

# 视觉营销课程标准

学时数：54（课内）

课程实践学时数：54（课内）

适用的专业范围及层次：全日制三年移动商务专业

学分：3

考核方式：考查

编制人：孙爽

## 一、教学的目标与要求

通过本课程的学习，使学生掌握利用 photoshop，对新媒体美工设计有一定认识与了解。学生要充分认识 Photoshop 在广告设计、包装设计、服装设计、招贴海报、网页设计等传播媒体领域中的广泛应用，提高学生对本课程的学习兴趣，充分调动其学习积极性，激发学生创新意识和创新欲望，培养审美情趣。培养认真、刻苦、勇于实践的工作作风，养成规范、严谨、精确的工作态度。对淘宝电商产品进行熟练的后期加工处理，学习电商美工基本排版设计、海报、banner、淘宝首页、详情页等理论与实操内容。

## 二、课程性质

《视觉营销》本课程内容丰富，包括移动电商视觉营销基本概念、营销的原则和指标、视觉营销的关键点、店铺装修风格、VI 设计、图片处理与图像的后期加工、界面设计、字体设计等。本课程是高技能人才培养的核心课程。《视觉营销》是计算机应用专业的技术核心课程之一，有助于培养高素质的电商美工人才。

## 三、教学建议

本课程首先采用新媒体美工理论讲解和案例分析为导向，以课堂任务和课后训练为驱动，以培养学生动手能力为目标，理论教学与实践教学融为一体的教学模式，充分体现了高职教育的特点。在课程的教学过程中，要注意以下教学方法：

- 1、理论与实践相结合的原则；
- 2、视觉营销基础知识与 PS 软件相结合的方法；
- 3、课上学习、实训与课下练习相结合的原则；

#### 4、传统讲授法与多媒体教学手段相结合的原则。

注重培养学生的实践能力培养，通过案例分析、视频等形式提高学生学习热情。根据教学特点选择多媒体教室、实训室等地点为教学场所。针对学生对学习内容掌握情况可以采取教师先讲，学生练习的学习方式；通过观察、分析、指导学生实操过程，针对学生易犯错误进行多次实操演示。教师需要不断丰富自己的知识和见识，以适应视觉营销不断更新的需求，将学生的能力得到最大发挥，关注互联网电商美工新趋势，给学生带来最新的电商美工潮流趋势讯息。培养学生对今后所从事的电子商务工作有清楚的了解与认识。

### 四、课程内容和学时分配

章节	名称	主要内容	重难点关键词	学时	类型
1	初识新媒体美工	新媒体美工的基础知识。 新媒体美工的工作流程。	作为新媒体美工，应该具备哪些技能？ 如何选择合适的 新媒体美工？	8	操作步骤讲授+ 理论讲授
2	新媒体美工设计的基本原则	新媒体美工设计准则。 新媒体美工设计的原则。	如何了解设计需求？ 如何将效果主次分明、中心突出？	8	操作步骤讲授+ 理论讲授
3	新媒体美工设计的基本要素	认识图形设计要素。 了解设计展现要素。	如何在画面中正确运用色彩？ 如何将点、线、面进行结合使用？	8	同上
4	新媒体美工文字设计	新媒体美工文字设计要求。 标志文字设计。 海报文字设计。 封面文字设计。	如何进行海报文字的设计？ 如何进行其他字体的设计？	8	同上
5	新媒体美工图片设计	新媒体美工图片设计要求。 开屏广告图设计。 Banner 设计。	如何设计 banner 图片？ 如何设计开屏广告？	8	同上
6	新媒体美工视频设计	视频的基础知识。 视频的制作。	如何制作不同类型的视频？ 不同视频存在哪些差别？	8	同上
7	微信平台设计	微信账号头像设计。 朋友圈设计。 微信公众号推文设计。	如何进行同类型的微信页面设计？ 在微信设计过程中会	8	同上

