

OBE 理念下《客户关系管理》混合式教学课程目标达成度评价体系探索

李霞

石河子大学经济与管理学院, 新疆石河子市, 832000;

摘要: 在 OBE (成果导向教育) 理念指导下, 构建科学有效的课程目标达成度评价体系对于提升《客户关系管理》课程的教学质量具有重要意义。本文将探讨基于 OBE 理念的混合式教学模式, 如何构建《客户关系管理》课程的目标达成度评价体系。通过设计多元化的评价指标, 收集教学过程中的数据, 运用统计分析方法, 对课程目标达成情况进行评估。研究结果显示, 混合式教学模式能够有效促进学生对课程目标的达成, 但仍需针对评价结果进行持续改进, 以进一步提升教学效果。

关键词: OBE 理念; 混合式教学; 课程目标达成度; 评价体系

DOI: 10.69979/3029-2735.25.2.091

引言

随着教育模式的不断发展, OBE 理念逐渐被应用于高等教育中, 强调以学生学习成果为导向, 关注学生能力的培养和提升。《客户关系管理》作为一门实践性较强的课程, 采用混合式教学模式, 即将线上学习与线下实践相结合, 有助于增强学生的学习体验和实践能力。然而, 如何科学评价混合式教学模式课程目标的达成度, 仍是教学研究中的重要课题。

1 教学背景

OBE (Outcomes-Based Education) 是一种以学习成果为导向的教育模式, 强调明确的学习目标和系统的评价机制。在 OBE 理念下, 教学活动围绕预定的学习成果展开, 评价体系旨在检测学生是否达成这些预期成果。传统的评价体系主要侧重于学生对知识的掌握程度, 尤其是通过考试来衡量学生的学习成果。这种方式虽然能够检验学生对基础知识的记忆和理解, 但却忽视了学生综合素质的培养, 如实践能力、创新能力、团队协作能力等。目前以过程性考核与期末考试成绩作为主要评价指标, 无法反映学生是否真正达到了课程目标和毕业要求。

虽然评价方式已经开始倾向于过程性考核, 但终结性考核仍然占据主导地位, 占比高达 60%。这种以最终考试成绩为主要依据的评价方式, 无法全面反映学生在学习过程中的表现和成长。例如, 一个学生在学

习过程中积极参与课堂讨论、完成作业认真, 但在期末考试中发挥不佳, 那么他的努力和平时的表现就无法得到充分体现。

2 课程目标与评价指标设计

2.1 课程目标

《客户关系管理》课程旨在使学生掌握客户关系管理的基本理论和方法, 培养学生分析和解决实际问题的能力, 提升其沟通协调和团队合作的素质。

通过本课程的学习, 学生应具备以下几方面的目标: (知识、能力、素质三方面, 必须支撑培养方案中的毕业要求, 应建立毕业要求、课程目标、教学内容之间的关系)。

课程目标 1: 巩固客户关系管理理论、营销学基本原理、客户价值、客户关系管理系统和客户信息整合与运用等客户关系管理相关基础理论知识。

课程目标 2: 能运用客户关系管理战略分析问题, 解决问题。掌握实施客户关系管理的具体实施流程和经营变革。

课程目标 3: 系统掌握几种典型的客户关系管理绩效测评方法。掌握客户关系管理最新理论前沿, 形成一定的预测能力和客户关系管理创新能力。

2.2 课程目标对毕业要求及其指标点的支撑

课程目标 1 对应的毕业要求

(1) 掌握经济学、数学、统计学等基础学科的理

论与方法。

(2) 熟悉英语和计算机信息技术等工具性知识。

课程目标 2 对应的毕业要求:

(1) 运用本学科理论和知识, 解决营销管理中的商务谈判、市场调研、评估与策划等问题, 具备较强的市场分析能力。

(2) 具备一定的英语阅读与交流能力, 以及计算机信息技术的综合运用能力。

(3) 具备较强的人际沟通、组织协调能力, 以及探索性、批判性思维能力, 勇于尝试理论与实践创新。

课程目标 3 对应的毕业要求

(1) 具有时代精神和充满责任感地工作, 能够将职业道德与社会责任融入具体的营销实践工作。

(2) 具备敏锐的市场洞察力, 能够准确发现市场营销管理中的问题, 并掌握创新创业的相关技能。

(3) 具有较高的审美情趣、文化品味和人文素养。同时,

2.3 课程目标对毕业要求指标点的支撑理由

课程目标 1 支撑理由是基础知识主要学习有关客户关系管理的相关理论基础, 以及客户关系管理的理论、管理和维护; 基于实践的基础上掌握客户关系管理的实质。目标达成度设置为 0.8。

