
山西省教学成果奖（高等教育）相关佐证材料

成 果 名 称 岗位能力导向的视觉传达专业“平台+模块”
课程体系构建与实践

成果完成人 刘岩妍

成果完成单位 太原工业学院

成 果 科 类 艺术学类

类 别 代 码 □□□□

推 荐 序 号 □□□□

成 果 网 址 <http://jwc.tit.edu.cn/jxcg/jxcgjsb.htm>

推荐单位名称 太原工业学院

推 荐 时 间 2019 年 8 月 6 日

山西省教育厅

目 录

- 一. 视觉传达设计专业人才培养方案
- 二. 视觉传达设计专业课程教学大纲
- 三. 研究报告
- 四. 学科竞赛获奖
- 五. 大学生创新创业训练项目
- 六. 教材、论文
- 七. 优质教学资源共享课程建设
- 八. 专业教师教学成果
- 九. 调查问卷及结果分析

一、视觉传达设计专业人才培养方案

业务培养目标：

本专业依托地方旅游文化特色，以研究艺术设计领域内各类图像信息传达为主要方向，建立以项目驱动的产学研结合的模块化教学模式，主要培养掌握艺术设计创作的专业技能和设计实践能力的高素质应用型可持续发展的具备广告设计、品牌形象设计及策划、文创品牌设计等艺术设计的基础理论和知识，面向广告、包装、品牌策划等设计部门一线岗位的视觉设计高级专门人才。

业务培养要求：

本专业学生主要学习：基本的法律知识和思想道德修养；必备的文化基础知识，包括外语、计算机应用技术、语文以及军事理论知识、体育知识等；从事视觉传达设计必须的专业基础理论知识，平面设计与空间设计理论，媒体材料与制作工艺，计算机软件运用知识，数码多媒体知识与制作方法，设计方法论，行业法规与企业管理知识，印刷工艺学，包装结构与材料等。

毕业生应获得以下几方面的能力：

- (1) 掌握视觉传达专业的基础理论和技能；
- (2) 掌握视觉传达专业各种专业设计知识及操作技能；
- (3) 基本掌握一门外语，具有阅读本专业外文资料的能力；
- (4) 具有一定的心理学知识及语言表达能力，有较强的社会适应能力；
- (5) 了解国内外艺术设计的发展动态。

主干学科：艺术学、文学

主要课程：综合造型基础、设计概论、设计史论与艺术鉴赏、构成基础、摄影基础、标志与 VI 设计、海报设计、广告策划与设计、文字与书籍设计、平面广告设计、品牌包装设计、文创品牌策划与设计、文化衍生品设计等。

主要实践性教学环节：军训、写生、艺术采风、设计考察、毕业实习、毕业设计。

主要专业实验：

相近专业：美术学、广告学

毕业学分：185.5

学 制：四

授予学位：艺术学学士

课堂教学计划

课程类别	课程属性	课程序号	课程编号	课程名称	学分	学时	其中		开设学期	教学周数	周学时数	核心课程	考核方式	开课系部
							讲授	实验						
公共基础教育平台	必修	1	21202006	思想道德修养与法律基础	2.5	39	39		1	13	3		开卷	思政部
		2	21201001	马克思主义基本原理	3	48	48		2	16	3		闭卷	思政部
		3	21203001	中国近现代史纲要	2	32	32		3	16	2		开卷	思政部
		4	21204006	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	4	64	64		4	16	4		开卷	思政部
		5	21102008	大学英语1	3	52	26	26	1	13	4		笔试+口语	外语系
		6	21102009	大学英语2	4	64	32	32	2	16	4		笔试+口语	外语系
		7	21102010	大学英语3	4	64	64		3	16	4		闭卷	外语系
		8	21102011	大学英语4	4	64	64		4	16	4		开卷	外语系
		9	21051002	计算机应用基础	2	32		32	1	8	4		操作	计算机系
		10	21211005	大学体育1	2	26	26		1	13	2		理论+操作	体育部
		11	21211002	大学体育2	2	32	32		2	16	2		理论+操作	体育部
		12	21211003	大学体育3	2	32	32		3	16	2		理论+操作	体育部
		13	21211004	大学体育4	2	32	32		4	16	2		理论+操作	体育部
		14	21202007	军事理论	1	16	16		1	8	2		开卷	学生处
	选修	公共选修课程包括人文社会科学类、自然科学类、艺术体育类等课程，由教务处统一组织安排。												
以上公共基础教育平台必修37.5学分，要求选修8学分。														
专业基础教育平台	必修	15	22113018	中外设计史	3	48	48		1	12	4	√	闭卷	艺术系
		16	22113010	设计概论	2	32	32		2	16	2	√	闭卷	艺术系
		17	22113016	图形创意	4	64	24	40	3	8/	8		操作	艺术系
		18	22113013	设计心理学	2	32	32		3	16	2	√	闭卷	艺术系
		19	22113095	综合造型基础	6	96	32	64	1	16	6	√	操作	艺术系
		20	22113027	构成基础	6	96	32	64	2	16	6	√	操作	艺术系
		21	22113011	计算机平面图形设计	2	32	32		2	/8	4		操作	艺术系
		22	22113098	计算机平面图形设计实验	2	32		32	2	/8	4		操作	艺术系
		23	22113012	计算机三维图形设计	2	32	32		3	/8	4		操作	艺术系
		24	22113097	计算机三维图形设计实验	2	32		32	3	/8	4		操作	艺术系
		25	22113099	摄影基础	4	64		64	3	8/	8		操作	艺术系
		26	22113015	字体设计	3	48	16	32	3	/8	6		操作	艺术系
		27	22113089	排版与印刷设计	4	64	24	40	4	8/	8	√	操作	艺术系
		28	22113017	图案设计	4	64	24	40	4	/8	8		操作	艺术系
	选修	29	22113078	设计思维基础	2	32	16	16	2	8/	4		操作	艺术系
		30	25113004	美学及艺术欣赏	2	32	16	16	3	16	2		论文	艺术系
		31	24112053	AUTO CAD施工图设计	4	64	32	32	4	/8	8		操作	艺术系
		32	22113037	网页设计	4	64	24	40	7	8/	8		操作	艺术系
		33	22113046	设计营销	2	32	16	16	7	8/	4		操作	艺术系
		34	22113093	角色造型设计	2	32	16	16	6	8/	4		操作	艺术系
		35	22113047	动画设计	4	64	24	40	6	/8	8		操作	艺术系
以上专业基础教育平台必修46学分，要求选修10学分。														
必修	36	23113023	标志设计	4	64	24	40	5	8/	8	√	操作	艺术系	
	37	23113094	市场调查与分析	2	32	16	16	4	/8	4		操作	艺术系	
	38	23113037	海报设计	4	64	24	40	6	/8	8	√	操作	艺术系	

课程类别	课程属性	课程序号	课程编号	课程名称	学分	学时	其中		开设学期	教学周数	周学时数	核心课程	考核方式	开课系部	
							讲授	实验							
专业教育平台	必修	39	23113099	广告摄影	4	64	24	40	4	8/	8	√	操作	艺术系	
		40	23113016	企业形象策划	4	64	24	40	5	/8	8	√	操作	艺术系	
		41	23113001	书籍装帧设计	4	64	24	40	6	8/	8		操作	艺术系	
		42	25113007	插图设计	2	32	16	16	5	/8	4		操作	艺术系	
	选修	*	模块一	包装设计方向											
		43	23113098	包装材料与工艺	2	32	16	16	4	/8	4		操作	艺术系	
		44	23113096	包装效果图表现	4	64	24	40	5	/8	8		操作	艺术系	
		45	23113034	包装容器与结构	4	64	24	40	5	/8	8	√	操作	艺术系	
		46	23113095	纸盒包装设计	4	64	24	40	5	8/	8	√	操作	艺术系	
		47	23113084	瓶贴设计	2	32	16	16	5	/8	4		操作	艺术系	
		48	23113058	概念包装设计	4	64	24	40	6	8/	8		操作	艺术系	
		49	23113097	系列包装设计	4	64	24	40	6	/8	8		操作	艺术系	
		50	23113033	品牌包装策划与设计	5	80	24	56	7	10	8	√	操作	艺术系	
		*	模块二	品牌策划与广告设计方向											
		51	24113063	广告文案	2	32	16	16	5	8/	4		操作	艺术系	
		52	23113066	样本设计	4	64	24	40	5	/8	8		操作	艺术系	
		53	23113043	POP与DM广告设计	4	64	24	40	5	8/	8		操作	艺术系	
		54	23113042	导视系统设计	4	64	24	40	6	/8	8	√	操作	艺术系	
		55	23113041	广告创意表现	4	64	24	40	6	8/	8	√	操作	艺术系	
		56	23113048	图标图表设计	4	64	24	40	6	/8	8		操作	艺术系	
		57	23113045	UI设计基础	2	32	16	16	6	/8	4		操作	艺术系	
		58	23113035	广告策划与设计	5	80	32	48	7	10	8	√	操作	艺术系	
		59	23113088	品牌营销设计	2	32	16	16	7	8/	4	√	操作	艺术系	
		以上专业教育平台必修24学分，要求选修27学分。													
	补充说明	实验学时包括课内实践和实验室两部分，具体要求见教学大纲说明													

学时学分分配比例表

课程类别		课程属性	学时	学分	学分比例%
课堂教学	公共基础教育平台	必修	597	37.5	24.6%
		选修	128	8.0	5.2%
	专业基础教育平台	必修	736	46.0	30.2%
		选修	160	10.0	6.6%
	平台	必修	384	24.0	15.7%
		选修	432	27.0	17.7%
	合计		2437	152.5	100%
	学分比例：公共基础教育平台29.8%，专业基础教育平台36.7%，专业教育平台33.5%				
课外实践教学	课程属性		学分		学分比例%
	基本能力		38.0		90.5%
	拓展创新		4.0		9.5%
	合计		42.0		100%
	学分比例：基本能力90.5%，拓展创新9.5%				
合计	学分合计：194.5； 学分比例：理论教学54.9%，实验教学23.4%，课外实践教学21.7% 必修74.8%，选修25.2%				

必修学期（周）学时分配表

学 期 类 别	1	2	3	4	5	6	7	8
课堂教学(周学时)	22	21	25	24	10	8	0	0
课外实践(周)	2	1	3	3	3	3	8	17

二、视觉传达专业课程教学大纲

目 录

《中外设计史》课程教学大纲
《设计概论》课程教学大纲
《图形创意》课程教学大纲
《设计心理学》课程教学大纲
《综合造型基础》课程教学大纲
《构成基础》课程教学大纲
《计算机平面图形设计》课程教学大纲
《计算机三维图形设计》课程教学大纲
《字体设计》课程教学大纲
《排版与印刷设计》课程教学大纲
《图案设计》课程教学大纲
《标志设计》课程教学大纲
《市场调查与分析》课程教学大纲
《海报设计》课程教学大纲
《广告摄影》课程教学大纲
《企业形象策划》课程教学大纲
《书籍装帧设计》课程教学大纲
《插图设计》课程教学大纲
《包装容器与结构》课程教学大纲
《纸盒包装设计》课程教学大纲
《概念包装设计》课程教学大纲
《系列包装设计》课程教学大纲
《品牌包装策划与设计》课程教学大纲
《广告文案》课程教学大纲
《样本设计》课程教学大纲
《POP 与 DM 广告设计》课程教学大纲
《导视系统设计》课程教学大纲
《广告创意表现》课程教学大纲
《图标图表设计》课程教学大纲
《UI 设计基础》课程教学大纲
《广告策划与设计》课程教学大纲
《品牌营销设计》课程教学大纲

《中外设计史》课程教学大纲

课程名称：中外设计史 History of Chinese and Foreign Design

课程类别：专业基础教育必修课程

开课单位：设计艺术系

课程编码：22113018

总学时数：48

学 分：3

适用专业：视觉传达设计

先修课程：无

考核方式：闭卷

一、课程内容

理论部分：

（一）设计的起源

1. 中国设计的起源
2. 外国设计的起源

（二）中国的手工业设计

1. 藏礼于器——夏商周礼制性设计艺术
2. 钟鸣鼎食——春秋战国的设计
3. 天人合一——秦汉设计艺术的民族味
4. 绚烂纯素——魏晋南北朝的设计艺术
5. 诗意华章——隋唐五代设计艺术的境界提升
6. 道法自然——宋代设计艺术的理念
7. 多元交融——元代的设计艺术
8. 开明新制——明代设计艺术的意匠美
9. 繁缛富丽——清代的设计艺术

（三）外国的手工业设计

1. 古代埃及的设计艺术
2. 古代西亚的设计艺术
3. 古代希腊的设计艺术
4. 文艺复兴时期的设计艺术

（四）前工业时期的设计

1. 工艺美术运动
2. 新艺术运动

（五）现代主义时期的设计

1. 欧洲早期的现代主义设计
2. 装饰艺术运动

3. 现代主义设计的繁盛

4. 现代主义设计的繁盛

(六) 后工业时期的设计

实验部分:

无

二、大纲说明

(一) 课程的性质和任务

中外设计史是视觉传达设计专业的专业基础理论课, 包括中国设计史和外国设计史两个部分。通过对古今中外设计历史的系统学习, 使学生能够充分了解人类文明发展历程中, 设计所产生的重要影响和历史意义, 并对各个典型时期和重点国家、地区的设计文化风格进行较为全面的认识和理解, 从中归纳掌握设计文化发展的基本规律。

(二) 课程教学的基本要求

本课程作为视觉传达设计专业的必修课, 承担着其他专业课程的思想开拓以及对新的理论体系进行建构的重任, 它可帮助学生形成具有独特视角的研究领域, 引发对设计艺术学科更深层次的探索, 所以它的教学质量对于学生形成自己的思想方法具有特别重要的意义。该课程要求在大一上学期开设, 使学生尽快了解艺术设计的历史, 树立自己的观点, 形成自己的世界观, 促进对专业设计的深度理解, 并在此基础上与时代文化发展密切联系, 把握时代的脉搏, 创造出合理化的与现实生活密切相关的理想设计。由于该课程内容繁多, 所以授课教师在吃透教材的基础上, 应广泛阅读有关参考资料, 紧跟学科发展, 备课过程中随时补充新内容, 使学生及时了解本学科的发展动向及重要进展。

1. 掌握设计的概念, 由此对设计历史的起源时间进行界定及设计史阶段的进行划分, 了解新旧石器时代文明的标志, 特别是理解中国彩陶文化分期及其特征, 外国巨石文化的象征意义, 及以及衣食住行等方面的设计的全面开端。

2. 了解手工业时期中国由石器时代进入青铜时代、铁器时代、瓷器时代的变迁, 理解封建等级制度、生产技术条件、宗教文化等共同影响下的设计思想的变迁, 掌握各个历史时期代表性的设计艺术门类及成就, 熟悉其特征及内涵。

3. 了解古代手工业时期世界各国设计艺术发展的历史, 特别是了解古代埃及、西亚、希腊等重要文明版图上的设计现象及成因, 理解中世纪宗教控制及文艺复兴时期人性解放这两点不同背景影响下的时代设计艺术。

4. 熟悉前工业时期工业革命发生的生产力巨变的社会背景, 理解对机械化生产的不同观点, 分析在此影响之下发生的工艺美术运动、新艺术运动及后期的装饰艺术运动中错综复杂的设计现象的特征及成因。

5. 了解现代主义设计的产生及发展,掌握包豪斯及德意志制造联盟的成就和设计教育理念,熟悉荷兰风格派和俄国构成主义的宗旨和成就,了解二战后现代主义繁盛时期美国、日本及欧洲各国的新发展,理解各国不同自然、文化背景影响下形成的不同设计风格面貌。

6. 以信息技术革命的发生为象征的后工业时期,设计艺术呈现出更加多元化的特征,理解和掌握这一时期涌现出的波普艺术、新现代主义、解构主义和高科技风格等的特征及代表作品,关注绿色设计、人性化设计等现代设计新命题。

(三) 课程内容各层次的教学重点、难点、教学环节及教学方法的建议

各层次教学重点、难点:

1. 中国设计的起源

重点是对设计阶段的划分。

难点是掌握中国彩陶文化分期及特征。

2. 国外设计的起源

重点是旧石器时代的平面艺术。

难点是对巨石建筑的分析 and 理解。

3. 藏礼于器——夏商周礼制性设计艺术

重点是了解青铜器的设计成就和特征。

难点是把握礼制性设计的特点。

4. 钟鸣鼎食——春秋战国的设计

重点是了解染织设计艺术的发展及漆器设计。

难点是理解诸子百家思想对设计的影响。

5. 天人合一——秦汉设计艺术的民族味

重点是掌握民族味的设计体现、秦砖汉瓦的设计特点。

难点是理解天人合一的设计思维。

6. 绚烂纯素——魏晋南北朝的设计艺术

重点是了解瓷器设计的成就。

难点是理解和分析佛教对设计艺术的影响。

7. 诗意华章——隋唐五代设计艺术的提升

重点是掌握陶瓷、金银器、服饰设计的成就。

难点是理解儒、道、佛合一的设计思维、诗意下的设计意境的营造及文化交流对设计艺术的影响

8. 道法自然——宋代设计艺术的理念

重点是掌握瓷器设计的成就,了解服饰设计的发展。

难点是理解理学对设计的影响、道法自然的设计哲学。

9. 多元交融——元代的设计艺术

重点是掌握元瓷的设计艺术及染织工艺的发展。

难点是理解多元文化融合下的设计艺术。

10. 开明新制——明代设计艺术的意匠美

重点是掌握园林和建筑的设计艺术、明代家具设计风格特点及艺术成就。

难点理解明代设计艺术的意匠美。

11. 繁缛富丽——清代的设计艺术

重点是掌握清代瓷器设计的成就及吉祥图案的设计。

难点是理解清代家具设计的艺术特点。

12. 古代埃及的设计艺术

重点是古代埃及的建筑设计成就、雕塑和平面艺术的设计成就。

难点是理解古埃及设计与宗教的关系。

13. 古代西亚的设计艺术

重点是了解古代波斯艺术。

难点把握巴比伦的建筑和家具设计的特点及成就。

14. 古代希腊的设计艺术

重点是掌握古希腊的家具和建筑设计、古罗马的设计艺术。

难点是对哥特式设计风格的理解。

15. 文艺复兴时期的设计艺术

重点是掌握文艺复兴时期的设计艺术成就。

难点是理解巴洛克和洛可可设计风格特点。

16. 工艺美术运动

重点是掌握工业美术运动的背景及风格特点。

难点对拉斯金和德莱赛的设计理念的理解。

17. 新艺术运动

重点是学习新艺术运动的各国表现及风格特点。

难点是理解新艺术运动与工艺美术运动的区别及联系。

18. 欧洲早期的现代主义设计

重点是了解现代主义设计教育的发展与德意志制造联盟的理念及成就。

难点是理解构成主义、机器美学、欧洲现代主义设计风格。

19. 装饰艺术运动

重点是掌握装饰艺术运动的风格特点。

难点是理解装饰艺术运动形式与内涵的关系。

20. 现代主义设计的繁盛

重点是了解欧洲的国际现代主义设计、美国的现代主义设计、战后日本的现代主义设计。

难点是对国际主义风格的理解和把握。

21. 后工业时期的设计

重点是了解“波普风格”、新现代主义设计。

难点对后现代主义设计风格、绿色设计、人性化设计的理解。

教学环节及方法的建议：

采用课堂理论讲授结合多媒体课件讲授的方法，通过大量各个时期以及各个国家、地区的设计作品赏析进行教学，不仅有利于增强学生对设计文化发展历史的认识，还有助于为学生提供丰富而广泛的设计资料元素的感性理解，为今后的设计实践奠定基础。过程中贯穿启发式教学，通过设问、提问等方式，吸引学生注意力，启发学生积极思考，增强兴趣。

（四）本课程与其它课程的联系和分工的说明

本课程是《设计概论》的先修课程，为其它专业课程的学习搭构建理论基础，提供设计素材，启发创作灵感。

1. 与《设计概论》的联系：设计史是设计学理论的重要组成部分之一，培养对设计发展历史的系统认识，并提供丰富的可供学习的优秀设计案例和感性材料，为进一步认识完整的设计学理论打下基础。

2. 与其它专业课程的联系：是其它专业课程的理论基础，拓宽学生视野，提供设计素材，启发创作灵感，为实际设计的开展提供设计方法参考。

（五）教学时数安排

序号	内容	理论学时	实验学时	小计
1	设计的起源	4		4
2	中国的手工业设计	20		20
3	外国的手工业设计	8		8
4	前工业时期的设计	4		4
5	现代主义时期的设计	8		8
6	后工业时期的设计	4		4
合计		48		48

（六）对实践操作、作业习题、考试考核办法及其它教学环节的说明

本课程为需要充分的感性材料的基础理论课，可安排两次在博物馆等地的结合实物的理论讲解。作业习题以查阅资料，撰写作品分析类文字作业为主。课程成绩由平时作业成绩 20%、考勤成绩 10%和期末考试 70%三部分构成。考试形式为闭卷。

（七）选用教材及教学参考书

-
1. 《中外设计史》 余玉霞、刘孟等著 辽宁美术出版社 2011 年
 2. 《中外设计简史》 荆雷、宋玉立编著 上海人民美术出版社 2009 年
 3. 《中国工艺美术史》 田自秉著 东方出版社 2010 年
 4. 《外国工艺美术史》 张夫也著 中央编译出版社 2006 年
 5. 《世界现代设计史》 王受之著 中国青年出版社 2002 年

《设计概论》课程教学大纲

课程名称：设计概论 The Summary of Design

课程类别：专业基础教育必修课程

开课单位：设计艺术系

课程编码：22113010

总学时数：32

学 分：2

适用专业：视觉传达设计

先修课程：中外设计史

考核方式：闭卷

一、课程内容

理论部分：

（一）设计与设计学

（二）设计的目的与本质

（三）设计的形态

1. 视觉传达设计

2. 产品设计

3. 环境设计

4. 多媒体设计

（四）设计审美

1. 设计审美的产生

2. 内容美与形式美

3. 设计中的形式规律

4. 视错觉与设计

（五）设计的原则、程序与方法

1. 设计的原则

2. 设计的程序

3. 设计的方法

4. 误区与修正

（六）设计创意

1. 设计的创造性思维

2. 设计创意的的基本方法

3. 设计创意的历程

4. 设计创意的培养

（七）设计师

（八）设计教育

（九）设计风格与流派

1. 设计风格

2. 设计流派

3. 可持续发展与设计

（十）设计批评

实验部分：

无

二、大纲说明

（一）课程的性质和任务

《设计概论》是艺术设计专业的专业必修课程，主要研究和概述设计现象、设计基本原理、设计基本规律，以及对设计范畴的相关问题作知识性介绍、理论上探索。

通过学习，让学生较全面地掌握设计的基本理论，树立正确的设计思想，完善知识结构；提高学生的设计文化修养和吸收前人、他人设计成果的能力，拓展专业知识、扩展艺术思路，使理论与实践相结合。培养其想象力、创造力，使学生认识到设计工作者必须具备一定的科技知识，以其前瞻性、超前性与创新思维投入到设计中。更重要的是培养学生道德责任感和社会责任感，从而达到设计教育的最高目标。

（二）课程教学的基本要求

1. 掌握设计和设计学的含义，理清设计、艺术、艺术设计、设计艺术等概念的联系和区别。

2. 认识到设计的本身是创造，是人的生命力的体现，设计的目的就是为了满足人们的需求，研究设计也就是要研究人的需求，并将需求转化为产品。

3. 掌握设计根据表现形态和适用范围的不同分为视觉传达设计、产品设计、环境设计和多媒体设计等领域，重点熟悉视觉传达设计分类和特征，掌握环境美的标准。

4. 了解设计审美的产生，理解内容美与形式美的关系，掌握设计中的形式美的法则，了解视错觉的规律，能将设计审美应用于设计实践与设计评价中去。

5. 掌握设计中的创新、实用、经济与美观的一般原则，了解和实践设计的程序与方法，学会设计项目企划书的制定和撰写，并能够发现和纠正设计过程中的误区。

6. 认识到创新是设计的灵魂，了解设计创意的基本方法，实践、记录和总结设计创意的历程，掌握创造性思维的培养方法，学会巧妙解决设计问题的方法。

7. 认清设计师的价值，厘清设计师与艺术家的区别，熟悉设计师需要掌握的知识和技能，了解设计师所扮演社会角色以及肩负的社会道德、职业道德、思想道德等责任。

8. 了解现代设计教育的起源——包豪斯的变迁史，认识其宗旨、成就及价值，掌握

包豪斯的设计理论与实践体系中的有益经验，重点是分析和认知新的时代背景下的面向未来的设计教育。

9. 了解各设计风格与流派的现象与代表作，分析掌握其形式、内涵、功能方面的特征，重点是掌握可持续设计的理念与方法，树立立足当下、面向未来的设计观念。

10. 理解设计批评的重要性，掌握设计批评的原则、标准与方法并进行实践。

（三）课程内容各层次的教学重点、难点、教学环节及教学方法的建议

各层次教学重点、难点：

1. 设计与设计学

重点是掌握设计的含义。

2. 设计的目的与本质

重点是理解设计的本质。

3. 设计的形态

重点是熟悉视觉设计的形态。

难点是掌握环境美的基本标准。

4. 设计审美

重点是掌握形式美的法则。

难点是理解内容美与形式美的关系。

5. 设计的原则、程序与方法

重点是掌握设计的基本原则。

难点是了解与实践设计的方法。

6. 设计创意

重点是熟悉设计创意常用方法

难点是对联想、分列、逆转创意法的实际应用。

7. 设计师

重点是理解设计师的社会责任。

8. 设计教育

重点是了解面向未来的设计教育。

9. 设计风格与流派

重点是对可持续设计的理解。

难点是分析设计风格的特征。

10. 设计批评

重点是理解设计批评的意义与方法。

难点是掌握设计批评的标准。

教学环节及方法的建议：

采用课堂理论讲授结合多媒体课件讲授的方法，通过丰富的设计实例分析，不仅有利于增强学生对设计规律的认识，还有助于为学生提供丰富而广泛的设计资料元素的感性理解，为今后的设计实践奠定修养基础。过程中贯穿启发式教学，通过设问、提问等方式，吸引学生注意力，启发学生积极思考，增强兴趣。

（四）本课程与其它课程的联系和分工的说明

本课程以《中外设计史》为基础，同时为其它专业课程的学习搭构建理论基础。

1. 与《中外设计史》的联系：设计史是设计学理论的重要组成部分之一，培养对设计发展历史的系统认识，并提供丰富的可供学习的优秀设计案例和感性材料。在《设计概论》课程学习中应以《中外设计史》为基础，进一步构架出完整的设计学理论知识框架。

2. 与其它专业课程的关系：是其它专业课程的理论基础，拓宽学生视野，提供设计素材，启发创作灵感，为实际设计的开展提供设计方法参考。

（五）教学时数安排

序号	内容	理论学时	实验学时	小计
1	设计与设计学	2		2
2	设计的目的与本质	2		2
3	设计的形态	6		6
4	设计审美	4		4
5	设计的原则、程序与方法	4		4
6	设计创意	4		4
7	设计师	2		2
8	设计教育	2		2
9	设计风格与流派	4		4
10	设计批评	2		2
合计		32		32

（六）对实践操作、作业习题、考试考核办法及其它教学环节的说明

本课程为需要充分的感性材料的基础理论课，作业习题以查阅资料，撰写作品分析类文字作业为主。课程成绩由平时作业成绩 20%、考勤成绩 10%和期末考试 70%三部分构成。考试形式为闭卷。

（七）选用教材及教学参考书

1. 《艺术学概论》 彭吉象著 北京大学出版社 2006 年
2. 《设计学概论》 尹定邦、邵宏主编 湖南科学技术出版社 2013 年
3. 《艺术概论》 蒋勋著 生活·读书·新知三联书店 2008 年
4. 《世界现代设计史》 王受之著 中国青年出版社 2002 年

《图形创意》课程教学大纲

课程名称：图形创意 Creative graphics

课程类别：专业基础教育必修课程

开课单位：设计艺术系

课程编码：22113016

总学时数：64

学 分：4

适用专业：视觉传达设计

先修课程：构成基础等

考核方式：操作

一、 课程内容

理论部分：

（一） 图形的概述

1. 图形释义
2. 图形的起源与发展
3. 图形在设计中的重要性和图形语言特征

（二） 现代艺术对图形的设计的影响

1. 立体主义、达达主义、超现实主义、风格派运动
2. 风格流派等对图形设计的影响

（三） 图形创意的基础训练——联想

（四） 图形创意的思维方法

1. 比喻、比拟
2. 夸张、借代
3. 幽默、象征

（五） 图形设计的方法

1. 共生图形
2. 异影图形
3. 双关图形
4. 聚集图形 同构图形
5. 异变图形、文字图形
6. 无理图形

（六） 图形的系列化设计

1. 连续性的视觉表现
2. 选择不同的侧重点分别描述、各方面元素的平行展开设计

（七） 创意图形的应用

1. 图形与主题设计
2. 图形设计与基础设计课程
3. 图形设计与视觉传达设计课程
4. 图形设计与其他专业设计课程

实践部分：

实践一 以一个基本形为创作元素警醒图形的联想，要通过 20 步完成。

实践二 词语联想：由动词或形容词如危险、激情、自由、碰撞等展开联想

实践三 超现实组合

实践四 技巧形组合

实践五 主题设计

二、 大纲说明

（一）课程总的性质和任务

本课程是视觉传达专业的主干课程。是特定思想意识支配下对某一个或几个元素组合的一种蓄意刻画和表达形式。是美学意义上的升华，是富有深刻寓意的哲理给人以启示。这门课程，阐明了创造性思维的发生、发展、以及学习的方法，是整个视觉设计体系中的基础和核心。对学生创造性思维的培养具有重要作用。

（二）课程教学的基本要求

通过理论与规律及图形实践训练两个部分课程内容，可以以创造性思维模式寻求审美的现代性与图形的现代性。使学生掌握图形创意的构图规律，提高学生手绘快速表现的能力，更好的为视觉传达专业的设计思维训练和设计创作服务。

1. 图形的概述

教学要求:本章节为理论教学，要求学生对图形创意有一个整体了解，认识图形创意在设计中的意义。

2. 现代艺术对图形的设计的影响

教学要求:本章采用课内教学和课外自学的方法。使学生了解图形创意形式语言及表现形式。

3. 图形创意的基础训练——联想

教学要求：本章节为理论教学。要求学生对图形设计的特点及联想的特征有较深入的了解。

4. 图形创意的思维方法

教学要求：本章采用课内讲授与课内辅导的教学方法。

5. 图形设计的方法

教学要求：本章采用课内讲授与课内辅导的教学方法。

6. 图形的系列化设计

教学要求：本章采用讲授与欣赏相结合的教学方法。深入了解图形在各种设计形式中的应用。

7. 创意图形的应用

教学要求：本章采用欣赏与课题练习相结合的教学方法。

（三）课程内容各层次的教学重点、难点、教学环节及教学方法的建议

图形创意课程作为一门设计类学科的专业核心课程，在整个设计学科中相当重要。它为学生在将来的设计工作中更具形式美意识与实践能力，更具设计创造力打下基础。图形创意课程的开设，旨在训练培养学生对图形想象力的控制能力和形式美原则的应用能力。同时引导学生进入与市场接轨的设计区域，学习图形设计的基本作法，为其他专业课程的学习打下基础。

1. 图形的概述

重点：图形的定义特征

难点：图形设计的发展与其它艺术门类的关系

2. 现代艺术对图形的设计的影响

重点：现代艺术流派的特点

难点：各类艺术流派对图形设计的影响

3. 图形创意的基础训练——联想

重点：联想的特点

难点：如何应用发散型联想

4. 图形创意的思维方法

重点：图形创意的思维方法

难点：图形创意的形式语言

5. 图形设计的方法

重点：图形创作方法和表现技巧

难点：图形设计的表现形式与技法

6. 图形的系列化设计

重点：图形设计程序

难点：系列化图形设计

7. 创意图形的应用

重点：图形在视觉传达设计中的应用及区别

难点：广告图形的应用

教学中充分利用多媒体进行教学，课堂讲授结合大量课堂实际训练来进行。以理论讲授和实践辅导相结合，并针对不同阶段的课题，采用不同的教学方法。教学中要发挥教师的主导作用，采用理论讲授与教学示范相结合的方式。在创造性思维的培养方面，

教师除了经验传授以外，通过对优秀作品的理论分析，加强对学生艺术思维的启发，做到因材施教，教学相长。

（四）本课程与其它课程的联系和分工的说明

由于在图形创意课程之前学生先修了素描、色彩、构成基础等学科。学生具备一定的形态描绘能力，并具备一定的审美能力。由于图形课程在设计学科体系中处于重要的地位，是进一步学习后续专业主干课程的必要前提，同时也为后续的招贴设计、企业形象设计等课程的学习打下基础。为将来的实际设计工作奠定理论基础和一定专业技能。

（五）教学时数安排

序号	内容	理论学时	实践学时	小计
1	图形的概述	2		2
2	现代艺术对图形的设计的影响	2		2
3	图形创意的基础训练——联想	4	8	12
4	图形创意的思维方法	4	8	12
5	图形设计的方法	4	8	12
6	图形的系列化设计	2		2
7	图底与构图	4	8	12
8	创意图形的应用	2	8	10
合计		24	40	64

（六）对实践操作、作业习题、考试考核办法及其它教学环节的说明

实践环节要求完成实验操作及报告，要求作业独立完成，作业成绩记入平时成绩。期末采取考查方式，课程成绩由平时成绩 70%(由考勤成绩 20%和课堂作业成绩 50%构成)、期末成绩 30%两部分构成。

实践一（8 学时）：通过学习，使学生掌握设计基本元素和形的视觉要求。必须具备设计师的悟性与灵感。使基本元素具备无限的生发力，追求丰谐变幻，是人们的基本心理的需求。

实践二（8 学时）：通过在学习中采用大家熟知的对象，启发学生，全方位地寻找设计切入点，拓宽思路，考虑问题全面，充分挖掘题材。

实践三（8 学时）：各类同构图形的训练，其意义在于展示其新的艺术价值，能否通过这种同构在视觉上给人以享受，能否起到特定的视觉导向功能，这是同构设计所要考虑的，否则将失去其构成的意义。

实践四（8 学时）：通过各种技巧性的组合练习，培养学生较为系统地观察对象的

能力。在技巧同构组合时图形演变过程应该自然，条理、秩序清晰，不露痕迹。

实践五（8 学时）：通过这个针对性的训练，提高学生分析一个具体项目、并以多种手段方式解决面临的问题的能力，突破传统框框和媒体的限制，不受空间和材料的限制，充分了解如何洒脱而巧妙地去寻求和发现可以利用的手段和媒介。

（七）选用教材及教学参考书

1. 《图形创意》 孙尔、沈雁冬著 辽宁美术出版社 2005 年
2. 《图形想象》 江明著 上海人民美术出版社 2013 年
3. 《图形创意》 林家阳著 高等教育出版社 2006 年

《设计心理学》课程教学大纲

课程名称：设计心理学 Design Psychology

课程类别：专业基础教育必修课程

开课单位：设计艺术系

课程编号：22113013

总学时：32

学分：2

适用专业：视觉传达设计

先修课程：设计概论、中外设计史

考核方式：闭卷

一、课程内容：

理论部分：

（一）心理学概述

1. 人类的心理现象
2. 心理学的性质与任务
3. 心理学的研究方法

（二）认知的心理过程

1. 感觉
2. 人的视觉感受
3. 听觉
4. 其他感觉
5. 知觉
6. 观察
7. 记忆
8. 思维
9. 想象

（三）人的心理状态

1. 意识
2. 意志行为
3. 情感反映

（四）人的个性心理

1. 需要
2. 动机
3. 兴趣
4. 气质

5. 性格

(五) 创造心理与创造能力

1. 创造概述
2. 创造因素
3. 能力简介
4. 创造能力
5. 如何提高设计的创造能力

(六) 设计与设计心理学

1. 设计
2. 设计心理学

(七) 美与设计审美

1. 美
2. 设计审美
3. 设计审美心理过程
4. 设计的审美范畴

(八) 审美心理的认识过程

1. 审美表象
2. 审美感觉
3. 审美知觉
4. 审美观察
5. 审美记忆
6. 审美思维
7. 审美联想
8. 审美想象
9. 审美意象

(九) 审美心理的情感过程

1. 审美态度
2. 审美情感
3. 审美共鸣
4. 审美感受

(十) 审美心理的意志过程

1. 审美意识
2. 审美理想
3. 审美经验

4. 审美价值

5. 审美意志

(十一) 艺术美的审美创造

1. 设计的艺术意境

2. 设计的艺术修养

3. 文化美的审美创造

(十二) 面向消费者与营销的设计思考

1. 消费心理概述

2. 人的生活消费心理

3. 营销心理分析

二、大纲说明

(一) 课程总的性质和任务

设计心理学是视觉传达设计方向的学科基础教育必修课,是介于设计与消费心理学之间的一门交叉学科,属于应用心理学的范畴,主要研究设计主体(即设计师)与设计目标主体(即消费者或用户)的心理现象,是视觉传达设计专业必须掌握的一门基础学科。

设计心理学以心理学的理论和方法去研究目标用户的需求,系统地学习能辅助学生创作出使消费者满意的设计作品,为提高消费者的满意度,使设计作品能够赢得更大的消费市场奠定良好的理论基础。

(二) 课程教学的基本要求

本课程主要以理论知识为主,因此需结合多媒体展示将教学活动进行得更生动,使学生更易理解理论与概念知识点。要求学生通过设计心理学的学习,能在设计活动前对设计方向进行更为精确的定位,从理论转向实践的应用。

1. 掌握设计心理学的基本知识,分析研究设计作品接受主体的心理活动规律。

2. 了解认知的心理过程,从感觉、视觉、听觉、观察、记忆、思维与想象等方面来进行分析,使学生能结合实际理解心理过程的概念。

3. 掌握人的心理状态的组成,理解意识在人的心理状态中所起的重要作用。

4. 了解人的个性心理,分别从需要、动机、兴趣、气质与性格等几方面进行分析。

5. 理解创造心理与创作能力在设计作品中的重要性,并能结合优秀案例分析作品创造性所在,促进设计的创新能力。

6. 引入设计与设计心理学的概念,掌握设计与心理学两门学科所产生的交叉学科设计心理学的概念,体会其学习意义。

7. 通过案例分析，理解美与审美的基本概念。
8. 掌握审美的认识过程，并能体会心理学基本概念在设计审美中的应用。
9. 理解审美心理的情感过程。
10. 理解审美心理的意志过程。
11. 体会艺术美的审美创造，能从设计心理学的角度欣赏并分析设计作品中的优秀案例。
12. 思考面向消费者与营销的设计思考，达到运用设计心理学方法对设计目标及设计作品的消费个体、不同社会群体进行调查与研究的能力。

（三）课程内容总体教学层次及各层次的重点、难点、教学环节和教学方法建议

课程重点、难点：

1. 心理学概述

重点：人类的心理现象；心理学的性质与任务。

难点：心理学的研究方法。

2. 认知的心理过程

重点：感觉；人的视觉感受；听觉；其他感觉；知觉。

难点：观察、记忆、思维、想象的概念及特征。

3. 人的心理状态

重点：意识的概念；意志行为特点；情感反映。

4. 人的个性心理

重点：人的个性心理特征（需要、动机、兴趣、气质与性格）。

难点：个性心理特征的学习与掌握。

5. 创造心理与创造能力

重点：创造概述；创造因素；创造能力。

难点：如何提高设计的创造能力。

6. 设计与设计心理学

重点：设计概念。

难点：设计心理学对学习设计的重要意义。

7. 美与设计审美

重点：美与设计审美的概念。

难点：设计审美心理过程；设计的审美范畴。

8. 审美心理的认识过程

重点：审美表象、审美感觉、审美知觉与审美观察等。

难点：审美心理的认识过程。

9. 审美心理的情感过程

重点：什么是审美态度、审美情感、审美共鸣与审美感受。

难点：审美心理的情感过程。

10. 审美心理的意志过程

重点：什么是审美意识、审美理想、审美经验、审美价值与审美意志。

难点：审美心理的意志过程。

11. 艺术美的审美创造

重点：设计的艺术意境。

难点：设计的艺术修养和文化美的审美创造。

12. 面向消费者与营销的设计思考

重点：消费心理概述；人的生活消费心理。

难点：营销心理分析

教学方法、建议：

1. 设计过程中感觉和知觉以及人的心理分析，要重点讲关键的定义与概念。采用多媒体展示与理论讲授的方法，引导学生进行思考，从而理解概念与定义。

2. 美和审美，要重点讲述不同受众群体在参与审美活动时不同的心理感受，可采用小组讨论的教学方法。

3. 面向消费者与营销的设计思考，要重点引导学生结合实际案例进行设计思考，可模拟营销方案并结合课程理论知识起草设计前的策划文案。

（四）本课程与其它课程的联系和分工说明

设计心理学是视觉传达设计专业学科基础教育必修课程，是进行视觉传达设计方向的各门专业教育必修与选修课的先修课程。通过学习将会了解设计目标群体的心理，服务于设计教学，创作出令消费者满意的作品，为推出能赢得大众认可的设计作品奠定良好的理论基础。设计心理学是设计理论先导课，也是一门交叉学科，对后续专业课程学习具有一定指导意义。

（五）教学时数安排

序号	内 容	讲授（学时）	实验（学时）	小计
1	设计心理学概述	2		2
2	认知的心理过程	4		4
3	人的心理状态	2		2
4	人的个性心理	2		2
5	创造心理与创造能力	2		2
6	设计与设计心理学	2		2
7	美与设计审美	2		2

8	审美心理的认识过程	4		4
9	审美心理的情感过程	4		4
10	审美心理的意志过程	2		2
11	艺术美的审美创造	2		2
12	面向消费者与营销的设计思考	2		2
13	复习	2		2
合计		32		32

（六）对实践操作、作业习题、考试考核与其它教学环节的说明

本门课的最终成绩采用平时成绩 30%，期末成绩 70%的权重比来评定。平时作业可由教师课后预留思考问题，学生以个人或团队形式展开调研与讨论，提交方式可为论文或幻灯片展示，以期达成相互学习、思想交流的目的。期末考试则采用闭卷考试的办法执行。

（七）选用教材及教学参考书目

1. 《设计心理学》 任立生著 化学工业出版社 2005 年
2. 《设计心理学》 李彬彬著 中国轻工业出版社 2013 年
3. 《设计心理学》 柳沙著 上海人民美术出版社 2009 年

《综合造型基础》课程教学大纲

课程名称：综合造型基础 Plastic Arts Foundation

课程类别：专业基础教育必修课程

开课单位：设计艺术系

课程编码：22113095

总学时数：96

学 分：6

适用专业：视觉传达设计

先修课程：无

考核方式：操作

一、课程内容

理论部分：

第一部分 设计素描

（一）设计素描概述

1. 设计素描研究的范畴
2. 设计素描学习的目的和意义
3. 设计素描的功能和造型意义
4. 工具的性能及使用

（二）设计素描的基本原理

1. 现代设计素描的分类
2. 现代设计素描的思维方式

（三）设计素描的表现形式及表现内容

1. 结构分析与空间构成练习
2. 线性表现与平面意象练习
3. 精细素描与异变素描练习
4. 具象素描与转换联想练习

（四）作品赏析

1. 大师作品
2. 课堂作品

第二部分 设计色彩

（五）设计色彩概论

1. 设计色彩的研究范畴
2. 设计色彩的学习目的及意义
3. 认识色彩及色彩变化规律
4. 色彩体系

5. 工具的性能及使用

（六）设计色彩的基本原理

1. 设计色彩的物理原理
2. 设计色彩的生理原理和心理原理
3. 设计色彩的美学与构成原理

（七）设计色彩的表现

1. 从自然光色写生到空间色彩阶段
2. 色彩的对比练习
3. 色彩的归纳整合练习
4. 从具象到抽象的练习
5. 色彩的联想与象征练习

（八）设计色彩在各种设计中的应用

1. 设计色彩在视觉传达设计中的应用
2. 设计色彩在服装设计中的应用
3. 设计色彩在产品设计与展示设计中的应用
4. 设计色彩在环境设计中的应用

实践部分：

实践一 结构分析与空间构成练习

实践二 线性表现与平面意象练习

实践三 精细素描与异变素描练习

实践四 具象素描与转换联想练习

实践五 色彩的对比练习

实践六 色彩的归纳整合练习

实践七 色彩的联想与象征练习

实践八 色彩的空间应用练习

二、大纲说明

（一）课程的性质和任务

综合造型基础是视觉传达设计专业的基础课程，是造型艺术的基础，是以单一颜色和多色、多种方法来研究造型及造型因素的艺术表现形式。本课程从总体上来说是为了解决理论、观念和创造力方面的问题，因此在进行课程教学时，遵循的理念是对学生进行审美能力的训练、技术层面的表现力训练以及想象力和创造力的提高，其中最为重要的是技能和创新能力的培养。在课程教学中，坚持美学素养学习，坚持应用性学习教育，从平面、造型、色彩、思维、空间考虑课程的基础性和广泛性。同时，重新定位素描、色彩教学的目标，坚持寓表现技能、美学素养于创造性思维教育之中的教学理念，跳出

