

地方应用型本科院校广告学专业实训教学体系建设

周洪波

巢湖学院文学传媒与教育科学学院, 安徽 巢湖 238000

[摘要]地方应用型本科院校培养应用型广告人才是服务地方经济的重要抓手, 同时也是时代发展的必然要求。文章以巢湖学院广告学专业为具体研究对象, 分析其缺乏优质教学资源、教学环节的实践性弱、实训考核体系不完善、专业学科竞赛未有效融入实训教学体系等问题, 从实训教学系统化、突出教学环节的实践性、完善实训考核评价机制、深入校企合作, 重视专业实习等方面进行实训教学体系建设, 努力实现地方应用型本科院校广告学专业创新型人才培养, 为广告学专业的实践教学改革提供参考。

[关键词]地方应用型本科院校; 广告学专业; 实训教学; 以赛促训

DOI: 10.33142/fme.v2i4.5179

中图分类号: F713.8

文献标识码: A

Construction of Practical Training Teaching System for Advertising Major in Local Application-oriented Colleges and Universities

ZHOU Hongbo

School of Literature, Media and Educational Sciences of Chaohu University, Chaohu, Anhui, 238000, China

Abstract: The training of application-oriented advertising talents in local application-oriented undergraduate colleges is an important starting point to serve the local economy, but also the inevitable requirement of the development of The Times. Article to Chaohu College advertising as specific research object, analyze its lack of quality teaching resources, teaching link of practical weak, training assessment system is not perfect, professional discipline competition is not effectively integrated into the training teaching system, from practical teaching systematic, highlight the teaching link, perfect the training evaluation mechanism, pay attention to professional practice for training teaching system construction, efforts to achieve local applied undergraduate colleges advertising professional innovative talent training, provide reference for advertising professional practice teaching reform.

Keywords: local applied undergraduate colleges and universities; advertising major; training teaching; promote the training with the competition

引言

广告学专业本科办学从 1983 年至今, 经过 38 年的历练, 教育架构趋于完整。作为地方应用型本科院校的广告学专业, 以为社会培养具有出色的专业能力、良好的创新能力的应用型高素质专门人才为己任。作为注重应用性学科的广告学专业, 在系统的理论教学基础上, 其实践教学的应用性及合理性需要深度探索。针对社会对广告人才的需求导向以及广告行业的发展趋势, 以应用型创新人才为导向, 建设合理高效的实训课程体系成为广告学专业人才培养的重中之重。将专业学科竞赛融入到课堂实训教学中, 以实战项目为依托, 进行系统化的专门训练, 在比赛中锻炼学生的相关技能, 有利于学生在竞赛中进行理论知识的转化。

1 地方应用型本科院校广告学专业发展现状

经过 38 年本科办学的历练, 广告学已实现规模化教育。虽然目前开设广告学本科教育的高校已有 300 多所, 但是教育成效并不突出, 高校广告学专业的人才培养、师资队伍建设的状况并不乐观^[1]。目前已初步形成广告学专业人才培养的基本格局: 重点综合性大学的广告学专业学生理论功底扎实, 眼界开阔, 偏重于学术研究能力的培养^[2]; 专科院校轻理论、重技能, 侧重于动手能力的训练; 地方应用性本科院校广告学专业虽侧重人才的应用型, 但是学术研究能力比不上重点综合性大学, 动手能力比不上专科院校, 培养的人才实践能力和专业基础达不到广告行业的用人标准, 与广告行业对人才的需求脱节。应用型广告学人才培养需探索合理有效的实践教学模式, 以应用型创新人才为导向, 建设合理高效的实训课程体系, 地方应用型本科院校的广告学专业, 应重视学生实践能力的训练, 将实战项目融入实训课程体系, 培养理论研究能力和实践能力并重的复合型人才。

2 地方应用型本科院校广告学专业实训教学困境

作为地方应用型本科院校, 巢湖学院广告学专业实训教学资源不足、实训教学模式不成熟、课程体系实践性不突出、实训考核体系不完善, 所面临的困境在地方应用型本科院校中具有代表性, 为应用型人才培养带来了严峻挑战。

