

高职中外合作办学市场营销专业双语教学模式探索

王 夏, 蔡宝玉, 张 茜

海南职业技术学院, 海南 海口
Email: 46031460@qq.com

收稿日期: 2021年2月10日; 录用日期: 2021年4月2日; 发布日期: 2021年4月9日

摘 要

经济全球化使中国企业市场营销活动面向全球。未来涉外企业对市场营销专业人才的需求, 不仅在于娴熟的专业技能, 更在于扎实的专业英语表达能力。中外合作办学项目是目前国内众多高校培养国际型人才的重要途径。本文就我校与加拿大荷兰学院合作办学市场营销项目中双语教学的实际情况, 在教学模式、师资培养、课堂组织和教学方法等方面进行探索和总结, 提出了双语教学优化路径, 以期为高职院校的中外合作办学双语教学提供借鉴和参考。

关键词

中外合作办学, 双语教学, 市场营销

Exploring of Bilingual Teaching Model for Marketing Major of Sino-Foreign Cooperative Education in College

Xia Wang, Baoyu Cai, Qian Zhang

Hainan College of Vocation and Technique, Haikou Hainan
Email: 46031460@qq.com

Received: Feb. 10th, 2021; accepted: Apr. 2nd, 2021; published: Apr. 9th, 2021

Abstract

The marketing of Chinese enterprises has gone to world because of economic globalization. In the

future, the marketing talent must have excellent professional skills and English ability. Sino-foreign cooperative education project is an important way for many domestic colleges and universities to train international talents. This paper analyzes and summarizes the reform of bilingual teaching in marketing project cooperation with Holland College, Canada, puts forward the optimum path of bilingual teaching for the teaching mode, faculty training, classroom organization and teaching methods, hopes to provide reference for bilingual teaching for Sino-foreign cooperation program of college.

Keywords

Sino-Foreign Cooperative Education, Bilingual Teaching, Marketing

Copyright © 2021 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

经济全球化使中国企业市场营销活动面向全球，国际化的因素日益增多。市场营销专业人才的培养也应顺应国际化的趋势和潮流，特别是海南自贸港的建设，对市场营销人才培养提出了更高层次的要求。未来几年海南涉外企业对市场营销专业人才的需求，不仅在于娴熟的专业技能，更在于扎实的专业英语表达能力。

中外合作办学项目是目前国内众多高校培养国际型人才的重要途径。我国高校中外合作在办学层次、办学定位和培养模式上有所差异，但双语教学普遍是合作办学项目的亮点和特色。我校与加拿大荷兰学院合作办学市场营销专业已有 6 年，本文针对该项目中开展双语教学的实际情况，在教学模式、师资培养、课堂组织和教学方法等方面进行探索和总结，提出了双语教学优化路径，以期为高职院校的中外合作办学双语教学提供借鉴和参考。

2. 双语教学

双语教学是指用非母语进行部分或全部专业学科的教学，目前我国开展中外合作办学专业中的非母语的教学绝大部分为英语，故而本文的双语教学定义为“在特定专业学科中采用中文和英文两种语言开展教学活动” [1]。双语教学并非局限于用外语来授课，它强调的通过专业学科理论和技能的学习来促进学生外语应用水平的提高，更侧重于师生之间在课堂学习中应用外语进行交流和互动。而在高职市场营销双语教学实践中，培养市场营销专业技能和强化英语口语应用是最主要的目标，英语只是实现市场营销专业教学的媒介和工具。

3. 高职双语教学模式

目前，高职中外合作办学项目中双语教学常见以下四种模式：

1) 全英语模式

即沿用国外原版教材，全程用英语授课，教师的课堂组织、课程考核方式等也是全部借鉴合作办学的外方学校。由于高职生源的英语基础较为薄弱，这种方式目前采用并不是很普遍。

2) 中英组合模式

即沿用国外原版教材，每学期派遣外籍教师全程用英语授课。我校目前和加方就是采用这种授课模式。外教授课的同时，配备一名英语水平较高的教师当助教，辅助翻译和课堂管理。

3) 全中文模式

即全程用中文授课，课堂组织和教学方法也与中方课堂一致，但选用的教材和教学文件等都是英文编制。

4) 中西混合模式

即采用英文原版教材，授课方式考核评价都是中英文交替互补。此种模式由于切合高职生源的学情，是中外合作办学的双语教学中应用最为推广和借鉴的模式。

4. 高职中外合作办学市场营销专业双语教学存在的问题

1) 教学目标不清晰

结合高职人才培养定位，中外合作办学中双语教学的目标应该是学生在系统掌握专业知识技能的同时提升工作场景中运用英语作为工具解决业务问题的能力，为毕业后就业或继续海外留学深造创造先机。但目前很多高职院校的双语教学被狭窄地定义为英语学科加专业知识的教授，教师在教学设计时，还是侧重于英语词汇、短语、句型、语法、阅读的讲解，这就本末倒置了。

