

Innovation oriented teaching mode for graphic advertising design courses

Chongyu Pan

Guangzhou Vocational College of Science and Technology Trade, Guangzhou 511442, Guangdong, China

Abstract: This article aims to explore the innovative teaching mode of graphic advertising design courses to meet the teaching needs in the new media environment. By analyzing the importance of cultivating students' abilities, formulating training plans and strategies, measures to address new media challenges, establishing teaching evaluation and feedback mechanisms, strengthening practice and training, innovating teaching methods and means, and clarifying teaching objectives and content, this article proposes a series of teaching models that can help enhance students' innovation and practical abilities. This model aims to cultivate students' innovative thinking, advertising design skills, and teamwork abilities to adapt to the rapidly changing advertising industry.

Keywords: Innovation oriented; Graphic advertising design; Teaching mode; Cultivation of students' abilities; New Media Challenge

创新导向的平面广告设计课程教学模式

潘崇宇

广州科技贸易职业学院, 中国 · 广东广州 511442

摘要: 本文旨在探讨创新导向的平面广告设计课程教学模式, 以适应新媒体环境下的教学需求。通过分析学生能力培养的重要性、培养方案与策略的制定、应对新媒体挑战的措施、教学评价与反馈机制的建立、实践与实训的强化、教学方法与手段的革新以及教学目标与内容的明确, 本文提出了一系列有助于提升学生创新能力和实践能力的教学模式。该模式旨在培养学生的创新思维、广告设计技能和团队协作能力, 以适应快速变化的广告行业。

关键词: 创新导向; 平面广告设计; 教学模式; 学生能力培养; 新媒体挑战

1 引言

平面广告设计作为视觉传达的重要组成部分, 在现代社会中扮演着至关重要的角色。随着新媒体技术的快速发展, 广告传播的形式和内容也在不断变革。因此传统的平面广告设计教学模式已难以满足当前行业的需求^[1]。本文将从学生能力培养、培养方案与策略、应对新媒体挑战、教学评价与反馈、实践与实训、教学方法与手段以及教学目标与内容等方面, 深入探讨创新导向的平面广告设计课程教学模式, 以期培养出具备创新思维和实践能力的广告设计人才。

2 学生能力培养

在创新导向的平面广告设计课程教学模式中, 学生能力培养无疑是整个教学体系的核心环节。这一环节不仅关乎学生个人能力的提升, 更是对整个广告行业未来发展的投资。

2.1 创新思维能力

平面广告设计的核心在于创新, 它要求设计师能够不断突破传统思维的束缚, 以新颖独特的方式吸引受众的目光^[2]。学生应具备敏锐的观察力和丰富的想象力, 能够从日常生活中捕捉到社会热点和受众需求, 进而将这些元素融入到广告作品中, 创作出既有创意又符合市场需求的广告作品。这种创新思维能力不仅体现在广告内容的构思上, 更贯穿于整个广告设计的全过程, 包括图形设计、色彩搭配、排版布局等各个环节。

2.2 广告设计技能

广告设计技能是平面广告设计的基础, 它要求学生掌握一系列基本的设计技巧和方法。这包括图形设计, 即能够运用各种设计软件绘制出精美的图形和图标; 色彩搭配, 即能够根据不同的广告主题和受众需

求，合理地选择和使用色彩；排版布局，即能够设计出清晰、美观、易于阅读的广告版面。此外，学生还应了解广告制作的技术要求和流程，包括印刷、喷绘、后期制作等环节，以便能够独立完成广告作品的制作。

2.3 团队协作能力

在广告行业，团队协作是不可或缺的。一个优秀的广告作品往往是由多个团队成员共同努力的结果。因此，学生应具备与他人沟通和合作的能力，能够在团队中发挥自己的优势，同时尊重并借鉴他人的意见和想法。通过团队协作，学生可以共同创作出更加优秀的广告作品，提升整个团队的创作水平和竞争力。

