

立德树人视域下《广告学》课程思政元素挖掘与教学设计 优化研究

李睿

云南经济管理学院, 云南昆明, 中国

【摘要】全面推进课程思政建设,是新时代落实“立德树人”根本任务、推动市场营销类专业教育高质量发展的核心要求。本文以《广告学》课程为载体,立足广告行业特性与人才培养目标,深入挖掘广告学中的爱国主义、文化自信、职业道德、社会责任、法治意识、工匠精神等思政元素,将其有机融入课程目标、教学内容、教学方法、实践活动与评价体系,能够实现专业知识传授与价值塑造同频共振。优化广告学课程思政教学设计,不仅可提升学生广告创意、策划、执行等专业能力,更能培育兼具家国情怀、职业操守与文化自觉的新时代广告人才,为广告行业健康发展与国家文化传播提供人才支撑。

【关键词】立德树人; 广告学; 课程思政; 教学设计; 人才培养

1. 引言

随着媒介技术的快速迭代与广告行业的转型升级,广告学专业人才培养面临新的机遇与挑战。当前,广告行业不仅对从业者的专业技能如策划、创意、传播等提出了更高要求,更强调从业者的价值导向、职业操守与文化素养。作为培养广告专业人才的核心课程,《广告学》兼具理论性与实践性,其课程内容涵盖广告伦理、文化传播、社会责任等多个与思政教育高度契合的领域,是落实课程思政建设、实现“三全育人”的重要载体。《广告学》的传播属性使其能够更直观、更广泛地传递价值理念,其创意与实践特性则为思政元素的融入提供了灵活多样的路径,可实现“润物细无声”的育人效果。当前,广告学课程教学中,仍存在“重技能、轻思政”“重理论、轻实践”的倾向,思政元素融入多停留在表面,缺乏系统性与深度,未能将价值引领与专业教学深度融合,导致学生在专业学习中难以形成正确的职业价值观与社会责任感,甚至出现忽视广告伦理、追求功利化创作的倾向。在此背景下,深入挖掘《广告学》课程中的思政元素,系统优化教学设计,将思政教育贯穿于课程教学的全过程、各环节,成为广告学专业教育改革的重要方向。这不仅能够破解当前课程教学中的痛点难点,更能推动广告学专业人才培养质量的提升,实现“以文育人、以美育人、以德育心”的育人目标,让学生在掌握专业技能的同时,树立正确的世界观、人生观、价值观,成长为符合行业发展与国家需求的高素质广告人才。

2. 广告学课程思政建设的重要性

在媒介融合与文化强国战略背景下,广告不仅是商业传播工具,更是文化载体、价值窗口与舆论阵地。广告学课程思政建设,是落实立德树人根本任务的必然要求,也是推动广告行业规范发展、提升国家文化软实力的重要路径[1]。通过思政元素融入,可引导学生树立正确的广告价值观,摒弃低俗化、功利化创作倾向,强化内容合规、诚信传播、文化守护、社会担当意识;帮助学生理解广告与国家形象、民族文化、公共利益的内在关联,提升文化鉴别力与价值判断力;培养学生坚守行业底线、尊重受众权益、传承优秀文化的职业素养,使其成长为既懂广告专业技能、又具家国情怀与社会责任感的高素质复合型人才,助力广告行业向高质量、正能量方向发展。

3. 广告学课程思政核心元素挖掘

3.1 爱国主义教育元素

爱国主义是广告学课程思政的核心引领元素。广告是国家形象传播、民族精神传递的重要载体,诸多主流品牌广告、公益广告以家国叙事传递爱国情怀。教学中可挖掘国家形象广告、国庆主题广告、民族品牌崛起案例,如华为、李宁等民族品牌广告彰显中国科技与文化自信,央视公益广告传递家国同心理念;结合中国广告业从模仿到自主创新、从本土走向国际的发展历程,对比中外广告价值观差异,激发学生民族自豪感,引导学生以广告为媒介讲好中国故事、传播中国声音,将个人创作理想融入国家文化传播事业[2]。

