

第一章 行动总动员

第一节 呼唤行动式学习

一、这个需要行动的时代

2008年奥巴马获选总统，成为美国历史上第一位黑人总统，他的成就也代表了广告、营销、公关手段的进化和发展。伴随着新媒体和数字技术的飞速发展，美国总统竞选也以更深入和互动的方式建立起与选民之间的关系，获得选民的忠诚度和信任度。奥巴马的胜利创造了许多个第一：美国第一个黑人总统，第一个拒绝使用政府提供的公共竞选资金（8400万美元）的总统，甚至奥巴马还成为了美国第一个“互联网总统”。因为他的竞选极大地利用了互联网 Web 2.0 的优势，吸引了大量的“长尾”和草根力量，并最终获得了成功……。

——叶茂中

这就是互联网时代，也成就了网络广告的时代。

在今天这样一个商品信息化的时代里，广告对你、我、他的“骚扰”可谓无孔不入。不管你爱不爱，总是无法躲开她的“魅影”。其实话说回来，这也是无奈的事儿，不广告行吗？客观上讲，除了商业的因素，广告在生活里也有挺可爱的一面，也是有艺术品位和实际价值的。就说网上的广告吧，如果没有她，谁能识别哪家卖的东西是合乎你心的呢？毕竟是广告给了你海量的商品信息。可恶的只是那些不太讲德行、不够讲义气、唯利是图而取之无道的广告嘛。话唠到这儿，就是一句话的事儿：网上不能没有广告，网络广告其实忒重要。要是在网上开个店的话，你就得捋捋捋捋广告，这是没办法的事儿。了解点儿网络广告知识对一个“网商”来讲显然是必修课。尽管这互联网还是个“年轻人”，但是网络广告的学问已经见长了。在大学的课程体系里，也有了网络广告学。比如说什么电子商务、新闻与传播、广告学以及市场营销等等吧，这些个专业多多少少都开出了相关的课程。

不过啊，到底怎么学习网络广告知识和理论的效果比较好呢？其实这也算不得啥新鲜事儿？但是它的确应该需要点儿新思维了吧？毕竟网络时代正在塑造一个新世界嘛，不是说已经有了什么网络文学、网络新词、网络新新人类吗？还有不断变着花样玩儿的网络新生活，比如说“雷人”、“雷语”、“杯具”、“偷菜”这些新词儿、新生活儿。就是你到了什么博士后、著书立说之辈儿，若是几天不上网，那一不留神就可能“被文盲”了。说起来真有点儿网络时代新“五四”运动的压力哩。你说吧，网络广告学该不该也有个什么新鲜儿学法了？比如溜达在网上去观摩、体验、熏陶？这就有挑战啦！挑什么战？挑战大学教授和教授编的书呗。生活都“被网络”了，你网络广告学还能“不网络”？还继续延用什么“竹筒和耕牛”去捋捋吗？

其实，对于如此“严肃”的一个重大问题，“三好学生”孔圣人两千多年前就已“率先垂范”了。易中天先生在《实话孔子》时讲到，作为学者的孔子是个十分善学的人，老先生不

仅好学而且特别会活学。孔圣人认为文武之道遍地都是，不能做死学问，学习不仅要向书本学，更要向生活学、向社会学，而且一定要亲自实践体验才能学用相通。于是乎，中国当今的明星学者易先生悟得其道：对人文社会科学而言，学——最重要的是悟性；教——使学生悟更重要。

我们都知道，按照传统的方式，教材写的呢那是相当理论、相当逻辑，讲究个严密性，似乎这样方能体现学问之严肃。其实教材不仅要能授人以鱼，而且最好也能授人以渔。这么说，教材中就应该有学法之道啦，为此教材也需要写得有趣点儿，成为好看的书吧。人文社会科学的教材尤其无需老是“板着脸”嘛。那么对活蹦乱跳的网络广告设计是不是把教材写的活泼些才好呢？那个叫啥子“当年明月”的不是一改历史书籍的“高深”写法，把《明朝那些事儿》用有趣的话儿来讲，不是让更多的读者明白了更多的事儿吗？不仅普及了“明朝史”基础知识，而且还幽默了人民群众的精神世界，增强了同学们的身心健康。无论从社会效益和经济效益考察，这本好看的历史书都体现出了“低碳生活”的新精神啊。而海派清口表演艺术家周立波先生在北京的舞台演出《谁动了我的指挥棒》以清口诙谐的艺术风格诠释高雅的交响乐表演，得到首都人民群众的热爱，这种艺术创新的平民化风格从音乐这个领域给我们以同样的启发。讲高深的历史、传播高雅的音乐可以用贴近人民群众的方式表达。那么大学里高深的知识理论当然也可以放低身段，以贴近广大革命接班人的态度来传授嘛。

