

DOI: 10.12361/2705-0866-05-13-154375

# 基于OBE理念的市场营销学一流课程建设探析

孔娟萍

福建厦门思明城建集团, 中国·福建 厦门 361000

**【摘要】**随着教育理念的更新, OBE (Outcome-Based Education) 理念逐渐成为高等教育改革的核心。本文旨在探讨基于OBE理念的营销学一流课程建设的策略与实践。通过对OBE理念的深入分析, 结合营销学的特点, 本文提出了以导学为手段、注重学习数据分析、关注学生个体差异等建议, 以优化课程设计, 提高教学效果, 确保学生达到预定的学习目标和能力标准。

**【关键词】**OBE理念; 营销学; 一流课程建设; 学习支持服务; 课程考核与达成度分析

## Analysis on the Construction of first-class Marketing Curriculum Based on OBE concept

Juanping Kong

Fujian Xiamen Siming Urban Construction Group, Xiamen 361000, Fujian China

**[Abstract]** With the update of Education concept, the concept of OBE (Outcome-Based Education) has gradually become the core of higher education reform. The purpose of this paper is to explore the strategy and practice of marketing first-class curriculum construction based on OBE concept. Based on the in-depth analysis of OBE concept and the characteristics of marketing, this paper puts forward some suggestions, such as taking guided learning as a means, paying attention to the analysis of learning data and paying attention to the individual differences of students, so as to optimize the course design, improve the teaching effect and ensure that students reach the predetermined learning goals and ability standards.

**[Keywords]** OBE concept; Marketing; First-class curriculum construction; Learning support services; Course assessment and achievement analysis

### 引言

随着教育的不断深化, 教育界对于人才培养的质量和效果给予了前所未有的关注。在这种背景下, 基于学习产出的教育模式(OBE)应运而生, 成为众多高校课程改革的指导理念。营销学作为一门应用性强、实践性高的学科, 其课程建设更应充分体现OBE理念, 以培养学生的综合能力为导向, 构建一流的营销学课程。OBE理念与营销学课程在能力培养、实践导向和持续改进等方面具有高度的契合点<sup>[1]</sup>。因此, 在营销学课程建设中, 应充分体现OBE理念, 以培养学生的综合能力为导向, 构建一流的营销学课程。

#### 1 OBE理念的核心及其与营销学课程的契合点

OBE (Outcome-Based Education), 即基于学习产出的教育模式, 其核心在于强调学生的学习成果和产出, 而

非传统的以教师、教材或课堂为中心的教学模式。它要求教育者明确学生的学习目标, 设计教学活动以达成这些目标, 并评估学生的学习成果是否达到了预期。OBE理念强调学生的主体性和主动性, 鼓励学生参与到学习过程中, 通过实践、探索和创新来实现学习产出。与营销学课程的契合点具体如下:

1.1能力培养: 首先, OBE理念: OBE强调学生能力的培养, 包括批判性思维、解决问题的能力、团队合作等综合能力。其次, 营销学课程: 营销学作为一门实践性和应用性强的学科, 其课程目标也是培养学生的市场分析能力、营销策略制定能力、沟通能力等。因此, 两者在能力培养方面高度契合。

1.2实践导向: 首先, OBE理念: OBE理念倡导实践教学, 认为实践是检验理论知识的最好方式, 也是提高学生

学习兴趣和动力的有效手段。其次，市场营销学课程：市场营销学课程本身就具有很强的实践性，通过市场调研、营销策划、产品推广等实践活动，学生能够更好地理解和掌握市场营销的理论知识。

1.3持续改进：首先，OBE理念：OBE强调教育过程的持续改进，要求教育者根据学生的学习反馈和市场需求不断调整和优化教学内容和教学方法。其次，市场营销学课程：市场营销学课程也需要随着市场的变化和消费者行为的变化而不断调整和优化<sup>[2]</sup>。同时，根据学生的学习反馈和就业市场的需求，市场营销学课程也需要持续改进，以更好地满足学生的学习需求和就业市场的需求。

## 2 OBE理念的核心及其与市场营销学课程设计

### 2.1 OBE理念的核心

OBE理念的核心在于以学生的学习产出为导向，设计教育结构和课程。它强调以下几个方面：

2.1.1学生中心：OBE理念认为学生是教育活动的中心和主体，所有的教学活动都应以学生的学习需求和发展为出发点。

2.1.2学习产出：OBE理念关注学生的学习产出，即学生通过学习所获得的知识、技能和态度。这些产出应该是具体的、可衡量的，并与课程目标紧密相连。

2.1.3持续改进：OBE理念要求教育者不断反思和改进教育过程，以确保学生的学习产出与预期目标相一致。这种改进可以是教学方法、教学内容、评价方式等多个方面的调整和优化。

