



工作领域三



**营销素材准备**

电子工业出版社有限公司  
版权所有

## 学习目标

## 知识目标

- 掌握微商城设计装修的内容、核心视觉记忆点设计及微商城首页设计要点。
- 掌握微商城产品详情页的要素。
- 掌握可用于挖掘产品卖点的 FAB 法则。
- 了解微信公众号信息发布对图文的要求。
- 掌握社交营销软文写作、活动海报设计、H5 页面设计、二维码的主要功能。

## 技能目标

- 能够结合核心视觉记忆点对微商城首页进行设计。
- 能够运用 FAB 法则设计微商城产品详情页的卖点呈现方式。
- 能够设计出符合裂变传播机制的海报。
- 能够在社交营销平台上完成设计页面的上传与发布。
- 能够根据产品卖点收集相关的图文素材。
- 能够根据产品卖点和设计思路编写产品软文。
- 能够使用二维码生成工具制作相关内容的二维码并发布。
- 能够使用 H5 页面制作平台，根据设计思路，选择符合主题的模板，进行 H5 页面制作并发布。

## 素养目标

- 遵纪守法，诚实守信。
- 恪尽职守，勇于创新。
- 钻研业务，团队协作。
- 严控质量，服务热情。

## 学习情境

通过前期的市场调研和产品确定与规划，中联超市已经结合客户需求和市场竞争情况进行了选品规划，完成了选品、产品组合、产品组合卖点挖掘、产品组合定价等工作。接下来，中联超市要将产品信息上架到电商页面，并面向社群进行线上推广。为了更好地展示产品，提升店铺吸引力，增加店铺及其产品页面的点击率，提高转化率，中联超市需要结合市场调研与分析结果，制定微商城首页设计方案，完成微商城首页装修；对产品详情页进行规划，制作产品详情页，并完成产品上架；撰写社群营销推广软文，设计营销推广

海报、H5 页面，并通过社交平台发布。

## 任务一 微商城首页设计与发布

### 一、任务背景

微商城首页即营销主页，是一个店铺的招牌门面，其设计对店铺运营来说是很重要的。用户通过微商城首页能够感受到店铺的风格，增加对店铺的好感与信任感。优秀的店铺装修可以使店内看上去更整洁、更美观，有助于吸引顾客在店内停留，吸引用户购买产品，对产品的转化有很大的帮助。

中联超市打造了自己的独立线上商城（微商城）和会员体系。随着社交电商的不断发展，中联超市加大了在社交电商领域的投入，搭建了自己的小程序平台，开通了抖音账号，利用微信小程序开设微店进行产品销售，营销团队负责定期更新微商城信息，策划和实施线上营销活动。请你为中联超市设计制作微商城首页相关图片，并在微商城首页发布。

### 二、任务准备

#### 【知识点一】微商城设计装修

用户可以通过微商城进行产品查询、选购、体验、互动、订购与支付等操作，平台提供线上与线下一体化服务。

微商城平台的店铺是展示产品的载体（见图 3-1-1）。具有视觉吸引力和内容清晰的店铺可以给用户留下深刻的印象，可以方便用户寻找所需产品，从而增加用户的购买欲望，提高店铺的销量。

#### 【知识点二】核心视觉记忆点设计

核心视觉记忆点设计主要从店铺专属 VI、标准色彩、标准字体三个方面进行。

#### 1. VI

VI（Visual Identity）即视觉识别，是指将企业理念、文化、服务内容、企业规范等抽象语义转换为具体符号的概念，从而塑造出独特的企业形象，即店铺 VI 是经过提炼、抽象与加工形成的一种视觉化的信息表达方式，



图 3-1-1 微商城首页

是具有一定含义并能够使人理解的视觉图形，有简洁、明确、一目了然的视觉传递效果。店铺 VI 不仅能规范店铺的装修，还能在很大程度上帮助消费者记忆，在其脑海中树立并强化店铺的品牌形象。

