

混合式教学模式中形成性考核评价的具体实践及反思

——以《市场营销》课程为例

刘清云

郑州财税金融职业学院，河南 郑州

收稿日期：2023年5月21日；录用日期：2023年6月20日；发布日期：2023年6月28日

摘要

随着教学信息化水平的不断提升，线上线下混合式教学模式必然会替代传统课堂教学模式。传统课堂教学中一般是“以考定论”、“一考定论”，并不能体现学生学习效果的差异，也很难反馈出教学中的问题，从而针对这些问题而及时改进教学策略。本文以《市场营销》课程为例，以实际教学应用经验为范本，针对混合式教学模式中形成性考核评价的具体应用进行分析。

关键词

混合式教学模式，形成性考核评价，市场营销

Concrete Practice and Reflection on Formative Assessment and Evaluation in Blended Teaching Mode

—Taking “Marketing” as an Example

Qingyun Liu

Zhengzhou Vocational College of Finance and Taxation, Zhengzhou Henan

Received: May 21st, 2023; accepted: Jun. 20th, 2023; published: Jun. 28th, 2023

Abstract

With the continuous improvement of teaching information level, online and offline mixed teaching

model will inevitably replace the traditional classroom teaching model. Traditional classroom teaching is “the final conclusion is based on examination” and “the final conclusion is based on examination”, which cannot reflect the difference in students’ learning effect, and it is difficult to feedback on the problems in teaching, so as to improve the teaching strategies in time. Taking “Marketing” course as an example and practical teaching application experience as a model, this paper analyzes the concrete application of formative assessment and evaluation under hybrid teaching mode.

Keywords

Blended Teaching Mode, Formative Assessment and Evaluation, Marketing

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

《市场营销》课程的教学一直以来采用的考核方式是以期末闭卷考试为基础，形成最终考核成绩。实践证明，这种考核方式并不能全面客观地反映学生的日常学习效果及教师的教学水平。为提高《市场营销》教学考核的科学性和系统性，促进学生全面掌握专业技能，特进行教学改革，此项改革旨在对学生学习课程核心教学内容的效果、学生对理论知识体系的理解程度以及思维能力的形成进行评价，形成比较客观的评价体系。通过对评价结果分析，不断改进《市场营销》课程混合式教学模式的实施方案，从而建立起一套基于大数据、量化、多主体的过程性的形成性考核评价体系。过程性考核评价体系能够更加客观反馈每位学生的学习效果及教学质量，为“一生一案”发展性评价提供数据参考，教师可通过动态评价反馈，对教学内容及教学方法进行及时修正，更好地推进混合式教学改革。

2. 《市场营销》课程评价体系存在的问题

2.1. 以考定论，重知识传授轻能力培养

尽管现在从教学理念上看，各个高职院校都在进行教学改革，注重学生的全面发展，注重学生的技能型培养[1]。但《市场营销》相关课程属于理论性较强的课程，在具体的教学及课程评价中，教师还是以传授理论知识为主，学生的主体地位体现的不够明显。因为老师看的是最终考试成绩，学生关注的是能不能及格问题。因此，《市场营销》课程评价还存在着重知识传授，轻能力培养的问题。

2.2. 重线下轻线上，形成性考核实施不够规范

近些年，很多学校都在要求老师进行形成性考核，教师也按照学校要求进行，更加注重学生学习的过程，而不是只以结果论英雄。但是教师在实施的时候会遇到很多困难，在设置具体考核形式时也是五花八门。学校没有给予具体的形成性考核细则，所以在进行评价教学质量时没有统一的标准。很多老师更多地是把线下授课作为评价重点，忽视了线上教学评价的作用，无法做到真正的线上线下融合，在提升学生实践能力方面也将打折扣。

2.3. 量化不够标准，学生个体差异体现不明显

因为形成性考核需要量化考核分数，虽然老师在设置考核方式时体现了形过程性，但具体的量化分

数统计起来非常麻烦,有些老师为了省时省力,给予学生的分数没有太大差异,这样就不具备针对性,实现不了“一生一案”。在具体的实施过程中,评价主体主要是老师,在具体的量化细节上做的不够规范,没有更多地评价主体参与到过程性考核评价中,进而无法实现多元化评价,更无法和岗位需求紧密结合起来,学生的个体差异体现不明显[2]。

3. 《市场营销》课程形成性考核具体的实施过程

《市场营销》课程采用学习通平台获取大量的网络教学资源,和线下教学结合起来,逐步形成了完善的课程评价体系,形成了完整的混合教学模式。在混合式教学中,采用多元主体的形成性考核评价体系[3]。

