

四川大学承文翁之教，聚群贤英才，在长期的办学历程中，形成了以校训“海纳百川，有容乃大”、校风“严谨、勤奋、求是、创新”为核心的川大精神。

学校围绕创建世界一流大学的奋斗目标，实施“启发式讲授、探究式研讨、互动式交流”和“全过程考核—非标准答案”考试等一系列教育教学改革，已取得明显成效。今后，学校将进一步推进“跨学科—贯通式人才培养计划”“感知未来、思考未来的探索式教育计划”“全球胜任力和未来领袖培育计划”“基于现代信息网络的深度学习探索计划”四大人才培养计划，倾力培养“具有深厚人文底蕴、扎实专业知识、强烈创新意识、宽广国际视野”的精英人才，打造最好的本科教育。

四川大学，正在世界一流大学的建设之路上奋楫前行，为创新强国、人才强国而奋斗，为国家富强、民族复兴而拼搏！

上册

卓越

学术引领

思维

变革

——2018年四川大学非标准
答案考试论文及试题集

四川大学本科教育改革创新系列



主 编 / 张红伟

副主编 / 严斌宇

编 委 / 兰利琼

冉桂琼

龚小刚

陆 斌

李 华

何 玮

李 麟



四川大学出版社

项目策划：李天燕
责任编辑：蒋姗姗
责任校对：周 艳
封面设计：墨创文化
责任印制：王 炜

图书在版编目（CIP）数据

卓越学术引领思维变革：2018 年四川大学非标准答案考试论文及试题集：上、下册 / 张红伟主编. — 成都：四川大学出版社，2019.9
ISBN 978-7-5690-3091-4

I. ①卓… II. ①张… III. ①四川大学—考试制度—教育改革—经验 IV. ①G642.474

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2019) 第 214346 号

书名 卓越学术引领思维变革 ——2018 年四川大学非标准答案考试论文及试题集（上、下册）

主 编	张红伟
出 版	四川大学出版社
地 址	成都市一环路南一段 24 号 (610065)
发 行	四川大学出版社
书 号	ISBN 978-7-5690-3091-4
印前制作	墨创文化
印 刷	四川盛图彩色印刷有限公司
成品尺寸	170mm×240mm
印 张	28.25
字 数	529 千字
版 次	2019 年 11 月第 1 版
印 次	2019 年 11 月第 1 次印刷
定 价	168.00 元

版权所有 ◆ 侵权必究



扫码加入读者圈

- ◆ 读者邮购本书，请与本社发行科联系。
电话：(028)85408408/(028)85401670/
(028)86408023 邮政编码：610065
- ◆ 本社图书如有印装质量问题，请寄回出版社调换。
- ◆ 网址：<http://press.scu.edu.cn>



四川大学出版社
微信公众号

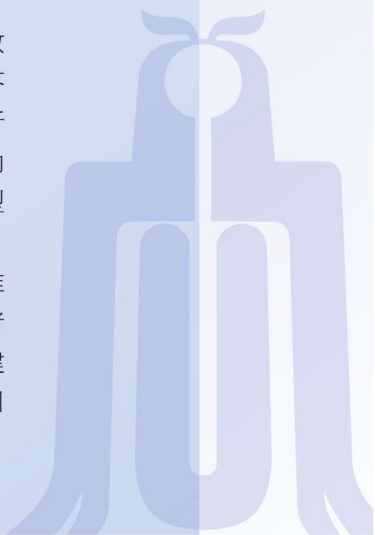
JUANSYOUYU

卷首语

2010年以来，四川大学不断推进“以学为中心”的教育教学改革，以培养具有创新创业能力、协作精神和社会担当能力的人才为己任。如今，改革理念正以燎原之势在教师和学生之间传播，“全过程考核—非标准答案”考试改革已常态化，任课教师全力支持、主动思考改革的方式方法，精心设计每一场考试、每一道题目，并相互分享经验；全体学生全程参与、脑洞大开、尽情释放，各种奇思妙想激烈碰撞。

不同的考试折射出不同的教学理念，会引导学生以不同的方式学习。如何发挥好考试的“指挥棒”作用？我们需要在“教”与“学”的实践中不断反思、不断探索、不断深化。

四川大学在学业评价考试改革中有哪些经验？任课教师应该如何针对不同课程有效实施全过程考核？非标准答案考试中任课教师如何命题才能激发学生的想象力、分析力和创新思维？如何让学生从“被动学习”转变为“主动学习”？本书收录了四川大学非标准答案考试改革的典型案例，分享了各学院优秀教师“全过程考核—非标准答案”考试改革探索和实践的优秀成果，展示了不同课程非标准答案考试题目，节选了学生的优秀回答，以期广大教育者能从本书中获得启发，从而推动大学教育教学改革，为建设高等教育强国，培养具有全球竞争力的一流人才做出川大贡献。



