

生成式人工智能背景下新媒体视觉创作课程改革实践研究

鞠敬

常州工学院, 江苏常州, 中国

【摘要】面向生成式人工智能快速融入设计实践的新形势, 应用型本科广告设计课程在项目组织、智能工具应用和教学评价等方面亟需优化。依托课程改革实践, 本文以能力培养为主线, 将 AIGC 嵌入课程目标、教学内容、项目实施与评价全过程, 探索真实项目驱动下的人机协同教学模式。课程以学科竞赛、地方品牌服务和校企合作项目为载体, 引导学生完成设计调研、创意推演、方案优化及成果呈现, 强化设计思维、项目实践和智能应用能力。教学实践表明, 改革后的课程能够更好地衔接行业需求, 提升学生综合设计素养, 为应用型本科视觉传达设计专业课程建设提供实践参考。

【关键词】生成式人工智能; 新媒体视觉创作; 课程改革; 项目式教学; 人机协同

【基金项目】江苏省常州工学院教学改革研究课题项目资助 (AIGC 技术驱动的新媒体视觉创作课程创新建设与产教协同育人实践研究; 编号: JGKT202537)

1. 引言

近年来, 生成式人工智能 (全称为 Artificial Intelligence Generated Content, 即 AIGC) 的快速发展正在重塑数字内容生产方式, 并逐渐渗透到品牌传播、数字广告、新媒体视觉设计等领域。多模态智能生成技术的快速发展与落地应用, 深刻变革了视觉创作领域的生产模式与创意体系, 促使现代设计行业的工作范式、创意产出方式以及人才能力评价标准实现全面更新。在高等教育数字化改革纵深推进的大背景下, 将人工智能技术深度融入人才培养全过程, 是现阶段高校课程提质增效、适配行业发展的重要改革方向[1-3]。对于视觉传达设计专业来说, AIGC 为设计创意的产出与视觉表现的落地提供了更多元的技术支撑, 突破了传统设计创作的局限, 也促使设计教育重新调整人才培养重心, 厘清专业技能实训、创新思维培育与职业素养塑造之间的育人逻辑。纵观现有设计教育研究成果, 学界普遍形成统一认知: 人工智能技术只是设计教学的辅助载体, 设计人才培养不能局限于智能工具的操作教学, 单一的技术训练无法满足新时代设计人才的培养要求, 教学工作的核心要义, 在于培养学生的设计思考能力、文化转译能力与审美价值判断能力[4]。基于行业变革与教育转型的双重背景, 如何优化现有教学设计, 引导学生规范、灵活地运用 AIGC 智能工具, 独立完成创意构思、方案迭代优化与科学化设计决策, 已然成为视觉传达设计

专业课程改革进程中亟待深入探究的关键问题。

广告设计课程是视觉传达设计专业实践教学的重要环节, 其目标不仅在于培养学生的视觉表达能力, 更强调品牌策划、传播组织和项目实施等综合设计能力。近年来, 数字创意产业对设计人才的要求不断提高, 传统以软件技能训练、案例讲解和课堂模拟为主的教学模式逐渐暴露出一定局限。一方面, 课程内容与行业智能化设计流程衔接不足, AIGC 在教学中的应用多停留于工具体验层面, 尚未形成贯穿设计全过程的教学组织方式; 另一方面, 课堂训练与真实项目之间联系不够紧密, 学生在用户研究、品牌分析、传播策略制定及项目协同实施等方面缺少持续实践。同时, 现有课程评价仍以最终作品为主要依据, 对设计调研、创意推演、提示词迭代、人机协同及团队合作等学习过程关注不足, 难以全面反映学生综合设计能力的发展水平。

针对当前课程实施中存在的不足, 本文依托《AIGC 技术驱动的新媒体视觉创作课程创新建设与产教协同育人实践研究》项目, 以广告设计课程改革为研究对象, 围绕课程目标优化、教学内容重构、教学实施组织和评价机制完善展开实践探索。课程建设以全国大学生广告艺术大赛、地方品牌服务和校企合作项目为实践平台, 将 AIGC 技术融入真实设计任务, 构建项目驱动、人机协同、产教融合相结合的课程实施模式 (如图

