

文章编号: 2095-1663(2022)02-0009-08

DOI: 10.19834/j.cnki.yjsjy2011.2022.02.02

# 非全日制专业学位研究生教学模式的创新与实践 ——教育品牌的调节作用

刘心报, 周志平, 陈先环, 杨善林

(合肥工业大学 管理学院, 合肥 230009)

**摘要:** 非全日制专业学位研究生教育是我国实施人才强国战略的重要组成部分。以“双一流”建设高校非全日制专业学位研究生为研究对象, 采用实证研究方法验证了创新性教学模式对非全日制专业学位研究生满意度的影响, 讨论并分析了高校教育品牌的调节作用。结果显示: 翻转课堂和协同知识构建分别对实践和教学环节学生满意度产生重要影响, 移动探究学习对教学环节和实践环节的学生满意度均产生显著的直接正向影响作用, 而教育品牌在创新性教学模式与教学满意度关系中的作用机理与预期差异较大。

**关键词:** 教学模式创新; 翻转课堂; 协同知识构建; 移动探究学习; 教育品牌; 学生满意度

**中图分类号:** G643

**文献标识码:** A

教育部办公厅等五部门在“关于进一步做好非全日制研究生就业工作的通知”中指出, 发展非全日制研究生教育, 是促进我国学习型社会建设、构建服务全民终身学习教育体系的重要举措, 有利于加快培养高层次创新型、复合型、应用型人才。近年来, 随着非全日制研究生规模的不断扩大, 非全日制研究生教育已经成为我国研究生教育的重要组成部分。然而, 在非全日制专业研究生规模迅速增长的背景下, 其培养质量却难以得到保证, 教学模式的变革没有引起足够的关注, 学生满意度也没有得到相应的重视。李荣等<sup>[1]</sup>通过走访重庆市所有培养单位及全国其他部分高校, 发现非全日制专业硕士研究生课程教学方式创新性不够; 杨斌等<sup>[2]</sup>认为非全日制专业学位研究生教学应更注重学生的培养发展, 高校也必须摆脱以学位为导向产生的“伪教学需求”, 通过教学模式创新等手段提升学生满意度。因

此, 非全日制专业学位研究生教育作为终生学习概念的重要体现和实践, 作为我国人才教育体系的重要组成部分, 亟需改变和完善目前“填鸭式”教育和学习的现状, 创新其教学模式以多样化的学习方式实现学习者随时随地学习的要求, 有效地适应行业社会发展的真实需求、满足个体学习的切实需要, 从而从根本上提高非全日制专业学位研究生的学生满意度。

近十年来, 各类创新性教学模式不断涌现。研究结果显示新媒体情境下的教学模式相较传统教学模式显著提升了学生的创新能力、实践能力和专业技能<sup>[3]</sup>。由于一直以来非全日制专业学位研究生在校时间较短, 加之高校有无意识地差别对待, 高校对非全日制专业学位研究生教学模式创新的关注度不高。创新性教学模式作为知识传授和课程设计宏观层面的机制创新, 能够优化学生培养模式、改善上课体验, 最终提高学生的总体满意度。因此, 创新性教

**收稿日期:** 2021-12-29

**作者简介:** 刘心报(1964—), 男, 安徽怀宁人, 合肥工业大学管理学院教授, 校长助理, 研究生院常务副院长。

周志平(1989—), 男, 江西进贤人, 合肥工业大学管理学院讲师, 硕士生导师。

陈先环(1969—), 男, 安徽五河人, 合肥工业大学管理学院 MBA、MPA 管理中心主任。

杨善林(1948—), 男, 安徽怀宁人, 合肥工业大学管理学院教授, 中国工程院院士。

**基金项目:** 国家自然科学基金委创新研究群体项目“互联网与大数据环境下面向企业的决策理论与方法研究”(71521001)

学模式对于提高非全日制专业学位研究生学生满意度有重要意义。然而,有关教学模式对学生满意度的影响也多关注其主效应,其具体影响路径还有待进一步探索。有研究表明这种关系往往不是直接作用,而是受到教学效果、课堂教学质量、实践教学质量和自主学习质量等中间变量的影响<sup>[4]</sup>。基于此,本研究在探讨创新性教育模式对非全日制专业学位研究生学生满意度的直接作用的基础上,进一步分析高校教育品牌在创新性教学模式和非全日制专业学位研究生学生满意度关系间的调节作用。

