

# 第一届全国技工院校教师职业能力大赛教学设计

参赛项目类别	财经商贸类		作品编码	
专业名称	电子商务			
课程名称	产品包装创意	参赛作品 题目	圣诞节礼品苹果的包装创意	
课 时	2 课时	教学对象	17 级电子商务高级 06 班	

## 一、选题价值

### （一）重要性

产品包装创意是整体产品营销构成里不可分割的一部分。随着电子商务时代的到来产品包装在生产、流通、销售和消费领域的作用越来越重要，包装创意的优劣直接影响着产品的销售，因此它被称为“无声的推销员”。包装的重要意义已大大超出了它原有的保护的基本功能价值，已成为了宣传产品、促进销售、创建品牌效应的重要客观因素。



图1 产品包装在市场营销中的重要性体现

### （二）典型性

在产品销售环节中，很多产品都只有起保护性质的一个外包装，但这一类产品在特定的销售情景下没有竞争优势，比如苹果销售，日常以散装、袋装保护类的包装为主，但是在圣诞节这样一个特殊销售情境里，苹果的销售就需要突出节日主题，增加其产品的附加价值，

因此就需要在原有的产品外包装的基础上进行再创意，以适应新的特定销售情境。本任务能从色彩搭配、图形构成、材料选择、结构设计、字体版式到促销手段等方面全方位让学生去学习包装对于销售促进的重要方法。

### （三）学习价值（如图 2 所示）



图 2 任务的学习价值

### （四）教育价值（如图 3 所示）

#### 典型性

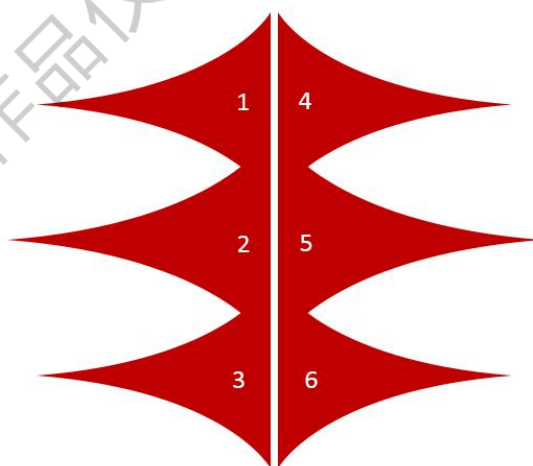
该节包装的内容所涉及的知识和技能、所设定的项目都比较符合行业的最新理论，且通过学生主动的探索和学习是有能力完成的。

#### 能动性

项目所涉及的内容是学生所比较熟悉的，能让学生们更加了解自己并相互学习，同时该项目还能激励学生去自主收集有关资料，激发学生的学习自觉性。

#### 自主性

提供学生根据自己的兴趣选择内容和展示形式的决策机会，学生能够自主、自由地进行想象，从而有效地促进学生创造能力的发展



#### 真实性

项目的主题与学生真实的日常生活密切联系，使学生的学习更加具有针对性和实用性。

#### 综合性

项目具有学科交叉性和综合能力运用的特点，学生能够在创意中构成为实现教育目标的认知过程。

#### 完整性

在项目完成过程中，除了能强化课堂理论方面的知识，同时还有利于对学生进行情感、态度和价值观的教育，更有助于树立学生的自信心。

图 3 任务教育价值体现示意图

二、学习目标		
课前目标	课中目标	课后目标
1. 通过云教学平台学习相关的包装案例及案例分析资料。 2. 通过微课视频学习两种常见的礼品苹果创意包装的方法。 3. 能完成小组内的课前市场调研和创意思路的讨论。	1. 能根据不同的销售对象选择不同的产品包装策略确定本小组的圣诞礼品苹果的包装创意。 2. 能选择符合节日主题的包装物、包装材料完成苹果的现场包装制作与展示讲解。	1. 完成课后思考案例的反思,并填写课后四单。 2. 能和师生积极交流并接受来自组间和教师的意见反馈,然后修改完善任务结果。 3. 在圣诞节期间完成真实的礼品苹果销售。
三、教学重点、难点		
重点内容	重点突破策略	
小组合作,完成圣诞节礼品苹果包装创意的市场调研和学习讨论。	1. 学生通过云平台包装案例资料学习来打开创意思路。 2. 微课视频自主学习苹果包装参考方法。 3. 市场调研结果统计和分析。	
难点内容	难点突破策略	
完成圣诞节礼品苹果的包装,选择合适的包装材料、包装配色符合节日主题,包装创意符合包装策略要求。	1. 组织学生小组内部讨论,通过结合案例的头脑风暴法提出苹果的创意思路。 2. 教师播放视频资料引导包装创意的思路。 3. 通过小组对比,激发学生创新思维。	
四、学习内容		
<p>(一) 任务章节</p> <p>《市场营销项目化教程》</p> <p>项目五 打造市场产品,确定产品策略</p> <p>任务三 产品包装与包装策略</p> <p>微任务 产品包装创意</p>		

