

高纲 4032

江苏省高等教育自学考试大纲

00640 平面广告设计

南京邮电大学编（2024 年）

I 课程性质与课程目标

一、课程性质和特点

《平面广告设计》是江苏省高等教育自学考试广告学专业（专升本）中的一门专业课程。本课程以培养考生的平面广告设计能力、提高鉴赏水平为学习目标，着重学会运用视觉传达的基本原理和方法进行平面广告设计。课程实践性较强。主要内容包括：平面广告概述、平面广告创意概述、平面广告设计的视觉语言及视觉流程、内容与基本元素、平面广告策划的程序及策划书的撰写、平面广告创意的表现方法、平面广告媒体形式等内容。

二、课程目标

通过课程学习，使能够牢固掌握平面广告设计的基础知识，能熟练运用图形、文字、文案、色彩及版式等要素以及创意方法，掌握平面广告设计的基本技能。培养考生的创意思维和设计理念，使其能够独立思考，提出新颖的设计方案。通过理论与实践相结合培训考生创意思维和动手设计能力。培养具有较高市场、营销和审美意识的、具有一定文化整合力和艺术技能表现力、市场适应面较广的广告专业设计人才。

三、课程的重点和难点

课程重点：掌握色彩理论、构图原则、版式设计、视觉传达等基本设计原理，理解如何将这些原理应用到实际设计中，以提升设计的专业性和吸引力；培养考生的创意思维，学会从不同角度思考问题，提出独特的设计方案，学习如何将创意转化为具体的设计元素和视觉表达；学习如何将设计理念应用于实际案例，理解不同类型设计的特定要求和行业规范。

课程难点：将创意思维与实际设计需求相结合，设计出既符合市场需求又具有创意的作品；在设计过程中，如何在追求审美价值的同时，满足商业需求和市场定位；将心理学、社会学、市场营销等跨学科知识应用到设计中，以提升设计的综合效果。将这些知识技能灵活运用到实际设计中，并解决设计过程中的复杂问题。

II 考核目标

本大纲在考核目标中，按照识记、领会、简单应用和综合应用四个层次规定

其应达到的能力层次要求。四个能力层次是递进关系，各能力层次的含义是：

识记：要求能够识别和记忆本课程中有关平面广告设计的基本概念及广告的目的、作用、广告的分类、平面广告设计的基本原则等主要内容，并能够根据考核的不同要求，做正确的表述、选择和判断。

领会：要求能够领悟和理解本课程中有关平面广告概念及相关理论的内涵及外延，理解平面广告设计的视觉语言及视觉流程，并能根据考核的不同要求对平面广告创意有关问题进行分析 and 验证，掌握各类广告的设计制作要点。

简单应用：要求考生能够根据已知的平面广告设计相关理论，对平面广告创意有关问题进行分析 and 验证，掌握各类广告的设计方法与技巧，进行广告创作。

综合应用：要求考生能够根据已知的平面广告设计相关理论，对平面广告设计领域的有关问题进行综合的分析、验证，并得出解决问题的综合方案。

III 课程内容与考核要求

第一章 平面广告概述

一、学习目的与要求

通过本章学习，掌握平面广告的内涵，了解国内外平面广告的发展历程；了解我国平面设计的起源，明确传统文化中的图形元素、印刷工艺发展历程，感受传统工艺魅力，提升审美、设计水平。

