

# Teaching Reform and Practice of *Market Research* Course under the Guidance of “Promoting Teaching by Competition and Promoting Learning by Competition”

Mixue Lu

School of Information Management and Statistics, Hubei University of Economics, Wuhan, Hubei, 430000, China

## Abstract

*Market Research* is the core course of students majoring in statistics, and it is also an important course to cultivate the innovative practical ability of applied talents. Under the guidance of the concept of “promoting teaching by competition and promoting learning by competition”, the national college students’ market research and analysis contest and the *Market Research* course are organically combined. Through adding the appreciation of the excellent works of the contest in the theory teaching, developing the group project system practice teaching with the competition as the guide, opening up the online course and setting up the special chapter of the contest, introducing the competition scoring mechanism, establishing the examination mode of the fusion process examination and the result examination. These concrete measures have carried on the teaching reform and the practice to the *Market Research* course, and obtained the good teaching effect, in order to provide the reference for the related curriculum teaching reform.

## Keywords

market research; promoting teaching by competition; promoting learning by competition

# “以赛促教，以赛促学”指导下的《市场调查》课程的教学改革与实践

卢米雪

湖北经济学院信息管理与统计学院，中国·湖北 武汉 430000

## 摘要

《市场调查》是统计类专业学生的核心课程，同时也是培养应用型人才创新实践能力的重要课程。在“以赛促教，以赛促学”理念指导下，把全国大学生市场调查与分析大赛与《市场调查》课程有机结合。通过在理论教学中增添大赛优秀作品赏析，以竞赛为导向展开小组项目制实践教学，开辟线上课程并设置大赛专题章节，引入大赛评分机制，建立融合过程考核和结果考核的考核模式。这些具体措施对《市场调查》课程进行了教学改革和实践，并获得了较好的教学效果，以期对相关课程的教学改革提供借鉴。

## 关键词

市场调查；以赛促教；以赛促学；教学改革

## 1 引言

《市场调查》是统计类专业学生的核心课程，课程的综合性、应用性和实践性同时也是培养应用型人才创新实践能力的重要课程<sup>[1]</sup>。课程集合多学科理论知识，强调学生实践能力的培养，要求学生掌握市场调查的基本思想、过程和方法，能综合应用所学知识对现实调研问题给出科学可行的方案，指导市场营销、决策和管理。而学科竞赛是培养学生实践能力和创新精神的有效载体，通过参加学科竞赛，可以有效地

提升学生综合运用专业理论的能力、自主学习能力、创新思维能力和团队协作能力。近年来，结合学科竞赛，以赛促教，提升教学效果，以赛促学，增加学生学习兴趣，提高学习能力，培养学生创新精神和实践能力，成为《市场调查》教学改革一个新的切入点。

目前，已有一些高校将学科竞赛与《市场调查》课程教学相结合来进行教学改革，并取得了一些成果。王爽（2016）进行了以全国大学生市场调查与分析大赛为导向的《市场调

查》课程的改革探索。傅传驩(2018)通过实施课堂教学增添生生互动环节、充分利用校企合作资源和组织学生参加全国大学生市场调查与分析大赛来提升教学效果。张玉荣(2018)探讨了如何将各类与《市场调查》课程相关的赛事(包括全国大学生市场调查与分析大赛)融入理论教学和实践教学。周海婴(2018)从建立案例库、成立学习团队、完成调查项目、完善学生评价体系四个面指出了基于“大学生市场调查与分析大赛”的市场调查课程教学设计。祁垒等(2019)也认为结合大学生市场调查与分析大赛的学科竞赛驱动模式能提高大学生市场调查的创新实践能力。这些研究成果提供了基于学科竞赛的教学改革的基本设计框架,但在深入地探讨如何将大赛与教学的各个具体环节包括教学内容、教学模式、教学考核进行有效的融合尚有不足之处。基于“以赛促教,以赛促学”教学理念,将全国大学生市场调查与分析大赛有机嵌入到《市场调查》课程的理论授课、实践训练、线上课程建设、案例库建设和课程考核中,实现了大赛和教学的深度融合,并取得了良好的教学效果,为建设其他基于学科竞赛的高水平课程提供了借鉴<sup>[2]</sup>。

