

浅谈基于OBE理念的高职课程重塑路径

王 威

金华职业技术学院 浙江 金华 321000

摘 要: 专业认证为教育改革与课程改革画上了鲜明的底色,将专业课程的课程、教学、评价、建设进一步科学要求、科学整合,在此背景下,OBE理念既是助推专业课程改革的不二之选,也是关键所在。基于此,本文以高职《旅游市场营销》课程为例,以OBE成果导向教育理念为探究引导,紧紧围绕“学生中心”与课程整体内容“逆向沟通”,结合高职《旅游市场营销》课程特点及存在不足,以突出OBE模式的课程特色优势为目的,浅谈基于OBE理念的课程重塑路径,对探索“OBE理念课程”的相关研究提供参考。

关键词: OBE理念; 高职《旅游市场营销》; 课程重塑; 策略

Discussion on the Path of Curriculum Remodeling in Higher Vocational Colleges based on OBE Concept--Take the *Tourism Marketing* Course as an Example

Wei Wang

Jinhua Vocational and Technical College Zhejiang Jinhua 321000

Abstract: Professional accreditation has painted a clear background for education reform and curriculum reform, and further scientific requirements and scientific integration of curriculum, teaching, evaluation, and construction of professional courses. In this context, the OBE concept is the only way to boost professional curriculum reform. Choice is the key. Based on this, this paper takes the higher vocational *Tourism Marketing* course as an example, takes the OBE result-oriented education concept as the exploration guide, closely focuses on the "student center" and the "reverse communication" of the overall content of the course, and combines the higher vocational *Tourism Marketing*. In order to highlight the characteristics and advantages of the OBE model, this paper discusses the curriculum remodeling path based on the OBE concept, and provides a reference for the related research on exploring the "OBE concept course".

Keywords: OBE concept; Higher vocational *Tourism Marketing*; Curriculum remodeling; Strategy

前言

随着大众教育进入普及化阶段,专业类型不断丰富,同时,高职专业课程体系也逐渐趋于“精细化”发展,这样的转变落实到学生的课本上,就成了“多不可学”的“书山辞海”,在此背景下,课程质量保障是其一,学生学习态度为其二,都亟待在这样的现状下得到提升与改善,如因高职课程体系中包含的专业课体量较大,教学质量反而较低;高职学生在专业课学习的过程中缺乏主观能动性、学习体验较差等情况,都是助推课程改革的根本原因。

OBE“以成果为目标导向”,作为当前发展较为成熟的模式,能够有效突出学生所经历学习过程的功能性,避免学生的“形式化”学习,能够有效改善专业课的教学效果,顺利提升高职人才质量。

1 OBE理念的理论特征

1.1 以预期学习成果为过程导向

传统的教学模式往往对学生的学习成果缺乏预期,这是由于教师教学实施的依托来源广泛,诸如教材、课程标准、学校要求等,而这些材料本身对学生的学习成果、所能达成的目标也是缺乏预期和量化的。

依据布鲁姆教育目标分类法,教育目标可涉及“认知、

情感、动作技能”等维度,说明在客观而科学的考量下,学生的预期学习成果绝非单一。OBE模式坚持以学生的预期学习成果为导向,使得教师重新考量“什么教学环节能对应什么成果”,对教师的教学过程、方法均能起到一定的纠正作用。

1.2 以学生为中心强调收获层次

OBE模式坚持突出“学生中心”。

传统的课程模式偏重教师的“教”,经常性的探讨“教师教什么”“教师怎么教”“教师教得怎么样”而忽略“学生要学什么”“学生怎么学”“学生学得怎么样”,而OBE恰体现后者所能发挥的重要作用,弥补传统教学中围绕学生本身的一些因素的忽略,转而强调学生本身的收获,让课程向着升级实际作用的方向改革。

OBE理念强调的“学生收获”是区别于传统意义的,传统意义的“学生收获”可几乎与“学生学习效果”划等,但OBE理念中的“学生收获”显然是更为细化的,如区别学生学习的表现效果与学习成果的定格效果,前者的效果是短效的,而后者是长效的,OBE模式强调的是对后者的精细考量。

