

对高职教育广告设计专业教学的思考

姚莹

(贵州工商职业学院, 贵州 清镇 551400)

摘要: 纵观当今社会, 培养符合社会发展需求的专业型人才 是各大高职院校的目标和前提。近年来, 各项媒体技术的发展给 广告行业带来了新的发展, 广告设计专业逐渐成为高职院校的热门专业之一。基于此, 怎样从传统的教学模式和教学方法中实现 全新蜕变, 以更加贴合学生发展的人才培育模式为学生的就业竞争力提升提供强有力保障, 是当前广告设计专业教师需要思考的重要课题。面对当前就业的新形势以及高等教育的改革趋势, 本文立足于广告设计专业教学, 针对高职教育专业教学中存在的问题展开分析, 并提出了对应的策略, 希望能够为广大同仁提供理论参考价值, 进一步推进高职专业教学改革进程, 促进人才产出。

关键词: 高职教育; 广告设计专业; 教学; 思考

近些年, 融媒体的发展视域下, 当代的广告设计行业迎来了全新的发展, 社会对于广告设计人才的需求越来越高。面对严峻的就业形势, 对于高职院校来说, 如何强化广告设计专业学生的就业竞争力, 为社会培养符合需求的设计人才, 是需要重点研究的课题。在新时期高等教育的改革背景下, 高职院校有必要抓住当前的经济发展和教育改革趋势, 进一步优化广告设计专业的教学, 推进高质量应用人才培养。

一、高职广告设计专业教学中存在的问题

(一) 专业定位偏差, 缺乏特色品牌建设

高职院校的育人目标主要是培养社会应用人才, 应该以地区与国家的经济结构为参考, 依据实际的市场经济需求来展开进行专业定位, 这样会更有利于学生毕业后找到对口工作, 也能够进一步促进我国经济的发展。但是, 就目前高职院校广告设计专业的定位来看, 其与我国当前经济发展需求还有一定差距。从经济发展角度来说, 目前我国市场对广告设计人才的岗位需求主要包括商业广告设计、产品包装设计、出版装帧设计、企业形象设计等方面, 对于人才解决实际设计问题的能力要求较高。但是目前国内高职院校的人才培养在广告设计专业课程的设置上还存在一定的缺陷, 人才培养模式相对统一化比较严重, 部分学校以国外人才培养的成功经验作为借鉴, 而缺乏自身特色品牌的建设, 导致学校所培养的人才与地方和本国的经济发展不符, 对学生的职业发展产生了一定影响。

(二) 理论教学过重, 缺乏实践能力培养

高职院校是我国高等教育的主要载体, 是我国高质量社会人才的重要培育阵地。对此, 高职院校更应该注重人才的全面培育, 以实现人才与社会岗位的有效对接, 为社会培养工匠型的优秀人

才。但是就当前我国高职院校广告设计专业的教学现状来看, 受到传统教学模式的影响, 其对学生理论课程的教学过于重视, 而对实践课程关注较少, 对学生的成绩以及学分考核也是主要以理论知识的考核为主, 实践能力所占考核成绩比重较低, 导致现在大学生的实践能力严重缺乏。在高职院校广告设计专业的整体课程体系, 其基础理论课时占比较重, 而忽视了实训课程设置, 使得学生得不到充足的实践机会, 无法锻炼自身专业能力, 导致学生步入社会后难以达到企业对于高素质人才的需求。

(三) 教学内容脱离行业市场

高职院校培养人才的目的就是让人才可以将所学知识回馈到社会建设中, 为我国的经济发展添一份力量, 这就对学生的职业素养提出了一定的要求。想要让学生在工作中展现良好的适应能力, 最重要的要保障学生能够在学校学习到最前沿的知识和技术。但是当前高职院校广告设计专业的教学内容相对落后, 学校与行业之间的交流不够密切, 加之教师对于当前流行元素的敏感度不足, 部分教师只是根据教材展开导致教学与行业市场脱离, 难以实现教育目标。在当前经济飞速发展的背景下, 广告设计行业无时无刻不在产生着新的变化, 校企合作的缺乏导致学校的教学内容与真实的行业发展难以实现对接, 教学内容相对陈旧, 在此基础上所培育出的人才也难以与市场契合。

二、高职广告设计专业教学改革策略

(一) 立足区域经济发展需求, 明确专业定位

近年来, 随着产教融合的逐渐深化, 产业建设成为引领教育发展的核心因素, 对于高职院校来说, 必须以区域产业板块为基础目标, 通过找准产业定位与人才定位, 进而实现专业化人才的培育目标。首先, 高职院校要以自身的办学历史与专业优势为起点, 针对区域内行业发展中存在的问题或局限, 找到切入点, 以地域的人才需求为基准, 构建特色人才培养模式, 利用技术升级推动地域特色产业与传统产业的进一步发展。

在广告设计专业教学中, 就可以通过计算机设计软件推动传统设计专业人才的更新, 进而助力区域新闻出版、影视媒体、广告等行业岗位的升级发展, 促进新的行业标准与规范建立。其次, 学校应发挥自身的地域优势, 通过与区域内的主导产业或支柱产业合作, 共建具有高标准、高技术、高要求的课程体系, 形成领域针对性的人才培育机制。比如, 在广告设计专业教学中, 学校可以设立设计素描、设计色彩、电脑设计应用软件、摄影艺术、设计概论、广告设计等核心专业课程, 并以符合区域发展的实际广告设计项目引入课堂中, 以实际项目任务的参与提升学生的职

