

《产品文化与市场调研》课程教学大纲

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：Cultural of Products and Market Research					
总学时/周学时/学分：32/4/2		其中实验学时：0			
先修课程：视觉传达设计、产品开发设计等					
授课时间：1-8周 周二 1-2，周五 3-4		授课地点：7B312, 12N402			
授课对象：2015 工业设计					
开课院系：机械工程学院					
任课教师姓名/职称：刘武辉/副教授					
联系电话：13450001942		Email:376066428@qq.com			
答疑时间、地点与方式：1. 每次上课的课前、课间和课后，采用一对一的解答方式；2. 课后在学生宿舍或者工业设计办公室辅导学生答疑。					
课程考核方式：开卷（ ） 闭卷（ ） 课程论文（ ） 其它（ <input checked="" type="checkbox"/> ）					
使用教材：无 教学参考资料：1. 设计调研 戴力农 电子工业出版社 2016.08 2. 设计调研（美）neil leonard 等 中国青年出版社 2013.12 3. 造物之美-产品设计的艺术与文化 李砚祖 中国人民大学出版社 2003.06 4. 设计的文化立场 李超德等 江苏凤凰美术出版社 2016.02					
<p>课程简介： 本课程包含两方面的内容：产品文化和设计调研方法。通过学习让学生掌握设计调研的内容以及设计调研的基本方法，并形成设计之前进行调研的习惯，并能够根据产品的要求进行调研方法的选择和调研结果的分析。另外，通过产品文化涵义的学习，掌握中西方文化对设计风格的影响，并掌握文化元素和符号在设计中的意义和作用，能够在设计中自觉地运用文化元素进行产品设计。</p>					
<p>课程教学目标</p> <p>1、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，中西方文化对设计风格和设计产品的影响；掌握设计调研的基本内容和基本方法。能够自觉地在设计中运用文化元素和符号，并能根据不同产品进行有效设计调研。</p> <p>2、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。</p> <p>3、情感、态度与价值观发展目标： 在本课程的学习中，不断的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。</p>		<p>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)：</p> <p><input type="checkbox"/>核心能力 1. 有利于培养学生的沟通能力、表达能力和合作能力。</p> <p><input type="checkbox"/>核心能力 2. 有利于培养学生利用专业知识进行设计调研和在设计中进行文化元素的运用；并使学生掌握设计之前的调研方法，获取产品设计的信息。</p> <p><input type="checkbox"/>核心能力 3. 相关作业和实践有利于学生创新能力的培养。</p>			
理论教学进程表					
周次	教学主题	教学时长	教学的重点与难点	教学方式	作业安排

1	课程简介、市场调研的目的	2	课程简介、产品设计的过程、市场调研的目的	课堂讲授	
1	市场调研的内容, SET 分析	2	调研内容, 不同产品的调研案例, SET 分析的内涵。	课堂讲授	作业 1: 产品的 SET 分析
2	市场调查方法-观察法、访谈法	2	观察法、访谈法概念及优缺点、案例	课堂讲授 案例教学	
2	市场调查方法	2	了解企业设计调查的方法和调查在设计中的重要性	参观考察	1 班伟易达; 2 班奥普特
3	市场调查方法-问卷法	2	问卷法、问卷设计、实施案例	课堂讲授	作业 2 : 问卷法实践
3	市场调查方法-头脑风暴	2	头脑风暴概念、分类、操作流程、案例	课堂讲授 案例教学	查阅资料
4	调研结果分析	2	图、表、知觉图、鱼骨图	课堂讲授 案例教学	
4	市场调查方法	2	了解企业设计调查的方法和产品定位	参观考察	得力集团
5	产品设计调研综合实践	2	厨房用具设计调研	学生实践	上交综合报告
5	市场调查	2	考察企业产品设计的调查方法和产品制造工艺	参观考察	参观 OPPO 公司
6	文化概念及其与设计的关系; 产品设计与造物历史	2	文化概念、造物历史与文化的积淀;	课堂讲授	
6	产品文化	2	考察企业文化及产品文化	参观考察	参观美的公司
7	中西方设计与文化; 设计的文化内涵;	2	中西方设计与文化特征; 产品文化的形成;	课堂讲授	
7	设计实践中调查方法与文化考量	2	考察设计公司, 关注调研方法和文化元素的运用	参观考察	1 班布鲁斯设计; 2 班中道设计。
8	产品文化形成; 产品文化分析	2	产品文化形成: 企业文化、产品文化、产品形象。	课堂讲授	作业 3 产品文化分析
8	作业讨论、分析点评、期末大作业		几次作业、报告点评分析; 期末大作业布置; 要求学生就某一产品进行设计调研, 得出设计定位, 定位中要要文化方面的内容。	课堂讲授 及讨论	
合计:					
成绩评定方法及标准					
考核形式		评价标准			权重
到堂情况		学习态度及遵守纪律的情况、上课不迟到、不早退。			5%
课堂讨论		资料收集充分、分析精确、有独到的见解			5%

