

新时代背景下《调研统计与预测》课程激励机制研究

张今欣

湖南国防工业职业技术学院

DOI:10.32629/er.v2i12.2246

[摘要] 《调研统计与预测》是高职营销类专业的一门职业核心能力课,专业性和操作性较强,使学生在完成工作任务过程中学会市场调查与预测的相关知识和技能,培养学生的实际操作能力,但是学生在互联网时代背景下,自律性较差,自控能力较弱,教师稍有疏忽,机房学习往往成了游戏竞技场;学生小组合作容易浑水摸鱼,难以做到个人全方位、全过程考核;学生文字撰写能力较弱,学生容易网上抄袭;因此,能够全方位、全过程、全员监控的考核方案尤为重要。

[关键词] 新时代; 调研统计与预测; 课程考核

学生考核是课程管理工作的重要组成部分,考核方案的完善与否,直接决定课程的教学效果。高职生是一个相对特殊的学习群体,生源素质参差不齐,学生来源于初、高中及社会青年中,他们的知识层次参差不齐,家庭背景差别各异。在互联网时代背景下,男生沉溺于网络游戏,女生迷恋追剧,已成普遍。高职学生厌学心理严重,部分基础差的学生入学后听不懂课,又缺乏刻苦学习的毅力。传统的考核方式已很难适应新形势的需要,必须不断对考核观念和考核体制的探索与创新。本文从新时代背景下高职学生的学情入手,提出了在新时代背景下对中职学生的考核方法。

1 课程概述

《调研统计与预测》课程是营销类专业的专业课程,高职院校开设该课程注重培养学生的市场调查与预测综合技能,能参与完成公司调研项目,胜任公司调研部门岗位。本课程要求学生掌握各种市场调查实践中常用的组织调查的方式、搜集资料方法以及各种常用的定性市场预测法、定量市场预测法并能撰写汽车市场调查报告。通过本课程的学习,使学员掌握汽车市场调查与预测的基本知识、基本原理,能够正确地运用所学的调查和预测方法解决市场活动中的实际问题,具备良好的实际应用能力,培养具有汽车市场调查与预测的综合技能的市场调研人员及基层营销管理人员。

2 新时代背景下《调研统计与预测》的学情现状及原因分析

2.1 学生自控能力差

高职学生基本都是00后的孩子,是手机时代的原住民,在校一年多的学习中已经习惯了信息化教学,对网络数字资源平台使用非常熟练。但是高职院校的学生学习自控能力差,容易迷恋网络游戏、网络电视等,因此利用多种方式多种手段,加强监管措施,迫在眉睫。

2.2 文字表达能力欠缺

在互联网普及的背景下,00后的学生虽然经常通过文字交流,但是仅限于口语化、简短的日常交流,学生的书面表达能力欠缺,缺乏系统性和完整性,大部分教师采用模版教学,学生只需稍加改动,即可完成任务,但是学生缺乏自己的思想和独立操作的调研技能,创新能力极为欠缺,因此激励式考核方案显得尤为重要。

2.3 存在“浑水摸鱼”、“搭便车”现象

目前大部分课程采用小组合作式教学,学生团队完成任务,该班一部分学生在团队合作中存在“浑水摸鱼”、“搭便车”的现象,且数字化的方案容易被复制粘贴,抄袭事件屡有发生,自己不动手却享受团队的成果,为了保证人人动手,人人参与,即使有明确分工,但是教师对团队各成员的参与及完成情况,难以考量。

3 《调研统计与预测》课程考核方案对策建议

3.1 以团队考核的形式进行全员考核

对于学生自控力差、浑水摸鱼且文字表达能力欠缺等学情,教师采用多种教学方法与手段的同时,全方位、全过程的考核尤为重要,而考核的主要难度就是学生数量多,教师难以准确把控,因此以小组成立部门,以部门对各成员进行考核。

