

合作学习法应用于中职市场营销课的研究

刘平玉, 莫应辩

贵州财经大学商学院计算机科学系, 贵州 惠水
Email: 1624488595@qq.com

收稿日期: 2021年7月14日; 录用日期: 2021年8月19日; 发布日期: 2021年8月26日

摘要

《基础教育课程改革纲要(试行)》中指出:“改变课程实施过于强调接受学习、死记硬背、机械训练的现状,倡导学生主动参与、乐于探究、合作学习。”此后,“合作学习法”在中小学开始试行和实施,但是在中职学校的市场营销课程中的运用并不是十分成熟。随着职业教育的改革和经济的发展,更加需要高素质劳动者和技术技能人才。笔者认为“合作学习法”对培育高素质人才具有促进作用,因此,对合作学习法应用于中职市场营销课进行了相关研究。

关键词

合作学习法, 中职, 市场营销课, 研究

Research on the Application of Cooperative Learning Method in Marketing Course in Secondary Vocational School

Pingyu Liu, Yingbian Mo

Department of Computer Science, School of Business, Guizhou University of Finance and Economics, Huishui Guizhou
Email: 1624488595@qq.com

Received: Jul. 14th, 2021; accepted: Aug. 19th, 2021; published: Aug. 26th, 2021

Abstract

In the Outline of Basic Education Curriculum Reform (trial), it is pointed out that “changing the status quo that curriculum implementation emphasizes too much on accepting learning, rote memorization and mechanical training, advocating students’ active participation, willingness to explore

and cooperative learning.” Since then, “cooperative learning method” began to be tried out and implemented in primary and middle schools, but the use of marketing courses in secondary vocational schools is not very mature. With the reform of vocational education and the development of economy, high-quality workers and technical skills are needed more. The author thinks that “cooperative learning method” can promote the cultivation of high-quality talents, so the application of cooperative learning method in the marketing course of secondary vocational school has carried on the relevant research.

Keywords

Cooperative Learning Method, Secondary, Marketing, Research

Copyright © 2021 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

在知网上以“中合作学习法”为关键词进行搜索,从2011年~2019年共有64篇期刊论文,1988年~2018年期刊、硕士论文、博士论文共208篇关于中合作学习法。从知网数据来看,我国学者对中合作学习法的研究较少,且有44篇期刊是在讨论合作学习法在中职数学上的应用研究,其余20篇期刊是在讨论合作学习法在中职英语、计算机、体育等教学方面的研究,对中职市场营销课程的研究几乎是没的。笔者认为可以将合作学习法运用到中职市场营销课程中。

2. 合作学习法的内涵

我国“合作学习法”最早出现于《诗经·卫风》中指出“有匪君子,如切如磋,如琢如磨”,我国著名教育家陶行知先生积极提倡“小先生制”。我国著名教育家教育王坦指出:“合作学习法就是促进学生在异质小组中互相合作,达成共同的学习目标,奖励依据按照小组的总体成绩确定的教学策略体系。”韩笑(2018)认为合作学习法是将学生的学习成绩、教学环境及学生的个性发展兼顾起来,对学生的成长和发展有着重要的意义[1]。褚宏启(2018)合作学习法是指两个或两个以上的个体团结在一起,通过彼此的配合和协调将共同的目标以最快最优的方式实现,同时合作学习法是一种社会交往能力的体现[2]。

笔者认为合作学习法是在共同的目标指导下,将大目标化为小目标,通过小组分工的形式,每个人完成不同的小目标,从而将大目标完成,在小组合作的过程中,使学生学习能力、交际能力、应变能力等各方面能力得到锻炼和提升。

3. 合作学习法应用于中职《市场营销基础与实务》课程中的需求分析

3.1. “合作学习法”在中职《市场营销基础与实务》课程中的应用可行性

从教学方面来看,合作学习法是学生为主体的教学模式,是教学方式与学习方式的变革。在具体的教学实践中教师会注重课堂气氛的调节,所以会在教学过程中采取多种重视的教学,例如让小组同学进行表演或是模拟等[3]。这些活动都是以小组为单位进行的,在不断的训练过程中会使学生的团队协作能力有所改善。另外,小组同学在表演的过程中会使自己的注意力更加集中,有趣的表演也会使其他学生沉浸其中,以小组形式开展的趣味教学会让课堂气氛变得更加活跃,也让学生的自信心有所增加。

3.2. “合作学习法”在中职《市场营销基础与实务》课程中的应用优势

“合作学习法”在《市场营销基础与实务》课程中的应用优势主要表现在:

