



揭阳职业技术学院

电子商务创业学院

《视觉营销》教案

(2025-2026 学年第 2 学期)

教师姓名：孙爽

所授专业：移动商务 241
移动商务（3+）241

授课班级：24 级

《视觉营销》课程教案

总计第 1-3 课时

课 题		初识新媒体美工		
教 学 目 标	知识目标	<input checked="" type="checkbox"/> 新媒体美工的基础知识。 <input checked="" type="checkbox"/> 新媒体美工的工作流程。		
	能力目标	<input checked="" type="checkbox"/> 掌握新媒体美工到底是什么。 <input checked="" type="checkbox"/> 掌握图片的制作方法		
	德育渗透	<input checked="" type="checkbox"/> 掌握新媒体美工是怎么进行制作。		
教学重点、难点		1. 了解 Photoshop。		
教 具 准 备		课件, 素材	课 型	新
教 学 方 法		讲授法、案例法		
教 学 过 程				
<p>1、 教学思路：(1)：主要讲解新媒体美工的基础知识，包括什么是新媒体美工、新媒体美工的技能要求、新媒体美工需要注意的问题等知识；(2)：通过新媒体美工的工作流程，让学员掌握如何进行效果的设计与制作；(3)：通过实战案例巩固所学知识。</p> <p>2、 教学手段：首先讲基础知识，然后通过实例的形式对讲解的知识进行运用。</p> <p>教学资料及要求：除教材中讲解的知识，可以要求学生收集素材，为后期的学习做准备。</p> <p>知识回顾：下面将讲解新媒体美工的理论知识，以及工作流程。</p> <p>讨论问题：1、作为新媒体美工，应该具备哪些技能？ 2、如何选择合适的媒体美工？</p> <p>内容大纲：具体可结合本章的PPT 课件进行配合讲解。</p> <ul style="list-style-type: none">1.1 认识新媒体美工<ul style="list-style-type: none">1.1.1 什么是新媒体美工1.1.2 新媒体美工的技能要求1.1.3 新媒体美工需要注意的问题1.2 新媒体美工的工作流程<ul style="list-style-type: none">1.2.1 明确设计目的1.2.2 素材的搜集1.2.3 素材的处理与整合1.3 实战案例<ul style="list-style-type: none">1.3.1 实战：小年夜活动海报的素材搜集与整合1.3.2 实战：分析端午节素材处理前后的效果 <p>1.4 课后习题</p>				

归纳与 提高

通过本章的学习，我们比较全面地认识了什么是新媒体美工，衡量视觉营销成败的三大数据指标，移动电商视觉营销的四个关键点，视觉营销在移动电商各个发展阶段的运用，移动电商视觉营销痛点定律的思维模式等内容。

移动电商平台随着智能终端和移动互联网的快速发展越来越多，商品和服务的同质化也越来越严重。要想在诸多店铺中脱颖而出，吸引消费者的关注和浏览，被消费者购买，就必须在视觉营销上下功夫。

《视觉营销》课程教案

总计第 4-7 课时

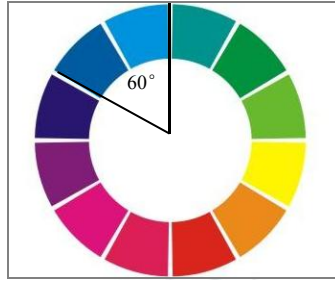
课 题		Photoshop 基础知识	
教 学 目 标	知识目标	1. 了解软件的工作界面。 2. 熟练掌握新建和打开图像的方法。 3. 熟练掌握保存和关闭图像的技巧。 4. 掌握恢复操作的应用。 5. 了解常用的图像文件格式。	
	能力目标	1. 熟练掌握新建和打开图像的方法。 2. 熟练掌握保存和关闭图像的技巧。 3. 掌握恢复操作的应用。	
	德育渗透	培养学生主动观察、勇于发现的创新精神	
教学重点、难点		1. 在文件保存中，文件格式的正确选择。	
教具准备		课件、案例、课堂练习、	课 型 新
教学方法		讲授、观察、训练	
教 学 过 程			
<p>教学思路：（1）通过软件的操作演示讲解掌握界面操作和文件操作的方法；（2）通过软件相关功能的解析学习 Photoshop 工作界面的基本操作方法。</p> <p>讨论问题：1、Photoshop 中常用的界面由哪几部分组成？ 2、位图和矢量图的区别？</p> <p>内容大纲：具体可结合本项目的 PPT 课件进行配合讲解。</p> <ul style="list-style-type: none"> 2.1 工作界面 <ul style="list-style-type: none"> 2.1.1 菜单栏 2.1.2 工具栏 2.1.3 属性栏 2.1.4 状态栏 2.1.5 控制面板 2.2 新建和打开 <ul style="list-style-type: none"> 2.2.1 新建文件 2.2.2 打开图像 2.3 保存和关闭 <ul style="list-style-type: none"> 2.3.1 保存文件 2.3.2 关闭图像 2.4 恢复操作的应用 <ul style="list-style-type: none"> 2.4.1 恢复到上一步的操作 2.4.2 中断操作 2.4.3 恢复到操作过程的任意步骤 			

<ul style="list-style-type: none"> 2.5 位图和矢量图 <ul style="list-style-type: none"> 2.5.1 位图 2.5.2 矢量图 2.6 分辨率 <ul style="list-style-type: none"> 2.6.1 图像分辨率 2.6.2 屏幕分辨率 2.6.3 输出分辨率 2.7 图像的色彩模式 <ul style="list-style-type: none"> 2.7.1 CMYK 模式 2.7.2 RGB 模式 2.7.3 Lab 模式 2.7.4 HSB 模式 2.7.5 灰度模式 2.8 常用的图像文件格式 <ul style="list-style-type: none"> 2.8.1 PSD 格式 2.8.2 TIF 格式 2.8.3 GIF 格式 2.8.4 JPEG 格式 2.8.5 EPS 格式 2.8.6 PNG 格式 2.8.7 选择合适的图像文件存储格式 	<p>第一节 教学手段：(1)通过操作演示掌握软件的基本操作方法；(2)通过软件功能解析深入学习软件功能和制作特点。</p>
<p>归纳与提高</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解软件的工作界面。 2. 熟练掌握新建、打开、保存和关闭文件的方法。 3. 掌握恢复操作的多种方法。 4. 了解位图和矢量图的区别 了解图像的分辨率及色彩模式，掌握选择合适的文件储存格式。

