

“互联网+”背景下技工学校广告专业教学改革路径分析

袁楠

(广州城建技工学校, 广东 广州 510925)

摘要: 随着“互联网+”时代的全面到来, 短视频、新媒体和网络直播等全新的营销手段纷纷出现, 这些全新的营销模式也影响了广告行业的发展。技工学校广告专业教师要积极学习“互联网+”教育理念, 了解全新的广告营销理念, 积极尝试线上教学模式, 落实智慧教学理念, 讲解全新的平面设计软件操作, 把新媒体营销理念融入专业课教学中, 结合经典广告案例进行分析, 鼓励学生自主设计广告和营销理念, 全面提升技工学校广告专业学生就业竞争力。

关键词: 互联网+; 技工学校; 广告专业; 新媒体; 教学改革; 策略

“互联网+”时代给广告行业带来了全新的发展契机, 传统的纸媒广告、电视广告和电台广告等正在慢慢减少, 短视频、微信公众号、电商平台等正在成为新的广告营销方式, 广告设计也逐渐走向平面广告和短视频的融合, 这给技工学校广告专业教学带来了新的改革契机。

技工学校要组织广告专业教师培训, 为教师讲解新媒体营销理念和线上教学平台操作, 进一步培养教师的“互联网+”教学思维; 积极尝试线上教学, 选用钉钉、“课堂派”等智慧教学软件, 做好课内外教学衔接, 让学生享受“互联网+”教学模式的便利; 结合典型互联网广告设计案例进行讲解, 为学生讲解不同平面设计软件操作技术, 提升学生广告设计能力; 借助新媒体开展教学, 讲解微博、抖音、网络直播和微信公众号营销模式, 拓宽学生广告营销思路, 提升学生岗位胜任能力。

一、“互联网+”背景下技工学校广告专业教学中存在的问题

(一) 部分教材内容滞后, 不符合广告市场发展

技工学校广告专业课程包括了VI设计、图像处理、海报设计和广告营销文案等, 教材更新周期比较长, 而广告行业更新换代非常快, 这就导致一些专业课内容和广告业发展脱轨, 不符合广告人才培养目标。

例如海报设计中还在讲解传统的纸媒广告设计和宣传, 但是如今纸媒广告在逐渐减少, 企业大都是采用网络广告、短视频广告等进行宣传, 但是现行教材中几乎没有对新媒体广告中海报设计的讲解, 这也会影响专业课教学效果。

(二) 教师教学理念比较保守, 课堂魅力不足

部分广告专业教师教学理念比较保守, 依然沿用传统的“灌输式”教学, 单纯对教材内容进行讲解, 很少主动开发广告案例, 这种模式难以激发学生的学习积极性。

例如部分教师在传统VI设计教学中, 只是讲解广告文案写作和图案设计技巧, 没有对广告语言艺术、图案艺术和文化底蕴等进行讲解, 很少主动融入当下热门风格设计, 师生良性互动比较少。

这样的教学模式比较刻板, 缺少广告行业新理念的讲解, 课堂吸引力明显不足。

(三) 信息化教学推广不顺, 智慧课堂建设缓慢

技工学校广告专业信息化教学推广并不是很理想, 线上线下混合式教学开展比较少, “互联网+”教学模式的优势没有发挥出来。例如教师很少主动利用钉钉、“课堂派”或慕课等线上教学软件开展教学, 一些优质的互联网广告案例没有融入课堂, 难以激发学生的创新思维。

学生课下只能根据教材进行自主复习, 很容易遗忘课堂知识, 难以有效开展课下广告设计练习, 学生没有体会到“互联网+”教育的优势。

(四) 新媒体营销讲解较少, 学生营销能力弱

技工学校广告专业教学中缺少对新媒体营销的讲解, 主要体现在教材中缺少新媒体营销的讲解, 很少利用新媒体平台开展广告设计和营销教学, 新媒体营销和专业课教学衔接不太紧密。

