

高纲 4280

江苏省高等教育自学考试大纲

14057 品牌形象设计

南京邮电大学编（2024 年）

I 课程性质与课程目标

一、课程性质和特点

《品牌形象设计》是广告学专业的一门专业课程。本课程以培养对品牌形象设计策划的能力、梳理品牌形象设计发展过程，着重教授考生运用 CI 设计策划的基本原理和方法进行品牌形象设计策划为教学目标。课程实践性较强。主要内容包括：认识 and 了解 CI 设计、VI 基础部分设计、VI 应用部分设计、VI 设计手册、旅游视觉形象设计等内容。

二、课程目标

课程设置的目的是使得考生能够

1. 使考生能够牢固掌握 CI 的基本概念，充分熟悉 CI 系统的构成、CI 的起源与发展趋势，掌握品牌形象设计中的核心元素标志、标准字、辅助图形及拓展应用的设计能力。

2. 培养进行品牌形象设计的初步能力。

3. 了解和把握品牌形象设计创意与策划运用统一的理念识别系统、行为识别系统、视觉识别系统传达品牌的经营理念。

4. 客观、公正、系统性地检验考生掌握本课程知识及相应能力的状况。

5. 有利于提高考试的信度和效度，有助于自学考试标准化、规范化。

三、与相关课程的联系与区别

《品牌形象设计》该课程理论难度适中，兼顾设计实践要求。学习该门课程应具备是《平面广告设计》《广告创意与策划》等基础理论知识的学习，有助于考生将前期理论知识应用具象化，抓住品牌形象策划的核心问题，培养创意性思维，善于运用理论知识指导创意实践问题。有助于考生掌握品牌设计的目的、原则和思维方式以及品牌形象设计的基本规律和表现方法。

四、课程的重点和难点

本课程的重点为：CI 的基本概念、CI 系统的构成、CI 的起源与发展趋势，整合 CI 策略与视觉识别设计的理论，介绍 VI 设计应用与实践，从多元创新的角度对品牌形象进行策划和设计，清晰、直接地了解和掌握设计创意和制作方法。

本课程的难点为：品牌形象策划的创意；CI 设计规划过程；品牌目标设定及理念整合；VI 基本要素组合设计；VI 应用部分设计；VI 设计手册编写。

II 考核目标

《品牌形象设计》课程按照识记、领会、简单应用和综合应用四个层次对考生进行考核，各层次要求考生应达到的能力层次要求为：

识记：要求考生能够识别和记忆本课程中有关品牌形象的基本概念及 CI 的导入规划流程、VI 基础部分设计、VI 应用部分设计等主要内容，并能够根据考核的不同要求，做正确的表述、选择和判断。

领会：要求考生能够领悟和理解本课程中有关品牌形象设计的相关理论的内涵及外延，理解品牌形象设计的规划流程，并能根据考核的不同要求对品牌形象设计规划中有关问题进行分析和验证，掌握品牌形象的基础和应用设计。

