

市场营销综合实训课程考评体系的设计与探索

韩黛娜

陕西职业技术学院对外贸易学院

【摘要】陕西职业技术学院市场营销专业的《市场营销技能实训》面向本校经济管理大类学生，主要针对市场营销专业学生开设，属于专业核心技能课程。根据专业人才培养方案的培养目标，根据职业能力目标要求，希望在课程基础考核基础上能够提炼出更加符合课程本身以及对课程起到改革促进作用的评价指标。本着这一目标，不断探索专业与课程之间的关联，挖掘课程本身与其他实训课程的关系，提出符合课程目前以及有益于改革发展的课程评价考核指标，希望这种考核评价指标能够不断扩大影响力，对于专业本身其他实训课程起到借鉴作用。同时希望通过市场营销综合实训，能够在以后发展过程中，使得市场营销专业实训体系一脉相承，让学生的营销综合职业能力与营销专业技能协同提升。培养出具有优秀的营销职业素养学生，为日后工作中提升水平打下坚实基础。

【关键词】市场营销综合实训；实训体系；评价指标

【DOI】 10.12252/j.issn.2096-627X.2021.09.2131

《市场营销综合实训》课程是陕西职业技术学院市场营销专业的必修课，在培养面向市场的市场营销专业人才方面占有重要地位。目前，该课程在教学实施过程中发现了一些问题，难以满足课程发展以及对于专业和学生的提升作用。面对这样的情况，市场营销综合实训的课程教学过程中在不断尝试探索与创新，以往尝试较多的方面是基于创新相关教学方法，比如分类教学、合作教学、问题导向型教学等，虽然对于课程的发展都起到过助益，为了能使课程更好更长远地发展，我们也将从建立市场营销综合实训课程评价体系构建的角度来推动课程的发展，推动市场营销专业实训体系地改革深化。

一、市场营销学综合实训课程分析

对于一个专业所设置课程的合理性，我们可以将其拆解成从社会需求、行业需求、教学需求、学生需求等四维度入手进行分析。因此，对于《市场营销综合实训》分析的具体情况如下。

第一，从社会需求维度进行分析。市场营销专业毕业的学生，社会要求其具有市场营销技能与创新精神，并且是具备适应现代社会发展环境下市场经济发展的市场营销专业人才。市场需求的实现体现为经济发展服务，这需要专业不断展开社会调研，明确经济发展不同阶段对市场营销人才的数量与学历的要求，以及设有市场营销专业的学校数量及招生情况。第二，从行业行业维度进行分析。明晰市场营销毕业生在职业工作的各个领域，如工商企业、金融企业、外贸企业、管理部门等的不同要求，以此可以确定工作岗位、岗位职责，进而从态度、知识与技能方面来探究市场营销专业应该关注的专项能力。第三，从教学需求维度进行分析。符合市场营销职位需求，职位需求多需要的核心要点，学校以此设置相应的专业课程内容，并论证课程设置的可行性与合理性。第四，从学生需求维度进行分析。学生选择专业，能够获得的专业技能以及能够通过专业学习获得的荣誉等，以此考虑课程的发展性。

因此，市场营销综合实训课程设置符合以上四个方面的需求。市场营销综合实训校内以传授学生专业知识为基础，重点打造学生动手实操能力。实际操作能力的升华可以在市场营销技能大赛得到相关认证。我们将以陕西省高等职业院校校技市场营销技能大赛为例来说明。首先，市场营销技能大赛的竞赛目的和竞赛内容涵盖了市场营销核心专业课程的主要知识和技能点，匹配市场营销人才的培养目标，这是符

合教学需求的。其次，市场营销技能竞赛的目的。高职高专院校市场营销技能竞赛是为各院校师生提供交流借鉴的平台，引领高职高专院校市场营销专业建设和教学改革，以赛促教，推进专业建设与产业发展对接、实现课程内容与职业标准对接、人才培养过程与企业营销过程对接，不断提高市场营销专业人才培养质量和社会认可度与影响力，这也符合社会需求与行业需求。最后，市场营销技能竞赛的内容。以2020年陕西省市场营销技能竞赛为例，比赛包括营销实战展示、市场数据分析和情境营销三个竞赛模块。通过营销实战展示、市场数据分析和情境营销等竞赛内容可以看出，要求学生综合掌握市场营销核心技能。同时，在竞赛全过程需要学生团队精诚合作，体现强大的团队合作精神，展示运用知识思维判断问题的创新力，展示动态运用市场需求、竞争优势、目标市场分析、营销策略组合、财务可行等营销专业核心技能的应用基本功。

