

李
丽◎主编

基于教学质量工程的高校教学改革探索与实践

——深圳大学管理学院教学研究文集（3）

JIYU JIAOXUE ZHILIANG GONGCHENG DE
GAOXIAO JIAOXUE GAIGE TANSUO YU SHIJIAN (3)



暨南大学出版社
Jinan University Press

主 编◎李 丽
副主编◎李 彤 叶 斌 谭政荣 王 忠 周志民

基于教学质量工程的高校教学改革探索与实践

——深圳大学管理学院教学研究文集（3）

JIYU JIAOXUE ZHILIANG GONGCHENG DE
GAOXIAO JIAOXUE GAIGE TANSUO YU SHIJIAN (3)



暨南大学出版社
JINAN UNIVERSITY PRESS
中国·广州

图书在版编目 (CIP) 数据

基于教学质量工程的高校教学改革探索与实践: 深圳大学管理学院教学研究文集 (3) / 李丽主编. —广州: 暨南大学出版社, 2009. 5

ISBN 978 - 7 - 81135 - 243 - 6

I. 基… II. 李… III. 高等学校—教学改革—文集 IV. G642.0-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 057497 号

出版发行: 暨南大学出版社

地 址: 中国广州暨南大学

电 话: 总编室 (8620) 85221601

营销部 (8620) 85225284 85228291 85220693 (邮购)

传 真: (8620) 85221583 (办公室) 85223774 (营销部)

邮 编: 510630

网 址: <http://www.jnupress.com> <http://press.jnu.edu.cn>

排 版: 暨南大学出版社排版设计中心

印 刷: 广州市怡升印刷有限公司

开 本: 787mm × 1092mm 1/16

印 张: 15

字 数: 350 千

版 次: 2009 年 5 月第 1 版

印 次: 2009 年 5 月第 1 次

印 数: 1—1000 册

定 价: 30.00 元

(暨大版图书如有印装质量问题, 请与出版社总编室联系调换)

前 言

伴随着我国高等教育改革的迅速发展，高等教育的研究重点已逐步转变为如何提高教学质量问题。众所周知，教学质量是学校的生命线，提高教学质量是学校发展的主要课题，特别是在我国高等教育走向大众化的今天，教学质量的保持和提高已成为影响我国高等学校生存与可持续发展的决定因素，注重质量也是高校落实科学发展观的具体体现。

近年来，地方性高校大众化教育背景下的招生规模扩大，给教学及教学管理带来许多困惑，因此，能否把高等教育“量”的扩张与“质”的保证有机结合起来，以确保人才培养目标的实现，值得我们每一个高等教育工作者研究与思考，同时也是全社会对高校教育的期待。

深圳大学地处改革开放的前沿腹地，毗邻港澳，具有窗口大学效应，管理学科人才培养具有发展标志性。因此，深圳大学管理学院的发展以“量”与“质”并重为原则不断进行改革与探索，并接受社会发展的检验与挑战。

本书以教育部“质量工程”建设项目为主线，围绕课程建设、精品课程、专业特色、教学改革与实践、人才培养等专题开展了一系列教学研究，这些研究体现了管理学院教师在“教学质量工程”建设过程中勤于思考、勇于实践、不断探索的精神风貌，更是管理学院提高教学质量工作的缩影。

教学质量管理工作是一项复杂的、动态的、长期的工作，同时，也是在我国新的教育发展形势下的新课题，需要广大教育工作者在理论上和实践中大胆尝试、不断创新。本书意在抛砖引玉，学习交流。我们相信，在广大同仁的共同努力下，高校的教学质量工程将取得丰硕成果。



2009年4月20日

目 录

前 言	(1)
-----------	-------

第一章 课程建设与精品课程

“企业战略管理”精品课程建设的思考与体会	刘 莉 (2)
“项目管理”精品课程建设方案及特色塑造	林 梅 (7)
“电子商务概论”课程的双语教学实践及思考	林旭东 林琼玉 (11)
大学课程变“集中考试”为“分散考试”的模式探讨	刘 军 (16)
运用系统工程方法改善“运筹学”课程的教学与实践	潘燕春 李 丽 甘小冰 陈智民 (22)
“运筹学”课程实践教学方法的实践与探讨	甘小冰 (28)
“国际商务”课程的教学体会	吴 艺 (30)
基于网络的自主探究教学模式的行动研究	罗汉洋 李小玲 (34)
管理类课程考核方式的设计和创新	初大智 (41)
完善 ERP 沙盘模拟实训, 打造精品实训课程	王小汀 黄凯珊 (45)