我们说广告是今天地球人都知道的事儿，做广告看上去也似乎简单平常，但是捋飧出好广告真的不容易耶。所以要搞广告的话，脑袋一定不能没有被理论武器所武装过。除了理论武装之外……得先问一下，学习网络广告与设计的目的何在呢？嗯，为了有所了解？为了学习经营管理之道需要明白一点儿？掌握一些设计技巧？打住！我们呢就以未来从事网络广告业务的角度考虑，提出学习网络广告与设计应该“明白其道，掌握其技”。有道有技，所以就悟道练技、悟练互通。总之吧，在此一番唠叨，心意还是为了让用本教程的朋友们读的更愉悦点儿、学的轻松些儿。

特别是对咱在本科面上学习的同学们，在 21 世纪中国迎来高等教育日益大众化和职业教育的新时代后，本科教育也已经基本“被非象牙塔化了”，博雅教育正被处在一个低潮期。“为明天有个好职业而学习”正是这个时期本科教育的显著特点，它无疑是“为中华之崛起而学习”的现实版。所以嘛咱们今天学习网络广告学，不仅仅是为了追求“真理”，而更是为了掌握点儿网络广告的技术活儿。例如，网络广告策划的要领、文案撰写的编辑技术、图片处理技术、网页设计制作以及广告效果的评估技能等，实际上涉及到了创意、写作、摄影、图像技术和网页技术的综合性内容。那么要掌握这些知识和技术的应用，仅凭听课和理解概念显然是远远不够的。特别是对电子商务等一类专业的学生，开设这样一门课程可能仅有几十个课时，每周也许只有 2~3 节课，并且以上涉及到的知识和技能可能还未必有相关课程做前期的预先学习。那么要真正学习好网络广告学的精要，掌握一些基本技能，就必须把课堂扩展出去，用开放的课堂同现实生活联系起来学习，尝试去做广告的设计，做实际的广告策划、创意，写点什么、做点什么，在生活中感悟、在生活中领会。也就是说网络广告学的学习不能远离鲜活的生活。因此，我们提出改变传统的理论学习模式，重新设计教与学的行动，倡导联系现实社会生活的创造性学习活动，倡导互动性的开放的交流式学习过程。

既然给大家提出了如何学习网络广告与设计的问题，那么在正式开学之前，咱再做点儿沟通的功课吧。这又是为什么呢？因为对于被中国“十年寒窗，金榜题名”传统教育重熏的

各位，十几年下来已个个身怀“苦读书”、“苦考试”、“苦上课”苦中作乐的童子功，更在当代“新八股”的高考科举文化滋养下练就了“基于考试方针”的学习定式。这就不能不沟通一下啦。

二、教育学博士的反思

下面这摘自华东师范大学教育学专家郑金洲博士的观点或许会对同学们理解网络广告与设计课程欲采取的学习行动有些益处。

这位郑博士在其著作《教育碎思》中用他的慈悲之怀揭示了应该以学生为本的感人道理，咱不妨阅它一阅。下面几条是博士的重点意见。

(一) 关注我们的生活世界，打通学习者书本世界和生活世界之间的界限

书本世界是语言符号的世界，是由一系列单色调的抽象的文字堆砌起来的世界。这个世界缺乏色彩，缺少变化，是以一种冷冰冰的形式和姿态呈现出来的。生活世界是真真切切存在的世界，是由一系列鲜活的事实和生动的直观的感受建构起来的世界。这个世界多姿多彩、色彩斑斓，是以一种活生生的火辣辣的形式和姿态迎面而来的。对学生来说，这两个世界并不见得是统一的，是相互为用、相互佐证的。他们很有可能在课堂上是生存于书本世界，徜徉于书本，远离现实，而在课下是生存于现实生活世界，吸取着生活的真知，接受着生活的淬炼的。学生之所以在学校中感受到学习纯粹是一种负担，而不是自己应尽的责任；德育之所以没有实效性，出现我们常常所说的“5+2=0”的现象；课堂之所以没有生机活力，变得如同一潭死水，波澜不惊；凡此种种，应该说与学生的书本世界与生活世界相割裂不无关联。