(一) 《市场营销》课程形成性考核体系构建

《市场营销》课程混合式教学实施中,在开课前,首先对学生进行分组,教学形式上主要涉及到实践教学项目、分组任务、章节测试、小组作业、课堂互动等线上活动和专题讨论、课堂互动、实践教学等线下活动。形成性考核评价贯穿始终,评价贯穿在每一个教学环节当中,学习效果能得到及时反馈,老师及时修正教学活动方案及课堂环节设计。具体的形成性考核评价体系如图1所示:

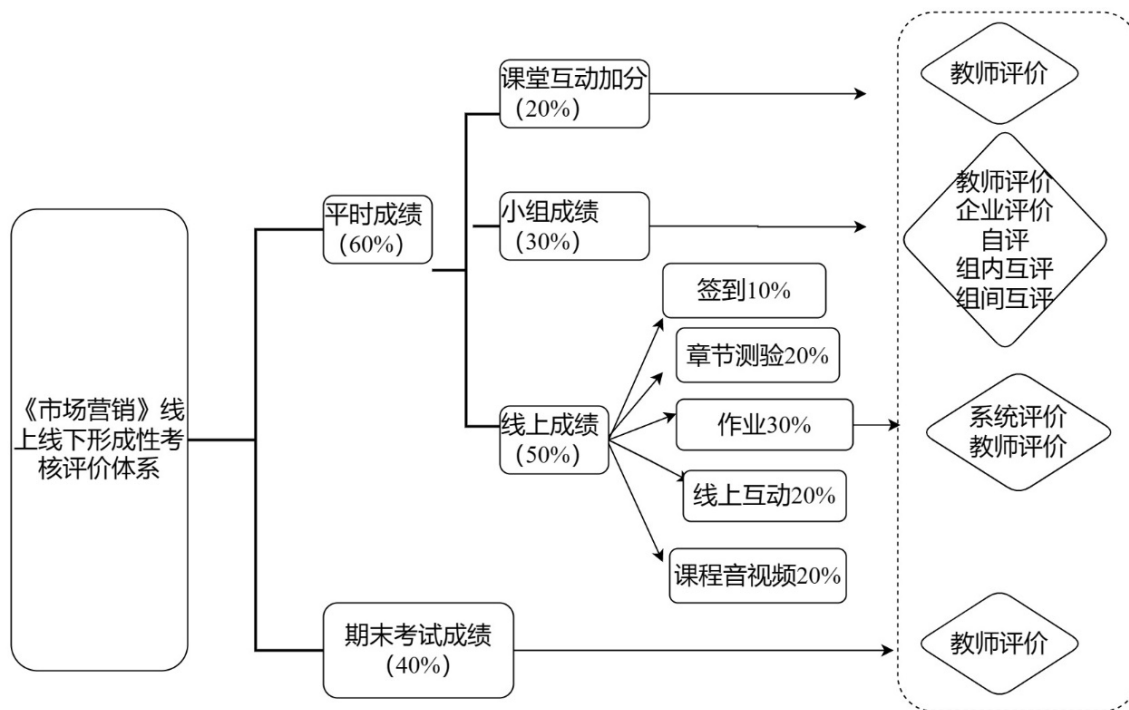


Figure 1. Online and offline formative assessment and evaluation system for “Marketing”

图1. 《市场营销》线上线下形成性考核评价体系

(二) 形成性考核具体考核项目及计分规则

在开学第一课中,任课老师就将具体的形成性考核计分规则进行公布,针对具体的计分要求进行详细讲解,让每个学生都能够从期初重视这门课程的学习,并非常了解需要完成什么样的任务、达到什么样的效果,才能拿到相应的分数,就像游戏进阶一样,每完成一个任务就得到相应的积分,让学生非常清楚在本学期的学习中如何才能拿到高分。学生只有重视这门课程,才能学好这门课程。以下是《市场营销》课程形成性考核评价具体的计分规则,如表1所示:

Table 1. Detailed rules for formative assessment and evaluation of the course “Marketing”**表 1.** 《市场营销》课程形成性考核评价细则

评价项目	具体计分规则
课堂互动	课堂上积极回答问题及参与课堂互动，一次加 5 分，满分 100 分
分组任务	每次分组任务 100 分，其中教师评价 35%、企业评价 35%、自评 10%、组内互评 10%、组间互评 10%；
作业	按在线作业的平均分计分。一学期 4~6 次作业，每次作业按 100 分计。如设置作业明细分配，则(按班级发放的作业成绩*权重占比 + 按人发放的作业成绩)/(1 + 按人发放的作业数量)或按班级发放的作业成绩*权重占比计分；
线上互动	参与投票、问卷、抢答、选人、讨论、课堂练习等课堂活动可以获得相应分数，积分达到 100 分为满分；
签到	按学生出勤率计分，出勤率等于(出勤次数/签到总数)，出勤率低于 60%，签到权重成绩计为 0 分；
课程音视频	课程视频/音频全部完成得满分，单个视频/音频分值平均分配，满分 100 分；
章节测试	每一章结束完成章节测试，取学生章节测验平均分，未做测验按“0”分计算；
期末考试	期末考试采用线上试题库随机组卷，满分 100 分，及格分 60 分。

