

教学成果总结报告

——以融合共建“AM&PM”品牌来创新产学结合模式促进应用型人才创新能力培养

近几年来，中国的广告业进入了一个空前活跃时期，但是在广告业飞速发展的今天，我们也能够看到，高质量的广告设计人才的缺失已直接影响到我国广告业质量上的突破。这无疑是对我们的专业教学提出了预警，也引起了我们如何培养出一批做事、做人上都合格的学生而进行思考。一些设计类院校广告专业的培养模式及产学结合模式已经进行了“项目导入”式的改革，而学生的学习积极性却并不高。因为对于学生来说这些项目都是与“本我”无关的东西。学生们只是为了学习而学习，修改创意方案在他们眼里仅是“公司为了商业销售”、“老师为了审美或设计理论”要求修改，他们并不能感受到修改这些实战作品的真正目的和意义，无法对自己设计的作品真正负责。在培养人才的过程中出现了用人单位不满意毕业生的能力，抱怨教学出问题，校企合作并不主动；学生抱怨实际工作模式与理想有差距，遇到的困难也都归于学校教学，做实战项目缺乏责任意识；专业教师抱怨学生不愿意学，自身因长期在教学岗位脱离了设计行业高速发展轨道。

上述的这些问题的发生，引起了我们的重视和思考，也让我们更加坚信要对产学结合的培养模式进行革新本专业反思传统产学结合模式的困境及其负面效果，本着强化学生创新能力培养以及创建具有协同能力的产学结合模式的目的，并结合高职高专院校生源的特点，于2010年9月起创建了专业品牌“AM&PM”，形成具有本学院广告设计与管理专业特色的产学结合模式。

整个人才培养模式的改革是以促进学生终身发展为目的的，强调对于学生专业上“创造能力”和“动手能力”的培养以及“为人处事”和“责任心、事业感”等德育方面的培养，让学生明确“作品”——“产品”——“AM&PM”品牌——“推广广告”的过程。“AM&PM”品牌

式产学结合的人才培养模式能够使我们的学生在本专业三年的学习过程中感受到既属于自己又属于企业、既属于学习又属于实践、既属于作业又能挣钱、既属于行业入门又属于创业起步、既学专业又学做人。

此项改革成果实现的是以动能循环的方式带动、促进、督促学生与专业的提升与发展。以“AM&PM”品牌建设带动学生自主学习的动力；以学生学习动力推动专业教学不断发展；以专业教学发展塑造“AM&PM”品牌形象；以“AM&PM”品牌形象吸引企业与市场的关注与融合；以企业与市场的融入保障实践教学的有效开展；以实践教学带动“AM&PM”品牌成长；以“AM&PM”品牌形象督促培养学生的质量；以学生的质量检验专业的教学质量；以教学质量推进专业与“AM&PM”品牌建设。专业以终身发展作为人才培养模式的最终目标，我们不只是教授知识，也不能仅仅以学生跨入工作岗位门槛为终点。我们是要通过人才培养模式的改革，培养我们学生的忠诚感和责任感！最终实现学生由被动项目设计向自主创意作品设计、由被动学习向主动学习、由课程学习向实践体验学习、由工作职业向理想事业的转变。

