

基于超星平台的混合式教学设计探索

——以市场营销实务课程为例

童兰

(宁波开放大学(教学中心) 浙江 宁波 315000)

【摘要】混合式教学是目前高校教学的主流教学模式。基于线上资源,根据高职学生的实际学情,如何进行合理的混合式教学设计并科学合理评价学生的学习行为成为课程能否是实现教学目标的重点环节。本文通过对“市场定位”这一节课程的混合式设计对混合式教学进行进一步的探索。

【关键词】混合式教学; 市场营销; 在线教学

【基金项目】宁波开放大学校级教改课题(JG20-007): 基于 spoc 混合设计的市场营销项目式教学改革。

【作者简介】童兰(1987.6—),女,浙江宁波人,宁波开放大学教学中心讲师。

【中图分类号】G432 **【文献标识码】**A **【文章编号】**1673-9574(2022)22-00022-03

一、混合式教学概念与现状

(一) 混合式教学概念

混合式教学是将在线教学和传统教学的优势结合起来的一种“线上”+“线下”的教学。通过两种教学组织形式的有机结合,把学习者的学习由浅到深地引向深度学习。随着网络技术的进步,课程教学资源的丰富,混合式教学模式成为可能。在提前分析学生需要、有针对性低组织教学内容、融合实际教学环境的基础上,充分利用在线教学的便利性和课堂教学的优势互补来提高学生的认知效果。开展混合教学的最终目的不是去使用在线平台,不是去建设数字化的教学资源,也不是去开展花样翻新的教学活动,而是有效提升绝大部分学生学习的深度。目前在高校中进行的混合式教学,主要可以分为基于资源的混合教学模式和基于活动的混合教学模式。基于学习资源的混合式教学较为重视前期的资源建设和配套资源的翻转课堂辅助活动设计;基于活动的混合式教学则更加重视根据教学目标和教学大纲,并结合学生的实际情况进行活动设计。混合式教学虽然模式多种多样,但基本课程目标都是统一的,即将“线上+线下”两种教学的优势充分结合起来,对传统课堂教学模式进行改革,改变“填鸭式”教育下学生学习的主动性低下、认识参与度不足等问题。

(二) 混合式教学现状分析

混合式教学近年来一直是教育创新和教学方式改革的热点问题。目前对混合式教学的理论分析研究往往集中在概念内涵、混合模式等方面的探讨,而实践化的研究则往往以具体课程为案例的研究分析,或者通过访谈问卷等不同方式对混合式教学的课程质量进行实证研究。根据郑静对国内高校混合式教学现状的调查数据反映,目前国内有将近70%的高校教师在不同程度地开展混合式教学,当然,该研究中对混合式教学的定义较为广泛,即在线学习+面对面指导的学习方式。在混合式教学过程中,大部分教师往往会将在线学习作为课堂面授教学

的补充,帮助学生提前学习课程重点知识。只有20%左右的教师会进行改变型混合式教学,即真正以翻转课堂的形式,实现学生最大程度自主学习知识点,完成相关任务,在课堂上主要以开展讨论讨论、演练和实践为课堂重点。

二、市场营销混合式教学课程内容设计

(一) 混合式教学思路

混合式教学的本质是教学要素的混合,并通过合适的时间,合适的技术将各种教学形式结合在一起,最终能更好地增强学习效果,提升学习能力⁵。

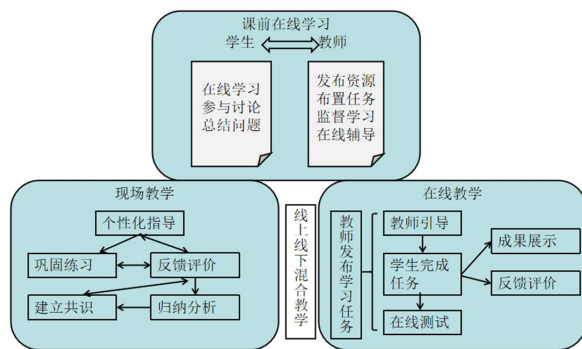


图1 混合式教学思路

根据图1的混合式教学思路,结合超星平台的混合式教学具体实施步骤主要包括以下内容:

(1) 课前由任课教师在学习平台上发布学习视频和学习课件,设置学生学习任务,通过学习平台后台数据,查看学生学习完成情况,并督促学生提前预习。学生有问题可以利用学习平台的讨论区发起讨论,为课堂实践操作做好准备。

(2) 在课堂上,教师反馈学生学习情况,布置课堂操作任务,同时根据学生的任务实施情况以及反馈问题进行答疑解惑,帮助学生加深理解。同时指引学生开展一些活动,例如讨论、答疑、分享、评价。在课堂结束时进行总结,并布置课后实践操作任务。

