

基于学生职业能力培养的混合式课程教学设计与实施

——以“消费者行为分析”课程为例

王金艳

湖南环境生物职业技术学院商学院, 湖南 衡阳

收稿日期: 2022年7月22日; 录用日期: 2022年8月20日; 发布日期: 2022年8月26日

摘要

在互联网时代, 基于学生职业能力培养的混合式课程教学设计是有效开展教学活动的重要部分, 高职院校的任课教师要转变态度, 重视课程教学设计, 确定教学目标, 准确界定教学重点、难点, 做好学生学情分析, 设计好能实现教学目标的教学环节, 结合线上教学资源, 创新教学方法, 科学合理分配教学时间, 及时进行教学反思, 以更好地培养和提升学生的专业职业能力。

关键词

高职, 职业能力, 课程教学设计

Teaching Design and Implementation of Blended Curriculum Based on Students' Vocational Ability Training

—Taking the “Analysis of Consumer Behavior” Course as an Example

Jinyan Wang

Business School, Hunan Polytechnic of Environment and Biology, Hengyang Hunan

Received: Jul. 22nd, 2022; accepted: Aug. 20th, 2022; published: Aug. 26th, 2022

Abstract

In the Internet era, blended curriculum teaching design based on students' vocational ability train-

ing is an important part of effective teaching activities. Teachers in higher vocational colleges should change their attitudes, pay attention to course teaching design, determine teaching objectives, accurately define teaching key points and difficulties, do a good job of analyzing students' learning situation, design good teaching links to achieve teaching objectives, combine online teaching resources, innovate teaching methods, allocate teaching time scientifically and reasonably, and reflect on teaching in time, so as to better cultivate and improve students' professional ability.

Keywords

Higher Vocational Colleges, Professional Ability, Course Teaching Design

Copyright © 2022 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

在教育部等九部门关于印发《职业教育提质培优行动计划(2020~2023年)》中提出要“提升职业教育专业和课程教学质量”，促进职业学校“课堂革命”，进行深度课程教学改革，同时，要“推动信息技术与教育教学深度融合”，充分利用信息技术进行信息化教学资源建设，服务教学设计、教学实施和教学评价等教学过程，以不断培养和提高高职院校学生服务我国经济建设需要的职业能力。

教学设计是课程教学的开始，在互联网时代，充分利用信息化教学资源，进行符合学生学习规律的教学设计能很好地满足学生学习知识和技能的需要，有利于其职业能力的培养[1]。

2. 教学设计的概念

综合学者对教学设计概念的界定，教学设计是任课教师依据课程教学标准的要求，结合学生学习的特点，将教学各要素如教学目标、教学重难点、教学时间分配等进行科学合理安排，以确定适合学生学习的教学方案，更好地开发人的才能的过程。从教学设计的概念可以看出，教学设计的目的是为了能够更好地培养和提高学生的职业能力。

3. “消费者行为分析”课程的教学设计及实施现状

“消费者行为分析”是高职市场营销专业的核心课程，该课程主要是分析研究消费者在不断变化的消费环境下消费者行为的特点、内外影响因素、购买模型、消费决策过程等，是一门理论和应用相结合的课程[2]。学生通过对消费者心理及行为进行分析，进而进行消费者画像，确定企业目标市场心理与行为特征，能帮助企业在市场经济条件下提高其市场竞争力、扩大产品销售、增加企业利润。因此，该课程的应用性相当强。该门课程任课教师通过科学合理设计教学环节并实施教学，定然能很好地培养和提高学生的职业能力。然而，在对国内多所高职院校该课程任课教师调查后发现，“消费者行为分析”课程的教学设计及其实施在培养学生职业能力方面不是很理想，主要存在以下问题。

(一) 部分教师不重视课程教学设计，且教学设计没有落实到教学实施过程中

在一些高职院校任课教师不重视课程教学设计,认为教学设计可有可无,有些任课教师即使因为学校要求撰写了教学设计,这些教学设计也只停留在纸上,并没有落实到教学实施中。任课教师还是简单地采用传统的课堂授课教学方法进行知识点的讲授,整个课程教学过程中只有教师讲授,学生听讲或回答问题,教学环节单一,这种教师一言堂的教学模式,容易使学生产生倦怠感,上课提不起兴趣。相反,如果重视并设计课堂教学方案,不仅能提高学生的学习兴趣,还能更好地减轻使教师的职业倦怠感。有了教学设计,教师对自己上的每一讲课程有没有实现教学目标,实现的程度怎么样就会清清楚楚,这有利于提升教师的工作成就感和满意度。

