

基于 OBE 理念的《网络营销》课程思政教学改革

董云

(百色学院, 广西 百色 533000)

摘要:《网络营销》课程是一门内容更新快、实践性很强的课程。本研究以专业人才培养目标、毕业要求、课程培养目标为基础, 基于 OBE 理念从课程建设的外部环境及内部学情分析, 从成果导向、教学设计、课程思政、课程教学手段等几个方面开展研究, 提出了“任务驱动+(热点导入)理论讲解+案例分析+实战成果”一体化教学模式, 培养满足企业的应用型人才培养。

关键词: OBE 理念; 网络营销; 课程思政

新冠疫情以来, 促进了网络经济的发展, 消费者的购物渠道、行为都有了大的改变, 《网络营销》是适应网络经济快速发展的一门课程, 因此教学内容要迎合时代的发展, 新商科背景下市场营销专业和国际经济与贸易专业培养的是通晓管理、经济、电子商务、计算机等知识, 具有互联网思维、创新创业素质、实践能力和终身学习能力, 具备网络营销策划、产品策划与运营、商务数据分析的能力, 能够成为适应新时代新经济发展的复合型应用型人才。《网络营销》是国际经济与贸易专业课程之一, 本研究根据专业培养目标及课程性质, 从课程建设目标、设计和内容等几方面将 OBE 理念、“课程思政”融入该课程体系的改革创新探索。

一、国内外研究分析

1981 年美国学者 Spady 等人提出的 OBE (Outcome-based Education, 基于学习产出模式) 是以学生最终学习结果或教育产出为中心来组织、实施和评价教育的模式。目前, 研究 OBE 理念比较多: 一是从宏观层面上人才培养体系方面探讨 OBE 理念的落实; 二是分析实践类课程如何利用 OBE 理念; 三是 OBE 教学模式的实施学生学习成效如何。

随着教育的重要论述被广大高校教育工作者深入学习与领悟, 如何在专业课程开展“课程思政”, 已经成为高等教育研究领域的热点之一。在研究“课程思政”的文献比较多, 主要三个方面: 一是从宏观层面深化“课程思政”建设的重要性, 二是思政类课程的“课程思政”实践; 三是非思政类课程课程的融入“课程思政”的实践。

总的来说, 分别从 OBE 教学模式和课程思政的研究比较多, 但是将 OBE 理念和“课程思政”融入课程体系的研究很少。可见, 基于 OBE 理念的《网络营销》课程思政教学改革的研究是具有一定的必要性和实际意义的。

二、学情分析

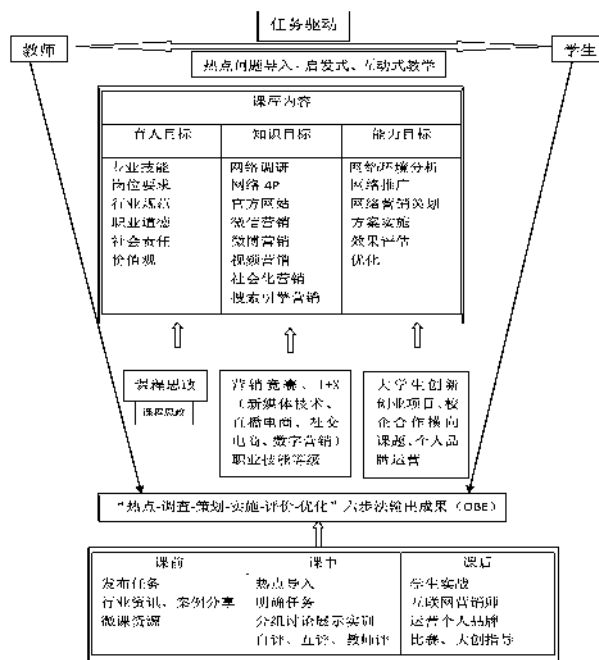
《网络营销》课程是针对国际经济与贸易专业的专业发展的课程, 在教学过程中发现三点问题: 一是学生缺少从学生到营销人角色转化意识。课程对象一般在大二、大三开课, 学生一般属于 00 后, 是网络原住民, 特别是作为用户对游戏、抖音、淘宝、微博等娱乐平台非常熟悉, 但是从营销人角度来讲学生基本上是熟悉的陌生人。二是在课程学习中学生作为自媒体人在操作方面有点弱, 对网络热点事件的敏感度不高, 基本上都有好奇心, 但是遇到问题不是自主去解决, 而是通过咨询网络及老师解决, 分析解决问题有待提升。三是策划方面缺乏创新, 学生的视野小, 仅仅关注自己感兴趣的领域, 缺乏自主学习的积极性和主动性。学生捕捉网络热点敏感度低, 没有利用营销思维延伸到热点现实问题。

