文章类型：论文|刊号（ISSN）：2630-5178 /（中图刊号）：380GL019

赛教融合驱动的市场调查课程教学改革路径研究

孙媛媛
盐城师范学院数学与统计学院
DOI:10.32629/mef.v9i9.22175

[摘　要] 全国大学生市场调查与分析大赛要求学生在限定周期内完成选题、抽样、数据分析和成果表达,与《市场调查》课程的主要教学任务较为接近。本文以本校课程教学与备赛衔接情况为切入点,结合赛事在企业命题、数据分析工具和跨专业协作方面的变化,梳理当前教学中实操训练不足、课程考核与竞赛成果分离、实践资源有限以及备赛节点与学期安排冲突等问题。在此基础上,提出重排课程课时与实训任务、把微型调查项目纳入过程考核、完善跨专业组队和朋辈指导、分阶段安排调研与报告修改等做法。上述设计旨在把竞赛要求转化为日常教学任务,为统计类实践课程的课赛衔接提供一种可操作的思路。
[关键词] 赛教融合；市场调查课程；教学改革；全国大学生市场调查与分析大赛；统计学；以赛促教
中图分类号：F713.52　文献标识码：A

Research on the Teaching Reform Path of Market Survey Course Driven by the Integration of Competition and Teaching

Yuanyuan Sun
Yancheng teachers university, School of Mathematics and Statistics

[Abstract] The National College Students' Market Survey and Analysis Competition requires students to complete the selection of topics, sampling, data analysis, and presentation of results within a specified period, which is quite similar to the main teaching tasks of the "Market Survey" course. This paper takes the teaching situation of the course and the preparation for the competition at our school as the starting point, combines the changes in the competition in terms of enterprise proposition, data analysis tools, and cross-disciplinary collaboration, and sorts out the current problems in teaching such as insufficient practical training, separation of course assessment and competition results, limited practical resources, and conflicts between competition preparation nodes and semester arrangements. On this basis, it proposes measures such as rearranging course hours and practical tasks, incorporating micro-survey projects into process assessment, improving cross-disciplinary team formation and peer guidance, and arranging research and report revision in stages. The above design aims to transform competition requirements into daily teaching tasks and provide an operational idea for the integration of teaching and competition in statistics-related practical courses.
[Key words] integration of competition and teaching; market survey course; teaching reform; national college students' market survey and analysis competition; statistics; promoting teaching through competition

引言

学科竞赛是高校深化教育教学改革、培养创新型应用型人才的重要抓手。教育部《关于加快建设高水平本科教育 全面提高人才培养能力的意见》强调,要深化创新创业教育改革,推动人才培养与社会实践、产业需求紧密结合[1]。在此背景下,“以赛促学、以赛促教、以赛促改”已成为高等教育内涵式发展的共识路径。市场调查课程是统计学类专业的核心课程,兼具理论性与强实践性；全国大学生市场调查与分析大赛(以下简称“市调大赛”)与该课程在知识模块上高度同构,是开展赛教融合的天然载体。

围绕市场调查类课程与学科竞赛的融合,学界已开展了较为丰富的研究。黄雯以市调大赛为例,设计出赛教融合的统计学课程创新教学体系[2]；高凤伟等从“专创融合”理念出发,探析了经济统计学专业《市场调查与分析》课程改革的路径[3]；胡银花等以“市场调查与预测”课程为例,探索了“学、训、赛”三维融合的教学改革模式[4]；孟佶贤等总结了北京林业大学“市场调查与分析”课程教赛结合的实践经验[5]；寇俊克以学科竞赛为导向,研究了抽样调查课程的教学改革[6]；解云等基于市调

Copyright © This work is licensed under a Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International License.

