

新媒体下平面广告设计课程改革浅析

董 浩

武汉东湖学院 湖北武汉 430212

摘要: 目前, 新媒体实现了蓬勃发展, 逐渐成为人们生活中的一部分, 同时也给平面广告设计带来了新的挑战 and 机遇。然而部分高校平面广告设计课程落后于时代发展, 存在着一些不合理之处。基于此, 教师应当紧跟时代发展, 不断改变教学理念, 创新教学手段, 将平面广告设计课程与新媒体时代的大背景相联系, 从而推动平面广告设计课程改革, 培养出更多适应社会需求的平面广告设计人才。

关键词: 新媒体; 平面广告设计; 课程改革

Analysis of Graphic Advertising Design under New Media

Hao Dong

Wuhan donghu University, Wuhan, Hubei, 430212

Abstract: At present, the new media has achieved a vigorous development, and gradually become a part of people's life, but also to the print advertising design has brought new challenges and opportunities. However, some university print advertising design courses lag behind the development of The Times, and there are some unreasonable points. Based on this, teachers should keep up with the development of The Times, constantly change the teaching concept, innovate the teaching means, and connect the print advertising design curriculum with the general background of the new media era, so as to promote the reform of print advertising design curriculum, and cultivate more print advertising design talents to meet the needs of the society.

Keywords: new media; print advertising design; curriculum reform

新媒体是指通过计算机网络、无线通信网络、卫星网络以及计算机、手机、数字电视机等多种终端为用户提供各种形式的资讯与服务。随着社会经济的发展, 新媒体逐渐融入到社会的方方面面。新媒体的出现、类型的日益增加, 使得广告的内容更加多样化, 因此, 广告设计者必须在设计观念上进行创意, 以提升其传播效果和影响。因此, 在面对现实生活的需要时, 必须对平面广告设计课程进行持续的变革和革新。

一、新媒体时代下的广告设计课发展思考

当前, 平面广告设计的主要内容是以传统的印刷品媒体等作为主要载体的平面广告设计。然而, 在新媒体的飞速发展下, 传统媒介的发展却远远滞后于新媒体的发展。为此, 应对传统的平面广告设计课进行改革与创新, 以适应新媒体的发展需要, 以更好的方式为基础, 为我国的平面广告专业提供专业培训。随着网络技术的飞速发展, 新媒体在网络环境中的应用越来越广泛, 因此, 在新媒体环境下, 平面广告设计专业的教师必须加快信息的更新, 以满足当前网络信息的快速传递。为了适应新媒体环境下的广告特征和受众需求, 对平面广告

的设计进行了全面的变革。

二、新媒体时代对平面广告设计专业的新需求

新媒体是一种新兴的东西, 它应该和传统媒介相互促进、共同发展, 从而促进媒介的良性发展。所以, 新时期的平面广告设计专业人员既要具有传统的平面广告设计的基本理论, 又要具有相当的实际应用技能, 又要熟悉新媒体, 方可使其在今后的工作中得到进一步的发展。面向新时期的平面广告设计专业人才的培养, 是新时期平面广告设计专业的新的发展方向。

三、平面广告设计目前的教学问题

当前, 我国高校平面广告设计专业的教师普遍受到了传统教育理念的制约, 致使其在课程设置和教学环节中出现了诸多问题, 致使其教学质量不佳。针对当前的平面广告设计课存在的问题进行了剖析, 以期对其进行更好的改革。

(一) 广告学专业设置不够科学, 缺少针对性

当前我国的高校在平面广告设计专业的教学过程中, 往往忽视了指导学生的专业定位。但由于平面广告设计的课程设置过于繁琐, 课程设置不合理, 导致了教材中

的交叉重叠,严重地制约了平面广告设计的教学质量。部分学校因课时有限,缺少高质量的教育资源,没有进行合理的课程设计,导致了教育质量的下降。目前我国很多大学对平面广告设计专业的培训对象缺乏明确的认识,致使大部分的老师都是按照自己的要求来进行,而不是按照课程内容来进行,只注重理论知识而忽视了实际操作,并且由于理论与实际操作之间的衔接过于频繁,以至于无法将理论和实际操作有机地联系起来。

(二) 教育与产业发展的关系不紧密

当前,我国一些大学的平面广告设计课在新媒体环境下还未适应新媒体的要求,致使其实际应用技能缺乏,从而制约了大学生的实际应用。部分院校的平面广告设计课主要是在讲授理论的基础上进行,而在某些专业的理论知识没有与时俱进的情况下,使学生的理论知识与实际相脱离,从而对学生今后的发展产生不利的作用。

(三) 教育方式的改革与发展

但是,当前部分院校对其实施方式的认识较为保守,不具创造性,对其进行了有效的指导,对其进行了有效的指导。有些大学仍然采用老师授课,老师在课堂上提供典型的案例,因此,在课堂上,老师只是把自己的经验传授给了他们,让他们在课堂上的学习效率很低。此外,部分老师对实际操作缺乏足够的关注,采取的互动教学方法也较少,导致了学生在课堂上的参与程度较低,导致了教学质量下降。因此,在教育实践中,教师的教育方式是一个非常关键的因素。

