

# 基于 OBE 理念的一流本科课程教学改革 -- 以《网络营销》课程为例

张晓丽

许昌学院 河南 许昌 461000

**【摘要】**自“双一流”大学建设战略推行以来,如何打造一流大学、一流学科,成为高校要攻克发展难关。其中,教学改革作为一流本科课程建设与发展内驱动力,可帮助高校实现“双一流”建设目标。本文基于 OBE 理念,以《网络营销》课程为例,探析一流本科课程教学改革方略,以期助推高校与时俱进,完成“双一流”建设与发展任务。

**【关键词】**OBE 理念; 一流本科课程; 教学改革

OBE 理念主要是指基于学习产出教育理念,最早于 20 世纪 80 年代澳大利亚、美国等基础教育改革进程中诞生,斯派帝(美国学者)出版《基于产出的教育模式: 争议与答案》,针对 OBE 理念进行研究,旨在通过教育改革确保学生能获得实质性生活实践成功经验。OBE 理念推动教育范式转型升级,然而有些高校在教学改革中却存在原则不清、要点不明、体系陈旧问题,影响一流本科课程教改成效。基于此,为提高一流本科课程教学改革质量,以《网络营销》课程为例基于 OBE 理念探析一流本科课程教学改革方略显得尤为重要。

## 1. 基于 OBE 理念的一流本科课程教学改革必要性

### 1.1 助力我国一流本科课程与国际社会接轨

OBE 理念在加拿大、澳大利亚、美国、英国等西方发达国家教育改革进程中属于主流思想,在实践中该理念科学性被反复印证,为此基于 OBE 理念针对《网络营销》课程进行改革能推动该课程及教学活动与国际社会接轨,引领学生扩展网络营销视野,同时在以学生为主、成果导向、持续改进过程中促进课程建设,为提高我国高校应用型人才培养质量夯实课改基石。

### 1.2 挖掘“校企企”合作教学改革潜能

OBE 理念以人为本,该理念加持下的教学实施目标及教学设计追求结果是学生通过课改最终获得终身受益学习成果。基于此,《网络营销》课程在教改进程中需积极解读区域经济发展政策,与电商企业建立稳定持久的合作育人关系,在“校企企”联动育人前提下解答学生想要获得什么学习成果、为何要让学生获取有关学习成果、怎样帮助学生获取学习成果等问题,继而挖掘“校企企”合作教改潜能,旨在通过《网络营销》课程建设与发展面向电商产业培育优秀人才,提高高校课程改革质量<sup>[1]</sup>。

## 2. 基于 OBE 理念的一流本科课程教学改革难点

### 2.1 原则不清

原则是先进教育理念在课程改革中持续发挥作用的先决条件,能把握有关理念推行风向,奠定教育理念育人基调,只有育人原则明确,才能在教学实践中高效渗透先进教育理念。然而,《网络营销》课程在教学改革进程中却存在 OBE 理念实施原则不清问题,影响该课程育人成效。

### 2.2 要点不明

《网络营销》课程若想成为一流本科课程需不断推行科学可行教育理念,为避免有关理念推行盲目且流于形式,在一流本科课程建设进程中需紧抓教育理念渗透关键,为教育资源集聚指明方向。当前高校“双一流”建设中 OBE 理念实施经验较少,有些教师未能抓住该理念推行要点,降低课程改革资源集聚效率。

### 2.3 体系陈旧

OBE 理念属于国外优秀教育改革理念,其“本土化”发展是支持一流本科课程教学改革重要一环,这就需要基于 OBE 理念建设课程改革体系,确保该理念在《网络营销》课程中具有渗透性,能指引学生成为网络营销领域优秀人才。受 OBE 理念践行原则不清、经验较少等因素影响,基于该理念的《网络营销》一流本科课程教学改革体系陈旧,加之教师教改积极性不高,不利于在该理念加持下培育优秀网络营销人才<sup>[2]</sup>。

## 3. 基于 OBE 理念的一流本科课程教学改革路径

### 3.1 明确教改原则

第一,清楚聚焦。《网络营销》课程设计及教学实践需清楚聚焦学生在结束学习活动后能获得怎样的学习成果,保障学生看清学习奋进方向,学习成果与学习目标对齐。教师需帮助学生增强能力、掌握知识、融入环境,成为指引学生最终获取学习成果“领路人”;第二,机会扩容。《网络营销》课程设计及教学实践需充分满足学生个性化差异下的学习需求,在教学资源、时间等条件上保障学生均有通过学习实践获取成果的机会。教师应在授课中多做调整,使每位学生均能参与学习活动并把握学习机会,赋予课程弹性,优化配置育人资源,助力学生达成学习预期;第三,提高期待。开展《网络营销》教学活动的教师需提高教学期待,编设具有生本性、挑战性、可行性的教学任务,适度抬高教学标准,助力学生深度学习,在此基础上开发高水平课程,指引学生朝着高标准奋进,确保学生《网络营销》学习成果更优;第四,反向设计。教师需将最终学习成果视为课程起点,以此为由加强课程设计,组织学生展开教学活动。教师提出的“最终目标”需具有适切性,一方面契合学情,另一方面满足网络营销市场对人才的需求,为攀登教学高峰加强课程改革,继而使高校一流课程建设更具目的性、实效性<sup>[3]</sup>。

