



东莞城市学院
DONGGUAN CITY COLLEGE

2022 版人才培养方案
专升本
视觉传达设计专业
课程教学大纲
(1-4 学期)

XXXX 学院 编
二〇二二年十月
目 录

一、学科基础课程

1. 设计心理学
2. 造型基础

二、专业必修课程

1. 展示设计
2. 插画设计
3. 书籍装帧设计
4. 包装结构与设计
5. 广告设计与策划
6. 商业摄影
7. UI 界面设计
8. 品牌形象系统设计
9. 二维动态影像设计
10. 网页设计

三、专业拓展选修课程

(一) 专业选修课程

1. 市场营销学
2. 图形创意
3. 计算机辅助 PS、AI
4. 创意文案写作
5. 设计材料与工艺
6. 摄像基础
7. 广告短片拍摄与制作

8. 公共艺术设计

四、独立设置的实验（实训）课程

1. 造型设计专题实训

2. 插画设计专题实训

3. 广告设计专题实训

4. 包装设计专题实训

5. 品牌形象系统专题实训

6. 界面设计专题实训

五、集中性实践教学环节

1. 认知实习

2. 设计考察

3. 毕业实习

4. 毕业论文（设计）

《设计心理学》教学大纲

一、课程基本信息

课程类别	学科基础课	课程性质	理论	课程属性	必修
课程名称	设计心理学		课程英文名称	Design psychology	
课程编码	G02XB02C		适用专业	视觉传达设计	
考核方式	考查		先修课程	无	
总学时	32	学分	2	理论学时	16
实验学时/实训学时/ 实践学时/上机学时			16		
开课单位			创意设计学院		

二、课程简介

设计心理学是视觉传达设计专业的专业必修课，是人才培养中的重要环节。设计心理学是一门新兴学科，主要内容包括设计心理学的基本概念，设计与消费者的需要、动机、态度，设计附加值与消费者满意度，设计心理的宏观、微观分析，产品设计与消费者心理，商品设计与消费者心理等。通过本课程的学习，学生能够了解设计心理学的基本概念，掌握影响消费者购买行为的内部外部因素，建构课程知识体系，提高文化素质，提高学习能力，思维能力。并能够有意思的把这些知识技能运用于设计实践中，在设计实践中把握消费者心理，设计出吸引消费者注意，满足客户需求的设计作品，提高学生的整体素质。

三、课程教学目标

课程教学目标		支撑人才培养规格指标点	支撑人才培养规格
知识目标	目标1: 知道设计心理学的基本概念，研究对象，学习意义。了解设计心理的宏观、微观分析。理解产品设计、商品设计与消费者的关系。掌握设计与消费者的需要、动机、态度对消费行为的影响。熟练掌握需要理论，产品生命周期理论，设计与时尚的关系，并有效的运用于设计实践中。	2-1: 具备与本专业相关的市场调研的能力。 2-2: 具备与本专业相关的客户沟通的能力。 2-3: 具备与本专业相关的设计表现的能力。	2. 职业技能

能力目标	目标2: 掌握课程知识, 构建知识体系, 并能把所学知识运用与设计实践活动中, 真正做到学以致用。提高学生的思维能力, 学习能力, 设计实践能力。	6-1: 具备独立进行设计调研、资料查询、文献检索, 运用现代信息技术获取相关信息的能力。 6-2: 具有较好的外语沟通能力、较好的计算机应用能力、网络检索能力。	6. 调研与资料整合能力
素质目标	目标3: 学生通过本课程的学习, 能奠定必要的理论基础, 提高文化素质, 在设计实践中把握消费者心理, 设计出吸引消费者注意, 满足客户需求的设计作品, 树立与时俱进的设计意识, 提高学生的整体素质。	7-1: 熟悉设计程序与方法, 具备视觉传达设计项目策划与组织能力。 7-2: 熟悉设计程序与方法, 能胜任本专业领域内设计项目的策划、创意、组织及实施。	7. 设计项目策划与管理能力

四、课程主要教学内容、学时安排及教学策略

(一) 理论教学

教学模块	学时	主要教学内容与策略	学习任务安排	支撑课程目标
设计心理学概述	2	重点: 1. 设计心理学的对象 2. 设计心理学研究的意义 难点: 心理学在设计体现在更高层次、更具情感、更符合人性的产品, 易于消费者接受的理解。 教学方法与策略: 线下教学。主要通过讲授法对设计心理学的对象和意义在课堂上予以讲授。课堂主要运用讲授法和案例分析法开展教学, 辅以启发式提问拓宽学生学习思路。	课前: 预习 课堂: 设计心理学的对象和意义展开讨论 课后: 复习	目标1
设计感觉的意识形态	2	重点: 1. 认识感觉 2. 感觉的一般形态 3. 错觉设计 难点: 错觉设计的方法与程序步骤 教学方法与策略: 线下教学。主要通过讲授法对设计与消费者的需要在课堂上予以讲授, 之后进行讨论。课堂主要运用讲授法和分析法开展教学, 巩固学生对知识点的理解, 加强学习效果。	课前: 复习 课堂: 形式法则练习 课后: 课业练习	目标1 目标2

意识与设计思维	2	<p>重点:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 意识的概述 2. 设计思维的概念与特征 3. 意识形态与设计思维 <p>难点: 抽象设计的应用</p> <p>教学方法与策略: 线下教学。主要通过讲授法对设计与消费者动机在课堂上予以讲授，之后展开讨论。课堂主要运用讲授法、分析法开展教学。</p>	<p>课前: 复习</p> <p>课堂: 讲授后讨论</p> <p>课后: 课业练习</p>	<p>目标1 目标2</p>
设计语言的概念	2	<p>重点:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 设计语言的产生 2. 理解设计语言的魅力 3. 设计语言 <p>难点: 视觉传达设计的设计要素如何应用。</p> <p>教学方法与策略: 线下教学。主要通过讲授法对设计与消费者的态度在课堂上予以讲授，之后进行课堂讨论。课堂主要运用讲授法和分析法开展教学，辅以相应的讨论练习。</p>	<p>课前: 复习</p> <p>课堂: 讲授后讨论</p> <p>课后: 市场调研</p>	<p>目标1</p>
认识设计心理	2	<p>重点:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 人格的概念 2. 人的认识风格 3. 在设计中形成人格 4. 情感化设计 <p>难点: 设计情感的表达方式</p> <p>教学方法与策略: 线下教学。主要通过讲授法对设计附加值与消费者满意度在课堂上予以讲授，之后展开讨论。课堂主要运用讲授法、分析法开展教学，辅以相应的实践练习。</p>	<p>课前: 复习</p> <p>课堂: 满意度导向性分析</p> <p>课后: 满意度调研练习</p>	<p>目标1 目标2</p>
设计营销心理学	2	<p>重点:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 营销学的研究方法 2. 情感营销 3. 消费者与消费心理 <p>难点: 设计心理宏观分析综述、年龄与设计心理、性别与设计心理、个性与设计心理、家庭与设计心理</p> <p>教学方法与策略: 线下教学。主要通过讲授法对设计心理微观分析在课堂上予以讲授，之后展开讨论。课堂主要运用讲授法和分析法开展教学，辅以相应的练习。</p>	<p>课前: 复习</p> <p>课堂: 相应讨论练习</p> <p>课后: 课业练习</p>	<p>目标1 目标2 目标3</p>

(二) 实践教学

实践类型	项目名称	学时	主要教学内容	项目类型	项目要求	支撑课程目标
调查	“好的设计”设计调研	2	重点：好的设计涵盖的内容 难点：好的设计呈现的形式 思政元素：运用设计心理学基本方法，结合岭南元素广府文化嵌入课堂教学进行商业品牌案例分析。	综合	通过本章项目调研学生能够了解消费者态度对消费者购买行为的影响。掌握消费者满意度理论，结合理论，设计出消费者满意的设计作品。在学习的过程中，学生能提高分析能力，思维能力，学习能力。	目标2 目标3
调查	错觉与抽象设计	4	重点：错觉与抽象设计的内容 难点：结合实际产品设计解读错觉与抽象设计呈现的形式 思政元素：在现代艺术创作与传统文化的结合中追溯五千年中国文化记忆。使学生了解艺术设计中蕴含的中华优秀传统文化并引导学生继承和发扬中华优秀传统文化。	综合	学生通过实践调研学生能够了解商品设计中消费者心理的运用，理解基本概念，掌握消费者的感知、记忆、注意、情感对广告设计的重要作用，并能在设计实践中有意思的运用所学理论知识。掌握商标设计、包装设计对消费者购买行为的影响，并能运用于自己的设计实践中。在学习的过程中，学生能提高分析能力，想象能力。	目标2 目标3
调查	设计语言	4	重点：设计语言呈现的形式 难点：产品的设计语言最直接的表达方式举例说明 思政元素：在现代艺术创作与传统文化的结合中追溯五千年中国文化记忆。使学生了解		学生通过实践调研学生能够了解商品设计中消费者心理的运用，理解基本概念，掌握消费者的感	目标2 目标3

			艺术设计中蕴含的中华优秀传统文化并引导学生继承和发扬中华优秀传统文化。		知、记忆、注意、情感对广告设计的重要作用，并能在设计实践中有意思的运用所学理论知识。掌握商标设计、包装设计对消费者购买行为的影响，并能运用于自己的设计实践中。在学习的过程中，学生能提高分析能力，想象能力。	
调查	综合大作业	10	重点：认知设计心理 难点：设计营销心理学 思政元素：在现代艺术创作与传统文化的结合中追溯五千年中国文化记忆。使学生了解艺术设计中蕴含的中华优秀传统文化并引导学生继承和发扬中华优秀传统文化。		学生通过实践调研学生能够了解商品设计中消费者心理的运用，理解基本概念，掌握消费者的感知、记忆、注意、情感对广告设计的重要作用，并能在设计实践中有意思的运用所学理论知识。掌握商标设计、包装设计对消费者购买行为的影响，并能运用于自己的设计实践中。在学习的过程中，学生能提高分析能力，想象能力。	目标2 目标3
备注：项目类型填写验证、综合、设计、训练等。						

五、学生学习成效评估方式及标准

考核与评价是对课程教学目标中的知识目标、能力目标和素质目标等进行综合评价。

在本课程中，学生的最终成绩是由平时成绩+期末考试成绩等两个部分组成。

1. 平时成绩（占总成绩的30%）：采用百分制。平时作品（占10%）、作品汇报成绩（占10%）和考勤（占10%）三个部分。评分标准如下表：)

等级	评 分 标 准
	1.作业； 2.作品汇报； 3.考勤
优秀 (90~100分)	1. 平时作品：文字格式书写规范，版面设计精美。无抄袭，图片文字借鉴均标有出处。 2. 作品汇报：作品汇报思路清晰，语言流畅，内容符合题目要求，团队协作良好，准备充分，设计进度安排合理。 3. 考勤：全勤，无迟到、早退、旷课、无请假现象。
良好 (80~89分)	1. 平时作品：文字格式书写规范，版面设计精美。无抄袭，图片文字借鉴均标有出处。 2. 作品汇报：作品汇报思路清晰，语言流畅，内容符合题目要求，团队协作良好，准备充分，设计进度安排合理。 3. 考勤：无迟到、早退、旷课现象。
中等 (70~79分)	1. 平时作品：文字格式书写规范，版面设计一般。无抄袭，图片文字借鉴没有表明出处。 2. 作品汇报：作品汇报思路不够清晰，语言不够流畅，内容基本符合题目要求，团队协作能力一般，准备不够充分，设计进度安排基本合理。 3. 考勤：有迟到、早退、请假现象。
及格 (60~69分)	1. 平时作品：文字格式书写不够规范，版面设计欠佳。无抄袭，图片文字借鉴没有表明出处。 2. 作品汇报：作品汇报思路不够清晰，语言不够流畅，有些内容不符合题目要求，团队协作能力一般，准备不够充分，设计进度安排不合理。 3. 考勤：经常借故请假逃课，有迟到、早退现象，偶尔旷课。
不及格 (60以下)	1. 平时作品：文字格式书写不规范，版面设计欠佳。抄袭严重，图片文字借鉴没有表明出处。 2. 作品汇报：作品汇报思路不够清晰，语言不够流畅，有些内容不符合题目要求，团队协作能力一般，准备不够充分，设计进度安排不合理。 3. 考勤：经常借故请假逃课，迟到、早退现象，旷课严重。

2. 期末成绩（占总成绩的70%）：采用百分制。考核内容、题型和分值分配情况请见下表：

考核模块	考核内容	主要题型	支撑目标	分值
设计调研	通过调研调研方式搜集消费者的购买动机，分析指标体系。通过调研分析学生能够意思到的根据产品生命周期进行设计，能够实现企业利益最大化，设计作品更成功，从整体上提高设计能力。学生能够掌握消费者的感知、记忆、注意、情感对广告设计的重要作用，并能在设计实践中有意思的运用所学理论知识。	调研分析	目标1 目标2	30

设计内容	设计内容传递信息指向性强，内容的选择新颖、有趣味，商业信息关联度，视觉语言传递信息的能力。	调研分析	目标2 目标3	30
设计形式	元素的应用视觉化效果好，构图形式新颖或符合形式美法则，突出重点，形式与内容结合紧密，配色恰当，遵循色彩构成的视觉规律。	调研分析	目标2 目标3	40

六、教学安排及要求

序号	教学安排事项	要 求
1	授课教师	职称：讲师及以上 学历（位）：硕士及以上 其他：无
2	课程时间	周次：1-16周 节次：2节
3	授课地点	<input checked="" type="checkbox"/> 教室 <input type="checkbox"/> 实验室 <input type="checkbox"/> 室外场地 <input type="checkbox"/> 其他：
4	学生辅导	线上方式及时间安排：企业微信（开课后时间另行安排） 线下地点及时间安排：实训室（开课后时间另行安排）

七、选用教材

- [1] 《设计心理学》李敏、刘群、李普红，中国轻工业出版社，2022年1月（第1版）。
- [2] 《设计心理学基础》刘能强编，人民美术出版社，2014年8月（第1版）。

八、参考资料

- [1] 《消费心理学》臧良运主编，北京大学出版社，2015年7月（第2版）。
- [2] 《消费心理学》周斌编著，清华大学出版社，2017年3月版。

网络资料

- [1] 建筑学院 <http://www.archcollege.com/>
- [2] <https://www.goood.cn/>
- [3] <http://www.iarch.cn/>

其他资料

- [1] 大学生慕课网
- [2] 腾讯课堂

大纲执笔人： 林岩

讨论参与人： 林右正

系（教研室）主任：何帅森

学院（部）审核人：何帅

《造型基础》教学大纲

一、课程基本信息

课程类别	学科基础课程	课程性质	理论	课程属性	必修
课程名称	造型基础		课程英文名称	Foundation Formation	
课程编码	G02XB05E		适用专业	视觉传达设计	
考核方式	考查		先修课程	无	
总学时	48	学分	3	理论学时	16
实验学时/实训学时/ 实践学时/上机学时			实训学时：32		
开课单位			创意设计学院		

二、课程简介

《造型基础》是视觉传达设计专业基础必修课程，课程教学是对于造型设计可能性的探索，而不考虑造型的功能等因素，旨在讨论、研究造型的原理、规律和构造训练，对造型设计的内容做介绍和分析，从而进一步了解造型在各类艺术创作与设计中的运用，加强认识造型设计学习的重要性。通过本课程的学习使学生能够掌握造型设计的基本原理及基本要素，引导学生通过实际的操作体验、各种材料的性能和工艺特性，用造型设计的各种表现手法有意识地去组织和创造，从中培养学生设计的思维方式和能力，利用抽象的材料和模拟构造，创造纯粹的形态造型，引导学生从形态要素的立场出发，落实在造型设计创作与实务应用上，熟练掌握三维形体的造形规律，并对形体形态进行切割、组合，以创造出新的形态，有助于未来在空间艺术设计造形、结构设计上的展现。

三、课程教学目标

课程教学目标		支撑人才培养规格指标点	支撑人才培养规格
知识目标	目标1: 1. 立体构成的学习了解和掌握造型设计的相关的理论知识。 2. 认识各类造型在产品设计中的重要作用，深刻理解学习造型基础的目的和意义，熟练运用各种形态与素材的应用、分析与方法。	3-1: 掌握视觉设计的基本技法。 3-2: 熟悉传统图案及现代图形的构成原理, 并能在现代视觉传达设计中综合应用。 3-3: 具备设计创意的综合	3. 视觉设计技能、图形创意能力

		表现能力,包括平面、立体、空间、色彩、材质等表达形式。	
能力目标	目标2: 1. 熟练造型设计的练习、理论知识和练习互相促进。 2. 材质认识与应用建立相应的模型制作方式。 3. 二维图纸转三维立体的思考转换。 4. 三维立体草模的制作、组合造型、视角转换呈现以及对其美感的思考。	6-1:具备独立进行设计调研、资料查询、文献检索,运用现代信息技术获取相关信息的能力。 6-2:具有较好的外语沟通能力、较好的计算机应用能力、网络检索能力。	6. 调研与资料整合能力
素质目标	目标3: 1. 培养学生设计能力,使学生具有一定的动手操作的能力,认识立体构成与模型制作真实想法、探究设计态度和意识。 2. 了解造型设计在整体性的空间结构设计与应用上的效用。 3. 了解造型设计及结构学对空间艺术设计的重要性。 4. 了解当代造型设计创作对空间艺术设计的新意涵。	8-1:了解新的审美趋势,学习新的软件和专业知识。 8-2:具备持续学习的能力,做到与时俱进,使专业能力不断更新迭代,适应时代的要求。	8. 终身学习的能力

四、课程主要教学内容、学时安排及教学策略

(一) 理论教学

教学模块	学时	主要教学内容与策略	学习任务安排	支撑课程目标
造型基础概念	4	重点: 强调造型基础概念,探讨造型形态构成的意义。讲解1.造型的含义2.造型的分类3.造型设计学习思维及目的4.造型设计的工具介绍及应用准备5.经典造型设计大师介绍及作品分析。 难点: 2D、3D基础造型的理解与转换。掌握构成法则:重迭、重复、错视、反置。 思政元素: 了解造型基础的特征、加深对造型的理解。 教学方法与策略: 从平面到立体造型,逐步引导学生进入造型设计	课前:携带教科书。 课堂:记录课堂实践需用物件、造型基本法则,阅读参考图片与优秀案例。 课后:准备材料、工具。	目标一 目标二

		的学习状态。掌握造型多元应用，基本元素、结构学、造型原理、空间、色彩与研究分析。		
造型基础的形态要素与点结构	3	<p>重点： (对称与均衡)。透过色彩、图像造形…等，将造型加以改变，构成创作性的造型图像。</p> <p>难点： 从视觉基本特征、环境条件、形态本身，按造型原则运用材料，形成三维的造型形象表现。</p> <p>思政元素： 掌握造型原理、美学法则、造型技法、空间创造、材料探索、材料、肌理的加工与创造等形态要素。</p> <p>教学方法与策略： 课件内容展示参考图片、优秀案例与实际造型作品。主要让学生了解点结构设计的不同，及如何描绘各式造型图像。 点构图原理：秩序感、层次感的空间表现效果训练。</p>	<p>课前：阅读教科术《造型设计基础》。</p> <p>课堂：记录造型设计基本法则，阅读参考图片与优秀案例。</p> <p>课后：点结构造型技法练习。</p>	目标一 目标二
造型基础的形态要素与线结构	3	<p>重点： 讲授内容涵盖(垂直、交叉、框架、转体、扇形、曲线、弧线、乱线、回旋、扭结、缠绕、波状、抛向、绳套等要点)。</p> <p>难点： 线的组合产生节奏，线的运用产生视错感，强调比例分割、排列构成平衡，以两种方式来表现线的虚实，一种是本身的实线和虚线，另一种是材料的厚实和不透明带来虚实效果。</p> <p>思政元素： 培养学生在线结构的设计，以不同方式来表现线的虚实效果。</p> <p>教学方法与策略： 课件内容展示参考图片、优秀案例与实际立体造型作品。主要让学生了解线构成设计的不同，及如何描绘各式造型图像。 线构图原理：形态的粗细、长短、曲直、弧折等连续效果训练。</p>	<p>课前：阅读教科术《造型设计基础》。</p> <p>课堂：记录造型设计基本法则，阅读参考图片与优秀案例。</p> <p>课后：线结构造型技法练习。</p>	目标一 目标二
造型基础的形态要素与面结构	3	<p>重点： 讲授面结构的理论知识，面的形态元素，(几何形、有机形、不规则形、偶然形等)。</p> <p>难点： 「面」：是由长度和宽度二次元共同构成的二度空间，而其决定要素是轮廓线，面的数量多寡会影响画面整体风格和造型效果。</p> <p>思政元素：</p>	<p>课前：阅读教科术《造型设计基础》。</p> <p>课堂：记录造型设计基本法则，阅读参考图片</p>	目标一 目标二

		<p>培养学生在造型设计上的创作能力,如何应用原有的造型而进行或转化形式为创作模式。</p> <p>教学方法与策略: 课件内容展示参考图片、优秀案例与实际造型设计作品。主要让学生了解面结构设计的不同,及如何描绘各式造型图像。</p> <p>面构图原理:空间训练、肌理训练。</p>	<p>与优秀案例。</p> <p>课后:面结构造型技法练习。</p>	
造型基础 综合图形 创意设计	3	<p>重点: 讲授综合性造型设计中的空间性及立体感的塑造,包括空间的概念,空间的构成形式矛盾空间、混维空间、视错空间等。</p> <p>难点: 体画面效果、立体空间构造形创意训练。综合性平面构成及如何应用周边实物的材料而进行创作或转化构成材料为创作形式,并运用多种构成形式,熟练表达出造型设计作品。</p> <p>思政元素: 造型构成中的近似构成,特异构成,对比与统一的美学概念,选择实像、具象或意象进行或转化形式为创作。</p> <p>教学方法与策略: 制定综合性造型设计作品规定,需选择不同品类、材料的进行设计,训练造型与构成能力,未来能够衍用于空间实体设计,强调造型中的美学及形式语汇。</p>	<p>课前:阅读教科术《造型设计基础》。</p> <p>课堂:记录混合式技法构成,阅读参考图片与优秀案例。</p> <p>课后:综合结构造型技法练习。</p>	<p>目标一 目标二 目标三</p>

(二) 实践教学

实践类型	项目名称	学时	主要教学内容	项目类型	项目要求	支撑课程目标
实训	点结构	6	<p>重点: 从视觉基本特征、环境条件、形态本身,按造型基本原则运用材料,形成三维的立体形象表现。展示并讲授案例作品,进行理解与思考,助于后续设计思维及逻辑构建。</p> <p>难点: 点结构的立体画面效果与立体空间构形。</p> <p>思政元素: 准确理解和把握造型技法与理论架构,点结构的基本元素、结构表现、造型设计、空间营造与色彩搭配方法。</p>	训练设计	每人制作一件点结构造型作品。 尺寸:不低于30x30cm。 素材:材料工具不限。	目标一 目标二
实训	线结构	6	<p>重点: 造型设计的要素及其语汇、造型设计的美学原则。强调线条产生的规律及运动感,素材的选用与制作方法。</p> <p>难点: 线的连续性质,表现长度特征,以形态多样化体现线的构造。</p> <p>思政元素: 准确理解和把握造型技法与理论架构,线结构设计需体现,造型的画面效果与立体空间构形。</p>	训练设计	每人制作一件线结构造型作品。 尺寸:不低于30x30cm。 素材:材料工具不限。	目标一 目标二
实训	面结构	6	<p>重点: 面结构要素着重于几何形形态,掌握要素间的相互关系,将面的体积感与重量感构成空间层次。</p> <p>难点: 面立体通过长度、宽度和深度共同构成的三度空间,使基本形态变形,增值或消减加以重构。</p> <p>思政元素: 以平面基本形体为基础,将其空间立体化,产生面体的扩张感与延伸感。</p>	训练设计	每人制作一件面结构造型作品。 尺寸:不低于30x30cm。 素材:材料工具不限。	目标一 目标二

实训	综合造型 图形创意 设计	14	重点： 透过综合性实做的方式，让学生能够理解到造型设计的基本知識及概念，能够正确的运用各种造型设计原理，具备衔接立体、空间等创作设计能力。 难点： 掌握重新组构作品原有性质，并在设计作品中添入复合媒材的运用。提升作品外在形态设计表达，强化形态的均衡感、序列感。 思政元素： 形态要素、视觉关系的形式美及材料几方面进行探究，使学生掌握构成要素间的相互关系，运用构成方法，创造生动造型设计形态。	综合	每人制作一件综合性造型作品。 尺寸：不低于50x50cm。 素材：材料工具不限。 主题设计：自订（需涵盖2个以上要素）。	目标一 目标二 目标三
			备注：项目类型填写验证、综合、设计、训练等。			

五、学生学习成效评估方式及标准

考核与评价是对课程教学目标中的知识目标、能力目标和素质目标等进行综合评价。

在本课程中，学生的最终成绩是由50%平时成绩与50%期末成绩组成。

1. 平时成绩（占总成绩的50%）：采用百分制，出勤率(10%)、课堂互动(15%)、平时作业(10%)、主题设计(15%)。

等级	评分标准
	1.出勤率 2.课堂互动 3.平时作业 4.主题设计
优秀 (90~100分)	1.课堂考勤率，90%以上出勤。 2.能够课前预习且积极回答问题，90%以上参与课堂讨论。 3.能够按时提交作业，符合课程单元要求，90%以上准时。 4.主题设计透视、比例、结构造型、作品材质运用准确，90%以上原创设计。
良好 (80~89分)	1.课堂考勤率，80%以上出勤。 2.能够课前预习且积极回答问题，80%以上参与课堂讨论。 3.能够按时提交作业，符合课程单元要求，80%以上准时。 4.主题设计透视、比例、结构造型、作品材质运用较准确，80%以上原创设计。
中等 (70~79分)	1.课堂考勤率，70%以上出勤。 2.能够课前预习且积极回答问题，70%以上参与课堂讨论。 3.能够按时提交作业，基本符合课程单元要求，70%以上准时。 4.主题设计透视、比例、结构造型、作品材质运用合理，70%以上原创设计。
及格	1.课堂考勤率，60%以上出勤。

(60~69分)	2.能够课前预习且积极回答问题，60%以上参与课堂讨论。 3.能够按时提交作业，基本符合课程单元要求，60%以上准时。 4.主题设计透视、比例、结构造型、作品材质运用一般，60%以上原创设计。
不及格 (60以下)	1.课堂考勤率，50%以下出勤。 2.能够课前预习且积极回答问题，50%以下参与课堂讨论。 3.能够按时提交作业，不符合课程单元要求，50%以下准时。 4.主题设计透视、比例、结构造型、作品材质运用不合理，50%以下原创设计。

2. 期末成绩（占总成绩的50%）：采用百分制，期末大作业考核模块、考核内容、题型和分值分配情况见下表。

考核模块	考核内容	主要题型	支撑目标	分值
造型设计： 平面构成中的形态塑造	构图合理、结构饱满有张力，透视、比例、结构造型准确，画面整体干净整洁。	设计题	目标二	40%
方案整体表现： 设计思维、美学及形式语汇	设计具有一定创意特色、设计理念表现到位，能够综合运用表现技巧，整体方案表达完整。	设计题	目标一	20%
空间视觉设计效果表达： 作品主题展览	配色饱满、统一、画面气氛舒服，色调协调、作品材质表现形象准确，画面表达具有风格特色，展览现场作品展示效果。	设计题	目标一 目标二 目标三	40%

六、 教学安排及要求

序号	教学安排事项	要 求
1	授课教师	职称：助教/讲师/副教授/教授 学历（位）：硕士以上 其他：无
2	课程时间	周次：6周 节次：8节(为保障本课程顺利衔接、设计思路不间断，需4节课连排)
3	授课地点	<input type="checkbox"/> 教室 <input checked="" type="checkbox"/> 实验室 <input type="checkbox"/> 室外场地 <input type="checkbox"/> 其他：
4	学生辅导	线上方式及时间安排：企业微信(开课后时间另行安排) 线下地点及时间安排：实验室(开课后时间另行安排)

七、 选用教材

- [1] 《造型设计基础》，叶丹，董洁晶，化学工业出版社，2022.05。
- [2] 《设计造型基础》，肖永杰，李艳辉，盛玉雯，张若滢，化学工业出版社，2021.02。
- [3] 《造型设计基础》，刘向东，化学工业出版社，2021.07。

八、参考资料

[1] 《造型设计基础》，张建华、王会三，中国海洋大学出版社，2021.05。

[2] 《艺术设计造型基础》，王庆海，黑龙江大学出版社，2020.05。

[3] 《艺术设计造型基础》，安晓波、王晓芬，化学工业出版社，2020.04。

网络资料

[1] 中国大学MOOC，造型基础，网址：

<https://www.icourse163.org/search.htm?search=%E9%80%A0%E5%9E%8B%E5%9F%BA%E7%A1%80#/>。

[2] 昵图网，造型设计，网址：

<https://soso.nipic.com/?q=%E9%80%A0%E5%9E%8B%E8%AE%BE%E8%AE%A1>。

[3] 站酷，造型设计，网址：

<https://www.zcool.com.cn/search/content?word=%E9%80%A0%E5%9E%8B%E8%AE%BE%E8%AE%A1%E3%80%82>。

其他资料

[1] 致设计，基础造型设计，网址：

<https://www.zhisheji.com/search/jichuzaoxingsheji.html>。

大纲执笔人：陈涵懿

讨论参与人：林右正

系（教研室）主任：何帅森

学院（部）审核人：何帅

《展示设计》教学大纲

一、课程基本信息

课程类别	专业课程	课程性质	理论	课程属性	必修
课程名称	展示设计		课程英文名称	Display Design	
课程编码	G02XB02C		适用专业	视觉传达设计	
考核方式	考查		先修课程	无	
总学时	32	学分	2	理论学时	16
实验学时/实训学时/ 实践学时/上机学时			16		
开课单位			创意设计学院		

二、课程简介

《展示设计》是视觉传达专业的专业课程。展示设计课程内涵丰富，形式多样，是一门专业性和综合性很强的设计专业课。通过本课程的教学让学生掌握展示设计的理论和设计基本方法，了解和掌握空间塑造在展览设计中的重要作用，陈列与空间关系，限定空间的处理、利用、改造。要求学生在学习展示设计中掌握用什么内容、哪些展品采用何种设备、运用什么样的艺术手段来表现陈列主题，达到形式与内容的高度统一。并要求学生具有多方面的专业知识和一定水平的艺术修养，具备一定的动手能力，以及一定的项目设计、企划及行销能力。

三、课程教学目标

课程教学目标		支撑人才培养规格指标点	支撑人才培养规格
知识目标	目标1: 通过课堂讲授与设计实践，使学生正确理解展示设计的规律与形式法则，了解展示设计的类型及范围，设计基础知识、色彩设计、灯光设计等展示设计综合知识，掌握展示设计的组织和界面处理方法、采光照明的方法、家具布置的方法。开拓思维帮助学生系统掌握相关知识，通过理论知识和实践训练方式相结合，提高学生设计审美能力、实践表现技能。	2-1: 具备与本专业相关的市场调研的能力。 2-2: 具备与本专业相关的客户沟通的能力。 2-3: 具备与本专业相关的设计表现的能力。 2-4: 具备与本专业相关的电脑制图等的的能力。	2. 职业技能
能力目标	目标2: 使学生掌握展示设计的基本概念、基本理论和基本的设计技能，从感知性和理想两个方面培养学生对展示空间	3-1: 掌握视觉设计的基本技法 3-2: 熟悉传统图案及现代	3. 视觉设计技能、图形创意能

标	<p>的想象能力、策划能力和创造能力。熟悉商业展示设计的步骤、设计方法。通过课题方案作业训练和辅导，结合AutoCAD、3ds Max软件的实际操作训练，学生能制作出完整的设计方案包括平面功能布局图、设计分析图、立面图、透视图。并让学生所掌握的专业技能能够直接应用到实际工作中。</p>	<p>图形的构成原理，并能在现代视觉传达设计中综合应用</p> <p>3-3:具备设计创意的综合表现能力,包括平面、立体、空间、色彩、材质等表达形式</p>	力
素质目标	<p>目标3: 通过本课程的理论和实践相结合，采用“自主·合作·探究”的教学模式、案例分析教学模式，讲授法、实地调研法、讨论教学法等理论讲授与实践训练相结合的教学方法。通过使用计算机多媒体技术与实验室教学，使学生最直观接收更多知识信息，并能够熟练的运用在实际的操作中，提高学生的综合设计能力。要求学生根据自身专业的方向，掌握展示设计的方法，让学生在社会实践能够用到所学知识，培养学生平衡协调的能力、策划能力和实践的动手能力。</p>	<p>5-1: 了解印刷、包装和媒体传播等领域的视觉规律。</p> <p>5-2: 能够通过调研分析，确定品牌形象定位，进行品牌形象策划、品牌推广与媒介策略，最终实施品牌推广设计。</p> <p>5-3: 能够根据不同终端的情况、不同客户的需求，针对界面、报纸报刊、书籍、包装、海报等版面进行编排设计与制作。</p>	5. 商业设计和推广能力

四、课程主要教学内容、学时安排及教学策略

理论教学

教学模块	学时	主要教学内容与策略	学习任务安排	支撑课程目标
设计基础	4	<p>重点:</p> <p>1、展示设计的基本概念及历史与发展</p> <p>2、展示设计策划与运作程序</p> <p>3、展示设计与人体工程学</p> <p>难点:</p> <p>展示设计与人体工程学</p> <p>思政元素:</p> <p>运用展示设计的基本方法，结合岭南元素广府文化嵌入课堂教学进行案例分析。</p> <p>教学方法与策略:</p> <p>课程实践性强，采用“自主·合作·探究”的教学模式、案例分析教学模式，讲授法、实地调研法、讨论教学法等理论讲授与实践训练相结合的教学方法。通过使用计算机多媒体技术与实验室教学，使学生最直观接收更多知识信息，并能够熟练的</p>	<p>课前:</p> <p>前沿案例导入</p> <p>课堂:</p> <p>知识体系讲解</p> <p>课后:</p> <p>国内外经典展示设计案例调研分析。</p>	目标1

		运用在实际的操作中，提高学生的综合设计能力。		
设计程序	4	<p>重点：</p> <p>1、展示空间的概述</p> <p>2、展示空间设计方法</p> <p>3、展示空间流动线设计</p> <p>4、展示空间设计实例</p> <p>5、展示设计中的照明设计</p> <p>6、展示的色彩设计</p> <p>难点：</p> <p>展示设计中的照明及色彩设计</p> <p>思政元素：</p> <p>通过作品欣赏、影片赏析、讨论交流等形式引导学生学习并热爱中国文化，传播中国文化。培养文化自信。</p> <p>教学方法与策略：</p> <p>运用课堂讲授及学生练习的授课形式、多媒体辅助教学手段。</p>	<p>课前：</p> <p>随机抽点学生进行案例分享</p> <p>课堂：</p> <p>知识点讲解，经典设计案例分享</p> <p>课后：</p> <p>设计调研</p>	目标1 目标2
生态设计	4	<p>重点：</p> <p>1、多媒体技术在展示设计中的应用</p> <p>2、展示道具设计</p> <p>3、展示的制图</p> <p>4、展示材料的特性与选择</p> <p>难点：</p> <p>展示设计材料与构造、施工安装方法、材料预算</p> <p>思政元素：</p> <p>在现代艺术创作与传统文化的结合中追溯五千年中国文化记忆。使学生了解艺术设计中蕴含的中华优秀传统文化并引导学生继承和发扬中华优秀传统文化。</p> <p>教学方法与策略：</p> <p>主要通过讲授法对设计与科学技术，艺术设计与知识创新等知识点进行讲授，同时运用多媒体等手段进行视频案例辅助，丰富教学手段，丰富学生视听方式，提高学生兴趣。潜移默化进行思政元素的渗透。</p>	<p>课前：</p> <p>复习上次课知识点</p> <p>课堂：</p> <p>设计与科学技术知识点讲解</p> <p>课后：</p> <p>展示设计调研</p>	目标1 目标2
陈列设计	4	<p>重点：</p> <p>1、展览设计（展览会分类、商业类展览设计、文化类展览设计）</p> <p>2、展示空间设计（购物中心、超级市场、专卖店、设计案例</p> <p>3、橱窗设计概述</p> <p>难点：</p> <p>展示空间设计</p>	<p>课前：</p> <p>复习上次课知识点</p> <p>课堂：</p> <p>设计与科学技术知识点讲解</p> <p>课后：</p>	目标1 目标2 目标3

		<p>思政元素： 在现代艺术创作与传统文化的结合中追溯五千年中国文化记忆。使学生了解艺术设计中蕴含的中华优秀传统文化并引导学生继承和发扬中华优秀传统文化，结合岭南元素广府文化嵌入课堂教学进行案例分析。</p> <p>教学方法与策略： 主要通过讲授法对设计与科学技术，艺术设计与知识创新等知识点进行讲授，同时运用多媒体等手段进行视频案例辅助，丰富教学手段，丰富学生视听方式，提高学生兴趣。潜移默化进行思政元素的渗透。</p>	展示设计调研	
--	--	---	--------	--

(二) 实践教学

实践类型	项目名称	学时	主要教学内容	项目类型	项目要求	支撑课程目标
实训	专题设计1 陈列设计	4	<p>重点：熟悉陈列设计的方法与原则，掌握陈列设计的工作内容。了解陈列设计各元素的特点与关系，熟悉掌握陈列各元素的设计与应用。</p> <p>难点：陈列设计中艺术设计元素的应用。</p> <p>思政元素：从学习过程中感受传统文化的魅力与蓬勃的生命力，在现代艺术创作与传统文化的结合。</p>	项目训练	根据陈列设计的设计法则及原理，完成陈列设计项目策划书。	目标1 目标2 目标3
实训	专题设计2 “非遗进课堂”	8	<p>重点：“非遗进课堂”文化创意融合背景下依托东莞本土非遗保护元素为设计主体，在展示东莞本土非遗传承的基础上，体现商业展示的品牌价值。传统非遗文化与现代品牌相融合，传承地域文化，提升展示设计的创新力。</p> <p>难点：教学的项目化设计上，“项目”可虚可实，即项目可以是企业商家现有的项目策划专题，也可以是教师课堂上依托市场虚拟的项目专题。</p> <p>思政元素：作业中渗透红色文化教育。从井冈山精神、长征精神、延安精神到雷锋精神，调动学生爱国情怀，珍惜美好生活，引导学生树立正确的人生观弘扬学生敢于创新精神。</p>	项目训练	以文化创意为背景围绕“服务区域经济，弘扬岭南文化”为主题，运用非遗元素，设计具有岭南文化符号的展示设计方案。	目标1 目标2 目标3

实训	专题设计3 设计汇报	4	<p>重点：展示设计的风格、设计法则、要素、空间应用等知识。</p> <p>难点：展示设计的表现，为实现设计创意从设计意向到设计呈现的过程。</p> <p>思政元素：具备跨专业之学习能力、设计项目企划执行与团队合作能力、具备创新思考解决问题的能力、自我管理 with 深度学习能力、具备专业伦理、人文素养及社会责任。</p>	项目 训练	符合空间展示设计的工作流程，真实强调情景化教学，根据课程的教学目标，对项目内容进行甄选，将项目情景化带入到课程设计中，让学生充分感受到情景化学习的乐趣。	目标1 目标2 目标3
备注：项目类型填写验证、综合、设计、训练等。						

五、学生学习成效评估方式及标准

考核与评价是对课程教学目标中的知识目标、能力目标和素质目标等进行综合评价。在本课程中，学生的最终成绩是由平时成绩+期末考试成绩等两个部分组成。

1. 平时成绩（占总成绩的30%）：采用百分制。平时作品（占10%）、作品汇报成绩（占10%）和考勤（占10%）三个部分。评分标准如下表：)

等级	评分标准
	1.作业； 2.作品汇报； 3.考勤
优秀 (90~100分)	<p>1. 平时作品：文字格式书写规范，版面设计精美。无抄袭，图片文字借鉴均标有出处。</p> <p>2. 作品汇报：作品汇报思路清晰，语言流畅，内容符合题目要求，团队协作良好，准备充分，设计进度安排合理。</p> <p>3. 考勤：全勤，无迟到、早退、旷课、无请假现象。</p>
良好 (80~89分)	<p>1. 平时作品：文字格式书写规范，版面设计精美。无抄袭，图片文字借鉴均标有出处。</p> <p>2. 作品汇报：作品汇报思路清晰，语言流畅，内容符合题目要求，团队协作良好，准备充分，设计进度安排合理。</p> <p>3. 考勤：无迟到、早退、旷课现象。</p>
中等 (70~79分)	<p>1. 平时作品：文字格式书写规范，版面设计一般。无抄袭，图片文字借鉴没有表明出处。</p> <p>2. 作品汇报：作品汇报思路不够清晰，语言不够流畅，内容基本符合题目要求，团队协作能力一般，准备不够充分，设计进度安排基本合理。</p>

	3. 考勤：有迟到、早退、请假现象。
及格 (60~69分)	1. 平时作品：文字格式书写不够规范，版面设计欠佳。无抄袭，图片文字借鉴没有表明出处。 2. 作品汇报：作品汇报思路不够清晰，语言不够流畅，有些内容不符合题目要求，团队协作能力一般，准备不够充分，设计进度安排不合理。 3. 考勤：经常借故请假逃课，有迟到、早退现象，偶尔旷课。
不及格 (60以下)	1. 平时作品：文字格式书写不规范，版面设计欠佳。抄袭严重，图片文字借鉴没有表明出处。 2. 作品汇报：作品汇报思路不够清晰，语言不够流畅，有些内容不符合题目要求，团队协作能力一般，准备不够充分，设计进度安排不合理。 3. 考勤：经常借故请假逃课，迟到、早退现象，旷课严重。

2. 期末考试（占总成绩的70%）：采用百分制。期末考试（大作业）的考核内容、题型和分值分配情况请见下表：

考核模块	考核内容	主要题型	支撑目标	分值
设计基础	展示设计的风格、设计法则、要素、空间应用等知识。展示设计的设计风格表现，从设计意向到设计创新的过程。作品必须符合基本要求，突出命题主旨。	展示设计作品	目标1 目标2	15
生态设计	通过设计实现对室内环境中的人与环境界面关系的创新，提倡安全、卫生、舒适、经济、绿色（生态）、个性的设计。室内环境功能设计合理，基本设施齐备，满足住户心理和生理的需求。体现可持续性设计概念，注意应用适宜的新技术手段。		目标1 目标2	15
陈列设计	陈列设计各元素的特点与关系，熟练掌握陈列设计各元素的设计与应用。		目标1 目标2 目标3	20
专题设计	以文化创意为背景围绕“服务区域经济，弘扬岭南文化”为主题，运用非遗元素，设计具有岭南文化符号的展示设计方案。		目标1 目标2 目标3	50

六、教学安排及要求

序号	教学安排事项	要 求
1	授课教师	职称：讲师及以上 学历（位）：硕士及以上 其他：无
2	课程时间	周次：1-8周、9-16周 节次：4节 为保证本课程的设计连续性，需4节课连排。
3	授课地点	<input type="checkbox"/> 教室 <input checked="" type="checkbox"/> 实验室 <input type="checkbox"/> 室外场地 <input type="checkbox"/> 其他：
4	学生辅导	线上方式及时间安排：企业微信（开课后时间另行安排） 线下地点及时间安排：实训室（开课后时间另行安排）

七、选用教材

[1] 沈宏、傅强、居文俊著《展示设计》（第2版）华中科技大学出版社 2020年1月

[2] 王春晓 《商业展示设计》（第1版）北京理工大学出版 2019年1月

八、参考资料

[1] 王春晓 《论艺术风格在商业展示设计中的应用》（第1版）北京理工大学出版社 2019年1月。

[2] 高迪国际出版社有限公司编 王丽娟、林玲、蒋莉 译者《商业展示设计2》（第1版）大连理工大学出版社 2013年8月

[3] 胡以萍 《展示陈列与视觉设计》（第2版）清华大学出版社 2018年8月

[4] 陈根 《陈列设计》（第1版）化学工业出版社 2018年5月

网络资料

[1] 大学生慕课网

[2] 腾讯课堂

[3] 美间网站, <https://www.meijian.io/>

[4] 搜图网 www.aisoutu.com

大纲执笔人： 林岩

讨论参与人： 丁思依

系（教研室）主任：何帅森

学院（部）审核人：何帅

《插画设计》教学大纲

一、课程基本信息

课程类别	专业课程	课程性质	理论	课程属性	必修
课程名称	插画设计		课程英文名称	Illustration design	
课程编码	G02XB05E		适用专业	视觉传达设计	
考核方式	考查		先修课程	无	
总学时	48	学分	3	理论学时	16
实验学时/实训学时/ 实践学时/上机学时			实训学时: 32		
开课单位			创意设计学院		

二、课程简介

《插画设计》是视觉传达设计专业的一门核心专业课。课程的主要内容主要讲授插画设计的概念和历史、类别与形式、艺术表现手法和设计思路。课程目的是使学生了解插画艺术的原理，和插画的元素设计的原则，使学生掌握插图设计知识和技法，把插画设计的形式与内容进行结合，逐渐熟练运用插图到设计领域中去。课程特点是照由浅入深、从易到难的进度安排了大量的案例分析，利于学生吸收并转化成设计能力，通过多媒体教学手段进行展示与讲解，针对性的讲评学生作品并提出修改意见，使学生能更好的应用理论在设计实践中。

三、课程教学目标

课程教学目标		支撑人才培养规格指标点	支撑人才培养规格
知识目标	目标 1: 学习和理解插画的定义, 插画的历史演变, 插画设计的功能价值、插画设计的应用领域、插画设计的应用领域, 插画的类别, 插画设计的主要表现形式, 插画的美学特征、商业插画的设计准则等。	3-1: 掌握视觉设计的基本技法 3-2: 熟悉传统图案及现代图形的构成原理, 并能在现代视觉传达设计中综合应用 3-3: 具备设计创意的综合表现能力, 包括平面、立体、空间、色彩、材质等表达形式 5-1: 了解印刷、包装和媒体传播等领域的视觉规律。	3. 视觉设计技能、图形创意能力 5. 商业设计和推广能力

