

湖南省高等教育自学考试

课程考试大纲

广播电视广告

(课程代码: 00639)

湖南省教育考试院组编
2016 年 12 月

高等教育自学考试课程考试大纲

课程名称：广播电视广告

课程代码：00639

第一部分 课程性质与目标

一、课程性质与特点

广播电视广告是高等教育自学考试广告学（本科）专业的专业核心课程，本课程主要讲授电视广告的基础理论、电视广告的美学、电视广告创意、写作、摄影；以及广播广告的基础知识等内容。

二、课程目标与基本要求

通过广播电视广告课程的学习，帮助考生建立广播电视广告的一种专业意识，使考生掌握广播电视广告的基本理论、基本知识和基本要求，并且在了解广播电视广告制作的一般方法的基础上能够撰写广播，电视广告的文稿，具备从事广播电视广告创作所必需的专业化的表述能力，以全新的观念去把握各种电视文体的写作。

三、与本专业其他课程的关系

广播电视广告是广告学专业的一门极为重要的专业核心课程，在广告学专业中占有重要的地位。本课程的前修课程是广告学概论和广告文案写作等课程。上述课程可以帮助考生更好地掌握广播电视广告的基本理论与方法，有助于更好的学好本门课程。

第二部分 考核内容与考核目标

第一章 广播电视广告概述

一、学习目的与要求

通过本章的学习，主要掌握电视广告的社会作用，以及广播广告与电视广告的共性，广播电视广告的特点等内容，为后面的学习打下基础。

二、考核知识点与考核目标

（一）广播电视广告的起源与发展（重点）

识记：美国第一家商业无线电广播电台；延安新华广播电台；中央人民广播电台；中国第一座电视台

应用：中国广播电视广告业的全面振兴

理解：四级广播电视覆盖政策

（二）广播电视媒介及其广告的特性与功能（次重点）

识记：广播电视广告的功能

理解：广播电视媒介的优势；广播电视媒介的局限

应用：电视广告的独有优势

（三）广播电视广告的分类（一般）

识记：普通广告；公益广告；公益广告的两种基本形式

理解：商业广告；商品广告；企业广告；促销广告

应用：理性诉求广告；感性诉求广告；情理结合诉求的广告

第二章 广播电视广告主题与创意

一、学习目的与要求

通过本章的学习，理解广播电视广告主体的概念及重要性。考生需要认识到广告主题在广告运作过程中的灵魂性作用，并掌握创意在广播电视广告中的核心地位及主要创作方式。

二、考核知识点与考核目标

（一）广播电视广告主题的确定（重点）

识记：广告主题；广告目标

理解：广告主题涵义理解的广告构成角度及广告传播角度

应用：产品定位原理。广播电视广告定位策划

（二）广播电视广告创意的构思（重点）

理解：创意构思的五个阶段

应用：垂直思考法；水平思考法；联想思维法；头脑风暴法

识记：创意

（三）广播电视广告创意的原则（次重点）

识记：原创性；关联性；震撼力

应用：电视广告创意的原则；时间原则；经济原则

理解：广播广告创意的原则，适听原则；形象原则；联想原则；参与原则

（四）广播电视广告创意的特点（一般）

识记：时间原则；经济原则

应用：电视广告创意的特点

理解：广播广告创意的特点

第三章 广播电视广告的表现元素

一、学习目的与要求

通过本章的学习，理解广播电视广告中的基本表现元素，特别是语言、音响、音乐、声音、画面等元素在广播电视广告中的作用和内在规律。考生还需要了解这些元素在广播广告和电视广告中的组合原理和技巧。

二、考核知识点与考核目标

（一）语言（重点）

识记：语言

应用：电视广告对语言的具体要求

理解：广播广告对语言的基本要求

(二) 音响 (重点)

识记：音响；音响的分类；本质音响；自然音响；生活音响；特别制作的音响

理解：广播电视广告音响的功能

应用：广播电视广告音响运用的要求

(三) 音乐 (重点)

识记：音乐

理解：广播电视广告音乐的功能

应用：广播电视广告音乐的运用

(四) 画面 (次重点)

识记：画面

理解：电视广告字幕的使用要求

应用：电视广告画面的特点

(五) 组合 (一般)