第二章 专业特色与专业建设

基于胜任素质模型的人力资源管理专业培养体系建设	丁夏齐 (54)
深圳大学工商管理专业本科课程体系特色与构建	李 彤 (59)
行政管理专业课程体系建设与逻辑分析	谭功荣 (63)
——基于新公共管理的视野	叶 斌 李 丽 张灵莹 (68)
本科院校电子商务专业课程体系的逻辑分析与构建	周志民 (74)
市场营销专业课程体系的逻辑分析与构建	林 梅 (80)
工商管理专业课程学生成绩影响因素分析	

第三章 教学改革与实践

管理类专业实践教学体系构建与实施	李 丽 王小汀 冯建民 (88)
如何在专业教学中提高学生的实践认知能力	赵 洋 (95)

基于行动学习理论教学模式设计	王 忠 (99)
人力资源管理专业实习模式改革探讨	曾锡环 (106)
人力资源管理专业学生能力培养的挑战和策略	苏方国 (117)
基于 Fuzzy 模型的大学生学习能力评价	初大智 (121)
旅游管理专业实习基地建设若干问题探讨	金元吉 (126)
设计性实验的设计与实施	潘 锋 (130)
论行政案例教学中的“自主性”学习	吴海燕 (134)
会计电算化与手工会计的结合教学探讨	彭运芳 (140)
管理类专业教学中增强实训类课程建设之我见	王庆鹏 (145)
突破传统管理模式, 提升实验室创新能力	王小汀 叶 斌 (152)
刍议大学生科研能力的培养	牛 奔 (158)

第四章 人才培养与改革探索

管理学院教学环境建设与改革探索	李 丽 (162)
通识教育理念与大学公共课程的改革	
——一项以深圳大学为基础的调查研究	肖 俊 王剑君 (168)
高校教师有效教学反思意识浅谈	罗汉洋 李小玲 (181)
如何在高年级的授课中整合学生的知识链	崔世娟 孙 利 (186)
中日大学生学习方法之比较	高 梁 (192)
以培养学生学习能力为中心的大学教学变革探讨	何发平 (196)
如何培养学生群体的“学习文化”	刘世雄 (203)
利用网上资源提高教学质量	杨 益 (209)
高等院校向大众化教育转型背景下提高教务管理工作效率的探讨	张维燕 (214)
本科高年级学生如何撰写英文科技论文	牛 奔 (217)
当代大学生自我管理意识的探究	
——以深圳大学为例	孙建刚 刘 痕 谭根略 梁 思 郑敏敏 (222)

课程建设与精品课程

第一章

“企业战略管理”精品课程建设的思考与体会

刘 莉

(管理学院工商管理系)

【摘 要】本文阐述了我国高等院校建设精品课程的必要性,分析了深圳大学“企业战略管理”精品课程的沿革与特点,从教学目的与内容、教学思想与理念、教学方法与手段等方面介绍了精品课程建设的思考与体会。

【关键词】企业战略管理 精品课程 思考 体会

精品课程建设是近年来教育部组织开展的旨在提高高等院校本科课程教学水平和教学质量的一项具有战略性意义的工作,已经成为我国高等院校教学改革建设和提高本科教学质量的一项具有标志性价值的重要工作。自2003年我国第一批国家级精品课程产生以来,其辐射、示范作用日益显现,有效地带动了其他课程的建设和发展,为整体提升我国高等院校本科教学水平和质量,最终为培养创新性的建设人才发挥了重要的作用。

“企业战略管理”课程作为深圳大学工商管理专业的必修课,经历了十余年的建设和发展,在一批骨干教师的辛勤耕耘下,已经打下扎实的基础并产生了良好的影响,2007年该课程被深圳大学评为精品课程。本文就该课程建设过程中的四个问题谈谈个人的感悟和体会。