能力目标	<p>目标 2: 在实践中提升应用画笔或软件进行插画创作的动手能力,掌握临摹插画的步骤、插画创作的流程、书籍插画的创作要点和构思方式,商业插画的创意点提取和元素应用等。</p>	<p>2-1: 具备与本专业相关的市场调研的能力。</p> <p>4-1: 熟悉二维平面设计软件的操作与应用,具备设计软件操作与应用能力。</p> <p>4-2: 熟悉多媒体制作等软件的操作与应用,具备设计软件操作与应用能力。</p>	<p>2.职业技能</p> <p>4.设计软件的应用能力</p>
素质目标	<p>目标 3: 通过本课程的学习,培养作为设计师应具备的形式与内容关联的思维方式,尤其注意文化元素对插画作品的影响,养成创意发散、勤画多练的设计习惯,为专题实训打下良好的基础。</p>	<p>2-3: 具备与本专业相关的设计表现的能力。</p> <p>2-4: 具备与本专业相关的电脑制图等的能力。</p> <p>5-1: 了解印刷、包装和媒体传播等领域的视觉规律</p> <p>5-2: 能够通过调研分析,确定品牌形象定位,进行品牌形象策划、品牌推广与媒介策略,最终实施品牌推广设计。</p>	<p>3. 商业设计和推广能力</p> <p>5.商业设计和推广能力</p>

四、课程主要教学内容、学时安排及教学策略

(一) 理论教学

教学模块	学时	主要教学内容与策略	学习任务安排	支撑课程目标
插画概念	2	<p>重点: 插图的概念、插图的历史、插图的发展与现状、插图的未来趋势。</p> <p>难点: 各国历史插画作品的理解分析。</p> <p>思政元素: 通过中国插画作品范例的讲解,让同学们结合中国历史发展体会插画在各个历史阶段所体现的中国文化。</p> <p>教学方法与策略: 线下教学。通过讲授法讲解插画的定义,通过展示各时期的插画作品的方式让大家了解插画发展历程。</p>	<p>课后: 收集中外优秀插画作品并分析鉴赏</p>	<p>目标 1</p> <p>目标 3</p>
插画风格与表现技法	6	<p>重点: 写实风格、抽象风格、时尚风格、涂鸦风格、科幻风格、漫画卡通风格的特点介绍和作品赏析,插画的艺术表现、黑白表现技法、油画表现技法、马克笔表现技法、蜡笔与油画棒表现技法、摄影手段的运</p>	<p>课堂: 小组讨论并分析插画作</p>	<p>目标 1</p>

		用、数字手段的运用 难点: 各种风格、表现技法的插画作品的特点和创作思路分析。 教学方法与策略: 线下教学。通过讲授法和范例法讲解,应用谈论法引导学生说出自己的见解,应用雨课堂插件设计应用型的题目对学生进行知识点检测。	品	
插画临摹	2	重点: 插画临摹概述、插画临摹的重要性、插画临摹的方法和步骤。 难点: 插画临摹的方法和步骤。 思政元素: 从中国传统美术学习的角度上讲解“临”和“摹”的区别,让学生体会插画作品临摹阶段的重要性,借鉴中国所特有的书画艺术学习方法,从而提升创作水平。 教学方法与策略: 线下教学。通过讲授法和范例法讲解,应用雨课堂插件设计应用型的题目对学生进行知识点检测。	课后: 选择插画进行临摹。	目标 1 目标 3
书籍插画	2	重点: 书籍插画的特性、书籍的分类、书籍插图创作、实例分析。 难点: 书籍插画创作的思维方法。 思政元素: 针对不同类型的书籍提出不同的视觉元素提取方式,让学生践行“具体问题具体分析”、“理论联系实际”的方法论。 教学方法与策略: 线下教学。通过讲授法和范例法讲解,应用雨课堂插件设计应用型的题目对学生进行知识点检测。	课堂: 小组讨论并分析插画作品	目标 1 目标 3
中国插画	2	重点: 插画的民族性、中国传统插画、实例分析。 难点: 中国插画创作的思维方法。 思政元素: 针对不同内容的中国插画分析不同的视觉元素,让学生体会中国文化、中国精神在插画中的表达。 教学方法与策略: 线下教学。通过讲授法和范例法讲解,应用雨课堂插件设计应用型的题目对学生进行知识点检测。	课堂: 小组讨论并分析插画作品	目标 1 目标 3
商业插画	2	重点: 商业插画的特性、商业插画的分类、商业插画创作、实例分析。 难点: 商业插画创作的思维方法。 教学方法与策略: 线下教学。通过讲授法和范例法讲解,应用雨课堂插件设计应用型的题目对学生进行知识点检测。	课堂: 小组讨论并分析插画作品	

(二) 实践教学

实践类型	项目名称	学时	主要教学内容	项目类型	项目要求	支撑课程目标
------	------	----	--------	------	------	--------

设计	插画临摹	4	<p>重点：插画临摹的对象选择、插画临摹过程的思考，插画临摹与创作的结合，作品分析与修改。</p> <p>难点：体会原作思路 and 如何改良作品。</p> <p>思政元素：从中国传统美术学习的角度上讲解“临”和“摹”的区别，让学生体会插画作品临摹阶段的重要性，借鉴中国所特有的书画艺术学习方法，从而提升创作水平。</p>	训练	每人1张。通过互联网、图书馆的相关书籍选择一幅插画进行临摹，可以进行部分修改。	目标1 目标3
设计	技法体验创作	6	<p>重点：根据所讲解的表现形式与技法创作，任选黑白、水彩、马克笔、蜡笔、油画棒、剪切拼贴、摄影手法应用或数码绘图、立体组合等技法中的一种或多种技法混合应用。</p> <p>难点：体会技法不同对插画作品的表现效果的影响。</p>	设计	每人1张。应用一种或多种技法混合应用，进行一幅命题技法的插画创作。	目标1 目标3
设计	书籍插画	6	<p>重点：书籍插画的内容解读，受众分析和视觉元素组织，作品风格与表现手法选择，作品分析与修改。</p> <p>难点：如何体会书籍中文字的内容含义、视觉元素选择。</p> <p>思政元素：针对不同类型的书籍提出不同的视觉元素提取方式，让学生践行“具体问题具体分析”、“理论联系实际”的方法论。</p>	设计	每人1张。为文学作品中的某个情节创作一幅插画或者绘制一张应用于儿童绘本的封面。	目标1 目标3
设计	中国插画	8	<p>重点：作品要体现教师根据授课期间给与时政命题，提取视觉元素，作品风格与表现手法选择，作品分析与修改。</p> <p>难点：命题分析和拆解。</p> <p>思政元素：针对不同内容的中国插画分析不同的视觉元素，让学生体会中国文化、中国精神在插画中的表达。</p>	设计	每人1张。根据命题进行创作，作品需保证原创性，独具创意，且具有感染力和良好的视觉效果。	目标1 目标3

设计	商业插画 (结课作业)	8	重点: 分析商品特性, 提炼创意点, 选择视觉元素, 绘制适合于传播的商业插画。 难点: 创意点提取和创作。	设计	每人一套 (1-3张), 根据具体的策略单 进行商业 插画创作。	目标 1 目标 3
备注: 项目类型填写验证、综合、设计、训练等。						

五、学生学习成效评估方式及标准

考核与评价是对课程教学目标中的知识目标、能力目标和素质目标等进行综合评价。在本课程中, 学生的最终成绩是由平时成绩、期末成绩等 2 个部分组成。

1、平时成绩 (占总成绩的 60%): 采用百分制。考勤 (占 10%)、平时作品 (占 40%) 和作品自评 (占 10%) 三个部分。评分标准如下表:

等级	评 分 标 准
	1. 考勤; 2. 平时作品; 3. 作品自评
优秀 (90~100 分)	1. 考勤无迟到、早退和旷课 (请假不计)。 2. 平时作业作品创作或临摹符合要求, 风格技法应用合理, 插画具备较强的创意和艺术感。 3. 作品自评逻辑清晰, 分析合理, 有个人的见解。
良好 (80~89 分)	1. 考勤无旷课, 迟到、早退不超过 1 次。(请假不计)。 2. 平时作业作品创作或临摹符合要求, 风格技法应用基本合理, 插画具备一定的创意和艺术感。 3. 作品自评逻辑清晰, 分析合理, 有一定的个人的见解。
中等 (70~79 分)	1. 考勤无旷课, 迟到、早退不超过 2 次。(请假不计)。 2. 平时作业作品创作或临摹基本符合要求, 风格技法应用基本合理, 插画的创意和艺术感表现力有待加强。 3. 作品自评基本流畅, 分析不够准确。
及格 (60~69 分)	1. 考勤旷课 1 次以内, 迟到、早退不超过 3 次。(请假不计)。 2. 平时作业作品创作或临摹符合要求, 风格技法应用基本合理, 插画具备一定的创意和艺术感。 3. 作品自评亮点不足, 部分的分析不准确。
不及格 (60 以下)	1. 考勤旷课 3 次以上或迟到、早退超过 5 次。(请假不计)。 2. 平时作业未完成或未达到基本技术要求。 3. 作品自评讲解混乱, 分析不准确。

2. 期末成绩 (占总成绩的 40%): 采用百分制。结课大作业的考核内容、题型和分值分配

情况见下表：

考核模块	考核内容	主要题型	支撑目标	分值
创意点提取	所针对的商业产品或服务的创意点提取合理、有创意。	插画设计作品	目标 3	10
插画内容	插画内容传递信息指向性强		目标 1 目标 2	15
	插画内容的选择新颖、有趣味		目标 1 目标 2	15
插画形式	插画元素的应用视觉化效果好		目标 1 目标 2	20
	插画构图形式新颖或符合形式美法则，突出重点		目标 1 目标 2	10
	形式与内容结合紧密		目标 1 目标 2	20
	配色恰当，遵循色彩构成的视觉规律		目标 1 目标 2	10

六、教学安排及要求

序号	教学安排事项	要 求
1	授课教师	职称：助教/讲师/副教授/教授 学历（位）：硕士 其他：无
2	课程时间	周次： 1-8周 节次：6节 （为保证课程顺利衔接，每周需安排4节连排一次）
3	授课地点	<input type="checkbox"/> 教室 <input checked="" type="checkbox"/> 实验室 <input type="checkbox"/> 室外场地 <input type="checkbox"/> 其他：
4	学生辅导	线上方式及时间安排：企业微信（开课后时间另行安排） 线下地点及时间安排：办公室（开课后时间另行安排）

七、选用教材

[1]董冠妮. 插画设计. 北京：中国轻工业出版社，2021 年 8 月.

[2]于君. 插画设计. 上海：上海人民美术出版社. 2020 年 1 月.

八、参考资料

[1]余振华. 插画色彩设计手册. 北京：人民邮电出版社，2021 年 11 月.

[2]梁燕妮. 用插画讲故事. 北京：人民邮电出版社，2021 年 11 月.

[3]邓雅楠. 插图设计. 山东：山东美术出版社，2021 年 10 月

网络资料

[1]站酷 <https://www.zcool.com.cn/>

[2]中国插画网 <http://sm.cndesign.com/>

[3]Behance <http://www.lookxyz.cn/>

其他资料

[1]蓝铅笔（笔刷下载）www.lanqb.com

[2]站长素材（字体下载）<https://font.chinaz.com/shejiziti.html>

大纲执笔人：何帅森

参与人：李珊珊

系（教研室）主任：何帅森

学院（部）审核人：何帅

《书籍装帧设计》教学大纲

一、课程基本信息

课程类别	专业课程	课程性质	理论	课程属性	必修
课程名称	书籍装帧设计		课程英文名称	Book binding design	
课程编码	G02XB02C		适用专业	视觉传达设计	
考核方式	考查		先修课程	设计心理学	
总学时	48	学分	3	理论学时	16
实验学时/实训学时/ 实践学时/上机学时			实训学时：32		
开课单位			创意设计学院		

二、课程简介

《书籍装帧设计》是视觉传达设计专业的一门专业必修课程，是艺术设计专业类重要课程之一。要求学生掌握装帧设计的基本概念、原理、用途以及对印前技术和印刷材料、工艺有一定了解和掌握。其教学目的与任务在于以“三全育人”为主导思想，深度融合中国传统文化，深化学生对书籍传承与发展中国文化的重要性的理解，深化传统文化与现代书籍装帧艺术有机融合，深化传统与现代文化审美，增强民族认同及文化自信，加强学生对书籍装帧技术和设计深度背景知识的理解，掌握书籍装帧设计的技法技巧，提高学生的设计能力与水平，加强学生的设计意识，使其具有较强的创作设计能力和社会发展的适应能力。

三、课程教学目标

课程教学目标		支撑人才培养规格指标点	支撑人才培养规格
知识目标	目标1：增强学生对于中国传统文化与设计关系的理解，提升学生的艺术素养、审美素养和人文素养。着重展现书籍对中国文化发展、继承及塑造的重要作用及影响。	4-1:熟悉二维平面设计软件的操作与应用，具备设计软件操作与应用能力。 4-2:熟悉多媒体制作等软件的操作与应用，具备设计软件操作与应用能力。	4. 设计软件的应用能力
能力	目标2：要求学生掌握装帧设计	3-1:掌握视觉设计的基本技法	3. 视觉设计技

力 目 标	的基本概念、方法、材料及印前工艺等的基本内容和要求	<p>3-2:熟悉传统图案及现代图形的构成原理,并能在现代视觉传达设计中综合应用</p> <p>3-3:具备设计创意的综合表现能力,包括平面、立体、空间、色彩、材质等表达形式</p>	能、图形创意能力
素 质 目 标	<p>目标3:通过本课程的学习,培养学生的基本设计审美文化素养,理解设计背后的中国传统文化根源以及设计与文化、美学、艺术之间的关系,作为设计师必须具备的坚持不懈的学习精神,严谨治学的科学态度和积极向上的价值观,为未来的学习、工作和生活奠定良好的基础。</p>	<p>2-1:具备与本专业相关的市场调研的能力。</p> <p>2-2:具备与本专业相关的客户沟通的能力。</p> <p>2-3:具备与本专业相关的设计表现的能力。</p> <p>2-4:具备与本专业相关的电脑制图等的的能力。</p>	2. 职业技能

四、课程主要教学内容、学时安排及教学策略

(一) 理论教学

教学模块	学时	主要教学内容与策略	学习任务安排	支撑课程目标
书籍装帧设计的起源和演进	2	<p>重点:</p> <p>1、中国书籍形态发展</p> <p>2、中国传统纸质书籍应用发展。</p> <p>3、书籍版面设计的运用</p> <p>4、书籍设计发展特点;近代书籍装帧设计的发展趋势。</p> <p>难点:</p> <p>书籍装帧的发展脉络和各个时期的特征。</p> <p>思政元素:</p> <p>介绍中国传统书籍、纸质版书籍的演变过程,了解传统文化图形元素和纸张材料对书籍设计的作业和意义,深化学生对书籍传承与发展中国文化的重要性的理解,深化传统文化与现代书籍装帧艺术有机融合,深化传统与现代文化审美,增强民族认同及文化自信,加强学生对书籍装帧技术和设计深度背景知识的理解。</p> <p>教学方法与策略:</p> <p>线下教学。对于传统书籍的发展及传承,现代书籍的发展脉络在课堂上予以讲授。课堂主要运用讲授法和案例法开展教学,辅以启发式提问拓宽学生学习思路。</p>		目标1 目标3

<p>书籍装帧的构成元素</p>	<p>2</p>	<p>重点： 1、书籍的结构：封套、护封、内封、环衬、扉页、正文、插图等 2、中国传统书籍的装订方式及制作流程 3、书籍装订形态的创新设计时的技术、功能思考</p> <p>难点： 书籍装帧的结构、形态的创新设计时的技术、功能思考</p> <p>思政元素： 充分展现中国传统文化在书籍设计中的运用，在设计中注重书籍五感的体验设计，加深对中国传统文化的理解。增强学生家国情怀、人文精神，提升文化自信。</p> <p>教学方法与策略： 线下教学。重点讲述中国传统文化在书籍设计中的地位和作用，让学生了解中国传统文化的设计渊源、理念，培养学生的家国情怀和人文精神。 课堂主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。</p>	<p>课前：搜集并了解书籍封套、护封、扉页等</p> <p>课堂：思考并讨论中国传统书籍在现代书籍装帧在现代设计中的运用及创新</p> <p>课后：独立完成封套、护封、扉页的设计任务</p>	<p>目标1 目标2 目标3</p>
<p>书籍装帧基础</p>	<p>4</p>	<p>重点： 1、书籍设计中整体性 2、书籍开本 3、书籍装订的基本结构 4、装订形式与印前材料 5、书籍装帧的市场定位及设计形式的运用 6、书籍设计的基础</p> <p>难点： 了解书籍开本大小、书籍装订的基本结构特征与印前材料间的关系；书籍的市场定位及设计形式的运用</p> <p>思政元素： 以“文化补给”为主要切入点，培养学生独立思考和分析能力，通过对市场的了解，使设计作品更加实用也更符合大众的审美，符合地方文化建设需求。同时，通过了解书籍装帧的传统装订方式和现代书籍的参与或演练地方文化系统提出的项目，构思出具有实用价值或应用前景的书籍装帧作品，反哺地方社会的文化建设，具有一定的社会价值。</p> <p>教学方法与策略： 线下教学。重点讲述书籍开本大小及装订方式，了</p>	<p>课前：搜集中国传统书籍样式1-3份</p> <p>课堂：讨论并演讲</p> <p>课后：思考中国传统书籍在现代书籍装帧设计中的创新。</p>	<p>目标1 目标2 目标3</p>

		<p>解中国传统书籍的装订方式和现代书籍的市场定位，增强“文化补给”，与地方文化系统紧密配合、协同育人。</p> <p>课堂主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。</p>		
书籍装帧设计-文字设计	4	<p>重点：</p> <p>1、字号、字体（宋、楷、手写书法、黑体、罗马字体）、行距；</p> <p>2、五种形式的编排：左右均齐、齐中、齐左或齐右、齐上、文字绕图排列；</p> <p>3、文字（汉字、英文字体）的整体编排；</p> <p>4、文字（汉字、英文字体）的图形表达；</p> <p>5、文字（汉字、英文字体）互动性设计；</p> <p>6、文字（汉字、英文字体）耗散性设计</p> <p>难点：</p> <p>了解书籍中英文文字的各种运用方式，标题、正文、注释类文字的使用规范及字体、字号大小；文字互动性设计；文字耗散性设计。</p> <p>思政元素：</p> <p>充分展现中国汉字字体在书籍设计中的运用，在设计中注重书籍字体、字形结构的体验设计，加深对中国传统文化的理解。产生对中国传统文化的亲近感和认同感。发扬中国优秀传统文化的设计艺术价值，有利于培养学生对中国传统文化的自信，进而培养学生的爱国主义和民族情怀。</p> <p>教学方法与策略：</p> <p>线下教学。重点讲述书籍文字中汉字的运用，字体、字形结构等，加深对汉字字体及中国传统文化的亲近感，培养文化自信。增强爱国主义和民族情怀。课堂主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。</p>	<p>课前：了解汉字及英文字体</p> <p>课堂：讨论比较中英文字体的运用规则</p> <p>课后：根据中式书籍的设计样式自行设计1-3页</p>	<p>目标1</p> <p>目标2</p> <p>目标3</p>
书籍装帧设计-版式设计	2	<p>重点：</p> <p>1、书籍装帧的版式(天头、地线、页脚、页眉等)</p> <p>2、中文书籍版式样式</p> <p>3、英文书籍的版式样式</p> <p>4、横排版，竖排版、跨页、折页、</p> <p>5、版式中的留白、图版率等</p> <p>难点：</p> <p>版式的各类名词及作用；横排版，竖排版、跨页、折页的不同运用方法；版式中的留白、图版率等问题的处理</p> <p>思政元素：</p> <p>充分展现中国传统书籍设计中的作用和地位，在设计中注重中式、西式版式设计，加深对中国传统文</p>	<p>课前：了解中式、西式版式设计要求</p> <p>课堂：讨论比较中、西式版式排版的优劣性问题</p> <p>课后：根</p>	<p>目标1</p> <p>目标2</p> <p>目标3</p>

		<p>化的理解。产生对中国传统文化的亲近感和认同感。发扬中国优秀传统文化的设计艺术价值，有利于培养学生对中国传统文化的自信，进而培养学生的爱国主义和民族情怀。</p> <p>教学方法与策略： 线下教学。重点讲述书籍中式、西式的版式设计，加深对中式排版及中国传统文化的亲近感，培养文化自信。增强爱国主义和民族情怀。 课堂主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。</p>	据中、西式书籍的版式自行设计1-3内页	
书籍装帧设计的影响因素及后期制作	2	<p>重点： 1、合理布局， 2、区分主次关系，明确主题 3、网格系统 4、水平构成关系设计 5、独立完成书籍的装帧设计与制作</p> <p>难点： 书籍装帧设计中的网格系统的使用方法，一点构图、三点构图和散点式构图原则的运用；学生独立完成项目设计的策划及动手能力的培养</p> <p>教学方法与策略： 线下教学。重点讲述书籍装帧设计中的布局及个方法的运用。参与学生设计策划案及考察学生实际动手能力。 课堂主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。</p>	<p>课前：了解书籍布局要素</p> <p>课堂：讨论布局要素的运用准则</p> <p>课后：根据结课作业需求独立完成整书设计并制作成品</p>	目标2 目标3

(二) 实践教学

实践类型	项目名称	学时	主要教学内容	项目类型	项目要求	支撑课程目标
实训	书籍装帧的构成元素—护封设计	4	<p>重点： 掌握书籍的结构：封套、护封、内封、环衬、扉页、正文、插图等</p> <p>难点： 书籍装帧的结构与形态，各组件的使用方式与开本间的关系</p> <p>思政元素： 充分展现中国传统文化在书籍设计中的运用，在设计中注重书籍五感的体验设计，加深对中国传统文化的理解。增强学生家国情怀、人文精神，提升文化自信</p>	设计	独立完成1-3款封套、护封、扉页的设计。提交电子版文件（根据书籍开本大小设定尺寸，要求300分辨率）。	目标1 目标3
实	书籍装帧	4	<p>重点：</p>	设计	了解书籍	目标1

训	基础—开本制作及印前材料选择		<p>掌握书籍开本及装订方式，根据市场定位及设计形式，具体设计运用。</p> <p>难点： 了解书籍开本大小、书籍装订的基本结构特征与印前材料间的关系；书籍的市场定位及设计形式的运用</p> <p>思政元素： 以“文化补给”为主要切入点，培养学生独立思考和能力分析能力，通过对市场的了解，使设计作品更加实用也更符合大众的审美，符合地方文化建设需求。同时，通过了解书籍装帧的传统装订方式和现代书籍的参与或演练地方文化系统提出的项目，构思出具有实用价值或应用前景的书籍装帧作品，反哺地方社会的文化建设，具有一定的社会价值。</p>		开本大小，并完成制作，选择合适的装订方式，根据调研结果确定印前材料和制作工艺。	目标3
实训	书籍装帧设计-文字设计	8	<p>重点： 1、要求掌握标题、副标题、正文、注释字号大小 2、字体（宋、楷、手写书法、黑体、罗马字体）的运用以及行间距、字间距等问题； 3、文字的五种编排形式及整体编排、图形表达、互动性设计、耗散性设计</p> <p>难点： 了解书籍中英文文字的各种运用方式，文字的使用规范及字体、字号大小；强调字间距、行间距的重要性；掌握和理解文字互动性设计；文字耗散性设计。</p> <p>思政元素： 充分展现中国汉字字体在书籍设计中的运用，在设计中注重书籍字体、字形结构的体验设计，加深对中国传统文化的理解。产生对中国传统文化的亲近感和认同感。发扬中国优秀传统文化的设计艺术价值，有利于培养学生对中国传统文化的自信，进而培养学生的爱国主义和民族情怀。</p>	设计	根据中式书籍中文字的应用，自行设计1-3页以文字版式为主的书籍正文	目标1 目标2 目标3
实训	书籍装帧设计-版式设计	8	<p>重点： 掌握并策划设计中、英文书籍版式样式，运用横排版，竖排版、跨页、折页等方式表现书籍版面。认真研究并考虑版式中的留白、图版率等问题</p> <p>难点：</p>	设计	根据中、西式书籍的版式要求自行设计1-3内页，要求	目标1 目标2 目标3

			横排版，竖排版、跨页、折页的不同运用方法；版式中的留白、图版率等问题的处理 思政元素： 充分展现中国传统书籍设计中的作用和地位，在设计中注重中式、西式版式设计，加深对中国传统文化的理解。产生对中国传统文化的亲近感和认同感。发扬中国优秀传统文化的设计艺术价值，有利于培养学生对中国传统文化的自信，进而培养学生的爱国主义和民族情怀。		运用横、竖版、跨页或折页，并思考版式中的留白及图版率问题	
实训	书籍装帧设计的影响因素及后期制作	8	重点： 区分主次关系，明确主题，独立完成书籍的装帧设计与制作 难点： 书籍装帧设计中的网格系统的使用方法，一点构图、三点构图和散点式构图原则的运用；学生独立完成项目设计的策划及动手能力的培养	设计	根据结课作业需求独立完成至少24p以上的整书设计，要求适当使用护封、腰封、内封，要有封面、扉页、目录、正文页并注明制作工艺及材料，完成成品制作	目标2 目标3
备注：项目类型填写验证、综合、设计、训练等。						

五、学生学习成效评估方式及标准

考核与评价是对课程教学目标中的知识目标、能力目标和素质目标等进行综合评价。在本课程中，学生的最终成绩是由平时成绩和期末考试两个部分组成。

1. 平时成绩（占总成绩的40%）：采用百分制。平时成绩分作业（占30%），考勤（占10%）

评分标准如下表：

等级	评 分 标 准
	1. 平时作业； 2. 考勤；

优秀 (90~100分)	<ol style="list-style-type: none"> 1. 考勤无迟到、早退和旷课（请假不计） 2. 独立完成设计任务（电子版）并按时提交 3. 整体设计无错误，设计要素完整，画质像素清晰 4. 画面整体和谐，符合形式美法则 5. 90%图形结构完整、版式新颖，视觉冲击力强、有张力，视觉重点明确 6. 90%色彩颜色搭配协调，颜色运用合理，具有视觉特效 7. 90%文字编排合理，字体选用适中，字间距、行间距统一 8. 无抄袭，无雷同
良好 (80~89分)	<ol style="list-style-type: none"> 1. 考勤无旷课，迟到、早退不超过1次（请假不计） 2. 独立完成设计任务（电子版）并按时提交 3. 整体设计无错误，设计要素完整，画质像素清晰 4. 画面整体和谐，符合形式美法则 5. 80%图形结构完整、版式新颖，视觉冲击力强、有张力，视觉重点明确 6. 80%色彩颜色搭配协调，颜色运用合理，具有视觉特效 7. 80%文字编排合理，字体选用适中，字间距、行间距统一 8. 无抄袭，无雷同
中等 (70~79分)	<ol style="list-style-type: none"> 1. 考勤无旷课，迟到、早退不超过2次（请假不计） 2. 独立完成设计任务（电子版）并按时提交 3. 整体设计无错误，设计要素完整，画质像素清晰 4. 画面整体和谐，符合形式美法则 5. 70%图形结构完整、版式新颖，视觉冲击力强、有张力，视觉重点明确 6. 70%色彩颜色搭配协调，颜色运用合理，具有视觉特效 7. 70%文字编排合理，字体选用适中，字间距、行间距统一 8. 无抄袭，无雷同
及格 (60~69分)	<ol style="list-style-type: none"> 1. 考勤无旷课，迟到、早退不超过3次 2. 独立完成设计任务（电子版）并按时提交 3. 整体设计无错误，设计要素完整，画质像素清晰 4. 画面整体和谐，符合形式美法则 5. 60%图形结构完整、版式新颖，视觉冲击力强、有张力，视觉重点明确 6. 60%色彩颜色搭配协调，颜色运用合理，具有视觉特效 7. 60%文字编排合理，字体选用适中，字间距、行间距统一 8. 无抄袭，无雷同
不及格 (60以下)	<ol style="list-style-type: none"> 1. 考勤有旷课，迟到、早退不超过4次 2. 未完成设计任务（电子版）并未按时提交 3. 整体设计有明显错误，设计要素欠缺，画质像素不清晰 4. 画面整体不和谐，主次不清晰，画面内容欠缺 5. 图形结构不完整、版式陈旧，视觉冲击力弱，视觉无重点 6. 色彩颜色搭配不协调 7. 文字编排不合理，字间距、行间距混乱 8. 抄袭严重，有雷同

2. 期末成绩（占总成绩的60%）：采用百分制。期末大作业的考核内容、题型和分值分配情况请见下表：

考核	考核内容	主要	支撑	分值
----	------	----	----	----

模块		题型	目标	
书籍整体形象及各部件要素	1. 独立完成整书设计（电子版）并制作出成品（纸质版），无抄袭或雷同	命题设计	目标 1、2、 3	10
	2. 整书装订无错误，封面、封套、护封设计完整	命题设计	目标 1、2、 3	5
	3. 扉页、目录、信息页、正文设计完整无错误	命题设计	目标 1、2、 3	5
文字编排设计方面考核内容	1. 字号、字体、行距的选择；摘抄有出处	命题设计	目标 1、2	5
	2. 文字五种形式的编排：左右均齐、齐中、齐左或齐右、齐上、文字绕图排列	命题设计	目标 1、2	5
	3. 文字的整体编排	命题设计	目标 1、2	10
	4. 文字的图形表达	命题设计	目标 1、2	5
	5. 文字互动性设计	命题设计	目标 1、2	5
	6. 文字耗散性设计	命题设计	目标 1、2	5
图形编排设计方面考核内容	1. 根据内容和主题选择合适的图版率，展开设计，图片清晰，摘抄有出处。	命题设计	目标 1、2	10
	2. 根据内容和主题选择合适的角版、挖版以及出血版	命题设计	目标 1、2	5
	3. 通过视觉度设计来突出主题或强调内容	命题设计	目标 1、2	5
	4. 通过图形面积与张力设计来突出主题或强调内容	命题设计	目标 1、2	5
	5. 书籍设计延续页面的整体设计	命题设计	目标 1、2、 3	5
书籍设计各部分构成要素方面考核内容	封面、封底、书籍、护封必要设计要素	命题设计	目标 1、2	5
	环衬页、扉页、目录、篇首页等必要设计要素	命题设计	目标 1、2	5
	内页中天头、地头、外边距、内边距、页眉、页脚、页边眉、页码等设计要素	命题设计	目标 1、2、 3	5

六、 教学安排及要求

序号	教学安排事项	要 求
----	--------	-----

1	授课教师	职称：助教，讲师或讲师以上 其他： 学历（位）：硕士
2	课程时间	周次：9-16周 节次：6节 为保障每周课程连续性，可安排四届连排
3	授课地点	<input type="checkbox"/> 教室 <input checked="" type="checkbox"/> 实验室 <input type="checkbox"/> 室外场地 <input type="checkbox"/> 其他：
4	学生辅导	线上方式及时间安排：企业微信（开课后时间另行安排） 线下地点及时间安排：办公室（开课后时间另行安排）

七、选用教材

[1]曲欣.董莉莉.书籍装帧设计（第3版）[M].北京:清华大学出版社,2018年1月第1版
(2020年3月重印)

八、参考资料

[1]王志伟.唐北明.焦拥军.书籍装帧设计(第2版)[M].北京:北京工艺美术出版社,2019年8月第2版.

[2]李慧媛.杨晓康.王颖惠.书籍装帧设计（第2版）[M].中国轻工业出版社,2018年06月

网络资料

[1]站酷<https://www.zcool.com.cn/>

[2]昵图网<https://www.oopic.com/>

其他资料

[1]梁晓龙:《设计师的书籍装帧设计色彩搭配手册》清华大学出版社 2021年03月

[2][英]安德鲁·哈斯拉姆 著.王思楠 译.《书籍设计》上海人民美术出版社.2020年08月

大纲执笔人：吴宇

讨论参与人:何帅

系（教研室）主任：何帅森

学院（部）审核人：何帅

《包装结构与设计》教学大纲

一、课程基本信息

课程类别	专业课程	课程性质	理论	课程属性	必修
课程名称	包装结构与设计		课程英文名称	Packaging Structure and Design	
课程编码	G02XB05E		适用专业	视觉传达设计	
考核方式	考查		先修课程	造型基础、插画设计	
总学时	48	学分	3	理论学时	16
实验学时/实训学时/ 实践学时/上机学时			实训学时：32		
开课单位			创意设计学院		

二、课程简介

《包装结构与设计》课程是视觉传达设计专业的一门专业必修核心课程，是一门交叉性、综合性、专业性极强的课程。课程的目的让学生理解包装的历史、包装设计的分类、包装设计发展的趋势，重点学习和掌握包装视觉传达设计，容器造型的设计，以及包装设计程序等。本课程理论逻辑性强，主要是将包装容器的结构设计 with 视觉传达设计有机结合，通过设计实践完成课程设计。通过本课程的学习, 学生基本掌握包装的基本理论和设计方法，提高分析和解决问题的能力，为后续课程的学习打下厚实的基础。

三、课程教学目标

课程教学目标		支撑人才培养规格指标点	支撑人才培养规格
知识目标	目标 1: 学生通过课程学习，要求学生了解包装设计的目的、功能和使命，使学生掌握正确的包装设计方法，树立科学与艺术相结合的设计观，具备从包装整体造型、结构、视觉传达设计三者有机结合的整体的商业设计以及设计项目完成的推广能力。	3-1:掌握视觉设计的基本技法 3-2:熟悉传统图案及现代图形的构成原理,并能在现代视觉传达设计中综合应用 3-3:具备设计创意的综合表现能力,包括平面、立体、空间、色彩、材质等表达形式 5-1:了解印刷、包装和媒体	3. 视觉设计技能、图形创意能力 5. 商业设计和推广能力

		传播等领域的视觉规律 5-2:能够通过调研分析,确定品牌形象定位,进行品牌形象策划、品牌推广与媒介策略,最终实施品牌推广设计。 5-3:能够根据不同终端的情况、不同客户的需求,针对界面、报纸报刊、书籍、包装、海报等版面进行编排设计与制作。	
能力目标	目标 2: 要求学生了解包装设计的基本概念,掌握包装设计的具体操作的基本步骤及基本的设计方法。在包装项目化实践过程中锻炼进行设计调研、资料查询的能力,以及包装项目的策划能力。	2-3:具备与本专业相关的设计表现的能力。 2-4:具备与本专业相关的电脑制图等的能力。 6-1:具备独立进行设计调研、资料查询、文献检索,运用现代信息技术获取相关信息的能力。	2. 职业技能 6. 调研与资料整合能力
素质目标	目标 3: 通过本课程的学习,进一步提升作为设计师应具有素质,重点是要具备艺术与社会学科相结合的设计观。学会团队协作,具备一定的项目策划、组织实施能力。	7-1:熟悉设计程序与方法,具备视觉传达设计项目策划与组织能力。 7-2:熟悉设计程序与方法,能胜任本专业领域内设计项目的策划、创意、组织及实施。	7. 设计项目策划与管理能力

四、课程主要教学内容、学时安排及教学策略

(一) 理论教学

教学模块	学时	主要教学内容与策略	学习任务安排	支撑课程目标
包装设计概论	2	重点: 1、包装发展史略 2、包装的分类及其特点 3、包装设计的概念 难点: 1、关于原始包装、古代包装、近代包装和现代包装四个阶段的区别和联系。 2、了解不同包装材料及其特点对成功进行包装设计	课前: 了解课程内容 课堂: 学习与讨论课堂内容 课后:	目标 1 目标 2 目标 3

		<p>是知识重点。</p> <p>3、认识和把握包装的保护功能、便利功能和促销功能的目的意义。</p> <p>思政元素： 了解包装设计的发展，以及中国工艺美术史演变对中国包装设计产生的影响，进而让学生更好的在设计表现中贯通中国的传统审美文化。</p> <p>教学方法与策略： 线下通过 PPT 电子课件教学。课堂主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。</p>	完成课后对包装设计特征的分析练习	
包装设计步骤	2	<p>重点： 1、市场调研 2、创意与分析 3、设计执行</p> <p>难点： 1、包装产品、消费、销售状况及相互关系 2、实现包装功能和创新的完美结合 3、印刷过程出现的价格、品质的偏差等问题</p> <p>思政元素： 在中国传统美术里的民间艺术中，感受传统文化带来的审美思想，进行设计表现的开展，提升学生在传统文化的审美中的如何继承与发扬的设计意识。</p> <p>教学方法与策略： 线下通过 PPT 电子课件教学。课堂主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。</p>	<p>课前： 搜集并了解优秀的包装设计案例 5 例</p> <p>课堂： 对案例进行上台分析</p> <p>课后： 预习下堂课的内容</p>	目标 1 目标 2 目标 3
包装容器造型与视觉传达设计	4	<p>重点： 1、包装容器造型设计 2、视觉传达设计</p> <p>难点： 1、掌握纸包装容器和容器造型的基本方法，有目的的变化和创新 2、包装中的图形、文字、色彩等元素的视觉传达效果；包装的视觉元素设计如何突出品牌形象</p> <p>思政元素： 在中国传统美术里的民间艺术中，感受传统文化带来的审美思想，进行设计表现的开展，提升学生在传统文化的审美中的如何继承与发扬的设计意识。</p> <p>教学方法与策略： 线下教学。对包装设计基础概念及设计原则的认知强化，综合运用优秀案例，进行重点分析。 课堂主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。</p>	<p>课前： 预复习容器造型和视觉传达的基本知识</p> <p>课堂： 根据要求进行资料收集与分析</p> <p>课后： 预习下堂课的内容</p>	目标 1 目标 2 目标 3

<p>包装设计分类</p>	<p>4</p>	<p>重点: 1、商品包装设计的类别与特点 2、包装设计形式</p> <p>难点: 1、把握不同商品的性能特点,做出科学、实用、美观的包装设计 2、不同类别包装的形式与主题结合才是包装设计的要点。</p> <p>思政元素: 通过正确的审美观进行作品的设计开展,并能积极在作品中传播准确的文化审美。</p> <p>教学方法与策略: 课堂主要运用讲授法和案例法开展教学,辅以与学生的互动,打开学生设计思路。</p>	<p>课前: 预复习包装视觉传达的设计基本知识</p> <p>课堂: 根据要求进行资料收集与分析。并制定课题选题,进行设计策划</p> <p>课后: 进一步选题的调研、资料的整理</p>	<p>目标 1 目标 2 目标 3</p>
<p>设计选题</p>	<p>4</p>	<p>重点: 1、市场考查和选题调研 2、设计创意、表现和进程</p> <p>难点: 1、明确产品与包装、销售与消费的关系、目的和意义。 2、创新与实用的结合,科学与艺术的结合,计算机与手工的结合。</p> <p>思政元素: 通过正确的审美观进行作品的设计开展,并能积极在作品中传播准确的中国文化审美。</p> <p>教学方法与策略: 课堂主要运用案例法开展教学,辅以与学生的互动,打开学生设计思路。</p>	<p>课前: 选题设计方案的开展</p> <p>课堂: 开始选题设计要素的设计流程</p> <p>课后: 根据结课作业需求,独立完成包装系列设计一套 5 个</p>	<p>目标 1 目标 2 目标 3</p>

(二) 实践教学

实践类型	项目名称	学时	主要教学内容	项目类型	项目要求	支撑课程目标
实训1	专题一 包装设计的综合技法的设计训练	10	重点: 对包装结构专题综合技法训练 难点: 对表现实用、合理, 且有创新的包装结构设计的掌握 思政元素: 将民族文化的精髓应用到课题项目设计的表现当中, 体现中国企业文化特色, 传承中国文化, 增强学生对中国传统文化再设计的自信。	设计	模仿完成包装结构基本形态设计方案4-6个;完成具有创新的独立包装结构设计3-5个	目标1 目标2 目标3
实训2	专题二 课题选题包装设计的综合技法包装形象要素的设计	10	重点: 对专题项目图形、品名文字、色彩视觉要素的设计 难点: 对课题项目准确与美感的设计 思政元素: 将民族文化的精髓应用到课题项目设计的表现当中, 体现中国企业文化特色, 传承中国文化。增强学生对中国传统文化再设计的自信。	设计	为某企业完成一套系列包装设计5个以上, 确定项目方向主题, 依据对课题项目的市场调研, 进行包装结构及视觉表现要素的系统设计	目标1 目标2 目标3
实训3	专题三 包装设计项目实践(系列包装设计)	12	重点: 对课题项目系列化包装设计整体的掌控 难点: 对课题项目主题准确表达的把握 思政元素: 将民族文化的精髓应用到课题项目设计的表现当中, 体现中国企业文化特色, 传承中国文化。增强学生对中国传统文化再设计的自信。	综合	依据对课题项目市场调研, 进行包装结构及视觉表现要素的系统设计	目标1 目标2 目标3
备注: 项目类型填写验证、综合、设计、训练等。						

五、学生学习成效评估方式及标准

考核与评价是对课程教学目标中的知识目标、能力目标和素质目标等进行综合评价。在本课程中，学生的最终成绩是由平时成绩、期末成绩等 2 个部分组成。

1、平时成绩（占总成绩的 40%）：采用百分制。考勤（占 10%）、平时作业（占 20%）和小组汇报（占 10%）三个部分。评分标准如下表：

等级	评分标准
	1.考勤 2.平时作业； 3.小组汇报
优秀 (90~100 分)	1、考勤无迟到、早退和旷课。 2、平时作业按量完成，包装设计表现思维活跃，具有较强视觉表现性。 3、小组汇报内容组织非常完整，表述与表达条理非常清晰，团队合作紧密。
良好 (80~89 分)	1、考勤无旷课，迟到、早退不超过 1 次。 2、平时作业按量完成，包装设计表现思维活跃，具有良好视觉表现性。 3、小组汇报内容组织基本完整，表述与表达条理较为清晰，团队合作比较紧密。
中等 (70~79 分)	1、考勤无旷课，迟到、早退不超过 2 次。 2、平时作业按量完成，包装设计表现思维有一定的视觉表现性。 3、小组汇报内容组织略不完整，表述与表达条理略不清晰，团队合作略不紧密。
及格 (60~69 分)	1、考勤旷课 1 次以内，迟到、早退不超过 3 次。 2、平时作业按量完成，包装设计表现思维积极性不够，视觉表现性一般。 3、小组汇报内容组织不完整，表述与表达条理不清晰，团队合作不紧密。
不及格 (60 以下)	1、考勤旷课 3 次以上或迟到、早退超过 5 次。 2、平时作业按量完成不够，包装设计视觉表现性缺乏。 3、小组汇报内容组织混乱，表述与表达条理混乱，缺乏团队合作。

2、期末考试（占总成绩的 60%）：采用百分制。大作业的考核内容、题型和分值分配情况见下表：

考核模块	考核内容	主要题型	支撑目标	分值
市场调研分析	针对商品背景信息的调研分析充分、细致，有力支撑设计提案。	系列包装设计	目标 1	15
包装结构设计	包装结构设计及应用合理，具有创新性。		目标 2	15
视觉要素设计	图形设计与运用特色鲜明，突出产品特点。		目标 3	20
	品牌字设计醒目突出，符合产品定位，信息内容传递清晰、准确。		目标 2 目标 3	20
	色彩运用恰当，遵循包装色彩设计原则。			20
	设计理念独特、有创意，系列包装设计表达完整。			10

六、教学安排及要求

序号	教学安排事项	要 求
1	授课教师	职称：助教、讲师、副教授、教授 学历（位）：硕士及以上 其他：无
2	课程时间	周次：1-8 周 节次：6（1-2,1-4）为保障本课程的顺利衔接需 4 节连排。
3	授课地点	<input checked="" type="checkbox"/> 教室 <input type="checkbox"/> 实验室 <input type="checkbox"/> 室外场地 <input type="checkbox"/> 其他：
4	学生辅导	线上方式及时间安排：企业微信（开课后时间另行安排） 线下地点及时间安排：实训室（开课后时间另行安排）

七、选用教材

[1]刘婷 编，包装设计 北京工业大学出版社 2020 年 8 月

[2]陈青 编，包装设计教程（增补版）上海人民美术出版社 2022 年 1 月

八、参考资料

[1]魏洁 著，创意包装设计（升级版）上海人民出版社 2020 年 7 月

[2]王安霞 编，包装设计与制作（第二版）张国庆哥有出版社 2022 年 3 月

网络资料

[1]优设网，<https://www.uisdc.com/>

[2]站酷网，<https://www.zcool.com.cn/>

[3]中国知网，<https://www.cnki.net2>.

