

湖南省高等教育自学考试

课程考试大纲

企业形象设计

(课程代码: 07072)

湖南省教育考试院组编
2016 年 12 月

高等教育自学考试课程考试大纲

课程名称：企业形象设计

课程代码：07072

第一部分 课程性质与目标

一、课程性质与特点

企业形象设计是高等教育自学考试服装艺术设计（本科）专业的选考课程，它可以帮助考生比较系统地学习和掌握企业形象设计的基本方法，培养考生的企业形象设计素质，是考生学习企业形象设计的理论指导和设计依据。企业形象设计具有时代性、基础性和选择性的特点，能让考生较为广泛的接触中外优秀美术设计作品，拓宽设计视野，了解世界多元文化，与时俱进，探索人文内涵，提高鉴赏能力和选择判断能力。本课程重在启发引导，激发考生的主观能动性，培养考生解决问题的能力。

二、课程目标与基本要求

通过企业形象设计课程的学习，考生应初步了解企业形象设计的基础知识、理念识别设计方法、行为识别设计方法、视觉识别设计方法及对作品的欣赏能力，培养考生的自主学习、研究性学习及合作学习的能力，系统地掌握企业形象设计的历史沿革与发展状况，了解和初步掌握企业形象设计的研究方法、收集资料的方法、整理与处理资料的方法、设计方案的实行方法，培养考生能独立从事企业形象设计的基本能力和科学素养。通过本课程理论学习和实践操作，考生应达到以下要求：了解企业形象设计的基本含义、特点、功能及设计原则；了解企业形象设计的现状和发展趋势；理解并掌握企业形象设计的基本方法并能够用于企业形象设计的实践。

三、与本专业其他课程的关系

企业形象设计是服装艺术设计专业的一门专业选考课程。本课程的前修课程是设计概论、服装概论、服装设计、服装美学。这四门课程可以帮助我们了解服装的相关理论知识，了解设计的基本方法与原则，奠定学习企业形象设计这门课程的基础。

第二部分 考核内容与考核目标

第一章 企业形象（CI）概述

一、学习目的与要求

通过本章的学习，形成对企业形象设计的总体认识，明确 CI 即 Corporate Identity System（企业形象整体识别系统）的基本含义、构成要素、战略特点、功能作用、产生的原因、设计原则等基本概念。

二、考核知识点与考核目标

(一) CI 的基本含义 (重点)

识记: CI 的定义

理解: Corporate、Identity 这两个单词的含义

应用: 企业形象设计实例分析

(二) CI 的构成要素 (重点)

识记: CI 构成三要素

理解: 企业理念识别系统(MI)、企业行为识别系统(BI)、企业视觉识别系统(VI)的作用

应用: 根据构成三要素设计企业形象

(三) CI 战略的特点 (重点)

识记: CI 八大战略特点的记忆

理解: CI 战略的特点

应用: CI 案例的八大战略特点分析

(四) CI 战略的功能与作用 (次重点)

识记: CI 战略功能、CI 战略作用

理解: 识别功能、管理功能、传播功能、应变功能、协调功能、文化教育功能; 四大战略作用

应用: CI 案例分析

(五) CI 设计的原则 (次重点)

识记: 同一性原则、差异性原则、民族性原则、可实施性原则

理解: 为何要遵循这些原则

应用: CI 设计案例分析

(六) CI 产生的原因 (一般)

识记: 企业内部自觉需求、市场竞争中的外部压力

理解: CI 的产生原因

应用: CI 产生原因的案例分析

第二章 CI 的历史沿革与发展状况

一、学习目的与要求

通过本章的学习, 了解 CI 的雏形, CI 在美国、日本、中国台湾、中国的历史与发展状况, 力求广泛的接触中外优秀设计作品, 从而拓宽设计视野, 了解世界多元文化, 提高鉴赏能力和判断能力。

二、考核知识点与考核目标

(一) CI 的雏形 (重点)

