

中国传媒大学 2026 年下半年高等教育自学考试

视觉传达设计（专升本）专业

实践类课程考核说明

一、考核方式

本期采用线上考核方式，考试系统操作手册详见附件 1。

二、考试安排

（一）模拟考试安排

模拟考试时间为 10 月 14 日 8:00 至 10 月 15 日 22:00。每位考生有 2 次模拟测试机会，请考生认真阅读考核说明及考试系统操作手册，按时参加模拟测试，熟悉考试流程，提前测试好考试使用设备。

（二）正式考试安排

序号	课程名称	线上提交作品考试时间
1	14814 媒介素养	10 月 17 日
2	05421 图形创意	10 月 17 日
3	14649 招贴设计	10 月 17 日
4	13288 包装设计（本）	10 月 17 日
5	14249 书籍设计（本）	10 月 17 日
6	14230 视觉形象识别系统设计	10 月 17 日

重要提示：

1. 具体考试时间详见准考证，开考后 30 分钟禁止入场，请考生按规定时间参加考试。

2. 开考后，考试系统开始自动计时。考试结束后，系统自动结束考试，作品未提交完成的考生将被强制交卷。

3. 线上提交作品的科目，考生须按照考核内容和考核要求提前准备好作品，在规定考试时间内登录系统提交作品。

三、考核内容及要求

（一）14814 媒介素养（实践）

1. 考核内容

随着人工智能技术和社交媒体的发展，越来越多年轻人开始利用 AI 工具进行内容创作。某科技企业联合高校计划举办“未来创作者计划”AI 融合媒体创作活动，鼓励大学生探索人工智能与视觉传播、新闻表达、文化创意之间的结合。

请根据主题：“智创未来，媒介新生”——探索 AI 赋能内容创作，用创新技术讲述新时代故事，撰写一份活动策划方案。

2. 考核要求

①字数要求：1000字以上；

②内容包括但不限于：活动背景、活动主题、活动目标、参与对象、作品征集方向、创作规则、AI工具使用规范、作品提交要求、评审机制、奖项设置、线上线下推广方案、媒体合作、活动流程安排、预期影响等；

③提交文件格式：**PDF 格式**，须在 PDF 首页写上课程名称、准考证号、姓名，文件总大小不超过 **50MB**。

（二）05421 图形创意

1. 考核内容（三选一）

题目一：经典品牌升级设计

选择一个知名品牌（例如麦当劳、星巴克、小米等），在保留品牌基因的基础上进行现代化视觉升级，或为品牌创建一个全新的、受众更加精细化的副品牌，可自由发挥，言之有理，体现新设计的优势。

题目二：新锐品牌全案设计

为面向Z世代的新品牌完成全案视觉设计

例如：餐饮类：轻食餐厅、茶饮品牌、烘焙坊等；咖啡类：精品咖啡馆、咖啡主理人品牌

文化类：独立书店、艺术空间、文创品牌、先锋文化品牌等
任选其一即可。

题目三：社会创新品牌设计

为一个具有社会价值的创新项目设计品牌视觉系统（如环保生活品牌、社区共享空间等）

2. 考核要求

（1）报告内容

- ①品牌简介 (Brand Introduction)；
- ②设计背景与目的 (Background & Objectives)；
- ③目标受众分析 (Target Audience Analysis)；
- ④设计概念与灵感来源 (Design Concept & Inspiration)；
- ⑤品牌VI展示：标志设计 (Logo Design)、标准色彩系统 (Color System)、标准字体系统 (Typography System)、辅助图形与图案 (Supporting Graphics & Patterns)等；
- ⑥应用设计展示如包装、海报、门面、帆布袋等；

⑦若使用AI工具，请在设计报告里指出Ai使用的占比、工具、提示词、具体内容等。

(2) 设计重点：体现品牌个性与定位、具备商业落地性、适应多场景应用、符合目标受众审美。

(4) 提交要求

品牌视觉指南（PDF 手册）文件以 **PDF 格式** 提交（禁止压缩包），须在 PDF 首页写上课程名称、准考证号、姓名，文件总大小不超过 **200MB**。