其他资料

[1]设计之家，<https://www.sj33.cn>

[2]设计在线，<http://www.dolcn.com/>

[3]设计网，<http://www.cndesign.com/>

大纲执笔人：邱丽平

讨论参与人：吴宇

系（教研室）主任：何帅森

学院（部）审核人：何帅

《广告设计与策划》教学大纲

一、课程基本信息

课程类别	专业课程	课程性质	理论	课程属性	必修
课程名称	广告设计与策划		课程英文名称	Advertisement Design and Planning	
课程编码	G02XB02C		适用专业	视觉传达设计	
考核方式	考查		先修课程	设计心理学、造型基础	
总学时	48	学分	3	理论学时	16
实验学时/实训学时/ 实践学时/上机学时			实训学时：32		
开课单位			创意设计学院		

二、课程简介

《广告设计与策划》是视觉传达设计专业的一门专业核心课程。本课程的主要任务是讲授广告创意、广告创意设计与发布、广告文案的创作与视觉表现、广告设计的分类与创意表现、广告色彩、广告设计中的视觉流程、不同媒体的广告设计及创意表现、新技术下的广告创意表现等方面的内容。通过本课程的学习，使学生了解并掌握广告设计与策划的基本的知识，具备独立进行广告策划、广告设计的能力，要求学生对广告设计的商业属性和发展趋势有更为清晰的认识；培养学生在不同市场需求下的市场分析能力和广告策划能力；加强学生对受众的视觉心理、欣赏习惯以及传播媒体的深入了解；拓展学生的设计展示和口头表述能力；利用各种技术将广告形成作品的的能力。

三、课程教学目标

课程教学目标		支撑人才培养规格指标点	支撑人才培养规格
知识目标	目标1： 通过本课程的学习，学生了解到广告行业的最新知识，理解广告设计和策划的内涵，运用设计知识完成广告的策划、创意和设计。	2-1：具备与本专业相关的市场调研的能力。 2-2：具备与本专业相关的客户沟通的能力。 2-3：具备与本专业相关的设计表现的能力。 2-4：具备与本专业相关的	2. 职业技能

		电脑制图等的能力。	
能力目标	目标2: 通过本课程的学习，了解平面构成、色彩搭配的基本原则，独立完成广告设计。	3-1:掌握视觉设计的基本技法 3-2:熟悉传统图案及现代图形的构成原理，并能在现代视觉传达设计中综合应用 3-3:具备设计创意的综合表现能力，包括平面、立体、空间、色彩、材质等表达形式。	3. 视觉设计技能、图形创意能力
素质目标	目标3: 通过课程的学习，了解设计的基本流程，明确作为设计的基础，市场调研的重要性，以及市场调研的操作方式。	6-1:具备独立进行设计调研、资料查询、文献检索，运用现代信息技术获取相关信息的能力。 6-2:具有较好的外语沟通能力、较好的计算机应用能力、网络检索能力。	6. 调研与资料整合能力
	目标4: 在课程过程中，需要了解商业广告的设计过程，包含前期调研和市场定位，并利用各种多媒体技术和手段，完成广告作品的设计和制作。	5-1:了解印刷、包装和媒体传播等领域的视觉规律 5-2:能够通过调研分析，确定品牌形象定位，进行品牌形象策划、品牌推广与媒介策略，最终实施品牌推广设计。 5-3:能够根据不同终端的情况、不同客户的需求，针对界面、报纸报刊、书籍、包装、海报等版面进行编排设计与制作。	5. 商业设计和推广能力
	目标5: 通过本课程的学习，了解设计流程，能够在团队合作的基础上完成广告的策划和创意。	7-1:熟悉设计程序与方法，具备视觉传达设计项目策划与组织能力。 7-2:熟悉设计程序与方法，能胜任本专业领域内设计项目的策划、创意、组织及实施。	7. 设计项目策划与管理能力

四、课程主要教学内容、学时安排及教学策略

(一) 理论教学

教学模块	学时	主要教学内容与策略	学习任务安排	支撑课程目标
------	----	-----------	--------	--------

广告设计 与策划概述	2	<p>重点：广告的基本概念；广告的历史沿革；广告 的形态类别；广告设计的主要功能；广告设计的任务 和基本要求。</p> <p>难点：广告设计基本要求的深入理解。</p> <p>思政元素：介绍广告设计的发展历史，重点是中国 传统广告的起源和发展情况。</p> <p>教学方法与策略：线下教学。对于概念、历史发展 等理论内容在课堂上予以讲授，重点在于理论知识 的讲解。课堂运用主要运用讲授法和案例法开展教 学，辅以启发式提问和课间讨论拓宽学生学习思 路。</p>	<p>课前： 学生了解相关的 优秀 案例 课堂： 讨论互 动 课后： 归纳总 结</p>	目标1 目标2
广告的创 意设计与 发布	2	<p>重点：广告的创意；定位及主题的确定；广告在商 业活动中的地位和作用；广告创意的发布流程。</p> <p>难点：广告创意设计的语境表达。</p> <p>教学方法与策略：线下教学。对于广告创意、广告 定位、广告发布等理论内容在课堂上予以讲授，重 点在于理论知识的讲解。课堂运用主要运用讲授法 和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学习思 路。</p>	<p>课前： 广告创 意的概 念引入 课堂： 案例分 析 课后： 复习</p>	目标1 目标3
广告策划 中文案的 创作与视 觉表现	2	<p>重点：广告中的文案构成；广告文案中的创作要 求；广告文案的信息发布。</p> <p>难点：广告中文字的表现力。</p> <p>思政元素：传统诗词艺术在广告文案中的应用。</p> <p>教学方法与策略：线下教学。对于广告创意、广告 定位、广告发布等理论内容在课堂上予以讲授，重 点在于对相关案例的分析。课堂运用主要运用讲授 法和案例法开展教学。</p>	<p>课前： 优秀文 案的收 集 课堂： 分析文 案的重 要性 课后： 归纳总 结</p>	目标2 目标5
广告设计 的分类及 创意表现	2	<p>重点：广告创意的思维方式；图形世界的创造方 法；创意表现形式。</p> <p>难点：广告创意的分类。</p> <p>教学方法与策略：线下教学。对于广告设计的分 类、广告表现等理论内容在课堂上予以讲授，重点 在于对广告创意的体会。课堂运用主要运用讲授法 和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学习思 路。</p>	<p>课前： 广告创 意的体 会 课堂： 体会理 解广告 创意 课后： 归纳总 结</p>	目标1 目标2 目标3
广告的色彩 设计	2	<p>重点：色彩的象征力。</p> <p>难点：色彩的传达能力和情感。</p> <p>思政元素：传统水墨画和配色在现代广告设计中的 应用。</p> <p>教学方法与策略：线下教学。对于广告色彩等理论 内容在课堂上予以讲授，重点在于色彩搭配理论的 应用。课堂运用主要运用讲授法和案例法开展教</p>	<p>课前： 色彩知 识储备 课堂： 讨论分 析 课后：</p>	目标1 目标2 目标4

		学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。	复习	
广告设计中的视觉流程	2	重点： 版式设计中的点、线、面；广告中的文字编排。 难点： 版式设计中的空间运用。 教学方法与策略： 线下教学。对于广告版式设计中的平面构成要素等理论内容在课堂上予以讲授，重点在于理论知识的应用。	课前：广告流程的了解 课堂：知识讲解 课后：复习	目标1 目标2 目标5
不同媒体的广告策划及创意表现	2	重点： 平面广告的创意表现；报纸广告的创意表现；杂志广告的创意表现；其他平面广告的创意表现；电视广告的创意表现。 难点： 网络广告的创意表现。 教学方法与策略： 线下教学。对于广告媒介与创意表现的关系等理论内容在课堂上予以讲授，重点在于网络广告知识的讲解。	课前：网络广告的收集 课堂：分析讨论 课后：复习	目标1 目标2 目标4
新技术下的广告创意表现	2	重点： 科技发展对传播的影响。 难点： 数字化时代的广告表现。 教学方法与策略： 线下教学。对于数字化广告的发展等理论内容在课堂上予以讲授。课堂运用主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。	课前：新技术下广告的发展 课堂：知识讲解 课后：深入思考	目标1 目标2 目标4

（二）实践教学

实践类型	项目名称	学时	主要教学内容	项目类型	项目要求	支撑课程目标
实训	优秀广告案例收集	4	重点： 广告的收集和欣赏 难点： 优秀广告作品赏析。 思政元素： 要求学生更加专注于中国元素的传统广告的收集，理解传统广告的艺术美。	资料收集	要求独立完成，课堂上进行展示，并形成文字内容上交。	目标1 目标3
实训	命题广告的策略单分析 同类和竞争对手的广告调查	4	重点： 对于产品的深入理解。 难点： 产品定位的体验感，需要对产品有更加深刻和全面的理解。	资料收集	要求独立完成，课堂上进行展示。	目标1 目标2 目标5
实训	提交设计手稿	6	重点： 用简单的线稿表示设计方案。 难点： 清楚准确地表现产品特点。 思政元素： 尽量使用一些传统的设计元素，如传统配色、传统图样、传统绘图	设计	要求独立完成，课堂上进行展示。	目标1 目标2 目标4

			方式等。			
实训	提交设计初稿	6	重点：运用软件技术，将手稿转化为电子版设计图。 难点：运用电子技术保留传统的设计元素，并将其很好的表现出来。	设计	要求独立完成，课堂上进行展示。	目标1 目标2 目标4
实训	提交设计修改稿	6	重点：完善设计内容。 难点：细节表现需要更加准确，增强具有针对性的文案。	设计	要求独立完成，课堂上进行展示。	目标1 目标2 目标4
实训	撰写设计说明，提交广告设计定稿	6	重点：完善设计内容。 难点：增强表现的整体性。	设计	要求独立完成，课堂上进行展示。	目标1 目标2 目标4
备注：项目类型填写验证、综合、设计、训练等。						

五、学生学习成效评估方式及标准

考核与评价是对课程教学目标中的知识目标、能力目标和素质目标等进行综合评价。

在本课程中，学生的最终成绩是由平时成绩、期末考试两个部分组成。

1. 平时成绩（占总成绩的30%）：采用百分制。平时成绩分作业（占20%）和考勤（占10%）四个部分。评分标准如下表：

等级	评分标准
	1.书写作业质量；2.设计作品质量；3.考勤
优秀 (90~100分)	1. 书写作业内容完整细致，逻辑关系清楚。 2. 绘图作业主题鲜明，设计精美，设计有深度。 3. 出勤率达到100%。
良好 (80~89分)	1. 书写作业内容结构完整，语句通顺流畅。 2. 绘图作业主题能够表现设计主题。 3. 出勤率在90%—100%。
中等 (70~79分)	1. 书写作业内容基本清晰，表述有一些小错误。 2. 绘图作业基本能够表现设计主题，但是深度不够，表达过于肤浅。 3. 出勤率80%—90%。
及格 (60~69分)	1. 书写作业内容有方向性问题，不能阐述基本观点。 2. 绘图作业不能完整表达设计主题，设计有明显缺陷。 3. 出勤率70%—80%。
不及格 (60以下)	1. 书写作业内容态度不端正，无法达到基本的标书要求。 2. 绘图作业无法表现主题内容，表达混乱。 3. 出勤率不足70%。

2. 期末考试（占总成绩的70%）：采用百分制。期末考试的考核内容、题型和分值分配

情况请见下表：

考核模块	考核内容	主要题型	支撑目标	分值
创意表现	产品特点的表现	综合 设计 题目	目标1	15
	创意特点突出		目标2	10
	画面的视觉表现力		目标3	15
画面表现	构图结构的完整性		目标1	10
	色彩搭配的合理性		目标2	10
	文字的表现力		目标4	10
综合效果	文化内涵表现		目标3	15
	广告各种技法的使用		目标4	15

六、 教学安排及要求

序号	教学安排事项	要 求
1	授课教师	职称： 助教/讲师/副教授/教授 学历（位）： 本科及以上 其他： 无
2	课程时间	周次： 1-8 节次： 1-6节， 为保证课程顺利衔接， 每周需四节连排一次。
3	授课地点	<input checked="" type="checkbox"/> 教室 <input type="checkbox"/> 实验室 <input type="checkbox"/> 室外场地 <input type="checkbox"/> 其他：
4	学生辅导	线上方式及时间安排： 企业微信（开课后时间另行安排） 线下地点及时间安排： 授课教室（开课后时间另行安排）

七、 选用教材

[1] 李金蓉. 广告设计与原理（第2版）[M]. 北京:清华大学出版社, 2020年8月.

[2] 张照雨, 何章强. 平面广告设计与制作（第3版）[M]. 北京:化学工业出版社, 2020年2月.

八、 参考资料

[1] 陈根. 广告设计从入门到精通[M]. 北京:化学工业出版社, 2018年5月.

[2] 崔生国. 广告设计（增补版）[M]. 上海:上海人民美术出版社, 2021年6月.

[3] 玄颖双, 李茂宁, 肖九龄. 广告设计项目式教程[M]. 北京:人民邮电出版社, 2020年2月.

[4] 李有生, 旷枚花. 广告设计[M]. 北京:中国青年出版社, 2018年2月.

[5] 闫承恂. 平面广告设计[M]. 北京:化学工业出版社, 2021年5月.

网络资料

[1] ADweek网站, [http:// www. adweek. com](http://www.adweek.com)

[2] Shots网站, [http:// www. shots. net](http://www.shots.net)

[3] Adage网站, [http://www. adage. com](http://www.adage.com)

[4] 顶尖创意人社区网站, [http:// pitchina. com. cn](http://pitchina.com.cn)

大纲执笔人: 李珊珊

讨论参与人: 邱丽平

系(教研室)主任: 何帅森

学院(部)审核人: 何帅

《商业摄影》教学大纲

一、课程基本信息

课程类别	专业课程	课程性质	理论	课程属性	选修
课程名称	商业摄影		课程英文名称	Commercial Photography	
课程编码	G02XB05E		适用专业	视觉传达设计	
考核方式	考查		先修课程	摄影基础	
总学时	32	学分	2	理论学时	16
实验学时/实训学时/ 实践学时/上机学时			实训学时：16		
开课单位			创意设计学院		

二、课程简介

《商业摄影》是视觉传达设计专业开设的一门专业拓展选修课。它既是一门独立的学科，又是为广告活动的一部分，并常常要与电视广告、POP 广告，以及企业的形象策划 CI 等密切配合，甚至在内容和形式上都要整体性。课程的目的旨在使得学生在了解摄影的基础知识和常用技巧，并通过实践掌握拍摄的广告摄影中一些典型的拍摄方法、布光方法和构图原理。在技能方面能根据所学理论知识按照广告要求拍摄各类商业广告照片，并具备一定的项目设计、企划及动手能力。

三、课程教学目标

课程教学目标		支撑人才培养规格指标点	支撑人才培养规格
知识目标	目标1：了解摄影摄像器材，了解摄影摄像的概念、特点、发展历程及一般工作流程；了解摄影机用途、特点及安装要求；掌握摄影机的工作界面、菜单、工具面板以及各种控制面板的布局方式和使用方法；熟练使用摄影机艺术指导原则；	3-1：掌握视觉设计的基本技法 3-2：熟悉传统图案及现代图形的构成原理，并能在现代视觉传达设计中综合应用	3. 视觉设计技能、图形创意能力
能力目标	目标2： 具有领会客户意图的能力，能够根据客	2-1：具备与本专业相关的市场调研的能力。 2-2：具备与本专业相关的	2. 职业技能

标	户要求拍摄照片； 具有熟练进行素材采集，并对素材进行处理的能力； 具有能够根据作品的使用要求处理图片的能力；	客户沟通的能力。	
素质目标	目标3: 对商业品牌进行调研分析，对品牌形象有深入理解的能力； 具备专业能力的同时也要培养经济头脑，了解市场经济规律，查看市场数据，理解消费者心理，获得更好经济效益的能力。语言及文字表达能力； 培养良好的团队合作精神，严于律己，宽以待人，善于交流沟通； 利用网络、文献等获取信息的能力； 评估工作结果（自我、他人）的能力。	5-2:能够通过调研分析，确定品牌形象定位，进行品牌形象策划、品牌推广与媒介策略，最终实施品牌推广设计。 6-1:具备独立进行设计调研、资料查询、文献检索，运用现代信息技术获取相关信息的能力。	5. 商业设计和推广能力 6. 调研与资料整合能力

四、课程主要教学内容、学时安排及教学策略

（一）理论教学

教学模块	学时	主要教学内容与策略	学习任务安排	支撑课程目标
商品拍摄的基本要求	4	重点: 商业摄影的特性。 难点: 商业摄影镜头简介。 思政元素: 通过学习摄影镜头简介，培养学生作为广告摄影师的专业素质 教学方法与策略: 运用对比法进行解析课堂主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。	课前:了解课程内容 课堂:学习课堂内容 课后:完成课后练习	目标1 目标3

各类别商品的拍摄要点和思考方式	4	<p>重点：有模特拍摄</p> <p>难点：服装、鞋帽、珠宝等的拍摄</p> <p>思政元素：通过各类别商品的拍摄，培养学生踏实务实的工作态度。</p> <p>教学方法与策略：运用对比法进行解析课堂主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。</p>	<p>课前：了解课程内容</p> <p>课堂：学习课堂内容</p> <p>课后：完成课后练习</p>	<p>目标1</p> <p>目标2</p> <p>目标3</p>
商业摄影的广告片制作应用	4	<p>重点：商业摄影广告片的制作方法。</p> <p>难点：商业摄影广告片的拍摄技巧。</p> <p>思政元素：学习广告片的拍摄可以培养学生作为广告摄影师的专业素质</p> <p>教学方法与策略：运用对比法进行解析课堂主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。</p>	<p>课前：了解课程内容</p> <p>课堂：学习课堂内容</p> <p>课后：完成课后练习</p>	<p>目标1</p> <p>目标2</p> <p>目标3</p>
商业艺术人像摄影作品创作	4	<p>重点：商业艺术人像摄影作品的拍摄思路和方法。</p> <p>难点：商业艺术人像的创作要求。</p> <p>思政元素：通过学习商业艺术人像的拍摄可以培养学生作为广告摄影师的专业素质</p> <p>教学方法与策略：运用对比法进行解析课堂主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路</p>	<p>课前：了解课程内容</p> <p>课堂：学习课堂内容</p> <p>课后：完成课后练习</p>	<p>目标1</p> <p>目标2</p> <p>目标3</p>

(二) 实践教学

实践类型	项目名称	学时	主要教学内容	项目类型	项目要求	支撑课程目标
实验	商品拍摄	4	<p>重点：商业摄影的用光</p> <p>难点：静物商品摄影。</p> <p>思政元素：学习静物商品摄影，培养学生作为广告摄影师的专业素质</p>	综合	让学生灵活应用广告照明设备，学习静物商品摄影，并进行作品点评。	<p>目标1</p> <p>目标2</p> <p>目标3</p>
实验	服装、鞋帽、珠宝等有模特拍摄	4	<p>重点：有模特拍摄</p> <p>难点：服装、鞋帽、珠宝等有模特的拍摄</p> <p>思政元素：通过各类别商品的拍摄，培养学生踏实务实的工作态度。</p>	综合	从服装、鞋帽、珠宝等有模特拍摄了解不同商	<p>目标1</p> <p>目标2</p> <p>目标3</p>

					业用途的拍摄要求和拍摄目的。并进行作品点评。	
实验	商业摄影广告片的拍摄	4	重点： 商业摄影广告片的制作方法。 难点： 商业摄影广告片的拍摄技巧。 思政元素： 学习广告片的拍摄可以培养学生作为广告摄影师的专业素质。	综合	让学生学习商业摄影广告片的拍摄技巧，以及提炼广告片的拍摄方法。并进行作品点评。	目标1 目标2 目标3
实验	商业艺术人像摄影	4	重点： 商业艺术人像摄影作品的拍摄思路和方法。 难点： 商业艺术人像的创作要求。 思政元素： 通过学习商业艺术人像的拍摄可以培养学生作为广告摄影师的专业素质	综合	培养学生拍摄商业艺术人像摄影作品的创作思路和创作方法。并进行作品点评。	目标1 目标2 目标3
备注：项目类型填写验证、综合、设计、训练等。						

五、学生学习成效评估方式及标准

考核与评价是对课程教学目标中的知识目标、能力目标和素质目标等进行综合评价。

在本课程中，学生的最终成绩是由40%的平时成绩和60%的期末成绩组成。

1、平时成绩（占总成绩的40%）：采用百分制。考勤（占10%）、平时作品（占15%）和小组汇报成绩（占15%）三个部分。评分标准如下表：

等级	评分标准
	1.考勤；2.平时作品；3.小组汇报
优秀 (90~100分)	1. 考勤无迟到、早退和旷课（请假不计）。 2. 平时作业拍摄完全符合要求，期末作品能够很完整的突出商品属性，清晰的表现事物质感，作品具有较强的商业价值且具备较强的艺术美感。 3. 作品汇报讲解逻辑清晰，作品分析合理，有个人的见解。
良好	1. 考勤无旷课，迟到、早退不超过1次。（请假不计）。 2. 平时作业拍摄符合要求，期末作品能够突出一部分商品属性，大致表现

(80~89分)	事物质感，作品具有一定的商业价值和艺术感。 3. 作品汇报讲解口齿清晰，作品分析合理，有一定的个人见解。
中等 (70~79分)	1. 考勤无旷课，迟到、早退不超过2次。（请假不计）。 2. 平时作业拍摄基本符合要求，期末作品能够轻微表现商品属性，略微表现事物质感，作品具有有一点商业价值和艺术感。 3. 作品汇报讲解基本流畅，作品分析不够准确。
及格 (60~69分)	1. 考勤旷课1次以内，迟到、早退不超过3次。（请假不计）。 2. 平时作业拍摄基本符合要求，期末作品没有表现吃商品属性，没有表现出事物质感，作品不具备商业价值和艺术感。 3. 作品汇报讲解亮点不足，部分作品分析不准确
不及格 (60以下)	1. 考勤旷课3次以上或迟到、早退超过5次。（请假不计）。 2. 平时作业未完成或拍摄未达到基本要求。 3. 作品汇报讲解混乱，作品分析不准确。

2. 期末考试（占总成绩的60%）：采用百分制。期末考试的考核内容、题型和分值分配情况请见下表：

考核模块	考核内容	主要题型	支撑目标	分值
选题	结课组照，以商业摄影题材为准，具有一定的拍摄创作空间。	摄影组照拍摄	目标3	10
摄影技术	充分发挥数码设备的艺术表现力，能正确、敏锐、快捷概括地对所表现事物进行表现。		目标1 目标2	20
	构图符合规律要求，画面符合造型法则，商品或模特摆放的序列感以及摆放的角度是否符合商品审美调性。		目标1 目标2	20
	色彩还原熟练，色彩明亮鲜艳不失真，保证商品或模特真实的色彩和质感，表现手法不拘一格，具有较强感染力。		目标1 目标2	20
摄影艺术	有创造性，作品具有潜在的艺术灵感，能通过写实、变形、装饰等表现手段进行视觉化的表达和交流，具有独特的创造力和表现力量。		目标1 目标3	15
	很完整的突出商业属性，清晰的表现事物质感，商品或模特主图、副图、细节图、展示图图片齐全，商品图片具有较强的商业价值且具备较强的艺术美感。可用作杂志封面以及淘宝页面展示图。		目标1 目标3	15

序号	教学安排事项	要求
----	--------	----

1	授课教师	职称：助教/讲师/副教授/教授 学历（位）：本科及以上 其他：无
2	课程时间	周次：8周 节次：4节
3	授课地点	<input checked="" type="checkbox"/> 教室 <input type="checkbox"/> 实验室 <input type="checkbox"/> 室外场地 <input checked="" type="checkbox"/> 其他：影棚
4	学生辅导	线上方式及时间安排：企业微信（开课后时间另行安排） 线下 地点及时间安排：授课教室（开课后时间另行安排）

六、 教学安排及要求

七、 选用教材

[1] 蔡彤宇 主编：《商业摄影》，暨南大学出版社，2018 年 9 月。

八、 参考资料

[1] 陶新 主编：《商业摄影》，中南大学出版社，2009 年 10 月

[2]（英）泰勒一豪，王琅 译：《商业摄影布光圣经》，人民邮电出版社，2010 年 10 月

网络资料

[1]牛牛课堂<http://www.niuniuketang.com/>

[2]影响中国<http://www.cpanet.cn/>

[3]大众摄影<http://www.pop-photo.com.cn/>

其他资料

[1]摄影设备测评：<https://www.zol.com.cn/>

大纲执笔人：夏琼瑶

讨论参与人：何帅森

系（教研室）主任：何帅森

学院（部）审核人：王锦锋

《UI界面设计》教学大纲

一、课程基本信息

课程类别	专业课程	课程性质	理论	课程属性	必修
课程名称	UI界面设计		课程英文名称	User Interface Design	
课程编码	G02XB02C		适用专业	视觉传达设计	
考核方式	考查		先修课程	书籍装帧设计 计算机辅助设计（PS、AI）	
总学时	32	学分	2	理论学时	16
实验学时/实训学时/ 实践学时/上机学时			实训学时：16		
开课单位			创意设计学院		

二、课程简介

《UI界面设计》是视觉传达设计专业的一门专业必修课程。本课程是利用视觉符号来传递各种信息的设计。主要以文字、图形、色彩为基本要素的艺术创作。UI界面设计的三大基本设计元素是：文字、图形、色彩。本课程培养学生认识界面并了解界面设计，其任务是解决学生的图、文的排版，对视觉信息的传达准确以及各个界面如何交互设计的能力。本课程的教学，是要通过对UI界面设计的学习，使学生理解UI的相关知识和概念，初步了解UI设计的任务流程和制作方法，业界常用的展示和制作UI的生产工具和程序，并且掌握一定的展示软件和制作方法，将理论实践知识应用到UI界面设计中去，完成有创意、有艺术特点的的UI设计作品。培养学生具有一定的动手能力、项目设计能力。

三、课程教学目标

课程教学目标		支撑人才培养规格指标点	支撑人才培养规格
知识目标	目标1: 学生需了解UI界面设计的相关知识和概念，掌握界面设计的方法及原则。并具备交互设计方向的创作思维和设计习惯。培养学生具有一定的实操能力、项目设计能力、动手能力和创作能力。	3-1:掌握视觉设计的基本技法 3-2:熟悉传统图案及现代图形的构成原理，并能在现代视觉传达设计中综合应用 3-3:具备设计创意的综合表现能力,包括平面、立体、	3. 视觉设计技能、图形创意能力

		空间、色彩、材质等表达形式	
能力目标	目标2: 通过本课程的学习,加深学生对UI界面设计重要性的认识,了解新的审美趋势,学习新的软件和专业知识。利用如Adobe XD等相关设计软件,能进行简单的交互设计合成。具备软件应用的能力,做到与时俱进,使专业能力不断更新迭代,适应时代的要求。	4-1:熟悉二维平面设计软件的操作与应用,具备设计软件操作与应用能力。 4-2:熟悉多媒体制作等软件的操作与应用,具备设计软件操作与应用能力	4. 设计软件的应用能力
	目标3: 熟练掌握视觉界面的设计流程,界面规范、用户画像、移动APP设计的方法和制作技法。培养学生具备独立进行设计调研、资料查询以及运用现代信息技术获取相关信息的能力。	6-1:具备独立进行设计调研、资料查询、文献检索,运用现代信息技术获取相关信息的能力。	6. 调研与资料整合能力
	目标4: 学生需了解UI界面设计的相关知识和概念,掌握界面设计的方法及原则。并具备交互设计方向的创作思维和设计习惯。培养学生具有一定的实操能力、项目设计能力、动手能力和创作能力。	2-1: 具备与本专业相关的市场调研的能力。 2-2: 具备与本专业相关的客户沟通的能力。 2-3: 具备与本专业相关的设计表现的能力。 2-4: 具备与本专业相关的电脑制图等的的能力。	2. 职业技能

四、课程主要教学内容、学时安排及教学策略

(一) 理论教学

教学模块	学时	主要教学内容与策略	学习任务安排	支撑课程目标
UI界面设计的概念	4	重点: 视觉界面设计的概念与类别,设计流程,界面规范。 难点: 视觉界面中界面设计规范。 思政元素: 介绍移动互联网产品的UI及其设计的艺术化演变过程,培养学生创新探索精神。 教学方法与策略: 线下教学。对于UI界面设计的概念在课堂上予以讲授。课堂主要运用讲授法和案例法开展教学,辅以启发式提问拓宽学生学习思路。	课前:预习UI界面设计概念 课堂:讲解、讨论界面设计的流程、规	目标2 目标3

			范。 课后:复习相关知识	
以用户为中心的视觉界面设计	4	<p>重点: 以用户为中心移动 UI 视觉设计的关系, 用户画像的要素和设计。</p> <p>难点: 用户画像、用户调研。</p> <p>思政元素: 将“文化自信”、“创新精神”引入界面设计课程的教学。</p> <p>教学方法与策略: 线下教学。课堂主要运用讲授法对 UI 界面设计的用户调研过程等内容展开教学, 从而启发学生掌握以用户为中心的创意界面设计。</p>	<p>课前: 认识用户画像和界面设计。</p> <p>课堂: 理论讲解, 学生进行用户画像讨论设计。</p> <p>课后: 分析不同界面设计的特点。</p>	目标1 目标2
UI界面设计原则和用户体验	4	<p>重点: 观察界面结构与用户习惯; 掌握格式塔式心理学与移动终端视觉设计; 用户体验五大要素。</p> <p>难点: 掌握视觉及交互习惯; 格式塔心理学与移动端视觉设计。</p> <p>思政元素: 在讲解 UI 界面表现的基本概念时, 选取具有爱国情怀的设计作品案例导入, 培养学生爱国主义精神。</p> <p>教学方法与策略: 线下教学, 线下指导。课堂主要运用讲授法。在课堂上进行头脑风暴的过程中, 有意识的引导学生主动探索、互动。</p>	<p>课前: 预习格式塔心理学。</p> <p>课堂: 理论讲解, 从心理学角度进行设计分析。课后: 对同类竞品进行分析。</p>	目标1 目标2 目标3
图标设计	4	<p>重点: UI 界面视觉效果、图标设计、图标设计中的拟物风格、立体风格、扁平化风格设计要点。</p> <p>难点: APP 整体效果搭配、图标设计。</p> <p>思政元素: 通过基本视觉元素的创意训练, 培养学生查阅文献并独立思考, 提高学生的创新精神。</p> <p>教学方法与策略: 线下教学, 线下指导。课堂主要运用讲授法。在课堂上有意识的引导学生主动探索、</p>	<p>课前: 了解图标的种类。</p> <p>课堂: 对图标的类别充分了解。</p>	目标1 目标2 目标3

		互动。	课后:图 标设计 训练。	
--	--	-----	--------------------	--

(二) 实践教学

实践类型	项目名称	学时	主要教学内容	项目类型	项目要求	支撑课程目标
实训	用户体验及用户调研	4	重点: UI 界面用户体验研究、用户画像、用户地图等知识掌握。 难点: 用户体验地图的制作。 思政元素: 综合案例中让同学们用中国元素表现自己的爱国情怀。	训练	学生完成用户调研, 用户画像及用户地图设计	目标1 目标2 目标3 目标4
实训	原型架构设计	4	重点: UI 界面 APP 中的产品结构的导航逻辑, 功能构架图的设计、低保真图的设计制作。 难点: 原型架构合理设计。 思政元素: 学习优秀的创新创业项目制作 APP 开发, 提升学生的创新精神。	设计	学生完成独创界面作品的原型设计训练。	目标1 目标2 目标3 目标4
实训	UI 界面设计综合实践	4	重点: 界面视觉效果排版设计。 难点: 整体效果搭配、图标中隐喻的运用。 思政元素: 引导学生在界面设计的作品中, 结合传统文化进行再设计, 让学生更深刻认识到中国传统文化的底蕴。	综合	学生可团队2人, 运用所学的界面设计原则, 进行全新AUI界面设计创作	目标1 目标2 目标3 目标4
实训	UI 界面设计综合实践	4	重点: 掌握界面设计的原则和交互原则, 合理的原型架构。 难点: 界面设计的统一性及用户体验工作要素的合理掌握。 思政元素: 小组形式完成项目, 分工协作, 培养学生团队协作、吃苦耐劳的优秀品质, 引导学生有责任意识。	综合	团队制作完整的一套UI设计的方案、成品展示, 并进行结课汇报。	目标1 目标2 目标3 目标4
备注: 项目类型填写验证、综合、设计、训练等。						

五、学生学习成效评估方式及标准

考核与评价是对课程教学目标中的知识目标、能力目标和素质目标等进行综合评价。

在本课程中，学生的最终成绩是由平时成绩、期末考查2个部分组成。

1. 平时成绩（占总成绩的30%）：采用百分制。考勤（占10%）、平时作品（占20%）

等级	评分标准
	1.作业； 2.考勤
优秀 (90~100分)	1. 平时作业有独特的表现形式；图标设计具有较强的创意，界面整体美观，作品绘制精细，有一定的艺术性。 2. 考勤无迟到、早退和旷课（请假不计）。
良好 (80~89分)	1. 平时作业有一定的表现形式；图标设计具有一定的创意，界面整体较美观. 作品绘制较精细，有一定的艺术性。 2. 考勤无旷课，迟到、早退不超过1次（请假不计）。
中等 (70~79分)	1. 平时作业表现形式较合理；图标设计具有创意，能够把握界面整体样式，作品绘制基本精细，有一定的艺术性。 2. 考勤无旷课，迟到、早退不超过2次（请假不计）。
及格 (60~69分)	1. 平时作业表现形式一般；图标设计基本具有创意，基本把握界面整体样式，作品绘制平实，有一定的艺术性。 2. 考勤无旷课，迟到、早退不超过3次（请假不计）。
不及格 (60以下)	1. 平时作业的主次内容表现混淆，图标设计表现不明确；界面设计缺少创意，界面整体缺少美感，作品绘制粗糙，没有一定的艺术性。 2. 考勤无旷课，迟到、早退超过4次（请假不计）。

1. 期末考查（占总成绩的70%）：采用百分制。期末考查作业的考核内容、题型和分值分配情况见下表：

考核模块	考核内容	主要题型	支撑目标	分值
UI界面综合设计与应用	UI界面设计作品内容具有主题性、合理性	界面设计	目标1 目标2 目标3 目标4	80
	UI界面设计作品内容选择具有新颖、创意性			
	UI界面设计作品中图标的设计与合理应用			
	UI界面设计架构合理且具有一定的形式美法则，突出重点。			
	UI界面设计形式与内容结合紧密，画面具有统一性			
	作品汇报，综合项目制作能力、团队协作能力	演讲	目标3 目标4	20

六、 教学安排及要求

序号	教学安排事项	要求
1	授课教师	职称：讲师 学历（位）：硕士研究生 其他：无
2	课程时间	周次： 1-8

		节次： 4
3	授课地点	<input type="checkbox"/> 教室 <input checked="" type="checkbox"/> 实验室 <input type="checkbox"/> 室外场地 <input type="checkbox"/> 其他：
4	学生辅导	线上方式及时间安排：企业微信 线下地点及时间安排：实验室

七、选用教材

[1]游泽清.《APP 移动媒体 UI 设计》[M].清华大学出版社,2019 年 04 月.

[2]姚红玲.《APP UI 设计》[M].哈尔滨工程大学出版社,2020 年 11 月.

[3]梁哲.《UI 界面设计》[M].河北美术出版社,2021 年 11 月.

八、参考资料

[1]作者无.UI 设计必修课 Sketch 移动界面设计教程+UI 设计必修课全 3 册操作系统原理书籍[M].人民邮电出版社时,2021 年 10 月.

[2]张婷婷、刘晓芳、袁晓维.新编移动 UI 设计之案例与实战 北京航空航天大学出版社,2020 年 1 月.

网络资料

[1]中国知网, <https://www.cnki.net/>

[2] 中国插画网<http://sm.cndesign.com/>

其他资料

[1] Behance:<http://www.lookxyz.cn/>

[2] 站酷<https://www.zcool.com.cn/>

大纲执笔人： 丁思依

讨论参与人:邱丽平

系（教研室）主任：何帅森

学院（部）审核人：何帅

《品牌形象系统设计》教学大纲

一、课程基本信息

课程类别	专业课程	课程性质	理论	课程属性	必修
课程名称	品牌形象系统设计		课程英文名称	Brand image system design	
课程编码	G02XB05E		适用专业	视觉传达设计	
考核方式	考查		先修课程	设计心理学、书籍装帧设计	
总学时	48	学分	3	理论学时	16
实验学时/实训学时/ 实践学时/上机学时			实训学时: 32		
开课单位			创意设计学院		

二、课程简介

《品牌形象系统设计》是视觉传达设计专业的一门专业必修核心课程。课程主要是运用视觉设计手段，将品牌名称、标志、色彩等元素统一规范化，来塑造企业品牌经营理念、行为观念、产品风格等的企业整体形象，以利于企业进行社会信息交流和传播，达到营销目的。通过课程学习使学生具有整体调控、综合运用专业知识的能力，能够为企业的视觉系统进行设计，同时具备一定的项目设计和企划能力，为踏入社会打下良好的设计基础。

三、课程教学目标

课程教学目标		支撑人才培养规格指标点	支撑人才培养规格
知识目标	目标1: 学生通过课程学习, 要求了解企业形象设计目的及重要性, 并通过对企业视觉图形要素的系统性设计, 以达到企业一致性形象的对外交流与传播。	6-1: 具备独立进行设计调研、资料查询、文献检索, 运用现代信息技术获取相关信息的能力。 6-2: 具有较好的外语沟通能力、较好的计算机应用能力、网络检索能力。 7-1: 熟悉设计程序与方法, 具备视觉传达设计项目策划与组织能力。 7-2: 熟悉设计程序与方法,	6. 调研与资料整合能力 7. 设计项目策划与管理能力

		能胜任本专业领域内设计项目的策划、创意、组织及实施。	
能力目标	<p>目标2: 要求学生了解品牌形象系统设计的基本概念, 掌握品牌形象系统设计的具体操作的基本步骤及基本的设计方法。</p> <p>在项目化实践过程中锻炼进行设计调研、资料查询的能力, 以及项目的策划能力。</p>	<p>2-1: 具备与本专业相关的市场调研的能力。</p> <p>2-2: 具备与本专业相关的客户沟通的能力。</p> <p>2-3: 具备与本专业相关的设计表现的能力。</p> <p>2-4: 具备与本专业相关的电脑制图等的的能力。</p> <p>3-1: 掌握视觉设计的基本技法</p> <p>3-2: 熟悉传统图案及现代图形的构成原理, 并能在现代视觉传达设计中综合应用</p> <p>3-3: 具备设计创意的综合表现能力, 包括平面、立体、空间、色彩、材质等表达形式</p>	<p>2. 职业技能</p> <p>3. 视觉设计技能、图形创意能力</p>
素质目标	<p>目标3: 通过本课程的学习, 进一步提升作为设计师应具有素质, 学会团队协作, 具备一定的项目策划、组织实施能力。</p>	<p>8-1: 了解新的审美趋势, 学习新的软件和专业知知识。</p> <p>8-2: 具备持续学习的能力, 做到与时俱进, 使专业能力不断更新迭代, 适应时代的要求。</p>	<p>8. 终身学习的能力</p>

四、课程主要教学内容、学时安排及教学策略

(一) 理论教学

教学模块	学时	主要教学内容与策略	学习任务安排	支撑课程目标
企业形象VI设计的概念、定义、基本内容和原则计	4	<p>重点:</p> <p>1、VI的概念</p> <p>2、VI的定义</p> <p>3、VI设计的基本原则</p> <p>难点:</p> <p>学习VI的基础知识、掌握必要的概念, 了解VI设计的基本原则, 为下一步VI设计的定位和全面展开设计做好铺垫。</p>	<p>课前:</p> <p>预复习VI的基本知识</p> <p>课堂:</p> <p>课程内容讨论, 根据要</p>	<p>目标1</p> <p>目标2</p> <p>目标3</p>

		<p>思政元素： 视觉要素的设计中，充分要求展现中国汉字字体在企业形象设计中的运用，发现中国文化的艺术设计价值，有利于培养学生对中国文化的自信。</p> <p>教学方法与策略： 线下教学。对VI设计基础概念及设计原则的认知强化，综合运用优秀案例，进行重点分析。 课堂主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。</p>	<p>求进行课题草图方案开展</p> <p>课后： 进一步完善草图</p>	
企业形象VI基本要素系统的设计流程	4	<p>重点： VI基础要素设计流程的规范性操作</p> <p>难点： VI设计在前期的市场调查，以及设计的规范性操作过程。</p> <p>思政元素： 通过正确的审美观进行作品的设计开展，并能积极在作品中传播准确的文化审美。</p> <p>教学方法与策略： 线下教学。对VI设计流程的规范性操作，尤其要求重视前期的调查的作用，课程中综合运用优秀案例，进行分析。 课堂主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以与学生的互动，打开学生设计思路。</p>	<p>课前： 预习课程内容</p> <p>课堂： 开始VI要素的设计流程</p> <p>课后： 完成课题系统的设计开展</p>	<p>目标2 目标3</p>
企业形象VI应用要素系统的设计流程	4	<p>重点： VI应用要素设计流程的规范性操作</p> <p>难点： 能根据不同的企业需求选择对应的VI应用要素并正确使用。</p> <p>思政元素： 通过正确的审美观进行作品的设计开展，并能积极在作品中传播准确的文化审美。</p> <p>教学方法与策略： 线下教学。对VI设计流程的规范性操作，尤其要求重视前期的调查的作用，课程中综合运用优秀案例，进行分析。 课堂主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以与学生的互动，打开学生设计思路。</p>	<p>课前： 预习课程内容</p> <p>课堂： 开始VI要素的设计流程</p> <p>课后： 完成课题系统的设计开展</p>	<p>目标2 目标3</p>
编制VI视觉形象手册的形式，步骤	4	<p>重点： 1、VI设计手册编制的形式与内容 2、编排设计合理布局</p> <p>难点： 通过对VI设计基础与应用系统严谨、规范的整合，完成企业VI识别手册的规范性操作</p> <p>教学方法与策略：</p>	<p>课前： 完成课题基础系统的设计开展</p> <p>课堂：</p>	<p>目标1 目标2 目标3</p>

		<p>线下教学。对VI设计流程严谨规范性要求，课程中综合运用优秀案例，进行对比分析。</p> <p>课堂主要运用案例法开展教学，辅以与学生的互动，打开学生设计思路。</p> <p>思政元素： 通过正确的审美观进行作品的设计开展，并能积极在作品中传播准确的中国文化审美。</p>	<p>课题应用系统的设计开展</p> <p>课后： 根据结课作业需求独立完成VI视觉形象手册设计一套</p>	
--	--	---	---	--

(二) 实践教学

实践类型	项目名称	学时	主要教学内容	项目类型	项目要求	支撑课程目标
实训	企业形象标志的综合技法专题设计训练	8	<p>重点： 对汉字、拉丁文、抽象、具象标志形态的专题综合技法训练</p> <p>难点： 表现的独特美感性</p> <p>思政元素： 将民族文化的精髓应用到课题项目设计的表现当中，体现中国企业文化特色，传承中国文化，增强学生对中国传统文化再设计的自信。</p>	设计	完成独立或综合应用的标志头脑风暴形态设计方案30个，精选出10个标志进行可软件深化设计	目标1 目标2 目标3
实训	企业形象VI基础要素系统的设计	12	<p>重点： 对课题项目标志形象设计</p> <p>难点： 对课题项目VI基础系统内容的准确与系统设计</p> <p>思政元素： 将民族文化的精髓应用到课题项目设计的表现当中，体现中国企业文化特色，传承中国文化。增强学生对中国传统文化再设计的自信。</p>	设计	为国内企业完成一套VI形象设计、确定项目方向主题，据对课题项目的市场调研，进行VI基础要素的设计	目标2 目标3
实训	企业形象VI应用要素系统的设计	12	<p>重点： 掌握标志与应用系统载体条件的组合规范设计</p> <p>难点：</p>	设计	进行VI应用要素的设计	目标2 目标3

		<p>基础要素与应用要素组合设计，既要具有规范性，同时还要有个性特色的美感表现性</p> <p>思政元素： 将民族文化的精髓应用到课题项目设计的表现当中，体现中国企业文化特色，传承中国文化，增强学生对中国传统文化再设计的自信。</p>			
备注：项目类型填写验证、综合、设计、训练等。					

五、学生学习成效评估方式及标准

考核与评价是对课程教学目标中的知识目标、能力目标和素质目标等进行综合评价。本课程总成绩由30%的平时成绩（课堂提问及出勤5%、课堂表现10%、课后作业15%）和70%的期末成绩组成。

1. 平时成绩（占总成绩的30%）：课堂提问及出勤5%、课堂表现10%、课后作业15%

等级	评分标准
	1、平时成绩（①课堂提问及出勤②课堂表现 ③课后作业）
优秀 (90~100分)	1、考勤无迟到、早退和旷课 2、平时作业按量完成，标志形象设计思维活跃，具有较强视觉表现性 3、VI手册规范完整、主题表现准确、要素设计表现力积极、具备较强创新性
良好 (80~89分)	1、考勤无旷课，迟到、早退不超过1次 2、平时作业按量完成，标志形象设计思维活跃，具有良好视觉表现性 3、VI手册规范完整，主题表现准确、要素设计表现力积极、具备良好创新性
中等 (70~79分)	1、考勤无旷课，迟到、早退不超过2次 2、平时作业按量完成，标志形象设计思维有一定的视觉表现性 3、VI手册规范完整，主题表现、要素设计有一定的表现力、具备一定创新性
及格 (60~69分)	1、考勤旷课1次以内，迟到、早退不超过3次 2、平时作业按量完成，标志形象设计思维积极性不够，视觉表现性一般 3、VI手册基本完整，主题表现准确性不够、要素设计表现力、创新性一般
不及格 (60以下)	1、考勤旷课3次以上或迟到、早退超过5次 2、平时作业按量完成不够，标志形象设计视觉表现性缺乏 3、VI手册完整量不足、主题表现缺乏准确性，要素设计缺乏创新性，有抄袭、雷同现象

2. 期末考试（占总成绩的70%）：采用百分制。期末考试的考核内容、题型和分值分配情况请见下表：

考核模块	考核内容	主要题型	支撑目标	分值
标志的综合技法专题设计训练	1. 完成独立或综合应用的标志头脑风暴形态设计方案20个，精选出10个标志进行软件深化设计	设计	目标1/2	20
VI基础要素系统的设计	1. 为某企业完成一套VI形象设计、确定项目方向主题，据对课题项目的市场调研，进行课题VI形象第一部分基础要素的系统设计（完成手册10个P）	设计	目标1/2/3	40
VI应用要素系统的设计	1. 进行课题VI形象第二部分应用要素的系统设计（完成手册20个P以上）	设计	目标1/2/3	40

六、教学安排及要求

序号	教学安排事项	要 求
1	授课教师	职称：助教、讲师、副教授 学历（位）：硕士 其他：无
2	课程时间	周次：1-8周 节次：1-6节为保障本课程的顺利衔接，需4节课连排
3	授课地点	<input type="checkbox"/> 教室 <input checked="" type="checkbox"/> 实验室 <input type="checkbox"/> 室外场地 <input type="checkbox"/> 其他：
4	学生辅导	线上方式及时间安排：企业微信（开课后时间另行安排） 线下地点及时间安排：实训室（开课后时间另行安排）

七、选用教材

[1] 吴宇著：《标志与VI设计及应用》 武汉大学出版社 2020年3月

[2] 于佳佳、陈荣华、齐兴龙、曲欣编 《CIS企业形象设计(第2版)》清华大学出版社2022年1月

八、参考资料

{1} 王犹建 编，《企业形象设计（第四版）》 哈尔滨工程大学出版社 2021年7月

{2} 赵 勤著，《CI策划与品牌创意设计》 南京大学出版社 2020年1月

网络资料

[1] 中国知网, <https://www.cnki.net/>

[2] 站酷网, <https://www.zcool.com.cn/>

其他资料

[1] 李芳著：《标志与企业形象设计手册 写给设计师的书》 清华大学出版社 2020年8月

[2] [美] 艾丽娜·惠勒著，张玉花、王树良译 《企业形象CI设计全书》2021年5月

大纲执笔人： 吴宇

讨论参与人： 何帅

系（教研室）主任： 何帅森

学院（部）审核人： 何帅

《二维动态影像设计》教学大纲

一、课程基本信息

课程类别	专业课程	课程性质	理论	课程属性	必修
课程名称	二维动态影像设计		课程英文名称	2D Dynamic Image Design	
课程编码	G02XB02C		适用专业	视觉传达设计	
考核方式	考查		先修课程	造型基础、插画设计	
总学时	32	学分	2	理论学时	16
实验学时/实训学时/ 实践学时/上机学时			实训学时：16		
开课单位			创意设计学院		

