

以OBE为导向的《网络营销》课程教学改革探索

符克议 刘鹤鹤*

东莞城市学院, 中国·广东 东莞 523000

摘要: 针对应用型本科院校《网络营销》课程传统教学中的突出问题——教学方法单一、考核方式守旧、实践环节薄弱, 本文以成果导向教育(OBE)理念为核心, 结合任务驱动教学法, 构建“成果目标-任务载体-协作实施-多元评价”的课程教学改革框架。通过创设真实营销情境、设计阶梯式任务、组织异质小组协作、搭建多维度评价机制, 打破填鸭式教学局限, 推动学生实现从被动接受到主动探究的学习转变。实践表明, 该模式有效提升学生网络营销理论素养与实践应用能力, 为同类应用型课程教学改革提供可借鉴范式。

关键词: OBE理念; 任务驱动教学法; 网络营销; 课程教学改革; 应用型人才培养

Exploration of Teaching Reform of "Internet Marketing" Course Oriented by OBE

Fu Keyi, Liu Hehe*

Dongguan City University, China Guangdong Dongguan 523000

Abstract: Aiming at key issues in traditional "Network Marketing" teaching at application-oriented universities—single methods, outdated assessment, and inadequate practice—this paper takes Outcome-Based Education (OBE) as the core, integrates the task-driven teaching method, and builds a reform framework of "outcome objectives - task carriers - collaborative implementation-diversified evaluation". Through real marketing scenarios, hierarchical tasks, heterogeneous group collaboration, and multi-dimensional evaluation, it breaks the limitations of cramming teaching, realizing students' transformation from passive acceptance to active exploration. Practice shows the model effectively improves students' theoretical literacy and practical ability in network marketing, offering a reference paradigm for teaching reform of similar application-oriented courses.

Keywords: OBE concept; Task-driven teaching method; Network marketing; Curriculum teaching reform; Application-oriented talent cultivation

0 引言

《网络营销》是应用型本科院校电子商务等专业课程, 有理论综合性与实践应用性, 在学科交叉培养中有关键支撑作用。数字经济发展使网络营销领域不断迭代, 对课程教学提出更高要求。但当前该课程教学模式受传统理念桎梏, 存在教学方法、考核体系僵化及实践衔接不畅等问题, 教学质量与人才培养实效难匹配行业需求。在此背景下, 本文结合教改项目实践, 探讨OBE理念与任务驱动教学法融合的教学改革路径, 为营销类课程教学优化提供支撑。以OBE理念为指引, 引入任务驱动教学法开展改革, 是摆脱教学困境、提升人才质量的重要选择。

1 《网络营销》课程传统教学的现状与问题

1.1 教学方法单一, 学生学习主动性不足

《网络营销》课程知识交叉融合, 涵盖五大核心模块, 需纳入前沿内容, 要求学生综合转化理论与实操能力。但

传统教学以教师单向灌输为主, 案例教学存在案例滞后、问题设计局限、缺乏真实场景模拟等问题。这使学生被动接受, 难以理解核心理论应用逻辑, 无法应对营销挑战, 知识迁移与创新实践能力薄弱。

1.2 考核方式守旧, 评价体系缺乏科学性

目前《网络营销》课程采用“一考定成绩”模式, 平时成绩占比30%, 期末笔试占70%甚至更高。“重结果、轻过程”的评价体系让学生“考前突击、忽视过程”。考核内容多为理论记忆类题目, 缺乏对实践能力的考核, 也难以检验学生创新思维、沟通能力和应变能力。

1.3 实践环节薄弱, 技能培养与行业脱节

网络营销要求学生有实操能力, 但传统教学实践环节有短板。一方面, 实训资源配置不完善, 校企合作浅, 学生参与真实项目机会有限。另一方面, 实训教学以理论讲解和简单演示为主, 学生自主实操空间不足, 对核心工具

和前沿领域实操训练欠缺。这导致学生难以适配岗位实操要求，学习成果与企业用人需求有差距。

2 OBE 理念下的任务驱动教学法

2.1 二者的要义

OBE 理念以学生学习成果为核心导向，秉持“以学生为中心、以成果为目标、以逆向设计为路径、以持续改进为保障”原则^[1]。这样的理念，先明确预设知识与能力成果，再反向设计教学内容、方法与评价体系，通过学习数据反馈持续优化策略，满足个性化学习需求。

