

校企合作双主体办学下高职艺术类专业课程改革的探析

刘雪花

(江苏信息职业技术学院,江苏 无锡 214153)

摘要:针对校企合作双主体办学下的高职艺术类专业人才培养,探讨了以课程为载体办出有特色、能错位发展的高职艺术教学新模式。分析了高职艺术类专业课程教学现状与校企合作双主体办学下高职艺术类专业课程的特点,提出了课程改革的创新策略。

关键词:校企合作;艺术类课程改革;课程特点;策略

中图分类号:G642.0

文献标识码:A

文章编号:1673-0356(2017)11-0062-03

高职教育占据高等教育半壁江山,艺术类专业遍布各高职院校成为其风景线,并以强烈的视觉效应吸引着学生。随着校企合作办学的深度化、紧密化,高职艺术类专业课程的改革受到了极大冲击;艺术类专业课程如何借助企业的运作模式、环境及资源来实现学生从设计师助理到设计师,从技术助理到技术员的蜕变,以及高职艺术类专业课程应有何特点等成为了当前业内探讨的热点。

1 高职艺术类专业课程现状

目前高职艺术类专业主要有室内艺术设计、环境艺术设计、视觉传播设计与制作、数字媒体艺术设计、产品艺术设计、服装与服饰设计、广告设计与制作、陶瓷设计与工艺等,面对高职艺术生源的特点,课程改革围绕“够用、实用”原则进行,因此在现有艺术类专业课程中不同程度地存在如下问题。

1.1 专业基础课名称单一而独立

在高职艺术类专业课程中素描、色彩、基础图案、装饰基础、三大构成等专业基础课仍占据人才培养方案中相当一部分课时,虽然这些课程是要夯实学生的基础能力,但会给学生以错觉,感觉就是高三课程的延伸。很多学校也在积极进行专业基础课程的改革,如设计素描、设计色彩、造型基础等,但课程还是单一、独立,没有把基础课程与实用项目紧密结合起来或分解到一些专业核心课程中去。

1.2 专业课程种类繁多而分散

高职艺术类专业课程受到本科教学模式的影响,有时也成了本科教学的“压缩饼干”,课程种类多,课时在16、24、32学时不等,课程知识点各自独立。然而在接触到服装设计产品时企业却是一个个实际项目,包含效果图、CAD图纸、服装裁剪、服装工艺等综合知识。一个项目是多门课程的综合,而学校教学则是分成若干课程,教师之间以各自的课程为阵,在课程设置上品种多、模块多;在教学过程中强调了许多单项、专项能力,在综合能力、学生自主学习能力方面培养不多。

1.3 教材品种丰富而脱节

高职艺术类专业教材品种繁多,一门课程可以有上百个品种,教材编写水平参差不齐。艺术教材与机电等教材不同,艺术本身的特点造就了琳琅满目的内容,没有绝对的标准。有些考证教材目前软件版本比较新,但考证系统版本低从而连带教材版本落后、脱节。学校与企业的合作模式众多,与企业合编的实战教材数量却不够;一些专业核心课程强调行动导向法、工作任务驱动法,但教材的主编主要还是来自高校教师,而不是企业多年的技师。

1.4 课堂形式单一而平淡

在高职艺术类专业课程中除一些实践操作课程外,有些学校还是以机房、多媒体教室作为教学的主要场所,课堂形式单一,教师主要通过PPT讲解或简单地操作演示,学生主动参与课堂设计不多,对于一些专业性强,知识点枯燥的内容,课堂就会出现“手机热”现象。

1.5 课程改革制约众多而受阻

当前高职艺术类专业课程改革已成常态化,但在课程改革中制约因素众多如专业实训室投入,教师团队参

收稿日期:2017-08-17;修回日期:2017-08-24

基金项目:2016年度江苏省高校哲学社会科学研究一般项目:校企合作双主体办学下高职艺术类专业创新教学模式的探析(2016SJB880069)

作者简介:刘雪花(1975-),女,工程硕士,副教授,研究方向:服装结构、服装工艺,E-mail:zhu20031023@163.com。

与改革的力度与创新理念更新,企业化课程改革力度,企业技术人员参与课程改革的主动性,以及当前微课、信息化课程等最终通过顶层设计分层次、分模块系统化转化为免费课堂的平台投入等。一些常规课堂教学模式、课时计算模式、考试模式等都不同程度地制约着课程的改革。

