

高等职业教育电子信息类专业
“双证课程”培养方案配套教材

国家信息化
计算机教育认证
CEAC
指定教材

电脑平面设计
创意职业核心能力课程

平面设计实务

中国高等职业技术教育研究会 指导
CEAC 信息化培训认证管理办公室 组编



高等教育出版社
Higher Education Press

高等职业教育电子信息类专业“双证课程”培养方案配套教材

电脑平面设计创意职业核心能力课程

平面设计实务

中国高等职业技术教育研究会 指导
CEAC 信息化培训认证管理办公室 组编

高等教育出版社

内容提要

本书采用“就业导向的职业能力系统化课程开发方法 (VOCSCUM)”进行开发,是国家教育科学“十五”规划国家级课题“IT领域高职课程结构改革与教材改革的研究与实验”的研究成果之一,作为高等职业教育电子信息类专业“双证课程”培养方案配套教材之一,同时也是“CEAC 国家信息化培训认证”的指定教材,具有鲜明的特色,可作为高职高专院校电子信息类专业教材。

本书是“电脑平面设计”职业能力课程的第4阶段课程,主要涉及平面设计实务的四个方面,即平面广告设计、企业视觉传达VI设计、包装设计、书籍装帧设计与制作的实际运作流程。

本书共四篇,主要内容包括:第一篇:平面广告设计,内容包括3章:第1章为平面广告概况,第2章为创意,第3章为执行;第二篇:现代企业VI设计,内容包括4章,第1章为现代企业VI设计的概述,第2章为现代企业VI设计主体部分的工作流程,第3章为现代企业VI设计主体部分的应用流程,第4章为现代企业VI手册的制作;第三篇:包装设计,内容包括5章,第1章为包装设计概述,第2章为项目准备阶段,第3章为项目设计阶段,第4章为项目制作阶段,第5章为项目评价阶段;第四篇:书籍装帧设计,内容包括2章,第1章为书籍装帧设计概述,第2章为完成一个书籍装帧设计项目。

本书适合高等职业学校、高等专科学校、成人高等院校、本科院校举办的职业技术学院电子信息类专业教学使用,也可供示范性软件职业技术学院、继续教育学院、民办高校、技能型紧缺人才培养使用。

图书在版编目(CIP)数据

平面设计实务/CEAC 信息化培训认证管理办公室组
编. —北京:高等教育出版社, 2006. 2
ISBN 7-04-018432-X

I. 平... II. C... III. 平面设计-高等学校:技术
学校-教材 IV. J506

中国版本图书馆CIP数据核字(2006)第003312号

策划编辑	严亮	责任编辑	周素静	封面设计	张志
版式设计	马静如	责任校对	尤静	责任印制	孔源

出版发行 高等教育出版社
社址 北京市西城区德外大街4号
邮政编码 100011
总机 010-58581000

经销 蓝色畅想图书发行有限公司
印刷 北京铭成印刷有限公司

开·本 787×1092 1/16
印张 14.75
字数 350 000

购书热线 010-58581118
免费咨询 800-810-0598
网 址 <http://www.hep.edu.cn>
<http://www.hep.com.cn>
网上订购 <http://www.landaco.com>
<http://www.landaco.com.cn>
畅想教育 <http://www.widedu.com>

版 次 2006年2月第1版
印 次 2006年2月第1次印刷
定 价 21.80元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请到所购图书销售部门联系调换。

版权所有 侵权必究

物料号 18432-00

高等职业教育电子信息类专业“双证课程”培养方案配套教材

编审委员会

顾	问	张尧学	葛道凯	季金奎	刘志鹏	洪京一
		李宗尧	范唯	吴爱华	宋玲	张方
		尹洪林	李维利	周雨阳		
主	任	高林				
委	员	张晓云	杨俊清	姜波	周乐挺	戴荭
		潘学海	王金库	杨士勤	李勤	雷波
课程审定		高林	许远	鲍洁		
内容审定		樊月华	袁枚	王晖	黄心渊	
行业审定		洪京一				
秘书长		曹洪波	杨春慧			