1)。通过将智能工具应用与设计思维训练、真实项目实践和过程评价有机结合，进一步提升学生解决实际设计问题的能力，为

应用型本科视觉传达设计专业课程改革提供可借鉴的实践路径。

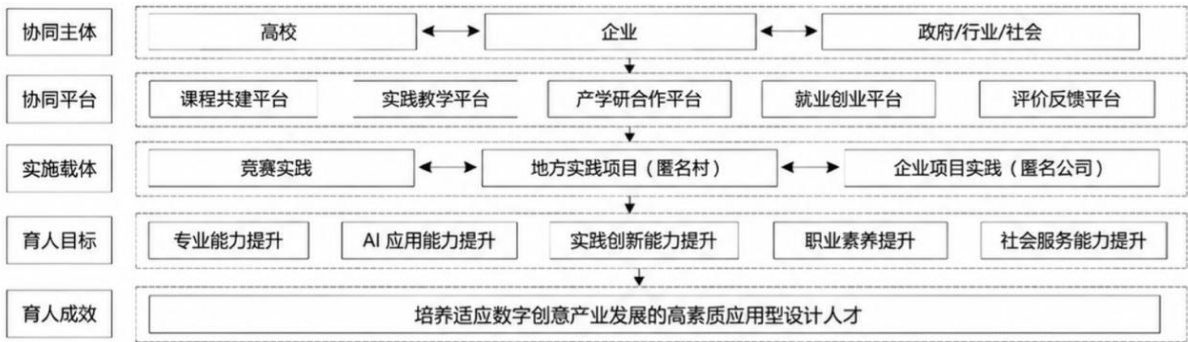


图 1.产教协同育人模式

2.AIGC 赋能的新媒体视觉创作课程创新建设

2.1 面向设计能力培养优化课程目标

课程改革以应用型本科视觉传达设计专业人才培养要求为基础，教学目标是开展教学模式设计、教学活动、综合评价等过程等前置环节。课程目标设计参考成果导向教育（OBE）理念，强调学习成果与岗位能力之间的对应关系[5]。将行业岗位能力与课程学习目标相结合，重点培养学生在人机协同环境下解决设计问题的综合能力。课程目标不再局限于软件操作或视觉表现，而是围绕创意策划、智能设计、项目实施和职业素养四个方面展开。

在专业能力方面，要求学生能够结合品牌定位和传播需求完成创意构思，并形成具有视觉识别性的设计方案；在智能设计方面，引导学生根据设计任务选择适当的AIGC工具，通过提示词设计、结果筛选和人工优化完成创作；在实践能力方面，以真实项目训练调研分析、方案表达、设计实施和成果汇报等全过程能力；同时，引导学生理解版权保护、生成内容标识、数据来源和设计伦理等问题，树立规范使用人工智能工具的职业意识。

在课程评价取向上，设计思维的演化过程被置于比最终作品呈现更优先的位置。除常规视觉成果外，学生还需一并提交调研分析记录、创意推演草图、提示词迭代日志及设计修改陈述，以此再现完整的决策链条。为回应不同起点学生的学习需要，课程内部实行分层任务机制：对基础偏弱者辅以案例拆解与阶段性辅导，对能力较强增设跨媒介表达及真实传播效果验证等延伸议题，从而提升教学内容的针对性。

2.2 以设计流程为主线重构课程内容

课程内容的重组以广告设计实务中的工作进程为线索，不再沿用软件功能或知识模块的划分逻辑，而是搭建“需求分析—创意策划—智能生成—设计优化—传播应用—成果复盘”的完整训练链条，使课堂教学与行业实践之间的衔接更为紧密。项目式学习因其在真实任务情境中驱动知识迁移与综合素养生成的作用，被广泛认为契合设计类课程改革的方向[6]。