2) 高职院校生源英语基础薄弱

国外教学资源的吸收和实现离不开英文教材、英文课件等载体。学生对于国外教学资源的吸收要求必须有扎实的专业基础知识和较强的英语应用能力。但是从各高职院校的中外合作办学现状来看，国内高职院校的生源总体水平较低，英语学习意愿不够浓厚，薄弱的英语基础和专业基础是制约学生双语课堂的发挥。

3) 教师自身语言功底和专业能力不能兼备

承担双语教学的教师，要求具有扎实的专业知识背景和专业教学能力，更要具有深厚的外语语言功底和较强的口语沟通能力，还要能在授课过程中自由熟练地进行双语切换，目前高职院校这类教师人才还是比较缺乏的。很多教通识英语的教师语言流利，但是缺乏专业背景和教学能力。而很多学科的专业老师，专业教学能力强，但往往语言功底薄弱，限制了他们在双语教学中的发挥。

4) 缺乏合适的专业双语教材

国内目前普遍缺乏高职类市场营销专业双语统编教材。双语教学过程中一般沿用三类教材：国外原版教材、国内学者改编的国外原版教材和国内学者自行编写的双语教材。这三类并不能完全适合教学：国外原版教材虽然是原汁原味英文教材，高职院校的生源英语水平总体较低，要充分读懂、领会原版教材内容的内涵的难度较大，这对教师进行教学设计也提出了更高要求。国内学者改编的国外原版教材容易出现体系不完整、逻辑断裂等现象，很多教材都是将成篇大段的文章翻译成中文。国内学者往往按照“中式思维”编写英文教材，英语表述不地道，甚至出现语法错误[2]。

5) 教学方法相对陈旧古板

一般专业课程(非双语)的课堂教学组织形式十分多样，教学方法也比较灵活。但是双语教学的课程由于语言沟通的障碍，教师和学生都把主要的精力放在对语言和专业知识的理解和记忆上，教学方法仍主要采用讲授法。这不能有效活跃课堂气氛，提高学生学习主动性。对于一些英语基础本来就薄弱的学生，可能慢慢丧失双语学习的热情。

5. 高职中外合作办学市场营销专业双语教学优化路径

结合我校中外合作办学市场营销专业双语教学的探索和实践中的以上问题和解决方法，就提高

双语教学效果提出了如下优化建议:

1) 学科教学为主, 明确教学目标定位

高职院校的办学定位是服务于社会, 服务于区域经济, 培养应用型人才。本校中外合作办学市场营销专业定位于服务海南自由贸易港建设, 掌握市场营销专业知识和技能的同时尽可能地提高学生的专业英语应用水平。所以我们开展双语教学的教学目标主体应该是市场营销学科教学, 英语教学是载体, 也不能将英语教学和专业教学分离。开展市场营销双语的目标就是用英语作为载体和工具, 营造一个集视、听、说、读、写、译为一体的双语学习环境, 培养学生能够在市场营销业务链和工作场景中使用英语去分析和解决市场营销中实际问题的能力。双语教学应该是专业知识、专业技能、专业口语相互融合, 相互提升[3]。

2) 基础 - 拓展 - 延伸, 创新双语教学模式

学习是一个“由浅入深、循序渐进”的过程, “因材施教、必须够用”是基本准则, 经过几年的探索, 我们逐步总结出了适合本专业双语教学的“基础普及 - 拓展提升 - 延伸拔尖”的分层教学模式。

第一层级: 基础普及。该阶段主要是针对没有任何专业基础新生。在第一年开设专业基础课程和通识英语课程。这一层级的双语教学, 加方外教授课主要以基础英语口语为主, 如英语语音、基础交际英语等。一方面专业基础课程的教学中以中文讲解为主, 课件中英双语突出专业术语和词汇的教学, 在授课过程中反复强化英文专业术语学习和记忆, 为第二阶段的专业核心课程的双语学习奠定基础。另一方面, 要求通识英语课在实用英语的教学中适当补充专业相关的英语资源的阅读和学习, 逐渐过渡到第二阶段。此外, 安排每天 30 分钟的英语早读, 由专业导师加英语助理监督和管理, 指导老师设计表单式学习任务, 以周为单位将早读学习内容及任务提前发放给学生。在早读期间, 指导教师全程监督、带读、检查。阶段性(一般一个月)安排一次测验, 确保每位同学过关。

第二层级: 拓展提升。该阶段主要是针对大二的学生, 这一层级开设的课程以专业核心课程为主, 主要体现在对专业理论知识的扩展和提升学习上。因为经过一年实用英语积累和专业基础学习铺垫, 他们已经掌握了一定的专业知识和英文专业术语, 已经具备一定英语的综合运用能力。这个阶段的授课宜用中英文混合的形式, 并且英文比例逐步大过中文, 在课程设计中以提升专业知识和技能为主线, 逐渐提升学生英语综合应用能力和用英语解决简单专业问题的能力。

第三层级: 延伸拔尖。这一阶段主要是针对准备顶岗实习的大三级学生, 这一阶段的双语教学以专业拓展和实习实训课程为主。这阶段的学生已经掌握了全面系统的专业知识和技能, 并具备较高的英语应用能力。这一阶段选用英文原版教材, 教师借鉴外方的课堂组织和教学方式, 营造国外课堂文化氛围, 通过全英文授课, 只在重难点处辅以中文解释, 课件也采用全英文, 外教授课也不再配备翻译助理。学生用英文进行课堂讨论等互动和交流, 甚至用英文完成实训项目, 进一步提升学生用英文解决市场营销专业问题的能力。