特别说明：

①鼓励使用 AI 工具进行前期构思，但最终作品须为原创；

②设计报告需图文并茂，清晰阐述设计思路；

③所有作品需考虑实际应用场景和落地可能性；

(三) 14649 招贴设计

1. 考核内容

商业主题海报招贴设计，同时完成一份设计报告（设计溯源、技术路径、应用验证）。

2. 考核要求

(1) 作品要求

①尺寸：210mm（宽）×297mm（高），出血：3mm，分辨率：150ppi，色彩模式：CMYK模式；

②数量：2幅商业主题海报招贴设计；

③主题范围：从“快消品”、“服饰箱包”、“数码产品”、“餐饮服务”、“文旅体验” 五类商业领域中任选1个细分品类及对应品牌；

④核心设计要求：

应用“黄金分割比”或“黄金螺旋线”：二选一即可，用于规划画面核心元素的位置与空间分割；视觉风格需贴合品牌定位，色彩选择需符合品类特征；

⑤使用设计软件photoshop\illustrator\coreldraw或AI生成技术等对系列海报版式设计进行制作与优化。

（2）设计报告写作要求

①设计溯源：分析所选商业品类的目标受众特征，说明品牌产品的核心卖点与受众需求的匹配逻辑；阐述黄金分割比 / 黄金螺旋线的设计原理；说明视觉风格与品牌定位的关联；

②技术路径：截图展示黄金分割比/黄金螺旋线的应用过程；阐述商业视觉元素的处理手法：如产品图像的处理方式；

③应用验证：模拟海报在商业场景中的展示效果，用样机贴图呈现海报的应用效果。

（3）考核重点

● 海报招贴设计幅面设定的理论应用（出血、分辨率与色彩模式等的设定）；

● 黄金分割比 / 黄金螺旋线的实操应用：需在作品与报告中明确体现比例 / 螺旋线对元素布局的引导作用；

● 商业海报的转化导向性：信息层级需清晰，核心卖点与行动指令需突出；视觉风格与品牌定位的契合度；线上线下场景的适配能力。

（4）提交要求

导出为高质量海报，最终文件请排版为 a4 尺寸的 pdf 文件

(非压缩包),考核要求的两部分内容合成一个文档提交,包含:设计平面图、效果图以及文字设计报告;PDF 需包含封面(标注课程名称、姓名、考籍号)、作品页(每幅海报单独占 1 页,标注作品主题)、报告页。文件格式为 **PDF**,须在 PDF 首页写上课程名称、准考证号、姓名,文件总大小不超过 **200MB**。

(四) 13288 包装设计(本)

1. 考核内容

功能性日用品包装设计(容器+内包装组合),同时完成一份设计报告(设计溯源、技术路径、应用验证)。

2. 考核要求

(1) 作品要求

①基础参数

- 产品类型:选择 1 类功能性日用品;
- 包装组合:1 个容器包装(如玻璃瓶/亚克力瓶)+1 个内包装(纸盒);
- 尺寸规格:容器(直径×高度):50mm×50mm×100mm;内包装(长×宽×高):70mm×70mm×120mm;
- 出血:3mm;
- 分辨率:300ppi;
- 色彩模式:CMYK 模式;

②内容要求

核心信息:需包含产品名称、品牌 LOGO、功能说明、生产厂家、生产日期等;