4. 《市场营销》课程形成性考核评价的实施措施

《市场营销》课程形成性考核评价项目主要有：签到考勤、章节测验、专题讨论、小组任务、课前测试、课堂随堂练习、课后作业等基本形式。

(一) 评价课前预习环节

在学期上课前，老师根据学生的学习基础等基本情况进行分组，在学习通平台上布置预习任务，主要包括准备上课章节的相关视频和 ppt 资源，学生以小组为单位进行预习、讨论，课前与老师在线上沟通，完成课前测试，老师通过课前测试了解学生的预习效果，从而确定对于学生来说本节课的难点在哪，进而调整教学策略。在课前预习阶段，学生利用碎片化的时间完成预习任务，在课堂学习中更加地高效。而且学生在小组讨论中，可以锻炼他们的分工合作能力和实践能力。在进行考核时，主要考核平台预习的进度和预习次数、学习笔记、课前测试及线上互动次数等内容[4]。

(二) 评价现实课堂学习环节

在每节课上课前 10 分钟，老师在学习通上发布签到，学生用手机实时签到，用学习通签到代替传统课堂点名环节，既可以及时掌握学生的上课情况，又节省了时间，更重要地是签到记录可以保留在平台上。课堂上，教师根据实际授课内容，组织翻转课堂，以学生为主体，小组为单位对预习情况进行讲解，教师进行重难点讲解，以 10 分钟为一个任务模块，每个知识点讲完之后，学习通上及时发布随堂练习，对于重难点再进行巩固，主要以选择题、判断题等客观题为主，及时检查学生对于重难点掌握情况，而且学生每完成一道题目，正确了给予课堂活动加分 2 分。在课堂上，有时需要组织全员参与的活动及课堂提问，每人一次加 5 分，课堂的现场加分，让学生感觉更有氛围感，更加积极地参与课堂活动中，这项由学习委员进行详细记录。课堂上的小组任务采用的是教师、企业导师、学生多元评价主体进行评价，平台发布任务，课堂进行展示，全员参与打分。在这个环节，教学实践活动、课堂评价、随堂练习、小组评价是本环节重点内容。

(三) 课后评价环节

课后为了让学生对所学知识进行巩固复习，老师在学习通平台布置课后作业，老师通过课后作业的完成情况对学生进行分析，了解学生哪些掌握的好，哪些掌握的不好，针对个别掌握不好的问题进行备案，以便下次课上再次进行重点强调。每章课程结束后发布章节测验，巩固学生本章学习知识，再次通过分析学生得分、失分情况，确定学生哪个部分掌握的不够牢固，可根据共性问题再进行微课视频录制。其中章节测验和课后作业计是本环节评价的重点内容。

(四) 期末考试评价

在学期末，提前在学习通上进行平台组题，将考试方案提前做好，可提前一周发布考试通知，让学生做好考试准备。试卷题目乱序、答案乱序，以最大限度保证考试的公平性。在试题设置上，主要理解分析的材料题为主，更好地检验学生对于知识的理解及运用能力。

通过课前、课中、课后的平时成绩记录考核加上最终的期末考试评价，形成每位同学的最终考核成绩。在具体教学实施过程中教师重视在过程性教学的环节评价，评价计分融入每一个教学环节，而且平台记录有据可查，多元主体参与评价，评价结果更加客观真实，既能及时修正混合式教学过程中的教学活动环节，又能让学生重视每一个教学活动环节，大大增加了学生的学习积极性。重要的是，通过形成性评价，可以彰显每位学生的学习态度、学习效果。可以让老师做到对每个学生都心中有数，及时帮助掉队的学生。

5. 实施的效果

5.1. 能够有效监控《市场营销》课程教学过程管理

现在教育更加注重满足学生个性化需求，但个性化不代表放任不管，无论什么形式的方法，最终目的是通过这个方法加强对学生学习能力的培养，最终学生能够得到一定的知识积累和技能。“冰冻三尺非一日之寒”，因此，学生的知识积累和技能的培养需要经过一定的学习过程才能实现，而非“一蹴而就”。通过制定科学的形成性考核方案，在实施过程中严格把控，才能达到对教学管理的有效监控。