3.2 文化自信与文化遗产元素

广告是文化传播的鲜活载体,中华优秀传统文化、革命文化等可为广告创作提供丰厚滋养。挖掘传统美学、非遗元素、红色文化、民俗文化在广告中的应用案例,如故宫文创广告、非遗技艺传播广告、红色主题公益广告,阐释文化元素与广告创意的融合路径;引导学生抵制崇洋媚外、消解本土文化的创作倾向,拒绝低俗化、娱乐化解构传统文化,树立以文化为根、以创意为翼的创作理念,推动中华优秀传统文化通过广告实现创新性转化、创造性传播,增强文化自信与文化遗产使命感。

3.3 广告职业道德与诚信传播元素

广告行业以诚信为基石,职业道德是行业生存底线[3]。挖掘真实传播、拒绝虚假、尊重受众、保护隐私等思政元素,结合虚假广告、流量造假、恶意营销等反面案例,剖析违背职业道德的行业危害;讲解广告伦理规范、行业自律准则,强调广告创作需坚守真实性、客观性、向善性,杜绝夸大宣传、误导受众、低俗媚俗内容;培育学生诚信做人、诚信创作的职业品格,树立“广告向善、内容为王”的职业理念,维护广告行业公信力。

3.4 社会责任与公共意识元素

广告具有强大社会影响力,必须承担相应社会责任。挖掘公益广告、绿色广告、反诈宣传、乡村振兴广告等元素,聚焦环保、助老、反诈、乡村发展等社会议题,引导学生关注社会现实、回应公众需求[4];强调广告应传递正能量,抵制拜金主义、消费主义、容貌焦虑等不良导向,拒绝传播违背公序良俗的内容;培养学生以广告助力社会进步、以创意服务公共利益的责任意识,使其明白优秀广告不仅创造商业价值,更能引领社会风尚、推动社会向善发展。

3.5 法治意识与规则敬畏元素

广告活动受法律严格规范,法治意识是广告从业者的必备素养。挖掘《广告法》《反不正当竞争法》等法律法规相关元素,结合广告违法处罚典型案例,讲解广告内容审查、代言人责任、知识产权保护等规则[5];强调广告创作需严守法律底线,规避违禁词、虚假宣传、侵权抄袭等违法行为;培育学生敬畏规则、依法创作的法治思维,杜绝投机取巧、违规牟利行为,确保广告活动在法律框架内规范开展。

3.6 工匠精神与创新品质元素

广告行业竞争激烈,工匠精神与创新精神是核心竞争力。挖掘精益求精、专注深耕、原

创创新、追求卓越等元素,结合经典广告作品从创意打磨、文案锤炼到制作落地的全过程案例,引导学生摒弃浮躁心态、拒绝抄袭跟风;鼓励学生深耕专业、打磨细节,以严谨态度对待创意、策划、执行各环节;培养学生勇于突破、守正创新的职业精神,使其成长为兼具专业功底与创新能力的优质广告人才[6]。

4. 广告学课程思政教学设计优化策略

4.1 课程目标以深度融入思政元素

重构广告学课程三维目标,实现专业能力与价值引领统一[7]。知识目标以掌握广告创意、调研、策划、文案、媒介、法规等专业知识,同步理解广告与国家文化、社会伦理、法律规范的关联知识。能力目标以提升广告创作、策划执行、案例分析能力,同步强化文化运用、责任判断、合规创作、价值传播能力。素养目标以厚植家国情怀、文化自信,树立诚信职业操守、社会责任意识、法治规则观念,培育广告向善、服务国家的价值追求。

4.2 教学内容做到思政素材有机整合

理论模块以在广告概论、广告伦理、广告法规章节,融入家国情怀、职业道德、法治意识内容,对比中外广告价值观差异,强化文化自信[8]。创意模块以增加中华优秀传统文化、红色文化、公益主题创意案例,引导学生将思政元素转化为创意灵感,拒绝不良创作导向。实务模块以结合品牌广告、公益广告、乡村振兴广告实战项目,融入社会责任、工匠精神要求,实现“做中学、学中悟”。热点模块以结合正能量广告、行业违规案例、国家广告政策等时事内容,让思政教育紧跟时代、贴近行业。

