

市场营销专业学生实践教学满意度分析

——以九江学院为例

郭文佳, 雷祺

(九江学院电子商务学院, 江西九江, 332005)

[摘要] 实践教学在市场营销专业的教学中占据重要地位。为了了解九江学院市场营销专业实践教学改革效果, 构建实践教学满意度指数模型, 以该校市场营销专业学生为研究对象, 通过问卷星采取网络形式发放问卷, 运用 SPSS21、AMOS21 进行实证分析。分析结果显示, 模型的拟合度好, 实践教学期望、质量感知、公平感知对总体满意度均有显著的正向影响, 其中, 质量感知影响最大。基于研究结果, 提出应开展丰富多彩的实践教学、提高学生对实训教学的满意度、采用差异性实践教学方法、制定公平合理的学生实践教学评价体系等建议, 以进一步提升九江学院市场营销专业学生的实践教学满意度。

[关键词] 市场营销专业; 实践教学; 满意度; 调查分析

[中图分类号] G642.0 **[文献标识码]** A **[文章编号]** 1674-893X(2020)06-0048-09

由于专业特点不同, 市场营销专业学生只有具备较强的实践能力, 才能适应社会需要, 因而市场营销专业的实践教学相当重要。自 2015 年九江学院市场营销专业实行实践教学改革以来, 效果初步显现。为了了解市场营销专业实践教学的效果和质量, 以实践教学为切入点, 研究九江学院市场营销专业学生的实践教学满意度情况及其影响因素, 并提出相关建议, 以进一步提高营销专业学生的实践教学满意度。

一、理论基础研究

(一) 相关概念界定

1. 实践教学

基于不同的背景和目的, 不同学者对实践教学概念的理解会有所偏差, 大多数学者同意实践教学是相对于理论教学而言的。张晓芳^[1]认为高校的教学方式主要有理论教学和实践教学, 课堂上老师对理论知识讲解之外的教学活动统称为实践教学。由于专业特点不同, 高校各专业的实践教学方案各不相同, 导致各高校各专业的实践

教学内容和形式也大不相同。九江学院作为地方二本院校, 其市场营销专业的实践教学内容和形式主要包含专业竞赛活动(创业大赛与销售竞赛等)、实验教学、课内实践教学、校外实训、毕业论文、毕业实习等。

2. 实践教学满意度

对实践教学满意度的理解, 学者们有两种看法: 一些学者认为实践教学满意度是实践教学实际与期望符合的程度; 另一些学者将之视为学生对实践活动的一种感觉和态度。本文倾向于第一种观点, 认为满意度与评价主体自身的期望息息相关, 实践教学满意度是学生对实践教学活动的预期或需求的满足程度, 它会随着学生对实践教学的预期和需求的不同而产生差异^[2]。

(二) 教育领域满意度指数模型

“全国教育满意度测评研究”课题组参照美国的基础教育模型, 结合我国情况删除了“顾客忠诚度、感知价值和顾客投诉”等指标, 增加了“公平感知”项, 提出了基础教育满意度指数模

[收稿日期] 2020-04-30; **[修回日期]** 2020-06-02

[基金项目] 2017 年江西省教改课题“市场营销专业实践教学质量评价指标体系研究”

[作者简介] 郭文佳, 江西吉安人, 九江学院电子商务学院 2016 级学生; 雷祺, 湖北黄梅人, 博士, 九江学院电子商务学院副教授, 主要研究方向: 消费者行为、新媒体营销, 联系邮箱: 75967496@qq.com

型^[3], 如图 1 所示, 实证分析表明 6 条路径均显著相关。

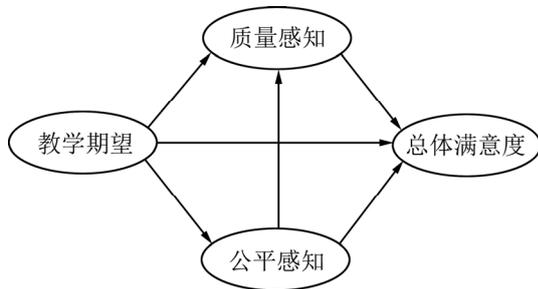


图 1 基础教育满意度指数模型

孙诚、吴红斌、尹玉辉^[4]参照基础教育满意度指数模型, 构建了中职学生满意度指数模型。一级指标未变, 删除了公平感知与质量感知之间的路径关系(见图 2 所示), 并结合中职学生的教学特点, 调整了二级指标。施琪^[5]利用中职学生满意度指数模型, 研究了中职旅游管理专业学生

