

慕课在中职汽车营销教学中的应用

◆龙春玲

(广西百色农业学校)

摘要:在国家经济飞速发展的背景下,我国汽车行业同样有着很大进步。由此,对汽车行业的从业人员的专业技术及能力有了更高层次的要求。慕课对中职汽车营销教学有着积极作用,有利于学校更进一步培养市场需求的汽车营销人才。本文分析了慕课运用于中职汽车营销教学的必要性,并对其具体应用作出分析。

关键词:慕课;中职;汽车营销;教学

引言:

职业教育是中职学校的办学特点,其注重培养学生的职业能力。汽车产业在国家经济体制中占有重要地位,其在经历二十多年的发展史之后,汽车行业取得了飞速进步。然而,我国基于市场需求下的汽车营销专业人才培养体系较为匮乏,汽车营销专业人才的综合能力无法适应当前多变的市场环境及需求。中职汽车营销专业正是为了建立与市场需求有效衔接的新型专业,其以职业需求为导向的办学特点,在很大程度上为汽车行业需要的销售人才带来有力保障。^[1]国家对教育事业的改革非常重视,中职汽车营销专业更应该与时俱进,不仅需要对学生教学内容予以更新优化,更需要在教学方式上不断创新。慕课正是一种新型的教学模式,其新颖的教学方式受到学生与教师的广泛欢迎。

一、慕课运用于中职汽车营销教学的必要性

就目前情况来看,我国汽车营销专业的教学主要侧重于汽车相关的基础知识及有关维修方面的技术学习,其内容相对简单。而中职学校需要针对学生职业能力进行着重培养,若使用此类教材,无法在实际教学活动中起到有效作用,其教学质量无法得以提升。再者,其理论知识不能与行业需求实践应用能力相匹配,对学生汽车营销专业的能力培养有着不利影响。对中职汽车营销教学进行改革创新,已成为时代发展的必然趋势。

(一)有利于提升汽车营销教学质量

慕课主要是通过互联网信息技术制定新型的线上教学模式,在慕课教学的过程当中,可供学生选择的线上学习平台很多,例如,微信、钉钉等人们常用的社交平台。慕课改变了传统教学模式当中与教师面对面学习的形式,其学习空间不受限制。教师通过平台制作的线上教学视频,其内容精炼且结合了互联网及多媒体技术的优势,不仅使得中职汽车营销教学更为便捷,同时学生还能够针对知识结构当中的疑惑,在线上与同学和教师进行充分交流与讨论,学生学习的参与性大大提升。现代化的教学模式,对中职汽车营销专业教师的要求也提出了更高要求,教师在对教学模式优化改革的过程中,提升了其自身综合素质,最终使得汽车营销的教学水平得到提高。

(二)有助于为汽车行业培养更多专业人才

教师针对中职学生的发展特点,对汽车营销的慕课教学内容予以优化,实现于行业需求相衔接。具体而言,汽车营销专业的教学内容除了基础性的汽车应用与维修知识之外,还包括了汽车使用、评价以及维护等多元化的实践应用型知识。同时,通过相应的实践课程与实践活动,引导学生在此过程中将理论知识与实践充分融会贯通,从实践中提升自我,并发现自身的不足之处,以进一步探索与研究汽车营销知识,培养学生逐渐树立自我创新及敢于探索的意识。^[2]此外,由于汽车营销教学与汽车行业领域发展高度匹配,学生的职业能力得以培养并提升,为其将来在行业中具有较强的个人竞争力奠定了基础。

二、慕课在中职汽车营销教学中的应用分析

(一)中职汽车营销教学的课前准备

传统型教学模式中,教师的教学内容根据固定的教学大纲而设定,且多以教师讲解为主,通常学生接受知识较为被动,其学习的积极主动性较差。此外,学生在此模式下的发散性思维及创新能力受到限制,不利于其自身能力的培养及提升。慕课是通过全新的方式来开展中职汽车营销的教学活动,其不只局限于在课

堂上实现教学的目的,通过社交工具或网络平台即可以实现汽车营销的课前预习。学生根据教师制作的教学视频进行提前预习,并适当完成平台上的作业,针对其中不懂的知识框架及内容与教师和其他同学进行在线交流。其他同学还可以根据翻看有关记录加强自身对知识模块的理解与掌握,平台的共享性与参与性非常广泛,更易于被学生接受。

(二)中职汽车营销教学的课中教学

慕课在中职汽车营销教学当中的应用并不只是纯线上教学,由于中职学校的学生自我约束能力还有待提升,其完全自主学习的积极性有待加强。因此,教师开展慕课教学,是将其与课堂教学优化结合,实现课堂内外的线上线下汽车营销教学有机结合。^[3]课堂讲解的内容,应该对行业需求及主要知识进行有效梳理,对具体的教学内容予以优化及丰富,注重汽车营销教学的实用性。此外,教师需要结合学生在网络平台课前预习的问题点,组织引导学生在课堂上进一步探索与研究,以提升学生的参与性,使其在此过程中不断提升发散性思维能力及创新能力。

(三)中职汽车营销教学的课后学习

互联网的优势在于其信息传递速度快且信息资源可以实现共享。慕课在中职汽车营销教学的应用,还体现在学生的课后学习。由于不同学生的学习能力及掌握进步不同,其在有限的课堂时间内掌握的学科知识点不同。学生可以依据慕课平台的视频进行复习,加深其对相应知识的理解与掌握。同时,不同学生根据共享资源进一步强化了知识架构的巩固。另一发面,教师还能通过慕课平台,对学生的个体差异性及时了解与掌握,进一步设计并优化分层次的汽车营销教学内容及方案,使教学活动更贴合学生的发展需求。值得注意的是,中职汽车营销教学,必须充分与汽车行业需求的人才体系相匹配,以促进学生的汽车营销专业技能及综合能力。

(四)教师的评价方式

基于慕课学习的灵活性及便捷性,中职汽车营销教学应该注重慕课与传统教学的有机结合,可以依据慕课的优势设定更适于学生的新型评价机制。教师建立学生的个人评价档案,包含学生在慕课平台及线下考核的检测结果。改变以往单一的试卷考核方式,实现多元化的评价机制,对学生在汽车营销专业的能力发展动态进行实时关注,并帮助学生不断提升自我。对慕课平台的教学内容及评价方式不断优化,有利于提升学生的学习兴趣。

结语:

慕课应用于中职汽车营销教学当中,是落实教育事业改革的重要体现,一方面对参与课程设计的中职教师的综合素质及教学水平提升有很大帮助,另一方面有益于促进中职学生的综合能力得到全面发展,使其更能适应与社会发展需求。

参考文献:

- [1]张继明,宋尚桂.论我国慕课的转型发展及其未来建构[J].高教探索,2017(07):39-43.
- [2]谢慧萍.论中职汽车营销学生核心能力的培养[J].才智,2017(04):211-212.
- [3]戴小虎.浅谈中职学校《汽车营销》课程的教学改革[J].新经济,2016(02):128.

作者简介:

龙春玲(1987年5月-),性别:女,壮族,广西壮族自治区百色市人,学历:本科,职称:讲师,单位:广西百色农业学校,单位邮编:533000,研究方向:中职教学改革。

课题项目:2017年度广西职业教育教学改革研究项目《“互联网+”慕课翻转式课堂教学的实践与研究》课题编号:GXZZJG2017002。