

创业大赛实践与工商管理类课程教学的互动研究

——以《市场营销学》为例

胡俊峰

(南通大学商学院, 江苏南通, 226019)

[摘要] 工商管理类教学与大学生创业大赛实践存在着有机联系。在指导大学生创业大赛过程中, 发现参赛学生对工商管理类知识掌握不深、理解不透, 知识应用能力欠缺等问题, 揭示出工商管理类课程教学存在着教学方法单一, 教学与实践脱节, 教学内容不能满足现代企业管理需求等问题。大学生创业大赛与工商管理类课程教学互动融合很有必要。以《市场营销学》为例, 采用启发式引导将专业理论和方法融入创业项目, 可提高学生创业大赛成绩的对策; 并根据指导创业大赛实践的经验, 提出课堂教学中采用PBL教学法, 注重学生思维训练与能力培养; 互动教学法与项目教学法有机结合, 提高工商管理类课程实践环节的针对性; 课堂理论教学过程中, 配套体验式模拟教学, 加强学生对专业知识的理解与应用, 实现创业大赛实践与工商管理类课程教学互动融合。

[关键词] 创业大赛; 工商管理; 课程教学; 互动

[中图分类号] G424.1 **[文献标识码]** A **[文章编号]** 1674-893X(2012)04-0009-04

随着时代的发展, 我国大学生创业热潮风起云涌。大学生创业不但培养学生的创新创业精神, 使学生课堂知识与社会实践相结合, 开辟第二课堂, 而且还为社会增加就业岗位, 以实现国家以“创业带动就业”的战略构想。大学生创业教育已成为高等院校的重大任务, 也是社会关注的热点。为了进一步推动大学生创新创业, 近年来, 无论在国家或在省区层面, 每年都要举办各种形式的大学生创业大赛, 各高校都积极参与其中, 希望通过大赛推动创业教育开展, 同时也可借助这一平台提高学校知名度。另一方面, 广大大学生从自身兴趣爱好, 以及提升自己创新创业技能的角度也积极参与到这一赛事中。目前国内具有较大影响力大学生创业大赛主要包括: 由团中央等单位主办的“挑战杯”大学生创业大赛, 由教育部主办的全国大学生电子商务“创新、创意和创业”挑战赛等。而参加创业大赛, 需要参赛学生具备一定的专业知识基础和专业技能储备, 因此专业课程的教学与创业大赛实践之间必然存在密切的联系。

一、创业大赛实践与工商管理类课程教学互动融合的意义

从大学生创业大赛的内容与流程来看, 首先需

要学生通过市场调查, 形成一个创意, 并运用相关知识与方法, 将创意转变为具有潜在商业价值的创业计划书; 而创业计划书将包括公司发展战略、创业产品与服务、公司筹资与融资、产品与服务的市场推广、公司财务预测、组织架构与内部管理等相关内容。目前, 工商管理类课程, 如战略管理、人力资源、市场营销、财务管理等专业课程与创业计划书中各组成部分有着密切的联系。从目前工商管理课程教学状况而言, 主要偏重于理论教学, 即在课堂上主要向学生传授该门课程的基本原理与基本方法, 而大学生创业计划书则要求其各组成部分具有更强操作性和针对性。笔者基于历年指导大学生创业大赛的经验, 发现学生在完成创业计划书过程中, 在将专业理论联系实际方面仍然存在着困难。从参赛学生方面来看, 经过创业大赛训练的学生往往觉得以前在课堂上模糊的理论和概念, 变得清晰生动, 并具有了更深刻的理解。因此, 从创业大赛实践与工商管理类课程教学如何互动融合, 以提高学生专业素养, 培养学生创新创业能力和实践技能的角度, 来探索课外实践指导与课堂理论教学模式, 显得十分必要。