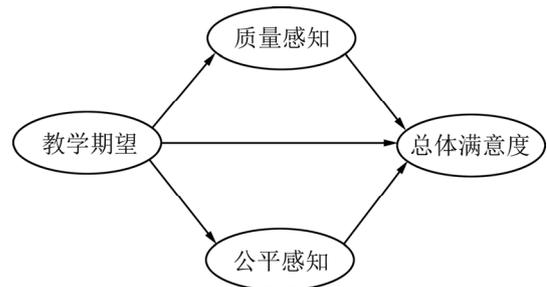


图 2 中职学生满意度指数模型

的教学质量满意度。

二、问卷设计及预调查

(一) 实践教学满意度测量指标构建

关于实践教学, 我国目前还没有成熟和系统的满意度测量模型。本文借鉴基础教育满意度指数模型和中职学生满意度指数模型, 结合九江学院市场营销专业的实践教学内容, 构建了市场营销专业实践教学满意度测量指标, 详见表 1 所示。

表 1 九江学院市场营销专业实践教学满意度指标体系

一级指标	二级指标	测量语句	指标来源
实践教学期望	总体期望	通过本专业实践教学, 能让我学有所用(Q6)	孙诚、 吴红斌、 尹玉辉 ^[4]
	专业期望	我觉得学市场营销专业对以后有用(Q7)	
	个体需求期望	我希望得到丰富的实践教学服务(Q8)	
质量感知	专业竞赛活动	专业竞赛活动频繁程度(Q9)	施琪 ^[5]
		专业竞赛活动的效果(Q10)	
		专业竞赛活动指导老师的实践教学能力(Q11)	
		专业竞赛活动内容(Q12)	
	校内实验教学	实验教学的课程与课时安排的合理性(Q13)	刘霞 ^[6]
		实验课的实践操作机会(Q14)	
		实验课老师的实践能力(Q15)	
课内实践教学	实验课的教学效果(Q16)	孙友然、 杨淼、 江歌 ^[7]	
	实验课所提供的基础设施(Q17)		
	课内实践教学安排的作业内容(Q18)		
	课内实践教学老师的指导水平(Q19)		
校外实训教学	课内分组完成任务的模式(Q20)	刘晓燕、 王爱辉 ^[8]	
	课内实践教学的效果(Q21)		
	实训工资待遇水平(Q22)		
	实训中的学生培训(Q23)		
	实训时老师的指导(Q24)		
公平感知	机会公平	实训生活待遇水平(Q25)	孙诚、 吴红斌、 尹玉辉 ^[4]
		实训公司的组织与管理(Q26)	
		参加本专业各类竞赛活动的机会多(Q27)	
总体满意度	过程公平	有机会享受学校各种设施和资源(Q28)	孙诚、 吴红斌、 尹玉辉 ^[4]
	结果公平	实践教学老师对所有学生能一视同仁(Q29)	
	认可实践教学活动的结果(Q30)		
总体满意度	满意度	总的看来, 你对专业实践教学服务满意吗? (Q31)	孙诚、 吴红斌、 尹玉辉 ^[4]
	实际满意度	通过实践教学所获得的成长与进步, 你满意吗? (Q32)	
	实践教学信心	你会向他人推荐参加市场营销专业的实践教学吗? (Q33)	

(二) 问卷设计

本文的调查问卷分两部分,第一部分为学生基本信息,第二部分为实践教学期望、公平感知、质量感知、总体满意度的测量,共28个单选题。第二部分采用李克特5分量表对问句进行测量,非常不满意为1分,非常满意为5分。

(三) 预调查分析

在2020年2月1日至2020年2月10日期间,通过问卷星采用QQ、微信等渠道,把问卷发给九江学院市场营销专业2016级和2017级学生(2019级和2018级学生未参加实训,不参与调查)。我们收集到问卷132份,通过审核和筛选去除无效问卷,最终获得有效问卷114份。

