



东莞城市学院
DONGGUAN CITY UNIVERSITY

2023 版人才培养方案
专升本
视觉传达专业
课程教学大纲
(1-4 学期)

创意设计学院 编

二〇二三年三月

目 录

一、 学科基础课程

1. 造型基础*
2. 视觉传达专业导引
3. 插画设计*
4. 广告设计与策划*
5. 包装结构与设计
6. 书籍装帧设计*
7. UI 界面设计
8. 品牌形象系统设计*

二、 专业必修课程

1. 计算机辅助设计（PS、AI）
2. 创意文案写作
3. 设计材料与工艺
4. 广告短片拍摄与制作
5. 公共艺术设计

三、 专业拓展选修课程

- （一）专业选修课程
- （二）“专业+”拓展课程

四、 独立设置的实验（实训）课程

1. 设计专题实训 1
2. 专业综合训练 2

五、 集中性实践教学环节

1. 设计考察
2. 毕业实习
3. 毕业论文（设计）

《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	J42B052F		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.造型基础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、	1.1 具备从事设计行业专业的基础知识与能力；能够系统地掌握本专业领域相关的人文理论基础知识。	1.专业知识

	分析与方法。		
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、组合造形、视角转换呈现以及对其美感的思考。	3.1 具备扎实的版式编排、绘图、数字建模、效果表达等专业能力。	3.方案设计
素质目标	目标 3: 1.培养学生的设计能力，使学生具有一定的动手操作的能力，认识构成基础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。	12.1 了解新的审美趋势,学习新的软件和专业知识,具备持续学习的能力。	12.终身学习

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:	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

		从平面到立体造型,逐步引导学生进入造型设计的学习状态。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,将造形加以改变,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、立体空间构造型创意训练。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>	目标一 目标二 目标三

(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	<p>每人练习一件点结构造型作品。</p> <p>尺寸:不低于30x30cm。</p> <p>素材:材料工具不限。</p>	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	每人练习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	每人练习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	<p>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识及概念, 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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p>	综合	每人或每组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。	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 (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：	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	设计题	目标一 目标二	40%

作品主题展览	色, 展览现场作品展示效果。		目标三	
--------	----------------	--	-----	--

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》, 孙红梅, 刘洋, 毕留举, 化学工业出版社, 2023.01。
- [2] 《造型设计基础》, 叶丹, 董洁晶, 化学工业出版社, 2022.05。
- [3] 《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。
- [4] 《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%B>

E%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：吴宇

学院（部）审核人：何帅

《视觉传达设计专业导引》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	必修	课程属性	理论
课程名称	视觉传达设计专业导引		课程英文名称	Introduction to the Visual Communication Design Programme	
课程编码	J42B036B		适用专业	视觉传达设计	
考核方式	考查		先修课程	无	
总学时	8	学分	0.5	理论学时	8
实验学时/实训学时/ 实践学时/上机学时			无		
开课单位			创意设计学院		

二、课程简介

《视觉传达设计专业导引》课程是为刚进入大学的视觉传达专业新生开设的专业必修课。该课程简明扼要地介绍视觉传达设计专业发展的基本情况（过去、现在和未来），专业人才培养目标、培养要求、课程设置、以及专业学习方法和技巧等，使学生对视觉传达设计专业教育发展的历史与现状有比较清晰的认识，为制定本科专业计划、落实学习方法、选择打好基础。让学生认识视觉传达设计的性质、特点，以及当前专业对所培养人才的要求，了解专业发展方向、培养目标、教学内容和就业及上升通道，树立正确的专业思想和学习观，确立学习目标和掌握学习方法，为今后的专业学习打下良好的思想和方法基础。

三、课程教学目标

	课程教学目标	支撑毕业要求指标点	支撑毕业要求
知识目标	目标 1: 让学生认识视觉传达设计的性质、特点，以及当前专业对所培养人才的要求，了解专业发展方向、培养目标、教学内容和就业及上升通道，树立正确的专业思想和学习观，确立学习目标和掌握学习方法，为今后的专业学习打下良好的思想和方法基础。	1.1 具备从事设计行业专业的基础知识与能力；能够系统地掌握本专业领域相关的人文理论基础知识。	1. 专业知识

能力目标	<p>目标 2: 通过专业教学安排的详细介绍目的是使学生更全面地了解专业课程的设置内容,对专业的认识更清晰,要求学生对于大学四年的学习要有规划与目的。对学院的教学资源了解也使学生在学中有计划地用足教学资源,抓学习重点,从而提高学习效率。本专业培养具备传播学、市场营销及现代管理理论基础,掌握国际前沿广告文化理念及发达国家广告行销与媒体的最新发展趋势,具备较全面的广告创意和执行能力、较扎实的广告设计功底,能在各类综合性广告公司、新闻媒介广告部门、企事业单位广告管理部门以及博览和会展业、市场调研与信息咨询等行业从事广告创意和设计等工作的应用型广告设计专门人才。</p>	<p>8.1 熟悉视觉传达设计的设计规范和印刷工艺。 8.2 对设计规范、质量、环保等国际标准有一定认识。</p>	8. 职业规范
素质目标	<p>目标 3: 专业能力不仅体现在对本专业基础知识的了解与掌握,更主要体现在将所学的综合知识运用到具体实践项目之中。而与本专业相关的其它学科,例如广告策划、视觉传达设计、动画设计等都直接与间接地与本专业产生联系并对专业的拓展产生影响。 让学生明确专业设计应具备综合知识的重要性,综合知识背景对专业的提升产生重要影响。</p>	<p>12.1 了解新的审美趋势,学习新的软件和专业知识,具备持续学习的能力 12.2 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>	12. 终身学习

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
认识专业	2	<p>重点: 通过本讲课程的学习目的是使一年级学生对视觉传达设计专业方向的基本特征、内容有个初步的了解。要求学生对专业在目前的国内、国外发展情况;专业所涵盖的课程内容;专业定位;本专业与相近学科的关系等内容有个全面地认识,为进一步了解专业课程体系以及教学安排打下基础。 难点: 专业发展历史与专业定位 思政元素: 通过正确的审美观进行作品的设计开展,</p>	<p>课前: 预习理论知识 课堂: 理论讲授 课后: 复习</p>	<p>目标 1 目标 2 目标 3</p>

		<p>并能积极在作品中传播正向的文化审美。</p> <p>教学方法与策略: 线下教学。对于设计的特征等相关理论内容课堂运用主要运用讲授法和案例法开展教学, 因为设计门类较多, 因此需要更多的案例分析。</p>		
专业教学安排	4	<p>重点: 通过专业教学安排的详细介绍目的是使学生更全面地了解专业课程的设置内容, 对专业的认识更清晰, 要求学生对大学四年的学习要有规划与目的。对学院的教学资源了解也使学生在学习中有计划地用足教学资源, 抓学习重点, 从而提高学习效率。</p> <p>难点: 本专业培养具备传播学、市场营销及现代管理理论基础, 掌握国际前沿广告文化理念及发达国家广告行销与媒体的最新发展趋势, 具备较全面的广告创意和执行能力、较扎实的广告设计功底, 能在各类综合性广告公司、新闻媒介广告部门、企事业单位广告管理部门以及博览和会展业、市场调研与信息咨询等行业从事广告创意和设计等工作的应用型广告设计专门人才。</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> <p>教学方法与策略: 线下教学。要求教学课程设置与课程内容强调对学生综合能力的培养, “厚基础、宽口径、讲求知识面的拓展, 课程内容与实践结合”是教学目的。</p>	<p>课前: 预习理论知识</p> <p>课堂: 理论讲授</p> <p>课后: 复习</p>	<p>目标 1</p> <p>目标 2</p> <p>目标 3</p>
课程总结与答疑	2	<p>重点: 本讲是通过各专业学生集中课程总结的方式进行, 目的是使学生更全面、深入地了解各专业的学科特点和各专业在艺术学科背景下的相互关系。通过互动方式解答学生学习导论课程之后的疑惑, 使学生的学习目的更为明确。要求学生对学习目的、学习方法进行深入思考。</p> <p>难点: 专业能力不仅体现在对本专业基础知识的了解与掌握, 更主要体现在将所学的综合知识运用到具体实践项目之中。而与本专业相关的其它学科, 例如广告策划、视觉传达设计、动画设计等都直接与间接地与本专业产生联系并对专业的拓展产生影响。</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。让学生明确专业设计应具备综合知识的重要性, 综合知识背景对专业的提升产生重要影响。</p> <p>教学方法与策略: 线下教学。要求教学课程设置与课程内容强调对学生综合能力的培养, “厚基础、宽口径、讲求知识面的拓展, 课程内容与实践结合”是教</p>	<p>课前: 预习理论知识</p> <p>课堂: 理论讲授</p> <p>课后: 复习</p>	<p>目标 1</p> <p>目标 2</p> <p>目标 3</p>

