

新文科背景下应用型高校《市场调研与预测》课程的教学实践探索

孙弋茗

(辽宁省营口市营口理工学院, 辽宁 营口 115100)

【摘要】 本文根据应用型高校《市场调研与预测》课程的特点以及企业对人才的需求, 通过优化教学内容、探索教学方式和考核方式, 提出有效教学改革措施, 以期提高学生的实践能力, 化解新文科背景下人才培养模式与行业需求脱节的矛盾。

【关键词】 新文科; 应用型人才; 市场调研

一、“新文科”的定义与范畴

2016年5月, 习近平总书记在哲学社会科学工作座谈会上的重要讲话中指出: “一个国家的发展水平, 既取决于自然科学发展水平, 也取决于哲学社会科学水平。一个没有发达的自然科学的国家不可能走在世界前列, 一个没有繁荣的哲学社会科学的国家也不可能走在世界前列。”他强调要实施以育人育才为中心的哲学社会科学整体发展战略, 构筑学生、学术、学科一体的综合发展体系^[1]。

按照我国《普通高等学校本科专业目录》, 除了理学、工学、农学和医学外, 哲学、文学、历史学、经济学、法学、教育学、管理学、艺术学等八个学科门类都可纳入“文科”范畴^[2]。经济管理学院作为同时承担着经济学和管理学两大学科门类的学院, 是培养社会科学人才的重要根据地。

众多学者认为新文科与传统文科之间存在交融性, 如新文科注重的是传统文科与自然科学之间的交叉融合, 正是传统文科和理工科在交叉融合中产生的“第三种文化”, 实现了人文逻辑和科学逻辑的对话^[3]。因此“新文科”建设的重点任务之一就是包括将大数据、人工智能等新技术与传统文科相结合, 培养社会科学领域全面发展急需的应用型人才。

二、新文科背景下《市场调研与预测》课程建设的必要性

经济是国家的命脉, 当今世界, 移动互联网、大数据、云计算、人工智能等新一代信息技术迅速发展, 科技革命和产业变革正在渗透和融入经济社会的各个领域, 对经济发展产生重大而深远的影响。

因此, 这就要求国内高校为企业培养更多的经济管理人才, 减少企业运营过程中的不确定性风险, 以确保企业资金的安全。

当然, 对经济管理人才的巨大需求, 不仅为高校经济管理专业的发展创造了条件, 也对经济管理人才的培养提出了更加严格的要求。一方面, 企业希望招聘具备真正管理科学与工程知识的学生, 并且能够将其理论知识转化为生产力, 从而为企业带来效益。另一方面, 现如今众多经济管理类人才培养模式已不能适应社会发展的需要^[4]。在快速变化的市场环境下, 企业迫切需要能够快速适应生产、经营、管理一体化的应用型人才, 而大部分毕业生缺乏工作经验和实践技能, 岗位适应能力不强, 就业适应过渡期长, 增加了企业的用人成本, 导致关键岗位空缺与就业难问题并存^[5]。

为了探索新文科背景下应用型人才的培养路径, 推动教育教学改革的深化, 进一步提高社会科学人才素质, 必须深化管理科学教育改革, 在管理科学教学实践中大力推广取得优异成果的教学成果, 充分发挥示范性主导作用^[6]。

《市场调研与预测》作为经济管理学院管理科学与工程类专业的主干课程, 具有很强的应用性和实践性。该课程旨在通过学习市场调查方法、抽样技术等基础知识, 使学生掌握市场调查和预测的相关知识、技能, 能独立地开展市场调查工作和预测工作。该课程致力于培养学生具有一般市场调研和预测项目的基本设计能力、分析解决数据管理问题的逻辑思维能力和大数据时代独立思考、综合分析

的创新思维能力，并养成其科学严谨的学习态度和较强的团队合作和沟通能力，使其具有不断学习和适应发展的能力。通过培养此类市场调研人才，可以为企业提供高素质的复合型人才，化解新文科背景下人才培养模式与行业需求脱节的矛盾。

