

# 专业人才培养目标下高职营销课程 能力培养实施路径

彭文军

(安徽体育运动职业技术学院体育教育管理系,安徽合肥 230051)

**摘要:**高职院校专业课程教学应注重学生职业能力的培养。在专业人才培养目标下,根据健身指导与管理专业学生学习风格特点,构建了基于职业能力培养的“体育市场营销”课程翻转课堂教学模式,提出了基于职业能力培养的营销课程翻转课堂教学实施策略。该教学模式及实施经验有助于高职院校营销类课程的教学改革与创新。

**关键词:**营销课程;教学改革;翻转课堂

**中图分类号:** G4

**文献标识码:** A

**doi:** 10.19311/j.cnki.1672-3198.2022.21.090

在《国家职业教育改革实施方案》以及《职业教育提质培优行动计划》等政策背景下,高职院校课程教学应更加重视学生的职业能力培养。健身指导与管理专业的人才培养目标是能够在健身行业中从事教学、营销策划、咨询指导和销售的技术技能人才,该专业在安徽体育运动职业技术学院已形成了“岗课赛证”一体化培养体系。作为该专业核心课程,“体育市场营销”课程(以下简称“本课程”)依托超星学习通构建了网络教学平台,并拥有完备的教学资源库。在省级教学示范课建设期间,根据健身指导与管理专业人才培养目标,拟构建基于职业能力培养的翻转课堂教学模式,以期课程教学更好地服务于该专业学生的竞赛、实习与就业。

## 1 课程教学改革必要性分析

在健身指导与管理专业,“体育市场营销”课程服务于营销策划能力的培养。在本课程以往教学中,教师按章节顺序在课堂讲授知识点,学生在期末通过完成一份综合性营销策划方案进行营销策划能力训练。由于健身指导与管理专业并未开设营销沙盘、ERP等实操课程帮助学生进一步巩固和应用营销基础理论,因此以往每周2学时的课堂教学并不能满足该专业人才培养的能力需求,传统教学方式也难以调动学生自主学习积极性。笔者认为,对于高校青年学生来说,营销策划能力很难经过2-3个月的课堂教学而轻松习得,这种能力的培养需要个体长期保持对外界知识的输入、反思与迭代,一定的实践经历也是必不可少的。在高职院校非经营管理类专业的营销课程教学中,不应局限于“课程本身”过度追求学生具备一定营销策划能力这一结果目标,应从专业人才培养目标出发进一步提炼课程教学的“过程价值”,实现学生多元化的能力进阶以进一步提升课程教学在专业人才培养中的贡献。

在健身指导与管理专业的学生技能竞赛方案中,学生应根据客户的健康状况、体能水平、体态情况等进行针对性分析从而设计和实施运动计划,并能现场演示说明运动计划的整体设计思路。在实习岗位中,学生须具有较好的语言表达能力以实现与客户的有效沟通。因此,语言表达能力和文案撰写能力在专业人才培养中扮演至

关重要的角色。具体到本课程涉及的营销学层面,学生能够将所学营销知识融会贯通,并通过语言和文字的方式将其表达和实践,才能在未来真实的业务场景中驾驭各种环境变量以形成有理有据的“策略”和“计划”。兼具理论性和实践性的营销课程适合进行头脑风暴类型的课堂讨论,在课后作业中也适合进行综合性方案撰写训练。鉴于上述,本次教学改革的具体思路为:依托营销知识模块的顺序学习,采用翻转课堂教学模式进行学生自主学习能力培养,并同时进行语言组织表达能力和文案撰写能力的培养。自主学习是指以学习者为中心的学习方式,注重学习者的自我发展和潜能开发。翻转课堂是指以学生为中心,教师依托互联网平台向学生提供各类资源,学生积极参与并自行构建自我学习,师生在课堂上共同完成讨论的教学模式。翻转课堂能为学生提供更多独立思考、分析及解决问题的机会。

## 2 翻转课堂教学模式构建

### 2.1 学生学习风格调查

学习风格是指学习者获取知识的策略及持续一贯的学习方式,主要受到学习者认知、情感和个性特质的影响。在线上平台的个人学习环境中,学生的学习风格会影响学习成就感和满意度。本课程的授课对象为健身指导与管理专业三年制高职学生,分为健身教练和操课两个培养方向,生源主要为体育类高职和艺术类高职两类高考生。基于Felder-Silverman模型以及所罗门学习风格量表,参照现有研究方法,教学团队选择在授课前对健身指导与管理专业2019级4个平行班共182名三年制高职学生进行学习风格调查。测量结果显示,该专业学生在知识加工阶段偏向活跃型学习(占比为66%),在知识感知阶段偏向案例方式的感悟型学习(占比为71%),在知识输入阶段偏好于图片视频等直观形式的视觉型学习(占比为82%),在知识理解层面偏向课本目录章节以及知识框架的序列型学习(占比为62%)。