## 2. 标准色彩

在视觉传达设计和各种元素中，较直观、较容易影响用户心理的设计元素就是色彩。微商城的色彩风格定位很重要，这是做好微商城视觉营销的基础。有些商家在装修的过程中，喜欢把一些炫酷的色块堆砌在微商城中，导致整个页面色彩杂乱无章。其实，一个优秀的首页应该有自己的主色调，再搭配一些辅助色，使整个页面显得干净、美观、大方。

## 3. 标准字体

标准字体是指从字库中挑选出来的中文、英文和数字字体。在选择字体时，要考虑字体的风格是否符合店铺和产品的形象定位，字体与店铺标志组合时能否协调、统一，同时要注意字体的系统性和延展性。

### 【知识点三】微商城首页设计要点

#### 1. 微商城整体色调统一

在微商城中，色彩搭配直接影响用户对店铺的第一印象。无论是首屏海报还是整体页面，想要做到首先引人注目，进而吸引人点击，就要注意页面色调的整体性、统一性。要善于运用同类色和互补色进行搭配，以及注意页面配色的使用占比，主色调的使用占比一般是整个页面的 70%，辅助色为 25% 左右，点缀色或提亮色为 5% 左右。

#### 2. 页面结构符合用户浏览习惯

装修微商城首页时，要注意图片和文字的比例。因为移动端的分辨率差异，用户的浏览习惯与 PC 端（个人计算机）有所不同。要保证移动端店铺的浏览体验，在装修微商城店铺时，图片最长边最好不超过 640 像素，这样移动端的图片呈现效果就比较好。此外，文字要尽量精简，具有引导性，提高用户访问深度。当然，要降低跳失率也不能全靠文案实现，基本功才是关键，商家还是要做好产品和服务。

#### 3. 店招设计凸显重要信息

店招即店铺的招牌。大多数用户在浏览信息时都十分粗略，所以，商家不要妄想用户能在繁杂的网页中找到微商城的优惠信息。这时，店招就显得尤为重要。在店招中凸显重要信息，可以让用户无论跳转到微商城的哪个页面，都能看到促销信息等。

