

成长记录评价在高职院校课堂教学中的应用研究 ——以“市场营销”课程为例

杜元宏 尹晓涵

(陇南师范高等专科学校,甘肃成县 742500)

摘要:成长记录评价是教师根据学生在学习中所形成的具有代表性的过程性材料来反映学生学习情况的质性评价方法。在“市场营销”教学实施中运用成长记录评价,首先,要明确成长记录评价的目标;其次,要设计成长记录评价的内容以及成长记录评价的标准。成长记录评价体现了大学生学习的自主性、积极性,对高职院校课堂教学评价模式的变革具有很大的启发与借鉴意义。成长记录评价也存在一些缺陷,需要我们在具体运用时不断改善与提高,主要表现为师生负担重、主观性强、对教师专业水平要求高。

关键词:成长记录评价;高职院校;课堂教学;市场营销

中图分类号:G712 文献标识码:A 文章编号:1674-6341(2022)05-0133-05

Research on the Application of Growth Record Evaluation in Higher Vocational College Classroom Teaching

——Take the Marketing Course as an Example

DU Yuan-hong, YIN Xiao-han

(Longnan Teachers College, Chengxian 742500, China)

Abstract: Growth record evaluation is a qualitative evaluation method in which teachers reflect students' learning situation according to the representative process materials formed by students in learning. To use growth record evaluation in marketing teaching, we should first define the goal of growth record evaluation, and then design the content and standard of growth record evaluation. The evaluation of growth record reflects the autonomy and enthusiasm of college students, which has great inspiration and reference significance for the reform of classroom teaching evaluation mode in higher vocational colleges. There are also some defects in growth records. It is necessary to continuously improve and improve in specific use. It is mainly manifested as the responsibility of teachers and students, strong subjectivity, and teachers' professionalism.

Key words: Growth record evaluation; Higher vocational colleges; Classroom teaching; Marketing

2020年10月,中共中央、国务院颁发《深化新时代教育评价改革总体方案》,该文件明确提出“健全职业学校评价”的重点任务,要求“引导培养高素质劳动者和技术技能人才”^[1]。“市场营销”是职业院校培养企业营销人才的必修课程,“市场营销具有较强的实践性和操作性,其人才培养必须适应社会实践变化的要求”^[2]。在“市场营销”课程教学中,尝试运用成长记录评价,注重培养大学生的创新意识

与参与意识,提高大学生从事营销工作的实践能力,让大学生在学习体验中成长。成长记录评价法在“市场营销”课程教学中的运用可以为高职院校评价体系的完善提供借鉴。

1 成长记录评价的含义及特点

成长记录评价又称为档案袋评价、成长档案评价,是运用评价对象在从事某项活动中的过程性材料来反映学习情况的评价方法。档案袋(portfolio)一词源自意大利语 portafoglio,意指用于装文件或画作的盒子或者装活页文件或图片的文件夹。^[3]在本研究中,成长记录评价指的是教师根据大学生在学习“市场营销”课程中所形成的具有代表性的过程性材料来反映学生学习情况的质性评价方法。这种

收稿日期:2022-04-15

基金项目:陇南市社科项目“乡村振兴战略背景下美丽乡村建设的路径研究——以陇南市为例”(20LNSK04)。

第一作者简介:杜元宏(1976—),男,甘肃陇南人,讲师。研究方向:应用经济学。

评价注重从“知识评价”转向“素养评价”,^[4]是一种不同于量化的评价方法,在运用过程中表现出以下的特点:

(1) 过程性与结果性。

成长记录评价关注学生的成长过程,注重学生的个体差异性评价,引导学生善于发现自己在学习中的点滴进步,倡导学生自己和自己比。在学生成长过程中,当他们体验到进步时,就会更加愿意加入到学习过程中来,更愿意在学习过程中表现出自己最佳的状态。这样的学习,最后也一定会有丰硕的成果。过程性与结果性是一对相互依存的概念,只有扎实的过程才会产生良好的结果,而良好的结果来源于富有行动力的过程。所以,这是一种既重视学生学习过程也重视学生学习结果的评价方式。

