

大学“广告策划”课程项目制教学与考试改革分析

周玥伶

武汉工商学院 文法学院

DOI:10.12238/er.v5i4.4642

[摘要] 近几年来,由于经济的飞速发展,各类新型技术方式涌现出来,为各行各业的发展带来了新契机。其中,大学“广告策划”课程课堂教学中,传统的教学已经无法紧跟时代的步伐,导致教育体系面临巨大的挑战。根据当前大学“广告策划”课程课堂教学中普遍存在的问题,以课程项目制教学为基础,对整个大学“广告策划”课程课堂教学的改革进行分析,重点关注学生在课程项目制教学过程中对于基础知识的掌握程度以及学习能力的提高,本文根据现有的传统教学模式中存在的问题进行分析,为大学教育的改革提出相关建议。

[关键词] 课程项目制教学; 大学“广告策划”教学课堂; 教学改革

中图分类号: G424.1 文献标识码: A

Analysis on the reform of project-based teaching and examination of "advertising planning" course in universities

Yueling Zhou

School of grammar and law, Wuhan Business University

[Abstract] In recent years, due to the rapid development of the economy, all kinds of new technologies have emerged, bringing new opportunities for the development of all walks of life. Among them, in the university "advertising planning" teaching classroom teaching, the traditional teaching has been unable to keep up with the pace of the times, leading to great challenges for the education system. According to the common problems in the current classroom teaching of "advertising planning" teaching in colleges and universities, based on the course project teaching, the whole university "advertising planning" teaching classroom education reform, focusing on the students in the process of the basic knowledge and learning ability, according to the existing traditional teaching mode, put forward relevant suggestions for the reform of university.

[Key words] curriculum project system teaching; university "advertising planning" teaching classroom; teaching reform

前言

现阶段,大学教育是社会人才着重培养的重点,是社会创新人才培养的重要支柱。由于社会经济的不断发展,对于创新型人才的要求在不断更新,人才的需求量越来越大,需要大学不断对“广告策划”课程课堂教学模式进行改革,通过这种方式满足现阶段社会发展的具体要求,课程项目制教学是来源于传统教育与信息技术之间的彼此结合。在课程项目制教学背景下重视对于大学的“广告策划”课程课堂教学改革是现阶段需要遵循的主要路径。由于智慧“广告策划”教学课堂主要来源于智慧教学理论,其主要作用是为学生提供学习资源,以此推进学生积极主动的进行学习,为国家未来的发展储备力量。

1 智慧“广告策划”教学课堂以及课程项目制教学理念的基本概念

课程项目制教学跟随科学技术的发展而发展,渐渐衍生出一种新的教育模式,将其命名为课程项目制教学。在现阶段的大学生“广告策划”课程课堂教学过程中,利用电子信息技术可以有效推进教学改革的顺利进行,使“广告策划”课程课堂教学模式得到进一步的发展。况且处在课程项目制教学背景下的“广告策划”课程课堂教学具有数字化、“广告策划”教学课堂化以及多媒体化的特点。将智能化的技术应用到“广告策划”课程课堂教学过程中,能够有效改善教师与学生之间的关系,不断的加强彼此之间的交流与合作,全面提高教学质量和教学效果。在大学的“广告策划”课程课堂教学过程中,将信息技术融入到传统教学当中,能够有效推进教育现代化的发展。

2 对我国高校《广告策划与创意》课程教学进行改革的必要性

由于《广告策划与创意》课程具有很强的实践性,在教学改革中具有一定的现实意义,能够有效激发学生对广告策划课程的兴趣。长期以来,高校教师应试教育体制所影响,没有充分认识到广告策划课程的重要性,且教师习惯于采用传统的教学方法,注重基本理论知识的传输,忽视教学实践。在这种情况下,许多学生对广告策划和创造性学习有排斥感和抵制感。如果教师可以通过多种方式进行课程改革,在教学中引入各种新的教学方法,合理安排理论教学与实践教学的比例,提高教学质量,可明显提高学生的课堂参与度,还能够有效地突出学生在课堂中的主导作用。目前,由于教学方法与教学模式过于传统单一,广告策划与创意教学仍以教师的意志为中心,学生在教学中没有发挥主导作用。为此,要想从根本上提高教学质量与教学效率,应改革高校广告策划的创造性教学方法,使广告策划的创造性教学逐步回归到以学生为主体的教学形式。此外,科学合理的教学改革也可以提高学生的综合能力,我国高校广告策划与创意课程的教学效率和质量也将得到显著提高。

