

2026 年湖南省普通本科高校教育教学改革 典型分享项目成果简介

项目名称：基于 PBL 理念的混合式教学模式改革与实践

——以《新媒体营销》课程为例

单位名称：湖南农业大学商学院

项目主持人：张旖莹

团队成员：张珺、廖翼、周妮笛、谢宜章

一、项目研究背景

随着信息技术与教育深度融合，高等教育模式正经历深刻变革。传统教学模式在工管类专业课程中面临诸多挑战：部分教材更新滞后于行业发展、大班授课难以满足学生个性化需求、单一终结性评价无法全面反映学习过程动态变化等。尤其在《新媒体营销》这类理论与实践并重的课程中，如何通过教学模式创新提升学生的自主学习能力、协作能力和实践能力，成为亟待解决的问题。

在此背景下，基于项目式的学习（PBL）理念与混合式教学模式的结合成为教学改革的重要方向之一。PBL 理念彰显‘以学生为中心’的教学精髓，依托该理念开展的教学能有效激发学生的学习热情，培养团队协作精神，提升学生对信息的获取、加工和运用能力。同时也对教师提出挑战，教师的角色从知识的传授者与灌输者转变为知识构建的促进者、活动的主持者、参与者以及学生讨论、对话的伙伴。在 PBL 教学中，教师的任务是设计问题，让学生探究、寻找答案，教师全程参与整个学习过程，并对学习过程进行引导、组织和控制。学生自主探究、合作交流学习阶段是整个 PBL 教学过程的核心阶段。在开展 PBL 模式教学的课堂，学生自主学习能力、协作和互助能力、分析问题和解决问题能力得到了极大的锻炼，而且能够激发学生学习的兴趣、信心和潜能，提升学习效果。

PBL 教学模式强调以真实问题为导向，通过学生自主探究和协作解决问题，培养高阶思维能力；混合式教学则通过线上线下的有机融合，突破时空限制，优化资源配置。教育部《普通高等学校本科教育教学审核评估实施方案（2021-2025 年）》明确提出推动“以学生为中心”的课堂教学改革，鼓励信息技术与教学过程深度融合，为本项目提供了政策支持。

国内外研究表明，PBL 在医学、工科领域已有成熟应用，但在工管类课程中研究较少。同时，混合式教学为项目式教学提供了更为灵活的时间和空间选择，通过先进教育理念指导能够将线上自主学习与线下互动教学有机结合，提升教学效果和学生学习体验。因此，本项目以《新媒体营销》课程为实践载体，探索 PBL 理念与混合式教学的深度结合，旨在为工管类专业课程改革提供理论支撑和实践范例，响应《新文科建设宣言》对文科课程创新的号召。

二、研究目标、任务和主要思路

（一）研究目标

本项目旨在以工管类专业核心课程《新媒体营销》为例，以 PBL 教育理念为指导，探究混合式教学模式在专业核心课程中的方案设计与具体实施，积极推进课程教学改革、丰富 PBL 理念在工管类课程中的应用研究；构建基于 PBL 的混合式教学模式理论框架，完善其与混合式教学理论叠加的教学体系，探索其与专业人才培养需求的对接路径。

缓解课程教学痛点和难点，提高课程教学质量。针对大班授课、教材更新慢、学生差异大等教学难点，依托超星学习通教学平台和国家智慧教育平台，开展“以学生为中心”的教学活动，培养学生的协作能力、思辨能力、学术探究能力和实践能力，提高课程高阶性、创新性和挑战度，推动《新媒体营销》课程建设，对标线上线下混合式教学一流课程的标准。

对接地方企业实际需求，培养适应社会实际需求的应用型人才。“以问题为导向”设计课程的课程知识、目标能力目标和育人目标，注重对学生合作能力、创造能力和解决问题能力的培养。结合院校办学特色和专业优势，引导学生为国家、社会发展贡献力量，进一步提高院校专业的影响力和社会声誉。

研究的实践经验为一线教师促进混合式教学模式的深化发展提供参考。研究为 PBL 理念下的混合式教学模式在专业课程领域的应用提供具体可行的方法和实践案例，对促进高校课程教学质量的提高和专业人才培养具有重要的现实意义。

