**《品牌形象识别设计》教学大纲**

|  |  |
| --- | --- |
| **课程名称：品牌形象识别设计** | **课程类别（必修/选修）：选修** |
| **课程英文名称Design for brand identity** |
| **总学时/周学时/学分：32/2/2** | **其中实验/实践学时：** |
| **先修课程：** |
| **授课时间：星期四 3-4节 1-16周** | **授课地点：** |
| **授课对象：2018多媒体** |
| **开课学院：东莞理工学院** |
| **任课教师姓名/职称：林雅惠** |
| **答疑时间、地点与方式：** |
| **课程考核方式：**开卷**（）**闭卷**（）**课程论文**（）**其它**（V）** |
| **使用教材：自製教材****教学参考资料：1文化创意产业概论（全国高等院校艺术设计专业“十三五”规划教材）/作者: 吴存东、吴琼/编着出版社中国经济出版社/出版时间:2010年01月2. 产品设计(第2版中国高等院校艺术设计专业系列教材)/** [**王虹**](http://search.dangdang.com/?key2=%CD%F5%BA%E7&medium=01&category_path=01.00.00.00.00.00)**，**[**沈杰**](http://search.dangdang.com/?key2=%C9%F2%BD%DC&medium=01&category_path=01.00.00.00.00.00)**，**[**张展**](http://search.dangdang.com/?key2=%D5%C5%D5%B9&medium=01&category_path=01.00.00.00.00.00)**/出版社:**[**上海人民美术出版社**](http://search.dangdang.com/?key3=%C9%CF%BA%A3%C8%CB%C3%F1%C3%C0%CA%F5%B3%F6%B0%E6%C9%E7&medium=01&category_path=01.00.00.00.00.00)**/出版时间:2006年01月** |
| **课程简介：****本课程将由简入深的引导学生从、品牌本身的意义、至完整的品牌策略:品牌愿景、品牌识别、品牌定位及品牌形象….等。其中策略包含价值、愿景…等此中将于课程中定位品牌并着手进行品牌识别的设计（可和文化创意商品结合，即为打造品牌的艺术。** |
| **课程教学目标****A.理解－品牌概述与应用****B.运用－学会品牌元素应用与设计加值****C.综合－找到适合的创意体现于品牌传递上。****一、知识目标：****1.品牌的概念、方法、逻辑、结构及重要性；****2. 品牌和文創产品设计的模式应用,交互应用与细项处理。****二、能力目标：****1. 熟练品牌概念建立,并且能够独立思考与解题；****2. 分析判断与下决定的过的建立。****三、素质目标：****1. 培养学生具有主动练习、持之以恒、认知品牌的真实想法、探究设计态度和意识；** | **本课程与学生核心能力培养之间的关联(授课对象为理工科专业学生的课程填写此栏）：****□核心能力1.** **■核心能力2.** **■核心能力3.****□核心能力4.****□核心能力5.****■核心能力6.** **□核心能力7．****□核心能力8．** |
| **理论教学进程表** |
| **周次** | **教学主题** | **主讲教师** | **学时数** | **教学的重点、难点、课程思政融入点** | **教学模式****（线上/混合式/线下** | **教学方法** | **作业安排** |
| 1 | 课程说明、分组、品牌基本概念 | 林雅惠 | 2 | 品牌基本概念难点:初对品牌意义理解的深度课程思政融入点:透过品牌的基本概念了解，简视週围的品牌并收集分析 | 线上/混合式：优学院(资源平台) | 讲授 | 品牌收集练习 |
| 2 | 何谓品牌(概论篇)(Case Study | 林雅惠 | 2 | 品牌案例分析及分享难点:从其企业内容观点理解其品牌理念课程思政融入点:各国品牌案例分析及分享，让学生更进一步分析品牌价值 | 线上/混合式：优学院(资源平台) | 讲授 | 品牌分析练习 |