简单应用：要求考生能够根据已知的品牌形象设计相关理论，对品牌形象设计有关问题进行分析和验证，掌握各类品牌形象设计方法与技巧，进行企业品牌设计策划。

综合应用：要求考生能够根据已知的品牌形象设计相关理论，对品牌形象设计领域的有关问题进行综合的分析、验证，或者进行比较，并得出解决问题的综合方案。

III 课程内容与考核要求

第一章 认识 and 了解 CI 设计

一、学习目的与要求

通过本章学习，掌握 CI 设计的三大基本要素构成；了解 CI 的基本概念，归纳出 CI 设计的规划过程；通过介绍目标设计与整合，规范 CI 策划书的撰写。

二、考核知识点与考核要求

理解掌握 CI 的基本概念、三大构成要素，掌握 CI 设计的整个流程。构成了本章的知识要点。

（一）CI 概述

识记：①CI 的基本概念；②CI 的系统组成；③CI 的特征与功能；④CI 的起源与发展趋势。

领会：①了解 CI 的基本概念；②掌握 CI 的三大基本构成要素；③了解 CI

的起源与发展。

（二）CIS 的导入

识记：①CIS 的导入时机；②CIS 的导入流程；③CIS 规范手册的制定。

领会：①熟悉 CI 的导入时机；②细分 CI 导入的流程。

（三）CI 设计规划过程

识记：①CI 设计规划的五个阶段。

领会：①熟悉 CI 设计规划过程。

（四）品牌目标设定及理念整合

识记：①形象的定位；②概念的提炼；③组织的构建；④理念的整合。

领会：①掌握品牌目标设计及理念整合。

（五）撰写 CI 策划书

领会：①掌握 CI 策划书的书写过程；②结合项目内容撰写 CI 策划书。

三、本章的重点和难点

本章重点：①认识和了解 CI 基本概念及其导入规划，让学生掌握 CI 的正确设计方法。

本章难点：①通过介绍目标设计与整合，规范 CI 策划书的撰写。

第二章 VI 的基础部分设计

一、学习目的与要求

明确 VI 基础部分设计包括五个方面，即标志设计、标准字设计、标准色设计、辅助图形设计及吉祥物设计；通过学习五个基本要素的认知，设计原则、表现方法及设计技巧；论述 VI 基础部分设计在企业形象识别系统中的重要意义。