目前, 高校的工商管理类课程教学主要以课堂

[收稿日期] 2012-04-08; [修回日期] 2012-06-26

[基金项目] 2011年度南通大学教学研究课题

[作者简介] 胡俊峰(1969-), 男, 江苏南通人, 南通大学商学院副教授, 主要研究方向: 创新创业管理。

讲授基本原理和基本方法为主,对大学生而言,概念比较抽象,尽管一些专业课程设置了实践环节教学,但由于针对性不强,教学效果依然不如人意。如市场营销学 STP 战略,学生通过课堂教学,仅仅知道这个名词,至于如何应用于实践,则感觉非常迷茫。大学生创业大赛要求学生通过运用各类专业知识,将一个具体创意变成具有潜在价值的商业计划,在这个过程中,必然涉及到工商管理类专业理论的实际综合应用。另一方面,尽管参加过创业大赛的学生,在专业素养和实践技能方面都有大幅度提高,但参加创业大赛的学生毕竟是少数;大多数学生在专业课程教学完成后,仍然存在很多困惑。因此本课题研究显得极有价值,具体表现在以下方面:

第一,通过工商管理类课程教学理念和教学方法创新,培养学生专业素养,提高创新创业的实践能力,更好地指导大学生创业大赛;同时,丰富工商管理类课程教学方法,提高工商管理类课程实践环节的针对性和实践性,是工商管理类课程教学改革有益尝试。

第二,在指导学生参加创业大赛的实践中,将学生对工商管理专业课程基本原理、基本方法再认识过程还原出来,并反哺于课程教学,从而使更多学生能够分享这种隐性诀窍,以提高教学质量。

第三,创业大赛实践与课程教学融合互动的研究,对培养学生学习专业课程的兴趣,在理论联系实际,学以致用方面具有很高的价值;是对高校课堂教学与学生第二课堂相辅相成、互为促进教学模式的深度探索。

二、工商管理类课程教学中存在的问题以及对大学生参加创业大赛的影响

以《市场营销学》为例。工商管理类课程教学的主要特点是以培养创新型应用管理人才为目标,而管理科学的综合性、权变性与边缘性又决定了工商管理类学生必须具有宽广的专业基础、扎实的专业素养和较强的综合能力。^[1]同时,工商管理类教学还要注重学生思维方式和创新能力培养,以提高其解决实际问题的能力,而完成创业计划书的过程,正是学生利用所学的专业知识、专业技能,联系实际,分析与解决问题的过程。但目前高校在工商管理类教学中存在一些问题,使学生对于专业知识的建构过程出现障碍,进而影响了对实际问题的解决。

1. 教学与实践脱节,导致学生理论联系实际能力较弱

在现有工商管理类专业的教学中,偏重专业理论教学,通常以书本为中心,采用灌输式教学方法,向学生传授,与实践缺乏联系。虽然也设置了课程

实践环节以配套理论教学,但由于师资及实践课程学时限制,往往仍以课堂为中心,与管理实践联系较松,封闭程度较高,对于学生实践能力的提高效果有限。以参赛学生完成创业计划书的营销部分为例,学生常常将《市场营销学》教材中 STP 战略、4P 营销组合的相关理论内容机械地搬至创业计划书中;而不是通过对创业项目进行市场调查,联系项目实际,提出可操作性的营销策略。另一方面,在课程教学过程中,虽然有案例教学环节,但由于缺乏系统性,仅仅就案例谈案例,学生常常无法领悟案例中所含深刻理念,未能从思维方式上有所启迪,导致学生螳螂学步,创新思维缺乏,理论联系实际能力较为薄弱。

2. 理论概念抽象,学生为应付考试死记硬背

工商管理类课程教学进程,通常按照先介绍理论概念,再以案例介绍或概念内容展开的方式对概念进行解释。这种方法固然可使学生对理论概念有所认识,但由于是被动接受,如果缺乏对概念知识的及时巩固,案例与理论概念之间的联系将很快遗忘。这时专业理论概念又成为完全抽象的名词,而学生为了应付考试,又不得不对这些概念不加理解的死记硬背。这种对概念的短期记忆,在考试完成之后,又迅速被遗忘,并形成一种恶性循环。学生参加创业计划书写作过程中,经常会发现学生对指导老师提到的专业名词非常陌生,对课堂讲授的专业基本方法的应用显得非常生疏。如创业项目的目标市场、市场定位是《市场营销学》中两个不同基本概念,但学生对此却混淆不清,使创业计划书中市场营销战略的结构、内容混乱。

