

信用素养课程高校推广活动（一期） 总结报告

芝麻信用专项公益基金

报告日期：2016 年 6 月 4 日

报告撰写人：孙斌翔、项先冬、伍艺芸

信用素养课程高校推广活动（一期）总结报告

【活动概要】

按照芝麻信用专项基金面向高校推广信用素养的计划，一期信用素养课程推广的场次和学员参与数量均超过项目预期目标。该计划原目标是完成 120 场课程，实际开展了 122 场；原定目标平均每场课程参与人数不低于 30 人，整体课程学员超过 3600 名，实际参与学员人数近 4000 人；参与学员对课程的综合评价超过 9 分，达到非常满意的程度。此次信用素养课程推广覆盖了全国 40 所学校，遍布 17 个省市，整体课程推广活动顺利完成。

【活动目的】

1. 通过推广信用素养课程提高大学生对信用重要性的理解与认知；
2. 大学生通过参与课程，学习信用的基础知识，后期深度学习可继续查阅《信用学习资源包》；
3. 根据第一期课程推广的学员反馈意见，优化课程升级，用于第二期课程推广。

【活动目标】

1. 在 40 所大学开展至少 120 场信用素养课程，平均每场参与人数不低于 30 人；
2. 吸引并招募至少 3600 名大学生现场参与信用素养课程；
3. 根据信用课程的学员反馈表，整理学员反馈，了解大学生对于课程设计的改善建议。

【活动总结】

1. 课程推广按期完成

本次信用课程推广总计历时 41 天，项目自 2016 年 4 月 20 日发布公布信；5 月 6 日公布 40 所执行团队名单；5 月 7 日组建 40 所学校项目经理、讲师、助教微信交流群及 QQ 培训群；5 月 12 日-13 日通过 QQ 群直播功能开展 2 次线上讲师&助教教案培训；5 月 15 日，延边大学开展第一次信用课程，拉响了我们的第一期信用课程的号角；5 月 27 日，郑州大学完成了第四次信用授课；5 月 28 日，湖北经济学院开展了第一次线上微信公开课；5 月 31 日，随着天津农学院第四次信用课程的结束，标志着第一期信用素养课程之旅圆满完成。

2. 课程覆盖 18 个省市

本次信用课程推广覆盖了全国 40 所高校，遍布 18 个省市。其中，黑龙江 2 所，辽宁 3 所，吉林 3 所，北京 2 所，天津 4 所，广东 2 所，广西 1 所，河南 5 所，上海 1 所，浙江 1 所，甘肃 1 所，陕西 1 所，四川 4 所，重庆 3 所，湖北 3 所，湖南 1 所，福建 1 所，广东 2 所。



开课高校分布图

3. 参与人数及开课场次均超过预期目标

截止 2016 年 5 月 31 日，已经在 40 所学校开展 122 次信用公开试课，其中包括 2 次线上的微信公开课。平均每场课程直接参与学员约为 32 人左右，直接参与学员总数达 3985 人（不包括创行工作人员、芝麻信用工作人员、真爱梦想工作人员）。在开课场次及参与人数上，超过预期目标的 120 场和 3600 人次。

课程时间及参与人数情况如下表：

序号	学校	第一次		第二次		第三次		第四次		共计
		时间	人数	时间	人数	时间	人数	时间	人数	
1	大连海洋大学	5/18	30	5/23	23	5/27	30	5/30	44	127
2	东北财经大学	5/18	42	5/25	30	5/29	34			106
3	东北师范大学	5/27	30	5/29	31	5/29	32			93
4	哈尔滨理工大学	5/17	40	5/22	42	5/26	40			122
5	哈尔滨商业大学	5/25	40	5/26	38	5/27	38			116
6	吉林财经大学	5/26	28	5/27	22	5/29	13	5/30	23	86
7	辽宁师范大学									102
8	延边大学	5/15	37	5/22	35	5/29	30			102
9	北京理工大学珠海学院	5/21	29	5/25	31	5/28	26			86
10	华南师范大学	5/21	27	5/25	33	5/27	34			94

