

线上线下混合式教学模式在高职市场营销课程中的应用研究

林思宏

柳州城市职业学院

摘要：随着信息技术快速发展，互联网在各行各业中的应用日益广泛，同样成为教育领域改革创新的重要推动力。线上教学平台在教育教学中的应用越发广泛，逐渐成为各级院校教学改革中不可或缺的组成部分。高等职业教育是高等教育的重要组成部分，肩负着培养高质量职业人才的重要使命，应采用与时俱进的教学理念，积极拥抱线上教学平台带来的机遇和挑战，探索线上平台在教学中的有效应用，充分发挥其独特的育人优势。本文将基于线上线下混合式教学模式，以高职市场营销专业课程为切入点，简要论述市场营销课程概念及人才培养定位，进而分析线上线下混合式教学模式的概念及应用价值，最后深入探讨在高职市场营销课程中实施线上线下混合式教学模式的具体策略，以期提升教学质量和成效，提升学生学习成效，培养学生扎实专业知识和熟练专业技能。

关键词：线上线下混合式；高等职业教育；市场营销课程

【DOI】 10.12252/j.issn.2096-6288.2025.05.160

引言

市场营销专业是高职院校的重要专业之一，是面向市场需求培养应用型人才的重要领域，因此课程教学应紧随时代发展步伐，不断优化教学形式和教学内容，提升人才培养的时代性和应用性。高职院校作为人才培养和科技创新的重要阵地，运用线上教学平台、现代化辅助教学设备等信息化手段，可以打破传统教学模式对时间和空间的限制，帮助学生打开了更加广阔的学习视野，同时也为教师提供了更丰富的教学工具和资源。通过将智能化成果与教育实践深度融合，高职院校不仅能够提升教学质量和水平，还能够为社会培养更多具有创新能力的高素质人才，为时代发展和社会进步注入源源不断的动力。因此，高职院校应积极采取措施和行动，拥抱新的技术变革，以教育信息化推动高等教育的全面升级。

一、市场营销课程及人才培养定位

（一）课程简述

随着经济环境不断变化，市场营销专业课程的定位也应随之调整，当前，“市场营销”课程注重学生理论基础和实践能力的同步提升，以市场营销专业人才对工作岗位的工作流程和人才需要为出发点，向学生传授经济学、营销学等理论基础，在理论学习过程中了解市场发展趋势，掌握市场分析方法等，同时培养学生服务和营销的能力，通过多样化的教学手段，如案例分析、模拟实战等，培养学生良好实践能力和职业素养。

（二）人才培养目标

市场营销课程是高职院校经济学类专业的重要课程，是学生专业能力培养的关键环节。从高等职业教育的职

业性特点结合市场营销课程的教学目标，可以总结出该课程的人才培养目标为，培养具备扎实理论基础、敏锐市场洞察力、良好解决问题能力，同时具备工匠精神、创新意识、团队协作能力等的高素质、复合型市场营销人才。在实践教学过程中，教师应为学生提供前沿市场发展动态信息，引导学生对当前经济形势和市场发展规律产生深刻理解，同时向学生传递以消费者为中心、以市场为导向的正确价值观和良好职业道德。

二、线上线下混合式教学模式的概念及应用价值

（一）相关概念论述

混合式教学法融合了线上与线下两种教学模式，既继承了传统线下教学的优势，又拓展了线上平台的教学潜力。线上教学模式是在“互联网+”的背景下，充分利用信息技术的创新教学方式，体现了“互联网+”教育理念，具有跨越时间限制、提高学习效率的特性，充分展现了教学的便捷性和时代性。线下教学模式，是与线上教学模式相对来说的传统的线下课堂教学环节，但是在新的教学模式影响下，课堂教学也要根据线上教学特征和实际需求不断进行优化，只有两者共同进步、相互配合，才能充分发挥对方的优势。在教学实践中，教师需掌握现有的教学资源、教学环境、教学目标等要素，并根据线上教学模式的进行有效整合，发挥线上线下协同育人效应，不断提升教学效果。

（二）线上线下混合式教学模式在高职市场营销课程中的应用价值

1. 是提升教学质量的有效途径

互联网越来越成为高职学生学习和娱乐的重要场所，

相较传统教学模式来说,线上教学的形式能为他们带来更多新鲜感和体验感,更是他们熟悉的领域,利用电子设备收集信息、学习知识,不仅为他们带来很大的便利,还能提升他们的学习兴趣和积极性,从而提升课堂教学质量。学生在学习过程中,不仅可以灵活安排个人学习时间,针对自身薄弱点进行重复学习,全面掌握教学内容,还可以利用丰富的线上教学资源 and 直观形象的呈现形式,降低学习难度,实现有效学习、高效学习,提升学习实效性。线上线下混合式教学法,不仅为学生学习带来便利,还为教师进行教学改革注入新鲜血液。一方面,在线上教学过程中,教师可以利用多种形式的教学资源进行知识讲解,大大提升了教师备课的灵活性与创新性,方便教师探索更丰富、有效的教学方式和教学内容,优化课堂教学。另一方面,教师可以在保留传统线下教学优势的基础上,积极引入先进的数字化技术和数字教学内容,运用多样化的呈现形式进行启发式教育,引导学生进行自主性学习、创造性学习,大幅提升教学成效。

