

基于六步四结合的《市场调查实务》课程设计与实践(概要)

课题负责人:马华敏

课题组成员:李金秋 范高峰 任晶洁 王俊文 吕宇栋 王 存

课题成果:研究报告

课题编号:SZY-2016-028

一、课题研究的背景及意义

(一)课题研究的背景

高职院校通过对学生职业技能的培养彰显其培养高端技术技能型人才的培养目标^①,课程又是学生形成职业技能的载体,故此,课程改革就成了职业教育的研究重点,引起了很多专家和学者的广泛关注。

本课题结合三门峡区域经济社会和产业发展的现实需要与发展趋势,依据我校市场营销专业的实际情况,确定了专业的培养目标,即培养“精推销、善调研、能策划、会服务”的高端技术技能型人才。这一培养目标需要依靠营销专业各门专业课程培养学生的能力来实现。《市场调查实务》是市场营销专业的一门核心课程,它针对市场营销专业对口就业的主要岗位的共性能力需要,培养学生具备市场资料的收集、整理、分析及综合应用能力。

在市场瞬息万变的今天,进行市场调研已成了企业经营管理不可或缺的重要组成部分,高素质的市场调研的专业人才的培养就成为高职院校经济管理类专业市场调研课程的重要职责。而传统的封闭式课堂教学模式,把学生看成知识的被动接收者,在课堂上向学生系统灌输书本理论。这种模式制约了高技能型的市场调研人才的培养,市场呼吁我们必须对市场调研课程进行改革。

在这样的背景下,运用与工作过程相关的典型工作任务对现代职业活动进行

^①劳耐尔,赵志群.职业能力与职业能力测评[M].北京:清华大学出版社,2010.

相应的描述,开展项目化教学势在必行。基于六步四结合的《市场调查实务》课程设计通过工作任务引领教学过程,以激发学生的学习兴趣及热情,通过实训实践培养学生的市场调查能力,满足企业行业对人才的需求。

(二)课题研究的意义

项目化教学是高职教育改革的重点,也是深化我院教学改革的关键,本课题的研究可以使任课教师将研究的成果应用于教学过程,将学生职业能力的培养落实在教学过程中,切实提升学生的职业能力,促进学院课程改革的发展进程。同时本课题研究也具有示范性的作用,有助于高职院校其他专业的课程设计,以期推动其他的专业建设。

二、课题研究的理论依据、目标、方法、对象、内容及步骤

(一)课题研究的理论依据

“六步四结合”课程教学模式^①是三门峡职业技术学院总结我院多年来的教学实践经验提炼出来的,“六步”是课程在组织和实施过程中需要确定的六个要素,即课程定位、课程目标、内容模块、训练平台、教学过程、考核评价。这“六步”是课程设计的关键要素,而且他们之间是有逻辑关联的,课程的目标是其他几个要素的基础,后面的设计都是围绕着课程目标的实现展开,课程的内容是围绕学生职业能力的实现提炼出的训练项目,项目要在实施的过程中得到落实,同时通过好的考核方式来检验课程实施的效果。

“四结合”是对“六步”的具体化,“六步”得以顺利实施的保证。它首先要求课程在设置时要结合对应职业岗位的需求,课程真正能为职业能力培养服务;其次要求教学过程能与实际工作过程结合起来;再次要求教学的内容要与工作的任务结合起来,所教即所用;最后,要求课程的考核与评价要和学生职业能力的养成结合起来。

经过学校的“说专业”、“说课程”和“说项目”等教学活动,进一步证实了“六步四结合”课程教学模式对于高职学生职业能力的培养有其独到作用,应该在专业课程中广泛实施,以全面提升我校的课程教学质量。