11	厦门理工学院	5/15	30	5/22	28	5/29	44			102
12	青岛大学	5/18	36	5/31	44					80
13	广东科技大学	5/19	38	5/25	29	5/28	33	5/29	32	132
14	天津城建大学	5/20	37	5/23	37	5/26	32			106
15	天津科技大学	5/18	30	5/25	31	5/26	32			93
16	天津理工大学	5/20	39	5/22	22	5/28	29			90
17	天津农学院	5/18	32	5/24	26	5/27	28	5/31	10	96
18	兰州财经大学	5/21	30	5/28	30	5/29	79			139
19	西北农林科技大学	5/27	33	5/28	41	5/29	38			112
20	四川农业大学									156
21	四川外国语大学									76
22	西华大学	5/22	26	5/26	21	5/28	24			71
23	成都理工大学	5/19	36	5/26	37	5/30	34			107
24	西南财经大学	5/18	18	5/28	12	5/29	32			62
25	重庆师范大学	5/19	30	5/26	31	5/26	43			104
26	重庆邮电大学移通学院	5/18	33	5/22	32	5/25	30			95
27	上海对外经贸大学	5/18	30							30
28	河南大学	5/15	32	5/19	31	5/27	30			93
29	河南师范大学	5/21	31	5/21	36	5/22	32	5/29	37	136
30	华北水利水电大学	5/21	33	5/21	42	5/21	32			107
31	广西大学	5/19	31	5/28	32	5/29	28			91
32	郑州大学	5/15	35	5/20	33	5/23	33	5/27	40	141
33	郑州航空工业管理学院	5/21	39	5/22	38	5/29	40			117
34	浙江工商大学	5/24	19	5/25	28	5/27	9			56
35	湖北工业大学	5/19	38							38
36	湖北经济学院	5/26	55	5/27	27	5/28	31			113
37	武汉理工大学	5/28	28	5/29	37	5/29	30			95
38	湘潭大学	5/20	38	5/21	40	5/23	32			110
39	中国青年政治学院	5/21	30	5/28	34	5/29	33			97
40	北京化工大学	5/17	32	5/23	32	5/30	42			106
总计										3985

备注：

(1) 截止6月3日，已经有37所提供了反馈资料，四川农业大学、四川外国语大学、辽宁师范大学总计3所学校，在对总结资料做最后整理，因此表格中还没有具体单场次人数记录。

(2) 课程实际开展中，有2所学校，缺乏后续执行能力。经协调，由具备执行能力的学校，多开展一场课程，以确保开课场次及参与人数，达到预期目标。

4. 历次课程综合评价均超9分，达到非常满意程度

为了进一步完善信用示范课程内容，提高讲师授课的教学质量，项目组设计制作了《大学生信用课程示范课学员反馈表》，用以收集参与试课人员对教学方式及课程内容的满意度和反馈意见，

课程研发设计团队则根据反馈意见，不断地修改优化教案，以方便讲师能快速、清楚地掌握课程要点，顺利地开展工作。

《大学生信用课程示范课学员反馈表》为 10 分制（1-10 分，1 分最低，10 分为满分），从 1 分为非常不满意，5 分为一般，10 分为非常满意。

下表是根据 122 节课后收集的反馈表统计平均分。经过 40 所学校 122 场课，我们的第一次课程综合满意度为 9.06，第二次课的综合满意度为 9.15，第三次课的综合满意度为 9.24，且在 122 节课反馈平均分数数据上，参与人员对每一项考核指标，都达到了 8.9 分以上，各参与方对课程内容均表示认可，同时也反应出讲师在三次课程中的授课水平也是稳步提升。

