**《设计心理学》教学大纲**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **课程名称：**设计心理学 | | | | | **课程类别（必修/选修）：**选修 | | | |
| **课程英文名称：** Design Psychology | | | | | | | | |
| **总学时/周学时/学分：**32/2/2 | | | | | **其中实验/实践学时：**24 | | | |
| **先修课程：** 无 | | | | | | | | |
| **授课时间：** | | | | | **授课地点：** | | | |
| **授课对象：**19级工设 | | | | | | | | |
| **开课学院：**粤台产业科技学院 | | | | | | | | |
| **任课教师姓名/职称：**段代华/副教授 | | | | | | | | |
| **答疑时间、地点与方式：** | | | | | | | | |
| **课程考核方式：**开卷**（ ）** 闭卷**（ ）** 课程论文**（ ）** 其它**（** √ **）** | | | | | | | | |
| **使用教材：**《设计心理学》，柳沙著，上海：上海人民美术出版社，2009年。  **教学参考资料：**《设计心理学》，赵江洪著，北京：北京理工大学出版社，2010年。 | | | | | | | | |
| **课程简介：**  设计心理学建立在心理学基础上,是研究人们心理状态,尤其是人们对于产品需求的心理,及其通过意识如何作用于设计的一门学问。通过设计心理学的研究可有效探索沟通生产者、设计师与消费者关系的方法,了解消费者的消费心理,研究消费者的行为规律。 | | | | | | | | |
| **课程教学目标**  1、培养学生在设计中研究市场,进行市场数据采集和分  析,研究消费者消费和使用心理的能力。  2、完善学生对产品设计、商品设计、企业设计三者之间关系的理解;培养正确的设计观念和思维方法。   1. 为产品设计的系统操作及创新能力的培养打下设计思维   设计观念的坚实基础。 | | | | | | **本课程与学生核心能力培养之间的关联(授课对象为理工科专业学生的课程填写此栏）：**  **☑核心能力1.**  **☑核心能力2.**  **☑核心能力3.**  **□核心能力4.**  **□核心能力5.**  **□核心能力6.**  **□核心能力7．**  **□核心能力8．** | | |
| **理论教学进程表** | | | | | | | | |
| **周次** | **教学主题** | | **学时数** | **教学的重点、难点、课程思政融入点** | | | **教学方式** | **作业安排** |
| 2 | 设计心理学导论（二） | | 2 | 重点：设计心理学的概念  难点：设计心理学的研究对象以及发展  **课程思政融入点：**藉由对设计心理学建立正确观念，了解心理学也是门提升观察能力的学科，透过对事物的观察再经理性思考作出正确判断。 | | | 讲授 | 课程思政作业：要求学生每人至少阅读两篇与设计发展有关的文章或书籍 |
| 4 | 设计心理学的研究方法 | | 2 | 重点：设计心理学的研究方法  难点：创造性思维方法的研究和评价  **课程思政融入点：在决定对一个方向做深入探讨时，就要坚持不懈，志在培养学生坚持到底的精神** | | | 讲授 | 作品赏析 |
| 6 | 设计情感 | | 2 | 重点：情绪与情感的界定，情绪的表达以及情感的特殊性和层次性  难点：掌握情感有哪些作用，理解设计情感的特殊性，结合设计实践，明了情绪体验在设计中的作用  **课程思政融入点：**学会掌控自己的情绪，才能更好地处理事情 | | | 讲授 | 作品赏析 |
| 8 | 情感设计 | | 2 | 重点：情感肌肤、情感的设计策略以及设计情感的表达。  难点：掌握通过设计使人们产生快感和恐惧感的几种方式，并能够运用典型设计作品加以说明，理解。  **课程思政融入点：**学会掌控自己的情绪，才能更好地处理事情 | | | 实际操作 | 作品赏析 |
| 10 | 设计思维与设计师心理 | | 2 | 重点：设计思维的分类、设计师个体的心理以及设计师面临的压力  难点：掌握逻辑思维与形象思维的区别与联系  **课程思政融入点：**为人处世时不要被表面现象所迷惑，透过现象看本质。外在只是种形象包装，跟人设一般必须正确的传递出正面能量给他人。 | | | 实际操作 | 作品赏析 |
| 12 | 设计心理的微观分析 | | 2 | 重点：年龄、性别、个性和家庭与设计心理分析的方法  难点：个性与设计心理分析的方法  **课程思政融入点：每个人都有自己独特的地方，培养学生发展独特魅力的能力，不要只看到他人的缺点，也要看到他人独特的魅力所在** | | | 讲授与讨论 | 作品赏析 |
| 14 | 设计心理的宏观分析 | | 2 | 重点：社会文化与设计心理的分析方法  难点：社会群体与设计心理,社会阶层与设计心理,社会心理现象与设计心理的宏观分析方法 | | | 讲授与讨论 | 期末发表 |
| **合计：** | | | 14 |  | | |  |  |
| **实践教学进程表** | | | | | | | | |
| **周次** | **实验项目名称** | | **学时** | **重点、难点、课程思政融入点** | | **项目类型（验证/综合/设计）** | **教学**  **方式** | |
| 1 | 设计心理学导论（一） | | 2 | 重点：设计心理学的概念  难点：设计心理学的研究对象以及发展  **课程思政融入点：：**藉由对设计心理学建立正确观念，了解心理学也是门提升观察能力的学科，透过对事物的观察再经理性思考作出正确判断 | | 设计 | 小组讨论 | |
| 3 | 设计心理学的对象和意义 | | 2 | 重点：设计心理学的概念  难点：设计心理学研究对象,内容和意义  **课程思政融入点：了解设计心理学的概念，了解前人的巨大奉献，培养学生的学习精神。** | |  |  | |
| 5 | 经典心理学导论 | | 2 | 重点：了解经典心理学导论。  难点：经典的心理学理论在设计中的应用 | | 设计 | 小组讨论/发表 | |
| 7 | 心理学与设计师 | | 2 | 重点：理解心理学与设计师之间的联系  难点：设计师如何理解并应用心理学知识  **课程思政融入点：知己知彼才能百战百胜，要充分了解你的对手，你才能战胜他。** | | 设计 | 小组讨论/发表 | |
| 9 | 设计与消费者的需要 | | 2 | 重点：消费者的需要分析  难点：消费者需要的理论研究、消费者欲望与设计  **课程思政融入点：知己知彼才能百战百胜，要充分了解你的对手，你才能战胜他。** | |  |  | |
| 11 | 设计与消费者的动机 | | 2 | 重点：影响消费者购买动机的因素  难点：消费者的动机分析、消费者的动机冲突。  **课程思政融入点：知己知彼才能百战百胜，要充分了解你的对手，你才能战胜他。** | |  |  | |
| 13 | 心理学与消费者 | | 2 | 重点：心理学与消费者的联系  难点：掌握如何用心理学知识分析消费者  **课程思政融入点：知己知彼才能百战百胜，要充分了解你的对手，你才能战胜他。** | | 设计 |  | |
| 15 | 设计与消费者的态度 | |  | 重点：消费者满意度研究  难点：消费者的态度分析、消费者的态度形成、消费者的态度转变和设计与消费者满意度。  **课程思政融入点：**态度决定自己的起点，做事要认真、待人要真诚 | |  |  | |
| 16 | 期末作品发表 | | 2 | 总学期作品发表，验收学习成果与表达能力。 | | 综合 | 发表 | |
| 合计： | | | 18 |  | |  |  | |
| **考核方法及标准** | | | | | | |  | |
| **考核形式** | | **评价标准** | | | | |  | |
| 到堂情况 | | 不迟到、不早退、不旷课 | | | | |  | |
| 课堂讨论 | | 课前准备充分，课堂积极发言 | | | | | 0.2 | |
| 期中报告 | | 分组依专题制作书面与口头报告 | | | | | 0.3 | |
| 期末报告 | | 分组依原专题制作整合性的书面与口头报告 | | | | | 0.3 | |
|  | |  | | | | |  | |
| **大纲编写时间：**2019/09/03 | | | | | | | | |
| **系（部）审查意见：**  潘老师  系（部）主任签名：潘老师 日期： 年 月 日 | | | | | | | | |