(二) 教师不重视课程内容的教学目标分析,教学目标不明确

任何教学活动过程中应该有明确的教学目标,教学目标既是教学活动开展需要实现的目的,也是教学效果评估的依据。目前在高职课程教学中,还存在不少教师不重视教学目标的分析,甚至上课没有教学目标,不知道自己上这节课要解决什么问题,要让学生学到什么知识和技能。学生就更加不知道为什么要学,学到什么程度才算掌握了该节课的知识和技能,最终老师和学生都在迷茫中完成该门课程的学习,当然,这样的教学效果可想而知,是相当差的。

当然,还有部分教师知道要重视教学目标的确定,但因自身能力等各方面原因,确定的教学目标不够明确,教学目标不明确的教学设计也是无法有效培养学生的职业能力的。

(三) 教学设计中教学重点难点界定不够准确,且在教学实施过程中没有突出强调

重点难点的界定是教学设计中的重要部分,重点难点也是教师需要花较多的时间精力去帮助学生解惑的问题。部分教师对课程内容重点难点的界定比较随意,虽然在教学设计里有涉及重点难点的内容,但对学生而言,并不是重点或难点知识,这表明部分教师在教学设计过程中并没有认真分析,也没有具体了解学生的学习情况。同时,即使有界定教学重点难点,但还存在在教学实施的时间分配上不合理的现象,并没有花较多的时间来解决重点和难点的问题。最后可能会导致这样的结果,课上完了,学生对需要重点掌握的和没弄明白的难点知识和技能还是一知半解。

(四) 不重视学生学情分析,导致学情分析不准确甚至缺乏

由于高职学生生源主要来自中职、普高,生源结构相对比较复杂,且学生的基础知识较弱,对学科性知识的学习缺乏兴趣,这就使得很多高职教师认为所有高职的学生学习能力差、不愿意学习,也就不愿意花时间和精力去分析班上学生的具体学习情况,对学情分析不重视,也就无法做到“因材施教”,学生的职业能力自然无法培养和提高。

(五) 教学方法陈旧,缺少创新,没有充分利用线上教学手段开展教学,无法有效调动学生学习的参与性和积极性

教学过程中,高职院校还存在部分教师在教学过程中以传统教材为主开展教学,重教材轻学生需求,重教师讲授轻学生自学,重理论轻实践,重线下教学轻线上教学,教学方法陈旧,依然采取“满堂灌”的教学方式,没有考虑利用学生喜欢参与的线上创新教学方式方法,这导致大学课堂上教师在台上很辛苦地讲课,学生在台下玩手机、打瞌睡,无法调动学生学习的积极性。

4. 基于职业能力培养的高职院校市场营销专业混合式课程教学设计

(一) 教学设计思路

确定教学目标,准确界定教学重点难点,分析学生学情,采用“翻转课堂”等线上线下混合式教学模式,利用案例教学法、分组讨论法、旋转木马教学法等创新教学方法,融入游戏化教学元素,以学生的“学”为主,提高学生的学习主动性和参与度,设计符合高职学生学习特点的教学环节,分课前、课

中、课后实施教学，培养和提高学生的职业能力。

(二) 高职市场营销专业“消费者行为分析”课程教学设计

1) 教学目标设计

根据高职市场营销专业“消费者行为分析”课程教学标准，该课程教学目标主要包括思政目标、知识目标、能力目标和素质目标。每一讲内容都需要确定这四个方面的教学目标，且对教学目标进行重构并融入到线上线下教学环节设计中[3]。其中，思政目标的确定需要根据知识点结合市场环境进行思政元素的挖掘，并在教学过程中把思政元素融入到教学内容；知识目标和能力目标需要根据课程标准和人才培养方案，并结合职业岗位知识能力需求进行确定；素质目标则是对学生综合素质提出要求。特别要注意的是，教学目标不是教师教学要达到的目标，而是学生学习要达到的目标[4]。

2) 教学重点、难点设计

任课教师要准确界定每一讲课程内容的重点难点，并在教学实施过程中通过设计一定的教学环节进行突出强调，如对一些重点和难点问题，教师可以设计分组讨论案例的形式，对“消费者行为分析”课程而言，案例教学法是有效的课堂教学方法[5]。通过分组案例讨论可以强化学生对知识和技能的掌握，能有效提高教学效果和学生职业技能。同时，在每节课的学时分配上，增加重点、难点的学习时间，做到教学内容时间分配上科学合理。

