

《中外广告史》(课程代码: 00641) 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

《中外广告史》课程是全国高等教育自学考试广告学的一门专业必修课。是向自学者传授和培养中外广告发展历史观,揭示世界广告发展的内在规律与特点而设置的一门主干课程。

2. 考试目标

通过自学和考试,使自学应考者正确认识广告的历史,熟悉历史上的主要事件、人物、年代、及其所具有的历史意义,帮助自学者树立正确的广告发展观,并理论联系实际,进一步提高对中外广告发展差异的认识,提高广告服务企业与社会的能力与水平。

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“中国古代广告的发展”需要掌握:先秦时期的商品经济与广告发展的关系;秦汉时期广告的发展;唐代广告繁荣的原因与表现;宋代广告的发展与特征;元明清时期传统广告高度成熟内因及表现。

第二章“近代中国广告的发展”需要掌握:晚清时期报纸广告对传统广告的突破及意义;民国时期媒体广告的新发展;抗日战争与解放战争时期广告发展的基本情况。

第三章“新中国成立后 50-80 年代的广告”需要掌握:新中国成立初期,政府对广告业的整顿及其意义;在史无前例的“文化大革命”中,广告功能的蜕变及教训;改革开放后,广告业的恢复与发展的曲折历程。

第四章“20 世纪 90 年底以来的中国广告”需要掌握:20 世纪 90 年代初期中国广告业的繁荣与治理;网络广告的诞生与发展历程;组织广告片的现场拍摄;进入新世纪后中国广告业的繁荣与管理;当代中国广告业发展中存在的主要问题。

第五章“港台地区的广告发展”需要掌握:香港与台湾广告媒体的发展概况;香港与台湾广告业发展的主要历程;香港广告与台湾广告的主要特征;香港与台湾的广告管理策略。

第六章“古代西方广告的发轫”需要掌握:古代巴比伦和埃及的广告活动概况;古代希腊和罗马的广告繁荣;庞贝古城所显示的古罗马时代广告的发展及其意义。

第七章“欧洲中世纪广告的发展”需要掌握:中世纪欧洲城市的发展与集市和市场的关系;中世纪法国的商业发展与广告的繁荣;中世纪英国的广告概况;中世纪德国的广告概况;谷登堡的印刷发明对媒体发展的贡献。

第八章“欧洲近代广告的发展”需要掌握:欧洲近代商业革命发生的原因及影响;英国成为近代欧洲广告强国的原因及发展特征;法国近代媒体广告的发展;近代德国的统一对广告发展的影响。

第九章“英、法、德现代广告的发展”需要掌握:现代英国广告的发展与广告管理的成熟;现代法国广告的发展与管理;英法巨型传播集团的形成;德国统一后的广告业新生态。

第十章“美国广告的发展”需要掌握:富兰克林对美国广告的贡献;“镀金时代”美国广告业繁荣的原因与表现;进步时期的广告发展与大众化的广告监管运动;大繁荣与大萧条时期美国广告风格的嬗变;两次世界大战时期的美国广告传播及其影响;“四个创造性哲

学”；20世纪80年代至90年代美国广告业的发展与变革；新世纪以来美国广告发展的新格局。

第十一章“日本广告的发展”需要掌握：江户时期日本广告繁荣的原因及表现；明治维新到甲午战争时期的日本广告概况；日本广告代理制的产生及发展；战后日本广告业的恢复与繁荣；进入新世纪以来日本广告业发展的新面貌。

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：《中外广告史（第二版）》（何玉杰著，中国人民大学出版社，2020年出版）。

2. 本课程考核的知识与能力的关系

《中外广告史》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）：无。

五、《中外广告史》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) 我国商品命名广告最早出现于 【 】

A. 春秋时期 B. 战国时期 C. 汉代 D. 唐代

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) 在英国出版的报纸包括 【 】

A. 《伦敦报》 B. 《信使》 C. 《新闻周报》
D. 《彩虹报》 D. 《报纸》

3.填空题

(1) 国内报纸第一次正式使用“广告”一词的是-----。

4.名词解释

(1) 广告代理商

5.简答题

(1) 简述美国广告公司的特点。

6.论述题

- (1) 试结合实际论述 21 世纪以来新媒体的崛起对广告营销的影响。