

基于学科竞赛的《营销管理》学科特色课程建设探索

裴一蕾 盛晓娟* 李丹丹

北京联合大学, 中国·北京 100101

摘要:《营销管理》是北京联合大学工商管理学科特色课程。本课程强调实践性和互动性。将学科竞赛与《营销管理》课程建设相结合, 促进课程体系优化, 推动教学方法创新, 完善课程评价机制。通过明确课程目标, 优化课程内容, 采用多样的教学方法与教学手段, 确立科学考核方式, 提供课后学习支持, 探索学科特色课程建设路径。经过3年的探索与实践, 课程建设取得了一定的成效, 也获得了重要启示; 以研究生为中心, 激发学习兴趣是课程建设的出发点; 优化课程教学是课程建设的保障点; 强化实践与应用是课程建设的关键点。

关键词: 学科竞赛; 学科特色课程; 营销管理; 学习兴趣; 强化实践

Exploration on the Construction of Discipline Characteristic Course of *Marketing Management* Based on Academic Competition

Yilei Pei Xiaojuan Sheng* Dandan Li

Beijing Union University, Beijing, 100101, China

Abstract: *Marketing Management* is the characteristic course of the business administration discipline at Beijing Union University. This course emphasizes practicality and interactivity. Integrating academic competitions with the construction of *Marketing Management* course, promotes the optimization of the course system, innovates teaching methods, and improves the course evaluation mechanism. By clarifying course objectives, optimizing course content, adopting diverse teaching methods and tools, establishing scientific assessment methods, and providing after-school learning support, the path of constructing discipline characteristic course is explored. After 3 years of exploration and practice, the course construction has achieved certain results and also gained important insights; focusing on graduates and stimulating their interest in learning is the starting point of course construction; optimizing curriculum teaching is the guarantee point of curriculum construction; strengthening practice and application is the key point of curriculum construction.

Keywords: academic competition; discipline characteristic course; marketing management; learning interests; strengthening practice

0 前言

研究生教育在培养创新人才、提高创新能力、服务经济社会发展、推进国家治理体系和治理能力现代化方面具有重要作用。而学科竞赛是推动研究生从事科技创新活动的重要途径, 也是培养其科技创新能力的重要手段。将学科竞赛与课程建设相结合, 强化研究生的创新思维培养, 更为研究生运用知识和技能分析和解决复杂问题提供了一个实践创新的平台。

1 建设意义

《营销管理》是北京联合大学工商管理学科特色课程。本课程强调实践性和互动性。基于学科竞赛的《营销管理》课程建设, 为课程建设提供了一个创新途径。

1.1 促进课程体系优化

通过将竞赛内容和要求融入课程设计中, 促使研究生在学习过程中主动探索和实践, 不只丰富了课程内容, 还激发了研究生的学习兴趣和思维。

1.2 推动教学方法创新

学科竞赛推动了教学方法从传统的讲授式向以研究生为中心的多互动教学方向转变。在教学过程中更多地采用案例教学、小组讨论和角色扮演等方法, 鼓励研究生主动参与和思考。同时, 利用信息技术手段, 在云班课等平台发布和交流, 使得学科竞赛的元素能够被有效地融入日常教学中, 增强了教学的趣味性和实效性。

1.3 完善课程评价机制

学科竞赛提供了一个多维度的评价体系, 全面评价研究生的综合能力。通过竞赛成绩来反映研究生的实践操作能力、团队协作精神和创新解决问题的能力, 这成为衡量教学成果的重要补充。同时, 竞赛的反馈可以作为改进教学内容和方法的依据, 使教学评价更加客观和全面。