2.4 批判性思维能力

面对海量的信息和多变的市场环境，学生需要具备批判性思维，能够分析和评估广告作品的效果和价值，提出改进意见。

3 培养方案与策略

3.1 课程体系优化

课程体系作为教学的基石，其优化是实现人才培养目标的首要任务。在课程设置上，我们应遵循理论与实践相结合的原则，确保学生既能掌握扎实的理论基础，又能通过丰富的实践环节将所学知识转化为实际操作能力^[3]。课程内容应紧跟行业发展趋势，根据市场需求和学生兴趣进行适时更新，确保教学的前沿性和实用性。除了基础的广告设计原理、图形设计软件操作等理论课程外，还应增设如广告设计趋势分析、跨媒体传播策略等前沿课程，以拓宽学生的视野和知识面。实践课程应贯穿于整个学习过程，通过模拟项目、竞赛参与等方式，让学生在实践中巩固知识、提升技能。

3.2 教学方法创新

教学方法的创新是提升教学质量的关键。我们应摒弃传统的填鸭式教学，采用更加灵活多样的教学方法，如项目式学习、问题导向学习等，以激发学生的学习兴趣和主动性。项目式学习强调以学生为中心，通过小组合作完成一个具体项目，从而在实践中学习知识和技能。问题导向学习则侧重于引导学生发现问题、分析问题并解决问题，培养他们的批判性思维 and 创新能力。此外还可以引入案例分析、角色扮演等教学方式，让学生在模拟的真实情境中体验广告设计的全过程，增强他们的团队协作能力和实践操作能力。

3.3 师资力量提升

教师是教学质量的直接保障。加强师资队伍建设和引进具有丰富实践经验和创新能力的优秀教师，是提升教学质量的重要途径。这些教师应具备深厚的学术背景和实践经验，能够为学生提供前沿的行业信息和实用的操作技巧。同时还应鼓励教师参加各类培训和学术交流活动，不断提升他们的教学水平和专业素养。通过定期组织教学研讨会、分享会等活动，促进教师之间的交流与合作，共同探索更高效的教学方法和策略。

3.4 实践平台搭建

实践是检验真理的唯一标准。为了让学生更好地将所学知识应用于实际工作中，应积极与企业合作建立实践基地，为学生提供真实的项目实践机会。这些实践基地可以帮助学生了解行业需求和市场动态，锻炼他们的广告设计技能。在实践过程中，学生将有机会接触到真实的客户需求、项目管理和团队协作流程，从而更加深入地理解广告设计的本质和内涵。还可以通过组织社会实践、志愿服务等活动，让学生走出校园、走进社会，了解更广泛的受众需求和文化背景，为他们的未来职业发展打下坚实的基础。

4 应对新媒体挑战

在数字化时代背景下，新媒体的迅猛发展不仅改变了人们的生活方式，也对平面广告设计领域带来了深远的影响。面对这一挑战，教育机构与从业者必须积极适应，通过一系列策略与措施，确保平面广告设计教育能够与时俱进，培养出符合市场需求的人才。

4.1 加强新媒体技术学习

随着新媒体技术的日新月异，平面广告设计教育必须将新媒体技术纳入核心课程体系，确保学生具备扎实的理论基础和实践能力。这包括但不限于学习新媒体广告设计的基本原则、制作流程、软件工具使用以及新媒体环境下的传播策略。课程内容应涵盖从基础的数字媒体编辑、动画制作，到高级的交互设计、移动应用开发等多个方面，旨在培养学生的跨媒体设计能力。通过理论与实践的紧密结合，学生将能够理解新媒体技术的核心原理，掌握其在实际广告设计中的应用，从而在新媒体环境中脱颖而出。

4.2 融合新媒体元素

在平面广告设计中，融入新媒体元素是提升作品吸引力和互动性的关键。这包括但不限于二维码的植入、增强现实（AR）技术的应用、社交媒体互动链接

的嵌入等。通过这些元素，广告不仅限于静态展示，而是能够引导受众参与到更深层次的互动体验中，增强广告的趣味性和记忆点。教育机构应鼓励学生探索新媒体与传统平面设计的结合点，通过创意实验和项目实践，让学生熟悉如何在设计中巧妙融入新媒体元素，使作品更加生动、富有创意。

