

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（0603）			
课程名称	移动电商	参赛作品 题目	情感营销—— 巧克力广告语的设计	
课 时	2	教学对象	18 春电子商务（中级）1 班	

一、选题价值

（一）《移动电商》在专业领域中的课程定位和价值

《移动电商》课程是电子商务专业（中级技能）的一门专业核心课，包含商业分析、模式案例和应用实战 3 个典型学习任务，3 个学习任务之间遵从由单一到综合、理论到实战的难度递增原则。主要培养学生商业分析、案例应用、实战操作的能力，为学生企业实践奠定理论、实践基础，促进其市场化职业能力的建立和提升，对电子商务专业市场化人才培养目标的实现起重要的支撑和促进作用。

（二）《情感营销》学习任务对课程的作用和价值

《情感营销》是本课程第二个学习任务“模式案例”中的核心学习任务，是电商专员从事的主要工作之一，是对之前所学内容体验营销、直复营销的深入，又为后续学习的数据库营销奠定基础，具有承上启下的作用，同时它也具有增强品牌的知名度，帮助商家巩固用户群体的特效。

（三）《巧克力广告语的设计》微任务对学习任务的作用和价值

《巧克力广告语的设计》是来源电商校企合作企业的真实任务，它区别与体验营销、直复营销和数据库营销，具有独立性。同时针对任务的设计流程：准备—设计—完善—提交—获赞进行学习，具有完整性。通过“黑巧”巧克力广告语的设计，使学生了解消费者的情感化需求，掌握不同款、不同节日，巧克力广告语的设计流程，举一反三的实现每一个商品都能利用情感营销进行广告语的设计，学习内容对接工作岗位、设计流程规范，全面培养学生的专业能力、方法能力和社会能力，实用性强，具有典型性。

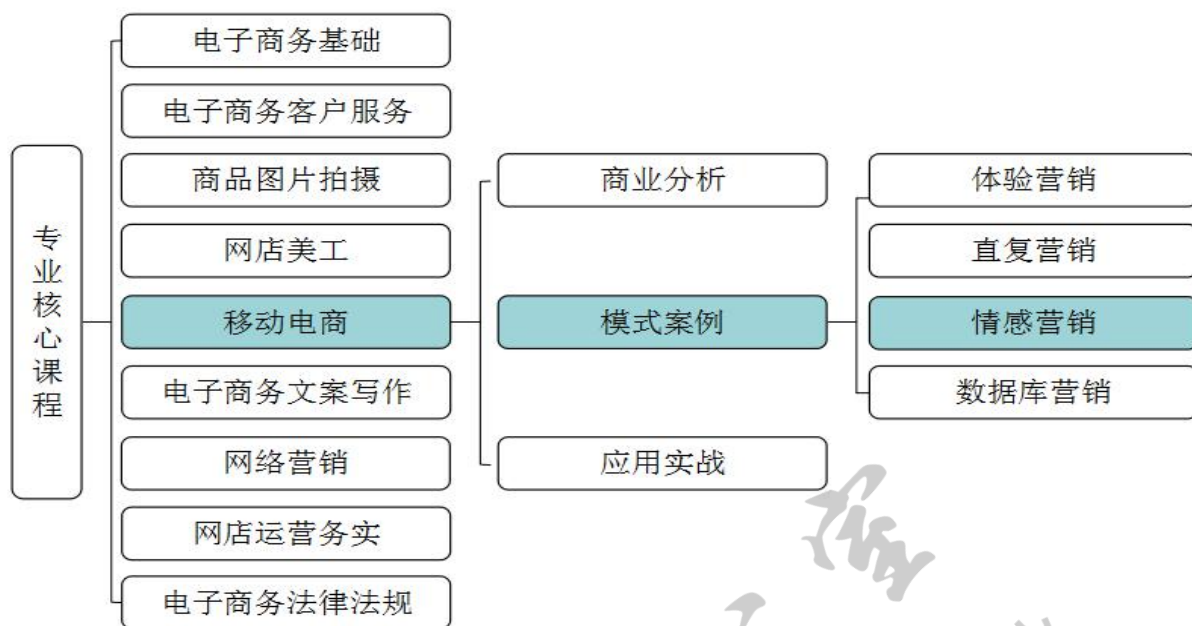


图1 微任务来源

二、学情分析

本次教学对象：18春电子商务（中级）1班，初中起点两年制学生，根据学生基础和专长，分成3组，每组5人。1名组长（固定）、1名观察记录员（轮岗）、1名评价员（轮岗）、1名展示员（轮岗）。

