

《字体及图形创意设计实训》课程标准

课程实验学时数：72

适用的专业范围及层次：移动应用开发专业

学分：4 考核方式：考查

说 明

（一） 实训目的和要求

《字体及图形创意设计实训》是数字媒体技术专业的必修课程，也是核心课程，本门课程具有实践性强、专业性强等特点。本门课程教学目的是使学生字体及图形创意设计的岗位需求技法。要求学生通过该课程的学习，能按岗位要求进行字体、logo、图标、矢量海报及吉祥物的设计。

（二） 课程内容和学时分配

根据教学计划规定的学时数，实验 72 学时，具体学时分配如下表，供参考。

表 1 课程内容和学时分配表

章数	内 容	实验课时	小计
1	字体及图形创意设计基本知识	4	4
2	字体及图形设计的创意手法	4	4
3	字体及图形的构成方式	4	4
4	字体及图形设计与构图	4	4
5	标志中的字体及图形创意	4	4
6	名片设计中的字体及图形创意	4	4
7	海报中的字体及图形创意	8	8
8	广告中的字体及图形创意	8	8
9	VI 设计中的字体及图形创意	8	8
10	APP UI 中的字体及图形创意	8	8
11	书籍设计中的字体及图形创意	8	8
12	包装设计中的字体及图形创意	8	8
合 计		72	72

实训内容

第 1 章 字体及图形创意设计基本知识

【实训目的和要求】

目的：全面掌握字体和图形的起源、发展、分类及基本特性，构建扎实理论基础，培养对设计元素的敏锐观察力和分析能力。

要求：准确阐述字体和图形的各类知识，能从文化、历史、设计应用等多维度分析具体案例，清晰分辨不同字体和图形在设计中的作用。

【实训时长】

理论讲解 2 学时，案例分析与讨论 2 学时，共 4 学时

【教学组织过程】

理论讲解：运用 PPT、视频等多媒体资源，详细介绍字体演变历程，从古老的象形文字到现代多样化字体，分析不同时期字体特点及背后的文化成因；系统讲解字体分类，包括衬线体、无衬线体、手写体等，以及图形的分类，如实景图形、抽象图形、象征图形等。

案例分析与讨论：展示丰富的设计案例，涵盖平面广告、书籍装帧、UI 界面等领域，组织学生分组讨论案例中字体和图形的运用，分析其对整体设计风格、信息传达的影响。

【教学方法】

讲授法、案例分析法、小组讨论法相结合。

【教学反思】

反思理论讲解是否清晰易懂，案例选择是否具有代表性，小组讨论的引导是否有效，以及学生对知识的吸收程度和参与度。

【实训重点】

深入理解字体和图形的演变历史、分类体系及基本特性。

【实训难点】

理解字体和图形在不同文化背景和设计语境中的内涵与应用差异。

【思政目标】

通过对字体演变历史的学习，增强学生对传统文化的认同感和自豪感，培养文化传承意识。

【实训内容】

字体演变历史学习：研究甲骨文、金文、篆书、隶书、草书、楷书、行书等字体的形态特点和演变脉络，分析不同历史时期字体风格与社会文化、书写工具、书写载体的关系。例如，在秦朝统一六国后，篆书作为官方字体，其规整统一的特点体现了当时大一统的政治格局；而草书在魏晋时期的兴盛，与当时文人追求自由、洒脱的精神风貌相关。

字体分类研究：深入剖析衬线体、无衬线体、手写体等字体类别的特点和应用场景。衬线体如 Times New Roman，笔画末端的衬线使其具有精致、传统的气质，常用于书籍正文、正式文件等；无衬线体像 Helvetica，简洁现代，在电子屏幕、现代品牌标识中广泛应用；手写体则能传达丰富的情感和个性，如儿童读物中常使用活泼可爱的手写体吸引小读者。学生通过实际案例分析和字体对比练习，掌握不同字体在不同设计场景中的运用。

图形概念与类型探究：学习图形的概念、分类和表现形式，从心理学和符号学角度分析图形传达信息的原理。例如，具象图形直观易懂，在食品包装上的水果图

案能直接传达产品内容；抽象图形通过点、线、面的组合表达概念，在科技品牌的宣传中，常运用抽象图形体现创新和未来感；象征图形则具有特定的文化内涵，如中国传统的“龙凤”图案象征着吉祥、权威。学生通过收集和分析各类图形设计案例，理解不同类型图形的特点和应用。

