**高培基地项目服装设计与制作专业国际课程技术标准转化服务采购报价清单**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 采购项目 | 服务需求 | 单位 | 数量 | 单价（元） | 总价（元） |
| 1 | 《高级时装版型设计—趋势设计与应用》《新媒体时代的服装色彩营销》教学大纲 | 1.内容与课程名相符  2.章节清晰、课时分配合理  3.重难点突出并有化解方法  4.每门课程的课时数均不少于50课时。 | 份 | 2 |  |  |
| 2 | 课程一、《高级时装版型设计—趋势设计与应用》教学PPT | 服装流行趋势的概念和产生（包含2个课时，不少于30页的课程教学ppt，包含服装流行趋势的概念、服装流行趋势的产生等主要内容）。 | 套 | 1 |  |  |
| 服装流行趋势的影响因素、特征与传播方式（包含8个课时，不少于80页的教学ppt，包含服装流行趋势的影响因素、流行趋势的特征与传播理论以及流行趋势下版型的演变等主要内容）。 |
| 当代流行趋势的现状与对版型的影响（包含14个课时，不少于120页教学ppt，包含消费市场的变化、国际流行趋势多元化、中国流行市场的版型演变等主要内容）。 |
| 趋势方法论（包含17个课时，不少于150页教学ppt，包含色彩的趋势预测、面料的趋势预测、版型/款式的趋势预测等主要内容）。 |
| 版型流行的实践应用（包含12个课时，不少于100页的教学ppt，包含经典版型的重塑、流行趋势在版型设计中的应用等主要主要内容）。 |
| 3 | 课程二、《新媒体时代的服装色彩营销》教学PPT | 新媒体时代的时尚趋势洞察（包含4课时，不少于60页的教学ppt，包含社交媒体化、用户数据化、互联网模式分析等主要内容）。 | 套 | 1 |  |  |
| 消费者行为概述（包含4课时，不少于80页的教学ppt课件，包含消费者情绪、消费者画像、消费者预测等主要内容）。 |
| 色彩与消费者的关系（包含13课时，不少于100页的教学ppt课件，本章节包含不同色彩的情绪影响、色彩的数据化等内容）。 |
| 色彩营销的研究和分析（包含10课时，不少于80页教学ppt课件，包含不同领域的色彩营销、本土文化的色彩魅力等内容）。 |
| 服装色彩风格定位与九色域（包含11课时，不少于60页的教学ppt课件，包含洛可可艺术以及波普艺术的色彩应用分析等内容）。 |
| 色彩营销的实践应用（包含12个课时，不少于120页的教学ppt课件，包含色彩分析的方法以及色彩营销的有效因素等内容）。 |
| 4 | 教材一、《高级时装版型设计—趋势设计与应用》编写 | 编辑《高级时装版型设计—趋势设计与应用》教材，一共5个章节15个单元，不少于200页，包括：服装流行趋势的概念、服装流行趋势的产生、服装流行趋势的影响因素、流行趋势的特征与传播理论、流行趋势的演变及版型的演变、国际流行趋势的状态、中国流行趋势的状态、常见的流行风格、流行趋势对版型的影响、服装流行趋势的概念及目的、服装流行趋势的预测方法论读懂趋势、服装流行趋势的预测方法论创造趋势、大数据下的服装流行趋势研究、经典版型重塑、流行趋势在版型设计中的应用等内容。 | 本 | 1 |  |  |
| 课程设计理念符合以下内容：教材内容当中设计课程导读、难点讲解、思考题、拓展题，注重理论与实践结合的一门课程，课程从服装流行趋势入手，结合创意企划、设计、材料到工艺的服装设计开发流程，通过美学艺术和制作工艺的结合，使学生理解服装设计工艺与前瞻市场趋势的紧密联系，掌握基础服装设计与流行趋势研究应用技能，最终提高学生服装款式设计同结构设计的综合能力。 |
