

新媒体环境下的广告设计课程教学创新思考

赵雪丽

西安思源学院

[摘要]随着当今时代的不断发展及进步,科学技术水平不断提高,因此,新媒体在各个领域得到广泛的利用,特别是在广告设计课程当中,新媒体已经逐渐渗透到其中的方方面面。本文首先对新媒体环境下的广告特点进行概述,其次指出广告设计教学中存在的问题,并对新媒体环境下广告设计课程的教学进行改革与创新,只有这样,才能够不断推陈出新,促进广告业的发展。

[关键词]新媒体;广告设计;课程

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-6261.2021.11.1725

一、引言

在现阶段的时代发展背景下,新媒体已经越累越融入我们的生活,并且在其中发挥着重要的作用。随着新媒体的不断壮大及发展,人民群众的视野被拓宽,这种崭新的形式也突破了现存的局限性和空间性,信息传播在很大程度上获得了便利,人们获取信息的途径也变得更加地多样化。对此,我们要对新媒体环境下的广告设计课程进行不断地改革,以使之满足人民的要求。

二、新媒体环境下的广告特点概述

在现当代的商业经济环境中,我们需要大量利用到广告,其作为厂商的主要营销手段,对于整体销量来说起着巨大的作用,因为广告的好坏直接关系到商家的利益,越来越多的开始重视对于广告的投放。在当今时代背景下,我们应对新媒体的发展趋势进行紧密关注,以掌握其整体动向,并且在广告的投放过程中,将当前新媒体局势与广告商的需求结合起来,以保证其时效性更强,为更多的人提供参考意义和价值。与此同时,我们应充分考虑广告的互动性,保证其真实令人信服,在这些基础之上,互联网所独有的那种发展形势,将促进广告的快速发展和蜕变。因此,我们应紧紧把握住这些优势,将广告的限能于最大程度上发挥,进而达到相应的效果。与传统的广告相比,新媒体环境下的广告目标性和针对性更加强烈,并且其受众是经过层层筛选之后才选择出的,这样就使得广告的互动性更加容易被满足,并且在筛选的过程中,受众的需求也更加容易被满足。除此之外,新媒体环境下的广告还具有链接功能,其能够对搜集到的客户信息进行快速整合,进而为客户提供最优的选择,从而有效推动广告行业的发展及进步。

当今社会,随着时代的不断发展及进步,人们的生活水平逐渐提高,因此对于物质的需求也就越来越高。在这样的基础前提下,相关工作人员就需要对人们的物质需求进行细化,进而更好地满足人们的需求^[1]。在具体的广告设计当中,我们应结合人们的性格特点、生活习惯、工作性质、兴趣爱好以及性别角色等,对其进行具有针对性的设计,以使之更加贴合于实际,满足其个性化的需要及请求。通过新媒体环境下的广告,商品的性能及特点能够被更加具体全面

地展现出来,这样研究人员对于消费者的心理就能更好地把握,进而使商品在市场之中的价值得以展现,其突出优势得以被放大。对于当今时代背景下的新媒体广告,我们应结合其独有的时代特点,对开设广告设计课程的高校进行改革及创新,使课程内容更加贴合于实际情况,使学生在反复实践的过程中动手能力有所提高,进而确保广告投放的形式符合初始要求,实现了合理有效的运用^[2]。

三、广告设计教学中存在的问题

在实际的学习过程中,学生除了对基础知识进行学习外,还要学习与新媒体相关的学科知识,这会大大提高学生的理解能力及对知识的掌握程度。为实现这样的目标,学生需要投入大量的时间及精力,进而对自己头脑中的知识体系进行完善,提高学习内容的综合性,使学习难度更大,设计范围更广。只有掌握了更多的技能,学生才能更加游刃有余地对广告设计课程中的知识加以理解,进而保证学习的质量,并且将其应用到实践中来。

(一) 课堂教学现状

新媒体作为一项新兴的事物,在近近年来得到迅速的发展,并且受到群众的广泛拥护和推广。基于这样的形势,我们应该加大对广告设计的研究力度。在当前状况下,广告设计的理论概念还不够完善,而要想使其更加规范地发挥作用,我们应该投入大量的时间,对广告设计的基础知识进行深入研究及探讨,以保证其转型成功。与此同时,教师在教学的过程中还应该不断推陈出新,改变原有单一古板的教學形式,将其变成具有创新性和多样性的教学过程,只有这样,学生的学习兴趣才能够被发掘,学生才愿意在广告中投入更多的时间和精力。由于整个理论系统的缺陷以及教学体系缺乏完整性,新媒体环境下的广告设计课程教学效果受到了严重的影响,其工作被严重地推后,并且整个教学工作也处于一种滞后的状态里^[3]。

(二) 学生实践能力欠缺

在实际的广告课程教学过程中,学生的实践能力和操作能力是非常重要的两项能力,教师应该对其学生这两项能力的培养加以重视,从而保证广告行业的可持续发展。在实际的教学过程当中,教师应该对学生的广告技术实践予以加强,并且通