## 2 “以赛促教,以赛促学”指导下的市场调查课程的教学改革设计

全国大学生市场调查与分析大赛是与《市场调查》课程直接相关的一项国家级学科竞赛,旨在引导大学生创新和实践,提高学生的组织、策划、调查实施、数据整理和分析、调研报告的撰写和展示等实战能力,这与《市场调查》课程的培养目标高度一致,因此考虑将大赛引入课程教学,以期实现“以赛促教,以赛促学”的教学改革目的。

当前的《市场调查》教学中,理论教学按照市场调查流程展开,课程体系和内容较为完善。在一些重要的理论知识如市场调查方法,虽然教学中针对每种类型的调查方法都有对应举例,但因为缺乏具体案例的应用导致学生无法很好地理解和现实应用。在实践教学,目前主要采取的是以项目为驱动的小组合作学习方式,各小组自主选题,团队完成调查主题的确定、调查方案设计、问卷设计、抽样设计和样本量计算、调查实施、数据整理与分析、报告撰写和展示这7个项目模块。这种实践教学方式能将理论与实践相结合,提高学生学习的主动性和应用能力。但在教学实施中实践性和创新性仍然相对不足,给学生的感觉仍是在模拟实习,竞争

性和紧迫感不强导致学习动力不足,小组同学往往是为了完成课程任务而完成项目。此外,现有市场调查的课外辅助教学手段较少,资料也较为匮乏,学习主要依赖课堂45分钟、教材和习题集,这也限制了学生对《市场调查》自主、深入的学习<sup>[3]</sup>。考核方式上,目前多采用闭卷考核辅助以小组报告考查的方式,缺乏对课程的全过程考核,只注重结果却忽视了过程,不能全面地考查学生能力,也不能充分调动学生的积极性和主动性。

针对现有教学的不足,将全国大学生市场调查与分析有机地嵌入市场调查上述7个模块的理论教学与实践训练中,在理论教学模块中添加大赛优秀作品赏析环节,在实践教学中沿用大赛机制采取以竞赛为导向的3~5人小组项目制教学,形成基于学科竞赛的理论教学与小组实践两条线交叉并行、相辅相成、相互促进的课程体系。重视课程和大赛成果的积累,整合现有教学资源 and 大赛资源,进行市场调查线上教学平台和案例库建设。同时,将大赛报告的评价机制纳入考核体系,创建过程考核和结果考核相结合的考核模式以实现对学生的过程化、综合化和多样化的考评。

## 3 “以赛促教,以赛促学”指导下的市场调查课程的具体改革措施

根据教学改革思路,将全国大学生市场调查与分析大赛与《市场调查》课程的理论授课、实践训练、线上课程建设、案例库建设和考核形式有机、深入地予以融合,最终实现“以赛促教、以赛促学、以赛促创”。

### 3.1 增添大赛作品赏析环节,加强理论教学的具象化和真实性

理论教学中围绕市场调查的7个学习模块包括主题确定、调查方案设计、问卷和访谈提纲的设计、抽样方式和样本容量的确定、以及后续的调查实施、数据的整理和分析、报告撰写,有针对性地选择参赛作品为案例进行相应理论的讲解,不仅能很好地起到化抽象为具体的作用,而且还能让同学们思考和领会市场调查思想、方法在不同应用背景下的具体应用,提高了同学们在实际调查时运用理论知识的能力,增加了市场调查教学的真实感和趣味性。同时,通过对大赛优秀作品的赏析,同学们对大赛的水平、难度也更加熟悉,增强了比赛信心,也有利于将教学成果转化为竞赛成果,最终实现赛教相互融合、相互促进的良性循环。

### 3.2 以竞赛为导向, 小组项目制展开实践教学

沿用全国大学生市场调查与分析大赛的赛制要求, 同学们自由组队形成 3~5 名学生的学习小组开展实践学习。引入竞赛导向, 把课程实践和竞赛项目相结合, 根据市场调查的实施流程, 配合市场调查的理论授课内容, 团队合作完成调查主题的确定、调查方案的设计、问卷设计、抽样方法设计、调查实施、数据录入、整理和分析, 报告的撰写、展示和完善这七大实践环节, 实践的同时完成部分或全部参赛作品。在调查主题的确定环节, 通过专题授课和讲座形式引导学生从竞赛的视角, 以解决现实、热点问题为驱动进行选题<sup>[4]</sup>。在调查实施阶段, 请往届参赛学生进行经验分享和交流以提高调查质量。在方案设计、问卷设计、抽样方法设计、报告的撰写和展示这四个实践环节补充研讨展示环节, 加强了生生互动和师生互动, 激发了小组内的学习动力和小组间的竞争活力, 不同作品间的交流和碰撞, 也有利于学生思辨精神和创新能力的提高。