## （二）项目微任务内容描述

### 1. 任务背景

圣诞节传到中国后，很多人也开始过圣诞节和平安夜，然而该节日同时也做了一些适应中国文化的改变，人们喜欢在平安夜这天相互送苹果，因为“苹果”也是平平安安的谐音，而且是平安果的谐音，把象征着平安的苹果送给身边的朋友，不仅是对身边朋友的美好祝福，也是维系亲朋好友之间友好关系的方式之一，所以送苹果成为了中国人过圣诞节的时尚。

### 2. 任务情境

目前我们身边很多人送苹果还都是以最初的包装纸包装的形式来赠送（如下图4所示），这种包装方式不但浪费而且还极其不环保。本节课基于目前的这种市场上卖圣诞苹果的包装方式为情境，要求学生完成圣诞礼物苹果的包装创意创新设计。



图4 目前传统的圣诞节苹果包装方式

### 3. 任务准备

各小组成员于课前查阅相关的网站及学习平台相关资料，完成以下课前预习准备：

- （1）学习中国人过圣诞节的相关习俗。
- （2）学习中国人关于赠送礼品的相关礼仪知识。
- （3）到超市或者卖场实地查看作为礼物出售的商品，其包装有些什么特点。
- （4）购买或提前准备相关的打算用来包装圣诞苹果的包装物材料。
- （5）完成圣诞节礼品苹果销售的前期市场调研。
- （6）组织小组成员进行研讨，形成初步创意方案。



#### 4. 任务要求

(1) 任务需要以小组为单位（5-6 名同学）。

(2) 要求圣诞苹果的包装创意能推陈出新，包装材料的选择要贴切节日主题，且环保、美观，要能够从视觉上引导消费者购买，且能够很好地满足他们的不同需求。

(3) 每个小组至少准备一项创意，包装材料可以购买、也可以自制。

(4) 推选一名小组成员做解说人员，准备于课堂上讲解本小组的包装创意。

### 五、学情分析

电子商务三年制高级 1706 班是高中起点的高级技工班，该课程是该班一年级下学期的课程，全班共计 21 人。

#### （一）基本素质方面

学生多数来自于农村，见识面相对于比较狭窄，营销方面基础知识较为薄弱，但智力素质并不差，他们往往思维敏捷，动手能力较强。

#### （二）心理特征方面

由于大多数学生高中阶段成绩不是很理想，他们自身在学习收获方面优越性差，因此很多学生都有厌学情绪和自卑感等心理问题。

#### （三）基本能力方面

由于都是高中毕业的学生，大多数学生还是具备了一定的自学能力，也有一定的阅读能力、观察力、思维能力、分析问题的能力。同时也拥有一定的独立获取知识的能力，包括收集、处理信息的能力和动手操作的能力。

#### （四）专业技能方面

因为在上个学期接触过几门电子商务的基础课，如：《电商概论》《商品知识基础》《PS 图形图像处理》《美术基础》《计算机应用基础》等课程，学生对商品特性等有一定掌握，同时能使用计算机及其他移动设备在网上查阅资料，也能使用软件完成一些商品图的制作。

#### （五）学习积极性方面

该班同学个性鲜明、思维活跃，乐于接受新鲜事物，班级活动学生参与积极性较高。

## 六、学习资源

### （一）硬件资源

本次课程主要在一体化教室进行，分为学习区、办公区、会客区、作品展示区，便于开展一体化教学。教学环境布置入图 5 所示。（设备主要包含教学多媒体设备、教学平板电脑终端、学习工作岛、办公设备、白板、作品展示台等）

