

教改论坛

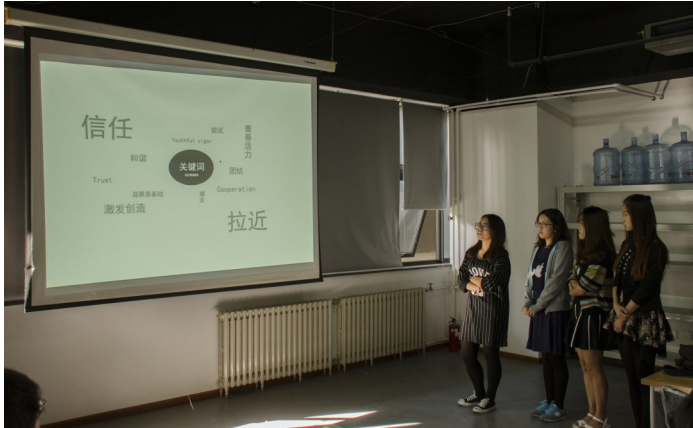
将设计项目搬到课堂



授课情景



课上讨论



学生团队建立

我校视觉传达设计专业致力于培养具有现代设计理念和创新思维，通晓视觉传达语言，熟练掌握数字设计工具和技能，能够独立从事各种视觉传达设计工作的高素质复合型专门人才。学生毕业后能在专业设计机构、平面媒体、互联网媒体等企事业单位从事各类印刷品设计、广告创意设计、企业形象设计、产品设计、交互媒体设计以及设计管理等工作。近年来，本专业的老师将理论紧密联系实际，尤其注重学生的实践操作能力培养，摸索出了一套有助于培养学生的创作与创新能力的课堂教学模式。

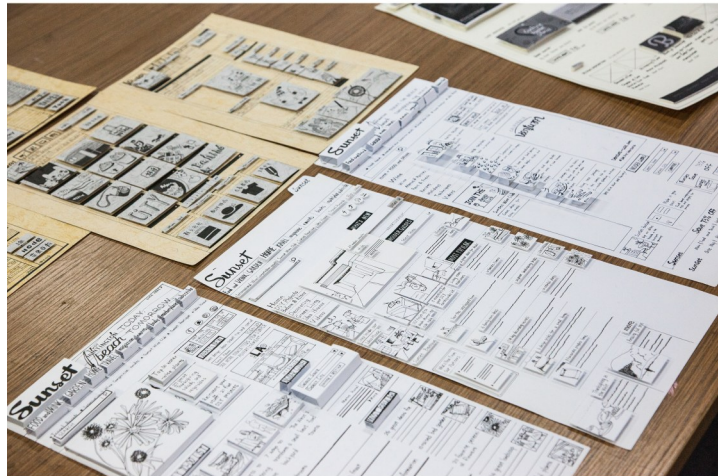
组建模拟设计团队

视觉传达专业的学生在大三就会完全模拟真实设计团队分为9人一组，每组都有总监、副总监、组长、组员等必备成员。分组方式为随机抓阄，任何人都不能确定自己将会和谁组成团队，这让学生们感到既新鲜又刺激。而且团队成员一旦确定，就要延续大三、大四两个学年，直到该届学生毕业。这期间的每一次课程作业或设计项目都需要所有组员共同参与，缺一不可。“我们必须学会在陌生环境中与不熟悉的团队成员进行快速磨合，尽最大可能去发现同伴的长处和特

点，只有这样才能把自己的优势与别人结合起来，共同完成任务。”大家在这个过程中相互比较竞争、学习和进步。每学期各组“领导”都会进行换届选举，争取让每个人都有机会体验从员工到领头人的不同工作方式。班主任戴砚亮老师介绍：“在这个期间团队人员不会有大幅度变化，他们自己确定自己的设计理念、设计团队的logo、口号和名片，自己做互联网宣传，进行团队包装。通过长时间的磨合，组员之间就会相互了解，工作中就会有默契和信任，省掉了许多沟通环节。很多学生毕业以后这个团队就变成了公司，团队成员还在一起工作，有的成为了合伙人。这对学生日后进入到真正的设计团队中起到了难以估量的作用。”

增加调研与客户沟通环节

传统的课堂教学中没有与客户沟通这个环节，都是教师布置题目，学生自行设计，然后完成作业。但在实际项目运作中，闭门造车的设计往往与客户需求相去甚远，因此在教学中植入与客户沟通这个环节至关重要。如果掌握了与客户沟通的技巧，即使花了很大力气做设计，也很难使客户满意。在增加与客户沟通环节的课堂上，老师



项目模拟

会扮演普通客户的角色，将自己想要的东西用非专业语言表达出来，引导学生去挖掘客户的深层文化心理，等学生有了客户意识后，老师会请来真实的客户，来一个百分百真实的模拟。戴老师说：“在实际的项目运作中，最重要的反而是与客户沟通的环节，往往需要花70%的精力来与客户沟通，了解客户需求；而只有30%的时间来进行设计。如果你不懂沟通技巧，就不能了解到客户真正需要的是什么，设计效果当然不能令人满意。一个看似简单的设计方案学生往往需要与客户进行多次沟通，不断修改，才能真正了解到客户的潜在需求。”

以实际项目运作能力为评估方式

建立好设计团队之后，紧接着会把实际设计项目的流程化管理作为切入点，参照真实设计项目，以乙方向甲方提案的方式进行教学。

了解客户需求后，各组“总监”带领自己的组员进行讨论，形成设计思路，然后组员分头进行设计。之后各组“总监”将设计方案呈现给客户，并向客户阐述设计理念，让客户选择最满意的方案，各组再分别进行更深入的方案设计。学生从调研、与甲方沟通、几个轮次的提案、修改、阐述、设计到完成项目的过程都要严格按标准执行，教师为每个团队打分，最后综合得分最高的才是课程分数最高的团队，而其中最为出色的组员会得到最高的分数。这就不再是传统教学中根据学生的最后作品呈现和出勤率打分的模式，而是采用了以实际项目运作能力为评估的方式。这使学生熟悉了真实的与客户沟通提案到完成设计的全过程，获得了真实的项目运作能力。

“这样的教学方式并非百分百新颖，最主要的目的在于告诉学生这就是真实的设计项目流程，今天你这么做，未来你进入工作岗位后也要这么做。”提案、修改、阐述、设计，循环往复很多次才能获得客户满意，实操之中每个学生对设计的苦辣酸甜也有了更深的体味。

通过两年的锻炼，原来断裂的教育链和产业链被打通了，大部分学生在大学学习阶段积累了比较成熟的设计作品案例，部分“模拟团队”还在社会上建立了自己的固定客户群，毕业后变成了真正的设计工作室，能够自己独立地去承接设计项目。

(文化与传媒学院 戴砚亮)



安徽宏村采风课外教学实践



安徽文化遗产考察



中国最美的书获奖者——连杰讲座



福建土楼文化遗产考察



中央美院研究生毕业创作一等奖获得者/字体设计师——宋昊讲座