# 平面设计工作总结及计划\_平面设计工作总结报告范文精选5篇

来源：网络 作者：雨雪飘飘 更新时间：2024-06-25

*总结报告是会议领导同志对会议召开的情况和会议所取得的成果进行总结的陈述性文件。写总结报告时应注意明确目的，突出重点，切不可面面俱到;要鼓舞人心，富有号召力。小编精选了一些关于总结报告的优秀范文，让我们一起来看看吧。>　　平面设计师工作总...*

　　总结报告是会议领导同志对会议召开的情况和会议所取得的成果进行总结的陈述性文件。写总结报告时应注意明确目的，突出重点，切不可面面俱到;要鼓舞人心，富有号召力。小编精选了一些关于总结报告的优秀范文，让我们一起来看看吧。

>　　平面设计师工作总结报告

　　来到公司已经快两个月了。感觉时光过的个性快。快的原因并不是因为时光匆匆的流逝，而是因为每一天工作的都十分的充实。我以前一向在职业培训学校做平面讲师，工作十分简单，每一天讲一个半小时的课，其余的时光就是辅导学生上机操作。每一天上班感觉时光个性漫长，就盼着时钟能够快一点走，早点下班。但时光长了我觉得，太安逸的工作环境，不太适合我。所以我来到丰联文化传媒有限公司，开始了新的挑战。我们的设计任务很重，公司的vi，样本，画册，站，动画都需要我们来设计，我们的团队成员就一齐研究和探讨，各尽其能，来为我们这个团队，为公司服务。所以每一天都有设计任务，虽然工作累一点，经常加班，但是看到我们自我设计出来的作品，心里的喜悦超过了苦和累。

　　那么，我从以下几个方面来谈一谈我来到公司这两个月的感受：

　　(一)良好的办公环境

　　公司给我的第一个印象就是我们良好的办公环境。我们每个人都有自我的办公桌和电脑，还给我们配备了文件夹，笔记本、尺子、剪刀等这些办公用品，设施齐全。有了这么好的办公环境，我们的工作热情会更加高涨。[由整理]

　　(二)好的领导

　　我们的领导董事长、李总、朱总。他们的年龄就应和我们的父母年龄相仿，但他们为了公司的发展每一天都是勤勤肯肯，兢兢业业的工作。我们的赵总，经常和我们一齐加班，每一天工作到很晚，甚至熬夜还在写文案，写稿件。不但在工作上帮忙我们进步，在生活上，思想上也不断的开导我们，关心我们，激发我们自身的潜力和创造力，使我们能有充分的精力更好地为公司服务。有这么好的领导带领我们，我相信，我们的公司会逐渐壮大。

　　(三)同事之间能够和睦相处

　　人际交往、同事之间的相处，是我们大家工作的需要。每一天早上来到公司，同事之间问声“早上好”，微笑着点点头，这样一天的工作都会有个好的情绪。同事生病了，端上一怀热水，送上一句温暖的祝福，那么，每个人的心里都会是热乎乎的，少了那些勾心斗角，尔虞我诈，多一些理解和关怀。这样，我们每个人就会得到更多的温暖，更多的爱。

　　(四)团队精神

　　工作中少不了交流和沟通，少不了共同合作。虽然我们这个小团队人很少，刚刚组建还不到两个月，但我们经过短暂的磨合期已经共同完成了几个项目的策划与设计，例如运动会馆的站，画册，装修效果图，公司vi，logo，动画的制作。所有的项目靠一个人的力量是不能完成的。那里需要我们平面设计，站设计，3d设计，影视设计师的相互合作共同来完成。一个人承担着几个人的工作，所以说每个人的力量都是不可或缺的。

　　一个设计团队是否优秀，首先要看它对设计的管理与分配，将ZUI适宜的人安排在ZUI适宜的位置，这样才能发挥出每个人的优点。团队精神十分重要，大家在共同商讨的过程中很容易就能碰出新的闪光点，使策划项目更加的完备，也能更好的开展工作，从而使事半功倍。

