

SHIJIAN KEYE JIAOXUE

实践课业教学

——《市场营销学》课程改革实践探索

王 妙 ◆ 著



立信会计出版社
LIXIN KUIJI CHUBANSHE

实践课业教学

——《市场营销学》课程改革实践探索

王 妙 ◆ 著

立信会计出版社

图书在版编目(CIP)数据

实践课业教学:《市场营销学》课程改革实践探索/王
妙著. —上海:立信会计出版社, 2006. 9

ISBN 7-5429-1706-4

I. 实… II. 王… III. 市场营销学-教学改革-教学
研究-高等学校; 技术学校 IV. F713. 50-42

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 105712 号

出版发行	立信会计出版社
经 销	各地新华书店
电 话	(021)64388409
	(021)64391885(传真)
	(021)64695050
网上书店	www. Lixinbook. com
	(021)64388132
地 址	上海市中山西路 2230 号
邮 编	200235
网 址	www. lixina ph. com
E-mail	lxaph@sh163. net
E-mail	lxzbs@sh163. net (总编室)

印 刷	立信会计常熟市印刷联营厂
开 本	890×1240 毫米 1/32
印 张	9.625
字 数	248 千字
版 次	2006 年 9 月第 1 版
印 次	2006 年 9 月第 1 次
印 数	1 500
书 号	ISBN 7-5429-1706-4/F·1522
定 价	20.00 元

如有印订差错 请与本社联系

前 言

《实践课业教学》一书是上海商学院 2005 年院级课题“市场营销应用技术研究”项目成果之一。项目研究旨在解决当前我国高等职业技术学院(书中简称高职)实践教学效率低、学生实践能力薄弱的紧迫问题,使高职教育适应我国 21 世纪经济社会发展需要。课题总结了《市场营销学》5 年来课程改革成果,从两方面着手研究:① 营销技术实践应用如何组织教学实施,探究了实践课业教学模式;② 营销技术实践应用如何指导学生有效掌握,探究了实践课业指导方法。课题计划完成《实践课业教学》和《实践课业指导》两本专著的撰写。今天,《实践课业教学》终于完稿、出版,我在此对上海商学院、立信会计出版社给予本书的关心、支持深表感谢。

上海商学院《市场营销学》课程改革是从 2001 年 3 月开始的。我们第一次把学生带入企业,参与上海捷强超市公司“五一”促销活动策划,要求学生独立设计编写促销方案。学生所写的促销策划报告,得到企业的高度评价。第一次实训活动的成功,大大提高了教师、学生开展实践教学的积极性和信心。2002 年 9 月,我们加大了课程实训的力度,从单项实训增加到多项,并认识和寻找到职业能力培养的有效手段——实践课业。《市场营销学》课程改革突破了实训难的“瓶颈”,创新了实践课业教学模式,把实践课业作为对学生进行技能训练的实践载体,把学生一学期所做的 17 份课业作为评估考核的内容,取消了传统的试卷考试。2003 年 3 月,我们又把职业素质培养注入到实践课业教学中。职业素质是学生日后走向

工作岗位的重要就业资本和竞争优势。为此,我们精心制定了素质培养计划,设计了有效的培养形式,并把素质培养纳入课程评价体系。我们对实践课业教学模式的探索,目前已引起国内同行的关注,它的创新价值和意义在于:

1. 改革应试型教育,创建应用型人才培养的课程教学模式

《市场营销学》实践课业教学从根本上实现了人才培养模式从应试型向应用型的转变,强化职业能力的培养。5年来,《市场营销学》课程教学改革在83个教学班试行,学生所撰写的各类综合性课业858份,内容包括市场调研报告、市场开发分析报告、产品营销计划报告、促销策划报告等四大类。其中600项是为企业服务的项目,占69.9%;258项为学生创业项目,占30.1%。实践课业教学迫使学生走向企业,走向市场,从而使他们对现实的市场运行、营销业务有了直观的认识和体验,掌握了营销岗位所需的专业基础知识、岗位技能和实践能力,激发了学生学习的兴趣,也使他们发挥了自己的个性、潜能和创造力。