一、融合共建“AM&PM”品牌建立产学结合新模式的创新

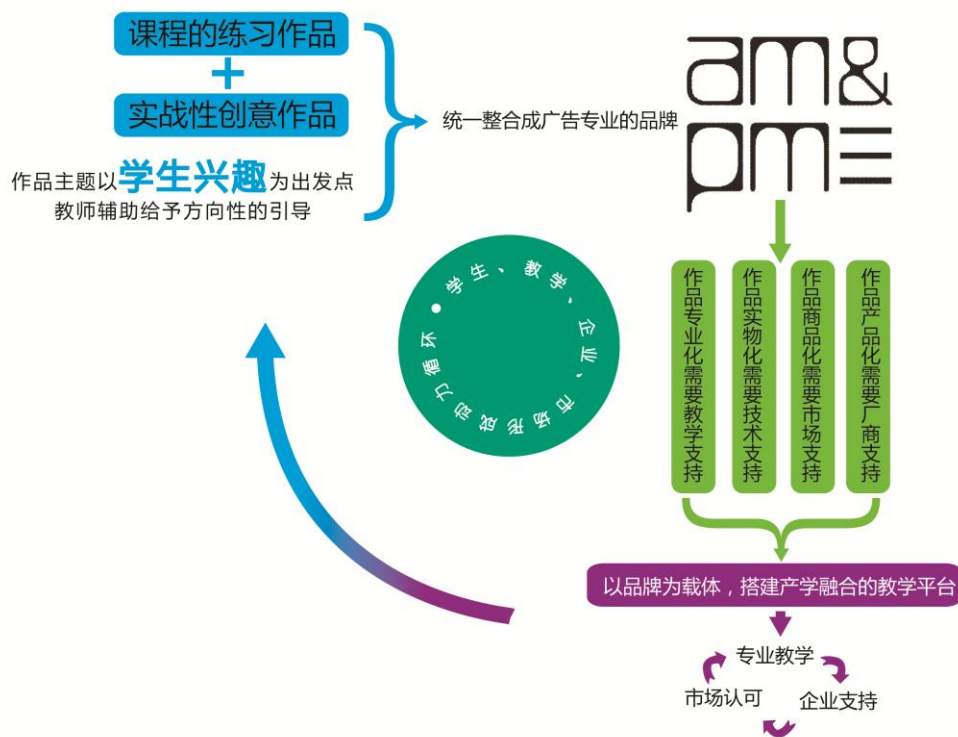
整合资源创新模式，以品牌共建来推进产学融合的根本宗旨是从提升学生创新能力与专业发展核心竞争力出发，创新机制，探索有效模式，促进企业、院校和专业所在战略层面的有效结合，突破相关产学结合的瓶颈，形成协同发展的合力，以提高职业人才培养质量。从构成要素和运行机制上看，“AM&PM”品牌是通过专业、企业、学生三方建立共同投入，联合开发，利益共享，品牌共建的机制。

（一）整合资源创新模式，以品牌共建来推进产学融合

以创造商业品牌“AM&PM”导入专业教学为突破口，创新专业教学模式。品牌建设与专业建设相结合是本次改革的核心思路。专业

建设与发展离不开市场的正确的导向，而品牌的永久不衰之梦也需借助学院的支持、专业的支撑，企业的助力。为了使本专业的产学结合模式更符合专业教学与广告创意市场合一的理念，学院及专业建设指导委员会对多家有产学合作意向的知名广告公司、创意公司、创意品生产销售商进行多方面的调研及合作方案的审核，最终将产学合作意向定为“智品”（上海设计之都公共服务平台）以及“义乌市场”两个推广销售渠道，将学生作品以上海电影艺术学院广告设计与制作专业“AM&PM”的品牌形象进行推广销售，加强了专业与企业的接轨，明确了广告创意设计市场对人才与商品的具体需求。

2010年初本专业创新并完善了融和“AM&PM”品牌的产学结合模式的教学部分，并于年末与义乌韩通饰品厂签订了《校外实训基地协议书》和《校企合作培养高技能人才协议书》。该厂与本专业达成共识：本学院广告专业学生的设计创意作品以“设计源”的形式与其进行长期合作，韩通饰品厂将作品转变成商品，并给予我们“生产源”上帮助以及产出成品前的指导服务。2011年本专业开设出了“AM&PM 学堂”、“AM&PM 智品”（上海设计之都公共服务平台上销售寄卖），网店里售卖的都是学生的平时作品，这些作品融合了艺术的审美、设计的原理、专业的技能以及商品的特有属性。（图一）



