

中国高等院校市场学研究会文件

〔2021〕教字003号

中国高等院校市场学研究会关于2021年度教学论文奖励的决定

为深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想 and 党的十九大精神，深入贯彻落实习近平总书记关于教育的重要论述，全面总结近年来中国高等院校市场学研究会（以下简称学会）会员单位在市场营销领域教育发展和教学改革取得的经验和成果，奖励在教学研究中取得成果的会员单位和个人，发挥教学研究在教学改革与实践中的引领和激励作用，进一步提升市场营销教育教学质量和人才培养质量，根据《2021年中国高等院校市场学研究会优秀教学论文奖励办法》，中国高等院校市场学研究会在2021年教学年会暨营销学科发展论坛期间组织开展了2021年度优秀教学论文的申报和评选工作。

本次教学年会的主题是“大数据时代的营销人才培养：融合、创新与发展”。此次会议由中国高等院校市场学研究会主办，中央财经大学商学院承办，《南开管理评论》《营销科学学报》《珞珈管理评论》《管理案例研究与评论》《中国大学教学》《财经高教研究》等期刊支持。

教学论文申报项目经初步审查，专家评审和社会公示，并最终经评审委员会审定和学会批准，决定授予华中科技大学龙晓枫等的《研究型大学市场营销专业本科生实践能力模式研究—基于“项目研究”模式的实践探索》论文为一等奖，授予北京工商大学张景云等的《策划型原案例：界定、模式与应用》、武昌首义学院李林的《应用型高校市场营销专业《国际》贯彻落实情况调查分析：基于9省44所高校的数据》两篇论文为二等奖，授予武汉工程大学石梦菊等的11篇论文为优秀奖。

中国高等院校市场学研究会2021年度获奖教学论文体现了全国市场营销教育教学改革研究的成果，代表着全国市场营销教育教学的工作水平。希望获奖的个人和团队珍惜荣誉、再接再厉、不断进取，充分发挥引领、示范和带动作用。各会员单位和广大会员要以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入学习贯彻党的十九大和全国教育大会精神，以受到表彰的教学论文完成单位和个人为榜样，认真学习借鉴获奖教学论文，深入推进教育教学领域的研究，落实立德树人根本任务，以国家“双一流”营销学

科建设标准为指导，切实落实营销学科教育全过程、全方位育人的学科教改核心思想，努力探索营销教学改革，将营销科学与现实实践相结合，并将其进行提炼与总结，在推动营销教学研究的同时，积极培养商业时代前沿营销学科专业人才。



中国高等院校市场学研究会

2021年10月27日

附件：中国高等院校市场学研究会2021教学论文获奖名单

一等奖

| 作者 | 论文名称 | 所属学校 |
|------------|--|------------------|
| 龙晓枫、陈鑫、田志龙 | 《研究型大学市场营销专业本科生实践创新能力模式研究—基于“项目研究”模式的实践探索》 | 华中科技大学 西南财经大学 |

二等奖

| 作者 | 论文名称 | 所属学校 |
|-----------|--|------------------|
| 张景云、杨丽、周贤 | 策划型原案例：界定、模式与应用 | 北京工商大学 中华女子学院 |
| 李林 | 应用型高校市场营销专业《国际》贯彻落实情况调查分析：基于9省44所高校的数据 | 武昌首义学院 |

优秀奖

| 作者 | 论文名称 | 所属学校 |
|----------|---------------------------|------------------|
| 石梦菊、罗天畅 | 基于学习性投入调查的E+双专业人才培养质量评价研究 | 武汉工程大学 |
| 金玉芳、郑兵 | 基于辩论式教学的翻转课堂设计与实施 | 大连理工大学 浙江工商大学 |
| 王勇、陈硕、李扬 | 直播课堂构建：临场感环境与交互式教学 | 北京工商大学 |

| | | |
|------------------------|--|--------------------|
| 冯蛟、蒋紫艳、陈雅妮、 虎娜娜、虎亚菲 | 数字化时代新商科人才培养模式创新探索 | 宁夏大学 |
| 杜鹏、王宜凡、廖婧 | 高校研究生导师立德树人多维考核体系的构建研究——基于层次分析法的分析 | 中南财经政法大学 |
| 费鸿萍、侯丽敏、 晋旻晨、戚海峰 | 营销教与学成长阶梯教学模式的教改创新研究—— 基于冰山理论的视角 | 华东理工大学 |
| 桑辉、井淼 | 商业模拟教学提升“21世纪技能”的效果评价 | 上海对外经贸大学 上海交通大学 |
| 张昊、林清越 | 自主学习意识对大学生“微学习”意愿的影响： 移动网络生活方式的调节作用 | 东北大学 |
| 费鸿萍、戚海峰 | 基于学生学习待解决任务下的教学模式创新研究 ——营销视角下的教学成长 | 华东理工大学 |
| 陈洁 | 管理模型课程的多元沉浸式探究型教学模式研究 ——以管理类硕士生“营销模型”课程为例 | 上海交通大学 |
| 莫凡 | Strategies to cultivate Generation Z talent in marketing under the big data era | 广东农工商职业技术学院 |

附件 教学成果论文评审委员会

顾问

符国群 北京大学
 彭泗清 北京大学
 王永贵 首都经济贸易大学
 景奉杰 华东理工大学
 孙国辉 中央财经大学

教学论文评审专家组组长

連 漪 桂林理工大学

教学论文评审专家

李宝库 辽宁工程技术大学
 聂元昆 云南财经大学
 牛全保 河南财经政法大学
 滕乐法 江南大学
 韦福祥 天津师范大学