二、考核知识点与考核要求

（一）平面广告的内涵

识记：①广告词语的渊源；②平面广告概念；③广告设计的概念；④广告设计的目标追求。

领会：①与广告相关的概念。

（二）我国平面广告的发展历程

识记：①战国及东汉时期；②隋唐时期；③宋代；④元代；⑤明清时期；⑥民国时期。

领会：①我国平面广告发展简史。

（三）国外平面广告的发展历程

识记：①工业革命之前国外平面广告发展概况；②工业革命之后国外平面

广告发展概况。

领会：①包豪斯设计理论；②后现代主义平面广告的设计特点。

（四）平面广告的分类

识记：①按传播媒介分类；②按传播范围分类；③按传播对象分类；④按诉求形态分类；⑤按产品进入市场的周期分类。

领会：①平面广告常见的分类方法。

（五）平面广告设计师应具备的能力

识记：①专业认知能力；②形象化能力；③学习能力和审美能力；④信息处理能力；⑤创造能力。

领会：①平面广告设计师应具备的知识和技能。

三、本章的重点和难点

本章重点：①平面广告内涵；②国内外平面广告的发展历程；③平面广告的分类。

本章难点：①平面广告设计师应具备的审美能力；②平面广告设计师应具备的创造能力。

第二章 平面广告设计的视觉语言及视觉流程

一、学习目的与要求

通过本章学习，了解图形、文字设计的表现形式，理解色彩在现代广告应用中的作用；掌握色彩原理以及视觉流程的建立，能够独立进行图形设计、文字排列、色彩的运用；学会运用我国传统文化元素的纹样及色彩，感受传统文化的审美体系；掌握对传统纹样的现代化设计转换方式。

二、考核知识点与考核要求

（一）图形

识记：①图形的含义；②现代广告图形创意训练；③图形的表现形式。

领会：①图形的表现手法。

简单应用：①以“图形”元素为主的设计创作。

（二）文字

识记：①文字发展概述；②平面广告中的文字设计；③文字设计的表现形式。

领会：①文字设计中的构成要素。

简单应用：①以“文字”元素为主的设计创作。

（三）色彩

识记：①色彩在现代广告设计中的作用；②色彩原理。

领会：①色彩的属性、色彩的对比、色彩的心理和情感因素。

简单应用：①以“色彩”元素为主的设计创作。

（四）平面广告视觉流程的编排

识记：①视觉流程的建立；②平面广告版面编排的构图形式。

领会：①视觉流程的种类。

简单应用：①平面广告版面编排设计。

三、本章的重点和难点

本章重点：①图形、文字设计的基本原理和色彩运用；②平面广告视觉流程的编排。

本章难点：①色彩搭配的准确性；②视觉流程的引导。

第三章 平面广告策划

一、学习目的与要求

通过本章学习，掌握平面广告策划的程序、平面广告策划书的撰写等，能够独立进行平面广告的策划；学会分析语言艺术，掌握中国汉字的奇妙运用，感受中华文字的博大精深；培养平面广告的策划与组织能力。

二、考核知识点与考核要求

（一）平面广告策划的程序

识记：①市场调查的主要工作；②市场调查的方法及操作步骤；③平面广告的定位；④平面广告的媒体安排；⑤平面广告策划的测定和评估。

领会：①平面广告策划的效果。

简单应用：①平面广告策划。

（二）平面广告策划书的撰写

识记：①平面广告策划书的撰写原则；②平面广告策划书的撰写形式；③平面广告策划书名称的拟定；④平面广告策划书的主要内容；⑤撰写平面广告策划书的注意事项。

领会：①平面广告媒体的选择。

简单应用：①平面广告策划书的编制。

三、本章的重点和难点

本章重点：①平面广告策划的程序；②平面广告策划书的撰写。

本章难点：①深入理解策划程序；②撰写具有说服力和创意的策划书。

第四章 平面广告创意

一、学习目的与要求

通过本章学习，了解平面广告创意的重要性原则以及成功的平面广告创意的特征，掌握平面广告创意的方法及表现方法；学会分析国内外平面广告创意构想，增强文化自信，掌握具有中华民族特色的平面广告创意方式；培养创造性思维能力以及艺术修养。

