

Discussion on the Convergence of Competition and Teaching Mode of the *Market Research and Forecast* Course——Taking the Chinese University Student Market Survey and Analysis Contest as an Example

Jinglin Ke Weijun Jiang Jing Ruan

Huanggang Normal University Business School, Huanggang, Hubei, 438000, China

Abstract

Market Research and Forecast is a course that combines theory and practice closely. The traditional teaching mode focuses on theory teaching, and students' practical ability training is not enough. The purpose of the market survey and analysis contest for Chinese University student is consistent with the training objectives of the *Market Survey and Forecast* course, which aims to improve student's ability to design and implement surveys and market surveys. The paper combines the purpose and requirements of the market survey contest, and discusses the convergence of competition and teaching mode to improve student's practical application ability.

Keywords

market research; convergence of competition and teaching; teaching mode

Fund Project

General Teaching and Research Project of Huanggang Normal University in 2018 (Project No.: 2018CE34).

《市场调查与预测》课程赛教融合教学模式探讨——以中国大学生市场调查与分析大赛为例

柯晶琳 姜维军 阮婧

黄冈师范学院商学院, 中国·湖北 黄冈 438000

摘要

《市场调查与预测》是一门理论与实践结合紧密的课程。传统教学模式注重理论讲授, 学生实践能力培养不够。中国大学生市场调查与分析大赛的宗旨与《市场调查与预测》课程的培养目标相吻合, 旨在提高学生调查设计与实施和市场调查的能力。论文结合市场调查大赛宗旨与要求, 探讨赛教融合教学模式, 以提高学生的实践能力。

关键词

市场调查; 赛教融合; 教学模式

项目基金

黄冈师范学院 2018 年度教学研究一般项目 (项目编号: 2018CE34)。

1 《市场调查与预测》课程传统教学模式

《市场调查与预测》课程是工商管理类专业的核心课程, 该课程理论和实践结合紧密, 要求学生掌握市场调查的理论知识, 具备问卷设计、调查实施、统计分析并最终完成一份详细的调查报告的实践能力。该门课程传统教学模式主

要是通过教师课堂讲授理论知识, 考核方式以试卷理论知识笔试为主, 因此学生比较关注理论知识的学习。我校《市场调查与预测》课程共 48 学时, 其中实验课时 8 学时, 实验任务是让学生以团队形式开展调查完成调查报告。由于实验成绩计入期末总评成绩比例只有 1/6, 所占比例较小, 学生对实

验不够重视,调查报告完成质量不高,没有达到预期的效果,学生实践能力没有得到很好的提升。为了有效实现应用型人才的培养目标,因此笔者思考如何提高学生市场调查的实践能力。

2 学生参赛调查分析

中国大学生市场调查与分析大赛(CRA)(简称“大赛”)由教育部高等学校统计学类专业教学指导委员会与中国商业统计学会共同主办^[1]。该大赛自2010年开始举办,覆盖中国29个省市,累计1900余校次,18万余人次参赛,该项赛事因较高竞赛水平及影响力,于2019年2月公布被纳入2014-2018中国高校学科竞赛排行榜,成为统计与市场调查学科领域的中国性大赛。

为了解开课班级学生参与大赛情况,编制调查问卷对工商管理 and 市场营销专业在籍已修过该门课程107名学生进行了调查。

2.1 学生参加比赛的情况

市场调查分析大赛分为知识赛网考、校级实践赛、省级选拔赛、中国全国总决赛四个阶段。通过调查发现只有52.3%的学生报名参加过比赛,最终只有5.6%进入了省赛环节;47.7%的学生连知识赛网考都未报名参加。

2.2 学生参赛的影响因素

通过调查学生参加竞赛的目的显示,58.9%的学生是为了提高自己的实践能力;19.7%的学生为了开阔视野,激励自己更努力学习;21.4%是为了获得创新学分。对未参赛的学生调查发现:27.5%的学生不知道这个比赛;11.8%的学生对该项比赛没有兴趣;31.4%的学生没有基础,不了解比赛具体做什么。96%学生认为有必要在比赛前进行有关讲解和培训。由此可见,赛前的宣传及培训很重要。

2.3 受访学生更注重实践能力的培养

关于《市场调查与预测课程》实用性,94.4%的学生认为该课程实用性很强,并且86.9%的学生认为教学过程中引入市场调查大赛优秀作品作为案例是有利于对课程内容的理解。72%的学生认为教师在教学的过程中应注重理论学习和实践能力的培养两者兼之。

2.4 超九成学生认为课程学习与大赛结合有助于提升实践能力

通过调查发现高达98%的学生认为将该门课程的学习与大赛要求结合是有利于实践能力的提升,并且在课程的学习过程中教师要注重知识的广度(23.4%)、课堂氛围(19.6%)和知识传递方式及效果(51.4%)。

3 赛教融合教学模式可行性分析

大赛的宗旨是提高学生调查设计与实施和数据处理与分析等实践能力,要求学生掌握市场调查的理论知识,能够进行市场调查及撰写调查报告。培养学生发现问题、分析与解决问题的能力;培养学生自主学习的能力;培养学生实地调查的能力;培养学生团队协作与沟通的能力。大赛宗旨及要求与《市场调查与预测》课程的培养目标是一致的。因此,赛教融合的教学模式是可行的。

