

文创产品数字化设计 职业技能等级标准

标准代码：550011

（2021年2.0版）

浙江中科视传科技有限公司 制定
2021年12月 发布

目 次

前言	1
1 范围	2
2 规范性引用文件	2
3 术语和定义	2
4 适用院校专业	4
5 面向职业岗位（群）	5
6 职业技能要求	5
参考文献	15

前 言

本标准按照GB/T 1.1-2020《标准化工作导则 第1部分：标准化文件的结构和起草规则》的规定起草。

本标准起草单位：浙江中科视传科技有限公司，中国科学院自动化所科学与艺术研究中心，杭州电子科技大学，北京理工大学，中国传媒大学，中国美术学院，北京水晶石计算机技术培训有限公司，爱迪斯通（北京）科技有限公司，北京雷课教育科技有限公司，浙江华博特教育科技有限公司。

本标准主要起草人：张之益，孙砺锋，过山，孙茜，施研，黄心渊，李风霞，李力，吴龙山，栾博文，路海燕，崔晨昉，刘连。

声明：本标准的知识产权归属于浙江中科视传科技有限公司，未经浙江中科视传科技有限公司同意，不得印刷、销售。

1 范围

本标准规定了文创产品数字化设计职业技能等级对应的工作领域、工作任务及职业技能要求。

本标准适用于文创产品数字化设计职业技能培训、考核与评价，相关用人单位的人员聘用、培训与考核可参照使用。

2 规范性引用文件

下列文件对于本标准的应用是必不可少的。凡是注日期的引用文件，仅注日期的版本适用于本标准。凡是不注日期的引用文件，其最新版本适用于本标准。

GB/T 1.1-2009 《标准化工作导则》 第1部分：标准的结构和编写

GB/T 37729-2019 信息技术 智能移动终端应用软件（APP）技术要求

GB/T 18976-2003 以人为中心的交互系统设计过程

GB/T 12984-1991 人类工效学 视觉信息作业基本术语

GB/T 18978.151-2014 人-系统交互工效学 第151部分：互联网用户界面指南

GB/T 21051-2007 人-系统交互工效学 支持以人为中心设计的可用性方法

GB/T 20527.1-2006 多媒体用户界面的软件人类工效学 第1部分：设计和框架

YD/T 1791-2008 移动多媒体广播业务 交互应用技术要求

3 术语和定义

GB/T 12984-1991、GB/T 18978.151-2014界定的以及下列术语和定义适用于本标准。

3.1

产品

作为商品向市场提供的，引起注意、获取、使用或者消费，以满足物质与精神需要的实体或虚拟物品。

3.2

数字化设计

通过数字化的手段来改造传统产品设计方法，建立一套基于数值计算方法、计算机软硬件技术、网络传输技术、信息处理技术的专门支持产品开发和生产的全过程的设计方法和相关技术。

3.3

界面设计（UI 设计）

对软件的人机交互、操作逻辑、界面美观的整体设计。界面设计又称UI设计，UI为User Interface的缩写，亦称用户界面。界面设计包含PC应用界面设计、WEB页面界面设计、移动端APP小程序设计以及各种智能设备的软件界面设计。

3.4

原型设计

整个产品面市之前的框架设计，将页面的模块、元素、人机交互的形式，利用线框描述的方法进行表达。

3.5

交互设计

定义、设计人造系统行为的设计领域，它定义了两个或多个互动的个体之间交流的内容和结构，使之互相配合，共同达成某种目的。交互设计努力去创造和建立的是人与产品及服务之间有意义的关系，以“在充满社会复杂性的物质世界中嵌入信息技术”为中心。交互系统设计的目标可以从“可用性”和“用户体验”两个层面上进行分析，关注以人为本的用户需求。

