

新媒体环境下广告学教学改革的策略探索

胡国华

江西师范大学科学技术学院,江西九江 332020

DOI: 10.61369/SSSD.2025150030

摘要 : 近些年,随着新媒体技术高速发展,广告行业迎来了全新的发展机遇,传统广告学教学模式已然无法满足当前的教学需求。所以,在新媒体环境下,高校应该主动肩负起应有的育人职责,结合新媒体环境下广告行业新趋势、新特点,推动广告学教学改革进程。这样,不仅有利于构建“产学研用”一体化生态,也能培养适应行业需求复合型人才,切实推动行业创新与文化传播升级,进而提高高校在广告行业中的竞争力与影响力。对此,本文首先阐述新媒体环境下广告学教学改革的意义,接着提出来一系列行之有效的改革策略,以期为相关研究者提供一定的参考与借鉴。

关键词 : 新媒体; 广告学; 教学改革; 策略

Exploration on the Strategies of Advertising Teaching Reform Under the New Media Environment

Hu Guohua

Jiangxi Normal University Science And Technology College, Jiujiang, Jiangxi 332020

Abstract : In recent years, with the rapid development of new media technology, the advertising industry has ushered in new development opportunities, and the traditional advertising teaching model can no longer meet the current teaching needs. Therefore, under the new media environment, colleges and universities should take the initiative to assume their due educational responsibilities, and promote the process of advertising teaching reform by combining the new trends and characteristics of the advertising industry in the new media environment. This not only helps to build an integrated ecology of "production, education, research and application", but also cultivates compound talents who meet the needs of the industry, effectively promotes industry innovation and cultural communication upgrading, and thus enhances the competitiveness and influence of colleges and universities in the advertising industry. In this regard, this paper first expounds the significance of advertising teaching reform under the new media environment, and then puts forward a series of effective reform strategies, in order to provide certain reference for relevant researchers.

Keywords : new media; advertising; teaching reform; strategies

一、新媒体环境下广告学教学改革的意义

(一) 有利于构建“产学研用”一体化生态

新媒体背景下对广告学教育改革有着深远影响,有助于“产学研用”一体化生态环境的构建。第一,改变授课内容和授课形式能够推动广告专业教学与行业现实更加契合。高校可以根据新媒体时期广告业发展的趋势和需求,灵活调整课程设置,如,增设短视频创作、新媒体广告、大数据分析应用等学科内容,确保实践教学成果与市场需要相匹配。其次,这也有益于推进学校与企业的合作。高校可与广告企业、新媒体平台等联合建立产业-教育研究中心,向学生提供丰富的实践与实战机会,不断增强他们的实践技能。除此外,企业也可参与到广告专业教育教学中,举办讲座、分享行业实例等,提供给学生最优质的商业信息和实践经验,有效提高广告专业教学质量^[1]。

(二) 有利于培养适应行业需求复合型人才

在新媒体环境下,广告行业对于人才的要求愈发多元化,广

告学教学改革在培养适应行业需求的复合型人才方面发挥着关键作用。新媒体时代的广告业务涉及多个领域,包括市场营销、创意设计、数据分析、传播策略等,这就要求广告学专业的学生具备跨学科的知识和技能。通过教学改革,高校可以打破传统学科学壁垒,整合不同学科的课程资源,为学生提供更全面的知识体系。新媒体广告行业变化迅速,需要学生具备快速适应和创新的能力。高校可以通过实践教学环节,如广告项目实训、创新创业比赛等,让学生在实际操作中积累经验,培养解决问题的能力和创新思维。这样培养出来的学生能够在毕业后迅速融入行业,为企业创造价值。教学改革也有助于提升学生的沟通与团队协作能力^[2]。

(三) 有利于推动行业创新与文化传播升级

在广告学教学过程中,教师引入先进的新媒体技术与理念,以此推动广告学改革,激发学生主动了解与学习最先进的商务信息与最新时事。例如,将虚拟仿真、互动模拟等全新技术引入广告学教学中,通过改进课程让学生学习与掌握这些技能,毕业后

