

服务设计理念的《包装设计》校企合作课程体系构建探索

陈雪影

(安徽商贸职业技术学院 艺术设计学院, 安徽 芜湖 241000)

【摘要】在课程教学中,通过与当地较有知名度的包装类企业的深度合作,按照服务设计理念对《包装设计》校企合作课程进行构建,从教学评价、教学特色、解决的教学问题三个方面分析“包装设计”课程教学的实施成效,探索教学研究建立与就业市场包装设计工作岗位相适应的课程内容与标准,为艺术设计专业其他校企合作课程提供具体参照。

【关键词】服务设计;校企合作;包装设计;课程体系

随着经济的进步发展,产品包装的结构、外观设计以及绿色设计都变得愈发重要,包装设计在当下包装行业已充分表现出优势。为了培养能够胜任包装设计工作岗位的人才,基于服务设计理念构建《包装设计》校企合作课程体系至关重要。通过专业调研和需求分析、服务设计理念导入、校企合作框架搭建、课程内容设计、导师团队建设、实践项目和实习机会、持续改进和反馈机制等教学环节和步骤,可以构建一个符合包装行业实际需求、以服务设计理念为基础的《包装设计》校企合作课程体系,为学生提供全面的包装设计教育和培训,培养出符合行业标准的优秀人才。

一、服务设计理念的RCP课程体系

服务设计作为一种设计理念,指的是产品的用户在使用产品之后的体验,是指一种无形的服务体验和感受。如今我们的社会正在转变为服务型的社会,对于产品的要求不再局限于产品本身,对其能够提供的用户体验也有了需求,服务设计更加注重于使用者的感受和期望,注重文化的传播。以安徽商贸职业技术学院《包装设计》课程为例,让学生掌握包装设计的流程和方法,根据客户的需求,自主设计和制作产品包装的能力^[1]。基于服务设计理念的《包装设计》校企合作课程的产品,也就是培养的学生,要通过富有特色的课程教学,满足市场中企业的用人需要,并有良好的互动体验。

《包装设计》课程隶属视觉传达艺术设计专业的核心课程之一,通过与当地较有知名度的包装类企业安徽汇丰包装制罐有限公司开展合作已达数十年,双方在联合培养学生、茶叶盒及茶叶罐产品设计研发等方面进行了多年探索和磨合,目前形成了具有服务设计理念的校企合作课程体系。

(一)课程体系内涵

简单来说,在课程设计过程中,要有一条明晰的设计主线,即以包装设计岗位的人才需求及及工作流程为根本的目标导向,以学生(服务接受者/Receiver)、知识与技能(教学接触点/Contact)、包

装企业(服务提供者/Provider)作为基础平台,即RCP,运用共情(Empathize)、假设(Ideate)、样板(Prototype)、测试(Test)为一体的综合课程体系,倡导学校、企业以岗位需求为目标,并从学生视角出发,站在学生的角度设置课程,鼓励学生参与课程方案等教学工作的制定^[2],对课程体系要素的重难点进行定义并假设,形成课程样板,在后续课程教学活动中测试验证,构建基于服务设计理念的学生、学校与企业共创的《包装设计》校企合作课程体系。

(二)实施流程

具体来说,要基于包装设计岗位需求和工作流程来设计:

1. 设计主线:以包装设计岗位的人才需求和 workflows 为根本目标导向,结合学生、知识与技能、包装企业(RCP)三方需求,运用共情、假设、样板、测试为一体的综合课程体系。

2. 课程设计要点:

(1) 共情(Empathize):通过与包装设计企业的沟通和实地考察,理解包装设计师的工作环境、挑战和期望。与学生进行深入交流,了解他们对包装设计课程的期望和需求,确定课程设计的方向和重点。

(2) 假设(Ideate):根据共情阶段的收集信息,假设学生在包装设计方面需要掌握的核心知识和技能。从学生的角度出发,思考如何设计能够吸引并激发学生学习兴趣的课程内容和教学方法。

(3) 样板(Prototype):设计课程样板,包括课程大纲、教学方法、教材选用等,确保体系完整、内容丰富。结合实际案例和项目,设计具体的课程任务和项目,让学生在实践中掌握包装设计的核心技能和方法。

(4) 测试(Test):在课程实施过程中,定期对课程进行评估和反馈,了解学生对课程的认知和学习效果。基于学生和企业的反馈,对课程进行调整和优化,确保课程体系与岗位需求紧密结合,学生能够真正掌握所需知识和技能。

(5) 课程体系要素的重难点定义与假设:

重难点：确定学生在包装设计领域的核心知识和技能，如包装材料的选择、视觉传达设计、品牌识别等；假设：假设学生对包装设计的实际操作和项目经验较为欠缺，需要通过实践项目来提高他们的设计能力和团队合作能力。通过以上设计主线和要点，课程将以学生、学校和企业的共创为基础，以服务设计理念为指导，为学生提供与岗位需求紧密结合的包装设计课程，培养他们成为符合行业要求的专业人才。

