

互联网 + 背景下营销专业混合式教学模式开展的思考

王琳

(广东省国防科技技师学院, 广东 广州 510515)

摘要: 随着我国进入 21 世纪, 现代信息技术日新月异, 在我们日常生活中得到广泛应用, 线上的网络教学与线下的传统教学表现出优势互补且不可替代的关系, 在职业院校的日常教学中, 混合式教学方式逐渐被广大师生所接受, 并且取得不错的教学效果。本文就互联网 + 背景下营销专业混合式教学模式进行分析, 为广大教师提供参考借鉴, 为职业院校的教学发展贡献一部分力量。

关键词: 互联网 +; 营销专业; 混合式教学

DOI: 10.12373/xdhjy.2022.02.4395

一、混合式教学模式概念与意义

(一) 混合式教学模式概念

随着计算机技术和互联网技术的提升和广泛应用, 结合了在线教学和线下教学的混合式教学模式, 成为教育行业“新时代的产物”混合式教学模式中的混合二字主要包含了以下三个方面的结合:

第一, 线上教学与线下教学结合。线上教学指的是利用互联网技术进行教学, 例如, 通过 QQ、微信、钉钉、在线课程平台等实现的, 线下通常指的是在课堂中面对面教学。

第二, 自主学习与合作学习结合。在混合式教学模式中, 大量的网络教学课程可供职业院校学生选择, 而且课程可进行反复观看, 重复学习, 学生因此可以根据自己的学习进度, 开展自主学习。同时通过微信、QQ、钉钉等工具, 能让学生线上可以自己的同学进行讨论、交流, 合作, 实现知识共享。

第三, 系统性任务与分散式相结合。在传统营销专业教学中, 学习内容是系统性的, 从简单到复杂, 先定义讲解再到任务实施, 然而实际中的工作并不是这样的, 从业者往往面临的是分散式任务。

(二) 混合式教学模式意义

首先, 混合式教学颠覆了人们对传统模式下的教学理念, 在传统教学过程中, 是以教师为中心的灌输式教学流程, 但是混合式教学法更加关注学生的自我学习和成长, 以学生为中心, 这不仅要加强学生自己主观能动性和解决问题的能力, 同时也更加符合现阶段教育部门对营销专业的教学要求。

其次, 混合式教学法是以现代信息技术为基础运行的, 单一的传统“课堂面对面教学模式”不再适合信息时代的发展, 它打破了传统模式对时间和空间的认知, 让学生更容易得到个性化营销专业教学, 灵活多变的教学模式更易被学生接受, 也满足时代的发展需求。

最后与传统教学模式相比, 混合式教学法掌握更多的教学资源, 运用互联网上大量的信息和资源, 丰富了教学内容, 除了学

生通过书本获取知识外, 还能通过互联网上的大量资源进行知识的获取, 比如教育网站、搜索引擎、教学视频等等, 与传统教学模式相比, 让学生感到教学过程充满了趣味性、贴近性。因此充分发挥出混合式教学法的优点逐渐成为教师在教学过程中的重点。

二、互联网 + 背景下营销专业混合式教学模式开展存在的问题

(一) 忽视整体设计, 导致内容联系性不强

在营销专业混合式教学模式中, 教学方法和教师、学习平台与媒体等一系列要素毫无疑问是重要的, 但更重要的是这些要素的合理整合。就当前职业院校来说, 很多学校还没有将线上与线下的教学内容进行整合, 它们的内容联系并不强, 例如, 不同的网课老师讲解的方法不一样, 教学内容不一样。还有教学媒体不丰富, 不能够将教师先生讲的理念充分实践。

(二) 忽视内容革新, 导致线上线下载脱节

就目前来说, 很多混合式教学模式在职业院校教学改革的实践中, 大部分仍然局限在“多媒体”的使用功能上, 却没有重视相应教学内容的革新, 例如, 在“互联网 +”的背景下, 工作岗位中的交流工具、思维工具以及工作内容已经发生很大变化了, 但是线下课堂教学中的教学内容还是没有发生变化, 依然是老旧的, 甚至遭到现在企业淘汰的知识内容。

(三) 忽视理念陈旧, 导致教学效率低下

“互联网 +”背景下, 为学生提供大量的教学资源和信息技术手段支持, 但是混合式教学模式的改革更体现在教学理念的转变, 这对职业教师来说也是一个挑战。由于职业教师没有经过培训, 导致无法顺利掌握混合式教学方式, 很多老师仍然是停留在运用 PPT 和授课视频上, 主要还是按照原来的讲课模式讲课, “换汤不换药”, 相当于把教材由纸质版换成了电子版, 没有充分激发学生的热情和主观能动性, 无法完全发挥混合式教学模式的优势。

