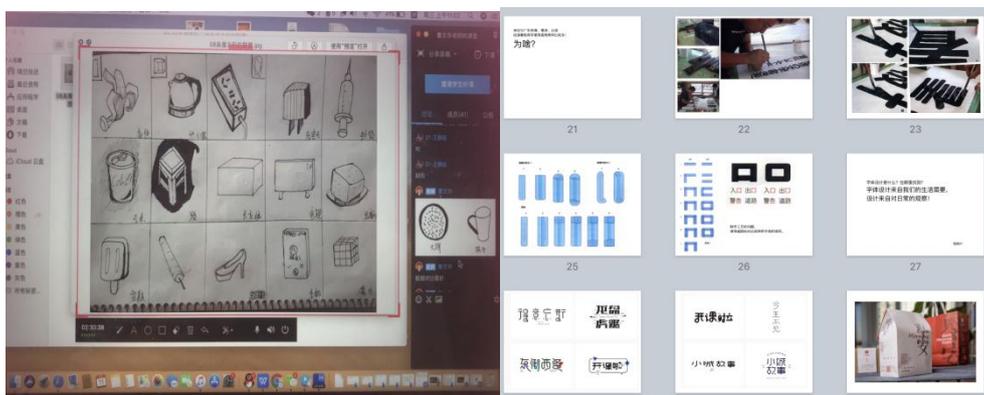


广告教研室线上期中教学工作总结

2020年春节突如其来的“新冠肺炎”疫情冻结了师生们返校上课的脚步，却没能阻止全体师生教学工作前行的步伐，“停课不停教！停课不停学！”江服师生一如既往，按照省厅指示，全力做好在线教学工作。

广告教研室的全体教师积极响应省厅及学校教育主管部门“停课不停学”的号召，通力协调上下“一盘棋”迅速反应、精心筹划、稳步推进各项教育教学工作。做到教学行动听指挥，迅速集结教学力量，教师积极行动，全力整合、调动、共享优质资源。各年级教师按照各自接受的教学任务，迅速进入工作状态，教师线上备课，查找教学资料、制作教学PPT,科学拟定教学计划，以周为单位，明确周课时，合理安排课程，精心打磨、设计教学内容，布置学习任务，统一组织实施，精心制作各科课件、微课、直播课等，迅速推出系列线上课程。



