




专用于国家职业技能鉴定
国家职业资格培训教程

ADVERTISING DESIGN

劳动和社会保障部
中国就业培训技术指导中心 组织编写

广告设计(基础知识)

 中国劳动社会保障出版社



专用于国家职业技能鉴定
国家职业资格培训教程

ADVERTISING DESIGN

劳动保障部
中国就业培训技术指导中心 组织编写

广告设计师(基础知识)

编审委员会

主任 陈宇

副主任 潘鲁生 陈李翔 张永麟

委员 (按姓氏笔画排列)

王敏 石增泉 何洁 何晓佑

张连生 苗登宇 赵健 荆雷

高金康 郭线庐 董占军


本书编审人员

主编 潘鲁生

编者 荆雷 张琰 石增泉 高金康

仇宏州 董占军

审稿 何洁

 中国劳动社会保障出版社

图书在版编目(CIP)数据

广告设计师：基础知识/潘鲁生编. —北京：中国劳动社会保障出版社，2005
国家职业资格培训教程

ISBN 7-5045-5047-7

I. 广… II. 潘… III. 广告-设计-技术培训-教材 IV. J524.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 047054 号

中国劳动社会保障出版社出版发行

(北京市惠新东街1号 邮政编码：100029)

出版人：张梦欣

*

新华书店经销

北京地质印刷厂印刷 北京京顺印刷有限公司装订

787 毫米×1092 毫米 16 开本 11.25 印张 4 彩插页 204 千字

2005 年 6 月第 1 版 2005 年 6 月第 1 次印刷

印数：10100 册

定价：23.00 元

读者服务部电话：010-64929211

发行部电话：010-64911190

出版社网址：<http://www.class.com.cn>

版权专有 侵权必究

举报电话：010-64911344

LEADERSHIP

From Great Achievements...An Inspiring Tradition!

Cadillac's many and varied contributions to the cause of automotive progress have, over the years, represented one of the most important and inspiring traditions in all motordom. And certainly, that list of Cadillac's achievements has become all the more meaningful in the light of the current year. For in styling, in design and in engineering, this latest "car of cars" has added dramatic emphasis to the fact of

Cadillac leadership. If you have not yet inspected its magnificent new Fleetwood coachcrafting—or experienced its brilliant new performance—you should do so soon. Your dealer will be happy to introduce you to all the new models, including the distinguished Eldorado Brougham. CADILLAC MOTOR CAR DIVISION • GENERAL MOTORS CORPORATION

Every Window of Every Cadillac is Safety Plate Glass

Cadillac

Standard of the World for more than half a century

彩图 1 1959 年凯迪拉克汽车广告

erryDellaFemina

IMADMAN



彩图 2 某品牌复印机的广告

34,722 hpm*

*Hits per Minute.

Fueled by Solaris software for web servers.

There's power, and then there's reliable power. Recently, a web site powered by Solaris™ software for web servers took 34,722 hits per minute... well over 2,000,000 hits each hour for a full 24 hours.* Look deeper into our operating environment and you'll find TCP/IP at its core-built to run your Internet applications on both the Intel and SPARC™ platforms. That's why Solaris is the choice of leading ISPs and has the largest installed base of any web server operating system.* For more information contact us at <http://www.sun.com/solaris> or 1.800.SUNSCRIPT. Develop, deploy and manage with WebShop® Solaris® and Solstice™ software. **THE NETWORK IS THE COMPUTER**

