

# 学科竞赛驱动新闻传播类专业平面设计教学探析

文杰<sup>1</sup> 王哲<sup>1</sup> 高代锐<sup>2</sup> 曾胜利<sup>3</sup>

1. 成都理工大学, 四川 成都 610059

2. 黑水县教育和体育局, 四川 阿坝州 646606

3. 成都恒裕文化传播有限公司, 四川 成都 610061

**摘要:** 只会写稿或只会做图都难立足, 学生得同时拿得起叙事和视觉。平面设计是本专业核心实践课, 我们用 2024—2026 两个学年, 针对内容滞后、实践薄弱、模式单一、跨学科不足等老问题, 以全国大学生广告艺术大赛等赛事为牵引, 搭起“课赛融合、产教协同、分层培育、多元评价”的教改框架, 做了四件事: 重排课程模块、开竞赛工作坊、请企业导师一起带、改考核办法。两年下来, 学生的创意与全媒体表达有长进, 两届共获国家级、省级奖项 20 余项, 课程大纲与实训资源同步更新, 形成了同类院校可参考的赛教融合做法。

**关键词:** 学科竞赛; 新闻传播; 平面设计; 课赛融合; 教学改革; 新文科

DOI: 10.64649/yh.shygl.issn3105-0085.202609008

## 1 研究背景、现状及意义

### 1.1 研究背景

海报、长图、公益与品牌物料, 如今是媒体日常传播里最常见的几种形态, 做视觉早已不是设计专业的专属本事, 而是新闻传播类学生必备的职业素养。我院新闻传播类与广告学专业一直开有《设计基础》《广告设计辅助软件》《数字传播技术应用》《广告设计与制作》等课程, 但常年走的是“理论讲授+上机实训”这一条老路, 课上学的东西与岗位实际要求之间有些脱节, 隔着一层。新文科讲实践育人、学科交叉和创新能力, 正好给了我们改一改的由头。再说竞赛: 好创意、大广赛、未来设计师大赛每年都围绕品牌传播、乡村振兴、主流媒体宣传、文旅 IP 出平面类题目, 评委又多是一线从业者, 题目本身就紧贴着全媒体视觉岗位的真实工作场景, 用它来带动这门课, 顺理成章。

### 1.2 项目前期研究基础

项目负责人多年教艺术设计一直在艺术设计领域主讲平面设计类课程; 2018 年起在成都恒裕文化传播有限公司做设计顾问, 2023 年受聘金犊奖推广教师, 赛事与行业门道都摸过。《设计基础》校级课改已通过验收, 主编过教材《平面构成》和《平面设计实训》, 有多篇 SCI、EI 教改论文, 带学生拿到设计类金银铜奖 20 多项。团队成员做过文旅 IP、融媒传播、数智教育等校级、省级项目, 项目式教学与校企合作并不陌生。学院新闻传播“2+X”培养方案鼓励跨学科, 师资、资源、科研三样齐了, 改革才谈得上落地。

### 1.3 传统教学现存四大核心问题

行动方案前, 我们做了调研, 也请行业里的人座谈, 问题集中在四处。先是内容脱节: 案例多是旧案, 实训虚拟, 品牌传播、融媒体新闻等真实场景很少, 作业完成度不低, 却缺

叙事、缺对受众和品牌的考虑。其次是实践偏弱: 作业难度不高, 无竞争压力, 学生多被动操作软件, 真给完整任务, 不知从哪下手。再就是教法单一: 老师讲、全班统一上机, 小组提案、头脑风暴、反复打磨、专家点评几乎没有, 协作与迭代缺位。最后是学科没打通, 只讲版式、色彩和软件, 传播学、广告策划、新媒体运营没进, 学生懂设计不懂传播, 或懂新闻不会用视觉说话。

### 1.4 研究意义

理论上, 它可以补上推进新文科视域下新闻传播专业设计类课程赛教融合这块内容, 把“竞赛牵引—课堂落地—产教反哺”这条链讲通并走完整;

实践上, 它对准的是平面设计类课程学用分离这个老毛病, 用分层的竞赛培育把学生的全媒体创作与就业底气托起来;

推广上, 课程该怎么重构、工作坊该怎么运行、评价该怎么做, 都固化成可照搬的操作方案, 同类高校也可借鉴。

## 2 学科竞赛驱动教学改革内在逻辑与整体思路

### 2.1 竞赛驱动育人内在逻辑

竞赛何以带动教学? 我们理出四条逻辑。头一条是行业对标: 题目由企业品牌方、媒体人、设计师共同出, 本就盯着传播热点, 正好弥补课堂案例滞后的不足。第二条是能力倒逼: 参赛光会软件不够, 还要写策划文案、做视觉成品、说清如何适配传播场景, 学生需要把叙事、受众分析、版式与软件揉在一起。第三条讲分层激励: 校、省、国家三级奖励有梯度, 配证书、展出、实习推荐, 学生劲头就上来了。最后是评价: 行业专家与高校教师一起评, 期末一次定分的做法松动, “创意、传播、实操、落地”四把尺子即从这儿来。