3.6

可用性设计

在以用户为中心的宗旨下，进行产品（系统）的设计，以使产品满足功能需要、符合用户的行为习惯和认知，同时能高效愉悦的完成任务和工作，达到预期的目的。

3.7

用户体验设计

以用户为中心的一种设计手段，以用户需求为目标而进行的设计。设计过程注重以用户为中心，用户体验的概念从开发的最早期就开始进入整个流程，并贯穿始终。

3.8

产品需求文档

产品需求的描述，包含产品定位、目标市场、目标用户、竞争对手等。战术是指产品的结构、核心业务流程、具体用例描述、功能、内容描述等。

3.9

商业需求文档

基于商业目标或价值所描述的产品需求内容文档（报告），其核心的用途就是用于产品在投入研发之前，由企业高层作为决策评估的重要依据。

3.10

市场需求文档

对年度产品中规划的某个产品进行市场层面的说明。

3.11

响应式网页设计

一种网络页面设计布局，其理念是：集中创建页面的图片排版大小，可以智能地根据用户行为以及使用的设备环境进行相对应的布局。

3.12

瀑布流

比较流行的一种网站页面布局，视觉表现为参差不齐的多栏布局，随着页面滚动条向下滚动，这种布局还会不断加载数据块并附加至当前尾部。最早采用此布局的网站是Pinterest，逐渐在国内流行开来。国内大多数清新站基本为这类风格。

3.13

心智模型 Mental Model

是基于一个试图对某事做出合理解释的个人会发展可行的方法的假设，在有限的领域知识和有限的信息处理能力上，产生合理的解释。

3.14

用户画像 persona

是真实用户的虚拟代表，是建立在一系列真实数据之上的目标用户模型。

3.15

产品需求文档 Product Requirement Document; PRD

是对产品需求的描述，应该包含有产品的战略和战术，战略是指：产品定位、目标市场、目标用户、竞争对手等；战术是指产品的结构、核心业务流程、具体用例描述、功能和内容描述等。

3. 16

原型 Prototype

某种产品或系统的整体性代表或部分性代表。尽管在某些方面代表性有局限，但能够用于评价。

3. 17

站点地图 Site Map

是原型页面层级管理工具。

3. 18

软件开发工具包 Software Development Kit; SDK

是一系列程序接口、文档、开发工具的集合。

3. 19

统计功效 Statistical Power

是指在假设检验中，拒绝原假设后，接受正确的替换假设的概率。

3. 20

SWOT分析 Strengths Weaknesses Opportunities Threats; SWOT

即基于内外部竞争环境和竞争条件下的态势分析，是将与研究对象密切相关的各种主要内部优势、劣势和外部的机会和威胁等，通过调查列举出来，并依照矩阵形式排列，然后用系统分析的思想，把各种因素相互匹配起来加以分析，从中得出一系列相应的结论，而结论通常带有一定的决策性。

3. 21

SUS System Usability Scale; SUS

经典的可用性问卷标准，用于评估整体系统的可用性。

3. 22

统一建模语言 Unified Modeling Language; UML

是一种为面向对象系统的产品进行说明、可视化和编制文档的一种标准语言，是非专利的第三代建模和规约语言。

3. 23

可用性 Usability

以有效性、效率和满意度为指标，产品在特定使用背景下为了特定的目的可为特定用户使用的程度。

3. 24

用户 User

与系统交互的个体。

3. 25

以用户为中心的设计 User-Centered Design; UCD

是在设计过程中以用户体验为设计决策的中心，强调用户优先的设计模式。

3. 26

全球广域网 World Wide Web; Web

也称为万维网，它是一种基于超文本和HTTP的、全球性的、动态交互的、跨平台的分布式图形信息系统。是建立在Internet上的一种网络服务，为浏览者在Internet上查找和浏览信息提供了图形化的、易于访问的直观界面，其中的文档及超级链接将

Internet上的信息节点组织成一个互为关联的网状结构。

3. 27

虚拟现实 Virtual Reality;VR

是指综合利用计算机图形系统和各种显示和控制等接口设备,在计算机上生成的、可交互的三维环境中提供真实实现仿真的技术。

3. 28

视觉流 Visual flow

设计对用户扫描页面的时候记录的视线跟踪。

3. 29

5W2H Why/What/Who/When/Where/How/How much

是七问分析法,五个以W开头的英语单词和两个以H开头的英语单词——为什么;做什么;何人做;何时;何地;如何;多少进行设问,发现解决问题的线索,寻找发明思路,进行设计构思,从而搞出新的发明项目。