2 建设过程

基于竞赛驱动的《营销管理》学科特色课程建设, 强调课程目标为竞赛历练提供了充分的准备。通过课程学习, 研究生能够掌握参加竞赛所需的营销管理基本知识、理论和

方法,还能在竞赛实战中提升科学研究的能力,具备服务社会、承担社会责任的企业家品格和精神。

2.1 明确课程目标

通过课堂内容、案例分析、小组讨论等提升竞赛所需的研究生思辨能力以及问题解决能力。

通过调查研究、营销方案策划等增强研究生对调研工具和营销手段的实践应用,提升竞赛所需的营销调研实践与营销策划实践能力。

通过营销文献综述的写作、研究方法和统计分析方法的应用以及营销热点与顶级学术期刊论文的分享,强化竞赛所需的科学研究能力。

通过小组报告和小组展示,养成自主学习和终身学习的习惯,提升竞赛所需的自主学习能力以及团队合作能力。

2.2 优化课程内容

课程将学科竞赛、企业项目、教师相关科研课题等有机融入教学内容,基于思政教育、专业教育和创新创业教育三个维度,构建价值塑造—知识探究—赛项实战—能力培养四位一体的教学内容体系。核心内容包括:①营销管理基本知识理论与部分涵盖相关概念内涵与理念、STP 战略、营销战略管理;②营销调研部分涵盖营销调研工具、营销调研方法、统计分析工具与软件应用,营销调研实施,营销调研教学案例分析;③营销实践部分涵盖营销组合策略以及营销方案的制定;④营销热点与前沿分享部分涵盖营销文献综述的写作、研究方法的应用、营销热点与顶级学术期刊论文的分享。

课程搭建了工商管理学科 2023 级《营销管理》云班课、23 级营销管理课程微信群,选用了中国大学 MOOC(国家精品在线开放课程)《营销管理》,便于学生自主学习营销管理基础知识与相关理论。将研究生各类获奖的赛项以及我校各类创新实践案例,整理成为教学案例,丰富教学案例库。

2.3 采用多样的教学方法与教学手段

针对工商管理学科研究生一年级新生的特点,结合研究生兴趣点以及学科竞赛要求,采用中国大学 MOOC、云班课、微信群等现代教育技术手段,围绕教学目标,运用多样化的教学方法与手段进行课程教学。

2.3.1 线上自主学习

通过中国大学 MOOC(国家精品在线开放课程)、云班课、微信群等知识点的视频、知识点的思维导图、相关课件、各类研究报告、前沿文献资料等进行自主学习。培养竞赛实战所需的自主学习和终身学习能力,提升适应数字经济时代互联网营销快速发展的能力。

2.3.2 课堂讲授

通过营销管理知识、理论和方法等教学内容的筛选和凝练,突出知识之间的关联和逻辑关系,以提高课堂教学的有效性,使研究生能够在课堂中更好地拓展思维。树立以顾客为中心的服务理念,强化勇于创新、专注品质的企业家精神。同时,在课程讲授中对研究生价值进行重塑,使其在学习过程中直面社会需求,承担社会责任,坚定诚信经营、奉献社会的价值观和职业操守。

2.3.3 启发式教学

通过各类案例解读,加深研究生对营销管理相关知识、理论和方法的理解,结合教学内容,通过新时代祖国的伟大创造和我校各类实践创新案例,讲中国的故事和我们身边的故事,增强研究生的家国情怀和使命感,引导学生做有意义的竞赛实践。

2.3.4 线上线下研讨

建立课程微信群和线下学习研讨反馈小组,实现线上线下实时互动,解答研究生在竞赛实战中的疑问,发现研究生的优点,提高研究生参与度与学习热情,很好地拉近与研究生的距离,激发研究生学习动力,充分挖掘研究生潜能,提升研究生学习成效。

2.3.5 分组作业

围绕家乡特色农产品、养老、青少年、文化、环保等主题,将研究生分组,完成课后网络市场调研报告、营销策划报告等撰写任务,以提升研究生竞赛所需的解决实际问题能力,强化课程的实践性和应用性,增强使命感与责任感,培养团队合作精神。

