

《13689 广告设计》实践考核大纲

一、课程性质与目标

（一）课程性质和特点

旨在培养学生将市场洞察、创意策略与视觉表达相结合的能力。课程通过系统性训练，使学生掌握从品牌定位、创意发想、视觉设计到媒介适配的全流程技能，强调对消费者心理、传播逻辑与设计美学的综合运用，最终完成符合商业目标的广告作品。

（二）课程目标

本课程设置的目的在于培养学生具备创意策划能力，能够基于命题提出差异化的广告创意概念，完成从策略到视觉的转化。同时，他们还应该掌握视觉表达能力，可以熟练运用图形、文字、色彩等元素构建广告主视觉，适配不同的媒介形式。此外，学生还应该熟练运用技术，掌握平面设计与动态广告的基础工具（如 Photoshop、简易动画软件等）。他们应该具备完整的项目执行能力，可以独立完成从需求分析到成品输出的全流程设计。通过达到上述目标和要求，学生将能够在广告设计领域中拥有更多的就业机会。

（三）课程的重点

本课程的重点内容包括：考察学生的创意策略，主要包括品牌定位分析、USP 提炼、消费者行为洞察（可参考教材第 2 章）等。培养学生对视觉设计的理解和认识，让他们掌握主视觉设计、信息可视化、多媒介适配规范（印刷/数字）等内容。关注技术基础，学生需掌握平面设计软件基础操作、简易动态广告制作（如 GIF 动画）等。最后，重视项目实践应用能力，学生能够进行广告效果评估与方案优化。

二、考核内容和考核目标

（一）考核内容

1. 广告创意策略（30%）

品牌定位分析（如 SWOT/4P 模型基础应用等）

创意概念生成（如头脑风暴、联觉映射法等）

传播策略制定（如媒介组合选择等）

2. 广告设计实践（70%）

平面广告设计：完成主视觉海报（含标志、标语、视觉元素）

动态广告设计：制作简易动图或 GIF 广告（可手绘分镜+基础合成）

跨媒介适配：设计同一广告的印刷版与数字媒体版（尺寸调整）

（二）考核知识点

识记：

1. 广告创意的基础法则（如 AIDA 模型、3B 原则等）
2. 品牌视觉系统的构成要素（如标志、标准色、辅助图形等）
3. 印刷广告的基础规范（如 CMYK 模式、分辨率 300dpi 等）

领会：

1. 熟悉广告设计的基本构成元素（品牌定位、视觉符号、传播媒介），理解各元素在商业传播中的作用，掌握头脑风暴、联觉映射等基础创意方法，并能通过手绘草图表达创意概念。

2. 将市场分析、创意策略与视觉设计进行系统化组合，分析推导品牌核心诉求，将品牌销售主张转化为图形符号，能在不同媒介（印刷/数字）中保持视觉系统的一致性。

3. 掌握广告设计基本原理，包括通过 AIDA 模型构建广告信息层次（注意、兴趣、欲望、行动），运用 3B 原则（Beauty/Baby/Beast）增强视觉吸引力，遵守版权规范（如字体商用授权、图片素材来源标注）。

4. 理解广告行业基础规范，包括印刷广告的出血设置与分辨率要求，社交媒体广告的尺寸适配规则（如朋友圈封面 1200×1200 像素）以及动态广告的节奏控制（关键帧停留≥1 秒）等。

应用：

1. 灵活应用品牌定位工具（4P/SWOT 等）完成创意推导，综合进行广告设计创作，并在实际应用中发挥设计效果。

2. 能够运用不同设计手法实现广告目标，运用对比色增强视觉冲击，采用网格系统规范图文排版，创作具有创意和表现力的广告设计作品。

3. 具备实际完成广告设计项目的技能，包括输出印刷级源文件、制作简易动态广告、撰写说明文档等，能够将广告效果直观呈现出来。

4. 综合运用课程所学内容进行命题设计；作品应包含较完整的创意链条，体现对消费者行为的洞察，符合课程学习目标和相关设计要求。

三、参考教材与考核实施要求

（一）本课程使用的参考书

《广告设计与创意》，赵光灿、杜轶姝、秦宇新 著，清华大学出版社，2023 年版。

（二）本课程的考试要求

1. 考察学生在创作过程中的综合设计能力，根据命题完成广告创意全流程设

计，包括市场定位分析、主视觉设计和传播策略说明文档。

2. 考察学生的基础技术能力，包括平面设计、动态表达和文件输出等方面。

3. 考察学生的创意转化能力，包括从文字策略到视觉符号的转化逻辑、广告元素的商业适配性（如促销广告须包含价格信息、二维码等）、跨媒介设计的一致性等方面。

4. 考察学生的展示表达能力，如主画面需在3秒内传递核心信息（见教材第4章“快速认知设计”）以及媒介选择依据（如针对老年群体选择公交站广告）等方面。

（三）关于本课程考试命题的若干规定

1. 本门课程采用闭卷考试，时间为150分钟。根据本课程考试所提供的环境条件，携带必要的创作工具（如画具、纸张）等。

2. 本大纲各章所规定的基本要求，知识点及知识点下的知识细目，都属于考核的内容。考试命题既要覆盖到章，又要避免面面俱到。要注意突出课程的重点、章节重点，加大重点内容的覆盖度。

3. 命题不应有超出大纲中考核知识点范围的题，考核目标不得高于大纲中所规定的相应的最高能力层次要求。命题应着重考核自学者对基本概念、基本知识和基本理论是否了解或掌握，对基本创作实践方法是否会用或熟练。不应出与基本要求不符的偏题或怪题。

4. 本课程在试卷中对不同能力层次要求的分数比例大致为：识记占10%，领会占10%，简单应用占20%，综合应用占60%。

6. 本门课程考试可选用的命题题型范围为单项选择题、判断题、名词解释题、设计应用等题型。