　　所以一个优秀的团队，一个精英的团队，要有不怕苦，不怕累，敢于创新，敢于拼博的精神。我们会一齐努力，打造出我们丰联文化传媒自我ZUI响亮的品牌。

　　(五)热爱自我的工作

　　我们无论在哪里工作，ZUI重要的一点是我们务必要喜欢这份工作。来到公司的这段时光，领导和同事都十分的热心，我们就像是一家人一样，我已经彻彻底底的爱上了我的这份工作。并不是职位越高，层次越高，我们就越快乐。我们需要的是在工作中有充分的自由空间来发挥和展示我们的潜力，对每一个挑战和机遇我们都能够有自信和想法去理解，并经过自我的勤奋和努力去实现它。实现自我价值。我想这样的满足感和成就感才是我们的快乐。

　　赵总经常和我们说的一句话是：“态度决定一切”。人的一生就那么几十年，如果我们每一天都能够充分的利用好时光，认真的对待我们身边的每一件事情，当我们老的时候回想起来，我们不会有任何的遗憾。我们作为丰联视通的一名员工。严谨的工作态度，是我们应尽的职责和义务。作为一名设计师，不断地开拓设计思路，更好的与市场融合，是我们目前需要改善和加强的，所以我会和公司一齐努力，为公司的不断壮大，更好的发展，来尽自我的一份微薄之力。

　　ZUI后，祝我们的公司能像巨龙般腾飞，像磐石般坚强稳固!也祝愿在座的每一个人身体健康，幸福快乐!

>　　平面设计师工作总结报告

　　回顾过去一年，工作上取得满意得成果。涉及到胶印，制版，印刷，画册展示等不一样种类。有设计衬衫包装盒、外贸商品包装盒、纸箱包装;有教务部门各季招生所需的招生简章、招贴、宣传单页，各类证书卡片、规章制度的编排，打印等;也有技术部负责的学院站的整体形象规划，设计风格定型，具体设计以及不定期的改版更新工作;也有开发中心目前着手开发的各科课件的模板、栏目、各种题标;还有超多的图片扫描处理等。等。所以不得有丝毫的马虎大意，稍不细查，就有可能出现失误，直接影响到我公司的对外整体形象，更会造成直接的经济损失。能够说凡是需要突出我们络学院整体形象的地方，就需要美编参与工作。

　　工作上不足的地方：

　　1、设计眼界不高，只能局限于当前的事物。不能处理好细节处，画面做好后很粗糙，美观度不够，不能很好的认识到如何修饰。

　　2、不能熟练的掌握元素中的联系点。画面中各个元素孤立，影响整体画面的协调性。

　　3、软件使用的熟练度不够，目前只能熟练掌握PS、CorelDRAW，其他软件如:AI等只能说是会用，虽说目前工作对PS以外的软件要求不高，但是以后公司要向高水平设计公司迈进，要求软件掌握面会很大。

　　4、没有计划性。要做什么不做什么都没有明确性和强制性，时光总是在犹豫不觉中浪费，有时因为没有合理安排导致工作中的遗漏，更重要是每一天在忙碌中过去但却没有太高的效率。

　　明年务必要改善的地方：

　　1、从设计风格上，自我从以往偏爱的个人风格、简约风格向多元化风格转变，将多种设计元素结合大众喜好做出方案。

　　2、学无止境，时代的发展瞬息万变，各种学科知识日新月异。我将坚持不懈地努力学习各种设计相关知识，并用于指导实践，大胆创意!

　　3、“业精于勤而荒于嬉”，在以后的工作中不断学习业务知识，透过多看、多学、多练来不断的提高自我的各项技能。

　　4、不断锻炼自我的胆识和毅力，工作上、做人做事上都要十分细心，提高自我解决实际问题的潜力，并在工作过程中慢慢克服急躁情绪，不能鲁莽行事，用心、热情、细致地的对待每一项工作指令。

　　ZUI后：

　　很多时候，日常的工作是琐碎的，我们只有自我从中找到乐趣，才不会觉得枯燥;很多时候当我们做设计刚有灵感的时候，会突然有其它的工作布置下来，我们只有自我调整好自我的心态，统筹安排好自我的工作，才不会手忙脚乱，顾全大局。这样才能对自我的工作不会感到厌倦或者是不胜任，才能持续饱满的精神去工作。