4 适用院校专业

4.1 参照原版专业目录

中等职业学校:平面设计、工业设计、工艺美术、网页美术设计、数字影像技术、美术设计与制作、软件与信息服务等专业。

高等职业学校:工业设计、影视动画、计算机应用技术、软件技术、移动应用开发、数字媒体技术、艺术设计、视觉传达设计、广告艺术设计、游戏艺术设计等专业。

高等职业教育本科学校:印刷工程、数字媒体技术、虚拟现实技术与应用、工艺美术、视觉传达设计、数字媒体艺术、产品设计、美术。

应用型本科学校:视觉传达设计、环境艺术设计、美术、工业设计、数字动画、数字媒体技术、数字媒体艺术、网络与新媒体、网络工程技术等专业。

4.2 参照新版职业教育专业目录

中等职业学校:计算机平面设计、工艺美术、界面设计与制作、数字影像技术、艺术设计与制作、软件与信息服务等专业。

高等职业学校:工业设计、影视动画、计算机应用技术、软件技术、移动应用开发、数字媒体技术、艺术设计、视觉传达设计、广告艺术设计、游戏艺术设计等专业。

高等职业教育本科学校:数字印刷工程、数字媒体技术、虚拟现实技术、工艺美术、视觉传达设计、数字媒体艺术、产品设计、美术、展示艺术设计、数字影像设计、时尚品设计、文物修复与保护、数字动画。

应用型本科学校:视觉传达设计、环境艺术设计、美术、工业设计、数字动画、数字媒体技术、数字媒体艺术、网络与新媒体、网络工程技术等专业。

5 面向职业岗位(群)

【文创产品数字化设计】(初级):主要面向 IT 互联网企业、互联网转型的传统型企业事业单位、政府部门等的信息化数字化部门,从事移动端 APP 界面设计、图文制作、平面设计等工作的设计师。

【文创产品数字化设计】(中级):主要面向 IT 互联网企业、互联网转型的传统型企业事业单位、图文制作、平面设计、政府部门,从事数字化产品的设计师,完成三维建模 C4D 设计。

【文创产品数字化设计】(高级):主要面向 IT 互联网企业、互联网转型的传统型企业事业单位、政府部门,可从事各种类型数字化产品的移动端界面设计、体验设计、品牌设计和运营设计的设计师。

6 职业技能要求

6.1 职业技能等级划分

文创产品数字化设计职业技能等级分为三个等级：初级、中级、高级，三个级别依次递进，高级别涵盖低级别职业技能要求。

【文创产品数字化设计】（初级）：主要面向 IT 互联网企业、互联网转型的传统型企事业单位、政府部门等的信息化数字化部门，熟悉平面构成原理、色彩搭配理论、版式设计理论等设计基础，能够使用 photoshop 软件及 illustrator 软件进行平面设计，从事移动端 APP 界面设计、平面设计等工作的设计师，了解设计基础，掌握平面设计软件，具备图文处理能力，熟悉普通的印刷知识与印前技术和流程、了解 UI 设计规范及基础软件的使用。

【文创产品数字化设计】（中级）：主要面向虚拟仿真、在线教育、数字媒体、影视、游戏、平面设计、动漫、艺术设计、工艺美术等数字创意产业中的三维设计制作等岗位，具备数字绘画的专业知识、图像处理及图像绘制能力，掌握二维设计的设计规范、软件使用及设计能力，能够对三维模型进行贴图、材质、光照的制作，从事移动端 APP 界面设计、平面设计、印刷工艺知识、电商相关制图规范、基础三维设计制作、基础材质、基础打光模式、贴图制作，把控项目，模型质量检测等工作。

