

课程诊改赋能中职电子商务专业人才培养

——以《网络营销实务》课程诊改为例

兰征

(武汉市财贸学校, 湖北 武汉 430016)

【摘要】教学诊改是学校内生性发展的重要保障,课程诊改则是课程良性实施,永葆生命力的内生动力。诊改工作涉及方方面面,而这一切汇聚到一起,都是为了一个共同的目标,即培养与社会主义现代化建设要求相适应、德智体美劳等全面发展,具有综合职业能力,在生产、服务、技术和管理第一线工作的高素质劳动者和中、初级专门人才。达到这一终极目标,课程的实施就是重要的载体。本文以武汉市财贸学校电子商务专业《网络营销实务》课程为例,阐述了该课程在内容上的诊改思路及对专业、教师及教学模式带来的成效。

【关键词】网络营销;课程诊改;目标链;标准链;质量改进螺旋

为贯彻落实教育部《关于做好中等职业学校教学诊断与改进工作的通知》(教职成司函〔2016〕37号)等文件精神,根据《武汉市财贸学校教学诊断与改进工作实施方案》的要求,按照“需求导向、自我保证,多元诊断、重在改进”的工作方针,以“创武汉市领先、湖北省一流、全国有影响的中等职业学校”为目标,武汉市财贸学校于2017年9月开始进行第一轮教学诊改,并于2021年4月接受了全国诊改小组专家委员会的现场复核。

课程是实施人才培养的重要载体,是将市场需求传输给学生的重要通道。而课程内容又好似通道中的“养分”,决定着人才培养的质量。课程内容不仅要紧跟行业所需企业所求,还要及时响应学生反馈。这要求课程内容要进行常态化诊改。《网络营销实务》课程在学校教学诊改工作中,作为课程层面诊改的典型代表,为其他专业诸多课程的教学诊改起着示范作用。

一、课程基本情况

(一)课程概况

1. 课程定位和目标。《网络营销实务》课程是面向我校电子商务专业一、二年级学生开设的一门专业核心课。根据就业岗位对专业核心技能需求,该课程以培养具备行业企业所需的各平台的推广能力的人才为培养目标。

2. 课程教学团队。课程教学团队共有5名教师,其中专业教师4名,外聘教师1名。教师均具备“双师型”教师资格。

3. 课程教学条件。我们使用的高教社《网络营

销(第二版)》教材内容已经过时,且没有改版。每年有三个班120人的招生规模,与《网络营销实务》课程相配套的实训室有7个校内实训室,约200台实训设备,1个校外实训基地;拥有微分销、博导网上商城、客户关系等3套实训软件,为该课程提供了上机实践和接轨市场的保障。

4. 教学资源。诊改初期该课程的教学案例与当时的行业发展情况相比较落后。教学方法较多使用传统方法,由于案例资源较少,任务驱动法的实施效果不佳,教学模式也较单一。

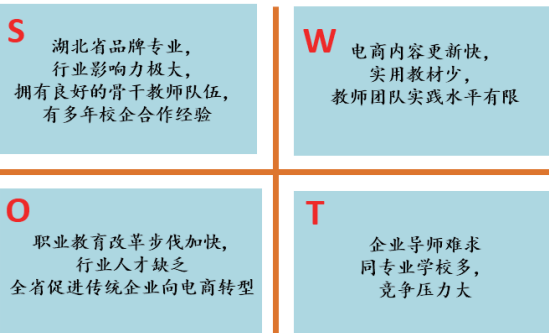
(二)诊改基础

该课程的诊改初始时间是2016年,一年为一个诊改周期,共4个周期。

二、诊改总体设计

(一)SWOT分析知优劣

首先调研了电商企业所需的知识技能,将专业课程和江岸区产业发展“十三五”规划进行了匹配度分析,完成课程的SWOT分析。发现该课程在内容、教学团队、教学模式和方法,以及课程资源方面有待提高,由此设定了该课程的诊改点,如图1所示。



课程发展方向

实施要素	改进方向
课程内容	需紧贴市场变化
课程团队	提高教育教学能力
教学模式	改革教学模式和方法
课程资源	引入企业资源

图1 课程SWOT分析

（二）设计课程目标链

总体目标。《网络营销实务》课程主要以建设以工作过程系统化为基础的理实一体化网络营销课程群。并与学校总体目标相适应，使该课程达到“武汉市领先、湖北省一流、全国有影响”的课程。具体地，设置了课程培养目标、教学团队建设目标、教学方法目标和教学资源目标等四个方面。

