

高职“市场调研”课程实训教学设计

智萍利¹, 丰林²

(1. 厦门城市职业学院 福建 厦门 361008; 2. 厦门大学 福建 厦门 361005)

[摘要] 高职“市场调研”实训课程设计直接影响到课程教学效果。在分析国内外高职实训教学模式的现状基础上, 强调“以学生为主体”, 开展实训课程教学设计, 从实训课程设计思路、实训项目主要内容、实训方式、考核方法等几个方面探讨了市场调研课程的实训教学模式。

[关键词] 高职; 市场调研; 实训; 教学设计

[中图分类号] G712

[文献标识码] A

[文章编号] 2095-2724 (2015) 01-0047-05

DOI:10.16417/j.cnki.cn35-1312/g4.2015.01.010

作为企业经营决策的起点, 市场调研与市场营销的各个环节有着密切的关系, 是企业有效开展各项营销活动的前提和基础。因此, “市场调研”课程在市场营销专业的课程体系中有重要的地位。“市场调研”是一门实践性非常强的课程, 它强调对调研方法的掌握和调研技巧的运用, 因此, 该课程的教学设置必须突出实践教学环节。目前高职实训教学体系还不够完善, 存在许多问题, 所以很有必要对“市场调研”实训课程教学模式进行探讨。

一、当前高职“市场调研”实训教学模式现状

实训教学模式是相对理论教学模式而言的, 狭义上的实训教学模式是指实训教学内容模式, 即围绕专业人才培养目标, 在制定教学计划时, 通过合理的课程设置和各个实训教学环节的科学配置, 建立起来的与理论教学模式相辅相成的实训教学模式。^[1] 国外对实训教学模式的研究较多, 比较著名的职业教育实训课程模式有行动导

向教学模式、CBE (Competency Based Education, 以能力培养为中心的教学体系)、MES (Modules of Employable Skills, 模块式技能培训模式) 等。其中行动导向教学模式根植于建构主义的认知理论, 强调以职业活动规律作为教学引导, 鼓励在教学中采用多种多样的教学方法, 如任务驱动教学法、案例教学法、小组合作教学法等。^[2] 行动导向教学模式强调学生的主体性、行动性, 最终目的是培养学生的职业技能, 满足企业对“市场调研”专业人才的需求, 比较适合高职院校“市场调研”课程实训。近年国内对“市场调研”的教学模式的研究也取得了一些成果, 主要是在借鉴国外先进高职教学模式的基础上结合国内实际提出来的, 如市场调研开放式实训教学模式、以能力本位的五阶段高职教学模式、高职“宽基础、多专门化方向”模块课程等, 这些研究成果都有一定的针对性。

我国市场调查行业发展迅速且前景良好, 但专业人才短缺, 从业人才的培养滞后于行业的增

[收稿日期] 2014-10-08

[作者简介] 智萍利 (1970-), 女, 陕西长安人, 管理学硕士, 厦门城市职业学院商贸系副教授。

丰林 (1963-), 男, 福建厦门人, 厦门大学国际学术交流中心助理工程师。

[基金项目] 2013年福建省教育厅中青年教育科研项目“市场调研课程实训教学模式研究”(JB13676S)。

长速度,无法满足企业的需求,严重制约了市场调查企业的发展。而当前高职教育中,传统教学模式对实训教学重视不足,培养出来的学生实际动手操作能力较差,学生在课堂上仅从理论上了解市场调研的过程,缺少企业一线市场查知识,就业后无法快速适应岗位要求。因此,改变传统的教学模式,构建以任务驱动为导向的高职“市场调研”实训教学模式是适应市场需求的必然要求。

二、高职学生的学习特点

高职教学活动的组织与实施应充分考虑到学生的自身特点,教学内容的传授应考虑学生的接受程度和接受能力,因此,构建以任务驱动为导向的“市场调研”实训教学模式,首先要分析高职学生的学习特点,并由学习特点考虑实训教学的设计。

(一) 学习动机多样化

高职学生的学习动机比较多样,主要表现在以下两个方面:其一,自尊心、进取心和不甘落后的心理;其二,考虑到将来能有一份好工作,多挣钱以使自己和家人能生活得好一些。^[3]许多高职学生的学习动机并不限于对知识的渴望,因此,他们的学习意识、学习方法、学习能力及学习动力相对欠缺。面对高职学生多样化的学习动机,教师在教学设计时要充分考虑不同学生的需求,科学地设计课程模块,合理运用多种教学手段和教学方法,这样才能保证教学效果,达到教学目的。

