

上海市高等教育自学考试  
广告学（专升本）（专业代码：050303）  
平面广告设计（课程代码：00640）  
自学考试大纲

上海师范大学高等教育自学考试办公室编

上海市高等教育自学考试委员会组编

2026 年版

# 目 录

第一部分 课程性质及其设置的目的和要求 .....	3
一、本课程的性质与设置的目的 .....	3
二、本课程的基本要求 .....	3
三、与相关课程的联系与区别 .....	4
四、课程的重点与难点 .....	4
第二部分 课程内容与考核目标 .....	5
第一章 平面构成原理 .....	5
第二章 色彩构成原理 .....	7
第三章 广告插图设计 .....	7
第四章 文字设计 .....	7
第五章 标志设计 .....	7
第六章 广告编排设计 .....	7
第七章 招贴广告设计 .....	7
第八章 报纸与杂志广告设计 .....	7
第九章 户外广告设计 .....	7
第十章 DM、POP 与 UI 设计 .....	7
第十一章 电脑与平面广告设计 .....	7
第三部分 有关说明与实施要求 .....	22
一、关于考核目标的说明 .....	22
二、关于自学教材的说明 .....	22
三、自学方法指导 .....	22
四、对社会助学的要求 .....	23
五、关于考试命题的若干规定 .....	23
附录：题型举例 .....	25

## 第一部分 课程性质及其设置的目的和要求

### 一、本课程的性质与设置的目的

《平面广告设计》课程(以下简称本课程)是广告学专业的基础课程。平面广告设计是现代平面设计的主要组成部分,本课程全方位地阐述了广告设计的相关理论与技巧,是学生巩固基本设计能力的一门重要专业课程。

课程设置的目的是:通过课程学习,使考生初步掌握平面广告设计的基本概念、原理、准则和技巧,掌握各类广告形式特点和工艺流程。并对平面广告设计的动向及新材料,新工艺有所了解,具备初步的平面广告设计的独立创作能力。

### 二、本课程的基本要求

通过课程使学生了解基本的广告设计知识;了解基本的广告制作方式及流程;奠定基本的设计理论基础和审美观。课程内容编排由浅入深,全面地涵盖平面广告设计的方方面面。

本课程具有理论性和实践性相结合的特点,以理论为指导,强调实际设计能力和操作能力。通过本课程的学习应考者应达到以下要求:

- 1、了解平面广告设计的概念,风格演变和基本设计原则;
- 2、理解并掌握广告创意设计的方法和各类表现形式;
- 3、掌握设计内容与设计形式的关系,并能根据广告主题,选择适当的设计形式与风格;
- 4、在实践中了解对广告设计的应用与制作规程,具备广告的设计鉴赏能力。

### 三、与相关课程的联系与区别

优秀的广告设计者必须具有广泛的专业知识和修养。设计的应用性要求设计师应该把握现代设计的基本理论和相关学科的知识，如语言学、传播学、品牌策划与管理、市场营销学等。同时对产业生产、消费大数据等市场现象有一定的了解。能运用相关学科的研究成果，融会贯通在广告设计之中。本课程是视觉传达设计中的一门综合性的应用课程，需要有较好的专业基础知识，因此建议在学习此课程前，应先学习和掌握构成设计，字体设计等专业基础课程。

### 四、课程的重点与难点

虽然电脑技术在广告设计中起到重要的作用，但也不能忽略手绘创作的价值。手绘广告有着独到的艺术意蕴和审美意义，往往能更充分呈现设计者个人对设计内容的独特的创作理解，呈现别具一格的审美价值。考生在观念上要调整好技术与艺术的平衡关系。

广告设计者要有开拓创新精神，乐于接受新事物，设计过程就是创造过程，通过敏锐的观察、丰富的想象、灵活的构想呈现广告作品的价值。要敢于标新立异，勇于突破常规，能从约定成俗的观念中突破，不断完成新的构想新的创作。。

