

互联网时代下的以学为中心供应链管理 课程设计研究 ——以淮北师范大学为例

薛梅

(淮北师范大学 经济与管理学院,安徽 淮北 235000)

[摘要]介绍了“以学为中心”教育理念的特点,分析了淮北师范大学《供应链管理》课程培养目标、学情和面临的挑战,并围绕教学内容和体系、教学模式、教学成果与成绩评价三个方面设计“以学为中心”的《供应链管理》课程教学思路。

[关键词]互联网时代;以学为中心;供应链管理;淮北师范大学

[中图分类号]G642.3;F274

[文献标识码]A

[文章编号]1005-152X(2021)04-0135-04

Curriculum Design of Learning-centered Teaching of Supply Chain Management Course in Internet Era: A Case Study of Huaibei Normal University

XUE Mei

(School of Economics & Management, Huaibei Normal University, Huaibei 235000, China)

Abstract: This paper introduced the characteristics of the learning-centered educational concept, and analyzed the training objectives, academic conditions and challenges of the Supply Chain Management course in Huaibei Normal University. Then, it designed a learning-centered teaching system for Supply Chain Management course from the three aspects of teaching content and system design, teaching mode, teaching results and student performance evaluation.

Keywords: internet era; learning-centered; Supply Chain Management; Huaibei Normal University

0 引言

在信息技术日益发展的今天,信息传递方式、速度和容量都发生了革命性的变化。新时代的学生获取信息、知识的手段和途径越来越多,成本也越来越低,学习习惯和方式也发生了巨大的变化。根据调研结果显示,相比于长篇大论,当代大学生更倾向于图文、视频刺激。这会导致他们持续性注意力变差,选择性注意力增强,但这未必是件坏事,学生们可以自主的选择感兴趣的新鲜事物^[1]。因此,自主性学习已成为当代大学生的主要学习方式,而依靠教师满堂灌的“以教为中心”的教学模式显然无法适应当前

教育环境。目前,以学生为本、注重学生的学习主体地位、构建融洽的课堂氛围、搭建线上教学资源平台、激发学生学习兴趣、促进学生全面发展的“以学为中心”的教学模式受到高校的重视和实践。

1 以学为中心教育理念的特点

1.1 从“要我学习”到“我要学习”的转变

互联网时代下,信息技术影响着人们生活的方方面面。在面对信息渠道多样化和信息成本低廉化的变革时,我们每个人都需要积极适应新的学习方式,高校学生更当如此。传统教学模式下,学生自主

[收稿日期]2021-02-08

[基金项目]物流管理一流本科人才示范引领基地(2019rcsfjd045);安徽省质量工程项目物流管理一流(品牌)专业(2018ylzy027)

[作者简介]薛梅(1991-),女,安徽淮北人,助教,硕士学位,研究方向:物流与供应链管理。

学习积极性不高,课堂以填鸭式教学为主。而这种教学模式已不再符合当前教育需求。所有的教学活动应当以能激发学生主动学习的兴趣、唤醒学生自主学习意识、培养自主学习习惯为基本原则。“以学为中心”教育理念是以明确的教学目标和灵活的教学方式为前提,构建良好的信息交流平台,激发学生自主学习意识,培养学生自主学习习惯,关注学生不同见解,拓宽学生视野,提升学生专业技能^[2]。

1.2 以教师与学生、学生与学生之间的相互学习为主

“以学为中心”的教育理念下,课堂信息传递模式发生改变,不再是单向的垂直信息传递模式,即教师通过讲授的方式将知识传递给学生,而是垂直加水平双向信息传递模式。教师和学生都可以是信息的发起者、传播者和接收者。

专业课教师对专业领域有更全面的知识储备,通过精心的课堂设计,可以将自己的专业知识更高效地分享给学生。同时,学生思想活跃,会有一些新的、有创意的想法供老师借鉴。每个学生由于知识结构和个人经历的不同,面对特定问题会有不同的见解。学生之间的讨论会极大地促进其对知识点的认识,加深其对专业领域的理解^[3]。这种学习是一种自发性的,效果比聆听老师的讲解更好。因此,教师在设计教学活动时,可以将课堂讨论作为日常教学方式之一。

1.3 学习资源和学习途径多样化

互联网的出现为“以学为中心”导向教学提供了强有力的支持。随着信息技术的发展,课堂上教师讲授的知识不再是学生获取知识的唯一渠道,学生查阅资料也不再仅依赖于图书馆,他们可以通过互联网查找大量的相关学习资料。互联网大大简化了查询学习资料的过程,提高了学习效率。互联网提供的学习资源多种多样,不仅有各种文献资料,还有讲座和视频课程^[4]。学生在自主学习过程中,如果遇到不明白的知识点,很容易在网络上搜索相关内容进行深入学习。

2 供应链管理课程培养目标、学情介绍和面临的挑战

2.1 课程培养目标

淮北师范大学供应链管理课程是物流管理专业的一门专业核心课程。本课程全面讲解供应链与供应链管理内涵、供应链协调管理、集成化供应链管理、供应链绩效管理、供应链风险管理、供应链管理环境下的库存管理、生产计划与控制系统、物流管理、采购管理、合作伙伴关系管理等内容。本课程的培养目标如下:

