

广告设计（实践）自学考试大纲

宁波大学
2024年12月

自学用书：《广告创意与表现》第2版，编著：庄黎、康娟，武汉：华中科技大学出版社，2021年1月，ISBN：9787568068383。

一、课程性质与设置目的要求

广告设计是视觉传达设计专业的重要实践环节。广告设计实践的根本任务是根据特定目标与广告战略的需求，通过创意构思和设计表现，清晰、准确、生动地传递商品或服务的信息，树立良好的品牌形象和企业形象，引导目标用户走向广告商品或服务的消费。

本课程的目的要求：以实践能力训练为主体，突出广告设计实践能力的考察。依照理论与实践并重、相互融合的原则，将广告设计的基本原理、创意设计、表现手法及实践训练等板块的基础知识与专业技能，融汇构成一个理论结合实践的专业知识体系。通过课程的学习及实践训练，培养艺术设计应用型人才在广告设计方面应具备的设计思维与表达能力，为就业和进一步深造奠定良好的基础。

二、考核内容与目标

第一章 现代广告基本原理

一、学习目的和要求

了解广告行业、广告传播原理的基础知识，如广告的定义、历史、传播过程等概论以及了解广告法规与道德规范等伦理操守。培养在广告设计领域发展和应用现代广告基本原理的实践能力。

二、考核知识点

- （一）广告传播过程
- （二）广告传播致效环节
- （三）广告创意设计人才职业素养

三、考核目标要求

掌握广告领域的基本概念原则和传播规律、广告行业历史背景、市场调研分析方法等，深入了解广告策划能力、创意设计能力和团队合作潜力的价值。

第二章 广告创意基础

一、学习目的和要求

广告创意注重培养学生的创新精神和实践能力。通过知识点学习，能够树立市场观念、建立品牌意识并在实际项目中创作出优秀的广告设计作品。通过实际应用操作可以积累实践经验，提升广告创意能力。

二、考核知识点

- （一）创意的源头——视知觉
- （二）创意的载体——形式感
- （三）创意的开端——设计思维

三、考核目标要求

深入了解广告设计创意的源头、设计应用载体，特别是现代广告数字媒介应用渠道，重点培养设计创意思维能力。

第三章 广告设计表现手法与材质运用

一、学习目的和要求

掌握广告设计的基本表现方法、创意表达技法以及广告设计中材质物料的创意表现形式。善于借助多种表现手法，创意设计语言简洁直观并能够提供醒目、易识别的广告视觉印象。

二、考核知识点

（一）表现手法

图与底、替换、特异、正与倒、空间层次、文字图形化、直接法、间接法、对比法、独特视角、反比例、图形二次设计、经典名作巧用、符号象征、增构与减构、同构、偶然法等。

（二）材质作用

合理利用各种材质审美特性进行多元创意表现。

三、考核目标要求

重点考察在广告设计中的技术运用能力，包括图像处理、图形绘制、色彩搭配、字体选择等，考核对色彩的敏感度和应用力、广告中的文字表达力，包括广告语撰写和文案排版等综合设计能力。

第四章 广告创意训练与设计实践

一、学习目的和要求

掌握广告设计艺术审美和形式美法则，了解对称均衡、对比调和、比例尺度、节奏韵律及变化统一等构图形式美感，自觉运用广告设计形式美的法则来表现广告内容，设计形式与内容统一且美的广告作品。

二、考核知识点

（一）解读力训练

（二）画面感训练

（三）创意力训练

（四）表现力训练

三、考核目标要求

考察广告设计构成形式美的感性质料及其之间的组合规范，重点考察解读、感知、创意与表现的广告设计实践能力。

三、题型举例（考试时间为 150 分钟）（题型仅作参考，实际命题时不受此限）

（一）考试内容：

设计系列广告 2 幅（中文、英文各 1 幅），主题为：“2025 年鄞州区新春市集”。

1. 尺寸大小：21cm×29cm，横竖版不限。
2. 应包含必要文案（标题、时间、地点等），图文结合、以图为主。
3. 设计说明不少于 50 字。

（二）考试要求：

1. 注意版式设计整体，设计方案要符合题意（20 分）。
2. 设计方案要具有一定的创意性和艺术性（60 分）。
3. 手绘工整、设计规范。（20 分）。
4. 自带工具，表现手法不限。