

产教融合在广告制作专业方向的运用研究

康杰利丹

(江西赣州技师学院, 江西赣州 341000)

摘要: 在大力发展职业教育、助推我国经济发展的新形势下, 产教融合已经成为学校、企业、教师等主体关注的教育新方向。通过将产教融合与职业教育、专业人才培养结合, 能够有效整合学校、企业和社会的资源, 围绕社会、岗位服务标准和需求优化专业教育方案, 革新课程教学内容和实践教学形式, 为广告制作专业人才培养提供有力支持。本文对产教融合实施的现实意义进行分析, 结合广告制作专业发展现状, 提出了产教融合在广告制作专业中运用的路径。

关键词: 产教融合; 广告制作; 运用

DOI: 10.12373/xdhjy.2021.10.3675

在社会经济转型、新媒体技术发展的新形势下, 如何提高广告制作专业人才培养质量、提升学生就业竞争力, 是职业教育学校和教师面临的重要问题。而产教融合育人将职业教育改革、特色发展推向了新高度, 能够实现学校教育和企业实训的结合, 形成多元办学、育人格局。同时, 广告制作专业对学生创新能力、实践能力具有较高的要求, 通过建立学校与广告公司、媒体公司的深度合作关系, 能够丰富学校教育、实训内容, 让学生接触更多先进知识、强化其职业技能和本领。基于此, 本文结合产教融合的意义、广告制作专业发展现状, 对产教融合在广告制作专业中的运用路径进行探究, 以优化学校教学模式、丰富实践形式, 发挥产教融合育人对人才培养的优势。

一、实施产教融合的现实意义

从整体角度看, 产教融合是在校企合作的前提下, 实现专业教育和产业发展的融合, 以相互促进的方式提高学校服务社会的能力, 输出契合企业需求、职业岗位标准的专业技术型人才。从产教融合实施的优势看, 其一, 学校和企业能进一步地加强合作, 更加精准地衔接产业服务和专业教学内容, 打造特色专业发展的新格局。其二, 围绕深度融合育人这一本质, 校企双方可以实现企业运作与专业教学的融合, 提高理论知识教学与实践教学衔接力度, 促进学生专业、职业综合能力得到提高, 使其能够将专业学习和社会需求结合起来, 为其融入社会发展打下基础。其三, 产教融合可以发挥企业和学校资源互补优势, 增强专业教师与一线技术人员的联系, 促进教师实践教学水平、技术人员理论水平得到共同提高, 更好地促进专业教学特色发展, 培养学生的职业精神、素养和能力。

二、产教融合视域下广告制作专业发展现状

(一) 专业共建力度有待加大

在新媒体、网络技术融合发展的新形势下, 广告行业、企业对专业人才的要求和标准不断提高, 学校的专业人才培养方案、方向也需要进行调整和优化, 让广告制作专业人才能够跟上时代步伐。但是, 在广告制作专业的发展中, 校企对专业定位、课程

体系的共同建设力度不足, 专业人才培养方案先进性不足, 未能形成特色化的育人体系, 在理论基础课时、实践实训课时安排上不够合理, 这就需要校企根据市场变化, 加大专业建设力度。

(二) 专业人才培养特色不明显

在以往专业人才培养中, 广告制作专业包含了平面设计、创意策划、影视制作等内容。面对新媒体发展潮流, 部分学校结合新媒体技术进行了课程内容优化, 设置了短视频等新内容, 但往往停留在理论教学层面, 学生参与实训和实践的机会较少, 未能形成特色化、创新性的教学模式。这样, 学生只能通过浏览网页、体验手机 app 等方式了解新媒体, 很难结合运营需求、数据进行内容制作, 更缺乏接触真实广告项目、企业的机会, 产教融合力度不足。

(三) 教学方法创新性不足

教育教学方法是影响学生学习、实践水平的关键。在广告制作专业教学方法上, 尚存在一定约束性, 围绕课堂开展教学的课时较多, 实训课时占比较小。同时, 受到场地、设备等条件的限制, 部分实训课程只能在课堂内完成, 很难支持学生实践能力得到提高, 更无法真正走出机房、课堂进行实训。

(四) 校企合作机制有待完善

当前, 广告制作专业实训教学的开展, 往往由教师带领学生在机房进行实训和操作, 实际操作任务多由教师直接下发, 很难为学生提供良好的企业实训氛围, 缺乏与企业员工交流、合作的机会。此外, 在学校与企业建立合作关系时, 在具体合作机制上存在一定的不足, 企业更希望获得某方面专业性的人才, 对个别人才进行培养, 让学生能够在学习后直接进入企业职业岗位。而学校希望企业能够提供良好的实训场地、企业导师, 以择优方式为企业输送优质人才。同时, 校企双方在实训时间安排上协调性不足, 专业学生需要在完成专业知识的基础上进入企业实训, 但企业更期望学生能够以职工工作周期参与实训, 影响了产教融合推进的力度。

