

OBE 理念下“网络营销”课程改革探讨

宋姜

(扬州大学商学院 225127)

摘要:分析了当前“网络营销”课程在设计教学目标定位、教学内容更新、教学方法应用以及考核评价体系构建方面存在的问题,基于 OBE 理念,提出了依据市场需求明确课程学习成果、整合前沿知识优化教学内容、采用多元化创新教学方法以及构建科学合理的考评体系等课程改革对策。对提升“网络营销”课程的教学质量,培养适应新时代需求的网络营销专业人才,以及相关的课程改革提供了参考。

关键词: OBE 理念; 网络营销; 课程改革; 教学方法; 考核评价

引言

数智时代,网络营销已成为企业在激烈市场竞争中获取优势的重要手段。企业对于具备扎实网络营销知识与技能的专业人才需求急剧增长。“网络营销”课程作为市场营销、电子商务等专业的核心课程,其教学质量直接影响着学生的专业素养与就业竞争力。然而,传统的课程设计与教学模式在一定程度上难以适应网络营销领域快速发展的新形势。成果导向教育(OBE)理念的兴起为“网络营销”课程改革带来了新的契机。OBE 理念强调以学生的学习成果为导向,围绕学生最终能达成的能力与素养来设计课程与教学活动,有助于解决当前课程教学中存在的诸多问题,使课程更好地与市场需求接轨,培养出具有创新精神与实践能力的网络营销人才。

一、OBE 理论

OBE (Outcome Based Education) 理念起源于美国,20 世纪 80 年代开始受到广泛关注并逐渐应用于教育领域。传统教育往往侧重于知识的传授,而对学生实际能够获得的能力与成果关注不足。源于对传统教育模式的反思,OBE 理念的核心是以学生预期学习成果为中心来组织、实施和评价教育教学活动^[1]。从最初的概念提出到如今在全球范围内众多教育机构的广泛实践,OBE 已成为一种具有深远影响力的教育思想体系。OBE 理念的核心内涵包括以下 3 个方面。

1. 以学生为中心

OBE 理念将学生置于教育教学的核心地位,尊重学生的个体差异、兴趣爱好和学习风格^[2]。每个学生都有其独特的学习路径和发展潜力,应根据学生的特点和需求提供个性化的教育服务,激发学生的学习主动性和积极性,使学生能够在学习过程中充分发挥自身优势,实现自我价值。

2. 聚焦学习成果

明确界定学生在完成课程或专业学习后应达到的具体学习成果是 OBE 理念的关键。这些学习成果不仅仅是知识的简单积累,更包括学生能够运用所学知识解决实际问题的能力、批判性思维能力、团队协作能力以及创新能力等多方面的综合素质^[3]。所有的教学活动都围绕如何帮助学生达成这些预期成果而进行相应的设计与实施。

3. 反向设计课程

与传统的正向课程设计不同,OBE 理念采用反向设计思路。首先确定学生在毕业时应具备的能力和素养,即学生应该掌握的学习成果,然后根据成果来设计课程体系、教学内容、教学方法以及考核评价方式等。这种反向设计确保了课程教学的各个环节都与最终的学习成果紧密相连,避免了教学过程的盲目性和随意性。

4. 持续改进

OBE 理念强调对教学过程的持续评估与不断改进。通过收集学生学习成果数据,分析教学过程中存在的问题与不足,及时调整课程设计、教学方法和教学资源配等等。持续改进是一个不断循环的过程,使教育教学始终保持动态优化·状态。

二、网络营销课程设计存在的问题

(一) 教学目标定位不准确

1. 与市场需求脱节

许多“网络营销”课程的教学目标比较陈旧和固定,未能充分考虑市场的动态变化和企业实时需求。网络营销领域不断涌现出新的技术、平台和营销模式,如短视频营销、直播带货、社交电商等,但课程教学目标仍局限于传统网络营销理论与方法的传授,导致学生所学知识与市场实际应用场景存在较大差距,毕业后难以迅速适应企业的工作要求。

2. 缺乏明确的能力导向

教学目标多侧重于知识的讲解,对于学生在网络营销实践中所需的关键能力,如市场分析能力、策划能力、数据挖掘与分析能力、创意创新能力以及项目管理能力等,缺乏明确的界定与培养要求。这使得学生在学习过程中目标不清晰,不知道自己应着重提升哪些方面的能力,从而影响了学习的针对性和有效性。

(二) 教学内容更新滞后

1. 知识陈旧

网络营销行业发展迅速,新的概念、理论和案例层出不穷。然而,“网络营销”课程的教材和教学内容更新速度缓慢,很多教材仍然沿用多年前的案例和数据,对于当下热门的网络营销现象和成功案例未能及时纳入教学体系。例如,在人工智能与大数据驱动下的精准营销、跨境电商网络营销策略等方面的内容相对匮乏,使学生无法接触到行业前沿知识,难以培养其对网络营销领域最新发展趋势的敏锐洞察力。