| 3 | 如何打造自己的品牌1 | 林雅惠 | 2 | 建立自己的品牌练习难点:各组需为自己的团队成立品牌及其它内容课程思政融入点:进一步建立自己的品牌练习如何做出特色点及文化差异 | 线上/混合式：优学院(资源平台) | 讲授 | 课堂上课笔记 |
| 7 | 品牌案例分享 | 林雅惠 | 2 | 各国品牌案例分析及分享难点:切入其品牌核心价值并提升建立之品牌课程思政融入点:各国品牌案例分析及分享，让学生更进一步分析品牌价值 | 线上/混合式：优学院(资源平台) | 讲授 | 课堂上课笔记 |
| 9 | 品牌识别设计1 | 林雅惠 | 2 | 企业品牌识别难点将品牌视觉化并建立LOGO课程思政融入点:分析各地之企业品牌识别以利学生提升观察力 | 线上/混合式：优学院(资源平台) | 综合 | 品牌识别10个 |
| 12 | 品牌识别应用案例分享 | 林雅惠 | 2 | 各国品牌案例分析及分享难点:理解其识别特性进需推展出个性化产品课程思政融入点:配合课程训练熟悉2D软体 | 线上/混合式：优学院(资源平台) | 综合 | 课堂上课笔记 |
| **合计：** | 12 |  |  |  |  |
| **实践教学进程表** |
| **周次** | **实验项目名称** | **主讲教授** | **学时** | **重点、难点、课程思政融入点** | **项目类型（验证/综合/设计）** | **教学****手段** |
| 4 | 如何打造自己的品牌2 | 林雅惠 | 2 | 建立品牌时定位品牌价傎及其它优势难点:建立俱特色之各组品牌课程思政融入点:建立品牌时定位品牌价傎及其它优势 | 综合 | 品牌提案PPT |
| 5 | 品牌建立提案1 | 林雅惠 | 2 | 釐清各品牌内容定位难点:将提出一至三个概念做为基本课程思政融入点:透过發表及讨论进一步釐清各品牌内容定位 | 综合 | 品牌提案PPT报告 |
| 6 | 品牌建立提案2 | 林雅惠 | 2 | 深入品牌难点:分析三个提案优缺点课程思政融入点:發表及讨论后再深入其品牌 | 综合 | PPT报告 |
| 8 | 期中报告 | 林雅惠 | 2 | 品牌提案应用难点:定位品牌且發表其核心价值课程思政融入点:将所学应用于品牌提案上 | 综合 | PPT报告 |
| 10 | 品牌识别设计2 | 林雅惠 | 2 | 文字与图形的编排难点:建立标准字及其相关色彩计划课程思政融入点:配合课程训练熟悉2D软体 | 综合 | 牌识别3个提案 |
| 11 | 牌识别设计3 | 林雅惠 | 2 | 文字与图形的编排难点:建立标准字及其相关色彩计划课程思政融入点:配合课程训练熟悉2D软体 | 综合 | 品牌识别1个提案 |
| 13 | 品牌识别应用1  | 林雅惠 | 2 | 品牌识别应用难点:理解其识别特性进需推展出个性化产品课程思政融入点:配合课程训练熟悉2D软体 | 综合 | 品牌识别週边设计提案 |
| 14 | 品牌识别应用2  | 林雅惠 | 2 | 品牌识别应用难点:理解其识别特性进需推展出个性化产品课程思政融入点:配合课程训练熟悉2D软体 | 综合 | 品牌识别週边设计修正 |
| 15 | 品牌提案企画撰写  | 林雅惠 | 2 | 分析与应用难点:汇整所有品牌内容课程思政融入点:指导学生企画汇整能力 | 综合 | 提案企画书 |
| 16 | 期末發表 | 林雅惠 | 2 | 分析与应用难点:汇整所有品牌内容课程思政融入点:指导学生企画汇整能力课程思政融入点:配合产业的设计需求加入设计的训练让学生快速进入设计的要求 | 综合 | PPT發表及企画书 |
| **考核方法及标准** |
| **考核形式** | **评价标准** | **权重** |
| **考核形式** | **评价标准** | **权重** |
| **课题执行成果** | **上课课题是否都完成，在细节上的处理有达到要求。** | **30%** |
| **作业缴交情况** | **作业的执行完成度。** | **30%** |
| **期中展** | **作品呈现完成度。** | **15%** |
| **期末展** | **作品呈现完成度。** | **25%** |
| **大纲编写时间：2020.9.9** |
| **系（部）审查意见：****簽名PNG.png**系（部）主任签名： 日期： 年 月 日 |