### 2.2课程教学目标

在OBE理念的指导下，市场营销学课程的教学目标应聚焦于学生的实际学习成果和未来的职业发展。具体目标包括：

2.2.1掌握市场营销的基本概念、原理和方法：学生应能够深刻理解市场营销的核心概念，如市场细分、目标市场选择、定位等，并掌握相关的营销原理和策略。通过课程学习，学生能够运用这些知识来分析和解决市场营销中的实际问题。

2.2.2能够运用市场营销理论解决实际问题：市场营销学课程不仅要求学生掌握理论知识，更重要的是能够将这些知识应用于实践中。因此，课程应设计一些实际案例或项目，让学生在实践中运用所学理论，提高解决问题的能力。

2.2.3具备一定的市场分析和市场策划能力：学生应能够运用市场分析工具和方法，对市场环境、消费者行为等进行深入研究，并根据分析结果制定有效的市场策划方案。这种能力的培养对于学生未来的职业发展至关重要<sup>[3]</sup>。

2.2.4具备良好的沟通能力和团队协作精神：市场营销工作往往需要与不同部门和团队进行沟通和协作。因此，

课程应注重培养学生的沟通能力和团队协作精神，使他们能够在团队中发挥自己的优势，实现共同的目标。

### 2.3课程组织与设计

在OBE理念的指导下，市场营销学课程的组织与设计应以学生为中心，注重教学方法的多样性和灵活性。它不仅要确保学生能够掌握市场营销的基本概念和原理，还要培养他们运用这些知识解决实际问题的能力。可以采用以下方法：

#### 2.3.1案例教学：理论与实践的结合

案例教学是一种非常有效的教学方法，它能够帮助学生将理论知识与实际应用相结合。在市场营销学课程中，可以引入真实的市场营销案例，让学生分析、讨论并提出解决方案。这种方法不仅可以增强学生的实践能力，还能激发他们的学习兴趣和主动性。案例的选择应具有一定的代表性和实用性，能够涵盖市场营销的各个方面。同时，教师还需要提供必要的指导和支持，确保学生能够深入分析和讨论案例，从中获得有益的启示和经验。

#### 2.3.2角色扮演：模拟真实市场环境

角色扮演是另一种有效的教学方法，它能够模拟真实的市场环境，让学生扮演不同的角色进行实践演练。通过角色扮演，学生可以更加深入地了解市场营销的实际运作过程，提高他们的市场分析和策划能力。在市场营销学课程中，可以设计一些与市场营销相关的场景和任务，让学生扮演消费者、销售人员、市场策划人员等不同的角色。通过模拟实际的市场环境，学生可以亲身体验市场营销的各个环节，从而更好地理解和应用市场营销知识。

#### 2.3.3项目驱动：实践中的学习与探索

项目驱动是一种以学生为中心的教学方法，它要求学生完成与市场营销相关的项目任务，在实践中学习和掌握知识。这种方法可以帮助学生将理论知识应用于实际项目中，提高他们的实践能力和解决问题的能力。在市场营销学课程中，可以设计一些与市场营销相关的项目任务，如市场调研、产品推广、营销策划等。学生需要综合运用所学的市场营销知识来完成这些任务，从而提高他们的市场分析和策划能力<sup>[4]</sup>。

### 2.4课程学习支持服务

#### 2.4.1以导学4环节为抓手，提高教学效果

(1) 目标导向：在每次课程开始前，明确告知学生学习目标，有助于他们明确学习方向，避免盲目学习。这不仅可以提高学生的学习效率，还能帮助他们形成清晰的知识结构。

(2) 内容解析：针对课程内容的难点和重点，教师进行深入浅出的解析，帮助学生更好地理解和掌握。同时，通过举例说明、图表展示等多种方式，使抽象的理论知识更加生动形象，便于学生记忆和应用。

(3) 方法指导: 为学生提供有效的学习方法建议, 如如何制定学习计划、如何进行笔记整理、如何进行有效的复习等。这些方法指导可以帮助学生提高学习效率, 养成良好的学习习惯。

(4) 反馈调整: 及时收集学生的反馈意见, 了解他们在学习过程中遇到的困难和问题。根据这些反馈, 教师可以对教学内容和方法进行适时调整, 以满足学生的实际需求。同时, 这种互动式的反馈机制也有助于增强学生的学习动力, 促进他们积极参与课堂活动。

#### 2.4.2 基于学习数据分析的督学、促学、助学:

(1) 督学: 通过定期检查和评估学生的学习数据, 如作业完成情况、课堂参与度等, 教师可以确保学生按照预定的学习路径进行学习。对于学习进度滞后的学生, 教师可以提供及时的指导和帮助, 确保他们能够跟上课程进度。