一、课程沿革与特点

“企业战略管理”是一门融合管理科学与领导艺术,既有理论范式又强调灵活运用实务型课程,常被称为管理学的“顶尖石”,是教育部工商管理本科教学指导委员会指定的管理学类专业的核心课程之一。深圳大学工商管理专业创立初期开设了“企业经营管理学”,该课程的第二章即为战略管理,囿于学时及篇幅,当时不可能系统地讲授战略管理的全部内容,只能做简单的一般性介绍。随着中国企业从改革开放初期的“机会导向型”转向“战略导向型”,经营环境的快速变化使企业之间的竞争加剧,因此,正确理解和运用现代企业的战略管理体系,系统地学习战略管理理论和方法迫在眉睫、势在必行。为了适应企业对战略管理人才的迫切需要及高等院校教学改革的形式,工商管理系于20世纪90年代后期将“企业战略管理”课程列入工商管理专业的教学计划,取代“企业经营管理学”而成为该专业的一门必修课。

企业战略管理不是虚无的或束之高阁的理论,而是极具操作性的选择;企业战略管理不仅是一种观念,更是企业现实的一种行为;企业战略管理不是某个管理职能的

具体实施,而是企业跨职能决策的一门艺术和科学。因此,该课程具有综合性、实战性的特点。要取得高质量的教学效果,无论是对教师还是学生来说都是一种挑战:教师在课程教学中要将西方战略管理理论与中国企业的实践有机地结合起来,以开发能够让学生实实在在感受到的管理行为为落脚点,使其形成战略性思维和决策感悟。这对几乎没有企业战略管理体验和经验的本科生来讲,要理解好教学内容并与之呼应,是一件很困难的事情,突出的难点是他们要由以前所学课程形成的职能管理理念(局部性、战术性)向战略管理思维(全局性、方向性)、能力转变,这一问题的解决既不能急于求成,更不可拔苗助长。实际上,战略管理素养的形成是一个学习、实践的过程。在课程教学中,只有树立科学的教学理念,采用行之有效的教学形式和方法,才可能使学生建立起对企业战略管理实质的认识并产生一定的运用效果。

二、教学目的与内容

企业战略管理课程的教学目的是,使学生掌握战略管理的基本理念、策略、方法及实战技巧;了解国内外战略管理理论发展的前沿动态和趋势;培养、提高其适应企业中层管理者要求的国际化视野、战略思维、战略决策与运作能力;培养其初步的战略管理素养,为日后从事企业管理实务等工作打下一定的专业基础。

具体来讲,学习该课程后学生应能做到“大处着眼,小处着手”。所谓“大处着眼”,首先是要将学生在大学四年里所学的知识系统整合起来思考企业战略管理问题,能把市场营销、人力资源、生产运作、技术研发等职能战略与企业总体战略结合起来系统分析;其次是把企业的内外环境从长远发展的高度进行概括、总结,提出初步的可操作性分析思路;再次是论证及规划企业保持或强化竞争优势的定位、变革等方案。所谓“小处着眼”,关键在于让学生认知、体会到战略与每一位员工的行为是融合在一起的,“战略就在你身边”,战略贯穿于企业生产经营活动的全过程,要有积极主动的参与意识。

教学内容是以战略制定的要素——战略的形成过程——战略的执行与评估为主线,从战略管理的概念和行为两方面研究战略管理的过程,内容涉及企业之间的动态竞争及其对企业战略结果的影响,企业取得竞争优势的具体做法,战略领导者在战略管理中的重要作用等。

要求学生掌握战略管理的基本概念、基本原理和基本方法,并将理论学习融入企业实践中,做到举一反三、灵活运用,具备初步的战略决策、规划能力;通过文献阅读、案例分析、电子模拟等教学方法培养学生的创新思维、团队学习和有效执行等能力,以适应经济全球化环境下企业面临的新挑战。