很多学生只是把新媒体平台当做消遣娱乐的方式, 没有把其和专业课学习衔接起来, 学生广告设计和市场营销视野都比较狭窄, 没有从新媒体平台中汲取广告设计和营销灵感, 不利于学生综合能力的提升。

二、“互联网+”教育理念对技工学校广告专业教学的影响

(一) 有利于融入广告市场需求

技工学校广告专业教师可以借助“互联网+”教育模式可以把全新的营销和广告设计理念融入专业课教学, 做好专业课和广告行业的衔接。

教师可以整合互联网优质教学资源, 例如新媒体营销案例、优秀企业广告和广告文案设计等资源, 把最新的广告行业发展理念融入课堂, 拓宽学生学习视野。

(二) 有利于提升学生设计能力

很多广告设计人员开始利用专业绘图软件、新媒体平台等开展设计和营销工作, 教师可以利用互联网融入经典广告设计和营销案例, 进一步启发学生的设计灵感和创新思维。

学生可以浏览互联网优质广告、出色的营销方案, 从中了解广告设计新理念, 进一步了解中国元素、现代元素和历史文化等在广告设计和营销中的应用, 从而提升学生广告设计能力。

(三) 有利于打造智慧课堂

广告设计专业教师可以利用“互联网+”教育理念打造智慧课堂, 积极利用“课堂派”和微课等开展教学, 展示微博营销和抖音营销等模式, 进一步丰富专业课教学内容。

教师可以利用微课讲解Photoshop软件修图过程, 用线上教学模式讲解新媒体营销模式, 方便学生理解广告学、市场营销等专业知识, 还可以方便学生课下自主练习。

三、“互联网+”背景下技工学校广告专业教学新策略

(一) 转变教师教学理念, 提升教师信息化素养

技工学校要组织广告专业教师“互联网+”教学模式培训, 系统化讲解这一教学模式, 讲解基本的微课制作、翻转课堂和线上线下混合教学等教学方案, 进一步转变广告专业教师教学理念, 打造专业素养高、信息化教学能力卓越的广告专业教师团队。

例如学校可以选拔计算机专业教师担任培训教师, 为广告专业教师讲解线上线下混合教学平台操作, 讲解“课堂派”和慕课等教学软件操作流程, 为下一步实施智慧教学奠定坚实基础。

计算机教师可以讲解如何在线上教学软件上创建班级课程, 如何制作微课课件和线上测试题目, 直播和录播教学的差别等, 让教师快速掌握线上教学软件操作。

计算机教师要重点讲解如何录制广告设计为了, 把文案设计、广告创意和图像处理等融入微课, 用微课来贯穿广告设计、市场营销和图像处理等专业课, 鼓励教师自主制作微课, 全面提升广告设计专业教师信息化素养, 为贯彻“互联网+”教育理念做好准备。

(二) 积极开展线上教学, 打造智慧新课堂

广告行业离不开信息技术, 广告设计离不开专业绘图软件, 广告营销也要依赖互联网进行传播, 这也是广告专业实施信息化教学的初衷之一。

例如教师在讲解广告营销相关课程时, 可以利用“课堂派”开展教学, 先建立班级课程群, 把制作好的微课和线上测试题上传到班级课程群, 再把班级课程二维码下发到班级微信群, 学生扫码进入课程群。

微课可以介绍时下热门的广告, 例如美食、航空和旅游广告, 讲解不同类型广告设计特点, 讲解广告语设计、广告创意和营销理念等知识, 让学生快速了解本节课教学内容。

例如微课中介绍了甘肃省旅游广告, 借助“一带一路”战略, 介绍了敦煌莫高窟、月牙泉、沙漠景观和黄河文化等, 展现了多元化的旅游景观, 吸引中外游客参观。

学生需要对这一广告进行分析, 完成线上测试题目, 例如提炼出甘肃省特色旅游景点, 广告的亮点, 为广告设计全新的广告语等问题, 学生在规定时间内完成答题, 系统快速给出答案。