2. 是促进学生发展的重要环节

在传统的高职市场营销课程教学中,教师往往担任主导者角色,几乎全面掌控课堂教学的节奏、内容等,学生处在被动的机械性学习当中,不利于学生实践能力和创造力的培养,在一定程度上阻碍学生全面发展,而线上线下混合式教学法更加突出学生在课堂活动中的主体地位。在这种模式下,教师转变为引导者,更加注重满足学生个性化学习的需求和适应他们的实际学习状况,从而有效地促进学生的发展。具体来说,在线上教学环节,教师的职责包括帮助学生整理学习内容、提供必要的学习资源、解答学生的疑问。学生则能够摆脱传统课堂的时空限制,根据自己的学习策略、进度和时间安排,进行自主学习。他们可以利用线上平台的互动功能主动提问,实现个性化学习,并针对性地提高自己的学习水平。同时,教师不仅要结合学生发展情况为学生上传教材知识教学,更应顾及学生对多元知识学习的需求,向他们提供丰富的线上学习资源;还要总结学生在在线上学习中表现出的普遍性问题,为线下教学提供参考和指导,全面提升学生学习效率。

三、线上线下混合式教学模式在高职市场营销课程中的应用策略

(一) 扩展线上教学阵地,满足学生学习需求

传统市场营销课程以线下教学为主,但随着互联网技术在教育领域的快速发展,“互联网+”趋势越发明显,线上教学越来越成为教学发展的重要方向。网络教学平台是高职市场营销课程线上线下混合式教学的有效载体,为教师教学、评价、考核和学生自主学习提供了便捷途

径,线上教学的优势在于,其一,打破时间和空间对师生双方的限制,二者不受特定时间和空间的束缚,可以随时随地进行教与学,有利于减少时间成本,提升教学成效。其二,线上教学资源种类多样、内容丰富、时效性强,不仅能为学生提供多样化的学习资源,如视频、音频、影视剧等等,还能提供实时更新的行业发展动态,从而提升教学内容的实用性和时效性。其三,线上教学具有很强的互动性,学生可以通过线上功能进行实时提问,教师和其他学生能进行及时解答,大大提升教学效率。具体来说,教师可以结合翻转课堂教学模式,将教学内容上传到线上平台供学生进行自主学习,也可以将线上平台作为学生自主预习的工具,布置预习任务,监控学习进度。一方面,教师应为学生提供充足的学习资源,满足学生多元化的学习需求。第一教师可以将市场营销知识点录制成微视频,上传到线上平台让学生进行自主学习;第二教师可以利用丰富的线上资源,向学生提供多种形式、数量充足的教学资源,方便学生根据自身需求灵活选择学习内容,提升学习效果;第三教师应及时关注学生在线上学习中出现的问题,并进行及时的指导和针对性地解答,保障线上教学质量。此外,为了保障学生线上学习成效,教师可以选择在线上平台布置相应的练习题,让学生在完成自主学习任务后进行练习,通过学生线上习题检验学生学习成果,为教学评价环节提供基础;总结学生学习薄弱点,为线下教学做铺垫。另一方面,学生可以在任意时间和地点,甚至利用碎片化的时间进行自主学习,根据自己的学习习惯和学习进度灵活安排学习策略,选择相对应的教学内容,从而实现个性化学习。同时,学生在进行线上学习的过程中,应有意识地自觉反思学习成效,归纳在学习过程中遇到的问题,进行自主学习或等待线下教学时进行集中解决,形成线上线下良性互动效果,提升线上线下教学成效。

(二) 丰富线下教学方法,激发学生学习兴趣

线下教学环节是市场营销课程教学的重要组成部分,是线上线下教学混合式教学中不可或缺的一环,在线上教学盛行的背景下,教师同样不能忽视线下教学的优势,而是充分利用线下教学独特的面对面互动的优势,帮助学生更直观进行知识讲解,提升教学成效。首先,在线下教学内容方面。教师在进行线下教学时,应保持和线上教学内容的连贯性,根据学生线上学习成效,对学生已经普遍掌握的知识点进行巩固,对未掌握的部分进行重点讲解,确保学生掌握完成的知识体系和夯实的基础知识。此外,线上教学偏重对学生理论知识的教学,线下教学则可以将重心放在对学生实践能力的培养上,将小组合作教学、项目式教学等线上难以实现的互动形式

