

Exploration on the Reform and Practice of Advertising Art and Design Teaching Based on the Internet Background

Xuehua Feng

Ganzhou Polytechnic, Ganzhou, Jiangxi, 341000, China

Abstract

With the rapid development of Internet technology, the advertising industry is experiencing unprecedented changes. Traditional advertising forms are gradually replaced by digital advertising, and the teaching of advertising art design is also facing new challenges and opportunities. This paper analyzes the current situation and problems of advertising art design teaching under the background of Internet, and puts forward the corresponding change direction and practical exploration. In view of the problems existing in the current teaching, such as emphasizing theory rather than practice, lack of practical experience and teaching resources, the reform direction of digital transformation, innovation engine, practice first and personality bloom is put forward. By constructing a practice-oriented teaching mode, introducing teachers with rich practical experience and scientific setting up courses, and paying attention to practical operation, students' practical ability and innovative consciousness can be effectively improved, and professional talents in line with the market demand can be cultivated.

Keywords

Internet; advertisement; artistic design

基于互联网背景下的广告艺术设计教学变革与实践探索

冯雪华

赣州职业技术学院, 中国·江西赣州 341000

摘要

随着互联网技术的飞速发展, 广告行业正经历着前所未有的变革。传统的广告形式逐渐被数字化广告所取代, 广告艺术设计的教学也面临着新的挑战 and 机遇。论文分析了互联网背景下广告艺术设计教学的现状及问题, 并提出了相应的变革方向和实践探索, 针对当前教学中存在的重理论轻实践、缺乏实践经验和教学资源等问题, 提出了数字化转型、创新引擎、实践先行和个性绽放的变革方向。通过构建以实践为导向的教学模式、引进具有丰富实践经验的教师和科学设置课程, 注重实践操作等措施, 可以有效地提高学生的实践能力和创新意识, 培养出符合市场需求的专业人才。

关键词

互联网; 广告; 艺术设计

1 引言

随着互联网的迅猛发展, 传统广告的形式已经发生了翻天覆地的变化, 这给广告艺术设计教学带来了新的挑战与机遇。广告艺术设计作为一门复杂且多样化的学科, 需要不断与时俱进, 适应互联网时代的发展趋势。然而, 传统的广告艺术设计教学模式往往仍固守于传统观念和方法, 未能及时跟上互联网时代的步伐。

2 广告艺术设计教学的现状及问题

互联网背景下的广告艺术设计教学是指在互联网时代背景下, 利用互联网技术和思维, 对广告艺术设计教育进行

创新和改革, 以适应时代发展和行业需求的教学方式。这种教学方式具有数字化、信息化、创新性、实践性等特点, 旨在培养学生的创意思维、设计技能和综合素质, 提高其就业竞争力和适应能力。

互联网背景下的广告艺术设计教学以数字化技术和资源为基础, 通过在线课程、数字化教学平台、远程教学等新型教学方式, 实现教学内容的数字化和信息化, 提高教学效果和学习效率。同时, 利用互联网的开放性和共享性, 可以加强与其他学科、行业的跨界合作, 拓展广告艺术设计教学的领域和深度。

在教学过程中, 互联网背景下的广告艺术设计教学注重培养学生的创新思维和实践能力。通过创意思维训练、设计比赛、项目实践等方式, 激发学生的创新思维和创造力, 培养其独立思考和解决问题的能力^[1]。同时, 通过校企合作、项目式学习等实践教学方式, 让学生参与实际项目和案例,

【作者简介】冯雪华(1991-), 女, 中国江西赣州人, 硕士, 高职讲师, 从事广告艺术设计专业教学及研究。

提高其实践能力和职业素养。

此外,互联网背景下的广告艺术设计教学还注重与市场的对接和与行业的联系。通过市场调研、行业专家指导等方式,了解市场需求和行业趋势,将最新的设计理念和技术融入教学中,使教学内容更加贴近实际需求。同时,通过与企业的合作和实践教学环节,可以为学生提供更多的实践机会和就业渠道。

3 互联网背景下广告艺术设计教学的变革方向

3.1 “数字化转型:广告设计的未来之路”