2. 改变理论教学与实践教学分割局面,创建“三位一体”的课程教学内容

教育部明确规定高职课程教学中实践教学课时比例不得低于40%。在传统的教学模式下,60%的理论教学和40%的实践教学,在教学时间和教学内容安排上往往是分开的,存在通常所说的“两张皮”问题。“两张皮”不仅割裂理论教学与实践教学,而且使40%的实践教学常打折扣。《市场营销学》实践课业教学首先从指导思想上打破了40%与60%的框框,提出100%的课程教学内容都必须被实践课业所覆盖,学生在课业训练中,强化专业知识、岗位技能、职业素质的培养,实践课业教学把这三者融为一体。

3. 改变灌输式教学方法,创建“以学生为主体”的课业训练方式

《市场营销学》实践课业教学是以实践课业为职业能力培养的

载体。实践课业是按照职业岗位技能培养要求设计的各种课业训练项目,不同类型的课业组合构成了课程的课业体系。每项课业都有明确的知识、技能和素质培养要求。课业训练强调学生的自我实践,其选题大多来自企业营销活动的实际课题,并需要通过现实的实践活动才能完成。课业训练的程序可以概括为“四步操作法”:布置课业→教师指导→学生动手→课业考核。课业训练方式打破了教师一言堂、灌输式的传统教学方法,倡导学生自主学习。在课业训练中,学生是主动的学习者,而教师只是设计师、导演和教练。

4. 取消试卷考试,创建“以能力评价为目标”的课程评价体系

《市场营销学》实践课业教学取消了试卷考试形式,对课程的17项课业进行考核,建立了一整套以能力评价为目标、以单元课业评价为基础的评价体系,通过每个教学单元学生所完成的课业,对其基本技能、综合技能、通用能力进行全面评价。实践课业教学把评价过程嵌入到整个教学过程之中,使能力评价真正得以落实。课业的评价考核采用“教师、学生、社会”相结合的评价方法,即教师公开、公平评价,学生参与评价,企业加入评价,社会职业资格证书考取评价。课程评价的改革,增强了学生学习信心,极大地发挥了学生学习的主动性和积极性,充分地展示了他们的才能。

本书共分八章,具体内容安排为:第一章是对实践课业教学的改革背景、探索历程和实践价值进行总体分析;第二章是对实践课业教学体系进行研究,即对实践课业教学的目标、内容、实施、条件进行全面分析;第三章是对实践课业教学中素质培养进行专题研究,分析了课程素质培养的紧迫性、途径和实践操作;第四、第五、第六章是本书的重点,对课业设计、课业训练和课业评价进行具体分析及介绍;第七、第八章是对高职教师再造和高职学生学习再造提出了要求,能更好适应实践课业教学的开展。

本书是我对高职课程改革探索的研究成果,我很高兴能够为高

职教育发展作些微薄的贡献。本书为高职教师和学生开展有效的实践教学,提供了现代教育思想、课程教学教法和实践操作经验,可以作为高职课程改革的教学参考书。

由于本人水平有限,本书对实践课业教学的研究,肯定存在不足之处,恳请广大读者批评指正,期待更多的高职教育者与研究者投身于我国高职实践教学的研究中来。

王 妙

2006年7月于上海

目 录

第一章 实践课业教学的成功探索.....	1
第一节 职业能力培养是高职课程改革的方向.....	1
一、职业能力培养是高职教育的目标.....	1
二、职业能力培养的目标模式.....	3
三、职业能力培养是高职课程改革的方向.....	6
第二节 实践课业教学的创新探究.....	9
一、实践课业教学的探究过程.....	9
二、实践课业教学的创新模式.....	14
第三节 实践课业教学的实践价值.....	24
一、寻找到把专业知识转化为岗位技能的有效教学方法	24
二、促使高职课程教学从应试型向应用型的转变.....	26
三、作为强化全面职业能力培养的有效手段.....	27
四、把学生为主体的高职课程改革真正落在实处.....	30
五、推动师资队伍建设和提高教师的全面能力.....	31
第二章 实践课业教学体系.....	35
第一节 实践课业教学体系的构建.....	35
一、实践课业教学体系的基本架构.....	35
二、实践课业教学体系的构建原则.....	36
三、《市场营销学》实践课业教学体系.....	37

