

5E 教学模式在中职市场营销教学中的实施路径

孙辰星

天津职业技术师范大学经济与管理学院

DOI:10.12238/mef.v8i1.10182

[摘要] 随着信息技术的不断发展,中等职业学校的营销专业对学生的技能和能力设定了更高的标准。营销专业的教学现状存在导入环节的简单化与缺失、知识教学枯燥无味以及教学评价角度单一等问题,而5E教学模式的吸引、探究、解释、迁移、评价环节旨在打破传统灌输式教学的束缚,引导学生主动探索、积极实践,改进中职营销专业教学。通过创设情境,激发兴趣;引导探索,发现问题;知识建构,理论讲解;实践应用,深理解;多元评价,反馈提升这五个方面探究5E教学模式下的中职营销教学实施路径,进而提高教师教学的实效性,增强学生的专业素养,为企业和社会培养更多优秀人才。

[关键词] 5E教学模式; 中职教育; 市场营销

中图分类号: F713.5 **文献标识码:** A

The implementation path of 5E teaching mode in secondary vocational marketing teaching

Chenxing Sun

School of Economics and Management, Tianjin Vocational and Technical Normal University Tianjin Municipality

[Abstract] With the continuous development of information technology, the marketing profession in secondary vocational schools has set higher standards for the skills and abilities of students. The current teaching status of marketing major has problems such as simplification and lack of introduction links, boring knowledge teaching and single teaching evaluation angle, while the attraction, exploration, explanation, migration and evaluation of the 5E teaching model aims to break the shackles of traditional indoctrination teaching, guide students to actively explore and practice, and improve the teaching of secondary vocational marketing major. Stimulate interest by creating situations; Guided exploration and discovery of problems; Knowledge construction, theoretical explanation; Practical application to deepen understanding; The five aspects of multiple evaluation and feedback improvement explore the implementation path of secondary vocational marketing teaching under the 5E teaching model, so as to improve the effectiveness of teachers' teaching, enhance the professional quality of students, and cultivate more outstanding talents for enterprises and society.

[Key words] 5E Teaching Mode; Secondary vocational education; Marketing

引言

《国家职业教育改革实施方案》中指出我们要健全国家职业教育制度框架,提高中等职业教育的发展水平,推进高等职业教育的高质量发展,完善高层次应用型人才培养机制,并通过校企合作等方式,使学生能够获得更多实践机会,更好地适应未来职场的需求。但是随着市场经济的快速发展和消费者需求的多元化,营销环境日新月异,中职营销教育却普遍存在理论与实践脱节、教学内容滞后、教学评价片面等问题,难以满足行业对高素质技能人才的需求。

5E教学模式作为一种基于建构主义理论的探究式学习方法,可以通过激发学生兴趣、构建知识框架、扩展知识、应用执行

和评估反思五个环节,为中职营销教学提供新的思路和路径。其目的在于打破传统灌输式教学的束缚,引导学生主动探索、积极实践,培养其创新思维和实践能力。本文旨在探讨5E教学模式在中职营销教学中的实施路径,根据明确中职营销教学上存在的问题提供改进建议,以期为中职营销教育的改革与发展提供有益的参考。

1 研究现状

1.1 国外研究现状

5E教学模式源于美国,自上世纪80年代末由美国生物学课程研究开发并广泛应用后,成为基于建构主义教学理论的重要教学模式^[1]。该模式在美国生物学课程中地位重要且拓展到其

他学科。其含吸引、探究、解释、迁移和评价五环节,旨在通过有意义学习活动与建构主义策略提升学生思维、探究能力和核心技能素养^[2]。近年来国外学者广泛深入研究。如AKBEN N和KÖSEOĞLU F研究基于探究和5E模型的实验室活动专业发展计划对未来教师开发实验室活动能力及其信念影响,表明该模式可显著提升教师教学设计能力和探究式教学信念^[3]。Ranjan R B, Srabani C R, Kumar A研究旨在设计平衡内容和语法干预措施以提高学生语法和内容理解能力^[4]。

1.2 国内研究现状

5E教学模式引入国内后研究与实践应用渐增,在市场营销学科也受关注。学者从不同角度探讨其在中职市场营销教学中的实施路径和效果。如钱文韬结合《市场调查与预测》课程特点基于STEAM教育理念引入5E教学模式创新研究课程教学^[5]。谈晓燕将5E教学模式和以赛促学教学模式结合针对企业营销策划实训课程深入研究,欲借真实学科竞赛情境激发学生兴趣^[6]。此外国内学者利用5E教学模式评价和优化教学设计。王禹超、孙妍、刘志强等人基于“5E探究模型”提出注重探究实践、过程属性和评价设计的优化策略^[7]。