具体实施上，前期阶段聚焦品牌调研、用户画像与传播策略拟定，为设计目标提供依据；中期借助AIGC工具进行创意发散、风格筛选与草图生成，同步配合Photoshop、Illustrator等软件完成版式、色彩、字体及图形层面的专业深化；后期则依据海报、短视频、社交媒体页面及品牌物料等不同媒介的传播属性，分别进行适应性调整与完善。

教学过程中要求学生完整保留设计依据，包括调研资料、提示词修改记录、生成方案比较和人工优化过程，使设计思路具有可追溯性。课程改革并未削弱字体设计、版式构成、色彩设计等基础内容，而是将其作为评价生成结果的重要专业标准，引导学生从视觉层级、品牌识别、文化表达和传播效果等角度分析设计方案，避免将生成结果简单等同于最终作品。同时，将版权意识、数据合规和人工智能伦理纳入专题教学，使专业能力培养与职业规范同步推进。

2.3 以真实项目提升课程实践质量

真实项目是课程实践的重要依托，也是连接课堂教学与行业需求的重要纽带。课程根据不同阶段的培养目标，引入学科竞赛、地方品牌建设和企业合作项目，逐步构建由

基础训练向综合实践递进的发展路径,使学生能够在真实设计任务中积累项目经验。

三类项目在教学功能上各有侧重。竞赛类侧重创意激发与设计规范遵守,以推动创新意识的生成;地方品牌类强调在地文化资源的提取与社会价值的转化,引导学生将地域视觉语汇融入设计方案;企业合作类则更贴近职业现场,要求学生围绕客户需求展开设计研判、跨角色协作与方案迭代,着力提升项目落地执行能力。

执行环节中,教师负责课程统筹与专业指导,企业导师凭借行业视角介入方案评审并提供修改意见,学生以小组形式承担完整的设计任务。课堂授课、企业反馈与项目推进之间形成循环互动,课程内容据此得以动态调适,同时学生在面对非标准化设计问题时,其综合应对能力也获得持续锻炼。

2.4 完善多元参与的课程评价方式

课程评价坚持过程评价与成果评价并重,更加强调学生设计能力形成的连续性,而非单纯依据最终作品进行判断。评价内容除设计成果外,还包括项目调研、创意形成、人机协同、方案优化和团队合作等学习过程,使课程评价能够更加真实地反映学生能力的发展情况。

评价主体由课程教师、企业导师、学生同伴及项目需求方共同组成。不同主体依据专业质量、行业规范、合作表现和项目应用效果等维度提出评价意见,在多元评价基础上提高结果的客观性和实践价值。

课程采用过程评价与成果评价相结合的方式,两者权重各占约 50%。其中,过程评价主要关注需求分析、创意形成、AIGC 使用过程、方案迭代及团队贡献;成果评价则综合考察作品质量、项目汇报及实际应用效果。同时,将原创性说明、人工优化依据和工具使用反思纳入评价内容,引导学生树立规范使用人工智能技术的意识。对于团队项目,还结合学习日志、任务分工和组内互评等资料综合判断个人贡献,避免课程评价过度依赖最终作品。

3. AIGC 赋能的新媒体视觉创作课程实践

3.1 竞赛项目驱动创意能力培养

全国大学生广告艺术大赛具有命题真实、评价标准明确和行业导向鲜明等特点,因此课程将竞赛项目作为实践教学的重要组成部分,通过真实命题组织课堂训练,帮助学生理解广告设计的完整工作流程[7]。与

传统课堂练习相比,竞赛任务需要同时回应品牌定位、传播目标和作品规范,使学生能够在真实设计情境中建立系统的设计思维。

教学实施过程中,教师首先组织学生围绕品牌背景、目标受众及传播需求开展资料收集和案例分析,再利用 AIGC 完成创意发散、视觉方向探索和方案比较,并结合专业软件对版式、字体、色彩及视觉层级进行深化设计。课堂讨论更加关注创意逻辑是否符合品牌传播需求,而不是生成结果本身。学生需对不同方案的选择依据、提示词调整过程以及人工优化方式进行说明,使设计过程具有较强的专业支撑和可解释性。

