

基于 OBE 理念的《市场调研》课程改革与设计

罗 珊,彭湘君

(重庆师范大学 经济与管理学院,重庆 401331)

摘 要:在 OBE 理念的指导下对《市场调研》课程改革和设计,目的在于使学生、用人单位和任课教师三方均可以在教学活动中受益,为解决学生有效学习、用人单位有才可选和任课老师合理考评,设计《市场调研》课程的教学活动过程。

关键词:OBE;《市场调研》;课程设计

市场调研能力是企业招聘工商管理类学生时较为看重的专业能力之一,《市场调研》课程的教学工作在培养学生市场调研素养过程中就显得尤为重要。OBE 是成果导向教育(Outcomes-based Education)的简称,最早由美国提出,现已成为欧美国家教育改革的主流理念。我国于 2013 年加入《华盛顿协议》并成为该协议签约成员,标志着我国的高等工科专业教育开始接受并采用 OBE 理念进行专业建设和人才培养。教育部高等教育教学评估中心已经研制形成了经济、管理学科门类的学习成果指标各 8 类,并向各高校下发该学习成果的调查问卷。大学教育的目标是为企业和社会培养专业素质过硬的合格人才,通过对《市场调研》OBE 课程的学习,可以让学生明白自己最终取得的学习成果的形式,如何取得学习成果,以及学习成果是否达到要求。

1 学生目前学习市场调研课程遇到的问题

1.1 理论学习多于课外学习

目前大多数的工商管理类课程都是安排在教室内学习和完成,学生的理论知识学习时间非常充分,任课教师通过 PPT、案例教学、小组讨论和试卷考试的方式完成课程的学习和考核,能够让学生参与到课外学习的机会非常有限。但工商管理类专业要求学生有较强的动手能力和丰富的实践经验、良好的沟通能力和团队协作能力,最好还有一定的组织管理能力,而这些能力的培养和锻炼更

多是课外学习的成果。

1.2 抽象学习多于实操学习

目前经管类专业课程的学习受到场地和条件的限制,多数课程的学习强调抽象概念的掌握、对课本知识的理解和笔头的表达,很少有对学生实操部分的指导和考核,但实操能力却又是企业招聘中较为看重的专业素质。抽象的理论和干瘪的案例能给学生一定的启发,但是没有实际环境和条件的约束,以及各种突发情况的产生,很少能真正训练学生实际操作,处理问题的能力。

1.3 个人学习多于团队学习

学生大多数的学习过程仍然沿袭中学阶段的学习习惯,擅长个人肚子学习,自己安排学习时间,学习目标和学习方式,缺少团队的配合和协作意识。现在的大学生多数是独生子女,生活和学习过程中都是独自面对问题,并且也养成个人学习的方法和经验,但是在以后的工作岗位上,企业更需要个人发挥螺丝钉的作用,个人服从集体,个人协助团队,而不是单独的个人工作,而且一个人也不可能完成企业繁复的工作,需要团队的协作和配合。

2 工商管理类专业学生在招聘过程中出现的问题

2.1 自学能力不足

受到中学阶段的学习方式影响,学生大多接受的是应试教育和被动教育,学生的自学能力不足,如果在大学期间不能完成从学生

基金项目:重庆师范大学 2020 年度高等教育教学改革一般项目“智能化背景下重庆市新商科人才培养模式研究与实践”。

到员工的角色转换,将很难适应未来的工作岗位,而自学能力就是学生需要在大学期间培养的工作能力之一。企业需要应聘者能较快熟悉企业工作环境、工作内容和工作职责,减少企业的人员培训成本,如果学生缺乏自学能力会导致用人单位在人力资源成本上的更多支出。

2.2 知识结构单一

企业需要一专多能的复合型人才,便于企业进行人员调度和配置,利于企业的人事安排,节约企业的人力资源成本。由于学生在校学习期间,学习的专业知识比较单一,接触和学习专业外知识的时间和机会比较有限,知识储备显著不足,需要学生到工作岗位后根据工作的需要继续学习和补充。

2.3 课外学习的机会少

学生在大学期间,主要在课堂内学习和训练,很少有走出课堂参与实践操作的机会,理论与实践严重脱节,学生对企业的用工需求和岗位的素质要求并不是非常清晰,致使学生对自己的职业定位并不明确,企业在具体岗位的招聘过程中,也力不从心,无法挑选合适的人才。

2.4 动手能力差

经管类专业学生不同于传统的文史类专业,强调抽象思维和识记能力的训练;也不同于工科门类的专业,强调实际动手能力的培养。经管类专业注重学生理论知识的学习过程,同时也强调如何将理论知识付诸于实际工作中,解决企业面临的实际问题,达到立竿见影的效果。但是由于传统的上课模式和培养方式,没有较多的机会让学生体验到真实的市场环境,参与市场活动过程,缺乏真正的“实战”经验。