《平面设计实务》

主	编	戴荭			
副	主	徐威贺			
参	编	张峻	唐芸莉	张芸	

国家教育科学“十五”规划国家级课题“IT领域高职
课程结构改革与教材改革的研究与试验”研究成果
高等职业教育电子信息类专业“双证课程”培养方案配套教材

出版说明

目前,我国的高等职业教育正面临着新的形势——以“就业导向、产学结合、推行双证、改革学制、订单培养、打造银领”为主要特点,以培养高技能的技术应用型人才为根本目的。专业建设和课程开发历来是教育改革的核心与突破口。经过十年来的发展,高职教育虽然取得很大进展,但课程模式、教学内容等还有学科系统化的本科压缩型痕迹。尽管从国外引进了许多先进的课程模式和教育思想,但由于国情的不同并且缺少具有中国特色的课程开发方法,目前成功案例也不多。

本套课程改革系列教材采用了经教育部鉴定的“就业导向的职业能力系统化课程及其开发方法”,贯彻了“理念创新、方法创新、特色创新、内容创新”四大原则,在教材建设上进行了改革和探索,是当前高等职业教育教学改革与创新思想的集中体现,主要表现在以下几点:

一、突出行业需求,符合教学管理要求,采用先进开发方法

(1) 依据行业企业需求开发。配套教材是根据信息产业发展对复合型高技能人才需求的特点,并结合最新推出的“CEAC—院校IT职业认证证书”标准要求编写而成。认证证书表明持证人具备了相应认证的技术水平和应用能力,它可以作为相关岗位选聘人员、技术水平鉴定的参考依据。将其引入学历教育,可以使高职高专学生在不延长学制的情况下,获得职业证书以提高就业的竞争力。

(2) 依据最新专业目录开发。配套教材以教育部最新制定的《普通高等教育学校高职高专教育指导性专业目录》中的电子信息大类专业(大类代码:59)设置为依据,进行课程建设。

(3) 采用先进课程开发方法。配套教材采用教育部推荐的“就业导向的职业能力系统化课程及其开发方法(VOCSCUM)”集中反映了高等职业教育课程的基本特征。该方法指出,在高等职业教育突破学科系统化课程模式后,应实施系统化的职业能力课程,在课程模式和开发方法中强调就业导向,产学结合和双证书教育等。VOCSCUM是在高等职业教育课程理论研究的基础上,借鉴国际先进的职业教育课程模式,尤其是澳大利亚和德国的经验,并结合中国国情研制和开发的一套具有自主知识产权的课程模式和开发方法,它适用于两、三年制的高等职业教育。该方法的基本思想已得到教育部领导的肯定,并在教育部组织的高等职业教育四类紧缺人才培养方案制定中进行试用。

二、体现职业核心能力的教材编写思路

上述的思想方法集中体现于《高等职业教育电子信息类专业“双证课程”解决方案(两、三年制适用)》(以下简称“解决方案”)一书中。“解决方案”的出版得到教育部高等教育

司、信息产业部信息化推进司、劳动和社会保障部职业技能鉴定中心领导的极大关注和大力支持,并对本书的出版给予了具体的指导。2005年,信息产业部“国家信息化计算机教育认证项目(CEAC)”的管理机构在“解决方案”的基础上编制了《CEAC高等职业教育电子信息类专业“双证课程”培养方案》(以下简称“培养方案”),并配套开发了职业认证证书,每个专业的培养方案中,有7~8门课程与相应的职业培训证书对应。

根据“培养方案”,我们组织编写了一系列的通识课程教材、职业能力核心课程教材,同时将部分教材作为获得“CEAC—院校IT职业认证证书”的认证培训教材。

我们按照VOCSUM课程开发方法的要求,开发纵向为主、横向相关的链路课程(Chain Curriculum)教材,并对程序设计、数据库开发、网络系统配置、网页设计与网站建设、电脑平面设计、电子产品组装与维护等职业核心能力课程中的认证课程,配套研发了立体化教学考核支持系统,以保证这些课程的授课质量。

本系列配套教材不仅覆盖计算机办公应用、软件开发技术、网络技术等常规认证课程,还包括了硬件技术、微电子应用、通信技术、数字制造技术、集成电路设计、应用电子技术、信息管理等专业领域的主要课程,可供高等职业教育电子信息类两、三年制各专业使用。

本系列配套教材将于2005年陆续出版,当年先出版40余种,其余力争2006年底全部完成。

三、不断凝聚、扩大共识,推动高职IT课程改革

为了调动广大高等职业学校的优秀教师参加该系列配套教材编写的积极性,相关教材的出版采取“滚动机制”,除了组织示范性链路课程的配套教材出版外,我们还接受有关教师结合自身教学实践并按照“解决方案”编写的教材投稿,经过审核合格后,作为国家教育科学“十五”规划国家级课题——“IT领域高职课程结构改革与教材改革的研究与试验”的研究成果列入出版计划。热忱欢迎广大高等职业院校电子信息类教师和我们更加深入地研究、引进、摸索、总结IT类专业与课程开发经验,通过推广开发的课程,树立高等职业教育品牌,将高等职业教育课程的改革引向深入。

