

基于广告艺术设计专业技能竞赛的实践教学研究——以“广告创意与实训”课程为例

卢芳泉

(广西演艺职业学院 广西南宁 530226)

摘要:组织学生参加技能竞赛是实践教学研究行之有效的一种方法。本文以《广告创意与实训》课程为例,融入大广赛、学院奖、全国数字艺术大赛等技能比赛的实践教学内容,探索“以赛促教、以赛促学”的实践教学体系形成,促进广告艺术设计专业教学改革的发展。

关键词:广告专业技能竞赛 实践教学 广告创意

《广告创意与实训》作为广告艺术设计专业的必修课、核心课程,传统教学模式已经不能适应的现状行业设计人才需求。如何通过实践教学改变固有的教学模式,使教学内容符合市场需求,从而更好的激发学生的学习兴趣,提高创意与设计实践能力,学以致用,进而达到行业的人才需求。^[1]大广赛、学院奖和未来设计师.全国数字艺术大赛是大学生实践教学优秀平台,对促进实践教学体系的形成具有重要意义。

一、大广赛和大广节学院奖,未来设计师.全国高校数字艺术设计大赛——技能竞赛实践平台

“全国大学生广告艺术大赛”(简称大广赛)于2005年创办,是迄今为止国内规模最大的国家级大学生赛事平台。这个平台由教育部高等教育司指导,中国高等教育学会广告教育专业委员会共同主办,中国传媒大学、全国大学生广告艺术大赛组委会承办,各赛区的省、直辖市、自治区教育厅负责组织、指导。^[2]其覆盖全国31个省、自治区、直辖市,大广赛的命题来源大都是以企业市场真实营销项目作为命题,与高校部分课程教学相结合,真题真做,以赛促学,以赛促教,促进高校教学改革研究。

“中国大学生广告艺术节·学院奖”(简称大广节学院奖)于1999年创办,是目前国内唯一由国家工商总局批准、中国广告协会主办的大型大学生广告艺术活动。同时学院奖也是全国规模较大的高校大学生创意征集大赛和学术研讨平台,为全国各大高校广告、市场营销、传播、艺术等专业大学生提供一个自我展示能力的平台,于此同时也为企业遴选人才提供资源。

未来设计师.全国高校数字艺术设计大赛(简称数字艺术设计大赛)始于2012年,是一项高规格高水平的专业赛事,拥有广泛的知名度与参与度,成为艺术设计领域专业的品牌赛事。

这三个赛事经过10多年的发展,目前已经成为影响力较大,能够促进企业项目与学校实践教学互动、改进实践教学内容、完善教学方法等的良好平台。

二、高职院校《广告创意与实训》课程现状分析

(1) 课程内容单一,教师教学模式陈旧

《广告创意与实训》是一门实践性较强的课程,然而目前其课程的教学内容比较单一,没有丰富的实训素材,有些内容是教师虚拟的命题,缺少市场考验,目的性单一,教学效果不佳;有些是多年陈旧的老命题,缺乏创新跟不上社会的发展。其次课程在讲授的过程中动手实践内容较少,学生缺乏系统的实训项目。再次在讲授《广告创意与实训》课程中教学模式还是以教师主讲为主,缺乏较多机会的师生互动环节与教学讨论,因此没有能够较好的激发学生的创意思路、实践动手能力、交流沟通能力等。学生在学完整门课程之后,虽然能够收获一些专业知识,比如说创意的思路、创意流程等,但是这些知识知识微小的一部分,其技能远远没有达到现今

广告专业对学生的实践教学要求。因此丰富课堂教学内容、加强师生互动、创新教学模式等等是提高广告艺术设计专业实践教学、提高教学质量的重要关键因素。

(2) 学生基础薄弱,主动学习较差,创新能力不足

近年来广西高职招生情况不容乐观,学校生源参差不齐。广西高职高专艺术类文化类录取最低控制线126分左右,可想而知学生文化水平较差。除了文化成绩比较薄弱外,高职高专广告艺术设计专业招收的学生,有部分人没有美术功底,或者美术功底非常薄弱,甚者有人是没有任何基础、没有美术功底,因此导致学生的广告艺术设计专业技能整体水平较弱。综合各种因素在招收的高职高专学生中,在学习理解能力方面,学习自律性方面、学习创新意识等方面相对比较薄弱。自律性、创新能力等的培养需要长时间的积累与学习,需要时间的沉淀,更需要学生大量的借阅,查阅较多的知识,加上丰富的实践经验才能逐渐培养,因此需要在长期的学习过程中灌输实践教学的模式,才能更好更快的促进学生学习的成长。