2 中职市场营销教学现状分析

2.1 5E教学模式的优势

5E教学模式的吸引、探究、解释、迁移和评价环节强调以学生为中心,贯穿教学的导入、知识新授、巩固练习、总结评价、作业布置五个环节,且该教学模式在中职课程的教学能够更好地适应学生认知发展缓慢的特征;逐步引导学生进入课堂、沉浸于课堂、走出课堂;帮助学生了解自己的能力和优缺点,并进行提升与改进。因此从理论上讲,5E教学模式在提高学生学习兴趣、科学知识理解、科学探究能力以及协作意识方面具有显著效果,因此将其应用于《市场营销实务》课程是可行的,有助于提升学生的专业技能和素养。

2.2 导入环节的简单化与缺失

在当前的教育背景下,中职市场营销教学正逐步向多样化的教学方法和手段转型,但在实际的中职市场营销教学课堂中,导入环节存在着不少问题。其中,复习导入和案例导入这两种本应精心设计的导入方式,被处理得过于简单化。所谓复习导入,是指教师通过引导学生回顾之前学过的相关知识,从而为新知识的学习搭建桥梁,但现在却往往只是简单提及,缺乏深入的挖掘与有效的关联;案例导入同样如此,本应选取具有代表性、趣味性的市场营销案例来引发学生的思考与兴趣,却只是草率应付,没有发挥出应有的作用。更有甚者,在部分课堂上,导入环节竟然直接缺失。

这种现象表明教师对导入环节并不重视,因此不能在此环节调动学生的积极性,不能让学生主动“走进课堂”。5E教学模式的“吸引”主张从一开始就要吸引学生的兴趣,让其对新知识产生好奇,进而保证其积极参与之后的环节,所以5E教学模式能够解决这一问题。

2.3 理论知识讲授枯燥无味

知识教学的过程对于中职学生来说是枯燥无味的,这是因为在理论教学中教师不能将枯燥乏味的知识讲得生动有趣;而如何将知识讲得生动有趣,主要又可以从教学方法与手段、师生互动、生生互动等方面进行改进。但就目前的状况来看,能够做到这些的教师寥寥无几。虽然大部分的教师比较习惯于运用讲授法、小组讨论法以及案例分析法这三种教学方法,但是他们却没办法保证在每一节课里都能把这三种教学方法以及两种互动方式融会贯通地加以使用。这样一来,大部分的中职学生对于理论知识的学习仅仅是停留在表面,难以做到对知识的深入理解,更无法将知识运用到实际当中。5E教学模式中的探究、理解和迁移就是针对这一问题,分解出的三个解决措施,探究是调动学生的好奇心,主动要学;理解是帮助学生知识进行理解;迁移就是让学生将所学知识联想并运用于实践生活中。

2.4 评价角度单一

中职的教学评价方法在不同学校是不尽相同的,有的是考试的形式,也有的是考查的形式,如:制作一份报告、分析一个案例、背课文、做习题等等,所以由于不同学校采用不同的教学评价形式,与之相对应的评价标准自然也有所不同。然而,所以必须指出的是,当前中职教学评价在角度方面存在明显的局限性。大多数情况下,仅仅是结果性评价,也就是仅仅关注学生最终取得的成绩或者成果,而忽视了学生在学习过程中的表现和进步。同时,评价的主体往往只是教师,缺乏其他主体如学生自身、同学之间的参与。

这种单一的评价方式存在诸多弊端。从教师的角度来看,它难以在教学过程中及时发现教师自身存在的问题,例如教学方法是否得当、教学内容是否合理等难以做到及时反馈;从学生的角度来说,这种评价方式不能从多个不同的方面对学生进行全面的评价,因为每个学生都有自己的优势和特长,仅仅通过单一的评价角度,无法准确地衡量学生的综合素质。而5E教学模式中的评价环节强调的是教学评价的多元化,这也和现代教学改革的要求相匹配,对当下中职教学评价方面存在的问题有参考意义。