高等职业教育电子信息类专业“双证课程”培养方案配套教材编审委员会(以下简称:高职电子信息类专业双证配套教材编委会)秘书处设在信息产业部CEAC信息化培训认证管理办公室。

本系列配套教材是教育部、信息产业部组织相关专家编写共同推出的双证教材,在信息产业部信息化推进司的领导下,CEAC信息化培训认证管理办公室专门配套了与课程体系相关的“CEAC—院校IT职业认证证书”标准,供高等职业学校在选择IT认证培训证书时选用。我们也热忱欢迎其他的职业资格证书和培训证书的管理机构与我们合作,设计出更多的证书体系与课程体系的接口方案。

本系列配套教材是集体的智慧、集体的著作,参加本书编撰工作的人员对社会各界的支持表示感谢。

由于时间仓促,本书不可避免地存在这样或那样的不足,甚至由于学识水平所限,虽竭尽全力,仍难免谬误,希望专家、同行、学者给予批评指正。

高等职业教育电子信息类专业“双证
课程”培养方案配套教材编审委员会

2005年8月

序

我很高兴地看到，作为教育部重点课题“高职高专教育课程设计和教学内容体系原则的研究与实践”的研究成果之一，国家教育科学“十五”规划国家级课题——“IT领域高职课程结构改革与教材改革的研究与试验”课题组所编撰的《高等职业教育电子信息类专业“双证课程”解决方案（两、三年制适用）》（以下简称“解决方案”）以及高等职业教育电子信息类专业“双证课程”培养方案配套教材分别由科学出版社和高等教育出版社出版了。

我国高等职业教育面临着新的转折点。随着国民经济健康、持续的发展，我国越来越需要大批高素质的实用型高级人才。如何培养职业人才呢？教育部提出了“以就业为导向”的指导思想，在这个思想的指导下，高等职业教育的人才培养模式正在发生巨大变革。例如，产学结合、两年学制、推行双证、建设实训基地等，都是围绕就业导向而采取的一系列重要措施。

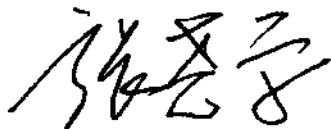
信息产业是我国支柱产业之一，它需要大批高素质的高级实用人才。《高等职业教育电子信息类专业“双证课程”解决方案》以及高等职业教育电子信息类专业“双证课程”培养方案配套教材的出版对促进高等职业教育IT类人才培养，对我国IT产业的发展，对进一步改革高等职业教育人才培养模式都具有积极意义，它的创新之处主要在于：

（1）“解决方案”以及配套教材是依据行业企业需求开发的，它根据信息产业发展对复合型高技能人才需求的特点，结合信息产业部最新推出的“CEAC—院校IT职业认证证书”标准要求编写而成。认证证书表明持证人具备了相应技术水平和应用能力，它可以作为相关岗位选聘人员、技术水平鉴定的参考依据。将其引入学历教育，可以使高职高专学生在不延长学制的情况下，获得证书以提高就业的竞争力。

（2）“解决方案”以及配套教材是根据教育部最新制定的《普通高等教育学校高职高专教育指导性专业目录》开发的，并以其中的电子信息大类专业（大类代码：59）设置的情况为依据，对于高等职业院校两年制IT类专业学校来说，具有较大的参考价值。

（3）“解决方案”以及配套教材采取了先进的课程开发方法，采用了已经通过部级鉴定的“就业导向的职业能力系统化课程及其开发方法（VOCSCUM）”。该方法现已作为优秀案例列入教育部高等教育司组织编写的“银领工程”系列丛书，值得高职高专院校借鉴。

我希望，从事IT类高等职业教育的老师以及在该领域学习的学生能从“解决方案”以及配套教材中得到较大的收获。



2005年6月17日

序

高等职业教育电子信息类专业“双证课程”解决方案和高等职业教育电子信息类“双证课程”培养方案配套教材在课题组成员的努力、众多专家和机构的支持下，终于取得了丰硕的成果。“解决方案”不仅较一年前的初稿有了很大的改进，而且与行业企业的需求越来越近，同时配套教材已由高等教育出版社陆续出版了。