三、《广告创意与实训》课程“以赛促学、以赛促教”实践教学探索

实践教学目的在于培养学生创新能力、团队协作能力,提高综合素质,同时也是广告专业教学改革行之有效的举措。这种方法能够激发学生的竞争意识,提高学生的创新精神和实践能力,满足业界对广告人才的需求。大广赛、学院奖和全国数字艺术大赛参赛时间基本在每年的3月到6月上旬,学院广告艺术设计专业的《广告创意与实训》课程也是在此时间开设。《广告创意与实训》是我院广告艺术设计专业的核心课程,于第四学期开设,总学时量为104课时,其中理论课时34课时,实践课时70课时。通过该课程的学习,明确广告创意重要作用,注重广告创意方法的研究和开发,培养激发学生创造能力和实际操作能力等综合素质,从而使学生成为社会需要的广告艺术设计人才。调整后教学进程如下:

课时	教学形式	教学内容	作业要求
28课时	课堂教学	专业广告创意理论解读,案例分析	思考,发现优秀作品背后的创意故事
8课时	社会教学	根据“大广赛”“学院奖”选题,选择产品品牌,进行市场调研,探讨消费者认知	选择广告品牌,进行市场调研,了解产品市场和竞争对手品牌推广的情况
4课时	课堂教学讨论	确定广告创意策略,定位和主题,利益点等	撰写广告创意策略,要求独特,准确
8课时	课堂教学辅导	头脑风暴,搜索关键词,激发和推演出创意关键词	大量关键词记录和逐步推演和确定创意关键词
8课时	课堂教学辅导,讨论	广告图形创意	富有个性,新意,创造性的草图方案和构思,并进行提案
44课时	课堂教学辅导,讨论	创意设计执行,电脑辅助设计,制作(摄影或手绘等多种手段的表现)	制作系列平面广告作业、微视频、文案
4课时	教学成果总结,讲评	根据学生的广告创意、执行,作业的水平综合评价学生的专业素质和成绩	任课教师评定

具体“以赛促教、以赛促学”实践教学模式研究实施:

1、课赛融合,实践教学

“课赛融合”即指在教学过程中,注重课程体系、内容与技能竞赛内容、能力相融合,使课程体系、教学内容高度契合比赛能力要求,进而符合工作岗位的需求。《广告创意与实训》是一门实践性较强的课程,大广赛和学院奖、数字艺术大赛等比赛的命题大部分是企业真实项目实践命题,具有非常强的实战意义。将大广赛和大广节学院奖、数字艺术大赛的命题式参赛机制科学的引入教学课堂,符合实践教学的要求,对课程的教学质量把控也达到了事半功倍的效果,弥补了课堂上实践内容的不足。大广赛和学院奖、数字艺术大赛的赛事命题将实践应用操作项目完整的导入到整个课程教学体系中,这样运用不仅使得专业核心课程增强了实践内容的教学,教学手段也更丰富,教学目标更明确,而且形成了理论知识与实践应用相结合的实践教学体系,进一步加强教师教学手段、实践目的、实践教学的体系也在逐渐形成完善。

2、分析优秀作品、提炼创意思路

高职广告专业的学生由于在生源、区域环境等不同条件影响下,其在理论知识和实践经验上还是缺乏有效系统的学习,基础也相对薄弱,尤其是对广告优秀作品鉴赏分析能力上。因此给学生分析鉴赏优秀的作品,不但可以培养和提升他们创意思路和创意技法,而且可以进一步提高学生的创意能力、色彩应用、字体设计、版面设计等应用技巧,再进一步提升对优秀作品审美的能力、分析能力,为接下来的技能比赛做充足的准备。例如分析大广赛哇哈哈命题。哇哈哈命题是大广赛出现次数较多的一个命题,在已经举办的14届大广赛中总共出现了7次,分别是对哇哈哈不同款式、不同类型的产品做营销实战命题比赛。因此哇哈哈在平面广告、视频类等的设计中,相似的产品类型的创意是可以借鉴和研究,可以从创意、色彩、构图、版式等去分析鉴赏给学生,让学生从中能够得到较好的启发、灵感,进而达到培养鉴赏优秀作品的能力,提高审美能力。日积月累,分析鉴赏的作品越多,在实践的过程中越能触类旁通达到教学的效果。

3、确定参赛命题,先近后远

大广赛、学院奖、数字艺术大赛基本上是企业项目式命题,其目的性非常的明确。因此在选题上建议学生选择相对而言比较熟悉的项目命题内容,贴近生活,尤其是能够接触到的品牌,这样对消费者的心理会有比较直观的体会,更能够把握命题的核心,更容易提炼创意。例如第十四届大广赛命题哇哈哈、纤茶、爱华仕箱包、999感冒灵等命题,学生在日常的生活中都能够接触到该企业的相关产品,这对于前期的市场调研分析、消费者分析、提炼核心创意等都有非常好的感受。确定好参赛命题之后,各个小组组长根据成员的特长和爱好等开始分工合作。对选定企业策略单的产品进行市场前期调研、分析,并进行资料研读,明确企业的创意需求。在调研总结的基础上,提炼本小组的核心创意点。

