

《招贴设计》课程标准

【课内学时数】：54

【适用的专业范围及层次】：全日制专科艺术设计

【学分】：3

【考核方式】：考查与设计方案作业结合

【编制人】：林哲辉、陈纯

说 明

一、教学目的和要求

党的二十大以来，中国特色社会主义进入新时代，我国社会主义现代化建设进入高质量发展阶段，人民群众对美好生活的精神文化需求日益增长。随着数字传播媒介的普及和视觉文化的发展，作为文化传播与社会沟通重要载体的招贴设计，在公益宣传、商业推广、文化传播等多个领域扮演着日益重要的角色。

中共中央、国务院在《“十四五”文化发展规划纲要》和《粤港澳大湾区发展规划纲要》中均明确提出大力发展文化创意、数字设计等相关产业，推动文化与科技、艺术与社会的深度融合，促进文化事业高质量发展。作为视觉传达设计的重要组成部分，招贴设计在传递社会主义核心价值观、弘扬中华优秀传统文化、营造文明社会风尚方面具有重要功能。

本课程以培养新时代高素质艺术设计技能人才为目标，结合课程思

政要求,通过系统讲授招贴设计的发展历程.构图语言.字体运用.色彩配置.设计流程等知识,引导学生具备扎实的视觉表现能力和项目执行能力。同时,通过主题实践创作,如“乡村振兴”“绿色环保”“廉洁文化”“抗疫精神”“文明城市建设”等,强化学生的家国情怀与社会责任意识,提升其以设计服务社会.传播正能量的综合能力。

课程最终目标是让学生掌握招贴设计的基本理论与实践技能,理解设计的社会功能与价值导向,培养具备文化素养.责任意识和创新能力的新时代艺术设计人才。

二、课程内容和学时分配

根据教学计划规定的学时数,具体学时分配如下表,供参考。

课程内容和学时分配表

章数	内 容	理论课时	实验课时	小计
1	第一章 招贴的概念与功能	2	2	4
2	第二章 招贴发展历史和风格流派	2	2	4
3	第三章 招贴的构成要素	2	2	4
4	第四章 招贴的版式设计方法	2	2	4
5	第五章 招贴的色彩设计方法	2	2	4
6	第六章 招贴的艺术表现	2	2	4
7	第七章 招贴的创意方法	4	4	8
8	第八章 招贴的表现形式	2	4	6
9	第九章 招贴专项练习 1	2	6	8
10	第十章 招贴专项练习 2	2	6	8

三. 教学内容

第一章 招贴的概念与功能

教学目标:

了解招贴的概念.类型.功能.任务.设计原则.历史.现在及其未来发展趋势; 2.掌握: 招贴设计的原则; 3.熟悉: 招贴设计的历史意义及其经济价值。

教学重点难点:

1. 招贴的定义和特点: 学生需要了解招贴的含义.形式和特征, 以及其在传播.宣传和市场营销中的作用。2. 招贴的分类: 介绍不同类型的招贴, 如宣传招贴.广告招贴.政治招贴等, 以及它们的特点和应用场景。3. 招贴的设计原则: 讲解招贴设计的基本原则, 如视觉层次.色彩搭配.排版布局等, 以及如何有效地吸引目标受众的注意。4. 招贴的功能和影响: 探讨招贴在社会.文化和经济方面的功能和影响, 以及其在不同历史时期和文化背景下的演变。5. 理论与实践结合: 如何将招贴的理论知识与实际设计技能相结合, 让学生能够理解并应用所学的概念和原则。6. 文化差异和审美观念: 不同地域和文化背景下对于招贴的理解和喜好可能存在差异, 需要引导学生开放思维, 尊重多样性。7. 技术应用和创新: 随着科技的发展, 招贴设计也在不断更新和变革, 如何引导学生掌握新技术和创新方法, 提高其设计水平和竞争力是一项挑战。

主要内容:

1. 招贴的定义和特点: 解释招贴的概念, 包括其作为一种传播媒介

的定义和功能。探讨招贴与其他传播方式的区别,如海报、广告等。

2. 招贴的功能和意义: 分析招贴在社会生活中的重要作用,包括宣传推广、信息传递、文化传承等方面的功能。探讨招贴对个人、社区和社会的影响和意义。

3. 招贴的设计原则: 介绍招贴设计中的基本原则,如简洁明了、视觉冲击力强、信息传递清晰等。分析招贴设计中的视觉语言和传播原则,以及如何通过设计实现特定的传播效果。

