

市场营销专业数智化混合式教学设计探讨

——以《市场调查与预测》为例

吴利玲

(广州理工学院工商管理学院, 广东 广州 510540)

摘要: 本研究旨在适应数智化时代对市场营销专业人才的培养需求, 深入探讨数智化混合式教学在市场营销专业教学中的实践效果。以《市场调查与预测》课程为案例, 设计并实施基于知识图谱 + MOOC 的线上线下混合式教学模式。通过将行政班学生分为线下组和混合组, 对比分析两组在学习内驱力、创新思维、数据驱动分析能力、课程阶段学习情况、总体学习成效、课程参与度、课堂练习、课后实践参与情况以及教学总体满意度等方面的差异。研究结果有望为市场营销专业数智化教学改革提供有益参考, 推动该专业人才培养模式的创新发展。

关键词: 市场营销; 数智化混合式教学; 学习内驱力; 创新思维; 数据驱动分析能力; 教学满意度

一、引言

数智化浪潮深刻改变了人们的消费模式, 同时也引发了商业模式的巨大变革。新型商业实践的蓬勃发展, 急需大批具备新型能力的市场营销人才 [1]。这无疑给高校市场营销专业的人才培养指明了新方向——着力培养应用型数字营销人才。而随着人才培养要求的转变, 高校传统的教学模式也必须做出相应调整, 以适应新时代的需求。

回顾传统教学模式, 教师往往过度聚焦理论知识的讲授, 采用“填鸭式”教学方法, 导致课堂氛围压抑 [2], 学生参与度低, “抬头率”不理想, 教学效果大打折扣。更为关键的是, 这种教学模式难以有效培养学生的数字思维和数字营销能力, 无法满足行业对人才的新要求。因此, 积极探索线上线下混合式教学, 践行以学生为中心、以产出为导向、持续改进的教学理念 [3], 成为高校教学改革亟待解决的重要课题。

混合式教学借助知识图谱和 MOOC 的优势, 充分整合海量网络课程资源, 将线上网络课堂与线下实体课堂有机结合。这种教学模式显著提升了教学活动的灵活性和针对性 [4], 能够更好地满足学生的个性化学习需求。已有研究表明, 学生在混合式教学模式下的学习绩效明显优于传统教学模式, 不仅学习满意度得以提高, 学习效果也更为显著, 教学效率同样得到有效提升。

二、研究方法

本研究选取 2024 年 3 月至 2024 年 6 月期间, 参与《市场调查与预测》课程学习的 96 名市场营销专业 (专升本) 学生作为观察对象。

纳入标准: 所有入组学生均来自本科院校同一年级的市场营销专业 (专升本), 成绩处于中上等水平, 具备较强的自学能力, 且均已签署知情同意书。

排除标准: 将学习内驱力较弱、理解能力不足以及中途退出研究的学生予以排除。

按照行政班级, 将学生分为线下组和混合组, 其中线下组 47 人, 混合组 49 人。线下组采用单一的线下课堂教学模式, 而混合组则采取基于知识图谱 + MOOC 的线上线下混合式教学模式。线

下组中男生 23 名, 女生 24 名, 年龄范围在 23-27 岁, 平均年龄为 (23.76 ± 0.94) 岁; 混合组中男生 24 名, 女生 25 名, 年龄范围在 22-27 岁, 平均年龄为 (23.42 ± 1.02) 岁。对两组学生的一般资料进行比较分析后, 结果显示差异无统计学意义 ($P > 0.05$), 这表明两组学生具有可比性, 能够为后续的研究提供可靠的基础。

(一) 线下组教学安排

任课教师要求学生在课前自主完成预习任务。课堂教学则采用传统方式, 在教室中借助 PPT、短视频等多媒体工具, 结合案例分析进行知识讲解。课后, 教师强调学生要及时复习, 并布置相关作业, 以此巩固所学知识。

(二) 混合组教学安排

混合组教学全程依托学习通平台开展。教师创建班级二维码, 学生通过手机安装学习通 APP 扫码加入课程。线上教学内容涵盖课前预习、课后复习、线上测验等环节, 教师还会指定章节内容, 并根据教学目标设置内容难度和学习时间。

教师负责制作知识图谱、PPT, 广泛挖掘网络教学资源, 如相关文档和短视频等, 并将这些资源与教学内容进行优化整合。线上教学资源包括知识图谱、电子教材、教学视频、拓展资料和文档等, 教师需提前 1-2 天通过学习通推送给学生。同时, 教师要提前做好章节内容总结, 明确重点和难点, 组织课中讨论, 确保学生深入学习知识, 并布置课后习题。借助学习通平台, 教师能够实时掌握学生的学习进度, 评估学习情况, 及时对未按时完成学习任务的学生进行指导和督促。

1. 观测指标

(1) 学习内驱力

分别在教学前后, 运用学习内驱力量表对学生进行调查评估。该量表包含自我动机信念 (12 个条目)、创新思维 (8 个条目)、数据驱动分析能力 (8 个条目) 以及专业语言表述能力 (6 个条目) 4 个维度, 量表的 Cronbach's α 系数及分半信度均超过 0.70, 内容效度指数达到 0.96, 具有良好的信效度。量表采用 Likert 5 分制, 1 分代表完全不符合, 2 分为基本不符合, 3 分为基本符合, 4 分为符合, 5 分为完全符合, 得分越低表明学生学习内驱力越弱。

