**平面广告设计与制作**课程考试大纲

第一部分 课程性质与目标

一、课程性质与特点

平面广告设计与制作是高等教育自学考试视觉传达设计专业（本科）的必修类专业基础课，它可以帮助学生比较系统地学习和掌握平面广告设计与制作的基本方法，培养学生的平面广告设计与制作素质。是学生学习平面广告设计与制作的理论指导和设计依据。平面广告设计具有时代性、基础性和选择性的特点。本书立足于适应市场和遵照科学两个根本点，理性地分析广告设计的组成要素，遵照严谨的流程，严格把握广告设计的整体观念。从实际的案例分析广告创作的各种方式，让学生更加直观地把握设计的理性观念，注意文案与设计的关系，广告实例使用最新的4A广告公司案例，有真实的按照广告公司要求操作的学生设计案例。本课程重在启发引导，激发学生的主观能动性，培养学生解决问题的能力。

二、课程目标与基本要求

通过平面广告设计与制作课程的学习，使学生初步了解平面广告设计与制作的基础知识、理念识别设计方法、行为识别设计方法、视觉识别设计方法及对作品的欣赏能力，培养学生的自主学习、研究性学习及合作学习的能力，系统地掌握平面广告设计的历史沿革与发展状况，了解和初步掌握平面广告设计的研究方法、收集资料的方法、整理与处理资料的方法、设计方案的实行方法，培养学生能独立从事平面广告设计的基本能力和科学素养。通过本课程理论学习和实践操作，应考学生应达到以下要求：了解平面广告设计的基本含义、特点、功能及设计原则；了解平面广告设计的现状和发展趋势；理解并掌握平面广告设计的基本方法并能够用于平面广告设计的实践。

三、与本专业其他课程的关系

平面广告设计与制作是视觉传达设计专业的一门重要的专业必修课程，在现代艺术设计专业中占有重要的地位。本课程的前修课程是设计概论、字体设计、版面设计。这些课程可以帮助我们了解广告设计的相关理论知识，了解设计的基本方法与原则，奠定学习平面广告设计与制作这门课程的基础。

第二部分 考核内容与考核目标

第一章 平面广告设计概论

一、学习目的与要求

通过本章的学习，形成对平面广告设计的总体认识，明确平面广告设计的历史演变、分类、要素、任务、设计流程、广告公司工作流程等基本概念。

二、考核知识点与考核目标

**（一）平面广告的历史演变（一般）**

识记：中外平面广告发展史

理解：中外平面广告发展史的基本情况及特点

应用：结合实例阐述中外平面广告未来的发展趋势

**（二）平面广告的分类（重点）**

识记：平面广告三大分类

理解：传播媒介类、目的性质类、内容类平面广告的特点和作用

应用：结合案例分析平面广告的性质及特点

**（三）平面广告的要素（重点）**

识记：平面广告构成两大要素

理解：视觉构成要素、内容构成要素的作用

应用：根据构成两大要素设计平面广告

**（四）平面广告的任务（次重点）**

识记：平面广告的任务类型

理解：平面广告的任务的目的和作用

应用：结合实例分析平面广告的功能

**（五）平面广告的设计流程（一般）**

识记：平面广告设计基本流程

理解：平面广告设计流程具体步骤和目的

应用：能够结合市场按流程设计平面广告

**（六）广告公司工作流程（一般）**

识记：广告公司工作基本流程

理解：广告公司工作流程具体步骤和目的

应用：能够结合市场按流程设计平面广告

第二章 平面广告与创意设计

一、学习目的与要求

通过本章的学习，了解广告创意来源、平面广告创意原则、平面广告创意设计方法、广告创意的过程。做到能根据市场背景、产品特征以及媒体特性的分析研究，确定广告创意思维的策略。