第 2 章 字体及图形设计的创意手法

【实训目的和要求】

目的：培养创新思维，熟练掌握多种创意手法，能够灵活运用这些手法进行富有创意的字体和图形设计，提升设计的独特性和视觉冲击力。

要求：能够运用变形、夸张、替换、同构等创意手法设计出至少 5 个不同主题的字体和图形作品，作品需具有创新性和较高的审美价值。

【实训时长】

实践操作 2 学时，作品点评 2 学时，共 4 学时

【教学组织过程】

创意手法讲解与案例分析：通过大量优秀设计案例，详细讲解变形、夸张、替换、同构等创意手法的原理和应用技巧。

实践操作：学生根据给定主题或自选主题，运用创意手法进行字体和图形设计实践，教师巡回指导，及时解决学生在设计过程中遇到的问题。

作品点评与总结：学生展示作品，教师和其他学生共同点评，从创意、表现手法、视觉效果等方面进行分析和评价，总结经验教训。

【教学方法】

案例分析法、实践教学法、作品点评法相结合。

【教学反思】

反思学生在创意手法运用中存在的问题，如创意不足、手法运用不当等，思考教学方法是否需要调整，是否需要提供更多的创意启发和实践指导。

【实训重点】

熟练掌握并灵活运用各种创意手法进行字体和图形设计。

【实训难点】

突破传统思维定式，创造出新颖独特且具有实际应用价值的设计作品。

【思政目标】

鼓励学生在设计中融入积极向上的价值观和创新精神，展现时代风貌。

【实训内容】

1. **创意手法原理学习：**系统学习变形、夸张、替换、同构等创意手法的原理和特点。变形手法通过改变字体或图形的形状、比例、角度等，创造出独特的视觉效果，如将字母“0”变形为一个足球，用于体育赛事的宣传；夸张手法强调突出某个特征，增强视觉冲击力，如将人物的眼睛夸张放大，表达惊讶或好奇的情绪；替换手法将字体或图形的部分元素替换为相关元素，如将字母“E”的一横替换为一把钥匙，用于开锁公司的标志设计；同构手法将不同的元素组合在一起，形成新的、具有独特意义的整体，如将鸽子和橄榄枝同构，象征和平。通过分析大量优秀案例，深入理解每种创意手法的应用技巧和效果。

2. **创意手法练习：**进行创意手法专项练习，给定字母、数字、简单图形等基础元素，要求学生运用不同创意手法进行设计。例如，对字母“A”进行变形练习，设计出具有不同动态感和风格的“A”；对圆形进行夸张练习，放大或缩小其某个部分，创造出独特的视觉效果；对三角形进行替换练习，将其一条边替换为与主题

相关的元素，如在环保主题中，将三角形的底边替换为一片树叶；进行同构练习，将不同的元素组合成一个新的图形，如将灯泡与大脑同构，表达智慧点亮生活的概念。每种手法要求完成 35 个练习作品。

3. **主题创意设计作品完成：**根据给定主题，如“环保”“科技”“爱情”等，运用所学创意手法设计字体和图形作品。以“环保”主题为例，运用变形手法将字体的笔画设计成树枝、水流等自然元素的形状；运用夸张手法放大环保标志中的某个元素，突出主题；运用替换手法将字母的部分笔画替换为环保相关的图形；运用同构手法将地球、树木、河流等元素组合成一个新的图形。从创意构思、草图绘制到最终的数字化设计，完成完整的设计流程，并提交设计作品、设计说明，阐述创意来源和设计思路。

第 3 章 字体及图形的构成方式

【实训目的和要求】

目的：掌握对称、均衡、重复、渐变等构成方式的原理和应用，能够运用这些构成方式设计出具有良好视觉秩序和美感的字体和图形组合。

要求：能够运用不同构成方式设计出至少 3 组字体和图形组合作品，作品需体现出构成方式的特点和效果。

【实训时长】

实践操作 2 学时，作品点评 2 学时，共 4 学时

【教学组织过程】

构成方式讲解与案例分析：讲解对称、均衡、重复、渐变等构成方式的概念、特点和应用场景，通过大量优秀设计案例进行分析。

实践操作：学生根据给定的字体和图形元素，运用不同构成方式进行设计实践，教师指导学生在实践中理解和掌握构成方式的运用。

作品点评与总结：展示学生作品，分析作品中构成方式的运用是否合理，总结成功经验和不足之处。

【教学方法】

讲授法、案例分析法、实践教学法相结合。

【教学反思】

反思学生对构成方式的理解和运用能力，是否需要增加更多的实践练习和案例分析，以提高学生对构成方式的把握能力。

【实训重点】

掌握对称、均衡、重复、渐变等构成方式的原理和应用技巧。

【实训难点】

在设计中灵活运用构成方式，营造出和谐、富有韵律的视觉效果。

【思政目标】

培养学生的秩序感和平衡感，体现设计中的和谐之美，引导学生树立正确的审美观念。

【实训内容】

1. **构成方式原理学习：**深入研究对称、均衡、重复、渐变等构成方式的原理和特点。对称构成分为轴对称和中心对称，具有稳定、庄重的视觉效果，常用于标志、建筑等设计中，如中国银行的标志采用轴对称设计，体现了银行的稳健和可靠；均衡构成通过元素的大小、颜色、位置等因素的调整，使画面在不对称的情况下达到视觉上的平衡，具有动态和灵活的感觉，在现代广告设计中经常运用；重复构成通

过重复相同的元素，形成有规律的节奏和韵律，如壁纸、包装的底纹设计常采用重复构成；渐变构成则是元素在大小、颜色、形状等方面逐渐变化，营造出柔和、流畅的视觉感受，常用于体现科技感、未来感的设计中，如电子产品的宣传海报。通过分析大量实际案例，深入理解每种构成方式的应用场景和效果。

2. **构成方式练习：**进行构成方式专项练习，给定一组字体和图形元素，要求学生运用不同构成方式进行设计。例如，运用对称构成设计标志字体，使字体在对称轴两侧呈现完全相同的形态；运用均衡构成设计海报，通过调整元素的大小、颜色和位置，使画面达到平衡；运用重复构成设计包装的底纹，选择简单的图形或图案进行重复排列；运用渐变构成设计宣传册的标题，使字体的颜色或大小逐渐变化。每种构成方式要求完成 23 个练习作品，并对作品的构成方式、视觉效果和传达的信息进行分析和总结。

3. **综合性设计作品运用：**选择一个实际项目或自拟主题，运用多种构成方式完成一个综合性的设计作品。例如，设计一个运动品牌的宣传海报，标题字体采用对称构成体现品牌的稳定性，海报背景运用重复构成的运动元素（如脚印、哑铃等）营造动感，而产品图片则通过渐变构成的光影效果突出立体感和质感。在设计过程中，充分考虑各种构成方式的相互配合，以及元素之间的关系、视觉流程和整体效果。完成设计后，提交设计作品、设计说明，阐述设计思路和构成方式的运用。

