

《空间设计实训》教学设计方案

一、课程基本信息

课程编码	z09110212	课程类型	理论□	实践□	理论+实践■
总学时	48	实践学时（含讨论、参观）	16	学分	8
适应对象	大学三年级学生				
适用专业	环艺及室内设计				
先修课程	空间设计实训营销策略/设计思维/空间设计实训设计				
后续课程	品牌营销设计/毕业设计/毕业实习				
编写教师	尹一军	编写时间	2018/3/20		
院（部）审批		审批时间			

二、课程定位

《空间设计实训设计》是环境艺术设计专业方向的学术带头的重点专业课，是学生进入专业设计前必须具备的重要专业设计能力之一，也是品牌设计专业最重要的启蒙课程。本课程主要培养学生思维上对市场营销设计的敏感度和空间形态的市场匹配度进行概括、提炼的能力，用策划的思维和市场理解的角度来解释几何图形语言进行空间设计，学习运用系统的思维能力来表现技能目前，国内所有的设计艺术类学生在校期间所学的设计内容并不完全。所以更着重教空间设计实训的营销策划思维和落地的实际应用技能的数字化设计、空间设计的营销管理、营销企划、设计等。

三、课程学习目标

通过空间设计实训设计课程的学习，首先，使学生能达到在空间设计实训设计上的两个方面的能力：一、从商业营销的策划现象中总结出空间设计和营销主题精神内涵；二、从平庸的表现习惯中挣脱出来，用新颖的手法塑造一个出乎意料又合乎情理的形式来传递主题精神的内涵。其次，通过实践练习，让学生掌握艺术创意技巧与表现技巧。在此基础上，使学生能够提高自己的艺术思维能力和设计表现能力。接合实际和专业应用方向，强调文案和手稿加上计算机辅助的练习与教学。

四、课程能力标准要求

(一)知识要求

课本知识上的空间设计概念及策划设计概念的了解

(二)专业能力要求

强调空间设计营销和空间美感诉求，作出符合空间设计品牌记忆的策划设计。

(三)技术能力要求

空间设计设计在实际的应用，是营销策划转化为空间销售最大化来提升品牌。

(四)素质要求

从商业营销的策划现象中总结出空间设计和营销主题精神内涵；二、从平庸的表现习惯中挣脱出来，用新颖的手法塑造一个出乎意料又合乎情理的形式来传递主题精神的内涵。

一、课程主要内容

(一) 能力单元与学时分配

序号	能力单元名称	讲授 (学时)	实作 (学时)	专家讲座 (学时)	参观 (学时)	讨论 (学时)	其他 (学时)
1	项目一 空间设计商战	1	1				
2	项目二空间设计实训概念	1	1				
3	项目三空间设计实训的营销策略	2	2			2	
4	项目四 面向市场的设计思维	2	4				
5	项目五 空间设计体现空间设计实训文化营销	4	2			2	
6	项目六 空间设计实现品牌营销策略	4	2			2	
7	项目七 空间设计与连锁企业标准化营销	2	2		4		
8	项目八 空间设计促进企业成本控制	2	2				
9	项目九 核心价值--空间设计促进企业服务质量	2	4				
10	项目十 空间情节与营销	2	4				

(二)教学任务描述

能力单元一：	项目一 空间设计商战
--------	------------

教学目的描述	了解当前设计发展趋势 了解商业经营中设计 了解空间设计相对论
教学重点与难点	商业经营中的设计体现
教学时数	2
建议教学方法与手段	提问、情景模拟
任务 1-1	知识点一 视觉主导消费的新理念
相关知识点	视觉与商业文明的发展
相关实作技能	手绘
任务 1-2	知识点二 设计的战略地位
相关知识点	空间设计相对论的应用
相关实作技能	PPT 演示
学习资源	相关案例分析

能力单元二：	项目二空间设计实训
教学目的描述	通过分析空间设计实训的特点和类型 了解研究的具体空间设计实训方向
教学重点与难点	空间设计营销空间的设计需求
教学时数	2
建议教学方法与手段	讲授、提问
任务 1-1	知识点一空间设计实训空间的概念与特点
相关知识点	连锁空间设计营销战略中的设计需求
相关实作技能	手绘
任务 1-2	知识点二空间设计实训空间的类型与发展
相关知识点	现代化服务商业的品牌形象
相关实作技能	手绘
学习资源	相关网站、书籍