## 第二部分 课程内容与考核目标

### 第一章 平面构成原理

#### 一、学习目的和要求

了解平面构成的定义和造型元素，领会平面构成形式美的原则与规律，理解平面构成基本要素及各类构成形式与平面广告设计之间的密切关系，掌握各种构成形象要素在广告创作中的综合表达方式。

#### 二、课程内容

##### 第一节 平面构成概述

###### 一、构成的定义

###### 二、平面构成的定义和设计元素

##### 第二节 平面构成中的形态与骨格

###### 一、形态的分类

(一) 自然形态和人为形态

(二) 具象形态和抽象形态

###### 二、形成形的条件

(一) 经验的影响

(二) 形与形之间的关系对形的影响

###### 三、骨格

(一) 规律性骨格和非规律性骨格

(二) 作用性骨格和无作用性骨格

##### 第三节 形式美的原则与规律

###### 一、多样与统一

###### 二、对称与平衡

###### 三、对比与调和

###### 四、比例与节奏

##### 第四节 平面构成的形象要素：点、线、面

###### 一、平面构成中的点

二、平面构成中的线

三、平面构成中的面

## 第五节 平面构成的基本形式

一、重复

(一) 基本型的重复

(二) 骨格的重复

二、近似

(一) 基本型的近似

(二) 骨格的近似

三、渐变

(一) 渐变的概念

(二) 渐变的类型

四、发射

(一) 发射骨格的构造

(二) 发射的类型

五、特异

(一) 特异的概念

(二) 特异的类型

六、对比

(一) 对比的概念

(二) 对比的类型

七、密集

(一) 密集的概念

(二) 密集的类型

八、空间

(一) 平面空间

(二) 矛盾空间

### 三、考核知识点与考核要求

#### (一) 平面构成要素点线面的设计应用

识记：点线面的定义和分类。

领会：点线面的视觉特征。

简单应用：运用单一元素各类构成设计。

综合应用：结合不同点线面元素的综合构成设计。

#### (二) 平面构成的各类基本形式及相应的审美准则

识记：平面构成各类形式的定义和类型。

领会：各类构成形式的视觉审美规律。

简单应用：运用合适的构成元素，表现重复、渐变、特异、对比、密集、发射等构成形式。

综合应用：综合运用多种构成形式，创作深度视觉空间和矛盾空间。

### 四、本章重点、难点

重点：平面构成的形象要素和基本构成形式

难点：如何在创作中充分领会和消化构成的形式美原则

## 第二章 色彩构成原理

### 一、学习目的和要求

通过了解色彩的基本常识与原理，认识色彩心理的规律，充分领会色彩设计在各类广告设计中的传达作用、识别作用和象征作用。

### 二、课程内容

#### 第一节 色彩构成概述

##### 一、认识色彩

##### 二、光与色

#### 第二节 色彩的基本性质

##### 一、色彩的分类

###### (一) 无彩色系

###### (二) 有彩色系

##### 二、色彩的属性

(一) 明度

(二) 色相

(三) 纯度

三、色立体

(一) 孟塞尔色立体

(二) 奥斯特瓦德色立体

(三) 日本色彩研究所色立体

(四) 色立体的应用

### 第三节 色彩混合的原理

一、加色混合

二、减色混合