MULU
目录

文科
P001

做川大的代言人——“非标准答案”让学生爱上考试
闫雪凌（四川大学经济学院）……………002

“文化浸入”式教学在现代俄语课堂上的创新实践
池济敏（四川大学外国语学院）……………010

门内之光：略谈研究型大学交叉学科课程中技能培养的必要性
与分寸感——以“博物馆展览设计”课程为例
李倩倩（四川大学历史文化学院 / 旅游学院）……………034

多样化训练突破品牌管理学习桎梏
余伟萍（四川大学商学院）……………048

理科
P061

微积分非标准化考试答卷的点评与思考
牛健人 何志蓉（四川大学数学学院）……………062

非标准答案试题是小班研讨教学改革发展的有效补充
赵 建（四川大学生命科学学院）……………082

理科

P061

在生物信息学教学中探索运用非标准答案题

曹 洋（四川大学生命科学学院）·····092

基于高阶教育教学目标的高水平“细胞生物学”非标准答案考试

邹方东（四川大学生命科学学院）·····122

大数据时代的生物分类学跨学科课程建设和考试改革探索

余 岩 毛康珊（四川大学生命科学学院）·····132

工科

P145

设计类学科非标准答案试题中的学生个性释放

张 珣（四川大学制造科学与工程学院）·····146

非标准答案考试是专业技能与素养的综合训练与考核

朱 敏（四川大学计算机学院）·····160

“过程机器”课程教学的新思维

肖泽仪（四川大学化学工程学院）·····184

“学生出题 + 相互考察”促进元素化学的学习

周加贝（四川大学化学工程学院）·····192

工科与艺术设计交叉专业课程的非标准答案考试改革探索与实践

姚云鹤（四川大学轻纺与食品学院）·····210

非标准化考核在“0 到 1：IT 发展和大学生双创”课程中的探索和实践

赵 辉（四川大学网络空间安全学院）·····220

文科



闫雪凌

四川大学
经济学院

教师简介

LAOSHI JIANJIE

闫雪凌，四川宜宾人，1988年7月生，经济学博士，2010年本科毕业于四川大学经济学院国际经济与贸易（双语）专业，2016年在中山大学岭南（大学）学院取得世界经济专业博士学位，现为四川大学经济学院国际经济与贸易专业课程讲师、经济学院本科教学秘书。一直从事国际经济与贸易相关研究，目前主讲国际市场营销（双语）、国际市场营销（全英文）、国际贸易学、新生研讨课等本科生课程。

课程简介

KECHENG JIANJIE

国际市场营销（双语）

课程号：102360030

“国际市场营销（双语）”是国际经济与贸易（双语）专业的专业必修课，本课程主要结合当前全球化背景，探讨各国企业和个人如何更好地将产品和服务提供给其他国家和地区。在本课程学习过程中，学生需要掌握市场营销的基本理论，并结合国际经济的相关知识，对企业在全球范围内的营销方案进行判断和评价，尝试找出其与本国营销的不同点，并能够以此为基础制定相应的国际市场营销方案，为将来从事国际贸易、国际商务等工作奠定基础。

由于本课程涉及全球化背景知识较多，所以这门课与很多学科都存在一定联系。各国不同的文化习俗、政治制度、法律法规等都会对企业的国际市场营销方案产生影响。因此，综合理解并实际运用国际市场营销的知识需要学生不局限于营销理论的掌握，应该从更广阔、更综合的角度去学习。

“国际市场营销（双语）”由理论课和实践课两部分组成。理论课共16学时，实践课共32学时。实践课要求学生在系统学习了国际市场营销理论知识后，能够将其运用到具体的国际市场营销案例中，去评价、选择并制定国际市场营销方案。在这一过程中，学生必须将理论与实际结合起来，在面对不同国际背景、不同类型的跨国企业时能够制定出可行的国际市场营销方案。



