



知识内化视角下的翻转课堂教学设计研究

——以《国际市场营销(双语)》为例

陈秀梅

(广州番禺职业技术学院 外语外贸学院,广东 广州 511483)

摘要:翻转课堂的出现颠覆了传统教学模式,对换了传统师生角色,把课堂时间重新规划。教师从知识传授者转变成学习引导者,既是教学管理者也是学习促进者。学生从知识被动接受者变成主动研究者,主动对问题进行探究和解决。通过分析知识内化与翻转课堂原理、特点,对高职商务英语专业的《国际市场营销(双语)》进行课堂翻转的教学设计,并分析了在实践过程中出现的困难与挑战,以期对课堂翻转研究提供些建议。

关键词:知识内化;翻转课堂;教学设计;国际市场营销

中图分类号: G642.421

文献标识码: A

文章编号: 1671-931X (2015) 04-0046-04

46

一、引言

随着互联网的普及和技术的变革,课堂教学“一本教材+粉笔+黑板”的现状已不能满足到学生的求知欲。电子教材、平板电脑、智能手机等这些新产品的出现让学生可以随时随地的学习,为课堂“翻转”变成可行和现实。目前,翻转课堂作为一种新型的教学形式,在国内正掀起一股热潮。它不但把课堂学习的主动权还给学生,使学习更个性化,还加强了教师与学生间的沟通,提高学习效果。因此,本文拟从知识内化视角下,对高职商务英语专业的《国际市场营销(双语)》进行课堂翻转的教学设计,以期为课堂翻转的实践提供些可行建议。

二、文献回顾

教学一般包括知识传授与知识内化两个阶段。

在传统教学模式中,教师负责传授知识,学生对老师的知识讲解进行内化吸收。翻转课堂对教学的变革是,把传统教学流程中的知识传授提前在课堂上完成,而把知识内化这环节在课堂上进行强化与优化,提高学习和知识吸收的结果(张金磊等,2011;赵兴龙,2014)。

(一)知识内化的理论回顾

早期,国外学者提出知识内化过程是人的意识转变过程,是高级心理活动表现。知识内化就是把外部客体的东西经过人脑的加工和重新组合转变成主体内部的东西(郭占基等,1998)。其发生的心理机制至少包括三方面:认知结构(知识内化的心理基础),同化与顺应(知识内化的加工机制),元认知(知识内化的自我监控机制)。

心理学家皮亚杰、美国的 J.S.布鲁纳和 D.P.奥苏贝尔均强调知识内化发生的基础是认知结构。皮亚

收稿日期:2015-07-05

基金项目:广州番禺职业技术学院校级课题“基于工作过程导向的课程改革与实践——以商务英语专业《国际市场营销(双语)》为例”(项目编号:Q13044)。

作者简介:陈秀梅(1981-),女,广东省广州人,广州番禺职业技术学院外语外贸学院讲师,研究方向:高职教育、消费行为、创业理论。

杰用“图式”来解释认知发展过程：由感知动作图式转化成表象图式，直觉思维图式和运算思维图式。奥苏贝尔的有意义学习理论指出，学生的过往学习经验会对当前学习产生影响，并且认为认知结构的可利用性越高、可分辨性越大、稳定性越强，就会越促进新知识学习的迁移。也就是说，知识内化需要已有的认知结构为基础，通过知识的同化作用促进新的或更深层次的认知结构形成。

学习者在学习新知识时，由于新的外部知识与已有的认知结构结合时，发生同化和顺应作用。根据皮亚杰的发生认识论，知识同化是将外部新知识纳入主体已有的图式中，从而引起图式的量变。若主体不能同化该新知识，则会改组或建立新的图式，以适应环境的变化。而顺应则更强调质的变化。奥苏贝尔在皮亚杰的研究基础上指出，知识的同化和顺应作用是新旧知识间相互作用，是同时存在，相互补充。

在教育心理学中，元认知的作用是学习者自我监控新知识内化的心理机制，包括元认知知识，元认知体验，元认知监控。由于有元认知的监控下，学习者在处理外部信息的同化和顺应作用时，可以通过不断的反思进行调整、控制同化和顺应的具体使用，进而优化知识内化的效果。