第 4 章 字体及图形设计与构图

【实训目的和要求】

目的：理解构图的基本原则和方法，学会将字体和图形合理布局在画面中，以实现良好的视觉传达效果和艺术美感。

要求：能够根据不同的设计主题和需求，运用合适的构图方式设计出至少 3 幅具有较高视觉质量的作品，作品需体现出构图对主题表达和信息传达的重要作用。

【实训时长】

实践操作 2 学时，作品点评 2 学时，共 4 学时

【教学组织过程】

1. 构图原则与方法讲解：讲解构图的基本原则，如对比、协调、聚焦、节奏等，以及常见的构图形式，如对称构图、三分法构图、S形构图、圆形构图等。

2. 案例分析：分析大量优秀设计案例，包括海报、广告、摄影作品等，探讨构图在这些作品中的应用和效果。

3. 实践操作：学生根据给定的主题和素材，运用所学构图知识进行设计实践，教师指导学生在实践中掌握构图技巧。

4. 作品点评与总结：展示学生作品，从构图的角度进行评价和分析，总结构图的成功经验和存在的问题。

【教学方法】

讲授法、案例分析法、实践教学法相结合。

【教学反思】

反思学生在构图过程中对原则和方法的理解和应用能力，是否需要提供更多的构图练习和指导，以提高学生的构图水平。

【实训重点】

掌握构图的基本原则和常见构图形式，能够根据设计需求选择合适的构图方式。

【实训难点】

在复杂的设计元素和信息中，运用构图技巧突出主题，引导观众的视线，实现良好的视觉传达效果。

【思政目标】

引导学生在设计中注重整体与局部的关系，培养大局观和团队合作精神，同时通过构图展现积极向上的精神风貌。

【实训内容】

1. 构图原则与形式学习：系统学习构图的基本原则和常见构图形式。对比原则通过大小、颜色、形状等元素的对比，突出主体，增强视觉冲击力，如在一张美食海报中，将美食的图片放大，与周围较小的装饰元素形成对比；协调原则通过元素的相似性、呼应关系等，使画面和谐统一，如在一个系列的广告中，运用相同的色彩和图形元素，保持风格的一致性；聚焦原则通过引导视线，使观众的注意力集中在重要元素上，如在一张旅游海报中，运用线条或光影将观众的视线引向旅游目的地的标志性建筑；节奏原则通过元素的重复、渐变等，营造出有节奏的视觉感受，如在一个包装设计中，运用重复的图案形成节奏感。常见的构图形式有对称构图，具有稳定、庄重的效果；三分法构图，将画面分为九宫格，将重要元素放置在交叉点上，使画面更加平衡和吸引人；S形构图，通过S形曲线引导观众的视线，使画面具有动感和流畅性；圆形构图，将元素围绕一个中心点排列，形成聚焦效果。通过分析大量优秀设计案例，深入理解构图原则和形式的应用。

2. 构图练习：给定一组字体和图形元素，要求学生运用不同构图方式进行构图练习。例如，运用对称构图设计一张活动海报，使画面左右或上下对称，突出活动的正式和庄重；运用三分法构图设计名片，将重要信息放置在九宫格的交叉点上，提高信息的可读性；运用S形构图设计宣传册内页，通过S形曲线引导读者的视线，使内容的阅读更加流畅；运用圆形构图设计一个标志，将品牌元素围绕中心点排列，形成独特的视觉效果。每种构图方式要求完成23个练习作品，并对作品的构图方式、视觉效果和传达的信息进行分析和总结。

3. 实际项目构图设计：选择一个实际项目，如设计一个展览海报、活动宣传单页等，要求学生根据项目的主题、目标受众和信息内容，运用所学构图知识进行设计。在设计过程中，充分考虑元素之间的关系、视觉流程和整体效果，不断调整和优化构图方案。使用专业设计软件进行设计制作，注意字体、图形、色彩等元素的搭配和协调。完成设计后，提交设计作品、构图分析报告，阐述构图选择的依据、设计思路以及构图对主题表达和信息传达的作用。

第 5 章 标志中的字体及图形创意

【实训目的和要求】

目的：掌握标志设计的流程和方法，能够运用字体和图形创意设计出具有独特性、识别性和代表性的标志，准确传达品牌的核心价值和理念。

要求：为给定品牌或自行设定品牌设计出至少 3 个标志方案，标志需体现品牌特色，具有较高的创意性和视觉冲击力。

【实训时长】

实践操作 2 学时，作品点评 2 学时，共 4 学时

【教学组织过程】

1. **标志设计理论与案例分析：**讲解标志设计的概念、特点、分类和设计流程，分析大量优秀标志设计案例，包括国际知名品牌和本土特色品牌，探讨标志中字体和图形创意的运用。

2. **品牌分析与元素提取：**学生选择给定品牌或自行设定品牌，进行品牌分析和元素提取，运用头脑风暴、思维导图等方法，挖掘品牌的核心价值、目标受众、品牌个性等信息，提取相关的字体和图形元素。