过具体的实践应用,对广告知识加以利用,让学生在实践中不断学习和发展,以促进学生能力的提高。只有这样,学生的实践能力才能够不断提高,进而推动广告事业的发展。在目前的高校教育中,其实践活动仍处于基础阶段,即只传播传统广告的理论知识,并且相关工作人员对于新媒体的运用程度缺乏重视,这就导致人们对于现代化的知识体系不够熟悉,实际中的新媒体活动与现实情况脱节。在这样的状况下,学生对于社会所需要的广告人才不够了解,因此学生没有办法向着所需要的标准贴近,教学质量就没有办法得到提高和保障。

(三) 新媒体广告综合素质高

通常来讲,新媒体环境下的广告设计课程具有一定的复杂性和系统性,其涵盖多个方面的内容,并且教学方式较为多样化。在当今这个时代背景之下,广告设计波及到范围更广,且具备很多优点,例如覆盖性强、传播速度快以及技术性较高等,这样的特征会大大增加其教学那么难度,并且这对教师的专业素养及自身学习水平具有很高的要求。因此,倘若教师想要持续不断地对教学内容进行更新,就需要对新鲜的广告知识进行了解及掌握,并且依据当前的形势,对教学方法进行调整和创新,以保证与时俱进,使教学的时效性增强。除了专业的知识之外,教师还需要对互联网的信息技术加以学习,以便能够及时了解到新媒体环境下广告设计的结构特点以及其变化趋势,进而改进自己的教学模式以及教学内容,使之更加贴合于实际。

四、广告设计课程教学中的创新思考

(一) 广告设计的教学体系的建立和完善

为了保证社会对于广告设计方面的人才要求得到满足,我们就必须建立完善的广告设计教学体系,保证每一步都按照计划实施,以确保实际的教学内容与教学教学模式能够顺应时代及社会的发展,满足其基本的要求,进而推动学生的学习,构建起学生对于广告设计的学习兴趣,从而对其学习能力以及接受新鲜事物的能力加以引导,并且积极指引学生参与到具体的实践活动当中,以保证能够充分地调动学生的学习积极性和主动性。与此同时,在整个新媒体的大环境下,我们应该以提高学生的广告设计综合能力为核心,不断加强对学生的培养,在开展具体的教学工作时,保证学生对学习的重难点加以吸收,并且可以把它们利用到具体的实践中。只有对这些理论知识进行长期连续的积累,在真正要对其加以运用时,才能够快速地提取出有用的信息,将其应用到具体的广告环境中。为了更大程度地提高学生的实践能力,教师还可以带领学生到电视台或者广告公司中,让他们在观察他人行为时积累经验,以备后期使用。通过这样的理论与实践相结合的方式,学生可以不断地查漏补缺,并且对自己的知识盲点进行排查,以使知识掌握得更加牢固。在一次次重建系统知识体系的过程中,学生的综合

实践能力会得到大幅度提升,进而为后续的学习打下坚实良好的基础。

(二) 广告设计所涉及课程学习比重提高

在开展广告设计课程教学之前,学校的校长、教师及学生都应该对新媒体环境下的广告设计进行重新学习,进而把握住当前发展局势,了解现状,以对课程做出更好的创新。除此之外,我们都应该提高对于这门课程的认知能力及水平,在实践过程中,将所学习到的理论与实际生活中的状况结合起来,以使问题得到解决。只有这样,学生的专业素养才能够有所提高,在面对和处理具体的问题时,才能够更加地游刃有余。综合以上的种种原因,相关工作人员应该对教学体系进行改革,改变以往的专业课程设置,提高广告设计课程所占的比重,进而开阔学生的视野,使他们的学习环境有所改善,更加有利于学生对于基础知识的学习。在这样的状态下,学生会更加清晰自己的学习目标,并且在目标明确的基础上,做出实质性的努力。在不同的学校当中,其教学方式存在一定的差异,因此各有优缺。我们应该结合各高校具体情况,具有针对性地对教学内容进行删减,从而保证教学安排与学校的实际情况相匹配,达到理想的效果。为了提高学生对于广告设计课程内容的利用率,教师应该进一步提高课堂的教学效率,增加教学内容,以协助学生对广告设计有更加深入的了解。另外,教师在调整教学内容的时候,应该进一步提高自身的科学文化素养,以在讲授中确保对与广告相关的知识点进行更加细致的讲解,从而提高教学质量,更有利于学生对知识的接受和吸收。只有这样,学生对于广告设计知识的掌握才会更加扎实,并且随着不断对其实践已经应用,知识会不断在大脑中加深,形成长期稳定的记忆。

结论

综上所述,新媒体环境下的广告设计课程尤为重要,我们应加大对于这项课程的重视力度,不断对其进行开发及创新,以为学生提供更好的学习环境。根据上文的分析可得,广告设计教学中存在的问题包括课堂教学现状与理想状态存在差池、学生的实践能力较为欠缺、新媒体广告的综合素质要求较高等。因此,我们应针对这些问题,提出合理的解决措施,以推动其顺利发展。

参考文献:

- [1] 张子轩. 新媒体环境下广告设计与制作专业课程教学改革的重要性[J]. 家庭生活指南, 2019.
- [2] 付效梅. 论新媒体环境下广告设计教学的改革与实践[J]. 赤子, 2020.
- [3] 代红阳. 任务驱动式教学法在广告设计课程中的应用[J]. 中外企业文化, 2020.