传统的绘画素描框架，进入设计的创造表现状态，掌握后续的学习、设计中需要的基础造型要素、技能和方法。注重创造性思维的培养，训练学生的观察能力、分析能力、表现能力、空间思维能力，提升其综合造型能力。学生掌握基本的造型理论知识，创造性的掌握基本造型规律和艺术创作技巧。能够熟练地使用造型方法进行写生、表现、创作，为设计领域中其他学科的学习做好准备，打下坚实的造型基础。

（二）课程教学的基本要求

通过本课程的学习使学生熟悉设计素描、设计色彩的基础理论、基本知识和基本技能，掌握造型的分析方法、造型原理、造型技法，掌握设计素描、设计色彩传达的文化内涵，理解与传统素描和色彩的区别和联系，有效提高学生的综合表现、造型能力、创新能力。教学中基本分成两部分进行设计教学，即设计素描部分和设计色彩部分。1. 设计素描概述，本章是理论概念的理解，需讲清楚设计素描与传统素描的区别，以及其价值意义。2. 设计素描的基本原理，本章是理论讲解，需讲清楚出现代设计素描的思维方式以及发展状况。3. 设计素描的表现形式及表现内容，本章注重实践的训练，需用较多课时进行实践一、实践二、实践三、实践四的专题训练。4. 作品赏析，本章是欣赏课，通过观摩分析优秀设计素描作品，提升同学的创意、审美、思维。5. 设计色彩概论，本章需要对色彩的规律、变化特点、自然属性、体系进行讲解。6. 设计色彩的基本原理，对色彩的物理原理、生理原理、心理原理内容进行系统的讲授，可以结合训练完成教学。7. 设计色彩的表现，本章注重实践的训练，需用较多课时进行实践五、实践六、实践七、实践八的专题训练。8. 设计色彩在各种设计中的应用，通过课题训练体现学生应用色彩的创意和造型的能力提升。掌握设计中色彩的使用方法和创意创新。

本课程强调实践环节。精讲多练，注重学生动脑和实际动手能力的培养。

1. 熟练掌握设计素描和设计色彩的理念和方法。
2. 注重造型表现技巧多样化的学习和训练。
3. 注重学生创造性思维的培养和训练，提升学生的创造能力。
4. 注重学生美学修养方面的培养和训练，提升学生的艺术设计品位和审美素质。

（三）课程内容各层次的教学重点、难点、教学环节及教学方法的建议

第一部分 设计素描

1. 设计素描概述

重点：设计素描的新概念的理解，与传统素描的区别与联系。

难点：设计素描的功能和造型意义。

建议：理论讲授、媒体展示、资料收集、作品品评。

2. 设计素描的基本原理

重点：现代设计素描的分类。

难点：现代设计素描的思维方式。

建议：理论讲授、媒体展示、实例分析。

3. 设计素描的表现形式及表现内容

重点：各课题的设计与要求对造型艺术的意义。

难点：各课题的表现技能和表现质量。

建议：理论讲授、媒体展示、实例分析、资料收集、课堂讨论、实践辅导。

4. 作品赏析

重点：对各类优秀作品的分析与欣赏。

难点：通过作品的学习提升学生的鉴赏力和表现造型、表现美的能力。

建议：理论讲授、媒体展示、实例分析、作品品评。

第二部分 设计色彩

5. 设计色彩概论

重点：学习设计色彩的研究范畴。

难点：认识色彩及色彩变化规律和色彩的体系。

建议：理论讲授、媒体展示、实例分析

6. 设计色彩的基本原理

重点：设计色彩的物理原理、生理原理、心理原理内容。

难点：色彩的美学与构成原理的表现与传授。

建议：理论讲授、媒体展示、实例分析

7. 设计色彩的表现

重点：各课题的设计与要求对专业学习的意义与价值。

难点：各课题的表现技能和表现质量。

建议：理论讲授、媒体展示、实例分析、课堂讨论、实践辅导。

8. 设计色彩在各种设计中的应用

重点：设计色彩在设计中的应用。

难点：通过课题训练体现学生应用色彩的创意和造型的能力提升。

建议：理论讲授、媒体展示、实例分析、动手实践、训练辅导。

在教学过程中，强调理论基础重要性的同时，更应该高度关注学生实践能力、自主探索、研究、创新能力的培养，将理论与实际有机结合，贯彻到教学过程中。本课程的教学包括课堂讲授、课题实践、辅导答疑等教学环节。课堂教学采用赏评式、讨论式、研究式的教学方法，理论结合实际，应用成功作品案例，融合课堂观摩、讨论、实践作业、展示评判等手段，结合课题训练项目教学法，引导学生加深对所学知识的理解、实践、应用，提高学生学习本课程的兴趣和积极性。在教学过程中，可考虑团队教学的形式。重视课题完成后的反馈和交流，小组形式的交流更有助于学生间互相学习和借鉴。展示说明的方式交流有助于学生的自我表现能力并能培养学生设计学习的信心。

（四）本课程与其它课程的联系和分工的说明

本课程的教学是造型艺术的基础，是从传统的素描、色彩艺术和教学规律中发展而来，与后续的构成基础、图形设计等基础和专业课紧密相联，能够对视觉传达设计专业的造型技术奠定思维和表现基础。

1. 与构成基础的联系：构成基础学是培养学生对形式美的把握、色彩理解能力、空间想象能力、立体造型基础能力。在本课程学习中应借助构成学的空间思维巩固空间塑造能力，利用色彩理解能力把握色彩设计，并强调两门课程之间承上启下的关系，强化造型能力、造型元素在艺术设计中的重要作用。

2. 与图形设计的联系：图形设计是培养学生图形创意、设计思维的内涵课程，增强学生的图形设计、图形表现等能力。本课程为同学们提供了基础的、扎实的图形表现技能和绘画技能。

（五）教学时数安排

序号	内容	理论学时	实践学时	小计
1	设计素描概述	4		4
2	设计素描的基本原理	4		4
3	设计素描的表现形式及表现内容	4	32	36
4	作品赏析	4		4
5	设计色彩概论	4		4
6	设计色彩的基本原理	4		4
7	设计色彩的表现	4	32	36
8	设计色彩在各种设计中的应用	4		4
合计		32	64	96

（六）对实践操作、作业习题、考试考核办法及其它教学环节的说明

实践操作是本课程的重要内容，以课题实践的方式完成，课堂作业应独立完成。本课程共有 8 个实践课题任务，每个课题训练以 8 学时为宜，每个课题同学至少完成一张高质量的作品，要求画幅不小于四开，并配合小组完成至少一个课题作业。学生随堂完成设计课题、作品绘制，教师辅导。以实践作业的形式完成教学，考核要求规范，注重过程和实践作业质量。可以理论讲授，配合课题作业进行教学。学生作业主要做设计实践课题，并进行课程作业展览。考核方式为：根据大纲的要求评定成绩，以本课程的教学要求为考核的依据，以随堂作业主要考核的方式，由研究室和任课教师评分，研究室最后进行成绩审查。平时成绩占 70%（其中：考勤成绩 20%+课堂作业成绩 50%），期末成绩 30%（由三位教师集体给出）。

具体实践环节说明如下：

实践一（8 学时）以结构素描的训练为主，教师设置静物组合，写生分析，注重三维空间、立体的线结构表现。训练学生的科学造型的能力。

实践二（8 学时）线性表现是本课题的重点，训练学生对抽象线条的视觉美学的把握和创造能力，素描的方式完成，注重线条的丰富变化、表现、实验、组织、美学构成方面的探索和研究。

实践三（8 学时）精细表现素描是本课题的重点，注重素描作品的写实效果的表现训练，近距离观察，精细表现。要求作品内容构图新颖，视觉效果逼真。

实践四（8 学时）具象形态的转换联想是本课题的重点，通过联想，萌发创意，设计表现画面的超现实视觉效果，是创意素描的训练练习。

实践五（8 学时）色彩的对比练习，是研究色彩的基本规律的一部分内容，与后续的构成基础有一定的衔接性，通过绘画的方式完成，学生了解、表现对比的规律和应用色彩的技巧方法。

实践六（8 学时）色彩的归纳整合，以写生的方式进行，教师设置静物，进行归纳技法传授。同学掌握技巧，完成作品。

实践七（8 学时）色彩的联想与象征练习，主要是进行色彩的情感训练，根据主题表现作品，研究色彩心理学、色彩的文化性内涵。

实践八（8 学时）色彩的空间应用练习，强调色彩的空间、立体的表现，以立体彩绘的方式完成课题作业。本课题可以以小组的方式完成。

（七）选用教材及教学参考书

1. 《新概念素描》 陈李勋主编 中国轻工业出版社 1999 年
2. 《设计素描》 第二版 唐鼎华主编 上海人民美术出版社 2007 年
3. 《设计色彩》 林家阳主编 高等教育出版社 2005 年
4. 《综合造型设计基础》 柳冠中主编 高等教育出版社 2009 年

《构成基础》课程教学大纲

课程名称：构成基础 Basic constitution

课程类别：专业基础教育必修课程

开课单位：设计艺术系

课程编码：22113027

总学时数：96

学 分：6

适用专业：视觉传达设计

先修课程：综合造型基础等

考核方式：操作

一、 课程内容

理论部分：

（一）平面构成

1. 工具的认识、开发与体验；
2. 形态的基本要素：点的构成
3. 线的构成
4. 面的构成
5. 点、线、面的构成
6. 质地与肌理；
7. 图底与构图；
8. 各元素的综合组织关系—骨骼与形式法则：重复、渐变、特异、聚散 。

（二）色彩构成

1. 色彩的三大要素—明度、色相、艳度（纯度）
2. 色彩的调配
3. 色面积的构成
4. 色彩的明度、色相、艳度对比
5. 色调、色谱、色彩氛围

（三）立体构成

1. 遭遇材质、感觉材质、组织材质
2. 不同材质的表现
3. 相同材质的表现
4. 材质与形体
5. 体积的要素与形态结构
6. 体积的塑造
7. 点、线、面、体的造型语言

8. 从平面走向三维半形态

9. 从平面走向空间形态

10. 体与体的组合

实践部分：

实践一 点、线、面、肌理的练习（多种工具的表现）

实践二 图底或骨骼练习

实践三 色彩的调配（三原色+黑、白）

实践四 色相对比练习

实践五 从平面走向空间形态

实践六 体与体的组合

二、大纲说明

（一）课程总的性质和任务

本课程是视觉传达专业的主干课程。通过学习，使学生明确构成的基本概念，学习、创造绘画和设计中所需的各种有趣形态，并将各种形态巧妙的配置在指定空间，在对色彩创造方面，从狭隘的经验圈子中走出、跨入更宽广的色彩表现空间。

（二）课程教学的基本要求

通过本课程的学习要求学生能在指定空间里，将各种有趣形态巧妙的配置在一起，并且科学的认识色彩的性质、视觉规律以及对人的心理所产生的具有普遍意义的影响，从而不断丰富构思，培养综合设计能力

1. 掌握平面构成的基本知识：点、线、面空间的构成，分割构成，单位形的配置与增殖构成，视错觉与无理图形，技能性构成。

2. 掌握色彩构成的基本知识：色彩的物理属性与功能、色彩的情感属性与市场、色彩的知觉形式与构成、设计色彩的应用。

3. 通过立体构成的学习和训练，了解和掌握立体造型的构成方法； 提高对立体设计中形式美规律的认识； 具备一定的立体造型设计能力和审美能力；

（三）课程内容各层次的教学重点、难点、教学环节及教学方法的建议

本课程的重点在于通过构成基础课程打牢专业课程的基础，引导学生通过形、色、体的运用学会欣赏和创作构成美，对美的形式有较高的认知。难点在于形式美法则的理解和运用。要求学生做到从理论上理解形式美的法则，能够发现、评价、欣赏各类设计作品，并能够以形式美法则指导自己的设计行为，具备动手能力，实现设计构思，同时拓展设计思维。

1. 平面构成

掌握平面构成的内容和目的；点、线、面等构成要素的性质及构成基形式，并能够运用构成理论进行一定的创作。

重点：平面构成的内涵、形的分类、形体之间的基本关系、点线面的形态特征和设计中的应用。

难点：图形的心理感受不同，构成基本元素之间的转化。丰富构成语言的方式材料、肌理和质感构图与分割。

2. 色彩构成

掌握色彩的概念、产生，色彩的要素、对比与调和，色调组织原理及表现。

重点：色彩的概念、产生和分类、色度学的概念、颜色系统 色调的概念、色彩的对比和调和。

难点：色彩的自然科学属性、 颜色体系的构造、色彩设计的资源及其利用。

3. 立体构成

通过一定数量的立体构成设计练习，掌握立体构成设计的基本技能，并在练习的基础上掌握形式美的基本法则，掌握立体构成的各种基本表现手法。将形体分解为点、线、面等要素，从简单到复杂地研究这些要素以及它们之间的相互关系，并能按照一定的形式美的构成原则使用各种基本材料，将造型要素组成新的立体。

重点：立体形的概念和研究范围、立体形的基本视觉特征立体的尺度、肌理、及其视觉心理感受。材料的分类、搭配、造型方法。

难点：三维型体的基本视觉特征、立体型调整的方法 、材料的搭配和开发利用。

（四）本课程与其它课程的联系和分工的说明

本课程的先修课为：素描、色彩等。通过素描、色彩等课程的训练学生具备一定的造型和色彩控制能力。构成基础课程培养学生全面的造型能力和创新能力，训练学生的思维能力和创新能力，从而引导学生展开理性的思维，最终推导出创新的、合理的造型，最终有效的完成创作。在学习构成原理的基础上，引导学生分解形态、理解形态的各个基本要素，学会应用各种构成法则进行有视觉传达目的性的训练，把平面、立体、色彩、空间等要素综合起来，避免以往纯粹的形式法则单一的作品。培养学生正确的理性艺术思维方法，丰富学生的艺术表现手段，并通过一定数量的构成设计训练，增强学生的设计意识，掌握形式美的构成原则。提高学生的形象思维能力、设计创造能力和艺术思维能力，为日后开设的包装设计、企业形象设计以及招贴设计等课程奠定一定图形、色彩、立体方面的基础。

（五）教学时数安排

序号	内容	理论学时	实践学时	小计
1	工具的认识、开发与体验	2		2
2	形态的基本要素：点、线的构成	2		2
3	面的构成		4	4

4	点、线、面的构成	2	10	12
5	质地与肌理	2		2
6	图底与构图	2	8	10
7	各元素的综合组织关系—— 骨骼与形式法则	2		2
8	色彩的三大要素——明度、色 相、艳度（纯度）	2	4	6
9	色彩的调配及色面积的构成	2		2
10	色彩的明度、色相、艳度对比	2	10	12
11	色调、色谱、色彩氛围	2	8	10
12	材质与形体	2		2
13	体积的要素与形态结构	2		2
14	点、线、面、体的造型语言	2	8	10
15	从平面走向三维半形态	2	4	6
16	从平面走向空间形态	2		2
17	体与体的组合	2	8	10
合计		32	64	96

（六）对实践操作、作业习题、考试考核办法及其它教学环节的说明

实践环节要求完成实验操作及报告，要求作业独立完成，作业成绩记入平时成绩。期末采取考查方式，课程成绩由平时成绩 70%(由考勤成绩 20%和课堂作业成绩 50%构成)、期末成绩 30%两部分构成。

实践一（14 学时）：学生了解点、线、面方法后，尝试创造多种图形的可能性，追求合理化的出发点，尝试利用单元型和骨骼塑造更多图形语言。

实践二（8 学时）：空间中图与底的关系以及图底反转中因视点的转换而发生图形意义的转变，体会这种抗衡与矛盾的显示的深刻的图像内涵和使人在视觉上得到满足感与快感。

实践三（14 学时）：研究色彩对比，就一定离不开与之相关的要素。通过对色彩面积、色彩形状、色彩位置、色彩肌理的分析、讨论，有助于我们的配色与设计。因而色彩面积、色彩形状、色彩位置、色彩肌理对画面色彩构成的影响是实践创作时要体会的。

实践四（8 学时）：学生了解色彩调和的概念与运用，局部对比，整体调和的美学规律，色彩的调和更容易产生协调感，通过几种色彩调和方法的尝试，使学生在实践当中能够灵活运用其进行色彩的和谐处理。

实践五（12 学时）：掌握基本的立体构成设计规律。在制作立体构成作品所用的材料方面，可以尽量使用简便易寻的材料，如硬纸、塑料吸管等，通过构成设计练习，掌握规律，增强空间意识和空间感觉，提高立体构成创作意识。

实践六（8 学时）：利用体与体的各种基本表现手法，按照一定的形式美的构成原则使用各种基本材料，将造型要素组成新的立体。

（七）选用教材及教学参考书

1. 《二维构成》 王雪青等 上海人民美术出版社 2008 年
2. 《装饰色彩》 尹定邦 湖南科技技术出版社 2011 年
3. 《三维设计基础》 王雪青、郑美京著 上海人民美术出版社 2010 年

《计算机平面图形设计》课程教学大纲

课程名称：计算机平面图形设计 Computer Ichnography design

课程类别：学科基础教育必修课程

开课单位：设计艺术系

课程编码：22113011

总学时数：32

学 分：2

适用专业：视觉传达设计

先修课程：构成基础、综合造型基础

考核方式：操作

一、课程内容

理论部分：

（一）计算机平面设计基础

1. 位图与矢量图
2. 像素与分辨率
3. 色彩模式与页面设置
4. 平面设计相关软件与文件格式

（二）Photoshop 的基本操作

1. 认识工作界面
2. 图像文件的基本操作
3. 基本设置
4. 图像操作

（三）Photoshop 图文编辑

1. 选择、绘制与修饰图像
2. 使用图层、蒙版和通道
3. 路径与文字的应用
4. 调整图像与应用滤镜

（四）Illustrator 的基本操作

1. 认识工作界面
2. Illustrator 的基本设置
3. 置入文件
4. 图像操作

（五）Illustrator 图文编辑

1. 创建与编辑图形

2. 文本与图表工具
3. 混合与滤镜效果
4. 与 Photoshop 结合表现

二、大纲说明

（一）课程的性质和任务

当前视觉传达设计专业对于计算机的应用，完全改变了其原有的创作方式，该专业的基础课程除了传统的绘画以外，对于计算机应用软件的学习已经成为不可缺少的环节。因此本课程是结合 Photoshop 和 Illustrator 两大平面设计软件融于一体，使教学过程更有效，便于两个软件相互结合，发挥其更大作用，适应视觉传达设计专业对图形、图像方面的编辑要求。

（二）课程教学的基本要求

课程旨在为视觉传达设计专业的学生提供该领域必备的计算机应用基础知识。根据视觉传达设计专业学生的形象思维特点以及后续的专业课程要求，遵循教学规律，从内容规划、形式构成、结构布局以及实践要求和课后练习上都进行周密的设想和考虑，教学内容衔接科学合理。以循序渐进的实际案例作为教材基本骨架展开工具、功能的讲解，并借助与视觉传达设计专业结合密切的特色案例，在教授计算机技术的同时，将视觉传达设计专业的计算机运用思路灌输给学生，使其能够举一反三、灵活运用，为未来实际的应用操作打好基础。教学中的案例从教学实践中总结来，并经过了长期的课堂磨砺和市场的检验，具有相当的成熟度和科学性。

作为平面图形处理软件 Illustrator 和图像处理软件 Photoshop 的综合教学，兼顾了视觉传达设计专业的图形、图像处理的计算机辅助设计需求，在教学中充分体现两个关联软件各自的优势，同时教授两者之间文件相互转换的方法，引导学生通过跨程序编辑相对复杂的应用操作。面对视觉传达设计专业学生的学习，以突出形象思维为出发点，教学中大量使用图形案例辅助文字说明，使学生的学习都能够获得直观印象，可以帮助学生快速地理解理论概念、学会使用方法。

1. 从计算机平面设计的基础知识入手，掌握位图与矢量图、像素与分辨率等基本概念，熟悉色彩模式的类型和应用范围，了解平面设计相关软件，能够对页面进行基本设置并将文件保存为需要的格式。

2. 认识和熟悉 Photoshop 工作界面，能够对图像文件进行打开、保存、尺寸调整等基本操作。

3. 熟练掌握应用 Photoshop 图像的选择、绘制与修饰，能快速应用图层、蒙板、通道、路径等对图像文件进行编辑与管理，熟悉文字、段落的编辑与调整，可根据需要对图像进行色相、饱和度、白平衡等校正，应用滤镜进行特效呈现。

4. 了解 Illustrator 的基本设置, 熟悉其界面, 掌握置入文件的方法, 可对已有文件进行选择、移动、组合等基本操作。

5. 熟练掌握应用 Illustrator 进行图形创建与编辑的方法, 能够熟练地对文本与图表进行创建和编辑, 掌握混合与滤镜特效, 了解和应用 Illustrator 与 Photoshop 结合表现的方法, 实现优质、高效的二维图形图像创意表现。

(三) 课程内容各层次的教学重点、难点、教学环节及教学方法的建议

各层次教学重点、难点:

1. 计算机平面设计基础

重点: 正确认识计算机软件与平面设计的关系

难点: 出血设置

2. Photoshop 的基本操作

重点: 熟悉 Photoshop 工作界面

难点: 工作区域的定制

3. Photoshop 图文编辑

重点: 选区与路径编辑

难点: 蒙版与通道的编辑操作

4. Illustrator 的基本操作

重点: 熟悉 Illustrator 工作界面

难点: 图像操作的思路

5. Illustrator 图文编辑

重点: 图形的绘制与编辑

难点: 绘制与编辑路径、遍及图表

教学环节及方法的建议:

教师通过运用展示资料幻灯片, 实例图片步骤剖析, 现场分步骤演示, 讲解等多种多媒体方式教学; 强调充分了解计算机在设计中的应用现状; 现代平面设计以电脑作为主要创作工具, 既结合各种传统绘画工具的特点, 又能体现多种新的艺术风格, 使创作技法不断推陈出新。

(四) 本课程与其它课程的联系和分工的说明

1. 与前续课程的联系: 本课程安排在《图形创意》、《排版与印刷设计》课程之后, 在具有了图形及编排的基础之后, 方能保障课程的连贯性。

2. 与后续课程的关系: 该课程的后续课程为《样本设计》、《网页设计》、《书籍装帧》《海报设计》等, 主要内容有广告设计、网页图标、导航条、书籍设计、包装设计等,

本门课程为后续课程培养了计算机设计实践操作能力,使学生在后续课程中很容易实现创意和设计理念。

(五) 教学时数安排

序号	内容	理论学时	实验学时	小计
1	计算机平面设计基础	4		4
2	Photoshop 的基本操作	4		4
3	Photoshop 图文编辑	12		12
4	Illustrator 的基本操作	4		4
5	Illustrator 图文编辑	8		8
合计		32		32

(六) 对实践操作、作业习题、考试考核办法及其它教学环节的说明

实验环节要求完成实验操作内容,要求作业独立完成,作业成绩记入平时成绩,根据大纲的要求评定成绩,考核方式为:以本课程的教学要求为考核的依据,平时成绩占 70%(其中:考勤 20%+课堂作业成绩 50%),期末成绩占 30%。

(七) 选用教材及教学参考书

1. 《边用边学 Photoshop&Illustrator 平面设计》王维、李秋菊 人民邮电出版社 2012 年
2. 《计算机与平面图形设计》滕学祥 辽宁美术出版社 2008 年
3. 《计算机辅助平面艺术设计》熊文飞 华中科技大学出版社 2010 年
4. 《Photoshop&Illustrator 平面设计火星课堂》李蓬斯 人民邮电出版社 2014 年

《计算机三维图形设计》课程教学大纲

课程名称：计算机三维图形设计 3D Computer Graphics Design

课程类别：学科基础教育必修课程

开课单位：设计艺术系

课程编码：22113012

总学时数：32

学 分：2

适用专业：视觉传达设计

先修课程：计算机平面图形设计

考核方式：操作

一、课程内容

理论部分：

（一）计算机三维图形设计基础

1. 3ds Max 软件的优点与应用领域
2. 3ds Max 软件安装与界面认识
3. 熟悉 3ds Max 中的专业术语
4. 了解常用建模方式

（二）基础建模

1. 快捷键的使用
2. 基本体的创建与参数设置
3. 完整的建模渲染流程

（三）对象操作与修改

1. 对象的选择、移动、旋转、缩放
2. 对象的复制与变换
3. 常用修改器与参数设定
4. 修改器堆栈管理

（四）二维建模

1. 二维图形的创建
2. 二维图形的编辑调整
3. 由二维模型生成三维模型

（五）高级建模

1. 面片建模
2. 多边形建模
3. 复合建模

（六）材质与贴图

1. 材质编辑器的界面与使用
2. 材质的类型与属性
3. 材质的编辑
4. 贴图编辑器
5. 贴图类型与编辑

（七）灯光与摄像机

1. 灯光与摄像机的基本概念
2. 灯光的创建与编辑
3. 摄像机的创建与调整
4. 渲染参数设置与输出

二、大纲说明

（一）课程的性质和任务

随着计算机技术的发展，计算机三维图形设计在众多领域得到广泛的应用，是学生进行设计表现的重要手段，3ds Max 软件是业界通用的、功能强大的三维制作软件。计算机三维图形设计课程的开展以对 3ds Max 软件的学习和应用为主要内容，属培养实践能力的教学环节。课程在二年级期间开设，目的在于培养学生掌握三维软件 3ds Max 的使用方法与制作技术，从而使学生对软件 3dsMax 有更全面、系统的深入了解。课程教学从 3ds Max 软件的基础入手，在认识理解三维建模的过程中，通过操作命令的学习，进行三维建模、场景布置、渲染的全创作流程学习，强调创作理念与新技术的巧妙结合，为学生今后的设计创作提供便捷的表现手段。

（二）课程教学的基本要求

根据视觉传达设计专业学生的思维方式和时间需要，在教学过程中应注意以下几点：

1. 紧密结合专业课程

课程旨在为锻炼视觉传达设计专业学生的三维空间想象能力，发挥视觉传达设计专业学生的形象思维活跃的特点，满足后续的专业课程的应用要求，对理论教学、实践要求和课后练习进行周密的设计，教学内容要衔接科学合理。

2. 循序渐进的实例教学

以循序渐进的实际案例为基础展开工具、功能的讲解，并借助与视觉传达设计专业结合密切的特色案例，在教授技术的同时，将视觉传达设计专业的对 3ds Max 的运用思路传授给学生，使其能够举一反三、灵活运用，为未来实际的应用操作打好基础。教学中的使用的案例须从教学实践中总结而来，并经过长期的课堂磨砺和市场的检验，要求具有相当的成熟度和科学性。

3. 课程讲解要求

课程讲解应做到结构清晰、讲解详尽、从易到难、形象生动，将知识点贯穿在实例操作之中，使学生在掌握理论知识的同时，动手能力也得到同步提高。

（三）课程内容各层次的教学重点、难点、教学环节及教学方法的建议

各层次教学重点、难点：

1. 计算机三维图形设计基础

重点是熟悉工作区。

难点是掌握创建、修改命令面板的使用。

2. 基础建模

重点是了解和实践完整的建模渲染流程。

难点是快捷键的记忆和使用。

3. 对象操作与修改

重点是掌握物体移动、复制、变换的操作方法与各修改器的使用。

难点是修改器堆栈的使用与修改器参数的设定。

4. 二维建模

重点是二维图形的编辑调整，由二维模型生成三维模型的方法。

难点是各编辑器的参数设定与造型控制。

5. 高级建模

重点是编辑多边形命令的使用方法与各种复合建模方法。

难点是多边形建模与调整。

6. 材质与贴图

重点是材质编辑器的使用，材质类型与参数的设置。

难点是贴图参数的调整方法。

7. 灯光与摄像机

重点是灯光的类型与相应参数设置，渲染参数的设置与输出。

难点是静物摄影场景布置。

教学环节及方法的建议：

通过运用方法讲解，案例解析，现场分步骤演示等多种方式结合的形式教学，使视觉传达设计专业学生突破平面化的思维模式，将平面的装饰美感与三维的立体造型有机结合，以满足实际应用的需要，各层次教学内容规划合理，各教学环节须有科学的衔接。理论讲解部分在多媒体教室进行，实验部分在网络信息实验室进行。

（四）本课程与其它课程的联系和分工的说明

本课程以《计算机平面图形设计》为先修课程，为后续《包装结构设计》、《包装装潢设计》、《书籍装帧设计》等专业课程打下基础。

1. 与《计算机平面图形设计》的关系：《计算机平面图形设计》主要学习平面设计软件的操作与实际应用，其设计表现的结果是平面化的，与《计算机三维图形设计》有平面和立体的区别，但二者同属计算机辅助设计的范畴，二者结合使用可为设计表现提供强有力的技术支持，同属培养学生实际应用能力的重要课程。

2. 与《包装结构设计》等课程的关系：计算机三维图形设计软件为包装、书籍类设计提供更经济、快捷、直观的设计表现手段，有助于学生打开创作思维，实现更优秀的表现效果。

（五）教学时数安排

序号	内容	理论学时	实验学时	小计
1	计算机三维图形设计基础	4		4
2	基础建模	4		4
3	对象操作与修改	4		4
4	二维建模	4		4
5	高级建模	4		4
6	材质与贴图	4		4
7	灯光与摄像机	4		4
8	综合设计创作	4		4
合计		32		32

（六）对实践操作、作业习题、考试考核办法及其它教学环节的说明

实验环节要求完成实验操作内容，要求作业独立完成，作业成绩记入平时成绩，课程成绩由平时成绩 70%（其中考勤成绩 20%，实验及课后作业成绩 50%）和期末成绩 30%（由三位教师集体给出）三部分构成。每节课需要讲解分析前一节课学生作业情况，发现问题及时纠正；以主题创意制作作为综合性考核。

（七）选用教材及教学参考书

1. 《3ds max 实例教程》 熊力编著 清华大学出版社 2007 年
2. 《3ds Max 基础教程》 罗二平、吕金泉主编 中国传媒大学出版社出版社 2009 年
3. 《3ds Max7 基础教程》 李彦超、付军鹏主编 中国青年电子出版社 2005 年
4. 《3ds Max8 软件实用教程》 徐开秋、李敏松 主编 东方出版社中心 2009 年

《字体设计》课程教学大纲

课程名称：字体设计 Designing Type

课程类别：专业基础教育必修课程

开课单位：设计艺术系

课程编码：22113015

总学时数：48

学 分：3

适用专业：视觉传达设计

先修课程：造型基础、计算机平面图形设计

考核方式：操作

一、课程内容

理论部分：

（一）字体设计的概述

1. 文字设计的目的和价值
2. 汉字的发展历史
3. 拉丁字母的发展历史

（二）字体的结构和形式特点

1. 中文字体的结构特点及书写形式
2. 拉丁字母的结构特点及书写形式

（三）文字创意的基本方法

1. 字体设计的基本法则
2. 文字创意设计的原则
3. 字体设计的表现方法

（四）字体设计的应用

1. 字体设计与编排
2. 字体设计在各类设计中的实用性表现

实践部分：

实践一 基本字体的书写与研究

实践二 字体的笔画结构变化训练

实践三 中英文字体的图形联想训练

实践四 开发性字体设计训练

实践五 应用性字体设计训练

二、大纲说明

（一）课程的性质和任务

本课程是视觉传达设计专业的必修专业课。课程任务：通过本课程的学习，使学生了解字体设计的基本概念和设计字体的基本功能；了解字体的发展简史和文化，熟悉字体的类型，掌握字体绘写的基本方法与要求，以及创新性字体设计的方法与技巧。培养学生的专业素质，使学生充分认识字体设计在商业设计中的重要性，在文化建设和发展中的重要性，把握字体设计未来发展的趋势。通过对字体视觉元素的研究和练习，掌握字体设计的基本规律和基本技巧，触类旁通，从而为今后的专业设计打下坚实的设计能力基础。

（二）课程教学的基本要求

本课程应该结合实践知识，分阶段、针对性的进行设计的讲解，使学生从理论到实践，逐渐认识、掌握字体设计案例。在课程教学的方法上，授课教师应该多准备实例素材，通过幻灯、多媒体向学生展示讲解，并通过实践课堂示范教学，使学生更直观的学习字体设计的方法、步骤。1. 字体设计的概述，本章是理论和概念的掌握，通过中西方文字(汉字和拉丁字母)的历史，了解把握字体设计的价值、意义、趋势。2. 字体的结构和形式特点，本章是学习实践，学生掌握中英文字体的结构特点和书写方法，需要进行专题实践训练。3. 文字创意的基本方法，本章是字体设计方法的实践与训练，从创意、技巧、应用、工艺与表现制作等能力各方面引导学生，达到提高学生对字体设计创新应用能力的目的。4. 字体设计的应用设计，本章是设计应用实践课，强调字体的编排应用以及各类设计中实用性表现，与实际相结合做字体应用课题设计实践。本课程应强调理论与实践环节相结合，精讲多练，注重学生动脑和实际动手能力综合素养的培养。

（三）课程内容各层次的教学重点、难点、教学环节及教学方法的建议

字体设计课程是视觉传达设计专业的一门重要的课程，它的主要任务是通过学习使学生掌握文字的韵律美感、书写规律、设计方法；培养和训练学生快速设计以及文化传承、创意构思能力。使学生掌握字体设计的视觉要素、构成要素，应用、表现内容与形式的关系、设计要素及构成规律与方法，以及各种应用设计的形式特点，使学生能够进行具有感染力的字体设计，从而使作品的内容更清晰、新颖、更有条理的传达信息。

1. 字体设计的概述

重点：文字设计的目的和价值

难点：东西方文字的发展历史

建议：理论讲授、媒体展示

2. 字体的结构和形式特点

重点：中英文字体的结构特点

难点：中英文书写形式的掌握

建议：理论讲授、媒体展示、作品品评。

3. 文字创意的基本方法

重点：字体设计的基本法则与原则

难点：字体设计的表现方法

建议：理论讲授、媒体展示、实例分析、方法分析、实践辅导。

4. 字体设计的应用设计

重点：字体设计与编排应用

难点：字体设计在各类设计中的实用性表现

建议：理论讲授、媒体展示、实例分析、方法分析、实践辅导。

在教学过程中，强调理论基础重要性的同时，更应该高度关注学生实践能力、自主探索、研究、创新能力的培养，将理论与实际有机结合，贯彻到教学过程中。本课程的教学包括课堂讲授、课题实践、辅导答疑等教学环节。课堂教学采用赏评式、讨论式、研究式的教学方法，理论结合实际，应用成功作品案例，融合课堂观摩、讨论、实践作业、展示评判等手段，结合课题训练项目教学法，引导学生加深对所学知识的理解、实践、应用，提高学生学习本课程的兴趣和积极性。

1. 充分利用多媒体进行教学，课堂讲授结合大量课堂实际训练来进行。

2. 教学以理论讲授和实践辅导相结合，并针对不同阶段的课题，采用不同的教学方法。教学中要发挥教师的主导作用，采用理论讲授与教学示范相结合的方式。在创造性思维的培养方面，教师除了经验传授以外，通过对优秀作品的理论分析，加强对学生艺术思维的启发，做到因材施教，教学相长。

（四）本课程与其它课程的联系和分工的说明

本课程的先修课为：造型基础、计算机平面图形设计。这些课程为字体设计奠定了相应的技术基础，对于本课程的教学质量有较大的作用。本课程对后续的课程如标志设计、企业形象设计、广告设计、包装设计等专业课程有较大影响，为其提供了应用设计的基础，解决了各课程专项设计中重要的字体视觉要素的创意和设计，提供了字体要素的设计、编排、创意方法和技能。

（五）教学时数安排

序号	内容	理论学时	实践学时	小计
1	字体设计的概述	4		4
2	字体的结构和形式特点	4	8	12
3	文字创意的基本方法	4	16	20
4	字体设计的应用设计	4	8	12
合计		16	32	48

（六）对实践操作、作业习题、考试考核办法及其它教学环节的说明

实践操作是本课程的重要内容，以课题实践的方式完成。本课程共有 5 个实践课题任务，每个课题训练以 6 课时为宜，学生随堂完成设计课题，教师辅导。以实践作业的形式完成教学，考核结合草图设计，要求规范，注重过程和实践作业质量。可以理论讲

授，配合课题作业进行教学。学生作业主要做设计实践课题,并进行课程作业展览。考核方式为：根据大纲的要求评定成绩，以本课程的教学要求为考核的依据，以随堂课题作业主要考核的方式，由研究室和任课教师评分，研究室最后进行成绩审查。平时成绩占 70%（其中：考勤成绩 20%+课堂作业成绩 50%），期末成绩 30%（由三位教师集体给出）。

具体实践环节说明如下：

实践一（6 学时）基本字体的书写与研究，主要进行汉字和拉丁字母的基础字体的学习和绘写方法，掌握文字设计的规律。

实践二（7 学时）字体的笔画结构变化，是字体的笔画与结构的设计、创意训练，是开发、设计独特风格字体的重要研究内。

实践三（7 学时）中英文字体的图形联想训练，强调的是字体的设计方法研究，文字的图形化，文字的创意、美学是本课题研究的重点。

实践四（6 学时）是进行成套字体的开发性设计训练。

实践五（6 学时）是设计字体应用，在视觉传达专业其他方面的具体应用表现。针对设计项目需要，完成字体的设计训练。

（七）选用教材及教学参考书

1. 《字体设计》 倪伟主编 上海人民美术出版社 2009 年
2. 《字体设计》 莫君华主编 安徽美术出版社 2006 年
3. 《现代创意字体设计》 庄子平主编 黑龙江美术出版社 2003 年

《排版与印刷设计》课程教学大纲

课程名称：排版与印刷设计 Typesetting and Printing Desing

课程类别：专业基础教育必修课

开课单位：设计艺术系

课程编码：22113089

总学时数：64

学 分：4

适用专业：视觉传达设计

先修课程：计算机平面图形设计、字体设计等

考核方式：操作

一、课程内容

理论部分：

（一）排版设计概述

1. 排版设计基本概念
2. 排版设计源渊与发展
3. 排版设计的发展趋势

（二）排版设计的价值与意义

1. 排版设计的要素
2. 点、线、面与排版
3. 色彩的排版
4. 三维空间的排版

（三）排版设计的原则

1. 形式性与主题性
2. 艺术性与装饰性
3. 趣味性与独创性

（四）排版设计的形式原理

1. 重复与近似
2. 对比与调和
3. 均衡与对称
4. 自由与排版
5. 变异与秩序
6. 比例与权衡

（五）排版设计的综合应用

1. 系列化和整体排版设计
2. 个体化形象的排版设计

3. 其他各种设计中的排版设计

（六）印刷的流程

1. 出片
2. 打样
3. 制版
4. 印刷类
5. 其他印刷要素

（七）装订方法及流程

1. 装订方法
2. 工艺流程

实践部分：

实践一 系列化整体编排设计

实践二 样本编排设计

实践三 网页设计的编排设计

实践四 书籍的编排设计

实践五 印刷工艺考察

二、大纲说明

（一）课程的性质和任务

本课程是视觉传达设计专业学科基础教育必修课。通过本课程的学习，使学生了解排版与印刷设计基本概念和基本功能。排版设计的发展和印刷工艺类别，掌握排版基本方法与要求及印刷时的方法与技巧。培养学生的专业素质，使学生充分认识排版与印刷设计在商业设计中的重要性和未来发展的趋势。通过对版面视觉元素、编排形式法则的研究和练习，掌握版面编排设计的基本规律和基本技巧，触类旁通，从而为今后的各项专业设计打下坚实的编排与印刷设计的能力基础。

（二）课程教学的基本要求

本课程应该结合实践知识，分阶段、针对性的进行排版设计的讲解，使学生从理论到实践，逐渐认识、掌握排版设计案例。因此在课程教学的方法上，授课教师应该多准备实例素材，通过幻灯、多媒体向学生展示讲解，并通过校外参观教学，使学生更直观地学习排版设计步骤与印刷工艺流程。从工艺与制作能力两个方面引导学生，从而达到提高学生应用能力的目的。

1. 排版设计概述, 本章掌握排版与印刷设计的相关概念，熟悉排版与印刷设计的特征，了解排版与印刷设计的范畴和属性，了解排版与印刷设计的现状及社会作用，熟悉平面设计师的体现形式及社会责任。

2. 排版设计的价值与意义，本章要求了解排版设计的价值与意义，理解排版设计的价值评判标准。

3. 排版设计的原则，本章要求熟悉排版设计的原则，掌握排版设计的方法，学会利用排版设计的原则对版式进行设计，重点掌握排版设计的原则如何应用到具体的案例当中。

4. 排版设计的形式原理，本章要求熟悉排版设计的形式原理，掌握排版设计常用方法，熟练掌握每种排版形式的设计要点。

5. 排版设计的综合应用，本章要求掌握排版设计的一般程序，学会排版设计项目计划的制定和撰写，掌握排版常用方法，学会版式排版的宏观把控风格方法，理解深入设计的过程及方法，掌握设计常用表达形式并利用各种设计表达形式体现具体的设计实践，利用排版设计知识对排版项目设计实践。

6. 印刷的流程，本章要求掌握印刷的流程，熟悉印刷的流程中的主要特点，掌握印刷的常用方法，学会合理运用印刷技巧创造更多合理的排版作品。

7. 装订方法及流程，本章要求掌握装订方法及流程，熟悉装订的主要方法，掌握装订的常用方法，学会合理的结合装订方法及印刷工艺创造具有可操作性的排版项目。

（三）课程内容各层次的教学重点、难点、教学环节及教学方法的建议

1. 排版设计概述

重点是排版设计的发展趋势。

难点是排版设计的发展趋势。

2. 排版设计的要素

重点是黑、白、灰与排版。

难点是三维空间的排版。

3. 排版设计的原则

重点是版式排版的原则。

难点是版式排版原则的应用。

4. 排版设计的形式原理

重点是多种形式的概念。

难点是对排版形式的认识与应用。

5. 排版设计的综合应用

重点是系列化和整体排版设计。

难点是系列化和整体排版设计的结合与统一。

6. 印刷的流程

重点是印刷流程的理解。

难点是对印刷流程的认识与应用。

7. 装订方法及流程

重点是装订方法。

难点是工艺流程。

在教学过程中，强调理论基础理论重要性的同时，更应该高度关注学生实践能力、创新能力与实际应用能力的培养，建议将理论与实际有机结合，贯彻到教学过程中。

（四）本课程与其它课程的联系和分工的说明

本课程是《构成基础》、《字体设计》等课程的后续课程，通过《构成基础》以及《字体设计》课程为《排版与印刷设计》的学习提供理论依据，也为后续课程《包装设计》的学习提供很好的版式设计基础。

1. 与构成学的联系：构成学培养学生的对形式美的把握、色彩理解能力、空间想象能力、立体造型基础能力。

在本课程学习中应借助构成学的空间思维巩固空间塑造能力，利用色彩理解能力把握色彩设计，并强调两门课程之间承上启下的关系，强化造型元素在排版设计中的重要作用。

2. 与《字体设计》的联系：《字体设计》培养学生对版面设计中的构成要素之一“字体”的形式变化的把握与应用设计。本课程学习中进一步加强设计元素在版式设计中的练习与强化，实现设计表达的熟练性。

