

**《视觉营销设计》教案**

商学系

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 课时内容 | 商品的视觉营销 | 授课时间 | 90分钟 | 课时 | **2** |
| 教学目标 |  掌握商品视觉营销的相关知识。 |
| 教学重点 |  商品的品类排序。 商品的视觉搭配。 |
| 教学难点 |  怎么进行商品的品类排序。 |
| 教学设计 | 1. 教学思路：（1）掌握商品的视觉营销，使学生掌握商品品类排序和商品视觉搭配的相关知识；（2）最后安排拓展延伸和实战与提升。
2. 教学手段：通过视觉营销的体现和布局，使学生对视觉营销进一步了解，并对布局等基础知识进行掌握。
3. 教学资料及要求：除教材中讲解的知识，学生可在不同的网店和现实生活了解和学习商品视觉营销。
 |
| 教学内容 |
| 知识回顾：在前面讲解了视觉营销的基础知识，下面对布局方式分别进行介绍。讨论问题：1、如何进行商品品类视觉排序？2、如何进行商品搭配，让商品更具有视觉吸引力。2.4 商品的视觉营销**本节导读**若要使商品的视觉效果展示更加完整，需要进行商品展示的品类和风格的统一规范，再根据不同的种类进行排序，并对商品的特征和效果进行搭配，进而形成完整的商品视觉效果。下面将对商品品类排序、商品搭配的相关知识进行介绍。2.4.1 商品品类排序图片包含 图示  描述已自动生成2.4.2 商品视觉搭配并列式指将同类型商品汇聚在一起，以并列的方式展示给客户，方便客户查看并购买商品。递进式搭配是指通过商品与商品之间的关联性来带动商品的营销，以主要商品和辅助商品的形式进行递进推进，给浏览商品的客户提供尽可能多的关联商品，激发客户对商品的购买需求。2.4.3 任务实训及考核文本, 信件  描述已自动生成 |
| 小结 | 1. 掌握视觉营销的体现方式。
2. 掌握视觉营销的布局方式。
 |
| 思考及作业 | 想一想：1. 不同商品的品类排序是不是都一样？

练一练：图片包含 矩形  描述已自动生成 |