

基于 OBE 理念的品牌全案策划与设计课堂教学改革探索与实践

郑雪娇

(广东理工学院艺术设计学院)

DOI: 10.65285/JYXSY.V1I1.005

摘要: 针对应用型高校艺术设计专业品牌全案策划与设计课程教学内容与产业需求脱节、实践教学落地性不足、人才培养目标达成度不高等问题,以 OBE 理念为指导开展课堂教学改革探索与实践。研究以学生学习成果为核心反向构建课程目标与教学体系,将真实企业品牌项目融入教学全过程,拆解市场调研、策略定位、视觉系统设计、落地推广等核心教学模块,建立知识-能力-素养三维度、过程性与终结性相结合的多元评价机制。教学实践结果表明,该改革模式有效强化了学生的全案策划思维、视觉落地能力与岗位适配度,课程目标达成度显著提高,学生学科竞赛与校企合作项目产出质量明显提升,可为应用型高校设计类实操课程教学改革提供实践参考。

关键词: OBE 理念; 品牌全案策划与设计; 任务驱动; 项目式教学

Exploration and Practice of Classroom Teaching Reform for Brand Integrated Planning and Design Based on OBE Concept

Xuejiao Zheng

School of Art Design, Guangdong Technology College

Abstract: Targeting the prominent issues of the Brand Integrated Planning and Design course for art design majors in application-oriented universities — namely the disconnection between teaching content and industrial demands, insufficient operability of practical teaching, and low attainment of talent training objectives — this study carries out classroom teaching reform under the guidance of the OBE philosophy. Centered on students' expected learning outcomes, the research reversely constructs curriculum objectives and the corresponding teaching system. Authentic corporate brand projects are embedded throughout the whole teaching process, with core modules including market research, strategic positioning, visual identity system design, implementation and promotion dismantled for modular teaching. A diversified evaluation mechanism is built, covering three dimensions of knowledge, competence and literacy, and combining formative assessment with summative assessment. Practical teaching results show that this reform mode effectively cultivates students' holistic integrated planning thinking, visual execution capability and job adaptability. It markedly boosts the attainment of curriculum objectives and greatly improves the quality of students' works in discipline competitions and school-enterprise cooperative projects. This research can offer practical references for the teaching reform of practical design courses in application-oriented universities.

Keywords: OBE philosophy; Brand Integrated Planning and Design; task-driven teaching; project-based teaching

前言:

随着品牌经济与文化创意产业持续升级,市场对具备全案思维的品牌设计人才需求不断攀升,对课程教学的综合性、实战性提出了更高要求^[1]。《品牌全案策划与设计》作为衔接设计基础课程与职业实践的核心必修课,承担着整合策略思维、视觉表达与商业落地能力的关键职能,其教学质量直接影响学生的岗位适配度与职业发展潜力。成果导向教育(Outcome-Based Education, OBE)以反向设计、正向实施为核心逻辑,强调以预期学习成果为起点锚定全链条教学环节,已成为推动高校课程改革、提升人才培养质量的重要范式^[2]。

OBE 理念已在 UI 设计、包装设计等多门设计类课程中得到应用与验证。何惠倩等基于 OBE 理念重构了 UI 设计课程的知识体系与评价机制,验证了成果反向牵引对学生

综合设计能力的提升作用^[3];周威等将 OBE 应用于包装设计课程,提出模块化内容重构与过程化考核的改革路径^[4];陈秀珍进一步指出,OBE 导向下的设计课程需强化真实项目实践与行业标准对接,才能有效弥合教学与产业的断层^[5]。在品牌全案策划这类综合性极强的课程中,思政内容与专业实践的深度融合机制仍有待进一步探索^[7-8]。

反观当前品牌全案策划与设计课程教学,普遍存在目标重知识轻能力、内容模块相互割裂、教学方法单一固化、评价机制重果轻程、价值引领流于表面等困境,导致课程供给与行业岗位需求、学生能力成长需求形成多重错位^[9]。如何以 OBE 理念为核心框架,将职业标准、竞赛要求与思政育人目标有机融入课程教学全流程,是艺术设计专业课程改革亟待解决的现实问题。