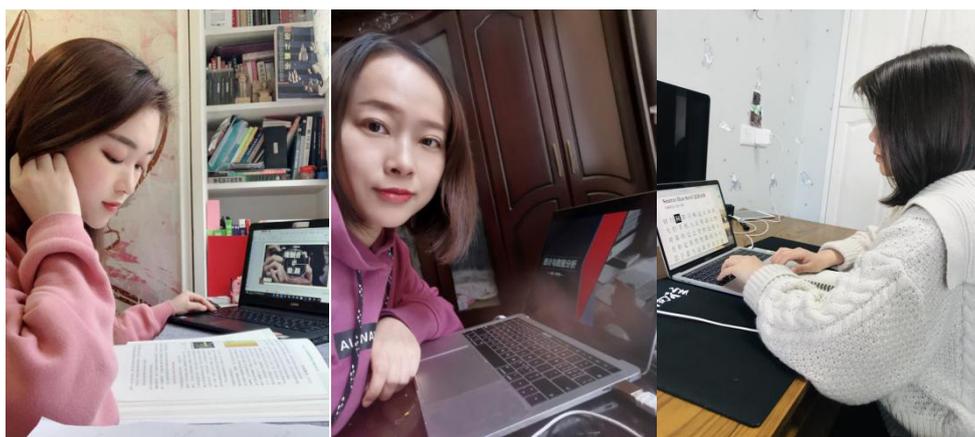


图 1 广告教研室教师在线授课风采（华笑、朱梦春、陈欣老师授课）

开设线上课程，并不意味着教师上完课就了事。学校努力形成一个教学的闭环，有放有收，有头有尾。为了最大程度确保学生居家学习也能有效、高效，作为课堂的配套，课前，各学科及教研室统一布置教师提前做好教学大纲、进度、简介、预习作业或学案；课中，教研室按照学院的部署，教研室主任、学院兼职督导会不定期在网上巡课、听课、考勤，督查师生上课听课情况，并对发现的问题及时反馈、交流、整改。课后要求教师每天检查定时收缴学生，作业完成情况统计及时批阅；课后，教师将上课的讲义、课件、作业和答案分时段、有计划地发布在网上平台，教师线上批改作业，各班任课教师利用学生 QQ 群，及时补充学习资料，不分时空，第一时间为学生解疑释难、排忧解难，无怨无悔。

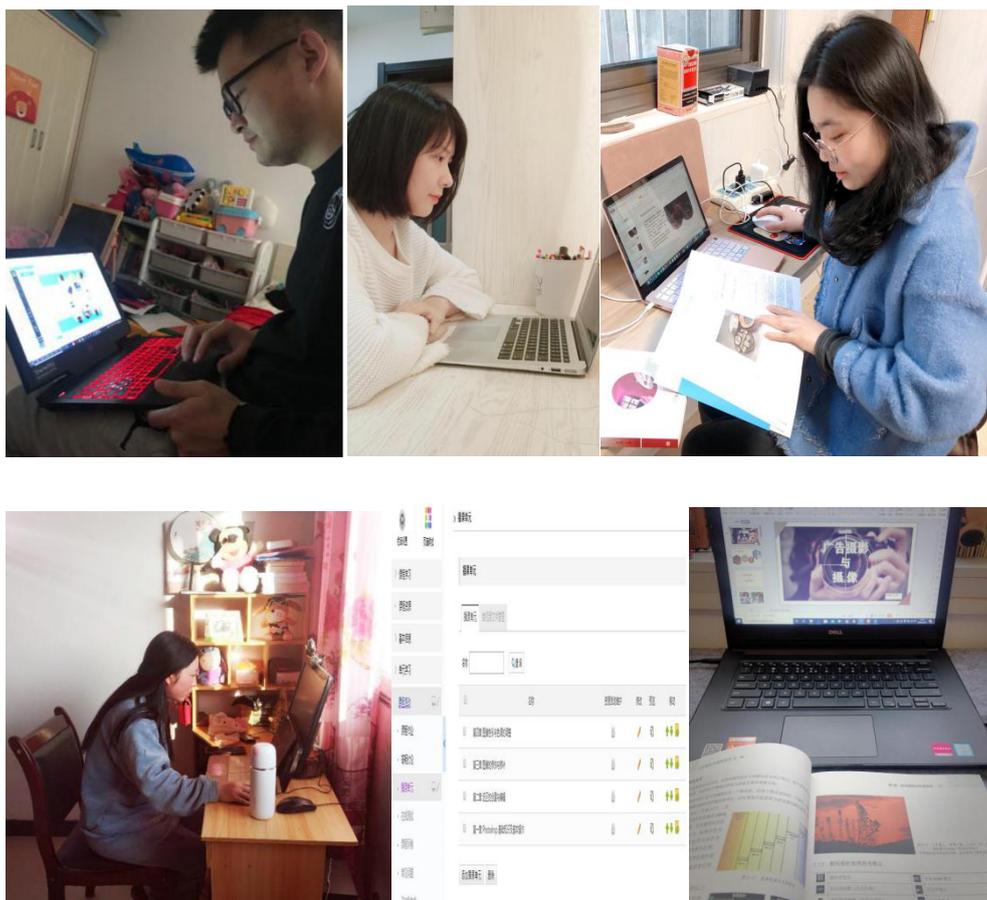


图2 广告教研室教师在线授课风采（刘古月、孙颖、严芮圻、辛燕老师授课）

一、前八周开课总体情况

根据学院延迟开学期间教学工作调整方案，广告教研室本学期各年级教学全部课程已经按照学院相应文件管理要求，完成第八周的教学工作内容。

广告教研室本学主要承担广告学专业 2017 级、2018 级、2019 级专业课程教学任务共计 35 头；共计 77 门次；广告设计制作 2018 级、2019 级专业课程教学任务；2017 级广告设计制作毕业实习任务，2016 级广告学毕业设计（论文）、毕业设计教学任务。

