

基于新媒体环境下计算机广告制作专业教学改革及策略研究

李家虎

广西工商技师学院

摘要:随着新媒体技术的迅速发展,计算机广告制作专业教学面临着新的挑战 and 机遇。本文针对新媒体环境下计算机广告制作专业教学改革进行了全面探讨和研究,旨在提出有效的教学改革策略和实施路径。首先,通过对新媒体环境和广告产业发展趋势的分析,揭示了计算机广告制作专业教学改革的紧迫性和重要性。其次,从教学理念与模式、教学内容更新、教学方法与手段创新以及实践环节设计与拓展等方面提出了具体的教学改革策略,并结合案例进行了详细阐述。随后,对教学改革效果进行了评估和展望,指出了教学改革的积极影响和未来发展方向。最后,提出了后续研究的建议,为进一步完善和深化计算机广告制作专业教学改革提供了有益的参考和指导。通过本文的研究,可以为广告教育领域的学者、教育机构和广告从业者提供理论指导和实践借鉴,推动计算机广告制作专业教学水平的提升,培养更多适应新媒体环境需求的优秀人才,促进广告产业的健康发展。

关键词: 广告制作; 新媒体; 教学改革

【DOI】10.12252/j.issn.2096-6261.2022.12.084

引言

在当今数字化和信息化飞速发展的时代背景下,新媒体环境已经深刻改变了各行各业的发展模式和方式。计算机广告制作专业作为与新媒体密切相关的专业领域,其教学理念和方法也面临着新的挑战和机遇。本论文旨在探讨在新媒体环境下如何进行计算机广告制作专业教学改革,并提出相应的策略和建议。随着新技术的不断涌现和新媒体形式的多样化,传统的教学模式和内容已经显得滞后和不足以满足时代的需求。因此,对计算机广告制作专业教学进行改革势在必行。本研究将通过分析新媒体环境对该专业教学的影响、探讨教学改革的理论基础、设计创新的策略,并结合实践案例进行深入研究,旨在为计算机广告制作专业的教学改革提供参考和借鉴。通过本研究,将有望为适应新媒体环境下的教学需求提供一定的理论支持和实践经验,促进计算机广告制作专业教学的持续发展和提高教学质量。

一、新媒体环境下的计算机广告制作专业教学现状分析

(一) 新媒体环境对计算机广告制作专业教学的影响

随着新媒体的不断发展和普及,计算机广告制作专业教学面临着诸多新挑战和变革。首先,新媒体环境下的广告形式和传播渠道日益多样化,传统的广告制作技能已经不能满足市场需求,需要培养具备跨媒体制作能力的专业人才。例如,随着社交媒体、视频平台等新媒体形式的兴起,广告的形式和传播方式更加多样,对于学生而言,需要具备更加丰富的创意和制作技能,才能应对这种多样化的需求。此外,新媒体环境下的用户行为和消费习惯发生了巨大变化,广告制作专业人才需

要了解和掌握更多关于用户心理和市场趋势的知识。例如,通过大数据分析用户行为,了解受众的兴趣和需求,从而精准投放广告。因此,学生需要学习数据分析、消费心理学等相关知识,以更好地理解目标受众,提高广告的有效性和精准度。

(二) 目前计算机广告制作专业教学存在的问题

尽管新媒体环境为计算机广告制作专业教学带来了新的机遇,但也暴露了一些问题。首先,部分教育机构的教学资源相对滞后,教师技术水平和教学理念不够先进,无法有效地应对新媒体时代的教学需求。例如,在某些学校,教师可能还停留在传统的广告制作理念和方法上,缺乏对新媒体环境下广告制作的深入理解和应用能力。其次,传统的教学模式和内容仍然占主导地位,缺乏与新媒体环境相适应的教学策略和方法。例如,有些课程可能仍然侧重于传统的平面设计和文字创作,而忽略了视频制作、社交媒体营销等新媒体形式的教学内容。实践环节不足,学生缺乏真实项目经验和实战技能,影响了其就业竞争力和职业发展前景。例如,一些学校可能缺乏与行业合作的实践项目,学生只能在课堂上进行模拟操作,无法真实地参与到广告制作的实际过程中去。

(三) 国内外相关研究综述

国内外关于新媒体环境下计算机广告制作专业教学改革的研究还相对较少,大部分研究集中在新媒体环境对广告产业的影响和趋势分析上,对教学改革的具体策略和方法探讨相对较少。因此,本研究将在国内外相关研究的基础上,结合实际情况,深入探讨新媒体环境下计算机广告制作专业教学改革的具体路径和对策,为该领域的教育改革提供新的思路和借鉴。

