

翻转课堂模式下高职《消费者行为学》课程教学研究

李坤

(河南地矿职业学院, 河南 郑州 451464)

摘要: “翻转课堂”作为新的信息化教学模式, 在我国教育领域掀起了一场教学改革。这一教学模式在我国高职院校的应用尚处于探索与萌芽阶段。《消费者行为学》作为市场营销专业的主干课程, 是以培养具有营销专业技能人才为目标的理实一体化课程, 以翻转课堂助力《消费者行为学》课程改革对于营销专业人才培养工作具有重要意义。本文分析了翻转课堂的定义与特征, 分析了翻转课堂在消费者行为学课程中的应用, 希望能够为广大的高职院校教师提供一些翻转课堂的应用思路。

关键词: 翻转课堂; 高职院校; 消费者行为学; 应用策略

翻转课堂基于信息化教学技术, 翻转了传统教学模式下的教学顺序, 由先“教师讲解”再到“学生内化”转变为先“学生内化”再“教师讲解”, 充分体现了“以学生为中心”的教育理念, 学生在课前通过线上学习资源展开自主学习, 课堂上师生通过答疑、探讨、交流等活动进一步巩固学生在自主学习期间遇到的问题、产生的困惑, 完成教学目标。翻转课堂应用于高职《消费者行为学》课程中, 有助于深化学生对消费者行为学理论的认识, 提高消费者行为学课程的趣味性。

一、翻转课堂教学模式的定义

翻转课堂, 顾名思义是对传统课堂教学顺序进行了“翻转”, 将“学生内化知识”放在“教师讲解知识”过程前。翻转课堂最早出现在美国的林地中学高中教学活动中, 因为学生总有跟不上教学进度, 或者请假缺课的情况发生, 因此该校的两名教师重点应用信息设备, 将课程录制下来, 上传至网络上。这样这部分学生就可以自主学习, 查漏补缺。在实施过程中, 教师发现这一模式可以推广至日常教学中。因为对于大部分基础知识, 学生可以自主学习, 只有在做作业时需要教师的指导和帮助, 因此, 该校教师尝试将日常教学活动的顺序进行颠倒, 首先, 学生自主学习, 消化知识, 之后再由教师展开辅导和帮助。由此翻转课堂教学模式生成。而后翻转课堂教学模式应用越来越广泛, 逐渐发展成熟。翻转课堂有效突出了学生的学习主体地位, 把课堂和学习的决定权交给学生。翻转课堂应用了信息化教学技术, 基于视频课程、导学案使学生开展自主学习, 内化吸收知识。在课堂上, 教师基于学生在自主学习环节遇到的问题开展针对性讲解。学者们和一线教师将翻转课堂要素分为教师、学生、信息技术、环境和课程五个方面, 这些教学要素相互作用, 实现以学生为中心, 教师与学生形成双向互动。

二、翻转课堂教学模式的特点

(一) 灵活机动, 个性化学习

翻转课堂则将这些全都翻转过来, 将教学重心重新转移到学生身上, 关注学生需要学什么、应该怎样学, 基于学生需求提供教学资料, 给学生提供独立思考的空间和针对性讲解。在翻转课堂模式下, 教师基于信息化教学平台为学生展示生动有趣的教学视频, 学生可以自由地安排自主学习活动, 相比于传统教学模式, 学习的灵活性、个性化特点增强了, 学生可以找到更适合自己的学习节奏。翻转课堂实施过程中, 教师设计教学方案、制作视频课程, 学生自主学习; 在课堂上, 学生结成学习小组对自主学习环节的问题进行讨论, 小组共同讨论解答问题, 进而有效提高了课堂教学的效率。

(二) 学生主体, 自主学习

这种颠倒给学生提供了更广阔的思考空间, 让学生自主发现问题、解决问题, 对于锻炼学生的自主学习能力, 起到了很重要的作用。因为翻转课堂整合了学生自主学习、小组讨论等活动, 因此有效发展了学生的自主学习能力。学生在课前自主学习, 享受充分的自主学习的空间, 课上教师针对学生存在的问题展开针对性讲解, 重构“教师主导—学生主体”的教学模式。学生完成自主学习后, 可以通过自测来检验学习效果, 还可以对自己没有理解透彻的知识反复开展学习, 更高效地实现学习目标。由此可见, 翻转课堂具有个性化、便捷化的特点。

