

《现代设计方法》课程教学大纲

课程名称： 现代设计方法	课程类别（必修/选修）： 选修
课程英文名称： Modern Design Methods	
总学时/周学时/学分： 32/4/2	其中实验学时： 0
先修课程： 产品设计程序与方法	
授课时间： 周三 [1-8]周 3-4 节 周五 [1-8]周 1-2 节	授课地点： 经管楼 0214、12N402、校外企业
授课对象： 15 级工业设计	
开课院系： 机械工程学院	
任课教师姓名/职称： 谢黎 讲师	
联系电话： 13549450357	Email:shirleybest@qq.com
答疑时间、地点与方式： 随堂、课后、一对一、一对多	
课程考核方式： 开卷（ ） 闭卷（ ） 课程论文（ ） 其它（ 作品考查 ）	
使用教材： 教学参考资料：	
<p>课程简介：</p> <p>现代设计方法是工业设计专业的选修课程。课程教学由课堂理论教学、实地考察参观、课程练习等组成。理论教学讲述以产品生命周期、市场情报、模块化设计、系列化设计、类型学方法等多种现代设计方法的介绍，结合实地考察参观，使学生理解和掌握理论知识，并将知识运用到课程练习中，综合把握现代设计方法，培养创造创新能力。通过本课程的学习和实践，要求学生掌握现代设计方法的理论知识，并在设计实践中加以科学地综合应用。</p>	
<p>课程教学目标</p> <p>1、通过本课程的学习，使学生能够了解以产品生命周期、市场情报、模块化设计、系列化设计、类型学方法等多种现代设计方法，并且能够利用所学的理论知识和通过综合课程练习中完成产品的创新设计。</p> <p>2、通过本课程的学习，使学生能够理解现代设计方法的意义，并能自如选择合适的方法，完成设计目标。</p> <p>3、在本课程的学习中，使学生在完成课程练习、综合设计等课题设计中，通过为每位同学提供一个平等的自我表现的平台，以及设计小组间的竞争，从而激发学生的参与热情、自学的热情，同时也培养了他们的团队合作精神和合作能力。</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>■核心能力 1. 应用美学、艺术等相关设计基础知识及工业设计专业知识的能力；</p> <p>■核心能力 2. 制定设计规划、设计管理，以及基础数据分析的能力；</p> <p>■核心能力 3. 工业设计各环节中方案可视化处理能力，解构能力，以及使用软硬件工具的能力；</p> <p>■核心能力 4. 工业设计领域所需的相关产品材料、工艺、结构等技术整合能力；</p> <p>■核心能力 5. 设计项目管理、有效沟通协调、团队合作及创新能力；</p> <p>■核心能力 6. 发掘、分析与解决复杂工业设计问题及策略研究的能力；</p> <p>■核心能力 7. 认识科技发展现状与趋势，了解工业设计技术对环境、社会及全球的影响，并培养持续学习的习惯与能力；</p> <p>■核心能力 8. 理解职业道德、专业伦理与认知社会责任的能力。</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
第1周 3.7	产品生命周期与设计方法	2	1、介绍产品生命周期与设计间的关系 2、导入期、成长期、成熟期、衰退期的区分 3、研究产品生命周期的方法与步骤	课堂讲授	查阅资料
第1周 3.9	产品拆分研究设计方法	2	产品拆分研究设计分析	案例教学	作业1:产品拆分
第2周 3.14	案例分析	2	通过案例来了解产品生命周期概念与设计的关联,以及设计拆分的重要性。	课堂讲授	
第2周 3.16	产品生命周期与产品拆分设计方法的应用	2	通过对企业的观察调研,深入了解产品生命周期与产品拆分的设计方法在产品中的作用和价值。	参观考察 案例教学	参观企业-奥普特 作业2:制作产品生命周期图
第3周 3.21	市场情报分析	2	1、了解市场细分的分类及方法 2、介绍 VALS、PRIZM、BSBW 等市场细分体系	课堂讲授	查阅资料
第3周 3.23	市场情报分析技术及手段	2	专利分析及作用	案例教学 小组讨论	邀请企业参与教学 分享袁艳君
第4周 3.28	市场情报分析技术及手段	2	通过眼动仪的使用,了解用户与市场的关系	案例教学	眼动仪测试分析
第4周 3.30	市场情报分析考察	2	通过对企业的考察,了解市场情报的意义和价值。	案例教学 小组讨论	得利集团 作业3:制作产品市场定位图
第5周 4.4	系列化设计	2	系列化设计的魅力	课堂讲授	查阅资料
第5周 4.6	系列化设计	2	通过对 oppo 公司的参观考察,来观察手机为代表的现代数码行业的设计特征与方法	案例教学	参观 oppo 公司
第6周 4.11	Cmf	2	结合 cmf 做学习了解	课堂讲授	查阅资料
第6周 4.13	设计方法应用考察	2	通过对大型成品企业的参观了解,充分考察 cmf 设计在企业产品规划中的意义和价值	参观考察 案例教学	参观美的,完成系列化设计 作业4:系列化设计
第7周 4.18	模块化设计	2	模块化设计的内容	课堂讲授	作业5:模块化设计
第7周 4.20	模块化设计	2	通过对设计公司的参观考察,了解相关设计特征与方法	参观考察	1班—布鲁斯设计 2班—中道设计
第8周 4.25	课程总结	2	最后作业的汇报	汇报演讲	
第8周 4.27	课程总结	2	最后作业的汇报	汇报演讲	
合计:		32			
成绩评定方法及标准					
考核形式		评价标准		权重	
平时作业		完整、及时、有自己的想法和一定的深度。		50%	
考勤		认真参与每次考察并积极整理汇总相关资料。		10%	
作业汇报完整		Ppt 完整、汇报有思路、设计有想法。		40%	
大纲编写时间:2018年2月					

系（部）审查意见：

同意执行。

系（部）主任签名： 谢黎

日期： 2018 年 3 月 26 日

- 注：**
- 1、课程教学目标：请精炼概括 3-5 条目标，并注明每条目标所要求的学习目标层次（理解、运用、分析、综合和评价）。本课程教学目标须与授课对象的专业培养目标有一定的对应关系
 - 2、学生核心能力即毕业要求或培养要求，请任课教师从授课对象人才培养方案中对应部分复制（<http://jwc.dgut.edu.cn/>）
 - 3、教学方式可选：课堂讲授/小组讨论/实验/实训
 - 4、若课程无理论教学环节或无实践教学环节，可将相应的教学进度表删掉。