

基于 OBE 理念的《商品实务》教学改革实践探索

童旭红

(浙江经济职业技术学院商贸流通学院, 浙江 杭州 310018)

摘要: OBE 教育理念是一种以成果为导向、以学生为本的教育理念, 非常契合职业教育对“素质高+技能强”高素质技能型人才培养目标。在高职《商品实务》课堂教学过程中结合企业岗位对商品展示的需要, 设计教学内容, 采用成果导向评价体系, 开展课程实施, 此基础上可有效总结经验并反思存在的不足。

关键词: OBE; 课程实施; 项目成果; 考核体系

一、《商品实务》课程实施 OBE 的必要性

OBE (Outcome based education, OBE) 教育理念, 又称为成果导向教育、能力导向教育、目标导向教育或需求导向教育。OBE 教育理念是一种以成果为目标导向, 以学生为本, 采用逆向思维的方式进行的课程体系的构建理念, 是一种先进的教育理念。随着互联网的发展以及新媒体平台的崛起, 《商品实务》课程急需根据市场环境变化和人才需求变化进行课程内容重新设计和考核体系重新构建。《商品实务》是经管类专业中传统的核心课程, 以讲授商品知识为基础, 目前逐渐转变为在讲授商品知识的基础上, 重点培养学生的商品展示和销售能力。要实现以上课程培养目标的转变一个可行的方案是建立基于 OBE 理念的整体课程内容设计框架和考核体系。

二、《商品实务》课程实施 OBE 的指导思想

《商品实务》课程的教学内容设计和评价体系, 包括教学项目设计, 成果形式确定以及考核标准和层级设定。首先, 根据目前主流商品分解设置项目任务。每一个项目之间都是相互独立的, 要贴近生活实际。其次, 根据每一种商品的特征确定成果形式。成果形式丰富多样, 既能调动学生的积极性, 同时, 成果形式要跟企业对岗位的技能要求明确吻合。最后, 确定每一项成果的考核标准和考核层级。明确最终成果呈现的基本要求, 到达什么样的水平获得怎样的考核层级。采用多元和梯次的评价标准, 评价强调达成学习成果的内涵和个人的学习进步, 不强调学生之间的比较。让学生能达到基本要求, 充分展示其学习成果, 又在此基础上, 考虑到学生的差异化, 设计不同层级的考核和评价要求。具体表现为符合以下要求:

第一, 基于 OBE 理念的成果形式必须是直接面向岗位和企业实际需要的。所以, 在课程设计之前就应该引入企业项目, 将真实的企业商品作为我们最终商品展示的对象。

第二, 基于 OBE 理念的成果评价必须引入企业评价标准。成果评价应该是 OBE 中最关键的环节, 不能仅仅停留在校内教师评价。否则设置的成果依然还是形式上成果, 不能成为企业真实实践要求成果。

第三, 基于 OBE 理念下的教学设计必须适应现代互联网背景, 学习过程和成果形式线上线下实现全覆盖。商品展示要既关注传统的展示部分, 也不可忽视线上展示手段的广泛应用, 而且应该把线上展示放在一个相当重要的位置上。

最后, 基于 OBE 理念下的考核标准要进行分级设置, 满足学生个性化、差异化的学习要求。学习成果根据学生不同的知识和技能储备程度, 除了提出基本的成果要求之外, 需要根据企业岗位技能的不同级别设置对应的考核层级, 适应实践过程中人与人之间必然存在差异的基本背景。

三、《商品实务》课程实施 OBE 的具体内容

首先, 根据行业标准和人才培养计划, 制定《商品实务》课程教学目标, 根据教学目标创新学习情境, 设计教学项目, 明确项目成果及形式。接着, 通过新零售工作室、新媒体营销产教融合基地和合作企业提炼具体商品展示项目, 明确展示标准和预期目标。最后, 定期收集学生学习成果数据, 邀请行业专家参与教学项目设计和评估, 确保课程内容与行业需求同步, 不断调整和优化《商品实务》的教学内容和教学项目。

在本课程实施 OBE 教学理念过程中, 寻找到合适的合作企业和品牌, 根据课程教学内容设置对应的成果形式和考核评价方式。如表 1 所示:

