

“消费者行为学”课程线上线下混合教学实践研究

姜磊磊 王璐

安徽开放大学经济与管理学院 安徽合肥 230022

摘要: 随着网络技术的发展, 在线学习成为了教育教学发展的新趋势新方向, 在线课程建设和使用受到了社会的广泛关注。基于线上和线下相结合的混合模式, 既发挥了传统教学的优势, 同时也发挥出了信息技术的优势, 有助于全面提升教育教学的质量。本文以消费者行为学这一课程为例, 针对线上线下混合教学实践策略进行探究, 希望可以有效的提升学生的学习效率和效果。

关键词: 消费者行为学; 混合教学; 课程

消费者行为学是市场营销专业的一门核心课程, 主要研究消费者心理、行为特征及其影响因素, 从而为制定市场营销战略提供依据。学科研究侧重二个基本问题: 一是分析研究不同消费者心理和行为特征及其影响因素, 为制定合适的营销战略提供依据; 二是通过制定营销战略, 改变消费者的购买行为, 提高消费者的购买频率, 目的是为企业创造顾客和利润。本课程具有明显的应用性、综合性。随着网络技术的发展, 教育教学的形式不断变革, 基于线上和线下相结合的混合模式, 可以让学生有效参与到教育教学全过程, 提升学习的效果和质量。本文就消费者行为学课程线上线下混合教学的应用价值和实施策略进行探索和实践。

一、消费者行为学课程实施线上线下混合教学的应用价值

(一) 创新了教学模式

消费者行为学课程实施线上线下混合教学, 改变传统的消费者行为学课堂中的以教师传递知识为主教学模式, 而是以学为主的整合探究模式, 突出学生中心地位。通过借助互联网等信息技术手段, 逆向安排知识传授和知识内化, 改变教师和学生传统教学过程中的角色, 重新编排教师和学生教学活动, 实现线上线下相结合混合式学习, 学生可随时随地学习、自我测试。通过实践, 我们发现在消费者行为学这门课程教学中实施混合教学模式能够有效地实现学生学习成绩的提升。

基金项目: 安徽省2020年质量工程项目(课题编号: 2020xsxxkc120)

作者简介: 姜磊磊, 1982年7月, 男, 安徽凤台人, 汉族, 硕士, 副教授, 主要从事战略管理、开放教育教学研究。

(二) 提升学习主动性

兴趣本身是最好的老师, 为了能够让学生对消费者行为学这门课程产生浓厚的兴趣, 在进行教学设计的时候可以从学生角度入手, 借助各种手段激发学生的学习动力。可以在制作电子教案、电视视频、IP课件、测试题库、形考作业等基础上, 融合消费者行为学系列微课程视频, 以及云端存储的与课程相关的海量知识拓展资源。同时, 结合成人学习者特点, 采取灵活多样的学习活动设计和组织。围绕目标达成、教学内容、组织实施和多元评价需求进行整体规划, 课前, 通过云平台习视频资源, 督促预习; 课堂中, 增强互动提问环节作用; 课后推送作业和测试题, 组织互动答疑和学情诊断分析等。在很大程度上调动了学生学习的积极性和主动性, 让学生的学习变得更加高效。

(三) 提升课堂趣味性

消费者行为学课程实施线上线下混合教学是对课程进行适当改造, 比如可以尝试安排50%的教学时间实施学生线上自主学习, 与线下面授有机结合开展翻转课堂、混合式教学, 打造在线学习与课堂教学相融合的混合式“金课”。教学活动模块主要有重难点知识传授、小组任务、案例讨论、互动答疑以及在线测试等, 有效增强教学的亲和力和快速响应能力, 让课堂充满生机与活力, 这样能在很大程度上激发学习的兴趣, 提升课堂的趣味性。

二、消费者行为学课程线上线下混合教学实践策略

(一) 构建翻转课堂学习模式

目前翻转课堂这种教学模式受到了广泛关注, 这种教学模式可以在很大程度上激发学生学习的兴趣, 让学生更有效的参与到课堂知识的学习中, 全面提升学生的学习质量和效果。翻转课堂主要就是转变了课堂教学和

课下学习的模式, 要求学生在课下完成知识的自主学习, 课堂中进行相关的任务, 这样可以有效地提升学生对知识掌握的效果。比如教师可以在授课前为学生提供一个网络学习平台, 比如学习通、雨课堂等, 然后将课件和相关的资料发布到平台上面, 这样学生可以在课前就完成知识的预习, 借助教师分享的文本和视频资料可以提前掌握学习的内容。然后在正式的课堂教学中教师可以通过线下的方式进行提问, 然后鼓励学生互动, 设计一些学习任务, 让学生把所学习的内容应用到实际的任务中, 去解决真正的问题, 通过这样的方式可以节省课堂教学的时间, 把课堂真正的交给学生, 让学生成为课堂学习的主人, 更进一步的参与到学习活动中去。同时, 可以借助线上测试的方式让学生完成检测, 借助大数据让教师更全面的了解学生学习的情况, 从而提升教师后续教学的质量和效果。

(二) 借助碎片化学习模式

目前碎片化的学习模式受到了教育界的认可, 随着慕课的兴起, 碎片化学习更受到了广泛的关注。通过实现学生碎片化的学习, 可以在很大程度上提升学生学习的效率, 充分利用好学习时间。教师可以结合消费者行为学的重点难点内容把应知应会知识转化为短小精悍的电子文档, 或者设计时长较短的视频资料, 这样可以让学生随时去进行分享和学习, 学生可以借助自己候车或者排队这些零散时间实现随时随地的学习, 让学生的学习变得更加灵活机动。同时, 通过云平台可以满足师生随时随地参与教学过程和及时交互的需求, 详细记录学生的学习轨迹, 可以借助大数据分析出学生喜欢浏览的学习视频, 学生完成作业花费的时间和准确率, 及时了解学生对学习内容的掌握情况, 为学习过程性评价提供可靠的依据。