4. 招贴与文化、艺术的关系: 探讨招贴与文化、艺术之间的关联,如招贴作为一种视觉艺术形式的发展历程和演变趋势。分析不同文化背景下的招贴设计特点和审美偏好,以及其反映的社会文化意义。

第二章 招贴发展历史和风格流派

教学目标:

通过对本章的学习,学生可以了解招贴的起源、流派风格;掌握招贴设计的原则;熟悉招贴设计的历史意义及其经济价值。

教学重点难点:

本章重点在于帮助学生掌握招贴设计的发展历程及主要艺术风格流派。通过中西方招贴典型阶段的梳理,让学生了解招贴设计如何伴随社会、技术与文化的发展不断演进;同时重点分析如包豪斯、构成主义、瑞士风格等代表流派的视觉特征及其代表人物与作品,提升学生对风格语言的认知能力。本章难点在于引导学生理解各风格流派背后的历史语境与设计理念之间的内在联系,以及在视觉表现上的差异。学生可能在辨别不同风格特点时存在混淆,或无法将风格演变与现代设计

实践相结合。因此教学中需通过图像对比、案例解读与实际练习强化理解。

教学内容:

1. 13 世纪: 中国的木刻版印刷技术引入西方, 彻底改变了欧洲在布料上印刷图形的历史, 木刻版印刷的图形和文字在社会各阶层广泛传播。

2. 15 世纪: 德国人古登堡在木刻版印刷的基础上于 1450 年研制成活版印刷, 这种在纸张上使用活版印刷的技术, 使招贴向作为大众传播信息的一种媒介迈进。

3. 16 世纪: 人们不断探索科学与艺术相结合的道路, 在图形和字体设计领域开始运用数比法则。尤其值得一提的是设计师开始注重对观念的表达, 在图形设计中所采用的表现手法有近乎现代超现实主义的倾向。

4. 17 世纪: 欧洲工业使印刷图形材料和制作成本大为降低, 招贴广告也从初始时期进入到发达时期。

5. 18 世纪: 许多适合招贴印刷的新字体产生, 使埃及体、爱奥尼亚体、透视体、克拉伦登体、拉斯康体、多利安体、哥德体、珍珠体等字体, 在比例、分量和美学上更趋完善。

6. 19 世纪: 随着铸铁印刷机、蒸汽动力印刷机、造纸机的出现, 高速印刷形式替代了古登堡时代的手动印刷形式, 机器生产的纸张淘汰了手工制作的纸张, 使招贴的印刷效率提高了 30 倍左右。

7. 20 世纪: 观念形象设计对于世界招贴设计的发展来说, 是非常重要的。它丰富了设计的手法, 进一步强调了设计上的个人和社会个别群体的观念的表达。

第二节 现代招贴的流派风格

从现代招贴的产生(1866)到第一次世界大战期间, 大批富有才华的

著名画家和设计家投身于招贴设计行列，创作了具有新艺术运动.象征主义.表现主义等多种风格的招贴，其数量之多.题材之广.作用之大，前所未有的。招贴以其蓬勃发展的态势进入了空前的繁荣期。

（一）现代招贴的产生： 1866年，法国的朱尔斯·谢雷特(Jules Cheret)在巴黎他自己的印刷厂制作出第一张彩色的平版招贴，标志着现代招贴的产生。谢雷特直接在石板上画的招贴他把多种格和传统的壁画艺术融入到招贴作品中，使之产生了非常强烈的视觉效果。他的作品具有较为明显的个人风格，有很强的绘画性和装饰性。

（二）新艺术运动： 19世纪末，法国产生了新艺术运动(Art Nouveau)，这是从英国工艺美术运动中派生出来的新型的装饰艺术运动。新艺术运动主张对矫饰的维多利亚风格以及传统的装饰风格进行反思。提倡师法自然，从自然形态中去提取新风格的视觉表现元素，如从动物.植物的生长规律等方面去发掘其本质的形态。