(一) 颜料混合

(二) 叠色

三、中性混合

(一) 旋转混合

(二) 空间混合

### 第四节 色彩心理

一、色彩的心理情感

二、色彩的物理性感觉

### 第五节 色彩对比的原理

一、明度对比

二、色相对比

三、纯度对比

四、同时对比与连续对比

五、色彩对比与面积的关系

### 第六节 色彩调和的原理

一、色彩调和的概念

二、色彩调和的原理

(一) 同一性调和

## （二）对比性调和

### 三、考核知识点与考核要求

#### （一）色彩对比原理和调和原理

识记：色彩对比与调和的基本原理

领会：色彩对比与调和的各种类型和视觉规律

简单应用：各种色彩要素的对比构成练习

综合应用：任意互补色的综合调和构成等

#### （二）色彩心理的设计应用

识记：光色和料色的基本规律

领会：各类色彩混合的规律

简单应用：各类色彩的物理性感觉及表达

综合应用：充分领会色彩的心理感情规律，探索色彩的传达作用和象征作用。

### 四、本章重点、难点

重点：各类色彩对比和调和形式的结合设计

难点：三种色彩混合形式的差异化

## 第三章 广告插图设计

### 一、学习目的和要求

图形语言有天然的易读性，通过学习，掌握有效的插图设计形式，使插图脱离文字制约，充分利用插图创作的视觉语言优势，更有效、更多层次传达广告信息。

### 二、课程内容

#### 第一节 广告插图的作用

一、直观性

二、展示性

三、情趣性

四、可信性

## 第二节 广告插图的分类

- 一、写实与具象型插图
- 二、抽象型插图
- 三、漫画、卡通型插图
- 四、装饰型插图

## 第三节 广告插图的设计

- 一、广告插图的设计原则
- 二、广告插图的绘制技法
  - (一) 写实性的绘画类
  - (二) 装饰性的工艺类
  - (三) 技术性插画

### 三、考核知识点与考核要求

- (一) 不同类型广告插图的特点与优势

识记：广告插图的分类。

领会：各类广告插图的视觉特点。

简单应用：辨别和鉴赏不同类型广告插图。

综合应用：分别用具象、抽象、漫画、装饰风格创作插图。

- (二) 不同类型的插图绘制形式

识记：广告插图的设计原则。

领会：广告插图的各种绘制技法。

简单应用：辨别和解读不同绘制技法的审美特征。

综合应用：分别用素描形式、黑白插画、版画形式、国画形式创作广告插图。

### 四、本章重点、难点

重点：广告插图的功能和作用。

难点：各类插图表现形式的审美差异的把握。

## 第四章 文字设计

### 一、学习目的和要求

掌握汉字字体的种类、结构、书写方法，以及各类常见字体在广告设计中的实际应用。掌握通过设计将文字传播功能与审美相结合，增强广告文字的视觉传达效果，提高诉求力的方法。

### 二、课程内容

#### 第一节 字体在广告中的作用

- 一、增强广告文字的视觉传达效果
- 二、提高广告诉求理力
- 三、赋予广告审美价值

#### 第二节 文字设计的分类及特征

- 一、汉字
- 二、拉丁文字

#### 第三节 文字设计

- 一、广告文字设计原则
  - (一) 形式与内容的一致性
  - (二) 可读性
  - (三) 鲜明的个性
  - (四) 艺术性
- 二、文字设计的方法
  - (一) 汉字的设计方法
  - (二) 拉丁文字的基本结构