三、教学目标

《网络营销》是一门实践性强的应用课程, 根据百色学院市场营销专业人才培养方案中的培养目标和毕业要求, 以网络营销

相关理论作为支撑, 结合新时代企业对网络营销发展提出的新要求, 提出培养良好的网络营销策划推广、网络零售的应用型人才, 制定了以素养、知识、能力为一体的目标: 一是育人目标是培养学生正确的网络科学素养, 通过热点事件引导学生学会理性、道德方面判断健康、正能量的信息, 而非黄、毒、赌、诈骗、广告等垃圾信息, 塑造学生成长为网络营销行业的有用之才。二知识目标: 掌握网络营销相关理论, 结合 web3.0 新经济时代对产业发展提出的新要求, 探讨网络营销模式的理论与实施方案。三是能力目标: 结合网络营销的基本原理, 提升学生在网站营销微博营销、微信营销、视频营销、大数据营销、软文营销方面的能力。

四、教学创新思路与途径



图一《网络营销》教学途径

(一)整合教学资源。通过参加学科竞赛, 丰富产品卖点技巧、短视频运营、社群电商运营、直播营销等理论和案例。2019 年教育部启动了“学历证书+若干职业技能等级证书”制度(即 1+X 证书制度)试点工作, 更能体现企业的实际需求, 真正培养社会适合的应用型技能人才。《网络营销》课程的教学, 参照 1+X 证书标准展开, 能紧密衔接社会、企业, 按需育人, 为企业输送真正的可用专才。《网络营销》课程加入 1+X 新媒体技术、直播电商、数字营销等相关的职业技能等级的课程内容丰富教学内容。

(二)在课程加入思政内容。《网络营销》课程落实立德树人, 将“课程思政”融入课程目标、课程体系、课程教学内容, 紧跟时事热点事件, 并与专业知识紧密融合, 将爱岗敬业、工匠精神、利他竞赛、与人为善、诚信服务、德法兼修等思政内容融入教学内容。培养学生网络营销的策划、实施、管理能力为目标, 强调理论与实践相结合, 注重岗位必备能力和职业素养的训练, 树立正确的道德观和价值观, 在国际国内双循环的新发展格局中传播好中国故事, 激发学生的责任感、使命感与荣誉感, 抓住国家高质量发展阶段战略实现个人价值、发展机遇及远大理想。

表一《网络营销》课程设计

教学内容	教学内容设计	设计意图
项目一网络市场环境分析	1. 增加学生对网络市场的网络贷款、网络传销(张庭事件)案例分析。 2. 增加乡村振兴战略下农村互联网、一带一路跨境电商发展情况。 3. 增加广西、百色市对农产品电商、一带一路跨境电商的扶持政策。	以时事热点、本地化营销、营销岗位要求丰富内容,杜绝歪曲历史、价值观不正的,教学内容植入爱国主义教育与道德行为规范,讲好中国故事、热爱家乡情怀(中国文化自信、网络文明)。培养学生具有国际视野的“大国自信、勇于担当、诚信经营、吃苦耐劳、热爱劳动”的思想意识。
项目二网络调研	1. 教学方法-头脑风暴法。 2. 增加大学生创新创业实训项目-团队组建建立创业项目。	培养学生创新精神,学生团队协作精神,为“互联网+”大学生创新创业大赛做准备。
项目三网络营销4P策略	1. 增加新的营销(4C等)策略讲解。 2. 双11、618大促专题讲解。 3. 从冬奥(冰墩墩一墩难求)看体育营销。	培养学生“温故而知新”的学习习惯,养成终身学习习惯,增强学生的责任感和使命感。通过双11和618大促策划的学习,体验电商、营销、物流人的艰辛和劳动成果的来之不易培养学生珍惜劳动成果,热爱劳动品质。
项目四官方网站、官方APP	1. 增加华为官网、跨境电商自建站案例分析。 2. 增加反诈APP、学习强国推广。	培养学生的跨境营销和移动营销的能力,具备在移动营销中不传播谣言、诽谤他人的基本素质。
项目五社会化营销工具(微信营销,微博营销,视频营销)	1. 增加农产品网络广告案例欣赏及解析。 2. 增加大数据营销,数据分析。	培养学生美学逻辑和数据分析的思维。服务乡村振兴的使命感,树立学生所学专业服务国家工作的意识。
项目六社群营销	1. 增加共同抗疫下的社群案例分析。	培养学生社会化营销、社群营销运营能力,引导学生具备防范网络社群的负面效应,在社群运营中不传播谣言、诽谤他人的基本素质。
项目七搜索引擎营销	1. 增加魏则西事件案例分析。	培养学生识别搜索引擎中的虚假广告、违法广告,具备根据广告法合理应对。
项目八电商平台营销	1. 解读电商法、广告法。 2. 增加重点鸿星尔克营销案例分析。 3. 增加团队针对国货进行案例分析PK。	让学生通过多种渠道学习网络营销的相关法律法规,做人做事,诚信服务、健全人格,提升学生的道德素养,培养学生成为专业技能于道德高尚的高素质人才。
项目九网络公关	1. 结合315晚会曝光的企业看网络公关。	及时引用315晚会危机公关案例,形成鲜活的思政育人内容,让学生更透彻地理解“公”的含义,培养学生公关能力,加强理想信念教育,激发学生的爱国主义情怀。
项目十网络营销策划	1. 结合个人品牌策划。(如李子柒) 2. 结合本土产业(百色旅游可持续发展、芒果茶叶营销,乡村振兴家乡代言)撰写网络营销策划书。	通过反复练习撰写,培养学生持之以恒、精益求精的工匠精神以及勇挑乡村振兴的时代重任,为以后的就业打下坚实基础。