竞赛项目的持续设置,推动课程训练从“完成作品”逐步转向“解决传播议题”。学生在完成视觉表达之外,还需同步兼顾命题约束、进度管控与展示策略等多重实践变量,在反复修改与方案演进中强化创意表达能力,并逐步建立对设计规范的自觉意识。

3.2 地方品牌项目提升文化表达能力

地方品牌项目在拓宽课程实践社会服务面向的同时,也为地域文化资源进入教学设计提供了现实场域。课程以地方品牌建设任务为牵引,引导学生在真实传播情境中识别品牌诉求,探讨文化资源向视觉设计成果有效转化的可行路径。

项目开展过程中,学生通过文献查阅、实地调研和案例分析提炼地方文化特征,并借助 AIGC 进行视觉意象生成和创意方向比较,再结合品牌定位完成标志设计、包装设计、宣传海报以及新媒体传播内容等系列设计任务。课堂评价更加重视设计方案是否准确传达地域文化内涵,而不是片面追求视觉形式的新颖性。教师、企业导师和项目负责人共同参与方案讨论,从文化表达、品牌一致性和实际应用价值等方面提出修改建议,帮助学生不断完善设计成果。

通过地方品牌项目实践,学生进一步认识到, AIGC 能够提高设计前期的创意探索效率,但文化理解、传播策略和专业判断仍需依靠设计者完成。这一过程强化了学生的问题分析能力,也增强了其服务地方文化建设的责任意识。

3.3 校企合作促进岗位能力形成

校企合作是职业教育与产业深度融合的核心载体,能够为课程实践教学搭建贴合行业真实岗位场景的实训平台,是落实产教融合育人理念的关键举措。本课程依托合作企

业的真实设计项目开展实践教学，打通课堂专业训练与企业标准化设计工作的衔接壁垒，让学生在真实项目实操过程中沉浸式感知行业运行模式，精准把握岗位核心能力素养与职业技能标准[8]。

本次校企项目采用小组协同的实战化运作模式，引导学生完整参与设计全流程工作，依次完成市场竞品调研、设计创意构思、视觉画面创作、方案展示汇报、成果迭代优化等一系列核心工作环节。在项目推进过程中，AIGC 技术主要赋能前期资料归集梳理、多元创意发散探索、多版方案对比筛选等轻量化、创新性工作；企业导师立足市场客户诉求、品牌视觉规范、实际传播效益与落地生产成本等商业化维度，对学生设计方案提出针对性优化建议；校内教师则聚焦专业知识落地、实操技能规范、学习过程考核开展全过程教学指导。学生通过多轮师生研讨、校企双向沟通、方案修改打磨，持续完善设计成果，让最终作品贴合行业落地标准与市场实际需求。

相较于学科竞赛类实训项目，企业真实项目更侧重考核设计方案的落地可行性与学生的团队协作履职能力。学生在项目实践中不再局限于单一的视觉设计表达，而是需要兼顾客户核心诉求、内容传播价值、商业落地应用等多元现实要素，全方位锻炼岗位适配所需的综合能力，真正实现课堂理论知识、实操训练与职场岗位能力培养的精准对接，构建学用一体的育人模式。

3.4 实践教学形成持续改进机制

本次课程的实践教学体系依托赛事专项训练、地方品牌赋能服务、校企联合项目三类实践场景分层推进，各类实践项目层层衔接、互为补充，搭建起系统化、立体化的课程实践育人框架。学生在梯度化的项目实践中循序渐进完成学习进阶，从基础的创意视觉表达、地域文化创新实践，逐步过渡到职业化岗位落地应用，形成连贯、可持续的专业能力成长路径，让课程育人目标贯穿实践教学全过程。

AIGC 技术贯穿课程实践的全流程，覆盖前期调研分析、设计创意孵化、方案迭代优化、最终成果展示等各个关键环节，但课程教学始终以解决实际设计问题为核心导向，并未依赖智能工具弱化学生专业核心能力训练。教学过程中，教师重点引导学生梳理设计支撑依据、搭建完整创意逻辑、树立

