

# 基于“ADDIE专题式”教学范式下《广告学原理》课程思政的探索与实践

秦媛

重庆文理学院

DOI:10.32629/mef.v8i18.16964

**[摘要]** 为解决《广告学原理》传统课堂教学内容繁杂、教学形式单一、缺乏德育渗透等问题,本课程立足ADDIE教学模式,建立专题式教学机制;深耕专题内容,构筑高阶性育人模式;着力德育渗透,培育全知全能型人才,以此解决《广告学原理》课程思政“培养什么样的人、如何培养人、为谁培养人”的问题。

**[关键词]** ADDIE专题式; 广告学原理; 课程思政

中图分类号: G642.3 文献标识码: A

## Exploration and Practice of Ideological and Political Education in the "Principles of Advertising" Course Based on the "ADDIE Thematic" Teaching Paradigm

Yuan Qin

Chongqing University of Arts and Sciences

**[Abstract]** To address issues such as the complex content, monotonous teaching methods, and lack of moral education integration in traditional classroom instruction of Principles of Advertising, this course adopts the ADDIE teaching model to establish a thematic teaching mechanism. It delves deeply into specialized content, constructs a high-level educational model, and emphasizes moral education integration to cultivate well-rounded talents. This approach aims to resolve the questions of what kind of people to cultivate, how to cultivate them, and for whom to cultivate them in the Principles of Advertising course.

**[Key words]** ADDIE thematic approach; Advertising principles; Ideological and political education in curriculum

广告学原理是一门应用型交叉性课程,与社会、经济、文化的变迁密切相关,其教学内容是以马克思主义为指导,传播社会主义意识形态,蕴含丰富的文化基因和价值范式。一方面,本课程是研究广告与国家经济建设和社会发展关系的学科,且与心理学、营销学、社会学有深度的交叉融合,具备完备的理论体系和全新的思维模式;另一方面,本课程具有鲜明的育人功能,在学理、实践等方面凸显价值引领和精神塑造功能。因此,本课程是新时代高等教育课程思政建设的重要课程,契合“广告行业发展规律”和“培养时代新人的内在需求”。

### 1 《广告学原理》课程存在的突出问题

《广告学原理》课程是广播电视学专业的基础课程,在大二上学期开设。广告学课程以培养实践型创新型人才为目标,在课程设计中注重学生专业知识和实践技能的掌握,但这些已远远不能满足广告行业发展的需求。经过多年教学探索和实践,总结出本课程目前存在的问题和不足。

第一,教学内容繁杂,制约高阶探究。广告学是一门交叉学科,在教学过程中既要强调广告学的专业属性,还要兼顾其他学科的研究视角,导致课程内容繁琐复杂,对学科关键知识的“深度”把握不足,大多知识浅显流于表面,学生不易掌握核心知识,更不能提升核心技能。

第二,教学形式单一,忽视学生本位。本课程在以往的教学中以线下课堂讲授为主,教师起主导作用,学生的自主发展及主体思维能力受到限制,“以生为本”的理念未得到重视,师生之间、生生之间无法实现对等交流,学生学习积极性不够,压抑了其个性发展和求知欲望。

第三,偏重专业技能,缺乏德育渗透。在以往教学过程中,《广告学原理》注重知识传播和能力培养,强调教师传授专业知识的重要性,忽视德育教育的紧迫性。《广告学原理》课程与社会伦理、传统文化、道德修养等内容关联密切,但在过去的课程中却被忽视。

基于此,《广告学原理》课程的改革应积极回应新时代高校“课程思政”改革,立足学生思想政治素养和人文素养的培育,加强广告学专业知识与思政理念的融合,增强学生的专业认同和政治认同,才能提升学生思想品德文化素质,才能帮助学生建立起属于自己的专业信念,从而走向更好的职业发展道路。

## 2 《广告学原理》教学内容改革与创新

### 2.1 立足ADDIE教学模式,建立专题式教学机制

本课程立足ADDIE教学模式,从“分析-设计-开发-实施-评估”五个环节对《广告学原理》课程的内容进行深度整合。在分析阶段,深入了解学习对象,明确课程教学目标,规划专题内容;在设计阶段,从专题情境、专题环节、专题任务等方面进行专题内容的设计;在开发阶段,着重寻找每个专题需回应的学术问题和社会问题,形成完整的专题内容架构,并开发相关的辅助资源;在实施阶段,整合线上线下各类资源,展开教学活动;在评估阶段,对以上四个环节进行验证、评价和反思。

