

立足旅游酒店行业需求的品牌运营设计 课程建设与探索

王亚慧¹ 李海林² 唐 玉³

1. 成都银杏酒店管理学院 设计艺术学院 视觉传达设计系, 中国·四川 成都 611730;
2. 成都银杏酒店管理学院 设计艺术学院 产品设计系, 中国·四川 成都 611730;
3. 成都银杏酒店管理学院 设计艺术学院 数字媒体艺术系, 中国·四川 成都 611730

【摘要】数字化技术的快速崛起与发展, 互联网技术的不断普及与提高, 传统企业和新兴产业更倾向于运用智能网络技术平台提高产品曝光率和品牌影响力, 改善用户体验。这样的市场现状也对设计人才提出新需求。旅游酒店行业“品牌运营设计”的课程建设与改革既是对设计课程内容的扩充, 更是对市场的及时反馈与适应。顺应市场与时代需求, 以培养综合型人才为导向, 从培养目标、教学模式到课程设计、教学方法的全面改革。本文旨在分析“品牌运营设计”课程教学的困境与挑战, 探索具有院校特色的“品牌运营设计”课程教学改革思路与方法, 并分析其教改意义。

【关键词】品牌运营设计; 教学改革; 旅游酒店行业

The Construction and Exploration of the Brand Operation and Design Course Based on the Needs of the Tourism and hotel Industry

Wang Yahui¹, Li Hailin², Tang Yu³

1. Department of Visual Communication Design, School of Design and Art, Chengdu Ginkgo Hotel Management Institute, Chengdu 611730, Sichuan, China;
2. Department of Product Design, School of Design and Art, Chengdu Ginkgo Hotel Management Institute, Chengdu 611730, Sichuan, China;
3. Department of Digital Media Art, School of Design and Art, Chengdu Ginkgo Hotel Management Institute, Chengdu 611730, Sichuan, China

[Abstract] With the rapid rise and development of digital technology and the continuous popularization and improvement of Internet technology, traditional enterprises and emerging industries are more inclined to use intelligent network technology platform to improve product exposure rate and brand influence, and improve user experience. Such a current market situation also puts forward a new demand for design talents. The curriculum construction and reform of "brand operation and design" in the tourism and hotel industry is not only the expansion of the design course content, but also the timely feedback and adaptation to the market. In response to the needs of the market and The Times, to cultivate comprehensive talents oriented, from the training objectives, teaching mode, curriculum design, teaching methods of the comprehensive reform. This paper aims to analyze the difficulties and challenges of "brand operation design" curriculum teaching, explore the ideas and methods of "brand operation design" curriculum teaching reform with college characteristics, and analyze the significance of its teaching reform.

[Keywords] Brand operation design; teaching reform; tourism and hotel industry

引言

对高校教育改革的探索与尝试是一个永恒的话题, 科技在进步, 社会在发展, 市场对于人才的需求也随之不断发生变化。2021年通过的《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》提出新发展阶段“以推动高质量发展为主题”, 并专章论述了“建设高质量教育体系”的规划目标和“提高高等教育质量”的明确任务。这是一项极具挑战性和长期努力的探索。

视觉传达设计作为人文社科领域专业, 是一个高度融合的学科, 兼顾了设计学、心理学、传播学、市场营销学等不同领域, 并且呈不断扩张和多元化的趋势, 它们之间相互作用, 相互依赖, 共同发展。高校设计教育如何适应时代发展变化和市场需求是值得不断去思考和探究的问题。

受新冠肺炎疫情反复和防控政策影响, 近几年旅游市场表现

疲软, 行业发展亟需提振信心。《“十四五”旅游业发展规划》科学研判了我国将全面进入大众旅游时代, 微旅游、微度假成为行业热词和市场主体创新的重要方向。全面进入大众旅游时代, 需用新理念、新思维将旅游要素融入更多领域, 凝聚更多力量, 推动“旅游+”发展, 以此对接更加多层次、多样化的旅游消费需求。其中, 酒店是旅游过程当中最不可或缺的一部分, 满足大众旅游新需求, 需有更完善的基础和配套设施支撑, 更富有吸引力的消费场景、更高质量的产品创意和服务, 需要依靠科技赋能带来更多全新体验。

随着数字化、智能化在市场上的应用与普及, 以及产业结构的变化与升级所带来的新型人力资源需求, 为高校视觉传达设计专业改革与发展、人才建设与培养带来新的需求和新的思路。新的时代背景下, 品牌设计作为酒店企业无形的资产, 不再是单向行为, 用户与品牌相互联动、相互影响, 品牌的传播和使