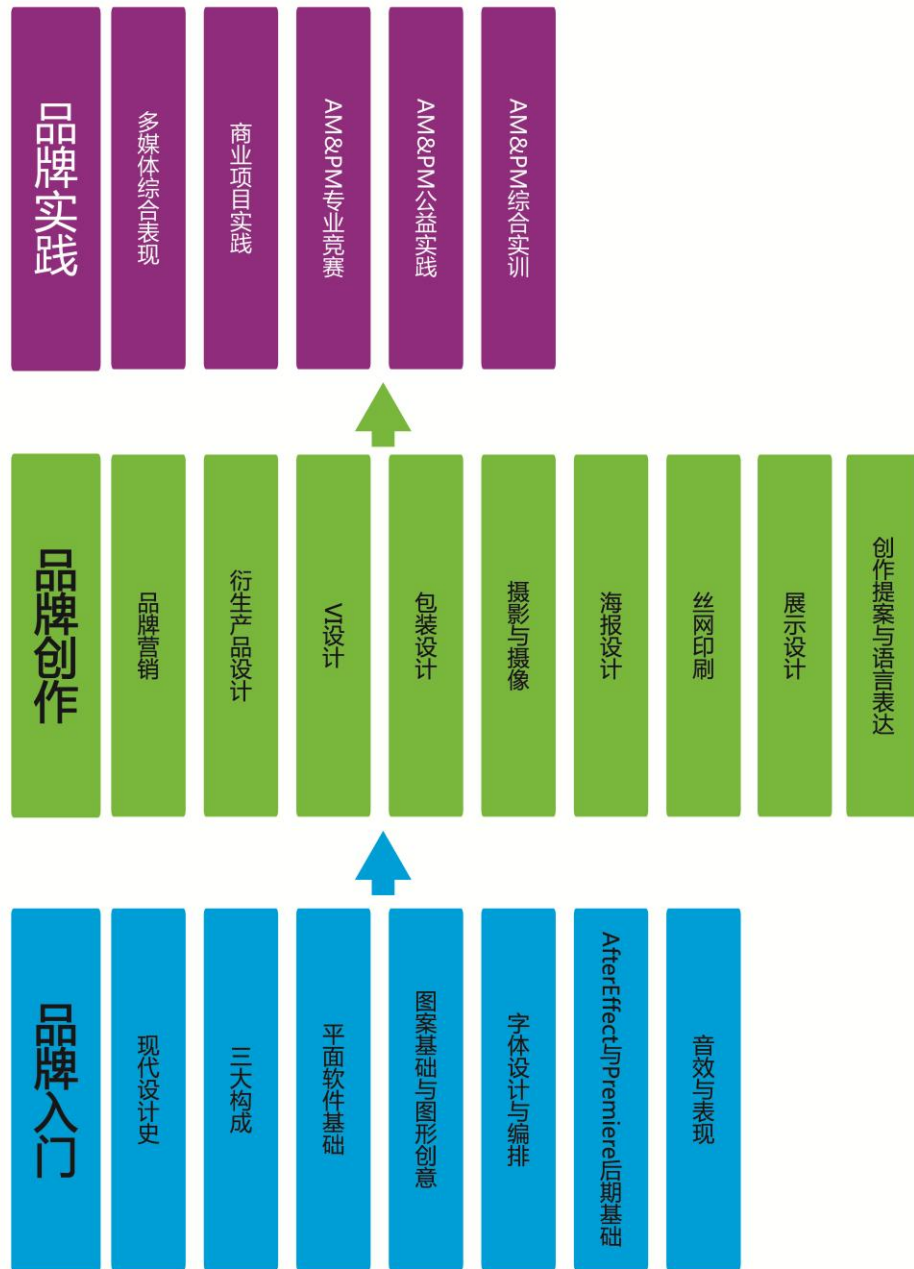
图一：整合资源创新模式，以品牌共建来推进产学融合

（二）通过品牌将典型工作任务系统集成，构建“产学融合目标体验”的课程体系

融合共建“AM&PM”品牌建立的产学合作新模式是通过“AM&PM”品牌将广告设计与制作典型的工作任务，按照工作任务进程系统集成，根据“职业生涯事业化”的宗旨展开，形成“产学融合目标体验”的课程体系，重在培养学生的多元思维，让每个学生都发挥自己的长处，因材施教，有教无类、公平惠及所有学生，促进学生的终身发展，造就服务社会的优秀人才。

本专业的课程体系建设思路围绕行业工作岗位实际需求和专业特色与创新展开设定。初步形成了平面广告设计、影视广告后期制作、包装设计、企业形象VI设计、书籍装帧设计、衍生产品设计六大职业技能教学。我们依据这六大典型工作任务，以思维逻辑递进式的顺序，围绕“AM&PM”品牌，以学生为主体，构建出了品牌入门、品

牌创作、品牌实践三个递进式的产学结合的课程体系。（图二）



图二：“产学融合目标体验”的课程体系

“AM&PM 品牌入门”阶段的课程，我们主要是以培养学生学习兴趣以及打扎实专业基础为主要目的。在课程中讲授的是他们所关注的品牌故事，做的作业则是以他们感兴趣的物件为载体，进行基础性的绘画和设计技巧训练。

