

基于 BOPPPS 模型的《电子商务数据分析与应用》课程教学设计

罗映芳

南充文化旅游职业学院, 中国·四川 阆中 637400

摘要:《电子商务数据分析与应用》课程旨在培养学生对电子商务环境中数据分析的深入理解及其实际应用能力。论文选取“市场数据分析——赫芬达尔指数”一节为例,通过引入(B)、目标设定(O)、学生前测(P)、参与式学习(P)、后测评价(P)与课程总结(S)6个步骤,简单阐述如何使用 BOPPPS 模型对《电子商务数据分析与应用》课程进行教学设计,引导学生从理论到实践,逐步掌握数据分析的关键技能,并提升实际应用能力。

关键词: BOPPPS 模型; 参与式学习; 教学设计

Teaching Design of *E-commerce Data Analysis and Application* Course Based on BOPPPS Model

Yingfang Luo

Nanchong Vocational College of Culture and Tourism, Langzhong, Sichuan, 637400, China

Abstract: The course *E-commerce Data Analysis and Application* aims to cultivate students' in-depth understanding and practical application ability of data analysis in the e-commerce environment. The paper selects the section "Market Data Analysis - Herfindahl Index" as an example, and through the introduction of six steps (B), goal setting (O), student pre-test (P), participatory learning (P), post test evaluation (P), and course summary (S), briefly explains how to use the BOPPPS model to design the teaching of the course *E-commerce Data Analysis and Application*, guiding students to gradually master the key skills of data analysis from theory to practice, and improve their practical application abilities.

Keywords: BOPPPS model; participatory learning; instructional design

1 引言

随着数字经济的蓬勃发展,电子商务已成为现代商业活动的重要组成部分。在这一背景下,数据分析能力成为电子商务专业学生的关键技能之一。为了适应这一需求,越来越多的高职业院校将《电子商务数据分析与应用》课程作为电子商务专业的一门核心课,旨在培养学生的数据分析能力和商业洞察力。《电子商务数据分析与应用》课程主要内容涵盖数据收集、数据处理、数据分析、数据解释,其中数据分析部分主要包括市场数据分析、运营数据分析、产品数据分析三个方面,揭示了数据在电子商务企业运营中的重要性。通过本门课程的学习,学生能够更好地理解电子商务运营的关键,能够从数据的角度理性地发现并解决运营中存在的问题,指导企业更有效、更科学地发展。

该课程在知识层面要求学生掌握电子商务数据分析的核心概念、技术方法和工具应用。能力层面侧重于培养学生的数据分析能力,使学生能够独立进行数据收集、处理和分析,并能够根据分析结果提出合理的商业建议。价值层面是培养学生成为具备数据驱动思维的电子商务专业人士,为未来的商业世界贡献力量。为实现以上教学目标,通过以学生为中心的 BOPPPS 模型,优化教学设计,能够更好地培养

学生发现问题、分析问题和解决问题的能力,为将来在电子商务领域的职业生涯打下坚实的基础。

2 BOPPPS 教学模型

BOPPPS 教学模型是一种以学生为中心、以教育目标为导向的新型教学模式,具有目标清晰、学生参与感强、教学诊断及时等特点。它由六个教学环节组成:课程导入(Bridge)、学习目标(Objective)、前测评估(Pre-assessment)、参与式学习(Participatory Learning)、后测评估(Post-assessment)和总结(Summary)^[1]。这种模式强调教学互动和反思,形成一个闭环反馈的课程设计,旨在提高教学效果和学生的学习参与度。在课程导入阶段,教师通过各种方式吸引学生注意力,激发学习兴趣。学习目标阶段,教师明确本节课的学习目标。前测评估环节,教师通过问答、小测验等方式了解学生的知识和技能基础。参与式学习是 BOPPPS 模型的核心,通过案例分析、分组讨论、项目实践等活动,让学生积极参与学习过程,常见方式是把教学中原由教师讲授的时间全部或部分“还给”学生,让学生以小组讨论或个体自主学习的方式实现“参与”^[2]。后测评估阶段,采取多种方式评估学生的学习成果,验收是否达到预期目标,并根

据评估结果进行教学反思和调整。在总结阶段，教师逐步引导学生进行知识点的归纳总结。以上 6 个环节，在设计时应灵活运用，可根据具体课程内容调整顺利或融合使用，如 B-O-P-P-P-S 可调整为 P-B-O-P-P-S、P-B-O-P-P-P-S、P-B-O-P-S-P 等顺序。

3 电子商务数据分析与应用课程教学中存在的问题

3.1 理论与实践的鸿沟

理论与现实脱节的问题一直存在于高职教育教学中，这种脱节导致学生在掌握大量理论知识的同时，却难以理解其在真实岗位工作中的应用。电子商务数据分析与应用课程的教学缺乏与真实电子商务平台的合作，不仅导致教师在授课过程中更倾向于理论知识的讲解，还导致学生无法接触到真实的、系统性的数据。因此，教师在教学中往往倾向于简化和理想化岗位技能的教授，这无疑限制了学生将理论知识转化为实践操作的能力。

3.2 课堂参与度的困境

电子商务数据分析与应用课程因其固有的复杂性和低

趣味性，往往让高职学生感到畏惧和排斥。加之当前的教学模式仍然较为传统，导致学生在课堂上的互动和讨论机会有限。学生往往处于被动接受知识的状态，缺乏积极参与课堂讨论的动力，进而影响了他们对课程内容的深入理解和积极思考，这在处理复杂数据分析问题时尤其明显。

