**《产品文化与市场调研》教学大纲**

|  |  |
| --- | --- |
| **课程名称：产品文化与市场调研** | **课程类别（必修/选修）：选修** |
| **课程英文名称：** |
| **总学时/周学时/学分：48** | **其中实验/实践学时：12** |
| **先修课程：** |
| **授课时间：星期三（14：30——17：10）、星期四（8：30——11：10）** | **授课地点：实验楼218** |
| **授课对象：2018级工业设计班** |
| **开课学院：粤台产业科技学院** |
| **任课教师姓名/职称：段代华** |
| **答疑时间、地点与方式：实验楼218** |
| **课程考核方式：**开卷**（）**闭卷**（）**课程论文**（√）**其它**（）** |
| **使用教材：****教学参考资料：****《产品形象设计》，陈根，电子工业出版社****《产品形象设计》，宁绍强，化学工业出版社****《企业文化与策划》，张德、吴剑平著，清华大学出版社** |
| **课程简介：****本课程属于普通专业选修理论课程，通过本课程的学习使学生了解产品设计中设计策略（产品识别设计）的重要性，强调文化在设计中的作用，通过系列的设计调研分析实践，明确利用产品识别设计塑造企业独特的产品文化的方法，从而塑造产品形象与企业形象，在现代化市场中起到引领潮流的效果，帮助企业立于不败之地。配合毕业论文写作将实质进行调研项目，包含市场调查、设计方法应用、设计展开配合分析时下产品现况，达到课程与市场合一效果** |
| **课程教学目标****一、知识与技能目标：****通过本课程的学习，使学生了解产品文化的基本概念，并能够掌握并熟练运用设计策略的设计思想，完成企业系列产品的设计与创新。****二、过程与方法目标：****通过本课程的学习，学生能够掌握普通产品调研的方法，企业系列产品工业设计调研分析的常用方法。在此基础上能够结合自身的创意完成企业产品的识别设计。****三、素质目标：****在本课程的学习中，不断分析与讨论能够为每位同学提供一个平等的自我表现的平台；同时培养作为一个工业设计师必须具备的坚持不懈的学习精神，严谨治学的科学态度和积极向上的价值观，为未来的学习、工作和生活奠定良好的基础。** | **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** | **主讲教师** | **学时数** | **教学的重点、难点、课程思政融入点** | **教学模式****（线上/混合式/线下** | **教学方法** | **作业安排** |
| 1 | 产品文化与市场调研课程简介（配合论文写作，进行相关之规范） | 段代华 | 3 | 介绍总体课程的简介与课程安排，初步将理工论文写作规范进行排演，包含需要的内容、历年学长姐论文学作中如何进行调研之方法呈现。介绍工业文化史的演变过程，历代伟人的巨大贡献，培养学生的爱国精神。  | **线上** | **讲授** | 表述理解文化与企业中体现的设计文化 |
| 2 | 市场调研部分：产品调研（配合论文內容，找出歷年論文與市場調研的差異性） | 段代华 | 3 | 配合历年学长姐论文中對應調研方法之應用，讓學生理解畢業主題與應用方法之應用；强调优秀文化、特色文化对一个民族、对一个社会发展的重要性。 | **线上** | **讲授** | 根据自己的理解，描述当今社会下的产品趋势 |
| 3 | 市场调研部分：产品调研 | 段代华 | 3 | 对于学生的产品趋势分析作业进行逐一发表检查，找出学生作业中所体现的思维漏洞和知识漏洞，引导学生更好的了解产品与文化之间的相互联系。 | **线上** | **讲授** | 更正产品趋势分析的作业 |
| 4 | 市场调研部分：市场调研 | 段代华 | 3 | 给出现有的、曾经进行过的消费者调查、市场环境调查和竞争对手调查的案例，讲授分析评估法；教会学生会使用科学的方法看待分析看待问题，培养学生的辩证思维。 | **线上** | **讲授** | 自行搜集分析评估法的经典案例 |