3. 与后续课程《包装装潢设计》的联系：本门课为后续的《包装装潢设计》的实现提供理论依据，包装装潢设计是《排版与印刷设计》课程的立体再现。

（五）教学时数安排

序号	内容	理论课时	实践学时	小计
1	排版设计概说	6		6
2	排版设计的要素	4	4	8
3	排版设计的原则	4	4	8
4	排版设计的形式原理	2	8	10
5	排版设计的综合应用	4	4	8
6	印刷的流程	2	6	8
7	装订方法及流程	2	6	8
8	案例实训训练	0	8	8
合计		24	40	64

（六）对实践操作、作业习题、考试考核办法及其它教学环节的说明

实践环节要求完成实验操作方案、报告，要求作业独立完成，作业成绩记入平时成绩。考核方式为：根据大纲的要求评定成绩，以本课程的教学要求为考核的依据，平时成绩占 50%（考勤 20%+课堂作业成绩 30%），期末成绩占 50%（期末成绩以答辩或展览展示形式，评分由三位教师集体给出）。具体实践环节说明如下：

1. 实践一（8 学时）：要求学生结合理论内容对市场某种现有产品的平面推广资料进行排版要则分析，以 ppt 的形式进行比对分析汇报，提出设计创新点和改进点，可通过实地考察和网络进行调研；

2. 实践二（8 学时）：通过实地考察调研（也可借助网络资源），结合排版项目设计内容，针对具体项目分析该项目的卖点，进行探讨并给出电子方案，以 ppt 的形式进行比对分析汇报，提出自己设计思路；

3. 实践三（8 学时）：通过快速表现的形式，结合排版设计基本方法原则，针对网页设计的编排设计展开创意训练，以计算机操作形式表现；

4. 实践四（8 学时）：针对具体书籍排版项目结合前期项目实践按照排版设计程序进行设计，并依照设计要求对书籍的排版设计成果进行合理表现，以实物形式表现，教师辅导时要加强设计程序中的每个环节把控和督导。

5. 实践五（8 学时）：针对印刷工艺的方法进行实地考察学习。

（七）选用教材及教学参考书

1. 《版式设计》 孙晓玲 李炜 主编 合肥工业大学出版社 2008 年

2. 《书籍设计与印刷工艺》 毛德宝主编 东南大学出版社 2012 年

《图案设计》课程教学大纲

课程名称：图案设计 Graphic Design

课程类别：专业基础教育必修课程

开课单位：设计艺术系

课程编码：22113017

总学时数：64

学 分：4

适用专业：视觉传达设计

先修课程：图形创意等

考核方式：操作

一、课程内容

理论部分：

（一）概述

1. 本课程的介绍
2. 图案的含义
3. 图案与绘画、构成、设计的关系

（二）中国传统装饰图案

1. 原始社会的图案风格
2. 奴隶社会的图案风格
3. 战国时期的图案风格
4. 秦朝的图案风格
5. 汉代的图案风格
6. 三国两晋南北朝时期的图案风格
7. 隋唐的图案风格
8. 宋元的图案风格
9. 明清的图案风格

（三）装饰图案的法则及构成形式

1. 美的形式法则
2. 装饰图案的构成形式

（四）装饰图案的造型

1. 花卉图案创作
2. 动物图案创作
3. 风景图案创作
4. 人物图案创作
5. 抽象几何图案创作

（五）装饰图案的表现形式

1. 黑白表现
2. 色彩表现
3. 技法表现

实践部分：

实践一：传统图案的再设计

实践二：黑白装饰画主题创作

实践三：彩色装饰画主题创作

实践四：综合技法装饰创作

二、大纲说明

（一）课程的性质和任务

本课程是视觉传达设计专业学生从基础课学习过渡到专业课学习的一门重要的专业基础课程，通过本课程的教学使学生了解图案是工艺美术创作的一个过程，是进行一切专业设计的基础。它不仅是要让学生掌握图案的组织方法与表现手法，更重要是在学习的过程中对中国传统文化有一个全面的了解，为传统图案的现代再设计奠定基础，同时通过本课程的学习使本专业的学生手绘表达能力得到深入的、系统的训练与提高，为后续专业课程奠定基础。

（二）课程教学的基本要求

通过本门课程的教学，培养学生的审美素质、图案的创造设计与表现能力，掌握写生变化规律，形式美基本法则，图案的各种表现手法，使学生能运用所学图案设计知识面服务于本专业的后续专业课程。因此，需达到如下要求：

1. 培养学生认识美、欣赏美、创造美的能力，掌握形式美法则的特征。
2. 通过图案设计活动，巩固有关图形的知识，积累图形设计经验，发展有条理的设计思维和设计表达能力，了解中国传统图案的设计特点、发展历史。
3. 在探索和实践过程中，培养学生设计观察能力和设计表现能力。
4. 通过实践课题的训练使学生前期所学的综合造型基础课程向专业视觉表现课程转化，同时使学生计算机绘图能力得到提高。

（三）课程内容各层次的教学重点、难点、教学环节及教学方法的建议

教学重点、难点：

1. 概述

重点：本课程的性质、地位、作用和任务。

难点：装饰图案的起源，装饰图案的特点以及装饰艺术在现代设计中的应用。

2. 中国传统装饰图案

重点：对中国传统图案进行全面的了解，并对其传统图案进行临摹，了解和体会传统图案的造型规律及特点。

难点：能够运用传统图案的纹样及色彩创作出具有现代风格的工艺美术图案。侧重对传统图案的吸收和消化，学会如何从传统艺术中吸取营养，提高设计思维能力。

3. 装饰图案的法则及构成形式

重点：形式美法则应用，引导学生在装饰图案的创作上要以美为依据进行艺术表现；解现代装饰图案创作的艺术表现形式。

难点：如何运用美来表现不同的图案样式。

4. 装饰图案的造型

重点：现代装饰图案的不同表现形式；掌握装饰花卉、植物，装饰动物、装饰风景、装饰人物的不同表现样式以及对上述要素的变化方法与造型规律，

难点：能熟练的运用这些造型规律进行设计。使学生知道要进行装饰图案的变化必须认真观察生活中各种自然现象，综合其典型特征才能创造出来源与生活而高于生活的艺术设计作品。

5. 装饰图案的表现形式

重点：黑白、色彩、技法的表现形式。

难点：通过学习一些现代设计手法，使形象的创新思维能力得到锻炼、培养并能运用不同的表现形式进行装饰设计。

教学建议：

教师指导学生复习构成基础课程中平面、色彩的知识，连接该课程和前期课程，承上启下完成教学任务；每一章节学习结束之后应安排相应的专题的设计作业，训练学生的表现能力；作业的课题设计建议应与视觉传达设计专业的特点紧密相连。

（四）本课程与其它课程的联系和分工的说明

本课程是视觉传达设计专业的基础教育必修课，在专业课程体系中具有承上启下的作用，本课程为后续专业课程的学习奠定实践基础，本课程的前导课有：综合造型基础、构成基础、图形创意等，本课程的后续课有：插图、标志设计、书籍装帧设计等。

（五）教学时数安排

序号	内容	理论课时	实践学时	小计
1	概论	4		4
2	中国传统装饰图案	8	12	16

3	装饰图案的法则及构成形式	4	8	8
4	装饰图案的造型	4	8	12
5	装饰图案的表现形式	4	12	16
合计		24	40	64

（六）对实践操作、作业习题、考试考核办法及其它教学环节的说明

考核方式为：根据大纲的要求评定成绩，以本课程的教学要求为考核的依据，平时成绩占 50%（其中：考勤 20%+课堂作业成绩 30%），期末成绩占 50%（期末成绩以答辩或展览展示形式，评分由三位教师集体给出）。具体实践环节说明如下：

1. 实践一（12 学时）：传统图案的再设计。要求学生能够掌握中国传统图案的表现手法，并按照传统图案的设计形式独立完成单独纹样、连续纹样的设计制作，建议教师通过带领学生实地考察太原市（如晋祠、榆次老城等）古建筑图案的设计，找到传统图案设计的特点，并结合现代设计表现手段，使学生有针对性的完成对传统图案的改良设计与应用训练。

2. 实践二（8 学时）：黑白装饰画主题创作。要求学生能够运用黑白装饰画的法则及构成形式，独立完成黑白图案的主题创作。建议教师拟定主题鲜明的设计课题若干，由学生自行选取感兴趣的命题进行图案设计，完成包括以花卉、动物、风景、人物图案元素表现主题的黑白装饰画。

3. 实践三（8 学时）：彩色装饰画主题创作。要求学生能够运用装饰画的构成形式及配色原则，独立完成彩色装饰图案的主题创作。建议教师拟定主题鲜明的设计课题若干，由学生自行选取感兴趣的命题进行图案设计，完成包括以花卉、动物、风景、人物图案元素表现主题的彩色装饰画。

4. 实践四（12 学时）综合技法装饰创作。要求学生能够综合运用装饰图案的造型及表现形式，并按照装饰图案的形式法则和构成形式综合运用花卉、动物、风景、人物元素进行综合性的图案主题设计训练。建议教师拟定适合进行综合技法训练的图案设计课题若干，由学生自行分成若干组（每组 3-5 人），选取感兴趣的命题进行不同主题的图案设计，完成以材料技法为主，结合设计表现、色彩训练的综合技法系列装饰画创作。

（七）选用教材及教学参考书

1. 《中国历代装饰画研究》庞薰琴著，上海人民美术出版社 2001 年
2. 《图案》颜鸿蜀、王珠珍主编，高等教育出版社 2000 年
3. 《图案与装饰设计》陈柏寒主编，合肥工业大学出版社 2013 年

《标志设计》课程教学大纲

课程名称：标志设计 Logo Design

课程类别：专业教育必修课程

开课单位：设计艺术系

课程编码：23113023

总学时数：64

学 分：4

适用专业：视觉传达设计

先修课程：图形创意、字体设计等

考核方式：操作

一、课程内容

理论部分：

（一）标志的基本概念

1. 标志的定义
2. 标志设计的起源与发展
3. 标志的价值
4. 标识的功能

（二）标志的分类与构成

1. 标志的分类
2. 标志的图形元素
3. 标志的文字元素
4. 标志的色彩元素

（三）标志的设计程序

1. 研究调查阶段
2. 设计构思阶段
3. 制作阶段

（四）标志的设计原则和设计禁忌

1. 视觉传播中的标志设计
2. 标志的设计原则
3. 标志的设计禁忌
4. 标志设计的相关法规知识

（五）标志设计的内容

1. 标志的文字设计
2. 标志的创意
3. 标志的色彩运用

（六）标志的设计技法

1. 标志的设计技法基础

2. 标志设计的要求

3. 标志设计的形式手法

(七) 标志设计的专项应用

1. 行政组织、社会活动类标志

2. 企业标志

3. 品牌标志

4. 公共标志

实践部分：

实践一 标志的设计程序

实践二 标志的设计原则

实践三 标志设计的内容

实践四 标志的设计技法

实践五 标志的专项应用

二、大纲说明

(一) 课程的性质和任务

标志是企业形象整体设计的核心部分，在企业的整体运作中起着不可忽视的作用，同时标志的设计也是训练学生抽象性思维、概括性思维的最有效手段。因此本课程为视觉传达设计专业教育必修课程，为《瓶贴设计》、《系列包装设计》、《品牌包装策划与设计》等后续专业教育必修课程打下牢固的基础。

(二) 课程教学的基本要求

1. 在课程教学中，运用幻灯、实物投影进行世界各国优秀案例剖析，积累形象资料。建议理论讲授与实例分析相结合，强调学生对于理论知识的理解。

2. 在课程教学中，建议理论讲授、媒体展示、案例分析相结合，使学生对于标志的图形、文字、色彩有较为深刻的认知。

3. 在课程教学中，建议理论讲授、实例分析、资料收集、课堂讨论和练习实践相结合，使学生对于设计程序，即研究调查阶段、设计构思阶段、制作阶段具备完整的认知，并且在实践过程中加以应用。

4. 在课程教学中，建议理论讲授、实例分析、资料收集、课堂讨论和练习实践相结合，使学生充分理解设计原则与设计禁忌，并在今后的设计应用中引起重视。本课程注重学生的草图绘制，使学生尽可能发挥自己的创造力。学生的电脑设计能力也成为重点，加强学生对专业软件的熟练掌握与应用，同时强调其制作的规范与精确。

5. 在课程教学中, 建议理论讲授、实例分析、资料收集、课堂讨论和练习实践相结合, 关注学生实践、创新能力的培养。对于标志设计的内容, 即标志的文字设计、标志的创意、标志的色彩运用, 学生应具备完整的认知。在学生练习过程中, 应更加注意学生的实践能力的培养。本课程注重学生的草图绘制能力和电脑设计能力, 加强学生对专业软件的熟练掌握与应用, 同时强调其制作的规范与精确。

6. 在课程教学中, 建议理论讲授、实例分析、练习实践相结合, 使标志设计的技法要求和形式手法在实际的设计过程中得以充分应用。

7. 在教学过程中, 强调理论基础重要性的同时, 更应该高度关注学生实践能力、创新能力的培养, 将理论与实际有机结合, 贯彻到教学过程中。组织学生讨论, 就自己的设计课题进行评说, 同时借鉴其他同学的长处, 培养学生的专业精神与职业素质。

(三) 课程内容各层次的教学重点、难点、教学环节及教学方法的建议

1. 标志的基本概念

重点是标志的价值。

难点是标志的功能。

2. 标志的分类与构成

重点是标志的图形元素。

难点是标志的色彩元素。

3. 标志的设计程序

重点是设计构思阶段。

难点是制作阶段。

4. 标志的设计原则和设计禁忌

重点是标志的设计的原则。

难点是标志的设计禁忌。

5. 标志设计的内容

重点是标志的创意。

难点是应用标志的创意。

6. 标志的设计技法

重点是标志设计的技法要求。

难点是标志设计的形式手法。

7. 标志设计的专项应用

重点是企业标志。

难点是品牌标志。

在教学过程中, 强调理论基础重要性的同时, 更应该高度关注学生实践能力、创新能力的培养, 将理论与实际有机结合, 贯彻到教学过程中。

（四）本课程与其它课程的联系和分工的说明

本课程前期有《构成基础》、《图形创意》、《字体设计》等课程。前期所学习的知识和技能在本课程中有着极大的应用价值,起着指导作用。其起直接作用的后续课程有《瓶贴设计》、《系列包装设计》、《品牌包装策划与设计》等。本课程是理论与实践密切结合的重要专业教育必修课程,同时为后续专业课程打下了基础。

（五）教学时数安排

序号	内容	理论学时	实践学时	小计
1	标志的基本概念	2		2
2	标识的分类与构成	2		2
3	标志的设计程序	4	8	12
4	标志的设计原则和设计禁忌	4	8	12
5	标志设计的内容	4	8	12
6	标志的设计技法	4	8	12
7	标志设计的专项应用	4	8	12
合计		24	40	64

（六）对实践操作、作业习题、考试考核办法及其它教学环节的说明

实践环节要求完成实践练习作业,课堂作业应独立完成,综合练习作业可考虑小组完成,课堂作业成绩记入平时成绩。期末采取操作形式考核,课程成绩由考勤成绩 20%、平时作业成绩 30%和期末成绩 50%三部分构成,期末成绩由本系三位教师集体打分。具体实践环节说明如下:

1. 实践一(8 学时): 要求学生结合标志设计的设计程序的理论内容对市场现有产品或项目同类产品进行标志设计,在标志的设计过程中,按照研究调查阶段、设计构思阶段、制作阶段三个设计程序进行设计;

2. 实践二(8 学时): 通过对标志设计的设计原则和设计禁忌的学习,学生也可借助网络资源,结合标志设计项目,通过快速表现的形式,针对具体产品或项目产品进行标志设计训练;

3. 实践三(8 学时): 通过快速表现的形式,结合标志设计的内容,针对特定项目展开标志设计创意训练,以草图形式表现;

4. 实践四(8 学时): 针对具体项目结合前期项目实践按照标志的设计技法进行设计,教师辅导时要加强设计程序中的每个环节把控和督导;

5. 实践五(8 学时): 针对前期项目实践进行标志的专项应用,并依照设计要求对设计成果进行合理表现,以电脑设计说明手册形式表现,教师辅导时要加强设计程序中的每个环节把控和督导。

（七）选用教材及教学参考书

1. 《标志设计》 张锦华主编 中国青年出版社 2011 年
2. 《标志设计》 李文辉 张旭 李笑寒 王少宇主编 中国青年出版社 2012 年

《市场调查与分析》课程教学大纲

课程名称：市场调查与分析 Market research

课程类别：专业教育必修课程

开课单位：视觉传达设计

课程编码：23113094

总学时：32

学 分：2

适用专业：视觉传达设计

先修课程：设计概论、设计心理学等

考核方式：操作

一、课程内容

理论部分：

（一）概论

1. 本课程的介绍
2. 市场调查的含义
3. 市场调查的内容
4. 市场调查的分类

（二）市场调查的程序和方法

1. 市场调查的程序
2. 市场调查的方法

（三）调研方案设计

1. 调研方案设计的主要类型
2. 调研方案设计的主要内容
3. 调研方案的可行性评价的基本方法

（四）问卷设计

1. 问卷设计的原则和程序
2. 问卷的类型与内容
3. 问卷的设计技术

（五）文案调查

（六）实地调查

（七）调查资料的整理与分析

1. 调查资料的整理
2. 调查资料的分析

（八）市场调查报告的撰写

1. 调查报告的作用与种类

2、调查报告的格式与内容

3、调查报告准备的原则

实践部分：

实践一 自行选择一个熟悉的调查项目，设计一份问卷。

实践二 选取某企业或品牌为其撰写调研报告。

二、大纲说明

（一）课程的性质和任务

本课程是视觉传达设计专业的一门专业教育选修课。本课程的教学任务和目的，是使学生掌握市场调查的相关理论和方法并具备一定的实施市场调查的能力，为后续专业课程奠定基础。

（二）课程教学的基本要求

1、概论：掌握市场调查的概念，理解市场调查的重要性，知道市场调查的主要内容和分类。

2、市场调查的程序和方法：掌握市场调查的基本步骤，理解确定调查问题的重要性，掌握确定调查问题的途径，了解市场调查中经常采用的方法，知道调查过程中应该注意的问题。

3、调研方案设计：知道调研方案的重要性和主要类型，掌握调研方案设计的主要内容，了解调研方案的可行性评价的基本方法。

4、问卷设计：理解调查问卷的概念和作用，了解问卷的主要类型，掌握问卷的基本结构，及问卷设计的程序、技巧，知道问卷设计中应注意的常见问题。

5、文案调查：掌握收集二手资料的方法和途径，知道二手资料的优点和局限，掌握二手资料的分析与决策的基本方法，理解文案调查法的适用范围。

6、实地调查：理解实地调查法的重要性，掌握观察法、访问法、实验法的概念，特点及正确运用。

7、调查资料的整理与分析：掌握调查资料整理与分析的内涵及内容。

8、市场调查报告的撰写：了解市场调查报告的作用以及市场调查报告的种类；确定调查报告的格式与内容，撰写市场调查报告；掌握编写调查报告的基本原则。

（三）课程内容各层次的教学重点、难点、教学环节及教学方法的建议

教学重点、难点：

1. 概论

重点：市场调查的概念、特征；市场调查的作用与意义。

难点：市场调查的主要内容。

2. 市场调查的程序和方法

重点、难点：各种调查方法的优缺点及运用的技巧。

3. 调研方案设计

重点：调研方案的重要性和主要类型；调研方案的可行性评价的基本方法。

难点：调研方案设计的主要内容。

4. 问卷设计

重点：调查问卷的概念和作用，问卷的主要类型, 问卷的基本结构，及问卷设计的程序、技巧, 问卷设计中应注意的常见问题。

难点：问卷设计的程序、技巧。

5、文案调查

重点：收集二手资料的方法和途径，二手资料的优点和局限；

难点：二手资料的分析与决策的基本方法，文案调查法的适用范围。

6、实地调查

重点：实地调查法的重要性。

难点：观察法、访问法、实验法的概念，特点及正确运用。

7、调查资料的整理与分析

重点：调查资料整理与分析的内涵及内容。

8、市场调查报告的撰写

重点：市场调查报告的作用、种类；调查报告的格式与内容；

难点：如何撰写市场调查报告；编写调查报告的基本原则。

教学方法建议：本课程是视觉传达设计专业的专业选修课程之一，课时数较少，建议以围绕视觉传达设计有关的调查基本方法为主要内容进行讲授，不宜过多的涉及或在课程中大量讲授视觉传达专业之外的理论点与知识点，难度要适中。

（四）本课程与其它课程的联系和分工的说明

本课程是视觉传达设计专业的专业必修课程之一，是一门交叉性的课程，在课程中涉及两部分知识点，一部分是视觉传达设计的内容，一部分是市场营销基础方面的内容。本课程的前导课有：设计概论、设计心理学等。本课程的后续课有：企业形象策划、广告策划与设计等。

（五）教学时数安排

序号	内容	理论课时	实践学时	小计
1	概论	4		4
2	市场调查的程序和方法	2	2	4
3	调研方案设计	2	2	4
4	问卷设计	2	2	4
5	文案调查	2	2	4
6	实地调查	1	3	4

7	调查资料的整理与分析	1	3	4
8	市场调查报告的撰写	2	2	4
合计		16	16	32

（六）对实践操作、作业习题、考试考核办法及其它教学环节的说明

实践环节要求完成实践练习作业，课堂作业成绩记入平时成绩。考核方式为：根据大纲的要求评定成绩，以本课程的教学要求为考核的依据，平时成绩占 70%（其中：考勤 20%+课堂作业成绩 50%），期末成绩占 30%。具体实践环节说明如下：

实践一（8 学时）：自行选择一个熟悉的调查项目，设计一份简单的问卷。此部分实践课题训练要求学生了解调查问卷的概念和作用，问卷的主要类型，问卷的基本结构，运用问卷设计的基本概念、特点撰写设计问卷调研方案，通过实践训练掌握问卷设计的方法。建议以 PPT 答辩结合纸质营销方案的形式完成作业训练。

实践二（8 学时）：选取某企业或品牌为其撰写调研报告。此部分课题训练建议学生选取某一品牌设计调研的课题，通过调研分析确定调查报告的格式与内容，并为其撰写市场调查报告；目的是通过课题训练使学生掌握编写调研报告的基本原则与方法，为后续课程，如广告策划与设计、企业形象设计的学习提供实践基础。

（七）选用教材及教学参考书

1. 《市场调查教程》 范伟达编著，复旦大学出版社，2002 年
2. 《市场调查》 简明, 金勇进, 蒋妍编著，中国人民大学出版社 2005 年
3. 《市场调查实务：项目教程》陈学忠 主编 电子工业出版社 2013 年

《海报设计》课程教学大纲

课程名称：海报设计 Poster Design

课程类别：专业教育必修课程

开课单位：设计艺术系

课程编码：23113037

总学时数：64

学 分：4

适用专业：视觉传达设计

先修课程：图形创意等

考核方式：操作

一、课程内容

理论部分：

（一）海报的概念

（二）海报的发展历史

1. 近代海报画的初期阶段

2. 近代海报画的中期阶段

3. 近代海报画的近期阶段

（三）海报的主要特征与作用

1. 海报的特征

2. 海报的作用

（四）海报设计中的创意要素

1. 图形创意

2. 文字创意

3. 色彩创意

4. 编排创意

（五）海报设计的要点

1. 视觉冲击

2. 视觉流程

3. 准确表意

4. 独特性

5. 简约

（六）海报设计的分类

1. 社会公益海报

2. 文化海报

3. 商业海报

（七）海报的创意联想与观念更新

[在此处键入]

1. 全新的思维、时代的观念、激情的表现
2. 多样性、多面化、超越现实的空间思维
3. 意与感交互感应
4. 多重因素的组合与对比

（八）海报的形式与表现

1. 反意识、反向思维的处理手法
2. 最普通最微小的细节、最大程度最夸张的表现
3. 跨学科、跨行业的综合表现与联想
4. 最简洁、最直接、最准确的浓缩与表现
5. 新形式的创造、艺术与科学的完美结合

实践部分：

实践一 商业海报设计

实践二 文化海报设计

实践三 公益海报设计

实践四 系列海报设计

二、大纲说明

（一）课程的性质和任务

海报设计，也称作招贴设计，是广告概念里的一种重要表现形式，在视觉传媒中占有重要的位置。近年来，由于社会加速发展和文明程度的提高，各类的主题海报都以全新的面貌出现在大众眼前，并越来越引起人们的关注。海报设计是重要的专业设计课程之一，本课程要求学生了解海报设计基本理论知识与概念，其次了解海报设计与广告之间的关系，明确海报设计课程的意义。

（二）课程教学的基本要求

要求掌握海报的概念，了解近代海报画的发展阶段，以理论和实践辅导相结合，使学生对于海报设计有明确的理性认识，熟悉海报的创意、设计、制作的流程，对海报设计中的几个要素及要点能够充分理解并加以应用创作出具有新意的优秀作品。

1. 海报的概念，本章要求掌握海报的概念。

2. 海报的发展历史，本章掌握海报发展不同阶段的风格，不同阶段的历史背景及变化。

3. 海报的主要特征与作用，本章要求掌握海报设计的主要特征和作用，学会如何分析海报的特征。

4. 海报设计中的创意要素，本章要求理解海报设计中的要素及应用方法，学会图形创意，文字创意，编排创意，色彩创意的方法。

5. 海报设计的要点，本章要求认识海报设计中的几个要点，掌握视觉冲击，视觉流程，准确表意，独特性，简约等各要点。

[在此处键入]

6. 海报设计的分类，本章要求理解海报设计在现代社会中的应用分类。

7. 海报的创意联想与观念更新，本章要求掌握思维的更新转变研究方法，理解多样性、多面化、超越现实的空间思维等。

8. 海报的形式与表现，本章要求掌握海报的几种主要的表现形式及表现方法，并且能运用相关知识进行海报的设计创作。

（三）课程内容各层次的教学重点、难点、教学环节及教学方法的建议

1. 海报的概念

重点：海报的概念认识

难点：对海报概念的讲解叙述

2. 海报的发展历史

重点：海报发展的不同阶段的认识

难点：不同阶段的历史背景及变化

3. 海报的主要特征与作用

重点：海报的主要特征和作用

难点：海报的特征与作用的分析和理解

4. 海报设计中的创意要素

重点：理解海报设计中的要素及应用方法

难点：图形创意，文字创意，编排创意，色彩创意

5. 海报设计的要点

重点：认识海报设计中的几个要点

难点：视觉冲击，视觉流程，准确表意，独特性，简约等各要点的讲解

6. 海报设计的分类

重点：理解海报设计在现代社会中的应用分类

难点：各应用领域海报设计的方法分析

7. 海报的创意联想与观念更新

重点：思维的更新转变研究方法

难点：多样性、多面化、超越现实的空间思维等

8. 海报的形式与表现

重点：掌握海报的几种主要的表现形式及表现方法

难点：反意识、反向思维的处理手法，最普通最微小的细节、最大程度最夸张的表现，跨学科、跨行业的综合表现与联想，最简洁、最直接、最准确的浓缩与表现，新形式的创造、艺术与科学的完美结合

在教学过程中，强调理论基础重要性的同时，更应该高度关注学生实践能力、创新能力、实际应用能力的培养，建议将理论与实际应用有机结合，贯彻到教学过程中。

（四）本课程与其它课程的联系和分工的说明

本课程是以构成学为基础，结合设计表现、设计原理、计算机辅助设计的一门综合性专业设计课程，因此需要在学生具备一定专业基础知识后再开设此课程，从而有效地使学生掌握该专业课程内容知识。

（五）教学时数安排

序号	内容	理论学时	实践学时	小计
1	海报的概念	2		2
2	海报的发展历史	2		2
3	海报的主要特征与作用	2		2
4	海报设计中的创意要素	4	8	12
5	海报设计的要点	4	8	12
6	海报设计的分类	2		2
7	海报的创意联想与观念更新	4	12	16
8	海报的形式与表现	4	12	16
合计		24	40	64

（六）对实践操作、作业习题、考试考核办法及其它教学环节的说明

实践环节要求作业独立完成，作业成绩记入平时成绩。期末采取操作形式考核，考核方式为：根据大纲的要求评定成绩，以本课程的教学要求为考核的依据，平时成绩占 50%（其中：考勤 20%+课堂作业成绩 30%），期末成绩占 50%（期末成绩以答辩或展览展示形式，评分由三位教师集体给出）。具体实践环节安排如下：

实践一（8 学时）商业海报设计，要求学生充分理解商业海报的设计要点及内容，通过大量的实践调查、资料收集完成商业海报设计 2—3 张进行作业展评。

实践二（8 学时）文化海报设计，要求学生充分理解文化海报的设计要点及内容，通过大量的实践调查、资料收集完成文化海报设计 2—3 张进行作业展评。

实践三（12 学时）公益海报设计，要求学生充分理解公益海报的设计要点及内容，通过大量的实践调查、资料收集完成公益海报设计 2—3 张进行作业展评。

实践四（12 学时）系列海报设计，要求学生充分理解系列海报的设计要点及内容，通过大量的实践调查、资料收集完成系列海报设计 1—2 系列作品进行作业展评。

（七）选用教材及教学参考书

1. 《海报设计》吴艺华 人民美术出版社 2011 年
2. 《中国平面设计—海报设计》靳埭强 上海文艺出版社 2000 年

《广告摄影》课程教学大纲

课程名称：广告摄影 Advertising Photography

课程类别：专业教育必修课程

开课单位：设计艺术系

课程编码：23113099

总学时数：64

学 分：4

适用专业：视觉传达设计

先修课程：摄影基础

考核方式：操作

一、课程内容

理论部分：

（一）广告摄影概述

1. 广告文化与广告摄影
2. 广告摄影概念、分类
3. 广告摄影与广告摄影师

（二）广告摄影的拍摄工具

1. 广告摄影相机的使用
2. 广告摄影相机镜头的使用
3. 广告摄影相机镜头与曝光
4. 测光与曝光

（三）广告摄影的照明及其性质

1. 广告摄影的照明
2. 广告摄影的性质
3. 广告摄影的布光

（四）广告摄影画面的创作

1. 特点与要素
2. 广告画面的创作技巧与手法

（五）广告摄影的后期处理

1. 数字照片后期处理概述
2. 数字照片的后期处理技术

实验部分：

实验一 广告摄影拍摄基础训练

[在此处键入]

- 实验二 广告摄影技术语言表现实验
- 实验三 摄影对象的材质体现及曝光控制
- 实验四 广告摄影的视觉组织形态及摄影基础语言表现
- 实验五 创意广告摄影拍摄（人物）
- 实验六 创意广告摄影拍摄（静物）

二、大纲说明

（一）课程的性质和任务

本课程是视觉传达设计专业的一门专业课，通过本课程的理论教学和实际广告照片的拍摄和制作，使学生理解和掌握摄影的一些基础知识和基本理论，基本掌握制作广告图片的技巧。通过本课程的学习，学生应掌握广告摄影的基本知识和技能，能拍摄具有一定主题和创作性的作品，为从事广告设计及相关工作打下良好基础。

（二）课程教学的基本要求

教授学生作为一个专业广告摄影师所应具备的各项专业知识，促进学生对于广告摄影所必须的摄影器材、照明工具、各类照明灯具的光质特点和基本控制方法及其综合处理措施的了解；培养学生对于影棚拍摄的组织、创作能力，提高学生的理论修养。

1. 了解广告摄影的基础理论知识。
2. 掌握广告摄影的拍摄工具使用技巧，了解广告摄影的构成要素。
3. 掌握广告摄影的照明和布光技巧。
4. 掌握广告摄影画面的创作技巧与手法，能运用不同手法进行广告摄影的拍摄。
5. 掌握广告摄影的后期处理，能独立完成拍摄照片的后期处理。

（三）课程内容各层次的教学重点、难点、教学环节及教学方法的建议

1. 广告摄影概述

重点：广告文化与广告摄影、广告摄影概念、分类、广告摄影师职业特性。

2. 广告摄影的拍摄工具

重点：广告摄影相机的使用、镜头的使用、曝光。

难点：广告摄影的测光与曝光。

3. 广告摄影的照明及其性质

重点：广告摄影的性质、广告摄影的照明。

难点：广告摄影的布光技术。

4. 广告摄影画面的创作

重点：广告摄影画面的拍摄特点与要素。

难点：广告画面的创作技巧与手法。

5. 广告摄影的后期处理

重点：数字照片后期处理概述

难点：数字照片的后期处理技术

（四）本课程与其它课程的联系和分工的说明

本课程是视觉传达设计专业的专业课程之一, 主要目的是培养学生的广告创意基础表现能力, 是一门专业的技法类课程, 是海报设计、广告策划与设计、广告创意设计与表现等前期必修的课程之一。广告摄影是一门实践性很强的课程, 是广告设计视觉表现的重要手段, 培养学生从专业的角度把设计创意转化为视觉语言的能力。

本课程涉及平面构图和色彩等方面知识, 它同广告基础理论、平面构图、色彩学等有着千丝万缕的关系, 因此最好具备上述学科的相关知识。

（五）教学时数安排

序号	内容	理论学时	实践学时	小计
1	广告摄影概述	4		4
2	广告摄影的拍摄工具	4		4
3	广告摄影的照明及其性质	4	8	12
4	广告摄影画面的创作	4	16	20
5	广告摄影的后期处理	8	16	24
合计		24	40	64

（六）对实践操作、作业习题、考试考核办法及其它教学环节的说明

实验环节要求作业独立完成, 作业成绩记入平时成绩。期末采取考查方式, 平时成绩占 50% (其中: 考勤 20%+课堂作业成绩 30%), 期末成绩占 50% (期末成绩以答辩或展览展示形式, 评分由三位教师集体给出)。

（七）选用教材及教学参考书

1. 《美国纽约摄影学院摄影教材(最新修订版)(套装上下册)》第四版, 美国纽约摄影学院, 中国摄影出版社, 2010 年
2. 《商业摄影》 钟林卡主编 北京: 人民美术出版社 2010 年
3. 《广告摄影技术教程(全新增订版)》刘立宾 北京: 中国民族摄影出版社 2011 年

《企业形象策划》课程教学大纲

课程名称：企业形象策划 Company Image Planning

课程类别：专业教育必修课程

开课单位：设计艺术系

课程编码：23113016

总学时数：64

学 分：4

适用专业：视觉传达设计

先修课程：排版与印刷设计、标志设计等

考核方式：操作

一、课程内容

理论部分：

（一）CI 战略的概念与基本精神

1. CI 战略的概念
2. CIS 的由来与发展
3. CI 战略的基本精神发展脉络
4. 企业形象的价值
5. 导入 CI 的动机和时机

（二）CI 战略的价值与意义

1. 企业形象的价值
2. CI 战略的意义

（三）CIS 的基本构成要素

1. MIS 理念识别系统
2. BIS 行为识别系统
3. VIS 视觉识别系统

（四）CIS 设计的基本原则

1. 企业实态调查阶段
2. 企业实施管理阶段
3. 企业 CI 应用手册

（五）CIS 的规划流程

1. 实态调查的前期工作
2. CIS 手册的规划工作
3. CIS 手册的制作工作

（六）企业视觉识别 VI 手册的设计开发

1. 标志设计

2. 标准字的设计与运用

3. 标准色、象征图案

(七) VI 系统的设计

1. VI 手册基础系统的设计开发

2. VI 手册应用系统的设计开发

实践部分:

实践一 导入 CI 的动机和时机训练

实践二 MIS 理念识别系统与 BIS 行为识别系统训练

实践三 企业实态调查与实施管理训练

实践四 标志、标准字、标准色的设计与运用训练

实践五 应用系统的设计训练

二、大纲说明

(一) 课程的性质和任务

企业形象设计是视觉传达设计专业重点学习研究的课程, 是一门理论性实践性、应用性都很强的专业教育必修课程。通过本门课程的学习, 使学生达到专业的企业理念、企业行为、企业视觉识别系统设计的水平。

(二) 课程教学的基本要求

通过课程的学习使学生熟悉企业形象设计基础理论、基本知识和基本技能, 掌握居住企业形象分析方法、表现方法、表现技巧、工作流程、预算管理, 提升学生的综合分析能力、设计能力、文化素养及应用能力。

1. CI 战略的概念与基本精神, 本章要求全面熟练掌握企业形象策划设计的基本理论、及发展脉络, 了解导入 CI 的价值, 理解导入 CI 的时机。

2. CI 战略的价值与意义, 本章要求理解 CI 战略的意义, 培养、建立学生的 MI、BI、VI 的思维能力与思维习惯。

3. CIS 的基本构成要素, 本章要求理解 MI、BI、VI 的概念及每一项目的实施价值, 熟练掌握企业形象的分析方法、表现方法、表现技巧, 掌握企业形象设计的工作原理、工作流程、预算管理、文化应用。

4. CIS 设计的基本原则熟悉 CI 设计的原则, 学会对企业的实态调查方法, 掌握 CI 设计的原则, 学会利用 CI 设计的原则对 CI 进行设计, 重点掌握 CI 设计的原则如何应用到具体的案例当中。

5. CIS 的规划流程, 本章要求掌握 CI 整体规划的方法, 了解并掌握 CIS 手册的制作工艺及注意事项。

6. 企业视觉识别 VI 手册的设计开发, 本章要求掌握 VI 设计的一般程序, 学会 VI 设计项目计划书的制定和撰写, 理解深入设计的过程及方法, 掌握设计常用表达形式并

[在此处键入]

利用各种设计表达形式体现具体的设计实践。

7. VI 系统的设计，本章要求完成 Vi 系统的规划及手册的制作。

（三）课程内容各层次的教学重点、难点、教学环节及教学方法的建议

1. CI 战略的概念与基本精神

重点是 CI 战略的基本精神发展脉络。

难点是导入 CI 的动机和时机。

2. CI 战略的价值与意义

重点是 CI 战略的价值。

难点是 CI 战略的意义。

3. CIS 的基本构成要素

重点是 VIS 视觉识别系统。

难点是 CIS 的基本框架架构。

4. CIS 设计的基本原则

重点是企业 CI 应用手册。

难点是企业实态调查。

5. CIS 的规划流程

重点是实态调查的前期工作

难点是 CI 的实态调查的具体设计与细节。

6. 企业视觉识别 VI 手册的设计开发

重点是标志设计。

难点是标准字的设计与运用。

7. 应用系统的设计

重点是 VI 手册应用系统的设计开发。

难点是 VI 手册应用系统的具体设计与细节。

在教学过程中，强调理论基础重要性的同时，更应该高度关注学生实践能力、创新能力、实际应用能力的培养，建议将理论与实际应用有机结合，贯彻到教学过程中。

（四）本课程与其它课程的联系和分工的说明

本课程是《字体设计》、《排版与印刷设计》等课程的后续课程，是理论与实践密切结合的重要专业课程，也是为学生大学四年的学习提供一条贯穿的主线，为以后学生的专业设计素质打下坚实的基础。为了与其它相关学科衔接得当，在教学过程中应该注意以下几点：

1. 与《字体设计》的联系：《字体设计》培养学生对版面设计中的构成要素之一“字体”的形式变化的把握与应用设计。本课程学习中进一步加强设计元素在企业形象策划设计中的练习与强化，实现设计表达的熟练性。

2. 与《排版与印刷设计》的联系：排版与印刷设计侧重基本的排版方法的学习，排版与印刷设计是企业形象策划课程中的实现手段，而本课程是学习如何统筹规划视觉识别系统中所有设计的统一性整体性的知识。

（五）教学时数安排

序号	内容	理论课时	实践学时	小计
1	CI 战略的概念与基本精神	6		6
2	CI 战略的价值与意义	6	4	10
3	CIS 的基本构成要素	2	6	8
4	CIS 设计的基本原则	2	6	8
5	CIS 的规划流程	2	6	8
6	企业视觉识别 VI 手册的设计开发	4	8	12
7	应用系统的设计	2	10	12
合计		24	40	64

（六）对实践操作、作业习题、考试考核办法及其它教学环节的说明

实践环节要求完成实践操作方案、报告，要求作业独立完成，作业成绩记入平时成绩。考核方式为：根据大纲的要求评定成绩，以本课程的教学要求为考核的依据，平时成绩占 50%（考勤 20%+课堂作业成绩 30%），期末成绩占 50%（期末成绩以答辩或展览展示形式，评分由三位教师集体给出）。具体实践环节说明如下：

1. 实践一（8 学时）：导入 CI 的动机和时机训练，要求学生结合理论内容对市场某个现有企业进行时态分析，以 ppt 的形式进行比对分析汇报，提出存在的问题，可通过实地考察和网络进行调研；

2. 实践二（8 学时）：通过实地考察调研（也可借助网络资源），结合企业的具体情况，提炼出企业的 MI，并进行探讨给出具体方案，以 ppt 的形式进行比对分析汇报，提出自己设计思路；

3. 实践三（8 学时）：通过企业实态调查（要求设计完善的调查问卷），结合所学的理论知识，为企业设计具有较强可行性的 MI、BI，以 ppt 的形式进行比对分析汇报，提出自己设计思路；

4. 实践四（8 学时）：针对具体 CI 项目结合前期调研结果按照 VI 基础部分设计原则进行标志、标准字、标准色的设计，并依照设计要求进行合理表现，教师辅导时要加强设计程序中的每个环节把控和督导。

5. 实践五（8 学时）：掌握 CI 设计过程，熟悉 CI 设计中的主要特征，掌握 CI 设计展示技巧及答辩能力。深入理解设计的过程及方法，掌握设计常用表达形式并利用各种设计表达形式体现具体的设计实践，掌握 CI 手册的制作工艺，利用各类设计知识对 CI

设计实践。

（七）选用教材及教学参考书

1. 《CIS 企业形象设计》刘瑛 徐阳主编 湖北美术出版社 2009 年
2. 《版式设计》 孙晓玲 李炜 主编 合肥工业大学出版社 2008 年

《书籍装帧设计》课程教学大纲

课程名称：书籍装帧设计 Book Bindings Design

课程类别：专业教育必修课程

开课单位：设计艺术系

课程编码：23113001

总学时数：64

学 分：4

适用专业：视觉传达设计

先修课程：计算机平面图形设计等

考核方式：操作

一、课程内容

理论部分：

（一）书籍的历史与发展

1. 最早的书籍形态
2. 卷轴的书籍形态
3. 册页的书籍形态
4. 现代的书籍形态

（二）书籍设计的内容

1. 书籍形态设计
2. 书籍版面设计
3. 书籍插图设计

（三）书籍设计的属性与立意

1. 书籍的三大属性
2. 书籍的立意
3. 书籍设计的形式

（四）书籍的分类与特征

1. 文艺书籍的设计
2. 科技书籍的设计
3. 儿童书籍的设计
4. 期刊的设计

（五）概念书籍的创新与设计

1. 异化的形态
2. 探索与表现

（六）书籍的整体视觉设计

1. 书籍的整体设计

2. 书籍的出版策划

（七）作品欣赏

实践部分：

实践一 书籍形态设计训练

实践二 书籍版面设计训练

实践三 书籍插图设计训练

实践四 文艺书籍的设计训练

实践五 科技书籍的设计训练

二、大纲说明

（一）课程的性质和任务

书籍装帧设计是视觉传达设计专业学生重点学习研究的课程，是一门理论性、实践性、应用性都很强的专业教育必修课程。通过本门课程的学习，学生达到专业的书籍版式、装帧设计水平。

（二）课程教学的基本要求

通过课程的学习使学生熟悉书籍装帧设计基础理论、基本知识和基本技能，掌握书籍装帧分析方法、表现方法、表现技巧、工作流程、预算管理，提升学生的综合分析能力、设计能力、文化素养及应用能力。

1. 书籍的历史与发展,本章要求掌握书籍装帧设计的相关概念系统方法，熟悉古代书籍形态的特征，了解书籍装帧设计的范畴和属性，了解现代书籍设计的现状及社会作用，熟悉平面设计师的体现形式及社会责任。