3 5E教学模式在中职市场营销教学中的实施路径

3.1 引入阶段: 创设情境, 激发兴趣

在5E教学模式的引入阶段,教师扮演着情境创设者和兴趣激发者的双重角色。虽然中职学生具有学习目标不明确,自制力低的特点,但他们的适应新环境能力很强,教师应充分利用这些特性,精心设计贴近市场营销的情境,迅速吸引学生的注意力,从而激发他们的好奇心和学习兴趣。教师还可以在导入环节利用热门的营销事件,如“双11”和“购物狂欢节”,引导学生深入分析案例背景、策略、执行过程及最终结果,让学生从课堂的初始环节就感受到市场营销的实践价值和趣味性。为了提升学生的参与度,教师还应围绕导入案例,设计一系列与教学内容相关的开放性问题,鼓励学生积极思考和讨论,在激发学生的创造性思维的同时,培养他们的沟通表达能力和团队协作精神。

3.2探究阶段: 引导探索, 发现问题

探究阶段是培养学生自主学习能力和批判性思维的黄金时期, 教师应采用多样化的教学方法。例如在课前将学生分为小组, 每组分配一个具有挑战性的营销问题或案例, 如“如何提升产品在年轻消费者群体中的品牌认知度? ”; 鼓励学生通过查阅资料、讨论交流等方式进行自主探究, 寻找问题的解决方案。在课中环节, 教师应适时提供指导, 但不直接给出答案, 并结合本节课的教学目标在讲解基础知识的同时引导学生思考他们的解决方案是否可行。这种教学方式不仅能够促进知识共享, 还能增强学生的团队协作和解决问题的能力; 在小组合作的基础上引导学生针对探究过程中遇到的问题进行深入思考, 鼓励他们质疑、假设并尝试验证, 从而培养其批判性思维 and 创新能力。

3.3解释阶段: 知识建构, 理论讲解

解释阶段是教师精讲营销理论知识的重要时机, 也是学生实现知识建构的关键环节。教师可以采用翻转课堂的模式, 提前布置预习任务, 让学生通过观看教学视频、阅读教材等方式自主学习基础知识, 课堂上则重点解答疑惑、深化理解并拓展应用, 以提升学习效果。对于更深层次理解抽象概念, 教师还应利用多媒体教学手段, 直观展示营销原理、策略及其实施过程, 使学生能够将理论知识与具体案例相联系, 增强教学效果。例如, 教师可以通过PPT、视频或互动软件展示“4P营销策略”的理论框架, 结合具体案例, 帮助学生理解如何在实际营销策略中应用这些理论。此外, 教师还可以邀请行业专家进行在线讲座或现场分享, 让学生直接从行业一线了解营销的最新动态和实战经验, 从而加深对理论知识的理解。

3.4迁移阶段: 实践应用, 深化理解

迁移阶段是检验和深化知识应用能力的重要环节。通过有效地讲解能够帮助学生理解所学内容并将其内化于心, 并营造与专业相关的职业场景, 让学生身临其境地体验营销专业所需掌握的知识与技能, 如市场调研、产品定价、促销方案设计等。教师不仅要确保学生能够掌握相关的专业知识, 还需要帮助他们解决未来职业生活中将会遇到的各种问题^[8]。除此之外, 为了增强实践效果, 学校还应加强与企业的合作, 为学生提供实习实训机会, 让学生参与真实的产品推广项目, 从市场调研、竞品分析到营销策略制定, 全程体验营销流程。通过企业导师的指导, 学生能够将理论知识与实践经验相结合, 为未来的职业生涯打下坚实的基础。

3.5评价阶段: 多元评价, 反馈提升

评价阶段不仅是对学生学习成果的检验, 也是师生共同提升的契机。遵循“以学生为中心”的教育理念, 采用过程性评价与结果性评价相结合, 以及学生自评、互评与教师评价相结合的方式, 建立一个全面的教学目标框架, 并鼓励教师和学生共同参与评价指标的制定过程。在过程性评价中, 教师应关注学生的认知能力、语言表达、小组讨论、团队合作、调研规划、汇报答辩等阶段性成果的呈现^[6], 而不仅仅是结果。具体而言, 教师需

要设计一份详细的评价表, 涵盖学生的课堂表现、小组讨论参与度、项目完成质量等多方面指标, 让学生进行自我评估, 同时进行同伴互评, 最后由教师进行综合评价。这种综合评价方式不仅能全面反映学生的学习情况, 还能促进学生的自我反思和同伴学习, 形成良性循环, 提升整体学习效果。

