

《平面广告设计》考试大纲

一、课程编号

二、课程类别：视觉传达设计专业“专升本”课程。

三、编写说明

- 1、本大纲根据《平面广告设计》课程教学大纲的要求编写。
- 2、本大纲是视觉传达设计专业《平面广告设计》课程考核的基本依据。
- 3、本大纲适用于视觉传达设计专业。

四、课程考核的要求与知识点

第一章 平面广告的概述

- 1、识记：（1）平面广告的概念；（2）现代广告的历史与未来。
- 2、理解：（1）广告设计的概念认知；（2）广告设计的类别；（3）广告设计的发展趋势及其艺术表现。
- 3、掌握：平面广告的功能。

第二章 广告设计执行要素

- 1、识记：广告公司与广告行业的现况和未来。
- 2、理解：广告定位。
- 3、掌握：平面广告设计的流程。（1）设计创意及方法；（2）设计编排。

第三章 平面广告设计表现的手法

- 1、识记：（1）幽默法；（2）对比衬托法；（3）夸张法；（4）借用比喻。
- 2、掌握：（1）连续系列法；（2）视觉冲击法；（3）突出特征法；（4）以情托物法；（5）以小见大法；（6）运用联想法。

第四章 广告公司与广告行业

- 1、识记：广告公司与广告行业的现况与未来。
- 2、理解：广告媒介的运用。

第五章 广告策略——广告之大创意

- 1、识记：广告策略与广告创意的概念。
- 2、理解：（1）广告策略的构架；（2）广告创意基础的建立。
- 3、掌握：（1）广告策略创意的制定准备；（2）创意思维程序。

第六章 广告设计与创意

- 1、识记：广告设计与创意概念的关系挖掘。
- 2、理解：（1）创意的基础建立；（2）一些成功的广告创意手法。
- 3、掌握：（1）创意思维程序；（2）广告设计的流程。

第七章 视觉格调——图文色及平面广告的应用



1、识记：（1）广告版式的三种格调；（2）图文色的关联组成；（3）报纸广告。

2、理解：（1）杂志广告；（2）直邮广告。

3、掌握：（1）Pop 广告；（2）系列平面广告。

第八章 广告的视觉与版面要素

1、识记：（1）视觉样式及视觉个性；（2）版面样式。

2、理解：视觉的修辞及图形创意。

3、掌握：版面样式的类型。

第九章 媒体

1、识记：广告媒体的种类。

五、课程考核实施要求

1、考核方式

闭卷考试。考试时间为 150 分钟，满分为 200 分。

2、考试命题

（1）本考核大纲命题内容覆盖了教材的主要内容。

（2）试题对不同能力层次要求的比例为：识记的占 25%，理解约占 35%，运用约占 40%。

（3）试卷中不同难易度试题的比例为：较易占 25%，中等占 55%，较难占 20%。

（4）本课程考试试题类型是命题创作。具体为综合绘制施工图的形式，其分值分布如下表：

试 题	题号	题型	分值
	一	线性勾勒	40
	二	平面图	80
	三	卷面上色	40
	四	设计说明	40
	合计		200

3.课程考核成绩评定

考试卷面成绩即为本课程成绩。



六、教材及参考书

1、教材

徐阳, 刘瑛. 平面广告设计[M]. 上海: 上海人民美术出版社, 2015.

2、参考书目

[1]任莉. 招贴设计 [M]. 上海: 东华大学出版社, 2011.

[2]何洁. 平面广告设计 [M]. 长沙: 中南大学出版社, 2013.

[3]丁邦清. 广告创意——从具象到抽象的形象思维[M]. 长沙: 中南大学出版社, 2013.

