



商科人才培养探索与创新

——重庆工商大学商务策划学院实践（2015）

主 编 ● 骆东奇 邓德敏



西南财经大学出版社
Southwestern University of Finance & Economics Press

本成果为重庆市高等学校“特色专业、特色学科、特色学校”项目建设计划中市场营销特色专业建设部分成果，是市场营销国家级特色专业建设部分成果。

商科人才培养探索与创新

——重庆工商大学商务策划学院实践（2015）

主 编 ○ 骆东奇 邓德敏
副主编 ○ 王 燕 梁 云 叶海林



西南财经大学出版社
Southwestern University of Finance & Economics Press

中国·成都

图书在版编目(CIP)数据

商科人才培养探索与创新——重庆工商大学商务策划学院实践
(2015)/骆东奇等主编. —成都:西南财经大学出版社,2015. 12
ISBN 978-7-5504-2255-1

I. ①商… II. ①骆… III. ①贸易—高等学校—人才培养—重庆市—文集 IV. ①G649.2-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 304915 号

商科人才培养探索与创新——重庆工商大学商务策划学院实践(2015)

主 编:骆东奇 邓德敏

副主编:王 燕 梁 云 叶海林

责任编辑:李特军

助理编辑:李晓嵩

封面设计:何东琳设计工作室

责任印制:封俊川

出版发行	西南财经大学出版社(四川省成都市光华村街 55 号)
网 址	http://www.bookcj.com
电子邮件	bookcj@foxmail.com
邮政编码	610074
电 话	028-87353785 87352368
照 排	四川胜翔数码印务设计有限公司
印 刷	四川五洲彩印有限责任公司
成品尺寸	170mm×240mm
印 张	11.25
字 数	200 千字
版 次	2016 年 7 月第 1 版
印 次	2016 年 7 月第 1 次印刷
书 号	ISBN 978-7-5504-2255-1
定 价	68.00 元

1. 版权所有,翻印必究。
2. 如有印刷、装订等差错,可向本社营销部调换。

目录

Contents

CTBU-WCU 合作课程影响因素实证研究及其对国际化人才培养的启示

..... 周 全 (1)

“市场营销学”翻转课堂教学设计初探 周 勇 宋钰静 (11)

刍议影响大学教学质量的若干因素 程宇宁 (18)

促进电子商务专业采纳创新的策略分析 刘四青 (25)

市场营销专业实践课程教学的思考 刘春梅 (29)

“90 后”大学生思想特点及其思想政治教育研究 ... 古纯玉 宋钰静 (34)

高校学生勤工助学活动的创新研究 向丹丹 (40)

国内外大学入学考试多元化评价方式比较研究 袁 俊 (45)

基于“S-R 模式”的大学生专业能力的培养探讨 周 全 (52)

基于五大功能区建设的国际商务人才培养模式改革创新 李树良 (57)

手机与传统媒介之学习效果比较研究

——以手机视频、手机文本、纸质文本和面授为例 樊 华 (62)

面向内陆开放高地的国际化物流本科人才培养模式创新研究

..... 张 军 王 燕 (68)

基于项目体验的“市场营销调研”课程教学方法改革探索与实践

..... 张 雷 (74)

以卓越人才培养为示范推动市场营销特色专业建设

——以重庆工商大学为例 彭建仿 (82)

“新丝绸之路”中欧班列协同发展在教改中的拓展研究

..... 龚 英 陈久梅 吴少波 (87)

新时代营销教学中多重关系界定探析 严 莉 (93)

双因素激励理论在高校教学中的应用 杜 亮 李 健 (98)

市场营销专业“校企合作”学生培养模式初探

- 以“太极营销班”人才培养为例…………… 樊少华 宋钰静 (101)
- 新媒体生态环境下大学教学管理体制问题的价值取向探源…………… 游 薇 (105)
- 重庆工商大学商务策划学院定制人才培养的探索与实践…………… 王 燕 (111)
- 重庆工商大学商务策划学院课堂教学质量提升的探索与实践
…………… 王 燕 (116)
- 新媒体时代高校思想政治教育工作面临的机遇与挑战…………… 禹洋春 (119)
- 科学规划培养目标和方案,努力推进开放式办学
- 国际商务专业建设重点探索…………… 蔡继荣 (125)
- 组织文化对高校教师组织公民行为影响的实证研究
…………… 付青叶 蒋兴红 (132)
- 经管类实验课程实验项目设计思路探索
- 以“市场营销模拟实验”为例…………… 周 勇 (142)
- 试论市场营销专业“统计学”“市场调查与预测”“市场分析与软件应用”
课程的整合…………… 史学斌 (147)
- 中西方礼仪文化冲突与教学处理对策…………… 高 敏 (153)
- 关于礼仪类课程的教学思考与探索…………… 高 敏 (158)
- 基于情景教学的喀斯特地区农产品供应链生态化研究…………… 龚 英 (163)
- 加强地方高校专任教师育人体系建设…………… 骆东奇 (168)

