

《10411 POP 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

本课程是专科视觉传达设计类专业的实践性核心课程，衔接广告设计理论与终端设计实操，贴合专科技能型人才培养目标。以门店 POP 广告设计为核心，融合手绘与电脑设计技能，结合排版、材料工艺开展系统训练，紧扣零售、文创行业需求，注重实操训练与创意落地，培养学生融合市场洞察、创意策略与视觉表达的能力，能完成符合商业目标的 POP 广告设计作品。

（二）课程目标

本课程旨在使学生掌握 POP 广告设计的基础理论、设计原则及行业规范，熟练掌握 POP 广告设计的视觉形态、制作流程、版面编排等实操技法，具备从事 POP 广告设计相关岗位所需的基础职业技能。能够结合商业场景需求，独立完成符合商业目标、兼具实用性与视觉表现力的门店 POP 广告设计作品，为学生后续专业课程学习与职业发展筑牢实操应用基础。

（三）课程的重点

本课程的重点内容包括：POP 广告设计的制作程序、整合营销的 POP 广告策略以及立体形态 POP 广告的材料与制作，主要包括手绘 POP 广告设计的创意规律、版面编排、插画制作以及色彩配色原则、展示设计等。培养学生的设计敏感性和创新意识。掌握 POP 广告设计方法并实现商业场景的实际应用。

二、考核内容和考核目标

第一章 POP 广告概述

一、学习目的与要求

（1）掌握 POP 广告的设计原则与审美原理。

（2）培养 POP 广告设计规范的实践能力，适配商业创作实际需求。

通过本章学习，学生应能够深入了解 POP 广告功能和分类，以及 POP 广告设计中的构成要素，实现视觉传达的最佳效果。

二、课程内容

（1）POP 广告的分类：按照广告主、时间、材料、陈列位置与方式分类。

（2）POP 广告设计的构成要素：图形、色彩、字体与版式设计。

（3）POP 广告设计的版式设计的审美原理与特征。

三、考核知识点及要求

（1）了解 POP 广告的功能与分类形式。

(2) 掌握 POP 广告的构成要素及表现形式。

识记：POP 广告的起源与发展。

领会：POP 广告设计的构成要素与审美原理。

应用：践行 POP 广告分类原则与设计规范，适配商业创作需求。

第二章 POP 广告的计划与制作

一、学习目的与要求

通过本章学习，学生应了解 POP 广告设计计划的内容和计划书写作程序，掌握 POP 广告设计形态、制作程序及表现方式，以及学会运用色彩、图形、字体等元素来增强设计的视觉吸引力和表现力。并在设计中严格按照 POP 广告设计的制作程序，为提交整体设计方案做好准备。

二、课程内容

(1) POP 广告设计计划的内容；

(2) POP 广告设计计划书写作程序与方法；

(3) POP 广告设计形态与表现；

(4) POP 广告设计制作程序。

三、考核知识点及要求

(1) 了解 POP 广告设计计划的内容。

(2) 掌握 POP 广告设计制作完整程序。

识记：POP 广告设计计划以及制作程序的相关理论知识。

领会：POP 广告造型与视觉形态设计及表现形式。

应用：按照 POP 广告设计制作程序，提交规范完整设计方案。

第三章 POP 广告设计的创意

一、学习目的与要求

通过本章学习，学生应了解 POP 广告设计的创意目标及方法，掌握 POP 广告设计的创意规律。培养学生设计敏感性和创新意识。运用多种创意思维方式，创造出更具艺术性和实效性的设计作品。将商业策略与视觉设计完美结合。

二、课程内容

(1) POP 广告设计的创意目标及方法；

(2) POP 广告设计的创意规律；

(3) POP 广告设计的创意途径（形式创意、图形创意、文案创意）；

(4) POP 广告设计的创意思维方式（换位思维、想象思维、空间思维）。

三、考核知识点及要求

(1) 了解 POP 广告设计的创意目标及方法。

(2) 掌握 POP 广告设计的多种创意方法。

识记：POP 广告设计的创意规律以及创意途径。

领会：POP 广告设计的创意思维方法。

应用：掌握 POP 广告创意规律与实现途径，提高作品的竞争力和市场价值。

第四章 POP 广告的色彩应用

一、学习目的与要求

通过本章学习，学生应了解色彩的基本概念、分类和基色原理以及当前设计领域 POP 广告色彩的配色分类及原则，培养其在设计中合理运用色彩的能力，旨在引导学生探索色彩与情感、文化、环境等方面的关联，培养其对色彩的审美意识和文化意识。

二、课程内容

- (1) POP 广告色彩配色的分类；
- (2) POP 广告色彩配色的原则；
- (3) POP 广告设计中色彩的表现特征；
- (3) POP 广告设计中不同题材色彩的应用。