文章类型：论文|刊号（ISSN）：2630-5178 /（中图刊号）：380GL019

大赛对统计学专业教学进行了反思[7]。总体来看,已有研究多聚焦课程教学体系的宏观设计或单校经验总结,对“课程—竞赛”全过程衔接机制、跨专业组队协同以及备赛周期与教学节奏适配等问题的系统研究仍显不足。

本文据此把分析范围限定在《市场调查》一门课程,重点讨论三个具体问题:课堂训练如何承接竞赛任务,不同专业的学生如何分工,以及备赛进度如何避开学期末的集中压力。下文先梳理赛事要求与课程教学之间的对应关系,再结合本校参赛组织中暴露的问题提出调整方案。

1 全国大学生市场调查与分析大赛简介及其发展趋势

1.1全国大学生市场调查与分析大赛简介

市调大赛由中国商业统计学会主办,是纳入全国普通高校大学生竞赛分析报告竞赛目录的统计学科竞赛之一[8],在财经类院校和综合性高校中具有广泛影响。大赛设知识赛与实践赛两个阶段：知识赛采取个人网考形式,考查学生对市场调查基本理论与方法的掌握程度；实践赛采取团队作品形式,参赛队伍须依次完成选题立项、调查方案设计、实地调研、数据处理与建模分析、调查报告撰写及现场答辩等完整环节,并按校级选拔赛、省级赛和全国总决赛的层级逐级晋级。从知识模块看,大赛各环节与《市场调查》课程的教学内容逐一对应：选题立项对应调查方案设计模块,问卷与抽样对应数据收集模块,数据清洗与建模对应统计分析方法模块,报告撰写与答辩对应成果表达模块。大赛不仅考查学生的统计建模与数据分析能力,而且强调调查结论的商业洞察与应用价值,因而是检验市场调查课程育人成效的“试金石”,也为课程教学提供了真实而鲜活的实践项目来源。

1.2市调大赛的新变化及其课程影响

近年的赛事变化并不只体现在参赛队伍增多,还体现在题目来源、分析工具和团队构成上。这些变化直接影响课堂应当训练什么,以及训练任务应当如何组织。

参赛范围扩大后,竞赛训练不宜长期停留在少数学生的课外集训中。更可行的做法是把问卷设计、抽样和数据整理等基础任务放回课程,让未进入最终参赛队伍的学生也能完成一次完整的小型调查;进入实践赛的学生,再在此基础上接受更有针对性的训练。

企业命题使赛题与真实市场问题联系得更紧。与边界清晰的课堂模拟题不同,企业题通常需要学生自行界定调查对象、权衡样本获取成本,并说明结论能否转化为决策建议。因此,课堂实践不能只提供现成数据和固定步骤,还应让学生经历需求讨论、方案修改和现场执行。

数据处理工具的变化也提高了对学生的要求。除SPSS外,部分参赛作品开始使用R、Python处理文本、估计模型和制作图表[9]。这并不意味着课程需要追逐复杂算法,而是要在问卷与抽样基础上补充数据清洗、代码复现和结果解释。面对缺失值、开放题文本或多变量关系时,仅做描述统计往往不能完成分析任务。

一份调查作品同时涉及方法设计、行业判断和视觉表达,单一专业的学生很难包揽全部任务。统计学学生可主要承担抽样与建模,经管类学生补充行业分析,设计或传播类学生改善报告呈现。课程要为这类合作做准备,就需要把分工协商、文件共享和共同答辩纳入项目训练,而不能只考查个人完成的书面作业。

2 市场调查课程课赛衔接中的现实问题

2.1课堂训练尚未充分覆盖竞赛任务

对照实践赛的工作流程可以看到,现有课程能够讲清基本概念,但学生把概念用于真实数据时仍会遇到困难。问题主要集中在实操时间和评价方式两个方面。

现有课时较多用于讲授抽样、问卷设计等原理,软件操作和连续的数据分析训练相对有限。学生能够复述抽样误差的公式,并不等于能够处理一次真实调查：数据导入后还要识别无效问卷、处理缺失值、检验量表质量,再根据研究问题选择模型。上述任务若只在备赛阶段集中补课,课内学习与竞赛实践之间就容易出现落差。

期末闭卷考试主要检验概念和方法是否掌握,却难以呈现学生在方案讨论、团队分工、数据处理和答辩中的表现。另一方面,参赛作品与课程作业往往分别提交,同一份问卷或数据可能被重复加工。学生增加了时间投入,教师也难以从课程评价中看见完整的项目过程。