2. 缺乏整合性与系统性

教学内容往往呈现碎片化状态,各个知识点之间缺乏有机的整合与关联。例如,网络营销中的搜索引擎优化(SEO)、搜索引擎营销(SEM)、社交媒体营销、内容营销等模块之间,在教学过程中未能形成一个完整的知识网络,学生难以理解不同营销手段之间的协同作用和相互关系,不利于学生构建全面的网络营销知识体系。

(三) 教学方法应用不合理

1. 讲授法占主导

大多数“网络营销”授课仍然以传统的教师讲授法为主,学生被动接受知识,缺乏互动性和启发性,难以激发学生的学习兴趣 and 主动性。网络营销是一门实践性很强的课程,单纯的理论讲授无法让学生深刻理解网络营销的实际操作流程和技巧,导致学生在面对实际网络营销任务时无从下手。

2. 实践教学环节薄弱

虽然部分课程设置了实践教学环节,但形式较为单一,多以模拟软件操作或简单的案例分析为主,与真实的网络营销环境差距较大,无法让学生感受到真实市场竞争的压力和变化,也难以培养学生在复杂多变的网络环境中应对实际问题的能力。此外,实践教学的时间和资源投入相对不足,学生缺乏足够的机会参与企业实际项目或进行实地调研,限制了学生实践能力的提升。

(四) 考核评价体系不科学

1. 考核方式单一

传统的“网络营销”课程考核主要依赖于期末考试成绩,平时成绩所占比重较小。期末考试多采用闭卷考试形式,侧重于对理论知识的考查。这种考核方式忽视了网络营销课程的实

践性和应用性特点,无法全面、准确地衡量学生的学习成果和能力水平,容易出现“高分低能”的现象,导致企业所需的运用能力和创新思维能力得不到高质量的培养。

2. 缺乏过程性评价

考核评价过程中对学生的过程关注不够,如学生在课堂讨论、小组项目合作、实践操作过程中的表现未能得到充分的评价和反馈。过程性评价的缺失使得学生只注重期末考试结果,为了考试而学习,忽视了学习过程中的积累和提升,不利于学生良好学习习惯的养成和综合素质的培养。

三、基于 OBE 理念的网络营销课程改革对策

(一) 依据市场需求明确课程学习成果

1. 深入调研市场与企业需求

开展广泛的市场调研,与网络营销企业、行业协会等建立紧密的合作关系,了解网络营销岗位的职责、技能要求和发展趋势。通过访谈、问卷调查、实地考察等方式,收集企业对网络营销人才的需求信息,包括所需掌握的网络营销工具与技术、具备的数据分析能力、能够制定和执行的营销策划方案类型等,为确定课程学习成果提供有力依据。

2. 制定具体的学习成果指标

根据市场调研结果,结合专业培养目标,制定详细、可衡量的“网络营销”课程学习成果指标。例如,学生能够运用市场调研工具和数据分析方法,准确分析特定网络营销项目的目标市场和受众特征;能够独立设计并实施一个完整的网络营销策划方案,包括选择合适的营销渠道(如微博平台、抖音平台等)、制定有效的营销策略组合(如事件营销、广告投放等),并达到预定的营销目标(如品牌知名度提升、产品销量增长等);能够对网络营销活动的数据进行实时监测与分析,动态调整营销策略,提高营销效果等。这些学习成果指标应明确和具体,便于在教学过程中进行准确评估与反馈。

(二) 整合前沿知识优化教学内容

1. 动态更新教学内容

建立教学内容动态更新机制,密切关注网络营销行业的最新发展动态,及时将新的理论、技术、案例纳入教学内容。例如,随着短视频平台的兴起,将短视频营销的策略与技巧,包括短视频创意制作、账号运营、粉丝互动等纳入教学;针对直播带货的火爆,讲解直播带货的流程、主播话术、选品策略等知识。同时,定期更新教材、教学课件和案例库,确保教学内容始终保持前沿性和时效性。

2. 构建系统性教学内容体系

对网络营销教学内容进行重整优化,构建以网络营销核心流程为框架的系统性教学内容体系。从网络营销环境分析开始,依次涵盖网络市场调研、网络营销战略规划、网络营销组合策略(包括4P、4C、4R、4V理论策略等)、网络营销传播与推广、网络营销数据分析与评估等环节,使各个知识点之间相互关联、相互支撑,形成一个有机的整体。在教学过程中,注重引导学生理解不同环节之间的逻辑关系和协同作用,帮助学生构建全面、深入的网络营销知识架构。

