

基于OBE教学理念下将“综艺竞演”模式应用于课程思政的教学改革实践初探

——以《广告策划》课程为例

涂莹霞

江西水利职业学院, 中国·江西 南昌 330000

【摘要】作为对接电子商务运营岗位的一门专业基础课,广告策划从市场需求的角度出发,旨在培养学生通过对市场环境的调研与分析,能够制定出一个与市场情况、产品状态、消费群体相适应的经济有效的广告计划方案,以塑造品牌形象、促进商品销售。因此,《广告策划》是一门偏重实践的专业基础课,对于课程本身而言,既要有机融入思政元素,满足高校思想政治工作的要求,又要帮助学生突破如何将知识转化为技能的瓶颈。鉴于此,本文尝试引进当红成长类综艺节目《乘风破浪的姐姐》模式,对《广告策划》课程思政的教学改革进行实践初探,希望能给实践类课程提供一些改革启发和思路。

【关键词】OBE教学理念;综艺竞演;课程思政;教学改革

引言

作为理实一体化专业课教师,所面临的问题是,一方面,要思考如何将枯燥难懂的知识转化为有趣实用的技能,以达成人才培养方案中所设定的能力目标。另一方面,还要思考如何从形式和内容上有机融入思政元素,以达成润物细无声的育人目的。笔者发现,近年来火爆出圈的竞演类综艺《乘风破浪的姐姐》不仅形式新颖,内容百变,而且节目中所传递出的团队协作、拼搏奋斗、自信向阳的精神,以及联合全国妇联宣传部共同发起“巾帼她力量”的网络寻找活动正是思政元素的有力体现。

受此启发,笔者大胆尝试,创新性地地将《乘风破浪的姐姐》模式引入课堂,作为《广告策划》课程思政教学改革试点,并且通过对20级电子商务2个班、21级电子商务4个班各一个学期的试行取得了初步成效。本文将以《广告策划》课程为例,探讨基于OBE教学理念下将“综艺竞演”模式应用于课程思政的教学改革,希望给实践类课程予以启发和思路。

1 广告策划课程教学改革的必要性

1.1 传统教育无法满足行业发展需要

广告策划是一门实践性和创新性高的学科,它不仅要求学生掌握广告理论、市场调研与分析、消费者行为等基础知识,还需要具备创意思维、媒介策略、数据分析等实践技能。

而随着广告行业的快速发展,市场对广告策划人才的需求也在不断变化。传统教育已经无法满足当前行业对于创新思维、跨媒体整合能力、数据调研和分析能力等新技能

的需求。因此,教学改革需要紧跟行业发展步伐,更新课程内容、创新教学形式、加强实践教学,以培养更适应市场需求的广告策划人才。

1.2 教学内容与实践能力相脱节

传统的广告策划课程侧重于理论知识的传授,不仅内容脱离真实的企业项目,而且教学方法也难以激发学生学习兴趣。理论与实践相脱节导致学生可能在课堂上学到了大量的理论知识,但缺乏将这些知识应用于实际工作中的实战经验,丧失了广告策划过程中的各项综合能力。因此,教学改革应当强化实践教学环节,通过项目模拟、任务驱动、头脑风暴、投票竞选等方式,鼓励学生主动参与市场调研,积极思考广告创意、媒介计划等具体工作,让学生在实操中熟悉广告策划流程、掌握广告策划技巧,培养学生的创意思维和创新能力。

1.3 课程思政建设的责任使命

总书记指出:“要用好课堂教学这个主渠道,思想政治理论课要坚持在改进中加强,提升思想政治教育亲和力和针对性,满足学生成长发展需求和期待,其他各门课都要守好一段渠、种好责任田,使各类课程与思想政治理论课同向同行,形成协同效应。”因此,专业课的教学改革既要多元化的引导学生掌握专业知识,更要牢记使命,引导学生将所学到的知识和技能转化为内在德性和素养,不断增强专业课的理论厚度、思想深度和情感温度。

2 “综艺竞演”模式应用于广告策划课程思政的教学改革实践

本次教学改革基于OBE (Outcome based education) 教

学理念,即以“成果”为导向,聚焦学生在完成学习过程后能达成的最终学习成果,反向进行课程设计,开展教学活动。通过将竞演类综艺《乘风破浪的姐姐》模式应用于广告策划课程,分别在20级电子商务2个班和21级电子商务4个班进行教学改革试点。

2.1 教学内容设计

为了满足理论知识和实践应用双重学习目标,笔者将《广告策划》课程的主要内容综合梳理之后,整理成两大部分,三个篇章。分别是理论知识部分的广告策划开篇、广告策划概述和实践应用部分的广告策划兵法。