实际上，生活中蕴含着巨大的甚至可以说是无穷无尽的教育资源……一旦教师将生活中的教育资源与书本知识两厢融通起来，学生就有可能感受到书本知识学习的意义与作用，就有可能深深意识到自己学习的责任与价值，就有可能增强自己学习的兴趣和动机，学习就有可能不再是一项枯燥无味但必须要完成的义务，而是一种乐在其中的有趣的活动了。正是从这个意义上，教师在任何备课活动中，都不妨仔细地去思考一下学生在有关本节课的知识点方面已经积累了哪些生活经验，现实生活中哪些经验可以作为本次教学的铺垫，让学生从事哪些实践活动可以强化对这些知识的掌握等等。

(二) 关注我们的生命价值，给学习者以主动探索、自主支配的时间和空间

生命是什么？对于这样一个貌似简单实则寓意深远的问题，不同的人或许会有不同的回答。但是有一点是肯定的，生命不仅仅是一个活的有机体，生命的价值更在于它是一种活力的存在，是一个有尊严的个性的存在。如果认同这种看法的话，我们的教师也需要扪心自问，在自己的课堂上，给了学生以尊严吗？给了学生以活力施展的空间吗？给了学生以个性张扬的机会吗？如果没有能做到这点，虽不能说是“谋财害命”，但也至少是忽视了学生的生命价值与活力。

大概我们的教师大多都不会同意这种观点：只要你对学生控制得越多，钳制得越死，他们就会变得越聪明；只要我们灌输给他们这样或那样的知识，他们日后就会乐意去自行探索外部的世界，主动获取知识。大概我们的教师大多都会同意这种观点：在知识的学习中，听来的忘得快，看来的忘得慢，听说和做得来的则记得牢；一个人只有在宽松的氛围中，才会展现自己的内心世界，才会勇于表现自我，个人的主观能动性才能得到发挥。依此来衡量我

们现在的课堂，可以看到，这样一些朴素的不能再朴素的道理却被教师们有意无意地忽视了。学生很少有自己活动的余地，很少有自己的一份天地。没有了自主，缺乏了选择，学习久而久之就成了一件疲于应付的苦差事。要做到关注学生的生命价值，教师就需要充分考虑到学生发展的各种需求，精心地设计各种活动，给学生以自主支配的时间和空间（如至少把课堂上三分之一的时间交给学生），使学生最大限度地处于主动激活状态，主动积极地动手、动脑、动口，从而使学习成为自己的自主活动。

（三）关注我们的生存方式，构建民主、平等、合作的教学关系

学生是以什么样的方式在学校中、在课堂里生存的？这样的问题也许是教师很少主动去探寻的。教师一直在关心自身的权利和权益的保障，也许很少关注学生应该具有什么样的权利和权益，在教学中应该为学生想些什么、做些什么。在课堂上，存在着两个不同的群体，也存在着两种不同的生存方式。由于教师是“术业有专攻”、“闻道在先”，且在年龄上要长于学生，因而在很大程度上是一个优势群体……

拆除教师与学生之间的壁垒森严的藩篱，用平等、民主来取代专断与师道尊严，可能是课堂教学改革的必由之路。因为只有宽松的氛围和没有等级之分的空间，学生才能畅所欲言，个性才能得到张扬，创新也才能应运而生。在我国，过于注重伦理本位的文化传统，强调人与人之间各有其伦理归属的习俗，使得师生之间关系的变革显得步履维艰。课堂上出了问题，教师首先想到的不是自己应担负的职责，应从哪些方面反思自己的教学行为，而是一味地责怪学生不配合，责怪学生太不听话。教学既然是互动的过程，既然是引导学生发展的过程，教师就不应该一味地将学生置于被支配的地位，而应充分认识到他们已有的知识经验，注意挖掘他们的潜能，通过学生主动参与的活动，最终获取知识，成为知识的占有者。

