

品牌创意课程体系下的《平面广告》课程实践教学研究

杜平

武汉工商学院 艺术与 design 学院

[摘要] 平面广告课程实用性强, 在目前设计类专业课程中占据重要的地位。该课程是学生直接面对社会需求的关键性实践课程, 也是大品牌创意课程体系下的重要环节之一。随着品牌创意课程体系的不断发展和完善, 该课程的教学模式和方法也应进行改革, 将单独课程知识嵌入到整体品牌创意课程体系框架中, 培养学生的就业上岗竞争力, 提升其实际操作技能, 同时能有效提升学生的创新思考能力、团队协作能力和设计制作能力等综合素质, 突出实践教学的目的性、实用性, 实现推动和发展创意产业专业应用型人才培养的根本目的。

[关键词] 平面广告; 课程体系发展; 实践教学改革

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-627X.2021.09.531

一、课程实践教学改革的背景

(一) 平面广告课程应用背景

改革开放四十余年, 我国经济建设不断进步, 经济高速发展引发了对艺术设计领域人才的大量需求。伴随城市化规模的不断扩张, 艺术设计课程逐渐参与到商业品牌文化和创意的建设中。如何满足经济市场对专业创意人才的需求, 培养产业品牌形象和设计管理人才成为目前设计类课程体系的当务之急, 同样也是高校教学机构面临的重要研究课题。

(二) 现存的教学问题

目前平面广告课程在实际教学中, 存在以下几点问题:

1. 课程和产业严重脱节

实际教学的知识结构体系中, 课程内容常脱离时代和产业背景, 部分教师仍以传授理论知识为核心进行教学活动, 创新性学习比较缺乏, 教学理念落后, 专业课程的覆盖面明显落后于当前行业的发展现状; 理论知识和当前飞速发展的广告形式脱节。

2. 课程设置多而不精

在平面广告课程的前置学习中, 虽然安排了如广告策划、字体与版式、包装设计、印刷知识实务、品牌形象设计、招贴设计之类的契合市场产业发展的课程, 但是从比例上来看, 专业课在必修课中还是较少, 大一、大二学生的设计基础类课程较多, 包括素描、色彩、构成、艺术概论、图形创意、插画设计等, 这些课程, 可以帮助学生夯实理论基础, 但是不足以引领学生从设计基础到基础设计的转变。

3. 重理论轻实践

平面广告课程的传统教学方式多以教师理论讲授为主, 学生理解加练习为辅, 结课形式还停留在告知性或展示性的海报招贴等传统表现上, 这种方式存在的弊端在于教学与实际商业需求脱节。传统教学模式与平面广告设计实操中的实践性、创新性是相悖的。同时存在教、受者之间理论知识缺乏互动的问题, 不利于设计创意积极性的发挥, 往往导致学生从事广告设计的工作初期时, 在创意思维与动手表现能力表现上心有余而力不足, 设计的作品也与真正的商业市场需求脱节。

二、平面广告课程实践教学建设的探索

结合应用型人才培养的定位和设计学的学科属性, 武汉工商学院从多方面开展实践教学建设的研究探索, 形成理论与实践良性互动的实践教学体系。经过几年的探索实施, 初步取得一些建设性成果: 加强实践应用, 建设专业实验室和校外实习基地, 与时俱进更新教学方法与手段, 积极组织师生参加广告类专业学科技能竞赛, 逐步形成开放式的实践教学体系。其具体内容及实施主要通过以下几方面来完成:

(一) 优化人才培养方案, 明确实践教学的目标和内容

针对学校应用型人才培养理念和市场需求, 我们在《平面广告》课程设置中增加了实践课程的力度, 加强实践环节, 合理设置理论教学与实践教学的课时比, 实践课时占到总课时的70%左右。同时在人才培养方案中, 明确规定了《版式设计》、《字体设计》、《广告策划与创意》等平面广告前置课程三分之一的课时用于实践。实践教学内容包括图形创意指导、广告文案实训、专业大赛指导、综合素养和职业技能的训练等。

(二) 改革教学方法和手段, 探索实践教学的新模式

2.1 课程教学团队的组建

双师型课程团队, 是实践性课程教学的保证。具备丰富行业知识和应用技能的高素质教学团队, 能够确保课程实践教学质量。新进的青年教师, 往往教学激情有余, 但教学经验不足, 可以通过“传、帮、带”以及教研活动、参观考察交流、深入企业实践等方式, 促进其教学水平的提高; 兼职教师项目经验丰富, 但教学规范性较弱, 通过岗前培训, 熟悉教育理念和教学规范。

2.2 项目制的学习方式

项目化课程教学是根据企业实际的设计需求通过工作流程让学生学习的认知规律, 既要考虑企业设计项目的工作流程, 又要遵循由浅入深、循序渐进的教学原则, 将企业的实际工作流程和教学的学习过程有机结合, 按照企业设计项目的成品呈现课程成果。把设计岗位工作所需要的基本知识和技能归纳整合为课程教学的项目, 并实施项目教学, 实现“做中学、学中做”的理实一体化教学。在实际教学过程中, 教学团队根据课程内容来制定项目实施计划书, 并根据难易程度对学生进行项

