

“以赛促学”模式在高校广告设计教学中的应用研究

卢 愿

武汉传媒学院, 中国·湖北 武汉 430205

【摘要】在高校广告设计学科的教育中,通过有效地进行教学工作,培养学生的积极实践精神,培养学生综合性能力,是教育事业的发展目标之一,也是使其将来进入社会的时候,可以创造相关产业的价值。然而,在广告专业课程的教学,通过积极参与各类比赛来培养专业的自信心,同时也是培养专业的创新实践能力的重要课程。

【关键词】“以赛促学”; 高校广告设计; 教学模式

当今社会发展非常迅速,设计人才为行业推动了进步,促进行业发展高校培养设计人才的过程中,自然要有专业知识和职业技能作为核心内容,根据设计人员的特征,选择教学方式,只有这样做,才能达到为社会输送更多的人才的目标,近几年来出现了以赛促学的教学方式,取得的效果尤为明显。

1 高校广告设计教学现状

就目前来说,我国的广告市场需求量增大,但是广告设计教学方式脱节,教学方式单一,导致人才的专业能力降低。从艺术教育到广告设计教育,在飞速发展的过程中,大多数高校教师从艺术专业过渡到设计岗位,以至于实际操作能力低下,能够对学生表达特殊的审美观念,但学生创新设计能力没有得到培养,课程内容存在落后的问题,导致学生思维受到限制,遭到了时代的淘汰。除此之外,许多学生还出现了生眼低手的现象,专业技能日益下降,做不出甚至无法进行工作任务,相对来说,教师的指导作用决定了课堂教学的有效发展。与此同时,部分高校还通过放映教学视频完成设计软件的教学,学生只要根据视频步骤完成这门课程,就可以获得学分。在这种教学模式下,学生对设计行业的爱好逐渐降低,甚至失去了学习积极性和主动性^[1]。

2 “以赛促学”模式在广告设计专业课程中的优势

2.1 以具体的项目为载体分析

在高校广告设计教学过程中,教师需要在制定教学计划的同时发挥主导作用,并在教学实践中发挥主导作用。也就是说,老师讲授广告设计时,应避免灌输一种单独的设计理论,应该进行创新的填鸭式教学模式,帮助学生在实现职能的同时,帮助他们实现职能。与此同时,教师有必要引导学生掌握一定的沟通,营销和其他知识,特别是广告设计的特殊培训,帮助学生充分掌握设计方法,在视觉设计过程中具有方向性,慢慢形成系统的视觉设计理念。例如,在高校广告设计教学过程中,教师可以将全国比赛作为载体,在教学工作中进行全面指导,对促进学生设计能力具有重要意义,在学生思维训练方面也发挥着极其重要的作用,进一步增强学生对于问题的解决能力。其中,这一整个设计过程包括:调查分析竞赛内容的选择和制定,设计调查和分析,品牌定位和品牌形象的掌握,以及比赛项目的设计和 zwar,这是教学中一个非常重要的环节。在这一过程中,学生应该按步骤研究,奠定设计的基础和初期准备,有助于扎实地完成毕业设计。与此同时,在进行职业比赛之前,有必要对品牌进行研究发散的思想训练,可以选择采用可视性的思想导图或信息表达方法,进行职业性的视觉设计,帮助学生提高他们的思维积极性,迅速调动学生的积极性和主动性。

2.2 突破传统教学模式分析

随着社会的进步,不同时期教学方式受到经济、科技发展、文化和历史等各个方面的影响,受到了经济、科技发展水平,文化和地区历史等多个方面的影响,同时也受到了国家政策、社会需要的影响。结合长期在广告设计行业教学中的经历,有关人士

提出教学与实践结合。这种教学方式的实践过程经历了漫长的进程,教学内容必须满足生产与生活的要求,防止脱节于社会实际,但在执行过程中,不可避免受到固有思想的影响,理论教学是教育的基础,仍未发挥理论和实践的结合作用^[2]。例如,设计理念的形成,必须是基于大量实践与探索,社会经济和科技的发展程度决定着设计知识的发展程度。现代广告设计专业教学一定在设计过程中提倡全案设计,首先是对产品定位、策划、设计、生产流通和消费进行仔细的研究。

3 “以赛促学”模式在广告设计专业课程中的应用研究

学生设计专业素质的培养取决于合理运用“以赛促学”的教学方法。“以赛促学”教学模式具有显著的教学效果,关键是合理更新教学设计环节,首要任务是制定以国家竞赛为核心的大纲,筛选国内外知名的设计竞赛,比如,中国大学生广告艺术学院艺术竞赛奖。在职业竞赛的选择上,有必要对竞赛单位进行调查,为竞赛的价值和权威提供参考,同时,还要全面分析竞赛单位的成分,如企业选择、设计要求及奖励等,这些都应该有一定的挑战,但要避免盲目选择困难的竞赛,以避免学生失去竞赛的积极性和主动性。例如,在教学阶段的初期,教师应该在结合大量实际案例的基础上,为全方案设计提供相关的专业理论和相应的专业技能知识。课后要求学生搜集和分析有代表性的比赛作品,共同整理获奖作品的历年发展趋势和核心因素,拓宽学生的视野,防止学生故步自封。除此之外,应根据组别分配的任务,一组4~6人,根据比赛的策略来选择他们自己的主题,首先对品牌分析和产品功能进行研究,每组都围绕着一个主题展开头脑风暴,提出各种设计方案,一周内过稿。在课堂上,除了小组的工作外,他们还可以独立完成一场作品比赛。后期教学的重中之重是对学生作品的整体控制,同时也提醒他们及时将作品提交给学生。课程开始前,每个团队的学生都制作幻灯片来描述整个设计过程,阅读每一个小组的作品,借鉴别人的优势来弥补自己的不足。练习完成后,教师应根据学生比赛的成绩和课堂表现对学生进行评分,激励得奖同学。最后,教师必须在“以赛促学”的教学模式下充分发挥宏观调节作用,进一步提高学生参与专业比赛的积极性和主动性。

4 总结

综上所述,“以赛促学”在广告设计中的创新教学模式,根据具体情况进行了分析,对学生的专业课程培养起到了一定的参考意义。广告设计专业的核心能力是创新,要求学生有适当的实践操作能力,传统学习方式将逐渐取代传统学习的方式。在探索广告设计创新的教学模式过程中,“以赛促学”的教学模式强调对特定情况的具体设计,为学生的职业发展打下良好基础。

参考文献:

- [1]周青奇. 广告设计课程“以赛促学”教学模式的研究与实践[J]. 价值工程, 2016, 35(27): 194-195.
- [2]陈慧娟.“以赛促教”教学模式改革研究——以《广告设计》课程为例[J]. 大众文艺: 学术版, 2017, 0(17): 225-225.