表1 广告学专业各年级教学任务统计表

年级	教学门次 1	教学门次 2	教学门次 3	班次	人次
2016 级	毕业设计（论文） （全体教师）	毕业实习（王敏） 毕业实习（严芮圻）		4 个	49 人
2017 级			新媒体运营（林文） 策划与管理（王敏） 创新品牌设计实务（朱梦睿） 网络广告设计（孙颖） 网络媒体交互设计（陈思） 影视广告创意（肖毓） UI 设计（刘古月） 民间艺术（王健）	16 个班	
2018 级			网络与新媒体概论（严芮圻） 广告摄影与摄像（华笑） 广告文案（熊霞余） 平面广告设计（饶芳） 数据与统计（朱梦睿）	10 个班	
2019 级			广告史（辛燕） 广告调查（熊霞余） 电脑图文设计（饶芳） 色彩（王红、王健） 文字设计（陈欣）	15 个班	

表2 广告设计与管理专业各年级教学任务统计表

年级	任务 1	任务 2	任务 3	班级	人数
2017 级		毕业实习（苏亚军）		2 个	49 人
2018 级			广告摄像（肖毓） 信息视觉设计（肖毓） 网络广告（孙颖） 网页设计（孙颖） 招贴与印刷设计制作（刘古月） 交互设计（刘古月） 广告文案（熊霞余） 包装设计（陈欣） 广告策划与创意（王敏）	18 个	756 人
2019 级			字体设计（曹文华） 图形创意（曹文华） 广告史（辛燕） 经典广告设计案例赏析（华笑） 版面设计（饶芳）	12 个	504 人

			字体设计（朱梦睿）		
			色彩表现（王健）		

广告教研室涉及在线教学的骨干教师主要有王健、付凌云、陈欣、王敏、朱梦睿、熊霞余、饶芳、孙颖、肖毓、华笑、曹文华、辛燕、刘古月、严芮圻，共计 14 位教师，涉及校外 2 名教师王红、林文；设计数字媒体教研室陈思教师 1 名，共计 17 名教师在线授课，其中林文的课程在第九周开始上课，所以前八周不涉及到林文老师；另外广告教研室苏亚军老师本学期外派到企业学习，没安排课程教学任务，只有 2017 级广告设计与制作两个班级的毕业实习任务。

表 3 广告教研室教师及课程统计数据表

教师姓名	王健	付凌云	陈欣	王敏	朱梦睿	熊霞余	饶芳	孙颖	肖毓	华笑	曹文华	辛燕	刘古月	严芮圻	苏亚军	林文	王红	陈思
授课课头	3个	1个	2个	2个	3个	3个	3个	2个	3个	2个	2个	1个	3个	2个	1个	1个	1个	1个
授课班次	5个	1个	5个	4个	5个	6个	7个	4个	6个	4个	4个	5个	6个	2个	2个	2个	2个	2个

针对前八周平台化、信息化、网络直播化教学开展，教研室不定期配合学校在不告知教师的情况下进入直播课堂进行听课，检查教师及学生上课状态，在教学检查中也发现了一些问题，如有的教师，直接用录播课进行课堂播放，没有在线指导；有的课程因为网络问题，出现严重卡顿现象，及时告知教师调换其它形式；有的课程教师只顾讲授教研室教师根据课程情况对授课形式进行了微调，通过调整授课时间、错峰上课，积极参加学校组织的教师信息化教学能力提升现场教学能力等，提高平台的使用、信息化教学能力和授课水平，提升教

