

# 广告专业中职生培养之我见

杨金基

(海南省三亚技师学院 海南 三亚 572000)

**【摘要】** 中职类学校广告专业创新性模拟广告公司运营与管理,从教师团队建设、学生团队培养到实战面试,与市场接轨,与时俱进,不断调整培养模式,使得广告专业学生的市场适应性得到显著提升,工艺不断进步。

**【关键词】** 广告;平面设计与制作;学徒制;下执行

中职类院校广告专业的发展,大多是由计算机类专业演变而来。计算机应用专业,是大多数中职类院校普遍开设的课程,随着当地经济的发展,广告业发展水平与日俱增,对广告设计人才的需求越来越多,相应的对相关软件的操作要求也越来越高。对于经济发达地区,广告类人才的需求出现井喷式短缺,已不仅仅局限在软件操作,更缺乏综合性广告类人才。中职类院校,培养人才的优势,就在于与市场接轨,与企业合作,与实际岗位模拟运营。为此,许多中职类院校开设了广告专业,由于它的实效性、全新性和市场性,各院校发展参差不齐。我校开设了广告专业班级,成立了校广告室(广告公司模拟实训室)。经过几年校广告室的实战管理,谈谈我对中职类院校如何培养该专业学生的几点建议。

## 一、广告类教师的团队组建

世有伯乐,然后有千里马。千里马常有之,而伯乐不常有。好的伯乐,才能慧眼识英才。广告专业不是纸上谈兵,需要各个岗位的实战“伯乐”。如:策划总监、设计总监、策划师、设计师、各类线下执行(喷绘机、写真机、雕刻机等广告制作的操作师傅)、执行督导等。校广告室成立之初,委任两位有广告公司工作经验的老师担当负责人,全权负责校广告室的经营和管理。两位老师利用业余时间,把广告室内的所有机器进行调试、操作,便于熟练地实施实践教学。为了提高教学效果,采取了线下广告公司的“学徒制”(老师为师傅,学生为徒弟)。1、广告室内所有项目的教学,教师必须在前一天多次实施操作,确保物料的选取与教学操作的安全性。徒弟对于教学老师,已经不单单局限在普通“老师”的认知上,现场观看师傅整个项目的熟练操作,佩服之情油然而生,“师傅”已然成为“匠人”,崇敬的目标。徒弟敬仰,师傅教学,事半功倍。2、教师要走出去,走回来,勤研究,多实操。走出去,是指教师要多了解、关注和实地查看广告公司现行的经营操作模式,适时调整,与时俱进,培养与社会、公司无缝接轨的实操人才。走回来,就是与目前的学情相结合,整合校内教学资源,调整教学内容与教学方式。勤研究,就是理论和实践相结合,创新教学模式。多实操,就是带领学生多做项目,多熟悉操作工艺,精益求精。老师,在此时就显得尤为重要,既是“老师”,又是师傅,更是校内模拟企业的工艺提升的践行者。教师角色的转换,授课环境的变化,在广告室中,如何带领这个团队,成为该专业发展的瓶颈和关键。

## 二、广告类专业学生团队的建设

学校成立广告室,是为了更好的与市场接轨,更好的适应岗位需求,培养无缝对接的实操性人才。那么,模拟现实企业经营模式,是必然的。为此,我们几名教师商定,按中型广告公司经营模式,分部门管理,有经理,总监,设计部,策划部,人力资源部,工程安装部,财务部,公关部等,每个部门分等级,层层管理。

在校广告室成立之初,大约有15名学生,他们大多是各个班级软件类操作的佼佼者,出于对广告的兴趣(此时,更多的是对广告的好奇),加入到这个团队中。广告室成立了很多部门,起初,学生面对这么多部门,一时无法自我定位,老师就起到了引

领的作用。例如,暂定某位同学为经理。开始的几个月,学生对于这样的分配,似乎很满足,但渐渐的,问题显现出来。这些中职类学生,所能操作的,大多为PS等平面软件,工作能力与经验更是少之又少,之前暂定的岗位,时间稍久,对于许多学生来说弊端显露。例如,在班级中的班干部,往往是比较乖巧的,但缺乏独立的领导能力和决策能力,学生的大部分时间均在教室内上课,业余时间来广告室,一项任务的完成,不能只依靠值班的两名同学,各部门要在课后集合,大大降低了工作效率。而且,学生所学不多,各个部门的分工也不明确,都想做设计,都想试着做策划。例如工程安装部的学生,每日顶着太阳工作,而设计部的学生吹着空调,开着电脑,造成了不同学生的心理不平衡。所以,校企合作,学校实训基地模拟企业,应因地制宜,适时更改模式。当问题出现后,我们及时更改了管理模式与培训模式。与教师团队配合。老师为师傅,“老带新”,让时间磨练学生的技艺。两年后,学生根据自身优势,在充分了解各部门分工及专业性后,选择今后所在部门,主攻某一技术,使得工艺精益求精。

## 三、广告类专业学生团队的管理

经理与团队间竞争的管理,项目负责制,经过近两年的实践,该模式较为符合学校教情与学生学情。目前,我校广告室的管理与岗位层级如下:总经理(配备秘书和财务)、2位经理、5位总监、5位组长、10-25位组员。

每位总监带领一个团队(含1位组长,2-5位组员),各团队之间良性竞争,相互鼓励,独立完成所承接的所有广告项目,教师的作用,就是引领与技术讲授,制定较为完善的管理模式,学生自我管理。经过近两年的摸索,该模式在不断发展与完善,学生的自我管理能力也逐步增强。

该模式,主要分为显性的与隐性的管理。上班期间,每日两名学生值班,主要负责广告室内白天的广告业务(业务范畴为本校所有科室、部门及教师的广告需求)。下面,我来详细说说某一项目的全部工作流程。以承接校内宣传栏项目为例。首先,当日值班人员按客户需求,登记项目内容。项目接单内容有:承接时间、客户联系人及电话、客户预定交单时间、张贴及悬挂地点、材料要求、尺寸要求及类型、具体文字要求及其他、承接人签名、承接团队及审核等。

从接单内容可以看出,所做的项目标准,以客户需求为主。完全与市场接轨,而且根据市场变化实时调整。

经历了几年广告室的管理、学生的培养,感触颇多。随着城市经济的发展,广告设计及制作水平的不断提高,广告专业也将逐步调整人才培养方式。争取做到,与时俱进,工艺精益求精,培养更多专业人才。

## 参考文献

- [1]唐旭军.平面广告设计课程教学改革及发展前景分析.美术教育研究,2014(24):174.
- [2]李扶忠.中职学校广告制作专业校企合作途径的思考.中外企业家,2016(15)
- [3]王媛.浅析中职学校广告专业成立广告设计室对专业教学的意义.职业技术,2012(2)58-59.