

《客户关系管理》课程线上教学应用报告

——以《客户关系的认知》单元为例

刘微 桂春林

(柳州市第一职业技术学校, 广西 柳州 545616)

【摘要】 新媒体技术的发展, 让传统的线下教育模式面临了挑战, 如何开展线上教学摆在了全体任课教师的面前。本文以专业课程《客户关系管理》其中的一个模块为例, 讲授从教学设计思路到线上教学实施的整个过程, 可供预开展“线上+直播”相结合教学模式的课程提供参考。

【关键词】 云班课; 线上教学; 钉钉直播

前言:

在信息化高速发展的今天, 教育行业面临了前所未有的挑战。以往的线下教学模式遭受了线上“随时随地教学”理念的冲击。作为专业课程, 线上教学并不是新鲜事, 慕课, 各大教学网络平台早有成熟的课程供学生自主进行线上学习, 但这些事先录制好的视频课程缺乏师生互动性, 不具有实时监控效果, 对自控能力差的学生缺乏管控性。而线上直播教学有师生实时在线互动的画面, 相比录制视频课程来说, 互动性、监控性要强。

一、教学设计思路

《客户关系管理》模块一“客户与客户关系的认知”共分为7个教学任务, 运用云班课教学平台与钉钉直播相结合的方式开展线上教学。具体线上教学模式为: 云班课教学平台+钉钉直播。云班课教学平台主要是发布教学资源, 设计教学活动, 供学生自主预习。钉钉直播, 是利用钉钉的直播平台开展直播教学, 实时可学生进行线上互动, 共同解决云班课教学平台学习任务中碰到的问题和主要知识点的深入学习。

考虑到学生在家无教材, 无参考资料, 因此, 本课程在设计时, 主要以案例分析与讨论为起点,

通过头脑风暴、答疑讨论、个人任务、知识检测等方式, 培养学生对客户关系的理解和认知。同时提前发布知识点微课视频、图片、任务工单信息等资料, 供同学们线上进行自主预习。

二、课程建设情况

(一) 教学内容

《客户关系管理》在中职现代商务和电子商务专业是一门专业技能课程, 注重实践。因此, 为了让学生对该门课程有一定的认知, 依据人才培养方案和对学情特点的分析, 最终确定以模块一“客户关系的认知”为线上教学内容。同时根据该门课程的课程标准和教材内容, 将“客户关系的认知”内容分为7个教学任务, 分别是任务1: 客户眼中的客户关系、任务2 厂商眼中的客户关系、任务3 客户关系的类型、任务4 客户关系管理的意义、任务5 解读客户的定义、任务6 识别客户的状态、任务7 客户的分类, 每个任务3课时, 共计21课时。自2月19日上线, 运行至3月20日, 共计运行30天。

(二) 资源构成情况

在课程运行的一个月时间里, 该教学模块共发布教学资源41项, 发起课堂签到14次, 课堂

连麦邀请学生回到问题 7 次。41 项资源中,其中,微视频 22 个,占总资源的 53.7% 左右,图片类文档 10 个,占总资源数 24.3%, Word 文档类任务指导书 9 个,占总资源数的 22% 左右。微视频主要是一些知识点的微课,课程案例讲解视频。图片及文档类资源主要是任务指导书,设计这些的目的是更好帮助学生完成自主学习。

(三) 活动构成情况

在《客户关系的认知》模块开展线上教学的期间,共开展教学活动 80 余项,其中,开展头脑风暴 7 个,课堂答疑讨论 20 个,个人或团队作业任务 20 个,发起课堂签到 20 余次、进行理论知识检测 5 次,学生课堂表现评价 10 余次。

三、教学实施过程

本次教学过程,共分为三个阶段,分别是第一阶段的线上自主学习阶段,第二阶段为线上直播阶段,第三阶段为线上课后复习总结阶段,具体教学实施情况如下:

(一) 线上自主学习阶段

课前,教师会依据人才培养方案及该门课程的课程标准,反复研读教学内容,根据学生的学情特点及对学生的知识结构进行研究分析后,精心筛选一些让学生感兴趣,又与课堂教学内容相关的案例或视频,提前一周上传至蓝墨云班课教学平台,并在每个资源备注标明该资源涉及的知识点及学习要点,布置课前预习活动任务,让学生开展自主预习学习。这样一来学生对将要学习的内容会提前进行预习,教师通过教学平台学生查阅的数据及参与的课前预习任务知晓学生学习的情况。此外,将课堂中要开展的任务活动相关的任务书及资料、视频提前上传到资源包,让学生提前观看,了解课堂即将展开的教学活动,提前做好学习的心理准备。