二、考核知识点与考核要求

（一）标志设计

识记：①标志的认知；②标志的设计原则；③标志的表现形式；④标志设计的创意流程与元素提炼；⑤标志设计的构形方法；⑥标志设计的图形表现。

领会：①了解标志设计的方法。

简单应用：①掌握标志设计方法进行设计创作。

（二）标准字体与印刷专用字体设计

识记：①标准字体的认知；②标准字体的设计原则；③标准字体的设计技巧；

④印刷专用字体设计

领会：①认知标准字体与印刷字体设计使用规范。

简单应用：①在 VI 基础设计中应用标准字体和印刷字体。

（三）色彩识别系统设计

识记：①色彩识别系统的构成；②色彩的特征与企业标准色；③色彩系统的设计技巧。

领会：①色彩识别系统的构成及应用。

简单应用：①在 VI 基础设计中应用色彩识别进行设计创作。

（四）辅助图形设计

识记：①辅助图形概述；②辅助图形的运用；③辅助图形的特征；④辅助图形的设计技巧。

领会：①理解辅助图形在 VI 系统中的作用。

简单应用：①能在 VI 基础设计中应用辅助图形进行设计制作。

（五）吉祥物设计

识记：①吉祥物的由来；②吉祥物的应用；③吉祥物的类型；④吉祥物的设计技巧。

领会：①理解吉祥物在企业形象识别系统中的作用。

简单应用：①掌握吉祥物的设计应用。

（六）基本要素组合设计

识记：①基本要素组合内容；②基本要素组合方式；③基本要素的组合禁忌。

领会：①掌握基本要素组合设计的方式。

简单应用：①将基本要素组合设计引用到企业形象识别系统中。

三、本章的重点和难点

本章重点：①了解 VI 基础部分设计的构成要素；②掌握 VI 基础部分设计的方法与技巧。

本章难点：①通过对五个基本要素的认知、设计原则、表现方式及设计技巧，领会 VI 基础部分设计在企业形象识别中的重要意义

第三章 VI 应用部分设计

一、学习目的与要求

通过本章学习，了解 VI 常用的应用体系设计范畴，掌握 VI 设计中常用的应用系统设计规范及要求，理解 VI 应用系统设计的方法及技巧。

二、考核知识点与考核要求

（一）办公用品类设计

识记：①办公用品类设计的主要设计要素；②办公用品类设计的主要项目细则。

领会：①办公用品设计的分类与细则。

简单应用：①掌握办公用品的设计细则。

（二）包装产品类设计

识记：①包装产品类设计的主要设计要素；②包装产品类设计的主要项目细则。

领会：①包装产品设计要素。

简单应用：①掌握包装产品设计细则。

（三）旗帜规划类设计

识记：①旗帜规划类设计的主要设计要素；②旗帜规划类设计的主要项目细则。

领会：①旗帜规划设计要素。

综合应用：①掌握旗帜设计细则。

（四）员工制服类设计

识记：①员工制服类设计的主要设计要素；②员工制服类设计的主要项目细则。

领会：①员工制服设计要素。

综合应用：①掌握员工制服类设计细则。

（五）环境系统类设计

识记：①环境系统类设计的主要设计要素；②环境系统类设计的主要项目细则。

领会：①环境系统类设计要素。

综合应用：①掌握环境系统类设计细则。

（六）导示系统类设计

识记：①导示系统类设计的主要设计要素；②导示系统类设计的主要项目细则。

领会：①环境系统类设计要素。

综合应用：①掌握环境系统类设计细则。

（七）运输系统类设计

识记：①运输系统类设计的主要设计要素；②运输系统类设计的主要项目细则。

领会：①运输系统类设计要素。

综合应用：①掌握运输类系统设计细则

（八）公务礼品类设计

识记：①公务礼品类设计的主要设计要素；②公务礼品类设计的主要项目细则。

领会：①公务礼品类设计要素。

综合应用：①掌握公务礼品类设计细则

（九）现代传播类设计

识记：①现代传播类设计的主要设计要素；②现代传播类设计的主要项目细则。

领会：①现代传播类设计要素。

综合应用：①掌握现代传播类设计细则

（十）展示会场类设计

识记：①展示会场类设计的主要设计要素；②展示会场类设计的主要项目细则。

领会：①展示会场类设计要素。

综合应用：①掌握展示会场类设计细则

三、本章重点和难点

本章重点：①本章对 VI 应用部分设计进行了充分的阐述，设计在企业用品、传达媒体上的设计用范畴；②依据经济性和适用性的原则确立各个项目的标准尺寸，掌握 VI 设计中常用的应用系统设计规范要求。

本章难点：①通过设计规划完成 VI 各视觉设计要素的组合系统，结合企业

规模产品内容不同进行不同形式的组合，达到统一性、系统化的目的。

第四章 VI 设计手册

一、学习目的与要求

通过本章学习，了解 VI 设计手册的功能和结构体系，掌握 VI 设计手册的编制形式和具体方法，理解 VI 设计手册的具体内容。学会编制 VI 设计手册，制定正确的图片和说明统一规范，作为实际操作和应用时遵守的准则。

二、考核知识点与考核要求

（一）VI 设计手册的功能

识记：①VI 设计手册的功能定位。

领会：①VI 设计手册的功能定位。

（二）VI 设计手册的设计

识记：①VI 设计手册的风格；②VI 设计手册的编排；③VI 设计手册的类型。

领会：①VI 设计手册的表现形式及类型划分。

（三）VI 设计手册的编写

识记：①VI 设计手册的体系；②VI 设计手册的体例。

领会：①VI 设计手册体系结构。

简单应用：①VI 设计手册的编写。

（四）VI 设计手册的制作

识记：①VI 设计手册的印刷；②VI 设计手册的装订。

领会：①VI 设计手册的编制。

简单应用：①掌握 VI 设计手册的印刷装订流程。

三、本章的重点和难点

本章重点：①阐述 VI 设计手册一般包括基础部分和应用部分内容。

本章难点：①完成基础部分的设计后将其应用于各类应用对象中去，将 CI 的非可视内容转化为静态的视觉识别符号，创造设计丰富多样的应用形式。

第五章 旅游视觉形象设计

一、学习目的与要求

通过本章学习，掌握了旅游视觉形象设计的视觉形象基础设计、旅游视觉形

象应用设计和旅游服务人员视觉形象三大基本要素构成。了解旅游视觉形象设计的基础概念，掌握旅游视觉形象设计的基本原则和要求。

二、考核知识点与考核要求

（一）旅游视觉形象基础设计

识记：①旅游标志；②旅游吉祥物；③标志性建筑。

领会：①旅游视觉形象设计构思的原则和要求。

简单应用：①掌握旅游标志、吉祥物、标志建筑的设计方法。

（二）旅游视觉形象应用设计

识记：①旅游广告；②旅游纪念品；③旅游形象网站；④旅游宣传手册；⑤城市导向标识；⑥旅游市场商业视觉形象营销。

领会：①系统了解旅游视觉形象设计的内容及特征。

综合应用：①分析旅游视觉设计的重要性。

（三）旅游服务人员视觉形象

识记：①旅游服务人员表情视觉形象；②旅游服务人员姿态视觉形象；③旅游服务人员衣着视觉形象。

领会：①旅游服务人员在旅游视觉形象设计中的作用。

三、本章的重点和难点

本章重点：①阐述了城市视觉形象设计的基本概念等，充分把握城市视觉形象设计的类型；②掌握旅游纪念品设计遵循的原则，详细介绍旅游服务人员姿态视觉形象包含的内容；③通过阐释旅游视觉形象设计的系统性和整体特征，分析了旅游视觉形象设计的重要性。