（四）关注我们的心理世界，创设对学习有挑战性的问题或问题情境

学生的心理世界正在变得越来越复杂，教师也常常发出“现在的学生到底怎么了”的感叹。应该说，学生心理上发生变化，在对一些问题的看法和态度上与以前的学生或教师自己做学生的年代有所不同，教师也应顺应这样的变化，不能用旧有的框架与模式来处理今天的事情，来面对今日的学生。具体到课堂教学来讲，关注学生的心理世界，更主要的是体现在课堂教学的安排是否激发起了学生的智慧活动，引发了学生专注于知识的探求与问题的求索的欲望和行为。教师在课堂里应致力于创设问题情境，将静态的知识转化为动态的问题探究。创新总是在问题解决中发展起来的，问题解决是创新的土壤，并不一定所有的问题解决都包含有创新，但创新无疑都包含着问题的解决。正是从这一认识出发，许多教育学家及心理学家都把创新与问题紧密地联系在一起，因为两者的运作过程有一定的相似性，并且创新总是在应对不同的困境或问题时产生的。

（五）关注学习者独有的文化，增加教与学各主体之间多维有效的互动

这里所谈到的学生的文化，并不是通常意义上所说的学生有多少知识，又有什么样的经验，而是指学生特有的价值规范和思想观念等。

不同学生文化的独到性，客观上要求在课堂上给这种文化的展示以一定的空间，同时也要求经由学生文化与教师文化的双向互动，缩小两种文化之间的差距，使得学生文化产生这样或那样的变化。在这样的互动中，类型是多方面的，如教师个人与全体学生的互动，教师

个人与学生个人的互动，教师个人与小组学生的互动，学生个人与个人之间的互动，学生个人与小组之间的互动，学生个人与全班之间的互动，学生小组与小组之间的互动，学生小组与全班学生之间的互动。不同类型的互动，实质上也是不同文化在不同水平上的交往，促成的是文化间的交融与整合。

在郑金洲教授的五点阐述之外，我们这里再加上一条，就是要关注网络时代大学生的学习特征。石河子大学教务处处长王维新教授曾有一句话：“在网络时代，现在的学生不差知识。”也许说的有些绝对了，但是却提醒我们一个重要事实：现在咱大学生确实是生活在网络的文化中。在网络这个时代中，青年人的思维和行为都深深烙上了网络文化的印记。在这个文化背景中，从我们目前的观察看，大学里获取知识的方式和途径不仅是多元化的、开放的、自主的，而且是极具创新活力的。网络文化对传统教育方式的颠覆就是对传统的权威观、知识观和学习观的颠覆，它颠覆了传统的课堂空间结构。作为大学如果不能适应这样的变化，而固守旧式，那便会无异于堂吉诃德式的悲哀，也就是说网络时代的课堂必须有突出的网络文化元素。

第二节 关于技能的事件与启示

一、大学校长的忧思

在本教程的设计中，俺们把掌握技能放到了比较突出的位置。尽管各路教育专家们就博雅教育与职业教育哪个是大学教育之本的争论至今仍未有完全的统一意见。但是大学必须为学生未来就业培养相应的专业技能，这显然在我国当前的社会经济发展状态下是一个客观而又十分重要的现实需要。当前出现的大学生就业困难和企业实用人才匮乏的错位矛盾，应该说正是咱高等教育发展中的一个悖论问题。经过四年培养的大学生居然不具备企业需要的基本技能？这无疑需要从我们的教学方式和教学理念中查找根源。我们是过分地强调了知识传授而忽略了对学生技能的训练吗？不少教育专家都在关注这个严重的问题。重庆信息职业技术学院校长徐九庆博士 2009 年出版了他的忧思录《中国教育怎么了：一个大学校长的忧思录》，其中所列举的一些实例是令人吃惊的。如果面对此景，作为大学的教师依然麻木到置身于世外的“境界”，那就真要问问“民族的希望何在？”为了能更好地明示我们编写这样一本教程所寄予的改革思考，不妨也在此列举几例徐九庆校长关注到的案例。希望既能引起授课教师在使用本教程时去更好地做教学的再设计、再创新，而不是拘泥于某个教材；也希望能激发咱同学们对教学行动有积极参与。

事件 1：有一位喜欢写作的男生，新闻专业毕业，梦想做一名记者。就到报社、杂志社求职，接待他的人现场让他写一篇 300 字的消息，但是他吭哧了半天也没有写成。接待的人问他，既然你学的专业就是新闻，为什么连一篇消息都写不出来呢？对这个问题，他无法回答。这个时候，他突然有上当受骗的感觉——是啊，我学的就是新闻专业，却不会写最简单的消息，我的大学都给了我什么？

事件 2：一个县报的编辑与徐校长谈到，现在他们招聘员工，只要一听说对方是刚毕业的大学生就立即否决。为什么呢？他说：“我们仅仅需要几个能熟练写作记叙文的人，这个是在小学课程里就学过的技术，但是却找不到，你说现在的大学都在干什么？现在的大学毕业生