CTBU-WCU 合作课程影响因素实证研究 及其对国际化人才培养的启示^①

周 全

〔摘要〕作为国际化人才培养模式的一种探索，CTBU-WCU 合作课程是重庆工商大学与美国西卡罗莱纳大学协同运作的远程视频课程。本文基于两学期课程实践过程及相关理论，提炼出 10 个主要的课程影响因素，对参课学生进行了问卷调查并分析结果。本文得出的启示在于跨国合作课程对国际化人才培养目标、要求、条件等方面有着积极的作用。

〔关键词〕合作课程 协同机制 国际化人才培养 影响因素

一、引言

课程教学是大学教育的重要组成部分，如何根据全球化下新的环境因素来改进乃至创新教学模式，以适应时代的需要，培养出能在全世界竞争中立足和发展的学生，这需要我们不断进行观察思考与实践探索。《国家中长期教育改革和发展规划纲要（2010—2020 年）》要求培养大批具有国际视野、通晓国际规则、能够参与国际事务和国际竞争的国际化人才，以适应国家经济社会对外开放的需要。重庆工商大学近年来也将开放式、国际化办学作为学校发展和教学改革的重要工作。

本文在全球化的背景下，以国家及学校的战略导向为指导，立足于重庆工商大学（CTBU）与美国西卡罗莱纳大学（WCU）开设的合作课程项目“World Understanding: Social Network Marketing”（中文课程名为“了解世界：社会网络营销”），随着合作课程实践的深入，分析影响合作课程效果

① 本文为重庆市教育委员会高等教育教学改革研究项目“基于新型混合教学平台的国际化人才培养模式探索”（项目编号：153087）阶段性研究成果，同时也是重庆市高校“三特行动计划”重庆工商大学市场营销特色专业建设内容之一。

的因素，发现课程目标、课程组织、课程资源是影响合作课程效果的主要方面，并将其细化为10个影响因素评价指标，形成问卷发放给参课的40名中国学生；运用统计方法实证分析了合作课程影响因素对培养国际化人才的作用和效果，获得了学生对合作课程的整体评价，总结出合作课程对国际化人才培养的启示，为进一步创新教学模式、培养国际化人才打下基础。

二、文献综述

目前国内外对国际化人才培养的研究主要围绕培养目标、培养方式和培养条件展开。

国外的已有研究主要包括：诺斯鲍姆（Nussbaum，1997）提出用“世界公民”（World Citizen）或“全球公民”（Global Citizen）来定义在国际舞台上具有竞争力的人才。马塞洛（Marcelo，2007）认为国际化人才培养具有以下目标，即淡化国家边界，强调从世界全局出发；强调在文化上要包容与理解，积极关注和参与世界性事务；具备基本的语言技能、信息技术技能、沟通技能。菲利普（Philip，2011）指出国际化人才是具有较高学历（本科及本科以上）、懂得国际通行规则、熟悉现代管理理念，同时具有丰富的专业知识和较强的创新能力及跨文化沟通能力的人才。简（Jane，2012）研究认为国际化人才培养的趋势是使学生在意识、知识和能力等方面达到与国际接轨的标准。

国内的已有研究主要包括：李鑫（2011）将国际化人才培养模式分为单校园模式和双校园模式。单校园模式被比喻为“不出国门的留学”。这种模式下的学业是在我国境内完成的并获得相应的文凭和证书。双校园模式则是先在国内完成部分学年的学习，然后再到国外的合作院校完成剩余部分的学业。李丹丹（2012）认为国际化人才培养模式应围绕强化组织保障、积极培育国际化人才培养环境、充分利用国际资源、强化国际实践来进行。李成明等（2013）提出国际化人才培养理念要进一步明确，国际化环境建设要改善，课程国际化程度要提高，教学国际化程度要加强。此外，陈军斌等（2009）、马永辉等（2013）也分别从跨国合作、校企合作角度探讨了国际化人才培养模式。