基于此,本文以品牌全案策划与设计课程为研究对象,

以 OBE 理念为核心指引,从目标锚定、内容组织、方法创新、评价改进与价值引领五个维度构建课堂教学改革路径,并通过对照班教学实践验证改革成效。

一、课堂教学的现实困境

表 1 课堂教学的现实困境与表现

困境维度	核心表现	对学生能力发展的影响
目标错位	课堂目标重知识轻能力,未拆解为可观测的能力点	学生“知道”但不会“做到”,难以对接行业岗位需求
内容割裂	策划、设计、营销模块相互独立,案例陈旧滞后	知识体系碎片化,难以形成系统化品牌设计思维
方法单一	以教师讲授为主,实践指导低效,团队协作流于形式	学生主体地位缺失,课堂参与度两极分化
评价静态	依赖期末大作业,过程表现占比低,反馈滞后	无法反映阶段性成长,难以实现课堂教学动态调整
思政育人薄弱	思政元素与专业内容融入生硬,未结合真实场景	价值引领不深入,文化自信与职业伦理培育流于表面

《品牌全案策划与设计》是艺术设计学专业三年级的专业必修课,4 学分、64 学时,前接设计基础课程群,后续支撑毕业设计与专业实习,是从单项技能训练走向综合设计实践的关键过渡环节。课程涵盖品牌策划、VIS 视觉形象设计、品牌 IP 化及品牌营销传播四大模块。然而,传统课堂教学在目标定位、内容组织、方法实施、评价机制与价值引领等维度存在突出困境,如表 1 所示,制约了课堂教学质量的提升与学生能力的有效达成。

从目标设定看,教学大纲虽罗列了知识点,却未将其转化为可观测、可评价的能力指标。从内容组织看,各知识模块以独立单元形式推进,缺少一条贯穿始终的真实项目线索将其有机串联,例如学生在策划课上完成品牌定位作业,在 VIS 课上做标志设计,在营销课上写推广方案,三者各自为政。从方法实施看,教师难以在有限课堂时间内覆盖每位学生的个性化问题,小组合作常演变为“一人包办、他人挂名”的局面。从评价机制看,终结性考核占比高达 70%,过程性评价近乎缺失,超过 65% 的学生在期中后才集中启动课程作业。这一结构性偏差导致课堂供给与学生能力发展需求之间形成多重错位,亟需以 OBE 理念为指引,从课堂教学的底层逻辑入手进行系统性重构。

二、课堂教学改革实施路径

课程以 OBE 理念为指导,从目标锚定、内容组织、方法创新、评价改进与价值引领五个维度构建课堂教学改革

路径,具体架构如表 2 所示。

表 2 课堂教学改革实施路径架构

改革维度	核心策略	课堂实施要点
反向锚定 课堂目标	构建“岗课赛证”融合 的三阶目标体系	对接职业标准与竞赛要求,分层细化单元目标,明确每节课可观测成果
项目贯穿 课堂内容	重构“任务递进”的 模块化内容体系	引入地方真实项目,四大模块任务化设计,建立内容动态更新机制
创新课堂 教学方法	构建“多元互动”的 教学方法体系	翻转课堂与 PBL 结合,角色模拟与工坊制并行,在线协作平台赋能
闭环改进 课堂评价	建立“多元动态”的 教学评价体系	过程性评价为主,多元主体评价,形成“评价—反馈—改进”闭环
价值引领 课堂育人	打造“润物无声”的 思政育人体系	深挖思政映射点,全程融入课堂环节,将职业素养纳入评价维度

(一) 构建“岗课赛证”融合的三阶课堂目标体系

课堂教学目标的确立须以成果导向为逻辑起点。首先,对接毕业要求与行业职业标准,反向拆解课程总目标。对标品牌策划职业技能等级证书的能力要求与行业岗位能力模型,同时对应全国高校数字艺术设计大赛等学科竞赛的评审维度,将外部标准转化为课堂教学的能力指向。基础认知层要求学生掌握品牌全案核心理论与规范;专项能力层强调熟练完成各模块独立设计任务;综合素养层则指向独立完成全案项目并具备职业素养。