　　设计工作是痛苦与快乐的炼狱，每当面临重大的设计任务时充满了压力，开始搜集各种资料(包括文字的、图片的)，接下来寻找设计灵感，沉思、焦灼，经过痛苦煎熬，ZUI后有了满意的创意时倍感简单。每当经过艰苦的磨砺，自我的劳动成果得到大家的肯定时，便是工作中的快乐!充满了快意。

　　当然，工作中的痛苦与快乐首先要求有坚定的政治信念与立场，遵纪守法，爱岗敬业的强烈职责感和事业心。

　　因为热爱自我的工作，所以精通本岗位的专业识和业务技能，熟悉有关行业规范，关注行业的发展趋势。时刻持续强烈的创新意识。

　　钢铁纪律预示着非凡的成绩，遵守规章制度，坚守工作岗位，以极高的工作热情主动全身心地投入到自我的工作当中去，加班加点，毫无怨言。很好的理解自我工作，出色的履行了岗位职责，能够高质、高效的完成本职工作。

>　　平面设计师工作总结报告

　　首先，感谢陈总的工作安排，让我在进入公司的第五个年头工作的的象一个正常点的设计人，拥有了很多可供思考的时光，也简单愉快的完成了公司急的、缓的、有计划的、无预期的设计工作。

　　在过去的这一年里，个性是下半年以来的，在公司拟定的市场策略里，在陈总亲自指导和同事部门的配合下，完成了a-盾、英慧儿两大新增系列的创新设计，完成了婴儿水(饮水机)、高端奶粉礼品化包装的概念设计，完成了终端陈列的形象柜设计，个性是完成了几年来一向想改动却无计可施的金智婴、AC、优C以及米粉、葡萄糖等包装设计的成功改造，这个成功虽然未必是使外观更美观，但却深深的烙上市场策略的印记，使之更贴合市场发展的需要，也期盼这些设计在公司有力的市场销售推广策略下，为公司带来源源不断的利润。

　　对于我来说，这是十分值得纪念的一年，是我从业15年来第一次有时光、有系统地对长期设计工作进行了一番深刻的检讨和反思，一改以往只对设计表达技巧和相关工艺的探讨研究、对表面上的人事行政管理、工作制度流程的审视拟定，为自我、也为设计部寻找一个行之有效的设计方法，并期望这个方法能成为设计部门管理指导原则：

　　设计的本质是什么?设计的价值在哪里?设计从何开始，创意从何而来?怎样评价一个设计?设计师致命的错误是什么?

　　在展开这些问题答案之前，我再次真诚的感谢陈总，庆幸自我遇到了一个用头脑做企业，用智慧解决问题的老师。陈总不仅仅给我一个优越的工作平台，更给了我一个卓越的学堂，教会我用商业眼光看待设计、用市场策略进行设计、用管理思维经营设计。使我自XX年后就逐渐摆脱了拼体力的工作，更在XX后半年工作中初试即见成效，并且屡试屡验。而就在一年前，我还在羡慕原先的设计公司老总的设计思维，竟然能使设计象流水生产线一样进行工作，创意说来就来，想停就停。在经过这一年的思考、整理和总结，我也找到了一些规律和方法，并尝试着在工作中运用，发现自我开始也能做到了(尽管此刻还不能运用自如，但我相信，透过一些时光历练一下，一切会更完美的)，而这一切，均感谢陈总多年的悉心教诲和严苛的细节要求，让我感觉被带了一回研究生，而且还是速成班。

　　其实，说起来，这个设计方法一向存在于我的工作中，并一向在实际中运用，我明白我能做到，却不明白为什么能做到。只是，当年我没发现它，没把它给找出来。原先，设计也象做市场营销一样，需要方法，需要一个好的方法，需要一个对的方法。

　　一、设计的本质是什么?

　　设计是完全执行商业目的的创作行为。“目的”两个字至关重要!

