

应用型人才培养下新媒体设计与制作课程教学研究

郑雪娇¹, 蔡献泉²

(1. 广东理工学院艺术设计学院; 2. 广东理工学院建设学院, 广东 肇庆 526100)

摘要: 针对应用型本科人才培养定位, 为应对新媒体产业高速发展对复合型设计人才提出的更高要求, 并契合应用型本科教育强调实践能力与区域服务功能的定位, 本研究针对传统新媒体设计与制作课程存在的教学内容与产业需求脱节、实践环节虚拟化、学生综合创新能力不足等核心痛点, 开展系统性教学改革。首先通过对珠三角地区新媒体行业岗位能力的深入调研, 明确了品牌视觉、IP创意、短视频生产及UI设计四大核心能力目标, 并以此为依据对课程内容进行了模块化重构。创新性地构建并实践了以“肇庆星湖景区新媒体品牌升级”真实项目为轴心, 采用“四维联动”教学法实现了理论教学、技能训练与在地文化创新的深度融合。经过两轮教学实践, 学生不仅在新媒体设计全流程实操能力上取得实质性进步, 其基于地域文化的创新意识与解决复杂问题的综合素养也明显增强。本研究验证了以地方真实需求为牵引、以项目实战为纽带的应用型课程改革路径的有效性。

关键词: 应用型本科; 新媒体设计; 教学改革; 服务地方; 以赛促学

收稿日期: 2025年12月14日

中图分类号: G642.0

通讯作者: * 郑雪娇, 广东理工学院艺术设计学院

Research on the Teaching of New Media Design and Production Course for Applied Talent Cultivation

Xuejiao Zheng¹, Xianquan Cai²

(1.School of Art Design, Guangdong Technology College, 2.School of Construction, Guangdong Technology College, Zhaoqing 526000, China)

Abstract: Aligned with the orientation of cultivating applied undergraduate talents and in response to the heightened demands for versatile design professionals driven by the rapid development of the new media industry, this study addresses core deficiencies in traditional New Media Design and Production courses. These include the disconnection between teaching content and industry needs, the virtualization of practical components, and students' insufficient comprehensive innovation capabilities. A systematic teaching reform was undertaken. Firstly, based on in-depth research into the competency requirements for new media positions in the Pearl River Delta region, four core competency goals were identified: brand visual design, IP creativity, short video production, and UI design. The course content was subsequently restructured into modular units accordingly. Innovatively, a “four-dimensional interactive” teaching methodology was constructed and implemented, centering on the authentic project of “New Media Brand Upgrade for Zhaoqing’s Star Lake Scenic Area.” This approach achieved deep integration of theoretical instruction, skill training, and local cultural innovation. Through two rounds of teaching practice, students

* 基金资助: 2023年广东理工学院“质量工程”项目“基于OBE理念的《新媒体设计与制作》课程改革与实践”(项目编号: JXGG202352); 2024年度广东理工学院“质量工程”项目课程思政改革示范课程《UI设计》(项目编号: SFKC202421)。



have not only made substantial progress in their practical abilities across the entire new media design workflow but have also demonstrated significantly enhanced innovative awareness grounded in regional culture and comprehensive competencies for solving complex problems. This research validates the effectiveness of the applied curriculum reform path, which is driven by genuine local needs and connected through practical project execution.

Keywords: Applied undergraduate education; New media design; Teaching reform; Serving local development; Promoting learning through competition

0 引言

广东省作为改革开放的前沿阵地，珠三角地区更是形成了以广告营销、电子商务、文化旅游为代表的庞大新媒体产业集群，对高素质、应用型新媒体设计人才产生了持续且迫切的需求^[1]。应用型本科教育需紧密对接行业标准与产业需求，使学生不仅掌握扎实的专业理论知识，更具备将知识转化为解决实际问题的综合职业技能与项目实践能力^[2]。同时，高校应深度融入区域发展格局，通过人才培养和智力输出服务地方产业，形成校企共生共长的良性循环^[3]。尤其是肇庆所处的珠三角西翼，大量中小微企业在新媒体推广、品牌数字化传播等领域存在强烈需求，却面临专业人才短缺与服务支持不足的困境，这为地方应用型高校的人才培养提供了明确的价值指向。