第二节 实践课业教学目标	39
一、实践课业教学目标:让学生获得直接上岗能力	39
二、实践课业教学目标的设计思路	41
三、实践课业教学目标的构成	42
四、《市场营销学》课业教学目标	43
第三节 实践课业教学内容	45
一、实践课业教学内容:理论、技能和素质	45
二、实践课业教学内容的设置思路	48
三、《市场营销学》实践课业教学内容	49
第四节 实践课业教学实施	53
一、实践课业教学实施:教学设计与教学组织	54
二、《市场营销学》课业教学设计	56
三、《市场营销学》课业教学组织	58
第五节 实践课业教学条件	60
一、实践课业教学条件:师资、教材和环境	60
二、《市场营销学》“双师”型师资队伍的建立	61
三、《市场营销学》指导性实训教材的配套	64
四、《市场营销学》体验型课堂训练环境的营造	68
第三章 实践课业教学与素质培养	70
第一节 高职教育必须强化素质培养	70
一、高职课程素质培养的提出	70
二、高职课程素质培养的紧迫性	73
三、把教书与育人统一在高职课程教学中	75
第二节 实践课业教学是素质培养的有效途径	76
一、课业素质培养得到学生的认可和支持	77
二、实践课业教学有效培养学生素质	78
第三节《市场营销学》课程素质培养的实践操作	83

一、素质培养必须思想引导在先	83
二、素质培养目标必须正确定位	83
三、素质培养应纳入课程教学计划	85
四、素质培养应建立教学活动平台	90
五、素质培养应列入课程评估考核	93
第四章 实践课业设计	95
第一节 实践课业教学重在课业设计	95
一、课业设计是实践课业教学的重要一环	95
二、实践课业设计的基本思路	98
三、实践课业设计的基本内容	99
四、实践课业设计的主要原则	101
第二节 《市场营销学》课业体系设计	103
一、实践课业的基本类型	103
二、实践课业的多种形式	105
三、实践课业的体系结构	105
四、实践课业体系的设计要求	107
第三节 《市场营销学》课业编排设计	112
一、实践课业编排的设计要求	113
二、基本技能课业编排的设计范例	115
三、综合技能课业编排的设计范例	121
第五章 实践课业训练	126
第一节 课业训练是实践课业教学的关键环节	126
一、课业训练有助于学生掌握专业技能	127
二、课业训练有助于学生提高综合素质	128
三、课业训练有助于学生巩固专业知识	130
第二节 《市场营销学》课业训练的环境设计	131

一、课业训练环境的创新——课堂实践环境	132
二、课堂实践环境的再造设计	134
第三节 《市场营销学》课业训练的操作方法	137
一、课业训练方法的创新——四步操作法	137
二、四步操作法的具体操作	138
第四节 《市场营销学》课业训练的指导教材	140
一、课业训练教材的创新——《课业指导手册》	141
二、《课业指导手册》编写要求	143
第六章 实践课业评价	146
第一节 实践课业评价的创新探索	146
一、高职课程评价的改革创新	146
二、实践课业评价载体的创新	148
三、实践课业评价体系的创新	151
第二节 《市场营销学》课业评价内容	154
一、课业评价内容的创新——综合性评价	154
二、课业综合性评价的操作	156
第三节 《市场营销学》课业评价方式	159
一、课业评价方式的创新——过程性评价	159
二、课业过程性评价的操作	160
第四节 《市场营销学》课业评价标准	161
一、课业评价标准的创新——评价指标体系	161
二、课业评价指标的设计	165
三、课业评价标准的设计	168
四、课业评价的量化质性结合	170
五、课业评价的个人评估与集体评估相结合	171
第五节 《市场营销学》课业评价主体	172
一、课业评价主体的创新——多元评价主体	172