1. 课程培养目标。主要从课程的知识与技能目标、过程与方法目标和情感态度和价值观三个维度，对《网络营销实务》课程群的培养目标做了定位。在知识技能方面，要掌握网络营销的基本概念，掌握主流的网络营销推广工具的使用，并能进行相关技能操作。在过程与方法方面，要通过团队合作的学习方式、以真实或改良的实践项目为载体，在项目实施和任务完成过程中，达到知识与技能目标。在情感态度和价值观方面，我们的目标是培养和提高细致严谨、善于沟通与合作的能力，提升系统学习的能力，提高在网络营销活动中分析问题和解决问题的能力。

2. 教学团队目标。主要是建设一支责任心强、专业过硬、指导理论与实践，具有双师型的优秀课程专家团队。同时，建设和形成一支有企业专家组成的教师团队，实现老中青传帮带有效衔接，市学科带头人2名，区学科带头人1名，校学科带头人1名，校区优青各1名。

3. 教学方法目标。我们的建设目标是充分利用和盘活校内各项资源，在跨专业合作的过程中，实现系部间、专业间的双赢，采取项目式教学、任务驱动法等多种教学方法实现不同专业学生的共同发展。

4. 课程资源建设目标。主要从教材的修订和新编、教学案例、试题库和教材等四个方面来建设。同时，在校企合作的背景下，利用合作企业的业务资源，为课堂教学提供与时俱进、能体现学生学习成果的校外资源建设。

（三）设计课程标准链

课程的标准链主要是依据专业人才培养方案，并结合该课程建设标准，进一步完善《网络营销实务》

课程标准、教学团队标准、资源建设标准和课程质量标准，保证该课程在实施过程中有依可循，有据可查，有标可检，使该课程建设规范化和可持续化地提升。

（四）质量改进螺旋

该课程通过构建“目标、标准、设计、组织、实施、动态循环、诊断、创新、改进”的一年一周期诊改大循环和日常教学常态纠偏的小循环共同作用。

（五）实施路径

1. 以教学效果为依据，设计课程质量监控点。学习效果综合性反映了课程建设目标，《网络营销实务》课程的质量要分别从课程内容、课程团队、教学模式和课程资源等四个维度，具体到课程实施前、课程实施中和课程实施后三个阶段进行监控。

事前监控点主要是课程建设规划、课程标准、课程教学计划、教材建设、教学团队、教案设计等；事中监控点主要是教学方法的使用、课堂教学流程、实践性教学、理论教学等；事后监控点主要是学生作业反馈、课程考核反馈、评教评学等。

在诸多的质控点中，课程标准和课程建设规划是需要课程实施一个年度后，通过毕业生能力或企业的反馈或市场信息来监测课程实施的质量。而其他的质控点则主要根据平时的日常教学过程来监控。

可见，不同的监控点所处的诊改周期不同，所依据的监测途径也就不同。

2. 建立课程教学数据，实行课程教学考核性诊改。逐步建立课程质量分析机制，以学期为单位，结合学生学习状态、学习达标率和课程教学评测数据，生成课程质量分析报告；以报告为依托，及时修正课程学习标准；以学生学习效果为基础，给出课程教学考核性诊断，并形成改进方案，及时反馈到课程学习标准。

（六）保障制度

从学校到系部，再到专业，最后到该课程，都建立了相应的制度及诊改运行机制。

（七）诊改过程记载方式

为了及时清晰地记录每期诊改过程及成效，我们设计了课程诊改表。

三、课程诊改运行

（一）组织课程教学团队

课程教学团队由课程负责人、专家团队、骨干教师、外聘教师、企业导师组成。

（二）实施诊改常态运行

根据该课程诊改的运行机制规定，一个周期的大循环诊改为一年。平时的常态诊改就体现在每次的课堂教学上。即在“8”字质量螺旋改进中的常态纠偏“小循环”，如图2所示。

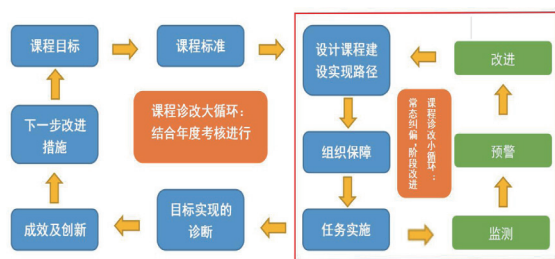


图2 常态纠偏“小循环”