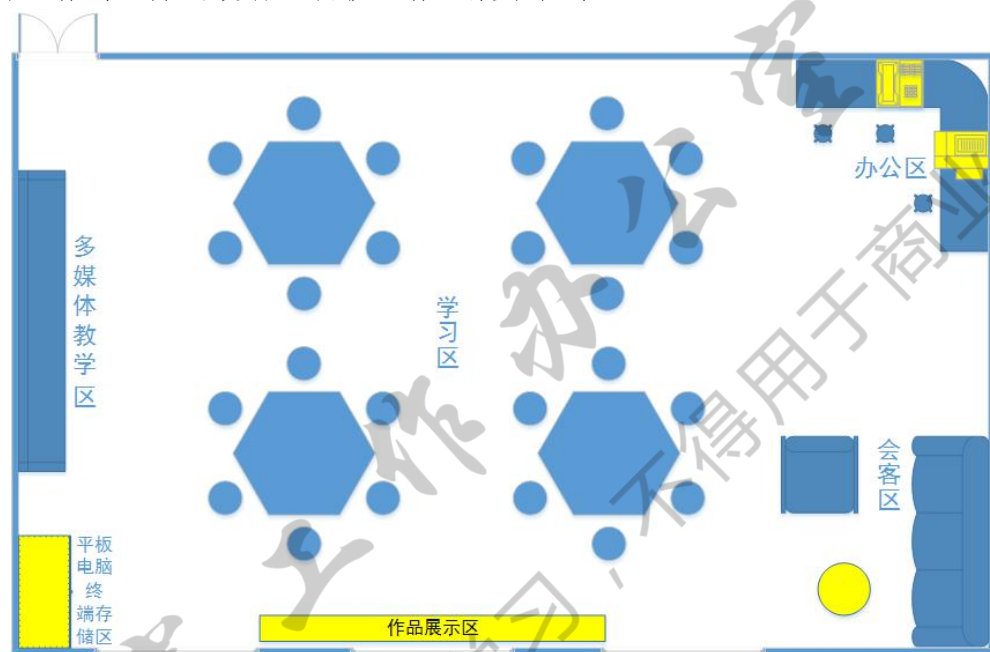


图 5 一体化教室布置示意图

### （二）软件资源

#### 1. 网络学习资源

电子书：《50 个令人惊叹的疯狂创意包装设计案例》、《国外环保包装设计案例分析》、《包装设计经典案例解读》；

微课：《礼品苹果常见包装方法——花束》、《礼品苹果常见包装方法——雪人》；

网站：中国包装设计网、中国包装网、包联网

#### 2. 学习材料

纸质书：《市场营销项目化教程》教程、《决定成败的产品包装设计》

教学课件、教学评价表格、包装材料

## 七、教学策略分析

### （一）兴趣激发策略

本节课教学的首要问题是激发学生的学习兴趣。因此，通过最新包装创意案例的赏析、获奖包装设计学习，让学生感受到市场营销包装课程的趣味性，促进他们更好地参与到教学中去。



### （二）情境化教学策略

情境化教学策略的主要目的是使学习者在一个真实、完整的问题背景中，产生学习需要，并通过学习者的主动学习、教师的指导教学以及小组中成员间的交流与合作，完成对知识的理解、掌握与应用。本节包装项目的实践具有典型的情景依赖性特征，所以本节课程必须注重对目前生活中常见的产品包装问题的分析，在教学内容设计、教学案例选择上尽量坚持本土化市场情境原则。



### （三）合作学习策略

合作学习策略是针对某些复杂问题，学生往往不能独立解决，只有通过同伴讨论和交

流，不同观点相互碰撞，对单个学习者的答案补充、修正，通过合作学习才能有效解决。在本节包装课程中，实施合作学习策略是非常必要的。一方面，合作学习能够加深学生对包装策略理论、方法、技巧的理解和掌握。特别是创意讨论，个人的思考范围和经验是有限的，通过小组讨论并在全班范围内共享讨论结果，能使问题答案更加完整并富有创意，加深学生的理解与记忆；另一方面，在真实的企业中，创意营销方案的制定往往都是由一个项目团队共同完成的，单靠一个人的力量很难对产品 & 市场做出深入分析。