(三) 课堂互动, 互动性突出

翻转课堂将学生内化知识放在课后, 因此节省了课堂教学时间, 学生自主安排课下的学习活动, 实现个性化学习; 课堂时间则主要用来解决学生自主学习过程中遇到的问题, 课堂时间充裕, 学生可以结成学习小组自主讨论知识, 强化相互之间的沟通交流, 及时、有效地解决学习问题, 提高学习效率。翻转课堂将自主思考放在课前, 将讨论放在课中, 这样课堂上的氛围就比较活跃, 学生们交流探讨, 彼此启发, 给予学生充足的讨论时间和发言权, 使学生更深入地思考课程知识, 从而增强学生对知识的理解。

三、《消费者行为学》课堂教学的现状

高职教育与普通高等教育具有一定的区别, 高职教育更关注学生的技术应用能力、知识广度与综合素养。消费者行为学课程的主要目标在于让学生掌握消费者行为学理论、概念, 并能够应用理论对消费者心理开展研究, 进而针对消费市场作出营销决策。这门课程是高职市场营销专业的核心专业基础课程, 但是该课程教学工作却没有体现实践性、技能性的特点, 学生在岗位实践中对本课程内容的应用很少, 本课程的价值没有充分发挥出来。

(一) 教学内容丰富, 但与专业联系不紧密

本课程涵盖的内容比较丰富, 学科跨度很大, 包括心理学、社会学、市场营销学等学科的内容, 知识点多而散, 尽管本课程的原则是“必须、够用”, 但教师和学生仍然很难把握其中的重点。其中关于心理学和社会学的理论, 与市场营销专业学生的技能与实践联系不紧密, 学生未能充分认识到其对于日后工作的重要意义, 在学习时态度不认真, 毕业后很快淡忘相关内容。

(二) 教学方式单一, 仍以讲授为主

当前, 本课程主要的教学方式为教师讲解理论, 学生被动听课的情况比较常见。尽管随着课程改革的不断深入, “填鸭式”“满堂灌”等教学模式正在逐步被淘汰, 但教学活动以教师为主体的问题仍比较常见, 学生缺乏学习动力, 学习主动性不强。

（三）教学手段陈旧，仍处生硬套用信息化教学的阶段

目前，信息化教学已经有了较为广泛的应用，但是教师们对于信息化教学技术和教学模式的应用不够深入，对电子课件、视频课程的应用仍停留在照读、照搬的层面。在教学过程中也会融入很多案例，但是受制于课时数量少、案例综合性高的原因，对案例的分析不够透彻，学生未能充分养成分析问题、解决问题的能力。加之，不少案例都是国外的营销案例，与国内的文化背景、市场环境具有明显差异，进而加大了案例分析的难度，学生们对案例中的市场环境不了解，进而失去学习兴趣。

四、《消费者行为学》翻转课堂教学设计的总体思路

翻转课堂模式下教学过程被清晰地划分为三个阶段：课前学习、课堂学习和课后学习。课前学习主要基于线上学习平台展开，学生根据自己的学习需求选择性地自主学习，在课前学习阶段如果发现学习问题，学生则对问题进行反复思考、相互讨论；在课前学习阶段没解决的问题，在课堂学习阶段继续讨论。在课堂上，学生将课前的疑问提出来，结成学习小组，让学生分组讨论，相互帮助，解决问题。在课堂上，学生还可以将课前学习中的成果进行展示，学习中的感受进行分享。学生经过课上的讨论仍未解决的问题，则教师再进行集中解答，这样课程真正成为“师生互动，生生协作”的模式。课后，教师引导学生对课堂上的内容和问题作总结，根据学生的反应调整课前学习的教学资料，并将课堂学习上学生的成果或者分享进行整理共享给学生，真正将这些课堂动态性生成的资源和学生的作品收集整理后分享给学生。

（一）课前自主学习

由于翻转课堂的核心在于将之前教师在课上讲解的知识通过视频课程让学生自主学习，因此基于翻转课堂教学模式，教师需要首先制作一个视频课程，课程时长控制在10分钟左右，每一节视频课程后设计一个小的线上测验，学生们观看完视频课程后自主检测。要突出线上交流平台的作用，强化微信、班级QQ群等线上交流渠道的应用，加强教学视频的共享，让学生在课前进行学习。

