【推荐】设计毕业生实习报告4篇

随着人们自身素质提升，越来越多的事务都会使用到报告，报告具有成文事后性的特点。你知道怎样写报告才能写的好吗？以下是小编为大家收集的设计毕业生实习报告4篇，欢迎大家分享。

设计毕业生实习报告 篇1

实习目的：

通过了解设计制图过程及排版印刷工艺流程;了解与设计有关的社会知识：

①熟练应用设计软件，Photoshop、Coreldraw、Illustrator。

②了解公司文化及与领导顾客的沟通方法和沟通过程;

②了解相关设计的构造及工艺流程

③了解设计企业对设计师知识结构的要求,
总结所学知识与实际应用之间的差距。

④进行市场需求分析、流行趋势分析、功能分析、实用性分析等等的调研，用比较方法探讨设计对象的特点、主要表现形式、受众和消费者、消费使用环境、条件等相关因素;解决设计中的有关难点及问题;

实习经历：

从学校来这单位算起来我实习已经有一个多月了。从来公司那天起我就感受到公司与学校截然不同的人际关

系和生活方式。一个多月下来，感受到了许许多多在学校永远无法理解和体会的东西，公司的制度，设计流程，人际关系.....
一切都是那么的新奇，一切都和学校生活有那么大的差距。这段实习的日子，我也体会出专业知识的重要性，发现了自己尚且不足的方面，懂得设计需要坚持学习和创新。

刚去公司的时候，与公司接待人员进行了简单的面谈之后，他们让我先熟悉一下公司环境，阅读公司手册，了解了一下公司的状况，包括其规模、部门、人员分工等。然后让我对公司宣传册的设计，我想他们是要通过设计的过程来测验一下我的能力。开始我不知所措，毕竟是第一次做这么正式的设计。幸好公司其他人都很照顾我，在他们的指导下，我学以致用，很快在一天之内做出了三个方案，设计部领导看后比较满意，。由于经验不足，我在开始的时候，主要还是负责一些比较琐碎的设计任务。还没有真正地参与到比较完整的活动策划之中。经过两天的磨合，自己有哪些缺点和不足，便知道得一清二楚，在校的时候由于实际锻炼的机会比较少，在软件操作上还是不够纯熟。而且对于客户的要求并不能立即做出反应。

通过前两天的工作实践，基本的了解了公司的设计流程。首先是客户提出要求，然后设计主任根据客户的需求程度，结合每位设计师的设计特点，合理的分配任务，尽量发挥出每位设计师的优点，让设计做到尽量让客户满意。一个设计团队是否优秀，首先要看它对设计的管理与分配，将最合适的人安排在最合适的位置，这样才能发挥出每个人的优点;团队精神非常重要，一个优秀的设计团队并不是要每个人都非常的优秀，这样很容易造成成员之间的意见分歧。所以在共同进行一个大的策划项目的时候，

设计师之间一定要经常沟通、交流，在共同的探讨中发现问题、解决问题。在共同商讨的过程中很容易就能碰出新的闪光点，使策划项目更加的完备。而有的客户会盯着设计师把设计任务做完，往往这种方式基本上是按照客户的意愿做出来，设计师们最不喜欢的就是这类的客户，很容易造成设计缺乏创意与创新，因为大部分的客户还是不了解设计的，他们更多地追求设计时效性，明艳、鲜亮的色调是客户的首选，因为他们认为这样会更加吸引消费者的眼球。而这种基调如果把握不好，就会造成设计的庸俗化。这段日子也使我学到许多在课本中无法涉及的内容。因为工作就是与客户直接接触，我们工作的目的就是要让客户满意，当然在不能缺乏创意的同时，还要兼顾它在市场上的时效性。并不是说，有创意的设计就一定适应市场的竞争，这就涉及到设计的营销与管理的重要性。如何让设计达到预期的市场效应，首先就要对所涉及到的市场进行剖析性分析，找到最恰当的目标消费群，进行市场定位，然后确定项目的核心，一切设计行为都围绕着核心概念展开，这样才能使策划项目不偏离市场。

单位的管理条例很细也很严，尤其对于我们设计部的要求很严格。我们做的是一条龙的综合设计。短短的一个月，在工作的过程中体会到软件操作的重要性和软件运用的熟练程度。公司并不像在学校老师让我们作业的时候有足够的时间去慢慢想，慢慢完成，而公司对工作的要求是很严格的，尤其在时间的限制上，因为做的又是一条龙设计，所以要求在规定的时间内必须做出一定数量的方案!

