

“互联网+教育”背景下高职《体育市场营销》混合式教学的实践研究

徐晓燕

(浙江体育职业技术学院, 浙江 杭州 310012)

摘要: 本研究深入剖析了高职院校《体育市场营销》课程实施混合式教学的实践情况。研究表明, 混合式教学模式在提升学生学业表现方面已初见成效, 但仍存技术支持力量薄弱、教学资源匹配度不高、线上线下教学环节融合不够充分等挑战。基于以上发现, 本研究针对性地提出了学习资源优化、技术支持和用户体验提升、融合度加深等一系列改进建议。期望通过这些策略, 能够为高职教育领域的教学改革提供具有实操价值的指导与坚实的理论依据。

关键词: 混合式教学; 高职教育; 体育市场营销; 教学效果

一、前言

在“互联网+教育”的大背景下, 高职教育领域正面临着前所未有的挑战与机遇。互联网技术的融合不仅极大地丰富了教育资源和教学手段, 也促进了教学模式的创新。特别是混合式教学模式, 作为一种将传统教学与在线学习有效结合的教学策略, 已经成为高职教育改革的重要方向之一。

然而, 混合式教学的实施也面临诸多挑战, 包括如何有效整合线上线下教学资源、提高教学互动性以及保证教学质量等问题。本研究旨在深入分析“互联网+教育”背景下高职《体育市场营销》混合式教学的实践研究, 通过文献综述和实证分析, 探讨混合式教学模式在提升高职教育教学效果方面的应用及其面临的挑战, 以期对高职教育的教学改革和发展提供参考和借鉴。

二、高职《体育市场营销》混合式教学现状

通过对十所高职院校的师生进行访谈, 我们发现大多数院校已经开始实践混合式教学模式, 但实施的深度和广度存在显著差异。在这些院校中, 约70%的《体育市场营销》课程采用了混合式教学模式。然而, 教学效果的评价呈现出两极分化的现象。尽管大多数师生对混合式教学持开放态度, 但仍有一部分师生对新教学模式的适应存在困难, 这在一定程度上限制了混合式教学模式的有效实施。

三、高职《体育市场营销》混合式教学设计思路

高职《体育市场营销》混合式教学的设计我们需要考虑混合式教学的核心特性——即结合线上自主学习与线下教师引导的学习, 以最大化学习效果。

课前准备的设计应基于理解学生在自主学习前需要明确的学习目标和可靠的资源。选择适合的在线平台和资源, 这有助于提升线下课堂的讨论质量和学习深度。

教学过程的混合式设计强调在线自学与线下互动的有机结合, 旨在利用线上资源为学生提供灵活的学习时间和空间, 同时通过线下课堂活动加深学生对知识的理解 and 应用。这种设计反映了混合式教学的精髓, 即通过技术增强传统教学, 而不是简单替代。

教学评价的多元化设计考虑到混合式教学环境下, 传统的评价方法可能无法全面反映学生的学习进展和实际能力。因此, 引入线上和线下评价不仅增加了评价的维度, 还鼓励了学生的自主学习和批判性思维能力的发展。

教学反思环节的设计基于持续改进的教育理念。通过收集和分析学生反馈, 教师能够及时调整教学策略和内容, 以更好地满足学生的学习需求, 这是提升教学质量和学生学习体验的关键步骤。

四、《体育市场营销》基于超星平台混合式教学改革实践

混合式教学设计应用于《体育市场营销》课程实践。选定超

星学习通为线上平台, 选定班级进行2个学期的实践, 实施后进行课程混合式教学效果与存在问题分析。研究以《体育市场营销》课程中“体育赞助”章节为例呈现基于超星平台混合式教学改革实践。

(一) 课前准备的具体化

课前准备首先需要进行精准目标设定。“体育赞助”章节, 细分学习目标为理解体育赞助的概念、掌握赞助选择的标准、学会评估赞助效果的技巧等。强调通过本章学习, 学生将能够分析和评估体育赞助案例, 提出自己的改进建议。筛选和准备学习资源, 每个细分目标匹配专门的视频讲座、案例研究和电子书籍。

(二) 教学过程的深化

混合式教学的关键要素是如何进行线上线下的融合教学。按照混合式教学的设计思路: 线上通过具体自学让学生了解理论基础, 线下通过小组讨论和模拟赞助谈判活动等来加深对赞助策略的理解。

