

# 《新媒体视觉设计》

课程单元教学设计与实施

(教案)

教师姓名 \_\_\_\_\_

适用专业 \_\_\_\_\_

编写时间



教学单元划分目录

序号	教学单元名称	课时数	授课地点
1	认识新媒体视觉设计	2	
2	明确用户需求	2	
3	分析竞争对手	2	
4	确定设计风格	2	
5	完成设计草案	2	
6	新媒体视觉设计基本原则：统一	2	
7	新媒体视觉设计基本原则：秩序	2	
8	新媒体视觉设计基本原则：对比	2	
9	新媒体视觉设计基本原则：平衡	2	
10	新媒体视觉设计基本要素：文字	2	
11	新媒体视觉设计基本要素：图片	2	
12	新媒体视觉设计基本要素：色彩	2	
13	新媒体动态设计	2	
14	新媒体交互设计	2	
15	公众号纵享惠州设计实战	2	
16	公众号草莓学堂设计实战	2	
17	新媒体视觉设计职业规划	2	

1. 表中课时数总和应与该课程学期教学进度计划一致；
2. 授课地点填写多媒体教室、机房、实训室等。

## 二、教学实施

教学单元名称	认识新媒体视觉设计		授课教师		
授课班级		课时数	2	上课地点	
教学内容	<p>1. 学习新媒体视觉设计的概念、特点；</p> <p>2. 学习新媒体视觉设计师的关键能力。</p>				
教学目标	<p>知识目标：</p> <p>1. 了解新媒体、视觉设计、新媒体视觉设计的概念；</p> <p>2. 了解新媒体视觉设计的特点。</p> <p>能力目标：</p> <p>1. 掌握新媒体视觉设计的关键能力。</p>				
教学重难点	<p>教学重点：</p> <p>1. 新媒体视觉设计的概念。</p> <p>教学难点：</p> <p>1. 新媒体视觉设计师的关键能力。</p>				
教学准备	<p>1. 教学 PPT；</p> <p>2. 教学案例；</p> <p>3. 让学生搜集新媒体视觉设计案例。</p>				

## 《新媒体视觉设计》课程单元教学设计与实施（教案）

教学环节设计	教学内容	教学方法	学生活动	时间分配 (分钟)
课前复习				
引入新课	提问：什么是新媒体？	问题引导法	讨论并回答问题	5
任务 1:	新媒体、视觉设计、新媒体视觉设计的概念。	讲授法	听课并理解	15
任务 2:	新媒体视觉设计的特点。	讲授法、案例分析法	分享自己搜集的案例	25
任务 3:	新媒体视觉设计的关键能力。	讲授法、演示法	听课并理解	30
拓展内容	视觉设计非常出众的微信公众号品牌介绍。			5
归纳小结	1. 新媒体、视觉设计、新媒体视觉设计的概念。 2. 新媒体视觉设计的特点。 3. 新媒体视觉设计的关键能力。			5
作业布置	1. 在移动媒体、交互媒体、数字媒体上搜集分别符合多元、动态、立体、交互特点的新媒体视觉设计实例，并分析其特点和效果。 2. 总结新媒体视觉设计的概念。 3. 总结新媒体视觉设计的特点。 4. 搜集 10 本你觉得设计优秀的杂志，并分析它们的设计亮点。 5. 搜集 10 个你角色设计优秀的公众号，并分析它们的设计亮点。			5
后记				



## 《新媒体视觉设计》课程单元教学设计与实施（教案）

### 一、教学设计

教学单元名称	明确用户需求	授课教师			
授课班级		课时数	2	上课地点	
教学内容	1. 学习新媒体视觉设计分析用户需求，可以明确设计方向。				
教学目标	知识目标： 1. 了解新媒体视觉设计分析用户需求，在此基础上，确定符合目标用户需求； 2. 在明确用户需求时，可以借助 KANO 模型。 能力目标： 1. 利用情绪板工具，完成设计草案。				
教学重点难点	教学重点： 1. 新媒体视觉设计中如何分析用户需求。 教学难点： 1. 新媒体视觉设计师的关键能力。				
教学准备	1. 教学 PPT； 2. 教学案例； 3. 让学生搜集新媒体视觉设计案例。				

