

2. 项目课程教学改革——拆解 132 个关键决策点

模块一：洞察与定义(约 20 个决策点，如表 1 所示)

改革课程：《用户研究与市场分析》

教学改革目标：这个阶段是项目的基石，决定了后续所有工作的方向和价值。其核心目标是从一个模糊的灵感或问题出发，通过系统性的研究和方法，精准地定义一个具有商业价值和创新机会的设计问题。

表 1：洞察与定义阶段 20 个关键决策点速查表

阶段	序号	核心决策问题	关键产出物/工具	目的
1. 问题筛选	1	我们发现了什么潜在问题或机会？	灵感清单、问题日记	广泛搜集，避免主观臆断
	2	这个问题是否足够“痛”、高频、刚需？	痛点画布、需求矩阵	量化评估，筛选掉“伪需求”
	3	我们的初始假设（为谁解决什么问题）是什么？	一句话项目假设	明确调研的靶心和方向
	4	以我们现有的能力，解决它是否大致可行？	快速技术/资源评估	进行现实检查，避免好高骛远
2. 用户研究	5	我们应该问用户哪些开放性问题？	用户访谈提纲	避免引导，挖掘真实行为和动机
	6	如何有效地执行访谈并记录信息？	访谈记录、录音	获取高质量的一手用户数据
	7	如何设计问卷并获取足够多的有效样本？	线上问卷、数据报表	定量验证定性发现，扩大样本量
	8	我们的目标用户到底是什么样的？	用户画像(Persona)	将用户数据人格化，建立共情
	9	用户在现有场景下的体验流程和痛点是什么？	用户旅程地图	可视化体验，精准定位问题时刻

	10	从研究中,我们获得的最深刻的洞察是什么?	3 条核心用户洞察	提炼现象背后的本质原因
3. 市场分析	11	谁是我们直接和间接的竞争对手?	竞品名单	全面了解竞争环境
	12	竞争对手的优势和劣势分别是什么?	竞品分析矩阵	找到行业基准和市场缺口
	13	我们目标市场的规模和发展趋势如何?	市场分析报告	判断赛道的吸引力和天花板
	14	宏观环境(政策、经济等)对我们是否有利?	PEST 分析报告	评估外部环境的机遇与风险
	15	我们最大的市场机会在哪里?	SWOT 分析、机会点陈述	明确项目的战略立足点
4. 方向定义	16	我们独一无二的价值主张是什么?	价值主张宣言	一句话清晰概括项目核心价值
	17	项目应有的视觉风格和情绪是什么?	情绪板 (Moodboard)	在视觉设计前达成团队共识
	18	我们有哪 2-3 个可行的初步解决方案?	创意方向概念稿	提供多种可能,避免思维僵化
	19	哪个方向是最有潜力且可行的?	内部评审意见、SWOT 分析	集体决策,选出最优方向
	20	项目下一步的具体计划是什么?	项目计划书(含甘特图)	将想法转化为可执行的行动计划

模块二：策略与定位（约 25 个决策点，如表 2 所示）

改革课程：《品牌战略与创新》

教学改革目标：该阶段核心任务是将确定的方向转化为具体的设计策略和商业框架。此表格是项目从“策略思考”转向“具体创造”的核心路线图。团队应依据上一阶段（洞察与定义）输出的结论，在本阶段逐一讨论和落实这些决策点，确保每一项设计执行都背后都有明确的战略支撑，避免设计与策略脱节。