2.1 缺乏优质教学资源

区域经济的发展决定着广告行业的发展,区域经济的发展同样影响广告学教育的发展。经济相对发达的一二线城市有丰富的优质教学资源,为广告学教育实践提供保障,经济发展缓慢的地区,缺乏优质的教学资源,不能有效地满足学生的实践需求。相关数据显示,近几年发达城市的广告经营收入超过了全国广告营业总额的一半,并且这些地区的广告学发展也较为迅速^[3]。以巢湖学院为例,由于经济发展水平不高,其所处的地区缺少大型广告公司,广告业发展水平较落后,学生的社会实践平台不高,缺少行业精英承担广告学本科教学工作。地域因素的影响导致巢湖学院广告学专业实训教学很难得到地区优质广告资源的支持。在现实背景下,如何探索实践教学模式,提升巢湖学院广告学本科专业办学水平,努力达到培养应用型广告学人才的目标,是巢湖学院广告学专业办学需解决的重大问题。

2.2 实践性教学环节不突出

广告学应用性强、实践要求高的性质,要求理论教学与实践教学相结合,相互打通,着力培养学生的专业实践能力,提升学生的综合素养。广告学专业的人才培养,应在学科基本知识基础上,重视通过课程体系建设,实现学生创新能力和实践能力的培养。实训课教学以理论讲授的方式进行,是目前实训课程体系存在的主要误区,实训教学往往停留于课堂教学,实训项目只是简单的验证性、操作性练习,未突出项目的实战训练。学生经过实训教学的训练,对专业知识的掌握仍停留在理论层面,未能将所学广告学理论知识与专业实践融汇贯通,导致学生创新能力弱、实践水平不高。

2.3 实训考核体系不完善

检验教学效果的有效途径是教学考核,实训教学的教学考核目前尚未有统一标准。现实中,地方应用型本科院校广告学专业的课程实训教学评价机制不完善,以理论考试的方式进行考评、未注重创新能力和实践能力的检验、评价方式简单、评价机制不健全等现象较为普遍,导致学生实践能力弱化、创新能力缺乏、对课程的学习热情不高、参与性差,难以与行业需求相匹配。部分实训课程仍采用理论课程考试的模式,以试卷成绩为主要考评标准,忽略了学生实践锻炼的平时成绩的重要性。实训的主要目的是提高学生的实践能力,也是对理论知识学习的有效检验,这也决定着实训课程的考核评价机制不同于理论课程,如何检验学生真实的实践水平,建立完善的实训考核评价机制并形成体系化,是广告学专业实训教学改革面临的重要课题。

2.4 专业学科竞赛未有效融入实训教学体系

进入 21 世纪,与广告学有关的专业学科竞赛逐步兴起,建构起高校、学生、企业和社会有效沟通的良好渠道。伴随数字化的发展,学科技能竞赛在数量和质量上飞速发展,涉及的专业方向也日趋全面,涵盖广告学设计、市场调研、数字化媒介、广告创意实施、影视广告制作、广播广告制作等多个领域。作为实战平台,专业学科技能赛事吸引了众多广告学专业的师生。由于专业赛事针对人才培养目标设置相应类别,与相关实践能力吻合度高,在参赛过程中,将学科竞赛引入课程实训项目成为实训课程建设的主要方向之一。为有效弥补优质教学资源缺乏的困境,地方应用型本科院校广告学专业将学科竞赛引入实训教学中。广告学专业师生参加学科技能竞赛的热情虽高,但未形成项目化,从顶层的人才培养目标到具体的课程教学大纲,从教学保障到教学实施,缺少学科技能竞赛的身影。没有系统化的设计 and 专业性的保障,实训效果大打折扣,学生参赛目的不明确,缺乏主动性,甚至出现学生带动教师参赛的现象,其过程也是有“实践”无“训练”,重“结果”而轻“过程”。探索学科竞赛项目融入实训教学的模式,实训教学体系的系统化及制度化保障,是广告学实训教学体系建设重点任务。

3 “以赛促训”对广告学实训教学体系的实践价值

3.1 “以赛促训”教学模式

“以赛促训”教学模式紧紧围绕专业技能赛事,将学科赛事引入课程实训教学,以具体课程实训项目的方式,促使学生以参赛的形式完成实训项目,主要目的是加强课程理论与实训之间的关联性,系统整合课程理论教学与实训教学,促进理论知识的转化,提升实训教学效果。“以赛促训”教学模式注重课程实训教学项目以学科竞赛为抓手,利用大广赛、学院奖、金犊奖等专业学科竞赛开展课程实训教学,凸显学生在实训教学中的主体地位和创新意识,学生在完成学科竞赛实训项目过程中,提高创新能力、实践能力和理论知识转化能力。

