

AIGC 技术赋能高校广告设计课程教学改革实践研究

唐子荀, 吴世丽, 彭缔

成都艺术职业大学 时尚设计学院, 四川 成都 611433

DOI:10.61369/EST.2026080003

摘 要 : 国内高校广告设计课程存在固定化教学形式、学生实操创意水平薄弱、授课内容脱离行业发展、数字化技术融入迟缓等问题,传统授课形式无法契合智能时代广告行业的人才培育标准。推动课程教学革新升级、贴合行业岗位发展趋势,文章依托 AIGC 生成式人工智能技术展开研究,挖掘该技术和高校广告设计课程教学的契合度与育人作用,从课程内容重塑、教学形式革新、实训载体搭建、师生能力培育四个层面,梳理对应的教学改革实施路径。研究梳理改革推进中的现存阻碍,树立技术应用与原创作平衡的教学准则,搭建全方位考核框架与长效更新机制,构建人机协同的全新教学形态,培育兼具创意思维与智能技术能力的综合型广告设计专业人才。

关 键 词 : AIGC 技术; 高校广告设计; 课程教学改革; 数字化教学; 人才培养

Research on the Practice of AIGC Technology Empowering the Teaching Reform of Advertising Design Courses in Colleges and Universities

Tang Zixun, Wu Shili, Peng Di

College of Fashion Design, Chengdu Vocational University of the Arts, Chengdu, Sichuan 611433

Abstract : Traditional advertising design courses in domestic universities are plagued by rigid teaching modes, insufficient practical and creative abilities among students, outdated teaching content disconnected from industrial development, and slow integration of digital technologies. Conventional teaching methods can no longer meet the talent training requirements of the advertising industry in the intelligent era. Centering on Artificial Intelligence Generated Content (AIGC) technology, this paper explores its compatibility and educational value with advertising design teaching. It proposes reform approaches from four dimensions: curriculum content restructuring, teaching mode innovation, practical training platform construction, and competency development for teachers and students. The study also analyzes obstacles in reform implementation, establishes principles for balancing technological application and original creation, builds a comprehensive assessment system and long-term content update mechanism, and creates a new human-machine collaborative teaching model, aiming to cultivate interdisciplinary advertising design talents equipped with creative thinking and digital literacy.

Keywords : AIGC technology; advertising design in universities; curriculum teaching reform; digital teaching; talent cultivation

引言

数字化与智能化转型推动广告行业革新, AIGC 技术融入广告创意、文案创作、视觉设计等核心领域, 改变行业工作模式与人才标准。现代广告设计行业跳出传统设计能力局限, 从业者需具备智能工具运用、创意迭代、人机协同创作的综合素养。国内高校广告设计课程体系发展滞后, 传统教学模式和内容跟不上行业智能化发展, 难以培养契合市场的实战创新型人才。本文结合高校广告设计课程现状, 梳理教学现存问题, 探寻 AIGC 技术助力课程改革的价值与实施路径, 针对改革难点给出优化办法, 为广告设计专业智能教学革新提供参考。

一、高校广告设计课程教学现状与现存问题

(一) 课程教学模式传统固化

高校广告设计课程普遍采用理论讲授、案例赏析、课堂练习的传统模式, 教学以教师单向输出为核心, 课堂互动与思维启发

较为匮乏, 学生长期被动接收知识, 主动开展创意构思与问题探究的意愿不足^[1]。固定课时与线性教学内容, 不符广告设计碎片化、即时性、反复打磨的学习特点, 教学多使用静态课件与陈旧案例, 缺少数字化、互动化、个性化的授课形式, 难以适配新时代学生的学习习惯与认知方式, 课堂教学质量与整体活力受到

限制。

（二）学生创意实践能力培养受限

广告设计看重创意、文案与视觉呈现的综合实操能力，传统课堂头脑风暴仅依靠个人经验与小组交流，创作思路受限，思维难以充分发散。学生文案创作仅凭自身积累，修改耗时较长，优化方向缺乏清晰指引。视觉创作受手绘功底与软件能力限制，草图迭代缓慢，创作风格难以多元拓展。课程实践多为虚拟课题，缺少真实项目支撑，学生无法参与创意落地的完整流程，创新思维与实操能力得不到有效锻炼，难以契合行业实战人才的招录标准。