二、课程简介

《二维动态影像制作》是视觉传达设计专业的专业必修课程。这门课程主要是通过学习 AE 等软件制作二维动态设计，利用相关的功能和命令加上自己的灵感创建作品。本课程将通过理论与实践教学，遵循平面设计的原则，通过动画或电影技术运用在电影或视频中。在教学以二维技术结合短片创作进行讲解与课堂实践相结合，在技术讲解过程中大量应用多媒体教学，使学生更加全面、形象、深入的掌握二维动画的知识和制作技术，并在每个制作环节安排实际案例，以检查学生的掌握情况。在教学中要发挥教师的主导作用，在技术讲解的同时与示范操作精密结合，使复杂步骤更加简单，繁琐命令更加形象，加强启发性教育，使学生的软件操作和二维手绘相结合、灵活应用与动画短片创作中。课程主要采用案例的形式对知识点进行讲解，使学生在学完本课程后在计算机运用、艺术、思维想象等方面得到全方面的训练，着重培养学生的实际操作能力，使学生具备一定的项目设计和动手能力，能够解决一些实际的问题。

三、课程教学目标

课程教学目标	支撑人才培养规格指标点	支撑人才培养规格
--------	-------------	----------

知识目标	<p>目标1: 通过系统学习使学生能做到基本掌握二维动态影像的概念特点及制作流程的知识结构框架及要点，理解不同章节的重点和难点。</p>	<p>3-1: 掌握视觉设计的基本技法。</p> <p>3-2: 熟悉传统图案及现代图形的构成原理, 并能在现代视觉传达设计中综合应用。</p> <p>3-3: 具备设计创意的综合表现能力, 包括平面、立体、空间、色彩、材质等表达形式。</p>	3. 视觉设计技能、图形创意能力
能力目标	<p>目标2: 培养学生掌握动画制作的原理与掌握运用软件进行二维动态设计的基础专业技能以及学生能够运用基础表现工具进行设计作品的综合专业能力。</p>	<p>4-1: 熟悉二维平面设计软件的操作与应用, 具备设计软件操作与应用能力。</p> <p>4-2: 熟悉多媒体制作等软件的操作与应用, 具备设计软件操作与应用能力。</p>	4. 设计软件的应用能力
素质目标	<p>目标3: 具备一定的艺术设计能力和思维能力, 学习设计师对艺术设计的创作热诚。</p>	<p>7-1: 熟悉设计程序与方法, 具备视觉传达设计项目策划与组织能力。</p> <p>7-2: 熟悉设计程序与方法, 能胜任本专业领域内设计项目的策划、创意、组织及实施。</p>	7. 设计项目策划与管理能力

四、课程主要教学内容、学时安排及教学策略

(一) 理论教学

教学模块	学时	主要教学内容与策略	学习任务安排	支撑课程目标
二维动态设计基础	6	<p>重点: 掌握二维动态的概念、分类及特点。</p> <p>难点: 了解二维动态影像的应用范围, 掌握二维动态的短片分类。</p> <p>思政元素:</p>	<p>课堂: 教师讲授演示案例项目, 完成后由学生进行项目准备与课堂练习, 教师巡回</p>	目标1

		<p>了解认识相关具有中国元素及传统元素主题设计的优秀影片，培养学生对中国传统文化的认识及探索能力，并了解新的审美趋势。</p> <p>教学方法与策略： 多媒体课堂讲授及板书；课堂讨论；上机实操。对于思想、原理在课堂上予以讲授，软件熟悉与安排上机实践。课堂运用主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路，同时应用课堂答题插件设计应用型的题目对学生进行知识点检测。</p>	<p>指导，帮助学生梳理巩固所学内容。</p> <p>课后：复习整选区的各种技巧。</p>	
二维动态设计的创意技巧	6	<p>重点： 掌握二维动态设计短片的创意技巧。</p> <p>难点： 掌握二维动态的设计形式、故事结构搭建以及故事主体内涵挖掘。</p> <p>思政元素： 加入传统文化的影像素材进行案例分析；对优秀的国内影像作品进行分析，让学生在掌握专业技能的同时提高对于东方美学转化为二维动态设计作品的的能力。</p> <p>教学方法与策略： 多媒体课堂讲授及板书；课堂讨论；计算机实操。对于思想、原理在课堂上予以讲授，软件熟悉与安排计算机实践。课堂运用主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路，同时应用课堂答题插件设计应用型的题目对学生进行知识点检测。</p>	<p>课堂：教师讲授演示案例项目，完成后由学生进行项目准备与课堂练习，教师巡回指导，帮助学生梳理巩固所学内容。</p> <p>课后：复习二维动态设计的形式与分类。</p>	目标3
二维动态设计的制作原理	4	<p>重点： 掌握二维动态设计的十大运动规律。</p> <p>难点： 掌握影响二维动态设计规律的五大因素。</p> <p>教学方法与策略： 多媒体课堂讲授及板书；课堂讨论；上机实操。对于思想、原理在课堂上予以讲授，软件熟悉与安排上机实践。课堂运用主要</p>	<p>课前：了解二维动态设计的制作特点。</p> <p>课堂：教师讲授演示案例项目，完成后由学生进行项目准备与课堂练</p>	目标1 目标2

		运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路，同时应用课堂答题插件设计应用型的题目对学生进行知识点检测。	习,教师巡回指导,帮助学生梳理巩固所学内容。 课后: 复习二维动态设计的制作原理。	
--	--	---	---	--

(二) 实践教学

实践类型	项目名称	学时	主要教学内容	项目类型	项目要求	支撑课程目标
实训	AE图层和时间轴面板的操作	2	重点: AE软件的界面操作应用。 难点: 图层和时间轴面板的操作、配色。 思政元素: 介绍软件发展历史及展示一些使用AE软件制作的弘扬中国传统文化的作品,激发大家探讨人生观与价值观。	训练设计	学生需熟悉AE的软件界面操作。	目标2 目标3
实训	关键帧动画	2	重点: 关键帧的基本操作、运动路径的关键帧、速度变化的关键帧、不同形状时间关键帧的插值操作。 难点: 逐帧二维影像的制作;运动二维影像的制作。 思政元素: 学生相关实践训练时,可将中华传统图形元素融入到二维动态影像设计中,激发学生对传统文化寻根溯源的探索精神。	训练设计	学生需熟悉掌握AE制作关键帧的方法以及能够对动态影像进行关键帧确立。	目标1 目标2
实训	动态镜头语言	2	重点: 动画镜头的组接 难点: 动画镜头的组接	训练设计	学生需熟悉动画镜头语言。	目标1 目标2
实训	转场、路径动画和图形变形	2	重点: 添加转场动画的方法 难点:	训练设计	每人制作一个转场视频。	目标1 目标2

			多转场动画的制作方法技巧。 思政元素： 将爱国主义融入课内作业。		要求：视频时长10s。	
实训	AE 脚本	2	重点： 二维动态影像的分镜头制作 难点： AE 脚本管理器，文字分解脚本，骨骼脚本，时间线偏移脚本，层位置偏移脚本，层转化为合成脚本的应用。 思政元素： 将中国经典文化融入课内作业。	训练设计	每人制作10张影像分镜头。	目标1
实训	动态设计中的声音制作	4	重点： 音效和背景音乐；了解数字化音频基础知识。 难点： 控制音频、影像和谐统一。 思政元素： 将中国社会主义核心价值观主题融入课内作业，把专业课程教育同思想政治有机结合。	训练设计	每人将动画视频进行配乐。	目标1 目标2
实训	二维动态影像短片展示	2	重点： 二维动态影像设计的制作及作品的完整视觉表现。 难点： 通过视觉元素如：图像、色彩、字幕、声音等准确的表达短片，使短片画面完整风格统一。 思政元素： 聚焦事实热点，引导学生以中国传统文化主题的设计作品，小组形式完成项目，分工协作，培养学生团队协作、吃苦耐劳的优良素质，引导学生有责任意识。	综合	每人制作一部二维动态影像短片。 要求：视频时长不少于30秒。	目标1 目标2 目标3
备注：项目类型填写验证、综合、设计、训练等。						

五、学生学习成效评估方式及标准

考核与评价是对课程教学目标中的知识目标、能力目标和素质目标等进行综合评价。在

本课程中，学生的最终成绩是由40%平时成绩与60%期末成绩组成。

1. 平时成绩（占总成绩的40%）：采用百分制，课堂提问及出勤（占10%）、课堂实践（占15%）、课后作业（占15%）。

等级	评分标准
	1.课堂提问及出勤 2.课堂实践 3.课后作业
优秀 (90~100分)	1. 软件使用要求：熟练掌握AE的功能应用；能够熟练使用AE插件进行二维动态影像制作以及特效制作处理，软件使用与艺术设计思想结合完善。 2. 课堂作业：课程作业完整度高。 3. 考勤：考勤无迟到、早退和旷课。
良好 (80~89分)	1. 软件使用要求：基本熟练掌握AE的功能应用；能够基本熟练使用AE插件进行二维动态影像制作以及特效制作处理，软件使用与艺术设计思想结合相对完善。 2. 课堂作业：课程作业完整较高。 3. 考勤：考勤无旷课，迟到、早退不超过1次。
中等 (70~79分)	1. 软件使用要求：基本掌握AE的功能应用并能够进行二维动态影像制，了解AE软件插件使用原理；软件使用与设计思想有一定结合。 2. 课堂作业：课程作业完整良好。 3. 考勤：考勤无旷课，迟到、早退不超过2次。
及格 (60~69分)	1. 软件使用：对于AE的功能基本了解并能够进行二维动态影像制做，软件使用与艺术设计能力一般。 2. 课堂作业：课程作业完整中等。 3. 考勤旷课1次以内，迟到、早退不超过3次。
不及格 (60以下)	1. 软件使用要求：不了解AE功能应用，工具使用能力低，不能将软件使用与艺术设计思想结合。 2. 课堂作业：课程作业未完成或未达到基本技术要求。 3. 考勤旷课3次以上或迟到、早退超过5次。

2. 期末成绩（占总成绩的60%）：采用百分制。期末大作业考核模块、考核内容、题型

和分值分配情况请见下表：

考核模块	考核内容	主要题型	支撑目标	分值
二维动态影像短片设计的内容	二维动态影像短片设计作品内容具有主题性、合理性。	设计题：二维动态影像短片设计作品	目标一 目标二 目标三 目标四	30
	二维动态影像短片设计作品内容选择具有新颖、创意性。			
二维动态影像短片设计的合理应用	二维动态影像短片设计作品中元素的合理应用。			70
	视频作品分镜形式新颖或具有一定的形式美法则，突出重点。			
	二维动态影像形式与内容结合紧密，画面具有统一性。			

六、教学安排及要求

序号	教学安排事项	要 求
1	授课教师	职称：助教/讲师/副教授/教授 学历（位）：硕士以上 其他：无
2	课程时间	周次：8周 节次：4节(为保障本课程顺利衔接、设计思路不间断，需4节课连排)
3	授课地点	<input type="checkbox"/> 教室 <input checked="" type="checkbox"/> 实验室 <input type="checkbox"/> 室外场地 <input type="checkbox"/> 其他：
4	学生辅导	线上方式及时间安排：企业微信，课后（开课后时间另行安排） 线下地点及时间安排：实验室(开课后时间另行安排)

七、选用教材

[1]张凡主编：《After Effects CC 2015 中文版基础与实例教程（第 5 版）》，机械工业出版社，2018 年 11 月。

八、参考资料

[1] 王红卫主编：《After Effects 影视动画特效及栏目包装 200+AE 影视特效制作 208 例》，机械工业出版社，2016 年 5 月。

网络资料

[1]After Effect教程：<http://helpx.adobe.com/cn/after-effects/tutorials.html>

[2]插件网：<http://plus.aemoban.com>

其他资料

大纲执笔人：陈涵懿

讨论参与人：何帅森

系（教研室）主任：何帅森

学院（部）审核人：何帅

《网页设计》教学大纲

一、课程基本信息

课程类别	专业课程	课程性质	理论	课程属性	必修
课程名称	网页设计		课程英文名称	Web Design	
课程编码	G02XB05E		适用专业	视觉传达设计	
考核方式	考查		先修课程	设计心理学、插画设计	
总学时	32	学分	2	理论学时	16
实验学时/实训学时/ 实践学时/上机学时			实训学时：16		
开课单位			创意设计学院		

二、课程简介

《网页设计》是视觉传达设计专业的一门专业必修课程，《网页设计》是概要介绍网页设计的主要元素和表现形式的课程。通过介绍和讲述如何利用平面设计的基本元素（图片、配色、排版、字体）进行网页页面设计及美化工作，引导学生了解网页设计的过程，帮助学生掌握Web端界面艺术创作，网页信息架构、功能策划等理论要点。同时，本课程注重引导学生从用户的需求角度出发，在遵循基本设计原则的前提下，合理增加个性化元素，运用感性和理性的手法，综合展现学生自身对艺术和审美的理解及其在网页设计中的运用，设计功能性与形式感完美统一的网页作品。

三、课程教学目标

课程教学目标		支撑人才培养规格指标点	支撑人才培养规格
知识目标	目标1: 了解并掌握网页设计的定义和基本构成，网页设计的分类，整理规划，网页界面设计的基本原则与方法、文字与图像的编排与设计、网页的色彩原则、网页设计的细节准则、网页界面信息架构的能力等。	3-1:掌握视觉设计的基本技法; 3-2:熟悉传统图案及现代图形的构成原理,并能在现代视觉传达设计中综合应用; 3-3:具备设计创意的综合表现能力,包括平面、立体、空间、色彩、材质等表达形式。	3. 视觉设计技能、图形创意能力
能力目标	目标2: 在实践中提升网页设计相关软件的应用能力,掌握网页设计的流程、网页设计的信息架构与设计规范,网页设计构成元素的创意表现形式、网页设计的功能性、网页设计的个性化因素等。	4-1:熟悉二维平面设计软件的操作与应用。 4-2:熟悉多媒体制作等软件的操作与应用,具备设计软件的操作与应用能力。	4. 设计软件的应用能力

素质目标	<p>目标3: 通过本课程的学习,培养学生作为网页设计师应具备的理论基础与实践动手能力。注重培养学生基于以人为本的用户需求的前提下,遵循基本设计规范,同时对设计元素的可视化及个性化的体现,形成高效、准确的信息转化及功能性的展现。培养作为设计师应具备的创意思维与内容转化能力。</p>	<p>2-1: 具备与本专业相关的市场调研的能力。</p> <p>2-2: 具备与本专业相关的客户沟通的能力。</p> <p>2-3: 具备与本专业相关的设计表现的能力。</p> <p>2-4: 具备与本专业相关的电脑制图等的的能力。</p>	2. 职业技能
------	--	---	---------

四、课程主要教学内容、学时安排及教学策略

(一) 理论教学

教学模块	学时	主要教学内容与策略	学习任务安排	支撑课程目标
网页设计概述	2	<p>重点: 认识网站、网页的定义与基本构成、网页的分类、网页设计的特点、网页设计的整理规划、网页设计的发展趋势。</p> <p>难点: 不同类型的网页的特点、网页设计的流程及不同阶段。</p> <p>思政元素: 通过对中国网页设计的作品分析讲解、使同学们分析具有中国特色的网页设计元素、以及国内网页设计的热点趋势。</p> <p>教学方法与策略: 线下教学。课堂主要运用讲授法 对网页设计概论的要点、流程阶段、发展趋势等内 容展开教学,从而启发学生掌握网页设计的基础理 论知识及创作过程与方法。</p>	<p>课前: 了解网页设计的概念及制作过程</p> <p>课堂: 讨论不同网页的特点及要点</p> <p>课后: 结合实例,巩固相关理论知识</p>	目标1 目标3

<p>用户体验研究</p>	<p>2</p>	<p>重点：以人为本的用户需求、以用户为中心的设计方法、以用户为中心的页面设计。</p> <p>难点：用户体验的概念、如何识别用户目标、如何准确获得用户的需求。</p> <p>思政元素：引导学生进行用户与设计师角色的相互转换，深入了解以人为本的概念，提升学生知识转化的能力。</p> <p>教学方法与策略：线下教学。课堂主要运用讲授法讲授用户体验研究的要点及方法，并结合具体案例讨论分析，使学生了解用户体验研究在网页设计前期阶段的重要性。</p>	<p>课前：了解用户体验研究的概念</p> <p>课堂：结合实例讨论用户体验研究在网页设计前期的意义</p> <p>课后：根据自己拟定的主题进行用户体验研究的调研</p>	<p>目标1 目标3 目标4</p>
<p>信息架构设计</p>	<p>2</p>	<p>重点：网页信息架构的概念、网站整体结构到界面架构、原型图的概念</p> <p>难点：信息内容的组织与架构、高低保真原型图的制作、提升网页用户体验的交互技巧</p> <p>教学方法与策略：线下教学。课堂主要运用讲授法使学生掌握信息架构的概念、种类及流程。结合具体案例对信息架构设计的要点进行拓展，从而使学生在掌握信息架构设计的理论及方法。</p>	<p>课前：了解信息架构的概念</p> <p>课堂：结合用户体验研究的用户需求，分析信息架构的要点</p> <p>课后：搜寻网站的信息架构高低保真原型图</p>	<p>目标1 目标3</p>

<p>网页界面设计的细节内容</p>	<p>4</p>	<p>重点： 网站形象与广告语、导航系统、主页及页脚</p> <p>难点： 网页页面的组成、网页中按键图标的设置、Banner设计</p> <p>教学方法与策略： 线下教学。课堂主要运用讲授法。在课堂上讲授网站形象、页面及控件的组成与设置，引导学生根据相关主题及设计规范组构自己的设计，寻找相关的设计元素，并将其可视化。</p>	<p>课前：了解不同类型的网站所展示给用户的形象</p> <p>课堂：结合具体案例，分析网页页面的组成</p> <p>课后：结合课堂所学理论，组构个人所选主题的网页界面构成元素</p>	<p>目标1 目标3 目标4</p>
<p>网页界面设计的基本原则与方法</p>	<p>4</p>	<p>重点： 网页界面设计的基本原则、界面结构及基本类型、文字、图像及色彩的选择、编排与设计、界面的布局原理。</p> <p>难点： 网页界面设计的优先级、响应式布局设计、文字、图像及色彩的使用准则。</p> <p>思政元素： 在讲授并引导学生遵循设计规范的前提下，培养学生独立思考，提升创意思维的能力。</p> <p>教学方法与策略： 线下教学。课堂主要运用讲授法讲授网页界面设计的要点元素的基本规范，辅以案例引导学生对案例的优缺点进行分析，根据设计主题，在遵循网页界面设计准则的前提下，进行网页界面设计。</p>	<p>课前：了解网页界面设计的基本元素及设计原则</p> <p>课堂：结合设计原则对网页界面设计进行分析并创新</p> <p>课后：网页界面设计元素组构训练</p>	<p>目标1 目标3 目标4</p>

<p>网页设计 视觉设计 要点与风格</p>	<p>2</p>	<p>重点：视觉的有效性、视觉的创意、网页的视觉风格</p> <p>难点：视觉的流程、网页的风格、视觉的层级关系、页面及各元素之间的共识。</p> <p>教学方法与策略：线下教学。课堂主要运用讲授法，对网页设计的相关要点内容进行回顾性的总结与补充。引导学生根据要点知识，对自己的设计作品进行查漏补缺，并进行视觉上的创新，提升网页设计作品的整体效果。</p>	<p>课前：思考并分析自己的网页设计作品的优缺点</p> <p>课堂：根据所学内容，思考自己的网页设计作品应如何改进</p> <p>课后：结合课堂所学知识，对自己的网页设计作品进行修改</p>	<p>目标1 目标3 目标4</p>
--------------------------------	----------	---	--	----------------------------

(二) 实践教学

实践类型	项目名称	学时	主要教学内容	项目类型	项目要求	支撑课程目标
上机	用户体验研究	2	<p>重点：确定作品主题、开展用户研究</p> <p>难点：基于以人为本的用户需求进行用户调研，找准用户需求转化为网页设计。通过同类型网页的竞品分析，找寻优势点与创新点。</p>	设计	确定作品主题、对相关用户群体进行调研，找寻不少于10个同类型网页进行竞品分析，并以PPT的形式总结调研结果。	目标2 目标3 目标4
上机	信息架构设计	4	<p>重点：低保真原型图制作</p> <p>难点：网页页面的信息架构、页面之间</p>	设计	基于前期用户研究的调研结	目标2 目标3 目标4

			的跳转与交互		果，对相关的主题网页的信息进行架构，并以低保真原型图的形式呈现。	
上机	网页界面设计	4	<p>重点：网页界面设计</p> <p>难点：网页形象设计、文字、图像及色彩的设计、信息布局设计</p> <p>思政元素：引导学生在遵循基本设计规范的同时，思考如何在网页设计中利用中国化的设计元素，体现中国化创新的网页形象</p>	设计	在信息架构的基础上，思考网页形象，对文字、图像及色彩进行布局。	目标2 目标3 目标4
上机	网页界面细节要点设计	4	<p>重点：首页展示、尾页设计</p> <p>难点：不同页面的信息层级、Banner设计、页面按键的布局与设计</p>	设计	设计网页的首页及尾页，对网页的信息层级进行划分，组成网页整体。为首页设计Banner，为页面中的控件进行布局与设计。	目标1 目标2 目标3
上机	网页界面视觉风格设计	2	<p>重点：网页的视觉创意，网页的视觉有效性</p> <p>难点：引导学生从视觉的角度上回顾并修改自己的网页设计作品，从用户的角度上思考：网页的视觉流程是怎样的，网页的视觉层级如何划分，网页作品的是否有视觉有效性。</p>	设计	从视觉的角度上对作品进行查漏补缺，最终以整体作品的形式展示，并以PPT的形式对作品进行汇	目标1 目标2 目标3 目标4

					报讲解。	
备注： 项目类型填写验证、综合、设计、训练等。						

五、学生学习成效评估方式及标准

考核与评价是对课程教学目标中的知识目标、能力目标和素质目标等进行综合评价。在本课程中，学生的最终成绩是由平时成绩、期末成绩两个部分组成。

1. 平时成绩（占总成绩的40%）：采用百分制。考勤（占10%）、平时作业（占20%）、作品汇报（占10%）三个部分。评分标准如下表：

等级	评分标准
	1.考勤；2.平时作业；3.作品汇报
优秀 (90~100分)	1. 考勤无迟到、早退和旷课（请假不计）。 2. 平时作业符合用户调研及信息架构的标准，符合网页设计的设计规范。信息规划及表现合理，作品具有个性化创意和功能性。 3. 作品汇报内容完整，讲解思路清晰，逻辑性强。
良好 (80~89分)	1. 考勤无旷课，迟到、早退不超过1次。（请假不计）。 2. 平时作业符合用户调研及信息架构的标准，符合基本的网页设计规范。信息规划及表现基本合理，作品具有一定的个性化创意和功能性。 3. 作品汇报内容基本完整，讲解思路清晰，逻辑性强。
中等 (70~79分)	1. 考勤无旷课，迟到、早退不超过2次。（请假不计）。 2. 平时作业基本符合用户调研及信息架构的标准，符合基本的网页设计规范。信息规划及表现基本合理，作品具有一定的个性化创意和功能性，但仍需要提升作品的表现形式及质量。 3. 作品汇报内容部分完整，讲解思路不够清晰，但仍具有逻辑性。
及格 (60~69分)	1. 考勤无旷课，迟到、早退不超过3次。（请假不计）。 2. 平时作业基本符合用户调研及信息架构的标准，符合基本的网页设计规范。信息规划及表现基本合理，作品表现形式有所欠缺，但仍具有一定的个性化创意和功能性。 3. 作品汇报内容部分完整，讲解思路不够清晰，但仍具有逻辑性。
不及格 (60以下)	1. 考勤旷课3次以上或迟到、早退超过5次。（请假不计）。 2. 平时作业未完成或未达到基本技术要求。 3. 作品汇报内容不完整，讲解思路不清晰，没有逻辑。

2. 期末考试（占总成绩的60%）：采用百分制。具体考核内容、题型与分值分配情况见下表：

考核	考核内容	主要	支撑	分值
----	------	----	----	----

模块		题型	目标	
信息架构设计	基于在以人为本的用户需求，对网页的类型、内容和受众有充分的调研研究，设计作品符合主题和市场及用户需求。	网页设计作品	目标1	30
	对网页设计的结构有深入的研究，功能板块搭建有逻辑，有一定的信息表达能力，并符合网页设计的基本规范。		目标2	
网页界面设计	网页设计的布局编排、文字、图像及色彩搭配符合设计准则；主题表达明确，作品有创新点，具有一定艺术美感。		目标1	30
	页面层级明确；视觉层级清晰，具有视觉有效性，通过设计能体现明确的网站形象。		目标2 目标3	
作品构思与制作	对网页主题有明确的定位和设计方案，并有逐步推进的过程。		目标1	30
	设计作品内容及元素完整，符合网页设计的基本页面设置。		目标2 目标3	
作品展示	制作展示海报对网页设计作品进行整体效果展示。			
	制作PPT，对作品整体进行讲解，逻辑清晰，思路流畅。		目标2 目标3	10

六、教学安排及要求

序号	教学安排事项	要 求
1	授课教师	职称：助教/讲师/副教授/教授 学历（位）：硕士及以上 其他：无
2	课程时间	周次：1-8 节次：4, 理论学时2节连排，上机学时需4节连排。
3	授课地点	<input type="checkbox"/> 教室 <input checked="" type="checkbox"/> 实验室 <input type="checkbox"/> 室外场地 <input type="checkbox"/> 其他：
4	学生辅导	线上方式及时间安排：企业微信（开课后时间另行安排） 线下地点及时间安排：实训室，授课教师办公室（开课后时间另行安排）

七、选用教材

[1]何丽平. 网页界面艺术设计（第2版）. 北京：清华大学出版社，2021年1月.

[2]封瑾，刘隽，张立. 网页设计. 北京：中国轻工出版社，2020年11月.

八、参考资料

[1]姜鹏、郭晓倩. 形·色—网页设计法则及实例指导. 北京：人民邮电出版社，2017

年11月.

[2]张晓景. 网站布局与网页配色设计. 北京: 人民邮电出版社, 2018年7月.

[3]李万军. 用户体验设计. 北京: 人民邮电出版社, 2018年7月.

网络资料

[1]站酷, <https://www.zcool.com.cn/>

[2]Behance, <http://www.lookxyz.cn/>

[3]UICN用户体验设计平台, <https://www.ui.cn/>

其他资料

[1] 超星学习通

大纲执笔人: 邱丽平

讨论参与人: 刘奕君

系(教研室)主任: 何帅森

学院(部)审核人: 何帅

《市场营销学》教学大纲

一、课程基本信息

课程类别	专业拓展选修课程	课程性质	理论	课程属性	选修
课程名称	市场营销学		课程英文名称	Marketing	
课程编码	G01ZX18C		适用专业	视觉传达设计	
考核方式	考查		先修课程	无	
总学时	32	学分	2	理论学时	28
实验学时/实训学时/ 实践学时/上机学时			实训学时：4		
开课单位			商学院		

二、课程简介

《市场营销学》是视觉传达设计专业的一门专业拓展选修课程，是一门理论与实践密切结合的课程。本课程的主要任务是通过全面系统地教授市场营销学的基本理论和知识，使学生能较好的掌握市场营销学的基本技能和方法，充分认识在经济全球化背景下加强企业营销管理的重要性，了解并分析市场营销环境，研究市场购买行为，制定市场营销组合策略，学会组织和控制市场营销活动的基本程序和方法，培养正确分析和解决市场营销管理问题的实践能力，使学生能够较好地满足市场营销管理实践的需要，更好地开展企业市场营销活动。

三、课程教学目标

课程教学目标		支撑人才培养规格指标点	支撑人才培养规格
知识目标	目标1: 学生需系统掌握市场营销学的专业理论知识与方法。	2-1: 具备与本专业相关的市场调研的能力。 2-2: 具备与本专业相关的客户沟通的能力。	2. 职业技能
能力目标	目标2: 学生能运用市场营销相关的分析方法分析企业内外部环境，进行有效的营销策划，开展市场营销活动。	5-2: 能够通过调研分析，确定品牌形象定位，进行品牌形象策划、品牌推广与媒介策略，最终实施品牌推广设计。	5. 商业设计和推广能力
专业素质	目标3: 具备发现组织管理和营销问题的能力，能够充分运用营销理论分析和解决企事业单位市场营销实际问题。	1-4: 具有较好的创新创业能力；	1. 综合素质能力 8. 终身学习的能力

质		8-2:具备持续学习的能力,做到与时俱进,使专业能力不断更新迭代,适应时代的要求。	
---	--	---	--

四、课程主要教学内容、学时安排及教学策略

(一) 理论教学

教学模块	学时	主要教学内容与策略	学习任务安排	支撑课程目标
市场营销学概述与演变史	6	<p>重点: 市场营销的基本含义及相关概念。掌握营销观念的概念与特点,了解营销观念背后的历史背景以及区分传统营销观念和现代营销观念的区别;掌握营销组合概念及4P、4C、4R的内容和意义。</p> <p>难点: 相关概念的准确理解;掌握营销组合概念及4P、4C、4R的内容和意义。</p> <p>思政元素: 中国特色</p> <p>教学方法与策略: 以PPT课件线下教学为主讲解基本概念、原理,辅之以案例、视频加深学生对基本概念的理解;课堂中引导学生思考、讨论,鼓励学生踊跃发言以激发学生兴趣和热情。</p>	<p>课前: 自行预习</p> <p>课堂: 引导学生踊跃发言,表达思想</p> <p>课后: 自行复习</p>	目标1 目标2
战略计划与营销管理	4	<p>重点: 战略业务单位的建立以及如何安排业务组合;评估各战略单位,决定是否发展、维持、缩减、淘汰;不同类型的业务的投资发展战略。</p> <p>难点: 战略业务单位的建立以及如何安排业务组合;评估各战略单位,决定是否发展、维持、缩减、淘汰;不同类型的业务的投资发展战略。</p> <p>思政元素: 中国国家战略</p> <p>教学方法与策略: 以PPT课件线下教学为主讲解基本概念、原理,辅之以案例、视频加深学生对基本概念的理解;课堂中设置问题,引导学生思考、讨论,鼓励学生踊跃发言以激发学生兴趣和热情。</p>	<p>课前: 自行预习</p> <p>课堂: 引导学生踊跃发言,表达思想</p> <p>课后: 自行复习</p>	目标1 目标2
营销环境分析	4	<p>重点: 微观市场营销环境内涵;宏观市场营销环境内涵;各环境要素是如何影响企业市场营销活动的;分析营销环境的目的。</p> <p>难点: 微观市场营销环境内涵;宏观市场营销环境内涵;各环境要素是如何影响企业市场营销活动的。</p> <p>思政元素: 关注宏观经济环境</p> <p>教学方法与策略: 以PPT课件线下教学为主讲解基本概念、原理,辅之以案例、视频加深学生对基本概念的理解;课堂中设置问题,引导学生思考、讨论,鼓励学生踊跃发言以激发学生兴趣和热情。</p>	<p>课前: 自行预习</p> <p>课堂: 引导学生踊跃发言,表达思想</p> <p>课后: 自行复习</p>	目标1 目标2 目标3

目标营销与市场竞争战略	4	<p>重点：市场细分原理与依据；市场定位方式与战略；识别竞争者的主要方法；竞争战略的基本类型。</p> <p>难点：市场细分原理与依据；市场定位方式与战略；竞争战略的基本类型。</p> <p>思政元素：关注国家政策动态</p> <p>教学方法与策略：以PPT课件线下教学为主讲解基本概念、原理，辅之以案例、图片加深学生对基本概念的理解；课堂中设置问题，引导学生思考、讨论，鼓励学生踊跃发言以激发学生兴趣和热情。</p>	<p>课前：自行预习</p> <p>课堂：引导学生踊跃发言，表达思想</p> <p>课后：自行复习</p>	<p>目标1</p> <p>目标2</p> <p>目标3</p>
产品与定价策略	4	<p>重点：产品整体概念的主要层次；产品组合的主要策略；产品生命周期各阶段的营销策略；影响企业定价的主要因素；企业定价策略的主要内容。</p> <p>难点：产品组合的主要策略；产品生命周期各阶段的营销策略；企业定价的主要方法；企业定价策略的主要内容。</p> <p>思政元素：创新精神</p> <p>教学方法与策略：以PPT课件线下教学为主讲解基本概念、原理，辅之以案例、图片加深学生对基本概念的理解；课堂中设置问题，引导学生思考、讨论，鼓励学生踊跃发言以激发学生兴趣和热情。</p>	<p>课前：自行预习</p> <p>课堂：引导学生踊跃发言，表达思想</p> <p>课后：自行复习</p>	<p>目标1</p> <p>目标2</p> <p>目标3</p>
分销与促销策略	6	<p>重点：分销策略的设计和管理；渠道冲突的主要类型；电商时代的渠道系统；销组合的构成及影响因素；广告策略；销售促进策略。</p> <p>难点：分销策略的设计和管理；渠道冲突的主要类型；促销组合的构成及影响因素；销售促进策略。</p> <p>思政元素：爱国主义。</p> <p>教学方法与策略：以PPT课件线下教学为主讲解基本概念、原理，辅之以案例、图片加深学生对基本概念的理解；课堂中设置问题，引导学生思考、讨论，鼓励学生踊跃发言以激发学生兴趣和热情。</p>	<p>课前：自行预习</p> <p>课堂：引导学生踊跃发言，表达思想</p> <p>课后：自行复习</p>	<p>目标2</p> <p>目标3</p>

(二) 实践教学

实践类型	项目名称	学时	主要教学内容	项目类型	项目要求	支撑课程目标
调查	营销策划方案撰写	4	<p>重点：设计市场调查问卷；展开调研，搜集数据；清理数据并进行营销分析；撰写调查报告和营销策划方案；制作PPT进行汇报</p> <p>难点：设计市场调查问卷；撰写调查报告和营销策划方案；制作PPT进行汇报</p> <p>思政元素：实事求是；工匠精神；科学精神、创新创业精神。</p>	设计	学生选择一款产品进行营销策划，含市场调研分析、宏观环境分析、SWOT分析等内容	<p>目标1</p> <p>目标2</p> <p>目标3</p>
备注：项目类型填写验证、综合、设计、训练等。						

五、学生学习成效评估方式及标准

考核与评价是对课程教学目标中的知识目标、能力目标和素质目标等进行综合评价。在本课程中，学生的最终成绩是由平时成绩与期末报告等两个部分组成。

1.平时成绩（占总成绩的40%）：采用百分制，平时成绩分由作业（占30%）和考勤（占10%）两个部分所构成。评分标准如下表：

等级	评分标准
	1.平时作业；2.考勤
90~100分	1.作业书写工整、书面整洁；90%以上的作业解答正确 2.无旷课、迟到、早退及因事请假情况。
80~89分	1.作业书写工整、书面整洁；80%以上的作业解答正确。 2.无旷课、迟到、早退情况，事假1-2次。
70~79分	1.作业书写较工整、书面较整洁；70%以上的作业解答正确。 2.旷课次数1次或迟到早退次数1-2次或事假3次。
60~69分	1.作业书写一般、书面整洁度一般；60%以上的作业解答正确。 2.旷课次数2次或迟到早退次数3-4次或事假4-5次。
60以下	1.字迹模糊、卷面书写零乱；超过40%的作业解答不正确。 2.旷课次数>2次或迟到早退次数>4次或事假次数>5次

2.期末报告（占总成绩的60%）：采用百分制。此期末报告将结合市场营销学课程中的几个重要理论，如：4P营销理论、STP理论、需求层次理论...等等数个市场营销学的重点理论，要求学生应用这些理论对目标企业进行约总字数3,000字以上的市场分析。此期末报告的考核共涵盖六个方面的内容，可以全面了解学生对市场营销学相关知识的掌握、理解程度以及应用的能力。期末报告所涵盖的内容情况请见下列表（授课教师可依情况再自行调整期末报告的内容）：

涵盖区块	占比	涵盖区块内容说明
案例理解	20%	简介该企业 / 品牌相关产业的现况，简介该企业 / 品牌的现况，说明小组为何挑选这个企业 / 品牌做为调查对象。
产品策略分析	20%	产品策略分析，主要是分析企业制定经营战略时，企业要提供什么样的产品或服务去满足消费者的要求，也就是去分析企业选择或制定该产品或服务的原因；因为企业成功与发展的关键，就在于产品或服务满足消费者的需求的程度，以及产品或服务策略正确与否。
定价策略分析	15%	定价策略分析，主要是分析企业面对消费者定价决策问题，即分析对第一次销售的产品如何定价；分析如何随时间和空间的转移，修定产品的价格以适应各种环境和机会的需要；分析如何调整价格，以及如何对竞争者的价格调整作出反应。
通路策略分析	15%	通路策略分析即为分销渠道策略分析，主要是分析企业如何成功地将产品打入市场，扩大产品的销售面，并实现企业经营目标，通路策略主要

		涉及整体的通路结构设计；通路策略的选择与管理；批发商与零售商及实体分配等内容。
促销策略	20%	促销策略分析，主要是分析企业如何通过人员推销、广告、公共关系和营业推广、销售促进...等等各种促销方式，向消费者或用户传递产品信息，引起他们的注意和兴趣，激发他们的购买欲望和购买行为，以达到扩大销售的目的。
其他	10%	如排版、格式、图文排列...等等。

3. 期末报告的成绩评估方式，将分为案例理解占比20%、产品策略分析占比20%、定价策略分析占比15%、通路策略分析占比15%、促销策略分析占比20%、其他（如排版与格式）占比10%的比例做为评分的指标。期末报告评分标准情况请见下列表：

分数	评分标准
90~100分	调研报告排版工整且图文并茂；；表现出对实际问题有较强的分析能力和概括能力；材料翔实可靠，有说服力。90%以上的内容符合规定与要求。
80~89分	调研报告排版工整且图文并茂；论点正确，论据可靠；对事物有一定的分析能力和概括能力；能运用所学理论知识阐述有关问题。80%以上的内容符合规定与要求。
70~79分	调研报告排版较为工整且图文并茂；观点正确，论述基本正确；材料能说明观点；能较好运用所学理论知识阐述有关问题。70%以上的内容符合规定与要求。
60~69分	调研报告排版一般，图文编排一般；观点基本正确；能对观点进行一定的论述。60%以上的内容符合规定与要求。
60以下	调研报告排版零乱，或是出现过多剽窃及抄袭内容；基本观点有错误或主要材料不能说明观点。超过40%以上的内容不符合规定与要求或诸多错误。

六、 教学安排及要求

序号	教学安排事项	要 求
1	授课教师	职称：讲师及以上 或 学历（位）：硕士研究生及以上 其他：无
2	课程时间	周次：无 节次：无
3	授课地点	<input checked="" type="checkbox"/> 教室 <input type="checkbox"/> 实验室 <input type="checkbox"/> 室外场地 <input type="checkbox"/> 其他：
4	学生辅导	线上方式及时间安排：跟学生沟通确定后再通知 线下地点及时间安排：跟学生沟通确定后再通知

七、 选用教材

[1]郭国庆主编：《市场营销学通论》（第8版），中国人民大学出版社，2020年1月。

八、参考资料

[1]菲利普·科特勒、加里·阿姆斯特朗着：《市场营销学原理》（第9版），清华大学出版社，2017年3月版。

网络资料

[1]中国营销传播网 <http://www.emkt.com.cn/>

[2]梅花网 <https://www.meihua.info/>

大纲执笔人：沈圣伦

讨论参与者：贾瑶、许倩

系（教研室）主任：罗芳

学院（部）审核人：罗卫国

《图形创意》教学大纲

一、课程基本信息

课程类别	专业拓展选修课程	课程性质	理论	课程属性	选修
课程名称	图形创意		课程英文名称	Creative Graphics	
课程编码	G02ZX15C		适用专业	视觉传达设计	
考核方式	考查		先修课程	造型基础 插画设计	
总学时	32	学分	2	理论学时	8
实验学时/实训学时/ 实践学时/上机学时			实训学时：24		
开课单位			创意设计学院		

二、课程简介

《图形创意》是视觉传达设计专业的一门专业拓展选修课程，是一门理论与实践密切结合的课程。本课程的任务是训练培养学生对图形的想象力、创意思维能力以及形式美原则的应用能力，培养设计观念、创造多元的构形设计方法，使学生有意识观察客观世界，从生活中积累知识，发现创意元素，在学习和创造中构建广泛的知识结构，加深对图形语言重要性的认知，是后续专业课程学习的基础。是品牌形象系统设计、UI界面设计、二维动态影像设计等专业课程的基础和前提。

三、课程教学目标

课程教学目标		支撑人才培养规格指标点	支撑人才培养规格
知识目标	目标1: 使学生对图形创意的知识有较为全面的了解，把握图形创意原则与图形创意表现方法，更好地开拓思维想象力，培养设计观念、创造多元的构形设计方法。	3-1:掌握视觉设计的基本技法 3-2:熟悉传统图案及现代图形的构成原理，并能在现代视觉传达设计中综合应用 3-3:具备设计创意的综合能力,包括平面、立体、空间、色彩、材质等表达形式	3. 视觉设计技能、图形创意能力

能力目标	目标2: 培养学生独立设计调研、资料查询能力。以开拓视野、扩大信息量、增强趣味性为前提,分析大量优秀案例作品,达到培养学生的调研和资料整合能力,为后续课程的学习奠定良好的基础。	6-1: 具备独立进行设计调研、资料查询、文献检索,运用现代信息技术获取相关信息。	6. 调研与资料整合能力
素质目标	目标3: 图形创意课程的德育目标是帮助学生树立正确的艺术观和价值观,能用视觉图形语言传播和践行社会主义核心价值观;引导学生构建中华优秀传统文化与图形创意的价值关联;引导学生具有高度的社会责任感。	1-1: 热爱祖国,牢固树立正确的世界观、人生观和社会主义核心价值观。 1-2: 具有良好的道德修养。 1-3: 具有高度的社会责任感。 1-4: 具有较好的创新创业能力。	1. 综合素质能力
	目标4: 通过本课程的学习,加深学生对图形语言重要性的认识,培养作为一个设计专业学生必须具备的与时俱进的学习精神和创新精神,更自然衔接到其他专业,以适应社会 and 市场需求。	8-2: 具备持续学习的能力,做到与时俱进,使专业能力不断更新迭代,适应时代的要求。	8. 终身学习的能力

四、课程主要教学内容、学时安排及教学策略

(一) 理论教学

教学模块	学时	主要教学内容与策略	学习任务安排	支撑课程目标
图形创意概述	2	重点: 了解图形设计的概念,理清图形设计的分类,掌握图形设计的功能。 难点: 图形创意的概念掌握及图形语言的特征。 思政元素: 介绍图形的起源与发展,了解认识传统图形及现代图形创意的作品,培养学生对传统文化的认识及探索能力。 教学方法与策略: 线下教学。对于图形的概念、在课堂上予以讲授。课堂主要运用讲授法和案例法开展教学,辅以启发式提问拓宽学生学习思路。	课前: 预习图形创意的概念 课堂: 讨论图形设计的分类 课后: 复习相关知识	目标2 目标3 目标4

图形的创意思维	2	<p>重点：使学生通过对本章节的学习，认识图形的创意思维的相关知识，并能掌握图形创意思维的思维方法。</p> <p>难点：图形创意思维训练，掌握图形创意的组织方法。</p> <p>思政元素：将“文化自信”、“创新精神”引入图形创意课程的教学。在讲解图形创意方法时，选取中华优秀传统文化图形，向学生展示中华优秀传统文化的智慧，激发学生对传统文化的探索精神，建立文化自信。</p> <p>教学方法与策略：线下教学。课堂主要运用讲授法对创意思维的过程与特点、图形创意思维训练、想象与联想等内容展开教学，从而启发学生掌握图形创意的创作过程与方法。</p>	<p>课前：了解图形的创意思维</p> <p>课堂：图形创意思维训练</p> <p>课后：图形创意思维实践训练。</p>	<p>目标2</p> <p>目标3</p> <p>目标4</p>
图形创意的表现	4	<p>重点：使学生了解图形创意表现方面的内容，主要包括正负形、形的同构、图形的表现风格等方面，从而掌握图形创意的表现方法。</p> <p>难点：图形创意的表现训练，掌握图形创意的应用。</p> <p>思政元素：在讲解图形创意表现的基本概念时，选取具有爱国情怀的设计作品案例导入，培养学生爱国主义精神。</p> <p>教学方法与策略：线下教学。课堂主要运用讲授法。在课堂上进行头脑风暴的过程中，有意识的引导学生，根据设计主题，选择提炼相关关键词。围绕关键词寻找相关设计元素。</p>	<p>课堂：图形的表现训练</p> <p>课后：搜集图形创意的表现资料。</p>	<p>目标1</p> <p>目标2</p> <p>目标3</p> <p>目标4</p>

(二) 实践教学

实践类型	项目名称	学时	主要教学内容	项目类型	项目要求	支撑课程目标
实训	图形创意的表现—构图的基本要素	4	<p>重点：学习图形创意表现方法，了解图形创意基本设计元素，培养设计观念、创造多元的构形设计方法。</p> <p>难点：掌握图形创意的表现方法，如正负形、形的同构、图形的表现风格等。</p> <p>思政元素：通过基本视觉元素的创意训练，培养学生查阅文献并独立思考，提高学生的创新精神。</p>	设计	每位学生完成以单一图形元素“点、线、面”为基础的图形创意作品训练。	<p>目标1</p> <p>目标2</p> <p>目标3</p>
实训	图形创意的表现—形式美法则训练	4	<p>重点：了解并掌握图形的形式美法则，对称均衡，调和对比，比例，节奏韵律等相关图形创作训练。</p> <p>难点：形式美法则的准确掌握。</p> <p>思政元素：学生相关实践训练时，可将中华传统图形元素融入到图形创意设计</p>	设计	每位学生完成以“形式美法则”为主要表现形式的图	<p>目标1</p> <p>目标2</p> <p>目标3</p>