本研究旨在探究创新性教学模式对非全日制专业学位研究生学生满意度提升的作用及其影响机制,具体将探讨以下问题:创新性教学模式对非全日制专业学位研究生学生满意度能否产生影响?翻转课堂、协同知识构建、移动探究学习等三类创新性教学模式对满意度的影响机制是否存在差异?教育品牌对于上述影响关系产生怎样的调节效应?

## 一、理论基础与研究假设

### (一)创新性教学模式与专业学位研究生学生满意度的关系

“教学模式”是在特定教学理论的指导下,为实现既定教学内容和教学目标的具体且相对稳定的教学活动结构<sup>[5]</sup>。深入探索教学模式的发展和变革是改善教学质量、提高学生满意度的重要途径。现有对新兴教学模式的研究主要体现于翻转课堂、协同知识构建、移动探究学习三类主流创新性教学模式。研究表明,翻转课堂模式在教学过程中的实施有助于提高师生在教学环节的互动性,进而提高学生对课程的感知质量,而感知质量正是影响学生满意度的关键前因之一<sup>[6]</sup>;通过协同知识构建将新一代信息技术环境下获取的理论知识运用于实践,有利于提高学生在实际工作中专业知识与能力<sup>[7]</sup>;在新一代信息技术环境下,移动探究学习打破了课上与课下、户内和户外的学习界限,将教学与实践融为一体。教师利用移动平台和设备,模糊了虚拟空间和物理空间的界限<sup>[8]</sup>,使非全日制专业学位研究生可以不受时间、地点的限制融入真实情境中学习,提高了学生的学习自主性,并大大节约了在职学生的时间和精力。

根据顾客满意度理论,学生作为教育服务的“顾

客”,学生满意度强调学生对教学过程的主观感受或态度,是学生对其实际感受和期望之间的一致性判断。当学生对于服务和产品的感知效果高于期望时,主体就会感觉满意,非全日制专业学位研究生的满意度是评价教学效果核心指标<sup>[9-11]</sup>。非全日制专业学位研究生强调面向企业管理实践而非研究管理学理论,相较于学术性研究生教育,非全日制专业学位研究生更加注重实践课程的设置,因此新一代信息技术环境下教育服务的多样性使得学生对于服务的感知可划分为实践环节和教学环节两个层面<sup>[12]</sup>。其中,教学环节满意度刻画学生对教学课程的实用性和科学性、教学方式的合理性以及获取知识的便利性的主观评价,而实践环节满意度则反映学生对于教学内容、专题研讨会以及调查考察研究等社会实践指导企业管理和实践活动效果的认可程度。

国内外关于创新型教学模式与学生满意度关系的研究表明,教学模式创新能够有效促进非全日制专业学位研究生满意度的提升。例如,Wentworth等<sup>[13]</sup>研究发现采用创新性教学模式之后,课堂出勤率、学生的感知价值以及满意度相较于传统方式都有显著提高;蒋新花<sup>[14]</sup>在ACSI(American Consumer Satisfaction Index)和CCSI(Chinese Consumer Satisfaction Index)模型的基础上,构建了适合测评混合式教学的学生满意度模型,并通过问卷设计和数据采集,分析验证了体现教学模式创新的混合式教学可以显著提升学生满意度。

基于上述分析,提出以下研究假设:

H1:专业学位研究生(非全日制)翻转课堂教学模式与学生的(a)教学环节满意度和(b)实践环节满意度正相关。

H2:专业学位研究生(非全日制)协同知识构建教学模式与学生的(a)教学环节满意度和(b)实践环节满意度正相关。

H3:专业学位研究生(非全日制)移动探究学习教学模式与学生的(a)教学环节满意度和(b)实践环节满意度正相关。

### (二)高校教育品牌的调节作用

国内外研究普遍认为,虽然创新性教学模式能够对学生满意度产生积极作用,这种关系往往不是直接作用,而是受到中间变量的影响<sup>[15]</sup>。教育品牌作为高校外在形象以及多维综合评价的总体标志,是学校在长期探索发展的过程中逐步积累形成并被

