

基于翻转课堂的高职市场营销专业教学路径

孟莉

襄阳职业技术学院

[摘要]快速变化的市场环境对市场营销专业教学模式提出了更高的要求,翻转课堂作为新教学模式与市场营销专业教学新要求有极高的契合度,但现有的研究成果对此讨论较少。基于此,本文构建了市场营销专业翻转课堂教学提升模型,通过课程内容划分、教学模式选择、翻转课堂提升三个方面将翻转课堂教学模式引入市场营销专业教学之中,从而发挥学生的学习积极性,打牢专业基础知识,改善思维模式,切实提升学生解决市场营销复杂问题的能力。

[关键词]翻转课堂; 高职; 市场营销; 教学路径

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-6288.2021.11.1693

高职市场营销专业旨在培养会使用市场调查法,对相关产品或者服务进行市场调查,进而掌握消费者行为,制定相应的价格策略、策划营销方案,建构营销渠道、管理客户关系、维护公共关系并进行危机公关的营销人才。可见,高职市场营销专业的人才培养定位比较偏向技能型、实战型。要想助推这一技能型、实战型营销人才的培养,教学方法的保驾护航不可或缺。笔者认为翻转课堂不失为一良策,本文即对此展开相关论述。本文在阐述当前市场营销学课堂教学面临问题的基础上,探讨基于翻转课堂的市场营销学课堂教学设计,包括对实施前提,教学设计的基本要求,教学设计的基本内容即课前学习阶段、课中学习阶段、课后学习阶段三个阶段的教学设计进行探讨。

一、翻转课堂的底色

翻转课堂的“翻”字最能体现其特点,对传统课堂进行了翻转,将教师课堂讲解与学生内化吸收知识的顺序颠倒过来,学生首先内化吸收知识,之后教师再讲解课程内容。翻转课堂不再单纯依靠课堂时间,它以网络信息技术为媒介,将课堂进行翻转,引导学生在课前通过观看学习视频,做好预习工作,充分发挥学生的主观能动性;在课堂时间教师的主要任务是引导学生深入理解知识,通过交互式学习方式,完成课内知识学习的一种新型教学模式。

首先,教师发布线上视频课程,学生观看视频课程自主学习,将知识进行内化知识,并完成教师布置的线上作业。学生自由组队,在小组内完成线上任务,或者自己独立完成,下次上课时在全班同学面前展示。这个课后作业的完成形式可以是微视频、辩论赛、个人脱口秀、情景剧、舞台剧、精彩赛事的经典瞬间视频等,始终贯穿教师布置的主题或者热点。在课堂,小组共同展示任务完成成果,或者个人进行展示,其他小组进行交流、点评,在所有的小组完成展示之后,教师从整体性、全局性、专业性的角度对每个小组的成果进行点评、小结,指出好的一面及有待提高的一面,综合性对所有学生的表现进行分析与总结。

二、翻转课堂在高职市场营销专业教学中的作用

(一) 促使学生由被动接受变主动参与

其一,学生由被动接受知识成主动探索知识。传统高职市场营销专业教学,教师在讲台上使用课件讲解,学生在下面跟着学,教师主导课堂的节奏,向学生灌输知识,学生则被动跟着节拍学习,缺乏思考。而翻转课堂让学生自主学习和探究,围绕教师布置的任务进行组队交流,之后展示小组的学习和探究成果,各小组之间进行沟通及探讨,学生的参与度、积极性、主观能动性得到提升,学生主动去学习,主体地位发生了变化。

其二,学生成为课堂的主角。在翻转课堂上,学生需要自己组队,产生的组长负责各自小组的探讨、交流与协作,围绕教师布置的主题完成小组的任务并展示成果。在整节课

中,学生的学习主体地位得到了尊重和体现,学生自主完成任务、推动课堂流程不断进行下去,不再是教师讲解、学生被动接受的模式。学生依据本人或者本组的专业能力、信息技术使用技巧、展示功底等,来选择主题的完成形式及成果的展示,自由裁量权、决策权、参与度等在于学生的选择。

其三,学生由课堂纪律的遵守者转变成维护者。传统的教学是教师掌控教学节奏,学生配合,而翻转课堂让学生主导课堂,进行个人或者小组成果的展示,并且进行沟通、探讨,学生们成为学习活动的主体,会自觉遵守并维护课堂纪律,使得整个课堂纪律保持较好状态,做到带头维护、自觉以身作则。