1.6 校企课程流于形式而枯燥

艺术类企业种类多,规模小,接纳学生量少;高职艺术类的校企课程不易实现大规模企业化课堂,一般情况是班级学生到艺术类的企业会被分组,接受不同的项目内容。虽然校企课程合作的出发点较好,但在实际运行中并未能按计划实现,这些单一的工作易使学生产生逆反心理。

2 校企合作双主体办学下高职艺术类课程的特点

当前高职艺术类校企合作主要涉及环艺、广告、动漫、服装、产品、影视等艺术专业工种,对接着设计师、技术员、陈列师、网页制作员、广告策划师等职业岗位;这些职业岗位能力通过不同形式的调研反馈到课堂,改革艺术类课程让学生适应企业岗位,课程教学就需具备如下特点。

(1)现代化 高职艺术类课程改革处处体现着现代化手段,QQ、微信、微课、翻转课堂、虚拟仿真融入课堂教学,如建筑漫游、虚拟动态秀、3D虚拟服装设计、VR技术等。课堂教学中不需要纸质化点名,登陆学习系统就能进行考勤、完成作业、自我评价等;借助互联网+技术,企业虚拟制作环境等领域的学习,学生能自主主宰课堂。

(2)同步化 在艺术类课程中课程内容、项目要新颖,借助企业实际环境不再仅满足以往做过的项目,关注与企业同步,让学生真实地感受到课程的实用性和时效性。校企双方共同有效设计项目,而不是让企业把学生排斥在外,课程内容同步并具有超前意识。

(3)可视化 高职艺术类课程的特点是视觉效应,根据艺术特点要凸显可视效果,如图片库、各类室内效果图库、各类服装效果图库、海报库、包装库、分模块的典型制作工艺等,通过名师、名匠按专业、课程、分解项目不同让学生自主地选取。通过海量图片与视频来体现艺术特有的可视化属性。

(4)项目化 高职艺术类课程的改革重点是要体现项目化和注重实战。无论是专业基础课程还是综合

课程,课程都需结合市场需求精心进行项目化设计,如涉及图案的内容可用珠绣、丝带绣、线绣等结合丙烯颜料、数码印花等方式,在包袋、T恤衫、鞋面、靠垫等产品上进行个性化设计,成为有创意的产品。课程是一个个项目、实物和有市场的产品的组合。

(5)实时化 课堂教学不再局限于课堂,引入专家库、技术员库及多个学校的名师,淡化课堂空间、时间,进行远程实时答疑,让学生时刻感受在线辅导。

3 校企合作双主体办学下高职艺术类课程改革的策略

2014年明确了高职教育是培养高素质劳动者和技术技能人才,以及用人单位对高职艺术类毕业生的高要求促使高职艺术类课程改革迫在眉睫。而且课程改革的策略将会成为今后高职艺术类院校生存和发展的重要决定性因素。

3.1 借师资平台创多方共赢

高职艺术类课程要更好地发展,教师的教学水平是关键。名师出高徒,只有高质量的师资队伍才能教出高质量的学生。课程组组长要有高水平的统筹能力,企业、行业技术骨干要实质性参与,学校专业教师要深入企业。课程改革需集多方力量精心打造,课程的顶层设计占据重要地位。艺术大师、名师、企业的技术骨干等要打破企业、学校的门户之见,让众多的学生、企业员工分享优质师资提升技能,从而达到学校、企业、学生等多方共赢。

3.2 借信息平台创课程特色

信息化手段不断体现在课前、课中、课后,艺术类课程的特色是以图片、视频、实物等方式展示。在今后的艺术类课程中信息化手段将是课程改革比拼的重要手段。微课、信息化课堂、虚拟仿真技术,VR等现代化教学将不断被运用,如建筑效果图不用传统模式,点击自己满意的材质直接能看到实际效果;选择大型企业设备的操作流程,企业产品工艺流程,学生学习不受时空限制。学生在信息化世界中掌握专业技能,自主学习感兴趣的技能知识,按需选取。