#### 4. 导航设计彰显商城个性

导航条主要对产品信息起导航作用，默认内容包括“所有产品”“首页”“店铺动态”等，商家可根据自己店铺的情况添加适合的导航按钮。

#### 5. 轮播图设计展示最新信息

轮播图多用于传递最新的产品信息，如店铺最新优惠活动、店铺理念等。相比于其他首页配件，轮播图更容易引起客户的关注，可以将用户引导至店铺的主要促销页面。

### 【知识点四】微商城首页框架

一般来说，微商城首页框架由 Logo 和店名、公告、Banner、导航、活动专区、热销推荐区、产品分类区等要素组成（见图 3-1-2）。

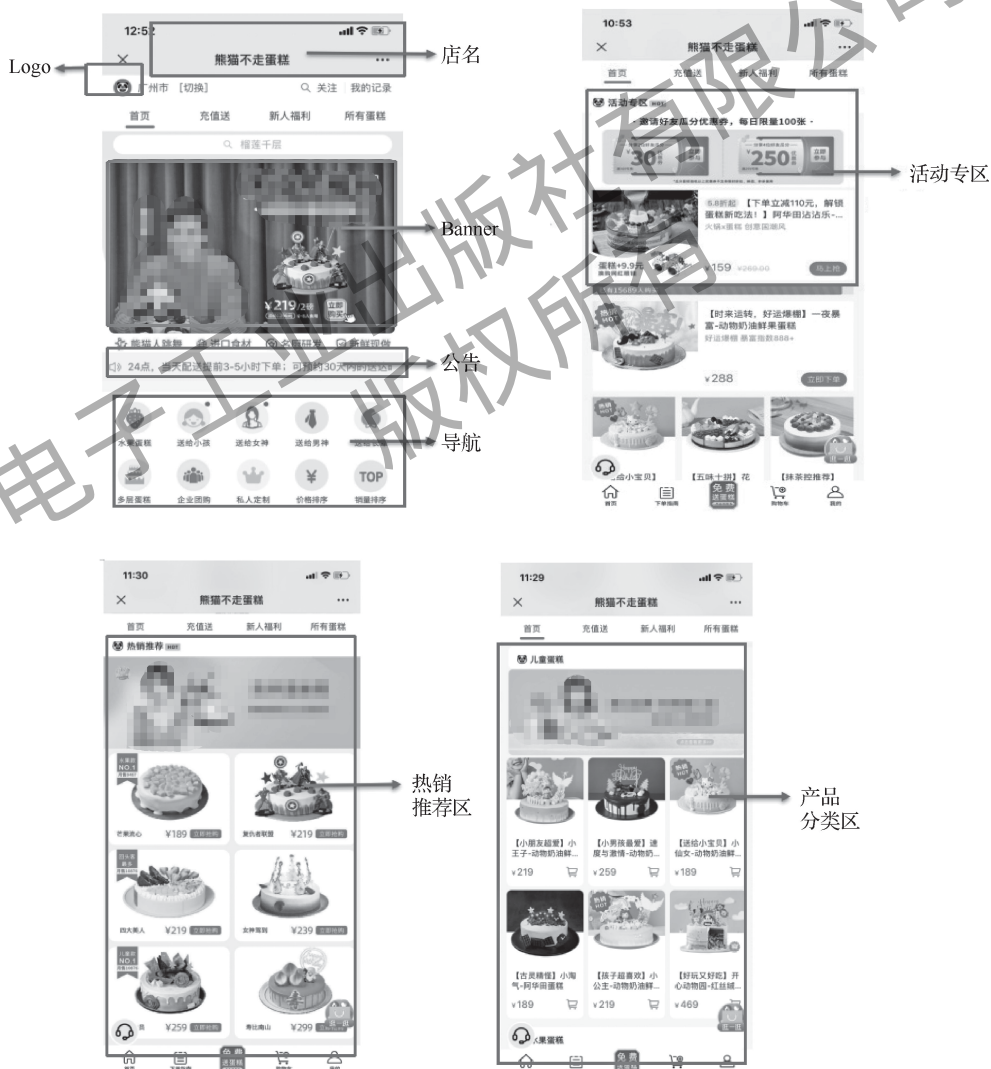


图 3-1-2 微商城首页框架

## 1. Logo 和店名

在微商城首页中，Logo 和店名是微商城的形象标志。商家可以根据自己的产品特性、目标客户人群及需要设计 Logo 和店名。

## 2. 公告

微商城的公告通常以文字说明微商城的优势、产品卖点、促销信息或服务内容。只要是能增加用户对微商城的信任度且便于用户浏览的相关信息，商家都可以展示在微商城公告中。不过，文字需简洁、清晰，让用户一看就懂，且不会消磨用户的耐心。

## 3. Banner

Banner 指的是微商城的横幅广告，是较直观的风格展现位置，对于营造氛围起着非常大的作用。

## 4. 导航

微商城的导航不仅能起到分流的作用，还具有导游功能。因此，在设计时除了利用图文混合的形式增加页面的美观度，还可以将新品、促销品等分类安排在靠前的位置。

## 5. 活动专区

微商城活动专区可以通过设计优惠券的形式展现。合理利用优惠券，不仅能提高客户的复购率和忠诚度，还能提高商城的销量，作用不可小觑。

## 6. 热销推荐区

微商城热销推荐区以展现新品和主打产品为主。

## 7. 产品分类区

产品分类要合理、清晰，能将众多的产品科学分类，并清晰地展现在微商城产品分类区。这样不仅方便用户查看，还会直接提高店铺的转化率。

## 任务操作

结合已选择的产品组合，以及目标客户人群需求、审美喜好和营销活动主题，为中联超市微商城店铺设计首页。

中联超市微商城首页设计分为四步。

第一步，分析微商城首页设计需求及设计要素。

结合店铺客户画像，分析得知中联超市的客户主要是 29 ~ 38 岁的女性白领，购物时间主要集中在晚上，属于经济型产品购买者，具有高囤货偏好、对价格敏感度较高的特点。

将微商城首页设计需求及设计要素填入表 3-1-1。

表 3-1-1 微商城首页设计需求及设计要素分析表

微商城首页设计需求	设计要素
Logo 和店名	中联超市
公告	“全民爱牙日”主题营销活动时间
Banner	中联超市“爱牙组合”
导航	水果鲜花、蔬菜豆制品、肉禽蛋、速食冷冻、粮油调味、生活用品等
活动专区	“爱牙组合”（佳洁士 3D 炫白双效牙膏 120g+LED 看牙镜内窥镜带灯防雾）
热销推荐区	—
产品分类区	—