表格 2：策略与定位阶段 25 个关键决策点速查表

阶段	序号	核心决策问题	关键产出物/工具	目的
1. 核心策	21	我们独一无二的价值主张是什么？	价值主张画布	一句话清晰传达产品为谁解决什么问题及带来的核心价值。
	22	与竞品相比，我们最突出的差异化优势是什么？	独特卖点陈述	找到并确立能在市场中脱颖而出的核心竞争力。
	23	项目的品牌名称是什么？是否易记、可用？	命名清单、域名查询	确保名称在法律、文化和传播上的可行性。
	24	我们要讲述一个什么样的品牌故事？	品牌故事大纲	将冷冰冰的方案转化为有情感、有使命的叙事，与用户建立情感
2. 方案规	25	第一版产品最核心、必须完成的三个功能是什么？	MVP 功能清单	聚焦资源，快速验证核心假设，避免过度开发。
	26	产品的完整信息架构和用户流程是怎样的？	站点地图、用户流程图	规划产品的骨骼，确保用户体验逻辑清晰。
	27	产品的视觉风格和情绪是什么？	情绪板	确定界面的色彩、字体、质感等视觉方向，指导后续设计。
	28	主品牌色和辅助色系是什么？	色彩规范	定义品牌色彩心理学，确保视觉统一性。
	29	标准字体的组合规范是什么？	字体规范	确定用于不同层级的字体，确保阅读体验和层次感。
	30	是否需要设计辅助图形或IP形象？	图形元素草图	创建增强品牌识别度的视觉符号。
3. 商业模	31	我们如何赚钱？	商业模式画布	明确盈利模式（如 SaaS、佣金、广告等）。
	32	我们的主要成本结构是怎样的？	成本分析表	识别并规划固定成本与可变成本，进行财务可行性分析。
	33	产品的定价策略是什么？	定价模型	根据成本、价值和竞争情况，制定用户能接受且有利可图的价格
	34	我们的目标用户在哪里？如何触达他们？	营销渠道清单	选择最有效的线上/线下渠道进行初期用户获取。
4. 品牌设	35	标志设计的核心概念和草图方向是什么？	标志创意草图	将品牌策略转化为最核心的视觉符号。

	36	标志在黑白、反白、小尺寸下的可用性如何？	标志应用测试	确保标志在各种应用场景下都能清晰有效。
	37	标志与标准字组合的规范是什么？	标志组合规范	规定标志与中英文标准字的各种组合形式及安全间距。
	38	辅助图形如何扩展和应用？	辅助图形模式	设计能灵活应用的图案纹理，丰富品牌视觉语言。
5. 系统结构	39	界面的基础网格和布局原则是什么？	网格系统	建立页面布局的底层框架，保证设计的秩序感和一致性。
	40	按钮、表单、图标等交互元素的设计规范是什么？	UI 组件库	创建可复用的设计元件，提升团队协作效率和设计一致性。
	41	是否需要为品牌或产品设计动效？	动效设计原则	定义动效的持续时间、缓动曲线，赋予产品性格和引导性。
	42	以上所有规范如何整合成一个系统？	设计系统文档	制作一份活的、团队共享的“设计宪法”，确保品牌长期一致性。
6. 决策与	43	哪个方案最能体现我们的策略且最具可行性？	内部方案评审表	团队基于策略和目标，对多个方案进行客观评估和选择。
	44	下一步深化设计和开发的时间线如何安排？	项目甘特图	将项目拆解为具体任务，明确时间节点和负责人。
	45	我们需要什么样的团队角色来完成下一阶段？	团队角色与分工表	规划所需的人力资源，如 UI 设计师、动效师、前端开发者等。

模块三：方案与实现（约 35 个决策点，如表 3 所示）

改革课程：《数字产品设计》《技术实现》

教学改革目标：该阶段是项目的“施工图”，核心任务是将策略和创意转化为高质量、可落地、可交付的具体设计方案。此表格是设计师、开发者、项目经理共同协作的“圣经”。它确保了从创意到代码的精准实现。团队应使用此表进行任务管理、进度同步和质量审查，确保每个环节都达到交付标准，最终产出高质量、高还原度的数字产品。

表 3：方案与实现阶段：35 个关键决策点速查表

阶段	序号	核心决策问题	关键产出物/工具	目的	
1. 设计 深化	46	首页的信息优先级与视觉动线如何安排？	首页线框图/ 高保真原型	确保最重要的信息被优先看到，引导用户操作。	
	47	核心功能页面的布局与交互流程是什么？	核心流程原型	定义产品主路径的每一步体验，确保流畅无误。	
	48	全球导航与局部导航如何设计？	导航系统设计	让用户在任何位置都清晰知道“我在哪，我能去哪”。	
	49	数据内容（如列表、卡片）如何清晰展示？	数据可视化组件	设计表格、图表、卡片等，使复杂信息易于理解。	
	50	空状态、加载状态、错误状态如何设计？	状态页面设计	覆盖所有极端情况，提供友好反馈，提升用户体验。	
	51	图标风格是线性、面性还是破色？	图标系统规范	确保图标风格统一、表意明确，符合整体设计语言。	
	52	图片、视频等多媒体内容的展示规则？	媒体内容规范	规定比例、裁切方式、滤镜等，保持视觉一致性。	
	53	交互动效的触发方式与反馈是什么？	动效原型	增强体验的愉悦感和引导性，赋予产品性格。	
	2. 技术 实现	54	采用何种技术框架与架构？	技术选型文档	根据项目需求选择前端框架（如 React, Vue）、UI
		55	HTML 结构是否语义化且无障碍？	HTML 代码	确保代码质量，利于 SEO 和无障碍访问。
56		CSS 如何组织以实现高效复用？	CSS 架构方案	采用 BEM、CSS-in-JS 等方法论，保证样式可维护性。	
57		如何管理组件状态与数据流？	状态管理方案	设计数据在组件间流动的逻辑，确保稳定可控。	
58		如何与后端 API 进行数据交互？	API 接口文档	定义前后端数据交换的格式、规则与错误处理。	
59		如何实现不同屏幕尺寸的适配？	响应式断点方案	确保产品在手机、平板、电脑上均有良好体验。	
60		第三方库或服务（如地图、支付）如何集成？	集成方案文档	安全、高效地引入外部功能，评估合规性。	

