《客户关系管理》教学反思

本学期承担 2020级工商企业管理 1.2 班《客户关系管理》教学，课程周课时4课时，共 15 周，现对本门课程本学期教学情况进行总结。

一、课程基本情况

工企的学生总体上来说基础要比其他 专业好一点，学习态度比较认真，上课纪律较好。相比而言一班要优于二班。本学期第一次课两个班分开上课，二班学生上课能比较积极主动思考问题，回答老师的提问。以后的课两个班合班上课，效果就没有分开上课时好。

学生存在“等靠”心理，老师提出的问题不愿意 主动回答。课堂讨论参与度不高，始终只是部分同学表现积极。

针对这些问题，我及时调整教学策略，课堂提问时尽量把问题设计的贴近生活实际让学生能从生活中自身的角度去思考问题，再从学生的回答进行引申、总结。教学平台等信息化手段提高学生课堂环节参与程度。建立了课程学习 QQ 群，加强学生与老师课下环节的及时互动。

二、教学实施过程

课程采用线上线下混合式教学模式，课前线上学习，学生自主观看教师提供的学习资源 和网络学习资源，课上教师解决教学中的重点难点，学生积极参与完成工作任务，通过自评 互评、教师点评等等方式评价学习效果；线下通过拓展任务进一步巩固能力。

本课程采用项目导向和任务驱动教学方式，采用企业项目组织教学，设计工作情景，提出学习任务，由学生作为学习的主体，在教师指导下逐步完成、完善任务，在完成任务过程中完成知识的重构和能力的提升，培养学生的职业能力和职业素养。教学过程体现真实性和 开放性。

三、存在的问题及改进措施

1.课堂教学设计与实施。本学期因为创业培训、实训调整等原因，课程进度稍有混乱，课程内容连续性交叉，多次是刚上了1次或2次课，课程就中断，因为不在计划内，准备不足，使得后面的几个任务实施情况较差。

2.课程资源与平台建设使用。从课程建设情况看，存在着课程资源内容不够丰富、新颖，表现形式比较单一，数量不多、质量不高，课程平台应用不充分等问题。

针对于以上问题，在以后的教学过程中，课程设计应更具有灵活性，充分利用好在线教学平台的资源，为学生提供更加方便、通常的学习渠道，充分调动学生学习自觉性、主动性。根据学生学习特点和兴趣，

组织实施课堂教学，使课堂集知识性与趣味性于一体，让课堂真正动起来。需要进一步开拓，内容表现形式需要更加多样化，资源内容质量水平需要不断提高，资源内容需要不断更新、资源数量不断增加，应加强信息化应用水平，充分利用建设的课程平台，真正实现线上线下混合式教学。同时借助信息化手段，真正实现全过程、多元化考核。