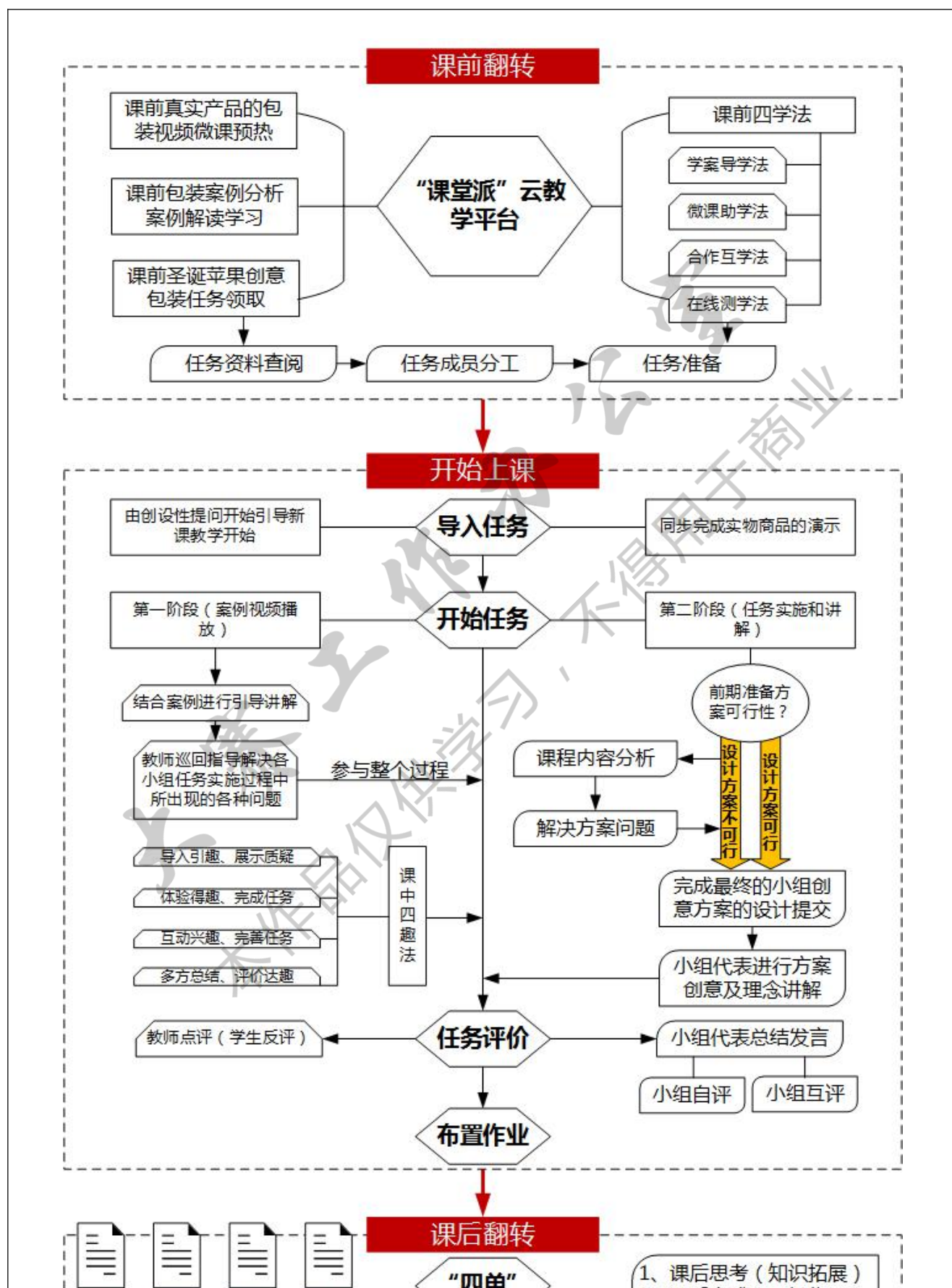
### （三）开放教学策略

市场营销这门学科的实践性、应用性特点决定了市场营销策划课程必须实施开放教学策略，教师应引导学生走出课堂、走出课本、走出学校，在分析日常生活及周边案例的同时参与到一定的营销实战中去领会、掌握、应用所学内容。本节课的课程任务学生在完成案例任务的同时就可以在圣诞节来临之际把新的圣诞苹果包装的创意思路用来包装好苹果之后，就可以拿到校园中进行节日期间的销售，这样从课堂走出去的教学策略在营销课中起到了实践的作用。