《视觉营销》课程教案

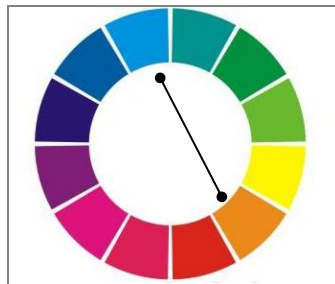
总计第 7-11 课时

课 题		Photoshop 基础知识		
教 学 目 标	知识目标	1. 掌握色彩原理及搭配技巧 2. 掌握页面中文字设计的原则 3. 掌握页面布局的方法		
	能力目标	1. 能够根据店铺产品选择合适的色彩风格 2. 能够根据页面需要选择合适的字体 3. 能够进行合理的页面布局		
	德育渗透	培养学生主动观察、勇于发现的创新精神		
教学重点、难点		重点：掌握网店店铺装修的原则 网店美工需要掌握的图像知识 难点：掌握店铺装修的原则		
教 具 准 备	课件、案例、课堂练习、	课 型	新	
教 学 方 法	讲授、观察、训练			
教 学 过 程				
<p>一般情况下，建议页面色彩不要超过 3 种。移动端店铺整体颜色一定要给人以统一、协调的感觉。统一的颜色是指主色调只有一种，在此基础上搭配一些其他颜色，即所谓“总体协调，局部对比”原则。配色黄金比例为 70：25：5，其中的 70%为大面积使用的主色，25%为辅助色，5%为点缀色。</p> <p>一、同类色搭配</p> <p>同类色是指色相性质相同，但色度有深浅之分的颜色（色相环中 30° 夹角内的颜色），如下图所示。</p> <div style="text-align: center;"></div> <p>二、邻近色搭配</p> <p>在 12 色相环中，凡夹角在 60° 范围内的颜色，或者相隔三四个数的两色为邻近色关系，属于中对比度效果的色彩，如下图所示。</p>				



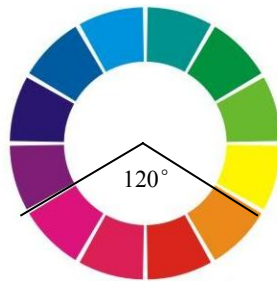
三、互补色搭配

在光学中，两种色光以适当的比例混合能够产生白色的感觉时，则这两种颜色就称为“互补色”。



四、对比色搭配

在色彩对比的强度上，对比色仅次于互补色。在色环中夹角在 120° 的两种颜色互为对比色，具有较为强烈的单纯对立效果，如下图所示。一般来说，色彩的对比强烈，看起来就有诱惑力，能够起到集中视线的作用。



五、店铺配色误区

- 误区一：背景和文字内容对比不强烈
- 误区二：色彩过多
- 误区三：过分强调色彩的刺激度

第二节 移动端店铺风格的形成要素

一、店铺的主要风格

经营不同的产品就需要有不同的店铺风格，否则就会让人觉得不伦不类。常见的店铺风格有简约清爽型、商业型、炫酷型、可爱型和特色型等。

二、产品的情绪

产品的情绪是产品本身赋予色彩的情感，大多数色彩的情感来源于生活，因此设计时也要贴近生活。

三、店铺主题气氛

移动端店铺的主题气氛主要通过店铺的配色和装饰来烘托。

四、店铺的包装色彩

色彩有着自己的语言，可以唤起人们的心灵感知，所以在确定移动端店铺主题色调时，应该与商品特性相符合，或与目标消费群体的特性相符合。

五、巧用 VI 配色

- (一) 单色 VI 的应用
- (二) 双色 VI 的应用
- (三) 多色 VI 的应用

第三节 移动端店铺的营销策略决定图片颜色

一、产品策略对图片的影响

- (一) 爆款产品
 - (1) 母婴爆款产品
 - (2) 男装爆款产品
 - (3) 女装爆款产品
- (二) 高利润产品
 - (1) 母婴高利润产品
 - (2) 男装高利润产品
 - (3) 女装高利润产品
- (三) 赠品

二、价格策略对图片的影响

- (一) 错觉折扣——给消费者不一样的感觉
- (二) 超值一元——舍小取大的促销策略
- (三) 临界价格——消费者的视觉错误
- (四) 降价加打折——给消费者双重实惠
- (五) 限时抢购——让消费者蜂拥而至

三、促销策略对图片的影响

- (一) 爆款
- (二) 打折
- (三) 优惠券

四、颜色配色训练实操

- (一) 蓝色球鞋主题配色训练
- (二) 蓝色球鞋主题配色训练

归纳与 提高

- 5. 了解软件的工作界面。
- 6. 熟练掌握新建、打开、保存和关闭文件的方法。
- 7. 掌握恢复操作的多种方法。
- 8. 了解位图和矢量图的区别

了解图像的分辨率及色彩模式，掌握选择合适的文件储存格式。

本章对美工基础色彩的运用介绍，比较全面地学习了移动电商常见的配色方法、移动端店铺风格的形成要素、移动端店铺风格的形成要素，以及移动端店铺的营销策略决定图片颜色等内容。

在移动电商视觉营销中运用色彩时要注意，人们在接触到某一事物的前20秒，所注意到的80%的内容为事物的色彩，20%为事物的形体；2分钟后，人们的注意力会稍微分散，但此时会注意到的内容仍有60%为事物的色彩，这就说明色彩对于人们的视觉是具有一定的聚焦引力的。

《视觉营销》课程教案

总计第 12-15 课时

课 题		商品图片的美化与修饰	
教 学 目 标	知 识 目 标	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握图片质量的基本要求 2. 结合图片采集中的有关基础掌握图片景深、色彩平衡、明暗关系、曝光等基本知识 3. 掌握修饰处理的方法技巧 4. 掌握相关命令的使用 5. 掌握商品图片特效编辑方法 	
	能 力 目 标	<ol style="list-style-type: none"> 1. 具有对商品图片质量的辨识能力 2. 具有商品图片创意、策划能力 3. 熟练进行污点修复画笔工具组操作 4. 熟练进行图章工具组操作 5. 熟练进行模糊工具组操作 6. 熟练进行减淡工具组操作 7. 熟练进行橡皮擦工具组操作 8. 熟练进行综合修饰组合处理操作 9. 小组沟通与协作 	
	德 育 渗 透	培养主动观察、勇于发现的创新精神、培养学生实操能力	
教学重点、难点		<p>重点：对商品图片视觉创新要求进行辨识</p> <p>掌握 5 种修饰处理操作方法；掌握 PS 相关工具命令的使用</p> <p>难点：修饰处理的灵活运用</p> <p>审美及色彩辨别能力；培养学生团队协作、细致认真的工匠精神和创新思维</p>	
教 具 准 备		课件、案例、习题、	课 型
教 学 方 法		讲授、案例、练习	
教 学 过 程			
课 前			
【课前预习】			
预习商品图片特效处理的相关知识术语，完成课前作业。			
1. 录制微课并上传至学习通课程平台，发布预习工匠成长案例任务。			

2. 学习通布置特效分析、如何实现等问题。

课中

【课前准备】

登录学习通平台，打开签到系统，学生签到进入课堂，发布本节课资源与任务清单。

【预习新知】

总结学习通课前预习情况，点出本节课学习的重难点问题；图文特效处理的分析。特效处理有哪些？

基础术语基色，混合色和结果色的理解。

【引入新课】

通过数码相机拍摄获得的图片常会出现一些拍摄瑕疵，如没有景深感、色彩不平衡、明暗关系不明显、存在曝光或杂点等，除了前面几种商品图的修饰方法外，这时就需要利用 Photoshop CC 提供的不同图像修饰工具将其消除。