		学目的。		
--	--	------	--	--

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，设计思维活跃，具有较强视觉表现性 3、作业规范完整、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，设计思维活跃，具有良好视觉表现性 3、作业规范完整，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，设计思维有一定的视觉表现性 3、作业规范完整，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，设计思维积极性不够，视觉表现性一般 3、作业基本完整，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，设计视觉表现性缺乏 3、作业完整量不足、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
视觉传达设计专业学科发展综述（调研）	要求学生对本专业在目前的国内、国外发展情况；专业所涵盖的课程内容；专业定位；本专业与相近学科的关系等内容有个全面地认识，为进一步了解专业课程体系以及教学安排打下基础。完成调研论文 3000 字，要求图文并茂，有数据支撑。	设计	目标 1/2	40
专业导引课程的思考与实践	1. 你对于本专业导论课的理解以及对艺术与设计的认识！ 2. 你如何精心规划四年的专业学习？	设计	目标 1/2/3	60

	3. 你对未来的职业生涯有何打算?			
--	-------------------	--	--	--

七、 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：1-4 周 节次：2 节
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：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

[1]王南杰.视觉传达设计（第2版）[M].合肥工业大学出版社,2020年2月

[2]杜士英.视觉传达设计原理（第1版）[M].上海人民美术出版社,2021年6月

八、 参考资料

[1]钱安洋.视觉传达设计专业的教学创新研究（第1版）[M].吉林出版集团股份有限公司,2022年9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]肖燕雄.大学生专业学习指导分册4（第1版）[M].湖南师范大学出版社,2006年8月

大纲执笔人： 林岩

讨论参与人： 吴宇

系（教研室）主任： 吴宇

学院（部）审核人： 何帅森

《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	必修	课程属性	理论
课程名称	插画设计		课程英文名称	Illustration design	
课程编码	J42B007H		适用专业	视觉传达设计	
考核方式	考查		先修课程	无	
总学时	64	学分	4	理论学时	16
实验学时/实训学时/ 课堂实践学时/上机学时			课堂实践学时：48		
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，针对性地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。	1-1：具备从事设计行业专业的基础知识与能力；能够系统地掌握本专业领域相关的人文理论基础知识。 2-1：具备较强的设计调研、用户需求及痛点提取能力，能够及时地了解本专业的流行趋势，并结合用户需求转化为实际的创意点及设计方案。 8-1：熟悉视觉传达设计的设计规范和印刷工艺。	1. 专业知识 2. 问题分析 8. 职业规范

		8-2: 对设计规范、质量、环保等国际标准有一定认识。	
能力目标	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。	2-2: 在了解社会和消费者的需求基础上,综合应用所学的科学理论,分析、提出和解决问题的能力。 11-1: 熟悉设计程序与方法,具备一定的视觉传达设计项目策划与组织能力。 11-2: 能胜任本专业领域内一定设计项目的策划、创意、组织及实施。	2. 问题分析 11. 项目管理
素质目标	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。	2-1: 具备较强的设计调研、用户需求及痛点提取能力,能够及时地了解本专业的流行趋势,并结合用户需求转化为实际的创意点及设计方案。 8-2: 对设计规范、质量、环保等国际标准有一定认识。 11-1: 熟悉设计程序与方法,具备一定的视觉传达设计项目策划与组织能力。	2. 问题分析 8. 职业规范 11. 项目管理

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	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。 难点: 各国历史插画作品的理解分析。 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。 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。	课后: 收集中外优秀插画作品并分析鉴赏	目标 1 目标 3
插画风格与表现技	6	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	课堂: 小组讨	目标 1

法		<p>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、摄影手段的运用、数字手段的运用</p> <p>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。</p> <p>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。</p>	论并分析插画作品	
插画临摹	2	<p>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。</p> <p>难点： 插画临摹的方法和步骤。</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> <p>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。</p>	课后： 选择插画进行临摹。	目标 1 目标 3
书籍插画	2	<p>重点：书籍插画的特性、书籍的分类、书籍插图创作、实例分析。</p> <p>难点： 书籍插画创作的思维方法。</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> <p>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。</p>	课堂： 小组讨论并分析插画作品	目标 1 目标 3
中国插画	2	<p>重点：插画的民族性、中国传统插画、实例分析。</p> <p>难点： 中国插画创作的思维方法。</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> <p>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。</p>	课堂： 小组讨论并分析插画作品	目标 1 目标 3
商业插画	2	<p>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。</p> <p>难点： 商业插画创作的思维方法。</p> <p>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。</p>	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	8	<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	8	<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	8	<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	12	<p>重点: 作品要体现教师根据授课期间给予时政命题, 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)	12	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周或9-16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、张源

系（教研室）主任：吴宇

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	J42B021H		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	64	学分	4	理论学时	16
实验学时/实训学时/ 实践学时/上机学时			实践学时：48		
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。	3.1 具备扎实的版式编排、绘图、数字建模、效果表达等专业能力。 3.2 能够独立完成课题调研、分析、方案设计与汇报	3.方案设计

		沟通的能力。	
能力目标	目标 2: 通过本课程的学习,了解广告设计的流程,独立完成广告设计。	6.1 具备设计管理与团队合作能力。 6.2 具备有条理性的企划并妥善执行项目的能力。 6.3 具有一定的国际视野和跨文化环境下的交流、竞争与合作的初步能力。	6.专业与社会
素质目标	目标 3: 通过课程的学习,了解广告设计和制作的流程以及具体的规范。	7.1 具备强烈的社会责任感和设计师职业精神。 7.2 在设计创作中从构思设计开始,创意、版式、印刷材质等以及视觉传达设计作业的商业价值及传播都应遵从可持续的设计理念。	7.环境可持续发展
	目标 4: 在课程过程中,需要了解商业广告的设计过程、广告设计师的社会责任感,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。	8.1 熟悉视觉传达设计的设计规范和印刷工艺。 8.2 对设计规范、质量、环保等国际标准有一定认识。	8.职业规范

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	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。 难点: 广告设计基本要求的深入理解。 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。 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。	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	目标 1 目标 2

广告的创新设计与发布	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生学习思路。</p>	<p>课前：广 告 创 意 的 概 念 引 入</p> <p>课堂：案 例 分 析</p> <p>课后：复 习</p>	<p>目标 1</p> <p>目标 3</p>
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</p> <p>课堂：分 析 文 案 的 重 要 性</p> <p>课后：归 纳 总 结</p>	<p>目标 2</p> <p>目标 5</p>
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生学习思路。</p>	<p>课前：广 告 创 意 的 体 会</p> <p>课堂：体 会 理 解 广 告 创 意</p> <p>课后：归 纳 总 结</p>	<p>目标 1</p> <p>目标 2</p> <p>目标 3</p>
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学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。</p>	<p>课前：色 彩 知 识 储 备</p> <p>课堂：讨 论 分 析</p> <p>课后：复 习</p>	<p>目标 1</p> <p>目标 2</p> <p>目标 4</p>
广告设计中的视觉流程	2	<p>重点： 版式设计中的点、线、面；广告中的文字编排。</p> <p>难点： 版式设计中的空间运用。</p> <p>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。</p>	<p>课前：广 告 流 程 的 了 解</p> <p>课堂：知 识 讲 解</p> <p>课后：复 习</p>	<p>目标 1</p> <p>目标 2</p> <p>目标 5</p>
不同媒体的广告策	2	<p>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；</p>	<p>课前：网 络 广 告</p>	<p>目标 1</p> <p>目标 2</p>

划及创意表现		<p>电视广告的创意表现。</p> <p>难点：网络广告的创意表现。</p> <p>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。</p>	<p>的收集</p> <p>课堂：分析讨论</p> <p>课后：复习</p>	目标 4
新技术下的广告创意表现	2	<p>重点：科技发展对传播的影响。</p> <p>难点：数字化时代的广告表现。</p> <p>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。</p>	<p>课前：新技术下广告的发展</p> <p>课堂：知识讲解</p> <p>课后：深入思考</p>	<p>目标 1</p> <p>目标 2</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	优秀广告案例收集	8	<p>重点：广告的收集和欣赏</p> <p>难点：优秀广告作品赏析。</p> <p>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。</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	命题广告的策略单分析 同类和竞争对手的广告调查	8	<p>重点：对于产品的深入理解。</p> <p>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。</p>	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	8	<p>重点：用简单的线稿表示设计方案。</p> <p>难点：清楚准确地表现产品特点。</p> <p>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、传统绘图方式等。</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	提交设计初稿	8	<p>重点：运用软件技术，将手稿转化为电子版设计图。</p> <p>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。</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	提交设计修改稿	8	<p>重点：完善设计内容。</p> <p>难点：细节表现需要更加准确，增强具有针对性的文案。</p>	设计	要求独立完成，课堂上进行	目标 1 目标 2 目标 4

