

# 新媒体广告创意策划的教育教学研究

张浚晴

(吉林动画学院 吉林省长春市 130000)

**摘要:** 新媒体时代广告创意策划开始迈向数字化与现代化发展阶段,为满足行业发展诉求,需加大新媒体广告创意策划教学力度,进一步培养专业素养较强的实践型人才。强化对新媒体广告创意策划教学的了解与分析,认知新媒体广告创意策划教学特质。从强化对学习者的尊重,增强教育灵活性、增强教育者教育能力,强化校与企合作、持续性优化教育素材,加强实践性训练三方面入手,优化教育架构,提升教学质量,可更好地为学习者服务,也可在推动新媒体广告创意策划行业发展的同时,积蓄人才力量。

**关键词:** 新媒体;广告创意策划;教育教学

## 引言

新媒体技术具备较强的共享性和及时性,既能为大众提供多元信息资源,也可推动各行各业发展。而广告创意策划作为相关企业加强品牌构建,树立良好形象的手段,将快速提升企业和相关产品的商业价值。鉴于此,可促进新媒体技术与广告创意策划有机融合,基于时代发展特点,加强对教学模式和教学理念的持续性革新,切实提升学习者专业能力与专业水平,从而培养社会需要的应用型人才,争取在提升办学实力与办学水平的同时,促进行业发展。

### 一、新媒体广告创意策划教学

新媒体广告创意策划教学,将以新媒体技术为支撑,会增强广告创意策划的影响力与辐射力,也会随着时代不断发展衍生新的信息传播模式。由于新媒体广告创意策划具备较强的数字化特征,因此其教学时也需加强对数字化手段的利用,借助互联网打破时空界限,拉近多元主体与广告信息的距离。新媒体时代广告创意策划教学发展过程中,加强对新媒体技术的剖析,可给社会主体带来全新体验。因此,教学发展过程中需加强对互联网、数字电视等媒体的重视和关注,既要拓展教育渠道,优化教育模式,也要基于新的广告形式,拓展交易范围,真正以数字化技术为支撑,加强广告创意策划。新媒体广告创意策划教学的与时俱进,既可降低广告的投入成本,也可在推动行业发展的同时,更好地契合社会主体诉求。由此可见,新媒体广告创意策划教学的发展。与广告行业发展息息相关,借由教育改革和创新,培养现代化人才,可更好地助推行业发展,也可在行业前行中,培养有能力推动行业持续性革新的人才。

### 二、新媒体广告创意策划教学特质

#### (一)多元主体互动频率增高

新媒体广告创意策划本身以数字化技术为支撑。推动教学发展和优化过程中教育者和学习者可借助互联网打破时空限制,提升师生互动频率,和谐教育关系。例如,教师可在新媒体时代加强对线上教学平台的利用,提前向学习者针对性推送相关课件,鼓励学习者借助课前加强自主学习,继而利用翻转课堂教学模式,实现课堂翻转,更好地服务学习者。同时,学习者可随时借助互联网向教师进行咨询,也可借助互联网与同学展开小组合作式学习,拓展学习视野,进而提升学习质量和学习效率。多元主体互动频率增高,可在和谐教育氛围,拓展教育空间的同时,增强教学趣味性。学习者可随时随地解决自身疑惑,也可使教育者基于新媒体广告创意策划发展态势,随

时随地调整教学思路,促进教育与时俱进发展。由此可见,新媒体广告创意策划教学,在以互联网为支撑的同时,将快速促进教育迈向数字化与现代化发展阶段,可更好地促进广告创意策划行业发展,培育行业需要的新媒体人才。

#### (二)关注学习者个性化诉求

新媒体广告创意策划可满足不同社会个体的多元诉求,具备个性化特征。而教育者在推动新媒体广告创意策划教学发展时,既会引导学习者借助大数据、云计算等技术了解不同层次人群的诉求,也会借助相关先进技术加强学情收集,了解学习者发展需要。借助互联网技术打破时空界限,引导学习者了解消费者的个性化诉求,既能促进学习者,加强对先进技术的掌握,也可快速丰富广告创意策划形式。同时,教育者也可借助互联网技术,了解学习者个性化诉求,基于学习者的就业规划以及发展方向,增强教育的针对性,生成个性化教学方案。由此可见,新媒体时代下的广告创意策划教学将具备个性化特征,可更好地服务于学习者与社会大众,也可更好地服务于相关行业,并争取在提升教学水平与教学质量的征程中,提升学校办学满意度,为学校持续性发展奠基。