(1)使学生理解并掌握供应链管理思想产生原因与发展过程;

(2)使学生理解并掌握供应链不协调现象产生的原因与改善措施;

(3)使学生掌握集成化供应链管理和绩效评价的方法;

(4)使学生理解供应链管理环境下物流管理、采购管理、库存管理、生产计划与控制管理新的特点;

(5)使学生掌握供应链风险识别的方法和供应链风险管理的策略。

通过课堂讲授、小组讨论、课外作业、案例分析、线上学习等方式,激发学生参与课程学习的兴趣,提高学生分析、解决问题的能力,提升逻辑思维能力、研究能力、团队合作能力、表达与沟通能力。

2.2 学情分析

淮北师范大学物流管理专业面向全国理科生招生,且生源充足,可以择优录取,因此该专业生源质量较高。供应链管理课程是物流管理专业的核心课程,而且本门课程是在大三上学期开设,此时学生已经完成了《物流学》《运输与包装管理》《采购管理》《国际物流》《仓储与配送管理》等专业课程的学习,学生对物流基础知识有了充分的理解和掌握,这对供应链管理课程的开设奠定了坚实的基础。

2.3 供应链管理课程面临的挑战

2.3.1 课程体系庞大,知识点多且难。供应链管理课程包括集成供应链管理、协调管理策略、物流管

理、采购管理、库存管理、绩效评价方法、风险管理策略等内容。其中集成化供应链管理和协调管理属于难度系数较高的内容。从整体来看,课程体系比较繁杂,每一个内容都可以作为一个大的专题去讲。但是由于课时的限制,必须有所取舍。在课程设计上,既要将重难点知识讲透,又要涵盖尽可能多的内容。

2.3.2 实践性强。供应链管理是一门实践性很强的课程。一方面,许多的理论、方法、经验来源于长久的实践,另一方面,这些理论、方法和经验又不断地被应用到实践中去从而实现革新。比如,供应链运营中经常出现不协调的现象,其中牛鞭效应最为常见。对牛鞭效应的改善和管理涉及到供应链许多方面,如需求预测、计划、订单管理、库存管理等。这些都是从实践中发现的问题,通过分析、处理和反馈形成的一套管理体系,然后又运用到实践中去,再调整和革新理论和方法,形成一个闭环的反馈系统。所以,该课程的教学不仅要有理论知识的讲解,更要有案例的分析,情景的模拟,观点的碰撞。只有这样,学生才能真正理解并掌握供应链管理的基本理论和方法,才能将所学知识运用到现实中去^[9]。

3 互联网时代下以学为中心的供应链管理课程设计

3.1 教学内容和体系设计

随着全球竞争的加剧和消费者需求的变化,供应链设计和管理在企业运营中占据越来越重要的位置。全球知名企业均争相招聘供应链管理专业人才,他们对该岗位的需求包括新产品供应方案设计、供应计划制定、物流业务规划、供应商管理、订单分配与管理等。根据这些职责要求,学生通过该课程的学习必须具备供应链管理的基本理论和基本实践技能,掌握计划、预测和补货相关方法,对供应链战略、策略和运营有一定的认识和理解。学习过程中,培养学生的学习兴趣,提高团队合作能力。基于此,本课程的教学体系主要包含:供应链管理基础知识、供应链协调管理、供应链合作伙伴关系管理、库存管理、物流管理、供应链网络设计、生产计划和控制系

统、风险管理、绩效评价等模块。

3.2 教学模式设计

中国经济的腾飞使得大部分家庭都有能力为大学生购买电脑和手机,人手一台电脑和手机已成为当代中国大学生的标配。互联网和信息技术的出现让教育资源不再受困于线下课堂,线上出现了丰富且高质的教学资源。因此,线上线下混合教学模式迎合了当前教育需求。

3.2.1 课前推送线上学习资料,引导学生自主学习。课前,利用“学习通”平台,针对每堂课所教授知识点的特点,设置不同的导学资料。可以有选择性地提供教学大纲、教学重难点、多媒体课件、国家精品课程视频资料、案例、章节思考题^[6]。学生通过教学大纲和教学重难点可以提前获知本堂课的重点和难点,有利于提高学生听课的专注力。通过在线教学视频,学生可以反复学习某个难度较大的知识点。通过章节测试,学生可以检测自己自主学习效果,老师也可以知道学生自学过程中遇到的困难,在课堂讲授时可以有的放矢。

3.2.2 课中融合多种教学方法,突出重难点,提高学生参与度。讲授过程中,利用“学习通”的抢答功能即时反馈学生听课效果,掌握学生学习状况。像《供应链管理》课程中的牛鞭效应这一知识点,可以运用情景模拟法,通过“啤酒游戏”沙盘模拟让学生身临其境,真正理解何为牛鞭效应及产生原因,提出解决方案。像供应链战略设计知识点,课前推送沃尔玛、戴尔、7-11等经典案例材料,课中组织小组分析案例,讨论问题,并派小组代表进行汇报,提高学生思考的主动性和积极性。