发布两个不同效果图，让学生选择哪个是经过特殊处理的？

【领取任务】

任务分析：根据发布的样本图片，分析图片中存在的问题，分析如何解决问题。经过了什么操作；如何处理组合是最优的，有冲击力；规划实现的流程及操作。

【探究获知】

1. 污点修复画笔工具组

污点修复画笔工具：用于快速修复图像中的斑点或小块杂物等。

修复画笔工具：利用图像或图案中的样本像素来绘画，可将样本的纹理、光照、透明度、阴影等与所修复的像素匹配，从而去除照片中的污点和划痕。

修补工具：使用最频繁的修复工具之一，其工作原理同修复工具。

红眼工具：可以快速去掉照片中人物眼睛由于闪光灯引发的红色、白色、绿色反光斑点。

操作过程演示：

打开素材图片--工具栏“污点修复画笔工具”设置笔刷大小、硬度, 类型--内容识别在污点除点击--“涂抹工具”、“模糊工具”等对污点处理处进行进一步修复处理--复制图层, “滤镜--模糊--高斯模糊”, 该“图层模式”为“柔光”。

分析总结图层模式的技巧和效果--验证是否完成

其他三种类同。

2. 图章工具组

仿制图章工具：利用仿制图章工具可以将图像窗口中的局部图像或全部图像复制到其他图像中。

图案图章工具:使用图案图章工具可以将 PS 自带的图案或自定义的图案填充到图像中,其使用方法与使用画笔工具绘制图案一样。

核心功能: 复制

操作过程演示:

新建画布--选择图案图章工具--加入素材----将画笔硬度调为最高,在画布上进行涂抹,直至素材图案充满整个画布。

经验分享:

仿制图章工具是按住 Alt 取仿制源,而图案图章是根据设定的图案进行叠加。

3. 模糊工具组

又叫柔化工具。模糊工具是将需要处理的区域变得模糊,模糊是图片处理的方法之一,目的是突出图片主体。

模糊工具、锐化工具、涂抹工具。

操作过程演示对比

模糊:可以柔化、模糊图像中的边缘或者区域,从而达到模糊图像的效果。



涂抹:模拟手指拖动湿油漆时所有看到的效果。



锐化:增大图像相邻像素间的色彩反差来提高图像的清晰度。



分析总结图层模式的技巧--验证对比效果

经验总结:

调节画笔的大小

4. 减淡工具组

减淡工具和加深工具:菜单栏选项,中间调、阴影和高光,还有曝光度和涂抹的大小,

先用中间调试一下，现涂抹的地方比原来要亮点，色调要鲜艳一点。



两操作的对比，相反关系对色调的影响。

海绵工具：具有增加饱和度和降低饱和度两种模式，所以可以给图像加色，同时还可以给图像减色，只不过加色和减色都不能改变黑色和白色。



硬度调节和饱和模式

分析总结工具使用的技巧--验证对比效果

经验总结：

色调服务图片处理的策划和主题

5. 橡皮擦工具组

橡皮擦工具：主要用来擦除当前图像中的颜色。

背景橡皮擦工具：可以将图像擦除到透明色，在擦除时会不断吸取涂抹经过地方的颜色作为背景色，并可用于擦除指定的颜色。

魔术橡皮擦工具：一种根据像素颜色擦除图像的工具。用魔术橡皮擦工具在图层中单击，所有相似的颜色区域将被擦除并变成透明的区域。

分析总结工具使用的技巧--验证对比效果

【任务实施】

参照平台资源图片，以小组为单位，按照商品图片制作规范，根据商品图片策划主题，选择合适的方法对图片进行处理。要求图文排版规划合理，色调合适，传达促销的冲击力。

任务实施中注意团队合作，精益求精、注意细节、追求完美的工匠精神。作业上传资源平台，分享经验，并互评（5分）。

归纳与
提高

【课堂总结】

1. 根据资源平台样本进行对比分析，综合使用各种特效。
2. 总结大家对本节重点内容的掌握情况，强化重点。
4. 小组总结找到最简单适用的图片修饰处理操作。

课后

1. 学习通任务发布商品修饰处理复习任务。
2. 将个人作品提交至学习通，并分析个人经验，进行小组之间交流经验、借鉴学习。
3. 不断尝试使用快捷键来辅助高效率操作。
4. 考虑自己作品操作的叠加和作品的艺术性、创新性。
5. 知识与技能的积累造就效率的提升。

《视觉营销》课程教案

总计第 16-19 课时

课 题		店标的制作	
教 学 目 标	知识目标	1. 掌握店标的设计原则 2. 掌握店标的制作和设计方法 3. 掌握 PS 相关工具命令的使用	
	能力目标	能够对店标进行设计 能够对店标进行制作 小组团队协作能力 准确表达能力	
	德育渗透	培养主动观察、勇于发现的创新精神、培养学生实操能力	
教学重点、难点		重点：掌握店标的设计原则；结合店铺运营主题的创意 难点：掌握店标的制作和设计方法创新思维	
教 具 准 备	课件、习题、素材图片	课 型	新
教 学 方 法	讲授、演示、练习		
教 学 过 程			
课前			
【课前预习】			
预习店标的制作相关知识，完成课前作业。			
1. 录制微课并上传至课程平台，发布预习任务。			
2. 学习通布置问题			
3. 查看测试结果			
课中			
【课前准备】			
登录学习通平台，打开签到系统，学生签到进入课堂，发布店标的制作任务单			
【预习新知】			
1. 总结学习通课前预习情况，点出本节课学习的重难点问题			
2. 点评课前小组作业情况			
【引入新课】			
店标，店铺的标志之一，不同于店铺 Logo。店标通常显示在店铺的左上角或店铺搜索列表页等地方。网店的店标分为静态店标和动态店标两种，并且都是以产品图片、宣传语			

言、店铺名称等内容组成。

【领取任务】

播放企业导师连线视频，并向学生展示不同的店标，并向大家分享店标的重要性及设计的技巧。要求同学们根据自己的店铺设计出符合要求的店标。

【探究获知】

1. 店标的设计原则

- (1) 选择合适的店标素材
- (2) 凸显店铺的独特性质
- (3) 让店标过目不忘
- (4) 统一性

2. 制作静态店标



3. 制作动态店标



4. 店标的上传



【任务实施】

以小组为单位，按照店标的制作规范，根据店标的制作方法，选择合适的方法对店标进行制作。

思考：农产品网店能否将特殊标志融入店标中



归纳与
提高

【课堂总结】

1. 发布基础知识考核小测验
2. 利用平台组织同学对课堂知识总结抢答
3. 总结大家对本节重点内容的掌握情况，强化重点

课后

1. 学习通任务发布店标的制作复习任务
2. 将作品提交至学习通，进行小组之间互评
3. 传统文化赏析



古之成大事業大學問者必經過三種之境界。昨夜西風獨碧樹獨上高樓望盡天涯路此第一境也衣帶漸寬終不悔為伊消得人憔悴此第二境也。眾裡尋他千百度。暮然回首那人却在燈火闌珊處。