由于翻转课堂应用先导式视频，让学生自主学习，所以先导式视频的质量要得到保证，必须保证重点突出、短小精悍。因为学生是通过线上视频自主学习课程知识的，只有将重点突出，学生才能了解本节课程的主要内容；同时由于自主学习效率难以把控，一方面自主学习过程中，由于缺乏监督，所以学生的专注度比较差，视频时间过长会导致学生注意力分散。所以先导式视频时间不宜过长，要在最短的时间将课程知识突出展示。

在“生活方式对消费者行为的影响”一课中，基于本节课程的教学目标，将“生活方式对消费者行为的影响”教学内容进行分解：①生活方式的概念。②生活方式带来的消费行为变化这两项内容。基于内容对素材进行整理，确定视频课程的具体内容。视频通过分析什么是生活方式、生活方式的特点，以当今热门话题的“宅生活”为案例对生活方式的概念进行具体的阐述，视频的最后提出一个问题让学生们讨论：收集资料，说一说你现在的的生活方式有什么特点？视频课程上传至线上学习平台。

（二）课中学习阶段

因为学生在课下已经进行过预习，所以对于课程知识有了一定的理解，因此，课中学习阶段的主要任务是解决学生在自主预习过程中遗留的问题，进一步深化学生对知识的理解。教师在线

上视频中适当留白，给学生留出探究和思考的空间，让每个学习小组进行讨论、探究，促进生生互动，激发学生学习的积极性、主动性、创造性。学生观看完视频课程或者分析完案例以后，会提出一些问题，教师需要对学生的的问题加以归纳和总结。教师可以从中筛选出一些普遍性的问题，和学生一起探究，比如当前的营销渠道形式有哪些，传统促销方式面临哪些挑战，等等。小组讨论过程中，教师巡场，基于学生指导和帮助。教师既可以对某一小组进行单独辅导，也可以与小组进行辩论和交流。在小组讨论结束后，由各小组派代表进行汇报。学生在汇报过程中，不仅分享了他们得到的学习成果，而且还分享了他们思考和探究过程进行分享，使得其他学生掌握更多的学习和探究思路。

首先让学生展示自主学习阶段的学习成果，分享学生们对当下自己生活方式特点的思考。基于学生们在课前自主学习环节产生的问题，课上组织学生开展小组讨论。

以“生活方式”为例，学生展示自己做的PPT、录制的vlog视频，在课堂上展示自己的生活方式，并分享对自己生活方式的看法。学生展示完毕后，教师对学生们的展示情况进行总结、补充。

之后教师提出一个课上讨论任务：列举生活中的一些行为方式，分析这种行为方式的特点、产生原因。这个课堂讨论任务让学生们应用课前学到的理论知识，这样课堂真正地“活”起来了，课堂45分钟被有效地利用起来，学生充分主动地学习和参与，学生分心、走神、玩手机等现象明显减少，而且学生掌握知识更加灵活，印象更深刻。教师从整体性、全局性、专业性的角度对每个小组的成果进行点评、小结，指出好的一面及有待提高的一面，综合性对所有学生的表现进行分析与总结。

（三）课后反思评价

课后补充完善。根据学生们课堂上的表现，设计课下学习任务，帮助学生进一步巩固课上所学。

开展教学反思。根据学生的课上反应对视频课程、教学方案进行优化，总结翻转课堂的教学经验。

课后的评价与总结。评价反馈是翻转课堂的最后一个环节，对于翻转课堂教学模式调整和改进具有重要意义。基于新课标理念，评价工作应该结合过程评价和结果评价两种评价模式，不只关注学生的成绩，还需要关注学生在整个翻转课堂中的学习参与和学习体验、学习态度，使评价标准向多元化发展，体现知识能力，过程学习，情感态度等方面。在评价主体上引入家长评价、学生评价。同时，评价应该遵守公平公正的原则。

五、结语

新课改重新思考了教学过程中教师和学生所扮演的角色和所处的地位，翻转课堂是教育改革背景下出现的新的信息化教学模式，通过翻转教学顺序，为学生打造了自由学习的平台，使得学生能够基于自主思考、自主探究内化知识，教师全程陪伴、指导学生学习，扮演合作者、引导者的角色，逐步强化学生的自主学习能力和探究精神，引导学生达成学习目标。在高职《消费者行为学》课程教学中应用翻转课堂教学模式，实用性强，能有效提高教学效率、优化教学效果，有效达成教学目标。

参考文献：

[1] 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(5).