本章难点：①理解旅游视觉形象设计的各个知识点并学以致用。

第六章 CI 设计案例赏析（本章内容不作考核要求）

IV 关于大纲的说明与考核实施要求

一、自学考试大纲的目的和作用

课程自学考试大纲是根据专业考试计划的要求，结合自学考试的特点而确定。其目的是对个人自学、社会助学和课程考试命题进行指导和规定。

课程自学考试大纲明确了课程学习的内容以及深广度，规定了课程自学考试

的范围和标准。因此，它是编写自学考试教材和辅导书的依据，是社会助学组织进行自学辅导的依据，是考生学习教材、掌握课程内容知识范围和程度的依据，也是进行自学考试命题的依据。

二、课程自学考试大纲与教材的关系

课程自学考试大纲是进行学习和考核的依据，教材是学习掌握课程知识的基本内容与范围，教材的内容是大纲所规定的课程知识和内容的扩展与发挥。课程内容在教材中可以体现一定的深度或难度，但在大纲中对考核的要求一定要适当。

大纲与教材所体现的课程内容应基本一致；大纲里面的课程内容和考核知识点，教材里一般也要有。反过来教材里有的内容，大纲里就不一定体现。

三、关于自学教材

本课程使用教材为：《CI 策划与品牌创意设计》，赵勤、曾运东主编，南京大学出版社，2020 年。

四、关于自学要求和自学方法的指导

本大纲的课程基本要求是依据专业考试计划和专业培养目标而确定的。课程基本要求还明确了课程的基本内容，以及对基本内容掌握的程度。基本要求中的知识点构成了课程内容的主体部分。因此，课程基本内容掌握程度、课程考核知识点是高等教育自学考试考核的主要内容。

为了有效地指导个人自学和社会助学，本大纲已指明了课程的重点和难点，在章节的基本要求中一般也指明了章节内容的重点和难点。

考生在自学过程中应该注意以下问题：

1. 在全面系统学习的基础上理解和掌握基本理论、基本方法

学习时应注意以下几点：①要把握全册教材的结构体系，掌握内在线索；②学习各章时要理清知识要点和脉络，在理解的基础上加强记忆；③注意区分相近的概念和相通的方法，并掌握它们之间的联系；④在全面系统学习的基础上要掌握重点。

2. 理论联系实际，将方法的原理学习与应用相结合

为有效地指导个人自学和社会助学，本大纲已指明了课程的重点和难点，在章节的基本要求中指明了章节内容的重点和难点。标记出简单应用与综合应用的章节。在充分掌握该课程的重点与难点，可以将理论知识与生活中的实际应用相

互联系进行学习反思，弥补自学过程中的薄弱环节。

五、应考指导

1. 如何学习

周全的计划和组织是学习成功的法宝。具体要做到以下几点：①在学习时，一定要跟紧课程并完成作业。②为了在考试中做出满意的回答，必须对所学课程的内容有很好的理解。③可以使用“行动计划表”来监控学习的进展。④阅读课本时最好做读书笔记，如有需要重点主要的内容，可以用彩笔来标注。如：红色代表重点；绿色代表需要深入研究的领域；黄色代表可以运用在工作之中的知识点。还可以在空白处记录相关网站、文章等。

2. 如何考试

一是卷面要整洁。评分教师只能为他能看懂的内容打分，而书写工整、段落与间距合理、卷面赏心悦目有助于教师评分。二是在答题时，要回答所问的问题，而不能随意地回答，要避免超过问题的范围。

六、对社会助学的要求

1. 社会助学者应根据本大纲规定的课程内容和考核要求，认真钻研指定教材，明确本课程与其他课程不同的特点和学习要求，对考生进行切实有效的辅导，引导他们防止自学中可能出现的各种偏向，把握社会助学的正确导向。

2. 正确处理基础知识和应用能力的关系，努力引导考生将识记、领会与应用联系起来，有条件的应适当组织考生开展科学研究实践，学会把基础知识和理论转化为应用能力，在全面辅导的基础上，着重培养和提高考生提出问题、分析问题和解决问题的能力。

3. 要正确处理重点和一般的关系。课程内容有重点与一般之分，但考试内容是全面的。社会助学者应指导考生全面系统地学习教材，掌握全部考试内容和考核知识点，在此基础上突出重点。总之，要把重点学习与兼顾一般相结合，防止孤立地抓重点，甚至猜题、押题。

