

# 基于校企合作的《广告策划》实践教学改革创新

文新华

(湖南工商大学 410205)

**摘要:**在互联网+时代背景下,新媒体以及自媒体行业市场的发展,为广告策划等相关行业提供了更广阔的发展前景。而从当前高校在《广告策划》实践教学开展校企合作的效果来看,还是存在一定滞后性,无法有效满足行业对于学生专业素养的要求。对于广告策划行业而言,企业需要的是具备较强实践能力的人才,这就使得高校必须加强校企合作,合理化的为市场提供更优质的人才资源,更好的促进人才就业对口。本文主要为更好的培养符合当下广告策划行业的人才为目标,针对高校现行的校企合作模式进行优化,提出针对性的改革建议。

**关键词:**校企合作;广告策划;实践教学

**引言:**新媒体以及自媒体的兴起,提高了社会层面对广告策划类人才的需求量,同时也进一步提高了对相关人才综合素养的要求。对大多数高校来说,在组织《广告策划》教学实践时,都在寻求新的突破,以确保学生的综合素养可以得到提升。当然,为了更好的满足当前广告人才市场的需求,还是需要加强对《广告策划》教学实践改革与创新课程设计的重视程度,以更好达到校企合作的目标,一方面能够切实提高学生对广告策划理论知识的掌握与实践能力的运用,另一方面,则可以为广告策划行业保证人才输送。

## 一、课程改革创新的原则

在现有《广告策划》实践教学基础上提高校企合作的占比,主要目的是为了提升学生广告策划方面的综合素养,以及创新意识,使其对广告策划行业产生足够深入的了解。

在具体开展校企合作的过程中,还是需要遵循一定原则,以保障通过校企合作,可以有效达到预期的教学目标。首先,需要对广告市场进行一个全面的调研分析,结合市场的实际需求来规划校企合作方案,以及学生在企业参加实训教学活动时所接触到的和《广告策划》课程有关内容。其次,在制定校企合作模式时,需要围绕学生的专业素养制定具体的方案,以保障学生可以尽快使用广告策划岗位的工作强度,从而可以在实训环节表现出更好的主动性。最终再根据市场对广告策划人才的实际需求来进行结合,以满足市场需求为目标制定校企合作方案。

## 二、教学内容

为了更好的满足当前广告策划企业岗位的用人需求,在利用校企合作开展教学实践活动的过程中,需要目前《广告策划》课程的教学内容进行整合,按照知识点将所有章节划分为大模块,再有效的融入到校企合作当中。当然,选定《广告策划》课程的教学内容,还需要与学生的实践能力以及综合素质为主要发展,再结合实际岗位的具体要求。教学内容更有实践性以及应用性需要相互结合,这样才能更好的满足当前广告策划的用人需求,满足当前的市场。教学目标上,则是要以企业对于广告策划岗位的实际需求为核心,让学生在实践应用中了解到日后工作中所运用的知识,不仅可以满足本门课程教学的基础要求,同时也能让学生毕业之后对工作更得心应手<sup>[1]</sup>。

## 三、校企合作背景下教学改革目标

### (一)切实提升学生创新能力

《广告策划》课程侧重于对学生综合素养的培养,尤其是对学生创新、个性化策划意识的培养。在广告策划的各个环节中创意活动随处可见,本质上创意才是体现出个人综合素养的根本途径。当学生具备别具一格的策划风格,同时可以对广告策划形成个性化的理解,才可以不断提高自身在行业中的竞争力。

无论是投放广告方向上的分析、广告目标上的确定、以及广告

内容上的形成、媒介上的选择,都是广告策划中非常重要的一个环节。策划师需要在这些定位中找到别人没有发现的亮点,从而创造广告机会获取最大的利益。这也说明广告策划活动者需要具备主动创新的意识,策划的过程中围绕企业的策划目标来确定一个广告目标人群,其次完成广告诉求的具体内容,运用极大的感染力去吸引客户,引起客户的共鸣。所以在落实校企合作的过程中,需要以培养学生的创新能力为目标,构建出能够不断启发学生思维的合作模式<sup>[2]</sup>。