3. **标志设计实践：**学生根据提取的元素，运用所学的字体和图形创意手法，进行标志设计实践，从草图绘制到数字化设计，不断完善设计方案。

4. **作品展示与点评：**学生展示标志设计作品，教师和其他学生从创意、识别性、美观性、与品牌的契合度等方面进行评价和分析，提出修改建议。

【教学方法】

案例分析法、实践教学法、作品点评法相结合。

【教学反思】

反思学生在标志设计过程中对品牌理解和创意表达的能力，是否需要提供更多的品牌分析工具和创意启发，以提高标志设计的质量。

【实训重点】

掌握标志设计的流程和方法，运用字体和图形创意设计出具有独特性和代表性的标志。

【实训难点】

准确把握品牌的核心价值和理念，将其转化为独特的字体和图形设计，使标志具有较高的识别性和记忆点。

【思政目标】

鼓励学生在标志设计中传承和弘扬本土文化，增强民族自豪感，同时培养学生的品牌意识和创新精神。

【实训内容】

1. **优秀标志案例研究：**收集并分析大量不同行业、风格的优秀标志设计案例，从创意来源、表现手法、色彩运用、文化内涵、传播效果等多个维度进行深入剖析。例如，研究苹果公司的标志，简洁的苹果图形和无衬线字体，体现了品牌的简约、创新和高端定位；分析可口可乐的标志，独特的斯宾塞字体和红色背景，具有极高的识别性和品牌影响力。通过对这些案例的研究，总结标志设计的成功经验和发展趋势。

2. **品牌分析与元素提取：**选择给定品牌或自行设定品牌，运用多种调研方法和工具进行品牌分析和元素提取。使用市场调研软件进行消费者调查，了解消费者对品牌的认知、印象和期望；运用数据分析工具分析品牌在市场上的热度、竞争态势和消费者需求趋势。例如，对于一个运动品牌，通过市场调研了解到目标受众主要

是年轻人，他们追求时尚、健康、个性化的生活方式，对运动品牌的品质、设计和品牌文化有较高要求。

第 6 章 名片设计中的字体及图形创意

【实训目的和要求】

目的：掌握名片设计规范，运用字体及图形创意赋予名片独特风格与个性，提升个人或企业形象辨识度。

要求：设计出至少 5 款不同风格名片，满足信息准确传达、视觉美观独特、符合受众喜好与使用场景的要求。

【实训时长】

实践操作 2 学时，作品点评 2 学时，共 4 学时

【教学组织过程】

知识讲解与案例分析：介绍名片尺寸、材质、信息布局规范，分析优秀名片案例中字体与图形的创意运用。

实践操作：学生根据给定身份或自拟身份进行名片设计，教师指导。

作品展示与点评：学生展示作品，教师与同学共同点评，提出改进建议。

【教学方法】

讲授法、案例分析法、实践教学法、作品点评法。

【教学反思】

反思学生对规范的把握、创意发挥情况，教学引导是否到位，后续教学需如何调整。

【实训重点】

遵循名片设计规范，运用字体与图形创意突出个性与专业性。

【实训难点】

在有限空间内合理布局信息，平衡创意与实用性，实现独特设计。

【思政目标】

培养学生严谨认真的职业态度，注重细节与品质，树立正确价值观。

【实训内容】

名片设计规范学习：深入学习名片尺寸（如 90mm×54mm、90mm×50mm 等）、常用材质（铜版纸、特种纸等）特点与印刷工艺（烫金、凹凸印等）。分析不同行业名片信息构成差异，如商务人士突出职位、联系方式，设计师强调作品展示途径。

优秀名片案例分析：收集不同风格名片案例，如简约现代风、复古文艺风、创意个性风。分析案例中字体选择（如衬线体体现稳重，手写体展现个性）、图形运用（具象图形直观表意，抽象图形增添艺术感）、色彩搭配（冷色调显专业，暖色调增亲和力）及整体布局（对称布局显正式，不对称布局更活泼）。例如，某创意工作室名片，采用手写体搭配简洁几何图形，色彩明快，展现创新活力。

名片设计实践：给定多种身份（如律师、摄影师、茶艺师等）或学生自拟身份进行设计。从草图构思开始，尝试不同字体风格、图形元素与布局方式。使用设计软件（如 Adobe Illustrator、Photoshop）进行制作，注重细节处理，如字体清晰度、图形分辨率。完成后提交设计作品、设计说明（阐述创意来源、设计思路、元素选择依据）。

第 7 章 海报中的字体及图形创意

【实训目的和要求】

目的：学会运用字体及图形创意设计具有强大视觉冲击力与信息传达力的海报，有效吸引受众注意力并传达核心信息。

要求：根据不同主题设计至少 3 幅海报，海报需主题突出、创意独特、视觉效果强烈。

【实训时长】

实践操作 6 学时，作品点评 2 学时，共 8 学时

【教学组织过程】

1. **理论与案例讲解：**讲解海报分类（商业、文化、公益等）、设计原则（简洁性、突出性、协调性等），分析优秀海报案例。
2. **实践操作：**学生根据给定主题（如音乐节、环保活动、艺术展览等）进行海报设计，教师现场指导。
3. **作品展示与点评：**学生展示作品，从创意、视觉效果、信息传达等方面进行互评与教师点评。

【教学方法】

讲授法、案例分析法、实践教学法、讨论法。

【教学反思】

反思学生对海报主题的理解与创意表达，教学案例是否覆盖全面，教学方法是是否有效激发学生创造力。

【实训重点】

运用字体与图形创意突出海报主题，增强视觉效果，实现有效信息传达。

【实训难点】

在满足信息传达基础上，创新设计，避免信息繁杂，实现创意与审美统一。

【思政目标】

引导学生在海报设计中传播正能量，弘扬主流价值观，增强社会责任感。

【实训内容】

1. **海报类型与风格研究**：研究不同类型海报特点与风格，如商业海报注重产品展示与促销信息传达，文化海报强调文化内涵与艺术氛围营造，公益海报关注社会问题引发共鸣。分析不同风格海报（如写实风格、插画风格、抽象风格）的表现手法与适用场景。