（三）教学内容与行业市场脱节

课程内容聚焦传统广告理论、平面版式、印刷工艺，数字广告、社交媒体传播、智能投放、AIGC 创作等前沿内容涉猎偏少，教材案例更新迟缓，滞后于品牌真实需求与市场发展趋势。教学脱离产业岗位流程，学生对 AI 创意工具、智能图文生成、数据化创意优化等职场技能掌握不足，知识结构与岗位要求脱节，入职后需重新学习适配，难以契合行业智能高效的用人标准。

（四）数字化教学技术应用滞后

多数高校广告设计课程数字化只局限课件电子化、视频播放等基础形式，AIGC、智能教学平台、虚拟实训等技术未能深度应用。教师缺乏专业 AI 工具培训，难以将技术融入创意、文案、视觉等核心教学环节。校内数字化资源建设滞后，缺少 AI 创意、智能文案、生成视觉相关的模块化微课资源。教学各阶段数字化衔接不畅，个性化推送、即时反馈、重复学习难以实现，技术赋能教学提质增效的价值未能发挥（见图1）。

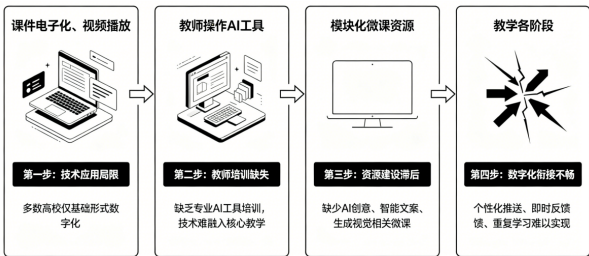


图1 数字化教学技术应用滞后

二、AIGC 技术赋能高校广告设计课程教学改革适配性与价值

（一）AIGC 技术的核心创作优势与特性

AIGC 生成式人工智能技术拥有多元灵感发散、高速内容生成、作品迭代优化、全流程创作辅助的核心优势，可贯穿广告设计创意构思、文案创作、视觉呈现三大核心创作环节^[4]。创意构思阶段，依托关键词指令输出大量差异化创意方向，适配隐喻、夸张、对比、叙事等各类广告创作手法，突破学生固有思维壁垒。文案创作阶段，结合品牌定位、产品特质与传播场景产出宣传标语、短文内容与视频脚本，完成文本措辞打磨与风格适配调整。视觉设计阶段，快速生成海报草图、创意图形、装饰元素与色彩搭配方案，实现多种艺术风格转化与细节优化，降低设计入门难

度，提升广告创作的整体效率与内容质感。

（二）AIGC 与广告设计课程的适配逻辑

广告设计课程的启发、参与与实践属性，与 AIGC 技术特质高度契合。AIGC 高效精简、灵活易传播，适配课程微课分段教学，品牌定位、创意构思、视觉设计等重难点可拆解为5—10分钟 AI 辅助学习模块。技术互动生成的特点重塑课堂模式，学生在提示词调试、成果筛选与细节优化中自主探究。AIGC 紧跟行业技术迭代，可将前沿工具与实操流程融入课堂，实现教学内容和岗位标准的精准衔接（见图2）。

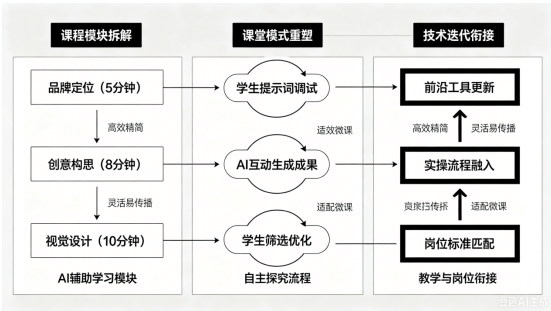


图2 AIGC 与广告设计课程的适配逻辑

（三）赋能课程教学模式创新的核心价值

AIGC 技术破除广告设计传统固化授课模式，让课堂转变为 AI 辅助创作、师生互动探究、真实项目实战结合的新型教学形态，重塑课程整体教学逻辑。教师借助 AIGC 制作多元预习素材与基础任务，帮助学生提前进入课程学习状态。课堂以 AIGC 作为创意辅助工具，开展思维碰撞、文案打磨与多元视觉创作等教学活动，基础操作教学得以简化，教学重心转向创意引导、作品把控与个性化答疑。学生依托线上 AI 资源持续复习拓展创作，形成完整教学闭环，突破教学时空约束，丰富课堂氛围、提升教学针对性，践行以学生为主体的个性化教学理念。

