

基于 OBE 理念的线上线下混合式一流课程教学改革实践研究——以《市场调研》为例

何 浏 杨伊依 陈幸幸

(五邑大学经济管理学院, 广东 江门 529020)

摘要: 线上线下混合式教学是当前备受关注的一种教育模式, 能够极大丰富市场调研课程教学内容, 拓宽育人路径, 对学生更全面发展有极大促进作用。鉴于此, 本文将针对基于 OBE 理念的线上线下混合式一流课程教学改革展开分析, 并提出一些策略, 为地方本科院校相关专业的教学质量提升和一流专业建设提供参考。

关键词: OBE; 线上线下混合式; 市场调研; 教学改革

一、OBE 理念概述分析

以 OBE 理念为核心, 即以学习产出为导向的教育模式, 其源自于美国、澳大利亚等国家在基础教育领域革新实践中的重要成果。自 20 世纪 80 年代起, 美国教育界对 OBE 理念进行了深入研究, 其定义被教育学者明确为: 对教育系统进行更为明确的结构化安排与集中关注, 确保学生在未来生活中能够积累成功经验。OBE 理念强调以学生为中心, 注重学生的学习成果和能力培养, 而非仅仅关注教学过程和教学内容的传授。

与此同时, 澳大利亚教育部门将 OBE 定义为: 一种旨在实现学生特定学习成果的教育路径。在这一理念的引领下, 教育工作的架构、课程内容等均被视为工具, 教育之本质并非育人之终极目的, 而是促进学生能力塑造与素养提升的有效途径。这意味着教育的重点在于学生通过学习能够获得什么样的能力和成果, 而不是教师传授了多少知识。

OBE 理念在全球范围内得到了广泛的应用和推广, 其对于提高教育质量、培养适应社会需求的人才具有重要的意义。在当今快速发展的社会环境下, OBE 理念能够更好地满足社会对人才的需求, 使教育更加贴近实际, 培养出具有创新精神和实践能力的高素质人才。

二、基于 OBE 理念的线上线下混合式市场调研课程教学改革问题

一流课程的教学内容应具备先进性、创新性、科学性、系统性等特征, 在教学内容的设计上, 要在保证厚理论基础的前提下, 与时俱进地根据学科发展的最新动态, 广泛吸收本学科领域的最新科研成果与前沿理论知识, 及时反映实践最新趋势, 革新、调整与动态优化教学内容, 使其充分体现科学性、先进性与前瞻性。市场调研课程作为培养市场营销专业学生实践能力与创新思维的重要课程, 其教学方式和内容也在不断探索和优化。然而, 在实际教学过程中, 基于 OBE (Outcome-Based Education, 即以学习产出为导向的教育) 理念的线上线下混合式市场调研课程教学仍面临一系列问题。

(一) 教学内容单一, 缺乏实际案例支撑

当前, 许多市场调研课程的教学内容仍然过于理论化, 缺乏与实际市场紧密联系的案例。虽然部分教师已经意识到引入实际案例的重要性, 但在具体实施过程中, 往往因案例资源有限或选择不当, 导致教学内容仍然显得空洞和抽象。这不利于学生将理论知识与实际操作相结合, 也无法有效激发他们的学习兴趣和实践动力。

(二) 线上教学资源不足, 混合式教学优势未充分发挥

在互联网时代, 线上教学资源本应是丰富多样的, 但在市场调研课程的线上教学中, 往往存在资源不足或质量不高的问题。一些教师对于线上教学平台的利用不够充分, 未能将优质的教学资源如视频教程、在线题库、案例分析等有效地整合到课程中。

同时, 由于学生自主学习能力的差异, 部分学生在面对线上学习任务时感到迷茫和无助, 缺乏有效的指导和监督。这导致混合式教学的优势未能得到充分发挥, 教学效果不佳。

(三) 教学评价方式单一, 缺乏全面性和客观性

市场调研课程的教学评价往往侧重于考试成绩和作业完成情况, 忽视了学生在学习过程中的表现和进步。这种单一的评价方式无法全面、客观地反映学生的学习成果和能力水平。同时, 由于教师的时间和精力有限, 往往难以对每个学生的学习情况进行深入细致的评价和反馈。这不利于学生及时发现自己的不足之处并加以改进, 也影响了他们学习积极性和主动性的发挥。

(四) 实践教学环节薄弱, 学生应用能力不足

市场调研是一门实践性很强的课程, 但在实际教学中, 往往存在实践教学环节薄弱的问题。一些教师虽然意识到了实践教学的重要性, 但在具体实施过程中往往因条件限制或资源不足而流于形式。这导致学生缺乏实际操作的机会和经验, 无法将所学知识有效地应用于实际工作中。同时, 由于缺乏实践经验的积累, 学生在面对实际市场调研任务时往往感到力不从心, 无法胜任相关工作。

