

基于OBE理念下的《网络营销》课程实训教学改革探讨

陈孟强

广东理工学院经济管理学院, 广东 肇庆

收稿日期: 2023年11月2日; 录用日期: 2023年12月14日; 发布日期: 2023年12月22日

摘要

面看当前形势,《网络营销》课程实训教学过程中存在的问题有:实训教学方式难以有效开展、课程考核与评价方式较单一、实训内容专业特色不突出、对课外知识的扩展不足等问题。本文结合OBE理念,对课程的实训项目、实训大纲、实训内容等进行研究,提出有针对性的解决思路,从而提高《网络营销》课程实训教学的效果,让学生毕业后能够更好地适应社会的需求。

关键词

OBE理念, 网络营销, 实训教学, 改革

Discussion on the Practical Training and Teaching Reform of Network Marketing Course Based on the Concept of OBE

Mengqiang Chen

School of Economics and Management, Guangdong Technology College, Zhaoqing Guangdong

Received: Nov. 2nd, 2023; accepted: Dec. 14th, 2023; published: Dec. 22nd, 2023

Abstract

Looking at the current situation, the problems existing in the training process of the Network Marketing course are: It is difficult to carry out the practical training teaching method effectively, the course assessment and evaluation method is relatively single, the professional characteristics of the practical training content are not prominent, and the expansion of extracurricular knowledge is insufficient. Combined with the concept of OBE, this paper studies the practical training

project, training outline and training content of the course, and puts forward targeted solutions, so as to improve the effect of the practical training teaching of "Network Marketing" course, so that students can better adapt to the needs of the society after graduation.

Keywords

OBE Idea, Network Marketing, Training Teaching, Reform

Copyright © 2023 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

随着互联网的普及，网络营销已经成为企业进行营销推广的重要手段。传统的营销方式已经无法满足企业的需求，而网络营销则能够更好地满足企业的需求，并且更加高效、精准和个性化。因此，对《网络营销》课程进行改革，加强学生对网络营销知识和技能的学习，是适应时代发展的必然要求。

《网络营销》课程是一门实践性很强的课程，除了要学习掌握好它的理论知识部分以外，还需要进行相应的模拟实训实操，来提高学生的动手动脑能力。加上现今电商行业的不断发展更新，营销模式和手段的创新，也需要学生能够跟随时代的发展，不断吸收新的知识，并能灵活运用现有的理论知识，进行创造性思维，更好的满足不断变化的市场需求。

2. 《网络营销》课程实训教学的问题

2.1. 实训教学方式难以有效开展

结果导向型教学要求实训教学过程的设计应结合当前企业对毕业生的要求来制定，实训项目的质量与学生对课程学习内容理解情况密切相关[1]。由于新的营销方法、新的营销模式不断涌现，电子商务专业的课程也在随之调整，增加了许多新的课程，比如：网络数据库应用开发、人工智能导论等，这些新的课程增加，对原有课程的学时会进行压缩等情况，使得原有课程的实训学时不足，导致学生在完成实训项目时，往往面临的问题是时间过于紧凑，难以完成耗时较长、要求较复杂的实训项目或者存在完成质量不高的情况。为了有效的解决这一问题，老师会对部分实训项目的难度进行下调，对实训项目的数量进行删减，实训项目的内容进行精简。导致学生的实训锻炼目标难以实现。

2.2. 课程考核与评价方式过于单一

《网络营销》课程的考核与评价方式比较单一，还是以以往实训课的考核方式进行，主要是由平时考勤成绩、平时课堂表现情况、实训成果展示、实训报告填写等方面，但对学生实训如何完成的，在实训过程中所具备的团队精神、分工协作能力、创新能力等缺乏考核标准，达不到实训的目的。

2.3. 实训内容企业特色不突出

《网络营销》课程实训是结合电子商务行业人才需求情况对学生所学的网络营销专业知识进行的综合应用与提升，课程应紧密联系实际，彰显企业特色，结合目前实际企业面临的问题，针对性地提出有建设性的解决方案。但往往会受到现阶段的条件限制，比如目前的实训设施设备滞后、实训软件更新不足、教材提供的案例的前沿性不够，对最新的营销方式、营销手段把握不到位，对变化了的市场情况捕

第二，组织教学实施。

这个阶段是课程实训项目完成的关键。教师申请专业实训室、提供实训所需要的软件、硬件及相应的设施、设备。在规定的时间内，要求学生按照实训计划、实训要求、实训步骤结合实训目标完成实训。通过对项目的及时了解，保障学生的实训项目不偏离主题并能按时按质完成。教学实施阶段的实训过程如图 2 所示。