“AM&PM 品牌创作”阶段的课程主要是由：品牌基础和品牌应用两大系统课程组成。学生在这个系统的课程中将会对广告专业的核心知识技能以得到系统的培养。所有的课程作品依旧以兴趣为基点，展开主题性较强的创意设计练习。该阶段的练习作品，经过考核以后，将直接在“智品（上海设计之都公共服务平台）”网店上进行展示和售卖。此阶段是实现学生学习动能转换的关键阶段，是学生职业路径事业化的萌芽阶段。

“AM&PM 品牌实践”阶段的课程主要是以综合性较强的实践类课程组成。这类课程除了将之前所学的专业知识进行融会贯通以外，更加强调的是培养学生举一反三的能力以及专业素质、德育素质的强化训练。该阶段的课程会以专业、企业、社会三方合作的形式进行合作教学。这个阶段是以促进学生终身发展为目标，学生自主创业、将职业视为终身事业的催化站，他们的思维模式、学习能力、工作作风、人格人品将得到一定的升华。

（三）融合“AM&PM”品牌创建产学结合特色的师资队伍

在融合“AM&PM”品牌产学结合的广告专业人才培养模式的推动下，本专业根据“AM&PM 品牌入门”、“AM&PM 品牌形象设计与制作”、以及“AM&PM 品牌实践”三个教学阶段形成了具有产学结合特色的师资队伍。

“AM&PM 品牌入门”阶段我们所设立的师资是行业广告领域以及品牌研究领域优秀的企业教学团队。该阶段的教学团队是以中央电视台《艺术人生》独家撰稿和杨澜阳光集团多媒体公司策划总监黄晓铭；国际 4A 广告公司 TBWA（滕迈广告有限公司）Freelance 创意总

监陈派两位行业专家为核心。主要是为学生教授品牌理论类的课程，引领学生迈向品牌之路的第一步。

“AM&PM 品牌形象设计与制作”阶段我们所设立的师资是广告设计专业领域优秀的专业教学团队。该阶段以广告专业负责人、家化集团佰草集、高夫品牌形象设计师徐蕾；“AM&PM 实训中心”主任、广告专业教师、爱马仕中国地区品牌形象店视觉设计师朱维佳两位专业教师为核心。主要是为学生教授品牌设计技能类的课程，为学生打开创意与设计之窗。

“AM&PM 品牌实践”阶段我们所设立的师资是广告专业领域与产学合作方相结合的实践型、拓展型教学团队。该阶段以数字艺术设计学院院长、立白集团 COGGI 品牌设计师顾平；韩通饰品厂厂长金长波；联合美妆董事长、芳草集、倩碧品牌设计师黄冰欢为核心。主要是为学生教授品牌设计、整合与生产推广类的综合性、拓展性课程，为学生就业与创业开辟新天地。

（四）融合“专业、企业、市场”的多元化考核体系与评价模式

为了对改革后的人才培养模式能够有良好的评价和监督，本专业采取了多元化的学生作品考核评价体系,这种考核评价体系不是闭门造车、一方定输赢的传统评价方法,更注重多角度考核评价一个学生的学习情况。多元化考核体系与评价模式将“专业、企业、市场”三者有机地融为一体，激发了学生自觉学习、主动求知的热情，同时提高了学生的动手能力、创新能力以及理论知识在实践中的运用能力。使考核具有了知识考核和能力开发与评价的双重功效。

考核的内容则是从学生是否了解品牌开始一直到产品的设计和广告宣传。这种考核模式除了 360 度系统化地考核了学生广告设计与制作的知识技能，同时还学习到一个广告人的基本素质。每件学生的设计作品满分为 100 分，其中:专业教师评价占有率 35%，企业专家评价占有率 35%， “智品（上海设计之都公共服务平台）”店铺评价占

有率 30%。这种考核评价体系是一把双刃剑,即多方位地考核学生,同时考核的成绩也给予专业的教学质量和发展方向进行了监督。

二、融合共建“AM&PM”品牌建立产学结合新模式的应用及应用型人才创新能力培养的成果

从组织形态上看“AM&PM”品牌以市场为准则,以学生、企业为主体,以创造知识产权为目标,通过产学融合的优势互补和协同创新形成的一种长效、稳定的利益共同体。“AM&PM”品牌是以构建共性技术平台为基础,通过资源凝聚模式创新来培育应用型人才的创新能力。

