

混合式教学模式下《销售管理》 课程教学改革实践研究

孙佳琳, 白湘瑜*

云南国土资源职业学院商务信息学院, 云南 昆明

收稿日期: 2026年1月1日; 录用日期: 2026年1月28日; 发布日期: 2026年2月5日

摘 要

随着数字经济与产业转型升级的深入推进, 社会对高素质技术技能型销售人才的需求发生了结构性转变。传统高职院校《销售管理》课程在教学内容、方法及评价体系等方面面临理论与实践脱节、学生实践能力培养不足、学习驱动力弱等现实挑战。本研究以混合式教学模式为理论框架与实践路径, 系统探索了高职《销售管理》课程的改革设计与实施。研究通过重构“知识、能力、素养”三维课程目标, 整合“线上资源学习、线下情境实训、项目任务驱动”的教学流程, 并构建多元化过程性评价体系。经过一学期的教学实践表明, 该改革有效提升了学生的课程参与度、综合职业技能水平及学习满意度, 为高职商科实践类课程的数字化转型与内涵建设提供了可资借鉴的实践范式。

关键词

混合式教学, 高职教育, 销售管理, 教学改革, 实践能力

Research on the Teaching Reform Practice of “Sales Management” Course under the Blended Teaching Model

Jialin Sun, Xiangyu Bai*

Faculty of Business and Information, Yunnan Land and Resources Vocational College, Kunming Yunnan

Received: January 1, 2026; accepted: January 28, 2026; published: February 5, 2026

Abstract

With the in-depth advancement of the digital economy and industrial transformation and upgrading,

*通讯作者。

文章引用: 孙佳琳, 白湘瑜. 混合式教学模式下《销售管理》课程教学改革实践研究[J]. 教育进展, 2026, 16(2): 499-503.
DOI: 10.12677/ae.2026.162324

the societal demand for high-quality technical and skill-based sales talents has undergone a structural shift. The traditional vocational college course “Sales Management” faces practical challenges such as the disconnect between theory and practice, insufficient cultivation of students’ practical abilities, and weak learning motivation in terms of teaching content, methods, and evaluation systems. This study adopts the blended teaching model as the theoretical framework and practical path, systematically exploring the reform design and implementation of the vocational college “Sales Management” course. By reconstructing the three-dimensional curriculum objectives of “knowledge, ability, and literacy”, integrating the teaching process of “online resource learning, offline situational training, and project task-driven”, and constructing a diversified process-oriented evaluation system, this research has been conducted. One semester of teaching practice has shown that this reform effectively enhances students’ course participation, comprehensive vocational skill level, and learning satisfaction, providing a practical paradigm for the digital transformation and connotation construction of vocational business practice courses.

Keywords

Blended Teaching, Higher Vocational Education, Sales Management, Teaching Reform, Practical Ability

Copyright © 2026 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

高等职业教育以服务发展、促进就业为导向,其核心使命是培养适应产业经济需要的高素质技术技能人才。《销售管理》作为市场营销、工商管理等专业核心课程,直接关乎学生未来在销售策划、客户关系维护、团队建设等岗位的职业胜任力。然而,审视当前高职院校该课程的教学现状,普遍存在教学内容更新滞后于行业数字化变革、教学方法单一难以激发高职学生实操兴趣、评价方式片面无法科学衡量职业技能养成等突出问题。这些矛盾导致课程教学效果与人才培养目标之间存在显著差距。

信息技术的蓬勃发展与教育理念的持续更新,为破解上述教学困境提供了新的思路[1]。混合式教学有机融合了在线教学与面对面教学的优势,它并非简单的技术叠加,而是通过重新设计教学结构与流程,将知识传递环节前置至线上,从而解放线下课堂时间,用于开展深度互动、协作探究与能力内化的高阶学习活动。这一模式高度契合高职教育“做中学、学中做”的实践特质[2],以及《销售管理》课程对情境模拟与综合应用能力培养的迫切要求。因此,系统研究混合式教学模式在高职《销售管理》课程中的改革实践,不仅具有重要的理论价值,更具备紧迫的现实意义。