融入线下课堂,培养学生良好的实践能力、团队精神、职业素养等,从而提升学生综合素质。例如,教师可以引入市场营销行业中的经典案例,在线下课堂进行深度解读和剖析,引导学生深度思考、分组讨论,在群体智慧和思维碰撞间激发创新火花,增强对市场营销理论的深刻理解。再比如,教师可以组织学生开展项目式学习,学生通过小组合作完成项目任务,如亲身参与市场调研活动、模拟市场推广方案的设计与实施全过程等,学生在亲身实践中理解、掌握、内化市场营销知识,在知识应用中锻炼实践能力,实现综合素养全面发展。其次,在线下教学手段方面。在线下环节,教师应迎合当前信息化教学发展趋势,积极引入现代化辅助教学设备和工具,为学生带来更新奇的学习体验,激发学习积极性。教师可以引入虚拟现实技术,为学生营造真实的市场营销场景,为学生提供沉浸式学习体验,使其在模拟环境中进行实践操作,熟悉服务和营销工作流程,增强实战能力。同时,高职院校层面还可以加强校企合作,将学生线下教学场地延伸到企业实际环境中,让学生在真实的岗位上进行实战演练,深化对理论知识的实际应用,提升解决问题的能力,同时还能切身感受职场氛围,在真实的工作岗位上提升职业素养,增强就业竞争力。

(三) 制定科学评价机制,提升课堂教学质量

教学评价是市场营销课程教育的重要环节,也是线上线下混合式教学效果的重要依据,同时线上线下两种教学方式的教学评价机制建设提供了更多可能,能更精准地进行教学评估和学习成果检验,为提升教学质量和学习成效提供更有力的支持。教师可以充分利用大数据技术开展线上教学评价。线上学习的优势在于网络世界处处留痕,学生线上学习行为以数据的形式被记录在系统中,教师可以利用大数据技术对学生学习数据进行收集、处理、分析、统计,形成学生个人学情档案,有利于全面掌握学生学习效果,动态监控学生学习成效,对学生开展个性化教学评价。基于此,教师可以利用大数据分析技术对学生进行过程性教学评价,延长评价周期,检验学生个体在不同阶段的学习情况,很好地避免人工评价在时间和精力上的局限性,确保评价的客观性和全面性。具体来说,教师可以根据学生线上学习情况,如学习时长、互动频率、作业完成度等指标,制定个性化评价方案,还能从学生个人线上习题正确率变化情况、作业质量等检验学生是否取得进步,从而保证每一个学生都能在自己的学习路径上不断进步。随后,教师还可以引入人工智能技术,针对学生线上评价反馈,分析学生在市场营销课程学习中的薄弱环节,为学生提供定制学习方案,推动针对性的学习资源,提升整体学习成效。

同时,以大数据为依托教学评价在全面性、科学性和客观性上更具优势,很好地避免传统评价方式的主观性和局限性,教师可以利用评价结果调整教学行为、优化教学内容,确保教学活动更加贴合学生实际需求,进而提升课堂教学质量。此外,线上评价还能实现评价主体的多元化,引入学生自评、生生互评和企业评价等方式,让不同主体参与线上评价,进一步提升评价结果多维性和客观性。需要注意的是,线上评价要注重保护学生数据安全和隐私信息安全,同时应和学生线下学习表现相结合,进行综合评价,构建更全面、更科学的教学评价体系,确保线上和线下教学评价的相互补充,形成立体化的教学评价网络。

结语

综上所述,在新的时代背景和经济环境下,市场和企业对营销人才的标准和需求不断变化,高职市场营销课程也面临着新的挑战和机遇,应紧随时代发展浪潮,积极探索新型教学模式,为学生提供更现代化、更具有时代特色的教育环境和教学内容。线上线下混合式教学法将线上教学的灵活性和线下教学的互动性有机结合,形成互补优势,是提升学生综合素养和提升教学质量的有效途径。高职院校应客观分析新时代背景下市场营销课程的课程特点和人才定位,探索线上线下混合式教学模式在市场营销课程教学中应用的价值,随后从线上教学、线下教学、课后练习和评价机制四个方面入手,全面优化课程设计,确保学生能够在灵活多样的学习模式和科学评价体系中获得全面发展,为社会输送更多优质市场营销人才。

参考文献

- [1] 延璐,秦东方,黄珍.基于BOPPPS模型线上线下混合式教学的探索与实践——以市场营销学课程为例[J].现代商贸工业,2025,(03):92-94.
- [2] 闵进波.基于OBE教育理念的中职线上线下混合式“金课”建设探索——以“市场营销基础”课程为例[J].教师,2024,(20):126-128.
- [3] 刘恋.基于智慧课堂的高职营销类课程BOPPPS混合式教学设计与实践——以《市场营销策划》为例[J].营销界,2020,(17):78-80.
- [4] 牛玉清,刘丹青,钟雪梅,等.线上线下混合式教学模式在“市场营销”课程中的应用与研究[J].科技风,2022,(23):84-86.
- [5] 郝秋娟,杨志勇,祖利然.线上线下混合式教学模式在“农产品市场营销”课程中的应用[J].农产品加工,2023,(01):116-117+120.