

# “4+8”模式打造线上的“一堂好课”

——《营销与社会》“疫”期在线教学经验分享

国际交流学院 李茉

“教育者的个性、理想信念以及精神生活的财富，是一种能激发每个受教育者检点自己、反省自己和控制自己的力量。”

苏霍姆林斯基

2020年新春伊始，抗击新冠肺炎疫情的战役在全国打响。在这个特殊时期，“在家上学”成为新常态，“在线教学”成为打开新学期的统一方式。于是“如何在疫情期间上好一堂线上直播课？”成为了教学工作者最为关心的问题。下面以《营销与社会》课程为例，与大家分享一下自己的在线教学探索和实践体会。

本门课于2019年获批为吉林财经大学线上线下混合式“金课”培育项目，采用的是“线上慕课学习+线下课堂翻转”的教学模式，由于疫情的出现，不得不转为“线上慕课学习+在线直播翻转”的形式。综合已有的三个学期的运行经验以及疫情期间新的教学体会，摸索出一套在线课堂建设的“4+8”模式，即4个阶段和8个环节（见图1）。接下来，以《营销与社会》第一章为例，来介绍一下具体的操作过程。

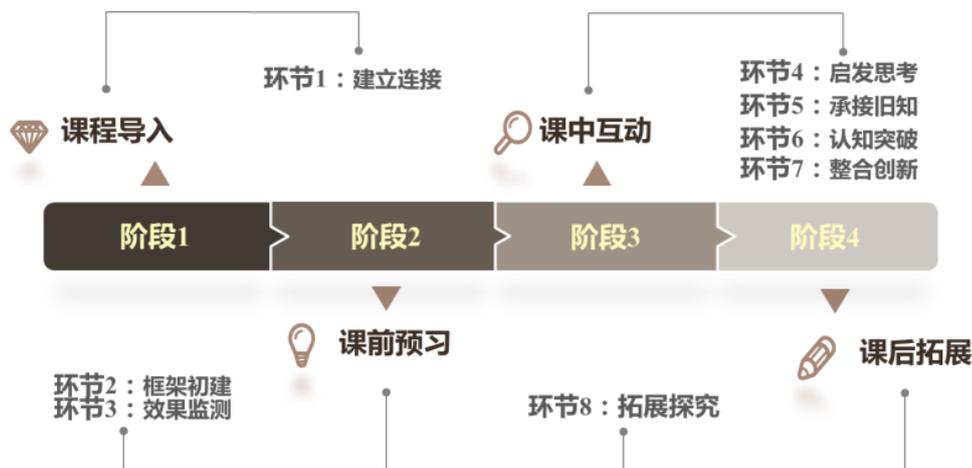


图1 打造在线课堂的“4+8”模式

## 一、课程信息介绍

章节名称：第1章 绪论

所属课程：营销与社会

课程性质：专业主干课

所在专业：国际经济与管理

授课对象：国际交流学院 2019 级金融专业学生

在线课程资源：吉林省在线精品课《解密市场营销（双语）》

在线课程网址：<https://coursehome.zhihuishu.com/courseHome/2067386#teachTeam>



图2 《解密市场营销 (双语)》在线教程

## 二、教学媒介的选择

本课程采用了图3中的五种教学媒介，其中智慧树在线教育平台以及知到 (App) 可以帮助学生顺利完成“线上慕课学习”，云班课 (App) 主要服务于“在线直播翻转”过程中的课堂活动，腾讯会议用于“在线直播”，雨课堂能够实现对直播课程的录制。



图3 教学媒介的选择

## 三、教学设计的原则

教学设计遵循以下三条原则：

第一，线上系列视频让学生拥有更加灵活的学习时间，形成初步的碎片化的知识管理，从而调动学生自主学习的积极性；

第二，在线直播翻转引领学生实现深化的探究，从而培养学生的高级思维和解决复杂问题的综合能力；

第三，课后实操演练是课程内容向真实的企业环境及市场环境的延伸，促使学生感受营销人的职场角色并尽早进行职业规划。

## 四、教学过程的“4+8”模式

### 阶段 1：课程导入

这一阶段的核心任务是“破冰”，包括“师生之间的破冰”和“课生之间的破冰”，也是打造一堂好的在线课程的第 1 个环节，即“建立链接”。

首先，“师生之间的破冰”，主要是在学校教务处的帮助下，通过“雨课堂”与学生进行初步联系，告知学生班课码并加入相应的“云班课”、帮助学生完成在线慕课的选课和报到，然后进一步建立班级负责人的“微信群”用以作为重要通知的双重保障。