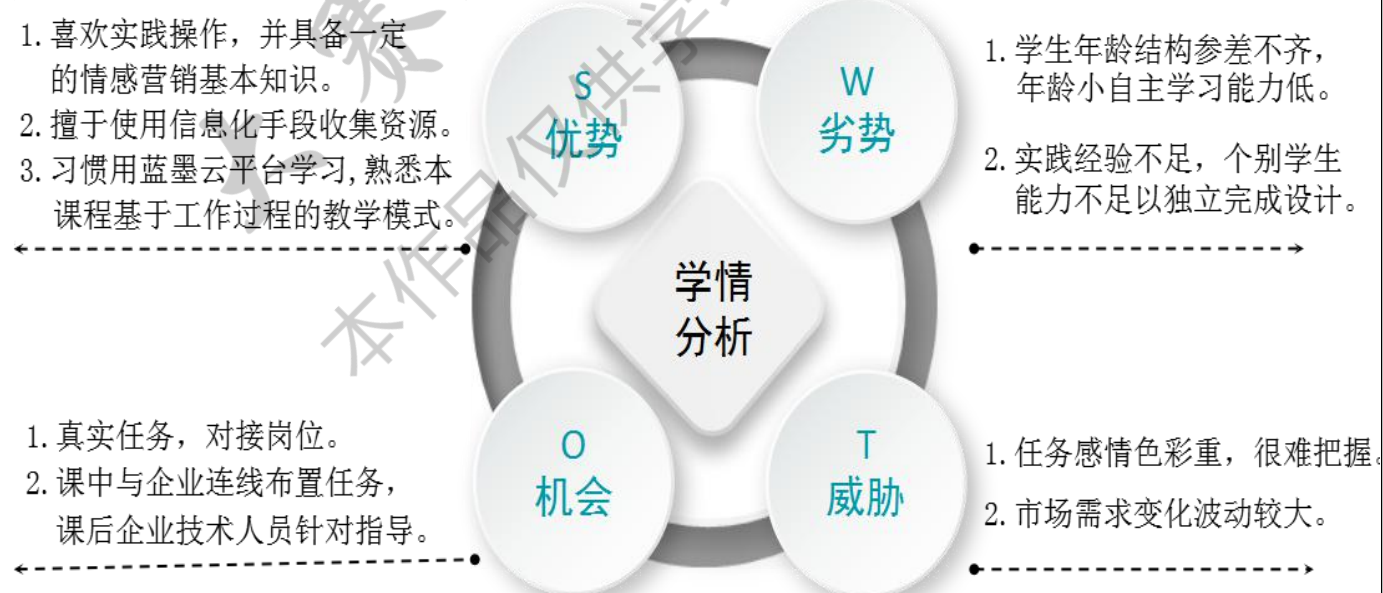


图2 学情分析

三、学习目标		
表 1 学习目标		
(一) 课前目标	(二) 课中目标	(三) 课后目标
<p>1.能独立通过网络获取资源，归纳出情感营销、关键词、商品详情、情感化对比分析。</p> <p>2.能够利用信息列表，完成对 25-35 岁消费者群体的购物心理分析，上传至蓝墨云班课。</p>	<p>1.能在教师引导下，通过小组合作，借助情感化的语言，形成“黑巧”巧克力广告语的设计初稿。</p> <p>2.能够用专业语、自信得体的进行广告语的展示。</p> <p>3.能够按照企业要求对他组的广告语进行评价，并提出至少两条修改建议。</p> <p>4.能够在教师指导下完善设计。</p>	<p>1.能小组合作，优化作品设计，形成“黑巧”巧克力广告语的设计定稿。</p> <p>2.能够图文并茂将作品分享到朋友圈，并获得 38 个点赞。</p> <p>3.能够完成作品点击量的数据统计整理。</p>
四、学习内容		
(一) 学习任务描述		
<p>电商校企合作企业“淘宝平台”计划在七夕前进行“黑巧”巧克力的宣传推广，企业需要根据宣传期间广告点击量的数据统计，为节日销售做好提前的备货准备。本次任务需要我们针对锁定的目标客户“25-35 岁消费人群”，制作出“黑巧”巧克力具有情感设计的广告语。</p>	 <p>图 3 “黑巧”巧克力图片</p>	