社会广泛认可的一种无形资产。品牌定位理论的核心理念在于服务定位、市场定位和产品定位等方面的差异化,基于该理论,教育品牌是对学校精神内涵、价值观等方面的综合反映。其中,办学特色是学校综合其办学理念和研究特色而不断探索形成的,是促进学生综合素质高效提高的捷径;品牌知名度是经过对毕业生的整体理论水平、社会贡献等反复检验而逐步强化的,体现了学校和学生之间的相互认同关系;教学质量是学校教育品牌的外在表现形式和社会客观印象,只有优秀的教学质量才能体现高校的品牌价值、办学思想、教学理念等。这三个维度是学校品牌建设所不可或缺的,很好地诠释了品牌定位理论中的定位差异化,可能会对非全日制专业学位研究生接受教育服务的满意度形成显著影响。随着社会对非全日制专业学位研究生教育的期待提高以及培养院校间的办校竞争日趋激烈,各院校都对提高自身教育品牌知名度十分重视。由于社会对高层次人才培养的迫切需求,特别是知名度良好的院校将面临更高的社会期待,对自身的创新性教学模式有着来自社会外部压力,促使高校投入更多的人力、物力探索和实施创新性教学模式<sup>[16]</sup>。当前,众多高校在教学过程中分别引入翻转课堂、协同知识构建与移动探究学习等新型教学模式,在培养非全日制专业学位研究生独立探索与协作学习能力方面获得了显著成效,进而成为各相关院校提升其教学水平与知名度的革新手段<sup>[17]</sup>。此外,Aaker等<sup>[18]</sup>研究发现,较高的品牌知名度能够强化消费者对其产品或服务的信赖度,并且在产品或服务的购买与使用过程中产生较高的满意度。特别地,高知名度高校毕业的学生更容易获得工作机会,在职场中更倾向于获得他人信赖和尊重,从而使学生对非全日制专业学位研究生教育产生更高的满意度。因此,教育品牌的知名度越高,可使创新性教学模式在更大的程度上提升非全日制专业学位研究生的满意度,理论模型如图1所示。

基于以上观点,提出研究假设:

H4:非全日制专业学位研究生教育的品牌知名度越高,(a)翻转课堂;(b)协同知识构建;(c)移动探究学习对学生满意度的正向影响作用越强。

H5:非全日制专业学位研究生教育的办学特色越明显,(a)翻转课堂;(b)协同知识构建;(c)移动探究学习对学生满意度的正向影响作用越强。

H6:非全日制专业学位研究生教育的教学质量越高,(a)翻转课堂;(b)协同知识构建;(c)移动探究学习对学生满意度的正向影响作用越强。

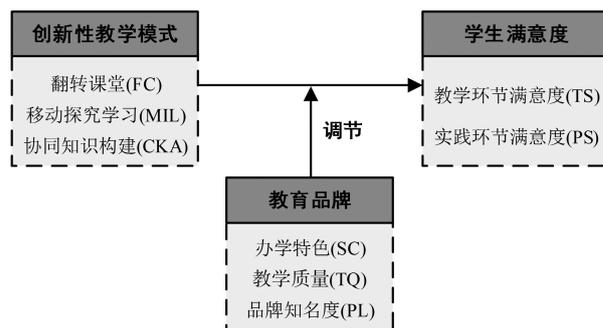


图1 创新性教学模式影响研究生满意度的理论模型

## 二、数据收集与变量测量

### (一)数据收集

本文设计的调查问卷共包含8个变量维度,共29个题项。在问卷的发放与回收过程中,第一轮通过网络与现场发放问卷的形式,对迟迟未回复的填写人通过第二轮邮件与电话的方式进行提醒,最终我们回收了375份完整问卷。经过筛选去掉不合格的问卷,包括回答不完整、回答时间不足与回答前后矛盾的问卷等,最终获得了323份有效问卷。关于调查过程中的无应答偏差问题,我们采取了经典的外推法,通过对比最初收集的25%与最后收集阶段25%调查者的基本信息,确定了两组调查者之间不存在显著性误差。样本的基本情况以及结构性特征如表1所示。