王國維人間詞話之一則
庚次辛卯初夏吉時
南京清越軒丁飛其之

《视觉营销》课程教案

总计第 20-23 课时

课 题		店招的制作		
教 学 目 标	知识目标	1. 掌握图层样式制作店铺 LOGO 方法 2. 掌握添加修饰元素制作 LOGO 方法 3. 掌握图层蒙版控制店招显示效果		
	能力目标	4. 能根据店铺的商品及商品照片的风格 5. 能定义店铺店招的风格及配色 6. 能设计广告语和图像来吸引顾客的注意和兴趣		
	德育渗透	将学生感兴趣的内容通过图像的处理形成作品，以增强学生自信心。		
教学重点、难点		重点：掌握图层样式制作店铺 LOGO 方法；掌握添加修饰元素制作 LOGO 方法 难点：掌握图层蒙版控制店招显示效果		
教 具 准 备		课件、习题、素材图片	课 型	新
教 学 方 法		讲授、演示、练习		
教 学 过 程				
课前				
【课前预习】				
预习店招的制作相关知识，完成课前作业。				
1. 录制微课并上传至课程平台，发布预习任务。				
2. 学习通布置问题				
3. 查看测试结果				
课中				
【课前准备】				
登录学习通平台，打开签到系统，学生签到进入课堂，发布店招的制作任务单				
【预习新知】				
1. 总结学习通课前预习情况，点出本节课学习的重难点问题				
2. 点评课前小组作业情况				
【引入新课】				
小田打算在网上新开一家网店，在完成商品照片的拍摄和处理之后，她需要为店铺进行装修，首先她要制作店铺的店招，那么她需要用怎样的创意、配色和设计元素来制作自己				

店铺的店招呢？

【领取任务】

播放企业导师连线视频，并向学生展示优秀店铺的店招，并分析其组成的元素，引导学生正确的审美。

【探究获知】

1. 了解网店店招

店招位于网店的最顶端，是店铺的招牌，是店铺品牌与产品展示的窗口。

店招是买家进入店铺首页后看到的第一个模块，是网店首页的重中之重。

店招中需要有一句能够吸引消费者的广告语，画面要具备强烈的视觉冲击力。



2. 店招的作用

- 设计成功的店招要求主要是有标准的颜色和字体、清洁的设计版面，它是买家对店铺第一印象的主要来源。
- 鲜明有特色的店招对于卖家店铺品牌形成和产品定位具有不可替代的作用。
- 清晰的告诉买家你在卖什么，通过店招也可以对店铺的装修风格进行定位。

3. 店招的设计原则与要求

➤ 设计原则

- (1) 在店招中注入自己的品牌形象（店铺名称或者产品图片）。
- (2) 结合产品进行定位，让买家清楚直观地看到店铺出售的是什么商品。

➤ 设计要求

- (1) 就淘宝网而言，按尺寸大小可以将店招分为常规店招和通栏店招两类。
- (2) 常规店招为 950×120 像素；
- (3) 通栏店招包括页头背景、常规店招和导航条，尺寸多为 1920×150 像素。
- (4) 店招的格式也应设置成 JPG、GIF、PNG 或 SWF 等格式。





爱到深处 贴心呵护
专注3-10岁宝宝健康成长



- (5) 在设计的过程中都会采用简短醒目的广告语辅助 LOGO 表现，通过适当的配图来增强店铺的认知度，店招所包含的主要内容包括店铺的名称、品牌名称、店铺 LOGO、简短的广告语和广告商品等。
- (6) 往往会将店铺的名称进行重点展示，而将其它的元素进行省略，这样设计的效果能够让浏览的过程中店铺的名称更加的直观，树立出店铺的形象。

【任务实施】

以小组为单位，按照网店店招制作规范，根据网店主营产品，选择合适的方法对店铺店招进行设计。

【课堂总结】

1. 根据企业案例问题进行汇总分析
2. 发布基础知识考核小测验
3. 利用平台组织同学对课堂知识总结抢答
4. 总结大家对本节重点内容的掌握情况，强化重点

课后

1. 学习通任务发布复习任务
2. 将作品提交至学习通，进行小组之间互评

《视觉营销》课程教案

总计第 24-27 课时

课 题		导航条的设置	
教 学 目 标	知识目标	1. 掌握导航条的内容 2. 掌握店铺的整体风格审美知识 3. 掌握导航条的字体颜色、大小等元素	
	能力目标	4. 能根据店铺内容确定导航条的内容 5. 能根据店铺的整体风格确定导航条的字体颜色、大小等元素 6. 能通过店铺的分类管理进行导航条的设置	
	德育渗透	培养丰富的想象力和创新能力、实操能力。	
教学重点、难点		重点：掌握导航条的内容 掌握导航条的字体颜色、大小等元素 难点：掌握店铺的整体风格审美知识 风格的分类、创新思维与实践	
教 具 准 备	课件、习题、素材图片	课 型	新
教 学 方 法	讲授、演示、练习		
教 学 过 程			
课前			
【课前预习】			
预习导航条的设置相关知识，完成课前作业。			
4. 录制微课并上传至课程平台，发布预习任务。			
5. 学习通布置问题			
6. 查看测试结果			
课中			
【课前准备】			
登录学习通平台，打开签到系统，学生签到进入课堂，发布导航条的设置任务单			
【预习新知】			
1. 总结学习通课前预习情况，点出本节课学习的重难点问题			
2. 点评课前小组作业情况			
【引入新课】			
小田在完成店铺首页店招后，下面她要制作快速导航模块，为了给买家方便、快捷的			

购物体验，并要保证店铺风格的统一性，在导航的内容，颜色与字体风格上她将怎样选择才能更好的做好一个快速导航呢？

【领取任务】

播放企业导师连线视频，并向学生展示优秀导航条的设置，并分析其组成的元素，引导学生正确的审美。

【探究获知】

1. 了解导航条

- 导航条位于店招下方，主要为了方便买家从一个页面跳转到另一个页面，查看店铺各类商品及信息。
- 清晰细致的导航条对整个店铺的流量导向是很有帮助的。
- 可以在店铺的分类管理中直接设置导航条。

2. 导航条作用

一款优秀的淘宝店铺快速导航条可以让顾客更方便的找到他们所需要的商品，减少顾客的时间，提高其购物目的性，促进交易完成。



3. 导航条设置

导航条位于店招下方，主要为了方便买家从一个页面跳转到另一个页面，查看店铺各类商品及信息。常规店招中的导航栏不需用户自己设计，只要在店铺的分类管理中进行设置即可。

- (1) 进入“店铺装修”页面。
- (2) 单击导航条右上角的“编辑”按钮。
- (3) 打开“导航”对话框。
- (4) 单击“导航设置”中的“添加”按钮。
- (5) 打开“添加导航内容”对话框。
- (6) 选择需要的产品分类。
- (7) 单击“确定”按钮。
- (8) 返回“导航”对话框。
- (9) 单击“确定”按钮。