## 八、教学流程设计

首先教学流程的设计要结合本专业的人才培养方案、课程标准、岗位能力标准等各项指标，必须能将教学目标与这三项进行整合，才能使学生生动、主动地学习（如下图 6 所示）。





### （一）教学流程设计思路

结合电子商务专业特点和职业发展需求，为了便于学生掌握课程难点，领会知识要点，在实际课程教学中必须整合课程的设计顺序，以任务为主线，增加自主策划模块，让学生转而自主学习。再以课堂活动为引导，结合营销案例，以实际销售检验任务为亮点对课前课后加以组合，凸显实践性。故而该课程思路是采用翻转课堂的理念来设计的。（如下图7所示）

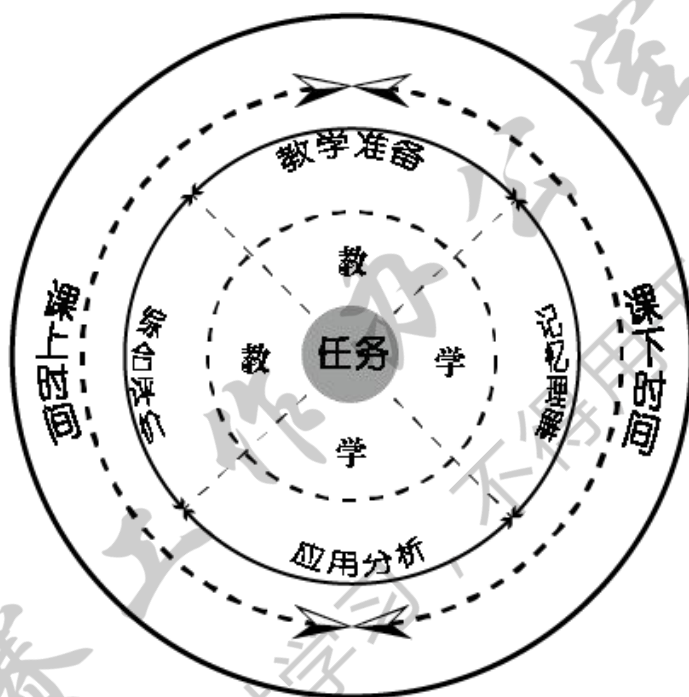


图7 翻转课堂理念教学流程设计

### （二）课前四学法

1. 学案导学：课前将案例资料上传到课堂派云平台，学生课前进行“积零为整”的预习，是他们完成任务的重要辅助。

2. 微课助学：一些包装的操作课程会以微课的形式上传到云平台让学生见微知著，以小见大，自定进度，自主学习。

3. 合作互学：任务前期准备就要合理分工讨论问题，采访周边同学，搜索案例，团队协作。

4. 在线测学：教师在线引导学生在线测试知识点的预习程度，教师收集问题，分类整理，调整教学思路。

### （三）课中四趣法

1. 导入引趣、展示质疑：课程开始，以一些日常生活中的包装给人的暗示进行创设性提问，营造一个“为何如此”的质疑，开启知识内化之旅。在讲解分析中再结合案例分析所学知识，内化知识、解释质疑。

2. 体验得趣、完成任务：小组成员参照前期准备的任务策划与实施情况，完成圣诞节礼品苹果任务的现场制定。

3. 互动兴趣、完善任务：学生把已经完成的各个任务创意与实施，是否正确，是否良好，教师与学生互动兴“趣”，质疑创意细节、优化提升任务，完善任务，激发学生的学习兴趣，最后安排各小组分享任务成果。

