

# 校园文化导向下高校文创设计课程内容优化与教学策略

毛竞

甘肃工业职业技术大学, 甘肃 天水 741000

**摘要:** 高校文创设计课程在新时代背景下承担着文化育人、创新实践与服务社会的多重职能。然而, 当前课程内容同质化严重、与校园文化脱节、成果转化困难等问题普遍存在, 严重影响课程价值实现。本文以校园文化为切入点, 分析高校文创课程的现实困境, 提出从课程主题设定、视觉表达能力培养、功能性与审美性融合、多学科资源引入等方面进行内容优化。同时, 围绕课程实践的实际操作, 构建了“课题制+阶段式”教学机制, 并结合成果转化平台、教师能力提升、校内资源整合等路径, 探索出一套切实可行的教学策略。研究认为, 唯有将校园文化融入教学全过程, 才能真正激活课程生命力, 推动文化传承与学生发展双向提升。

**关键词:** 校园文化; 文创设计课程; 课程内容优化; 教学策略; 高校育人

在高校教育不断深化与转型的背景下, 文创设计课程作为连接艺术设计、文化传承与实践创新的重要载体, 逐渐受到广泛关注。然而, 当前许多高校在开展文创设计课程时, 往往存在内容空泛、形式单一以及缺乏校园文化深度融入的问题, 导致课程难以有效激发学生的创作热情, 也无法实现文化育人与社会服务的双重目标。特别是在强调“文化自信”与“立德树人”的教育主旨下, 高校文创课程应当承担起传播校园精神、凝聚集体记忆、促进文化认同的职责。因此, 如何以校园文化为导向优化文创设计课程内容, 并探索更加契合校园实际的教学策略, 成为当前课程改革的关键议题。本文将通过对课程现状的分析, 结合校园文化资源与教学实践经验, 提出系统的内容优化方案与教学实施路径, 以期为高校文创设计课程建设提供有针对性的理论支持与实践参考。

## 1 高校文创设计课程的现状与困境

当前高校在文创设计课程建设中虽已取得一定进展, 但整体发展仍存在诸多问题, 限制了课程育人功能的深化及校园文化价值的释放。从教学内容到组织方式, 再到学生参与与成效反馈, 均体现出不小的局限。

### 1.1 课程内容同质化现象普遍

许多高校在课程设计上仍依赖统一的教材体系与通用的教学模板, 缺少个性化与地域化的文化融入。例如多数课程以通识性的“文创产品开发”“基础视觉设计”等为核心模块, 忽视了本校独有的文化资源和历史沉淀, 课程

内容与学生熟悉的校园生活脱节严重。

### 1.2 实践教学环节缺乏系统性和延续性

当前多数文创课程虽强调项目制与实操导向, 但往往缺少完整的项目链条, 学生参与仅限于课内阶段性任务, 无法形成系统思维。曾有高校在教学中尝试组织“校园文化文创产品开发工作坊”, 学生在课程内设计出一些徽章、明信片类作品, 但活动结束后未建立展示或转化平台, 导致设计成果束之高阁, 学生缺乏继续创作的动力项目评估体系也未能覆盖“调研—设计—传播—反馈”的全过程, 实践性课程流于形式。

### 1.3 校园文化资源参与度偏低

许多高校拥有丰富的文化资源, 如建校历史、知名校友、特色活动等, 但在课程设计中却未加以系统整理与引导性开发, 学生缺乏对校园文化的认知, 也不具备提炼与再表达的能力。部分课程尝试引入校园文化元素, 但方式较为浅显, 常以“校训主题创意设计”“校徽再设计”作为项目命题, 未能引导学生深度挖掘文化内涵, 形成真正具有传播力与情感共鸣的设计成果。教师在引导学生开展创意表达时, 也多侧重形式设计, 忽视文化阐释, 造成作品“好看但无情感”, “有创意但无根基”的局面。

## 2 校园文化导向下的文创课程内容优化方向

### 2.1 明确课程主题, 凸显校园历史与精神特色

校园文化的核心价值在于其独特的历史积淀与精神传承, 这些应成为文创设计课程内容的重要源头。高校文创

课程不应拘泥于通用模板式教学，而应立足本校具体文化背景，设定鲜明的课程主题。例如，围绕学校创办初期的重大事件、标志性建筑、知名校友事迹等内容，可以组织学生开展“校园记忆可视化”项目，引导他们从中提取视觉符号、构建叙事线索。以某高校设立的“校史叙事插画创作”课程为例，学生从校史年表中提取时间节点，结合建筑实景与人物故事，创作出一系列校园文化插画，最终应用于明信片、宣传册与毕业纪念册中。这种以校园文化为线索展开课程设计的方式，能够增强学生的归属感与文化责任感。