(2) 促学: 学习数据分析还可以帮助教师发现学生的学习潜力和兴趣点。通过提供具有挑战性的学习任务和资源<sup>[5]</sup>, 教师可以激发学生的学习动力, 促使他们更深入地探索市场营销学的知识领域。

(3) 助学: 对于在学习过程中遇到困难的学生, 教师可以根据他们的学习数据提供针对性的辅导和支持。这可以包括个性化的学习计划、额外的学习资源或一对一的辅导等, 以帮助学生克服难关, 提高学习效果。

#### 2.5 课程考核与达成度分析

2.5.1 市场营销学课程设计中的课程考核: 在市场营销学课程设计中, 课程考核是检验学生学习成果的重要手段。课程考核应遵循OBE理念的核心要求, 注重考核学生的知识掌握、技能运用和问题解决能力。

(1) 多样化的考核方式: 除了传统的笔试外, 还可以采用案例分析、项目报告、口头报告等多种方式进行考核。这些方式可以更好地评估学生在实践中的应用能力和创新思维。

(2) 强调过程考核: 除了结果考核外, 还应注重学生的过程考核, 如课堂参与、小组讨论、作业完成情况等。这些过程考核可以反映学生的学习态度和学习过程, 有助于发现学生的学习困难和问题。

2.5.2 达成度分析: 达成度分析是对学生学习成果与预期学习成果之间差距的评估。通过达成度分析, 教师可以了解学生的学习情况, 发现教学中的问题和不足, 进而调整教学策略和方法。

(1) 数据收集与分析: 收集学生的学习成果数据, 如考试成绩、项目报告、口头报告等。对这些数据进行分析, 了解学生在各个学习成果上的表现情况。

(2) 问题诊断与改进: 根据达成度分析的结果, 诊断学生在学习中存在的问题和不足。针对这些问题和不足, 教师可以调整教学内容、教学方法和教学策略, 以更好地满足

学生的学习需求和提高教学效果。

### 3 基于OBE理念的市场营销学一流课程建设策略

(1) 明确课程目标: 根据OBE理念, 市场营销学课程应首先明确课程目标, 即学生完成课程后应具备的核心能力和知识。

(2) 优化课程内容: 课程内容应紧密围绕课程目标, 注重知识的系统性和实践性。同时, 应引入最新的市场营销理论和实践成果, 保持课程内容的更新和前沿性。

(3) 创新教学方法: 采用案例教学、项目驱动等多样化的教学方法, 激发学生的学习兴趣和积极性。同时, 利用现代信息技术手段, 如在线课程、慕课等, 拓展教学空间和形式。

(4) 强化实践教学: 通过市场调研、营销策划等实践活动, 使学生将理论知识转化为实际操作能力。同时, 建立稳定的校企合作关系, 为学生提供更多的实践机会和平台。

(5) 完善评价体系: 构建以能力为导向的多元化评价体系, 注重过程评价和结果评价的有机结合。同时, 引入第三方评价机构或行业专家参与课程评价, 提高评价的客观性和准确性。

### 4 结语

通过对基于OBE理念的市场营销学一流课程建设的深入探析, 我们可以看到这一理念在优化课程设计、提高教学效果方面的巨大潜力。需要高校教育者不断更新教育观念, 创新教学方法和手段, 完善评价体系和机制。未来的市场营销学教育应更加注重学生的个体差异、学习过程和学习成果, 通过完善的学习支持服务、课程考核与达成度分析等手段, 确保学生能够达到预定的学习目标和能力标准。

#### 参考文献:

- [1] 刘皓月. 基于OBE理念的课程教学设计与课堂文化建设[J]. 求学, 2020(35): 2.
- [2] 樊秋. 基于数智化“T”型人才培养的混合式“一流课程”建设与创新研究——以《市场营销学》为例[J]. 科技创业月刊, 2022, 35(11): 113-116.
- [3] 徐文婷, 屈小静. 基于一流课程建设的“市场营销学”课程改革研究与实践[J]. 湖北工程学院学报, 2022, 42(03): 70-73.
- [4] 卜森. 双万计划背景下《市场营销学》一流课程建设路径探究[J]. 长春工程学院学报(社会科学版), 2022, 23(01): 137-140.
- [5] 柳欣. 基于一流课程建设的“市场营销学”“12345”课程体系的构建与实践[J]. 科教导刊(上旬刊), 2020, (34): 162-163.

#### 作者简介:

孔娟萍(1988.07-)女, 汉, 福建, 研究生, 中级工程师, 研究方向: 市场营销。