彩图3 某网络操作系统的广告

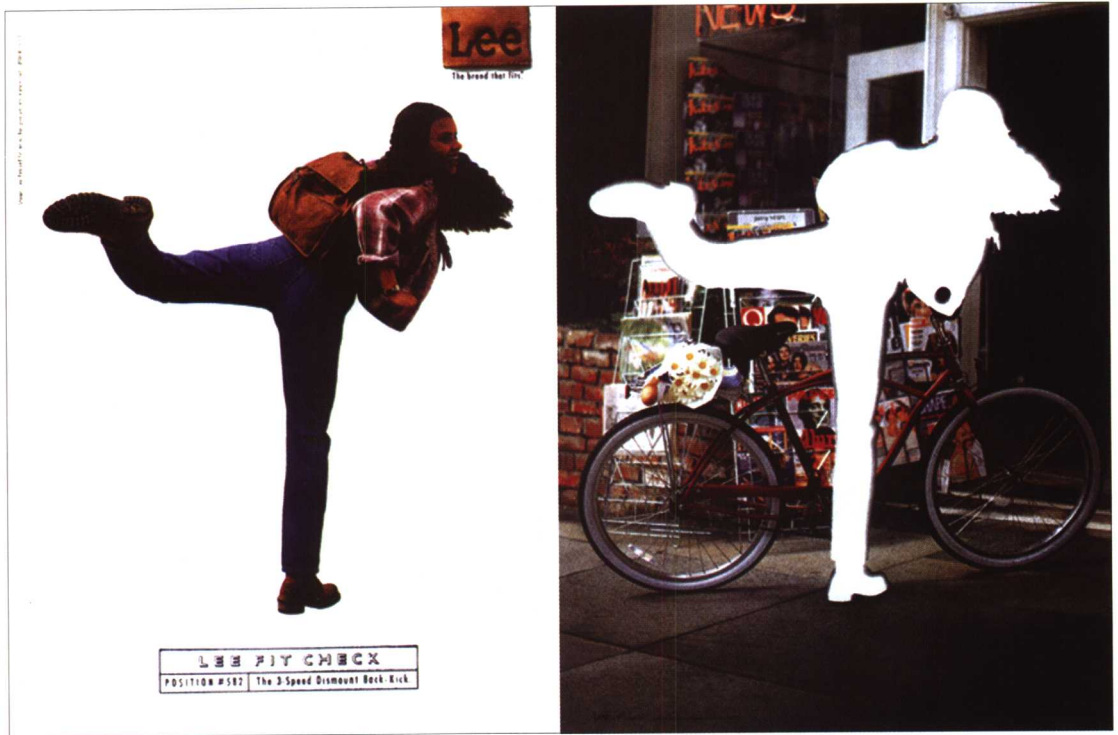
MILK

MILK

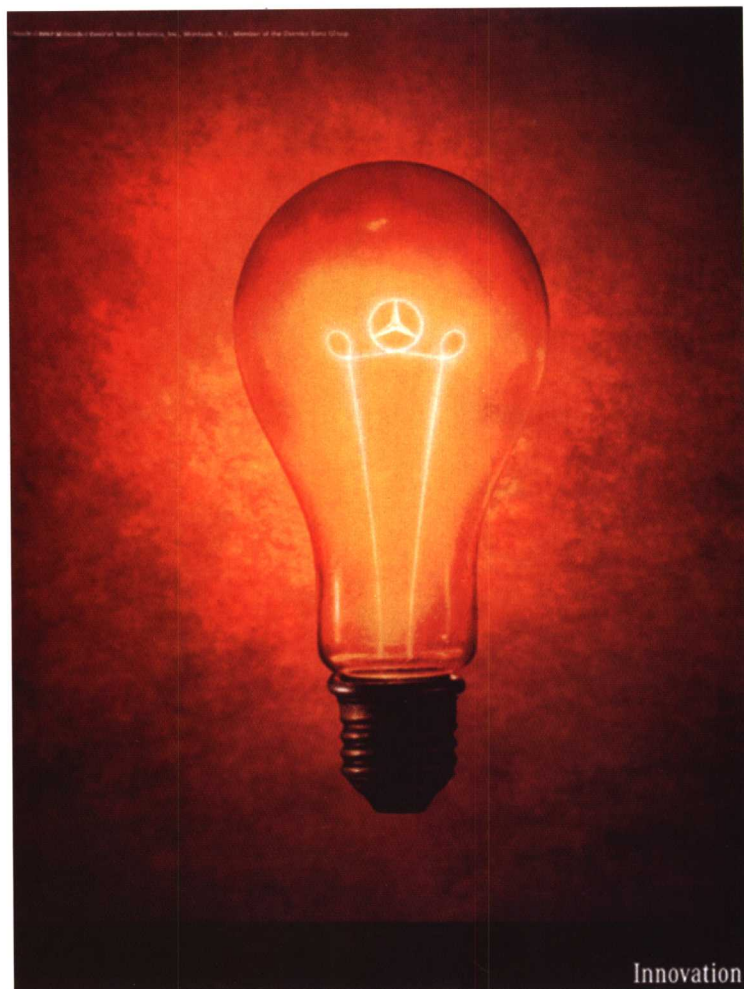
MILK

MILK

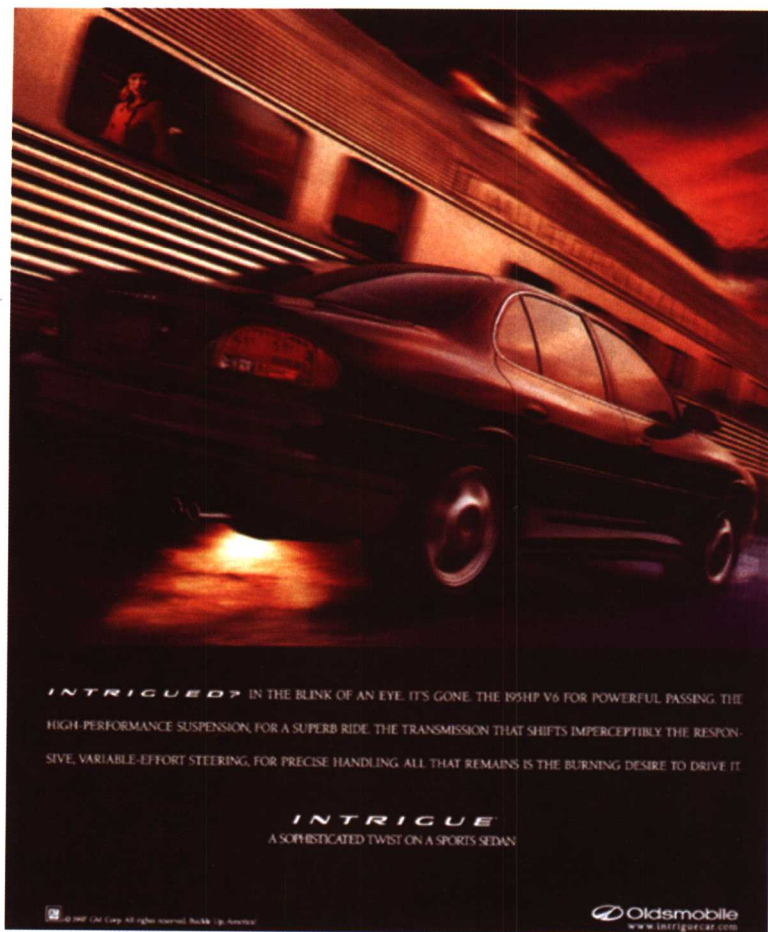
彩图4 系列广告示例



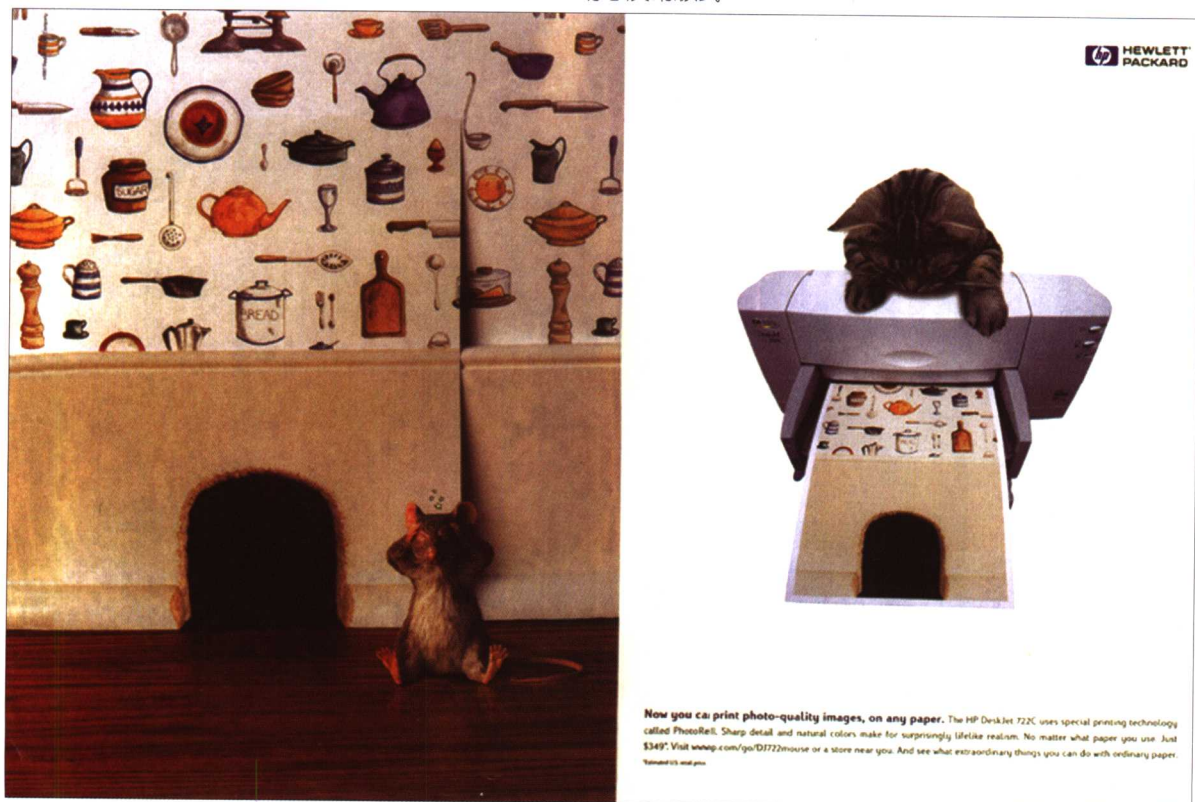
彩图5 位置的移动广告示例



彩图6 标志与形态结合广告示例



彩图 7 动感反常版式



彩图 8 幽默谐趣广告示例



彩图9 奔驰汽车广告

THE ABERCROMBIE & FITCH MAD, PLAID CHALLENGE

WE'VE SHOWN YOU OURS, NOW YOU SHOW US YOURS

Always on the hunt for innovators, dreamers, revolutionaries, schemers and plain old inspired individuals, Abercrombie & Fitch would like your idea on how to play with Abercrombie plaid. This season we came up with a few twisted takes on what to do with a truly old shirt but we're sure to think out your own persona, soon on street style. Send us a couple of candid photos of you in your latest A&F plaid. We'll sort through them, laugh at the sad ones, admire the creative ones, search for winners and make them to be in our next magazine. If you