

湖南省高等教育自学考试
课程考试大纲

POP 与 DM 广告设计
(课程代码: 00717)

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

POP 与 DM 广告设计

课程代码 00717

第一部分 课程性质与目标

一、课程性质与特点

POP与DM广告设计是高等教育自学考试视觉传达设计（专科）专业的专业选考课程。本课程对考生所学专业的综合应用能力有极大的提升。课程旨在训练考生的跨学科专业整合运用能力、与设计相关的策划能力、文案写作能力、语言沟通能力、强化设计表现能力、综合应用能力与执行能力及团队协作能力。“系统性、科学性、原创性、实战性”是本课程的定位点和实现的目标。培养考生作为未来广告人所需具备的创意能力和独立设计能力，使考生能够根据实际需求在合理的预算下，设计并制作出完整的广告作品并选择合适的媒介进行发布，充分发挥考生潜在的广告艺术创造能力。

二、课程目标与基本要求

课程强调广告从创意到视觉执行，最终以媒介发布的形式呈现的全过程。在教学中既要求考生注重广告的视觉表现效果，又看重广告作为一种商业行为对消费者的引导作用，同时还要求考生根据客户要求撰写策划书、制定媒介投放方案。课程内容紧贴时代精神，体现跨学科性和实战性。

三、与本专业其他课程的关系

先修课程：插画技法、系列招贴设计、包装结构与包装装潢设计

课程旨在加强考生的全面修养，吸收如经济学、社会学、市场学、传播学、心理学、语言学、统计学、美学等与课程关系密切的其它相关学科的知识，最终物化为商业POP及DM邮件。

第二部分 考核内容与考核目标

第一章 现代广告的兴起

一、学习目的与要求

通过本章的学习，了解现代广告的兴起过程，基本理论和原理。了解平面广告与海报的异同，著名海报大师及其作品。

二、考核知识点与考核目标

（一）现代广告及其在现实生活中的作用（重点）

识记：现代广告的发源地

理解：现代广告兴起的原因

应用：现代广告的概念

- (二) 海报与现代广告的关系 (次重点)
 - 识记: 19 世纪中期广告的主要形式
 - 理解: 海报在法国空前发展的原因
 - 应用: 海报与现代广告的异同
- (三) “新艺术”运动与19世纪著名海报设计师 (一般)
 - 识记: 19 世纪著名的海报设计师
 - 理解: 艺术家投身海报创作
 - 应用: 例举著名海报设计师及其作品

第二章 平面广告概述

一、学习目的与要求

通过本章的学习,了解平面广告的基本概念,表现形式及内容;理解广告与国家社会经济生活之间的关系,理解媒体广告和非媒体广告的差别。

二、考核知识点与考核目标

- (一) 平面广告的概念及表现形式 (重点)
 - 识记: 平面广告的概念
 - 理解: 平面广告的表现形式
 - 应用: 1. 平面广告表现形式与艺术流派; 2. 平面广告的内容
- (二) 媒体广告与非媒体广告的概念及差异 (次重点)
 - 识记: 1. 媒体广告与非媒体广告的概念; 2. 经营性媒体
 - 理解: 海报是非媒体广告
 - 应用: 媒体广告与非媒体广告的表现形式
- (三) 新媒体 (一般)
 - 识记: 新媒体的概念
 - 理解: 传统媒体与新媒体
 - 应用: 例举传统媒体与新媒体广告表现形式

第三章 设计定位

一、学习目的与要求

通过本章的学习,旨在使考生了解设计定位的概念及意义,能在市场调研分析的基础上,确定广告设计策略的方向,并形成完整的广告创意方案。根据受众的特点,进行设计定位,确定广告主题与表现形式。

二、考核知识点与考核目标

- (一) 商业广告的设计定位 (重点)
 - 识记: 商业广告设计定位的概念
 - 理解: 1. 商业广告为什么要进行设计定位; 2. 商业广告进行设计定位的依据; 3. 消费群体形成的条件和原因