能力单元三：	项目三空间设计实训的营销策略
教学目的描述	通过空间设计实训的特点及服务营销的策略阐述 认识空间设计实训的设计在企业经营中的重要性
教学重点与难点	空间设计实训设计与营销
教学时数	4
建议教学方法与手段	讲授、提问、情景模拟
任务 1-1	知识点一空间设计实训营销策略
相关知识点	空间设计服务营销的 7P 策略
相关实作技能	PPT 讲解
任务 1-2	知识点二空间设计实训营销的设计方法
相关知识点	设计服务模型
相关实作技能	手绘
任务 1-3	知识点三 当代空间设计实训营销策略探究
相关知识点	商业运营中的空间设计实训设计
相关实作技能	PPT 讲解
任务 1-4	知识点四 后工业时代的现代营销策略研究
相关知识点	营销观念的设计
相关实作技能	PPT 讲解
学习资源	相关案例、书籍

能力单元四：	项目四 面向市场的设计思维
教学目的描述	了解面向市场的设计思维推导过程 了解营销策略导入空间设计设计
教学重点与难点	设计思维
教学时数	6
建议教学方法与手段	讲授、提问、做课堂练习、实际操作
任务 1-1	知识点一空间设计设计营销学
相关知识点	不同行业中品牌空间设计经营连锁商业的设计诉求
相关实作技能	讲授、实例
任务 1-2	知识点二空间设计设计营销学的发展
相关知识点	商业策划与空间设计导向

相关实作技能	讲授、实例、模拟
任务 1-3	知识点三 面向空间设计市场的设计思维
相关知识点	设计思维
相关实作技能	小组讨论、PPT 制作与讲解
任务 1-4	知识点四 案例研究：星巴克在中国内地各城市的空间设计
相关知识点	连锁空间设计的空间设计研究分析
相关实作技能	小组讨论

能力单元五：	项目五 空间设计体现服务性连锁企业市场营销
教学目的描述	了解企业文化的含义和性质 了解文化对空间设计的影响
教学重点与难点	企业文化与空间设计的相互表达
教学时数	8
建议教学方法与手段	讲授、提问、做课堂练习、情景模拟
任务 1-1	知识点一 企业市场营销
相关知识点	空间设计实训文化的特征
相关实作技能	手绘
任务 1-2	知识点二 企业市场营销与空间设计实训设计
相关知识点	文化和空间设计的相互渗透
相关实作技能	讲授、实例、手绘
任务 1-3	知识点三 案例研究：运用设计思维体现空间设计文化
相关知识点	挖掘企业文化深层内涵
相关实作技能	讲授、实例
学习资源	案例分析与实际空间设计应用

能力单元六：	项目六 空间设计实现品牌营销策略
教学目的描述	了解空间设计如何实现企业品牌策略的推导过程 了解怎样运用设计思维来实现品牌营销策略
教学重点与难点	空间设计实训品牌的空间设计情感
教学时数	8
建议教学方法与手段	提问、情景模拟、练习

任务 1-1	知识点一 品牌营销策略
相关知识点	品牌营销所带来的成果
相关实作技能	PPT 讲解
任务 1-2	知识点二 空间设计品牌营销与空间设计
相关知识点	品牌营销策略性上的设计价值
相关实作技能	PPT 讲解 案例分析
任务 1-3	知识点三 案例研究：运用设计思维实现空间设计品牌营销
相关知识点	挖掘企业品牌营销的设计思维
相关实作技能	案例分享、作业制作
学习资源	实际空间设计应用

能力单元七：	项目七 空间设计与连锁企业标准化营销
教学目的描述	了解空间设计标准化概念 了解空间设计如何实现空间设计品牌标准化
教学重点与难点	设计思维如何帮助企业实现标准化营销
教学时数	8
建议教学方法与手段	讲授、提问、情景模拟
任务 1-1	知识点一空间设计实训空间设计标准化营销策略
相关知识点	标准化的核心理念
相关实作技能	讲授、参观
任务 1-2	知识点二 空间设计与空间设计实训标准化
相关知识点	空间设计统一应用
相关实作技能	讲授、实例、参观
任务 1-3	知识点三 安全研究：运用设计思维实施空间设计标准化营销
相关知识点	标准化设计思维
相关实作技能	讲授、实例、参观案例
学习资源	空间设计分析