(一) 依托品牌以自我实现来有效激发学生学习的内在动力

我们通过“AM&PM”专业品牌的建立来构建出新的教学组织以及学习途径,深化内涵建设,强调教学成果实物化和市场应用率,使学生不再被传统的“作业”与“上课”所束缚。学生能够在课程和“AM&PM”产品设计、宣传与推广中自主地探究问题寻求自我专业能力的突破和实现自我作品创作价值。我们着力引导学生在兴趣和专业相结合,在作品和商品转换的过程中不断地领略成功所带来的喜悦,帮助他们增强积极进取的自信心,从而真正达到依托品牌以自我实现来激发学生学习的内在动力。每个人都渴望有所成就,受人重视和关注,使自我得到发挥,自身价值得到实现。融合共建“AM&PM”品牌的产学结合模式正是以此作为突破口,其所形成的三个阶段的课程教学更是基于这一点。同时还考虑到学生直接经验、密切联系学生自身专业和社会实践与体现对知识的综合运用。能够“自发式”地扩大学生的视野、发展学生的创新能力、实践动力以及良好的职业品质。(图三)



图三：“AM&PM”商业品牌在专业教学中的驱动作用

(二) 用“AM&PM”品牌强化学生主体地位，激发学生的创新能力

本专业将创建具有协同能力的产学合作新模式作为本专业进一步发展的重要引擎。我们注重强化学生的创新能力的培养，意在提高人才培养的质量。融和“AM&PM”产学结合的人才培养模式是让学生成为学习的主体，为学生创设一个合理的学习和发挥的环境，让学生在这个民主的学习环境中自主地学习。通过创作兴趣去调动学生学习的积极性与主动性，挖掘学生学习的潜力，让学生通过自己的主动探索，去获取知识、发展能力。“AM&PM”产学结合的人才培养模式也能给学生以创新的机会，让学生在激情满怀中发展能力。

在我们的“AM&PM”课程教学时，学生的创新能力主要表现在敢于怀疑，求新求异，独特的思维方式和行为方式中。在艺术设计教学中，对学生的“求异”表现，教师不能简单粗暴地加以否定、指责，这样只会将学生的创新意识扼杀于无形。“AM&PM”品牌的精神是鼓励学生“求异”的，并加以教师的积极引导，增强学生创新的信心，发展学生的创新能力。

至今为止，本专业的学生作品已连续3年与义乌饰品商场多家创意产品制作商签订“作品版权”订单，成功地将本专业的学生作品以“外贸订单”的形式推向国际创意品、家纺、饰品等厂商。这不仅是

为“AM&PM”做了广告，更是让我们的学生用自己的创作作品挣到了自己的“第一桶金”，让学生们体会到“设计成就梦想，我们的未来不是梦！”。“AM&PM 学堂”（“智品”网店）是在专业教师的带领下由学生逐个轮流进行管理和销售运行的。这个平台成为了广告专业全体师生向社会展示我们教学成果、锻炼学生专业能力、管理能力、创业能力的“智慧舞台”；提升学生自信心、责任心、学习动力的“发电机”；亦是由“小智慧”转向“大品牌”的“孵化平台”。

（三）以“AM&PM”专业品牌服务于社会，培养品牌学生

“AM&PM”品牌不仅仅是一个“教书”的品牌，她更是一个“育人”的品牌。专业将“服务社会”的意识，贯穿教学始终。学生的兴趣爱好会随着品牌学习的深入而开始慢慢地得到适当地引导。他们会从本质与分析兴趣，从而形成具有积极意义的兴趣转移。

从“AM&PM”品牌诞生至今，本专业连续三年受邀，为上海教卫党委、上海市教委、浦东新区工会、上海教育电视台、中国教育电视台、上海市儿童福利院、浦东新区电台相关栏目提供栏目设计服务。学生“AM&PM”的品牌作品参加国际、市级、行业级的设计大赛，共计获得奖项 100 项。融合共建“AM&PM”品牌来创新产学结合模式所实现的是一种潜移默化的“育人”，本专业已连续两年的毕业生就业率达到了 100%，用人单位给予了我们学生非常高的评价，学生的盲目跳槽情况也明显减少。更有学生以“AM&PM”的专业品牌推广为模板，毕业后自立创意品牌进行自主创业。这正是我们所期望的结果，希望通过我们“AM&PM”的专业品牌培养出真正意义上的品牌学生！