表 1 《商品实务》课程实施安排表

课程教学内容	成果形式	考核评价	合作企业或品牌
食品	短视频	播放量, 点赞量, 转发量; 视频质量 (企业评选)	大耳牛; 健力宝
	图片拍摄展示	企业评选: 构图; 光线	茶马廊
服装	模特上身展示 (线下)	学生投票评选	淘宝品牌: 丢丢
	服装讲解视频 (线上)	企业评选	
日用品	产品介绍推文	教师评价: 完整性, 专业性	顾家家居
化妆品	汇报 PPT	教师评价: 内容, 视角等	蜜莹
图书音像	推荐推文	学生投票评选	校图书馆

(一) 基于 OBE 理念下的《商品实务》课程内容设计

OBE 理念强调学习成果不是学习结果的累计或平均, 而应该是学习的最终成果。要体现最终成果其中一个有效的教学方法就是项目制教学。即在老师的指导下, 将一个相对独立的项目交由学生自己处理, 信息的收集、方案的设计、项目实施及最终评价, 都由学生自己负责, 学生通过该项目的进行, 了解并把握整个过程及每一个环节中的基本要求。独立项目的完成就是一个最终成果呈现。课程内容设计要围绕着学生的专业技能, 并注重其实用性。因此, 在此思想指导下, 《商品实务》课程设计了包括食品、服装、日用品、化妆品、图书音像制品等的商品展示项目。最终的成果就是商品的展示, 最后线上线下呈现在消费者眼前的具体多媒体等形式。

(二) 基于 OBE 理念下的《商品实务》课程成果形式

通过与合作企业充分调研和沟通, 针对企业相关岗位对商品

展示技能的要求,设置不同产品最终成果的呈现形式,包括推文,图片以及视频等。比如比较注重产品或品牌具体功能建议采用推文这种成果呈现形式,而更侧重于对消费者产生情感链接的企业或品牌传播则建议采用图片或短视频形式。在目前状态下,年轻人更愿意接受短视频这种对感官刺激比较明显的商品展示形式。当然,短视频的拍摄也是会分很多种类型,可以尝试布置给学生分次任务,比如展示生产流程的视频;开箱视频;测试型视频;操作演示类视频;对比视频;搞笑视频;故事情节点视频等。让学生运用多种形式开展产品展示,同时,掌握不同情境下商品展示更适用哪一种。

(三) 基于 OBE 理念下的《商品实务》课程考核体系

考核体系的设置要基于项目、基于成果,所以,针对不同的项目和不同的成果形式采用包括内容要求、时长、收藏、点评、转发、播放以及企业是否采用等指标。考核包括的内容按照企业方进行设计,但是在难度上教师要根据学生的实际情况进行分级。让学生能够通过课程学习能达到基础层级。另外,设置更高的层级,让优秀的学生可以直接把目标定在与企业实际岗位要求的标准一致。再考虑到实际教学过程中受到的约束条件,可以选择性地引入企业评价标准和评价比例,尽可能地还原实践应用场景。考核过程包括从前期的准备到操作过程和最后作品呈现三个不同阶段构成,尽可能细化考核,从而达到促进阶段性学习和进步的目的。

(四) 基于 OBE 理念下的《商品实务》课程实施步骤

首先,每次课程告知学生的学习目标和成果目标。学习目标包括知识目标、技能目标和素质目标。成果则主要围绕着技能目标设计,明确成果形式、成果标准、成果提交截止日期等。其次,展示成果参考呈现形式和内容。学生有可能对具体规定描述不太能把握准确,此时,教师提供给参考成果,让学生在感性上明确自己最终成果完成的呈现效果。再次,根据学生掌握情况进行理论和实践教学。教学过程中,理论教学以必须、够用为原则,可以采用案例教学等方式,以助于学生加强理解。在实践教学中以学生为主体,教师可以先做示范教学,然后采用小组讨论等方式,充分发挥学生的主观能动性和团队合作,做好过程引导和监督。最后,学生根据目标任务以及所学知识技能完成相应的成果并进行展示。展示过程中进行学生互评、教师评价与企业评价等三个方面的结合,给定分数并进行反馈与改正,以期达到所有学生都掌握相关专业技能的目标。