【文创产品数字化设计】（高级）：主要面向 IT 互联网企业、互联网转型的传统型企事业单位、政府部门，从事数字化产品的设计师，掌握交互产品设计中需求挖掘分析、信息架构梳理分析、交互框架设计、高保真原型设计的能力，能够针对用户体验进行项目背景调查、目标人群调研、产品体验设计，熟悉品牌设计中的品牌策略、logo 设计、字体设计等技能，能够独立完成移动端界面设计，优化视觉，对接技术产品推动产品上线. 可从事各种类型产品的体验设计、品牌设计和运营设计。能够提升解决多种类型产品以及 UI 界面出现问题的相关能力，提升用户体验。

6.2 职业技能等级要求描述

表 1 文创产品数字化设计职业技能等级要求（初级）

工作领域	工作任务	职业技能要求
1. 设计基础	1.1 平面构成原理	1.1.1 能认识平面构成，并熟练使用点线面，理解平面构成在设计中的运用。 1.1.2 能掌握平面构成的基本形式与方法。 1.1.3 能理解图与底的作用，并熟练使用分割与群化，理解空间的价值。
	1.2 色彩搭配理论	1.2.1 能理解光与色彩、色系与色立体以及色彩混合，掌握色彩构成的基本原理和一般规律。 1.2.2 能理解色彩构成基础，掌握明度对比与色相对比的规律。 1.2.3 能运用色彩语言表达设计思想，掌握对色彩的采集、重构与情感表现能力。

	1.3 版式设计理论	<p>1.3.1 能理解版式设计原理,掌握版式设计构图元素、法则。</p> <p>1.3.2 能掌握图片的编排,让版面整洁清晰,营造版面稳定感,使版面简洁统一。</p> <p>1.3.3 能掌握文字的组合编排,让信息更加直观,使阅读更高效。</p>
2. 平面设计	2.1 Photoshop 基础使用	<p>2.1.1 能理解并掌握 PS 图片存储规则及位置调整方式。</p> <p>2.1.2 能理解并掌握 PS 调整图片,去除杂物,修复图片。</p> <p>2.1.3 能理解并掌握抠图方法进行精细抠图。</p> <p>2.1.4 能运用 PS 的画笔功能,绘制线和块面。</p> <p>2.1.5 能运用 PS 图层功能、调整图层关系。</p> <p>2.1.6 能运用 PS 钢笔工具绘制图标与简单插画。</p> <p>2.1.7 能运用 PS 文字工具完成点文本、段落文本、路径文字的书写与排版。</p> <p>2.1.8 能运用 PS 的曲线、色阶、色相饱和度、色彩平衡等功能进行图像调色,给偏色图片校色。</p>
	2.2 Illustrator 基础使用	<p>2.2.1 能运用 Ai 进行文件处理和制作简单颜色调整。</p> <p>2.2.2 能运用 Ai 形状工具、变换工具调整图层尺寸和形状,制作简单扁平化插画。</p> <p>2.2.3 能运用 Ai 直线工具、钢笔工具、画笔工具、平滑工具制作简单 Ui icon 图标。</p> <p>2.2.4 能运用 Ai 魔棒工具、文字工具、路径查找器工具绘制插画。</p> <p>2.2.5 能运用 Ai 混合工具制作简单海报。</p> <p>2.2.6 能运用 Ai3D 工具制作 2.5D 插画。</p> <p>2.2.7 能使用 Ai 形状生成工具。</p>
3. UI 设计	3.1 基础设计规范	<p>3.1.1 能掌握 UI 面板切图规范。</p> <p>3.1.2 能掌握 UI 九宫格输出规范。</p> <p>3.1.3 能掌握图标绘制视角规范。</p> <p>3.1.4 能掌握图标圆角输出规范。</p> <p>3.1.5 能掌握面板圆角输出规范。</p>
	3.2 基础软件使用	<p>3.2.1 能使用 UI 设计软件的字体编辑功能。</p> <p>3.2.2 能使用图层样式编辑工具的使用。</p> <p>3.2.3 能使用渐变类工具的操作与使用。</p> <p>3.2.4 能使用图层样式混合属性效果的表现技巧。</p>