## 二、教学实施

教学环节	教学内容	教学方法	学生活动	时间分配 (分钟)
课前复习	1. 新媒体、视觉设计、新媒体视觉设计的概念。 2. 新媒体视觉设计的特点。 3. 新媒体视觉设计的关键能力。			5
引入新课	提问：应如何开展新媒体视觉设计的准备工作？	问题引导法	讨论并回答问题	5
任务 1:	新媒体视觉设计中应如何分析用户需求	讲授法	听课并理解	15
任务 2:	KANO 模型的基本概念	讲授法、案例分析法	分享自己搜集的案例	20
任务 3:	如何借助 KANO 模型	讲授法、演示法	听课并理解	30
拓展内容	产品服务的质量特性分为五类： 1. 基本(必备)型需求 2. 期望(意愿)型需求 3. 兴奋(魅力)型需求 4. 无差异型需求 5. 反向(逆向)型需求			5
归纳小结	我们以基础需求为原点，向正面挖掘，以期望需求或者兴奋需求为目标来要求自己，并且尽量规避反向需求，无差异需求的误区。			5
作业布置	借助 KANO 模型分析老年新媒体用户的需求。			5
后记				



## 《新媒体视觉设计》课程单元教学设计与实施（教案）

### 一、教学设计

教学单元名称	分析竞争对手	授课教师			
授课班级		课时数	2	上课地点	
教学内容	1. 分析竞争对手，可以取长补短，避免同质化。				
教学目标	知识目标： 1. 市场上已有的产品，可以分析相似的设计、相似的产品； 2. 在设计理念、色彩、插图、字体、有无动态效果等不同维度寻找差异化。 能力目标： 1. 利用差异、提炼，完成设计草案。				
教学重点难点	教学重点： 1. 新媒体视觉设计中如何分析竞争对手。 教学难点： 1. 新媒体视觉设计师的关键能力。				
教学准备	1. 教学 PPT； 2. 教学案例； 3. 让学生搜集新媒体视觉设计案例。				

## 二、教学实施

教学环节	教学内容	教学方法	学生活动	时间分配 (分钟)
课前复习	1. 新媒体视觉设计中如何分析用户需求; 2. 新媒体视觉设计师的关键能力。			5
引入新课	提问: 何为竞品分析?	问题引导法	讨论并回答问题	5
任务 1:	新媒体视觉设计中应如何分析竞争对手	讲授法	听课并理解	15
任务 2:	利用新榜中的新媒体排行榜同维度寻找差异化	讲授法、案例分析法	分享自己搜集的案例	20
任务 3:	分析排行版中的设计要素	讲授法、演示法	听课并理解	30
拓展内容	竞品分析, 顾名思义就是对竞争对手的产品进行分析, 因为产品的内容极其相似, 所以如果是市场上已有的产品, 就可以分析相似的设计、相似的产品。这里的竞品分析指的是视觉上的竞品分析, 竞品分析会使设计方向更有理论依据、不偏不倚。			5
归纳小结	分析竞争对手, 可以取长补短, 避免同质化。			5
作业布置	利用新榜中的新媒体排行榜同维度寻找差异化			5
后记				

## 《新媒体视觉设计》课程单元教学设计与实施（教案）

### 一、教学设计

教学单元名称	确定设计风格	授课教师			
授课班级		课时数	2	上课地点	
教学内容	1. 设计风格是设计师在构思过程中所确立的主导思想，它赋予了设计内涵和风格特点； 2. 分析艺术家 Marco Marilungo 的 16 种漫画形式。				
教学目标	知识目标： 1. 了解新媒体视觉设计分析用户需求，在此基础上，确定设计需求； 2. 分析 16 种漫画形式的个性化、专业化和与众不同。 能力目标： 1. 理解各种设计风格，并在设计中应用适合的风格。				
教学重点难点	教学重点： 1. 新媒体视觉设计中如何确定设计风格。 教学难点： 1. 新媒体视觉设计师的关键能力。				
教学准备	1. 教学 PPT； 2. 教学案例； 3. 让学生搜集新媒体视觉设计案例。				