(五) 创新思维培养不足, 学生难以适应市场变化

在当今快速变化的市场环境中, 创新思维对于市场调研至关重要。然而, 在实际教学中, 往往存在创新思维培养不足的问题。一些教师过于注重知识的传授和技能的训练, 而忽视了对学生创新意识和创新能力的培养。这导致学生缺乏独立思考和解决问题的能力, 难以在传统调研方式的基础上进行创新和改进。同时, 由于缺乏对新兴技术手段的了解和应用, 学生在面对市场变化时往往感到无所适从, 无法快速适应新的市场调研方式和需求。

三、基于 OBE 理念的线上线下混合式一流课程教学改革策略——以《市场调研》为例

基于 OBE 理念的线上线下混合式一流《市场调研》课程建设必须有效利用线上教学资源, 注重过程性、实践性和成果性的考核的评价方式, 最大程度的全面提升人才培养质量, 加深对专业知识理解, 提高解决实际问题的能力和创新思维, 有效提高学生的市场调研能力, 增强学生的就业竞争力。

(一) 结合实际案例, 丰富教学内容

OBE 理念下, 为进一步提升线上线下混合式市场调研课程教学效果, 教师可以尝试将一些实际案例引入课堂, 以此对教学内容展开有效拓展, 让学生结合案例对所学知识展开深入分析, 从而激发他们的学习兴趣, 完善其市场调研知识体系。

例如, 教师可以针对“瑞幸咖啡”的营销活动展开分析, 以此展开市场调研教学活动。瑞幸咖啡作为近年来迅速崛起的咖啡品牌, 其在市场定位、营销策略、用户体验等方面都有独特的做法。教师可以引导学生分析瑞幸咖啡是如何通过市场调研来确定目标

客户群体,如何根据市场需求推出新产品,以及如何利用社交媒体和线上渠道进行营销推广。

在活动中,教师可以设计一个调查案例,了解学生对瑞幸咖啡的认知水平,而后以此为基础,结合教学内容展开育人活动,让学生从不同角度、方向对所学知识产生新的理解。学生可以通过实地观察、问卷调查、数据分析等方式,深入研究瑞幸咖啡的市场表现和消费者反馈。这样的教学方式不仅能够让学生将理论知识与实际应用相结合,还能够培养学生的实践能力和创新思维,对提升育人效果意义重大。此外,教师还可以引入其他知名企业的市场调研案例,如苹果、华为、阿里巴巴等,让学生在不同的案例中积累经验,拓宽视野,提高解决实际问题的能力。

(二) 引入线上资源,拓展教学路径

互联网时代下,在展开市场调研课程教学工作时,教师应重视对线上教学的革新与优化,将线上教学的模式引入育人活动中,能够极大丰富市场调研教学路径。

在市场调研教学改革中,教师可以将一些线上资源引入课堂,并建立一个资源库。这些线上资源可以包括专业的市场调研网站、数据库、在线课程、学术论文等。资源库的建立可以为学生提供丰富的学习资料,方便他们自主学习和拓展知识。

同时,教师可以结合资源库的内容,设计一些微课,让学生展开更具针对性的知识探索。微课具有时间短、内容精、重点突出等特点,能够满足学生碎片化学习的需求。例如,教师可以制作关于市场调研方法、数据分析技巧、调研报告撰写等方面的微课,让学生在课余时间根据自己的需求进行学习。

不仅如此,学生若是在学习中遇到问题,可以利用微信等平台展开交流,以此将问题快速解决,这也是培养学生自学能力的重要途径。通过在线交流,学生可以及时获得教师和同学的帮助,分享学习心得和经验,形成良好的学习氛围。

此外,教师还可以利用在线教学平台开展小组讨论、项目作业等活动,促进学生之间的协作与交流,提高学生的团队合作能力。

(三) 展开优质评价,保证教学效果

在市场调研课程教学改革活动中,教师除了要重视对教学内容的拓展和教学路径的延伸,还需对教学评价工作展开革新,通过对学生展开合理评价,能够大幅提升教学效果,让他们更为全面、深入地理解所学知识内容。为此,教师可以对课程标准展开分析,而后对学生进行形成性评价。形成性评价注重学生在学习过程中的表现和进步,通过课堂表现、作业完成情况、小组项目参与度等方面对学生进行评价,及时给予反馈和指导,帮助学生改进学习方法,提高学习效果。