表2 文创产品数字化设计职业技能等级要求（中级）

工作领域	工作任务	职业技能要求
1. 数字绘画	1.1 基础技能测试	1.1.1 能够理解工作任务的设计要求，有理解、有目标地进行设计方案的表现。 1.1.2 能够理解设计元素之间的建构与历史关联，掌握设计流程与规范。 1.1.3 理解并掌握色彩构成及光色关系原理。 1.1.4 理解并掌握物体的运动规律。 1.1.5 理解并掌握多角度透视原理与法则。 1.1.6 理解并掌握复杂的光影特效的表现原理。
	1.2 图像处理	1.2.1 能够使用图像处理软件编辑画笔工具，创建特殊功能笔刷样式。 1.2.2 理解并掌握图层样式混合属性效果。 1.2.3 能够熟练使用图像处理软件的滤镜工具进行图像处理。 1.2.4 能够熟练掌握图像处理软件的绘制工具与技巧，进行数字绘画。
	1.3 图像绘制	1.3.1 掌握使用数位板和图像处理软件对简单的环境颜色绘制的表现技法。 1.3.2 能够根据策划文案，设计完成多种设计剪影草图。 1.3.3 熟练使用图形图像软件画笔手绘卡通、写实风格等模型贴图。 1.3.4 能够绘制角色的皮肤和服装贴图。
2. 二维设计	2.1 设计规范运用	2.1.1 理解并掌握 UI 面板切图规范。 2.1.2 理解并掌握 UI 九宫格输出规范。 2.1.3 理解并掌握图标绘制视角规范。 2.1.4 理解并掌握图标圆角输出规范。 2.1.5 理解并掌握面板圆角输出规范。 2.1.6 理解并掌握平面版式设计规范。
	2.2 软件使用	2.2.1 理解并掌握 UI 设计软件的字体编辑功能。 2.2.2 熟练掌握图层样式编辑工具的使用。 2.2.3 熟练掌握渐变类工具的操作与使用。 2.2.4 掌握图层样式混合属性效果的表现技巧。 2.2.5 理解并掌握 UI 设计软件的批量处理功能。
	2.3 内容设计	2.3.1 能按要求完成 UI 字体设计，包含面板文字和彩色标题字体的设计。 2.3.2 能够设计并完成简单的图标制作。 2.3.3 能够设计并完成中等难度图标的制

		作。 2.3.4 能完成复杂花面板纹的设计与制作
3. 三维设计	3.1 UV 展开	3.1.1 能够使用 UV 展开工具完成贴图投影。 3.1.2 能够使用三维软件中的物体贴图坐标地图命令平铺贴图，公平分配贴图比例。 3.1.3 能够将 UV 坐标导出至纹理工具或绘图软件中。
	3.2 材质贴图	3.2.1 能够掌握颜色贴图的方法，表现物体的材质的基本纹理与效果，要求贴图源文件内置分辨率和导出分辨率符合项目要求。 3.2.2 能够掌握高光贴图的方法，表现金属、塑料，或油性与潮湿表面的效果。 3.2.3 能够掌握透明贴图的方法，利用贴图通道，生成草、头发、树枝等复杂物体。 3.2.4 能够从恰当的软件里导出 Normal maps，生成高分辨率细节化图形。 3.2.5 掌握贴图方法，强化阴影效果。
	3.3 效果渲染	3.3.1 能够渲染静帧，制作多角度效果图，包括局部的渲染。 3.3.2 能够至少使用三个自定义光源渲染。 3.3.3 能够设置轮廓光。 3.4.3 掌握多材质、多纹理渲染效果的控制与审美搭配方法。

表 3 文创产品数字化设计职业技能等级要求（高级）

工作领域	工作任务	职业技能要求
1. 交互设计	1.1 需求挖掘分析	1.1.1 能基于商业需求文档及用户描述文档，与产品经理和用户研究部门沟通，充分理解用户画像和用户场景，明确产品针对的用户。 1.1.2 能基于产品需求文档，与产品经理沟通，充分理解产品需求。 1.1.3 能基于竞品分析，有效地过滤和提取信息，掌握常规数据分析技能，获取对产品有用的竞品数据。 1.1.4 能在需求评审会议上有效地与与会人员沟通，详细了解业务逻辑和产品功能，解决疑问，明确交互设计方向。 1.1.5 能撰写需求评审会议纪要，并给参会