给我的感觉都是菜鸟，根本没有学到有用的东西，你是大学校长，请回答我，是不是这样？”徐校长：“我无法回答。不是每个大学毕业生都是菜鸟，但大学毕业生中，菜鸟的确很多，多到让人吃惊的地步。”

以下是节选自一些徐九庆博士对当代大学生“职业技能”的观点：

职业技能就是平常所说的“一技之长”，一个人有了一技之长，就可以在纷繁复杂的社会上安身立命，就可以养活自己。

一技之长的“技”，我的理解不是“技术”，而是“技能”，技术是机械死板的，而技能却表明你能灵活机动地使用技术。有了技能，你就会为人所需，你就能获得生存的空间了。

一个大学生毕业后走出校门之前，一定要先问问自己——我究竟能做什么？如果半天也答不出个名堂，那就暂时不要去找工作。

一个人力资源部的主管告诉我，对一个新人来说，他最看重的就是一技之长。“你连一技之长都没有，我能给你提供什么职位？”

你能把一个平淡无奇的故事讲得让人捶胸顿足，泪流成河，这就是技能，如果招播音员，你就一定能行；你能够熟练地使用车床，这是技能；你能够熟练地护理病人，这是技能；你能激情飞扬地演讲，这是技能；你精通公文写作，这是技能；你善于创意，这是技能；你善于组织活动，这是技能……。你有吗？反问自己，然后上路。

一所大学没有教会学生任何“技”，这样的大学就应当关门。

强调网络广告设计技能的学习和训练正是我们编写本教程的一个用心。当然作为本科层次的学习也需要达到一定的理论深度，那么在培养技能的过程中，应该伴随着学生更多地自主阅读和探讨，要注意培养学生自主学习的能力，从而使他们在现实情景的体验中领悟理论，深化对网络广告学的认识，以致把重要的思想铭刻于心。这其中，“兴趣”、“情趣”、“感悟”、“艺术”、“协作”、“真情实感”都应该是做学习行动设计必须把握的关键词。

二、授人以渔的教材与导学

编写这样一本关于网络广告与设计的行动式学习教程，我们的用意并不是想把它作为一个基础知识库来使用。如果要选用网络广告学的基础知识库，书店里已有很多的各类课本和专著，网上电子期刊库里也有不少的论文。我们希望编写出的这本教程能引起从事网络广告学教学的教师产生更加丰富多彩的教学创新，能激发出使用这本教程的同学们获取学习方法上的技能。

对于咱们传道的一方来讲，本教程只是提出了教学行动的参考建议和比较丰富的阅读性资料。那么大伙儿在各个不同的学校都有自己特有的学习环境和资源，因此不可能依着某本教材照葫芦画瓢地搞教学模仿秀。对于训练项目的编排，在不同情形的教学行动中应该是根据实际情况再调整喽？对于教程中列出的那些个项目还可以自己整得更加丰富、更有意思些；对于那些给出的参考实例，也仅仅是一个交流的材料罢了，未必每个学校都要把它作为教学的具体实例，那就可能脱离了实际环境；对于教程中给出的一些作业模板，同学们完全可以按照自己的教学创意再行修改使用。也就是说在教学中，各位可以把这本教程作为参照，设计出更加具有自身特色的教学行动，调集自己的优势资源来开展有自我风格的教学行动。本教程仅是师生之间在行动中便于交流的一个参照协议，以达成相互的理解和便利。

对于各位同学在这儿练道来说，本教程主要不是提供背诵知识概念的笔记，而是提出了

如何获取知识的行动建议和行动线索；提供了如何开展网络广告知识学习与项目设计的原则意见和案例。同学们应该在教师的引导下，寻求更丰富的素材、更贴切的选题、更前卫的技术，观察现实社会，激发创意思维，写出好的网络广告文案，做出好的网络广告图片和网页设计，从而使自己在充满激情的学习中领悟网络广告学的知识和理论，掌握1~2个技术绝活。

如果有好的网络教学平台，建议同学们充分加以利用，来构建一个“教室+网络+生活实景”式的大课堂。让教室主要承担起咱师生交流互动的舞台。

网络广告设计的学习在电子商务专业课中具有较强的综合性，建议开课学期不易过早，最好能学完图像处理软件、网页设计等课程后开设。因此，课程中提出的训练科目无论是单项还是综合的，事实上都有综合应用的特点。通过这些科目训练应起到进一步强化同学们应用能力提高的作用。