鉴于以上分析可知，为了更好地促进市场营销综合实训课程的发展，不仅需要教学方式方法的改变，还需要更进一步地推动，因此我们将从考核评价指标入手继续不断推动课程。

二、基于市场营销综合实训课程分析的考核评价指标设置

在考核评价指标方面，为了促进课堂教学，为了在技能大赛取得优异成绩，并且对于其他实训课程评价指标有所借鉴，我们将会考虑以下方面：

第一，基础理论考评与实操技能考评相结合。市场营销综合实训是一门综合应用性课程。在课程教学和技能竞赛中不仅会考评学生对营销理论知识的掌握和理解，重点评价学生如何运用营销理论解决撒盘操作过程中的实际处理问题能力，同时对于表达沟通能力、团队协作能力也是一种反馈。因此，该课程的考核评价，必须既有营销理论知识的理解掌握，并且又要有区别一般仅考核理论的体系，重点落实于相对应的营销技能的考核。

第二，动态过程考评与结果考评相结合。目前的专业课程考核评价主要是结果考评，如平时成绩40%、期末考试成绩60%，期末考试也是常见形式的试卷考评。这种考评形式的考评结果对于注重实操操作的课程是很难考查出学生的综合能力，并且也是相当不够客观公正。因此，市场营销综合实训应将重于过程考核，弱化结果考核。在每一个模块结束后，将进行阶段性的考评。这种阶段性的考评根据课程安排，可

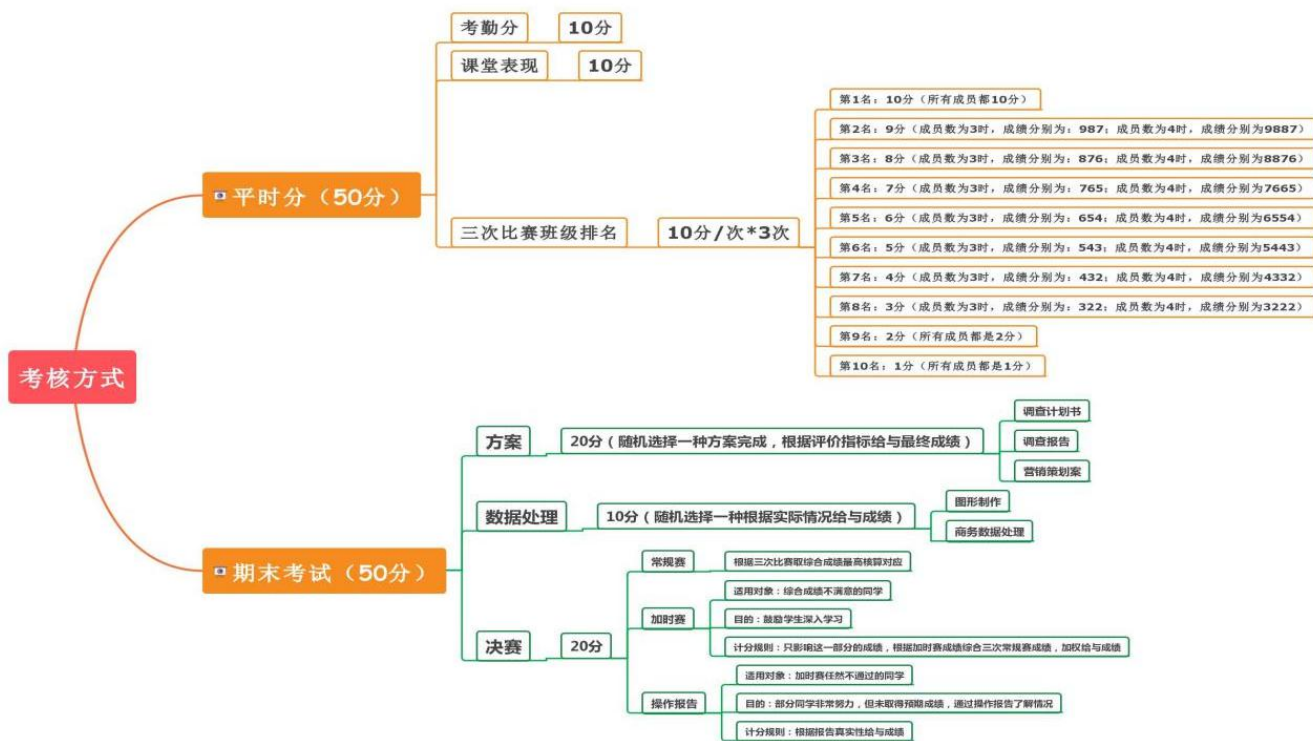
以3至5次，将不会出现一次定成绩的结果。这样，学生在任何一次中出现的问题，学生某个阶段没有发挥好，还有机会在后续学习过程中还将不断进行修正，并且可以不断突破以往成绩，这也将促进学生的学习积极性与能动性。