二、更新《包装设计》校企合作课程形式

（一）更新课程体系

1. 课程目标更新：

培养学生掌握包装设计的流程和方法，提升实际操作能力。以“RCP-EIPT”为驱动的校企合作模式，将教学与企业需求紧密结合，培养学生成为符合行业需求的包装设计专业人才。

2. 校企合作课程体系更新：

与安徽汇丰包装制罐有限公司达成合作协议，共建“包装设计”工作室，为学生提供实践平台。在工作室实施以服务设计理念为导向的校企合作《包装设计》课程教学，让学生深度参与真实项目，掌握实际工作流程和操作技能。

3. 教学方法更新：

以安徽汇丰包装制罐有限公司茶叶包装项目为主线，通过基于工作过程的项目实施，实现教学目标的素质训练和能力培养。采用“学练结合”的教学模式，推行情景模拟和实践操作，使学生熟悉包装设计制作企业的工作流程和具体岗位职责。

4. 教学内容更新：精选包装设计案例，分解真实项目任务，让学生在实践中掌握商品包装设计的设计法则和常用方法。结合服务设计理念，更新课程内容，注重解决实际问题 and 满足企业需求，提升学生的实际操作能力和综合素质。

通过以上更新，新的《包装设计》课程体系将更贴近行业实际需求，使学生在校园与企业合作实践中获得丰富经验，为他们的职业发展打下坚实基础。

（二）构建包装设计课程职业能力

根据企业反馈信息，设置包装设计课程职业能力标准及内容安排如下：

1. 市场调研分析

能力标准：学生能够独立进行市场调研，分析市场趋势、消费者需求和竞争对手情况，为包装设计提供有效的市场洞察。

课程内容安排：市场调研方法学习、行业趋势分析、消费者行为研究、竞品分析与SWOT分析。

2. 主题设计方向

能力标准：学生能够根据市场调研结果和品牌定位，确定包装设计的核心主题和创意方向，形成具有品牌特色的设计方案。

课程内容安排：品牌定位与识别、主题设计原则、

品牌故事构建、视觉形象设计。

3. 素材创作

能力标准：学生能够运用创意手段和设计软件，创作符合品牌形象和市场需求的包装设计素材，包括图形、色彩和材质等方面。

课程内容安排：图形设计原理与技巧、色彩心理学、材质选择与应用、创意手绘与数字化设计。

4. 包装设计实践

能力标准：学生能够将市场调研、主题设计和素材创作转化为创新的包装设计方案，并能够进行原型制作和实践测试，满足客户和市场需求。

课程内容安排：包装设计流程与工作流程、设计方案呈现与沟通、原型制作与实践测试、项目管理与团队合作。

三、课程特色及教学方法：

（一）课程设计具有鲜明特色

项目化整合：将课程内容整合为市场调研、主题设计、素材创作和包装设计实践四个项目化模块，贴近包装企业的工作流程。

企业化运作：以市场调研分析、主题设计方向、素材创作和包装设计实践为流程，模拟企业化运作方式，确保教学与企业需求紧密结合。

项目驱动教学：采用项目驱动教学方法，让学生在真实项目中学习、实践和成长，解决“会调研、有方法、能创作、懂制作”的问题。

实践能力培养：以职业需求为导向，培养学生的实践能力和职业素养，确保其技能水平和就业质量。

通过以上课程设计，学生将能够全面掌握市场调研、设计方法、创意创作和包装设计实践等职业能力，实现教学与企业、学生所学技能与从事包装设计工作所需技能的“零距离”连接，为他们未来的职业发展奠定坚实基础。

（二）完善了校企合作课程资源，打破了传统教学场所的束缚

1. 利用专业课程资源库：

利用已建成的《包装设计》、《Photoshop》、《Illustrator》等专业课程教学资源库，使学生可以在课前自主学习和实践相关技能，实现课前“学中做”的学习模式^[3]。学生可以根据自身兴趣和学习需求，自主选择课余时间利用课程资源进行学习，提高了学生的学习主动性和积极性。

2. 打破传统教学场所束缚：

以包装设计工作室为中心，将包装设计实训室、木工坊实训室和校外合作企业等资源结合起来，形成多样化的教学场所。将校外合作企业作为第二课堂，为学生提供更丰富的实践机会和学习资源，打破了传统教学场所的束缚，丰富了教学内容和体验。