4.3 利用新媒体平台

新媒体平台为广告作品的展示和推广提供了前所未有的机遇。鼓励学生利用微博、微信、抖音、小红书等社交媒体平台进行作品发布和互动，可以极大拓宽作品的受众面和影响力。这不仅有助于学生建立个人品牌，提高行业知名度，还能在实践中锻炼他们的社交媒体营销策略和数字传播能力。教育机构应开设相关课程，教授学生如何有效利用新媒体平台进行内容创作、数据分析以及精准营销，使他们在未来的职业道路上能够游刃有余。

4.4 关注新媒体趋势

新媒体技术日新月异，其发展趋势直接影响着平面广告设计的未来走向。教育机构必须保持对新媒体技术发展的高度关注，及时调整教学内容和方法，确保教育内容与市场需求保持同步。这包括定期邀请行业专家进行讲座，分享最新的新媒体技术、设计理念和市场趋势；组织学生参加行业会议和展览，拓宽视野，激发灵感；以及建立校企合作机制，让学生有机会参与到真实的项目实践中，了解行业动态，提前适应市场需求的变化。通过这些措施，平面广告设计教育将能够更好地应对新媒体挑战，培养出适应时代需求的高素质人才。

5 教学评价与反馈

5.1 多元化评价方式

为了全面评估学生的学习成果和能力水平，应采取多元化的评价方式。作业评价可以检验学生对课堂知识的理解和应用能力；项目评价则能考察学生在团队协作、创新思维等方面的综合表现；课堂表现评价则关注学生在课堂上的参与度、互动情况以及解决问题的能力。这些评价方式相互补充，共同构成了一个全面、客观的学生评价体系。

5.2 及时反馈机制

及时反馈是提升教学质量的关键。建立一套高效的反馈机制，确保学生在课堂上就能及时了解到自己的学习状况。教师可以通过提问、小组讨论等方式，及时获取学生的学习反馈，并据此调整教学策

略。学生也应通过作业、测试等渠道，向教师反馈自己的学习难点和困惑，以便教师针对性地提供帮助和指导。

5.3 鼓励性评价原则

在教学评价中，坚持鼓励性评价原则。这意味着在评价学生时，要注重发掘学生的优点和潜力，用积极、正面的语言给予肯定和鼓励。这种评价方式能够激发学生的学习兴趣 and 自信心，帮助他们更好地认识自己、发挥自己的长处。

5.4 持续性评价过程

评价不应仅限于期末考试或项目完成之时，而应贯穿于整个教学过程。从课前准备到课堂学习再到课后复习，每一个学习环节都应成为评价的一部分。这种持续性评价能够全面关注学生的学习动态和成长过程，为教师提供及时、准确的教学反馈，从而不断调整和优化教学策略。

6 实践与实训

6.1 增加实践环节

为了让学生在课程学习中获得更多实践机会，我们应在课程设计中增加实践环节。这些环节可以包括但不限于广告设计实训、市场调研实训等。广告设计实训能够让学生亲手操作，从创意构思到成品制作，全面锻炼他们的设计技能；市场调研实训则能让学生深入了解市场需求和消费者偏好，为设计提供有力依据。通过这些实践环节，学生能够在实践中发现问题、解决问题，从而不断提升自己的综合能力。

6.2 校企合作实训

与企业合作开展实训项目，是提升学生实践能力的重要途径。通过与企业建立合作关系，我们可以为学生提供真实的工作环境和项目实践机会。在这种环境下，学生能够接触到行业内的先进技术和操作流程，了解行业需求和标准。这种实训方式不仅能够提升学生的技能水平，还能让他们提前适应职场环境，为将来的就业打下坚实基础。

6.3 技能竞赛参与

鼓励学生参加各类广告设计技能竞赛，是检验学生实践成果、提升技能水平的有效方式。通过参加竞赛，学生能够与来自不同院校、不同背景的优秀选手同台竞技，展示自己的才华和实力。同时，竞赛过程还能锻炼学生的团队协作能力、竞争意识以及应对压力的能力。这些经历将对学生的个人成长和职业发展产生深远影响。