4. 多方总结、评价达趣：通过教学评价、总结升华，学生在这样的课堂教学中得到了快乐的评价，收获成长，完成教学总任务，就会不由自主地喜爱课堂，即而达“趣”。

### （四）课后四单法

1. 展示单      2. 巩固单      3. 拓展单      4. 质疑单

## 九、教学实施过程

### 课前学习——翻转教学

教学环节	学习内容	教师活动	学生活动	教学方法说明
“课堂派”平台在线课前自主学习	1. 电子书 《国外环保包装设计案例分析》《包装设计经典案例解读》。 2. 外链资源 50 个令人惊叹的疯狂创意包装设计案例、30 个创意包装设计例子。 3. 课程授课 PPT。	1. 登录课堂派完成教师端人员及班级设置。 2. 上传学习资料。 3. 发布课前预习互动题，检验学习效果。 4. 线上线下与学生进行答疑交流。	1. 查阅电子书及外链相关学习资料。 2. 通过授课 PPT 预习下节课内容。 3. 完成课前预习互动题的作答。 4. 线上线下疑问提出。	学案导学

教学环节	学习内容	教师活动	学生活动	教学方法说明
明确工作任务	1. 在线详读本次课程的具体任务要求。 2. 在课堂派端观看针对本次任务提供的微课教学视频——礼品苹果常见包装方法。	1. 在线上平台发布工作任务,提出任务具体要求。 2. 上传辅助完成任务的微课学习视频。 3. 在线指导、答疑,记录学生问题。	1. 学习微课视频教程。 2. 小组讨论并查找资料。 3. 小组根据任务完成分工。	微课助学 合作互学
工作任务实施准备	1. 完成在线题作答。 2. 组织小组成员开展市场调研和客户调研。 3. 完成任务的初步创意思路并上传到教学端(可绘制创意草图)。 4. 完成任务实施的必备材料准备。	1. 发布传统常见的圣诞节送苹果的包装方案。 2. 发布在线试题,要求学生传统包装的弊端进行阐述作答。	1. 完成市场、客户在线问卷调研。 2. 完成在线题作答。 3. 小组讨论并最终确定多个创意思路草图的上传。 4. 准备包装材料。	在线测学 头脑风暴
课中教学				
教学环节	学习内容	教师活动	学生活动	教学方法说明
课前准备迎接任务	1. 课堂场室管理(手机按要求缴纳到门口手机保管袋中)。 2. 组织学生有序领取教学平板电脑。 3. 云平台端完成签到。	1. 强调课堂纪律,检查手机摆放及工位整齐。 2. 签到确认及教学日志填写。 3. 教学设备检查	1. 缴纳手机至保管袋。 2. 领取平板电脑并开机检查。 3. 完成在线签到。	引导教学



教学环节	学习内容	教师活动	学生活动	教学方法说明
课前学习查一查	1. 反馈线上学习情况。 2. 查看每个小组提交的初步创意思路。	1. 根据学习记录表扬或批评课前学习情况。 2. 检查小组创意思路提交完成情况。 3. 检查小组前期调研情况。	1. 组长记录小组成员预习情况。 2. 组长阐述小组前期任务准备阶段人员分工情况。 2. 小组提交前期市场调研数据。	分组教学法 小组竞争法
演示设疑导入	1. 明确包装创意的目的。 2. 明确包装创意要突出的重点（演示1——突出包装能让人产生联想；演示2——突出包装的识别性）。	1. 教师演示： 把一杯普通的矿泉水倒入不同包装的瓶子里； 展示不同包装的同一种化妆品。 2. 教师创设提问： 看似没有任何区别的水倒入不同的包装中，产品的体现为什么会不同？ 同一种化妆品哪一个能让你一眼认出？ 3. 点评学生作答。	1. 查看教师演示。 2. 根据演示展开思考并同步回答教师提出的疑问。	演示教学法 创设提问法 导入引趣 展示质疑
案例引导	1. 归纳目前市场上主流包装创意思路。 2. 按照所归纳的思路开始任务。	1. 播放案例视频。 2. 对案例视频进行初步讲解。 3. 引导学生分析案例。	1. 查看案例视频。 2. 归纳案例中要表达的包装思路。	案例法 讲授法 归纳法

