.3.2广告图形设计的作用

3.3.3广告图形设计的原则

3.3.4平面广告中图形的表现方法

3.4版面编排设计

3.4.1版面编排的基本类型

3.4.2版面编排设计的视觉原则

3.4.3版面编排设计的原则

3.4.4版面设计中文字的编排方式

3.4.5版面设计中图片的处理方式

3.4.6版面设计中的视觉流程

3.5色彩表达

3.5.1色彩的基本要素

3.5.2色彩的感觉

3.5.3色彩的搭配关系

3.5.4色调的塑造

3.5.5色彩在平面广告中的应用原则

三、考核知识点与考核要求

（一）文字设计

1.识记：文字在信息表述方面的双重性；文字设计在平面广告中的应用；基本印刷字体。

2.领会：平面广告中文字设计应遵循的原则。

3.应用：字体设计方法。

（二）商标设计

1.识记：商标的概念；商标在平面广告中的作用。

2.领会：商标设计的原则。

3.应用：商标设计的分类。

（三）平面广告图形设计

1.识记：图形的特点；广告图形的分类；广告图形设计的作用。

2.领会：广告图形设计的原则。

3.应用：平面广告中图形的表现方法。

（四）版面编排设计

1.识记：版面编排的概念；版面编排的基本类型。

2.领会：版面编排设计的视觉原则；版面编排设计的原则。

3.应用：版面设计中文字的编排方式；版面设计中图片的处理方式；版面设计中的视觉流程。

（五）色彩表达

1.识记：色彩的基本要素（色相、明度、纯度）；色彩的感觉（冷暖、轻重、软硬等）；色调的塑造。

2.领会：色彩在平面广告中的应用原则。

3.应用：色彩的搭配关系（对比、调和）

四、本章重点、难点

1.重点：文字在信息表述方面的双重性；文字设计在平面广告中的应用；基本印刷字体；商标的概念；商标在平面广告中的作用；图形的特点；广告图形的分类；广告图形设计的作用；版面编排的概念；版面编排的基本类型；版面编排的概念；版面编排的基本类型；色彩的基本要素；色彩的感觉；色调的塑造。

2.难点：平面广告中文字设计应遵循的原则；商标设计的原则；广告图形设计的原则；版面编排设计的视觉原则；版面编排设计的原则；色彩在平面广告中的应用原则。

第四章 平面广告创意思维

一、学习目的与要求

初步了解创造活动与思维活动之间的逻辑关系，掌握广告创意中常用的思维策略，掌握平面广告创意中基本的思维方法，认识创意思维对平面广告的影响和价值。

二、课程内容

4.1关于创意思维

4.2平面广告创意思维

4.3平面广告创意的方法

三、考核知识点与考核要求

（一）关于创意思维

1.识记：创意思维的概念；创意思维的特点。

2.领会：创意思维的四个阶段。

3.应用：创意思维的全过程（思维图示）。

（二）平面广告创意思维

1.识记：平面广告创意思维的概念；三种广告创意观念；六种创意思维策略方法。

2.领会：广告创意遵循的原则。

3.应用：平面广告的四种创意思维形式。

（三）平面广告创意的方法

1.识记：直叙法；象征法；共鸣法；幽默法；比较法；恐吓法；综合法。

2.领会：广告创意的重要作用是什么？

3.应用：如何进行广告创意？

四、本章重点、难点

1.重点：创意思维的全过程（思维图示）。

2.难点：如何进行广告创意？

第五章 平面广告设计的媒体运用

一、学习目的与要求

了解平面媒体在广告整体运作中的作用，了解与平面广告相关的媒体的特性，掌握平面媒体的创意运用。

二、课程内容

5.1平面媒体在广告整体运作中的作用

5.1.1媒体在广告整体运作中的作用

5.1.2平面媒体在广告的媒体策略中扮演的角色

5.2平面媒体的特性比较

5.2.1报纸媒体特性

5.2.2杂志媒体特性

5.2.3户外媒体广告的特性

5.2.4DM（直邮）广告

5.2.5焦点广告（POP）

5.3平面媒体的创意运用

5.3.1报纸广告

5.3.2杂志广告

5.3.3户外广告的创意运用

5.3.4DM广告

三、考核知识点与考核要求

（一）平面媒体在广告整体运作中的作用

1.识记：媒体的概念；广告媒体的特征；媒体的“付费性”含义；广告媒体的分类；平面广告媒体的分类。

2.领会：营销过程中，不同阶段所采取的媒介策略。

3.应用：媒体传播效果的可评估性。

（二）平面媒体的特性比较

1.识记：报纸媒体特性；杂志媒体特性；户外媒体广告的特性；DM（直邮）广告、焦点广告（POP）

2.领会：各媒体特性比较（优势、劣势、影响因素）。

3.应用：焦点广告（POP）分类与设计。

（三）平面媒体的创意运用

1.识记：报纸广告特种版面；杂志广告创意；户外广告创意运用；DM广告创意；

2.领会：如何运用媒体的特性进行创意设计？

3.应用：将时间、空间、互动融入平面设计的创意构想中。

四、本章重点、难点

1.重点：各媒体特性比较（优势、劣势、影响因素）。

2.难点：如何运用媒体的特性进行创意设计？

第六章 平面广告设计的程序

一、学习目的与要求

了解广告的基本评价标准，了解市场调查与分析的环节，了解市场策略的制定，了解广告策略的制定，掌握创意概念的提炼，掌握创意点子的迸发，掌握创意表现的强度。

二、课程内容

6.1平面广告设计的评价标准

6.2市场调查与分析：确定方向的“指南针”