快速适应岗位工作，并在广告设计中应用这些全新的技术，为广告行业创造全新的广告展示与创意设计机会。另外，就文化传播而言，教学改革能够提高学生对多种文化理解和应用能力。新媒体技术的应用可以打破地理与文化之间的壁垒，促使广告成为优秀文化传播方式。同时，随着广告学课程改革的推进，学生可以深入研究不同文化背景下的消费者心理和审美观，在广告设计过程中将各种文化元素更好地融入其中。这样，广告既能够满足不同消费者的需求，又能通过广告传达产品信息，促进文化融合与交织，进而使文化传播实现升级^[3]。

二、新媒体环境下广告学教学改革的策略

（一）优化课程体系，拓展课程教学内容

第一，增设与新媒体相关的课程。高校应该针对新媒体环境下广告行业的发展需求，增设短视频编辑、社交媒体运营、新媒体营销以及新媒体广告策划等课程，以此丰富学生的知识，拓宽他们的专业视野。与此同时，高校也要对现有的课程进行调整和完善，渗透新媒体元素，促使新增新媒体课程与现有课程有机结合起来，相互促进，提高课程教学实用性^[4]。

第二，构建跨学科课程。随着新媒体时代的来临，广告学所涉及学科越来越复杂，比如，艺术设计、传播学、计算机以及电子商务等。所以，高校有必要构建跨学科课程体系，破除各学科之间的教学壁垒，推动各学科课程内容知识相互融合与交织。对此，高校开设新媒体数字营销学、新媒体广告传播学以及大数据分析等课程，以此提高学生的专业水平，并增强他们的跨学科能力。

第三，有效衔接各门课程。高校应该合理安排课程教学的先后顺序，加强各门课程之间的衔接性、逻辑联系。比如，广告学基础课程教学结束后，需要安排新媒体广告策划、新媒体营销等课程，促使学生可以循序渐进地学习与掌握广告学相关知识，并增强他们的实践应用能力。此外，高校也可以通过课程设计和实训项目等，将各课程知识点有机串联起来，引导学生构建完善的知识体系^[5]。

（二）创新教学方法，调动学生参与积极性

第一，应用案例教学法。教师通过收集与整理新媒体背景下的优秀广告案例，组织学生对广告案例进行分析、讨论。在这个过程中，学生可以掌握新媒体背景下的广告创意方法、广告发布方式与新媒体营销等知识，增强他们问题决策与解决能力，也能鼓励学生利用所学知识对案例进行创新与改进，以此锻炼他们的创新意识及动手能力。

第二，引入项目教学法。教师要以真实的广告项目为参考，指导学生进行项目式实践活动。在实践中，学生需完成市场调研、广告策划、创新创意设计、媒体传播等流程，亲自体验新媒体广告设计与传播的完整流程，而且也可以通过项目式教学来强化学生的项目管理能力、交际能力与团队协作能力等，以此增强其综合素养^[6]。

第三，运用线上线下混合式教学法。教师要灵活运用新媒体

技术手段实施线上线下混合式教学，通过网络授课平台或线上学习小组为学生提供大量资源，如，视音频课件、在线测试、即时互动等；而线下学习环节包括面对面讲授、分组讨论、实战演练等。同时，混合式教学法线上线下的应用能够突破时空局限，提高教学效能，从根本上提升学生的学习成效。

第四，开展虚拟仿真实验教学。教师要基于虚拟仿真平台。在实践教学中，教师要构建新媒体广告虚拟模拟实验平台，让学生体验新媒体广告制作、广告传播活动，在虚拟实验平台中设计广告创意、制定媒体投放和广告投放等实践操作，展开广告效果评估与评估标准的制作等广告投放与效果评估实验。另外，学生通过虚拟仿真实验能够在真实的操作过程中掌握新媒体广告的技巧和手段，不断增强学生的实践操作技能^[7]。

（三）深化校企合作，搭建“产学研用”平台

高校应该主动与广告行业中的优秀企业构建稳定、长期的合作关系，并联合制定人才培养方案，积极参与课程建设和内容更新，把行业中的前沿技术、案例以及广告理念引入广告学教学活动，使学生学到的知识能力与市场需求有机对接。

搭建产学研用一体化平台，企业积极为学生提供丰富多样的实习实训基地，让学生有机会亲身参与到真实的广告项目运作中，通过实际操作锻炼专业技能，逐步积累宝贵的实践经验。同时，学校充分发挥自身在科研领域的优势资源，与企业深度合作，共同开展广告行业的前沿科研项目，聚焦企业在实际运营过程中遇到的技术瓶颈与市场挑战，推动理论创新与实践应用的紧密结合。这种协作不仅有效促进了科研成果的高效转化和实际应用，还进一步强化了校企之间的资源共享与优势互补，构建起可持续、互利共赢的合作生态^[8]。

