

OBE理念下《数字营销》课程体系构建

焦孟甦

齐齐哈尔大学经济与管理学院, 黑龙江 齐齐哈尔

收稿日期: 2023年7月6日; 录用日期: 2023年8月17日; 发布日期: 2023年8月24日

摘要

随着数字经济的兴起, 各行各业对于数字营销技能人才的需求日益增加, 这就要求高职院校紧跟时代步伐, 培养具有数字思维和技能的复合型营销人才。本文以数字营销人才应具备的“营”、“销”、“数”三方面能力为成果导向, 依托“知识传授 + 能力培养 + 素质考核”三线合一的教学体系框架, 从课程内容、课堂教学、教学评价三方面优化《数字营销》课程体系, 明确《数字营销》课程体系保障机制, 实行“以学生为中心, 以目标为导向”的课程教学理念, 培养应用型数字营销人才。

关键词

《数字营销》, OBE理念课程体系, 能力培养

Construction of the Course System of “Digital Marketing” under the OBE Concept

Mengsu Jiao

Department of Economics and Management, Qiqihar University, Qiqihar Heilongjiang

Received: Jul. 6th, 2023; accepted: Aug. 17th, 2023; published: Aug. 24th, 2023

Abstract

With the rise of the digital economy, the demand for digital marketing skilled talents in various industries is increasing, which requires vocational colleges to keep up with the times and cultivate composite marketing talents with digital thinking and skills. This article is oriented toward the results of the three abilities that digital marketing talents should possess in terms of “business”, “sales”, and “quantity”. Based on the teaching system framework of “knowledge transmission + ability cultivation + quality assessment”, this article optimizes the “digital marketing” course system from three aspects: course content, classroom teaching, and teaching evaluation, and clarifies the guarantee mechanism of the “digital marketing” course system, Implement the curriculum

teaching concept of “student-centered and goal-oriented” to cultivate applied digital marketing talents.

Keywords

Digital Marketing, OBE Concept and Its Course System, Ability Development

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

随着数字经济时代的到来,企业数字化转型被数字技术推动,大数据、区块链、虚拟现实、物联网、云计算等在营销领域的应用态势良好,数字化的传播手段和传播内容对数字营销行业正产生深刻的影响,营销进入了 4.0 时代。为增强市场营销专业人才培养的适应性,传统的“市场营销”课程亟需作数字化改革,《数字营销》课程建设势在必行。

OBE 理念(Outcome Based Education)的导向目标为学生的学习效果,强调教学的目标是使学生在课程学习获得成果,也被成为目标导向教育理念。以目标为导向的课程设计,要求根据预期成果反向设计和组织包括课程体系、课堂教学和教学评价在内的课程环节,据此达成预期学习目标的目的[1]。

《数字营销》课程随着数字经济发展而产生,具有先进性、应用性、高阶性等特点。OBE 以目标为导向的教育理念对课程的指导意义主要表现为:1) 以知识目标为基础,确定《数字营销》课程内容体系,在数字营销的基础上,使其与传统营销完美结合,注重学生对数字营销知识的迁移。2) 能力目标为导向,构建《数字营销》课程实施体系,进一步完善教学计划、课程教学大纲以及课程建设规划,形成一套体系完善、内容先进、符合培养目标的课程体系。3) 素质目标为方向,设立《数字营销》课程评价体系,围绕学生学习目标和成果设计以 OBE 理念为基础的评价体系。

2. 《数字营销》课程教学过程中存在问题

随着数字经济发展,大多数院校市场营销专业已经开设数字营销课程,但在整体课程体系建设方面经验不足,仍存在一些问题。

2.1. 人才培养与岗位需求脱节

《中国 ICT 人才生态白皮书》显示,2020 年我国数字化人才缺口将近 1100 万,主要原因是目前市场营销的专业建设严重滞后于数字产业的发展,数字营销人才培养供给和需求不匹配[2]。目前部分院校在《数字营销》课程教学方面主要围绕数字营销基本理论、数字化营销方式、新媒体运营及电子商务、直播营销等内容讲解,重点放在数字营销“营”的层面而忽视了“数”的分析,导致出现“营销”与“数字化”两张皮现象;在人才培养方面并未从“营”、“销”、“数”三方面综合能力培养,导致部分院校培养的数字营销人才岗位转换能力相对较弱,综合素养和创新能力不足,无法满足数字营销产业发展要求。

