《视觉识别系统设计》本科课程教学大纲（理论课）

一、课程基本信息

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 课程名称 | （中文）视觉识别系统设计 | | | | | |
| （英文）Visual Identity System Design | | | | | |
| 课程代码 | 2040194 | 课程学分 | | 4 | | |
| 课程学时 | 64 | 理论学时 | 20 | 实践学时 | | 44 |
| 开课学院 | 艺术设计学院 | 适用专业与年级 | | 视觉传达设计三年级 | | |
| 课程类别与性质 | 专业必修课,专业核心课程 | 考核方式 | | 考查 | | |
| 选用教材 | 《VI设计与品牌战略》，汪　军著，ISBN9787514003369北京工艺美术出版社，2021.01 | | | 是否为  马工程教材 | | 否 |
| 先修课程 | 图形创意2040474(3)、版式设计2040359 (2)、 字体设计2040139(2) | | | | | |
| 课程简介 | 视觉识别系统设计是视觉传达设计专业的核心课程之一，旨在教授学生如何设计和开发品牌和企业的视觉识别系统，包括标志、标识、包装、广告等，以实现品牌的视觉统一和传达。视觉识别系统设计是视觉传达设计领域的核心领域之一，以培养学生在平面、形象方面的设计能力，适应现代商品经济社会的需要。毕业生将在广告、包装、品牌设计、传媒等领域找到丰富的就业机会。该课程将为学生提供在视觉传达领域发展的坚实基础。 | | | | | |
| 选课建议与学习要求 | 本课程适用艺术设计专业三年级学生。要求学生具有一定的美术基础，创意能力和熟练的电脑操作技能。先修课程包括字体与版式设计、图形创意、计算机应用基础、品牌定位等。 | | | | | |
| 大纲编写人 | 卡通人物  中度可信度描述已自动生成 | | 制/修订时间 | | 2024.1 | |
| 专业负责人 | 形状  中度可信度描述已自动生成 | | 审定时间 | | 2024.1 | |
| 学院负责人 | 文本, 信件  描述已自动生成 | | 批准时间 | | 2024.1 | |

二、课程目标与毕业要求

**（一）课程目标**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 类型 | 序号 | 内容 |
| 知识目标 | 1 | 理解视觉传达的基本原理，包括色彩心理学、标志设计、字体选择、排版原则等。 |
| 2 | 掌握通过视觉元素来传达品牌的核心价值观和个性，创建一个与品牌一致的视觉形象。 |
| 技能目标 | 3 | 掌握品牌视觉识别系统的设计技能，包括标志设计、标识系统构建、包装设计、广告设计等方面的实际操作技巧。 |
| 4 | 学会如何将理论知识应用于实际项目中，创建符合品牌要求的视觉识别系统。 |
| 素养目标  (含课程思政目标) | 5 | 引导学生考虑如何通过视觉识别系统传达品牌的社会责任和价值观。 |
| 6 | 引导学生尊重和欣赏不同文化的视觉传达方式，学会设计具有跨文化适应性的视觉识别系统。 |

**（二）课程支撑的毕业要求**

|  |
| --- |
| **LO1品德修养**：拥护中国共产党的领导，坚定理想信念，自觉涵养和积极弘扬社会主义核心价值观，增强政治认同、厚植家国情怀、遵守法律法规、传承雷锋精神，践行“感恩、回报、爱心、责任”八字校训，积极服务他人、服务社会、诚信尽责、爱岗敬业。  ③奉献社会，富有爱心，懂得感恩，自觉传承和弘扬雷锋精神，具有服务社会的意愿和行动，积极参加志愿者服务。 |
| **LO2专业能力**：具有人文科学素养，具备从事某项工作或专业的理论知识、实践能力。  ②掌握视觉传达设计的相关理论知识，了解设计原则、色彩理论、视觉心理学等，能够将理论运用到实际设计中。  ⑤掌握视觉传达设计相关软件和工具，在设计过程中能够运用各种途径和工具进行设计和制作。  ⑥具备项目实践能力，了解行业通行的作业流程与方法，了解不同材料及工艺，能够独立执行项目设计与制作。 |
| **LO4自主学习**：能根据环境需要确定自己的学习目标，并主动地通过搜集信息、分析信息、讨论、实践、质疑、创造等方法来实现学习目标。  ②能搜集、获取达到目标所需要的学习资源，实施学习计划、反思学习计划、持续改进，达到学习目标。 |