3.2.3 课后布置线上作业,拓展课外阅读,反馈教学效果。课后,教师还要布置多种形式的线上考核方式,帮助学生巩固知识点。针对一些重难点,课后可以设置单元作业,使学生掌握并能够熟练应用。教师通过“学习通”教师端批改学生作业,如发现问题,可对其进行留言回复。部分章节可以设置线上讨论,由教师设置讨论题目,全员参与回答,获取积分,优秀答案可以获得更高积分。

基于线上线下混合教学模式,教师精心设计的教学内容和方法,可以帮助每个学生进行高效学习,使其个性得到全面发展,真正实现“以学为中心”的教学导向。在教学过程中,教师不断优化教学内容和教学设计,提升教学效果。

3.3 教学成果与成绩评价设计

《供应链管理》课程成绩评价将从两个方面进行。

(1)传统的闭环考试,分值100分,占最终成绩70%;

(2)平时成绩满分100分,占最终成绩30%。具体考核内容见表1。

表1 平时成绩考核内容

项目	比例	说明
课堂互动	20%	参与投票、抢答、讨论、随堂练习等课程活动可以获得相应分数,积分达200分为满分,满分100分
签到	5%	按次数累计,每次签到+1,签到次数达25次为满分,满分100分
音视频资料	20%	全部完成得满分,单个音频/视频分值平均分配,满分100分
章节测验	15%	只计算为任务点得章节测验,取学生章节测验平均分,未做得按0分处理
阅读	15%	资料模块中专题阅读总时长达到60min为满分,满分100分
线上讨论	10%	发表或回复一个讨论得2分,获得一个赞得1分,最高100分
作业	15%	所有作业的平均分

4 结语

互联网时代下以学为中心导向的教学,充分利

用了信息技术在学生之间的影响力,尊重学生自主求学的思维方式,改变了传统填鸭式满堂灌的教学方式。该教学模式要求教师在课前教学内容设计、资料准备、教学模式设计;课中教学模式实施、互动环节设计;课后辅导巩固、成绩评价等各个方面做好充分的工作准备,构建良好的线上自主学习和互动平台,做好过程控制,及时反馈教学效果,不断调整教学设计,让学生真正且充分参与到课堂中去,以提高学生学习兴趣,增强学习效果。

[参考文献]

- [1] 张红丽.以学为中心的采购与供应链管理教学综合设计研究:以河南工业大学为例[J].物流工程与管理,2019,41(12):186-188.
- [2] 陈鹃.论“以学为中心”导向教学改革对高校专业课教学模式的影响[J].河南财政税务高等专科学校学报,2020,34(4):70-77.
- [3] 陈惠芸.高校以学为中心课堂的价值追求及建构路径[J].宁波教育学院学报,2020,22(3):25-28.
- [4] 孙军华,等.基于手机APP的《设施规划与物流分析》的课程设计改革[J].教育现代化,2020(32):57-59,87.
- [5] 宋雨屏.基于线上线下混合式教学模式的《供应链管理》课程教学改革探索[J].知识经济,2019(21):108,110.
- [6] 王健虹,崔航,魏慧康.基于情景体验式的物流运输与配送实验课程设计与实践[J].商场现代化,2018(2):67.

(上接第45页)快递柜的专业人才。快递柜的从业人员多,但真正高素质人才却是十分匮乏。快递柜后期维护可以外包,但在生产或者研发阶段,仍然需要物流专业人才作为支撑。否则,企业的业务创新就会变得十分困难。在技术性人才的培养方面,丰巢可以选择企业内部培训、社会机构培训和高等院校培训相结合的方法,实现理论知识和实践操作的双重培养,并且通过定期测试、工资差别等进行行业规范^[5]。培养的人才,不仅可以在研发方面给予重大的支持,还可以为企业的选址以及后期维护的质量管理提供合理的建议,减少企业的错误决策,提高企业的竞争力。

4 结语

网点就是快递企业的命脉^[6]。对于快递柜企业来

说,同样如此。好的选址对于企业未来的发展至关重要。无论是丰巢公司,还是其他快递柜企业,想要获取更大利润,减少企业亏损,应该站在用户的角度看问题,多方位思考而不是简单的对用户进行收费。

[参考文献]

- [1] 赵文博.智能快递柜盈利模式分析[J].合作经济与科技,2020(15).
- [2] 覃运梅.基于快递柜的快递配送模式分析[J].物流工程与管理,2018,40(1).
- [3] 刘佩.智能快递柜增值服务研究[J].新商务周刊,2020(8).
- [4] 张瑞,任成好.鞍山市农业与旅游业深度融合的对策研究[J].山西农经,2020(10):36-37.
- [5] 张会全,尚鑫.快递业“最后一公里”配送模式分析:以菜鸟驿站和丰巢为例[J].物流技术(装备版),2015,34(11).
- [6] 丁雅婷.联邦快递和顺丰快递竞争优势比较分析[D].大连:大连理工大学,2013.