功能设计:容器须具备“密封防漏结构”;内包装须具备“展

示功能”；

视觉元素：图形需体现产品功能特性；文字需清晰区分“主体文字”与“说明文字”，注意不同信息层级间的编排逻辑；色彩需契合产品调性。

③制作要求

工具：可使用 Illustrator（结构制图）、Photoshop（视觉元素、样机处理）、C4D（数字模型）或 AI 生成技术（辅助设计）；

交付物：

- 容器造型图（含三视图、剖面图，标注材质与厚度）；
- 内包装平面展开图（含模切线、压痕线）；
- 3D 数字模型/实物样机（需展示成型效果、应用场景等）。

（2）设计报告写作要求

①设计溯源

分析所选功能性日用品的消费痛点；阐述产品包装的目标人群的需求，说明包装设计的适配逻辑。

②技术路径

容器设计：说明容器形态与人体工学的结合方式，阐述材质选择及其合理性；

内包装设计：说明开窗位置选择、信息编排逻辑，附内包装展开图与成品对照图。

③应用验证

场景展示：以数字样机/实物拍摄形式，展示包装陈列、消费者使用等场景效果；

工艺可行性验证：说明容器生产工艺、内包装印刷工艺的可

实现性，附厂家工艺报价/技术参数参考。

（3）考核重点

①包装的平面设计与编排逻辑，包含图形、字体、标志、版式等设计基础要素；

②容器形态与人体工学、产品特性的匹配；

③内包装的开窗展示效果；

④材料工艺与产品功能的适配。

（4）提交要求

最终文件请排版为 a4 尺寸的 PDF 文件（禁止压缩包），考核要求的两部分内容合成一个文件提交（作品设计与文字设计报告）。文件格式为 **PDF**，须在 PDF 首页写上课程名称、准考证号、姓名，文件总大小不超过 **200MB**。

（五）14249 书籍设计（本）

1. 考核内容

面向未来的“增强型”可持续书籍设计，同时完成一份设计报告（设计溯源、技术路径、应用验证）。

2. 考核要求

（1）设计要求

①自选一个主题（如：环保科普、地方文化记录、可持续生活方式指南等），设计一本“增强型”纸质书；

②书籍设计尺寸不限制；

③内容：封面（含书脊、封底）、扉页 1 张、至少 5 个内页（含一章标题页与一页图文混排），5 个内页的完整设计（其中至少 2 页需展示数字交互点的设计）；

④可持续性体现：必须使用或模拟使用一种以上的可持续材料（如：再生纸、大豆油墨、生物基涂料、无塑覆膜）或可持续工艺（如：简化装订、无需胶装的折页结构、减少色彩用量）；

⑤数字技术融合：书中可数字技术交互的入口（如：可扫描的二维码链接至扩展视频/音频/网站；使用 AR 技术识别图片后呈现动态效果；使用 NFC 芯片触摸获取信息等）。需在提交的样书中明确标识；

⑥软件：Photoshop / Illustrator / InDesign 或兼容设计软件。

（2）设计报告写作要求

①设计溯源：阐述所选主题如何与“可持续发展”及“数字技术”双重理念相结合；

②技术路径

-可持续路径：详细说明所选材料/工艺的可持续性优势，并提供供应商信息或技术模拟说明；

-数字技术路径：详细说明交互点的实现方式（如使用了何种软件生成二维码、AR 效果的制作与测试流程），并截图展示关键步骤；

③应用验证：提供该书籍在真实场景中的应用构想（如：在博物馆作为展品手册、在环保活动中作为宣传品）并展示其数字交互功能的样机效果图或录屏视频。

（3）考核重点

①对“可持续发展”设计理念的深刻理解与创造性应用；

②数字技术与纸质内容无缝、有价值融合的能力；

③整体设计的完整性、美观度与用户体验。

(4) 提交要求

最终文件请排版为 a4 尺寸的 pdf 文件（禁止压缩包），考核要求的两部分内容合成一个文档提交（设计平面图、效果图以及文字设计报告）。文件格式为 **PDF**，须在 PDF 首页写上课程名称、准考证号、姓名，文件总大小不超过 **200MB**。

(六) 14230 视觉形象识别系统设计

1. 考核内容

新锐消费品牌视觉形象识别系统设计，同时完成一份设计报告（设计溯源、技术路径、应用验证）。

2. 考核要求

(1) 作品要求

①基础参数

—品牌类型：选取某一新锐消费品牌赛道（如国潮美妆、轻食餐饮、潮流服饰、智能数码配件、环保家居等，例“Z 世代国风彩妆”“低脂轻食沙拉品牌”“小众设计师潮牌”）

—VI 系统组成：包含核心识别要素与应用识别要素，需契合品牌商业定位与目标受众需求

—设计规范：色彩模式为 CMYK 模式（印刷应用部分）、RGB 模式（数字媒体应用部分）；分辨率 300ppi（印刷类应用）、150-72ppi（数字媒体类应用）；所有设计图需标注尺寸、比例规范，关键要素需提供矢量源文件导出的高清图，商业应用载体需标注尺寸适配范围（如包装需适配不同产品规格）；