### 3.3 建立线上教学平台, 开辟市场调查大赛专题板块

为了让学生拥有除课堂以外的《市场调查》“第二课堂”, 充分利用课外的碎片化时间, 课程组在 2019 年就进行了《市场调查》线上课程的构建, 将课程的多媒体课件、重难点的讲解视频、课程练习等学习内容放到线上课堂, 在课堂教学之前先发布预习任务, 学生通过视频、PPT 课件进行自主学习, 带着前期知识储备和疑难问题进入课堂。课堂上, 教师根据预习反馈能更有效地设计课堂, 让课堂 45 分钟得到更合理充分的运用, 学生通过教师有针对性的重、难点讲解, 听课也更有目标性和积极性, 将传统的“头脑空空上课, 带着问题下课”转变为“预习过后上课, 解决问题下课”<sup>[5]</sup>。课后, 学生还可以根据自身的掌握情况回看章节视频和课件, 并通过练习进行巩固提高。线上课程的创建, 将教学地点从课堂延展到网络, 将教学时间从有限的“45 分钟”延展到无限的课外, 将教学模式由“先教后学”转变为“先学再教再学”。

同时, 考虑到《市场调查》课程与全国大学生市场调查与分析大赛的相互促进作用, 特别地在《市场调查》线上课程中开辟了大赛专题章节, 专题包含了市场调查与分析大赛的相关介绍、大赛宣传片、国赛参赛视频、大赛选题技巧这些内容, 以帮助同学们能更好地了解大赛、参与大赛, 以赛代练, 以赛促学, 用比赛来锻炼学习能力和检验学习效果。

### 3.4 注重成果积累, 进行市场调查资料库建设

随着教学和市场调查与分析大赛的持续进行, 课程报告、大赛报告、参赛视频等《市场调查》相关资料也在不断地积累。如何更好地利用这些沉睡的资源, 让同学们获得更加全面、丰富的市场调查知识是一个很值得思考的问题。在此背景下, 课程组提出市场调查资料库建设的构想。市场调查资料库的建设是一项长期而又必须的工作。一方面依托大赛公开分享的优秀国赛报告、PPT、现场答辩视频, 教师培训时的培训资料, 调研类企业的经验分享或案例分享等资料; 另一方面立足于本校, 将市场调查推荐书单, 本校学生历届大赛所获荣誉, 优秀学生大赛经验分享, 本校学生优秀的课程报告, 闯进大赛省赛和国赛的调研报告、调研数据、展示 PPT, 面向我校学生举办的“市场调查的选题”“市场调查的抽样设计”“市场调查的常用模型和方法”等专题讲座等内容进行整合, 最终形成内外兼容、不断丰富市场调查资料库。

### 3.5 引入大赛评分机制, 对学生进行过程式、综合性、多样化考核

改革《市场调查》课程考核模式, 将过程考核(50%)和结果考核(50%)相结合。过程考核中, 不仅包含学生的日常考勤、课堂回答问题、课后提问、在线讨论、线上和线下习题的完成、网络教学平台任务点的完成等个人课程表现情况(25%), 还包括个人在小组各实践模块执行中的表现情况(25%)<sup>[6]</sup>。由于实践教学全程采用的是 3~5 人小组模式, 因此个人实践环节成绩又由小组整体成绩(70%)和组员个人在模块任务中的工作安排、自己负责工作的完成程度(30%)来决定<sup>①</sup>。结果考核以学期末各小组提交的市场调查分析报告为依据, 沿用全国大学生市场调查与分析大赛的报告评审标准和打分标准, 报告撰写分数(60%), 报告展示分数(30%)和报告答辩分数(10%)的加权求和即为小组报告最终得分。各小组报告得分确定后, 再按照上文“各实践环节成绩的考评机制”, 对小组内成员进行评价。这样, 就获得了融合学生日常课业表现、实践模块表现和调查报告表现三大板块的综合成绩, 很好地实现了对学生过程式、综合性考核。同时, 将能反映学生能力的其他方面以加分的形式纳入考核体系。例如, 闯进大赛省赛的团队成员给予加 5 分的奖励, 进入国