（四）助力学生职业核心能力培育的现实意义

广告设计行业步入智能转型阶段，AIGC 技术对学生职业核心能力塑造具备较高应用价值，全面助推学生专业素养与岗位能力成长。AI 多元灵感发散功能打破固有思维桎梏，塑造学生多角度、创新化的广告构思思维。文案创作依托 AI 生成初稿、人工精细打磨的训练模式，锤炼学生文案撰写、风格把控与策略表达的专业功底^[31]。视觉创作借助 AI 生成与迭代功能，夯实审美判断、图形创作与版式调整的实操功底。常态化人机协同创作能够熟练掌握工具操作、提示词调试、作品筛选优化等岗位技能，熟悉行业智能作业流程，帮助学生兼具原创思维与智能技术素养，全面提升职场就业竞争力。

三、AIGC 技术赋能高校广告设计课程教学改革实践路径

（一）重构模块化、数字化课程教学内容体系

结合广告设计流程与 AIGC 应用场景，课程重构为创意、文

案、视觉、实战四大教学模块。创意模块开展 AI 头脑风暴、灵感发散与思路筛选教学，文案模块进行 AI 广告语、脚本创作、调性校准及人工优化训练，视觉模块完成 AI 元素绘制、海报生成、风格把控与细节精修实操。实战模块对接企业项目，开展需求分析、AI 创作、人工优化、落地呈现全流程训练。搭建 AI 微课资源库，归集重难点视频，助力学生随时学习、反复巩固（见图3）。

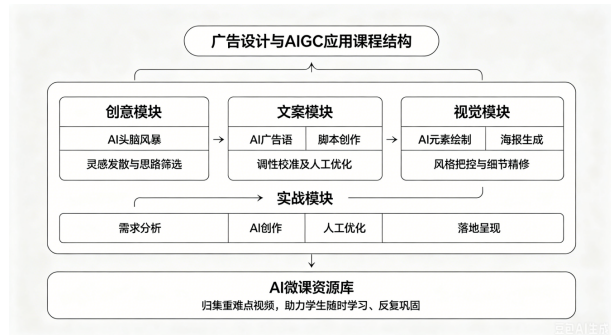


图3 广告设计流程与 AIGC 应用场景

（二）创新 AIGC 融合型课堂教学模式

依托 AIGC 技术优势，搭建课前 AI 预热、课中 AI 协同、课后 AI 延伸的全链条教学模式，实现教学全程智能化赋能。课前教师依托线上平台，结合课程重难点推送 AI 优质广告案例、创作素材与预习任务，引导学生梳理知识、初步确立创作方向。课堂以小组合作为核心，学生借助 AIGC 工具开展创意碰撞、文案撰写与视觉创作，教师指导学生优化提示词、调整创意、打磨作品，可借助 AI 生成多元视觉方案，引导学生对比创新。课后依托 AI 资源开展拓展创作，教师通过平台实时点评答疑，完成精准个性化教学辅导。

（三）搭建智能化广告设计实践教学平台

为破解广告设计实践教学资源短缺、项目贴合度低、实训成效不佳等问题，整合各类 AI 创作工具与智慧教学系统，搭建集智能创作、项目实训、多元评价、作品展示为一体的智能化实践教学平台。平台联动校企合作资源，持续引入商业广告、文旅宣传、公益推广等真实创作命题，保障学生全程参与真实项目实训。部分院校依托同类智能平台完成文旅广告全流程设计落地，有效推动教学与实战深度融合。平台自动留存学生创作过程、迭代轨迹与实训数据，支撑师生互评、生生互评与企业导师点评，切实强化学生实战能力，缩减教学培养与行业岗位的适配差距。

（四）完善师生数字化教学能力培育机制

为推动 AIGC 与广告设计课程深度融合，搭建全方位、分层级的师生数字能力培育体系，全面提升师生智能教学与创作素养^[9]。面向教师群体，常态化开展 AIGC 教学培训、智能创作工坊与企业实践研修，着重提升教师 AI 实操、智能课程设计与人机协同授课能力，组建 AI 教学研发团队，协同开发教学案例、打磨微课资源、优化教学流程。面向学生推行分层培养模式，零基础学生夯实 AI 基础操作、提示词撰写等技能，进阶学生专注创意整合、作

