

《企业营销沙盘》课程思政教案设计思路

一、指导思想

（一）落实立德树人和全面发展的培养目标

为贯彻落实全国高校思想政治工作会议精神，立德树人，发挥好课堂教学育人主渠道作用，以立德树人为根本目标，围绕学生、关照学生、服务学生，不断提高学生思想水平、政治觉悟、道德品质、文化素养，让学生成为德才兼备、全面发展的人才。

我校是应用型大学，课程教学目标应围绕学校的定位来设置。《教育科研方法》是理论性比较强的课程，但又必须培养学生基础知识与相应能力，学生通过学习，在认知、能力、方法和态度、价值观上达到相应要求。

（二）体现学生为本

学生是学习的主体，学生是学习的主人。大学生已具备较强的学习能力，大学课堂应该充分调动学生学习的主动性、积极性和创造性。设计教案时，不管是教学目标的设置、教学内容的确定、教学方法的选择，都要体现以学生为本的思想，根据学生学习的实际，科学设置每一章节内容的教学目标，选择适合大学生学习的内容和方法，确保教学效果。

（三）契合混合式学习模式

混合式学习把传统学习方式的优势和网络化学习的优势结合起来，既发挥教师引导、启发、监控教学过程的主导作用，又充分体现

学生作为学习过程主体的主动性、积极性与创造性。混合式学习模式是采用面对面授课以及技术媒介教学相互衔接构建的学习环境，着重在于强调技术、场所以及教学方法的多方面融合，通过面对面线下授课以及技术媒介的线上授课，有效组织教学活动以及教学课程，提高学生学习积极性以及学习兴趣，提高教学效果以及学习效率。

二、课程定位与课程学前分析

（一）课程定位

《企业营销沙盘》（电子沙盘）课程，由我校经济贸易系在2015-2016 学年第二学期第一次由本校专任教师首次开课，以往均由外聘教师上课，并且所使用的是物理沙盘（即“手工沙盘”）。从2014 年开始，我校经济贸易系市场营销专业学生第一次参加由广东省教育厅主办的省级市场营销技能大赛，比赛的内容便是目前我们所开设的《市场营销沙盘》课程。目前参加五届省级市场营销技能大赛（2015 年至今）的学生，均有学习《企业营销沙盘》课程的背景。

对于学生来说，主要有以下两方面的好处：

第一，本课程是在计算机中模拟企业经营三个会计年度，能够将以以往所学习到的理论知识，运用到模拟实践中，做到理论和实践的真正结合；

第二，学生通过本课程的学习，可以有基础参加由经济贸易系经理人俱乐部协会主办的校级市场营销技能大赛，并有机会参加省级或者国家级的市场营销技能大赛。

具体课程信息如下介绍：

《企业营销沙盘》所采用的系统是参考国际先进的商业模拟训练模式，将学生分成若干小组，每个小组经营一家企业，每个小组5-6人分别担任企业的不同部门的负责人，组成企业的领导团队，大家在同一个市场环境条件下，按照同样的规则条件，连续经营数个会计年度，为企业制定相应的营销计划，以保证企业的正常运作及利润最大化。在这个过程中，学生要学会如何进行市场调研与分析、销售模式的分析、消费者行为分析、产品定位与功能定位、竞争对手分析和选择目标市场从而形成营销战略，然后根据战略目标进行市场营销策略的组合。通过模拟市场运作得到的结果，各小组将看见其营销计划给企业及整个市场带来的波动，学生将根据系统统计的各项数据，进行相关分析，为下一步的运营提供判断和决策的依据，以便在以后博弈过程中不断的进行营销策略调整，在竞争中取得优势，最终达到为企业创造最大价值的目标。

在课程过程中，学生既能从战略高度来观察企业经营的全貌，也能从执行角度来亲身体验市场营销在企业经营中的发挥的重要作用，并学习如何解决实践中会遇到的典型问题。通过与思政进行结合，将不仅提高学生的专业能力，同时能够帮助和提升学生的思想水平、政治觉悟，树立正确价值观念。

（二）学前情况分析

1. 教材分析

结合市场营销专业特点，选择既体现学科的发展历程与方向，又与学生专业紧密联系的教材。撰写教案前，先吃透教材，充分利用教

材本身的学科知识逻辑，又结合目前教育科研的实际，优选教学内容，思考如何让学生掌握这门学科。

2. 学生分析

针对不同生源的学生，我们在课程设计方面会有所不同。理论基础和学习能力较强的学生，我们主要会分配多四节课时的实践训练；针对基础较为薄弱以及有过实习经历的学生，我们会在理论基础强化中多下功夫。做到不同学生的平衡发展。