#### 第四节 文字编排设计

- 一、文字编排的原则
  - (一) 易于辨认
  - (二) 风格一致
  - (三) 注重创新
- 二、文字编排的形式

- (一) 左右均齐式
- (二) 齐左式
- (三) 齐右式
- (四) 中轴对称式
- (五) 沿形式

### 三、考核知识点与考核要求

#### (一) 汉字、拉丁文字的分类与特点

识记：汉字和拉丁字的类型。

领会：各类汉字和拉丁字的书写法则。

简单应用：书写常规的汉字和拉丁字，学会基本结构的调整。

综合应用：用各类字体完成组合字体设计。

#### (二) 字体设计和编排原则与应用

识记：文字编排的原则。

领会：文字编排的形式。

简单应用：用一段广告语分别做五种编排形式的版式设计。

综合应用：用自己的名字做字体的意形融合设计。

### 四、本章重点、难点

重点：字体的设计和编排原则

难点：汉字书写规律和审美准则

## 第五章 标志设计

### 一、学习目的和要求

了解标志的功能与作用，熟悉标志设计风格的演变规律，领会标志的标准化制作规程，掌握标志设计的各类艺术表现手法及对标志形式感的把握的方法。

### 二、课程内容

#### 第一节 标志的功能与作用

##### 一、识别功能

##### 二、提升产品品质形象的功能

三、培养品牌忠诚的功能

四、国际交流的功能

## 第二节 标志的产生与发展

一、标志的来源

二、标志的发展趋势

（一）标志设计的简洁化

（二）标志使用的普及化

（三）标志发展的全球化

## 第三节 标志设计

一、标志设计的造型要素

二、标志的设计准则

三、标志的表现形式

四、标志的标准化制作

### 三、考核知识点与考核要求

（一）标志设计的造型要素应用

识记：标志设计的源流。

领会：标志设计的发展趋势。

简单应用：分别用点线面造型完成运动主题标识设计。

综合应用：综合运用多种造型要素完成运动会标志设计。

（二）标志的不同表现形式的应用

识记：标志的识别功能。

领会：标志设计的交流和形象提升功能。

简单应用：虚拟一家设计公司，取名并完成一例字图结合的综合型标志设计。

综合应用：用现有标志完成标准化制作。

### 四、本章重点、难点

重点：标志设计的基本准则

难点：标志设计不同表现形式的把握

## 第六章 广告编排设计

### 一、学习目的和要求

了解广告编排要素在广告设计中的作用和运用。在学习中掌握通过各类设计手段对编排要素进行视觉上的布局与搭配，加强视觉诱导力，扩大诉求效果，增强广告可读性的方法。

### 二、课程内容

#### 第一节 广告编排的目的及意义

##### 一、提高广告的注目率

- (一) 重点明确，利益突出
- (二) 设计形象特征突出，便于记忆
- (三) 视觉要素编排清晰，具有美感

##### 二、迅速、准确地传达广告信息

#### 第二节 广告编排的视觉流程

##### 一、视觉流程规律

##### 二、画面的视觉焦点

##### 三、视线的诱导因素

- (一) 线的作用
- (二) 形状
- (三) 图形的排列组合
- (四) 运动

##### 四、力势

##### 五、空白

#### 第三节 广告编排设计的要素

##### 一、广告标题

##### 二、广告语

##### 三、广告正文

##### 四、商品及企业名称

##### 五、商标

六、插图

七、色彩

#### 第四节 广告编排设计方案

一、感性编排设计

二、理性编排设计

#### 第五节 广告编排设计的类型

一、标准型（标题型）

二、左右型

三、斜置型

四、图片型（背景型）

五、文字型

六、直立型

七、分散型

八、交叉型

九、重复型

### 三、考核知识点与考核要求

#### （一）广告编排的要素

识记：视觉流程规律。

领会：视线的诱导因素。

简单应用：运用现有平面广告，解析视线流程及诱导因素。

综合应用：设计一例个人名片，设计调整各个信息的视觉流程。