思考：风格是艺术概念，艺术作品在整体上呈现的有代表性的面貌。通过艺术品所表现出来的相对稳定、内在、反映时代、民族或艺术家的思想、审美等的内在特性。

【任务实施】

以小组为单位，按照导航条设置规范，根据网店主营商品，选择合适的导航条设置进行设计。

【课堂总结】

1. 根据企业案例问题进行汇总分析
2. 发布基础知识考核小测验
3. 利用平台组织同学对课堂知识总结抢答
4. 总结大家对本节重点内容的掌握情况，强化重点

课后

1. 学习通任务发布复习任务
2. 将作品提交至学习通，进行小组之间互评
3. 风格的分类，与人生的态度
4. 个人如何与集体相融合

《视觉营销》课程教案

总计第 28-31 课时

课 题		商品详情页的制作	
教 学 目 标	知识目标	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握搜索模块包含内容 2. 掌握宝贝推荐模块包含内容 3. 掌握宝贝排行榜模块包含内容 4. 掌握客服中心包含内容 	
	能力目标	<ol style="list-style-type: none"> 1. 能设置搜索模块 2. 能设置宝贝推荐模块 3. 能设置宝贝排行榜模块 4. 能设置客服中心 5. 小组协作与沟通能力 	
教学重点、难点		<p>重点：掌握购买者的定位知识 掌握产品功能分析知识、结合店铺运营主题的创意</p> <p>难点：掌握焦点图的设计知识 培养学生团队合作、精益求精的工匠精神和创新思维</p>	
教 具 准 备		课件、习题、素材图片	课 时
教 学 方 法		讲授、演示、练习	
教 学 过 程			
<p>课前</p> <p>【课前预习】</p> <p>预习详情页中的宝贝描述设计相关知识，完成课前作业。</p> <ol style="list-style-type: none"> 7. 录制微课并上传至课程平台，发布预习任务。 8. 学习通布置问题 9. 查看测试结果 <p>课中</p> <p>【课前准备】</p> <p>登录学习通平台，打开签到系统，学生签到进入课堂，发布详情页中的宝贝描述设计任务单</p> <p>【预习新知】</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 总结学习通课前预习情况，点出本节课学习的重难点问题 2. 点评课前小组作业情况 <p>【引入新课】</p>			

在商品详情页中，常常在左侧放置模块，右侧放置宝贝描述的内容，宝贝描述需要美工单独设计与制作，但是在设计之前需要先认识宝贝描述页。

【领取任务】

播放企业导师连线视频，并向学生展示优秀详情页中的宝贝描述设计，并分析其组成的元素，引导学生正确的审美。

【探究获知】

1. 宝贝描述的设计思路与前期准备



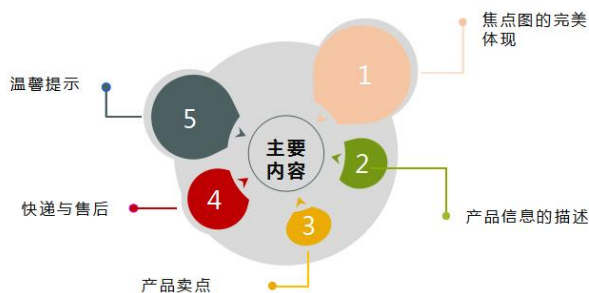
2. 宝贝描述遵循的原则

详情页中，上半部分说明产品的价值，后半部分主要培养顾客的消费信任感。

宝贝描述需要遵循的七大原则：



3. 宝贝描述主要包含的内容



4. 搜索模块



5. 宝贝推荐模块



6. 客服中心的设置



思考：产品和运营，应该怎样利用大数据做转化分析

【任务实施】

以小组为单位，按照详情页中的宝贝描述设计规范，根据网店主营商品，选择合适的详情页中的宝贝描述进行设计。

【课堂总结】

1. 根据企业案例问题进行汇总分析
2. 发布基础知识考核小测验
3. 利用平台组织同学对课堂知识总结抢答
4. 总结大家对本节重点内容的掌握情况，强化重点

课后

1. 学习通任务发布复习任务将作品提交至学习通

《视觉营销》课程教案

总计第 32-35 课时

课 题		直通车图的制作	
教 学 目 标	知识目标	1. 掌握直通车的定义及优势 2. 掌握直通车展位的投放位置 3. 了解直通车推广的策略	
	能力目标	能制作不同位置的直通车展示图	
教学重点、难点		重点：掌握制作直通车图的设计与制作 难点：掌握将制作后的效果进行上传的操作	
教 具 准 备	课件、习题、素材图片	课 型	4
教 学 方 法	讲授、演示、练习		
教 学 过 程			
课前			
【课前预习】			
预习直通车图制作相关知识，完成课前作业。			
10. 录制微课并上传至课程平台，发布预习任务。			
11. 学习通布置问题			
12. 查看测试结果			
课中			
【课前准备】			
登录学习通平台，打开签到系统，学生签到进入课堂，发布商品图片大小调整任务单			
【预习新知】			
1. 总结学习通课前预习情况，点出本节课学习的重难点问题			
2. 点评课前小组作业情况			
【引入新课】			
是为淘宝卖家量身定制的一种推广方式，直通车按点击付费，可以精准推广商品，是淘宝网卖家进行宣传与推广的主要手段，不仅可以提高商品的曝光率，还能有效增加店铺的流量，吸引更多买家。			
【领取任务】			

播放企业导师连线视频，并向学生展示不同的企业直通车投放及展示，并分析不同直通车展位的设计创意。学生根据自己的店铺构思直通车的设计。

【探究获知】

1. 直通车的目的和策略

1. 目的	2. 策略
<p>(1) 前期目的：提高质量得分、排名靠前、推广费用降低，而影响质量得分的关键因素是点击率，所以提高点击率是主要目的。</p> <p>(2) 中期目的：直通车图不仅要考虑点击率的因素，还要考虑转化率。</p>	<p>(1) 单品引流：侧重于单个产品的信息传递或是销售诉求，以销售为最终目的。</p> <p>(2) 店铺引流：侧重于品牌传递，通过集中引流再分流的方式，以流量价值的最大化为最终目的。</p>

2. 直通车投放的位置

1. 单品推广

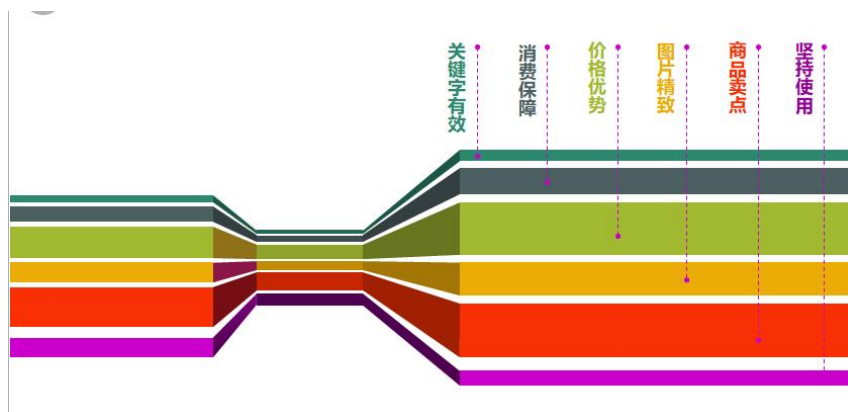
在淘宝网搜索结果页面右侧，有11个竖着展示位，页面底端横着的5个展示位。每页展示16个宝贝，右侧展示1~11位，下面展示12~16位，搜索页面可一页一页往后翻，展示位以此类推；设计规格800×800像素，文件大小≤480像素。