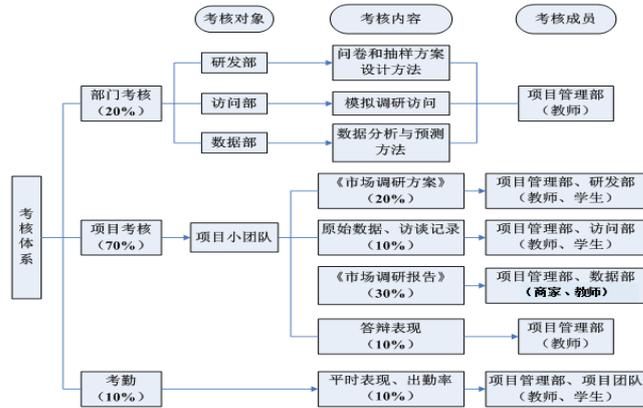


图1 新时代背景下《调研统计与预测》课程考核体系

除了各部门对每位学生考核外,针对学生没有把电脑、手机用在学习上,可以在时间上给予限制,而且对分工情况进行不定时随机抽查,如某同学负责答案设计,我会在课堂抽查提问,某一题的答案是怎样设计的,如有团队包庇,则取消该团队所有成员此模块的成绩,加大惩罚力度,强调诚信为人的重要性;且针对个人与团队都设计考核方案,考核综合自评、互评等多元评价,保证每人参与、每人考核通过。

表1 考核方式与考核标准

项目编号	考核点及占项目分值比	建议考核方式	评价标准			成绩比例 (%)
			优	良	及格	
P5-1	1. 市场调查方案 (80%)	成果考核	项目方案设计合理,可实施;方案内容完整。	项目方案设计基本合理,可实施;方案内容基本完整。	项目方案设计基本可实施;方案内容无明显缺陷。	15%
	2. 项目公共考核点 (20%)					
P5-2	1. 问卷设计	成果考核	问卷设计合理,可实施;内容完整,符合要求。	问卷设计基本合理,可实施;内容基本符合要求。	问卷设计基本可实施;内容无明显缺陷。	15%
	2. 项目公共考核点 (20%)					
P5-3	1. 原始数据 (50%)	成果考核	数据真实、完整。	数据完整,无明显错误。	数据完整,无重大错误。	10%
	2. 访谈记录 (30%)					
	3. 项目公共考核点 (20%)	见表2				

续表 1

项目编号	考核点及占项目分值比	建议考核方式	评价标准			成绩比例 (%)
			优	良	及格	
P5-4	1. 数据录入 (20%)	操作考核	问卷数据录入方法正确, 熟练操作。	问卷数据录入方法正确, 会操作。	问卷数据录入无明显错误。	20%
	2. 数据分析 (30%)	操作考核	数据分析方法很好掌握, 熟练操作。	数据分析方法较好掌握, 基本会操作。	数据分析方法基本掌握, 无明显错误。	
	3. 市场预测 (30%)	方法考核	市场预测方法很好掌握。	市场预测方法较好掌握。	市场预测方法基本掌握。	
	4. 项目公共考核点 (20%)	见表 2				
P5-5	1. 市场调研报告 (80%)	成果考核	调研报告内容完整, 思路清晰, 符合要求; 分析到位, 结论可靠, 建议合理可行。	调研报告内容完整, 基本要求; 分析、结论、建议较为合理。	调研报告内容完整, 基本要求; 图表分析无明显错误。	30%
	2. 项目公共考核点 (20%)	见表 2				
P5-6	1. 项目答辩 (80%)	答辩	熟悉项目内容和工作流程; 很好答辩。	知道项目内容和工作流程; 较好答辩。	参与项目工作流程; 完成答辩。	10%
	2. 项目公共考核点 (20%)	见表 2				
合计						100