4 5E教学模式在中职市场营销专业教学中应用的效果

4.1提升教育质量和教学创新

在中等职业教育体系中, 尤其是在市场营销这一专业领域, 实施5E教学模式已成为提升教育质量和教学创新的关键途径。该模式通过将理论与实践紧密结合, 不仅激发了学生的创新潜能, 还鼓励他们积极参与到模拟的市场环境中。在教学实践中, 教师采用多样化的教学策略, 如构建现实市场情境和组织案例分析小组, 有效地提升了学生的学习兴趣 and 主动性。此外, 通过模拟营销活动和客户互动等体验式教学方法, 学生能够在实际操作中学习市场分析和策略制定, 从而培养了他们的独立学习和问题解决能力。

4.2促进教师专业发展和教学策略的优化

5E教学模式对教师的专业发展和教学策略优化起到了显著作用。在这一模式下, 教师不仅是知识的传递者, 更是学习过程的引导者和促进者。教师需要根据学生的实际情况和市场需求, 设计和实施教学活动, 这不仅促进了教师对教学内容和方法的深入思考, 也推动了他们不断更新教学理念和提升教学技能^[9]。通过参与教学研讨和反思, 教师能够更好地理解学生的学习需求, 制定更为有效的教学策略, 从而提高教学质量和学生的学习成效。

4.3激发学生学习和提升实践能力

5E教学模式在激发学生学习兴趣和提升实践能力方面表现出显著效果。在市场营销专业的教学中, 通过模拟市场调研、产品推广和产品定价等活动, 学生能够在实际操作中体验营销的全过程, 这种体验式学习的方式极大地提高了学生的学习兴趣 and 课堂参与度。同时, 通过团队合作和项目实践, 学生能够在解决实际营销问题的过程中, 提升自己的沟通协调能力和市场分析能力和创新思维能力^[10]。这种以学生为中心的教学模式, 不仅增强了学生的实践操作技能, 也为他们的职业生涯打下了坚实的基础。

5 结束语

5E教学模式通过五个紧密相连的环节——引入、探究、解释、迁移和评价, 针对目前中职学校在教学方面存在的导入环节的简单化与缺失、知识教学枯燥无味以及教学评价角度单一等问题构建了一种教学实施路径: 通过创设相关情境以激发学生兴趣, 引导学生进行探索并发现问题; 通过知识建构和理论讲解, 帮助学生形成对概念的深入理解; 通过知识迁移与实践应用, 将所学知识与现实问题相结合, 从而深化理解; 通过多元化的评价方式, 及时获得反馈, 进而提升教学效果。

[参考文献]

- [1]马文奎.美国BSCS教材中的“5E”教学模式[J].外国中小学教育,2002,(04):39-40.
- [2]吴成军,张敏.美国生物学“5E”教学模式的内涵、实例及其本质特征[J].课程·教材·教法,2010,30(06):108-112.
- [3]AKBEN N,KÖSEÖĞLU F. Inquiry-Based learning and 5E model in laboratory practices: a professional development program for prospective classroom teachers[J].Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi,2015,(1):161-198.
- [4]Ranjan R B,Srabani C R,Kumar A A. Integrating 5E model with planned-incidenta grammar teaching approach to enhance grammar competency of eighth-grade odia medium school students, in a time-sensitive manner[J].Asian-Pacific Journal of Second and Foreign Language Education,2024,9(1):107-124.
- [5]钱文韬.基于STEAM理念的《市场调查与预测》5E教学应用探究[J].国际公关,2024,(06):152-154.
- [6]谈晓燕.5E教学模式结合以赛促学在企业营销策划实训课程中的应用研究[J].对外经贸,2024,(08):157-160.
- [7]王禹超,王后雄,孙妍,等.5E视角下的中学化学探究式教学设计评价研究[J].化学教学,2024,(07):20-25.
- [8]李善吾.中职汽车运用与维修专业“5E”教学模式有效路径研究[J].汽车维修技师,2024,(08):104-106.
- [9]张小丽,张娅妮.5E教学模式的发展脉络与趋势研究[J].福建电脑,2024,40(09):46-50.
- [10]吴玲.基于5E教学模式的市场营销学课程教学设计[J].中国市场,2017,(34):205-206.

作者简介:

孙辰星(2000--),女,汉族,江苏镇江人,硕士,天津职业技术师范大学,主要研究方向为职业技术教育,市场营销。