

《家具产品品牌形象策划》课程教学大纲

一、课程与任课教师基本信息

课程名称：家具产品品牌形象策划	课程类别：必修课 <input type="checkbox"/> 选修课 <input checked="" type="checkbox"/>
总学时/周学时/学分：32/4/2	其中实验（实训、讨论等）学时：8
授课时间：9-16 周 周一 5-6 节，周五 5-6 节	授课地点： 12N401
开课单位：机械工程学院	适用专业班级：2013 级工业设计
任课（/助课）教师姓名：王铁球	职称：讲师
联系电话：13929446136	Email: wangtieqiu@126.com
答疑时间、地点与方式：可分为集体答疑与个别答疑的形式，集体答疑的时间、地点与上课基本相同，个别答疑主要通过电子邮件与电话联系等方式。	

二、课程简介

本课程是工业设计专业的专业选修课程, 它的教学目的和任务是使学生通过对品牌的相关基本理论和知识的学习, 了解市场调研的流程与方法, 学习家具品牌的设计与策划, 具备一定的家具品牌设计与策划能力。

三、课程目标

本课程的目标是使学生理解家具品牌形象策划的概念与本质, 掌握家具品牌设计与策划的途径与方法。结合本课程的基本内容以及课程的基本特点, 制定如下目标:

1. 知识与技能目标: 了解品牌的概念, 对家具品牌有一定的认识; 通过市场调研与问卷设计, 了解和掌握调研的流程与方法; 通过对调研材料的整理, 掌握统计与分析方法, 并学习撰写调研报告; 加强对当前市场上家具品牌的认知和熟悉; 了解品牌定位, 通过课程作业对虚拟家具品牌进行形象策划与设计。

2. 过程与方法目标: 明确家具品牌的概念与范畴; 结合市场调研的结果, 合理分析家具品牌形象设计与策划的途径与方法; 通过特定专题作业, 对现代营销和现代审美做出分析和预测, 使学生在学习中得到理性分析和感性创造的综合训练。

3. 情感、态度与价值观发展目标: 通过结合品牌理论和家具产品的结合, 研究家具品牌形象策划的调研和设计手法, 树立科学合理的设计理论体系, 并力求在实践教学环节中做到学以致用、活学活用, 为从事未来的事业奠定坚实的严谨治学与人文关怀的精神。

四、与前后课程的联系

本课程是专业选修课程, 其内容是工业设计概论、产品设计、家具设计、设计结构与材料等课程的后续课程, 通过本课程的学习能够让学生更好地理解 and 掌

握前续课程内容，并为后续阶段的学习铺设基础。

五、教材选用与参考书

1、选用教材：

《西方家具集成——一部风格、品牌、设计的历史》，董玉库，百花文艺出版社，2010；

《品牌形象设计》，席涛，戴文澜，胡茜，清华大学出版社，2013。

2、推荐参考书：

《我是谁——品牌形象设计》，善本，四川美术出版社，2011；

《品牌设计+》，王绍强，中国青年出版社，2012；

《营销就是卖故事》，王艳，浙江人民出版社，2012。

六、课程进度表

表1 理论教学进程表

周次	教学主题	要点与重点	要求	学时
9	品牌概述； 品牌设计与定位。	明确品牌的概念，以及相关构成要素。 了解品牌定位，并熟悉知名家具品牌的设计定位。	掌握相关基础概念，并对市场上各大家具品牌形成相对完整的品牌概念。	4
10	品牌设计与定位	明确品牌定位的概念，熟悉品牌定位的原则与方法。	通过案例分析，了解品牌定位的重要性，掌握品牌定位的方法。	4
11	调查问卷的设计	理解调查问卷的使用目的和优缺点；根据给定主题学会设计调查问卷。	学习调查问卷的设计以及在问卷调查过程中的相关注意事项	4
12	调查问卷的设计	理解调查问卷的使用目的和优缺点；根据给定主题学会设计调查问卷。	问卷设计的讨论和完善	4
13	发放问卷，进行市场调研活动	利用假期，发放问卷并收回，强调小组团队合作。	能理解并融会贯通	4
14	问卷调查的统计与分析	明确有效问卷的概念，学习如何对问卷进行处理分析。	能理解并融会贯通	4
15	家具品牌形象设计	结合国内外家具品牌案例进行品牌形象策划的分析与案例讲解。	能理解并融会贯通	4
16	家具品牌形象策划创意	结合所学专业知知识，根据调研的结果提出对所选家具产品形象策划的创意与设计方案。	能理解并融会贯通	4

七、教学方法

本课程综合运用理论讲授法、电子教学法、讨论教学法、案例分析法、调研总结法、团队合作法和分组设计讨论等。课后根据教学内容布置相关的作业和资料收集、分析等练习，并进行学生自述、课堂讨论。积极拓展学生的专业视野和素养，培养学生的自主学习能力和团队精神。

八、对学生学习的总体要求

1、学习本课程的方法、策略及教育资源的利用。

本课程作为专业选修课，也是充分利用所学专业知识和解决实践问题的实践性较强的课程，在讲授过程中注重引导学生将家具设计的专业知识与市场、品牌等有机结合，利用分组讨论和案例教学等方法，激发学生的发散思维，灵活运用相关课程的专业知识来进行品牌形象策划与设计的创作。

2、学生必须阅读与选读的课外教学材料

<http://brand.cnad.com/> 品牌广告网站

<http://market.brandcn.com/pinpaiyingxiao/> 品牌中国网

<http://www.3f.net.cn/> 名家具网站

3. 学生完成本课程每周须耗费的时间。

为掌握本课程的主要内容，按约 1:1 的比例配比课外学时（预习、复习和完成老师布置的作业），学生在课内、课外花费的最少时间必须保证每周不少于 4 小时。

4. 学生上课、实验、讨论、答疑、提交作业单元测试、期末考试等的要求。

学生不得无故缺席，上课必须勤作笔记、多思考，虚心好学，课堂讨论务必积极参与；课后开拓思维、勇于创新，独立完成作业；按时提交作业，并务必保证课程作业的质量。

5、学生参与教学评价要求。

课程结束前 1-2 周内，按照学校统一安排，通过网上评教系统，回答调查问卷，实事求是地对本课程及任课教师的教学效果做出客观公正的评价，是学生的应尽责任和义务，对教师改进教学工作具有重要意义。

九、成绩评定方法及标准

考核内容	评价标准及要求	权重
到堂情况	不得无故缺席，上课勤做笔记，积极回答问题	10%
课堂讨论	认真准备，勇于创新，积极参与课堂讨论与作业讨论	10%
完成作业	认真完成相关作业	20%

期末考核	1. 评价标准：问卷设计与调研结果统计分析科学合理，根据调研提出有创意的设计方案与建议。 2. 要求：能灵活运用各种材料结合所学设计方法提出家具品牌策划的相应举措，并按时保质保量地完成所规定的作业。	60%
期末考试方式	开卷 <input type="checkbox"/> 闭卷 <input type="checkbox"/> 课程论文 <input type="checkbox"/> 实操 <input checked="" type="checkbox"/>	

十、院（系）教学委员会审查意见（宋体，小四，粗体）

我院（系）教学委员会已对本课程教学大纲进行了审查，同意执行。

院（系）教学委员会主任签名：

日期： 年 月 日

十一、学生反馈信息

-----学生沿此线剪下交任课教师-----

我已经阅读了这门课程的教学大纲，理解并同意大纲中列示的要求。

学生签名：

日期： 年 月 日