《高等职业教育电子信息类专业“双证课程”解决方案》和高等职业教育电子信息类“双证课程”培养方案配套教材的编撰出版直接源于国家级和教育部的两个课题研究成果。教育部门根据信息产业发展对人才的需求，对高等职业教育的 IT 类课程进行了改革，并大力推进两年制软件职业技术学院的发展。教育课程的改革为行业的发展不断输送适用的技术应用型人才，有力地促进了我国信息化的进程。信息化推进司作为信息产业部负责推进信息化工作的职能部门，积极支持并参与该课题的研究工作，同时责成我司主管“国家信息化计算机教育认证项目”的负责同志为该项目研究提供支持，并配合该项目推出了“CEAC—院校 IT 职业认证证书”标准。

这种由 IT 领域的教育专家和信息产业行业部门合作，在对信息产业行业的人才需求进行调查分析的基础上，有针对性地设计符合信息产业发展需求的人才培养方案，并由行业部门配套职业证书，既有利于培养符合需求、适销对路的人才，又有利于信息产业的发展，也有利于教育部门根据市场需求办学，提高办学效益，这实在是一件双赢的好事。

鉴于“解决方案”配套教材符合“推进信息化建设、促进信息化知识培训”的工作宗旨，我们将支持上述研究成果和教材的推广工作。希望参与该项工作的同志继续努力，以求好上加好、精益求精，为推动信息产业人才培养和我国的信息化建设继续做出更多的贡献。

季金奎

2005 年 6 月 17 日

前 言

你是否是一个平面设计的发烧友，平时也常常涂涂画画或做些小的设计，自感对此颇有灵气，虽然没有专门地从事过此项工作，也非此道中人，但总对身边做此项工作的好友有种特殊的亲切和羡慕感，特别是当他们经常展示一些耳目一新的神奇设计作品时，你都会被这些美妙的作品所打动。对于一个从未有过正规的设计训练，但对此却有着强烈好奇心和自感有着很好领悟力的人，或者有心想成为一个合格的设计师，以此为业的人，应如何着手呢？这本书就是奉献给这些爱好平面设计的朋友们的。因为在你全面而彻底地研读完此书，通过一定的考核后，还可以拿到有关部门颁发的平面设计师的专业资格认证书。

本书从一个真正的平面设计师的角度入手，生动、轻松而翔实地介绍了平面设计的相关内容，包括：平面广告、企业VI（视觉识别）设计、包装设计、书籍设计等四个部分。其中，每一个部分都是以设计师的亲身经历为依据，真实地记录了每一个典型案例的具体环节和实现过程。因此，本书最大的特点在于其实际的可操作性与针对性都非常强，是一本不可多得的实用性工具书。

通过这种纪实性的方式，有一种亲身经历和参与其中的感觉，了解每一部分设计内容是如何从无到有，由浅入深的，一方面，充分体验设计带来的快感与满足；另一方面，通过努力拿到平面设计师的专业资格认证书，真正圆了设计师梦。

因此，平面设计实务对于学习电脑平面设计的学生来说，是一门重要的专业技能与技术综合运用实操课程。

本教材是采用获得国家教学成果奖的“就业导向的职业能力系统化课程及开发方法（简称 VOCSCUM）”，对“电脑艺术设计”专业进行职业能力课程开发的成果。根据“电脑艺术设计”专业的四大职业核心能力，我们分别构建了“电脑平面设计”、“电脑三维设计”、“计算机多媒体制作”、“网页设计及Flash多媒体制作”四条职业能力培养的链式课程。每个链路课程反映掌握专门技术的从易到难的训练过程，也是理论知识学习从浅到深的过程。

进行课程开发时，我们把每个链路看成一个整体工作任务，从问题中心课程开始，任务中心课程结束，使学生通过链式课程完整体验实际完成任务的过程。链式课程共分为四个阶段，分别为 Step1、Step2、Step3、Step4。在横向的链式课程形成递进的层次关系的同时，纵向的链式课程之间形成相关性。各阶段课程的任务如下：