第三，个人能力考评与团队协作考评相结合。在市场营销专业的学习过程中，我们更强调综合素养的培养。传统考核往往只是通过试卷或其他形式给出个人成绩，导致学生在学习过程中缺乏团队锻炼，无法培养合作意识。因此，《市场营销综合实训》中个人总评成绩=个人成绩（出勤、作业、讨论、考试）+团队成绩，团队成绩（每次任务通过团队展示）=教师对团队的打分+教师对组员的打分。

第四，课程考评与竞赛考评相结合。鼓励学生参加与课程相关的竞赛活动，积极参与相关竞赛的同学，可以根据其获得的荣誉等级置换对应课程成绩，替代期末总评成绩的一部分或者全部。在《市场营销综合实训》课程的任务考核中，我们也不断加大融入竞赛的内容，使得课程与竞赛之间的结合更加紧密。既有利于提升学生的专业技能，也有利于选拔培养优秀的学生以备后期比赛需要。

三、市场营销综合实训课程考核评价方案设计展示

根据陕西职业技术学院《市场营销综合实训》课程的实际运行以及需求，特别设计一下课程考评方案，如下图所示。



第一，任务目标。任务一——沙盘操作；任务二——方案撰写；这一部分会根据实际情况进行选择性的完成；任务三——数据处理；任务四——PPT制作：在不借助任何PPT模板的基础上，完成相应方案PPT的制作。

第二，评分标准。如上图所示，每项任务都设计对应的考核标准以及评分，如方案撰写小组提交相应的书面WORD方案，PPT制作需要提交PPT并且进行现场演示。参照市场营销技能大赛评分标准，将每项任务的评分都进行标准化处理。总评得分=学生平时分（50%）+期末考试分（50%）。每次任务中每位学生的得分也不尽相同。其中，平时成绩=出勤情况（10分）+课堂表现（10分）+团队沙盘操作（30分），加大平时成绩占比，积极调动学生上课能动性；期末考试分=任务1（20%）+任务2/任务4（10%）+任务3（20%）。任课老师可以根据任务中组员的表现和任务完成情况进行评分差异化操作，组员得分不能一样。

因此，期末总评成绩=学生平时分（50%）+期末考试分（50%）。

基于市场营销技能竞赛的课程考核体系的建立，在强化学生学习动机，激发学习兴趣，培养团队精神，促进综合素

质的发展以及提升职业技能等方面将起到重要的作用。这也是我们不断改善考核标准的目的。同样，希望这样的考核体系给市场营销其他实训课程的评价指标设计能有相关借鉴作用，这也是我们进行课程深化改革的意义所在。

四、市场营销综合实训课程考核评价方案应用展望

根据以上考评指标体系设计，我们将会去课程中去推动实施应用，并将指标评价应用到学生考评之中。教学效果评价我们采取过程评价与结果评价相结合的方式，通过理论与实践相结合，重点评价学生的综合能力，因此根据设计预想，学生在课程中的主观能动性得到极大提升，这将有利于课程发展、有利于推动其他实训课程改革、有利于不断提升技能大赛的参赛效果。

参考文献

[1] 翁群芬. 建构主义学习理论在高职实训教学中的应用研究——以ITMC市场营销综合实训与竞赛系统为例[J]. 老字号品牌营销, 2020(3): 2.
 [2] 梁英瑜. 对信息化背景下市场营销综合实训的思考[J]. 商业研究, 2018(011): 88-89.