

# 【设计在线】服装设计学院网上教学名师汇（十）

## ——《服装品牌策划》课程教师彭庆慧

新要求，新挑战。

同标准，同时效。

面对疫情，我们接受挑战。只为了能够和同学们相约云课堂，一起畅游知识的海洋。热爱学习，无畏前行。即使相隔千里，我们依旧站在一起。

本期设计在线话教学——网上教学名师汇的受访者，产品设计教研室主讲教师彭庆慧。



2020年，疫情当下，响应“停课不停教”的号召，作为《服装品牌策划》课程负责人，彭庆慧老师和团队教师在寒假提前开始研究网上课程建设，共同探讨如何将网络课程的教学效果达到最好。



超星平台上建设好的《服装品牌策划》课程网课学习平台

(1) 网课平台的建设，帮助学生适应了解新课程。

课程章节	
<b>1</b> 课程大纲与进度 1.1 课程大纲 1.2 课程进度 1.3 结课作业《品牌策划书》要求	<b>3</b> 服装品牌风格分析 3.1 国内外市场服装品牌分析
<b>2</b> 概述 2.1 品牌策划的概念 2.2 品牌的价值表现和内涵 2.3 品牌策划的内容和流程	<b>4</b> 品牌的命名与目标市场设定 4.1 品牌命名 4.2 品牌文化与品牌故事的设定 4.3 目标市场的设定
<b>3</b> 服装品牌风格分析 3.1 国内外市场服装品牌分析	<b>5</b> 服装服装市场调研 5.1 如何进行市场调研 5.2 市场调研的分析与表述形式
	<b>6</b> 品牌定位 6.1 品牌定位的内容 6.2 品牌定位的表述
	<b>7</b> 流行趋势分析与主题设定 7.1 流行色与流行的原料分析 7.2 流行的单品分析与表达 7.3 流行的纹样与配饰 7.4 总体设计的设定与表达(上) 7.5 总体设计的设定与表达(下) 7.6 系列主题的设置
	<b>8</b> 服装品牌波段划分 8.1 主题波段划分 8.2 主题色在系列中的应用 8.3 产品结构的设计
	<b>9</b> 服装产品开发 9.1 产品开发的流程 9.2 产品开发的设定

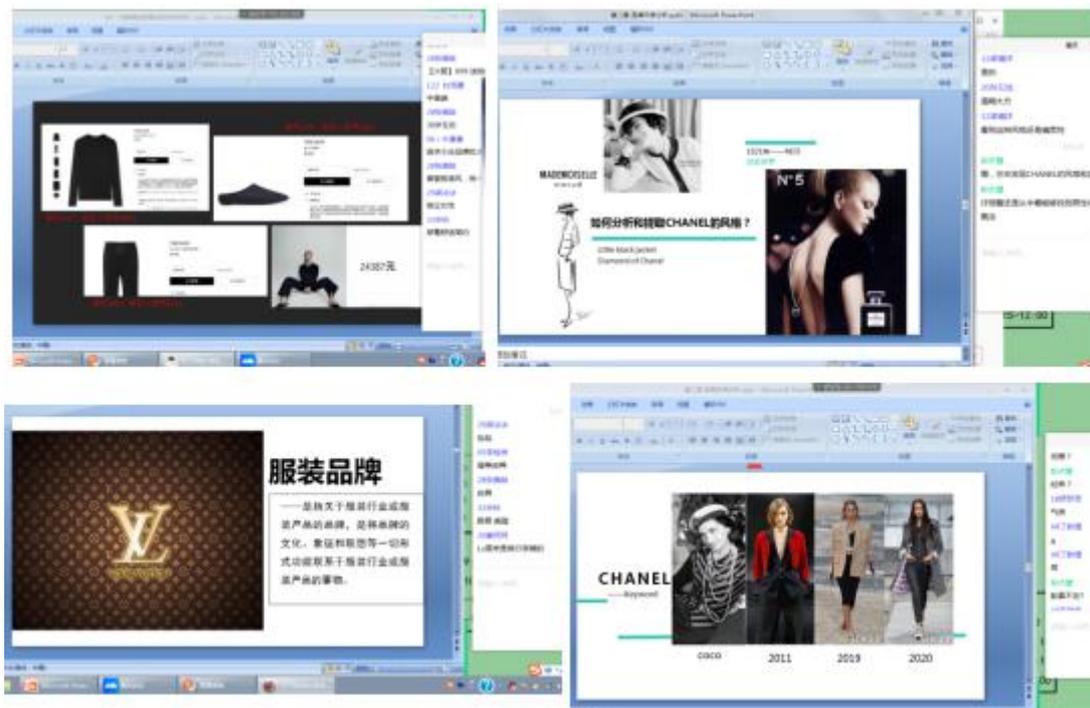
在设计网络课程平台时，为了让学生尽快对一门新课程有一个全面了解，课程组将课程的大纲、学习进度、结课形式以及结课要求都列入了目录。关于章节知识点的设计，本着将网络课程平台和在线直播学习良好的结合在一起，从而强化课程的教学效果的目的，课程组将每个章节中仅依靠直播无法透彻理解的知识点挑选出来建设网络课程目录。学生在直播线上学习后，利用课后的时间可以上课程平台去自主学习较为困难的知识点。

(2) 网络直播讲课，制作新课件适应新模式。



考虑到网络直播授课没有课堂面对面讲课那么直接，彭老师重新设计了讲课的PPT，将知识点细化。

(3) 在线直播，时刻感受学生的学习状态。



在线直播会随时抽查提问，一方面检查学生是否在线认真学习，另一方面看看同学们对于正在讲解的知识点是否理解。

(4) 强化学习效果，设计线上作业新模式。



充分利用网课平台的便利性，设计了不同形式的课后作业要去学生自主完成，加强学生在线学习课程的效果。

网络教学已经顺利的进行了一周，彭庆慧老师有话说：疫情就像一道分水岭。在家学习，自律的人不断前行，偷懒的人不进则退。让我们适应环境，警醒自我。面对新挑战，发现新自我！努力吧，同学们！