　　在做任何设计之前，必须要先确定公司的目的是什么。并在设计工作中，要随时提醒自已永远清晰地明白目的在哪里，否则当迷失了目的同时，设计人员将陷入被动的修改修改修改的不停重复的工作中，延误时光、浪费资源、损耗金钱。

　　我们是为公司商业战略目的带给视觉表达服务的部门，用我们专业知识和经验来达成企划目的的工作。所以，在每一项工作的起始，在沟通协商中明确企划目的，也就是象做企划一样，是在进行市场调查情报的收集与分析，将不一样的情报进行组合后才可得到的正确目的，然后才能着手设计。也许，我们ZUI后定下来的设计不怎样艺术，至少，你不至于偏离目标。设计对于企划策略来说，至多是锦上添花，而不是去决定什么。而设计的再艺术再美观，推广策略的错误肯定使你设计永无露脸的时候。比如我们的优C系列，从设计角度而言，极具视觉冲击力和色彩平衡感，但因缺少有效的营销推广支持，使得该系列产品销售状况未尽如人意。相反，A系列产品设计并不理想，却因价格的定位优势(价格永远是ZUI有杀伤力)及品牌派生力而取得良好的市场。

　　所以，一件产品或一件广告都是有两位作者，一个是策略的制定者，主要是公司的领导(个性是陈总本人)或企划部门，另一个才是我们设计者，两者的合作水平决定了设计的水平。

　　二、设计的价值在哪里?

　　设计的真谛：设计ZUI终产品是商品，是让被包装起来的东西，看起来物有所值，物超所值!

　　比如，当年公司要求设计AC系列，包装设计目的就是要求国际化、高端，一个“AC”的命名和排版就让包装外形看起来就是值139元。再比如智婴系列，同样的目的，一个“抱一桶金回去”的简单概念成就了行业里“无金不高档”的流行设计模式。这两款产品在视觉上表现出来的价值就是设计创造出的价值，设计在其中ZUI重要的表现就是让产品看起来物超所值。当然，ZUIZUI重要的还是营销策略上的成功，设计但是扮演了粉饰的主角，让人亲近你，喜欢你而已。就象素昧平生的人相见，对方的衣着容貌、举止言谈带给你的感受一样。

　　虽然，设计的价值也是创造品牌，因为只有产品拥有了品牌，才不再需要特意粉饰了，一个logo就能够堂而皇之地比别人贵上数倍。但创造品牌需要艰难的综合策划推广过程，不是简单的设计一个logo或一份广告或一个包装或一套VI，这就要负责策划部门的努力工作了，设计永远为策略服务。

　　所以，设计本身是难以确定价值的，也许这天设计费用投入是数千或数万或数十万，但这个设计创造出来的价值却能够衡量，也许1000万，也许10个亿，也许---也许一钱不值。

　　三、设计从何开始，创意从何而来?

　　设计的目的就是为了实现企划的目的，而企划的目的设定必定来自各方面市场情报的分析结合后制定出来的，也就是说设计也是从市场情报调查开始，否则，我们的设计必然偏离企划的目的。

　　对于设计这样基于未知事物的研究来说，设计务必从调查开始，从收集竞争对手的情报入手，找到对方的优势，比较和发现自我的问题，然后确定工作目的，这方面我们能够跟公司领导层和企划部共享市场情报调查资源，现成的，而且还都是过滤后的情报精髓。但自身对该行业行情、对竞品状况、对消费心理、消费程度、消费环境等一系列认知深浅程度绝对影响着你对设计结果的决定。就比如AC包装设计，很简单，当年上市前我们定位的是高端产品，ZUI重要的竞品是外资的一些品牌，我们研究他们包装形式、图案色彩、版式结构、卖点以及一系列标签规范要求，学习借鉴竞品优势后，才得到公司想要的设计。而之后的智婴包装设计就更进一步的分析了竞品之间的差异性、寻找到一个国人普遍喜爱的颜色——几乎人人都期望拥有的黄金颜色，仅仅以一个“金桶”的概念就确立了包装设计的定位。

　　这就是创意，所以，创意是寻找出来的，是从超多的市场情报中找出来的，是从消费者的脑袋里找出来的，而不是在我们设计师自我脑袋里找。

　　四、怎样评价一个设计?

