

课程思政视域下应用型本科高校《市场营销学》课程考核改革探索

刘翠 涂伟民

湖北经济学院法商学院

摘要: 本文结合《市场营销学》课程思政教学目标,通过分析当前应用型本科高校《市场营销学》课程考核存在的典型问题,围绕“学生中心,成果导向、持续改进”的教育理念,将案例教学、体验式教学、小组合作学习等教学手段融入考核改革的过程,并在此基础上设计了多元化的考核改革方案。

关键词: 考核改革;课程思政;市场营销学

《市场营销学》是市场营销专业的专业基础课程,扮演着引领广大营销学子进入营销科学领域的领路人角色。该课程作为学院首批省级一流本科课程,在市场营销专业建设和现代营销人才培养中发挥着重要作用。将思政教育与市场营销课程考核改革相融合,有助于形成协同育人效应,对培养学生品格、塑造学生正确的价值观及人格品质有着积极的育人效果。

目前,市场营销专业教育存在考核方式较为单一、过程性考核不足、教学反馈缺失、考核评价流于形式、学生课堂参与度较低、突击复习参加考试现象较为严重,高分低能现象突出,容易引发考试作弊等问题。课程团队通过设计“内涵多维、方式多样、主体多元”的课程考核形式及评价机制,希望能够充分发挥学业评价的诊断性和导向性作用,激发应用型高校本科学生课程学习的积极性与创造性,提升人才培养成效。

1. 《市场营销学》课程思政教学目标

《市场营销学》教学目标是使学生系统掌握市场营销学的基本理论和研究方法,学会发现企业面临的真实营销问题,能够通过对市场的调研分析制定适合企业发展的营销战略及策略,创造性地解决企业的营销问题。在思政层面,还需围绕政治认同、家国情怀、文化修养、道德法治意识、职业素养等重点思政内容,精心设计教学环节,在提升学生专业素养的同时,帮助学生树立制度自信、民族自信、文化自信、商业自信;使学生具备遵纪守法、爱岗敬业、诚信务实的道德品质;拥有爱国、爱党、爱人民、爱社会主义的情怀;树立创新、绿色、发展、合作、共赢、共享的价值理念,实现立德树人的根本任务。

2. 应用型本科高校《市场营销学》课程考核改革思路

2.1 将思政教学目标融入课程考核内容

将思政教学目标融入课程考核内容是实现立德树

人根本任务的重要环节之一,在《市场营销学》课程考核改革中具有举足轻重的作用。将思政教学目标融入课程考核内容需要从明确目标、设计多元化考核内容、建立科学评价体系等多个方面入手,确保课程思政建设取得实效。具体设想如下:

1. 明确《市场营销学》课程思政教学目标。应用型本科高校应在课程教学大纲中明确课程思政教学目标,建立包括价值塑造、能力培养和知识传授三位一体的课程目标,且应贯穿于课程设计、教学内容、教学方法和课程考核等各个方面。

2. 结合课程特点及时代要求设计考核内容。市场营销学课程考核内容不仅要涵盖课本知识,还要结合古今中外重大事件、重要人物、时代焦点话题等精心设计,将学生综合能力的培养贯穿其中。教师在日常教学中,可以考虑带领学生开展诸如志愿服务、知识宣讲、实地参观、企业家访谈等实践活动,将优秀成果作为课堂教学的有效补充,并将之纳入课程考核的范畴。

3. 设计多元化的课程考核评价方式。考核评价方式应多样化,考核内容应从知识、能力、情感与行为四个层面进行设计,增加对学生综合素养与理论思维能力的考察。

4. 建立科学的教学评价体系:建立多维度的课程思政建设成效考核评价体系和监督检查机制,确保教学过程中的每一个环节都能有效落实思政元素。科学的教学评价可以激发教师对课程思政教学的重视,自发开展课程思政教学实践,并根据评价反馈调整教学设计方案,不断优化教学方法。

2.2 关注学习过程和学习体验,课程考核与日常教学深度融合

将课程考核融入日常教学活动,强调过程考核,课前、课中、课后三方面入手,严格管理学生学习过程。教师通过设计多样化的考核内容和考核形式,将过程性考核作为主要考核方式,充分发挥课程考核作用,提升课堂教学的参与度,引导学生课后自主学习,提升实践

能力,提高学习成效。

2.3 将诚信教育贯穿课程考核评价全过程

教师在课程考核评价时,评价标准应突显原创性,杜绝抄袭。现阶段,部分大学生在参与课程学习时,习惯使用移动电子产品辅助课程学习,照搬他人观点和作品,缺乏个人的见解,不利于培养学生的思辨能力,极大影响了教学的有效性。因此,教师在设计考核评价指标时,应向学生强调诚信考试的重要性,并将之作为考查学生成绩的重要依据。

此外,应用型高校教学管理部门、学生工作部门和系部应协同配合,以过程管理为抓手,强化考场检查,严格执行课程考核规范,配合利用现代教育技术监督考试,将严肃考风考纪的思想深入传递到每一位学生心中,营造风清气正、诚信公平的考试环境。