三、考核知识点及要求

- (1) 了解 POP 广告色彩的配色分类及原则，
- (2) 掌握 POP 广告设计中不同题材色彩的应用。

识记：对色彩的基本原理和属性进行深刻理解，以及 POP 广告色彩配色分类与原则；

领会：POP 广告中色彩的表现特征以及不同题材中色彩的应用。

应用：运用色彩表现技巧使 POP 广告设计作品更具表现力和感染力，提升作品的视觉表现效果。

第五章 POP 广告设计整合与营销

一、学习目的与要求

通过本章学习，学生应了解整合营销范畴内的 POP 广告策略、POP 广告与展示设计的整合内容，明晰其与商品营销的内在关联。进而培养学生系统化的整合设计思维，强化设计与营销融合的专业意识，为适应商业终端视觉设计的职业实践需求奠定基础。

二、课程内容

- (1) POP 广告成品的陈列划分、展示设计的重点以及注意事项；
- (2) POP 广告展示的有效促销方式；
- (3) POP 广告中的色彩运用与平面 POP 广告海报的分类。
- (4) POP 广告与海报、包装设计的整合运用

三、考核知识点及要求

- (1) POP 广告展示的有效促销方式；
- (2) POP 广告中的色彩运用与平面 POP 广告海报的分类。

识记：整合营销的 POP 广告策略以及 POP 广告与商品营销间的关联。

领会：POP 广告展示的有效促销方式。

应用：POP 广告与海报、包装设计的整合运用，提升营销场景下的广告设计实践能力。

第六章 手绘 POP 广告制作

一、学习目的与要求

通过本章学习，学生应了解手绘 POP 广告的特征及应用素材、手绘 POP 广告的版面编排以及手绘 POP 广告的插画、海报分类及绘制步骤。培养学生基础的手绘 POP 广告设计与绘制能力，提升视觉表达与创意应用水平，能够运用所学知识独立完成常规商业 POP 海报的设计与制作。满足线下门店推广、商超宣传活动等商业应用需求。

二、课程内容

- (1) 手绘 POP 广告的特征及应用素材；
- (2) 手绘 POP 广告的版面编排原则及编排形式；
- (3) 手绘 POP 广告的插画的分类、题材以及绘制步骤；
- (4) 手绘 POP 广告海报制作及分类。

三、考核知识点及要求

- (1) 手绘 POP 广告的版面编排原则及编排形式；
- (2) 手绘 POP 广告的插画的分类、题材以及绘制步骤；

识记：手绘 POP 广告的特征及应用素材。

领会：手绘 POP 广告的版面编排、插画和海报的分类、题材以及绘制步骤。

应用：结合不同主题、场景的宣传需求，独立完成手绘 POP 广告的创意构思、版面编排、插画绘制及海报整体制作，实现精准、美观的商业视觉信息传达。

第七章 立体形态 POP 广告的制作

一、学习目的与要求

通过本章学习，学生应了解立体形态 POP 广告的分类、造型要素及设计要点，掌握其设计规范、适用材料、制作原理与制作方法。进而培养学生的立体空间造型设计思维与工艺制作能力，强化广告材料与工艺流程的专业认知，提升立体 POP 广告设计的商业适配性与落地可行性，夯实材料应用与实操基础，形成适配商业场景的立体广告 POP 设计的综合素养。

二、课程内容

- (1) 立体形态 POP 广告的分类及造型要素；
- (2) 常见的立体形态 POP 广告功能及设计要点；
- (3) 立体形态 POP 广告的材料、常规制作原理与制作方法。

三、考核知识点及要求

- (1) 立体形态 POP 广告的分类及造型要素；
- (2) 立体形态 POP 广告的材料、常规制作原理与制作方法。

识记：立体形态 POP 广告的分类及造型要素、常见的立体形态 POP 广告功能。

领会：立体形态 POP 广告的材料、常规制作原理与制作方法。

应用：依据商业展示的场景需求，完成兼具实用性和美观性的立体形态 POP 广告作品。

三、参考教材与考核实施要求

（一）本课程使用的参考书

《POP 广告设计》，王若鸿 著，北京工业大学出版社，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 POP 广告全流程设计，包括手绘 POP 广告的创意构思、版面编排、插画绘制。以及立体 POP 广告设计的商业适配性与落地可行性。

2. 考察学生的基础绘制表现能力。根据不同主题、场景的宣传需求，运用所学知识独立完成常规商业 POP 广告海报设计。实现精准、美观的商业视觉信息传达。

（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. 本课程试卷对不同能力层次的分值占比为：识记占 20%，综合应用占 80%。

5. 本门课程考试可选用的命题题型范围为：简答题、设计题。