think you're mad enough and plaid enough for A&F, send your details to: One Abercrombie Place, Rutgers, MD, 21685-0001. Mail by the phone and hope that we'll get you in for our next shoot.

彩图 10 以满足不同消费者需求为出发点的广告示例

SIEMENS

Incompatibility doesn't have to be an issue. Not even in CTI.

incompatibility. The bane of all relationships. And of anyone who's trying to put computer telephony integration into practice.

But incompatibility isn't an issue with Siemens Business Communication Systems. Because we didn't just jump on the CTI bandwagon. We built the bandwagon, over a decade ago. And we've been perfecting it ever since. By combining all the most existing CTI innovations with a dogged determination to make stuff work together.

The result is that we connect with everybody. We're way out front in supporting SAP, the driving force for desktop networking between the telephone and the personal computer. We also support "SAP", CSA and C*Connect. As well as proudly adhering to the only internationally accepted CTI standard, CSTA. So when we talk of compatibility, we're speaking globally.

By the way, we believe compatibility takes two: the developer and the customer. So we developed the Siemens "Ready" Developers' Program and Siemens "Ready" Customer Lab, where third party developers benefit from technical and marketing support during all stages of product concept and development. And customers receive the knowledge, resources and support to create CTI applications customized to fit their specific needs.

To learn more, call 1-800-766-6123, ext. J11. Or drop by our Web site at www.siemenscom.com.

It could be the beginning of a very compatible relationship.

Challenge Us.™

©1998 Siemens Business Communication Systems, Inc. All other brand names or marks are used for identification purposes and are not a representation of their respective owners.