为进一步提升评价工作的全面性,除了可以由教师对学生展开评价,还可组织学生之间互相评价。学生之间的互评能够让他们从不同的角度看待问题,发现自己的不足之处,同时也能够培养学生的批判性思维和团队合作精神。此外,还可以引入企业专家评价。邀请企业的市场调研专业人士对学生的项目成果进行评价,让学生了解市场的实际需求和行业标准,增强学生的职业意识和就业竞争力。

通过多元化的评价方式,能够更全面、客观地评价学生的学习成果和能力水平,保证市场调研课程教学评价效果,提升育人质量。

(四) 加强实践教学,提升应用能力

市场调研是一门实践性很强的课程,基于 OBE 理念,应更加注重学生实践能力的培养。教师可以组织学生参与真实的市场调研项目,让学生在实际操作中运用所学知识和技能。

比如,与当地企业合作,让学生为其进行市场调研,了解消费者需求、竞争对手情况等。在实践过程中,学生需要制定调研方案、收集数据、分析结果,并提出合理的建议和营销策略。通

过这样的实践活动,学生不仅能够提高自己的市场调研能力,还能增强团队协作、沟通交流等综合素养。

同时,学校可以建立专门的市场调研实验室,配备相关的设备和软件,为学生提供模拟实践的环境。在实验室中,学生可以进行数据模拟分析、市场预测等操作,熟悉市场调研的流程和方法,为今后的实际工作打下坚实的基础。

(五) 培养创新思维,适应时代发展

在当今快速变化的市场环境中,创新思维对于市场调研至关重要。教师在教学中应注重培养学生的创新意识和创新能力。

鼓励学生提出独特的调研视角和方法,引导他们思考如何在传统调研方式的基础上进行创新和改进。例如,利用新兴的技术手段,如大数据分析、人工智能辅助调研等,探索更高效、精准的市场调研方式。

开展创新思维训练活动,如头脑风暴、案例分析等,激发学生的创新灵感。让学生在讨论和交流中碰撞出思维的火花,培养他们敢于突破常规、勇于创新的精神。

四、总结

综上所述,为进一步提升基于 OBE 理念的线上线下混合式一流课程教学改革效果,教师可以从教学内容、教学路径、教学评价、实践教学和创新思维培养等方面入手分析。

在教学内容方面,结合实际案例,丰富教材知识,让学生更好地理解市场调研的实际应用和操作流程。在教学路径方面,充分利用线上资源,拓展教学渠道,为学生提供更多自主学习和探索的机会。在教学评价方面,建立多元化的评价体系,全面评价学生的学习成果和能力发展,为学生的成长提供准确的反馈和指导。在实践教学方面,加强与企业合作,提供真实项目,培养学生的实际应用能力。在创新思维培养方面,鼓励学生突破传统,适应时代发展的需求。

通过以上多方面的努力,能够在无形中促使基于 OBE 理念的线上线下混合式一流课程教学改革质量提升到一个新的高度,培养出具有创新精神、实践能力和职业素养的高素质市场调研人才,更好地满足社会和市场的需求。

未来,随着教育技术的不断发展和教育理念的不断更新,基于 OBE(成果导向教育)理念的线上线下混合式教学模式将不断完善和优化,为教育教学改革带来更多的机遇和挑战。AI 人工智能在线上教育的应用将进一步丰富这一模式,例如 AI 无人教室能够提供个性化的学习路径,根据学生的学习进度自动调整课程内容;AI 答疑系统则可以即时解答学生的疑问,并且批改作业,提高反馈效率。这些创新不仅有助于解决传统课堂中难以实现的大规模个性化教学问题,还能够显著提升学生的学习体验和效果。同时,学校和社会各界也应给予更多的支持和关注,共同推动市场调研课程教学的改革与发展,为培养适应新时代需求的专业人才创造良好的条件。通过结合 AI 技术的力量,我们能够构建更加智能、高效的教育环境,使每个学生都能在适合自己的节奏下获得最好的发展机会。

参考文献:

- [1] 戴清秀,董伟萍,公雯雯.基于 OBE 理念的线上线下混合式教学设计与探索——以市场营销专业课程为例[J].产业与科技论坛,2024,23(17):136-139.
 - [2] 郭灵,许剑雄,郭泉林,等.基于 OBE 理念的市场营销课程混合式教学研究与实践[J].知识经济,2024(19):219-221.
 - [3] 杨伊依,何浏.基于 OBE 理念的混合式教学应用实践——以《消费者行为学》课程为例[J].教育现代化,2021(12):63-66.
- 五邑大学本科高质量课程建设与创新创业教育建设改革项目:
市场调研线上线下混合式一流课程(2021 年立项)