5.2. 可以实现素质教育的要求

高职院校更加注重学生素质教育，不能单独用一次考试去决定学生的成绩，如果只用考试决定学生成绩容易导致“应试教学”，学生平时学习懈怠，只在考试死记硬背猜题押题来对付考试，这样一来容易忽视学习过程，即使考试通过了，考完就忘完了，没有形成一个持续的学习能力，达不到素质教育的效果[5]。在市场营销的课程教学中，通过形成性考核评价的方式，在授课中及时调整教学策略，更能适应学生个性化需求，也更能够让学生真正学以致用。通过线上线下混合式教学结合形成性考核，可以有效地延伸课堂，弥补课堂教学的不足。老师及时了解学生的学习过程和学习效果，从而加强对自主学习的有效监控，这才是真正的开放教育下学习者自主学习模式，体现“教师是主导，学生是主体”的开放教育特征，实现开放教育下学生综合素质和能力的提高，最终对于全面实现素质教育具有重大意义。

5.3. 最终综合成绩可实现正态分布

市场营销课程通过实施线上线下混合的形成性考核方式，从学生成绩的汇总结果反馈来看，学生的成绩基本成正态分布，每一个模块都能体现学生的学习态度及学习效果。以下是从考试系统里截图的数据，如图2部分学生成绩汇总和图3最终成绩分布图：

考勤	课堂加分	小组成绩1	小组成绩2	学习通成绩	平时成绩汇总	考试成绩	总成绩
100	100	76	89	93.33	94	87	91
100	55	84	94	91.74	85	87	86
100	100	92	93	92.99	96	89	93
100	100	91	90	92.09	95	92	94
100	100	91	95	93.33	96	92	94
100	90	94	94	91.21	93	87	91
100	95	91	96	89.85	94	91	93
100	75	83	87	92.61	89	90	89
100	15	85	85	82.53	73	87	79
100	80	80	80	93.62	90	88	89
100	35	85	85	94.43	91	84	82

Figure 2. Summary of some student grades

图 2. 部分学生成绩汇总

不及格	60~69	70~79	80~89	≥90	作弊人数	缺考人数
0	3	6	24	9	0	0

Figure 3. Final score distribution

图 3. 最终成绩分布

6. 形成性考核评价实施过程中的问题及改进建议

(一) 形成性考核评价实施过程中遇到的问题

在具体实施中，遇到很多问题，比如核算分数，小分比较多，比较难算，而且有分组分数和个人分数，计算每个人成绩的时候会花费较长的时间。

在小组课堂讨论中，学生积极性很高，一个大的讨论，两节课完成就会非常紧张，只能实现每个小组一个代表发言。

课程教学过程中有一些实践项目，需要让学生动手完成，所以讲授的时间减少。为了保证课程进度，把一些理论知识提前布置给学生，让他们提前准备。在实施过程中发现，刚开始的时候学生主动性较强，后期有所懈怠。

(二) 改进建议

针对在实施过程中遇到的问题，在今后的教学中不断进行调整、修正，争取让整个教学环节及评价体系更加完善。

针对小分计算工作量大的问题，在今后的实施过程中加强信息化手段的使用，让更多地分数记录在平台上，再借助统计工具的使用，会让统计分数困难的问题解决；对于课堂讨论占用时间的问题，可在实施中尽量减少课堂上的讨论时间，将更多的时间放在课前线上进行讨论，给课堂留更多的时间让学生来表述观点；对于学生中间懈怠的问题，可采用定期公布学生形成性考核的各项分数的办法，让他们看到与其他同学的差距，从而赶上进度。

信息化手段推动着混合式教学改革步伐，混合式教学更需要形成性考核来辅助，为了实现对学生的

评价的公平性、合理性、个性化，需要不断探索形成性考核的具体实施细节，继而进行不断的调整，最终推动教学改革。在推动形成性考核评价的教学改革的进程中，需要从学校层面进行大力推进，学校可制定相应的规章制度或实施指南，对考核项目有个大致范围的约定，要求全体教师大力推进，这样才能起到明显的效果。

基金项目

郑州财税金融职业学院 2022 年校级教学改革研究与实践项目：“1 + X”证书制度背景下市场营销专业“岗课赛证”融合育人模式改革研究，项目编号：2022JG05。

参考文献

- [1] 王红. 基于教务管理视角的形成性考核在开放教育教学的研究[J]. 科技风, 2023(7): 28-30.
- [2] 韩书娟, 李梅. 开放大学课程形成性考核现状调查[J]. 中外企业家, 2019(4): 185.
- [3] 韦韞韬, 王晓娟, 薛佳楣, 王超, 王锐. 混合式教学模式中形成性考核评价体系的应用研究——以 Python 语言程序设计课程为例[J]. 电脑知识与技术, 2023, 19(1): 172-174.
- [4] 龙佳慧, 姚雪湄, 陈治宇, 黎磊, 赵润豪, 贾祥. “应用统计学”课程形成性考核指标构建研究[J]. 中国多媒体与网络教学学报(上旬刊), 2022(10): 49-52.
- [5] 王继芳. 基于形成性评价的专业课考核方式在网络授课过程中的应用[J]. 教书育人(高教论坛), 2021(30): 40-41.