（三）表现主义： 20世纪初，德国和奥地利等国开始流行表现主义(Expressionism)。表现主义有抽象和具象之分。挪威著名画家蒙克的表现主义风格对整个北欧具有决定性的影响。

（四）象征主义： 1880年，法国出现了象征主义。它受到新艺术运动风格广泛而又深刻的影响。象征主义招贴采用理性和抽象的表现手法，在作品中注入了作者的主观理念和情感，强调形象和色彩的象征性。’ 隐喻性，通过艺术化的客观对应物来传达出某种意念或思想。

第三章 招贴的构成要素

教学目标：

通过对本章的学习，学生可以了解招贴的构成要素；掌握招贴设计的原则；熟悉招贴设计的历史意义及其经济价值。

教学重点难点：

本章重点在于让学生系统掌握招贴设计的基本构成要素，包括图形、文字等内容。通过分析这些要素在视觉传达中的作用，引导学生理解如何通过有机组合实现信息传达的清晰性、艺术性的统一，以及增强招贴的吸引力和传播效果。本章难点在于引导学生从视觉语言的角度，准确理解各要素之间的逻辑关系及其在不同主题、不同风格招贴中的具体表现形式。尤其在版式构图与图文编排上，学生容易陷入“拼贴思维”，难以把握整体节奏与层次感，需通过实践与案例反复训练审美判断与设计控制力。

教学内容：

第一节 文字：招贴中的文字是招贴的重要构成要素，是传达广告主题，抒发感情符号的直接表现元素，同时也可以作为图形元素来表现主题。

（一）文案设计：招贴的文案设计是按照所表现的主题和创意的需求来编撰，是组成招贴设计的主要部分，也是对招贴主题进行具体补充说明的部分。招贴中文案设计包括标题、正文、广告语和说明性文字等的设计。文案设计要求简洁明了，有较强的说服力和感染力。

（二）字体设计：招贴中的文字根据表现手法的需要，字体做图形化的处理，具有独特的图形风格。设计师根据文字的特点，通过重叠、

发射、组合、变形等方式进行字体创意。文字和图形互相渗透、相互补充。字体在招贴设计中的图形化应用主要表现在两方面。一是文字的图形化，二是图形的文字化。

第二节 图形：图形是招贴的基本设计元素，是招贴画的视觉主体，它可以是具有独创性的图形，也可以是由文字及辅助元素组合而成的一切造型符号。通过图形图像直观的传达信息、观念。具有创新精神的图形不仅具有很强的视觉冲击力，更重要的是它能塑造独特个性的造型，便于广大群众所识别和记忆。

招贴中的图形主要是指具象图形和抽象图形。具象图形具有直观真实的形象特征，给人以亲切、熟悉的感受，是人们容易接受的一种视觉形式。一般是对现实中事物特征的艺术化，包括人物、动物、植物、静物等生动的艺术形象。还包括具有地方特色的风土人情、典型的人物形象、工艺品、服饰等。如剪纸、皮影、年画、京剧脸谱等。

抽象图形是一种高度概括化的图形表现形式。在招贴设计中运用抽象图形可以表达更为广泛的内涵、既可以表现严肃、谨慎的内容、又可以表现活泼、轻松的主题，可以表现具体存在的物体，也可以表现没有具体形象的物体。抽象图形具有科技感和时代感的艺术现象，比具象图形更有表现力和震撼力。

第四章 招贴的版式设计方法

教学目标：通过对本章的学习，学生可以（1）掌握招贴版式设计的基本原则（对比、对齐、重复、亲密性）。（2）能够运用网格系统与视

觉流程规划版面布局。（3）理解不同版式风格（对称、自由、模块化）对信息传达的影响。

教学重点难点：

本章重点在于引导学生掌握招贴设计中常见的版式设计方法，包括对称与非对称布局、网格系统运用、视觉动线引导、留白与空间分割等技巧。通过分析典型招贴作品的版式结构，帮助学生理解如何通过合理排版增强视觉节奏、强化信息层次与传播效果。本章难点在于帮助学生建立系统的版式逻辑思维，避免仅凭感觉进行图文摆放。特别是在面对复杂信息结构或多元素组合时，学生往往难以把控整体布局的秩序与平衡，需通过大量练习掌握版式构成的节奏、视觉焦点与动线引导的协调控制。