因此在高校新文科建设的背景下，推进《市场调研与预测》课程在应用型高校的教学改革与实践具有重要意义。

三、新文科背景下应用型高校《市场调研与预测》课程的教学实践——以营口理工学院为例

（一）对于《市场调研与预测》课程教学内容的优化

《市场调查与预测》课程内容分为市场调查和市场预测两大模块。根据以往学生的反馈，对于市场调查过程中问卷的设计和整理环节较为模糊，学习起来难度较大，而市场预测部分在实际工作中甚少涉及，因此在探索新文科背景下的教学实践时，需要进一步优化教学内容，加强市场调查模块的讲授。

在本专业选择的教材中，市场调查模块主要包括市场调查概述、设计调查方案、市场调查方法、调查问卷设计、市场调查技术、调查材料与数据分析、市场调查报告，市场预测模块主要包含定性预测与定量预测等内容。在教学中，本课程侧重于市场调查活动在互联网技术可持续发展中的实际应用，把握从传统思维框架、现代调查预测模型到调查项目实战三个环节的逻辑联系，在建立调查和预

测双驱动模式的基础上，通过详细的案例展示市场调查全过程的知识。^[7]

（二）对于《市场调研与预测》课程教学方式的探索

目前众多高校对于《市场调研与预测》这门课程还是采用教师理论讲授的形式进行教学，虽然集中式课堂讲授更有利于学生快速掌握有关市场调研的整体理论，但是在传统文科与自然科学之间交叉融合的背景下，不利于应用型高校学生实践能力的培养，更不利于培养真正具备管理科学与工程知识的社会科学人才。要真正培养高质量的应用型人才，未来担当社会发展民族复兴大任，市场调研人才的培养就要着力突破一些瓶颈，从教学方式入手迈出新的改革步伐。

我院大数据管理与应用专业在以往 32 学时理论授课的基础上增加 16 学时的实验课。实验课程是理论教学的重要实践环节，学生通过实践操作可以巩固课堂理论的内容，使学生能在实践中把课堂上所学的知识点转化为解决问题的方法；另一方面能使学生正确地利用市场调查方法并认识市场调查在企业经营过程中的重要作用，积累社会实践经验，提高分析问题和解决问题的能力。同时，根据应用型人才培养目标和要求，通过市场调查实践，使学生具备制定市场调查总体方案和技术方案的能力，通过市场调查实训培养学生定性、定量分析能力；增强学生的实际工作的责任意识并能为企业的发展提出参考意见。

序号	实验项目名称	实 验 内 容	学时	实验类型
1	调查项目的确定	将学生分成 3 至 7 人的调查小组，在教师的指导下，收集资料，由各小组学生讨论确定各小组的调查题目与调查目的。	2	设计
2	调查方案的设计	由各小组在教师的指导下，根据各自的调查题目，运用理论学习中学到的方案设计方法、按要求完成调查方案设计。	2	设计
3	调查问卷的设计	各调查小组根据调查内容，运用理论课中所学知识完成本次调查的问卷设计，并组织学生讨论定稿。	2	设计
4	调查实施	由各调查小组根据其制定的调查方案运用调查问卷进行实际调查活动。	2	综合
5	调查问卷的整理	由各调查小组在实验室中运用所学习的数据分析知识完成本次调查所收集数据的分析工作。	4	验证、综合
6	撰写调查报告	根据要求完成本次调查的调查报告并提交。	2	验证、综合
7	小组汇报	各调查小组对全部实验过程及相关材料进行汇报。	2	综合

表 1 实验项目设置

在实验教学中,本课程采用项目式教学,各阶段项目内容及学时分配如表1。

(三)对于《市场调研与预测》课程考核方式的探索

根据本课程特点及课程改革需要,其综合成绩评定分为期末考核和平时考核两部分,按期末成绩60%和平时考核40%评定课程成绩。

其中平时考核分为如下几部分:

1. 调查报告占40%:按学生调查项目选题、方案及问卷设计、调研实施、调查问卷整理、撰写调查报告等阶段性项目成绩加权平均评价;

2. 平时作业占10%:完成前三章内容的学习后,通过完成教师布置的作业题进行考察,考查学生对市场调研基础知识和调查方法的掌握;

3. 期中测试占30%:重点考查第1-8章内容,考查学生完成市场调查整个流程所需的理论知识;

4. 课堂表现占20%:主要由学生的出勤率和课堂参与度构成,采用加减分制度(基础分85),主动回答问题加1-5分/次,无故缺勤扣3分/次。

四、总结与展望

本次《市场调研与预测》课程的教学改革是在新文科背景下对于应用型人才培养的一次有效探索。通过上述教学改革的过程,结合学生的课堂活跃程度和调研项目的成果,说明教学改革取得一定的成效,使得学生熟练掌握市场调查与预测相关理论知识,能够提升学生的实践能力,为切实的在新文科背景下培养管理科学人才起到促进作用。在后续的经管类应用型人才培养中,依然要勇于创新,不断提高人才培养的效果。

(一)关于教学内容的展望

本学期关于教学内容的优化还仅停留在课本知识和教师备课内容,学生自主学习的能力没有体现出来。因此,在未来的教学改革中,考虑将例如正大杯的市场调查大赛融入课程中,要求学生自主参赛,老师指导完成比赛,企业命题赛可以帮助学生自主学习市场调查的全过程和企业所需要应用型人才的知识与技能,提高其专业认同感,并举一反三向老师主动提出问题,丰富自己的知识库。

(二)关于授课方式的展望

本学期学生期末理论考试的卷面成绩较往届有所下降,考虑原因是期末考试之前的一周时间用在完成调查报告的时间过多,导致没有多余精力进行

期末复习。因此在未来应用型本科高校市场调研与预测的授课中,应当继续进行教学改革,探索理论课与实验课穿插进行的授课方式并对学时进行科学合理的安排。

(三)关于考核方式的展望

本学期学生对于调查项目的重视与参与程度进一步提升,可见关于考核方式的教学改革初见成效,但是考虑到最终成绩还是期末理论考试成绩占60%,会导致最终课程成绩评定的不公平和难以真实反映学生应用实践能力的培养效果。在未来的教学改革中,会与教学单位进一步探索新的成绩评定方式,争取做到将调查实践项目从平时考核中分离出来,理论成绩与技能成绩综合评定。

参考文献:

- [1] 习近平总书记任哲学社会科学工作座谈会上重要讲话发表五周年座谈会发言摘编[N]. 辽宁日报,2021-05-19(004). 普通高等学校本科专业目录(部分)[J]. 山西教育(招考),2023(Z2):147-160.
- [2] 尚晓倩,朱佳林,马明华.我国新文科领域研究综述及趋势展望[J]. 图书情报导刊,2022,7(07):56-66.
- [3] 马超平.新文科背景下经管类应用型人才模式探索与实践[J]. 产业与科技论坛,2022,21(07):234-236.
- [4] 杨宇晴,吴雪.新文科背景下应用型高校经管类专业校企合作人才培养模式优化路径研究[J]. 吉林农业科技学院学报,2023,32(04):14-18.
- [5] 胡亚南,高欣欣.新文科背景下《数据科学导论》课程的教学实践探索[J]. 商业经济,2023(07):181-184.
- [6] 刘常宝.市场调查与预测(第2版)[M]. 北京:机械工业出版社,2021.
- [7] 周健华.基于“真题真做”的会展专业核心课程教改研究——以《市场调研与预测》课程为例[J]. 产业与科技论坛,2021,20(08):193-194.
- [8] 国娜,洒潇.新文科背景下混合式课程思政教改研究——以会计学为例[J]. 现代商贸工业,2024,45(02):249-250.
- [9] 周健华.基于“真题真做”的会展专业核心课程教改研究——以《市场调研与预测》课程为例[J]. 产业与科技论坛,2021,20(08):193-194.