

# 基于系统论的广告学专业战略发展与建设解析

刘 洁

(浙江理工大学艺术与设计学院, 杭州 310018)

**摘 要:**教育系统论是教育学与系统论相结合的产物,作用到专业建设,就要求教育者们必须树立专业建设的全局发展观,弄清专业建设的各要素之间的内在联系和外在作用力,这都将直接影响到专业建设与发展的科学性。文章从该理论的核心思想入手,对专业定位、教学要素、教学环境等方面进行系统优化,达到专业发展与建设的战略性层面思考与实施,达到教育本身的整体性、有序性和动态性的统一。

**关键词:** 系统论; 广告学; 专业建设; 战略发展

**中图分类号:** G642.0; F713.80

**文献标志码:** A

## 0 引 言

美籍奥地利生物学家贝塔朗菲是一般系统论的创始人,其核心思想是系统的整体观念。他强调,任何系统都是一个有机的整体,它不是各个部分的机械组合或简单相加,系统的整体功能是各要素在孤立状态下所没有的性质<sup>[1]</sup>。教育本身就是一个整体性、有序性、动态性的综合系统。基于系统论核心思想所指导的专业建设与发展,不仅在于认识专业建设整体系统的特点和规律,更重要地还在于利用这些特点和规律去控制、管理、改造或创造一个系统,使它的存在与发展合乎专业培养人的目的需要。也就是说,研究专业建设的系统目的在于调整专业建设总系统的结构,协调各教学要素之间的关系,形成一个相互联系、相互制约、相互作用、相互影响的有机整体,使整个专业建设的系统达到优化目标。

## 1 基于差异化竞争的专业定位

当今社会发展的需求是多样化、多层次的,高等教育系统有必要配备各层次、各等级的机构以满足其需要。不同层次等级并不意味着高低贵贱之分,而只是任务分工的不同<sup>[2]</sup>。就浙江省而言,地方各

院校的办学目标、办学条件都有差别,但不同类型高校都可以培养不同层面的拔尖、一流人才,都可以成为国内知名、国际有一定影响的“一流大学”<sup>[3]</sup>。以浙江理工大学为例,广告学专业隶属于艺术与设计学院,是浙江省第二批创办广告学本科专业的学校。广告学系于2001年试办,2002年正式招生。每年招收学生约60人。专业开办至今10年,结合新形势下的市场环境的变化,参照《浙江省广告行业“十二五”规划》依托浙江理工大学等四所院校重点培养高端创意人才的层次划分及要求。围绕浙江省经济建设主战场和学校发展目标,遵循学校教学改革的基本要求,并结合本专业实际,于2011年对专业做了重新的细分定位。确定本专业的人才培养目标为:围绕浙江省经济建设主战场,培养具有宽厚人文素质基础和创新精神,掌握广告学理论与技能,熟悉现代传媒、营销、设计、公关知识,集广告策划与设计,广告运作与公关能力和信息传播与管理能力,三项能力于一身的广告创意应用型人才。这一类型的人才在讲究创意的基础上更侧重于创意的应用,在创意传播的基础上更关注传播的管理。它有别于单纯的创意型人才,这一类人才更能适应文化创意产业的发展和公司、企事业单位的需求<sup>[4]</sup>。

收稿日期: 2013-04-11

基金项目: 浙江理工大学2012年综合改革试点专业建设项目(zhgg201205);浙江理工大学教学改革重点项目(jgy11207);浙江理工大学2011教学改革项目(el1153)

作者简介: 刘 洁(1978-),女,浙江嘉兴人,副教授,主要从事品牌创意传播研究。

## 2 专业建设及发展战略

为了建立和保持一种独特的专业建设与发展战略,针对专业建设的思考必须包含设定正确的人才培养目标;必须包含一种专业建设的价值主张;其主张需要在独特价值链中得以体现;各个教学因素有所取舍,相互配合,最终具有专业建设与发展的连续性。<sup>[5]</sup>

根据不同时期的主要问题及紧要问题,广告学系对本专业未来5年的发展规划进行了战略性的思考与决策:2009年,稳定专业、梳理问题、寻找出路;2010年,大胆尝试、强化优势、渐树特色;2011年,重新定位、系统建构、内外合作;自2012年开始,总结以往的改革经验,梳理并整合教学方法、教学模型、教学成效等。围绕拟建的广告学专业发展战略总体规划模型蓝图(如图1),展开有目标、有步骤、有主次,内外兼顾的各项改革与措施。围绕拟建的广告学专业创新创业人才培养思维模型(如图2)进行优质人才的培养方案。力求达到定性研究和定量研究相并重,理论和实践相结合,目标和结果相对应的具有战略性高度的改革与实践。