“合作学习法”的提出比较早,每门课的科任老师都有对班级同学进行分组,中职学生已经对其有一定了解,而且中职学生喜欢集体讨论学习。其次,合作学习法可以最大程度上发挥集体的智慧,利用集体的力量促使学生积极思考和勇于发言,最大程度的将学生的注意力留在课堂上[4]。

4. 合作学习法在中职教学中具体实施过程模型建构

通过实践教学可以使理论知识得到更好的巩固,使学生通过实践将理论知识内化为自己的学习资源,促进学习者对知识的理解,通过教学实践可以逐渐培养学生的动手能力。笔者通过教学实践和对文献资料的梳理构建了“合作学习法”在中职《市场营销基础与实务》的具体实施过程,具体的实施过程如图1所示。

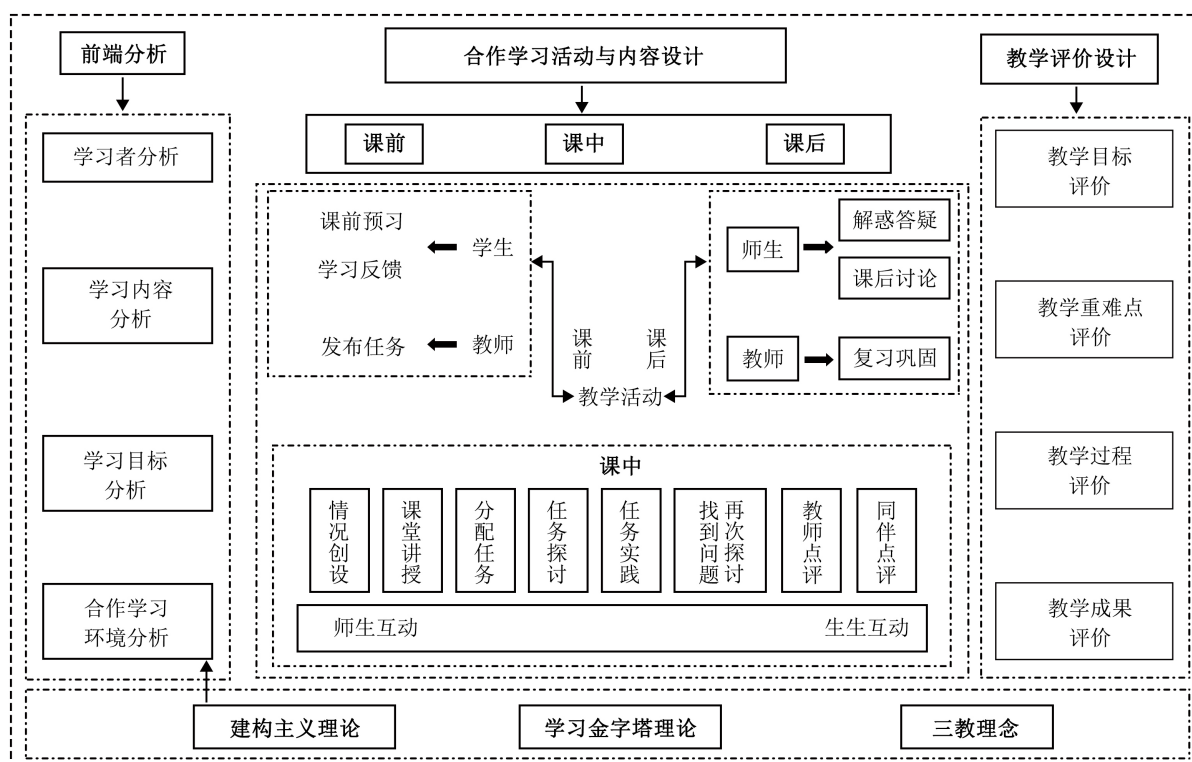


Figure 1. Specific implementation process of cooperative learning method in secondary vocational teaching