2.3.6 任务驱动

与各类学科竞赛与项目结合,以真实调研项目和营销策划项目为依托,将企业实际项目、暑期社会实践调研项目、全国大学生市场调查与分析大赛、全国大学生电子商务“创新、创意及创业”挑战赛等赛项引入课程教学中,以赛代练,强化创新意识,培养创新思维,提升研究生的实践应用能力,在比赛实践过程中,强化研究生做有意义的实践,服务社会。

2.4 确立科学考核方式

从学科竞赛所需的营销管理基础知识、营销调研实践及问题发现、营销策划方案提出及验证,项目完善及路演等维度进行考核,突出理念引领,实践检验。构建多维度课程考核方式。考核方式分为过程性考核和终结性考核,其中过程性考核构成平时成绩,占总评成绩的 50%,终结性考核形成期末成绩,占总评成绩的 50%。

过程性考核包括出勤与课堂互动、国家精品在线开放课程与云班课学习、营销热点分享、学术前沿文献解读,在平时成绩中占比分别为 20%、20%、30%、30%。终结性考核为营销策划报告及项目路演。同时结合各类项目和学科竞赛,将学生服务社会、承担社会责任等各类实践,作为课程考核的加分项目。

以课程出勤与课堂互动,考核研究生的学习态度和学习的习惯。

以国家精品在线开放课程与云班课学习,考核研究生竞赛所需的自主学习能力、对营销管理的理论及方法的掌握,检验翻转课堂的学习效果。

以营销热点分享,考核研究生竞赛所需的营销问题发现和行业发展的洞察力。

以学术前沿文献解读,考核研究生竞赛所需的科研素养和科学研究能力。

以营销策划报告及项目路演,考核研究生营销策划实

践能力以及营销问题的发现与解决能力,强化研究生做有意义的赛项实践,增强使命感与社会责任感。

2.5 提供课后学习支持

2.5.1 课后指导促提升

课后除了在微信群内为研究生答疑解惑、共享资料外,将研究生分为 5 个小组,教师主动与各小组进行有针对性的交流,从课后营销热点分享、学术前沿文献解读、营销策划报告选题及竞赛项目策划与路演,一一进行指导。通过一对一地沟通,研究生得到精准指导,大大提升学习和实践效果。

2.5.2 课后沟通促感情

课程结束后,教师及时反思教学中存在的问题和不足,主动询问研究生的上课感想与竞赛准备。与研究生进行一对一的交流,询问理论学习与竞赛实战中遇到的问题和困难,给他们有针对性的建议和帮助,让他们感受到老师的关心,大大提升学习与实践的自信心和兴趣,也增进了师生间的了解信任。这种课后沟通方式,能够将研究生的个人发展规划与教师进行分享,真正实现了教师的教书育人使命。

3 建设成果

北京联合大学以学科竞赛为基础,通过 3 年的探索与实践,在《营销管理》学科特色课程建设方面取得了一定的成效。

3.1 基于“学科竞赛”创新实践,形成了《营销管理》学科特色课程建设路径

基于学科竞赛,确立问题解决能力、营销调研与策划实践能力、科学研究能力、自主学习能力以及团队合作能力为课程建设的五大目标。依课程建设目标,将学科竞赛、企业项目、教师相关科研课题等有机融入教学内容,基于思政教育、专业教育和创新创业教育三个维度,构建价值塑造—知识探究—赛项实战—能力培养四位一体的教学内容体系。同时,将研究生各类获奖的赛项以及我校各类创新实践案例,整理成为教学案例,丰富教学资源。结合研究生兴趣点以及学科竞赛要求,采用线上自主学习、课堂讲授、启发式教学、线上线下研讨、分组作业、任务驱动等六种教学方法与手段进行课程教学。构建营销调研实践及问题发现、营销策划方案提出及验证,项目完善及路演等多维课程考核方式,突出理念引领,实践检验。