特色一:立足市场长远规划——打造可循环再生的“大榕树”创新创业人才培养的有氧生态系统。“大榕树”模式围绕现有专业定位,依据现有产学研结合的实践教学体系群(支柱根),打造创新团队、创业团队、实践基地、实验室4类实践教学点(气生根),通过执行、实践、发展、循环,形成各自独立的实践教学线(气生根落地),最终通过各个产学研实践教学点的拓展、反哺面的展开(产生新支柱根),有望建立一个可以循环再生的创新创业人才培养生态体系。力争达到教学与实践相结合、实践与创作相结合、创作与市场相结合。最终达到以教学带科研、以科研促教学,促进专业内各课程之间相互交融、相互渗透,综合提高学生的实际操作水平和创新能力,实现广告学专业的可持续发展。

特色二:整合碎片化的教学资源——构建了以核心、导线、平台为共同关注点的多维立体的教学系统,贯穿教学平台和教学社区的始终,具有整体相关与动态平衡的统一;多元共存与和谐共生的统一;开放性与交互性的统一;差异性与标准性的统一。

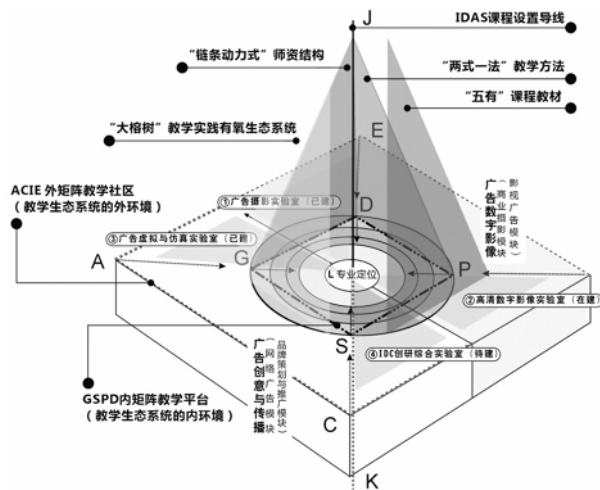


图1 浙江理工大学广告学专业发展战略总体规划模型

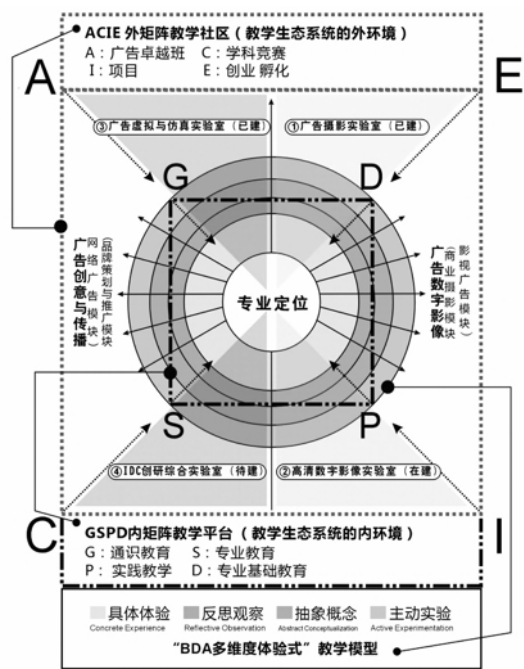


图2 浙江理工大学广告学专业创新创业人才培养思维模型

## 3 广告学专业建设的系统优化

### 3.1 系统优化的总体目标

根据教育部专业综合改革试点项目的建设目标和要求,在人才培养模式、教师队伍、课程教材、教学方式、教学管理等影响本科专业发展的关键环节进行综合改革。以教学带科研、以科研促教学,促进专业内各课程之间相互交融、相互渗透,综合提高学生的实际操作水平和创新能力,实现广告学专业的可持续发展。通过4年建设周期的努力,力争建设一个以大学生创新精神培养与创业能力锻造为核心目标的“大榕树”教学实践有氧生态系统(如图3)。该系统以“链条动力式”的师资结构为保障,以“两式一