二、考核知识点与考核要求

（一）平面广告创意概述

识记：①平面广告创意的含义及其重要性；②广告创意的原则。

领会：①平面广告创意的特征。

简单应用：①广告创意的基本准则。

（二）平面广告创意的表现

识记：①广告创意的方法；②进行广告创意需要注意的问题；③广告创意的表现手法。

领会：①创造性思维联想；②设计者在进行设计时应注意的表现形式。

简单应用：①广告创意的表达方式。

综合应用：①平面广告创意表现技巧。

三、本章的重点和难点

本章重点：①平面广告创意的基本原则；②平面广告创意的表现。

本章难点：①广告创意的表现手法。

第五章 平面广告媒体形式

一、学习目的与要求

通过本章学习，掌握各类平面广告媒体的特征及具体分类等内容，在充分把握平面广告媒体形式的同时，学会根据产品和市场需求灵活选择合适的媒体形式

进行广告制作；根据我国市场特点掌握具有民族特色的平面广告传媒方式，培养良好的职业道德观。

二、考核知识点与考核要求

（一）招贴广告

识记：①招贴广告的含义；②招贴广告的分类。

领会：①不同类型广告设计作品特征。

简单应用：①优秀招贴广告设计作品特征。

综合应用：①招贴广告设计实践。

（二）报纸广告

识记：①报纸广告的概念；②报纸广告媒体的优缺点及功能；③报纸广告的版面形式分类。

领会：①报纸广告媒体的特征。

简单应用：①报纸广告的版面设计。

综合应用：①报纸广告设计实践。

（三）杂志广告

识记：①杂志广告的概念；②杂志广告媒体的优缺点；③杂志广告的版面形式分类。

领会：①杂志广告媒体的特征。

简单应用：①优秀杂志广告设计作品特征。

综合应用：①杂志广告设计实践。

（四）直邮广告

识记：①直邮广告的含义；②直邮广告的特点及形式；③直邮广告发展的新趋势。

领会：①直邮广告设计作品特征。

简单应用：①优秀直邮广告设计作品特征。

综合应用：①直邮广告设计实践。

（五）户外广告

识记：①户外广告的含义及其优缺点；②户外广告的类型。

领会：①户外广告设计作品特征。

简单应用：①优秀户外广告设计作品特征。

综合应用：①户外广告设计实践。

（六）POP 广告

识记：①POP 广告的含义；②POP 广告的类型。

领会：①POP 广告设计作品特征。

简单应用：①优秀 POP 广告设计作品特征。

综合应用：①POP 广告设计实践。

三、本章的重点和难点

本章重点：①不同平面广告媒体的特征和优势；②平面广告媒体的分类方法。

本章难点：①在众多媒体形式中，如何准确判断和选择最适合产品特点和目标市场的媒体。

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，是考生学习教材、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

本课程使用教材为：《平面广告设计与制作》，赵勤、刘丽萍等主编，南京大学出版社，2023 年。

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。

五、应考指导

1. 如何学习

很好的计划和组织是你学习成功的法宝。如果你正在接受培训学习，一定要跟紧课程并完成作业。为了在考试中作出满意的回答，你必须对所学课程内容有很好的理解。使用“行动计划表”来监控你的学习进展。你阅读课本时可以做读书笔记。如有需要重点注意的内容，可以用彩笔来标注。如：红色代表重点；绿色代表需要深入研究的领域；黄色代表可以运用在工作之中。可以在空白处记录相关网站，文章。

2. 如何考试

卷面整洁非常重要。书写工整，段落与间距合理，卷面赏心悦目有助于教师评分，教师只能为他能看懂的内容打分。回答所提出的问题。要回答所问的问题，而不是回答你自己乐意回答的问题！避免超过问题的范围。

3. 如何处理紧张情绪

正确处理对失败的惧怕，要正面思考。如果可能，请教已经通过该科目考试的人，问他们一些问题。做深呼吸放松，这有助于使头脑清醒，缓解紧张情绪。考试前合理膳食，保持旺盛精力，保持冷静。

4. 如何克服心理障碍

这是一个普遍问题！如果你在考试中出现这种情况，试试下列方法：使用“线索”纸条。进入考场之前，将记忆“线索”记在纸条上，但你不能将纸条带进考场，因此当你阅读考卷时，一旦有了思路就快速记下。按自己的步调进行答卷。为每个考题或部分分配合理时间，并按此时间安排进行。