图 4 师生之间的“破冰渠道”

其次，“课生之间的破冰”，这是引领学生走进一门新的课程、喜欢一类新的知识、爱上一种新的思维的关键一环。学生对市场营销是既熟悉又陌生，教师需要做的就是让学生认识到本门课程要学的专业知识能够解决生活中那些熟悉但又无法解释的现象和问题。本次“破冰”，我们借助“云班课”的“头脑风暴”功能，发起了对宝马 H5 广告（见图 5）的讨论，这是一则需要通过微信扫码观看的 H5 广告，一是扫码行为可以提高互动性，二是广告形式和内容充满趣味性，能有效激发学生对本门课程的兴趣。



图 5 课生之间的“破冰渠道”——宝马 H5 广告

## 阶段 2：课前预习

对于“知道即会”的认知性知识，学生通过观看线上慕课视频进行自学即可，对于“讨论才明”的理解性重难点，则需要通过翻转课堂的方式完成。课前预习可以说是“在线直播翻转”部分的基石，这一阶段包括两个环节：

**环节 2：框架初建。**教师提前制作了可以作为学习大纲的“Guiding Questions”文档（如图 6），并通过“云班课”的“资源”功能进行共享。学生借助该文档进行慕课视频的学习，并绘制出本章的知识框架图（图 7 为学生作品展示），由此对本章的知识形成初步的认识。



图 6 Guiding Questions

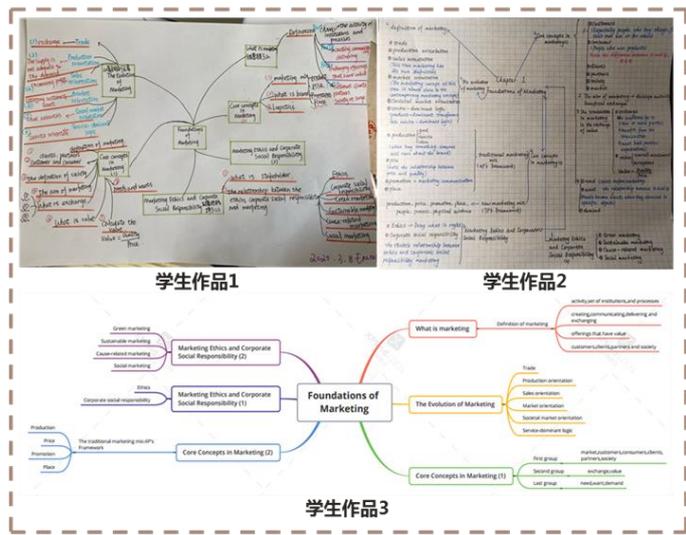


图 7 学生作品展示

**环节 3：效果监测。**在线教学最大的难点就是对于学生学习效果的把控，“学生是否学了、学了多少、学到什么程度”，对于这些问题的精准掌握是下一阶段实现高效翻转课堂的前提。关于“学生是否学了、学了多少”，可以通过“智慧树”的后台数据进行监控（见图 8 和图 9），并且能够以其记录的学生学习进度以及学习时间为依据对未按计划完成学习任务的同学进行提醒。



图 8 智慧树平台的“学习进度”总体数据

03180...	张博	0.0%	1时24分17秒	0	0	2020-03-03	督促
03180...	刘敬怡	5.0%	3时23分34秒	0	0	2天前	督促
03180...	白雨鑫	0.0%	1时34分35秒	0	0	1天前	督促
03180...	陈妹文	1.7%	1时37分6秒	0	0	2020-03-03	督促
03180...	杨童	1.7%	1时27分23秒	0	0	2020-03-03	督促
03180...	李林森	5.0%	1时50分25秒	0	0	3小时前	督促
03180...	李小琳	3.3%	1时38分36秒	0	0	2020-03-03	督促
03180...	刘彤	1.7%	1时39分37秒	0	0	7小时前	督促