用场景更加多元化和动态化。因此,品牌设计课程的综合性特征进一步加强,人才的培养更加趋向多领域化和动态化。

1 立足于旅游酒店行业需求的品牌运营设计课程建设的必要性

数字媒体技术与酒店行业相融合,旅游酒店品牌传播和推广由传统的静态模式走向更加动态化和多元化,运营和营销策略也基于网络平台进行多维度宣传与推广,品牌设计岗位需求不断扩充,且诞生了新的岗位名称—品牌运营设计。运营是当下企业品牌推广最有效的手段之一,围绕产品、用户、开发和设计进行的高效化、高质量化、高数据化的团队工作流程,以达到企业拉新、促活、回流和营收目标。品牌运营设计在整个工作流程中起关键作用,针对互联网相关平台和当代消费者特性进行有针对性的酒店品牌宣传、活动推广、用户交流,可以更好的辅助旅游酒店企业进行有效的用户引导,保持用户粘性,最大限度防止用户流失,对旅游酒店企业起到至关重要的价值,如图1。

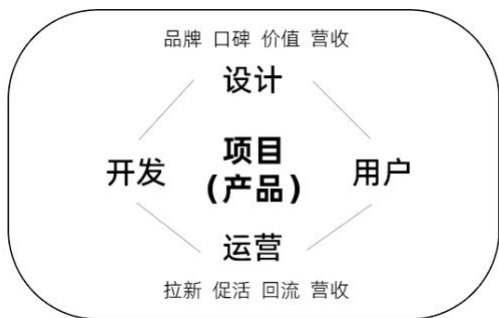


图1 品牌运营设计与团队的工作流程关系

因此,在数字化、网络化和VR、AR、元宇宙等新技术的冲击下,艺术设计的界限不断被打破,技能需求不断革新,基于旅游酒店行业的传统品牌设计课程倾向单一化、纸媒化和静态化的模式已无法满足市场需求,运用在品牌运营设计工作中的图像合成、三维效果、动态效果、产品思维、用户思维等新型技能日益凸显,教学改革和教学内容扩充的必要性不言而喻。

2 立足于旅游酒店行业需求的品牌运营设计教学改革思路与方法

教学的改革和教学内容的迭代、扩充,是为了更好适应市场需求,为企业输送更前沿、更综合、更精准的人才。旅游酒店行业在新科技、新营销模式的影响下,品牌与用户进行沟通变得更加便捷、快速和多样化,恰当的运营手段可以有效提升品牌曝光率和影响力^[1]。基于此,立足于旅游酒店行业需求的品牌运营设计人才培养模式要从课程体系建设、设计思维培养和项目式教学模式三方面进行课程建构,具体内容如下:

2.1 课程体系建设

品牌运营设计课程是品牌设计课程内容的补充和延伸,是以实际市场岗位需求为依据的课程体系建设。基于旅游酒店行业的品牌运营设计是多个行业的融合,课程体系最大特点之一是多学科相互交叉、相互渗透,兼顾多层学科理论与实践相结合,这

也是设计教育所具备的特点,学科层次结构复杂,能力需求更加综合且极具实践性、创新性与文化性^[2]。

立足于旅游酒店行业需求的品牌运营设计课程建设围绕理论教学、实践教学和项目教学三大体系,培养学生基本知识技能、专业技能,提高项目实践能力和创新能力,突出课程特色,建构多学科领域融合、多向主体教学的人才培养模式。

首先,建构多学科领域融合,以旅游酒店行业特色突出的品牌运营设计课程体系。根据实际市场需求和岗位需求,从文化、科技、经济、旅游、运营、设计等不同学科领域出发培养学生多维度的综合知识技能和专业技能,奠定学生深而广的品牌运营设计基础,进而培养学生的产品思维、运营思维、用户思维和设计思维、软件操作等核心专业技能,提高市场调研、问题研究、团队协作等综合能力,针对学生兴趣和特长优势选择性学习合成、动态、三维等新型拓展技能,如图2。



图2 课程体系图

其次,基于旅游酒店行业特色,围绕教师、学生、教学内容(设计项目),采用多向主体的教学模式。艺术设计是一个需要充分发挥主体性的学科,教学内容和项目本身也是整个教学过程中需要面对的主体,在学习和实践过程当中需要对其有充分认知,尤其设计案例和设计项目行业特征,都对教师教学和学生起关键作用。