第二步，分析促销产品核心利益点，完成表 3-1-2。

表 3-1-2 促销产品核心利益点分析表

序号	产品名称	目标客户人群需求	核心利益点	呈现设计元素
1	佳洁士 3D 炫白双效牙膏 120g	具有高囤货偏好的女性白领	美白牙齿，倾向于购买经济型产品、对价格敏感度高	组合包装经济实惠
2	LED 看牙镜内窥镜带灯防雾	白领	日常可用的专业护理产品，花更少的钱买到更多的产品	

第三步，制定微商城首页设计方案，完成表 3-1-3。

表 3-1-3 微商城首页设计内容分解表

分类	制作要点	设计思路
店铺背景	风格贴合“全民爱牙日”主题	选择白色或蓝色纯色背景
Banner	突出促销活动	可添加爱牙日形象大使照片配产品组合图，并配以产品购买链接
公告内容	活动时间	清晰给出活动起止时间
活动专区图片	—	—
热销推荐产品图	—	—

第四步，制作微商城首页。

可参考图 3-1-3 所示的微商城首页收集图片，完成微商城首页制作。



图 3-1-3 微商城首页图例

## 四、任务评价

任务序号	评价标准 (计算准确、分析全面、决策合理、创新思维、团队合作)	个人评价 (20%)	小组评价 (30%)	教师评价 (50%)
1	分析微商城首页设计需求及设计要素 (20分)			
2	分析促销产品核心利益点 (10分)			
3	制定微商城首页设计方案 (20分)			
4	制作微商城首页 (30分)			
5	创新思维与客户导向意识 (10分)			
6	团队合作 (10分)			

**评语:**

- 操作完成度:
- 知识与能力的应用情况:
- 工作流程的掌握情况:
- 知识与技能的迁移情况:
- 团队合作情况:
- 其他:

**突出之处:**

**不足之处:**

电子工业出版社有限公司  
版权所有

## 任务二 微商城产品详情页设计与发布

### 一、任务背景

在线上购物虽有方便、节省时间、价格优惠等优势，但用户如果对产品不够了解，那么就只能通过商家提供的产品图识别。要想做到用户“所见即所得”、可以买到称心的产品，就需要商家提供详细的产品介绍，从各个角度高分辨率、高还原度地展示产品图，并配以详细的文字描述，让用户有近距离体验的感受。产品详情页中的促销信息也可以吸引用户下单购买。中联超市营销团队需要定期分析相关统计数据，结合营销活动需求，设计制作微商城产品详情页，在促销活动前进行内容更新。

### 二、任务准备

#### 【知识点一】微商城产品详情页

用户在微商城首页点击产品主图后，会直接进入产品详情页。据统计，约99%的用户是在查看产品详情页后下单的，因此，产品详情页的设计好坏可以直接影响成交量与转化率。产品详情页不仅能向用户展示产品的规格、颜色、细节、材质等具体信息，还能向用户展示产品的优势。在移动端，由于展示空间有限，所以要保证产品详情页内容高度浓缩、信息清晰无误，以减少用户疑虑，这样才会让用户无所顾虑，从而快速成交。

产品详情页是对产品的使用方法、材质、尺寸、细节等方面的属性内容进行的展示。有的商家为了拉动微商城内其他产品的销售，或者提升微商城的品牌形象，还会在产品详情页中添加搭配套餐、品牌简介等信息，树立产品的形象，提升用户的购买欲望。

通常情况下，产品详情页的产品描述图的宽度是750像素，高度不限。产品详情页直接影响成交转化率。根据产品设计具体内容，图片处理合格，才能让微商城看起来比较正规、专业，对用户才更有吸引力。这就是设计产品详情页的基本要求。