图 9 智慧树平台的“学习进度”个人数据

关于“学生学到什么程度”，则可以通过“云班课”的“测试”功能定期设计并发布短测验（10-15 道测试题）以实现对学生学习效果的检验，同时可根据测试效果（云班课系统智能分析）精准识别学生的“易错点”、“难理解问题”、“共性问题”等，并可针对以上分析结果进一步进行有的放矢的讲解和课堂活动的设计与调整（见图 10）。

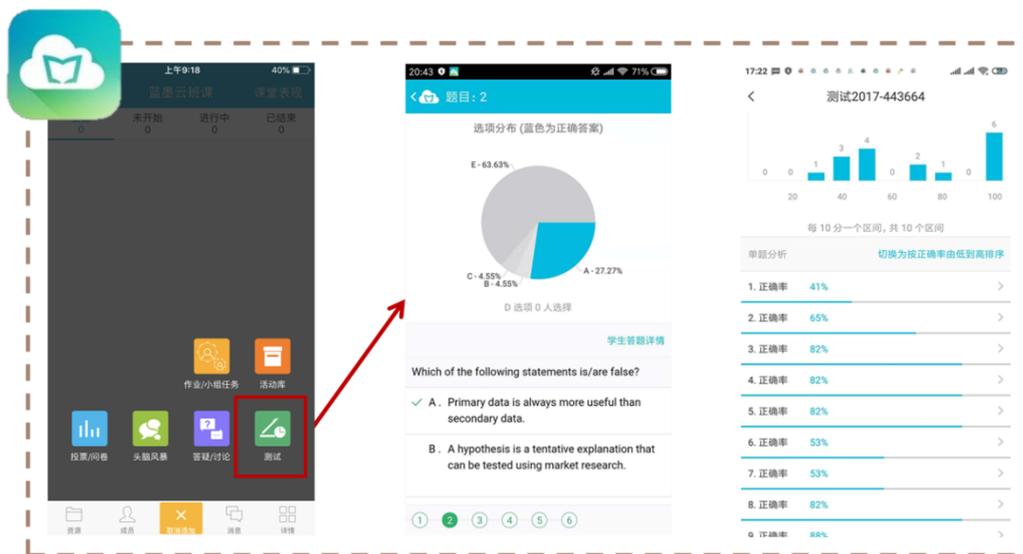


图 10 “云班课中”的测试题及测试结果分析

### 阶段 3：课中互动

课中互动即“在线直播翻转”部分，这一阶段分为四个环节，对应“起一承一转一合”四个部分，具体内容如下：

**环节 4：启发思考。**绪论一般是对一门课程的学科发展史、核心概念、基础理论以及整本书的章节架构的介绍，那么本章内容的一个重点就是理解“什么是市场营销？”。为了激发学生对这一问题的思索，我们提出了这样一个问题：“你认为小品《卖拐》中，赵本山将拐卖给了腿脚并无问题的范厨师，这一行为是否属于市场营销，为什么？”。