目工作组划分,组员一般设定在3-5人之间。与此同时,教师的身份由知识传播者变成了另外两个角色:一是项目经理,来指导学生完成项目,保证设计项目的质量。二是项目标准评判者,这个时候会站在客户的角度对学生所完成的设计类作品的市场应用性进行评判。

2.3建设教师工作室(实验室)

教师工作室制是一种开放的教学模式,以项目主题研究为导向的导师工作制,将传授知识和技能的训练相结合,将独立思考能力和创新能力的培养结合为一个整体,实现从以教学为主到以训练技能为主的教学转变,将被动学习转换为主动学习。通过教师承接的社会项目或横向课题在工作室里训练学生的过程性设计能力。目前,我校视觉传达系有两个教师工作室,可安排学生在工作室进行项目实训。教师确定实训内容,学生以团队形式,按照设计项目自主开展设计工作并完成项目。项目完成后,教师对学生的项目完成结果进行评定,并以企业评判标准对作品进行修改,力争作品能实际应用。

2.4案例库建设

平面广告的表现形式和表现风格日新月异,为了让学生更好地理解平面广告的不同表现类型,需要搜集广告素材和经典案例,通过筛选具有代表性的国内外经典设计作品进行案例库建设。案例库是长期持久的建设行为,案例库建设主要由两大部分组成:一部分是校内资源,包括专业建设方案、人才培养方案、课程标准、电子教案、电子课件、学生作品案例(成功、失败)、课程互动交流等内容。另一部分是校外资源,包括优秀作品(通过分类将平面纸媒、杂志、报纸、新媒体、网页、移动端等作品进行案例筛选,收集归档)拓展项目、行业技术标准、法律法规。

2.5组织参加专业学科竞赛

专业学科竞赛是高等教育中的重要环节,在人才培养和促进高校教学改革上有着不可忽视的作用。学科竞赛可以帮助参赛学生对所学知识进行提炼,引导学生实现触类旁通,可以实现对知识的举一反三,扩大学生的知识面的目的,也是将平面广告课程知识嵌入到整体品牌创意课程体系框架中的最好方法之一。

近年来,武汉工商学院不断鼓励教师和学生参与学科竞赛,对学科竞赛体系完成的建立和完善,给予了学生更多的专项资金支持。学生可以通过参赛获得学分和奖励,教师同样可以通过对学生的积极指导获得指导绩效,有效调动了师生学习的积极性,在近5年艺术类专业学科竞赛中获得较好成绩。其中,国家级奖项包括:2017、2018、2019、2021年度全国大学生广告艺术大赛二等奖、三等奖、优秀奖,大广赛湖北赛区一、二、三等奖,2021年度米兰设计周——中国高校设计学科师生优秀作品展湖北赛区一、二、三等奖,湖北工匠杯”技能

大赛室内装饰职业技能竞赛、中国包装创意设计大赛、第二届“图书馆杯”主题图像创意设计征集活动铜星设计作品等,取得了一定的社会知名度和美誉度。

三、学科融合和课程发展的思考

艺术专业的学生在完成四年制本科课程后,就应当能够独立自主,掌握必备的专业技能,从事传播领域的各种工作。他们在专业课程中所掌握的分析技巧和方法、技术专长以及具备的创新素质有利于他们保持对趋势的敏感并时刻感知,及时应对新的市场需求。从校园到职场的转变,包括专业知识的跨学科运用是学生综合能力的体现,如何将单科知识纳入艺术设计大课程体系下,是一线教师面临的挑战和课题。优化高校创意设计课程体系的难点在于人才培养的体系如何构建。要开展对专业课程体系的优化,要找出课程优化的模式,能够契合实际教学优势,又要超前于专业的发展,才能培养出“即插即用”的专业人才。同时,平面广告课程体系在这一模式的推动下继续进行优化并且得以深化。从单一的平面视觉作品创作向广告+数字媒体技术+多平台方向发展的模式,将商业需求和创造性内容发展融合。课程体系在这一模式的推动下继续进行优化并且得以深化。平面广告课程应强调培养自主创新能力,以及具有原创能力人才的培养。要培养创意设计专业学生善于思考、勇于突破的精神,形成跨学科、跨专业、跨区域的专业教学特色,建构实用、可行性强的创意设计教学模式,提供可操作性强的创意设计课程体系,以适应创意产业实际需求。这个优化的实践教学过程将让学生真正具有跨学科的设计能力,通过行业内的技能训练,终将成为创意产业的高端人才。

参考文献

[1]单贺飞,王宽宇.从课内走向课外:平面广告设计课程改革分析[J].美术大观,2018(8):109-117.

[2]刘春英.平面广告设计的多元化教学方法探讨[J].大学教育,2018(8):131-151.

[3]冷荣亮,刘世平.平面广告设计课程教学改革研究与实践[J].时代教育,2013(19):57

[4]赵伟乾,唐闻.基于工作过程的项目化课程改革实践——以平面广告设计与实务课程为例[J].职业,2012(6):66-67

基金资助:2020年湖北省高等学校省级教学改革研究项目——产教融合视域下“项目驱动式”品牌设计课程群实践教学体系构建研究(鄂教高函〔2021〕10号,项目编号:2020721);2020年湖北高校省级教学团队“品牌设计数字创新实践教学团队”(鄂教高函〔2021〕2号,编号:283);2020年度省级一流本科课程“品牌形象设计”(鄂教高函〔2021〕3号,编号:253)