为验证各项测量指标是否合理,我们进行信效度分析,删掉不符合要求的题项1题(Q33),结果显示该量表所设计问题合理且结构良好,具有一定的可靠性,最终形成正式问卷。

(四) 研究假设

结合学者对满意度指数模型的归纳梳理,我们构造了市场营销专业实践教学满意度模型(如图3所示),并对变量间关系提出以下假设:

H1: 实践教学期望正向影响实践教学的质量感知

H2: 实践教学期望正向影响实践教学的公平感知

H3: 质量感知正向影响实践教学的总体满意度

H4: 公平感知正向影响实践教学的总体满意度

H5: 实践教学期望正向影响实践教学的总体满意度

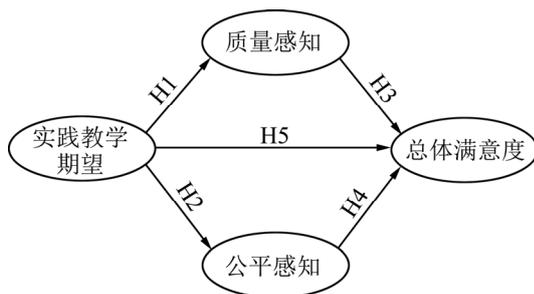


图3 实践教学满意度指数模型

三、实践教学满意度实证分析

(一) 描述性统计

这次问卷调查的正式调查对象是已经参加实训教学的九江学院市场营销专业专科生和大三、大四的本科生,调研于2020年2月20日至3月1日在问卷星上进行。我们一共收集问卷251份,通过审核和筛选去除无效问卷,最终获得有效问卷218份。对218份有效数据进行分析处理,得到人口特征统计结果(如表2所示)。

表2 人口特征统计数据

人口基本信息		数量 (人)	所占百分比 (%)
年级	2016级	124	56.9
	2017级	94	43.1
性别	女	104	47.7
	男	114	52.3
学历	本科	80	36.7
	专科	138	63.3
是否自愿选择 市场营销专业	是	166	76.1
	否	52	23.9
户口所在地	农村	170	78.0
	城市	48	22.0

表2的数据显示,在性别方面,女性占47.7%,男性占52.3%,符合九江学院市场营销专业男女生比例情况。在年级方面,2016级人数稍多,这与调查者朋友圈中2016级同学较多有关。在学历方面,本科生占36.7%,专科生占63.3%,这与市场营销专业招生时本科指标少、专科指标多有关。在选择市场营销专业是否自愿方面,“是”占比76.1%，“否”占比23.9%,表明大部分学生是自愿选择营销专业的。户口所在地方面,78%的学生来自农村,22%的学生来自城市。

(二) 信度、效度检验

1. 信度分析

信度是检验数据的可靠性。本文采用Alpha信度系数对各维度进行信度检验,结果显示各量表的Alpha值均大于0.7,符合问卷信度所要求的条件,表明本研究的量表各题项的内部一致性较好(如表3、4所示)。

表3 一级维度的信度分析

一级维度	Alpha 值	项数
实践教学期望	0.744	3
质量感知	0.899	17
公平感知	0.812	4
总体满意度	0.768	3
整体	0.927	27

表4 二级维度的信度分析

二级维度	Alpha 值	项数
专业竞赛活动	0.870	4
校内实验教学	0.871	5
课内实践教学	0.791	4
校外实训	0.812	4

2. 效度分析

(1) 质量感知变量探索性因子分析。

本文用 SPSS21.0 统计软件对数据进行探索性因子分析。因子分析显示质量感知变量 KMO 系数为 0.824, Bartlett 球形度检验值为 1 969.323, p 值 < 0.05 , 满足所需条件, 说明适合做因子分析。累积方差解释率为 69.219%, $69.219% > 60%$, 符合累积方差解释率的最低要求, 可以继续分析。如表 5 所示, 所有因素负荷量均在 0.60 以上, 说明内容效度较好, 量表设计合理有效。

(2) 实践教学期望、公平感知、总体满意度等变量探索性因子分析。

我们对这三个维度进行因子分析, 检验得到 KMO 系数为 0.830, Bartlett 球形度检验值为 834.23, p 值 < 0.05 , 满足所需条件, 说明适合做因子分析。累积方差解释率为 67.467%, $67.467% > 60%$, 符合累积方差解释率的最低要求。因子负载量均在 0.6 以上(如表 6 所示), 说明量表合理有效。