四、新媒体时代下的平面广告设计教学模式的变革

新媒体环境下的教师必须顺应新媒体的要求,不断完善现有的不科学的教学模式,以适应新媒体的发展。新媒体环境下的平面广告设计课教学应结合学校自身发展情况和自身实际情况而调整教学内容。

(一) 教学大纲的科学化设计

为了使平面广告设计的教学水平得到切实的提升,必须从整体上进行系统性的变革,从教育的氛围、教育方式等方面进行变革,因此,在平面广告设计的课程改革中,必须从软体、软硬件两方面进行变革。本文旨在对平面广告设计课程进行改革,旨在满足当今时代对平面广告设计人才的需要,并从课程内容和教学方法上实现面向对象、强调学生主体性等方面进行。在实施新媒体技术的过程中,应注意调整与新媒体技术应用的相互联系,并对其进行优化,以达到更好的效果。在新媒体的社会背景下,除了要学习使用相应的绘图软件外,更要对照相技术有所涉及,因此在教学过程中应增加新媒体技术的教学内容。在新媒体的背景下,我们应该加强对专业知识的学习,提升实习的能力,让他们更好的认识到广告业的发展和科技的优越性,同时,也可以帮助他们更好的学习。

(二) 强化实习,改变传统课堂

在当前的平面广告中,实践课是其改革的重点。所以,在平面广告设计的课程中,要把实习作为第一要务,要把它与新媒体的特点相联系,使其更好地理解它的内涵,从而增强其动手能力,拓展其眼界。例如:可以让学员们在学校和企业之间进行交流,让他们认识到市场需要什么样的平面广告设计人员和更多的实际应用;此外,还可以通过鼓励学生参与到平面广告的设计比赛中来获得实际的锻炼和拓展自己的眼界,从而结识更多的优秀的人才;此外,还可以在校园内举办平面广告设计的专家授课。这些都可以提高学生的实际操作水平。

要转变传统的课堂教学,强化校园内外的营造,尽量营造贴近工作的教学氛围。在校方的大力推动与支援下,计算机美术设计系根据公司的设计制造与制造需求,以「海岛型」的方式,透过「工程流程图」、「优秀作品」的陈列与安排,来模仿工作环境,建立公司文化环境,创造一个良好的学习环境,使教学环境与工作环境、校园文化与企业文化的有机融合,培养学生的团队精神与职业素养。结合高校平面广告专业的实际需要,以专业人才的专业素质为核心,以高校的社会服务大平台为载体,积极推进校企合作,引项目进课堂,打破了原有理论、实训与应用的界限,实行“项目引领,工作室制”的实践教学模式,通过“二进三做”构建“教、学、做”的实训教学系统。具体来讲,就是将创业者和项目引入课堂,实行“项目引领、虚案实做、旧案新做、实案真做”,让课堂与市场、项目与岗位实现对接,将企业管理的模式贯穿到各个教学环节,以实际的工作任务为载体,通过多种教学方法和手段,如头脑风暴法、案例分析法、情境教学法等,在仿真或现实的工作情境中培养学员的专业技术和岗位适应性,让学员获得新的教学经验,提升他们的专业技能和实践效果,增强课堂教学的实用性和生产性,努力将课堂教学与社会服务融合,使师生作品与企业产品无缝对接,形成政、企、校协同合作育人的教学模式,把课堂教学改革不断推向深入。

(三) 新媒体技术的科学运用

运用新媒体技术进行教学可以促进平面广告设计课程的变革。传统的课程教学方式过于单一,缺乏良好的课堂气氛,导致了学生在课堂上的参与和互动,从而导致了教师和教师之间的互动,从而使其在某种意义上受到了影响。但是,在网络技术的帮助下,可以使课堂更加生动活泼,使学生获得良好的学习效果,并使其产生更大的兴趣。在平面广告设计专业的教学中,要注重新媒体技术的运用,使其能够适应新时期的需要,并利用新媒体技术为其提供一个良好的学习空间。

(四) 实施集体研究

因此,在教学方式上,可以采用团体学习的方式来

加强学生的集体协作精神,使他们在协作中相互学习。在此基础上,通过团队协作来提高学生的主体性,使他们更好地融入到课堂中来,从而使他们更好地进行沟通和协作。学习组的成员要按照一定的规定进行,而不能由学员自行决定。比如说,在一个团队里,要有一个不同的学员,让他们可以将自己的能力和知识结合起来,达到一个整体的水准,提高他们的学习效果。另外,还可以给同学们起个名字,打个标语,还可以增加同学们的集体荣誉和集体精神。在小组活动中,老师要针对每个人的特点安排不同的学习内容,以使他们能够更好地进行学习。在团队协作中,老师是引导和引导的角色。老师对各班的学习与科研工作进行了一定的安排,并安排他们进行作品展示、学习成果报告等。在做报告时,团队成员可以互相沟通、互相学习,从而激发同学们的团队精神。