二、课业多元主体评价的操作	174
第七章 实践课业教学与教师再造	177
第一节 高职教师在实践课业教学中的作用	177
一、教师是专业知识的传授者	177
二、教师是专业技能训练的指导者	178
三、教师是创新能力培养的引导者	181
四、教师是职业素质培养的训导者	183
第二节 实践课业教学对高职教师的要求	185
一、实践课业教学对高职教师的知识要求	186
二、实践课业教学对高职教师的能力要求	187
三、实践课业教学对高职教师的素质要求	189
第三节 高职教师再造工程	190
一、高职教师学历职称再造	191
二、高职教师“双师”素质再造	192
三、高职教师实践能力再造	195
四、高职教师品牌价值再造	197
五、高职教师终身学习再造	198
第八章 实践课业教学与学习再造	200
第一节 在实践课业教学中挑战自我	200
一、实践课业教学是一种挑战	200
二、在实践课业教学中挑战自我	203
第二节 实践课业教学对高职学生学习的要求	205
一、实践课业教学对高职学生学习的基本要求	205
二、实践课业教学对营销专业学习的具体要求	207
第三节 高职学生学习再造	211
一、高职学生需要“转轨”学习	211

二、高职学生需要再造学习	214
附录一 评估考核手册	221
附录二 实践课业范文	237
参考书目	290
后记	291

第一章 实践课业教学的成功探索

实践课业教学是上海商学院《市场营销学》课程改革的一项创新成果。《市场营销学》实践课业教学体现了以就业为导向的高职教育目标,突出职业能力全面培养的课程教学特色,创建了高职人才培养的新模式,这可以作为高职课程改革的突破口。

第一节 职业能力培养是高职课程改革的方向

《市场营销学》实践课业教学是探索我国高职教育课程改革的教学新模式。实践课业教学是以职业能力培养为目标,强调以专业理论知识为指导,强化职业技能训练,注重职业素质培养,体现“以能为本”的高职人才培养特色。

一、职业能力培养是高职教育的目标

职业能力培养是高职教育的目标和特点。高职课程教学应该注重实践教学,以培养学生的职业能力为课程教学目标。上海商学院冯伟国、徐静镠在《中国高等职业教育能力培养目标模式初探》(《教育发展研究》2002年第11期)一文中,提出了“高职教育必须以职业能力培养为目标”的职教思想。文章认为,职业能力培养目标既要具有时代性特征,适应经济国际化要求,又要符合我国基本国情和教育发展的特点。职业能力培养目标主要体现为五“适应”原则:

1. 适应知识经济社会的要求

21世纪是以高新技术为核心的知识经济占主导地位的时代,是一个知识、信息的时代。与以往的经济形态相比,知识经济的最大不同在

于,它的繁荣不直接取决于资源,资本,硬件技术的数量、规模和质量,而直接依赖于知识或有效信息的积累和利用。同时,新技术革命带来了社会生产力的飞速发展,使产业结构的变动更为频繁,市场竞争更为激烈,人们面临失业和转岗压力更大。因此,高等职业教育的能力培养目标,除了考虑具体行业企业和职业岗位的需要外,还必须考虑学生日后将会遇到的职业变更、技术更新及个人发展的需要。能力目标应具有明确的职业针对性,着眼于知识经济社会对新一代人的全面要求,重视对学生毕业后从事任何职业都需要的一些关键的或基本的能力培养,不能把培养目标的职业能力狭隘化、绝对化。

2. 适应经济国际化的要求

与新技术革命紧密联系的是经济国际化和全球化趋势越来越明显。这一趋势把高职教育置于广阔的国际化背景之下,要求高职院校培养的人才具有国际水准的技术应用能力,有与外国人交流沟通的能力以及对更为激烈的国际化竞争的适应能力。因此,构建高职的能力培养目标要走国际化道路,专业能力方面要引入国际先进的行业标准,职业基本能力方面要重视外语交流和适应国际企业管理模式的要求。

3. 适应终身教育的要求

科学技术迅速发展以及社会经济形态的变化决定了现代社会将是学习型社会,每个社会成员只有不断学习,不断接受再教育,才能适应技术进步和产业结构变动的要求。从终身教育的概念出发,高职教育不再是一种终结性教育,而是通向未来的桥梁。因此,能力目标培养不仅包括要有专门的职业知识和技能方面,还应包括培养学生的职业心理的自我调节能力、积极向上的精神和自主创业的能力、进行再学习的良好心态等自我学习和发展的能力。