教学内容：

第三节 版式：招贴的版式设计是整个视觉传达的结构基础，直接影响画面的层次感、信息的传递效率与整体美感。一个优秀的版式不仅能增强视觉冲击力，还能强化招贴的主题表达，使观众在有限的时间内迅速获取关键信息并产生视觉共鸣。设计时应遵循形式美法则，包括对比、对称、节奏、均衡、比例与统一等基本原则，使画面在秩序中展现创意与张力。招贴版式编排可以分为几个类型。

标题型版式：以大字号、强对比的标题作为视觉焦点，快速传达主要信息；

（1）对称与均衡型：采用左右或上下对称结构，给人以稳定、庄重的感受；（2）文字与图片型：图文结合合理，强化视觉与文字信息的协

同表达；（3）图表型：适用于信息量较大、需逻辑呈现的招贴，如数据图、流程图等；（4）斜置型与曲线型：打破常规布局，通过倾斜与曲线增加动态与张力；（5）四角型：将设计元素分布在画面四角，形成强烈的边缘感与中心留白；（6）自由型：不拘泥于传统框架，强调创意与情绪表现，适用于艺术类招贴。

第四节 实践内容进行招贴版式设计：1.介绍主题招贴设计的基本特点。教师结合 PPT 介绍招贴设计的基本特点与视觉传播目的，强调版式在传递主题中的作用。2.演示一则优秀的主题是如何制作的。演示一则优秀主题招贴的设计与制作流程，讲解其版式构成、元素布局与主题强化技巧。3.解读优秀学生作品中的广告创意。展示往届优秀学生作品，分析其中的广告创意、视觉语言及版式布局，启发学生的设计思维。4.学生利用手绘工具或电脑自主完成主题招贴的制作。学生根据指定主题（如公益宣传、节日庆典、校园文化等），利用手绘工具或电脑软件（如 Photoshop、Illustrator）自主完成一张主题明确、构图合理、风格鲜明的招贴作品。5.课堂讲评与修改建议。教师对学生作品进行现场点评，提出版式优化建议，引导学生进一步完善设计。

第五章 招贴的色彩设计方法

教学目标：

通过对本章的学习，学生可以（1）理解色彩心理学在招贴中的应用（如红色代表警示/热情）。（2）掌握配色技巧（对比色、邻近色、单色调）。（3）能根据主题需求制定色彩策略。

教学重点难点：

本章重点在于引导学生理解色彩在招贴设计中的视觉传达功能与情感表达作用。通过讲解色彩的基本理论（如色相、明度、纯度）、色彩搭配原则、主题色运用等内容，让学生掌握如何根据不同主题合理选择与组合色彩，以增强画面的吸引力、识别性与情绪引导力。本章难点在于帮助学生将色彩理论与实际设计表达有效结合，做到“有目的地用色”。学生常见的问题包括：色彩搭配杂乱、主次不分、色调不统一或情感表达模糊。需通过案例分析与实践训练，提升其对色彩的感知能力与运用能力，实现色彩的主题性、艺术性和功能性的统一。

教学内容：

第一节 色彩（一）色彩在招贴中的作用：1. 色彩可以强化招贴的视觉冲击力，色彩变化对图形的质感、肌理、空间等方面有着不可或缺的表现力，可以提高作品的被关注度。因此准确把握作品的风格，合理配置色彩方案，是招贴色彩设计的首要任务。2. 色彩具有情感，可以影响人们的感受、知觉，具有联想性和暗示性。如红色象征喜庆、热情、危险等感觉，白色象征纯洁、丧事等。不同国家和地区对色彩情感的认知不同，在设计时应考虑招贴发布的环境，合理的运用色彩情感来激发受众的联想，引起审美共鸣，产生吸引力。3. 提升招贴的审美感受通过色彩的色相、明度、纯度、面积、肌理等特性的巧妙安排与运用，可以提高作品的整体性与协调性，做到重点突出、整体和谐。提升招贴的美感和艺术性。

（二）招贴色彩应用的技巧：1. 主题元素的色彩提升：可以通过提高

或讲题主体对象的色彩明度、纯度等来突出主题形象。2. 层次处理：通过提高或降低同一明度、合并色相等色彩处理方法，可以使画面层级更加分明，主体形象更加突出。3. 招贴版面的气氛渲染：色彩变化会影响招贴画面的气氛和效果。在招贴中大面积的使用同种色彩可以形成基调，烘托整体气氛。4. 作品的系列色彩计划：系列作品的特点是作品的创意理念相同而诉求角度不同。要使作品整体风格统一。采用使系列作品保持特征不变而变化其元素色彩来实现系列性效果。