2.2 教学流程设计

《乘风破浪的姐姐》邀请30位年龄30+的女艺人,通过3个月的培训与比赛,在专业制作团队的帮助和观众的投票选拔中,最终优选成团出道。笔者将《广告策划》课程模拟成真实的项目策划案,仿照《乘风破浪的姐姐》的“综艺竞演”模式,让班级所有学生自行组队,选择队长、取好队名。教师则根据上学期所教授的另一门课程的学生成绩,计算出各团队成绩的平均分进行首次排名,并以该排名作为团队选择策划命题的先后顺序。

各团队选择好各自项目的策划命题后,一边跟随教师达成广告策划的知识目标,一边将全程围绕命题完成8次项目提案。这8次项目提案对应的正是实践应用部分的7个知识目标,以及最后一次的完整方案呈现。教师每讲解完一个知识目标后,各团队需根据该知识目标,利用一周时间做出相应方案,并在下一堂课上进行提案。每次提案,各团队汇报完成后,由教师在学习通平台发起投票,在场所有学生投选出最佳3个团队的提案。最终由投票数的40%和教师打分的60%计算出排名,各团队也由此可以获得相应的火力值。同时,下一场提案的上场顺序将由本场提案的排名进行优先选择。

2.3 课程考核设计

《广告策划》这门课程的最终成绩评定由占比30%的个人积分、占比40%的团队竞赛和占比30%的终极测试三部分构成。每部分又设有相应的考核标准。

2.4 教学改革成效

实施教学改革之后的班级学生积分表可以体现出每一位学生在这门课程中的表现情况。而通过对比传统理论授课方式的18级电子商务2个班级的《广告策划》期末考核和采用“综艺竞演”模式教学改革方式的20级电子商务2个班级的《广告策划》期末考核成绩数据,可以较为明显的看出,传统授课方式下未达标人数为17人,合格率分别为75.61%、83.72%。采用“综艺竞演”模式下未达标人数为6

人,合格率分别为96.8%、93.7%。未达标人数明显减少,总评成绩合格率明显提升。

不仅如此,在教学改革实施下的《广告策划》课程结束后,笔者在学习通平台发布有关“经过一个学期的学习,谈谈你对《广告策划》这门课程的收获!”的主题讨论,20级电子商务2个班共有学生125人,其中96人参与了讨论。学生谈到的收获主要有以下四个方面:

(1) 创新和活跃的课堂氛围能够激发学生学习新知识的积极性,并且主动融入课堂,参与思考和讨论。

(2) 项目模拟和任务驱动的方式不仅能够让学生真正理解策划的意义、了解策划的内容和流程、掌握策划的技能,还能够锻炼学生的执行力,培养学生的逻辑性。

(3) 提案PK和投票评选的方式能够提升团队的凝聚力,增强团队的荣誉感,自我也在团队合作中不断成长与进步。

(4) 在方案构思和策划的过程中,学生不断习得PPT制作、Logo设计、视频拍摄剪辑等技能。上台提案的过程,让学生突破恐惧心理,勇于接受挑战,逐渐建立起个人自信,也更好的锻炼了语言表达能力。

3 “综艺竞演”模式应用于课程思政的教学改革优势

教学方法直接影响教学效果,尤其在当下大力提倡“课程思政”建设的大背景下,更需要教师思考如何在传授专业知识的同时,能够让正确的价值观、人生观和世界观,潜移默化地“入脑入心”,从而提升学生的道德素养。而将“综艺竞演”模式应用于课程思政也是教学改革创新的一次大胆尝试。它的优势体现在以下两个方面:

3.1 喜闻乐见的综艺形式激发学习兴趣

借助互联网的发展,泛娱乐化时代应运而生,各种综艺节目如雨后春笋般层出不穷,它们以主题新颖、内涵丰富、创新多元、风趣幽默等特点吸引了大批学生群体的喜爱。而教学改革正需要借鉴综艺节目娱乐性、互动性、创新性的特点,将传统教育中学生主体地位缺失、实践能力不足的劣势转化为以学生为主体,以能力为导向的新型教育。

将学生喜闻乐见的综艺形式植入课堂教学,一方面,能够很好的激发其学习兴趣、增强学习自信、提高学习自觉。另一方面,在积极融入课堂,主动参与实践的过程中,学生不仅能够更好的理解知识目标,而且能够将所学的知识目标转化为实际应用的能力目标。

3.2 竞争意识和团队精神贯穿课程思政始终

“综艺竞演”模式的关键在于“竞”,无论是个人竞技,还是团体竞赛,都是竞争意识的体现。作为芒果TV全

新打造的综艺力作,《乘风破浪的姐姐》通过专业培训、考核晋级、舞台竞演的方式,30位年龄30+的女艺人在观众的投票选拔中最终优选成团出道。节目从始至终将团队精神展现的淋漓尽致,每个团队为了能在每场竞演中赢得高票数、取得好成绩,成员们使出浑身解数,拼尽全力,硬是活生生把自己练就成为了一个个唱跳演全能俱佳的新艺人,传递出奋斗者敢于追梦、敢于绽放的时代新貌。