因此，根据知识内化发生机制，教师在传授知识时，应重视学生新旧知识的联系和整合，合理设计教学环节促进新旧知识的同化和顺应，使知识结构向认知结构有效转化，促进学习者对知识的吸收。

（二）知识内化的翻转课堂的内涵与特点

翻转课堂或颠倒课堂，是指在互联网时代下，教师利用网络把教学资源，如教学视频、电子课件、教材等，共享到互联网上，学生在课前完成相关知识点学习，师生在课内共同完成练习任务、协作探究、答疑以及师生间交流互动的一种教学模式。翻转课堂的特点是把学习的主动权从教师转移到学生上，鼓励学生自主学习，提倡个性化学习，满足学习不同能力学生的需要。

基于知识内化心理发生机制的三个环节，结合翻转课堂的特点，我们把翻转课堂的教学模式分为三部分：课前自主学习、课堂探究、反馈与评价。

1. 课前自主学习环节

课前自主学习是实施翻转课堂的前提，这是知识内化的第一环节。学生在已有的认知结构基础上，开始与新的知识和概念发生同化作用。学生通过观看教学视频，电子课件等资源，可得到相关“概念”，这种同化作用可以是上位学习、下位学习或并列学习。同化作用更多的是强调知识上数量的变化，学生是否掌握新知识，则需要顺应作用。为此，教师在设计课前自主学习教学资源时，必须与旧知识相联系，而且它们之间的联系必须是实质性的，衔接好新旧知识，提高认知同化效果。

2. 课堂探究

翻转课堂一大核心特点是课堂上教师减少讲课的时间，上课形式主要以学生探究与解决问题为主，课堂上学生有更多协作学习的时间。这个环节实际上是知识内化中的同化与顺应之间平衡的过程。学生个体受到外界刺激并作出反应，这是同化过程，而认知结构由于受到被同化刺激的影响而发生改变，就是顺应。顺应强调环境对个体的作用。因此，教师应根据课程内容及学生认知结构特点，总结出具有探究价值的问题或工作任务，让学生基于自身知识结构解决或完成相关工作任务，教师给予适当的指导，完成当前所学知识的内化。

3. 反馈与评价

与传统的课堂评价不同的是，翻转课堂更强调学生的个性化学习，所体现出的反馈与评价应是多角度、多方式的。翻转课堂不但关注教师对学生学习结果的终结性评价，同时还注意过程评价，及时调整学生的学习方式，另外也包括自我评价、小组互评，做到定量评价与定性评价的相结合等多角度评价。评价的方式是多样的，如学生项目成果汇报、举办成果展览会、辩论会、各类小型技能竞赛、学术报告会、撰写学习周记等形式分享学习经验。

学习者可以通过不同角度和多种手段，正确客观地评价自身的学习效果，不断调整学习策略，促进知识和技能的掌握，这符合元认知理论的学习规律。

三、高职商务英语专业《国际市场营销（双语）》课堂翻转教学设计

（一）课程目标

国际市场营销（双语）是商务英语专业的基础平台课，是根据商务英语专业的主要岗位群需要、职业技能和职业素质要求而设置。课程的目标是使学生能掌握国际市场营销学的基本理论、基本方法和基本技巧，能用较流利的英语开展有关国际营销活动。由于涉外销售员的客户大多数是来自不同时区，因此外贸业务员经常需要工作到深夜，工作强度强，讲究团队精神和关注细节。基于这些特点，课程的具体目标设置如图1。

（二）翻转课堂活动设计

1. 课前自主学习

为了更好的让学生完成课前的自主学习，授课教师必须提供充足、形式多样的教学资源让学生利用空余时间学习。目前翻转课堂通常做法是录制教学视频，但我们在实践中发现，部分学生表示没有全部看完整个教学视频；也有部分学生反映教学视频的展现形式过于枯燥，时间太长，互动性较差。

因此，在设计《国际市场营销（双语）》课前自主学习时，根据知识内化和翻转课堂理论，结合有关高职商务英语《国际市场营销（双语）》的课程目标与定



图1 《国际市场营销(双语)》课程目标

位等,把课前学习的内容分为5个模块、10个工作情境的教学内容(详见表1)。同时,这些工作任务被分解为多个知识点,每个知识点的授课时长大约为15分钟,以电子课件、电子教材、教学视频或营销案例等形式呈现,共享到校内的网络课程平台。学生通过浏览该课程的网络教学平台,便可以了解到每个知识点的相应的教学内容。另外,教师也需要设计些课前练习,让学生在自主学习过程中完成,以巩固和加强相关学习内容,并发现学生学习的难点。为了加