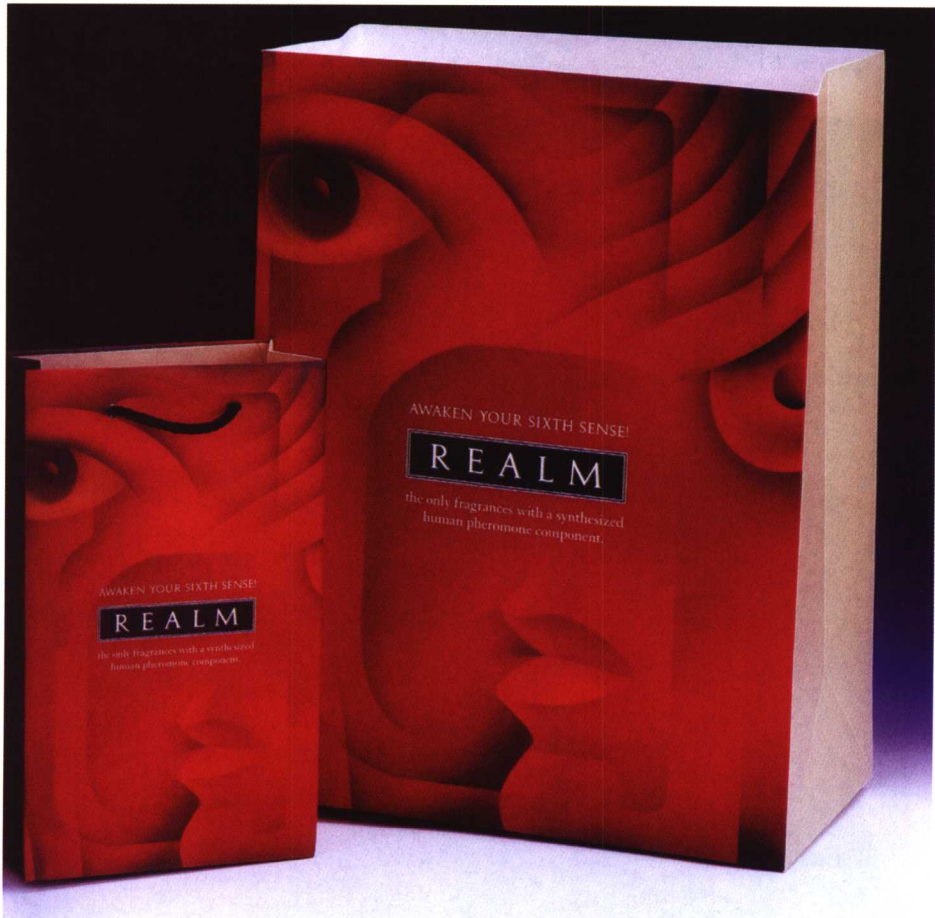
彩图 11 以温馨家庭为主题的广告示例



彩图 12 中国大汶口文化彩陶



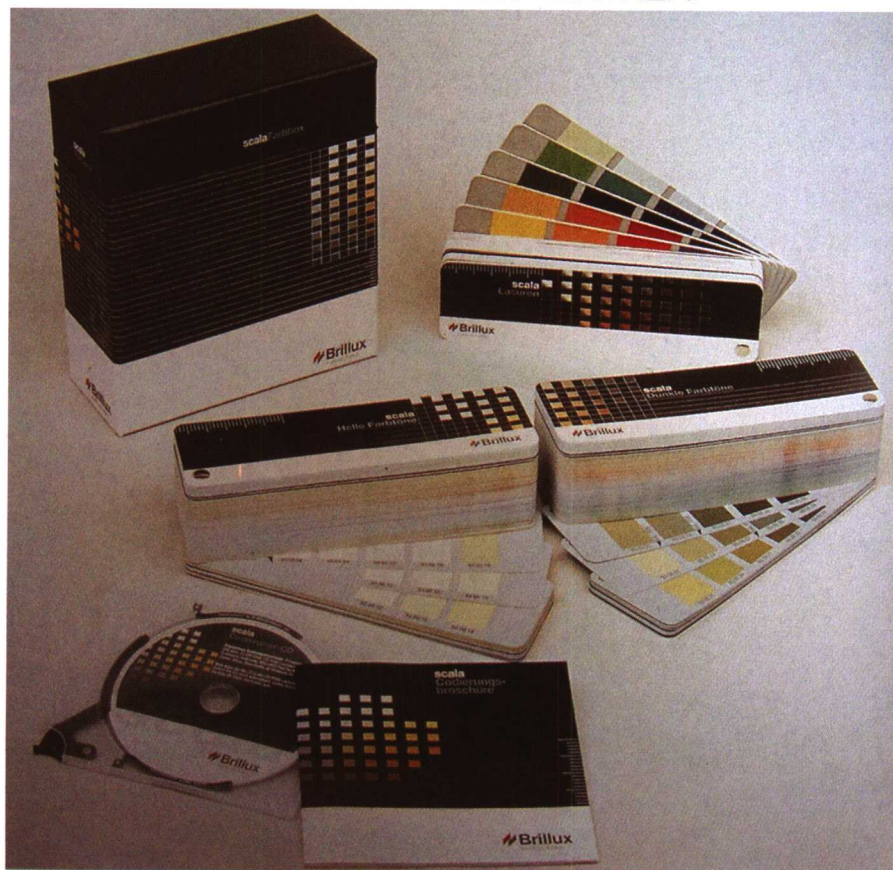
彩图 13 意大利的亚历山大设计的 Kandissi 沙发



彩图 14 某品牌手提袋设计



彩图 15 幼儿餐具（美国优秀工业设计奖金奖）



彩图 16 色彩识别系统（德国 iF 设计奖银奖）

前 言

为推动广告设计职业培训和职业技能鉴定工作的开展，在广告设计从业人员中推行国家职业资格证书制度，劳动和社会保障部中国就业培训技术指导中心在完成《国家职业标准——广告设计师》（以下简称《标准》）制定工作的基础上，组织参加《标准》编写和审定的专家及其他有关专家，编写了《国家职业资格培训教程——广告设计师》（以下简称《教程》）。

《教程》紧贴《标准》，内容上，力求体现“以职业活动为导向，以职业技能为核心”的指导思想，突出职业培训特色；结构上，针对广告设计师职业活动的领域，按照模块化的方式，分三级广告设计师、二级广告设计师、一级广告设计师3个级别进行编写。《教程》的基础知识部分内容涵盖《标准》的“基本要求”；技能部分的章对应于《标准》的“职业功能”，节对应于《标准》的“工作内容”，节中阐述的内容对应于《标准》的“技能要求”和“相关知识”。

《国家职业资格培训教程——广告设计师（基础知识）》适用于对三级、二级、一级广告设计师的培训，是职业技能鉴定的指定辅导用书。

本书由潘鲁生、荆雷、张琰、石增泉、高金康、仇宏洲、董占军编写，潘鲁生主编；何洁审稿。

由于时间仓促，不足之处在所难免，欢迎读者提出宝贵意见和建议。

劳动和社会保障部中国就业培训技术指导中心

目 录