短短的一个月，我对广告有了更深的感受和认识。设计的实用性是很重要的，它是一种良好的沟通方式。设计师应该和一个企业的领导团队紧密相连，与设计团队共同收集来自企业领导的反馈意见，反过来说，实践了″

外部"从"内部"而来，"内部"又源于"外部"。，我们的作品，尤其是出现在公共场合的作品是不可能不被人看到的。无论它是对是错，都不可能不看到它，而这也正是我们设计的责任所在。就这一点而言，我觉的各学科之间的交流是非常重要的。例如：平面设计师要用图形的方式与公众沟通时，就需要向建筑设计师、城市设计师、社会学家和工业设计师展示设计方案。然而，我们的设计应将人放在首位，为城市和环境考虑，对新文化有所贡献，用一种新的美学感觉和对市民的尊重来从事设计。以前想来排版应该是一种很简单的工作，真正实践了才发现自己对版面文字的编排存在着很多问题，第一天做版面设计工作，对文字的大小没有准确的尺度，领导告诉我文字处理不好，打印出来画面是很不协调的，记的那天晚上忙到很晚，一个本以为很简单的排版做了三四遍，由于公司做的主要是宣传广告，主要面对大众化，不得不以全身的精力去投入工作中。在实习的过程中，通过向领导，同事的交流和向他们虚心的学习，总结了在广告版面设计的过程中要注意的许多方面：

(1)在版面的文字的排列方面：从文字的大小;字体的外形变化，字体笔行变化;字体外行的变化，排列的变化慢慢改进。通过改变字体外部结构特征，笔形的特征;字体笔画间的疏密关系;或对部分笔画进行放大缩小以及改变字的中心，使字体显得新颖别致，在排列上打破常规的字体排列顺序，使字体从而具有更强烈的视觉冲击力。

(2)在广告的色彩运用方面：依据广告对象属性的用色原则，对不同的消费者做出不同的色彩视觉信号，比如：公司设计的“爱国者MP3<”大批量的宣传彩页和广告，MP3一般的消费者都是面对大中院校的学生，所以色彩要相对活跃，艳丽，具有青春得朝气。依据广告宣传整体策划的用色原则，

为了突出企业形象、产品附加值和识别度，在广告设计中以企业形象专用色为基本元素进行设计。

(3)场地域特征的用色原则，针对不同国家和地区的广告设计，还有民族习俗的关系，在图形的设计和色彩的运用上也有所考虑。为了有效的突出设计主题和广告的表现力，在安排图色与底色上，注意了调整图案和底色的色彩关系，将纯度，明度，色度的颜色用于品牌的文字、标识、图形等主体要素中。在整体统一局部活泼的用色原则上，在广告版面的设计中，注意广告的主体色调和局部的色相对比的关系，，这样既可以把握广告整体性又可以使画面充满生机活力。

(4)广告图象摄影和广告插画上，通过对商品在消费使用过程中的情景做出真实的再现，以便来宣传商品的特征，突出商品的形象;或以摄影图形来促发消费者的购买欲望，更直观准确地传达产品信息。真实的反映商品的结构、造型、材料和品质。广告的插画有传统的写实描绘逐渐向夸张、理想化和多边化的视觉表现方向发展，重意念而轻形似，从而有助于强化广告商品对象的特征和主题。在广告排版制作的过程中，使用卡通形象作为产品代言人不但可以以卡通形象的活泼自由，个性化的形象赢得消费者的好感，还省去了请名人做代言的庞大广告支出和风险。也根据版面的需要适当的运用一些抽象图形，如圆形、方行、三角形、点、直线、折线等。形象简洁而有秩序。有机形态比较自由、活泼而富有弹性，其构成大多采用曲线组合，也有不规则的偶发形态，如云纹、水纹、墨迹等，抽象图形的使用必须符合内容、主题，与主题无关、牵强的形式只能误导读者，削弱传播力