3) 学情分析

《论语·为政》里说“因材施教”，意即教学要根据学生的具体情况如兴趣、能力开展教学，在教学设计里学情分析是很有必要的。这就要求任课教师在上课前通过对生源来源、学生的学习基础、学生学习过程中的课前测验等学习数据进行分析，弄清楚班上学生的整体学习情况、个别学生的学习情况，有针对性地进行课程设计，真正做到“因材施教”，以最大限度地让每一个学生都能掌握所学专业知识和技能。

4) 教学环节设计

教学环节设计是为有效地实现教学目标，解决教学重点及难点问题而开展的，因此，教学环节的设计依据应该是教学目标及教学重点、难点。在“消费者行为分析”之“感觉”知识点的教学中，教学能力目标是“能正确理解并能运用感官营销的知识开展营销活动”，为达到该教学目标，设计了“衡阳市金甲岭萝卜市场推广”分组案例分析环节。衡阳金甲岭萝卜是湖南地标农产品，高职教育是服务本地经济发展的，该案例的设计综合考虑了市场和学生的实际需要，体现了案例的职业性、学生的主体性和解决方案的多样性[6]。课前让学生对衡阳市金甲岭萝卜的相关资料进行了解，课中以分组讨论的形式，让学生结合该知识点进行深入研究，并以组为单位在课堂上进行观点阐述，并把讨论结果上传到线上学习平台让全班同学进行点评，这样，经过组内讨论、组间观点阐述、班级同学点评及教师点评，线上线下结合，学生参与度高，能较好地实现所有学生“正确理解并能运用感官营销的知识开展营销活动”的教学能力目标。而且，这种参与式的教学方式，能有效激发学生主动学习的积极性，促进职业能力提升。

5) 教学反思

教学反思是任课教师对教学活动实施后教学过程、教学方法、教学效果等的总结和反思，通过反思，找到教学过程中存在的问题，为后期更好地进行教学设计并开展课堂教学活动提供依据。

5. “消费者行为分析”课程教学设计实施

下面以高职市场营销专业“消费者行为分析”课程的第三讲“感觉”的课程设计为例，以表的形式进行教学设计及实施说明(见表1，表2)。

Table 1. Teaching objectives, key and difficult points and learning situation analysis

表 1. 教学目标、重点难点及学情分析

教学目标	思政目标: 通过学习感觉的内容, 培养学生诚信、正直的品德, 和维护经济可持续发展的意识, 在潜移默化中培育社会主义核心价值观, 提高学生综合职业素养, 树立社会主义职业精神。
	知识目标: 1) 能陈述感觉的概念、感觉的一般规律 2) 掌握感官营销的内容
	能力目标: 能正确理解并能运用感官营销相关知识开展营销活动
	素质目标: 1) 具备营销行业职业素养 2) 树立诚信守信、有责任心的企业价值观 3) 具备自主学习的能力, 在实践中养成用营销思维思考问题和解决问题的职业习惯
教学重点	感觉的一般规律
教学难点	能灵活运用感觉相关知识, 开展营销活动。
学情分析	具备条件: 通过前一讲讲内容的学习, 大部分学生对消费者行为有了一定的了解, 能较好地理解消费相关概念, 对消费者行为有一定的感性认识。
	不足之处: 部分学生主动学习能力较差, 收集、辨析有效资料的能力不够, 课外专业书籍阅读少, 导致独立思考问题、解决问题的能力不足。

Table 2. Teaching process design

表 2. 教学过程设计

教学环节	教学实施内容	活动		教学手段
		教师	学生	
课前环节	1) 领学习任务: 学生到智慧职教领取本讲课程学习任务单, 并了解本讲内容教学目标、重点、难点及学习资源 2) 学习平台课程内容: 学生到学习平台学习本讲课程内容, 并完成以下任务 a) 表述感觉的概念 b) 理解感觉的一般规律 c) 列举导致适应的因素 d) 表述感官营销的内容 e) 准备案例分析 3) 课前测试	1) 发放学习任务单, 分发金甲岭萝卜案例分析相关资料 2) 查看并督促学生完成在线学习平台的学习及测试任务 3) 分析在线学习及课前测试数据, 了解学生课前准备情况。	1) 领取学习任务单及案例相关资料 2) 学习线上平台课程内容, 并完成任务单任务 3) 完成在线测试	智慧职教平台、微课、PPT 多媒体教案、图文案例资料
课中活动 (一) 基础巩固 (35 分钟)	(25 分钟) 1) 教师根据课前在线平台学生学习及测试分析结果, 发现问题, 课堂讲授相关重点、难点知识。 2) 学生课堂掌握本讲主要知识点	1) 课堂讲授 2) 示范“旋转木马”教学法	1) 理解重点、难点知识 2) 采用“旋转木马”教学法一对一互相讲解感觉的概念、感觉的一般规律、导致适应的因素、感官营销的内容等识记性知识点	智慧职教平台、PPT 多媒体教案