3. 教学内容跟不上现代企业管理发展的要求

管理科学是一门实践性很强的应用科学,随着社会经济的发展,管理知识和理念也处于变化和发展之中。然而,目前工商管理类的教学内容则滞后于管理实践的发展。以《市场营销学》为例,目前课程教材仍以上世纪 80 年代的经典营销理论为主,尽管加入了网络营销、现代物流等反映当代特色的内容;但在目前商业模式不断创新,营销理念不断深化今天,仅是对原有课程教学体系修修补补,而不是从市场营销学的整体结构进行创新与发展,显然不能满足现代企业营销管理发展的要求。另一方面,由于历史原因,我国高校工商管理课程都是从国外引进的,在应用环境方面,与当代我国经济发展现状存在一定差距,因此一些专业理论的指导作用还不是非常明显。例如许多参赛的大学生创业项目都是以电子商务网站为基础的创新型服务项目,在对项目进行营销组合策略推广方面,单以课程中的“4P”或“4S”等传统营销组合方式,显然是不够的,而是要将最新的网络整合营销等方法应

用到创业计划书中，而在课堂教学中对此类理论的涉及则较少。

4. 教学模式与教学方法单一，导致学生专业技能和专业素质不高，创新能力欠缺

现行工商管理类教学模式常常忽视学生的个性发展，只注重知识传授而忽略对学生专业素质的培养，影响学生综合能力提高。单一教学模式表现为课堂上满堂灌，缺乏与学生互动，缺乏对学生进行启发式教育，学生在课堂上的主体地位作用得不到发挥，导致学生在工商管理类专业课程学习结束后，专业技能和专业素质未得到有效提高，创新能力欠缺。这一缺陷在学生参加创业大赛过程中表现尤为突出，具体表现为：在完成创业计划书过程中应用专业理论的方法不当，以及对专业基础知识的扩展应用不够。以创业计划书中市场营销部分为例，参赛学生往往忽视创业项目个性特征，无论是服务类项目，还是生产技术类项目，只是机械地将营销理论进行套用，而不是根据基本原理方法，采用发散性思维方法对创业项目营销推广方案进行整合，结果导致项目论证缺乏创新性、针对性不强，使原本商业前景较好的创业项目成为鸡肋。

5. 教、学脱节，使学生学习专业知识兴趣不高；学、用分离，学生处理实际问题能力低下

尽管从事高校工商管理类课程教学的教师都具有硕士或博士学位，理论功底深厚，但大多数教师都缺乏管理工作实践。因此在教学过程中难免存在照本宣科现象，与社会实际结合不紧密，而现在的大学生则具有个性、独立、自主、对新生事物接受能力强等特点，教与学的匹配度不强，必然难以激发学生学习专业知识的兴趣。另一方面，学生在课堂上习得理论知识和方法，却不知用与何处；虽然有实践环节，但通常是走马观花，对知识理论的应用不深入，致使学生对知识理解不深、掌握不牢。这种学、用分离，使学生处理实际问题能力低下。以学生参加创业大赛为例，在评委答辩环节，对于专家、评委关于与创业项目相关的专业方面的提问，如创业项目目标市场与市场定位如何确定等问题，有些参赛学生常常表现出答非所问或者回答深度不够，这在很大程度上影响了竞赛成绩。

三、采用启发式引导将专业理论和方法融入创业项目，提高创业大赛成绩的对策

大学生创业大赛无论在创业计划书环节，还是现场答辩环节，都要求参赛学生将创意所体现的商业价值以书面和口头的形式向评委完整呈现，评委根据创业计划书对创业项目的论证以及答辩表现，并结合创业项目的商业前景，给予评分。参赛学生具备较强的综合能力、良好的专业素养以及优秀的商业技能是获得竞赛优异成绩的前提条件之一。因