		人员转发纪要电子文档。
	1.2 信息架构梳理分析	<p>1.2.1 能了解信息架构的概念，掌握常用的信息架构软件，了解常用的信息架构表现方式。</p> <p>1.2.2 能理解信息架构常见的层级结构、矩阵结构、自然结构、线性结构的结构类型的定义及各种结构类型和应用需求的对应关系。</p> <p>1.2.3 能理解流程图常用符号、基本单位节点、常用顺序结构、选择结构、循环结构的含义。</p> <p>1.2.4 能理解竞品信息架构图、用户信息架构图（用户心智模型）和产品信息架构图，并确认产品信息的逻辑分组和组间关系。</p> <p>1.2.5 能分析并模拟竞品的信息架构，按照信息架构图制作规范，使用思维导图工具绘制产品信息架构图，撰写信息架构文档。</p>
	1.3 交互框架设计	<p>1.3.1 能根据信息架构文档，确认交互设计框架的组成部分及其应用。</p> <p>1.3.2 能分析并模拟竞品任务流程，正确使用流程图的基本构成元素，按照流程图制作规范，使用流程图工具绘制产品任务流程图。</p> <p>1.3.3 能根据任务流程文档，理解通用和异常场景，确认用户操作流程。能根据页面流程文档，理解页面元素及页面间的逻辑跳转关系，确认页面之间的跳转关系和跳转操作方法。</p> <p>1.3.4 确定产品的信息架构和交互框架。制作产品交互设计稿及交互说明文档设计。</p> <p>1.3.5 能结合使用场景，制定可落地的移动端交互设计规范。</p>
	1.4 原型设计	<p>1.4.1 能使用纸笔或白板，以手绘的形式快速构建交互方案，表达设计思路。包括使用马克笔或钢笔等工具勾画页面，进行页面结构布局、内容分区，使用占位符代替 UI 元素。</p> <p>1.4.2 能通过常用的线框图工具软件，创建页面和子页面，进行页面结构布局、内容分区，使用占位符代替 UI 元素、绘制页面元素细节。</p> <p>1.4.3 能使用原型制作工具软件，按照产品交互设计规范，通过常用元件及交互效果的设置，制作动态交互原型，表现页面结构、布局、内容的同时，表现弹窗、窗口状态切换、滚动、点击等动态交互效果。并能正确</p>

		<p>设置原型的输出选项。</p> <p>1.4.4 能与视觉部门配合，使用原型设计软件，在动态交互的基础上，表现视觉效果，制作高保真交互原型。</p>
2. 体验设计	2.1 用户研究	<p>2.1.1 能协同用户研究部门使用观察法及访谈法（结构化、非结构化/半结构化；一对一、焦点小组；直接/间接）开展用户研究。</p> <p>2.1.2 能协同用户研究部门使用描述性分析方法、数据分析软件等对用户研究定量与定性数据进行分析、汇总。</p> <p>2.1.3 能协同用户研究部门使用情节、故事板、用例、层次化任务分析等方法进行任务描述。</p> <p>2.1.4 能协同用户研究部门建立和描述用户画像。包括用户属性，用户背景、特征、性格标签、行为场景、消费能力、使用场景等，进行差异化分析。建立包括功能性需求、非功能性需求等在内的用户需求模板。</p> <p>2.1.5 能够深入理解用户画像。并能调研目标用户需求，挖掘用户痛点，能根据可用性调查深入理解用户的使用情况，并独立完成用户满意度分析报告。</p>
	2.2 竞品分析	<p>2.2.1 能明确面向产品的设计、优化目标的竞品分析目的，并依据目的确定产品层面（产品定位、视觉、交互功能）/运营层面（运营及商业化、版本迭代）的竞品分析维度。</p> <p>2.2.2 能根据竞品分析目的，通过应用市场、专业网站、行业调查报告、搜索引擎、访谈产品的潜在目标用户、重要干系人的需求分析、提炼关键词等方式正确的选择竞品，包括直接竞品、间接竞品、异业竞品等。</p> <p>2.2.3 能根据竞品分析的目的，通过应用市场、咨询公司相关报告、用户访谈、微波等方式获得用户意见，通过数据咨询机构相关报告等获得竞品用户和产品数据。</p> <p>2.2.4 能根据竞品分析的目的，通过使用SWOT、卡诺模型、5W2H分析等方法分析竞品数据，撰写竞品分析报告。</p>
	2.3 业务需求分析	<p>2.3.1 能根据产品需求文档，在理解业务流程的基础上，分析业务目标和业务目的。</p> <p>2.3.2 能够使用设计方法，将业务目标映射为用户行为并指定用户行为的衡量指标，建立业务目标与交互设计的关联。</p> <p>2.3.3 能根据业务目标与交互设计的关联，</p>

