

# 江苏省高等教育自学考试

## 广告学专业（专升本）考试计划

### （专业代码：050303）

#### 一、指导思想

高等教育自学考试是我国高等教育基本制度之一，是对应考者进行的以学历考试为主的高等教育国家考试，是个人自学、社会助学、国家考试相结合的高等教育形式，也是我国高等教育体系的重要组成部分。

高等教育自学考试广告学专业（专升本）是以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻党的教育方针，落实立德树人的根本任务，加快终身教育体系和学习型社会建设，紧密结合我省经济社会发展需求而设置的。高等教育自学考试广告学专业（专升本）考试计划，由江苏省高等教育自学考试委员会依据《高等教育自学考试专业设置实施细则》《高等教育自学考试开考专业清单（2021年）》《高等教育自学考试专业基本规范（2021年）》制定。

#### 二、培养目标和基本要求

##### 1.培养目标

本专业培养理想信念坚定，德、智、体、美、劳全面发展，具有较高的科学文化素养、职业道德水准、创新创业能力和社会责任感，适应社会和经济发展的需要，具备系统的广告学理论知识与技能，熟悉国家广告领域政策法规，能够在媒体广告部门、广告公司、市场咨询机构、政府部门等企事业单位从事广告及传播运营、策划、创意、制作、营销、市场研究等方面工作的应用型人才。

##### 2.基本要求

在政治思想方面：要求应考者认真学习马克思列宁主义、毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观、习近平新时代中国特色社会主义思想

社会主义思想，树立爱国主义、集体主义和社会主义思想，遵纪守法，具有良好的思想品德和职业道德，积极为社会主义现代化建设和人民服务。

在业务知识和能力方面：要求应考者掌握广告学及相关交叉学科的基本理论和基本知识，具备市场分析、消费者行为分析、策划、广告创意、媒介策略制订与实施等方面的实践能力。主要包括：

（1）掌握广告学、传播学、新闻学、公共关系学、营销学的基本理论、基本知识；

（2）具备熟练运用现代传播技术从事广告实务的能力；

（3）具备在整合营销传播背景下有效实施广告策划、创意、制作、发布活动的能力；

（4）熟悉国家新闻传播和广告领域的方针政策和法律法规，具有强烈社会责任感，坚守职业道德准则；

（5）具备合理的知识结构，掌握科学开展工作的一般方法，能正确判断和解决实际问题，具备较强的学习能力，能适应和胜任多变的职业领域；

（6）具有相应的计算机和网络应用技能，基本掌握一门外语；

（7）具备较强的新知识、新技能的学习能力和一定的创新意识与能力。

### 三、学历层次与规格

本专业为高等教育本科学历层次，在总体上与全日制普通高等学校相应专业的本科水平一致。

本专业各门课程采用学分计算，各门课程考试采用百分制计分，60分及以上为合格。每门课程考试合格后，获得该课程学分。

凡持有具备学历教育资格的高等学校、高等教育自学考试机构颁发的专科（或以上）毕业证书或本科结业证书，取得本专业考试计划规定的14门课程的合格成绩，累计达到72学分，毕业论文考核成绩合格，思想品德经鉴定符合要求者，颁发高等教育自学考试广告学专业本科毕业证

书。

凡符合主考学校学位授予条件的应考者,可按规定向主考学校申请学士学位,经主考学校学位委员会评审通过后由主考学校授予文学学士学位证书。

#### 四、考试课程与学分

序号	课程代码	课程名称	学分	考试方式	备注
1	03708	中国近现代史纲要	2	笔试	
2	03709	马克思主义基本原理概论	4	笔试	
3	13000	英语(专升本)	7	笔试	
4	00641	中外广告史	6	笔试	
5	00640	平面广告设计	6	笔试	
6	14237	手机媒体概论	6	笔试	
7	00639	广播电视广告	6	笔试	
8	14226	市场调查与传播效果	4	笔试	
9	08257	舆论学	4	笔试	
10	00037	美学	6	笔试	
11	00034	社会学概论	6	笔试	
12	11009	广告策划与创意	4	笔试	
13	13690	广告摄影	5	笔试	
14	14057	品牌形象设计	6	笔试	
15	10318	广告学毕业论文	不计学分	实践	
学分合计		72 学分			

#### 五、实践性环节学习考核要求

应考者在全部课程考试合格后,须按照主考学校的要求撰写毕业论文,毕业论文完成后由主考学校组织评阅答辩。毕业论文采用等级制计分,成绩分为优秀(90—100分)、良好(80—89分)、中等(70—79分)、合格(60—69分)、不合格(60分以下)。

