

# 《产品形象设计》

## 课程教学大纲 (试行)

(课程代码：13112490)

本课程标准由美术学院产品设计系讨论制定，美术学院  
教学工作委员会审定，教务处审核批准。

## 一 课程基本信息

课程名称：产品形象设计	课程代码：13112490
课程类别：专业拓展课	适用专业：产品设计
课程修读性质：限选	学分：2 学分
学时：36 学时（理论 6 学时/实践 30 学时）	

## 二 课程定位

《产品形象设计》是产品设计专业限选的一门专业拓展课程。直接关系到人才培养目标的实现，是以产品的视觉形象、品质形象、社会形象及产品形象提升策略为主要教学内容，是产品塑造品牌形象的重要因素，通过对本课程的学习，使学生逐渐具备对产品形象设计的策划、塑造及设计的能力，并以设计师品牌形象展现设计构思。掌握品牌形象与产品形象，把产品形象提升策略更好地用于实践，最终提升产品的社会形象的一门重要课程。

产品形象设计通常在产品展示设计和产品语义学等先行课程之后开设的一门关于产品视觉形象、品质形象、社会形象和产品形象设计策划与提升策略的课程。课程主要传达、产品形象设计的策划与提升策略以及产品形象设计的方法。教学过程中主要进行基础知识的讲授，具体用一些图例详细讲解、示范操作步骤，要求学生做好笔记并拍照，课后严格按照课堂教学要求的课程任务进行 PPT 制作并分析评价产品形象的有利与不足，然后再对产品做形象设计策划、塑造及设计表现的实践训练。从而适应了企业新产品设计开发对家族产品形象把握的需要，也使学生在实践训练的过程中加深对产品形象设计的把握和运用，并为后续的设计展示、毕业设计等课程做好前期实践基础工作。

## 三 课程目标

通过本课程的学习，使学生经过对产品形象具体构成的了解与分析，并用产品形象评价系统来评价产品形象的有利与不足，然后再对产品做形象设计策划、塑造及设计表现。在设计实践中通过产品形象与产品语义学的关系，利用产品形象提升策略，清晰、醒目、简单地塑造产品形象，从而也适应了企业新产品设计开发对家族产品形象把握的需要，为其今后的学习及工作实践打下扎实的基础。

### 知识目标

通过本课程的学习，使学生了解产品形象概念的内涵与外延、产品形象的作用及产品形象的具体构成，掌握产品形象设计的方法及程序。

### 能力目标

通过本课程的学习，培养学生对产品形象设计的策划、塑造及设计能力，为后续毕业设计的展开打好基础。

### 素质目标

通过本课程的学习，提升学生对品牌形象作用认知，拓宽学生的专业素养。

#### 四 课程内容

序号	课程模块	学习目标	学习内容	学习重点	学时	
					理论	实践
1	产品形象概述	1. 掌握产品形象概念的内涵与外延； 2. 了解产品形象的作用及产品形象的发展趋势。	<b>1. 理论教学内容：</b> (1) 产品形象的概念； (2) 产品形象的作用； (3) 产品形象的发展趋势。	1. 学习时注意了解产品形象概念的内涵与外延语意； 2. 重点掌握产品形象的作用。	1	0
2	产品形象的具体构成	1. 掌握产品的视觉形象、产品的品质形象、产品的社会形象及产品形象的特征要求； 2. 要求制作 PPT 并演示。	<b>1. 理论教学内容：</b> (1) 产品的视觉形象、品质形象、社会形象及形象特征； <b>2. 实践教学内容：</b> (1) 从产品形象特征入手分析 10 个品牌的产品 DNA, 并说明其在设计中的语义特征。	1. 重点掌握产品的形象特征及其语义。	1	10
3	产品形象设计方法及程序	1. 掌握产品形象设计的原则； 2. 掌握产品形象设计的策划及产品形象设计的方法。	<b>1. 理论教学内容：</b> (1) 产品形象设计的原则； (2) 产品形象设计的策划及 (3) 产品形象设计的方法。 <b>2. 实践教学内容：</b> (1) 产品设计的策划及产品形象设计。	1. 重点学习产品形象的塑造、产品形象设计的原则、产品形象设计的策划及产品形象设计的方法。	1	10

4	产品形象设计评价研究	1. 初步掌握产品形象评价系统； 2. 了解产品形象与产品语意学的关系。	<b>1. 理论教学内容：</b> (1) 产品形象评价系统； (2) 产品形象设计与产品语义学的关系。	1. 重点掌握产品形象与产品语意学的关系。	1	0
5	品牌形象与产品形象	1. 了解品牌形象的内容及品牌形象的评判； 2. 掌握品牌形象与产品形象提升策略。	<b>1. 理论教学内容：</b> (1) 品牌形象的内容及评判； (2) 品牌形象与产品形象提升策略。 <b>2. 实践教学内容：</b> (1) 产品形象设计策划及提升。	1. 重点掌握掌握品牌形象与产品形象提升策略。	1	10
6	产品形象设计案例	1. 了解苹果电脑产品形象设计；2. 了解诺基亚手机产品形象设计； 3. B&O 产品形象设计及宝马汽车产品形象设计。	1. 苹果电脑产品形象设计； 2. 诺基亚手机产品形象设计； 3. B&O 产品形象设计； 4. 宝马汽车产品形象设计。	1. 重点了解苹果电脑产品形象设计。	1	0

## 五 教学方法、手段建议

本课程主要采用讲授法、案例分析法、任务教学法等方法，课堂讲授采用多媒体教学。

## 六 课程考核建议

考核方式建议：本课程考试为专业课程考试，采取将平时成绩和期末卷面综合考核的方式，实行随堂考试，成绩记载采用百分制，其中平时成绩占 30%，期末成绩占 70%。在成绩评价方式上，应注重学生学习过程评价和能力考核，突出阶段评价，目标评价，理论与实践一体化评价，注重学生动手能力和分析问题、解决问题能力的考核，关注学生个体差异，鼓励学生创新实践。教师根据学习目标制定相应的平时和期末考试内容，由学生独立完成。任课教师根据学生的作业完成质量和评分标准进行成绩评定。课程结束后，由各任课教师按照美术学院统一制定的专业课程考试成绩评分表，将学生期末考试成绩如实填到评分表上，连同期末考试作品一起拍照，并交到美术学院实验教学中心存档。

## 七 教材选用及主要参考书建议

### 教材选用

教材建议选用“十二五”、“十三五”国家规划教材、省部级获奖教材和近三年出版的优质教材。同时将国内、外优秀的教材作为补充材料推荐给学生。

### 主要参考书

- [1] 《产品形象设计》. 陈根. 电子工业出版社, 2013 年
- [2] 《無印良品》. 朱锸 译 . 广西师范大学出版社, 2010 年

执笔人：曹文译  
审定人：李 筠

2015 年 7 月制订  
2017 年 7 月修订