

高职院校精品在线开放课程建设模式研究

劳欣哲

(湖南大众传媒职业技术学院, 湖南长沙 410100)

摘要: 近年来, 互联网在教育信息化的应用发展如火如荼, 线上教学成为各高校保持教学计划正常实施的不二手段, 在世界范围内引发一场信息化教学革命。因此我国各大职业院校相继加快了在线开放课程的建设工作。基于此, 笔者在结合国际先进经验下的开放课程特点和区域特色, 探索研讨适合高职院校的精品在线开放课程建设实施路径, 为职业教育的课程建设提供应用模式。

关键词: 高职院校; 传媒专业; 在线开放课程建设; 策略途径

世界范围内的职业教育改革正在信息技术的引领下快速变化着, 传媒专业应立足于新型在线开放课程的实施和建设, 使得现代化的职业教育课堂脱离时间的限制和空间的束缚, 积极融入和成为远程在线教育的重要组成因子。精品在线开放课程的有效实施, 使得我国包括高职院校在内的各大职业教育和高等教育的教学手段方式与观念都发生了革命性的变化。

一、现代化精品在线开放课程建设背景

在线开放课程的全面铺开, 为在各大职业院校之间、学生与学校之间铺设了有效的沟通桥梁, 为资源共享与资源互补提供了相对较为高效的开展平台。

国家教育主管部门于2015年4月下发了《关于加强高等学校在线开放课程建设应用与管理的意见》以下简称《意见》。在《意见》当中明确要求, 要将学校资源的建设任务放到自由开放的平台上, 强化自主课程实施与建设。保证在教学质量得到延续的状况下推进高校的进一步发展及实施。《意见》还要求, 要让各大院校积极开辟多样化课程认定与学分认定渠道, 鼓励学生可以在脱离学校或课堂的情况下也能够满足自主学习的要求。高职院校是我国职业教育体系的最高学府, 在探索先进的教学经验时应努力做好“排头兵”, 当好“领头雁”, 为建设具有院校自身特色和发展规律的课程奠定基础。

二、在线开放课程的国际建设情况分析

在上个世纪60年代, 美籍科学家道格拉斯·恩戈伯特创新性地提出了在教育行业引入计算机开展辅助性教学, 以此来增进学校课堂的创新性与灵活性。此外, 在2008年, 一位来自于爱德华大学的学者(加拿大)提出了将互联网传播和课程创新结合在一起, 继而发展出了“慕课”这个概念, 同时这也是MOOC的由来之一。2011年秋季, 斯坦福大学于线上开放课程进行了容纳15000人的创新性课程开展。基于上述先进的开放课程的探索, 在线开放课程的慕课迎来了它的第一个元年。由此, 慕课在国际上有了丰沃的生长土壤, 并于当年迅速在美国掀起了一场创新性课程试验风暴。国际上, Coursera是较为领先的在线教育平台, 其余还有两个分别为美国的EDX和英国的Future learn等平台, 同样占据了

不少的国际市场份额。再回顾国内, 有着腾讯课堂、钉钉、超星学习通、网易大学慕课等在线学习平台, 也引领了国内的在线课程浪潮。

三、现阶段职业院校传媒专业开展在线开放课程所面临的困境

(一) 传媒类课程在线率标准的提升有待商榷

纵观各大在线课程学习平台, 其平台上的课程有一部分是免费提供, 还存在一部分课程有收费项目, 不管何种在线学习课程, 其都能突破时间地域的束缚。然而现实情况是, 首先, 大多数高职院校的学生在学习线上传媒专业课程时, 由于缺乏有效的课堂监管者而造成学习兴趣低下、学习氛围不浓厚等问题, 以上问题得不到有效解决的后果就是学生的主动学习能力差, 课程在线率不高。其次, 在众多的网络传媒专业课程学生注册群体中, 能够凭借自身的自制力而顺利完成基础课程的人员只有不到三分之一, 且完成课程的持续性不高, 因此学生的学习持续性提升又是一个需要面临的新问题。

(二) 传媒专业的校外学分认定标准问题无法做到统一

从目前的情况来看, 世界上的许多国家和地区对在线课程的学分认定标准进行了行之有效的探索, 比如说, 欧洲对学分转换机制进行了系统性的改革, 积极与美国、澳大利亚等国家的高校进行有效的课程学分认定衔接; 位于亚洲地区的韩国对在线课程进行了“学分银行”的体系构建; 北美地区的加拿大对学分互认和学分转移机制进行了基于底层逻辑的改革, 最终实现了在线课程与主体课程的高度衔接。然而回顾国内, 各大传媒类职业院校之间并未进行行之有效的在线课程学分认定系统的互通, 也未进行基于在线课程的学位认定机制开展, 这就为国内在线传媒课程的有效推进造成了阻碍。

(三) 在线传媒课程的完整性还未做到令人满意的程度

一个教学程序的完成开展, 应该是教师授课-学生听课-教学反馈-教学改进等多个部分组成的。然而国内的各大职业院校在进行在线课程的开展时, 其教师授课环节与学生听课环节都能做到较好的落实, 唯独教学反馈与教学改进环节遭到了“冷板凳”。