### 2.2 深耕专题内容,构筑高阶性育人模式

本课程遵循ADDIE模式,确立了“专题-专题-专题”的“三专题”教学内容模式,通过专题的形式和内容的重组,形成三个不同内涵的“专题”。

第一个“专题”指的是整个课程体系,将教材的11个章节经过深挖、整合、提炼,最终形成8个专题。

第二个“专题”是专题下的小专题,是围绕第一级专题下的一个个小专题。例如“与时俱进:广告历史的演变发展”,下设了三个专题,分别是:宋朝广告演变与发展、明清广告演变与发展、民国广告演变与发展。

第三个“专题”是课程内容中的知识点专题,这部分内容具有一定挑战性,也是课程重难点的体现,是学生思考、探究、讨论、创新的环节。例如同样是专题三的内容,在每个小专题中会设计相应的知识点专题,宋朝时期以清明上河图为例,探究图中的相关广告形式;明清时期会重点探讨楹联广告的形式和内涵;民国时期重点探究“月份牌广告”的民族性、世界性和时代性。

### 2.3 着力德育渗透,培育全知全能型人才

广告学课程以培养实践型创新型人才为目标,在课程设计中注重学生专业知识和实践技能的掌握,但这些已远远不能满足广告行业发展的需求。广告课程还应立足学生思想政治素养和人文素养的培育,加强广告学专业知识与思政理念的融合,才能增强学生的专业认同和政治认同,才能提升学生思想品德文化素质,才能帮助学生建立起属于自己的专业信念,从而走向更好的职业发展道路。

通过思政内容的融入,一是提升教育主体的职业素养,依靠精益求精的工匠精神和严谨求实的科学精神,对学生产生引领示范作用;二是促进教学内容的生动灵活,在继承课程原有知识体系精髓和内核的前提下,发展课程具有时代意义的先进理念和文化;三是实现学生知识技能与素养的全面提升。

## 3 《广告学原理》课程思政教学方法的探索与实践

### 3.1 丰富教学形式,活化思想价值的引领

2020年教育部印发的《高等学校课程思政建设指导纲要》(以下简称《纲要》)明确指出:“课程思政建设工作要围绕全面提高人才培养能力这个核心点”,人才培养能力,体现在课堂教学中,就是把知识传授、能力提升、价值引领有机统一起来,通过多元教学方式和路径,极大拓展教学空间,实现育人育才的实效。基于此,本课程在教学实施过程中采用“线下为主,线上为辅”的教学模式,形成“BOPPPS教学法+任务驱动法”教学闭环,以“以学生为主体,以问题为中心”为导向来完成教学内容。

BOPPPS包括六个教学环节:“课程导入(Bridge)——学习目标(Objective or Outcome)——前测(Pre-assessment)——参与式学习(Participatory Learning)——后测(Post-assessment)——总结及反思(Summary)”。遵循BOPPPS教学模式,本课程在运行过程中进行了环节的重组及模式的创新,形成新的“POBPSP”模式:“前测(Pre-assessment)——学习目标(Objective or Outcome)——课程导入(Bridge)——参与式学习(Participatory Learning)——总结及反思(Summary)——后测(Post-assessment)”,如图1。

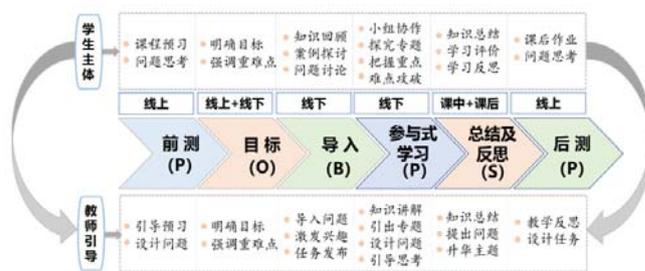


图1 “BOPPPS教学法+任务驱动法”教学闭环

### 3.2 创设课堂情境,实现学生自我的认知

《广告学原理》课程强调学生课堂外自学、发现问题、解决问题的能力,因此,对“教”与“学”进行了相应调整。本课程采用“任务驱动+角色扮演”的方式,以问题为基础,通过小组讨论的形式,将学生进行角色分配,包括广告创意总监、广告策划总监、广告文案总监、广告运营总监等角色,各角色分工协作、各司其职,引导学生探索、质疑、解释、分析、交流、讨论,共同完成任务。根据“BOPPPS”教学模式,任务驱动的方式主要体现在“前测、参与式学习、后测”三个环节。

通过对“BOPPPS教学法+任务驱动法”教学闭环模式的运用,一方面,赋予学生更多的思考和学习自由度,让每位学生通过自身扮演角色找到适合的方式去理解新知识,培养了学生关注事物本质、打破局限,开展更有价值和战略性的知识探究和创新;另一方面,该模式重新定位了师生间的关系,强化师生间的互动关系,并体现“以学生为主体,以问题为中心”的教学理念。