数字化转型意味着将传统的广告艺术设计教学与最新的数字技术相结合,实现教学内容和方式的全面升级。通过引入互联网、人工智能、虚拟现实等先进技术,广告艺术设计教学能够更加便捷地获取和传递知识,同时也能够创造更加丰富多样的学习体验。在这一变革方向上,广告艺术设计教学需要注重培养学生的数字素养和技术能力。学生需要掌握各种设计软件、多媒体制作工具和互联网平台的使用方法,以便能够创作出具有创意和实用性的广告作品^[2]。

此外,还需要注重培养学生的数据分析和用户研究能力,使其能够更好地理解用户需求和市场趋势,从而设计出更符合实际需求的广告。还要求广告艺术设计教学更加注重实践和创新,通过与企业合作、参与实际项目等方式,学生能够在实践中积累经验,提升技能,并有机会将自己的创意付诸实现。同时,学校和企业也可以共同建立创新实验室或研究中心,推动广告设计的创新研究和实践^[1]。

3.2 “创新引擎:激发广告创意的源泉”

创新,既是广告行业的生命线,也是广告艺术设计教育的核心目标。在互联网时代,广告不再仅仅是产品或服务的简单宣传,而是需要融入更多的创意和想法,以吸引和打动消费者。因此,广告艺术设计教学需要与时俱进,将创新思维的培养置于首位。在教学过程中,教师应该鼓励学生勇于尝试新事物,挑战传统观念,发挥想象力和创造力^[3]。通过开设创新课程、组织设计比赛、参与实际项目等方式,学生可以在实践中培养创新思维和解决问题的能力。同时,学校还可以与企业合作,共同建立创新实验室或研究中心,为学生提供更多的实践机会和创新资源。此外,互联网背景下的广告艺术设计教学还需要注重跨界合作和知识共享。通过与其他学科、行业的交流和合作,学生可以拓宽视野,汲取灵感,创造出更具创意和实用性的广告作品。同时,利用互联网平台,学生可以方便地获取各种设计资源和学习资料,从而提高学习效果和效率^[2]。

3.3 “实践先行:广告艺术设计的实战之路”

“实践先行”意味着广告艺术设计教学不再局限于传统的理论学习和模拟练习,而是将重点放在实际操作和实践经验的积累上。学校与企业、行业的合作变得更为紧密,实际项目成为教学的一部分,使学生有机会亲身参与广告策

划、设计、制作和发布的各个环节。在这种实战环境中,学生不仅能够运用所学知识和技能解决实际问题,还可以在团队合作和沟通中提升综合素养^[4]。他们从实践中学习如何理解客户需求、把握市场趋势、制定创意策略,并在项目执行中不断调整和优化设计方案。此外,实践先行还意味着广告艺术设计教学需要更加注重行业动态和技术发展。教师要保持与行业的紧密联系,关注最新的设计理念和广告技术,并将其融入教学中。学生也需要通过实践了解不同媒体和设计工具的特点,学会利用数字技术提升广告的创意和表现力^[5]。

3.4 “个性绽放:大数据驱动的定制化学习”

在传统的广告艺术设计教学中,学生常常只能被动接受统一的教学内容和方式,缺乏个性化的学习体验。然而,在大数据驱动的定制化学习中,每个学生都能获得量身定制的学习资源和路径。通过对学生的学习行为和习惯进行深度分析,教师可以精准地了解每个学生的需求和能力,从而为他们提供最合适的学习资源和指导。这种变革不仅提高了广告艺术设计教学的质量,也更好地激发了学生的创造力和潜力。每个学生都可以按照自己的节奏和方式进行学习,充分发挥自己的个性和创意^[6]。同时,大数据的精准分析也为教师提供了有力的支持,帮助他们更好地指导学生,提升教学效果^[4]。

