

民办院校校企共建文创产品协同创新实践教学

——以艺术设计专业为例

范晶晶¹ 李婧²

武汉工程科技学院 湖北武汉 430070

摘要: 新时代, 院校与企业共建文创产品协同创新中心是非常重要的, 这是提升高职院校文化创意人才培养质量的重要途径, 也是提升企业创新能力、设计能力的重要举措。结合以艺术设计专业为例, 基于院校校企共建文创产品协同创新实践教学开展如下探究。

关键词: 高职院校; 校企合作; 共建; 文创产品协同创新中心

引言:

2019年国家将促进文化产业发展纳入国民经济和社会发展规划中, 鼓励各地区突出特色, 体现差异, 保护文化生态。大量的文创企业和文创产品在全国衍生发展起来。文创IP的设计以及相关的周边产品研发也成为创意企业发展的突破和亮点, 市场上对于文创设计的人才需求有着很大的缺口, 因此全国的艺术院校也相继开设了相关的课程, 但课程中文创产品的设计研究往往与市场需求又有一定的脱节, 学生缺少实践经验和与企业对应的市场接触。课题主要研究如何以·市场的需求为导向, 学校与企业共建产学研平台, 将实践教学活起来, 文创产品得以市场化, 有效化。

一、研究的背景

2019年中国文创产业在保持快速发展的同时, 进一步呈现“文创+”全面融合发展的趋势。

(1) 清华大学文化创意发展研究院执行院长胡钰认为, 未来文创发展要靠复合型人才来推动, 文创从业人员需要让自己的知识结构更加复合, 同时具备技术视角和技术能力。学校主办2019全球AI文创大赛, 推动AI技术与文创、艺术创作跨界融合。

(2) 在浙江中国美术学院白马湖生态创意城、下沙高教区浙江理工大学创意产业园、浙江传媒大学文化创意产业园名孵化中心等代表了未来围绕高等院校创意产业集聚区的一种趋势。

(3) 上海交大文创学院正通过与企业合作, 让学生自主组建“文创+X”的跨学科、跨产学团队, 培养学生

文化化的跨界能力, 解决企业面临的问题。

国外相关研究:

(4) 曼彻斯特大学将艺术管理和文化政策方面的关键知识和技能与专业选择结合起来。受益于50多个与艺术和文化组织的积极合作关系, 为基于实践的研究、专家教学和实习提供机会。伦敦大学国王学院, 开设文创课程, 研究文化创意产业的结构和历史, 探索当今文化企业家、专业人士和决策者面临的实践和理论问题。本课程使用社会学、媒体和文化研究等一系列工具, 吸收了国王学院和该领域专业人士的教学、研究和专业知识。

二、研究的目的和意义

校企合作的创新研究是产学研发展的必经之路, 只要将教学与市场的需求紧密相连, 才能创作出有价值的文创产品。校企共建文创产品协同创新中心能够让高职院校通过企业, 及时把握市场动态和社会需求, 并根据实际情况与需求快速调整课程设置、教学内容与教学方式。企业将社会对文创产品的需求引入文化创意的教育和教学中, 使学生在实践过程中接触文化创意行业的发展, 在实践中锻炼设计、创新和科学研究能力, 提高文化创意人才的培养质量, 增强企业的市场竞争力, 促进文化创意产业的蓬勃发展^[1]。

(1) 高校重视文创设计课程的研究, 可以提高艺术设计文化创意人才培养质量, 提升企业竞争力, 促进文化创意产业发展;

(2) 进行有效的校企合作, 及时把握市场动态和社会需求, 教学中快速调整课程设置、教学内容与教学方式, 构建“创意能力培养体系”, 全面提升设计学生创意能力;

(3) 校企合作, 产教融合, 可以搭建优质实践教学

通讯作者简介: 范晶晶, 1982年生, 汉族, 女, 湖北武汉, 武汉工程科技学院, 副教授, 研究生, 邮箱: 49398137@qq.com, 环境设计。

平台,促进教学理论与实践可持续性地良性发展,提高教学成果质量;

(4)校企共建文创产品可以更好的帮助协同创新中的信息共享和联合解决问题,可以直接影响产学研知识协同创新绩效,帮助成果产品转化;

(5)可以提升教师的实践能力、科研能力和创新能力,促进艺术设计双师型教学队伍建设^[2]。

三、现状问题

(1)在传统民办院校艺术设计实践教学,实践的模式往往是教师虚拟实际项目或利用已经实施落地的实际项目来做课程的案例,将案例的设计任务带到教学过程中,学生对于项目的实际情况往往一知半解,以及实施的调研的方法有限,教学存在一定的局限性;

(2)在传统教学中艺术设计课程的文化创意成果会以借鉴、参考、模仿为学生主要的创意途径,创意的思维方法、审美的广度、文化的深度都没有太多的思考,因此很多创意构想与市场的需求相差很大,作品无法转换为有经济价值的成果产品;