常态纠偏的过程主要分为课前、课中和课后三个阶段。针对不同的诊改点，结合各自的监测途径，及时给予检测和预警。具体做法为：

任课教师按照专业人才培养方案和专业教学标准，对课堂教学目标、教学设计、教学组织、教学过程和教学效果实施全面负责，依据质量改进8字形螺旋，对课堂教学质量进行自主保证、自我诊改，任课教师每次课对课堂质量进行反思，书写课后记，实施自我诊改。

任课教师聚焦课堂教学过程，依据教学规范和课程标准，每学期根据教学目标达成度和学生的满意度监测的相关数据，开展课程自我诊改，撰写课程自诊表，分析课程教学目标达成、质量提升、存在问题和改进措施。

每学年根据毕业和质量跟踪报告，以及课程教学满意度等相关数据，任课教师优化调整教学模式和教学内容，持续改进。这样，课程诊改就和专业层面、教师层面和学生层面的诊改联动在了一起。

现以毕业生和市场动态的反馈所反映出的某一个质量控制点——“微信营销”为例，追根溯源，进行诊改的动态循环，整个动态循环如图3所示。

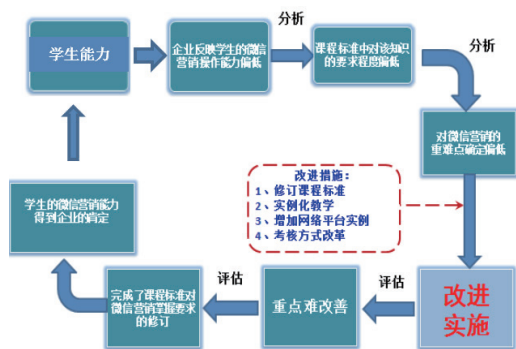


图3 课程诊改的持续改进图

四、课程诊改成效

（一）与时俱进更新了课程内容

增加了当前已成为主流营销方式的直播营销。

（二）形成了“企业工作室”人才培养模式

通过加强校企合作、工作过程系统化课程开发和教学课题研究等措施，完善了准企业化管理育人环境下人才培养模式，形成了“企业工作室”人才培养模式。

（三）重塑教学过程，改进教学方法

充分挖掘校内外资源，以项目为载体，采用多种教学手段，将工作流程、工作思路、职业素养和知识点、技能点融入教学。采用分组合作的方式，在工作过程中，培养综合职业素养，增加学生学习的成就感和主动性。

（四）入选“十三五”“十四五”国家规划教材

近几年来，教学团队完成了高等教育出版社《网络营销（第三版）》《商品拍摄和图片处理》《物流与配送（第三版）》《电子商务物流（第二版）》、机械工业出版社《网络营销实务》、校本教材《网络营销实务》工作过程系统化课程。其中高等教育出版社《网络营销（第三版）》和机械工业出版社《网络营销实务》均入选职业教育“十三五”“十四五”国家规划教材。

（五）提高了课程团队的教科研能力

五年来，网络营销实务课程团队实现了老中青的“传帮带”，团队成员拧成一股绳，劲往一处使，参加校、区、市及国家级各级各类的教学能力比赛。其中在江岸区三优和五优评比中，获一等奖4人次，二等奖3人次。承担市级公开课达3人次，获全国“创新杯”说课大赛一等奖2人次，三等奖1人次。新增市区学科带头人2名。

五、下一步诊改方向

目前该课程教材建设已在全国形成一定的影响力，但教学团队在市级、省级的教学能力大赛上虽然取得了三等奖，离武汉市领先、湖北省一流的目标还有一定的距离。所以，针对《网络营销实务》课程的自诊内容，将继续完善课程建设，主要在课程团队能力提升以及教学方法手段上继续创新改进，大力提升该课程的教学质量。

课程诊改，是来自满足人才培养目标的内部需求，是自发的，主动的。我们相信，在常态化的课程诊改中，课程质量一定会朝着预定目标不断接近，使专业、课程、教师和学生得到共同发展。

参考文献：

- [1] 颜伟.《网络营销与策划》课程自我诊改报告[J]. 智库时代, 2018(52):241-243.
- [2] 王文燕. 中职学校构建立体化教学诊改模式探究——以北海市中等职业技术学校为例[J]. 广西教育, 2023(29):94-98.
- [3] 冯荷兰, 宋卫. 高职院校诊断与改进复核工作的基本遵循、核心内容与关注焦点[J]. 职业技术教育, 2023, 44(14):71-74.
- [4] 梁国华. 教育信息化背景下高职院校教学诊改策略研究[J]. 职业技术, 2023, 22(01):58-63.