

基于 OBE 理念的广告艺术设计专业产教融合机制优化研究

徐圆婧

湖北城市建设职业技术学院, 湖北武汉, 430000;

摘要: 随着广告行业多元化、智能化发展, 市场对专业人才的综合素质与实践能力要求显著提升。OBE (成果导向教育) 理念以学生学习成果为核心, 为广告艺术设计专业产教融合机制优化提供了关键指引。本文阐述 OBE 理念核心内涵与应用价值, 分析当前该专业产教融合存在的人才培养目标脱节、课程实践结合松散、校企合作浅层化、师资结构失衡、评价体系单一等问题, 进而从目标定位、课程构建、校企合作、师资建设、评价优化五个维度, 提出基于 OBE 理念的产教融合机制优化策略, 并结合高校案例验证其有效性, 为培养符合行业需求的高素质应用型人才提供参考。

关键词: OBE 理念; 广告艺术设计专业; 产教融合

DOI: 10. 64216/3104-9702. 25. 02. 044

引言

数字经济时代, 广告行业迭代加速, 新业态不断涌现, 对人才能力提出更高要求。产教融合能实现校企资源互补, 但多数高校广告艺术设计专业产教融合停留在“企业实习+讲座”浅层模式, 人才培养质量与行业需求差距明显。OBE 理念强调以成果为导向反向设计教学环节, 注重学生能力与职业需求匹配, 将其融入产教融合机制, 可破解现存困境, 提升人才培养针对性与实效性, 推动专业高质量发展。

1 OBE 理念的核心内涵及应用价值

1.1 OBE 理念的核心内涵

OBE 理念源于 20 世纪 80 年代美国, 以“学生中心、成果导向、持续改进”为核心特征: 一是目标导向, 明确学生毕业时需具备的知识、技能与素养, 并以此为依据设计课程与教学活动; 二是学生中心, 关注个体差异, 提供个性化学习支持; 三是持续改进, 通过成果评估反馈, 动态优化教学过程。其本质是围绕“学生能获得什么成果”“如何实现成果”“如何评估成果”构建闭环教育体系, 确保教学活动与人才培养目标高度契合。

2 OBE 理念的应用价值

2.1 契合专业培养目标的深化

广告艺术设计专业致力于培养具备“能设计、会策划、善执行”能力的应用型人才, 以满足行业需求。基于 OBE (Outcome-Based Education) 理念, 该专业特别注重学生实践能力和职业素养的培养。通过设定明确的核心成果目标, 如“广告创意设计、品牌策划、新媒体

应用”等, 专业课程内容与行业岗位需求紧密对接, 确保学生在毕业后能够迅速适应并胜任相关工作。

2.2 推动课程与行业需求的紧密对接

针对广告行业技术快速更新的特点, OBE 理念引导专业课程体系进行反向重构, 将大数据广告分析、AI 设计工具、元宇宙广告创意等前沿内容融入课程体系中。这种做法有效解决了传统课程内容滞后于行业发展的问

2.3 提升学生的实践创新能力和问题解决能力

OBE 理念强调“在实践中学习”, 通过引入企业真实项目、开展校企协同教学等方式, 让学生在项目策划、设计执行、客户沟通等环节中锤炼能力。这种教学模式不仅让学生在实践

2.4 深化产教融合的深度与广度

OBE 理念推动企业从传统的“参与方”转变为“共建方”, 深度参与人才培养目标的制定、课程设计、成果评估等关键环节。通过校企合作, 实现资源的深度整合, 打破产教之间的壁垒, 构建起一个紧密合作的教育生态系统。这种深度合作不仅提升了教育质量, 也为学

3 当前广告艺术设计专业产教融合机制的问题

3.1 人才培养目标与行业需求脱节的问题

在当前的高等教育体系中,一些高校在制定人才培养目标时,往往缺乏对行业需求的深入调研和全面了解。他们仍然将传统的“理论传授”作为教学的核心,而忽视了新媒体技术的应用、跨媒介整合设计等当前行业中的核心需求。例如,这些高校在课程设置上仍然侧重于传统的平面广告教学,而对于短视频广告、直播电商视觉设计等新兴业态的覆盖不足。这种脱节导致了学生在毕业后需要花费较长时间来适应工作岗位,无法迅速融入行业发展的潮流。