6.4 实践成果展示

定期组织实践成果展示活动,是增强学生自信心和成就感的重要手段。通过展示活动,学生能够展示自己的作品和成果,得到来自同学、教师和行业的认可与肯定。这种认可不仅能够激发学生的创作热情和学习动力,还能为他们提供宝贵的展示机会和交流平台。

7 教学方法与手段

7.1 项目式学习

项目式学习是一种让学生在真实项目中锻炼广告设计技能的有效方法。这些项目可以来源于企业的实际需求,也可以是学生自主创意的项目。在项目式学习中,学生将扮演设计师的角色,从项目策划、创意构思到成品制作,全程参与并主导项目的进展。这种学习方式不仅能够让学生将所学知识应用于实践中,还能培养他们的团队协作、时间管理和项目管理能力。

7.2 问题导向学习

问题导向学习是一种以学生为中心的教学方法,它强调通过提出问题、分析问题和解决问题的过程来培养学生的批判性思维和解决问题的能力。在平面广告设计教育中,教师可以设计一系列与广告设计相关的问题,引导学生主动思考、探索和实践。通过这种问题导向的学习方式,学生能够更加深入地理解广告设计的本质和原理,同时锻炼自己的创新思维和解决问题的能力。

7.3 翻转课堂

翻转课堂是一种颠覆传统课堂的教学模式,它将原本在课堂上进行的讲授环节转移到课前,让学生在课前通过视频、资料等自主学习基础知识。而在课堂上,教师则引导学生进行深入的讨论和实践操作。这种教学模式能够提高学生的学习主动性和参与度,使课堂时间更加高效地用于知识内化和技能提升。

7.4 数字化教学资源

随着信息技术的不断发展,数字化教学资源在平面广告设计教育中的应用越来越广泛。利用在线课程、虚拟实验室等数字化教学资源,教师可以为学生提供更加丰富多样的学习资源和环境。同时,数字化工具还可以用于作品展示和评价,使学生的学习成果更加直观、易于分享和交流。

8 教学目标与内容

8.1 掌握基础知识

学生应扎实掌握平面广告设计的基础知识,这包括图形设计的基本原理、色彩搭配的美学规律以及排

版布局的技巧等。通过系统的理论学习,学生能够理解广告设计的核心要素,为后续的实践操作打下坚实的理论基础。

8.2 提升创新能力

在掌握基础知识的基础上,课程应着重培养学生的创新思维 and 创新能力。这意味着学生应具备独立思考、勇于探索的精神,能够打破常规,创作出具有创意和独特性的广告作品。通过创意激发、设计思维等课程的引导,学生将逐渐掌握创新的方法论,为未来的职业发展注入源源不断的动力。

8.3 增强实践能力

实践能力是平面广告设计教育的重要目标之一。学生应通过大量的实践练习,掌握广告作品从创意构思到成品制作的全过程。这包括设计软件的操作、印刷流程的了解以及市场推广的策略制定等。通过实践,学生能够将理论知识转化为实际操作能力,为未来的就业做好充分准备。

8.4 培养团队协作能力

在团队合作和项目实践中,学生应具备团队协作能力和沟通能力。这要求学生能够学会倾听、理解他人的观点,并在团队中发挥自己的优势,共同完成任务。通过团队合作的训练,学生能够提升自己的人际交往能力,为未来的职场竞争增添一份有力的保障。

9 结束语

创新导向的平面广告设计课程教学模式是适应新媒体环境下教学需求的重要举措。通过培养学生创新能力、优化培养方案与策略、应对新媒体挑战、建立教学评价与反馈机制、强化实践与实训、革新教学方法与手段以及明确教学目标与内容等措施,可以有效提升学生的广告设计技能和综合素质。未来随着新媒体技术的不断发展和广告行业的不断变化,我们还将继续探索和完善这一教学模式,以适应市场需求的变化和学生成长的需求。

参考文献

- [1]王姣.基于创新能力培养的“平面广告设计”课程建设路径探究[J].美与时代(上旬刊),2021(4):129-131.
- [2]王春芳.如何在平面设计教学中培养学生的设计、创新思维[J].职业,2021(8):67-68.
- [3]吴玲.基于项目式教学法的高职广告设计类课程教学设计——以平面广告设计课程为例[J].广西教育,2023,(36):154-157.