下面以任务 2 厂商眼中的客户关系为例进行学

生线上自主学习阶段的展示:

首先,教师在直播开课前一周,将本次任务需要学习的知识和辅助的视频资源发布在云班课教学平台,并在每一个资源上做好学习要求,及要掌握的知识要点,比如本次任务的 PPT 课件,课中案例视频《私人定制案例分析》《益达微电影广告视频》《益达早期广告视频》,客户关系管理的意义知识图片,并设置学习要求为:观看视频,思考益达微电影广告为何能吸引 80、90 后的眼球?反映了 80、90 后什么样的消费心理?同时会在云班课课堂任务中,开启课前预习任务 1 课前资源学习情况检查:让学生记录资源总数,及通过资源学习,大致学习到了哪些知识点?

(二) 直播教学阶段

课中教学是在钉钉直播间进行的,教师会在直播前查看布置的课前预习作业学生完成的质量情况,分析学生通过自主学习对知识的掌握情况,把控学情,及时调整课堂教学中的难易程度。在直播课堂教学中,通过连麦或者直播间讨论的方式,迅速让学生将注意力转移到课程知识点上来。同时,根据学生的特点和参与度,调整教学活动导入方式,用学生感兴趣,爱参与的方式导入知识点,充分让学生参与课堂学习。

另外,教师也能够根据学生的完成任务的质量情况,明确学生自主学习中存在的问题,在直播时理清课堂重难点,有针对性地开展教学。可以组织学生将本节课的重难点深入探讨,通过客户关系管理案例分析或者角色扮演、模拟的方式展开。在学习活动结束后,学生将作业成果上传,教师与学生可在线点评,学生可及时调整,这样及时的点评不仅可以让学生获得满足感和成就感,激发学习动机,同时也能让学生真正掌握所学习的知识,并且对知识进一步深化。

下面以任务 2 厂商眼中的客户关系为例进行课

堂直播学习阶段的展示：

直播教学时，先是展示大家对于课前自主学习情况的展示，教师进行点评和评分。然后导入益达口香糖早期广告视频和后来的微电影系列广告视频资源，让大家展开思考和讨论：“这两个不同时期的广告视频，为何能吸引 80、90 后的眼球，却不能吸引新一代消费者的目光呢？原因在哪里？”引出课堂知识点。

（三）课后复习巩固阶段

课中学习任务完成后，教师可以布置一些课后补充作业，不仅可以巩固所学知识，还能增加学生的知识面。也可以为学生提供一些网址链接或者视频资料，让学生自行上网学习，自主思考，自行扩充。教师根据学生课后作业完成质量情况给予及时点评及评分，学生也可以通过手机端与教师在线交流，从而获得成就感和满足感。

下面以任务 2 厂商眼中的客户关系为例进行课后复习巩固阶段的展示：

课后设置有课堂所讲解的理论知识检测以及课后答疑活动，理论知识检测主要用来检查学生对课堂知识的掌握情况，如果检测结果不理想，表明知识点掌握不牢固，在下一个教学环节设计中，需要考虑再一次地复习。课后答疑主要让学生就课堂中没弄明白的知识点在课后再次与老师互动讨论，让师生的沟通直接更加顺畅，以便更好巩固所学知识。通过课后匿名评价活动，可以检测学生对本课题教学的满意程度，让教师根据学生反馈适时调整教学策略。

四、教学实施效果

利用云班课教学平台与钉钉直播相结合的线上教学模式，打破了传统教学中以讲授为主的模式，转而以线上学生自主学习为主，线上直播点评总结，深化知识点学习，大大提升了教学效率。同时，通过云班课平台的学校报告数据，能非常清晰地

知道每一位学生的参与情况，以及对知识点的掌握情况，方便教学及时调整教学策略。同时，通过线上直播和学生线上自主完成学习任务的教学模式，不再过分追求线上或者线下单一教学，充分利用信息化教学平台，发挥混合教学模式的优势，促进线上线下教学的融合，有效延伸了课堂，使得师生之间的交流互动更为有效，具体教学实施效果如下所示：

（一）活动参与情况

模块一《客户关系的认知》共设计的活动类型有 5 类，分别是作为知识引入的头脑风暴活动，活动参与率 86.1%；学生思考讨论交流的讨论答疑活动，活动参与率 84.97%；用于检验知识掌握情况的理论知识测试，活动参与率 88.5%；以及发挥团队协助精神和锻炼学生语言表达及组织能力的个人作业，活动参与率 87.3%；还有检查学生出勤情况的签到，签到率 85%（有少部分学生有迟到和早退现象）。这几类的教学活动，学生平均参与率达到 85% 以上，表明学生参与课堂效率还是非常高的。