(2) 整合性与差异性。

成长记录评价注重学习过程中材料的收集与整理,而这些材料是教师根据课程教学目标设计的。在教学过程中,学生依据自己的学习情况来完成这些材料。依据学生学习材料进行的评价,能够比较完整地表现出学生在某一门课程中的学习情况。而且这些学习材料能更多地表现出学生之间的差异性,例如,学生写的课堂日记、课堂形成的作品、照片等。这些材料都有相同的要求,但是在具体表现形式上是千差万别、各具特色。这就是在成长记录评价中所表现出来的整合性与差异性。

(3) 经验性与反思性。

成长记录评价注重运用学生已有经验参与到学习过程中,“以经验为基础的教育,其中心问题是从各种现时经验中选择那种在后来的经验中能够丰满而具有创造性的生活的经验”。^[5]在经验参与的学习中,学生总是徜徉在属于自我的过去、现在与未来的时间性中,每个人的时间是完全属于自我的,这种时间性使学生的反思充分地体现在学习中。

2 成长记录评价在“市场营销”教学中的具体实施

2.1 目标设计

“市场营销”成长记录评价的目标是实行这一评价方式的出发点和最后的归宿,是设计内容和标准的依据。所以,“市场营销”成长记录评价中,教师要对评价目标有清晰的认识,建立“以学生为本”的评价目标。

2.1.1 突显相同中的不同,体现学生个体的独特性

成长记录评价法最大的魅力在于突显相同中的不同。所谓“相同”是指“市场营销”课程的教学大纲、教学进度、教学时数、教师、教学参考书等因素对于实行成长记录评价的全班学生来说都是相同的。

所谓“不同”是指在同样的时空条件背景下,不同学生在相同情景下的个性化表现。这里的“不同”对于学生来说是他们进入课堂场域中真正的“在场”还是“不在场”的最有价值的评判。对于“在场”的学生来说,他们不仅仅接受到教育教学最基本的理论知识,提高了自己的理论素养,而且与此同时,他们的“已有经验”也将在不断地反思、谈话、启发、争论中得以提升。而对于“不在场”的学生来说,他们仅仅接收到课堂中的“断片式”的知识,并没有内化知识,没有真正建构起自己对于本门课程的结构体系。

2.1.2 注重全程参与,体现学生学习的积极性

成长记录评价为主导的课堂教学是以学生的学为主的课堂,是“变教为学”的课堂,是“以学生的学带动教师的教”的课堂。在这样的课堂教学中,教师转变为学生学习的设计者、学生学习过程的观察者、学生学习的促进者等角色。为了使学生全程参与到课堂学习中,教师要根据课程目标、章节教学目标、课时教学目标进行学生学习工具的开发。当学生带着学习工具进入学习过程,学习的任务就会更加明确。任务驱动下的学习,学生学习的积极性会明显高于以教师讲解为主的课堂教学。

2.1.3 倡导全员参与,体现学生评价的公平性

成长记录评价法主导的课堂教学,倡导全员参与,注重运用小组合作学习、研究性学习、研讨式学习。在学习中,采用异质性分组进行学习,让每个学生小组中发挥自己的作用,也让每个学生体会到自己在小组中的重要价值。由于增强了学习中的透明性,教师通过过程性材料的评价、同伴之间的互评、学生的自评等方式方法进行评价,最后得到学生学习本课程的成绩是客观、公平的。

2.2 内容设计

英国哲学家休谟认为,人类在获取知识时,需要借助于某些中介,如符号、工具等。成长记录评价有一个非常重要的工具,那就是成长记录册。成长记录册就是教师根据“市场营销”这门课程的目标而设计的学生学习手册。它既是学生学习本课程的主要载体,又是评价学生学习本课程的主要依据。

2.2.1 成长记录册的栏目设计

成长记录册的设计优劣,直接关乎成长记录评价的质量,所以,在设计时,一方面,要求教师对反映本课程的所有内容及目录要有一个整体而全面的把握;另一方面,还要突显出学生积极主动参与设计的过程。“市场营销”成长记录册的栏目可以设计如下:

“市场营销”课堂学习成长记录册

院系: _____ 专业: _____ 学号: _____

姓名: _____

成长记录册栏目:

我的个性名片

1. 第一章 市场营销概论 课前分享 课堂表现
课堂发言及反思 个性化随堂笔记

2. 第二章 市场分析 课前分享 课堂表现 课
堂发言及反思 个性化随堂笔记

.....