2.2. 教学手段、方法单一

目前数字营销课程虽采用多媒体教学手段,但仍采用“教师讲为主、学生练为辅”的教学形式,教师是课程的主要讲授者,学生以完成作业为己任,以知识“记忆”和“理解”为评价标准。单一的教学

方法一方面使学生学习兴趣不足,无法更好的融入课堂;另一方面单一的理论讲解使学生对知识的掌握只停留在表面,无法在实践中将理论知识转化。

2.3. 评价体系缺乏多元化

传统的评价体系缺乏多元性,传统考核评价体系评价指标相对较少,不能全面综合地反映教师的教学和学生的学习效果,也不能合理地体现出公平性。从教学评价实际开展看:传统的教学评价重考试轻平时,大多采用“总成绩 = 平时成绩 40% + 期末考试成绩 60%”计算方法,平时成绩根据学生的出勤率、课堂表现、作业等评定,期末考试采取闭卷考试。这样的评价方式一方面会导致重理论轻实践,另一方面难以客观反映学生的整体学习效果[3]。

3. 以 OBE 为导向的《数字营销》课程体系构建

数字经济背景下,数字营销是培养新时代营销复合型人才的重要突破口。以成果为导向建设《数字营销》课程体系,一方面有助于打破传统“教师讲为主,学生练为辅”的教学形式,另一方面提高数字营销人才岗位转化能力,培养适应市场需求的数字化人才。本文以数字营销人才应具备的“营”、“销”、“数”三方面能力为成果导向,依托“知识传授 + 能力培养 + 素质考核”三线合一的教学体系框架,从课程内容、课堂教学、教学评价三方面优化,确定符合数字经济时代下数字营销教学理念和数字营销人才发展需求教学体系。图 1 为《数字营销》课程体系框架。