2. 高职《销售管理》课程教学现状与混合式教学适用性分析

当前高职《销售管理》课程教学普遍采用以教师为中心、教材为基础的传统讲授模式。教学内容多围绕销售哲学、销售流程、团队管理、客户关系等经典理论框架展开,但对大数据精准营销、社交媒体销售、CRM系统实战应用等新兴业态内容涉猎较浅。教学方法上,虽辅以案例分析,但案例往往陈旧、离散,且学生以旁观者身份讨论,难以获得沉浸式体验。考核评价则严重依赖期末闭卷考试,侧重对理论概念的机械记忆,忽视了对销售计划制定、销售情境沟通、团队激励方案设计等关键职业能力的过程化考评。这种模式导致学生处于被动接受状态,学习主动性不足,对抽象管理理论理解浮于表面,实践技能培养效果有限。

混合式教学的引入,为系统性解决这些问题提供了可行方案。其适用性主要体现在三个方面:其一,在内容呈现上,线上平台能够集成丰富的多媒体资源,如企业真实销售场景微课、行业专家访谈、数字化销售工具操作视频等,使教学内容更具时效性、直观性与吸引力,有效弥补教材更新慢的缺陷。其二,在教学过程上,它实现了“翻转”,将知识性学习任务迁移至课前,课堂上则聚焦于知识的应用、分析、评价与创造,为开展角色扮演、销售谈判模拟、项目方案研讨会等高强度技能训练活动腾出了宝贵时间。其三,在学习评价上,线上平台可自动记录学习轨迹、完成在线测验、开展同伴互评,线下则可对项目成果、实战表现进行观察评估,从而构建起覆盖全学习过程、兼顾认知与技能、融合定量与定性的综合性评价体系,更科学地反映高职学生的能力成长。

3. 基于混合式教学模式的课程改革整体设计

本次教学改革遵循“学生中心、产出导向、持续改进”的 OBE 教育理念,以提升学生销售管理综合职业能力为根本目标,进行系统性设计。

首先,重构了三维立体化的课程教学目标。知识维度,要求学生掌握数字化时代销售管理的基本理论与前沿工具;能力维度,重点培养学生能够独立完成区域销售计划制定、运用主流 CRM 软件进行客户数据分析与维护、有效进行销售演示与谈判、初步设计销售团队激励方案等四项核心技能;素养维度,着力培育其诚信守法的职业操守、团队协作精神以及应对市场变化的创新思维。

其次,设计了“线上-线下-项目”三环紧扣的教学流程模型[3]。整个课程以一个完整的“虚拟公司销售综合项目”贯穿始终,该项目要求学生分组模拟一家初创企业,完成从市场分析、销售目标设定、渠道策略选择、销售团队组建与管理到销售绩效评估的全流程。教学围绕该项目分三个阶段展开:第一阶段“认知与规划”,线上学习基础理论与案例,线下进行项目选题与框架研讨;第二阶段“演练与实施”,线上进行工具模拟与资料研习,线下开展深度技能工作坊与项目中期答辩;第三阶段“复盘与提升”,线上完善项目报告并进行跨组互评,线下进行项目终期路演与企业导师点评。此设计确保了理论学习、技能训练与项目实践螺旋上升、紧密融合。

最后,构建了指向能力达成的多元化评价体系。彻底改变期末一卷定成绩的做法,将考核贯穿于学习全过程。评价内容包括:线上学习行为数据(如视频学习时长、在线测验成绩、讨论区贡献度,占比 30%)、线下实践表现(如课堂模拟演练参与度、项目阶段性成果质量、团队协作观测记录,占比 40%)、期末综合成果(即“虚拟公司销售综合项目”最终方案报告与答辩表现,占比 30%)。该体系强调过程性积累与终结性产出的结合,有效引导学生在“做”中“学”,在“评”中“改”。

4. 教学改革的具体实施路径与关键策略

在教学资源建设上,着力打造了“一体化、可迭代”的数字化学习资源包。将课程内容解构为 8 个教学模块,每个模块均包含:时长 10~15 分钟的核心知识点精讲微课、1~2 个源自合作企业的真实销售情境案例、配套的知识点自测题库、相关的数字化工具学习指引。资源包部署在校内网络教学平台,并根据每轮教学反馈及行业动态进行年度更新。