任务驱动教学方法起源于 20 世纪 80 年代，源于 Prabhu 语言教学实验与杜威“做中学”理念，核心要义是将知识拆解为具体任务，让学生在完成任务中建构知识体系^[2]。其突出特征为强调学生主体性与学习实践性，能有效激发探究兴趣与创新思维，经理论完善形成完整教学体系。

2.2 基于 OBE 理念的任务驱动教学法

该教学法核心是将 OBE 预设成果转化为阶梯式实践任务，以逆向设计贯穿教学全流程^[3]。教学以行业岗位需求为依据，形成“基础认知—技能实操—综合创新”层级任务，通过 3-5 人异质小组构建协作生态。任务设计贴合真实营销场景，融入企业项目与前沿内容，让学生完成任务时提升知识与能力。同时，依托多主体评价体系检验成果，结合反馈优化教学与任务设计，既凸显 OBE 原则，又发挥任务驱动优势，实现理论与实操、课程目标与职业需求对接。

3 《网络营销》课程教学改革方案设计

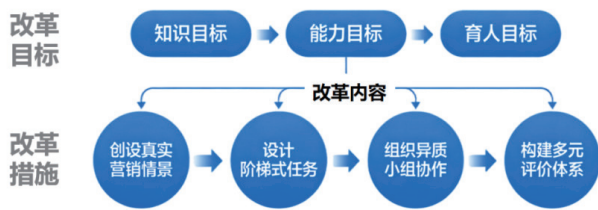


图1 OBE理念 任务驱动教学框架

3.1 改革目标

以 OBE 理念为核心，构建任务驱动教学框架，实现三大目标。一是知识目标，帮助学生夯实网络营销全模块理论知识，形成系统的知识体系；二是能力目标，提升学生的营销方案设计、平台实操、团队协作与问题解决能力；三是育人目标，确立学生的学习主体地位，推动教学模式从“教师灌输”向“学生探究”转变，并在成熟后将模式推广至相近课程，助力院校整体教学方法改革。

3.2 核心改革内容

3.2.1 创设真实营销情境，搭建知识迁移桥梁

依据 OBE 理念的实践导向要求，在网络营销教学中，在网络公关营销模块，创设高度贴近现实的学习情境。鼓励学生结合自身体验，筛选近一年来具有广泛影响力和深度分析价值的企业危机公关事件，如知名品牌产品质量争议、互联网企业数据泄露等典型案例，引导学生深入剖析危机公关过程中企业发布的声明内容。

在此过程中，以危机公关五大核心原则为理论框架，引导学生拆解声明内容，判断企业对原则的践行或违背情况，进而提出优化方案。例如分析某食品企业安全危机时，可指出其声明中责任表述模糊、未引入权威检测机构背书的不足，据此重新撰写符合原则的声明。

这样的实践通过“真实情境—理论支撑—实操优化”的路径，推动学生将理论知识迁移至实际应用，深化对核心原则的理解与内化，提升危机应对及策略制定能力。教学中合理把控进度，确保学生在有限课时内完成“案例分析—策略重构”闭环，实现知识吸收与实践转化的有效统一。

3.2.2 设计阶梯式任务，锚定预设学习成果

以课程教学目标与行业岗位需求为依据，将学习成果拆解为不同层级的任务。例如在《社会化媒体营销——微信小程序营销的优化》模块，遵循“基础认知—技能实操—综合创新”的阶梯式逻辑，设计三级任务。

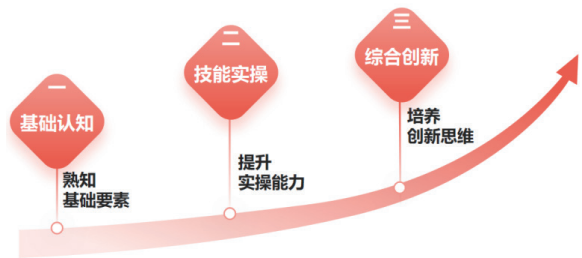


图2 阶梯式三级任务设计

基础认知任务，要求学生从微信平台选取 1-2 个熟悉的小程序，系统分析其界面设计、功能架构、用户操作流程等基础要素，记录核心功能模块、用户画像特征及营销活动类型，助力理解微信小程序的基础运营逻辑与平台特性。