2. **优秀海报创意手法分析**：分析大量优秀海报案例，研究字体变形（如将字体笔画设计成火焰形状用于消防宣传海报）、夸张（放大关键元素吸引眼球）、替换（用相关图形替换字体部分笔画）、同构（将不同元素组合成新图形）等创意手法，以及图形创意（如正负形运用、光影效果营造）。例如，某环保公益海报，将地球与枯萎的树木同构，传达保护地球生态的紧迫性。

3. **海报设计实践**：根据给定主题进行海报设计。首先进行市场调研，了解目标受众喜好与需求。然后进行创意构思，绘制草图。使用设计软件进行制作，调整字体、图形、色彩、排版等元素。完成后提交海报作品、设计说明（包含创意来源、设计思路、受众分析、信息传达策略）。

第 8 章 广告中的字体及图形创意

【实训目的和要求】

目的：掌握广告设计中字体及图形创意运用，结合营销策略设计出具有营销效果的广告作品，提升品牌知名度与产品销量。

要求：为给定产品或品牌设计至少 2 个广告方案，方案需体现营销策略，具有吸引力与感染力。

【实训时长】

实践操作 6 学时，作品点评 2 学时，共 8 学时

【教学组织过程】

1. **理论与案例分析：**讲解广告设计理论、流程与营销策略，分析优秀广告案例中字体与图形创意如何服务于营销目标。

2. **实践操作：**学生为给定产品（如手机、化妆品、食品等）或品牌进行广告设计，教师指导。

3. **作品展示与点评：**学生展示作品，从营销效果、创意、视觉表现等方面进行评价与讨论。

【教学方法】

讲授法、案例分析法、实践教学法、头脑风暴法。

【教学反思】

反思学生对广告营销目标的理解与创意实现能力，教学中营销策略讲解是否清晰，案例分析是否透彻。

【实训重点】

运用字体与图形创意实现广告营销目标，准确传达品牌与产品信息。

【实训难点】

在满足商业需求同时，保持广告创意与艺术感，避免过度商业化引发受众反感。

【思政目标】

培养学生商业道德与社会责任感，在广告设计中传递真实、积极信息，抵制虚假宣传。

【实训内容】

1. **广告设计理论与营销策略学习：**学习广告设计基本理论（如 AIDA 法则：引起注意、产生兴趣、激发欲望、促成行动）、设计流程（从市场调研到创意构思、设计制作、效果评估）。研究不同营销策略（如差异化营销、情感营销、事件营销），分析其与字体及图形创意的结合方式。

2. **优秀广告案例分析：**分析不同媒介（如电视广告、平面广告、网络广告）、不同行业（如汽车、服装、金融）的优秀广告案例。研究案例中字体设计（如字体风格与品牌形象契合度）、图形创意（如独特的视觉符号）如何吸引消费者，传达品牌价值与产品卖点。例如，某汽车品牌广告，用流畅线条与速度感图形搭配富有力量感字体，突出汽车性能。

3. **广告设计实践：**选择给定产品或品牌进行广告设计。首先进行市场调研，分析目标市场、竞争对手、消费者需求。然后制定营销策略，确定广告主题与创意方向。绘制草图，尝试不同字体与图形组合。使用设计软件制作广告作品，考虑媒介特性进行优化。完成后提交广告作品、设计说明（包括市场调研结果、营销策略、创意来源、设计思路）。

第 9 章 VI 设计中的字体及图形创意

【实训目的和要求】

目的：理解 VI 设计概念与体系，掌握运用字体及图形创意塑造统一品牌形象方法，提升品牌识别度与美誉度。

要求：为给定品牌或自拟品牌设计一套完整 VI 基础系统与部分应用系统，设计

需体现品牌个性与价值观。

【实训时长】

实践操作 6 学时，作品点评 2 学时，共 8 学时。

【教学组织过程】

1. **VI 设计理论与案例分析：**讲解 VI 设计概念、构成要素（基础系统与应用系统）、设计流程，分析优秀 VI 设计案例。
2. **品牌分析与元素提取：**学生对给定或自拟品牌进行分析，提取品牌核心元素，确定品牌定位与设计风格。
3. **VI 设计实践：**学生进行 VI 基础系统（标志、标准字、标准色、辅助图形等）与应用系统（办公用品、宣传物料等）设计，教师指导。
4. **作品展示与点评：**学生展示作品，从品牌形象一致性、创意、实用性等方面进行评价与交流。

【教学方法】

讲授法、案例分析法、实践教学法、小组讨论法。

【教学反思】

反思学生对品牌理解与 VI 设计系统性把握，教学案例是否多样，教学引导是否帮助学生实现品牌形象塑造。

【实训重点】

掌握 VI 设计流程与方法，运用字体与图形创意打造统一、独特的品牌形象。

【实训难点】

确保 VI 设计各环节高度一致，体现品牌独特个性，适应不同应用场景。

【思政目标】

培养学生品牌意识与文化遗产意识，助力本土品牌发展，传播优秀文化。

【实训内容】

1. **VI 设计理论知识学习：**学习 VI 设计概念、作用、构成要素。了解基础系统（标志设计原则与方法、标准字设计规范、标准色选择依据、辅助图形设计要点）与应用系统（办公用品、环境导视、产品包装等设计规范）。分析优秀 VI 设计案例，研究其如何通过字体与图形创意传达品牌理念。

