

# 新媒体背景下的广告学课程教学改革研究

付玉波

合肥信息技术职业学院 安徽 合肥 230601

**[摘要]**新媒体时代背景下，广告业面临着前所未有的变革与挑战，对广告人才的培养提出了更高要求。本文深入探讨了新媒体背景下的广告学课程教学改革路径，从教学内容、教学方式及考核方式三个方面进行系统性分析与研究。通过强化理论与实践的紧密结合，以学生为中心的教学方式改革，以及建立多元化考核机制，旨在提升广告学专业学生的创意思维、实践能力及综合素养。

**[关键词]**新媒体；广告学课程；教学改革；创意思维；多元化考核

**[中图分类号]** G642.0 **[文献标识码]** A **[文章编号]** 1823-9635 (2026)-0035-35 **[收稿日期]** 2026-01-14

## 一、引言

新媒体技术的快速发展与广泛应用，不仅改变了人们的信息传播方式，也对广告行业产生了深远影响。在这一背景下，广告学课程的教学内容与方式必须与时俱进，以适应新媒体时代的需求。本文将从教学内容、教学方式和考核方式三个维度，对新媒体背景下的广告学课程教学改革进行深入探讨，以期培养具有创新精神和实践能力的广告人才提供有益参考。

## 二、以理论与实践相结合的教学内容

### （一）广告学课程的理论与实践特性

广告学作为一门研究广告的学科，兼具理论性与实践性。理论是广告学的基石，为实践提供指导和支撑；而实践则是理论的应用与检验，是广告学专业学生必备的技能。在新媒体背景下，广告学课程的教学内容必须兼顾理论与实践，实现二者的深度融合。

### （二）以广告创意思维为核心的教学内

## 容构建

### 1. 基础理论知识的更新与强化

在新媒体时代，广告行业日新月异，传统广告理论已难以满足市场需求。因此，广告学课程必须不断更新基础理论知识，引入新媒体广告、数字营销等新兴领域的前沿理论，确保学生掌握最新的行业动态和理论成果。同时，要加强对基础理论知识的讲解与巩固，为学生后续的实践环节打下坚实基础。

### 2. 实践技能的培养与提升

实践技能是广告学专业学生不可或缺的能力之一。在新媒体背景下，广告学课程应增加实践教学比重，通过案例分析、广告策划、广告设计等实践性环节，培养学生的创意思维、实践能力及团队协作能力。此外，还可以与企业合作，开展校企合作项目，让学生在真实的工作环境中锻炼实践技能，提升职业素养。

### 3. 创意思维的训练与激发

创意思维是广告行业的核心竞争力之一。在新媒体背景下，广告学课程应将创意思维作为教学内容的核心，通过创意大赛、创意工作坊等活动，激发学生的创意思维和创新能力。同时，要注重培养学生的批判性思维和解决问题的能力，使其能够在新媒体环境中灵活应对各种挑战。

#### （三）理论与实践相结合的教学模式创新

为了实现理论与实践的紧密结合，广告学课程应创新教学模式。例如，可以采用“翻转课堂”模式，让学生在课前通过自主学习掌握基础理论知识，课堂上则通过小组讨论、案例分析等方式进行实践应用与深化理解。此外，还可以采用“项目式学习”模式，让学生以项目为载体，将理论知识应用于实践中，通过项目实践提升综合能力和职业素养。

### 三、以学生为中心的教学方式

#### （一）传统教学模式的反思与改革

传统教学模式中，教师往往是课堂的主导者，学生被动接受知识。这种教学方式忽略了学生的主体地位和个体差异，难以激发学生的学习兴趣 and 主动性。因此，在新媒体背景下，广告学课程必须改革传统教学模式，以学生为中心，突出学生的主体地位和个体差异。

#### （二）以学生为中心的教学方式探索

##### 1. 案例分析法

案例分析法是一种有效的教学方式，能

够帮助学生将理论知识与实践相结合。在广告学课程中，教师可以选取具有代表性的广告案例进行分析讲解，引导学生深入理解广告创意思维、创意流程及创意表现等方面的知识。同时，鼓励学生自主搜集案例进行分析讨论，培养学生的批判性思维 and 创新能力。

##### 2. 项目教学法

项目教学法是以项目为载体进行教学的方式。在广告学课程中，教师可以将具有挑战性的广告项目交给学生进行设计和实施。在项目过程中，教师要做好指导工作，引导学生分析问题、解决问题并提升实践能力。项目完成后，通过成果展示和汇报等方式进行评价和总结，让学生从中获得成就感和自信心。

##### 3. 情景模拟法

情景模拟法是通过设置模拟真实环境的情境进行教学的方式。在广告学课程中，教师可以根据教学内容设置不同的情景模拟任务，如市场调研、广告策划、广告设计等。通过情景模拟，让学生身临其境地感受广告行业的真实环境和工作流程，提升职业素养和综合能力。

##### 4. 互动式教学法

互动式教学法强调师生之间的互动与交流。在广告学课程中，教师可以通过提问、讨论、辩论等方式激发学生的学习兴趣 and 主动性。同时，鼓励学生积极参与课堂互动和小组讨论，培养学生的团队协作能力和沟通能力。