法”为特色教学手段,以实习实践为抓手,利用多融合、多交叉基础及综合两大实践平台,最终建设成为具有接轨国际、立足市场、特色鲜明、理念与实务紧密结合,设计高度产业化的创新创业教学实践新模式。

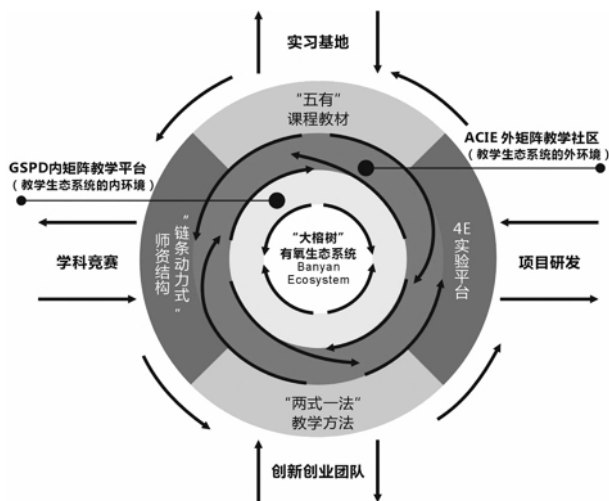


图3 浙江理工大学广告学专业“大榕树”生态系统关系构成

### 3.2 专业建设系统优化的具体内容

#### 3.2.1 人才培养

在现有 IDAS<sup>[4]</sup> 立体教学生态系统模型第二层内将矩阵教学社区展开并具体化。榕树,其树枝上常产生许多须状的不定根,称为“气生根”,气生根垂直向下生长,到达地面后即插入土壤中,形成强大的木质支柱,如树干,起到支持和吸收作用,称为“支柱根”。由依附于主体的“气生根”成长为起到支撑作用并帮助主体进一步拓展的“支柱根”是榕树的特有生态现象,柱根相连,柱枝相托,枝叶扩展,最终长成具有“独木成林”独特景观的参天大树。广告学系发掘这一独特的自然现象,移植到之前研究的 IDAS 多维立体教学生态系统中,依据这一大自然的礼物,来创意“大榕树效应”创新创业人才培养模式。

#### 3.2.2 师资建设

确立“全力培养和积极引进”的师资队伍建设方针,全力支持与帮助在职教师攻读高学位和晋升高一级职称。完备师资结构,建设一支职称结构、学历结构、学缘结构、年龄结构更加合理的师资队伍,发挥教师的专业才能及能动效应,形成可以为各教学模块带动齿轮的“链条动力式”师资结构体系。在师资资源储备上,注重校内专业教师,校外行业专家和兄弟院校优质师资整合,以达到在课堂层面、实践层面、实战层面上资源互补,强强联合,互惠互利的跨专业跨学科合作教学。

#### 3.2.3 教学方式

教学方式改革重点放在围绕开发学生独立思考能力、专业表达能力、实际操作能力,培养学生创造性思维的范畴。根据专业特点,强调从记忆、理解和应用 3 个层次掌握学习的深度和广度,同时,要联系实际,学以致用,分析和研究实际生活中有关的广告问题。围绕体验式教学的具体体验、反思观察、抽象概括和主动实验 4 个阶段,进行发散式递进,创新性尝试从教学的广度(breadth)、深度(depth)、角度(angle)三方面进行多维度的设计,实现该模型应用的跨学科、多层次、可调节的目标<sup>[6]</sup>。同时,将各专业方向过往、当下或经典或失败的典型案例引入教学中,建立案例资料信息库。逐步实现研讨式、“BDA”多维度体验式和案例教学法集合的“两式一法”教学改革整合目标。

#### 3.2.4 教学管理

以教学为中心的地位不动摇。树立“以人为本,观念兴业”的思想,充分调动专业全体教师参与专业建设的积极性,营造一种“人人参与,人人受益”的人文氛围,由观念创新带动体制创新,由体制创新带动专业和专业发展。一是要将目前的专业课程逐步改革成专业课程组,使专业课程组成为教学与科研活动小单元、专业与专业建设小单元。二是要建设教学质量保障体系,加强教学过程管理,形成有利于支撑优势专业建设,有利于教学团队静心教书、潜心育人,有利于学生全面发展和个性发展相辅相成的管理制度和评价办法。建立健全严格的教学管理制度,鼓励在专业建设的重要领域进行探索实验。体制创新和科学管理相结合,实现“目标为导向,以人为中心,以成果为标准”的科学管理方针与目标。

