

视觉传达专业“平面广告设计”课程教学改革的探索与创新

郁建军

(太原学院 030000)

摘要: 基于“平面广告设计”课程教学实际情况,本文在“平面广告设计”教学中寻求教学问题,并探索相应的解决措施。采取多种授课方法相结合,强化对学生学习兴趣的培养;构建多元化教学内容;发挥企业引领作用,注重校企合作;引导学生积极主动参加专业竞赛。探索现代设计教育理念,形成有效的设计教学方法。

关键词: 视觉传达;平面广告设计;课程教学;改革;创新

The Exploration and Innovation of the Teaching Reform of "Graphic Advertising Design"

Course in Visual Communication Major

Yu Jianjun

(Taiyuan College 030000)

Abstract: Based on the actual teaching situation of the course "Graphic Advertising Design", this paper seeks for teaching problems in the teaching of "Graphic Advertising Design" and explores corresponding solutions. Adopt a combination of various teaching methods to strengthen the cultivation of students' interest in learning; Constructing diversified teaching contents; Give play to the leading role of enterprises and pay attention to school-enterprise cooperation; Guide students to actively participate in professional competitions. Explore the concept of modern design education and form effective design teaching methods.

Key words: visual communication; Graphic advertising design; Course teaching; Reform; innovate

引言:

随着社会的快速发展,琳琅满目的商品丰富了消费者生活的同时,也在企业之间形成了一种商品竞争趋势。商家在保证产品质量的前提下,通过广告提升自己的核心竞争力。广告便成为企业文化定位、产品营销、品牌塑造、提升社会知名度的重要手段。信息化社会助推了广告信息传播,借助媒介的优势呈现快速增长趋势。在电视、互联网、移动媒体等媒介的相互融合下,提升了广告信息传达时效性与社会影响力。因此,广告设计人才的市场需求与日俱增。高校视觉传达设计专业肩负着培养广告设计人才的责任,在教育实践中要坚持以市场为导向,人才为中心,大胆创新,不断探索出一条全新的培养思路,人才培养对接市场需求。从而为广告行业培养更多实用性新型人才。

一、“平面广告设计”课程教学面临的问题

“平面广告设计”是高校视觉传达设计专业中一门必修课程。随着社会需求的发展,应不断完善其教学理念。“平面广告设计”课程目的在于让学生在理解广告设计价值的同时,掌握广告设计基本理论与设计方法。依据广告的目的与媒介特征,在充分理解广告设计原则基础上,运用视觉传达原理开展广告设计实践,以培养学生对广告命题的分析、创意、设计、陈述等一系列工作流程。近年来,高校的“广告设计”课程因受到市场发展需求的引导,教学模式也在不断改革创新。企业项目设计比赛进课堂,填补了课堂教学与商业需求之间的空白,活化了广告设计教学模式,为学生提供了一个广告设计社会实践机会。但是在实际课堂教学中,仍然面临着一些问题有待改进。

(一) 学生广告设计学习动力与学习兴趣有待提高

“广告设计”课程在传统教育方法中多采用教师为主导,学生为主体,实践着“教师教学讲授——学生虚拟方案”的“理论+实际”方法。对媒介环境、市场需求、广告策略等研究较少。这种教学方式脱离了社会和企业的需求,导致学生进入职场后无法快速融入商业设计。“广告设计”在传统教学中,常常会忽略“教”和“学”中学生的主观能动性。教师引导,学生按时要求完成课程教学目的,以确保学生的创意方案形成一个闭环。但学生并不能真正领悟广告设计内涵。传统的教学方式只能使学生成为“被动接受”,而不能适应现代广告设计的要求。因此,必须探索新的教学方式,以激发学生的学习兴趣培养主动学习能力。