三、网络广告设计的“四技”论

要是按传统的意见，网络广告设计当然不会仅有什么四技的啦。咱这样，咱们呢争取上点儿高度儿，做个抽象，“高屋建瓴”一把，想表达的是个“道”儿的意思。从“道”的意境上看，凝练“四技”。

一技是“想”的技能。所谓“想”的技能就是指广告的创意思维和技巧。

虽然创意并非一项能由专门训练来解决好的思维活动，但是在我们的学习中安排一定的学习启发行动仍然是有意义的。例如，对广告词、主题词的文案创意和编辑，介绍一些较为经典的案例，安排一些创意性的训练活动对同学们掌握广告创意的一些必要技巧和思维习惯都有一定的实际意义。

二技是“写”的技能。网络广告设计活动中，包括了很高的写作要求，也就是我们说的文案写作问题。

无论什么样的广告形式，多少都离不开文字表达。对于“写”的要求，首先是一些格式规范，其次是遣词造句，再次还有创意性要求。所以专项的技能训练对同学们显然也是必要的，应该设计一定的训练科目。

三技是“说”的技能。“说”可能在网络广告中很少会直接出现，但是广告离不开“说”。

把话说好、说精彩，也是同学们学习领会广告的一项素质要求。所以在教学中需安排一些对“说”的训练活动也很有必要。

四技是“做”的技能。所谓“做”的技能，主要指同学们会运用图片摄取设备、图片处理软件、网页制作软件等工具完成网络广告设计制作的能力。

要求各位能够熟练地掌握这些技术、技能，教学要促进学生提高运用这些工具的能力。

第三节 关于行动方案的提议

一、我们的愿景

(一) 我们的学习愿景

网络广告与设计课程要体现一定的仿真性实践环节使大家能够更好地理解网络广告应用

的基本理论与方法，实现以下学习愿景。

- (1) 通过仿真性训练使同学们体验广告文案撰写的特点和重要性。
- (2) 通过对图片静态广告的实例赏析来体会一般广告的构成要素与特点。
- (3) 通过对影视广告的实例赏析来体会视频广告的特点。
- (4) 通过案例分析与讨论使同学们感受不同媒体广告的成本价格问题。
- (5) 通过案例比较使同学们理解网络广告的主要特点。
- (6) 通过对具有真实情景广告实例的赏析训练同学们掌握广告效果评估的基本方法。
- (7) 通过具有真实情景的图片静态广告创意与设计训练使同学们理解和掌握广告定位、广告构图、色彩处理以及文案撰写的要点和基本技能。
- (8) 通过具有真实情景的图片静态广告创意与设计训练促进同学们熟练掌握和运用摄影、图像处理等软硬件技术工具的技能。
- (9) 通过完成具有真实情景的综合性驱动项目设计（例如，主页宣传广告）使同学们能够对网络广告的定位、创意、设计与制作知识与方法有更深刻的体验和理解。
- (10) 通过撰写项目设计分析报告促进同学们掌握网络广告的理论分析、评价的基本方法与要领。
- (11) 通过丰富的案例学习和项目设计等训练活动激发同学们自主学习的动力。
- (12) 通过小组合作完成一个项目设计的教学方式培养同学们的团队协作精神。
- (13) 通过同学们自主的和协作的学习活动扩大学生理解网络广告理论与设计的视野和知识面。
- (14) 通过综合性驱动项目设计与分析报告撰写等训练培养同学们深入社会经济生活，观察经济生活现象、分析经济生活问题以及解决问题的能力。

（二）我们的学习活动

网络广告与设计教学在方式上应主要体现出同学们的广泛参与性、课堂的开放性、情景的真实性、学习评价的过程性等原则。具体形式大体包括案例与作品赏析、文案创意与写作、课堂讨论、单项作品设计、综合项目设计和分析报告撰写等。教学组织由课堂与课外两部分构成。具体说明如下。

1. 案例与作品赏析

主要是对静态平面广告、影视广告和网络广告典型案例的评析。案例可以由教师提供，也可以鼓励同学们收集广告作品，还可以是同学们创作设计的作品或作业等习作。要求学生从“观、想、写、论”四方面来感受和探讨案例，所谓观即观赏过程、所谓想即个人所产生的想法、所谓写即对案例的文字性评论、所谓论就是课堂上的交流讨论。