					展示。	
实训	撰写设计说明,提交广告设计定稿	8	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	目标1	15
	创意特点突出		目标2	10

	画面的视觉表现力	题目	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： 8 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] 刘佳. 广告策划与创意设计（第 2 版）[M]. 武汉：华中科技大学大学出版社，2022 年 6 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: 吴宇

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	必修	课程属性	理论
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	J42B004H		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	
总学时	64	学分	4	理论学时	16
实验学时/实训学时/ 实践学时/上机学时			实践学时：48		
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与视觉传达设计有机结合，通过设计实践完成作品设计。通过本课程的学习，学生能够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		支撑毕业要求指标点	支撑毕业要求
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包装案例分析与设计能力。	4.1 备使用专业知识进行全方位的研究与分析能力。	4.研究。
能力目标	目标 2: 要求学生掌握包装设计具体操作的基本步骤及设计方法，从包装设计的构思、创意、版式、材料与印刷都遵从可持续的设计理念，在包装项目化实践过程中强化专业设计能力。	7.2 在设计创作中从构思设计开始，创意、版式、印刷材质等以及视觉传达设计作业的商业价值及传播都应遵从可持续的设计理念。	7. 环境可持续发展。

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, 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。</p>	<p>11.1 熟悉设计程序与方法, 具备一定的视觉传达设计项目策划与组织能力。 11.2 能胜任本专业领域内一定设计项目的策划、创意、组织及实施。</p>	11.项目管理。
-------------	---	--	----------

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
包装设计概论及包装设计步骤	4	<p>重点: 1、包装发展历程 2、包装的分类及其特点 3、包装设计的市场调研分析 4、创意与设计执行</p> <p>难点: 1、了解不同包装材料及其特点对成功进行包装设计是知识重点。 2、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。 3、包装产品、消费、销售状况及相互关系。 4、实现包装功能和创新的完美结合, 了解印刷过程出现的价格、品质的偏差等问题。</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>	<p>课前: 搜集并了解优秀的包装设计案例</p> <p>课堂: 学习与讨论课堂内容</p> <p>课后: 完成课后对包装设计特征的分析练习</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。</p>	<p>课前: 预复习容器造型和视觉传达的基本</p>	目标 1 目标 2 目标 3

		<p>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>知识课堂： 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>	
包装设计分类	4	<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>	目标 1 目标 2 目标 3
设计选题	4	<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</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>	目标 1 目标 2 目标 3

		<p>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>课后: 根据结课作业要求，独立完成系列包装设计一套。</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 1	专题一 包装项目调研	8	<p>重点: 对包装设计项目的精准调研分析。</p> <p>难点: 针对品牌及商品背景信息的调研充分、细致，有力支撑设计提案。</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	小组形式	目标 1 目标 2 目标 3
实训 2	专题二 包装结构设计	12	<p>重点: 对包装结构专题综合技法训练。</p> <p>难点: 对表现实用、合理，且有创新的包装结构设计的掌握。</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	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设计。	目标 1 目标 2 目标 3
实训 3	专题三 包装形象要素的设计	12	<p>重点: 对专题项目图形、品名文字、色彩视觉要素的设计。</p> <p>难点: 对课题项目准确与美感的设计。</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</p>	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	目标 1 目标 2 目标 3

			化再设计的自信。		市场调研，进行包装结构及视觉表现要素的系统设计。	
实训 4	专题四 包装设计 项目实践 (系列包装设计)	16	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	1、考勤旷课 3 次以上或迟到、早退超过 5 次。

(60 以下)	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	
			目标 3		
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 2	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。				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：8（1-4, 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.包装设计[M].北京:北京工业大学出版社,2023年1月.
[2]陈青.包装设计教程(增补版)[M].上海:上海人民美术出版社,2022年1月.

八、参考资料

- [1]李丽.包装设计(第二版)[M].北京:机械工业出版社,2023年4月.
[2]史墨.包装造型与结构设计[M].北京:化学工业出版社,2022年6月.
[3]佟海丰.包装设计[M].北京:北京工艺美术出版社,2022年6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>.
- [4] 设计网, <http://www.cndesign.com/>
- [5] Packaging World, <https://packagingoftheworld.com/>

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/>
- [4] Design Spiration, <https://www.designspiration.com/>
- [5] Package Design Archive, <http://www.packagingdesignarchive.org/>

大纲执笔人: 邱丽平

讨论参与人: 吴宇

系(教研室)主任: 吴宇

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	J42B038F		适用专业	视觉传达设计、数字媒体艺术	
考核方式	考查		先修课程	计算机辅助设计（PS、AI）、文字与版式设计、	
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

《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。要求学生在前期已学习的专业课程的基础上，熟练并实际运用书籍的装帧设计规律，对前期调研、设计构思、印前技术和材料的准备和掌握。其教学目的与任务要求深度融合中国传统文化，将传统文化与现代书籍装帧艺术有机融合。深化传承与发展中国传统文化的理解，有效的将传统与现代文化审美相融合，增强民族认同及文化自信。强化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，将理论实践知识应用到实践中去，完成有创意、有艺术特点的设计作品。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		支撑毕业要求指标点	支撑毕业要求
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。	1.2 能够将基础理论融会贯通。并转化为设计实践产出。	1. 专业知识

能力目标	目标 2: 要求学生掌握装帧设计的基本概念、方法、材料及印前工艺等的基本内容和要求	2.1 具备较强的设计调研、用户需求及痛点提取能力,能够及时的了解本专业的流行趋势,并结合用户需求转化为实际的创意点及设计方案。	2. 问题分析
素质目标	目标 3: 要求学生掌握装帧设计的基本概念、方法、材料及印前工艺等的基本内容和要求 目标 4: 熟悉设计程序与方法,具备一定的视觉传达设计项目策划与组织能力,能胜任本专业领域内一定设计项目的策划、创意、组织及实施等。	3.2 能够独立完成课题调研、分析、方案设计与汇报沟通的能力。 11.1 熟悉设计程序与方法,具备一定的视觉传达设计项目策划与组织能力,	3. 方案设计 11. 项目管理

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>	<p>课前: 做好预习</p> <p>课堂: 了解中国传统书籍起源</p> <p>课后: 收集相关古书 1-2本</p>	<p>目标 1</p> <p>目标 2</p>

<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,了解中国传统书籍的装订方式和现代书籍的市场定位,增</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>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。发扬中华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亲近感，培养文化自信。增强爱国主义和民族情怀。</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>	<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> <p>目标 4</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，加深对中国传统文化的理解。产生对中国传统文化的亲近感和认同感。发扬</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：根据</p>	<p>目标 1</p> <p>目标 2</p> <p>目标 3</p> <p>目标 4</p>

		<p>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>	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
实训	书籍装帧基础—开本制	4	<p>重点:</p>	设计	了解书籍开本大小,	目标1 目标3

	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>		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。	
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 目标4

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: 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: 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。发扬中华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、西式书籍的版式要求自行设计1-3内页,要求运用横、竖版、跨页或折页,并思考版式中的留白及图版率问题	目标1 目标2 目标3 目标4
实训	书籍装帧设计的影响因素及后期制作	8	<p>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</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>	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(20%),考勤(10%),课堂

互动（10%）共三个部分。评分标准如下表：

等级	评分标准
	1. 平时作业, 2. 考勤, 3. 课堂互动
优秀 (90~100分)	1. 课堂考勤 90%，无迟到、早退和旷课（请假不计） 2. 独立 90%完成设计任务（电子版）并按时提交 3. 课堂回答表述清晰，声音洪亮，设计要素完整，画质像素清晰
良好 (80~89分)	1. 课堂考勤 80%，无迟到、早退和旷课（请假不计） 2. 独立 80%完成设计任务（电子版）并按时提交 3. 课堂回答表述清晰，声音洪亮，设计要素完整，画质像素清晰
中等 (70~79分)	1. 课堂考勤 70%，无迟到、早退和旷课（请假不计） 2. 独立 70%完成设计任务（电子版）并按时提交 3. 课堂回答表述清晰，声音洪亮，设计要素完整，画质像素清晰
及格 (60~69分)	1. 课堂考勤 60%，无迟到、早退和旷课（请假不计） 2. 独立 60%完成设计任务（电子版）并按时提交 3. 课堂回答表述清晰，声音洪亮，设计要素完整，画质像素清晰
不及格 (60以下)	1. 课堂考勤有 50%（5次旷课）迟到、早退和旷课（请假不计） 2. 未能独立完成设计任务（电子版）并未能按时提交 3. 课堂回答表述不够清晰，声音低沉，设计要素不完整，画质像素差

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
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、4	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、4	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、4	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、4	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 学历（位）：硕士 其他：
2	课程时间	周次：9-16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，课后 线下地点及时间安排：授课教师办公室，周四下午

七、选用教材

[1]张洁. 马玮丽. 吴宇. 书籍装帧设计(第1版)[M]. 湖北: 华中科技大学出版社, 2023年1月第1版

八、参考资料

[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)

[2]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.