3.2 课程体系与实践脱节的问题

首先,课程内容的更新速度较慢,未能及时将 AI 设计、广告数据监测等前沿知识纳入教学体系中。其次,实践课程的占比相对较低,大多数课程以课堂实训和虚拟项目为主,缺乏企业真实项目的支撑。此外,课程模块之间缺乏有机衔接,基础理论、专业技能和职业素养课程之间难以形成一个完整的能力培养链条,这使得学生难以在学习过程中形成综合能力。

3.3 校企合作浅层化的问题

目前,校企合作的形式相对单一,大多数合作仅限于“企业接收实习+教师企业访学”的模式。在这种合作中,企业很少参与到课程设计和教学评价中来。合作的稳定性较差,容易受到企业经营波动和负责人变动的影 响,导致多数合作周期不足两年。此外,校企之间的资源共享也不足,企业的先进设备和项目案例难以转化为教学资源,而学校的科研成果也难以在企业中得到实际应用。

3.4 师资结构不合理的问题

目前,“双师型”教师在教师队伍中的占比不足 40%,这意味着大多数教师缺乏实际的行业实践经验,无法将真实项目案例有效地融入教学中。教师的来源相对单一,主要以高校毕业生为主,缺乏来自广告企业一线的设计师和策划师。这导致教师在实践教学方面的能力较弱,难以有效地指导学生完成复杂的项目任务。

3.5 评价体系不完善的问题

现有的评价体系存在主体单一的问题,主要以学校和教师为主,而企业、行业协会的参与度较低。评价内容过于侧重于理论知识的考核,忽视了对学生实践能力和职业素养的评估。评价方式主要以考试和作业为主,缺乏对项目过程的动态跟踪。此外,评价结果未能有效地用于教学改进,难以形成一个“评估—反馈—优化”的闭环,这使得教学过程难以根据反馈进行及时调整和

优化。

4 基于 OBE 理念的产教融合机制优化策略

4.1 锚定行业需求,明确成果导向的培养目标

与广告企业、行业协会合作进行深入调研,分析“广告设计师”、“品牌策划师”、“新媒体运营师”等关键岗位的能力需求,确立“三大核心成果”:首先是专业能力,要求能够独立完成平面、新媒体、互动广告设计,并制定品牌推广方案;其次是实践能力,包括项目统筹、客户沟通、跨团队协作能力;最后是职业素养,强调创新意识、职业道德与终身学习能力。同时,建立目标动态调整机制,每两年根据行业发展趋势更新培养目标,确保与行业需求保持同步。

4.2 构建模块化课程体系

以培养目标为导向,构建“四维模块化”课程体系:

基础理论模块:保留广告学概论、艺术设计原理等核心课程,新增数字媒体基础、广告法规等课程,以巩固理论基础;

专业技能模块:分为“广告创意设计、品牌策划、新媒体广告”三个方向,开设广告创意与表现、短视频制作、社交媒体运营等课程,以强化专项技能;

实践教学模块:将企业真实项目纳入教学体系,要求学生在大三、大四期间至少完成两个企业项目(如品牌视觉设计、产品广告策划),并由校企双导师进行指导;

职业素养模块:开设商务沟通、广告职业道德等课程,通过设计大赛、模拟提案活动等提升职业素养。建立课程更新机制,每年邀请企业专家对课程进行审核,确保其前沿性。

4.3 深化校企协同,打造“产业学院”合作模式

共建协同平台:与领先广告企业联合成立“广告艺术设计产业学院”,设立校企理事会,统筹人才培养、资源共享、科研转化;企业提供专业设备(如 VR 设计设备、剪辑工作站)与项目资源,学校提供人才与科研支持;

推行项目化教学:将企业项目分解为教学任务,学生以小组形式完成,校企双导师共同指导,项目成果由企业验收;

