

DOI: 10.13955/j.yzyj.2021.03.17.04

邮政优秀远程培训课程呈现设计分析

赵璐然, 刘俊英, 郭勇

(石家庄邮电职业技术学院, 河北 石家庄 050021)

摘 要: 以近三年全国邮政远程培训课件评优活动获奖课程为研究对象, 阐述远程培训课程的定位, 分析优秀远程培训课程存在的问题, 并以案例研究的方式剖析优秀远程培训课程的呈现原则、成人学习规律、课程框架、教学设计, 探索研究适合邮政发展的远程培训课程的呈现设计。

关键词: 课程设计; 远程培训; 游戏化; 案例教学; 访谈

中图分类号: F61 **文献标识码:** A

2020 年, 突如其来的新冠肺炎疫情加快了人们工作生活习惯的改变速度。对于教育培训行业而言, 亦是如此。疫情期间邮政员工不能进行大规模的线下聚集培训, 而邮政企业学习培训总体需求依旧存在。为了满足培训需求, 在邮政企业培训中, 讲师直播、远程培训课程学习等线上培训学习方式如雨后春笋般异军突起。依托于中国邮政网络学院的强大功能, 现有邮政员工培训远程课程数量众多, 但质量参差不齐。

1 远程培训课程概述

远程培训课程在本文中是指用于邮政员工培训的经过前期制作或录制的远程课程。中国邮政集团有限公司早在 2010 年就下发了《关于印发〈邮政培训教材开发管理办法(试行)〉等文件的通知》(人部函〔2010〕114 号), 按照其附件《邮政远程培训课件评优活动暂行办法》的相关规定, 教材建委常务委员会已经组织了将近 10 届全国邮政远

程培训课件评优活动(以下简称“课件评优”), 累计评选出获奖课程 614 门。

本文主要基于全国邮政远程培训课件评优活动近三年的获奖课程(优秀邮政远程培训课程), 从案例研究的角度, 探索研究适合邮政发展的远程课程设计方法技巧。

1.1 远程培训课程特点

远程培训课程不同于在线直播课程。在线直播课程可以在课程的讲授过程中处理学习者随时提出的问题, 而远程培训课程是提前制作好的, 不具备实时交互的可能性。即使远程培训课程与学习者建立了交互过程, 也是依托于提前内置的智能化的程序, 造成了实时互动的假象。远程培训课程相较于在线直播课程更方便学习者在不同时间段自主学习。在课程回看方面, 远程培训课程内容回看的可操作性略高于直播课程, 为学员长期反复观看提供了可能性, 有利于重复学习。从另一个角度讲, 多次重复学习需求使得远程培训课程的内容准确性要

作者简介: 赵璐然(1988~), 女, 河北保定人, 硕士, 讲师, 主要从事培训项目策划与资源管理研究; 刘俊英(1972~), 女, 河北沧州人, 硕士, 副教授, 主要从事人力资源管理与培训管理研究; 郭勇(1981~), 男, 河北沧州人, 硕士, 工程师, 主要从事人力资源管理与培训管理研究。

收稿日期: 2020-09-02

求更高。

远程培训课程不同于线下培训课程。不能简单的把线下培训过程或者 PPT 文稿等材料直接录制转化成远程培训课程。远程培训课程与线下培训课程在聚集学习者方面有明显区别，线下培训课程能够将大部分学习者聚集在同一个物理环境中，实现同一时间同一地点的学习，而远程培训课程无法保障物理环境。所以远程培训课程若要产生与线下培训一个量级的培训效果，则需具备更多吸引学习者的优势。

远程培训课程更不同于传统学术类的讲授课程。远程培训课程主要应用于邮政企业培训教学，传统学术类的讲授课程更多应用在学历教育。远程培训课程的主要对象是企业学习者，传统的学术类讲授课程的主要对象是未入社会的年轻人。企业学习者的工学矛盾、成人学习特点等，都是在设计远程培训课程时应该关注的基本理论。