(二) 学习较情绪化

高职学生的学习情绪化较强,喜欢学习感兴趣的内容,主要表现在两方面:一是学生对未知的东西、知识等探究欲望比较强,学习过程中对所学知识的趣味性要求较高;二是他们缺少企业工作经历,不了解企业的经营管理,不熟悉市场情况。^[4]而高职大部分学生毕业后最终要进入企业,所以要通过实训激发学生的学习热情,设计学生感兴趣的实训项目,使他们在实训过程中了解企业、了解市场。同时,在实训过程中应着力培养学生发现问题、探究问题和解决问题的能力,提升他们的职业技能。

(三) 知识迁移能力较弱

知识迁移能力是将所学知识应用到新的情境、解决新问题时所表现出来的一种素质和能力。高职学生的知识迁移能力普遍较弱,仅凭老师课堂上理论知识的讲解和案例的分析,高职学生大多无法把所学的知识应用到解决实际问题的过程中,这也是学生进企业后常常觉得力不从心、与企业的要求有差距的原因。所以,实训教学的设计应通过贴近调查员岗位工作过程的项目的设计,使学生在学校就可以学到企业一线市场调查知识,这对学生毕业后尽快适应岗位要求大为有利。

此外,部分高职学生学习主动性不强,自主学习意识不够,遇到困难容易退缩。如果单独完成一系列市场调查实训项目,会有一些难度。因此需要成立项目小组,以团队的方式完成实训任务,这样可以使学生扬长避短,充分调动学生的积极性。

三、高职“市场调研”实训项目设计

(一) 高职“市场调研”实训的教学目的

高职“市场调研”的实训项目设计要满足高职教育改革中“以就业和市场需求为导向”理念在课程上和教学上的要求。目前大多数企业迫切需要既具备基本市场调研理论、实际动手能力又强的市场调查人才,因此,高职“市场调研”进行实训教学的目的是组织学生亲自参与调研,使他们更深入地理解和掌握市场调研的基本理论,掌握市场调研的主要内容和基本流程,能够分析市场、收集市场信息,预测市场的发展趋势,具备组织和实施市场调研活动的职业能力,培养销售人员的基本职业素养。

(二) 高职“市场调研”实训的设计思路

1. 遵循“以学生为主体”的基本原则

高职“市场调研”实训教学设计应遵循“以学生为主体”的基本原则,任务驱动教学强调学生的主体角色,让学生在实践过程中充分发挥主观能动性,全面调动学生参与的积极性,激发学生的学习热情。因此,可采用任务驱动法进行实训教学,让学生的实际操作能力和职业技能得到培养和提升。在实训时,要让学生根据实训

项目自主选择调研主题、设计实训方案、编写调查问卷等一系列任务, 教师主要扮演组织者和指导设计者的角色。

2. 创建基于工作过程的学习情境

人才培养必须满足市场对人才的需求, 因此, 在进行实训项目设计时要紧紧围绕“市场调研”岗位实际工作过程组织教学, 让学生以小组合作的方式组成项目团队完成每项工作任务。在此过程中, 使学生掌握市场调查的相关知识和主要技能, 培养学生的沟通能力、创新能力和合作能力, 全面提升学生的职业素养, 为学生就业奠定良好的基础。

3. 非现场教学和实地调查实训方式的有效配合

一般来讲, 非现场教学是“市场调研”实训的主要方式, 包括案例分析、情景模拟、计算机软件模拟练习等, 但仅用非现场教学无法满足学生提高职业技能的需要, 所以实训项目必须要设计实地调查项目。大部分高职院校受实训场地、经费等因素影响, 实地调查项目的开展受到限制。综合考虑需求与限制, 目前在高职院校学