教学环节	学习内容	教师活动	学生活动	教学方法说明
任务实施	1. 完成预先提交的圣诞节礼品苹果包装创意思路的比较筛选。 2. 讨论并确定最终要制作的某一个包装创意方案。 3. 完成包装创意方案的最终制作。 4. 小组发言人对该组的创意方案进行阐述讲解和答疑。	1. 巡回指导,督促学生按时完成任务。 2. 师生沟通,辅助完善任务。 2. 记录现场学生遇到的问题 and 困难。 3. 控制讨论时间。 4. 聆听小组发言人汇报情况并记录。	1. 小组讨论。 2. 小组协作制作完成本组的包装创意作品。 3. 组织发言阐述重点。 4. 派出小组发言人进行任务阐述。	体验得趣 完成任务 互动兴趣 完善任务
任务验收与互动评价	1. 对完成本学习任务的情况进行自评、组评、互评、师评。 2. 总结知识、技能要点及创意过程,实现自我提高和知识体系的构建。	1. 向学生讲解评价标准。 2. 组织学生进行互评。 3. 组织小组进行自评。 4. 组织学生对教师作出评价。	1. 听取其他小组评价,对各小组创意作品进行比较,了解各小组创意的优缺点。 2. 组长对本小组成员表现进行自评。 3. 听取教师对每个小组的综合评价。 4. 对本节课教师表现作出评价。	多方总结 评价达趣

课后学习——家校翻转				
教学环节	学习内容	教师活动	学生活动	教学方法说明
作业布置与实训室清洁	1. 布置课后包装反面案例思考作业题（仿冒包装、山寨包装）。 2. 完成课后卫生、安全检查。	1. 布置课后作业思考题。 2. 收集各小组评价结果。 3. 组织学生清扫场地并进行安全检查。	1. 记录课后作业 2. 清点整理并上交评价结果单。 3. 安排值日生进行场地打扫。 4. 按照一体化实训室“五关”标准进行检查。	讲授答疑 巡查督促
课后拓展思考	1. 对本次任务进行反思、总结和巩固反馈。 2. 完成在线课后四单填写。 3. 课后拓展反面案例分析作业提交。	1. 在教学平台发布课后四单。 2. 发布课后作业完成要求。	1. 完成课后四单填写。 2. 完成课后作业提交。	课后翻转
课后四单	(一) 展示单			
	任务小组			
	任务分工 完成情况			
	任务按要求 改善情况			
	任务总结分析			

课后 四单	(二) 巩固单
	(1) 包装有哪些作用?
	(2) 有哪些常用的包装策略? (请举例说明, 例子不能是课本上的案例商品)
	(3) 你认为目前主流的包装趋势是什么?
	(三) 拓展单
	(1) 为什么市场上会出现这么多的仿冒产品的山寨包装?
	(2) 过度包装你认为是好是坏? 为什么?
	(四) 质疑单
	学习完本节课程之后, 你还有哪些方面关于产品包装知识的疑问?

教学视频: (见附件)

## 十、学业评价

表1 教师课堂表现评价表

评价指标	评价内容	得分	总分
提供讨论问题的质量 (20分)	能吸引学生兴趣, 激起学生学习的热情。(5分)		
	紧扣课程内容, 符合学生认知需求, 有研究讨论的价值。(10分)		
	专业性明显, 无科学性错误。(5分)		
分组情况 (10分)	能根据学生学习能力, 性格差异等因素分配小组。(5分)		
	根据实际情况灵活分配小组成员。(5分)		
学生讨论过程指导 (30分)	能及时参与到学生讨论过程中, 时刻关注学生讨论情况。(8分)		
	能很好地解答学生的疑问。(8分)		
	能科学的加以引导, 促进讨论的深入。(8分)		
	能调动学生讨论的兴趣, 使大部分学生参与到讨论中去。(6分)		
组织监督 (15分)	时间安排合理, 教学环节连贯, 课堂气氛活跃, 学生积极性高。		
课堂总结 (15分)	总结阶段内容全面到位, 照顾到所有学生观点, 基本涉及到本节课知识的重难点, 可以让学生对所学知识印象更深刻。		
语言文字 (10分)	语言表达清晰, 普通话标准, 文字书写规范, 无错别字。		



