

文华学院 2023 年普通专升本考试

《广告学概论》考试大纲

第一部分 考试说明

一、考试概况

本课程考试是为在信息传播类及广告相关专业中选拔优秀专科毕业生进入本科阶段学习而组织的考试。《广告学概论》课程是广告专业基础课程，课程体系基本涵盖广告整个运作流程。通过本课程的学习，学生可以对本专业有一个系统深刻的理解，为后续的专业课的学习及其相关工作打下良好的基础。考试的指导思想是考查学生对本课程概念、理论与主要知识点的掌握程度，及应用广告学的基本理论和方法来分析和解决问题。

二、考试方式与考试时间

- 1、答卷方式：闭卷，笔试
- 2、记分方式：满分为 150 分
- 3、考试时间：90 分钟

三、参考书目

陈先红，殷卉主编，北京师范大学出版社，2014 年 08 月第 1 版。

第二部分 考试范围、考试内容及试卷结构

一、考试范围及考试内容

第一章 广告概述

1) 内容与要求

(1) 认识广告学的基本研究方向和研究目的；了解广告的基本组成要素；了解影响广告发展的因素；

(2) 掌握广告的常用分类标准；

(3) 理解广告的社会与经济功能；理解广告未来的发展趋势。

2) 考核要点

(1) 基本知识点：广告的基本组成要素；影响广告发展的因素；广告的常用分类标准；广告的社会与经济功能；

(2) 拔高知识点：广告未来的发展趋势；理性与感性诉求。

第二章 广告调查

1) 内容与要求

(1) 了解广告调查流程的基本步骤；

(2) 认识广告调查问卷设计过程中的问题；

2) 考核要点

(1) 基本知识点：调查流程的基本步骤；调查问卷设计过程中的问题；广告调查的常用方法及步骤；

(2) 拔高知识点：广告战略和广告计划之间的区别。

第三章 广告的策划与创意

1) 内容与要求

(1) 认识广告策划和广告创意的内涵；

(2) 掌握广告创意策略的核心及实现过程；

(3) 了解广告创意培养的方法；

(4) 掌握广告创意的思维方法。

2) 考核要点

(1) 基本知识点：广告策划的内涵；广告创意的内涵；广告创意策略的核心；广告策划流程；广告创意培养的方法；

(2) 拔高知识点：广告创意的思维方法。

第四章 广告文案写作

1) 内容与要求

(1) 认识广告文案的定义和分类；

(2) 掌握广播、电视广告文案的构成要素；

(3) 了解平面广告文案的构成要素；

2) 考核要点

(1) 基本知识点：广告文案的定义和分类；广播、电视广告文案的构成要素；平面广告文案的构成要素；

(2) 拔高知识点：不同媒体广告文案的构成要素。

第五章 广告设计与制作

1) 内容与要求

(1) 认识广告设计的意义；

(2) 掌握平面广告的设计制作步骤；

(3) 了解不同广告设计软件的制作特点；

2) 考核要点

(1) 基本知识点：平面广告的设计制作步骤；不同广告设计软件的制作特点；文案的构成；

(2) 拔高知识点：平面创作的方法。

第六章 广告媒体

1) 内容与要求

(1) 了解广告媒体的分类标准；

(2) 掌握各类广告媒体的特征及其优势劣势；

(3) 掌握广告媒体的选择与组合方法。

2) 考核要点

(1) 基本知识点：广告媒体的分类标准；各类广告媒体的特征；各类媒体的优劣势；媒介的选择与组合方法；

(2) 拔高知识点：媒体创新意识。

第七章 广告法规管理

1) 内容与要求

(1) 认识广告法规管理的重要意义；

(2) 了解广告法规的不同时期条款变化；

(3) 掌握广告法规的禁止性规定和限制性规定；

2) 考核要点

- (1) 基本知识点：广告法规管理的定义；广告法规的禁止性规定和限制性规定；
- (2) 拔高知识点：对广告法规的理解与运用。

第八章 媒体的运用

1) 内容与要求

(1) 认识报纸、杂志广告的特点；了解电视、广播广告的特点；了解户外、成列广告的特点；了解数字互动广告的特点；

(2) 掌握报纸、杂志广告的制作要求；掌握电视、广播广告的制作要求；掌握户外、成列广告的制作要求；掌握数字互动广告的制作要求。

2) 考核要点

(1) 基本知识点：报纸、杂志广告的特点；电视、广播广告的特点；户外、成列广告的特点；数字互动广告的特点；报纸、杂志广告的制作要求；电视、广播广告的制作要求；户外、成列广告的制作要求；数字互动广告的制作要求；

(2) 拔高知识点：对不同媒体制作要求的掌握及运用。

二、试卷结构

1. 命题范围

命题范围基本涵盖课程的所有章节，本大纲所提到的知识点是重点。

2. 难易程度

本试题难易程度可分为四档：易、较易、较难、难，这四档在试卷中所占的比例约为 2:3:3:2。

3. 试卷题型

选择题（包含单选和多选）约占 30%，名词解释题约占 20%，分析应用题约占 25%，创作题约占 25%。