2.2 设计思维培养

在大学中,“设计思维”是与商业和创新研究密切相关的内容,在商业、教育、计算机科学等领域广泛被运用。立足于旅游酒店行业需求的品牌运营设计在新技术和新市场环境下,更加注重学生设计思维、运营思维、产品思维、用户思维等多维度培养,基于行业特色,提高学生的设计商业性理解和设计创新能力,更好的分析产品、分析用户、分析运营策略,以得出解决问题的设计方案,这也是在相关工作领域中提升自身竞争力的关键因素。同时,相较于传统的教学模式,不断在新的变化中找应对方法,设计思维的培养使学生获得综合完整的专业知识、专业思维和专业技能,锤炼分析问题、解决问题的能力,更有利于学

生在多变的行业中更快、更好的适应。

因此,在品牌运营课程中,加入“设计思维”模块,着重培养学生商业性思维和创新性思维,这两种思维对于实际市场中的旅游酒店行业极具价值,既有利于实现企业的商业利益,又能够兼顾企业的品牌价值和市场竞争力。同时培养学生全方位专业技能,更好的顺应市场变化,满足企业人才需求标准。

2.3 项目式教学模式

艺术设计的实践性与创新性不言而喻,合理的教学模式对于学生学习知识、掌握技能起巨大的推动和引导作用。如今课堂中所采用的教学模式更加灵活,教学资源更加丰富,为教师教学和学生学学习提供了更多样性的选择和便捷的途径。

相较于传统的教学模式,多以班级为单位,以教师为主导,以学生为主体进行课堂教学。这样的课堂模式不利于学生综合性学习和能力提升。品牌运营设计在实际的工作岗位中,由于互联网特性导致时事热点多且快,版本迭代迅速,业务量大,且外部竞争激烈,因此,在实际品牌运营设计项目中,企业多以团队协作模式进行工作,满足高效业务需求和业务良性运转。传统的教学模式虽优点颇多,但显然不适合品牌运营设计课程能力培养需求。

设计项目的具体实践是对学生设计能力锻炼、提升、检验的最好方式。在品牌运营设计的实际教学活动中,不仅需培养学生高度综合的学科知识和设计技能,还需培养学生团队合作能力、问题分析和解决能力、方案设计和项目实施能力,了解、掌控整个设计工作中的每一个流程和细节,避免在实际设计工作中无从下手。学生在传统教学方式中夯实基础,在项目教学中进行知识的应用、融合和变通,达到跨学科的整合,体会实际工作环境。基于旅游酒店行业特色,在项目式教学中,提高学生的学习积极性和主动性,锻炼学生的语言表达能力和团队协作能力,从项目出发,进行调研、构思、设计落地等整个工作流程,学会预

测问题、解决问题和总结问题。

3 立足于旅游酒店行业需求的品牌运营设计教学改革思路与方法价值与意义

数字化时代下旅游酒店行业充分应用大数据、人工智能、虚拟现实等高新技术助力企业运营与推广,为消费者带来新的个性化智能服务和体验,也为行业经济增长增加了新的动力。产业结构的调整与融合,行业对设计人才提出新的需求和期望,这对于高校视觉传达设计专业人才培养方案和目标而言即是机遇又是挑战。

视觉传达设计教学改革要在时代变化、产业革新的大前提下进行专业改革,紧跟市场需求,通过对课程体系、教学目标、教学重难点、教学方法、教学过程等多方面进行课程反思和研究,寻求开拓专业新领域和新发展,为社会企业输送高能力、高素养的设计人才。立足旅游酒店行业需求的品牌运营设计课程建设,是顺应社会发展和人才需求的课程探索,在时代发展大趋势下,凸显人才培养特色和学科特色。

4 结语

随着数字化、智能化、网络化的发展,视觉传达设计所涉及的领域、传播的媒介、表现的手法逐步走向多元化,市场对于设计人才的需求更加多维化,企业对于具备设计思维、运营思维、产品思维、用户思维等综合能力的人才需求更加迫切和广泛。因此,高校视觉传达设计专业的人才培养方案构建因基于新技术、新需求不断发展和革新。

参考文献:

- [1] 刘海婷. 新媒体语境下视觉传达设计教育的发展趋势研究[D]. [硕士学位论文]. 杭州: 浙江工业大学, 2014.
- [2] 刘黎明. 数字化境遇下的视觉传达设计转型研究[D]. [硕士学位论文]. 长沙: 中南大学, 2010.