#### （二）不同广告编排类型的设计应用

识记：感性的设计编排。

领会：理性的编排设计。

简单应用：完成一例公益广告设计，能提现清晰的视觉流程。

综合应用：选择合适的编排类型，完成一例商品广告设计，包含所有七类编排要素。

#### 四、本章重点、难点

重点：不同广告编排类型的审美差异。

难点：视觉流程规律的设计应用。

### 第七章 招贴广告设计

#### 一、学习目的和要求

了解广告招贴的传播特点，掌握广告招贴的设计要素和表现手法。

#### 二、课程内容

##### 第一节 招贴广告概述

一、招贴广告概念

二、招贴广告的分类及特点

三、招贴广告的产生与发展

##### 第二节 招贴广告的功能

一、信息传播功能

二、促进销售功能

三、审美功能

##### 第三节 招贴广告的设计程序

一、招贴广告的创意与构思

二、招贴广告的构成要素

三、招贴广告的设计与编排

四、招贴广告的设计原则

##### 第四节 招贴广告的表现手法

一、直接展示

二、运用对比

三、合理夸张

四、发挥想象

五、借用比喻

六、象征

### 三、考核知识点与考核要求

#### (一) 熟悉招贴广告的基本设计程序

识记：招贴广告的构成要素。

领会：招贴广告的设计与编排原则

简单应用：辨别和解读现有招贴的编排要素。

综合应用：用严谨的设计程序，完成一张商业招贴设计。

#### (二) 掌握招贴广告的各类表现手法

识记：招贴广告的功能。

领会：招贴广告的表现手法。

简单应用：辨别和解读不同类型招贴的设计手法。

综合应用：用抽象形式，完成一张象征手法的艺术招贴广告设计。

### 四、本章重点、难点

重点：掌握招贴广告的各类表现手法。

难点：在设计中如何体现合理夸张、比喻、象征。

## 第八章 报纸与杂志广告设计

### 一、学习目的和要求

了解报纸杂志广告的传播特点，掌握报纸杂志广告的设计与编排要领。

### 二、课程内容

#### 第一节 报纸广告媒介特征

- 一、受众广泛，便于阅读
- 二、受众稳定，信任度高
- 三、版面空间大，信息量大
- 四、传播迅速，准确的时效性
- 五、周期短，阅读率高

#### 第二节 报纸广告设计

- 一、报纸广告的版式
- 二、报纸广告设计

#### 第三节 杂志广告媒介特征

- 一、拥有特定的受众

- 二、媒介生命周期长
- 三、印刷精美，图文并茂

#### 第四节 杂志广告的版式与设计

### 三、考核知识点与考核要求

#### （一）报纸广告的设计

识记：报纸广告的发展历程。

领会：报纸广告的传播特征。

简单应用：辨别和解读大报、小报、特殊版式等各类别版式的栏目划分标准。

综合应用：分别以整版、半版、四分之一版、八分之一版设计报纸广告。

#### （二）杂志广告的设计

识记：杂志广告的传播特征。

领会：杂志广告的分类。

简单应用：辨别和解读杂志广告各种开本尺寸。

综合应用：分别以封面、封底、内页版式标准设计杂志广告，注意设计要素的区别。

### 四、本章重点、难点

重点：报纸广告与杂志广告的媒体特征差异。

难点：报纸广告和杂志广告的具体规格和制作要求的把握。

## 第九章 户外广告设计

### 一、学习目的和要求

了解户外广告的媒介特征，掌握户外广告的设计与工艺的要求。

### 二、课程内容

#### 第一节 户外广告的媒介特征

- 一、视觉冲击力强
- 二、发布周期长，信息到达率高
- 三、千人成本低
- 四、表现形式多样

## 五、美化市容

### 第二节 户外广告的设计

#### 一、户外广告的分类

#### 二、户外广告的设计准则

#### 三、户外广告的设计

### 三、考核知识点与考核要求

#### (一) 了解户外广告分类

识记：户外广告的传播特征。

领会：户外广告常见分类。

简单应用：辨别和分析各类户外广告的视觉差异。

综合应用：分别解析路牌广告、霓虹灯广告、灯箱广告、交通广告的色彩设计要求与可视度差异。

#### (二) 户外广告设计准则

识记：户外广告的基本设计准则。