(2) 课程阶段学习情况及总体学习成效

对比线下组和混合组学生的课前测验成绩、课堂团队合作成绩、课后实践成绩以及期末测试成绩,以此全面评估学生在课程各阶段的学习情况和总体学习成效。

(3) 课程参与状况

具体观测指标包括课堂活跃度、提交作业次数以及课堂参与互动讨论次数,通过这些指标衡量学生在课程学习过程中的参与程度。

(4) 课堂习题答题率、课后实践参与度及教学总体满意度

统计线下组与混合组的课堂习题答题率、课后实践参与度,并向学生发放教学满意度调查问卷。问卷总分100分,得分超过80分视为满意。本次研究共发放问卷96份,回收92份,回收率为95.83%。

2. 统计学处理

本研究运用SPSS 27统计软件对数据进行分析。计量资料以($\bar{x} \pm s$)表示,采用两独立样本均数t检验和配对样本均数t检验;计数资料以n(%)表示,运用 χ^2 检验或校正 χ^2 检验。当 $P < 0.05$ 时,表明差异具有统计学意义。

三、研究结果

(一) 线下组与混合组学习内驱力比较

教学前,线下组和混合组学生的学习内驱力水平差异不显著($P > 0.05$)。教学后,两组学生的学习内驱力得分均显著高于教学前($P < 0.001$)。而且,混合组在学习内驱力、数据分析能力、思维创新、专业语言表达能力等方面的得分均高于线下组,差异具有统计学意义($P < 0.001$)。

(二) 线下组与混合组课程阶段学习情况及总体学习成效比较

混合组学生在课前测验成绩、课堂团队合作成绩、课后实践成绩以及期末测试成绩上,均高于线下组,差异具有统计学意义($P < 0.001$)。

(三) 线下组与混合组课程参与状况比较

混合组的课堂活跃度更高,提交作业次数更多,课堂参与互动讨论的次数也明显多于线下组,差异具有统计学意义($P < 0.001$)。

(四) 线下组与混合组课堂习题答题率、课后实践参与度及教学总体满意度比较

混合组的课堂习题答题率、课后实践参与度以及教学总体满意度均高于线下组,差异具有统计学意义($P < 0.05$)。

四、结论

本研究表明,混合式教学模式结束后,混合组学生在学习内驱力、数据分析能力、思维创新、专业语言表达能力等方面的表现优于线下组($P < 0.001$)。这主要得益于混合式教学模式丰富的教学资源、个性化的学习路径以及教师多元化的教学方法,激发了学生的学习动力;线上线下的互动、辩论和调研活动,有效促进了学生的思维创新;大量的数据分析和论述实践机会,则提

升了学生的数据分析能力和专业语言表达能力。

同时,混合组学生在课前测验、课堂团队合作、课后实践以及期末测试中的成绩均高于线下组($P < 0.001$),充分证明基于知识图谱和慕课的混合式教学模式,融合了线上线下教学的优势,借助学习通平台将课程学习划分为课前、课中、课后三个阶段,为市场营销专业学生带来全新学习体验,持续激发并维持学生的学习兴趣,帮助学生获取丰富的专业知识和技能。

此外,混合组在课堂活跃度、提交作业次数和课堂互动讨论次数上均高于线下组($P < 0.001$),这意味着教师通过完善教学指导流程取得了良好效果。教师为学生营造了和谐、愉悦的学习环境,指导学生在网上学习市场营销专业的基础(低阶)知识,为后续高阶知识的学习和能力提升奠定基础;在线下课堂教学中,教师对学生线上学习的掌握情况进行评价,并有序开展高阶知识和技能的教授,完善了线上线下混合教学体系,提升了整体教学质量;多元化的学习活动进一步增强了学生的学习主动性,鼓励学生积极参与各类学习活动。

最后,混合组在课堂习题答题率、课后实践参与度以及教学总体满意度上均高于线下组($P < 0.05$),说明传统线下教学模式中存在的“满堂灌”、重知识传授轻思维技能训练等问题,削弱了师生互动交流,导致学生实践参与积极性不高。而混合式教学模式下,教师借助线上慕课、测验等方式帮助学生掌握低阶知识,在此基础上运用多元化教学方法重点培养学生的高阶思维和技能,从而提高了学生的考核成绩、学习主动性,提升了学生对教学的总体满意度。

参考文献:

- [1] 韩奎, 闫泽斌, 张莉. 数字经济背景下高校市场营销人才培养体系的升级研究[J]. 大学教育, 2023(01): 101-107.
- [2] 刘恋. 基于智慧课堂的高职营销类课程BOPPPS混合式教学设计与实践—以《市场营销策划》为例[J]. 营销界, 2020(17): 78-80.
- [3] 闫国立, 赵倩倩, 王瑾瑾. 基于后MOOC时代SPOC线上线下混合教学模式在医学统计教学中的实践与探索[J]. 教育现代化, 2019,6(44):192-194.
- [4] 陈婧. 论基于混合式教学的高校创新人才培养模式[J]. 中国人民大学教育学报, 2022(1):87-98.

基金项目: 广州理工学院2024年教学成果奖培育项目“基于知识图谱的高校课程思政多元化教学创新研究”(编号: 2024JXJPY01);

广州理工学院2024年度校级质量工程项目“中国营销课程教研室”(编号: 2024XZLGC22);

广州理工学院2023年度校级教育教学改革项目“习近平文化思想视域下市场营销专业课程思政理念与路径创新研究”(编号: 2023JG059)。