(二) 推动教师提升自我修养

其一,推动教师自觉学习信息化教学手段,应用互联网教学资源和方法,推动教学模式改革。教师为了适应教育信息化的发展,主动回应学生的学习需求,活跃课堂氛围,变成学生学习过程中的引导者和陪伴者,推动课堂教学向现代化模式转变。

其二,市场营销是一个实操性、技能性比较强的专业,为了组织好翻转课堂,教师必须主动关注市场营销专业的学术前沿及当前市场动态的热点。教师如果不了解当前学术界或者时下比较流行的营销事件、手段,那在对追求时尚、个性突出的“00后”学生所展示的成果进行分析、点评、总结的时候,可能会出现尴尬的局面。

三、基于翻转课堂的市场营销学课堂教学设计

翻转课堂对传统课堂进行了颠覆,将传统课程的教学顺序进行了颠倒,将教师教学放在后面,将学生内化吸收知识放在前面,因此,教师需要摒弃传统教学理念的桎梏,在翻转课堂教学理念的引导下开展教学工作,将线上教学与传统课堂进行有机结合。

(一) 实施翻转课堂的前提

实施翻转课堂教学模式,需要保证三个前提:首先,学生要具备一定的自我管理能力和自主学习能力;其二,教师要具备组织翻转课堂的能力,具有设计线上视频课程和组织线下学生讨论活动的的能力,要摆脱传统教学模式的限制,掌握一定的教学经验;其三,院校要具备充足的硬件教学能力,具有互联网硬件设施,具有现代化的、能提供翻转课堂的教学设备。

(二) 组织翻转课堂的基本原则

首先,突出应用性。市场营销学是一门实践性强的学科,而翻转课堂教学模式回归了教学本色,以学生为主体,更有助于突出学科的实践性特点。教师在教学过程中要尽量选取市场营销实践案例,通过案例组织学生交流讨论,并提高他们学习专业课程的兴趣和学习专注度。在教学过程中,教师要将“教”与“学”进行结合,与学生共同交流讨论,

打造民主、和谐的学习氛围。在课堂教学过程中,教师要科学设计课程,组织学生课前自主学习理论知识、整理并分析市场营销案例。教师要提高课程的趣味性和实践性,调动学生的学习主动性,指导学生开展学习。

(三) 实施翻转课堂模式的基本路径

1. 课前学习阶段

翻转课堂的第一个环节是学生自主学习,在这一阶段,教师要分析教学大纲,基于教学目标设计线上视频课程,教师要尽量选取学生感兴趣的教学资源,如案例、视频等。线上视频课程发布在学习平台,学生可以自主安排时间去学习。教师要引导学生关注课程重难点知识,给学生讲解说明知识内容。如果学生在学习过程中遇到问题,还可以在线上交流平台用于学生或者交流讨论。教师要引导学生记录好自主学习过程中遇到的相关问题,以便于师生课堂互动交流。因为市场营销专业知识的实践性突出,因此学生们可以充分发挥创造力,提出各种创新的想法,活跃思维,对案例展开多维度思考和全面讨论,巩固学习效果。

2. 2 优化课程内容设计

视频课程的质量很大程度上决定了翻转课堂的质量。视频课程要重点突出,让学生在自主学习阶段掌握课程的基本理论知识。但是,线上视频课程的连续性、完整性难以得到保存,教师在教学中必须关注这一问题。教师需要深入解读市场营销专业知识内容,宏观把握课程架构,理解整节课的知识点、技能点、步骤和方法。例如,在进行商务谈判签字仪式的程序学习时,教师可找一些素材让学生观摩学习,让其对即将学习的知识有一个直观、系统的认知,加以实践演练,提高理解深度。教师还需要采取一定的监督措施,引导学生自主完成前置性学习任务,鼓励学生通过网络平台阅读与分析教师所分享的地理学习资源,然后再根据“学习任务单”“预习检测题”等判断自己的预习成效,汇总不足与优势,以便确定地理课堂探究的重点与方向。

2. 课中学习阶段

课中学习阶段是探究式学习阶段,也是翻转课堂的核心。在线下课程中,教师需要与学生一起完成问题的提出、学生的学习探索、师生间共同学习、学习成果交流、总结评价五项任务。