识记：主次率

应用：电视广告声画关系运用

理解：广播电视广告声音合成的规律

第四章 广播电视广告的表现形式与技巧

一、学习目的与要求

通过本章的学习，考生要理解广播电视广告的常见表现形式，并能结合广告中的经典理论提升广播电视广告的效率，并掌握广播电视广告创作中的常见技巧。

二、考核知识点与考核目标

(一) 广播电视广告的诉求策略 (重点)

识记：理性诉求；感性诉求；情理结合的广告诉求

理解：广告诉求与品牌发展阶段的关系

(二) 经典广告理论与广播电视广告的实践(重点)

识记：USP 理论；品牌形象理论；定位理论；品牌个性理论

理解：经典广告理论的发展历程及内在联系

应用：广播电视广告对经典广告理论的实践

(三) 广播广告表现形式与技巧 (次重点)

理解：广播广告的常见表现形式

应用：广播广告的表现技巧

(四) 电视广告表现形式与技巧 (一般)

识记：告知式电视广告；新闻式电视广告；证言式电视广告；示范式电视广告；解决问题式电视广告；感性诉求电视广告的表现形式；悬念

式电视广告；幽默式电视广告；恐惧式电视广告；夸张式电视广告；歌唱式电视广告；MTV 式电视广告；感情式电视广告；动画式电视广告

理解：理性诉求电视广告的表现形式

应用：电视广告的表现技巧

第五章 广播电视广告文案

一、学习目的与要求

通过本章的学习，认识文案在广播电视广告中的重要作用，并掌握广播电视广告文案的写作原则，以及了解广播电视广告文案与其他类型广告文案的区别。

二、考核知识点与考核目标

（一）广告文案概说（重点）

识记：广告文案

应用：广告写作的一般性原则

（二）广播广告文案的写作（重点）

理解：广播广告文案的写作技巧

应用：广播广告文案的检核

（三）电视广告文案的写作（次重点）

识记：电视广告文案的特点

理解：电视广告文案的常见形式

应用：电视广告文案的写作技巧

（四）电视广告故事版创作（次重点）

识记：故事版

理解：故事版的常见类型

应用：绘制故事版的注意事项

第六章 广播广告制作与编播

一、学习目的与要求

通过本章的学习，理解广播广告的制作流程及编播要点，同时培养考生对广播广告树立其正确的导向意识和敏锐的市场意识。

二、考核知识点与考核目标

（一）广播广告制作基本流程（重点）

理解：制作小组的人员分工

识记：制作小组的人员构成；监制；创意人员；演播人员；录音师

应用：广播广告制作的基本流程

（二）广播广告的录音与合成（重点）

识记：广播广告的常见录制设备

理解：广播广告的播音技巧

应用：广播广告要素的组合形式

(三) 广播广告编排与播出（次重点）

识记：广播广告的审听标准；广播广告的总体布局；广播广告的时间设置；
广播广告的内容安排；广播广告的播出策略

理解：广播广告的四种播出策略

(四) 广播广告的编后工作（一般）

理解：广播广告编后工作的主要流程

第七章 电视广告拍摄

一、学习目的与要求

通过本章的学习，考生要理解电视广告拍摄的一般流程以及注意事项，熟悉电视广告的画面构图技巧以及运动拍摄技巧。

二、考核知识点与考核目标

(一) 广告拍摄的前期工作（重点）

识记：摄制小组的主要成员

理解：演员的三种来源

应用：挑选演员需考虑的因素

(二) 电视广告的画面构图（次重点）

识记：主体；陪体；前景；背景

理解：构图

应用：长镜头；空镜头

(三) 电视广告的运动拍摄（一般）

识记：推镜头；拉镜头；摇镜头；移动镜头

理解：轴线规律

应用：轴线

第八章 电视广告剪辑与合成

一、学习目的与要求

通过本章的学习，理解电视广告的剪辑方法，并熟悉合成电视广告的主要途径，并重点体会蒙太奇等电视广告剪辑理论。

二、考核知识点与考核目标

(一) 蒙太奇理论基础（重点）

识记：蒙太奇；长镜头

理解：蒙太奇的表现形式；叙事蒙太奇；表现蒙太奇

应用：蒙太奇的基本原理

(二) 电视广告画面组接（次重点）

识记：无技巧组接；技巧性组接

理解：镜头组接的四种形式

应用：电视广告的剪辑技巧

（三）胶片剪辑与数字技术（次重点）

识记：胶片剪辑；工作版；样片同步；预剪；粗剪；最后剪辑

理解：胶片剪辑的环节

应用：剪辑工作的数字化流程，非线性编辑技术；把底片载入电脑；用电脑检视毛片；以电脑完成剪辑