由于“综艺竞演”模式自带的竞争属性,使得将其应用于课程思政教学改革时便在潜移默化中强化了学生的竞争意识,再加上通过项目模拟的形式进行团队竞赛,无形中又增强了学生的团队凝聚力。在“竞争”和“团队”两者的化学作用下,课程思政便以“个人成功需要团队力量,团队精神鼓舞个人向上”为主线贯穿始终。有的学生会因为团队竞赛没有取得好名次而感到失望,并且为了在下一场提案赛中打个翻身仗,学生会主动在课后与教师探讨方案的思路和方法;也有的学生会因为团队竞赛取得了好名次而感到自豪,并且士气鼓舞,更有信心和动力做好下一场提案赛。学生在竞争的过程中学会承受失落与痛苦,学会享受成功带来的喜悦,才是学会了真正的竞争。学生在竞争的过程中懂得为了既定的目标,共同努力奋斗,相互配合协作,才有了真正的“团魂”。

4 应用“综艺竞演”模式进行教学改革需注意的问题

4.1 切莫让改革成为一场课堂综艺秀

尽管“综艺竞演”模式为课程思政的教学改革带来新鲜的活力和寓教于乐的动力,但在实际应用的过程中还是需要把握一定的度,别让改革仅仅成为一场课堂综艺秀。

首先,教师必须熟悉课程在人才培养方案中的各项目标,再结合相关岗位的要求,对课程的结构和内容做一个较为详细的梳理和规划。

其次,要选择和课程结构内容适配度较高的“综艺竞演”模式,这就要求教师能够对各种竞演类综艺节目进行甄别和筛选。

最后,在实际应用的过程中不能生搬硬套,要有针对性的灵活调整,或是融合多个竞演类综艺节目的亮点进行整合,使之能够为教学改革服务,让学生既感受到“综艺竞演”模式带来的新奇与乐趣,又顺利达成人才培养方案中的各项目标。

4.2 引导良性竞争和学会团队合作

竞争是个人或群体为了某种利益或目的,克服外部或内部因素去打败对手的心理状态或行为活动。每个人在潜意识里都有一种好胜好强心理,因此在进行具有竞争性质的比赛

过程中就能够让学生自觉的全身心投入其中。竞争意识是学生在认识过程中发展的必然结果。但良好的竞争意识仍然需要教师进行引导。通过鞭策和鼓励的协同作用,让学生认识到竞争不是单纯的体力活动,而是体力与智慧相结合的综合比拼。让学生学会用正确的心态对待竞争中的成功与失败,获得成功不应该骄傲,失败时也不要气馁。

在竞争的同时也要引导学生学会合作。教师在整个过程中除了要把控各环节之间的关联性,以保证形式和内容相统一,还要善于观察各种突发状况,尤其是要针对每个学生的不同表现和心理作出相应引导,让学生理解竞争的目的以及团队竞赛的意义,帮助学生学会将个人目标融入集体目标。在合作时,队员之间要相互信任、相互激励,只有这样才能将个人力量融合为更强大的团队力量,从而获得团队胜利,实现个人价值。

5 结语

尽管“综艺竞演”模式的引入的确为《广告策划》课程带来了一定的成效,但是在实际应用过程中还是出现了公平性的问题。由于每次提案是由全体学生进行投票评选,一部分学生存在随意选择的情况,还有一部分学生不是站在专业的角度,而是以人情的关系进行友情选择,这就造成了真正好的方案没有获得好的名次,而明显没有认真完成的方案反而名列前茅,这样的结果就很容易打击学生的积极性。虽然在21级电子商务4个班的试点中,每场提案竞赛的评比加入了教师打分,并且由投票数的40%和教师打分的60%计算出排名,从一定程度上对结果进行修正,但偏差依然存在。

笔者认为,“综艺竞演”模式的应用值得深挖研究,尤其对于理实一体化专业课来说,需要思考的是如何平衡竞争中的公平性问题,既要让学生全程沉浸式参与,又要让每位学生对竞争的结果心服口服,从而正向激励学生不断努力奋进。

参考文献:

- [1] 张智毅.《导游业务》课程教学改革创新研究——基于综艺节目全民参与模式[J].现代教育管理,2019(11):189-190.
- [2] 卢嘉怡.基于“掌上高校”+翻转课堂融合的财务管理课程教学改革研究[J].陕西教育(高教),2022(9):43-44.
- [3] 宋磊.综艺节目形式在初中英语教学活动中的应用研究——以郑州第*中学为例[D].中国知网.郑州大学.2018.
- [4] 黄海艳.文化类综艺节目资源融入高中思政课教学的路径探索——以《故事里的中国》为例[D].中国知网.洛阳师范学院.2024.