做川大的代言人 ——“非标准答案”让学生爱上考试

四川大学经济学院 闫雪凌

国际市场营销（双语）课程是国际经济与贸易（双语）专业学生的重要必修课之一，它不仅涉及营销理论，而且需要学生在熟悉营销理论的基础上，将其融入国际背景。在以往的课程学习中，学生普遍反映知识点过多且过于理论，需要记忆的条款太多，而真正运用起来却无从下手，出现知识“无法落地”的情况。同时，作为一门双语课程，学生对英语的掌握程度也影响到了课程的参与度。因此，在这门课程上如何从多方面对学生进行考核是我需要解决的核心问题。

作为一门实践性较强的课程，国际市场营销（双语）的实践课课时占到总课时的 2/3。学生在学习市场营销和国际市场营销的基本理论后，光

靠死记硬背是无法真正理解和运用这些知识的，必须将这些知识成功运用到实际的案例分析中才能有所收获。考核方式也应该有所转变，教师不能要求学生将知识点一一写出，而是应该综合考察他们运用知识的能力。如果学生将来处理企业的海外业务时，只能将理论的条款一字不漏地背出，却无法为企业的实际发展提出可行的国际市场营销方案，这无疑表明我们的课程教学是失败的。因此，传统的考试方式达不到考核这门课学习效果的目的，意味着我们必须要在考试中有所创新。

对于学生而言，双语学习是有一定难度的。在掌握了相关知识的基础上，学生通过小组学习和案例分析的方式，边学边做，边理解边运用，可以达到课程学习要求的效果。对于教师而言，如何在有限的时间里，既考虑到知识点的运用，又兼顾学生能力，同时还要体现试题对于不同学生的区分度，这就需要“非标准答案”来完成。简而言之，要让学生可以在给定的背景下，结合自身情况进行发挥，使研究对象既不陌生，在结合相关知识点进行分析的时候又存在创新的空间，这样才能真正体现课程的要求。

在国际市场营销（双语）课程的期末考试中，我们引入了一道“非标准答案”试题，让学生根据本学期所学知识以及各组案例分析的经验，为四川大学制定相应的国际市场营销方案。第一，学生在课堂上学习的国际市场营销多为实物营销，少有涉及类似于提供教务服务的服务营销，这道题可以考察学生是否深层次地理解了“国际营销”的概念；第二，学生已经在四川大学生活了两年半，对这一分析主体非常熟悉，完全可以在有限的考试时间内作答，并不需要像做平时小组作业那样花费大量时间查阅背景资料；第三，在全力建设“双一流”大学的背景下，向全球学子介绍、推销母校，让自己成为川大的代言人，这种身份的代入感、转变感、使命感使得学生在面对“非标准答案”试题时非常兴奋，觉得具有挑战性，在学习和运用知识的同时，也为学校的发展献计献策。

从以上各方面可以看出，“非标准答案”试题的设计并非一件简单的事情，

并不是所有的开放式问题都可以成为“非标准答案”试题。本题中对于高校的推广是一个全新的尝试，需要学生大胆想象、创新创造，将原有的国际营销理论和方法经过实际处理后，综合运用到高校这一非盈利性商业实体的营销方案中。从考试后的反馈来看，绝大部分学生认为这道题是“意料之外、情理之中”，并认为这道题充分结合了理论和实践、融合了学习和生活，能够促使他们从不同的角度结合理论和实践进行创新，达到“非标准答案”考试的目的。在以后的教学工作中，教师应该对这一类“非标准答案”试题进行深一步的设计，让学生爱上考试。

K 考试题目

AOSHI TIMU

根据本学期所学知识及各组案例分析的经验，请为四川大学制定相应的国际市场营销方案。

试题说明

在本学期学生学习了大量的商业营销案例的基础上，本试题尝试进一步拓展国际市场营销的外延，让学生将其运用到非商业营销上，并结合学生自身的感受，在有限的时间内，请他们对平时生活中非常熟悉的学校进行国际市场营销。

考试要求

运用课堂上所学的国际市场营销知识，结合当前建设“双一流”高校背景，为四川大学制定出国际市场营销方案，向全球推销四川大学。

（1）根据国际市场营销的基本理论，构建分析框架，确定使用的营销原则和推广方式。

（2）结合四川大学的特色，从学校实际情况出发，既做到全面介绍，又突出重点，使营销方案具有实际操作性。

（3）字数不限，格式不限，最关键的是要有自身特色，能有国际市场营销的效果。

X

学生答案

UESHENG DA'AN

学生答案

杨锦曦 经济学院 2015141011119

1. 产品

四川大学将以国内知名大学的定位转入国际市场，产品上的改进必不可少。

(1) 设置基础的汉语课程。这门课程专门对外国学生开放，聘请专业的中文老师授课。另外，不定期邀请中国学生前去听课、分享和交流。这门课程将帮助外国学生快速融入中国环境，解决语言问题。