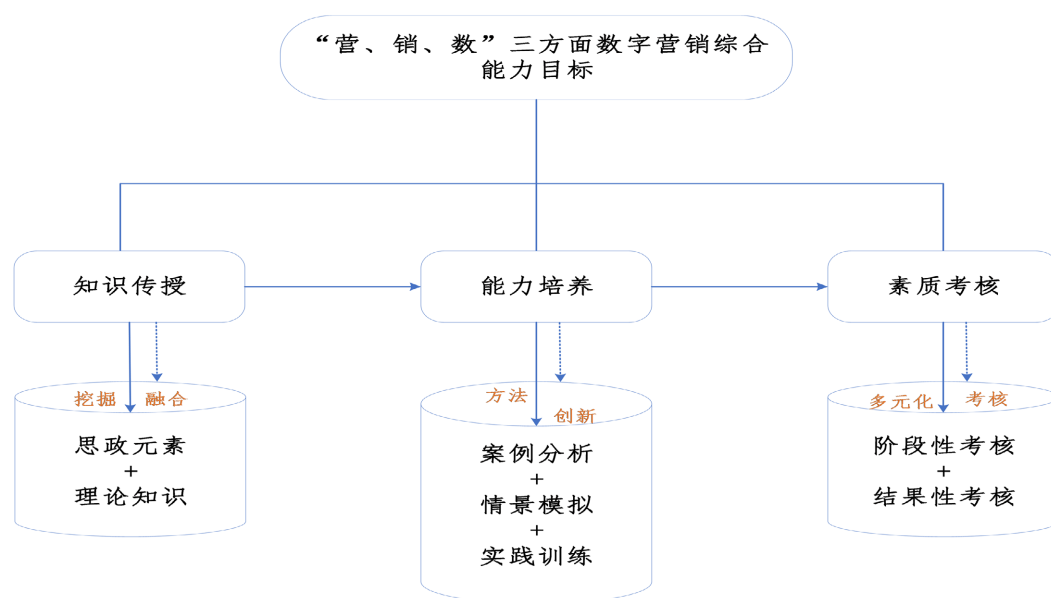


Figure 1. Framework of “Digital Marketing” course system

图 1. 《数字营销》课程体系框架

3.1. 知识传授,《数字营销》课程内容设计

随着数字经济时代的到来,面向全球市场的数字营销生态链基本形成,大数据、区块链、物联网、云计算等在营销领域的应用态势良好,营销进入 4.0 时代。为培养面向未来的复合型新营销人才,《数字营销》将逐渐被各高职院校列为市场营销专业核心课程。具体授课内容围绕新时代营销“营”、“销”、“数”三条主线,通过项目模块化内容讲解数字营销发展、数字化品牌转型、数字营销传播、直播销售、数字零售、私域流量运营及数据分析等内容。

课程思政就是将思想政治教育渗透到专业知识理论当中,深入发掘各专业课程的思想教育资源,激活和发挥各类专业课程的育人功能和价值引领作用[4]。在授课过程中不断挖掘、提炼思政元素,将知识点与思政元素有机融合,在传递知识的同时也进行思政教育,培养学生爱国主义精神、职业道德素养等理念。表1为《数字营销》课程内容设计。

Table 1. Content design of digital marketing course

表1. 《数字营销》课程内容设计

课程主线	教学项目	思政元素	思政育人成效
营	品牌策划	老字号品牌转型、国潮兴起	传递工匠精神,家国情怀、创新思维等大国精神。
	数字营销传播	《奔涌吧、后浪》优质内容营销创作	培养正确的价值观,利益观,诚信、务实的态度。
	私域流量运营	VIVO、OPPO等民营企业利用私域流量运营成功案例	培养学生正确的是非观、价值观。
销	电商直播	电商兴农、助农、扶贫项目	传递正能量,构建一个绿色和谐的直播间氛围,树立正确的消费观。
	数字零售	零售的整体发展从“利益原则”到“效率原则”再到“人本原则”的转变	激发学生勇于创新、积极进取的人生观。告诫学生警惕非法营销形式。
数	数据挖掘分析	党的二十大报告提出“加快发展数字经济,促进数字经济和实体经济深度融合,打造具有国际竞争力的数字产业集群”的任务	引导学生与时俱进,树立大数据思维,认识到数据要素对国家经济社会发展的重要意义。

3.2. 能力培养,《数字营销》课堂教学设计

落实 OBE 教育理念,就是要以学生为中心,以行业需求、岗位任务和学生能力培养为导向,以学习结果为驱动,进行课堂教学设计。在理论知识学习基础上,《数字营销》课堂通过案例讨论、情景模拟和实践训练三个环节丰富教学方法,提升学生实践能力。

1) 情景模拟应用在课前预习阶段。学生提前了解企业数字营销领域知识、收集资料,承担不同公司角色,并选择感兴趣的教學项目进行模拟展示。该方法主要是想让学生通过自学对企业数字营销转型策划、营销传播、零售经营和电商直播有一定了解,便于更好的掌握理论知识。

2) 案例讨论应用在课堂学习阶段。在掌握数字营销基本理论知识的同时,增加案例的导入有助于学生对知识深入的了解和掌握,使学生善于思考。利用头脑风暴的方式分析讨论问题,提高学生解决问题能力。案例讨论使学生为主体、变被动听课为主动参与,学生借助精选出来的案例主动地掌握知识、能力、情感、态度和价值观,真正达到巩固知识、培养能力、全面提高素质的目的,从而使教育教学质量得到提升。

3) 实践训练应用在课后实践阶段。为近一步提高学生的岗位适应能力,《数字营销》课程需要结合企业的数字营销仿真模拟实训,提高学生对数字营销的实践理解能力,使学生掌握数字营销实务的基本原则和操作技能。