同时，学校还可以邀请广告企业专家到校举办讲座及培训，把最新广告业发展和实战经验传授给学生，还可以由学校教师到企业去实习，加深实践技能和对行业的认识，再反向对学生指导。通过学校与企业合作、平台建立，形成校企生三方共建利益共同体，在新媒体环境下培育适合行业需求的优秀广告人才的良好生态环境，为广告行业实现持续发展注入新活力^[9]。

（四）大力建设师资队伍，提高教师新媒体素养

高校教师所面对学生群体，往往都是使用新媒体工具的中坚力量。为此，教师要想将广告学教学改革工作做好，需要不断提高自己的新媒体素养，学会用网言网语与学生沟通交流。首先，需要加强理论学习，提高自身的思想政治素养。教师要树立终身学习的理念，因为学生的思想在不断变化，这需要教师不断更新自己的知识体系，以面对新局面、新挑战。教师要利用学习强国等平台学习理论知识，用先进的思想武装自己的头脑，坚定自己的理想信念不动摇，这样才能做好广告学教学改革工作，做好学生道路上的引路人，解决他们的思想困惑与专业问题。这要求教师不仅要有精深的专业知识，还要有广博的科学文化知识，有扎实的理论基础才能更好地指导实践，做好“经师”。另外，教师学习一些关于新媒体的传播和运营等方面的知识，紧跟网络发展步伐，增强对信息的筛选、鉴别、掌控能力，以及对舆情的引导能力，同时还要了解一些社会学、心理学等领域的知识，增加广告

学教学改革工作的话语深度，逐渐形成自己的话语体系，弘扬主旋律、传播正能量，为新媒体背景下的广告学教学改革工作打下坚实的基础^[10]。

三、结语

总而言之，新媒体环境下广告学教学改革具有多方面的重要意义，且各项改革策略相互关联、相辅相成。对此，可以从优化课程体系，拓展课程教学内容；创新教学方法，调动学生参与积

极性；深化校企合作，搭建“产学研用”平台；大力建设师资队伍，提高教师新媒体素养等策略着手，全面推进广告学教学改革，确保广告学教学改革取得良好的成效，培养出更多适应新媒体环境下广告行业需求的优秀人才，为广告行业的发展和文化传播的升级做出更大的贡献。未来，高校应持续关注新媒体技术的发展动态和广告行业的最新需求，不断完善和调整教学改革策略，要注重各项策略的协同推进，形成强大的改革合力，确保广告学教学能够紧跟时代步伐，为广告行业输送源源不断的活力与动力。

参考文献

- [1] 段甲贵. 数智时代高校广告学本科教学的坚守与创新——以西部地方桂林理工大学(G高校)为例[J]. 传媒论坛, 2021, 4(12):175 - 176.
- [2] 石蒙蒙. 新文科建设背景下《广告学概论》课程思政的探索与实践[J]. 湖北经济学院学报(人文社会科学版), 2021, 18(07):141 - 144.
- [3] 刘伟. 理想、定位与实战教学: 地方高校广告学专业10年教改与成效研究[J]. 出版广角, 2021(08):89 - 91.
- [4] 张晓晖. 在广告学专业核心课程群建设中强化教学团队建设的思考[J]. 产业与科技论坛, 2021, 20(08):251 - 252.
- [5] 钟书平. 计算广告时代广告学科知识体系与培养目标重构[J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2021, 43(04):164 - 168.
- [6] 王丽莉. 基于新媒体形势的广告学专业实践教学分析[J]. 高教学刊, 2019 (09) : 94-96.
- [7] 石力文. 新媒体环境下广告学专业实训教学改革探析[J]. 流行色, 2019 (01) : 191-192.
- [8] 杨龙飞, 疏仁华, 葛贤平. 地方应用型本科院校广告学专业人才培养模式的改革与探索——以铜陵学院为例[J]. 滁州学院学报, 2019(03):113-116.
- [9] 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.
- [10] 赵伟. 新媒体时代下高校广告教学改革研究[J]. 信息记录材料, 2019(01):158-159.