

# 分析新媒体时代下广告设计教学改革与创新方法

刘国孟

(广东省轻工业技师学院 广州市 510000)

**摘要:** 信息时代推进新媒体不断的发展与进步,根据新媒体类型与数量的日益提升,对高校的广告设计专业教学提出了更加严格的要求,广告设计教学就需要增强完善与创新,本文首先对新媒体时代下广告的优点展开叙述,研究传统广告设计教学出现的问题,并且对于问题提出新媒体时代下广告设计教学改革与创新的措施。

**关键词:** 新媒体; 广告设计教学; 改革与创新

## 引言

广告设计教学的限制性较高,由于广告是近几年新兴的朝阳产业,发展速度十分迅速,校园中的学生只能靠教师讲解知识并且达成作业等措施展开学习,尽管能够把握一定程度的理论知识,然而动手能力比较差。伴随着新媒体时代的到来,传统的教学方式更加无法实现当代发展的需要,就需要对其展开改革。将当代媒介加入广告设计实践教学,能够综合提高实践性人员培育的成效,这也作为新媒体时代下广告设计教学完善的重要策略目标之一。

## 一、新媒体时代下广告特点

随着目前科学技术发展不断迅速,新媒体时代也随之而来,新媒体时代下广告呈现出一系列的优势,从而使广告行业与广告设计教学受到相应的影响,推进广告设计行业出现了巨大的改革;总体来说,新媒体时代广告包含以下几种特征:第一是互动交流深化。新媒体技术作为目前人们日常生活中应用比较普遍的技能,新媒体时代新媒体技术也在促进达到广告互动性的一种措施。从实质上而言,广告就是传播人员与接纳人员之间的一项联系,传播人员采用广告展开主动传播,接纳人员采用广告为自身需要获得市场信息系;新媒体将二者的距离感更进一步拉近,促使互动更加有效与直观。第二是结合品牌数据信息。广告设计需考虑很多的原因,包含地区、性别以及年龄等等,总而言之需要考虑所有接受人员的综合特征与需要。按照差异展开设计与传播,进而获得很多地接受人员。第三是连接信息服务。之前陈旧的媒体使得接受人员十分被动,被动地接受智能,无法按照自己的需要改动广告信息,造成广告传播成效下降,新媒体冲破了以往的广告信息,接纳路径较广泛,接纳人员能够任意挑选自己所需的数据<sup>[1]</sup>。

## 二、新媒体时代广告设计教学当中出现的问题

广告设计课程教学包含营销规划与设计艺术两种类型的课程,营销规划具有广告策划。文案写作等等内容,设计艺术包含图形图像处理等教学内容。目前广告设计课程通过很多年的发展已经取得了一系列的经验,但是根据新媒体时代的迅速发展,广告设计理念不停地改革,对广告设计人员的规范逐渐严格,进而广告设计教学也面对一些严峻的压力,目前而言还保留着一些问题需要我们更加重视<sup>[2]</sup>。

### (一) 广告课程结构不合理

目前现在的广告设计课程保留一定结构不合理等情况,广告设计教学缺少目标性。一方面,课程过于密集,很多学校在进行广告设计教学过程当中对细节的重视较多,广泛将广告设计课程剖解得较为精细,促使教学当中忽视了培育任务。广告课程精细化促使课程教学出现一个严重的问题就是课程内容又普遍缺少,教学整体缺少目标性。广告课程结构不太合理、课程不明确以及课程规划缺少造成人才培育缺少准确的目的。

### (二) 教学理论和实践脱离

广告设计教学存在十分重要的问题就是理论教育和实践训练相偏离。目前许多学校的广告设计课程在设计过程当中未将理论知识和实践训练展开紧密的连接,因为学校的师资力量匮乏以及教育硬件设备不足等问题,造成学生无法在实验课中进行广告设计的实际操作,学校课程设定倾向于理论课程,缺少实践课程,造成理论和实践分离情况十分显著,实践训练跟不上教学进程,十分落后,

许多设计知识只保留在理论上,没能转变成优秀的广告作品,失去了教学的实际意义。并且,以往的广告设计教学最初是从美术教学中剥离出来,这造成之前的广告设计教学还保留着美术教育的一些痕迹,也造成广告设计课程内容的设计和社会发展相偏离,教学当中普遍侧重于视觉审美,对待技术设计明显忽视,造成教学内容方面过于传统,与新媒体时代下市场中的需要不相符。

## 三、新媒体时代广告设计教学与创新的对策

### (一) 改进教学制度

新媒体时代的不断迅速发展,广告设计教学首先应该完善教学制度,增强广告设计人员的培育。联合新媒体时代发展的特征,对教育教学制度展开完善,引领学生和时代一同发展,培育更高专业的广告人员。改进教学制度,一方面是培育新媒体广告设计能力,经过对教学重点、教学难点以及教学问题的演示,指引学生具有针对性地进行教学,提升学生的探讨能力,并且将研究结果贯彻落实并且提升学生的新媒体广告设计能力。二方面是理论与实际相结合,进行理论教学之后,教师一定要采用对应的设计实践课程,将理论教学充分发挥出作用,应用在实际当中,使学生学习道德理论知识贯彻到实处。三方面是注重辅助教学课程。广告设计课程也需要注重有关课程的制定,教学系统当中要增加计算机课程与美术课程等辅助课程等,为学生的课程知识奠定坚实的基础<sup>[3]</sup>。

### (二) 按照就业需要改变教学方式

根据当前的入学门槛下降,每年广告设计专业毕业的人员逐渐增加,很多毕业生加入市场便产生就业供大于求,怎样在激烈的市场竞争当中显露出自身的优点获得想要的工作呢,这不单单是学生着重考虑的问题,也需学校加强重视,要符合实际进行提高毕业生的质量,培育真正的实用型人员。学校在教学课程规划当中,要重视课程的实用性,按照就业需要改变教学内容,真正的培育实用型人员,和企业相连接,有效地提高学生的综合操作技术以及把握真实的要领。

## 结语

综上所述,广告设计专业作为一个具有良好的发展前景专业,然而在广告设计教学当中还存有上述出现的问题,这些都是对我国广告设计教学产生影响的原因,但目前是新媒体时代,广告设计教学能够采用新媒体展开教学完善。新媒体给予了广告设计崭新的机会,各所学校都应掌握机会展开对广告设计教学的完善与创新。并且,各个学校对应重视学生的实习课程,在学习理论知识之后,将学习的理论知识应用到实际中。同时在教师队伍的创建当中,也应该增大投资,创建高素养的师资队伍。最终采用新媒体技术增强和学生进行交流,这样才能够提高教学的效率。

## 参考文献

- [1] 谭伟职. 全媒体时代下网络广告设计专业课程教学改革研究——以短视频网络广告教学为例[J]. 传播与版权, 2020(11):154-156.
- [2] 王乐, 张伟, 欧阳景春. 产教融合视角下新媒体时代广告设计教学模式研究[J]. 黑龙江科学, 2020, 11(09):50-51.
- [3] 李庆. 数字媒体时代下广告设计课程教学改革探究[J]. 美术教育研究, 2019(09):156-157.