学效果。学院教师充分利用各类教学资源、课程教学平台、社交平台等交互平台，通过在线签到、在线答疑、在线学习、直播课堂、课后作业布置、作业批改、在线测验等手段，指导学生进行在线学习，加强学生线上学习过程管理。教研室共承担 35 个头的课程教学，含专业理论课、各专业的专业课、实践操作课程、实习、毕业设计指导等。其中，达到或基本达到预期教学目的的有 30 个头，其中选用超星课程平台 1 门，学校 MOOC 课程平台提供建课资源达到 100%，，大部分教师采用腾讯直播授课、录播授课、少部分教师利用腾讯会议进行直播课程，大部分教师都能用平台+微博+QQ 群相结合的方式互动式自主学习等模式开展线上教学 20 个头。

2019-2020 学年第二学期线上教学检查表

专业	课程	检查项目 (包含最少八周内容)				检查时间及其它检查情况说明	任课教师确认 反馈时间	检查人
		大纲、进度、课程简介 (有/无)	课程视频 (数量)	作业安排 (数量)	课程答疑 (数量)			
广告学	广告调查	有	6个	1个	2个	2020年4月3日, 任课教师各类资料完善 (视频资料6, 课件6个, 课程案例补充资料9个)	2020年4月4日	王健
广告学	平面广告设计	有	17个	3个	4个	2020年4月3日, 任课教师各类资料完善 (视频资料17, 课件7个)	2020年4月4日	王健
广告设计与制作	电脑图文设计	有	8个	3个	3个	2020年4月3日, 请任课教师及时导入后续课程内容 (第六、七、八讲内容待建), 并完善课程资料, 安排好作业和练习	2020年4月4日	王健
广告设计与制作	版面设计	有	6个	1个		2020年4月3日, 请任课教师及时导入后续课程内容 (完成视频2, 课件6个), 并完善课程资料, 安排好作业和练习	2020年4月4日	王健
广告学	色彩	有	9个	4个	5个	2020年4月3日, 任课教师各类资料完善 (视频资料9, 课件6个, 课程案例补充资料4个)	2020年4月4日	王健
广告设计与制作	色彩表现	有	8个	4个	3个	2020年4月3日, 任课教师各类资料完善 (视频资料4, 课件8个, 课程案例补充资料3个)	2020年4月4日	王健
广告设计与制作	字体设计	有	10个	4个	2个	2020年4月3日, 任课教师各类资料完善 (视频资料10, 课件8个, 课程案例补充资料3个)	2020年4月4日	王健
广告学	创新品牌设计实务	有	4个	2个	26个	2020年4月3日, 任课教师各类资料完善 (视频资料4, 课件5个, 课程案例补充资料12个)	2020年4月4日	王健
广告学	文字设计	有	6个	2个	0	2020年4月3日, 任课教师各类资料有待完善	2020年4月4日	王健
广告设计与制作	包装设计	有	8个	2个	1	2020年4月3日, 任课教师各类资料有待完善	2020年4月4日	王健
广告学	策划与管理	有	39个	2个	0	核心课程已完成所有课程内容上传	2020年4月4日	王健
广告设计与制作	广告策划与创意	有	39个	2个	0	核心课程已完成所有课程内容上传	2020年4月4日	王健
广告学	UI设计	有	8个	2个	2个	2020年4月3日, 任课教师各类资料相对完善, 请补齐后续资料	2020年4月4日	王健
广告设计与制作	交互设计	有	8个	2个	2个	2020年4月3日, 任课教师各类资料相对完善, 请补齐后续资料	2020年4月4日	王健
广告设计与制作	贴与印刷设计	有	8个	3个	2个	2020年4月3日, 任课教师各类资料相对完善, 请补齐后续资料	2020年4月4日	王健