		微信小程序设计。	出现哪些问题？		
8	移动端淘宝店铺设计	移动端淘宝店铺首页设计。 移动端淘宝商品详情页设计。	了解首页有哪些页面，如何进行设计？ 详情页设计需要注意哪些问题？	8	同上
9	其他平台设计	今日头条的设计与制作。 微博的设计与制作。 喜马拉雅的设计与制作。 抖音和虎牙的直播设计与制作。	微博设计与微信设计的区别与联系？ 喜马拉雅各界面是如何进行设计的？	8	同上

## 五、课程教学部分

### 第一章

#### 教学目的和要求

1. 掌握什么是新媒体美工设计
2. 视觉营销的原则
3. 衡量视觉营销成败的三大数据指标
4. 移动电商视觉营销的四个关键点
5. 视觉营销在移动电商各个发展阶段的运用

#### 教学内容：

1. 作为新媒体美工，应该具备哪些技能？
2. 如何选择合适的新媒体美工？
3. 移动电商视觉营销的原则：目的性、审美性、统一性、易用性。
4. 流量决定销量，转化率是成交的关键数据，客单价体现商品和消费者属性。
5. “视”的关键：打造注意力；“觉”的关键：唤醒记忆力；“营”的关键：营造好感度；“销”的关键：激发想象力。
6. 视觉营销在移动电商各个发展阶段的运用。

### 第二章

#### 教学目的和要求

1. 掌握移动电商常见的配色方法

2. 了解移动端店铺风格的形成要素
3. 熟练掌握营销策略对图片的影响。

教学内容：

1. 移动电商常见的配色方法：同类色搭配、邻近色搭配、互补色搭配、对比色搭配
2. 店铺的主要风格，产品的情绪，店铺主题气氛，店铺的包装色彩，巧用 VI 配色
3. 产品策略对图片的影响，价格策略对图片的影响，促销策略对图片的影响

### 第三章

教学目的和要求

1. 了解信任定律的意义。
2. 了解能带来信任的视觉元素的类型。
3. 了解能带来信任的视觉表现。
4. 了解如何打造店铺页面的可信度。

教学内容

1. 了解信任定律的意义。
2. 打造图片信息的可信度：包括能带来信任的视觉元素、能带来信任的视觉表现。
3. 打造店铺页面的可信度。

### 第四章

教学目的和要求

1. 了解牺牲定律的意义。
2. 掌握视觉营销精简的表现形式。
3. 了解什么是服务牺牲、包装牺牲。
4. 了解什么是变化的牺牲。

教学内容

1. 牺牲定律的意义
2. 精简的表现形式：牺牲信息，不拖点击率后腿。围绕卖点信息牺牲。牺牲部分受众形成购买的噱头
3. 优良的服务是一种让利牺牲

### 第五章

教学目的和要求

1. 使用移动电商 VI 标准
2. 了解移动电商专属 VI 的特性，掌握打造单品的专属形象的方法。
3. 掌握打造单品的专属形象的方法。

4. 运用对店铺进行全方位的包装和宣传的技巧。

教学内容：

1. 徽标使用标准，主色调使用标准，标签使用标准，字体使用标准，海报广告类使用标准，店铺框架设计标准，商品展示页标准，商品主图标准，商品摄影标准，VI 课堂训练。
2. 如何创建便于识别的移动电商专属 VI：品牌 VI 的独一无二性、VI 设计的传递性、保持 VI 设计的领先性
4. 打造单品的专属形象：找准商品的专属宣传特色、品牌精神与单品特点结合、打造专属的精神与文化。

## 第六章

教学目的和要求

1. 了解移动店铺用户体验的特点。
2. 了解移动店铺店铺的框架结构安排。
3. 掌握移动店铺的视觉装修技巧。

教学内容：

1. 移动店铺用户体验的特点：
  - (一) 无障碍体验
  - (二) 碎片化的时间得到有效利用
  - (三) 使用场景多样化
  - (四) 简便、快捷的体验
2. 移动店铺用户体验的个性化设置：店铺框架结构的安排、基于用户体验的营销推广设计。
3. 移动店铺的视觉装修：
  - (一) 合理控制图片大小
  - (二) 信息的精简化处理
  - (三) 简单、方便的操作与交互
  - (四) 店铺保持常换常新
  - (五) 整体设计风格首尾呼应
  - (六) 保持色彩与文字的鲜明感