			作品中，激发学生对传统文化寻根溯源的探索精神。		形创意作品训练。	
实训	图形创意的组织结构	4	<p>重点：使学生了解图形组织结构方面的知识，主要包括比喻与象征、夸张与强调、拟人与寓意等方面，从而掌握如何将图形的组织结构运用到具体的图形创意中。</p> <p>难点：比喻与象征、夸张与强调、拟人与寓意等表现形式的准确掌握。</p> <p>思政元素：引导学生在图形创意的组织结构作品中，结合红色元素进行再设计，让学生更深刻认识到中国传统文化的底蕴。</p>	设计	每位学生对单一图形元素做重构，运用所学的组织结构完成图形创意设计	目标1 目标2 目标3 目标4
实训	图形创意的实际应用	6	<p>重点：了解图形创意在不同设计领域中的设计与运用，加深对图形语言重要性的认识，将图形创意的设计原则与构形方法应用于视觉传达设计领域。</p> <p>难点：图形创意在二维、三维视域中的设计与应用。</p> <p>思政元素：引导学生选取中华传统元素，运用图形创意的创作技巧进行设计实践。学生能自觉践行设计行业的职业精神和职业责任感。</p>	设计	每位同学创作系列（至少4个）中国元素为主题的图形创意作品设计	目标1 目标2 目标3 目标4
实训	图形创意的综合运用	6	<p>重点：了解图形创意在实际中的应用领域，主要包括招贴海报、标志设计、报纸、杂志设计、包装设计等领域应用。</p> <p>难点：图形创意在各领域的综合应用。</p> <p>思政元素：聚焦事实热点，下发以爱国主义、改革创新为主题的设计作品，小组形式完成项目，分工协作，培养学生团队协作、吃苦耐劳的优良品质，引导学生有责任意识。</p>	设计	2人一组创作一张以图形为主的招贴海报设计	目标1 目标2 目标3 目标4
备注：项目类型填写验证、综合、设计、训练等。						

五、学生学习成效评估方式及标准

考核与评价是对课程教学目标中的知识目标、能力目标和素质目标等进行综合评价。

在本课程中，学生的最终成绩是由平时成绩、期末成绩2个部分组成。

1、平时成绩（占总成绩的60%），采用百分制。考勤（占10%）、平时作品（占50%）

等级	评分标准
	1.平时作业；2.考勤

优秀 (90~100分)	1. 主题内容表现明确突出, 有独特的图形形式, 图形构成形式具有较强的创意, 图形整体美观, 作品绘制精细, 有一定的艺术性。 2. 考勤无迟到、早退和旷课 (请假不计)。
良好 (80~89分)	1. 主题内容表现较好, 有一定的图形形式, 图形构成形式具有一定的创意, 图形整体较美观, 作品绘制较精细, 有一定的艺术性。 2. 考勤无旷课, 迟到、早退不超过1次 (请假不计)。
中等 (70~79分)	1. 能够表现主题内容, 图形形式较合理, 图形构成形式具有创意, 能够把握图形整体样式, 作品绘制基本精细, 有一定的艺术性。 2. 考勤无旷课, 迟到、早退不超过2次 (请假不计)。
及格 (60~69分)	1. 基本表现主题内容, 图形形式一般, 图形构成形式基本具有创意, 基本把握图形整体样式, 作品绘制平实, 有一定的艺术性。 2. 考勤无旷课, 迟到、早退不超过3次 (请假不计)。
不及格 (60以下)	1. 主次内容表现混淆, 图形形式不明确, 图形构成形式缺少创意, 图形整体缺少美感, 作品绘制粗糙, 没有一定的艺术性。 2. 考勤无旷课, 迟到、早退超过4次 (请假不计)。

2. 期末成绩 (占总成绩的40%), 采用百分制。结课作业的考核内容、题型和分值分配情况见下表:

考核模块	考核内容	主要题型	支撑目标	分值
图形创意的内容	图形创意设计内容具有主题性、合理性	图形创意设计作品	目标1	40
	图形创意设计内容选择具有新颖、创意性		目标3	
图形创意的综合运用	图形元素的应用视觉化效果好		目标1 目标3 目标6	60
	作品构图形式新颖或具有一定的形式美法则, 突出重点			
	形式与内容结合紧密			
	配色恰当, 遵循色彩构成的视觉规律			

六、 教学安排及要求

序号	教学安排事项	要 求
1	授课教师	职称: 讲师 学历 (位): 硕士 其他:
2	课程时间	周次: 1-8周 节次: 4节
3	授课地点	<input type="checkbox"/> 教室 <input checked="" type="checkbox"/> 实验室 <input type="checkbox"/> 室外场地 <input type="checkbox"/> 其他:
4	学生辅导	线上方式及时间安排: 企业微信辅导、课余时间 线下地点及时间安排: 授课教师办公室、课程教室

七、 选用教材

[1] 邹冬芳. 图形创意与联想 (第2版) 北京工艺美术出版社, 2021年1月

[2]李平平.图形创意与表现(第2版)[M].清华大学出版社,2021年11月

八、参考资料

[1]江明.图形创意.上海人民美术出版社,2021年11月

[2]林家阳.图形创意(第2版).高等教育出版社,2021年10月

[3]顾媛媛.图形创意 山东美术出版社,2021年10月

网络资料

[1] 中国知网 <https://www.cnki.net/>

[2] 中国插画网<http://sm.cndesign.com/>

其他资料

[1] Behance <http://www.lookxyz.cn/>

[2] 站酷<https://www.zcool.com.cn/>

大纲执笔人:丁思依

讨论参与人:夏琼瑶

系(教研室)主任:何帅森

学院(部)审核人:何帅

《计算机辅助设计(PS、AI)》教学大纲

一、课程基本信息

课程类别	专业拓展选修课程	课程性质	理论	课程属性	选修
课程名称	计算机辅助设计(PS、AI)		课程英文名称	Computer Aided Design (PS、AI)	
课程编码	G02ZX06C		适用专业	视觉传达设计	
考核方式	考查		先修课程	造型基础 插画设计	
总学时	32	学分	2	理论学时	8
实验学时/实训学时/ 实践学时/上机学时			上机学时：24		
开课单位			创意设计学院		

二、课程简介

《计算机辅助设计(PS、AI)》是视觉传达设计的一门专业选修课程,主要介绍 Adobe Photoshop以及Adobe Illustrator的相关知识,包括编辑和绘制图像、创建并编辑选区、应用图层、图像描绘的方法和技巧、修饰图像、调整图像色彩、添加并编辑文字、使用通道与蒙版、使用滤镜、使用矢量工具和路径、自动化与输出、Photoshop综合应用、Illustrator综合应用等,培养学生掌握对于图书封面、平面广告设计、UI设计、图片处理等领域中应用软件进行艺术作品创作的技巧。课程主要采用案例的形式对知识点进行讲解。课程主要采用案例的形式对知识点进行讲解,使学生在学完本课程后在艺术、计算机运用、思维想象等方面得到全方面的训练,培养学生高尚的审美观和美感,同时能使学生掌握一定的图形图像编辑与制作的技巧,能够解决一些实际的问题。

三、课程教学目标

课程教学目标		支撑人才培养规格指标点	支撑人才培养规格
知识目标	目标1: 通过系统学习使学生能做到基本掌握Photoshop及Illustrator软件的知识结构框架及要点,理解不同章节的重点和难点,掌握图形设计能力。	3-1:掌握视觉设计的基本技法 3-2:熟悉传统图案及现代图形的构成原理,并能在现代视觉传达设计中综合应用	3. 视觉设计技能、图形创意能力

能力目标	<p>目标2: 培养学生掌握运用软件进行图像处理与绘图设计的基础专业技能以及学生能够运用基础表现工具进行设计作品的综合专业能力。</p> <p>具备一定的艺术设计能力和思维能力，学习设计师对艺术设计的创作热情。</p>	<p>4-1: 熟悉二维平面设计软件的操作与应用，具备设计软件操作与应用能力。</p> <p>4-2: 熟悉多媒体制作等软件的操作与应用，具备设计软件的操作与应用能力。</p>	4. 设计软件的应用能力
素质目标	<p>目标3: 具备良好的美学修养与创新设计能力，以精神文化为本，弘扬中华民族的优良传统的的能力。在综合练习时强调学生关系国家和时事的发展，用马克思主义唯物观的正确理念引导设计思维。</p>	<p>1-1: 热爱祖国，牢固树立正确的世界观、人生观和社会主义核心价值观。</p> <p>1-2: 具有良好的道德修养。</p> <p>1-3: 具有高度的社会责任感。</p>	1. 综合素质能力

四、课程主要教学内容、学时安排及教学策略

(一) 理论教学

教学模块	学时	主要教学内容与策略	学习任务安排	支撑课程目标
Adobe Photoshop编辑和绘制图像	1	<p>重点: 掌握ps软件图像处理的基本操作; 掌握绘图颜色的设置方法; 掌握画笔工具组的使用方法。</p> <p>难点: 掌握画笔工具组的设置和使用方法。</p> <p>思政元素: 介绍软件发展历史及一些伟人做的贡献, 激发大家探讨人生观与价值观。</p> <p>教学方法与策略: 多媒体课堂讲授及板书; 课堂讨论; 上机实操。对于思想、原理在课堂上予以讲授, 软件熟悉与安排上机实践。课堂运用主要运用讲授法和案例法开展教学, 辅以启发式提问拓宽学生学习思路。</p>	<p>课前、课堂: 实施教学策略</p> <p>课后: 复习掌握画笔工具组的使用</p>	目标2
创建并编辑选区	1	<p>重点: 掌握规则选取的创建方法; 掌握不规则选取的创建方法; 掌握调整选区的各种技巧。</p> <p>难点: 掌握使用不同抠图工具创建选区的方法; 掌握调整选区的各种技巧。</p> <p>思政元素: 选取积极向上主体的素材, 引导学生发现生活中的真、善、美。</p> <p>教学方法与策略: 多媒体课堂讲授及板书; 课堂讨论; 上机实操。对于思想、原理在课</p>	<p>课前: 预习规则选取的创建方法</p> <p>课堂: 实施教学策略</p> <p>课后: 复习调整选区的各种技巧</p>	目标2

		<p>堂上予以讲授，软件熟悉与安排上机实践。课堂运用主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。</p>		
应用图层与调整图像色彩	1	<p>重点：掌握对图层进行编辑的方法；掌握设置图层混合模式和设置不透明度的方法。</p> <p>难点：握图层的编辑与管理方法。熟悉使用变化、去色、色调分离、色阶、曲线等掌握调整颜色的方法。</p> <p>思政元素：加入传统文化的素材进行爱国主义教育。</p> <p>教学方法与策略：多媒体课堂讲授及板书；课堂讨论；上机实操。对于思想、原理在课堂上予以讲授，软件熟悉与安排上机实践。课堂运用主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。</p>	<p>课前：了解什么是图层</p> <p>课堂：实施教学策略</p> <p>课后：复习图层进行编辑的方法</p>	目标2
使用通道与蒙版、滤镜	1	<p>重点：掌握创建矢量蒙版、剪贴蒙版和图层蒙版的方法；熟悉蒙版、滤镜的编辑方法。</p> <p>难点：掌握图层蒙版的创建与编辑方法。</p> <p>思政元素：加入红色文化的素材进行爱国主义教育。</p> <p>教学方法与策略：多媒体课堂讲授及板书；课堂讨论；上机实操。对于思想、原理在课堂上予以讲授，软件熟悉与安排上机实践。课堂运用主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。</p>	<p>课前：了解什么是矢量蒙版</p> <p>课堂：实施教学策略</p> <p>课后：复习蒙版的编辑方法</p>	目标2
Adobe Illustrator 软件简介	1	<p>重点：Illustrator形状编辑和钢笔工具的应用。</p> <p>难点：钢笔工具应用。</p> <p>思政元素：介绍软件发展历史及一些伟人做的贡献，激发大家探讨人生观与价值观。</p> <p>教学方法与策略：多媒体课堂讲授及板书；课堂讨论；上机实操。对于思想、原理在课堂上予以讲授，软件熟悉与安排上机实践。课堂运用主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。</p>	<p>课前：了解AI软件的特点</p> <p>课堂：实施教学策略</p> <p>课后：复习钢笔工具的应用</p>	目标1 目标2
Adobe Illustrator 应用外观属性和图形样	1	<p>重点：熟悉 外观和图形样式应用。</p> <p>难点： 图形样式应用。</p> <p>思政元素：加入传统文化的图片素材进行案例分析。</p> <p>教学方法与策略：多媒体课堂讲授及板书；课堂讨论；上机实操。对于思想、原理在课堂上予以讲授，软件熟悉与安排上机实践。</p>	<p>课前：预习 Adobe Illustrator 外观和图形样式</p> <p>课堂：实施教学策略</p>	目标2

式		课堂运用主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。	课后：复习图形样式应用	
Adobe Illustrator 在设计中的具体应用	1	重点： Illustrator具体应用 难点： 保留文本的可编辑性、保留图层可编辑性。 思政元素： 融入“责任与担当”命题，将社会主义核心价值观同公益广告设计相结合，让学生提高专业技能的同时也树立责任担当。 教学方法与策略： 多媒体课堂讲授及板书；课堂讨论；上机实操。对于思想、原理在课堂上予以讲授，软件熟悉与安排上机实践。课堂运用主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。	课前： 预习保留文本的可编辑性 课堂： 实施教学策略 课后： 复习Illustrator具体应用	目标2
Photoshop与Illustrator之间创造性结合方式	1	重点： 如何使用两个软件进行链接文件与嵌入文件。 难点： 平面矢量图的具体应用。 思政元素： 将爱国主义融入课内作业。 教学方法与策略： 多媒体课堂讲授及板书；课堂讨论；上机实操。对于思想、原理在课堂上予以讲授，软件熟悉与安排上机实践。课堂运用主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。	课前： 复习两个软件的应用 课堂： 实施教学策略 课后： 复习两个两个软件进行链接文件与嵌入文件的方法	目标1 目标2 目标3

(二) 实践教学

实践类型	项目名称	学时	主要教学内容	项目类型	项目要求	支撑课程目标
上机	熟悉Adobe Photoshop 软件界面操作	2	重点： 界面操作的应用 难点： 基础工具应用 思政元素： 介绍软件发展历史及一些伟人做的贡献，激发大家探讨人生观与价值观。	训练	熟悉软件使用	目标1 目标2 目标3
上机	绘图练习	2	重点： 运用绘图工具绘制图形 难点： 绘图设计 思政元素： 绘制中国古代经典花纹纹样，了解中国传统文化。	训练	掌握	目标1 目标2 目标3
上机	图形选取与合成练习	2	重点： 蒙版与通道的综合应用 难点： 蒙版与通道的综合应用 思政元素： 将爱国主义融入课内作业。	综合	掌握	目标1 目标2 目标3
上机	Adobe Photoshop 综合应用练习	6	重点： 图形图像综合处理 难点： 图形图像综合处理 思政元素： 将社会主义核心价值观主题融入课内作业，把专业课程教育同思想政治	综合	重点掌握	目标1 目标2 目标3

			有机结合。			
上机	熟悉AI软件界面操作	2	重点： 形状工具和钢笔工具的应用 难点： 钢笔工具应用	训练	熟悉	目标1 目标2
上机	AI软件综合应用练习	2	重点： 绘图综合应用 难点： 绘图综合应用 思政元素： 以“社会主义核心价值观”主题为创作内容，围绕这一主题结合色彩情感等篇章进行操作训练。	综合	重点掌握	目标1 目标2 目标3
上机	实例设计演练——杂志广告设计	2	重点： 综合应用 难点： 综合应用 思政元素： 以传统古典音乐为内容的创作、以社会主义核心价值观为表现对象进行创作。	设计	重点掌握	目标1 目标2 目标3
上机	实例设计演练——插画设计	6	重点： 综合应用 难点： 综合应用 思政元素： 将爱国主义融入课内作业。	设计	重点掌握	目标1 目标2 目标3
备注：项目类型填写验证、综合、设计、训练等。						

五、学生学习成效评估方式及标准

考核与评价是对课程教学目标中的知识目标、能力目标和素质目标等进行综合评价。在本课程中，学生的最终成绩是由平时成绩、期末考试两个部分组成。

1. 平时成绩（占总成绩的40%）：采用百分制。平时考勤及提问（占10%）、课堂作业（占30%）两个部分。评分标准如下表：

等级	评分标准
	1.课堂提问；2.课堂作业；3.考勤
优秀 (90~100分)	1. 软件使用要求：熟练掌握PS、AI的功能应用；能够进行平面后期特效制作处理，软件使用与艺术设计思想结合完善。 2. 课堂作业：课程作业完整度高。 3. 考勤：考勤无迟到、早退和旷课（请假不计）。
良好 (80~89分)	1. 软件使用要求：熟练掌握PS软件以及基础掌握AI软件的基本功能；能够合理使用软件工具进行艺术设计，使用艺术设计思想结合基本完整。 2. 课堂作业：课程作业完整较度高。 3. 考勤：考勤无旷课，迟到、早退不超过1次。（请假不计）。
中等	软件使用要求：基本掌握PS与AI软件技术，会使用滤镜，软件使用与艺术设计思想有一定结合。

(70~79分)	2. 课堂作业：课程作业完整良好。 3. 考勤：考勤无旷课，迟到、早退不超过2次。（请假不计）。
及格 (60~69分)	1. 软件使用要求：PS软件与AI软件的操作技术基本了解，基本会使用滤镜，软件使用与艺术设计能力一般。 2. 课堂作业：课程作业完整中等。 3. 考勤旷课1次以内，迟到、早退不超过3次。（请假不计）。
不及格 (60以下)	不了解PS、AI软件技术，工具使用能力低，不能将软件使用与艺术设计思想结合。 2. 课堂作业：课程作业未完成或未达到基本技术要求。 3. 考勤旷课3次以上或迟到、早退超过5次。（请假不计）。

2. 期末成绩（占总成绩的60%）：采用百分制。期末结课作业的考核内容、题型和分值分配情况请见下表：

考核模块	考核内容	主要题型	支撑目标	分值
使用PS与AI软件结合进行海报设计	能够根据不同设计情景要求选择合适的软件与正确的工具进行图像海报设计。	海报设计作品	目标1 目标2	20
海报内容	海报主题表达准确		目标2 目标3	15
	海报内容符合主题			15
海报形式	海报内容的选择有创新性、美学性		目标1 目标2 目标3	20
	海报构图完整、形式新颖、色彩协调，符合形式美法则			20
	配色恰当，遵循色彩构成的视觉规律			10

六、教学安排及要求

序号	教学安排事项	要 求
1	授课教师	职称：助教 学历（位）：硕士 其他：无
2	课程时间	周次：1-8周 节次：4节
3	授课地点	<input type="checkbox"/> 教室 <input checked="" type="checkbox"/> 实验室 <input type="checkbox"/> 室外场地 <input type="checkbox"/> 其他：
4	学生辅导	线上方式及时间安排：企业微信 线下地点及时间安排：实验室

七、选用教材

[1]于萌萌. Photoshop + Illustrator商业案例项目设计完全解析(第1版)[M].北京:清华大学出版社,2020年7月.

[2]孔翠,李海龙. Photoshop + Illustrator平面设计实战教程(第1版)[M].北京:人民邮电出版社,2021年10月

八、参考资料

[1]王亚全. photoshopCS6经典综合实例教程(第1版)[M].北京:印刷工业出版社,2014年12月。

[2]温静.韩小溪. Illustrator CC 2020中文版标准教程(第1版)[M].北京:中国轻工业出版社,2020年8月

网络资料

[1]Adobe Photoshop教程:<https://helpx.adobe.com/cn/photoshop/tutorials.html>

[2]Adobe Illustrator教程:

<https://helpx.adobe.com/cn/illustrator/tutorials.html>

其他资料

[1]字体天下(字体下载)<https://www.fonts.net.cn/fonts-zh-1.html>

大纲执笔人:丁思依

讨论参与人:邱丽平

系(教研室)主任:何帅森

学院(部)审核人:何帅

《创意文案写作》教学大纲

一、课程基本信息

课程类别	专业拓展选修课程	课程性质	理论	课程属性	选修
课程名称	创意文案写作		课程英文名称	Advertisement Design and Planning	
课程编码	G02ZX02C		适用专业	视觉传达设计	
考核方式	考查		先修课程	设计心理学	
总学时	32	学分	16	理论学时	16
实验学时/实训学时/ 实践学时/上机学时			实训学时：16		
开课单位			创意设计学院		

二、课程简介

《创意文案写作》是视觉传达设计专业的一门专业拓展选修课程。目前新媒体对人们的生活不断产生影响，越来越多的企业将自己的营销重心转移到新媒体领域，除了图片对观众的吸引，文案也是重要的组成部分。文案的覆盖面之广、推广能力之强，使媒体文案写作成为媒体传播从业人员需要重点掌握的技能。本课程旨在讲解文案创作与传播的相关知识，对文案概述、文案的创作、不同媒体文案的传播方法、不同行业的媒体文案案例的相关内容进行了详细的介绍，以帮助相关从业人员提高技能，从而成为一名专业、优秀的媒体文案人员。

三、课程教学目标

课程教学目标		支撑人才培养规格指标点	支撑人才培养规格
知识目标	目标1： 通过本课程的学习，学生了解媒体文案，掌握文案的相关知识，提升专业素养。	2-1：具备与本专业相关的市场调研的能力。 2-2：具备与本专业相关的客户沟通的能力。 2-3：具备与本专业相关的设计表现的能力。 2-4：具备与本专业相关的电脑制图等的的能力。	2. 职业技能

能力目标	目标2: 通过课程的学习,师学生能够利用文案帮助图形设计更好地表现主题内容。	7-1:熟悉设计程序与方法,具备视觉传达设计项目策划与组织能力。 7-2:熟悉设计程序与方法,能胜任本专业领域内设计项目的策划、创意、组织及实施。	7. 设计项目策划与管理能力
	目标3: 通过课程的学习,了解文案创作的基本流程,明确文案创作之前调研的重要性,并能利用调研了解行业情况,为进一步设计和创作做好准备。	6-1:具备独立进行设计调研、资料查询、文献检索,运用现代信息技术获取相关信息的能力。 6-2:具有较好的外语沟通能力、较好的计算机应用能力、网络检索能力。	6. 调研与资料整合能力
素质目标	目标4: 在课程过程中,需要了解文案的创作过程,包含前期调研和市场定位,并利用各种多媒体技术和手段,完成作品的创作。	5-1:了解印刷、包装和媒体传播等领域的视觉规律 5-2:能够通过调研分析,确定品牌形象定位,进行品牌形象策划、品牌推广与媒介策略,最终实施品牌推广设计。 5-3:能够根据不同终端的情况、不同客户的需求,针对界面、报纸报刊、书籍、包装、海报等版面进行编排设计与制作。	5. 商业设计和推广能力
	目标5: 通过本课程的学习,了解文案创作流程,能够在团队合作的基础上完成文案的创意和写作。	7-1:熟悉设计程序与方法,具备视觉传达设计项目策划与组织能力。 7-2:熟悉设计程序与方法,能胜任本专业领域内设计项目的策划、创意、组织及实施。	7. 设计项目策划与管理能力

四、课程主要教学内容、学时安排及教学策略

(一) 理论教学

教学模块	学时	主要教学内容与策略	学习任务安排	支撑课程目标
文案概述	2	重点: 认识新媒体文案,了解新媒体文案岗位,掌握新媒体文案创意思维。 难点: 九宫格思考法,头脑风暴法,金字塔结构法。 教学方法与策略: 线下教学。对于概念、类型等理论内容在课堂上予以讲授,重点在于理论知识的讲解。课堂运用主要运用讲授法和案例法开展教学,	课前: 学生了解相关的优秀案例 课堂: 讨论互	目标1 目标2

		辅以启发式提问和课间讨论拓宽学生学习思路。	动 课后： 归纳总结	
文案的写作技巧	2	重点： 吸引用户注意力，引起用户共鸣，说服用户。 难点： 刺激情绪，形成对比，借用故事，提出问题，制造悬疑，利用权威，提供数据。 教学方法与策略： 线下教学。对于写作技巧等理论内容在课堂上予以讲授，重点在于理论知识的讲解。课堂运用主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。	课前： 预习 课堂： 案例分析 课后： 复习	目标1 目标3
文案的写作方法	2	重点： 文案标题的写作，文案开头的写作，文案正文的写作，文案结尾的写作。 难点： 标题的写作，直接、名言、热点、修辞手法开头，正文的写作，神转折、金句、幽默、话题讨论、制造场景、引导行动结尾。 思政元素： 传统文案艺术的文化魅力分析。 教学方法与策略： 线下教学。对于文案的每部分内容等理论内容在课堂上予以讲授，重点在于对相关案例的分析。课堂运用主要运用讲授法和案例法开展教学。	课前： 优秀文案的收集 课堂： 分析文案的重要性 课后： 归纳总结	目标2 目标5
新媒体平台的文案写作	2	重点： 微信文案写作，微博文案写作，社群文案写作。 难点： 朋友圈、微信公众号文案的写作，微博文案的写作方法，社群文案的内容构建。 教学方法与策略： 线下教学。对于新媒体的专业性文案写作等理论内容在课堂上予以讲授，重点在于文案创意的体会。课堂运用主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。	课前： 文案创意的体会 课堂： 体会理解新媒体文案创意 课后： 归纳总结	目标1 目标2 目标3
其他文案的写作	2	重点： 产品文案的写作，品牌故事文案的写作，活动文案的写作，海报文案的写作，视频文案的写作，H5文案的写作。 难点： 品牌故事文案的写作要素和技巧。 思政元素： 传统文化元素在现代广告文案中的应用。 教学方法与策略： 线下教学。对于其他广告文案等理论内容在课堂上予以讲授。课堂运用主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。	课前： 文案预习 课堂： 讨论分析 课后： 复习	目标1 目标2 目标4
文案的传播	2	重点： 传播性文案的特点，新媒体文案传播的技巧，新媒体文案传播的注意事项，提高新媒体文案传播性的方法，不同新媒体平台的文案传播	课前： 文案传播过程	目标1 目标2 目标5

		<p>难点：符号化、价值化、唤醒用户痛点、善用语法引导，微信文案传播，微博文案传播，社群文案传播。</p> <p>教学方法与策略：线下教学。对于媒体文案的传播途径等理论内容在课堂上予以讲授，重点在于理论知识的应用。</p>	<p>的了解课堂： 知识讲解 课后： 复习</p>	
文案创作与传播的行业案例（上）	2	<p>重点：银行业金融机构新媒体文案的创作与传播，家居行业新媒体文案的创作与传播。</p> <p>难点：新媒体文案的创作与传播。</p> <p>教学方法与策略：线下教学。对于文案创作分析等理论内容在课堂上予以讲授，重点在于网络广告知识的讲解。</p>	<p>课前： 文案的收集 课堂： 分析讨论 课后： 复习</p>	<p>目标1 目标2 目标4</p>
文案创作与传播的行业案例（下）	2	<p>重点：运动行业新媒体文案的创作与传播，汽车行业新媒体文案的创作与传播。</p> <p>难点：新媒体文案的创作与传播。</p> <p>教学方法与策略：线下教学。对于文案创作分析等理论内容在课堂上予以讲授，重点在于网络广告知识的讲解。</p>	<p>课前： 文案的收集 课堂： 分析讨论 课后： 复习</p>	<p>目标1 目标2 目标4</p>

（二）实践教学

实践类型	项目名称	学时	主要教学内容	项目类型	项目要求	支撑课程目标
实训	优秀文案案例收集	4	<p>重点：文案的收集和欣赏</p> <p>难点：优秀文案作品赏析。</p> <p>思政元素：要求学生更加专注于中国元素的文案的收集，理解传统文化的艺术美。</p>	资料收集	要求独立完成，课堂上进行展示，并形成文字内容上交。	目标1 目标3
实训	朋友圈主题文案写作	4	<p>重点：朋友圈文案的写作。</p> <p>难点：朋友圈文案的写作重点。</p>	训练	要求独立完成，课堂上进行展示。	目标1 目标2 目标5
实训	微信公众号文案的写作	4	<p>重点：微信公众号文案的写作</p> <p>难点：微信公众号文案的吸引力</p> <p>思政元素：尽量使用一些传统的文化元素，如传统寓言、成语等方式表现。</p>	设计	要求独立完成，课堂上进行展示。	目标1 目标2 目标4
实训	产品文案的写作	4	<p>重点：产品特点的文案表现。</p> <p>难点：运用文化元素表现产品的特点。</p>	设计	要求独立完成，课堂上进行展示。	目标1 目标2 目标4
备注：项目类型填写验证、综合、设计、训练等。						

五、学生学习成效评估方式及标准

考核与评价是对课程教学目标中的知识目标、能力目标和素质目标等进行综合评价。

在本课程中，学生的最终成绩是由平时成绩、期末考试两个部分组成。

1. 平时成绩（占总成绩的30%）：采用百分制。平时成绩分作业（占20%）和考勤（占10%）两个部分。评分标准如下表：

等级	评分标准
	1.平时作业书写质量；2.考勤
优秀 (90~100分)	1. 书写作业内容完整细致，逻辑关系清楚。 2. 文案创作的创意性强，具有表现力和吸引力的双重特征。 3. 出勤率达到100%。
良好 (80~89分)	1. 书写作业内容结构完整，语句通顺流畅。 2. 文案创作的创意性较强，具有一定的表现力和吸引力。 3. 出勤率在90%—100%。
中等 (70~79分)	1. 书写作业内容基本清晰，表述有一些小错误。 2. 文案创作具有一定的创意性，表现力和吸引力不够充分。 3. 出勤率80%—90%。
及格 (60~69分)	1. 书写作业内容有方向性问题，不能阐述基本观点。 2. 文案创作的创意性、表现力、吸引力缺乏。 3. 出勤率70%—80%。
不及格 (60以下)	1. 书写作业内容态度不端正，无法达到基本的标书要求。 2. 文案创作无法表现主题内容，表达混乱。 3. 出勤率不足70%。

2. 期末考试（占总成绩的70%）：采用百分制。期末考试的考核内容、题型和分值分配情况请见下表：

考核模块	考核内容	主要题型	支撑目标	分值
主题表现	主题特点的表现	综合 训练 题目	目标1	15
	主题表现的鲜明性		目标2	10
	主题表现的趣味性		目标3	15
吸引力	表达角度新颖		目标1	10
	表达方式独特		目标2	10
	文字的表现力		目标4	10
表述方式	与其他表现的配合		目标3	15
	综合运用各种表述方式		目标4	15

六、 教学安排及要求

序号	教学安排事项	要 求
1	授课教师	职称： 助教/讲师/副教授/教授 学历（位）： 本科及以上 其他： 无
2	课程时间	周次： 1-8 节次： 4节。
3	授课地点	<input checked="" type="checkbox"/> 教室 <input type="checkbox"/> 实验室 <input type="checkbox"/> 室外场地 <input type="checkbox"/> 其他：
4	学生辅导	线上方式及时间安排： 企业微信（开课后时间另行安排） 线下地点及时间安排： 授课教室（开课后时间另行安排）

七、 选用教材

- [1] 潘勇. 新媒体文案创作与创博[M]. 北京:人民邮电出版社, 2021年8月.
[2] 陆安仁. 文案写作[M]. 北京:天津科学技术出版社, 2019年12月.

八、 参考资料

- [1] 刘西平, 黄小琴. 广告文案写作[M]. 广州:暨南大学出版社, 2017年4月.
[2] 李改霞. 文案写作活动策划[M]. 北京:清华大学出版社, 2017年11月.
[3] 胡华成. 自媒体文案写作从入门到精髓[M]. 北京:清华大学出版社, 2020年8月.
[4] 徐军. 活动策划与文案写作实用手册[M]. 北京:中国纺织出版社, 2020年5月.

网络资料

- [1] 数英站, <https://www.digitaling.com/>
[2] 广告门, <https://www.adquan.com/>
[3] TOPYS 顶尖文案, <https://www.topys.cn/>
[4] 顶尖创意人社区网站, [http:// pitchina.com.cn](http://pitchina.com.cn)

大纲执笔人：李珊珊
讨论参与人：何帅森
系（教研室）主任：何帅森
学院（部）审核人：何帅

《设计材料与工艺》教学大纲

一、课程基本信息

课程类别	专业课程	课程性质	理论	课程属性	选修
课程名称	设计材料与工艺		课程英文名称	Design materials and processes	
课程编码	G02ZX09C		适用专业	视觉传达设计	
考核方式	考查		先修课程	无	
总学时	32	学分	2	理论学时	16
实验学时/实训学时/ 实践学时/上机学时			实训课时：16		
开课单位			创意设计学院		

二、课程简介

《设计材料与工艺》是视觉传达设计专业的一门专业拓展选修课程。是一门专业性和综合性很强的设计专业课。优秀的设计只有通过合适的材料和加工技术得以实现。通过本课程的学习，使学生全面了解常用材料的性能、加工工艺及其应用范围，能从经济、实用、美观等诸因素出发，合理选用各种不同的材料，了解具有良好前景的新材料、新工艺，了解材料表面加工工艺及面饰处理，实现视觉设计中材料与功能的统一。并要求学生具有多方面的专业知识和一定水平的艺术修养，具备一定的动手能力，以及一定的项目设计能力。为正确设计出能给人以物质和精神享受现代化视觉产品打基础。

三、课程教学目标

课程教学目标		支撑人才培养规格指标点	支撑人才培养规格
知识目标	<p>目标1: 通过课堂讲授与设计实践，使学生了解视觉设计中材料设计的内容、方法。了解各类设计材料的分类和材料特性，了解简单的材料加工工艺。</p> <p>开拓思维帮助学生系统掌握相关知识，通过理论知识和实践训练方式相结合，提高学生设计审美能力、实践表现技能。</p>	<p>2-1: 具备与本专业相关的市场调研的能力。</p> <p>2-2: 具备与本专业相关的客户沟通的能力。</p> <p>2-3: 具备与本专业相关的设计表现的能力。</p> <p>2-4: 具备与本专业相关的电脑制图等的的能力。</p>	2. 职业技能
能力目标	<p>目标2: 使学生掌握材料设计的基本概念、基本理论和基本的设计技能，质感设计的形式美法则、运用原则及主要</p>	<p>3-1: 掌握视觉设计的基本技法</p>	3. 视觉设计技能、图形创意能

标	作用。从感性和理想两个方面培养学生对材料设计的想象能力、策划能力和创造能力。使学生掌握绿色设计的基本特征，绿色材料的主要内涵和评价方法。通过课题方案作业训练和辅导，结合 AutoCAD、3ds Max 软件的实际操作训练，学生能制作出完整的设计方案包括平面功能布局图、设计分析图、立面图、透视图。并让学生所掌握的专业技能能够直接应用到实际工作中。	3-2:熟悉传统图案及现代图形的构成原理，并能在现代视觉传达设计中综合应用 3-3:具备设计创意的综合表现能力，包括平面、立体、空间、色彩、材质等表达形式	力
素质目标	目标3: 通过本课程的理论和实践相结合，采用“自主·合作·探究”的教学模式、案例分析教学模式，讲授法、实地调研法、讨论教学法等理论讲授与实践训练相结合的教学方法。本课程内容与工程实践密切联系，为了达到课程的学习目的，应充实和加强以下教学环节：安排好课堂讨论和工艺作业练习；充分运用现代化教学手段，扩大课堂容量，改善教学效果。适当组织校、内外的参观实习。 应妥善处理本课程与其它相关课程(如工程制图、机械设计基础等)的关系。 注意在有关内容中及时补充新材料、新工艺、新技术、新设备等内容。	5-1: 了解印刷、包装和媒体传播等领域的视觉规律。 5-2: 能够通过调研分析，确定品牌形象定位，进行品牌形象策划、品牌推广与媒介策略，最终实施品牌推广设计。 5-3: 能够根据不同终端的情况、不同客户的需求，针对界面、报纸报刊、书籍、包装、海报等版面进行编排设计与制作。	5. 商业设计和推广能力

四、课程主要教学内容、学时安排及教学策略

理论教学

教学模块	学时	主要教学内容与策略	学习任务安排	支撑课程目标
设计材料的工艺特性	6	重点: 讲解设计材料特性的概念、内容、评价方法，通过产品图片的展示让学生从视觉上感受材料的美感，通过引用实例吸引学生的听课注意力，加深对理论知识的理解。 难点: 绿色设计方法和绿色材料在视觉设计中的应用。 思政元素: 结合实例进行讲解，让学生明白设计师的责任和义	课前: 前沿案例导入 课堂: 知识体系讲解 课后: 国内外经典展示设	目标1

		<p>务重于利益，确定绿色设计是今后设计的发展方向。</p> <p>教学方法与策略： 课程实践性强，采用“自主·合作·探究”的教学模式、案例分析教学模式，讲授法、实地调研法、讨论教学法等理论讲授与实践训练相结合的教学方法。通过使用计算机多媒体技术与实验室教学，使学生最直观接收更多知识信息，并能够熟练的运用在实际的操作中，提高学生的综合设计能力。</p>	<p>计案例调研分析。</p>	
<p>产品设计中材料的选择与开发</p>	6	<p>重点： 理解设计材料的选用原则，把握材料工程的发展方向；了解新材料的发展标志和开发方向。</p> <p>难点： 金属材料及加工工艺、塑料及加工工艺、塑料及加工工艺、玻璃及加工工艺。</p> <p>思政元素： 通过作品欣赏、影片赏析、讨论交流等形式引导学生学习并热爱中国传统工艺技艺，传播中国文化。培养文化自信。</p> <p>教学方法与策略： 互动教学，讨论性能特点的差异、加工方法。结合实例进行讲解，讨论选材依据。</p>	<p>课前： 随机抽点学生进行案例分享</p> <p>课堂： 知识点讲解，经典设计案例分享</p> <p>课后： 设计调研</p>	<p>目标1 目标2</p>
<p>市场调研及典型产品材料分析</p>	4	<p>重点： 市场调研：观察产品的结构、造型、色彩与材料和谐关系，积累相关知识和素材；2. 典型产品材料分析：让学生选用自己熟悉的生活用产品，通过拆卸、绘图、分析，把所学的理论知识与实际产品应用相结合，促进知识的掌握理解，提高学生的选材、用材能力。</p> <p>难点： 调研、分析所学五大造型设计材料的品种、价格、产地、品牌。</p> <p>思政元素： 在现代艺术创作与传统文化的结合中追溯五千年中国文化记忆。使学生了解艺术设计中蕴含的中华优秀传统文化并引导学生继承和发扬中华优秀传统文化。</p> <p>教学方法与策略： 主要通过讲授法对设计与科学技术，艺术设计与知识创新等知识点进行讲授，同时运用多媒体等手段进行视频案例辅助，丰富教学手段，丰富学生视听方式，提高学生兴趣。潜移默化进行思政元素的渗透。</p>	<p>课前： 复习上次课知识点</p> <p>课堂： 设计与科学技术知识点讲解</p> <p>课后： 展示设计调研</p>	<p>目标1 目标2</p>

(二) 实践教学

实践类型	项目名称	学时	主要教学内容	项目类型	项目要求	支撑课程目标
实训	产品设计中材料的选择与开发	8	重点： 1. 关于各种材料的收集、整理及调研报告 2. 材料与工艺的基本内容和性质 3. 金属材料分类与加工 4. 陶瓷与玻璃及其工艺 5. 塑料橡胶分类与工艺 难点： 设计材料调研数据分析。 思政元素： 从学习过程中感受传统文化的魅力与蓬勃的生命力，在现代艺术创作与传统文化的结合。	项目训练	设计调研报告	目标1 目标2 目标3
实训	专题设计	8	重点： 文化创意融合背景下依托东莞本土非遗保护元素为设计主体，体现当代商业产品设计中的新材料、新工艺、新技术。 难点： 教学的项目化设计上，“项目”可虚可实，即项目可以是企业商家现有的项目策划专题，也可以是教师课堂上依托市场虚拟的项目专题。 思政元素： 作业中渗透红色文化教育。从井冈山精神、长征精神、延安精神到雷锋精神，调动学生爱国情怀，珍惜美好生活，引导学生树立正确的人生观弘扬学生敢于创新精神。	项目训练	项目策划书	目标1 目标2 目标3
备注：项目类型填写验证、综合、设计、训练等。						

五、学生学习成效评估方式及标准

考核与评价是对课程教学目标中的知识目标、能力目标和素质目标等进行综合评价。在本课程中，学生的最终成绩是由平时成绩+期末考试成绩等两个部分组成。

1. 平时成绩（占总成绩的30%）：采用百分制。平时作品（占10%）、作品汇报成绩（占10%）和考勤（占10%）三个部分。评分标准如下表：)

等级	评分标准
	1.平时作业；2.作品汇报；3.考勤
优秀	1. 平时作品：文字格式书写规范，版面设计精美。无抄袭，图片文字借鉴均标有出处。

(90~100分)	2. 作品汇报：作品汇报思路清晰，语言流畅，内容符合题目要求，团队协作良好，准备充分，设计进度安排合理。 3. 考勤：全勤，无迟到、早退、旷课、无请假现象。
良好 (80~89分)	1. 平时作品：文字格式书写规范，版面设计精美。无抄袭，图片文字借鉴均标有出处。 2. 作品汇报：作品汇报思路清晰，语言流畅，内容符合题目要求，团队协作良好，准备充分，设计进度安排合理。 3. 考勤：无迟到、早退、旷课现象。
中等 (70~79分)	1. 平时作品：文字格式书写规范，版面设计一般。无抄袭，图片文字借鉴没有表明出处。 2. 作品汇报：作品汇报思路不够清晰，语言不够流畅，内容基本符合题目要求，团队协作能力一般，准备不够充分，设计进度安排基本合理。 3. 考勤：有迟到、早退、请假现象。
及格 (60~69分)	1. 平时作品：文字格式书写不够规范，版面设计欠佳。无抄袭，图片文字借鉴没有表明出处。 2. 作品汇报：作品汇报思路不够清晰，语言不够流畅，有些内容不符合题目要求，团队协作能力一般，准备不够充分，设计进度安排不合理。 3. 考勤：经常借故请假逃课，有迟到、早退现象，偶尔旷课。
不及格 (60以下)	1. 平时作品：文字格式书写不规范，版面设计欠佳。抄袭严重，图片文字借鉴没有表明出处。 2. 作品汇报：作品汇报思路不够清晰，语言不够流畅，有些内容不符合题目要求，团队协作能力一般，准备不够充分，设计进度安排不合理。 3. 考勤：经常借故请假逃课，迟到、早退现象，旷课严重。

2. 期末考试（占总成绩的70%）：采用百分制。期末考试（大作业）的考核内容、题型和分值分配情况请见下表：

考核模块	考核内容	主要题型	支撑目标	分值
设计材料的工艺特性	材料设计的风格、设计法则、要素，从设计意向到设计创新的过程。作品必须符合基本要求，突出命题主旨。	展示设计作品	目标1 目标2	15
产品设计中材料的选择与开发	材料的组成、分类、基本性能、工艺性能；设计材料与设计主题的切合度。		目标1 目标2	15
市场调研及典型产品材料分析	1. 市场调研：观察产品的结构、造型、色彩与材料和谐关系，积累相关知识和素材；2. 典型产品材料分析：让学生选用自己熟悉的生活用产品，通过拆卸、绘图、分析，把所学的理论知识与实际产品应用相结合，促进知识的掌握理解，提高学生的选材、用材能力。		目标1 目标2 目标3	20
专题设计	选题符合命题规范，设计方案中能清晰呈现新材料新工艺新技术的应用结合。		目标1 目标2 目标3	50

序号	教学安排事项	要求
----	--------	----

1	授课教师	职称：讲师及以上 学历（位）：硕士及以上 其他：无
2	课程时间	周次：1-8周、9-16周 节次：4节 为保证本课程的设计连续性，需4节课连排。
3	授课地点	<input type="checkbox"/> 教室 <input checked="" type="checkbox"/> 实验室 <input type="checkbox"/> 室外场地 <input type="checkbox"/> 其他：
4	学生辅导	线上方式及时间安排：企业微信（开课后时间另行安排） 线下地点及时间安排：实训室（开课后时间另行安排）

六、 教学安排及要求

七、 选用教材

[1] 贺松林 《产品设计材料及加工工艺》 电子工业出版社 2020年4月

八、 参考资料

[1] 郑建启 《设计材料工艺学》（第1版） 高等教育出版社 2007 年1月。

[2] （英） 克里斯·拉夫特里《产品设计工艺》（第1版） 中国青年出版社 2008月

[3] 胡以萍 《展示陈列与视觉设计》（第2版） 清华大学出版社 2018年8月

[4] 陈根 《陈列设计》（第1版） 化学工业出版社 2018年5月

网络资料

[1] 大学生慕课网

[2] 腾讯课堂

[3] 美间网站, <https://www.meijian.io/>

[4] 搜图网 www.aisoutu.com

大纲执笔人： 林岩

讨论参与人： 林右正

系（教研室）主任：何帅森

学院（部）审核人：何帅

《摄像基础》教学大纲

一、课程基本信息

课程类别	专业拓展选修课程	课程性质	理论	课程属性	选修
课程名称	摄像基础		课程英文名称	Camera Basics	
课程编码	G02ZX12C		适用专业	视觉传达	
考核方式	考查		先修课程		
总学时	32	学分	2	理论学时	8
实验学时/实训学时/ 实践学时/上机学时			实训学时：24		
开课单位			创意设计学院		

二、课程简介

《摄像基础》是视觉传达专业的一门专业拓展选修课程，是辅助设计手段中的一门技能性课程。本课程以实践操作为基本特点，为学生讲解摄像的基本影调、光调、基本静态构图关系等，提供必要的理论准备和实际的技术支持。本课程理论与实践结合紧密、艺术性与技术性同时看重，所涉及的知识量较大。通过主题拍摄案例对摄像技术进行全面的分析，可以使 学生更加贴近实际工作，艺术创意思维更加开阔，不断提升实际拍摄水平。使学生掌握基本的画面语言、掌握摄像的技术和艺术方法。

三、课程教学目标

课程教学目标		支撑人才培养规格指标点	支撑人才培养规格
知 识 目 标	目标1：学生需掌握摄像基础基本概念、关于摄像机的概念、拍摄方式、以及运镜技巧；固定镜头拍摄方式和运动镜头拍摄方式、拍摄构图技巧和色彩应用。	3-1：掌握视觉设计的基本技法；熟悉传统图案及现代图形的构成原理。 3-2：能在现代视觉传达设计中综合应用；具备设计创意的综合表现能力，包括平面、立体、空间、色彩、材质等表达形式。	3. 视觉设计技能、图形创意能力

