

# 大学管理类专业课堂教学互动需求研究

## ——以《卓越质量管理与实践》课程为例

奉小斌<sup>1</sup>,张群祥<sup>2</sup>

(1. 浙江理工大学经济管理学院,杭州 310018; 2. 浙江农林大学经济管理学院,浙江临安 311300)

**摘 要:**高校专业课课堂教学互动是一个具有普遍意义的重要议题。针对当前高校管理类专业课教学互动形式单一、互动内容粗浅及对学生需求缺乏系统识别等问题,研究整合 Kano 模型和 IPA 分析法提出管理类专业课堂教学互动需求分析模型。以某大学《卓越质量管理与实践》课程为例,首先通过 Kano 问卷调查识别出学生对课程互动的五种需求属性,然后结合 IPA 分析矩阵确定学生对不同属性的教学互动需求重要度和满足程度的感知,最后根据 Kano 模型和 IPA 分析矩阵确定课堂互动需求的改进策略与维持策略的优先权,提炼出精准的需求分析及改进对策帮助任课教师提升课堂互动效果和学生满意度。

**关键词:**专业课堂;教学互动;需求分析;Kano 模型;IPA 分析法

**中图分类号:** G642.0 **文献标志码:** A **文章编号:** 1673-3851 (2016) 02-0207-08 **引用页码:** 040805

专业课堂是大学教书育人的“主战场”,绝大多数课堂授课达不到预期效果并非教师缺乏专业知识,而是教师不善于与学生沟通和互动。课堂教学互动泛指教师及学生在教学整个过程中发生的一切交互作用及影响。在高校专业课堂中,学生与学习伙伴(教师和学生)构成一个学习共同体(community of learners),通过互动使学生达成爱学、会学、善学等目标<sup>[1]</sup>。高校专业课堂上的师生及生生互动是建立优质高效课堂的重要手段,课堂内教学向课堂外交流与辅导延伸是构建情感关怀式课堂的重要内容。但是,在以往高校管理类教师专业课互动中还存在以下“痛点”<sup>[2-3]</sup>:一是专业课堂过度强调知识单向灌输,并未根据不同学生的实际需求发挥互动教学的效果;二是教师与学生之间的角色定位过于清晰导致师生心理距离较大,现有管理类专业课堂的师生互动以“控制-服从”型互动为主,主要表现为“提问与应答、要求与反应、评价与反馈”等浅显形式;三是现有大学的学生管理模式导致管理类专业任课教师与大部分学生的课外接触少,师生

互动大多限于课堂 45 分钟,教师通常是“上课来,下课走”,对学生所思、所想、所需缺乏关注。

Kano 模型是由日本学者狩野纪昭基于顾客满意与产品绩效之间的非线性关系提出的需求二维模型,该模型将产品/服务的具体属性转化为顾客收益,并根据产品(或服务)属性和顾客对这些需求的满足程度进行归类<sup>[4]</sup>。鉴于 Kano 模型能够发现不同需求的满足程度对顾客满意度的影响,该模型不仅被广泛应用于顾客满意度测评及产品和服务的设计中,而且在教育管理中的教育服务质量评价<sup>[5]</sup>、图书馆服务质量管理<sup>[6]</sup>,以及学生满意度评价<sup>[7]</sup>等领域得到应用。但是,迄今在课堂教学互动领域尚无 Kano 模型应用研究,且 IPA (importance and performance analysis) 分析法作为一种的重要度评价工具缺乏系统探索,因而应用 Kano 模型并结合 IPA 分析法探讨大学管理类专业课堂教学互动需求将具有一定的理论意义。

本文以某高校典型管理类专业课程《卓越质量管理与实践》为例,借助 Kano 模型将学生对专业课

收稿日期: 2015-12-06

基金项目: 国家自然科学基金项目(71302125);浙江省高等教育课堂教学改革研究项目(kg2015121);浙江理工大学 521 人才培养计划

作者简介: 奉小斌(1984—),男,湖南永州人,副教授,博士,主要从事质量与创新管理方面的研究。

程互动需求内容及其不同需求的属性归类,并设计出 IPA-Kano 问卷用于识别学生的课堂互动需求以及对需求重要度和满足程度的感知,基于问卷数据对学生课程教学互动需求进行 Kano 分类和 IPA 矩阵分析,进而确定对学生专业课堂互动需求的满足策略及优先权。Kano 模型和 IPA 分析的结合,对分析大学专业课堂需求具有普遍的启发意义。