在制作产品详情页时应该遵循一定的顺序，依次为微商城的活动、产品信息图、产品细节图、关联推荐、售后服务。

#### 【知识点二】用FAB法则挖掘产品卖点

卖点是指产品具备的别出心裁或与与众不同的特色、特点。简单地说，卖点就是产品打动用户的独特且核心的利益点。

挖掘产品卖点的方法很多,如FAB法则。FAB法则,即属性(Feature)、作用(Advantage)、益处(Benefit)的法则。Feature是指产品的特点和属性,即一种产品能看得到、摸得着的东西,这也是一个产品较容易让用户相信的一点。Advantage即从特性引发的用途,就是这种属性将会给用户带来的作用或优势。Benefit是指作用或优势会带给用户带来的利益,对用户的好处。商家可以运用FAB法则提供的思路进行产品描述。

## 任务操作

结合“爱牙组合”营销活动主题,为中联超市微商城设计产品详情页。

中联超市微商城产品详情页设计分为三步。

第一步,分析产品详情页要展示产品的信息(见表3-2-1)。

表 3-2-1 微商城促销活动产品信息分析表

产品名称	“爱牙组合”(佳洁士3D炫白双效牙膏120g+LED看牙镜内窥镜带灯防雾)
目标用户群体需求	具有高囤货偏好的女性白领
核心利益点	倾向于购买经济型产品、对价格敏感度高 花更少的钱买到更多的产品
设计元素	满减、超值标签
其他需要展示的内容元素	产品自身卖点、产品规格参数、产品功效、产品细节展示、售后服务、购买须知、退换说明等

第二步,确定产品详情页设计元素(见表3-2-2)。

表 3-2-2 微商城产品详情页设计元素分解表

序号	栏目/内容分类	内容信息
1	品牌介绍	—
2	焦点	引发兴趣的内容
3	场景	目标用户群体
4	产品详情	产品规格参数
5	产品卖点	组合优惠
6	同类产品对比	—
7	用户评价	—
8	购买须知	邮费、发货、退/换货

第三步，完成产品详情页制作。

微商城产品详情页可参考图 3-2-1。



图 3-2-1 微商城产品详情页图例

## 四、任务评价

任务序号	评价标准 (计算准确、分析全面、决策合理、创新思维、团队合作)	个人评价 (20%)	小组评价 (30%)	教师评价 (50%)
1	分析产品详情页要展示产品的信息 (20分)			
2	确定产品详情页设计元素 (10分)			
3	完成产品详情页制作 (50分)			
4	创新思维与客户导向意识 (10分)			
5	团队合作 (10分)			

评语:

1. 操作完成度:
2. 知识与能力的应用情况:
3. 工作流程的掌握情况:
4. 知识与技能的迁移情况:
5. 团队合作情况:
6. 其他:

突出之处:

不足之处:

电子工业出版社有限公司  
版权所有

## 任务三 微商城推广页面设计与发布

### 一、任务背景

以图文形式在网络和社交媒体上发布商家促销活动的推广方式能在较短的时间内获得关注，也能让更多的用户了解到活动的详细内容。然而，搜索引擎是不能直接识别图片的，因此需对图片进行一些细节优化。软文、海报、H5 页面是进行社群营销的主要推广方式，用户可以从中获取商家想要传达的信息，使产品与用户、活动方与参与者之间建立沟通的桥梁。中联超市营销团队负责定期通过企业微博、微信公众号、微信群宣传企业文化、产品信息，发布促销活动。请你为中联超市“全民爱牙日”主题营销活动设计软文、海报和 H5 页面。

### 二、任务准备

#### 【知识点一】微信公众号信息发布

微信公众号推文是社群营销的重要方式，封面图和主图占重要比重。好看的封面图和主图更容易引起用户的关注。

#### 1. 封面图设计

打开微信公众号或抖音，第一眼看到的的就是封面图。封面图选得好可以快速准确地向用户传达信息，吸引用户阅读。公众号封面图尺寸为 2.35 : 1。可结合发布信息的内容选择制作漫画插画加艺术字风格、大字报风格、小清新风格的封面图。