| 课程目标要求课程从学生知识、能力、素养几个方面的目标进行培养：提高学生的市场调研能力、对趋势特性的解读以及服装设计工艺的审美融合能力；达到从创意设计到工艺转换能力的全面素质培养；培养学生的审美眼光及美学修养。 |
| 其他要求：  （1）每个章节的图片、表格要清晰，比例适当。  （2）字体：一级标题采用“二号、黑体、加粗；二级标题采用“四号、楷体、加粗”；三级标题采用“小四、宋体、加粗”；四级标题采用小四、宋体、加粗、1.5倍行距；正文采用“小四、宋体、1.5倍行距、首行缩进2字”。  （3）图片采用“嵌入型”，图号采用三级层次。例如，图1-1-1表示学习任务1的学习活动1的第一幅图。所有图片要有原图按任务单独存放。  （4）表格要有名称，表号采用三级层次。例如，表1-1-1表示学习任务1的学习活动1的第一个表。 |
| 5 | 教材二、《新媒体时代的服装色彩营销》编写 | 编辑《新媒体时代的服装色彩营销》，共六个章节18个单元，不少于200页，包括：新媒体时代特性、未来时尚产业趋势概述、中国时尚消费趋势分析、消费者情绪、消费者画像、消费者预测、拥抱Z世代、色彩数据化、色彩的对比与和谐、色彩对消费者的生理性影响、色彩对消费者的心理性影响、不同领域的色彩营销分析、本土文化的色彩魅力、流行色的驱动力、色彩的风格调性、COLORO九色域、色彩分析的方法、色彩营销的有效因素等内容。 | 本 | 1 |  |  |
| 课程设计理念符合：以实用技能培养为原则设计知识构架，通过难点讲解、思考与练习题的训练，使学生能够循序渐进掌握人物画像的研究分析方法，课程注重理论与实践结合，从数字化色彩分析方法到产品营销的科学逻辑，深入浅出培养技能人才的实用课程。 |
| 课程目标应达到：应用科学的色彩体系建立产品销售和消费者喜好颜色的数据分析逻辑，将人物画像的系统分析方法应用在职业教育当中，深度剖析消费者与产品的关联，打造一门新颖且实战性的专业课程，使学生能够快速掌握产品设计及销售的融合技巧。 |
| 其他要求：  （1）每个章节的图片、表格要清晰，比例适当。  （2）字体：一级标题采用“二号、黑体、加粗；二级标题采用“四号、楷体、加粗”；三级标题采用“小四、宋体、加粗”；四级标题采用小四、宋体、加粗、1.5倍行距；正文采用“小四、宋体、1.5倍行距、首行缩进2字”。  （3）图片采用“嵌入型”，图号采用三级层次。例如，图1-1-1表示学习任务1的学习活动1的第一幅图。所有图片要有原图按任务单独存放。  （4）表格要有名称，表号采用三级层次。例如，表1-1-1表示学习任务1的学习活动1的第一个表。 |
| 6 | 《高级时装版型设计—趋势设计与应用》试题库开发 | 第二章节“服装流行趋势的影响因素、特征与传播方式”设置试题1套：趋势练习试题——影响趋势传播分析的训练，通过试题训练，掌握流行趋势的特征和传播理论。 | 套 | 10 |  |  |
| 第三章节“当代流行趋势的现状与对版型的影响”设置试题2套：趋势练习试题——影响趋势时间/人物收集分析的训练习题1套；影响趋势文化收集分析的训练题1个，通过试题训练，掌握国际流行趋势的多元化以及一致性的特征。 |
| 第四章节“趋势研究方法论”设置试题5套：其中色位趋势收集分析的训练题1套，面料趋势收集分析的训练题1套，版型趋势收集分析的训练题1套，细节/图案趋势收集分析的训练1套，趋势整理输出的训练1套，通过对色彩趋势、面料趋势、版型趋势、细节/图案趋势的训练，熟练掌握趋势研究的系统方法，从而能够提取趋势和创造趋势。 |
| 第五章节“版型流行的实践应用”设置试题1套：趋势整理的应用训练1套，通过试题的训练，掌握流行趋势在版型设计中的实践应用。 |