CONTENTS 《国家职业资格培训教程》

第一章 职业道德	(1)
第一节 职业道德基本知识	(1)
第二节 职业守则	(1)
第二章 广告学概论	(3)
第一节 广告的定义、功能、要素、分类、特征	(3)
第二节 中外广告简史	(10)
第三节 广告市场调研	(16)
第四节 广告心理	(21)
第五节 广告策划	(31)
第六节 广告创意	(37)
第七节 广告表现	(41)
第八节 广告文案写作	(47)
第九节 广告媒体	(51)
第三章 市场营销学	(63)
第一节 消费者分析	(63)

第二节	产品分析与价格定位	(69)
第三节	竞争对手分析与自身优势分析	(77)
第四节	经销渠道分析	(85)
第五节	制订营销方案	(89)
第六节	营销效益分析	(96)
第四章	设计概论	(101)
第一节	中外设计简史	(103)
第二节	设计美学	(117)
第三节	设计功能	(122)
第四节	设计要素	(136)
第五章	相关法律、法规知识	(145)
第一节	劳动法相关知识	(145)
第二节	广告法相关知识	(150)
第三节	商标法相关知识	(159)
第四节	著作权法相关知识	(166)
第五节	其他法律、法规的相关知识	(172)

第一节 职业道德基本知识

职业道德是人们在一定的职业活动范围内所遵守的行为规范的总和。广告设计师的职业道德是广告设计师在职业活动中的行为规范。优良的职业道德是广告设计师从事快节奏、高效率工作的动力；良好的职业道德是广告设计师自我完善的必要条件，是广告设计师职业活动的指南。现代广告业的发展，不仅要求广告设计师拥有较高的专业素质和修养，作为与当今时代发展相适应，与广大民众息息相关，并且是一种有社会责任的信息传播活动的设计者，在职业道德方面的要求更加重要。