技能实操任务，基于基础调研结果，从用户体验优化、功能完善、营销活动设计三方面展开。例如，针对页面加载慢问题提出技术优化方案，针对营销吸引力不足设计优惠券发放、打卡签到等互动活动，通过策略优化与效果预估，切实提升学生解决实际问题的能力。

综合创新任务,引导学生突破单一小程序局限,结合微信社交属性设计跨平台整合营销策略,探索线上线下资源高效整合路径,提升小程序用户活跃度与商业价值,最终产出涵盖市场定位、用户增长等模块的解决方案与实践思路,着力培养系统性营销思维与创新实践能力。

通过上述阶梯式任务设计,学生不仅能掌握微信小程序营销具体方法,还能从用户体验、品牌影响力、市场份额等多维度达成学习成果,实现从基础认知到综合创新的能力进阶。

3.2.3 组织异质小组协作,强化团队能力培养

围绕 OBE 理念下的成果导向人才培养目标,课程采用 3—5 人异质小组模式,交叉分组构建协作生态,保障学生通过实践任务达成学习成果。在网络营销方案设计实践中,分为四个步骤进行。

分组与选题阶段,小组选熟悉且具行业代表性、有分析价值和实践可操作性的企业案例,助力学生掌握核心技能,提升知识迁移与应用能力。数据收集与分析阶段,学生收集企业、行业及竞争对手数据,剖析挖掘企业优劣势、市场机遇与潜在风险,强化数据处理与市场洞察能力,契合课程培养要求。策略制定与方案撰写阶段,学生基于数据,分析市场需求与潜在机遇,制定网络营销组合方案,涵盖产品、价格、渠道、促销策略;同时整合逻辑、数据与成果,形成逻辑清晰、论据详实的策划方案。方案展示汇报阶段,课程末期以小组为单位开展展示,通过汇报答辩检验知识运用能力。教师从创新性、可行性、团队协作等维度考核,反馈成果并明确改进方向,实现“实践—评价—提升”闭环。

过程中,要求学生课前自主调研与研讨,课中协作推进任务,强化独立思考与团队协作能力;明确小组分工与责任,确保成员参与全流程,实现课程知识、能力与素质的多维目标达成。

3.2.4 构建多元评价体系,完善成果考核机制

遵循 OBE“以成果为导向、以能力为核心”的核心理念,课程评价体系围绕期末策划方案(占总成绩 60%),将其作为检验学生网络营销综合应用能力的核心依据;平时成绩仅作基础参考(占 40%),确保评价导向与改革主题的契合。期末策划方案以 3—5 人小组为单位,立足真实企业营销场景完成完整网络营销策划案,需涵盖市场调研、目标受众定位、营销目标设定、多渠道策略设计、执行计划及效果优化等核心模块,重点考核方案专业性、创新性与落地性。成果汇报采用“学生自评—组别互评—教师点

评”三维立体评价模式,保障评价全面客观。评价小组由各小组随机抽取的非组长组员与授课教师共同组成,确保公平性。小组自评围绕 PPT 制作、汇报表现进行复盘打分;小组互评参照同一标准,去掉高低分取平均值,培养专业评判能力;教师评分兼顾上述维度,重点考量方案专业深度、创新亮点及答辩应答能力,形成综合评分。

该设计通过真实项目实践与多主体评价,尽量贴合行业岗位的需求,强化学生成果输出与能力达成。既凸显 OBE“以成果为核心”的评价导向,又通过评价反馈反向优化教学重点,推动课程目标与职业能力要求无缝衔接,以实现“以评促学、以评促能”。