### 2.2 强化视觉表达训练，提升文化符号的转换能力

在校园文创课程中，非物质文化元素往往比物质符号更难以转化。校训、校歌、地方语言、传统节庆活动内容虽难以直接应用于设计形态中，但却具有很强的情感唤起力。因此，课程内容应特别设置“文化可视化”模块，训练学生如何将抽象文化转化为具体图形。例如，针对某高校独特的方言文化，教师组织学生围绕“校园俚语与表情设计”主题进行创作，引导其将日常用语以拟人、动物或物品形式转化为表情包图标，再延伸至社交贴纸与校园文创商品。这不仅提升了学生的视觉表达能力，也扩大了文化的传播路径与影响力。

### 2.3 聚焦设计实用性，实现审美性与功能性的统一

文创产品的最终目的并非仅停留在艺术创作层面，更应服务于实际使用场景。高校文创课程在内容优化时，应注重设计项目的功能落地，将“用户需求—设计表达—产品使用”三者形成有效闭环。通过设置如“校园生活问题解决型设计”单元，学生可以围绕常见痛点（如雨伞存放、卡套遗失、学习打卡提醒等）提出创意解决方案，并在设计中融入校徽、校色或校训等文化符号，使设计成果既实用又具有识别度。例如某学生设计了一款基于“校门造型”的便携文具盒，其外形即为学校老校门的线描图，内部结构满足便携性与功能性，成品获得了校庆文创展一等奖，并被校园文创店上架销售。这类融合功能性与文化性的课程内容，不仅增强学生的设计逻辑，也提高了项目成果的可转化性。

### 2.4 拓展课程知识边界，推动多学科融合创新

校园文化作为一种综合性极强的文化形式，其背后所依赖的不只是视觉设计本身，更需要社会学、人文学、传

播学等多维知识的支撑。因此，文创课程内容的优化还应注重学科间的交叉融合。具体做法如引入校内外专家共同授课、组织“校园文化研究与产品设计”跨专业工作坊，或设立学生跨专业联合项目，都是行之有效的策略。以某高校的“校园叙事与品牌构建”课程为例，美术学院与新闻传播学院联合开展教学，前期由新闻专业学生负责故事梳理与口述历史采集，后期由设计专业学生完成形象视觉化与产品延展，最终形成一整套具有传播能力的校园文化系列 IP。这种跨学科协作模式显著提升了课程深度，也拓宽了学生的知识边界与设计思维维度。

## 3 校园文化导向下的教学策略实施路径

针对当前高校文创设计课程在内容与组织方面存在的问题，需从实际教学操作层面出发，构建一套基于校园文化导向的系统教学策略。在课程目标、教学组织、项目实施与成果转化等方面全面优化，以实现文化育人与创新设计的双重目标。

### 3.1 构建校内协同机制，打通资源整合通道

要推动文创设计课程有效对接校园文化资源，首要任务是建立课程教学团队与校内相关部门之间的常态协同机制。宣传部、校史馆、图书馆、学生处、团委等单位，往往掌握着最具代表性的校园文化信息与实际应用平台。课程可通过“校内命题+课程承接”的方式运作，例如校庆纪念品设计、毕业展宣传形象、校园空间导视系统等项目由相关部门提出实际需求，再交由文创课程承接，形成任务驱动型项目教学。同时，教师也应积极参与学校文创平台或文创成果展示的建设，使课程成果真正融入学校文化传播系统中，而不是只停留在课堂展示。

### 3.2 实施“课题制+阶段性”的教学组织方式

传统文创课程以单周任务布置为主，内容零碎、目标模糊，难以激发学生持续的创作热情。因此，建议采用“课题制+阶段推进”的教学组织形式，将课程内容围绕一个或多个校园文化主题展开，按阶段设置成果节点，增强课程节奏感与项目完整性。表 1 为校园文化导向课程项目设计框架。

此类阶段式教学既确保了课程内容的系统性，又能在时间安排上留出学生充分创作与修改的空间，避免“临时拼凑”式设计作品的出现。教师在每个阶段需安排中期评审、小组讨论、作品讲评等环节，加强学生间的互动与反馈，