识记: CI 最具代表性的公司及设计师

理解: CI 在应用中的重要性

应用: 结合实例, 阐述 CI 的作用与影响

(二) 中国 CI 的发展 (重点)

- 识记：VI；轻本质中外表；重设计轻实施
理解：中国 CI 发展应该避免的三大误区
应用：结合实例，阐述 CI 在中国企业中发挥的作用及存在的问题
- （三）美国 CI 的发展（次重点）
识记：世界公认最早 CI 时间及公司名称
理解：美国 CI 的发展状况
应用：结合实例，阐述 CI 在美国各大企业中的作用和影响
- （四）日本 CI 的发展（一般）
识记：日本 CI 的四个发展阶段
理解：日本 CI 四个发展阶段的基本情况特点
应用：结合实例，阐述 CI 在日本企业中发挥的作用和影响
- （五）中国台湾 CI 的发展（一般）
识记：中国台湾 CI 的三个发展阶段
理解：中国台湾 CI 三个发展阶段的基本情况特点
应用：结合实例，阐述 CI 在中国台湾企业中发挥的作用和影响

第三章 企业形象（CI）战略的策划与导入

一、学习目的与要求

通过本章的学习，理解并掌握企业形象战略的导入时机与程序，掌握企业导入 CI 的契机；掌握企业形象市场调查的原则、作业程序、调查方法、调查内容；了解并掌握企业形象定位的意义及策略；掌握 CI 的执行与管理方法与原则。

二、考核知识点与考核目标

- （一）企业形象的市场调查（重点）
识记：市场调查的原则、调查程序、调查方法
理解：市场调查的作用
应用：结合实例，撰写企业形象市场调查方案
- （二）企业形象定位（重点）
识记：企业形象的意义；企业形象定位的基本原则
理解：形象定位的差别化
应用：结合实例，通过企业形象市场调查等方法撰写企业形象定位方案
- （三）企业形象战略的导入时机与程序（次重点）
识记：导入三阶段；导入三阶段包涵的内容
理解：七种导入时机及各种导入时机的优点
应用：结合实例分析导入时机及导入程序
- （四）CI 的执行与管理（一般）
识记：CI 执行小组的构成；执行委员会的主要任务
理解：CI 执行委员会的主要任务及执行原则及方法；CI 的管理
应用：结合实例，撰写 CI 执行与管理的格式样本

第四章 理念识别（MI）设计

一、学习目的与要求

通过本章的学习，了解什么是企业形象理念识别设计，了解理念识别的对内对外功能，掌握理念识别的设计理论及设计方法，掌握理念识别的传达方法及表现形式。

二、考核知识点与考核目标

（一）理念识别概述（重点）

识记：理念识别

理解：理念识别的作用及重要性

应用：结合案例分析理念识别在企业形象设计中的作用

（二）理念识别的功能（重点）

识记：理念识别两个方面的功能

理解：理念识别的对内功能与对外功能的联系与区别

应用：结合案例分析对内对外功能

（三）理念识别的设计（次重点）

识记：企业使命；企业哲学；企业价值观；企业精神；企业风格；企业宗旨

理解：企业理念识别设计的内容与方法

应用：结合案例，设计企业形象的理念

（四）理念识别的传达（一般）

识记：企业口号、企业标语的作用

理解：企业理念识别传达的方法与表现形式

应用：结合优秀案例，分析其理念识别传达的成功之处

第五章 行为识别（BI）设计

一、学习目的与要求

通过本章的学习，了解企业行为识别的意义，了解行为识别的特点，掌握行为识别设计的内容、特点、设计方法，掌握整体行为识别、组织行为识别的基本要求；掌握企业内部形象设计的策略，掌握企业外部行为识别的传播方法及注意事项；学会分析优秀案例。