### 2.2 教学模块安排

将本课程10个章节整合为3个模块,整体上遵循“先序列学习,后综合回顾”的原则。具体为,模块1为营销基础篇,模块2为营销4PS策略篇,模块3为体育营销

基金项目:2020年安徽省高等学校省级教学示范课项目“体育市场营销”;安徽省高等学校省级精品线下开放课程“体育市场营销”(2018kfk183);职业教育提质培优行动计划(2020-2023)省级课程改革项目——体育市场营销课程创新教育教学改革。  
作者简介:彭文军(1981-),男,硕士,安徽体育运动职业技术学院讲师,经济师,管理咨询师,研究方向:体育市场营销。

实践篇。模块1-2为市场营销学基础理论体系,模块3包含体育赞助、赛事营销和营销策划3个章节,在内容安排上注重模块间的前后衔接。在模块3,在课堂教学上使用营销基础理论分析案例,在课后作业中侧重对营销基础理论的系统回顾和综合利用。考虑到营销课程各知识点之间具有千丝万缕的关系,反思、总结与关联对于较为抽象的营销课程学习是有必要的,课程教学模块安排可见图1。

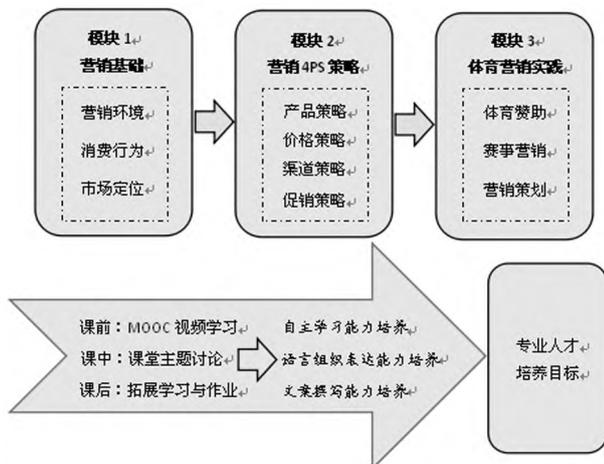


图1 基于职业能力培养的体育市场营销课程翻转课堂教学模式

### 2.3 教学活动设计

在教学活动安排上,教学过程分为课前学习、课堂学习和课后学习3个阶段,并将课堂学习阶段进一步分为课堂前期、课堂中期和课堂后期3个子阶段。具体为,学生通过线上观看慕课视频完成课前学习,教师在课堂前期进行前课总结和课前学习成果展示,师生在课堂中期进行讨论和互动,教师在课堂后期进行知识点总结,学生在课后完成线上拓展资源学习和作业。课前慕课自学和课后拓展学习两个环节主要引导学生逐步适应自主学习方式,课堂讨论环节侧重语言组织和表达能力培养,课后作业环节主要针对文案撰写能力培养。考虑到授课对象的学习风格偏重视觉型和活跃型,在使用各类共享教学资源时进行了斟酌、考量和预加工。例如,将每个慕课视频的播放时间控制在9-10分钟,删掉慕课视频中的序曲、自我介绍、动画等内容,目的是尽可能让学生在短时间内认识章节知识点并了解理论框架。此外,选择社会热点话题和事件作为课堂讨论主题,例如“网络平台会员收费争议”“世界杯开赛前的整合营销传播”“某餐饮品牌的市场定位”等,目的是最大限度地吸引学生的关注,以便引入到课堂后期的知识点总结。在课堂讨论中,将教师团队裁剪制作的主题微视频时间控制在1~2分钟。同时,将各类市场调研、咨询报告等专业性较强的营销资源放入拓展学习任务包,以帮助有兴趣的学生进一步加深对本章知识点的理解。本文以营销4PS策略中的“促销组合”这一课时为例,整体教学过程如下:

第一,课前安排学生自学“广告策略”“公共关系策略”“人员推销策略”和“销售促进策略”视频课程。学习结束后,学生须在课程平台立即完成3个选择题,以考查学生辨识每种促销工具概念的准确度,以此完成第一次知识内化。