目前来看,在国内无论教师和学生显然没有完全适应在线开放课程的教学程序和环境,认为在线传媒课程的实施并没有实体课堂权威,因此容易忽视在授课和听课两大环节之后两个同样重要的反馈与改进环节,这就造成了教师的授课效果与学生的传媒类知识吸收效果大打折扣。

四、高职院校精品在线开放课程建设策略探索

(一) 积极落实高职院校传媒类线上课程团队建设

高职院校与本科院校的教学情况有着本质的不同。对于本科院校来说,其对学生的主要培养目标是提升学生的先进理论的掌握能力。而对于高职院校等职业院校的培养目标是提升学生的职业技能掌握能力与职业素养的提升,因此更侧重于学生的技能培养。基于此类情况,高职院校传媒类专业在进行课程团队建设时,应该指定专门的科班传媒类教师进行课程团队的掌管和负责,以督促和协助本专业教师进行在线课程的实施和完善。

1. 管理团队建设

传媒类专业管理团队的建设应该遵循在线课程的立项与辅导原则,在线上课程平台维护与成果核算等方面进行负责。

2. 技术团队建设

传媒类专业技术团队建设应该负责在线开放课程的技术性引导,如播音主持模块的维护与开发、后期处理模块的维护开发、字幕团队的管理、新闻或各类媒体视频的剪辑审核等。

3. 教学团队建设

传媒类专业的教学团队建设应该由本专业的资深教师当做领头人,以“主讲教师+助讲讲师”的组合为基本建设框架。在进行传媒主讲教师的选拔时,应该严格按照教师的资历进行规格划分,如具有五年以上本专业教师资格的教师可以担负团队的组长,并且主要负责进行重要科目的讲解;助讲讲师的数量可以根据主讲教师的需求进行合理增减,并且由主讲教师来负责助讲教师的选择标准制定,使得传媒课程教学团队的组成更加富有灵活性、层次性。

4. 保障性团队建设

该部分团队建设需要秉持资金提供、政策引导、平台使用培训等任务,以保障前几个团队建设的顺利进行。

(二) 积极推进传媒类在线课程建设精品化

1. 有效设定传媒课程建设目标

在进行传媒类课程建设任务时,应该采用积极引进先进课程经验和自主研究相结合的课程建设模式,由点带面地推进全校线上教学模式的变革和发展,最终实现以教学为主,以学习为主、以课堂开展方式为主的“三主”课程模式建设。由于许多高职院校都是初次进行该类课程的建设探索,因此鉴于经验问题,可酌情进行课程的试点建设,在充分熟悉课程建设的各项环节后再于全校全面铺开。

2. 合理规划传媒课程实施计划

在进行传媒类在线课程优质化建设时,应该以资源引进的方式妥善进行。如,校内的传媒课程在线建设应该在实施前进行合理的规划,其中一门优秀的传媒类在线课程应该包含:(1)课程名称;(2)课程团队人员介绍;(3)参考资料的准备;(4)教学大纲的展示;(5)传媒课程培养目标的界定等等。

3. 在课程制作上进行细分

首先,传媒类在线课程的制作应该对课程的制作时间和节点进行明确标定,对课程的录制时间和程序进行熟悉。其次,在课程录制时,应该合理选择录制的时间和地点,在此基础上对课程视频的剪辑和处理进行明确要求。

五、结语

高职院校传媒类在线课程的建设能够在最大程度上实现让学生进行知识的无限制储备,因此在课程建设上的任务应该被重视起来。高职院校应当以精品在线课程的实施建设为己任,强化自身的在线课程团队建设、完善精品课程建设的规划、强化课程建设的支撑性框架建设、保障线上精品课程的顺利完成,为我国的职业教育事业添加一份向上的动力。

参考文献:

- [1] 汤玫英. 充分发挥精品在线开放课程的思政育人功能——以河南省精品在线开放课程“现代汉语”为例[J]. 数字教育, 2021, 7(04): 33-38.
- [2] 莫柳军. “互联网+”时代基于OBE理念的在线开放课程资源结构模型分析[J]. 科学咨询(科技·管理), 2021(08): 54-55.
- [3] 张芮. 基于在线开放课程与学习通的混合式教学初探——疫情常态化视角下[J]. 山西青年, 2021(13): 5-7.
- [4] 张敏, 付晓军. 基于在线开放课程的高职院校教师混合教学胜任力提升策略研究[J]. 中国多媒体与网络教学学报(中旬刊), 2021(06): 161-163.
- [5] 邹丹丹. 浅谈高职院校人才培养与在线开放课程建设的研究[J]. 黑龙江冶金, 2019, 039(003): 29-30.
- [6] 任滨. 高职院校精品在线开放课程建设探讨[J]. 大众标准化, 2019, No.305(12): 118+120.
- [7] 刘峥. 对高职院校精品在线开放课程的几点思考[J]. 教育现代化, 2018, v.5(07): 142-143.
- [8] 代灯华. 高职院校在线开放课程应用思考[J]. 计算机产品与流通, 2018(09): 176+178.