线上自学部分主要包含基础理论与概念、案例分析、互动测验和讨论。线下课堂除教师讲授外还增加互动部分。基于学生在线学习的基础, 教师在课堂上组织学生进行深入的小组讨论, 让学生分享他们对案例的分析结果, 探讨体育赞助策略的设计和评估。通过角色扮演、模拟谈判等活动, 让学生实践如何策划和管理体育赞助活动, 提高解决实际问题的能力。同时邀请嘉宾讲座或实地考察或组织学生参观赞助企业、体育赛事等, 让学生从实践中学习体育赞助的运作。

混合式教学中线上学习作为预习, 学生需完成所有在线材料的学习和案例分析的初步思考, 然后在线下课堂上进行深入讨论和应用实践。线下课堂的讨论和活动可以生成新的问题和思考点, 教师将这些内容转化为线上讨论的主题, 或者更新线上的学习资源, 形成一个持续的学习反馈循环。

(三) 教学评价的创新

课程结合超星平台的在线测验、作业提交和互评功能与线下的表现评价, 形成一个全面的评价体系。在线评价可以自动记录和统计, 超星平台可以进行章节知识点的自我评估测验以及统计学生在线上讨论区的参与情况, 包括他们的发帖频率、回帖的质量以及是否能够提出有洞察力的问题和见解。这些评价都可以在线上进行。

线下评价则侧重于学生的课堂参与、团队合作能力以及案例分析和实践操作的表现。通过评价学生在小组讨论中的表现, 包括他们对讨论主题的理解程度、贡献的观点质量以及与同伴的互动效果。

(四) 教学反思的系统化

教学反思系统考虑多个方面。第一, 评估教学目标的达成

情况。回顾课程开始时设定的学习目标,包括理论知识的掌握、批判性思维的培养、实践能力的提升等。主要基于学生的表现和评价结果,分析这些目标在多大程度上得到了实现。第二,评估教学方法和活动的有效性。评估线上学习材料和活动是否有效地为线下课堂互动提供了支持。考察线上资源的使用情况、学生参与线上活动的积极性以及这些活动如何促进了线下学习。反思线下课堂活动的设计和执行情况,以及这些活动对促进学生理解和应用体育赞助知识的效果。第三,教学资源的适用性。审视课程中使用的所有教学资源的适用性和有效性,判断这些资源是否满足学生的学习需求和学习风格。评价所使用的平台在促进学生学习 and 教师教学方面的作用和效率。第四,教师的教学发展。反思教师自身在教学过程中的学习和成长,包括对教学方法的掌握、对学生需求的理解以及对新教育技术的应用能力。

五、教学效果与存在问题、原因分析

(一) 教学效果

从本次实践班级的学生的定量评估和定性反馈的结果来看,通过混合式教学模式,结合线上学习材料和线下课堂互动,学生在理论知识掌握、批判性思维能力和实践技能方面的表现较好,学习目标的达成率高于传统教学模式。

从对教师的访谈结果来看,80%的教师都认为混合式教学中线上学习资源和活动对支持线下课堂学习,增加学生参与度,提升学习动力有一定作用。同时通过混合式教学的实践,教师自身在教学方法、学生需求理解、新教育技术应用方面有了较好的学习和成长。

(二) 存在问题与原因分析

在混合式教学实践中,尽管取得了一定的成效,但在具体实践中也存在一些问题。虽然教师期望通过使用多样化的教学资源来满足不同学习风格的学生需求并提升学习效率,但反馈显示这些资源并未完全达到预期效果。在实践中课程采用的多样化教学资源,本意是为了高度适应并有效地支持学生的学习过程,以及提高体育市场营销知识的理解和应用。然而,学生和教师的反馈表明,这些资源并未能完全满足所有学生的需求,也未能显著提高学习效率。尽管平台的功能性获得了正面评价,但在促进所有学生学习效率方面的效果却有限。

经询问分析,产生这些问题的原因主要与学生水平参差不齐、资源匹配度不足有关系。学生的基础知识水平、学习能力和风格存在差异,导致统一的教学资源不能满足每个学生的个性化需求。对一些学生来说,资源可能过于基础或太复杂,无法提供适当的学习挑战或支持。同时上传的教学资源如果未能充分覆盖课程内容的各个方面,或者在难度分布上没有很好地适应不同层次的学生。这可能导致部分学生难以找到与其能力和兴趣相匹配的学习材料。