2.2实践资源和备赛时间仍有限

课赛衔接还受到课程之外条件的制约,其中较突出的是跨专业学生的方法基础不一,以及竞赛节点与学期安排重叠。

跨专业组队并不会自动产生互补优势。部分非统计专业学生把市场调查等同于发放问卷,对抽样误差和信效度检验较为陌生；统计学学生则未必熟悉行业情境和成果表达。如果缺少共同的任务规范,团队容易在数据分析阶段才发现前期设计存在问题。此外,企业联系、调研场地和经费通常不由任课教师单独掌握,课堂项目因而较多使用模拟数据,学生接触现场调查的机会不足。

备赛安排与学期进度也存在时间错位。以往的作品修改和省赛材料准备较多集中在期末前后,学生需要同时应对课程考试和报告返工。此时再补做样本、重跑模型,往往来不及充分讨论。问题的关键不是要求学生在冲刺期投入更多时间,而是把能够提前完成的训练、预调查和数据整理分散到前面的教学周。

3 赛教融合驱动的市场调查课程教学改革路径

3.1明确组织分工,补足资源保障

可将备赛节点前移,由二级学院统筹年度安排与资源,系部负责日常组织。大二阶段先完成问卷、抽样和软件操作训练,知识赛后再根据学生的专业背景与个人意愿组队,形成“课程筑基—竞赛提能—实战淬炼”的递进培养体系。各阶段均设置可核验的学习任务,不将获奖作为唯一目标。建立学院与系部分级协调机制,由固定联系人通过周例会核查选题、样本获取和经费使用等事项；涉及跨院组队和企业联系时,由二级学院统筹解决。例会实行问题清单管理,减少重复汇报。

完善师生分类激励机制。对学生,可依据学校规定将完整的参赛作品纳入课程过程评价或实践学分认定;对教师,可按实际

Copyright © This work is licensed under a Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International License.

指导时数和承担任务核算教学工作量。竞赛指导与职称评聘挂钩涉及校级制度,需另行论证。

3.2重排教学任务,衔接课程与竞赛

课程大纲不宜照搬竞赛评分表,而应找出两者共同要求的基础能力。可将往届作品拆分为选题说明、问卷、抽样方案、数据文件和答辩材料,分别放入相应教学单元;学生学习问卷设计和抽样技术后,随即修改同一项目的对应材料,并使用SPSS或R完成基础分析[6]。这样,竞赛案例承担的是练习材料的作用,而不是替代课程知识体系。

在总课时不变的情况下,可将约30%的理论课时用于上机和项目训练,重点开展数据清洗、模型选择与解释、结果可视化,并通过过程性材料及时发现学习困难。基础训练适当前移：学期中段完成问卷、抽样和软件练习；已确定选题的队伍可利用暑假开展预调查和数据收集,秋季集中进行数据处理、报告修改与答辩准备；未组队学生则按课程进度完成微型项目。通过分阶段安排,缓解备赛任务集中于期末的问题。

3.3以项目任务改造课堂与考核

针对不同学生实行分层训练。对通过知识赛并完成组队的学生,赛前集训以本队问卷、原始数据和报告为材料,通过案例复盘、限时陈述与追问,检查研究问题、模型选择和结果解释是否一致。普通课堂则组织学生完成本地微型调查,分阶段提交选题说明、问卷、抽样记录、清洗数据和短报告,并在问卷发放前开展互评、报告定稿前进行模拟答辩[4-5]。这种安排既可避免集训重复教材内容,也便于教师及时发现并纠正项目实施中的具体问题。

课程考核不宜简单按竞赛名次换算分数。更稳妥的方式是评价项目过程:问卷和抽样说明反映设计质量,原始数据与清洗记录反映调查规范,分析输出和报告反映方法运用,课堂答辩用于核实个人贡献[10]。符合课程要求的参赛作品可替代同类课程作业；实践学分或其他认定仍按学校制度办理[2]。