### (二)变量和测量

本文采用了李克特五级量表法<sup>[19]</sup>对涉及的变量进行多维度的测量评价,其答项范围是从一个极端态度到另一个极端,分别用1~5表示“非常不同意”“不同意”“不一定”“同意”“非常同意”。针对研究假设中所涉及的研究变量以及研究问题本身的特征,从国内外相关文献入手,选择高效度的度量指标来设计创新性教学模式、教育品牌、学生满意度和控制变量的测量题项,并组织专家组进行修正、完善和重构;其次,为了预防问卷填写过程中出现概念不清晰、语义不明确、逻辑表达错误等问题,随机选择若干名试验性测试对象填写问卷进行测评来提升调查问卷的有效性和可靠性。具体的测量题项、参考文献以及Cronbach's值如表2所示。

表 1 样本特征

变量	特征	频次	变量	特征	频次
性别	男	183(56.66%)	企业行业领域	制造业	85(26.32%)
	女	140(43.34%)		服务业	238(73.68%)
年龄	23~35	186(57.59%)	企业所有制性质	国有企业	188(58.20%)
	36~45	116(35.91%)		私营企业	106(32.82%)
	>45	21(6.50%)		外资控股企业	29(8.98%)
职务	高层管理人员	56(17.34%)	所在企业年限	≤5	55(17.03%)
	中层管理人员	91(28.17%)		6~10	80(24.77%)
	基层管理人员	117(36.22%)		11~20	71(21.98%)
	技术人员	59(18.27%)		>20	117(36.22%)

表 2 变量测量题项与参考文献

变量	题项	参考文献	Cronbach's $\alpha$
创新性教学模式	翻转课堂 Flipped Classroom (FC) (1)教学模式和学习策略非常灵活 (2)我能自主决定学习的内容、时间和进度 (3)我在课堂上有更多自主时间与教师互动	Zhai 等(2017) <sup>[6]</sup> ; Yilmaz(2017) <sup>[20]</sup>	0.61
	协同知识构建 Collaborative Knowledge Architecture (CKA) (1)我能通过知识吸收增加我的知识存量 (2)我能弥补知识缺口或知识能力的薄弱 (3)我能改进知识结构	Meredith(2012) <sup>[21]</sup>	0.77
	移动探究学习 Mobile Inquiry Learning (MIL) (1)理论联系实际 (2)获取的资源更多样化,能满足我的学习需求 (3)合作性学习使我更快地获取有效知识 (4)设备交互可以实现信息及及时地双向流通	Arbaugh(2000) <sup>[22]</sup> ; Yilmaz(2017) <sup>[20]</sup>	0.79
非全日制专业学位研究生品牌	知名度 Popularity (PL) (1)当我选择院校时,身边经常有人向我推荐当前就读高校 (2)我身边经常有人就读我所读高校的专业 (3)我所读高校专业家喻户晓 (4)我所读高校或专业在全国排名靠前	Wong 等(2016) <sup>[23]</sup>	0.83
	办学特色 School-running Characteristics (SC) (1)办学理念特色鲜明 (2)教学方式更具特色 (3)实践活动丰富多彩 (4)更加注重杰出人才的培养 (5)更加注重特色学科建设	Wong 等(2016) <sup>[23]</sup> ; Xiao 等(2015) <sup>[11]</sup>	0.86
	教学质量 Teaching Quality (TQ) (1)师资队伍雄厚 (2)教师授课深入浅出,易于理解 (3)设置的课程有助于提高我的沟通能力、领导技巧等职业技能 (4)提高了学生在工作中的核心竞争力	Xiao 等(2015) <sup>[11]</sup>	0.84
学生满意度	教学环节满意度 Teaching Satisfaction (TS) (1)我对专业学位研究生教学课程的实用性、科学性感到满意 (2)我对专业学位研究生理论和案例教学的授课方式感到满意 (3)我对专业学位研究生教学授课教师的课堂组织能力感到满意	Weerasinghe(2018) <sup>[24]</sup> ; Alconero-Camarero 等(2018) <sup>[25]</sup>	0.92
	实践环节满意度 Practice Satisfaction (PS) (1)我对专业学位研究生实践环节社会导师的专业水平感到满意 (2)专业学位研究生专业实践的企业调查、管理诊断等社会实践能满足我的需要 (3)专业学位研究生专业实践的企业家讲座、专题研讨会等学术活动能满足我的需要	McLeay 等(2017) <sup>[26]</sup>	0.83