②内容要求

-核心识别要素：需包含品牌标志（含标准型、图形型、组合型三种形式，标注最小使用尺寸、安全距离，需适配品牌 LOGO 在不同场景的露出需求，如产品包装、门店招牌、社交媒体头像）、标准色彩系统（主色 1-2 种、辅助色 3-5 种，标注 CMYK/RGB 色值，需契合品牌调性，如美妆品牌可选用高饱和色彩体现活力，环保家居可选用低饱和自然色体现简约）、标准字体系统（标题字体、正文字体，标注字体名称、字重、字间距、行间距规范，需适配品牌宣传语、产品说明等不同信息层级）、辅助图形（2-3 套，需体现品牌个性，如潮牌可设计街头风图案，轻食品牌可设计食材元素图案）；

-应用识别要素：需覆盖品牌核心商业场景，每类至少包含 3 个具体应用载体，例如：

产品类：产品包装（如彩妆粉底液瓶身、轻食沙拉盒）、产品标签（如服饰洗水标、数码配件合格证）、产品说明书；

终端类：门店门头、店内陈列架、收银台设计、员工工服；

传播类：品牌海报（线下门店海报、线上电商海报）、社交媒体图文（小红书笔记封面、抖音信息流图）、宣传折页、品牌宣传片片头；

办公类：品牌合同封面、员工名片、企业公众号头像与封面；

-商业适配要求：所有视觉元素需贴合品牌定位与目标受众需求，例如 Z 世代潮牌需体现个性与社交属性（如辅助图形可适配贴纸、纹身贴等衍生产品），环保家居品牌需体现可持续理念（如色彩选用自然色系、图形融入植物元素），确保 VI 系统能助力品牌提升市场辨识度与消费者好感度。

③制作要求

—工具：可使用 Illustrator（矢量图形绘制、VI 规范排版）、Photoshop（应用场景效果图处理、产品包装样机贴图）、C4D（3D 门店终端模拟、产品建模）、AI 生成技术（辅助图形创意、消费者使用场景渲染）。

—交付物：

- a. VI 核心识别要素规范图（含标志、色彩、字体、辅助图形的标准规范，标注尺寸、比例、色值、使用禁忌等关键参数）；
- b. 应用识别要素设计图（每项应用载体需提供平面设计图与商业场景落地效果图，如“彩妆瓶身设计图 + 柜台陈列效果图”“门店门头设计图 + 街道人流视角效果图”）；
- c. 品牌 VI 应用手册（按“核心要素 - 产品应用 - 终端应用 - 传播应用”逻辑整合，标注各场景下的设计规范与执行标准）。

（2）报告写作要求

①设计溯源

-分析所选新锐消费赛道的市场现状（如竞争格局、消费者需求趋势，如“国潮美妆赛道年轻消费者注重文化属性与成分安全”“轻食赛道消费者关注健康与便捷性”）；

-明确品牌的核心定位（如“中高端国风彩妆，主打草本成分”“平价低脂轻食，面向学生与上班族”）与目标受众特征（如年龄、性别、消费习惯、审美偏好）；

-阐述 VI 系统设计的商业目标（如“建立差异化品牌视觉，区别于同类竞品”“提升品牌在年轻群体中的传播度”“助力产品

在终端货架的视觉吸引力”),说明设计与品牌定位、受众需求的匹配逻辑。

②技术路径

—核心要素设计逻辑:

- 标志: 拆解标志的商业符号提取过程(如轻食品牌从“沙拉碗”“绿叶”元素中提炼简约图形,潮牌从“街头涂鸦”“小众文化符号”中提取个性线条),附草图推导过程(至少3版不同方向草图+最终定稿对比),说明标志在不同商业场景的适配调整(如产品包装上的缩小版标志需简化细节,确保识别性);