10. 第九章 市场营销方式发展与变化 课前分享
课堂表现 课堂发言及反思 个性化随堂笔记

2.2.2 成长记录册的具体内容及设计

(1) 我的个性名片。

大学生是个性特征明显的一个群体,个性名片的设计可以是自己名字的由来,也可以是自己的爱好等。通过个性名片的设计突显出两方面的价值:一是大学生自我的突显,通过个性化的设计,大学生深刻感受到自我在学习中的参与价值;二是这些个性化设计也能让教师获得更多有关学生的感性材料,从而更有针对性地开展教学活动。

(2) 课前分享。

大学生的人生观、价值观、世界观已初步形成,他们有能力对身边熟悉的有关市场营销现象进行评论。在上课前,由1—2名学生用3—5分钟时间进行课前分享,分享的内容只要和市场营销有关即可。学生们根据自己的生活经历,将所见、所闻、所感之事进行分享。服装品牌效应、身边的促销活动、新产品开发……学生们不仅更加丰富地了解到市场营销学就在身边,而且通过活动锻炼了语言表达能力。

(3) 课堂表现。

课堂表现指的是学生在课堂学习中的整体学习状态,包括出勤情况、学习参与度、精神风貌等。课堂中除了教师对学生进行客观公正的评价外,还可以采用学生自评、同伴互评等方式进行评价。也可以针对课程内容的重难点有选择性地全班参与的团体焦点访谈。

(4) 课堂发言及反思。

根据每节课的课程内容,引导学生结合理论知识进行现实问题的思考。以小组活动的方式,每节课围绕一个主题进行讨论(见表1)。然后,选择一个组员代表本小组在全班进行展示交流。在展示交流环节,要求全体学生认真听讲并记笔记,当小组同学发言完毕,对有争议的问题或者还需要进一步追问的问题进行讨论,甚至于辩论。最后留下5—10

分钟时间,要求学生针对本节课的关键内容和某个具体的案例进行反思性写作。

表1 “市场营销”课程章节讨论主题选择

| 学习内容 | 讨论主题 |
|-----------------|--|
| 1 市场营销概论 | 通过案例讨论如何看待“消费者是裁判”这句话?如何看待“促销只是一种手段,但营销是一种真正的战略” |
| 2 市场分析 | 中国电信面临的机遇与挑战是什么?讨论如何进行酒类购买者购买行为的分析 |
| 3 企业战略计划与营销管理过程 | 有效的使命说明书能够激起全体员工的使命感和自豪感,它就像一只无形的手,引导全体员工同心同德、步调一致地为实现企业的目标而努力工作。请为华为集团设计一份企业使命说明书 |
| 4 目标市场战略 | 对儿童零食消费市场进行细分,目标市场应该选在哪里 |
| 5 产品策略 | 你如何看待“货卖一张皮”?考察一种农产品,根据商标与包装对产品销售的影响进行分析与评价 |
| 6 价格策略 | 企业为什么要作出价格折扣?产品生命周期各阶段的定价策略有何不同 |
| 7 促销策略 | 为鸿星尔克企业设计一则元旦促销活动广告 |
| 8 分销渠道策略 | 你一般到什么地方购物,为什么?请为一家企业制定合适的分销渠道方案 |
| 9 市场营销方式发展与变化 | 为一小型企业设计一种营销的组织结构,并绘制其营销控制流程图;以甘肃金徽酒业为例,分析该企业文化 |

以上只是在总体上列出了九个章节的主题选择内容,具体实施中,可以根据每节课的课时目标进行添加或删减。

(5) 个性化随堂笔记。

“个性化的随堂笔记”是指学生在教师指导下,根据自己对所学知识的理解与感悟而记下的笔记。主要包括本节课的知识体系和具体的知识点,还有自己对这些知识的看法、体会、理解等。特别是在教师话语、师生互动、生生互动中对特别有感触的一些内容的记录。由于这些内容可能是转瞬即逝的,当课后学生再次阅读自己的笔记时,就会产生非常好的学习效果。

2.3 标准设计

“档案袋评价是一种综合性的评价,评价的主体是多元的,即它融合了学生的自评、学生间的互评与教师的评价等多种评价于一体。”^[6]依据成长记录评价主体多元化的特点,我们在设计“市场营销”成长记录评价的标准时,均包含了自评、同伴评、老师评三个评价主体的参与。