三、互联网 + 背景下营销专业混合式教学模式的开展

(一) 课前环节混合, 引导高效学习

在营销专业教学中, 做好预习引导工作有着重要的现实意义。

其价值不仅仅能够帮助学生更好地把握章节知识要点,提高其在课堂中的听课效率,而且还在于能够让学生通过预习来掌握一定的自主学习,为他们思维品质和综合素养的发展奠基。所以,教师不妨将视角放在混合式教学之上,在课前依托线上线下相结合的教育思路来为学生提供一些混合式的预习资源,引领学生展开高效化的课前预习。例如,在讲解“网络营销”时,教师可以让学生提前进行混合式预习,首先,线下预习部分,教师可指引学生结合教材内容对相关知识点进行线下预习与总结,可以让职业学生提前预习网络营销,通过全文阅读,让学生对于网络营销有个基本的知识框架,并总结自己遇到的难点和重点,以此来实现针对性的预习。其次,简单的预习任务布置是无法获取好的教学收益的,教师还要从以下几个层面着手,去引领学生开展线上化的预习,具体来说,第一,搭建平台,对于线上预习而言,需要以线上平台为依托,教师可以运用微信、QQ等沟通软件,通过班级网络群组打造一个预习平台,为线上的预习提供J56基础。第二,制作资源。教师可结合学生在专业基础、兴趣爱好、章节要点等多方面因素的基础上,围绕一些网上的视听资源去设计一个预习PPT,以此来为学生提供良好的预习参照。其中,在这个PPT当中,不但要包括一些名词感念或者是重点方法策略、渠道知识的总结,而且也要有一些与教学内容相关的图片或音频,比如,关于电视中网络营销视频等等,以此来保证预习资源的丰富性。与此同时,在PPT当中,教师也要设计一些具有启发性的问题,比如,网络消费者消费特点有哪些?假如你去做市场调查,你用什么方法?品牌策略知道多少?与此同时,在PPT当中,教师也要设计一些具有启发性的问题。第三,任务单设置。在制作好资源之后,教师也要在PPT最后设计一个预习任务单,让学生能够在其中填写一下自己的结论、收获以及疑问之处,然后通过平台来传递给教师。通过此举,既能保证学生预习方向的正确性,又能使他们了解到自己在哪里该重点学习、哪里不会,提高其课堂学习效率。

(二) 课中环节混合,促进混合实践

在课中环节,混合式教学主要是围绕一些知识难点来展开,重点是帮助学生突破自身的学习难点,强化其课堂学习收获。而在这一环节中,教师可将微课这一互联网+教育的代表性技术产物引入到课堂当中,依托其内容精炼、操作方面以及形象直观等特点,进一步简化他们的学习难度,实现其学习实效的提升,为学生提供一个好的知识探究契机,从而为他们自主思考、实践创新以及处理问题等能力的发展奠基。

例如,在讲解“网络营销促销”时,如果教师运用言语式方式来讲述的话,学生往往很难有兴趣长时间听下去,进而出现掌握知识不牢固或者不理解的现象。教师在线下讲述的同时,可以运用多媒体方式,将具体知识与图形相结合,一起展示给学生,

让学生有一个生动直观的印象,另外,还可以结合言语讲述和多媒体所具备的暂停、回放以及循环播放等功能,为学生详细讲解重点部分知识点。在此基础上,可本着异组同质的教育思路,教师可以在班内划分出多个4-6人并且内部优生比例趋于均衡的讨论小组,并可指引各组一同结合多媒体的学习来进行探讨:讨论出一种新颖的促销方式和公关方案。需要注意的是,在此讨论过程中,要发挥好自身的教学服务者和指引者的角色作用,一来要维护好课堂秩序,二来要给各小组提供及时的点拨与指引。最后,教师可指引各组依次展示和朗读促销方式和公关方案,其他组学生可提出修改建议,以此来让他们在组间相互评价的过程中实现思路的拓宽,技巧的提升。与此同时,教师结合其中的不足点和闪光点进行总结性的点评,帮助学生分析难点和错误之处,通过此举来,让学生获得别样的混合式学习体验,为他们营销专业的提升以及实践创新、团结意识、处理问题等能力的发展铺路搭桥。

(三) 课后环节混合,巩固教学实效

诸多教育实践证明,教学效果的保障不但与课前预习、课中授课息息相关,而且和课后巩固环节也有着莫大的关联。然而,在以往的教学,营销专业的课后巩固环节往往是缺失的,很容易挫伤学生的学习热情,影响着后续教学的推进。对此,在“互联网+教育”的背景下,我们有必要结合混合式教学的特点来搭建一个个性化、现代化的混合巩固平台,为他们营销综合能力的有序化提升奠定科技基调。例如,给学生们一个公关方案主题:天翼,让学习更美好,需要学生给出详细的公关策略,公关任务和公关活动,可以小组的形式完成,将电子版公关方案通过班级QQ群进行上传,教师对公关方案做出评比,对发现的问题进行总结,讲给学生们,让他们有个深刻印象,从而进一步保证营销教学实效。

总之,借助互联网方式,来积极搭建一个混合式的教学模式,已经成为职业学校的重要改革趋势。对此,在新时期,我们有必要立足“互联网+教育”的时代背景,在正视混合式教学内涵概念和意义所在的同时,结合营销专业当中的既有问题,进行教学设计、教学模式以及教学环节等方面的创新,以此来为学生提供一个趣味、先进和高效的营销教学新常态,让他们能够在线上以及线下技术的混合助力下,学到更多营销知识,进而为其专业素养的发展打下坚实基础。

参考文献:

[1] 李丽,熊霄,吕宏灵.高职院校市场营销专业混合式教学建设有效途径的探索与思考[J].教育观察,2019,8(1):4.