强知识内化的结果,课前学习的内容安排必须使新旧知识有效衔接,帮助学生新旧知识的过渡。

2.课堂探究

课堂探究是翻转课堂的核心,学生在自主学习过程中会存在某种程度的“朦胧感”,对于某个知识点,很难一下就能理解并掌握,翻转课堂的好处就是通过翻转教学流程,在课堂上创设工作任务或项目来增加学生知识内化的次数,分解知识内化的难度,促进教师与学生间的交流互动。

表1 《国际市场营销(双语)》课程翻转的任务和项目分解表

| 模块 | 工作情境 | 知识点 | 问题引导与解决 |
|-----------|-----------------|---|--|
| 营销环境分析 | 1.认识国际市场营销活动 | (1)市场、营销等相关概念;(2)国际营销及进入方式。 | (1)案例分析:给和尚卖梳子;(2)组建国际营销团队,提高对国际营销工作的认识。 |
| | 2.分析国际市场环境 | (1)微观和宏观营销环境;(2)SWOT 分析法。 | (1) 案例分析:宝洁尿不湿失败的国际营销策略;(2)以某个国际产品为例,分析它的国际营销环境。 |
| | 3.开展市场营销调研 | (1)市场调查的程序和方法;(2)问卷设计;(3)调研报告的撰写。 | 利用市场调查,确定班级旅游地点 |
| 消费者分析 | 4.消费者购买行为和心理学分析 | (1)消费者市场与组织市场;(2)消费者市场的刺激与反应模式;(3) 消费者购买行为的主要因素;(4)组织市场购买类型及影响因素。 | (1)回顾最近一次的购买行为,并在班上分享选择该商品的原因;(2) 了解学校购买设备的流程并在班上分享。 |
| 目标市场战略 | 5.对市场进行定位 | (1)市场细分;(2)目标市场的选择和目标市场策略。 | 分析百事可乐的目标市场和市场定位 |
| 国际营销组合 | 6.设计产品和服务 | (1)产品的整体概念;(2)产品生命周期;(3) 品牌及包装。 | 以某个品牌的手机为例,分析其生命周期各个阶段特点 |
| | 7.制定产品价格 | (1)影响企业定价的因素;(2)定价的基本方法;(3)价格策略。 | 分析某品牌手机的价格构成 |
| | 8.建立销售渠道 | (1)分销渠道的概念及类型;(2)批发商和零售商。 | 简述购买手机的渠道 |
| 国际营销管理与控制 | 9.制定促销策略 | (1)促销的概念;(2)掌握促销组合策略。 | 观察生活中有哪些促销方式,并汇总到表格上 |
| | 10.销售管理 | (1)制订营销计划;(2)执行营销活动与控制营销活动的技巧与方法。 | (1)以手机、护肤品或饮料为产品,撰写一份为期 2 季度的营销计划书;(2)以 PPT 形式,陈述如何执行和控制上述编制的营销方案。 |

《国际市场营销(双语)》是一门应用性和实践性强的课程,强调学生以英语为主要的语言工具,掌握基本的国际营销方法和技巧,解决较简单国际营销问题,能正确运用相关知识并制定出合适的国际营销组合或策略。基于课程的性质与特点,我们把教学内容项目化,建立以“学生为中心”、任务驱动的“教、学、做、考”一体化教学方式,针对上述提及的10个工作情境分别进行设计具体的工作项目。

课堂教学的流程是:(1)教师介绍项目的背景资料;(2)学生先经过独立探索与思考,建立自己的观点;(3)学生间进行协作学习,其学习形式有对话、讨论、辩论、协作完成任务等,力求每位同学都能参与到活动中,与学生同伴间有更多的交流,交流的方式主要以英语为主,激发出更多的思想碰撞。在学生进行协作学习期间,教师以引导者的身份,巡视、聆听和监控整个课堂教学,了解和发现学生学习过程中的困难;(4)学生成果汇报,这里的成果汇报主要是在课堂上,学生也可以在课后通过拍摄视频,共享到网络课程平台上,老师和同学观看完后给予评价(表1)。