3 OBE理念的《市场调研》课程设计

3.1 团队组建

由于本课程是以学习成果为导向,促使学生与商家合作,接受商家的任务委托,完成商家的市场调研任务,商家支付一定的材料费用,达到双方共赢的目的。调查问卷的设计、问卷实施、数据录入、数据分析和调查报告的撰写都需要成员之间的配合和一定强度的劳动,所以在团队组建时,考虑性别的比例、协作能力和专长搭配,人数控制5-10人/组,并选出一名同学作为该组组长,负责该组的调研全过程,除商家特殊要求外,一般每组至少要完成400份调查问卷。

3.2 目标任务接洽

团队组建完成后,各组组长带领队员寻找合作的商家,接洽相应的委托任务,并商定任务的质量要求和时间要求,与商家签订委托合同。在前半期的理论学习课余,组员在组长的带领下,分批分时段寻找合适的商家并洽谈合作事项,与商家进行沟通交流,训练学生发现商业机会能力、商务洽谈能力和口头表达能力,对之前的专业基础课程《西方经济学》、《市场营销学》和《商务交流》掌握的理论进行实地应用和操作。在洽谈的过程中可以训练学生的临场反应能力和商务谈判能力,以寻求最优的合作方式,任课老师在谈判前后提供谈判技巧指导,帮助团队顺利签订合作商家。

3.3 目标任务执行

课程在市场调研能力的培养上主要是理论学习和实践操作两个方面的训练,理论学习主要在教室内进行,按照教学计划的要求,前半期的课程主要在教室内,利用ppt、案例和小组讨论的方式展开课程理论部分的学习,互动式教学,启发学生对理论知识的兴趣和对相关技术的熟练掌握,为之后的实践操作打下坚实的理论基础。学生在前半期的课余安排时间与商家接触、交流和敲定合作事项。

实践教学主要放在课程的后半部分进行,学生以团队为单位与各自的委托商家展开调研活动。首先,花1-2周的时间进行调研计划书的策划,经费安排和主旨的商定。接着,花1-2周做调查问卷,并将调查问卷反馈给商家,让商家提出意见,任课老师给出专业指导,共同修改问卷,帮助学生理解理论学习中强调的方法、原理和注意事项,使学生在做中学、学中做,有理解、有感悟的去掌握市场调

研课程中的知识,最后以商家满意的问卷为终稿。再次,花4-6周做实地的问卷调查,学生的市场调研过程商家看得见、能参与、能体验,会让商家更加信任学生的调查活动的真实性和客观性,同时培养学生在活动执行过程中与商家的合作意识。最后,花1-2周进行数据分析、调研报告的撰写和学习成果的呈现。

3.4 学习成果的呈现

学习成果主要是调研报告的提交为主,学生以团队为单位提交调研报告给商家,完成合同约定的调研任务,另一方面学生需要提交调研报告给任课教师 and 进行ppt的成果汇报,以完成课程学习的考核部分的内容。通过调研报告的撰写,训练学生对调研报告基本的格式的了解,调研报告结构的认识,数据分析方法的掌握,学习调研报告如何吸引阅读者的注意力和调研报告误差的估计。

3.5 学生学习成果的评价

课程对学生学习成果的考核主要分成以下几个部分,学生理论学习的出勤情况,是否接洽到合作商家,调研计划书的撰写,调研问卷的编制,调研报告的撰写和ppt的呈现。对学生学习成果的评价要静态和动态相结合,过程和成果相结合,课内和课外相结合,商家和任课教师评价相结合,才能多角度、多维度对学生的市场调研课程的学习进行有效的立体评价。

4 结束语

基于OBE理念的市场调研课程改革,一方面可以帮助学生明确自己的学习成果,该成果不仅是让学生完成了一个有形的作品,还可以无形中将真实的学习经验内化到其心灵深处,形成存续期更长的有益经验。通过OBE的市场调研课程的训练,学生的观察能力、组织协调能力、交流沟通能力、团队合作能力和文案撰写能力均得到了有效的锻炼和培训,这正是用工企业需要学生完善的能力素质。任课老师对学生的课程教学更加灵活和高效,针对学生在调研过程中出现的问题进行指导,并给出一些可行的建议,让教学过程不再是统一的“车厢”式教学,而是根据每个团队的学习轨迹,制定相应的教学方案,实现个性化教学过程,最大程度的使每个学生学到最合理的状态。

参考文献

- [1]王庆喜.成果导向的区域经济研究生课程教学改革研究[J].研究生教育研究,2014(3).
- [2]海莺.基于OBE模式的地方工科院课程教学改革探析[J].当地教育理论与实践,2015(4).
- [3]周洪波,周平,黄贤立.OBE理念下应用型本科人才培养方案的构建[J].高教学刊,2018(10).
- [4]尹昕.基于OBE理念的跨境电子商务教学评价与考核体系探究[J].电子商务,2020(8).
- [5]晁春余,卢丽娟,谢羽.试论基于OBE的会计学专业培养方案系统化构建[J].教育教学论坛,2020(7).
- [6]鲁务顺.OBE理论视角下的高职院校课程学习评价——以“财务管理”课程为例[J].西部素质教育,2020(1).

作者简介:罗姗(1980-),女,汉族,重庆市人,重庆师范大学讲师,重庆大学博士研究生,研究方向:技术经济及管理。