领会：户外广告在图形、色彩、环境、光色、造型上的特点。

简单应用：设计一则霓虹灯（店招）广告，注意色彩搭配。

综合应用：设计一则以房地产为主题的车身广告，广告模板自拟。

### 四、本章重点、难点

重点：户外广告特有的设计审美准则。

难点：因环境差异，导致的户外广告与其他平面广告的视觉差异和设计差异。

## 第十章 DM、POP广告与UI设计

### 一、学习目的和要求

了解几种新类型广告的媒介特征，熟悉各类型广告设计的分类、表现形式、完稿工艺的不同要求。

### 二、课程内容

#### 第一节 DM广告的媒介特征

##### 一、针对性强

- 二、形式多样，印刷精美，视觉效果好
- 三、推广费用经济实惠
- 四、发布灵活

## 第二节 DM 广告的设计

- 一、DM 广告的分类
- 二、DM 广告的设计

## 第三节 POP 广告的媒介特征

- 一、直接刺激消费欲望
- 二、缩小商业成本
- 三、美化环境

## 第四节 POP 广告的设计

- 一、POP 广告的分类
- 二、POP 广告的设计

## 第五节 UI 设计

- 一、UI 设计的组成
- 二、UI 设计准则

## 三、考核知识点与考核要求

### （一）DM 广告的设计

识记：DM 广告的传播特点。

领会：DM 广告的分类。

简单应用：辨别和分析各类 DM 广告纸张、印刷要求。

综合应用：分别以单页、折页形式设计一例金融产品宣传册，设计模板自拟。

### （二）POP 广告的设计

识记：POP 广告的传播特点。

领会：POP 广告的分类。

简单应用：以手绘形式设计一则校园社团活动海报。

综合应用：虚拟一款茶饮，并以此为题，分别设计壁面式、吊挂式、地面立式 POP 广告，设计模板自拟。

#### 四、本章重点、难点

重点：DM 和 POP 的各种分类和传播形式。

难点：DM 和 POP 的媒介特点。

### 第十一章 电脑与平面广告设计

#### 一、学习目的和要求

了解电脑与平面广告设计的相互关系，熟悉各类广告设计软件的基本功能和表现，熟悉数字信息的格式、模式及转换方式。

#### 二、课程内容

##### 第一节 电脑与平面广告设计

- 一、电脑为平面广告设计提供技术支持
- 二、新的表现手法得到扩展
- 三、设计成败的关键不是工具，仍然是创意

##### 第二节 平面广告设计软件概述

- 一、平面广告设计常用软件
- 二、数字图像类型

##### 第三节 电脑平面广告设计基础

- 一、分辨率
- 二、文件格式
- 三、色彩信息和色彩模式

#### 三、考核知识点与考核要求

虽然电脑技术在广告设计中起到广泛的作用，但手绘创作有不可替代的创作价值。本课程考试采用手绘设计和完稿形式，考生在观念上要调整好技术与艺术的平衡关系，做好充分的思想准备。

#### 四、本章重点、难点

重点：各类设计软件的效果表达优势。

难点：各类数字信息输出时的转换差异和要求。

## 第三部分 有关说明与实施要求

### 一、关于考核目标的说明

本大纲是设计命题的依据；同时又是教学大纲，即为使用教材教学时的依据；本大纲还是学生、复习时的自学大纲，指导学生更集中，更方便地掌握考核要求。本考试大纲按照识记、领会、简单应用、综合应用四个层次规定各章考核点的范围和考核要求。

- （一）识记：要求考生了解本课程的基础知识，即有关专业的名词、概念、原理、知识的涵义，并能正确地认识和表述。
- （二）领会：要求在识记的基础上，能全面把握本课程中的基本概念，基本原理、基本原则、基本方法，并能加以区别和联系，同时又能正确表述交流。
- （三）简单应用：要求在领会的基础上，能应用本课程基本知识、基本原理、基本原则，基本方法中的知识，简单地分析和解决设计和完稿问题，解决实际应用操作。
- （四）综合应用：要求能在实践中透过现象对问题进行深入分析，找出问题的根源，提出合理的解决措施，在简单应用的基础上，能融会贯通本课程的多个知识点，综合分析和解决比较复杂的设计构思问题。。