3. 反馈评价

课程的反馈与评价方式是多样的。我们采取的反馈方式是制作一个问题档案,里面不但记录学生的疑问,也含有教师的教学反思,提出教学中存在问题,并提出改革建议。评价的目的是用来检查课程目标是否达到预期的效果。《国际市场营销(双语)》课程目标不但要求学生掌握相关国际营销知识,培养学生开展国际营销的能力,提高英语的运用能力,还强调学生的跨文化素养、职业素养、团队合作精神等综合素质。因此,课程对学生的评价包括教师批改学生的小组项目作业、课堂中学生的自我评价和同伴评价、小组评价、期末考试相结合。评价的内容主要是学生课堂的表现、独立学习的态度、学习计划的安排、项目完成的结果和成果演示。这不仅考核了知识的掌握程度,也体现出学生平时的学习态度、技能水平和表现等,符合翻转课堂的要求。

四、挑战

(一) 学生作息时间安排

虽然高职大学生学业压力相对中学生较低,但由于翻转课堂时间延伸到课余时间,学生需要利用空余时间提前学习课程内容。然而,大学生不但要应付日常上课时间,平时还参加各种讲座、讨论会、学

术报告、文娱活动、社团活动、公关活动。若一学期有多门课程实行翻转课堂,学生如何合理安排时间成为另一新问题和挑战,如处理不好,甚至可能会对新教学法产生抵触情绪。

(二) 学科适用性与课程翻转的程度

目前,翻转课堂在国外推行的课程多为理工类课程,这是由于理科知识具有连续性、逻辑性强、知识点明确等特点。但文科类课程更侧重师生间的交流、思想碰撞,学习伸缩性较大,即使学生缺课几次,对后续的课程内容也能听懂。因此,在翻转文科类课程时,课前学习应以启发性,能引起学生思考为原则,不但要配有教学录像,同时要引出问题,激发学生主动做更细致的阅读或资料搜寻,对问题进行深入思考。课堂上与老师或同学交流想法,逐步深化理解,达到翻转课堂的最终目的。

(三) 信息环境的技术支持

信息环境的支持是实现翻转课堂的前提。这里包括两方面的环境建设:软件设施与硬件设备。软件环境指微视频发布系统,交互系统,远程支持与服务系统,管理系统等,硬件设备指可技能上网的电脑设备或平板电脑,网络带宽速度支持在线观看视频,以及容量足够大的服务器。

五、结语

翻转课堂是一种创新型的教学模式,它颠覆了传统教学中以教师为中心为主要特征的教学模式,真正体现了以学生为中心的教学理念,学生在翻转课堂中成为真正的主人,从被动的知识接受者变成知识主动研究者。作为现代信息时代下的教育者,我们应勇于接受新事物,进行理论与实践探索,对教学进行不断的改革,以迎合新时代下的学习方式。

参考文献:

- [1] 郭占基,张世富.心理学教学参考资料选辑[M].北京:人民教育出版社,1998.
- [2] 张金磊,王颖,张宝辉.翻转课堂教学模式研究[J].远程教育杂志,2012,(4).
- [3] 赵兴龙.翻转课堂中知识内化过程及教学模式设计[J].现代远程教育研究,2014,(2).
- [4] 周天梅.知识内化的心理机制[J].江西社会科学,2004,(7).

[责任编辑:向 丽]

(下转第54页)

（上接第 49 页）

Study on Application of Flipped Classroom Approach in International Marketing (Bilingual Class) from Perspective of Knowledge Construction

CHEN Xiu-meí

(School of Foreign Languages and Trade, Guangzhou Panyu Polytechnic, Guangzhou511483, China)

Abstract:The flipped classroom innovates traditional teaching and pedagogy, turning the tradition teaching into more student-centered way. The role of teachers shifts from instructors to more facilitators or coaches. Learning becomes more active and effective. This article puts forward a flipped class teaching plan after a careful study of the theories on knowledge construction, the principles and characteristics of the flipped approach and tries to apply it to classes of International Marketing, hoping to shed some lights on the pedagogy.

Key words:knowledge construction; flipped classroom; teaching plan; international marketing