从以上研究来看，国内外的国际化人才培养研究有相同之处，但也不完全类似。国际化人才更多地被看成是具有全球性的思维方式或意识形态的人才。我国的国际化人才培养目标是一种具有国际视野、熟悉国际规则、能够参与国际事务与国际竞争的人才。培养方式上我国更注重合作培养，充分利用国内和国外两种资源，以使培养出来的人才更好地适应现实需求。

已有研究的不足之处在于对国际化人才培养还缺少大学合作课程角度的考察与研究,而这正是本文的研究内容,可以弥补现有研究的不足。

三、合作课程影响因素的实证分析

(一) 影响因素的选取

因为合作课程是在重庆工商大学与美国西卡罗莱纳大学之间协同运作的基础上开展的,与协同机制相关的因素必然影响到合作课程创新的效果。合作课程的协同包括目标协同、组织协同、资源协同,而每个层面又含有相关的影响因素。结合之前的理论研究和课程实践情况,我们发现协同机制下的合作课程主要影响因素包括:第一,课堂学习环境;第二,课程学习内容;第三,学习语言的使用;第四,美方教师的教学方法;第五,教学组织方式;第六,与教师的交流沟通(包括美方、中方);第七,与美方学生的交流互动;第八,跨文化交际能力的提升;第九,专业知识的增长;第十,综合素质的提升。

这些因素分别从属于不同的协同机制层面,通过表1可以反映出来。

表1 影响合作课程效果的主要因素

影响合作课程效果的主要层面	主要层面包含的具体影响因素
目标协同层面	* 跨文化交际能力的提升 * 专业知识的增长 * 综合素质的提升
组织协同层面	* 教学组织方式 * 与教师的交流沟通(包括美方、中方) * 与美方学生的交流互动
资源协同层面	* 课程学习内容 * 课堂学习环境 * 学习语言的使用 * 美方教师的教学方法

根据表1,跨文化交际能力的提升、专业知识的增长、综合素质的提升这三个因素与目标协同紧密相关,这是因为合作课程建设之初美中双方就课程要达到的目标进行了深入的探讨和协商,达成了以上共同目标。教学组织方式、与教师的交流沟通(包括美方、中方)、与美方学生的交流互动被列入到组织协同之中,因为我们认为这几个因素都涉及课程的组织形式。教学组织方式包括如何有机协调双方上课的时间、人员、方式等;与教师

的交流沟通（包括美方、中方）包括如何建立中方教师、学生与美方教师的交流沟通平台；与美方学生的交流互动包括如何组织中国学生与美国学生有效互动。课堂学习环境、课程学习内容、学习语言的使用、美方教师的教学方法均被视为资源因素，列入了资源协同层面，包括作为课堂学习硬件资源的远程视频会议中心的各种先进设备资源，作为课堂学习软件资源的新颖学习内容、英语语言、美国教师的新型教学方式方法。

本文在提取影响合作课程创新效果的 10 个主要因素基础上，围绕这些因素设计调查问卷，并发放给重庆工商大学参课学生，开展调研工作，以便实证研究影响因素对合作课程创新效果的作用。

（二）问卷的设计与发放

问卷设计的基本思路依据前面提出的影响合作课程效果的 10 个主要因素，先采用李克特（Likert）量表对每项因素的重要程度进行量化，再要求重庆工商大学参课的每名学生对象表中各项因素的重视程度加以评价，最后累加评价分数，从而得出这些因素对课程影响的重要性。之所以选择李克特量表，是因为该量表是评分加总式量表最常用并且很有效的一种。该量表由一组陈述组成，每一陈述有“非常不重要”“不重要”“一般”“重要”“非常重要”五种回答选项，分别记为 1、2、3、4、5，每个被调查者的态度总分就是其对各陈述的回答所得分数的加总，这一总分可说明其态度强弱在这一量表上的不同状态。

量表设计如表 2 所示。

表 2 合作课程效果的影响因素量表

	1	2	3	4	5
(1) 跨文化交际能力的提升					
(2) 专业知识的增长					
(3) 综合素质的提升					
(4) 教学组织方式					
(5) 与教师的交流沟通（包括美方、中方）					
(6) 与美方学生的交流互动					
(7) 课程学习内容					
(8) 课堂学习环境					
(9) 学习语言的使用					
(10) 美方教师的教学方法					