^①三门峡职业技术学院关于认真开展“说课程”活动进一步深化我开车改革提高课堂教学质量的意见.三职院字(2013)37号,2013.9

(二)课题研究的目标

高职教育要体现以能力为本位来设计的教学模式、重点培养学生的社会操作实践能力、在教学中突出职业能力等特点,首先要在教学设计中体现这种理念,其次就是在具体的教学过程中确保所设计的教学落到实处,进而才能保证学生各种能力的有效培养^①。本课题的研究就是依据我校六步四结合教学模式对《市场调查实务》这门课进行其能力本位的教学设计,以培养学生在团队合作或独立完成工作任务的能力为目标,根据市场调研的工作过程,设计若干学习项目,使学生完成设计出的若干个典型的工作任务,以此对学生的市场调研理论应用能力及综合处理问题的能力进行仿真的训练和强化,切实提升学生的调研技能^②。

基于六步四结合的高职市场调研课程在教学的过程中强调学生的主体地位,其突出的特点是使学生在教学项目中通过完成特定的工作任务,形成工作技能,在模拟的工作中端正工作态度,使学生在专业技能应用比较熟练的基础上,形成工作经验,实现理论知识和工作技能需要的有效对接,缩短上岗的适应期。

为此本课题的总体目标是:以培养高素质、高技能应用型人才为目标,通过以项目制为特色的实践教学,将本课程专业知识系统地融于实践全过程。从而培养学生独立与协作工作的能力,提升学生自主学习的兴趣,切实提高学生的职业技能和处理实际问题的综合素质。具体目标是:依据六步四结合教学模式对《市场调查实务》课程进行设计,即通过市场调研提炼专业培养目标,据此判断课程在专业课程体系中的位置及作用,明确课程目标,依据课程目标提炼课程内容并形成教学项目和工作任务,明确教学方法及课程的考核形式。

(三)课题研究的方法

本课题以科学发展观为指导,为了更好的了解企业对营销人才的能力需要,在研究过程中应用了问卷调查法去收集市场信息;为了了解学生对基于六步四结合的《市场调查实务》课程的评价,在研究的过程中还应用了学生访谈法。同时,本课题为了研究的需要应用了理论与实证相结合的研究方法,从“六步四结合”的内涵出发,结合了我校市场营销专业的实际和学生的学习状况进行基于六步四结合的《市场调查实务》课程设计。

①唐以志.关键能力与职业教育的教学策略[J].职业技术教育,2014(7).

②钟廷均.基于工作过程的《市场调研》课程开发与设计[J].南京工业职业技术学院学报,2011

(四)课题研究的对象

本课题的研究对象主要有专业核心知识的确定、职业核心能力的确定及如何将这两者进行有机的结合,目前市场营销专业学生学习的特点、基于六步四结合的《市场调查实务》课程的教学内容、教学方法及考核方法等。

(五)课题研究的内容

该课题研究的内容主要包括:

1.明确“六步四结合”的理论内涵。

2.研究基于六步四结合的《市场调查实务》课程设计的内容,具体包括,课程定位、课程目标设计、课程内容设计、职业能力训练项目设计、教学过程设计、考核评价设计等6个方面。

(六)课题研究的步骤

为了保证本课题研究目标的实现,主要经过了如下三个过程:

准备阶段:成立本课题研究团队,项目负责人为团队成员进行任务分工,项目团队成员通过开会的形式商讨依据六步四结合的教学模式《市场调查实务》课程设计的内容。

实施阶段:本课题团队成员将研究的内容在课堂中实施,具体的要依据六步四结合课堂教学模式的步骤进行实施,并在课程实施的过程注意学生的反馈,团队成员通过开会方式商讨解决问题的对策和建议,确保六步四结合课程教学模式实施的效果。

总结阶段:本课题团队成员共同总结六步四结合教学模式应用在《市场调查实务》课程以来取得的各种成效,回顾本课题研究目标的实现程度,反思本课题研究中存在的不足,展望未来努力的方向。同时,将整个过程中研究的内容汇总整理,撰写本课题研究报告。

