

“客户关系管理”课程教学改革研究

——基于自主学习能力的培养

李晓楠

重庆工程学院

DOI:10.12238/mef.v5i2.4809

[摘要] 自主学习能力的培养对于应用型本科市场营销人才培养目标的实现意义重大,但是传统教学对于这一能力的培养较为欠缺,不利于教学目标的实现,进而影响人才培养质量。本文基于学生自主学习能力的培养进行“客户关系管理”课程教学改革研究,根据学生自主学习中存在的问题,立足人才培养方案根本,进行参与式教学、学情跟踪、个性化评价,师生共建资源等教学改革实践,取得较好的效果,以期能够为应用型本科市场营销专业教学改革提供帮助。

[关键词] 自主学习;客户关系管理;教学改革

中图分类号: G642

文献标识码: A

Research on the Teaching Reform of "Customer Relationship Management"

—Based on the Cultivation of Autonomous Learning Ability

LI Xiaonan

Chongqing Institute of Engineering

[Abstract] The cultivation of autonomous learning ability is of great significance for the realization of the goal of training applied undergraduate marketing talents, but the traditional teaching lacks the cultivation of this ability, which is not conducive to the realization of the teaching goal, and affects the quality of talent training. Based on the cultivation of students' autonomous learning ability, this paper conducts the teaching reform research of the "Customer Relationship Management" course and according to the problems existing in students' autonomous learning, based on the fundamental talent training scheme, the teaching reform practices such as participatory teaching, learning situation tracking, personalized evaluation and teacher-student co-construction of resources have been carried out, and achieved good results, in order to provide help for the teaching reform of application-oriented undergraduate marketing specialty.

[Key words] autonomous learning; customer relationship management; teaching reform

1 背景

刘敏霞(2007)认为关于自主学习概念的理解存在自主学习就是学生自己学习、自主学习意味着教师作用的减少、推行自主学习就是取消课堂教学等误区,而是需要教师重新调整自己的角色,充分利用课堂时间安排和组织教学内容,给学生提供更多的引导和帮助,以及应该在教师的帮助下逐步培养自主学习能力,建立学习自信,增强自主学习意识,直到自己能够承担与学习相关的决定及实施这些决定的责任。

应用型本科市场营销专业旨在培养学生具有市场营销相关基本理论和专业知识,具备较强的营销能力、策划能力、沟通协调、项目管理等实践能力,能胜任策划类、销售类、客服类、运营类专业领域工作岗位的高素质应用型高级专门人才。在当今市场环境变幻、知识不断更新的时代,要实现这一人才培养目标,学生必须具备自主学习能力。“客户关系管理”课程是市场营销专业的一门必修专业核心课程,以客户关系管理的基本内容和一般规律为研究对象。通

过这门课的教与学,能够使学生正确理解客户关系管理的概念,掌握客户关系管理的基本原理和一般方法,并能综合运用对实际问题的分析,具备解决客户关系管理问题的基本能力,培养学生的综合管理素质。

2 学生在“客户关系管理”自主学习中主要存在的问题

在本校,“客户关系管理”开设在第五学期,为2学分,32个学时。通过课程的学习,学生需要掌握客户关系管理的理念、技术和策略等相关知识,具备建

表1 教学内容说明图

内容		学时分配
客户关系管理理念	客户关系管理理念	6
客户关系管理技术	客户关系管理技术	2
客户关系管理策略	客户关系的建立：选择	2
	客户关系的建立：开发	2
	客户关系的维护：信息	2
	客户关系的维护：分级	4
	客户关系的维护：沟通	4
	客户关系的维护：满意	4
	客户关系的维护：忠诚	4
	客户关系的挽回	2
合计		32

立、维护和挽回客户关系的能力，具备客户关系管理相关的职业素养、商业伦理等。具体教学内容如表1：

在教学实践中，教师发现应用型本科市场营销专业学生普遍存在沟通表达能力较强，分析能力较弱，理论基础不够扎实，理论知识不系统，抗拒纯理论教学，较喜欢实际操作、案例分享和讨论，学习态度较端正，学习主动性较欠缺等特点。

基于课程定位、课程内容和学生特点，在“客户关系管理”教学目标的实现过程中，主要面临三个问题：如何让学生深入学习，构建理论体系，实现知识目标？如何使学生提高分析能力，实现能力目标？如何激发学生学习积极性和主动性，实现素养目标？这三个问题的解决只是通过一学期32个学时的传统教学较难实现，需要学生较好地开展自主学习才能够解决问题，实现教学目标。通过前期课堂教学反馈、学习平台数据及相关师生调查，发现学生在自主学习过程中存在自主学习意识不足，自主学习兴趣不高，自主学习能力不够等问题。