（二）学生查阅资源时间

课程运行期间，通过对学生查阅资源的时间曲线图分析，可以发现学生查阅资源的时间从早上的 7、8 点钟开始，到深夜 12 点，甚至凌晨 1、2 点，特别是在上午 11-12 点之间会产生一个峰值，到晚上的 8、9 点会有下一个小峰值。这表明学生除了睡觉时间，可以利用其余的时间甚至是琐碎时间来进行学习，大大提升了学生学习的自主性。

（三）学生经验值明细分析

根据学生获取的经验值明细图，可以看出学生获得的经验值构成主要是由参与课堂任务活动获取，其次为查看课程资源，再次是课堂出勤签到及从课堂表现获取。当然每个同学的经验值明细会因为自身的知识结构差异，及完成任务的情况，

获取经验值的途径也有些差异,这也是符合青少年学生的学习特点的。

(四) 完成任务质量情况

从学生获取经验值的优秀率数据图来观察,优秀率达74%,表明学生的经验值得分质量还是比较高的。

五、学生反馈

每次直播课程结束,教师在云班课开启课后答疑讨论区,就学生在课堂中遇到的问题进行答疑,大部分学生都会参与其中,对于课堂上不能理解的问题,会在答疑区再次提出,师生互动交流,共商共助帮助知识理解有困难的同学解决问题。

对于线上学习这种教学模式,师生之间都是在摸索阶段,学生与老师之间都有一个适应的过程,部分学生会在评教中反馈不太适应这种教学方式,更渴望坐在教室上课,与老师和学生面对面互动更好。

六、教学亮点

(一) 打破传统教学模式

利用云班课教学平台与钉钉直播相结合的教学模式,开展《客户关系管理》课程线上教学,在很大程度上改善了传统的教学模式,将线上直播与线上自主学习有机结合起来,有效延伸了课堂,改变了学生的学习行为,摒弃了填鸭式的课堂教学模式,学生参与课堂的积极性更高,同时教师也能及时发现学生学习的不足之处,及时调整教学策略,实施精准帮扶与引导,关注到更多的学生。

(二) 帮助学生养成自主学习的习惯

巧妙地借助云班课与钉钉直播相结合的模式开展《客户关系管理》课程教学,能够帮助学生形成良好的自主学习习惯。对于课堂中遇到的问题,学生会自主查阅相关资料进行学习,对于实在不懂的问题,会在线求助教师,从而培养了学生思考问题和锻炼了学生自主学习的能力。

(三) 扩大知识范围

虽然直播课堂能讲授的时间有限,但是学生在之前的自主学习积累了更多的知识,扩大了知识面,学习的范围也不再局限于课本知识,而是更加宽泛,学习效率也更高。例如,课堂增加了《新闻搜一搜》环节,让学生分享所关注到的新闻知识,同时引导学生将所见所闻知识与所学学科知识相联系进行思考,并在课堂中巧妙引入思政教育。

七、不足之处

这种线上直播和线上自主学习的混合式教学模式作为一种新出现的课堂教学组织形式,对促进课堂教学的良性互动及培养学生的自主学习能力有实用意义,但是也存在以下不足之处:首先,教师作为非专业主播,对于直播设备的熟练使用程度和课堂的节奏的掌控能力有待加强和提升,或者需要更好地培训。同时,教师直播上课的紧张感和压力倍增,恐惧稍不留神就会发生翻车现象,严重影响直播听课质量,或恐将其他不好的信息传达至网络,产生不良的负面新闻。其次,对于部分不爱学习的学生不易监管,虽然从云班课的考勤和钉钉在线观看情况观察,学生在线,但实际听课率不高,完成云班课任务不及时,任务完成质量不理想,而教师又不能及时找他沟通,了解情况。直播授课,对网络质量及电脑设备要求高,遇到下雨天和雷雨天气,网络质量不好,网络容易卡顿,影响学生听课效果。

参考文献:

- [1] 杨利娟. 基于OBE理念的客户关系管理课程线上教学应用研究[J]. 三门峡职业技术学院学报, 2021,20(04)
- [2] 谷再秋. 《客户关系管理》课程教学改革探索[J]. 长春大学学报, 2010(04)
- [3] 尹新. 《客户关系管理》课程项目教学法研究[J]. 中国成人教育, 2009(20)