

《01422 标志设计（一）》实践考核大纲

一、课程性质与目标

（一）课程性质和特点

本课程是视觉传达设计相关专业的核心实践课程，旨在培养学生将品牌理念、市场需求与视觉美学相结合的标志设计能力。课程强调从品牌定位分析到标志落地应用的全流程训练，注重设计思维与实操技能的双重提升，最终使学生能够完成符合商业标准与品牌调性的标志作品。

（二）课程目标

- 创意策划能力：**能够基于品牌命题，提炼品牌核心价值，提出差异化的标志创意概念，完成从策略到视觉符号的转化。
- 视觉设计能力：**熟练运用图形、文字、色彩等设计元素，掌握标志的造型规律、构图法则，设计出简洁、独特且具有辨识度的标志。
- 技术应用能力：**掌握标志设计相关软件（如 Photoshop、Illustrator）的基础操作，能够完成标志的绘制、修改与格式输出，同时了解标志在不同媒介中的适配规范。
- 项目执行能力：**具备独立完成标志设计项目的的能力，涵盖需求分析、草图绘制、方案优化、应用延展等全流程，能够对设计作品进行自我评估与完善。

（三）课程重点

- 创意策略层面：**品牌定位分析、核心价值提炼、目标受众洞察。
- 视觉设计层面：**标志的造型设计、字体搭配、色彩规划、多媒介适配规范。
- 技术实操层面：**设计软件基础操作、标志的矢量绘制、文件输出格式要求。
- 项目应用层面：**标志的应用延展设计、设计方案的展示与说明、设计效果评估。

二、考核内容和考核目标

第一章 标志的基础认知与品牌关联

学习目的与要求

- 掌握标志的定义、功能与分类，理解标志与品牌形象的内在关联。
- 能够结合品牌定位，明确标志设计的方向与核心诉求。

课程内容

1. 标志的概念、功能与类型（商业标志、公益标志、文化标志等）。
2. 标志与品牌定位、品牌文化、目标受众的关联性分析。
3. 优秀标志案例的赏析与借鉴（造型、色彩、寓意解读）。

考核知识点及要求

1. **识记**：标志的基本定义、功能、命名原则、设计原则及常见分类；品牌定位与标志设计的关联原则。
2. **领会**：分析优秀标志案例，如奥运会徽、中国银行、中国联通、麦当劳的设计思路，理解其如何体现品牌核心价值。
3. **应用**：根据给定品牌命题，撰写标志设计的需求分析报告，明确设计方向。

第二章 标志的造型设计与构图法则

学习目的与要求

1. 掌握标志的造型元素（图形、文字、图文结合）设计技巧，熟悉标志构图的基本规律。
2. 能够运用造型与构图法则，设计出具有美感与辨识度的标志草图。

课程内容

1. 标志的造型类型：具象型、抽象型、文字型、图文结合型。
2. 标志的构图法则：对称构图、均衡构图、重心构图、简约构图等。
3. 标志的字体设计：字体的选择、变形与搭配技巧。

考核知识点及要求

1. **识记**：标志的主要造型类型与构图法则；不同字体的视觉特性与适用场景。
2. **领会**：理解不同造型与构图方式对标志视觉传达效果的影响。
3. **应用**：针对指定品牌，绘制至少 3 套不同造型风格的标志草图，体现合理的构图逻辑。

第三章 标志的色彩设计与情感表达

学习目的与要求

1. 掌握色彩的基本原理与标志色彩设计的原则，理解色彩的情感传递与品牌调性的匹配关系。

2. 能够为标志选择合适的色彩方案，增强标志的视觉吸引力与品牌辨识度。

课程内容

1. 色彩的基本属性（色相、明度、饱和度）。
2. 标志色彩的设计原则：辨识度、关联性、适应性。
3. 标志色彩的搭配技巧：单色调、双色调、多色调的应用。

考核知识点及要求

1. **识记：**色彩的基本属性；什么是专色；色彩的功能；标志色彩设计的核心原则；标志色彩选择的注意事项。
2. **领会：**分析色彩在标志中的情感传递作用，理解色彩与品牌调性的匹配逻辑。
3. **应用：**为已完成的标志草图搭配 2 套不同的色彩方案，并说明色彩选择的理由。

第四章 标志的软件制作与媒介适配

学习目的与要求

1. 掌握标志设计相关软件的基础操作，能够完成标志的数字化绘制与输出。
2. 了解标志在不同媒介中的应用规范，确保标志在实际应用中的一致性。

课程内容

1. 矢量软件（Illustrator）基础：标志的轮廓绘制、色彩填充、图形优化。
2. 标志的文件格式：矢量格式（AI、EPS）与位图格式（PNG、JPG）的区别与应用场景。
3. 标志的媒介适配：印刷媒介（名片、海报）与数字媒介（网页、APP）的尺寸、分辨率要求。

考核知识点及要求

1. **识记：**标志设计常用软件的基础操作步骤；不同文件格式的特点与适用场景。
2. **领会：**理解标志在不同媒介中的适配原则，确保标志的视觉一致性。
3. **应用：**使用设计软件完成标志的数字化制作，输出符合要求的矢量文件与位图文件，并标注相关技术参数。

第五章 标志的应用延展与方案展示

学习目的与要求

1. 掌握标志应用延展的设计方法，能够将标志应用于不同的载体。

2. 能够清晰、规范地展示标志设计方案，提升方案的说服力。

课程内容

1. 标志的应用延展：名片、信封、海报、产品包装等载体的设计规范。
2. 标志设计方案的展示：设计说明的撰写、草图与成品的对比展示、应用效果的呈现。

考核知识点及要求

1. **识记**：标志设计的程序；标志应用延展的常见载体与设计规范；标志设计方案展示的核心要素。
2. **领会**：理解标志应用延展对品牌形象统一传播的重要性。
3. **应用**：完成标志在至少 2 种载体上的应用延展设计，并撰写完整的设计说明，包括创意理念、色彩说明、应用规范等内容。

三、参考教材与考核实施要求

（一）参考教材

《标志设计》（张军，黄本亮 著，辽宁美术出版社，2024 年版）。

（二）考核要求

1. 考察学生的**综合设计能力**：根据给定品牌命题，完成从需求分析、草图绘制、数字化制作到应用延展的全流程标志设计。
2. 考察学生的**技术实操能力**：掌握设计软件的基础操作，能够输出符合规范的文件格式，了解不同媒介的适配要求。
3. 考察学生的**创意转化能力**：能够将品牌理念转化为视觉符号，标志设计需具备独特性、辨识度与品牌关联性。
4. 考察学生的**方案展示能力**：能够清晰撰写设计说明，规范展示设计成果，准确传递设计思路与理念。

（三）考核命题规定

1. 本课程采用**实践闭卷考核**，考核时间为 150 分钟，学生需携带绘图工具（画笔、尺子、橡皮等），在指定环境下完成设计。
2. 考核内容覆盖本大纲所有章节，**重点结合教材复习大纲中“考核知识点及要求”部分。**

3. 命题不超出大纲规定的知识点范围，考核目标不高于大纲设定的能力层次，避免偏题、怪题。
4. 试卷中不同能力层次的分数比例：识记占 30%，领会占 20%，简单应用占 10%，综合应用占 40%。
5. 本门课程考试可选用的命题题型范围为：单项选择题、多项选择题、判断题、名词解释题、简答题、案例分析、设计题。