2. 文案写作与创意

主要训练同学们的广告文案写作与处理能力，具体可以是广告词创意，或围绕一定的宣传主题撰写说明文字，或是旅游故事创意等。教学中可以提供有特色的案例给同学们以启发和模拟参考。

3. 课堂讨论

课堂讨论主要是同学们之间信息交流、产生观念碰撞、彼此启发学习的过程，可以贯穿于案例学习、作品分析、方法探讨等全程的教学环节中。

4. 单项作品设计

主要用于某一方面的单项技能训练，例如，广告词创意与设计、图片静态广告文案设计、图片静态广告图像设计、广告摄影作品设计、自我推销广告设计等项目。

5. 综合项目设计

综合项目设计是实训教学的重点内容，是对上述单项训练的集成运用。实施综合项目设计体现的是任务驱动的教学过程。教师所提供的综合项目任务应满足以下条件：

(1) 有较强的真实性，即对某个现实企业或产品展开的网络广告设计。

(2) 有较强的需求性，即完成的网络广告设计对该企业或产品有现实的可用性。

(3) 有良好的可观察性，即同学们对提供的企业或产品对象能够比较方便地获取相关信息和资料，有利于大部分同学们的观察了解。

为便于学生彼此交流，提供给同学们的项目任务可以是不同的多个项目，也可以是一个大的项目分解成若干子项目。同学们分组进行设计。

6. 项目设计分析报告

在综合项目设计的基础上，做好使同学们进一步完成一个分析报告，用以提高理论认识的程度和分析能力。

二、环境、进程与评价

(一) 便于交流的学习环境

网络广告与设计有关实践内容的课堂组织可以搞成两个时段，一是教师引导的课堂集中学习过程，二是课下同学们自主作业的过程。教师引导的课堂集中学习主要是教师对学习要求的说明、组织课堂交流与讨论等教学活动。课下同学们自主作业过程主要是同学们在课外查阅资料、收集创作素材、小组成员交流、设计广告作品、撰写有关分析报告等学习活动。

教师对大家课外学习的指导主要通过网络平台实施。可以是开放的 Internet，如电子邮件、QQ 通讯、教学博客等；也可以通过校园网综合教学平台实施。

网络广告与设计的学习环境构成要素有三点。一是效果良好的多媒体投影教室，主要用于集中的课堂讨论交流学习。二是良好的互联网环境，包括校园网教学平台，用于教学信息通讯与数据交换。三是同学们进行作品设计的电脑设备，或同学们自备电脑或学校提供开放的实验机房。

(二) 对学习步骤的大体考虑

网络广告与设计行动式学习可以采取两种模式。一是同网络广告学理论学习合并进行，以行动式学习为重点，建议课内学时为 32 课时，按 16 周每周 2 课时实施教学。二是在开设网络广告学理论课程学习之后辅以实训教学。以下提出“模式一”教学行动进程安排的建议（供教学参考）。

(1) 课程学习概述：1 课时。

(2) 网络广告学基本理论介绍：3 课时。

(3) 广告文案撰写案例赏析：2 课时。

(4) 广告文案创意学生作品交流：2 课时。

(5) 图片静态广告案例赏析：1 课时。

■ ■ 网络广告与设计行动式学习教程 ■ ■

- (6) 图片静态广告设计学生作品交流：2 课时。
- (7) 影视广告案例赏析：1 课时。
- (8) 学生创作视频广告交流：2 课时。
- (9) 网络广告创作素材分析：1 课时。
- (10) 网络广告主页设计案例赏评：1 课时。
- (11) 网络广告定位案例分析：1 课时。
- (12) 综合项目设计作品交流：10 课时。
- (13) 网络广告设计项目分析报告交流：4 课时。
- (14) 综合评价与学习总结：1 课时。

以上行动学习进程安排可以根据教学的实际状态加以灵活地组合与调整，主要应以授课教师的具体教学组织为转移。

(三) 关于学习效果评价的建议

网络广告与设计行动式学习的效果评价主要看同学们是否能积极参与到学习活动中，能否广泛地收集和阅读文献资料，能否通过训练活动掌握相应的技能，是否通过综合设计活动熟练运用图像处理、网页设计等相关的软件工具解决实际问题，是否在学习过程中形成了较好的理论分析能力和撰写分析报告的能力。因此对同学们学习评价主要采用过程动态评价的方式。