Step 1：激发性课程，基于工作过程的技术感受经历。

使学生了解本项工作的整体过程，激发学生学习技术的兴趣，结合工作过程的讲解、技术和相关理论知识的认知做简单介绍，采用问题中心范型的课程。

Step 2: 学科性课程, 重点是学科知识的掌握、复用。

使学生掌握本项工作所需要的相关理论知识, 部分涉及技术过程, 涉及与本职业能力有关的各类学科知识, 可以按照学科中心范型的课程或任务中心的课程来组织。

Step 3: 技术性课程, 重点是技术知识的掌握、复用。

使学生掌握本项工作所需要的、结合现行具体工作岗位的关键技术技能, 同时进一步深化、提高已经学习的理论知识。可以根据国家职业标准、行业技术培训标准, 组织培训中心范型的课程。

Step 4: 训练性课程, 目的是理论和技术的领会和消化。

通过选取典型的工作过程, 编制综合实习、实训课程, 全面领会、消化前三个阶段的知识 and 技能, 同时讲授工作过程中的经验性知识, 使得学生成为“高技能人才”预备者。可以采用任务中心范型的课程。

《电脑平面设计职业能力课程》(链式课程) 如下表所示。

电脑平面设计课程链路表

课程阶段	Step 1	Step 2	Step 3	Step 4
课程名称	图形图像处理初步	平面设计软件高级应用	设计与印刷实务	平面设计实务
课程范型	问题中心	任务中心	培训中心	任务中心
对应职业能力	电脑平面设计创意能力			
课程基础 (起点)	了解有关图形图像的基础知识, 了解当前流行的图形图像软件的基本操作方法。了解主流图形绘制软件与图像处理软件的核心概念与理论知识, 熟练掌握上述软件的操作方法	了解排版软件的工作流程与排版思路, 了解与排版工作相关的专业知识; 能够使用 Pagemaker、Indesign 等专业软件熟练地排版; 能够使用 Illustrator、CorelDRAW 等排版功能相对强大的软件进行排版; 能够设计出符合要求的书籍、杂志版式	了解常见设计任务的工作流程, 并对此工作流程中与印刷有关的环节有较清晰的认识; 能够使用各种软件制作出能够正确分色、印刷的电子设计稿; 对印刷的各个环节及与印刷有关的理论有较全面的了解, 并初步具有深入自学的能力	了解与平面设计有关的基础理论知识, 掌握平面广告、企业 VI 设计、包装设计、书籍装帧设计的实际运作流程, 能够胜任各类平面设计实际工作任务
建议学时	64	72	36	8 周

本书是“电脑平面设计”链路的最后一门综合实训实操课程的教程, 该课程的开发遵循了职业技能训练培养以应用为目的, 从感性认识和实践入手, 使每个学生都要经历从接到一个

设计任务到完成任务的全过程。

本书共四篇，主要内容包括：第一篇：平面广告设计，内容有3章：包括平面广告概况、创意、执行；第二篇：现代企业VI设计，内容有4章，包括现代企业VI设计的概述、现代企业VI设计主体部分的工作流程、现代企业VI设计主体部分的应用流程、现代企业VI手册的制作；第三篇：包装设计，内容有5章，包括包装设计概述、项目准备阶段、项目设计阶段、项目制作阶段、项目评价阶段；第四篇：书籍装帧设计，内容有2章，包括书籍装帧设计概述，完成一个书籍装帧设计项目。

全书由北京电子科技职业学院戴荭老师主编，负责制定编写大纲及统筹工作。

具体编写分工是：第一篇1~3章由徐威贺老师编写；第二篇4~7章由张峻老师编写；第三篇8~12章由唐芸莉老师编写；第四篇13~15章由张芸老师编写。

本书在编写过程中，得到了国家教育科学“十五”规划国家级课题组（“IT领域高职课程结构改革与教材改革的研究与试验”）、CEAC办公室、高等教育出版社的大力支持和帮助，在此一并表示衷心感谢。

由于信息时代发展迅猛，加之时间仓促，书中难免有不妥之处，祈望读者批评指正。

编 者

Dh898@sina.com

2005年8月

目 录

第一篇 平面广告设计

第1章 平面广告概况	3	第2章 创意	22
1.1 广告公司运作流程	3	2.1 创意的含义	22
1.2 广告公司创意小组	5	2.2 创意的作用	24
1.3 广告的概念	5	2.3 创意的构成要素	26
1.4 调研	6	第3章 执行	37
1.5 广告战略	6	3.1 文案的执行	37
1.6 广告分类	9	3.2 图形的执行	41
1.7 广告媒介	16	3.3 评判平面广告的基本标准	45