### 三、新媒体广告创意策划的教育教学创新路径

#### (一)强化对学习者的尊重,增强教育灵活性

新媒体广告创意策划教学发展过程中,为提升广告创意策划教学的科学性和合理性,应加强对学习者个性特点的针对性剖析,提升教学针对性,并从多维角度入手,探究行业发展方向,以优化人才培养模式,希望在推动新媒体广告创意策划教学灵活性提升的同时,促进教育智能化发展。首先,教育者应积极与学习者沟通和互动,加强学情收集,利用云计算、大数据等技术,加强学情分析,并基于教育智慧化发展转变自身教育理念,优化角色定位,强化对学习者的针对性指引,从而在引导学习者良性发展的征程中,强化对学习者的主体地位的尊重。例如,教育者可在学情数据收集后,了解学习者个性特点,引导学生分小组加强广告创意策划教学实践,既要为其提供多元实践机会,构建智慧化学习环境,也可利用虚拟现实技术为学习者提供更全方位的体验,促进学习者加强对理论知识的全方位把握。此外,教育者在与学习者沟通和互动中应加强情感交流,强化对学习者的关怀,进而借助情感教育,真正与学习者产生思维对接,基于学习者角度,了解现阶段教学大纲中存在的不足。真正强化对学习者的尊重,增强教育灵活性,可促进学习者个性化发展,也可构建学习者易于接受的教学方案,并

在教学资源整合中,提升新媒体广告创意教学质量和教学效率。其次,教育者应借助数字化手段提升教学灵活性。新媒体广告创意策划课程本身具备较强的复杂性,教育者既要了解教育目标,明确教育定位,也应在新媒体时代了解广告行业的发展态势,促进学习者掌握基础理论知识,并推动学习者了解行业发展态势,进而促进其加强就业规划,激发学习者求知欲望,使学习者在选择适合自己的学习方式时提升学习能力。例如,教育者可借助校企合作共同与企业兼职教师制定人才培养计划。学校专职教师和企业兼职教师的合作,可更好地为学习者服务,也可更好地把握行业发展态势。随着时代发展与与时俱进,推动教育教学创新,是学习者发展所需,更是教育发展所需,无论是教育者还是学校,都应在时代发展过程中构建智慧化教学手段,以促进学习者能力增强,争取在为学习者服务的基础上,提升学校办学实力。

#### (二) 增强教育者教育能力,强化校与企合作

新媒体广告创意策划教学的发展,对教育者提出更高要求,学校应加强教师职业培训,从多维角度入手,促进专业教师增强学习意识,并借助校企合作,提升专业教师的实践能力,以确保更好地促进新媒体广告创意策划教学发展。教育者作为推动教学发展的中坚力量,其能力与教学质量息息相关,为此,学校需加大双师型教师建设力度,既要为教育者提供发展机会,也要借助系统性培训提升教师专业能力和教学水平。学校可适当鼓励教育者参与相关课题研究,促进其及时加强对专业内容的系统性总结。同时,为激发教育者主观能动性,可在培育教育者时加强科学化评价,以促进教师生成学习动力,为终身学习型社会构建奠定良好基础。此外,教师加强持续性学习,可为学习者树立良好榜样,有利于教育者和学习者的共同成长。其次,促进校企合作,引进企业的专职教师,争取均衡学校理论与实践教育比例,提升教学的系统性和科学性。为此,学校可积极与广告设计公司展开系统性合作,既要为学习者提供实践机会,也可促进学习者在了解行业发展态势的同时积累工作经验,以提升其就业能力和创业能力。校企合作具备较强的复杂性,为进一步加强校企合作,化解教学中存在的问题,可在教学方案构建中尊重企业意见与建议,既要引进企业参与课程优化和创新,也要基于企业意见和建议构建订单式培养等相关人才培养模式。此外,传统校企合作将在最大程度上推动教育发展,因此,企业缺少校企合作积极性。为此,教育部门可制定相关校企合作宏观约束方案,提升企业在校企合作中的话语权,并与不同行政部门沟通和互动,适当借助税收减免和相关优惠,激发企业校企合作积极性,争取更好地推动新媒体广告创意策划教学创新和优化。