4.3 教学方法采用创新赋能思政落地

案例教学法以精选正能量广告正面案例与违规广告反面案例,分组讨论分析,引导学生自主辨析价值导向、强化责任意识[9]。讲述中国广告人坚守初心、传播正能量、助力国家形象传播的励志故事,以情感共鸣激发价值认同。项目驱动法以布置公益广告、文化传播广告、乡村振兴广告等思政主题实战项目,以任务驱动落实价值引领。情境模拟法以模拟广告审查、舆情应对、创意评审等场景,让学生扮演从业者、监管者、受众角色,强化规则意识与责任担当。

4.4 思政场景沉浸式构建课堂与实践互动

举办“正能量广告作品赏析会”,展示优秀公益广告、文化广告、家国主题广告,分享创作理念与价值内涵。开展广告主题辩论赛,围绕“商业价值与社会价值孰重”“流量至上

与内容为王”等议题，培养辩证思维与价值判断力。组织思政主题广告创作大赛，以“讲好中国故事”“文化遗产”“公益向善”为主题，以赛促学、以赛育德。开展行业实践调研，走进正规广告公司、主流媒体广告部，学习行业规范与职业操守，感受一线从业者的责任与担当。打造校园广告思政专栏：展示学生优秀思政广告作品，营造“广告向善、价值引领”的校园氛围。

4.5 评价体系以构建思政导向多元评价体系标准

建立“专业+思政”双向评价体系，扭转重技能轻素养倾向。在学生评价体系方面，知识考核以试卷增设广告伦理、法规、社会责任、文化传播等思政相关题目，考查价值认知与理论运用能力。技能评价以广告作品评分兼顾创意水平与思政导向，对传递正能量、坚守诚信、彰显文化自信的作品予以加分。过程评价以纳入课堂讨论、小组协作、职业态度等维度，对坚守诚信、尊重他人、主动担当的学生给予正向激励。实践评价以重点评价实战项目中的思政融入度、合规性、社会责任体现，引导学生以价值标准衡量创作成果。专项奖励以设立“思政广告创作优秀奖”“诚信创作标兵”等荣誉，以评价导向强化学生思政修养。

5. 结语

《广告学》课程蕴含丰富且贴合行业特性的思政元素，是落实立德树人任务的优质载体。通过系统挖掘爱国主义、文化自信、职业道德、社会责任、法治意识、工匠精神等核心元素，从课程目标、教学内容、教学方法、实践活动、评价体系五大维度优化教学设计，可

实现广告专业教育与思政教育深度融合。这不仅能提升学生广告专业核心能力，更能塑造其正确价值观与职业品格，培养出懂专业、守底线、有情怀、敢担当的新时代广告人才，为广告行业健康发展、国家文化传播与社会文明进步提供坚实人才保障。未来需持续在教学实践中迭代优化，推动广告学课程思政走深走实、见行见效。

参考文献

- [1] 张红.新闻传播类专业课程思政建设路径探究[J].新闻研究导刊, 2024, 15(03): 189-191.
- [2] 李丽.广告学专业课程思政元素挖掘与教学实践[J].传媒论坛, 2023, 6(11): 123-125.
- [3] 王晨.立德树人视角下广告学课程思政教学改革研究[J].大学教育, 2022(08): 112-114.
- [4] 刘敏.文化自信视域下广告学课程思政设计与实施[J].广告大观, 2021(06): 78-80.
- [5] 喻国明.媒介融合时代广告教育的转型与升级[J].国际新闻界, 2021, 43(02): 66-78.
- [6] 丁俊杰.中国广告教育四十年: 历程、经验与展望[J].现代传播, 2023, 45(01): 112-118.
- [7] 陈素白.广告伦理与法规课程思政教学改革探索[J].广告研究, 2022(04): 89-93.
- [8] 周丽玲.数字时代广告学专业课程思政体系构建[J].新闻爱好者, 2023(07): 82-85.
- [9] 张晓晖.新文科背景下课程思政融入广告学概论教学设计与改革实践[J].传播与版权, 2024(09): 93-95.