

基于新专业建设的中职《服装产品传播》课程开发研究

刘 勤

(广州市纺织服装职业学校, 广东 广州 510310)

摘要:《服装产品传播》课程是服装设计与工艺专业的一门必修课程,也是显著提升学生综合实践技能的关键。本文立足于新专业建设的需求,重点围绕《服装产品传播》课程开发应遵循的关键原则、现状与问题、课程开发实施过程以及课程的具体教学策略展开了详细且深入的探讨,以期能够真正与其他专业课程形成合力共同致力于服装复合型人才的培养,为专业整体教学质量提升贡献绵薄之力。

关键词:新专业建设;中职;《服装产品传播》;课程开发;策略

当前,新专业建设理念的提出促使一批又一批的新型专业课程层出不穷,尤其是受到大环境的影响,将服装设计、制作、造型、拍摄以及展示等,与信息技术融合已经成为了服装行业当下乃至未来可持续发展的关键,同时也更契合新时代发展理念与要求,最终将为输出更多的新媒体服装人才创造良好的条件,夯实人才的质量基础。

一、基于新专业建设的中职《服装产品传播》课程开发应遵循的基本原则

(一) 市场引导原则

一直以来,中等职业教育的人才培养目标与办学方向朝社会与市场需求的技能型、复合型人才方向靠拢。现如今受到经济市场环境的影响,每年有很多毕业生都面临着严峻地找工作难困境,究其根本原因,最主要还是由于部分学校的专业人才培养并没有细致的分析市场,没有做好充足的市场调研。照此看来,如果想要从根本上解决这一问题,那么就要在课程开发以及专业建设的时候坚持以市场引导为原则,促使供需真正达到平衡,有效提升学生的就业率。《服装产品传播》基于广东地区服装产业接轨信息时代的市场需求而开发的。

(二) 以人为本原则

以人为本原则,其核心在于课程开发的全过程应时刻注重学生的感受,有针对性地满足学生的具体所需,不管是课程内容的选择,还是课程体系的制定等,都应注重以促进学生的综合性与个性化协同发展为目标。同时,除了要坚持“为了人”的开发原则之外,还应注重“依靠人”,简而言之,《服装产品传播》课程的开发以及相关的专业建设最离不开的是人的推动,截稿发表为此,在结构与内容上已经完成了第二次的迭代。最终目标的实现也需要人这一有效的载体。鉴于此,以人为本原则的重要性异常突显。

(三) 存异求稳原则

不同的学校,不管是生源力量、办学条件还是未来的发展等各个方面都存在着一一定的差异性,这时候进行课程开发,势必需要格外注重学校以及专业特色的保留,切忌盲目效仿其他学校,可以借鉴与参考,但是杜绝照搬照抄。基于此,中职学校在进行《服装产品传播》课程开发的时候应切实突显自身特色的课程文化。同时,引进当地传媒企业就服装品类共同深化课程开发。唯有如此,才能促使培养出来的人才专业性与个性化兼具,是大大提升学生岗位适配度的关键。此外,课程开发还应考虑到的是稳定性,要切实坚持市场的引导,整体对课程开发进行全面把控,做好战略部署,真正实现稳中求变、变中求稳的课程开发目标。

二、基于新专业建设的中职《服装产品传播》课程开发

(一) 《服装产品传播》课程开发现状以及存在的主要问题

首先,从理论教学方面出发,部分中职学校他们坚持的仍是传统教学模式,简而言之就是教师负责主动传授,学生负责被动

接受与记忆,成效总是不太令人满意。尤其是当教师提出问题之后,学生的回答积极性并不高,导致师生关系紧张,同时课堂教学氛围也极其压抑。尤其是针对《服装产品传播》课程,这门课程最显著的特点与潮流热点联系较为紧密,更注重新媒体时代下的人才培养。这时候,显而易见,传统的理论教学方式亟待更新与优化。

其次,从课程实训教学方面出发,实训体系单一、设备不完善将直接影响课程实践教学活动的有序开展,且很多时候实践教学较刻板,缺乏一定的灵活性,这与新时代的课程开发理念是相违背的。同时,在师资上,擅长服装设计与工艺制作的教师,并不擅长新媒体技术的教学应用;尤其在防疫抗疫常态化下,空间和时间的限制影响教学的实施。

