

文章编号: 1673-3851 (2012) 03-0458-03

面向创新精神与实践能力培养的 “服装创意设计”课程体系的改革

须秋洁, 楼丽娟, 李 萍

(浙江理工大学服装学院, 杭州 310018)

摘 要: 探讨以建设创新型社会为背景、以服装产业发展需求为基础、以培养创新精神与实践能力相结合的创新型高级设计人才为目标,进行“服装创意设计”课程体系的改革。改革内容主要包括课程目标、教学体系、课程内容、授课方式、考核方法等方面。总结通过该课程体系改革的实践,使学生具有较强的创新精神与实践能力,使其真正成为顺应产业发展需求的新型创意设计人才。

关键词: 创新精神; 实践能力; 服装创意设计; 课程体系改革

中图分类号: TS941.2-4 **文献标识码:** A

0 引 言

服装产业发展对人才提出了新的要求,急需能适应中国服装行业各区域、各层面发展需求的高级创新型设计人才,且人才的创新性需建立在懂市场、懂技术的有实践能力基础之上。作为培养服装类创新人才的摇篮——高等教育机构,迫切需要改革相应的课程以满足现今行业对人才的新的需求^[1]。服装创意设计课程是以培养学生创新能力和创意思维为主导的设计类主干课程,为满足现今社会与行业对人才需求的变化,有必要就课程目标、教学体系等一系列内容进行改革。

1 课程现状及存在的问题

服装创意设计是以培养学生的创新能力、创意思维及相应的设计表达能力为主的设计类主干课程。传统的服装创意设计课程教学一般为一门课,64学时,开课时间集中在第二学期(一年级下),课程内容以开发学生发散思维为主。为适应行业激烈的市场竞争,服装设计专业人员应具有创新思维和实践能力,与之相适应的创意设计教育则应注重思维训练,专业知识训练,以及如何将设计思想有效地运用于设

计的实践拓展训练。任何一方面训练的偏颇都会使学生产生后劲不足的感觉^[2]。因此,传统的服装创意设计教学的不足之处体现得尤为明显,具体表现为:

a)传统的服装创意设计课程开课门次少、学时少,难以满足创意课程多方面训练的顺利展开;

b)传统的服装创意设计课程开课时间过早且单一(仅在第二学期开设),此时的学生对服装设计的相关知识和对服装领域的认知尚停留在表面阶段,不利于学生从多层次、全方位理解创意设计;

c)传统的服装创意设计课程以单纯开发学生发散思维为目标,与现今服装行业对设计类人员要求加强实践性的创意设计相背离;

d)传统的服装创意设计课程内容注重创意思维的开发,较少涉及创意思维在实践中的转化,只注重创意思维而轻视实践操作,与行业 and 市场需求结合不够紧密。

2 基于创新精神与实践能力培养的“服装创意设计”课程体系的改革实践

2.1 结合复合型人才需求,构建立体式教学体系
创新精神与实践能力相结合的高级创新型人才

的培养需多层次、立体式的教学体系进行支撑。对服装创意设计课程体系改革后,采用的复合式教学体系由三部分组成:第一部分是面向所有专业学生开设的专业基础课“服装创意设计1”和“服装创意设计2”,在第三学期开设;第二部分是面向高年级50%学生开设的专业模块选修课“创意选题”、“创作设计1”、“创作设计2”、“创作设计与制作”,在第六、第七学期开设;第三部分是面向少数学生(约20%

~30%)开设的研究性毕业设计(选创意方向),在第八学期开设。课外部分由贯彻始终的4A网络互动教学部分和校企合作项目组成。整体课程体系设置基于认识——提高——研究三个层次。立体式教学体系可相应地满足行业对创新型设计人才的需求,改变以往服装创意课程中学生进入课程慢、想象丰富但动手差、与市场变化脱节等现象。系列课程及其相互关系见图1。