说明：1=非常不重要；2=不重要；3=一般；4=重要；5=非常重要。

需要说明的是,在问卷的一开头,项目组对调查目的和方式进行了解释:“请根据你参与 CTBU-WCU 远程视频合作课程的实际情况,对下列描述进行评判,并在相应的评判等级中打√,评价等级中数字 1~5 分别代表你对表中所陈述的事实判断。”由于有了清晰的说明,学生对问卷的评价目标和内容认识到位,所作的回答也具有客观性和较好的参考价值。

我们根据合作课程进行的周期将问卷分两次发放,第一次是 2013—2014 学年上半期,第二次是 2013—2014 学年下半期,这符合课程的进度安排。我们充分考虑到作为一门创新型的合作课程,课程的建设 and 开展具有探索性,前后两期课程就是一个连续而递进的实践过程,分两期加以评价能形成对比,反映出影响因素对课程效果作用的动态性。同时,由于注重课程的互动性,西卡罗莱纳大学与重庆工商大学商定每期双方各选 20 名学生参课,并且我们主要是研究合作课程对重庆工商大学国际化人才培养的作用,因此每期的问卷调查都是针对重庆工商大学的 20 名学生。问卷在每期课程临近结束时发放,这时参课学生已有了充分的学习经历与体验,回答更具有有效度和信度。

(三) 问卷数据统计与分析

1. 问卷数据统计

问卷发放后的回收、统计工作非常顺利,由于重庆工商大学学生在合作课程中获得了很好的学习体验,因此对问卷的填写、反馈相当认真和积极,每期发放的 20 份问卷均为有效问卷,问卷回收率为 100%,两期共获得 40 份有效问卷。鉴于调查样本为小样本,通过算术统计方式就可以到达目标,而不需要通过回归分析的方式进行统计。

在问卷统计中,我们按问卷调查的思路,将两期的问卷分别予以统计,这样有利于将统计结果进行对比分析。针对“合作课程效果的影响因素量表”中的 10 个因素,根据李克特量表的评分标准,表中每项因素的平均分为 5 分,由于每次统计对象有 20 名学生,因此总分满分为 100 分($5 \times 20 = 100$)。通过整理两期各 20 份问卷,得到统计结果如下:

第一期合作课程中,跨文化交际能力的提升、专业知识的增长、综合素质的提升这三个因素的总分分别为 95、93、96,平均分分别为 4.75、4.65、4.80;教学组织方式、与教师的交流沟通(包括美方、中方)、与美方学生的交流互动这三个因素的总分分别为 92、95、94,平均分分别为 4.60、4.75、4.70;课堂学习环境、课程学习内容、学习语言的使用、美方教师的教学方法这四个因素的总分分别为 91、98、97、91,平均分分别为 4.55、4.90、4.85、4.55。

第二期合作课程中,跨文化交际能力的提升、专业知识的增长、综合素质的提升这三个因素的总分分别为 96、95、98,平均分分别为 4.80、4.75、4.90;教学组织方式、与教师的交流沟通(包括美方、中方)、与美方学生的交流互动这三个因素的总分分别为 93、97、95,平均分分别为 4.65、4.85、4.75;课堂学习环境、课程学习内容、学习语言的使用、美方教师的教学方法这四个因素的总分分别为 93、99、97、92,平均分分别为 4.65、4.95、4.85、4.60。

综合以上 10 项影响因素在两期课程中的统计得分,可以得出如表 3、表 4 所示的统计表格,以直观反映各项因素对合作课程效果的影响的重要性。

表 3 第一期合作课程效果的影响因素评分统计表

影响因素	评价分数	总分 (每项的满分为100分)	平均分 (每项的满分为 5 分)
(1) 跨文化交际能力的提升		95	4.75
(2) 专业知识的增长		93	4.65
(3) 综合素质的提升		96	4.80
(4) 教学组织方式		92	4.60
(5) 与教师的交流沟通(包括美方、中方)		95	4.75
(6) 与美方学生的交流互动		94	4.70
(7) 课程学习内容		98	4.90
(8) 课堂学习环境		91	4.55
(9) 学习语言的使用		97	4.85
(10) 美方教师的教学方法		91	4.55

