

运用信息化手段提升中职《农产品营销》课程教学实效

符姗姗

海南省农业学校 海南 海口 570100

【摘要】随着信息化基础设施与网络教学平台建设的逐步完善,传统的课堂教学方式已无法满足当代学生的个性化需求,中职院校进行信息化课堂改革已成为必然趋势。在《农产品营销》课程体系构建过程中,运用“互联网+时代”信息技术,通过建设教学资源库、引入课堂教学实时互动,线上线下交互融合,合理进行课程教学设计,大大提升了课堂教学实效。

【关键词】中职;农产品营销;信息化手段

【DOI】10.12252/j.issn.2096-6261.2020.02.1438

在全面建设社会主义新农村和乡村振兴战略的背景下,我国现代农业获得了发展,但同时农业人才特别是经营管理人才更为匮乏。作为培养应用型人才的中职院校,对培养农业经济管理人才、推动农业现代化和农村经济的快速发展有着非常重要的作用。

《农产品营销》课程是农村经济管理专业的一门核心课程,要求学生热爱农业,熟悉农产品,同时还能将营销基础知识与技能熟练运用到农产品推广与销售工作当中,具有很强的应用性和实践性。随着互联网时代的到来,信息化基础设施与网络教学平台建设逐步完善,如何结合信息时代特点,对教学方式进一步完善,从而提高农产品营销课程教学实效,成了关注的焦点问题。本文结合中职院校《农产品营销》课程的特点,探讨在教学过程中应用信息化手段的教学模式来提高教学效果的策略。

一、中职院校农产品营销课程存在问题及现状

1、教学模式单一:从当前农产品营销课程发展的现状来看,大多数中等职业学校在教学中重视理论教学研究,采用传统的课堂教学方法,教学模式单一,教学方法缺乏创新性和时代性,教学方式受时间、空间的制约,因此学生的学习缺乏主动学习的积极性和思维能力的创新性,实践能力也缺乏锻炼和社会的验证。因此学生学习被动,存在一定厌学情绪;

2、教材的选用相对受限:《农产品营销》的专业教材中,部分教材过于陈旧,农产品市场更新换代快,营销手段随着时代更迭,现有教材在案例的选取上存在一定的滞后性,因此在选用教材时往往受限于市面上现有的课本,不能很好的带动学生;

3、中职学生基础差:中等职业院校的学生学习基础较差,知识面窄,缺乏创新性,课堂上缺乏主动性,同时对农产品市场认知不充分,当教师选择教学案例时,学生不认识相关农产品品牌及企业,导致无法理解课程内容,使得课程难以顺利开展;

4、考核方式不灵活:经济法的考核方式一般为闭卷考试,所涉题型为名词解释、选择题、简答题等,学生在学习过程中死记硬背,而没有加以理解,不利于教学目标的实现。

二、信息化教学走向课堂

目前,多媒体信息技术和网络资讯的发展,对当今社会产生了重大的影响,也改变了现行教育体制,教师可以利用的信息化手段多种多样。

1、信息化教学有利于教师备课

互联网的普及为教师备课提供了便利的条件,教师可以

利用网上充分的资源制作课件,又可以运用各类型手机软件带动学生参与,既能充分调动学生参与性、增加学生的可选择性,又能体现因材施教原则,使抽象、枯燥的理论变得形象生动,从而让学生更容易理解和接受,增强了教学的趣味性、实效性。

2、信息化教学有利于拉近与学生的距离

在当今网络时代,学生已经不再是等待教师“满堂灌”的被动心态,他们渴望掌握主动,渴望获取知识。网络上开放且多样性的教学资源,为学生提供了大量充分的在线信息资源。学生可以根据自己的兴趣、学习能力,去选择学习内容。这样一个环境有利于推进“应试教育”向“素质教育”转化的进程。

3、信息化教学更符合当前中职教育

在目前中职学校,智能手机的普及率相当高,中职生已经能熟练利用手机及网络操作。部分教师认为手机的普及是洪水猛兽,应当杜绝学生使用,其实未必。中职教育的目的是为了培养学生职业技能,更好的融入社会,因此应当将学生使用手机进行良性规范,让他们能正确使用手机、网络,将其作为工具帮助学习。

三、农产品营销信息化教学设计

针对《农产品营销》课程内容,笔者深入行业企业调研,结合学生学情,运用虚拟实操平台,完善课程教学设计。

(一)任务导向,激发动力

中职学生易产生厌学情绪大多数因为没有明确的学习目标,因此缺失学习动力。我们在专业教学中,针对不同章节所需的学习内容,引入真实案例,邀请相关农产品企业对学生下发工作任务。如第三章《农产品市场调查》,由企业提出对于农产品销售渠道选择的困惑,让学生通过对任务内容进行思考,用问卷星软件设计调查问卷,市场调查,撰写调查报告等方式来完成内容的学习,并通过调查信息的有效反馈,企业专家的评价与激励,激发学生的学习动力。课程采用教、学、做、评一体化的职业教育理念,围绕任务化的教学内容展开,使课堂教学扎实有效。