## 一、基于 Kano 和 IPA 的管理类专业课堂教学互动需求分析模型

Kano 分析技术源于双因素理论,第一次将满意与不满意标准引入质量管理领域。Kano 模型根据不同类型的需求特性与客户满意度之间的非线性关系,在问卷中设置“正向-负向问题”,将产品/服务的需求划分为五大类<sup>[4]</sup>(图 1):a)魅力需求(attractive quality),当该类需求不具备时,顾客满意度不会受到影响,但如果满足了,顾客的满意度将会大幅度提升;b)一维需求(one-dimensional quality),当该类需求得到的满足度越高,顾客的满意度则会线性上升;c)必须需求(must-be quality),该类需求是顾客必须要求得到满足的,当需求得到满足时顾客的满意不会提升,但没有得到满足将显著降低顾客的满意度;d)无差异需求(indifferent quality),不论该类需求是否得到满足,都不影响顾客的满意度;e)逆向需求(reverse quality),该类需求越多反而会降低顾客的满意度。本文中,魅力需求用 A 表示,一维需求用 O 表示,必须需求用 M 表示,不关心需求用 I 表示,递向需求用 R 表示,问题需求用 Q 表示。从上述需求分类可知,在高校管理类专业课堂教学互动中,卓越的专业任课教师善于发掘并满足学生的一维需求和必须需求,并更加专注如何满足学生的魅力需求,减少对学生不关注需求的精力投入,并消除逆向需求指标的存在。

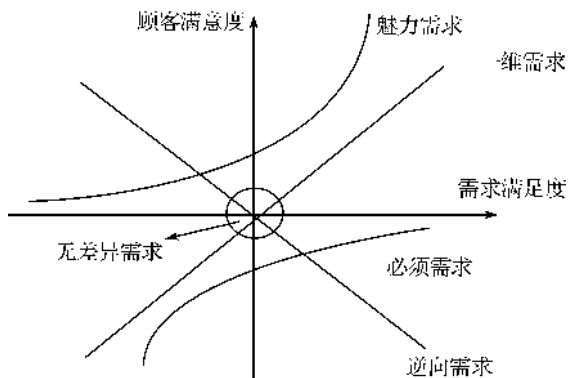


图1 Kano模型的需求分类图<sup>[4]</sup>

在满意度评价方法中,重要性评价是不可或缺的一部分。Sauerwein<sup>[8]</sup>提出,不同的需求类型对顾客的重要性存在差异,如必须需求的重要度高于其他类型,其后依次是一维需求、魅力需求和无差异需求。IPA 分析法即重要性及其表现分析法,该方法最早由 Martill 等<sup>[9]</sup>用于对汽车经销商的考核,其核心思想是顾客对产品/服务的满意度源自其对于该产品/服务各属性的重视程度及对各属性绩效表现程度的评价。IPA 分析矩阵以重要性为横轴,绩效表现为纵轴,以重要性和绩效表现的总平均值作为 X-Y 轴的分界线,将分析矩阵分为 4 个象限(图 2),该方法因通俗易懂和形象直观等优势而被广泛地运用于多个领域。运用该方法进行调查分析,能够了解学生感知的专业课程互动需求的重要度及教师的实际表现,将学生的感知在 IPA 分析图中进行定位与分析,根据 IPA 分析结果采取措施改进优化课程互动。

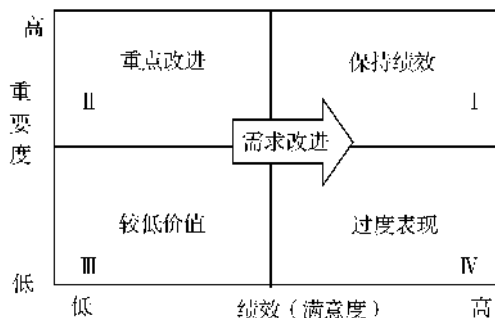


图2 IPA分析矩阵

从图 2 中可知,第一象限中学生对该区域的需求满意度和感知重要度均较高,教师应该继续保持对该区域需求的绩效。第二象限为重点改进区域,第三象限由于感知价值较低,教师应该不需要投入过多精力,第四象限属于过度表现区域,教师可以通过教育、劝说等方式引导学生对这些需求的重视度。结合 Matzler 等<sup>[10]</sup>研究,对顾客满意度优化的分析思路,考虑到需求要素的不同分类,如果必须需求得不到满足,比如学生对选修课不满意将出现退课或通过负面口碑影响下一年级学生的选课情况,因此必须需求拥有的优先权最大,然后是一维需求、魅力需求和无差异需求。将上述的 Kano 需求类型与 IPA 分析矩阵加以结合,确定如表 1 所示的专业课互动需求要素的应对策略及提升的优先权表。对于改进策略的优先序,总体