图 3 广告教研室线上教学检查情况统计表

二、线上教学督查情况

前八周，校、院两级督查人员对广告教研室 70 门次课程（在线教学情况进行了督查，重点检查了各门课程在线教学资源建设和利用

情况、教学组织与方法、课表与教学进度执行情况、学生管理以及作业、辅导、答疑等管理情况。督查显示：

1. 抽查课程全部能够按照线上教学课表和教学进度开展教学活动，仅有少数课程在教学过程中因网络状况不佳出现卡顿现象，后改为腾讯会议直播教学。

2. 线上课程教学资源建设情况较好，所有教师都事先提供了教学大纲、进度、课程简介、教师简介、教学课件、教学录播视频，以及文献、阅读材料等辅助教学资源，其中有 38 门课程提供了电子版教材供学生学习。

3. 线上教学手段较为丰富，采用 1 种线上教学手段的课程有 20 门次，其余课程均采用了 2 种及以上线上教学手段，多为“教学平台+微信+QQ 群”教学互动方式。选用 1 种线上教学手段的课程中理论课 11 门。技术课 9 门。有 11 门课程除了教学平台外，还采用了腾讯课堂、钉钉、抖音直播等方式进行在线教学。

4. 线上教学互动略显不足，多数督查人员提出在线上教学过程中，普遍存在教师与学生互动环节偏少，对学生提问、讨论、作业的反馈不够，章节测验批阅不够及时等问题。尤其是实践操作类课程，由于没在现场，教师和学生不能尽兴的而完成实操类课程的辅导和演示，对师生来说是有缺憾的，这也是在线授课的短板。

5. 总体而言，线上教学学风良好，但有部分课程学生应自觉性差，进入直播课堂后只挂名，打考勤，但没能自觉在线听课，后通过教师批评教育后通过回放补上；教学秩序和在线教学效果相对比较平稳，学生反映较好。