图 1. 合作学习法在中职教学中具体实施过程

从上图中可以看出,合作学习法在中职教学中具体实施过程主要包括三个部分,分别是前端分析、合作学习法活动与内容设计和教学评价,那么将对这三个部分做个详细说明。

4.1. 前端分析

前端分析主要包括学习者分析、学习内容分析、学习目标分析、合作学习法环境分析。

4.1.1. 学习者分析

笔者以贵州某校中职一年级市场营销班的学生为实践对象,通过对实践对象的观察和访谈,笔者认

为中职学生的特点主要有以下 4 个方面: 1) 自卑感严重, 但反抗性强烈。中职学生普遍是因为成绩不理想被迫来到中职学校读书, 受到了老师、家长的指责和同学的嘲笑和歧视; 2) 思想意识活跃但学习动机缺失。中职学生没有升学的压力, 兴趣广泛, 使他们思想活跃, 有着极高的情商。但是对学习的兴趣却是极度缺少的, 也没有深刻认识到读书的重要性、关键性和目的性; 3) 渴望得到认可, 但人际关系障碍。中职学生由于年龄和所处环境的影响, 极其渴望成功, 也渴望得到家长、老师和其他同伴的认可, 希望自己也是有一技之长的; 4) 自我意识增强, 但自控能力不足。中职学生普遍认为他们长大了, 有着自己的思想和行为准则, 希望家长和老师将他们看作是“成年人”, 不希望他们过多的干预, 但是由于中职学生缺乏社会经验, 在遇到事情时往往不能考虑周全, 面对突发的事情就会很出现情绪失控的表现, 但是这些失控又不能被他们所控制。

4.1.2. 学习内容分析

因为是刚刚进入学校学习, 对周围的环境和同伴感到不熟悉, 以至于导致学生比较沉默, 很难主动的表达自己的想法和观点, 还有部分学生的现状是上课注意力不集中, 不关心老师所讲内容, 只顾自娱自乐, 只有他们喜爱的课才会有部分学生听讲, 课堂基本是属于教师一个人的课堂, 难以调动学生的学习积极性。最后, 通过每次课后与学生的谈话和接触逐渐发现一个问题, 学生普遍反映如果在课堂上教师只讲知识点会造成他们的反感和不能积极参与课堂学习, 因此他们更喜欢的方式是在具有活跃气氛的课堂中由教师引导的进行学习。

4.1.3. 学习目标分析

教学目标对整个具体的教学活动起引导和导向作用, 离开了教学目标, 教学活动就会变得没有目的性。教学目标对是为了教师有一个上课的标准和目的, 也有利于教师找到适合的教学方法, 同时也是考评教师和考核学生是否完成教学目标的标准。中职学校要根据学生的就业方向和社会的需要进行培养目标的规划, 将学生培养成为具有知识和高技能的社会所需人才, 培养中职学生的职业技能应该是最终的目标[5]。

4.1.4. 合作学习法环境分析

合作学习法是学生为主体的教学模式, 是教学方式与学习方式的变革。在具体的教学实践中教师会注重课堂气氛的调节, 所以会在教学过程中采取多种重视的教学, 例如让小组同学进行表演或是模拟等。这些活动都是以小组为单位进行的, 在不断的训练过程中会使学生的团队协作能力有所改善。另外, 小组同学在表演的过程中会使自己的注意力更加集中, 有趣的表演也会使其他学生沉浸其中, 以小组形式开展的趣味教学会让课堂气氛变得更加活跃, 也让学生的自信心有所增加。

4.2. 合作学习法活动与内容设计

4.2.1. 课前

课前的教学活动分为教师和学生两部分活动。

教师要在课前进行科学合理的分配学习小组, 合作学习法小组不是随机组合的, 教师要根据学生的学习情况、性格特点等不同因素合理分配学习小组, 小组成员具有差异性才能在交流中产生思维碰撞。每个小组成员不宜过多或过少, 保持在 4~6 人为最佳。小组分工要明确, 学习优异或组织能力较强的同学适宜担任小组组长, 这样能较好的组织和协调小组活动; 其次教师要根据教学目标分配发布学习任务, 让学生在课前进行相关的学习。

学生要根据教师发布的教学任务进行课前预习, 并根据在课前学习过程中遇到的问题及时向教师进行反馈。

4.2.2. 课中

课中的教学活动包括师生互动和学生间的互动两个部分。

师生互动主要是指教师在课上创设一个具体问题情境, 课堂上的讨论活动要有具体的研讨问题, 这样才能吸引学生的学习注意力和保证正常的教学活动, 教师设置的研讨问题必要精心设计。如在讲产品品牌概念是可以让小组合作在讲台上画出不同的品牌, 进行你画我猜的游戏, 让学生了解产品品牌的概念, 然后再引导学生品牌的要素。以具体的活动操作设计引导学生进行抽象性很强的概念学习。小组在探究问题的过程中需要教师从旁的指导。教师将教学目标分成一个个具体的有逻辑联系问题, 让小组成员从第一个问题逐渐解决, 从易到难。

生生互动时要对有问题或意见不统一时再次进行探讨, 最后得到一个小组成员都赞同的方案或想法。之后教师和其他同学要进行点评, 这样能使学生更好的看到自己的优缺点。评价要多以鼓励为主, 增加学生的学习信心。

4.2.3. 课后

课后主要是指在进行合作学习法结束之后, 并不是指一堂课结束之后。教师在运用合作学习法之后要对一些学生无法理解的问题进行答疑解惑, 与学生进行沟通。之后教师要带领学生对本节课的相关知识点进行复习、巩固。