表 4 第二期合作课程效果的影响因素评分统计表

影响因素	评价分数	总分 (每项的满分为100分)	平均分 (每项的满分为 5 分)
(1) 跨文化交际能力的提升		96	4.80
(2) 专业知识的增长		95	4.75
(3) 综合素质的提升		98	4.90
(4) 教学组织方式		93	4.65
(5) 与教师的交流沟通(包括美方、中方)		97	4.85
(6) 与美方学生的交流互动		95	4.75

表4(续)

影响因素	评价分数	总分 (每项的满分为100分)	平均分 (每项的满分为5分)
(7) 课程学习内容		99	4.95
(8) 课堂学习环境		93	4.65
(9) 学习语言的使用		97	4.85
(10) 美方教师的教学方法		92	4.60

2. 统计分析

对统计数据的分析可以从整体、横向和纵向三个维度进行。

(1) 整体维度是指在合作课程效果影响因素的10个指标中,每个指标的重要性评价所形成的整体重要性情况。从数据统计结果不难看出,10个影响因素指标在两期课程中的分值都较高,每项的总分均在91分以上,相对100分的满分来说,是一个高值,表明学生认为这10个因素都是影响合作课程效果的重要因素。平均分也说明了这个情况,因为每项的平均分都在4.55分以上,相对5分的满分来说,同样体现出各个影响因素的重要性。

(2) 横向维度是指在同一期的合作课程中,各个影响因素的重要性。从数据统计结果可以看出,每期课程中跨文化交际能力的提升、综合素质的提升、与教师的交流沟通(包括美方、中方)、课程学习内容、学习语言的使用受到的重视程度最高,各项总分均在95分及以上,相对100分的满分来说,这是一个高值,表明学生认为这5个因素对合作课程效果影响十分显著。

如果从目标、组织、资源三个层面包含的影响因素来看,可以进行如下分析:目标层面中“综合素质的提升”这个因素的重要性评分分值最高,按平均分5分来计,两期课程中其分值分别达到4.80和4.90,说明参课学生非常看重通过合作课程的学习来提升国际化的综合能力。类似地,组织层面中与“与教师的交流沟通(包括美方、中方)”这个因素的重要性评分分值最高,说明合作课程中教师对学生引导以及与学生沟通的重要性;资源协同层面中“学习语言的使用”这个因素的重要性评分分值最高,说明合作课程中学习语言的使用的重要性。

(3) 纵向维度是指在两期的合作课程中,各个影响因素重要性的变化。对比两期合作课程,我们发现在总体趋势上,第二期中各项影响因素的重要性评价值要高于第一期,这是因为通过第一期的探索,合作双方——美国西卡罗莱纳大学和重庆工商大学在合作课程的目标设立、组织方式、资

源利用上有了更好的提升，这也使得学生在课程学习当中更强烈地感受到了各个影响因素的重要性，于是对影响因素重要性的评价分数也就更高。

具体到各个单项影响因素，我们进行了对比分析。以每项的平均分为参照，第二期与第一期相比，“跨文化交际能力的提升”因素的重要性由 4.75 提高到 4.80，这是因为第二期合作课程更加强调跨文化沟通能力培养的目标；“专业知识的增长”因素的重要性由 4.65 提高到 4.75，这是因为美中双方教师在第二期合作课程中增强了专业知识积累的目标；“综合素质的提升”因素的重要性由 4.80 提高到 4.90，这是因为第二期合作课程更注重强化学生综合能力的目标；“教学组织方式”因素的重要性由 4.60 提高到 4.65，这是因为第二期合作课程在第一期合作课程基础上组织得更好；“与教师的交流沟通（包括美方、中方）”因素的重要性由 4.75 提高到 4.85，这是因为美方教师（Professor Henson）进一步加强了与中国学生的沟通，包括建立一对一的课内外联系；“与美方学生的交流互动”因素的重要性由 4.70 提高到 4.75，这是因为美中学生的互动更加深入；“课堂学习环境”因素的重要性由 4.55 提高到 4.65，这要感谢远程视频会议中心的工作人员在第二期的合作课程中加强了设备的维护工作，使设备运转出现问题的情况较少；“课程学习内容”因素的重要性由 4.90 提高到 4.95，这是因为合作课程的美中双方教师在第二期的授课内容上更加丰富和深入，对学生的吸引力更强；“学习语言的使用”因素的重要性两期都保持在 4.85，表明英语作为学习语言的使用一直受到学生的重视；“美方教师的教学方法”因素的重要性由 4.55 提高到 4.60，这是因为美方教师（Professor Henson）和中方教师（周全博士）在第二期合作课程中，针对重庆工商大学学生的情况适当优化了教学方法，使得重庆工商大学的学生有了更好的学习体验。