(二) 重构“任务递进”的模块化课堂内容体系

以地方真实品牌项目为载体,实现课堂场景与产业需求对接。选取地方非遗品牌、乡村振兴品牌、文旅品牌作为课堂实战项目,模拟企业真实项目流程,明确各阶段课堂交付物,使学生在真实情境中完成能力训练。品牌策划模块以课堂调研研讨加策划书撰写实操为核心;VIS 视觉模块聚焦课堂规范训练与系统设计实操;品牌 IP 模块侧重课堂创意发散与 IP 形象落地;品牌营销模块围绕课堂方案推演与传播设计展开。四个模块以同一项目为主线贯穿,前序成果成为后续模块的输入依据。

(三) 创新“多元互动”的课堂教学方法体系

以学生学习效果为中心,构建多元互动的课堂教学方法体系。课前学生通过线上资源完成理论预习与基础练习,课堂时间聚焦问题研讨、方案推演与实操指导。引入角色模拟与项目工坊制,模拟广告公司岗位分工,学生分别承担策划、设计、客户、运营等角色,课堂以项目工坊形式推进,教师进行过程指导。实施双师同堂,邀请企业导师

进入课堂开展一线项目复盘与现场点评，结合获奖作品进行课堂拆解研讨。

（四）建立“多元动态”的课堂教学评价体系

构建以过程性评价为主、多节点考核的课堂教学评价体系。课堂表现、分项任务成果、阶段性课堂汇报共同构成过程性考核的主体。评价主体上，采用学生自评、小组互评、教师评价与企业导师点评相结合的方式，引入用户反馈维度，检验设计落地的实际价值。

（五）打造“润物无声”的课堂思政育人体系

深挖课程思政元素，建立文化自信、工匠精神、社会责任三个维度的融入映射点，分别对应国潮品牌与非遗活化、设计规范与品质打磨、乡村振兴与适老化设计等具体内容。案例教学以民族品牌、公益品牌为素材；项目实践以乡村振兴、非遗活化项目为载体；课堂研讨围绕设计伦理、知识产权保护等议题展开。

三、课堂改革实践与成效分析

（一）实践概况

改革课程为《品牌全案策划与设计》，授课对象为艺术设计学专业三年级学生，共4个教学班125人，64学时，改革实施周期为一学期（16周）。其中2个班为实验班（62人），实施基于OBE理念的课堂教学改革方案；2个班为对比班（63人），沿用传统教学模式。两班在师资配置、课时安排与项目选题范围上保持一致，以保障对比的科学性。

（二）多维成效验证

改革成效从课堂质量、能力达成、岗课赛证与育人成效四个维度进行验证，具体数据如表3所示。

表3 多维成效验证数据统计

验证维度	观测指标	对比班	实验班
课堂质量	课堂平均参与度（互动频次/人·节）	2.1次	4.8次
课堂质量	课堂互动质量（有效提问与回应率）	58.7%	86.4%
课堂质量	课堂满意度（期末评教）	81.3%	95.2%
能力达成	全案逻辑链条完整呈现率	46.8%	89.7%
能力达成	作品符合行业基础标准比例	51.6%	88.3%
岗课赛证	省级及以上学科竞赛获奖	2项	8项
育人成效	文化自信与职业责任感认同度	68.4%	91.7%

课堂质量维度方面，实验班课堂平均参与度达4.8次，对比班为2.1次；课堂互动质量（有效提问与回应率）实

验班为86.4%，对比班为58.7%；期末课堂满意度实验班为95.2%，对比班为81.3%。翻转课堂与PBL相结合的多元互动教学方法有效激发了学生的课堂参与热情，角色模拟与项目工坊制使学生在真实项目情境中主动思考、积极发言，课堂从教师主讲转向师生共研。