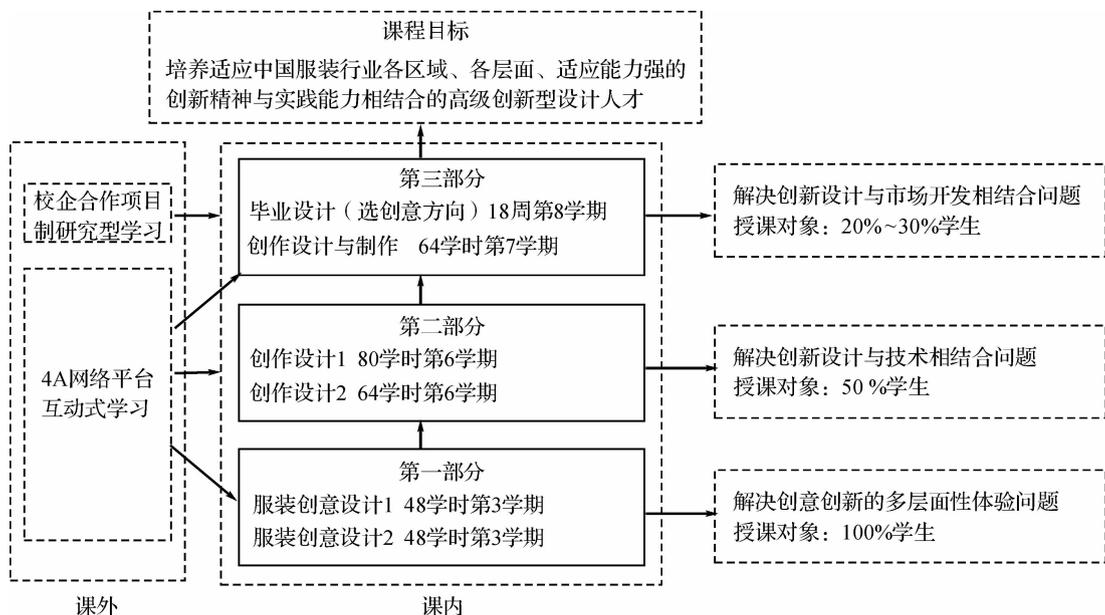


图1 服装创意设计系列课程体系

2.2 以创新实践为导向,优化课程内容

行业环境变化对“服装创意设计”课程的内容改革提出了新的要求。由此,内容改革应紧扣“创新”与“实践”两个方面,并对原有创意设计课程的内容进行整合优化,将其分为五大内容板块,分别在不同阶段的系列课程中进行讲授,具体改革内容如下:

保留原有内容中“灵感的挖掘”、“创意思维的拓展”,将其优化组合成为“感度训练”板块和“创意思维转化与创意元素设计”板块;

加强学生对材料与相关实物的认识,提高实际操作能力,增添“材料组合”板块;

对原有课程中服装“创意设计”的内容进行调整,强化对创意思维的合理转化,调整为“服装转化”板块;

为加强学生对创新思维与市场开发实践的结合,增加“市场链接”板块。

不同阶段的教学内容在不同的教学阶段展开,有针对性地解决创新设计中面临的不同问题。感度训练、材料组合、创意思维转化与创意元素设计三个板块内容在面向所有专业学生开设的“服装创意设

计1”和“服装创意设计2”课程中进行训练,解决创意创新的多层次性体验问题和初步解决创新设计与技术的结合问题。创意思维转化与创意元素设计、服装转化、市场链接等教学内容在面向部分学生开设的创意模块课程和毕业设计的创意设计中进行训练,解决创新设计与技术的结合问题和创新设计与市场产品的结合深层次问题。各个内容板块之间相互联系又各自独立,每个板块解决现今设计人员经常面临的实际问题,例如对创新的理解、对创新思维的合理转化、如何寻找创新点、创新思维的市场衔接问题等。并在教授的过程中层层深入,逐步解决服装与创意的关系、创意与市场开发的关系等重要问题。

2.3 结合创新精神与实践能力的培养,创新授课方式

服装创意设计课程授课方式改革的目的是,要使培养的学生不是千篇一律的设计机器,而是具有活跃创新思维,又兼具实际动手能力的高级创新设计人才。创意设计课程以体验式教学和讨论式教学为核心,结合传统教学的大课讲授,结合4A网络教学

平台,结合校企合作项目,形成以开放、互动为特点的授课方式。

体验教学是每届学生都非常喜爱的授课方式。例如该课程的感觉度板块以味觉体验(吃糖)、感官体现(笑脸展示)、行为体验(人的行走录像)三个环节展开,将感觉度体验用学生自己的行为来实现,并在此基础上不断分析、总结、再体验、再分析,使学生将日常生活中习以为常的个人行为以非常理性的角度进行感觉度分析,学生对此参与积极性高,接受度强。增强了学生对课程内容的直接感知和理解。