(二)信息教学,虚实互补

校内开展教学实训普遍存在材料消耗大费用高、实训周期长、场地有限、学生实践动手经验有限等问题,使得实物实践教学存在局限性。本课程有效结合线上、线下相结合的方式,通过网络资源、模拟操作平台、微课动画和实训实操等方式,改善实验教学环境,扩大实验教学承载能力,改进实验教学模式,为学生提供更多资源和机会,有利于培养学生创新意识和实践能力。如在第七章节《农产品销售陈列》

中,结合超星学习通、希沃白板、umu互动助手等线上资源平台,要求学生完成模拟操作,极大的增加了学习效率,提高了学习乐趣。



1、课前:教师推送网易云课堂的《陈列.让商品自主销售》课程至平台,让学生进行观看自习,并要求学生在UMU互动平台完成陈列能力测试,收集学生测试结果,分析不足,制定详细的上课方案;

2、课中:通过播放教师进入企业店铺录制的微课视频《陈列原则的学习》导入课程,讲解学习重点,创设情境任务,通过希沃课堂白板以游戏化的形式让学生掌握课程内容,课程中布置教学任务,要求学生在指定情境下设计陈列方案,如在春节布置出店内相应的农产品销售陈列,学生通过希沃交互白板对接虚拟实操场景,分组利用pad平板完成模拟操作练习,完成后上传至云平台,由组长讲解本陈列设计方案思路,并由企业专家连线课堂,评选出最优陈列设计方案;



3、课后:根据小组设计陈列方案,进入农产品销售企业店铺,在店铺相关陈列人员指导下完成情境下农产品的陈列工作,并在陈列完成后,由进店顾客通过问卷星平台进行评分。

围绕课前课中课后环节,通过信息化平台的使用,学生从被动学习,变成主动用手机用平板电脑来完成学习,对于自身学习目标、计划的制定、执行和评估方面更具有自主性、灵活性和探索性,激发了学生积极利用身边的多媒体、网络、微信微博等平台进行自主学习的意识和行为,极大的提升了学习效率。

(三) 创设情境,评价可考

创设工作情境,结合企业需要解决的实际项目,把学

习情境中的项目转换成工作任务交予学生独立完成。从而培养学生独立与协作工作的能力,锻炼学生通过自主学习掌握工作思路与方法的能力,切实提高学生的职业技能和处理实际问题的综合素质,将课堂零距离贴近职场,体现专业、企业、岗位,实现理实一体化。

同时,运用信息化平台对学生进行多维评价,学生的学习成绩不再是纸面上分数,更多的结合了学生的理论知识运用情况,实际操作能力,与企业与顾客的多方沟通能力,评价人员由学生、教师、企业管理人员和顾客组成,更有利于专业能力和职业素养的培养。

结合以上教学设计内容可以看出,信息化教学手段结合学校、企业、社会、学生的需求,立足于农产品营销课程,结合不同章节需求,运用各种类型的线上平台,能更有实效地提升农产品营销的教学效果,让学生通过课堂设置,更有效的掌握教学内容,同时信息化手段也能缩短企业及合作单位与课堂的距离,让沟通与教学成果的评估更加便捷。

四、农产品营销课堂信息化教学产生的积极效果

综上所述,从农产品营销课堂上信息化教学手段的运用可以看出,信息化教学从手段和形式上改变了传统教学的模式,对农产品营销教学也产生了积极的效果。

1、教学内容的整合性:信息化教学可提供大量最新的农产品营销相关知识和学习信息,如政治及经济环境对农产品销售的影响,农产品生产技术水平的提高对农产品新品种的影响,国家“三品一标”的审核及农产品品牌价值等等,通过对知识信息进行整合梳理,使教学内容实时更新,从而学生对社会有更深层次的理解。

信息化教学不仅能够扩大知识信息的含量,还可以充分调动学生的感观,为学生提供一个信息资源丰富的学习情境,学生可以更有效的进行知识的吸收与运用。

2、教学过程的开放性:随着信息技术的发展和普及,学生可以充分运用信息资源,在课堂教学之外能随时完成经济法知识的学习、自主选择学习内容的进度,并随时与教师、同学进行交互,摆脱了传统的教师中心模式,在学习过程中更多地主动获取知识。

3、教学反馈的及时性:在农产品营销教学中,可以通过信息化教学的即时性,如使用网站平台发布作业,学生通过手机网络登录完成作业并即时获得成绩,使学生随时随地完成教学结果的评测与反馈,使学生能够及时了解自身的学习状况,及时调整自己的学习进程。

信息化教学是未来教育发展的一大趋势,虽说还存在许多困难,但它的普及意味着校园将从封闭走向开放。在中职农产品营销教学的过程中,传统的一言堂教育已经不能满足学生,我们需要通过信息化的有效手段,使教的不枯燥,学的不痛苦。在今后发展的过程中,中职农村经济管理专业应当充分认识到信息化带来高效与实用,不断更新换代,通过优化信息化网络平台、完善设备设施等方式,为中职整体教学管理水平的提升创造有利条件,培养更多适应性强,专业能力过硬的人才。

参考文献

[1]庄露雅.浅析运用信息化手段提高中职电子线路的课堂实效[J].学园,2017(17):1.