尽管课程平台提供了讨论区,但实际上有效的互动和深入的讨论交流较少。这可能导致学生错失学习互补知识和发展批判性思维的机会。有些平台没有微信小程序等应用支持,导致学生和教师在移动设备上访问课程内容和参与互动时面临不便。登陆人数多时平台出现卡顿,影响使用体验,导致了学生和教师在关键时刻无法顺畅地访问学习资源或参与在线活动。学生在使用在线平台和工具时可能遇到技术障碍或导航困难,这影响了他们访问和利用教学资源的效率。

在实施过程中,也有师生反馈存在线上线下内容融合不足,出现了“两张皮”现象。这意味着线上和线下的教学内容、教学方式和学习体验没有实现优质融合。

“两张皮”现象具体表现为线上线下教学内容的割裂,线上

和线下教学活动缺乏必要的衔接和互动,以及教学资源在两个平台之间的充分利用。这导致学生在线上学习时可能感到孤立无援,而在线下课堂上则可能感到信息重复或缺乏新意。此外,教师在设计课程和活动时往往重视线下课堂,而忽视线上内容的深度和质量,使得线上学习成为辅助或附加材料,而不是与线下课堂同等重要的学习部分。

究其原因主要有和部分学校缺乏必要的技术工具和资源来支持高质量的线上教学内容创建和交付。还有少部分教师可能缺乏相关的培训,不熟悉如何有效地利用在线教学平台和工具。教学设计时没有充分考虑如何将线上和线下教学活动有效结合。缺乏明确的融合教学策略和计划,导致线上线下教学内容和活动相互孤立。同时学生的学习习惯、动机和自我管理能力差异较大,这就导致了他们在线上学习中的参与度和效果与线下学习有所不同。没有针对不同学生需求设计的教学活动可能导致部分学生在某一环节中感到排斥或忽视。

六、对策与分析

(一) 学习资源优化

开发和提供更加个性化的学习资源,以适应不同学生的学习水平和兴趣。建议相关学习平台开发智能推荐系统来实现,让教师能根据学生的学习历史和表现推荐适合其水平和兴趣的资源。同时增强资源的覆盖面和深度:确保线上资源全面覆盖课程内容,并提供不同难度级别的学习材料,以适应不同学习能力的学生。

(二) 技术支持和用户体验提升

加强在线学习平台的互动功能,如实时问答、小组讨论区和同步在线研讨会,以提高学生的参与度和互动体验。改进学习平台的技术性能,减少卡顿和技术问题,同时开发移动小程序应用以方便学生随时随地学习。

(三) 融合度加深

在教学设计阶段,明确线上和线下活动的融合方式,确保两者紧密结合并互相补充。

设计时应考虑如何通过线上活动扩展和加深线下课堂的学习效果,反之亦然。提供给教师关于如何设计和实施混合式教学的培训,特别是如何有效地融合线上线下教学内容和活动。定期收集学生和教师对于线上和线下教学活动的反馈,根据反馈调整教学策略和资源,以更好地满足学生的需求。

参考文献:

- [1] 王芳. 体育市场营销课程教学改革与实践——以安徽体院为例[J]. 安徽体育科技, 2020, 41(3): 3.
- [2] 秦秀红. 基于混合式教学模式的体育市场营销学课程教学改革实践与研究[J]. 体育科技, 2021, 42(2): 128-129+131.
- [3] 王夏, 蔡宝玉, 张茜. 基于职教云平台的混合式教学模式改革探究——以《市场营销》为例[J]. 职业教育, 2021, 10(3): 188-193.
- [4] 刘英. “体育市场调研与营销策划”课程线上线下混合式教学设计与实践[J]. 科教导刊, 2023(23): 134-136.
- [5] 梁艳. 《市场营销》混合式教学的改革和实践[J]. 山西财经大学学报, 2023, 45(S2): 273-275.
- [6] 陈艳庆. “互联网+教育”背景下高职院校教学模式研究——以市场营销专业课程为例[J]. 湖南邮电职业技术学院学报, 2020, 19(01): 101-104.

论文基金项目: 2022年度浙江省教育厅科研项目“互联网+教育”背景下高职《体育市场营销》混合式教学实践研究(项目编号: Y202249110)。