

# 案例教学法在广告策划与创意课程教学中的应用

莫文水

(广西现代职业技术学院)

**[摘要]**我国信息技术飞速发展,催生多元化教学模式出现,案例教学法是其中之一,将案例教学法应用到广告策划与创意课程教学活动中,不仅能培养学生独立思考能力、组织策划能力和创新能力,还能提高高校广告策划与创意课程教学效果,但案例教学法应用在广告策划与创意课程教学活动中还存在诸多问题。文章通过案例教学法在广告策划与创意课程教学中应用存在的问题进行分析,并提出建设性策略,为培养学生综合能力和综合素养提供有力保障。

**[关键词]**案例教学法;广告策划与创意;课程教学

**[DOI]** 10.12252/j.issn.2096-6261.2021.08.256

## 引言

目前,我国大部分高校已开设广告策划与创意课程,广告策划与创意课程作为广告学的主要课程之一,在教学中具有较强实践性和创造性,要求学生掌握较强理论知识,将理论知识与实践相结合,具备广告策划与运作的能力。现如今,大多数高校在开展广告策划与创意课程教学活动中,并未重视对学生展开实践活动,而案例教学法的应用,能使学生深入了解和学习广告策划、广告运行,对提高学生实践能力和感性认识有着现实意义。基于此,将案例教学法应用在广告策划与创意课程教学活动中,合理运用案例教学模式,提高学生综合能力和综合素养,以此达到广告学专业人才培养目标。

## 一、课程背景

广告是一门艺术,也是一门重要的社会学科,涵盖多种学科内容,具有较强综合性和实践性以及创新性。广告策划与创新课程开设,其主要目的是针对社会中广告行业培育一批广告专业人才。现如今,学生从单向接受理论知识走向互动学习与创造,而学生敏锐的社会观察力和丰富的艺术想象力,能够为学生今后广告策划提供个性思想,为学生从事广告行业奠定良好基础。另外,广告策划与创意课程的开展,不仅是培养学生成为符合我国广告行业发展需求的专业人才,其主要目标还是帮助学生适应新时代背景下发展趋势的一种教学手段。在广告策划与创意课程教学活动中,学生将学会主动思考和主动实践以及提出问题、分析问题和解决问题的能力,还能培养学生策划、创新和沟通能力,对学生今后发展有着十分重要的作用和意义。

## 二、案例教学法概述

案例教学法是由哈佛大学开创的,案例教学法摒弃传统教学单项传授和被动接受的形式,是一种将理论与实践有机结合的新型教学模式,所以,在大部分学科中得到广泛应用。传统教学模式中,以教师为主导,对学生展开广告策划与创意理论知识的教学,部分教师未注重在课堂中与学生展开交流和互动,只注重将书本上知识传授给学生,学生担任听讲者和知识接受者,这对学生学习效率与质量提升起到一定阻碍作用。而案例教学法应用到广告策划与创意课程教学活动中,在课堂中与学生展开实际案例分析和交流,教师和

学生共同担任案例分析者和学习推动者,师生之间是一种互动关系。而案例教学法也更注重学生分析问题、解决问题能力培养,是理论与实践之间的桥梁,学生能够从案例教学模式中学习符合自身发展的专业知识和专业技巧。通过参与案例学习,学生从案例中分析事件全部过程,从不同角度对案例进行分析和研究,并对同一问题发表不同见解,能够达到思维碰撞的效果。

## 三、案例教学法在广告策划与创意课程教学中的应用现状分析

### (一) 广告策划与创意课程教学目标不明

在新时代背景下,高校在根据时代发展需求,开展广告策划与创意课程教学活动中,因部分教师教学观念过于传统,在开展广告策划与创意课程教学活动中,只重视对学生进行广告策划与创意基础知识和技巧讲解,未根据学生实际学习情况制定合理教学目标,对学生展开统一知识和技巧教学,导致部分学生在课堂中学过即忘,甚至部分学生还会对广告策划与创意课程产生抵触情绪。对广告策划与创意课程学习兴趣逐渐降低,部分学生学习效率和质量无法得到有效提升。

### (二) 广告策划与创意课程教学方法单一

目前,教师在开展广告策划与创意课程教学活动中,部分教师教学观念过于传统,仍以传统教学方式对学生展开教育教学,而传统教学方式以灌输为主,以理论为主,对学生进行广告策划与创意理论基础知识的灌输,使得本该充满创意和吸引力的广告策划与创意课程变得枯燥乏味,学生学习积极性不断下降。虽然部分高校会根据学生实际学习情况展开针对性教学,但未引导学生进行系统性训练和实战模拟,部分学生虽掌握实践操作能力和理论知识,但走入工作岗位后,依然会手足无措,无法及时适应广告工作。

### (三) 广告策划与创意课程教学设备匮乏

广告策划与创意课程实践性、创造性较强,广告策划与创意课程中的授课及训练,涉及方案策划、创意执行环节,因此,会使用到较多实训室,但部分高校只注重对学生进行广告策划与创意课程理论知识和创业技巧讲解,未重视实践教学活动的开展,且高校也未积极将广告策划与创意课程所需的实训室进行完善,部分领导者认为实训室相关资源的开