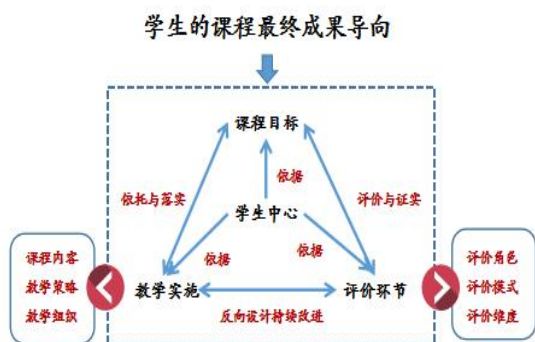
OBE理念认为收获是有多层维度的,不仅泛指学生

的知识、能力、情感与价值感等成果,也包含学生的具体体验、收获经验以及课程拓展效果,更强调学生的实践成效。

1.3 以持续改进为逻辑闭环依据

传统高职专业课与 OBE 指导下的课程模式相比,缺乏对学生学习效果的循环考察过程,传统高职专业课在整个课程实施的过程中,循环考察一般在 1-2 个周期比如期中复习的循环考察、期末复习的循环考察等,这些通常采取考试的考察方式,对评价的过程比较淡化同时也缺乏一定的科学性,而 OBE 将流程化的教学变成“闭环”,这个闭环以学生为中心、以成果为导向,更贴近学生的真实学习脉络,比如学生的阶段性学习成果将成为持续改进的依托,而持续改进的过程也为模式的逻辑闭环提供依据。

2 OBE 理念的课程改革指导



2.1 课堂中心反转：重“教”变重“学”

基于 OBE 理念的课程改革在高职教育中已经开启了应用,当我们探究高职教育的课程分类,发现无论是在基础课还是在专业课上, OBE 模式都能够提供一定的科学改革路径。

高职的专业课与基础课有着本质的区别,站在学生的维度上,专业课更强调能力的提升与实践的过程,然在 OBE 理念的正式应用中,学生能力的提升与实践的过程得到了更好的突出,原本以“教”为核心的课堂在 OBE 的引领下翻转,突出“学生中心”的同时也宣贯深化学生“学的体验”。当课程模式从重“教”翻转为重“学”,学生在课程中的学习成果将完成从“虚”到“实”的转变。

2.2 实施过程科学：“直线”变“闭环”

OBE 模式倡导的“闭环”课程实施可以将课程的层次凸显出来,给学生学习成果“持续优化”的余地,让课程灵动起来,让教学目标在闭环的实施过程中不断突破,直至全部达成。

对于传统的“直线型”课程实施模式,起点往往基于教师“教”的动作,与这个动作持平的学生的状态是知识尚未完善的、能力尚未养成的、素质尚未提高的,在这个基准线上预估的课程目标往往是浅显的,往往是不计个体差异的笼统的目标,而“闭环型”的课程实施模式是以学生的课程最终成果为导向,在整个课程实施的过程中,学生的最

终成果是“第一站”,整个课程讨论的是“如何做才能够让学生达成最终成果”而非专业课本身的内容。

2.3 课程设计升维：“单层”变“多层”

OBE 模式指导下的专业课程在阶段目标的设计上缺乏层次,也忽略学生个体的差异,这就导致面对单一层次的课程目标,不同的学生经历相同学习过程的前提下,所达成的效果、课程学习的成果必定不尽相同。OBE 模式在具体的应用中,强调学生逐级达到课程目标顶峰的过程,这个过程必须要适应学生个体,所以针对不同专业基础、知识基础以及能力基础的学生就要经历层次划分,不同基础层次的学生被规划与不同的学习阶段,一个学习阶段都有细化的学习目标,这些目标之间存在“由简到繁”“由易到难”“由初级到高级”的逻辑关系和顺序,学生经历这些过程,不断完善和刷新综合水准,最终达成“顶峰成果”,这样一来,学生整体的学习效果也就有了一定的保障。

3 高职《旅游市场营销》课程现状

3.1 高职《旅游市场营销》课程特点

(1) 综合性比较强：综合能力培育

高职《旅游市场营销》课程以引导学生了解和认知旅游市场为伊始,在旅游相关专业的诸多专业课中,内容的表现更偏向学生的基础塑造,比如除旅游市场外,学生在课程中也了解旅游市场环境、分析旅游者、分析旅游产品以及营销策略。

结合高职《旅游市场营销》课程标准分析,发现高职《旅游市场营销》与一些偏理论和实践性质的专业课一样,内容涉及的领域比较广泛,对学生综合能力培育的要求较强。

高职《旅游市场营销》区别于《人力资源管理》《财务管理》这样的内容相对宽泛的专业课,其本身的专业指向性是较强的,通过内容分析也可以得见,高职《旅游市场营销》的教学内容虽是脱出于类似《市场营销》这样的课程,但课程目标实质还是依托于专业人才培养方案的,是与旅游相关专业紧密联系的。