3.2 以过程考核的形式进行全过程考核

为全面考核学生的学习情况, 本课程主要以过程考核为主, 考核涵盖项目任务全过程, 主要从设计市场调研方案到撰写市场调研报告, 最后项目答辩等五个方面来进行考核。

表2 项目公共考核评价标准

项目公共考核点	建议考核方式	评价标准		
		优	良	及格
1. 职业道德 (30%)	教师评价+自评+互评	诚实严谨, 具有实事求是的职业道德, 不违背职业道德与营销伦理。	诚实严谨, 职业道德较好。	没出现违纪、违规现象。
2. 学习态度 (30%)	教师评价	学习积极性高, 虚心好学。	学习积极性较高。	没有厌学现象。
3. 团队合作精神 (20%)	互评	具有良好的团队合作精神, 热心帮助团队其他成员。	具有较好的团队合作精神, 能帮助团队其他成员。	能与团队完成项目任务。
4. 交流及表达能力 (10%)	互评+教师评价	能用专业语言正确、流利地展示项目成果。	能用专业语言正确、较为流利地阐述项目。	能用专业语言基本正确地阐述项目, 无重大失误。
5. 组织协调能力 (10%)	互评+教师评价	能根据工作任务, 正确控制、激励和协调小组活动过程。	能根据工作任务, 较正确控制、激励和协调小组活动过程。	能根据工作任务, 控制、激励和协调小组活动过程, 无重大失误。

3.3 在课程思政背景下加大公共项目考核比重

在以培养技能为主的高职, 思政育人也尤为重要, 针对学生的职业道德、学习态度、团队合作精神以及交流与表达能力等方面的考核也须系统化, 项目化。

3.4 分层考核

各学生组成的团队根据上学期的期末成绩平均分进行分层, 自行根据教师要求设定难度较大或者难度较低的阶段目标和最后总目标, 教师根据团队是否完成预期目标进行检验考核, 且就实际完成情况进行排名与奖励。

3.5 定期排名、公示

将各个环节设计考核标准, 每个小阶段定期统计成绩, 公示结果排名, 及时起到监督激励作用, 考核标准、考核过程与考核结果做到公开透明, 让学生对团队的得分与排名情况做到心中有数, 及时地了解自己对团队的贡献度。

考核主要以正面激励为主, 对于表现优秀、排名靠前的团队实行物质和精神奖励, 物质奖励的资金来源于各团队的盈利收入。对于排名较落后的公司团队象征性惩罚, 如搞卫生, 表演小节目等。合理的竞争和奖惩机制是保证教学效果必不可少的重要机制!

构建一套针对学生不同层次的全过程、全方位的考核方案。学生组建团队, 根据学生的不同层次, 设计不同等级的团队考核方案, 为了防止浑水摸鱼, 针对各团队定期抽查; 教师定期考核, 从每次课、每个工作阶段以及期末三个层次进行考核, 监督激励尽量及时, 实现考核全过程化; 对学生的参与过程、阶段结果进行过程与结果双重考核, 全方位考核; 在课程思政的背景下, 将加大职业道德、诚信为人等考核比重。

[参考文献]

- [1]刘丹. 以工作过程为基础的高职院校市场营销专业课程教学改革探究[J]. 商业经济, 2018(02):184-185.
- [2]于相贤. 基于工作过程的市场调查实践课教学设计改革与实施——以河套学院为例[J]. 教育教学论坛, 2019(44):140-142.
- [3]韩二东. 大数据时代背景下市场调查与预测课程教学模式改革研究[J]. 高教学刊, 2019(17):138-140.
- [4]赵志红. 《市场调研实务》课程理实一体化教学改革实践与思考[J]. 企业与管理, 2019(07):76-77.
- [5]李颖. 过程性考核在高职艺术设计课程中的实践研究[J]. 大众文艺, 2019(20):246-247.

作者简介:

张今欣(1987—), 女, 汉族, 湖南娄底新化人, 讲师兼中级经济师, 硕士研究生, 主攻市场营销、市场调研、创新创业方向。