能力目标	目标2: 在实践中掌握摄像知识, 培养拍摄的基本能力, 逐步掌握摄像基础的思想和方法。	4-2: 熟悉多媒体制作等软件的操作与应用, 具备设计软件的操作与应用能力。	4. 设计软件的应用能力
素质目标	目标3: 通过本课程的学习, 培养作为一个视觉设计师必须具备的坚持不懈的学习和探索精神, 丰富的想象力和富有逻辑的学习态度, 为未来的学习、工作和生活奠定良好的基础	8-1: 了解新的审美趋势, 学习新的软件和专业知识。 8-2: 具备持续学习的能力, 做到与时俱进, 使专业能力不断更新迭代, 适应时代的要求。	8. 终身学习的能力

四、课程主要教学内容、学时安排及教学策略

(一) 理论教学

教学模块	学时	主要教学内容与策略	学习任务安排	支撑课程目标
摄像机基本结构与工作原理	2	重点: 摄像机的基本功能和组成、摄像机的类型 难点: 摄像机操作技术基础 思政元素: 介绍摄像技术的演变过程, 历代伟人的巨大贡献, 培养学生的探索精神。 教学方法与策略: 线下教学。对于思想、原理在课堂上予以讲授, 对于操作过程部分安排实践。课堂主要运用讲授法和案例法开展教学, 辅以启发式提问拓宽学生学习思路。	课前: 了解课程内容 课堂: 学习课堂内容 课后: 完成课后练习	目标1 目标3
摄像机基本操作	2	重点: 实际操作摄像机、多种持机方式 难点: 摄像调整和拍摄过程 思政元素: 了解如何创作视频图像, 了解视频摄像机如何工作, 培养学生踏实务实的工作态度。 教学方法与策略: 运用对比法进行解析课堂主要运用讲授法和案例法开展教学, 辅以启发式提问拓宽学生学习思路	课前: 了解课程内容 课堂: 学习课堂内容 课后: 完成课后练习	目标1 目标2 目标3

电视画面构图	2	<p>重点：电视画面构图的特点及要求</p> <p>难点：各种构图形式的领过运用</p> <p>思政元素：了解如何构图，培养学生踏实严谨的工作态度。</p> <p>教学方法与策略：运用对比法进行解析课堂主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路</p>	<p>课前：了解课程内容</p> <p>课堂：学习画面构图</p> <p>课后：完成课后练习</p>	<p>目标1</p> <p>目标2</p> <p>目标3</p>
摄像用光	2	<p>重点：五大造型光的应用</p> <p>难点：各种光效的衔接，两大光效</p> <p>思政元素：了解如何使用光去造型，培养学生踏实严谨的工作态度，增加学生创意。</p> <p>教学方法与策略：运用演示法进行解析，课堂主要运用讲授法和案例法开展教学。</p>	<p>课前：了解课程内容</p> <p>课堂：学习光的造型艺术</p> <p>课后：完成课后练习</p>	<p>目标1</p> <p>目标2</p> <p>目标3</p>

(二) 实践教学

实践类型	项目名称	学时	主要教学内容	项目类型	项目要求	支撑课程目标
实训	拍摄固定街头和运动镜头	4	<p>重点：固定画面的拍摄要求</p> <p>难点：推、拉、摇、移、跟、升、降拍摄方式。</p> <p>思政元素：让学生灵活应用摄影机拍摄固定镜头和运动镜头，充分的锻炼学生学习操作的能力。</p>	综合	实训3-4人一组，每组练习摄影机拍摄固定镜头，提交30秒校园模特走秀拍摄视频并进行讲评。	<p>目标1</p> <p>目标2</p> <p>目标3</p>
实训	综合运动摄像	4	<p>重点：固定镜头和运动镜头的综合应用</p> <p>难点：镜头美感</p> <p>思政元素：要求了解并熟练运用各种镜头，且有镜头美感，培养大学生的场面调度能力，提升思维高度。</p>	综合	实训3-4人一组，提交1个MV模拟视频，并进行讲评。	<p>目标1</p> <p>目标2</p> <p>目标3</p>

实训	摄像用光规律	4	<p>重点：大场面布光技法、小场面布光技法</p> <p>难点：静态布光技法、群体布光技法、动态布光技法</p> <p>思政元素：从各个方面讲解摄像用光规律，使学生了解光的造型能力和主要表现手法。培养学生的审美力。</p>	综合	实训3-4人一组，提交1个以光影为主要表现方式的情绪视频。并进行讲评。	目标1 目标2 目标3
实训	摄像机位与取景	4	<p>重点：拍摄距离与景别</p> <p>难点：拍摄角度与高度</p> <p>思政元素：从各个方面讲解摄像机的机位和取景，使学生了解不同角度和高度的拍摄方式。培养学生的综合应用能力。</p>	综合	实训3-4人一组，提交1个以双机位采访视频。并进行讲评。	目标1 目标2 目标3
实训	摄像场面调度和基本规律	4	<p>重点：电视场面调度基本规律</p> <p>难点：轴线规律</p> <p>思政元素：从各个方面讲解摄像场面调度，使学生了解场面调度的原理，避免越轴。培养学生的综合应用能力。</p>	综合	实训3-4人一组，提交1个电影模拟片段。并进行讲评。	目标1 目标2 目标3
实训	短片创作	4	<p>重点：短片素材的采、编</p> <p>难点：短片的拍摄制作</p> <p>思政元素：要求了解短片创作的规则，可以自己制作简单的短片，拍摄心中令人感动的故事，培养大学生的场面调度能力，提升思维高度。</p>	综合	实训3-4人一组，每组练习短片素材的采、编，提交1个短片进行讲评。	目标1 目标2 目标3
备注：项目类型填写验证、综合、设计、训练等。						

五、学生学习成效评估方式及标准

考核与评价是对课程教学目标中的知识目标、能力目标和素质目标等进行综合评价。在本课程中，学生的最终成绩是由课程总成绩由40%的平时成绩和60%的期末考试成绩组成。

1. 平时成绩（占总成绩的40%，其中考勤10%，平时作品15%；作品汇报15%）：

等级	评分标准
	1.考勤；2.平时作品；3.作品汇报

优秀 (90~100分)	1. 考勤无迟到、早退和旷课（请假不计）。 2. 平时作业完全符合要求，视频拍摄创意十足，镜头稳定且丰富，拍摄具备较强的艺术感。 3. 作品汇报讲解逻辑清晰，分析合理，有个人的见解和审美力。
良好 (80~89分)	1. 考勤无旷课，迟到、早退不超过1次。（请假不计）。 2. 平时作业拍摄符合要求，镜头应用合理，视频作业完整度高，拍摄具备一定的艺术感。 3. 作品汇报讲解口齿清晰，分析合理，有一定的个人见解。
中等 (70~79分)	1. 考勤无旷课，迟到、早退不超过2次。（请假不计）。 2. 平时作业基本符合要求，视频基本符合要求。 3. 作品汇报讲解基本流畅，分析不够准确。
及格 (60~69分)	1. 考勤旷课1次以内，迟到、早退不超过3次。（请假不计）。 2. 平时作业基本符合要求，镜头应用3成左右作品不够合理。 3. 作品汇报讲解亮点不足，部分的分析不准确。
不及格 (60以下)	1. 考勤旷课3次以上或迟到、早退超过5次。（请假不计）。 2. 平时作业未完成或拍摄未达到基本技术要求。 3. 作品汇报讲解混乱，分析不准确。

2. 期末考试（占总成绩的60%）：采用百分制。期末考试的考核内容、题型和分值分配情况请见下表：

考核模块	考核内容	主要题型	支撑目标	分值
选题	结课组题材适当，具有一定的拍摄创作空间。	摄 像 短 片 拍 摄	目标3	10
摄像技术	拍摄技能应用合理，镜头选组接恰当。		目标1 目标2	20
	固定镜头和运动镜头运用正确，数据合理。		目标1 目标2	20
	景别转换合理，主题突出。		目标1 目标2	20
摄像艺术	作品中对色彩和影调的处理遵循对比与调和的视觉规律。		目标1 目标3	15
	作品中构图结构合理，主体突出。		目标1 目标3	15

六、 教学安排及要求

序号	教学安排事项	要 求
1	授课教师	职称：助教、讲师 学历（位）：硕士 其他：无
2	课程时间	周次：1-8周 节次：4节
3	授课地点	<input type="checkbox"/> 教室 <input checked="" type="checkbox"/> 实验室 <input type="checkbox"/> 室外场地 <input type="checkbox"/> 其他：

4	学生辅导	线上方式及时间安排：企业微信 线下地点及时间安排：实验室
---	------	---------------------------------

七、选用教材

[1]陈勤 朱晓军主编：《摄像技术通用教程》，人民邮电出版社，2021 年 7 月

八、参考资料

[1]高晓红 任金洲著：《电视摄影与编辑》，北京广播学院出版社，2013 年 4 月

[2]王希晶著：《摄影摄像与创想》 东北大学出版社 2015 年 2 月

大纲执笔人：夏琼瑶

讨论参与人：何帅森

系（教研室）主任：何帅森

学院（部）审核人：何帅

《广告短片拍摄与制作》教学大纲

一、课程基本信息

课程类别	专业拓展选修课程	课程性质	理论	课程属性	选修
课程名称	广告短片拍摄与制作		课程英文名称	Shooting and production of short advertisement	
课程编码	G02ZX05C		适用专业	视觉传达	
考核方式	考查		先修课程		
总学时	32	学分	2	理论学时	8
实验学时/实训学时/ 实践学时/上机学时			实训学时：24		
开课单位			创意设计学院		

二、课程简介

《广告短片拍摄与制作》是视觉传达设计专业开设的一门专业拓展选修课程。它是广告活动中非常重要的一部分，主要内容包括：广告短片概述、拍摄器材及其使用、广告短片构图、照明、拍摄人物和风景等实战技巧、后期编辑制作、主题创作。本课程涵盖了从基础知识到高级技艺、从前期拍摄到后期制作、从单一摄像到综合专题等精彩内容。

三、课程教学目标

课程教学目标		支撑人才培养规格指标点	支撑人才培养规格
知识目标	目标1: 了解拍摄器材, 了解广告短片拍摄的概念、特点、发展历程及一般工作流程; 了解摄像机用途、特点及安装要求; 了解并熟练运用后期剪辑软件。	4-2: 熟悉多媒体制作等软件的操作与应用, 具备设计软件操作与应用能力	4. 设计软件的应用能力

能力目标	<p>目标2:</p> <p>具有领会客户意图的能力，能够根据客户要求拍摄短片；</p> <p>具有熟练进行素材采集，并对素材进行处理的能力；</p> <p>具有能够根据作品的使用要求处理短的能力；</p> <p>了解拍摄过程中的照明和造型；</p> <p>掌握广告短片创作的艺术指导原则。</p>	3-3: 能在现代视觉传达设计中综合应用;具备设计创意的综合表现能力,包括平面、立体、空间、色彩、材质等表达形式。	3. 视觉设计技能、图形创意能力
素质目标	<p>目标3:</p> <p>了解广告短片宣发途径，了解品牌推广渠道，进行品牌定位和品牌推广，能够独立进行广告短片设计和创作。</p>	5-2: 能够通过调研分析,确定品牌形象定位,进行品牌形象策划、品牌推广与媒介策略,最终实施品牌推广设计。	5. 商业设计和推广能力

四、课程主要教学内容、学时安排及教学策略

(一) 理论教学

教学模块	学时	主要教学内容与策略	学习任务安排	支撑课程目标
广告短片拍摄的基本概论和基本要求	2	<p>重点: 广告短片的特性。</p> <p>难点: 广告短片的基本概论。</p> <p>思政元素: 通过学习广告短片基本概论,培养学生作为广告短片策划师的专业素质</p> <p>教学方法与策略: 运用对比法进行解析课堂主要运用讲授法和案例法开展教学,展示优秀案例,辅以启发式提问拓宽学生学习思路。</p>	<p>课前: 了解课程内容</p> <p>课堂: 学习课堂内容</p> <p>课后: 复习</p>	目标1 目标2

拍摄器材及其使用方式	2	<p>重点：拍摄器材的使用</p> <p>难点：各种拍摄器材的使用方法</p> <p>思政元素：通过各类别的器材拍摄，培养学生踏实务实的工作态度。</p> <p>教学方法与策略：运用对比法进行解析课堂主要运用讲授法和案例法开展教学，现场演示，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。</p>	<p>课前：了解课程内容</p> <p>课堂：学习课堂内容</p> <p>课后：完成课后练习</p>	<p>目标1</p> <p>目标2</p>
广告短片构图和照明	2	<p>重点：商业广告片的构图方法。</p> <p>难点：商业广告片的照明技巧。</p> <p>思政元素：学习广告片的拍摄可以培养学生作为广告设计师的专业素质</p> <p>教学方法与策略：运用对比法进行解析课堂主要运用讲授法和案例法开展教学，现场演示，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。</p>	<p>课前：了解课程内容</p> <p>课堂：学习课堂内容</p> <p>课后：完成课后练习</p>	<p>目标1</p> <p>目标2</p>
广告短片主题思路和创意	2	<p>重点：商业广告片的制作方法。</p> <p>难点：商业广告片的拍摄技巧。</p> <p>思政元素：学习广告片的拍摄可以培养学生作为广告摄影师的专业素质</p> <p>教学方法与策略：运用对比法进行解析课堂主要运用讲授法和案例法开展教学，理论讲解和实际案例结合。</p>	<p>课前：了解课程内容</p> <p>课堂：学习课堂内容</p> <p>课后：完成课后练习</p>	<p>目标2</p> <p>目标3</p>

(二) 实践教学

实践类型	项目名称	学时	主要教学内容	项目类型	项目要求	支撑课程目标
实训	商品短片拍摄	8	<p>重点：商业短片拍摄的用光</p> <p>难点：商品拍摄的动作和用光。</p> <p>思政元素：学习商品短片拍摄，培养学生作为广告设计师的专业素质</p>	综合	让学生灵活应用广告照明设备，学习商品拍摄，并进行作品点评。	<p>目标1</p> <p>目标2</p>
实训	人物模特短片拍摄	6	<p>重点：有模特拍摄</p> <p>难点：设计整体基调，让模特按照需要进行的拍摄</p> <p>思政元素：通过各类别的拍摄，培养学生踏实务实的工作态度。</p>	综合	从突出商品特性到人物与商品的结合，了解	<p>目标2</p> <p>目标3</p>

					不同商业用途的拍摄要求和拍摄目的。并进行作品点评。	
实训	中国风商业广告片的拍摄	6	重点： 商业广告片的制作方法。 难点： 中国风广告片案例的拍摄技巧。 思政元素： 学习广告片的拍摄可以培养学生作为广告设计师的专业素质。	综合	让学生学习商业摄影广告片的拍摄技巧，以及提炼广告片的拍摄方法。并进行作品点评。	目标2 目标3
实训	高端商业广告片的拍摄	4	重点： 商业广告片的制作方法拍摄思路和方法。 难点： 高端商业广告片的创作要求和拍摄要求。 思政元素： 通过学习高端商业广告短片的拍摄可以培养学生作为广告设计师的专业素质	综合	培养学生拍摄高端商业广告短片的思路和创作方法。并进行作品点评。	目标2 目标3
备注：项目类型填写验证、综合、设计、训练等。						

五、学生学习成效评估方式及标准

考核与评价是对课程教学目标中的知识目标、能力目标和素质目标等进行综合评价。

在本课程中，学生的最终成绩是由40%的平时成绩和60%的期末成绩组成。

1、平时成绩（占总成绩的40%）：采用百分制。考勤（占10%）、平时作品（占15%）和小组汇报成绩（占15%）三个部分。评分标准如下表：

等级	评分标准
	1.考勤；2.平时作品；3.作品汇报
优秀 (90~100分)	1. 考勤无迟到、早退和旷课（请假不计）。 2. 平时作业拍摄完全符合要求，很完整的突出商品属性，清晰的表现物质质感，画面流畅顺滑，切换顺畅，作品完成度高，作品具有较强的商业价值且具备较强的艺术美感。 3. 作品汇报讲解逻辑清晰，作品分析合理，有个人的见解。

良好 (80~89分)	1. 考勤无旷课，迟到、早退不超过1次。（请假不计）。 2. 平时作业拍摄符合要求，作品能够突出一部分商品属性，大致表现事物质感，画面流畅自然，切换顺畅，作品具有一定的商业价值和艺术感。 3. 作品汇报讲解口齿清晰，作品分析合理，有一定的个人见解。
中等 (70~79分)	1. 考勤无旷课，迟到、早退不超过2次。（请假不计）。 2. 平时作业拍摄基本符合要求，作品能够轻微表现商品属性，略微表现事物质感，画面转场大体自然，切换大体流畅，轻微瑕疵，作品具有一点商业价值和艺术感。 3. 作品汇报讲解基本流畅，作品分析不够准确。
及格 (60~69分)	1. 考勤旷课1次以内，迟到、早退不超过3次。（请假不计）。 2. 平时作业拍摄基本符合要求，作品没有表现出商品属性，没有表现出事物质感，画面转场不自然，切换不流畅，作品瑕疵严重，不具备商业价值和艺术感。 3. 作品汇报讲解亮点不足，部分作品分析不准确
不及格 (60以下)	1. 考勤旷课3次以上或迟到、早退超过5次。（请假不计）。 2. 平时作业未完成或拍摄未达到基本要求。 3. 作品汇报讲解混乱，作品分析不准确。

2. 期末考试（占总成绩的60%）：采用百分制。期末考试的考核内容、题型和分值分配情况请见下表：

考核模块	考核内容	主要题型	支撑目标	分值
选题	结课作品题材适当，广告短片具有一定的拍摄创作空间。	广告短片拍摄	目标3	10
拍摄技术	充分发挥广告短片的艺术表现力，能正确、敏锐、快捷概括地对所表现事物进行表现。学生具备镜头语言知识和一定的分析鉴赏能力，能够进行图像素材的采集与处理，为该课程的学习奠定了一定的理论基础和设计基础。		目标1 目标2	20
	了解固定镜头并熟练运用推、拉、摇、移、跟等运动镜头的概念，构图符合规律要求，画面符合造型法则，商品质感和色彩还原熟练，表现手法不拘一格，具有较强感染力。		目标1 目标2	20
	团队协作能力的综合考核，将任务分解到摄制组的每个成员，经内部讨论拍摄方案、直到最终拍摄出影视后期需要的视频素材。		目标1 目标2	20
创作艺术	有创造性，作品具有潜在的艺术灵感，能通过不同的剧情设计和创意，表现商业属性，与观者产生共鸣，具有独特的创造力和表现力量。		目标1 目标3	15
	很完整的突出商品属性，作品具有较强的商业价值且具备较强的艺术美感。	目标1 目标3	15	

六、 教学安排及要求

序号	教学安排事项	要 求
1	授课教师	职称：助教、讲师 其他：无 学历（位）：硕士
2	课程时间	周次：1-8周 节次：4节
3	授课地点	<input type="checkbox"/> 教室 <input checked="" type="checkbox"/> 实验室 <input type="checkbox"/> 室外场地 <input type="checkbox"/> 其他：
4	学生辅导	线上方式及时间安排：企业微信 线下地点及时间安排：实验室

七、 选用教材

[1] Sherri Sheridan谢丽丹(美国) 主编，任秀静 郝佳 刘璐 译者：《数字短片创作》，人民邮电出版社，2018 年 9 月。

八、 参考资料

[1] 吴航行 李华主编：《短视频编辑与制作》，人民邮电出版社，2019 年 10 月

[2] (英)泰勒一豪，王琅 译：《商业摄影布光圣经》，人民邮电出版社，2010 年 10月

[3]陈勤 主编，《微电影教程》，人民邮电出版社，2017 年 10月

网络资料

[1]牛牛课堂<http://www.niuniuketang.com/>

[2]影响中国<http://www.cpanet.cn/>

[3]腾讯视频腾讯视频 https://v.qq.com/channel/choice?channel_2022=1

其他资料

[1]哔哩哔哩：<https://www.bilibili.com/>

大纲执笔人：夏琼瑶

讨论参与人：何帅森

系（教研室）主任：何帅森

学院（部）审核人：何帅

《公共艺术设计》教学大纲

一、课程基本信息

课程类别	专业拓展选修课程	课程性质	理论	课程属性	选修
课程名称	公共艺术设计		课程英文名称	Public Art & Design	
课程编码	G02ZX04C		适用专业	视觉传达设计	
考核方式	考查		先修课程	造型基础、造型设计专题实训	
总学时	32	学分	2	理论学时	8
实验学时/实训学时/ 实践学时/上机学时			实训学时：24		
开课单位			创意设计学院		

二、课程简介

《公共艺术设计》是视觉传达设计专业的专业选修课程。通过本课程的学习，使学生掌握公共艺术设计的基本理论意义。在实践教学中，继续提升学生的审美意识与视觉经验的累计，强化学生对公共艺术的造型设计、材质运用、观众介入与环境的关系等有一定的认识和了解。强调原创意识、设计思路的开放式拓展、延伸及个人独立审美与情感的连续性。着重培养学生的观察生活环境的能力，使之有更丰富多样的构思与创意，激发学生在公共艺术创作中的积极性、主动性，培养学生对公共艺术设计的浓厚兴趣，包括具备相应的艺术造型、系统设计和项目实施等能力，能够熟练运用艺术语言为公共空间设计创作公共艺术作品。

三、课程教学目标

课程教学目标		支撑人才培养规格指标点	支撑人才培养规格
知识目标	目标1： 本课程以造型原理作为基础知识，让学生了解创新设计的精神，运用设计逻辑建立创新教学。	3-1：掌握视觉设计的基本技法。 3-2：熟悉传统图案及现代图形的构成原理，并能在现代视觉传达设计中综合应用。 3-3：具备设计创意的综合表现能力，包括平面、立体、	3. 视觉设计技能、图形创意能力

		空间、色彩、材质等表达形式。	
能力目标	目标2: 开拓设计思维的作品应用,训练造形与构成能力,衍用于空间实体设计,强调美学及形式语汇。	7-1:熟悉设计程序与方法,具备视觉传达设计项目策划与组织能力。 7-2:熟悉设计程序与方法,能胜任本专业领域内设计项目的策划、创意、组织及实施。	7. 设计项目策划与管理能力
	目标3: 探索艺术设计理论与美学,培养思辨能力,在实作中训练创作与群性,从欣赏与发表作品中培养鉴赏力,提升美感素养,培养和力行生活美学的实践。	8-1:了解新的审美趋势,学习新的软件和专业知识。 8-2:具备持续学习的能力,做到与时俱进,使专业能力不断更新迭代,适应时代的要求。	8. 终身学习的能力
素质目标	目标4: 植入中国优秀传统文化,体现中学为本的内在涵养,以中国传统元素为主题,让学生知其文化背景与意义,提高对课程的兴趣。	1-1:热爱祖国,牢固树立正确的世界观、人生观和社会主义核心价值观。 1-2:具有良好的道德修养。 1-3:具有高度的社会责任感。 1-4:具有较好的创新创业能力。	1. 综合素质能力

四、课程主要教学内容、学时安排及教学策略

(一) 理论教学

教学模块	学时	主要教学内容与策略	学习任务安排	支撑课程目标
公共艺术概念	4	<p>重点: 强调公共艺术所在的空间可以包括物理公共空间、社会公共空间以及象征性公共空间三种,在信息时代这三种空间共同构成了公共艺术的外部存在方式。公共空间可由几个不同层次来加以划分:1. 物理的公共空间, 2. 社会的公共空间, 3. 象征性的公共空间。第一种关注的是它的材料的存在, 第二种关注的是在空间内部规范和社会的关系, 第三种关注的是纪念和地方的“气氛”。</p> <p>难点: 理解认知公共艺术的公共方式所依赖的并不是艺术的风格、样式、流派,而是一种集体或群体的空间精神,是人类整体改造自身生存环境的外部条件。</p>	<p>课前:携带教科书。</p> <p>课堂:记录课堂实践需用材料。</p> <p>课后:调研公共艺术相关资讯。</p>	目标一

		<p>思政元素： 掌握公共艺术是多样介质构成的艺术性景观、设施及其它公开展示的艺术形式，有别于一般私人领域的、非公开性质的、少数人或个别团体的非公益性质的艺术形态。</p> <p>教学方法与策略： 讲授关于公共艺术的价值取向与审美判断，从文化层面而言，公共艺术尊重自然原生态及重视其产生的异质性生态文化经验，就是对文化脉络的一种最根本的延续，也是其公共性在更广义上的延伸。针对其表现形态上分类的掌握，理解建筑型公共艺术、景观公共艺术、公共雕塑造型、艺术装置、公共空间绘画类和平面设计类作品、观念性等其它形态的公共艺术等五大类型。</p>		
公共艺术 特质	4	<p>重点： 了解在当代艺术的表现中，艺术品越来越强调与人、空间互动的关系，所带给人的感受经验，将不仅是提供人的视觉感受，而公共艺术所造就是社群的生活经验。</p> <p>难点： 强调公共艺术是以「艺术{介入}空间」，提供的是将审美观点或议题「切入」社群空间，并非只是为了美化环境而已，更能够创造社群的思考方向，重视对主体的影响，与之对话，介入人与环境进而引起社会关注。</p> <p>思政元素： 通过公共艺术的本质探讨，思考公共艺术的美学、价值、作用、效果等，建构出公共艺术的美学体系。</p> <p>教学方法与策略： 重点讲授1. 公共艺术与人之间的关系—从主体来探讨公共艺术对人的影响、社群与公共艺术的联系关系、创作者的理念如何与社群取得平衡、探讨观赏者的感受问题、或创作者的创作问题等人与公共艺术的各层面问题。2. 公共艺术的客观环境—从客体出发来探讨公共艺术的环境与空间等各客观条件的问题，从历史脉络、各地区文化、制度、作品等来探讨公共艺术，并对空间、艺术品所处的场域等各层面作探讨。公共艺术的价值特征需强化空间媒介、环境美学、社会价值等观念；公共艺术的功能是城市文脉与气质的显现、艺术公众化、平民化，且具有视觉标识与文化符号的象征。</p>	<p>课前：阅读教科书《公共艺术》。</p> <p>课堂：阅读参考图片与优秀案例。</p> <p>课后：根据前期调研结果准备相对应的绘图工具。</p>	<p>目标一</p> <p>目标二</p>

（二）实践教学

实践	项目名称	学	主要教学内容	项目	项目	支撑课
----	------	---	--------	----	----	-----

类型		时		类型	要求	程目标
实训	公共艺术分类	2	<p>重点: 强化公共艺术重视「基地的公共性」、「议题的公共性」与「互动的公共性」，其形态可分为纯艺术性、地景景观性、趣味性、纪念性、空间性、整体性、嘉年华性及建筑性等型式。</p> <p>难点: 重点掌握公共艺术的五大分类，根据1. 基本品类可以分为政治场所；2. 表现内容可以分为文化公共场所；3. 表现形式和手法可以分为商业公共场所；4. 展示空间和方式可以分为一般性公共场所；5. 环境空间与作品之间的互动关系可以分为娱乐休闲性公共场所。</p> <p>思政元素: 公共艺术应该充分考虑到所在公共空间的性质、历史文化、人文环境、自然环境等因素，体现特定公共空间的特有的精神和文化内涵。</p>	训练	准备绘图工具、构思公共艺术设计作品形态。	目标一 目标二
实训	公共艺术价值特征与功能	2	<p>重点: 重点强调「公共艺术」的价值，在于作品内在观念的呈显，艺术家对地区 历史、地理、风俗、意识形态等文化脉络的援引、消化能力，以及作品与空间、环境、观众的互动关系，都是「公共艺术」在创作领域中可以自成体系的重要原因。</p> <p>难点: 了解公共艺术同时兼具有「艺术性」与「公共性」的特质，具有属于这个空间、这个地点、这个时代的独特性，并且是藉由「艺术家」(艺术创作)、「公共空间」以及「民众参与」三者，共同开展的艺术、生活与文化之活动。</p> <p>思政元素: 以中国元素特质区分公共的参与性和互动性、过程性、问题性、观念性、多样性、地域性、强制性、艺术表现上的通俗性、设计上的综合性等，体现美学和社会价值。</p>	训练设计	优化、完善公共艺术设计作品设计方案。	目标一 目标二 目标三
实训	公共艺术设计表现形式	2	<p>重点: 讲授公共艺术作品呈现多元的表现形式与面貌，例如雕塑、多媒体科技、平面绘画、马赛克、水景、街道家具等皆为</p>	设计	汇报公共艺术设计设计主题和表现形	目标一 目标二 目标三

			<p>公共艺术常出现的表现手法或形式，同时也会因设置空间的环境特色、使用对象、时事潮流、主观客观的反思等主题探讨，让观者在阅读作品变得更有意思，激发无限想象空间。</p> <p>难点： 熟练运用设计思考和艺术表现外，在公共艺术设计中空间环境融合与民众参与亦为重要关键。在设计时必须充分掌握其特色，将城市、空间与艺术三方的巧妙结合，使作品与之相呼应，并透过设置作品的过程，与民众产生互动共鸣。</p> <p>思政元素： 公共艺术设计理念表达语汇构成，作品与周围环境的和谐统一的并存关系，具有时代感的现代美特征。</p>		式。	
实训	公共艺术设计创意方法	2	<p>重点： 探索场所特定的文化范畴作为设计元素，对于地方文化特色或人文风貌进行诠释，重新构造对象物的写意表达与设计手法，延伸个体和群体丰富的精神文化艺术形态。</p> <p>难点： 掌握公共空间的公共艺术设计，采用新技术材料，用“有限度”的抽象和空间构成手法进行处理，营造出更适于人们活动的氛围空间。集抽象、具象、平面与立体综合，改变了单纯以人物或具体形象为主体的程式化处理，符合不同距离层次观赏，达到主题与形式的完整统一。</p> <p>思政元素： 通过训练掌握设计规律，随着距离角度与光影的变化，使作品与周围景物可能产生多变的构成关系。</p>	设计	汇报公共艺术设计创意设计创意方案。	目标一 目标二 目标三
实训	公共艺术设计色彩应用	4	<p>重点： 强调在进行公共艺术设计时，应对传统的、西方现代的表现技法进一步研究，将材质、肌理与色彩融合，了解公共艺术设计与色彩之间的关系。</p> <p>难点： 掌握色彩基本理论与认识、色彩在公共艺术的表现、色彩联想与装置、环境色彩与场所精神探讨、公共艺术与色彩计划拟定等应用。</p>	训练	公共艺术设计设计色彩应用训练。	目标一 目标二 目标三 目标四

			<p>思政元素： 引导学生探究公共艺术中色彩与环境美学之关系，尤涉及环境色彩调查、色彩理论以及色彩意象之分析与应用。</p>			
实训	公共艺术设计材质与工艺	4	<p>重点： 了解材质的应用，1. 金属材质的光泽感、肌理效果、材质变化及工艺掌握；2. 木质的未完结性、芳香性、选择局限性；3. 玻璃材质的吹制、失蜡铸造法、冷加工技术；4. 陶艺的成型工艺：可塑成型法、注浆法成型，坯体装饰、釉下彩绘与釉上彩绘、照相转印技术等。</p> <p>难点： 对于材质的掌握，相较于传统艺术品材质，公共艺术要求永久性与对在地环境的忍受力。对于永久性的作品的设置，设计者除了拥有创造力之外，必须进一步认识材料，基地特性与安装施工。</p> <p>思政元素： 在公共艺术设计和城市空间设置，目的不在于材料本身的性质，而在于材料性质所要表达的意旨、所承载的理念、所构成的环境公共价值，实现创作理念、意义表达、视觉感知、公共空间的公共艺术价值。</p>	训练	公共艺术设计设计材质与工艺试验。	目标一 目标二 目标三 目标四
实训	公共艺术设计-装置艺术	4	<p>重点： 强调在视觉、听觉等方面的整体性，装置艺术创造的环境，是用来包容观众、促使观众在界定的空间内由被动观赏转换成主动感受，能使观众置身其中的、三度空间的“环境”，根据特定展览的室内外空间或地点。</p> <p>难点： 了解装置艺术是可变的艺术。既可以在展览期间改变组合，也可在异地展览时，增减或重新组合。</p> <p>思政元素： 重点强调设计的原则：整体性、功能性、审美性、技术性、经济性设计原则，并且观众介入和参与是装置艺术不可分割的一部分。</p>	训练设计	公共艺术设计-装置艺术的思路、设计过程、成果展示。	目标一 目标二 目标三 目标四

实训	公共艺术设计-空间视觉设计	4	重点: 了解空间设计可分为室内与户外空间造型设计, 室内空间设计包括办公空间设计、家庭室内装修、文化和休闲空间设计、商业空间设计; 户外空间设计包括公共景观造型艺术、公共设施造型艺术、城市环境雕塑艺术、地景艺术。	训练设计	公共艺术设计-空间视觉设计的思路、设计过程、成果展示。	目标一 目标二 目标三 目标四
			难点: 掌握空间设计手法: 透景、借景、假借景、凹凸、错位、通透、高差、延伸。			
			思政元素: 设计七大重点技巧: 一致性与协调设计、空间内的平衡、创造设计视觉焦点、设计上的节奏感、设计细节、规模和配件比例、配色的颜色使用。			
备注: 项目类型填写验证、综合、设计、训练等。						

五、学生学习成效评估方式及标准

考核与评价是对课程教学目标中的知识目标、能力目标和素质目标等进行综合评价。

在本课程中, 学生的最终成绩是由50%平时成绩与50%期末成绩组成。

1. 平时成绩(占总成绩的50%): 采用百分制, 出勤率(10%)、课堂互动(15%)、平时作业(10%)、主题设计(15%)。

等级	评分标准
	1.出勤率 2.课堂互动 3.平时作业 4.主题设计
优秀 (90~100分)	1.课堂考勤率, 90%以上出勤。 2.能够课前预习且积极回答问题, 90%以上参与课堂讨论。 3.能够按时提交作业, 完全符合课程单元要求, 90%以上准时。 4.主题设计、结构造型、作品材质运用准确, 90%以上原创设计。
良好 (80~89分)	1.课堂考勤率, 80%以上出勤。 2.能够课前预习且积极回答问题, 80%以上参与课堂讨论。 3.能够按时提交作业, 多数符合课程单元要求, 80%以上准时。 4.主题设计、结构造型、作品材质运用较准确, 80%以上原创设计。
中等 (70~79分)	1.课堂考勤率, 70%以上出勤。 2.能够课前预习且积极回答问题, 70%以上参与课堂讨论。 3.能够按时提交作业, 基本符合课程单元要求, 70%以上准时。 4.主题设计、结构造型、作品材质运用合理, 70%以上原创设计。
及格 (60~69分)	1.课堂考勤率, 60%以上出勤。 2.能够课前预习且积极回答问题, 60%以上参与课堂讨论。 3.能够按时提交作业, 基本符合课程单元要求, 60%以上准时。 4.主题设计、结构造型、作品材质运用一般, 60%以上原创设计。

不及格 (60以下)	1.课堂考勤率， 50%以下出勤。 2.能够课前预习且积极回答问题， 50%以下参与课堂讨论。 3.能够按时提交作业， 不符合课程单元要求， 50%以下准时。 4.主题设计、结构造型、作品材质运用不合理， 50%以下原创设计。
---------------	--

2. 期末成绩（占总成绩的50%）：采用百分制，期末大作业考核模块、考核内容、题型和分值分配情况见下表。

考核模块	考核内容	主要题型	支撑目标	分值
造型设计	构图合理、结构饱满有张力，透视、比例、结构造型准确，画面整体干净整洁。	设计题	目标一	40%
视觉设计效果表达	整体空间视觉效果：统一性，空间气氛营造与协调性，作品材质表现形象准确，三维空间表达具有风格特色。	设计题	目标一 目标二	40%
方案整体表现	空间视觉设计具有一定创意特色、设计理念表现到位，能够综合运用表现技巧，整体方案表达完整。	设计题	目标一 目标二 目标三 目标四	20%

六、 教学安排及要求

序号	教学安排事项	要 求
1	授课教师	职称：助教/讲师/副教授/教授 学历（位）：硕士以上 其他：无
2	课程时间	周次：8周 节次：4节(为保障本课程顺利衔接、设计思路不间断，需4节课连排)
3	授课地点	<input type="checkbox"/> 教室 <input checked="" type="checkbox"/> 实验室 <input type="checkbox"/> 室外场地 <input type="checkbox"/> 其他：
4	学生辅导	线上方式及时间安排：企业微信(开课后时间另行安排) 线下地点及时间安排：实验室(开课后时间另行安排)

七、 选用教材

- [1] 《公共艺术设计(新一版)》，张建，刘佳婧，王浩，上海人民美术出版社，2020.04。
[2] 《公共艺术概论》，刘浪，湖南大学出版社，2016.02。
[3] 《公共艺术设计》，乔迁，中国建筑工业出版社，2020.05。

八、 参考资料

- [1] 《公共艺术概论》，王中，北京大学出版社，2022.01。
[2] 《公共装置艺术设计》，金彦秀，严赫镭，金百洋，东华大学出版社，2017.01。

网络资料

[1] 中国大学MOOC, 全球公共艺术设计前沿, 网址:

<https://www.icourse163.org/course/TJU-1003025009?from=searchPage>。

[2] 昵图网, 公共艺术, 网址:

<https://soso.nipic.com/?q=%E5%85%AC%E5%85%B1%E8%89%BA%E6%9C%AF&g=0&or=0&y=60>。

[3] 花瓣网, 公共艺术, 网址:

<https://huaban.com/search/?q=%E5%85%AC%E5%85%B1%E8%89%BA%E6%9C%AF>。

[4] 涂鸦王国, 公共艺术, 网址:

https://www.gracg.com/search/index_new?key=%E5%85%AC%E5%85%B1%E8%89%BA%E6%9C%AF&type=1。

[5] 站酷, 公共艺术, 网址:

<https://www.zcool.com.cn/search/content?&word=%E5%85%AC%E5%85%B1%E8%89%BA%E6%9C%AF>。

其他资料

[1] 中国公共艺术网, 网址: <http://t96596190.lofter.com/>。

[2] 致设计, 公共艺术, 网址:

<https://www.zhisheji.com/search/gonggongyishu.html>。

大纲执笔人: 林右正

讨论参与人: 陈涵懿

系(教研室)主任: 何帅森

学院(部)审核人: 何帅

《造型设计专题实训》教学大纲

一、课程基本信息

课程类别	学科基础课程	课程性质	实践	课程属性	必修
课程名称	造型设计专题实训		课程英文名称	Special Topics of Comprehensive Formation	
课程编码	G02XB10Y		适用专业	视觉传达设计	
考核方式	考查		先修课程	造型基础	
总学时	32	学分	2	理论学时	4
实验学时/实训学时/ 实践学时/上机学时			实训学时：28		
开课单位			创意设计学院		

二、课程简介

《造型设计专题实训》是视觉传达设计集中实训课程，课程教学强调造型原理、要素之间的互制、互动、共生的辩证关系，理解形态存在的理由，形态之间的逻辑关系，形态的语汇，运用生态性和可持续性的造型原则，重造型，创新形态，认识造型基础的本原，掌握形态成型依据的原则，对于基本原理、基本规律、形式美法则、色彩运用、设计技法的理解，在实践环节中对自然物及人造物的材质、构性、可变性、制造性、对应性等，不仅仅局限于关于造型基础理论的研究与探讨，训练艺术设计本质、内容和基本技能互融的实践方式，引导学生在设计实践中研究造型设计方法与解决问题，培养学生设计观察、设计思维、审美判断和创意表现的能力。

三、课程教学目标

课程教学目标		支撑人才培养规格指标点	支撑人才培养规格
知识目标	目标1： 本课程以造型原理作为基础知识，让学生了解创新设计的精神，运用设计逻辑建立创新教学。	3-1：掌握视觉设计的基本技法。 3-2：熟悉传统图案及现代图形的构成原理，并能在现代视觉传达设计中综合应用。	3. 视觉设计技能、图形创意能力

		3-3:具备设计创意的综合表现能力,包括平面、立体、空间、色彩、材质等表达形式。	
能力目标	目标2: 开拓设计思维的作品应用,训练造型与构成能力,衍用于空间实体设计,强调美学及形式语汇。	6-1:具备独立进行设计调研、资料查询、文献检索,运用现代信息技术获取相关信息的能力。 6-2:具有较好的外语沟通能力、较好的计算机应用能力、网络检索能力。	6. 调研与资料整合能力
素质目标	目标3: 植入中国优秀传统文化,体现中学为本的内在涵养,以中国传统元素为主题,让学生知其文化背景与意义,提高对课程的兴趣。	8-1:了解新的审美趋势,学习新的软件和专业知识。 8-2:具备持续学习的能力,做到与时俱进,使专业能力不断更新迭代,适应时代的要求。	8. 终身学习的能力

四、课程主要教学内容、学时安排及教学策略

(一) 理论教学

教学模块	学时	主要教学内容与策略	学习任务安排	支撑课程目标
造型设计概念	4	<p>重点: 强调形态、图像、色彩或者与之结合所作出具有美感并能应用的形体设计。</p> <p>难点: 理解认知物质材料塑造可视的平面或立体的形象,对形态、色彩、质感、形式美的规律、造型的组合架构、创造思维等设计。</p> <p>思政元素: 掌握造型设计为主要目的,根据时尚及潮流形式,如:国潮风,提高造型设计的创造力、审美观等综合素质。</p> <p>教学方法与策略: 讲授关于造型设计的价值取向与审美判断,形成感性与理性、抽象与形象统一的设计方法,强化学生的实际动手操作能力,提升设计表现技巧。</p>	<p>课前:携带教科书。</p> <p>课堂:记录课堂实践需用材料。</p> <p>课后:调研造型设计相关资讯。</p>	目标一

(二) 实践教学

实践类型	项目名称	学时	主要教学内容	项目类型	项目要求	支撑课程目标
实训	设计造型	6	<p>重点: 培养学生对于形态表象、结构、解析变体、空间分析,通过造型设计的要求、表现方法、造型法则和造型步骤的学习,掌握形态造型设计是艺术设计之间内在联系的基础知识、主要概念。</p> <p>难点: 强化物象外在生动的视觉细节观察力,物象质感的精细表现力。</p> <p>思政元素: 多角度、层面观察自然物象,认识形态结构分析和创造能力。</p>	训练设计	学生必须选择实物对象之具象或意象形式来进行创新设计作品: 立体设计作品。	目标一 目标二
实训	设计色彩	6	<p>重点: 调整色彩(对比与统一、对称与平衡、节奏与韵律),分析色彩特点,研究符合人们知觉和心理原则,强化设计色彩心理效应。</p> <p>难点: 二维与三维空间中的各种色彩组合方式,利用色彩属性、混合、表色体系,理解影响色彩的各项因素,对色彩进行秩序分析。</p> <p>思政元素: 以色彩性质、色彩视觉规律的形式美法则,提高审美判断力。</p>	训练设计	学生必须选择实物对象之具象或意象形式来进行创新设计作品: 数字色彩设计作品。	目标一 目标二
实训	设计图象	6	<p>重点: 图形创意的方法灵活地运用于各种设计中,通过绘、写、刻、印等手段产生的图像记号来表达创造性的意念,将设计思想可视化,使设计造型成为传达信息的载体。</p> <p>难点: 点的联想与想象,圆、方、三角的循环联想、常见物的联想和想象、特定符号的联想与想象、数字的联想与想象、汉字的联想与想象、传统符号的再创造、自我形象的再设计等。</p> <p>思政元素: 围绕图形的思维方法、图形的创作方法、图形的表现技巧等相关基础知识展开,</p>	训练设计	学生必须选择实物对象之具象或意象形式来进行创新设计作品: 数字平面设计作品。	目标一 目标二

			通过主题设计，引导学生掌握形式与内容的统一和设计构思的创意与表现。			
实训	设计综合造型	6	<p>重点： 培养学生对于结构的逻辑性、空间形体的严密性和尺度比例的准确性，强化艺术性、实用性、思想性、文化性，注重造型能力和表达能力，利用计算机及其图形设备帮助设计进行。</p> <p>难点： 在于如何将理论、实物融合应用，并转化设计构成，与素材肌理的应用，以文化内涵转为创意来源，所以设计前需先了解其社会文化背景与象征意义，再经不同层次的转换，成为不同的文化创意产品设计。</p> <p>思政元素： 创造空间特性、造型上的明暗、层次凹凸空间关系，提升设计间的联系性，丰富作品情感，创造视觉形象。</p>	综合	学生必须选择实物对象之具象或意象形式来进行创新设计作品： 综合造型设计作品。	目标一 目标二 目标三
实训	场地布展、作品展示规划	4	<p>重点： 培养学生对于作品完成后，在指定场地布置及展示的规划设计能力。</p> <p>难点： 在于如何依照场地大小、布展、设计、规划展览动线、作品摆放效果等。</p> <p>思政元素： 创造空间设计特性、造型作品摆放效果、层次凹凸空间关系，提升作品与展览空间的联系性，丰富作品情感，创造视觉形象。</p>	综合	学生必须根据课程要求设计作品，并在指定场地布置及展示。	目标一 目标二
备注： 项目类型填写验证、综合、设计、训练等。						

五、学生学习成效评估方式及标准

考核与评价是对课程教学目标中的知识目标、能力目标和素质目标等进行综合评价。在本课程中，学生的最终成绩是由50%平时成绩与50%期末成绩组成。

1. 平时成绩（占总成绩的50%）：采用百分制，出勤率(15%)、课堂互动(15%)、平时作业(20%)。

等级	评分标准
	1.出勤率 2.课堂互动 3.平时作业
优秀 (90~100分)	1.课堂考勤率，90%以上出勤。 2.能够课前预习且积极回答问题，90%以上参与课堂讨论。 3.能够按时提交作业，画面整洁、尺寸精准，符合课程单元要求，90%以上准时。
良好 (80~89分)	1.课堂考勤率，80%以上出勤。 2.能够课前预习且积极回答问题，80%以上参与课堂讨论。 3.能够按时提交作业，画面较整洁、尺寸准确，符合课程单元要求，80%以上准时。
中等 (70~79分)	1.课堂考勤率，70%以上出勤。 2.能够课前预习且积极回答问题，70%以上参与课堂讨论。 3.能够按时提交作业，画面规矩、尺寸大致准确，基本符合课程单元要求，70%以上准时。
及格 (60~69分)	1.课堂考勤率，60%以上出勤。 2.能够课前预习且积极回答问题，60%以上参与课堂讨论。 3.能够按时提交作业，画面一般、尺寸合理，基本符合课程单元要求，60%以上准时。
不及格 (60以下)	1.课堂考勤率，50%以下出勤。 2.能够课前预习且积极回答问题，50%以下参与课堂讨论。 3.能够按时提交作业，画面凌乱、尺寸不合理，不符合课程单元要求，50%以下准时。

