

关于高职院校在线开放课程建立与应用的研究 ——以《广告策划与创意》课程为例

喻吉梅

(江西外语外贸职业学院 江西 南昌 330099)

在信息爆炸的今天,人们对于信息与知识的共享的需求越来越强烈,随着信息技术的不断推进,在线开放课程也已经从期望变为现实。本章主要从在线开放课程建立的必要性着手探讨高职院校在线开放课程的建立与应用。

一、高职院校在线开放课程建立与应用的必要性与可能性

1、高职院校在线开放课程建立与应用是时代的要求

在线开放课程自 MOOC (Massive Open Online Course) 的概念在 2011 年由美国斯坦福大学提出出来后迅速发展与流行。作为一种具有开放性、大规模性、自主性、无时空限制等特点的新型智慧教育模式一经问世,席卷全球,特别受 2020 年新冠疫情影响,绝大部分学校都组织了学生在线学习,其中在线开放课程发挥了重要作用。当今是一个知识共享时代,任何个人与组织都有获取或者交流知识的需求。

2、高职院校在线开放课程建立与应用有其理论基础与实践的基础

目前在线开放课程如何实现课程的社会共享性、如何促进线上线下混合式教学成为大家关注的焦点,CNKI 论文检索引擎在线开放课程 2019 年有 2821 篇,2020 年由 714 篇。就 2020 年文摘搜索广告教学改革的文章就有 87 篇,如 2020 年 10 月 13 日高兰英《传媒论坛》发表的《新媒体环境下广告学教学改革的探索实践》。在这种背景下,高职各专业课程探索和应用在线开放课程是必然的趋势。

3、高职院校在线开放课程建立与应用对于自身教学有极大的意义

(1) 在线开放课程创新了教学方法,从学生的被动学习,引导为学生主动学,形成“提出问题-探索问题-解决问题”的过程,可以重复学习课堂没消化的内容或者从未学习过的内容,弥补了课堂教学的不足,学生还可以积极参与到话题讨论中,提高了学生的积极主动性,提高了教学效果。

(2) 在线开放课程转变了师生角色,教师从单一的知识传授者变为学生学习的引导者与解答者或监督者,在教学安排上可以做到翻转课堂,让学生从被动学习者到知识的主动学习者或信息的获取者。

(3) 从在线开放课程的长远意义来说,开放课程不仅可以满足本校或同等院校学生的学习需要,而且可以满足非本专业对于该课程的学习或者社会人士对该知识的学习,达到真正的知识共享,提升学生和社会人士的综合素养,培养出更多综合型人才。

二、高职院校在线开放课程建设与应用中存在的问题及面临的挑战

1、高职院校在线开放课程建设与应用中存在的问题

目前高职院校在线开放课程建设中主要存在课程选择没有择优而上、资源建设内容陈旧机械、高辍学率等问题。有些院校不管是什么专业不管是什么课程,只要是目前线下开展的课程都一窝蜂地搬到网上,致资源利用不够集中,课程建设的质量没有保证,精品课程很少。另外,很多课程的教学资源是需要实时更新的,而这需要耗费大量人力,师资力量薄弱的院校在这方面无法做到这点,从而失去吸引力。而在课程的应用中高辍学率是很多课程的通病,这一问题也是很多院校在努力解决的。

2、高职院校在线开放课程建设与应用中的挑战

建设一门在线开放课程需要巨大的工作量和制作周期,包括前期的策划、课件的制作、脚本的撰写、慕课视频的拍摄、章节测试题目和章节案例的准备等到后期的拍摄、制作和在线平台的互动与考试的发布及考核等等,对于普通教师来说是一个巨大的挑战。另外在技术多如何拍摄及剪辑和字幕的处理等不仅需要精心巧妙的安排,还需要技术支持,很多教师并没有这方面的能力,学院也没有这么多财力物力去支持,这也是一个不争的事实。另外在线开放课程的建设到目前没有标准的认证,对于学习者来说,他们对课程的最终成绩或考核含金量认识千差万别,这对于完成考试和考核来说缺乏动力,所以辍学率很高。

三、高职院校在线开放课程建立到应用的具体措施(以我院《广告策划与创意》课程为例)

1、首先学校管理层要重视在线开放课程的建设,课程组要搭建好课程建设团队

学校领导层和管理层首先要重视在线开放课程的建设,在思想上和物力财力人力上支持课程建设。在这方面我院做的很好,在各项政策和鼓励措施上支持在线精品课程的建设,并且已经建好几个录课教室。另外,课程组在课程建设之初我们搭建好了《广告策划与创意》课程的建设班子,确定了资源的建设方法与师资搭建模式;主要由一名课程带头人负责该课程的统筹与管理,并由团队教师分工完成该相应的资源建设工作。同时,所有团队成员积极参与各种关于在线开放课程建设的培训与演讲。

2、其次做好课程资源建设,完善所有线上资源

根据本门课程《广告策划与创意》的教学内容,并做好该课程的资源建设,主要包括教学大纲、课程标准、授课课件教案、授课录像、MOOC 视频、题库、测验题、案例分析、扩展性阅读材料、扩展性视频欣赏等。基于本门课程在之前一年已经应用学习通融合线上线下教学实践,故现在最重要的是授课视频的录制。

3、关注不同群体的不同需求,注重教学模式的多元性,在实际应用中要做到灵活多变

由于学习者的注意力难以集中注意力,录制课程首先不能过长,并在其中插入一下问题,并且注意课程的特色,以更具新颖的标题或授课形式吸引受众。其次要注重项目模拟的实践教学。可先选好项目,最好是大部分人非常熟悉的产品或品牌,进行广告策划项目模拟,并可以将自己的作品进行比赛或评比。为提高课程的学习兴趣,在实际应用时可以建立班级群、讨论组和互动平台来丰富课程活动,并让参与者有交流并获得成就感。

参考文献:

- [1]张宏伟、基于现代通识教育理念的课程建设创新——以“广告学概论”为例[J];经济与社会发展;2013年01期
 - [2]李刚、《广告学概论》课程建设研究与实践[J];教育教学论坛;2014年06期
 - [3]陈爽、广告学概论课程教学的探索与实践[J];才智;2011年16期
 - [4]任颖、《广告学概论》课程教学中的实务分析[J];才智;2013年24期
- 作者简介:喻吉梅(1982—),女,江西省吉安人,江西外语外贸职业学院工商管理系讲师,研究方向:市场营销 邮编:330099