(三) 开展在线测试活动

为学生搭建的线上学习平台可以实现在线测试功能。教师将需要考查学生的题目导入到平台上面, 学生借助网络平台来完成线上的答题, 然后借助大数据功能实现对学生的自动评价, 这样学生可以快速的掌握自己测试的成绩, 而教师在实际的授课过程中也可以根据学生的情况进行针对性指导, 将学生出错率高的题目进行汇总, 然后针对这些题目进行重点的讲解指导, 通过在线测试更有效的提升了课堂教学的针对性和有效性, 实现了教学质量的提升, 有助于提高消费者行为学这门课程的授课效果。

(四) 课堂实施互动讨论

实施线上线下混合的教学模式中, 教师在线下课堂中为学生准备一个话题, 可以鼓励学生通过小组合作的方式去交流, 也可以借助线上平台及时的发表自己的观点和看法。这样的教学模式和传统的教学相比能够给学生更多表达的机会。因为传统课堂讨论, 课堂时间有限, 这时候学生虽然进行了合作学习和交流, 但是还是会有一些学生因为时间原因无法发表自己的观点和想法, 教师也只能选出代表去表达他们的观点, 一些学生也因此受到了冷落, 针对于这个情况, 教师借助线上的方式, 能够让学生同时发表出自己的观点, 教师也可以看到更多学生的意见和想法, 这样的模式能够有效地提升学生互动的效果和质量。然后教师可以在线展示学生的观点, 进行评价, 使得课堂变得更加互动多元。

(五) 混合教学模式下的作业设计

在混合教学模式下进行作业设计, 教师借助在线学习平台为学生发布作业内容, 学生可以借助平台完成作业, 教师可以在线给学生进行打分, 并且将学生的作业进行存档, 这样大大的节省了收集学生作业等繁琐的工作, 而且教师可以借助平台把学生优秀的作品展示出来, 让学生互相分享学习, 这样的方式可以提升作业的完成效果, 发挥出作业的价值, 也可以让教师更全面的了解学生学习的基本情况, 对于教师有针对性的进行后续的知识授课提供了必要的条件。

(六) 注重对教学的适时反馈

虽然混合教学模式存在着很多的优势, 但是其在应用的过程中也依然存在着一定的问题, 因此在授课的过程中需要注意对教学效果进行适时反馈, 可以就混合教学模式来进行调查, 或者学生最为关注的问题, 同时可以了解到为什么有的学生无法完成网上学习任务, 为什么有的学生总是跟不上学习进度等。这样教师可以了解自己使用混合教学模式教学过程中存在的各种问题, 及时的调整教学思路, 进一步完善教学设计方案, 为学生创造一个更理想的学习环境, 切实提高消费者行为学这门课程教学的质量和效果。

三、结束语

总而言之, 数字终端改变了传统课堂的教学生态, 消费者行为学课程必须要结合时代的发展趋势做出创新和调整。传统线下教学单一模式已经无法满足学生的学习需求, 作为教师要注重网络手段的整合, 将线上和线下教学模式进行混合, 发挥出各自的优势和价值, 引导学生课前进行线上自主学习, 为学生提供线上测试和作业, 便于教师更全面的了解学生学习的情况和效果, 针

对性调整教学策略, 以此实现学生学习效果的提升, 让消费者行为学这门课程的教学质量得到真正意义的提升。

参考文献:

[1]王飞.混合式教学模式在高校消费者行为学课程中的应用研究[J].课程教育研究, 2019, (17): 13-14.

[2]林丽雪.供给侧背景下的多元互动翻转课堂教学模式研究——以《消费者行为学》为例[J].财富时代, 2021, (04): 176-178.

[3]王嘉玲.新冠肺炎疫情防控下混合式教学的探究与实施——以《消费者行为学》为例[J].现代商贸工业, 2021, 42(02): 151-153.

[4]叶大鹏.高职院校“消费者行为分析”课程思政元素融入点探析[J].质量与市场, 2021, (23): 82-84.

[5]马智萍.高校《消费者行为分析》O2O课程建设探讨[J].产业与科技论坛, 2021, 20(23): 127-128.

[6]欧雅琴, 高小芹, 左劲中.“模块化”与“情景

化”融合下的《消费者行为学》课堂教学模式改革与实践[J].上海商业, 2020, (12): 181-183.

[7]谢慧敏.基于慕课的《消费者行为学》翻转课堂的教学改革与实践[J].营销界, 2020, (30): 84-85.

[8]仲欣.基于专创融合的消费者行为学实践教学模式研究[J].创新创业理论研究与实践, 2021, 4(17): 118-120.

[9]郑鹏.信息技术变革下旅游消费者行为学课程教学范式改革研究[J].旅游纵览, 2021, (17): 113-115+119.

[10]李萍, 王冬菊.创新型人才培养实践教学改革——以消费者行为学课程为例[J].中国多媒体与网络教学学报(上旬刊), 2021, (06): 47-49.

[11]余红剑, 邵凯希, 周芷衣.基于翻转课堂的《消费者行为学》案例教学设计与实践[J].黑龙江教师发展学院学报, 2021, 40(05): 32-36.