

湖南省高等教育自学考试

课程考试大纲

系列招贴设计

(课程代码: 05547)

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：系列招贴设计

课程代码：05547

第一部分 课程性质与目标

一、课程性质与特点

系列招贴设计是高等教育自学考试视觉传达设计（本科）专业的选考课程。旨在为广告设计等课程打下基础。本课程教学包含理论、实训和见习环节。通过该课程的学习，一方面使考生明确招贴设计的基本概念和构成原理，从而对形态的组合方式有一定的把握能力；另一方面培养考生的创造能力、审美能力和表现能力，并使考生具备招贴广告策划、设计和制作等三个方面的职业技能。

二、课程目标与基本要求

1. 培养考生的创造能力、审美能力和表现能力；
2. 了解招贴的含义、历史和发展；
3. 了解招贴的基本概念及构成原理；
4. 掌握招贴的特点，了解招贴发展的过程；
5. 掌握招贴的分类以及招贴广告的创意要求；
6. 掌握公益性广告的创作原则和特点；
7. 掌握公益性广告的创意基本要求；
8. 使考生具备三个方面的职业技能：招贴广告策划能力、设计能力和制作力。

三、与本专业其他课程的关系

系列招贴设计属于必修课，该课程是在基础图案、基础色彩、构成设计、电脑设计的基础上开设的一门综合课程，是对基础课程知识的综合应用，是专业基础知识呈现的载体，在专业课程体系中起着总结前期所学专业知识的作用。通过教学使考生了解招贴设计的概念及历史发展与风格流派，系统地掌握招贴设计的方法。

与其他课程的关系：前导课程有素描、色彩、色彩构成、立体构成、平面构成，后续课程有 Illustrator、VI 设计、广告摄影等。

第二部分 考核内容与考核目标

第一章 招贴概述

一、学习目的与要求

1. 通过理论讲授和对优秀招贴的赏析，掌握招贴广告的分类和特点，加深对招贴设计创意飞认知，感受国内外优秀招贴广告的视觉表现和寓意传达。
2. 招贴广告的历史、招贴的类别和招贴设计的特点，重点掌握不同类别招贴

广告的设计侧重点。

3. 通过公益招贴和文化招贴的设计练习，掌握招贴广告的设计内涵，提升审美意识。

二、考核知识点与考核目标

（一）招贴的历史

识记：1. 招贴广告的起源；2. 招贴广告的发展；3. 我国招贴广告的现状

理解：了解招贴设计的起源与发展

应用：阐述招贴发展的概况

（二）招贴的类型（次重点）

识记：1. 公益招贴；2. 文化招贴；3. 商业招贴

理解：了解三种类型的特点

应用：选择其中一种类型进行招贴设计

（三）招贴设计的特点（一般）

识记：1. 信息传达准确；2. 创意新颖独特；3. 视觉效果具有艺术性

理解：了解招贴设计的特点

应用：以爱护动物为主题的招贴设计练习

第二章 招贴设计的基本要素

一、学习目的与要求

1. 了解招贴设计的基本要素，熟练掌握图形创意的表现手法，把握招贴设计中的图形、文字、色彩的组合规律，能根据课题的需要确定设计要素及表现手法。

2. 了解图形的基本分类、不同图形的特点及表现方式。

3. 了解图形视觉效果处理的基本方式。

二、考核知识点与考核目标

（一）文字（重点）

识记：1. 文字的分类；2. 文字的形式；3. 文字设计准则

理解：在招贴设计中，文字更能直接地将商品的信息特征表述出来。合适的字体艺术设计对于一张海报创造来说是非常重要的环节

应用：根据主题要求做文字为主的招贴设计

（二）图形（次重点）

识记：1. 同构；2. 渐变；3. 一形多意；4. 空间转换；5. 尺度夸张

理解：图形在招贴设计中扮演着举足轻重的角色，是构成招贴广告的主体

应用：根据图形创意手法做条形码的创意设计练习

（三）色彩（一般）

识记：1. 色彩的功效；2. 招贴色彩设计规则；3. 印刷色彩

理解：色彩是招贴的表情，图形、文字必须要依附色彩而出现

应用：根据主题的需求对招贴进行最佳的色彩搭配

第三章 招贴设计的创意思维特征及创意表现

一、学习目的与要求

1. 创意是决定招贴设计成败的关键因素之一。通过对创造性思维方式的认识和掌握，引导学生开拓设计思路，能够多方位多角度地捕捉创造的灵感，并能根据主题的需要，确定恰当的表现手法。