新媒体设计与制作作为艺术设计专业的核心课程，其教学效果直接关系到上述人才培养目标的达成。然而，传统的课程在教学过程上重理论轻实操，多侧重于软件功能的孤立讲解与美学原理的灌输，缺乏以项目为导向的软件协同应用与工作流程的系统性训练，导致学生知识体系碎片化，面对复杂项目时整合能力与创新能力不足^[4]。此外课程最终的考核作品多为虚拟课题或“纸上谈兵”式的练习，未能与市场真实需求、企业真实项目及地方文化传播的真实场景相对接，使得学生的学习成果无法有效转化为社会生产力^[5-6]。在此背景下，以应用型人才培养定位为核心，紧扣广东珠三角地域产业需求，破解传统教学痛点、弥补地方服务缺口，成为新媒体设计与制作课程教学改革的必然选择。本文基于广东肇庆地方应用型高校的教学实践，探索以实践为核心、以地方服务为导向的课程改革路径。

1 教学内容重构与实践

1.1 基于产业需求分析的教学改革动因

随着粤港澳大湾区数字创意产业的快速发展，新媒体行业对人才能力结构提出了新的要求。本团队通过对珠三角地区文化传媒企业、广告公司及互联网企业的调研发现，当前行业急需具备品牌视觉整合能力、IP 创意开发能力、短视频内容生产能力和用户体验设计能力的复合型人才。其中很多企业表示需要员工具备地域文化元素的创新转化能力，这为课程内容的地域化融合提供了明确方向。

反观传统的新媒体设计与制作课程，其体系与前沿产业需求存在显著断层：教学内容囿于各类设计软件的孤立功能讲解，导致学生知识结构碎片化；实践环节多采用虚拟命题，与真实商业场景和复杂项目流程脱节；教学重心偏向工具操作，缺乏对品牌策略、用户洞察及文化叙事等高阶设计思维的培养。这种脱节直接造成了毕业生岗位适应期长、综合解决问题能力不足的困境。因此，打破以软件工具为主线的传统课程结构，以四大产业核心能力为培养目标，进行反向教学设计，构建与地方产业及文化资源深度融合的项目化、模块化新课程体系，已成为培养高素质应用型新媒体设计人才的必然选择。

1.2 模块化课程体系构建

基于产业调研结果，我们将原有以软件技能为主线的课程内容重构为四个核心模块。第一是新媒体品牌视觉识别系统规范设计模块：以“肇庆星湖景区视觉升级”为真实项目载体，引导学生提取七星岩、摩崖石刻、丹顶鹤等地域文化元素，创作一套符合现代审美且适用于新媒体传播的视觉识别系统。第二是新媒体品牌 IP 形象设计模块：该模块要求学生承接上一模块的品牌基因，为星湖创作一个具象化的品牌 IP 形象，并设计其系列表情包及文创周边应用效果图，使其成为景区与年轻游客沟通的情感纽带。

第三是新媒体品牌视频制作模块：要求学生以前期设计的品牌VI和IP形象为基础，为星湖创作品牌宣传短视频，进行实地拍摄，运用视听语言讲述星湖故事，并在抖音、视频号等平台进行推广验证。第四是新媒体品牌UI界面设计模块：要求学生设计一个“智慧星湖”小程序的UI界面，涵盖首页、景点导览、门票预订、文创商城等核心页面。要求视觉风格与前期VI系统高度统一，完成从品牌传播到用户体验的闭环设计。如表1清晰呈现了

课程学习成果与行业岗位能力的直接对应关系。

1.3 学生模块成功实践

如表2以学生完成的“肇庆星湖景区新媒体品牌升级”项目为案例，通过四大核心教学模块与学生作品成果的对应分析，展现模块化教学如何引导学生从品牌视觉系统构建到IP形象创作、宣传视频制作及UI界面设计的完整实践过程，形成“地域文化元素提取、品牌符号创作、内容传播、用户体验”的闭环设计。