## 第七章

教学目的和要求

1. 了解首页皮肤设计对营销的影响。
2. 掌握首页促销氛围的设计技巧。
3. 了解营销型详情页的模块排序思路。
4. 掌握如何规避营销型详情页设计的误区。
5. 掌握如何设计聚划算营销型页面。

教学内容：

1. 首页皮肤设计对营销的影响
2. 首页促销氛围的设计技巧
3. 营销型详情页模块排序思路
4. 规避营销型详情页设计的误区
5. 聚划算营销型页面设计

## 第八章

### 教学目的和要求

1. 掌握店标、店招的营销感设计方法。
2. 掌握如何设计首屏和促销活动区。
3. 掌握移动电商重点板块的营销感设计。
4. 掌握营销活动页的设计技巧。
5. 了解回头客营销中情感的视觉表现

### 教学内容：

1. 店标、店招的营销感设计方法。
2. 消费者喜爱的店招设计
3. 首屏设计的吸睛法则  
(一) 展示品牌形象的内容 (二) 展示强推商品 (三) 展示主题活动的首屏
4. 促销活动区设计：购买目的明确，不需要太多推荐。商品众多，以高度聚集的形式明确展现。商品相对比较单一，单价高，客件数不多。
5. 活动页布局 and 商品展示
6. 回头客营销：VIP 会员制度的情感表现。添加娱乐版块，增添互动体验。视觉传达的互动体验。具有亲和力的情感表现。

## 第九章

### 教学目的和要求

1. 掌握打造移动电商品牌辨识度的方法。
2. 掌握巩固移动电商品牌形象的方法。

### 教学内容：

1. 创建独特的移动电商品牌形象：品牌带来的效益与商机
2. 提升消费者信任度的两大法则：  
(一) 专业的店铺形象 (二) 齐全的各类信息
3. 塑造独特品牌形象的途径：  
(一) 提高产品质量，改善服务水平  
(二) 引入文化因素，导入消费者情感  
(三) 突出特色，勇于创新
4. 网络销售环境中品牌的类型，品牌的视觉表现，建立品牌的辨识度
5. 巩固移动电商品牌形象：根据品牌需求细分设计方向、建立店铺品牌的周期、

利用品牌效应使品牌发挥最大作用。

## 七、实践教学部分

实训目的与要求：教、学、做合一，边学边用，讲练结合，教学过程一体化。充分调动其学习积极性，培养审美情趣。培养认真、刻苦、勇于实践的工作作风，养成规范、严谨、精确的工作态度。对淘宝电商产品进行熟练的后期加工处理，学习电商美工基本排版设计、海报、banner、淘宝首页、详情页等理论与实操内容。

## 八、课程标准

本课程主要讲解了初识新媒体美工、电商视觉营销，电商视觉营销中色彩的运用，电商视觉营销的信任定律，电商视觉营销的牺牲定律，电商视觉营销的表现形式，电商的用户体验设计，电商营销型页面设计，电商的营销感设计，电商的品牌视觉化营销等。通过每一章节理论知识具体化，落实到每个实操训练中，加深理解。

## 九、考核要求及成绩评定

序号	成绩类别	考核方式	考核要求	权重 (%)	备注
1	期末成绩	期末考试	大作业	40	百分制，60分为及格
2	平时成绩	实战训练	16次	40	优、良、及格、不及格
3		平时表现	出勤情况	20	2次未参加课程则无法获得学分

## 十、建议使用教材及主要参考书

推荐教材：《移动电商视觉营销》王昂、李敏人民邮电出版社，2020-07

参考书目：

《Photoshop CS5 基础培训教程》 人民邮电出版社 金日龙 2018-12

《PhotoshopCS4 图形图像处理教程》 赵祖荫 清华大学出版社 2010-01

《新媒体视觉设计》 刘琛 人民邮电出版社 2019-07

《电子商务视觉设计》 肖丽辉 解勤华 鲁瑶 人民邮电出版社 2020-07