三、教学思想与理念

“精品”顾名思义,是对粗放、粗糙的否定。可以说,精品是一种意识,精品是一种精神,精品是一种追求,精品是一种境界——一种精益求精的境界。在经济全球化

的今天,高水平企业管理人才的培养有赖于广大教育工作者敢于面对挑战、勇于探索,在课程建设上精益求精,长期积累和历练。精品课程的建设是一个系统工程,应体现现代教育的教学思想,符合现代科学技术和适应社会发展进步的需要,能够促进学生的素质全面发展,有利于带动高等教育教学改革;应该集科学性、先进性、教育性、整体性、有效性和示范性于一身,而这一课程建设对教师提出了很高的要求,首先是要转变教学思想和理念。只有以先进的教学理念为指导,改革传统的课程思维模式,变革单纯传授知识的课程结构、教学内容、教学方式等,这门课程才可能有所创新。

根据企业战略管理课程的特点,总结十几年来教学工作的体会,笔者认为,应树立以下三个教学理念:

1. 中西融汇的理念

目前,国内的企业战略管理课程基本上是从西方引进的知识体系,带有其特定经济、文化等背景的印记,因此,在面对中国企业的竞争环境时,教师要不断关注本课程前沿的研究动态及发展趋势,分析其理论、方法的共性及特性,取其有益于促使本土企业系统地学习、借鉴的战略管理知识体系,检视自身的经营战略规划及战略管理体系的得失与利弊,以期提升战略管理能力,实现企业持续稳健的发展。切忌不问环境和条件,生搬硬套甚至生吞活剥地传授。所以,教师必须能对该课程的理论体系有全面、客观的把握,对中国的现实和企业发展现状有较深入的了解,在指导学生掌握理论和方法的同时,让学生明白如何根据我国国情和企业现实灵活地加以运用。

2. 知、行合一的理念

管理大师德鲁克曾说:“管理是一种实践,其本质不在于知而在于行;其验证不在于逻辑,而在于成果;其唯一权威就是成就。”教育学家保罗·郎格郎指出:教育不再是为了传递知识,而是促进人的发展。在现代终身制教育背景下,教师的作用不再是传授知识,而应注重培养学生的自学能力,发掘学生的特长,形成良好的知识素养和个性品质。企业战略管理课程的学习不应是脱离现实的“纸上谈兵”,不应只会死记硬背书本上的教条理论,而应引导和训练学生就现实问题提出质疑,并提出解决思路和方案,使学生做到知、行合一,行成于思、行胜于言,提高他们解决现实管理问题的能力。

3. 自主学习的理念

自主学习是相对于“被动学习”和“机械学习”而言的。自主学习并不等于孤立、封闭地学习,它是一种主动、积极、有主见的学习理念。自主学习应在教师指导下,学生根据自己的学习基础和特点,选择课程中适合自己知趣的内容、方式等加以重点掌握。实现自主学习的重要支撑是现代网络技术,利用远程教学系统、电子模拟系统,以学生为中心、以团队合作为依托,诱发学生的学习兴趣、主动性和创造力,实现个体与群体的知识融合,形成知识学习共享的良好格局。

四、教学方法与手段

教学方法与手段的改革应以教学理念为导向,以培养学生的自主思维能力、创新

能力为目标,使学生形成运用所学知识对实际问题进行分析的正确思路 and 良好习惯。理论知识的学习和掌握固然重要,但更重要的是使学生掌握科学的分析方法和提高解决问题的能力。近年来,企业战略管理课程通过案例教学、电子模拟、研究性学习、“第二课堂”、企业家论坛等方法及手段,将理论学习与实践紧密结合起来,提高了教学质量,收到了较好的教学效果。

1. 案例教学法

案例是描述管理决策或者人们试图解决的管理问题,以及执行决策所依赖的周围环境、事实、意见、偏见等。学生们学习书面案例就是要对所采取的行动进行分析、讨论,并做出决策。通过个人分析、小组讨论确定问题,找出可供选择的解决方案,选择行动办法,预见可能出现的结果、实施的计划等。通过案例讨论使他们感悟鲜活的管理事件及其情景,提高分析问题和解决问题的能力。笔者在教学中注意精选国内外的典型案例,一是选择不同行业的案例;二是注意大型或知名企业案例与中小企业案例的平衡;三是经典案例与自编案例相结合,如结合近年来自己研究项目的调研成果,编写并发表了“大族激光的创新成长之路”(管理案例研究与评论,2008年第1期)、“深圳市得润电子股份有限公司”(管理案例研究,大连理工大学出版社,2006年8月)、“广东金鑫塑胶有限公司的困惑和挑战”(MBA管理案例精选,大连理工大学出版社,2006年8月)等案例。将这些案例引入课堂讨论,同学们感受到了理论贴近现实,鲜活、可信,彻底改变了教师“满堂灌”教学程式的枯燥乏味,课堂学习变得生动活泼,充满思考和挑战,学生分析问题和解决问题的能力得到了提高。