		<p>甄别业务目标与业务目的的合理性和准确性。</p> <p>2.3.4 能根据业务目标，确定产品的产品层面（产品定位、视觉及交互功能）、运营层面（运营及商业化）的需求。</p>
	2.4 产品体验设计	<p>2.4.1 能够参与到设计项目的定位及前期规划，对产品战略目标有判断能力，并能制定有效的设计策略。</p> <p>2.4.2 能通过可用性测试获得产品可用性问题，测试前做好准备工作，确定可用性测试的问题焦点，设计测试任务的列表，招募被试，对被试进行测试前的访谈及说明。</p> <p>2.4.3 能利用事后访谈，获取测试过程中被试未能发声的问题、遇到的困难细节、其他疑问以及对产品的建议。</p> <p>2.4.4 能从易学性、效率、可记忆性、错误率和满意度五个维度做产品可用性问题统计和程度分级，定位产品问题及产生原因，进而优化产品。</p> <p>2.4.5 能协同开发、测试部门完成页面数据分析，包含点击率、转化率、跳出率分析根据数据分析，找出问题关键并提出可行解决方案，从用户角度出发，完善交互逻辑、优化视觉表现、设计高保真产品原型。</p>
3. 品牌设计	3.1 品牌调研与分析	<p>3.1.1 能够制定简单的品牌调研提纲，通过二手资料等调查方法对行业、消费、竞争对手及企业的相关资料进行收集。</p> <p>3.1.2 能基于品牌调研方法，合理设计品牌调研问卷和访谈提纲，根据调研方案有效实施调研，根据调研方案合理地控制调研进度和质量。</p> <p>3.1.3 能够收集整理品牌调研资料和品牌调研信息，基于简单的品牌分析方法对行业、消费者、竞争对手及企业资深进行基本分析。</p> <p>3.1.4 能够协助撰写完整的品牌调研分析报告，有效地展示汇报品牌调研结果。</p>