#### 3.2.5 实践教学体系

实践教学对提高学生的综合素质、培养创新精神与实践能力有着理论教学不可替代的特殊作用。在实践教学中,与时俱进,注重实践教学内容的不断更新,突出对学生动手能力、创新思维能力和创业能力的培养。适应浙江广告产业不断发展的现实需要,建立与浙江经济、社会和广告产业发展需要相适应的实践教学体系。

一是,以学科建设为依托,争取各种渠道的建设经费,进一步加大实验室投入力度,提高实验室资源的利用率,充分发挥实验室服务效能,建立实验室开放机制和竞争激励机制。改革本科实验设置,使综合性、设计性实验的比例达到 100%。

二是,加强实习实训基地的建设。在校内已有

的广告摄影实验室、广告虚拟与仿真实验室、高清数字实验室的基础上,着重构建以跨学科跨专业合作为基础,集创新实验、项目研发、热点研究、学科竞赛四位一体的综合性教学实验室。同时,根据互相促进、互相受益、互相提高的原则,继续加强与企业和地方政府的横向联合,坚持政、产、学、研相结合的模式,在浙江省内新建涉及多个领域的校外实训基地群。

三是,加强学生科研训练。积极组织学生申报学校及省级创新课题及参加学生学科竞赛,为学生的创新能力培养创造良好的科研环境。要求专业教师把科研成果及时融入到教学当中,让学生提早参与教师的科研活动,培养学生的科学精神,学会先进设备、设计软件的使用,激发学生的学习兴趣。另外,鼓励学生结合课题走向社会、体验生活,并在实践中检验所学的专业知识,锻炼分析问题和解决问题的能力。

四是,抓好学生学科竞赛。随着中国广告产业的繁荣和广告教育的兴盛,利用广告大赛检验中国广告创作和广告专业教学水平已经成为广告业界和学界的共识。因此广告学系以广告竞赛为载体,有计划、有目的地全程组织学生参与各种类型的广告竞赛,在竞赛中达成对学生广告学专业技能的培养。学生在校期间,课程实训竞赛、校外广告大赛、广告实战比赛三个层次相呼应,坚持基础知识、一般能力与专业技能相结合,突出培养其专业核心能力与综合能力。

## 4 结 语

应该看到,经济和社会的不断发展,对各级各类人才的需求也在不断的变化;因此,只有从教育系统论的核心思想出发,对专业定位、教学要素,教学环境等方面进行系统优化,关照专业建设和专业教育的各项要素与因素,力求达到专业建设与发展的战略性层面思考与实施,才能有利于达到教育本身的整体性、有序性、动态性的统一;有利于较好地体现教育与经济之间的密切关系,有利于从教育与经济协同发展的角度研究教育可持续发展的问题。

### 参考文献:

- [1] 李煜辉. 教育系统论主体框架问题探讨[J]. 河南财政税务高等专科学校学报, 1999(10): 53.
- [2] 韩梦洁. 高等教育系统结构: 等级性还是均等化: 基于伯顿·R·克拉克的高等教育系统论[J]. 现代教育管理, 2011(6): 113.
- [3] 潘懋元, 王 琪. 从高等教育分类看我国特色型大学发展[J]. 中国高等教育, 2010(5): 17-19.
- [4] 刘 洁. 广告创意应用型人才培养的专业定位及实践[J]. 现代广告, 2012(4): 89.
- [5] Porter Mil E. On Competition[M]. Boston: Harvard Business School Press, 1998. 99.
- [6] 段 嵘, 刘 洁. “BDA 多维度体验式”教学模型应用: 以品牌全案策划与设计课程为例[J]. 现代装饰·理论, 2012(4): 21.

## Analysis on Strategic Development and Construction of Advertising Major Based on System Theory

LIU Jie

(School of Arts and Design, Zhejiang Sci-Tech University, Hangzhou 310018, China)

**Abstract:** Education system theory is the product of combination of education and system theory. When applying in major construction, it requires educators to establish a global development view of major construction and make clear the internal relation and external force of various elements of major construction, which will directly influence the scientificity of major construction and development. This paper starts from the core idea of this theory and conducts system optimization of major positioning, teaching elements and teaching environment to realize thinking and implementation of major construction and development at strategic level and integration of integrality, order and dynamics of education itself.

**Key words:** system theory; advertising; major construction; strategic development

(责任编辑: 杨一舟)