二、考核知识点与考核目标

**（一）广告创意来源（次重点）**

识记：广告创意的含义和本质

理解：创意来源的各项关键要素

应用：运用创意来源的方法设计平面广告

**（二）平面广告创意原则（重点）**

识记：平面广告创意七大原则

理解：为何要遵循平面广告创意七大原则

应用：根据创意七大原则在设计平面广告

**（三）平面广告创意设计方法（重点）**

识记：平面广告创意设计方法

理解：平面广告创意设计方法的特点和作用

应用：根据平面广告创意设计方法设计平面广告

**（四）广告创意的过程（一般）**

识记：广告创意过程的六个阶段

理解：广告创意过程的六个阶段的特点

应用：在设计平面广告中运用广告创意过程的六个阶段

第三章 平面广告的编排设计

一、学习目的与要求

通过本章的学习，理解并掌握平面广告中的图形的设计、色彩设计、文字设计、编排设计。正确掌握平面广告设计的基本原理和方法。

二、考核知识点与考核目标

**（一）平面广告的图形设计（重点）**

识记：图形的分类

理解：观感之形和图形创意的特点和作用

应用：运用观感之形和图形创意的方法设计平面广告

**（二）平面广告中的色彩设计（重点）**

识记：色彩的运用技巧及色彩之间的内在规律

理解：色彩的刺激与调和、对比、节奏

应用：运用配色技巧和色彩之间的内在规律设计平面广告

**（三）平面广告中的文字设计（重点）**

识记：平面广告文字设计五大原则

理解：平面广告文字设计五大原则的作用和特点

应用：运用文字设计五大原则设计平面广告

**（四）平面广告中的版面编排设计（重点）**

识记：版面编排设计的基本规律和基本技巧

理解：版面编排的基本类型、形式语言、设计原则、视觉流程

应用：运用版面编排设计的基本规律和基本技巧设计平面广告

第四章 平面广告设计分类与特点

一、学习目的与要求

通过本章的学习，了解什么是报纸广告、杂志广告、户外广告、招贴广告、书籍封面和型录广告；掌握不同广告的设计理论及设计方法，掌握不同广告的传达方法及表现形式。

二、考核知识点与考核目标

**（一）报纸广告设计（重点）**

识记：报纸广告的特点

理解：报纸广告的设计

应用：报纸广告设计专题与制作练习

**（二）杂志广告设计（重点）**

识记：杂志广告的特点

理解：杂志广告设计原则

应用：杂志广告设计专题与制作练习

**（三）户外广告设计（重点）**

识记：户外广告的主要类型和特点

理解：户外广告主要类别

应用：户外广告设计专题与制作练习

**（四）招贴广告设计（重点）**

识记：招贴广告的种类、基本尺寸、印刷

理解：招贴广告的特点、设计原则、设计用色

应用：招贴广告设计专题与制作练习

**（五）书籍封面设计（重点）**

识记：书籍封面设计的开本

理解：书籍封面设计的内容和特点

应用：书籍封面设计专题与制作练习

**（六）型录广告设计（重点）**

识记：型录广告的类型

理解：型录广告设计的特点、宣传手册制作流程、企业宣传手册设计的分类

应用：型录广告设计专题与制作练习

**（七）新媒体广告设计（重点）**

识记：新媒体广告的特点和类型

理解：新媒体广告的特点和类型、新媒体手机界面设计范例

应用：新媒体手机界面设计专题与制作练习

第五章 广告综合实例

一、学习目的与要求

通过本章的学习，了解广告市场调研方法；了解平面广告概念产生的过程；掌握平面广告创意推广方法；掌握平面广告设计到推广的思路和流程；学会分析优秀案例并运用相关技巧。

二、考核知识点与考核目标

**（一）产品开发与推广策划（次重点）**

识记：产品开发与推广策划的基本流程

理解：产品开发与推广策划的思路与方法

应用：学习优秀的平面广告案例并运用相关技巧在设计中

第六章 设计师常识手册

一、学习目的与要求

通过本章的学习，了解平面广告设计师应具备的能力和条件；了解印刷知识、喷绘与写真知识，并掌握平面设计中常见的尺寸数据。

二、考核知识点与考核目标

**（一）设计师应具备的能力（一般）**

识记：平面广告设计师应具备的能力和条件

理解：为何平面广告设计师应具备这些能力和条件

应用：培养设计师的综合设计能力

**（二）设计师常识手册（一般）**

识记：印刷知识、喷绘与写真知识、平面设计常见尺寸

理解：印刷、喷绘与写真的具体要求