综上，远程培训课程的主要特点是实时交互性差、内容正确性要求高、吸引力指数高，更加适合学习者不同时间段自主学习。远程培训课程要基于企业学习者这一人群特点，在研究工学矛盾、成人学习特点等基本理念的基础上再进行设计。

1.2 远程培训课程目前存在的主要问题

每年申报课件评优的远程培训课程众多，申报量几乎每年都在 200 门以上，近三年平均申报量约为 217 门。这些课程来自不同省份单位，要经过初审、复审等多个环节，经过技术、内容等领域多位专家联合评审，才能脱颖而出。其中，大部分课程是无法通过层层评审的。这些课程的问题主要集中在以下两个方面。

1.2.1 课件制作技术因素

远程培训课程的制作形式不一致，制作水平有高低。有的是自己研究制作，有的是经过集体赋能过程再创作，有的还有专门的制作团队。但是无论哪种制作支撑，在远程培训课程呈现方式上都可以归为以下几类：以视频为主，经实景拍摄和后期录音编辑而成，融合声音、文字、图片、画面特效和人物演示及场景转换等形式展现培训内容的视频编导类课程；以 flash 动画等动漫技术展现培训内容和情景，具有人机互动功能的动画交互类课程；将采集的流媒体文件、讲义文档、课程模板、课程

目录制作成分屏课件，讲义区全部采用录屏形式展现，具有人机互动功能的基于录屏的分屏式课程。另外，还有新兴的 H5 类课程。课程呈现形式是学习者脑海中的第一印象。除非学习者的学习需求特别强烈，他们才会去学习光线昏暗、无法控制学习进度、课件制作粗糙（配色不雅观、有噪音、字体字号不统一、图片看不清等）、视频卡顿的课件；绝大多数学习者会因上述原因选择放弃学习。

1.2.2 课件内容因素

课程定位不够精准，面向对象不够清晰明了，课程逻辑不够清晰，课程内容不具备足够的吸引力，课程教学方法单一等方面的因素都会导致课程内容呈现效果不佳。

2 优秀远程培训课程剖析

优秀的远程培训课程要避免以上雷区，在课件制作上要满足基本的要求：视频清晰稳定、音频清楚无杂音。本文主要探讨如何根据课程内容做课程呈现设计。

2.1 优秀远程课程呈现规律与原则

2.1.1 优秀远程课程呈现需遵循成人学习规律

优秀远程培训课件的学习者是邮政企业内部人员，课程呈现设计需要满足成人学习规律。样本研究显示，优秀远程培训课程都契合成人学习规律中的碎片化学习、逐级认知、成果导向三项规律。成人学习过程中由于存在工学矛盾，更喜欢碎片化学习。成人学习也更加偏爱符合认知规律的课程设计，课程内容要循序渐进，由浅入深，不能跳脱。成人学习往往看重成果导向，主要考虑课程内容能否解决实际问题。

一是成人碎片化学习趋势。通过对近三年课程时长进行统计分析，结果显示优秀远程培训课件时长平均在 25 分钟，尤其是最近一年的课程平均时长为 18 分钟。从时长来看，绝大部分课件以微课、系列微课的形式进行展示，详见表 1。

二是成人逐级认知规律。例如《微营销技巧系列微课》属于系列微课，由四门微课组成，导入篇介绍课程的背景和重要性，之后分为基础、进阶、高级篇微课，每门微课约 10 分钟。该课程让学习者在导入篇提起学习兴趣的前提下，分基础、进阶、高级三个阶段对微信营销的基本知识和使用技巧进

表1 近三年优秀远程培训课件时长统计表

年份	2017年	2018年	2019年	近三年
平均时长	30分钟	28分钟	18分钟	25分钟

行详细、分层级的学习，能够帮助学习者分层级实现激活旧知，旧知联结新知，学习新知，提升新知，更加有利于学员对学习内容的快速掌握。

三是成人学习是成果导向的学习。例如《雁雁说安全之如何落实网点安全学习制度》是一门以解决问题为导向的课程，课程总体的三段论是：问题—原因—解决方案。从日常网点存在的安全隐患等问题入手，引导学习者思考所在网点是否存在问题，然后探讨出现问题的原因，最后提出提升网点安全学习制度的具体解决方案。这样的课程内容设计符合成人学习成果导向的特点，符合成人学习逻辑顺序，有利于深入学习者的思维，引发学习者共鸣。