七、对考核内容的说明

1. 本课程要求考生学习和掌握的知识点内容都作为考核的内容。课程中各章的内容均由若干知识点组成，在自学考试中成为考核知识点。因此，课程自学考试大纲中所规定的考试内容是以分解为考核知识点的方式给出的。由于各知识点

在课程中的地位、作用以及知识自身的特点不同，自学考试将对各知识点分别按四个能力层次确定其考核要求。

2. 在考试之日起 6 个月前，由全国人民代表大会和国务院颁布或修订的法律、法规都将列入相应课程的考试范围。凡大纲、教材内容与现行法律法规不符的，应以现行法律法规为准。命题时也会对我国经济建设和科技文化发展的重大方针政策的变化予以体现。

八、关于考试命题的若干规定

1. 本课程的命题考试，应根据本大纲所规定的课程内容和考核要求来确定考试范围和考核要求，不能任意扩大或缩小考试范围，提高或降低考核要求。考试命题要覆盖到各章，并适当突出重点章节，体现本课程的内容重点。

2. 本课程在试卷中对不同能力层次要求的分数比例大致为：识记部分占 30%，领会部分占 30%，简单应用部分占 20%，综合应用部分占 20%。

3. 本大纲各章所规定的课程内容、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、章节的重点，加大重点内容的覆盖度。

4. 命题不应有超出大纲中考核知识点范围的题，考核要求不得高于大纲中所规定的相应的最高能力层次要求。命题应着重考核考生对基本概念、基本知识和基本理论是否了解或掌握，对基本方法是否会用或熟练运用。不应出与基本要求不符的偏题或怪题。

5. 要合理安排试题的难易程度，试题的难度可分为：易、较易、较难和难四个等级。每份试卷中不同难度试题的分数比例一般为：2:3:3:2。

必须注意试题的难易程度与能力层次有一定的联系，但二者不是等同的概念。在各个能力层次中对于不同的考生都存在着不同的难度。

6. 考试方式为闭卷、笔试，考试时间为 150 分钟。评分采用百分制，60 分为及格。考生只准携带 0.5 毫米黑色墨水的签字笔、铅笔、圆规、直尺、三角板、橡皮等必需的文具用品。不可携带计算器。

7. 本课程考试命题的主要题型一般有单项选择题、填空题、名词解释题、简答题、论述题。

附录 题型举例

一、单项选择题

1. 企业的经营理念识别（MI）是企业形象定位与传播的（ ）

- A. 起点 B. 原点 C. 重点 D. 核心点

参考答案：B

2. 当企业逐渐走向国际化，适应信息传播，优化公司名称采用的方法是（ ）

- A. 简称法 B. 缩简法 C. 音译法 D. 重命名

参考答案：B

二、填空题

1. MI 是英文 Mind Identity 的缩写，指的是企业精神，即企业的_____识别。

参考答案：经营理念

2. CIS 规范手册的制定是企业全面实施 CIS 战略的必备条件，也是企业视觉设计_____的过程。

参考答案：标准化

三、名词解释题

1. 形象定位

参考答案：形象定位即确定企业在市场中的位置、在公众中的位置、在同行中的位置和在社会中的位置。

四、简答题

1. 简述企业对名片进行标准化设计的要点。

参考答案：

设计要点：应强调三个字，即简、功、易。

（1）简：名片传递的主要信息要简明清楚，构图完整明确。

（2）功：注意质量、功效，尽可能使传递的信息明确。

（3）易：便于记忆，易于识别。

五、论述题

1. 论述 CIS 导入的流程。

参考答案：

（1）调查阶段。对企业领导人进行咨询与调查，研读与企业相关的历史文献，充分调

查竞争环境，调研企业文化形象的现状知晓企业感性和理性形象的认知情况。

（2）分析研究阶段。分析竞争环境提出差异化设计思路，分析企业文化和形象现状，围绕 CIS 计划的调查结果进行 CIS 设计综合分析。

（3）策划创意阶段。提出企业竞争发展的总战略，确立 CI 系统中的理念诉求和 VI 设计风格等要素。

（4）设计规划阶段。根据社会与市场环境、企业实际情况，提出行为识别的主体风格和内容，提交视觉识别系统方案，组织企业进行主题参与式培训。