三、课题取得的成果与实效

(一)教学成果

1.形成了完整的课程设计文稿

本课题已经形成了基于六步四结合的《市场调查实务》课程设计,具体内容

如下。

首先,要进行课程定位。课程定位是“六步四结合”中的六步之一,它要求课程职业活动分析对应职业能力需求分析,描述并定位课程性质。以此为基础确定专业培养目标及课程在专业人才培养目标中所处的地位所发挥的作用,从而明确课程定位。

就《市场调查实务》这门课而言,为了进行课程定位,本课题组首先明确了专业培养目标。专业培养目标是通过课题组的大量调研,总结出高职市场营销专业的职业岗位随着学生的职业发展有起步岗位群(产品推销员、市场调研员、销售内勤员和客户服务员)、目标岗位群(销售经理、市场经理、策划经理和门店店长)和发展岗位群(区域经理、销售总监、策划总监和营销总监),这些岗位群需要学生具备相应的职业核心能力,即:推销能力、调研能力、策划能力和服务能力。根据专业面向的目标岗位群及专业的职业核心能力,本课题确定了专业的培养目标,培养“精推销、善调研、能策划、会服务”的技术应用型人才。

专业培养目标的实现需要有具体的课程来支撑,所以接下来本课题组依据专业培养目标构建营销职业能力培养课程体系,该课程体系有四大课程模块组成,分别是:公共素质与技能课程、专业基础课程、专业技能课程及通识教育课程。在专业课程体系中管理基础、市场营销技术等课程是市场调查实务这门课的前导课程。通过这些前导课程的学习,学生不仅初步掌握了营销的基本理论,更关键的是对本专业也有了初步的认识,懂得具体的营销策略的实施必须考虑市场环境及其变化,怎么样了解和把握市场发展的现状及未来市场的趋势是摆在学生面前的专业问题,在此基础上开设《市场调查实务》这门课,可以使学生能够更加准确的认识市场、把握市场,进而培养学生形成扎实的市场调研能力,即“会设计、会调查、会分析”的能力培养目标。同时,为后继课程中推销与谈判、营销策划、服务营销所要培养的推销能力、策划能力、服务能力等职业核心能力的形成、发展奠定基础。同时,该课程所培养的市场调研能力是市场营销专业所有职业岗位群的共性能力需求,因为不管是什么岗位,都需要在对市场有认识、分析的基础上才能做出营销策略的决策。

有了课程在专业课程体系中的位置,才能进一步给《市场调查实务》课程进行

定位。本课题组认为该课程是市场营销专业的一门职业技能课程,针对市场营销专业的主要岗位的共性能力需求,培养学生达到“会设计、会调查、会分析”的能力目标,具备市场资料收集、整理、分析及综合应用能力。建议将课程安排住在第二学期,54个课时,3学分。

其次,要进行课程目标的设计。课程目标是“六步四结合”中的六步之二,它要求对课程所要达到的基础能力目标、职业能力目标、社会能力目标进行描述。“六步四结合”课程教学模式强调在课程教学过程中,要以职业活动为导向,以职业能力和素质需求为依据,确定明确、具体、适中、可检验的课程目标。依据此规定,确定出《市场调查实务》的课程目标如下:

(1)课程总体目标。本课程的总体目标是依据课程各项目要实现的目标为基础提炼的。具体如下:各学习小组能依托调研项目进行调查方案设计;能根据调查方案设计出配套的调查问卷;能够根据调研的背景选择适合的调查方法和方式,实施市场调查;能对调研数据进行整理、分析,撰写出调研报告;能比较全面系统地认知完整的市场调研工作流程。不难发现这些目标是完整的市场调查流程各环节中需要实现的目标,是具体的、明确的,而且学生发挥主观能动性之后是可以实现的。