## 2.2 项目整体研究思路

整体上走的是产出导向(OBE)的路子,目标锁定新闻传播复合型人才的培养,以各级平面类学科竞赛为牵引,最终落成四件改革任务。课程上,对标竞赛赛道重排分层课程教学模块,把赛事命题拆解成单元后融入日常课堂;教学上,同步打造“常规课堂+竞赛专项工作坊”的双轨教学模式;平台上,把校内竞赛孵化与企业联合实战并到一处,建成一体化实践平台;评价上,建立过程考核与竞赛成果并重的多元考核体系,另配师资数字素养提升与校企协同两项保障机制。这几步连起来,以赛促教、以赛促学、以赛促创才落得到地上。

## 2.3 研究方法

文献研究法:把新文科、赛教融合、视觉传播教学这几块论文与教改文件过一遍,把底子垫上;

行动研究法:在2022级、2023级新闻与广告专业班级中做两轮试点教学,边上课边持续收集课堂与竞赛数据,方案跟着调整;

对比分析法:设传统教学班与竞赛融合班两组,从课程成绩、参赛数量、获奖数量、实训作品质量多维度比成效;

问卷与访谈法:每学期找学生、行业设计师、任课教师做一次问卷与深度访谈,把改进建议收上来。

## 3 学科竞赛驱动平面设计教学改革具体实施路径

本项目实施周期确定为2024年11月到2026年9月,分筹备落地、全面实施、总结优化三个阶段推进,最后落地五条核心的改革举措。

### 3.1 对标赛事赛道,分层重构课程教学内容

按金犊奖、大广赛的赛道划分——基础视觉、品牌传播、融媒体IP——把《设计基础》《广告设计与制作》等课分成三层来上。基础层在大二上,用《设计基础》,对准海报、插画这类入门赛道,把版式、色彩、图形构成拆开讲,范例取近五年获奖作品,每单元安排一次小型赛事临摹与创意草图练习,先打实底子。进阶层大二下,配《数字传播技术应用》,盯融媒体长图、新媒体IP、乡村振兴等综合赛道;合作企业的真实项目简报(brief)直接进课堂,学生交出的东西有三个用途:作业、参赛作品、企业备选物料。资源库每年更新,赛事命题、获奖案例与AI设计素材往里补,三门课大纲同步修订。综合层给大三广告学方向,用《广告设计与制作》,接品牌公益、城市文旅命题,另加传播策划模块——每份设计都得配受众分析与传播策略说明,专门治“重画面轻传播”。课上筛出的作业可直接当参赛初稿。

### 3.2 构建“课堂讲授+竞赛工作坊”双轨教学模式

过去靠老师讲理论,现在把翻转课堂、项

目式教学和竞赛集训揉到一起。常规课堂上,竞赛任务提前布置,每节课发对应赛道创作题,写清传播目标、受众定位与提交规范,课上做创意提案、小组互评,等于把赛事初审答辩演一遍。每周安排2小时开竞赛工作坊,驻场的有项目组老师、企业设计顾问等、往届获奖学长,草图、版式、文案、软件操作一项项过,穿插头脑风暴与作品复盘。赛前一月开集训营,按海报、IP文创、融媒体三个方向分组,创意单薄、技术不足、传播逻辑不清等通病,往往能解决。

### 3.3 搭建“校内竞赛孵化+校企协同”三级实践平台

校内基础孵化平台:每学期办一次班上设计初赛,挑出好作品往省级、国家级赛事送,同时建学生作品档案库、举办成果展,班级里的竞赛气氛慢慢就起来了;

校企联合实战平台:充分运用成都恒裕文化传播有限公司这条合作路线,双方一起根据当时的竞赛命题,学生的研究方向,共同创作条件,提供孵化环境;

梯队传帮带机制:大二上储备、大二下参赛、大三冲刺,一层层往上走,获奖的高年级学生组成助研组,带低年级做训练,一届带一届,育人才能长久。

### 3.4 革新全过程多元教学评价体系

期末一张卷、一次作业定分废掉,改成“过程40%+竞赛实践50%+反思10%”。过程分看单元草图、小组提案、课堂研讨与阶段软件实训;竞赛实践分按参赛完成度、赛事等级与商用价值分开算,校级、省级、国家级获奖加分;剩下10%是反思分,学生交参赛复盘,把创意短板、传播逻辑漏洞与改进思路理清楚。打分的不止一人——任课教师、企业设计顾问等,软件操作的分值压下去,重点看新闻传播创意与视觉表达的融合。

### 3.5 同步完善师资与数字化配套保障

教研协同:新闻传播与艺术设计的教师定期备课,围着当年赛事命题做集体教研,学科各管一段的壁垒靠此打通;

数字素养提升:团队参加了ChatGPT数字化教学与AI创意设计两类相关研修,把AI辅助绘图、智能排版等一类工具带进了竞赛创作教学课堂;