独立专业评判思维，要求学生依托人工研判、专业分析完成核心设计工作，合理借助智能工具辅助创作，杜绝直接套用 AI 生成内容作为最终设计成果，保障学生设计思辨与实操能力的有效提升。

课程教学周期结束后，教学团队整合学生全过程学习档案资料、合作企业的实操评价反馈以及课堂阶段性考核结果，对课程所用教学案例、实践项目任务、课堂组织形式与教学方法进行系统性复盘、总结与优化，持续丰富课程案例资源库、完善实践教学配套资源。通过构建“项目导入落地—课程实操实施—多方成果反馈—教学迭代优化”的闭环运行模式，本课程建立起动态更新、长效精进的实践教学改进机制，持续完善课程建设体系，也为同类设计类课程的教学改革与提质升级积累了扎实的实践经验。

4.课程改革成效与推广价值

4.1 课程实践对学生综合能力的促进

从课程实施情况观察，AIGC 介入教学后，学生完成设计任务的路径呈现明显变化。相较于既往直接进入软件制作阶段的做法，学生现在普遍先围绕品牌诉求、用户画像与传播目标进行资料梳理与创意发散，再借助 AIGC 工具辅助视觉方案的探索，最后运用专业设计方法进行深化调整。这一顺序上的转变，反映出学生在设计起点上对问题分析的重视程度有所提升。

在阶段性汇报与作品评审环节，学生对设计方案生成过程的陈述更为系统，能够清晰交代创意起点、方案迭代的依据以及人工干预的具体思路。相较于单纯呈现最终作品，学生逐步建立起从问题界定、创意生成到方案完善的全流程设计意识，设计决策中的专业判断力也相应增强。

真实项目的持续介入，进一步加深了学生对设计实务的理解。在竞赛、地方品牌服务及企业合作等不同类型的项目中，学生须直面客户诉求、团队分工、进度管控与成果交付等现实挑战。企业导师在项目评审中不仅考量视觉呈现，还结合品牌定位、传播目标与应用环境提出修改意见，促使学生反思设计成果背后的商业逻辑与社会意义。

需指出的是，当前关于改革成效的分析，主要依据课程实施记录、学生作品表现及教师与企业导师的反馈意见，尚缺乏长期追踪数据与大样本量化评估的支持。后续研究有必要结合学习行为记录、课程前后能力

测度及毕业生发展追踪等手段,对改革效果展开进一步验证。

4.2 课程建设形成多方协同的推进机制

本次课程改革并未将 AIGC 定位为单一的技术工具引入教学,而是围绕人才培养目标,对内容组织、实践项目配置与评价方式进行系统性调整,使技术应用与能力培养之间形成相互支撑的格局。

随着竞赛、地方品牌与企业合作项目的逐步嵌入,课程运行过程中陆续积累了项目任务书、案例素材、提示词日志、作品修改记录及评价标准等实践性教学资源。这些材料既充实了课堂教学内容,也为后续课程迭代与教学更新奠定了基础。

课程推进过程中,教师角色亦从传统的知识传授者,逐步转向设计过程的引导者与学习任务的组织者。教师依据项目类型选用适配的智能工具,重点关注学生借助技术解决设计问题的策略,而非某一软件或工具的操作熟练度。企业导师则通过项目指导、阶段评审与成果反馈参与教学,使行业前沿经验能够及时进入课堂。

教师、企业、学生三方共同参与的协同机制,增强了课程对技术迭代与行业需求变动的响应能力,同时也推动课程建设从单一的教学改革走向多主体协同的持续优化过程。

4.3 改革经验的推广参考价值

本文所呈现的课程改革实践,对视觉传达设计、数字媒体艺术及广告学等相关专业的课程建设具有一定的借鉴意义。近年来,设计教育领域逐渐关注人工智能环境下课程内容更新和教学模式创新问题[9-10]。随着人工智能技术在设计领域的持续渗透,设计教育需审慎处理工具应用与专业能力培养之间的张力,而非对某一工具或教学模式进行简单复制。