应用：培养设计师技术层面的能力

第三部分 有关说明与实施要求

一、考核的能力层次表述

本大纲在考核目标中，按照“识记”、“理解”、“应用”三个能力层次规定其应达到的能力层次要求。各能力层次为递进等级关系，后者必须建立在前者的基础上，其含义是：

识记：能知道有关的名词、概念、知识的含义，并能正确认识和表述，是低层次的要求。

理解：在识记的基础上，能全面把握基本概念、基本原理、基本方法，能掌握有关概念、原理、方法的区别与联系，是较高层次的要求。

应用：在理解的基础上，能运用基本概念、基本原理、基本方法联系学过的多个知识点分析和解决有关的理论问题和实际问题，是最高层次的要求。

二、教材

**1、指定教材**

《平面广告设计与制作》、化学工业出版社、张照雨、何章强主编、2021年第三版

三、自学方法指导

1、在开始阅读指定教材某一章之前，先翻阅大纲中有关这一章的考核知识点及对知识点的能力层次要求和考核目标，以便在阅读教材时做到心中有数，有的放矢。

2、阅读教材时，要逐段细读，逐句推敲，集中精力，吃透每一个知识点，对基本概念必须深刻理解，对基本理论必须彻底弄清，对基本方法必须牢固掌握。

3、在自学过程中，既要思考问题，也要做好阅读笔记，把教材中的基本概念、原理、方法等加以整理，这可从中加深对问题的认知、理解和记忆，以利于突出重点，并涵盖整个内容，可以不断提高自学能力。

4、完成书后作业和适当的辅导练习是理解、消化和巩固所学知识，培养分析问题、解决问题及提高能力的重要环节，在做练习之前，应认真阅读教材，按考核目标所要求的不同层次，掌握教材内容，在练习过程中对所学知识进行合理的回顾与发挥，注重理论联系实际和具体问题具体分析，解题时应注意培养逻辑性，针对问题围绕相关知识点进行层次（步骤）分明的论述或推导，明确各层次（步骤）间的逻辑关系。

四、对社会助学的要求

1、应熟知考试大纲对课程提出的总要求和各章的知识点。

2、应掌握各知识点要求达到的能力层次，并深刻理解对各知识点的考核目标。

3、辅导时，应以考试大纲为依据，指定的教材为基础，不要随意增删内容，以免与大纲脱节。

4、辅导时，应对学习方法进行指导，宜提倡"认真阅读教材，刻苦钻研教材，主动争取帮助，依靠自己学通"的方法。

5、辅导时，要注意突出重点，对考生提出的问题，不要有问即答，要积极启发引导。

6、注意对应考者能力的培养，特别是自学能力的培养，要引导考生逐步学会独立学习，在自学过程中善于提出问题，分析问题，做出判断，解决问题。

7、要使考生了解试题的难易与能力层次高低两者不完全是一回事，在各个能力层次中会存在着不同难度的试题。

8、助学学时：本课程共3学分，建议总课时64学时，其中助学课时分配如下：

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 章 次 | 内 容 | 学 时 |
| 第一章 | 平面广告设计概论 | 8 |
| 第二章 | 平面广告与创意设计 | 16 |
| 第三章 | 平面广告的编排设计 | 16 |
| 第四章 | 平面广告设计分类与特点 | 8 |
| 第五章 | 广告综合实例 | 8 |
| 第六章 | 设计师常识手册 | 8 |
| 合 计 | |  |

五、关于命题考试的若干规定

1、 本大纲各章所提到的内容和考核目标都是考试内容。试题覆盖到章，适当突出重点。

2、试卷中对不同能力层次的试题比例大致是："识记"为20%、"理解"为40％、"应用"为 40％。

3、试题难易程度应合理：易、较易、较难、难比例为2：3：3：2。

4、每份试卷中，各类考核点所占比例约为：重点占60%，次重点占30%，一般占10%。

5、试题类型一般分为：单项选择题、填空题、名词解释题、、简答题、论述题。

6、考试采用闭卷笔试，考试时间150分钟，采用百分制评分，60分合格。

六、题型示例（样题）

（一）单项选择题

1. 平面广告创意原则不包括的有（    ）。

① 独创性原则  ② 关联性原则 ③ 震撼性原则 ④ 传播性原则

（二）填空题

1.平面广告的要素有（ ）要素和（ ）要素两大方面。

（三）名词解释题

1.经营性户外广告

（四）简答题

2. 简要回答报纸广告的特点

（五）论述题

1.结合实例说明，图形创意在平面广告中的运用分析？