2. 书籍设计的内容，本章要求了解书籍设计的内容，理解书籍形态、色彩、插图等设计元素的设计方法。

3. 书籍设计的属性与立意，本章要求熟悉书籍设计的属性与立意，书籍的三大属性，书籍设计的形式，掌握书籍设计的方法，学会利用书籍设计的原则进行设计，重点掌握书籍设计的立意如何应用到具体的案例当中。

4. 书籍的分类与特征，本章要求熟悉书籍的分类与特征，掌握书籍装帧设计中不同类别书籍的设计常用方法，熟练掌握每种设计方法的设计要点。

5. 概念书籍的创新与设计，本章要求理解概念设计的一般程序，学会运用异化的形态来创造概念书籍。

6. 书籍的整体视觉设计，本章要求掌握书籍的整体视觉设计的常用方法，学会对书籍风格的把控方法，理解深入设计的过程及方法，掌握设计常用表达形式并利用各种设计表达形式体现具体的设计实践，利用书籍装帧设计的知识对书籍项目设计实践。

7. 作品欣赏，本章是分析欣赏国内外优秀的书籍装帧作品，并进行讨论，了解国内外最新的设计动态。

[在此处键入]

（三）课程内容各层次的教学重点、难点、教学环节及教学方法的建议

1. 书籍的历史与发展

重点是现代的书籍形态。

难点是现代的书籍形态在书籍设计中的应用。

2. 书籍设计的内容

重点是书籍版面设计。

难点是版面设计的具体设计与细节。

3. 书籍设计的属性与立意

重点是书籍的立意。

难点是书籍设计的形式。

4. 书籍的分类与特征

重点是期刊的设计。

难点是对期刊的设计理念的认识与应用。

5. 概念书籍的创新与设计

重点是异化的形态

难点是探索与表现。

6. 书籍的整体视觉设计

重点是书籍的整体设计

难点是对书籍的整体设计理念的认识与应用。

在教学过程中，强调理论基础重要性的同时，更应该高度关注学生实践能力、创新能力、实际应用能力的培养，建议将理论与实际应用有机结合，贯彻到教学过程中。

（四）本课程与其它课程的联系和分工的说明

本课程是《字体设计》《编排与印刷设计》等课程的后续课程，也是《企业形象设计》的前期课程。本课程是《字体设计》与《编排与印刷设计》的综合设计能力的考察，也是理论与实践紧密结合的重要专业课程，为学生的专业设计素质打下坚实的基础。为了与其它相关学科衔接得当，在教学过程中应该注意以下几点：

1. 与《字体设计》的联系：《字体设计》培养学生对版面设计中的构成要素之一“字体”的形式变化的把握与应用设计。本课程学习中进一步加强设计元素在书籍装帧设计中的练习与强化，实现设计表达的熟练性。

2. 与《排版与印刷设计》的联系：《排版与印刷设计》侧重基本的排版方法的学习，《排版与印刷设计》是《书籍装帧设计》课程的基础，而本课程是学习如何统筹规划书籍内容的编排与外在装帧形式的表现的知识。

3. 与后续课程《企业形象策划》课程的联系：《书籍装帧设计》为后续的企业形象策划手册的实现提供方法。

（五）教学时数安排

[在此处键入]

序号	内容	理论课时	实践学时	小计
1	书籍的历史与发展	6		6
2	书籍设计的内容	6	4	10
3	书籍设计的属性与立意	2	6	8
4	书籍的分类与特征	2	6	8
5	概念书籍的创新与设计	2	6	8
6	书籍的整体视觉设计	2	6	8
7	作品欣赏	4	4	8
8	案例实训训练		8	8
合计		24	40	64

（六）对实践操作、作业习题、考试考核办法及其它教学环节的说明

实践环节要求完成实验操作方案、报告，要求作业独立完成，作业成绩记入平时成绩。考核方式为：根据大纲的要求评定成绩，以本课程的教学要求为考核的依据，平时成绩占 50%（考勤 20%+课堂作业成绩 30%），期末成绩占 50%（期末成绩以答辩或展览展示形式，评分由三位教师集体给出）。具体实践环节说明如下：

1. 实践一（8 学时）：要求学生结合理论内容对市场某种现有书籍的形态进行分析，以 ppt 的形式进行比对分析汇报，提出设计创新点和改进点，并设计出一套书籍形态；

2. 实践二（8 学时）：通过对书籍设计元素的整合，结合书籍装帧设计中版面的理论知识，针对具体项目进行探讨并给出设计方案，以 ppt 的形式进行分析汇报，提出自己设计思路；

3. 实践三（8 学时）：通过快速表现的形式，结合书籍插图设计基本方法原则，针对书籍插图的编排设计展开创意训练，以计算机操作形式表现；

4. 实践四（8 学时）：针对具体文艺类型书籍设计项目按照书籍装帧设计程序进行设计，并依照设计要求对书籍的排版设计成果进行合理表现，以实物形式表现，教师辅导时要加强设计程序中的每个环节把控和督导。

5. 针对具体科技类型书籍设计项目进行特点分析，并按照书籍装帧设计程序进行合理表现，以实物形式表现，教师辅导时要加强设计程序中的每个环节把控和督导。

（七）选用教材及教学参考书

1. 《书籍装帧设计》 曹琳 主编 武汉理工大学出版社 2009 年
2. 《版式设计》 孙晓玲 李炜 主编 合肥工业大学出版社 2008 年

《插图设计》课程教学大纲

课程名称：插图设计 Illustration

课程类别：专业教育必修课程

开课单位：设计艺术系

课程编码：25113007

总学时数：32

学 分：2

适用专业：视觉传达设计等

先修课程：图形创意 构成基础等

考核方式：操作

一、课程内容

理论部分：

（一）插图的概念及历史

1. 插图的定义
2. 插图的历史演变
3. 插图的新概念、新价值

（二）现代插图设计的功能与价值

1. 插图设计的界定
2. 插图设计的功能价值
3. 插图设计的应用领域

（三）插图设计的类别与形式

1. 插图设计的类别
2. 插图设计的表现形式

（四）插图设计的美学特征

1. 目的性和制约性
2. 实用性与通俗性
3. 形象性与直观性
4. 审美性与趣味性
5. 创造性与艺术想象
6. 多样化与多元七

（五）插图设计的设计准则

1. 明确的设计主题
2. 独特的创意表现
3. 真实的理念诉求

[在此处键入]

4. 巧妙的感情诱导

5. 和谐的图文交融

(六) 插图设计的创意表现

1. 卓越的创意是插图设计的生命力

2. 插图设计创意需要丰富的想象力

3. 插图设计是“有意味的形式”的追求

4. 插图设计创意与民族风格的创造

5. 插图设计创意能力的培养

(七) 插图设计的艺术表现

1. 现代插图设计艺术表现手法的功能价值

2. 现代插图设计主要的艺术表现手法

(八) 现代插图设计的发展趋势

实践部分：

实践一 收集插画资料、多量临摹。

实践二 创意思维练习、各种元素穿插，绘制多量的草图。

实践三 选题设计、确定方案、作业汇报。

二. 大纲说明

(一) 课程总的性质和任务

通过本课程的学习，使学生了解插图设计的原理，技巧及实际应用能力，主要是在广告设计、包装设计、书籍封面及内页插画、网页设计等实际运用领域中如何运用插图的功能很好的达到设计的目的和功能，以适应以后广告设计工作的需要。

(二) 课程教学的基本要求

本课程主要讲解插图设计的理论知识，分阶段、针对性的进行教学，教学过程中要结合对插图设计的一些基本元素或构图原则。实际案例的操作等进行练习来达到本课程的教学目的，要使学生能从理论到实践，逐渐认识、掌握插图设计知识和技法，并逐渐熟练运用插图到广告设计等领域中去。

1. 插图的概念及历史

教学要求：通过了解插图的历史演变的几个阶段，掌握不同阶段的不同特征，以及插图的新概念和新价值，把握插图发展的最新动态。

2. 现代插图设计的功能与价值

教学要求：通过学习要使学生对插图设计的功能和价值理解和掌握。

3. 插图设计的类别与形式

教学要求：通过学习可使学生了解插图的类别，以及每类插图的运用，站我插图设计的主要表现形式。

4. 插图设计的美学特征

教学要求：通过学习要使学生对插图设计美学个方面的特征了解掌握

5. 插图设计的设计准则

教学要求：通过学习要使学生插图设计的设计准则了解和掌握

6. 插图设计的创意表现

教学要求：通过学习要使学生对插图设计的创意的表现方法

7. 插图设计的艺术表现

教学要求：讲解插图设计的艺术表现手法

8. 现代插图设计的发展趋势

教学要求：现代插图设计的发展趋势的了解。

在课程教学的方法上，授课教师应该理论联系实际，通过大量的插图实例讲解，幻灯片展示以及多媒体教学手段向学生展示与讲解，使学生能直观的对插图的设计理论 在课程中得到更好的理解。

（三）课程内容各层次的教学重点、难点、教学环节及教学方法的建议

课程内容中通过有步骤地训练，使学生熟练的掌握数码插图的技法表现与应用。提高学生的电脑技术应用能力，加强锻炼学生的观察能力和表现能力。为该专业后续的包装设计和专题设计课程打下良好的基础。

1. 插图的概念及历史

重点：插图设计的概念、历史及发展趋势。

难点：对插图设计现状的理解及发展趋势的把握和分析。

2. 现代插图设计的功能与价值

重点：插图设计的应用领域

难点：插图设计的功能价值

3. 插图设计的类别与形式

重点：了解插图设计的各种类别的应用。

难点：了解、掌握插图的各种表现方法。

4. 插图设计的美学特征

重点：了解插图设计的各个特性

难点：了解、掌握插图各个特性的实际应用

5. 插图设计的设计准则

重点：运用设计准则准确合理的表达设计的主题

难点：创意的表现

6. 插图设计的创意表现

重点：插图设计创意的表现方法

难点：插图设计创意的具体表现

7. 插图设计的艺术表现

重点：现代插图设计主要的艺术表现手法

难点：现代插图设计艺术表现手法的功能

8. 现代插图设计的发展趋势

重点：现代插图设计的发展趋势的了解

难点：对现代插图设计发展趋势的内在特征的掌握

在课堂教学中多采用提问教学的办法，小组讨论的教学办法，以及采用模拟实践的教学方法。

（四）本课程与其它课程的联系和分工的说明

本课程的先修课为：构成基础、图形创意等，课程在设计学科体系中处于重要地位，是进一步学习后续专业主干课程的必要前提。同时为后续专业课程的学习打下坚实的基础，为将来的实际工作奠定理论基础和一定的职业技能。在本课程学习中应借助构成基础中画面构成的能力，利用色彩理解能力把握色彩设计，使学生能够运用图形创意的相关知识，熟练掌握插画设计的方法，并强调课程之间承上启下的关系，强化图形元素在插画设计中的重要作用。通过本课程的教学，并能够完成以插画为核心的商业插画要素设计。

（五）教学时数安排

序号	内容	理论学时	实践学时	小计
1	插图的概念及历史演变	2		2
2	插图设计的功能与价值	2		2
3	设计插图的类别与形式	2		2
4	插图设计的美学特征	2		2
5	插图设计的设计准则	2		2
6	插图设计的创意表现	2	8	10
7	插图设计的艺术表现	2	4	6
8	现代插图设计的发展趋势	2	4	6
合计		16	16	32

（六）对实践操作、作业习题、考试考核办法及其它教学环节的说明

实践环节要求完成实验操作及报告，要求作业独立完成，作业成绩记入平时成绩。期末采取操作考核方式，课程成绩由平时成绩 50%（由考勤 20%和课堂作业成绩 30%构成）、和期末成绩 50%（答辩或展览展示形式，评分由三位教师集体给出）两部分构成。具体实践环节说明如下：

实践一（8 学时）：鼓励学生多观察，多思考，临摹多种风格的插画，从中寻找自己
[在此处键入]

的风格趋向。

实践二（4 学时）：增强学生的多方位思维，增加学生在处理视觉元素上的应用能力
及到对图片设计上的运用技巧。

实践三（4 学时）：让学生更进一步了解设计程序，懂得处理研究及报告所方法，利
用具创意表现力及分析能力去处理其视觉经验。

（七）选用教材及教学参考书

1. 《插图创意设计手册》林崇珍译 中国青年出版社 2004 年
2. 《插图设计》 蒋啸镝 主编 湖南大学出版社 2004 年
3. 《插图设计》唐鼎华 编著 上海人民美术出版社 2006 年
4. 《艺术百科》任达升 主编 海燕出版社 2004 年

《包装容器与结构》课程教学大纲

课程名称：包装容器与结构 The packing container and structure

课程类别：专业教育选修课程

开课单位：设计艺术系

课程编码：23113034

总学时数：64

学 分：4

适用专业：视觉传达设计

先修课程：包装材料与工艺、包装效果图表现

考核方式：操作

一、课程内容

理论部分：

（一）包装容器设计概述

1. 包装容器设计发展简史
2. 包装容器设计概念
3. 包装容器的功能与分类

（二）包装容器设计的流程

1. 市场调研
2. 设计定位
3. 创意设计
4. 整合设计

（三）包装容器造型设计

1. 包装容器结构设计
2. 包装容器造型设计

（四）包装容器材料与工艺

1. 包装容器的印刷技术
2. 包装容器材料加工技术

（五）现代包装容器设计新趋势

实践部分：

实践一 包装容器造型草图设计

实践二 包装容器效果图设计

实践三 包装容器材料与工艺

实践四 包装容器模型制作

二、大纲说明

[在此处键入]

（一）课程的性质和任务

包装容器与结构是包装设计系统的专业必修课，课程主要为包装设计解决造型结构问题。通过学习使学生掌握扎实的结构设计能力，了解功能在结构设计中的重要作用，避免重形式轻实用，为进行系统的包装设计奠定扎实的基础。

构思创新能力的培养是包装结构设计教学的主要任务，通过系统的课程教学和训练，达到扩展和综合运用基础课程所学知识——培养造型和设计能力，丰富学生的设计语言，对日常生活中的包装设计动态具有敏锐的观察、判断能力，用心了解消费群体对于商品的反映和评价，培养学生一种自觉地、有计划的、带着科学方法的工作进程，上升为学术认识；在不断拓展知识面的同时，萌生创造性思维的可能。

（二）课程教学的基本要求

通过课程的学习明确包装容器设计的基本概念及其内容，了解包装容器设计的发展趋势，掌握包装容器与结构设计的一般规律、特点与设计方法，注重认识设计与社会需要的关系，确立设计为社会服务的基本思想。

1. 掌握包装容器设计的概念、历史与发展趋势、功能与分类；
2. 掌握包装容器设计的流程。掌握包装容器结构设计原则、要素和程序。
3. 熟练掌握一套科学的包装容器造型与结构的设计方法，根据市场、消费群体的需求，结合自己的设计创意，完成一套包装设计。
4. 了解包装容器设计的常见材料与加工工艺，了解新材料的开发应用。
5. 掌握包装容器设计的新趋势，在设计中融入新的设计理念。

（三）课程内容各层次的教学重点、难点、教学环节及教学方法的建议

1. 包装容器设计概述

重点：从包装容器的发展演变中，了解随着社会的发展包装的概念不断丰富、功能与分类不断增加，包装容器与结构是一门涉及到很多学科的综合设计课程。

2. 包装容器设计流程

重点：了解市场包装容器设计的整个流程，学习项目设计方法。

3. 包装容器造型设计

重点：包装容器的造型是由产品形态、包装目的、产品的用途，包装产品对包装功能要求而决定的。

难点：包装容器造型设计教学主要针对常用包装容器设计的介绍和分析，从可操作的角度，进行教授和训练。

4. 包装容器的材料与工艺

重点：目前，作为包装容器材料的品种很多。如：塑料、木材、金属、玻璃和陶瓷以及大量复合材料。材料的成分、结构、性质、来源与用量直接决定包装的性质、质量和用途，并与包装的成本关系重大；包装技术是构成包装件的工艺操作流程。在一定程度

上，包装技术的优劣反映了一个国家或地区的科技水平、政治和经济状况，以及文明程度、民族特点等。作为教学，对技术要素的了解和掌握是很有必要的。

难点：随着人类科学技术的发展，对包装材料的开发定位除了以上因素外，已逐步偏向绿色环保，及可持续发展问题的探究；加工工艺上解决防护性技术；适用性技术；装饰性技术；经济性技术等。

6. 现代包装容器设计新趋势

重点：掌握现代包装容器设计趋势，了解设计新理念，明确包装氢气设计未来设计方向。

在教学过程中，强调理论基础重要性的同时，着重培养学生实践能力、创新能力，将理论与实践有机结合，贯彻到教学过程中。本课程的教学包括课堂讲授、作业、实践辅导答疑等教学环节。课堂教学采用讨论式的教学方法，理论结合实际，应用成功设计案例，融合课堂讨论、设计实践和作业评判等手段，结合项目教学法，引导学生加深对所学知识的理解 and 应用，提高学生学习本课程的兴趣和积极性。设计实践教学中安排难易不同的实训项目，结合包装设计开展针对性设计练习，利用计算机辅助设计方法贯穿于设计实践。重视实训项目完成后的反馈和交流，小组形式的交流更有助于学生间互相学习和借鉴。展示说明的方式交流有助于学生的自我表现能力并能培养学生设计的信心。

（四）本课程与其它课程的联系和分工的说明

本课程是视觉传达专业的专业选修课程之一，是理论与实践紧密结合的重要专业课，重点研究解决包装容器设计中的结构与造型问题，包装装潢设计主要解决视觉传达设计，包装容器结构是包装装潢设计的基础，并与包装装潢设计组成包装设计系统，与品牌包装策划与设计、企业形象设计等组成视觉传达设计专业核心课程。

（五）教学时数安排

序号	内容	理论学时	实践学时	小计
1	包装容器与结构概述	4		4
2	包装容器设计的流程	4	10	14
3	包装容器造型与结构设计	8	12	20
4	包装容器的材料与工艺	4	4	12
5	包装容器设计新形态及发展趋势	4	14	14
合计		24	40	64

（六）对实践操作、作业习题、考试考核办法及其它教学环节的说明

实践环节要求作业独立完成，作业成绩记入平时成绩。期末采取考查方式，平时成绩占 50%（其中：考勤 20%+课堂作业成绩 30%），期末成绩占 50%（期末成绩以答辩或展

[在此处键入]

览展示形式，评分由三位教师集体给出）。总成绩评定可适当考虑参赛或项目应用成果情况给予加分，单项成绩不及格的总评成绩可作不及格处理。具体实践环节说明如下：

1. 实践一（10 学时）：选择学术性强的设计比赛项目作为设计命题。遵循包装容器结构设计流程，进入针对性市场调研和材料收集，并对调研结果进行分析整理；对命题进行设计定位，进一步提出设计创意文案；在设计文案的指导下进行草图绘制、方案选择、设计定稿；。

2. 实践二（12 学时）：后期根据比赛要求经行三视图和立体效果图的软件制作，提交作品；

3. 实践三（4 学时）：选择超市、商场及专卖等，进行考察了解现有包装容器常用材料和加工工艺。从造型、材料、工艺等方面进行分析整理，并以 Ppt 的形式提交调研报告。

4. 实践四（14 学时）选择石膏粉、玻璃钢或树脂等材料，按照成型方法将容器设计进行实物模型制作。

（七）选用教材及教学参考书

1. 《包装结构设计》 王炳南编著 上海交通大学出版社 2011 年
2. 《包装结构设计教程》 连放、俞佳迪等著 浙江人民美术出版社 2009 年

《纸盒包装设计》课程教学大纲

课程名称：纸盒包装设计 Carton packaging design

课程类别：专业教育选修课程

开课单位：设计艺术系

课程编码：23113095

总学时数：64

学 分：4

适用专业：视觉传达设计

先修课程：包装材料与工艺、包装效果图表现

考核方式：操作

一、课程内容

理论部分：

（一）纸盒包装设计概述

1. 本门课程介绍
2. 纸盒包装的发展与现状
3. 纸盒包装设计概念、特点
4. 纸盒包装的功能与分类

（二）纸盒包装设计的流程

1. 市场调研
2. 设计定位
3. 创意设计
4. 整合设计

（三）纸盒包装造型设计

1. 纸盒包装结构设计
2. 纸盒包装造型设计

（四）纸盒包装材料与工艺

1. 纸盒包装材料的种类
2. 纸和纸板的规格
3. 纸和纸板的性能
4. 纸盒包装印刷工艺流程和后期加工工艺

（五）纸盒包装设计发展趋势

实践部分：

实践一 纸盒包装造型设计与制作

实践二 纸包装材料的实践

实践三 包装设计竞赛

[在此处键入]

二、大纲说明

（一）课程的性质和任务

纸盒包装设计是包装设计系统的专业选修课，课程主要为包装设计解决造型结构基础问题。通过学习使学生掌握扎实的纸盒包装设计能力，为进行系统的包装设计奠定扎实的基础。

（二）课程教学的基本要求

通过课程的学习明确纸盒包装设计的基本概念及其内容，了解纸盒包装设计的发展趋势，掌握纸盒包装与结构设计的特点与设计方法。

1. 了解纸盒包装的发展；掌握纸盒包装设计的概念、功能与分类；
2. 掌握纸盒包装设计的流程，并能独立进行纸盒包装设计构思；掌握纸盒包装设计原则、要素和程序。
3. 明确认识纸盒包装的造型是由产品形态、包装目的、产品的用途，包装产品对包装功能要求而决定的；熟练掌握一套科学的纸盒包装造型与结构的设计方法，根据市场、消费群体的需求，结合自己的设计创意，能独立完成一套纸盒包装设计。
4. 了解纸盒包装设计的常见材料与加工工艺，了解新材料的开发应用。
5. 掌握纸盒包装设计的新趋势，在设计中融入新的设计理念。

（三）课程内容各层次的教学重点、难点、教学环节及教学方法的建议

1. 纸盒包装设计概述

重点：从纸盒包装的发展演变中，了解随着社会的发展包装的概念不断丰富、功能与分类不断增加，纸盒包装与结构是一门涉及到很多学科的综合设计课程。

2. 纸盒包装设计流程

重点：了解市场纸盒包装设计的整个流程，学习项目设计方法。

3. 纸盒包装造型设计

重点：纸盒包装的设计要求、纸盒包装的设计制图、纸盒包装结构设计的注意要点。

难点：常态纸盒包装结构设计、特殊形态纸盒包装设计。

4. 纸盒包装的材料与工艺

重点：纸盒包装纸材的选择与纸材在包装设计中的应用。

难点：纸材料与加工工艺的运用。

6. 纸盒包装设计发展趋势

重点：掌握纸盒包装设计趋势，了解设计新理念，明确现代包装设计未来发展方向。

教学建议：课堂教学采用项目式教学方法，理论结合实际，应用成功设计案例，融合课堂讨论、设计实践和作业评判等手段，引导学生加深对所学知识的理解和应用，提高学生学习本课程的兴趣和积极性。设计实践教学中安排难易不同的实训项目，结合包装设计开展针对性设计练习，利用计算机辅助设计方法贯穿于设计实践。重视实训项目

完成后的反馈和交流，小组形式的交流更有助于学生间互相学习和借鉴。

（四）本课程与其它课程的联系和分工的说明

本课程是视觉传达专业的包装设计方向的理论与实践紧密结合的重要专业选修课程之一，重点研究解决纸盒包装设计中的结构与造型问题，包装装潢设计主要解决视觉传达设计，纸盒包装结构是包装装潢设计的基础，并与包装材料与工艺、包装结构与容器设计组成包装设计系统课程，为后续概念包装设计、系列包装设计、品牌包装设计奠定基础。

（五）教学时数安排

序号	内容	理论学时	实践学时	小计
1	纸盒包装设计概述	4		4
2	纸盒包装设计的流程	4	12	16
3	纸盒包装造型与结构设计	8	24	32
4	纸盒包装的材料与工艺	4	4	8
5	纸盒包装设计发展趋势	4		4
合计		24	40	64

（六）对实践操作、作业习题、考试考核办法及其它教学环节的说明

实践环节要求作业独立完成，作业成绩记入平时成绩。期末采取考查方式，平时成绩占 50%（其中：考勤 20%+课堂作业成绩 30%），期末成绩占 50%（期末成绩以答辩或展览展示形式，评分由三位教师集体给出）。总成绩评定可适当考虑参赛或项目应用成果情况给予加分，单项成绩不及格的总评成绩可作不及格处理。具体实践环节说明如下：

1. 实践一（12 学时）：纸盒包装造型设计与制作。包括：纸盒包装草图设计、纸盒包装效果图（三视图）设计、纸盒包装展开图设计与制作方案。

2. 实践二（4 学时）：纸包装材料的实践。选择超市、商场及专卖等，进行考察。了解现有纸盒包装常用材料和加工工艺。从造型、材料、工艺等方面进行分析整理，并以 Ppt 的形式提交调研报告。

3. 实践三（24 学时）：包装设计竞赛。选择学术性强的设计比赛项目作为设计命题。按照竞赛要求，遵循纸盒包装设计流程，进入针对性市场调研和材料收集，并对调研结果进行分析整理；对命题进行设计定位，进一步提出设计创意；进行草图绘制、方案选择、设计定稿。后期根据比赛要求进行三视图和立体效果图的制作，完成作品提交。

（七）选用教材及教学参考书

1. 《纸盒包装设计》 谢琪 编著 印刷工业出版社有限公司 2008 年
2. 《纸盒包装设计原理》 陈磊著 人民美术出版社 2012 年

《概念包装设计》课程教学大纲

课程名称：概念包装设计 The concept of packaging design

课程类别：专业教育选修课程

开课单位：设计艺术系

课程编码：23113058

总学时数：64

学 分：4

适用专业：视觉传达设计

先修课程：包装效果图表现、包装容器与结构等

考核方式：操作

一、课程内容

理论部分：

（一）概念艺术的历史演变和发展趋势

1. 概念设计的兴起
2. 概念设计的意义
3. 概念设计的特征
4. 概念设计的应用范围

（二）概念包装的内涵

1. 概念包装的含义
2. 概念包装的设计原则
3. 概念包装的特征

（三）概念包装设计方法

1. 不同设计方法的创新
2. 实验与改进
3. 借用与嫁接

（四）概念包装设计的形式

1. 情感体验式包装设计
2. 交互式包装设计
3. 动态包装设计

实践部分：

实践一 市场调研

实践二 包装创新设计

实践三 概念包装设计

二、大纲说明

[在此处键入]

（一）课程的性质和任务

课程是在明确包装原则、包装功能和包装设计方法等基础上，解决包装设计的创新性、实验性、多层次要求，主要利用概念设计方法进行创新实验的专业课程。利用多种方式，解决商品开发、商品销售、商品展示等设计表现。通过对消费心理、消费需求、民俗礼仪、生活方式的了解，借鉴不同的方法，解决包装设计各方面的问题，加深学生对包装设计的深入思考，从而拓展学生的创造性思维和设计方法。

（二）课程教学的基本要求

通过对包装设计的创新方法和包装特殊工艺处理的讲授，通过课题实践的方式，是学生系统的了解包装设计的创新方法，从而能够深入思考包装的内涵，研究不同表现手法的可行性，对包装设计具有研发能力，达到具有创造出有突破性的包装设计作品的潜能。

1. 了解概念艺术的理论知识
2. 了解概念包装的内涵，掌握概念包装的设计原则
3. 掌握概念包装设计的创新方法
4. 掌握概念包装设计的新趋势

（三）课程内容各层次的教学重点、难点、教学环节及教学方法的建议

1. 概念艺术的历史演变和发展趋势

重点：概念艺术的意义、特征及应用范围

2. 概念包装的内涵

重点：概念包装的特征

难点：概念包装的设计原则

3. 概念包装的设计方法

重点：不同设计方法的创新

难点：实验与改进、借用与嫁接

4. 概念包装的设计形式

重点：情感体验式包装、交互式包装

难点：动态包装设计

在教学过程中，可考虑团队教学的形式，强调理论基础重要性的同时，着重培养学生实践能力、创新能力，将理论与实践有机结合，贯彻到教学过程中。本课程的教学包括课堂讲授、课堂研讨、演讲、分组及独立做课题、市场调研、小组辅导、一对一辅导、比稿、讲评等教学环节。课堂教学采用讨论式的教学方法，理论结合实际，应用成功设计案例，融合课堂讨论、设计实践和作业评判等手段，结合项目教学法，引导学生加深对所学知识的理解和应用，提高学生学习本课程的兴趣和积极性。设计实践教学中安排难易不同的实训项目，结合概念包装设计表现开展针对性设计练习，利用计算机辅助设

计方法贯穿于设计实践。重视实训项目完成后的反馈和交流，小组形式的交流更有助于学生间互相学习和借鉴。展示说明的方式交流有助于学生的自我表现能力并能培养学生设计的信心。

（四）本课程与其它课程的联系和分工的说明

本课程是视觉传达设计专业的重要课程,主要目的是培养学生市场经济条件下的包装设计创新能力,与包装效果图表现、包装材料与工艺、包装容器与结构、系列化包装设计等组成包装设计课程体系。

包装效果图表现、包装材料与工艺、包装容器与结构等主要解决系列化包装设计与概念包装设计的基础问题;系列化包装设计是在市场经济模式下塑造企业品牌形象、提高品牌知名度的手段。

概念包装设计侧重于培养学生创造性设计思维,使学生在常规包装设计的基础上能够深入思考包装的内涵,研究不同表现手法的可行性,对包装设计新理念、新形式具有研发能力。

（五）教学时数安排

序号	内容	理论学时	实践学时	小计
1	概念艺术的历史演变和发展趋势	4		4
2	概念包装的内涵	4	4	8
3	概念包装的设计方法	8	18	26
4	概念包装的设计形式	8	18	26
合计		24	40	64

（六）对实践操作、作业习题、考试考核办法及其它教学环节的说明

实践环节要求作业独立完成,作业成绩记入平时成绩。期末采取考查方式,平时成绩占 50% (其中:考勤 20%+课堂作业成绩 30%),期末成绩占 50% (期末成绩以答辩或展览展示形式,评分由三位教师集体给出)。总成绩评定可适当考虑参赛或项目应用成果情况给予加分,单项成绩不及格的总评成绩可作不及格处理。具体实践环节说明如下:

1. 实践一(4 学时):考察包装市场,查阅网络、图书资料,记录整理最新的设计动态,分析概念包装的发展趋势,明确设计方向。

2. 实践二(18 学时):选用多种方式寻找设计创新点。在设计理念、包装外观结构域性能方面达到创新,制作实物效果和电脑模拟效果,并写出设计说明,附加调研情况和设计过程。

3. 实践三(18 学时):选择情感体验式或交互性为主要设计形式,表达人性化设计主题。从设计思想到表达形式进行大胆突破。

（七）选用教材及教学参考书

1. 《挺近零包装》 刘秀伟著 化学工业出版社 2012 年

2. 《包装设计》 黄信初 哈尔滨工程大学出版社 2011 年

《系列包装设计》课程教学大纲

课程名称：系列包装设计 Series of Packaging Design

课程类别：专业教育选修课程

开课单位：设计艺术系

课程编码：23113097

总学时数：64

学 分：4

适用专业：视觉传达设计

先修课程：概念包装设计、瓶贴设计等

考核方式：操作

一、课程内容

理论部分：

（一）系列包装设计的理念

1. 企业品牌的树立与推广
2. 良好的陈列与展示效果
3. 广告的宣传价值
4. 新产品的开发

（二）系列包装设计的设计构思

1. 表现商品属性
2. 把握档次
3. 突出品牌
4. 选择主体形象
5. 传达情感
6. 确立风格

（三）系列包装的设计表现

1. 立体造型
2. 平面图形

（四）系列包装设计的图形

1. 具象图形
2. 抽象图形
3. 装饰图形

（五）系列包装设计的色彩

1. 系列包装的色彩象征
2. 系列包装的基本色调
3. 色调组合与变化

（六）系列包装设计的字体

1. 文字在系列包装中的作用
2. 系列包装的主体文字
3. 系列包装的说明文字

（七）系列包装设计的编排

1. 立式系列包装设计编排
2. 卧式系列包装设计编排
3. 跨面设计

（八）系列包装设计的制稿

1. 系列包装电脑设计
2. 系列包装印刷制版

实践部分：

实践一 系列包装的设计表现

实践二 系列包装设计的图形

实践三 系列包装设计的色彩

实践四 系列包装设计的字体

实践五 系列包装设计的编排

实践六 系列包装设计的制稿

二、大纲说明

（一）课程的性质和任务

系列包装设计是视觉传达设计专业的一门专业教育选修课程。此课程的性质与任务是要求学生了解系列包装设计意义与功能有初步了解，着重掌握系列包装的理念、设计构思、设计表现、图形、色彩、字体、编排、制稿。训练学生对于系列包装的形式美感和设计技能，使学生具备系列包装的设计能力。

（二）课程教学的基本要求

1. 在课程教学中，讲授企业品牌的树立与推广、良好的陈列与展示效果、广告的宣传价值、新产品的开发等内容，采用理论与案例相结合的方法，要求学生了解系列包装设计的理念，即有关名词、概念、原理、知识的涵义，并能正确地认识和理解。明白设计构思的主要任务是调动各种艺术手段塑造一个理想的商品形象。

2. 在课程教学中，讲授系列包装设计的设计构思，即表现商品属性、把握档次、突出品牌、选择主体形象、传达情感、确立风格的构思过程，采用理论讲授、媒体展示、案例分析相结合的方法，使学生对于设计构思的过程有较为深刻的认知，在实践当中充分利用所学知识进行设计。

3. 在课程教学中, 讲授系列包装的设计表现, 即立体造型与平面图形, 采用建议是理论讲授、实例分析、资料收集、课堂讨论和练习实践相结合的方法。在学生的具体实践过程中, 应用所学知识, 解决实际的设计问题。商品包装的设计表现, 可以涉及到材料、技术、造型、结构、形式及画面构成等各个方面, 使学生了解设计表现关键在于表达商品的特有个性。

4. 在课程教学中, 讲授系列包装设计的图形, 即具象图形、抽象图形、装饰图形, 采用理论讲授、实例分析、练习实践相结合的方法。在系列包装设计中, 图形要为设计主题服务, 为塑造商品形象服务, 要注意准确传达商品信息和消费者的审美情趣。

5. 在课程教学中, 讲授系列包装设计的色彩, 即系列包装的色彩象征、系列包装的基本色调、色调组合与变化, 采用理论讲授、实例分析、资料收集、课堂讨论和练习实践相结合的方法, 使学生充分掌握系列包装设计通过色彩的象征性和感情特征来表现商品的各类特性, 并且能够灵活应用。

6. 在课程教学中, 讲授列包装设计的字体, 即文字在系列包装中的作用、系列包装的主体文字、系列包装的说明文字, 采用理论讲授、实例分析、讨论练习、训练辅导相结合的方法, 使学生掌握系列包装设计在通过字体的形象来表现设计内容时, 选择或设计适合表现设计内容的各种文字字体, 处理好它们互相间的主次关系与秩序。

7. 在课程教学中, 讲授系列包装设计的编排, 即立式系列包装设计编排、卧式系列包装设计编排、跨面设计, 采用理论与案例相结合的方法, 要求学生了解并掌握系列包装设计的编排形式同一般的平面设计的差别就在于系列包装是由多个面组成的立体形态, 因而除了掌握一般的平面设计的编排原则和形式特点外, 关键在于处理好各个体面之间的关系。

8. 在课程教学中, 讲授系列包装设计的制稿, 即系列包装电脑设计、系列包装印刷制版, 建议采用理论讲授、实例分析、资料收集、课堂讨论和练习实践相结合的方法。本课程注重学生的草图绘制能力和电脑设计能力, 加强学生对专业软件的熟练掌握与应用, 同时强调其制作的规范与精确。

(三) 课程内容各层次的教学重点、难点、教学环节及教学方法的建议

1. 系列包装设计的理念

重点是企业品牌的树立与推广。

难点是新产品开发。

2. 系列包装设计的设计构思

重点是突出品牌。

难点是突出品牌。

3. 系列包装的设计表现

重点是平面图形。

难点是立体造型。

4. 系列包装设计的图形

重点是抽象图形。

难点是装饰图形。

5. 系列包装设计的色彩

重点是色调组合与变化。

难点是色调组合与变化。

6. 系列包装设计的字体

重点是系列包装的主体文字。

难点是系列包装的说明文字。

7. 系列包装设计的编排

重点是立式系列包装设计编排。

难点是卧式系列包装设计编排。

8. 系列包装设计的制稿

重点是系列包装电脑设计。

难点是系列包装印刷制稿。

本课程应通过思维方式与形象教学的引导，理论联系实际，使用大量的参考案例进行教学引导，充分利用网络和社会实践等多层面、多路径、多方法进行教学，在教学过程中，应注意从实际出发，与时俱进的让学生通过接触、研习相关的学科知识和技能，着重学生以亲身体验的实践方式，系统地了解系列包装设计实战的全过程，逐步开拓出更加适应学生、社会，特别是适应产业市场运营的实用性教学方法。

（四）本课程与其它课程的联系和分工的说明

本课程是以《标志设计》、《字体设计》、《瓶贴设计》、《概念包装设计》等课程为基础，强化标志、字体、编排等知识在系列包装设计中的作用和联系，为《品牌包装策划与设计》等后续专业课程打下了基础。

（五）教学时数安排

序号	内容	理论学时	实践学时	小计
1	系列包装的设计理念	2		2
2	系列包装设计的设计构思	2		2
3	系列包装的设计表现	4	6	10
4	系列包装设计的图形	4	6	10
5	系列包装设计的色彩	4	6	10
6	系列包装设计的字体	4	6	10
7	系列包装设计的编排	2	6	8

8	系列包装设计的制稿	2	10	12
合计		24	40	64

(六) 对实践操作、作业习题、考试考核办法及其它教学环节的说明

实践环节要求完成实践练习作业，课堂作业应独立完成，综合练习作业可考虑小组完成，课堂作业成绩记入平时成绩。期末采取操作形式考核，课程成绩由考勤成绩 20%、平时作业成绩 30%和期末成绩 50%三部分构成，期末成绩由本系三位教师集体打分。具体实践环节说明如下：

1. 实践一（6 学时）：要求学生结合理论内容对案例进行分析，熟悉系列包装的设计表现，并立体造型和平面图形的表现进行训练；

2. 实践二（6 学时）：通过对系列包装设计的图形的学习，学生也可借助网络资源，结合系列包装设计的课题内容，通过快速表现的形式，针对具体产品或项目产品进行系列包装设计训练；

3. 实践三（6 学时）：通过快速表现的形式，结合系列包装设计的色彩，针对特定项目展开不同类型的创意训练，以草图形式表现；

4. 实践四（6 学时）：针对具体项目结合前期项目实践，按照系列包装设计的字体进行设计，将主体文字与说明文字在设计项目中进行合理化设计表现，教师辅导时要加强设计程序中的每个环节的把控和督导，对训练方法进行多方的推敲；

5. 实践五（6 学时）：针对具体项目结合前期项目实践，按照系列包装设计的编排方法进行设计，教师辅导时要加强设计程序中的每个环节的把控和督导，注重创意手段和训练方法。

6. 实践六（10 学时）：针对具体项目结合前期项目实践，按照系列包装设计的制稿进行课题设计，并依照设计要求对系列包装进行电脑设计与印刷制版，教师辅导时要加强设计程序中的每个环节的把控和督导，注重创意手段和训练方法。

(七) 选用教材及教学参考书

1. 《包装设计》 金东旭主编 中国青年出版社 2012 年
2. 《创造品牌的包装设计》 加文·安布罗斯主编 中国青年出版社 2012 年

《品牌包装策划与设计》课程教学大纲

课程名称：品牌包装策划与设计 Brand Packaging Planning And Design

课程类别：专业教育选修课程

开课单位：设计艺术系

课程编码：23113033

总学时数：80

学 分：5

适用专业：视觉传达设计

先修课程：计算机平面图形设计、字体设计等

考核方式：操作

一、课程内容

理论部分：

（一）概述

1. 我国包装的业现状
2. 包装品牌战略的实施
3. 包装品牌企划的概念
4. 包装品牌企划的研究范畴

（二）企业形象——品牌标志

1. 各大品牌标志讲解
2. 品牌标志意义
3. 各大品牌标志由来与品牌故事

（三）包装品牌的前期规划

1. 包装品牌市场调研
2. 包装品牌企划定位

（四）设计调查表格进行品牌市场调查

1. 选定调查对象，设计调查表格
2. 选定区域进行市场调查
3. 绘制表格等进行市场调研要素分析

（五）包装品牌理念建立

1. 包装品牌市场策略的形成
2. 包装品牌文化观念的构成

（六）包装品牌视觉设计

1. 包装品牌形象的基础视觉系统
2. 包装品牌视觉形象的应用系统
3. 包装品牌形象的是视觉拓展系统

（七）包装品牌推广与维护

1. 包装品牌企划之市场推广
2. 包装品牌企划之品牌维护

（八）包装产品设计企划

1. 包装产品设计企划的原则
2. 包装产品设计企划的要素
3. 产品设计的方案和流程

（九）设计一份品牌企划

1. 思维创作一个品牌
2. 对品牌进行前期规划，进行市场调研并作可行性报告
3. 树立服装品牌概念并作品牌视觉形象设计
4. 做一份品牌设计的市场推广计划与分析

（十）品牌企划报告

1. 对调研的品牌做分析报告
2. 进行第一个阶段的包装设计
3. 针对第一个阶段的设计进行展示设计

实践部分：

实践一 包装品牌标志设计训练

实践二 包装品牌的市场调研训练

实践三 包装装潢的设计训练

实践四 包装品牌视觉设计训练

实践五 包装品牌企划的设计训练

二、大纲说明

（一）课程的性质和任务

品牌包装策划与设计是视觉传达设计专业学生重点学习研究的课程，是一门理论性、实践性、应用性都很强的专业教育必修课程。通过本门课程的学习，学生达到专业的对品牌包装的策划与设计。

（二）课程教学的基本要求

通过课程的学习使学生熟悉品牌包装策划与设计的基础理论、基本知识和基本技能，掌握品牌包装设计的分析方法、表现方法、表现技巧、工作流程、预算管理，提升学生的综合分析能力、设计能力、文化素养及应用能力。

1. 概述, 本章要求了解我国包装业现状，了解包装品牌战略的实施，熟悉包装品牌企划的概念和研究范畴。

[在此处键入]

2. 企业形象——品牌标志，本章要求了解各大品牌标志意义，各大品牌标志由来与品牌故事。

3. 包装品牌的前期规划，本章要求了解包装市场品牌调研的内容，了解包装品牌企划的定位。

4. 设计调查表格进行品牌市场调查，本章要求固定调查对象，进行表格设计，调查结果进行要素分析。

5. 品牌包装理念建立，本章要求了解包装品牌市场策略形成，熟悉品牌文化观念的构成的各项因。

6. 品牌包装视觉设计，本章要求掌握了解品牌包装形象的基础视觉系统的内容，熟悉品牌包装企划的拓展展示系。

7. 包装品牌推广与维护，本章是了解市场推广品牌流程，了解品牌维护的各项工作。

8. 包装产品设计企划，本章要求掌握服装设计企划中各要素的流程安排，熟悉服装设计艺术表现和品牌文化的诠释。

9. 设计一份品牌企划，本章要求品牌具有一定的市场可行性，并做一份详细的市场调研报告，树立品牌概念并作品牌视觉形象设计，针对以上进行一份详细的品牌的市场推广计划与分析。