(三) 以学生为中心的教学方式实施策略

为了确保以学生为中心的教学方式能够顺利实施并取得良好效果,需要采取以下策略:一是加强教师培训与提升教师专业素养;二是优化课程设置与教学资源配置;三是建立完善的评价机制与反馈机制;四是加强校企合作与产学研结合等。

#### 四、建立多元化考核机制

##### (一) 传统考核方式的弊端分析

传统考核方式主要以期末考试为主,注重对学生理论知识的考核而忽略了对实践能力和综合素养的评价。这种考核方式容易导致学生“死记硬背”而忽视对知识的深入理解和应用能力的提升。因此,在新媒体背景下必须改革传统考核方式建立多元化考核机制。

##### (二) 多元化考核机制构建思路

多元化考核机制是指将多种考核方式相结合形成全面、客观的评价体系。在广告学课程中构建多元化考核机制可以从以下几个方面入手:一是注重过程性评价与终结性评价相结合;二是注重理论知识与实践能力相结合;三是注重学生个体差异与多元化发展相结合;四是注重校内评价与校外评价相结合等。

##### (三) 多元化考核机制具体实施路径

###### 1. 过程性评价与终结性评价相结合

过程性评价关注学生在学习过程中的表现和进步情况而终结性评价则关注学生的学习成果和最终表现。在广告学课程中可以将

过程性评价与终结性评价相结合形成全面、客观的评价体系。例如通过平时作业、课堂表现、团队协作等方面进行评价形成过程性评价结果;通过期末考试、项目成果展示等方面进行评价形成终结性评价结果。将两者相结合可以更加全面、客观地反映学生的学习情况和综合能力。

###### 2. 理论知识与实践能力相结合

理论知识与实践能力是广告学专业学生必备的两项能力。在构建多元化考核机制时可以将理论知识与实践能力相结合进行评价。例如通过案例分析、广告策划方案设计等实践性环节考核学生的实践能力;通过理论考试、论文撰写等方式考核学生的理论知识掌握情况。将两者相结合可以更加全面地评价学生的专业素养和综合能力。

###### 3. 学生个体差异与多元化发展相结合

每个学生都具有独特的个性和潜能因此在构建多元化考核机制时要充分考虑学生的个体差异和多元化发展需求。例如可以采用个性化的考核方式如自选项目、自选主题等方式让学生进行展示和汇报;可以设立不同的奖项如最佳创意奖、最佳团队协作奖等以表彰在不同方面表现出色的学生。这样可以更好地激发学生的积极性和创造力促进他们的多元化发展。

###### 4. 校内评价与校外评价相结合

校内评价主要关注学生在校园内的学习情况和表现而校外评价则关注学生在社会实践中的表现和能力提升情况。在构建多元化考核机制时可以将校内评价与校外评价相结

合形成更加全面、客观的评价体系。

## 五、教学改革成效与展望

### （一）教学改革的成效分析

通过实施上述教学改革措施，广告学课程的教学质量和学生的综合素质得到了显著提升。一是学生的创意思维和实践能力得到了明显提高；二是学生的团队协作精神和沟通表达能力得到了有效培养；三是学生的学习兴趣 and 主动性得到了有效激发；四是学生的就业竞争力和职业素养得到了显著提升。

参考文献：

- [1]许安心,郑秋锦.《广告学》课程教学改革[J].科技和产业,2011,11(08):156-158.
- [2]胡金霞.应用型高校广告学专业课程思政教学改革与实践——以《广告学概论》课程为例[J].现代

这些成效的取得充分证明了教学改革的必要性和有效性。

### （二）未来教学改革的展望与思考

虽然教学改革取得了显著成效但仍存在一些问题和挑战。例如如何进一步激发学生的创新精神和创造力？如何更好地培养学生的跨文化沟通能力和国际视野？如何加强与企业和社会各界的合作与交流？这些问题都需要我们在未来的教学改革中深入思考并不断探索解决之道。

农村科技,2021,(08):85-86.

- [3]管玉梅.《广告学》课程的小班授课教学改革实践[J].文化创新比较研究,2020,4(02):159-160.
- [4]余彦琪.创新应用型人才培养背景下“广告学”本科课程教学改革[J].西部素质教育,2020,6(13):126-127.

Research on the Teaching Reform of Advertising Course under the Background of New Media

Fu Yubo

Hefei Information Technology Vocational College Anhui Hefei 230601

**Abstract:** In the context of the new media era, the advertising industry is facing unprecedented changes and challenges, which have put forward higher requirements for the cultivation of advertising talents. This article deeply explores the teaching reform path of advertising courses under the background of new media, and conducts systematic analysis and research from three aspects: teaching content, teaching methods, and assessment methods. By strengthening the close integration of theory and practice, reforming student-centered teaching methods, and establishing a diversified assessment mechanism, the aim is to enhance the creative thinking, practical ability, and comprehensive literacy of advertising students.

**Keywords:** new media; Advertising courses; reform in education; Creative thinking; Diversified assessment