#### 2. 主图设计

产品主图尺寸多是 800 像素 × 800 像素，可以为 JPG、PNG、GIF 格式。主图需要充分展示产品的特点与卖点，要对目标用户群体有吸引力，能吸引用户主动点击产品，查看产品详情。设计产品主图时需要注意，产品图片清晰度要高，视觉焦点要在产品上，画面信息必须简洁，同时具有视觉冲击力。可以选用立体感较强的图片突出产品。

#### 【知识点二】软文撰写

软文是企业通过策划后，在报纸、杂志或网络等宣传载体上刊登的可以提升企业品牌形象和知名度，促进企业销售的一切具有阐释性和宣传性的文章。软文也是营销策划人员

根据产品的概念诉求和问题分析，对用户进行针对性心理引导的一种文字模式。网络媒体软文主要发布在网站、博客、论坛、贴吧、微博、微信、游戏等网络媒体上。根据内容形式不同，软文可以分为情感型、经验型、争议型（制造话题或借助热点话题）三种类型。

软文撰写主要分为三个方面。

### 1. 定位主题

软文的主题要有非常强的针对性，要明确撰写的软文是用于品牌推广还是用于促销宣传。

### 2. 写好标题

一定要想方设法使软文的标题引起用户的兴趣，可以结合热点，也可以使用有震撼力和感染力的词语。

### 3. 润色内容

软文的内容分为五个要素，即对谁说、说什么、为什么说、何时说、何地说，也就是5W（Whom、What、Why、When、Where）。软文内容撰写要有三个特点，即实用、有创意和易懂。

## 【知识点三】活动海报设计

活动海报设计的核心要点是通过视觉传达引起用户的视觉停留并激发用户对传达内容的兴趣，进而引发进一步的行动，从而达到营销目的。所以，活动海报在设计上要注意以下四点。

### 1. 促销活动的主题要凸显

活动海报的主题文字要简洁，单刀直入，能快速击中用户的痛点或挠到用户的痒点。主题文字要放在活动海报的第一视觉中心点，在设计上通过放大、加重、变形等形式表现出来，要非常吸引眼球。

### 2. 信息点不宜过多，点到为止

活动海报的主要功能是引起用户的兴趣，激发用户的行动，因此不宜有很多文字。活动海报一般采用按钮的形式呈现“马上参与”“点击挑战”等信息，按钮的形式更加具有营销导向，更容易激发用户的行动欲望。具体的活动细则文案可以通过浮动按钮在推广落地页呈现，切不可喧宾夺主。

### 3. 画面视觉元素要丰富

活动海报的设计要遵循形式美的法则。例如，画面要通过增加点、线、面元素丰富视觉效果；画面设计要注意对比与均衡，可以用对比色、互补色等配色方案增强视觉冲击力；通过增加光影效果和明暗关系增强画面质感等。活动海报的常规配色比例是主色调占 70% 左右，辅助色占 25% 左右，点缀色占 5% 左右。活动海报可以采用对称式构图、辐射式构图、九宫格构图、框式构图、曲线构图、倾斜式构图、三角形构图、压角构图等，可以采用左图右文、左文右图、纯文字、中间图片两边文字、中间文字两边图片等版式结构。

### 4. 考虑海报使用场景

画面风格和配色构图要为海报主题和使用场景服务。在设计海报前，首先要了解海报通过什么方式呈现，是放在微商城首页作为 Banner 呈现，还是作为微信小程序的进入页面呈现，还是放到朋友圈或微信群。不同使用场景的海报的尺寸不同，内容结构也不同。

## 【知识点四】H5 页面设计

H5 页面是一种主要在移动端展示和传播的页面。H5 页面包括文字、图片、音乐、视频、链接等多种形式，具有强交互、支持移动端、制作简单、成本低等特点。

### 1. H5 页面设计思路

(1) 内容方向。内容方向是指以介绍内容为主，从用户情感出发，基于大众所熟知和想了解的方面入手，重点是内容引人入胜，能够吸引特定用户，有目标、有目的地去投放。例如，节日类、信息广告类、电视影片类等 H5 页面多从内容方向设计。

(2) 视觉方向。视觉方向是指以画面为主，这里指的不单单是好看，而是把重点放在画面执行上，使画面有更丰富的动态效果，有更强的视觉冲击力。视觉方向的 H5 页面拥有炫酷的画面、华丽的动态效果及特点鲜明的手绘，让人印象深刻，过目不忘。