2. 期末成绩（占总成绩的50%）：采用百分制，期末大作业考核模块、考核内容、题型和分值分配情况见下表。

考核模块	考核内容	主要题型	支撑目标	分值
案例分析	造形艺术基础知能、造形原理、创新设计方法、案例分析。	设计题	目标二	40%
提案设计	创新设计能力、图象设计能力、素材组构与形便创新设计能力、文化内涵转化的象征意义。	设计题	目标一	20%
实践制作与展示	文化意象主题性设计能力、整体造形设计制作能力、思考与创造能力、设计与实务综合应用能力。	设计题	目标一 目标二 目标三	40%

六、教学安排及要求

序号	教学安排事项	要 求
1	授课教师	职称：助教/讲师/副教授/教授 学历（位）：硕士以上 其他：无
2	课程时间	周次：4周 节次：8节(为保障本课程顺利衔接、设计思路不间断，需4节课连排)
3	授课地点	<input type="checkbox"/> 教室 <input checked="" type="checkbox"/> 实验室 <input type="checkbox"/> 室外场地 <input type="checkbox"/> 其他：
4	学生辅导	线上方式及时间安排：企业微信(开课后时间另行安排) 线下地点及时间安排：实验室(开课后时间另行安排)

七、选用教材

[1] 《综合造型基础（第2版）》，战杜鹃、黄章敏、桑晓磊、戴庆敏，浙江大学出版社，2019.08。

[2] 《图形创意（第3版）》，肖英隽，清华大学出版社，2020.09。

[3] 《构成基础》，徐娟、李璐、伍依安，东华大学出版社，2021.11。

八、参考资料

[1] 《图案设计与应用》，玛丽克里斯蒂娜·迈克尔·凯优，华中科技大学出版社，2018.05。

[2] 《装饰雕塑》，袁进东、陈杰、陈诗雅，湖南大学出版社，2018.11。

网络资料

[1] 中国大学MOOC，设计素描，网址：

<https://www.icourse163.org/search.htm?search=%E7%BB%BC%E5%90%88%E9%80%A0%E5%9E%8B%E5%9F%BA%E7%A1%80#/>。

[2] 昵图网，综合设计，网址：

<https://soso.nipic.com/?q=%E7%BB%BC%E5%90%88%E8%AE%BE%E8%AE%A1&g=0&or=0&y=60>。

[3] 花瓣网，基础造型设计，网址：

<https://huaban.com/search/?q=%E5%9F%BA%E7%A1%80%E9%80%A0%E5%9E%8B%E8%AE%BE%E8%AE%A1>。

[4] 涂鸦王国，基础造型设计，网址：

https://www.gracg.com/search/index_new?key=%E5%9F%BA%E7%A1%80%E9%80%A0%E5%9E%8B%E8%AE%BE%E8%AE%A1&type=1。

[5] 站酷，综合设计，网址：

<https://www.zcool.com.cn/search/content?word=%E7%BB%BC%E5%90%88%E8%AE%BE%E8%AE%A1>。

其他资料

[1] UI中国专业设计体验平台，基础造型设计，网址：

https://s.ui.cn/index.html?type=all&other_w=%E5%9F%BA%E7%A1%80%E9%80%A0%E5%9E%8B%E8%AE%BE%E8%AE%A1。

[2] 致设计，基础造型设计，网址：

<https://www.zhisheji.com/search/jichuzaoxingsheji.html>。

大纲执笔人：林右正

讨论参与人：陈涵懿

系（教研室）主任：何帅森

学院（部）审核人：何帅

《插画设计专题实训》教学大纲

一、课程基本信息

课程类别	专业课程	课程性质	实践	课程属性	必修
课程名称	插画设计专题实训		课程英文名称	Special Training of illustration design	
课程编码	G02ZB08Y		适用专业	视觉传达设计	
考核方式	考查		先修课程	插画设计	
总学时	32	学分	2	理论学时	4
实验学时/实训学时/ 实践学时/上机学时			实训学时：32		
开课单位			创意设计学院		

二、课程简介

《插画专题实训》是视觉传达设计专业的一门专业必修课。课程的主要内容主要是延续插画设计的内容，针对性的根据具体命题进行项目化实践。课程目的是使学生在专业课基础上使学生把理论应用于实践，进一步提升学生的插画设计水平，逐渐熟练运用插图到设计领域中去。课程特点是通过和企业结合、或者和设计比赛结合的具体案例展开插画设计，以小组的形式模拟设计团队的工作模式，让学生的插画设计能力得到进一步提升。针对性的讲评学生作品并提出修改意见，使学生能更好的应用插图的设计理论在设计实践中。

三、课程教学目标

课程教学目标	支撑人才培养规格指标点	支撑人才培养规格
知识目标 目标 1：延续插画设计的内容，针对性的根据具体命题进行项目化实践，使学生在专业课基础上使学生把理论应用于实践，进一步提升学生的插画设计水平，逐渐熟练运用插图到设计领域中去	3-1:掌握视觉设计的基本技法。 3-2:熟悉传统图案及现代图形的构成原理，并能在现代视觉传达设计中综合应用。 3-3:具备设计创意的综合表现能力，包括平面、立体、空间、色彩、材质等表达形式。 5-1:了解印刷、包装和媒体	3. 视觉设计技能、图形创意能力 5. 商业设计和推广能力

		传播等领域的视觉规律。	
能力目标	目标 2: 在项目化实践过程中锻炼进行设计调研、资料查询的能力,提升插画元素的构思、创意和设计能力,从受众和传播学多个角度上考虑作品的设计效果。	4-1:熟悉二维平面设计软件的操作与应用,具备设计软件操作与应用能力。 6-1:具备独立进行设计调研、资料查询、文献检索,运用现代信息技术获取相关信息的能力。	4. 设计软件的应用能力 6. 商业设计和推广能力
素质目标	目标 3: 通过本课程的学习,进一步提升作为设计师应具有素质,学会团队协作,具备一定的项目策划、组织实施能力。	5-1:了解印刷、包装和媒体传播等领域的视觉规律。 6-1:具备独立进行设计调研、资料查询、文献检索,运用现代信息技术获取相关信息的能力。	5. 商业设计和推广能力 6. 调研与资料整合能力

四、课程主要教学内容、学时安排及教学策略

(一) 理论教学

教学模块	学时	主要教学内容与策略	学习任务安排	支撑课程目标
插画绘本创作阶段一:元素提炼	2	重点: 选择适合少年儿童的文学作品进行插画绘本创作。 难点: 文字信息的可视化提炼。 思政元素: 因为插画绘本作品主要面对中国少年儿童,所以作品创作过程中需要学生挖掘可视化的中国元素,这就需要学生对作品深入了解并提炼。	每组 3-5 人。通过文学作品分析进行插画故事梗概的提炼。	目标 1 目标 2
插画比赛项目创作阶段一:创意点提取	2	重点: 对策略单进行解读,进行创意点提取。 难点: 企业策略单的信息提取与分析。 思政元素: 让学生在真实企业需求下进行创作,引导学生践行“具体问题具体分析”的唯物主义方法论。	每人一套(1-3张)。利用头脑风暴绘制思维导图,进行创意点提取。	目标 1 目标 3

(二) 实践教学

实践类型	项目名称	学时	主要教学内容	项目类型	项目要求	支撑课程目标
实训	插画绘本创作阶段二：草图绘制	4	<p>重点：根据故事情节、时代，小组讨论决定插画的开本、故事连接，并分工进行草图创作。</p> <p>难点：分割情节或内容成为可以连续的画面，风格要保持一致。</p>	设计	每组 3-5 人。进行画面分割并进行同风格的草图绘制 20—30P	目标 1 目标 2 目标 3
实训	插画绘本创作阶段三：线稿绘制	6	<p>重点：根据草图修改意见完成绘本未上色的线稿创作，绘制过程中根据文案反复进行修改。</p> <p>难点：线稿是成稿的基础，要反复推敲，保证内容衔接和风格一致。</p>	设计	每组 3-5 人。完成绘本线稿绘制 20—30P	目标 1 目标 2 目标 3
实训	插画绘本创作阶段四：正稿绘制	4	<p>重点：确认作品风格与表现手法，根据草图绘制正稿并完成作品修改与上色作，创作作品封面、封底。</p> <p>难点：组内成员的分工协调，保证作品风格一致，情节流畅。</p> <p>思政元素：绘本创作过程中让学生践行“具体问题具体分析”、“理论联系实际”的方法论。</p>	设计	每组 3-5 人。根据草稿绘制正稿，并完成封面封底的设计。	目标 1 目标 2
实训	插画比赛项目创作阶段二：草图绘制	4	<p>重点：根据创意点，确定商业插画绘制风格和技法，进行草图创作。</p> <p>难点：绘制效果与创意点的结合。</p>	设计	每人一套（1-3 张），根据具体的策略单进行商业插画草图的创作。	目标 1 目标 2 目标 3
实训	插画比赛项目创作阶段三：线稿绘制	6	<p>重点：根据草图，绘制完成 6 张以上的线稿，并优选最好的线稿。</p> <p>难点：成组作品在构图形式、文案、内容上的关联性或一致性。</p>	设计	每人一套（1-3 张），根据具体的策略单进行商业插画线稿的创作。	

实训	插画比赛项目创作阶段四：正稿绘制与调整	4	重点： 确认作品风格与表现手法，根据草图绘制正稿并完成作品修改与上色作。 难点： 作品设计适合商业传播。	设计	每人一套（1-3张），根据具体的策略单进行商业插画正稿创作。	目标 1 目标 2
备注：项目类型填写验证、综合、设计、训练等。						

五、学生学习成效评估方式及标准

考核与评价是对课程教学目标中的知识目标、能力目标和素质目标等进行综合评价。在本课程中，学生的最终成绩是由平时成绩 50%（实训项目一）、期末成绩 50%（实训项目二）两个部分组成。

1、平时成绩（实训项目一）占总成绩的 50%：采用百分制。考勤（占 10%）、草图创作（占 15%）和最终作品（占 10%）三个部分。评分标准如下表：

等级	评分标准
	1. 考勤； 2. 草图创作； 3. 最终作品
优秀 (90~100 分)	1. 考勤无迟到、早退和旷课（请假不计）。 2. 插画草图的创作符合要求，故事或信息连接非常合理且有创意，内容与形式结合紧密。 3. 最终作品内容丰富，绘制细腻，结构完整，艺术感染力强。
良好 (80~89 分)	1. 考勤无旷课，迟到、早退不超过 1 次。（请假不计）。 2. 插画草图的创作符合要求，故事或信息连接较为合理，内容与形式结合恰当。 3. 最终作品内容较为丰富，绘制准确，结构完整，艺术感染力较强。
中等 (70~79 分)	1. 考勤无旷课，迟到、早退不超过 2 次。（请假不计）。 2. 插画草图的创作基本符合要求，故事或信息连接基本合理，内容与形式较为恰当。 3. 最终作品内容不够丰富，绘制基本准确，结构基本完整，艺术感染力一般。
及格 (60~69 分)	1. 考勤旷课 1 次以内，迟到、早退不超过 3 次。（请假不计）。 2. 插画草图的创作基本符合要求，故事或信息连接不够合理，内容与形式基本恰当。 3. 最终作品内容不够完整，绘制基本准确，艺术感染力较弱。

不及格 (60 以下)	1. 考勤旷课 3 次以上或迟到、早退超过 5 次。(请假不计)。 2. 插画草图的创作不符合要求, 故事或信息散乱, 内容与形式不恰当。 3. 最终作品未完成。
----------------	---

2. 期末成绩 (实训项目二) 占总成绩的 50%: 采用百分制。结课大作业的考核内容、题型和分值分配情况见下表:

考核模块	考核内容	主要题型	支撑目标	分值
创意点提取	所针对的商业产品或服务的创意点提取合理、有创意。	插画设计作品	目标 3	10
插画内容	插画内容传递信息指向性强, 成组作品设计合理		目标 1 目标 2	15
	插画内容的选择新颖、有趣味		目标 1 目标 2	15
插画形式	插画元素的应用视觉化效果好		目标 1 目标 2	20
	插画构图形式新颖或符合形式美法则, 突出重点		目标 1 目标 2	10
	形式与内容结合紧密		目标 1 目标 2	20
	配色恰当, 遵循色彩构成的视觉规律		目标 1 目标 2	10

六、教学安排及要求

序号	教学安排事项	要 求
1	授课教师	职称: 助教/讲师/副教授/教授 学历(位): 硕士 其他: 无
2	课程时间	周次: 4周 节次: 4节连排 (为保证课程效果需要4节连排)
3	授课地点	<input type="checkbox"/> 教室 <input checked="" type="checkbox"/> 实验室 <input type="checkbox"/> 室外场地 <input type="checkbox"/> 其他:
4	学生辅导	线上方式及时间安排: 企业微信 (开课后时间另行安排) 线下地点及时间安排: 办公室 (开课后时间另行安排)

七、选用教材

[1]董冠妮. 插画设计. 北京: 中国轻工业出版社, 2021 年 8 月.

[2]于君. 插画设计. 上海: 上海人民美术出版社. 2020 年 1 月.

八、参考资料

[1]余振华. 插画色彩设计手册. 北京: 人民邮电出版社, 2021 年 11 月.

[2]梁燕妮.用插画讲故事.北京:人民邮电出版社,2021年11月.

[3]邓雅楠.插图设计.山东:山东美术出版社,2021年10月.

网络资料

[1]站酷 <https://www.zcool.com.cn/>

[2]中国插画网 <http://sm.cndesign.com/>

[3]Behance <http://www.lookxyz.cn/>

其他资料

[1]蓝铅笔(笔刷下载) www.lanqb.com

[2]站长素材(字体下载) <https://font.chinaz.com/shejiziti.html>

大纲执笔人:何帅森

参与人:李珊珊

系(教研室)主任:何帅森

学院(部)审核人:何帅

《广告设计专题实训》教学大纲

一、课程基本信息

课程类别	专业必修课程	课程性质	实践	课程属性	必修
课程名称	广告设计专题实训		课程英文名称	Advertising Special Training	
课程编码	G02ZB30Y		适用专业	视觉传达设计	
考核方式	考查		先修课程	广告设计与策划	
总学时	32	学分	2	理论学时	4
实验学时/实训学时/ 实践学时/上机学时			实训学时：28		
开课单位			创意设计学院		

二、课程简介

《广告设计专题实训》是视觉传达设计专业的专业必修课程。该课程内容上全面介绍了广告设计的基础知识和常用工具，在形式上通过分阶段分种类的项目式结构满足教学需求，充分体现理论与实践结合的教学方针，具有较强的实用性。课程通过四大类命题广告设计，学生能够将广告设计理论融入各个具体的项目实践，通过对不同设计阶段的学生进行跟踪指导，使学生熟悉广告设计中的各个流程，独立完成全过程的广告设计工作，迅速提升学生的广告设计能力和创新能力，为今后能够迅速地适应广告策划类等的相关工作需要奠定了基础。

三、课程教学目标

课程教学目标		支撑人才培养规格指标点	支撑人才培养规格
知识目标	目标1: 通过本课程的学习，学生了解到广告行业的最新知识，理解广告设计和策划的内涵，运用设计知识完成广告的策划、创意和设计。	2-1: 具备与本专业相关的市场调研的能力。 2-2: 具备与本专业相关的客户沟通的能力。 2-3: 具备与本专业相关的设计表现的能力。 2-4: 具备与本专业相关的电脑制图等的的能力。	2. 职业技能

能力目标	<p>目标2: 通过本课程的学习,了解平面构成、色彩搭配的基本原则,独立完成广告设计。</p>	<p>3-1:掌握视觉设计的基本技法 3-2:熟悉传统图案及现代图形的构成原理,并能在现代视觉传达设计中综合应用 3-3:具备设计创意的综合表现能力,包括平面、立体、空间、色彩、材质等表达形式。</p>	3. 视觉设计技能、图形创意能力
素质目标	<p>目标3: 通过课程的学习,了解设计的基本流程,明确作为设计的基础,市场调研的重要性,以及市场调研的操作方式。</p>	<p>6-1:具备独立进行设计调研、资料查询、文献检索,运用现代信息技术获取相关信息的能力。 6-2:具有较好的外语沟通能力、较好的计算机应用能力、网络检索能力。</p>	6. 调研与资料整合能力
	<p>目标4: 在课程过程中,需要了解商业广告的设计过程,包含前期调研和市场定位,并利用各种多媒体技术和手段,完成广告作品的设计和制作。</p>	<p>5-1:了解印刷、包装和媒体传播等领域的视觉规律 5-2:能够通过调研分析,确定品牌形象定位,进行品牌形象策划、品牌推广与媒介策略,最终实施品牌推广设计。 5-3:能够根据不同终端的情况、不同客户的需求,针对界面、报纸报刊、书籍、包装、海报等版面进行编排设计与制作。</p>	5. 商业设计和推广能力
	<p>目标5: 通过本课程的学习,了解设计流程,能够在团队合作的基础上完成广告的策划和创意。</p>	<p>7-1:熟悉设计程序与方法,具备视觉传达设计项目策划与组织能力。 7-2:熟悉设计程序与方法,能胜任本专业领域内设计项目的策划、创意、组织及实施。</p>	7. 设计项目策划与管理能力

四、课程主要教学内容、学时安排及教学策略

(一) 理论教学

教学模块	学时	主要教学内容与策略	学习任务安排	支撑课程目标
------	----	-----------	--------	--------

课程安排 级设计题 目解读	4	<p>重点：广告的基本概念；广告的历史沿革；广告的形态类别；广告设计的主要功能；广告设计的任务和基本要求。</p> <p>难点：广告设计基本要求的深入理解。</p> <p>思政元素：介绍广告设计的发展历史，重点是中国传统广告的起源和发展情况。</p> <p>教学方法与策略：线下教学。对于概念、历史发展等理论内容在课堂上予以讲授，重点在于理论知识的讲解。课堂运用主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问和课间讨论拓宽学生学习思路。</p>	<p>课前：学生了解相关的优秀案例</p> <p>课堂：讨论互动</p> <p>课后：归纳总结</p>	<p>目标1</p> <p>目标2</p>
---------------------	---	--	---	-----------------------

(二) 实践教学

实践类型	项目名称	学时	主要教学内容	项目类型	项目要求	支撑课程目标
实训	公益广告设计	7学时	<p>指导内容：回顾公益广告设计的要点，布置选题，引导学生设计思路，给与指导，经历草稿、初稿、定稿的设计流程，最终完成公益广告的设计。</p> <p>重点：掌握公益广告的设计思路。</p> <p>难点：寻找足够新颖的角度进行设计。</p> <p>思政元素：更多从社会性和设计师的责任感等角度，传播正能量。</p>	设计	独立完成作品	<p>目标1</p> <p>目标2</p> <p>目标3</p> <p>目标4</p> <p>目标5</p>
实训	形象广告设计	7学时	<p>指导内容：回顾形象广告设计的要点，布置选题，引导学生设计思路，给与指导，经历草稿、初稿、定稿的设计流程，最终完成某一具体广告的设计。</p> <p>重点：掌握形象广告的设计思路。</p> <p>难点：更加深入地了解设计目标，设计出更有深度的形象广告。</p> <p>思政元素：更多从社会性和设计师的责任感等角度，传播正能量。</p>	设计	独立完成作品	<p>目标1</p> <p>目标2</p> <p>目标3</p> <p>目标4</p> <p>目标5</p>
实训	文体广告设计	7学时	<p>指导内容：回顾公益文化与体育广告设计的要点，布置选题，引导学生设计思路，给与指导，经历草稿、初稿、定稿的设计流程，最终完成命题文化或者体育广告的设计。</p> <p>重点：掌握文体广告的设计思路。</p> <p>难点：了解设计目标的内涵，为后期的设计做准备。</p> <p>思政元素：更多从社会性和设计师的责任感等角度，传播正能量。</p>	设计	独立完成作品	<p>目标1</p> <p>目标2</p> <p>目标3</p> <p>目标4</p> <p>目标5</p>

实训	产品广告设计	7学时	<p>指导内容：回顾商业广告设计的要点，布置选题，引导学生设计思路，给与指导，经历草稿、初稿、定稿的设计流程，最终完成命题商业广告的设计。</p> <p>重点：掌握商业广告的设计思路。</p> <p>难点：了解设计产品的市场定位，掌握产品特点，如何更好地表现产品特色。</p> <p>思政元素：更多从社会性和设计师的责任感等角度，传播正能量。</p>	设计	独立完成作品	目标1 目标2 目标3 目标4
备注：项目类型填写验证、综合、设计、训练等。						

五、学生学习成效评估方式及标准

考核与评价是对课程教学目标中的知识目标、能力目标和素质目标等进行综合评价。在本课程中，学生的最终成绩是由平时成绩和设计作品成绩两个部分组成。

1. 平时成绩（占总成绩的30%）：采用百分制。平时成绩分设计过程考核（占10%）和设计作品的阶段性表现（占20%）两个部分。

等级	评分标准
	1.设计过程；2.设计作品的阶段性表现
优秀 (90~100分)	1. 设计过程：设计过程积极主动沟通想法，按照时间要求完成高质量设计，到课率达到100%。 2. 设计作品阶段性表现：设计思路清晰，设计主题明确。设计作品图像、色彩、文案的配合达到完美的水平。
良好 (80~89分)	1. 设计过程：设计过程积极主动沟通想法，按照时间要求完成设计，到课率达到100%。 2. 设计作品阶段性表现：设计思路清晰，设计主题较为明确。设计作品图像、色彩、文案的配合得较好。
中等 (70~79分)	1. 设计过程：设计过程积极主动沟通想法，按照时间要求完成设计，到课率达到90%。 2. 设计作品阶段性表现：设计较为思路清晰，设计主题比较明确。设计作品图像、色彩、文案的配合得较好，但是仍有较大得提升空间。
及格 (60~69分)	1. 设计过程：设计过程沟通想法次数有限，作业有催交情况，到课率在80%以上。 2. 设计作品阶段性表现：设计作品基本符合要求。作品图像、色彩、文案的配合有较大的问题。
不及格 (60以下)	1. 设计过程：设计过程基本无沟通想法，作业没有按照时间提交，到课率在80%以下。 2. 设计作品阶段性表现：设计作品不能满足广告设计作品的基本要求，主题混乱，设计目的不清。

2. 期末考试（占总成绩的70%）：

考核模块	考核内容	主要题型	支撑目标	分值
公益广告设计	创意表现	主题设计	目标1	5
	画面表现		目标2	5
	综合表现效果		目标3 目标4	15
形象广告设计	创意表现	主题设计	目标1	5
	画面表现		目标2	5
	综合表现效果		目标3 目标4	15
文体广告设计	创意表现	主题设计	目标1	5
	画面表现		目标2	5
	综合表现效果		目标3 目标4	15
产品广告设计	创意表现	主题设计	目标1	5
	画面表现		目标2	5
	综合表现效果		目标3 目标4	15

六、教学安排及要求

序号	教学安排事项	要 求
1	授课教师	职称：助教/讲师/副教授/教授 学历（位）：硕士及以上 其他：无
2	课程时间	周次：9—16周 节次：1-8节，为保证课程顺利衔接，需四节连排。
3	指导地点	<input checked="" type="checkbox"/> 教室 <input type="checkbox"/> 实验室 <input type="checkbox"/> 室外场地 <input type="checkbox"/> 其他：
4	学生辅导	线上方式及时间安排：企业微信（开课后时间另行安排） 线下地点及时间安排：授课教室（开课后时间另行安排）

七、选用教材

八、参考资料

- [1] 崔一, 张振宇. 广告设计项目教学[M]. 北京: 水利水电出版社, 2016年1月.
- [2] 刘迪. 15天变身广告设计师[M]. 北京: 清华大学出版社, 2020年7月.
- [3] 张翔. 广告设计实训项目[M]. 南京: 东南大学出版社, 2020年9月.

[4] 于斌, 鞠艳. 平面广告项目设计与制作综合实训(第2版)[M]. 北京: 清华大学出版社, 2014年7月.

九、网络资料

[1] 图虫创意网站, <https://stock.tuchong.com>

[2] Adobe Create Magazine, <http://www.create.adobe.com>

[3] Dribbble, <https://dribbble.com/>

大纲执笔人: 李珊珊

讨论参与人: 丁思依

系(教研室)主任: 何帅森

学院(部)审核人: 王锦锋

《包装设计专题实训》教学大纲

一、课程基本信息

课程类别	专业必修课程	课程性质	实践	课程属性	必修
课程名称	包装设计专题实训		课程英文名称	Special training in packaging design	
课程编码	G02ZB16Y		适用专业	视觉传达设计	
考核方式	考查		先修课程	造型基础、计算机辅助设计(PS、AI)、包装结构与设计	
总学时	32	学分	2	理论学时	4
实验学时/实训学时/ 实践学时/上机学时			实训学时：28		
开课单位			创意设计学院		

二、课程简介

《包装设计专题实训》是视觉传达设计专业的一门专业必修课程。开设本课程的目的是让学生全面、系统地认识包装的项目专题设计开展和执行。通过前期理论课程对包装结构、容器、视觉传达设计的基础理论知识掌握。学生通过本次实训课程项目设计训练，更进一步熟练掌握对包装设计中的市场调研、包装材料、包装技术、印刷，以及商业销售的系统流程，从而创作出和市场相结合、实用、富有个性、具有审美价值的项目系统包装设计作品。并具备一定的项目商业设计能力和设计行销推广能力。

三、课程教学目标

课程教学目标		支撑人才培养规格指标点	支撑人才培养规格
知识目标	目标 1: 依据前期包装设计的课程内容，针对性的根据具体命题进行项目化实践，使学生把专业课基础理论用于实践，进一步提升学生的对商业类包装的商业策划能力与设计能力。	3-1:掌握视觉设计的基本技法 3-2:熟悉传统图案及现代图形的构成原理，并能在现代视觉传达设计中综合应用 3-3:具备设计创意的综合表现能力,包括平面、立体、空间、色彩、材质等表达形式	3. 视觉设计技能、图形创意能力 5. 商业设计和推广能力

		<p>5-1:了解印刷、包装和媒体传播等领域的视觉规律</p> <p>5-2:能够通过调研分析,确定品牌形象定位,进行品牌形象策划、品牌推广与媒介策略,最终实施品牌推广设计。</p> <p>5-3:能够根据不同终端的情况、不同客户的需求,针对界面、报纸报刊、书籍、包装、海报等版面进行编排设计与制作。</p>	
能力目标	<p>目标 2:</p> <p>在项目化实践过程中进行设计调研、资料查询的能力,提升包装项目设计构思、创意和设计能力。</p>	<p>2-3: 具备与本专业相关的设计表现的能力。</p> <p>2-4: 具备与本专业相关的电脑制图等的的能力。</p> <p>6-1:具备独立进行设计调研、资料查询、文献检索,运用现代信息技术获取相关信息的能力。</p>	<p>2. 职业技能</p> <p>6. 调研与资料整合能力</p>
素质目标	<p>目标 3:</p> <p>通过本课程的学习,进一步提升作为设计师应具有素质,具备包装设计的项目策划、组织实施能力。</p>	<p>7-1:熟悉设计程序与方法,具备视觉传达设计项目策划与组织能力。</p> <p>7-2:熟悉设计程序与方法,能胜任本专业领域内设计项目的策划、创意、组织及实施。</p>	<p>7. 设计项目策划与管理能力</p>

四、课程主要教学内容、学时安排及教学策略

(一) 理论教学

教学模块	学时	主要教学内容与策略	学习任务安排	支撑课程目标
包装设计流程	4	<p>重点:</p> <p>1、市场调研</p> <p>2、创意与分析</p> <p>3、设计与呈现</p> <p>4、印刷与制作</p> <p>难点:</p> <p>1、包装产品、消费、销售状况及相互关系</p>	<p>课前:</p> <p>搜集包装设计策略单</p> <p>课堂:</p> <p>对案例进行分</p>	<p>目标 1</p> <p>目标 2</p> <p>目标 3</p>

		<p>2、实现包装功能和创新的完美结合</p> <p>3、印刷过程出现的价格、品质的偏差等问题</p> <p>4、创新与实用的结合，科学与艺术的结合，计算机与手工的结合。</p> <p>思政元素： 在中国传统美术里的民间艺术中，感受传统文化带来的审美思想，进行设计表现的开展，提升学生在传统文化的审美中的如何继承与发扬的设计意识。</p> <p>教学方法与策略： 线下通过 PPT 电子课件教学。课堂主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。</p>	析 课后： 构思设计方案	
--	--	--	---------------------------	--

(二) 实践教学

实践类型	项目名称	学时	主要教学内容	项目类型	项目要求	支撑课程目标
实训	产品系列化包装设计： 一、调研与选题	8	<p>重点：产品包装设计的现状与发展趋势</p> <p>难点：产品包装设计的创意与创新思路</p> <p>思政元素：设计选题中可结合中国地域产品进行选题，培养学生对中国文化的热爱。</p>	设计	学生完成调研过程、数据分析及报告撰写。	目标 1 目标 2 目标 3
实训	产品系列化包装设计： 二、产品包装结构设计	4	<p>重点：产品包装设计的行业要求</p> <p>难点：结构设计的合理与创新</p> <p>思政元素：学生挖掘包装造型视觉化的中国元素，使学生感受中国文化在设计中带来的美感。</p>	设计	根据调研材料，设计具有产品典型特性的包装结构设计方案	目标 1 目标 2 目标 3
实训	产品系列化包装设计 三、产品包装品牌字、LOGO 设计	4	<p>重点：产品包装视觉传达中，如何准确结合企业文化及产品属性，设计品牌字、LOGO 等视觉形象识别元素。</p> <p>难点：如何设计具有品牌特色的品牌字、LOGO。</p> <p>思政元素：巧妙挖掘及运用典型文化特色的元素符号融入设计中。</p>	设计	设计品牌字、LOGO 方案稿各 2-3 组。	目标 1 目标 2 目标 3
实训	产品系列化包装设计 四、包装图形、色彩设计表现	4	<p>重点：产品包装视觉传达中，根据产品特征设计图形及色彩配色，整体风格的设计表现。</p> <p>难点：设计风格把握，以及图形、色彩在包装版面设计的创新表现。</p> <p>思政元素：学生挖掘中国传统文化中的图形及色彩特色，对包装图形及</p>	设计	完成产品包装中图形和色彩视觉要素的设计表现。	目标 1 目标 2 目标 3

			色彩要素进行设计表现，体会传统文化对设计的影响。			
实训	产品系列化包装设计： 五、产品包装整体版面的设计	4	重点： 产品包装视觉传达中，如何巧妙设计版面编排，强化包装的视觉效果。 难点： 地域文化的掌握，设计风格把握，以及文字、图形、色彩在包装版面设计的创新表现。 思政元素： 学生挖掘中国地域传统文化元素，对包装视觉要素地域传统文化的设计，体会中国传统文化带来的美。	设计	学生独立设计完成包装版面设计方案。	目标 1 目标 2 目标 3
实训	产品系列化包装设计： 六、包装成品实物制作及展示	4	重点： 包装设计图的输出、成品实物的制作。 难点： 印前文件设计、材料选择运用、印刷与制作。 思政元素： 通过印刷工艺与材料运用，感受传统与现代结合的文化遗产与设计创新思维。	设计	学生独立完成包装的输出与实物的制作，并进行展览展示。	目标 1 目标 2 目标 3
备注：项目类型填写验证、综合、设计、训练等。						

五、学生学习成效评估方式及标准

考核与评价是对课程教学目标中的知识目标、能力目标和素质目标等进行综合评价。本课程总成绩由 40%的平时成绩和 60%的期末成绩组成。

1. 平时成绩（占总成绩的 40%）：采用百分制。考勤（占 10%）、草图创作（占 10%）和最终作品（占 20%）三个部分。评分标准如下表：

等级	评分标准
	1、考勤（占 10%） 2、草图创作（占 10%） 3、最终作品（占 20%）
优秀 (90~100 分)	1、考勤无迟到、早退和旷课 2、作业草图按量完成，包装设计表现思维活跃，具有较强视觉表现性 3、包装系统化设计完整、课题表现准确、设计表现力积极、具备较强创新性
良好 (80~89 分)	1、考勤无旷课，迟到、早退不超过 1 次 2、作业草图按量完成，包装设计表现思维活跃，具有良好视觉表现性 3、包装系统化设计完整，课题表现准确、设计表现力积极、具备良好创新性
中等 (70~79 分)	1、考勤无旷课，迟到、早退不超过 2 次 2、作业草图按量完成，包装设计表现思维有一定的视觉表现性 3、包装系统化完整，课题表现有一定的表现力、具备一定创新性
及格 (60~69 分)	1、考勤旷课 1 次以内，迟到、早退不超过 3 次 2、作业草图按量完成，包装设计表现思维积极性不够，视觉表现性一般

	3、包装系统化基本完整，课题表现准确性不够、要素设计表现力、创新性一般
不及格 (60 以下)	1、考勤旷课 3 次以上或迟到、早退超过 5 次 2、作业草图按量完成不够，包装设计视觉表现性缺乏 3、包装系统化完整量不足、课题表现缺乏准确性，要素设计缺乏创新性，有抄袭、雷同现象

2. 期末考查（占总成绩的 60%）：采用百分制。期末考查的考核内容、题型和分值分配情况请见下表：

考核模块	考核内容	主要题型	支撑目标	分值
包装结构设计	结构具有保护性、实用性、合理性，且有创新点。	设计	目标 1 目标 2 目标 3	10
包装图形、色彩表现	图形主题表现明确，符合产品特性。			15
	图形表现手段新颖，有较好的视觉表现力。色彩产品属性表现强。			20
包装品牌文字与版面与构图表现	包装品牌文字设计感强，但又不失识别性。			15
	包装资料文字表述完整，字体符合阅读要求。			10
	包装版面构图形式新颖或符合形式美法则，包装视觉要素次序表达好。			20
包装整体系列感效果	包装的任务完成量饱满，系列化表现整体效果强			10

六、 教学安排及要求

序号	教学安排事项	要 求
1	授课教师	职称：助教、讲师、副教授、教授 学历（位）：硕士及以上 其他：无
2	课程时间	周次：9-16 周 节次：4(为保障本课程的顺利衔接需 4 节连排)
3	授课地点	<input type="checkbox"/> 教室 <input checked="" type="checkbox"/> 实验室 <input type="checkbox"/> 室外场地 <input type="checkbox"/> 其他：
4	学生辅导	线上方式及时间安排：企业微信（开课后时间另行安排） 线下地点及时间安排：实训室（开课后时间另行安排）

七、 选用教材

八、 参考资料

- [1]魏洁 著，创意包装设计（升级版）上海人民出版社 2020 年 7 月
[2]王安霞 编，包装设计（第二版）张国庆哥有出版社 2022 年 3 月

网络资料

[1] 优设网, <https://www.uisdc.com/>

[2] 站酷网, <https://www.zcool.com.cn/>

[3] 中国知网, <https://www.cnki.net2>.

其他资料

[1] 设计之家, <https://www.sj33.cn>

[2] 设计在线, <http://www.dolcn.com/>

[3] 设计网, <http://www.cndesign.com/>

大纲执笔人：邱丽平

讨论参与人：杨艳平

系（教研室）主任：何帅森

学院（部）审核人：何帅

《品牌形象系统专题实训》教学大纲

一、课程基本信息

课程类别	专业必修课程	课程性质	实践	课程属性	必修
课程名称	品牌形象系统专题实训		课程英文名称	Brand image system special training	
课程编码	G02ZB34Y		适用专业	视觉传达设计	
考核方式	考查		先修课程	书籍装帧设计、品牌形象系统设计	
总学时	32	学分	2	理论学时	4
实验学时/实训学时/ 实践学时/上机学时			实训学时：28		
开课单位			创意设计学院		

二、课程简介

《品牌形象系统专题实训》是视觉传达设计专业一门独立设置的实训教学课程，是品牌形象系统课程的后续延展课程，是全面落实视觉传达设计专业教学计划的重要实践性教学环节之一，是培养学生实际工作技能和技巧的一个重要手段。学习该课程是为了将企业品牌基础性事务、办公事务、对内对外应用等元素进行统一规范化设计，塑造企业整体品牌形象，由内至外进行企业与社会的信息交流和传播。通过实际商业案例的分析、调研、总结、归纳，将业知识和实践操作有机的结合在一起，从而为学生今后从事相关行业工作打下坚实的基础，成为理论与实际相结合的设计类专业人才。

三、课程教学目标

课程教学目标		支撑人才培养规格指标点	支撑人才培养规格
知识目标	目标1: 学生通过先修课程学习，了解企业形象设计目的及重要性，在该课程中要求熟练掌握品牌形象系统设计，塑造企业整体品牌形象，以达到由内至外进行企业与社会的信息交流和传播。	6-1: 具备独立进行设计调研、资料查询、文献检索，运用现代信息技术获取相关信息的能力。 6-2: 具有较好的外语沟通能力、较好的计算机应用能力、网络检索能力。 7-1: 熟悉设计程序与方法，具备视觉传达设计项目策	6. 调研与资料整合能力 7. 设计项目策划与管理能力

		划与组织能力。 7-2:熟悉设计程序与方法,能胜任本专业领域内设计项目的策划、创意、组织及实施。	
能力目标	<p>目标2: 要求学生了解品牌形象设计的基本概念,掌握品牌形象系统设计的具体操作的基本步骤及基本的设计方法。</p> <p>在项目化实践教学过程中锻炼进行设计调研、项目的策划能力、以及实战动手能力。</p>	<p>2-1: 具备与本专业相关的市场调研的能力。</p> <p>2-2: 具备与本专业相关的客户沟通的能力。</p> <p>2-3: 具备与本专业相关的设计表现的能力。</p> <p>2-4: 具备与本专业相关的电脑制图等的的能力。3-1:掌握视觉设计的基本技法</p> <p>3-2:熟悉传统图案及现代图形的构成原理,并能在现代视觉传达设计中综合应用</p> <p>3-3:具备设计创意的综合表现能力,包括平面、立体、空间、色彩、材质等表达形式</p>	<p>2. 职业技能</p> <p>3. 视觉设计技能、图形创意能力</p>
素质目标	<p>目标3: 通过本课程的学习,进一步提升作为设计师应具有素质,学会团队协作,具备一定的项目策划、组织实施能力。</p>	<p>8-1:了解新的审美趋势,学习新的软件和专业知识。</p> <p>8-2:具备持续学习的能力,做到与时俱进,使专业能力不断更新迭代,适应时代的要求。</p>	<p>8. 终身学习的能力</p>

四、课程主要教学内容、学时安排及教学策略

(一) 理论教学

教学模块	学时	主要教学内容与策略	学习任务安排	支撑课程目标
企业形象VI基本要素系统的设计流程	4	<p>重点: VI基础要素设计流程的规范性操作</p> <p>难点: VI设计在前期的市场调查,以及设计的规范性操作过程。</p> <p>思政元素: 通过正确的审美观进行作品的设计开展,并能积极</p>	<p>课前: 预习课程内容</p> <p>课堂: 开始VI要素的设计流</p>	<p>目标2</p> <p>目标3</p>

		<p>在作品中传播准确的文化审美。</p> <p>教学方法与策略：</p> <p>线下教学。对VI设计流程的规范性操作，尤其要求重视前期的调查的作用，课程中综合运用优秀案例，进行分析。</p> <p>课堂主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以与学生的互动，打开学生设计思路。</p>	<p>程</p> <p>课后：</p> <p>完成课题系统的设计开展</p>	
--	--	---	--	--

(二) 实践教学

实践类型	项目名称	学时	主要教学内容	项目类型	项目要求	支撑课程目标
实训	企业形象标志的综合技法专题设计训练	4	<p>重点：</p> <p>对汉字、拉丁文、抽象、具象标志形态的专题综合技法训练</p> <p>难点：</p> <p>表现的独特美感性</p> <p>思政元素：</p> <p>将民族文化的精髓应用到课题项目设计的表现当中，体现中国企业文化特色，传承中国文化，增强学生对中国传统文化再设计的自信。</p>	设计	完成独立或综合应用的标志头脑风暴形态设计方案30个，精选出10个标志进行可软件深化设计	目标1 目标3
实训	品牌形象VI基本要素系统的设计流程	4	<p>重点：</p> <p>1、VI基础要素设计流程的规范性操作 2、VI应用要素设计流程的规范性操作</p> <p>难点：</p> <p>VI设计在前期的市场调查，以及设计的规范性操作过程。能根据不同的企业需求选择对应的VI应用要素并正确使用。</p> <p>思政元素：</p> <p>通过正确的审美观进行作品的设计开展，并能积极在作品中传播准确的文化审美。</p>	设计	<p>课前：</p> <p>预习课程内容</p> <p>课堂：</p> <p>开始VI要素的设计流程</p> <p>课后：</p> <p>完成课题系统的设计开展</p>	目标1 目标2
实训	编制VI视觉形象手册的形式、步骤	4	<p>重点：</p> <p>1、VI设计手册编制的形式与内容 2、编排设计合理布局</p> <p>难点：</p> <p>通过对VI设计基础与应用系统严谨、规范的整合，完成企业VI识别手册的规范性操作</p> <p>教学方法与策略：</p>	设计	<p>课前：</p> <p>对企业形象设计的版式有一定了解</p> <p>课堂：</p> <p>根据项目式教学，</p>	目标1 目标3

			<p>线下教学。对VI设计流程严谨规范性要求，课程中综合运用优秀案例，进行对比分析。</p> <p>课堂主要运用案例法开展教学，辅以与学生的互动，打开学生设计思路。</p> <p>思政元素： 通过正确的审美观进行作品的设计开展，并能积极在作品中传播准确的中国文化审美。</p>		<p>确定设计方案及基本版式设计</p> <p>课后： 完善版式设计的各要素</p>	
实训	品牌形象VI基础要素系统的设计	8	<p>重点： 对课题项目进行系统化形象设计</p> <p>难点： 对课题项目VI基础系统内容的准确与系统设计</p> <p>思政元素： 将民族文化的精髓应用到课题项目设计的表现当中，体现中国企业文化特色，传承中国文化。增强学生对中国传统文化再设计的自信。</p>	设计	<p>为国内企业完成一套VI形象设计，项目式命题设计方案</p>	<p>目标1 目标2</p>
实训	品牌形象VI应用要素系统的设计	4	<p>重点： 掌握标志与应用系统载体条件的组合规范设计</p> <p>难点： 基础要素与应用要素组合设计，既要具有规范性，同时还要有个性特色的美感表现性</p> <p>思政元素： 将民族文化的精髓应用到课题项目设计的表现当中，体现中国企业文化特色，传承中国文化，增强学生对中国传统文化再设计的自信。</p>	设计	<p>进行VI应用要素的设计</p>	<p>目标1 目标2</p>
实训	综合性训练及展示展览	4	<p>重点： 掌握品牌形象视觉系统规范设计，以及输出装订过程中的制作问题</p> <p>难点： 基础要素与应用要素组合设计，既要具有规范性，同时还要有个性特色的美感表现性，输出装订过程的成品制作。</p> <p>思政元素： 将民族文化的精髓应用到课题项目设计的表现当中，体现中国企业文化特色，传承中国文化，增强学生对中国传统文化再设计的自信。</p>	设计	<p>成品输出及制作，最终展示及布展</p>	<p>目标1 目标3</p>
备注： 项目类型填写验证、综合、设计、训练等。						

五、学生学习成效评估方式及标准

考核与评价是对课程教学目标中的知识目标、能力目标和素质目标等进行综合评价。本课程总成绩由30%的平时成绩（课堂提问及出勤10%、课堂表现10%、课后作业10%）和70%的期末成绩组成。

1. 平时成绩（占总成绩的30%）：课堂提问及出勤10%、课堂表现10%、课后作业10%

等级	评分标准
	1、课堂提问及出勤 2、课堂表现 3、课后作业
优秀 (90~100分)	1、考勤无迟到、早退和旷课 2、平时作业按量完成，标志形象设计思维活跃，具有较强视觉表现性 3、VI手册规范完整、主题表现准确、要素设计表现力积极、具备较强创新性
良好 (80~89分)	1、考勤无旷课，迟到、早退不超过1次 2、平时作业按量完成，标志形象设计思维活跃，具有良好视觉表现性 3、VI手册规范完整，主题表现准确、要素设计表现力积极、具备良好创新性
中等 (70~79分)	1、考勤无旷课，迟到、早退不超过2次 2、平时作业按量完成，标志形象设计思维有一定的视觉表现性 3、VI手册规范完整，主题表现、要素设计有一定的表现力、具备一定创新性
及格 (60~69分)	1、考勤旷课1次以内，迟到、早退不超过3次 2、平时作业按量完成，标志形象设计思维积极性不够，视觉表现性一般 3、VI手册基本完整，主题表现准确性不够、要素设计表现力、创新性一般
不及格 (60以下)	1、考勤旷课3次以上或迟到、早退超过5次 2、平时作业按量完成不够，标志形象设计视觉表现性缺乏 3、VI手册完整量不足、主题表现缺乏准确性，要素设计缺乏创新性，有抄袭、雷同现象

2. 期末成绩（占总成绩的70%）：采用百分制。期末考试的考核内容、题型和分值分配情况请见下表：

考核模块	考核内容	主要题型	支撑目标	分值
标志的综合技法专题设计训练	1. 完成独立或综合应用的标志头脑风暴形态设计方案20个，精选出10个标志进行软件深化设计	设计	目标1/2	20
VI基础要素系统的设计	1. 为某品牌完成一套VI形象设计、确定项目方向主题，据对课题项目的市场调研，进行课题VI形象第一部分基础要素的系统设计（完成手册10个P）	设计	目标1/2/3	40
VI应用要素系统的设计	1. 进行课题VI形象第二部分应用要素的系统设计（完成手册20个P以上）	设计	目标1/2/3	40