- 色彩: 说明色彩系统与品牌调性、消费心理的关联(如美妆品牌选用粉色系吸引女性受众,智能数码配件选用科技蓝体现专业感),分析色彩在不同应用场景的视觉冲击力(如门店门头色彩需在街道环境中突出,产品包装色彩需在货架上与竞品区分);

- 字体: 阐述字体选择与品牌信息传递的适配(如正文字体需清晰易读,适配产品说明书;标题字体需有个性,适配品牌宣传语),说明字体在不同载体(如小尺寸标签、大尺寸海报)的字号调整规范;

- 辅助图形: 说明辅助图形与品牌核心卖点的关联(如环保家居品牌的辅助图形融入“可回收符号”,智能数码配件品牌的辅助图形融入“电路纹理”),拆解图形在不同应用载体的组合方式(如海报中可大面积使用,产品标签中可小面积点缀)。

—应用要素落地技术:

- 说明不同商业应用载体的材质、工艺选择与成本考量(如产品包装选用 PET 材质适配印刷，门店门头选用亚克力发光字提升夜间识别度，同时提供成本对比分析)；

- 若涉及线上传播应用（如电商海报、社交媒体图文），说明视觉设计与平台算法、用户浏览习惯的适配（如电商海报需突出产品与价格信息，适配手机端竖屏浏览；小红书笔记封面需加入场景化元素，提升点击量）。

③应用验证

-场景展示：以数字样机 / 实景合成效果图为主要形式，展示 VI 系统在品牌核心商业场景中的应用效果，例如：

- 产品场景：产品包装在电商详情页的展示效果、产品在超市货架的陈列效果；

- 终端场景：门店在商业街区的整体视觉效果、店内消费者购物时的场景互动效果；

- 传播场景：品牌海报在社交媒体的转发效果、KOL 使用品牌产品时的 VI 元素露出效果；

-商业可行性验证：

- 提供至少 2 项核心应用载体的商业落地分析(如联系包装厂获取产品包装盒的量产报价、尺寸适配范围、生产周期；联系广告公司获取门店门头的制作成本、安装流程)；

- 模拟 VI 系统的市场传播效果（如通过问卷调研目标受众对品牌视觉的好感度、识别度，或分析同类品牌 VI 系统的传播数据，预测本设计方案的市场潜力）。

(3) 考核重点

①VI 系统与品牌商业定位的契合度，核心要素是否能清晰传递品牌核心卖点与个性；

②商业落地性，设计方案是否考虑不同应用载体的材质、工艺、成本，是否具备实际量产与执行可能；

③多场景适配性，VI 系统在产品、终端、传播等不同商业场景的视觉一致性与适配性；

④市场竞争力，设计方案是否能帮助品牌在同类竞品中形成差异化，是否符合目标受众的审美与消费心理。

（4）提交要求

最终文件排版为 A4 尺寸 PDF 文件（禁止压缩包），将作品设计与文字设计报告两部分内容合成一个文件提交。PDF 需包含封面（标注课程名称、考核卷种、姓名、学号）、VI 系统核心要素展示页（每项要素单独占 1 页，标注要素名称）、应用场景展示页、设计报告页。**【注意】**：AI 生成内容必须保留“AI 生成”标志。文件格式为 **PDF**，须在 PDF 首页写上课程名称、准考证号、姓名，文件总大小不超过 **200MB**。

四、特别说明

1. 考生须按照要求独立完成所有考试作品，严禁抄袭或使用各类 AI 工具制作，如经发现一律按作弊处理，取消本期所有实践课成绩。

2. 所有提交的作品（含图片、视频、文档、摄影作品等）不得添加任何形式的水印或遮挡性标记（含 LOGO、二维码、署名等）。如经发现一律按不及格处理。

3. 考生须按照要求在规定时间内登录考试系统提交作品，未

按时提交或未按要求提交作品的均视为不及格。

4. 对成绩有异议的考生，请在北京教育考试院规定时间内提出复核申请，逾期不予受理。

中国传媒大学高等教育自学考试办公室

2026 年 9 月 28 日