

## 《平面广告设计》(课程代码: 00640) 课程考试大纲

高等教育自学考试是对自学者进行的以学历教育为主的国家考试,是个人自学、社会助学和国家考试相结合的高等教育形式。按照自学考试课程命题的有关规定,制定本大纲。

### 一、课程性质和考试目标

#### 1. 课程性质

《平面广告设计》课程是全国高等教育自学考试广告学的一门专业必修课。是为增进学应考者对平面广告理论知识的掌握,并培养学生平面广告创意设计的方法和实践能力而设置的一门主干课程。

#### 2. 考试目标

通过自学和考试,通过学习,使考生初步掌握平面广告设计的基本概念和原理、准则和技巧,掌握各类广告形式和特点工艺流程。并对国内平面广告设计的动向及新材料,新工艺有所了解,从而进一步提升平面广告设计的创作能力。

### 二、考试内容和考核要求

本课程的考试内容以课程考试大纲为依据。其内容为:

第一章“概念认知”需要掌握:广告设计的概念;广告设计的功能;平面广告的分类,广告艺术的多元性。

第二章“现代广告设计的历史与未来”需要掌握:现代广告的发展历程;现代广告设计的发展趋势。

第三章“广告设计执行要素”需要掌握:广告设计的构成要素;广告设计操作流程;

第四章“广告公司与广告行业”需要掌握:广告公司服务内容;著名的全球性广告集团;

第五章“广告策略”需要掌握:广告策略概念;广告策略包含创意要素;广告策略构架;策略创意准备;广告主要策略手法。

第六章“广告创意”需要掌握:广告创意概念;好创意评价标准;创意生成源头(调研);创意简报;创意思维程序;两大主流创意思维方法;创意思维的几点要诀。

第七章“创意技巧”需要掌握:创意概念的挖掘;广告创意精髓(以情制胜);成功的广告创意技法。

第八章“关于广告设计”需要掌握:广告设计与广告创意的关系;广告表现的评价标准。

第九章“广告设计中的图、文、色”需要掌握:图像要素类别及图像要素处理方法;文字要素类别及设计要点;广告设计中色彩要素运用。

第十章“广告视觉格调”需要掌握:实用性格调;随和性格调;精神性格调。

第十一章“广告设计中版面要素”需要掌握:版面式样;信息量;动静性;图文率;文字跳跃率。

第十二章“广告设计中的视觉艺术与视觉个性”需要掌握:艺术力与广告力的关系;差异化与广告个性的关系;艺术与个性的阐释手法。

第十三章“广告的视觉修辞与图形创意”需要掌握:视觉修辞与图形创意概念认知;视觉修辞与图形创意手法。

第十四章“报纸广告”需要掌握:报纸广告的概念;报纸广告版面类型;报纸广告的独特优势;报纸广告的缺点。

第十五章“杂志广告”需要掌握:杂志广告的概念;杂志广告版面类型;杂志广告的功能优点;杂志广告的限制性。

第十六章“户外广告”需要掌握：户外广告的概念；户外广告媒体特点；户外广告的设计原则；户外广告媒体常见类型。

第十七章“网络广告”需要掌握：网络广告发展概述；网络广告媒介特点；网络广告的主要形式。

### 三、考试范围和考试说明

坚持质量标准，注重能力考查，使考试合格者能达到一般普通高等学校同专业同课程的结业水平，并体现自学考试以培养应用型人才为主要目标的特点。

#### 1. 考试依据和范围

(1) 以本课程自学考试大纲为考试依据。

(2) 考试必读教材：《平面广告设计》(徐阳、刘瑛编著，上海人民美术出版社，2015年版)。

#### 2. 本课程考核的知识与能力的关系

《平面广告设计》课程考试，应考核应考者的基本理论、基本知识和基本技能，以及联系实际、运用所学的理论分析问题和解决问题的能力，确保考试合格者达到全日制普通高等学校本专业相同课程的结业水平。

考试工作应引导社会助学者全面系统地进行辅导，引导应考者认真、全面地学习指定教材，系统掌握本学科知识，培养和提高运用知识和技能、分析和解决问题的能力。

#### 3. 重点与覆盖的关系

试题覆盖到各章，重点章节的内容占试卷内容比例为50-60%。

### 四、考试形式和试卷结构

1. 考试形式为闭卷笔试，答卷时间为150分钟，采用百分制，60分为及格线。

2. 考试的题型有：单项选择题、多项选择题、填空题、名词解释、简答题、论述题。

3. 本课程在试题中不同难度要求的分数比例为：容易20%，较易35%，较难35%，难10%。

4. 本课程在试题中对不同能力层次要求的分数比例为：识记占20%，领会占30%；简单应用占30%；综合应用占20%。

5. 本门课程有无特殊要求(包括考生可携带的工具)：可带彩色绘图笔。

### 五、《平面广告设计》课程题型举例

**1.单项选择题**(在每小题列出的四个备选项中只有一个是符合题目要求的，请将其代码填在题后的括号内。错选、多选或未选均无分)

(1) 大卫奥格威认为，广告的目的是

- A. 促销                      B. 品牌塑造                      C. 增强产品知名度                      D. 维护和供应商的关系

**2.多项选择题**(在每小题列出的五个备选项中有二至五个是符合题目要求的，请将其代码填在题后的括号内，错选、多选、少选或未选均不给分)

(1) 广告设计中的文字要素包括的类别有

- A. 标题                      B. 广告文案                      C. 企业信息  
D. 商品基本信息                      E. 代言人信息

#### 3.填空题

(1) 所谓图形创意，是指视觉图形的-----表达。

#### 4.名词解释

(1) USP 策略

#### 5.简答题

(1) 简要说明广告设计的流程。

#### 6.论述题

(1) 结合广告设计的实际案例论述成功的广告创意技法的实施途径和主要内容。