在教学活动组织上,精心实施了“任务驱动、深度互动”的混合式课堂。以“销售团队激励”模块为例,具体流程如下:课前,学生在平台观看“销售团队激励理论与方法”微课,阅读某企业团队士气低迷的诊断材料,并在讨论区提交初步分析观点。课中,教师首先利用平台数据快速聚焦学生预习中的共性疑难,进行针对性精讲;随后发布团队任务——各小组为其“虚拟公司”设计一份针对新生代销售人员的季度激励方案,并提供设计框架与范例;小组经过研讨、设计并在课堂进行方案展示,接受其他小组与教师的质询与点评。课后,小组根据反馈优化方案,并提交至项目文档;个人需在 CRM 模拟系统

中,为指定的“虚拟销售员”设置一项激励任务并记录模拟效果。如此,线上线下无缝衔接,个人学习与团队协作有机结合。

在实施保障策略上,重点关注了三个关键点:一是教师的角色转变与能力支撑。教师从知识传授者转变为学习设计师、引导者与教练,需具备较强的信息化教学设计与课堂组织能力。二是对学生自主学习能力的渐进式培养。初期通过清晰的任务清单、及时的学习提醒和积极的线上互动,帮助学生适应新的学习节奏,逐步培养其自我管理能力。三是技术环境的稳定与易用性。选择操作简便、运行稳定的教学平台,并提供清晰的技术支持指南,确保技术成为学习的助力而非障碍。

5. 教学改革实践的效果评估与反思

为检验改革成效,研究选取了同专业两个平行班级进行对比。实验班(50人)采用上述混合式教学模式,对照班(48人)沿用传统讲授为主、辅以案例讨论的教学模式。经过一个学期的教学实践,通过成绩分析、问卷调查及学生访谈等多种方式收集数据。

学习成效数据显示,实验班学生在期末综合项目考核中的平均得分显著高于对照班。更为重要的是,在体现综合应用能力的项目报告维度上,实验班在方案的完整性、创新性 & 可行性方面均表现更优。问卷调查结果表明,实验班学生对课程教学方式的满意度达到90%以上,显著高于对照班的72%。绝大多数实验班学生认为混合式教学“提高了学习的灵活性和趣味性”、“通过项目实践真正理解了理论怎么用”、“团队协作和沟通能力得到了锻炼”。访谈中,学生普遍反映“为了完成项目,会主动去查资料、学软件、和组员讨论,感觉自己是学习的主人”。

然而,改革过程也暴露出一些挑战与有待改进之处。其一,初期部分学生不适应自主学习模式,存在线上任务拖延或完成质量不高的现象,需要教师更精细的过程监控与个性化督促。其二,高质量的线上教学资源建设与更新需要投入大量时间与精力,对教师提出了更高要求。其三,如何将企业真实项目更深度地引入课堂,实现“校中企”与“企中校”的良性互动,仍需在校企合作机制上进一步突破。

6. 结论与展望

本研究在高职《销售管理》课程中实施的混合式教学改革实践表明,以学生综合职业能力发展为中心,系统整合线上资源学习与线下情境实践,并以贯穿式项目任务驱动教学进程,能够有效激活高职学生的学习主体性,显著提升其知识应用能力与职业技能水平。改革成功的关键在于教学理念的彻底转变、教学流程的精细化重构以及评价体系的导向性革新。

展望未来,高职《销售管理》课程的混合式教学改革可在以下方向持续深化:一是推动教学资源的动态开放与共建共享,联合兄弟院校与企业共同开发具有行业特色的模块化课程资源库。二是探索人工智能、虚拟现实等新技术在销售情境模拟中的创新应用,创设更具沉浸感与交互性的实训环境。三是深化产教融合,将混合式教学平台延伸至企业真实工作场景,探索“工学交替”在线化、项目化实施的新模式,真正实现学习内容 & 岗位要求、学习过程 & 工作过程、学习评价 & 绩效评价的深度融合,为培养适应数字经济时代要求的卓越销售人才奠定坚实基础。

基金项目

本文系云南国土资源职业学院混合式课堂教学改革试点项目《销售管理》的研究成果。

参考文献

- [1] 郭宇环. 高职院校销售管理课程理实一体教学改革探索[J]. 中国市场, 2020(6): 121-122.

- [2] 胡秀锦. 教学改革与教师避责——基于理性选择制度主义的分析[J]. 教育研究与实验, 2024(5): 55-63.
- [3] 姚山季, 经姗姗, 陆伟东. 科产教融合视角下的创新创业教育改革: 举措、成效与保障[J]. 中国大学教学, 2023(10): 82-89.