3.2 “以赛促训”教学模式对广告学实训教学体系的实践价值

“以赛促训”教学模式是实训教学的有效补充。目前地方应用型本科院校广告学实训教学存在的主要问题是:实训教学环节薄弱,缺乏系统化设计;实训项目虚拟化,实训效果差;理论课考评方式,实训考核体系不合理;专业学科竞赛未有效融入实训教学体系,学生动手能力差。“以赛促训”教学模式以真实案例项目化,在学科竞赛中完成实训教学任务,带动课程实训教学;在实战中可以将课程理论知识进行有效转化,促进理论知识的吸收;以团队形式参赛,

学会团队协作和沟通交流；理论+实践融会贯通，让学生做到知行合一。“以赛促训”使广告学专业学生的专业能力与职业技能得到有效地提升，成为实训教学体系的重要补充，是培养应用型广告人才的重要途径。

“以赛促训”教学模式是培养学生创新能力的有效途径。“以赛促训”教学模式强调的是“活”的知识，学生能够活学活用理论知识，所参加项目时新性高，紧跟行业发展步伐，替代了原有的虚拟实训项目，以广告主发布的实战项目训练，达到广告运营全流程覆盖。参赛提高了学生的原创性意识和创新能力。经过专业学科竞赛的训练，学生对课程学习的自主性提高了，创新能力的训练，树立起学生专业学习的自信心，构建起学与用的桥梁。在一定程度上，为当前地方应用型本科院校广告学理论教学与实践教学断层现象提供了一条锦囊妙计。

4 地方应用型本科院校广告学专业实训教学体系建设实践

在新的时代背景下，地方应用型本科院校广告学专业的实训教学体系建设需要取长补短，以赛促训，实训教学中融入学科技能竞赛项目，强化实训教学环节，完善实训考核机制，注重应用型创新人才的培养。

4.1 “以赛促训”构建实训教学体系

为弥补优质教学资源的不足和虚拟项目对学生实践能力提升的短板，地方应用型本科院校广告学专业应建设“以赛促训”的实训教学体系，将专业学科竞赛融入到课堂实训教学中，以项目为依托，进行系统化的专门训练，在比赛中锻炼学生的相关技能，让学生在竞赛中进行理论知识的转化。根据广告学学科专业特点、广告学专业实训教学体系对实践能力提升的要求，初步构建“以赛促训”学科竞赛体系，精心设计和挑选学科竞赛项目，组成学科竞赛项目体系。并且随着环境的变化，不断调整和优化，建立动态开放的学科竞赛项目体系。以多种专业赛事的优化组合提升广告设计、广告策划、数字媒体研究等广告学专业的专业能力。

以巢湖学院广告学专业为例，在近三年的大广赛中，2019 年获奖 16 项，其中国赛三等奖 1 项，优秀奖 4 项，省赛一等奖 2 项，二等奖 5 项，三等奖 14 项；2020 年获奖 36 项，其中国赛二等奖 1 项，三等奖 1 项，省赛一等奖 5 项，二等奖 10 项，三等奖 19 项；2021 年获奖 37 项，其中省赛一等奖 4 项，二等奖 14 项，三等奖 19 项，获奖质量和数量逐年递增。实战项目引入实训教学，将训练内容由传统的虚拟项目转换为真实项目，促进学生理论成果转化，推动教学改革。