从该表可以看出,各主变量的 Cronbach's 系数值介于 0.61 到 0.92 之间,均高于 0.60 的临界值衡量标准<sup>[14]</sup>,检验结果表明本研究设计的变量信度良好,具有较高的一致性。

### 三、结果分析

#### (一) 创新性教学模式对专业学位学生满意度的假设模型检验

针对虚拟变量性别、行业领域、控制变量职务以及自变量对因变量的直接影响关系,运用 SmartPLS 软件进行分析,研究结果如表 3 所示。整个模型的解释度介于 0.167 至 0.696 之间,这些较高的解释度表明本研究的模型能够很好地解释创新性教学模式对学生满意度的相关影响机制。无论是对于整体满意度、教学环节或是实践环节满意度,控制变量和虚拟变量对其影响均为不显著,从而表明这些变量并不是导致学生满意度差异的主要因素。

通过进一步分析自变量对因变量的直接影响,可以看出整体满意度同时受到翻转课堂(=0.143,  $p < 0.05$ )、协同知识构建(=0.258,  $p < 0.001$ )和移动探究学习(=0.144,  $p < 0.05$ )的显著正向影响。另一方面,翻转课堂只能显著正向影响实践环节满意度(=0.163,  $p < 0.05$ ),而对教学环节满意度(=0.113)的影响不显著,因此只有假设 H1b 成立,而对假设 H1a 的检验不通过。该结论与以往关于翻转课堂教学与应用的研究结论不一致<sup>[15,22]</sup>,可能是因为翻转课堂对自主学习的强调激发了学生在企业管理实践中的探索和学习精神,同时在线学习

平台为学生提供了更多学习实践课程的机会,学生利用新媒体平台进行在线视频学习弱化了课堂教学在翻转课堂模式中的作用<sup>[7,15]</sup>。此外,翻转课堂模式强调将学习的主动权转移给学生,相较于课堂教学更重视课下自主学习环节<sup>[6]</sup>。由此可知,虽然翻转课堂能够改善学生在实践环节的满意度,然而它对课堂教学的弱化使得它在教学环节中发挥的作用不大。

针对协同知识构建,分析结果显示其能够在  $p < 0.001$  水平下同时显著正向影响教学环节满意度(=0.245,  $p < 0.001$ )和实践环节满意度(=0.235,  $p < 0.001$ ),从而支持了关于协同知识构建的相关假设,即假设 H2a 和假设 H2b 均成立。协同知识构建对学生满意度的影响作用的结论与祁林亭等<sup>[27]</sup>一致,即具有显著的正向影响。在新媒体技术的支持下,协同知识构建所强调的相互协作与知识共享能够提高学生的主动性,进而提高学生满意度。

针对移动探究学习,分析结果显示其只能正向显著影响教学环节满意度(=0.157,  $p < 0.05$ ),而没有结果能表明其对实践环节满意度(=0.105)的显著影响作用,因此关于移动探究学习的研究假设只有 H3a 成立,而 H3b 被拒绝。可能的解释是移动探究学习虽然通过新媒体技术的普及为师生提供了一个良好的知识共享环境,但交流平台对实践知识的输出仍然有所欠缺。

由于不同类型的创新性教学模式对教学和实践环节满意度的影响有明显差异,且都能正向显著影响整体满意度,为了进一步探索该主效应受到的调节作用,我们在后文中只考虑将专业学位学生满意度作为因变量。