上第一象限的维持优先度高于第四象限,第二象限的改进优先度高于第三象限,具体而言:对于改进策略,优先改进 M-II,然后 M-III,依次类推;同理,对于维持策略,优先维持 M-I,然后 M-IV,如此类推。对于无差异需求和逆向需求,通常做法是不关心或剔除。

基于上述分析,从学生视角洞悉其对管理类专业课教学互动的感知,确定专业课教学互动的需求要素,并运用 IPA 等方法确定课堂互动提升的优先权,进而构建图 3 所示的大学管理类专业课堂教学互动需求分析模型,下文将以《卓越质量管理与实践》课程为例加以应用。

表 1 需求要素应对策略的优先权确定

需求要素	分类	重要度	满意度	改进策略	维持策略
必需需求	M-I	高	高	—	1
	M-II	高	低	1	—
	M-III	低	低	2	—
	M-IV	低	高	—	2
一维需求	O-I	高	高	—	3
	O-II	高	低	3	—
	O-III	低	低	4	—
	O-IV	低	高	—	4
魅力需求	A-I	高	高	—	5
	A-II	高	低	5	—
	A-III	低	低	6	—
	A-IV	低	高	—	6

注:根据 Kano 需求和 IPA 分析矩阵整理。

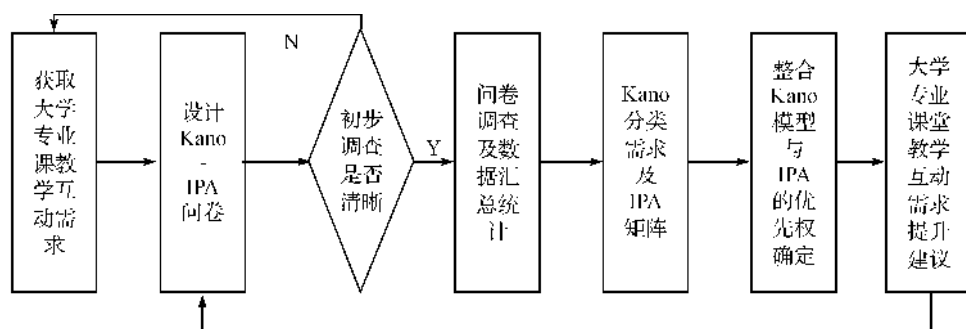


图 3 基于 Kano 和 IPA 的管理类专业课堂教学互动需求分析模型

## 二、《卓越质量管理与实践》课堂教学互动需求识别

要分析学生对专业课堂的教学互动需求,首先必须明确各个专业的顾客对象。高校专业课的直接顾客是学生,间接顾客还包括学生家长、用人单位等。本文以某高校管理类专业的核心专业课《卓越质量管理与实践》为例(该课程名称在 2015 年更名前为《质量管理》),该课程旨在使学生了解质量管理基本理念及理论方法,培养卓越质量意识和掌握质量改进工具,提高理解不同质量观及运用质量分析方法解决问题的能力。为了获得专业课教学互动的需求,笔者所在项目团队于 2013 年 8—9 月以某高校的学生、用人单位、学生家长、专业教师等为对象进行调查和访谈 100 人次,以及网上征询了 40 家用人单位 HR 的建议<sup>[1]</sup>。在对顾客需求进行挖掘和识别过程中,借助“模拟情景分析”逐项分析调查与

访谈获得的原始需求信息,如根据学生“专业课老师接触少”的描述,联想到“管理类专业学生课后学习的无助感”的场景,推测出学生专业课“课后与学生建立网络互动联系”、“课后为学生提供接待时间与辅导”等要求。在对所有教学互动的原始需求信息识别后,围绕教师个体因素及“课前设计——课堂实施——课后交流”等环节将顾客对专业课程教学互动需求归类为三级(见表 2)。

为了评价识别出的《卓越质量管理与实践》教学互动需求的科学性,项目组根据如表 2 所示的教学互动需求初步设计问卷,并将问卷初稿在 2014—2015 学年选课班级中发放 45 份进行小规模试调研,优化精炼问卷。借鉴 Cronbach  $\alpha$  和 CITC (corrected item-total correlation) 来评价问卷设计效果,从表 2 中可知结果,各二级需求的 Cronbach  $\alpha$  值均大于 0.70,三级需求的 CITC 值大于 0.50,说明问卷设计具有较高的信度。