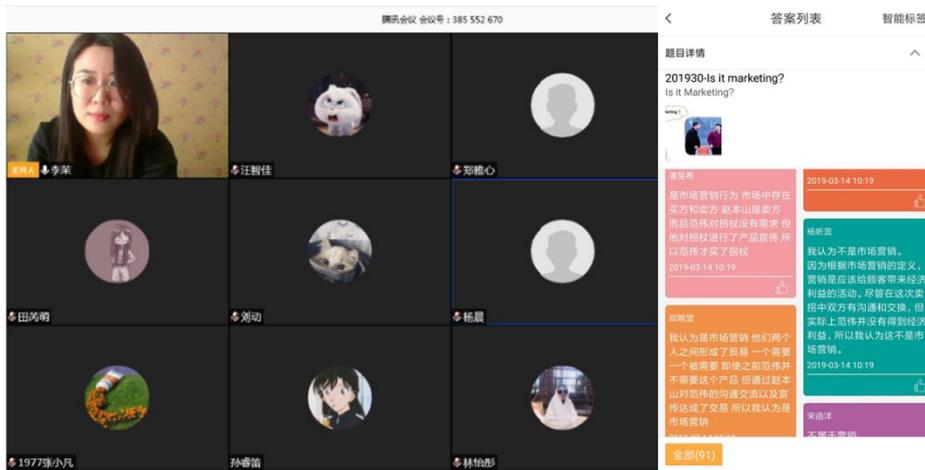


图 11 启发思考的学生反馈

**环节 5: 承接旧知。**“在线直播翻转”课程前，在“智慧树”课程论坛中发表讨论帖（具体内容如下图），以问题为导向激发学生自由讨论，并根据学生的回复内容帮助其将新知识与旧知识进行衔接。例如，“区别‘营销’、‘推销’、‘传销’概念”等。



图 12 讨论帖的具体内容

**环节 6: 认知突破。**市场营销学最有趣的地方就在于揭开那些营销手段的神秘面纱，得到一个意想不到的答案。本次课程借助“云班课”的“答疑讨论”和“雨课堂”的弹幕功能针对一些典型问题设置了 3 个小组讨论活动，分别是：“第二杯半价真的合适么？”、“企业为什么要承担社会责任（CSR）？”、“你知道为什么很多商品价格都以 9 做结尾么？”。

**环节 7: 整合创新。**课程最后布置了一个开放型的综合性任务：“你觉得你所在班课的头像图片怎么样？你是如何理解这张图片的？如果它是一个产品的平面广告，你猜这个产品是什么？”。虽然很多同学没有猜到正确的答案——“士力架（别让饥饿毁了你的本性）”，但是超过一半的同学都能够根据已经学习的营销知识给出逻辑合理的创新性解读。



图 13 综合性任务的素材及学生讨论结果

## 阶段 4：课后拓展

**环节 8：拓展探究。**为了保证课程内容的高阶性和前沿性，我们针对“营销定义的演进过程”和“营销主导逻辑的变化”两个主题给出了 6 篇全球顶级期刊的学术文献，供大家进一步学习和探讨，并在“智慧树”的课程论坛中设置了相应的讨论区。



图 14 课后扩展阅读文献资料

## 五、教学反思与心得

“4+8”模式是以“线上线下混合式”教学模式为基础、针对疫情期间的特殊需求演化而来的教学模式，从学生的反馈情况（见图 15）来看，可以说是一次比较成功的在线教学探索与实践，当然该模式仍需要在进一步的运行中继续完善。



图 15 “4+8”在线教学模式的学生反馈

在线教育模式势不可挡，这是教学技术发展的必然选择，对于这一新挑战、新机遇，我们教师必须要做出五个方面的改变：

**1. 知识灌输变为能力提升：**设计制作的线上课程视频将教师从重复的知识传授中解放，精力可更多的用于基于问题与任务的、具有挑战性的学习活动设计上，从而帮助学生实现知识的内化与能力的塑造。

**2. 课件制作变为环境建构：**“云网端”的一体化应用可突破传统课件束缚、建构智能化教学环境，推动学生在真实情境中获得知识、能力、素质的多重提升，实现对其高级思维和解决复杂问题能力的培养。

**3. 单向传输变为交互沟通：**协同关系的强化可将师、生打造为“学习共同体”，双方通过对学习环境要素的交叉利用建立对话并产生碰撞，可进一步激发学生的主动性、积极性与创造性。

**4. 静态生产变为动态创新：**鉴于数字资源构成的多元化、迭代更新的及时化，教师实现了从生产静态重复教学资源向引领动态创新教学资源的转变，形成了教学资源的良性生态发展。

**5. 人工考核变为智能评估：**多种数字化教学终端的大数据、云计算促进了教学评价的智能化与立体化，可精准追踪学生的学习轨迹、学习表现、学习效果等，实现了更加科学、全面、客观的评估。

2020 疫情过后，我国的在线教学模式必将迎来更为健全、更为成熟的崭新局面！

### 个人简介：

李莱，管理学博士，国际交流学院市场营销学科负责人，多年来致力于教学改革、课程思政的研究、实践与融合；曾获吉林省首届本科高校说课大赛一等奖、吉林省智慧课堂教学创新大赛三等奖，并连续三年获吉林省十大魅力教师称号；设计并制作的慕课《解密市场营销（双语）》被评为省级精品在线开放课程。