(三)任务驱动的教学组织,达到“专业+产业+职业+就业+创业”五位一体化教学成果。网络营销发展非常快,已经渗透到经济生活的各个方面,鉴于网络营销平台的成熟性、功能可选性、广泛性、低成本,《网络营销》课程可以不适用仿真模拟平台,直接使用微博、微信、微信公众号、抖音等网络营销平台进行实战操作来提高专业技能。根据网络营销产业发展融入到课程各章任务,从企业岗位要求设置任务,让学生通过各招聘网站查找网络推广专员、网络推广主管、网络推广经理等职位实训来提高岗位的认知、职业规划、就业竞争力。2020年人社部提出的新职业互联网营销师,为学生指明了网络营销创业的方向,运用网络的交互性与传播公信力,对本地特色产品进行多平台营销推广。企业产品可以来源于校企合作横向课题和大学生创新创业项目。

(四)线上+线下的教学手段。课前,通过网络营销工具(微信公众号等)发布课程任务,在社群中分享每日营销看点,如网络营销案例或最新的行业资讯,贴近学生所学的知识技能,提高学生转换角色作为营销人分析行业动态的意识,并让学生自由组成学习小组,更新知识和技能,开阔眼界,在一定程度上提升了职业素养和对网络营销领域信息的关注度与灵敏度。课中,根据热点资讯设置问题导入任务单,将身边的重大事件植入教学活动中,教学内容更加实用化,如9月份新生报到,通过短视频营销、微博营销等手段参与萌新成长攻略话题进行宣传推广,3月份开学开始关注百色特色农产品。为百色芒果进行拍摄视频、软文营销芒果。在理论讲解上加入思维导图的运用使理论逻辑清晰。教学方法上采用启发式、合作式、参与式理念。通过小组协作模式完成任务,小组自评、互评、教师评作业的形式提高互动性,让学生主动参与进来。课后,学生通过实战运营个人品牌,提高专业策划能力,力争做一个互联网营销师。指导大学生创新创业项目、新媒体竞赛。作为一门实操性很强的专业课程,让学生真正的转变角色是关键,在“任务驱动+(热点导入)理论讲解+案例分析+实战成果”一体化教学模式下,网络营销课程更加具体、形象、生动,使理论知识的学习、专业技能的应用和创业意识的培养紧密结合。

四、结束语

在教学过程中,上课班级教学成效明显,积极性有了很大的提高,大创项目及比赛方面也得到较大的提升,但是,个别学生还是缺乏个人品牌营销推广中实战主动性,只是为了敷衍完成学习作业,全生积极参与并有效输出成果是后续目标。

参考文献:

- [1] 包金龙.OBE理念对高职电子商务专业人才培养的启示[J].江苏经贸职业技术学院学报,2021(01).
- [2] 薛虎娟.基于“三进课堂”的“网络营销”教学模式改革与实践[J].科技创新与生产力,2021(02):91-94.
- [3] 田玲.基于OBE理念的专业核心课程体系构建——以《网络营销》课程为例[J].科技风,2021(04).

作者简介:董云,198607,百色学院工商管理学院专任教师,高级经济师,专业领域为网络营销、电子商务。

基金项目:2021年度课程思政教学改革研究项目(2021SZ029),2022年度百色学院一流课程(课程思政示范课程)建设项目(2022KC24);百色学院2018年度青年教师成长工程培养对象。