第二节 实践内容: 1. 进行“文创”主题招贴设计。二、教学过程: 1. 介绍“文创”主题招贴设计的基本特点。2. 演示一则优秀的主题招贴是如何制作的。3. 解读优秀学生作品中的广告创意。4. 学生利用手绘工具或电脑自主完成“文创”主题招贴的制作。

第六章 招贴的艺术表现

教学目标:

了解招贴的艺术表现.创意方法和表现形式；掌握招贴设计的原则；熟悉招贴设计的历史意义及其经济价值。

教学重点难点:

本章重点在于引导学生理解招贴设计中的艺术表现手法，包括写实、写意、夸张、象征、抽象、拼贴、插画等多种视觉表达方式。通过分析经典与当代作品，引导学生认识不同艺术表现技法如何服务于设计主题、强化视觉风格，提升其创意思维与个性化表达能力。本章难点在于帮助学生在把握设计主题的基础上，恰当地选择并融合艺术表现

技法，避免形式与内容脱节的问题。学生往往容易陷入“炫技”或“模仿”的误区，缺乏主题控制与整体把握能力。因此需通过案例赏析与动手实践，强化其艺术语言的表达逻辑与综合运用能力。

教学内容：

第一节 招贴的艺术表现：（一）联想表现：招贴设计中运用的图形或文字能够带给观众一种审美联想，增强画面的意境。

（二）象征表现：根据事物之间的某种关联，借助具象图形来表现抽象的概念、思想和情感。如奥运五环的五种颜色代表奥林匹克精神参赛的五大洲。其当的运用象征手法，把含蓄的意思表达出来，赋予招贴深意，给观者留下回味的余地。

（三）直接表现：直接用商品的形象作为主体进行展示，配合版式、文字和色彩的搭配，来突出主体的地位。

（四）虚构表现：设计者在创作构成中，依据生活的逻辑，通过想象和组合，创造出生活中不存在的，但在情理之中的画面，利用想象画面来填补记忆的空缺，带有荒诞的色彩。虚构表现形式的招贴具有不同于寻常的思维表现，容易吸引观者的眼球，提高作品的关注率。

（五）选择偶像：利用偶像或者名人来传达信息，可以增加产品的知名度。但是在选择偶像时应该符合商品的定位。在画面表现时，偶像人物的服装造型，所处环境等都需要与商品的特性和定位保持一致。

（六）个性表现：不遵循通常的表现方式，设计者按照自己内心的想法，用个性化的方式来表现主题。使招贴设计具有趣味性或新奇性，从而吸引受众。

（七）含蓄表现：在不改变事物本质的情况下，适当的简化、概括、用令人回味的省略来进行表现。独具匠心的处理画面的虚实、呼应关系，为人以遐想空间。

（八）幽默表现：在招贴设计中巧妙的安排喜剧特性而产生幽默的表现方式。这种表现方式会让人会心一笑的同时，接受招贴所传达信息。

第七章 招贴的创意方法

教学目标：

通过对本章的学习，学生可以（1）理解招贴创意的核心逻辑（发散思维→聚焦主题→视觉转化）；（2）掌握5种创意方法（头脑风暴、思维导图、逆向思维、隐喻表达、跨界联想）。

教学重点难点：

本章重点在于引导学生掌握招贴设计中的创意方法与技巧，培养其创新思维。通过介绍不同的创意发想方式，如头脑风暴、逆向思维、类比联想等方法，帮助学生在面对设计任务时能够快速产生独特且有效的创意方案。重点讲解如何从主题、受众、情感需求等角度出发进行创意设计，提升其创造性解决问题的能力。本章难点在于帮助学生将创意方法与实际设计过程相结合，避免创意空洞或形式化。学生容易陷入过度追求“创意”而忽视设计的传播功能与受众需求。教学中需要引导学生在保证创意性的同时，考虑创意是否切合设计主题、符合受众认知与情感体验，确保创意能够实际有效地传递信息。