通过这次实习，在设计方面我感觉自己有了一定的收获。这次实习主要是为了我们今后在工作及业务上能力的提高起到了促进的作用，增强了我们今后的竞争力，为我们能在以后立足增添了一块基石。实习单位的同事们也给了我很多机会参与他们的设计任务。使我懂得了很多以前难以解决的问题，将来从事设计工作所要面对的问题，如：前期的策划和后期的制作、如何与客户进行沟通等等。这次实习丰富了我在这方面的知识，使我向更深的层次迈进，对我在今后的社会当中立足有一定的促进作用，但我也认识到，要想做好这方面的工作单靠这这几天的实习是不行的，还需要我在平时的学习和工作中一点一点的积累，不断丰富自己的经验才行。我面前的路还是很漫长的，需要不断的努力和奋斗才能真正地走好。的兴趣和潜力的，现在已经习惯了实习的公司，公司方也让我继续留在公司工作。而我个人觉得如果单位还有自己的发展空间和有个和谐的工作环境那就不要到处跑啦，待遇方面不要太坎坷就可以了。

设计毕业生实习报告 篇2

经过了四年的理论学习，使我们对平面设计有了基本掌握，对于平面设计这个专业也有了一个系统的学习和掌握。我们即将离开大学校园，作为平面设计专业的毕业生，心中想得更多的是如何去做好一个平面设计师、如何更好的去完成每一个设计任务。

在实习过程中，我深深地感受到作为设计师通常缺乏足够的市场和管理上的经验，做出的设计作品经常会与市场经济脱节；而作为管理者通常缺乏设计基础和审美能力，往往为了追求市场效益，过多地拘束设计师的思维与创新，忽略了设计要素的重要性，造成了设计的庸俗化。

设计管理这个专业在中国也仅有几岁的生命，这是中国设计行业走向成熟后必然要出现的新的研究领域。而我们正是应社会发展的需要而出现的综合型人才，不仅对基础设计理论能够熟练的运用，对管理学、市场营销、财务管理等各个方面也都有了初步掌握。我们的目标是成为一名真正的设计师，在设计与管理两者之间找到最好的平衡点。

所以仅仅通过在学校所学的理论知识是远远不够的，这就需要我们去实践，走进设计公司，将所学理论与实践相结合，这也是我们这次实习课程的目的。

实习目的：

通过社会实践，熟练专业技能，了解艺术设计机构，其部门、日常业务活动、整体状态。并从中认识到艺术设计活动与人力、资金、社会的关系。

实习时间：

～年3月6日——4月6日

实习地点：

新乡xx有限公司

实习内容：

～年3月6日，我应聘进入到新乡xx有限公司进行了为期一个月的实习活动，进行学习。任职平面设计师，在新乡，新乡xx有限公司属于典型本土小公司：小规模、业务少。其公司主要有卖场设计、喷绘广告设计和墙体广告、cis策划导入等几部分业务组成。

从我进入公司至离开，公司员工稳定在10人左右，同时服务的广告客户不超过10个，其中稳定的长期客户也只有5.6家，还包括一些未知客户群。固然如此，据我所知公司效益良好，处于稳步上升时期.公司内部设置大约也和其他同级公司相似：老板即公司总经理，负责整个公司的统筹与管理；下设业务部、制作部、设计部、以及安装部等。因为公司规模不大，内部员工可以灵活的交叉运作，我也得以参与了数个客户的文案、创意、客服等方面的开发和交流，获得很多难得的学习和锻炼的机会。以下是我的实习日记以及参与的主要客户的设计项目的工作状况。