### (二)加强广告内容策划实践过程

如果想要更好的让学生的综合素养满足于市场的需求,还是需要帮助学生在毕业之前就积累到足够岗位经验,并且根据策划任务,产生出独特的见解。而通过对教学实践期间,在开展校企合作的成果方面开展调查后发现,在对学生实践素养的培养上还存在一定欠缺,即学生在企业参与实训活动时,无法积累到足够的实践经验<sup>[3]</sup>。基于上述状况,在改革校企合作模式的过程中,需要进一步明确《广告策划》课程教学的目标,制定出更为契合预期教学目标的合作方案。同时,还需要不断优化合作内容、改革合作方法,促使学生可以更多的参与到广告策划的实践环节。当学生在学校的教学课程中了解到广告策划工作的整个流程,并很好的完成内容上的实践学习与训练,毕业之后才能更好的掌握这项工作所需要的相关能力、创新能,实践技能上才能更好的满足市场需求,创造更大的经济收益。广告内容策划实践过程中的加强,更是高校教学内容需要重视的关键点。

### (三)深度结合广告策划行业发展现状

新媒体时代背景下,广告策划行业近几年都维持在一个高速发展的状态。且随着时代进一步的发展,广告策划以及其他新媒体行业都可以进一步得到发展。而对于为广告策划行业输送人才的高校,需要意识到市场对广告策划人才的要求在不断的提高。为了更好地促进校企合作,应当深度结合广告策划行业发展现状,制定出符合市场发展要求的人才。

实践过程中,首先需要在构建《广告策划》课程知识体系的基础上,在落实校企合作的过程中,应该为了更好的适应社会市场而做出相应的改变。理论知识与实践能力应该相互结合,且强调理论为实践服务的前提,保障学生的综合素养可以得到提升。其次,针对目前《广告策划》课程教学目标不明确、校企合作模式设计不合理,以及课程的本质与特点得不到充分的反应等问题,需要重新规划校企合作方案。从行业发展现状分析,总结当前广告策划行业对人才各方面能力的要求,同时对行业发展的趋势进行预判<sup>[4]</sup>。总而言之,要综合各种可能对校企合作实际效果产生影响的因素,制定出可以有效满足预期人才培养效果的校企合作方案。当然,为了更好的符合市场需求,高校在开展校企合作的过程中,需要改变以往

的传统教学方式,根据新时代的发展做出相应改变,根据学生的自身条件以及社会市场的需求,对教学方式与教学内容做出调节,理论是实践水平相互结合,满足学生就业与人才市场的需求。

#### 四、广告策划创新课程能力上提升的改革与创新措施

##### (一) 推动校企合作多样化发展

传统合作方式并不能满足现阶段广告策划行业对人才培养的需求,同时也无法有效保障校企合作的效率。而《广告策划》课程就涉及到大量的策划理念及技巧,需要学生具备一定独立思考的能力,才可以在参加实训活动时积累到足够的实践经验。诸如互动教学方式、模拟演示教学方式等,这些教学方式不仅有助于学生对广告策划的理解,同时也能启发学生思考能力,间接扩充了学生分析问题以及解决问题的能力,可以有效帮助学生《广告策划》课程的内容产生更加深刻理解。而对于校企合作来说,推动教学模式多样化的发展,也可以达到更好的合作效果<sup>[5]</sup>。

在新媒体时代背景下,为了更好的扩展学生广告策划中的创新能力,教师在教授《广告策划》课程理论知识的过程中,可以有效利用网络教育资源,帮助学生拓展对课程内容的认知。而为了给参加企业方组织的实训活动打好基础,教师还可以搜集一些我国,乃至国外优秀的广告策划案例,从策划思路,再到和所宣传产品的契合度等方面进行解析,促使学生可以从广告策划岗位的视角去理解理论知识。而在实训活动阶段,教师则要不断提醒学生回顾理论教学期间讲解过的案例,和实训期间参与的广告策划项目进行对比,自行总结经验。而为了培养学生的创新意识,则要多开展互动教学,邀请企业方的设计师共同探讨广告策划的思路和想法,对学生形成有效的启发。同时,可以增加实训内容,从前期沟通,再到后期维护,让学生可以更广泛的接触广告策划行业各个岗位具体的工作内容。通过多思维的转变,让学生在这些问题中找到解决的方式,让学生亲身体验广告策划的设计以及制作流程。多维度的角度不仅可以让学生拥有更多个性化思维,同时也能有效帮助实现启发学生思维的目标<sup>[6]</sup>。

##### (二) 提高实训任务占比 帮助学生积累实践经验

校企业合作主要是通过“工作中学习”的形式帮助学生在毕业前就积累到足够的实训经验。而从更深层次的角度解析,借助校企业合作可以让学生提前了解广告策划行业,有助于帮助学生做好职业规划。