表2 《卓越质量管理与实践》课程教学互动需求识别

一级需求	二级需求	需求编号	三级需求	Cronbach $\alpha$ 值	CITC 值	为学生提供价值
《卓越质量管理与实践》课堂教学互动需求分析	教师个体因素	d1	任课教师学历和职称	0.894	0.742	专业性保障
		d2	任课教师形象仪表		0.774	有形性保障
		d3	任课教师知识渊博、风趣幽默		0.719	易于接受
		d4	任课教师对课堂互动的强势控制		0.786	保障课堂秩序
		d5	任课教师与学生平等互动		0.737	尊重学生
		d6	任课教师关心学生学习生活		0.708	情感性关怀
		d7	老师担任班主任或之前有授课		0.715	熟悉授课风格
		d8	任课教师对学生课堂表现肯定		0.709	鼓励学生互动
		d9	课前实施学情调查了解需求		0.704	满足学生需求
		d10	课程互动内容及难度设计合理		0.693	确保学生能互动
	课程设计因素	d11	课堂内容设计创新(如对抗、问答)	0.873	0.737	确保课程新颖性
		d12	课程设计内容实践性与实用性		0.719	学以致用
		d13	课程内容新颖性与前沿性		0.746	了解课程前沿
		d14	课堂互动内容专业相关性		0.717	专业知识保障
		d15	制定课堂互动奖励制度		0.687	持续参与互动
		d16	翻转课堂等创新授课设计		0.791	拓展课程知识
		d17	课堂启发式提问		0.684	激发学生兴趣
		d18	案例分析讨论方式授课		0.675	抽象知识具体化
		d19	角色模拟互动及课堂游戏		0.711	增加学习的趣味性
		d20	分小组讨论及小组竞赛		0.734	强化生生互动
	教学实施方法	d21	课程单向知识传授	0.851	0.748	掌握系统知识
		d22	讲课内容照本宣科		0.743	掌握教材知识
		d23	课堂氛围轻松活泼		0.687	营造参与互动氛围
		d24	课后了解学生的学习进度		0.681	课内学习向课外拓展
		d25	课后与学生建立网络互动联系		0.697	课外答疑互动
		d26	课后为学生提供接待时间与辅导		0.659	课外接待辅导
		d27	课后指导学生参与竞赛		0.714	促进知识运用
		d28	课后指导学生毕业论文		0.690	培养创新思维
		d29	课后指导学生参与科研		0.751	提升创新能力
		d30	课后指导学生就业实习		0.716	提供有价值信息

注:根据问卷调查结果分析得到。

### 三、基于 Kano 和 IPA 模型的教学互动需求调查与分析

#### (一) Kano 和 IPA 问卷设计与数据收集

Kano 问卷是一套结构式问卷,通过对某一需求要素的正向和负向提问(表3),并参照 Kano 分类表,以落在每类需求的最大比例作为归类的依据。受访者根据结构式问卷作答,调查者根据调

查结果按“最大归类法”,即挑选出 A、O、I、M、R 中数量最多的作为顾客需求类型。本文参照刘彦臻(2014)<sup>[7]</sup>等研究,为了降低传统归类方法的“噪声等级”,在需求归类前增加一个“(A+O+M)>(I+R+Q)”的判断,其中 Q 为问题需求。如表4所示,若出现可疑结果,主要指被调查者回答自相矛盾,如被调查者对某项需求的回答均为“满足”或“不满足”。

表3 Kano 评价表示例

该门专业课程的任课教师具有博士、硕士学位或高级职称	<input type="checkbox"/> 我喜欢这样	<input type="checkbox"/> 它必须是这样	<input type="checkbox"/> 我无所谓	<input type="checkbox"/> 我能够忍受	<input type="checkbox"/> 我讨厌这样
该门专业课程的任课教师不具有博士、硕士学位或高级职称	<input type="checkbox"/> 我喜欢这样	<input type="checkbox"/> 它必须是这样	<input type="checkbox"/> 我无所谓	<input type="checkbox"/> 我能够忍受	<input type="checkbox"/> 我讨厌这样

表 4 Kano 分析的一种典型质量分类表

		产品不提供此功能				
		喜欢	理应如此	无所谓	能忍受	不喜欢
产品提供此功能	喜欢	Q	A	A	A	O
	理应如此	R	I	I	I	M
	无所谓	R	I	I	I	M
	能忍受	R	I	I	I	M
	不喜欢	R	R	R	R	Q