3. 教学场所多样化：

采取校内外教学场所相结合的策略，根据不同教

学内容和实践需求选择合适的教学场所。学生在进行素材创作时可以借助木工坊实训室,进行包装作品设计时可以利用包装设计工作室,了解包装制作流程时可以到校外包装工厂进行实地调查等。通过利用电商平台进行包装作品商品化测定,实现了教学场所的多样化,提升了学生的实践能力和综合素质。

通过以上措施,学生可以在多样化的教学场所进行全方位的实践学习,增强了他们的实践能力和创新能力,为未来的职业发展奠定了坚实的基础。

(三) 多维度教学评价方式

1. 企业认可度与导师监督相结合:

学生的作品将由企业专家和导师共同评价,以企业对作品的认可度和导师对学习过程的监督为评判标准,确保评价的客观性和准确性。

2. 奖惩机制:

优秀的稿件设计者将获得企业给予的现金奖励,以激励学生的学习和创新。

3. 实作式设计考试内容:

采用“依托企业真实项目,进行工作任务分解”的实作式设计考试内容,让学生直接面对真实工作场景,提高实践能力和适应能力。

4. 多维度评价体系:

综合考虑国家标准与课程标准,基础考核与动态灵活考查相结合,个人与团队协作相结合,实现全面管理。

构建多元评价体系,包括作品质量、创新性、实用性、团队合作能力等多个维度,真正实现从理论实践分开,从“期末作业成绩”向“全过程学业评价”转变。

四、解决的教学问题

(一) 现代学徒制的实践运作:

工作室中的导师与学生分别扮演现代学徒制的角色,导师传授知识、受益于学生的新思维,解惑;学生能够主动与导师交流,实现双方在思路、意见等方面的互补,促进教与学的融合,最大化发挥想象力。

(二) 包装设计理论与实践融合的课程建设:

解决了传统教学理论和实践分开教授的问题,将理论知识融入实践中进行讲解分析,增强了学生对知识的理解和应用能力。

(三) 个性化学习与项目式教学:

解决了高职院校如何以学生为中心、满足个性化需求的问题,实现了工作室项目式教学成果的落地,满足了学生的学习需求,提升了学习的实效性。

(四) 顶岗实习与企业参与:

满足了本专业大三学生顶岗实习的需求,通过企业参与工作室的筹建和学生选拔,为学生提供了实践机会,并由企业派遣业务骨干进驻学校,进行实训的驻点指导,强化了学生的过程管理能力。

(五) 师资队伍建设: 为专业课老师提供专业实

践机会,并邀请公司专业人员来学校举办讲座,为师生提供最新的企业实践信息,促进了师资队伍建设和专业知识更新。

通过以上措施,解决了教学中的多个问题,有效促进了师生互动与合作,提升了教学质量和学生实践能力,为学生的职业发展奠定了坚实基础。

五、校企合作课程存在的问题及建议

校企合作最常出现的一个问题就是对合作企业的甄选,一个缺乏稳定性和专业性的合作企业可能影响校企合作的长期发展,需要通过持续的寻找和调研专业行业企业,建立行业知名企业库,并从中选取适合深度合作的企业,这需要耗费时间和资源来确保合作伙伴的质量和可靠性。以下是一些关于如何甄选合作企业的建议:

行业调研和网络建立: 首先,进行广泛的行业调研,了解包装行业的主要企业和市场趋势,建立与行业相关的网络,包括参加行业展会、研讨会以及与业内专家的交流。

企业背景调查: 对潜在的合作企业进行全面的背景调查,包括企业的历史、规模、业务范围、市场声誉等方面,并了解企业的经营状况、财务状况和发展前景。

合作企业的专业性: 确保选择的合作企业在包装设计领域有丰富的经验和专业知识,具备先进的技术和设施。考察企业的包装设计团队和项目案例,评估其设计水平和创新能力。

企业文化和价值观: 确保合作企业的文化和价值观与学校相符,有利于建立长期稳定的合作关系。合作企业应该重视教育和人才培养,并愿意与学校共同探索校企合作的深度和广度。

通过以上方法,可以选择到符合稳定性和专业性要求的合作企业,为校企合作提供可靠的基础,促进双方的共同发展和成长。

参考文献:

- [1] 黄璜,何培华.课程思政融入视觉传达设计专业教学策略探析-以梧州学院“包装设计”课程为例[J].湖南包装,2019(5):135-137.
- [2] 刘建阳.基于项目为驱动的校企合作创新创业型人才培养模式的改革与实践[J].教育教学论.坛,2020(12):120-121.
- [3] 徐筱.基于“SPOC+MOOC”的纸包装结构设计课程建设与实施[J].包装工程,2019(1):178-183.

基金项目: 2021年安徽省质量工程项目(教学研究项目2021jyxm0472)。

作者简介: 陈雪影(1977.9-),女(汉族),安徽淮北人,副教授,硕士,主要从事艺术设计及传统文化研究。