网络资料

[1]站酷 <https://www.zcool.com.cn/>

[2]昵图网 <https://www.oopic.com/>

大纲执笔人: 吴宇

讨论参与人: 张源

系(教研室)主任: 吴宇

学院(部)审核人: 何帅

《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	必修	课程属性	理论
课程名称	UI 界面设计		课程英文名称	User Interface Design	
课程编码	J42B002F		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	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			实践学时: 32		
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 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		支撑毕业要求指标点	支撑毕业要求
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 具备扎实的版式编排、绘图、数字建模、效果表达等专业能力。 3.2 能够独立完成课题调研、分析、方案设计与汇报沟通的能力。	3.方案设计
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	5.1 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.使用现代工具

	与时俱进，使专业能力不断更新迭代，适应时代的要求。		
	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。	2.1 具备较强的设计调研、用户需求及痛点提取能力，能够及时的了解本专业的流行趋势，并结合用户需求转化为实际的创意点及设计方案。 2.2 在了解社会和消费者的需求基础上，综合应用所学的科学理论，分析、提出和解决问题的能力。	2.问题分析
	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。	11.1 熟悉设计程序与方法，具备一定的视觉传达设计项目策划与组织能力，	11.项目管理
素质目标	目标 5: 学生需具备 UI 界面设计的创新能力与思辨能力，需具有较好的团队协作能力。在未来的实际操作与工作中既能提供独到的创意灵感，也能够与团队协作完成实际的项目产出。	9.1 具备思辨能力、独到见解、独立人格、团队合作精神；具有较好的创新创业能力。 9.2 具有健康体魄和良好的心理素质，面对环境压力时具有较强的自我调适能力。	9.个人和团队

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	2	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	课前: 预习 UI 界面设计概念 课堂: 讲解、讨论	目标 2 目标 3

		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。	界面设计的流程、规范。 课后:复习相关知识	
以用户为中心的视觉界面设计	6	<p>重点: 以用户为中心移动 UI 视觉设计的关系, 用户研究的意义, 用户研究方法概述。</p> <p>难点: 用户研究的方法, 调查问卷设计, 用户画像</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 目标 3
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。</p> <p>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>课前: 了解图标的种</p>	目标 1 目标 2 目标 3

		<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>类。课堂:对图标的类别充分了解。课后:图标设计训练。</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	界面设计案例分析与选题拟定	2	<p>重点:分析界面设计的当前流行趋势</p> <p>难点:分析主题单元下界面设计作品的优缺点,拟定主题</p> <p>思政元素:引导学生了解当前国内市场的优秀 APP 设计作品。</p>	调查	学生选定一款 APP,并进行相关主题类别的分析	目标 1 目标 2 目标 3 目标 4 目标 5
实训	用户体验及用户调研	6	<p>重点: UI 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:调查问卷设计、竞品分析、用户画像、故事板</p> <p>思政元素:根据调研结果,梳理符合中国化用户需求的内容</p>	调查	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 目标 5
实训	界面交互流程设计	6	<p>重点: UI 界面 APP 中的产品结构图(站点地图)、任务流程图设计</p> <p>难点:设计符合交互逻辑与流程的 APP 结构与流程。</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 目标 5
实训	高、低保真原型架构设计	6	<p>重点:低保真图的设计制作、高保真图的设计制作</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 目标 5

实训	UI 界面设计综合实践	6	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	学生以 2 人为团队，运用所学的界面设计原则，进行全新 UI 界面设计创作	目标 1 目标 2 目标 3 目标 4 目标 5
实训	UI 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 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 目标 5
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。	

分)	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. 2. 期末考试（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	汇报	目标 3 目标 4 目标 5	20

七、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：6, 理论学时 2 节连排，实训学时需 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] 孙鹏.《UI 界面设计》[M]. 华中科技大学出版社, 2022 年 07 月.

[2] 康帆、陈莹燕.《交互界面设计》[M]. 华中科技大学出版社, 2019 年 01 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]优设网, <https://www.uisdc.com/>

[2]中国知网, <https://www.cnki.net/>

[3]UICN 用户体验设计平台 <https://www.ui.cn/>

其他资料

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

[2] 站酷 <https://www.zcool.com.cn/>

大纲执笔人: 张源

讨论参与人: 邱丽平

系(教研室)主任: 吴宇

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	64	学分	4	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：48		
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。	1.2 能够将基础理论融会贯通。并转化为设计实践产出。 2.2 在了解社会和消费者的需求基础上, 综合应用所学的理论知识, 分析、提出和解决问。	1.专业知识

知识目标	目标 2: 通过本课程的学习学生将通过课程学习, 掌握分析社会趋势、消费者行为和市场需求的方法, 从而深入理解不同背景下的需求驱动因素。	2.2 在了解社会和消费者的需求基础上, 综合应用所学的理论知识, 分析、提出和解决问。	2. 问题分析
能力目标	目标 3: 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。 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。	6.2 具备有条理性的企划并妥善执行项目的能力。 6.3 具有一定的国际视野和跨文化环境下的交流、竞争与合作的初步能力。	6. 专业与社会
能力目标	目标 4: 通过案例分析和实践项目, 学生将能够将所学的设计规范和印刷工艺知识应用于实际项目中, 解决实际设计挑战, 并生成高质量的视觉传达作品。	8.1 熟悉视觉传达设计的设计规范和印刷工艺。	8. 职业规范
素质目标	目标 5: 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。	11.2 能胜任本专业领域内一定设计项目的策划、创意、组织及实施。	11. 项目管理

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	4	重点: 1、VI的概念 2、VI的定义 3、VI设计的基本原则 难点: 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	课前: 预复习 VI 的基本知识 课堂: 课程内容讨论,	目标 1 目标 2

		<p>计做好铺垫。</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>根据要求 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>	目标 2 目标 3
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>	目标 2 目标 3
编制 VI 视觉形象手册的形式，步骤	4	<p>重点： 2、VI 设计手册编制的形式与内容 3、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，</p>	<p>课前： 完 成 课 题 基 础 系 统 的 设 计 开</p>	目标 1 目标 2 目标 3

		<p>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>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:</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中国文化审美。</p>	<p>展</p> <p>课堂:</p> <p>课题应用系统的设计开展</p> <p>课后:</p> <p>根据结课作业需求独立完成 VI 视觉形象手册设计一套</p>	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	企业形象标志的综合技法专题设计训练	12	<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 2 目标 3
实训	企业形象 VI 基础要素系统的设计	12	<p>重点:</p> <p>对课题项目标志形象设计</p> <p>难点:</p> <p>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:</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	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	12	<p>重点:</p>	设计	进行 VI 应用要素的	

	素系统的设计		掌握标志与应用系统载体条件的组合规范设计 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 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	目标 1 目标 2 目标 3 目标 5
实训	企业形象 VI 应用综合训练	12	重点: 确保企业形象的一致性 难点: 平衡创意与规范 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	进行 VI 应用综合应用设计	目标 1 目标 2 目标 3 目标 5
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(课堂提问及出勤 10%、课堂表现 15%、课后作业 15%)和 60%的期末成绩组成。

1. 平时成绩(占总成绩的 40%):课堂提问及出勤 10%、课堂表现 15%、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 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
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 1/2/3/4	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 1/2/3/5	40

八、 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: 刘奕君

讨论参与人: 吴宇

系(教研室)主任: 吴宇

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诚。</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、原理在课堂上予以讲授, 软件熟悉与安排上机实践。</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