表1 课程成果对应的新媒体岗位能力需求

核心成果	岗位类型	岗位要求
成果1:能系统化设计新媒体品牌视觉识别手册	品牌视觉设计师	1、设计软件操作:完成Logo标准化制图、标准色值定义、辅助图形延展设计;2、应用场景落地:制作新媒体应用效果图;3、团队协作与手册编排:通过分工完成VI手册逻辑梳理,确保手册结构清晰、可落地。
成果2:能原创并延展设计具有商业价值的品牌IP形象	IP设计师/文创设计师	1、原创绘制:完成IP形象三视图(正面、侧面、背面),标注尺寸比例与细节规范;2、动态与周边设计:制作动态表情包,设计实体周边效果图;3、商业适配:根据品牌调性调整IP风格,确保IP具备衍生品开发潜力。
成果3:能独立策划与制作高质量的品牌短视频	短视频编导/剪辑师	1、全流程执行:独立完成脚本撰写、拍摄;2、后期制作:完成剪辑、调色、音频处理。
成果4:能设计与输出核心品牌UI界面高保真原型	UI/UX设计师	1、界面设计:完成核心界面设计,应用品牌VI系统,确保界面风格统一;2、原型制作:制作可交互原型;3、规范输出:标注尺寸、色值、字体等。

表2 学生模块化实践成果

教学模块	学生具体成果展示
模块一:新媒体品牌视觉识别系统设计	1、标志设计:以“XH”字母为基础,结合九龙宝鼎轮廓变形,采用蓝绿渐变配色,体现“热情活力”品牌调性。
模块二:新媒体品牌IP形象设计	1、:以“卧佛含丹”奇观为原型,融入七星岩意象,设计活泼可爱的三视图;2、制作2套微信表情包(如“木鱼一敲、烦恼全消”“柱香一点、锅坑甩远”),强化年轻群体情感共鸣。
模块三:新媒体品牌视频制作	1、内容策划:以景区核心景点为拍摄对象,采用第一人称视角展现景点特色;2、视觉呈现:视频拍摄与剪辑,突出星湖自然与文化景观。
模块四:新媒体品牌UI界面设计	1、设计内容:包含闪屏页、登录页、智慧导览、景点介绍、智慧商城、个人中心等核心界面;2、视觉统一性:界面主色、图标、按钮样式完全延续模块一VI系统(星湖青、端砚黑及辅助图形);3、功能闭环:整合观看宣传视频(模块三)、购买文创产品(模块二应用)、景区导览预订等功能,完成从品牌传播到服务体验的商业闭环。

2 教学实施与多元评价

2.1 四维联动教学法的创新实施

为确保模块化、地域化的教学内容能有效转化为学生的实际能力,本课程突破了传统教师讲、学生听的单一模式,创新性地构建了任务布置、实地调研、软件实操与案例结合、课后完善与汇报完成的四维联动教学方法。该方法以项目任务为

引擎,以地域文化为土壤,将理论教学、实践操作、创意激发与综合表达融为一体,环环相扣,形成一个螺旋上升的教学闭环,高效驱动四大模块成果的达成。每一教学模块的起始,并非直接讲授软件操作或理论知识点,而是首先向学生发布一份详尽的项目任务书。例如模块1要求学生以小组为单位,为肇庆星湖景区完成一套适用于新媒

体平台的 VI 系统，包括 Logo、标准字、标准色及在社交媒体头像、封面上的应用规范。

发布任务后，立即组织学生赴肇庆星湖景区进行实地调研与考察。例如对与模块 2，学生需带着如何将星湖文化元素 IP 化的问题，近距离观察七星岩地貌、摩崖石刻、湿地候鸟，收集图像、故事、色彩等第一手创作素材，并与景区管理人员、导游、游客进行交流，理解景区现有的品牌形象与传播痛点。实地调研归来，学生具备了创作动机和素材，此时进入技术攻坚阶段。本环节采用案例精讲与软件实操深度融合的模式。例如对于模块 3，教师并非系统地讲解 PR 或 AE 的所有功能，而是精选一则优秀的城市文旅短视频案例进行拆解。演示后，学生立即在课堂上模仿练习，完成一个类似的微型任务。课堂时间主要用于启发、讲授和核心技能练习，而作品的完整产出与打磨则在课后由学生以小组形式协作完成。