3.3. 素质考核,《数字营销》考核评价设计

基于 OBE 理念的评价体系需要围绕学生的学习目标和成果进行设计,《数字营销》课程以理论考核

与实践考核相结合、过程性考核与结果考核相结合的原则，建立课程考核评价标准。如图 2 为《数字营销》课程考核评价构成。

其中，过程性评价占 50%，对课前、课中和课后全过程各阶段进行考核。课前小组情景模拟占 10%，主要考查学生课前知识预习及内容理解情况；课中的课堂学习成绩在该部分占 20%，包括出勤、课堂发言、案例讨论和小组汇报等，主要考查学生对理论知识掌握情况及对授课内容创新和融合的把握；课后数字营销仿真模拟实训占 20%，主要锻炼学生岗位实操能力，使学生理论和实践有机结合。

结果性评价占 50%，通过小组报告和线下期末考试成绩等形式进行考核，其中小组报告占 20%，主要包含学生对教学内容的梳理和实践环节理解；期末考试成绩占 30%，重在考查学生运用所学知识综合分析和解决问题的能力。

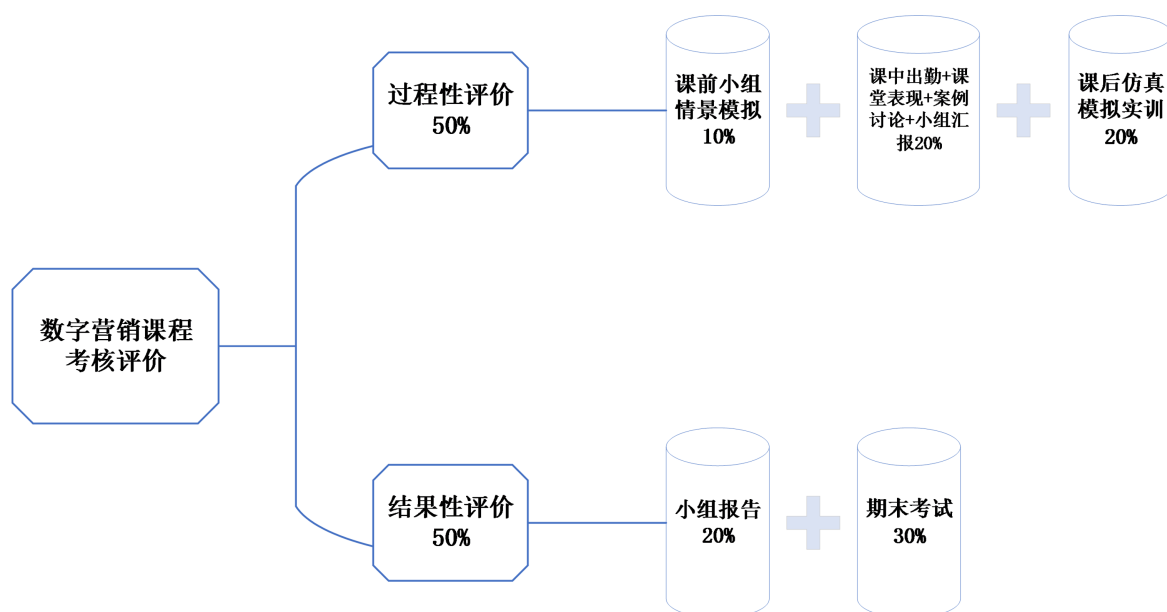


Figure 2. Compositions of assessment and evaluation for the course of “Digital Marketing”

图 2. 《数字营销》课程考核评价构成

4. 《数字营销》课程体系构建保障机制

基于 OBE 理念与市场人才需求调查，创新《数字营销》课程教学思路，确立面向地方应用型高校培养市场营销专业学生“营”、“销”、“数”三方面能力的教学目标，通过设计优化课程内容、创新教学模式及合理的评价结构使《数字营销》课程体系得以实施。