4、开展头脑风暴,创意迸发

《广告创意与实训》课程的教学目标是通过教学,尤其是通过实训实践后使学生能够拥有一定的创意能力、审美能力、沟通能力等,符合广告人才的需求。因此选择好参赛命题后,首先鼓励学生先审清命题要求及注意事项,捉住命题的中心、关键词等。其次鼓励学生对命题中心内涵进行发散性思维导图练习,可以借助纸、笔、电脑从文字、图形等方式去练习。因为思维导图的能够在短时间内快速的训练学生的创造性思维能力,并且这种思维导图方式简单有效,能快速调动大脑逻辑和想象,启发潜能。建议实施步骤如下:

(1) 搜索品牌关联词表述品牌利益点——头脑风暴式联想大

量词汇

这个环节让学生在短时间内进行奇思妙想,海阔天空,展开思路,不拘泥现实合乎逻辑的规律,每人把都力图突破枷锁,只要与品牌利益点相关的词汇都可罗列记录。学生可以将生活中所见所感所思,经过有逻辑的记录后转换成创意金点子,这是一个解决广告创意点难寻行之有效的途径,可以逐步增强同学们的信心。

(2) 串联词汇,串联创意

将联想的词汇或者图形用线串联起来获取灵感,经过不断的思考、凝练最终发展成一个创意雏形,用文字和图形记录下来,继而提出创意文案和绘制广告画面。

5、描绘创意,完善制作

各小组成员在进行前期的命题分析、市场调研分析、思维导图思考、头脑风暴创意,精心凝练后的创意,就进入创意草图的初稿绘制中。在这过程中需要考虑到广告画面中的诉求方式—文字创意表现—图形创意表现—排版创意表现等,可以借助电脑、摄影等工具进行创作和设计。其中创意是画面的灵魂,色彩是画面的点缀,文字、图形是画面的枝干。在此过程中不断经过与老师、同学的讨论、商议、指导,作品反复的修改提炼后,最终制作出完整的初稿。初稿制作完善后就进入了色彩绘制的阶段,根据创意需求以及画面内容需求、色彩的情感等进行色彩的选择,最终使得画面色彩搭配协调、创意突出,能够较好的表现作品的内涵。之后就是画面的整体、局部细节具体调整,完善设计出优秀的作品。

四、《广告创意与实训》课程实践教学探索意义

优秀的人才输出,尤其是优秀的广告艺术设计人才输出需要良好的广告艺术教育体制保障,并与高速发展的社会趋势相结合,才能更好融入到社会中,相辅相成共同发展。在互联网技术快速发展的今天对《广告创意与实训》课程进行实践教学探索,将大广赛、学院奖、数字艺术大赛等平台中企业项目“真题真练、以赛促学、以赛促教”等模式融入到实际课堂教学中,课堂教学与比赛融合,课堂教学与实践教学有机结合,进行实质性改革探索实践,解决了目前高职院校教学工作中存在的问题及出现的困难。实践教学探索的目的就是提高学生的学习兴趣以及设计水平,增强实践动手能力,为后续课程打下坚实的基础,同时也能够为学生的社会实践和毕业后的工作起到辅助的作用。实践教学的探索与推广,课赛结合的教学模式与方法,在促进技能竞赛下广告艺术设计专业人才培养模式探索与改革中起到了重要的作用,同时对艺术设计类的其他专业的课程教学发展具有一定的指导意义何参考价值。

参考文献:

[1] 刚强. 基于新常态下《广告创意与表现》课程教学改革与实践研究[J]. 艺术品鉴. 2019,(27)

[2] 关松涛. 全媒体时代广告设计与制作专业实践教学体系探索——以学科竞赛中大广赛和大广节学院奖为例[J]. 湖北开放职业学院学报. 2019,32(15)

卢芳泉(1984.12—),女,壮族,籍贯:广西南宁市人,广西演艺职业学院,艺术工程学院,讲师,学士学位,研究方向:主要从事艺术类教学,广告艺术设计研究

基金项目:广西演艺职业学院2020年校级课题教改一般项目“新媒体时代下技能竞赛融入的广告设计实践教学探索”(项目编号:YZ2020JP012)研究成果;广西演艺职业学院2020年校级课题教改重点项目“互联网+背景下高职广告设计与制作实践课程创新改革研究——以广西演艺职业学院为例”(项目编号:Y2020JZ002)研究成果。