第二,课堂教学主要围绕主题讨论展开。首先,教师依次完成课前作业评述和本章课前学习状况展示。其

次,通过智慧屏播放视频“某网络游戏主题电影整合营销”(1分钟),随后立即展开课堂讨论,主题是“谈一谈为什么要在电影上映前采取多种促销策略?”讨论过程中充分利用课程平台的激励机制调动学生积极性,鼓励学生上讲台进行观点陈述,并通过智慧屏实时展示讨论观点。再次,根据上述讨论结果,教师进行引导性授课,总结上述视频中展现出的不同促销手段,帮助学生分清玩家群体和普通群体的区别,让学生理解面对不同的潜在消费人群应有针对性地使用营销传播渠道。教师在课堂进行引申和拓展,有助于帮助学生打开思路,并可训练学生的思辨能力。最后,教师总结本章知识点,进一步解释四种促销手段的优缺点、使用时机以及它们之间的组合逻辑,引出整合营销传播概念。通过多媒体播放视频“某品牌啤酒在世界杯期间的整合营销传播”(1分10秒),帮助学生进一步深化对促销组合知识点的理解。教师在课堂上不再进一步讲述整合营销传播,而是将此知识点安排至课后拓展学习中。

第三,课后布置作业“某体育消费节促销组合分析”。在作业任务中,为学生提供3个文档和2个拓展小视频,帮助学生多角度了解本次体育消费节的背景,鼓励学生自行上网查找资料以更全面地观察此次事件,要求学生尽量按照广告、公关关系、人员推销和销售促进的理论框架进行陈述,并阐述各类促销手段的使用时机及逻辑顺序。

### 3 教学实施成效

在完成安徽体育运动职业技术学院健身指导与管理专业2019级“体育市场营销”课程教学后,从课内活动、课外活动和作业等层面对本次翻转课堂教学模式实施效果进行评估。在课内活动上,在模块1阶段课堂主题讨论发言的参与度仅为12%,在模块2阶段课堂主题讨论发言的参与度上升为47%,在模块3阶段课堂主题讨论发言的参与度进一步上升至79%。随着课程教学的推进,多数学生在课堂讨论发言时的自信心、语言流畅性以及内容针对性上均有显著提升。在课外活动上,97%的学生能够按照章节顺序依次完成全部课前预习视频观看任务,师生在各类讨论互动中的文字跟帖数累计达到1576次。在作业层面,在授课后期多数学生的作业质量明显上升,与前期相比后期作业的答案字数更少但更简练准确,文字中伴随有较多的个人见解以及对于各知识点的灵活回溯,学生的文案撰写能力得到了锻炼和提升。

在结课后,教学团队对所有学生进行了学习行为调查。在对本课程教学方式的接受程度上,选择“赞同”(32%)和“非常赞同”(35%)的共占到被访学生的67%,说明多数学生认同翻转课堂教学方式。此外,在课前预习习惯养成上选择“赞同”(20%)和“非常赞同”(31%)的共占到被访学生的51%,在课后拓展学习习惯养成上选择“赞同”(23%)和“非常赞同”(30%)的共占到被访学生的53%。

在本次翻转课堂教学中,营销课程相当于一个职业能力培养的载体。伴随知识目标的学习,学生同时进行了系统的语言组织表达能力和文案撰写能力训练,多数学生能够较好适应自主学习方式。由于师生间的探讨互动大部分发生在课堂外时间,这种学习方式给予学生更多的时间用来积累和感悟,学生可以更清晰地感知营销

# 新文科背景下财经院校《计量经济学》课程教学改革实证研究

杨柳 张岚 滕森 王颢瞳

(长春财经学院 吉林 长春 130122)

**摘要:** 新文科背景下,本科计量经济学课程教学,旨在培养学生运用统计和计量的方法,实现对经济问题的分析从定性分析向定量分析进行过渡,达到对经济问题更加精确的研究。通过对长春财经学院412份学生调查问卷的分析发现:学生课前预习情况较好,但课后复习情况较差;大多数学生认为课程难度大,学习过程中需要付出更多的时间和精力;不同专业学生学习中的难点有差异,但理论分析和论文撰写普遍是学习中的难点;学生更倾向于撰写论文的考核方式,线上授课学生参与互动的积极性更高。