3. 教学条件分析

目前，《企业营销沙盘》已申请校级教学团队，同时申请成立了与之相对应的“学习兴趣小组”，课程资源有：教学课件、教案、教学指导书、学生学习指导书、模拟训练系统等。这些重要的学习资源，既可以在课堂上利用，也可以在课下训练。

三、教案基本内容设计

（一）适合学生的教学目标设计

每个章节的教学目标，在编制时，考虑了课程方案的要求、教材的特点和学生的情况。每个章节的内容是在课程方案的基础上来选择教学内容，并在了解学生的专业知识和能力水平、生源特点的基础上，确立适合学生的教学目标，因材施教。

教学目标的设置，要明确具体，只有这样才能依据目标合理地安排教学内容的各环节，教师的教和学生的学才有依据可循。笼统的目标、模糊不清的目标不利于教学过程的实施。因此，我的教学目标都很具体、明确。除此之外，在设计教学目标时，不仅设置了认知目标，

也设置了非认知目标，包括能力方法目标、育人目标。《企业营销沙盘》是专业特色课，它不能与实践脱节，要和学生模拟经营紧密联系起来。教学内容中蕴含丰富的育人素材，教案目标设计中，还要培养学生科学、严谨的科学研究精神和与时俱进、关注党和国家的教育事业等非认知目标。

（二）多样化的教学方法和形式设计

涉及基础概念、基本原理，比较抽象，单讲授，难以调动学生的学习兴趣。而基本理论知识的掌握对学生又是必不可少的，所以在教学方法和形式的设计上，除了运用传统的讲授法、传统的板书外，还运用了多媒体教学形式，采用了案例教学、互动式教学、学生自学、讨论、练习、角色扮演等多样化的方法，摒除“一言堂”“满堂灌”的弊端，以提高其生动性及学生主动性，调动学生的求知欲，利于知识的传授与吸纳。《企业营销沙盘》所采用的系统是参考国际先进的商业模拟训练模式，将学生将分成若干小组，每个小组经营一家企业，每个小组 5-6 人分别担任企业的不同部门的负责人，组成企业的领导团队，大家在同一个市场环境条件下，按照同样的规则条件，连续经营数个会计年度，为企业制定相应的营销计划，以保证企业的正常运作及利润最大化。在这个过程中，学生要学会如何进行市场调研与分析、销售模式的分析、消费者行为分析、产品定位与功能定位、竞争对手分析和选择目标市场从而形成营销战略，然后根据战略目标进行市场营销策略的组合。

现有的该课程的网络教学平台，课程资源内容丰富，因此，课堂

上教学内容的设计侧重基本知识的讲解和相关实践活动环节的设计，教学方法的设计上侧重讲解、案例讨论、互动式教学。线上，则主要运用已有课程资源，要求学生查阅相关课程资源，巩固已学知识；提出问题、参与讨论、练习，运用所学知识，培养教育科研能力。

在此基础上，我们组建了“经济贸易学院市场营销技能专业学习兴趣小组”，能够为学生课余时间提供训练的机会和资源。

（三）教学过程的设计

内容提纲的设计：依据教学目标，选择最能实现教学目标的内容。课程所有章节的内容，根据教育科研的过程来组织内容体系，每个章节的内容，根据是什么、为什么、怎么做这个逻辑来设计章节内容。

教师活动的设计：一节课中教师活动关系到能不能通过已有内容的教学实现教学目标，所以在该环节的设计上，主要根据学生已有的知识经验、学生应该达成的学习目标来设计，同时也考虑如何选择合适的教学方法，调动学生积极性，提高教学效果。教师活动按时间序列把每一节课划分为课的“开始环节—导入”、“中心环节—新知识的教学”和“结尾环节—巩固当堂知识、布置课堂任务强化、布置课后任务与要求”等。同时，本门课程特别注重学生模拟经营的能力，系统也是遵循省级和国家级技能大赛的营销模拟经营训练系统。

学生活动的设计：学生学习活动的设计，侧重于学生能理解所学基础理论知识，并通过听课、讨论、练习、提问、模拟训练等环节的活动能运用所学知识来解决实际问题。

教学反思：这一环节的设计主要是对自己教学的反省、反思，是

通过教学各环节的实施情况来客观评价教学效果，进一步完善教学。

教学反思部分供教师在完成教学章节内容后对教学目标达成情况、教学过程组织情况、学生重点掌握情况、难点解决情况、将来教学需改进、完善的地方进行梳理。