三、产教融合在广告制作专业中的运用

(一) 围绕职业岗位要求, 明确专业建设定位

首先, 学校和教师要加强与企业人员的合作, 对广告人才的

需求进行了解,共同修订广告制作专业的人才培养方案,调整理论、实训课时占比,要在实训课程开发和开展上引入企业的资源和力量,对实训资源、场地进行拓展,带领学生进入社会进行实践。具体而言,要结合职业学校和企业联合育人的方向,围绕产教融合开展市场调研工作,对广告制作专业对应的目标岗位群进行了解,围绕职业岗位需求明确职业能力培养要素,建立以就业为导向的专业课程体系。在此基础上,校企双方可以加大资金投入力度,大力建设广告制作专业的实训基地,营造企业工作氛围,让学生能够接触真实的企业项目和环境。其次,要联合广告行业、企业专家进行调研,对广告制作专业建设的定位进行明确,围绕工程过程、专业能力、职业能力建设课程体系,注重学生广告设计、制作等方面职业能力的培养。在职业技能课程上,要围绕广告制作技能要求进行建设,确保学生掌握必备的技能。在职业拓展课程上,着重围绕职业素养、工匠精神进行课程设置,让学生在掌握平面广告设计和制作能力的同时,具备良好的审美能力、图形图像处理能力,为其走向可持续发展职业道路打下基础。

(二) 利用新媒体渠道,实施多元化教学

在新媒体和多种教育平台的支持下,网络化线上授课已经运用到各个专业教学实践中。校企双方应抓住这一契机,共同探索融合育人模式,创新理论和实践结合的多元教学方法,让教学任务不再局限于课堂环境。比如,对于真实的企业项目案例,企业人员和教师可以共同制作微视频、精品课程资源,将广告制作项目转化为视频教学案例,并运用新媒体渠道推送给专业学生,使其能够了解真实的企业、产业项目。同时,还应根据市场变化,根据女神节、双十一等电商活动,引入特色广告制作项目,激发学生们自主学习、自主发展的动力,使其将专业学习转化为个人爱好。其次,企业人员、专业教师应搭建“三主体”互动的教学平台,教师、企业人员可以随时与学生进行线上互动,教师也可以与企业人员沟通教学方法、问题,帮助学生解决线上回答问题等。凭借新媒体、网络教室的硬件条件,教师可以对既定的教学流程和环节进行优化,将分组讨论与线上学习结合起来,让学生以小组为单位讨论解决问题,针对疑难问题给予视频指导,帮助学生解难点问题。此外,要注重学生在线上的交流、分享和反馈,对于广告制作专业课程知识,教师要引导学生组建手机组、互联网组,使其能够结合自身情况加入小组学习中,共同总结、模拟广告制作任务,在交流分享中寻找更具有创意的广告制作方案。最后,校企双方应利用新媒体平台开展线上线下实践活动,通过开展项目实践增强学生生活体验,提高其实践水平。

(三) 联合举办创意大赛,提供项目实践机会

在各个学科专业领域,社会、行业会筹备不同等级的竞赛活动。通过联合企业开展专业技术竞赛、创意竞赛,能够为学生提供检验个人知识、技能水平的平台,以赛促教、以赛促学。因此,

在产教融合的具体实践中,学校应在行业牵头、企业参与的前提下,举办技术创意大赛,锻炼学生的专业能力,更加直观地评测产教融合的教学效果。同时,根据广告制作专业实践性、技术性强的特点,校企行三方要注重理论知识、实战技能的考核,并设定一定创新性考核内容,让学生运用所学知识、发挥个人制作和设计的潜能,体验不同广告的制作过程。此外,校企行要拓宽社会锻炼、实训渠道,让学生在参与竞赛的同时,接触新媒体领域的广告设计,了解广告制作行业的新知识,磨炼个人的项目实践能力。

(四) 紧跟地方发展趋势,优化融合育人机制

职业教育质量关乎其服务地方、社会的水平和能力。因此,企业、学校要明确统一的融合育人目标,建立专门的融合育人小组,邀请企业专家、行业人员、学校教师加入,不断地优化融合育人机制,共同为服务地区经济发展的长远目标努力。在此基础上,融合育人机制要关注到多个育人环节、维度和角度开展,对专业理论知识、专业工作(实训)室、企业实训基地、工学结合等环节细则进行明确,构建深度的专业融合育人机制,让企业、产业发展带动专业人才培养。比如,对于工学结合具体形式,可以根据学生课业安排情况,统一在寒暑假或课余时间进入企业实训和实习,也可以与企业员工、教师共同参与真实项目演练,发挥双导师对学生(学徒)的指导优势,使学生能够直接学习和掌握制作技能。比如,对于某乡村文化建设项目,学校和企业可以共同参与项目,以师带徒方式共同了解乡村的人文、历史古迹,联合打造文化宣传片。通过优化融合育人机制,更好地为地方发展服务,切实推进产教融合的发展。

四、结语

综上所述,加强产教融合与广告制作专业教学的融合,是提高专业人才培养质量、变革教育教学模式、提高人才社会服务能力的重要路径。因此,学校、企业要抓住产教融合发展的契机,共同构建符合专业人才培养目标、社会经济发展需求的人才培养模式。具体而言,要通过加强专业建设、探索多元教学方法、组织创意项目竞赛、优化融合育人机制等方式,发挥学校和企业技术在技术、资源等方面的融合优势,优化专业课程理论、实践体系,让学生在良好的条件、环境下学习新技能,促使其掌握了解社会动态的实践技能型人才。

参考文献:

- [1] 彭金波. 广告设计“一系一公司”产教融合实践的研究[J]. 美术大观, 2018(6): 150-151.
- [2] 陆凯. 广告设计与制作专业产教融合实训基地的研究[J]. 大观, 2019, No.190(10): 166-167.