二、考核知识点与考核目标

（一）从理念识别到行为识别（重点）

识记：行为识别的定义；行为识别的特点；整体行为识别；组织行为识别

理解：行为识别特点的理解；组织行为的基本要求

应用：结合案例理解行为识别的特点

（二）行为识别（BI）的内部策略（重点）

识记：企业内部

理解：企业内部的行为识别该从哪几方面入手

应用：结合案例，阐述内部策略的重要性及实施时的注意事项

(三) 行为识别 (BI) 的外部传播 (一般)

识记：企业外部有哪些方面

理解：企业外部三大方面的行为识别设计实施时的方法及注意事项

应用：结合案例，阐述行为识别设计在企业外部传播时的重要性

第六章 视觉识别 (VI) 设计

一、学习目的与要求

通过本章的学习，了解视觉识别设计在企业形象设计中的重要性，了解企业视觉识别设计的内容，掌握视觉识别设计的方法及原则，掌握分析优秀案例的方法。

二、考核知识点与考核目标

(一) VI 设计应用要素 (重点)

识记：VI 设计应用的种类

理解：VI 设计应用的内容及应用方法

应用：分析优秀案例

(二) VI 手册的制作 (重点)

识记：VI 手册的设计内容

理解：VI 手册的在企业形象中的作用

应用：分析优秀 VI 手册的成功之处

(三) 企业标志设计 (重点)

识记：企业标志；企业标示的特性；

理解：标志设计的原则与技法

应用：能独立设计出符合企业文化的企业标志

(四) 企业标准字体设计 (次重点)

识记：标准字的定义；标准字的种类

理解：标准字设计的基本原则及设计方法

应用：结合案例，设计出符合企业文化与要求的标准字体

(五) 标准色的设计 (次重点)

识记：标准色的定义；色彩三要素

理解：根据标准色的设定方法及应用

应用：结合案例，为一个企业设计三种不同的标准色方案

(六) 吉祥物的设计 (一般)

识记：吉祥物

理解：吉祥物在企业形象中的作用

应用：结合企业文化，能设计出适合企业形象的吉祥物

(七) 辅助图形设计 (一般)

识记：企业服装图形

理解：企业辅助图形的作用

应用：分析优秀案例中辅助图形在其企业形象塑造中发挥的作用

第七章 优秀作品欣赏

一、学习目的与要求

通过本章的学习，了解国内外优秀作品的名称、优秀设计师的名字及代表作；学会赏析优秀作品，掌握分析优秀作品的方法，学会运用优秀案例的方法在以后的企业形象设计中。

二、考核知识点与考核目标

识记：国内外优秀企业名称、优秀企业形象设计师

理解：国内外优秀企业名称及其企业形象的塑造方法

应用：学会分析优秀作品

第三部分 有关说明与实施要求

一、考核的能力层次表述

本大纲在考核目标中，按照“识记”、“理解”、“应用”三个能力层次规定其应达到的能力层次要求。各能力层次为递进等级关系，后者必须建立在前者的基础上，其含义是：

识记：能知道有关的名词、概念、知识的含义，并能正确认识和表述，是低层次的要求。

理解：在识记的基础上，能全面把握基本概念、基本原理、基本方法，能掌握有关概念、原理、方法的区别与联系，是较高层次的要求。

应用：在理解的基础上，能运用基本概念、基本原理、基本方法联系学过的多个知识点分析和解决有关的理论问题和实际问题，是最高层次的要求。

二、教材

1. 指定教材：

现代企业形象设计，贺克、唐北明，湖南人民出版社，2007 年第一版

2. 参考教材：

企业形象设计，黄芳芳，水利水电出版社 2013 年版

企业形象设计，马旭东、赵洁，上海人民美术出版社，2013 年版

企业形象设计，李民，广西美术出版社，2013 年版

企业形象设计，王丽英、攀文君，水利水电出版社，2015 年版

三、自学方法指导

1. 在开始阅读指定教材某一章之前，先翻阅大纲中有关这一章的考核知识点及对知识点的能力层次要求和考核目标，以便在阅读教材时做到心中有数，有的放矢。
2. 阅读教材时，要逐段细读，逐句推敲，集中精力，吃透每一个知识点，对