4. 适应中国经济发展的特点

教育为经济服务,同时受经济的制约。我国经过 20 多年的改革开放,社会主义计划经济转向市场经济,解放生产力释放出巨大的能量,将推动中国经济持续、稳定地发展。但是,人口众多、资源相对紧缺、地

域广阔、经济发展不平衡,这些基本国情决定了经济发展中消费需求结构与产业结构的矛盾、产业结构与劳动力结构的矛盾、劳动力供给增长与高新技术发展对劳动力需求减少的矛盾等,将在相当长的时期内存在。中国经济不仅要承担知识经济发展带来的竞争压力,还要面临由于经济发展不平衡而产生的就业困难。实行多元化市场经济,大力发展民营经济将是中国经济发展的重要特点之一。因此,对学生职业更新、技术更新的能力,自立、自强、自主创业的能力,以及对失业、转岗心理承受能力,在工作和创业中的耐劳、耐挫能力等的培养,都应该成为中国高职教育能力培养目标的重要内容。

5. 适应中国教育发展的特点

中国教育的对象绝大部分是独生子女,基础教育总体上属于一种知识灌输型的应试教育,高职教育起步晚,大部分高职院校由成人教育、专科教育转制而来,职业教育在人们心目中还是一种低层次教育,尚未确立应有的社会地位。这些特点决定了步入高职的学生,在自我管理、自我学习、人际交往、心理调节、奋斗精神等方面普遍存在一些问题。作为独生子女,他们往往有娇、骄二气,不能吃苦,不善交流;由于长期受应试教育熏陶,他们往往“眼高手低”,既缺乏思辨者的自信,又少有实践技能。因此,教给学生一技之长,同时培养学生自理、自律,耐劳、耐挫,善于交往,勇于创新的能力,不能不是我国高职教育能力目标结构的重要特征。

二、职业能力培养的目标模式

中国高职教育应构筑怎样的职业能力培养目标模式呢?这是高职教育改革的重大课题。对能力内涵的不同理解,可能导致不同的能力目标结构设置。而作为培养目标的能力结构,会影响课程结构、教学方法和教学评价标准各个方面。在《中国高等职业教育能力培养目标模式初探》一文中,冯伟国、徐静缪又提出了一个既符合国际先进职教理念,又体现中国具体国情的高职职业能力培养目标模式——我国现阶段高职教育能力培养目标应采取多层能力结构模式,对学生综合职业

能力进行培养。

高职教育确立的职业能力培养目标模式,首先要强调职业和专业岗位的针对性,尽量缩短学校与职场的距离,使毕业生能在最短的时间内适应特定职业岗位要求的要求。同时要关注适用所有职业的一般职业能力的培养,提高学生对经济社会发展的适应能力。其次要强调职业能力培养目标,要构建以通用能力为核心的多层能力结构。从能力与职业岗位关联的角度看,高职教育能力培养目标模型一般应包括三个层面。

1. 职业岗位能力

这一层次的能力直接由具体职业岗位的工艺流程、技术标准、劳动对象和生产工具的特点所决定,通常具有多样性、可变性的特点。不同岗位,有不同的技能要求。技术发展、工艺变革,会产生新的岗位,淘汰旧的岗位,同一岗位的能力要求也会不同。在某一专业能力培养目标中,岗位技能是学生贴近职场、直接适应企业需要的优势所在。

2. 专业基本能力

这是某一职业要求必须掌握的基本技能。通常体现该职业领域专门性知识、技术的特征。一种职业由许许多多岗位构成,专业基本技能是岗位技能的基础。专业基本技能对于不同职业来说是千差万别的,在同一职业领域,则是共通和相对稳定的。在一个专业的能力目标系统中,专业基本技能应具有相对稳定性,为学生将来在职业范围内的转岗、专业技能的提升,提供一个知识和技能的基础平台。

3. 职业通用能力

这是适用于所有职业的一般性职业能力。如果撇开以上两个层次体现特定职业能力的具体形式,还有一种要求任何一个现代职业人都需要具备的能力。比如,一个秘书,除了要胜任打字、速写、办理文件外,还应能够统筹安排工作任务,与人交流进行合作,以及具有认真踏实、遵纪守法的工作态度等。这种能力对一个营销员或网络管理员来说同样必要。这种不针对某一具体的职业,从事任何工作的任何人要