(二) 传统文化在“广告设计”课程教学中渗透性不足

习总书记在二十大报告中提出“推进文化自信自强,铸就社会主义文化辉煌。”反观高校视觉传达设计专业“广告设计”课程教学过程,注重广告的审美功能与产品价值功能。忽略了广告设计应该承载传播社会文化价值功能。课程教学中将美化版面设计置于首位,设计作品严格遵循视觉传达设计语言的应用规律,充分利用色彩、字体、版式的优势,呈现出视觉效果良好的广告画面效果。为此,也常出现广告设计的类同性。因此,广告设计应基于社会责任,充分挖掘传统文化内涵,将传统文化、地域文化等多元文化元素符号有效融入广告设计,使广告设计发挥社会传统文化传播功能。

(三) 学生对广告设计了解不够,导致设计作品内涵不足

“广告设计”课程教学中,部分教师社会实践经验不足,导致课堂教学中出现重专业理论而轻社会实践现象。忽略了如何引导学生树立广告设计目标意识。广告设计是一个涵盖消费心理、市场需求、设计制作的综合体。消费心理,是受众对广告产生认同感的根

源,只有能够引发受众对广告的关注程度,才能发挥广告的价值;市场需求,紧扣消费心理,要借助创意手段,充分展示商品优势,是广告信息传达核心价值;设计制作,是一个广告的脸面所在,精美的设计制作,需要在充分了解版式编排与印数技术的基础上,呈现广告画面的最佳状态。所以,在“广告设计”的教学中,可以充分发挥企业力量,聘请一些企业专业技术人才走进课堂,深入教学第一线开展技术讲解,同时鼓励学生走进企业进行实践观摩教学。开启学生对广告设计流程的全面认识。

二、“广告设计”课程教学改革的主要措施

“广告设计”的教学不仅要重视对学生学科基础理论和专业技术的训练,还要重视其全面发展。如何通过课程改革提升学生专业学历的积极性,形成主动学习、有效学习机制。因此,在“广告设计”课程教学中,要改变传统“教—学”方式,积极开展课堂教学实践与创新,不断探索新的教学方式,挖掘和激发学生的学习热情,激发学生的创新意识。

(一)采用灵活的教学方式,注重培养学生的学习兴趣

在“广告设计”传统教学中,教师扮演着传递信息和课程管理角色,在教师引导下学生能快速掌握相关的知识,并能在规定的时间之内完成创作,但全程学生存在被动参与,主动性与积极性不高。可以通过目标教学法,在开展课程教学前期。制定对应的目标任务,提前将学生引入课程。从三个板块出发进行学习目标制定。一、知识拓展,介绍有关的课程资料,让学生自主阅读,自主探索,使学生有足够的自主学习时间;二、问题意识,预设课堂内容提问,将学生引入课程主动思维模式,为开展课堂讨论与知识点理解奠定良好基础。三、多元评价,为学生全案过程设置协同作业、角色分工、目标任务等环节。有效开展过程性评价与结果评价相结合。使学生有效深入课程教学内容,做到心中有数,提升学生学习兴趣,增强学习积极性。

互联网的迅猛发展,为当代广告设计教育提供了广阔资源。对“慕课”、“微课”等基于互联网平台的教学资源更加易于获取。更多优势资源课程基于互联网平台,以音画交互、图文并茂的方式把“广告设计”的教学内容变得形象直观。学生可以通过网络自主获得与该课程有关的教学资源,而非单纯依赖于课堂内容。教师改变授课模式,将教学重心放在如何引导学生开展深度思考以及激发学生的创造性潜能。基于小组案例式教学,鼓励老师开展“翻转课堂”。让学生感受学习成就感与责任心,培养良好的职业素养。为学生创建轻松的学习环境,同时也能让师生间产生更加高效的交流,在轻松的学习氛围中,便于学生形成主体意识,从而提高学习积极性。