《新媒体视觉设计》课程单元教学设计与实施（教案）

教学环节	教学内容	教学方法	学生活动	时间分配 (分钟)
课前复习	1. 新媒体视觉设计中如何分析竞争对手。 2. 新媒体视觉设计师的关键能力。			5
引入新课	提问：应如何确定新媒体视觉设计的设计风格呢？	问题引导法	讨论并回答问题	5
任务 1:	了解设计风格是设计师在构思过程中所确立的主导思想，它赋予了设计内涵和风格特点。	讲授法	听课并理解	10
任务 2:	分析艺术家 Marco Marilungo 的 16 种设计形式：1. 现实主义；2. 印象主义；3. 野兽派；4. 新艺术运动；5. 表现主义；6. 立体主义；7. 未来主义；8. 抽象主义；9. 达达主义；10. 至上主义；11. 形而上主义；12. 超现实主义；13. 非正式艺术；14. 波普艺术；15. 极简主义；16. 观念主义。	讲授法、案例分析法	分享自己搜集的案例	25
任务 3:	具体分析各种风格在新媒体视觉设计中的案例表现实践解析：1. 现实主义（写实风格）；2. 极简主义；3. 印象主义（像素艺术）；4. 波谱艺术；5. 孟菲斯艺术；6. 故障艺术；7. 插画风格；8. 赛博朋克风格；9. 蒸汽波艺术。	讲授法、演示法	听课并理解	30
拓展内容	主流设计风格及其演化历史。			5
归纳小结	合适的设计风格至关重要，它不仅是设计的精髓所在，而且能令作品具有个性化、专业化和与众不同的效果。			5
作业布置	分别搜集 1 个写实主义和极简主义风格的典型公众号设计案例，并分析亮点。			5
后记				

## 二、教学实施

### 《新媒体视觉设计》课程单元教学设计与实施（教案）

教学单元名称	完成设计草案	授课教师			
授课班级		课时数	2	上课地点	
教学内容	1. 了解并运用情绪板方法，完成设计草案。				
教学目标	知识目标： 1. 了解情绪板方法； 2. 运用情绪板方法； 3. 完成设计草案。 能力目标： 1. 利用情绪板工具，完成设计草案。				
教学重难点	教学重点： 1. 新媒体视觉设计中如何完成设计草案。 教学难点： 1. 新媒体视觉设计师的关键能力。				
教学准备	1. 教学 PPT； 2. 教学案例； 3. 让学生搜集新媒体视觉设计案例。				

## 一、教学设计

## 《新媒体视觉设计》课程单元教学设计与实施（教案）

教学环节	教学内容	教学方法	学生活动	时间分配 (分钟)
课前复习	1. 新媒体视觉设计中如何确定设计风格； 2. 新媒体视觉设计师的关键能力。			5
引入新课	提问：应如何开展新媒体视觉设计的准备工作？	问题引导法	讨论并回答问题	5
任务 1:	情绪板——诞生于 20 世纪的非信息时代，参与者被要求从日常的报纸杂志中挑选出符合某种心情意境的图片，剪下来粘贴在一起。现在的设计中，也会运用到这类方法。	讲授法	听课并理解	20
任务 2:	完成设计草图流程： 1. 确定设计的情感关键词； 2. 根据关键词去图库寻找模仿对象和素材； 3. 对汇总在情绪板的素材进行归纳总结； 4. 选择合适的字体、色彩、风格等，形成设计草案。	讲授法、案例分析法	分享自己搜集的案例	45
拓展内容	利用情绪板进行设计的实操案例分析。			5
归纳小结	1. 新媒体视觉设计中如何完成设计草案。			5
作业布置	为个人公众号制作情绪板。			5
后记				