2. 电子模拟实训项目

在2006年以本课程为依托开设“ERP沙盘模拟”实训的基础上,2008年本课程引入了“经营之道”电子模拟实训项目。作为战略管理课程的重要学习内容之一,它是信息化时代的一种“亲验式”学习方法。该电子模拟系统将复杂、抽象的战略管理理论以模拟企业之间竞争的形式展现,学生们通过扮演新创的制造业企业的各种职能的高管人员角色,亲身体验了企业战略性竞争的酸甜苦辣。在课程教学团队教师的努力和学院试验中心教师的积极配合下,该实训取得了很好的效果。正如同学们在实训报告中所言:“这次实训让我亲身体验了一个制造业企业战略的定位及其流程管理的真实性,包括物流、资金流、人流和信息流的协同过程,感悟到企业在实际运作中各职能部门的综合管理太重要了”;“我从‘经营之道’实训中获得了一个重要的体会——换个角度看世界。那是一种思考方式,是一种洞察变化、适应发展的力量和能力,更是一种工作及生活态度。在当今信息爆炸的时代背景下,在群雄逐鹿的抗争中,我们需要这股力量推动个人、企业,乃至社会的进步”。

3. “第二课堂”的自主学习

为贯彻因材施教的教学方针,倡导自主性学习,放大“第一课堂”效应,近年来,笔者抽出课余时间与学生一起讨论研究管理的现实问题,即在部分有需求的学生中开展“第二课堂”讨论,使一些在“第一课堂”上“吃不饱”的学生通过这种形式来拓展其知识面并获得收益。学生参与“第二课堂”的活动完全是自愿组织的。譬如,

指导学生参加各类比赛,参与并指导“兴趣小组”的学生开展专题讨论,吸收学生参与自己的研究项目调研工作,等等。这些学习积极性较高的学生通过“第二课堂”取得了突出的成绩,如在近几年举办的全国及广东省“挑战杯”大学生课外学术科技作品竞赛、深圳大学“创新杯”大学生课外管理学术作品大赛等赛事中,他们的研究成果捷报频传、屡屡获奖,这些课外学术作品绝大部分是他们结合企业战略管理课程的学习,深入实践、调查研究的成果。笔者指导的2004级工商管理专业林俊浩等同学的作品“集成创新的机理与模式研究——基于深圳软件行业的实证分析”,于2007年获第十届“挑战杯”飞利浦全国大学生课外学术科技作品竞赛三等奖、第十届“挑战杯”珠江啤酒广东大学生课外学术科技作品竞赛特等奖。还有部分学生公开发表了自己的研究成果,如工商管理专业2002级谢文艺同学在笔者指导下撰写并发表案例“中国人民财产保险股份有限公司深圳市分公司”;工商管理专业2003级黄晓华同学撰写并发表论文“深圳高新技术产品自主品牌的成长之路”等,这些成绩既展示了学生刻苦努力、学以致用学术水平,也体现了他们积极参与丰富多彩的社会实践,在“第二课堂”里学会如何做人、做事的成果。

参考文献

- [1] 刘莉. 管理学类专业教学改革与创新研究 [M]. 重庆: 重庆出版集团, 重庆出版社, 2006
- [2] 段善利, 李萍萍, 窦明武. 关于精品课程建设的几点思考 [J]. 中国大学教学, 2004 (4)
- [3] 唐铁军, 王平祥, 徐跃进. 做到“四个结合”加强精品课程建设 [J]. 中国大学教学, 2005 (10)
- [4] 蒋毅坚. 精品课程重在建设与示范 [J]. 北京教育 (高教版), 2005 (5)

“项目管理”精品课程建设方案及特色塑造

林 梅

(管理学院工商管理系)

