

“三教”改革背景下视觉营销课程教法改革评价机制研究*

杨 磊

(湖南科技职业学院 湖南长沙 410007)

摘要: 在“三教”改革背景下,“视觉营销”作为市场营销课程体系的重要组成部分,教法改革和教学评价机制完善作业的有效落实,不仅有利于学生综合能力和职业素养的有效提升,此外在强化学生知识迁移以及“举一反三”能力中也发挥了重要作用,是高质量教学目标达成的重要保障。电商“视觉营销”课程教学正处于教法改革和评价机制完善中,为促进教育事业的良性发展,本文主要基于视觉营销“三教”改革背景,就教学现状以及教学优化策略展开了深入探讨。

关键词: “三教”改革背景 视觉营销 教学现状 优化策略

中图分类号: G712 **文献标识码:** A

DOI: 10.12218/j.issn.2095-4743.2022.01.115

一、电商“视觉营销”课改背景剖析

大数据时代下,商务企业处于转型和升级中,“电子商务”成为一种趋势,网络市场的崛起为行业发展注入新动力的同时,市场竞争也愈演愈烈^[1]。“网络购物”是现阶段一种常见购物模式,随着网购群体数量的直线上升,为有效吸引顾客以及提高订单转化率,加快电子商务人才的培养进程是院校市场营销专业深化改革的方向,为此近年来部分高职院校纷纷开设了电商“视觉营销”类课程,以期在满足行业发展对人才数量和质量需求的前提下弥补岗位和技术空缺。

二、“三教”改革背景下电商“视觉营销”课程教学现状剖析

1. 课程内容分布不合理

相比其它市场营销类专业必修基础课程,内容覆盖面较广、基础概念较多是视觉营销课程的显著特点,在大数据时代下随着网络购物实况的逐年扩增,“视觉营销”内容也处于动态更新中。

2. 课程教学目标不明确

“视觉营销”作为一门综合性、操作性较强的课程,其实践教学活 动不能很好地结合当前视觉营销的专业形式和市场需求,导致课程目标的设置偏离了标准定位(一些高职院校“视觉营销”实践教学目标的设置与本科院校相一致,一些高职院校“视觉营销”课程实践教学目标的设置不合理),实践教学 工作难以开展。

3. 双师型实训教师十分紧缺,教育工作者教学经验有待完善

在高职“视觉营销”实践教学 中,作为课程教育活动的组织者和实施者,教师的实践教学经验和实践训练能力的强弱,对课程整体教学质量和效率的影响是巨大的。虽然近年来高职院校双师型教师数量逐年增加,但由于双师型教师主要来自应届毕业生,加上高职院校双师型教师定位偏低,部分教师通过关系获得企业印章认证,在一定程度上导致了教学经验丰富、实践能力强的专业“双师型”实训教师数量仍不容乐观,长期以来,学生的学习需求难以满足,创新创造能力的培养也受到了一定的阻碍。

4. 院校专业实践教学环境构建不完善

在高职院校“视觉营销”实践教学过程中,实训教学环境构建是否达标,对学生实践能力的培养质量有着重要的影响。在“校内实训环境建设”中,大多数高职院校采用“先理论学习,再集中培养”的实践教学模式,致使学生在课程开始时对学习的理解不够透彻,以后的实训教学活动不知从何入手,“校企合作”作为一种全面提高学生实训能力的现代教育教学模式,在具体应用过程中对提高视觉营销专业人才的实践综合素质有着重要影响,但在实施过程中,由于资料的保密性、岗位的特殊性和企业积极性不高等问题的存在,导致“校企合作”往往只是口头上的,难以在高职院校与企业之间建立有效的沟通与合作关系。

*本文系湖南省教育厅资助科研项目:“三教”改革背景下《视觉营销》课程教法改革研究(编号:20C0868)。

三、“三教”改革背景下“视觉营销”课程教学评价机制问题剖析

在“三教”改革背景下，“教学评价”工作的规范化开展不仅有利于改善当前教育教学现状，此外通过对学生进行全面客观的评价，在一定程度上还有利于确保教学目标的高质量达成，是目前促进“视觉营销”专业良性发展的有效渠道^[5]。“教学评价”可直接反映出教师教学能力以及学生学习能力，保证“评价机制”的合理化在激发学生学习兴趣以及推动学生全面化发展中发挥了重要作用，目前来讲，在教学中影响“教学评价”效益的因素主要有：