此采用启发式引导，将工商管理类课程的基本原理与方法与创业项目相融合，是实现这一目标的有效途径。

1. 在指导创业计划书环节，结合创业项目各组成部分要求，引导学生回顾相关的专业知识

创业计划书整体结构可分为企业战略、产品与服务、生产制造与技术、市场营销、财务规划等若干部分。以市场营销部分为例，由于参赛学生主要以大三、大四学生为主，他们已经学过作为专业基础课的《市场营销学》，因此首先应从分析项目应用前景入手，引导参赛学生回顾所学《市场营销学》相关理论与方法，如有效细分原则、目标市场与市场定位等。通过知识的回顾，明确项目要解决问题所涉及到的知识点。参赛学生将更有动力去厘清课堂上比较模糊概念，并为针对性地解决创业项目市场问题奠定基础。

2. 结合专业理论与方法，引导学生思考创业项目各部分的解决方案

在工商管理类理论指导下，规划创业项目的具体实施方案是完成创业计划书的关键。在指导创业计划书环节，通过引导、启发参赛学生利用所学的工商管理类专业知识，针对创业项目实际，进行发散性思维，采用头脑风暴的方式，形成创业计划各部分实施方案的初步构想。以创业项目的市场营销为例，根据营销策略组合的4P或4S经典理论，引导学生思考创业项目营销组合方案，并力求使其具有可操作性。在此基础上，再针对项目具体特征，向学生介绍一些扩展专业知识，如服务性创业项目，就要引入服务营销的人员流程、识别流程和服务流程；电子商务类项目则要引入网络整合营销等相关知识。最后，通过对创业计划书各部分整合与完善，形成完整的创业计划。

3. 在指导创业计划的答辩环节，针对创业计划书，进行模拟提问训练，引导学生专业技能开发，并实现对专业知识的融会贯通

创业计划的答辩环节是加深评委对创业项目了解，并考察参赛学生专业知识运用和专业技能开发的关键环节，在某种程度上，决定了竞赛的成绩。根据参赛经验，很多学生面对专家评委咄咄逼人的提问，往往暴露出专业知识肤浅、应变能力差等缺陷。因此对参赛学生的指导，应主要着重于反复模拟答辩训练，通过模拟训练，强化学生对创业项目商业模式、实施方案与专业知识的联系；通过专业技能开发，使其能够融会贯通创业项目所涉及到的所有知识，从而提高参赛学生知识运用的灵活性和应变能力。

四、以指导创业大赛实践的启示，对工商管理类课程教学模式创新的建议

在多年创业大赛指导过程中,笔者发现参赛学生在经过创业大赛训练后,其对专业知识的理解、应用,以及专业技能开发方面都要比同年纪学生高出一筹。但能够参加创业大赛的学生毕竟是少数,将参赛学生专业知识建构、技能开发的过程进行分析、总结,并形成较为系统的教学模式与综合的教学方法反哺于工商管理类课程教学,使创业大赛实践与工商管理类课程教学互动融合,不但能让更多学生受益,更是工商管理类课程教学改革的有效尝试。

1. 课堂教学中采用 PBL 教学法,注重学生思维训练与能力培养

PBL 教学法是基于解决现实问题为核心,以学生为中心的教学模式。导师设计真实性问题,将学习任务与目标融入现实问题中,通过学生自主探究与合作来解决问题。^[2]这种教学方式可提高学生专业技能与学习能力,并培养学生学习专业知识的兴趣。以《市场营销学》为例,在 STP 营销战略教学中,首先由导师向学生介绍本次课程学习目标,根据学生比较熟悉或感兴趣的问题(如四代苹果手机市场营销战略),形成学习任务;在课堂上形成学习小组,进行讨论,确定解决方案;最后各小组派出代表上台讲解,与大家一起分享。导师在学习小组讨论过程及时回答学生疑问,重点突出一些必要知识点,如有效细分的四原则等;导师在各小组发言完毕后,还要进行总结评价,进一步加深学生对重点难点的理解。