(2) 以理解为基础：注重专业领悟

前述高职《旅游市场营销》是脱出于《市场营销》的,课程整体偏向于对“旅游”关键词的讨论,这使得两个课程的理论基础虽然相近,但由于专业指向性较强,二者并不能混为一谈。高职《旅游市场营销》以旅游相关专业的特性为理解基础,这些特性包含旅游业的发展特点、结构特点以及岗位特点,学生要想学好这门课程,就势必较先对旅游专业有所领悟,整个课程宣贯学生的具体理解,这也是学生进一步掌握课程相关理论的基础。

有理论引领、注重学生思维发展,夯实专业基础是高职《旅游市场营销》课程的根本目的,也是课程的重要特色。

(3) 以分析为途径：教学成果外化

纵览高职《旅游市场营销》各个部分的内容与目标,发现能外化学生思维和成果的途径往往基于案例分析,这些案例中有相当一部分内容更新不够及时,所以课程本身如果单纯基于理论分析和案例分析,学生“多层次学习成果”的达成是存在一定困难的。

3.2 高职《旅游市场营销》课程存在的不足

(1) 评价过程边缘

在当前的高职《旅游市场营销》课程实施的过程中,往往会忽略评价的重要作用,比如课程本身的理论性较强,在传统情形下的授课中缺乏学生的实际实践,前述学生的思维发展通常依托于一些更新不够及时的案例内容,高职《旅游市场营销》课程的实效性发展大受阻碍,加之评价的环节不受重视、评价的内容不够丰富、评价的角色过于单一等情况,评价的作用就大打折扣,在这样的条件下,学生的学习成果无法以客观的评价方式考量,学生基于课程的持续拓展学习也缺乏正确的指导,课程本身的作用也被相应淡化。

(2) 模式亟待升级

在做高职《旅游市场营销》教学设计的过程中,教师往往忽略明确“课程需要什么样的模式”,教师对“课堂使用的教学方法”也缺乏科学的定位,这就导致课程本身的模式与教师的教学方法、策略之间关联性比较差,在这样的矛盾冲突下,更好地达成教学目标似乎也深受阻碍,尽管在这样的教学模式下已经有很多教师明确了这些问题并有意整改,但高职《旅游市场营销》在高职专业课中所占比重并不大,课程本身现有的资源与转变后的课程模式仍有不契合之处,导致类似高职《旅游市场营销》的专业课程改革难上加难。

(3) 课堂体验较差

当前,高职专业课对学生在学习中的实际体验往往缺乏关注,也间接地弱化了课程对学生学习兴趣的关注,当学生在课程学习中的主观能动性滞留不升,无论是对学生本身的发展还是课程本身的发展都是极其不利的。

在一般情况下,高职专业课的评价指标大多来源于学生考试成绩、日常考评以及作业的完成情况,这些评价指标虽然能反映一定的学习成果,但对学生的学习过程却无法清晰反馈,不能客观地呈现出学生的学习效果,在这样的情况下,高职专业课“课程评价缺乏公平性”的现象屡见不鲜,当学生在专业课学习中的真实体验被忽略,学生对专业课的重视程度也就自然而然地淡化,专业课本身的价值会被极大地削弱,学生自然无法在这样的条件下完成综合能力的提升。

(4) 实践缺乏创新

高职《旅游市场营销》的实践分为三个方面,一是基础课堂实践、二是阶段实践、三是综合实践。传统的高职《旅游市场营销》专业课课堂实践与阶段实践涉及的内容往往比较单一,综合实践又常常缺乏更多实践资源的对接,

所以即使高职教师十分注重学生实践的过程,学生在实践中也难以获得大幅度的专业提升,能力提升的收效甚微。除此之外,在一些不注重学生实践的课程场景中,实践本身的意义和功能大幅缺失,课程本身的效果更无法体现,综上所述可以明确,类似高职《旅游市场营销》的专业课在实践模式上是亟待突破创新的。

4 基于OBE理念的高职《旅游市场营销》课程重塑路径

4.1 突出评价:建立评价、教学、目标的逻辑关系

前述高职《旅游市场营销》专业课在评价方面存在着很多的弊端,如评价过程不突出、评价内容缺乏和评价角色单一等,而 OBE 理念恰提倡要在教学中突出评价过程,由于其倡导的评价过程作用的机制比较科学完善,能够很好地助力教师评估学生的学习成果,也能很好地助力学生突破教学目标,在这样的基础上,高职《旅游市场营销》的课程重塑应当首先从评价入手,依托于以 OBE 理念为指导的模式,建立好课程评价、教学实施以及教学目标的逻辑关系,将课程评价的地位摆在显眼的位置,辅助课程重塑中高职《旅游市场营销》的成果导向。