应用：例举某商品及其商业广告设计定位的内容和依据

（二）海报的设计定位（次重点）

识记：海报定位的主题分类

理解：实用性广告与意象主题海报

应用：例举主题海报及其代表性作品

（三）市场调查（一般）

识记：市场调查的主要形式

理解：1. 市场调查问卷与设计定位之间的关系；2. 市场调查的主要内容；
3. 市场调查问卷的格式和结构

应用：市场调查问卷的编写与实践

第四章 海报大师介绍

一、学习目的与要求

通过本章的学习，使考生了解海报设计的发展历史；海报设计流派及代表人物、代表作品。

二、考核知识点与考核目标

（一）德国海报设计（重点）

识记：德国海报设计的代表人物

理解：德国海报设计的代表人物及作品；海报设计中的视觉形象

应用：例举德国海报设计的代表人物及作品

（二）波兰海报设计（次重点）

识记：波兰海报设计的代表人物

理解：波兰海报设计兴起的原因

应用：例举波兰海报及其代表性作品

第五章 创意与表现

一、学习目的与要求

通过本章的学习，使考生了解广告创意的内容、方法及三要素，能将锁定的创意思想用视觉语言表达出来；了解广告标题及文案的撰写流程及技巧；能综合应用文字、图形、色彩等设计元素实现创意方案。

二、考核知识点与考核目标

（一）广告的图形创意（重点）

识记：图形的概念

理解：图形创意的方法

应用：运用图形创意的常用方法完成一则商品广告的图形设计

（二）广告文案（次重点）

识记：1. 广告文案的概念、内容及撰写原则；2. 平面广告三要素

理解：1. 广告标题撰写的风格类型及典型案例；2. 文字编排的内容及基本方法

应用：运用版式编排的一般形式法进行平面广告的版面设计

（三）广告的色彩（一般）

识记：广告色彩的视觉联想

理解：广告色彩的具体运用方法

应用：完成主题海报的色彩设计

第六章 POP 广告概述

一、学习目的与要求

通过本章的学习，使考生了解什么是POP广告及其功能，知晓POP广告的发展历程；能辨别生活中的POP广告类别及作用。

二、考核知识点与考核目标

（一）POP广告的定义（重点）

识记：1. POP 广告的概念、定义；2. POP 广告的发展源流

理解：POP 广告产生的原因及基本功能

应用：运用图形创意的常用方法完成一则商品广告的图形设计

（二）POP广告的分类（次重点）

识记：常用的 POP 广告类别

理解：不同类别 POP 广告的特点及运用场所

应用：根据广告目标规划合理的 POP 广告形式

（三）POP广告的功能（一般）

识记：POP 广告的基本功能

理解：不同类别 POP 广告在现实商业场所的重要作用

应用：能识别不同场所的 POP 广告形式

第七章 POP 广告的设计程序与制作重点

一、学习目的与要求

通过本章的学习，使考生了解POP广告的设计程序及制作方法、步骤。掌握制作过程必须要了解的内容及制作重点；能并能独自进行简单的POP广告的设计、绘制施工图、完成制作，实现与客户之间的良性沟通，并能监督POP广告的批量生产、现场展示效果、制作使用说明书，并对POP广告的使用效果进行阶段性回访与检查。