<sup>①</sup>在对市场调查各实践模块的考评打分中, 庞娟(2019)将反映小组整体成绩和组员个人成绩的比重设置为 80% 和 20%。这里, 为了避免现实实践中的小组组员“搭便车”现象, 将反映小组整体成绩和组员个人成绩的比重调整为 70% 和 30%。

赛的团队成员给予加10分的奖励;参与了暑期社会调查等实践活动的同学也可以依据实践报告获得相应的加分等,从而更加多样地反映学生的学习能力。

#### 4 “以赛促教,以赛促学”指导下的市场调查课程的教学改革效果

在“以赛促教,以赛促学”理念指导下,以全国大学生市场调查与分析大赛带动《市场调查》的教学改革,将上述改革措施应用到2019-2020学年第二学期《市场调查》的教学中,并在学期末对学生进行问卷调查来检验和反馈本轮教学改革的效果。由于是通过问卷星将问卷发送到课程QQ群并请各组组长监督组员进行填写,问卷回收率为100%<sup>①</sup>。

本次调查共包括两部分内容,第一部分是考查同学们对《市场调查》课程的认识。在对课程的重要性进行调查时,37.7%的学生认为《市场调查》课程非常重要,59.18%的学生认为该课程比较重要,13.11%的学生认为课程重要性一般,没有同学认为该课程不重要。这说明同学们都充分认识到了《市场调查》课程的重要性,认为这门课不仅理论知识比较丰富,而且现实应用价值也较高,对同学们比较看重的学科竞赛、科研立项、社会实践甚至今后的工作都会有或多或少的帮助。对课程重要性的一致认识会敦促学生们认真学习《市场调查》课程,并认为该门课程的开设非常有必要,调查中,88.52%的学生表示开设《市场调查》课程是非常有必要和比较必要的,随着社会培养创新创业应用型人才的要求,《市场调查》这类方法论的应用课程将有望得到更多学生的青睐,对该课程的教学也将提出更高的要求<sup>[7]</sup>。

问卷的第二部分是考查将全国大学生市场调查与分析大赛引入教学后的教学改革效果。在检验在理论授课时增添大赛优秀作品案例赏析环节的教学改革效果时,86%的学生认为改革后的理论教学模式更有助于对教学内容的理解 and 应用,通过一个个具体、生动、真实的作品案例的“填充”能很好地起到化抽象的理论知识为具体的实践应用的作用。

在检验结合大赛的《市场调查》实践教学的教学实践和效果时,将近83%的同学非常认同“竞赛导向下的小组项目制实践教学模式有助于学生实践能力的培养”的观点,将近73%的同学非常(比较)认同“改革后的实践教学对实践能

力的提升”,将近87%的同学极为同意这种实践模式有助于提高团队协作能力。这表明竞赛导向下3~5人小组项目制的实践教学模式获得了学生较高的认可度和支持度,通过这种竞赛式小组项目机制可以充分调动同学们的积极性和主动性,让同学们既有竞争又有协作地完成各项实践任务,锻炼了实践能力,培养了创新能力,增强了团队协作合作能力,实现了在比赛中学习,在实践中学习的教学目标。

在对结合大赛开辟市场调查“第二课堂”这一教学模式的教学效果进行调查时,将近72%的学生对构建线上课程表现出了明显的支持态度,这说明了学生们普遍认可和支持线上线下的双教学模式。同时,72.93%的学生对于开设市场调查大赛线上专题章节呈赞成态度,认为大赛专题的开辟可以让他们更加了解大赛,并激励他们学以致用和积极参赛。在市场调查资料库建设的调查中,学生的意见更为一致,81.13%的学生选择了非常同意和比较同意资料库的建设,这表明学生对《市场调查》课程的学习兴趣和热情较高,非常期待能获得课堂以外的更加全面、丰富的市场调查知识<sup>[8]</sup>。