3.4把组队、指导和进度管理落到过程

组队遵循“统计为核、专业互补”的原则。每支5人队伍原则上配备2名统计学专业学生,负责问卷设计、数据处理和模型分析,其余成员承担行业研究、调研联络和视觉呈现。组队实行学生双向选择与教师调配相结合,并通过任务表明确成员分工和完成时限。朋辈指导实行“1带2”,由1名有参赛经验的高年级学生联系2支新队伍,负责经验分享、问题提醒和答辩演练；抽样方案调整、模型选择等专业事项仍由教师把关。对非统计专业成员,可结合项目数据讲解抽样误差和信效度,同时明确朋辈成员不得代写报告或替代教师作出学术判断。

进度管理按作品形成过程设置节点:9月完成基础复习与知识赛选拔,10月提交立项材料并开展调查,11月至次年3月完成数据分析、报告修改和模拟答辩,具体时间根据当年赛事安排调整。周例会重点核查问卷版本、样本记录和分析文件等过程性材料,发现延期后及时调整后续任务,避免申报前集中返工。

4 结语与后续检验

本文围绕本校市场调查课程与市调大赛的衔接问题,提出了从课时安排、项目考核到组队和进度管理的一组调整方案。其核心并非把所有学生都推向竞赛,而是把竞赛中反复出现的真实任务转化为课程训练:学生先在课堂完成一次小型调查,参赛队伍再据此进入更长周期的项目。这样可以减少课堂学习与课外备赛的重复劳动,也便于教师在问卷发放前、数据分析中和报告定稿前分别提供指导。

现有材料主要说明改革设计及其实施逻辑,尚缺少多轮教学周期的前后测、作品评分和学生访谈证据,因此还无法判断学生能力是否提升。后续可使用统一量表比较改革前后的方案设计、数据处理和答辩表现,并记录不同专业成员的分工变化。企业题源能否持续进入课堂、Python和文本分析适合安排到何种深度,也需要结合课时、师资和学生基础逐年调整。只有在这些证据补齐后,才能更准确地判断该方案是否适合推广。

[基金项目]

江苏省教育厅哲学社会科学基金一般项目,数字经济背景下江苏省绿色全要素生产率提升路径研究,2022SJYB2050。

[参考文献]

[1]教育部.关于加快建设高水平本科教育 全面提高人才培养能力的意见[Z].中国政府网.2018-09-17.

[2]黄雯.基于赛教融合的统计学课程创新教学体系设计——以市场调查与分析大赛为例[J].现代商贸工业,2023,44(10):225-227.

[3]高凤伟,武以敏,余秋菊,等.“专创融合”理念下《市场调查与分析》课程改革探析——以经济统计学专业为例[J].宿州学院学报,2022,37(9):74-77.

[4]胡银花,徐秋萍.“学、训、赛”三维融合的教学改革探索——以“市场调查与预测”课程为例[J].西部素质教育,2023,9(24):10-13.

[5]孟佶贤,刘鑫,陈文汇,等.“市场调查与分析”课程教赛结合的实践探索——以北京林业大学为例[J].中国林业教育,2024,42(1):75-78.

[6]寇俊克.以学科竞赛为导向的抽样调查教学改革研究[J].教育教学论坛,2020,(46):153-155.

[7]解云,孙鹏哲,刘媛媛,等.基于大学生市场调查与分析大赛的统计学专业教学的思考[J].教育教学论坛,2020,(19):337-338.

[8]王献东,李鹤.基于赛教融合的统计学类专业课程教学改革研究[J].创新创业理论研究与实践,2025,8(11):151-154.

[9]刘翔,梁斐雯,卢志平,等.大数据背景下“以赛促学,以赛促教”在统计学教学中的应用研究[J].教育观察,2023,12(19):107-110.

[10]蒲娟,方根卫,王娇,等.赛教融合模式在“统计学原理”课程教学中的应用[J].教育教学论坛,2024,(11):157-160.

作者简介：

孙媛媛(1995--),女,汉族,江苏省盐城市人,硕士研究生,讲师,研究方向：市场调查、环境统计。

Copyright © This work is licensed under a Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International License.