表2 “市场营销”成长记录评价中“课堂表现”的评价标准

| 评价项目 | 自评 | 同伴评 | 老师评 | 评价等级 |
|----------------|----|-----|-----|-------------|
| | | | | (优秀、中等、待加强) |
| 学习态度 (占20%) | | | | |
| 精神状态 (占20%) | | | | |
| 参与程度 (占60%) | | | | |

表3 “市场营销”成长记录评价中“课堂发言及反思”的评价标准

| 项目 | 评价要点 | 评价标准 | 自评 | 同伴评 | 老师评 | 总评 |
|-------|------------------------------|---|----|-----|-----|----|
| 发言前准备 | 是否脱稿(20分); 时间控制3—5分钟(10分) | A.完全脱稿>16分;时间符合>8分; B.偶尔看稿12—16分;超时1分钟或不够3分钟6—8分; C.读稿<12分;超时2分钟或不够1分钟<6分 | | | | |
| | 发言中表现 | A.优秀>8分;>26分;>30分);发言清晰(30分);互动效果(10分) | | | | |
| 发言后反思 | 反思全面深入(20分) | A.优秀>16分; B.中等12—16分; C.有待提高<12分 | | | | |

表4 “市场营销”成长记录评价中“个性化随堂笔记”的评价标准

| 评价项目 | 具体要求 | 自评 | 同伴评 | 老师评 | 总评 |
|---------------|--|----|-----|-----|----|
| 基本要求(10分) | 笔记一分为二; 字迹清晰、条理清楚 | | | | |
| 左侧核心知识(20分) | 以章节为单位,囊括了该课程的主要知识点 | | | | |
| 右侧个性学习笔记(70分) | 自学时对知识的感性理解(20分); 学习过程中个性化(30分); 学后的体会或反思(20分) | | | | |

以上是对“市场营销”成长记录评价标准的分类介绍,各表中的总评成绩=30%自评+30%同伴评+40%老师评。教师必须在布置任务时让学生提前了解到对成长记录作品的评价指标,如此,学生可以明确成长记录评价的标准,按标准行事,而教师可

以更好地监督和评价学生的成长记录册。

3 成长记录评价法在“市场营销”教学中应用的反思

3.1 优势

经过理论与实践的考察,笔者认为运用成长记录评价有以下三个优点:

3.1.1 符合大学生学习的特点,强化了自主学习,提高了自我反思能力

在明确了成长记录册的内容要求之后,大学生的注意力转移到具体的课程任务上来,会不断根据课程学习要求,结合自我认知的具体情况进行个性化学习,真正实现了自主学习,提高了自我反思能力。这种评价方式得到了学生们的普遍认可。

3.1.2 评价模式的变革带动了教学模式的变革

传统教学模式下的研讨课往往流于形式,学生的发言也不太积极,因为这种讨论往往准备不充分,且大有“命题作文”的意味。进行评价模式改革后,学生能够充分参与到课程实施中,课堂气氛非常热烈,探讨的问题都来自于成长记录中对某些内容的反思。这种评价模式的变革必然引起教师以“学生的学”为主导的教学模式的变革。

3.1.3 成长记录评价能增强学生学习的自信心、积极性与主动性

采用成长记录评价方式对学生的学习进行评价之后,不仅会使学生增加对“市场营销”这门课程的学习兴趣,而且也会使更多的学生愿意在课堂教学中展现自己。由此可见,关注学生发展,注重过程性评价,不仅能够比较全面地反映学生的成就和进步,而且更能增强学生学习的自信心,提高学生学习的积极性与主动性。

3.2 问题

3.2.1 师生负担重

成长记录评价从设计开始到实施结束,都是比较耗费时间和精力。特别是课堂展示交流环节和反思环节,更是占用了大量时间,这就加重了师生教和学的负担。鉴于这种情况,教师要进一步探索如何减轻师生的负担,进一步优化成长记录评价的各个项目,以便于发挥优势、减少弊端。

3.2.2 评价主观性强

成长记录评价是一种质性评价方式,无论是教师评价、同伴评价,难免受到主观因素的影响,所以,它很难具有量化评价的客观性。另一方面,由于学生的表达能力、性格因素、文化背景等原因,反映在成长记录册中的内容并不是百分百地都具有客观性。所以,“市场营销”成长记录评价还应该和终结性评价有效结合,以更公平、全面、客观地对学习过