10. 品牌企划报告，本章要求调研的品牌具体的分析报告，第一阶段的一系列服装设计，展示设计要求与当推广主题符合。

（三）课程内容各层次的教学重点、难点、教学环节及教学方法的建议

1. 概述

重点是品牌标志的意义

难点是服装品牌标志由来与品牌故事。

2. 企业形象——品牌标志

重点是品牌标志的意义。

难点是服装品牌标志由来与品牌故事。

3. 包装品牌的前期规划

重点是包装品牌市场调研的内容。

难点是服装市场调研要素分析。

4. 设计调查表格进行品牌市场调查

重点是绘制调查表格。

难点是进行市场调研要素分析。

5. 包装品牌理念建立

重点是包装品牌文化观念的形成

难点是包装品牌故事。

6. 包装品牌视觉设计

重点是包装品牌的各大形象设计

难点是包装品牌企划的拓展展示系统。

7. 包装品牌推广与维护

重点是包装品牌的市场推广，以及品牌维护与推广策略

难点是包装品牌招商手册制定的科学性和合理性。

8. 包装产品设计企划

重点是包装设计企划中各要素的流程安排，服装设计的艺术表现和品牌文化的诠释

难点是包装设计艺术、技术与工程的结合。

9. 设计一份品牌企划

重点是做一个品牌企划

难点是对品牌的可行性进行市场调查与分析报告。

10. 品牌企划报告

重点是第一个季度的服装设计

难点是第一个季度设计进行的展示设计。

在教学过程中，强调理论基础重要性的同时，更应该高度关注学生实践能力、创新能力、实际应用能力的培养，建议将理论与实际应用有机结合，贯彻到教学过程中。

（四）本课程与其它课程的联系和分工的说明

本课程是《字体设计》《编排与印刷设计》等课程的后续课程，也是《毕业设计》的前期课程。本课程是《字体设计》与《编排与印刷设计》的综合设计能力的考察，也是理论与实践紧密结合的重要专业课程，为学生的专业设计素质打下坚实的基础。为了与其它相关学科衔接得当，在教学过程中应该注意以下几点：

4. 与《字体设计》的联系：《字体设计》培养学生对版面设计中的构成要素之一“字体”的形式变化的把握与应用设计。本课程学习中进一步加强设计元素在品牌包装推广设计中的练习与强化，实现设计表达的熟练性。

5. 与《排版与印刷设计》的联系：《排版与印刷设计》侧重基本的排版方法的学习，《排版与印刷设计》是《品牌包装策划与设计》课程的基础，而本课程是学习如何统筹规划品牌包装设计的表现与塑造办法。

6. 与后续课程《毕业设计》课程的联系：本门课程为后续的《毕业设计》课程中包装设计以及品牌的推广提供方法。

（五）教学时数安排

序号	内容	理论课时	实践学时	小计
1	概述	4		4
2	企业形象——品牌标志	4	8	12

[在此处键入]

3	包装品牌的前期规划	2	6	8
4	设计调查表格进行品牌市场调查	2	6	8
5	品牌包装理念建立	2	6	8
6	品牌包装视觉设计	2	6	8
7	包装品牌推广与维护	2	6	8
8	包装产品设计企划	2	6	8
9	设计一份品牌企划	2	6	8
10	品牌企划报告	2	6	8
合计		24	56	80

（六）对实践操作、作业习题、考试考核办法及其它教学环节的说明

实践环节要求完成实验操作方案、报告，要求作业独立完成，作业成绩记入平时成绩。考核方式为：根据大纲的要求评定成绩，以本课程的教学要求为考核的依据，平时成绩占 50%（考勤 20%+课堂作业成绩 30%），期末成绩占 50%（期末成绩以答辩或展览展示形式，评分由三位教师集体给出）。具体实践环节说明如下：

1. 实践一（10 学时）：要求学生结合理论内容对市场某种现有包装的标志形态进行分析，以 ppt 的形式进行比对分析汇报，提出设计创新点和改进点，并设计出一套品牌包装标志形态。

2. 实践二（10 学时）：通过包装品牌的市场调研训练，结合市场调研的基本方法原则，针对包装品牌的塑造进行创意训练，以计算机操作形式表现。

3. 实践三（10 学时）：通过对包装设计元素的整合，结合包装装潢设计中版面设计的理论知识，针对具体项目进行探讨并给出设计方案，以 ppt 的形式进行分析汇报，提出自己设计思路。

4. 实践四（10 学时）：针对具体某种品牌包装设计项目按照品牌包装设计程序进行设计，并依照设计要求对包装的外部装潢以及内部结构设计成果进行合理表现，以实物形式表现，教师辅导时要加强设计程序中的每个环节把控和督导。

5. 实践五（16 学时）：针对具某种品牌包装设计项目进行特点分析，并按照包装品牌的塑造设计程序进行合理表现，以实物形式表现，要求制作一份完整的包装品牌的企划方案，教师辅导时要加强设计程序中的每个环节把控和督导。

（七）选用教材及教学参考书

1. 《创造品牌的包装设计》（英）加文·安布罗斯（英）保罗·哈里斯 著 中国青年出版社 2012 年

2. 《包装品牌塑造与促销设计》周越 主编 印刷工业出版社有限公司 2009 年

《广告文案》课程教学大纲

课程名称：广告文案 Advertisement

课程类别：专业教育选修课程

开课单位：设计艺术系

课程编码：24113063

总学时数：32

学 分：2

适用专业：视觉传达设计

先修课程：设计概论等

考核方式：操作

一、课程内容

理论部分：

（一）广告文案概述

1. 广告文案的基本概念
2. 广告文案写作的特点

（二）广告文案的写作过程

1. 准备活动
2. 把握广告环境和写作对象
3. 理解广告创意
4. 提炼广告主题
5. 确定写作风格
6. 广告文案的构思
7. 完稿与测试

（三）广告文案的诉求方式

1. 理性诉求文案
2. 感性诉求文案
3. 情理结合诉求文案

（四）广告文案的语言与修辞

1. 广告文案语言的特性
2. 广告文案语言的规范
3. 广告文案的语气与诉求主体
4. 广告语言的修辞及运用

（五）广告文案的构成与写作

1. 广告文案构成要素
2. 广告标题的写作

[在此处键入]

3. 广告正文的写作
4. 广告口号的写作
5. 非主流广告文案的写作

（六）报刊广告文案写作

1. 报刊广告文案的类型
2. 报纸广告文案写作
3. 杂志广告文案写作

（七）电视广告文案写作

1. 电视广告文案概述
2. 电视广告文案格式
3. 电视广告文案的表现形式
4. 电视广告文案写作要求

（八）不同类型广告文案写作

1. 消费类广告文案写作
2. 服务、娱乐、文教类广告文案写作
3. 形象类广告文案写作
4. 系列广告文案写作
5. 公益类广告文案写作

实践部分：

实践一 报纸、杂志广告文案写作练习

实践二 电视广告文案写作练习

实践三 公益广告文案写作练习

实践四 系列广告文案写作

二、大纲说明

（一）课程的性质和任务

广告文案课程是视觉传达设计的一门专业选修课，广告文案以广告作品的创意、策划为写作前提；广告文案在广告中往往起着表达广告主题和传达广告信息的重要作用；因此，广告文案肩负着培养和训练广告人员从事专业写作素养和能力的任务。

（二）课程教学的基本要求

- 1、通过对本课程的学习，了解为什么要学习广告文案；
- 2、掌握如何进行广告文案写作，并能配合设计人员的创意构想一起完成广告文案写作；

[在此处键入]

3、培养学生有目的的写作能力，能够运用所掌握的艺术表达能力完成广告文案的写作。

4、了解和学习广告文案写作的一般规律和对撰稿人的素质要求。

5、了解广告与社会文化生活的关系。

6、广告文案写作与广告创意的联系、广告文案写作与受众接收心理的关系。

7、能够运用所学的理论进行广告文案写作，掌握不同媒体广告文案写作的特点与方法。

8、能够用较高的社文化品位和艺术水准对广告作品进行评析，并能从中引以为鉴，提升学生的综合素养。

（三）课程内容各层次的教学重点、难点、教学环节及教学方法的建议

教学重点、难点：

1. 广告文案概述

重点：广告传播的一般规律；广告文案写作的基本概念；

难点：掌握广告文案写作的特点。

2. 广告文案的写作过程

重点：把握广告环境和写作对象；理解广告创意；提炼广告主题；

难点：广告文案的构思；确定写作风格。

3. 广告文案的诉求方式

重点：广告文案的诉求方式特点；

难点：理性诉求文案、感性诉求文案、情理结合诉求文案的撰写。

4. 广告文案的语言与修辞

重点：广告文案语言的特性；广告文案语言的规范；

难点：广告语言的修辞及运用。

5. 广告文案的构成与写作

重点：广告文案构成要素；

难点：不同类型的广告文案的写作要领及写作规范。

6. 报刊广告文案写作

重点：报刊广告文案的类型；

难点：报纸广告文案写作；杂志广告文案写作。

7. 电视广告文案写作

重点：电视广告文案概述；电视广告文案格式；电视广告文案的表现形式；

难点：电视广告文案写作。

8. 不同类型广告文案写作

重点：不同类型广告文案的特点；

难点：不同类型广告文案的写作要求和写作规范。

（四）本课程与其它课程的联系和分工的说明

本课程是视觉传达设计的专业选修课程，是该专业学生学习和掌握广告文案以及广告策划的基础理论课程，通过广告文案的课程学习为学生学习广告专业核心课程，如广告创意表现、广告策划与设计、样本设计等课程提供文字撰写方面的知识能力。本课程的前导课程有设计概论、设计心理学等；本课程的后续课程有广告策划与设计等。

（五）教学时数安排

序号	内容	理论课时	实践学时	小计
1	广告文案概述	2		2
2	广告文案写作过程	2	2	4
3	广告文案的诉求方式	2	2	4
4	广告文案的语言与修辞	2	2	4
5	广告文案的构成与写作	2	2	4
6	报刊广告文案写作	2	2	4
7	电视广告文案写作	2	2	4
8	不同类型的广告文案写作	2	4	6
合计		16	16	32

（六）对实践操作、作业习题、考试考核办法及其它教学环节的说明

实践环节要求独立完成不同类型的广告文案，作业成绩记入平时成绩。根据大纲的要求评定成绩，考核方式为：以本课程的教学要求为考核的依据，平时成绩占 70%（其中：考勤 20%+课堂作业成绩 50%），期末成绩占 30%。具体实践环节说明如下：

1. 实践一（4 学时）：报纸、杂志广告文案写作练习。此部分实践课题训练要求学生能按照广告文案的写作过程、诉求方式进行报纸、杂志广告文案写作，掌握不同类型的报纸广告文案、杂志广告文案的特点，针对性的开展写作训练。建议教师给出不同类型的报纸广告、杂志广告文案选题 10 个，由学生自行选定其中的 2 个分别进行报纸和杂志广告文案写作，以提交纸质文件和 PPT 答辩的形式完成作业。

2. 实践二（4 学时）：电视广告文案写作练习。此部分实践课题训练要求学生能按照广告文案的语言表现、修辞手法、构成格式进行广告文案写作，掌握电视广告文案的特点，针对性的开展写作训练。建议教师给出不同类型的电视广告文案选题 3-5 个，由学生自行选定其中的 1 个进行电视广告文案写作，以提交纸质文件和 PPT 答辩的形式完成作业。

[在此处键入]

实践三（4 学时）：公益广告文案写作练习。此部分实践课题训练要求学生能按照公益广告文案的语言表现、修辞手法、构成格式进行广告文案写作，掌握公益广告文案的特点，针对性的开展写作训练。建议教师给出不同类型的公益广告文案选题 3-5 个，由学生自行选定其中的 1 个进行公益广告文案写作，要求分别完成报纸或杂志公益广告写作、电视或广播公益广告写作课题训练，以提交纸质文件和 PPT 答辩的形式完成作业。

实践四（4 学时）：系列广告文案写作。此部分实践课题训练要求学生能独立完成某一品牌的系列广告文案写作，掌握系列广告文案的写作特点，针对性的开展写作训练。建议教师给出某品牌的广告文案选题 5-8 个，由学生自行选定其中的 1 个进行系列广告文案写作，要求分别完成报纸、杂志系列广告写作课题训练，以提交纸质文件和 PPT 答辩的形式完成作业。

（七）选用教材及教学参考书

1. 《现代广告写作》 方蔚林著 中国人民大学出版社 1998 年
2. 《广告文案写作原理与技巧》 杨先顺等编 暨南大学出版社 2009 年
3. 《广告文案》 乐剑锋编 上海人民美术出版社 2012 年

《样本设计》课程教学大纲

课程名称：样本设计 Sample Design

课程类别：专业教育选修课程

开课单位：视觉传达设计

课程编号：23113066

总学时：64

学 分：4

适用专业：视觉传达设计

先修课程：图案设计、排版与印刷设计等

考核方式：操作

一、课程内容

理论部分：

（一）概述

1. 本课程的介绍
2. 样本设计的含义
3. 样本设计的特征

（二）样本设计的分类

（三）样本设计与文字

（四）样本设计与色彩

（五）样本设计与图形

（六）样本设计与版式

（七）样本设计与印刷

（八）样本设计案例分析

实践部分：

实践一 企业年报样本设计

实践二 企业画册样本设计

二、大纲说明

（一）课程的性质和任务

本课程是视觉传达设计专业的一门专业教育选修课。通过本课程的学习使学生了解视觉设计的服务领域以及不同设计领域的特点，客观看待设计市场化、产业化趋势的现实必然性，正确认识设计必须服务于实际生产生活的重要性，通过课程学习，要求学生学会做不同类型的样本（画册）设计。

（二）课程教学的基本要求

1. 使学生了解和掌握样本设计的基本原理和技巧，培养学生的创新能力，并

[在此处键入]

能自觉地落实到今后的设计实践中；

2. 使学生掌握样本设计的基本原则、方法、要求等（如：样本设计中的图形、色彩、文字、版式之间的关系及运用）；

3. 通过实验教学中的案例分析和设计制作各类样本设计，培养和训练学生对各类样本设计的实际操作能力。

（三）课程内容各层次的教学重点、难点、教学环节及教学方法的建议

教学重点、难点：

1. 概述

重点：样本设计的定义、特征。

难点：样本设计与视觉传达设计的关系。

2. 样本设计的分类

重点：样本设计的分类。

难点：各种类型样本设计的特点和手段。

3. 样本设计与文字

重点：文字在样本设计中的运用。

难点：样本设计中的文字的设计表现方法。

4. 样本设计与色彩

重点：样本设计中的色彩设计方法。

难点：掌握不同类型样本设计的色彩表现方法。

5. 样本设计与图形

重点：样本设计的图形运用。

难点：通过案例讲授使学生学会进行实践分析及设计。

6. 样本设计与版式

重点：不同企业、不同类别的样本设计的版式表现形式。

难点：不同类型样本设计的版式设计方法。

7. 样本设计与印刷

重点：不同类别的样本设计采用的印刷手段及印刷工艺，材料等。

难点：能独立解决样本设计的印前、印中、印后问题。

8. 样本设计案例分析

重点：教师选取具有特征的案例进行讲解。

难点：使学生理解不同类型样本设计之间的区别，并能独立进行样本设计。

教学方法建议：本课程是视觉传达设计专业的专业选修课程之一，建议教师授课时以围绕样本设计中有关的印刷、版式、色彩、图形等为主要内容进行讲授，不宜过多的涉及或在课程中大量讲授视觉传达专业之外的理论点与知识点，难度

[在此处键入]

要适中。本门课程建议学生自主选择教材（任课教师可推荐，学生作参考）。

（四）本课程与其它课程的联系和分工的说明

本课程在视觉传达设计专业课程群中具有承上启下的作用，是视觉传达设计的技能训练类型的课程。在本专业的课程体系中延续构成基础、计算机平面图形设计、计算机三维图形设计、文字与编排设计等课程的视觉设计方面的知识点，整合前期课程的理论内容，为后续专业核心课程的学习奠定基础。本课程的前导课有：图案设计、字体设计、摄影基础、插图设计等。本课程的后续课有：书籍装帧设计、图标图标设计等。

（五）教学时数安排

序号	内容	理论课时	实践学时	小计
1	概述	2		2
2	样本设计的分类	2		2
3	样本设计与文字	2	4	6
4	样本设计与色彩	2	4	6
5	样本设计与图形	2	8	10
6	样本设计与版式	2	8	10
7	样本设计与印刷	4	8	12
8	样本设计案例分析	8	8	16
合计		24	40	64

（六）对实践操作、作业习题、考试考核办法及其它教学环节的说明

考核方式为：根据大纲的要求评定成绩，以本课程的教学要求为考核的依据，平时成绩占 50%（其中：考勤 20%+课堂作业成绩 30%），期末成绩占 50%（期末成绩以答辩或展览展示形式，评分由三位教师集体给出）。

实践一（16 学时）：企业年报样本设计。此部分着重训练学生运用文字、色彩设计的能力，根据不同企业的特点进行年报样本设计，要求学生达到能够独立设计企业年报样本的能力。建议教师给出实际项目课题（如政府机关、大型企业、事业单位等），由学生进行设计，最终以实际样本印刷图册成品以及 PPT 答辩形式提交课题作业。

实践二（24 学时）：企业画册样本设计。此部分着重训练学生运用图形设计、版式设计的能力，根据不同企业的特点进行画册样本设计，要求学生达到能够独立设计企业画册样本的能力，并且能够完成样本印刷前期的印前准备工作。建议教师给出实际企业项目课题（如医院、学校、餐饮企业等），由学生自行选取课题进行设计表现，最终以实际样本印刷图册成品以及 PPT 答辩形式提交课题作业。

[在此处键入]

(七) 选用教材及教学参考书

1. 《样本及促销设计——欧美新设计分类图库》埃斯特拉达 (Estrada, S.)
张朝艺 译 上海人民美术出版社 2006 年
2. 《型录设计》王俊 上海人民美术出版社 2006 年
3. 《型录设计》陈琰年 胡荣奎 重庆大学出版社 2010 年

《POP 与 DM 广告设计》课程教学大纲

课程名称：POP 与 DM 广告设计 POP and DM Advertising Design

课程类别：专业教育选修课程

开课单位：设计艺术系

课程编码：23113043

总学时数：64

学 分：4

适用专业：视觉传达设计

先修课程：构成基础、字体设计、插图设计等

考核方式：操作

一、课程内容

理论部分：

（一）POP 广告的概述

1. POP 广告的概念
2. POP 广告的起源与发展
3. POP 广告的性质
4. POP 广告的功能
5. POP 广告的设计要求
6. 优秀的 POP 广告应具备的特点

（二）POP 广告的设计分类与设计重点

1. POP 广告的分类
2. POP 广告设计重点

（三）POP 广告的构成元素与表现形式

1. POP 广告的图形
2. POP 广告的色彩
3. POP 广告文案
4. Pop 广告的版式
5. 手绘 POP 广告
6. 电脑 POP 广告

（四）POP 广告的创意来源和设计程序

1. POP 广告的创意来源
2. POP 广告的设计程序

（五）POP 广告的创意方法

1. 直接展示法
2. 突出特征法

3. 对比衬托法
4. 合理夸张法
5. 以小见大法
6. 运用联想法
7. 富于幽默法
8. 借用比喻法
9. 以情托物法
10. 悬念安排法

（六）POP 广告的训练方法

1. 抽象形态的思维训练
2. 基本形态的创意训练
3. 相关形态的思维训练
4. 不同风格与氛围的创意训练

（七）DM 广告的概述

1. DM 广告的内涵
2. DM 广告的分类及主要特征
3. DM 广告的设计要素
4. DM 广告与市场销售规律、消费心理的关系

（八）DM 广告的创意与训练方法

1. DM 广告的创意方法
2. DM 广告的训练方法

实践部分：

实践一 POP 广告的表现形式

实践二 POP 广告的设计程序

实践三 POP 广告的创意

实践四 POP 广告的训练

实践五 DM 广告的创意和训练

二、大纲说明

（一）课程的性质和任务

POP 与 DM 广告设计是视觉传达设计专业在实际应用中的一门专业教育必修课程。通过学习研究 POP 与 DM 广告的定义、特点、功能与消费心理的关系，以及 POP 与 DM 广告的设计程序和创意训练，使得学生了解 POP 与 DM 广告在销售中的作用，研究它们与消费心理的关系，掌握基本的设计制作技巧，并在实际应用中能醒目的传达正确的商

品信息。

（二）课程教学的基本要求

1. 在课程教学中，讲授 POP 广告的概念、起源与发展、性质、功能、设计要求、优秀的 POP 广告应具备的特点，理论与案例相结合，要求学生了解本课程的基础知识，即有关名词、概念、原理、知识的涵义，并能正确地认识和理解。

2. 在课程教学中，讲授 POP 广告的设计分类与设计重点，采用理论讲授、媒体展示、案例分析相结合的方法，使学生对于 POP 广告的设计分类与设计重点有较为深刻的认知。

3. 在课程教学中，讲授 POP 广告的图形、色彩、文案、版式、手绘 POP 广告、电脑 POP 广告，采用理论讲授、实例分析、资料收集、课堂讨论和练习实践相结合的方法。在学生的具体实践过程中，应用所学知识，解决实际的设计问题。

4. 在课程教学中，讲授 POP 广告的创意来源和设计程序，采用理论讲授、实例分析、练习实践相结合的方法。本课程注重学生的草图绘制能力和电脑设计能力，加强学生对专业软件的熟练掌握与应用，同时强调其制作的规范与精确。

5. 在课程教学中，讲授 POP 广告的十种创意方法，采用理论讲授、实例分析、资料收集、课堂讨论和练习实践相结合的方法，使学生充分掌握这十种创意方法，并且能够灵活应用。

6. 在课程教学中，讲授 POP 广告的训练方法，即抽象形态的思维训练、基本形态的创意训练、相关形态的思维训练。建议采用理论讲授、实例分析、讨论练习、训练辅导相结合的方法。

7. 在课程教学中，讲授 DM 广告的概述，即 DM 广告的内涵、分类及主要特征、设计要素、DM 广告与市场销售规律、消费心理的关系，理论与案例相结合，要求学生了解本课程的基础知识，即有关名词、概念、原理、知识的涵义，并能正确地认识和理解。

8. 在课程教学中，讲授 DM 广告的创意与训练方法，建议采用理论讲授、实例分析、资料收集、课堂讨论和练习实践相结合的方法。

（三）课程内容各层次的教学重点、难点、教学环节及教学方法的建议

1. POP 广告的概述

重点是 POP 广告的设计要求。

难点是优秀 POP 广告应具备的特点。

2. POP 广告的设计分类与设计重点

重点是 POP 广告设计重点。

难点是商品的陈列布置。

3. POP 广告的构成元素与表现形式

重点是 POP 广告的图形。

难点是 POP 广告的版式。

4. POP 广告的创意来源和设计程序

重点是 POP 广告的创意来源。

难点是 POP 广告的设计程序。

5. POP 广告的创意方法

重点是掌握 POP 广告的创意方法。

难点是运用 POP 广告的创意方法。

6. POP 广告的训练方法

重点是掌握 POP 广告的训练方法。

难点是应用 POP 广告的训练方法。

7. DM 广告的概述

重点是 DM 广告的设计要素。

难点是 DM 广告与市场销售规律、消费心理的关系。

8. DM 广告的创意与训练方法

重点是掌握 DM 广告的创意方法。

难点是运用 DM 广告的训练方法。

本课程应遵循学生自主学习为主、教师导学为辅的模式进行教学，理论联系实际，充分利用网络和社会实践等多层面、多路径、多方法进行教学，在教学过程中，应注意从实际出发，与时俱进的让学生通过接触、研习相关的学科知识和技能，着重以亲身体验的实践方式，系统地了解 POP 与 DM 广告设计实战的全过程，逐步开拓出更加适应学生、社会，特别是适应产业市场运营的实用性教学方法。

（四）本课程与其它课程的联系和分工的说明

本课程是以《构成基础》、《字体设计》、《插图设计》等课程为基础，强化构成元素在广告中的作用和联系，结合字体设计与排版方法等基础知识，是理论与实践紧密结合的重要专业教育必修课程，为《广告策划与设计》等后续专业课程打下了基础。

（五）教学时数安排

序号	内容	理论学时	实践学时	小计
1	POP 广告的概述	2		2
2	POP 广告的设计分类与设计重点	2		2
3	POP 广告的构成元素与表现形式	4	6	10
4	POP 广告的创意来源与设计程序	4	6	10
5	POP 广告的创意方法	4	10	14
6	POP 广告的训练方法	4	10	14
7	DM 广告概述	2		2

8	DM 广告的创意与训练方法	2	8	10
合计		24	40	64

(六) 对实践操作、作业习题、考试考核办法及其它教学环节的说明

实践环节要求完成实践练习作业，课堂作业应独立完成，综合练习作业可考虑小组完成，课堂作业成绩记入平时成绩。期末采取操作形式考核，课程成绩由考勤成绩 20%、平时作业成绩 30%和期末成绩 50%三部分构成，期末成绩由本系三位教师集体打分。具体实践环节说明如下：

1. 实践一（6 学时）：要求学生结合理论内容对案例进行分析，熟悉 POP 广告的构成元素，并对 POP 广告的图形与版式表现进行训练；

2. 实践二（6 学时）：通过对 POP 广告的创意来源与设计程序的学习，学生也可借助网络资源，结合 POP 广告设计内容，通过快速表现的形式，针对具体产品或项目产品进行 POP 广告设计训练；

3. 实践三（10 学时）：通过快速表现的形式，结合 POP 广告的创意方法，针对特定项目展开不同类型的创意训练，以草图形式表现；

4. 实践四（10 学时）：针对具体项目结合前期项目实践，按照 POP 广告的训练方法进行设计，以 POP 广告的形式表现及设计要求对设计项目进行合理化表现，教师辅导时要加强设计程序中的每个环节的把控和督导，对训练方法进行多方的推敲；

5. 实践五（8 学时）：针对具体项目结合前期项目实践，按照 DM 广告的创意与训练方法进行设计，并依照设计要求对 DM 广告设计进行合理表现，教师辅导时要加强设计程序中的每个环节的把控和督导，注重创意手段和训练方法。

(七) 选用教材及教学参考书

1. 《POP 广告设计》 刘宝成 张静 夏玮主编 清华大学出版社 2013 年
2. 《DM 设计》 南云治嘉 武湛主编 中国青年出版社 2006 年

《导视系统设计》课程教学大纲

课程名称：导视系统设计 Wafinding System Design

课程类别：专业教育选修课程

开课单位：设计艺术系

课程编码：23113042

总学时数：64

学 分：4

适用专业：视觉传达设计

先修课程：标志设计等

考核方式：操作

一、课程内容

理论部分：

（一）导视系统设计概述

1. 本门课程介绍
2. 导视系统的概念
3. 导视系统的发展历史与现状

（二）导视系统设计的要素分析

1. 导视图形符号
2. 导视系统字体
3. 导视系统的版式设计
4. 导视系统的色彩设计

（三）标识导视信息传播分析

1. 视觉传播
2. 标识醒目的原则
3. 适时适地的原则
4. 双向的原则
5. 通用的原则
6. 语言传播
7. 触觉传播

（四）城市环境与标识导视系统设计

1. 分布合理
2. 位置醒目
3. 导视明确
4. 层次清晰
5. 特定人群

[在此处键入]

（五）信息导视系统设计的流程

1. 系统设计流程
2. 系统设计的流程案例分析

（六）标识导视系统分类设计分析

1. 道路交通标识系统
2. 机场交通标识导视系统
3. 写字楼环境标识导视系统
4. 校园环境标识导视系统
5. 医院标识导视系统
6. 商业环境标识导视系统
7. 住宅环境标识导视系统
8. 旅游景区和园林景观标识导视系统
9. 场馆标识导视系统

实践部分：

实践一 交通导视系统训练

实践二 专题导视系统训练 1（写字楼、医院、住宅区、学校教学楼）

实践三 专题导视系统训练 2（园林景观、旅游景区、校园环境）

二、大纲说明

（一）课程的性质和任务

本课程是视觉传达设计专业的一门重要的专业教育必修课，同时也是一门交叉性、理论性比较强的课程。本课程的教学是通过课堂讲授与设计实践，使学生正确理解导视系统的概念，了解导视系统发展的历史和发展趋势，培养学生的导视系统设计能力，并能够运用现代设计方法，对内、外视觉形象进行系统化的设计。

（二）课程教学的基本要求

通过该课程的教学，培养学生的审美素质、创造能力与表现能力，掌握不同类型的环境导视系统设计的表现形式，使学生能运用所学知识服务社会。因此，需达到如下要求：

1. 通过导视设计活动，巩固有关图形的知识，积累设计经验，发展系统的思维和表达能力；通过导视图形设计实践，进一步熟悉计算机绘图的技能。
2. 在探索和实践的过程中，培养学生观察、分析和口头表达能力。
3. 培养学生认识美、欣赏美、创造美的能力。
4. 能够独立完成不同类型的导视系统设计任务。

[在此处键入]

5. 通过案例分析，掌握信息导视系统设计的流程。
6. 能够通过调研与设计分析，独立操作完成标识导视系统分类设计任务。

（三）课程内容各层次的教学重点、难点、教学环节及教学方法的建议

教学重点、难点：

1. 概述

重点：本课程的性质、地位、作用 and 任务；教师指导学生复习前期标志设计课程的知识点，连接该课程和前期课程，承上启下完成教学任务。

难点：导视系统设计的起源，导视系统的特点以及在现代设计中的应用。

2. 标识导视系统设计的要素分析

重点：导视系统符号各类要素的分析；

难点：导视设计的规律及特点；国内外导视系统纵向、横向的比较。

3. 标识导视信息传播分析

重点：什么是视觉传播；标识设计的原则；信息传播的类型及特点；

难点：导视设计原则。

4. 城市环境与标识导视系统设计

重点：现代导视系统设计的不同表现形式；

难点：导视系统的不同表现样式以及对上述要素的方法与规律，运用软件进行导视系统设计。

5. 信息导视系统设计的流程

重点：什么是系统设计，系统设计的流程是怎样进行的；

难点：信息系统设计的流程案例分析。

6. 标识导视系统分类设计分析

重点：交通标识、商业环境标识、住宅环境标识、旅游景区环境、场馆环境导视系统设计；

难点：不同类型的导视系统设计方法。

（四）本课程与其它课程的联系和分工的说明

导视系统设计是视觉传达设计专业的专业必修课程之一，属于企业视觉形象传播课程群中的核心课程，它与标志设计、企业形象策划课程有密不可分的关系。本课程的前导课有：图案设计、标志设计、计算机平面图形设计、计算机三维图形设计等。本课程的后续课有：企业形象设计。

（五）教学时数安排

序号	内容	理论课时	实践学时	小计
1	标识导视系统设计概述	4		4
2	标识导视系统设计的要素分析	4	4	8

[在此处键入]

3	标识导视信息传播分析	4	8	12
4	城市环境与标识导视系统设计	4	12	16
5	信息导视系统设计的流程	4	8	12
6	标识导视系统分类设计分析	4	8	12
合计		24	40	64

（六）对实践操作、作业习题、考试考核办法及其它教学环节的说明

实践环节要求完成实践练习作业，课堂作业应独立完成，综合练习作业可考虑小组完成，课堂作业成绩记入平时成绩。考核方式为：根据大纲的要求评定成绩，以本课程的教学要求为考核的依据，平时成绩占 50%（其中：考勤 20%+课堂作业成绩 30%），期末成绩占 50%（期末成绩以答辩或展览展示形式，评分由三位教师集体给出）。具体实践环节说明如下：

1. 实践一（12 学时）：交通导视系统训练实践部分，要求学生能够识别道路交通标识，按照道路交通导视系统设计规范进行设计制作，完成包括道路交通导视图形符号设计、导视系统字体设计、导视系统的版式设计、导视系统的色彩设计四部分的实践训练，建议教师通过带领学生实地考察太原市某一路段的交通导视系统的设计，找到此设计的优势与不足，使学生有针对性的做道路交通导视系统的改良设计，以制作一份规划合理、表现准确的道路交通导视手册形式完成作业。

2. 实践二（12 学时）：专题导视系统训练 1，主要针对环境内部导视系统进行训练，如写字楼、医院、住宅区等，要求学生能够通过实地考察调研，结合不同类型导视系统设计的特点以及设计流程，运用软件进行导视系统设计。建议教师通过带领学生实地考察太原市的写字楼、医院、住宅区等地点，使学生亲身感受到不同类型的导视系统的特点，并分析此类导视系统的优势和不足，有针对性的开展导视系统设计。由于课程实践学时数的限制，此部分实践训练建议教师从写字楼、医院、住宅区三种类型中选择一种进行，以制作提案书，PPT 竞标答辩形式完成作业。

3. 实践三（16 学时）：专题导视系统训练 2，主要针对环境外部导视系统进行训练，如旅游景区、园林景观等，要求学生能够通过实地考察调研，结合不同类型导视系统设计的特点以及设计流程，运用软件进行导视系统设计。建议教师通过带领学生实地考察太原市的公园、旅游景区、大学校园等地点，结合环境外部类导视系统设计的注意点，分析此类导视系统设计的优势及不足，针对性的开展导视系统设计。此部分实践课题建议教师从旅游景区、园林景观、校园环境中选择一种进行导视系统设计，以制作提案书，PPT 竞标答辩形式完成作业。

（七）选用教材及教学参考书

[在此处键入]

- 1.《高等艺术院校艺术设计学科专业教材：标识导视系统设计》洪兴宇著 湖北美术出版社 2001 年
- 2.《导视系统设计》肖勇主编，电子工业出版社 2013 年

《广告创意表现》课程教学大纲

课程名称：广告创意表现 Advertising Creative Performance

课程类别：专业教育选修课程

开课单位：设计艺术系

课程编码：23113041

总学时数：64

学 分：4

适用专业：视觉传达设计

先修课程：图形创意、字体设计、标志设计等

考核方式：操作

一、课程内容

理论部分：

第一部分 概念篇

（一）广告设计概论

1. 广告设计的概念
2. 广告设计的功能
3. 平面广告的分类
4. 现代广告设计的历史与未来

（二）广告设计执行要素

1. 广告设计的构成要素
2. 广告设计操作流程

第二部分 创意形成

（三）广告创意策略

1. 广告策略
2. 广告创意
3. 创意策划
4. 创意手法

（四）创意技巧

1. 创意概念的挖掘
2. 成功广告创意开发

第三部分 视觉篇

（五）广告设计视觉表达

1. 简化的价值
2. 视觉的方法
3. 符号的重组

实践部分：

实践一 广告设计调研

实践二 广告策略

实践三 创意技巧

实践四 广告中的视觉表现

二、大纲说明

（一）课程的性质和任务

广告创意表现是视觉传达设计专业的一门专业性、应用性强的重要专业必修课程。广告创意在广告设计课程体系中居于关键地位，在广告运作的框架中起着至关重要的作用，因为它是广告作品直接打动消费者的核心，是为促进产品或服务的销售、实现广告目标，经过创造性思维而获得的独特的“好的主意”或“好的点子”。创意是广告的灵魂，是广告设计的基础，是使广告活动取得事半功倍效果的捷径。

（二）课程教学的基本要求

采用将原理融入案例进行讲述的方式：学生观赏广告精品、适当课堂训练、揣摩体会广告创意；学习经典广告创意案例，提升创意表现能力；鼓励课外阅读，例《国际广告》《现代广告》等杂志，把握广告创意表现最新动态、手段与方法等。

1. 了解广告创意的基础理论知识
2. 掌握广告设计的设计流程，了解广告创意的构成要素
3. 掌握广告创意的策略
4. 掌握广告创意的设计语言转换
5. 掌握广告创意的设计形式

（三）课程内容各层次的教学重点、难点、教学环节及教学方法的建议

1. 广告设计概论

重点：广告设计的概念、功能、平面广告的类别及现代广告设计的历史与未来

2. 广告设计执行要素

重点：广告设计的构成要素

难点：广告设计操作流程

3. 广告创意策略

重点：表现性创意策略

难点：总体性创意策略

4. 广告创意技巧

重点：广告创意的方法

难点：广告与创造性思维

5. 广告创意的视觉表达

[在此处键入]

重点：广告要抓取注意力，扩展影响力，调动视觉形式是有效实现这一目的的途径。

难点：分析广告视觉形式要素，并强化学生的视觉表达能力训练。

在教学过程中，可考虑团队教学的形式，强调理论基础重要性的同时，着重培养学生实践能力、创新能力，将理论与实践有机结合，贯彻到教学过程中。本课程的教学包括课堂讲授、讨论、演讲、分组及独立做课题、市场调研、小组辅导、一对一辅导、比稿、讲评等教学环节。课堂教学采用讨论式的教学方法，理论结合实际，应用成功设计案例，融合课堂讨论、设计实践和作业评判等手段，结合项目教学法，引导学生加深对所学知识的理解 and 应用，提高学生学习本课程的兴趣和积极性。设计实践教学中安排难易不同的实训项目，结合广告创意表现开展针对性设计练习，利用计算机辅助设计方法贯穿于设计实践。重视实训项目完成后的反馈和交流，小组形式的交流更有助于学生间互相学习和借鉴。展示说明的方式交流有助于学生的自我表现能力并能培养学生设计的信心。

（四）本课程与其它课程的联系和分工的说明

本课程是视觉传达设计专业的重要课程,主要目的是培养学生市场经济条件下的广告创意表现能力，与海报设计、广告策划与设计、POP 与 DM 广告设计组成广告设计课程体系。

海报设计主要解决文化类视觉传达设计，广告策划涵盖广告环境分析、产品研究、消费者行为研究、竞争对手研究、广告目标确定、广告定位、广告创意、广告战略、媒体选择、广告发布时机确定、广告费用预算与广告效果调查及评估等。

广告创意表现是广告设计的基础，重点解决创意思维和视觉设计表现，培养学生从专业的角度把设计创意转化为视觉语言的能力。

（五）教学时数安排

序号	内容	理论学时	实践学时	小计
1	广告设计概述	4	0	4
2	广告设计执行要素	4	8	12
3	广告创意策略	4	8	12
4	广告创意技巧	4	8	12
5	广告创意设计的视觉表达	8	16	24
合计		24	40	64

（六）对实践操作、作业习题、考试考核办法及其它教学环节的说明

实践环节要求作业独立完成，作业成绩记入平时成绩。期末采取考查方式，平时成绩占 50%（其中：考勤 20%+课堂作业成绩 30%），期末成绩占 50%（期末成绩以答辩或展览展示形式，评分由三位教师集体给出）。总成绩评定可适当考虑参赛或项目应用成果情况给予加分，单项成绩不及格的总评成绩可作不及格处理。具体实践环节说明如下：

[在此处键入]

1. 实践一（8 学时）：调研内容包含客户需求收集、目标人群锁定、消费心理调查、市场现状分析、产品特色分析等。宣传策略制定是解决“说什么”——传达什么样的定位信息和“怎么说”——运用什么样的传播媒体发布广告的问题，是统一核心诉求和信息集中的阶段；

2. 实践二（8 学时）：通过调研资料的分析整理，确立广告设计定位，可以从市场、消费者或者宣传对象进行优势选择。运用设计定位方法使广告设计能准确地传达设计主题。从优秀案例的上戏中寻找“好点子”。素材可以选择经典广告创意案例、阅读《国际广告》《现代广告》等杂志，从经典中寻找创意方法，进而提交创意文案。

3. 实践三（8 学时）：根据设计文案，运用发散性思维，进行不同创意思考，寻找创意亮点。并进行草图绘制，寻找准确地表达方式。

4. 实践四（16 学时）：综合运用图形创意、色彩、排版设计等平面视觉元素，将设计主题用新颖独特的方式准确地传达给受众。

（七）选用教材及教学参考书

1. 《平面广告设计》 徐阳、刘瑛编著 上海人民美术出版社 2011 年
2. 《广告游戏》 陈原川著 中国建筑工业出版社 2009 年

《图标图表设计》课程教学大纲

课程名称：图标图表设计 Icons Graphic Design

课程类别：专业教育选修课程

开课单位：设计艺术系

课程编码：23113048

总学时数：64

学 分：4

适用专业：视觉传达设计

先修课程：图形创意、计算机平面图形设计

考核方式：操作

一、课程内容

理论部分：

（一）图标的基础概念

1. 界面图标的概念
2. 图标的作用和发展趋势
3. 图标的分类和类型

（二）界面图标的设计

1. 图标设计的概念
2. 图标的设计原则
3. 图标的设计形式
4. 图标设计的风格

（三）图标的制作技法

1. 设计步骤
2. 设计工具

（四）图标设计训练

1. 程序图标设计训练
2. 工具栏图标设计训练
3. 按钮图标设计训练
4. UI 界面设计训练

（五）信息图表设计概述

1. 信息图表的概念
2. 信息图表发展溯源
3. 信息图表的应用

（六）信息图表的主体内容与形态特征

1. 字母系统
2. 数字系统

[在此处键入]

3. 色彩系统

4. 具象形态

5. 抽象形态

(七) 信息图表的设计流程、方法与原则

1. 信息图表的设计流程

2. 信息图表的可视化表现方法

3. 信息图表的设计原则

4. 信息图表的传达形式

(八) 信息图表设计案例分析与训练

1. 统计图表课题练习

2. 示意图表课题练习

3. 导向信息课题练习

实践部分：

实践一 程序图标设计训练

实践二 工具栏图标设计训练

实践三 按钮图标设计训练

实践四 统计图表课题练习

实践五 示意图表课题练习

实践六 导向信息课题练习

实践七 UI 界面设计训练

二、大纲说明

(一) 课程的性质和任务

图标图表设计是视觉传达设计专业的专业选修课程，图标、图表设计是现代信息技术发展的产物。图标是人机界面的重要视觉化信息识别要素，随着电子产品的不断丰富发展，界面图标的设计市场需求越来越强，图标的设计学习具有很强的应用性。图表是信息统计的一种重要形式，在办公、设计、统计等行业和学科中应用广泛，是现代人们日常生活中非常重要的记录、识别的有效方式。人性化的人机界面设计需求对图标图表的设计提出了更高的要求。掌握图标图表的设计技术，掌握图标图表设计规律并创造性的应用，掌握如何设计好图标图表的信息沟通、时代特点、文化韵味。本课程是一门理论性、实践性、应用性都很强的专业课。

(二) 课程教学的基本要求

通过课程的学习使学生掌握图标图表设计的基础理论、基本知识和基本技能，掌握典型图标图表的设计方法，掌握图标设计与界面设计的关系，掌握图表的逻辑表现的一般方法。本课程强调实践环节。精讲多练，注重学生实际动手能力的培养。1. 图标的基

[在此处键入]

础概念，同学掌握图标的基本概念，图表的分类和发展趋势，理解图标设计的实用性、应用性和艺术性。2. 界面图标的设计，本章是图标的设计形式研究，同学掌握图标的风格设计和内涵。3. 图标的制作技法，同学掌握图标的设计步骤，熟练掌握图标图表的设计方法、软件工具、基本技能。4. 图标设计训练，讲解各类应用图标设计方法，注重各实践课题训练的作品质量。5. 信息图表设计概述，本章重点息图表的基本概念的理解，阐明信息图表的应用性理论。6. 信息图表的主体内容与形态特征，达到学生对信息图表的主体内容知识的掌握，主要包括信息图表的形态特征和表达方式。7. 信息图表的设计流程、方法与原则，本章重点是要对设计的流程、方法、原则在讲授清楚的同时，并且能够进行应用性的学习，如结构设计、色彩搭配、逻辑内涵、设计创新。8. 信息图表设计案例分析与训练，典型训练的学习和分析，提升学生的设计实践和应用等综合素养。