(2)课程职业能力目标。课程的职业能力目标是以课程对应的职业岗位为导向总结提炼而来的。具体如下:能根据具体的调查背景和要求,设计出符合实际的市场调查方案和调查问卷,达到“会设计”的职业能力目标;能根据不同的调查背景和要求,选择恰当的调查方法进行调查,达到“会调查”的职业能力目标;能够根据调查的背景和要求,对收集起来的数据进行整理和有效分析,达到“会分析”的职业能力目标。这样的职业能力目标设计跟前面所确定的课程能力培养目标是一致的,更侧重于学生职业技能的实现,学生正是在完成各项任务的过程中形成自己的市场调研这一职业能力。

(3)课程基础能力目标。课程基础能力目标是学生学习了该门功课之后最起码要达到的一个要求,跟课程中每一个项目理论知识点息息相关,对应于不同的知识点,对学生掌握的程度要求不一样,具体的见下表。

(4)课程社会能力目标。课程社会能力目标更多强调的是学生学习之后对学

序号	课 程 基 础 能 力 目 标
1	理解市场调查的概念和内涵,熟悉市场调查分类方法和主要类型,熟悉市场调查机构的类型及市场调查的基本要求;
2	理解市场调查总体方案设计的意义,掌握市场调查总体方案设计的原则及设计的内容;
3	理解问卷设计意义、原则和程序基本要求,掌握问题的类型及答案的设计技巧;
4	理解询问法、观察法、实验调查法及间接资料调查法等基本调查法的特点;
5	熟悉调研资料处理的程序,掌握调研资料分类整理的方式、方法;
6	理解定性分析的基本方法,调查资料分析的内容及程序;
7	理解市场调查报告的编写原则和要求,掌握市场调查报告的整体结构和内容。

生产生的潜移默化的影响,对学生的综合素质的提高有帮助。需要注意的是社会能力目标的确定要尽量具体,可测,必须是依据一定的任务或工作的完成实现具体的社会能力目标,不能泛泛而谈,也就是说社会能力培养要在课程的具体实施过程中有体现,比如说很多课程都说要培养学生的团队合作能力,但是团队合作能力是通过什么具体的任务来培养的,需要明确下来,才能体现出目标的可检验性。依据这些,《市场调查实务》课程的社会能力目标提炼如下表。

序号	课 程 社 会 能 力 目 标
1	在学生完成搜集信息、整理信息、分析信息的过程中,培养学生具备利用信息来进行决策的意识;
2	在小组合作完成任务的过程中培养学成独立思考、团队协作的能力及良好的沟通与表达能力;养成通过市场调查来正确的判断市场的能力;
3	在数据记录、整理的过程中要求学生要事实求是,不能篡改数据与结论,以此来培养学生具有诚实守信的职业素养;
4	通过实际调研项目的实施提高学生掌握工作思路与方法的能力,切实提高学生的市场调研这一职业技能和处理实际调研问题的综合素质。

第三,要进行课程内容设计。“六步四结合”中的六步之三中的内容模块,它指出课程内容可以使职业能力训练项目(训练任务、训练课题等)本课题依据此规定,为了保证课程目标的实现,进行教学内容的选取、组织和安排。

教学内容的选取遵循针对性和适用性的原则。首先课程内容体现职业岗位能力要求。该课程以市场调查的职业岗位能力需求为中心设计教学内容。根据该课程的“会设计、会调查、会分析”的能力培养目标,设计了:调查前的准备、调查的组织实施及调查结果的处理三个模块,每个模块下又设若干个教学项目,每一个项

目的教学内容紧扣岗位工作任务。其次,课程内容的确定充分体现“统筹兼顾”。课程内容考虑学生的学习能力,统筹兼顾学生的职业生涯发展。课程设计时除了考虑到学生当前工作岗位的知识需要,又要考虑学生未来岗位晋升的需要。具体的请参见教学模块和学时分配表。

教学模块和学时分配表

教学模块(项目、任务)和学时分配表			
序号	模块名称	对应的能力训练项目	学时
1	调查前的准备	调查方案的设计	8
		调查问卷的设计	6
2	调查的组织实施	调研方式的选择	6
		调查方法的选择	8
3	调查结果的处理	调研资料的整理	6
		调研资料的分析	6
		调查报告的撰写	8

