

《文化创意产品设计》教学大纲

| | |
|--|----------------|
| 课程名称：文化创意产品设计 | 课程类别（必修/选修）：选修 |
| 课程英文名称：Culture creative product design | |
| 总学时/周学时/学分：32/4/2 | 其中实验/实践学时：0 |
| 先修课程：设计基础、计算机辅助工业设计 | |
| 授课时间：1-8 周，周一 3-4 节，周四 3-4 节 | 授课地点：12N401 |
| 授课对象：2019 级工业设计 1 班、2 班 | |
| 开课学院：机械工程学院 | |
| 任课教师姓名/职称：王铁球/讲师 | |
| 答疑时间、地点与方式：课堂、网络答疑、学生现场答疑 | |
| 课程考核方式：开卷（）闭卷（）课程论文（）其它（√文创产品设计与创作） | |
| 使用教材：文创产品设计. 周承君. 化工工业出版社. 2019 | |
| 教学参考资料： 设计心理学与用户体验. 周承君. 化工工业出版社. 2019 文创品牌的秘密. 无. 广西美术出版社. 2019 | |
| <p>课程简介：</p> <p>文化产业创意学是一门实践性很强的新型应用学科，对于认识我国文化产业创意领域的现状，借鉴国内外文化产业创意设计的经验和方法，都具有重要的理论意义和现实意义。文化创意设计不仅体现在对文化产品设计方面的灵感和创造力，更重要的是对本民族文化资源利用的巧思新意，以文化创意来激发全民族的文化创造力，增强人的文化素养、提升人的思想道德水平、塑造人的健康心灵的社会责任等任务。</p> <p>本课程教学主要讲解文创产业与文创产品基本概念，文化创意产品的基本特征、分类，以及文化创意设计的基本方法和设计原则。最后选择特定产品作为设计实践对象，使学生在理解和掌握理论知识同时，将知识运用到具体产品设计中，综合把握产品的功能、形态、技术、经济等基本要素，培养创造性思维能力。</p> | |


| | | | | | | | |
|---|------|------|--|------------------|-------------------------|------|------|
| 课程教学目标 一、 知识目标： 1、了解文创产业与文创产品基本概念，文化创意产品的基本特征与分类； 2、掌握文化创意产品设计的基本方法与设计原则。 二、能力目标： 1、掌握文化创意产品设计的基本流程； 2、理解文化与设计的关系。 三、素质目标： 1、通过对传统文化、地域文化与设计的结合，更深入地了解和认识我国优秀传统文化，提升文化审美能力和把握力； 2、更好地了解创意学在生活中的应用，培养学生创新意识与能力。 | | | 本课程与学生核心能力培养之间的关联： □ 核心能力 1： 能够将数学、自然科学、工程基础和专业知用于解决工业设计问题。 □ 核心能力 2： 能够应用数学、自然科学、工程科学和工业设计的基本原理，识别、表达、并通过文献研究分析工程问题，以获得有效结论。 □ 核心能力 3： 能够设计针对工业设计问题的解决方案，设计满足特定需求的工业设计系统、产品，并能够在设计环节中体现创新意识，考虑社会、健康、安全、法律、文化以及环境等因素。 ■ 核心能力 4： 能够基于科学原理并采用科学方法对工业设计问题进行研究，包括设计调研、设计分析与数据分析、并通过信息综合得到合理有效的结论。 □ 核心能力 5： 能够针对工业设计问题，开发、选择与使用恰当的技术、资源、现代工程工具和信息技术工具，包括对系统功能工业设计问题的预测与模拟，并能够理解其局限性。 ■ 核心能力 6： 能够基于工业设计相关背景知识进行合理分析，评价工业设计实践和问题解决方案对社会、健康、安全、法律以及文化的影响，并理解应承担的责任。 □ 核心能力 7： 能够理解和评价针对工业设计问题的工程实践对环境、社会可持续发展的影响。 ■ 核心能力 8： 具有人文社会科学素养、社会责任感，能够在工业设计实践中理解并遵守工程职业道德和规范，履行责任。 ■ 核心能力 9： 能够在多学科背景下的团队中承担个体、团队成员以及负责人的角色。 ■ 核心能力 10： 能够就工业设计问题与业界同行及社会公众进行有效沟通和交流，包括撰写报告和设计文稿、陈述发言、清晰表达或回应指令。并具备一定的国际视野，能够在跨文化背景下进行沟通和交流。 □ 核心能力 11： 理解并掌握设计工程管理原理与经济决策方法，并能在多学科环境中应用。 ■ 核心能力 12： 具有自主学习和终身学习的意识，有不断学习和适应发展的能力。 | | | | |
| 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 | 文化创意设计概述 | 王铁球 | 2 | 课程体系介绍、文化创意设计的基本概念 | 线下教学 | 讲授 | 制作甘特图 |
| 1 | 文化与文创研究 | 王铁球 | 2 | 介绍文化的本质，以及文化与设计的关系 课程思政融入点： 深刻认识我国优秀的传统文化 | 线下教学 | 讲授；小组讨论 | 课程思政作业： 结合自己感兴趣的传统文化，阅读不少于 3 篇文献，并进行总结分享，提交到优学院平台。 |
| 2 | 文创产品的基本分类方式 | 王铁球 | 2 | 结合实际案例了解文化创意产品的分类，并加深对文化创意设计的认识。 课程思政融入点： 理解文化与设计的关系，学会欣赏与理解不同的文化 | 线下教学 | 讲授 | 课程思政作业： 收集不同类型的文化创意设计作品，并加以梳理，提交到优学院平台 |
| 2 | 文化创意设计的典型范式 | 王铁球 | 2 | 了解文创产品开发的典型范式，特别关注地域文化驱动的文创开发 | 线下教学 | 讲授；小组讨论 | 地域文化分析 |
| 3 | 文化创意设计的典型范式 | 王铁球 | 2 | 介绍通过文献资料整理的方法，来掌握文化创意产品设计的趋势等。 | 线下教学 | 讲授 | PPT 文献搜集 |
| 3 | 文化创意设计的典型范式 | 王铁球 | 2 | 围绕前期文化的调研与分析，完成快题设计 | 线下教学 | 讲授 | 快题设计 |
| 4 | 头脑风暴 | 王铁球 | 2 | 结合前期设计调研开展设计灵感相关的头脑风暴 | 线下教学 | 讲授；小组讨论 | 头脑风暴及图纸 |
| 4 | 文创产品设计原则 | 王铁球 | 2 | 了解文创产品设计的不同设计原则，并结合地域文化进行具体的应用 | 线下教学 | 讲授；小组讨论 | 讨论主题：文化在设计中的体现 |
| 5 | 文创产品设计原则 | 王铁球 | 2 | 了解文创产品设计的不同设计原则，并结合 | 线下教学 | 讲授；小组讨论 | 设计验证与完善 |