3. 《市场营销学》课程考核改革实施方案

结合《市场营销学》课程的特点及思政教学目标,课程团队设计了以提升学生的学习质量为核心,以创造性和多样性学习成果为导向的课程考核改革方案,使教与学的过程最终落实在学习成果上。

3.1 丰富课程考核形式,强化过程性考核

3.1.1 加强线上教学资源建设,将线上学习作为课后学习的有益补充

《市场营销学》采用线上线下混合式教学模式。为解决以往课程考核多为结果性考核,过程考核相对欠缺的问题,课程团队依托超星学习通平台,建设了较为规范的线上教学资源库,包括课程视频、章节测验、案例资料、扩展阅读、主题讨论、课后作业等。教学团队开展课堂活动722次,实时更新线上教学资源,与学生即时交流,累计互动3281次。其中,课程视频、章节测验、主题讨论及课后作业均纳入学生的平时成绩,并占据相当的比重。

3.1.2 设计多样化的课程考核形式

在设计课程考核形式时,课程团队将知识传授、能力培养和价值塑造有机结合,着力强化过程性考核。课程考核形式包括过程性考核及结果性考核,过程性考核包含课堂小练习、案例讨论、小组展示、章节测试等。

通过设置课堂小练习,将练习与知识点有机结合,及时检验学生课堂学习成效。不仅利于教师掌握学生理论知识学习情况,也可以督促学生专心课堂学习,提升课堂参与度。

通过布置小组展示课题,学生分组课下合作学习,制作PPT,课上展示,不仅可以调动学生学习的积极性,也培养了学生独立思考和团队协作能力。通过教师和组间互评,激发学生的学习热情。

通过开展案例教学,学生深入了解国内外知名商业企业的经营情况。教师设置主题讨论环节,帮助学生建

立对行业、企业的基本认知,在培养学生分析及解决营销问题能力的同时,引导学生树立对民族企业、民族品牌的认同。

此外,课程团队通过设计新颖的期末考查形式,将单一的期末考试调整为撰写课程报告、小组市场调查及展示、营销案例撰写等。这些考查形式均要求学生结合真实企业的营销实践展开,将营销知识的运用与学生的日常生活联系起来,重点考查学生的知识应用能力,受到了学生的欢迎。

3.2 创新课程考核内容

3.2.1 改变相对固化的试题类型,提升试题难度,增强试题开放性

以往,《市场营销学》课程期末考试通常采用开卷笔试或闭卷笔试,试题类型包括:填空题、名词解释题、单项选择题、多项选择题、判断题、简答题、论述题、材料分析题等。试题类型偏重于基本理论,综合应用占比不超过50%,且要求不少于六类题型。学生考前临时抱佛脚,找往届学长学姐取经,甚至通过校内打印社购买复习资料比比皆是,多数都能通过期末考试。由于多数题目都可以在教材上或教师课件上找到相对标准的答案,因此,这种考核方式极易滋生抄袭问题,影响考风和学风。

课程团队在课程考试改革过程中倡导改变相对固化的试题类型,将综合应用在试题中的比例提升至60%-70%。减少名词解释、选择题、判断题的比重,增加主观题占分比例,增强开放性题目设计,如简答题演化成简要分析,论述题要求学生结合企业营销实践举例说明。材料分析题往往结合最新的行业企业资讯和新闻热点进行设计。在提升试题难度的同时,也可以在一定程度上减少抄袭现象,使学生回归课堂,认真对待课程学习。

3.2.2 设计内涵多维、形式多样的课程考核内容

针对《市场营销学》的应用性特征,如何发挥学科优势,服务社会和地方经济发展,是每个营销人都应思考的重要问题。在课堂教学之余,教学团队通过组织学生参与学院乡村振兴工作,成立学生驻村社会实践点,帮助解决当地农产品滞销问题。教师团队利用寒暑假或学期中的某个固定时间段安排学生就某个专题内容,如农产品品牌建设、农产品包装设计、农产品新媒体营销等进行实训,在提升学生实操能力的同时,带动学生参与美丽乡村建设。通过实践教学帮助学生建立对市场、企业、产品及消费者的正确认知,帮助培养学生服务社会的责任和意识。

其次,课程团队通过组织学生到校企合作单位进行参观调研,邀请相关企业家进课堂,使学生近距离接触真实企业的营销实践。鼓励学生多思多想,将课程知识应用于企业营销实践,梳理真实企业经营过程中存在的典型营销问题及解决方案,并将其改编成教学案例供学