#### 六、主要课程说明

- 1.中国近现代史纲要（课程说明略）
- 2.马克思主义基本原理概论（课程说明略）
- 3.英语（专升本）（课程说明略）
- 4.中外广告史

中外广告史是本专业的必设课程。本课程的主要内容有中国古代广告的发展，近代中国广告的发展，新中国成立以后各阶段的广告发展，中国港台地区的广告发展，古代地方广告的发轫，欧洲中世纪及近代广告的发展，英、法、德现代广告的发展，美国及日本广告的发展。通过本课程的学习，使应考者能够系统全面地掌握广告的基本理论与知识，能够站在当今广告发展全球化与网络化的视野下，理清广告历史发展脉络，描述不同时期、不同阶段的广告面貌，并能把握广告与社会的互动关系，总结不同历史发展阶段的广告发展对人类社会产生影响的历史经验，探寻广告业的发展规律，从而推动广告业在新的环境下更好地为社会进步服务。

#### 5.平面广告设计

平面广告设计是本专业的必设课程。本课程主要内容有平面广告设计的概念、内容与基本元素，平面广告图形设计，平面广告文字设计，平面广告标识设计，平面广告版式设计，平面广告系统设计。通过本课程的学习，使应考者掌握平面广告设计的基本原理，通过电脑软件辅助设计，按照一定构成原理和审美法则，对平面广告造型元素进行加工整理，独立完成相关平面广告设计，具备一定的平面广告设计能力，并能独立解决平面广告设计中的各种问题。

#### 6.手机媒体概论（课程说明略）

#### 7.广播电视广告

广播电视广告是本专业的必设课程。本课程的主要内容有广播电视广告的运作，影视广告视听语言，影视广告的创意与摄制，广播广告的声音，广播广告的创意与录制以及全媒体时代的广播电视广告。通过本课程的学习

习，使应考者掌握广播电视广告相关基本理论知识，具备广播广告与电视广告制作的相关实践操作技能，提升广播电视广告相关理论与实践水平。

#### 8.市场调查与传播效果

市场调查与传播效果是本专业的必设课程。本课程主要内容有市场调查的基本理论，市场调研设计，市场调查资料的分析，市场分析数据的提取与整理，市场传播的基本理论，市场调查报告的撰写。通过本课程的学习，使应考者树立市场调查与传播的观念，掌握市场调查与传播效果分析的相关知识技能，尤其是能够综合运用各种调查与预测方法及相关知识的能力，增强应考者的创新能力，同时掌握分析市场需求的重要技巧，有助于应考者能实际开展相关广告市场的调研活动并分析结果。

#### 9.舆论学（课程说明略）

#### 10.美学（课程说明略）

#### 11.社会学概论（课程说明略）

#### 12.广告策划与创意

广告策划与创意是本专业的选设课程。本课程的主要内容有广告运动原理，广告策略与营销系统，广告策略和公共关系，广告策略与 CIS，广告策划相关概念，广告策划与广告调研、广告目标、广告预算、广告策略、广告效果测评，广告创意的概念，平面、电视、互联网广告创意以及分题材广告创意。通过本课程的学习，使应考者深刻理解广告策划课程的性质、特点，对广告策划创意中所涉及的专业术语和概念有一定的认识；掌握广告策划创意的一系列基本原则，尤其是对广告策划阶段各个步骤、各阶段工作特点、方式方法和不同媒介类型的策划有一个全面的理解，并能够将其应用到实践之中，为具体广告策划创意工作服务。

#### 13.广告摄影

广告摄影是本专业的选设课程。本课程的主要内容有摄影与摄像、概念、作用及历史发展，摄影技术基础，摄影艺术基础，常见广告主题影像

题材的创作，优秀广告摄影作品赏析。通过本课程的学习，使应考者掌握广告摄影基础理论、摄影器材使用、摄影技术与艺术方面的一般知识与实际操作能力，从而获得广告摄影创作的专业技能；具备使用专业照相机与摄像机独立拍摄广告作品的能力。

#### 14.品牌形象设计

品牌形象设计是本专业的选设课程。本课程的主要内容有品牌形象设计的基础知识，包括品牌形象设计与 CI 设计，CIS 的概念及形成背景，CIS 的功能，VIS 的基础知识，VI 设计的功能与原则，色彩知识基础，色彩的设计实践，品牌设计作品赏析。通过本课程的学习，使应考者理解品牌形象设计的基本概念、类别、功能、设计形式及艺术手法等基础知识理论，同时建立品牌设计思维，掌握品牌设计方法与流程，提高应考者的品牌形象设计的创意能力与实践能力。

#### 七、其他必要说明

笔试课程使用的教材及考试大纲以江苏省教育考试院当次考试公布的信息为准。