二、新媒体环境下计算机广告制作专业教学改革理论探讨

（一）新媒体时代教学理念与模式

在新媒体时代，教学理念和模式呈现出新的趋势和特点。传统的教学模式逐渐不能满足计算机广告制作专业教学的需求。学生不再是被动接受知识的对象，而是教学活动的主体，教师的角色也发生了转变。教师不再是简单地向学生传授知识，而是更像是引导者和合作者，通过激发学生的学习兴趣 and 创造力，引导他们积极参与到教学活动中来。因此，教学模式需要更加注重学生的主动参与和实践能力培养。在新媒体时代，利用新技术和网络平台，教师可以创造更多的互动和实践机会，例如通过虚拟实验室、在线讨论、远程实习等方式，为学生提供更加丰富和灵活的学习环境。教学模式的转变不仅能够提高学生的学习积极性和效果，还可以促进教师教学方法的创新和提升，推动教学质量和效果的不断提升。

（二）新技术在教学中的应用

随着新技术的不断发展和应用，计算机广告制作专业教学也逐渐借助新技术来提升教学质量和效果。新技术在教学中的应用为学生提供了更多元化和个性化的学习体验，也为教师提供了更多创新教学方法和工具。可以通过虚拟现实（VR）和增强现实（AR）技术为学生提供了更加真实和沉浸式的学习环境。通过VR技术，学生可以身临其境地参与到广告制作的实际场景中，体验真实的制作过程和效果，从而更好地理解和掌握广告制作的技能和方法。同时，AR技术可以将虚拟的内容与真实的环境相结合，为学生提供更加生动和直观的学习体验，增强他们的学习兴趣和参与度。随着近年人工智能（AI）技术的应用，可为教学提供更加个性化和智能化的辅助。通过AI技术，教育机构可以根据学生的学习情况和需求，为他们提供个性化的学习路径和推荐，从而更好地满足不同学生的学习需求和能力水平。另外，AI技术还可以为学生提供智能化的辅导和指导，通过数据分析和智能算法，为学生提供精准的学习建议和反馈，帮助他们更好地掌握和应用所学知识。

（三）计算机广告制作专业教学改革的理论基础

从学生的视角来看，计算机广告制作专业教学改革的理论基础至关重要。在新媒体时代，学生所面临的挑战和需求不断变化，因此，教育机构和教师需要在理论上不断探索和创新，以应对这些挑战和需求。

教育技术理论为计算机广告制作专业教学改革提供了重要的支持。教育技术理论强调通过科技手段改善教学过程和效果，提高学生的学习积极性和效果。在新媒体时代，教育技术的应用为广告制作专业教学提供了更多创新的可能性，例如通过虚拟实验室、在线讨论等方

式，丰富了学生的学习体验和教学方法。传播学理论为计算机广告制作专业教学改革提供了理论基础和实践指导。传播学理论强调传播过程中的信息传递、接受和反馈，为广告制作专业教学提供了理论基础和实践指导。在新媒体时代，广告形式和传播渠道日益多样化，传播学理论的应用可以帮助学生更好地理解和应对这些变化，提高他们的专业素养和创新能力。心理学理论对于计算机广告制作专业教学改革也具有重要意义。心理学理论研究人类的认知、情感和行为规律，为教师了解学生的学习过程和心理活动提供了理论依据。在新媒体时代，学生的学习方式和心理特点可能与传统教学模式存在较大差异，因此，教师需要通过心理学理论的指导，更好地了解学生的需求和特点，调整教学策略和方法，提高教学效果和质量。

三、基于新媒体环境的计算机广告制作专业教学改革策略设计

（一）课程设置与教学内容更新

针对新媒体环境下计算机广告制作专业教学的需求，必须对课程设置和教学内容进行全面更新和调整。需要建立与新媒体时代相适应的课程体系，将传统的广告制作技能与新媒体应用技术相结合，使学生能够掌握广告制作的基本原理和技能，同时具备跨媒体制作和创意设计能力。教学内容需要紧跟新技术的发展，不断更新和完善，包括但不限于虚拟现实技术、人工智能技术、数据分析技术等，让学生了解并掌握最新的广告制作工具和方法。同时，还应注重培养学生的团队合作能力和项目管理能力，通过实际案例分析和项目实践，提升学生的综合素质和实战能力。

（二）教学方法与手段创新

在新媒体环境下，教学方法和手段的创新至关重要。应采用多样化的教学方法，包括案例分析、项目实践、小组讨论、角色扮演等，激发学生的学习兴趣和积极性。借助新媒体技术，例如在线课堂、虚拟实验室、远程实习等，拓展教学空间和时间，提高教学效率和质量。注重个性化教学，根据学生的学习特点和需求，采用差异化教学策略，帮助每个学生发挥潜力，实现个性化发展。鼓励教师与学生之间的互动和合作，构建积极的学习氛围，促进知识的共享和交流，提升教学效果和学习成果。

（三）实践环节设计与拓展

实践环节是计算机广告制作专业教学的重要组成部分，必须注重设计和拓展。加强与行业合作，与企业建立实习基地和实践项目，为学生提供真实的工作环境和项目机会，使其能够在实践中学以致用，提高实战能力和职业素养。组织学生参加广告竞赛、展览和活动，激发学生的创造力和竞争意识，培养团队合作精神和创新