表 3 创新性教学模式与学生满意度之间关系的分析结果

变量	学生满意度	教学环节满意度	实践环节满意度
控制变量			
学生性别	0.037	-0.007	0.084
行业领域	-0.046	-0.086	0.010
企业职务	-0.058	0.108	-0.012
自变量			
翻转课堂	0.143*	0.113	0.163*
协同知识构建	0.258***	0.245***	0.235**
移动探究学习	0.144*	0.157*	0.105
$R^2$	0.205	0.202	0.167
Adjusted $R^2$	0.187	0.185	0.148

注:\*  $p < 0.05$ , \*\*  $p < 0.01$ , \*\*\*  $p < 0.001$ , 双尾。

### (二)教育品牌的调节作用

接下来,我们采用层次回归分析来检验教育品牌对创新性教学模式与非全日制专业学位学生满意度之间相关关系的调节作用。首先将中心化后的各类型创新性教学模式分别与各类型教育品牌相乘构造乘积项,然后在回归模型中依次添加控制变量(性别、行业领域、企业职务)和自变量(翻转课堂、协同知识构建、移动探究学习),再次先后加入控制变量、自变量和调节变量(知名度、办学特色、教学质量),最后将控制变量、自变量、调节变量和9个交叉乘积项同时加入回归分析中。分析结果如表4中模型3所示,协同知识构建与知名度( $\beta=0.122, p<0.05$ )、办学特色( $\beta=0.143, p<0.05$ )和教学质量( $\beta=0.185, p<0.05$ )的乘积项均为正向显著,从而验证了假设H4b、H5b和

H6b,即协同知识构建与学生满意度之间的正向影响关系同时受到知名度、办学特色和教学质量等教育品牌的正向调节作用。然而,分析结果同样显示,知名度、办学特色和教学质量对翻转课堂和移动探究学习对学生满意度的正向影响关系的调节作用均不显著。例如,针对翻转课堂,相关乘积项的显著性分别为( $\beta=0.000, p>0.05$ )、( $\beta=0.005, p>0.05$ )和( $\beta=0.019, p>0.05$ ),而针对移动探究学习,相关乘积项的显著性分别为( $\beta=-0.018, p>0.05$ )、( $\beta=0.046, p>0.05$ )和( $\beta=-0.056, p>0.05$ ),从而原假设H4a、H5a、H6a以及H4c、H5c、H6c没有得到验证。假设不通过的原因可能是学院在翻转课堂和移动探究学习模式中采用的大部分是在线学习视频或软件,并非使用了自身的教学资源<sup>[28]</sup>。

表4 教育品牌的调节效应分析结果

变量	学生满意度		
	模型1	模型2	模型3
自变量			
FC	0.143*	0.072	0.084
CKA	0.258***	0.005	0.001
MIL	0.144*	-0.034	-0.042
调节变量			
PL		0.032	0.065
SC		0.273***	0.281***
TQ		0.577***	0.528***
交互项			
FC * PL			0.000
CKA * PL			0.122*
MIL * PL			-0.018
FC * SC			0.005
CKA * SC			0.143*
MIL * SC			0.046
FC * TQ			0.019
CKA * TQ			0.185*
MIL * TQ			-0.056
R <sup>2</sup>	0.205	0.680	0.696
Adjusted R <sup>2</sup>	0.187	0.670	0.677

注:\*  $p<0.05$ , \*\*  $p<0.01$ , \*\*\*  $p<0.001$ , 双尾;FC—翻转课堂,CKA—协同知识构建,MIL—移动探究学习,PL—知名度,SC—办学特色,TQ—教学质量。

## 四、结论与启示

### (一) 研究结论

本文通过构建理论模型,实证研究了翻转课堂、协同知识构建和移动探究学习等三类创新性教学模式对专业学位学生满意度的直接影响。同时,基于品牌定位理论,考虑教育品牌的知名度、办学特色和教学质量三个维度,研究了其对创新型教学模式与非全日制专业学位学生满意度间关系的调节作用。结果表明,创新性教学模式整体对学生满意度具有显著影响作用,但同一模式对教学环节和实践环节的学生满意度影响作用有所差异。教育品牌在创新性教学模式与教学满意度关系中的作用机理可能与预期差异较大。