2. 店铺推广

店铺推广的主要包括2种，分别是：①搜索结果页右下角的3个展现位；②搜索结果页店家精选中单击“更多热卖”超链接展现的页面。

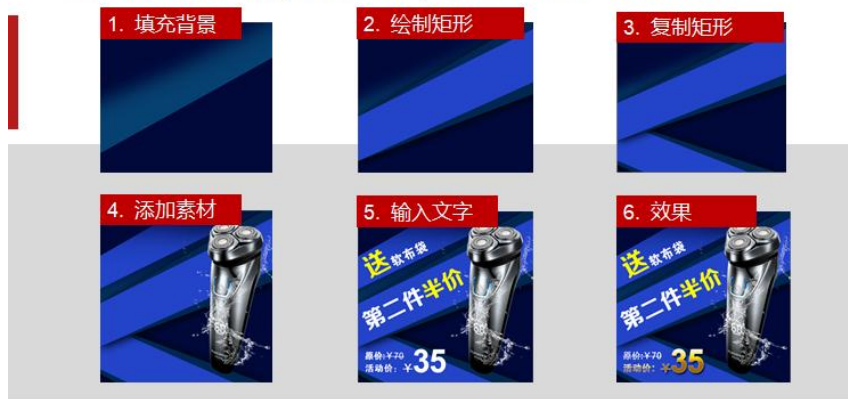


3. 直通车投放需注意的因素



4. 制作直通车图

制作剃须刀的直通车图，并体现防水性，最后添加促销信息对产品进行说明。



【任务实施】

以小组为单位，按照二维码的制作方法，进行二维码的设计

【课堂总结】

1. 发布基础知识考核小测验
2. 利用平台组织同学对课堂知识总结抢答
3. 总结大家对本节重点内容的掌握情况，强化重点

课后

1. 学习通任务发布二维码制作复习任务。
2. 将作品提交至学习通，进行小组之间互评。

《视觉营销》课程教案

总计第 36-43 课时

课 题		主图的制作	
教 学 目 标	知识目标	1. 掌握主图的要求及设计要点 2. 掌握制作主图的设计与制作 3. 掌握智钻的定义和作用 4. 掌握智钻的设计要求 5. 掌握智钻图的制作	
	能力目标	1. 能够了解主图的要求、设计要点 2. 能够设计与制作主图 3. 能够了解智钻的定义和作用 4. 能够设计与制作智钻图	
教学重点、难点		重点：掌握主图、智钻图的设计要求 难点：掌握主图、智钻图的制作	
教 具 准 备		课件、习题、素材图片	课 时 4
教 学 方 法		讲授、演示、练习	
教 学 过 程			
课前			
【课前预习】			
预习主图的制作相关知识，完成课前作业。			
13. 录制微课并上传至课程平台，发布预习任务。			
14. 学习通布置问题			
15. 查看测试结果			
课中			
【课前准备】			
登录学习通平台，打开签到系统，学生签到进入课堂，发布制作主图任务单			
【预习新知】			
1. 总结学习通课前预习情况，点出本节课学习的重难点问题			
2. 点评课前小组作业情况			
【引入新课】			
商品主图是买家接触到店铺商品信息的第一视觉，作为传递信息的核心，首先需要让主图具有吸引力，使顾客能够继续浏览下去，所以主图效果的好坏在很大程度上影响着点击			

率的高低。

【领取任务】

播放企业导师连线视频，并向学生展示不同的企业主图设计作品，并分析不同主图的设计创意。商品主图是买家接触到店铺商品信息的第一视觉，作为传递信息的核心，首先需要让主图具有吸引力，使顾客能够继续浏览下去，所以主图效果的好坏在很大程度上影响着点击率的高低。学生根据自己的店铺构思主图的设计。

【探究获知】

1. 主图的要求

在淘宝商品主图中，标准尺寸为 310×310 像素，而只有 700×700 像素以上的主图才能使用放大镜功能，该功能可以直接放大主图的细节，使买家可以在主图中查看产品的细节。



2. 主图的设计要点

- (1) 图片场景
- (2) 宝贝清晰度
- (3) 宝贝颜色
- (4) 创意卖点
- (5) 促销信息



3. 制作并上传主图

制作电饭煲的主图，体现出产品的特点、促销信息、赠送的产品，体现电饭煲优点和特点。



1. 添加背景并绘制矩形



2. 绘制矩形并输入文本



3. 输入描述文字



4. 添加素材并绘制阴影



5. 输入价格信息



6. 主图效果



7. 发布宝贝



8. 填写宝贝的基本信息



9. 添加主图



10. 新增运费模板

【任务实施】

以小组为单位，按照主图的制作方法，进行主图的设计

【课堂总结】

1. 发布基础知识考核小测验
2. 利用平台组织同学对课堂知识总结抢答
3. 总结大家对本节重点内容的掌握情况，强化重点

课后

【领取任务】

智钻图也叫钻石展位图，是淘宝网图片类广告位竞价投放平台，智钻图依靠图片创意吸引买家点击，获取巨大流量，因此一张好的智钻图是至关重要的。

播放企业导师连线视频，并向学生展示不同的企业智钻图，并分析不同智钻图的设计创意。学生根据自己的店铺构思智钻图的设计。

1. 学习通任务发布智钻图制作复习任务
2. 将作品提交至学习通，进行小组之间互评
3. 网店运营的创业案例，思考你是一个网店主。

《视觉营销》课程教案

总计第 44-51 课时

课 题		制作婚纱店铺首页		
教 学 目 标	知识目标	1. 掌握婚纱首页的设计方法 2. 制作流程 3. 布局设计 4. 相关命令的使用		
	能力目标	1. 能够制作婚纱店铺首页 2. 全面熟悉首页制作流程 3. 店铺首页布局 4. 风格设计与实现能力 5. 掌握关命令的综合使用		
教学重点、难点		重点：掌握婚纱首页的设计方法、风格设计与实现 难点：熟悉婚纱首页与详情页的制作方法。 风格设计与实现能力、善于发现问题分析问题、解决问题的能力		
教 具 准 备		课件、习题、素材图片	课 时	4
教 学 方 法		讲授、演示、练习		
教 学 过 程				
<p>课前</p> <p>【课前预习】</p> <p>预习制作婚纱店铺首页相关知识，完成课前作业。</p> <p>16. 录制微课并上传至课程平台，发布预习任务。</p> <p>17. 学习通布置问题</p> <p>18. 查看测试结果</p> <p>课中</p> <p>【课前准备】</p> <p>登录学习通平台，打开签到系统，学生签到进入课堂，发布制作婚纱店铺首页任务单</p> <p>【预习新知】</p> <p>1. 总结学习通课前预习情况，点出本节课学习的重难点问题</p> <p>2. 点评课前小组作业情况</p> <p>【引入新课】</p> <p>本例制作的婚纱店铺首页不但需要将婚纱的美表现出来，而且要让意境升华。本店铺主要卖点是将田园风的温馨浪漫融入到婚纱中，并通过中国风的红色礼服表示女人的优雅、曲</p>				