因为学生在课下已经进行过预习,所以对于课程知识有了一定的理解,因此,线下课程的主要任务是帮助学生内化和吸收知识,使之成为学生自己的知识。教师在线上视频中适当留白,给学生留出探究和思考的空间,让每个学习小组进行讨论、探究,促进生生互动,激发学生学习的积极性、主动性、创造性。学生观看完视频课程或者分析完案例以后,会提出一些问题,教师需要对学生的提问加以归纳和总结。教师可以从中筛选出一些普遍性的问题,和学生一起探究,比如当前的营销渠道形式有哪些,传统促销方式面临哪些挑战,等等。教师既可以对某一小组进行单独辅导,也可以与小组进行辩论和交流。在小组讨论结束后,由各小组派代表进行汇报。学生在汇报过程中,不仅分享了他们得到的学习成果,而且还分享了他们思考和探究过程进行分享,使得其他学生掌握更多的学习和探究思路。最后,教师进行总结,进一步总结课程中的重点和难点知识,并及时对学生们的疑问进行答疑解惑,有效纠正学生在讨论过程中遇到的问题。

3. 课后学习阶段

在翻转课堂模式下,课后总结很重要。课后总结是学生对本节课程知识的总结、反思和提升。在翻转课堂模式下,因为引入了线上学习模式,因此,在课后总结阶段,教师可

以给学生提供一些课程拓展和延伸的资料。例如,经过课前自主学习和课堂的交流讨论后,学生对于本节课程的大部分知识已经基本掌握,后续的重点在于如何将理论知识应用在实践中。而要将理论知识灵活应用,学生就需要将所学理论知识进行融汇贯通,比如,在产品策略这节课中,教师就需要引导学生在课后总结阶段将产品的整体概念、产品包装和产品品牌进行联系和梳理,建立一个知识体系。在这一过程中,教师主要起到引导作用,可以通过案例帮助学生梳理知识。比如,用京东的饥饿营销案例,学生们应用促销和顾客需要的相关知识对本节课程内容进行梳理,掌握应用理论知识的能力,进一步巩固和强化本节课程的知识,将理论知识进行内化和吸收。

4. 教学评价阶段

翻转课堂评价方法应将过程评价与结果评价相结合。在具体的评价指标上,教师可以综合学生的到课率、回答问题情况、小组中的表现、PPT汇报表现、作业完成情况、测验成绩等等指标,使得评价结果不仅反映学生对于网页设计专业理论知识的理解和掌握能力,也反映学生的创新能力、逻辑思维能力、职业道德等各方面,使评价结果更综合、更准确。评价方式也应该进行创新,教师要引入多元化的评价主体,让学生、家长参与到评价工作中,学生以及家长往往对于学生的道德品质、学习态度更了解,让他们参与到评价工作中,能够使得评价更准确,教师可以灵活地应用生生评价、师生互评等多种评价方式。

(五) 建设教学资源库, 储备丰富的教学资源

在信息化教育背景下,中职院校有必要建设一个线上教学资源库。教师根据自己的需求查找教学资源。教学资源库需要教师们共同建设。数字化教学资源库建设要求入库的教学资源达到较高的质量和标准,包括视频公开课等;教师资源包括微课资源、教学课件、试题库等。数字化教学资源平台共建、共治、共享,方便全体教师查找和使用。总之,建设一个高质量的线上教学资源系统,有助于推动计算机教学工作顺利实施。

结语

在新的时代背景下,各种创造性的育人理念和教育教学模式应运而生,为了满足现代化教育的要求,教师们主动探究教育教学资源和手段,结合学生的学习能动性打造优质的教学场所、简化课堂教学环节、提升学科教学对学生的吸引力。对于《市场营销》学科来说,翻转课堂的应用势在必行,教师需要做好前期的准备工作,了解学科教学的重点以及难点,找准方向,找准课堂的切入点和突破口,真正实现活学活用和举一反三。保障学生能够在一个自由、民主、宽松的学习氛围下,掌握适合自己的学科学习技巧,真正意识到《市场营销》的学习魅力以及精髓。总之,应用翻转课堂教学模式,教师能够充分挖掘学生的学习潜能,打造高效课堂,营造自由宽松的课堂学习氛围,推动学生个性化成长。

参考文献

- [1] 寇小玲. 翻转课堂在课程教学中的实践——以《市场营销学》为例[J]. 公关世界, 2021(24): 28-29.
- [2] 赵晓冬. 市场营销学翻转课堂的应用设计[J]. 长春工程学院学报(社会科学版), 2021, 22(04): 102-105+110.
- [3] 刘燕. 基于翻转课堂的高职市场营销专业教学路径探索[J]. 开封文化艺术职业学院学报, 2021, 41(09): 176-177.
- [4] 徐鑫. 翻转课堂在市场营销双语课教学中的实践与反思[J]. 科技视界, 2021(25): 41-42.