| | | | | | | | |
|-------------------|----------|-----|-----------------------------|---|------|-------|----------------------------------|
| | 则 | | | 非遗文化进行具体的应用 | | | |
| 5 | 阶段性小结 | 王铁球 | 2 | 草模-汇报设计过程，问题及定位。 | 线下教学 | 报告；讲授 | 海报、PPT 文献搜集 |
| 6 | 模型制作 | 王铁球 | 2 | 软件建模及优化细节 | 线下教学 | 讲授 | 模型制作 |
| 6 | 模型修改与完善 | 王铁球 | 2 | 软件建模及优化细节 | 线下教学 | 讲授 | 建模 |
| 7 | 效果图、海报制作 | 王铁球 | 2 | 介绍分享如果表达设计、海报表达； 课程思政融入点： 初步形成严谨的工作态度，认真的工作作风，逐渐渗透工匠精神。 | 线下教学 | 小组讨论 | 课程思政作业： 针对日本工匠造假进行小组讨论与探讨 |
| 7 | 模型制作 | 王铁球 | 2 | 3d 打印与模型完善 | 线下教学 | 讲授 | 模型制作与完善 |
| 8 | 汇报答辩 | 王铁球 | 2 | 提交 3D 实物模型和海报 企业共同评价 | 线下教学 | 报告 | 模型、海报 |
| 8 | 汇报答辩 | 王铁球 | 2 | 提交 3D 实物模型和海报 作业评价 | 线下教学 | 报告 | 模型、海报 |
| 合计： | | | 32 | | | | |
| 考核方法及标准 | | | | | | | |
| 考核形式 | | | 评价标准 | | | | 权重 |
| 考勤 | | | 不得无故迟到、早退、缺席；积极参与课内讨论。 | | | | 20% |
| 课后作业 | | | 要求认真、独立、按要求完成作业，准时上交，不抄袭作业。 | | | | 30% |
| 期末作业 | | | 根据要求完成期末大作业，并按时按量提交相应作业文件。 | | | | 50% |
| 大纲编写时间：2021 年 2 月 | | | | | | | |

系（部）审查意见：

我系（专业）课程委员会已对本课程教学大纲进行了审查，同意执行。

系（部）主任签名： 

日期：2021 年 2 月 26 日