1. 缺乏系统化“视觉营销”课程评价体系

在“视觉营销”教学评价中，系统化评价体系的缺失是影响课程整体教学质量和效率的重要因素，学生学习积极性也将大打折扣。在“评价”时，由于教育工作者习惯性采取单一化的评价体系（教师评价）以及落后性的评价方式（笔试考核），无法全面且系统化掌握学生学习实况的同时，学生综合能力培养质量也受到一定影响^[6]。

2. “视觉营销”专业教学评价使用教学资源有限

现阶段随着教育体系改革的不断深化，在“教学评价”时，评价地点主要是在教室而非实训室，资源的有限性在影响教学评价效益的同时也不利于学生全面化发展目标的实现。除此之外目前从事教学评价的大多是任课老师，企业专业人员的缺失导致“评价”内容存在一定局限性，评价信息失真也不利于高质量教学目标的达成。

四、“三教”改革背景下电商“视觉营销”课程教学改革策略剖析

1. 构建专业化的实训师资队伍，提高教师的实践教学经验和能力

作为高职院校“视觉营销”实训教学活动的组织者，建设专业教学团队是改善实训教学现状的重要战略基础，对全面提高学生综合能力和创新能力具有重要作用。从以上分析可以看出，“双师型”教师是保证网络营销专业实训教育取得预期教学效果的前提，这可能受到一些不可控因素的影响。因此，为了改善目前的教育状况，高职院校应确保及时进行以下改革——在教师选拔过程中，高职院校除了考察教师的专业、学历和课程知识体系外，还应考虑他们的实践能力（从业资格、视觉营销从业经验），只有在这三方面都达到选拔要求后，方可聘用他们为专业视觉营销教师；对于那些实践经验丰富但学历不高的专业人才，高职院校可以聘请他们为“兼职教师”，通过对课程教师进行实践教学的战略性指导，提高

他们的实践经验和能力，同时，在开展课程教学活动的过程中，高职院校也可以采用“全职+兼职”教师共同分享课堂的模式，通过全职教师讲授课程理论知识，兼职教师讲授课程实践，改善目前的教学状况；高职院校还需要组织教师深入企业，通过一段时间的学习，不断提高他们的实践教学经验和能力，为以后的教学工作创造有效的条件^[8]。

2. 践行“问题引导、案例分析、项目驱动”的双主型教学模式

（1）创设任务情境，设置契合学生实况的教学任务和目标

“问题引导、案例分析、项目驱动”的双主型教学模式在课程教学中的合理化应用，不仅能有效提高学生课程思维，也为高效化课堂的构建创造了良好条件，是现阶段高质量教学目标实现的有效渠道^[9]。为保证“问题引导、案例分析、项目驱动”的双主型教学模式践行效益的最大化发挥，在任务情境创设过程中，教育工作者需在立足学生实况的基础上设置契合的教学任务和目标，由此在保证学生主体作用充分发挥的前提下促进学生全面化发展。在情境创设时首先教育工作者需根据学生实况对他们进行合理分层、分组，后期教育工作者可通过设置难易程度不同的任务链来创设任务情境，让学生根据自身实况进行合理化选择，在保证学生主体作用充分发挥的前提下启迪学生思维，加深学生对课程知识的认知和理解^[10]。除此之外在任务情境创设工作结束后，在导入情境活动时，为构建高效化课堂，教育工作者可结合课程教学内容巧妙设置悬念，在吸引学生探究欲的基础上帮助学生一步步完成对知识的探究和理解，由此确保预期教学目标的实现。

（2）采取小组合作，培养学生自主、合作探究意识

新一轮基础课程教学改革下，学生探究意识和能力的有效培养，是教育部门提出的新要求，在“问题引导、案例分析、项目驱动”的双主型教学模式实施过程中，为确保学生探究能力的有效提升，教育工作者还可采取“小组合作”的模式，通过设置“合作任务”，鼓励学生展开讨论的同时观察学生在合作探究中存在的不足，通过充分发挥自身活动引导者的作用给予学生启发和帮助，从而有效改善当前教育教学现状，促进学生全面化发展。在“小组合作”模式实施过程中，教育工作者在提出“任务”后，需给予学生思考、探究的时间和空间（根据任务难度合理设置思考、探究时间），以此在确保学生主体作用充分发挥的前提下给予学生肯定和鼓励，从而帮助他们获得满足感，树立学习自信心，并通过系统化练习来有效掌握课程知识，提高学生的合作能力^[11]。