3. 验证性因子分析

(1) 结构效度。

在结构方程模型检验之前需要对测量模型

进行评估, 本文利用 AMOS21 对模型进行验证性因子分析, 表 7 显示, 模型各指标均在评价标准范围内, 模型适配度较好。测量模型如图 4 所示。

表5 质量感知变量旋转成分矩阵

题项	成分			
	1	2	3	4
Q9	0.808			
Q10	0.808			
Q11	0.807			
Q12	0.649			
Q13		0.843		
Q14		0.719		
Q15		0.751		
Q16		0.671		
Q17		0.738		
Q18				0.762
Q19				0.806
Q20				0.630
Q21				0.770
Q22			0.768	
Q23			0.784	
Q24			0.792	
Q25			0.763	

表6 三维度旋转成分矩阵

	成分		
	1	2	3
Q6		0.766	
Q7		0.659	
Q8		0.839	
Q26	0.720		
Q27	0.802		
Q28	0.639		
Q29	0.842		
Q30			0.797
Q31			0.703
Q32			0.774

表7 整体拟合系数表

指标	χ^2/df	RMSEA	PGFI	AGFI	GFI	NFI	TLI	CFI	IFI	RFI
数值	1.602	0.034	0.589	0.925	0.939	0.962	0.963	0.981	0.981	0.934

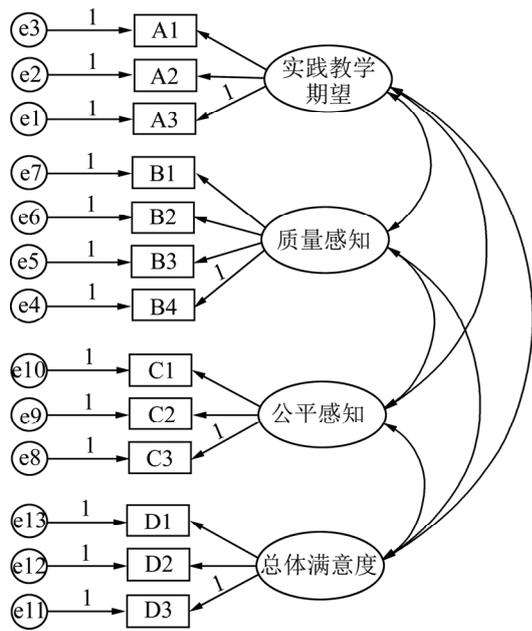


图4 测量模型图

(2) 组合信度与聚敛效度。

分析结果显示，组合信度都大于 0.7，说明四个测量模型的组合信度良好。因素负荷量和平均方差抽取值(AVE)可以测量模型的聚敛效度，结果显示测量的因数负荷量都高于 0.5，AVE 也在 0.6 以上，表明测量模型具有较好的聚敛效度，结果如表 8 所示。综上所述，问卷设置合理，具

有较好的信度和聚敛效度，可以进行结构方程模型检验。

表 8 测量模型各指标结果

潜变量	观测变量	因子负荷量	组合信度	AVE
实践教学期望	总体期望	0.870	0.793	0.635
	对专业的期望	0.723		
	个体需求期望	0.745		
质量感知	专业竞赛活动	0.826	0.835	0.612
	校内实验教学	0.763		
	课内实践教学	0.735		
	校外实训教学	0.864		
公平感知	机会公平	0.923	0.858	0.723
	过程公平	0.768		
	结果公平	0.834		
总体满意度	满意度	0.938	0.906	0.754
	与期望对比满意度	0.910		
	实践教学信心	0.801		