基本概念必须深刻理解，对基本理论必须彻底弄清，对基本方法必须牢固掌握。

3. 在自学过程中，既要思考问题，也要做好阅读笔记，把教材中的基本概念、原理、方法等加以整理，这可从中加深对问题的认知、理解和记忆，以利于突出重点，并涵盖整个内容，可以不断提高自学能力。
4. 完成书后作业和适当的辅导练习是理解、消化和巩固所学知识，培养分析问题、解决问题及提高能力的重要环节，在做练习之前，应认真阅读教材，按考核目标所要求的不同层次，掌握教材内容，在练习过程中对所学知识进行合理的回顾与发挥，注重理论联系实际和具体问题具体分析，解题时应注意培养逻辑性，针对问题围绕相关知识点进行层次（步骤）分明的论述或推导，明确各层次（步骤）间的逻辑关系。

四、对社会助学的要求

1. 应熟知考试大纲对课程提出的总要求和各章的知识点。
2. 应掌握各知识点要求达到的能力层次，并深刻理解对各知识点的考核目标。
3. 辅导时，应以考试大纲为依据，指定的教材为基础，不要随意增删内容，以免与大纲脱节。
4. 辅导时，应对学习方法进行指导，宜提倡“认真阅读教材，刻苦钻研教材，主动争取帮助，依靠自己学通”的方法。
5. 辅导时，要注意突出重点，对考生提出的问题，不要有问即答，要积极启发引导。
6. 注意对考生能力的培养，特别是自学能力的培养，要引导考生逐步学会独立学习，在自学过程中善于提出问题，分析问题，做出判断，解决问题。
7. 要使考生了解试题的难易与能力层次高低两者不完全是一回事，在各个能力层次中会存在着不同难度的试题。
8. 助学学时：本课程共 7 学分，建议总课时 126 学时，其中助学课时分配如下：

章 次	内 容	学 时
第一章	企业形象（CI）概述	8
第二章	CI 的历史沿革与发展现状	12
第三章	企业形象（CI）战略的策划与导入	20
第四章	理念识别（MI）设计	18
第五章	行为识别（BI）设计	24
第六章	视觉识别（VI）设计	24
第七章	优秀作品欣赏	20
合 计		126

五、关于命题考试的若干规定

1. 本大纲各章所提到的内容和考核目标都是考试内容。试题覆盖到章，适当突出重点。

2. 试卷中对不同能力层次的试题比例大致是：“识记”为 20%、“理解”为 40%、“应用”为 40%。
3. 试题难易程度应合理：易、较易、较难、难比例为 2：3：3：2。
4. 每份试卷中，各类考核点所占比例约为：重点占 60%，次重点占 30%，一般占 10%。
5. 试题类型一般分为：单项选择题、填空题、名词解释题、简答题、设计制图题，设计题需自带作图工具。
6. 考试采用闭卷笔试，考试时间 150 分钟，采用百分制评分，60 分合格。

六、题型示例（样题）

一、单项选择题（本大题共■小题，每小题■分，共■分）

在每小题列出的四个备选项中只有一个是符合题目要求的，请将其选出并将“答题卡”上的相应字母涂黑。错涂、多涂或未涂均无分。

1. CI 设计的原则不包括

- A. 同一性原则 B. 差异性原则 C. 民族化原则 D. 传播化原则

二、填空题（本大题共■小题，每小题■分，共■分）

1. CI 的构成要素由企业理念识别系统、_____、_____三部分组成。

三、名词解释题（本大题共■小题，每小题■分，共■分）

1. 形象定位

四、简答题（本大题共■小题，每小题■分，共■分）

1. 简述 CI 战略的特点。

五、设计制图题（本大题共■小题，每小题■分，共■分）

1. 请自拟一家品牌公司名称进行标志和文化衫设计。要求：

- （1）绘制标志图形；
- （2）设计出标准字体；
- （3）写出 100 字以内的设计释义；
- （4）可用钢笔与彩色铅笔绘制。