### 3.3 优化教学评价,推动课程思政的发展

《广告学原理》课程的教学评价改革以“立德树人”为主线,培养具有良好专业素养和人文素养,具备突出创新意识和探究精神,符合时代发展和社会需求的创新型应用型人才为目标。这一主线和目标贯穿于教育评价改革各项任务始终,本课程的教学评价改革包括三个阶段三个层面:

一是强化过程评价,《广告学原理》课程的过程评价包括线上和线下两个部分,线上主要是将线上的探讨成果和作业完成情况进行数据化和可量化,以小组的形式进行全周期、多角度、反馈性的评价(占10%)。具体环节包括:课前预习——明确目标——小组合作——完成任务——小组互评——教师点评。(学生自学效果由平台数据量化和教师评定的质化两部分构成)。线下课程评价(占30%)由学生以小组或个人进行的课堂专题内容的探讨、知识分享、个人素养及创新成果等内容构成。(包括自评+互评+师评)。

二是探索增值评价,通过物质奖励的方式使学生增强获得感和成就感。教师针对课程内容的安排,结合具体案例中的相关产品,并根据小组或个人回答问题、完成作品的情况,给予相应的奖励。例如,讲解专题“广告的文化价值”时,会涉及到案例“青梅文化在广告作品的呈现”,教师会购买与青梅相关的产品,奖励给回答问题最好的小组。

三是健全综合评价,运用多个指标(专业素养、人文素养和道德素养)进行课程的整体评价。本课程的期末会采用专题小论文的方式来完成,教师设计8个与课程紧密相关的知识点内容,学生选择其中5个进行论述,有整体性评价标准,也有针对每个知识点的评价指标。

#### 4 课程思政教学实现的目标及预期效果

##### 4.1 课程实现的目标

课程目标,课程能够反映前沿性和时代性,教学形式能够体现先进性和互动性;学习结果具有探究性和个性化等。

课堂教学目标,达到“教”与“学”的互动目标;体现“以学生为本”的教学理念;丰富学生探索新知识的经历,实现知识与技能双向获取的目标;培养学生解决复杂问题的综合能力 and 高级思维等。

教育成才目标,培养学生成为全知全能型人才。

##### 4.2 课程达到的预期效果

首先,通过教学内容的传授和案例的讲解,使学生对思政元素的理念有深刻的认知和理解,并培养学生的共产主义意识和道德修养。

其次,通过课程相关内容的思考和实践,提升学生的社会责

任感和国家意识:通过教学内容的传授和实践活动的开展,使学生对社会责任感有强烈的认识,并培养他们的国家意识。

第三,通过教学方式及评价体系的改革和优化,强化学生团队协作意识、责任感和创新意识。

最后,通过达到这些预期教学成效,思政课可以为学生的全面发展和国家的建设作出贡献。

#### 5 结语

本课程改革的最终目标是解决“培养什么样的人、如何培养人、为谁培养人”的问题。首先,明确要培养具有家国情怀、创新意识、国际视野的应用型广告人才,回答“培养什么样的人”的问题;其次,本课程开创“育志、提质、融智”的创新思路,从教学内容、教学模式、教学评价、教学环境等角度,多维度全方位进行《广告学原理》课程思政的创新与改革,回应“如何培养人”的问题;最后,通过课程改革,强调本课程要培养的人能为社会主义经济建设贡献力量,能为社会主义文化繁荣贡献智慧,能为我国品牌发展及出海添砖加瓦,回应“为谁培养人”的问题。

#### [课题项目]

本文系重庆市高等教育教学改革研究项目《育志、提质、融智:大思政视域下<广告学原理>课程思政的改革与创新》(项目编号:253204);本文系重庆文理学院2023年校级教育教学改革研究重点项目《基于“ADDIE专题式”教学范式下<广告学原理>课程思政的探索与实践》(项目编号:23017)。

#### [参考文献]

[1]林婷婷.建构“ADDIE专题式”教学模型的实践应用——以交互设计方法教学改革为例[J].中国现代教育装备,2020(23):101-104.

[2]祁卉璇.论ADDIE模型对翻转课堂教学设计的启示[J].中国成人教育,2016(17):107-109.

[3]杨春艳.新闻传播伦理学课程专题式教学的实践与思考[J].教育理论与实践,2019(27):53-55.

#### 作者简介:

秦媛(1986—),女,汉族,重庆丰都人,副教授,硕士研究生,研究方向:传媒教育研究。