第四,要进行职业能力训练项目的设计。职业能力训练项目训练要求根据职业能力训练项目的需要,在项目训练中所使用的、符合职业活动实际的情境、工具、资料、素材等。本课题据此设计了职业能力训练项目,每一个项目下设具体的工作任务,学生依据教师的训练方式、手段及步骤要在完成任务的过程中形成具体的工作能力,每一个项目任务完成后要给教师提交可以展示的结果,具体的参见下表。

第五,进行教学过程设计。它是“六步四结合”中的六步之五,是对能力及素质

教学模块(项目、任务)和学时分配表					
序号	项目名称	任务名称	拟实现的能力目标	训练方式、手段及步骤	结果(可展示)
1	调查方案的设计	确定市场调查的目标,根据目标设计调研方案	会设计:能根据具体的调查背景和要求,设计出符合实际的市场调查方案	1. 学生分小组成立模拟调研公司 2. 寻找市场调查项目完成初期的市场调查方案设计。	提交市场调研方案报告书

教学模块(项目、任务)和学时分配表					
序号	项目名称	任务名称	拟实现的能力目标	训练方式、手段及步骤	结果(可展示)
2	调查问卷的设计	根据调研方案设计调查问卷	会设计;能根据具体的调查背景和要求,设计出符合实际的调查问卷	1. 在课堂上跟同学们分享几份市场调查问卷 2. 引导学生思考一份完整的调查问卷应该包括哪些内容? 3. 在问卷的主体部分,市场调查的内容要转化成的问题又有哪些类型 4. 请各小组根据上次设计的调研方案,设计调查问卷。	提交调查问卷
3	市场调查方式、方法的选择	科学的选择调查方式、方法进行资料的收集	会调查;能根据不同的调查背景和要求,选择恰当的调查方式、方法进行调查	1. 询问同学们要实现各小组调查方案中的调查目标,我们可以用什么方法来收集那些资料。 2. 引出二手资料、原始资料的概念,之后重点说原始资料收集的方法,请同学思考各个方法的优缺点,有比较的帮助学生去理解。 3. 最后请各小组讨论他们可以选择的方法是有那些,准备怎么去实现。	提交利用文案调查法收集的二手资料及用问卷调查的原始资料。
4	调查资料的整理	审核、确认数据资料、对数据资料进行编码	会分析;能够根据调查的背景和要求,对收集起来的数据进行整理	1. 各小组讨论收集到那些资料该如何处理。 2. 引入调查资料整理的内容。 3. 请同学们利用这些内容对收集的资料进行整理。	提交完成的编码对照表及市场调查资料整理图或表
5	调查资料的分析	用定性的分析方法分析资料,利用常用的分析指标分析数据	会分析;能够根据调查的背景和要求,对收集起来的数据进行分析	1. 引导学生思考怎么样有整理的图表获得结论。 2. 引出调查资料的分析这个工作过程,讲解常用的分析方法。	各小组提交选择的分析方法,分析过程及分析结果报告
6	调查报告的撰写	根据调查资料分析的结果撰写市场调查报告	会分析;能够根据调查的背景和要求,在对收集起来的数据进行整理的基础上撰写市场调查报告	1. 在课堂上与同学们分享几份市场调查报告。 2. 总结出一份完整的调查报告应该包括的要素。 3. 请各小组酝酿自己调查的项目,调查报告该如何完成。	各小组提交撰写的市场调查报告

训练与知识理论认知一体化安排,即“教、学、做”一体化教学活动系列。本课题依据六步四结合中对教学过程设计的有关界定,以市场调查的工作过程为主线,以完成实际工作任务的顺序来组织教学活动,才形成了课程的教学进度表。