线美，突出婚纱的喜庆，并通过色彩的对比让页面变得鲜活。

【领取任务】

播放企业导师连线视频，并向学生展示不同的婚纱店铺的首页设计，并找到设计的亮点。结合设计的内容，因为是高端婚纱，需要将高贵感体现出来，在做搭配时，多使用水晶等物品，让高贵从店铺装修中体现出来，最后通过模特展示图片，将产品的穿戴效果，传递给买家，从而促进购买。

【探究获知】

1. 设计思路

(1) 店招采用柔软的纹路作为底纹，并通过简单的花朵装饰、店铺名称和收藏夹的文本美化，体现店铺的高端大气，最后在其上添加导航条，让店招变得完整；

(2) 通过模特的婚纱效果展示，并加上描述性的文字，让顾客对产品有基本的了解。在中间部分添加推荐分类模块，让了解本产品的同时，了解其他产品；

(3) 主要体现两种产品，而且风格区分明显，在制作时不但要从产品的颜色进行区分，对焦点图的设计也要体现各自的特色；

(4) 在设计定制专区时，注意对称性，图片的大小要一致，不要过乱。

(5) 页尾部分主要对婚纱的摆放区域进行了展示，并对款式进行了罗列，便以继续查看。

2. 知识要点

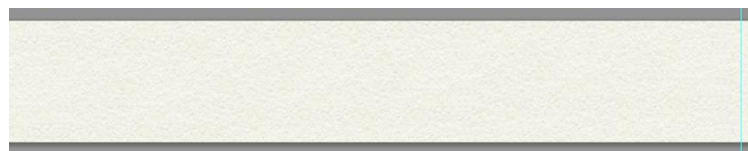
店招的制作主要是在简单中体现亮点，这里主要使用“矩形工具”“自定形状工具”“横排文字工具”对店招进行简单的体现，从而为下面的设计做准备。

婚纱海报和新品展示区的制作都属于设计的重点，不但要求色彩的美观性，还讲求对称性。这里使用了“矩形工具”“自定形状工具”“横排文字工具”和 载入选区命令，让图片框选更加规范，并且更加自然。

