

产业数字化驱动下 OBE 理念融入网络营销混合式教学模式构建

饶黎黎

湖北水利水电职业技术学院

摘要：在数字经济蓬勃发展的时代背景下，产业数字化正深刻影响高校课程体系与人才培养模式。《网络营销》课程作为市场营销专业的重要基础课程，其教学改革迫切需要与产业数字化趋势相契合。本文以 OBE（Outcome-Based Education，成果导向教育）理念为指导，结合超星学习通平台的数智化功能，探讨如何构建以成果导向为核心、以混合式教学为路径的网络营销教学模式。文章从产业数字化背景出发，分析课程改革的必要性与现实困境，提出基于 OBE 理念的教学目标重构、教学内容优化、教学过程设计与学习评价机制创新，旨在实现“以学促能、产教融合、学用一致”的教学目标，为高等院校课程数字化改革提供实践参考。

关键词：产业数字化；OBE 理念；网络营销；混合式教学；超星学习通平台

随着新一轮科技革命和产业变革的深入推进，产业数字化已成为经济高质量发展的核心动力。人工智能、大数据、云计算和物联网技术的广泛应用，使企业的营销模式从线下渠道转向线上平台，从传统广告转向数据驱动的精准营销。数字化商业环境对营销人才提出了更高要求：不仅要掌握营销理论，更要具备数据分析、平台运营与内容创意的综合能力。然而，当前多数高校的《网络营销》课程仍存在教学内容更新滞后、课堂形式单一、实践环节薄弱等问题，学生缺乏与真实产业环境接轨的学习体验。传统教学模式下的“教师讲—学生听—期末考”的模式，已难以培养面向数字产业的创新型营销人才。

OBE 理念强调“以成果为导向、以学生为中心、以持续改进为路径”，通过反向设计教学目标、正向组织教学实施与动态反馈改进，使学生学习产出与产业岗位能力实现对接。将 OBE 理念融入网络营销课程，并以产业数字化为引擎，可以构建“理论—实践—创新”一体化的教学模式，形成高校人才培养与产业需求的良性互动。因此，本文将以 OBE 理念为主线，探讨在产业数字化背景下如何利用“超星学习通”平台实现网络营销课程的混合式教学重构，从教学目标、内容、过程与评价四个维度系统构建新型教学模式。

一、产业数字化背景下网络营销课程改革的必要性

（一）产业数字化重塑营销模式与人才能力结构

产业数字化推动企业营销从“经验决策”走向“数据驱动”，从“单向传播”转向“用户共创”。在这

一趋势下，营销岗位能力模型发生显著变化，企业更加重视数字化内容策划、媒介整合、用户画像分析和智能广告投放等实战能力。未来的营销人才应能熟练运用多平台数据工具（如巨量引擎、阿里妈妈、百度推广等），具备跨平台内容运营和实时监测分析的复合型能力。这对高校的课程体系提出了新的适应性要求。因此，《网络营销》课程必须从“知识导向”转向“能力导向”，通过产业数字化视角实现内容更新与方法创新，使学生能够在真实情境中掌握数字营销的核心技能。

（二）传统教学模式的局限性与改革动因

传统教学中过度依赖理论讲授和纸质案例分析，缺乏数据化、智能化的实训环节。学生虽然理解了营销概念，但在数据工具、平台算法、内容策略等方面普遍能力不足。此外，教学评价仍以笔试为主，无法反映学生在项目策划、团队协作与创意产出中的综合能力。教师角色也相对单一，更多是知识传递者，而非学习引导者与资源整合者。

