

AI 技术赋能技工院校广告设计教学研究

梁子莹

珠海市技师学院, 广东省珠海市, 519000;

摘要: 随着人工智能 (Artificial Intelligence, AI) 技术的飞速发展, 广告设计行业和教育体系迎来了深刻的变革。尤其是技工院校的广告设计专业, 面临着技术更新的巨大挑战。AI 技术的应用不仅为广告设计带来了高效的创意工具, 也为教学方法提供了创新的思路。本论文通过分析 AI 技术的基本概念、广告设计教学的现状、AI 技术在广告设计教学中的应用, 提出了 AI 技术赋能广告设计教育的具体策略, 并探讨了面临的挑战与未来的可能发展方向。研究表明, AI 技术能够提升教学效率、培养学生创新能力, 并且为广告设计专业人才的培养提供新的教学模式。

关键词: AI 技术; 广告设计; 技工院校; 教学改革; 创意教育

DOI: 10. 64216/3080-1516. 25. 11. 010

前言

人工智能 (AI) 技术如深度学习、自然语言处理、计算机视觉等领域的快速发展, AI 在教育领域的应用展现出了前所未有的关注。近年来, AI 生成工具如 ChatGPT、Midjourney、Stable Diffusion、即梦等先后涌现, 极大地改变了传统广告的设计方式与教学模式。因此, 技工院校的广告设计专业教育正面临着机遇与挑战并存的转型升级。教师的课堂讲授与学生的手工实践是传统广告设计的主要教学主要模式, 主要强调学生的基础绘画能力、平面构成、版式设计及软件操作等技能。然而, 这种模式在信息化、智能化浪潮中逐渐显现出局限: 创作效率较低, 学生完成一次完整的广告设计作品需要较长周期; 创新性不足, 创意往往受限于个人经验与知识储备; 与行业需求脱节, 广告行业已广泛应用 AI 辅助创意与数据驱动设计, 而课堂教学与行业工具存在落差。

在人工智能赋能的环境中, 广告设计的创意生成、素材加工、版式布局乃至营销策划, 都可以通过 AI 工具实现快速迭代与精准优化。例如, 利用即梦可以在数秒内生成不同风格的视觉草图, 借助 Deep Seek 可快速生成广告文案。这不仅显著提高了设计效率, 还拓宽了学生的创意思路, 使其能够在更短时间内完成更高质量的作品。因此, 将 AI 技术引入技工院校广告设计教学, 不仅是顺应产业发展的必然选择, 也是提升教学质量、培养高素质技术技能人才的重要途径。

本研究旨在探索 AI 技术与技工院校广告设计教学的融合模式, 从教育信息化与职业教育改革的双重视角, 构建一套适应智能化时代的广告设计教学新范式。通过引入 AI 工具和方法, 技工院校广告设计教学可实现教

学资源的数字化升级、教学模式的互动化转型、评价方式的智能化优化, 帮助学生在校期间掌握与行业接轨的技能, 提高就业竞争力。同时, 教师可以利用 AI 辅助教学备课、个性化辅导和作品评估, 提高教学效率与质量。在数字经济与创意产业快速发展的背景下, 广告设计已成为企业品牌塑造与市场推广的重要手段。培养具备 AI 应用能力的广告设计人才, 将为行业注入新活力, 促进产业升级与创新发展, 对推动区域经济发展与提升国家软实力具有积极作用。

1 技工院校广告设计教学的现状分析

对于传统广告设计教学模式来说, 技工院校的广告设计教学多以基础设计技能培训为主, 主要通过手工绘画、计算机辅助设计软件进行教学, 课程内容较为固定, 较少涉及前沿的 AI 技术。目前, 技术发展迅速, 课程内容和教材更新较慢, 学生很难接触到最新的设计工具和技术; 教师对 AI 技术的理解和应用能力较弱, 缺乏相关的培训和实践经验; 学生过于依赖传统的设计方法, 缺乏探索和创新的动力。

另外, 随着广告行业的快速发展, 尤其是数字广告的兴起, 广告设计行业对创新型、高技术能力的人才需求日益增加。AI 技术的应用不仅能提升广告创意的质量, 还能优化广告的投放效果, 因此, 技工院校广告设计专业亟需改革教学内容, 培养具备创新能力和技术能力的复合型人才。

2 AI 技术赋能广告设计教学的具体应用

相较于传统的设计工具, AI 设计工具可以帮助学生快速生成广告设计素材, 提高设计效率。例如, AI 驱动的图像生成工具 (如即梦、Liblib) 可以根据用户的需

求自动生成符合主题的广告设计。随着科技的进步,已经发展出了许多不同类型及功能偏重的AI设计工具,不同的AI设计工具在教学方面也展现出了不同的教学效果,有望大幅提高教学质量。