2.1.2 优秀远程培训课程呈现原则

远程培训课件呈现设计的原则是让难懂的内容通俗化，让抽象的内容具体化，让易懂的内容深入化，让枯燥的内容生动化。

一是让难懂的内容通俗化。例如在《邮政金融网点客群开发策略系列微课》中，客群开发方法是比较难懂的内容，该课程不是讲客群开发的理念、方法，而是聚焦老年人、亲子、务工三大重点客群，通过分析三大客群的特点，指导网点制定有针对性的客群开发策略，从而将难懂的内容通俗化。

二是让抽象的内容具体化。例如《雁雁说安全之如何落实网点安全学习制度》将抽象的网点安全学习制度具体化，以日常安全检查中发现问题隐患为例，从制订计划、组织学习、学习记录、签字确认、效果抽查五个方面系统介绍了邮政网点落实安全学习制度的相关内容和要求。

三是让易懂的内容深入化。例如《简易险高效销售的五种模式》将日常简易险销售过程深化总结为厅堂营销、梯次营销、以案说法、微沙龙、走访营销等五种销售模式。

四是让枯燥的内容生动化。例如，《品味邮储之麻辣现金管理》将枯燥的现金管理知识、产品用三款四川火锅作类比，准确表达现金管理、服务

渠道、虚拟账号的相关内容，生动形象，趣味性强。

2.2 优秀远程培训课程结构设计，突出课程逻辑

优秀远程课程结构设计主要是指基于课程内容各个模块的逻辑结构，安排课程内容的呈现顺序。常见的三种课程结构采用 why—what—how 模式、流程模式、要素模式进行设计。三种课程结构及其使用范围详见表2。

表2 常见的三种课程结构模式及其适用范围

课程结构	why—what—how 模式	流程模式	要素模式
内涵要义	包含“为什么”“是什么”“怎么做”三大模块	主要表现为几步法，总结流程步骤	主要是完成任务的几个要素或妙招、诀窍
适用范围	适合大部分课程，例如沟通、时间管理等	课程模块间是流程性关系	课程模块间是并列关系
示例	《如何召开客户生日答谢会》首先提出了为什么都在做客户生日答谢会，有些效果显著，有些效果平平，接着说明有效果的客户答谢会是什么，最后通过案例告诉大家如何举办一场成功的生日会，也就是“怎么做”。	《客户沟通“五步”诀》以指导新入职客户经理与客户沟通为情境，讲解了与客户沟通的开门介绍、及时回应、揣摩心理、明确方向、总结致谢五步法，简明扼要，通俗易懂。	《“十必做”，让风险案件远离你》总结提炼出10项工作“十必做”，强化网点的案防能力，防范案件风险。

2.3 优秀远程培训课程教学设计，展现课程特色

近三年，优秀课程教学设计丰富多样，直接讲授、案例分析、演示模拟、角色扮演、游戏元素、比较和对比、访谈等，辅以测验、问答等阶段性考核形式，提升课程趣味性与吸引力。

一是游戏化设计。《汽车总动员之车险理赔》通过动画形式加入游戏元素，内容涵盖商业保险基础知识、车险理赔、邮政代理保险人员工作职责等知识点。该课程利用互联网媒体播放技术，将学习过程转换为闯关模式，在关键节点设置基于知识点的闯关游戏，达到“边走边学”的目的，增加了课程的趣味性，寓教于乐。对学习者而言，在不知不觉的游戏氛围中学到了专业知识技能。

二是对比设计。《直击客户痛点的柜面营销》课程采用对比的手法展开，通过新员工小冰和其师傅对多个场景、问题的不同看法、理解，指出柜面营销中存在的问题与解决方案。对学习者而