(3) 交互方向。交互方向是指注重与用户建立丰富的互动体验，以用户操作为主要卖点，将重点放在和用户的交互体验方面，让用户有很强的参与感。这就需要使用户在互动过程中有完美的体验，吸引用户一步一步地按照设计师的思路看完 H5 页面。例如，游戏类、广告类等 H5 页面多从交互方向设计。

### 2. H5 页面要素构成

(1) 背景图。背景图是整个 H5 页面的基础，所以一定要选用合适的风格及颜色。例如，要宣传促销活动，就可以用红色的背景图。

(2) 文字。H5 页面重交互，重视视觉效果，在酷炫的背景衬托下，突出重点文字往往是

点睛之笔。

(3) 音乐。音乐是 H5 页面的重要因素，可以带动用户的观看情绪。

(4) 图片。除背景图外，图片之间的交互、与文字的配合是 H5 页面调动用户感官的重要方式。

(5) 装饰元素。装饰元素可以起到修饰整个 H5 页面氛围的作用。例如，春节促销活动 H5 页面，就可以使用春节元素装饰，渲染整体主题氛围。

### 【知识点五】二维码制作与应用

二维码又称二维条码，是用某种特定的几何图形按一定规律在平面（二维方向）上分布的、黑白相间的、记录数据符号信息的图形。二维码具有如下优点：编码密度高，信息容量大；编码范围广；容错能力强，具有纠错功能；译码可靠性高；可引入加密措施；成本低，易制作，持久耐用等。

二维码有以下主要功能。

- (1) 信息获取（用户扫码即可获得名片、地图、Wi-Fi 密码资料）。
- (2) 网站跳转（用户扫码即可跳转到微博、网站）。
- (3) 广告推送（用户扫码即可直接浏览商家推送的视频、音频广告）。
- (4) 手机电商（用户扫码即可用手机直接下单购物）。
- (5) 防伪溯源（用户扫码即可查看生产地，同时后台获取最终消费地）。
- (6) 优惠促销（用户扫码即可下载电子优惠券、抽奖）。
- (7) 会员管理（用户扫码即可获得电子会员信息、VIP 服务）。
- (8) 手机支付（用户扫码即可通过银行或第三方支付工具提供的手机端通道完成支付）。
- (9) 账号登录（用户扫码即可进行各个网站或软件的登录）。

## 三、任务操作

结合促销主推产品组合，以及此次营销活动主题，为中联超市“全国爱牙日”主题营销活动设计网络推广软文、海报和 H5 页面。

推广页面设计与发布操作分为三步。

第一步，设计与编写软文。

结合店铺用户画像，分析得出中联超市的消费者主要是 29 ~ 38 岁的女性白领，属于经济型产品购买者，具有高囤货偏好，对价格敏感度较高。结合用户的特点，针对其关注的焦点设计与编写软文内容，完成表 3-3-1。

表 3-3-1 软文设计与编写思路分解表

发布媒体	微信、微博
用户特点	29 ~ 38 岁的女性白领, 属于经济型产品购买者, 具有高囤货偏好, 对价格敏感度较高
软文定位主题	活动宣传公告
标题	“全国爱牙日”佳洁士特惠
正文	