2. **品牌分析与元素提取：**选择给定品牌或自拟品牌，运用市场调研、品牌分析工具，挖掘品牌核心价值、目标受众、品牌个性。提取品牌相关元素，如历史文化元素、产品特征元素、目标受众喜好元素等。例如，为某传统中医药品牌设计 VI，提取中药药材、传统中医器具、古朴文化元素等。

3. **VI 设计实践：**进行 VI 基础系统设计，从标志草图开始，尝试不同字体与图形组合，体现品牌特色。设计标准字，确保与标志风格统一；确定标准色，考虑色彩象征意义与品牌定位；设计辅助图形，丰富品牌视觉语言。进行应用系统设计，如设计办公用品（名片、信纸、信封）、宣传物料（海报、宣传单页），确保在不同载体上品牌形象统一。完成后提交 VI 设计手册（包含基础系统规范、应用系统示例、设计说明）。

第 10 章 APP UI 中的字体及图形创意

【实训目的和要求】目的：掌握 APP UI 设计原则与规范，运用字体及图形创意提升 APP 用户体验与视觉美感，增强用户粘性。**要求：**设计一款 APP 主要界面，包括首页、功能页等，界面需操作便捷、视觉舒适、符合用户习惯。

【实训时长】

实践操作 6 学时，作品点评 2 学时，共 8 学时

【教学组织过程】

1. **UI 设计理论与案例分析：**讲解 APP UI 设计基本知识（如界面布局、交互设计、色彩搭配）、设计原则（简洁性、一致性、可读性等），分析优秀 APP UI 设计案例。
2. **用户调研与需求分析：**学生对目标用户进行调研，分析用户需求、使用习惯、审美偏好，确定 APP 设计方向。
3. **APP UI 设计实践：**学生运用设计软件进行 APP 界面设计，从低保真原型到高保真设计，注重字体、图形、图标设计，教师指导。
4. **作品展示与点评：**学生展示作品，从用户体验、视觉效果、交互设计等方面进行评价与讨论。

【教学方法】

讲授法、案例分析法、实践教学法、用户调研法。

【教学反思】

反思学生对用户需求把握与设计实现能力，教学案例是否涵盖多种类型 APP，教学方法是否引导学生关注用户体验。

【实训重点】

遵循 APP UI 设计规范，运用创意优化界面设计，提升用户体验。

【实训难点】

在满足功能需求前提下，实现界面简洁美观、创意独特，平衡设计与开发难度。

【思政目标】

培养学生关注用户需求、服务社会意识，设计出易用、好用的 APP，促进社会信息化发展。

【实训内容】

1. **APP UI 设计知识学习：**学习 APP UI 设计流程（从需求分析到原型设计、视觉设计、用户测试）、界面布局方式（如列表式、宫格式、卡片式）、交互设计原则（如操作便捷、反馈及时）、色彩搭配原理（如色彩对比度、色彩情感）。分析不同类型 APP（社交、电商、工具）UI 设计特点与差异。

2. **用户调研与需求分析：**选择一款 APP 类型（如健身、美食、阅读），对目标用户进行问卷调查、用户访谈，了解用户使用场景、功能需求、审美偏好。分析调研数据，确定 APP 核心功能、设计风格（如简约时尚、活泼可爱、专业商务）。

3. **APP UI 设计实践：**使用设计软件（如 Sketch、Adobe XD）进行 APP 界面设计。首先绘制低保真原型，确定界面布局与交互流程。然后进行高保真设计，选择合适字体（如无衬线体在移动端的良好可读性），设计图形元素（如个性化图标），搭配协调色彩。注重细节处理，如按钮大小、间距，图标可识别性。完成后提交 APP 界面设计作品、设计说明（包含用户调研结果、设计思路、界面交互说明）。

第 11 章 书籍设计中的字体及图形创意

【实训目的和要求】目的：掌握书籍设计整体流程与要点，运用字体及图形创意提升书籍艺术价值与阅读体验，实现内容与形式统一。**要求：**为给定书籍内容或自拟书籍主题设计封面、封底、内页版式，设计需体现书籍主题与风格。

【实训时长】

实践操作 6 学时，作品点评 2 学时，共 8 学时

【教学组织过程】

1. **书籍设计理论与案例分析：**讲解书籍设计概念、内容（封面、封底、书脊、内页版式等）、设计流程，分析优秀书籍设计案例。

2. **书籍内容分析与风格确定：**学生对给定或自拟书籍内容进行分析，确定书籍

主题、目标受众、设计风格（如古典风、现代风、儿童风）。

3. **书籍设计实践**：学生进行书籍封面、封底、内页版式设计，从草图绘制到软件制作，注重字体选择、图形运用、色彩搭配，教师指导。

4. **作品展示与点评**：学生展示作品，从书籍整体风格、视觉效果、阅读体验等方面进行评价与交流。

【教学方法】

讲授法、案例分析法、实践教学法、讨论法。

【教学反思】

反思学生对书籍内容理解与设计表达，教学案例是否丰富多样，教学方法是否有助于学生实现内容与形式融合。

【实训重点】

掌握书籍设计流程与方法，运用创意打造独特书籍装帧，提升阅读体验。

【实训难点】

在满足书籍内容传达基础上，实现设计艺术性与创新性，兼顾印刷工艺与成本。

【思政目标】

培养学生对文化遗产与知识传播责任感，通过书籍设计展现文化魅力，促进文化交流。

【实训内容】

1. **书籍设计理论知识学习**：学习书籍设计历史、发展趋势、设计原则（如整体性、易读性、审美性）。了解封面设计（书名、作者名、出版社名排版，图形与文字搭配）、封底设计（条形码、定价、内容简介布局）、书脊设计（信息简洁明了）、内页版式设计（字体选择、字号大小、行距字距、插图排版）要点。分析不同类型书籍（文学、社科、儿童读物）设计特点。