（四）电视广告剪辑与合成（一般）

识记：电视广告合成的步骤

理解：拍摄前配乐；拍摄后配乐

应用：电视广告合成的原则

第九章 电视广告的色彩技术

一、学习目的与要求

通过本章的学习，考生需要理解电视广告的光线和色彩设计方面的基本原理，并学会掌握利用画面明暗、影调、色彩、光比等手段提升电视广告表现效果，提升观众的心理感受层次。

二、考核知识点与考核目标

（一）光线（重点）

识记：自然光；尺烛光

理解：光的本质

应用：三点式布光的构成；主光；辅助光；轮廓光；装饰灯光

（二）色彩（次重点）

识记：色相；纯度；明度；三原色

理解：色彩心理；不同年龄的色彩心理；不同民族地区的色彩心理；个人差异与色彩心理；流行色

应用：应用混色理论；加色法混合；间色法混合；色彩在电视广告拍摄中的运用

第十章 动画广告与特效制作

一、学习目的与要求

通过本章的学习，考生需要理解动画广告在达成广告效果方面的重要作用，并需要了解动画广告的定义，熟悉动画广告的制作流程。此外，还需要掌握常见的动画广告特效制作手法，并能在广告实践中对其进行灵活运用。

二、考核知识点与考核目标

（一）动画广告概述（重点）

识记：动画广告的类型

理解：动画广告的特点

应用：广告的作用

(二) 动画广告的设计（重点）

识记：情节设计；形象设计；环境设计；动作设计；画面分镜头设计

(三) 电脑动画的制作（次重点）

识记：电脑动画

理解：三维动画软件的分类；基于工作站的动画软件；基于个人 PC 用户的三维动画软件

应用：电脑动画的功能；高超的形体设计能力；随心所欲的动画；丰富的质感表现；人体模型动画的制作过程；大自然环境动画的制作过程

(四) 特技的运用(一般)

识记：特技；特技摄影

理解：特技的类型

应用：数字特技在电视广告中的运用

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：

广播电视广告艺术，廖秉宜，上海外语教育出版社，2006 年第 1 版

2. 参考教材：

电视广告学，刘平，四川大学出版社，2003 年版

电视广告，王诗文，中国广播电视出版社，2002 年版

广播电视广告，何建平，中南大学出版社，2009 年版

广播电视广告原理，姚力，高等教育出版社，2006 年版

广告言语艺术，赵宏，中国经济出版社，2004 年版

电视广告策划与制作，杨金德、黄合水、周旻，福建人民出版社，1995 年版

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. 注意对考生能力的培养，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 6 学分，建议总课时 108 学时，其中助学课时分配如下：

章 次	内 容	学 时
第一章	广播电视广告概述	8
第二章	广播电视广告主题与创意	12
第三章	广播电视广告的表现元素	12
第四章	广播电视广告的表现形式与技巧	12
第五章	广播电视广告文案	12
第六章	广播电视广告制作与编播	12
第七章	电视广告拍摄	10

第八章	电视广告剪辑与合成	10
第九章	电视广告的色彩艺术	10
第十章	动画广告与特效制作	10
合 计		108

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（本大题共■小题，每小题■分，共■分）

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，请将其选出并将“答题卡”上的相应字母涂黑。错涂、多涂或未涂均无分。

1. 广告画面的组成要素不包括

A. 主体 B. 陪体 C. 情景 D. 背景

二、填空题（本大题共■小题，每小题■分，共■分）

1. 电视广告的表现形式包括理性诉求和_____。

三、名词解释题（本大题共■小题，每小题■分，共■分）

1. 滤光器

四、简答题（本大题共■小题，每小题■分，共■分）

1. 简述音响在广播电视广告中的作用。

五、论述题（本大题共■小题，每小题■分，共■分）

1. 论述经典广告理论与广播电视广告制作的结合点。