（三）课程内容各层次的教学重点、难点、教学环节及教学方法的建议

1. 图标的基础概念

重点：图标的基本概念的理解。

难点：图表的分类和发展趋势。

建议：理论讲授、媒体展示、实例分析、收集资料。

2. 界面图标的设计

重点：图标的设计形式研究。

难点：图标的设计风格研究。

建议：理论讲授、媒体展示、实例分析。

3. 图标的制作技法

重点：图标的设计步骤。

难点：图标设计基本工具的熟练掌握和应用。

建议：理论讲授、媒体展示、实例分析。

4. 图标设计训练

重点：各类图标设计方法。

难点：各课题训练的作品质量。

建议：理论讲授、媒体展示、实例分析、资料收集、实践辅导。

5. 信息图表设计概述

重点：信息图表的基本概念的理解。

难点：信息图表的应用性理论。

建议：理论讲授、媒体展示、实例分析、资料收集。

6. 信息图表的主体内容与形态特征

重点：信息图表的主体内容知识的掌握。

难点：信息图表的形态特征和表达方式的掌握。

建议：理论讲授、媒体展示、实例分析。

7. 信息图表的设计流程、方法与原则

重点：信息图表的设计流程。

难点：信息图表的可视化表现方法的掌握。

建议：理论讲授、媒体展示、实例分析。

8. 信息图表设计案例分析与训练

重点：典型训练的学习和分析。

难点：典型训练课题的代表性研究和设计。

建议：理论讲授、媒体展示、实例分析、资料收集、课堂讨论、实践辅导。

在教学过程中，强调理论基础重要性的同时，更应该高度关注学生实践能力、自主探索、研究、创新能力的培养，将理论与实际有机结合，贯彻到教学过程中。本课程的教学包括课堂讲授、课题实践、辅导答疑等教学环节。课堂教学采用赏评式、讨论式、研究式的教学方法，理论结合实际，应用成功作品案例，融合课堂观摩、讨论、实践作业、展示评判等手段，结合课题训练项目教学法，引导学生加深对所学知识的理解、实践、应用，提高学生学习本课程的兴趣和积极性。在教学过程中，可考虑团队教学的形式。重视课题完成后的反馈和交流，小组形式的交流更有助于学生间互相学习和借鉴。展示说明的方式交流有助于学生的自我表现能力并能培养学生设计学习的信心。

（四）本课程与其它课程的联系和分工的说明

本课程的先修课为：图形创意、计算机平面图形设计。这些课程为本课程奠定了相应的技术基础，对于本课程的教学质量有较大的作用。与网页设计、UI 设计的联系：

1、与网页设计的联系，网页设计是互联网人机界面应用性设计。图标图表设计为本门课程的学习和教学提供了基本元素、结构框架、视觉美学等方面的专业知识，提供了设计的专业技巧和技术，有利于课程的学习和发展。

2、与 UI 设计的联系，UI 设计对软件的人机交互、操作逻辑、界面美观的整体设计。图标图表设计为本门课程的学习和教学提供了基本元素、结构框架、视觉美学等方面的专业知识，提供了设计的专业技巧和技术。

（五）教学时数安排

序号	内容	理论学时	实践学时	小计
1	图标的基础概念	2		2
2	界面图标的设计	2		2
3	图标的制作技法	4	8	12
4	图标设计训练	4	12	16
5	信息图表设计概述	2		2
6	信息图表的主体内容与形态特征	2		2

7	信息图表的设计流程、方法与原则	4		4
8	信息图表设计案例分析与训练	4	20	24
合计		24	40	64

（六）对实践操作、作业习题、考试考核办法及其它教学环节的说明

实践操作是本课程的重要内容，以课题项目实践的方式完成。本课程共有 7 个实践课题任务，每个课题训练根据难易程度以 5-6 学时为宜，以小组的形式，学生随堂完成项目设计课题，教师辅导。以实践作业的形式完成教学，考核要求规范，注重过程和实践作业质量。可以理论讲授，配合课题作业进行教学。学生作业主要做设计实践课题，并进行课程作业展览、展示。考核方式为：根据大纲的要求评定成绩，以本课程的教学要求为考核的依据，以随堂课题作业主要考核的方式，平时成绩占 70%（其中：考勤成绩 20%+课堂作业成绩 50%），期末成绩 30%（由三位教师集体给出）。

具体实践环节说明如下：

实践一（5 学时）采用项目教学法，教师提供程序界面，同学进行相应的图标造型、色彩、动作等方面的设计，通过演示、作品完成项目设计。以小组的形式完成项目设计。

实践二（5 学时）采用项目教学法，教师提供设计相应工具栏需求，同学进行相应的图标造型、色彩、界面布局、动作等方面的设计，通过演示、作品完成项目设计。以小组的形式完成项目设计。

实践三（6 学时）采用项目教学法，教师提供程序界面，同学进行相应的图标造型、色彩、界面、动作、链接等方面的设计，通过演示、作品完成项目设计。以小组的形式完成项目设计。

实践四（6 学时）采用项目教学法，教师提供统计内容和要求，同学进行相应的图表的规划、色彩、逻辑、设计，通过作品完成项目设计。可以小组完成。

实践五（6 学时）采用项目教学法，教师提供统计内容和要求，同学进行相应的图表的规划、色彩、逻辑、设计，通过作品完成项目设计。以小组的形式完成项目设计。

实践六（6 学时）采用项目教学法，教师提供导向信息的设计内容和要求，同学进行相应的规划、色彩、逻辑、设计，通过作品完成项目设计。以小组的形式完成项目设计。

实践七（6 学时）采用项目教学法，教师提供 UI 设计的需求内容和要求，同学进行相应的整体规划、色彩、界面、逻辑、设计，通过作品、演示完成项目设计。以小组的形式完成项目设计。

（七）选用教材及教学参考书

1. 《图示与图标设计》 阿卜杜拉主编 中国青年出版社 2007 年
2. 《试析 GUI 设计中图标元素的设计》论文 涂彦作者 文学与艺术 2010 年
3. 《信息图表设计》 叶苹主编 上海人民美术出版社 2013 年

4. 《信息图表设计原理与应用》姜旬恂主编 中航出版传媒有限责任公司 2014 年

《UI 设计基础》课程教学大纲

课程名称：UI 设计基础 User Interface Design

课程类别：专业教育选修课程

开课单位：设计艺术系

课程编码：23113045

总学时数：32

学 分：2

适用专业：视觉传达设计

先修课程：图形创意等

考核方式：操作

一、课程内容

理论部分：

（一）认识界面

1、UI 概述

2、图形化的界面

（二）人机界面

1、回归人性的界面设计

2、为用户而设计

3、人机工程学

（三）界面的整体设计

1、分析阶段

2、实施阶段

3、界面视图

（四）界面的视觉设计

1、界面设计的基本途径

2、界面的信息设计

3、图标设计

4、界面布局与元素设计

（五）网页界面的设计

1、网页界面的认识

2、网页界面系统

3、网页界面信息传达

（六）游戏界面的设计

1、游戏界面的概述

2、游戏平台的视频界面设计

[在此处键入]

3、游戏平台的操作界面设计

4、游戏界面的音频设计

（七）软件界面的设计

1、软件界面设计的整体思考

2、软件界面的文本、图形

3、为“交互”服务：角色、场景和礼貌

（八）便携电子产品界面的设计

1、便携电子产品界面的概述

2、便携电子产品界面设计的特殊性

3、便携电子产品界面的视觉要素分析

实践部分：

实践一 网页界面设计

实践二 游戏界面设计

实践三 电子产品界面设计

二、大纲说明

（一）课程的性质和任务

UI 设计是一门新的学科，也称之为当代的新媒体，是在各门相关学科中提取相关的内容要素而综合起来的系统学科。UI 设计是视觉传达设计专业的专业选修课程之一，是在继专业设计课程基础上的延续和提高，全面的完善了设计专业学生的专业素养。课程实践中注重对各专业基础课程的统合和整体应用。

（二）课程教学的基本要求

通过对本课程的学习，使学生从心理学、人机工程学、设计艺术出发，掌握硬件人机界面与软件人机界面方法、理论与设计实例，探索新的交互技术，熟悉 UI 设计的流程与特点，并运用 ADOBE PHOTOSHOP、indesign 等设计软件完成其视觉表现，独立完成 UI 设计的全过程。

1. 认识界面, 本章要求理解什么是 UI，学习掌握图形化的界面。

2. 人机界面, 本章认识到什么是回归人性的界面设计，什么是为用户而设计，掌握人机工程学的基础理论。

3. 界面的整体设计, 本章学会分析阶段，实施阶段，界面视图设计阶段的理论知

4. 界面的视觉设计, 本章掌握界面设计的基本途径，界面的信息设计，图标设计。

5. 网页界面的设计, 本章对网页界面的认识，了解网页界面信息传达的方法，分析网页界面系统。

6. 游戏界面的设计，本章学习什么是游戏界面，掌握游戏平台的视频界面设计，游戏平台的操作界面设计，游戏界面的音频设计。

7. 软件界面的设计，本章学习软件界面的设计分析与界面中出现的元素及应用功能研究，软件界面设计的整体思考，软件界面的文本、图形，软件界面视觉效果排版设计，整体效果搭配。

8. 便携电子产品界面的设计，本章掌握便携电子产品界面的定义；便携电子产品界面设计的特殊性；便携电子产品界面的视觉要素分析；便携电子产品界面视觉效果排版设计。

（三）课程内容各层次的教学重点、难点、教学环节及教学方法的建议

教学重点、难点：

1. 认识界面

重点：了解界面

难点：概念性的认识，图形化的界面

2. 人机界面

重点：人性的界面设计

难点：为用户而设计的理解，界面设计中的人机工程

3. 界面的整体设计

重点：分析阶段、实施阶段、用户分析、市场与目标分析

难点：对象的模型化、界面视图的设计、界面整体设计的分析以及实施

4. 界面的视觉设计

重点：界面视觉设计的基本途径、界面的信息设计、图标的设计、界面布局元素的设计

难点：整体效果搭配，界面视觉效果、图标设计的设计加以应用

5. 网页界面的设计

重点：网页界面设计，网页界面的信息传达，网页视觉效果排版设计

难点：整体效果搭配与方法

6. 游戏界面的设计

重点：游戏界面的认识、设计方法与元素内容

难点：游戏平台的视频界面设计，操作界面设计，音频设计，视觉效果排版设计，整体效果搭配

7. 软件界面的设计

重点：软件界面的设计分析与界面中出现的元素及应用功能研究

难点：软件界面设计的整体思考，软件界面的文本、图形，软件界面视觉效果排版设计，整体效果搭配

8. 便携电子产品界面的设计

重点：便携电子产品界面的概述；便携电子产品界面设计的特殊性；便携电子产品界面的视觉要素分析；便携电子产品界面视觉效果排版设计

难点：便携电子产品界面设计的整体效果搭配

教学建议：

采用案例教学的方式进行教学，尽可能选取贴近生活的案例。

1. 在教学过程中，应立足于加强学生实际操作能力的培养，采用项目教学，以工作任务引领提高学生兴趣，激发学生的成就动机。

2. 教学过程中教师应积极引导和开拓学生的设计思维能力，利用多媒体教学设备丰富教学内容，帮助学生有效理解所学内容。

3. 在教学过程中，强调理论基础重要性的同时，更应该高度关注学生实践能力、创新能力的培养，将理论与实际有机结合，贯彻到教学过程中。

（四）本课程与其它课程的联系和分工的说明

本课程是视觉传达设计中的专业基础的选修课程，是视觉传达设计课程中与其它各门专业课程紧密相连的课程之一。该课程为学生提供当今新媒体等领域必备的设计知识，有助于后续的动画设计、图标图表设计、导视系统设计等课程的学习。

（五）教学时数安排

序号	内容	理论学时	实践学时	小计
1	认识界面	2		2
2	人机界面	2		2
3	界面的整体设计	2	2	4
4	界面的视觉设计	2	2	4
5	网页界面的设计	2	2	4
6	游戏界面的设计	2	2	4
7	软件界面的设计	2	2	4
8	便携电子产品界面的设计	2	6	8
合计		16	16	32

（六）对实践操作、作业习题、考试考核办法及其它教学环节的说明

实践环节要求完成实验操作及报告，要求作业独立完成，作业成绩记入平时成绩。期末采取操作形式考核，课程成绩由平时成绩 20%、实验成绩 30%和期末成绩 50%三部分构成。具体实践环节安排如下：

实践一（5 学时） 网页界面设计，通过课程的学习，利用所学知识设计网页的界面设计作品，要求具有美感并充分考虑人机工程学原理进行创作，完成作业一套。

实践二（5 学时） 游戏界面设计，充分理解游戏界面的设计要点，前期的分析报告，中后期的制作过程，最终完成游戏界面的设计作品创作。

实践三 （6 学时）电子产品界面设计，首先做充分前期市场产品调研，了解产品特点及功能作用等，做出自己的调查报告，最终完成作业。

（七）选用教材及教学参考书

1. 认知与设计—理解 UI 设计准则 [美]Jeff Johnson 2011 年
2. 《人机界面设计》罗仕鉴 朱上上 孙守迁 机械工业出版社 2002 年
3. 《数字媒体系列教材 数字界面设计》廖宏勇 北京师范大学出版社 2010 年

《广告策划与设计》课程教学大纲

课程名称：广告策划与设计 AD Planning And Design

课程类别：专业教育选修课程

开课单位：设计艺术系

课程编码：23113035

总学时数：80

学 分：5

适用专业：视觉传达设计

先修课程：市场调查与分析

考核方式：操作

一、课程内容

理论部分：

（一）广告策划概述

1. 广告策划的源流
2. 广告策划的概念
3. 广告策划的性质与意义
4. 广告策划的地位与作用
5. 广告策划的特征与原则

（二）广告策划过程

1. 广告策划的内容
2. 广告策划的类型
3. 广告策划的程序及工作流程

（三）广告战略策划

1. 广告策划的思维方式
2. 广告战略的基本内容
3. 广告战略目标
4. 广告战略总体设计

（四）广告策略策划

1. 目标市场策略
2. 定位广告策略
3. 广告产品策略
4. 广告表现与创意策略
5. 广告媒体策略

（五）广告预算策划

1. 广告预算的内容

[在此处键入]

2. 广告预算经费的方法

3. 广告预算的分配方法

(六) 广告策划书的写作

1. 广告策划书写作概述

2. 广告策划书案例

3. 广告策划书写作方法

实践部分：

实践一 某品牌广告推广策划市场调查报告

实践二 某产品促销广告策划方案与创意表现

实践三 自选品牌广告策划方案练习

二、大纲说明

(一) 课程的性质和任务

广告策划与设计课程是视觉传达设计的一门专业教育必修课程,是该专业的核心课程之一。本课程的基本教学任务是了解为什么要进行广告策划,掌握如何进行广告策划,并能在相关人员的协作下完成广告策划。

(二) 课程教学的基本要求

通过对本课程的学习,要进一步强化广告设计中的专业理论的学习,以及实践动手能力的提高,使学生能够运用所掌握的创意和艺术表达能力完成广告设计。因此,需达到如下要求:

1. 本课程强调广告策划的实践性;
2. 强调广告策划程序的完整性;
3. 重视程序性、阶段化;加强视觉传达设计基础能力的培养,促使学生深入了解广告设计工作需要的核心能力。
4. 注重案例的设置与分析;注重图文结合。
5. 让学生系统、全面地认知、理解并掌握广告设计的基本理论和运作规律。
6. 能独立完成广告策划书写作。

(三) 课程内容各层次的教学重点、难点、教学环节及教学方法的建议

教学重点、难点:

1. 广告策划概述

重点:了解广告策划的源流、掌握广告策划的概念、广告策划的性质与意义、广告策划的地位与作用、广告策划的特征与原则、广告策划的学科源泉。

2. 广告策划过程

重点:了解广告策划的内容、广告策划的类型。

[在此处键入]

难点：掌握广告策划的程序及工作流程。

3. 广告战略策划

重点：掌握广告策划的思维方式，了解广告战略的基本内容、广告战略目标。难点：学会广告战略总体设计。

4. 广告策略策划

重点：了解目标市场策略、定位广告策略、广告产品策略。

难点：掌握广告表现与创意策略、广告媒体策略。

5. 广告预算策划

重点：了解广告预算的内容，学会制定广告预算经费的方法。

难点：掌握广告预算的分配方法。

6. 广告策划书的写作

重点：了解广告策划书写作概述、广告策划书范例。

难点：能独立进行广告策划书的写作。

教学方法建议：

1. 广告策划可采用案例教学法，促进学生在课堂上通过案例的分析而将理论与实践融为一体，使学生的文案写作能力和创意表现能力得以提升。

2. 在教学方式上变教学为导学，从教学方法入手，引导学生自主学习。在设计策划阶段、设计发展阶段的教学中，给学生很大的自由度，可以充分挖掘学生的学习潜能，开发创造力。

3. 教学与设计市场结合，培养学生综合能力。鼓励学生参加各种设计大赛，有意识将设计教学内容与比赛项目结合。在设计教学中引导学生关注生活，关注社会热点，提高自己的认知。

（四）本课程与其它课程的联系和分工的说明

本课程的前导课有：海报设计、广告创意与表现、广告文案等；本课程的后续课有：毕业设计。广告策划与设计是视觉传达设计专业的核心课程之一，它与广告文案、广告创意表现、企业形象策划等课程一起形成了广告设计的课程体系，并且为后续学生毕业设计的进行奠定了坚实的基础。广告策划与设计更强调广告策划的内容，建议视觉传达设计专业学生结合广告文案课程来学习广告策划与设计这门课程。

（五）教学时数安排

序号	内容	理论课时	实践学时	小计
1	广告策划概述	4		4
2	广告策划过程	4		4
3	广告战略策划	8	8	16
4	广告策略策划	8	16	24

[在此处键入]

5	广告预算策划	4	8	12
6	广告策划书的写作	4	16	20
合计		32	48	80

（六）对实践操作、作业习题、考试考核办法及其它教学环节的说明

实践环节要求完成实践练习作业，课堂作业应独立完成，综合练习作业可考虑小组完成，课堂作业成绩记入平时成绩。考核方式为：根据大纲的要求评定成绩，以本课程的教学要求为考核的依据，平时成绩占 50%（其中：考勤 20%+课堂作业成绩 30%），期末成绩占 50%（期末成绩以答辩或展览展示形式，评分由三位教师集体给出）。具体实践环节说明如下：

1. 实践一（8 学时）：撰写某品牌广告推广策划市场调查报告。此部分实践课题训练要求学生能按照广告市场调查方法，进行市场调查，完成包括撰写市场调查计划、设计制作市场调查表、进行市场调查、市场调查报告的撰写四部分的实践训练，建议此部分课题以学生成立设计团队，模拟公司内部工作流程的形式设计课题，开展市场调查，最终制作一份真实、客观、数据准确的市场调查报告书形式完成作业。

2. 实践二（16 学时）：某产品促销广告策划方案与创意表现。此部分实践课题训练要求学生能运用广告策划的流程及广告战略设计规划进行产品促销广告策划方案课题，完成包括产品促销广告的广告策划、创意、表现、设计四部分的实践训练，此部分实践课题的完成，教师可以要求学生成立设计团队，模拟公司内部工作流程的形式进行，达到学生实践能力的提升，以制作一份符合产品特点、创意鲜明、表现准确、科学合理的产品促销广告策划书，结合 PPT 答辩的形式完成作业。

3. 实践三（24 学时）：自选品牌广告策划方案练习。此部分实践课题训练主要针对不同类型的品牌广告策划方案为主进行，要求学生能够通过实地考察调研，结合不同类型品牌设计的特点以及设计流程，运用软件进行品牌广告策划方案设计。建议教师通过带领学生实地考察太原市的大型公司、企业等，完成包括品牌广告策划的市场调查、策划书撰写的实践训练。此部分实践课题的完成，教师可以要求学生成立设计团队，模拟公司内部工作流程的形式进行，达到学生实践能力的提升，以制作一份符合品牌文化、详实周密的品牌广告策划书，结合 PPT 答辩的形式完成作业。

（七）选用教材及教学参考书

1. 《广告策划学》 吴粲、李林主编 中国人民大学出版社 2007 年
2. 《广告策划与设计》 陈瑛等编 化学工业出版社 2012 年

《品牌营销设计》课程教学大纲

课程名称：品牌营销设计 Brand marketing Design

课程类别：专业教育选修课程

开课单位：设计艺术系

课程编码：23113088

总学时数：32

学 分：2

适用专业：视觉传达设计

先修课程：市场调查与分析、广告文案

考核方式：操作

一、课程内容

理论部分：

（一）品牌概念理解

1. 品牌概念及品牌内涵
2. 品牌观念的历史演进
3. 现代营销的品牌功能

（二）品牌营销特征

1. 品牌效应与品牌张力
2. 品牌化及其品牌资源
3. 品牌资产与品牌管理

（三）建构品牌关系

1. 完整的品牌视角
2. 品牌的关系层级
3. 品牌的关系价值

（四）品牌形象策略

1. 品牌形象与个性
2. 品牌知名度与美誉度
3. 品牌联想与忠诚

（五）品牌定位策略

1. 认识品牌定位
2. 品牌定位过程
3. 品牌定位方法

（六）品牌认同策略

1. 品牌认同概念
2. 品牌认同内容

3.品牌认同方法

(七) 品牌延伸策略

1.品牌延伸效应

2.品牌延伸方法

3.品牌延伸风险

(八) 品牌渠道策略

1.渠道营销与渠道传播

2.渠道辐射与品牌驱动

3.品牌延伸与渠道把控

(九) 品牌广告策略

1.广告的品牌传播策略

2.促销广告与品牌广告

3.广告的局限性及媒体的延伸

(十) 品牌促销策略

1.促销的概念及其方式

2.忠诚度促销的运用

3.品牌促销战略规划

(十一) 品牌公关策略

1.公共关系与品牌建设

2.公共关系的传播特性

3.品牌公关活动的策划

(十二)品牌网络传播

1.网络营销与品牌传播

2.网络广告与网络公关

3. 数据库对品牌的影响

(十三)品牌整合传播

1.品牌的接触点管理

2.可获利的品牌关系

3.整合传播终极价值

实践部分：

实践一：品牌策略设计实践

实践二：品牌形象设计实践

实践三：品牌营销设计策划案实践

二、大纲说明

[在此处键入]

（一）课程的性质和任务

本课程是视觉传达设计专业的专业选修课程之一。通过本课程的学习，使学生了解品牌营销设计的基本概念和方法；了解品牌营销的市场发展和文化；熟悉品牌塑造、营销策划的手段；掌握品牌营销的方式、策案的写作；培养学生商业的思维理念；培养学生的专业素质，使学生充分认识品牌营销设计在商业设计中的重要性，在市场竞争、企业文化、品牌文化建设和发展中的重要性。从而为今后的专业设计打下坚实的设计能力基础。

（二）课程教学的基本要求

本课程应该结合实践知识，分阶段、针对性的进行设计的讲解，使学生从理论到实践，逐渐认识、掌握品牌营销设计。在课程教学的方法上，授课教师应该多准备实例素材，通过幻灯、多媒体向学生展示讲解，并通过实践课堂示范教学，使学生更直观的学习方法与策略。

1. 品牌概念理解，本章是理论和概念的掌握，主要阐述品牌营销的概念、特点、价值、内涵。
2. 品牌营销特征，本章主要通过品牌营销的商业、社会、文化属性，揭示品牌营销的本质特点。
3. 建构品牌关系，本章重点介绍一个完整品牌的建构，形成强大合力的体系关系。
4. 品牌形象策略，本章是设计策略方法的学习。
5. 品牌定位策略，本章是设计策略方法的学习。
6. 品牌认同策略，本章是设计策略方法的学习。
7. 品牌延伸策略，本章是设计策略方法的学习。
8. 品牌渠道策略，本章是设计策略方法的学习。
9. 品牌广告策略，本章是设计策略方法的学习。
10. 品牌促销策略，本章是设计策略方法的学习。
11. 品牌公关策略，本章是设计策略方法的学习。
12. 品牌网络传播，本章重点是网络传播的方法、应用。
13. 品牌整合传播，本章是品牌营销的管理方法学习。

（三）课程内容各层次的教学重点、难点、教学环节及教学方法的建议

品牌营销设计是视觉传达设计专业的一门重要的专业选修课程，它的主要任务是通过学习使学生掌握品牌设计、品牌营销、品牌传播、品牌塑造等方法；培养和训练学生构建品牌文化、市场分析、策划设计的能力。使学生掌握品牌营销的要素、构成和应用，使学生能够从事进行品牌建设、品牌管理、市场推广等相关营销设计工作。

1. 品牌概念理解

重点：品牌概念及品牌内涵

难点：现代营销的品牌功能

2. 品牌营销特征

重点：品牌效应与品牌张力

难点：品牌营销的本质特征的理论揭示

3. 建构品牌关系

重点：完整的品牌视角

难点：理解和掌握完整品牌建构的阶层关系

4. 品牌形象策略

重点：品牌形象与个性

难点：品牌形象策略的质量

5. 品牌定位策略

重点：品牌定位方法

难点：品牌定位过程

6. 品牌认同策略

重点：品牌认同内容

难点：品牌认同方法

7. 品牌延伸策略

重点：品牌延伸效应

难点：品牌延伸方法

8. 品牌渠道策略

重点：渠道营销与渠道传播

难点：品牌延伸与渠道把控

9. 品牌广告策略

重点：广告的品牌传播策略

难点：促销广告与品牌广告

10. 品牌促销策略

重点：促销的概念及其方式

难点：品牌促销战略规划

11. 品牌公关策略

重点：公共关系与品牌建设

难点：品牌公关活动的策划

12. 品牌网络传播

重点：网络营销与品牌传播

难点：网络广告与网络公关

13. 品牌整合传播

重点：品牌的接触点管理

难点：整合传播终极价值

教学方法及建议：

1. 充分利用多媒体进行教学，课堂讲授结合大量课堂实际训练来进行。

2. 教学以理论讲授和实践辅导相结合，并针对不同阶段的课题，采用不同的教学方法。教学中要发挥教师的主导作用，采用理论讲授与教学示范相结合的方式。在创造性思维的培养方面，教师除了经验传授以外，通过对当代国内外优秀案例、成功品牌的理论分析，加强对学生艺术思维的启发，做到因材施教，教学相长。

（四）本课程与其它课程的联系和分工的说明

本课程的先修课为：标志设计、品牌形象设计、营销学。这些课程为品牌营销设计奠定了相应的技术基础，对于本课程的教学质量有较大的作用。

（五）教学时数安排

序号	内容	理论学时	实践学时	小计
1	品牌概念理解	1		1
2	品牌营销特征	1		1
3	建构品牌关系	1	4	1
4	品牌形象策略	2	4	4
5	品牌定位策略	1		3
6	品牌认同策略	1		1
7	品牌延伸策略	1		1
8	品牌渠道策略	1		1
9	品牌广告策略	2		6
10	品牌促销策略	2		6
11	品牌公关策略	1		1
12	品牌网络传播	1		3
13	品牌整合传播	1	8	3
合计		16	16	32

（六）对实践操作、作业习题、考试考核办法及其它教学环节的说明

实践操作是本课程的重要内容，以课题项目实践的方式完成。本课程共有 3 个实践课题任务，每个课题训练根据难易程度以 2-6 学时为宜，以小组的形式，学生随堂完成项目设计课题，教师辅导。以实践作业的形式完成教学，考核要求规范，注重过程和实践作业质量。可以理论讲授，配合课题作业进行教学。学生作业主要做设计实践课题，并进行课程作业评比。考核方式为：根据大纲的要求评定成绩，以本课程的教学要求为考核的依据，以随堂课题作业主要考核的方式，平时成绩占 70%（其中：考勤成绩 20%+课堂作业成绩 50%），期末成绩 30%（由三位教师集体给出）。具体实践环节说明如下：

实践一（4 学时）采用项目教学法，教师提供产品品牌，同学市场调研进行品牌策略设计实践。通过品牌策略、策划的应用，模拟上市产品，掌握策划营销的方法，完成

项目设计。提出策划方案，以小组或个人的形式完成课题设计。

实践二（4 学时）品牌形象设计实践，采用项目教学法，教师提供产品品牌，同学市场调研进行品牌形象设计实践。通过品牌形象的塑造，掌握和应用视觉营销方式应用，模拟上市产品，掌握策划营销的形象设计方法，完成项目设计。提出策划方案，以小组或个人的形式完成课题设计。

实践三（8 学时）品牌营销设计策划案实践，采用项目教学法，教师提供产品品牌，同学市场调研进行品牌策略、品牌形象综合设计实践。掌握品牌策划营销的设计方法，完成项目设计。提出策划方案，以小组的形式完成课题设计。

（七）选用教材及教学参考书

1. 《品牌营销》 卫军英，任中峰 主编 首都经济贸易大学出版社 2013 年
2. 《营销策划文案写作指要》 陈建中，吕波 主编 中国经济出版社 2011 年
3. 《品牌营销策划与管理》 钟伟 主编 科学出版社 2009 年

三、研究报告：山西高校艺术设计类专业调研报告

在 21 世纪的今天，艺术设计教育作为艺术设计人才的培养方式，它与本国地区政治、经济有着直接的联系，就如同高等教育在综合国力的形成中所处的重要位置。要了解和发 展山西的艺术设计教育，我们有必要先了解国内外艺术设计教育的现状及发展趋势。在此基础上，项目组对开设艺术设计类专业的山西省内本科院校以及与艺术设计类专业相关的企业进行实地走访调研，以期探寻校企合作下教学模式的改革，这对转变教师教育观念，提高我院艺术设计类专业教学质量发挥着不可替代的作用。在调研分析的基础上，提出我校艺术设计类专业教学模式改革的建议。

一、 国外艺术设计教育现状及发展趋势

为了适应 21 世纪设计艺术的需求，目前，世界各国都在进行着不同程度的建设和变革，如美国有 35 所艺术设计的专门院校，日本与德国各有 20 所，韩国有 15 所，这些设计院校都把目光放在了 21 世纪。他们对设计教育体系进行了不同程度的改革和探索：学科的合并减少以增强其交叉课程体系；学科改造日益明显，大量减少必修课程，增大学生在各专业、各学科的选修。

而在人才培养目标上，国外一些比较著名的设计院校大致有三点：一是为艺术设计教育获得更为理想的发展，使艺术设计人才更能适应社会的需要，一定要树立时间意识，即设计教育要具备物质性和功利性，必须紧紧的与社会经济、贸易、工业联系在一起。二是培养人才应注意其综合能力的提高。包括熟悉人机工程知识；熟悉材料知识和加工技术；具备适当的构思与表达能力，如产品效果图、产品结构原理，符合生产工艺的施工图以及三维模型的塑造能力，微机绘图系统的操作能力。三是明确艺术设计教育是服务于人、服务于市场的思想，培养的人才应该积极发展其创造性的思维，能够指导市场，引导消费，促进商品经济的发展。

美国是艺术设计教育体系比较完整的国家，它的艺术设计教育从较传统的建筑设计、工业产品设计、平面设计、包装设计、插图设计、广告设计、商品摄影、影视制作到较细致分划的环境设计、交通工具设计、娱乐设计、多媒体设计等等，无所不包，是世界上设计教育体系比较完整的国家。它的主要特色是：

1、 开放性

美国的艺术设计学院多实行开放式教学。各院校几乎每个学期都安排“项目设计”即实践课。各个学期实践的时间长短不同，越到高年级时间越长，到四年机有可能整个学期都进行“项目设计”。“项目设计”的教学方法灵活多样，并且教学可以走出校门结合企业进行，同时有明确的设计目的和产品定位；如果暂时没有项目，则可以进行模拟项目设计或自由项目设计。学生通过参与实践，学到了课堂上学不到的知识，加深了企业 and 市场之间的紧密联系，而且学生的理论水平、创作能力以及综合能力和综合素质得到了充分的提高和拓展。此外，美国大多数艺术设计院校都设有各种工作室。工作室 365 天，每天 24 小时开放，学生除了在规定的课时学习外，还可根据需要随时联系各个工作室进行实践创作。

2、 国际化

在美国存在两个不同的设计教育体制：欧洲体系和美国体系。欧洲体系重观念，重解决问题的方法，目标集中在设计的社会效应上；而美国体系则注重表达效果，风格和形式，目标集中在设计的市场效应上。这两个体系在美国并非完全区分开来，而是相互渗透，但在不同学校之中，有不同的侧重。

3、 灵活性

由于美国没有统一的教学体系，自然也就没有全国统一的艺术教育体系了，各洲教育法规存在许多不同，各校自成体系。美国各院校鼓励各专业发展各自的教学特色，各专业的课程设置都各不相同，并且艺术教育课程的范围向外延伸，使艺术教育同国民生活、社会经济、文化发展紧密联系起来。

美国政府对艺术教育管理是非常宽松的。各院校的教育质量控制基本靠市场形成压力。如果水平不高，也就没有足够的生源。同时它们每年都会向毕业生的主要就业单位进行问卷调查，以了解就业市场对艺术设计教育的要求。另外美国教育的灵活性还表现在它一直处在变化和改革之中。教学内容、教学结构和管理体系不断适应新的社会、经济和技术条件而发生变化。这种变革使美国的艺术设计教育能够一方面适应新的要求，同时也使它能够保持领先地位。

日本是现代设计的后来者，由于日本经济的发展依赖于外贸竞争力的提高，因而把现代设计教育的发展作为重要方面。据有关资料记载：“日本在战后共培养了近 20 万现代设计人才（不包括建筑及工艺美术设计人员），目前全国有 200 多所学校开办设计艺术专业，每年在校人数达两万人，现有设计事务所 1.5 万个，人均年产值 3000 万日元。”日本的现代设计教育广泛吸收欧美设计教育的长处，并注重发展自己的特色，建

立起以美国体系为中心、欧洲体系为辅助、自己独立的设计教育体系，对日本经济的发展起到了重要的推动作用。具有代表性的设计院校有筑波大学、千葉大学设计系、东京大学设计系等。

现代设计教育虽然没有一个统一的国际标准和统一的体系，然而，国外现代设计教育学目前趋向于这些特点：

- 1、 强调设计的程序与方法——以保证产品设计的商业成功。
- 2、 顺应社会需要，培养务实人才——就业市场竞争激烈，企业要求设计专业毕业生能尽快进入角色。学校的设计教育必须尽可能的与企业对设计者的具体要求衔接，除了课程设置上满足企业需要外，学校特别与企业密切合作，与企业共同开发产品，鼓励学生到企业密切合作，与企业共同开发产品，鼓励学生到企业进行较长期地实习，了解企业产品设计的具体运作情况；学生的设计课题通常也来自企业。
- 3、 注意与相关学科合作，培养学生协作精神。
- 4、 重视计算机辅助设计——计算机的运作已十分普及，并且大都配备了先进的软硬件设备。在重视草图训练的基础上，各类设计基本上都在计算机上完成。教学管理也广泛使用计算机，教师的教案、学生的作业均可在网上获得，E-mail 成了师生交流的重要手段。
- 5、 强调学生的实际动手能力——国外学生的动手能力非常强，包括模型制作，计算机辅助设计能力等。这一方面使因为学校具有良好的设施条件（装备完善的模型车间，齐全的材料）学校刻意这样培养。如中国学生做建筑模型通常是模型，而美国学生的模型则有详细的内部结构。通过模型制作，可以使学生对材料特性、工艺结构等有较深入的了解。
- 6、 重视资料信息的收集与整理——有完善的设计图书馆，收集了世界各国有关设计的图书资料和各种多媒体资料，供师生查阅；各类杂志、幻灯片、录像带收藏非常丰富，学生可以不限数量的借阅；学校的计算机都与因特网相连，查阅信息更为方便。

二、国内艺术设计教育现状及发展趋势

国内艺术设计教育起步较晚，但发展较快，特别是近几年更是突飞猛进的发展。90

年代中期，大批艺术学院、综合大学和师范院校以及民办院校开设设计专业，促使艺术设计教育办学规模不断扩大，办学层次不断提高。

我国艺术设计学学科现有博士研究生、硕士研究生、本科、专科四个教育层次，据不完全统计：“1999 年，全国开设设计科系的高等院校已达到 400 多家。”

每年培养艺术设计人才约 3 万人。国内现在有几所院校艺术设计教育教学质量和学科建设水平比较高，培养了大批优秀人才，在国内外影响比较大。如清华大学（原中央工艺美术学院）、中央美术学院、广州美术学院、江南大学设计学院都较早引入国外先进的设计观念、教学内容和教学手段，并结合各自的经济环境，

建立起具有各自特色的设计教育体系，培养市场急需的现代设计人才。广州美术学院是最早引入设计教育体系和进行设计教育改革的院校，较早的将市场的需求与设计教学紧密结合，不断调整教学内容以适应经济发展的需求，并以“讲学汇报展”的形式在北京举行过大规模的设计成果展，对当时的中国设计领域产生了不小的震动。清华美术学院发挥人才规模的优势，进行设计教学改革，实行“产、学、研”的结合，承担大量的国家经济建设重点工程的设计，在设计教育各门类

中涌现出丰硕的教学成果，培养了大批的设计人才。中央美术学院设计系成立较晚，但富有朝气，有一批从国外学成归来的年轻教师和中年专家，把国外的设计教育前沿知识快速应用到教学中去，并结合中央美术学院有深厚的艺术教育积淀和艺术氛围的特点，将设计教育办得有声有色，从大量教学成果来看，在设计观念、教学观点、培养设计人才的创造力和启发创造力思维方面，都收到了良好的效果。

除了上述院校以外，国内有相当一部分开设设计专业的院系办学效果并不理想。从《中华人民共和国文化部美术学院 2000 统编报考指南》中可见，无论是考前辅导、招生方法、课程设置、培养目标等，八大院校都一样。中国地域那么辽阔，从南至北，从沈阳鲁迅美术学院到广州美术学院，上到中央美术学院，下到省属美院，虽地域不同，历史不同，师资结构不同，竟然有着同样的教学思想、同一教学体系，同一个人才培养模式。目前，我们的设计教育还盲目的守着不适

应社会发展的模式，没有根据培养什么样的设计人才，来设置我们的课程体系和考核标准，定出招生标准。就武汉这么一个城市，就有五十多家艺术院系在那里设置招生点，而绝大部分是设计院系，从招生情况分析，大部分设计院系在招生考试时不假思索的沿袭了美术院系的标准，甚至只考素描、色彩两门课，取消必要的设计考试。这类学校招生目的是模糊的，培养目标及其不明确的，其动机只是为了赢得更多的考生，产生经济

效益。这是对社会的不负责任。设计是一门更多的包含了科学与技术的成分艺术。设计最终是通过技术手段来实现，来批量生产的，它有它的准则、规范。如果将设计看做是绘画艺术，按绘画的标准招收学生的话，是完全错误的，这也是目前设计教育存在的最大问题。

除此以外，相当一部分设计院校存在一些共同问题，即设计专业培养目标不明确，缺乏设计课程体系作保证，师资力量不足，办学条件较差，教学质量不高，科学研究能力较弱，接触国外设计教育前沿知识较少。特别是近两年来，新开设的专业一哄而上，培养目标流于形式，对艺术设计教育的本质缺乏认识，没有新的教学理念，还停留在教师讲学生听的灌输式教学模式和以传授技能为主的“师傅带徒弟”的方式中，缺乏对创造性思维的培养，与市场脱节，所培养的学生缺乏市场竞争力。所有这些，说明我国艺术设计教育尚有许多应改革和完善的方面。

从以上分析可以看出，艺术设计教育的发展必须紧跟现代经济的发展，才能促进艺术设计的发展。艺术设计教育的服务对象是现代经济和市场，由于经济发展不平衡，导致市场对设计人才的需求也不同，设计教育的发展也不平衡，艺术设计教育模式呈现出动态的特征，随着市场的变化而变化。所以，艺术设计教育没有一个统一的模式，不管是欧洲模式也好，美国模式也好，都是因国家、地区经济发展、市场需求的不同而设置不同的教育目标、教学模式和教学方法。而且，这两种模式之间也在不断的相渗透、交融，艺术设计教育正向多元化、综合化方向发展。作为中国的艺术设计教育，更要根据本国的经济的发展和市场需求，探讨出适合中国经济发展需要的有中国特色的艺术设计教育体系，以推动现代设计更好的中国经济发展服务。

三、山西高校艺术设计教育的现状调查及存在问题分析

(1) 调查对象

山西高校中设有艺术设计专业的院校据不完全统计将近 57 所，可分为：

第一类，全日制本科院校 17 所，分别是：

序号	学校名称	类型	办学类型与层次	
			办学类型	办学层次
1	山西大学	综合	区域研究型	本科
2	中北大学	理工	专业型	本科
3	山西农业大学	农林	应用型	本科

[在此处键入]

4	山西财经大学	财经	应用型	本科
5	太原理工大学	理工	区域研究型	本科
6	山西师范大学	师范	专业型	本科
7	太原科技大学	理工	应用型	本科
8	太原师范学院	师范	应用型	本科
9	运城学院	综合	应用型	本科
10	太原学院	综合	应用型	本科
11	忻州师范学院	师范	应用型	本科
12	山西大同大学	综合	应用型	本科
13	晋中学院	师范	应用型	本科
14	长治学院	师范	应用型	本科
15	吕梁学院	综合	应用型	本科
16	太原工业学院	理工	应用型	本科
17	山西传媒学院	语言	应用型	本科

第二类，全日制高职、高专院校 40 所，分别是：

序号	学校名称	序号	学校名称	序号	学校名称
1	运城师范高等专科学校	13	山西戏剧职业学院	25	阳泉职业技术学院
2	朔州师范高等专科学校	14	山西管理职业学院	26	阳泉师范高等专科学校
3	吕梁职业技术学院	15	晋城职业技术学院	27	山西交通职业技术学院
4	山西电力职业技术学院	16	潞安职业技术学院	28	忻州职业技术学院
5	晋中师范高等专科学校	17	临汾职业技术学院	29	山西机电职业技术学院
6	山西水利职业技术学院	18	长治职业技术学院	30	太原城市职业技术学院
7	太原旅游职业学院	19	朔州职业技术学院	31	山西财贸职业技术学院
8	运城幼儿师范高等专科学校	20	运城职业技术学院	32	山西青年职业学院
9	山西轻工职业技术学院	21	山西经贸职业学院	33	山西艺术职业学院
10	山西工程职业技术学院	22	山西旅游职业学院	34	晋中职业技术学院
11	山西职业技术学院	23	山西林业职业技术学院	35	山西运城农业职业技术学院
12	山西煤炭职业技术学院	24	山西建筑职业技术学院	36	运城师范高等专科学校

（2）调查原则

对山西二类高校的艺术设计教育进行四个方面的调查研究，旨在把握山西高校艺术设计教育的整体现状。

（3）山西高校艺术设计学科的招生形式现状的调查研究

3.1 现状分析：目前山西各高校的艺术设计本、专科生主要来源于应届和往届高中毕业生，招生考试是采用全省艺术设计专业院校统考的办法，即不同院校，不同艺术设计专业必须统一考试内容、统一考试要求、统一评分等，这虽然增加了考试的公正性，但还存在很多问题。

3.2 存在问题：首先，这种统一考试的形式，对不同院校，不同专业特点来说，显然缺乏针对性，这对于院校选材来讲，就会带有盲目性。第二，文化课考试，我们的考生大多是选择文科，而在很多发达国家，早已把艺术设计专业考生的文化课考试定为理科，这是因为相对艺术设计专业来说，具有理科的知识结构比具有文科的知识结构更为必要。因此，我们重文轻理的做法是和艺术设计专业要求不相一致的。另外，在文化成绩要求上定的标准太低，其录取分数线只相当于相应学历层次文科考生的 60%，这种很低的文化要求导致了一个很不正常的社会现象：是在高中阶段学习成绩不好的学生，眼看考文理科大学无望，于是，这些学生的长辈就会规劝孩子放弃考文理科大学的梦想，转而选择设计专业作为报考方向，然后匆匆忙忙，画几天素描、色彩，就仓促上阵，有很多学生居然成为了“幸运儿”，这似乎使艺术设计专业院校成了文化素质较低的考生“收容站”。这种现象完全是极不恰当的文化课成绩标准所误导的，这种现象的存在，无论是对学校、社会，还是对考生本人，都是十分有害的。

（4）山西高校艺术设计学科专业设置与培养目标现状的调查研究

4.1 专业设置现状的调查研究

专业设置是高等学校办学的一个重要方面，它体现了学校的服务方向和培养目标，始终是学校与政府关注的问题。由于市场经济的发展，需要大量从事艺术设计的专业人才，在艺术院校的毕业生供不应求的情况下，山西各大高校纷纷创办艺术设计专业。据调查，山西高校艺术设计学科的专业设置大致如下：

产品设计、环境艺术设计、视觉传达设计、动画设计、服装设计与工程、装饰艺术设计、电脑艺术设计、工艺美术设计、广告与装潢设计、平面设计、影视媒体艺术设计、旅游艺术品设计、包装设计、影视与网络广告设计、广告艺术设计、服装工艺与计算机辅助设计、室内设计与装修、服装设计与工艺、城市园林设计与花卉、景观艺术设计、建筑设计技术、风景园林设计、家具与室内装饰技术、电脑艺术设计、平面艺术设计、多媒体艺术设计等。