鉴于AI诸多的功能和方便性,其在创意思维培养中也具备诸多的应用,可以说AI工具能够在一定程度上激发学生的创意思维。例如,利用生成对抗网络(GAN)生成的图像,学生可以在AI的基础上进行二次创作,创造出独特的设计风格。

3 AI技术赋能广告设计教学的实践案例

在国内的某些顶级技工院校AI技术已经在广告设计教学中得到了应用,并取得了一定的成效。例如,广州某技工院校在其广告设计课程中全面引入了AI技术,通过与国内AI技术公司合作,部署了一系列AI工具,具体应用如下:(1)自动图像生成与优化:使用Runway工具,学生通过输入基本的广告主题,AI自动生成初步设计方案,学生在此基础上进行修改,优化设计。

(2)广告文案生成与优化:使用Copy.ai,根据广告项目需求,AI生成一系列文案方案,学生根据AI推荐的内容进行修改,确保文案创意和营销效果的最佳结合。

在国外,许多国家的广告设计课程已全面融入了AI技术,例如,英国某技工院校,其广告设计课程教学中已经全面使用了AI技术,课程中包括了以下几个方面的应用:(1)AI辅助创意工具:学生使用Designhill AI Tool进行海报设计,AI工具能够根据学生输入的文本描述,生成相关图像素材,并提供多种风格选择,帮助学生进行创意探索。(2)广告效果分析与优化:借助AI技术对广告效果进行分析,学生可以通过AI的反馈了解到广告设计的市场反馈数据,进一步优化自己的设计方案。

通过对比国内外多所技工院校在广告设计课程中的AI应用,可以得出以下结论:(1)AI在创意激发方面的优势:大多数院校都反映,AI工具能够快速为学生提供多种设计方案,尤其是在广告海报和广告视频的设计中,AI的创意生成工具帮助学生拓展了设计思路,提高了作品的多样性。(2)教学效率的提升:在使用AI工具后,学生完成设计任务的时间明显缩短,尤其是在文案生成和图像处理环节,节省了大量的时间。

4 AI技术赋能广告设计教学的优势与挑战

AI技术的引入,使得广告设计教学展现了许多的优势:(1)提升设计效率,AI工具能够在设计的多个环节中提供自动化支持,帮助学生更快速地完成创作。在

广告文案生成方面,AI可以根据输入的产品特点、目标受众和广告目的,快速生成多个创意文案选项,学生只需挑选或修改,以实现高效的创作过程。(2)个性化学习与反馈,AI技术能够根据每个学生的学习进度、学习成果以及兴趣点提供个性化的反馈。通过AI系统的实时分析,学生能够了解自己的优缺点,针对性地提升自己的设计技能。(3)提高教学质量与教学效果,AI能够辅助教师进行教学内容的分析和评估,尤其在大规模班级中,AI系统能够有效减轻教师的工作负担。AI还可以根据学生的学习情况自动调整教学计划,并实时跟踪学生的学习进度和成绩,帮助教师进行有针对性的教学干预。

在广告设计教学中引入AI技术,不仅大大提升了教学质量,也为学生提供了更高效、创新的学习方式。尽管AI技术在广告设计教学中具有诸多优势,但其应用也面临一定的挑战,主要体现在以下几个方面:(1)技术依赖与基础技能缺失,学生如果过于依赖AI工具,可能会忽视基础设计技能的培养。AI工具可能会削弱学生的自主思考能力,尤其是在面临复杂的创意挑战时,学生可能会依赖AI工具提供的“简易解决方案”,而缺少自己动脑思辨的机会。(2)过度依赖技术导致创意的局限性,AI系统虽然能够帮助学生生成多种设计方案,但这些方案通常是基于既有的创意库或算法生成的,因此存在一定的局限性。过度依赖AI工具可能会导致学生的创作受到技术框架的束缚,影响其原创性和个性化表达。(3)教师技术水平的提升需求,AI技术在广告设计教学中的应用,不仅要求学生具备一定的技术基础,教师也需要不断更新自己的知识和技能。许多教师可能并未深入学习AI技术,导致他们无法充分发挥AI工具的优势。

总之,AI技术为广告设计教学带来了显著的优势,但也存在诸多挑战。只有在合理利用AI技术的同时,注重基础设计能力的培养,才能真正实现AI技术在广告设计教学中的全面赋能。

5 未来展望与发展建议

未来,AI技术将在广告设计教学的更多领域发挥作用,从创意生成到广告效果评估,甚至包括学生评估和个性化学习的路径设计。随着技术的不断进步,AI将不仅仅局限于辅助学生完成某些设计任务,而是成为广告设计教学中的核心工具,贯穿整个教学过程。AI将智能地分析每个学生的设计特点、学习进度和创作风格,提供量身定制的学习路径和创作建议,帮助学生不断提升设计水平。