**关键词:** 新文科;财经院校《计量经济学》

中图分类号: G4

文献标识码: A

doi: 10.19311/j.cnki.1672-3198.2022.21.091

## 0 引言

新文科背景下,本科教学旨在培养学生对方法的理解,提高学生分析实际问题的能力。目前,计量经济学已

经成为我国高校经济管理类学科本科的核心理论课程之一。但从教学角度来看,计量经济学却一直处于“老师难教,学生难学”的局面。其主要原因有两点,一是与其他

知识的渐进式内化进程,自主学习习惯的养成也有助于学生的终身学习。综上所述,在自主学习、语言组织表达和短文案撰写等能力的培养上,本次翻转课堂教学取得了较好效果。

能够通过信息化平台就具体问题进行充分的探讨、交流和互助。

## 4 职业能力培养目标下营销课程翻转课堂教学实施策略

### 4.3 践行服务学生理念,构建易于学习的课程平台服务体验

### 4.1 组建双师型课程教学团队

在营销课程教学实践中,翻转课堂教学模式对教学团队的综合素质提出了较高要求。首先,主讲教师应具有广阔的知识面,应具备较好的洞察能力和总结提炼能力,以确保在课堂讨论中能驾轻就熟地主导授课进程,并有效掌控课堂节奏。其次,教师团队应具有较好的信息化操作能力,能熟练地操作各类智慧教学设备设施,会使用课程平台软件掌握学生学习状态,在课堂上能够在各类软硬件间自由切换、无缝衔接。最后,教师应具有较好的责任心和耐心。学生泛在式学习将会占用教师较多业余时间,课上和课下的边界变得模糊。教师须足够重视并认真应对学生的个性化沟通诉求,帮助高职学生逐渐适应主动式学习方式。为确保授课质量,应综合考虑教学团队的年龄、职称以及社会阅历,团队中应包括“课堂教学能手”和“社会实践专家”等角色。

实施翻转课堂教学不应忽视学生的学习投入成本。学习成本不仅仅局限在网络流量费用等货币成本上,学生的精力和时间也是重要的学习资源投入。课堂外学习负担太重容易使学生产生抵触情绪,将不利于学生自主学习习惯的培养。在翻转课堂教学中,设计课外学习任务应坚持适量和适度的原则,让学生尽量能够以碎片化的时间在课程平台完成视频观看、资料阅读和小测验等学习任务。

### 4.2 明确翻转课堂各环节的教学侧重点

移动互联网时代,多数青年学生对营销学相关概念已有零碎化的了解,因此营销课程教学应首先注重教学模块的完整性和体系性,在知识目标上不应追求难度与深度。在课堂教学中,教学活动能够将学生头脑中的碎片化营销知识理论化和系统化即可,各类主题讨论等不应脱离理论框架主线。在课后自主学习中,课程信息化平台应成为可供学生自由选择拓展资源的服务基站,师生

### 4.4 建立基于过程质量的学习行为考核激励机制

在翻转课堂教学初期,应减少针对学生自主学习行为的刚性考核,积极发现学生课堂外学习的亮点并予以激励,引导学生逐渐适应自主学习方式。在教学过程中,应重点关注学生完成课外任务的及时性、完整性和一贯性,既要关注学生在单次学习行为中的表现,更要善于分析学生自主学习行为进展的长期趋势,可通过增加课堂提问、适当提高作业评价等级等方式对课外自主学习行为进行激励。在期末考核中,应适度降低考试成绩权重,增加学生自主学习的过程表现权重。

## 参考文献

- [1] 苏命峰,宁和南.现代信息技术支持的高职学生自主学习模式构建——基于个人学习环境的研究视角[J].高等职业教育探索,2021,20(2):64-69.
- [2] 李芸.大学英语翻转课堂教学评估探析[J].西南林业大学学报(社会科学)2018,2(2):21-25.
- [3] 张丽丹.基于进程性评估的大学英语翻转课堂教学研究[J].黑龙江教育学院学报,2015,34(10):139-140.

基金项目:吉林省高教科研课题“新文科背景下财经院校《计量经济学》课程教学改革的实证研究”(JGJX2020D487);长春财经院校级教研课题“民办高校计量经济学课程教学改革与创新的实践研究”阶段性成果。

作者简介:杨柳(1993-),长春财经学院经济学院讲师;张岚(2001-),长春财经学院经济学院学生;滕森(2000-),长春财经学院经济学院学生;王颢瞳(2001-),长春财经学院经济学院学生。