3.3 教学成效的量化难题

数据分析涉及的技能和知识点广泛，包括数据收集、处理、分析和解释等多个层面，导致课程教学效果的评估难度较大。此外，学生对数据分析工具的掌握程度、实际应用能力以及创新思维等软技能的培养，都难以通过简单的期末考试或作业来全面衡量。因此，教师需要设计更加多元化和创新的评估方法，注重过程性考核，对教学效果要及时评估，以更准确地反映学生的学习成果和实际能力。

4 基于 BOPPPS 模型的教学设计

4.1 教学设计

论文以《电子商务数据分析与应用》课程“市场数据分析——赫芬达尔指数”小节为例，基于 BOPPPS 模型，设计了 2 个课时的教学过程，具体设计过程如表 1 所示。

表 1 基于 BOPPPS 模型的教学设计
(以“赫芬达尔指数”为例)

内容：市场数据分析——赫芬达尔指数				
教学设计	时间 (min)	教师活动	学生活动	教学方法与手段
P: 前测评估	课前完成	①课前 1 天，使用在线平台发布预习任务及课前测试小题 15 个，要求学生 15min 内完成。 ②查看学生成绩，展开学情分析，调整授课内容。	①提前预习，勾画重难点。 ②完成测试，总结和反思。	任务驱动法
B: 课程导入	7	案例导入：京东 3C 电子产品。 提出疑问并引导讨论：如何量化京东在 3C 电子产品市场中的主导地位？这将如何影响市场的竞争格局和消费者选择？市场集中度高意味着什么？	发现、思考问题；积极讨论、回答问题。	案例分析法 小组协作法
O: 学习目标	3	知识目标：掌握赫芬达尔指数 (HHI) 的概念和计算方法。能力目标：能够使用恰当的工具收集市场数据，能计算并解释赫芬达尔指数，能用图表工具展现结果。素养目标：培养学生在数据分析过程中尊重数据隐私和知识产权的法律意识；培养学生在分组合作、分工讨论中的团队合作精神。	回顾本课程的核心问题：什么是赫芬达尔指数，如何计算。	目标驱动法
P: 参与式学习	60	①市场数据分析的意义。 ②赫芬达尔指数的定义。 ③赫芬达尔指数的计算方法。 ④发布实践项目要求。 ⑤总结与点评学生实践思路及问题。授课过程中设置多个讨论题，提升学生的课堂参与度。	①认真听讲。 ②分组合作完成项目任务。 ③选代表进行汇报与展示。 ④小组互评打分。	任务驱动法 小组协作法
P: 后测评估	5	教师通过课后测验来评估学生对 HHI 概念和计算方法的掌握程度。测验包括计算题和应用题，以检验学生的应用能力。	按时按质完成后测	i 博导平台
S: 总结	5	教师围绕这次教学目标归纳主要内容和核心内容，强调其在电子商务数据分析中的重要性。同时总结学生完成情况，鼓励学生思考如何将所学知识应用于未来的学习和工作中。	①总结课程内容。 ②讨论分享成果。 ③查漏补缺，发现自身问题。	思维导图法 小组协作法 i 博导：课后线上答疑

4.2 课程评价与考核机制建设

由于该课程实践性较强, 教师需要增加过程性考核的

占比, 强调学生学习的持续反馈。因此, 将过程性考核成绩

占比提升为 70%, 期末考核降低为 30%, 具体如表 2 所示。

表 2 电子商务数据分析与应用课程考核方式

考核环节	考核内容	评分要求	考核目标	分值比重
过程性考核	考勤	迟到、早退减 5 分, 旷课减 10 分, 事假、病假减 0 分。	学习态度	占 10%
	课堂表现	能够在课前带好本节课的学习用具 (10 分); 听课纪律 (20 分); 小组讨论合作学习 (20 分); 课; 回答问题 (20 分); 课堂展示 (20 分); 遵守实训室使用规范 (10 分)	学习习惯 学习方法 课堂纪律	占 10%
	在线平台测验	根据平台的前测和后测成绩、讨论参与情况等网络平时分计分	学习效果	20%
	项目实训	按要求完成项目实训, 考查学生的数据处理与可视化能力、技术工具应用能力、分析与发现问题能力、创新与问题解决能力、团队合作与沟通能力。	实践应用能力 分析能力	占 30%
期末成绩	考察	实践项目成果汇报	客观准确 自信大方	占 30%

5 结语

论文通过深入分析电子商务数据分析与应用课程的教学现状, 指出了当前教学过程中存在的一些关键问题, 如理论与实际应用脱节、学生参与度不高、教学效果难评估。针对这些问题, 论文引入了 BOPPPS 教学模型, 选取“市场数据分析——赫芬达尔指数”一节, 通过该模型的六个阶段优化教学过程, 展示了 BOPPPS 模型在提高学生学习动机、增强课程互动性以及提升教学效果方面的潜力。

参考文献:

- [1] 李爽, 付丽. 国内高校 BOPPPS 教学模式发展研究综述[J]. 林区教学, 2020(2): 19-22.
- [2] 郑燕林, 马芸. 基于 BOPPPS 模型的在线参与式教学实践[J]. 高教探索, 2021(10): 5-9.

作者简介: 罗映芳(1997-), 女, 中国四川巴中人, 硕士, 助教, 从事电子商务研究。