(三) 模型拟合优度检验

本文利用 AMOS21 对市场营销专业的实践教学满意度指数模型进行结构方程模型分析，如图 5 所示。

模型拟合优度各指标值见表 9 所示。

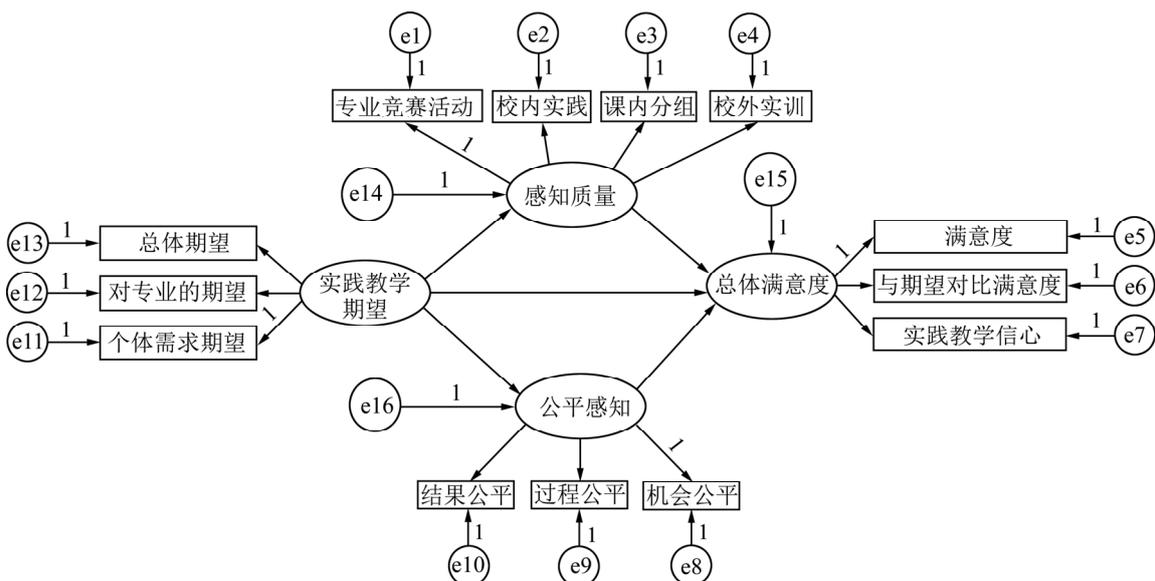


图5 市场营销专业学生对实践教学满意度指数模型

表 9 模型适配度指标

指标	χ^2/df	RMSEA	PGFI	AGFI	GFI	NFI	TLI	CFI	IFI	RFI
数值	2.422	0.056	0.545	0.903	0.952	0.957	0.959	0.972	0.972	0.922

表 9 中, 市场营销专业学生实践教学满意度指数模型的各项指标均符合评价标准, 模型适配度较好, 表明构建的市场营销专业实践教学满意度

模型具有良好的适配度, 可以进行假设检验。

(四) 假设验证

假设检验的路径分析结果如表 10 所示。

表 10 假设检验的路径分析表

序号	模拟路径关系	Estimate	S.E.	C.R.	p	假设
H1	质量感知←实践教学期望	0.672	0.106	6.313	***	支持
H2	公平感知←实践教学期望	0.664	0.105	6.295	***	支持
H3	总体满意度←质量感知	0.463	0.089	5.192	***	支持
H4	总体满意度←公平感知	0.345	0.062	5.563	***	支持
H5	总体满意度←实践教学期望	0.287	0.122	2.359	*	支持

注：“*”表示在 0.05 水平上显著，“***”表示在 0.001 水平上显著

表 10 显示, H5 在 0.05 水平上显著, H1, H2, H3, H4 在 0.001 水平上显著, 故 5 个假设在显著性 0.05 的水平上均成立。在影响实践教学总体满意度的因素中, 质量感知影响最大, 为 0.463, 其次是公平感知, 为 0.345, 最后是实践教学期望, 为 0.287。路径系数中, 实践教学期望对质量感知的影响最大, 为 0.672。

(五) 人口学变量对实践教学满意度的影响分析

用 SPSS21.0 统计软件进行单因素方差分析, 验证人口学变量对实践教学满意度的影响。

1. 性别对学生实践教学满意度的影响

表 11 显示, 感知公平、感知质量和总体满意度等三个维度的 p 值均大于 0.05, 表明男女生在这三个方面的差异性均不显著。实践教学期望 p 值 < 0.05 , 表明男女生对实践教学期望差异性显著, 且男生的实践教学期望平均值高于女生。

表 11 性别对学生实践教学满意度的影响结果

维度	性别	平均值	标准差	F 值	自由度	p
感知质量	男	3.44	0.461	0.278	1	0.599
	女	3.47	0.460			
感知公平	男	3.57	0.522	0.979	1	0.323
	女	3.50	0.518			
实践教学期望	男	3.80	0.571	4.875	1	0.028
	女	3.63	0.544			
总体满意度	男	3.67	0.450	1.499	1	0.222
	女	3.60	0.471			