在对改革后的考核模式的应用效果进行调查时,85%左右的学生赞同将过程考核和结果考核相结合的考核模式,认为这种考核模式能实现对学生全程的、全面的、多样的考核。考虑到结果考核中直接沿用全国大学生市场调查与分析大赛的报告评审规则和打分体系,因此对这种“拿来主义”能否很好地对学生报告进行评价进行调查,结果表明82.81%的学生非常认可和比较认可大赛评价机制对课程报告的考核,这也论证了考核方案设计的合理性。

可以看出,《市场调查》课程教学中的改革与实践取得了较好的教学效果,一些课程报告经过完善后顺利地参加了第十届全国大学生市场调查与分析大赛的校赛选拔赛,甚至闯进了中国湖北省选拔赛,体现出了学科竞赛与课程教学结合后学科竞赛促进教学,同时教学又反哺竞赛的相互促进作用,也表明“以赛促教,以赛促学”的教学改革是值得尝试且有成效的。

#### 5 市场调查课程教学改革的几点体会

在《市场调查》课程的教学改革实施过程中,结合同学们的日常交流、问卷调查和教学反思,有以下几点体会。

##### 5.1 统筹安排课程内容,完善教学设计

“以赛促教,以赛促学”的教学模式,要求对原有的教

① 出于篇幅的限制,这里不列出调查问卷,感兴趣的读者可向作者进行索取。

学内容、教学模式、考核方式都要重新统筹设计和优化。教学内容的安排上通过理论教学和案例教学的结合, 将从原来重理论、重视方法本身的介绍, 到重视方法的选择与应用, 更侧重学生实践能力的培养。在案例的选择上, 还有更加精心地挑选一些典型性、代表性的、更能引发学生共鸣的案例以让案例赏析更加深入人心。进一步完善线上《市场调查》建设和市场调查大赛专题模块建设, 并认真组织资料库建设, 努力在课堂以外打造一方新的学习平台和实践平台。实践教学过程中, 加强与学生的沟通和交流, 对普遍的或者共性的实践重、难点通过优秀参赛学生的经验交流, 录制操作视频, 专题辅导等形式给予学生更多的实践指导, 落实对学生实践能力的培养。同时, 还要进一步思索如何在教学中进一步激发学生的创新精神, 提升学生的创新能力。

## 5.2 总结反思, 不断优化课程的教学设计

教学中要勤于总结和反思。大赛结束后通过与参赛同学和指导教师的交流, 听取参赛体验和竞赛指导意见, 找出竞赛能力需求与课程教学体系衔接不当的地方, 从而指导课程教学设计的改进。日常教学中, 通过学生课程表现、实践模块的完成情况、报告完成质量及时、全面地评估学生的知识掌握情况和应用实践情况, 发现学生能力的不足, 认真听取学生对教学内容、教学方法、考核模式的意见和建议, 进一步优化课程的教学设计, 在教学内容设计上注重课程间的衔接, 在教学方法设计上注重对学生的引导。

## 5.3 注重积累, 保证可持续性

每一份课程报告和竞赛作品都凝聚着同学们和指导教师辛苦的付出, 通过审查课程报告和竞赛报告, 能发现每届同学在课程学习与参赛中都有些共性的问题。对这些共性的问题通过学生与指导教师的总结与反思, 可以让后续的教学更有针对性, 还能让后届的同学少走弯路。同时, 优秀的课程报告和参赛作品又是未来教学和实践的案例资源, 保障了课程案例库的不断充盈和丰富, 从而使“以赛促教, 以赛促学”形成一个良性循环, 具有可持续性。

## 5.4 注意与大赛的进度同步以及与其他课程的衔接

在实践的过程中, 目前主要的矛盾在于课程的授课时点与竞赛的赛程时点之间的矛盾和《市场调查》课程与相关课程衔接之间的矛盾。全国大学生市场调查与分析大赛通常是10月开始报名, 12月中下旬左右知识竞赛考试, 知识竞赛考