讨论式教学在创意设计课程中发挥了非常重要的作用,在不同授课阶段,讨论式教学展开的方式略有不同:例如,面向低年级的“创意设计1”和“创意设计2”课程,采用“讨论—启发—引导”的教学方式;面向高年级的创意设计模块课程采用“自主—研究”的教学方式;面向毕业班的创意设计课程采用“合作—探究”的教学方式,在实践中取得了较好的教学效果。

2.4 针对服装设计类教学的特殊性,改革考核方式

针对服装设计类教学的特殊性,结合课程对创新与实践的复合需求进行考核方式的改革。其考核方式改用每周考查、半月考试、自评活动和交流活动相结合的多种型式。其中,每周考查是针对教学的互动环节,并纪录成绩;半月考试是学生设计成果的小展示,要求每人展示作品同时表述设计理念,分析优缺点;自评活动是不定期地抽取同学上台讲进行作品自评与设计理念的表述;交流活动每月进行一次,由教师带领学生观看所在班级其他学生优秀作品、观看同阶段课程的历届优秀作品、观看平行模块课程和高年级项目课程的优秀作品,并进行分析,让学生从横向和纵向对课程有全面系统的了解。几种考核方法的结合和互动在教学上达到了较好的收效,提高了学生学习积极性,互相之间形成了良性的竞争关系。

3 改革效果与结论

服装创意设计课程体系的改革面向08级、09级服装设计专业学生进行实践,共计7个公办本科班、约210名学生。由于培养目标清晰、明确、细化,紧扣行业需求,学生课后与课前进行对比,表现出较强的创新能力、创新思维与实践的转化能力,并在设计过程中注重团队协作精神。2010年由笔者与其他教师组成的团队组织服装创意设计课程学生参与“中国丝绸日·达利之夜流行趋势发布活动”,将创

意思维转化为流行服装进行趋势发布,并举办了专场发布会,在业内取得了很好的反响。

服装设计是一项处于不断变化的工作,其各个环节都需要创意思维的导入^[3]。高等教育的任务不仅需要培养学生的创意思维,在新的行业需求驱动下,更需培养具有创新精神和实践能力相结合的高级设计人才。我校服装创意设计课程体系的改革思路顺应了现今行业对人才的这一需求,在实际的应用过程中显示以下特点:

a)在教学理念上强调创新精神与实践能力相结合的复合型培养方式,改变只注重创意思维轻视实践操作的传统培养方式。

b)在人才培养目标上重点培养创新精神与实践能力相结合的高级创意型设计人才。改变了以往创意类课程培养的学生想不出,或只会想不会做,或只会做不能用,只能独自想和做、不能团队做的四种局面。使学生能够针对不断变化的产业环境提出创意理念和观点,结合技术环节,设计适应市场需求的产品,并在整个过程中体现较强的掌控能力和团队协作精神。

c)改革优化了服装创意设计系列课程体系,改变以往在第二学期开设的单一课程形式,形成在六个学期分层次开设的系列课程群,构成多层次、立体化的授课模式。

d)教学方法上注重教师搭台、学生唱戏、企业参与、网络互动的多维教学方式。在不同阶段采取不同的教学方法,真正培养学生的学习兴趣,产生良好的教学互动。

产业的发展和社会的进步是永不停息的,在此过程中,担负着培养人才重任的高教课程也不会停止探索的脚步,特别是创新思维、实践能力与市场的合理转化等问题,还需要不停地探索和研究。只有不断地完善相应的课程内容,进一步加强校内外的合作,才能在培养和造就一批能顺应和参与国际竞争的高级创新型设计人才中作出贡献。

参考文献:

- [1] 鲍洁,梁燕.应用型本科教育人才培养模式的探索与研究[J].中国高教研究,2008(5):47-50.
- [2] 钮敏,须秋洁.线性的解读与设计再创:服装艺术设计思维训练与实践相结合的教学探索[J].浙江理工大学学报,2007(6):640-645.
- [3] 胡迅,须秋洁,陶宁.女装设计[M].上海:东华大学出版社,2010:61-62.