**（三）毕业要求与课程目标的关系**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 毕业要求 | 指标点 | 支撑度 | 课程目标 | 对指标点的贡献度 |
| L01 | ③ | L | 5. 引导学生考虑如何通过视觉识别系统传达品牌的社会责任和价值观。 | 100% |
| 6. 引导学生尊重和欣赏不同文化的视觉传达方式，学会设计具有跨文化适应性的视觉识别系统。 | 100% |
| L02 | ②  ⑤  ⑥ | M  M  H | 1.理解视觉传达的基本原理，包括色彩心理学、标志设计、字体选择、排版原则等。 | 100%  100% |
| 3.掌握品牌视觉识别系统的设计技能，包括标志设计、标识系统构建、包装设计、广告设计等方面的实际操作技巧。 |
| 4.学会如何将理论知识应用于实际项目中，创建符合品牌要求的视觉识别系统。 | 100% |
| L04 | ② | M | 2. 掌握通过视觉元素来传达品牌的核心价值观和个性，创建一个与品牌一致的视觉形象。 | 100% |

三、课程内容与教学设计

**（一）各教学单元预期学习成果与教学内容**

|  |
| --- |
| 一：市场调研与基础理论  预期学习成果：  理解设计任务单与方案表达；  能够分析企业视觉形象设计案例。  教学内容：  掌握视觉识别系统设计项目的前期调研方法；  能够为设计项目做合理定位；  分析项目背景，明确形象设计诉求，对同类品牌做市场调研，内容包括项目介绍与分析；同类项目比较分析；品牌定位、风格定位；目标人群定位；设计案例调研等 |
| 二：标志设计  预期学习成果：  理解标志设计的原则；  掌握字体与图形设计的基本方法；  能够利用字体设计、图形创意设计的基础进行标志设计；  掌握标志图形与字体的标准化制作方法。  教学内容：  理解标志设计的原则；  了解标志设计的分类与表现形式；  了解标志设计的流程；  掌握标志设计的构思方法。 |
| 三：标志设计提案  预期学习成果：  对行业与市场有充分的了解，了解行业的运作流程；  能够制定符合企业诉求与市场需求的设计方案；  掌握设计提案的主要内容与方法；  掌握设计提案的规范化制作方法；  能够有条理有逻辑地口头表述设计方案的创作过程。  教学内容：  设计过程的呈现与设计方案的阐述  标识设计提案，对每一个方案逐一阐释，要求逻辑清晰，内容包涵构思过程、内涵演绎、标志展示、应用效果等 |
| 四：视觉识别系统设计  预期学习成果：  掌握视觉识别系统的基本原理和设计要素；  能够设计和应用品牌视觉识别系统；  具备进行品牌形象传播和管理的能力。  教学内容：  视觉识别系统概述：介绍品牌视觉识别系统的定义、作用和基本要素，让学生理解视觉识别系统对品牌形象的重要性。  制定符合企业诉求与市场需求的设计方案；  针对不同的设计项目归纳视觉识别系统所需涵盖的内容并进行系统化、标准化的设计与制作；  把控视觉识别系统的调性统一，灵活运用基础部分要素；  视觉识别系统的标准化设计与制作，基础部分：基本要素标志、标准字、标准色及象征图形的设计；应用部分：要素在应用要素系统中的延伸及展开应用。 |

**（二）教学单元对课程目标的支撑关系**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 课程目标  教学单元 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 市场调研 | √ |  |  |  | √ | √ |
| 标志设计 |  | √ | √ |  |  |  |
| 标志设计提案 |  |  | √ | √ | √ |  |
| 视觉识别系统设计 |  | √ | √ | √ | √ | √ |

**（三）课程教学方法与学时分配**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 教学单元 | 教与学方式 | 考核方式 | 学时分配 | | |
| 理论 | 实践 | 小计 |
| 市场调研 | 讲授、讨论、案例分析 | 报告 | 4 | 4 | 8 |
| 标志设计 | 讲授、讨论、案例分析 | 报告 | 4 | 12 | 16 |
| 标志设计提案 | 讲授、讨论、案例分析、实践 | 项目设计 | 4 | 12 | 16 |
| 视觉识别系统设计 | 讲授、讨论、案例分析、实践 | 项目设计 | 8 | 16 | 22 |
| 合计 | | | 20 | 44 | 64 |

**（四）课内实验项目与基本要求**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 实验项目名称 | 目标要求与主要内容 | 实验  时数 | 实验  类型 |
| 1 | 市场调研 | 引导学生考虑如何通过视觉识别系统传达品牌的社会责任和价值观。  引导学生尊重和欣赏不同文化的视觉传达方式，学会设计具有跨文化适应性的视觉识别系统。  分析项目背景，明确形象设计诉求，对同类品牌做市场调研，内容包括项目介绍与分析；同类项目比较分析；品牌定位、风格定位；目标人群定位；设计案例调研等。 | 4 | ④ |
| 2 | 标志设计 | 理解视觉传达的基本原理，包括色彩心理学、标志设计、字体选择、排版原则等。  掌握品牌视觉识别系统的设计技能，包括标志设计、标识系统构建。  以MI为出发点的标志方案设计。 | 12 | ③ |
| 3 | 标志设计提案 | 学会如何将理论知识应用于实际项目中，进行标识设计提案，对每一个方案逐一阐释，要求逻辑清晰，内容包涵构思过程、内涵演绎、标志展示、应用效果等。 | 12 | ③ |
| 4 | 视觉识别系统设计 | 创建符合品牌要求的视觉识别系统。  掌握通过视觉元素来传达品牌的核心价值观和个性，创建一个与品牌一致的视觉形象。  基础部分：基本要素标志、标准字、标准色及象征图形的设计  应用部分：要素在应用要素系统中的延伸及展开应用。 | 16 | ③ |
| 实验类型：①演示型 ②验证型 ③设计型 ④综合型 | | | | |