就推广路径而言,不同专业课程应依据自身培养目标、教学内容与实践条件,合理确定 AIGC 介入的范围与深度。实施过程中,既应发挥智能技术在创意辅助与效率提升方面的积极作用,也不可忽视设计基础训练、文化理解、审美判断及职业伦理教育的应有位置。

面向未来,课程建设仍需进一步健全人工智能环境下的教学评价体系,强化对版权保护、数据安全、内容真实性与学术规范等议题的关注。同时,依托真实项目、过程性

评价与校企协同,持续探索适应数字创意产业发展需求的应用型设计人才培养路径。

5. 结论

生成式人工智能的演进,既为设计类课程的教学变革提供了新的技术支撑,也对既有教学模式提出了适应性调整的命题。本研究以广告设计课程为实践载体,聚焦 AIGC 在新媒体视觉创作教学中的融入问题,分别从培养目标定位、课程内容重构、项目训练设计与评价机制优化等维度展开探索。

在改革实践中, AIGC 未被限定为一种辅助出图工具,而是被嵌入设计问题解析、创意方案生成、视觉细化调整与项目执行推进等多个教学环节。通过引入竞赛选题、地方品牌委托与企业合作项目三类实践任务,学生在真实的项目情境中经历从需求解读到成果输出的完整设计流程,课程关注的重心逐步从结果评价转向过程性能力的养成。此外,多元主体参与的评价机制,也使课程考核更侧重于对设计思维轨迹、创意生成逻辑与专业判断水准的考察。

应当承认, AIGC 技术本身仍处于快速迭代之中,本研究的分析主要依托课程运行记录、学生作业表现及多方教学反馈,改革成效的稳固性尚有待于后续教学数据的持续积累与长期跟踪研究的检验。在后续课程迭代中,有必要构建适应智能设计环境的教学评价框架,同时关注版权合规、数据安全与设计伦理等伴随性问题,并基于专业特性探索更为稳定的人机协作教学路径。

归根结底, AIGC 进入设计教育,不应削弱设计基础训练的地位,而应促使课程在技术工具与专业素养之间寻找更合理的平衡。面向未来的视觉传达设计课程,应以真实项目驱动教学,以学生设计能力生长为中心,在智能手段、专业判断与行业需求三者之间搭建有效的联结机制,从而为应用型设计人才培养提供可持续的支撑。

参考文献

- [1] 吴砥,郭庆,朱莎.教育数字化转型视野下的新思考[J].中国电化教育,2024(1):59-67.
- [2] 韩锡斌,李米雪,郭文欣.以数字化战略赋能职业教育的新突破——2024年职业教育数字化研究与实践新进展[J].中国职业技术教育,2025(2):39-48.
- [3] Dwivedi Y K, Kshetri N, Hughes L, et al.

- Opinion Paper: "So What If ChatGPT Wrote It?" Multidisciplinary Perspectives on Opportunities, Challenges and Implications of Generative Conversational AI for Research, Practice and Policy[J]. International Journal of Information Management, 2023,71:102642.
- [4] Chen X, Hu Z, Wang C. Empowering Education Development through AIGC:A Systematic Literature Review[J]. Education and Information Technologies, 2024,29(13):17485-17537.
- [5] 郭文俊, 杨泽民, 张盛天, 王强. 基于OBE理念的数字逻辑课程混合式教学改革[J]. 计算机教育, 2024 (8): 114-119.
- [6] 王晓东, 李艳. 基于项目式学习的高校课程教学改革研究[J], 高等教育研究, 2022 (6): 85-90.
- [7] 王受之. 设计教育中的实践教学模式研究[J]. 装饰, 2021 (5): 28-31.
- [8] 李强, 罗添, 王晶晶, 等. 新工科背景下数字媒体专业教学改革探索与实践[J]. 包装工程, 2020 (12): 140-142.
- [9] 赵毅. AIGC在视觉传达包装及设计教学中的应用研究[J]. 塑料包装, 2025 (6).
- [10] 魏伦, 秦璇, 于洛珠. 融合人工智能的视觉传达设计专业课程建设探索—以包装设计课程为例[J]. 安徽工业大学学报(社会科学版), 2025, 42 (2): 83-86