(二)学习内容

本微任务的学习内容概括为三方面，见表 2。

表 2 学习内容

学 习 内 容	1.课前学习内容 情感营销、情感关键词、巧克力商品详情、情感关键词的选择依据、商品与竞品的情感化对比分析、25-35 岁消费者的购物心理分析
	2.课中学习内容 (1) 广告语的设计要点 (2) 广告语的设计流程 (3) 广告语的展示方法 (4) 广告语的完善方案 (5) “6S” 管理内容
	3.课后学习内容 设计优化方案、“黑巧”巧克力广告语的设计定稿、朋友圈获赞数量统计

(三)教学策略

根据学生特点，结合学习目标，开展混合式学习，采用任务驱动、翻转课堂、学生线上信息收集、教师集中讲授等教学组织策略。以“黑巧”巧克力广告语的设计为任务作为引领；采用翻转课堂的教学形式，课前学，课中做；学生独立看视频、互联网搜索信息资源，线上讨论；教师则采用讲授法、激励法，在线答疑，以学定教，来满足学生的需要和促成他们的自主学习。

(四)学习重、难点分析

根据学习目标、内容及学情分析，结合企业工作要素，学习重、难点分析见表 3。

表 3 学习重、难点分析表

学 习 重 点	重点内容	巧克力广告语的设计流程
	确定理由	核心学习内容，巧克力广告语的设计流程是否正确，直接影响着产品广告的点击率和产品最终销量。
	化解方法	小组讨论：组织小组认真讨论，使学生清晰设计流程。 组间纠错：各组间互查，能有针对性地找出问题。 教师指导：针对学生出现的问题给予指导。
学 习 难 点	难点内容	巧克力广告语的设计中消费者的情感化需求
	确定理由	学生的市场分析能力较差，企业实践经验不足。
	突破方法	前置任务：学生分析 25-35 岁消费者，了解他们的需求。 教师引导：教师巡回引导，有针对性的给予指导、讲解。 企业指导：企业技术人员给予经验和建议，启发学生突破难题。

五、学习资源

教学场地模拟企业的工作环境，硬件资源是工作中必备的资源，软件资源是为教学任务而设计服务教学。

(一) **教学场地：**移动电子商务实训室（模拟企业工作环境）



图4 实训室场地图

(二) **硬件资源：**多媒体投影仪、多媒体展示台、计算机、手机等

(三) **软件资源：**企业微信视频、校企微信群、企业任务单、企业评价表、蓝墨云班课、教学课件等

六、教学实施过程

(一) 课前学习

教学环节	学生活动	教师活动	教学手段	教学方法
课前学习	<ol style="list-style-type: none">自主学习，总结出什么是情感营销、情感关键词、商品详情与竞品的对比分析、25-35岁消费者的购物心理分析。借助总结出的知识，较好地选择出一个情感化的关键词，以word文稿的形式，将学习情况上传至蓝墨云班课平台作业栏中。自主进行线上自评，写出学习过程中遇到的困难，是否解决，是否需要教师的帮助。	<ol style="list-style-type: none">提前将课前学习任务上传至蓝墨云班中。检查课前任务完成情况，给出评价。引导学生完成自评，并就学生自学过程中的共同问题——商品的情感化对比分析，给以提示。	蓝墨云班课 课前自评表	翻转课堂 自主学习