2. 互动教学法与项目教学法有机结合,提高工商管理类课程实践环节的针对性

工商管理类课程实践环节是为了加强学生对课堂习得知识的理解与应用。而项目教学法是师生通过共同实施一个完整的项目工作而进行的教学活动^[3];互动教学法则强调教学中导师与学生、学生与学生之间的互动,其包括案例分析、情景模拟、巧设提问、互动讨论等方法。^[4]因此在工商管理类课程的实践教学环节,通过明确项目任务、制订并实施计划、检查评估等流程,通过设置具有挑战性项目,实现创造性的实践活动。同时,在项目教学法实施过程,运用案例分析、情景模拟等方法,通过加强师生互动和学生之间互动,使学生把握课程要求的知识与技能,并体验创新的乐趣,提高分析问题、解决问题的能力。以《市场营销学》实践环节为例,导师可以设定一个尚未进入市场运作的创业项目,按流程引导学生完整该项目的营销总体方案;在完成过程中,通过分析一些相关案例、情景模拟和组织讨论,提高营销总体方案的科学性与可

操作性,进而提高学生营销管理技能,加深对营销实践的认识。

3. 课堂理论教学过程中,配套体验式模拟教学,加强学生对专业知识的理解与应用

体验式教学是通过制订规则、角色分配、场景设置,组织学习资源,使学生参与课程体验,通过分享交流,以实现知识的整合升华与创新应用的过程。^[5]该教学模式由于设定了竞争与对抗环境,能够最大限度激发学生的学习兴趣,使学生在学习过程中始终处于亢奋状态,调动一切潜能,进行学习并决策,因而形成对专业知识的深度记忆,并对专业知识的实际应用有更深刻的认识。该教学模式是借助沙盘模拟训练的方式得以实现。以市场营销学为例,可根据教学进度,配套沙盘模拟训练,可达到较好的教学效果,如在进行营销组合策略理论教学过程中,及时穿插 3-5 个学时沙盘模拟训练,通过给学生分组并安排一定资源,进行模拟实战对抗,使学生对于渠道管理、定价、产品策略、促销等一系列营销管理环节的组合应用与效果,有了更深的感性认识,并提高学习兴趣,在快乐中掌握营销管理的精髓。目前市场上,江苏金碟、北京中欧等公司都相继开发此类模拟软件,可以更方便的进行体验式模拟教学训练。

五、结语

大学生创业大赛实践与工商管理类课程教学的互动融合的目的,是加深学生对专业知识理解与应用,并培养学生的综合能力和专业素养。因此在创业大赛指导过程中,要注重因材施教,重点在于开发参赛学生潜能。而工商管理类课程教学中,各种创新教学方法的使用,则要注重系统设置、合理安排,结合教学实际,在保证课程理论系统性的前提下,提升工商管理类课程的教学质量。

参考文献:

- [1] 钟育赣, 万万. 大学生课外支持性活动学习活动的探索与实践[J]. 广东外语外贸大学学报, 2011(3): 101-103.
- [2] 邓莉, 黄钟仪. PBL 教学法在工商管理课程中的应用研究[J]. 江苏教育学院学报(自然科学), 2011(2): 35-38.
- [3] 夏长青. 浅论项目教学法与服务营销课程教学的契合[J]. 科技经济市场, 2011(9): 112-114.
- [4] 莫少颖. 互动式教学法在工商管理课程教学中的应用[J]. 当代教育论坛(管理研究), 2010(9): 71-72.
- [5] 何红光, 程云行, 李文莉. 工商管理课程体验式教学模式探索[J]. 教育与职业, 2011(9): 130-131.

[编辑: 颜关明]