四、《商品实务》课程实施 OBE 的成效

(一) 行业专业知识学习

《商品实务》课程涉及到至少五大类商品,覆盖到日常生活中的常见生产行业。通过图片拍摄以及企业调研汇报等形式,学生可以了解多个行业的基础知识,掌握行业基本发展状况,并就行业专业知识进行拓展学习。市场营销等商务类专业毕业生一直以来就业范围比较宽泛,学生如果不在大学期间接触行业相关知识,就业就会相对比较盲目,通过本课程中有关行业知识的学习,为学生就业行业选择提供一定的认知基础。

(二) 企业品牌推广实践

通过产品推文的撰写,学生必须深入了解品牌和产品的渊源,同时要比较竞争对手挖掘自身产品特点,从而达到内化企业产品知识。另外,通过推文的发布,也促成了产品品牌的推广,对企业而言,可以达成信息传播的目标,同时,还可以检验不同的推文形式和方向,哪些会更受消费者的认可和喜爱,帮助企业找到品牌未来宣传的侧重点。

(三) 专业竞赛获奖

根据企业安排,组织学生团队形式参加首届浙江大学生商品推广短视频大赛,共组织 14 支队伍,参加从 3 月份开始的初赛到复赛和决赛,最终一支队伍取得二等奖,两支队伍取得三等奖,其他获得优胜奖和参与奖。作为大一的学生来说,第一次参加比赛并获得成绩已实属不易,同时该次比赛积累的视频拍摄等经验为学生参加后续竞赛并获奖奠定了一定的基础。

五、总结与反思

(一) 创新之处

在内容方面,我们根据市场营销等相关专业人才培养需求重新构建该课程内容和评价体系。将《商品实务》课程目标设置为商品展示或为销售服务的商品推广。

在覆盖面上,将线上线下成果形式进行结合设计,比如在课程的五个模块中,基本上都有线下的拍摄或动手操作部分,然后再配合到线上的传播和推广。考核也兼顾了学生在线上和线上的具体表现和呈现效果,满足市场营销岗位全渠道技能覆盖的需要。

在考核上,重视市场调查和企业反馈,制定分级评价标准。采用多元和梯次的评价标准,评价强调达成学习成果的内涵和个人的学习进步,不简单做学生之间的比较。

(二) 实施总结

采用 OBE 形式,设置学习成果,首先,学生学习目标明确,能够充分调动学生的主动性和积极性。其次,在学习过程中能够发挥学生的主体作用,学生会围绕成果不断地修正自己的学习方向。再次,采用 OBE 形式,可以充分发挥团队合作,让学生群体劲往一处使。最后,采用 OBE 形式,使得学生的学习效果显性化,降低了学习的模糊性,提升了学习获得感,对课堂能够起到正向的反馈作用。

(三) 存在的不足

当然,在实施过程中,也需要不断反思各个项目之间的关联性,设置不同项目之间的梯度关系,内嵌考核学生专项技能和综合技能的关键环节,从而达到市场营销等相关专业对于《商品实务》课程学习目标的预期。

参考文献:

- [1] 戴红,蔡春,黄宗英.OBE 教育理念下三全育人理论与实践[M].北京:知识产权出版社,2019年12月:P130-138
 - [2] 李培振,张波,单伽程,等.基于 OBE 理念的课程考试及其评价研究[J].教育教学论坛,2019(13):83-85.
 - [3] 刘杰,赵永强,刘晋钢.基于 OBE 理念的"C 程序设计"课程教学改革与探索[J].教育理论与实践,2022,42(3):61-63.
 - [4] 史婷.基于 OBE 教育理念的财务管理课程教学模式改革研究[J].会计师,2023(17):89-91.
 - [5] 冯诚,夏添,景维鹏.基于 OBE 理念的"操作系统"课程线上线下混合教学模式改革[J].黑龙江教育(高教研究与评估版),2021(7):55-56.
- 基金项目:本文系浙江经济职业技术学院商贸流通学院 2022 年校级课题:市场营销专业劳动教育与实践(项目编号 xldkc2218)研究成果。

作者简介:童旭红(1977—),女,浙江温岭人,硕士,副教授,主要从事新媒体营销与高职教育研究。