教师可以在“课堂派”软件后台看到学生答题情况, 根据学生在线答题成绩开展线下教学, 针对学生易错题和知识短板进行讲解, 让学生尽快掌握广告设计和营销知识, 打造广告专业智慧课堂。

(三) 讲解新媒体营销理念, 提升学生营销能力

随着微博、微信公众好和抖音等新媒体的出现, 广告设计、营销和传播方式都发生了变化, 技工学校广告专业教师要积极讲解新媒体营销理念, 对专业课进行补充和延伸。

例如教师可以带领学生观看微博和抖音达人李子柒的短视频, 李子柒以弘扬中华文化为主题, 主要是介绍中华美食、服饰和节日文化等, 视频和文案从生活入手。

例如李子柒为了介绍中国丝绸文化, 从养蚕、化茧、抽丝和印染等丝绸制作流程开始介绍, 拍摄不同阶段劳动过程, 独特一

帜的短视频营销迅速获得了大量关注, 成为了海外关注度最好的短视频博主。

随后李子柒开设了电商平台, 出售传统美食和手工艺品等, 吸引了中国消费者的追捧, 这种把新媒体和中华传统文化融合起立的营销模式成为了互联网的一股清流, 这也是一种全新的新媒体营销理念。

教师可以引导学生分析李子柒案例, 从视频设计理念、文案设计、市场营销和产品推荐等方面进行分析, 让学生设计一份李子柒品牌广告设计计划书, 为李子柒设计一份产品推荐书、平面广告设计和电商平台促销方案等, 全面提升学生广告设计和市场营销能力, 提升学生独立设计能力。

(四) 讲解平面设计软件, 提升学生广告设计能力

“互联网+”时代的广告设计、营销和传播手段越来越多样化, 广告专业教师要深入讲解广告设计软件操作, 例如讲解 Photoshop 修图软件和视频剪辑软件操作, 进一步启发学生广告设计灵感。

例如教师可以用微课介绍 Photoshop 软件操作, 讲解人像、风景画和卡通等图片修图流程, 讲解 Photoshop 软件详细的修图操作流程, 介绍该修图软件不同的修图板块, 从基础的去水印、调节背景颜色和亮度等开始讲解, 让软件操作流程更加一目了然。

教师可以选取某平面广告作为案例, 例如如何制作出中国风服饰设计广告, 把苏州园林、小桥流水和汉服等传统文化元素融入图片中, 凸显出中国风元素, 打造个性化广告设计风格, 吸引消费者的眼球, 这也是广告设计的一达目的。

教师可以鼓励学生自主设计一个平面广告, 利用 Photoshop 软件设计平面广告图, 例如学生为家乡设计了旅游宣传广告, 设计家乡历史变迁相册, 家乡名胜古迹剪影等, 让合成的照片更加自然, 进一步提升学生修图能力, 进而提升学生广告设计能力。

四、结语

技工学校广告专业教师要积极学习“互联网+”教学理念, 把新媒体营销理念融入专业核心课程群, 进一步开拓学生广告设计和营销视野, 让学生设计出更有创意的广告, 积极开展线上线下混合教学, 指导学生利用教学软件开展自主学习, 鼓励学生尝试不同风格的广告设计, 进一步提升学生广告设计能力, 让学生在广告设计实践中提升自己, 从而提升学生就业竞争力。

参考文献:

- [1] 朱信信. 互联网“+”背景下的艺术设计专业互动式教学模式构建——以《广告设计与策划》课程为例 [J]. 农家参谋, 2020 (07): 216+242.
- [2] 杨正显. “互联网+”背景下广告专业教学改革与实践 [J]. 美与时代 (上), 2018 (09): 101-104.
- [3] 张楠. 移动互联网背景下广告学专业多维互动教学实践与探索 [J]. 传播力研究, 2019, 3 (30): 164-165.
- [4] 张田田. “互联网+”时代广告设计与制作专业创新型人才培养模式研究 [J]. 延边教育学院学报, 2018, 32 (04): 33-35.