课程目标 2 支撑理由是通过探讨客户关系管理的不同方法和工具, 运用客户关系管理绩效测评方法, 帮助学生更好的学习客户的管理, 掌握客户价值的测评, 客户关系管理实施的有效性。目标达成度设置为 0.7。

课程目标 3 支撑理由是要具备敏锐的市场洞察力, 能够准确发现市场营销管理中的问题。引导学生在作中要具有时代精神和责任感, 将职业道德和社会责任融入到实践工作中。目标达成度设置为 0.7。

2.4 课程目标的评价方式

《客户关系管理》混合式教学过程中, 涵盖了丰富多样的教学环节以及全方位的评价体系。课程目标的达成情况通过课堂表现 (占比 10%)、作业完成情况 (占比 20%)、实验报告 (占比 10%) 和期末考试 (占比 60%) 这四种方式进行综合评定, 具体分布如下表。这些评价环节各有侧重, 从不同维度全面衡量学生在知识掌握程度、职业能力、自主学习能力和综合素质等方面的表现。

课程目标的评价方式

课程目标	评价方式及比例 (%)				成绩比例
	雨课堂	作业	实验报告	期末考试	
课程目标 1	10	10		24	42
课程目标 2		10		18	28
课程目标 3			10	18	28
合计	10	20	10	60	100

3 数据收集与分析

3.1 数据收集

3.1.1 线上学习数据

在混合式教学过程中, 收集以下数据: 数据来源主要是是营销管理专业 2021 级 2024-2025-2 学期学生线上学习数据, 主要包括雨课堂课件 (20%), 课堂表现 (30%), 单元测试 (50%) 这几部分, 总体上线上总成绩平均分 87.06, 属于正常范围。

3.1.2 线下学习数据

线下数据主要是营销管理专业 2021 级 2024-2025-2 学期学生线下过程性学习数据, 主要包括作业、实验报告、小组汇报和案例分析等, 学生的平均分 87.7, 平时大多数学生是积极认真完成个人作业和小组作业的, 因为各项任务都需要提交成果, 所以只有个别同学线下的贡献度较小, 学习态度不够端正。

线下数据还有期末考试成绩, 期末考试题型包括多选题, 判断题, 单选题, 简答题, 计算题, 综合题, 其中单选题, 多选题, 判断题对应课程目标 1, 简答题和计算题对应课程目标 2, 综合题对应课程目标 3。学生的平均分是 79.33, 基本达到预期目标。

3.2 数据分析

通过对三个课程目标的期望值和实际得分值进行对比, 课程目标 1、2、3 达成度为 0.891, 0.728 和 0.702。与上一轮的课程目标 1、2、3 达成度 0.711, 0.76, 0.652 相比说明课程目标 1 和课程目标 3 有明显提高。课程目标 2 基本保持略有提高。在教学过程中量化学生的学习成果还是有一定难度, 要设计好课程教学内容并且要用多种手段考核学生的学习态度和学习效果。课程目标 2 中作业有些是以小组形式完成的任务, 在量化评价上拉不开距离, 以至于有些同学没有贡献多少价值, 但搭便车的最终评价成绩也很高, 在公平性上还有待改进。在实验环节部分同学没有很好的总结每一轮的经验, 总是急于求成以至于实验结果不太理想。还有学生学习

的干扰因素较多，影响到考勤和课堂互动的评分。

课程目标 1 和 2 的平均达成度高于课程目标 3，这表明学生通过雨课堂的在线学习与评价，在基础知识和职业素养方面取得了显著进步。他们能够熟练掌握客户关系管理的流程与关键要素，并且在小组合作中，沟通交流能力以及家国情怀得到了显著提升。尽管课程目标 3 的达成度达到了预期水平，但相对较低，由此可以推测学生在实践能力和思辨能力方面可能稍显不足。客户关系管理课程具有很强的综合性和实践性，经过一个学期的混合式教学，学生虽然能够运用基础知识进行模拟操作，但在解决客户沟通、分级、维护等实际问题时，仍需进一步提高。换句话说，教师仍需继续重视培养学生运用所学知识分析和解决问题的能力，以促进其思辨能力与终身学习能力的发展。

3.2.1 直接定量评价

直接定量评价不仅能够评估全体学生的目标达成情况，还能分析每个学生个体的目标达成情况。从课程目标达成度分析表来看，四个课程目标的标准差均低于 0.06。除个别学生达成度低于 0.7 外，其他学生的课程目标方差差异较小。进一步追踪达成度较低的学生发现，有六名学生在实验训练项目中表现不佳，排名靠后，导致实验项目得分较低。分析原因，这与学生个体的学习积极性不足以及在理论课程中基础知识掌握不牢固有关。因此，在后续教学环节中，将重点加强实验能力的训练。