### 3.2 紧抓教改要点

第一,确定学习成果。《网络营销》基于 OBE 理念的学习成果及教学顶峰既是课程改革终点,又是教学实践起点,为此学习成果需清晰体现学生直接或间接所得,要将“所得”转化为考核评价指标,以便师生定性、定量加以分析。确定学习成果需深入考虑企业用人需求、学生发展需求、区域经济建设等现实需求,旨在达到教改期待;第二,建设课程体系。学生最终学习成果是其能力结构直观产物,有关能力要通过系统的课程教学实践予以培育,基于此《网络营销》课程体系建设至关重要,体现其与学生能力的映射关系,以课程为支撑助力学生强化能力;第三,制定教学策略。基于 OBE 理念的《网络营销》课程教改侧重解决学生最终可以学到什么这一核心问题,要求教师根据学生学习追求规设育人目标,课程输出以人为本,为此需针对教学策略进行研究,摒弃“车厢式”、“灌输式”、“填

教学特色, 教师需基于混合式教学模式优化整合教学资源开发校本课程, 确保 Opera PMS 系统可在本校信息化教育条件下发挥育人作用。通过开发校本课程讲解该系统功能、理论、应用价值等内容, 同时可运用该系统创建实训情境、规设探讨议题、提出教学问题, 提高混合式教学模式应用有效性; 第二, 利用信息资源充实育人内容。教师为充分运用 Opera PMS 系统可整合数字资源创编微课, 以讨论类、问题类、讲授类、演示类等类型微课为依托输出与该系统相关知识, 凸显微课内容真实、感染力强、主题突出、形式多变、时间较短等特点, 同时可根据酒店管理专业教学实况不断调整微课内容, 有效补充固有教材内容, 完善课程体系, 多渠道应用混合式教学模式, 培育学生专业素养、信息素养、职业素养; 第三, 在“校企合作”前提下充实育人内容。与学校相比, 企业 Opera PMS 系统应用经验丰富, 为此高职可与区域规模较大且具有发展潜力酒店合作育人, 在此进程中借鉴企业操控该系统经验, 结合企业运营情况规设教学案例, 引领学生运用所学内容剖析案例, 同时渗透企业文化、制度条规等内容, 使学生对该系统的解读更为立体, 继而提高基于混合式教学模式的高职酒店管理专业教学质量<sup>[4]</sup>。

### 3.3 创新育人模式

创新是妥善运用混合式教学模式的重要手段, 为此高职教师需在酒店管理专业教学现状加持下探析 Opera PMS 系统应用渠道, 旨在助推学生不断发展。例如, 教师可运用情境教学法, 结合酒店运

营实况规设具有真实性、参与性、启发性的情境, 鼓励学生扮演成住客(消费者)、酒店管理者及工作人员等角色融入该情境, 教师着重考察学生运用 Opera PMS 系统提供优质服务能力, 观察学生在情境中的表现, 在学生完成表演任务后加以评价, 一方面运用激励评价用语调动学生参与情境表演活动积极性, 助其增强学习信心, 维系和谐师生关系, 另一方面指明学生存在的问题, 如对系统功能不够了解、服务意识较弱、缺乏合作精神等, 使学生能找到酒店管理专业知识及技能学习重点, 继而提高专业教学有效性。教师还可为学生争取企业实训机会, 使学生能真正融入酒店管理情境, 在酒店管理过程中应用该系统, 通过实训检验学习成果, 健全学习体系, 有效丰富混合式教学模式, 使 Opera PMS 系统可在高职酒店管理专业教学中得以有效应用<sup>[5]</sup>。

### 结束语

综上所述, 基于混合式教学模式的 Opera PMS 系统在高职酒店管理专业教学中应用具有助力专业教学活动朝着信息化方向发展及培育人才核心素养必要性。基于此, 高职院校酒店管理专业教师需积极了解、学习、研究 Opera PMS 系统, 明确育人目标, 不断充实教学内容, 同时基于混合式教学模式创新育人手段, 增强该系统在教书育人中的渗透性, 继而在落实酒店管理专业教学目标基础上培育学生核心素养, 完成新时代高职教育改革任务。

### 【参考文献】

- [1] 王志毅, 杨丹. 前厅实训课程项目式教学的对策——以Opera酒店管理系统为例[J]. 广东蚕业, 2019, 53(2): 89-91.
- [2] 吴佳. 应用型本科院校酒店管理信息系统课程教学探析——以Opera PMS系统为例[J]. 都市家教(下半月), 2017(9): 175.
- [3] 杨丹, 王志毅. Opera PMS系统在高职酒店管理专业教学中的应用[J]. 西部素质教育, 2016, 2(22): 120.
- [4] 许鹏. 酒店管理信息系统在高职教育中的应用研究 ——以Opera PMS系统为例[J]. 电子商务, 2017(6): 91-92.
- [5] 王志毅. 基于Opera PMS系统平台的前厅实训课程应用理实一体化项目式教学法分析[J]. 科技创业月刊, 2016, 29(19): 89-90.