行业资源引入:请本地传媒与设计机构的总监来开讲座,竞赛实训的软硬件一并更新。

## 4 教改项目实施成效分析

经过了2024—2026两年完整教学试点,把对照班与实验班的数据摆在一起,差距是看得出来的,落在学生能力、课程资源、教学生态、教研成果四个维度。

### 4.1 学生竞赛与实践能力显著提升

试点班先后参加好创意、大广赛、全国数字艺术设计大赛等8项权威赛事,投出50多组作品,获国家级奖项6项、省级等奖项20余项,

参赛人数与获奖总数比改革前涨了五成。更能说明问题的是学生本身：他们做设计不再只盯着画面，会先想受众是谁、品牌要传什么。这一点在毕业设计上最直接，视觉传播类作品质量比前几届明显上了一个台阶。还有几个学生凭竞赛履历进了本地媒体、文创和广告企业实习就业，岗位对得上。

#### 4.2 产出完整配套教学资源成果

《设计基础》《广告设计与制作》《数字传播技术应用》三门课的教学大纲推倒重来，设赛教融合的专项教学模块；

平面竞赛数字化案例库已建成，近五年的赛事命题、获奖作品与AI设计教学素材都收在里面；

依托这次教改实践，《平面构成》《平面设计实训》的实训指导材料补齐，案例全部换成赛事导向的；

工作坊运行、分层培育、多元评价，最终都固化成流程。

#### 4.3 课堂教学生态实现良性转变

跨学科融合真正落了地，“设计、传播两张皮”这个老大难明显缓解，学生养成了“策划+视觉”的复合思维；

竞赛梯队也跑顺了，高年级带低年级持续参赛，每一届都有人接得上，育人能长久；

这套改革方案在本院设计专业、广告学其他设计类课程上都能照着改，具备校内复制与推广价值。

#### 4.4 师资教研与社会服务同步增值

两年受益的不只学生。团队借实践写出几篇教改论文；教师的竞赛指导、数字化教学与产教协同能力都有长进。学生作品没闲置，有几件用到地方文旅与城市品牌宣传，成了社会视觉服务，教学、竞赛、社会服务一体化。

#### 参考文献：

- [1] 教育部. 新文科建设宣言 [EB/OL]. (2020-11-03)[2026-10-10]. [https://www.moe.gov.cn/jyb\\_xwfb/gzdt\\_gzdt/s5987/202011/t20201103\\_498067.html](https://www.moe.gov.cn/jyb_xwfb/gzdt_gzdt/s5987/202011/t20201103_498067.html).
- [2] 孙新, 郭愚. 数字新闻版面编排与设计课程教学改革的进路 [J]. 新疆职业教育研究, 2024, 15(4): 40-43. DOI: 10.16455/j.cnki.65-1281/g4.2024.04.009.
- [3] 王骏. “大广赛”下的平面广告创新思维培养——以惠州学院美术与设计学院为例 [J]. 中国民族博览, 2020(22): 185-187.
- [4] 沙文珍, 王月. 基于OBE理念的新闻传播专业实习机制探索 [J]. 新闻研究导刊, 2026, 17(1): 111-114.

**作者简介：**文杰(1975.04—)，女，汉族，四川成都人，本科，副教授，研究方向：视觉传播设计、品牌创意设计、空间视觉应用等。

**项目信息：**成都理工大学2024-2026年高等教育人才培养质量和教学改革项目，项目名称：《新闻传播类专业中的平面设计课程教学创新研究与实践》。

## 5 改革现存不足与长效优化对策

### 5.1 当前实施存在四大短板

赛事节奏与教学周期撞车：各赛截稿期都挤在学期末，正好压着期末复习与考核，学生创作时间很短，作品常没磨透就交了；

分层辅导还不够细：基础弱的学生软件与创意两头都跟不上，难独立做完一件参赛作品，我们在这上投的精力偏少；

AI这块挖得太浅：课上只是顺带讲了讲AI绘图工具怎么用，版权、创意伦理、人机怎么协同创作，基本没系统讲过；

成果落地的渠道偏窄：校企定向定制赛事不多，学生做出的好作品，真正落地机会有限。

### 5.2 后续长效优化路径

把全年的赛事时间表统筹起来，任务提前拆一部分到学期中段，再设小型月度校内竞赛，把压力摊开；

分层赛道再细化，给基础薄弱的学生单开轻量化的短篇海报赛道，另配软件基础的一对一辅导；

AI平面设计单开一个专题模块，把AI创意辅助、版权规范、原创设计的边界讲透，跟上数字化竞赛创作趋势；

企业合作再扩大了一圈，文旅、传媒、电商都接触，多开定制命题赛道，打通商用与习通道。

## 6 结语

回到开头的问题：新文科与全媒体培养的语境下，老的“理论+实训”模式已带不动新闻传播复合型人才的培养。本项目以学科竞赛为主要抓手，从课程模块重排、双轨课堂与工作坊，到校企协同实践平台与多维过程评价，把这门课整体翻修了一遍。两年实证表明，竞赛在课堂与行业之间确实起了桥梁作用：学生的创意被调动，新闻叙事与视觉设计的跨学科融合能力也实打实增强了。项目留下课程大纲、竞赛案例库、标准化育人流程等成果，希望它沉淀为适合新闻传播专业的赛教融合范式。