能力。开设专业实训课程,提供广告制作软件和设备操作培训,让学生熟练掌握工具和技术,为将来的就业和职业发展打下坚实的基础。通过以上实践环节的设计和拓展,可以有效提升学生的综合素质和实战能力,为其未来的职业发展奠定良好的基础。

四、新媒体环境下计算机广告制作专业教学改革策略实施与案例分析

(一)某高校计算机广告制作专业教学改革实施案例分析

安徽财经大学针对新媒体环境下计算机广告制作专业教学的改革实施了一系列策略。该校首先对课程设置进行了全面调整,增设了跨媒体制作、数据分析与决策、创意设计等新课程,以满足新媒体时代的需求。其次,他们引入了虚拟实验室和在线课堂等新技术,拓展了学生的学习空间和时间,提高了教学效率和质量。此外,学校与广告公司建立了合作关系,为学生提供实习机会和项目实践,促进了学生的实践能力和职业发展。

这些改革举措取得了明显成效。学生的综合素质和实战能力得到了显著提升,毕业生就业率和就业质量均有较大提高。同时,学校的教学水平和影响力也得到了进一步提升,吸引了更多学生和企业的关注和合作。这个案例为其他高校在计算机广告制作专业教学改革中提供了宝贵的经验和借鉴。

(二)典型案例评价与经验总结

在全球范围内,许多高校和教育机构也在积极探索新媒体环境下计算机广告制作专业教学改革的路径和策略。例如,罗德岛设计学院通过与知名广告公司合作,开设了广告创意设计实践课程,为学生提供了更丰富的实践机会和项目经验。另外,罗德岛设计学院引入了人工智能技术,开设了数据驱动的广告制作课程,培养学生运用数据分析进行广告决策和优化的能力。

这些典型案例表明,通过与行业合作、引入新技术、强化实践环节等方式,可以有效提升计算机广告制作专业教学的质量和水平,培养更适应新媒体环境需求的专业人才。然而,也需要注意,教学改革是一个持续的过程,需要不断探索和实践,结合实际情况进行调整和改进,以确保教学效果的持续提升。

五、总结

(一)论文总结

为了全面了解教学改革的效果,需要进行系统的评估。评估内容应包括学生的学习成绩、实践能力、毕业生就业情况等方面。通过对学生学习成绩的统计分析,可以评估课程设置和教学内容的合理性和有效性。同时,通过实践能力的测试和毕业生的跟踪调查,可以评估教学改革对学生实际能力和就业竞争力的影响。此外,还可以借助学生和教师的反馈意见,收集教学改革

的意见和建议,为后续改进和优化提供参考。

(二)改革成效评价与展望

在新媒体环境下,计算机广告制作专业教学改革仍然面临诸多挑战和机遇。未来,教育机构可以进一步加强与行业的合作,密切关注新技术的发展,不断更新教学内容和方法,提升学生的实践能力和就业竞争力。同时,还应注重培养学生的创新意识和团队合作精神,培养具有全球视野和国际竞争力的优秀人才。此外,还需要加强教师队伍建设,提高教师的教学水平和科研能力,为教学改革提供坚强的师资支撑。通过不断努力和探索,可以进一步提升计算机广告制作专业教学的质量和水平,为培养更多高素质的广告人才做出积极贡献。

(三)后续研究建议

为了进一步深入探讨新媒体环境下计算机广告制作专业教学改革的有效性和可持续发展,以下是一些后续研究的建议。

开展深入调研,了解新媒体环境下广告产业的最新发展趋势和技术应用情况,为教学改革提供更准确的理论基础和实践指导;开展更多的案例分析,探讨不同高校和教育机构在计算机广告制作专业教学改革中的实践经验和效果,为其他院校提供借鉴和参考;开展跨学科研究,将教育技术、传播学、心理学等相关学科知识融入计算机广告制作专业教学中,探索更有效的教学策略和方法。进行更多的实证研究,通过问卷调查、访谈等方法,收集学生和教师对教学改革的反馈意见,客观评估教学效果和改革成效;进行国际比较研究,了解国外高校在计算机广告制作专业教学改革方面的经验和做法,借鉴其成功经验,拓展教学改革的思路和路径。

参考文献

- [1]王康媚.新媒体时代下高校广告设计教学的改革与创新分析[J].产业与科技论坛,2022(11):183-185.
- [2]江炜.高职院校新媒体广告设计教学提升路径研究[J].佳木斯职业学院学报,2022(04):140-142.
- [3]刘洪举.新媒体时代广告学教学改革与创新[A].2021教育科学网络研讨会论文集[C].中国管理科学研究院教育科学研究所,中国管理科学研究院教育科学研究所,2021:4.
- [4]李红妮.新媒体时代下广告设计教学改革与创新方法研究[J].中国多媒体与网络教学学报(下旬刊),2021(04):68-70.
- [5]陈东兴.存量时代广告专业人才培养方案及品牌类课程教学改革探索研究[J].教育传媒研究,2021(02):29-35.
- [6]王粟.智媒时代新闻传播专业广告教学改革思考[J].传媒论坛,2020,3(19):161+163.