从宏观角度出发,大致可以将问题归纳为以下几个方面:其一,课程开发目标保守滞后。很多时候没有彰显出来《服装产品传播》课程的特色,千篇一律,达不到与市场需求的有效衔接,不利于课程开发的创新突破。其二,课程理实体系不完善。师资储备单一,教学设备陈旧,部分中职学校的课程开发理念并没有及时更新过来,阻碍《服装产品传播》的课程开发。反之,更应注重的是课程活动的多样性、时代性与实用性。

(二) 《服装产品传播》课程开发的实施理念

1. 课程开发的引导者—能力本位

以能力本位为《服装产品传播》课程开发的核心思想,最终应定位于满足当地产业市场实际所需,并且契合相关岗位具体要求。以市场环境分析以及岗位职业能力分析为基础,明确今后学生将要从事的相关行业到底对学生有怎样的综合职业能力要求,从而促使该课程体系开发更完善,更专业。总体看来,以能力本位为引导的《服装产品传播》课程开发的主要步骤为:首先分析新媒体时代服装市场以及能力结构,其次明确课程目标,接着设计课程体系,最终要构建更完善且健全的保障制度。

2. 专业课程目标开发

当前,随着新媒体与时尚服装行业的紧密融合,对相关专业的综合能力要求也变得越来越宽泛,从整体出发,基本包括三个主要方面,分别为知识目标、技能目标以及素质养成目标。以此为基础,可以将《服装产品传播》课程开发的目标确定为:帮助学生关联各门服装专业课程的基础理论体系,同时提升学生的综合职业技能,进而促使学生能够胜任各种服装产品主题策划与执行、灵活运营当下热门的社交平台等工作,最终显著提升学生的新媒体素养,培养学生的市场敏锐触觉,同时帮助学生树立民族文化自信。

3. 专业课程体系开发

通常来说,《服装产品传播》课程体系开发主要包括的内容有身心修养思政板块、职业核心能力板块以及职业拓展能力板块等。以职业核心能力板块为例,其核心在于对学生必备的职业技能进行培养与养成,如掌握《服装产品传播》呈现形式,挖掘时

尚 IP 的潜能等。该板块课程体系的开发可以从三个角度着手,如对接岗位群、校企合作、与技能证书制度相结合等。

三、基于新专业建设的中职《服装产品传播》课程教学过程

(一) 总体安排

现如今,市场更需要的是知识丰富、能力全面且三观端正的复合型人才,因此,《服装产品传播》课程教学的实施过程应以此为目标,从意识→内容→渠道→发布着手,将知识传授、技能训练、思想素质培养有机融合起来,最终构建“三全育人”的完整教学体系。

在教学模式选择方面,针对线上或者线下教学,所采用的教学模式也是不尽相同的。线上可以以真实案例作为激发学生学习兴趣与探索欲望的切入点,真正实现高效的课前预习与课后复习目的,为翻转课堂的有序实施奠定良好的条件。线下则可以采用任务驱动小组的方式,组织学生体验服装企业新媒体运营的相关工作流程,同时还应辅助一系列实训任务,通过构建以教师、学生、企业等为主体的多元化评价体系,充分激发学生的竞争意识,培养学生良好的自主学习能力。

《服装产品传播》课程思政的目标为培养学生形成良好的民族品牌意识,强化学生对我国传统文化的传承与发扬精神,最终促进学生的全面发展。在实际教学的过程中,教师可以以服装产品为载体,联系新时代文化将其具象转化为生动的服饰文化符号,以进一步增强学生的民族自信意识,促使我国的国潮文化源远流长。

(二) 课前

在学习通在线教学软件的辅助之下,教师通过教学 PPT 课件、优秀案例、服装 app、服装官方网站、微课视频的详细解析,让学生们更直观地了解本课程需要注意的重难点。通过最大限度地调动起来学生自主学习的积极性,全面了解与掌握服装产品与时尚传播的含义、《服装产品传播》的内涵与形式、服装行业传统媒体与新媒体以及服装产品发布流程及秀场方案等内容,通过深入探讨与比较中外时尚传播与《服装产品传播》的关系、演变过程,形成《服装产品传播》基本的知识脉络。

(三) 课中

首先,《服装产品传播》课程实施的过程之中,教师可以采用个人执行与学习小组的混合方式,学生通过理论结合实践,完成:时尚知识体系的思维导图、时尚 IP 案例分析、爆款产品说明书、主题拍摄方案、主题海报设计与制作,产品发布会等实训练习。同时,专业教师进行亲身示范讲授课程,与学生互动搭档进行直播展示的教学,可以让学生们更直接地感受到《服装产品传播》中的氛围感,从而激发学生的学习积极性,更有效率的掌握本课程的精髓。