这四个层次是由低到高的递进关系，但又是相互联系，相互促进，难以截然划分的。自学和助学时，可以做大体上的把握，但不宜作刻板的分割。

### 二、关于自学教材的说明

#### 1.指定教材

《平面广告设计与制作》刘艺琴著，武汉大学出版社，2018年7月第三版

#### 2.参考教材

《广告设计基础》崔生国编著，上海人民美术出版社，2007年4月第一版

### 三、自学方法指导

本课程综合性强，要求学生思维活跃、归纳能力强，要注意知识的系统性、

灵活性和应用性。在大纲的指导下，正确理解和牢固记忆才可能在实践中有效应用和操作。

学习时应该注意如下各点：

1. 认真学习和领会本大纲。自学应考者应先从大纲入门，提纲挈领地了解课程的基本内容和结构体系，有一个总体概念，作为学习的起点。在整个自学应考过程中，都要依据大纲中对各部分内容的的能力层次要求进行学习，掌握重点，兼及一般，既有系统，又分主次。
- 2、认真学习和领会教材。在学习教材过程中，和大纲对照，明确教材中各种内容的不同能力层次要点。
- 3、在学习过程中应以发散性方式思维，不应死记硬背大纲、教材。书中的现成理论，应尽可能结合实例作品，通过思考、分析，领会大纲、教材中的观点、结论，把学习和识记、分析、设计能力的培养统一起来。

#### **四、对社会助学的要求**

- 1、社会助学首先应端正考生的学习目的和态度，要让考生认识到本大纲所规定的考试内容和考核要求，是以本科毕业水平来衡量制定的。因此，必须全面，系统地认真钻研指定教材，对考生进行切实有效的辅导，引导他们努力学习，刻苦钻研，防止自学中的各种不良倾向，体现社会助学的正确导向。
- 2、要正确处理基础理论知识和实践应用能力的关系，要将理论灵活地运用于实习设计中去，培养和提高考生运用所学分析和解决实践中的实际问题的能力。
- 3、对应考者进行辅导时，应以指定的教材为基础，以考试大纲为依据，不要随意增删内容，以避免与考试大纲脱节。
- 4、辅导时要夯实基础、突出重点，要帮助自学应考者对课程内容建立一个整体的概念，对应考者提出的问题，应以启发引导为主。
- 5、注意对应考者能力的培养，特别是自学能力的培养，要引导应考者逐步学会独立学习，在自学过程中善于提出问题、分析问题、做出判断和解决问题。

#### **五、关于考试命题的若干规定**

1. 本课程考试命题以大纲为依据，试卷试题的选定与组合要覆盖本大纲涉及的考核知识点和考核要求，体现本课程的基本内容的涵盖。平面广告设计采用技能

考试题型，为命题创作。

2、本课程的命题应根据本大纲规定的考核目标来规定考试范围和考核要求，不可超纲。试卷对能力层次的要求应结构合理。试题能力层次的分比例参考统一要求：识记占 20%，领会占 30%，简单应用占 30%，综合应用占 20%。但考虑技能考试的特殊性，会在评分环节合理对应和把控

3、本课程命题较合适的题型有：平面构成、色彩构成、标志设计、字体设计、报纸杂志广告设计、插图创作、户外广告设计、DM 广告设计、POP 广告设计、招贴广告设计等。试题的难易程度应适中。试题量应以中等水平的应考者能在规定时间内完成全部试题为宜。

4、本课程采用闭卷作图方式，考试时间为 180 分钟。

## **六、考试形式，考试时间：**

平面广告设计技能试卷均以 100 分计算。

1、采用闭卷作图形式考试，试卷成绩 60 分以上及格

2、考试时间 180 分钟

## 附录：题型举例

### 题型一、字体设计

1、主题：以“桥”字为主题内容，综合造型创意和色彩联想，完成三幅不同的形与意的关联设计：

2、要求：设计说明精练、明晰（200字以内，附于正稿一侧）。

单个图形尺寸：800mm×800mm

考试时间：180分钟

### 题型二、海报设计

1、主题：

为艺术展设计一幅超现实主义风格的海报。

标题和相关文字：

2020 卢浮月色艺术之旅

展期：2020年9月-10月

开放时间：10:00—18:00

地点：上海外滩22号

2、绘制要求：创意新颖，视觉冲击力强；

主题鲜明，构思切合题意；

构图完整，布局合理；

色彩得当，吻合内容；

试卷工整，绘制规范。

手绘完成，表现手法及工具不限；

设计说明精练、明晰（200字以内，附于正稿一侧）。

3、海报绘制尺寸：360mm×260mm

4、考试时间：180分钟