**《视觉营销》课程教学大纲**

**一、课程简介**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **课程中文名** | **视觉营销** | | | | | | |
| **课程英文名** | **Visual Merchandising** | | | | **双语授课** | | □是☑否 |
| **课程代码** | **28122103** | **课程学分** | **2** | **总学时数** | | 32 | |
| **课程类别** | □通识教育课程  □公共基础课程  ☑专业教育课程  □综合实践课程  □教师教育课程 | **课程性质** | □必修  ☑选修  □其他 | **课程形态** | | □线上  ☑线下  □线上线下混合式  □社会实践  □虚拟仿真实验教学 | |
| **考核方式** | □闭卷 □开卷 □课程论文 □课程作品 ☑汇报展示 □报告  ☑课堂表现 □阶段性测试 ☑平时作业 ☑其他 （可多选） | | | | | | |
| **开课学院** | 管理学院 | | **开课**  **系(教研室)** | 工商管理系 | | | |
| **面向专业** | 市场营销 | | **开课学期** | 第六学期 | | | |
| **课程负责人** | 田光兴 | | **审核人** | 罗文宝 | | | |
| **先修课程** | 《管理学》、《电子商务》等 | | | | | | |
| **后续课程** | 无 | | | | | | |
| **选用教材** | 侯德林.视觉营销：从入门到精通 [M].北京：人民邮电出版社，2018年12月 | | | | | | |
| **参考书目** | 1.文胜伟. 新媒体视觉营销[M].北京：人民邮电出版社，2020年9月  2.贲志红. 电商视觉营销[M].北京：人民邮电出版社，2023年4月.  3.张翔. 视觉营销[M].北京：电子工业出版社，2019年4月. | | | | | | |
| **课程资源** | www.icourse163.org/course/DYC-1450294582?from=searchPage&outVendor=zw\_mooc\_pcssjg\_ | | | | | | |
| **课程简介** | 《视觉营销》是市场营销专业的选修课程。视觉营销是指通过视觉达到产品营销或品牌推广的目的。本门课程旨在让学生在信息爆炸时代初步了解视觉营销的基础知识，掌握视觉营销理论，培养学生的视觉营销基本技能，训练学生正确的观察方法和设计表达语言，提高学生的艺术鉴赏能力，为将来可能从事的视觉营销工作打下基础。 | | | | | | |

**二、课程目标**

**表 1 课程目标**

|  |  |
| --- | --- |
| **序号** | **具体课程目标** |
| **课程目标 1** | 了解视觉营销的基本概念，掌握视觉营销运作流程，正确认识视觉设计元素，能够提炼视觉创意，了解视觉营销的体现与布局。 |
| **课程目标 2** | 能够熟练运用拍摄器材拍摄图片和视频并进行后期编辑处理，能够熟练地进行促销图、店铺首页、详情页和移动端店铺的视觉设计。 |
| **课程目标** 3 | 培养学生健康的审美观和创造精神，提高学生的艺术修养和鉴赏能力。 |

**表2-1 课程目标与毕业要求对应关系**

| **毕业要求** | **指标点** | **课程目标** |
| --- | --- | --- |
| **毕业要求1：**素养要求【M】 | 1.3【专业素养】系统掌握工商管理类专业基础知识；具备扎实的专业知识、专业技能和专业素养；能够快速准确地识别和分析市场营销中的各种问题，能够适应快速变化的市场环境灵活运用所学知识解决实际问题。 | 课程目标3 |
| **毕业要求2：**知识要求【H】 | 2.4【专业知识】具备市场调查、营销环境、竞争态势、消费者行为、营销策划、零售管理、新媒体营销、商务谈判与沟通、营销策略等现代市场营销学经典理论和基础知识；了解本学科前沿及发展动态，了解市场营销发展趋势和前沿营销实践。 | 课程目标1 |
| **毕业要求3：**能力要求【M】 | 3.4【职业发展】具备创新创业的基本素质，具有开拓精神与创新创业意识；具备敏锐的市场洞察力和判断力，能够及时了解本学科的理论前沿及发展动态，能够不断学习最新的专业知识和技能；具备批判性思维，对市场营销领域涉及的问题进行探索和研究。 | 课程目标2 |