4 广告艺术设计教学变革的实践探索

4.1 构建以实践为导向的教学模式

在广告艺术设计教学中,构建以实践为导向的教学模式是至关重要的。这种模式强调将理论知识与实践操作紧密结合,让学生在项目案例中深入理解和掌握广告设计的技能。在这种模式下,教师可以采用项目式学习的方式,引导学生通过团队协作完成实际项目。学生可以在项目的全过程中,亲身参与广告设计的各个环节,从需求分析、创意构思、设计制作到效果评估,从而掌握广告设计的完整流程和相关技能。在项目式学习中,教师需要发挥引导作用,为学生提供足够的支持和指导。他们可以帮助学生理解项目需求,引导他们进行创意构思和设计制作,并提供必要的理论知识和技术支持。同时,教师还需要引导学生对项目进行反思和总结,帮助他们理解自己在项目中的表现和收获,以及如何将所学知识和技能应用到未来的广告设计中。通过项目式学习,学生不仅能够掌握广告设计的技能和流程,还能够培养团队合作、沟通协调、问题解决等综合能力。他们可以在实践中学习如何与不同背景的团队人员合作,如何理解和满足客户需求,如何应对项目中的挑战和问题。这些经验和技能对于他们的未来职业发展具有重要意义^[5]。

4.2 引进具有丰富实践经验的教师

为了使能够接触到行业最新的动态和趋势,并提升他们的实践能力和创新思维,引进具有丰富实践经验的广告设计师担任兼职教师或定期开设讲座是一种有效的方法。

通过引进具有丰富实践经验的广告设计师，他们可以将最新的设计理念、技术和实际设计经验传授给学生。这不仅可以使接触到行业最新的动态和趋势，还可以让他们学习到实际的设计经验和技巧。此外，这些设计师还可以为学生提供专业的指导和建议，帮助他们提升自己的设计水平和职业素养。兼职教师或定期讲座的形式可以灵活多样，如开设专业课程、组织设计比赛、进行案例分析等。这些活动可以让学生在接触更多的实际项目和案例，并从中获得更多的实践机会和经验。同时，这些活动还可以促进学校与行业之间的交流和合作，为学生的就业和职业发展提供更多的机会和资源。

4.3 科学设置课程，注重实践操作

在广告艺术设计教学中，根据市场需求和行业发展科学地设置课程是至关重要的。为了更好地培养学生的实践能力和创新精神，课程设置要注重实践操作和案例分析，同时增加实践课程的比重。通过实践操作和案例分析，学生可以更好地理解和掌握广告设计的技能和技巧。这些实践课程可以包括设计项目、案例研究、实战演练等，让学生在实践中学习如何运用所学知识和技能解决实际问题。此外，建立校企合作机制是提高学生实践经验的有效途径。学校可以与企业合作，安排学生到企业实习或参与实际项目，让他们亲身参与到广告设计的各个环节。通过这种校企合作机制，学生可以更好地了解行业最新的动态和趋势，同时也可以培养他们的实践能力和职业素养。在课程设置中，还需要注重学生的综合素质培养。广告艺术设计不仅是技能的学习，还需要培养学生的创意思维、团队合作、沟通协调等综合能力。

因此，课程设置需要涵盖创意设计、市场营销、媒体传播等多方面的知识，为学生提供更全面的教育。

5 结语

在互联网背景下，广告艺术设计教学的变革与实践探索正在开启新的篇章。以大数据驱动的定制化学习为核心，我们见证了传统教学模式向个性化、智能化和互动化方向的转变。这不仅帮助学生释放个性，发挥创造力，也使教师能够更精准地满足学生的学习需求，提升教学效果。未来，随着技术的不断进步和广告行业的持续发展，广告艺术设计教学将面临更多挑战与机遇。我们期待通过深入的实践探索，不断总结经验，为培养具备创新精神和实践能力的广告人才贡献力量。同时，也希望广告艺术设计教学能够与时俱进，积极拥抱变革，为行业培养更多优秀的人才，推动广告业的繁荣发展。

参考文献

- [1] 韩东平.互联网背景下企业品牌整合营销传播策略研究[J].全国流通经济,2023(14):57-60.
- [2] 王乃考.形式泛化背景下互联网广告的智能筛查与监管[J].青年记者,2023(9):91-93.
- [3] 刘竞言.“互联网+课堂”背景下《广告与公关》课程思政改革思路与实践[C]//教育理论研究与创新网络总结年会论文集(七),2022.
- [4] 杜鑫.互联网背景下影视文化产业融合发展的研究[J].中国集体经济,2022(35):107-109.
- [5] 万国.“互联网+”背景下高校艺术设计教学变革研究[J].科教导刊(中旬刊),2018(23):121-122.