

高职电商专业学生艺术审美能力培养方法研究

——以电商美工课程为例

胡吉

(广西物流职业技术学院, 广西 贵港 537100)

摘要:随着我国经济的不断发展,人们不再仅仅满足物质需求,精神需求也在不断提升,尤其是在视觉艺术审美上,对于艺术审美的要求不断提高。在电商美工教学中,提升学生的艺术审美能力与职业技能素养具有重要意义,本文尝试通过剖析目前高职电商专业学生艺术审美教育存在的问题,提出有效的对策,让电商美工课程与社会需求紧密接轨。

关键词: 电商; 艺术审美; 美工设计

一、提升电商美工从业人员艺术审美能力的重要性

电商美工的工作价值在于对店铺和商品进行全面的视觉处理和优化,使其能够激发消费者的购买欲望,最终提升网店的经济效益。当前,人们对艺术视觉享受的要求越来越高,如果美工设计千篇一律没有亮点,就很难吸引消费者的眼球,抓不住眼球,就意味着没有转化。为了让设计出来的图片及网站能够呈现出唯美的视觉效果,在电商美工教学中研究如何提高学生的艺术审美能力具有重要意义。

在当前的电商行业环境下,简单的图片处理、页面美化和店铺装修已经不能满足消费者对电商美工的要求,掌握一定程度的艺术审美是非常必要的。要想让店铺呈现出更好的视觉效果,就需要网店美工对网店页面进行创意设计和艺术美化。

电商领域中有两个关键词:“点击率”和“转化率”。从点击率来看,大多数淘宝平台商家会通过直通车和钻展等活动进行网店推广,活动主图的效果与点击率息息相关。一个适合的活动主图,是图片与文案极致艺术审美的体现,是能确定打开潜在顾客需求的主图,它是决定活动成效的关键因素。消费者能通过一张主图清晰了解到产品所要呈现的所有信息,进而在主图上花费宝贵的时间,这就是吸引,是技术之外的艺术审美。因此,在美工设计中,艺术审美能够起到吸引消费者眼球的作用,它对于提高点击率至关重要。从转化率来看,一个优秀的美工必然拥有优秀的艺术审美能力,通过运用其独特的艺术审美能力,将想表达的内容以图片、文字、色彩等形式完美地呈现出来,提高店铺的点击率,间接的提升转化率。

当今是一个大数据时代,将艺术与数据科技完美的融合能够引领电商美工行业走得更远。一个具备较高艺术审美能力的美工设计者,能够为产品赋予最佳的艺术视觉效果,博得消费者的青睐,进而直接影响产品的销售额。因此,对于电商美工相关工作的从业者而言,提升自身的艺术审美能力势在必行。

二、目前高职院校电商专业艺术审美教育存在的问题

(一) 对艺术审美的重视度不够

美工课程在电商技能教学中占据着非常重要的地位。提到电商美工,人们往往会有一个主观上的误区,将Photoshop(简称PS)或图像处理等同于电商网店美工,即使用PS、Dreamweaver、Flash等设计软件进行图片处理。在高职电商美工教学中,往往也是将教学的重难点确定为让学生能够熟练运用图像处理软件,而

忽略了对学生艺术审美能力的培养,这会导致学生的网店设计和网页作品难以体现出美感。一名合格的电商美工,一定要具备扎实的美术功底、对美好事物的鉴赏能力以及创意思维,能够将艺术性的想法具化为实际作品。对电商专业的学生而言,加强电商技能学习固然是非常必要的,然而艺术审美能力的培养也是不可或缺的,它是关系到学生综合素质的重要环节。在电商美工技能教学中加强艺术审美教育,可以达到让学生全面发展的目的,同时也符合当下电商企业对电商美工人才的需求,让电商企业与高职院校电商人才培养实现充分的对接。当下互联网发展十分迅速,电商人才的需求量巨大,如何将艺术审美教育引入到电商教学中,并与电商技能知识培养结合起来,是高职院校教师需要思考的问题。