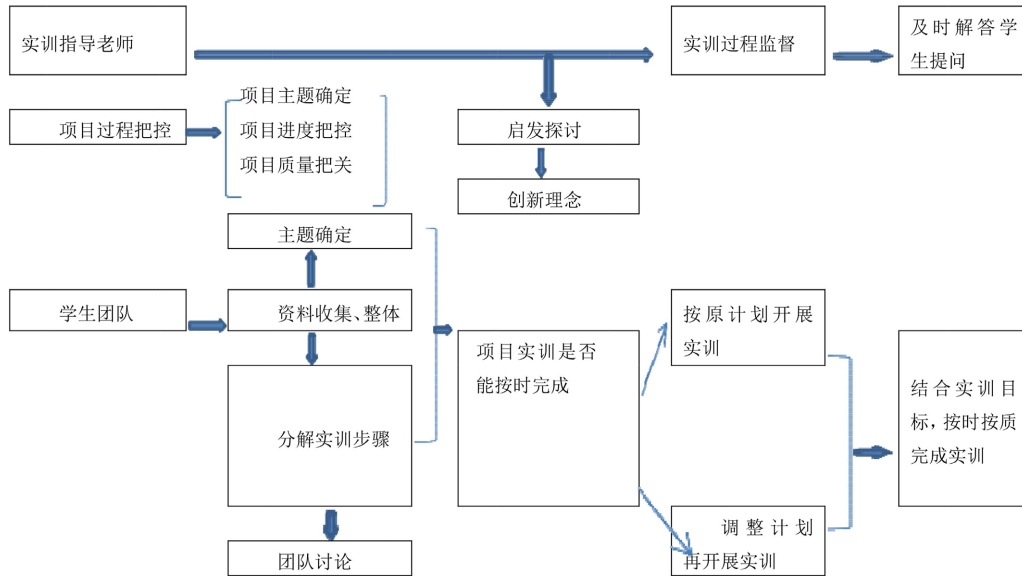


Figure 2. Implementation process of the teaching implementation stage
图 2. 教学实施阶段实施过程

第三，落实考核与评价。

通过对实训过程的观察及最后成品的检验，对实训项目进行最终的考核。在考核过程中可以进一步创新考核方式，从原来的单一看实训结果到现在的多元化考核[4]。考核的内容有：学生的团队精神、组长的领导能力、成员的配合度、实训过程中是否集思广益发挥各自的长处，以及项目过程中项目本身的难易程度、考勤情况、平时表现、课堂表现、并结合过程评估、实训报告的撰写、实训汇报 PPT、答辩情况等一个综合的评价及评分。如图 3 所示。

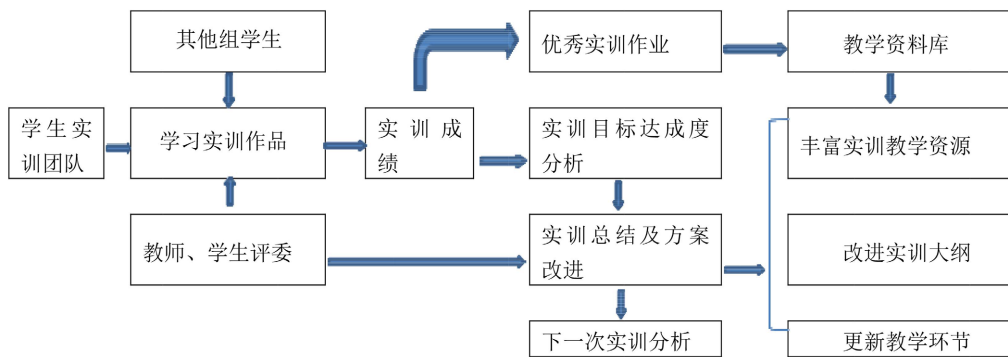


Figure 3. Practical training assessment and evaluation process
图 3. 实训考核与评价过程

第四，改进更新阶段。

实训项目结束后，需要结合实训过程中存在的问题，遇到的阻碍进行分析、反思，总结在实训过程中取得的成绩，加以肯定及在课堂上展示分享；对于实训过程中存在的问题，提出改进方案，在下一次实训过程中进行改进。

4. 实训项目的组织实施

4.1. 确定实训目标

网络营销实训目标是结合课程目标要求及实训课时安排，对课本的主要知识点挑选相关章节的内容进行实训，结合实训课时的安排要求，在学期末的最后四周展开实训，目的是通过实训，让学生能更好的认识网络营销的基本知识点，更好的理解及能够灵活运用课程所学知识，能更好的发挥自己的主观能动性，进一步激发学生的创新思维[5]。