### (二) 理论贡献

首先,本文构建了新媒体情境下创新性教学模式—非全日制专业学位学生满意度模型,并结合顾客满意度理论实证研究了翻转课堂、协同知识构建以及移动探究学习对教学环节和实践环节学生满意度的促进作用。所提出的模型能够让学者和教育机构更为全面地了解新媒体情境下的创新性教学模式,并对非全日制专业学位教育实施以新媒体为技术支持的教学模式具有一定的指导意义。

其次,本文结合非全日制专业学位学生特质,根据顾客满意度以及品牌定位理论将学生满意度模型扩展到品牌管理领域。非全日制专业学位教育作为一种特殊的在职教育,其品牌效应能够影响学生对目标院校的选择。实证结果也证实了我们所提出的研究模型是能够弥补当前学生满意度模型的不足和缺陷的,特别是能够为学者们研究非全日制专业学位教育与学生满意度提供一种全新的思路。

### (三) 实践启示

高等院校应考虑非全日制专业学位学生的实际需求,结合教育与具体教学模式的特点有针对性地对教学方案进行改进。首先,各院校应当通过调查市场环境与学生意愿,深度剖析非全日制专业学位的教学目的和人才培养方向,提炼非全日制专业学位教学模式教学方案和结果;其次,本文研究表明并非所有的创新性教学模式都能提升教学和实践环节的学生满意度。学校应当从学生的角度出发,选择适合相应课程的创新性教学模式,避免对学生满意度产生负效应;最后,本文所探讨的创新性教学模式

也是在新一代网络环境和新媒体技术环境下逐步发展和完善的,随着时代背景和网络技术的继续发展,学院也应考虑教学模式的进一步改革和创新。

此外,高等院校应当树立良好的品牌形象使非全专业学位教育在创新性教学模式中脱颖而出,从而提高学生在教学过程中的满足感。首先,将各院校的办学特色融入创新性教学模式的实际教学中,打造独树一帜的特色教学模式。其次,不断精进教学设备、师资力量,提高非全日制专业学位硕士的教学质量,在学生中树立良好的口碑。通过提高教育品牌形象,吸引更多的优秀学子参与到创新性教学模式的教学课堂中,最大程度地发挥新媒体情境下创新性教学模式对非全日制专业学位教育的作用。

### 参考文献:

- [1] 李荣. 非全日制专业硕士研究生教育面临的问题及对策[J]. 继续教育研究, 2021(3): 139-142.
- [2] 杨斌, 康妮. 亟须激发活力: 非全日制研究生教育发展的若干思考[J]. 学位与研究生教育, 2019(7): 49-53.
- [3] Gil-Jaurena I, Domínguez D. Teachers' roles in light of massive open online courses (MOOCs): Evolution and challenges in higher distance education[J]. International Review of Education, 2018, 64(2): 197-219.
- [4] 韩玉志. 美国大学生满意度调查方法评介[J]. 比较教育研究, 2006(6): 60-64.
- [5] 顾明远. 教育大辞典: 增订合编本[M]. 上海: 上海教育出版社, 1998.
- [6] Zhai X, Gu J, Liu H, et al. An experiential learning perspective on students' satisfaction model in a flipped classroom context[J]. Educational Technology & Society, 2017, 20(1): 198-210.
- [7] 丁晓红, 李郝林, 钱炜. 基于成果导向的机械工程创新人才培养模式[J]. 高等工程教育研究, 2017(1): 119-122, 144.
- [8] 严俊, 阮成武. 互联网+下硕士研究生公共课教学运行模式思考——基于10所省属师范类院校的调查[J]. 研究生教育研究, 2019(2): 50-56.
- [9] 肖维, 张萍. 研究生满意度与教育质量的偏差分析[J]. 研究生教育研究, 2020(1): 33-41.
- [10] Marasi S, Jones B, Parker J M. Faculty satisfaction with online teaching: a comprehensive study with American faculty[J]. Studies in Higher Education, 2020. Online. DOI: 10.1080/03075079.2020.1767050.
- [11] Xiao J, Wilkins S. The effects of lecturer commitment on student perceptions of teaching quality and student satisfaction in Chinese higher education[J]. Journal of Higher Education Policy and Management, 2015, 37