市场调查大赛不仅考查参赛学生的学习能力和实践能力,更是考查学校专业建设与课程改革的能力。大赛不能独立于教学之外,应融于课程教学过程之中。因此,论文结合市场调查大赛宗旨及要求,探讨赛教融合教学模式。

4 课程赛教融合教学模式设计

4.1 理论教学内容与知识赛相结合

市场调查分析大赛初级选拔是知识赛网考。知识赛主要考查市场调查相关理论知识。市场调查与预测课程理论教学以大赛为引导,结合大赛指定参考书《市场调查理论与方法》,对原有的课程教学内容及教学方式优化。根据市场调查与分析大赛的要求及该门课程的培养目标,可将理论知识体系分成四大模块:调查问卷设计、调查方式运用、调查方法实施、调查数据分析^[2]。

引入历届获奖优秀作品作为教学案例贯穿于整个教学过程中。市场调查大赛获奖作品是一份完整的调查报告,与市场调查与预测课程知识体系紧密相关,获奖作品作为学习案例有连贯和系统性,有利于学生的学习和掌握。通过优秀作品有助于让学生掌握整个市场调查的构架。

笔者在教学过程中选择了有代表性获奖参赛作品作为案例,涵盖市场调查的理论知识,如表1所示。

表1 获奖参赛作品与理论教学内容相结合

作品	选题类型	调查方式	调查方法	调查分析
“钟灵毓秀 曲水流觞”传统文化类综艺节目传播特征及传播效果分析	社会类自选题	阶段抽样	文案调查法、深度访谈法、文本挖掘法、面访、问卷调查法	描述统计分析、结构方程模型、文本挖掘技术
大学生烘焙类食品消费习惯调查及产品定制	市场类自选题	多阶段抽样、配额抽样、分层抽样	观察法、访谈法、小组座谈法、问卷调查法	描述统计分析、相关关系、市场规模预测
“读研热”的冷思考调查报告	大学生类自选题	配额抽样	文案调查法、问卷调查法	描述统计分析、Logistic 回归模型、结构方程
鸡蛋餐餐见, 品牌谁优选——上海市正大品牌鸡蛋消费驱动与障碍研究	市场类命题	配额抽样	文案调查法、面访、问卷调查法	描述统计分析、回归模型

4.2 实践教学与实践赛相结合

课程实践和大赛要求一致, 最终都是要求学生以团队形式进行市场调查, 完成详细的调查报告。根据大赛要求提炼出实践教学内容, 设置对应的实验项目, 将课程实践分成四个实验项目: 选题及制定市场调查方案、设计调查问卷、整理分析调查数据、撰写市场调查报告。每个项目都有明确的任务要求, 并对照竞赛考评标准, 设置实践项目评分办法, 如表2所示。

表2 课程实验项目表

项目名称	任务要求	考核比重
项目一 选题及制定市场调查方案	根据调查的选题确定调查目的、调查对象、调查方式和方法、调查地点及调查的组织实施等内容	45%
项目二 设计调查问卷	根据调查主题设计调查问卷	20%
项目三 整理分析调查数据	对调查数据进行整理分析	20%
项目四 撰写市场调查报告	按照市场调查结果撰写市场调查报告	15%

实验环节结合大赛要求每团队成员3~5人进行自由组队,

以团队形式根据任务要求完成实验项目。只有上一个项目考核完成才能进入下一个项目的实践, 每个项目完成后及时进行分析总结, 评估学生知识应用能力。了解学生在实践教学中存在不足, 在教学内容设计上加强学生们在不足方面的学习及训练。

4.3 课程考核与竞赛结合

参加竞赛能提高学生的实践能力, 如何将大赛面向全部学生是教学模式改革的第一步。因此, 在比赛之前要对大赛进行宣传, 并要求所开课班级必须全员参加, 参加大赛成绩将纳入该门课程的实践考核。制定相关制度参加比赛获奖可以获得创新学分、荣誉等形式鼓励每位学生积极参与^[3]。

为了保证开课班级的全体学生都能够参与到竞赛中, 首先安排市场调查课程实践与大赛的时间一致。大赛实践赛时间一般是每年5月举行, 将课程实践安排在每年的春季开设^[4]。

创新课程考核方式, 将竞赛的成绩与课程期末总评成绩对接。调整期末总评成绩比例, 期末总评成绩由理论考核(50%)和实验考核(50%)组成。其中, 实践考核以学生参加竞赛获奖情况为依据评定成绩, 获得省级以上奖项成绩评定为优秀(90~100分); 获得校级奖项成绩评定为良好(85~89分); 通过知识赛网考成绩评定为中等(80~84分); 未通过知识赛网考完成实验项目成绩评定为合格(60~79); 未完成实验项目成绩评定为不及格(60分以下)^[5]。

参考文献

- [1] 张涛, 张燕, 郭新. 项目教学在《市场调查与预测》中的实践与效果比较[J]. 商业经济, 2018(02):171-172.
- [2] 马丽君. “市场调查与预测”课程教学中实践能力培养的探讨[J]. 中国市场, 2016(12):170-171.
- [3] 胡文静. 《市场调查与预测》理论教学与实训教学整合的实践探索[J]. 教育现代化, 2018(03):96-97.
- [4] 查贵勇. 赛教融合培养应用型人才——基于中国大学生外贸从业能力大赛的调研[J]. 福建商学院学报, 2019(04):85-89.
- [5] 查贵勇. 赛教融合培养应用型人才——基于中国大学生外贸从业能力大赛的调研[J]. 福建商学院学报, 2019(04):85-89.