	<p>3.2 品牌定位与设计</p>	<p>3.2.1 能够提出品牌定位的目标与思路，合理进行目标顾客定位，通过运用品牌定位方法进行市场竞争定位。</p> <p>3.2.2 能够通过简要数据分析方法，明确产品品牌优势来源，能详细制定品牌定位策略，能够明确产品品牌功能价值定位。</p> <p>3.2.3 能够提出详细的品牌设计原则与思路，把握品牌设计的要点，拟定与设计人员的沟通要点。</p> <p>3.2.4 能够提出产品品牌要素，进行产品品牌要素选择，详细设计和创建品牌要素，指定品牌要素构建方案。</p>
	<p>3.3 品牌策划方案</p>	<p>3.3.1 能够基于品牌要素构建方案，提出并参与确定品牌策划的方向、框架思路和创意构想，能够提出基本的品牌策划工作内容及策划任务。</p> <p>3.3.2 能够根据品牌定位完善品牌策略，并建立品牌情绪板，确定品牌基调。</p> <p>3.3.3 能够基于品牌策划内容及任务，搭建合理的品牌策划文案框架。</p> <p>3.2.4 能够组织或独立完成各类品牌策划方案的具体撰写。</p> <p>3.2.5 能够基于设计表达，对策划方案进行优化提升与排版美化。</p>
	<p>3.4 VI 设计</p>	<p>3.4.1 能够基于品牌定位和品牌策划方案，解读品牌所需 logo 特点，用草图和思维导图的形式构思 Logo 的创意。</p> <p>3.4.2 能基于 Photoshop 和 Illustrator 等软件对 Logo 进行细化和创作，独立完成 Logo 线稿的设计。</p> <p>3.4.3 能基于标志设计的标准色彩，制作 Logo 的配色方案，确定 Logo 颜色，制作完整的 Logo 设计方案，确定品牌色以及品牌调性。</p> <p>3.4.4 能基于设计字体设计理论及对书法的深入理解，为产品设计符合产品品牌调性的品牌字体，并考虑到界面以及运营场景的运用。</p> <p>3.4.5 能输出 VI 体系规范，完成各类周边产物设计，并输出品牌元素应用规范。构建品牌视觉识别系统。</p>
<p>4. 运营设计</p>	<p>4.1 品牌传播推广</p>	<p>4.1.1 能够对品牌传播目标客户群体进行分析，定位推广用户。</p> <p>4.1.2 能够提出品牌传播方案的主题创意，协助指定品牌传播整合营销方案。</p>

		<p>4.1.3 能够基于品牌定位和营销目标，协助完成品牌传播方案设计。</p> <p>4.1.4 能根据实际情况，对品牌传播目标进行修改。</p>
	4.2 Banner 设计	<p>4.2.1 能够根据品牌推广方案，设计 Banner 文字，主副标题层次分明，字体设计饱满、集中，能够使用户直观，快速理解设计者意图。</p> <p>4.2.2 能基于 Banner 设计原则，设计 Banner 图片，给用户良好的视觉体验，使用户快速理解设计者意图。</p> <p>4.2.3 能基于保证图片精度的情况下，使用软件修改图片大小，尽量使其压缩在最小，以提高网页加载速度。</p> <p>4.2.4 掌握多种运营 Banner 设计风格，设计的结果与产品定位高度匹配，有效提升产品影响力。</p>
	4.3 专题活动设计	<p>4.3.1 能基于各类品牌定位和产品定位，分析各种专题活动后面的实际意义，评估其专题活动的使用效果。</p> <p>4.3.2 能根据品牌定位和营销目标，制定专题活动策划方案，推广品牌传播。</p> <p>4.3.3 能基于设计软件，产出专题活动策划方案的设计部分。</p> <p>4.3.4 能基于对各种专题活动的实际意义的分析，对不同实际意义的不同表现发展有充分的了解，并对产品的设计提出方向性的建议。</p>

参考文献

- [1] GB/T 191-2008 包装储运图示标志
- [2] 教育部关于印发《职业教育专业目录(2021年)》的通知(教职成〔2021〕2号)
- [3] 《教育部关于公布2019年度普通高等学校本科专业备案和审批结果的通知》(教高函〔2020〕2号)
- [4] 《教育部关于公布2020年度普通高等学校本科专业备案和审批结果的通知》(教高函〔2021〕1号)
- [5] 本科专业类教学质量国家标准
- [6] 国家职业技能标准编制技术规程(2018年版)
- [7] 中华人民共和国职业分类大典
- [8] 战略性新兴产业分类(2018)
- [9] GB/T 4754-2017 国民经济行业分类
- [10] GB/T 1.1-2020 标准化工作导则
- [11] GB/T 36947-2018 面向老年人的家用电器用户界面设计规范
- [12] GB/T 30265-2013 信息技术 学习、教育和培训 学习设计信息模型
- [13] GB/T 36447-2018 多媒体教学环境设计要求
- [14] GB/T 29799-2013 网页内容可访问性指南