## 二、教学实施

教学单元名称	新媒体视觉设计基本原则：统一		授课教师		
授课班级		课时数	2	上课地点	
教学内容	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 统一原则概述；</li> <li>2. 统一原则的实现。</li> </ol>				
教学目标	<p>知识目标：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 了解统一原则的概念；</li> </ol> <p>能力目标：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 如何运用统一原则。</li> </ol>				
教学重难点	<p>教学重点：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 如何运用统一原则。</li> </ol> <p>教学难点：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 如何运用统一原则。</li> </ol>				
教学准备	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 教学 PPT；</li> <li>2. 教学案例；</li> <li>3. 让学生搜集新媒体视觉设计案例。</li> </ol>				



## 《新媒体视觉设计》课程单元教学设计与实施（教案）

一、教学设计 教学环节	教学内容	教学方法	学生活动	时间分配 (分钟)
课前复习	1. 新媒体视觉设计中如何完成设计草案。			5
引入新课	提问：统一包括哪些要素的统一？	问题引导法	讨论并回答问题	5
任务 1:	统一，就是以品牌标志为中心，统一颜色、字体、风格等。也就是说，标志是什么风格、什么颜色、什么字体，其它地方也应该保持一致，这样，最后给用户的感觉才会是协调、统一的。	讲授法	听课并理解	25
1. 任务 2:	如何实现统一原则： 践行统一原则的第 1 步，就是设计品牌标志。 2. 践行统一原则的第 2 步，就是将 Logo 中的颜色、字体、图形、风格推广到应用系统。	分享自己 讲授法、案例 分析法	搜集的案例	40
拓展内容	京东、吉利汽车、360、新浪网的 Logo 设计。			5
归纳小结	1. 统一，就是以品牌标志为中心，统一新媒体视觉设计元素的颜色、字体、风格等； 2. 践行统一原则的 2 个步骤。			5
作业布置	找出销售与管理官方公众号的视觉设计中，不符合统一原则的地方，并进行改进。			5
后记				



## 《新媒体视觉设计》课程单元教学设计与实施（教案）

### 一、教学设计

教学单元名称	新媒体视觉设计基本原则：秩序	授课教师			
授课班级		课时数	2	上课地点	
教学内容	1. 引导视线； 2. 阻止视线； 3. 创造视线流。				
教学目标	知识目标： 1. 了解视线流的概念； 能力目标： 1. 掌握如何创造视线流的方法。				
教学重难点	教学重点： 1. 如何创造视线流。 教学难点： 1. 如何创造视线流。				
教学准备	1. 教学 PPT； 2. 教学案例； 3. 让学生搜集新媒体视觉设计案例。				

## 二、教学实施

教学环节	教学内容	教学方法	学生活动	时间分配 (分钟)
课前复习	新媒体视觉设计的统一原则。			5
引入新课	提问：如何让一个排队中的队伍有秩序？	问题引导法	讨论并回答问题	5
任务 1:	引导视线的方法包括： 1. 从上到下； 2. 从左到右； 3. 从大到小； 4. 向相似物体移动； 5. 向箭头方向移动。	讲授法、案例分析法	听课并理解	20
任务 2:	阻止视线的方法： 1. 留白过多； 2. 焦点集中。	讲授法、案例分析法	听课并理解	20
任务 3:	创造视线流： 1. 静态视线流； 2. 动态视线流。	讲授法、案例分析法	听课并理解	25
拓展内容	京东、吉利汽车、360、新浪网的 Logo 设计。			5
归纳小结	1. 引导视线的方式包括从左到右，从上到下，从大到小，向相似物体，向箭头方向移动。为了保持版面的秩序，并不能只引导视线，有时候也需要添加压角，阻挡视线，使视线返回。 2. 视线流包括静态和动态两种，掌握了引导视线和阻止视线的方法，我们就可以创建流畅、完整的静态“视线流”，但更好的办法是创建动态移动的视线流。			5
作业布置	1. 分别搜集 1 个线型视线流、曲线视线流、焦点视线流、反复视线流、导向视线流的设计实例，并分析效果。 2. 搜集 1 个动态视线流的案例，并分析效果。			5
后记				