4 教学改革的成效与反思

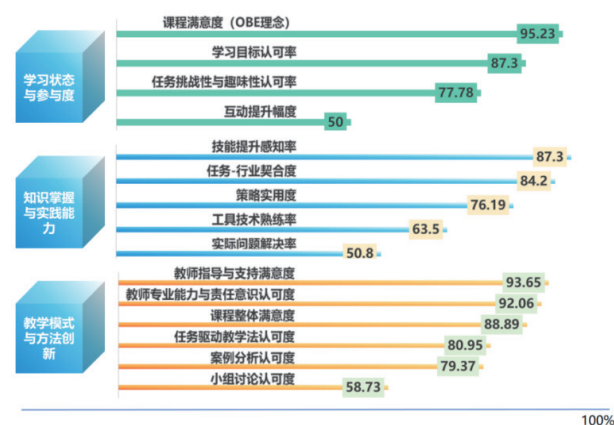


图3 基于OBE理念的任务驱动教学改革满意度调查

4.1 改革初步成效

4.1.1 学生学习状态与参与度明显改善

任务驱动教学与 OBE 理念的融合有效激发了学习热情。课程满意度调查显示,95.23% 的学生对 OBE 理念的应用表示满意;在学习目标与预期成果方面,87.3% 的学生认可其学习价值。相较于传统教学,学生课前预习完成率、课堂互动频次提升超 50%,实现从“被动听课”到“主动研讨”的转变,77.78% 的学生认为课程任务兼具挑战性与趣味性,主动学习意识明显增强。

4.1.2 学生知识掌握与实践能力双提升

学生对核心知识点实用性认可度较高,其中网络营销策略以 76.19% 的选择比例成为最实用知识点。实践能力方面,63.5% 的学生能熟练或非常熟练掌握网络营销工具与技术,50.8% 可运用所学解决实际问题;课程任务与行业需求契合度达 4.21 分,84.13% 的学生认为任务符合行业实际,87.3% 感受到技能提升。此外,校级电商创新大赛中,依托改革成果的参赛项目数量与获奖率均翻倍,实践培养成效显著。

4.1.3 教学模式与方法创新成效突出

此次改革方案构建了“情境—任务—协作—评价”闭环教学体系，案例分析（79.37%）、小组讨论（58.73%）成为学生认可度最高的教学方法。80.95%的学生认为任务驱动教学法有效促进主动学习与团队协作能力。同时，教师的教学支持与专业素养获得广泛认可，93.65%的学生对教师指导与支持表示满意；92.06%的学生认可教师的专业能力与责任意识，为改革落地提供了有力保障。88.89%的学生对课程的整体性表示“满意”，这样充分证明改革模式的可行性与有效性，为院校教学方法改革提供了可复制的范例。

4.2 改革中的不足与改进方向

尽管改革已取得初步成效，但结合满意度调查与教学实践，仍存在三方面短板。一是任务的行业贴合度和实践深度不足，15.87%的学生认为任务与行业需求契合度“一般”，可深化校企合作，引入实操训练，搭建实训平台，强化营销工具训练，提升行业适配性与学生实操能力；二是小组协作中个体贡献量化考核不精准，可细化评价指标，建立量化标准，通过分工记录、匿名互评等精准考核，保障评价公平公正；三是知识应用与职业发展衔接需强化，可优化课程体系，补充薄弱模块资源，增加行业调研、职业认证内容，强化两者衔接。

5 结语

以 OBE 理念为导向的任务驱动教学法，为《网络营销》课程破解传统教学困境提供了有效路径。通过成果目标的逆向设计、真实情境的搭建、阶梯式任务的实施与多

元评价的保障，不仅实现了学生学习主动性与实践能力的双提升，还构建了适配应用型人才培养的课程教学体系。未来，需持续优化改革方案，强化教学资源建设，推动该模式在更多营销类、电商类课程中落地，为应用型本科院校人才培养质量的整体提升提供有力支撑。

参考文献：

[1] 郭南芸, 盛玉雪. 新文科下微观经济学课程智慧教学改革探究[J]. 高教学刊, 2025,11(32):127-130+134.

[2] 马河南. “赛教融合”视角下电子商务专业学生职业素养培养探究[J]. 科教导刊, 2025,(31):112-114.

[3] 曹利娟, 邹芳, 吕前前. OBE 理念视域下民办高校会展英语混合式教学改革研究[J]. 英语广场, 2024,(35): 88-91.

基金项目：2024-2025 学年东莞城市学院高等教育教学改革一般项目《基于 OBE 理念的任务驱动教学法在“网络营销”课程中的实践研究》（项目编号 2024yjgg038）；2022 年度省级教学质量与教学改革工程项目《数字经济专项人才培养计划》（东莞城教[2023]19 号）；2025-2026 学年东莞城市学院高等教育教学改革一般项目“学训赛创”融合驱动下的《市场调查与预测实训》课程教学模式改革与实践（项目编号 2025yjgg042）。

作者简介：符克议，男，汉族，广东省湛江市人，硕士研究生，助教，研究方向：高等教育教学改革。

通讯作者：刘鹤鹤，女，汉族，河南省许昌市人，硕士，副教授，研究方向：大学生思想政治教育。