4.1. 专业研讨，明确学生培养目标

针对人才培养与岗位需求脱节的问题，院系应积极组织开展研讨会，针对外部环境人才需求，制定学生培养目标，完善专业课程内容体系建设。首先，从职业发展目标看，应注意引导学生根据所学知识和求职意向制定最佳职业生涯规划，树立正确的就业观念，辅助学生准确认知市场营销的覆盖范围和就业要求，通过开展有效的实践活动引导学生积累职场经验。其次，从能力养成目标看，在知识目标方面，学生必须掌握基本的数字营销理论知识，形成一专多能的科学文化知识结构，不断提高自身知识能力转化；在能力目标方面，培养学生发现问题、处理问题和解决问题的能力；在素质目标方面，结合思政教学内容，启发学生具备良好的身体和心理素质。

4.2. 创新教学方法，激发学生学习兴趣

传统的教学方法以教室讲授为主，学生练习为辅，这使得学生在学习理论知识的过程中缺乏思考，一味的灌输理论知识使学生对于专业的学习缺乏兴趣。因此，在《数字营销》课程体系建设的过程中融合多种教学方法，以激发学生学习兴趣。首先是课前的情景模拟，学生积极主动地投入模拟中，体验实际工作过程，进而帮助他们获取感性方面的认知，了解自身未来应该承担的责任与可能面临的问题，增强他们的知识运用能力。比如，学生在直播电商环节模拟电商直播场景，了解直播电商前期准备工作，做好脚本撰写，从而为直播过程的开展打下良好的基础。其次是课上融入案例讨论教学方法，使学生在在学习理论知识的过程中了解目前企业或品牌对于某一理论的应用，有助于促进学生思想交流加深对理论知识的理解，提高决策质量从而找到适合的观点。最后是增加课后实训环节，使学生在学中练，在练中学，使学生理论和实践相结合，提升学生实践能力。

4.3. 优化实践教学，增强学生岗位转化能力

为促进学生在学中干，高职院校在学生实训环节应多方面考量仿真实训软件，通过模拟实践，让学生适应数字营销岗位工作。数字营销课程理论与实践教学深度融合，在实训演练的过程中，应贯通产、学、研、教、做各环节，模拟演练企业全流程、全场景数字营销实务相关技能。《数字营销》课程实践教学的设计应以提高学生岗位转化能力为导向，依据理论课程基础，分项目建设实践教学内容，将企业岗位职责和基本要求融入其中，旨在培养应用性和实践性强的学生。

5. 结语

大数据、云计算、人工智能等新一代数字技术是当代创新最活跃、应用最广泛、带动力最强的科技领域，给产业发展、日常生活、社会治理带来深刻影响。数字营销已成为营销领域主要营销方式，以 OBE 理念为基础，探索《数字营销》课程教学体系建设，一方面有助于培养集“营”、“销”、“数”一体的综合性数字营销人才，另一方面有效的解决了课程结构不系统化、教学方法单一、评价机制缺乏多元化等问题，从而有效地提高教师教学质量，促进人才培养质量。

基金项目

齐齐哈尔大学教育科学研究项：价值引领“课程思政 + 知识传授 + 能力培养”三线合一教学体系建设研究。项目号：GJQT2X2021015。黑龙江省属基本科研业务专项：黑龙江省绿色农产品品牌价值提升及销售。项目号：145209613。

参考文献

- [1] 徐倩. 基于 OBE 理念的市场调查与预测课程重塑与实践[J]. 对外经贸, 2023(2): 146-149.
- [2] 蒋念琪. 数字营销技能人才培养质量的提升策略研究——以高职院校为例[J]. 商展经济, 2023(6): 145-147.
- [3] 孙琪, 王鹏程. 基于混合式教学模式的多维动态考核评价体系研究[J]. 浙江万里学院学报, 2022, 35(1): 101-106.
- [4] 魏炜, 王新, 李程程, 田小风. 高职院校课程思政教学内容设计与实践——以建筑力学课程为例[J]. 广西教育, 2019(43): 88-90.