

关于高校“广告学”课程体系建设的探讨

陈 涛

广东科技学院, 中国·广东 东莞 518040

【摘要】对于广告学存在的一系列问题进行分析,探讨转变广告学专业教育教学理念,利用科学的方法构建广告专业的教育体系,并且根据广告的行业需求,提升广告学专业实践性和方向性,为广告学做好基础工作。

【关键词】广告专业;课程体系;教育教学

我国的广告教育已经设立了将近30年,并且有很多的高校都开设了广告学专业。在各个高校不断开展教育的情况下,业界对于广告学的认可程度并不是很高,而且还有很多学生在毕业之后就业难度大,因此要分析下在广告学教学中存在的问题。

1 广告学课程存在的问题

1.1 课程自言自语、闭门造车

广告学是一门应用性的课程,学生所学习到的知识要转化为工作中所需要的专业能力,在进行广告行业全方位了解之后,根据广告行业的特殊性和所需要的特殊能力进行课程的构建,是教学中的明智之举。

在实际的广告学教学中,很少有高校进行实地调查研究。高校的课程开设也不合理,进行课程开设的时候,学校没有根据实际的行业需要开设课程,而是根据自己学校能够开设什么课程而开设课程。在实际的教学中,不同的学校可以根据自己的学科特长进行各自特色的课程规划,但是这种思想就会导致课程上会出现因己裁课、因人设课的现象。比如,在东部的某个理工类院校开设了广告学专业,其开设课程有艺术设计、艺术哲学、中外美术史、美术名作欣赏、音乐概论等等课程,然而这些课程在广告市场中几乎是没有什么用处的,这些课程就表现出自我欣赏和自言自语的现象。

1.2 课程配置不合理

广告学作为一个应用课程,学生在广告学专业上的学习不能仅停留在理论课程上,要更加多的进行实践。但是大部分院校在课程上开设的都是理论上的,专业的实践环节让学生自己课下实践,学校没有提供相应的实践机会,缺乏对学生实践意识的培养。

广告学专业课程中设计类课程普遍较多,设计仅仅是广告学发展的其中一个方向,但是学生学习设计中更容易产生成绩,技术性和操作性比较强,很多学校就忽略了广告学在其他方面的学习。

在课程的设计上不合理性还体现在开课的时间上。高校开设的广告学课程都是按部就班的进行通识类课程、专业课程和基础课顺序进行教学,这就造成了在学习期间学生对广告学专业不够了解,造成了学习的知识体系不统一,不能将理论和实际相联系起来,所以学生们找工作都非常茫然,不知道具体学习到了什么。

1.3 通识类课程设计无序、缺乏主线

广告学所涉及的方面非常多,这就要求从业者要从多角度去学习知识,增加自己各个领域的知识。每一个真正有创造力的广告人都要有两个重要的性格,其一是对于任何事情都要有兴趣,其二是各个领域的消息都要灵敏的了解。很多的高校广告学专业都开设了同时学课程,目的是帮助学生更加广泛的学习知识,提高广告学专业的综合才能。但是在实际的教学当中,很多学校只是将其他学校的主干课程照搬过来,没有起到实质效果。

2 广告学课程体系创新策略

2.1 与业界联手研讨课程体系设置

传统的广告学教学中与业界的联系并不多,这就让很多公司对于广告学教育失去了信心,所以现在应该做的是请业界的人员参与到课程的设置当中,在进行了充分的调查研究之后再行课程体系的整体规划。

还可以请业界的人士到学校办讲座,直接的对学生进行知识的讲解,让学生了解到业界的最新情况,还会破坏学校安排的

教学体系,这样在双方面进行学习,弥补了高校中难以与业界相联系的不足,这是一种有效的方法。

2.2 根据实际情况调整课程设置

课程的设计应该也是根据时代的不断发展进行调整的,在倡导科学发展观的当今时代下,我们应该不断调整自己的思维。比如对于设计类课程比较多情况下,将以前每门课开始之前都会有单独的讲解,在今后的教学中,可以将一个学期中要学到的知识,用一两节课整合在一起,一起进行教导学习,这样就会节省出很多的课时,让学生有时间去学习专业课中的知识。

2.3 通识类课程要围绕广告学专业这一核心设置

在广告学专业教学过程中通识类课程教学非常重要,通常大学都会开设相应的通识类课程,来辅助学生更好地学习广告专业,增加学生的课外学习知识量。比如,可以加设相关的“广告与新闻制作”、“广告与电视制作”、“广告与多媒体技术”等课程,更加专业的通识课程更有益于广告学课程的学习。所学通识课要与广告专业有切实的联系,能够为学生的专业发展提供相应的帮助,明确发展的方向。

2.4 加强专业师资力量的建设

高校教师在教育教学中起着重要作用,教师的教学质量和教师自身的素质有着密不可分的联系。高校教师的专业水平一定要高,不只是对于教材的理解,更是对于广告学实践活动的参与。所以,高校要建设一支专业的、高水平的教师团队。首先,在教师招聘时要注重教师的综合素质和专业素质,挑选足够优秀的教师。其次,在教师教学过程中,高校要组织教师进行学习交流活动,不定期的进行交流研讨活动,让优秀教师进行经验分享,促进教师成长。最后,高校还应该注重教师的科研活动,教师在科研活动中可以带部分学生进行学习,让学生了解到课本之外的其他内容,激发学生的学习兴趣 and 动力。让学生在今后学习中,有更多的发展选择。

2.5 依靠“互联网+”时代创新课程

科技时代的不断发展,“互联网+”时代占据着越来越重要的地位。“互联网+”教学不仅响应国家号召,通识能够弥补教学过程中存在的不足,进行创新。首先,在教学形式上进行改革。利用信息技术进行教学,借助线上软件进行教学,拉近师生距离。其次,课程内容进行创新。在教学中注重实验教学,可以和一些企业进行合作,让学生进行实践活动,将理论应用于实践中,才能更好地掌握理论知识。

3 小结

综上所述,广告学专业作为一门应用型的专业学科,院校在课程设计和建设方面应该以实际应用为主,为广告业界服务,不断注入新鲜血液。科学合理的专业体系,更加有利于学生学习广告学,提高广告学专业的就业率。所以,专业课程体系仍需要不断改进和完善,随着时代发展和改革不断做出调整,更好地服务于学生,服务于社会。

参考文献:

- [1]雷明亚,马二伟.广告学专业实验教学课程体系建设初探[J].视听,2017,(7):228-229.
- [2]廖秉宜.中国广告教育二十年发展的瓶颈与突破[J].中国广告,2004年03期.