本课题根据市场调查工作流程转化为:调查方案的设计、调查问卷的设计、市场调查方式、方法的选择、调查资料的整理、调查资料的分析、调查报告的撰写 6 个教学项目。其中第一个教学项目中设计了三个工作任务:确定市场调查目标、内容和设计市场调研方案。为了保证项目的实施,要求学生能够运用与决策者沟通的方法、与委托方接洽,明确调研意图、确定市场调查目标,调查的内容,按市场调查方案的内容和结构要求设计市场调查方案,并且能够提交调查方案。

第六,进行教学方法设计。好的课程设计必须要有落实在课程教学过程中,科学的选择、有针对性的选择教学方法就显得尤为重要。基于六步四结合的《市场调查实务》课程主要采用以下教学方法:

(1)项目教学法

项目教学法^①是指在教师的指导下,学生通过完成一项完整的项目工作而进行教学活动的教学方法,是使学生接触社会、接触实际,发挥主观能动性,体现创新素质和技术应用能力的比较适合高职教育特点的教学方法,它的运用能在一定程度上体现产学结合的具体实践成果。本课题研究的内容之一就是将课程内容项目化,以工作流程提炼具体的可操作的教学项目,以激发学生的兴趣。

(2)任务驱动法

在本课程的每一个教学项目中,教师都通过任务驱动使学生先感性后认知,激发学生潜在的学习动力,围绕完成任务中出现的问题、难题进行理论知识的学习和实践技能的训练,在培养学生的工作能力的同时也促进学生思维的培养。

(3)头脑风暴法

针对项目教学中设计的任务、出现的问题,有很多是由学生所组成的项目组运用头脑风暴,应用所学知识,大胆分析,最终找到解决方案。

^①徐国庆.职业能力的本质及其学习模式[J].职教通讯,2007(1).

(4)案例分析法

案例分析是教学联系实际的特色形式,本课程所选案例都是较为典型的、具有学生讨论与研究余地的案例,所有调研项目案例本身就是本地企业的实际真实案例。进行案例分析时,我们或者采用由学生独立分析,再以书面作业完成的分散方式;或者采用先分小组讨论,后到课堂上全班讨论这种集中形式。教师对案例分析的总结,不是对结果或争论下结论,而是对学生们的分析进行归纳、拓展和提升。

(5)情景模拟、角色扮演法

为培养学生的合作精神,课程要求学生自由组成 5-8 人的模拟调查公司,并根据市场调查公司的组织结构设计进行职责分工,根据课程的进程,每个模拟公司要为其承担的真实的调查项目进行调查。教师掌控各项目组的行动方向与进程,学生边学边操作,分工合作完成规定的调研任务。

第七,进行考核评价设计。这是“六步四结合”中的六步之中的最后一步。它要求学生职业能力形成为标准,将完成项目的形成性考核与终结性考核相结合。本课题据此设计了该课程的考核设计^①。根据本课程实践性比较强这一特点,该课程考核时更注重在学习过程中对职业能力训练项目完成情况的考核,同时,也看重对学生学习过程主观性表现的考核。具体的考核项目及占比如下:

出勤情况考核,占 10%。这部分主要考核学生的学习态度、学习纪律、到课率等。

形成性考核项目,占 50%。具体的有学习过程常规考核和单项职业能力训练项目考核。其中学习过程中的常规考核,主要是从课堂表现、平时作业及职业行为养成等方面进行考核,该部分占了形成性考核中的 20%。另外的一部分是单项职业能力训练项目考核,该部分主要是项目考核,其中项目方案的设计占 10%。项目的实施占 20%。

终结性考核项目,占 40%,该考核主要是综合职业能力训练项目考核主要包括:综合训练实训项目的设计 10%、综合训练项目方案的实施 10%、综合训练项

^①王晓娜.社会需求导向下的市场调研课程教学改革与探索[J].科教导刊,2012(11)