(2) 针对专业课设置多种语言，以此满足不同国家学生的语言需求；另外，课程模式需改进，以小班化教学、探讨式教学为主，与国际接轨。

(3) 改进四川大学的就餐、住宿环境，提供多样餐食，做好后勤保障，解决好外国学生的后顾之忧。

(4) 设置一些国学课程体验活动等。除了较高的专业水准，中国特色元素将是四川大学相对于其他国家高校具有的较强的竞争力。这样的国学课程，将使外国学生爱上中国，爱上四川大学。

2. 价格

(1) 更高的均价。考虑到外国学生的消费水平，以及招收一名外国学生所需成本，外国学生的学费应高出国内的学生。

(2) 阶梯定价。对于不同的专业，四川大学应设置不同的学费标准。比如，华西医学专业等水准高、需求量大的几个专业，其学费应较高，相对冷门的专业学费可较低。

3. 渠道

四川大学不同于其他实体产品，难以线下以实体门店方式营销，因此应采用以线

上宣传为主的营销方式。

（1）拍摄校园宣传片，将其投放到国外主流媒体和社交媒体上。社交媒体是年轻人的聚集地，在此投放广告更能触及潜在的消费者。

（2）设计制作一款“四川大学体验入学”的游戏，该游戏采用角色扮演的模式（类似于模拟人生），使还未入学的外国学生可以通过游戏，了解在四川大学学习和生活是一种怎样的体验。

4. 促销

（1）学费减免。对于一些入学成绩优异、专业水准较高的学生，可以对其学费进行减免。另外，采用奖学金制度，对专业成绩优异、表现突出的学生给予丰厚的奖学金。

（2）寄宿家庭制。外国学生可以选择入住中国当地的家庭。这既解决了外国学生的住宿问题，又可使他们快速地融入当地社会。

（3）签证、出入境的便利。外国学生可凭借四川大学学生证获得出入境的便利。

（4）国内资源共享。外国学生可凭借四川大学学生证获得出入旅游胜地、博物馆以及国内图书阅览等方面的便利。



池济敏

四川大学
外国语学院

教师简介

LAOSHI JIANJIE

池济敏，文学博士，副教授，中国俄语教学研究会理事，研究方向为俄罗斯文学、文化。主讲课程为俄语口译、旅游俄语、俄罗斯文学史、俄罗斯文化等，主持校级教改重点项目“俄语+”贯通式人才培养平台建设。多次获得各类教学奖项：2016年第二届四川大学星火校友奖教金、四川大学优秀教学成果二等奖、四川大学本科课程改革项目二等奖、四川大学考试改革二等奖、四川大学“探究式—小班化”教学质量优秀奖、四川大学大学生课外科技实践活动优秀指导教师奖、四川大学课堂教学质量优秀奖等。

课程简介

KECHENG JIANJIE

旅游俄语

课程号：105353020

“国之交在于民相亲，民相亲在于心相通。”旅游是加强两国人民相互了解的有效方式，是实现“亲仁善邻”的重要渠道。当前，中俄两国关系处于历史最好时期，两国在旅游领域的合作不断深入，在投资、经贸、人文等领域的合作共同形成了中俄全面战略协作伙伴关系的基础。四川大学外国语学院俄文系的学生经常参加各类大型中俄交流活动，并担任俄罗斯嘉宾的参观陪同，这需要学生熟练运用俄语给嘉宾介绍四川省及成都市的省情、市情，以及省内各景点。为此，四川大学外国语学院俄文系于2014年开设了“旅游俄语”课程，组织人员编写了讲义，并在授课过程中不断增加并修改，获得了四川大学优秀教材立项资助，这门课程的专业教材于2019年4月出版。

本课程全面讲授四川省情、成都市情，及省内各知名景点如九寨沟、峨眉山、乐山大佛、青城山、都江堰、成都大熊猫繁育基地、金沙博物馆、青羊宫、武侯祠、杜甫草堂、锦里古街、宽窄巷子、望江楼公园、文殊院、黄龙溪古镇、三星堆、蜀南竹海，等等；同时，对川菜、川茶、川酒也进行了详细介绍。本课程开设的目的在于让学生通过本课程的学习，能够用俄语全方位地介绍四川文化，同时掌握更多的关于中国文化的词汇与句式，做好中国文化的传播者。