(五) 课程设置的优化

当前我国大学平面广告设计专业的教学内容包括平面广告设计理论、平面广告创意设计和表达技巧的实践。在进行学科教学的过程中,可以采用理论联系实际的教学方式和方式来建立一个完整的教学系统。当前,一些大学的教育缺少数码媒体的支撑,而平面广告设计专业的总体选择和实际设计又滞后于时代发展,与社会需要有很大的差距,这就造成了高校平面广告设计人才培养方法缺乏时代性。新媒体的发展是一个与时代相适应的潮流,大学若不在现有的基础上进行革新和革新,运用新型媒介进行教育,将导致其在适应新的市场环境中的应用。由于传统的课程内容不能满足市场和职业发展的需要,必须对传统的课程进行改革,以便更好地满足新的时代要求和媒体特点。然而,在选择和优化的问题上,还有待进一步探讨。例如,在很多与平面广告设计有关的课程中,老师可以通过增加网络媒体的内容来弥补原有的教学,从而更好地理解市场的需要,并根据课程特点和学生的发展需要,对其进行全面的设计与调节。

(六) 顺应新闻传媒的特点,对教育和培训的内容进行及时的调整

因此,在新媒体的特点下,必须对平面广告设计课程进行改革和革新。新媒体的广告图像分辨率、尺寸、受众的阅读习惯等都与传统的报纸媒介有着很大的差异,因此,要使新媒体的广告宣传更加有效,就必须进行相应的调整。基于传统印刷媒体的平面广告具有其独特的特点和优势,因此,在教学过程中,应注意保持原有的教学内容。通过将微信长图、网页海报、LCD屏幕海报等多种新媒体平面广告展示的实践项目,使学员掌握更多以新媒体平台为主的平面广告设计相关内容,增强自身服务新媒体平台用户的能力。

(七) 加强全面素质培训,降低单项技能培训

当前,我国高校平面广告艺术教育的现状是:在美

术教育的基础上,强调培养学生的个人能力,培养学生的综合素质是不够的。个别的技能培训往往会让学习者产生认知上的偏移和学习上的限制,从而无法对教学目标进行正确的认识,从而最终无法掌握课堂教学任务的核心。所以,在进行课程改革的时候,可以通过调整学习方法,进行有计划的培训,先培养学生的单边技能,然后进行全面的技能培训,使其整体水平得到极大的提升,并使学员充分认识到这种技能的内在关联,进而在实践中不断地提升自己的综合素质。

五、结论

随着社会的发展和经济的发展,各个领域都有了新的发展,所以,在新媒体的时代,平面广告的设计也在快速的发展。因此,在新媒体环境下,必须通过对平面广告的专业知识进行创新,使其在新媒体环境中获得丰富的实践体验,为今后的发展奠定了坚实的理论依据。

参考文献:

- [1]朱珠,牛洁云.新媒体时代背景下平面广告设计课程改革研究[J].大观,2022(06):144-146.
- [2]刘瑞琴.深化“三教”改革,推进教学模式改革与实践——以平面广告设计与制作课程为例[J].学园,2022,15(08):74-77.
- [3]王姣.基于创新能力培养的“平面广告设计”课程建设路径探究[J].美与时代(上),2021(04):129-131.DOI:10.16129/j.cnki.mysds.2021.04.047.
- [4]马文镰.以学生为中心、项目为驱动、成果为导向的视觉传达设计专业课程群教学范式研究——以平面广告设计课程为例[J].美术教育研究,2021(02):156-157.
- [5]陈涛.从“教”的角度来看“以赛促教”——以平面广告设计课程为例[J].美术教育研究,2020(21):156-157.
- [6]修德旭.平面广告设计课程教学实践与研究——评《广告教学与设计》[J].高教探索,2020(07):130.
- [7]牟炼.高职教育艺术设计专业考试方法的改革与探讨——以“平面广告设计”课程为例[J].科学咨询(教育科研),2020(04):52-53.
- [8]宋珊.融媒体时代背景下视觉传达专业核心课程改革研究——以《平面广告设计》为例[J].艺术大观,2020(07):73-74.
- [9]谭杏.设计学院“专升本”教学方法改革初探——以《平面广告设计》课程教学为例[C]//2019年教育信息化与教育技术创新学术论坛年会论文集,2019:610-612.DOI:10.26914/c.cnkihy.2019.002738.
- [10]刘丹.论高职院校《平面广告设计》课程教学整改实践与探索[J].佳木斯职业学院学报,2019(07):137+139.
- [11]孙湛.浅谈新媒体时代背景下高职平面广告设计课程改革[J].美与时代