

兰州大学研究生课程教学大纲

课程名称：《品牌设计概念与规划》

一、课程概述

近些年涌现出的“中国风”品牌设计是坚持文化自信的具体表现，这些品牌不仅在视觉设计的表现上采用了中国传统文化艺术表现形式，在品牌的内涵上也同样融入了中华民族伟大而优秀的民族精神。

品牌是企业乃至国家竞争力的综合体现，随着国际经贸交流日益频繁，国家形象与企业品牌形象之间的联系也越来越紧密。从国务院印发《关于发挥品牌引领作用推动供需结构升级的意见》中可以明确品牌规划不仅是建立以塑造强势品牌为核心的企业战略，同时也代表着供给结构和需求结构的升级方向。品牌规划的核心在于建立与众不同的品牌识别。品牌的识别是品牌信息传播的第一步，而识别的达成需要创造能够令受众产生反应的刺激要素，如形状、色彩等，具体到品牌上就是标志、色彩系统等个性化的信息符号。塑造令人印象深刻且具有差异化的品牌形象重要工作就是品牌视觉识别设计，也是本课程重点学习内容。

党的十八大以来，习近平总书记反复强调文化自信，作出许多深刻阐述。本课程基于中国品牌战略思想，列举国内著名设计机构服务的国内品牌案例，分析其中的中国传统艺术表现形式及蕴含中华民族精神的品牌设计案例。通过市场调研、访问企业人物，瞄准目标受众，运用中国美学思想，融会中国传统审美观，“潜移默化”地使学生掌握塑造具有鲜明的民族文化品牌设计的方法与思路，研究属于中国视觉范式的品牌视觉识别设计系统。

二、先修课程

《视觉传达设计专题研究》《包装设计》《标志设计》《字体设计》

三、课程目标

学习并熟悉品牌设计开发的步骤与流程，掌握运用图形、色彩、字体塑造具有差异化的品牌视觉形象设计，了解品牌设计开发团队分工与协作模式。培养善于思考、用于创新的品牌设计与品牌推广专业人才。

四、适用对象

视觉传达设计专业和敦煌艺术设计专业的艺术硕士研究生。

五、授课方式

授课方式结合多媒体、课堂演示等手段，通过课堂讲授、案例分析、考察与调研、设计实践，引导学生参与式学习、研究性学习，并注重课堂讨论和互动。

六、课程思政教育内容与教学设计

本课程主要以中国美学思想为基石，列举分析具有“中国风”特色的品牌设计作品案例，培养学生树立正确的审美观、生态观、人文观、价值观，强调以塑造具有中国审美特征与文化内涵的品牌形象为目的。引导学生学习综合运用设计学、传播学、广告学、消费心理学、市场营销、品牌管理等学科领域的知识与理论，研究、分析现代品牌形象设计的方法与思路，提升品牌创新设计能力。本课程注重培养学生设计思维与设计实践环节，教学计划主要分为课堂讲授（占学时计划 40%）、课堂讨论（占学时计划 8%）、实地调研（占学时计划 16%）、设计方案汇报（占学时计划 30%）四个部分。其中教师授课部分讲解敦煌文化、红色文化、黄河文化、地域文化等中华民族优秀传统文化在品牌设计中的视觉表达，运用图形设计、色彩系统、字体设计等视觉元素展现我国伟大而优秀的传统文化，以弘扬中华民族伟大文化为目标，创作符合中华民族精神的品牌标志、品牌产品包装设计等，提升消费大众审美水平，建立文化自信，增强民族自豪感。

考虑到艺术硕士层次的教学侧重培养学生的科研与实践能力，课堂教学中 40%的时间用于学生进行创作，完成设计实践，学生可以根据选题展开设计提案、讨论分析、设计定稿，并采用模拟的方式进行陈述、讲解设计方案，同时也可讨论某一领域的最新进展。教师通过提问、作业等形式培养学生的自主学习能力。

七、课程内容

第一章 品牌概述

课堂讲授：6 学时

课堂讨论：2 学时

主要内容：首先介绍为什么要学习品牌设计，品牌在当今社会、人们的生活中所具有的价值，其次介绍品牌的起源与发展，并区别不同商家的产品和服务并以此方便消费者选择的根本作用从未改变。

品牌形象设计概念

课堂讲授：6 学时

田野考察：4 学时

课堂讨论：4 学时

主要内容：品牌的识别性既是品牌的核心功能，又是品牌形象设计工作关注的重点，它帮助品牌彰显自我个性，并向受众传递“我是谁？”系统地介绍品牌设计调研的目的和方法。通过地域文化的调研提升品牌文化内涵，完成塑造品牌形象方法的调研报告。

品牌规划

课堂讲授：6 学时

市场调研：8 学时

主题研讨：8 学时

主要内容：品牌规划是建立以塑造强势品牌为核心的企业战略，将品牌建设提升到企业经营战略的高度，其核心在于建立与众不同的品牌识别，为品牌建设设立目标、方向、原则与指导策略。与此同时，通过了解市场、分析市场，再通过定位的过程和结果，建立与目标市场相关联的品牌形象，并使之在消费者心目中占有一个独特而有价值的位置。

设计开发

课堂讲授：6 学时

主题研讨：8 学时

主要内容：品牌设计开发则主要指识别设计，即在品牌调研的基础上，围绕品牌定位和愿景的要求建立有效的品牌识别体系，包括基础识别要素的开发和应用识别系统设计两部分。识别设计是品牌设计工作的核心和实施基础，也是品牌形象设计课程的学习重点。

品牌传播

课堂讲授：6 学时

主题研讨：8 学时

主要内容：品牌传播是企业的核心战略也是超越营销的不二法则。品牌传播的最终目的就是要发挥创意的力量利用各种有效发声点在市场上形成品牌声浪，有声浪就有话语权。传播是品牌力塑造的主要途径，是企业具有竞争优势、建立品牌忠诚度、树象的重要保证。

八、考核要求

考核方式分为平时成绩与最终成绩，平时成绩主要考核课堂讨论、调查研究汇报等，占 40%-50%，最终成绩主要考核设计方法研究、设计方案陈述等，占 50%-60%。最终考核成绩实行百分制。

课程负责人：王静