| 5 | 市场调研部分：市场调研 | 段代华 | 3 | 对于学生的分析评估法经典案例作业进行逐一发表检查，找出学生作业中所体现的思维漏洞和知识漏洞，培养学生的辩证思维。 | **线上** | **讲授** | 更正分析评估法经典案例作业 |
| 7 | 市场调研部分：案例分析 | 段代华 | 3 | 小组的形式进行题目报告 | **线上** | **讲授** | 更正完善宜家企业产品设计调研分析 |
| 10 | 产品文化与市场调研 | 段代华 | 3 | 全面介绍产品文化的概念，产品文化的内容和产品文化与产品形象；引入成功产品文化的案例，提升学生对文化的重视 | **线上** | **讲授** | 搜集产品文化与产品形象有密切联系的案例 |
| 11 | 产品文化与市场调研 | 段代华 | 3 | 探索产品设计中的文化因素，并介绍中国传统文化与现代设计的联系 | **线上** | **讲授** | 搜集与中国传统文化密切联系的产品设计案例 |
| 12 | 产品文化与市场调研 | 段代华 | 3 | 产品文化与产品形象有密切联系的案例报告 | **线上** | **讲授** | 完善整理作业档案 |
| 13 | 产品文化与市场调研 | 段代华 | 3 | 介绍产品形象的起源概览，产品形象的总体构成，产品形象的传播特征，产品形象设计的影响因素，产品形象与品牌设计产品形象设计中的设计管理哲学等等 | **线上** | **讲授** | 完善整理作业档案 |
| 14 | 设计实践 | 段代华 | 3 | 引导学生了解分析法，问卷法，观察法，资料分析法，询问访谈法等方法，在调研中的应用；掌握分析评估法单多项坐标分析法，针对企业品牌产品设计调研评价方法，产品识别设计的内涵，在实践中体会文化的魅力 | **线上** | **讲授** | 完成实践任务 |
| 15 | 设计实践 | 段代华 | 3 | 了解工业设计新兴分支学科设计管理的内容，培养学生的民族自豪感和使命感，布置期末考核任务 | **线上** | **讲授** | 完成实践任务 |
| **合计：** | 36 |  |  |  |  |
| **实践教学进程表** |
| **周次** | **实验项目名称** | **主讲教授** | **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****手段** |
| 6 | 宜家企业产品设计调研分析 | 段代华 | 3 | 宜家企业产品设计调研分析，帮助学生了解瑞典文化，并对比和中国传统文化之间两者有何不同，帮助学生更好的了解各文化之间的深刻内涵，取其精华弃其糟粕。 | 综合 | 小组形式每小组出一份分析报告，并在课堂上对小组作业进行验收 |
| 8 | 华为企业产品设计调研分析 | 段代华 | 3 | 华为企业产品设计调研分析，帮助同学更好的了解中国传统文化对产品的影响；培养学生的民族自信和文化自信，传承中国优秀的传统文化 | 综合 | 小组形式每小组出一份分析报告，并在课堂上对小组作业进行验收 |
| 9 | 期中：毕业设计题目提报 | 段代华 | 3 | 毕业设计题目提报，帮助学生更好的确定研究方向，并对学生的研究方法给出合理性的建议；培养学生逻辑化的思维 | 综合 | 小组形式每小组出一份分析报告，并在课堂上对小组作业进行验收 |
| 16 | 期末：毕业设计前期报告 | 段代华 | 3 | 指出学生毕业设计研究前期的不合理性，以及对于研究的前期调研方法是否合理和全面，培养学生的辩证思维 | 综合 | 小组形式每小组出一份分析报告，并在课堂上对小组作业进行验收 |
| 合计： | 12 |  |  |  |
| **考核方法及标准** |
| **考核形式** | **评价标准** | **权重** |
| 出席 | 缺席一次扣10分 | 40% |
| 期中报告 | 依据完成度给分 | 30% |
| 期末报告 | 依据完成度给分 | 30% |
| **大纲编写时间：** |
| **系（部）审查意见：**系（部）主任签名： 日期： 年 月 日 |