2.2 三阶递进的实践教学体系

为强化学生的创新实践能力，并将课程教学成果推向更高层次的检验平台，本课程构建了课程项

目、学科竞赛、毕业设计三阶递进、深度融合的实践教学环节。该设计以课程项目为根基，以学科竞赛为标杆，以毕业设计为深化，形成了一条贯穿学生学习生涯的创新能力的培养链，有效实现了以赛促教、以赛促学、以赛促改的教学目标。学生团队模拟设计公司项目组，分工协作。为星湖景区量身定制包括《新媒体品牌视觉识别手册》、《IP 形象及延展应用设计方案》、《品牌宣传短视频》、《“智慧星湖”小程序 UI 及交互原型》在内的完整品牌升级方案。项目设计紧密结合星湖景区的实际需求和地域文化特色，要求各模块成果必须保持品牌调性的高度统一，训练学生的全局思维和品牌整合能力。

2.3 多元考核评价体系

课程建立了过程性评价与终结性评价相结合、定量与定性相结合的多元考核体系，总评成绩(100%) = 期末项目验收(60%) + 项目过程性考核(40%)，具体如表 3 所示。该评价体系将关注点从知识点掌握转向综合能力产出，以评分量规为导向，公开透明地引导学生追求高质量的学习成果，有效支撑了 OBE 理念的落地。

表 3 课程考核方式

比例分配		考核内容
项目过程性考核明细 (40%): 形成性评价, 关注能力成长过程	模块阶段成果(30%)	每个教学模块结束后, 提交相应的阶段性成果(如 VI 手册、IP 三视图、视频脚本、UI 用户旅程图)。根据各模块的评分标准进行批改打分。
	考勤与课堂表现(10%)	包括出勤率、随堂实践任务的完成度与质量、课堂讨论的参与积极性。
评分维度		评分标准
期末项目验收考核 (60%): 终结性评价, 聚焦综合成果产出	策略性与创意性(20%)	设计理念是否清晰, 创意是否新颖, 是否深度挖掘并融合了星湖地域文化元素。
	专业性 with 完整性(20%)	技术实现是否专业, 输出是否规范, 项目成果是否完整达到任务书要求。
	用户体验与传播价值(10%)	UI 设计是否人性化, 视频内容是否具有吸引力和传播潜力。
	团队陈述与答辩(10%)	现场表达是否清晰, 能否有理有据地回答提问。

3 新媒体设计与制作课程改革成效

3.1 从作业到作品的改善

此次改革最直接的成效体现在学生最终产出的成果质量发生了质的飞跃。课程成果超越了传统的、孤立的课堂练习，升级为一系列完整、系统、且具备专业水准和潜在应用价值的品牌设计作品。所有学生小组均很好地完成了“肇庆星湖景区新媒体品牌升级”项目，输出了包括《品牌 VI 手册》、《IP

形象及延展应用设计》、《品牌宣传短视频》、《“智慧星湖”小程序 UI 高保真原型》在内的完整作品集。这表明学生不仅掌握了单项技能，更具备了驾驭品牌系统化设计的综合能力。学生作品深度融入了七星岩、摩崖石刻、丹顶鹤等肇庆地域文化元素，并运用了当前行业流行的设计语言与方法如国潮风、组件化设计、动态图形，作品的专业度和成熟度远超往届，得到了同学、老师和景区的认可。



3.2 学生评教与学习体验

课程结束后的匿名教学评估数据显示,学生对改革后课程的满意度评分连续两届均稳定在95分以上,这一数据创下该课程历史新高,显著高于改革前的平均水平。这一量化结果直观印证了新的教学模式、重构的教学内容以及真实的实践项目获得了学生的广泛认可。学生普遍反映,与以往孤立学习软件功能、完成虚拟课题的茫然感不同,本次以“肇庆星湖景区新媒体品牌升级”为贯穿始终的核心项目,赋予了学习清晰的目标和实际的意义。“当看到自己设计的VI系统、IP形象和宣传视频能够整合成一个完整的品牌方案,并可能在真实场景中被讨论时,那种成就感是前所未有的。”一位学生在反思中写道。这种基于真实成果的获得感,极大地激发了学习内驱力。