4.2 强化实践性教学环节

地方应用型本科院校广告学专业实训教学体系建设应强化教学环节的实践性，注重创新型人才的培养，突出学生的主体地位，体现学生学习的自主性和主动性。建设思路是以广告行业对人才的需求和专业人才培养方案为基准，以学科专业的发展变化为依据，对实训课程的内容和实训项目类型等不断探索和改革，完善广告学实训教学体系，实现实训对专业技能的有效训练，让实训教学与理论教学融会贯通，真正提升学生的创造力和动手能力。强化实践性教学环节，主要包括课程实训项目、专业技能实践、专业实习以及毕业论文的实践性。其中毕业论文的实践性不高是目前地方应用型本科院校广告学普遍存在的问题，巢湖学院广告学专业率先进行毕业论文改革，将成果转化纳入其中，学生在本科阶段取得 B 类赛事二等奖及以上奖励、在本科学报第一作者身份公开发表学术论文、取得国家级大学生创新创业项目并结题等，可免写毕业论文，申请成果转化。巢湖学院 2020 届毕业生成果转化率 23.6%，2021 届毕业生成果转化率 24%，逐年递增。其目的就是强化本科阶段的实践性教学环节，提高学生实践锻炼的主动性和积极性，切实提高创新能力和实践能力。

4.3 完善实训考核评价机制

实训教学的考评方式需要进行改革，首先要注重知识的活学活用，实践性较强的实训课程，可取代传统考试模式，以成果导向为主，例如广告设计考试可以学生设计展览的方式进行，广告策划考试可以学生提案的方式进行等等，主要突出学生理论知识转化为实践技能的水平，避免因敷衍考试带来的死背书现象；其次要重视实训项目实施的过程化管理，注重结果更要注重过程，在项目进行中学生的创造力与动手能力显而易见，切记以获奖与否来评价学生的实训效果，任何一件作品的评选都是仁者见仁智者见智，没有获奖的作品也有其独特的地方，需要教师综合评判，重点在于实践能力的体现，切实提高学生的实践能力和创造力，才是实训教学考核评价的最终目的。

4.4 深入校企合作，重视专业实习

毕业实习等同于专业实习，是很多高校采取的主要方式。在学生毕业前，进入广告行业相关公司实习，由于实践能力的欠缺，地方应用型本科院校广告学专业的毕业实习流于形式，学生动手能力差，整体能力提升效果欠佳。广告学专业实习应在毕业实习的基础上，增加课程实践，例如广告设计课程理论知识在校内学习完成后，实训课程以实战项目的方式，进入专业广告公司完成。目的在于将学习到的各类知识，与现实中的广告行业对接，与时俱进，有效解决高校与广告行业脱轨问题。将其扩展至所有课程的实训教学中，形成以课程实践为基础的实训教学体系，让学生在

校期间就可以在企业以“真枪实弹”方式完成各类实训项目，全面提升实践能力和综合素养。

为达到课程实践，地方应用型本科院校广告学专业必须深入校企合作，以服务地方经济为目的，建立和地方广告行业相关公司的专业实习基地，做到数量和质量上的双保障，为学生专业实践提供充足的平台。以课程实训为依托，建立校内校外双导师制，帮助同学们在理念学习和能力塑造的过程中，从不同的角度来探讨和改变，最大限度地促使广告学专业实践教学拥有足够的锻炼空间。^[4]校企合作的深度交流，不仅可以有效补充实训教学体系，提高学生创新能力，同时也是广告学专业应用型人才质量的有效检验，达到专业教学和服务地方经济多方共赢。

地方应用型本科院校广告学专业需探索出路，不断优化实践教学模式。巢湖学院广告学专业实训教学体系的改革与摸索，使我校广告学专业稳步发展，建立起地方应用型本科院校创新型人才培养的特色之路。这是促进地方应用型本科院校广告学专业人才培养革新的有价值的尝试，为广告学理论与实践教学的融会贯通提供借鉴，也为其他应用型本科院校广告学专业建设带来启迪。

基金项目：巢湖学院 2018 年度校级质量工程重点项目（ch18jxyj15）。

【参考文献】

- [1]陈晓琪. 新媒体环境下高校广告学本科教学改革与创新[J]. 传媒论坛, 2020(14): 125-127.
- [2]田莹. 特色+创新: 广告学专业本科学生实战项目训练新路径[J]. 渭南师范学院学报, 2018(22): 13-18.
- [3]常春梅, 孙娜蒙. 广告学本科教学改革与实践: 以安徽财经大学为例[J]. 吉林省教育学院学报, 2018(6): 152-155.
- [4]魏加晓. 新媒体背景下广告学专业实践教学模式创新研究[J]. 高等教育, 2020(42): 32-33.

作者简介：周洪波（1983-），男，黑龙江齐齐哈尔人，硕士，讲师，研究方向：广告传播、品牌营销、广告设计。