业能力,实现学生能力发展与区域经济发展的有效对接。

(二) 重视专业实践课程设置,优化课程结构

当前社会对于工科专业人员的知识需求也不仅是单一学科的知识掌握,而对人才所学知识的综合性、创新性都有一定要求,这也对高职院校的课程结构提出了更高的要求。对于当前高职院校广告设计专业课程结构中存在的理论知识为重、理论实践脱离等问题,高职院校有必要推进广告设计专业的课程结构改革,构建复合人才培养的、强调实践教学的新型课程结构。对此,学校应根据实践教学结构的构建目标为基础,适当加强广告设计专业核心技能知识及专业实践等方面的专业课程教学,将新兴技术(如3dsmax6 影视广告设计等)和新的行业理念融入到教学当中,进一步增加实践课程的课时,促进高职院校工科专业课程体系的合理化,使学生能够在学校学习到真正的专业方面的新知识,增强实践能力以及创新能力,提升其专业综合素养。此外,学校应该注重“理实一体化”的模式实施,达到学生专业理论知识和实践能力共同发展的教学目标,提升学生的职业能力,加快高职院校广告设计专业实践教学体系的合理构建。

(三) 推进“教学做合一”模式,深化校企合作

校企合作是新时期高职教育改革的基础力量,是学校教学项目引入的主要来源对此,高职院校应进一步强化校企合作,通过合理运用企业项目,为人才培育提供可持续发展的教学资源,推进“教学做合一”模式构建。在校企深化合作的基础下,高职院校可以将企业的真实项目引入到课堂教学中,推进模拟项目实践环节的高效展开。

在实际的项目实践环节中,教师首先需要制定项目主题。比如,教师可以引导学生依据新闻出版企业的实际需求,研发一个真实的项目“《儿童视觉色彩系列丛书》的装帧设计”,并以此为主题,由教师作为项目“甲方”提出项目要求,学生则为“乙方”开展设计工作。其次,教师要引导学生组建“设计团队”,让学生以组内合作形式展开项目设计工作。教师可以将学生科学分为每四人一组,使组内成员自由分工,分别负责“策划”“设计”“接洽”“技术”四个方面,在接近真实的项目实践中充分发挥每一位学生的优势,实现学生组织能力、设计水平、交际能力以及技术能力的综合培养,并在潜移默化中培养学生的合作能力和团队精神,这对其未来的职业发展具有重要帮助。在项目实践中,教师应该立足真实的项目开展流程,设立“设计调研”“设计草稿”“设计方案”三个阶段,让学生按照真实的工作流程以分阶段提案方式展开方案汇报,使学生充分体验真实的项目过程,并对学生每一阶段的提案进行教师打分和小组互评。此外,在整个项目设计完成后,教师还可以找相关的企业展开深度合作,促成这一项目的实际合作,让学生看到自己的实践成果成为企业的真实项目,以此对学生形成鼓舞,进一步激发学生的设计热情。

(四) 采用工作室模式,促进教师教研能力提升

在专业课程教学中,教师是整个教学活动开展实施的核心,教师的教研能力直接决定了教育教学的成效。对此,在高职广告设计专业教学中,构建高质量的专业教学团队非常重要。高职院校可以选拔广告设计专业的骨干教师,并邀请当地教育部门官员和协会专家,联合组建名师工作室,组织教师进行教研和科研工作,不断提升教师的学习能力和职业道德素养。

学校可以组织广告设计专业教师进行学习,邀请当地设计企业的优秀设计师担任讲师,为教师讲解最新的设计理念和设计技术,做好教师能力的培训,强化教师的专业素质培养。例如在广告设计色彩的相关教学中,可以讲解当下最为流行的风格色彩搭配,手把手教授设计技巧,让教师掌握最新的色彩观念和设计理念。其次,基于名师工作室的设立下,可以举办项目设计模拟,让教师们参与企业项目进行模拟设计,使其掌握色彩搭配、功能取色、色彩感知、设计技术等方面的知识,不断提升教师的专业能力,鼓励教师将最新的设计理念和设计技术融入教学中。名师工作室还可以组织教师开展校本课程研修,针对专业课程群进行研讨,结合各个专业就业形势、企业用人需求和职业资格证考试等开发新的教学资源,把“工匠精神”等新时代教育理念融入专业教学中,凸显出本专业的育人特色,转变教师自身教学理念,不断提升教师专业技能和实践能力,实现其教研能力的综合提升。

三、结语

总而言之,在新时期教育改革背景下,高职院校广告设计专业教师要积极转变教育观念,强调人才的全面培养。在实际教学中,学校和教师要通过立足区域经济发展需求,明确专业定位;重视专业实践课程设置,优化课程结构;推进“教学做合一”模式,深化校企合作;采用工作室模式,促进教师教研能力提升等措施,保障设计人才的专业实践能力和社会适应力的有效培育,促进符合社会发展的人才产出。

参考文献:

- [1] 张爽.论创意思维训练在高职广告设计专业中的应用[J].农家参谋,2020(24):282.
- [2] 李成斌.高职院校广告设计与制作专业实践教学模式的创新与实践——“现代学徒制”与“工作室制”相结合[J].知识文库,2020(18):108-109.
- [3] 倪进方,蔡小丽.校企协同下广告设计专业学徒制工作室建设路径研究[J].湖北开放职业学院学报,2020,33(06):26-28.
- [4] 叶卫霞.“二环相扣”中高职人才培养目标及课程体系衔接研究——以杭州科技职业技术学院广告设计与制作专业为例[J].吉林工程技术师范学院学报,2018,34(02):73-75.