值得一提的是,课程的评价、教学和目标需要在课程设计的环节中被一一对应起来,以减少上述“课程环节关联性差”的矛盾,提升专业课课程重塑后的普适性。

4.2 突出整体:课程知识、过程、目的需梳理整合

高职《旅游市场营销》的教学内容本身的逻辑关联性较强,这些逻辑关联有内在的课程相关理论作为依托,由于课程重塑后的高职《旅游市场营销》的目标层次会被提升上来,所以在此之前,课程需要进一步突出整体性,除了深化课程各部分之间的逻辑关联外,课程的基础知识、课程的拓展知识、课程的实施过程以及最终作为导向的学生的学习成果和课程目标都需要梳理整合,梳理整合后的课程能够进一步弥补教学缺乏整合的问题,不仅能够使教师在教学过程中的思路清晰化,更有助于课程的“反向设计”。

4.3 突出学生:站在学生角度,以多感知维度塑评价

由于高职《旅游市场营销》本身留给学生的思维空间较大,课程的灵活度较高,所以在课程的评价角色、价模式以及评价维度等方面可供创新的途径选择还是十分丰富的,在这样的基础上,课程重塑首先要突出学生主体,这与 OBE 突出“学生中心”是极为契合的。

要想促进高职学生的专业课更好学习,首先应当以他们切身参与进来的评价方式引领他们的学习兴趣,学生在学习体验感升级的同时也是他们自主学习能力成长的时机,学生具体的感知维度可以分为四个方面,分别为对课堂知识的良好感知、对自我学习收效的客观认知、对学习过程的深化兴趣、在不断刷新的成果中感受到成就感等,将这些维度的感知塑造到学生的自评、互评过程中,能够很好地促进专业课的课程重塑。

4.4 突出创新：拉高课程的期望成果

高职《旅游市场营销》课程标准中罗列的教学目标相对于课程本身能够发挥出的“顶峰效果”稍弱，所以在课程突出模式创新的过程中，首先应当拉高教师对课程的教学效果期望、拉高学生对课程的学习效果期望，当教师和学生将课程的期望成果拉高到某一水准时，在正式的课程实施过程中，教师与学生的主动性都会增强。

OBE 理念强调教学过程和学习过程是学生不断突破“初级目标”到“高级目标”的过程，课程的成果导向也是意指“学生所能达成的最高学习成果”，因此拉高课程的期望值并不是为了拉高课程的难度，而是拉高课程实施流程的密度，让每一个流程都更好地发挥作用能够助力学生“学习提效”。

5 结论

今天，当我们研究高职课程改革时，目的无外乎是为社会输出更高质量的专业人才，当社会和市场对人才的需求标准不断提升时，就意味着学生需要学会更多、掌握更多。而 OBE 理念正是突出强调教学过程中学生学习效果的，所以类似高职《旅游市场营销》这样专业课的课程重塑，OBE 理念无疑是最适配的借鉴与依托，结合 OBE 理念的课​​程重塑策略能够弥补当前高职《旅游市场营销》存在的诸多问题，不仅能够进一步发挥专业课的作用，更能突出课程的特色优势，既助力教学水平的发展，助力高质量教学水准的普及，也助力高职人才的高质量培养。

参考文献：

- [1] 陈争.OBE 理念下高校课程评价体系优化研究[J]. 邢台学院学报,2021,36(04):63-66+75.
- [2] 朱红军,曹晓霞,曹娜宁,邹嵩,何贤杰.基于 OBE 理念的教学质量评价体系探索与实践[J]. 财经高教研究,2021,6(02):117-128.
- [3] 刘瑞静,张婷,吴美杰.基于 OBE 理念的翻转课堂设计与实践[J]. 实验科学与技术,2021,19(04):112-116.
- [4] 彭馨莹.基于 OBE 理念的中职《市场营销基础》混合式教学设计与实践[D]. 广东技术师范大学,2021.
- [5] 马国勤.基于 OBE 理念的高职课程教学模式研究与实践[J]. 职教论坛,2020,36(05):63-68.
- [6] 赵玲峰,杨剑冰,邓炯,杨彦.基于 OBE 理念的混合式教学模式改革初探[J]. 中国多媒体与网络教学学报(上旬刊),2020(05):21-23.
- [7] 韩佳颖,张墨贵.基于 OBE 理念的创新创业项目教学模式研究[J]. 实验技术与管理,2020,37(02):209-211.
- [8] 刘强.基于 OBE 理念的“软件工程”课程重塑[J]. 中国大学教学,2018(10):25-31.
- [9] 施晓秋.遵循专业认证 OBE 理念的课程教学设计与实施[J]. 高等工程教育研究,2018(05):154-160.
- [10] 周洪波,周平.基于 OBE 理念的高校教学模式改革研究[J]. 中国成人教育,2018(04):92-94.