试通过学生自行3~5人组队参赛, 并在来年的3月底左右参加校赛, 4月底左右参加省赛, 5月底左右参加国赛。大二学生因为课余时间充裕, 且有了一定的学习基础, 历来是大赛的主力军。目前, 我校统计类专业学生的《市场调查》课程安排在大二第1学期, 学生边上课边实践边准备大赛的知识竞赛考试, 对知识竞赛考核较为有利; 但金融统计类专业学生的《市场调查》课程安排在大二第2学期, 知识竞赛考试近乎“裸考”, 即便对学生进行了知识竞赛考试的专题讲座和培训, 但缺乏系统的学习依然不利于学生通过该项考试, 很多学生就这样被排除在了大赛之外。此外, 根据当前的课程体系, 讲述统计分析方法类的课程, 如《多元统计分析》《统计分析方法与模型》几乎都开设在大三学年, 导致学生写出的调查报告方法单一, 深度不够, 不利于学生数据分析能力的提升, 也不利于竞赛成果的产出。考虑到课程之间的衔接, 专业必修课《多元统计分析》依然建议安排在大三学年, 但可以考虑将专业选修课《统计模型与方法》, 《统计软件的应用》这类课程安排在大二第2学期, 这样就能将模型的运用和市场调查报告中的数据分析很好地结合起来, 既提高了对应课程的实践动力又提升了市场调查报告的质量。这些都是在今后的教学中需要思考和探索的问题。

## 6 结语

课程改革是中国当前应用型本科高校教育改革的重点。在国家教育课程改革的宏观政策指导下, 统计类专业学生要结合专业教学情况, 推进《市场调查》的课程改革。打破原有专业课程体系, 采取基于工作过程系统化的课程开发, 建设基于工作过程系统化的《市场调查》精品网络课程, 以提升专业教学质量。教育部《关于全面提高高职教育教学质量的若干意见》中明确高校教育应采取工学结合的人才培育模式, 为高校教育教学改革指明了方向。应用型本科院校应对学科体系设计课程进行改革探索, 工作过程系统化的《市场调查》课程教学改革是管理类学科改革的有效策略, 高校学科竞赛的教学改革实践为其他课程改革提供了参考。

高校学科竞赛是培养学生创新精神和实践动手能力的有效载体, 在“以赛促教, 以赛促学”理念指导下, 将全国大学生市场调查与分析大赛与《市场调查》课程有机结合。通过在理论教学中增添大赛优秀作品案例赏析, 以竞赛为导向展开小组项目制实践教学, 开辟线上课程并设置大赛专题章

节,引入大赛评分机制建立融合过程考核和结果考核的考核模式这些具体措施对应用型本科《市场调查》课程进行了教学改革和实践。对2019-2020学年第2学期《市场调查》课程的问卷调查显示,整体而言80%左右的学生对本轮课程改革效果极为认可。通过对教学内容、教学形式、考核方式的有效设计,以大赛作品为案例,以学科竞赛为牵引,加深了同学们对理论知识的理解和掌握,开拓了学生的视野,提升了对学生实践能力、创新能力、团队协作能力的培养,实现了对学生过程式、综合性、多样性的考核。同时,学科竞赛中参赛同学的学习热情会带动整个班级的学习氛围,激发同学们学习的积极性、主动性和趣味性。以学科竞赛促进教学、促进学生的学习是培养创新创业应用型人才培养的有效途径,也是应用型课程教学改革的一个新的切入点,希望本课程的教学改革和实践对相关课程教学改革能有所借鉴。

### 参考文献

- [1] 傅传驊. 市场调查课程教学改革与探索[J]. 高教学刊,2018(23): 133-135
- [2] 刘玉明. 基于企业导向的《市场调查与预测》实践教学研究[J]. 教育教学论坛,2017(39):47-48.
- [3] 庞娟. 成果导向下应用型本科市场调查与预测课程教学改革研究[J]. 高教学刊,2019(12):138-140.
- [4] 王生云. 市场调查与预测课程教学改革之思考[J]. 科教导刊,2012(10):53-54.
- [5] 王爽. 以“市场调查与分析大赛”为导向的市场调查课程改革研究[J]. 山西农经,2016(09):153-154.
- [6] 余红剑,王沁莹,赵鑫. 实践能力培养导向的《市场调查与预测》课程项目教学研究[J]. 黑龙江教育学院学报,2018(02):48-51.
- [7] 张玉荣. 基于学科竞赛的《市场调查与预测》课程教学改革实践[J]. 高教学刊,2018(07):127-129.
- [8] 周海婴. 基于“大学生市场调查与分析大赛”的市场调查课程教学改革策略[J]. 高等教育,2018(07):179.