

结合疫情时事，综合运用线上教学手段实现翻转课堂

——《企业营销案例分析》线上教学案例分享

广东科贸职业学院 赵琼

一、案例背景

受“新冠肺炎”疫情的影响，为了保证“停课不停学”，根据学校下发的有关线上教学的相关要求，在开学前测试了不同的线上教学平台，经过分析比较，最终确定采用“腾讯课堂直播+超星学习通+QQ家校师生群”相结合的形式来进行线上互动教学。



课堂形式的转变，也让很多学生不适应，同时也会遇到一些从未有过的问题。因此，在教学过程当中，我比平时更多的去关心和了解学生，根据学生反馈的信息及时调整教学设计，用关爱和尊重，去保证课程高质量开展。

二、课程简介

《企业营销案例分析》是市场营销专业的技能培养课程，是配合《市场营销基础》联系实际、内容新颖、操作性强的专业课程，采用“市场营销理论+案例分析”的模式教学。

本课程旨在运用案例与实训教学，使学生全面掌握市场营销理论并形成知识

体系框架，能够从不同的立场和视角去了解和认知市场和企业，培养学生综合运用理论观察问题、分析问题和解决问题的能力。

三、开课准备

在接到学校关于疫情期间线上教学的相关通知和要求后，做了以下几项工作：

1. 在寒假期间学习各种线上平台的操作指南、下载使用，根据自己的课程特点选择适合的线上直播平台，并在开学前一周与学生做了测试课验证效果。

2. 根据线上教学的特点，重新设计了教学方案，调整了课程标准设计、线上教学进度计划，根据形势的变化对企业营销造成的影响，自行编制了一些教学案例来充实原有的教学内容，设计线上互动环节的讨论题。

3. 考虑到学生手上没有教材，于是自己利用假期将教材上的案例转换为电子版上传到学习通，并在原有的基础上丰富案例内容，做了很多相关扩展阅读的内容，丰富学生的知识面、开拓视野。

四、线上教学活动举措

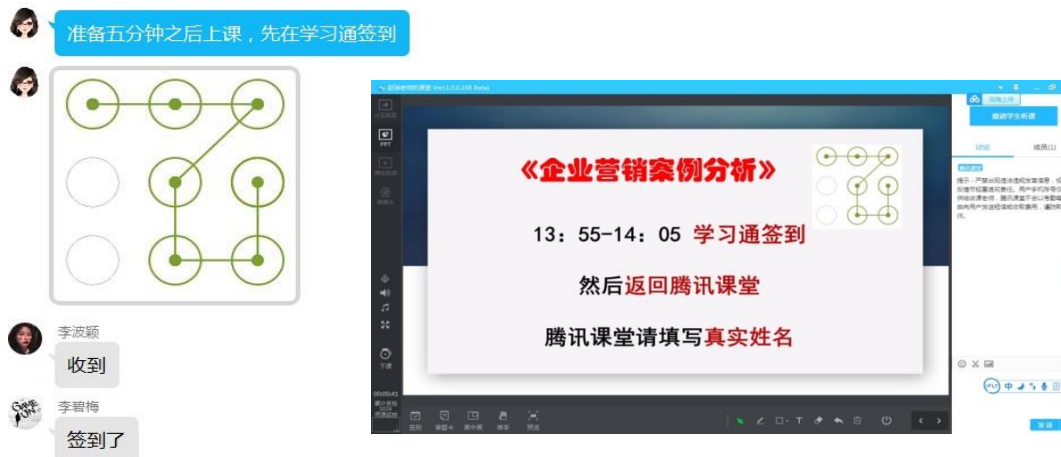
《企业营销案例分析》这门课主要是通过对市场营销环境、营销战略、营销4P等方面案例的分析，加深学生对理论的理解，提升学生发现问题、分析问题、解决问题的能力。

为了能上好这门在线直播课程，我采取了以下几项具体举措：

1. 课前提前通知，学生手势签到、扫码进课堂

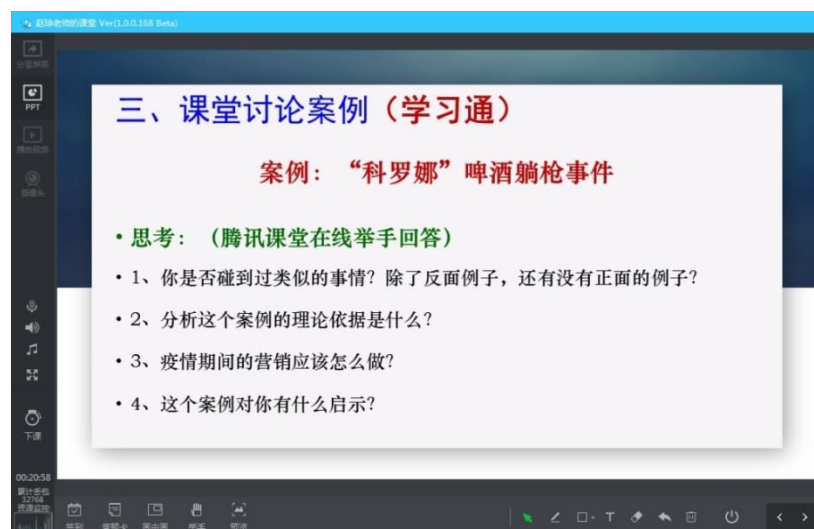
上课之前，通过建立的QQ群，下发上课签到提醒，并在腾讯课堂中PPT首页标清楚课程要求，也避免学生进错直播课堂。

线上签到时间设置为10分钟，主要考虑到有些同学可能会因为网络延迟，不能在短时间内完成签到活动。若有同学未能在规定时间及时签到，我会在直播课堂询问，学生在讨论区来回应，确保学生都能够感受到老师的关爱与重视。