　　设计是解决问题的过程，评价一个设计就是看这个设计是否解决了问题，是否到达了预期目的。

　　为谁设计就让谁来评价，这个工作能够透过市场调查部门来完成，当然，设计者能亲临现场倾听那是的，如果能跟各个阶层的消费群体成为朋友，那就更真实了。

　　尽管这么多年来，我们从未为设计评价专门进行市场调查，但我们却是一向生活在我们消费群体当中，工作在我们销售团队中。我们鼓励自我在大街小巷上、在大卖场小商超、在公车的士、在广场医院等不一样场合逗留，听听大众人群中那些抱怨的、开心的、幸福的、愁苦的不一样话语，回味。

>　　平面设计师工作总结报告

　　本年度日常工作包括:为各楼层打pop，巡场，摄影，泛光大屏动态设计，看板灯片等广告物料的更换，做公司广告，国庆气氛，公司dm和软文，公司pr活动的设计部分，其中以公司平面广告，泛光大屏动态设计，摄像和公司pr活动的设计居多，

　　报纸广告包括5月份-8月份、11月份-12月份平面广告。

　　pr活动包括：4月份公司开业背景喷绘设计，12星女孩logo、海报设计，魔方大赛logo、海报和户外喷绘设计。

　　随着对设计的审美和要求增加，基本完成了在设计上由初期的求稳到后期的求美的转变，并对自身的潜力有了必须的提高

　　在做完手上工作时能仔细检查，避免出错。

　　在工作中各方面得到了全面的发展：拍照摄像、平面设计、flash设计、陈列安装等。

　　在工作上和同事能达成默契，能进行有效的沟通和执行，高效率的完成工作。

　　在心态的控制上还有所欠缺，在工作上比较容易受情绪影响。

　　兴趣广泛，好奇心比较重。对于自我感兴趣的事情爱钻研，接收新事物的潜力比较强。能够举一反三，做事灵活且具有创造性和职责心。

　　性格方面比较乐观开朗，为人风趣，本性正直。缺点是性子直，比较急燥，目前正在逐步往更成熟稳重的方向发展。

　　20XX年，我期望在设计上能有一些新的突破，比如更多的从受众的内心出发，而不是仅仅的只是为了促销。让受从能够看到一些眼前一亮的设计，这对于自身和提升庆春店的知名度都有帮忙，当然，这也是对自我的一个挑战。不仅仅在设计上要有突破，在营销企划方面也要开始学习系统的专业知识，并运用在广告设计上。一名成功的设计师必定对市场营销有独道的见解。

　　要完成这个目标，首先要自已的性格上着手，签于性子比较急，目前正在看一些和修身养性有关的书，对于改善自我的性格有很大的帮忙。平时多看一些国内外的设计营销站，能吸收更多的灵感并运用在广告上。在工作中多与同事沟通，互相探讨和学习，对于20XX，我充满了期盼。

>　　平面设计师工作总结报告

　　大学在不知不觉中匆匆的过去了，来实习单位已经一个月了，从报到的那天起，我所感觉到的是贵单位的人性化管理和每位员工的敬业精神和设计部对设计的严谨负责。

　　我来到单位正好是中午休息时光，刚到一个陌生的环境时的茫然大概人人都有的吧，而且又不是上班时光，我一时不知所措。贵单位的其他部门对我们这些实习生也都很照顾，只要有问题、有麻烦，不管找到谁都会给我们指导。在那里始终能够感觉到和谐的人际关系所带来的温暖和关爱。

　　在我理解了自我的工作之后，觉得单位的管理条例很细也很严，尤其对于我们设计部的要求很严格。我们做的是一条龙的综合设计，初到公司，领导觉着对工作不太了解，一开始要我主要负责设计部的画图，然后领导根据我的潜力让我负责广告的版面设计，包括广告视觉传达中的文字;广告视觉传达中的色彩;广告视觉传达中的形象，广告画面的编排等等。

　　短短的一个月，在工作的过程中体会到软件操作的重要性和软件运用的熟练程度。公司并不像在学校老师让我们作业的时候有足够的时光去慢慢想，慢慢完成，而公司对工作的要求是很严格的，尤其在时光的限制上，因为做的又是一条龙设计，所以要求在规定的时光内务必做出必须数量的方案!