3. 技术实现	61	数据库表结构如何设计？	数据库 ER 图	规划数据实体、属性及关系，保证数据结构合理。
	62	核心 API 接口的 URL、方法、参数如何定义？	API 详细设计文档	为前端开发提供清晰、完整的接口契约。
	63	如何实现用户认证与授权？	权限系统设计	设计登录、注册、角色权限管理，保障系统安全。
	64	服务器环境与部署流程是怎样的？	部署方案	规划测试、预发布、生产环境及自动化部署流程。
	65	数据备份、监控与日志方案如何？	运维保障方案	确保系统上线后的稳定性、可追踪性和可恢复性。
4. 设计系统落	66	设计 Token（色彩、间距、字体等）如何命名与导出？	Design Tokens	建立设计与代码之间的桥梁，保证视觉一致性。
	67	基础组件（按钮、输入框）的代码如何实现？	基础组件代码	将设计组件转化为可复用的代码组件。
	68	复杂组件（表格、日期选择器）的代码如何实现？	业务组件代码	开发满足复杂业务场景的复合组件。
	69	设计系统文档如何编写以供开发使用？	组件使用文档	说明每个组件的用途、API、最佳实践，降低沟通成本。
5. 测试与验收	70	功能测试用例是否覆盖所有核心流程？	功能测试用例	验证所有功能是否按照需求正常工作。
	71	不同浏览器与设备上的兼容性如何？	兼容性测试报告	确保产品在主流环境下的表现一致。
	72	界面与设计稿的还原度如何？	UI 走查清单	对比开发实现与设计稿，检查像素级差异。
	73	页面加载性能与运行性能是否达标？	性能测试报告	优化加载时间、交互响应速度，提升用户体验。
	74	代码质量与安全性是否有保障？	代码审查/安全扫描报告	检查代码规范、潜在漏洞，确保健壮性。
6. 交付与移交	75	设计源文件是否整理有序、易于交付？	交付包结构目录	规范命名、分组、版本管理，方便交接和后续修改。
	76	最终设计规范文档是否完整？	设计规范文档	交付完整的品牌与 UI 规范，作为未来开发的依据。

77	所有切图、图标、动效是否导出为合适格式？	切图资源包	提供@1x, @2x, @3x 倍图及 SVG 等格式, 满足开发需求。
78	是否需要向客户或开发团队进行交付宣讲？	交付宣讲 PPT	阐释设计理念、演示产品原型、解答疑问。
79	项目源码和文档如何移交与存档？	项目移交清单	确保所有资产完整归档, 知识得以保留。
80	如何收集用户反馈并为下期迭代做准备？	用户反馈收集计划	建立渠道, 将反馈转化为新的优化点, 闭环迭代。

模块四：呈现与沟通（约 30 个决策点，如表 4 所示）

改革课程：《项目路演与表达》

教学改革目标：该阶段是项目成果的“临门一脚”，核心任务是将所有工作成果进行高效、清晰、有说服力的包装和传达，以获取资源、推动决策或赢得比赛。此表格是项目对外输出、争取资源、获得认可的终极 checklist。团队应在最终汇报或答辩前，逐一讨论、准备和演练这些决策点，确保每一个细节都服务于“有效沟通”和“成功说服”这个最终目标。从战略到细节，全面提升沟通的专业度和成功率。

表 4：呈现与沟通阶段：30 个关键决策点速查表

阶段	序号	核心决策问题	关键产出物/工具	目的
1. 故事策略	81	我们想要听众记住的唯一核心信息是什么？	一句话摘要	提炼项目的绝对核心，确保所有内容为此服务。
	82	如何构建一个引人入胜的叙事逻辑？	故事线大纲（问题-解决方案-优势-证	用经典结构抓住注意力，层层递进，说服听众。
	83	开场的前 30 秒如何设计才能瞬间吸引评	“钩子”设计（惊人数据、故事、提	制造初始冲击，避免平庸的开场，立即建立兴趣。
	84	结尾如何设计才能让人印象深刻并触发行	强有力的行动号召（Call to Action）	清晰表明你需要什么，并留下余味，让人记住。