(二) 缺乏具备艺术审美的美育人才

在高职院校电商专业中,很多教师是从事计算机专业经过转行后,才成为电商专任教师,缺乏专业教学经验,另外一些电商美工教师会操作一些软件,但是缺乏美术设计及艺术审美方面的素养,在艺术审美教育上也缺乏知识和想法。电商美工是一门非常注重实践操作的课程,只有优秀的网店才能给消费者留下深刻的第一印象,而目前各电商平台同质化严重,要想在众多店铺中脱颖而出,打造店铺亮点和特色就显得十分重要。只有在视觉艺术审美上展现出店铺的亮点,才能吸引更多消费者的眼球,从而进店选取、购买商品。因此,在打造店铺视觉效果的过程中,创作独特的艺术审美亮点是成功的第一步,这就要求电商美工教师不仅具备网店制作的能力,还应有美工处理、艺术视觉装饰的能力,但在当前的高职院校电商专业中,很多教师并不具备这样的综合能力。

(三) 学生生源参差不齐

近几年我国高等职业教育实现了超常规发展,随着高职招生规模的不断扩大,生源组成以及生源质量也发生了改变。目前,高职院校的生源主要有三类:一是通过普通高考招收的普通高中;二是通过对口考试招收的职业高中生;三是通过“3+2”或“2+3”考试招收的中职生。第一类生源思想活跃,经过高考前的系统复习,有一定的理论基础和学习方法,但是自控能力较差、学习动力不足、视野不够开阔;第二类和第三类生源在中职阶段有一定的技能基础,动手能力较强,但文化基础知识缺乏、自觉性较差。生源多元化、学生组成复杂、参差不齐、理论知识薄弱等现状给教学和管理带来很大的困难,在某种程度上使得高职电商课程质量难以提高。如何激发所有学生的积极性,促进全体学生共同提高,培养全面合格的实用型人才,是高职教师应思考的新课题。因此,高职教育要在课程实践中积极改革和创新,将艺术审美教育引入高职课堂就显得异常重要。

(四) 教学环境设施不够完善

“工欲善其事必先利其器”。环境对于人的作用是潜移默化的,高职电商美工课程教学往往局限于“冷冰冰”的机房,

学生学习时的体验感较差。例如若在机房教授电商美工课程中色彩的原理与搭配这一知识点,学生对色彩的色相对比、明度对比、纯度对比、色彩搭配与视觉完美统筹等没有直观的概念,就会只知其然,而不知其所以然。因此高职电商美工课程教学不应仅仅局限于机房,要不断改善教育教学设施,加大艺术审美教育投入。根据艺术审美教育教学特色创建的需要,可以将文学、美术、音乐、摄影、电影鉴赏、展览、话剧、设计等特色项目添置于电商美工艺术审美教育课程中,使得教学过程更加丰富多彩。

三、高职电商专业学生艺术审美能力培养方法

(一) 创新电商人才培养理念和模式,合理设置艺术审美系列课程

艺术审美教育是现代电商美工人才全面素质培养的基本手段。在高职电商人才培养中,合理设置艺术审美系列课程,广泛开展艺术审美教育是更新教育观念、适应企业人才需求的有效途径。艺术审美教育的核心是美育,即提高学生的审美能力和创造力,这就需要设置艺术审美系列课程。一方面,增加艺术体验课程,如《电商艺术工作坊》,包括戏剧、戏曲、微电影、动漫、设计、绘画、书法、摄影等艺术实践课程,这些课程的开展,有利于学生艺术思维的培养、掌握更多的艺术表现手段,借助适当的艺术训练,形成对美的构建能力。通过组建优势互补的教学团队,为高职电商学生创建艺术实践及研讨的情境,推行师生互动、分工协作的艺术工作坊机制,有效引导电商学生在具体的艺术实践领域中进行深度体验和自由创作,从而激发学生的创意设计灵感,提升其创新意识和动手能力。另一方面,增加艺术审美鉴赏课程,如形象气质修养课程,让学生具备良好的抽象思维及形象思维,使其学会进行得体的自我形象设计,进而提升气质和综合素质,提高其对艺术美构成的完善程度及其美学意道的主观界定和评析能力。经过专业化、系统化的学习,学生的艺术审美能力会得到显著提升。