其次,教师通过分享当下时尚传播案例,并适当引导学生:解读服装产品并不是简单机械赞美,而应当以时代为背景,对服装产品背后所表达的文化价值和商业价值,进行传承与创新。通过学习,学生能够强化对服装产品和时尚传播的认识,学会从服装的历史文化和商业价值中去理解时尚行业,锻炼服装产品思维和传播的意识,熟悉一定的新媒体技术和媒体运营手法。

(四) 课后

课后可以采用小组协作的方式,借助在线网络平台展开互动、沟通与交流,共同探讨《服装产品传播》的本质,并且以具体任务为指引,鼓励学生分享 PPT 方案、视频、推文等成果。之后,需要教师、学生乃至合作企业共同参与到对学生作品的评价与总结中来,以便评价结果更全面,更客观。同时还应为学生合理安排一系列的课外综合实践活动,例如实地考察时下热门的本地直

播产业,引导学生在实践中得到理论升华。

(五) 线上课程建设与运行

为了更顺利地达成教学目标,学校联合专业负责人、课程教师一起构建泛雅网络教学环境,通过线上课程对线下课程的有效弥补与拓展,突破传统课程教学资源不丰富、教学手段单一等显著问题,同时还为学生、教师引入了更便于操作的学习通 app,以达到电脑端与手机端无缝衔接、共同育人的目的。以传统的《服装设计基础》课程为基础,要全方位的研发在线网络课程,如《服装产品项目设计》《服装品牌策划》以及《服装产品传播》等。以《服装产品传播》在线课程教学为例,学生随时随地都能完成课前预习、课中巩固以及课后复习的任务,同时还使得课程教学内容更新颖,学生的学习兴趣异常高涨。

此外,为了实现“教、学、考、管、评”一体化功能,可以采用公众号、抖音等迎合学生喜好的学习网站,使用时尚服装 APP 技术、思维导图等多种信息化学习资源和工具,运用多种先进技术手段开展线上教学。例如,为了落实“把服装产品转化为有流量的作品”专业建设方向与课程开发思路,学校充分发挥出微信视频号与自媒体的特殊功能,建立了“时尚传播实验室”账号,短短的两个半月,收获的效果显著,点击量也在逐步攀升。

最后,线上课程建设与运行需要借助其他专业或者课程的力量其效果才更显著,例如视频文案需要运用语文能力,视频拍摄、活动实施则需要结合美术、摄影等专业知识,教师只有善于发挥出多学科协作育人的功能,那么才能真正确保线上课程建设与运行按照既定的计划与目标前进,最终获得的效果也才更满意。

四、中职《服装产品传播》课堂教学实施成效与教学反思

成效之一:学生的学习兴趣有了大大的提升,且学习效果明显。基于《服装产品传播》课程的特征,由于其需要运用大量的现代化教学工具,而这恰恰非常符合学生的心理期待与学习所需。因此,在兴趣的指引下,学生便更加积极主动地参与到课堂讨论、时尚传播与服装产品专题等教学活动中来,强化了学生对课程的认可,同时还为接下来课程的学习奠定了坚实的基础。

成效之二:三全育人成效显著。在立德树人大的背景下,课程思政已经成为众多专业建设与课程教学改革的重要方向。通过将劳动教育、道德教育、传统文化教育等各种多样化的教育内容穿插于《服装产品传播》课程开发的过程之中,在潜移默化中更有利于学生三观的建立,真正形成教书育人、实践育人、文化育人、组织育人的长效机制。

四、结语

虽然中职《服装产品传播》课堂教学实施成效显著,但是不可避免的也会遇到各种阻碍与困难,例如目前服装教学人才供给与需求存在一些错位现象,且由于市场大环境的影响,很多学校不得不直接进入线上课程教学,促使该课程开发与实践遭受着很多不确定因素的影响,这时候更应该加快微课的建设与推广运营。

参考文献:

- [1] 王鲁艺, 苏建, 赵蒙成. 高职学校新兴专业建设及其项目课程开发的困境与优化路径[J]. 职教发展研究, 2020(2): 40-49.
- [2] 卞颖星. 高职服装与服饰设计专业核心课程开发建设的探索与实践[J]. 纺织报告, 2018(8): 78-80.
- [3] 石云, 周亚. 高校《服装工艺设计》在线课程的建设思考——以广东海洋大学寸金学院为例[J]. 轻纺工业与技术, 2020, 49(6): 135-137.