程和结果进行评价。

3.2.3 对教师专业水平要求高

成长记录评价的成功与失败在很大程度上取决于教师的专业水平。主要表现在两个方面:其一,主要表现为教师对本门课程的性质、目标、知识体系的熟练掌握程度及其自身对本学科相关领域的知识广度和深度。其二,主要表现为教师驾驭课堂的整体能力,如课堂组织与管理能力、交流能力、总结能力等。这就要求教师必须努力提高专业水平,唯有如此,才能充分发挥出成长记录评价的优势,使之成为提高教学质量的有效工具。

“高等教育的任务是培养具有创新精神和实践能力的高级专门人才,发展科学技术文化,促进社会主义现代化建设。”^[7]高校课程实施中的评价只是促进大学生发展的一种手段,最终的目的是促进大学生自我成长与持续发展。成长记录评价充分体现了大学生学习过程中的真实性评价,是培养新时代创新型、高素质人才的评价方式,它对高职院校创新型教育评价体系的建立具有一定的启发意义和实践参考价值。

参考文献:

- [1]中共中央 国务院印发《深化新时代教育评价改革总体方案》[Z].http://www.gov.cn/zhengce/2020-10/13/content_5551032.htm.
- [2]王有全,张云霞.市场营销学[M].北京:北京师范大学出版社,2011.前言:1.
- [3][爱尔兰]奥尔纳·法雷尔.高等教育档案袋的演变:过去、现在和未来[J].张永胜,译.中国远程教育,2021(4):47.
- [4]钟启泉.发挥“档案袋评价”的价值与能量[J].中国教育学刊,2021(8):67.
- [5]杜威.经验与教育[M].姜文闵,译.北京:人民教育出版社,2005:250.
- [6]张春宇,刘莉.档案袋评价在学前教育专业学前综合英语教学中的应用[J].教育探索,2012(10):77.
- [7]付瑞国,张立新.高校课堂教学评价内容及方式改革研究[J].河北科技师范学院学报(社会科学版),2011(4):85.

责任编辑:李增华

(上接第50页)

- [3]毛宏雷,崔佳维,刘康,等.NFT条件下耐热青菜品种比较试验[J].上海蔬菜,2020(4):15-18+22.
- [4]郭三红,李育民,黄超,等.NFT水培菠菜周年生产技术探索[J].长江蔬菜,2020(7):13-15.
- [5]康玉洁,陶跃顺,胡芳辉,等.结球生菜 NFT栽培技术[J].现代农业科技,2017(8):70-71.
- [6]李蔚,滕云飞,雷喜红,等.深液流水培(DFT)生菜高效栽培技术[J].农业工程技术,2018,38(28):20-22.
- [7]刘菊莲,李建设.不同尿素用量对DFT水培小白菜的影响[J].吉林蔬菜,2007(4):60-62.
- [8]王国强,张天柱,魏平,等.水培番茄树栽培管理技术[J].长江蔬菜,2020(7):30-32.
- [9]张蕾,李发秦尉,姚利军,等.生菜与樱桃萝卜间作气雾培栽培管理模式优化研究[J].农业机械学报,2020,51(4):337-343.
- [10]成永三,贺冬仙,何洁,等.短光暗周期对气雾培药用铁皮石斛光合途径切换与生长的影响

- [J].农业工程技术,2019,39(34):35-40.
- [11]张西英,刘娜,张爱萍,郁金香温室栽培模式对比试验研究[J].新疆农垦科技,2018,41(9):12-15.
- [12]刘曙光,基于气雾培的高营养有机富硒韭菜高效生产关键技术研究[Z].中国农业大学烟台研究院,2018-10-26.
- [13]李建设,程智慧,刘菊莲,等.基于银川地区水质的空心菜营养液配方验证试验[J].干旱地区农业研究,2008(6):114-118.
- [14]陈杰,杨祥龙,樊琦,等.不同肥源对空心菜硝酸盐含量的影响[J].农机化研究,2005(6):181-182+185.
- [15]伍金伟,汪诚文,宋楚雯.沼液在气雾栽培技术中的应用研究[J].中国沼气,2013,31(4):7-11.

责任编辑:富春凯