教学内容：

第一节招贴的创意方法：（一）比喻：两个事物中有相似关联的地方，以此物喻彼物，可以借题发挥，进行延伸转化，产生婉转曲折的艺术效果。在招贴设计中运用较为广泛。（二）对比：利用形态上的刚柔对比，渲染的浓妆淡抹，色调上的冷暖，比例大小上的对比等图形在作品上形成强烈的反差，冲击受众的视觉。对比应该说是增强视觉冲击力度最常用得手法（三）夸张：运用丰富的想象，对要表现的主体进行夸张，或者进行反常的思维表现，使画面产生新奇与变化的情趣，使作品特征鲜明、突出、动人。（四）变异：在画面中规律性的排列中，有某一部分突然发生变化，与其他形成强烈的对比，使画面具有趣味性。（五）留白：省略一些与主题无关的部分，留下要表现的主体部分。使画面大量的留白，产生是的人回味的意境。而且往往省略了某些部分，留下来的那部分形成的效果又会具有变异反常的表现，使作品更有吸引力。（六）图形同构：从当代招贴图形的发展来看，同构图形已经成为一种主要的图形形式，被越来越多的招贴设计师所应用。所谓同构图形，指的是两个或两个以上的图形组合在一起，共同构成一个新图形，这个新图形并不是原图形的简单相加，而是一种超越或突变，形成强烈的视觉冲击力，给予观者丰富的心理感受。

第八章 招贴的表现形式

教学目标：

通过对本章的学习，学生可以（1）区分静态、动态、立体招贴的特点与应用场景。（2）掌握动态招贴的基础设计方法（GIF/短视频）。（3）

探索交互式招贴的可行性。

教学重点难点：

本章重点在于帮助学生了解招贴设计中的各种表现形式，探讨不同形式如何根据设计目标、主题与受众需求进行选择与调整。通过分析平面招贴、立体招贴、互动招贴等多种表现形式，学生能够理解不同表现形式对信息传递的影响，学会在实际设计中灵活运用表现形式，以增强设计的视觉冲击力与传达效果。本章难点在于引导学生在招贴设计中实现形式与内容的有机统一，避免形式主义或设计的片面性。学生容易在设计过程中陷入追求视觉效果误区，忽略了招贴的实际功能和主题表达。教学时需强调形式的选择应根据设计任务的需求进行合理匹配，同时注重创意与实用性的平衡。

教学内容：

第一节 招贴设计的表现形式：随着现代科技的发展，招贴设计的表现形式也越来越丰富，新的形式也在不断的出现，按照不同的绘制手段，招贴的表现形式有不同的分类。（一）绘画形式：招贴最早的表现形式就是绘画，依赖于设计师的绘画功底和个人的创造性思维。运用素描、速写、水粉、水彩、油画、国画、书法、漫画、装饰画等绘画形式表现招贴设计中的质感、肌理等，具有较强的艺术审美价值。（二）摄影形式：摄影的出现极大的拓展了招贴的表现形式。摄影图像可以真实的再现事物的原貌，具有较强的视觉感染力。可以较好的表现事物的质感、色彩、空间感等，能够准确的传达设计者的广告意图。（三）计算机辅助形式：计算机软件辅助设计也是当今最流行的表现形式。

设计软件的出现，极大的丰富了招贴设计的艺术表现力。可以利用软件进行合成或绘制，充分发挥设计者的想象力和创造力，设计理想化的艺术形象。处理二维三维画面，营造绘画和摄影无法具备的效果，增强画面的立体感和空间感。

第九章 招贴专项练习 1

教学目标：

通过对本章的学习，学生可以（1）综合运用前序章节知识完成完整招贴设计。（2）培养从需求分析到成品输出的全流程能力。（3）提升作品展示与提案沟通技巧。

教学重点难点：

本章重点在于通过实际练习帮助学生将前述的招贴设计知识与技巧运用到具体的设计项目中。通过专项练习，学生将实际进行招贴的主题创作与版式设计，强化对色彩、构图、创意表达等方面的综合运用。重点指导学生如何分析设计需求，结合实际主题，合理运用创意方法和设计元素进行构思与实现。本章难点在于帮助学生在实际操作中突破创意瓶颈，避免设计过程中出现的形式单一、创意匮乏或版式不合理等问题。学生可能会在构图、色彩搭配、排版等环节出现问题，需要通过教师的指导，帮助他们理清设计思路，调整版式和元素的组合，确保作品主题清晰、视觉效果鲜明、信息传达准确。