		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。		
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式	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。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：预 习 Adobe Illustrator 外观和图形样式</p> <p>课堂：实施教学策略</p> <p>课后：复习图形样式应用</p>	目标 2

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有机结合。	综合	重点掌握	目标 1 目标 2 目标 3

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 (70~79分)	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。 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: 刘奕君

讨论参与人: 吴宇

系 (教研室) 主任: 吴宇

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	专业选修课程	课程性质	理论	课程属性	选修
课程名称	创意文案		课程英文名称	Creative Copywriting	
课程编码	H30X037D		适用专业	视觉传达专业	
考核方式	考查		先修课程	基础写作	
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			实践学时：16		
开课单位			语言文化学院		

二、课程简介

《创意文案》是网络与新媒体专业的专业拓展选修课程。本课程主要目的是让学生掌握具体的文体写作，培养学生的阅读、分析和鉴赏能力，以便适应将来实际写作工作的需要，提高学生的写作能力，达到提高学生的逻辑思维能力、深入思考能力、清晰表达能力等的目的，全面开发学生的智能，提高综合素质。创意写作课程的任务是全面地剖析写作过程，讲授各类文体的特点、写作要求和方法，并有针对性地进行实践写作训练。

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: 从体验入手，结合洞察和实践方法，追求“知其心、达其意”的文案创意目标；从观察细节切入，感受生活哲学与情绪感悟，基本掌握广告文案创意与写作技巧，精准呈现广告信息。	3.1 具备扎实的版式编排、绘图、数字建模、效果表达等专业能力。 3.2 能够独立完成课题调研、分析、方案设计与汇报沟通的能力。	3.方案设计
能力目标	目标 2: 以创意激发为主线，以案例教学法为重点，以充分的实践性作为特色，掌握多种文体的写作技巧，聚焦“创意能力激发”，重视“创意思维训练”，以求提升学生的实操技能，适应不同行业要求。	5-1: 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。 5-2: 具有较好的外语沟通能	5.使用现代工具

		力、较好的计算机应用能力、网络检索能力。	
素质目标	<p>目标 3: 创意写作已是当今社会，个人发展的一项重要技能。学生通过系统学习各种常见文体的写作知识和写作技巧，掌握文章写作基本的章法、技法，并能运用所学理论指导自己的创作实践，为其写作能力的进一步提升打下良好基础。</p>	<p>2-1: 具备较强的设计调研、用户需求及痛点提取能力，能够及时的了解本专业的流行趋势，并结合用户需求转化为实际的创意点及设计方案。</p> <p>2-2: 在了解社会和消费者的需求基础上，综合应用所学的科学理论，分析、提出和解决问题的能力。</p>	2.问题分析
	<p>目标 4: 主要解决用文本表达创意、使用不同媒体信息传达的问题。该课程以立德树人作为根本，通过介绍文案创意的历史与发展，文案特征和撰写技巧，以及文案创意的行业要求，并结合国内权威的学科竞赛，帮助学生掌握文案创意与写作的基本技能，理解文案在新媒体传播中的作用和价值。</p>	<p>1-1: 具备从事设计行业专业的基础知识与能力；能够系统地掌握本专业领域相关的人文理论基础知识。</p> <p>1-2: 能够将基础理论融会贯通。并转化为设计实践产出。</p>	1.专业知识

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
创意文案写作概述	2	<p>重点: 创意写作的定义、特点、类型</p> <p>难点: 创意写作的思维和写作过程</p> <p>思政元素: 了解我国创意写作的发展脉络，关注创意写作的发展前沿，以爆款文案、爆款畅销书为例进行讲解，增强本行业发展的自信心。</p> <p>教学方法与策略: 综合采用理论讲授、优秀文案案例赏析、课堂讨论互动、多媒体技术展示等。</p>	课后阅读了解爱荷华大学创意写作工坊、纽约哥谭作家工坊。	目标 1 目标 2

创意文案写作的思维训练和写作训练	2	<p>重点：创意写作的几种重要思维方式</p> <p>难点：创意写作的训练方式、方法</p> <p>思政元素：分析央媒公众号、政府微信公众号的创意写文案、爆款的主要特点，文案的构思技巧。增强对政务文案传播现象的理解。</p> <p>教学方法与策略：综合采用理论讲授、优秀文案案例赏析、课堂讨论互动、多媒体技术展示等。</p>	课堂实训：头脑风暴创意思维方式训练。	目标1 目标2
生产创意类和工具类创意文案写作	4	<p>重点：策划书与文案、形象生产文本、活动生产文本、销售生产文本、意义生产文本。</p> <p>难点：工具的功能性、对象性、审美性，管理类工具功能文本、社交类工具功能文本、经贸类工具功能文本、法律类工具功能文本、科技类工具功能文本。</p> <p>思政元素：分析共青团中央抖音视频号的文案特征，写作思路和脉络，以了解官媒如何运用新媒体平台的信息传播策略。</p> <p>教学方法与策略：综合采用理论讲授、优秀文案案例赏析、课堂讨论互动、多媒体技术展示等。</p>	讨论：怎样的文案叫做好文案。	目标2 目标3
创意文案的突破和提升	2	<p>重点：好的创意写作需要创意阅读，创意源自需要、创意回应人类的精神需求、创意写作需要积累。</p> <p>难点：写作障碍克服、从写作第一个字开始。</p> <p>思政元素：以广东发布公众号为仿写对象，拟写作一条微信推送信息，提升官方发布文案的写作能力。</p> <p>教学方法与策略：综合采用理论讲授、优秀文案案例赏析、课堂讨论互动、多媒体技术展示等。</p>	作业一：课后微信推文写作练习。	目标1 目标2 目标3 目标4
创意文案的修改	2	<p>重点：修改的两种面貌、修改的三种模式、好作品越写越薄。</p> <p>难点：把主题无关的东西剔除出去；把文案提炼到极致；改变路线的最好办法是改变目的地。</p> <p>教学方法与策略：综合采用理论讲授、优秀文案案例赏析、课堂讨论互动、多媒体技术展示等。</p>	课堂练习：文案修改。	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
实训	文案标题和开头训练	4	<p>重点：如何写一个好标题，好标题的传播特点。</p> <p>难点：如何让开头更吸引人。</p> <p>思政元素：了解优秀文案的标题和开头，掌握吸引人的几种方法，提升实际写作和思考能力。</p>	综合	讨论：哪些文案标题能吸引你点开？	目标1 目标2

实训	新媒体广告写作	4	<p>重点:掌握微信公众号推文、微博推文的编辑技巧,长图文案的写作技巧,H5 互动网页的文案技巧。</p> <p>难点:好的文案讲故事,有视觉想象力。</p> <p>思政元素:以校园新闻为例,制作一条推文或长图推文,要求弘扬正能量。</p>	训练	作业二:校园新闻推文制作。	目标 1 目标 2 目标 3
实训	时令、节日、热点事件文案写作	4	<p>重点:找到文案的事件线索,从节日找故事灵感,搭上营销热点的顺风车。</p> <p>难点:如何巧妙地“蹭热点”,以获取流量。</p> <p>思政元素:以建军节、建党节、国庆节等节日为例,撰写相关节日主题文案,了解节日类文案策划的思路和逻辑。</p>	训练	讨论:流量是衡量文案好坏的唯一标准吗?	目标 2 目标 3 目标 4
实训	地产、产品、商场类文案写作	4	<p>重点:用线性文案构建空间感;写出文创的气质和脾气;商场也是文案的游乐场。</p> <p>难点:商业文案的创作流程,甲方乙方的沟通,如何实现共同的价值。</p> <p>思政元素:掌握地产、商品等实用性文案写作,并分析其传播特点,加深对创意文案写作的深层次理解。</p>	训练	讨论:文案写作夸张手法与真实性伦理的关系。	目标 1 目标 3
实训	文案创作与品牌塑造	4	<p>重点:品牌个性化塑造与文案写作关系</p> <p>难点:如何使用个性化文案塑造品牌性格。</p> <p>思政元素:文案最终为品牌传播服务,掌握优秀文案的写作技巧,提升文案写作思维和视野,树立品牌化管理战略思维。</p>	训练	结课作业:文案写作如何塑造品牌。	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作业成绩、期末考试等两个部分组成。