【摘 要】“项目管理”是深圳大学校级精品课程。在“立足珠三角、培养基础性人才、弥补差距和突出特色”的方针指导下,本文针对精品课程评价指标体系的要求,制定了该课程建设的内容定位、建设目标、建设方案及特色塑造的具体内容和措施。

【关键词】项目管理 精品课程 建设方案 特色

深圳大学管理学院工商管理系“项目管理”专业课程已有十二年的建设历史。随着经济、科技、社会日新月异的发展变化,这门课程的重要性也愈发凸显出来。2008年该课程成为深圳大学校级精品课程,在两年的建设期中,将结合国家精品课程评价指标体系、本科生未来服务的珠三角地区的经济社会形势和人才需求,在课程内容、讲课方式、知识传授工具等方面塑造和强化特色。该课程建设方案如下。

一、“项目管理”课程定位与建设目标

从基本层次来看,任何有约束的一次性活动都可当成项目来管理;从高层次来看,任何地区、行业和企业的战略发展都离不开创新项目的实施。项目管理最重要的价值体现在对创新程度很高的一次性任务的管理,比如创业、开发新的商业模式、开拓国际市场,这种创新热潮造就了珠三角地区大量的中小企业,它们正是珠三角地区经济活力的源泉。

然而,2008年9月由美国次贷危机引发的金融海啸向人们昭示,创新产品决不等于创新管理^{[1][2]},如果缺乏有效预测和全方位管理,创新则难以持续。近期,在急剧动荡的环境下珠三角地区制造业企业大量破产、迁移的状况也表明,创业项目管理及其升级是珠三角地区企业生存发展的重要基础^[3]。

基于上述分析,本专业培养的本科生未来很可能自己创业或从事与珠三角地区经济发展密切相关的高新技术产业、制造业或服务业。为了使掌握项目管理的常规逻辑并能应用于各类项目,本课程的核心内容定位是项目管理的一般原则、通用方法和创业项目应用。

由于项目管理普遍存在并影响深远,本专业学生未来无论从事何种行业的何种工作,无论职业生涯中伴随着怎样的工作转换,无论身处基层还是位居高位,项目管理都将伴随他终身,并成为决定他事业成功与否的关键因素。本课程希望为学生未来管理项目打下坚实的基础,具备可持续的项目管理学习能力,但并不局限于某一特定领

域,还可涉及如 IT、工程、制造或服务等领域。因此,本课程建设的目标是:①使学生深刻领悟项目管理的重要性的管理逻辑;②熟练掌握并灵活应用通用型项目管理方法;③能结合珠三角地区经济社会发展需要对小型创业项目的建设运营进行管理。

二、现有状况与目标差距

从课程内容定位与建设目标来看,目前的课程内容设置与讲授方式及目标状态还有一定差距,主要体现在以下三个方面:

1. 内容特色尚需改进

课程新的内容定位要求着重于外部驱动型项目,即由于组织外部需要而产生的项目,但原来的内容设置此特点并不是很突出。案例安排中没有特别考虑外部驱动型项目与内部驱动型项目这两类项目,因此产生了混杂现象,不利于学生理解。

2. 讲课方式转换不易

在实施本课程之前几年的讲课方式是传统的以教师为中心、以知识传授为重点的方式,学生被动地吸收知识,创新思维激发不足,对知识领悟得也不够深刻。近期,在 47 人的小班进行了讲课方式转变的尝试,效果较之前有了较大的改善。但这种转变对于 80 人左右的大班是否仍有效还有待观察。学生人数越多,专业背景、专业基础知识和年级差异越大,理解领悟能力的差异也越大,小班中有效的以学生为主体的讲课方式能否在大班中延续,以及探索大班适用的以学生为主体的讲课方式是课程建设的重要环节。

3. 知识传授工具多样化改进

除了理论讲解外,目前虽然采用了案例、讲座、小组演练、实地考察等方式帮助学生理解知识,但由于课时和人数所限,这些方式不能全部应用于同一个班级的授课中,只能选择部分方式。因此,与建设目标相比,对创业项目管理的演练力度还比较薄弱。此外,多媒体和信息技术的应用还存在欠缺,相关的视频资料积累还不多。