2. **书籍内容分析与风格确定**：选择给定书籍内容（如小说、散文集、学术著作）或自拟书籍主题，分析书籍内容主旨、情感基调、目标受众。根据分析结果确定设计风格，如儿童读物采用活泼色彩、可爱字体与插画；学术著作采用简洁排版、严肃字体。

3. **书籍设计实践：**进行书籍封面设计，从草图开始，尝试不同字体与图形组合，突出书籍主题。选择合适字体，考虑字体风格与书籍内容契合度；运用图形元素（如摄影作品、插画、图案）增强视觉吸引力；搭配协调色彩，营造氛围。进行封底与书脊设计，确保信息完整、布局合理。进行内页版式设计，注重文字排版易读性，合理安排插图位置。完成后提交书籍设计作品、设计说明（包含书籍内容分析、设计思路、风格阐述）。

第 12 章 包装设计中的字体及图形创意实训内容

【实训目的和要求】

1. **目的：**使学生全面掌握包装设计中字体及图形创意的运用技巧，能够根据产品特点、目标受众和市场需求，设计出具有吸引力、辨识度和功能性的包装，提升产品附加值，促进产品销售。

2. **要求：**学生需完成至少 3 个不同类型产品（如食品、日用品、电子产品）的包装设计项目，设计方案要涵盖包装的整体结构、字体设计、图形创意、色彩搭配等方面，且设计作品需符合相关行业标准和法规，体现创新性与实用性的统一。

【实训时长】

实践操作 6 学时，作品点评 2 学时，共 8 学时

【教学组织过程】

1. **理论知识讲解：**通过 PPT 演示、视频展示等方式，详细讲解包装设计的基本概念、分类、功能，以及字体和图形在包装设计中的重要作用。介绍字体设计的原则（如易读性、与产品风格相符）、图形创意的方法（如联想、夸张、变形）和色彩搭配的原理（如色彩心理学、对比与调和）。

2. **案例分析与讨论：**展示大量优秀的包装设计案例，包括知名品牌的经典包装和具有创新性的新兴品牌包装。组织学生分组讨论案例中字体和图形创意的运用技巧，分析其如何与产品特点、品牌形象相结合，以及对消费者心理的影响。

3. **实践操作指导：**学生根据给定的产品或自选产品进行包装设计实践。教师巡回指导，帮助学生解决在设计过程中遇到的问题，如字体选择不当、图形创意缺乏新意、色彩搭配不协调等。指导学生使用专业设计软件（如 Adobe Illustrator、CorelDRAW）进行设计制作。

4. **作品展示与点评：**学生展示自己的包装设计作品，先由学生进行自我陈述，介绍设计思路和创意亮点。然后教师和其他同学进行点评，从创意、视觉效果、实用性、市场适应性等方面进行评价，提出修改建议和改进方向。

【教学方法】

讲授法：系统讲解包装设计的理论知识和专业技能，让学生对包装设计有全面的认识。

案例分析法：通过分析实际案例，引导学生学习优秀的设计经验，培养学生的分析能力和审美水平。

实践教学法：让学生在实践操作中巩固所学知识，提高设计能力和解决实际问题的能力。

讨论法：组织学生进行小组讨论，激发学生的思维活力，促进学生之间的交流与合作。

【教学反思】

反思教学过程中理论讲解是否清晰易懂，案例选择是否具有代表性，能否有效引导学生理解和掌握字体及图形创意在包装设计中的应用。

观察学生在实践操作中的表现，分析学生在设计过程中遇到的困难和问题，思考教学方法是否需要调整，是否需要增加更多的实践指导和针对性训练。

评估作品点评环节的效果，反思是否能够全面、客观地评价学生的作品，是否能够给予学生有价值的反馈和建议，以促进学生的学习和成长。

【实训重点】

1. 掌握包装设计中字体设计的基本原则和方法，能够根据产品特点和品牌形象选择合适的字体，并进行创意设计，使字体能够准确传达产品信息，增强品牌辨识度。

2. 学会运用各种图形创意手法，如联想、夸张、变形、同构等，设计出与产品相关且具有独特视觉效果的图形元素，提升包装的吸引力和艺术感染力。

3. 理解色彩搭配在包装设计中的重要性，掌握色彩心理学知识，能够根据产品的属性、目标受众的喜好和市场定位，选择合适的色彩组合，营造出符合产品形象的视觉氛围。

【实训难点】

在满足包装基本功能（如保护产品、方便运输、储存和使用）的前提下，实现字体和图形创意的最大化发挥，避免因过度追求创意而忽视了包装的实用性。

如何准确把握产品特点、目标受众需求和市场趋势，将字体、图形和色彩等元素有机结合，设计出具有独特个性和市场竞争力的包装作品，同时还要符合相关的行业标准和法规要求。

突破传统思维定式，培养学生的创新意识和创新能力，使学生能够在包装设计中展现出独特的创意和新颖的设计理念，避免设计作品的同质化。

【思政目标】

培养学生的文化自信和民族自豪感，鼓励学生在包装设计中融入中国传统文化元素，传承和弘扬中华优秀传统文化，推动文化创新发展。

增强学生的环保意识，引导学生在包装设计中选择环保材料，采用简约、绿色的设计理念，减少包装废弃物对环境的污染，促进可持续发展。

树立学生的职业道德和社会责任感，教育学生在包装设计中要诚实守信，不得进行虚假宣传，要以消费者的利益为出发点，设计出安全、可靠、符合消费者需求的包装产品。

【实训内容】

1. **包装设计基础知识学习：**深入了解包装设计的分类，如运输包装、销售包装、礼品包装等，以及各类包装的特点和功能。学习包装的结构设计，包括纸盒、纸箱、塑料包装、金属包装等常见包装形式的结构原理和设计要点，掌握如何根据产品的形状、尺寸、重量和易碎性等因素选择合适的包装结构。研究包装材料的特性和应用，如纸张、塑料、玻璃、金属等材料的优缺点，以及它们在不同产品包装中的适用性。了解包装设计的相关法规和标准，如食品安全标准、环保标准、运输标准等，确保设计作品符合规范要求。