**三、课程学习内容与方法**

**（一）理论学习内容及要求**

**表3 课程目标、学习内容和教学方法对应关系**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **课程模块** | **学习内容** | **学习任务** | **课程目标** | **学习重点难点** | **教学方法** | **学时** |
| 1 | 视觉营销基础 | 1.了解视觉营销 | 1.在淘宝网中查看三只松鼠店铺是用什么方式进行视觉传达的  2.收集淘宝网首页的广告图，简述广告图中不同的文字变现形式。 | 课程目标1 | 重点：  1.视觉设计元素  2.提炼视觉创意  难点：  提炼视觉创意 | 讲授法和案例教学法 | 2 |
| 2.把握视觉营销的信息传递和定位 | 课程目标1 |
| 3.认识视觉设计元素 | 课程目标1 |
| 4.提炼视觉创意 | 课程目标1 |
| 2 | 视觉营销的体现与布局 | 1.视觉营销设计体现 | 1.为女士香水设计一款广告海报，分析使用哪种方式进行营销。  2.为“韩后”化妆品店铺设计一款能凸显品牌信息的广告。  3.线上学习，去中国大学MOOC观看视觉营销相关课程视频 | 课程目标1 | 重点：  1.定义店铺的视觉风格  2.商品的视觉营销  难点：  定义店铺的视觉风格 | 理论讲授法和案例教学法 | 2 |
| 2.定义店铺的视觉风格 | 课程目标1 |
| 3.广告的视觉传达 | 课程目标1 |
| 4.商品的视觉营销 | 课程目标1 |
| 3 | 视觉的影像传达 | 1.拍摄的前期准备 | 1.拍摄糕点图片，要求展现出食欲感。  2.拍摄润肤霜视频，在视频中展现水纹效果。  3.线上学习，去中国大学MOOC观看视觉营销相关课程视频 | 课程目标1 | 重点：  1.商品图片拍摄  2.商品视频拍摄  难点：  1.商品图片拍摄  2.商品视频拍摄 | 讲授法和案例讨教学法 | 4 |
| 2.选择拍摄环境和器材 | 课程目标1 |
| 3.认识对焦和曝光 | 课程目标1 |
| 4拍摄商品图片 | 课程目标2、3 |
| 5.拍摄商品视频 | 课程目标2、3 |
| 4 | 商品图片的处理 | 1.裁剪视觉效果不完整的商品图片 | 1.对生菜盘子添加说明性文字。  2.抠取女包图片，放于促销背景中。  3.线上学习，去中国大学MOOC观看视觉营销相关课程视频 | 课程目标2 | 重点：  1.图片精细处理  2.抠图  难点：  抠图 | 讲授法和案例教学法 | 4 |
| 2.调整图片颜色与质感 | 课程目标2 |
| 3.精细处理图片 | 课程目标2 |
| 4.图片抠取 | 课程目标2 |
| 5.丰富图片内容 | 课程目标2、3 |
| 5 | 促销图的视觉营销设计 | 1.主图营销设计 | 1.制作“香水”直通车推广图，要求体现香水的通透。  2.线上学习，去中国大学MOOC观看视觉营销相关课程视频 | 课程目标2 | 重点：  直通车推广图的制作  难点：  直通车推广图的制作 | 讲授法和案例教学法 | 5 |
| 2.直通车推广图营销设计 | 课程目标2 |
| 3.智钻推广图营销设计 | 课程目标2 |
| 6 | 店铺首页的视觉营销设计 | 1.认识店铺首页 | 1.制作淑女装店招  2.制作女鞋海报  3.线上学习，去中国大学MOOC观看视觉营销相关课程视频 | 课程目标1 | 重点：  店招和海报设计  难点：  店招和海报设计 | 讲授法、案例教学法 | 5 |
| 2.店招视觉营销设计 | 课程目标2 |
| 3.首页海报视觉营销设计 | 课程目标2 |
| 4.促销活动区视觉营销设计 | 课程目标2 |
| 7 | 详情页的视觉营销设计 | 1.详情页的设计与管理 | 1.制作女鞋焦点图  2.制作饮水机卖点图  3.制作女鞋快递与售后图  4.线上学习，去中国大学MOOC观看视觉营销相关课程视频 | 课程目标2 | 重点：  卖点图和商品细节以及快递和售后图制作  难点：  卖点图和商品细节图以及快递和售后图制作 | 讲授法、案例教学法 | 5 |
| 2.制作焦点图 | 课程目标2 |
| 3.制作商品卖点图 | 课程目标2 |
| 4.制作商品信息展示图 | 课程目标2 |
| 5.制作商品细节图 | 课程目标2 |
| 6.制作快递与售后图 | 课程目标2 |
| 8 | 移动端店铺的视觉营销设计 | 1.认识移动端店铺营销 | 1.制作女鞋移动端首页  2.线上学习，去中国大学MOOC观看视觉营销相关课程视频 | 课程目标1 | 重点：  移动端首页制作  难点：  移动端首页制作 | 讲授法、案例教学法 | 5 |
| 2.移动端首页设计与制作 | 课程目标2 |
| 3.移动端详情页设计与制作 | 课程目标2 |

## 四、课程考核

**（一）考核内容与考核方式**

**表4 课程目标、考核内容与考核方式对应关系**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **课程目标** | **考核内容** | **所属**  **学习模块/项目** | **考核占比** | **考核方式** |
| 课程  目标 1 | 了解视觉营销的基本概念，掌握视觉营销运作流程，正确认识视觉设计元素，能够提炼视觉创意，了解视觉营销的体现与布局。 | 1.视觉营销基础  2.视觉营销的体现与布局  3.视觉的影像传达 | ×20% | 个人作业  课堂测验 |
| 课程  目标 2 | 能够熟练运用拍摄器材拍摄图片和视频并进行后期编辑处理，能够熟练地进行促销图、店铺首页、详情页和移动端店铺的视觉设计。 | 3.视觉的影像传达  4.商品图片的处理  5.促销图的视觉营销设计  6.店铺首页的视觉营销设计  7.详情页的视觉营销设计  8.移动端店铺的视觉营销设计 | ×60% | 个人作业  课堂测验  期末考核 |
| 课程  目标 3 | 培养学生健康的审美观和创造精神，提高学生的艺术修养和鉴赏能力。 | 1.视觉营销基础  2.视觉营销的体现与布局  3.视觉的影像传达  4.商品图片的处理  5.促销图的视觉营销设计  6.店铺首页的视觉营销设计  7.详情页的视觉营销设计  8.移动端店铺的视觉营销设计 | ×20% | 个人作业  课堂测验  期末考核 |