序号	评估内容	第一次 平均分	第二次 平均分	第三次 平均分
1	课程设计围绕信用知识，主题明确	9.14	9.18	9.17
2	课程设计有效补充学校关于信用知识的教育	9.11	9.11	9.21
3	课程设计层层递进，逻辑性强	8.90	9.01	9.06
4	课程设计中理论与现实相结合，举例恰当	9.05	8.95	9.00
5	课程时间安排合理	8.87	8.99	9.07
6	课程地点安排合理	9.15	9.15	9.17
7	课前物料准备充分	9.05	9.17	9.23
8	课程中指令清晰，易于理解	9.11	9.13	9.09
9	游戏互动能够引发全员思考	9.05	8.95	9.08
10	授课形式新颖、易于大学生接受	9.08	9.11	9.08
11	授课中鼓励参与，有效调动氛围	9.20	9.17	9.14
12	课程讲解加深对信用知识的了解	9.04	9.19	9.21
13	对本次课程的综合满意程度	9.06	9.15	9.24

5. 创新上课方式，试点线上信用课程

由于湖北经济学院和兰州财经大学无法在项目规定的完成时间内预约到合适场地开展课程。经创行团队与项目组协商，让这两所学校尝试开展线上授课，两所高校自主策划并组织线上微信形式授课。通过线上语音、发送 PPT 截图、线上视频链接观看，学员在微信中积极发言，发表各自看法等方式，顺利开展了两场线上课程。建议以后线上公开课还可尝试借助 QQ 群、支付宝朋友群及其他可能的线上直播平台，更好地展示教案、视频，更利于学员发表看法，小组讨论等，同时有助于未来基于线上网络将课程覆盖和推广到更多跨校的学员。

6. 线上传播情况

40 个学生执行团队主要采用微博和微信公众号的方式宣传信用素养课程。截止到 6 月 3 日，团队共发布 142 条微博，转发量达 1092 次，获得 1154 条评论和 1929 次点赞，总计阅读量达 101, 246

次。微信端传播量，还在进一步统计中。

7. 学生反馈案例分享

在反馈中，我们也发现对于信用素养课程的一些独特理解和感受：

中国青年政治学院通过微信公众号分享了信用素养课程第一次课程结束后的感受：“学生执行团队认可信用课程的上课形式，以互动讨论的形式进行“授课”。他们认为：“与其说是一场授课，更愿意说信用课程是一场开放式的互动讨论会，不仅引起了参与人员的情感共鸣，而且得到参与人员的真正认可。”

在课堂互动时，关于无人超市如何提高付款率，同学们不仅讨论了建议，还发表了许多法，如“无人超市内 6 月 6 日的诚信日标语是提升付款率的一个重要因素”，“无人超市的存在也是一种教育作用”，“如何让老人以及习惯了已有购物方式的人，能更好的适应无人超市的生活方式，是需要我们考虑如何进一步提升整体服务体验”。

学生执行团队在课后总结到，从“课程最初，学员讨论对信用的概念只是熟知，但并没完全理解”，随着课程的推进，同学们热烈讨论信用知识、通过案例引发思考和辩论，最后“收获了关于诚信的认识，了解信用对自身的作用以及如何提升自身信用度”，圆满结束了一场有意义、有收获信用之旅。

让学员基于课程的引导，自发去认识、理解、发现、创造和传播信用的理念，才会发挥更大的社会教育意义，这也将是我们在二期执行中去进一步思考和关注的地方。

总体而言，经过 40 所学校开展的 122 节信用课程，学员们对信用有了更多的理解，开始认知及重视信用对自己生活的影响。本次信用课程的效果也得到了学员的广泛认可，满意度也非常高。相信对课程进一步完善后，会让更多人能够一起，在趣味互动中，学习信用知识，体验信用之旅，让信用理念传播的更加广泛。

【部分活动及传播截图照片】



延边大学路演宣传活动——信用签名



北京理工大学珠海学院正在设计信用海报



中国青年政治学院的学生在展示信用海报



天津农学院的学院在热烈讨论



北京化工大学的同学们在展示提高“无人超市”的付款率方案



东北财经大学正在表演信用小品



中国青年政治学院的信用树



重庆师范大学的微博宣传稿



哈尔滨商业大学的微博宣传稿