四、课程思政教学设计

|  |
| --- |
| 引导学生在视觉识别系统设计中融入社会价值观，帮助学生更全面地理解视觉设计的背后含义，培养他们的社会责任感、文化敏感性和创新能力。探讨视觉元素文化多样性对社会的影响和责任，分析视觉识别设计参与社会问题解决的案例。这有助于将视觉识别设计与社会、伦理和文化联系起来，使学生不仅成为有技术水平的设计师，还成为有社会责任感和思想品质的视觉设计传播者。 |

五、课程考核

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 总评构成 | 占比 | 考核方式 | 课程目标 | | | | | | 合计 |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| X1 | 20% | 市场调研 | 60 |  |  |  | 20 | 20 | 100 |
| X2 | 10% | 标志设计 |  | 30 | 70 |  |  |  | 100 |
| X3 | 30% | 标志设计提案 |  |  | 40 | 40 | 20 |  | 100 |
| X4 | 40% | 视觉识别系统设计 |  | 20 | 30 | 30 | 10 | 10 | 100 |

**评价标准细则（选填）**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 考核项目 | 课  程  目  标 | 考核要求 | 评价标准 | | | |
| 优  100-90 | 良  89-75 | 中  74-60 | 不及格  59-0 |
| X1 | 1、5、6 | 挖掘国内外视觉形象与品牌定位不符的品牌，进行设计层面的调研与分析。注意调查机构的形象特征，分析导入机构形象的时机、背景以及竞争对手的形象特征，并从图形、色彩等方面作简要比较、分析。 | 深入市场洞察：能够展示对目标市场的深入理解，包括目标受众的需求、竞争环境和市场趋势。  综合数据分析：能够收集并综合分析各种市场数据，包括消费者调研、竞争分析、市场趋势等，以支持品牌视觉识别系统的设计决策。  有针对性的市场建议： 能够根据市场调研结果提出有针对性的品牌视觉传达建议，包括标志设计、色彩选择、品牌信息传达等，以满足市场需求。 | 基本市场洞察：能够展示对目标市场的基本理解，包括目标受众的需求和竞争情况。  数据收集和分析：能够收集和基本分析市场数据，包括消费者反馈和竞争信息。  合理的市场建议：能够提出合理的品牌视觉传达建议，尽管可能不如优秀表现那么深入和有针对性。 | 基本市场洞察：提供的市场洞察较为一般，没有深入理解目标市场。  有限数据分析：可能只提供了有限的市场数据，且分析不够充分或有误。  一般性市场建议：提出的品牌视觉传达建议较为一般，缺乏深刻的市场洞察。 | 缺乏市场洞察：没有提供有效的市场洞察，无法理解目标市场的需求和特点。  数据不足或错误：未提供充分或准确的市场数据，或者数据收集和分析存在严重错误。  不合理的市场建议：提出的品牌视觉传达建议不合理或与市场需求不符。 |
| X2 | 2、3 | 明确在具体的分类项目设计中如何将个别的设计整合起来，创造出统一的、个性的企业形象。针对品牌，在契合对象调性与行业特征的基础上完成标志及辅助图形设计。 | 创造性和独特性：标志设计表现出高度的创造性和独特性，具有独特的视觉识别特征，与品牌的核心价值观和个性高度一致。  专业技能： 标志设计展示出卓越的设计技能，包括色彩、形状、排版等方面的精湛运用，符合视觉设计原则。  品牌一致性： 标志设计与品牌的一致性非常高，能够准确传达品牌的核心信息和身份。  符合需求： 标志设计满足了品牌的需求和市场定位，能够有效吸引目标受众。 | 创造性和独特性：标志设计展示了一定程度的创造性和独特性，尽管可能不如优秀表现那么显著。  专业技能： 标志设计表现出良好的设计技能，尽管可能还有改进的空间。  品牌一致性： 标志设计与品牌一致性较高，能够传达品牌的核心信息，但可能有细微的改进余地。  基本需求满足：标志设计基本满足了品牌的需求，但可能需要进一步完善。 | 创造性和独特性：标志设计可能较为常规，缺乏独特性和创造性。  专业技能： 标志设计展示出一般的设计技能，但可能存在一些技术不足或不合理之处。  品牌一致性： 标志设计与品牌的一致性较一般，可能需要更好地传达品牌特点。  基本需求满足：标志设计基本满足品牌需求，但可能需要更多的改进。 | 创造性和独特性：标志设计缺乏创造性和独特性，可能显得平庸或模仿。  专业技能： 标志设计存在严重的技术问题，不符合设计原则。  品牌一致性： 标志设计与品牌的一致性差，无法有效传达品牌信息。  需求未满足： 标志设计未能满足品牌需求，需要重大改进。 |