1. 平时成绩(占总成绩的 30%):采用百分制。其中考勤(10%)、课堂讨论互动(10%)、平时作业(10%)。

等级	评分标准
	1.作业; 2.小组汇报; 3.考勤
优秀 (90~100分)	1.作业有自己的独到见解,基本理论知识熟悉,实践操作规范,作品出色。 2.小组讨论汇报,材料详实,逻辑清晰。 3.无旷课记录。
良好 (80~89分)	1.作业完成度较高,基本理论知识熟悉,实践操作规范,作品较好。 2.小组讨论汇报,准备较为充足,观点明确。

	3.无旷课记录。
中等 (70~79分)	1.作业完成, 相关理论知识较为熟悉, 实践操作基本正确, 作品一般。 2.小组讨论汇报, 有观点而缺乏佐证材料。 3.无旷课记录。
及格 (60~69分)	1.作业基本完成。 2.参与讨论, 无材料, 观点模糊。 3.无旷课记录。
不及格 (60以下)	1.作业未按时完成。 2.不参与到课堂讨论学习。 3.无故旷课。

2. 期末考试 (占总成绩的 70%): 采用百分制, 考查形式。考查如下:

考核模块	考核内容	主要题型	支撑目标	分值
创意文案写作概述	了解创意文案的定义、类型、功能、写作方法、常见形式。	讨论题	目标 1	10
创意文案写作的思维训练和写作训练	学习创意文案的写作思维常见方法、类型; 课堂和课下同步练习常用写作思路 and 技巧。	写作题	目标 1 目标 2	20
生产创意类和工具类创意文案写作	掌握生产经营类活动的创意文案写作方法和技巧; 掌握工具性、功能类创意文案写作方法和技巧。	写作题	目标 2 目标 3	30
创意文案的突破和提升	实现创意突破的常见方法, 文案提升的技巧。	写作题	目标 2 目标 3	20
创意文案的修改	创意文案常见问题分析及改进方法	写作题	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: 助教 学历 (位): 硕士以上 其他:
2	课程时间	周次: 1 节次: 2
3	授课地点	<input checked="" type="checkbox"/> 教室 <input type="checkbox"/> 实验室 <input type="checkbox"/> 室外场地

		□其他:
4	学生辅导	线上方式及时间安排: 企业微信或邮件 线下地点及时间安排: 教室

七、选用教材

[1]李欣颖. 李欣频的文案课[M]. 杭州: 浙江人民出版社, 2020年8月.

[2]伊莱恩·沃尔克. 创意写作教学[M]. 北京: 北京大学出版社, 2014年3月.

八、参考资料

[1]朱冰. 超文案: 微时代的创意文案指南[M]. 北京: 中信出版集团, 2015年7月.

[2]许道军, 葛红兵. 创意写作: 基础理论与训练[M]. 南宁: 广西师范大学出版社, 2012年4月.

[3]于尔根·沃尔夫. 创意写作大师课[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2013年.

网络资料

[1]Lauri Ramey. 创意写作. 中国大学MOOC:

<https://www.icourse163.org/course/HUNNU-1205932802?from=searchPage>

其他资料

无

大纲执笔人: 韩磊

讨论参与人: 朱灿

系(教研室)主任: 王宁

学院(部)审核人: 宋秋敏

《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	选修	课程属性	理论
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	J42X029D		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			实践课时：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。优秀的设计需要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	支撑毕业要求指标点	支撑毕业要求
知识目标	目标 1: 让学生掌握广泛的设计材料知识，包括纸板、金属、玻璃、陶瓷、聚合物等材料的性质、特性和应用，了解材料结构与性能的关系。了解不同材料制造工艺的原理和常用加工工艺技术。通过这门课程，学生将具备在实际设计项目中选择合适材料、优化工艺、解决材料与工艺问题的能力，为产品设计与制	2.2 在了解社会和消费者的需求基础上，综合应用所学的科学理论，分析、提出和解决问题的能力。	2. 问题分析

	造提供有力支持，以满足产品质量、成本和可持续发展的要求。		
能力目标	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，让学生所掌握的专业技能能够直接应用到实际工作中。	8.1 熟悉视觉传达设计的设计规范和印刷工艺。 7.2 在设计创作中从构思设计开始，创意、版式、印刷材质等以及视觉传达设计作业的商业价值及传播都应遵从可持续的设计理念。 8.2 对设计规范、质量、环保等国际标准有一定认识。	7. 环境可持续发展 8. 职业规范
素质目标	目标 3: 培养学生综合素质和职业素养。通过学习，学生将发展创新意识和审美能力，激发对设计的热情与创造力。课程注重培养学生的团队合作精神，让他们在项目中有效沟通与合作，共同完成设计任务。同时，强调职业道德与社会责任意识的培养，使学生理解设计对社会与环境的影响，并积极追求可持续设计。培养学生的问题解决能力和批判性思维，使他们能够在面对挑战时寻找切实可行的解决方案。综合这些素质目标，学生将成为具有创新精神、团队合作意识和社会责任感的优秀设计专业人才。	9.1 具备思辨能力、独到见解、独立人格、团队合作精神；具有较好的创新创业能力。	9. 个人和团队

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。	课前: 前沿案例导入 课堂: 知识体系讲解 课后:	目标 1

		<p>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，使学生最直观地接收更多知识信息，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>	国内外经典设计案例调研分析。	
产品设计中材料的选择与开发	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>	目标 1 目标 2
市场调研及典型产品材料分析	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</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： 设计调研</p>	目标 1 目标 2

		透。		
--	--	----	--	--

(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 40%）：采用百分制。平时作业（占 20%）、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 (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.期末考试（占总成绩的60%）：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。	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		目标1	50

	工艺新技术的应用结合。		目标 2 目标 3
--	-------------	--	--------------

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] 唐开军.产品设计材料与工艺[M].北京:中国轻工业出版社,2023年7月.
[2] 陈根.图解产品设计材料与工艺[M].北京:化学工业出版社,2021年5月.

八、参考资料

- [1] 贺松林.产品设计材料及加工工艺[M].北京:电子工业出版社,2020年4月.
[2] 胡以萍.展示陈列与视觉设计(第2版)[M].北京:清华大学出版社,2018年8月.
[3] 李津.产品设计材料与工艺[M].北京:清华大学出版社,2018年3月.
[4] 罗红霞.写给设计师看的印前工艺书[M].北京:人民邮电出版社,2020年11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] 站酷网, <https://www.zcool.com.cn/>
[5] 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/>
[4] 优设网, <https://www.uisdc.com/>
[5] 搜图网 www.aisoutu.com

大纲执笔人：邱丽平

讨论参与人：林岩

系（教研室）主任：吴宇

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	Short Video Creation	
课程编码	G02ZX05C		适用专业	视觉传达设计	
考核方式	考查		先修课程	数字视频编辑	
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的一门专业课程。本课程的主要任务是讲授影视广告创意、影视广告文案的文案创作与创意表现、不同媒体的影视广告设计及创意表现、新技术下的影视广告创意表现等方面的内容。通过本课程的学习，使学生了解并掌握影视广告设计与创意的基本的知识，具备独立进行影视广告的策划和设计能力，要求学生对影视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影视广告策划能力；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；利用各种技术将影视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: 学生需掌握的理论知识有：影视广告创意、影视广告创意设计与发布、影视广告文案的创作与视觉表现、影视广告设计的分类和创意表现、影视广告色彩、影视广告设计中的视觉流程、不同媒体的影视广告设计及创意表现、新技	6-2: 具有利用视觉传达设计理论知识进行独立创作的能力。	6. 创新创作与自我提升能力

	术下的影视广告创意表现等。		
能力目标	<p>目标 2: 通过本课程的学习，了解影视广告分镜头脚本的设计与绘制，影视语言元素在影视广告中运用，影视广告的创意技法，并将理论知识应用于影视广告设计中，并能够制作完成。</p>	<p>3-1: 掌握视觉传达设计表现的基本技能和表现手法。</p> <p>3-2: 具备较高的艺术鉴赏能力。</p> <p>4-1: 能够熟练掌握专业计算机软件的基础知识以及独立操作视觉传达设计主流软件。</p>	<p>3.专业素质能力</p> <p>4.专业技术应用能力</p>
素质目标	<p>目标 3: 通过本课程的学习，了解影视广告创意设计制作的流程，能够在团队合作的基础上完成影视广告的策划、创意和制作。</p>	<p>7-1: 熟悉设计程序与方法。</p> <p>7-2: 具有较高的视觉传达设计设计项目的策划与组织能力。</p> <p>7-3: 能胜任本专业领域内的相关设计项目的策划、创意、执行及组织管理。</p>	<p>7.设计项目策划管理能力</p>
	<p>目标 4: 在课程过程中，需要了解商业影视广告的设计过程，包含前期调研和市场定位，并利用各种多媒体技术和手段，完成影视广告作品的设计和制作。</p>	<p>5-1: 具备独立设计调研能力。</p> <p>5-2: 能够充分运用现代信息技术进行资料文献查阅与检索，并通过资料检索与研究、结合设计实验进行测试评估，判断其合理性。</p>	<p>5. 调研分析能力</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
影视广告设计概述	2	<p>重点: 课程基本概念、影视广告的基本概念；影视广告的历史（起源、发展、现状）；影视广告的特点；影视广告设计的主要功能；影视广告设计的任务和基本要求。</p> <p>难点: 影视广告设计基本要求的深入理解。</p> <p>思政元素: 介绍影视广告设计的发展历史，重点是中国传统影视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: 影视广告创意的概念引入</p> <p>课堂: 案例分析</p> <p>课后: 复习</p>	<p>目标 1</p> <p>目标 2</p>