设作用甚微，而这也是导致广告策划与创意课程教学效果难以提升原因之一。

#### （四）广告策划与创意课程考核模式传统

教师开展广告策划与创意课程教学活动过程中，部分高校老师重视开展广告策划与创意课程，但广告策划与创意课程考核模式还未健全，再修订广告策划与创意教学大纲和教学计划时，未合理分配教学比例，出现重理论轻实践现象。另外，部分高校在根据时代发展需求，将案例教学法应用到传统广告策划与创意教学活动中，未将传统广告策划与创意课程考核模式进行创新和完善，仍以学生日常学习和临终成绩为考核结果，无法为高校开展广告策划与创意课程提供个性化教学依据。

### 四、案例教学法在广告策划与创意课程教学中的应用实施路径

#### （一）明确广告策划与创意课程教学目标

我国信息技术飞速发展，国家和社会越来越重视在广告策划与创意课程教学活动中应用案例教学法，案例教学法将理论与实践有机结合，在课堂中对学生展开实践教育，使学生扎实掌握广告策划与创意课程知识和技巧。因此，教师在开展广告策划与创意课程教学活动过程中，应根据时代发展需求和学生个性化需求，根据考核结果制定针对性广告策划与创意课程学习目标。摒弃传统教学模式，对学生展开案例教学模式，以社会中广告策划与创意案例为主对学生展开教育教学，引导学生对案例进行研究和思考，再自主进行广告策划和创意思想的提出。学生在自主学习过程中，教师应根据学生综合能力和综合素养，对学生展开针对性教学与讲解，重视在案例教学法中提高学生广告策划能力，引导学生学会自我充电，在网络中自主进行相关广告策划与创意理论知识和实际案例知识点的学习，为学生广告策划能力和创业能力培养提供有力保障。

#### （二）革新广告策划与创意课程教学方法

将案例教学法应用到广告策划与创意课程教学活动中，首先，教师去深入了解和认识案例教学的作用和意义，根据学生实际学习情况，合理将案例应用到广告策划与创意课程教学活动中，创新广告策划与创意教学模式，将理论与实践有机结合，提高学生学习积极性，如此，才能发挥出案例教学法在广告策划与创意课程教学活动中的作用与意义。例如，教师在基础理论知识讲解之前，应选取简单、通俗易懂的案例导入，点到即止，不用过多进行案例讲解。在关键理论知识讲解过程中，加入相关案例讲解，学生能够更加深入认识教师所讲解的理论和技巧。对于广告策划与创意课程中繁琐的基础知识点，教师则应运用案例来讲授相关广告理论知识的形成和应用，使抽象、繁琐的理论知识具体化、形象化和直观化。

#### （三）引进广告策划与创意课程教学设备

高校在开展广告策划与创意课程时，应深入了解阻碍课

程教学效果提升的原因，根据广告策划与创意课程所需相关实践教学步骤，引进相关教学设备。因广告策划与创意课程在开展和实践过程中，会涉及教学、策划以及执行等环节，为此，高校应根据广告策划与创意课程应用到的多媒体教室、机房、影视制作实验室等广告专业实训室等需求，为学生完善和优化实训室，为教师指导广告策划与创意实践教学提供高清摄像机等设备，如此才能有效将案例教学法高校运用到广告策划与创意课程教学活动之中，学生才能将自身已学知识和技巧进行实践与检验，加强学生对广告策划与创意课程基础知识和技巧的掌握。

#### （四）完善广告策划与创意课程考核模式

高校开展广告策划与创意课程教学活动过程中，在将传统广告策划与创意课程教学模式进行创新和完善过程中，还应将案例教学制度进行完善，将课程考核模式进行改革，为学生学习广告策划与创意课程形成制度保障。因此，高校应根据学生实际学习情况以及时代对人才提出的需求，建立健全案例教学制度，在教师制定广告策划与创意课程教学计划、教学目标和教学大纲时，将案例教学内容纳入教学目标、教学计划和教学大纲之中，合理设置案例教学比重，确保合理对学生开展案例教学，使学生在课堂中学习基础理论知识时，还能在案例教学活动中将自身广告项目进行运行与检验。另外，高校不仅要完善案例教学制度，还应加强教师案例教学法应用的重视程度，引导教师正确使用案例教学法对学生展开广告策划与创意课程教学，将学生课堂学习和阶段学习以及课后作业完成的进度，纳入考核模式中，对学生展开公平、公正考核模式，以考核结果为依据展开针对性教学，以此提高广告策划与创意课程教学效果。

### 结语

综上所述，在广告策划与创意课程教学中采用案例教学法，不仅改变传统教学模式中重理论轻实践弊端，还能推动广告策划与创意课程教学效果提升。因此，根据高校广告策划与创意课程教学情况，将考核模式、教学方法、教学目标进行革新，激起学生创作信心和参与的热情，为学生今后发展奠定良好基础。

### 参考文献

- [1] 谢嘉嘉.新时期高校《广告策划与创意》课程教学改革与实践探究[J].课程教育研究, 2019(21): 29-30.
- [2] 付立瑶,高甫.新时期高校《广告策划与创意》课程教学改革与实践探究[J].老字号品牌营销, 2021(02): 133-134.
- [3] 张薇.“互联网+”背景下的广告学教学改革与实践[J].传媒, 2019(15): 88-90.

基金项目: 2019广西现代职业技术学院教改项目:《高职院校共享型混合式教学资源库建设研究——以广告策划与创意课程为例(编号GXXDYB201928)》。