能力达成维度方面，实验班89.7%的学生能够在完整作品中清晰呈现从品牌调研、策略定位到视觉设计、应用延展的完整逻辑链条，而对比班仅为46.8%。作品符合行业基础标准比例从51.6%提升至88.3%。图1展示了实验班学生围绕肇庆博物馆品牌项目完成的标志设计与品牌IP形象成果。学生围绕“肇庆”与“博物馆”的品牌定位，完成了从标志规范、标志组合、字体应用到文创产品、宣传海报、广告牌等品牌应用设计，以及品牌IP形象的开发。其设计逻辑清晰，红色象征肇庆的历史厚重感，白色体现博物馆的文化包容性，IP形象从文物造型中提取视觉符号并进行拟人化转化，形成了从品牌理念到视觉落地的完整系统。这一成果体现了学生系统性的品牌全案设计能力，也验证了任务递进式模块化课堂内容体系的有效性。

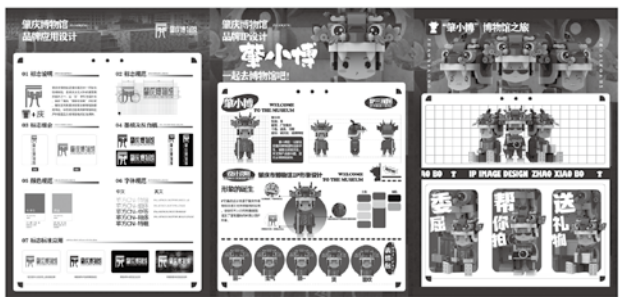


图1 学生课程成果

岗课赛证维度方面，实验班课程成果获省级及以上学科竞赛奖项8项，涵盖全国高校数字艺术设计大赛（NCDA）省级二等奖、永创杯全国高校创意设计竞赛一等奖等，而对比班为2项。竞赛成果的集中涌现，体现了岗课赛证融合的课堂目标体系对能力培养的牵引作用，学生将课堂项目成果直接转化为参赛作品，实现了以赛促学、以赛验效。

育人成效维度方面，实验班学生在文化自信与职业责任感认同度方面达91.7%，较对比班的68.4%提升23个百分点。学生在项目实践中以肇庆博物馆等地方文化品牌为载体，深入挖掘端砚文化、非遗资源等本土文化元素，在品牌塑造过程中真切感受到了设计服务社会的职业价值。

结语：

研究以OBE理念为指导，将品牌全案策划与设计课程的教学目标从知识掌握转向能力达成，构建了反向锚定目标—项目贯穿内容—多元互动方法—动态闭环评价—价值引领育人五位一体的课堂教学改革路径。改革明确了基础认知—专项能力—综合素养三阶递进的课堂目标体系，并以肇庆博物馆等真实地方文化品牌为载体，将品牌策划、VIS设计、IP开发、品牌营销四大模块串联为递进式课堂任务链条，使学生在完成真实项目的过程中同步实现知识建构与能力生成。教学实践表明实验班学生在全案逻辑完

整呈现率、作品行业标准达标率、课堂满意度及学科竞赛获奖数量等维度均显著优于对比班,验证了 OBE 理念在艺术设计类课堂教学中的适用性与实效性。

参考文献:

- [1] 王金旭,朱正伟,李茂国.成果导向:从认证理念到教学模式[J].中国大学教学,2017(6):77-82.
- [2] 李志义,赵卫兵.我国工程教育认证的最新进展[J].高等工程教育研究,2021(5):39-43.
- [3] 何惠倩,孙炜,何媛,等.基于 OBE 理念的 UI 设计课程教学创新设计[J].大学教育,2023(9):62-65+76.
- [4] 周威,周颐.包装设计课程教学改革与创新实践[J].包装工程,2021,42(S1):261-266.
- [5] 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(6):205-207..
- [6] 刘泓嘉.应用型本科高校品牌设计课程项目式教学

改革[J].上海包装,2025(9):235-237.

[7] 田华.“UI 设计”类课程思政建设要义及实践策略[J].教育理论与实践,2023,43(24):35-38.

[8] 欧阳文显.用户界面设计课程思政教学改革与实践[J].高教学刊,2023(4):178-183.

[9] 杨慧,闫兆进,慈慧,等.OBE 驱动的工程教育课程教学创新设计[J].高等工程教育研究,2022(2):150-154.

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.

基金项目:2025 年度广东理工学院课堂教学改革项目(KTJXGG202570);2024 年度广东理工学院质量工程项目(SFKC202421);2026 年广东理工院校级科研项目(2026YBSK042)。