面对这些问题，改革的核心在于通过 OBE 理念实现“以成果为导向的教学重构”，并借助数智化教学平台实现全过程可追踪、可量化、可改进的教学机制。

二、OBE 理念下网络营销课程混合式教学模式的总体设计

（二）教学目标的成果导向重构

在 OBE 教育理念下，课程设计应从预期学习成果出发，倒推教学目标与教学内容。网络营销课程的最终目的不在于学生掌握多少理论知识，而在于学生能

否应用知识解决数字化营销的实际问题,能否具备岗位所需的综合职业能力。因此,教学目标的制定需以产业岗位需求为基准,形成“知识—能力—素养”三层递进的目标结构。

知识性成果目标要求学生理解网络营销的基本概念、框架与方法,掌握新媒体传播原理、数字消费者行为分析、网络品牌塑造与营销数据处理等理论基础;能力性成果目标强调学生应具备策划数字化营销项目的实战能力,包括短视频内容创作、搜索引擎优化(SEO)、社交平台推广、数据监测与效果评估等;价值性成果目标注重学生的职业道德与创新意识培养,使其形成以用户需求为导向、以数据决策为支撑、以价值共创为核心的营销观念。

教师在制定课程目标时,应建立成果导向矩阵,将每个教学单元与具体的学习成果、评价指标对应起来。例如,“社交媒体营销”单元可对应“掌握短视频平台算法原理”“能够独立策划推广方案”两个可测评成果,从而确保教学设计与学习产出的一致性。

(二) 教学内容的模块化与任务化设计

依据 OBE 理念,课程内容从理论讲授转向项目任务驱动,模块划分如下:

(1) 基础理论模块:包括网络营销概论、数字消费者行为、媒介生态分析;

(2) 平台应用模块:聚焦抖音、小红书、微信生态及 AI 辅助营销工具的实操;

(3) 创意与策略模块:涵盖内容策划、品牌塑造与整合营销传播;

(4) 数据与评估模块:学习数据采集、ROI 分析、A/B 测试与智能决策。

每个模块均设计对应的实践任务,如策划短视频营销方案、模拟广告投放、分析数据报告等,实现理论与实践融合。

(三) 混合式教学结构与实施路径

OBE 理念下的混合式教学模式,应充分发挥线上线下教学各自的优势,构建“理论学习—项目实践—成果评价”三位一体的学习闭环。教学结构的设计应体现四个关键原则:成果导向、学习主体化、过程可追踪与反馈可改进。

线上学习依托“超星学习通平台”等数智化教学平台,教师可上传课程微视频、行业案例和知识测验,学生根据个人节奏进行自主学习。平台的“学习任务点”功能能帮助教师追踪学生学习进度,实现学习过程数据化。通过“讨论区”“问卷调查”等功能,学生可在虚拟社区中进行跨组交流与观点碰撞,提升学习互

动性。线下教学以项目研讨、案例演练和团队实践为核心,注重真实情境中的能力生成。教师可引入企业真实案例或模拟营销项目,如“地方特色品牌短视频营销策划”“电商节活动推广方案”等,学生在团队合作中完成项目设计、创意拍摄与数据分析。教师在课堂中担任引导者与评价者,通过即时反馈促进学习反思。线上线下融合环节通过项目驱动学习(Project-Based Learning,PBL)实现成果导向教学。学生先在学习通平台上完成知识储备与任务分工,再在课堂中开展方案研讨与实操演练,最终通过平台提交成果展示与总结报告,形成完整的学习闭环。教师通过系统自动生成的学习轨迹与行为分析数据,对学生的学习质量与项目成效进行多维评价。最后,持续改进与教学反思是 OBE 理念的重要环节。教师应利用学习通的“学习分析报告”功能,对学生成绩、任务完成率与互动数据进行量化统计,评估课程目标达成度。对未达到预期的教学环节,及时调整教学方法或优化任务设计,实现“数据驱动的教学优化”。

三、产业数字化驱动下的教学实施与数智化应用

(一) OBE 理念引领下的教学实施流程

教学过程以“目标导向—任务实施—成果评价—反馈优化”为主线。每个教学任务均设定明确成果目标,如“完成一次短视频营销策划报告”或“分析一次广告投放数据”。学生在项目实施中完成团队分工、数据分析与策略制定,教师则通过过程性评价监控学习效果,实现“教—学—评”一致性。