| 7 | 新媒体时代的服装色彩营销试题库 | 第一章节“新媒体时代的时尚趋势洞察”应该一个不少于3分钟的视频内容——趋势热点，诠释新媒体时代的特征含测试题。 | 套 | 10 |  |  |
| 第二章节“消费者行为描述”设置试题练习2套，其中消费者画像辨识题型1套，训练对消费者群体特征的识别，掌握消费者画像的单元知识点；消费者画像辨识题型1套，训练对Z世代群体特征的识别，掌握消费者预测单元的知识重点。 |
| 第三章节“色彩与消费者的关系”设置试题练习3套，其中色彩理论练习题1套，包含对色相、明度、彩度的认知识别，通过色相贴片练习、明度贴片练习、彩度贴片练习，使学生掌握色彩的构成要素；色彩色片张贴题型1套，包含对等色相面的认知识别（5个补色对比贴片练习、5个色彩面积对比贴片练习），通过练习掌握色彩构成基础；色彩风格理论练习题1套，包含不同色相的色彩情绪分析，熟练掌握色彩的情绪表达。 |
| 第五章节“风格定位与九色域”设置试题练习3套，其中色彩风格练习题2套，解析洛可可艺术的色彩应用和解析波谱艺术的色彩应用，通过该试题掌握色彩风格的调性知识点；COLORO九色域练习1套，了解9个不同明度和彩色色调区的色彩风格，掌握科学的色彩数据分析方法。 |
| 第六章节“营销的实践应用”设置试题2套，其中色彩工具应用练习1套，熟练掌握如何运用CCI软件进行色彩提取；色彩分析方法练习1套，实际案例分析色盘中的色相和色域组合，通过试题掌握色彩的分析方法。 |
| 8 | 课程一、《高级时装版型设计—趋势设计与应用》教学评价资料 | 教学评价资料1套，应包含：整门课程按照考核类别、考核内容、考核形式几个方面进行权重设置，其中包括态度性评价30%：能否保质保量按时完成课堂训练任务（阶段性评分）；知识性评价30%：自查作业、解决老师的提问；技能型评价40%：重点掌握服装流行趋势的概念、流行趋势演变对版型的影响、流行趋势的预测方法以及流行趋势在版型中的应用等内容。 | 套 | 1 |  |  |
| 9 | 课程二、《新媒体时代的服装色彩营销教学》评价资料 | 教学评价资料1套，应包含：整门课程按照考核类别、考核内容、考核形式几个方面进行权重设置，其中包括态度性评价30%：能否保质保量按时完成课堂训练任务（阶段性评分）；知识性评价30%：自查作业、解决老师的提问；技能型评价40%：重点掌握色彩数据分析方法、色彩对消费心理影响、色彩的风格调性、色彩分析方法以及色彩营销的有效因素等内容。 | 套 | 1 |  |  |
| 合计 | | |  | 28 |  |  |
| 备注：  1.以上国际课程技术标准转化需结合学院现有国际课程基础，对标国际时装技术标准，包括国际服装工业设计标准、国际服装工业制版和制作标准、国际面辅料使用标准、国际色彩使用体系和服装制版、制作、设计及营销等方向国际课程标准，融入国际服装设计、制版、工艺、营销等理念、体现服装技术标准国际化。  2.所有验收成果资料，中标服务商需一并提供专家评审验收通过的相关佐证资料（含专家资质材料，原则上评审专家团不少于5位专家，其中纺织服装或设计领域外籍专家和教授级专家至少各1人。）  3.至少提供1次培训示范课。  4.参数补充说明：  （1）教学课件要求美观、大方、创新、适合主题内容，能给人视觉意境，并准确体现课程章节内容和文化内涵。  （2）美化制作要求：文字颜色与背景颜色要协调，减少视觉疲劳，图形素材要高清，不能模糊不清，不可过大或过小，层次分明，简洁、美观，与教学内容相适应等。 | | | | | | |

**报价单位：**

**报价日期：**