

《POP 广告设计（实践）》课程自学考试大纲

辽宁省高等教育自学考试委员会

课程代码：10411

使用教材：《现代 POP 广告设计》，张立杨主编，清华大学出版社，2019 年 09 月出版

课程性质和学习目的：

本大纲供视觉传达设计（专升本）专业《POP 广告设计（实践）》自学考试课程使用。

《POP 广告设计（实践）》课程内容包括现代 POP 广告设计的基本概念、功能分类、POP 广告的策划、POP 广告设计与创意、POP 广告的视觉元素与表现形式等。通过学习《POP 广告设计（实践）》课程，使学生掌握 POP 广告设计的理论知识与实践内容，让学生打开设计的思路，培养出具有较高综合素质、有宏观把握能力和实际操作技能的专业化人才。

通过本课程的学习，了解 POP 广告的概念、背景以及类型、特点等方面的知识，学习和掌握一定的 POP 广告的表现形式、设计手法等，并对 POP 广告有一个全面细致的认识。使学生具备 POP 的基础学问和实践应用的基本实力。并能在规定时间完成所要求的 POP 广告设计的表达。

考核知识点及考核要求：

第 1 章 现代 POP 广告设计的基础

- 1.1 了解：现代 POP 广告基本概述；
- 1.2 了解：POP 广告的起源；
- 1.3 了解：传统 POP 广告设计与现代 POP 广告设计；
- 1.4 掌握：现代 POP 广告的发展趋势；

第 2 章 现代 POP 广告的功能与分类

- 2.1 掌握：POP 广告的功能；
- 2.2 掌握：现代 POP 广告的特点及作用；
- 2.3 重点掌握：现代 POP 设计的原则；
- 2.4 现代 POP 广告的分类；
 - 2.4.1 了解：按使用周期来进行分类；
 - 2.4.2 了解：按展示形态分类；
 - 2.4.3 了解：按促销的手段分类；

第 3 章 现代 POP 广告设计的策划

- 3.1 了解：现代 POP 广告的市场调查与分析；
- 3.2 了解：现代 POP 广告策划的意义；
- 3.3 掌握：现代 POP 广告策划的流程；
- 3.4 掌握：现代 POP 广告的设计整合；

第 4 章 现代 POP 广告的设计与创意

- 4.1 掌握：现代 POP 广告设计思维与思维方法训练；
- 4.2 重点掌握：现代 POP 广告的创意与方法；
- 4.3 重点掌握：现代 POP 广告设计的原则；
- 4.4 重点掌握：现代 POP 广告设计的基本步骤；

第 5 章 现代 POP 广告的视觉元素及表现形式

- 5.1 现代 POP 广告设计的视觉元素；
 - 5.1.1 重点掌握：POP 广告的文字设计；
 - 5.1.2 重点掌握：POP 广告的图形设计；
 - 5.1.3 重点掌握：POP 广告的色彩运用；
 - 5.1.4 重点掌握：POP 广告立体造型设计；
 - 5.1.5 重点掌握：POP 广告设计的编排形式；
 - 5.1.6 重点掌握：POP 广告的材料选择；
- 5.2 现代 POP 广告设计的表现形式；
 - 5.2.1 重点掌握：手绘 POP 广告设计；
 - 5.2.2 重点掌握：电脑制作 POP 广告设计；
 - 5.2.3 重点掌握：数字网络 POP 广告设计；

第 6 章 现代 POP 广告设计作品赏析

- 6.1 掌握：包装式 POP 广告设计；
- 6.2 重点掌握：展陈式 POP 广告设计；
- 6.3 掌握：地面立式 POP 广告设计；
- 6.4 重点掌握：吊挂（悬垂）式 POP 广告设计；
- 6.5 掌握：光电式 POP 广告设计；
- 6.6 重点掌握：柜台展示式 POP 广告设计；
- 6.7 重点掌握：手绘 POP 广告设计；
- 6.8 重点掌握：互动类 POP 广告设计；
- 6.9 学生作品赏析；
 - 6.9.1 （略）：学生作业示范 ；
 - 6.9.2 （略）：学生作业示范 ；
 - 6.9.3 （略）：学生作业示范 ；
 - 6.9.4 （略）：学生作业示范 ；

试题举例：

设计题

试题：设计某企业的 pop 广告两个。（1，吊挂式 2、展陈式）要求有彩色效果图和平面结构图

考试要求：1、尺寸 8 开，横式。

2、有彩色效果图和平面结构展开图，设计说明陈述。

3、进行必要的文字和数字标注。

4、工具自备

评分标准：1、构思来源合理，立意新颖独特，能明确传达设计主题。

2、图面整洁，比例恰当，排版适当，图纸完备。

3、画面均衡，视觉舒适，符合正常审美习惯。

4、细部刻画深入，构造选择合理，材料运用恰当。

课程代码	制订人	制订日期	主考学校	审定日期
10411	李永刚	2023.08.19	大连工业大学	