

**《视觉营销设计》教案**

商学系

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 课时内容 | 制作焦点图 | 授课时间 | 90分钟 | 课时 | **2** |
| 教学目标 | 掌握焦点图的设计要点。  掌握焦点图的制作方法 | | | | |
| 教学重点 | 掌握焦点图的制作方法。 | | | | |
| 教学难点 | 如何使制作的焦点图更加符合需求。 | | | | |
| 教学设计 | 1. 教学思路：（1）制作焦点图，让学生掌握焦点图的设计要点和制作方法；（2）最后安排拓展提升。 2. 教学手段：（1）通过对话框项目分析焦点图内容与要点；（2）通过实例的制作，以步骤的形式讲解焦点图制作具体方法。 3. 教学资料及要求：除讲解教材中的知识外，还可结合课堂讨论，对制作过程中问题进行总结，并不断积累设计思路。 | | | | |
| 教学内容 | | | | | |
| 知识回顾：前面讲解了详情页的制作方法，下面对焦点图的制作方法进行介绍。  讨论问题：  1、焦点图的设计要点有哪些？  2、怎样设计与制作焦点图？  7.2 制作焦点图  QR 代码  描述已自动生成  **本节导读**  详情页焦点图是决定商品视觉效果好坏的重要因素，通过焦点图不但能体现商品的定位和视觉展现效果，还能展示促销信息。下面对焦点图的设计要点和制作方法进行介绍。  7.2.1 焦点图的设计要点  焦点图设计一般有两个目的：明确商品主体，突出商品优势；承上启下，做好商品信息的过渡。大多数不经过包装的卖点都是十分普通的，而要点出自己商品的优势，在文案与图片的设计上就要讲究创意，通过突出商品的特色以及放大商品的优势，或通过优劣商品进行对比，将商品的优势展现出来。浏览详情页的客户一般是通过主图引入的，因此要做好商品卖点、特点等要素的衔接。  7.2.2 焦点图的设计与制作  图示  中度可信度描述已自动生成  图片包含 图标  描述已自动生成  图片包含 文本  描述已自动生成  图形用户界面  中度可信度描述已自动生成  7.2.3 任务实训及考核  文本  描述已自动生成 | | | | | |
| 小结 | 1. 掌握焦点图的视觉设计要点。 2. 掌握焦点图的设计与制作方法。 | | | | |
| 思考及作业 | 想一想：   1. 如何抓住焦点图设计的重点?   练一练：  矩形  低可信度描述已自动生成 | | | | |