教学内容：

第一节 项目导入（1）案例分析：通过经典的公益招贴案例分析，引导学生理解招贴设计中的视觉表达与传播策略。以“拒绝酒驾”系列破碎玻璃效果为例，解析其如何通过破碎、裂纹的视觉效果增强警示性，传递出严重性与紧迫感。通过案例的剖析，学生能理解不同的表现手法如何有效提升公益招贴的社会影响力，并通过这种分析激发学生的创意思维。（2）选题发布：在项目初期，教师将提供3个与社会热点相关的主题命题：反诈宣传、垃圾分类、心理健康。学生可以选择其中一个主题进行招贴设计，目的是让学生深入思考不同主题的设计要点，明确招贴的传播目的与受众需求。此环节的核心在于帮助学生聚焦设计目标，充分调动他们对社会问题的关注，并为后续创意开发奠定基础。

第二节 需求分析（1）调研方法：在这一阶段，学生需要进行市场调研以了解目标受众的特征与需求。通过问卷调查的方式，模拟受众群体画像，了解他们对所选主题（如反诈、垃圾分类或心理健康）的认知程度与情感态度。同时，学生还需进行同类作品的竞品分析，考察市面上类似主题的招贴设计，评估其设计效果与传播效果，从而为自己的设计提供借鉴与启发。（2）核心策略：学生需要根据调研结果和目标群体需求，明确招贴的核心策略。特别是要确定“行动号召”（Call to Action）关键词，这一关键词会直接影响招贴的设计方向和视觉呈现。例如，“警惕诈骗”的关键词可能需要用强烈的警示符号与色彩对比，而“垃圾分类”的关键词则可通过直观的分类图标与简洁的信息传达来引导行为。

第三节 创意开发 (1) 头脑风暴：在创意开发环节，学生将进行头脑风暴，利用思维导图发散与拓展视觉符号的可能性。以“反诈宣传”为例，学生可以联想到诈骗陷阱、锁链、网络病毒等视觉符号，思考如何通过这些符号传达诈骗的危害性与紧迫感。通过集体讨论与个体思考，学生可以挖掘出多种创意方向，为后续草图方案设计提供灵感。

(2) 草图提案：学生将根据头脑风暴的结果，手绘 3 种不同风格的草图方案，分别是：写实风格、隐喻风格和极简风格。在设计过程中，学生将思考如何通过不同的艺术表现方式来传达主题，形成具有差异化的设计方向。草图完成后，学生将在小组内进行互评与优化，通过集思广益对各自的设计进行修改与提升，最终确定最佳的设计方案。

第四节 技术实现 (1) 规范强化：在这一部分，学生将学习公益招贴的设计规范，特别是如何运用设计标准来提升招贴的有效性和可视性。例如，如何使用警示符号的设计规范、无障碍色彩对比原则，以及如何确保设计符合公益广告的传达功能与受众认知。学生将理解设计不仅要具备创意性，还要符合社会公益传播的基本要求。(2) 软件实操：学生将通过 Photoshop (PS) 和 Illustrator (AI) 等设计软件，进行招贴的高精度输出。在这一环节，教师会详细讲解招贴设计的技术实现，如如何设置出血线、调节分辨率，以及如何处理文件格式以适应不同的印刷或展示需求。通过实际操作，学生将巩固技术细节与设计流程，确保最终设计作品既符合设计标准，又能高效传达信息。

第十章 招贴专项练习 2

教学目标：

通过对本章的学习，学生可以获得以下目标：（1）知识目标：理解商业招贴的营销逻辑（品牌调性、产品卖点、消费场景结合）。（2）技能目标：能针对特定产品（如快消品、电子产品）制定视觉营销方案。（3）素质目标：培养市场思维与客户需求解读能力。