(二) 课中实施				
教学环节	学生活动	教师活动	教学手段	教学方法
引入新课 (10min)	1. 报出勤，整理仪容，检查备品。 2. 观看微信连线、记录企业运营总监讲述的任务要求。 3. 明确工作任务内容，有问题的向教师请教，有疑问后领取任务单、评价表。	1. 组织教学，统计出勤。 2. 微信连线企业运营总监，运营总监讲述任务： (1) 为“黑巧”巧克力做广告语的设计。 (2) 主题“七夕节”。 (3) 关键词自选。 (4) 以消费者的情感化需求进行设计。 (5) 设计完后发朋友圈，截下点赞图文。 3. 引入新课，讲解企业任务，强调工作要点，解答学生对情感化的疑问。 4. 发放任务单、评价表。	企业连线视频 企业任务单 教学课件	任务驱动法 讲授法
个性化学习 (20min)	1. 组内分工。 2. 组内研究、讨论，确定广告语设计流程，分解任务、制作脚本。 3. 请教师查看本组设计是否符合消费者的情感化需求，咨询更好地体现出情感化设计的建议。 4. 以 PPT 形式制作完成广告语设计初稿，并上传。 5. 小组合作，展示员按照设计初稿演示任务，其他人进行观察，查找不足。	1. 组织各小组组内分工。 2. 打开微信群，巡视学生工作，拍摄记录学生工作亮点与问题。 3. 引导、鼓励主动性不强的学生积极参与工作。 4. 指导学生解决设计过程中的难题，引导学生把自己当消费者进行换位思考、设计。 5. 提醒学生任务达成时间，上传学生工作图片，请展示员、观察员、评价员做好各自准备工作。	工作任务单 学生互评表 教学电脑 手机	自主学习法 小组合作法

教学环节	学生活动	教师活动	教学手段	教学方法
展示评价 (25min)	1. 各组展示员展示： (1) 情感营销、情感关键词内涵。 (2) 本组选择的情感化关键词。 (3) “黑巧”巧克力广告语的设计。 2. 组间互评： (1) 各组记录员在其他组展示过程中，记录亮点、问题，检查设计流程。 (2) 各组评价员公正地对他组作品给出建议、提出疑问，并合理打分。	1. 安排专人录制学生的任务展示过程。 2. 引导、鼓励学生按照设计流程、用规范语言展示任务完成情况。 3. 记录学生展示过程中的亮点与短板，按照评价表给分。 4. 引导学生公正、客观总结、评价，并提示时间、要点，记录核算评分。	多媒体展示台 PPT 设计初稿 学生互评表 企业评价表 教师评价表	小组合作法 讲授法
教师总结评价 (10min)	1. 认真聆听、记录教师对知识点与重难点的总结，提出自己的疑问与见解。 2. 明确本组在展示过程中的亮点与不足，检验本组的学习。	1. 总结知识重难点，指出关键点，引导学生突破重难点。 2. 肯定学生的展示，亮化学生的优点，指出不足，给出评分，奖励获胜组，鼓励其他组继续努力。	多媒体 电脑 企业评价表 教师评价表 学生互评表	讲授法
教学完善 (20min)	1. 观看广告展示视频，小组讨论发掘典型设计的优点与本组设计的不同点。 2. 结合教师、同学的建议，进行完善设计。 3. 制定出设计完善稿。	1. 播放典型巧克力广告。 2. 鼓励学生完善作品设计符合消费者的情感化需求。 3. 强调晚自习 6 点准时收听企业的指导与评价。	多媒体 广告视频 计算机	小组合作法 自主学习法

教学环节	学生活动	教师活动	教学手段	教学方法
卫生清洁 作业布置 (5min)	1. 记录作业。 2. 拷贝自己的设计，关闭电脑。 3. 整理好桌面、清洁卫生，带好物品离开实训室。	1. 布置作业。 2. 按照“6S”管理规范的要求及实训室管理条例，引导学生保存设计，关闭电脑，整理桌面，清洁卫生，并检查电源、窗户、锁门。	“6S”管理规范	

(三) 课后优化

教学环节	学生活动	教师活动	教学手段	教学方法
优化 提升	1. 将课中完善稿上传校企微信群，聆听企业技术人员的意见。 2. 小组合作、优化作品设计，形成设计定稿。 3. 将各组的作品优化定稿、图文并茂分享微信朋友圈，并获得点赞。 3. 做好点击量数据的整理统计，为下个任务数据库营销的学习做好准备 4. 记录教师发布的课后学习：针对数据分析，设计营销方案。	1. 与学生线上互动，引导学生优化设计，形成设计定稿，上传蓝墨云班课作业栏中。 2. 鼓励学生将作品发送至微信朋友圈中，获得至少 38 个点赞，截图发校企微信群中。 3. 引导学生做好点击点赞数据的整理统计，自主学习下个任务：数据库营销。	蓝墨云班课 微信	自主学习法 小组合作法