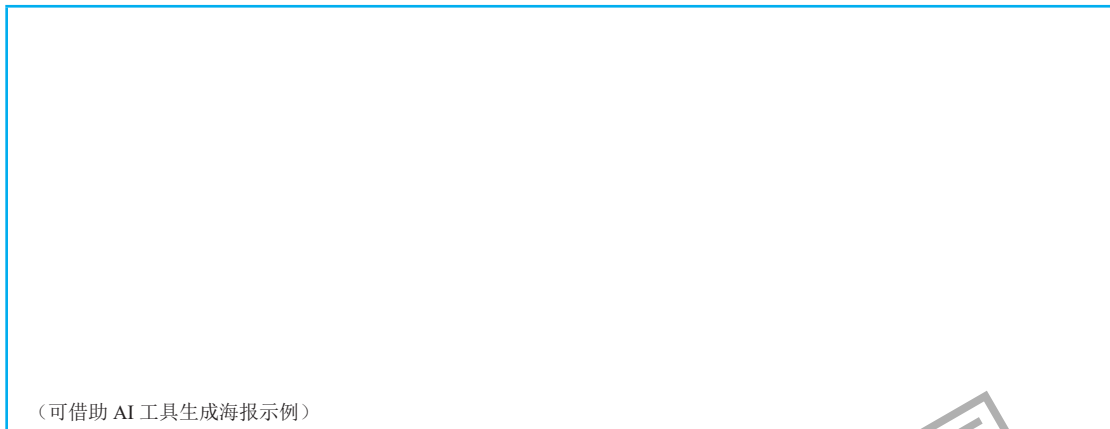
第二步, 设计与制作海报。

首先, 设计海报, 完成表 3-3-2。

表 3-3-2 海报设计思路分解表

序号	项目	内容
1	尺寸	微信朋友圈: 1242 像素 × 2208 像素 长图海报: 800 像素 × 2000 像素 动漫海报: 100 像素 × 100 像素
2	主标题文案	“全国爱牙日”佳洁士特惠
3	其他文案	
4	设计风格	简洁
5	版式构图	竖版
6	色彩搭配	

接着，制作海报。



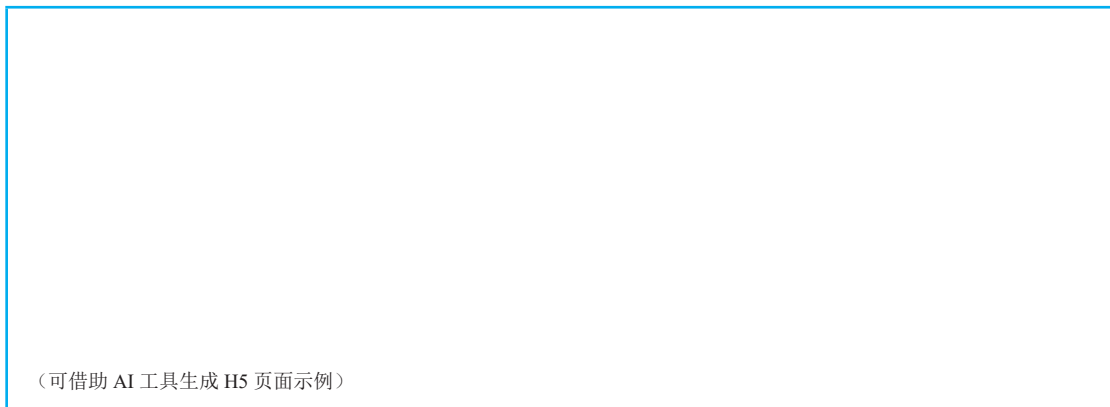
第三步，设计与制作 H5 页面。

首先，设计 H5 页面，如表 3-3-3 所示。

表 3-3-3 H5 页面设计思路分解表

序号	项目	内容
1	H5 页面尺寸	最小分辨率为 640 像素 × 960 像素
2	主标题文案	“全国爱牙日”佳洁士特惠
3	其他文案	软文内容 中文字体：黑体 - 简或华文黑体。英文字体：Helvetica Neue LT
4	整体风格	卡通，简单活泼
5	版式构图	横屏切换
6	色彩搭配	蓝 + 白
7	可选择的制作工具	凡科微传单、初页、MAKA、兔展、iH5

接着，制作 H5 页面。



## 四、任务评价

任务序号	评价标准 (计算准确、分析全面、决策合理、创新思维、团队合作)	个人评价 (20%)	小组评价 (30%)	教师评价 (50%)
1	设计与编写软文 (30 分)			
2	设计与制作海报 (30 分)			
3	设计与制作 H5 页面 (20 分)			
4	创新思维与客户导向意识 (10 分)			
5	团队合作 (10 分)			

评语:

1. 操作完成度:
2. 知识与能力的应用情况:
3. 工作流程的掌握情况:
4. 知识与技能的迁移情况:
5. 团队合作情况:
6. 其他:

突出之处:

不足之处:

电子工业出版社有限公司  
版权所有