(3) 在课后,学生对知识点内容进行总结反思,完成课后作业,同时与教师保持沟通交流。教师通过章节测试、讨论、小组作业、学习评价等学生互动数据的分析,对教学内容和形式进行调整,实现以学生为主体的有效混合式教学。同时,教师提前布置下一个任务,并把课程相关内容在学习平台上进行发布,要求学生通过线上平台的教学资源进行课前预习及课后复习,为下一次课做准备。

(二) 基于超星平台的教学混合式教学内容设计

混合式教学设计结合传统课堂教学和在线教学,在设计教学内容时要针对学生在线学习的特点,设置符合学生学习特性的在线学习内容。教师应根据教学大纲和学习目标,设计契合学习内容的主题活动,将营销策划的每一个环节分解,并根据每一环节重点内容设计活动主题。学生根据教师的要求有计划地进行在线学习,并通过讨论、分享等形式共享资源,或就特定问题进行交流,并进一步在课堂上提问解惑。

以超星平台为基础的混合式教学设计主要包括以下环节:课前分析、资源组建、课堂设计、课后反馈、评价设计等。

(1) 课前分析:课前分析的主要任务是对课程教学内容、目标、方法等课程内容继续宁分析,同时还要的对目标学生的具体情况进行学情分析。目标学生的主要分析点包括学生基础知识水平、学习能力、学习偏好等;学习环境的主要关注学生的学习设施设备,网络教学资源平台提供的各项课堂教学功能等内容。

(2) 资源组建:混合式教学强调课前基础知识学习,课堂重点放在总结归纳、实践操作等环节。资源组建阶段的资源建设主要包括需线上、线下两部分。线上的资源主要包括课程内容知识重点、学习视频、作业测试、拓展学习资料、讨论主题内容等;线下资源主要包括课堂讲解知识点、课程重难点、实操练习任务、课程归纳总结等。

(3) 课堂设计:根据学生课前学习情况,资源平台统计反馈的情况,归纳形成课堂教学重难点,对学生课前学习过程中形成的共性问题进行重点分析讲解;结合重点知识,合理安排课堂实操活动。

(4) 课后反馈:课堂反馈内容主要包括学生对学习内容的掌握程度,对课堂学习成果的归纳总结;同时可适当安排课后作业,帮助学生巩固学习内容,也可利用讨论区功能让学生对课程内容提出反馈评价内容。

(5) 评价设计:混合式教学需要学生的全程参与,因此在教学考核评价设计时需要重点强调过程性的评价。过程性评价一般包括课前视频资源学习情况、课前及课堂问题讨论参与情况、课堂作业完成情况、小组实践作业互评情况以及学生课堂表现情况等。

(三) 课程混合式教学设计示例—市场定位

三、下一步探索方向

项目任务名称	市场定位	课 时	2
教学内容	<ul style="list-style-type: none"> · 市场定位的含义 · 企业可采取的各种市场定位策略 · 同市场定位策略适用的情况 		
重点与难点	重点:市场定位的含义及企业可采取的市场定位策略 难点:企业可采取的市场定位策略		
教学目标	知识目标: <ul style="list-style-type: none"> · 掌握市场定位的含义 · 掌握企业可采取的市场定位策略 · 了解市场定位的步骤。 技能目标: <ul style="list-style-type: none"> · 培养学生对问题的分析和归纳总结能力 · 培养学生的语言表达能力 素质目标: 培养团队合作精神 ·培养学习兴趣		
一、课前学习任务布置 (课前提供给学生的自主学习任务单,至少应包含提供给学生的学习资源、学习目标要求、学习活动建议、学习支持、学习拓展等方面)			
1. 在学校超星教学平台课程网站上发放教学文档 —市场定位含义和依据 —市场定位的方法与步骤 2. 在移动学习端“学习通”上发布课前讨论话题: 话题1:看到王老吉的图片,你首先联想到的三个词语是什么? 话题2:星巴克在中国的形象和在美国的形象是否一样?如果不一样,有哪些不同? 3. 学生查看并完成课前学习任务 根据教学文档和教学视频的要求完成课前学习任务。 4. 课前学习要求 (1)分小组完成课前讨论 (2)按时按要求进行课前学习。 (3)通过课程移动学习端“学习通”就老师发布的主题开展讨论。 (4)学生总结收获,确定问题,并做好在线学习笔记。			
二、课堂教学组织安排			
第一步:课堂热身(10分钟) (1)通过学习通进行签到; (2)每个小组陈述讨论话题结论; 第二步:发布课堂任务(10分钟)			