（二）主要任务

课程知识体系重构：基于 PBL 理念，将课程内容划分为“新媒体环境”“新媒体运营”“运营复盘”，整合线上资源与线下案例，形成模块化教学结构。

教学活动设计与实施：设计“问题导向”的线上线下混合式教学活动，如课前微课学习、课中案例分析、课后项目实践等。

评价体系优化：构建过程性评价（50%）与结果性评价（50%）相结合的全周期考核体系，引入学生自评、互评机制。

教学质量持续改进：通过问卷调研、个人访谈、专家研讨等，评估教学效果，形成课程优化方案。

（三）主要研究思路

项目遵循“理论构建—方案设计—实践探索—评价改进”的技术路线，从PBL方法的混合式教学模式改革的意义和改革实施的保障入手，在教学知识体系、教学活动和方法、学生成绩评价体系和教学评价体系等方面进行基于PBL理念的混合式教学模式的方案设计。接着，重点针对工管类专业核心课程《新媒体营销》开展基于PBL理念的混合式教学模式的实践探索。在此基础上，对标省级线上线下混合式教学一流课程要求，运用层次分析法，从课程建设、课程实施、课程效果等方面实证测度《新媒体营销》课程的混合式教学模式的质量。从课程设计、师资队伍建设、教学管理制度、学生学习环境等方面，深入分析影响《新媒体营销》课程混合式教学质量的关键因素。最后，有针对性地提出促进基于PBL理念的混合式教学模式持续改进的对策建议。

三、主要工作举措

（一）制定教学改革方案

1. 教学目标分层设计：本项目依据《深化新时代教育评价改革总体方案》，坚持立德树人，促进学生德智体美劳全面发展，在教育教学中实现价值塑造、能力培养、知识传授相统一”，构建“知识传授+能力培养+价值育人”三维目标，将价值引领贯穿人才培养全过程。

2. 模块化知识体系重构：明确三级模块具体内容：

理论模块一：新媒体营销环境，包括：新媒体环境、新媒体平台、新媒体伦理与法制、新媒体消费者调研，新媒体消费者心理和行为五部分。

理论模块二：新媒体运营，包括：内容营销、营销策划、图文营销、视频营销和智能营销等。

理论模块三：新媒体营销复盘，包括：新媒体数据分析、网络舆情管理等。

3. 混合式教学实施：依托超星学习通，线上发布学习内容及互动活动、监督学习进度，线下开展理论讲解和小组讨论。

4. PBL项目实施：

(1) 《新媒体营销》课程内 12 个实践学时，依据三个教学模块（见 2. 模块化知识体系重构）划分成三个实践任务：

实践任务一：分析新媒体营销环境。

实践任务二：原创内容制作与平台发布。

实践任务三：数据复盘与舆情应对报告。

(2) 联合《市场调查与预测》《推销理论与技巧》和《零售学》等三门教学实训课程，以 PBL 模式开展项目式教学，为期 4+8 周。依托真实企业，以小组竞赛的形式设计实践项目，为企业解决真问题。

5. 全过程评价体系：平时成绩与期末成绩各占总成绩的 50%。结果性评价以考试成绩为主；过程性评价涵盖学习态度、合作交流项目成果等多维度，结合教师评价、学生自评与互评，实现评价主体多元化。

6. 课程质量评价：依托学校课程质量评价系统，同时，课程团队依据 CIPP 理论体系，对实践教学（PBL 项目）进行教学质量评价。

（二）开展教学实践落地

1. 教学目标确立：

本课程总体教学目标分为知识传授、能力培养和价值塑造三个方面（见图 1）。知识传授要求学生掌握核心概念、运用市场分析方法制定策略；能力培养聚焦实际问题解决、自主学习、批判思维及营销实操与创新能力；价值塑造侧重职业素养、社会责任感及诚信经营理念（图 1）。



图 1 《新媒体营销》课程教学目标

2. 教学实施:

《新媒体营销》课程共计 44 学时，其中理论学时 32 学时，实践学时 12 学时。理论学时按照三个教学模块开展，每周 4 学时以线上线下混合式方式开展，依托超星学习通平台，主要以“线上自主学习+线下互动交流”模式进行，线上完成基础知识自学、案例导入，线下进行重点理论讲解、案例研讨。

《新媒体营销》联合《市场调查与预测》《推销理论与技巧》和《零售学》等三门教学实训课程，以 PBL 模式开展项目式教学，为期 4+8 周。以举办“营销技能挑战赛”和“营销实战与案例大赛”为依托，将课程教学活动分为专题讲座、探访企业、问卷调查、视频与图文制作、直播营销等小组实践项目。服务企业及组织机构：湖南省益阳市资阳区省级农业科技园、北京神农金康有限公司、湖南周敦颐农业股份有限公司、青岛小主千岁健康科技有限公司、湖南高翔电动汽车股份有限公司、湖南东窑港城乡建设开发有限公司等 35 家。

比如，2023 年实践联建课程中，学生 5-8 人组队，围绕“资阳区第一届木槿文化节”设计新媒体营销方案，提交 4 份核心成果，经初赛筛选 4 支队伍进入现场路演（图 2）。各队伍围绕市场调研与用户画像、营销策略矩阵等四大模块进行 12 分钟汇报，评委现场提问答辩，结合初决赛成绩（分别占 60%、40%）评选奖项，全面检验学生实践能力。