四、合作课程对国际化人才培养的启示

综合前面对合作课程影响因素的理论分析和实证分析，我们认为合作课程对国际化人才培养具有很好的促进作用，具体表现在以下几个方面：

（一）合作课程有利于树立明确的国际化人才培养目标

国际化人才培养是一个较为宏大的主题，在实践中往往难以落实到具体目标上，而 CTBU-WCU 远程视频合作课程以中国重庆工商大学和美国西卡罗莱纳大学共同构建的创新型课程为依托，有针对性地提出了培养学生跨文化沟通能力、专业知识能力、综合素质能力等目标，这既符合重庆工商大学培养国际化人才的现实需要，又与合作课程的定位相契合。有了明确的目标做指导，合作课程对国际化人才培养就有了清晰的思路和构架。

（二）合作课程的组织方式体现了国际化人才培养的内在要求

在全球化背景下，国际化人才有其内涵要求，其中最重要的就是学生要敢于且善于同国外的老师、同龄人等交流，以达到今后在国际商务活动中通过有效交流开拓市场的目的。合作课程的教学组织方式很好地适应了这一要求，即美中双方教师和相关管理人员充分组织、调动各种资源，包括硬件上的现代远程视频会议设备、场地，软件上的各种教学资源，为学生搭建起一个开放的学习平台，使得重庆工商大学的学生能顺利地与美国大学教授、大学生互动交流，得到了以往在校园内得不到的学习体验，极大地增强了自身对外学习交流的积极性和能力。

（三）合作课程为国际化人才培养创造了优质的学习条件

首先，通过重庆工商大学和西卡罗莱纳大学双方管理部门和任课教师的共同努力，实现了远程视频设备的对接，为课程顺利进行铺设了良好基础。其次，作为一门创新型课程，美中双方教师在课程设计、运行方面花了很多功夫，进行了反复的讨论交流，设置了适合中美双方学生的教学大纲和内容。最后，合作课程在进行过程中，双方教师为了更好地让中国学生克服文化差异和语言障碍，持续对课程内容进行优化、调整，使学生更容易融入学习、接受知识，并获得较好的学习体验，增强使用英语这一国际语言学习交流的信心，完善了国际商务、全球营销的专业知识和能力。

五、总结与展望

CTBU-WCU 合作课程影响因素的实证研究表明，在开放式办学不断发展的今天，跨国合作课程本质上就是要变封闭式课堂为开放式课堂，通过引入海外优质教学资源，充分利用现代化、信息化的教学手段，为学生创造不同于以往的学习环境和学习体验，激发学生的学习热情、培养学生的国际化意识、提升学生的国际化水平及能力。重庆工商大学与美国西卡罗莱纳大学的 CTBU-WCU 合作课程正是对此的实践和探索，尽管过程中充满挑战，但在双方学校职能部门支持下、在中美师生共同努力下，合作课程取得了良好的教学效果并积累了宝贵的合作课程建设经验。

实际上，此合作课程汇聚整合了国内国外、线上线下各种教学资源，构成了一个混合式的教学平台。如何进一步建设和利用好这样的平台，是值得进一步探索和实践的。因此，在现有课程实践和理论总结基础上，今后的研究将围绕中外合作关系构建下的新型混合教学平台展开，以创新的教学模式促进国际化人才培养。

参考文献

- [1] K Jane. Student Mobility and Internationalization: Trends and Tribulations [J]. Research in Comparative and International Education, 2012, 7 (1).
- [2] M Nussbaum. Cultivating Humanity: A Classical Defense of Reform in Liberal Education [M]. Cambridge: Harvard University Press, 1997.
- [3] 李鑫. 试论高等教育国际化发展视野下的中外合作办学 [J]. 职业教育, 2011 (1).
- [4] 李丹丹. 新时期我国高校国际化人才培养策略探析 [J]. 世界教育信息, 2012 (19).
- [5] 张磊, 李成明, 王晓阳. 对国际化人才培养过程中若干问题的思考 [J]. 中国高等教育, 2013 (6).