表 1 支撑课程目标各评价环节的达成度

课程目标	支撑课程目标各评价环节的达成度				总目标达成度
	雨课堂	作业	实验报告	期末考试	
课程目标 1	0.939	0.8527		0.8875	0.891
课程目标 2		0.8625		0.653	0.729
课程目标 3			0.8477	0.621	0.702

根据表 1 支撑课程目标各评价环节的达成度学生期末考试的课程目标 2 和课程目标 3 的达成度较低，期末考试的课程目标 2 和课程目标 3 对应的考核项是案例分析和计算题，说明学生在灵活运用和综合分析上还有待提高，还需加强练习和高质量完成小组作业。

3.2.2 定性评价

授课结束后，授课教师向营销管理专业 2021 级学生下发调查问卷并采用座谈会的形式进行了解授课情况。教师与学生就课程目标的达成情况开展了面对面的沟通。学生不仅进行了自我评估，还就教学内容、教学

方法、考核方式以及小组学习等方面提出了自己的意见和建议。针对学生提出的问题，教师进行了详细解答，并为学生后续的学习提供了指导和建议。

4 教学改进措施

通过以上数据分析，发现学生在知识掌握度上对理论知识的掌握情况较好，但在应用方面存在差异。在技能应用度上实践环节学生的参与度比较高，但部分学生实际问题解决中表现一般。在沟通协作度上大多数学生能够积极参与，但协调能力有待提升。在学习参与度上线上学习参与度较高，但主动性不足，线下课堂活跃度相对较低。针对上述分析，提出以下改进措施：

4.1 强化实践教学

在 OBE 理念下，强化实践教学通过增加案例分析和实地调研机会，增强学生的实践技能。计划在实践课程中开发一系列以问题解决为导向的教学活动，目的是激发学生的自主学习热情，并通过解决实际问题来锻炼他们的批判性思维能力。通过调研发现，课程目标“客户画像的分析能力”“客户分级的能力”实际操作情况不理想，未达成目标的学生数量较多；究其原因，一方面要求呈现的内容标准不够细化，学生实践目的不明确；另一方面作业管控和互评制度需要优化，保证学生能得到及时反馈，才能提高作业质量。

4.2 优化线上学习

设计互动性强的在线活动，激发学生的学习主动性。设计比较好操作的量化项目，督促并监督学生积极参与并留下学习痕迹。在线上学习，发挥学生喜欢探索的特性，可以让学生先扫描二维码进行视频版的预习，然后以微课的形式攻克难关，掌握基础知识后，再扫描二维码获取练习，比对自己掌握的情况，这样，学习带有一定的趣味性，而且提供给学生及时检验和思考的过程，帮助学生预习和深入思考。

4.3 加强团队协作

通过多形式组织团队合作训练，培养学生的沟通和协作能力。在下一轮教学中，计划重点引入团队学习理念，向学生深入讲解团队合作的益处。在小组综合训练项目成果汇报环节，将鼓励小组中每位学生积极参与。采用小组整体成绩评价方式，根据任务完成情况给予评分，以此促进学生之间的交流互动，引导他们在学习过

程中相互协作,增强团队合作意识,进而提高学习的积极性。

5 结论

基于 OBE 理念的混合式教学模式,为《客户关系管理》课程的教学评价提供了新的视角。通过构建科学的评价体系,收集和分析相关数据,能够全面了解学生的学习情况,进而优化教学设计,提升教学质量。未来的研究可以进一步探讨不同教学策略对课程目标达成度的影响,为教育实践提供参考。

参考文献

- [1]吴玲,王鑫,张俊溪.基于OBE理念的混合式课程综合评价体系研究[J].教育理论与实践,2024,2(2):9-10.
- [2]窦菊花,朱瀚.基于OBE理念的课程教学增值性评

价设计与实践[J].外语教育研究,2022,10(04):22-28.

[3]李作山.OBE理念下的课堂教学质量与评价体系研究[J].邢台学院学报,2022

[4]于再亮OBE理念下现代企业管理课程混合式教学考核评价体系探索汽车实用技术2022,9

基金项目:石河子大学教育教学改革项目“基于数字化立体课堂构建下的客户关系管理课程教学改革与实践”(JGY-2023-52)

兵团本科教育教学改革项目“基于雨课堂数据驱动的经管类课程精准教学模式探索与研究”(BTBKXM-2024-Y67)

作者简介:李霞(1976.9),女,汉族,江苏泰兴市人,硕士,讲师,研究方向:营销管理、物流规划。