广告设计师的职业道德修养是从事广告设计职业的重要基础，是广告设计师的从业之本，也是在从业过程中不断进行自我完善和提高的必要条件。作为一个以知识性和智能性为主要特征的职业，广告设计师职业道德修养既要求从业人员具备常规概念的职业道德修养，还要能够按照本职业的特点，不断地提高自身的专业职业道德修养。

第二节 职业守则

一、遵纪守法、严格自律

遵纪守法是每一个公民最基本的道德修养标准，它要求广告设计师在日常工作和生活中，必须具备高度的社会责任感和使命感，严格遵守国家的各项法律、法规，自觉维护法律的尊严。对于广告设计师来说，还应当充分学习《中华人民共和国广告法》《中华人民共和国商标法》《中华人民共和国著作权法》等与广告设计相关的各种法律、法规和行业规范，并在日常工作中严格要求自己，自觉维护和遵守。同时，还应

当对于来自外界的违反广告法规和管理规范的行为和现象,主动自觉地进行规劝、纠正。

二、敬业诚信、创新进取

广告设计师应热爱本职工作,热爱广告设计事业。敬业,即广告设计师应具备较强的事业心,一方面不断提高自身的专业素养,提高对生活细致入微的观察力,敏锐的感受力以及丰富的设计原创能力,使自身的企划、创意和设计执行能力在面对不断更新发展的行业竞争过程中,始终位居前列;另一方面,还要注重发展和完善自身与客户和团队人际关系的协调能力,注重将说服力、组织力、协作力有机地融入日常工作当中,强化团队精神和群体意识,并善于通过所掌握的沟通技巧,于不卑不亢中协调好与客户的关系。同时还应具备诚实善良的职业道德品质,把握客观公正的原则,为广大的民众提供有益的信息和正确的导向,追求真实,讲究信誉,不能对客户、公司管理者和消费者不诚实。

广告行业是挑战性很强的行业,成功的广告设计师应当能够完全适应富有创造性的广告发展进程,能够不断地向新的领域或观念挑战,并成为社会生活观念的领先者。因此,一个广告设计师只有永不停息地学习,创新进取,走在时代前面,才能领导市场。广告设计师决不能落伍于时代或沾沾自喜于过去的成就,而应该脚踏实地、虚心好学,保持旺盛的创新能力和进取意识,在日趋激烈的广告设计竞争中,立于不败之地。

广告是商品经济发展的必然产物，伴随商品交换的产生而自然产生。广告有着非常悠久的历史，公元前1 000 多年在古代埃及首都特贝散发的“广告传单”是我们现在所能看到的最早的广告，距今已有3 000 多年的历史。随着人类文明的不断进步，尤其是现代经济的日益繁荣和科学技术的迅猛发展，广告已成为人们日常生活中十分重要的组成部分，对社会、经济、文化等诸多领域产生了广泛而深刻的影响。广告作为一门独立的科学，其研究虽然仅100 多年的历史，但越来越受到人们的重视，学习、了解并掌握广告学，具有非常重要的意义。

第一节 广告的定义、功能、要素、分类、特征

广告一词源于拉丁文“adverture”，意思是引起注意、进行诱导。公元1300—1475年古英语时期，英文“advertise”出现，含义是“某人注意到某事”，后演变为“引起别人注意”“通知别人某事”。英国工业革命时期，“advertise”才被广为应用，并把实施广告的词义变为静止的名词“广告”。由“advertise”演进为“advertising”，就成了具有动态广告活动特质的现代广告的含义。

在日本，广告最初称作“广目”，有“告条”“引扎”“弘告”“告白”的意思。

广告一词在我国最早出现于1906年清朝的《政治官报章程》：“……如官办银行、钱局、工艺陈列各所，铁路矿务各公司及经农工商部注册各实业均准送报代登广告，酌照东西各国官报广告办理。”^①按照汉语字面的解释，广告的意思即广而告之、广泛说明、告之大众。

^① 陆梅僧. 广告. 上海商务印书馆, 1940. 6