2. 创造性思维的特点和方式、招贴设计的创意表现。

3. 通过对创造性思维方式的训练和招贴设计创意表现的课题实践，进一步开拓创造思路，丰富招贴设计的表现手段。

二、考核知识点与考核目标

（一）头脑风暴——创造性思维（重点）

识记：创造性思维的特点

理解：创造性思维具有独创性与冒险性、求异性与突变型等特征

应用：进行一次头脑风暴

（二）创造性思维的方式（次重点）

识记：1. 联想思维法；2. 发散思维法；3. 聚合思维法；4. 逆向思维法

理解：在广告的创意构思中，人们所进行的思维活动就是创造性思维

应用：运用材料做招贴设计练习

（三）招贴的创意表现（一般）

识记：1. 形态表现；2. 招贴设计形态的环境利用

理解：创意是决定招贴设计成败的关键因素之一

应用：以倡导“义务献血”为主题，做公益招贴练习

第四章 招贴的设计流程

一、学习目的与要求

1. 通过本单元的学习，让学生熟悉招贴设计的过程，能够根据设计主题的要求严谨地进行创意及表现。

2. 招贴的市场调查研究；招贴设计目标的市场定位；创意构思；创意表现；招贴的修改制作发布。

3. 通过文化类招贴和商业类招贴设计的课题实践，引导大家建立一个理性、严谨的创造思路理念。

二、考核知识点与考核目标

（一）市场调查研究（重点）

识记：1. 信息搜集与研究；2. 素材搜集

理解：市场调研对招贴广告的定位起到至关重要的作用，是设计工作开始的前奏，直接关系到以后设计的构思和发布

应用：任选一个中华老字号品牌，对其做招贴设计练习

（二）明确招贴设计目标的市场定位（次重点）

识记：1. 品牌的定位；2. 产品的定位；3. 受众的定位

理解：产品的市场定位是广告策划中的一个关键环节，市场定位是确定产品或企业在市场中的最恰当的位置

应用：依据商业招标的特点，做 iPhone 手机的招贴射击练习

（三）创意构思和表现（一般）

识记：1. 图形创意展开；2. 编排设计；3. 受众的定位

理解：创意的原创性是招贴设计的根本所在

应用：以“全民健身”为主题做招贴设计的创意练习

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：

招贴设计，董雪莲，中国轻工业出版社，2015 年第一版

2. 参考教材：

让人让心理震撼的视觉体验——招贴设计，吴建华，江苏美术出版社，2007 年版

招贴设计，牛津、靳鹤琳，中国建筑工业出版社，2015 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	中外招贴简史	22
第二章	招贴设计的图形构成形式	18
第三章	招贴设计中的文字运用	18
第四章	招贴设计中的色彩应用	18
第五章	招贴设计的表现方法与程序	32
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 30%、“应用”为 50%。
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：选择题、不定项选题、填空题、简答题、综合应用题。
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. “万绿丛中一点红”，这句话如果用设计中美形式原理来解释，则属于
A. 和谐 B. 对比 C. 律动 D. 反复
2. 有关“形”的认识中，将“形”分为两大类，即
A. 现实形态与自然形态 B. 自然形态与人为形态
C. 自然形态与理念形态 D. 现实形态与理念形态

二、多项选择题（本大题共■小题，每小题■分，共■分）

在每小题列出的五个备选项中至少有两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、少涂或未涂均无分。

1. 招贴广告又可称为
A. 海报 B. 招贴画 C. 宣传画
D. 包装 E.
2. 招贴的特点有
A. 准确地传达信息 B. 地域性 C. 设计空间的有限性
D. 表现元素的综合性 E.

三、填空题（本大题共■小题，每小题■分，共■分）

1. 招贴分为公益招贴、_____、商业招贴三大类。

四、简答题（本大题共■小题，每小题■分，共■分）

1. 波兰招贴的艺术特色？
2. 试用形式美的法则来分析、评说一幅世界名画。

五、综合应用题（本大题共■小题，每小题■分，共■分）

1. 试以“吸烟有害健康”为主题，创作一则平面公益广告。
要求：以黑白稿形式完成，尺寸不限，要有广告标题及其它相应要素。