

新媒体时代高职广告设计课程教学优化路径思考

陈素云

苏州托普信息职业技术学院, 中国·江苏 苏州 215311

【摘要】新媒体时代人们接收广告的方式发生了变化,以移动终端为载体的新媒体,成为广告的主流媒介,高职院校的广告设计也需要适应这一形势变化,在传统广告设计教学的基础上,增加新媒体广告的教学内容,实现广告设计艺术与新媒体技术的融合,在教学结构上也需要做出调整,增加实践教学的占比,在教学形式上积极利用新媒体进行教学,以适应时代的发展需求。

【关键词】新媒体; 高职; 广告设计; 教学

引言

传统的广告设计主要服务于传统的媒体,随着互联网的普及,各种新媒体媒介崛起,成为主流的传播媒介,广告市场也随之被瓜分,在这种经济形势下,高职院校的广告设计课程,也需要适应市场的需求变化,以培养新媒体广告设计人才为己任,对广告设计专业的课程进行教学改革。目前高职院校的广告设计课程,也在尝试着与新媒体的融合,但是由于新媒体广告设计的发展较为迅速,高职院校的师资力量较为薄弱,教学中缺少教学实践,缺少数字媒体技术支持等,导致高职院校的广告设计课程难以满足市场的需求,还需要继续探索改革优化路径。

1 完善教学内容

新媒体促使广告的设计和传播都发生了变化,高职院校的广告设计课程,也需要根据市场的需求进行完善和优化,在传统广告设计的基础上,还要融入广告的营销与传播,实现广告设计艺术与信息化技术的融合。目前市场经济中,广告行业异常火爆,高职院校的广告设计专业也非常热闹,不断的扩招,但是在人才培养的方向上,缺乏精准的定位,广告设计专业的招生,以文科生和艺术生为主,这是由广告设计的职业特征所决定的,需要人才具有艺术性和人文性,但在新媒体时代,任何专业都需要与信息化技术进行融合,广告设计专业同样需要,加强对人才信息技术的培养,培养复合型广告人才,不仅可以实现广告的创意与设计,还可以实现广告的营销与传播,从而可以跟随和引领发展潮流,实现艺术与技术的结合,培养出适合市场发展需求的广告业人才^[1]。

在新媒体时代,智能设备功能强大,携带方便,各种社交软件新颖丰富,广告产品铺天盖地,形式多样,受众可以依据自身的需求来选择广告作品,而广告也可以依托于大数据技术,进行精准的分析与推送,呈现出明显的互动性,并实现了针对性营销,而且广告链接、广告的动态发布与管理,都成为广告设计的重要组成部分,在进行广告设计教学时,要依据广告市场的发展形势与需求,对教学的内容进行完善,利用新媒体时代特有的“社交广告”模式,增加广告与观众间的黏度,在教学中增加广告与受众的互动性内容,使广告设计紧跟信息化的潮流,把广告艺术与信息技术有效融合,提高广告教学的实用性。比如在传统广告课程的基础上,还需要增加市场营销、网页设计、影视制作、软件编程等内容,使广告设计的课程更加健全。

2 优化教学结构

在以往的广告设计教学中,教师往往更加注重理论知识的传播,一方面是教学结构设计不合理,缺少对于实践教学的安排,另一方面师资力量薄弱,教师自身对于广告设计也缺乏实践经验,导致广告设计专业的教学结构是不完善的,学生缺少实践能力,高职院校一般都会在大三安排学生进行实践,但是大三很多学生疲于找工作单位,使得院校的实践教学没有发挥作用^[2]。

现代社会对人才的需求标准越来越高,只有理论没有实践能力,是难以胜任广告设计工作的,因此在教学改革中,还需要增加实践教学的占比,合理安排理论教学与实践教学的时间,依

据学生的专业需求,选取重要的理论作为核心教学内容,同时开设选修课,把没那么重要的知识划分到选修课中,学生依据自身的兴趣与发展需求,来进行自主性的选修,把实践作为核心内容,为学生提供实践机会,通过项目任务、教学案例、实践调研等实践活动,实现教学结构的完善。

3 创新教学形式

广告设计作为引领潮流的专业,必须充分了解和掌握新鲜事物,在理论教学形式上,也必须紧跟时代潮流,积极利用各种新媒体进行教学。通过班级QQ群、班级微信群,实现信息资源共享,使学生的学习资源更加丰富,同时鼓励学生积极丰富自身的知识与经验,通过微信公众号、电子书、专业论坛等,进行自主的学习,不以教材内容和教师思维来局限学生的发展。在课堂教学中,积极利用多媒体进行辅助教学,并利用新媒体教学方式,如微课、线上教学等,丰富教学的形式^[3]。

在实践教学中,可以通过案例对学生进行实践教学,选取一些比较优秀的商业广告,对其设计理念、专业知识与技能进行详细的分析。可以通过项目任务的方式,使学生参与到某个广告项目的设计与制作中,在完成项目任务的过程中,提高学生的实践能力,实现学生对广告知识与技能的灵活应用,并充分利用各种社交软件,增加教学的互动性,把学生的广告设计发布到新媒体平台,如朋友圈、QQ空间、短视频平台、公众号平台等,听取点评意见,树立自信心。

学校还需要拓宽学生的实践渠道,除了课堂的实践资源外,还可以安排学生到专门的单位进行实践学习,比如电视台、广告设计公司的广告运营部门等,通过校企合作的方式,使学生在实战中学习,在实践中锻炼。还可以组织参与各种形式的实践活动,比如省级设计大赛、国家级技能大赛等,不但可以锻炼学生的实践能力,还可以利用学生的竞争意识,激发学生的主观能动性,把学生划分成若干学习小组,如同未来的职业岗位一般,进行分工合作,提升学生的实践技能,激发学生的广告设计潜力。比如优秀设计分享活动等,拓展学生的视野,丰富学生的实践经验,提升学生的综合素质。

4 结束语

此外对学生的评价也需要进行改革,不能单单以设计成品作为评价的标准,还需要对设计过程、平时学习表现、学习能力、考试成绩等多方面内容,进行综合考量,实现教学评价的客观性。

参考文献:

- [1] 蔡小丽 [1]. 基于数字媒体时代广告设计课程教学改革的研究[J]. 艺术家, 2018, 0(11).
- [2] 陈珮珊 [1]. 新媒体时代广告设计专业教学改革与实践[J]. 设计, 2019, 32(9).
- [3] 高菲 [1]. 新媒体时代高职广告设计课程教学优化路径探析[J]. 今日财富, 2019, 0(23).