三、建设方案

根据上述课程新的内容定位、建设目标以及目前状况存在的差距,本课程建设方案如下:

1. 课程内容更新调整

课程内容更新调整包括:①概念与理论知识更新,课件 PPT 更新;②案例更新,更多选择国内和珠三角地区背景案例及学生熟悉的案例,减少内部驱动型项目案例数量,增加外部驱动型项目案例数量,增加创业项目管理案例数量;③增加课时以培养学生实际运用的能力,由原来每周两课时增加到三课时,增加的一课时为 Microsoft Project 2007 软件实训;④补充软件实训内容,编制实训学员手册和教师手册。

2. 引进新的教学法

引进新的教学法包括：①隐喻教学法，即通过图片、语言、视频、表演、辩论等形式将难以言传的隐性理论知识经由学生领悟传达给学生^{[4][5]}，由填写问卷的方式评估隐喻教学法的实际成效；②逻辑牵引法，即通过课程知识内在逻辑的牵引，在教师指导下，学生自己“预测”和“跟踪”本堂课的连贯内容、下节课的主要内容以及未来将要学习的内容，激发其主动思考的积极性和动力，活跃课堂气氛，转换教师角色，将学习的主体地位交还给学生。

3. 教学资源补充

教学资源补充包括：①案例库补充；②视频资料积累，尤其需要补充3~8分钟的简短视频资料；③讲座资源积累，录制讲座；④学生小组项目研究成果补充，包括Word文档及汇报PPT；⑤学生表演项目和辩论项目录制；⑥补充软件实训课程录像。

4. 教师队伍建设

教师队伍建设包括：①吸收新教师参与“项目管理”课程讲授；②组织教师学习和参加项目管理软件培训；③课程建设定期交流；④撰写相关教研论文和学术论文；⑤参加学术会议。

四、特色塑造措施

在落实上述课程建设方案过程中，要注意课程特色的塑造和强化。随着时间的推移，精品课程的数量逐步增多，类似的校内或校外精品课程也会出现。比如，校内此前已有“建设项目风险管理”精品课程，校外重庆大学已有“建设项目管理”国家级精品课程。因此，不排除将来其他院校可能也有“项目管理”精品课程。从战略管理角度来看，差异化是塑造持久竞争优势的重要来源^[6]。为了与其他可能的类似精品课程相区别，考虑本课程的建设目标和培养对象，现将特色塑造措施归纳如下：

1. 内容特色塑造

本课程培养能为珠三角地区经济社会发展服务的基础性人才，而珠三角地区经济发展的特点是中小企业多，外向型特征显著，创新能力强，但项目管理能力和提升能力薄弱。本课程内容突出外部驱动型项目的特点，注重对创业项目综合管理能力的训练，使学生具备综合规划小型创业项目和一般项目的思维和视野。

2. 教学法特色塑造

隐喻教学法和逻辑牵引法是本课程教学的两大特色方法。前者有助于抽象概念和理论的讲解，也有助于项目管理知识体系中各切块知识之间联系的理解；后者有助于重塑学生学习的主体地位，激发创新思维，改善课堂氛围，提高师生的教学满意度。在具体实施过程中，需要注意两种方法的适用场合和切换技巧。前者是适合于晦涩知识的讲解场合的方法，而后者是贯穿于整个课程的启发式方法。

3. 教学资源特色塑造

本课程所使用的教学资源将尽可能向国内和珠三角地区背景靠拢，选择近期有代

表性的案例作为课程素材。此外,还将通过故事设计的方式让学生将项目管理中可能出现的各种问题表现出来,自行录制这部分内容作为教学片。另外,基于珠三角市场机会的学生创业项目小组作业也是具有很强地区特色的教学资源,长期积累下来,也是一笔宝贵的财富,可挂在本课程网站上供学生讨论和参考。

4. 学生能力特色塑造

为了增强学生应用项目管理方法的能力,本课程已在学院实验室中引进 Microsoft Project 软件,将专门安排 1/3 的课时对学生项目管理能力进行操作训练,以达到对项目管理中时间、资源、费用三方面相互影响的全面认识,并在此基础上学习优化项目的方法。软件系统在这方面的训练比课堂的解说要生动、形象得多,并且可以立即看到项目决策的结果,这在课堂上是不可能实现的。