(3)传统民办院校艺术设计实践教学中学生缺乏生活经验、艺术素养的培养也缺少沉淀与积累,有的绘画基本功也较弱,学习意识也不强,导致创新能力的不足^[3];

(4)民办院校艺术设计学生在实习期间,对于企业高强度的工作的压力、团队的合作默契程度要求、实操过程中的反复挫败、强大的自律要求等综合能力都难以达到企业的用人标准,创作设计的整个过程无法满足企业需求;

(5)在校企合作的过程中,企业对于实习生的管理往往不够系统,没有形成模块的学习体系与管理机制,导致学生在实践过程中学习内容不明确,学习方法效果不明显,纪律有时较为松散,校企合作达不到预期效果;

(6)在实践教学中教学成果的评价方式较为单一,往往只有授课教师对作品进行点评与打分,评价的角度较为片面,不能全面的代表市场的需求。

四、研究的内容

(1)在艺术设计实践教学文化创意理念与企业需求的关联性:将企业的创意产品需求植入教学中,可以让学生围绕主题进行调研与数据整合,依据文创元素大数据支撑设计方向,再通过审美基础、结构元素拆分、技术表现等手法进行创作;

(2)校企共建文创产品协同创新实践的可行性:文创产品研发是艺术设计专业发展的导向,而企业也需要

量化的文创理念激发企业活力,学校产品需要制作技术支持,而企业可以提供相关的制作资源,产品又可以通过企业实现价值。因此校企合作搭建平台,利于双向共同发展;

(3)校企共建文创产品协同创新实践的必要性:民办院校以应用型人才为教学根本,应用型人才为企业市场服务,在人才输入的前期端口,企业协助院校进行实践教学合作,会大大提高教学质量,缩短学生对市场适应的周期,增加学生对文创设计的成就感^[4];

(5)校企共建文创产品协同创新的实践教学方法:将企业导师邀请入课堂,将市场需求和技法传导给学生,教师和企业导师双导师制授课;再将学生带出去,参观公司,考察市场,参与项目,结合实际要求提升自我创新能力;企业资助学生作品落地投入生产,学生的实际成果可以参与设计大赛,在创收的基础上也可以增加院校之间的竞争力;

(6)协同创新的实践教学大纲、教案、评价机制等:结合企业与民办学校自身的教学方针,制定适应校企共建文创产品创新的教学大纲,教案。评价机制从以往的教师评点,改为企业导师与教师共同评点,或企业导师与教师、甲方三方共同评点的形式。将理论分值和实践分值及产品投入市场量分值的多维度评价方式作为衡量课程成果的标准。

五、文创成果开发实践教学

(1)在实践教学的过程中可以制定一定的主题方向,例如与地方性的文化品牌相联系,为地方产业做品牌的宣传设计,这样的文创产品也会有一定的针对性。视觉设计专业可以与地方的某品牌合作,为品牌包装设计、VI设计、互联网推广等;绘画专业可以与品牌包装合作,植入IP设计;环境设计专业可以为空间主题设计,增加环境的情感氛围等。

(2)为各企业提供艺术作品,例如室内软装饰设计的公司需要装饰画产品,可以在图案设计、艺术采风这样的课程中创作定向创作的画作;家具公司需要有创意的设计想法,环境设计家具课的课程可以与家具品牌合作,为他们提供创意图纸,家具公司再落地实施;可以为出版社提供绘本素材和插画作品等。

(3)促进高职院校与合作企业文化的深度融合,校企共建文创产品协同创新中心,将企业文化融入校园文化,发挥企业文化和校园文化在育人中的重要作用。学校可以从企业聘请大量一线技术员、业务骨干作为兼职教师,为学生传授企业文化、岗位技能和职场知识;企

业可以聘请学校的专家教授为企业员工举办讲座、培训等。学校和企业共同营造一种独具特色的高职校园文化，激发学生学习动力，在培养学生职业素质和创业精神方面发挥着重要作用。

六、结束语

校企共建文创产品协同创新中心，能够将院校师生的创意创新思维、设计研发能力等转变为推动企业进步与发展的动力。反之，企业的实践平台、销售平台和市场信息等资源也能够促进学校教育发展，促进教师科研能力和实践能力提升，提高学生创意设计能力和创新创业意识，进而有效提升办学质量，为社会输送更多优秀的文化创意人才。

参考文献：

- [1] 邬连东. 地方综合类高职院校实施错位发展战略与协同创新机制研究[J]. 教育与职业, 2015(31): 31-33.
- [2] 居长志. 产学研协同创新提高高职院校人才培养质量的对策思考[J]. 江苏经贸职业技术学院学报, 2015(06): 7479.
- [3] 胡平, 段峻, 夏东盛. 校企协同、产教融合培养创新创业人才的研究与实践——以陕西工业职业技术学院为例[J]. 机械职业教育, 2017(08): 39-41.
- [4] 蔡莉. 关于加快建设校企协同创新城市联盟的思考[J]. 辽宁师专学报(社会科学版), 2017(03): 110-111.