**注：（正式大纲中将此部分内容删除）**

**1、本模板适合按周次排课的理论课程和实验课程。**

**2、教学大纲篇幅请控制在5页以内，文件名：《课程名称》-教师姓名-授课对象，A4版面，标准页边距，段前段后0行，行距固定值18磅，字号大小均为5号，中文字体为宋体，英文和数字为Times New Roman体。**

**3、课程相关信息必须与人才培养方案一致；授课对象明确到年级、专业（方向）和班级；如果有多名教师共同授课，须列出所有教师的信息；课程考核方式须用“🗸”符号勾选，必须与人才培养方案一致，如果选择“其它”考核方式，在后面须补充说明详细的考核方式。**

**4、课程教学目标：课程教学须确立价值塑造、能力培养、知识传授三位一体的课程目标，并高度精炼概括3-5条课程教学目标，注明每条目标所要求的学习目标层次（理解、运用、分析、综合和评价）。本课程教学目标须与授课对象的专业培养目标有一定的对应关系。**

**5、学生核心能力即毕业要求或培养要求，请任课教师从授课对象人才培养方案中对应部分复制（<http://jwc.dgut.edu.cn/>）。**

**6、结合授课要点，设计不少于3个思政育人的典型教学案例（思政映射与融入点），并明确教学方法和考核方式。**

**7、教学方式可选：课堂讲授/小组讨论/实验/实训/混合式教学/翻转课堂/参观体验**

**8、若课程无理论教学环节或无实践教学环节，可将相应的教学进度表删掉。**

**9、成绩评定方法及标准需要明确课程考核的具体形式（例如考勤、课后作业、期中测验、文献翻译、论文撰写、课堂测验、期末考试……）和权重，具体考核方式还须明确评价标准是等级制还是百分制？两者之间如何等价？理论课程的权重一般是按照平时成绩30%和期末成绩70%比例构成，但鼓励任课教师采取多元化评价手段，增加平时成绩权重，但建议不超过50%。教学大纲公布后，任课教师严格按照成绩评定方法及标准对学生进行评价，不可再修改教学大纲。**

**10、第二周周五前，各系（部）负责人对教师提交的本学期课程教学大纲进行审核，在“系（部）审查意见”处签署意见并签名（可用电子章），并将审核过的教学大纲（PDF格式）全部上网。**