- (1):98-110.
- [12] 韩晓峰,周文辉,王铭. 研究生满意度理论基础与指标构建[J]. 研究生教育研究,2013(6):37-41.
- [13] Wentworth D K, Behson S J, Kelley C L. Implementing a new student evaluation of teaching system using the Kotter change model[J]. *Studies in Higher Education*, 2020, 45(3):511-523.
- [14] 蒋新花. 学生满意度视角下的混合式教学影响因素研究[D]. 济南: 山东师范大学, 2018.
- [15] Topala I, Tomozii S. Learning satisfaction: validity and reliability testing for students' learning satisfaction questionnaire (SLSQ) [J]. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 2014(128):380-386.
- [16] 贺小桐, 汤书昆. 我国高校研究生创新能力培养的机制、原则与模式——以创新型社会发展需求为视角[J]. 研究生教育研究, 2015(5):42-46.
- [17] 刘进, 吕文晶. 人工智能时代应深化研究生课程的学科融合——基于对 MIT 新工程教育改革的借鉴[J]. 学位与研究生教育, 2021(8):40-45.
- [18] Aaker D A, Keller K L. Consumer evaluations of brand extensions[J]. *Journal of Marketing*, 1990, 54(1):27-41.
- [19] 张千帆, 曹翠翠. 高校 MBA 教育品牌战略实施研究[J]. 高等教育研究, 2013(5):62-65.
- [20] Yilmaz R. Exploring the role of e-learning readiness on student satisfaction and motivation in flipped classroom [J]. *Computers in Human Behavior*, 2017 (70): 251-260.
- [21] Meredith M J. Strategic communication and social media: An MBA course from a business communication perspective [J]. *Business Communication Quarterly*, 2012, 75(1):89-95.
- [22] Arbaugh J. B. Virtual classroom characteristics and student satisfaction with Internet-based MBA courses [J]. *Journal of Management Education*, 2000, 24(1):32-54.
- [23] Wong A, Woo A, Tong C. Student satisfaction and school reputation: The moderating role of student loyalty and school image[J]. *Journal of Marketing and HR*, 2016, 2(1):113-125.
- [24] Weerasinghe I M S, Fernando R L S. Critical factors affecting students' satisfaction with higher education in Sri Lanka[J]. *Quality Assurance in Education*, 2018, 26(1):115-130.
- [25] Alconero-Camarero A R, Sarabia-Cobo C M, González-Gómez S, et al. Nursing students' emotional intelligence, coping styles and learning satisfaction in clinically simulated palliative care scenarios: An observational study[J]. *Nurse Education Today*, 2018(61):94-100.
- [26] Mcleay F, Robson A, Yusoff M. New applications for importance-performance analysis (IPA) in higher education: Understanding student satisfaction[J]. *Journal of Management Development*, 2017, 36(6):780-800.
- [27] 祁林亭, 熊才平, 葛军, 等. 基于分布式学习的协同知识建构影响因素分析[J]. 现代远距离教育, 2016, 165(3):51-59.
- [28] 冯菲, 于青青. 基于慕课的翻转课堂教学模式研究[J]. 中国大学教学, 2019(6):44-51.

### Innovation and Practice of Teaching Modes for Part-Time Professional Degree Postgraduates: The Moderating Effect of Education Brand

LIU Xinbao, ZHOU Zhiping, CHEN Xianhuan, YANG Shanlin

(School of Management, Hefei University of Technology, Hefei 230009, China)

**Abstract:** The part-time professional postgraduate education is an important part of China's strategy to strengthen the country with talents. Taking part-time professional degree postgraduates from "double first-class" universities as research objects, this paper conducts empirical research to examine the impact of innovative teaching modes on the satisfaction of part-time postgraduates and analyzes the moderating effect of higher education brands. Results indicate there is a significant impact of flipped classroom and collaborative knowledge architecture on students in terms of practical and teaching satisfaction respectively. The results also show that mobile inquiry learning has significantly positive effects on both practical and teaching satisfaction. However, the moderating effects of education brands on the relationship between innovative teaching mode and teaching satisfaction deviate remarkably from our expectation.

**Keywords:** teaching mode innovation; flipped classroom; collaborative knowledge architecture; mobile inquiry learning; education brand; student satisfaction