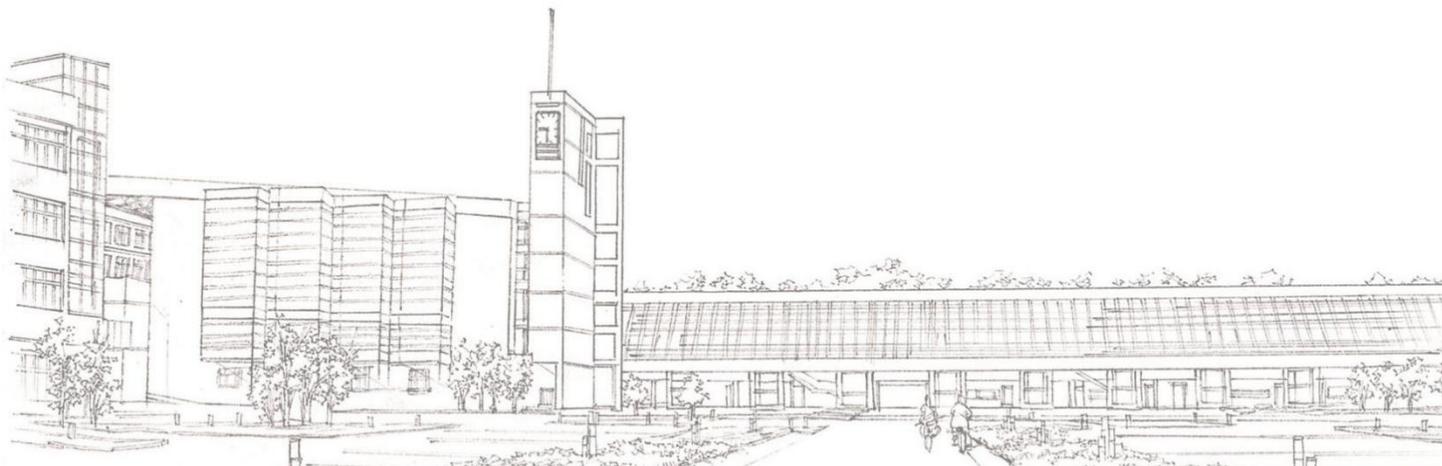




日照职业技术学院
RIZHAO POLYTECHNIC

《视觉营销设计》单元设计

商学系



视觉营销设计课程单元教学设计

单元标题	任务 6.2 店招视觉营销设计			单元教学学时	2
				在整体设计中的位置	第 23 次
授课班级	电 商	上课时间	周 月 日 第 节至 周 月 日 第 节	上课地点	
教学目标	能力目标		知识目标		思政目标
	1. 能够布局自己店铺首页,使其符合视觉化要求。		1. 掌握店招的营销设计方法 2. 掌握店招的布局方法		1. 养成积极主动学习意识; 2. 养成动手操作的习惯。 3. 通过店标设计,培养在不同需求情况下店标设计能力,提高审美能力
能力训练任务	制作淑女装店招, 要求店招中要包含店铺 logo, 并且风格与“淑女”一致				
外语单词	1 视觉营销 visual merchandising 2 Color Balance 色彩平衡 3 Script Typeface 手写字体 4 Typography 排版 5 Hierarchy 层次 6 Kerning 字母间隙 7 Leading 行间距 8 Tracking 字间距 9 Serif Typeface 衬线字体 10 Sans Serif Typeface 非衬线体 11 Legibility 可读性 12 Palette 调色板 13 Analogous 类似色 14 Complementary 互补色 15 Triadic 三色 16 Warm Colors 暖色调 17 Cool Colors 冷色调 18 Legibility) 可读性 19 brand identity 品牌识别 20 Logotype 字体 LOGO				

案例和教学材料

课件：任务 6.2 店招视觉营销设计

淘宝、天猫、京东网站

仪器、设备：安装 PS cs6 的电脑

单元教学进度

步骤	教学内容及能力/知识目标	教师活动	学生活动	时间(分钟)
1 (课前)	教学内容：复习回顾；	复习提问： 怎么设计首页中的各个版块？ 在设计过程中有什么注意事项？ 作业点评	回答思考讨论 修改作业	10
2 (导入)	导入：一般来说，常规店招的使用率相对较低，多采用通栏店招进行显示。下面先讲解确认店招风格、店招营销设计、店招的布局设计等知识，再对制作店招的方法进行介绍。	讲解演示不同店铺店招，对其优劣做对比。	自己搜集店招做对比，并对比要求自己以前所做店招修改	20
3任务1	确定店招的策略与营销设计	讲解演示店招营销设计。	思考自己店铺店招如何改造符合视觉传达要求	30
4任务2	店招的布局与制作	演示店招布局与制作。	设计店招	25
考核		店招的设计	认真思考操作	过程中
小结		淘宝网按尺寸大小将店招分为常规店招和通栏店招两类。常规店招为 950×120 像素，而通栏店招的尺寸多为 1920×150 像素。	讨论实践	5
作业	设计自己店铺店招			
课后拓展	制作饮水机店铺店招，要求店招采用互动布局的方式进行制作，体现品牌			