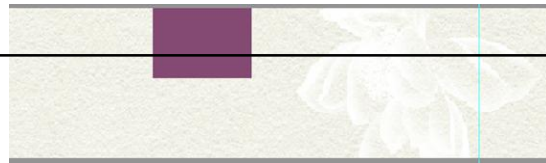
3. 操作步骤

第一步：制作婚纱店招

(1) 新建并填充店招底纹



(2) 绘制深紫色矩形



(3) 输入收藏文字



(4) 绘制 Logo



(5) 绘制导航条



(6) 输入导航文字



(7) 完成店招效果



第二步：制作婚纱海报

(1) 新建画布



(2) 制作婚纱海报背景



(3) 添加莲花素材



(4) 输入说明性文本



(5) 添加素材



(6) 输入文字和添加图形



(7) 添加推荐分类



(8) 绘制推荐分类矩形框



(10) 海报效果



(9) 输入矩形条文字





第三步：制作产品展示区

产品展示区主要是为了对热卖品进行统一的展示，让顾客在观看完海报后，即可对产品进行了解。

(1) 扩展画布

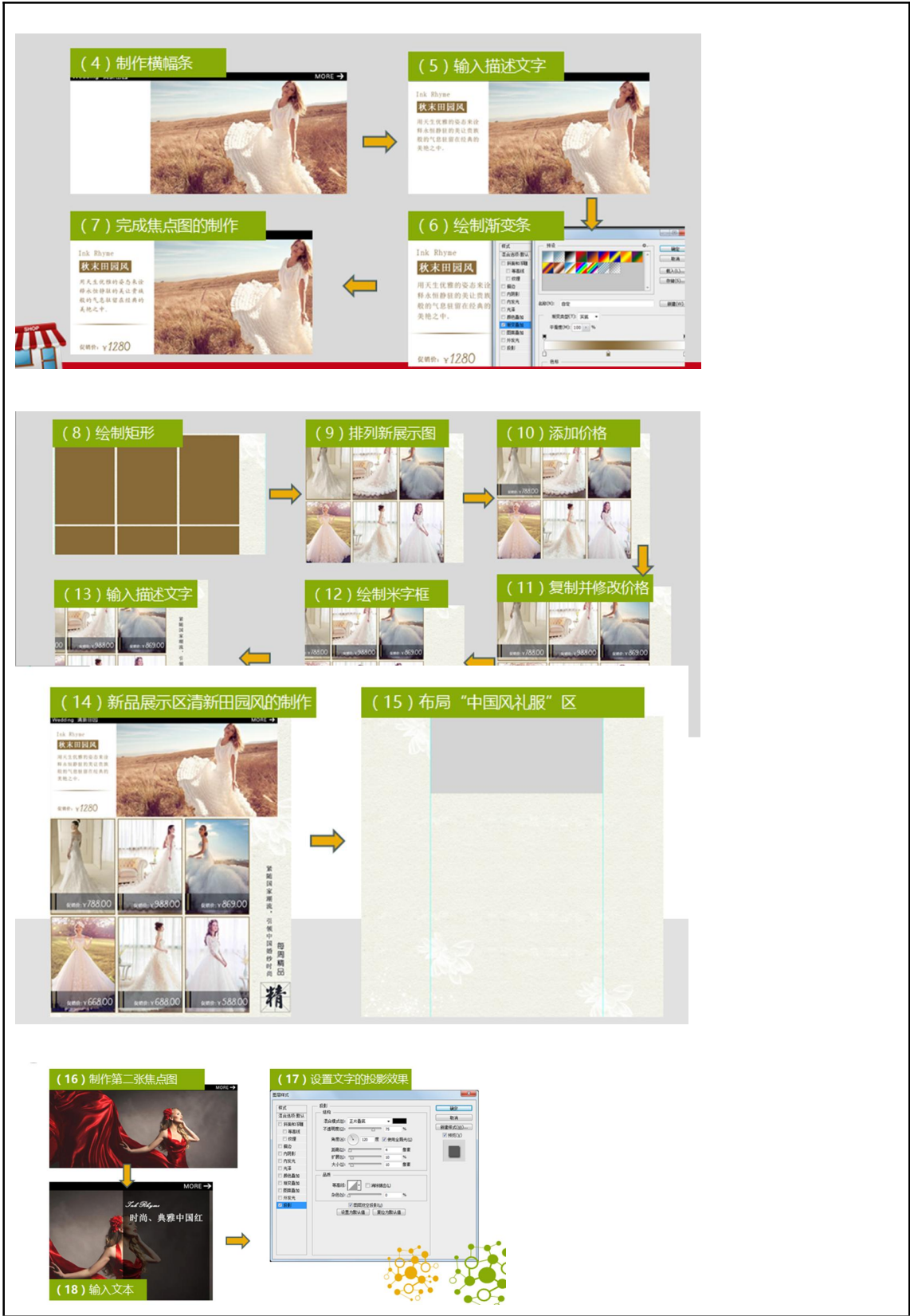


(2) 制作展示区背景

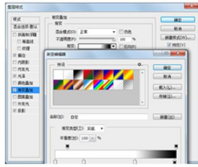


(3) 制作焦点图背景





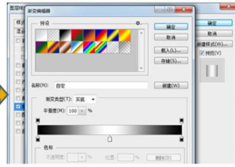
(19) 设置文字的图层样式



(20) 设置文字的光泽效果



(21) 设置矩形的渐变叠加效果



(22) 输入文字并绘制矩形



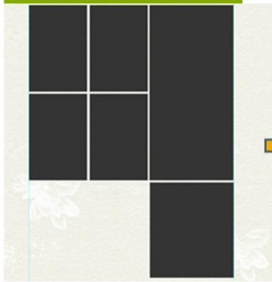
(23) 输入促销价格



(24) 完成焦点图的制作



(25) 绘制并排列矩形



(26) 排列图片



(27) 输入价格



(28) 输入描述文字



(29) 中国风礼服展示图效果



第四步：制作定做专区

因为体型不同，往往需要的衣服尺寸也不同，因此店铺提供了婚纱定制功能，让其满足客户的需要。



第五步：制作尾页



拓展：农产品网店首页如何设计。

结合坦蕊商城开展思考

【任务实施】

以小组为单位，按照婚纱店铺的风格对店铺进行首页的设计。

【课堂总结】

掌握首页的制作流程，以及制作方法。

课后

想一想：淘宝首页有什么设计技巧？

练一练：本例将制作婚纱首页，在制作前需要先制作通栏店招，在制作时主要通过简单的文字描写，突出主题。在其下方制作海报中主要使用白雪等冬季素材，体现包的使用季节，并添加婚纱素材，让主题得到体现。通过文案的添加让促销信息得以体现。在下方制作爆款推荐、新品上新版块，在制作该版块时，主要是对爆款女包进行罗列，使其效果进行简单展示。

《视觉营销》课程教案

总计第 51-54 课时

课 题		制作婚纱宝贝详情页		
教 学 目 标	知识目标	1. 了解宝贝详情页和首页的关系 2. 掌握详情页的设计思路 3. 掌握详情页宝贝的基本描述及亮点描述 4. 熟悉详情页中购物辅助模块的描述 5. 了解真人模特图的拍摄技巧		
	能力目标	1. 能够对宝贝详情页进行设计及制作 2. 善于发现问题分析问题、解决问题的能力 3. 技能操作及实现能力 4. 掌握关命令的 5. 小组团队协作能力综合使用		
教学重点、难点		重点：详情页的设计方法、设计与实现 难点：详情页中宝贝细节的展示 风格设计与实现能力、善于发现问题分析问题、解决问题的能力		
教 具 准 备		课件、习题、素材图片	课 时	4
教 学 方 法		讲授、演示、练习		
教 学 过 程				
课前				
【课前预习】				
预习制作婚纱宝贝详情页相关知识，完成课前作业。				
19. 录制微课并上传至课程平台，发布预习任务。				
20. 学习通布置问题				
21. 查看测试结果				
课中				
【课前准备】				
登录学习通平台，打开签到系统，学生签到进入课堂，制作婚纱宝贝详情页任务单				
【预习新知】				
1. 总结学习通课前预习情况，点出本节课学习的重难点问题				
2. 点评课前小组作业情况				
【引入新课】				
本例中的婚纱宝贝属于飘逸的纱织婚纱，不但清逸，而且采用水晶和亮片让婚纱变得有质感，让公主感在点点滴滴的手工中进行体现，并使用蕾丝作为打底，增强婚纱的细致与				

精致。

【领取任务】

播放企业导师连线视频，并向学生展示设计的效果以及设计过程中存在的问题。根据商品宝贝及店铺风格设计符合要求的宝贝详情页。

【探究获知】

在制作详情页时，需要先制作焦点图，突出婚纱的卖点，让其第一眼吸引买家继续逛下去；其次说明设计的理念与宝贝的详情信息，以展示宝贝的具体参数；然后制作宝贝的亮点与细节图，让宝贝的展现更加完美；最后使用模特和模特架的展示让宝贝效果得到升华，并通过展示制作方法，打消顾客最后的顾虑。

【制作婚纱宝贝详情页】

1. 设计思路

(1) 通过穿戴后的婚纱模特，加上设置有透明度的矩形，并在其上添加莲花的效果，再在其上输入表述文字，让产品信息在简单的一张焦点图中体现。

(2) 通过手稿的显示，让婚纱的完成效果与手稿形成对比，让设计师与买家产生共鸣，从而促进订单的达成。

(3) 宝贝详情中应该对品牌、货号、颜色、面料、配饰、特点、厚度指数、柔软指数、修身指数进行详解，让顾客一目了然。

(4) 亮点中需要对本婚纱的细节进行展示，并通过尺寸说明让顾客在选择时更加得心应手。

(5) 模特展示中包括正面和侧面的展示，并加上说明性的文字，让顾客对产品信息更加了解。

(6) 通过静物的实拍和精湛的工艺，让婚纱能够以真实的面貌展现在买家的眼前，再通过制作的细节展示，体现纯手工性。

(7) 通过物流的描写，打消顾客的最后顾虑，让顾客能够放心购买。

2. 知识要点

(1) 焦点图主要使用“矩形工具”“图层蒙版”“横排文字工具”“锐化工具”“图层样式”对婚纱效果进行简单展现。

(2) 设计理念和宝贝详情主要使用了“矩形工具”“自定形状工具”“横排文字工具”、“图层样式”对话框，让产品信息更加规范，并且更加自然。

(3) 亮点与尺寸说明结合了前面的知识及“矩形工具”“创建剪切蒙版”“横排文字工具”“图层样式”让细节内容展现出来。

(4) 详情页的模特展示主要是图片的表现,并结合说明性的文字,让图文效果得到整合。

(5) 工艺展示主要使用了“矩形工具”“直线工具”以及文字的编写,让效果展现更加自然。

3. 操作步骤

第一步：制作详情页婚纱焦点图



第二步：制作设计理念图



制作宝贝详情展示图



制作详情页亮点与尺寸说明展示图



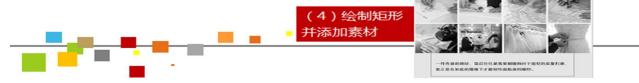
制作模特展示图



制作实物静拍展示图



制作工艺展示图



制作快递与售后展示图



思考：农产品网店详情页的设计

结合坦蕊商城开展思考

筹划兴趣小组参加大学生三下乡活动

农村电商带头人创业故事-大学生耕耘农业创业梦

【课堂总结】

1. 掌握首页的制作流程，以及制作方法。
2. 掌握详情页的制作要求与设计思路。

【课后】

想一想：淘宝详情页有什么设计技巧？

练一练：本例将制作婚纱详情页，在制作时需要先制作焦点图，该焦点图与首页相符，都是通过素材+婚纱+文字进行体现，并通过灵感——细节——尺寸大小进行具体展示，其完成后的效果。