第一天走进公司的时候，与经理进行了简单的面谈之后，并没有给我留下过多的任务，先让我熟悉一下环境，了解了一下公司的状况，包括其规模、部门、人员分工等。然后让我对新飞智鑫人力资源公司宣传册的设计，设计的过程中正好测验一下我的能力。

很幸运，一进公司便能参与的设计项目之中，正好锻炼一下自己。于是，我学以致用，很快在一天之内做出了三个方案，设计主任看后比较满意，便可以放心的将其他的设计任务交给我。由于经验不足，我在开始的时候，主要还是负责一些比较琐碎的设计任务。还没有真正地参与到比较完整的活动策划之中。经过两天的磨合，自己有哪些缺点和不足，便知道得一清二楚，在校的时候由于实际锻炼的机会比较少，在软件操作上还是不够纯熟。而且对于客户的要求并不能立即做出反应。

设计毕业生实习报告 篇3

实习概述

实习是专业学习的重要实践环节，这一过程有助于将学到的知识用于实践，以达到知识的融会贯通，取得更好的学习效果。实习是职业规划的最初体验，通过这一过程了解行业的真实状态，认识自己的不足，为毕业后进入职场做好准备。

作为广告设计与制作专业的学生，在学校主要学习了关于设计软件方面的基本理论和知识，接受了营销方法与技巧方面的基本训练，具有分析和解决营销问题的基本能力。在校学习的理论知识和社会实际应用的脱节也是毋庸置疑的事实，在这种矛盾下，进行社会实践是十分有必要的。在四年学习积累中，逐渐对广告产生了很大的兴趣，并将广告创意设计作为自己的职业发展方向。为此，我在世纪奔腾广告有限公司进行了三个月的实习，从中我学到了很多在学校学不到的东西，更进一步的了解了广告创意设计工作的具体内容，感受颇深，收获颇多。

一、企业简介

（一）企业概况

世纪奔腾广告有限公司是集企业形象策划、营销策划、销售代理、大型公关活动、管理咨询、品牌推广、产品包装、终端装饰亮化于一体的全程实战型品牌管理机构。旗下有多家分公司，致力于为企业解决实际问题，助力企业树立起一面面品牌的大旗。公司拥有员工近100人，90%以上是大学本科学历，硕士研究生11名，专业涵盖企业战略、市场营销、人力资源、平面设计、影视制作、传播等范畴。

公司总部设在四平路与福寿街向北300米路西，拥有300平米的开放式办公空间，设计部全部配备了专业苹果机，同时专业摄影棚为客户提供优质专业的服务。根据业务需要公司目前在济南和威海设有分公司。

世纪奔腾广告有限公司本着为产品创造灵魂的理念，至今已为数百家知名企业提供了优质的咨询策划服务，成功帮助多个企业摆脱困境，屡创品牌销售奇迹，是众多行业领导品牌的首选战略合作伙伴。世纪奔腾广告有限公司拥有一支经验丰富、充满创意、激情和团队精神的策划设计制作队伍，被业界誉为“实战实效型专家队伍”。

（二）企业营销现状

1、公司发展历程及现状

公司成立于20xx年，10年来公司从几人的工作室发展到拥有近百人的专业广告公司，期间承受住了市场的巨大波动，截止到20xx年公司已发展了4个分公司，客户遍及全国各地，为数百家公司提供了专业的广告策划服务。

2、营销环境

世纪奔腾的广告市场可谓是内容丰富，结构完善。同样，跟全国其他城市一样，潍坊的广告市场一样的混乱和无序，广告公司的错位和资源浪费现象十分严重。

广告从形式上分为广告制作、广告发布。而世纪奔腾的广告市场明显是以广告制作为主，而且是以最基本的喷绘、写真、LED等户外广告制品的制作为主，而以策划类的广告经营活动很少。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：https://d.book118.com/438111105116006115