(二)有效开展地域文化渗透,丰富教学内容

视觉传达专业人才培养目标紧密结合学校办学目标,以培养服务地方经济与社会发展的应用型创新人才为目标。立足本土,培养服务地方经济发展需求人才。山西具有悠久的历史文化,拥有华夏之根、黄河文明、佛教文化、晋商文化、太行文化等丰富的地域传统文化,内涵丰富、形制独特。多元文化在不同地域之间发展过程中又形成独具地方特色文化。这些优秀的地域文化,是广告设计创意的来源。要正确认识到地域文化在视觉传达设计教学中的重要作用,在广告教学中有效引入地域文化。采取传统文化进校园、乡村振兴、非遗传承与创新等方式,可以将传统文化与课程教学实践相结合。在课程改革方面,课堂教学为广告设计设定价值目标;传统文化、地域文化为广告设计注入精神内涵,在二者相互协同作用下,

广告创意更好突出文化价值,赋能商业推广活动。在执行过程中,充分发挥广告设计图形创意功能,从地域文化中提取典型文化符号,进行文化创意创新设计,借助现代创新手法与设计风格,形成独特视觉符号。地域文化除具有独特的视觉特征,还具有深厚的精神内涵。晋商精神、太行精神等都具有独特性,将“敢为天下先”、“艰苦奋斗、甘于奉献”等精神内涵应用在广告设计中,提升设计文化价值。引入课程教学,丰富教学内容。

(三)重视企业力量,积极参加学科竞赛

广告设计要服务于市场,服务于商业。在教学上,以市场为导向,以服务企业为目标,积极开展校企合作,并在企业设立实践基地,充分利用实践基地的设备资源弥补课堂教学中的实验室条件不足。在课程中,采取走出去、引进来的校企合作模式。依托实践基地条件,带领学生深入企业,编制一对一或一对多的师徒模式,亲自参与项目实践,在实践中总结设计经验。邀请企业专业技术人员、市场营销人员,讲授实践经验与项目实施注意事项,使学生能深切体会广告设计的全方案。这种教学方式不但使学生更容易接受,而且也能让学生更好地了解“广告设计”相关教学目的性,为广告设计实践奠定良好的基础。

通过“以赛促学”的形式,鼓励学生积极参与专业设计比赛,在竞赛中强化交流与学习,充分认识到与自己的优势与不足。专业设计比赛,可以有效激发学生竞争意识,增强自信心。不断增强广告设计创新思维能力。

结语

高校视觉传达设计专业“平面广告设计”教学,应随着社会的发展、人才需求,不断进行课程教学改革与创新。课程教学改革,应该从目标、过程、评价全方位开展。充分发挥学校、企业优势助推课程改革。利用社会资源与教学条件,改变教学模式与教学策略,制定一套行之有效的课程教学思路。广告设计课程改革,教师应从讲授型教学思维向引导型转变,不断提升自身理论与实践水平,应该充分认识当代学生的实际特点,践行现代教育理念。将课程教学紧密结合社会需求,才能培养适应社会和企业需求的高质量广告专业人才。

参考文献:

- [1]马文铤.以学生为中心、项目为驱动、成果为导向的视觉传达设计专业课程群教学范式研究——以平面广告设计课程为例[J].美术教育研究,2021(02):156-157.
- [2]宋珊.融媒体时代背景下视觉传达专业核心课程改革研究——以《平面广告设计》为例[J].艺术大观,2020(07):73-74.
- [3]文喜华.“以双堂促双创”——视觉传达设计专业广告设计课程教学改革探索[J].明日风尚,2017(09):54-55.
- [4]王利支.视觉传达设计专业平面构成课程的教学改革与实践[J].艺术教育,2016(11):186-187.
- [5]陈守明.视觉传达设计专业平面构成课程教学的创新性思考[J].教育教学论坛,2011(27):35-36.
- [6]殷辛.招贴广告设计课程中强调手工含量的重要性——关于视觉传达专业招贴设计课程教学的一些思考和改进[J].中国科教创新导刊,2008(02):189-190.

作者简介:郁建军,男,山西·太原,汉,出生年月:1978.11,硕士,讲师,研究方向:视觉传达设计。