2. **优秀包装设计案例分析：**收集并分析不同行业、不同风格的优秀包装设计案例。对于食品包装，分析其如何运用字体和图形传达产品的口味、品质和特色，如巧克力包装常采用优雅的字体和精美的插画，展现产品的高端品质和甜蜜口感；对于日用品包装，探讨其如何通过简洁明了的字体和直观的图形，突出产品的功能和使用方法，如洗发水包装上的字体和图形会强调其清洁、滋养等功效；对于电子产品包装，研究其如何运用现代感十足的字体和科技感强的图形，体现产品的先进性和创新性，如苹果产品的包装以简洁的字体和精致的产品图片，展现出品牌的高端形象和科技魅力。从字体设计、图形创意、色彩搭配、整体布局等方面进行深入剖析，总结成功经验和设计规律。

3. **字体设计实践：**给定不同类型的产品，如水果罐头、运动饮料、创意文具等，要求学生根据产品特点 and 目标受众，选择合适的字体进行设计。对于水果罐头，可选择活泼、圆润的手写体，体现产品的天然和新鲜；对于运动饮料，可采用具有动感和力量感的字体，突出产品的活力和功能性；对于创意文具，可运用富有创意和艺术感的字体，展现产品的独特魅力。学生需要对字体进行变形、装饰等创意处理，使其与产品形象更加契合。同时，要注意字体的可读性和易识别性，确保消费者能够清晰地读取产品信息。完成字体设计后，进行小组交流和讨论，互相评价和提出改进建议。

4. **图形创意实践：**运用联想、夸张、变形、同构等图形创意手法，为上述产品设计与之相关的图形元素。以水果罐头为例，可运用联想手法，将水果的形状与罐头的外形进行巧妙结合，设计出独特的图形；对于运动饮料，可采用夸张手法，放大运动员的运动姿态，体现产品与运动的紧密联系；对于创意文具，可运用同构手法，将文具的形状与其他有趣的元素（如动物、植物等）进行组合，创造出富有创

意的图形。学生要尝试不同的图形表现形式，如插画、摄影、图案等，以达到最佳的视觉效果。完成图形创意设计后，将图形与之前设计的字体进行组合搭配，调整它们之间的大小、位置、比例等关系，使整个包装画面更加和谐统一。

5. **色彩搭配实践：**根据产品的属性、目标受众的喜好和市场定位，为每个产品包装选择合适的色彩组合。对于水果罐头，可采用鲜艳、明亮的色彩，如橙色、黄色等，给人以新鲜、美味的感觉；对于运动饮料，可选择活力四射的色彩，如红色、蓝色等，体现产品的运动属性；对于创意文具，可运用清新、柔和的色彩，如淡绿色、粉色等，营造出轻松、愉悦的氛围。学生要学习色彩的对比与调和原理，合理运用色彩的明度、纯度和色相变化，使包装色彩既具有视觉冲击力，又能给人舒适的视觉感受。在色彩搭配过程中，要考虑印刷工艺和成本的限制，确保设计方案的可行性。

6. **包装整体设计项目实践：**选择一个实际产品或虚拟产品，进行完整的包装设计项目实践。从市场调研开始，了解产品的特点、目标受众、竞争对手等信息，明确产品的市场定位和设计方向。然后进行创意构思，绘制草图，尝试不同的字体、图形和色彩组合，确定初步设计方案。使用专业设计软件进行详细设计，制作出包装的平面展开图和立体效果图。在设计过程中，要充分考虑包装的结构、材质、印刷工艺等因素，确保设计方案能够顺利实现。完成设计后，提交设计作品，包括包装的平面展开图、立体效果图、设计说明（阐述创意来源、设计思路、市场调研结果、字体和图形创意的运用、色彩搭配的依据等）。

7. **作品展示与评价：**组织学生进行作品展示，每个学生都要向大家介绍自己的设计作品。其他学生和教师进行评价，从创意、视觉效果、实用性、市场适应性等方面进行打分和点评。评价过程中，要鼓励学生积极发表自己的意见和建议，促进学生之间的交流和学习。最后，根据评价结果，对学生的作品进行总结和反馈，帮助学生发现自己的优点和不足，明确今后的努力方向。

（三）考查模式与成绩评定方法

本课程为考查课程。计划学生的考试成绩由出勤、课堂表现、平时实训作业、期末作业组成，实际占比结合实际情况进行适当调整。

（四）教学建议

本课程实践性强，实验内容按章节模块划分，按主要知识点形成若干个小实验来完成，每次课程都进行现场操作实验，让学生在操作过程中能及时解决碰到的问题，提高操作质量和水平。并注意在实训教学中多结合工作实例，给学生更多的动手和实践机会。原则上教师应该遵照教学大纲的要求，以及大纲所确定的基本内容完成教学任务，但对教学内容的顺序安排，教学时数的分配等方面，任课教师可根据实际情况对集中授课和上机实验学时作相应调整。教师在讲授时应注重培养学生的自学能力，理论与实践并重，以适应计算机知识不断更新的需求。