(二) 打造实力雄厚的电商美工师资队伍

教育部印发《关于实施卓越教师培养计划2.0意见》,旨在提升教师队伍质量,培养更多的卓越教师,对于高职电商专业来说,提升美工师资质量也是势在必行。第一,要重视电商教师的艺术进修及培训工作,加大师资专业技能培训,有目标、有计划地帮助电商教师提升网店制作、美工处理、网店艺术视觉装饰等能力。教师对学生的影响非常大,如果教师的专业水平比较高,思维比较新潮,那么学生的学习效果也会更好;相反,如果教师一直采用传统的教学理念来教学,照本宣科,不积极地学习、了解电子商务的最新发展,那么在教学过程中就会给学生传达过时的观念,导致学生实际拥有的能力达不到电子商务行业发展的最新要求,学生的就业也会受到影响。第二,在电商教师师资队伍中引进一批艺术类人才,使其成为电商美工艺术审美教育的生力军,通过教师间的优势互补,互相学习,不断自我成长,丰富广大电商教师的知识,形成一专多能的知识结构,打造一支实力雄厚的电商美工教师队伍。第三,高职院校应根据当下社会的需求,促使教师不断调整和创新课堂教学方法,开展情境教学,丰富课堂内容,提升课堂质量。电商教师要根据电商美工的特点设立有针对性的项目任务,将项目情境引入课堂,帮助学生理解和熟悉电商美工实际工作中艺术审美的实现方式,结合工作中的实际问题进行有针对性的情境教学。

(三) 加大艺术审美教学设备方面的投入

高职院校要设立艺术审美教育专项经费,并形成长效保障机制,随时代发展不断加大在艺术审美教学设备方面的投入。通过设置电商美工教学需要的艺术活动场地、电商美工艺术教室、艺术活动室,配置艺术审美教育教学器材及活动设备,有效促进电商专业艺术审美教学活动的开展,提高艺术审美教育活动质量和水平,推动电商专业文化艺术环境建设,从而培养学生的创新意识、审美情趣和欣赏能力。以艺术审美教育为引线,最大限度地开发学生美工设计的潜能,培养学生全面素质,促进个性发展,为造就一流的电商美工人才奠定扎实的基础。

(四) 加大校企合作力度

电商艺术审美教育要符合社会对电商人才的需求。如今的电商行业发展迅速,各方面的规则也在迅速变化,高职教师要想做好电商艺术审美教育工作,就需要不断地学习、熟悉电商规则,深入企业了解当下电商行业的最新资讯。同时,教师深入企业,了解企业的具体需求,也可以相应的调整教学内容。在校企合作的模式下,学生能够对企业精神和文化有更深层的理解,也能更好地将课堂上学习到的理论知识与实际技能进行良好的转换,学生素质能够得到全面的培养,艺术审美能力以及创造力能够得到大幅提高。通过校企合作提供的平台,学生在接收理论知识的同时,也可以在实战中不断磨炼自身的专业技能。因此,高职院校应注重在电商技能教学中加大校企合作力度,实现理论与实践的无缝接轨,培养出更多满足当下市场需求的美工人才。

四、结语

艺术审美教育是时代精神的敏锐导体,文明变迁的内在动力。艺术审美教育不能脱离实际,应注重理论与实际的结合,以提高学生对美的敏锐度为目标,使学生善于发现美、创造美。将艺术审美教育引入到高职电商技能教学中,是当下高职教育的趋势,也是社会发展对于电商美工人才的必然要求。高职院校要重视艺术审美教育的开展,优化艺术审美课程的设置,使艺术美的魅力成为刺激、打动欣赏者心灵的作用力,从而促进人的全面发展。

参考文献:

- [1] 陈琦. 高职电商学生艺术审美能力培养方法研究[J]. 教师·中, 2019(8): 127-128.
- [2] 陈琦. 高职电商专业学生艺术审美能力培养方法研究[J]. 教师, 2019(23): 2.[3] 周蕾, 李娟. 高职院校生源结构和特点[J]. 太原城市职业技术学院学报, 2004(S3): 161-163.
- [3] 文婧羽. 电子商务专业技能教学中审美教育的开展[J]. 科教经济(经营版), 2020(4): 236-237.
- [4] 罗曼妮. 基于竞赛平台的电商美工学生培养研究——以常德职业技术学院电商专业为例[J]. 现代职业教育, 2019, No.170(32): 466-467.
- [5] 徐捷. 基于微课的翻转课堂教学分析与实践探讨——以电商专业《网店美工》课程为例[J]. 电子商务, 2020(004): 91-92.
- [6] 妍妍 何, 兢巧 孙. 《视觉营销与美工》课程标准——以中国高职院校电子商务专业教学为例[J]. 财经与管理, 2017, 001(003): 340-342.

作者简介: 胡吉(1991—), 女, 汉族, 湖北孝感人, 学士, 主要从事电子商务视觉设计研究。