“市场营销学”翻转课堂教学设计初探

周 勇 宋钰静

[摘要] 本文主要根据翻转课堂教学设计的理念和特点对“市场营销学”课程的翻转课堂教学设计进行了一些思路上的探讨。本文主要分析了“市场营销学”课程翻转课堂教学的必要性，翻转课堂教学设计课前、课中、课后各个环节的教学设计内容，翻转课堂教学设计中的注意事项三方面的内容。

[关键词] 翻转课堂 教学设计 市场营销学

发端于美国的翻转课堂教学改革最近几年在我国有愈演愈烈之势，不管它是否真能颠覆我们传统的教学理念和教学模式，也无论它是否完全符合我国国情，至少可以说这是课堂教学改革的一种全新的思路和尝试，有力地推动着课堂教学模式的变革和课堂中心的改变，对于提升学生学习兴趣、学习能力和学习效果均具有显著的效果。

“市场营销学”是市场营销专业的专业基础课程之一，同时也是经管类多数专业的专业主干课程之一，在专业培养方案中的地位非常重要。“市场营销学”课程主要对涉及市场营销专业主要知识模块的相关内容进行介绍，是一门基础性和入门性的课程。从整体上来看，“市场营销学”课程涉及的知识广泛，知识程度比较浅。如何在教学中既讲清楚相关重要知识和理论，又恰到好处不至于过多深入到本该其他专业课程讲的内容，同时还要确保不让学生觉得整个课程学习下来各章节知识收获不多，兴趣不高，这一直是“市场营销学”课程教学设计和教学改革难点。受最近翻转课堂教学模式的启发，笔者尝试着将翻转课堂的一些思路和模式运用于“市场营销学”的教学设计中，试图在“市场营销学”课程的教学改革中能有一些新的思路和新的突破。

一、“市场营销学”课程翻转课堂教学的必要性与可行性

（一）“市场营销学”课程实施翻转课堂教学的必要性

“市场营销学”课程是一门实践性很强的课程，书本上的相关知识和理论很多都是从一线的企业实践中总结提炼出来的，一些学术性研究的理论也需要运用于企业市场营销的实践中去检验其合理性和有效性，才能证明其存在于课程中的价值。既然要求很强的实践性，那么课程教学中案例的介入和学生的参与就很有必要，也最好让学生运用课堂讲授的理论去尝试解决实际问题，学生的知识掌握才能牢固。但是，目前的大学课堂教学的实际情况限制了案例和学生参与的程度。例如，在有限的课程学习时间内，必须将课程讲授完毕，无法给案例讨论太多的时间，大班课堂教学难以实施案例分析与讨论等。

翻转课堂的模式就是将以往的“先教后学”变为“先学后教”，“教师中心”变成了“学生中心”，“以教定学”变成了“以学定教”，教学活动从“知识本位”变成了“问题本位”。我们发现，如果实施翻转课堂模式，我们就可以将课堂变成论坛，知识传授放到课外完成，知识内化在课堂上进行，有更多的时间在课堂上进行答疑、讨论和展示。市场营销相关的案例和学生项目实践操作在课堂上就有了更多的时间。从理论上来看，这种教学模式对于解决上述问题是有效果的，有必要进行尝试和探索。

（二）“市场营销学”课程实施翻转课堂教学的可行性

从“市场营销学”这门课程的性质来看，在这门课程中实施翻转课堂教学比在其他课程中实施更合适。“市场营销学”涉及的知识和理论，学生在课外自学比较容易，课外的知识传授问题不大，学生的学习压力也不会很大，教师要求学生课外做的一些准备工作也较容易完成。课堂上对学生进行知识掌握的检测和提问以及围绕知识的案例分析与讨论，也容易实施，案例资料较容易查找。相对来说，那些涉及知识层次较深、知识逻辑联系较强的理工科课程和一些涉及数学知识的课程，让学生课外通过视频或资料自学并且完成一些习题和材料准备，确实有些勉为其难，而且负担相当沉重。

从学生层面来看，大学生比中小學生更适合进行翻转课堂教学，因为要让中小学生在课外看视频、学资料，然后准备问题，进行讨论等，本身就有些不切实际，至少不符合多数学生的实际。大学生本身已经具备相当的自学能力，在课外自学和分析解决问题方面也具备了一些基础。市场营销专业的大学生实施翻转课堂教学，围绕跟市场经济密切相关的知识进行