2. 根据外部环境变化和学生情况，围绕主题适当调整学习内容、自编案例，抓住学生学习兴趣

例如，在讲到外部环境对市场营销的影响时，我根据这次疫情下企业受环境影响产品滞销的真实情况，搜集资料编写了《“科罗娜”啤酒躺枪事件》（因为科罗娜啤酒的名字（Corona）正好和新冠肺炎（Coronavirus）名字相同，2 个月损失 20 个亿，并宣布暂停生产），极大地引起了学生们的兴趣，由此引出互动讨论问题，让学生结合所学的理论去思考分析。



3. “课中”语速放慢一点，并注重实时互动

考虑到学生在家上课，还有相当一部分同学是在乡下，网络信号可能不太好，

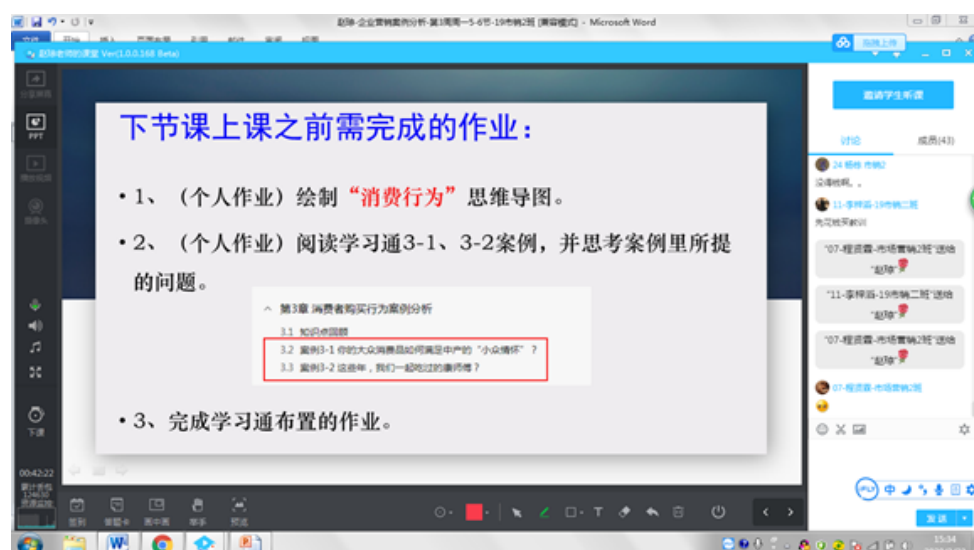
因此在线上教学过程中，为了保证教学质量，一方面自己购买了降噪耳麦，避免有回声；另一方面将语速适当放慢，防止有些同学因为跟不上进度而变得急躁，影响学习效果。

4. 利用思维导图复习理论，学习通进行课堂测验，布置课后作业查漏补缺

由于线上教学的局限性，单纯靠课堂上问学生是否听懂教学内容很难确定学生的掌握程度，理论学习我会让学生以上学期所学的《市场营销》为基础，利用思维导图来复习理论内容。



在刚上课的 5 分钟内做个理论小测试，看看对本次案例讨论课需要用到理论的掌握程度；在课后会布置相关的案例分析题，确定学生通过课堂学习后能够灵活运用理论，然后调整下次课的学习安排。



5. 利用课堂内提问、讨论，检查学生上课精神集中度

直播过程中，会增加更多的互动环节，不定时的“连麦”提问，也会通过超星学习通“摇一摇”来选人回答问题，并设置一些课堂在线讨论，每一项都设置加分和扣分项，时刻让学生把注意力放在课堂上。



6. 用数据说话，让学生更自律，让老师优化教学

本门课程采用过程性考核方式，线下教学很难确定分数，线上教学反而更加方便。在课程结束后，利用腾讯课堂导出学生在线学习时长的数据，上课过程中也可以看到实时在线人数；在学习通中对学生的签到、讨论、作业、测验等直接设定分值比重，结果一目了然。将这些数据及时反馈给学生，让他们深刻了解自己在课堂当中的表现，表扬和批评更有说服力。课余时间也可以自己查看直播回放，整理上课过程中存在的问题，反思课堂中的不足，及时优化课程设计。

腾讯课堂 考勤记录				
首页 > 历史课程 > 考勤《企业营销案例分析5-19市销2班》				
本课程观看直播45人，观看回放0人（最终观看直播时长请以下课5分钟后的数据为准）				
学生序号	姓名	观看直播时长	观看回放时长	进入课堂时间
33	35-吴道滢-19市销2班	61分钟	-	2020-04-07 18:33
32	12-余秋雨-19市销2班	104分钟	-	2020-04-07 18:31
31	36-吴胜涛-市销2	106分钟	-	2020-04-07 18:31
30	40-赵鹏飞-19市销2班	90分钟	-	2020-04-07 18:31
29	15-莫雪清-19市销2班	98分钟	-	2020-04-07 18:30
28	04_李伟平_19市销2班	104分钟	-	2020-04-07 18:29

五、教学效果与反思

从目前五周的线上教学情况来看,老师和学生都已经从刚开始的不适应到现在完全适应,平台的使用操作越来越熟练。

线上教学的方式缓解了学生在直接面对老师时的紧张感,利用他们喜欢的方式直接动动手就可以发表意见,学生的互动积极性有所提高。但是因为缺少监督,部分自律性较差的同学很难保证上课期间注意力集中,对理论内容的教学方面效果稍差。

后续教学过程中还要思考如何改进理论内容部分的教学方式,相信通过努力,一定能战胜困难,为学生搭建更精彩的线上课堂。