影视广告的创意流程和方法	6	<p>重点: 影视广告的创意纲要及撰写; 定位及主题的确定; 影视广告的表现技法。</p> <p>难点: 影视广告创意的表现技法。</p> <p>教学方法与策略: 线下教学。对于影视广告创意、影视广告定位、影视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生学习思路。</p>	<p>课前: 优秀文案的收集</p> <p>课堂: 分析广告中的创意技法</p> <p>课后: 归纳总结</p>	<p>目标 1</p> <p>目标 3</p> <p>目标 4</p>
影视广告的分镜头脚本设计	4	<p>重点: 蒙太奇、转场、影视广告分镜头脚本设计、影视广告的故事版制作。</p> <p>难点: 蒙太奇、转场、影视广告的分镜头脚本设计。</p> <p>思政元素: 传统诗词艺术在影视广告分镜头脚本创作中的应用。</p> <p>教学方法与策略: 线下教学。对于影视广告分镜头脚本创作、影视语言运用等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: 复习影视中的相关语言元素</p> <p>课堂: 分析影视中的相关语言元素在不同影视广告中的运用</p> <p>课后: 归纳总结</p>	<p>目标 1</p> <p>目标 3</p>
影视广告设计拍摄	4	<p>重点: 摄像机的运动、场面调度、灯光。</p> <p>难点: 摄像机的运动、场面调度。</p> <p>教学方法与策略: 线下教学。对于拍摄角度、调度、灯光、基调等理论内容在课堂上予以讲授, 重点在于对影视广告拍摄的体会。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。</p>	<p>课前: 影视广告拍摄的体会</p> <p>课堂: 体会理解影视广告创意</p> <p>课后: 归纳总结</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
训练	命题影视广告的策略单分析同类和竞争对手的	4	<p>重点: 影视广告的收集和分析</p> <p>难点: 同业分析、产品定位的体验感, 需要对产品有更加深刻和全面的理解。</p> <p>思政元素: 要求学生更加专注于中国元素的传统影视广告的收集, 理解传统影</p>	<p>课前: 优秀文案的收集</p> <p>课堂: 分析广告</p>	<p>要求独立完成, 课堂上进行展</p>	<p>目标 1</p> <p>目标 3</p>

	影视广告调查		视广告的艺术美。	中的创意技法的应用 课后：归纳总结，制作分析报告	示，并形成文字内容上交。	
训练	影视广告的创意创作	6	重点： 定位及主题的确定；影视广告的创意纲要及撰写； 难点： 影视广告的创意表现。 教学方法与策略： 线下教学。对于影视广告创意、影视广告定位、影视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生学习思路。	课前：分析产品策略单位及定位特性 课堂：影视广告剧本撰写	同业影视广告收集整理及创意表现手法的分析	目标1 目标3
上机	影视广告的分镜脚本及故事版制作	8	重点： 影视广告分镜脚本设计及影视广告的故事版制作。 难点： 蒙太奇、转场等影视广告的分镜脚本设计中的应用。 思政元素： 传统诗词艺术在影视广告分镜脚本创作中的应用。 教学方法与策略： 线下教学。对于影视广告分镜脚本创作、影视语言运用等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。	根据所撰写的剧本进行分镜脚本设计和故事版制作	影视广告的分镜脚本及故事版制作	目标1 目标3
上机	影视广告设计拍摄与制作	8	重点： 摄像机的运动、场面调度、灯光。 难点： 摄像机的运动、场面调度。 教学方法与策略： 线下教学。对于拍摄角度、调度、灯光、基调等理论内容在课堂上予以讲授，重点在于对影视广告拍摄的体会。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。	根据分镜脚本进行画面拍摄	影视广告设计拍摄与制作	目标1 目标2 目标3
上机	影视广告后期合成制作	6	重点： 调色、特效、配音、组接与合成等 难点： 市场主流软件的应用操作。 教学方法与策略： 线下教学。对于后期操作所运用到的软件进行介绍和讲解，重点在于对后期合成中操作运用体会。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	根将所拍摄的镜头进行后期合成制作	影视广告后期合成	目标1 目标2 目标3

		路。			
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、期末考查两个部分组成。

1. 平时成绩(占总成绩的 50%)：采用百分制。平时成绩分作业(占 40%)和考勤(占 10%)两个部分，其中平时作业包括书写作业部分和设计作品部分。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.分镜脚本设计作业和视频作业主题鲜明、扣题，画面清晰，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.分镜脚本设计作业和视频作业主题能够表现设计主题，画面清晰。 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.分镜脚本设计作业和视频作业基本能够表现设计主题，画面清晰，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.分镜脚本设计作业和视频作业不能完整表达设计主题，设计有明显缺陷，组接的流畅性欠佳。 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.分镜脚本设计作业和视频作业无法表现主题内容，表达混乱。 3.出勤率不足 70%。

2. 期末考查(占总成绩的 50%)：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
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
	蒙太奇的应用		目标 3	10
画面表现	构图结构的完整性		目标 1	10
	影调搭配的合理性		目标 2	10
	组接的逻辑性及流畅性		目标 4	10
	声音与画面的协调性		目标 2	10

综合效果	文化内涵表现	目标 3	15
	影视广告各种技法的使用	目标 4	10

八、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] 李静. 影视广告创意与制作（第3版）[M]. 中国建筑工业出版社, 2018年8月.
[2] 苏夏. 影视广告创意与制作（增补版）[M]. 上海人民美术出版社, 2022年

八、参考资料

- [1] 和群坡. 影视广告制作教程[M]. 中国传媒大学出版社, 2006年2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>
[2] Shots 网站, <http://www.shots.net>
[3] Adage 网站, <http://www.adage.com>
[4] 顶尖创意人社区网站, <http://pitchina.com.cn>

大纲执笔人： 卢娟

讨论参与人:田忠和、俞敏

系（教研室）主任： 卢娟

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 and 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： 本课程以造形原理作为基础知识，让学生了解创新设计的精神，运用设计逻辑建立创新教学。	1.1 具备从事设计行业专业的基础知识与能力；能够系统地掌握本专业领域相关的人文理论基础知识。	1.专业知识

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。	3.1 具备扎实的版式编排、绘图、数字建模、效果表达等专业能力。	3.方案设计
素质目标	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。	12.1 了解新的审美趋势,学习新的软件和专业知识,具备持续学习的能力。	12.终身学习

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>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</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

		艺术等五大类型。		
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:阅读教科术《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应的绘图工具。</p>	目标一 目标二

(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、地景观观性、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</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

			<p>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>			
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</p>	设计	汇报公共艺术设计主题和表现形式。	目标一 目标二 目标三

			<p>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>			
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> <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>	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
实训	公共艺术设计材料与工艺	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</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

			<p>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>			
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
实训	公共艺术设计-空间视觉设计	4	<p>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。</p> <p>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。</p> <p>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</p>	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

			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(修订版)》，施慧，中国美术学院出版社，2021.01。
- [2] 《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。
- [3] 《公共艺术概论》，刘浪，湖南大学出版社，2016.02。
- [4] 《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=6>

0。

[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

讨论参与者: 陈涵懿

系(教研室)主任: 何帅森

学院(部)审核人: 何帅

《设计专题实训 1》教学大纲

一、课程基本信息

课程类别	专业课程	课程性质	基本技能训练	课程属性	必修
课程名称	设计专题实训 1		课程英文名称	Special Training of Design 1	
课程编码	J42B034Y		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	64	学分	4	理论学时	16
实验学时/实训学时/ 实践学时/上机学时			实践学时: 48		
开课单位			创意设计学院		