尤为突出的是,“项目驱动+实地调研”的教学模式被学生反复提及,认为是促成其学习角色转变的关键。学生表示,带着明确的设计任务深入星湖景区进行调研,使他们从知识的被动接受者转变为问题的主动探索者和解决者。此外,学生也高度评价了课程对其“团队协作”与“综合执行”能力的锤炼。在模拟设计公司的项目小组中,他们需要经历从头脑风暴、任务分工、中期磨合到成果整合的全流程协作,并最终通过正式答辩呈现方案。许多学生反馈,这一经历虽充满挑战,但极大地提升了沟通效率、责任意识以及在复杂任务中推进项目的实战能力。

3.3 比赛获奖与毕业设计转化

课程改革催生了一批高质量的学生作品,经精细化指导和打磨后,在高级别学科竞赛中屡获佳绩。累计获得省级及以上奖项11项,包括2023“永创杯”全国高校创意设计竞赛、2024“国青杯”艺术设计作品展、2024“肇庆动漫非遗形象设计大赛”、2024“第12届未来设计师全国高校数字艺术设计大赛”等各类赛事的等级奖。课程组教师也多次荣获“优秀指导教师”称号。竞赛获奖不仅证明了教学成果的质量达到了行业认可的高标准,也极大地提升了学生的专业自信和学习积极性。近30%的学生将课程项目深度拓展后作为毕业设计选题。这一“前置”机制有效缓解了大四的就业与创作压力,使学生有更充裕的时间进

行深度研究和设计迭代,毕业设计的完整性、创新性和应用性显著提高,实现了课程教学与毕业出口的无缝衔接。

4 结语

本研究立足于地方应用型高校的办学定位,以新媒体设计与制作课程为实践载体,系统探索并验证了一条以OBE理念为引领、深度融入区域发展与文化资源的课程改革路径。以对珠三角新媒体行业需求的精准分析为起点,反向重构了聚焦品牌、IP、视频、UI四大核心能力的模块化课程体系,并以“肇庆星湖景区新媒体品牌升级”这一真实地域项目贯穿教学全程,成功将抽象的学科知识与具体的地方产业和文化命题相连接。实践证明,该模式有效破解了传统教学中常见的“学用脱节”困境。通过“任务驱动、实地调研、案例精讲与实操、项目集成与答辩”的四维联动教学实施,学生的学习过程从被动的知识接收转变为主动的探索与实践。他们不仅在项目中系统掌握了从需求分析、策略规划到视觉表达与技术实现的全链路硬技能,更在团队协作、方案沟通、项目管理及应对不确定性的过程中,淬炼了至关重要的职业软技能与创新思维。本研究为同类院校的艺术设计应用型课程建设提供了一个兼具系统性、实操性与地域特色的改革范例。未来,本模式可在更广泛的学科与地域背景下进行迭代验证,其长效价值亦有待通过毕业生的长期职业发展跟踪来进一步深化研究。

参考文献

- [1] 曲珊珊,王晶.全媒体时代高校社会主义核心价值观教育的核心要义、现实困境与实践理路研究[J].新闻研究导刊,2025,16(17):178-182.
- [2] 李文玉.应用型高校创新人才培养模式的研究[J].公关世界,2025,(18):32-34.
- [3] 张欣.本科生全程导师制在应用型人才培养模式中的新构建[J].教育评论,2025,(09):59-69.
- [4] 叶舒颺.高职院校视觉传达设计专业产教融合实践教学体系的研究与实践[J].艺术教育,2025,(11):179-182.
- [5] 马羚.应用型人才培养下数字媒体设计与制作课程教学实践[J].鞋类工艺与设计,2025,5(05):118-120.
- [6] 陈秀珍.以OBE为导向的用户界面设计课程创新研究[J].上海包装,2024,(06):206-208. 梁嘉韵.基于学生



参与理论的 UI 设计课程教学实践探索 [J]. 广西开放大学学报, 2024, 35(04): 86-90.

作者简介: 郑雪娇 (1994-), 女, 硕士, 讲师, 研究

方向: 数字媒体艺术, 1624658685@qq.com, 通信作者: 蔡

献泉 (1993-), 男, 硕士, 助教, 研究方向: 环境经济, 543118419@qq.com。