提高创作的深度与质量。

表 1 校园文化导向文创设计课程阶段式教学任务安排表

| 教学阶段    | 周次安排      | 核心任务           | 阶段输出            |
|---------|-----------|----------------|-----------------|
| 文化调研与分析 | 第 1-2 周   | 校园文化元素收集与解读    | 校园文化关键词与视觉素材档案  |
| 视觉语言训练  | 第 3-5 周   | 图形转化、色彩表达、字体设计 | 图标系统、文化配色方案、小样稿 |
| 产品开发设计  | 第 6-9 周   | 文创产品草图、模型搭建    | 3 款以上初步产品设计提案   |
| 实物打样与改进 | 第 10-12 周 | 打样测试、反馈修改      | 完整产品样机与迭代说明     |
| 展示与推广   | 第 13-15 周 | 策展设计、线上线下展示    | 校园文创成果展览与推介方案   |

### 3.3 搭建成果转化平台，形成校内“微循环”系统

文创课程的最终输出应避免止步于课堂或作品集，课程成果能否有效转化为真实产品，直接关系到课程价值的实现程度。因此，有必要在教学之外构建校园文创成果转化平台，推动课程作品实现推广、流通、应用的一体化。多数高校已有校园文创相关尝试，但往往与教学脱节，应将课程成果纳入校内官方电商平台、文创展会、校友纪念品目录或实体文创空间，实现“设计—生产—销售”的校内循环。

例如某高校在图书馆内设立“校园设计角”，将学生课程中完成的书签、帆布袋、文化插画等作品以展陈+售卖形式展示，每季度轮换一次作品主题。学生的作品一方面得到公开展示，另一方面也获得销售反馈与数据分析机会，这种正向循环大大提升了学生的成就感与课程粘性。此外，教学团队也应定期与校企合作单位沟通，探索作品授权、批量化开发等转化方式。

### 3.4 提升教师综合能力与课程资源供给

教学策略的优化，归根结底依赖教师的课程统筹能力与文化整合能力。目前不少文创课程教师虽具备设计教学经验，但在校园文化研究、跨学科融合、项目管理等方面经验较弱。因此，学校应定期组织教师参与文化资源梳理、文创策展、品牌建设等专题培训，鼓励教师与校内宣传、史料、艺术管理等方向教师开展协同课程研发。此外，应建立面向教学的“校园文化案例资料库”，包括历届校庆视觉稿、校园雕塑档案、校友纪念品样本等，为教师和学生提供内容支持。

例如某高校艺术设计学院通过“校本文化资源整合计划”，将历年校报设计、吉祥物演变、主题活动视觉资料等纳入教学素材系统，并开放给课程教师自由选用，使教

学不再从“零开始”。此外，在课程经费方面，也应给予教师更多小额项目资金支持，用于产品打样、宣传制作与展陈布置，从而降低教学落地的难度。

## 4 结论

高校文创设计课程在校园文化导向下的优化，不仅有助于深化课程内涵，也为高校文化传承与创新提供了有效路径。通过对课程内容的系统重构，将校园历史、精神理念与视觉设计融合，能够有效激发学生的创造力与文化认同感。同时，配套的教学策略如跨部门协作、阶段式推进、成果转化机制的建立，也为课程落地与成果延续提供了保障。未来，应进一步推动课程与校企、社区及区域文化资源的对接，拓宽应用场景，实现校园文化的可持续传播。唯有将教学、文化与实践真正融为一体，才能使高校文创课程成为育人育才与文化育校的双重平台。

### 参考文献：

- [1] 管家庆,周晴,王伟.思政教育融入文创设计课程的实践改革创新[J].美术教育研究,2024,(07):75-77.
  - [2] 王蕴.高校文创设计教学模式与课程比较研究[D].南京艺术学院,2023.
  - [3] 刘玲,胡雨欣.新文科背景下的文博文创设计人才培养研究[J].传媒,2023,(05):80-82.
  - [4] 卢宁宁.文创设计课程项目化教学的实践与创新[J].潍坊学院学报,2023,23(04):95-98.
  - [5] 孟小锋.纸年画在高校文创设计课程中的教学思考[J].中国造纸,2023,42(11):176.
  - [6] 张聪,张一弛.文创设计项目式教学视角下的博物馆与高校合作研究[J].文物鉴定与鉴赏,2022,(03):112-114.
- 基金项目：2024 年校级职业教育教学改革研究项目，2024gsgy jx-8。