(二) 教学设计与数智化应用——以超星学习通平台为例

以超星学习通平台为支撑,OBE 理念在教学中得到系统落实。教师在平台上设定学习目标树,将课程目标拆解为知识掌握、技能提升与价值引导三层结构。通过“任务点设计”,学生在线上完成视频学习、资料阅读与在线测验,系统自动追踪学习轨迹并生成学习行为数据。

课堂部分采用翻转教学模式,学生在课前完成知识学习,课堂时间集中于任务讨论与案例分析。例如,在“内容营销策略”单元,教师发布任务:“为一家地方农产品企业设计抖音推广方案”,学生在平台上提交方案与短视频,教师依据评价量表从创意、可行性、数据逻辑等维度进行评分。

学习通平台的“数据分析模块”可统计学生的学习时长、活跃度与作业质量,为教师提供数据支持,实现个性化教学干预。同时,平台的“智慧测评系统”可将学生的学习成果量化为可视化指标,形成课程目

标达成度分析报告,体现 OBE 理念中的“持续改进”环节。教师可据此调整教学节奏、优化任务设计,实现数据驱动的教学迭代。

通过这种方式,教学活动实现了目标可视化、过程数据化、成果量化与反馈智能化,真正体现了 OBE 理念与产业数字化的融合实践。

(三) 学习评价体系与持续改进机制

评价体系从单一考试模式转向多维评估机制,具体包括:

(1) 学习过程评价(20%):依据学习通平台的学习行为数据;

(2) 任务成果评价(40%):根据学生的策划案、视频作品与数据分析报告;

(3) 团队协作与创新评价(20%):通过互评与小组展示环节完成;

(4) 学习反思与总结(20%):学生撰写学习日志或成果报告。

课程结束后,教师根据平台生成的学习数据和目标达成度报告,分析学生成果与教学设计的匹配度,对教学目标、内容与方法进行动态调整,形成持续改进闭环。

四、结论

产业数字化的浪潮正在重塑教育教学模式与人才培养机制。将 OBE 理念融入《网络营销》课程,并以超星学习通平台为支撑,实现了教学目标、教学过程与教学评价的系统融合。本文构建的混合式教学模式以成果为导向,以能力为核心,通过任务驱动、项目学习与数智化平台应用,使学生在真实化、情境化的

学习过程中实现知识转化与能力生成。实践表明,该模式不仅提升了学生的学习参与度与实践能力,也推动了高校教学的数字化、智能化转型。未来可在跨专业课程群中进一步推广该模式,形成多维融合的数字化教学新生态。

参考文献:

- [1] 刘娟.OBE 理念下网络营销课程教学改革实践研究[J].创新创业理论与实践,2024,7(21):26-28+36.
- [2] 潘晓丹.基于 OBE 理念的“教赛创践”融合创新教学模式探究——以网络营销课程教学为例[J].广西教育,2024(26):140-144.
- [3] 谢端.“双高”背景下基于 OBE 理念的网络营销课程教学改革[J].创新创业理论与实践,2023,6(23):156-160+184.
- [4] 田玲.基于 OBE 理念的线上线下混合式课程改革与实践[J].山西青年,2024(7):78-80.
- [5] 谢端.OBE 教学理念在网络营销课程教学中的改革探索[J].教育观察,2022,11(34):106-108.
- [6] 陈孟强.基于 OBE 理念的“网络营销”课程教学改革研究[J].中国多媒体与网络教学学报(上旬刊),2022(9):189-194.
- [7] 欧益花,黄冰毅,梁剑锋.OBE 理念下茶学专业“电子商务与网络营销”课程改革探索[J].梧州学院学报,2022,32(5):85-91.
- [8] 常艳丽.成果导向教育理念下网络营销课程混合式教学改革实践[J].河南教育学院学报(哲学社会科学版),2019,38(3):121-124.