4.2. 理清实验内容

结合课程所学理论知识及实训大纲的相关要求，对具体的实训项目进行规划，给出相应的实训内容指导，要求学生在规定时间内，按计划完成相应的实训项目。本课程的综合实训目的、要求及实训内容，具体如下表 1：

Table 1. Experimental content

表 1. 实验内容

实验项目	实验目的、要求	实验内容
软文营销	通过本章节的学习，能对选取的企业或具体的产品进行有效的软文营销。	选取具体企业及产品，组员分工，针对产品撰写软文，上台阐述产品软文设计思路和理念，将达到的预期效果。
E-mail 营销	通过书本内容学习，能够对选定企业进行 E-mail 营销，设计 E-mail 的具体内容，设计思路。	选取具体企业，组员分工，针对企业设计 E-mail 营销内容，并展示产品设计结果。
视频营销	通过课堂视频营销内容学习，能够对选定产品进行视频营销,拍摄小视频。	选取具体产品，组员分工，想好拍摄场地和人员，设计拍摄情景，最后将拍摄视频播放，人员上台讲解思路。
广告营销	通过书本内容学习，了解什么是广告营销，对现有的广告进行有针对性分析。	选取某一具体广告，分析其设计思路，并针对广告所产生的效应进行分析，阐述该广告的利弊。

4.3. 完成报告与考核

第一，实训报告要求。根据教师的具体要求，全班同学进行分组，各组员之间合作，共同完成实验报告，并撰写书面报告，制作演讲 PPT，每组成员派代表出来上台演讲及回答教师和学生的提问。

具体实训报告填写要求如表 2：

第二，考核方式与成绩评定。每次作业分组完成，形成书面报告，安排代表上台演讲与答疑。根据组员对作业贡献大小，进行具体的打分。作业分数由两大部分组成：实训项目小组作品上台展示考核评分(占比 60%) + 实训项目小组实训报告填写考核评分(占比 40%)。作业采取百分制原则，在规定时间内完成，完成情况较好者，记为优秀。不按时完成作业或完成情况不佳者，酌情扣分。小组作品上台展示评分标准如表 3 所示：

Table 2. Requirements for filling in the practical training report

表 2. 实训报告填写要求

实训报告	撰写实训步骤	实验数据、图表记录及分析	实验(训)总结及收获
软文营销	1) 确定产品 2) 资料收集 3) 得出结论 4) 撰写软文	<p>写一下产品的基本情况、软文的创意思路、最终的成品截图如图：</p> 	<p>阐述通过本次软文营销，对软文创作的认识，完成实训过程中解决了哪些问题及有哪些方面的提高，还需要努力改进的地方。</p>
E-mail 营销	1) 选定企业\平台\品牌，获取产品信息 2) 编辑产品宣传文稿 3) 模拟发送电子邮件营销 4) 打开电子邮件预览	<p>将设计好的电子邮件截图、对方打开邮件预览的截图记录下来：</p> 	<p>分析通过设计电子邮件、选取对象发送电子邮件，反思电子邮件营销过程中需要注意的问题及自身的不足。</p>
视频营销	1) 拍摄：确定拍摄对象、场景选择、产品展示 2) 剪辑	<p>将拍摄的视频关键图片截取下来，如图：</p> 	<p>阐述通过本次视频拍摄作业，学到了什么，对拍摄对象和拍摄手法以及拍摄场景的布置等方面有哪些不足的地方。</p>
广告营销	1) 确定选取的视频广告对象 2) 确立主题 3) 分析广告设计思路 4) 分析广告场景设计、色彩搭配、声音选择、人选、广告的优缺点	<p>将广告中的关键图片截取下来展开分析，如图：</p> 	<p>阐述通过广告鉴赏，对广告营销的认识。反思如何设计一个好的广告、让消费者记忆犹新并实现最终购买。</p>

Table 3. The works of the practical training project team were presented on stage to show the example of assessment scoring standards

表 3. 实训项目小组作品上台展示考核评分标准示例

A: PPT 评分(100 分)	B: 演讲标准(100 分)	C: 回答问题标准(100 分)
1、主题(30 分): 主题鲜明、条理清晰, 重点突出, 见解独到。	1、语音(20 分): 普通话标准, 语速适中, 便于消费者理解和吸收。	1、语音(20 分): 语音非常规范 20 分, 比较规范 15~19 分, 一般规范 10~14 分, 不规范 10 分以下。
2、材料(30 分): 材料收集较全面真实、题材新颖, 具有一定的研究价值;	2、感染力(30 分): 声音大小适中, 结合演讲内容赋予一定的感情色彩, 表达自然流畅, 节奏张弛有度, 能引起消费者的兴趣。	2、个人观点(30 分): 小组以及个人共同探讨的观点, 观点要符合事实状况。