4.1.1 现状分析：从上述情况可以看出，山西的艺术教育正以前所未有的速度发展，艺术设计不光在艺术院校，甚至在一些综合院校、工科院校、师范院校都得以蓬勃发展。

从学科性质角度去理解，这些院校都会以不同的优势为设计学科发展提供营养成分不同的土壤。在办学层次上，全省将近 60 所设有艺术设计专业的高校中高职院校就将近占了 2/3，可以看出山西的经济发展对高级艺术设计职业技术人才的需要。从发展规模方面，有理由说这是对的，这是因为社会快速发展对设计人才上在“量”的需求。例如人口仅 4000 万的韩国，现有 90 所学校开办设计专业，每年向社会输送 1.3 万名设计专业学生。而山西人口与其数量相当，即使抛开不同国度、国情因素，设计人才的比例存在的差距也是相当大的。

4.1.2 存在问题：我们横向审视一下，不难发现山西高校艺术设计教育在专业设置上的问题。

首先，山西高校中的艺术设计学科专业设置是很相似的，一所院校设置的专业科目，也就是大多数院校设置的专业科目；一所院校增设一个新的专业，其它院校很快效仿开办同一个专业。客观的说，这是不符合设计教育的发展规律的，也是很难办出各院校之间学科特色的。应该说一所院校、一个学科的办学特色是几代人在长期的教学实践中积累、形成的教育风貌，它是一个在长期教育历程中不断总结、调整、更新的过程。它的逐渐完善，应该是有意识的向逐渐个性化、特色化、系统化的趋向行进。第二，山西各大高校的艺术设计专业是在社会对艺术设计人才紧缺的情况下办起来的，对社会上有哪些类型的学校开设这种专业，办学质量和学生的培养数量如何，没有一个明确的认识和了解，对于市场上需要哪种类型的艺术设计人才没有足够的认识。我们不妨来看一下山西高校艺术设计学科各大大专业设置的比例：

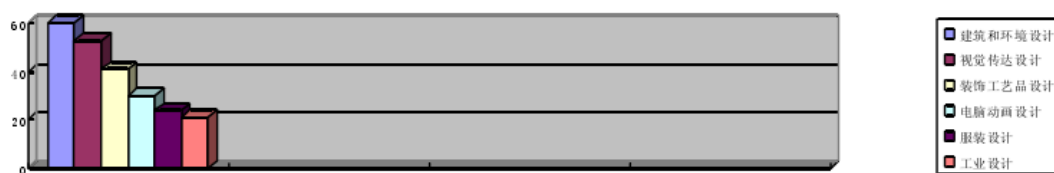


图 4—1 山西高校艺术设计专业设置的比例 (%) (从左到右分别为：建筑和环境艺术设计、视觉传达艺术设计、装饰工艺品设计、电脑动画设计、服装设计、工业设计)

如图 4—1 所示，山西高校中开设视觉传达和环境艺术设计的专业较多，而相比之下，对民间工艺品设计、服装设计、工业设计专业开设得较少。的确，在经济发展中对于广告、包装、室内装潢设计的人才需求较大，但据调查，一些传统的、不适应工业化生产的工艺品及手工制品也表现出了极好的市场前景。在山西，外商不惜重金购买地域特征鲜明得商品得例子不胜枚举。由于这类商品有着非常独特得经济及文化价值，市场

需求得社会辐射越来越大，与之相关得包装设计、工艺品设计成了日益突出得问题。虽然某些院校设有类似专业，但所培养的人才不能满足市场的需要。

4.2 培养目标现状的调查研究

培养目标是高等院校具体专业人才培养的具体目的和方向，是专门人才经过培养塑造后所要达到的具体规格和标准。培养目标是区别专业的首要标志，当然也是具体专业的重要标志。培养目标规定了专门人才的基本条件，反映了专门人才的基本规格，表明了社会对专门人才的基本要求，体现了具体专业的基本特点，指出了专门人才未来工作的基本去向、职业范围和具体工作。

培养目标对一个专业具有规定性、约束性、指导性，它是具体专业开展教育教学的出发点和终极目标，也是制定教学计划，设计培养模式优化教学过程，确立教学内容，选择教学方法，检查教学情况，评价教学效果的依据。

4.2.1 现状分析：

教育部 1998 年新颁布的《专业目录》中有关“艺术设计”专业的培养目标是这样描述的：“本专业培养具备艺术设计与创作、教学、研究等方面的知识和能力，能在艺术设计教育、研究、生产和管理单位从事艺术设计、研究、教学、管理等方面工作的专门人才。要求学生主要学习艺术设计方面的基本理论和基本知识，学习期间学生将通过艺术设计思维能力的培养、艺术设计方法和设计技能的基本训练，具备本专业创新设计的基本素质。”这是一个大而笼统的培养目标，

社会对设计又是一个具体的要求，国家建设所需的各行各业对设计人才有最具体的要求。建筑设计、服装设计、广告设计，它们各有自己的、独特的、不同与其它的培养目标和要求，相互不能替代。山西各高校在教育部颁布的培养目标的指导下，对各自设置的专业有着不同的培养目标。

我们来看看山西师范大学美术学院环境艺术设计专业和视觉传达设计专业设置的专业培养目标：

专业	培养目标
环境艺术设计	培养掌握环境艺术设计的基础理论，具备环境艺术、环境工程、建筑空间设计相结合的综合设计能力和较强实践能力，有较强的创新设计能力和较高的设计修养，能熟练地运用现代环境艺术设计工具进行设计，具备创新能力和创新精神的高素质应用型专门人才。能在相关艺术类院校、综合大学艺术设计部门、环境艺术相关科研单位从事环境

	设计教学、研究工作及城市规划、建筑设计院、室内装饰设计公司从事环境艺术设计、建筑艺术设计、室内设计、旅游规划设计、城市规划与管理等设计工作和理论研究工作的高级专门人才。
视觉传达设计	本专业培养掌握艺术设计的基本理论、基本知识和基本技能，培养德、智、体、美、劳全面发展，具有时代精神、创新意识、能在艺术设计教育、研究、设计、新闻等生产和管理领域从事相关艺术设计、研究、教学、管理等方面工作的，具有创新精神和创业能力的应用拓展型高素质人才。

山西各大院校艺术设计专业均同山西师范大学美术学院一样，对不同方向的设计专业有着不同的培养侧重点，然而即使在这种划分下各院校的培养目标仍然有着很多不足的问题。

4.2.2 存在问题：

山西各高校的艺术设计专业存在一些共同问题，即设计专业培养目标不明确，培养目标流于形式，对艺术设计教育的本质缺乏认识。从上表中我们可以看出各专业的培养目标过于简化，只大概说明了本专业学习的方向，及今后可从事什么类型的工作，至于学生的能力应该达到一个什么样的水平均没有进行要求；而且从培养目标就可以看出山西各高校的培养重点在于技能的掌握，对于创造力思维的培养没有重视。山西高校在艺术设计专业的培养目标中的缺陷还在于各类院校的培养目标一致，拉不开距离，没有形成各自的培养特点。

（5）山西高校艺术设计学科课程与教学现状的调查研究

5.1 课程设置现状的调查研究

课程作为实现各级各类学校教育目的的手段，在学校教育中始终居于核心地位。因而，对课程问题的研究被认为是教育问题研究的核心。

课程类别	适用专业	课程名称
共同必修文化课	平面设计、环境艺术设计	大学英语、公共体育、计算机、法学、毛概、邓论、马哲、思想品德、马克思主义政治经济学
共同必修专业基础课	平面设计、环境艺术设计	设计素描、色彩、构成设计、图案设计、中国画、油画、版画、摄影技术、图形创意、计

5.1.1 现状分析:

从目前山西各高校的设计专业课程设置来看,可大致将其分为三大部分:一,专业基础课(素描、色彩、三大构成等);二,专业课(各设计专业可按侧重点不同进行设置),三,理论课(设计概论,设计史,市场学等)。我们不妨来看看这些学校中的一些课程设置表:

表 5—1: 山西师范大学美术学院艺术设计专业课程门类表

		计算机技术、文字设计与创意
共同必修专业理论	平面设计、环境艺术设计	设计史、
分专业设计课	平面设计、	标志设计、版式设计、影视广告、商业摄影、招贴设计、书籍装帧、展示设计、包装设计、CI 设计
	环境艺术设计	公共环境设计、景观设计、展示设计、商业环境设计、室内设计、家具设计、园林设计
分专业实习课	广告公司、出版社实习	装潢公司、建筑设计院实习

表 5—2 各类院校视觉传达设计专业课时的比例(%)

课程类别	第一类	第二类	第三类	第四类
公共文化课	8.6	9.0	8.8	8.4
专业基础课	46.8	47.2	47.2	51.5
专业理论课	3.7	11.0	10.2	3.2
专业设计课	25.2	30.6	30.6	26.5
专业实践课	15.7	2.2	3.2	10.4

6.1.2 存在问题:

从表面上看,山西高校艺术设计学科的专业课程设置中各院校对课程设置均较为重视,成为反复研讨、试验、交流的对象。然而,与国外现当代艺术设计教育中的专业课程发展相对照,特别是同我国社会发展对艺术设计人才的需要相比,专业课程的改革明显地滞后,存在着不少急待解决的问题。

第一，课程设计缺乏课程理论的指导。中国艺术设计教育中的课程的根本问题之一，是缺乏科学的课程设计，山西也不例外。可以认为，课程设计没有纳入教育科学的轨道，缺乏课程理论的指导与参考。如课程目标缺少具有政策意义的制定，课程内容选择明显偏颇：如缺乏课题意识及理论化的课题研制能力，课程实施随意化程序较为严重，常常有什么样的教师就开什么课；又如几乎没有合理的评价标准和方法等。总之，课程的规划、研究、设计都处在缺乏教育科学的指导与课程学理的过滤与净化，常常处于感性的、偶发的、盲目的与无序的状态。课程设计缺乏科学性的主要表现之一，是课程设置尚不能定性定量，其形态构成较为模糊。如有时几门课程结合为一个课程群，被称为一类课程或课程类型；如有时课程实际指一个分解后的教学单元，课程应是几个相联系的单元组合结构，（如色彩课，可分为色彩学、色彩写生、装饰色彩等，甚至其中色彩写生又可分为景物写生、风景写生、人物写生等），课程的单位形式缺乏稳定性。

缺乏科学的课程设计的主要问题之一，是对专业课程本身理论的研究十分薄弱。例如专业基础课，它除了一般绘画技法理论及传统装饰图案的部分研究成果外，对视觉思维理论、形式美学理论、色彩心理理论、图形构成理论等等，都缺乏深入研究，更缺乏针对专业课程需要的、具有探索意义的开发性研究。而这些方面的有效研究，正是进行科学性课程设计的出发点。许多院校还缺乏课题设计意识及其缺乏理性化的有效的课题设计方法。许多既定课题往往是多年延续下来的程式继承，既缺乏理性的逻辑结构，又没有吸引学生的意趣而单调乏味。既没有反映艺术设计的时代发展，也不能体现处多学科理论的借鉴及交叉融汇。如图案中的写生变化、装饰造型及变形方式等已成为永远的“保留节目”，作业样式已趋八股化；另外，一些课题在相当大的范围内，在各类学校中被几乎不变的复制传播，如平面构成中的基本元素组合、骨架构成等，色彩构成中的单元素推移，立体构成中的纸浮雕等，自引进后几乎开设该类课程的所有学校都在做着同几种

或同一套作业，从本科到专科，从艺术院校到职业技术学院都在不断重复，以至于形成各高校艺术设计教育专业课程内容的千篇一律，“艺术类”、“理工类”、“师范类”、“高职类”等几乎是一个模式，它所产生的弊病，显然是人才规格的惊人类似，给创造性培养目标的实现形成了很大的限制，不利于学科建设，更谈不上课程风格的形成与变化。

缺乏课程设计的科学性还表现在，各课程之间缺乏内在的衔接，基础课程与专业课程相脱节，课程群体的分支课程或单元课程也往往自成一体，缺乏联系。对专业设计所要求的基础缺乏量与质的具体要求，对“了解”、“熟悉”、“掌握”、“能”、“会”、“够用”、

“熟练”的标准等教育学意义缺乏认识与科学解释。因此，教学效果常常使学生不能将它们形成整体性的知识结构。

第二，课程内容选择的偏颇。专业课程在内容设置上，存在着十分矛盾的现象：一方面内容庞大繁杂，分支课程数量过多并时有重复，貌似十分完整；一方面作为艺术设计人才所应具备的许多方面的知识、能力则在课程内容中没有相应设置形成严重空缺。山西高校艺术设计专业的课程设置的普遍内容，一般由三个部分组成：1) 专业基础，实际为绘画基础，如素描、色彩、中国画、雕塑等。2) 专业理论，实际为中国工艺美术史、设计概论等。3) 专业课程，根据各专业方向设置，具体内容如版式设计、标志设计、室内效果图、展示设计等。

这种内容设置，实际上反映了课程设计者们对艺术设计学科专业课程的课程目标认识上模糊性。如以写生性的再现描绘能力作为“基础”代名词的基础观仍有很大的市场，以不变应万变，认为只需具备了写实的能力，就自然有了变化的基础。如以“三大构成”、“四大变化”作为基础的主要内容的做法普遍存在。如对构成课程的性质认识模糊，对其来源、发展、课题、功能产生歧解，以致使课程串味变成了几何图案，或将构成等同与设计等。

对课程内容认识上的偏颇，必然带来课程实践的缺失。与国外艺术设计教育中的专业课程相比较，不难发现我们的课程中的明显的内容缺陷。如对视觉语言的认识与训练；如对形式要素的认识与专项训练；如对现代主义理念与艺术表现特点的认识及其表现形式的训练；如对具有中国文化特点的表现形式——书法的学习、民间艺术的学习；作为专业理论，大部分学校开设的仅有《艺术概论》、《中外美术史》、《中国工艺美术史》等课程，其中《艺术概论》、《中外美术史》主要和绘画有关，并不适合作为艺术设计专业的必修课程，所以说，现在所开设的理论课程是少而不当，而一些与艺术设计专业密切相关的理论课程，诸如“设计概论”、“设计美学”、“设计与功能”、“设计与文化”、“设计与心理”、“中外设计史”、“市场学”等等，都被一一拒之门外，这对学生现代设计思想、观念、意识的形成是十分不利的。还应包括对世界艺术设计史、市场学、消费心理学、生态学与环境科学导论等理论课程。

5.2 教学现状的调查研究

5.2.1 现状分析：

艺术设计与艺术设计教育的大发展，对教学的单位构成提出了前所未有的新要求与新标准，各种观点的碰撞空前活跃，目前山西高校中的一些教学单位构成有：

工作室制：以大的类别设置专业，如视觉传达设计专业、产品设计专业、环境艺术设计专业等。

分段制：在本科四年教学中，分二至三个时段，前半段为统一的基础课程，后半段为分专业的设计课程或分教学工作室教学。

学分制：课程分为必修课、限选课、选修课，每课设定学分，那满学分后即可完成学业。

从现实情况来看，实施学分制是较好的一种教学单位构成形式，学生可以根据自身的特点和追求，自己组成课程菜单，根据自己的意愿组织知识体系，构建专业方向，既可以向深处专研向高精尖发展，也可以综合多种设计学科的知识，向综合性发展。即便是同一个专业方向，也因为学生的课程菜单不同而显示出不同的特点。近年来，山西各高校非常重视艺术设计的教学工作，并取得了一定的成绩，但仍存在许多问题。

5.2.2 存在问题

目前山西高校的艺术设计专业的专业设计教学主要分以下几个环节：即备课、讲授、示范、辅导、讲评、实习等。应该说，这几个环节基本上反映了艺术设计专业的教学特点，但在这几个环节的把握上却缺乏规范性。因此教师上课时随意性很强，普遍存在着轻备课、重讲授、轻示范、重辅导、轻实习、重讲评的现象。致使学生概念模糊，常常把设计作品搞成了“设计绘画”，使设计训练变成了单纯的造型技巧训练，从而使学生陷入盲目设计的误区。这种教学方法使学生养成了只重视设计形式和造型，而不顾设计的实用功能的思维习惯，这和设计的本质是格格不入的。

教学还存在着重技术轻创造力培养的现象，这是中国艺术设计教育的一大通病。德国卡塞尔大学艺术学院教授马蒂亚斯，在比较中德艺术设计教育的专业课程时说，中国学生往往是先学了技术，再发现自己的想象力，而德国学生往往先有创意目标再去为实现这一目标而学技术，努力实现自己的创意。对于中国学生来说，目前最重要的似乎是技术，但对于德国学生来说，重要的是生设计思想，即创意。

长期以来，山西各艺术设计专业的课程内容的选择与课程实施，过份重视技术的训练，不能将创造力的培养贯穿于这一设计素质塑造的初始阶段。在教学大纲的制定中，往往对技术性目标规定得十分具体，如作业的技法要求、程序步骤、工具材料、作业规格与数量等，对创造力的训练要求则流于空泛，缺乏具体措施，而实际上过细的技术要求往往造成对创造力培养的限制。如在基础课程练习中，常常片面强调准确性，而对再

现以外的要素重视不够；如色彩课程往往将技法表现提到一个不恰当的高度，而对主观感受的表达则不作要求；还有在图案课程中，对绘制的精细、着色的均匀提出过高要求，不惜影响创意的自由流畅表达等。又如在作业标准与评价中十分重视作业的表面效果，即所谓完整性，而对创意、过程、草图等重视不够，有时对表现出一定想法或具个性初端的习作评分不高。这种重技术而忽略多方面基础知识与能力培养的课程倾向，实质上是大大削弱了教学实施所应承担的多方面责任与功能，特别是创造性思维和创造力的培养等。

四、结语

综合上述，可以得出这样的结论：山西高校教学改革步伐不快，所以真正适合现代型艺术设计人才素质需要的新的培养模式还未真正的建立起来，这种状况无疑影响了山西艺术设计人才整体素质的提高，这对缩小山西与发达省份、发达国家的差距是十分不利的，因此，加大改革的力度，创建新的培养模式是摆在我们面前的一个十分迫切的课题。

未来的设计教育面对的是早已进入知识经济时代的世界，巨大的发展空间将带动教育事业走入一个全新的认识平台。山西各高校设计院系的根本任务是培养人才，应当建立以创新为特色的设计教育体系，按创造性原则组织教学，这是当务之急，也是山西高校设计学科生存和发展的前提条件。创新设计教学是设计教育体系的基本特征与关键环节，学生的质量不取决于专业，而取决于所学课程体系和教学内容，以及从中获得的知识 and 能力。要积极推进人才培养模式的改革，把素质教育渗透到教育的各个环节，融素质教育、基础理论教育与专业教育为一体；融知识传授与能力培养为一体；促进学生德、智、体、美全面协调发展；要深化教学方法和教学手段的改革，一方面要有计划的建设现代化的设计教学实验基地和实习基地，改善教学条件，提高教学效果；另一方面要加强对学自生能力和创新设计能力的培养，为培养具有创新设计能力的高素质人才提供可靠的基础。

五、参考文献

- 【1】袁熙旸：《中国艺术设计教育发展历程研究》[M]，北京：北京理工大学出版社，2003 年 7 月。
- 【2】尹定邦：《设计学概论》[M]，长沙：湖南科学技术出版社，1999。
- 【3】刘英杰：《艺术设计教育中的创意思维初探》，《内蒙古师大学报》，2000 .8。
- 【4】袁熙旸：《艺术设计教育与相关历史概念的辨析》，《南京艺术学院学报》，2000.4。
- 【5】查有梁：《控制论、信息论、系统论与教育科学》[M]，成都：四川省社会科学院出版社出版，1986 年第一版。
- 【6】【奥】路德维希·冯·贝塔兰菲著，秋同，袁嘉新译：《一般系统论》[M]，北京：社会科学文献出版社，1987 年 6 月第一版。
- 【7】黄志成、程晋宽：《现代教育管理论》[M]，上海：上海教育出版社，1999 年 7 月。
- 【8】魏宏森、曾国屏：《系统论——系统科学哲学》[M]，北京：清华大学出版社 1995 年 12 月。
- 【9】联合国教科文组织国际教育发展委员会编著，华东师范大学比较教育研究所译：《学会生存》[M]，上海：教育科学出版社，1996 年。
- 【10】钟启泉：《现代课程论》[M]北京：教育科学出版社，1994 年。
- 【11】张杰、李立新：《21 世纪中国高校设计艺术教育模式思考》[M]，《株洲工学院学报》，2000.7。
- 【12】向士平：《拓宽专业基础，提高创新能力——艺术设计专业（本科）培养计划研究》，《三峡大学学报》，2001.11。
- 【13】王受之：《世界现代设计史》[M]，深圳：新世纪出版社，1995 年出版。
- 【14】寇焱：《中美艺术设计教育之比较》，《南昌职业技术师范学院学报》，2002 年第二期。
- 【15】肖勇：《中国平面设计——现实与展望》，《艺术与设计》，2000 年第二期。
- 【16】林家阳：《林家阳的设计视野——设计创新与教育》[M]，北京：三联书店，2002 年 11 月。
- 【17】谷彦彬：《国内外现代设计教育的启示》，《内蒙古师范大学学报》，2001 年第三期。
- 【18】陈时见：《课程与教学理论和课程与教学改革》[M]，桂林：广西师范大学出版社，1999.8。
- 【19】谢建社：《高等师范 教育改革的关键是教学内容与课程体系的改革》，《洛阳师范学院学报》，2002 年第 1 期。
- 【20】柳若松，田天浩：《关于高校培养目标》，《西安体育学院学报》，1994 年 10 月。
- 【21】收自教育部 1998 年新颁布的《专业目录和介绍》，第 94 页，“艺术设计”条目。
- 【22】毛桂范：《论高校体育教师应具备的能力》，《体育学刊》，1999 年 5 月。
- 【23】转引自郝德永著：《课程研制方法论》[M]，北京：教育科学出版社，2000 年版。
- 【24】黄梅：《德国美术教育》[M]，长沙：湖南美术出版社，2000 年。

六、附 件

“视觉传达设计”专业人才培养社会需求调查表（企业）	
欢迎参加本次调研！随着社会对专业人才的需求不断变化，为了更真实地了解相关企业对视觉传达设计毕业生的能力要求，我们进行了调研。希望通过此次调研对学校专业的人才培养提出部分建设性的建议。请您在百忙之中填写问卷，以便我们进行后续的数据分析。谢谢	
1. 贵单位的性质是（单选题 *必答）	5. 你认为该专业的难度是（单选题 *必答）
☐ 企业	☐ 较高
☐ 事业	☐ 较高
☐ 机关	☐ 一般
☐ 其他	
2. 贵单位招聘的岗位有（多选题 *必答）	6. 你认为该专业学生培养的方向应是（单选题 *必答）
☐ 广告设计类	☐ 技能应用性
☐ 包装设计类	☐ 复合型
☐ 印刷出版类	☐ 其他——
☐ 设计管理类	
☐ 设计培训类	7. 多选你认为毕业生应具备哪些能力（多选题 *必答）
☐ 销售人员	☐ 丰富的理论知识
☐ 其他	☐ 掌握熟练的软件及手绘能力
	☐ 团队合作能力
	☐ 独立思考的能力
	☐ 良好个人素养
	☐ 应变转换能力
	☐ 好的创意与团队协作能力
	☐ 语言表达能力
3. 近3年对该专业人才培养需求（单选题 *必答）	8. 你认为学校是否应该加强对本专业的毕业生实践动手能力的培养？（单选题 *必答）
☐ 上升	☐ 应该
☐ 下降	☐ 不应该
☐ 无变化	☐ 无所谓
4. 您认为该专业目前社会需求情况是（单选题 *必答）	9. 你认为是否应该开展校企合作项目教学模式？（多选题 *必答）
☐ 急缺	☐ 应该
☐ 一般	☐ 不应该
☐ 过剩	☐ 无所谓

视觉传达设计专业“平台+模块”课程体系构建的研究与实践	
10. 您认为本专业的人才培养是否应该以服务地方经济为主？（单选题 *必答）	
☐ 应该	
☐ 不应该	
☐ 无所谓	
11. 企业单位给刚步入工作岗位的大学生所能提供的（多选题 *必答）	
☐ 工作培训	
☐ 职业规划	
☐ 好的待遇	
☐ 能力展示的平台	
☐ 其他——	
12. 围绕企业招聘的问题（多选题 *必答）	
☐ 毕业生太多	
☐ 毕业生对岗位知识缺乏了解	
☐ 不愿意从事的工作岗位	
☐ 缺乏实践经验	
☐ 缺乏沟通	
☐ 其他——	
13. 你对高校视觉传达设计专业学生的培养模式有什么建议？（填空题 *必答）	

四、 视觉传达专业学生竞赛获奖（省级以上）

序号	学科（科技）竞赛类别	获奖级别	获奖者	获奖时间	授予单位	指导教师
1	第十届全国大学生广告艺术设计大赛	国家级一等奖	王玉静	2018.09	中国高等教育学会	刘岩妍
2	第十届全国大学生广告艺术设计大赛	国家级二等奖	王雨迪	2018.09	中国高等教育学会	郝秀梅
3	第十届全国大学生广告艺术设计大赛	国家级优秀奖	张昕慧	2018.09	中国高等教育学会	郝秀梅
4	第十届全国大学生广告艺术设计大赛（山西赛区）	省级一等奖	李婷婷	2018.09	全国大学生广告艺术设计大赛山西赛区	刘岩妍
5	第十届全国大学生广告艺术设计大赛（山西赛区）	省级二等奖	王玉静	2018.09	全国大学生广告艺术设计大赛山西赛区	刘岩妍
6	第十届全国大学生广告艺术设计大赛（山西赛区）	省级三等奖	王玉静	2018.09	全国大学生广告艺术设计大赛山西赛区	刘岩妍
7	第十届全国大学生广告艺术设计大赛（山西赛区）	省级优秀奖	苗雨晨	2018.09	全国大学生广告艺术设计大赛山西赛区	王丽娜
8	第十届全国大学生广告艺术设计大赛（山西赛区）	省级三等奖	王士琪 赵珊杉	2018.09	全国大学生广告艺术设计大赛山西赛区	袁毅
9	第十届全国大学生广告艺术设计大赛（山西赛区）	省级优秀奖	单诗	2018.09	全国大学生广告艺术设计大赛山西赛区	赵海星
10	中国“互联网+”大学生创新创业大赛（山西赛区）	省级三等奖	崔云晶 钟帅等	2018.08	“互联网+”山西赛区	张哲 李鑫
11	第六届全国高校数字艺术设计大赛	国家级二等奖	陈晓玉	2018.07	工业和信息化部人才交流中心	任静莉
12	第六届全国高校数字艺术设计大赛	国家级二等奖	安夏雪	2018.07	工业和信息化部人才交流中心	王哲
13	第六届全国高校数字艺术设计大赛	国家级三等奖	郭心蕾	2018.07	工业和信息化部人才交流中心	任静莉
14	第六届全国高校数字艺术设计大赛	国家级三等奖	王佳欣	2018.07	工业和信息化部人才交流中心	贾艳伟
15	第六届全国高校数字艺术设计大赛	国家级三等奖	刘宇婷	2018.07	工业和信息化部人才交流中心	王哲
16	第六届全国高校数字艺术设计大赛	国家级三等奖	张琦琪	2018.07	工业和信息化部人才交流中心	张宏伟
17	第27届时报金犊奖	国家级优秀奖	白洋 赵廷立	2018.06	旺旺中时媒体集团	马媛

[在此处键入]

18	第 27 届时报金犛奖	国家级优秀奖	李蕾 王琦 李晓瑄	2018. 06	旺旺中时媒体集团	马媛
19	第 27 届时报金犛奖	国家级优秀奖	陈治奇 罗嘉悛	2018. 06	旺旺中时媒体集团	马媛
20	山西省第三届高校毕业季 优秀美术作品展	省级二等奖	张 欣	2018. 06	山西省教育厅	任静莉
21	山西省第三届高校毕业季 优秀美术作品展	省级二等奖	薛淼淼	2018. 06	山西省教育厅	刘岩妍
22	山西省第三届高校毕业季 优秀美术作品展	省级二等奖	李晔彤	2018. 06	山西省教育厅	刘岩妍
23	山西省第三届高校毕业季 优秀美术作品展	省级优秀奖	王思慧	2018. 06	山西省教育厅	赵海星
24	山西省第三届高校毕业季 优秀美术作品展	省级优秀奖	王艺莹	2018. 06	山西省教育厅	张哲
25	山西省第三届高校毕业季 优秀美术作品展	省级优秀奖	刘欣悦	2018. 06	山西省教育厅	张哲
26	山西省第三届高校毕业季 优秀美术作品展	省级优秀奖	吕晟琪	2018. 06	山西省教育厅	张宏伟
27	2018 中国大学生计算机设 计大赛山西省赛	省级一等奖	秦伟玲	2018. 05	中国大学生计算机组 织委员会	贾艳伟
28	2018 中国大学生计算机设 计大赛山西省赛	省级二等奖	逯 瑶	2018. 05	中国大学生计算机组 织委员会	刘岩妍
29	2018 中国大学生计算机设 计大赛山西省赛	省级三等奖	桂伊美	2018. 05	中国大学生计算机组 织委员会	赵海星
30	2018 中国大学生计算机设 计大赛山西省赛	省级优秀奖	吕晟琪	2018. 05	中国大学生计算机组 织委员会	张宏伟
31	2018 中国大学生广告艺术 节学院奖第 15 届秋季赛	国家级银奖	邢安琪	2018. 03	中国广告协会	武彦如
32	2018 中国大学生广告艺术 节学院奖第 15 届秋季赛	国家级优秀奖	皮黎锐	2018. 03	中国广告协会	武彦如
33	2018 中国大学生广告艺术 节学院奖第 15 届秋季赛	国家级优秀奖	简鑫	2018. 03	中国广告协会	武彦如
34	2018 中国大学生广告艺术 节学院奖第 15 届秋季赛	国家级佳作奖	郑晓洁	2018. 03	中国广告协会	武彦如
35	2018 中国大学生广告艺术 节学院奖第 15 届秋季赛	国家级佳作奖	王雨迪 张旭东	2018. 03	中国广告协会	武彦如
36	2018 中国大学生广告艺术 节学院奖第 15 届秋季赛	国家级佳作奖	贾雪	2018. 03	中国广告协会	贾艳伟
37	2018 中国大学生广告艺术 节学院奖第 15 届秋季赛	国家级优秀奖	钟帅	2018. 03	中国广告协会	贾艳伟 武彦如
38	2018 中国大学生广告艺术 节学院奖第 15 届秋季赛	国家级佳作奖	钟帅	2018. 03	中国广告协会	贾艳伟 武彦如

[在此处键入]

39	2018 中国大学生广告艺术节学院奖第 15 届秋季赛	国家级佳作奖	朱文静	2018. 03	中国广告协会	贾艳伟
40	2018 中国大学生广告艺术节学院奖第 15 届秋季赛	国家级佳作奖	王雨迪 张旭东	2018. 03	中国广告协会	刘岩妍
41	2018 中国大学生广告艺术节学院奖第 15 届秋季赛	国家级优秀奖	钱雯	2018. 03	中国广告协会	刘岩妍
42	2018 中国大学生广告艺术节学院奖第 15 届秋季赛	国家级佳作奖	马凯慧 张昕 王士琪	2018. 03	中国广告协会	刘岩妍
43	2018 中国大学生广告艺术节学院奖第 15 届秋季赛	国家级佳作奖	苏萌卉 李欣苹 杨磊	2018. 03	中国广告协会	刘岩妍
44	2018 中国大学生广告艺术节学院奖第 15 届秋季赛	国家级佳作奖	逯瑶 王怡莹	2018. 03	中国广告协会	刘岩妍
45	2018 中国大学生广告艺术节学院奖第 15 届秋季赛	国家级佳作奖	李欣苹 苏萌卉 杨磊	2018. 03	中国广告协会	刘岩妍
46	2018 中国大学生广告艺术节学院奖第 15 届秋季赛	国家级佳作奖	段坤	2018. 03	中国广告协会	贾艳伟
47	2017 中国包装创意设计大赛	国家级三等奖	王瑞宇	2017. 08	中国包装联合会	郝秀梅
48	2017 中国包装创意设计大赛	国家级鼓励奖	王瑞宇	2017. 08	中国包装联合会	郝秀梅
49	山西平面设计展	省级二等奖	李思瑶	2017. 09	山西平面设计学会	郝秀梅
50	山西平面设计展	省级三等奖	唐哲怡	2017. 09	山西平面设计学会	郝秀梅
51	第九届全国大学生广告艺术大赛（山西赛区）	省级二等奖	李晔彤	2017. 09	全国大学生广告艺术大赛山西赛区	张杨
52	第九届全国大学生广告艺术大赛（山西赛区）	省级二等奖	刘嘉琪	2017. 09	全国大学生广告艺术大赛山西赛区	刘岩妍
53	第九届全国大学生广告艺术大赛（山西赛区）	省级三等奖	王士琪	2017. 09	全国大学生广告艺术大赛山西赛区	袁毅
54	第九届全国大学生广告艺术大赛（山西赛区）	省级三等奖	刘畅	2017. 09	全国大学生广告艺术大赛山西赛区	贾艳伟
55	第九届全国大学生广告艺术大赛（山西赛区）	省级三等奖	薛淼淼	2017. 09	全国大学生广告艺术大赛山西赛区	郝秀梅
56	第九届全国大学生广告艺术大赛（山西赛区）	省级三等奖	杜静 王钰洁	2017. 09	全国大学生广告艺术大赛山西赛区	武彦如
57	第九届全国大学生广告艺术大赛（山西赛区）	省级优秀奖	王梓渊	2017. 09	全国大学生广告艺术大赛山西赛区	赵海星
58	第九届全国大学生广告艺术大赛（山西赛区）	省级优秀奖	韩菲	2017. 09	全国大学生广告艺术大赛山西赛区	赵海星
59	第九届全国大学生广告艺术大赛（山西赛区）	省级优秀奖	王思慧	2017. 09	全国大学生广告艺术大赛山西赛区	赵海星

[在此处键入]

60	第九届全国大学生广告艺术大赛（山西赛区）	省级优秀奖	刘畅	2017. 09	全国大学生广告艺术大赛山西赛区	贾艳伟
61	第九届全国大学生广告艺术大赛（山西赛区）	省级优秀奖	宋伟伟	2017. 09	全国大学生广告艺术大赛山西赛区	王丽娜
62	第九届全国大学生广告艺术大赛（山西赛区）	省级优秀奖	陈兰兰	2017. 09	全国大学生广告艺术大赛山西赛区	刘岩妍
63	第九届全国大学生广告艺术大赛（山西赛区）	省级优秀奖	李晔彤	2017. 09	全国大学生广告艺术大赛山西赛区	张杨
64	山西省平面设计展	省级二等奖	王瑞宇	2017. 09	山西省平面设计学会	任静莉
65	山西省平面设计展	省级二等奖	侯尹悦	2017. 09	山西省平面设计学会	任静莉
66	山西省平面设计展	省级三等奖	许梅霞	2017. 09	山西省平面设计学会	任静莉
67	山西省平面设计展	省级三等奖	邹晓晓	2017. 09	山西省平面设计学会	任静莉
68	山西省平面设计展	省级三等奖	张亚轩	2017. 09	山西省平面设计学会	任静莉
69	山西省平面设计展	省级三等奖	李若男	2019. 09	山西省平面设计学会	王丽娜
70	山西省平面设计展	省级二等奖	杨琦光	2017. 09	山西省平面设计学会	张哲
71	山西省平面设计展	省级二等奖	方亨月	2017. 09	山西省平面设计学会	张哲
72	山西省平面设计展	省级三等奖	韩春晓	2017. 09	山西省平面设计学会	张哲
73	全国大中学生第六届海洋文化创意设计大赛	国家级入围奖	钟帅	2017. 06	国家海洋局宣传教育中心、中国海洋大学、国家海洋局北海分局	张哲
74	全国大中学生第六届海洋文化创意设计大赛	国家级入围奖	皮黎锐	2017. 06	国家海洋局宣传教育中心、中国海洋大学、国家海洋局北海分局	张哲
75	全国大中学生第六届海洋文化创意设计大赛	国家级入围奖	钱雯	2017. 06	国家海洋局宣传教育中心、中国海洋大学、国家海洋局北海分局	王丽娜
76	第八届全国大学生广告艺术大赛（山西赛区）	省级三等奖	李国栋	2016. 05	全国大学生广告艺术大赛山西赛区	贾艳伟
77	第八届全国大学生广告艺术大赛（山西赛区）	省级三等奖	刘 莹	2016. 05	全国大学生广告艺术大赛山西赛区	刘岩妍
78	第八届全国大学生广告艺术大赛（山西赛区）	国家级优秀奖	刘晓毓	2016. 05	教育部、中国高等教育委员会	郝秀梅
79	第八届全国大学生广告艺术大赛（山西赛区）	国家级优秀奖	梁甜	2016. 05	教育部、中国高等教育委员会	刘岩妍
80	第八届全国大学生广告艺术大赛（山西赛区）	省级优秀奖	王红艳	2016. 05	全国大学生广告艺术大赛山西赛区	刘岩妍
81	第八届全国大学生广告艺术大赛（山西赛区）	省级优秀奖	李峰	2016. 05	全国大学生广告艺术大赛山西赛区	刘岩妍
82	第八届全国大学生广告艺术大赛（山西赛区）	省级优秀奖	刘莹	2016. 05	全国大学生广告艺术大赛山西赛区	刘岩妍

[在此处键入]

83	中国大学生计算机设计大赛	省级一等奖	李康 王晓雪	2016. 07	高等学校计算机类专业教学指导委员会	张杨 宋云
84	中国大学生计算机设计大赛	省级三等奖	廉春雨 范卿	2016. 07	高等学校计算机类专业教学指导委员会	张杨 宋云
85	中国大学生计算机设计大赛	省级三等奖	叶慧娟 张旖旎	2016. 07	高等学校计算机类专业教学指导委员会	张杨 宋云
86	“创青春”山西省兴晋挑战杯大学生创业大赛	省级三等奖	魏杰 秦丹	2016. 06	共青团山西省委员会、山西省教育厅、山西省科学技术协会、山西省学生联合会	赵海星
87	第 25 届时报金犊奖	国家级优秀奖	韩伟	2016. 07	旺旺中时媒体集团所	赵海星
88	发现 2016 最强设计师山西文化创意设计大赛	省级二等奖	梁甜	2016. 09	山西省文化创意产业研究会、山西省平面设计协会	贾艳伟
89	发现 2016 最强设计师山西文化创意设计大赛	省级二等奖	梁甜 杨茜菲	2016. 09	山西省文化创意产业研究会、山西省平面设计协会	贾艳伟
90	第十届全国数字艺术设计大赛	省级二等奖	郭雅婷	2016. 11	工信部中国视像行业协会	张杨
91	第十届全国数字艺术设计大赛	省级三等奖	杨茜菲	2016. 11	工信部中国视像行业协会	张杨
92	第三届中国设计院校大学生生肖文化设计大赛	国家级入围奖	王雨迪	2016. 12	山东工艺美院	郝秀梅

获奖证书





山西赛区

2018第十届全国大学生广告艺术大赛

2018 THE 10TH NATIONAL ADVERTISING ART DESIGN
COMPETITION FOR COLLEGE STUDENTS

作品编号: A05-04-018-0005
作品名称: 《潮态》
作者姓名: 李婷婷
指导教师: 刘岩妍
参赛院校: 太原工业学院设计艺术系

此证无“山西省教育厅大学生课外竞赛活动管理专用章”无效

全国大学生广告艺术大赛山西赛区组委会

二〇一八年十二月

创意
我闪耀
CREATIVITY SHINES



山西赛区

2018第十届全国大学生广告艺术大赛

2018 THE 10TH NATIONAL ADVERTISING ART DESIGN
COMPETITION FOR COLLEGE STUDENTS

作品编号: A03-04-018-0002

作品名称: 《表里不一》

作者姓名: 王玉静

指导教师: 刘岩妍

参赛院校: 太原工业学院设计艺术系



此证无“山西省教育厅大学生课外竞赛活动管理专用章”无效
全国大学生广告艺术大赛山西赛区组委会

二〇一八年十二月

创意
我闪耀
Create China



山西赛区

2018第十届全国大学生广告艺术大赛

2018 THE 10TH NATIONAL ADVERTISING ART DESIGN
COMPETITION FOR COLLEGE STUDENTS

作品编号: A04-04-018-0001
作品名称: 《钙世英雄》
作者姓名: 王玉静
指导教师: 刘岩妍
参赛院校: 太原工业学院设计艺术系

此证无“山西省教育厅大学生课外竞赛活动管理专用章”无效
全国大学生广告艺术大赛山西赛区组委会

二〇一八年十二月

创意
我闪耀
Create I Shine





获奖证书

2018年(第11届)中国大学生 计算机设计大赛山西省级赛

Chinese Collegiate Computing Competition

二等奖

参赛类别: 数媒设计类民族元素组

作品名称: 梅兰竹菊唐代人物形象及服饰设计

作 者: 退瑶

指导教师: 刘岩妍

参赛学校: 太原工业学院

教育部高等学校计算机类专业教学指导委员会
教育部软件工程专业教学指导委员会
教育部大学计算机课程教学指导委员会 联合组成
教育部文科计算机基础教学指导分委员会
中国青少年新媒体协会
中国大学生计算机设计大赛组委会 主 办

2018年5月31日



梦从这里出发

山西省第三届高校毕业季优秀美术作品展

3RD COLLEGE GRADUATION ART SHOW OF SHANXI

获奖证书

太原工业学院

薛淼淼在“梦从这里出发”山西省第三届高校毕业季优秀美术作品展中参展的作品《餐餐图案与衍生品创意设计》荣获

二等奖

特颁此证

山西省教育厅 山西省文化厅

2018年6月



梦从这里出发

山西省第三届高校毕业季优秀美术作品展
3RD COLLEGE GRADUATION ART SHOW OF SHANXI

获奖证书

太原工业学院 刘岩妍 老师：

您指导的参展作品《饕餮图案与衍生品创意设计》在“梦从这里出发”山西省第三届高校毕业季优秀美术作品展中荣获二等奖，您荣获

优秀指导教师奖

特颁此证



山西省教育厅 山西省文化厅



2018年6月



梦从这里出发

山西省第三届高校毕业季优秀美术作品展
3RD COLLEGE GRADUATION ART SHOW OF SHANXI

获奖证书

太原工业学院 刘岩妍 老师：

您指导的参展作品《山西大院建筑图案的
演绎与文创衍生品设计》在“梦从这里出发”
山西省第三届高校毕业季优秀美术作品展中荣
获二等奖，您荣获

优秀指导教师奖

特颁此证



山西省教育厅 山西省文化厅

2018年6月



梦从这里出发

山西省第三届高校毕业季优秀美术作品展

3RD COLLEGE GRADUATION ART SHOW OF SHANXI

获奖证书

太原工业学院

李畔彤在“梦从这里出发”山西省第三届高校毕业季优秀美术作品展中参展的作品《山西大院建筑图案的演绎与文创衍生品设计》荣获

二等奖

特颁此证

山西省教育厅 山西省文化厅

2018年6月

证书

太原工业学院 施楠 同学的设计
类作品《太原城市旅游品牌视觉形
象设计及推广》荣获山西省第五
届大学生艺术展演活动艺术作品

一等奖

山西省教育厅
二〇三八年八月

证书

太原工业学院 施楠 同学的设计
类作品《太原城市旅游品牌视觉形
象设计及推广》荣获山西省第五
届大学生艺术展演活动艺术作品

一等奖

山西省教育厅
二〇三八年八月





Graphic Design
Exhibition of
Shanxi Province

[National Design Works collection
& Subject Contest]