品二次原创、风格优化等高阶能力，树立技术辅助、原创为本的职业理念，打造师生协同进阶的数字化育人模式。

四、AIGC 技术赋能高校广告设计课程教学改革反思与优化策略

（一）教学改革实践中的现存痛点与难点

本次改革存在诸多短板限制实施成效，部分教师 AIGC 认知不足、技术应用流于形式。学生过度依赖 AI 生成内容，原创思维与审美能力有所弱化。AI 生成内容随机性较强，难以契合教学目标与品牌需求。课程评价偏重最终成果，缺少对创意过程、AI 运用及优化能力的考核。行业技术迭代迅速，课程内容更新滞后，无法持续适配行业发展节奏。

（二）平衡技术应用与原创设计的教学原则

在 AIGC 教学改革实践中，需坚守“AI 为工具、创意为核心、原创为根本”的教学原则，厘清智能技术与原创设计的主次关系。AIGC 仅用于启发灵感、提升效率、辅助基础创作，无法替代学生独立思考、创意构思与原创设计的核心过程。课程各环节需坚持学生主体地位，引导学生深度解读设计主题、研判品牌需求，自主完成审美把控与作品优化。同时建立标准化创作规范，将 AI 生成的文案、草图与创意方案作为基础素材，要求学生通过二次创作、细节重构、风格打磨完成优化升级，杜绝直接套用 AI 成品的行为，培育学生人机协同、守正创新的专业设计素养。

（三）健全课程教学评价考核体系

为适配 AIGC 融合教学模式、破除传统单一结果考核弊端，可构建过程与综合结合、多主体参与的立体化课程评价体系。过程性考核覆盖学生 AI 工具规范运用、创意发散、文案迭代、视觉优化等全创作环节，细化各步骤实操评判标准。结果性考核聚焦作品原创度、创意性、品牌适配性与商业落地价值。评价主体同步拓宽，融合教师专业点评、学生互评与企业导师行业点评，丰富考核维度。体系以 AI 应用合理性、内容原创度、人工创新力度、问题解决能力为核心指标，摒弃唯成品效果的评价思维，全面考察学生专业能力与技术素养。

（四）教学改革长效优化与迭代发展策略

为推动 AIGC 教学改革长效推进，需搭建动态长效的教学迭代机制，贴合行业趋势与育人目标。紧跟技术与市场变化，定期更新课程内容、实训工具与案例资源，纳入前沿创作技术与商业案例。深化校企合作，联合制定教学标准、开发实训资源、引入行业导师授课，对接岗位实际需求。常态化开展教研交流与学情调研，梳理问题并优化课堂与实训模式。依托学科竞赛、商业实训、项目落地等载体，以赛促学、以用促改，持续深化技术与课程融合，实现教学稳步迭代。

五、结语

本文系统梳理高校广告设计课程传统教学的四大核心问题，结合 AIGC 技术创作优势与课程适配逻辑，从教学内容、课堂模式、实训平台、能力培育多个维度，构建完善的广告设计课程教学改革体系，同时针对改革过程中技术滥用、原创能力弱化、评价体系单一等实践痛点，提出针对性优化策略。AIGC 技术为广

告设计课程教学创新提供了全新路径，有效弥补传统教学育人短板，推动课堂教学与行业前沿无缝衔接。未来，广告设计课程教学改革需坚守原创核心，平衡智能技术与创意设计的主次关系，依托校企协同育人、动态教学迭代机制持续优化教学体系，不断提升专业人才培养质量，适配广告行业智能化转型的发展需求。

参考文献

-
- [1] 沈慧. 美育视野下高校平面广告设计课程改革与实践 [J]. 苏州工艺美术职业技术学院学报, 2025, (4): 56-59.
 - [2] 刘筠烨, 陈燕玲. 基于 AIGC 技术的广告设计专业产教融合探索与实践 [J]. 广东职业技术教育与研究, 2025, (6): 180-183.
 - [3] 吕腾, 石亮. 基于混合式教学的高校广告设计实践教学模式探究 [J]. 科教导刊, 2025, (17): 98-100.
 - [4] 孙方兵, 袁高生. AIGC 在广告设计教学中的运用 [J]. 上海服饰, 2025, (6): 149-151.
 - [5] 胡文博, 李莹. 高校广告设计微课程案例式教学研究 [J]. 丝网印刷, 2023, (17): 122-124.