3 大学“广告策划”传统教学与考试模式中的不足

3.1 大多数教师在实际的授课过程中仍然使用传统教学法来进行教学

在社会主义经济建设发展新时期,在新课改标准背景背景下,由于教育教学长期受应试教育所影响,一些高校教师仍借助传统模式开展筹划广告创意课程教学。换句话说,长期坚持以教师是教学的核心,在教学过程中,学生只能被动地接受老师的安排,学生的主体地位没能得到体现。长此以往,学生将对广告策划和创意课程失去兴趣。因此,高校教师应该要认识到这一问题的危害性,从多方面改进广告策划与创意课程的教学方法。除此之外,部分教师在实际授课过程中会更加偏重于理论知识的讲解而忽略实践教学。目前,我国高校广告策划创意教学中最普遍、最严重的现象是实践教学比重过小,理论教学比重过大。广告策划与创意是一门实践性很强的课程。如果高校教师在教学过程中忽视实践教学,不利于学生综合实践能力的提高,不仅会影响学生的核心竞争力,还会对我国广告业的发展产生负面影响。

3.2 学生概念模糊

传统的教学模式下,为彰显广告策划课程的重要性,同时也为在最短的时间内促进学生积累专业知识,部分专业教师会通过增加课时量、增强课程任务难度等方式妄图达成教学目标。但是对于刚刚步入大学的学生而言,其对广告策划概念的认知亦或是广告策划流程的了解都尚有不足。“广告策划到底需要做什么?”“广告策划在具体的设计与准备工作中都需要做什么?”“市场调查应该怎么开展?”等都是学生群体中常发出的问题。在此情况下,过大的学习量亦或是过于高的任务等级等都会对其学习信心、学习积极性、学习效果等造成一定影响。并且,传统的教学模式下,部分教师为有效调动学生的积极性,会在初次教学、简单概念解析后便为学生布置相对简单的实践目标与考试内容。但是这个“相对简单”往往是建立在教师对广告策划深度认知的基础上,对于学生而言仍属于较为困难的任务。因

此过早、过量的考试与实践任务非但无法有效激发学生的学习兴趣,还有可能引发学生自信心下降、厌学等不良心理。

3.3 多位教师的辅导与考核过程中的主观评价影响

广告策划是一门较为灵活、富有创造力的课程,实际教学与考试过程中,尽管不同教师之间的教学大方向不会有过大的出入,但是在细节之处不同的教师还是会根据自身的想法与喜好给予学生不同的设计思路与思考意见。大部分学生在既往的教学与考试活动中已经熟悉了“非黑即白”的课程模式,其在面对教学元素与考试问题的过程中往往也只能根据“对”或者“错”来评判广告策划元素、广告策划方法、广告策划思路等内容的好坏。策划不是数学题,策划本无绝对,不同人在面对同一份策划的情况下也会产生不一样的判断。学生认知与课程实际情况的出入会导致学生一时难以接受,同时也会导致学生对其创造力、策划思路等产生质疑,进而对自身的学习能力、教师的教学水平、考试的公允性等产生怀疑。所以在项目制的广告策划教学与考试背景下,应尽量平衡不同教师教学观念、设计思路上的差异化,或者采取“导师制”的项目教学方式,将全体学生均衡地划分给不同教师,进而引导该名教师全权负责其所管理学生的教学、考试活动,在一定程度上制定相对清晰、统一的判断标准,帮助学生在更具体的项目教学、项目活动、项目考试中获得更全面的成长。

4 大学“广告策划”课程项目制教学与考试改革

4.1 利用导读法提升学生在项目制教学中的学习效果

实际教学过程中,不同的教师、学生甚至是形形色色的专业书籍等都属于具有差异化的个体,而这些个体之间也都存在有良莠难分的情况。为避免学生在初次接触广告策划与项目制教学、考试时不会产生迷茫、焦虑的心理,教师可以根据自身的专业特点来对标不同的学生项目小组,以相似的喜好、高度一致的策划理念等尽量缩减学生与教师之间相互磨合的时间。可以通过摸底考核、信息调查、入学测验等方式对学生进行组别划分。同时,针对不同能力、不同喜好的项目小组,教师也要凭借其专业素养为学生挑选最适宜的专业书籍、参考资料等。此举不仅能够最短的时间内帮助学生对广告策划的概念产生相对明确的认知,同时也能够有效降低教师的授课时长,使其无需在课堂中花费大量的时间进行枯燥、乏味的理论教学,而是将更多的时间与精力花费在对学生在专业指导以及自我提升上,达成教学相长、共同进步的美好愿景。

4.2 采取传统与项目制并驾齐驱的教学与考试模式

大学生在步入校园之前,已经接受了长达12年的传统教育,其自然会更熟悉,也更易于接受传统的教育模式。并且并不是所有学生都有强大的自我约束能力,在缺乏教师管教的情况下,便极易迷失自我。因此在施行项目式教学与考试的初期,教师还是需要结合一定的传统教学方法来对学生的学习意识、学习行为、学习习惯等加以约束。例如,在开展广告策划课程的项目式教学过程中,针对不同的项目小组,学校可以为其开放一个类似于工作室的教学空间,而教师需要结合学生的实际学习需求,定