全国
作品
征集
和学
科竞
赛

山西
平面
设计
展



二等奖 Second Prize

作品名称
Works

构成形式

作者姓名
Author

李思瑶

所在单位
Organization

太原工业学院设计艺术系

指导教师
Instructor

郝秀梅

山西省平面设计学会成立于 2003 年，是经山西省民政厅注册登记的省级专业性社团组织，也是唯一连续多年举办“全国作品征集和学科竞赛”的省级平面设计及相关设计专业学会。截至 2016 年，在本学会举办的征稿竞赛中，参赛者已遍及全国 32 个省、4 个直辖市、5 个自治区和 2 个特别行政区，已有 300 多所高校师生和 200 多专业设计公司参赛，在万余参赛者中，累计获得获奖作品千人次。在历届竞赛中，数十项作品在国内设计教育界享有权威性，该学科竞赛组织严谨而系统，评审结果的专业性和公正性得到了全国高校和业界的广泛认可。为了进一步促进“理论+实践+创作”相关专业的发展，促进校企合作交流，助推山西文化产业，为健康美丽山西贡献力量，为全省的设计教育和产业发展贡献力量，山西省平面设计学会特续举办“山西平面设计展（全国作品征集和学科竞赛）”，简称“山西省平面设计大赛”。





梦从这里出发

山西省第三届高校毕业季优秀美术作品展
3RD COLLEGE GRADUATION ART SHOW OF SHANXI

获奖证书

太原工业学院

张欣在“梦从这里出发”山西省第三届高校
毕业季优秀美术作品展中参展的作品《“金素时
节”主题装饰壁饰设计》荣获

二等奖

特颁此证



山西省教育厅 山西省文化厅

2018年6月



梦从这里出发

山西省第三届高校毕业季优秀美术作品展
3RD COLLEGE GRADUATION ART SHOW OF SHANXI

获奖证书

太原工业学院 任静莉 老师：

您指导的参展作品《“金素时节”主题装饰壁饰设计》在“梦从这里出发”山西省第三届高校毕业季优秀美术作品展中荣获二等奖，
您荣获

优秀指导教师奖

特颁此证



山西省教育厅 山西省文化厅

2018年6月



2018 NCDA Awards
5th National College Digital Art&Design Awards
第六届全国高校数字艺术设计大赛

5th National College Digital Art&Design Awards

三 等 奖

参赛组别： 学生组（本科）
作品类别： 视觉传达设计
作者姓名： 郭心蕾
作品名称： “阖家欢乐”仿生概念包装设计
参赛院校： 太原工业学院
指导老师： 任静莉



2018年7月

证书编号: NCDA65680177A00302
验证网址: <http://www.ncda.org.cn>





获奖证书

2019年(第12届)中国大学生 计算机设计大赛山西省级赛

Chinese Collegiate Computing Competition



参赛类别: 信息可视化设计类-信息图形设计
作品名称: 山西美食地图
作者: 马凯慧
指导教师: 张哲、任静莉
参赛学校: 太原工业学院

教育部高等学校计算机类专业教学指导委员会
教育部软件工程专业教学指导委员会
教育部大学计算机课程教学指导委员会 联合组成
教育部文科计算机基础教学指导分委员会
中国青少年新媒体协会

中国大学生计算机设计大赛组委会 主办

2019年5月30日

中国大学生
广告艺术节 AD CAMPUS
学院奖
第15届春季赛

获奖证书

CERTIFICATE
OF
HONOR

2017.7

鉴于

太原工业学院 刘岩妍

指导的作品

在第 15 届中国大学生广告艺术节学院奖春季赛
比赛中获得优异成绩，经组委会决定授予该教师为

优秀指导教师

特发此证





五、 视觉传达专业学生参与大学生创新创业训练项目

序号	项目名称	参与学生	立项时间	指导教师	经费(元)	级别
1	太原国际马拉松参赛物品设计	赵廷立、侯尹悦、张钰	2018. 03	武彦如	4000	省级
2	口罩售卖机的设计与推广	苗雨晨、刘宇婷、曹雅琴、衡新羽、吴丹	2018. 03	武彦如	4000	省级
3	山西花馍艺术的传承与创新研究	朱文静、崔云晶、苗雨晴、王佳欣、贾西萍	2018. 03	张哲	2500	院级重点
4	十二生肖图案及文创产品设计	郭心蕾、郑晓洁	2018. 03	刘岩妍	2000	院级一般
5	中餐外卖包装盒设计创新	詹珊珊、杨梦茹、牛芙蓉、安夏雪	2018. 03	郝秀梅	2000	院级一般
6	基于山西省博物院典型仿生青铜藏品的文创纪念品设计	孙靖雯、翟晶、刘欢、易星、简鑫	2018. 03	赵海星	2000	院级一般
7	太原工业学院创意地图设计	许梅霞、刘嘉琪、张欣、武文珊、徐冰婷	2017. 03	刘岩妍 张哲	4000	省级
8	“张鲜森”酸奶包装改良设计	王晓攀、胡佳明、谢豫、韩佳荣、王瑞宇	2017. 03	郝秀梅	1000	院级重点
9	校园运动场文明标识设计与应用	王雨迪、张旭东、杨磊、苏萌卉、杨锦霞	2017. 03	张杨	1000	院级重点
10	太原市城市吉祥物的形象设计及应用	桂伊美、魏杰	2017. 03	刘岩妍	800	院级一般
11	“雕梁画艺”徽州建筑木雕动植物图形再设计	王亚南、邵蜜雪、张筱蕊、陈佳男	2017. 03	任静莉	800	院级一般
12	汉服文化创意产品设计	王钰洁、吕晟琪、秦鑫	2017. 03	武彦如	800	院级一般
13	太原工业学院餐厅文明标识设计与运用	李婷婷、李文雪、逯瑶、王怡莹	2017. 03	郝秀梅	800	院级一般
14	时代语境——“福”字的文创设计与应用	马少川、钟帅、张昕慧、林婉育	2017. 03	赵海星	800	院级一般
15	汉仪字库“字体之星”标题字体的设计	徐文静、张琦琪、彭洁、王萍	2017. 03	赵海星	800	院级一般
16	新媒体语境下张鲜森酸奶 LOGO 的动画化设计	刘畅、许媛	2017. 03	王哲	800	院级一般

[在此处键入]

17	手绘插画在商业空间中的应用	宋伟伟、李若男、李倩、 李欣苹	2017. 03	张哲	800	院级 一般
18	“郁美净”包装改良设计	胡佳明、邢安琪 、 韩佳荣 、谢豫 、王露	2016. 04	郝秀梅	1000	院级 重点
19	“微皖小品”插图设计及应用	刘嘉琪、许梅霞	2016. 04	任静莉	800	院级一 般
20	基于山西省黎城县布老虎装饰图案 的创新设计与应用研究	魏杰、秦丹	2016. 04	赵海星	800	院级 一般
21	中华老字号的包装改良设计——保 定老字号槐茂酱菜产品包装设计改 良	刘畅、王思慧	2016. 04	武彦如、 王丽娜	800	院级 一般
22	快递包装改良设计	孙淑亨、成婷婷、张姞 驭、周詮、付翔宇	2015. 04	刘岩妍	10000	国家级
23	山西竹叶青文化符号的动漫化表达 研究	郭雅婷、马嘉丽、李丹	2015. 04	武彦如	1000	院级 重点
24	“苗家米酒”包装设计	王楠、丁洁娟、 杨娇娇、温莹	2015. 04	武彦如	800	院级 一般
25	Zara 服装品牌标识改良设计及应用	李康、李永胜、 王晓雪、 谢杨波	2015. 04	任静莉	800	院级 一般
26	暴龙眼镜标志及包装改良设计	张旖旎、范卿、廉春雨、 张博翔、 刘剑	2015. 04	任静莉	800	院级 一般
27	校园公共信息图形符号设计	兰丽茹、赵燕霞、乔静、 许燕艳、杜晓婧	2015. 04	郝秀梅	800	院级 一般

六、 教材、论文



图书在版编目(CIP)数据

包装设计 / 佟海丰、孙俐、刘岩妍主编. — 北京: 北京工艺美术出版社, 2016. 6
21世纪艺术设计专业规划教材

ISBN 978-7-80526-807-1

I. ①包… II. ①佟… ②孙… ③刘… III. ①J293.13②J293.14③J293.15④J293.16

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第131118号

包装设计

主 编: 佟海丰 孙俐 刘岩妍

责任编辑: 宋密晖 张恬

总 策 划: 肖大洲

版式设计: 北京纬图文化传媒有限公司

出版发行: 北京工艺美术出版社

地址: 北京市东城区和平里七区16号楼

邮编: 100013

电话: (010) 84255105 (总编室)

(010) 64283627 (编辑部)

(010) 64283671 (发行部)

传真: (010) 84255105 / 64280045

网址: www.gmcbs.cn

经销: 全国新华书店

印刷: 北京旺鹏印刷有限公司

开本: 889×1194 1/16

印张: 11

版次: 2016年6月第2版

印次: 2016年6月第1次印刷

印数: 5001-8000

书号: 978-7-80526-807-1/J·708

定价: 48.80元



总策划 · 丁易名

DESIGN
全国高等教育“十三五”规划教材

版 式 设 计

Format Design

主 编：王 勇 徐 扬 刘岩妍
副主编：薛 强 罗 静 付瀚思 王 珏
编 委：郭 佳 吴诚忠 付 正 魏雅亭
宋 博 刘永晓

兵器工业出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

版式设计/王勇主编. —北京:兵器工业出版社, 2018.7

ISBN 978-7-5181-0409-3

I. ①版… II. ①王… III. ①版式设计 IV. ①TS881

中国版本图书馆CIP数据核字 (2018) 第112268号

版式设计

主 编: 王 勇 徐 扬 刘岩妍

责任编辑: 何嘉琳

责任校对: 郭 芳

总 策 划: 丁易名

出版: 兵器工业出版社

社址: 北京市海淀区车道沟10号

邮编: 100089

编辑部电话: 010-68963078 52876720

发行部电话: 010-68962596 57159025

经销: 全国新华书店

设计: 北京逐日文化传媒有限公司

印刷: 北京恒嘉印刷有限责任公司

版次: 2018年7月第1版

印次: 2018年7月第1次印刷

开本: 889毫米×1194毫米1/16

印张: 7.5

字数: 192千字

印数: 1-5000

书号: ISBN 978-7-5181-0409-3

定价: 49.80元

版权所有 侵权必究

本书所用部分素材由于无法与作者(权利人)取得联系,本社已将这部分内容删除并本书编辑,希望作者与编辑部联系,以便尽早进行编辑。编辑部电话: 010-68963078 传真: 010-67129025 邮箱: 36437788@qq.com

地方高校民间美术类“非遗”课程体系构建调查研究 ——以山西高校为例

刘素娟

太原工业学院,山西太原 030009

摘要: 为了更好地推进地方高校民间美术类非物质文化遗产“高校”“非遗”课程的可行性,以山西省三所本科院校、太原工业学院、山西大学、中北大学的部分在校师生为调查对象,通过调查了解地方高校师生对民间美术类非物质文化遗产的认知情况、保护和传承现状等,在调查分析的基础上,针对地方高校民间美术类“非遗”课程的可实施性,提出地方高校民间美术类“非遗”课程的建设与实施,使地方高校成为民间美术类非物质文化遗产的传承平台。

关键词: 地方高校;民间美术;非物质文化遗产;课程

中图分类号: G642.3 文献标识码: A 文章编号: 1001-4225(2017)10-0092-05

DOI: 10.13339/j.issn1001-4225.2017.10.018

一、高校对非物质文化遗产保护与传承的意义

国务院在《关于加强非物质文化遗产保护工作的意见》中明确提出:“教育部门应扶持类的非物质文化遗产内容和保护知识纳入教学体系,激发青年热爱优秀传统文化的热情。”我国各级教育部门相继出台大量的措施与制度,督促并实施将“非遗”相关的知识内容纳入到教学计划中,培养学生对优秀传统文化的认同感和责任感。近几年,由于国家对民族文化和遗产的重视,提出“复

兴传统文化”,发扬“工匠精神”,各大量点高校相继设立与“非物质文化遗产”相关的学科。2002年,中央美术学院在原有民间美术研究室的基础上成立了“非物质文化遗产研究中心”,在国内高校率先建设与完善非物质文化遗产背景下的“中国民间文化艺术研究”为主旨的新学科^[1]。

“地上文物看山西”,山西省素以悠久的历史 and 丰富的民族文化资源著称。截止2015年,山西省共有国家级非物质文化遗产96项(第一批、第二批),省级非物质文化遗产300项;此外,有市级项目505项,县级项目907项^[2]。目前,该省

作者简介:刘素娟(1991—),女,蒙古族,山西忻州人,太原工业学院艺术设计专业硕士研究生,太原工业学院教师。主要研究方向为民间美术与视觉传达设计。

基金项目:本文系2015年度山西省高等学校教学改革项目“视觉传达设计专业‘非遗’课程体系建设的研究与实践”以及2015年度山西省教育科学“十二五”规划课题“地方高校民间美术类非物质文化遗产可行性的研究”(编号:15J11107)的研究成果。

92

的高校并没有真正设置非物质文化遗产的学科专业,仅有山西大学、山西师范大学设立了非物质文化遗产保护的相关学术团体和研究机构,除此之外,个别高校只是在校内组建与“非遗”相关的学生社团。相关非物质文化遗产在高校保护传承的理论研究工作才刚刚起步,因此,对山西省高校传承非物质文化遗产的调查与研究,为山西省民间文化遗产的传承与创新提供了基础性依据和基础性研究数据,具有极其现实的意义。

二、调查问卷的设计及调研过程

调查在2015年4月—2016年4月分期进行,采用网络发放问卷为主,纸质访谈为辅的调查方法。以山西省太原市的3所高校(太原工业学院、山西大学、中北大学)的部分在校师生为调查对象(其中太原工业学院教师为访谈调查)。问卷以纸质和纸质作为媒介调查,发放给学校的各班级进行作答,将所得数据输入SPSS17.0统计软件包进行分析研究。采用随机法发放问卷,3所大学共发放问卷250份,回收率100%;全部有效问卷255份,有效率96.0%;259名被调查者中,女性179人,占68.7%;男性80人,占31.3%;调查对象中文科类专业44人,占总人数的17%;理工类专业62人,占25.9%;艺术类专业155人,占59.1%;其中,太原工业学院教师采用访谈法进行调查,共计访谈了37名教师。

本次调查问卷由5个大部分,17个小题目构成。第一部分是调查者的个人基本信息,包括所在学校、专业、年级、性别、职业等,此部分设置6道题目,全部为单项选择题;第二部分是关于调查者对民间美术类“非遗”知识的认知度情况的调查,此部分设置4道题目,由3道单项选择题和1道多项选择题组成;第三部分是关于学校开展民间美术类“非遗”有关的课程和宣传情况的调查,

此部分设置7道题目,由4道单项选择题和3道多项选择题以及1道开放式题目组成。问卷的主要目的是调查山西省高校学生对“非遗”的认知状况,以及高校民间美术类“非遗”课程的建设情况;另外,对部分教师辅以访谈式调查法,挖掘认知差异成因,并提出“非遗”高校传播的对策与建议。

三、对“非遗”的认知情况调查结果分析

(一)“非遗”认知度分析

从图1中数据结果可知高校师生对非物质文化遗产的认知普遍偏低,本题的调查,有效样本数为259份,而对非物质文化遗产有非常全面的认知的师生仅占10.04%;其余近90%的师生对非物质文化遗产的了解程度不高,甚至有1.54%的师生对非物质文化遗产完全没有认知。从中可以看出,绝大多数师生对“非遗”并没有全面深入的认知。

请问您对非物质文化遗产的了解程度如何?
知道人数259

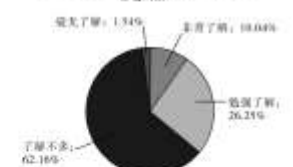


图1 “非遗”认知度调查结果

(二)“非遗”认知渠道分析

在对非物质文化遗产的了解渠道一题中(此题为多选题),通过网络和电影电视了解“非遗”频次最多,被选择365次,书籍报刊被选择119次,而通过师长传授来了解“非遗”的仅为58次(见图2)。在后期对教师的访谈调查中,普遍认为目前该省高校对“非遗”的认知渠道较窄,真实信息的获取大多来源于网络和电视,学生们缺少对民间

七、 优质教学资源共享课程《广告策划与设计》

(1) 网站页面（主要部分）



栏目导航

课程简介

通知公告

设计交流

基本资源

拓展资源

教学团队

教学成果



栏目导航

教学大纲

授课计划

电子教案

电子课件

Figure 1-1-1: JAC Refine Brand Marketing Promotion Execution Strategy and Advertising Creative Expression System. The figure is a screenshot of a presentation slide titled "JAC Refine 母子模式" (JAC Refine Mother-Child Model). The slide features a blue header with the JAC logo and the text "JAC Refine 母子模式". Below the header, there is a diagram showing the relationship between JAC and its various brands, including JAC, JAC Refine, JAC Refine+, JAC Refine+, and JAC Refine+. The diagram is presented in a browser window with a "Refine" sidebar on the left.

(2) 课程案例资源库(部分)

- | | | |
|--------------------------|------------------------|----------------------|
| 02-03年度国内白酒品牌竞争启示和口子... | 美林河畔LOGO设计 | 华宇广告 |
| 2001年科龙品牌整合传播规划研讨方案 | 美林湖畔VI识别系统表现策略 | 极之聚 |
| 2002年度乐华空调品牌推广整体代理竞... | 南益品牌战略-房地产行业品牌整合 | 佳美 |
| AOC华南地区品牌形象传播策略 | 齐心COMIX品牌下半年行销推广方案 | 金长城 |
| EMC品牌传播策略执行方案 | 神州数码品牌形象广告 | 精信 |
| HONDA消费对象认知市场调研 | 神州数码-易飞ERP品牌形象传播推广策... | 蓝色创意 |
| ICBC住房信贷TVC广告创意策略思路 | 探讨海信空调的营销体系建设 | 蓝色火焰 |
| JAC Refine商用车品牌战略补充提案 | 特福电熨斗新品上市策略方向的探讨 | 李奥贝纳LeoBurnett |
| JACMPV瑞风商务车品牌营销推广执行策... | 天王手表品牌整合方案 | 灵狮Lowe |
| JAC品牌营销整合与提升 | 小肥牛加蜜方便面CF创意表现案 | 灵智大洋Euro RSCG |
| JAC瑞风MPV商务车品牌营销推广执行策... | 新华人寿VIS开发调研报告 | 麦道 |
| TCL集团售后服务中心在全国网络推广广... | 新华人寿VI设计招标规划提案 | 麦肯光明McCann |
| TCL王牌彩电2001年农村市场推广策略研... | 星河湾2003年度第三期楼盘及品牌行销... | 梅高MEIKAO |
| TCL王牌新生活浪潮研讨提案 | 兴达计算机策略案 | 平成 |
| TOSHIBA笔记本电脑5月品牌形象推广策... | 兴达计算机品牌基因工程-从品牌定位到... | 盛世长城Saatchi |
| XINAO燃气形象广告媒介策略 | 扬子空调品牌建构与推广的思考 | 实力传播Zenith Optimedia |
| 藏青果上市推广影视作品 | 易美行销训练课程-行销推广企划与实战 | 始创国际AICI |
| 春兰品牌理念提案 | 中国电信广州宽带信息网广告推广提案 | 思源广告 |
| 春兰星威终端形象项目经营计划 | 中国电信-数据多媒体品牌整合传播策略 | 唐都 |
| 从TCL显示器品牌的建立了解唐都如何有... | 中国电信天翼通比稿创意部分 | 旭日广告 |
| 德赛DVD市场推广策略建议案 | 中国电信-业务品牌整合传播策略A | 阳光加信 |
| 德赛视盘机市场突破攻略 | 中国电信-业务品牌整合传播策略c | 阳狮Publicis原达美高Darcy |
| 海尔笔记本电脑服务形象规划 | 中国工商银行企业形象规划策略 | 叶茂中 |
| 海尔笔记本电脑营销及广告计划 | 中国工商银行形象推广策略 | 鹰之机构 |
| 海尔冰柜新品上市活动媒介策略 | 中华世纪坛发展基金会品牌形象战略规划... | 智威汤逊JWT |
| 海尔冰箱24城市风神榜投放方案二 | 中汽租赁企业品牌策略及品牌标识建议 | 卓越形象 |
| 海尔快乐王子007二期上市策略 | | |



八、 视觉传达专业教师教学成果

视觉传达设计专业教师获奖情况一览表

序号	姓 名	获奖名称	颁奖部门	获奖时间
1	刘岩妍	“山西平面设计展”优秀指导教师奖	山西平面设计协会	2013 年
2	刘岩妍	“台湾时报广告金犊奖”优秀指导教师奖	“台湾时报广告金犊奖”组委会	2013 年
3	刘岩妍	教学优秀奖	太原工业学院	2014 年
4	张宏伟	“江山如画风景展”优秀奖	中华人民共和国驻圣彼得堡总领馆	2014 年
5	刘岩妍	第六届“全国大学生广告艺术大赛”优秀指导教师奖	全国大学生广告艺术大赛组委会	2015 年
6	刘岩妍	“三育人”先进个人	太原工业学院	2015 年
7	任静莉	教学优秀奖	太原工业学院	2016 年
8	刘岩妍	第八届“全国大学生广告艺术大赛”优秀指导教师奖	全国大学生广告艺术大赛组委会	2016 年
9	胡江升	“韩国蔚山广域市户外广告大赛-OOSTORE 形象设计”特选奖	韩国蔚山广域市户外广告大赛组委会	2016 年
10	胡江升	“北京国际设计周当代国际水墨设计展”优秀奖	北京国际设计周当代国际水墨设计展组委会	2016 年
11	刘岩妍	第 14 届“全国大学生广告艺术节学院奖”优秀指导教师奖	全国大学生广告艺术节学院奖大赛组委会	2016 年
12	刘岩妍	“三育人”先进个人	太原工业学院	2017 年
13	张哲	青年教师基本功大赛院级一等奖	太原工业学院	2017 年
14	刘岩妍	第九届“中国大学生广告艺术大赛”优秀指导教师奖	中国大学生广告艺术大赛组委会	2017 年
15	赵海星	“山西平面设计展”优秀指导教师奖	山西平面设计协会	2017 年
16	任静莉	“山西平面设计展”优秀指导教师奖	山西平面设计协会	2017 年
17	张哲	“山西平面设计展”优秀指导教师奖	山西平面设计协会	2017 年
18	刘岩妍	“山西平面设计展”优秀指导教师奖	山西平面设计协会	2017 年
19	郝秀梅	“山西平面设计展”优秀指导教师奖	山西平面设计协会	2017 年
20	王丽娜	“山西平面设计展”优秀指导教师奖	山西平面设计协会	2017 年
21	张哲	“山西平面设计展”二等奖（两次）	山西平面设计协会	2017 年
22	张哲	“山西平面设计展”优秀奖	山西平面设计协会	2017 年
23	任静莉	“山西平面设计展”二等奖	山西平面设计协会	2017 年
24	赵海星	“山西平面设计展”二等奖	山西平面设计协会	2017 年

25	刘岩妍	第15届“全国大学生广告艺术节学院奖”优秀指导教师奖	全国大学生广告艺术节学院奖大赛组委会	2017年
26	武彦如	首届高邮特色农产品包装设计大赛组织奖	高邮市人民政府	2017年
27	张哲	青年教师基本功大赛院级一等奖	太原工业学院	2018年
28	郝秀梅	教学创新三等奖	太原工业学院	2018年
29	赵海星	毕业设计优秀指导教师	太原工业学院	2015、2018年
30	刘岩妍	毕业设计优秀指导教师	太原工业学院	2015-2018年
31	郝秀梅	毕业设计优秀指导教师	太原工业学院	2015-2018年
32	任静莉	毕业设计优秀指导教师	太原工业学院	2015-2018年
33	张杨	毕业设计优秀指导教师	太原工业学院	2015-2017年
34	贾艳伟	毕业设计优秀指导教师	太原工业学院	2015-2018年
35	张哲	毕业设计优秀指导教师	太原工业学院	2018年
36	袁毅	毕业设计优秀指导教师	太原工业学院	2015年
37	王丽娜	毕业设计优秀指导教师	太原工业学院	2018年
38	张宏伟	毕业设计优秀指导教师	太原工业学院	2018年
39	任静莉	“山西省第三届高校毕业季优秀美术作品展”优秀指导教师奖	山西省教育厅 山西省文化厅	2018年
40	刘岩妍	“山西省第三届高校毕业季优秀美术作品展”优秀指导教师奖	山西省教育厅 山西省文化厅	2018年

视觉传达设计专业教师发表教学研究论文一览表

序号	作者	论文名称	刊物名称	刊物性质	年, 卷(期): 起止页码
1	赵海星	标志设计教学改革的应用性探讨与思考	美术教育研究	省级	2018. 12
2		字体设计教学改革的梳理与思考	艺海	省级	2017. 4 117-118 页
3		字体设计的教学与交流	艺术科技	省级	2015. 4 248 页
4		艺术设计专题课堂教学与实践——浅论线的表现	艺海	省级	2014. 12 179-180 页
5		设计素描的价值探讨与教学交流	艺海	省级	2013. 12 182-183 页
6		关于“设计色彩”课程的教学分析与探讨	艺海	省级	2013. 5 178-180 页

序号	作者	论文名称	刊物名称	刊物性质	年, 卷(期): 起止页码
7	郝秀梅	综合性大学艺术设计基础课程新教学方法探索与研究——以二维构成教学改革为例	艺海	省级	2014. 5 169-170 页
8		综合性大学艺术设计基础课的“教”与“育”	美术教育研究	省级	2012. 11 126-127 页
9	刘岩妍	地方高校民间美术类“非遗”课程体系构建调查研究——以山西高校为例	教育导刊	省级	2017. 10 92-96 页
10		基于威客平台的《广告设计》课程实践教学模式的研究与探索	品牌	省级	2014. 12 267 页
11	袁毅	虚拟现实技术在艺术设计教学中的应用	美术教育研究	省级	2012. 11 112 页
12		设计教学中的多媒体技术运用——以建筑模型设计为例	美术教育研究	省级	2012. 9 135-136 页
13	贾艳伟	包装设计教学中的商务教学研究	中国包装工业	省级	2015. 10 121 页
14	张杨	海报设计课程中课题式教学方法的融入策略	美术界	省级	2016. 8
15	武彦如	应用导向为先——论视觉传达设计专业 3ds Max 软件教学改革	设计	省级	2015. 3 155-156 页
16		3ds Max 教学与包装设计结合初探	美术教育研究	省级	2013. 6 92 页
17	任静莉	概念包装设计课程的教学内容设计研究	艺海	省级	2018. 11
18		创意概念在三维构成课程中的应用研究	美术大观	省级	2016. 9
19	王丽娜	“互联网+”时代的视觉传达设计专业教学模式刍议	艺海	省级	2017. 7 128-130 页

视觉传达专业教师承担教育教学改革与研究项目一览表

序号	课题名称	主持人	课题来源	课题研究期间	经费(万元)	备 注
1	字体设计课程体系的优化研究与实践	赵海星	太原工业学院教育教学质量水平提升工程	2016. 5—2018. 5	0. 5 万	主持
2	标志设计课程的项目化教学研究与建设		院级：应用性课程建设	2017. 8-2019 . 9	0. 5 万	主持
3	设计形式基础课程教学方法研究与实践	郝秀梅	太原工业学院教育教学质量水平提升工程	2012. 9—2014. 9	0. 5 万	主持

序号	课题名称	主持人	课题来源	课题研究期间	经费 (万元)	备 注
4	构成基础		院级：“双优双重工程”教学项目建设	2014.11—2017.11	1 万	主持
5	项目驱动的多层次创新实践体系——以系列包装设计为例		院级：应用性课程建设	2018.3—2020.3	1 万	主持
6	地方性高等院校传承非物质文化遗产可行性的研究	刘岩妍	省教育厅	2013.10—2016.10	经费自筹	主持
7	以项目为驱动的《广告策划与设计》课程网络共享资源平台建设		太原工业学院双优双重工程	2014.1—2017.6	1 万	主持
8	视觉传达设计专业“平台+模块”课程体系构建的研究与实践		山西省教育厅	2015.5—2017.5	2 万	主持
9	基于竞赛驱动与项目教学的《海报设计》课程教学改革与实践		山西省教育厅	2018.6—2020.6	1 万	主持
10	基于威客平台的《广告设计》课程教学改革研究		太原工业学院教育教学质量水平提升工程	2012.9—2014.9	0.5 万	主持
11	基于校企合作项目为驱动的《包装设计》课程教学改革研究	贾艳伟	太原工业学院教育教学质量水平提升工程	2015.5—2017.5	0.5 万	主持
12	课题式教学模式在《海报设计》课程中实践性教学探究	张杨	太原工业学院教育教学质量水平提升工程	2015.5—2017.5	0.5 万	主持
13	3ds max 在包装设计中的应用研究	武彦如	太原工业学院教育教学质量水平提升工程	2012.9—2014.9	0.5 万	主持
14	人工智能时代的艺术设计专业课程教、学、考模式探究		山西省教育科学“十三五”规划课	2017.10—2019.10		主持
15	以“实践+”为导向的视觉传达设计专业建设研究	任静莉	太原工业学院应用型专业建设项目	2018.6—2020.6	1 万	主持

[在此处键入]

序号	课题名称	主持人	课题来源	课题研究期间	经费 (万元)	备 注
16	创意概念在《三维构成》课程中的应用研究		太原工业学院教育教学质量水平提升工程	2014.5—2016.5	0.5 万	主持
17	云计算背景下高校设计艺术类通识课教学模式研究	张哲	山西省教育科学“十三五”规划课题	2016.11-2018.11		主持
18	应用型高校设计艺术专业美术通识教育模式探究		太原工业学院教育教学质量水平提升工程	2017.11-2019.11	1 万	主持
19	实践任务驱动下《设计史论与艺术鉴赏》应用型课程改革探究		院级：应用性课程建设	2018.9—2020.9	1 万	主持
20	以企业项目驱动的《构成基础》课程改革研究	王丽娜	院级：应用性课程建设	2018.3—2020.3	1 万	主持
21	应用型高校转型下产教融合培养创新人才的实践案例及模式探索		山西教育科学“十三五”规划“1331 工程”研究专项课题	2018.6—2019.6		主持
22	品牌包装策划与设计应用性课程建设	张宏伟	院级：应用性课程建设	2018.9—2020.9	1 万	主持

九、调查问卷及结果分析

“视觉传达设计”专业人才培养社会需求调查表（企业）

欢迎参加本次答题！随着社会对专业人才的需求不断变化，为了能更真实的了解相关企业对视觉传达设计毕业生的能力要求，我在此进行了调查。并通过此次调查对学校专业的人才培养提出部分具有针对性的建议。望您在百忙之中填写下表，以便我们能针对调查结果做出合理的分析。谢谢！

1、贵单位的性质是（单选题 *必答）

- ☐ 企业
- ☐ 事业
- ☐ 机关
- ☐ 其他

2、贵单位招聘的岗位有（单选题 *必答）

- ☐ 广告设计类
- ☐ 包装设计类
- ☐ 印刷出版类
- ☐ 设计管理类
- ☐ 设计培训类
- ☐ 销售人员
- ☐ 其他

3、近3年对该层次该专业人才需求（单选题 *必答）

- ☐ 上升
- ☐ 下降
- ☐ 无变化

4、您认为该专业目前社会需求情况是（单选题 *必答）

- ☐ 急需
- ☐ 一般
- ☐ 过剩

5、你认为该专业的覆盖面（单选题 *必答）

- ☐ 较窄
- ☐ 较宽

- ☐ 一般

6、你认为该专业学生培养的方向应是 (单选题 *必答)

- ☐ 技能实用性
☐ 复合型
☐ 其他——

7、多选题你认为毕业生应具备哪些能力 (多选题 *必答)

- ☐ 丰富的理论知识
☐ 掌握熟练的软件及手绘能力
☐ 团队合作能力
☐ 独立思考的能力
☐ 好的个人素养
☐ 好实践操作能力
☐ 好的创意与空间想象能力
☐ 语言表达能力

8、你认为学校是否应该加强对本专业的毕业生实践动手能力的培养? (单选题 *必答)

- ☐ 应该
☐ 不应该
☐ 无所谓

9、你认为是否应该开展校企合作项目教学模式? (单选题 *必答)

- ☐ 应该
☐ 不应该
☐ 无所谓

10、您认为本专业的人才培养是否应该以服务地方经济为主? (单选题 *必答)

- ☐ 应该
☐ 不应该
☐ 无所谓

11、企业单位给刚步入工作岗位的大学生所能提供的 (多选题 *必答)

- ☐ 工作培训
☐ 职业规划
☐ 好的待遇
☐ 能力展示的平台
☐ 其他——

12、围绕企业招聘的问题 (多选题 *必答)

- ☐ 毕业生太多
☐ 毕业生对岗位知识缺乏了解
☐ 不满意自己的工作岗位
☐ 缺乏实践经验

☐ 缺乏沟通

太原工业学院设计艺术系视觉传达设计专业人才培养模式调查问卷

(在校本科生)

同学您好：这是一份关于人才培养模式的调查问卷，旨在了解视觉传达设计专业学生对本专业人才培养的看法及建议，以便相关工作的改进。本次问卷不存在任何商业用途和政治目的，更不会泄露个人隐私。请您根据实际情况填写，无需署名。感谢您的合作！

1、你的年级？（单选题 *必答）

- ☐ A、2012 级
- ☐ B、2013 级
- ☐ C、2014 级
- ☐ D、2015 级

2、你的专业（方向）？（单选题 *必答）

- ☐ A、广告
- ☐ B、包装
- ☐ C、其他

3、你对本专业的人才培养目标了解吗？（单选题 *必答）

- ☐ A、非常了解
- ☐ B、比较了解
- ☐ C、不了解

4、在以下的上课方式中，你喜欢老师用哪一种方法？（单选题 *必答）

- ☐ A、以老师讲为主，学生听讲和记录。
- ☐ B、老师指点方法或提出问题，学生自学。
- ☐ C、老师精讲，大部分时间学生进行作业练习。
- ☐ D、学生自主提问，合作探究，教师适时点拨。

5、你认为在课堂上的收获情况？（单选题 *必答）

- ☐ A、很充实，该节课的知识都学会并掌握了
- ☐ B、充实，该节课的大部分知识都学会了。
- ☐ C、不充实，不知道老师让我们做什么，一节课什么也没学会。

6、你觉得应该在课堂上多进行动手实践能力的培养吗？（单选题 *必答）

- ☐ A、应该。

- ☐ B、不应该。
- ☐ C、无所谓。

7、你认为专业核心课程的考核方式应以考查为主，还是应以考试为主？（单选题 *必答）

- ☐ A、考试
- ☐ B、考查
- ☐ C、无所谓

8、以考试或考查为主的课程考核，你觉得其收获分别怎样？（单选题 *必答）

- ☐ A、考试收获大
- ☐ B、考查收获大
- ☐ C、两者效果差不多

9、你觉得本专业开设课程学有所用吗？（单选题 *必答）

- ☐ A、非常有用
- ☐ B、较为有用
- ☐ C、一般
- ☐ D、没有用

10、如果需要开设新的课程，你认为要开设的新的课程主要是？（单选题 *必答）

- ☐ A、实践类
- ☐ B、理论类
- ☐ C、创新类
- ☐ D、不清楚

11、你认为实习、实训安排合理吗？（单选题 *必答）

- ☐ A、合理
- ☐ B、较合理
- ☐ C、一般
- ☐ D、不合理

12、你认为公共、专业必修课设置门数？（单选题 *必答）

- ☐ A、偏多
- ☐ B、一般
- ☐ C、偏少

13、你认为您所所学专业的课程设置是否合理？（单选题 *必答）

- ☐ A、合理
- ☐ B、较合理
- ☐ C、一般
- ☐ D、不合理

14、你认为本专业的实践教学环节的设计是否合理？课时量、时间安排是否合适？（单选题 *必答）

- ☐ A、合理

- ☐ B、较合理
- ☐ C、一般
- ☐ D、不合理

15、你认为本专业整体的课程结构模式（分公共选修、专业必修、实践等部分）是否合理、比例是否合适？你有何看法与建议？（单选题 *必答）

- ☐ A、合适
- ☐ B、较合理
- ☐ C、一般
- ☐ D、不合适

看法或建议： _____

16、请对本专业人才培养方案所开设的课程合理性打分（5 分为满意，4 分为较好，2、3 分为一般，1 分为不好）（打分题 请填 1-5 数字打分 *必答）

专业理论课程设置 _____
专业实践课程设置 _____
专业基础课程设置 _____
专业选修课程设置 _____
专业课程设置 _____
创新学分课程设置 _____

太原工业学院

设计艺术系视觉传达设计专业人才培养模式调查问卷结果统计

(在校本科生)

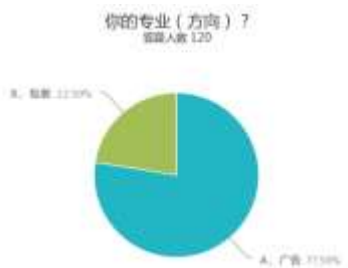
Q1:你的年级?



答案选项	回复情况
A、2012 级	5
B、2013 级	28
C、2014 级	30
D、2015 级	57

受访人数 120

Q2:你的专业（方向）？



答案选项	回复情况
A、广告	93
B、包装	27

受访人数 120

Q3:你对本专业的人才培养目标了解吗?



答案选项	回复情况
A、非常了解	9
B、比较了解	79
C、不了解	32

受访人数 120

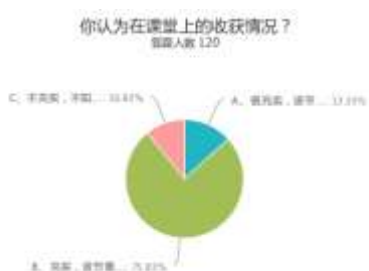
Q4:在以下的上课方式中，你喜欢老师用哪一种方法？



答案选项	回复情况
A、以老师讲为主，学生听讲和记录。	15
B、老师指点方法或提出问题，学生自学。	13
C、老师精讲，大部分时间学生进行作业练习。	67
D、学生自主提问，合作探究，教师适时点拨。	25

受访人数 120

Q5:你认为在课堂上的收获情况？



答案选项	回复情况
A、很充实，该节课的知识都学会并掌握了	16
B、充实，该节课的大部分知识都学会了。	91
C、不充实，不知道老师让我们做什么，一节课什么也没学会。	13

受访人数 120

Q6:你觉得应该在课堂上多进行动手实践能力的培养吗?



答案选项	回复情况
A、应该。	113
B、不应该。	4
C、无所谓。	3

受访人数 120

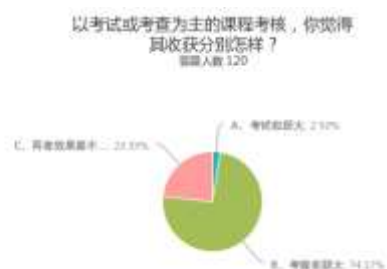
Q7:你认为专业核心课程的考核方式应以考查为主，还是应以考试为主?



答案选项	回复情况
A、考试	5
B、考查	110
C、无所谓	5

受访人数 120

Q8:以考试或考查为主的课程考核，你觉得其收获分别怎样?



答案选项	回复情况
A、考试收获大	3
B、考查收获大	89
C、两者效果差不多	28

受访人数 120

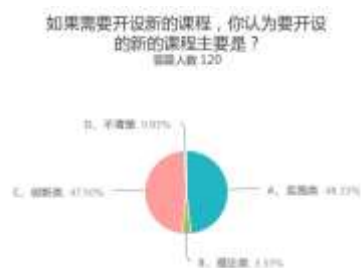
Q9:你觉得本专业开设课程学有所用吗?



答案选项	回复情况
A、非常有用	33
B、较为有用	61
C、一般	26
D、没有用	0

受访人数 120

Q10:如果需要开设新的课程，你认为要开设的新的课程主要是？



答案选项	回复情况
A、实践类	58
B、理论类	4
C、创新类	57
D、不清楚	1

受访人数 120

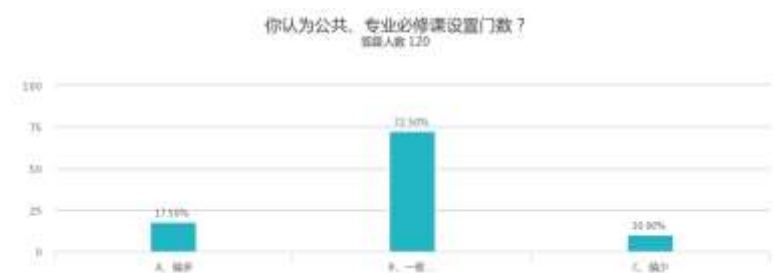
Q11:你认为实习、实训安排合理吗？



答案选项	回复情况
A、合理	33
B、较合理	46
C、一般	34
D、不合理	7

受访人数 120

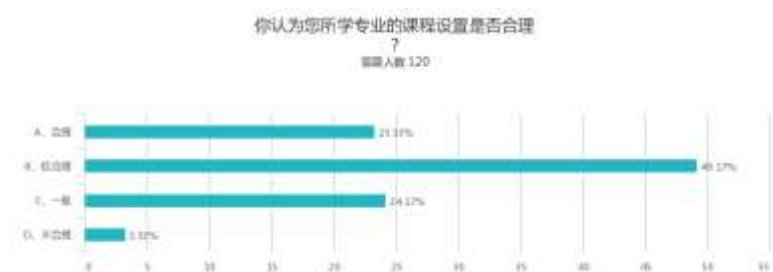
Q12:你认为公共、专业必修课设置门数？



答案选项	回复情况
A、偏多	21
B、一般	87
C、偏少	12

受访人数 120

Q13:你认为您所所学专业的课程设置是否合理？



答案选项	回复情况
A、合理	28
B、较合理	59
C、一般	29
D、不合理	4

受访人数 120

Q14:你认为本专业的实践教学环节的设计是否合理？课时量、时间安排是否合适？



答案选项	回复情况
A、合理	29
B、较合理	60
C、一般	28
D、不合理	3

受访人数 120

Q15:你认为本专业整体的课程机构模式（分公共选修、专业必修、实践等部分）是否合理、比例是否合适？你有何看法与建议？

你认为本专业整体的课程机构模式（分公共选修、专业必修、实践等部分）是否合理、比例是否合适？你有何看法与建议？
 答题人数 120

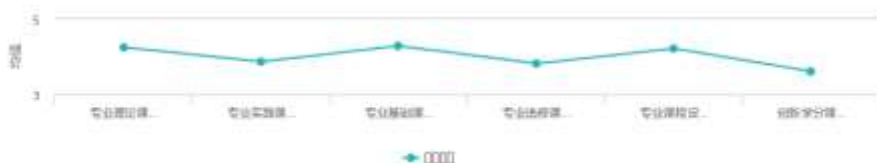


答案选项	回复情况
A、合适	26
B、较合理	65
C、一般	28
D、不合适	1

受访人数 120

Q16:请对本专业人才培养方案所开设的课程合理性打分（5 分为满意，4 分为较好，2、3 分为一般，1 分为不好）

请对本专业人才培养方案所开设的课程合理性打分（5分为满意，4分为较好，2、3分为一般，1分为不好）
 答题人数 120



	1 分	2 分	3 分	4 分	5 分	平均分数
专业理论课程 设置	0.00% 0	0.83% 1	13.33% 16	45.83% 55	40.00% 48	4.25
专业实践课程 设置	0.00% 0	9.17% 11	25.00% 30	35.83% 43	30.00% 36	3.87
专业基础课程 设置	0.00% 0	0.83% 1	13.33% 16	41.67% 50	44.17% 53	4.29
专业选修课程 设置	3.33% 4	7.50% 9	23.33% 28	35.83% 43	30.00% 36	3.82
专业课程设置	0.00% 0	1.67% 2	13.33% 16	46.67% 56	38.33% 46	4.22
创新学分课程 设置	5.00% 6	15.83% 19	23.33% 28	25.00% 30	30.83% 37	3.61

受访人数 120

[在此处键入]
