

高级 UI 设计师

1 UI设计进阶

1 课程概述——UI设计的职业攻略

2 UIIG的设计思路

- 2.1 什么是UIIG
- 2.2 快速用户挖掘方法
- 2.3 目标导向设计
- 2.4 视觉设计的可用性
- 2.5 提升美学能力的套路

3 美学标杆的深度应用

- 3.1 BANNER设计的解构与分析
- 3.2 LOGO设计的解构与分析
- 3.3 UI设计的解构与分析

2 可用性设计——提升用户体验

1 课程概论

- 1.1 可用性的重要性
- 1.2 UI设计师与可用性

2 可用性原理

- 2.1 从“人类”说起——认知
- 2.2 界面认知与可用性
- 2.3 UI设计的可用性目标

3 提升可用性的“设计锦囊”

- 3.1 “说”清楚
- 3.2 页面信息传达
- 3.3 交互过程中的信息传达
- 3.4 学会“打比方”

4 体验设计评估

- 4.1 评估的意义
- 4.2 评估的时机
- 4.3 评估的方法

3 工具类产品视觉设计实战

1 什么是工具类产品

- 1.1 什么是工具类产品
- 1.2 工具类产品4大关键词
- 1.3 工具类产品设计特征

2 工具类产品APP端设计实战

2.1 工具类5大类型APP解析

2.2 工具类APP实战：拟物化

2.3 工具类APP实战：扁平化

3 工具类产品WEB端官网设计实战

3.1 WEB官网设计实战：石墨文档

3.2 WEB官网设计：细节和动效

4 工具类产品电脑客户端设计实战

4.1 电脑客户端介绍

4.2 MAC客户端设计实战

4 电商设计师的“自我修养”

1.课程概述

2 电商设计师的专业能力

2.1 电商设计师要做的事

2.2 初、高级设计师的能力差异

3 掌握商品摄影技巧

3.1 认识商品摄影

3.2 商品拍摄的内容

3.3 商品拍摄的落地执行

3.4 图片的后期处理

4 精通推广设计

4.1 推广设计的风格趋势

4.2 提升电商banner的设计水平

4.3 精通活动设计的技巧

5 打造优质商品详情

5.1 打造优质商品详情页的技巧

5.2 优质商品详情页设计实战

5 文艺类产品的设计探索

1 什么是文艺

2 文艺设计法则

2.1 文艺设计法则3要素

2.2 如何提升文艺气质

3 设计文艺风banner设计要点

3.1 从哪些点去梳理需求

3.2 灵感来源

3.3 文艺的排版方式

3.4 图片的重要性

4 文艺风活动设计要点

4.1 拆解需求

4.2 品牌基因延续

4.3 如何梳理层级信息

4.4 可用性和美感的平衡

5 如何设计一个文艺范的APP

5.1 如何提取品牌基因设定风格

5.2 如何着手设计

5.3 版式设计要点

5.4 可用性和美感的平衡

5.5 规范的重要性

6 商务类产品设计法则

1 什么是商务类产品

1.1 tb与tc的区别

2 商务类产品的风格特征是什么？

2.1 B类产品的风格特征【字体】

2.2 B类产品的风格特征【配色】

3.3 B类产品的风格特征【排版】

3 商务类产品WEB端的设计要点

3.1 B类产品的三种服务模式你了解吗？

3.2 B类产品WEB端设计哪些坑需要注意？

4 商务类产品的后台设计要点

4.1 什么是产品控制台？

4.2 七鱼控制台实例解析

5 商务类产品的移动端设计和活动推广要点

5.1 商务类产品的移动端设计要点

5.2 商务类产品的推广设计要点

7 项目实训

老师会给出一个新产品的交互原型，学员通过自己的理解分析结合课程所学技法、知识，确定视觉风格，完成4~5个关键页面设计，最后制作成设计规范文档。学员在实训过程中遇到问题，可以通过讨论区和QQ群等向老师咨询，并得到相应指导。