六、教学安排及要求

序号	教学安排事项	要求
----	--------	----

1	指导教师	职称：助教、讲师、副教授、教授 学历（位）：硕士 其他：无
2	课程时间	周次：1-8周 节次：1-6节为保障本课程的顺利衔接，需4节课连排
3	指导地点	<input type="checkbox"/> 教室 <input checked="" type="checkbox"/> 实验室 <input type="checkbox"/> 室外场地 <input type="checkbox"/> 其他
4	学生辅导	线上方式及时间安排：企业微信（开课后时间另行安排） 线下地点及时间安排：实训室（开课后时间另行安排）或每周四下午教师办公室

七、选用教材

八、参考资料

{1}王犹建 编，《企业形象设计（第四版）》 哈尔滨工程大学出版社 2021年7月

{2}赵 勤著，《CI策划与品牌创意设计》 南京大学出版社 2020年1月

网络资料

[1] 中国知网, <https://www.cnki.net/>

[2] 站酷网, <https://www.zcool.com.cn/>

其他资料

[1]李芳著：《标志与企业形象设计手册 写给设计师的书》 清华大学出版社 2020年8月

[2][美]艾丽娜·惠勒著，张玉花、王树良译 《企业形象CI设计全书》2021年5月

大纲执笔人： 吴宇

讨论参与人：张源

系（教研室）主任：何帅森

学院（部）审核人：何帅

《界面设计专题实训》教学大纲

一、课程基本信息

课程类别	专业必修课程	课程性质	实践	课程属性	必修
课程名称	界面设计专题实训		课程英文名称	Interface Design Special Training	
课程编码	G02ZB31Y		适用专业	视觉传达设计	
考核方式	考查		先修课程	书籍装帧设计 计算机辅助设计（PS、AI）	
总学时	32	学分	2	理论学时	4
实验学时/实训学时/ 实践学时/上机学时			实训学时：28		
开课单位			创意设计学院		

二、课程简介

《界面设计专题实训》是视觉传达设计专业的一门专业实训必修课程。本课程是利用视觉符号来传递各种信息的设计。主要以文字、图形、色彩为基本要素的艺术创作。通过界面设计的三大基本设计元素是：文字、图形、色彩，培养学生的图、文的排版，对视觉信息的传达准确以及各个界面如何交互设计的能力。本课程主要通过实践实训来提高学生对界面设计相关作品的训练，使学生充分掌握界面设计的任务流程和制作方法，以及业界常用的展示和制作UI的生产工具和程序，并且掌握一定的展示软件和制作方法，将理论知识应用到实践中去，完成有创意、有艺术特点的的界面设计作品。培养学生具有一定的动手能力、项目设计能力。

三、课程教学目标

课程教学目标		支撑人才培养规格指标点	支撑人才培养规格
知识目标	目标1: 学生需了解UI界面设计的相关知识和概念，掌握界面设计的方法及原则。并具备交互设计方向的创作思维和设计习惯。培养学生具有一定的实操能力、项目设计能力、动手能力和创作能力。	3-1:掌握视觉设计的基本技法 3-2:熟悉传统图案及现代图形的构成原理，并能在现代视觉传达设计中综合应用 3-3:具备设计创意的综合	3. 视觉设计技能、图形创意能力

		表现能力,包括平面、立体、空间、色彩、材质等表达形式	
能力目标	目标2: 通过本课程的学习,加深学生对UI界面设计重要性的认识,了解新的审美趋势,学习新的软件和专业知识。利用如Adobe XD等相关设计软件,能进行简单的交互设计合成。具备软件应用的能力,做到与时俱进,使专业能力不断更新迭代,适应时代的要求。	4-1: 熟悉二维平面设计软件的操作与应用。 4-2: 熟悉多媒体制作等软件的操作与应用,具备设计软件的操作与应用能力。	4. 设计软件的应用能力
	目标3: 熟练掌握视觉界面的设计流程,界面规范、用户画像、移动APP设计的方法和制作技法。培养学生具备独立进行设计调研、资料查询以及运用现代信息技术获取相关信息的能力。	6-1: 具备独立进行设计调研、资料查询、文献检索,运用现代信息技术获取相关信息。	6. 调研与资料整合能力
	目标4: 学生需了解UI界面设计的相关知识和概念,掌握界面设计的方法及原则。并具备交互设计方向的创作思维和设计习惯。培养学生具有一定的实操能力、项目设计能力、动手能力和创作能力。	2-1: 具备与本专业相关的市场调研的能力。 2-2: 具备与本专业相关的客户沟通的能力。 2-3: 具备与本专业相关的设计表现的能力。 2-4: 具备与本专业相关的电脑制图等的的能力。	2. 职业技能

四、课程主要教学内容、学时安排及教学策略

(一) 理论教学

教学模块	学时	主要教学内容与策略	学习任务安排	支撑课程目标
界面设计的工作流程	2	重点: 了解界面设计的工作流程,界面设计规范。 难点: 设计构思,视觉界面设计的规范。 思政元素: 分析移动互联网产品的UI及其设计的艺术化演变过程,培养学生创新探索精神。 教学方法与策略: 线下教学。对于界面设计的流程在课堂上予以讲授。课堂主要运用讲授法和案例法开展教学,辅以启发式提问拓宽学生学习思路	课前:复习界面设计的概念内容。 课堂:回顾界面设计的	目标3 目标4

			基本流程。 课后:收集界面设计优秀案例	
界面设计的方法	2	<p>重点: 掌握界面设计的方法; 用户体验五大要素。</p> <p>难点: 任务分析, 导航设计, 页面布局, 交互说明</p> <p>思政元素: 通过基本视觉元素的创意训练, 培养学生查阅文献并独立思考, 提高学生的创新精神</p> <p>教学方法与策略: 线下教学, 线下指导。课堂主要运用讲授法。在课堂上有意识的引导学生主动探索、互动。</p>	<p>课前: 复习界面设计的方法。</p> <p>课堂: 回顾用户体验五大要素。</p> <p>课后: 收集界面设计优秀案例</p>	<p>目标3</p> <p>目标4</p>

(二) 实践教学

实践类型	项目名称	学时	主要教学内容	项目类型	项目要求	支撑课程目标
实训	用户体验及用户调研	6	<p>重点: 界面用户体验研究、用户画像、用户地图等知识掌握。</p> <p>难点: 用户体验地图的制作。</p> <p>思政元素: 综合案例中让同学们用中国元素表现自己的爱国情怀。</p>	训练	学生完成用户调研, 用户画像及用户地图设计	<p>目标1</p> <p>目标2</p> <p>目标3</p> <p>目标4</p>
实训	原型架构设计	6	<p>重点: 界面中的产品结构导航逻辑, 功能构架图的设计、低保真图的设计制作。</p> <p>难点: 原型架构合理设计。</p> <p>思政元素: 学习优秀的创新创业项目制作APP开发, 提升学生的创新精神。</p>	设计	学生分组完成独创APP作品的原型设计训练。	<p>目标1</p> <p>目标2</p> <p>目标3</p> <p>目标4</p>
实训	界面设计综合实践	6	<p>重点: 界面视觉效果排版设计。</p> <p>难点: 整体效果搭配、图标中隐喻的运用。</p> <p>思政元素: 引导学生在界面设计的作品中, 结合传统文化进行再设计, 让学生更深刻认识到中国传统文化的底蕴。</p>	综合	学生分组运用所学的界面设计原则, 进行全新主题性界面设计创作	<p>目标1</p> <p>目标2</p> <p>目标3</p> <p>目标4</p>

实训	界面设计综合实践	6	重点：掌握界面设计的原则和交互原则，合理的原型架构。 难点：界面设计的统一性及用户体验工作要素的合理掌握。 思政元素：小组形式完成项目，分工协作，培养学生团队协作、吃苦耐劳的优良品质，引导学生有责任意识。	综合	团队制作完整的一套界面设计的方案、成品展示，并进行结课汇报。	目标1 目标2 目标3 目标4
实训	图标设计	2	重点：界面视觉效果、图标设计、图标设计中的拟物风格、立体风格、扁平化风格设计要点。 难点：界面整体效果搭配、图标设计。 思政元素：通过基本视觉元素的创意训练，培养学生查阅文献并独立思考，提高学生的创新精神。	训练	学生为本组项目进行图标设计	目标1 目标2 目标3
实训	界面设计综合实践	2	重点：掌握界面设计的原则和交互原则，合理的原型架构。 难点：界面设计的统一性及用户体验工作要素的合理掌握。 思政元素：小组形式完成项目，分工协作，培养学生团队协作、吃苦耐劳的优良品质，引导学生有责任意识。	综合	团队制作完整的一套界面设计项目的方案、成品展示，并进行结课汇报。	目标1 目标2 目标3 目标4
备注：项目类型填写验证、综合、设计、训练等。						

五、学生学习成效评估方式及标准

考核与评价是对课程教学目标中的知识目标、能力目标和素质目标等进行综合评价。

在本课程中，学生的最终成绩是由平时成绩、期末考查2个部分组成。

1. 平时成绩（占总成绩的30%）：采用百分制。考勤（占10%）、平时作品（占20%）

等级	评分标准
	1.平时作业；2.考勤
优秀 (90~100分)	1. 平时作业有独特的表现形式；图标设计具有较强的创意，界面整体美观，作品绘制精细，有一定的艺术性。 2. 考勤无迟到、早退和旷课（请假不计）。
良好 (80~89分)	1. 平时作业有一定的表现形式；图标设计具有一定的创意，界面整体较美观. 作品绘制较精细，有一定的艺术性。 2. 考勤无旷课，迟到、早退不超过1次（请假不计）。
中等	1. 平时作业表现形式较合理；图标设计具有创意，能够把握界面整体样式，

(70~79分)	作品绘制基本精细，有一定的艺术性。 2. 考勤无旷课，迟到、早退不超过2次（请假不计）。
及格 (60~69分)	1. 平时作业表现形式一般；图标设计基本具有创意，基本把握界面整体样式，作品绘制平实，有一定的艺术性。 2. 考勤无旷课，迟到、早退不超过3次（请假不计）。
不及格 (60以下)	1. 平时作业的主次内容表现混淆，图标设计表现不明确；界面设计缺少创意，界面整体缺少美感，作品绘制粗糙，没有一定的艺术性。 2. 考勤无旷课，迟到、早退超过4次（请假不计）。

1. 期末考查（占总成绩的70%）：采用百分制。期末考查作业的考核内容、题型和分值分配情况见下表：

考核模块	考核内容	主要题型	支撑目标	分值
界面综合设计实训	界面设计作品内容具有主题性、合理性	界面设计	目标1 目标2 目标3 目标4	80
	界面设计作品内容选择具有新颖、创意性			
	界面设计作品中图标的设计与合理应用			
	界面设计架构合理且具有一定的形式美法则，突出重点。			
	界面设计形式与内容结合紧密，画面具有统一性			
	作品汇报，综合项目制作能力、团队协作能力	汇报	目标3 目标4	20

六、教学安排及要求

序号	教学安排事项	要 求
1	授课教师	职称：讲师 其他： 学历（位）：硕士研究生
2	课程时间	周次： 8-16 节次： 8
3	授课地点	<input type="checkbox"/> 教室 <input checked="" type="checkbox"/> 实验室 <input type="checkbox"/> 室外场地 <input type="checkbox"/> 其他：
4	学生辅导	线上方式及时间安排：企业微信 线下地点及时间安排：实验室

七、选用教材

- [1]游泽清.《APP 移动媒体 UI 设计》[M].清华大学出版社,2019年04月.
[2]姚红玲.《APP UI 设计》[M].哈尔滨工程大学出版社,2020年11月.

八、参考资料

[1] 作者无. UI 设计必修课 Sketch 移动界面设计教程+UI 设计必修课全 3 册操作系统原理书籍[M]. 人民邮电出版社, 2021 年 10 月.

[2] 张婷婷、刘晓芳、袁晓维. 新编移动 UI 设计之案例与实战 北京航空航天大学出版社, 2020 年 1 月.

网络资料

[1] 中国知网, <https://www.cnki.net/>

[2] 中国插画网<http://sm.cndesign.com/>

其他资料

[1] Behance:<http://www.lookxyz.cn/>

[2] 站酷<https://www.zcool.com.cn/>

大纲执笔人： 丁思依

讨论参与人:夏琼瑶

系（教研室）主任：何帅森

学院（部）审核人：何帅

《认知实习》教学大纲

一、课程基本信息

课程类别	专业课程	课程性质	实践	课程属性	必修
课程名称	认知实习		课程英文名称	Cognitive Practice	
课程编码	G02XB07Z		适用专业	视觉传达设计	
考核方式	考查		先修课程	无	
总学时	0.5 周		学分	0.5	
开课单位			创意设计学院		

二、课程简介

《认识实习》是视觉传达设计专业的专业必修课程,是教学过程中一个重要的实践教学环节,是学生认识和了解所学专业的一个重要过程。本课程的教学目的,是通过对有关设计工作室的实际参观体验,增加对设计的感性认识,通过接触多种类型的设计方式,扩大知识面;了解所参观的设计工作室、美术馆等让学生对专业有更深切的理解和认识,为后续学习打下坚实基础。通过认识实习,使学生了解所学专业的学习内容、专业服务方向以及该专业毕业所需的知识、技能和能力结构,培养学生对该专业的观察和认识能力,学会该专业工作中的分工和协作;初步掌握该专业的工作流程。从而使学生充分了解该专业的培养目标,明确学习方向,增强学习的动力。该课程特点是通过通过线下实践,针对性的讲评学生作品并提出修改意见,使学生能更好的应用理论在设计实践中。

三、课程教学目标

课程教学目标		支撑人才培养规格指标点	支撑人才培养规格
知识目标	目标 1: 了解该专业的方向内容、社会服务方向、专业的培养目标以及该专业毕业生所需的知识、技能、能力结构;明确学习目的,增强学习的动力。	1-3: 具有高度的社会责任感。 1-4: 具有较好的创新创业能力。 6-1: 具备独立进行设计调研、资料查询、文献检索,运用现代信息技术获取相关信息的能力。	1. 综合素质能力 6. 调研与资料整合能力

能力目标	目标 2: 培养学生对该专业的观察和认识能力, 学会该专业工作中的分工和协作; 初步掌握该专业的工作流程。	2-1: 具备与本专业相关的市场调研的能力。 2-2: 具备与本专业相关的客户沟通的能力。	2. 职业技能
素质目标	目标 3: 培养学生遵守纪律, 善于学习观察和记录的工作态度, 养成终身学习的习惯。	8-1: 了解新的审美趋势, 学习新的软件和专业知识。 8-2: 具备持续学习的能力, 做到与时俱进, 使专业能力不断更新迭代, 适应时代的要求。	8. 终身学习的能力

四、课程主要教学内容、学时安排及教学策略

指导环节	时间 安排	主要教学内容	指导 要求	支撑课 程目标
实习动员	0.5 天	<p>指导内容: 实习目的、内容和任务, 强调实习纪律。</p> <p>重点: 实习目的、内容和任务。</p> <p>难点: 学生实习期间的纪律与安全保证。</p> <p>思政元素: 实习参观场所应有不同的视觉元素, 让学生体会中国文化、中国精神在设计中的应用与表达。</p>	<p>具备较丰富的实际工作经验、责任心强、体贴入微地关心并指导学生、对突发事件有较强的应变能力</p> <p>具备该专业的理论知识和实践经验。</p>	目标 1 目标 2 目标 3
介绍专业课程, 具体参观院系教师工作室、实验室、美术馆等		<p>指导内容: 介绍专业涉及到的课程, 带领学生参观院系教师工作室、实验室、美术馆等。</p> <p>重点: 观察、认知能力</p> <p>具体参观院系教师工作室、实验室、美术馆等, 通过参观让学生对专业有更深切的理解和认识</p> <p>难点: 搜集、分析资料的能力。</p>	<p>指导教师应在实习期间全程随行, 解答学生的问题、调整实践内容、了解学生表现情况</p> <p>具备该专业</p>	目标 1 目标 2

	2 天	参观过程中如何引导学生交流互动，严格遵守纪律。 思政元素： 树立爱岗敬业团结协作的优良品质。	的理论知识 和实践经验； 具备管理学 生的能力；具 备和实习单 位进行良好 沟通和协调 的能力。	
认知实习 总结	0.5 天	指导内容： 理论指导并支撑实际行动。 重点： 理论指导并支撑实际行动。 难点： 参观过程与总结结合相关理论知识。	评定学生实 践成绩 具备该专业 较强的理论 实践水平。	目标 1 目标 2 目标 3

五、学生学习成效评估方式及标准

1. 认知实习成绩由出勤及学生态度和认知实习总结两部分组成。
2. 认知实习成绩采用百分制：出勤及学生态度（占 50%）、认知实习总结（占 50%）。

等级	评 分 标 准	
	1. 出勤及学生态度 50%； 2. 认知实习总结 50%	
优秀 (90 ~ 100 分)	1. 考勤无迟到、早退和旷课（请假不计）。 2. 能很好地完成实习任务达到实习大纲中规定的全部要求，实习总结能对实习内容进行全面系统地总结，能运用学过的理论知识，对某些问题加以分析，并有某种独到的见解 3. 实习态度端正，实习期间无违纪缺勤行为。	
良好 (80~89 分)	1. 考勤无旷课，迟到、早退不超过 1 次。（请假不计）。 2. 能较好地完成实习任务达到实习大纲中规定的全部要求，实习总结能对实习内容进行比较全面系统地总结，对某些问题有自己的想法和见解。 3. 实习态度端正，实习期间无违纪行为。	
中等 (70~79 分)	1. 考勤无旷课，迟到、早退不超过 1 次。（请假不计）。 2. 达到实习大纲中规定的主要要求，实习总结能对实习内容进行比较全面的总结。 3. 实习态度端正，无违纪行为。	
及格 (60~69 分)	1. 考勤旷课 1 次以内，迟到、早退不超过 1 次。（请假不计）。 2. 能完成实习的主要任务，达到实习大纲中规定的基本要求，能够完成实习总结，内容基本正确但不够完整。 3. 实习态度基本端正，实习中缺勤 3-4 课时，虽有较轻的违纪行为，但能够深刻认识及时纠正。	
不及格 (60 以下)	1. 考勤旷课 2 次以上或迟到、早退超过 2 次。（请假不计）。 2. 未达到实习大纲中规定的基本要求，实习报告马虎潦草或内容有明显错误。 3. 未能参加实习的时间超过全部时间的三分之一以上者，实习中有违纪行为，教育不改；或发生重大事故取消其实习资格者。	

六、教学安排及要求

序号	教学安排事项	要求
1	指导教师	职称：助教/讲师/副教授/教授 学历（位）：本科以上 其他：无
2	课程时间	周次：0.5 周 节次：
3	指导地点	<input checked="" type="checkbox"/> 教室 <input checked="" type="checkbox"/> 实验室 <input type="checkbox"/> 室外场地 <input type="checkbox"/> 其他：
4	学生辅导	线上方式及时间安排：企业微信，课后（开课后时间另行安排） 线下地点及时间安排：教室、实训室（开课后时间另行安排）

七、选用教材

备注：实习不需要教材

八、参考资料

[1]王勇，视觉传达设计专业“三位一体”的实践教学体系探索[J]，中国石油大学胜利学院学报 37-1446/TE，2018

网络资料

[1]CND 设计网：<http://www.cndesign.com/>

[2]设计本：<https://www.shejiben.com/>

[3]设计艺术：<https://design.cn/>

其他资料

大纲执笔人：何帅森

参与人：卢娟 刘蔚

系（教研室）主任：何帅森

学院（部）审核人：何帅

《设计考察》教学大纲

一、课程基本信息

课程类别	学科基础课程	课程性质	实践	课程属性	必修
课程名称	设计考察		课程英文名称	Design Investigation	
课程编码	G02XB13Z		适用专业	视觉传达设计	
考核方式	考查		先修课程	认知实习	
总学时	1.5周		学分	1.5	
开课单位			创意设计学院		

二、课程简介

《设计考察》是视觉传达设计专业的一门集中性实践教学课程，目的是培养培养学生独立收集资料和思考问题的能力，更好的认识地域文化在艺术设计中的传承与创新，功能作用与形式表现。该课程主要是通过走访不同地区的博物馆或民俗文化古镇等，采用采风和写生图形元素和文字记录的形式，探寻传统文化发源地的乡土风俗、神话传说和人文及自然特质，包括民俗、礼仪、节庆等日常生活，梳理地域与时间上的文脉关联，以传统文化的视觉，透视出现代城市与人和社会的关联性。开拓视野和体验知识，对整体专业素质的提升有着积极的促进作用。

三、课程教学目标

课程教学目标		支撑人才培养规格指标点	支撑人才培养规格
知识目标	目标1: 调研民间美术概述及民间美术分类及民间美术的造型原则与色彩语言；能够对民间艺术造型、色彩融合尽心设计探索。	6-1: 具备独立进行设计调研、资料查询、文献检索，运用现代信息技术获取相关信息的能力。 6-2: 较好的计算机应用能力、网络检索能力。	6. 调研与资料整合能力
能力目标	目标2: 培养学生独立开展调研活动的能力和独立收集与整理资料，并书写调研报告；具有独立进行文化创意设计的能力。	6-1: 具备独立进行设计调研、资料查询、文献检索，运用现代信息技术获取相关信息的能力。 6-2: 具有较好的外语沟通	6. 调研与资料整合能力

		能力、较好的计算机应用能力、网络检索能力。	
素质目标	目标3: 培养学生团队协作和严谨务实的工作作风; 具有较高的审美, 掌握民间艺术基本认识和评判准则; 具有较高的审美, 掌握民间艺术基本认识和评判准则。	1-1: 热爱祖国, 牢固树立正确的世界观、人生观和社会主义核心价值观。 1-2: 具有良好的道德修养。 1-3: 具有高度的社会责任感。	1. 综合素质能力

四、课程主要教学内容、学时安排及教学策略

指导环节	时间安排	主要教学内容	指导要求	支撑课程目标
前期调研准备	0.5周	指导内容: 对即将考察的地点进行桌面资料收集, 并撰写个人设计考察任务书。 重点: 个人设计考察任务书撰写。 难点: 个人设计考察任务书撰写。 思政元素: 严谨的学习态度和规范化设计日程安排。	个人设计考察任务书撰写。	目标1 目标2 目标3
实地考察	0.5周	指导内容: 通过实地走访的形式, 与当地或者导游近距离感受我国民族文化的艺术魅力和本土艺术风格特点, 抚触当地的风土人情和文化遗产。 重点: 田野调查资料的整理与归纳。 难点: 根据考察调研的一手资料如何进行有效分析。 思政元素: 严谨的学习态度和规范化设计日程安排。	①一手资料搜集、整理、归纳、分析。 ②考察随记撰写。	目标1 目标2 目标3
作品创作	0.5周	指导内容: 通过实地走访的形式, 与当地或者导游近距离感受当地的风土人情和文化遗产等内容, 了解我国民族文化的艺术魅力。 重点: 田野调查资料的整理与归纳。 难点: 根据考察调研的一手资料如何进行有效分析。	设计创作及设计报告撰写。	目标1 目标2 目标3

五、学生学习成效评估方式及标准

1. 认知实习成绩由出勤及学生态度和认知实习总结两部分组成。
2. 认知实习成绩采用百分制: 出勤及学生态度 (占30%)、设计考察报告及作品设计总结 (占70%)

等级	评分标准
	1.出勤及学生态度30%；2.报告及作品设计总结70%
优秀 (90~100分)	1. 考勤无迟到、早退和旷课（请假不计），设计考察期间无违纪缺勤行为。 2. 能很好地完成设计考察，并能很好的对设计调查资料进行归纳、分析和总结，并能够运用学过的理论知识，对某些问题加以分析和总结，并有某种独到的见解。 3. 任务书及设计报告撰写条理清晰，逻辑性强和创新性。 4. 设计作品主题鲜明，创新创意性强。
良好 (80~89分)	1. 考勤无迟到、早退和旷课（请假不计），设计考察期间无违纪缺勤行为。 2. 能很好地完成设计考察，并能很好的对设计调查资料进行归纳、分析和总结，并能够运用学过的理论知识，对某些问题进行一定的分析，并有一定的见解。 3. 任务书及设计报告撰写条理清晰，富有逻辑性和创新性。 4. 设计作品主题鲜明，创新创意性较强。
中等 (70~79分)	1. 考勤无迟到、早退和旷课（请假不计），设计考察期间无违纪行为，出勤率达90%。 2. 能较好地完成设计考察，并能对设计调查资料进行一定的归纳、分析和总结，并能够运用学过的理论知识，对某些问题进行一些分析。 3. 任务书及设计报告撰写条理清晰，有逻辑性。 4. 设计作品主题明确，有创新创意性。
及格 (60~69分)	1. 考勤无迟到、早退和旷课（请假不计），设计考察期间无违纪行为，出勤率达80%。 2. 能完成设计考察，可以对设计调查资料进行归纳和总结。 3. 任务书及设计报告撰写完整。 4. 设计作品完整。
不及格 (60以下)	1. 考勤无迟到、早退和旷课（请假不计），设计考察期间无违纪行为，出勤率为80%以下。 2. 未能参加设计考察，或在实践中有违纪行为，教育不改；或发生重大事故终止其外出考察资格者。 3. 无任务书及设计报告。 4. 无设计作品。

六、教学安排及要求

序号	教学安排事项	要求
1	指导教师	职称：助教/讲师/副教授/教授 学历（位）：硕士以上 其他：无
2	课程时间	周次：共1.5周 节次：
3	指导地点	<input type="checkbox"/> 教室 <input type="checkbox"/> 实验室 <input checked="" type="checkbox"/> 室外场地 <input checked="" type="checkbox"/> 其他：机房
4	学生辅导	线上方式及时间安排：企业微信，课后（开课后时间另行安排） 线下地点及时间安排：教室、实训室（开课后时间另行安排）

七、选用教材

备注：实训不需要教材

八、参考资料

[1]郭琳编著，《民间美术与设计》 上海交通大学出版社，2015年年出版。

[2]左汉忠著，《中国民间美术造型》湖南美术出版社，2014年出版。

[3]乔晓光编著，《中国民间美术》，湖南美术出版社，2011年出版。

大纲执笔人：何帅森

讨论参与人：卢娟 刘蔚

系（教研室）主任：何帅森

学院（部）审核人：何帅

《毕业实习》教学大纲

一、课程基本信息

课程类别	专业必修课程	课程性质	实践	课程属性	必修
课程名称	毕业实习		课程英文名称	Cognitive Practice	
课程编码	G02ZB21Z		适用专业	视觉传达设计	
考核方式	考查		先修课程	包装结构与设计、商业摄影、广告设计与策划	
总学时	4周		学分	2	
开课单位			创意设计学院		

二、课程简介

《毕业实习》是视觉传达设计专业的一门集中性实践教学课程，目的是培养学生独立地综合运用所学的基础理论、专业知识和基本技能，分析与解决实际工作中遇到的问题能力，提高学生的沟通能力和职业道德素质，为毕业后从事相关行业岗位工作奠定坚实的职业基础。要求学生在毕业实习时虚心向企业工作人员请教，认真填写毕业实习报告，实习结束时撰写毕业实习报告，并让企业有关人员填写实习鉴定意见。该课程的特点是直接跟岗实习，让毕业时切实了解设计行业的特点、企业在该行业中所处的位置以及经营状况，了解企业的组织结构、规章制度以及业务流程，切实提高自己的工作能力和职业道德修养。

三、课程教学目标

课程教学目标		支撑人才培养规格指标点	支撑人才培养规格
知识目标	目标1：了解该专业的方向内容、社会服务方向、专业的培养目标以及该专业毕业生所需的知识、技能、能力结构；明确学习目的，增强学习的动力。	6-1：具备独立进行设计调研、资料查询、文献检索，运用现代信息技术获取相关信息的能力。	6. 调研与资料整合能力
能力	目标2：培养学生对该专业的观察和认识能力，学会该专业工作中的分工和协作；	3-1：掌握视觉设计的基本技法。	3. 视觉设计技能、图形创意能力

目标	初步掌握该专业的工作流程。	<p>3-2:熟悉传统图案及现代图形的构成原理,并能在现代视觉传达设计中综合应用。</p> <p>3-3:具备设计创意的综合表现能力,包括平面、立体、空间、色彩、材质等表达形式。</p> <p>4-1:熟悉二维平面设计软件的操作与应用,具备设计软件操作与应用能力。</p> <p>4-2:熟悉多媒体制作等软件的操作与应用,具备设计软件操作与应用能力。</p>	4. 设计软件的应用能力
素质目标	目标3: 培养学生遵守纪律,善于学习观察和记录的工作态度。	<p>8-1: 了解新的审美趋势,学习新的软件和专业知识。</p> <p>8-2: 具备持续学习的能力,做到与时俱进,使专业能力不断更新迭代,适应时代的要求。</p>	8. 终身学习的能力
素质目标	目标4: 培养学生爱岗敬业团结协作的优良品质。	<p>7-1:熟悉设计程序与方法,具备视觉传达设计项目策划与组织能力。</p> <p>7-2:熟悉设计程序与方法,能胜任本专业领域内设计项目的策划、创意、组织及实施。</p>	7. 设计项目策划与管理能力

四、课程主要教学内容、学时安排及教学策略

指导环节	时间安排	主要教学内容	指导要求	支撑课程目标
了解企业概况	第1周	<p>指导内容: 学生进入企业实习,首先应对企业的概况有些了解,了解企业概况。</p> <p>重点: 企业所在行业的特点。</p>	具备较丰富的实际工作经验、责任	目标1 目标2 目标3

		难点： 了解企业生存所依赖的供需对象。	心强、体贴入微地关心并指导学生、对突发事件有较强的应变能力具备该专业的理论知识和实践经验。	
了解企业的组织结构	第1周	<p>指导内容：社会分工在企业中是一个很好的体现，几乎所有企业都有多个部门组成，各部门根据对本部门的要求各施其责，了解企业的组织结构。</p> <p>重点：企业的组织架构情况；企业各部门的职责。</p> <p>难点：企业各部门之间相互依存和相互制约的关系；企业各部门的人员配备情况。</p> <p>思政元素：树立爱岗敬业团结协作的优良品质。</p>	指导教师应在实习期间随时保持与学生的联系，解答学生的问题、调整实践内容、了解学生表现情况具备该专业的理论知识和实践经验；具备管理学生的能力；具备和实习单位进行良好沟通和协调的能力。	目标1 目标2 目标3
了解企业的规章制度	第2周	<p>指导内容：熟悉企业的主要业务与工作流程，是理论联系实际，提高业务能力，转变思想观念并在工作岗位上做出一定成绩的必经之路。熟悉企业的主要业务及工作流程。</p> <p>重点：熟悉企业的生产和服务对象；了解企业每天要处理哪些重要的业务，这些业务之间是如何联系的。</p> <p>难点：企业在业务处理中的经验和技巧；掌握企业各部门以及各部门之间的运作流程。</p>	评定学生实践成绩，具备该专业较强的理论实践水平。	目标1 目标2 目标3
熟悉企业的主要业务及工作流程	第2-4周	指导内容： 企业要维持下去并进一步发展需要业务支持，企业的主要业务和工作流程可以反映出企业的实力。熟悉企业的主要业务与工作流程，是理论联系实际，提高业务能力，转变思想观念并在工作岗位上做出一定成绩的必经之路。熟悉	在实习过程中，指导教师根据学生平时表现，沟通情况，	

		<p>企业的主要业务及工作流程。</p> <p>重点: 熟悉企业的生产和服务对象;了解企业每天要处理哪些重要的业务,这些业务之间是如何联系的。</p> <p>难点: 企业在业务处理中的经验和技巧;掌握企业各部门以及各部门之间的运作流程。</p>	<p>检查实习日记,同时结合实习单位反馈意见、实习日记的记录情况及实习报告的撰写情况,公平合理地评出学生的实习成绩。</p>	
分岗实习内容	第2-4周	<p>指导内容: 企业各部门又有不同的岗位分工,岗位不同从事的具体工作又有所区别。</p> <p>重点: 1、熟悉不同部门有哪些不同岗位分工;了解不同岗位的工作内容的性质与要求;了解不同岗位之间相互依存与相互制约的关系。</p> <p>难点: 熟悉实习岗位的具体工作内容和实际操作;了解其他非实习岗位的工作内容;能够理论与实践相结合,把所学知识经验运用到工作中去;提高自己的工作能力和融会贯通能力,能够举一反三,分析和解决工作中遇到的问题。</p>	<p>在实习过程中,指导教师根据学生平时表现,沟通情况,检查实习日记,同时结合实习单位反馈意见、实习日记的记录情况及实习报告的撰写情况,公平合理地评出学生的实习成绩。</p>	

五、学生学习成效评估方式及标准

1. 毕业实习成绩由出勤及学生态度和认知实习总结两部分组成
2. 毕业实习成绩采用百分制: 出勤及学生态度(占50%)、认知实习总结(占50%)

等级	评分标准
	1.出勤及学生态度50%; 2.认知实习总结50%
优秀 (90~100分)	<ol style="list-style-type: none"> 1. 考勤无迟到、早退和旷课(请假不计)。 2. 能很好地完成实习任务达到实习大纲中规定的全部要求,实习总结能对实习内容进行全面系统地总结,能运用学过的理论知识,对某些问题加以分析,并有某种独到的见解 3. 实习态度端正,实习期间无违纪缺勤行为。
良好 (80~89分)	<ol style="list-style-type: none"> 1. 考勤无旷课,迟到、早退不超过1次。(请假不计)。 2. 能较好地完成实习任务达到实习大纲中规定的全部要求,实习总结能对实习内容进行比较全面系统地总结,对某些问题有自己的想法和见解。 3. 实习态度端正,实习期间无违纪行为。
中等	<ol style="list-style-type: none"> 1. 考勤无旷课,迟到、早退不超过1次。(请假不计)。 2. 达到实习大纲中规定的主要要求,实习总结能对实习内容进行比较全面的总

(70~79分)	结。 3. 实习态度端正，无违纪行为。
及格 (60~69分)	1. 考勤旷课1次以内，迟到、早退不超过1次。（请假不计）。 2. 能完成实习的主要任务，达到实习大纲中规定的基本要求，能够完成实习总结，内容基本正确但不够完整。 3. 实习态度基本端正，实习中缺勤3-4课时，虽有较轻的违纪行为，但能够深刻认识及时纠正。
不及格 (60以下)	1. 考勤旷课2次以上或迟到、早退超过2次。（请假不计）。 2. 未达到实习大纲中规定的基本要求，实习报告马虎潦草或内容有明显错误。 3. 未能参加实习的时间超过全部时间的三分之一以上者，实习中有违纪行为，教育不改；或发生重大事故取消其实习资格者。

六、教学安排及要求

序号	教学安排事项	要求
1	指导教师	职称：助教/讲师/副教授/教授 学历（位）：本科以上 其他：无
2	课程时间	周次：共4周 节次：
3	指导地点	<input type="checkbox"/> 教室 <input type="checkbox"/> 实验室 <input type="checkbox"/> 室外场地 <input checked="" type="checkbox"/> 其他：
4	学生辅导	线上方式及时间安排：企业微信，课后（开课后时间另行安排） 线下地点及时间安排：教室、实训室（开课后时间另行安排）

七、选用教材

备注：实训不需要教材

八、参考资料

[1]游娟, 李翠, 刘臻编, 艺术设计专业毕业实习与就业指导, 合肥工业大学出版社, 2016年12月

大纲执笔人：何帅森

讨论参与人：卢娟、刘蔚

系（教研室）主任：何帅森

学院（部）审核人：何帅

《毕业设计（论文）》教学大纲

一、课程基本信息

课程类别	专业课程	课程性质	实践	课程属性	必修
课程名称	毕业设计（论文）		课程英文名称	Design Course& Academic Papers	
课程编码	G02ZB18Z		适用专业	视觉传达设计	
考核方式	考查		先修课程	修完所有专业必修课程	
总学时	8周		学分	6	
开课单位			创意设计学院		

二、课程简介

《毕业设计（论文）》是视觉传达设计专业的一门集中性实践教学课程，目的是培养学生独立地综合运用本科所学的全部基础课和专业课，掌握了相关专业基本理论、基本知识和基本技能的基础上进行的一个教学应用环节，是学生对已学知识的一次检验、训练和总结。重在培养学生在结合学科基础课、专业主干课及专业方向课学习的基础上，研究专业理论和实际问题，学会从中发现问题、收集资料、分析问题，并最终解决问题，达到专业学习和培养的目的。《毕业论文（设计）》是学生从在校学习向社会工作过渡的一次专业知识、技能的综合性运用与实践。

三、课程教学目标

课程教学目标		支撑人才培养规格指标点	支撑人才培养规格
知识目标	目标1：了解该专业的方向内容、社会服务方向、专业的培养目标以及该专业毕业生所需的知识、技能、能力结构；明确学习目的，增强学习的动力。	3-1:掌握视觉设计的基本技法 3-2:熟悉传统图案及现代图形的构成原理，并能在现代视觉传达设计中综合应用 3-3:具备设计创意的综合表现能力,包括平面、立体、	3. 视觉设计技能、图形创意能力 4. 设计软件的应用能力

		空间、色彩、材质等表达形式 4-1:熟悉二维平面设计软件的操作与应用,具备设计软件操作与应用能力。 4-2:熟悉多媒体制作等软件的操作与应用,具备设计软件操作与应用能力。	
能力目标	目标2:培养学生对该专业的调研和策划能力,学会在毕业论文和作品创作过程中中搜集整理资料并整合。	6-1:具备独立进行设计调研、资料查询、文献检索,运用现代信息技术获取相关信息的能力。 6-2:具有较好的外语沟通能力、较好的计算机应用能力、网络检索能力。	6. 调研与资料整合能力
素质目标	目标3:让学生了解设计流程,熟悉各类设计方法的综合应用。	7-1:熟悉设计程序与方法,具备视觉传达设计项目策划与组织能力。 7-2:熟悉设计程序与方法,能胜任本专业领域内设计项目的策划、创意、组织及实施。	7. 设计项目策划与管理能力
素质目标	目标4:在论文写作和毕业设计作品创作过程中不断进行知识的更新和软件的学习提升。	8-1:了解新的审美趋势,学习新的软件和专业知识。 8-2:具备持续学习的能力,做到与时俱进,使专业能力不断更新迭代,适应时代的要求。	8. 终身学习的能力

四、课程主要教学内容、学时安排及教学策略

指导环节	时间安排	主要教学内容	指导要求	支撑课程目标
毕业设计动员	第1周	指导内容: 介绍毕业设计的意义、基本要求、对该课程的考核以及未完成引起的后果。 重点: 强调毕业设计的重要性。 难点: 让学生对毕业设计有较为全面的认识,并能引起足够的重视。 思政元素: 培养学生严谨的学习态度,面对难题敢于挑战。	以行政班为单位进行	目标1 目标2
了解毕	第	指导内容: 通过查阅文献、参观走访等方式,深	具备丰富的	目标2

业设计方向、选题模块	2周	<p>入理解毕业设计题目任务要求，提出研究方案开题报告或毕业设计总体方案。</p> <p>重点：如何使学生有效地掌握开题的方法及写出符合基本要求的开题报告；根据各自的选题开题。</p> <p>难点：选用恰到好处的开题案例，使学生很好地理解并掌握开题的要领；学生如何根据自己的选题开题并撰写开题报告。</p>	<p>教学经验，最好具有中级及以上职称指导或联合指导，对学生认真负责，有耐心，有专业的前瞻性。</p>	目标3
开题模块	第3周	<p>指导内容：开题的方法与步骤；开题报告的撰写；开题文件的制作；开题案例。</p> <p>重点：如何使学生有效地掌握开题的方法及写出符合基本要求的开题报告；根据各自的选题开题。</p> <p>难点：选用恰到好处的开题案例，使学生很好地理解并掌握开题的要领；学生如何根据自己的选题开题并制作开题报告。</p>	<p>每位指导教师指导学生不超过10人。</p>	<p>目标1 目标2 目标3</p>
设计准备阶段	第4-5周	<p>指导内容：根据开题报告内容和毕业设计任务书的要求，完成设计题目绘制草图。</p> <p>重点：资料收集平台、设计草图的可操作性。</p> <p>难点：草图的创意，设计材料的准备。</p>	<p>评定学生成绩，具备该专业较强的理论实践水平。</p>	<p>目标1 目标2 目标3</p>
设计实施阶段	第5-6周	<p>指导内容：根据开题报告内容和毕业设计任务书的要求，完成设计全部内容，主要包括草图的实现，模型的制作，材料的准备。</p> <p>重点：设计方案的论证、设计与创新实现，图样的绘制等。</p> <p>难点：设计方案的可执行性。</p> <p>思政元素：指导学生积极探索，培养善于发现并勇于创新的能力。</p>	<p>每位指导教师指导学生不超过10人。</p>	<p>目标1 目标2 目标3 目标4</p>
指导学生撰写论文	第6-7周	<p>指导内容：撰写论文，要求层次清楚、观点正确、表达简练、图文并茂、书写工整、语言流畅，所完成的图纸质量应符合国家有关技术规范要求，并对毕业设计期间自己的整个工作及收获作一个自我评价。</p> <p>重点：文章的逻辑性、严谨性与科学性。</p> <p>难点：正确表达毕业设计内容及论文格式。</p>	<p>在实践中，指导教师根据学生平时表现，沟通情况，检查学生论文撰写情况，整体指导不低于八次</p>	<p>目标1 目标2 目标3 目标4</p>
文章修改与评阅阶段	第7周	<p>指导内容：各指导老师指导学生设计作品的实现，设计论文的撰写，学生提交毕业设计（论文）全部文档，指导老师完成评价，提交学院答辩小</p>	<p>指导老师和答辩小组对毕业设计文</p>	<p>目标1 目标2 目标3</p>

		<p>组进行评阅人评阅。完成系统提交评审，评阅内容包括毕业设计（论文）完成、工作量、文档格式、难易程度等。</p> <p>重点：指出、记录设计中存在的问题，责成学生进行修改。</p> <p>难点：指出、记录设计中存在的问题，责成学生进行修改。</p> <p>思政元素：通过指出问题，修正设计资料，培养学生精益求精和一丝不苟的工匠精神。</p>	档进行评阅	
毕业答辩	第8周	<p>指导内容：以答辩的形式，展示学生的毕业设计作品，何论文撰写情况。答辩老师和答辩小组提交答辩成绩。</p> <p>重点：答辩教师对答辩情况进行记录并打分，对论文（设计）中存在的问题责成学生进行修改。</p> <p>难点：答辩教师对答辩情况进行记录并打分，对论文（设计）中存在的问题责成学生进行修改。</p> <p>思政元素：通过指出问题，修正设计资料，培养学生精益求精和一丝不苟的工匠精神。</p>	分组答辩	<p>目标1</p> <p>目标2</p> <p>目标3</p> <p>目标4</p>

五、学生学习成效评估方式及标准

1. 毕业论文（设计）的综合成绩由平时成绩（占10%）、指导教师审阅成绩（占40%）、评阅教师评阅成绩（占20%）、答辩成绩（占30%）四部分组成。

2. 综合成绩按五级记分制提交，即优秀（90-100）、良好（80-89）、中等（70-79）、及格（60-69）、不及格（59分以下）。

等级	评 分 标 准
	1.平时成绩； 2.指导教师审阅成绩； 3.评阅教师评阅成绩； 4.答辩成绩。
优秀 (90~100分)	<p>1. 积极研究与实践，积极好学，勤学善问，能够提前完成指导教师布置的设计任务和论文写作任务。</p> <p>2. 有积极的工作态度，善于分析问题和解决问题，有设计中具体创新精神，能提前完成设计任务，论文撰写规范。</p> <p>3. 设计内容符合要求，论文撰写规范。</p> <p>4. 学生自述概念清楚，逻辑性强，观点正确，语言简洁，能全面正确回答问题，论文和图纸等资料符合要求。</p>
良好 (80~89分)	<p>1. 有很强的自学能力和实践能力，勤学善问，能够按时完成指导教师布置的设计任务和论文写作任务。</p> <p>2. 有良好的工作态度，善于分析问题和解决问题，能提前完成设计任务，论文撰写规范。</p> <p>3. 设计内容符合要求，论文撰写比较符合规范。</p> <p>4. 学生自述概念清楚，逻辑性强，观点正确，能正确回答大部分问题，论文和图纸等资料符合要求。</p>

中等 (70~79分)	<p>1. 有一定的自学能力和实践能力，能够按时完成指导教师布置的设计任务和论文写作任务。</p> <p>2. 工作态度较好，有一定的分析问题和解决问题能力，能按时完成设计任务，论文撰写规范。</p> <p>3. 设计内容比较符合要求，论文有部分细节不符合规范。</p> <p>4. 学生自述概念清楚，逻辑性强，观点正确，能正确回答部分问题，论文和图纸等资料比较符合要求。</p>
及格 (60~69分)	<p>1. 有一定的自学能力和实践能力，能基本完成指导教师布置的设计任务和论文写作任务。</p> <p>2. 工作态度一般，有一定的分析问题和解决问题能力，能基本完成设计任务，论文撰写比较规范。</p> <p>3. 设计内容基本符合要求，论文有较多细节不符合规范，需要修正。</p> <p>4. 学生自述概念清楚，能正确回答部分问题，论文和图纸等资料有部分不符合要求。</p>
不及格 (60以下)	<p>1. 自学能力和实践能力较差，不能完成指导教师布置的设计任务和论文写作任务。</p> <p>2. 工作态度较差，不能完成设计任务，论文撰写不符合规范。</p> <p>3. 设计内容不符合要求，论文很多细节不符合规范，需要修改。</p> <p>4. 学生自述表达不清楚，不能正确回答问题，论文和图纸等资料大部分不符合要求。</p>

六、教学安排及要求

序号	教学安排事项	要求
1	指导教师	职称：助教/讲师/副教授/教授 学历（位）：硕士及以上 其他：无
2	课程时间	周次：共8周 节次：
3	指导地点	<input checked="" type="checkbox"/> 教室 <input checked="" type="checkbox"/> 实验室 <input checked="" type="checkbox"/> 室外场地 <input checked="" type="checkbox"/> 其他：
4	学生辅导	线上方式及时间安排：企业微信，课后（开课后时间另行安排） 线下地点及时间安排：教室、实训室（开课后时间另行安排）

七、选用教材

备注：不需要教材

八、参考资料

无

大纲执笔人：何帅森

讨论参与人：卢娟、刘蔚

系（教研室）主任：何帅森

学院（部）审核人：何帅

