

**《视觉营销设计》教案**

商学系

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 课时内容 | 促销活动区视觉营销设计 | 授课时间 | 90分钟 | 课时 | **2** |
| 教学目标 | 掌握优惠券的设计要点。  掌握分类区的设计要点。  掌握商品展示区的设计要点。 | | | | |
| 教学重点 | 制作促销活动区。 | | | | |
| 教学难点 | 根据不同活动不同店铺特点设计促销活动区。 | | | | |
| 教学设计 | 1. 教学思路：（1）促销活动区视觉营销设计，让学生掌握促销活动区的设计与制作方法；（2）最后安排拓展延伸和实战与提升。 2. 教学手段：观看其他店铺的促销活动区效果，对本店铺促销活动区进行设计，制作符合本店铺的促销活动区。 3. 教学资料及要求：除教材中的实例外，学院可以结合淘宝、天猫中真实的网店促销区，参考其设计方法，尝试做一个完整的网店促销区。 | | | | |
| 教学内容 | | | | | |
| 知识回顾：前面讲解了首页海报的制作方法，下面对促销活动区视觉营销设计进行介绍。  讨论问题：  1、优惠券设计要点有哪些？  2、分类区有哪些设计要点？  3、商品促销展示区的设计要点？  6.4 促销活动区视觉营销设计  QR 代码  描述已自动生成 QR 代码  描述已自动生成 QR 代码  描述已自动生成  **本节导读**  促销活动区主要由优惠券、分类模块和商品促销展示区3部分组成，在实际设计过程中可根据店铺的具体需要进行删减。本任务将先介绍优惠券的设计要点、分类区的设计要点、商品促销展示区的设计要点等知识，再依次对制作方法进行介绍。  6.4.1 优惠券的设计要点  日程表  描述已自动生成  6.4.2 分类区的设计要点   * 若店铺已经有装修风格，商品分类模块的设计必须以该店铺的风格为基础。 * 商品分类中，分类名称必不可少，可以是中文，也可以是英文。可以根据需要添加分类图标，便于客户查看。 * 横向商品分类的图片宽度应控制在950像素以内，纵向商品分类的图片宽度不宜超过160像素，若超过该宽度，当显示器分辨率小于或等于1024×768像素时，将导致商品分类栏右边的商品列表下沉，从而影响店铺的美观。 * 商品分类不宜太长，可根据商品分类添加子分类，便于客户浏览。   6.4.3 商品促销展示区的设计要点   * 商品促销展示区中每一个商品的名称定义要全面、准确，不能过于复杂或是过于简单，以能体现商品名字和特点的名称为最佳。可在搜索栏中检索搜索的难易程度，然后及时修正。 * 商品促销展示区中的每一个单品都是吸引客户点击的重要图片，除了选择店铺中最漂亮的商品外，还可选择临近下架时间的商品，因为紧临下架时间的商品会获得淘宝的优先展示机会，有一定的几率让客户优先查看。但要注意，若商品下架应及时进行处理，避免出现空位。 * 在设计过程中要保留商品拍摄中的真实性，并且商品要足够，因为要有足够多的商品数量来支持上架和推荐，同时也更便于模块设计。   6.4.4 促销活动区的设计与制作  1. 制作优惠券  图形用户界面, 文本, 应用程序, 聊天或短信  描述已自动生成  图形用户界面, 文本, 网站  描述已自动生成  2. 制作分类区  图片包含 图形用户界面  描述已自动生成  网站  低可信度描述已自动生成  3. 制作商品促销展示区  人跳起来  中度可信度描述已自动生成  社交网络的手机截图  描述已自动生成  图形用户界面, 应用程序  描述已自动生成  6.4.5 任务实训及考核  文本  描述已自动生成 | | | | | |
| 小结 | 1. 掌握促销活动区的设计与制作方法。 2. 掌握分类区的设计要点。 | | | | |
| 思考及作业 | 想一想：   1. 分类区和优惠券是不是固定的？   练一练： 表格  描述已自动生成 | | | | |