　　短短的一个月，我对广告有了更深的感受和认识。设计的实用性是很重要的，它是一种良好的沟通方式。设计师就应和一个企业的领导团队紧密相连，与设计团队共同收集来自企业领导的反馈意见，反过来说，实践了\"外部\"从\"内部\"而来，\"内部\"又源于\"外部\"。，我们的作品，尤其是出此刻公共场合的作品是不可能不被人看到的。无论它是对是错，都不可能不看到它，而这也正是我们设计的职责所在。

　　就这一点而言，我觉的各学科之间的交流是十分重要的。例如：平面设计师要用图形的方式与公众沟通时，就需要向建筑设计师、城市设计师、社会学家和工业设计师展示设计方案。然而，我们的设计应将人放在首位，为城市和环境思考，对新文化有所贡献，用一种新的美学感觉和对市民的尊重来从事设计。以前想来排版就应是一种很简单的工作，真正实践了才发现自我对版面文字的编排存在着很多问题，第一天做版面设计工作，对文字的大小没有准确的尺度，领导告诉我文字处理不好，打印出来画面是很不协调的，记的哪天晚上忙到很晚，一个本以为很简单的排版做了三四遍，由于公司做的主要是宣传广告，主要应对大众化，不得不以全身的精力去投入工作中。

　　在实习的过程中，透过向领导，同事的交流和向他们虚心的学习，总结了在广告版面设计的过程中要注意的许多方面：

　　(1)在版面的文字的排列方面：从文字的大小;字体的外形变化，字体笔行变化;字体外行的变化，排列的变化慢慢改善。透过改变字体外部结构特征，笔形的特征;字体笔画间的疏密关系;或对部分笔画进行放大缩小以及改变字的中心，使字体显得新颖别致，在排列上打破常规的字体排列顺序，使字体从而具有更强烈的视觉冲击力。

　　(2)在广告的色彩运用方面：依据广告对象属性的用色原则，对不一样的消费者做出不一样的色彩视觉信号，比如：公司设计的“爱国者mp3<”大批量的宣传彩页和广告，mp3一般的消费者都是应对大中院校的学生，所以色彩要相对活跃，艳丽，具有青春得朝气。依据广告宣传整体策划的用色原则，为了突出企业形象、产品附加值和识别度，在广告设计中以企业形象专用色为基本元素进行设计。

　　(3)场地域特征的用色原则，针对不一样国家和地区的广告设计，还有民族习俗的关系，在图形的设计和色彩的运用上也有所思考。为了有效的突出设计主题和广告的表现力，在安排图色与底色上，注意了调整图案和底色的色彩关系，将纯度，明度，色度的颜色用于品牌的文字、标识、图形等主体要素中。在整体统一局部活泼的用色原则上，在广告版面的设计中，注意广告的主体色调和局部的色相比较的关系，，这样既能够把握广告整体性又能够使画面充满生机活力。

　　(4)广告图象摄影和广告插画上，透过对商品在消费使用过程中的情景做出真实的再现，以便来宣传商品的特征，突出商品的形象;或以摄影图形来促发消费者的购买欲望，更直观准确地传达产品信息。真实的反映商品的结构、造型、材料和品质。

　　广告的插画有传统的写实描绘逐渐向夸张、理想化和多边化的视觉表现方向发展，重意念而轻形似，从而有助于强化广告商品对象的特征和主题。在广告排版制作的过程中，使用卡通形象作为产品代言人不但能够以卡通形象的活泼自由，个性化的形象赢得消费者的好感，还省去了请名人做代言的庞大广告支出和风险。

　　也根据版面的需要适当的运用一些抽象图形，如圆形、方行、三角形、点、直线、折线等。形象简洁而有秩序。有机形态比较自由、活泼而富有弹性，其构成大多采用曲线组合，也有不规则的偶发形态，如云纹、水纹、墨迹等，抽象图形的使用务必贴合资料、主题，与主题无关、牵强的形式只能误导读者，削弱传播力。

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找