Continued

3、结构(30分):结构完整清晰、层次分明,有足够的论点进行支撑;构思巧妙。	3、熟练程度(30分):应对演讲内容熟悉,能够脱稿演讲,若不熟练,每停顿一次减3分。	3、逻辑关系(20分):思路清晰,表述时语言流畅,回答过程中逻辑不断层。
4、ppt制作的整体效果(10分)	4、态势语(20分):自然得体,端庄大方。	4、回答问题的能力(30分):反应要快,提问结束后,能及时回答;回答的问题能切中要点。

总分:由各评分结果所占比例构成: $A \times 20\% + B \times 50\% + C \times 30\%$ (例如:第一组: A: 88分, B: 90分, C: 86分, 最终得分是: $88 \times 20\% + 90 \times 50\% + 86 \times 30\% = 88.4$)

每一组成员完成实训项目后,都需要结合实训项目的完成情况,按要求填写实训报告,实训报告的考核评分标准主要有三个方面:实训步骤、实训数据图表记录及分析、实训总结及收获,根据这三个方面教师进行评分,具体评分标准如下表4所示:

Table 4. Example of the assessment and scoring criteria for filling in the practical training report of the practical training project team

表 4. 实训项目小组实训报告填写考核评分标准示例

A: 实训步骤(20分)	B: 实训数据图表记录(50分)	C: 实训总结(30分)
结合实训要求及实训过程,按要求填写好实训步骤。	将实训过程中的重点内容、图片表等记录下来,通过截图配上文字阐述及相关分析。	将实训过程中取得成绩、存在问题、今后的改进建议等撰写清晰。
实训步骤清晰,内容详实(15~20分)	截图具有针对性,阐述清晰,分析到位。(40~50分)	对本次实训总结到位,问题认识清晰、建议合理。(25~30分)
实训步骤较清晰,内容较完整(10~14分)	截图较有针对性,阐述比较清晰,有一定的分析。(30~39分)	对本次实训总结较到位,问题认识一般、建议较合理。(20~24分)
实训步骤不清晰,内容不完整(9~5分)	截图针对性不强,阐述不太清晰,分析不到位。(20~29分)	对本次实训总结不到位,问题认识不清晰、建议不合理。(10~19分)
实训步骤缺乏、内容偏题(5分以下)	截图没有针对性、阐述不清晰、分析缺乏或偏题(20分以下)	对本次实训总结欠缺或偏题,问题不清晰或缺、建议不合理或缺。(10分以下)

总分:由各评分部分相加构成: $A + B + C$ (例如:第一组: A: 18.5分, B: 46分, C: 27分, 最终得分是: $18 + 46 + 27 = 91.5$)

4.4. 教学评价

根据本课程的实训要求及实训内容方面的安排,对实训课程的实训改革方案,改革情况展开有针对性的调查,设计调整问卷并发送问卷,获取相应的调查数据,每一份问卷采取不记名方式展开[6]。评分标准为1~5分,学生根据提问的问题,1分表示完全不同意,5分表示完全同意。本次调查共发出问卷49份,回收49份,回收率100%。再通过SPSS工具对问卷调查数据进行单样本t检验,其检验结果如表5所示。

根据分析调查结果的显示,可以看出各项目t值高于检验值3, $p < 0.001$,具有统计学意义,学生对于在OBE理念下的网络营销综合实训课程教学方式较为满意,同时也认为实训项目的难度较大。

Table 5. Teaching evaluation table
表 5. 教学评价表

项目	N = 49	t	p
团队协作能力	4.46 ± 0.629	14.356	<0.001
专业技能提升	4.43 ± 0.672	14.213	<0.001
教学满意度	4.42 ± 0.665	14.021	<0.001
创意设计能力	4.43 ± 0.653	13.612	<0.001
创新思维启发	4.42 ± 0.679	12.614	<0.001
自主学习能力	4.41 ± 0.721	14.534	<0.001
实际问题解决能力	4.43 ± 0.713	12.427	<0.001
理论知识灵活运用能力	4.44 ± 0.620	14.307	<0.001
实训项目难易程度	4.40 ± 0.716	13.274	<0.001
教学效果评价	4.46 ± 0.679	12.561	<0.001