#### (三) 持续性优化教育素材,加强实践性训练

新媒体时代为促进广告专业优化和创新,需基于时代发展需求,优化教育素材,加强实践性锻炼,才能快速提升学习者知识掌握能力,避免理论教育与实践教育相脱离。首先,新媒体广告创意策划教学具备较强的复杂性,基于时代发展需要促进其与时俱进创新,助推学习者加强对新媒体技术的全方位认知和了解,可促进学习者快速提升信息技术掌握能力。例如,

教育者可基于新媒体广告设计模式,创新教学素材,加强对抖音、快手、微博等软件的科学化利用,利用相关的教学素材,完善学习者知识架构,激发学习者学习热情与求知欲望。同时,教育者可适当借助案例教学法,促进学习者加强情景体验,使学习者在掌握多元设计模式的同时提升应用能力。新媒体时代,广告创意策划教学的持续性发展,对教育者提出更高要求,教育者既要在丰富教育素材的同时,促进学习者掌握广告设计理论,也应借助新媒体技术,拓展学习者学习视野。其次,加强教学实践,提升实践教学比例,以增强学习者的实践能力和就业能力。新媒体广告创意策划本身具备较强的综合性,教育者应适当提升实践教学比例,促进学习者在实践中加强对理论知识的全方位掌握。一方面,学校可基于新媒体广告创意策划教学发展需要,与企业共同构建实训实习基地,促进学习者在实训基地内有机会加强实践操作,以满足学习者发展所需,均衡实践教育与理论教育比例。实践教育与理论教育的有机结合,可快速提升教学质量,完善教育架构,促进学校更好地为学习者服务。另一方面,学习者在与企业合作过程中,也可适当为企业输送相关人才,借助企业实训实习机会,为学习者提供更多了解实际工作岗位的机会。值得注意的是,为避免学习者在实训实习中沦为廉价劳动力,可适当与企业共同为学习者提供实训实习补助,以激发学习者实训实习热情,使学习者在实践锻炼中快速提升自身能力。

#### 四、结语

综上所述,新媒体广告创意策划教学,在发展过程中既要了解学习者所需要,也要了解行业发展所需。学校需在教育发展过程中打破传统教学模式限制,促进教育者快速革新教育理念和教育模式,抓住教学改革机会,持续性提升学习者专业知识掌握能力以及职业核心素养,从而提升学习者就业率,使学习者在树立先进思想,掌握新技术后促进行业发展。同时,学校需加强对教师职业培训工作的重视和关注,借此提升教师教学能力,促进教育者和学习者共同成长,继而构建理想教学状态。

#### 参考文献:

- [1]章琼.“工学商一体化”人才培养模式下广告设计专业教学资源库的构建与研究[J].山西青年,2023(02):153-155.
  - [2]赵朴.人工智能环境下广告创意人才的培养[J].出版广角,2021(06):88-90.
  - [3]林翔,张慧玲,谭辉煌.广告创意程序化下的叙事结构:基于拉波夫模型的分析[J].传媒,2021(02):78-80.
  - [4]李芳凝,胡铭芮.基于深度学习的广告创意设计教学实践——评《广告创意与设计:设计师必备广告策划手册》[J].中国教育学刊,2022(01):119.
  - [5]陈婧,王春霞.基于公益实践的IPCCP模式在教学中的应用与创新——以“广告策划与创意”课程为例[J].中国多媒体与网络教学学报(上旬刊),2022(04):165-168.
- 张浚晴,女,汉族,1994-02,吉林长春人,吉林动画学院,助教职称,研究生学历,硕士学位,研究方向:互联网行业研究