生实训中比较可行的实地调查方式有访问法、观察法, 只要课题设计合理, 就可以既满足课程实训教学要求, 又能调动学生积极性, 有效保证“市场调研”实训的开展。

(三) 高职“市场调研”的实训项目

市场调研实训的教学内容较多, 在设计过程中应合理安排实训项目。^[5] 根据“市场调查员”岗位的职业技能要求, 结合市场调研企业实际工作过程, 采用任务驱动教学法组织教学, 可以设计七个实训项目, 包括设计市场调研方案、设计市场调查问卷、实施市场调查、整理和分析调查资料、撰写市场调查报告、评价市场调查报告和市场调查软件练习。这些实训项目的实训时间应该紧密结合理论课程的教学进度进行合理安排; 在各项目的课时安排上, 根据笔者多年的教学实践, 可以采用非现场教学、调查软件练习和实地调查按3:1:1的课时比例来安排教学, 具体情况安排如表1所示。其中, 调研方案设计包含抽样方案设计、整理和分析市场信息资料包含市场预测部分。

表1 高职“市场调研”实训项目

序号	实训项目	主要实训任务
1	设计市场调研方案	分组, 确定调研课题, 撰写调研方案
2	设计市场调查问卷	编写调查问卷、模拟调查、修改问卷
3	市场调查软件练习	熟悉调查流程、用调查软件模拟抽样调查
4	观察法和拦截访问法	根据设计好的观察项目收集资料; 根据修改好的问卷实地调查
5	整理和分析市场资料	整理观察资料; 整理实地调查回收回来的问卷、用计算机统计软件处理、初步进行预测
6	撰写市场调查报告	撰写规范的调查报告
7	评价市场调查报告	在班级汇报调查报告、教师点评、学生互评

考虑到高职学生的特点, 实训时主要让学生以小组合作的方式完成每项工作任务。每个项目从开始选题、撰写方案、实施、总结汇报都是学生分组完成, 任务完成的各个阶段都要以小组形式在班级内进行汇报、交流, 教师给予指导。以厦门城市职业学院“市场营销”专业学生为例,

学生参与积极性很高, 在教师给出的实训项目及其主要实训任务, 主动选择贴近自己生活并感兴趣的一些项目, 如大学生手机消费情况调查、学院食堂满意度调查、大学生专升本情况调查等。学生根据项目内容确定了调查方法, 设计了调查问卷, 并实施调查收集相关资料, 对回收的问卷

进行整理、分析,运用市场调查和预测的知识得出调查结论,最后将成果写成书面调查报告,取得了较好的效果。让学生自主选择调查项目不仅能更好地贴近学生现实环境,还使得学生必须自己动手动脑来策划最佳方案,可以有效地锻炼学生对市场调研知识的实际应用能力,同时也提高了学生的书面表达能力。从课程结束时回收的课程调查问卷来看,该校“市场营销”专业的“市场调研”课程实训教学取得了较好的教学效果。

(四) 高职“市场调研”实训的考核方式

实训课程的考核相比理论课程具有一定难度,要在结合完成各项任务的基础上,全面综合评定学生成绩。

1. 实行分层管理,实施多样化的考核方式

首先将实训任务设计成基本任务和扩展任务,对于学生不同的项目团队可以根据实际情况设计相应的任务,最后结合完成任务的层次进行考核。这样可以在保证教学质量的同时,满足优秀学生的知识需求,使学有余力的学生能够更加深入开展调研。比如,同样是拦截访问,要求学生必须完成校内拦截项目(基本任务),还可以选择完成扩展任务,如街头拦截访问、其他高校校内拦截访问等。

2. 综合评价,采用多角度的考核方式

实训教学的考核应采用多角度的方式,进行综合评价。这可以体现在两个方面:

其一,课程考核的参与者。市场调研课程考核的参与者包括教师和学生,其中教师评价占最终成绩的70%—80%,学生评价占最终成绩的20%—30%,成绩分为优、良、中、合格、不合格五个等级。教师评价时以过程为主,不仅关注学生成绩,而且关注学生综合素质的培养,同时,尊重学生个体差异,注重对学习积极性不高的学生的引导,帮助学生树立自信。学生评价目的是让学生在评价活动中加深对市场调查实施的要点、调查过程中易出现问题的总结,同时学习其他同学的经验,学会反思,这还能提高学生参与的热情。为保证学生互评效果,实施时要采取匿名的方式。

其二,课程考核内容方面。应根据各个阶段实训项目完成的情况考核,从书面报告、调查软件操作、口头汇报(综合表达能力)、平时表现等几个方面综合测评学生的实训成绩。各项所占比例如图1所示,其中书面报告所占比重最大,包括市场调研方案、市场调查问卷、市场调查报告三份作业,是市场调研员应掌握的核心技能。