二、考核知识点与考核目标

（一）POP广告的设计程序（重点）

识记：1. POP 广告的对象商品；商品的消费对象；2. POP 广告的委托流程

理解：1. POP 广告设计之前的资料收集方法；2. 策划与设计过程，设计与成本预算之间的关系，就设计方案与客户进行有效沟通

应用：运用电脑辅助软件完成广告的设计方案、施工图

（二）POP广告的制作重点（次重点）

识记：1. POP 广告的标准制图及符号；2. POP 广告在现场展示注意事项

理解：1. POP 广告的立体模型试做；2. 广告使用回访的注意事项

应用：能根据广告目标规范绘制 POP 广告的施工图、包装箱设计、使用说明书制作

（三）POP广告的回访与检查（一般）

识记：POP 广告回访的必要性、回访参与人员

理解：为保证 POP 广告在商场中的正常使用，进行回访和检查时应采用的方法

应用：能与展示场所人员进行良性沟通，实现广告的预期效果

第八章 POP 广告的造型方法

一、学习目的与要求

通过本章的学习，使考生了解在立体造型阶段POP广告的造型方法，并能触类旁通，把握其中规律性的东西，以实现创新性的POP设计。

二、考核知识点与考核目标

（一）POP广告的造型方法（重点）

识记：POP 广告的原量造型法、减量造型法、增量造型法、单板伫立法、翻转借位法、单形插接法、单板分解重构法体的分解重构法、综合造型法的基本概念

理解：掌握原量造型法、减量造型法、增量造型法、单板伫立法、翻转借位法、单形插接法、单板分解重构法体的分解重构法、综合造型法的原则、技巧，并能运用于 POP 广告实践设计中

应用：运用一种或几种造型方法，给指定商品的 POP 广告设计及制作

（二）POP广告的造型实例（次重点）

识记：各造型法的典型运用案例

理解：各造型法运用于 POP 广告的立体模型试做

应用：根据给定图形完成 POP 立体制作，并能应用这些方法举一反三，进行创新设计

第九章 POP 广告设计的趋势

一、学习目的与要求

通过本章的学习，使考生了解POP广告在商品促销过程中的作用，及在风格、设计元素、制作材料上的发展和变化。

二、考核知识点与考核目标

（一）对新材料、新技术的借鉴（重点）

识记：影响 POP 广告的新材料、新技术

理解：新材料、新技术对 POP 广告的设计、制作、投放关系

应用：例举采用了新材料、新技术的 POP 广告案例

(二) 系列POP广告及顾客参与POP（次重点）

识记：顾客参与 POP 的概念

理解：商业场所使用系列 POP 和顾客参与式 POP 的原因

应用：能够根据商品特征设计制作系列 POP 及顾客参与 POP

(三) 大型活动POP（一般）

识记：大型活动 POP 的特点

理解：什么场所需要大型活动 POP

应用：借鉴案例研究，积累大型活动 POP 素材

第三部分 有关说明与实施要求

一、考核能力与层次表述

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

指定教材：广告设计，祖乃牲、林华，湖北美术出版社，2007年第2版

三、自学方法与指导

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 5 学分，建议总课时 90 学时，其中助学课时分配如下：

| 章 次 | 内 容 | 学 时 |
|-----|-----------------|-----|
| 第一章 | 现代广告的兴起 | 4 |
| 第二章 | 平面广告概述 | 4 |
| 第三章 | 设计定位 | 16 |
| 第四章 | 海报大师介绍 | 4 |
| 第五章 | 创意与表现 | 20 |
| 第六章 | POP广告概述 | 4 |
| 第七章 | POP广告的设计程序与制作重点 | 16 |
| 第八章 | POP广告的造型方法 | 18 |
| 第九章 | POP广告设计的趋势 | 4 |
| 合 计 | | 90 |

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 20%、“应用”为 60%。
3. 试题难易程度应合理：易、较易、较难、难比例为 2：3：3：2。
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、作图题。
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）

三、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. 被视为现代广告发源地的是

- A. 英国 B. 美国 C. 德国 D. 法国

二、填空题（本大题共■小题，每小题■分，共■分）

1. 海报的兴起除了的需求外，还和当时的_____、有着密切的关系。

三、名词解释（本大题共■小题，每小题■分，共■分）

1. POP广告的定义

四、简答题（本大题共■小题，每小题■分，共■分）

1. 简述POP广告的色彩运用方法。

五、设计题（本大题共■小题，每小题■分，共■分）

1. 请根据下列要求设计一则商业海报

内容：第八届全国大考生广告艺术大赛

时间：2016年4月-7月

主办单位：国家教育部、湖南省教育厅

承办单位：湖南农业大学

尺寸：A3（297mm×420mm）

时间：4小时

色彩不限，手工绘制，工具自备