3.3 借企业平台创实战效应

高职艺术类课程建设只有依附在企业的土壤上才能培养出适合企业生存的学生,企业文化、技能、发展趋势要时刻融入到高职艺术类学生的学习中。高职艺术类课程的改革必须借助名企或中小型混合制企业,通过引企入校或厂中校等办学模式,共同设计课程内

容,让企业与学校教学融为一体;双方共享校企现代化高端设备,在项目设计中设置典型工作任务,把企业的实战、学校的原创相互融合才能适应企业的“短平快”节奏。如在服装立体裁剪课程中一般会从衣身、领子、裙子、袖子等进行讲解,但在教学中可以结合企业实际项目通过整体项目的锻炼来让学生感悟相应的零部件,来感悟纸样的公式及造型依据;引进婚纱市场的设计师、技术员共同参与重点项目,在课程改革中通过学生婚纱设计、制作、营销全过程让学生深刻理解礼服商品的运作模式,以适应企业的生存之道。

3.4 借展示平台创艺术本色

高职艺术类课程只有激发学生的学习积极性才能让艺术之课丰富地开花。高职艺术类核心课程均能较好地展示作品,一个高职院校毕业设计之季艺术类院校永远是琳琅满目,因为艺术作品以其多姿态,动静结合的方式独占鳌头。在课程改革中一定要发挥艺术课程的展示功能,让学生成为展示的主角,如产品设计的灯具展、旅游纪念品展等,环艺专业的家具展、模型展等,服装的成衣作品展、毕业设计展等;通过这些作品展推动课程的改革,让企业参与其中。一些原创设计带着高职艺术生的天马行空创意被运用到企业的产品中,能将艺术特色原汁原味地展示出来。

3.5 借评价平台创课堂效率

要推动高职艺术类课程的改革,评价平台是最好的指挥棒。课堂不能以满堂灌或单一演示作为课堂主体,今后的课堂教师只是教学的助推者,学生才是课堂的主角。课堂考核要融入专业技能,沟通能力,展示能

力,团队协作能力及创新能力等。要让学生喜欢有形与无形的课堂,淡化 45 min 的时间与空间,重视过程考核、结果考核等多形式考核模式,才能让课堂获得最大效益。高职艺术学生具备一定的自学能力、创意能力、制作能力,关键是教师如何去挖掘,去激发学生的主观能动性。高职艺术课程除了有丰富的设计创意外,更多地是要让设计作品落地,课堂改革的重心就是排除阻力通过技术产生实物,成为流通市场中的产品。如核心课程评价加入企业的录用情况及市场采纳情况,在课程评价中要融入企业的标准,企业人员共同参与课程评价。重视生产能力,设计能力,出台课程实效的激励评价制度,把师生的积极性调动起来,一些综合课程可结合省赛、国赛、行业比赛来推动课程的评价。

高职艺术类课程的改革不能仅仅满足于学校封闭式的改进,只有与企业实际项目共生共存,依靠多元化的师资,信息化的手段,精心设计的教学模块,企业化运作的的评价系统才能真正培养出吃苦耐劳,会设计且精技能的企业准员工,才能培养出会终身学习的技能型人才。

参考文献:

- [1] 壮国桢.高职课程改革与课型创新[J].职教论坛,2014,(9):71-73.
- [2] 张彦杰.协同创新视角下高职课程改革研究[J].教育理论与实践,2016,(18):25-27.
- [3] 徐国庆.当前高职课程改革中的困境与对策[J].江苏高教,2008,(4):124.

Analysis on the Curriculum Reform of Higher Vocational Art Major under Double-subject Teaching of Schools-enterprises Cooperation

LIU Xue-hua

(Jiangsu Vocational College of Information Technology, Wuxi 214153, China)

Abstract: In view of the training of higher vocational art talents under double-subject teaching of school-enterprises cooperation, the new model of art teaching with distinctive features and dislocation development was discussed by courses in higher vocational colleges. The present situation of art course teaching in higher vocational colleges, and the characteristics of higher vocational art courses under double-subject teaching of school-enterprise cooperation were analyzed. The innovation strategy of curriculum reform was proposed.

Key words: school-enterprise cooperation; reform of art courses; course features; strategy

欢迎投稿 欢迎订阅 欢迎刊登广告