2. 内容 提炼	85	痛点问题如何阐述才能让听众感同身受?	痛点场景化描述 (故事+数据)	让听众意识到问题的严重性和真实性,产生共情。	
	86	我们的解决方案如何清晰直观地演示?	产品 Demo 视频/现场交互演示	“Show, don't tell.” 最直观地证明方案的有效性。	
	87	市场规模和机会如何可视化呈现?	市场数据图表(柱状图、饼图、增长)	用量化、美观的图表证明赛道的吸引力和天花板。	
	88	我们的核心优势和创新点是什么?	竞争优势对比矩阵	与竞品对比,一目了然地突出自身的差异化和优势。	
	89	商业模式如何讲得既简单又可信?	商业模式示意图/循环图	可视化地解释如何赚钱,逻辑清晰,避免复杂文字。	
	90	财务预测数据是否合理且令人信服?	财务预测表(3-5年)	提供经过推导的、保守且合理的收入、成本、利润预测。	
	91	团队背景如何介绍才能证明“我们是最合适”?	团队介绍页(突出经验与角色匹配)	证明团队具备实现该项目所需的所有能力和资源。	
	92	未来规划和融资需求具体是什么?	roadmap 路线图、资金使用规划	展示清晰的发展路径,并明确需要多少资金、具体用在何处。	
	3. 视觉 设计	93	PPT 的母版设计是否专业且符合品牌调性?	定制化 PPT 模板	确保视觉上的专业、统一和品牌一致性。
		94	每一页 PPT 的核心信息是否唯一且突出?	单页信息点规划	遵循“一页一观点”原则,避免信息过载。
95		数据图表是否清晰、直观、美观?	数据可视化优化	选择最合适的图表类型,优化颜色、图例,提升可读性。	
96		文字信息是否已最大限度地可视化?	信息图、图标、图示	将抽象概念、复杂流程转化为易于理解的图形。	
97		页面间的过渡动画是否流畅且有助于叙事?	页面切换动效	使用平滑的转场引导听众视线,强化叙事节奏。	
4. 演讲 交付	98	演讲时长是否被严格控制在规定时间内?	计时排练稿	通过反复排练,精确控制每个部分的时间,确保完整呈现。	
	99	演讲者的肢体语言、眼神交流如何管理?	肢体语言设计(站姿、手势、走动)	展现自信、专业与亲和力,与全场听众建立连接。	
	100	不同演讲成员之间如何实现无缝切换?	讲稿衔接设计	设计自然的交接话术,确保流程顺畅,体现团队默契。	

	101	提词设备或 notes 如何设置才能自然?	提词策略 (备注页、遥控器)	保证流畅表达的同时, 避免显得是在读稿。
	102	如何应对现场可能出现的设备或技术故障?	应急预案 (备用电脑、视频离线版)	提前准备 B 计划, 从容应对突发状况, 体现专业性。
5. 问答准备	103	评委最可能提出的 10 个尖锐问题是什么?	Q&A 预判清单	提前模拟所有可能被挑战的点, 并做好万全准备。
	104	每个问题的核心回答要点和话术是什么?	标准答案话术	准备简洁、有力、直接的回答, 避免绕弯和漏洞。
	105	如何将刁钻问题转化为展示优势的机会?	“桥梁法”话术训练	学会优雅地接过难题, 并引向自己准备充分的优势领域。
	106	由哪位成员负责回答哪类问题?	回答分工矩阵	根据成员专业领域分工, 确保每个问题都由最合适的人回答。
6. 材料与后勤	107	所有交付材料 (计划书、PPT、视频) 是否	交付物检查清单	确保比赛或会议要求的每一项材料都已准备妥当。
	108	纸质版商业计划书或宣传册是否精美?	纸质材料打印	高品质的印刷物能体现对项目的重视和用心。
	109	团队的着装风格是否统一且专业?	着装要求	统一的着装能展现团队精神和专业形象。
	110	演示环境、设备、座位等后勤是否已确认?	现场踩点确认	提前熟悉场地, 调试设备, 消除不确定性, 增强自信。

模块五：复盘与迭代 (约 22 个决策点, 如表 5 所示)