教学重点难点：

本章重点在于帮助学生将创意设计与商业需求结合，深入理解招贴设计中的需求分析、核心策略制定及创意开发。通过实际项目练习，学生将学会如何通过调研和数据分析确定招贴的传播目标，结合商业元素和受众情感进行创意构思。同时，重点强调招贴设计的技术实现，确保学生能够熟练运用设计软件进行高精度的招贴制作，符合商业设计的标准规范。本章难点在于引导学生在创意与商业需求之间找到平衡。学生可能在创意生成时过度追求独特性，忽略了设计的实用性和信息传递效果。此外，视觉元素的合理协调与版式设计也是难点，学生在处理复杂元素时，可能会出现版式不协调或信息层次不清晰的问题。教师需要帮助学生解决这些问题，确保最终作品既具有创意性又能有效传达信息。

教学内容：

第一节项目导入（1）案例分析：拆解苹果“Shot on iPhone”系列海报的极简主义风格及其用户生成内容（UGC）策略。通过对这一经典案例的分析，学生将理解如何利用简洁的视觉语言提升品牌形象，同时探讨 UGC 策略如何激发用户参与和情感共鸣，增强品牌与用户之间的

联系。教学重点是通过案例引导学生认识到品牌传播中的创新思维与设计简洁性的结合，突出设计的情感和用户互动。（2）企业命题模拟：发布虚拟品牌需求，模拟“新锐茶饮品牌春季限定款推广”招贴设计。学生需要根据虚拟品牌的特点，进行市场调研和创意构思，设计符合品牌调性的招贴。教学目的是让学生通过实践掌握如何根据品牌的调性、产品特点及目标消费群体进行招贴创作。

第二节 商业分析（1）市场定位：分析竞品海报风格（如喜茶 vs 奈雪の茶），帮助学生理解如何通过设计来强化品牌定位。学生需要在分析中识别出竞品招贴的设计策略与风格差异，学习如何通过视觉元素精准传达品牌特色和市场定位。教学难点在于如何让学生通过竞品分析发掘潜在的设计机会，并结合品牌的核心价值进行创新表达。（2）消费场景：确定招贴投放场景（如地铁广告、电商 Banner、线下快闪店）对设计的限制。不同的投放场景对设计有不同的要求，学生需要考虑招贴在不同场合中的视觉表现效果、信息传递的清晰度以及如何应对实际的设计限制。教学重点是要让学生学会根据不同场景调整设计思路，确保设计不仅视觉冲击力强，同时具备场景适应性。

第三节 创意执行（1）卖点排序：使用 FAB 法则（Feature-Attribute-Benefit）提炼招贴的核心信息层级。学生将学会如何根据产品特点、属性和利益点来构建信息层级，从而确保招贴的表达清晰且具有吸引力。教学难点在于如何有效提炼信息，并通过创意方式将这些信息视觉化，使其更具冲击力和说服力。（2）风格测试：尝试多种流行设计风格（如国潮插画、酸性设计、3D 建模等）以测试

其与品牌调性的适配度。学生将通过实验不同风格，了解每种风格对目标群体的吸引力及其在视觉传达中的效果。教学重点是引导学生通过风格测试探索最合适的创意方向，并加深对设计风格与品牌需求之间关系的理解。

第四节 技术深化（1）商业规范：

介绍商业设计中的规范要求，如 CMYK 色彩模式、印刷工艺（如烫金、UV 处理）的预设计处理。学生将学习如何根据印刷标准调整设计文件，确保招贴在印刷和数字展示中的效果一致。教学重点是让学生掌握如何在实际设计中应用色彩模式与工艺要求，确保设计的专业性和商业可行性。（2）动态拓展：为静态招贴设计 10 秒短视频预览，使用 AE/Premiere 制作动态文字和转场效果。通过将静态设计延伸为动态广告，学生能够理解如何通过动态效果提升招贴的吸引力，并增强其在数字媒体上的传播效果。教学难点在于如何在短时间内通过动态设计突出品牌信息，同时保持创意的连贯性和视觉吸引力。

三、实践教学环节

《招贴设计》这门课是一门偏重实践性的课程。以电脑实操为主，在实践中穿插讲授关于优秀设计作品的知识，拓宽学生的视野。

四、课程考核及成绩评定

课程考核包括课堂表现与平时作业（50%）、期末项目（50%）。课堂表现则评估学生的学习态度和积极性，平时作业考察学生对专业知识和技能的掌握情况，期末项目要求学生完成一个综合性项目，展示其综合应用能力。