除实操能力训练外,本课程还鼓励学生学习国际项目管理知识体系的内容。近年来,项目管理研究所多次组织学生参加 IPMP 资质认证,目前已有六百多名学生参加了该知识体系的学习并获得了 D 级证书,这方面的既有特色在未来将继续保持下去。

综上所述,“项目管理”作为深圳大学校级精品课程,在未来两年的建设过程中将本着“立足珠三角、培养基础性人才、弥补差距和突出特色”的建设方针,树立差异化的课程形象,为珠三角地区经济社会的发展贡献一份力量。

参考文献

- [1] 王勇. 金融危机管理:任重而道远 [J]. 银行家, 2008 (9): 86 ~ 89
- [2] 祝红. 从美国次贷危机看我国金融创新的风险防范 [J]. 江西金融职工大学学报, 2008, 21 (4): 6 ~ 8
- [3] Paavola, S., Lipponen, L. and Hakkarainen, K. Models of innovative knowledge communities and three metaphors of learning [J]. *Review of Educational Research*, 2004, 74 (4): 87 ~ 103
- [4] May, G. L. and Short, D. Gardening in cyberspace: a metaphor to enhance online teaching and learning [J]. *Journal of Management Education*, 2003, 27 (6): 673 ~ 693
- [5] [美] 弗雷德·R. 戴维. 战略管理 (第十版) [M]. 李克宁译. 北京: 经济科学出版社, 2006. 172 ~ 173

“电子商务概论”课程的双语教学实践及思考

林旭东¹ 林琮玉²

(1. 深圳大学管理学院管理科学系; 2. 武汉市毛集中学英语教研组)

【摘要】随着全球经济一体化的加剧,对“电子商务概论”课程实施双语教学势在必行。本文在分析这种必然趋势的基础上,详细阐述了该门课程的双语教学实践活动,并且提出了在双语教学实践过程中的一些思考。

【关键词】双语教学 电子商务概论 课程 实践

2001年教育部高等教育司制定了迅速推动双语教学的有关文件,从而为高等教育的改革提出了新的目标和研究课题。双语教学的概念最初由英国引入,其含义有多种解释^[1]。本文所谓的双语教学是指在教学中采用英文原版教材,教案、课件、作业、考题等书面语言主要采用英文书写;课堂授课时,专业术语、专业知识点用英语表达,对知识点和难点的解释则采用中文表达。在“电子商务概论”课程中运用双语教学,即通过汉英两种语言系统、语言文化的联系和对比来促进教学内容的实施,其主要目的是向学生传授电子商务的专业知识,同时,提高他们的英语应用能力,从而为培养外向型商业人才打下基础。

“电子商务概论”是经济管理类专业的一门核心基础课程。有关电子商务方面的研究在中国起步较晚,导致该课程的中文教学大纲、教材、教案、习题库、试题库等系统的建设不够完善且严重滞后。时值我校大力倡导和推行双语教学,笔者有幸成为讲授该门课程的老师。经过近两年的教学实践,笔者深深体会到“电子商务概论”课程进行双语教学的必然性,并将本人在教学活动中的一些做法和思考与大家分享,以期进一步提高教学质量,取得更好的教学效果。国内某些名牌高校采用英文原版教材,并且用英语讲课。但是这种全英文的授课方式一方面对教师的素质要求特别高,另一方面要结合学生的实际英文水平。纯英文授课会使学生在课堂上一一直处于困惑状态,到头来不仅英文没长进,连专业知识也是“半桶水”。故而,全英文的授课模式与我们的教学实际情况不符。而双语教学则是在中文讲述的基础上,适当采用英文教学,让学习难度略高于学生的理解能力,为学生的学习起到一个“拔高”的作用。

11

一、“电子商务概论”课程进行双语教学的必然趋势

进入21世纪后,随着全球经济一体化的加剧和我国加入WTO后国际范围的经济交往不断增加,“电子商务”这一舶来品在我国的经济建设中起着越来越重要的作用。在这样一个特殊的时期,使用双语教学讲授“电子商务概论”课程正是大势所趋。