期、定量的引导其进行集中交流、相互对比,共同督促的学习活动。教师可以引导学生自行准备书籍、策划工具等,规定其在固定的时间段进行小组讨论与成果分享。并且教师要根据学生的喜好、特长出发,结合传统教学模式中的考试方式,设计出更多元且具实效性的考试内容。如,传统概念性测验与阶段成果展示相结合考试模式、小组成员彼此间设计考试题目等。此举技能能够有效调动学生对广告策划课程学习的积极性,同时也可以防止学生的思维僵硬化、消极心理及自闭倾向。

并且可以根据学生的实际能力与喜好,灵活的调整广告策划课程的任务占比以及成绩比例,如,针对实践能力较强,但理论基础并不扎实的项目小组,教师变革适当增强理论教学的时间,同时增强其理论测验成绩在总成绩中的占比,以此来促进学生获得更全面的成长与进步。

5 结论

总而言之,新的时代背景对广告策划专业人才提出了更高的要求,与之相对应的,广告策划专业课程的教学模式以及考试模式也应有所转变。目前能够明确的是,项目制的教学方式的确能够有效提升学生的学习效果,学生获得更专业、生动且具有针对性的教育与指导。本文基于广告策划教学课程项目制及考试改革出发,通过阐述传统教学模式的不足以及项目制教学的必要性,引申出项目制教学以及考试改革的具体策略,以期望能为相关教师提供一定教学灵感。但由于我国教学体系中项目制教学

仍属于实验阶段,因此很多教育观点乃至教学理论都不够成熟,于此,笔者会在今后的教学实践中持续性收集资料并加以分析从而不断完善项目之教学的理论研究工作,促进整体广告策划教育的不断进步与发展。

【参考文献】

- [1]闫丙娜.“互联网+教育”背景下《广告策划与创意》课程教学设计研究[J].艺术大观,2021(08):119-120.
- [2]王丽娜.新兴技术范式下《新媒体广告策划与管理》课程教学改革研究[J].作家天地,2021(07):172-173.
- [3]查霞,王天星,张昀浩.广告策划课程教学改革分析[J].大众文艺,2020(18):158-159.
- [4]李红强,吴艳青,王建文,等.策划思维在广告策划课程教学实践中的应用[J].科技风,2020(26):33-34.
- [5]张志强,彭悦.信息化背景下的高等教育改革研究[J].现代职业教育,2017(07):67.
- [6]祝智庭,许秋璇,吴永和.教育信息化新基建标准需求与行动建议[J].中国远程教育,2021(10):1-11.
- [7]林琳.信息化背景下成人高等教育改革探索[J].中国成人教育,2016(08):31-33.

作者简介:

周玥伶(1981--),女,汉族,湖北武汉人,硕士,武汉工商学院讲师,研究方向:新闻传播。

中国知网数据库简介:

CNKI介绍

国家知识基础设施(National Knowledge Infrastructure, NKI)的概念由世界银行《1998年度世界发展报告》提出。1999年3月,以全面打通知识生产、传播、扩散与利用各环节信息通道,打造支持全国各行业知识创新、学习和应用的交流合作平台为总目标,王明亮提出建设中国知识基础设施工程(China National Knowledge Infrastructure, CNKI),并被列为清华大学重点项目。

CNKI 1.0

CNKI 1.0是在建成《中国知识资源总库》基础工程后,从文献信息服务转向知识服务的一个重要转型。CNKI1.0目标是面向特定行业领域知识需求进行系统化和定制化知识组织,构建基于内容内在关联的“知网节”、并进行基于知识发现的知识元及其关联关系挖掘,代表了中国知网服务知识创新与知识学习、支持科学决策的产业战略发展方向。

CNKI 2.0

在CNKI1.0基本建成以后,中国知网充分总结近五年行业知识服务的经验教训,以全面应用大数据与人工智能技术打造知识创新服务业为新起点,CNKI工程跨入了2.0时代。CNKI 2.0目标是将CNKI 1.0基于公共知识整合提供的知识服务,深化到与各行业机构知识创新的过程与结果相结合,通过更为精准、系统、完备的显性管理,以及嵌入工作与学习具体过程的隐性知识管理,提供面向问题的知识服务和激发群体智慧的协同研究平台。其重要标志是建成“世界知识大数据(WKBD)”、建成各单位充分利用“世界知识大数据”进行内外脑协同创新、协同学习的知识基础设施(NKI)、启动“百行知识创新服务工程”、全方位服务中国世界一流科技期刊建设及共建“双一流数字图书馆”。