3. 构建完善的实践教学环境

(1) 加快校内实训基地建设

在当前院校营销专业实训教学活动开展过程中,实训基地的建设工作是否落实到位,对课程整体教学的影响是不容忽视的,且相比校外实训教学基地的局限性,校内实训基地的规范化建设是目前高职院校课程教学改革的重中之重。在“互联网+教育”的时代背景下,高职院校可借助当前先进的现代化技术手段,以企业的视觉营销资料为情境,按照企业的视觉营销工作流程组织学生进行实训操作。

(2) 确保“校企合作”的规范化开展

现阶段在校企合作中,建立“校中厂”,成立视觉营销教学公司是目前确保实训教学工作有效性的重要渠道,它不仅能帮助学生真正了解真实视觉营销工作岗位,以便于通过实地操作来全面提高他们的职业素养,对于企业而言,在学校内部建立“校中厂”还从根本上降低了企业的运营成本,并且有效解决了企业力短缺问题,在保证企业可持续发展目标实现的基础上,进一步提高学生创新创造能力。

4. 不断完善“视觉营销”教学评价机制

(1) 采取多元化的评价主体

在“视觉营销”评价中,评价主体的单一性是影响课程整体教学质量的重要因素,而要想保证高质量教学目标的达成,在教学评价工作开展过程中,院校需采取多样化的评价主体,以便于在全面系统化掌握学生学习实况的基础上制定可行性的教学计划。目前来看,在教学评价时,为让学生在评价中获得成就感以及全身心地投入到学习中,采取“教师评价、小组自评、组内互评、组间互评”等评价方式来落实评价作业,并采用多元和梯次的评价标准进行针对性评价,是确保评价工作规范化、科学性的重要保障^[12]。

(2) 采取多元化的评价内容

在教学评价工作开展过程中,教学评价内容是否系统化,对学生全面化发展而言也具有重要影响。为确保高质量教学目标的达成,除了要采取多元化评价主体、方式外,不断丰富评价内容,也是新课改下教育工作者优化评价工作的重要一环。在后期电商“视觉营销”教学评价时,教师需全面提高对学生各项能力(学习能力、合作能力、核心素养)评价的重视度,以促进他们全面化发展。与本科院校学生相比,由于高职院校学生基础较为薄弱,为有效调动学生学习积极性,在“视觉营销”教学评价时教师可将评价内容分为三部分,即平时成绩(整个学期学生表现)、小组成绩(任务探究中组员是否完成自身任务)以及技能成绩,以便于在

帮助教师系统化了解学生实况的同时推动他们全面化发展。

结语

概括而言,相比传统教育教学理念,“三教”改革下“学生能力”的培养受到了各界高度关注,而作为市场营销课程体系的重要组成部分,为确保“视觉营销”高质量教学目标的实现,教育工作者除了要秉承现代化教学理念落实教学工作外,优化教学模式以及构建科学的学习评价体系,也是促进学生全面化发展的有效路径。

参考文献

- [1]汪岩.“互联网+”背景下信息技术课程在新冠肺炎疫情期间的网络教学研究[J].中国现代教育装备,2021,4(11):148-150+156.
- [2]张莉,陈亚薇.基于市场需求的高校电商视觉设计课程优化研究[J].南昌师范学院学报,2021,42(02):84-86.
- [3]章雄梅.基于成果导向教育的移动电商视觉营销课程教学改革与实践[J].电子商务,2020,4(11):85-86+89.
- [4]李航.基于“课赛融通”的高校会计专业课程体系改革研究[J].科技经济导刊,2020,28(31):84-85.
- [5]卢莉.新媒体环境下高职《电子商务视觉设计》课程教学探究[J].办公自动化,2020,25(15):39-41.
- [6]张颖群.基于泛雅教学平台线上教学的实践与思考——以《教育心理学》课程为例[J].赤峰学院学报(自然科学版),2020,36(05):15-17.
- [7]路正佳.工学结合、知行合一的《视觉营销》课程改革研究与探索[J].营销界,2020,4(08):73-74.
- [8]陈群.“双创”导向下的艺术品电商课程教学探索与实践[J].电子商务,2020,4(01):88-89.
- [9]王点点.农业高职高专《视觉营销》课程的教学实践与探索[J].青年与社会,2019,4(27):118-119.
- [10]文晓丹.高职跨境电商视觉营销课程设置背景分析[J].江苏建筑职业技术学院学报,2019,19(02):66-69.
- [11]宋洁.产教融合背景下电子商务专业课程建设研究[J].电子商务,2019,4(04):72-73.
- [12]李翔.中职电子商务专业《视觉营销》课程探索[J].时代教育,2017,4(18):13-14.

作者简介

杨磊(1983.9—),男,汉,湖南常德人,讲师,博士研究生,研究方向:电子商务。