2.1 自主学习意识不足

学生比较习惯传统教学和被动学习。传统教学仍是以教师为主，学生自主学习不够，学生学习层次较浅，多数情况下并未产生深度学习。究其原因，一是学生长期学习习惯导致，二是部分学生看到初期自主学习的成果可见性不符合预期，没有意识到自主学习的重要性。

2.2 自主学习兴趣不高

在自主学习意识不足的情况下，学生对自主学习普遍缺乏兴趣。如果学生对于要进行自主学习的内容兴趣不高，自主学习就较难产生。在教师的要求或考核压力下，必须进行自主学习时，学生容易敷衍了事，应付学习，学习效果也较差。

2.3 自主学习能力不够

学生在进行自主学习时，存在能力不够的问题。部分学生不知道该如何学习，以及运用什么样的方法、工具或途径学习会取得更好的效果。在这种情况下，尽管学生意识到自主学习的重要性，同时也产生了兴趣，但是也往往因为不得其法而产生畏难情绪，进而不愿意进行自主学习。

根据以上分析，培养学生的自主学习能力并不仅仅意味着把学习交给学生，给学生自主学习的机会，而是应该在教学过程中让学生意识到自主学习的重要性，激发学生自主学习的兴趣，培养学生自主学习的能力。只有把自主学习能力的培养融入到教学改革中，才能真正提高学生的自主学习能力。

3 基于自主学习能力培养的“客户关系管理”教学改革实践

3.1 基于人才培养方案，立足根本

“客户关系管理”是一门兼具理论性和实践性的课程，要能很好地进行实践，对理论的理解和运用就非常重要。同时，“客户关系管理”是一门专业课，学生对客户关系管理基本理论的掌握情况，直接影响这门课程能否对其他相关

课程的学习起到很好的支撑作用。因此，在“客户关系管理”教学中，基于人才方案，围绕教学目标，教师以学生对“客户关系管理”的基本理论的理解和运用为根本，关注市场动态和前沿理论，优化教学设计，力求讲授内容深入浅出，注重互动，实训内容能切实锻炼学生的能力。通过“生活中的客户关系管理”课前案例分享等环节培养学生运用客户关系管理理论分析营销现象的意识，提升学生自主学习的积极性，培养学生自主学习的能力。同时，教师会在讲到相应知识点时，提到以后可能会在哪一门后续课程有相关的运用，帮助学生建立课程与课程之间的联系，从而为“客户关系管理”能够对其他相关课程的学习提供支持打下一定基础，增强学生对于进行“客户关系管理”自主学习重要性的认识。

3.2 教学模式改革，实现参与式教学

在“客户关系管理”教学过程中，教师应积极进行教学改革，采用翻转课堂、对分课堂和BOPPPS等教学模式，使学生变被动学习为主动学习，增强学生的学习自主性。在课堂教学中，潜移默化地增强学生自主学习的意识、兴趣和能力。为不断提升效果，教师还要在教学实践的基础上，不断进行教学研究。如在翻转课堂教学过程中，教师继续实施在之前教学改革中形成的课前“三头并进”，课中“五大环节”，课后“两重循环”的“双课堂循环”的教学模式，取得了较好的教学效果。

在教学过程中，教师对教学内容和教学方式要认真钻研，用教研教改带动教学效果的提升。同时，把科研方向与课程教学结合起来，用科研保证教学体系的科学性和教学内容的深度，并在此基础上做到教学的深入浅出。在教学的实施上，教师以“新、深、广、效”为标准，即教学要有新度，如案例的选择要新颖，教学内容要有前瞻性；有深度，运用精熟教学法等，让学生学透，为自主学习过程中知识的迁移和知识体系的形成打下基础；有广度，要有适当的延展，激发学生的学习积极性，同时给学

生提供学习资料、平台或学习途径等;有效度,教学要有效果,注重教学反馈,及时灵活调整教学方法或内容等。

3.3关注学习反馈,做好学情跟踪

要培养学生的自主学习能力,掌握学生的学情非常必要。教师需通过课堂的观察、网络学习平台上每位学生的学习数据,及时发现学生自主学习的情况是否有变动,哪些方面存在问题,需要给予什么样的引导或帮助。在撰写教学后记时,教师要同时对上课表现进行记录,定期询问课代表班级的学习情况,与辅导员及其他任课教师交流,以更好地了解班级上课情况及其变化,实现对学生更加全面的了解。在此基础上,还要进行教学设计或教学调整,对学生每学期每次课的自主学习情况的变动记录形成学习档案。通过对班级学情的跟踪,教师发现有的班级的学习状况有非常明显的转变,学期初和学期末有很大的差异。这些学情数据不但能够为本学期的教学提供帮助,也能为以后的教学教研提供很好的积累。在完善相应的学情档案保密等管理制度的情况下,可以建立学情数据库,辅导员和教师共享交流关于某个班级的学情认识,并且就学情数据如何能够更好地、科学地用于学生学习效果的提升进行探讨,从而提升教学管理的效率,提高学生自主学习的效率。