3.2 显著提升了研究生创新实践能力,培养了一批高质量创新人才

3 年来选修《营销管理》课程的研究生在学科竞赛中获奖较 2021 年增长约 10 倍,获省级及以上学科竞赛奖项的比例达 100%,其中荣获三创赛国家级特等奖、挑战杯竞赛“揭榜挂帅”专项全国二等奖、全国市场调研大赛国家级三等奖、省级一等奖,挑战杯首都大学生创业计划竞赛铜奖、中国“互联网+”大学生创新创业大赛铜奖。发表高水平论文总数增长约 200%,研究生获得国家级奖学金约 25%。毕业生考取博士的比例增至约 30%,公务员和国企(事业编)的比例增至约 30%。研究生培养质量获得用人单位的广泛好评和高度评价,用人单位对毕业生工作表现和能力满意度超 99.5%。

4 建设启示

4.1 以研究生为中心,激发学习兴趣是课程建设的出发点

在学期初开展课程需求调研。通过问卷调查、座谈会、个别访谈等方式,深入了解研究生对专业知识拓展、实践技能提升、前沿研究方向探索等方面的需求、兴趣爱好以及对课程设置、教学方法等方面的意见和建议,以便有针对性地调整教学内容和教学方法。指导研究生建立兴趣小组。鼓励研究生根据自己的兴趣爱好和研究方向组建学科竞赛兴趣小组等。教师可定期参与兴趣小组的活动,了解研究生的兴趣动态,同时为他们提供指导和帮助。

4.2 优化课程教学是课程建设的保障点

课程内容贴近实际。将学科前沿知识、最新研究成果、学科竞赛获奖案例融入课程教学中,使课程内容具有时代性和实用性,进行案例分析和讨论,让研究生感受到所学知识与现实世界的紧密联系,从而激发他们的学习兴趣。

采用多样教学方法。运用案例教学、研讨式教学、项目驱动教学等多样化的教学方法,让研究生在参与和互动中学习。基于学科竞赛,分组进行分析和讨论,提出解决方案,在课堂上进行交流和分享,教师进行点评和总结,以提高研究生的参与度和学习积极性。

引入现代化信息技术手段。利用多媒体、网络教学平台、微信群等信息技术手段,丰富教学形式和内容。通过制作精美的课件、视频资料,将抽象的理论知识形象化、直观化;利用网络教学平台发布课程资料、布置作业;通过微信群随时随地开展在线讨论等,方便研究生自主学习和交流,增强学习的趣味性和实效性。

4.3 强化实践与应用是课程建设的关键点

鼓励研究生深入社区、农村、企业等基层单位,了解社会现象和社会问题,确定学科竞赛选题,并应用所学的理论和方法进行分析 and 研究,提出解决方案。通过该项实践活动,研究生在解决实际问题中,深刻感受知识的实际价值,增强学习的主动性和积极性。

参考文献:

- [1] 谢日安,戴吾蛟.场域理论视域下研究生创新能力培养探索——以中南大学“五场协同”创新实践为例[J].学位与研究生教育,2023(1):16-23.
- [2] 简川霞,陈和恩,习小英,等.“科产竞教”融合的差异化研究生培养模式探索[J].印刷与数字媒体技术研究,2024(3):35-40.
- [3] 汪志明.以赛促学,助力导航专业研究生创新人才培养[J].测绘地理信息,2022,47(1):29-30.

作者简介:裴一蕾,女,满族,中国吉林四平人,博士,副教授,从事营销创新与创新创业研究。

通讯作者:盛晓娟,女,中国河北张家口人,博士,教授,从事创新管理研究。

基金项目:北京联合大学 2023 年研究生课程建设项目——《营销管理》学科特色课程,北京联合大学 2023 年教育教学研究与改革重点项目——基于学科竞赛的北京联合大学学生创新实践能力培养研究(项目编号:JJ2023Z005)。