实践过程中,教师需要提高实训任务占比,帮助学生积累实践经验。而在实训任务的选择上,一方面可以邀请企业的设计师根据广告策划行业的发展现状给定,另一方面也可以结合行业内部经典的广告策划方案为背景,在学生实训期间发布对应的任务。以广告策划的业务为主要执行内容,通过活动的方式为学生设计相关工作,工作与学习相互结合,更好的提高了学生创新能力,也能让学生提前使用具体岗位的工作强度。

##### (三) 加强实训活动的开放度 启发学生创新思维

开展校企合作的主要目的是提高学生的综合素养,同时提高学生对广告策划行业的认识,可以灵活运用《广告策划》课程中的理论知识。在常规教学模式中,《广告策划》课程通常会采用模拟演练以及实训实习等活动来提升学生的创新能力。形式较为单一,无法有效达到预期效果。通过总结经验后发现,形式多样化的校企合作模式,才可以更好的实现预期合作目标,继而才可以更好的满足人才市场的需求。

实践过程中,还需要不但加强实训项目的开放度。在实训活动中给定一个策划主题,要求学生自主组建团队,模拟广告策划公司的服务流程来完成策划项目。而企业的设计师负责作为评审,对每

个团队学生的作品进行客观的评价。对学生来说,可以通过完成实际项目来提高自身的综合素养,以及策划思路。当学生在实践教学了解到广告策划的具体流程,各项综合素质能力上的培养也将会得到大力的提升。当然,为了有效实现预期效果,教师还要精心设计广告策划主题。

##### (四) 考核方式上的创新

在传统广告策划课程考核模式上,是以理论+实践为主的,对学生的掌握能力进行一个具体的判断。但是在评估校企合作模式的实际效果方面,还是存在一定欠缺,无法客观的评估学生在参加实训活动时积累到了多少实践经验。而开展校企合作的根本目的,就在于提高学生的实践素养,教师需要对现有的考核模式做出调整,提高“实践”的占比。

在考核过程中创新,也是当代高校教师不可忽视的重要责任。通过全面了解学生在综合素养上的欠缺,才可以进一步优化校企合作模式,为学生提供更具有针对性的实训任务。一方面,教师可以在课程考核中采用多样化的考核方式对学生的综合能力进行一个评判,选用个人或者以小组的方式,无论是卷面知识能力还是实践考核的能力都需要了解清楚。从基础知识掌握能力、团队实践能力、运用能力这三个方面展开考核,并细化每一项考核内容的指标。另一方面,教师可以开展项目考核。即在学生参与实训活动时,对其表现出的专业能力、职业道德,以及创新意识进行考核,由带队教师和企业方的设计师共同完成评价。项目评价可以真实的反应出学生在实践素养上的欠缺,且可以从宏观的角度发现实训教学存在的问题。

#### 结论

就目前广告策划行业发展的形式来看,未来几年会进一步提高对应届学生的要求。为了培养出行业实际需求的人才,高校在开展校企合作的过程中,需要采取多样化教学方式将工作引入学习项目中,让学生参与实践过程,在实践中得到学习的机会,同时积累到足够的实践经验。再者,广告策划对学生的创新能力提出了较高的要求。在开展校企合作的过程中,还需要进一步提高对培养学生创新能力在实训活动中的占比,促使学生可以形成个性化的策划理念及思维。总体来讲,校企合作模式可以有效提高学生对《广告策划》课程内容的理解。作为教师,需要不断优化和创新。

#### 参考文献:

- [1]谢雅玲. 新文科建设背景下《广告策划》课程教学改革与创新[J]. 新闻世界, 2021(11):4.
- [2]刘恩海, 钱英芝, 王永利, 等. 基于工科院校校企合作的实践教学环节改革与创新模式研究[J]. 大学教育, 2021(9):69-71.
- [3]祖传滨. 新时期高校《广告策划与创意》课程教学改革与实践探究[J]. 2020.
- [4]魏明月. 基于校企合作的广告设计专业实践教学改革研究[J]. 教育研究, 2021, 4(7):160-162.
- [5]张向东, 王薇. 基于双创教育的广告学专业实践教学模式构建——以《广告营销与策划》课程为例[J]. 大学:教学与教育, 2021(7):3.
- [6]范双双. 基于成果导向的教学模式应用研究——以《广告策划与实务》课程为例[J]. 中外企业家, 2020(13):2.

作者: 文新华 1963.09 男 汉 湖南常德 硕士研究生 高级工程师 品牌传播

项目名称: 基于校企合作的《广告策划》实践教学改革创新, 项目编号: 校教学[2019]16号