5. 对《网络营销》课程实训项目改革的教学反思

在传统教学过程中，以教师为主导，对教学的内容进行实训设计，没有充分考虑到企业及市场需求情况的变化，也没有考虑到对学生的能力提升是否与用人单位的需求相一致，不利于将来学生对社会的适应能力得到有效提高[7]。为了更好的培养及提高学生将来就业的适应能力，提出以 OBE 理念为指导的实训课程改革要求[8]，如下表 6 所示。

Table 6. Comparison of the practical training requirements before and after the reform
表 6. 实训要求改革前后对比

改革前实训要求	改革后实训要求
以教师为主导	以学生为主体
结合书本重点理论知识及实训大纲要求展开实训。	结合市场用人单位的实际需求及教学重点理论知识、实训大纲情况展开。
实训项目由教师设计、步骤明确、实训要求明确、学生严格按照要求执行。	教师提供实训项目的总体要求、实训完成目标要求、相关实训参考资料、学生灵活操作、自主完成。
考核环节主要是教师结合实训项目完成情况进行评价及评分。	考核环节由教师、学生共同完成，对实训项目的开展过程、实训完成情况进行评价及评分。

6. 变革“双导师”制，重视教学人员侧的变革与培养

传统的“双导师制”模式实际上无法培养真正的高新人才。一方面继续发挥传统优势，实行工学结合、轮岗轮训等师资培养模式，做实并加强“双师型”教师队伍建设，促进教师专业发展、提升教师实践教学能力。但是更重要的是，推行企业人才进课堂，大胆聘用企业人才担任课程教师或指导老师，最好是直接担任课程研发、实践导师，使其成为高职院校教师。另一方面，组织教师下到企业进顶岗锻炼，积累企业一线岗位技能经验。更为大胆的做法，邀请企业业务骨干与学校教师、学生共同创造项目企业，协同搭建平台，夯实师生实践实习建设基础，促进专业与行业企业校企深度融合[9]。并邀请行业龙头企业一线业务骨干、经理到校开展培训和兼课，充实并提高兼职师资队伍建设的成效。

我们的教学人员绝大部分仅仅是“课本专家”，不是“企业实践家”，因此，实训教学变革必须从教学人员侧进行相应的变革与培养。如何使“课本专家”成为“企业实践家”？根本的办法是抓住教学人员进行职业素养、学科素养、职业技能等进行顶岗实习、知识再教育、技能再培训，尤其使他们成为专业思想思考者、课程教学设计者、教学资源整合者、新技术运用者、企业教学实践者[10]。其次，通过国家、省、校三级师生比赛机制，提升课程教学水平，“做学教一体化”，推动实践教学转型升级，实现“以赛促教、以赛促学、以赛促改、课赛融通”的目标。

基金项目

课题来源：广东理工学院质量工程项目《基于 OBE 理念的 SPOC “混合教学模式” 研究——以〈网络营销〉课程为例》(JXGG202227)的研究成果。

参考文献

- [1] 赵志科, 吴才章, 王莉, 张玉敬. 测控技术与仪器专业综合性实训类课程教学改革——以“测控系统与仪器综合设计与实训”课程为例[J]. 西部素质教育, 2022, 8(22): 170-173.
- [2] 邹志文, 王齐祥. 基于整合理念下实训课程情景模拟教学改革与实践[J]. 邢台学院学报, 2022(3): 155-159.
- [3] 谢妮. 产教深度融合下市场营销专业实训课程的教学改革探析[J]. 创新创业理论与实践, 2022(5): 30-32.
- [4] 许丽川, 申世军, 刘洋, 李化. 对电气控制实训教学改革和设计的思考与实践[J]. 实验技术与管理, 2021(3): 192-196.
- [5] 危祝平. 基于能力本位与课程思政的助产学实训教学改革探索[J]. 西部素质教育, 2022(8): 23-26.
- [6] 张林静, 李娟, 李淑慧. 基于培养工匠型人才视域下专业实训课程教学改革探究[J]. 安徽电子信息职业技术学院学报, 2022(2): 55-59.
- [7] 闫龙, 张鑫, 张顺堂, 温国锋, 吴昌友. 教学-实验-实训三位一体的单片机教学改革探讨[J]. 实验室研究与探索, 2019(8): 220-223.
- [8] 吴修娟, 何延辉, 缪辉, 代祥, 任盼, 张星宇, 王宽. 数控加工综合实训实践教学改革探索与实践[J]. 创新创业理论与实践, 2022(12): 42-45.
- [9] 张武威, 杨秀珍, 魏茂金. 疫情期间以学习成果为导向的翻转课堂教学创新[J]. 高等工程教育研究, 2020(5): 194-200.
- [10] 陈向明. 优秀教师在教学中的思维和行动特征探究[J]. 教育研究, 2014(5): 128-138.