目的调查报告的撰写及提交 20%。

2.发表了与该课程设计相关的论文

本课题负责人于 2013 年 6 月撰写了《高职市场调查实务课程说课设计》一文发表在《哈尔滨职业技术学院学报》，本课题负责人以高职市场调查实务课程为例，以市场调查的职业岗位能力需求为中心，以市场调查的工作过程为主线，从课程设置、教学内容、教学方法、学习方法、教学过程、考核标准 6 个方面对该课程进行了整体的教学设计。

3.出版了学校第一批“六步四结合”创新型教材

本课题的研究成果也参与了学校第一批“六步四结合”创新型教材的编写，出版了基于六步四结合的《市场调查实务》创新教材，主编马华敏，出版社：大象出版社，出版时间 2016 年 9 月，目前已被采用。

4.课题负责人带领学生参加技能大赛并获奖

课题组负责人马华敏依托本课题的研究成果于 2012 年 8 月在“首届河南省高等职业院校青年教师财经类专业教学技能大赛”中，获二等奖。同时，因为将六步四结合教学模式应用到教学中提升了学生的专业素养，本课题负责人马华敏在 2017 年 5 月辅导学生参加社会工作者技能大赛，荣获第八届全国职业院校民政职业技能大赛暨第五届全国高职高专社会工作能力与实务竞赛(高职组)优秀指导教师奖。

(二)教学实效

自从学校推行六步四结合课程教学模式以来，《市场调查实务》课程组从力求将该教学模式在教学过程中得以呈现，经过 15、16 级两届学生的应用反馈，我们取得了以下教学实效。

1.提升了任课教师的教学能力

在学校实施“六步四结合”教学模式以来，任课教师仔细研读有关“六步四结合”的文件，将课程设计的要求与课程内容进行对接，功夫不负有心人，该课程设计在学校课程设计大赛中获得优秀奖，任课教师在学校的“说项目”教学技能大赛中获得二等奖。

2.培养了学生的学习积极性及团队协作能力

有人说兴趣是学习最好的老师，学生有了学习的兴趣有利于学生职业能力的

培养。就《市场调查实务》这门课来说,在授课之初给学生说明授课的思路,每一次上课让学生带着任务学习,这样不仅有完成上一步任务的成就感,还可以激发学生学习下一步任务的兴趣。学生每次带着兴趣去学习。在完成一个又一个任务的过程中不仅学习了理论知识而且将培养了技能。

《市场调查实务》课程在实施小组讨论学习法时,要求对学生进行学习小组的划分,小组成员之间的相互补充、配合,对培养学生的相互协作学习能力至关重要。

五、基于六步四结合的《市场调查实务》课程设计的不足与展望

(一)基于六步四结合的《市场调查实务》课程设计的不足

虽然《市场调查实务》课程设计取得了一定的成绩,但是我们还是需要正视自己存在着一下不足:

1.与企业行业的对接不够及时,稍显滞后

六步四结合教学模式的核心在于让学生所学即为未来所用,提升学生未来的岗位适应能力。然而,任课教师大部分还是从高校走向高校,虽通过暑期到企业顶岗锻炼拓展了视野,但是等到把企业见到的有创新的理论和技能教给学生了之后,估计新的又出来了,教给学生的又显的滞后了。

2.教学项目缺乏与统计局或咨询公司合作的实操项目

《市场调查实务》课程中的教学项目是任课教师找的能够激发学生兴趣的教学项目,这样的项目对于增进学生对知识的理解有一定的效果,但若能跟广告公司、咨询公司或是统计局公司里面的实际调查项目联合,让学生参与到实操里,那么学生的积极性会更大。

(三)展望

未来《市场调查实务》课程要针对课程目前存在的不足,聘请行业、企业的能工巧匠做兼任教师,这些能工巧匠在教学中能很好地把专业理论知识与工作岗位的实际需要紧密结合起来。使专业教师能够了解行业形势,加快知识和技术更新的步伐,从而提高教师的职业技能教学能力;同时,课程组要勇于突破可实操的调查项目的限制,不断寻找合作团队,为切实提升学生的市场调查技能奠定基础。