(三) 采用多元化创新教学方法

1. 混合式教学模式

充分利用现代技术,构建线上线下混合式教学模式。线上教学平台可以提供丰富的教学资源,如电子教材、案例分析资料、在线测试题库等,学生可以根据学习进度和需求自主安排线上预习、复习和拓展学习。线下课堂教学则侧重于互动交流、实践操作指导和疑难问题解答。例如,教师可以在课堂上组织小组讨论、案例研讨、项目汇报等活动,引导学生深入思考和交流^[4];同时,安排线下实践教学,如带领学生进行企业网络营销项目实地调研、组织学生开展模拟网络营销竞赛等,让学生在实践中巩固理论知识,提高实践能力。

2. 项目驱动教学法

以实际网络营销项目为驱动,组织学生开展学习与实践活动。教师可以引入企业真实的网络营销项目或根据教学需要设计模拟项目,将学生分成若干项目小组,每个小组承担一个具体的项目任务,如为某企业设计并实施社交媒体营销推广方案等。在项目实施过程中,学生需要运用所学的网络营销知识和技能,进行市场分析、目标受众定位、策略制定、方案执行和效果评估等一系列工作。教师则扮演项目指导者的角色,为学生提供必要的技术支持和指导,引导学生在项目实践中发现问题、解决问题,培养学生的团队协作能力、创新能力和实践能力。

3. 情境教学法

创设逼真的网络营销工作情境,让学生在情境中体验和學習。例如,模拟网络营销公司的工作环境,设置市场部、策划部、运营部、数据分析部等部门,学生分别扮演不同部门的工作人员,共同完成一个网络营销项目任务。学生需要按照实际工作流程和要求进行沟通协作、制定决策,如市场部负责市场调研和目标客户分析,策划部制定营销策划方案,运营部负责营销方案的执行与推广,数据分析部对营销数据进行监测与分析。情境教学能够让学生更好地理解网络营销工作的实际情境和要求,提高学生的职业素养和应变能力。

(四) 构建科学合理的考核评价体系

1. 多元化考核方式

建立多元化的考核评价体系,综合运用多种考核方式全面评价学生的学习成果和能力水平。除了传统的期末考试外,增加过程性考核的比重,如课堂表现(包括课堂讨论、回答问题的积极性和准确性等)^[5]、小组项目成果(包括项目的完成质量、团队协作情况、创新等)、个人实践报告(个人的总结和反思等)、线上学习记录(包括学习内容、学习时长、线上测试成绩等)等。通过多元化考核方式,全面、客观地反映学生在知识掌握、能力提升、团队协作、学习态度等方面的表现。

2. 注重能力考核

注重对学生网络营销能力的考核,减少对单纯理论知识记忆的考查。例如,在期末考试中,增加案例分析、策划方案撰写、数据分析等能力考核题型,要求学生运用所学知识解决实际网络营销问题;在小组项目成果评价中,重点关注项目的创新性、可行性、实施效果以及团队成员在项目中的角色发挥和协作能力;在个人实践报告考核中,着重评价学生在实践中所的实际问题解决能力、创新思维能力以及自我学习与反思能力等。引导学生将学习重点放在网络营销能力的培养和提升上,使考核评价真正成为促进学生学习和发展的有效手段。

结语

在 OBE 理念下对“网络营销”课程展开的改革探讨具有重要意义。通过聚焦于学习成果,促使课程从教学目标设定、内容安排到教学方法选择、考核评价等多方面进行重塑。紧扣市场所需人才能力明确具体要求,融入前沿案例与实践要点,运用多样化互动式方法激发学生主动性,进行多维度能力考核。于此,有望提升学生网络营销专业能力,增强未来就业竞争力。

参考文献:

- [1]孙迎兵,汪飞雪,翟富刚,等.基于 OBE-CDIO 理念的机械设计专业项目课程群教学改革[J].教育现代化,2019,6(51):54-57.
 - [2]孙惠娟.信息技术背景下高职院校个性化育人研究[J].教育信息化论坛,2023(08):21-23.
 - [3]彭艳梅,马丽丽,吴雨晴.基于 OBE 教育理念的《会计信息系统》教学模式改革研究[J].时代经贸,2021,18(07):126-128.
 - [4]黄飞,何鹏,宋福顺.构建数字时代铁道类高校创新型人才培养体系研究[J].时代人物,2023(28):151-153.
 - [5]薛丽平,鞠丰阳,段英.基于 OBE 理念的制药工程专业物理化学教学改革与探索[J].化学工程与装备,2023(06):285-286.
- 作者简介:宋姜(1989-12),男,汉族,安徽滁州人,博士,讲师,研究方向为电子商务、产教融合。