生学习研究。课程团队也会指导学生就其感兴趣的领域申报大学生科研项目,开展研究性学习,拓展学生学习的深度,提升学习获得感。

课程团队鼓励并积极指导学生参与各类学科竞赛,包括但不限于:挑战杯全国大学生创新创业大赛、中国国际大学生创意大赛、电子商务三创赛、“正大杯”全国大学生市场调查与分析大赛、全国高校商业精英挑战赛品牌策划赛、CMAU 全国大学生市场研究与商业策划大赛、湖北省市场营销策划大赛等,均取得了较好的成绩,学生学习积极性得到明显提升,学业获得感大大增强。在参赛项目的选择上,教学团队引导学生结合校企合作单位的需求确定参赛项目,杜绝将他人参赛项目简单照搬的现象。教师将学生的实践成果设置为日常考核加分项,在提升学生创新创业能力的同时,进一步涵养学生诚信务实的品质。

3.3 设计合理的成绩结构

合理的成绩结构有利于充分发挥学业评价的诊断性、导向性和激励性作用,鼓励学生积极参与富有创造性与探索性的学习过程,丰富学生的课程学习体验,并使思政教育以更加自然的方式渗透到学生完成考核活动的各个环节。

目前,应用型本科高校学生的课程成绩一般按平时成绩占比40%-50%,期末成绩占比50%-60%构成。其中,平时成绩没有统一规定,部分教师以学生出勤作为平时成绩的主要依据,且主观评定较为突出。期末成绩多采用开卷或闭卷笔试,围绕教材内容及教师课堂讲授重点,考核学生理论知识的掌握情况。这种形式侧重于事实性知识的掌握,对学生操作能力、知识应用能力、分析解决问题能力涉及较少。这种成绩结构导致学生不注重学习过程的自我评价,只关注期末考试成绩,养成了“上课不听讲、下课不练习、考前突击复习”的不良现象。

在不违背学院考核制度的前提下,课程团队将学生平时成绩构成进行合理设计。课程平时成绩由在线课程学习、线下课堂学习、课后作业三部分构成。其中,在线课程学习占比10%(包括课程视频学习5%,章节测验5%)。线下课堂学习占比20%(其中,出勤5%,随堂练习5%,课堂提问、投票及讨论共计10%)。课后作业占比10%(包括个人作业占比5%,小组活动占比5%)。过程考核比例的提升,使得学生的课程学习积极性显著提升,学生们真正忙了起来。

3.4 建立多元化考核评价方式

在课程考核评价原则上,教师团队遵循“以评促学、以评促教、多元多样”三大原则,使评价体系更加全面和科学。在传统以教师评价为主的前提下,课程引入学生自评与互评。在实践环节的教学中,邀请校外专家参与评价。课程成立了由校内教师、企业专家和学生代表共同组成的课程考评委员会,设计了定性与定量相结合的考评指标,在确保评价的公平性和有效性的同时,使

学生能够在课程教学的各个环节得到真实、准确、及时的反馈意见,提升课程学习兴趣。

4. 结语

《市场营销学》课程考核改革克服了考核内容片面化、考核形式单一化、成绩评定简单化等问题,构建了多元化、全方位的考察模式,树立了良好的教风学风和考风。课程团队通过积极探索课程考核改革,丰富课程考核形式、完善课程考核内容、设计合理的成绩结构,做细做实课程考核评价与反馈,提升了学生的学习热情,激发了课堂教学活力,使学生在课程修读过程中实现了“真学、真思、真悟”,提升了学业获得感。下一步,课程团队将持续推进课程考核改革,不断优化学生成绩构成比例,继续完善过程性与结果性考核相结合的学业考评制度,做实课程考核的教育引导与反馈评价。通过定期培训和交流,提升任课教师的思政意识和思政能力,增强教师对课程思政理念的认同及课程思政教学方式方法的运用,从而不断提升课程育人效果。

参考文献:

- [1] 范鲜红. “大学物理”课程考核模式的思考[J]. 教育教学论坛, 2021(42): 137-140
 - [2] 蒋琳琼, 何登录. 能力导向下应用型本科院校课程考核改革探讨[J]. 教育观察, 2023(02): 45-47
 - [3] 龙晓枫, 陈鑫, 田志龙. 市场营销专业本科生实践创新能力培养模式研究[J]. 中国大学教学, 2022(21): 81-87.
 - [4] 聂津君. 应用型人才培养模式下市场营销专业课程考核方式改革探究[J]. 科教文汇, 2020(02)
 - [5] 宁靓, 蔡婕. 高校经管类课程考核评价体系研究的回顾与展望[J]. 黑龙江教育(高教研究与评估), 2018(08)
 - [6] 刘翠. 民办高校《市场营销学》课程思政教学设计与探索[J]. 湖北经济学院学报(人文社会科学版) 2022(12)
- 课题项目: 湖北经济学院法商学院校级教研课题: 课程思政视域下基于创造性和多样性学习成果导向的《市场营销学》课程考核改革探索(项目编号: 2023J05)
- 作者信息: 刘翠, 女, 硕士, 湖北监利人 工作单位: 湖北经济学院法商学院 职称: 副教授 研究方向: 市场营销、创新创业教育
- 作者信息: 涂伟民, 男, 湖北经济学院法商学院, 国际贸易专业本科