表2 学生课堂整体表现评价表

评价指标	评价内容	得分	总分
学习准备情况 (30分)	认真听课,并做出质量较好的听课笔记(10分)		
	积极参与在线交流,表达自己看法(7分)		
	及时参加课前测验(8分)		
	学习态度积极,学习兴趣浓厚(5分)		
讨论过程 (40分)	积极参与发言,表达自己的意见(8分)		
	积极承担小组中的组长、记录员、汇报员的工作(8分)		
	认真倾听,作出回应(8分)		
	善于思考,表达自己独到的见解(8分)		
	能全面总结此次讨论的内容,并有自己独到的见解(8分)		
汇报发言阶段 (30分)	愿意主动承担汇报员的角色(10分)		
	敢于质疑,补充发表不同意见(10分)		
	能很好的归纳大家的意见,并清楚的表达见解(10分)		

表3 小组间互评表

项目任务:

班级:

组别:

授课教师:

小组整体表现互评项目		参 与 度					
		5	4	3	2	1	0
汇报员	1.对小组任务的描述详尽有创意						
	2.对其他小组提出的问题给予合理的答复						
	3.汇报内容代表是全组合作后的综合成果						
小组成员	1.每个人都表现出合作的热情						
	2.在合作成果中包含每个人的劳动						
	3.对其他小组提出的问题，主动帮助报告人进行解答						
	4.任务的完成及良好的成绩来源于每个人的合作						
	5.在展示或汇报中其他组员没有不恰当的行为						
总 分							
说明： 很好=5 分    好=4 分    不太好=2-3 分    不好=0-1 分							

## 十一、教学反思

本次课程采用了多种教学手段，使学生在动脑、动口、动手的互动式学习过程中初步掌握包装的概念以及包装策略的运用所带来的营销效果，虽然有其优势的地方，但也还存在一些不足之处。

### （一） 教学带来的积极效果：

#### 1. 学习兴趣得到合理优化

本任务的设定是同学们身边自己也正在做的事情，这样的真实任务可以激发学生学习的兴趣，进而促使其积极主动地参与到学习过程中。就中职学生而言，大部分学生的学习兴趣必须着眼于他们切实感兴趣或有用的事物上，他们才愿意动手去实践，因此，为了吸引学生且提高教学效果和学生的学习效率，设置的任务也就必须做到与时俱进，必须是他们日常生活中切实能用到的，由此做到理论联系实际，引导学生学会独立思考、自主探究问题，巩固新学的知识，达到学以致用教学目的。

#### 2. 学习任务得到合理分配

课程采用课内课外翻转式教学方法，把项目任务的准备过程前置化，而把理论知识的理解、吸收、拓展及升华与任务结果再完善等过程后置，这样不会让学生觉得课堂任务紧而繁重，且加强了学生的学习自主性，丰富了同学们的课余时间。

#### 3. 学习沟通得到合理强化

合作与竞争是学习过程中学生之间存在的两种“同学”关系。有竞争，学习过程才能充满活力。同样，合作也是学生学习过程中必不可少的。本任务的完成要求体现小组成果，单靠个人想象力去完成和准备还是具有一定难度的，这样就避免了有些同学就是不愿意跟人沟通，宁可“孤军奋战”去硬着头皮做。因此任务本身起到了积极强化引导学生进行组内合作的必要性，让学生学会遇到问题“集思广益”的习惯，提高学生的探究能力。

### （二） 教学还有的消极效果：

#### 1. 教学与企业接触深度还不够

虽然教学执行的项目任务是学生身边的，也是可以执行后用于销售实践的商品，但是终

究不是企业化有品牌有商标的商品，因此缺乏企业化实践。故而，教师想要更加有效的指导学生为以后真实的企业服务的话，就必然需要多与社会、企业深度接触，在接触中把现实问题进行总结、提炼再融入项目任务中。也可通过项目合作，结合企业培训和企业调研等多途径深度接触企业，在课堂上形成实践——理论——实践的良性循环，指导学生时把所学知识应用于实际，发挥社会效益。

## 2. 教学考核评价还做不到具体量化

在考核评价学生完成项目任务的全过程中，主要还是以发挥学生主体作用为主，在小组成员互评表中，小组成员自己打分存在很多主观因素，分工和协作虽然有，但也无法具体的量化谁做得多，谁做得少，谁完成的部分比较重要等等。因此，考核评价还是以以一个笼统的分值来决定最终的考核结果的，而每个同学接受新知识的能力又有所不同，无法保证所有人都能达到预期的效果。所以在小组参与的时候，每个人参与度无法正确评估。

注：作品编码留空，由大赛办公室统一编码。