

《品牌形象设计》（课程代码：14057）课程考试大纲

高等教育自学考试是对自学者进行的以学历教育为主的国家考试，是个人自学、社会助学和国家考试相结合的高等教育形式。按照自学考试课程命题的有关规定，制定本大纲。

一、课程性质和考试目标

1. 课程性质

《品牌形象设计》课程是全国高等教育自学考试护理学专业必修课程，是向自学者传授和培养品牌形象基础理论、品牌形象设计方法和品牌形象具体实施应用能力而设置的一门主干课程。

2. 考试目标

通过自学和考试，使自学者使学生正确理解品牌设计的概念，了解品牌设计发展的历史，掌握品牌设计的内容和原则培养学生以标志为核心，根据企业经营理念与发展的需要，对企业由内向外的视觉形象进行专业化、规范化、统一化的设计，并制定相应的制度化的形象管理规范。

二、考试内容和考核要求

本课程的考试内容以课程考试大纲为依据。其内容为：

第一章“品牌概论”需要掌握：品牌的意义、品牌创新与企业文化、品牌定位；品牌形象设计理念、品牌形象的导入计划与流程。

第二章“品牌策划”需要掌握：品牌理念的构筑；品牌形象的调研方法与问卷设计、品牌专案调研及调研结果的整理。

第二章“品牌策划”需要掌握：品牌理念的构筑；品牌形象的调研方法与问卷设计、品牌专案调研及结果的整理。

第三章“设计开发”需要掌握：品牌名称；品牌标志；其他基础设计系统；应用设计系统。

第四章“品牌传播”需要掌握：品牌传播的概、策略与方法；品牌维护概念及品牌危机处理的方法。

第五章“品牌开发实例”需要掌握：可口可乐品牌开发；麦当劳品牌开发；苹果品牌的提升。

第六章“学生作业案例”需要掌握：《新生》杂志的品牌形象设计；HARE 免耳听器品牌形象设计；MAZEDROP 电子商务平台品牌形象设计；啫啫甜品品牌形象设计；PIKROX 黑巧克力品牌形象设计；LA 长相思香水品牌形象设计；司文眼镜应用设计。

三、考试范围和考试说明

坚持质量标准，注重能力考查，使考试合格者能达到一般普通高等学校同专业同课程的结业水平，并体现自学考试以培养应用型人才为主要目标的特点。

1. 考试依据和范围

（1）以本课程自学考试大纲为考试依据。

（2）考试必读教材：《品牌形象设计（第2版）》（席涛 编著，清华大学出版社，2021 年版）。

2. 本课程考核的知识与能力的关系

《品牌形象设计》课程考试，应考核应考者的基本理论、基本知识和基本技能，以及联系实际、运用所学的理论分析问题和解决问题的能力，确保考试合格者达到全日制普通高等学校本专业相同课程的结业水平。

考试工作应引导社会助学者全面系统地进行辅导，引导应考者认真、全面地学习指定教

材，系统掌握本学科知识，培养和提高运用知识和技能、分析和解决问题的能力。

3. 重点与覆盖的关系

试题覆盖到各章，重点章节的内容占试卷内容比例为 50-60%。

四、考试形式和试卷结构

1. 考试形式为闭卷笔试，答卷时间为 150 分钟，采用百分制，60 分为及格线。
2. 考试的题型有：单项选择题、多项选择题、填空题、简答题、名词解释、论述题。
3. 本课程在试题中不同难度要求的分数比例为：容易 20%，较易 35%，较难 35%，难 10%。
4. 本课程在试题中对不同能力层次要求的分数比例为：识记占 20%，领会占 30%；简单应用占 30%；综合应用占 20%。
5. 本门课程有无特殊要求（包括考生可携带的工具）：无。

五、《品牌形象设计》课程题型举例

1. 单项选择题（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，请将其代码填在题后的括号内。错选、多选或未选均无分）

- （1）目前已知世界上最早的商标广告——“济南刘家功夫针铺”铜版出现在【 】
- A. 宋朝 B. 元朝 C. 隋朝 D. 唐朝

2. 多项选择题（在每小题列出的五个备选项中有二至五个是符合题目要求的，请将其代码填在

题后的括号内，错选、多选、少选或未选 均不给分）

- （1）品牌标志展示其行业共性与品牌个性的方式可分为【 】
- A. 图形类 B. 文字类 C. 综合类
- D. 具象素材 E. 数字标志

3. 填空题

- （1）品牌标志是一种_____语言

4. 名词解释

- （1）品牌个性

5. 简答题

- （1）简述品牌定位的原则。

6. 论述题

- （1）试论述品牌形象的特质。