七、学业评价

（一）评价设计思路：

本次课程的评价考核方式以学习目标为导向，围绕学习过程设计评价要点，采用课前学生线上评价（20 分）、课中教师、学生线下评价（50 分），课后企业线下评价(30 分)相结合的方式，全面培养学生注重工作过程，保证工作质量的习惯，养成技能人才精益求精的工匠精神。

（二）评价内容：

表 4 学生课前自评表

序号	评分标准	分值	得分
1	能用简练的专业语总结出什么是情感营销。	2	
2	能总结并选择出一个情感营销设计的关键词。	3	
3	能列出“黑巧”巧克力的商品详情。	5	
4	能总结出商品与竞品的情感化对比分析。	5	
5	能用简洁、准确的语言总结出 25-35 岁消费者购物心理分析。	5	
合计		20	

表 5 学生课中互评表

序号	评价标准	评价 分值	得分		
			精英 团队	联盟 团队	超越 团队
1	能用简练的专业语言阐述什么是情感营销。	5			
2	能说出至少 5 个情感营销设计的关键词和本组选择的关键词。	5			
3	能用 PPT 图文并茂讲述设计的思路，视觉上体现出设计感。	5			
4	以消费者的角度能在设计中能体会出销售感，激发起想购买的冲动。	5			
合计		20			

表 6 教师课中评价表

序号	评价标准	评价 分值	得分		
			精英 团队	联盟 团队	超越 团队
1	能明确任务、认真学习、积极参与。	5			
2	能分工明确、积极研讨、合作解决问题、完成任务。	5			
3	能够自信得体、语言流利有层次地的展示任务完成情况。	5			
4	能够按照评价表公平、客观地进行评价，并给出两条合理建议。	5			
5	能够结合教师、同学建议主动完善作品设计。	5			
6	能符合 25-35 岁消费者的情感化的需求。	5			
合计		30			

表 7 企业课后评价表

序号	评价标准	评价 分值	得分		
			精英 团队	联盟 团队	超越 团队
1	能有层次的分别列出至少三点商品与竞品的特点、作用、益处。	5			
2	能利用图形展示出商品对比分析，至少三点。	5			
3	围绕七夕主题、产品特点，能够结合当下热点，写出具有独特创意的广告词。	5			
4	能在视觉上激发起消费者的购买欲望。	5			
5	能从消费者的情感化需要进行设计，广告语中体现情感化卖点。	5			
6	能图文并茂发朋友圈，获得至少 38 个赞，并截图发企业微信群中。	5			
合计		30			

八、教学反思

（一）收获：

1. 本节课采用了混合式教学方式，利用了企业微信视频、企业评价表、蓝墨云班课等资源，充分调动了学生对巧克力广告语的设计兴趣，激发了他们积极参与工作的热情。

2. 突出了教学中的重、难点，较好地完成巧克力广告语的设计并发朋友圈获赞，达到了学生为主体，教师引导的教学效果，更好地彰显了电子商务市场化人才培养的特色。

（二）不足之处：

1. 教师营销实战经验不足，在拓宽学生的实战认知上还有待加强。

2. 个别学生的表达能力与合作意识还有待提升。

（三）改进措施

1. 在今后的工作中，增强教师自身企业实践，拓宽眼界，积累实战经验，努力提升市场化教学能力与总结教学成果、反思改进能力。

2. 针对表达欠缺、合作意识不强的学生，今后多给他们锻炼的机会，努力引导每一名学生不断进步。

附表一

课中任务单

任务名称	情感营销——巧克力广告语的设计			
团队名称				
任务内容	1. 阐述情感营销、关键词，选择一个情感关键词。 2. 完成“黑巧”巧克力广告语的设计。			
任务要求	1. 围绕七夕节，自选关键词，以消费者的情感化需求角度进行设计，形成定稿后发朋友圈，获得至少 38 个赞，截下图文发到群中。 2. 展示中表达内容准确、语音精炼、体现情感化特点。 3. 工作中全员参与、分工明确、总结评价到位。 4. 操作中严格按照规定时间完成各项任务。			
实施过程记录	序号	工作流程	内容记录	备注
	1			
	2			
	3			
	4			
	5			
完善计划				
团队签字				