文章编号: 1673-3851 (2012) 03-0461-04

高校校友管理信息化探论

陈毕晟

(浙江理工大学校友办公室, 杭州 310018)

摘要: 在辨析高校校友概念的基础上,分析目前高校校友管理的现状:制度缺失,组织管理机构不健全;校友资源开发无整体规划,信息化管理水平低。提出推进校友管理信息化的构想:明确校友管理信息系统的服务对象;建构校友管理信息系统的服务体系;完善校友管理信息系统的服务内容。

关键词: 高校; 校友; 信息化管理

中图分类号: G203 **文献标识码:** A

0 引言

2011年1月17日,中国校友会网与《21世纪人才报》发布了最新《2011中国大学评价研究报告》,该报告与以前最大的区别在于评价体系中首次将“校友捐赠”纳入中国大学评价体系。而“杰出”校友的数量与层次等指标则早已列入高校毕业生“社会评价”核心指标体系。另外,随着高校办学自主权的逐步扩大,社会资源尤其是校友资源在高校发展中发挥的作用越来越大,它是高校获得外界人力、物力、财力、信息等支持的重要渠道,是学校最宝贵的社会资源。因此,充分利用现代网络技术,开发与利用好校友资源,提升校友管理科学化水平,对全面发挥校友资源在增强办学实力、促进高校发展上具有十分重要的意义。

1 概念辨析

不同的文献在校友定义上略有不同,一般认为有广义和狭义之分。“传统意义上的校友是指曾在同一所学校学习过的各类各级学生,更广泛的校友概念则不仅包括学生,还包括在某高校学习和工作过的所有教职工。”^[1]“广义上的校友概念是指愿意成为高校校友的人,如高校捐款人,甚至有的高校将在校的学生和教职工包括到校友的行列。狭义的校

友概念是指曾在该校受过学历教育的学生以及工作过的教职工。”^[2]从校友管理工作和校友资源开发的角度看,笔者认为校友不仅包括在同一所高校学习过的各类各级学生、在高校学习和工作过的所有教职工为主体,还包括目前在校就读的学生。其主要理由如下:a)今日的在校生,就是明天的校友,他们是准校友,是校友的强大后备军。因此,只要学生一进校就将其纳入到校友的管理范围内,这样学生在校期间也就可以充分享受到校友资源的帮助,从而培养其“人人为我,我为人人”的校友意识;b)在校就读的学生也有各类资源。通过把这些资源整合开发,积少成多以促进学校快速发展;c)目前高校往往是只有大学生在毕业后才纳入到校友管理工作中,而此时由于少数学生对校友工作存在认识误区,主动联系的意识不强,给校友工作带来难度,一定程度上造成校友资源的流失。从入学开始就将学生纳入到校友管理范围内,并服务其一生,从而实现在校生到校友的无缝过渡。

2 高校校友工作现状

在以前计划经济体制时代,我国高等教育基本按照国家的要求实行由部委统一管理,高校缺乏自主权,校友工作更多的是作为档案管理内容之一。校友资源对学校发展的价值难以充分体现。但随着

Discuss on the Informationization of University Alumni Management

CHEN Bi-sheng

(Alumni Office, Zhejiang Sci-Tech University, Hangzhou 310018, China)

Abstract: Based on the analysis of the concept of University Alumni, the article analyses the present situation of university management; a lack of institution and imperfect management organization; no overall planning of alumni resources development and low level of information management. The article also proposes to develop the informationization of alumni management; identify the client of the alumni management information system; build the service system of the alumni management information system and perfect the service item of the alumni management information system.

Key words: university; alumni; management of informationization

(责任编辑: 马春晓)

(上接第 460 页)

Reform and Practice about the “Creativeness of Fashion Design” Curriculum Based on Innovation Capability and Practical Ability

XU Qiu-jie, LOU Li-juan, LI Ping

(School of Fashion, Zhejiang Sci-Tech University, Hangzhou 310018, China)

Abstract: Under the development of clothing industry and innovation society, it is important to train the advanced designers with innovative capability and practical ability. As an object to reform the curriculums about creativeness of fashion design, this reform includes the curriculum objectives, curriculum contents, teaching methods and examination methods. Finally the article concludes that this reform will give students stronger innovation and practical ability, making students become the new creative designers to adapt to the clothing industry.

Key words: innovative; practice; creativeness of fashion design; curriculum reform

(责任编辑: 张祖尧)