2. 年级对学生实践教学满意度的影响

由表 12 可知, 实践教学期望、感知公平、感知质量和总体满意度等四个维度的 p 值均大于 0.05, 表明年级对这四个方面的影响均不显著。

表 12 年级对学生实践教学满意度的影响结果

维度	年级	平均值	标准差	F 值	自由度	p
实践教学期望	16 级	3.72	0.574	0.021	1	0.885
	17 级	3.71	0.551			
感知质量	16 级	3.45	0.485	0.016	1	0.899
	17 级	3.46	0.426			
感知公平	16 级	3.53	0.496	0.086	1	0.769
	17 级	3.55	0.552			
总体满意度	16 级	3.60	0.466	2.106	1	0.148
	17 级	3.69	0.450			

3. 学历对学生实践教学满意度的影响

表 13 显示, 四个维度的 p 值均大于 0.05, 表明学历对这四个方面影响均不显著。

表 13 学历对学生实践教学满意度的影响结果

维度	学历	平均值	标准差	F 值	自由度	p
实践教学期望	本科	3.66	0.583	1.309	1	0.254
	专科	3.75	0.550			
感知质量	本科	3.42	0.447	0.977	1	0.324
	专科	3.48	0.466			
感知公平	本科	3.55	0.463	0.035	1	0.851
	专科	3.54	0.552			
总体满意度	本科	3.60	0.448	0.775	1	0.380
	专科	3.66	0.468			

4. 是否自愿读市场营销专业对学生实践教学满意度的影响

表 14 的数据中, 感知公平、感知质量等两个维度的 p 值均大于 0.05, 表明是否自愿读市场营销专业对这两个方面的影响不显著。实践教学期望和总体满意度的 p 值均小于 0.05, 表明自愿读市场营销专业对实践教学期望和总体满意度的影响都显著, 自愿读市场营销专业的学生有更高的期望, 并且对实践教学也有更高的满意度。

表 14 是否自愿读营销专业对学生实践教学满意度的影响

维度	是否自愿	平均值	标准差	F 值	自由度	p
实践教学期望	是	3.80	0.492	16.429	1	0.000
	否	3.45	0.686			
感知质量	是	3.46	0.446	0.005	1	0.943
	否	3.46	0.503			
感知公平	是	3.56	0.504	1.245	1	0.266
	否	3.47	0.566			
总体满意度	是	3.72	0.437	27.780	1	0.000
	否	3.36	0.427			

5. 户口所在地对学生实践教学满意度的影响

从表 15 中可以看出, 感知质量、实践教学期望和总体满意度等三个维度的 p 值均大于 0.05, 表明户口所在地对这三个维度的影响均不显著。感知公平的 p 值为 $0.011 < 0.05$, 表明学生生源地对感知公平影响差异显著, 农村家庭学生的感知公平平均值低于城市家庭的学生。

表 15 生源地对学生实践教学满意度的影响

维度	户口所在地	平均值	标准差	F 值	自由度	p
实践教学期望	农村	3.73	0.533	0.341	1	0.560
	城市	3.67	0.661			
感知质量	农村	3.43	0.445	3.328	1	0.069
	城市	3.56	0.450			
感知公平	农村	3.49	0.466	6.519	1	0.011
	城市	3.71	0.655			
总体满意度	农村	3.63	0.438	0.271	1	0.604
	城市	3.67	0.537			

(六) 分析结果及其讨论

结构方程模型分析表明, 总体满意度影响因素包括感知公平、感知质量和实践教学期望。其中, 实践教学期望影响最小, 其次是感知公平, 感知质量影响最大, 实践教学期望也正向影响感知质量和感知公平, 每个维度都在不同程度上影响学生满意度。

人口学变量对实践教学满意度有差异性影响: ①实践教学期望方面, 女生期望略低于男生, 原因在于男生更期望独立, 更想参加实践教学来提高自己的独立性, 所以对实践教学的期望度更高。②年级和学历对学生的实践教学满意度均无显著影响。③自愿报考营销专业的学生对实践教学期望和总体满意度高于非自愿学生, 自愿报考营销专业的学生入学时就有接受实践教学的愿望, 会主动参与实践教学活动, 也更能感受到实践教学对自己成长的促进作用, 故总体满意度更高。④农村家庭的学生感知公平的平均得分低于城市家庭的学生。分析其可能原因: 一是由于城市家庭生源的样本偏少, 导致结果有偏差; 二是由于农村家庭学生从小接受的教学条件比城市相对落后而导致对公平感知印象偏低。