六、对社会助学的要求

1. 社会助学者应根据本大纲规定的课程内容和考核要求，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辅导,引导他们防止自学中可能出现的各种偏向,把握社会助学的正确导向。

2. 正确处理基础知识和应用能力的关系,努力引导考生将识记、领会与应用联系起来,有条件的应适当组织考生开展科学研究实践,学会把基础知识和理论转化为应用能力,在全面辅导的基础上,着重培养和提高考生提出问题、分析问题和解决问题的能力。

3. 要正确处理重点和一般的关系。课程内容有重点与一般之分,但考试内容是全面的。社会助学者应指导考生全面系统地学习教材,掌握全部考试内容和考核知识点,在此基础上突出重点。总之,要把重点学习与兼顾一般相结合,防止孤立地抓重点,甚至猜题、押题。

七、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四个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。

八、关于考试命题的若干规定

1. 本课程的命题考试,应根据本大纲所规定的课程内容和考核要求来确定考试范围和考核要求,不能任意扩大或缩小考试范围,提高或降低考核要求。考试命题要覆盖到各章,并适当突出重点章节,体现本课程的内容重点。

2. 本课程在试卷中对不同能力层次要求的分数比例大致为:识记部分占30%,领会部分占30%,简单应用部分占20%,综合应用部分占20%。

3. 本大纲各章所规定的课程内容、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、章节的重点,加大重点内容的覆盖度。

4. 命题不应有超出大纲中考核知识点范围的题,考核要求不得高于大纲中所规定的相应的最高能力层次要求。命题应着重考核考生对基本概念、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运用。不应出与基本要求不符的偏题或怪题。

5. 要合理安排试题的难易程度,试题的难度可分为:易、中和难三个等级。每份试卷中不同难度试题的分数比例一般为:3:5:2。

必须注意试题的难易程度与能力层次有一定的联系,但二者不是等同的概念。在各个能力层次中对于不同的考生都存在着不同的难度。

6. 考试方式为闭卷、笔试,考试时间为150分钟。评分采用百分制,60分为及格。考生只准携带0.5毫米黑色墨水的签字笔、铅笔、圆规、直尺、三角板、橡皮等必需的文具用品。不可携带计算器。

7. 本课程考试试卷中可能采用的题型有:单项选择题、填空题、名词解释题、简答题、论述题等。

附录 题型举例

一、单项选择题

1. 广告一词最早出现在英国出版的《每周日报》上是在()

A. 1655年 B. 1901年 C. 1645年 D. 1898年

参考答案:C

二、填空题

1. 平面广告按传播范围划分为国际性广告、全国性广告和_____。

参考答案:地方性广告

三、名词解释题

1. 图形

参考答案:图形是一种说明性的视觉符号,是介于文学和美术之间的视觉语言形式。利用点、线、面等造型元素将基本的想法与信息塑造出来的视觉的形象或符号。

四、简答题

1. 简述POP广告的类型。

参考答案:

(1) 店头POP广告。

- (2) 悬挂式 POP 广告。
- (3) 橱窗式 POP 广告。
- (4) 货架式 POP 广告。
- (5) 壁面式 POP 广告。
- (6) 招牌式 POP 广告。
- (7) 卖场指引式 POP 广告。
- (8) 印刷式 POP 广告。

五、论述题

1. 论述何为广告的视觉要素。

参考答案：

(1) 文字，视觉设计的主要构成要素，记录语言，表达思想的符号。文字要素在广告设计中主要涉及到文字分类，语言符号的性质，字体选择。

(2) 图形，能够吸引消费者注意力，激发起兴趣。注重于图形的正负形转换，变异荒诞，夸张幽默等手法。

(3) 色彩，色彩是眼睛受光的刺激所引起的感觉作用，色彩给人的印象非常强烈、醒目，设计者可以通过色彩表达自己的设计理念。注重整体效果，合理搭配主体色与背景色。

(4) 编排要素。从编排设计程序、方法到掌握构图规律等方面都应该做一个全面的了解。

(5) 插图要素。从表现手法和表现形式两方面进行考虑。