第二篇 现代企业 VI 设计

第4章 现代企业 VI 设计的概述	51	设计的工作流程	59
4.1 现代企业 VI 设计系统的 构架	51	5.2 案例分析2:项目主体部分 设计的工作流程	63
4.2 现代企业 VI 设计系统的 核心	52	第6章 现代企业 VI 设计主体部分的应用 流程	71
4.3 现代企业 VI 系统在整个企业 形象识别中的意义	53	6.1 案例分析1:“武汉三江通信” 项目主体的应用流程	71
4.4 现代企业 VI 系统中的标志 设计	53	6.2 案例分析2:“武汉证券有限 公司”项目主体设计部分 的应用流程	75
4.5 现代企业 VI 系统的时代 趋势	56	第7章 现代企业 VI 手册的制作	85
第5章 现代企业 VI 设计主体部分的 工作流程	59	7.1 VI 手册制作的编辑形式	85
5.1 案例分析1:项目主体部分		7.2 VI 手册制作的编辑原则	85

第三篇 包装设计

第8章 包装设计概述	99	8.4 包装设计的构成要素	108
8.1 了解包装	99	8.5 包装设计流程	114
8.2 包装设计的发展脉络	101	第9章 项目准备阶段	116
8.3 优秀包装设计的特征	104	9.1 任务说明	116

9.2 市场调研	117	10.5 确定方案	156
9.3 设计定位与构思	120	第 11 章 项目制作阶段	158
第 10 章 项目设计阶段	128	11.1 制作输出稿	158
10.1 设计方案	128	11.2 出片打样	161
10.2 包装设计要素的表现	129	11.3 制作生产	162
10.3 设计表现元素的准备	152	第 12 章 项目评价阶段	163
10.4 立体效果制作	155		

第四篇 书籍装帧设计

第 13 章 书籍装帧设计概述	171	13.4 书籍装帧设计流程	199
13.1 了解书籍装帧设计	172	第 14 章 完成一个书籍装帧设计	
13.2 书籍装帧设计的构成元素	173	项目	201
13.3 书籍装帧设计的要素	190		

附录	215
参考文献	219

第一篇

平面广告设计

第1章 平面广告概况

要求

- 了解平面广告的相关知识。

知识点

- 广告公司的运作流程。
- 广告公司创意小组的组成人员及职责。
- 广告的概念，广告创意的前期准备（调研，广告战略）。
- 广告的分类及广告的不同媒介特点。

重点和难点

- 广告创意的前期准备——调研、广告战略。
- 广告的分类及广告的不同媒介特点。

1.1 广告公司运作流程

广告公司运作流程分为四个部分：调查、策划、实施和效果测定。

1. 调查

调查是广告运作的起点，通过详尽地了解市场、产品、消费者和环境的动态，为广告策略和创意提供实证依据。

调查的步骤包括：

- 对产品进行分析，明确产品定位；
- 对同类产品进行分析，了解竞争对手；
- 对市场进行分析，明确市场目标；
- 对市场发展机会进行分析，明确潜在市场；
- 对消费者进行分析，明确广告对象。

2. 策划

策划是广告运作的核心，它是在调查的基础上形成广告活动的策略和计划，拟定广告计划书。

策划的步骤包括：

- 对企业指标进行分析、明确销售策略；
- 确定广告目标和广告指标；
- 明确广告目的；

- 确定广告战略；
- 决定最佳推销混合方案；
- 明确创意观念；
- 决定广告内容；
- 决定广告预算；
- 确定媒体策略；
- 制订实现广告计划的不同方案；
- 对不同广告计划方案进行评估；
- 决定最佳广告计划方案。

3. 实施

实施是广告作品形成环节，实施是根据广告策略进行创意、设计、制作，完成计划发布的广告作品。

实施的步骤包括：

- 确定广告设计方案；
- 明确广告创意要点；
- 决定广告表现战略；
- 确定广告文案方案；
- 确定广告地区；
- 确定广告媒体选择；
- 确定广告时间；
- 确定广告单位数量；
- 听取各方面意见，取得负责人认可；
- 召开客户参加的提呈会议，取得客户认可；
- 制作广告作品；
- 检查广告作品的质量，并进行评议或修改；
- 将完成的广告作品送媒体刊登或播放。

4. 效果测定

效果测定是广告效果的检查环节，检查策略的正确性、广告的传播效果和诉求效果，为新的广告活动提供改进的依据。

效果测定的步骤包括：

- 收集广告信息反馈；
- 评定广告效果；
- 总结经验教训；
- 再次作市场调查；
- 制定新的广告计划。