评分依据：根据学生基于各课程目标达成情况给分。

**表4-2 课程目标与考核方式矩阵关系**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 课程  目标 | 考核方式 | | | 考核占比 |
| 期末考试成绩比例40% | 平时作业成绩比例48% | 课堂测验成绩比例12% |
| 课程目标1 | 20% | 20% | 20% | 20% |
| 课程目标2 | 60% | 60% | 60% | 60% |
| 课程目标3 | 20% | 20% | 20% | 20% |

## （二）成绩评定

**1.平时成绩评定**

**（1）个人作业（×80%）：**围绕课程学习目标进行作业安排，考核学生对知识的认识、理解以及运用知识解决实际问题的能力。

**（2）课堂测验（×20%）：**围绕课程学习目标进行课堂测验，考核学生对相关理论知识的理解和掌握情况。

**2.期末成绩评定**

期末考核采取作品设计形式，让学生独立完成一个视觉营销作品，如设计一幅海报、制作一个短视频、对网店首页进行视觉设计等，并提交相应的作品。期末主要考核学生的实践技能和实际动手能力，就是学生通过本课程的学习，掌握了视觉营销相关理论知识后能够将其用于营销活动，解决视觉营销的实际问题。评分标准详见表5

**3.总成绩评定**

总成绩（100%）=平时成绩（**×**60%）+期末成绩（**×**40%）

## （三）评分标准

**表5 评分标准（非试卷考核项目）**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **考核项目** | **评分标准** | | | | |
| **优秀**  **(100>x≥90)** | **良好**  **(90> x≥80)** | **中等**  **(80> x≥70)** | **及格**  **(70> x≥60)** | **不及格**  **(x <60)** |
| 作品设计 | （1）作品创意新颖，展现出独特的创意和视角，能够吸引观者的注意。作品主题明确，清晰传达设计目的和意图。（2）作品设计美观、协调，色彩、字体、图片等视觉元素搭配得当。作品具有强烈的视觉冲击力，能够在第一时间吸引观者的眼球。（3）作品中的文字、图片等信息准确无误，符合设计要求。作品完整传达了设计所需的所有信息，满足目标受众的需求。（4）作品具有独特的亮点或特色元素，能够增强观者记忆点和识别度 | （1）作品创意新颖性较好，展现出一定的创意和视角，能够吸引观者的注意。作品主题比较明确，能够在一定程度传达设计目的和意图。（2）作品设计较为美观、协调，色彩、字体、图片等视觉元素搭配比较得当。作品具有一定的视觉冲击力，能够吸引观者的眼球。（3）作品中的文字、图片等信息比较准确，符合设计要求。作品传达了设计所需的所有信息，基本满足目标受众的需求。（4）作品的亮点或特色元素不多。 | （1）作品创意的新颖性一般，缺乏好的创意和视角。作品主题比较明确，能够基本传达设计目的和意图。（2）作品设计的美观性和协调性都很一般，色彩、字体、图片等视觉元素搭配基本得当。作品的视觉冲击力一般。（3）作品中的文字、图片等信息比较准确，基本传达了设计所需的所有信息，能够基本满足目标受众的需求。（4）作品的亮点或特色元素较少。 | （1）作品创意的新颖性比较缺乏，缺乏好的创意和视角。作品主题基本能够传达设计目的和意图。（2）作品设计的美观性和协调性都很普通，色彩、字体、图片等视觉元素搭配基本得当。作品的视觉冲击力一般。（3）作品中的文字、图片等信息基本准确，基本传达了设计所需的所有信息。（4）作品的亮点或特色元素比较缺乏。 | （1）作品创意缺乏新颖性，没有展现出独特的创意和视角，很难吸引观者的注意。作品主题含糊不清，不能清晰准确地传达设计目的和意图（2）作品设计不美观、不协调，色彩、字体、图片等视觉元素搭配不当。作品缺乏强烈的视觉冲击力，不能在第一时间吸引观者的眼球。（3）作品的文字、图片等信息不完整不准确，不符合设计要求。作品没有完整传达设计所需的所有信息。（4）作品缺乏亮点或特色元素 |

## 五、其它说明

本课程大纲依据2023版市场营销专业人才培养方案，由管理学院（部）工商管理系（教研室）讨论制定，管理学院（部）教学工作委员会审定，教务处审核批准，自2023级开始执行。