改革课程：《创业模拟实践》

教学改革目标：该阶段是项目实现闭环和持续进化的核心，确保项目成果不是终点，而是下一个更成功版本的起点。此表格是团队实现持续成长和能力进化的“指南针”。项目发布后，团队应定期（如每季度或每个大版本后）依据此表进行结构化复盘。它不仅关乎一个项目的成败，更是为了下一个项目能做得更出色、更高效。通过不断回答这些问题，团队将从一个“项目执行团队”进化为一个“学习型组织”。

表 5：复盘与迭代阶段：22 个关键决策点速查表

阶段	序号	核心决策问题	关键产出物/工具	目的	
1. 数据收集与	111	如何系统收集用户在使用过程中的所有反馈？	用户反馈渠道清单（问卷、访谈、	建立全面倾听的机制，不遗漏任何改进线索。	
	112	需要监控哪些核心数据指标来衡量成功？	关键指标看板（如日活、留存率、转	用数据客观衡量功能表现，避免主观臆断。	
	113	用户在实际使用中的行为路径是怎样的？	用户行为热图、路径分析	发现设计预期与用户实际行为之间的差异，找到优化	
	114	项目上线后，团队的感受和观察是什么？	团队内部反馈会议	收集项目亲历者的第一手洞察，往往能发现关键问	
2. 深度复盘分	115	与最初预设的目标相比，实际结果如何？	目标-结果对比分析表	客观评估项目是否成功，量化差距。	
	116	项目过程中，哪些做法是值得继续保持的优势？	“保持-停止-开始”复盘模型	固化成功经验，形成团队知识资产。	
	117	哪些做法是应该立即停止的错误或浪费？	“保持-停止-开始”复盘模型	识别并淘汰无效流程，避免重蹈覆辙。	
	118	哪些新做法是下次项目应该开始尝试的？	“保持-停止-开始”复盘模型	激发创新思路，推动团队持续改进。	
	119	项目中出现最意外的成功（正）和失败（负）是什么？	最大亮点与最大痛点分析	深入分析极端案例，从中汲取最大价值的经验教训。	
	120	从时间、预算、资源角度看，项目的效率如何？	资源投入产出分析	评估团队执行效率和成本控制能力，优化资源配置。	
	3. 洞察转化与	121	所有的反馈和数据，最终指向哪些改进机会？	改进机会清单	将散点的信息转化为可执行的机会点提案。
		122	这些机会点，哪些影响最大且实现成本最低？	机会点优先级矩阵（影响力/可行	聚焦资源，优先解决“高性价比”的问题。
123		如何为用户价值最大化的机会点撰写新的需求？	用户故事/需求文档	将优化点转化为下一轮开发的具体任务。	
124		技术架构上有哪些需要偿还的“债务”或可优化点？	技术债清单	保证代码健康度，为未来迭代扫清障碍。	

4. 知识管理	125	本次项目有哪些值得沉淀的标准流程？	更新后的工作流程/SOP	将本次的成功经验和流程固化下来，用于下次项目。
	126	产出了哪些可复用的组件、模板或模式？	更新组件库/设计模式库	减少重复劳动，提升未来项目的启动和设计效率。
	127	如何将本次的教训记录并共享，避免再犯？	团队知识库/Wiki 页面	建立组织记忆，让个人经验转化为团队免疫力。
5. 迭代规划	128	下一个版本的迭代目标是什么？	V-next 版本目标	明确下一阶段的聚焦点和预期成果。
	129	下一个版本具体要完成的功能列表是什么？	迭代功能清单	将高优先级的机会点转化为具体的开发任务。
	130	下个版本的开发周期和资源如何规划？	迭代计划（甘特图）	为后续开发制定清晰、可行的时间表和分工。
6. 闭环与沟通	131	如何向用户反馈“他们的意见已被采纳并实现”？	用户更新通告/邮件	尊重用户反馈，形成闭环，增强用户参与感和忠诚度。
	132	如何向内部团队和利益相关者展示复盘成果与未来计划？	复盘总结报告会	透明沟通，对齐认知，为下一次冲刺争取支持和资源。

总结：这 132 个点就像一份详尽的“冠军项目食谱”，告诉你一道名菜（金奖项目）需要哪些食材（市场、技术、设计）、步骤（洞察、定义、实现、呈现）和火候（决策的时机与分寸）。教学时，教师按课程模块抽取相关决策点进行针对性训练；备赛时，学生和团队则可以用这份清单作为“检查表”，确保项目没有遗漏任何关键环节。这正是其科学性和实用性的体现。