	<p>(1) 教师发布本次课堂任务。</p> <p>(2) 教师针对学生课前讨论的完成情况对本次任务的重点、难点进行分析。</p> <p>第三步:实施课堂任务(25分钟)</p> <p>(1) 教师以王老吉为例,讲述产品进行市场定位的作用、方法以及步骤;</p> <p>(2) 教师列举星巴克、农夫山泉、可口可乐和百事可乐等几个具有典型代表性的产品供学生讨论。</p> <p>(3) 教师巡视小组讨论情况,适时参与讨论,并给出建议。</p> <p>第四步:实践操作(20分钟)</p> <p>(1) 根据前期课程项目小组为单位,讨论分析本项目产品在市场中的定位;</p> <p>(2) 参考实际市场行情,分析项目产品所在行业的成功产品的市场定位策略,分析其中的优势;</p> <p>(3) 选择合适的竞争对象,分析本项目产品处于竞争状态时的定位策略。</p> <p>第五步:小组展示(15分钟)</p> <p>(1) 学生根据小组讨论的结果,分析本小组产品的市场定位情况,包括具体的定位形象,面对竞争者时采取的主要定位策略,并分析目前的定位有何优势。</p> <p>(2) 教师和学生倾听各小组发言,针对学生的讨论结论提出疑问,给以个性化的辅助指导,学生之间进行作业互评,选出最具创意的产品定位。</p> <p>第六步:教师总结(10分钟)</p> <p>(1) 教师根据面对面地观察学生的任务完成情况,结合个性化的指导情况进行归纳分析,以便建立共识。</p> <p>(2) 教师对如何进行产品定位进行总结。</p>			
	三、课外拓展任务			
	<p>小组任务:</p> <p>结合充分的市场调查,请为本小组的项目产品选择合适的市场定位,并分析该市场定位在市场运营中的优势,并形成文字作业成果。</p>			
	四、学生考核			
	<p>本次课的考核分网络教学资源部分、课堂教学部分和课后作业三部分组成。具体考核要求如下:</p>			
考核类别与比例	考核内容与形式	具体内容	所占比例(%)	考核要求与标准
网络教学资源部分(35%)	课程视频	学校网络教学平台上的本次课的教学视频	50	课程视频全部看完得满分,单个视频分值平均分配,满分100分
	讨论	在学校网络教学平台上课程中参与或发起讨论	50	发表或回复一个讨论2分,满分100分
	考勤	按时上课、不迟到、不早退	10	迟到扣1分、旷课扣3分、早退扣2分
课堂教学部分(50%)	课堂讨论参与度	小组讨论本项目产品的市场定位、竞争产品的市场定位,并分析不同定位下的产品营销优势	35	积极发言、能提出有建设性的意见
	发言情况	成果展示发言、向老师提问等	10	主动、有自己的见解
	合作学习情况	小组分工完成情况、提供个人建议情况等	30	善于与人合作、虚心听取和接受别人的意见
	听课情况	老师授课时是否认真听讲	15	认真听课不走神、不玩手机、不讲闲话

课后作业部分(15%)	小组作业,确定小组产品的市场定位	结合充分的市场调查,为小组项目产品选择合适的市场定位,并分析该市场定位在市场运营中的优势,形成文字作业成果	100	及时提交、能提出合理的方案、条理性强、论据充分
<p>五、反思与改进(对课前学习任务效果、课堂教学组织安排、课外拓展任务安排等方面进行小结,并提出改进意见)</p>				

(一) 混合式教学质量的影响因素。混合式教学以学生为主体,老师主要进行监督辅导、答疑解惑,因此更强调学生的学习自主性。在整个学习过程中,学生、教师、教学支持、教学评价体系、教师考核体系等因素都会影响到混合式教学的教学质量。掌握和了解各因素对教学质量的影响力和影响的内部联系,避免或转化负面因素的影响,才能更好地展现教学成果。

(二) 混合式教学教师应具备更强的信息化能力。实现混合式教学不是由原来的“粉笔+黑板”转向“计算机+大屏投影”,而是要跳出从“口头式灌输”转化为“多媒体式灌输”的错误路径,彻底摆脱“填灌式”的教学。这就要求教师掌握更多的信息化技术,了解更多的信息化工具。实现混合式教学需要掌握微视频的制作,包括课件的录制、剪辑、编辑等;多种信息化在线工具的使用,比如在线文档、电子书、学习管理系统等。

(三) 完善课程过程性考核评价体系。混合式教学是课前学习、课中实践、课后反馈的多元结合,保证每个过程的有效实施是提升课程教学质量的基础。虽然在课程设计中包含了具体的考核要求,但相对来说缺乏灵活性,而且部分成绩很大程度上具有主观性,因此在具体实施过程中,还需要进一步完善课程考核评价体系。

参考文献:

[1] 刘斌.基于在线课程的混合式教学设计和实践探索[J].中国教育信息化,2016(11):81-84.

[2] 白文倩,李文昊,陈蓉蕾.基于资源的混合式学习的教学设计研究[J].现代教育技术,2011(4):42-47.

[3] 叶荣荣,余胜泉,陈琳.活动导向的多种教学模式的混合式教学研究[J].电化教育研究,2012(9):104-112.

[4] 陈鑫,吕林海.学习者视角下的混合式教学现状分析[J].教学研究,2019(9):8-15.

[5] 李颖.基于移动云平台的市场营销类课程混合式教学设计[J].无线互联科技,2019(6):72-73.