3.4搭建学习脚手架,实现个性化评价

通常,在“客户关系管理”课程讲授中,每个班的情况都不一样,每个班每位学生的性情、能力等也都有较大的差异,这就意味着学生在学习过程中遇到的难度也有所不同。因此,需要在基于学情的基础上,给学生通过作业等形式提供合适的学习支架。首先,作业需要结合时事或现实生活,激发学生完成的积极性。其次,作业评价标准要明确,可以给学生提供建议模板或获取资源的途径、工具等。最后,以小组合作的形式完成同伴学习,可以降低能力较差的

学生完成作业的初始门槛,避免学生产生畏难情绪。在作业评价方面,教师使用“闭环-循环成长”的评价方法,每一次作业都对学生的反馈到位,形成闭环,同时要求学生对应提升,下次作业不能再出现同样的问题,实现学生的循环成长,针对性地帮助学生提升自主学习能力。

基于教学目标,在保证公平、公正、公开的前提下,教师尝试通过多样化的平时成绩加分形式以实现针对不同学生的个性化的评价内容。除根据上课回答问题的情况进行加分外,还可以把写读书笔记、绘制思维导图、网络教学平台分享案例或视频等形式纳入到平时成绩加分项目中,以调动学生的学习积极性,尊重学生的多样化发展,并在此基础上结合人才培养目标对学生提出更进一步的指导建议。在整个教学过程中,不但注重学生学习目标的达成,而且力求为学生的长远发展提供帮助。

3.5实施赏识教育,师生共建资源

大学生处在青年阶段,具有思维敏捷、观点新颖、富有想象力和创造力等优点,同时也有阅历不广等带来的局限性。在教学过程中,对于青年学生,要能够主动倾听,认可他们的优点,同时对缺点予以引导。因此,在教学过程中,适当的实施赏识教育是必要的,这对于学生自主学习能力的培养也非常有帮助。学生在自主学习过程中,教学资源是非常重要的,特别是网络教学资源,能够帮助学生实现课堂延展。与之前的教学资源大都是教师建设不同,我们通过加分激励等形式鼓励学生跟教师一起共建教学资源。如学生主动分享生活、书籍、影视等作品中的案例,可以很好的丰富教学资源案例库,激发学生的学习兴趣。同时,学生在分享过程中,使用PPT、思维导图、视频剪辑、读书笔记、视频录制、口头展示等形式来呈现成果,既加深了学生对于相关知识的理解,提升了学生的综合能力,也增强了学习成果的可见性,能较好地激发学生自主学

习的积极性。

4 结语

通过教学改革,特别是课程对学生自主学习等进行了激励和考核,较好地调动了学生的学习积极性,期末考核成绩比之前有了较大提升。统计发现,学生自主学习能力与期末成绩成正比关系。自主学习能力强的学生,期末表现更好,而自主学习能力不足的学生,期末表现较差。在之后的教学过程中,要进一步加强对学生自主学习积极性的激发和学生自主学习能力的培养,完善自主学习能力培养体系,提升教学改革效果。有研究发现,“双导师”活动对于改善大学生科研意识、提升学生自主学习能力有较好的效果,因此可以加强与导师、其他任课教师、辅导员等之间的合作,共同为学生自主学习能力的培养提供助力。

基金项目:

重庆市教育委员会2021年度高等教育教学改革研究项目“新文科背景下应用型本科市场营销专业实验教学模式探索和实践研究”(编号:212142)。

[参考文献]

[1]刘敏霞,赵秋荣,张玉珍.有关自主学习的几种错误概念[J].牡丹江大学学报,2007(01):137-138+141.

[2]董淑婷.论研究生的自主学习能力培养对策[J].现代商贸工业,2021,42(22):161-162.

[3]李晓楠.基于双课堂循环的高校翻转课堂实施模式研究——以《消费心理学》课程为例[J].开封教育学院学报,2019,39(08):85-87.

[4]李英吉,罗佳,贾艳姝.“双导师”活动改善大学生科研意识与技能的实验研究——以齐齐哈尔工程学院电子商务本科专业为例[J].山东省农业管理干部学院学报,2013,30(04):174-175.

作者简介:

李晓楠(1985-),女,汉族,河南濮阳人,副教授,硕士,研究方向:市场营销、工商管理、高等教育等。