能力单元八：	项目八 空间设计促进企业成本控制
教学目的描述	了解空间设计的空间设计如何实现连锁企业成本控制要求 了解如果才是更优的成本控制策略

教学重点与难点	成本控制的思维
教学时数	6
建议教学方法与手段	讲授、提问
任务 1-1	知识点一 空间设计成本控制营销
相关知识点	成本控制与定价
相关实作技能	讲授、实例
任务 1-2	知识点二 空间设计与成本控制营销
相关知识点	空间设计实训设计成本控制
相关实作技能	PPT 演讲、实例
任务 1-3	知识点三 案例研究：运用设计思维促进空间设计成本控制
相关知识点	挖掘企业空间设计成本控制的因素
相关实作技能	讲授、实例、提问、课堂练习
学习资源	实体空间设计分析

能力单元九：	项目九 空间设计促进企业服务质量
教学目的描述	了解如何通过设计思维后的设计策略来促进企业对服务质量的要求
教学重点与难点	空间设计如何促进连锁企业对服务质量的要求
教学时数	6
建议教学方法与手段	讲授、情景模拟、提问
任务 1-1	知识点一 空间设计服务质量营销
相关知识点	空间设计服务质量的概念及特征
相关实作技能	讲授、实例、市场调查
任务 1-2	知识点二 空间设计促进空间设计实训提升服务质量
相关知识点	营造“第三空间”
相关实作技能	作业实施
任务 1-3	知识点三 案例研究：运用空间设计促进空间设计对服务质量的要求
相关知识点	挖掘企业的现代服务质量营销
相关实作技能	讲授、实例、市场调查
学习资源	实体项目

能力单元十：	项目十 空间情节与营销
教学目的描述	了解空间情节策略应当如何运用 了解空间情节的设计
教学重点与难点	空间设计的空间情节营销策略
教学时数	6
建议教学方法与手段	讲授、提问、做课堂练习
任务 1-1	知识点一 空间情节策略营销
相关知识点	空间情节的概念与元素应用
相关实作技能	讲授、实例、手绘
任务 1-2	知识点二 空间设计与空间情节策略
相关知识点	空间设计中的空间情节策略营销
相关实作技能	讲授、实例
任务 1-3	知识点三 案例研究：运用设计思维促进空间情节策略营销
相关知识点	运用设计思维丰富企业的空间情节创意
相关实作技能	讲授、实例、情景模拟、手绘
学习资源	实体项目

二、学习者能力测试方法

(一)能力测试的方法与手段

序号	能力单元名称	测试的方法与手段			
		鉴定要求	采用方法	鉴定人	鉴定地点
1	项目一 空间设计商战	初步认识商业经营中的设计体现	提问、情景模拟	教师，学生互评	实训课室
2	项目二空间设计实训特点	掌握空间设计营销空间的设计需求	提问、课堂练习	教师、学生互评	实训课室
3	项目三空间设计实训的营销策略	认识空间设计实训设计与营销	情景模拟测试	教师、学生互评	实训课室
4	项目四 面向市场的设计思维	熟悉设计思维	练习、实际操作	教师、学生互评	实训课室
5	项目五 空间设计体现空间设计实训文化营销	掌握文化与空间设计的表达方法	情景模拟测试	教师、学生互评	实训课室

6	项目六 空间设计实现品牌营销策略	了解品牌的空间设计情感	情景模拟、练习	教师、学生互评	实训课室
7	项目七 空间设计与连锁企业标准化营销	理解如何实现标准化设计	情景模拟	学生互评	参观地点
8	项目八 空间设计促进企业成本控制	熟悉材料成本控制	提问、课堂练习	教师、学生互评	实训课室
9	项目九空间设计促进企业服务质量	掌握空间设计促进服务	情景模拟、提问	教师、学生互评	实训课室
10	项目十 空间情节与营销	理解空间设计的空间情节营销策略	情景模拟、练习	教师、学生互评	实训课室

(二)课程成绩评价办法

- 1、成果形式：课堂练习/命题作业/情景模拟
- 2、评价方式：教师评价 、学生干部计分自评
- 3、考核标准：根据课堂练习和市场调研报告检查学习效果，进行设计能力考评。

三、教学资源配置

(一)主教材

《连锁空间设计实训设计》（第一版）（第二版）尹一军 著
出版社： 北京师范大学出版社
出版时间：2010-09 2017-11

(二)参考资料

《空间设计营销》（第一版）陈立平 著
出版社： 中国人民大学出版社
出版时间：2010-09

《YC 创业营》（第一版）（美）兰德尔·格雷厄姆 著
出版社： 中国人民大学出版社
出版时间：2014-08

(三)主要设备与设施

- 1、教学媒体：多媒体设备
- 2、教学场景：多媒体教室/校企合作实训工作室

四、 教师要求

具有丰富的专业从业实践和理论经验，在学校已有校企合作基地，高级室内建筑师，高级工程师，硕士以上学历。