建立长效机制:签订 3-5 年合作协议,明确校企权责与利益分配(如学生项目成果转化收益分成),保障合作稳定性。

4.4 建设“双师型”师资队伍

教师实践培养：每年安排 5-8 名教师到企业实践 3 个月以上，参与项目策划与设计，积累行业经验；

引进行业人才：聘请企业资深设计师、项目经理担任兼职导师，参与课程教学与毕业设计指导；

完善激励机制：将企业实践经历、项目指导成果纳入教师考核，在职称评定、绩效奖励中给予倾斜，提升教师参与产教融合的积极性。

4.5 构建多元化评价体系

评价主体多元化：学校、教师、企业、行业协会、学生共同参与，企业评价学生项目表现，行业协会通过技能认证评估专业能力；

评价内容全面化：覆盖理论知识、实践能力（项目成果、执行效率）、职业素养（团队协作、客户反馈）；

评价方式多样化：采用理论考试、项目展示、实习鉴定、设计大赛等形式，建立学生学习档案，实现过程性评价；

评价结果应用化：每学期分析评价数据，针对性调整课程内容（如增加短视频制作课时）、优化教学方法，形成持续改进闭环。

5 基于 OBE 理念的产教融合机制实施路径与可行性分析

为有效推动 OBE 理念在广告艺术设计专业产教融合中的落地实施，需构建系统化、可操作的实施路径，并充分评估其可行性。具体可划分为四个递进阶段：第一阶段，需求调研与成果界定。联合行业协会、典型企业和毕业生群体，开展岗位能力调研，明确广告创意、品牌策划、数字媒体设计等核心岗位的能力要求，据此反向定义清晰、可衡量的学习成果体系，涵盖知识掌握、技术应用、创新思维、团队协作与项目执行等维度。第二阶段，课程体系重构。依据学习成果，打破传统学科壁垒，构建“项目导向、模块集成”的课程体系，将真实企业项目、竞赛任务或模拟提案融入教学内容，实现“做中学、学中创”。同时，及时引入 AIGC 工具应用、短视频广告策划、数据可视化设计等前沿内容，确保课程与行业发展同步。第三阶段，协同机制建设。建立校企双主体协同育人平台，推动“课程共建、师资共担、过程共管、成果共评”。鼓励企业以“出题方”身份参与教学，学校以“解题方”组织师生团队承接项目，形成“真实任务驱动”的教学模式。同时，完善企业导师聘任与激励机制，提升其参与深度与持续性。第四阶段，评价与持续改进。构建多元评价体系，融合教师评价、企业反馈、客户满意度及作品市场转化率等多维指标，

形成闭环反馈机制。定期组织校企联合评估，依据评价结果动态调整人才培养方案与教学内容，实现教育质量的螺旋式提升。

该实施路径具备较强的可行性。从政策层面看，国家持续推进产教融合型企业培育、现代产业学院建设，为校企合作提供了制度保障；从技术层面看，数字化教学平台、虚拟仿真工具及在线协作系统的发展，为项目化教学与远程协同提供了技术支持；从实践基础看，部分高职院校已在工作室制、项目制教学等方面积累了一定经验，具备推广基础。因此，基于 OBE 理念的产教融合机制不仅理念先进，且具备现实落地的条件与路径支撑，有望有效提升广告艺术设计专业人才培养的针对性与实效性。

6 结语

OBE 理念为广告艺术设计专业产教融合机制优化提供了科学路径，通过“目标—课程—合作—师资—评价”的系统重构，能解决产教脱节问题，提升人才培养质量。案例表明，该机制可实现校企资源深度整合、学生能力与行业需求精准匹配。随着 AI、元宇宙等技术普及，需进一步动态优化：培养目标强化“新技术应用能力”，课程融入 AI 生成式设计、虚拟数字人广告等内容，深化与科技型广告企业合作；同时依托政策支持，建立跨部门协调机制，破解校企合作中的资源共享、利益分配难题。此优化是长期工程，需校、企、协多方持续协同创新，唯有以行业需求为导向、以学生成果为核心，才能培养出更多推动广告行业高质量发展的高素质人才。

参考文献

- [1] 盛鹰, 曾明颖, 贾彬, 等. 基于 OBE 理念的振动力学产教融合模式探索与实践[J]. 高教研究(西南科技大学), 2024, 40(4): 73-78.
- [2] 杨波. 高职院校产教融合人才培养机制创新实证研究——基于 OBE 理念的电子商务人才培养模式创新[J]. 时代农机, 2018(12): 4. DOI:CNKI:SUN:HNNJ.0.2018-12-044.
- [3] 孔祥蕊, 于楠, 吴金顺, 等. 产教融合视域下基于 OBE 教育理念的“空气洁净技术”课程教学改革研究[J]. 教师, 2024(28): 114-116.

作者简介：徐圆婧出生年月，1993.1 性别，女民族，汉籍贯，武汉单位名称，湖北城市建设职业技术学院学历，硕士职称，助教主要研究方向，信息可视化设计。