4.3. 教学评价设计

通过教学实践和对其他教师的访谈, 笔者构建了合作学习法应用于《市场营销基础与实务》课程教学评价设计要求, 包括教学目标评价、教学重难点评价、教学过程评价和教学成果评价。

4.3.1. 教学目标评价

在构建教学目标时需要清楚学生的最近学习情况, 即在合作学习法中要基于学生现有的学习情况设置教学目标, 在本文的教学设计中包括四个教学目标, 分别为知识目标、能力目标、情感目标和核心素养培育目标, 因此要对以上四个教学目标进行评价。在知识目标方面, 学生通过本节课的学习, 学生是否能够基本掌握本节课的重难点, 对知识点有所认识。在能力目标方面, 通过学生发言讨论、层层探究, 是否提高学生观察能力, 培养创新思维、合作沟通能力以及创造设计能力。在情感目标方面, 学生在了解知识点后, 是否愿意去主动思考知识点所讲内容在市场上所处的情况, 并主动将自己的想法表达出来, 激发学生营销的兴趣和激情。在核心素养培育目标方面, 是否促进了学生批判性思维的能力的培养, 促使学生养成唯物辩证法分析问题的能力, 培养学生的团队协作能力。

4.3.2. 教学重难点评价

对教学重难点进行评价时主要有以下几个方面: 第一, 教师是否有针对性的根据教学重点进行授课, 分清教学的侧重点, 更好的利用课堂教学时间; 第二, 学生是否有所侧重的进行学习, 知道本节课的重难点后在课前和课后可以有针对性的。

4.3.3. 教学过程评价

教学课例选取的是《产品生命周期》, 主要分为六个教学片断。

片段一: 问题导入, 创设情境

片段二: 激发兴趣, 讲授新知

设计意图: 通过问题导入, 引导学生思考为什么产品会被淘汰, 进而带着问题来学习本节课的内容。

片段三: 课上讨论

设计意图: 通过对产品生命周期知识点的了解, 选择具体的案例进行互相讨论可以加深对知识点的了解, 并促进学习者其他方面能力的训练。

片段四: 课堂总结

设计意图: 巩固所学的重点内容, 让学生能建立起学习的框架。

片段五: 布置作业

片段六: 教学反思

教学过程评价也主要从以上六个方面进行, 是否每个片段都能与预期的目标达成一致, 是否能达到预期的设计意图。在教学的过程中能否调动学生学习兴趣和吸引学生的注意力。一节课前十五分钟或是二十左右学生的学习兴趣是很浓烈的, 但是在这之后会有一些学生的思想慢慢的偏离课堂, 这时候需要教师继续激发学生的学习兴趣。在教师讲解完知识点后, 要马上进行小组讨论, 教师给学生一个明确的讨论任务, 再次吸引学生的学习兴趣, 这样才能够将掀起学生学习新知识的第二次高潮。

4.3.4. 教学成果评价

教学评成果评价主要是对教师教学工作和学生学习成效两个方面进行评价。对于“合作学习法”在中职《市场营销基础与实务》课程中的应用效果主要是通过访谈法和课堂实践教学法来评价的, 通过访谈法和实践法来说明对中职学生的培养要求是否完成; 是否学生的学习兴趣、学习能力、语言表达能力等有所上升; 是否对说讲的相关知识点有所掌握; 是否能达到对中职市场营销专业学生核心素养培养要求。

5. 总结

通过教学实践和文献资料的查找发现“合作学习法”的应用有利于培养中职学生的学习兴趣。“合作学习法”的提出为教学的改革注入了一股新鲜的血液, 采用合作学习法的教学方式, 冲破了以往教学模式对课堂的限定, 与传统的教学方法相比较, 更有利于激发学生的学习兴趣。

参考文献

- [1] 韩笑. 改革开放四十年我国合作学习法研究的进展及趋势——基于 CiteSpace 工具的文献计量学分析[J]. 当代教育科学, 2018(4): 76-83.
- [2] 褚宏启. 合作共进: 学生合作能力的培养[J]. 中小学管理, 2018(3): 59-60.
- [3] 张兰婷. 合作学习法小组的组建策略[J]. 教学与管理, 2019(11): 23-25.
- [4] 王静. 合作学习法的适用性及在培养学生创造力中的优势——基于多层线性模型的分析[J]. 教育科学研究, 2016(4): 39-45.
- [5] 林巧玲. 中等职业学校会计电算化课堂合作学习法研究——以畅捷教育云平台为例[J]. 科技资讯, 2019(28): 105-106+109