Continued

课中活动 (二) 分组讨论 (55分钟)	<p>步骤 1: 分组讨论(25分钟)</p> <p>1) 学生以 5~6 人为一组, 根据资料, 结合消费者感觉的相关知识, 请同学们为衡阳金甲岭萝卜的市场推广提出营销策略, 评选出“最佳营销策略奖”。</p> <p>2) 得出讨论结果, 形成结论。</p> <p>步骤 2: 在线课堂及发言准备(15分钟)</p> <p>1) 登录智慧职教平台在线课堂, 在本讨论主题下上传结论。</p> <p>2) 进行课堂发言训练。</p> <p>3) 老师巡视课堂, 引导合作学习。</p> <p>步骤 3: 课堂发言并评奖(20分钟)</p> <p>1) 学生主动阐述自己的观点。</p> <p>2) 小组自评、学生互评、教师点评。</p> <p>3) 评奖。</p> <p>步骤 4: 课堂小结(5分钟)</p> <p>老师进行小结并点评</p>	<p>1) 课堂巡视, 引导学生进行资料整理分析;</p> <p>2) 督促学生参与合作学习, 鼓励学生主动发言;</p> <p>3) 课堂点评并小结。</p>	<p>1) 以组为单位进行案例讨论并对讨论结果进行整理分析;</p> <p>2) 进行课堂发言训练;</p> <p>3) 主动阐述自己的观点;</p> <p>4) 对各组讨论结果进行线上线下点评。</p>	智慧职教平台、PPT 多媒体教案、案例资料、图片
课后环节	<p>课后在线测试</p> <p>学生登录智慧职教平台完成在线测试</p>	<p>1) 智慧职教平台发布作业;</p> <p>2) 查看并督促学生作业完成进度;</p> <p>3) 作业点评。</p>	在规定时间内按要求完成课后测试。	智慧职教平台
教学反思	<p>通过“旋转木马”教学法, 导入游戏元素, 提高了学生学习的兴趣, 加深了对识记性知识的掌握; 通过分组讨论的形式进行案例分析, 调动了学生学习的主动性, 激发了学生的创新意识, 提高了学生分析并解决问题的职业能力。但存在个别学生跟不上学习进度的情况, 同时, 各教学环节时间分配还需要调整。</p>			

总之, 在互联网时代, 基于学生职业能力培养的混合式课程教学设计是有效开展教学活动的重要部分, 高职院校的任课教师要转变态度, 重视课程教学设计, 确定教学目标, 准确界定教学重点、难点, 做好学生学情分析, 设计好能实现教学目标的教学环节, 结合线上教学资源, 创新教学方法, 科学合理分配教学时间, 及时进行教学反思, 以更好地培养和提升学生的专业职业能力。

参考文献

- [1] 翟斌元, 刘维国, 阎江先, 何蓉, 张翼辉. “互联网+”“智能+”环境下高职院校教师混合式教学设计实施应用[J]. 山西青年, 2022(10): 95-97.
- [2] 张中科. 消费者行为分析与实务[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2020.
- [3] 陈双双, 徐金虎. 基于布鲁姆目标分类理论的混合式教学设计研究——以市场营销学课程为例[J]. 现代职业教育, 2022(24): 79-81.
- [4] 李亚林. BOPPPS 教学设计原理及其应用研究——以“消费者行为学”课程为例[J]. 兰州教育学院学报, 2020, 36(9): 90-92.
- [5] 余红剑, 邵凯希, 周芷衣. 基于翻转课堂的《消费者行为学》案例教学设计与实践[J]. 黑龙江教师发展学院学报, 2021, 40(5): 32-36.
- [6] 汪海, 朱琳. “1+X”证书背景下“市场营销学”案例教学设计研究——任务驱动下的案例教学设计[J]. 老字号品牌营销, 2022(6): 185-187.