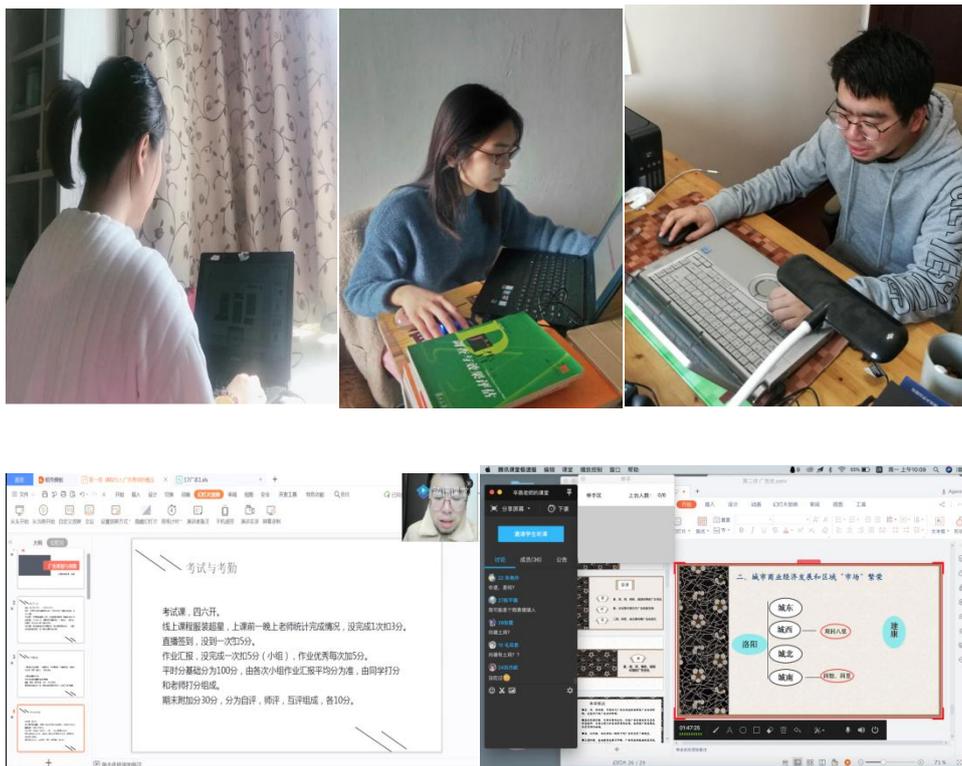


图 4 广告教研室教师线上教学风采（肖毓、熊霞余、王敏老师授课）

三、本科毕业设计（论文）工作进展情况

毕业设计（论文）工作正常进行。学院于寒假前制定了《广告学毕业设计（论文）工作方案》，完成了毕业设计（论文）题目审核、师生互选、师生见面、毕业设计开题、等工作内容，指导教师对毕业论文（设计）任务进行了布置安排。

本学期延期开学，对延迟开学期间毕业设计（论文）指导及开题工作提出具体要求。截至目前，广告学专业全体毕业生在毕业设计（论文）管理系统中完成双选工作，各相关专业已提交本科毕业设计（论文）的开题考核具体方案，本科毕业设计（论文）的开题考核将于学期第3-4周进行。疫情期间，指导教师按照规定要求保证指导时间，通过微信、QQ、邮件等方式指导毕业生完成开题报告的撰写等工作。

广告教研室前八周内全体师生在线直播教学、信息化教学总体情况较好，基本达到了预期效果。接下来，广告教研室配合学院工作部署，密切跟踪师生的网上授课与辅导情况，发现问题及时与学院和教务处沟通，保障疫情防控期间学院教学工作的顺利进行。

四、存在问题及建议

1. 网络因素对线上教学的影响仍然存在。从目前运行情况来看，腾讯课堂、钉钉、腾讯会议等直播平台比较流畅，超星平台因访问量巨大，偶尔会出现登录不上、教师上传教学资源速度受限等情况。部分学生因个人网速问题偶会出现卡顿、延迟等现象。建议教师采取“教学平台+腾讯课堂（腾讯会议）/钉钉课堂（钉钉会议）”等方式开展教学，不要完全依赖于某一平台，同时做好应急预案，保证课堂教学顺利运行。

2. 线上教学互动与指导不足。个别教师仅提供了教学课件，课堂测试互动环节较少；由于线上答疑存在量大且对话记录容易被覆盖等

问题，有的教师对学生提问回答不及时；部分教师作业布置和批改不及时，有的教师至今未布置一次作业，有的未及时批阅已提交的作业。建议教师进一步加强线上教学互动，根据学生学习特点，定期发布讨论、提问、作业、测验等教学任务，激发学生学习动力和兴趣；同时进一步拓展答疑方式，可以建立在线文档，由师生共同维护，或者利用腾讯课堂（腾讯会议）/钉钉课堂（钉钉会议）等直播方式定期开展线上答疑。

3. 学生的学习行为和质量难以把控。线上教学的形式及特点导致了任课教师无法实时监控和掌握学生的学习行为，不能了解学生的真实学习感受和效果；而学生在上课时有时会受到周边环境的影响和干扰导致专注度不够。因此，对于线上教学，教师要进一步加强课堂管理，要注意收集和掌握学生的学习情况和学习效果。建议教师利用教学平台后台数据及时跟踪学生学习状态，适时调整教学方案，合理设置在线考勤、作业、考试等，加强学生学习效果过程性评价，保证学生学习质量。

4. 线上教学形式多样，不利于教学检查和评比。目前学校线上课程教学形式包括超星、腾讯课堂、钉钉、微信、QQ群等多种，且为了保证线上教学效果，多数教师采用不止一种教学形式，给开展教学检查和考核工作带来不便。建议各二级学院要进一步摸清本单位在线课程的运行情况，充分协调好教学、学生两条管理线的作用，做好线上教学的督导检查工作，保证线上教学质量；同时，要进一步总结本

单位师生“教的好”、“学的好”的优秀典型案例加以推广，促进本单位线上教学水平整体提升。

广告教研室

2020年4月15日