二、课程简介

《设计专题实训1》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前期专业设计课程的内容，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，进一步提升学生的设计水平，主要针对插画类型设计等课程进行深度设计。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: 根据本学期的专业课程，继续理论课程的训练，使学生在专业课基础上使学生把理论应用于实践，主要针对的内容为插画设计，进一步提升学生的设计水平。	2.1 具备较强的设计调研、用户需求及痛点提取能力，能够及时的了解本专业的流行趋势，并结合用户需求转化为实际的创意点及设计方案。 2.2 在了解社会和消费者的需求基础上，综合应用所学的科学理论，分析、提出和解决问题的能力。	2. 问题分析
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 使用专业知识进行全方位的研究与分析能力。 4.2 具备一定的学术钻研精神。	4. 研究
素质目标	目标 3: 通过本课程的学习，进一步熟悉设计的制作和印刷工艺，了解设计师应具备的素质培养学生的综合能力。	8.1 熟悉视觉传达设计的设计规范和印刷工艺。 9.2 具有健康体魄和良好的心理素质，面对环境压力时具有较强的自我调适能力。 11.1 熟悉设计程序与方法，具备一定的视觉传达设计项目策划与组织能力。	8. 职业规范 9. 个人和团队 11. 项目管理

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(一)	4	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
插画绘本创作阶段一:元素提炼(二)	4	重点: 文学作品精华内容的提炼,需要表现出核心。 难点: 核心内容的表现。	每组 3-5 人。将提炼的内容进行可视化设计准备。	目标 1 目标 2
插画比赛项目创作阶段一:创意点提取(一)	4	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
插画比赛项目创作阶段一:创意点提取(二)	4	重点: 选择合适的命题点进行画面表现。 难点: 将产品的特点进行可视化表现。	独立设计。将设计要点进行元素的罗列和排列。	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	8	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。 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。	设计	每组 3-5 人。进行画面分割并进行同风格的草图	目标 1 目标 2 目标 3

					绘制 20—30P	
实训	插画绘本创作阶段三：线稿绘制	8	<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	8	<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	8	<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	8	<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	8	<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。</p> <p>难点：作品设计适合商业传播。</p>	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：9-16周 节次：8节，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：李珊珊

参与人：何帅森

系（教研室）主任：吴宇

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	实训课	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	J42B050Y		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	64	学分	4	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：48		
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，将理论实践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。	1.2 能够将基础理论融会贯通。并转化为设计实践产出。	1. 专业知识
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基础知识。利用	4.2 具备一定的学术钻研精神。	4. 研究

标	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。		
	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。培养学生具备合作进行设计调研、资料查询以及运用现代信息技术获取相关信息的能力。	9.1 具备思辨能力、独到见解、独立人格、团队合作精神;具有较好的创新创业能力。	9. 个人和团队
	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。并具备在商业环境中的角色,包括品牌建设、市场传播等。能够从商业角度分析设计作品的价值,以及如何将可持续的设计理念融入到传播策略中,从而在商业和社会层面取得更大的影响。	7.2 在设计创作中从构思设计开始,创意、版式、印刷材质等以及视觉传达设计作业的商业价值及传播都应遵从可持续的设计理念。	7. 环境可持续发展
素质目标	目标 5: 培养学生能够与不同背景、专业和观点的团队成员进行有效沟通和协作的能力。通过小组项目、讨论和合作练习,学生应能够倾听他人意见、表达自己的想法,并在团队中积极参与,共同达成目标。	10.1 具备一定团队沟通协作能力;具备一定的项目沟通企划能力主导推动项目进程。	10. 沟通

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	8	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:回顾界面设计的基本流程。 课后:收集界面	目标 1 目标 2

			设计优秀案例	
界面设计的方法	8	<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 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	用户体验及用户调研	8	<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	8	<p>重点：界面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。</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	8	<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	8	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	8	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 4 目标 5
实训	界面设计综合实践	8	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 目标 5
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 40%）：课堂提问及出勤 10%、课堂表现 15%、平时作业 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平时作业）
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）。

2. 期末考查（占总成绩的60%）：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 目标5	20

七、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:刘奕君

讨论参与人:吴宇

系(教研室)主任:吴宇

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	专业能力训练	课程性质	必修	课程属性	实践
课程名称	设计考察		课程英文名称	Design Investigation	
课程编码	J42B031Z		适用专业	视觉传达设计	
考核方式	考察		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。	1.1 具备从事设计行业专业的基础知识与能力; 能够系统地掌握本专业领域相关的人文理论基础知识。 4.2 具备一定的学术钻研精神。	1. 专业知识 4. 研究
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。	9.1 具备思辨能力、独到见解、独立人格、团队合作精神; 具有较好的创新创业能力。	9. 个人和团队

素质 目标	<p>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。</p>	<p>1.1 具备从事设计行业专业的基础知识与能力; 能够系统地掌握本专业领域相关的人文理论基础知识。</p> <p>4.2 具备一定的学术钻研精神。</p> <p>9.1 具备思辨能力、独到见解、独立人格、团队合作精神; 具有较好的创新创业能力。</p> <p>12.2 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>1.专业知识</p> <p>4.研究</p> <p>9.个人和团队</p> <p>12.终身学习</p>
----------	---	--	---

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	<p>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。</p> <p>重点: 个人设计考察任务书撰写。</p> <p>难点: 个人设计考察任务书撰写。</p> <p>思政元素: 严谨的学习态度和规范化设计日程安排。</p>	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	<p>指导内容: 通过实地走访的形式, 与当地入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。</p> <p>重点: 田野调查资料的整理与归纳。</p> <p>难点: 根据考察调研的一手资料如何进行有效分析。</p> <p>思政元素: 严谨的学习态度和规范化设计日程安排。</p>	<p>①一手资料搜集、整理、归纳、分析。</p> <p>②考察随记撰写。</p>	目标 1 目标 2 目标 3
作品创作	0.5 周	<p>指导内容: 通过实地走访的形式, 与当地入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。</p> <p>重点: 田野调查资料的整理与归纳。</p> <p>难点: 根据考察调研的一手资料如何进行有效分析。</p>	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，并能够能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，并能够能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，并能够能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：张鸣乐

讨论参与人:吴宇

系（教研室）主任：吴宇

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	毕业综合训练	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	J42B005Z		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。	1.1 具备从事设计行业专业的基础知识与能力；能够系统地掌握本专业领域相关的人文理论基础知识。 12.1 了解新的审美趋势，学习新的软件和专业基础知识，具备持续学习的能力。	1. 专业知识 12.终身学习
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搜集整理资料并整合。	3.1 具备扎实的版式编排、绘图、数字建模、效果表达等专业能力。 3.2 能够独立完成课题调研、分析、方案设计与汇报	3.方案设计

		沟通的能力。	
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。	8.1 熟悉视觉传达设计的设计规范和印刷工艺。 8.2 对设计规范、质量、环保等国际标准有一定认识。	8.职业规范
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。	1.2 能够将基础理论融会贯通。并转化为设计实践产出。 3.1 具备扎实的版式编排、绘图、数字建模、效果表达等专业能力。 3.2 能够独立完成课题调研、分析、方案设计与汇报沟通的能力。 12.2 做到与时俱进, 使专业能力不断更新迭代, 适应时代的要求。	1. 专业知识 2. 方案设计 8. 职业规范 12.终身学习

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
了解毕业设计方向、选题模块	第2周	指导内容: 通过查阅文献、参观走访等方式, 深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。 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。 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。	具备丰富的教学经验, 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。	目标 2 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>	每位指导教师指导学生不超过10人。	目标1 目标2 目标3
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>	评定学生成绩，具备该专业较强的理论实践水平。	目标1 目标2 目标3
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>	每位指导教师指导学生不超过10人。	目标1 目标2 目标3 目标4
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>	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	目标1 目标2 目标3 目标4
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>	指导老师和答辩小组对毕业设计文档进行评阅	目标1 目标2 目标3

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	目标 1 目标 2 目标 3 目标 4
------	-----	---	------	------------------------------

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)	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。 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。 3.设计内容符合要求，论文撰写规范。 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。
良好 (80~89分)	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。 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。 3. 设计内容符合要求，论文撰写比较符合规范。 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。
中等 (70~79分)	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。 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。 3. 设计内容比较符合要求，论文有部分细节不符合规范。 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。
及格 (60~69分)	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。

分)	<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：张鸣乐

讨论参与人：李林林、张源

系（教研室）主任：吴宇

学院（部）审核人：何帅