随着 AI 技术的发展,教育平台将更加智能化,学生能够通过在线学习平台与 AI 互动,进行创作、学习和交流。AI 教育平台不仅能够提供即时反馈,还能够根据学生的学习过程和作品,自动调整教学内容,生成个性化的作业和练习,帮助学生在最短时间内掌握广告设计技能。未来的 AI 助教将能够实时跟踪学生的学习过程,识别学生的薄弱环节,并提供针对性的辅导。教师和 AI 助教将形成协同工作模式,教师专注于教学策略和学生心理辅导,而 AI 助教则提供技术性支持。

虽然 AI 可以大大提高广告设计的效率,但其最终目的是辅助学生在创作中更好地发挥创意。因此,教学中应注重 AI 与创意思维的平衡,避免学生过于依赖 AI 工具而忽视自身的创作能力。为此,教育者可以采取以下措施:(1)创意课程与 AI 工具结合:设计创意课程时,强调学生如何在 AI 辅助下保持创意思维的独立性。比如,通过让学生在 AI 生成的创意基础上进行修改和创新,确保他们能够充分发挥创作潜力。(2)理论学习与实践结合:在广告设计课程中加强广告理论的教学,使学生在使用 AI 工具时,能够结合市场营销、消费者心理等多方面的知识,提升创作的深度和高度。

为了让 AI 技术在广告设计教学中发挥更大的效能,学校应建立一套全面的 AI 工具应用体系,将不同类型的 AI 工具与课程内容紧密结合。这不仅有助于提高学生的技术能力,也能帮助学生在实际工作中更加高效地应用 AI 技术。(1)分级教学模式:针对学生不同的学习阶段,设定不同级别的 AI 工具应用课程。初级课程侧重于 AI 工具的基础使用,进阶课程则注重学生如何将 AI 与创意设计相结合,探索 AI 在创意生成、广告优化等方面的应用。(2)工具选择与平台建设:学校应选择适合广告设计教学的 AI 工具,并为学生提供多样化的 AI 平台支持。例如,提供 AI 辅助设计软件、创意生成工具、广告效果分析平台等,帮助学生在不同环节上得到提升。

AI 技术赋能广告设计教学,正在为教育模式带来深刻变革。从提高设计效率到激发创意思维,再到个性化学习和精准辅导,AI 为广告设计教育提供了丰富的支持。然而,在享受 AI 技术带来的便利的同时,我们也要警惕技术依赖、基础技能的缺失等问题。通过加强创意思维的培养、优化 AI 工具的应用体系、培养复合型人才,以及加强伦理教育,我们可以确保 AI 在广告设计教学中的长期健康发展。未来,AI 技术不仅将提升广告设计教学的质量,还将促使广告设计教育向更加个性化、多

元化的方向发展。对于教育者和学者来说,积极探索 AI 与广告设计教学的融合创新,将是迎接未来挑战、塑造未来设计人才的关键。

参考文献

- [1]张明,李婷.(2021).AI 技术在广告设计中的应用与教育改革.《教育与技术》,14(6),35-42.
- [2]Smith, J., & Wang, H. (2021). Integrating AI in Creative Design Education. *Journal of Creative Design Education*, 9(4), 223-234.
- [3]李明,王晓梅.(2021).AI 在广告设计中的应用与发展趋势.《广告设计与创意》,12(3),45-52.
- [4]张伟,赵明.(2020).技工院校广告设计专业课程改革的探索.《教育与技术》,16(5),62-67.
- [5]陈莉.(2019).人工智能辅助设计工具的研究与应用.《设计学报》,10(2),30-35.
- [6]Smith, J., & Wang, H. (2020). The Impact of AI on Creative Design Education. *Journal of Digital Design Education*, 8(3), 112-123.
- [7]Baker, S. (2020). Artificial Intelligence in Advertising: Applications and Implications. *Journal of Advertising*, 49(3), 314-326.
- [8]Zhang, Y., & Liu, T. (2021). AI-Powered Advertising: A Review of Techniques and Trends. *International Journal of Artificial Intelligence in Education*, 32(4), 105-123.
- [9]Wang, J., & Sun, L. (2022). The Role of AI in Creative Industries: Insights from Advertising Design Education. *Creative Industries Journal*, 15(1), 45-62.
- [10]Lee, C., & Kim, D. (2021). AI for Advertising Design: Transforming Education and Creativity. *International Journal of Computer Graphics & Animation*, 38(2), 70-85.
- [11]Guan, J., & Wang, X. (2020). Artificial Intelligence in Creative Education: A Case Study of Advertising Design. *Journal of Educational Technology & Society*, 23(4), 15-25.

作者简介:梁子莹(1995.03—),性别:女,民族:汉族,职称:无,学历:硕士研究生,学位:硕士,研究方向:艺术设计类。