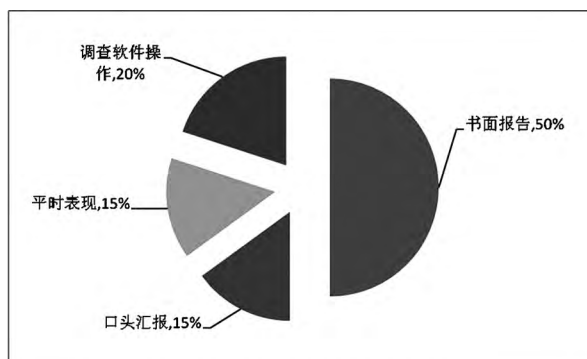


图1 实训考核内容比例图

四、高职“市场调研”实训实施过程中应注意的问题

(一) 配合理论课安排实训时间

实训时间安排一般要与“市场调查与预测”等理论课联系起来,在理论课开课一段时间后开始实训的第一个项目,才能保证理论与实践有效地联系起来,相辅相成。以厦门城市职业学院“市场营销”专业学生为例,“市场调查与开发”理论课程课时为17周,在理论课程学习到第10周时,就开始安排学生上实训课,布置实训任务,利用学生的课后业余时间完成一些实训项目,如调查方案设计、撰写调查报告等。此外,“市场调研”进行分散实训的效果比较好一些。

(二) 考核时学生互评要匿名

在实训的考核方式上,学生互评如果实施不好,效果会受到影响,这一方面是因为学生可能会对评价内容把握不到位、理解有偏差,另一方面是学生可能会互相打高分,降低了互评的效果。因此,在学生评价时统一评价标准、采用现场匿名互评非常重要。

(三) 争取与企业合作开发实地调查项目

教师最好能寻找当地企业合作开发调研课题, 让学生参与企业真实的市场调研工作。这样可以提高学生的积极性和责任意识, 使学生真正融入实训项目; 对企业而言, 学生所提供的调研成果也能作为企业经营决策的依据, 所以对企业

和学生双方都有益。

总之, 市场调研实训课程的设计必须遵循高等职业教育的特点和市场对人才的需求, 同时考虑高职学生的具体情况, 还需要在教学实践中不断完善和创新。

[参考文献]

- [1]刘念. 高职教育实训教学模式研究[J]. 现代企业教育 2013(3): 138 - 139.
- [2]陈晓静. 游庆括. 行动导向的任务驱动教学法在高职思政课运用探析[J]. 时代教育 2013(7): 17 - 18.
- [3]王明芳. 提高高职学生专业技能学习效果的教学策略研究[J]. 职业教育研究 2007(12): 23 - 24.
- [4]丁承学. 基于“师生关系”的“市场调查与预测”实训教学模式探析[J]. 市场论坛 2012(6): 111 - 112.
- [5]张一君. 高职院校市场调研实训教学模式初探[J]. 科教文汇 2009(9): 97 - 98.

[责任编辑: 黄茜]

(上接第 41 页)

还有一些问题亟待改善, 比如应争取在“模拟实施”环节增加企业真实工作过程、真实操作的生产性教学内容等问题。在今后的教学改革中, 我

们将继续探索和实践, 争取做到企业、学生、学校、教师等各方都满意的课程教学。

[参考文献]

- [1]张变亚. 高职院校“仓储与配送实务”课程改革实践[J]. 兰州石化职业技术学院学报 2011(3): 58 - 60.
- [2]林朝朋. 许晓春. 高职课程的“5S 教学法”开发与实践[J]. 厦门广播电视大学学报 2011(4): 61 - 63.
- [3]李艳琴. 依托地方企业资源校企合作开发“国际货运代理综合业务”课程[J]. 时代教育 2014(1): 166.
- [4]刘合群. 陈小龙. 高职院校校企合作课程开发的互动模式研究[J]. 职业技术教育 2011(7): 32 - 37.
- [5]褚阳. “理实结合、课证融通”的“仓储与配送管理实务”课程教学设计[J]. 职业教育研究 2014(1): 132 - 134.

[责任编辑: 郭常斐]