泽西岛邮政收购岛内电子商务平台 Fetch.je

近日，泽西岛邮政收购了岛内电子商务公司 Fetch.je。

Fetch.je 网站于 2020 年 3 月底在泽西岛上线，在新冠肺炎疫情期间为当地社区提供安全、持续的网上购物服务。网站入驻商家以当地商店、服务供应商、餐厅和咖啡馆为主，岛上居民可在网上支付下单，享受送货上门或上门取件服务。

自网站上线以来，泽西岛邮政就为其提供了完善的基础设施和投递网络。此次收购建立在现有合作的基础上，使泽西岛邮政具备了完整的端到端服务能力。泽西岛邮政可提供电子商务链上每个环节的服务，包括平台购物、仓储管理和运输系统，以及实物存储、履单、运输和“最后一英里”配送。

自 2015 年以来，泽西岛邮政一直致力于国际发展战略。这次收购虽然并非国际性质，但仍是发展计划的重要组成部分，彰显了泽西岛邮政通过普遍服务支持岛上电子商务和物流业务发展的

的服务承诺。

泽西岛邮政市场部负责人表示：“这次收购与公司近期的收购大不相同。Fetch 的发展理念为泽西岛邮政提供了进一步开发该平台的机会，能够更好地造福当地社区。双方在很大程度上仍然是合作伙伴，对岛内电子商务的发展潜力信心十足。”

通过对 Fetch.je 网站的持续开发，双方将继续为当地居民提供便利服务，在疫情依然严峻的当下，居民仍可在自己偏爱的商店购物。

泽西岛邮政首席执行官认为，收购 Fetch.je 也许不像集团其他合作关系那样具有全球视野，但在社区服务中能够发挥同样重要的作用。由于新冠肺炎疫情打乱了人们的生活和工作节奏，Fetch.je 网站能够为岛内企业、社区就业和安全购物提供支撑，因此收购 Fetch.je 能够实现双赢，惠及岛内居民。

（杨永阁 译）

言，易学性更强、易用性更为突出。

三是访谈设计。《小丽说营销——金融理财达人分享汇》课程设计将部分达人分享视频串联作为视频工具书，通过主持人小丽，采用节目访谈等形式串联多个知识点、技能点。

四是案例教学设计。《活用大走访，陌拜也不慌——小企业大走访成功营销案例》，通过说明背景、梳理冲突、阐述解决方法步骤、总结成功经验的全流程案例讲解，辅以问答形式，生动形象地展现了可复制的陌拜成功经验：建立信任、利用资源、进场机会、把握需求、因势而变。

优秀远程培训课程教学设计的形式较多，应该根据不同的课程内容设计不同的教学方式。比如知识点连续的内容适合采用游戏化设计；技能类讲解内容适合采用对比设计，通过错误、正确演示加深学习者印象；个人或团队知识技能心得体会适合采用访谈设计；知识良构性不强、适合讨论的事件，比较适合用案例教学进行设计。不同教学设计匹配不同课程内容，课程呈现效果也不同。

3 结语

本研究通过剖析有代表性的优秀远程培训课件，阐述了邮政远程培训课程的内涵，指出邮政远程课程存在的主要问题，并在呈现原则、结构设计、教学设计等方面，通过案例研究的方式，说明了邮政远程培训课程呈现设计的方法，让学习者学习内容具象化，为后续邮政员工设计远程培训课程提供借鉴。

参 考 文 献

- [1] 牛潇，秦健. 疫情防控背景下“在线教育”教学设计的应对——基于中国大学 MOOC 教师教学能力提升类 MOOC 项目 [J]. 中国医学教育技术，2020（5）
- [2] 张景. 新媒体环境下在线课程视频的设计与制作策略 [J]. 信息与电脑（理论版），2020（8）
- [3] 史银连，张伟，刘梅芳. 基于兴趣学习的显微镜在线课程设计范例 [J]. 西南师范大学学报（自然科学版），2020（4）