

澳门广告人才的培育

崔 昊

澳门城市大学, 中国·澳门 999078

【摘要】随着全球经济的发展,中国广告业也发展迅速。同时,广告教育也正在蓬勃发展。另外,人们越来越关注广告作为企业用来提高知名度和增加产品收入的营销工具。由于广告业的快速发展,其活动规模也在迅速增长,伴随着对广告工作者的需求的增加。如何提高广告业从业人员的整体素质将直接决定整个广告业的未来发展和整体水平。

【关键词】澳门; 广告业; 人才培养

1 澳门广告业的现状分析

1.1 澳门广告业的主要发展方向

由于澳门的特殊地理条件和特定历史特征,广告活动主要集中在服务和促销上。广告的主要目的是广泛传播有关商品和服务的信息。但是,由于澳门整个商品市场目前处于商品开发阶段,因此规模很小。这意味着广告资金无法增加,最终广告业将注意力集中在服务和推广上。

1.2 澳门广告媒体的广告

澳门广告业的广告媒体主要包括两种主要媒体:印刷媒体和活动管理。由于澳门的经济发展仍处于起步阶段,媒体不是很发达,电视和广播的数量有限,而且情况与香港的情况大不相同。因此,澳门人经常选择香港电视节目,极大地阻碍了澳门电子媒体的发展。尽管近年来情况已明显改善,但不断变化的总体趋势仍需要澳门广告业做出持续的努力。

2 澳门广告业人才需求的现状分析

2.1 缺乏有效的部门治理

澳门的广告业发展迅速,如今已成为民营企业,它无视长期的计划,公司只考虑自己的切身利益,而广告业却盲目地,不规律地竞争。结合主管部门对广告行业的监督与行业发展不一致的事实,主管部门缺乏合格的广告经理也是导致监管有效性不足的因素之一。同时,管理澳门广告活动的内部机制也很复杂。这导致公司的内部结构复杂,效率低下,对业务没有创造性的思考,主要理事机构与专业管理人员没有分离,在实际活动中,很明显,最终它将使广告公司成为现实。效果不佳,影响广告公司的进一步发展。

2.2 基础设施资金不足

储备金的充足程度将直接决定广告行业的未来发展。澳门的广告业仍处于起步阶段,因此没有有效的筹款能力。进入广告行业的门槛水平低,中小型投资者的流入,公司不愿与该行业的其他公司合并,这导致该行业内恶性竞争的产生以及缺乏机会用于媒体集成和创建大型媒体组的信息,这些信息无法大规模运行。基础设施融资不足将直接导致整个广告行业的发展前景。

3 澳门广告人才培养模式存在的不足

3.1 推广非创新思想

澳门缺乏发展广告特色的创新理念。尽管澳门广告业的发展起步较晚,但与国外许多发达国家相比仍然存在重大差异。但是,这并不意味着广告人才开发模型可以简单地复制。需要知道,不同地区具有不同的地理和人道主义背景,因此在海外聘用人才的经验并不总是完全符合澳门广告业本身的发展。然而,澳门在发展广告人才方面借鉴了许多最佳实践,而没有对其特征进行适合性的深入和详细分析,导致澳门广告业产生了相同思维方式的镜

头,难以创造出最好的广告人才。

3.2 缺乏有关创新和能力建设的知识

告凭借其独特的手段和令人印象深刻的宣传方法,可以扩展到商品和服务。因此,广告的最终效果不仅取决于产品和服务的成本,还取决于所有广告的质量。随着广告业的社会和经济发展与进步,通过广告制作的广告也具有创造力,给广大消费者留下了深刻的印象,并最终旨在推广和分销产品或服务。

4 改善澳门广告人才培养现状的建议

4.1 发展创新思想

有必要在职业教育中增加文科教育内容,以促进科学与文科教育的协调发展,从而改变广告领域的现状,强调职业教育,最终达到提高职业教育水平的目的。广告专业学生的文化素质...同时,澳门大学应在课程中明确说明课程的核心要求和目标,以便使学生对他们将要学习的内容有一个总体和系统的理解。鼓励学习者在课程内外实现学习目标;发展技能以传播思想和关联创新,以便他们将来可以更有效地做广告。

4.2 提高创新意识和能力建设

澳门广告业的人才培养应旨在培养学生的创新意识。必须勇于摒弃传统的教学模式,该模式过去被称为“关于听众的老师的演讲”,而是通过发展认知学习积极引入基于学生的独立活动的新教学方法。这种方法可以为学生提供最大的反思,创新空间,并且可以结合不同的思维方式来保护好奇心,想象力,激发学生的创造热情,并从参与者的信念和心态中学习。本课中的教学和方法论方法应旨在营造一种培养创新型人才的氛围。

5 结论

该系统分析澳门广告业的当前状况,使您可以优先考虑澳门广告业的优先次序,并使已经从事广告活动的广告公司多样化。此外,本文深入分析了澳门广告业目前对人才的需求,因此,目前广告业缺乏有效的行业管理,缺乏固定资产,缺乏专业的广告人才,一些广告公司忽略了服务声誉和广告人才的专业培训水平。

参考文献:

- [1]姜士伟.浅析人才培养模式的概念、内涵及构成[J].山东青年管理干部学院学报,2008(2).165-168.
- [2]陈艳彩.创新型广告人才培养模式探析[J].湘南学院学报,2009(8).12-14.
- [3]刘友林.广告教育与广告管理——美国广告业发展的启示[J].企业经济,1997.32-35.

作者简介:

崔昊(1992.11—),男,青海西宁人,汉,博士研究生,传播学,品牌学,国际关系,葡语国家研究方向。