图 2 实践联建课程学生小组路演展示

3. 教学评价：

(1) 教师对学生进行全过程考核，具体实施评分标准见表 1：

表 1 《新媒体营销》全过程考核评分标准

考核项目	考核指标	占比	考核说明
过程性考核 (50%)	课堂表现	5%	其中：1 次已签（学生签到、教师代签）计为 1 次出勤，1 次公假计为 1.0 次出勤，1 次异常（迟到、早退、过期签到）计为 0.5 次出勤，1 次请假（事假、病假）计为 0.8 次出勤。
		10%	参与投票、问卷、抢答、选人、随堂练习等课程活动获相应分数。
	线上视频学习	40%	课程视频/音频全部完成得满分，单个视频/音频分值平均分配，满分 100 分。
	PBL 分组任务	45%	学生在每个分组任务活动获得的分数取平均分（本学期本次课程中共开展 5 次小组任务，其中 2 次为随堂 PBL 小任务，各占比 10%），3 次为占用实验学时的 PBL 大任务，各占比 20%）。
终结性考核 (50%)	期末考试	100%	线上考试（包括单选题、多选题、判断题、简答题、论述题），卷面分 100 分为满分。

(2) 教师接受同行评议和学生评价；

(3) 教师依托 CIPP 课程评价体系调研学生对课程满意度，评价体系构建见图 3：

一级指标	二级指标	三级指标	
背景评价	课程目标	与专业培养方案的契合性 覆盖知识—能力—素质三个维度	
	学生需求	掌握学生实践能力的核心短板 反映学生对实践课程的具体需求	
	行业与市场 需求	与行业企业合作开发	
		对接行业岗位的实践能力标准	
输入评价	师资队伍	校内教师的实践背景	
		企业导师的参与深度 校内导师与企业导师的配比	
	场地设备	校外实践基地的类型、规模与数量	
		校内自主与协作学习的空间、宽带等基础设施健全 参考资料（含文档、视频）充足	
	经费预算	学校提供专项经费支持实践教学	
时间规划	教学周期安排合理 课程进度安排合理		
过程评价	教师指导 质量	校内导师对学生指导的有效性 企业导师与学生互动的启发性	
	团队协作 效率	团队内部形成清晰分工	
		团队内部有效沟通	
	教学管理 规范性	课程评价机制公平、透明	
成果评价	专业能力	品牌策划能力/案例写作能力/新媒体运营能力	
		团队协作与项目管理能力 汇报表达能力	
	岗位认知与 专业认同	营销岗位认知	
		专业价值认同	
课程影响	成果转化		
	社会认可		

图 3 联建课程 PBL 实践课程教学评价指标体系

四、取得的工作成效

学生能力显著提升：2023 级学生线上任务完成率达 95%，课外学习时长增至 6.2 小时/周；校企合作项目中 2 项学生方案被企业采纳。

课程质量优化：教务系统评教连续两年获“优秀”等级；国际贸易专业跨专业协同效应显现，辐射学生 500 余人。

教学成果转化：教学团队发表教改论文 3 篇，获批省级课题 1 项；依托该课程参加课堂教学比赛，获得省三等奖；参加 2025 年中国高等院校市场学研究会，并获该会教学研究（含课程思政创新）项目研究一般课题立项，课程教学经验为营销技能综合实践（联建课程）等课程迭代升级做出支撑。

五、特色和创新点

（一）项目特色

1. 跨课程融合：构建“三位一体”教学模式，实现多课程联动，区别于单一课程改革。

2. 学生主体：以 PBL 和项目为载体，聚焦能力培养，激发学生主动性。

3. 实践导向：紧密对接行业需求，通过企业联动、竞赛实战，提升学生就业竞争力。

4. 评价完善：双重评价体系兼顾学生能力与课程质量，保障教学效果。

（二）创新点

1. 理论创新

构建 PBL 与混合式教学融合的理论框架，阐述二者融合的必要性与可行性，丰富课程教学理论体系，为经管类专业课程教学改革提供新理论依据。

完善 PBL 教学理论在经管类课程中的应用研究，通过《新媒体营销》课程实践，提供实证案例，为其他经管类课程 PBL 教学改革提供理论参考。

2. 实践创新

创新课程教学模式：打破传统教学局限，发挥线上线下教学优势，通过项目驱动、问题导向、小组合作等方式，激发学生学习兴趣与主动性，培养实践能力与创新思维。

联动课程共同完成项目式教学：“营销技能综合实践”课面向市场营销专业大二学生开设，由《市场调查与预测》《推销理论与技巧》《零售学》《新媒体营销》等四门教学实训课程整合而成，为期 4+8 周；课程团队由这四门实训课程的主讲教师构成。

优化教学评价体系：建立全过程学生成绩评价与 CIPP 课程质量评价体系，通过多元化评价主体、多维度评价指标，全面客观反映学生学习成果与课程教学质量，为教学改进提供支撑。