四、提高学生实践教学满意度的相关建议

自从九江学院实施市场营销专业实践教学改革以来, 对学生更加注重实践教学的培养, 增加了实践教学内容和形式, 学生参与实践教学的热情也越来越高。相对于何庆江^[9]2014 年对九江学院市场营销专业实践教学进行的调查, 目前市场营销专业实践教学满意度明显改善很多, 但仍然有部分指标的满意度得分较低。根据调查情况和分析结果, 为了进一步提高九江学院市场营销专业学生对实践教学的满意度, 我们提出以下建议。

(一) 开展丰富多彩的实践教学活

市场营销专业学生期望提高销售能力, 而增加销售竞赛活动有利于提高学生的实践教学满意度, 因此, 学校可以和本地企业或校友企业合作, 组织销售竞赛活动。在分组方面, 可以进行班级内分组比赛, 也可以组织班级与班级进行 PK。在销售之前给学生开展讲座培训, 开动员大会激起学生的销售热情。在销售比赛结束后, 对

销售量排名靠前的团队给予奖励。进行销售竞赛的关键是让学生真正融入活动, 体会销售工作的困难, 训练学生的销售能力, 从而提高学生对实践教学的满意度。

(二) 提高学生对实训教学的满意度

分析调查结果可知, 在实训教学环节中, 学生对生活待遇、工资待遇和培训的满意度均偏低。

在学生培训方面, 建议尽量减少不必要的培训, 提高培训效率。针对不同能力水平的学生进行不同批次的培训, 培训时间也需要严格控制。

在学生的生活待遇方面, 九江学院相关部门可以和企业协商提高学生的伙食标准。对于学生的工资待遇, 由于销售绩效是按销量计算的, 必然有高低之分, 九江学院应尽可能地为 学生争取其应得的报酬。负责实践教学的部门需多开发实训企业, 增加企业之间的竞争, 提高学院的谈判实力。

(三) 采用差异性实践教学方法

相对于非自愿报考市场营销专业的学生, 自愿报考学生的实践教学期望、总体满意度更高。学院可以专门组织非自愿报考的学生召开座谈会, 或者请一些优秀营销专业毕业校友给学生开设讲座, 提高他们对市场营销专业的认识, 进而提高他们对实践教学的满意度。在生源方面, 农村家庭学生比城市家庭学生的公平感知度更低, 老师应该多关注农村家庭学生, 鼓励他们积极参加实践教学活 动。在性别方面, 男生的实践教学期望更高, 男生更好强、更期望独立, 女生在情感方面更细腻, 老师应该给予女生更多的人文关怀。

在实践教学活动中, 指导老师应该对不同个性的学生实施不同的教学方式, 使每个学生都能融入实践教学活动中, 使之能够感受到实践教学活 动对他们成长的促进作用。

(四) 制定公平合理的学生实践教学评价体系

调查结果显示, 公平感知正向影响实践教学总体满意度, 因此公平评价学生在实践教学活 动中的表现会提高学生对实践教学的满意度。

在校外实训考核中, 哪些同学应该被授予优秀 学生称号, 哪些同学应该在实训课中得到高

分, 公平合理的评价显得尤为重要。实践教学管理部门可以根据学生的销量、个人表现、指导老师的 评价、企业领导的评价, 按照不同的比例加权得出学生在实训中的整体表现得分, 并且公布评分标准和评分结果, 让学生知己知彼, 提高学生对评分结果的认可度。

参考文献:

- [1] 张晓芳. 我国普通高校本科生实践教学满意度调查研究[D]. 武汉: 中南民族大学, 2011.
ZHANG Xiaofang. A survey on the full degree of practice teaching for undergraduate students in Chinese universities[D]. Wuhan: Central South University for Nationalities, 2011.
- [2] 刘葭斐, 黄雄英, 吕芳, 等. 应用型本科高校实践教学满意度调查[J]. 应用型高等教育研究, 2019, 4(1): 60-64.
LIU Yanfei, HUANG Xiongying, LU Fang, et al. A survey of practical teaching satisfaction in applied colleges and universities[J]. Applied Higher Education Research, 2019, 4(1): 60-64.
- [3] “全国教育满意度测评研究”课题组, 田慧生, 曾天山, 等. 基础教育满意度实证研究[J]. 教育研究, 2016, 37(6): 31-42.
Research Group of National Educational Satisfaction Evaluation, TIAN Huisheng, ZENG Tianshan, et al. Empirical study on basic satisfaction[J]. Educational Research, 2016, 37(6): 31-42.
- [4] 孙诚, 吴红斌, 尹玉辉. 中等职业教育学生满意度分析——基于全国中等职业学校学生调查的实证研究[J]. 教育研究, 2018, 39(1): 83-91.
SUN Cheng, WU Hongbin, YIN Yuhui. The analysis of student satisfaction in secondary vocational education—An empirical study based on the national secondary vocational school student survey[J]. Educational Research, 2018, 39(1): 83-91.
- [5] 施琪. 产教融合背景下中职旅游管理专业教学质量满意度研究[D]. 长沙: 湖南师范大学, 2019.
SHI Qi. A study on teaching quality satisfaction of secondary vocational tourism management specialty in the context of integration of industry[D]. Changsha: Hunan Normal University, 2019.

- [6] 刘霞. 河南地方本科高校旅游管理实践教学质量管理学生满意度调查分析[J]. 高教学刊, 2018(8): 1-5.
LIU Xia. A survey and analysis on student satisfaction of tourism management practice teaching quality in local undergraduate colleges[J]. Henan Higher Education Journal, 2018(8): 1-5.
- [7] 孙友然, 杨淼, 江歌. 基于结构方程的高校实践教学满意度模型构建研究[J]. 高教探索, 2016(1): 74-81.
SUN Youran, YANG Miao, JIANG Ge. A study on the construction of practical teaching satisfaction model based on structural equation[J]. Higher Education Exploration, 2016(1): 74-81.
- [8] 刘晓燕, 王爱辉. 校企合作机制下实践教学质量管理评价研究——以新疆高职院校旅游管理专业为例[J]. 工业技术与职业教育, 2016, 14(1): 49-52.
LIU Xiaoyan, WANG Aihui. Study on the evaluation of practical teaching quality under the cooperative mechanism between school and enterprise—A case study of tourism management specialty in Xinjiang Higher Vocational College[J]. Industrial Technology and Vocational Education, 2016, 14(1): 49-52.
- [9] 何庆江, 雷祺. 市场营销专业实践教学现状、问题与对策——基于九江学院调查数据的分析[J]. 河北农业大学学报(农林教育版), 2014, 16(1): 110-113.
HE Qingjiang, LEI Qi. Present situation, problems and countermeasures of practice teaching in marketing specialty — Based on the survey data of Jiujiang College[J]. Journal of Hebei Agricultural University (Agriculture and Forestry Education Edition), 2014, 16(1): 110-113.

An analysis on the satisfaction of practical teaching of marketing students—Taking Jiujiang University as an example

GUO Wenjia, LEI Qi

(Electronic Commerce School, Jiujiang University, Jiujiang 332005, China)

Abstract: The practical teaching plays an important role in the teaching of the marketing major. In order to understand the effect of practical teaching reform of marketing major in Jiujiang University, and construct the model of practical teaching satisfaction index, this article makes the empirical analysis by taking the students of marketing major in Jiujiang University as the research objects, distributing the questionnaire through the Questionnaire Star in the network form, and making empirical analysis by applying the SPSS21, AMOS21. The findings of the analysis show that the fit of the model is good, and practice teaching expectation, quality perception and fairness perception all have positive effects on the overall satisfaction, with quality perception having the most dominant impact. Based on the results of the survey, it proposes to carry out colorful practical teaching activities, to improve the students' satisfaction of practice teaching method, to apply different practice teaching methods, and to establish fair and reasonable evaluation system of students' practice teaching, so as to enhance the practice teaching satisfaction of marketing majors in Jiujiang University.

Key Words: marketing major; practice teaching; satisfaction; investigation and analysis

[编辑: 苏慧]