3) 培养与引进双结合, 优化双语教学师资

教师的选用和培养是达成既定教学目标的关键, 建立有效、长期、可持续的双语师资才能保证双语教学效果。我校目前的做法是采用引进与培养相结合, 构建双语教学师资队伍[4]。首先, 选派市场营销专业骨干教师前去加拿大荷兰学院参加为期半年的合作办学师资培训。其次, 可以选用英语专任教师在市场营销行业和企业挂职锻炼, 在外籍教师前来授课时, 担任课堂助教, 系统学习专业知识。再次, 引进在海外留学深造或工作背景的海归教师, 目前, 我院已有留英硕士 2 名, 留澳硕士 1 名担任双语教师。另外, 需加强双语教学教师的培训, 包括专业教学能力、专业知识、外语应用能力、国际教学理念、跨文化意识和跨文化教育能力, 跨文化教学方法等。还应该给从事双语教学的教师提高工作量系数的形式

进行物质奖励,鼓励越来越多教师参与双语教学及研究。

4) 以能力为本位,改进教学方法

课堂的组织和教学是双语教学实施的核心。如果双语教学只是文章和句子中英互译,会使学生觉得双语课枯燥乏味,进而产生抵触情绪。课堂的组织形式,教学内容的选取,教学手段和教学方法的运用对于实现课堂效果至关重要。应采用学生为中心,能力本位的课堂组织模式。借鉴外方在课堂中鼓励独立思考、自主学习、积极参与、灵活创新等课堂文化,提升学生双语学习趣味性[5]。

案例教学。市场营销双语课的课堂实施难点不在于给学生讲授市场营销专业相关观念、内涵、思维、方法和技巧,真正的难点在于如何运用思维和方法去解决市场营销业务中实际问题,案例教学是解决这个难点的方法之一。双语教学中采用的英文案例要便于学生阅读和理解,不易过长和过于复杂。在案例分析过程中,鼓励学生全程用英文进行讨论,总结和分享,活跃课堂气氛,增强课堂的参与和互动。充分突出以学生为主体,使学生从被动听讲转变为主动参与。

游戏教学。激发学生学习英语的兴趣和意愿是开展双语教学的保障。而“游戏教学”能在轻松的教学环境中激发学生的学习兴趣 and 动机,以及积极情感和学习意愿,培养学生团队意识、竞争意识、创新意识,实践能力和解决问题能力。教师应该充分掌握游戏教学的特性,将专业知识适时、适度地融合到游戏环节中去,使教师与学生能在轻松愉悦的氛围中互动,达成学习目标。

小组讨论。小组圆桌讨论是国外课堂常用的教学方法,目前有很多高校都具备这样的教学环境。各小组成员在教师的引导下,在平等宽松的环境中就某些市场营销相关主题尽量用英语参与讨论,用英语记录讨论过程中,再让小组代表用英文展示或阐释讨论结果,充分发挥学生自主思考的潜能,有助于营造活跃的课堂学习气氛。教师也可以在过程化考核中增加双语专题演讲比赛,以赛促教。

混合教学。双语教学应注重现代教学技术手段与传统教学手段的有机结合,开展线上与线下结合的混合式教学,全方位立体化营造现代化的数字教学环境,比如职教云平台、学习公众号、英语学习 APP 等,让学生在自助式、参与式、体验式的学习氛围中多想、多说、多练,达成双语教学效果。

6. 结语

综上,随着经济全球化的不断演变和区域经济发展对人才需求,中外合作办学和开展双语教学是培养国际视野的高技能人才的重要途径。要保证双语教学的效果,前提是市场营销双语教学的目标定位要准确。结合高职生源的学情,在教学模式、师资培养、课堂组织和教学方法等方面努力探索,从而切实提高学生专业与外语水平,真正培养出适应海南自贸港建设需要的营销专业高技能人才。

基金项目

2019 年度海南省高等学校教育教学改革一般项目“基于 CBE 理论的‘一化三导’教学模式在中外合作办学市场营销专业中的研究与实践”(项目编号: Hnjg2019-104)。

参考文献

- [1] 赵晶琴,谢海军. 市场营销专业双语教学优化路径研究——以青岛滨海学院为例[J]. 山东教育(高教), 2019(7-8): 104-106.
- [2] 李占辉. 大学英语教学与双语教学的衔接: 现状与思考[J]. 才智, 2019(15): 90-91.
- [3] 李耀. 市场营销专业双语教学中存在的问题及改进策略研究[J]. 现代营销, 2014(2): 3-5.
- [4] 徐晴. 高职院校国际交流合作研究[J]. 江苏高教, 2013(7): 105-106.
- [5] 王培斌. 中外合作办学双语教学模式的问题分析与对策[J]. 沈阳工程学院学报, 2015(11): 396-397.