6.2.1市场环境分析

6.2.2市场环境分析

6.2.3消费者分析

6.2.4竞争状况分析

6.2.5竞争对手的广告分析

6.3市场策略：确定最好走的“路线”

6.4广告策略：确定最适用的“战车”

6.5创意概念：扣响武器的“扳机”

6.6创意点子：有杀伤力的“子弹”

6.7创意表现：击中目标的“弹头”

6.7.1图形创意表现

6.7.2文字创意表现

6.7.3图形文字组合的创意表现

6.7.4运用媒体特性的创意表现

三、考核知识点与考核要求

（一）平面广告设计的评价标准

1.识记：广告整体运作的程序。

2.领会：广告的首要评判标准。

（二）市场调查与分析：确定方向的“指南针”

1.识记：市场调查与分析的概念；市场环境分析；产品分析；消费者分析；竞争状况分析；竞争对手的广告分析。

2.领会：市场环境分析、产品分析、消费者分析、竞争状况分析、竞争对手的广告分析的目的

3.应用：市场调查与分析对平面广告设计的指导意义是什么？

（三）市场策略：确定最好走的“路线”

1.识记：市场策略的概念；市场策略的三个组成部分。

2.领会：产品定位策略、传播策略、促销策略。

（四）广告策略：确定最适用的“战车”

1.识记：广告策略的概念；广告策略的特点。

2.领会：广告策略与市场策略、传播策略的关系。

（五）创意概念：扣响武器的“扳机”

1.识记：创意概念的定义。

2.领会：创意概念与广告策略的关系。

3.应用：广告策略与创意概念之间的转化具有什么样的特点？

（六）创意点子：有杀伤力的“子弹”

1.领会：创意点子的思考路径。

（七）创意表现：击中目标的“弹头”

1.领会：图形创意表现；文字创意表现；图形文字组合的创意表现；运用媒体特性的创意表现；

2.应用：创意表现的常用方法与创新？

四、本章重点、难点

1.重点：广告整体运作的程序。

2.难点：市场调查与分析、市场策略、广告策略、创意概念、创意点子、创意表现的相关概念及实践运用。

第七章 影响平面广告的因素

一、学习目的与要求

现代商业因素对平面广告的影响，认清社会文化因素在平面广告创作中的重要作用，从思想观念上认识中国平面广告的现状与发展机遇。

二、课程内容

7.1现代商业对平面广告的影响

7.2社会文化对平面广告的影响

7.3影响中国平面广告发展的因素

三、考核知识点与考核要求

（一）现代商业对平面广告的影响

1.识记：平面广告中创建品牌必须关注和确保的条件。

2.领会：现代商业市场是品牌竞争的市场。

（二）社会文化对平面广告的影响

1.领会：认识平面广告语文化的关系。

（三）影响中国平面广告发展的因素

1.领会：如何看到中国平面广告与世界的差异？

四、本章重点、难点

1.重点：现代商业市场是品牌竞争的市场。

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

《平面广告设计》，何洁编著，中南大学出版社，2013年第2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《平面广告设计》这门课程而言，识记和理解“广告”、“平面广告”、“平面广告设计”等概念对于理解这门课程全部内容都十分重要。

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，注重理论结合实践，熟练运用相关知识进行案例剖析。

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。命题时也会对我国经济建设和科技文化发展的重大方针政策的变化予以体现。

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，满分100分,60分及格。

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20%，领会占30%，应用占50%。

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

一、单项选择题

1.广告是通过特定 ，联结企业、商品和消费者的纽带。

A 传播媒介 B 销售活动 C 营销手段 D 信息交流

2.从20世纪初开始，欧美国家相继出现了一系列艺术革新运动，简称为现代主义艺术。作为现代平面广告设计思想和形式的基础，欧洲最重要的三个核心设计运动是：

A 构成主义 荷兰“风格派” 包豪斯设计学院

B 构成主义 立体主义 包豪斯设计学院

C 立体主义 荷兰“风格派” 包豪斯设计学院

D 立体主义 构成主义 荷兰“风格派”

二、填空题

1.人类最早的文字，苏美尔人创造的 文字，古埃及人发明的以图形为核心的 文字，还有中国人音、形、义兼备的文字体系，它们共同构成了今天世界文化的面貌。

2. 是企业以顾客需要为出发点，根据经验获得顾客需求量、购买力的信息、商业界的期望值以及企业自身的优缺点，有计划、有目标地进行广告策划，为顾客提供满意的广告设计而实现企业目标地过程。

三、名词解释题

1.出血

2.色调

3.DM直邮广告

1. 简答题

1.平面广告的价值主要体现在哪几个方面？

2.在进行平面广告信息传达的时候，影响信息传达效果的因素有哪些？

五、论述题

1.试论焦点广告POP的商业用途？在购物中心其所扮演的角色是什么？POP广告的分类有哪些？

1. 案例分析题

1.下图是一个户外广告。问题①：从版面设计视觉流程的引导角度，该广告使用的是什么引导方法；问题②：试论户外广告媒体的创意运用方法。

范例图（略）