| X3 | 3、4、5 | 基于所完成度标志及相关应用效果图完成提案PPT的设计。根据项目设计进行设计提案,并通过语言描述阐述设计说明。明确在具体的分类项目设计中如何将个别的设计整合起来，创造出统一的、个性的企业形象。 | 创意和独特性：标志设计提案表现出高度的创意和独特性，具有引人注目的视觉效果，能够在竞争激烈的市场中脱颖而出。  专业性和逻辑性：提案具备专业水准，有明确的逻辑结构和合理的解释。提案清晰地传达了设计的目标和理念。  市场和受众适应性： 提案考虑了目标市场和受众的需求，能够满足品牌的市场定位和传达目标。  创作过程的透明性： 能够清晰地呈现标志设计的创作过程，包括研究、灵感来源、设计决策等。 | 创意和独特性：标志设计提案展示了一定程度的创意和独特性，虽然可能不如优秀提案那么显著。  专业性和逻辑性：提案具备基本的专业性和逻辑性，虽然可能还有改进的空间。  市场和受众适应性： 提案考虑了目标市场和受众的需求，但有一些方面可能需要进一步完善。  创作过程的透明性： 呈现了标志设计的创作过程，但可能需要更多的细节和解释。 | 创意和独特性：标志设计提案可能较为常规，缺乏明显的创意和独特性。  专业性和逻辑性：提案的专业性和逻辑性较一般，存在一些结构或解释上的问题。  市场和受众适应性：提案考虑了市场和受众的需求，但未能完全满足。  创作过程的透明性： 呈现了标志设计的创作过程，但缺乏详细和清晰的信息。 | 创意和独特性：标志设计提案缺乏创意和独特性，可能显得平庸或缺乏创新。  专业性和逻辑性：提案的专业性和逻辑性明显不足，存在重大的结构和解释问题。  市场和受众适应性：提案未能有效考虑市场和受众的需求，不符合品牌的市场定位和传达目标。  创作过程的透明性： 未能清晰地呈现标志设计的创作过程，缺乏详细的信息和解释。 |
| X4 | 2、3、4、5、6 | 完整的视觉识别系统手册的设计，包含企业的基础系统部分及应用系统部分，设计封面封底、目录及内页。掌握将VI基础系统如标志、标准字、色彩、象征图形等延伸适用到各个实际应用项目上的要求及方法。 | 设计创意和独特性：视觉识别系统设计表现出高度的创意和独特性，与众不同，能够引起观众的兴趣和共鸣。  专业技能： 展示出卓越的设计技能，包括色彩、排版、图形处理等方面的精湛运用，符合视觉设计原则。  品牌一致性： 设计与品牌的一致性非常高，能够准确传达品牌的核心信息和身份。  创作过程的透明性：清晰地呈现了设计的创作过程，包括研究、灵感来源、设计决策等，展示出专业性和透明度。 | 设计创意和独特性：视觉识别系统设计展示了一定程度的创意和独特性，虽然可能不如优秀表现那么显著。  专业技能：设计表现出良好的技能水平，尽管可能还有改进的空间。  品牌一致性： 设计与品牌的一致性较高，能够传达品牌核心信息，但可能有细微的改进余地。  基本需求满足：设计基本满足品牌的需求，但可能需要进一步完善。 | 设计创意和独特性：视觉识别系统设计可能较为常规，缺乏明显的创意和独特性。  专业技能：设计展示出一般的技能水平，但可能存在一些技术不足或不合理之处。  品牌一致性： 设计与品牌的一致性一般，可能需要更好地传达品牌特点。  基本需求满足： 学生的设计基本满足品牌需求，但可能需要更多的改进。 | 设计创意和独特性：视觉识别系统设计缺乏创意和独特性，可能显得平庸或缺乏创新。  专业技能： 设计存在严重的技术问题，不符合设计原则。  品牌一致性： 设计与品牌的一致性差，无法有效传达品牌信息。  需求未满足： 学生的设计未能满足品牌需求，需要重大改进。 |

六、其他需要说明的问题

|  |
| --- |
| 无 |