注:根据 Kano 等(1984)研究整理。

参考表 3 所示的评价表设计问卷,整体的 Kano-IPA 问卷分为两部分,第一部分是与被调查学生的特征因素相关信息,第二部分为《卓越质量管理与实践》课程互动需求要素(表 2)。在 30 对 Kano 正反向提问基础上,整合传统李克特 5 标度问卷调查法,询问被调查者对每条需求的当前满意度和感知重要程度,其中 1—5 分别表示“很不重要(很不满意)”到“非常重要(非常满意)”。为了获得 Kano 与 IPA 分析数据,项目组选择被调查对象为在杭某高校(含三本学院)2012—2013 级管理大类学生,调查实施时间为 2015—2016 学年第 1 学期,累计发放问卷 200 份,回收问卷 163 份,其中有效问卷 152 份,有效问卷回收率为 76%。

## (二)基于 Kano 模型与 IPA 问卷调查的分析结果

基于表 4 所示的 Kano 需求分类表,对调查结果进行分类如表 5 所示。借鉴 SPSS17.0 软件对需求项目进行 t 检验项目分析,将全体样本依总分前后 27%区分为高低两组,比较两组各个需求题项在平均数上的差异是否显著,从表 5 中可知所有指标的决断值均达到显著水平,表明指标具有鉴别度。从表 5 中可以看出,魅力需求有 4 项,占 13.3%;一维需求有 12 项,占 40.0%;必须需求有 8 项,占 26.7%;无差异的需求有 3 项,占 10.0%;逆向需求有 3 项,占 10.0%。从调查结果来看,并没有出现可疑的结果。

表 5 《卓越质量管理与实践》课程互动需求分析结果

需求要素序号	每种需求指标对应的属性数量						需求的最终属性	t-检验	需求的重要性	需求的绩效表现
	A	O	M	I	R	Q				
d1	5	26	36	85	0	0	I	$p < 0.05$	2.54	4.51
d2	21	80	39	12	0	0	O	$p < 0.05$	3.45	4.06
d3	34	76	35	7	0	0	O	$p < 0.05$	4.72	3.29
d4	1	18	21	34	75	3	R	$p < 0.05$	2.01	4.01
d5	7	40	89	15	0	1	M	$p < 0.05$	3.45	4.26
d6	34	68	29	21	0	0	O	$p < 0.05$	4.21	3.84
d7	24	63	16	38	8	3	O	$p < 0.05$	2.06	3.87
d8	42	79	28	3	0	0	O	$p < 0.05$	4.73	2.78
d9	27	33	68	24	0	0	M	$p < 0.05$	2.47	3.65
d10	8	37	94	13	0	0	M	$p < 0.05$	4.53	3.19
d11	59	41	38	12	2	0	A	$p < 0.05$	4.21	3.50
d12	23	78	51	0	0	0	O	$p < 0.05$	4.84	4.16
d13	26	45	73	8	0	0	M	$p < 0.05$	3.56	3.48
d14	8	34	106	4	0	0	M	$p < 0.05$	3.42	4.36
d15	7	26	42	68	9	0	I	$p < 0.05$	2.65	2.21
d16	30	61	29	24	8	0	O	$p < 0.05$	2.68	2.09
d17	31	86	35	0	0	0	O	$p < 0.05$	3.56	4.08
d18	46	78	28	0	0	0	O	$p < 0.05$	4.54	3.53
d19	67	49	34	2	0	0	A	$p < 0.05$	3.88	2.95
d20	37	48	61	6	0	0	M	$p < 0.05$	3.57	3.79
d21	0	0	18	34	67	18	R	$p < 0.05$	1.95	1.86
d22	0	0	13	45	89	5	R	$p < 0.05$	2.09	4.18
d23	28	43	59	22	0	0	M	$p < 0.05$	4.06	3.15
d24	26	51	38	30	7	0	O	$p < 0.05$	1.98	1.68
d25	25	47	56	24	0	0	M	$p < 0.05$	2.45	2.67
d26	38	68	43	3	0	0	O	$p < 0.05$	2.65	3.75
d27	59	47	34	12	0	0	A	$p < 0.05$	3.08	3.66
d28	46	66	34	6	0	0	O	$p < 0.05$	4.27	3.23
d29	22	24	21	80	2	3	I	$p < 0.05$	3.10	2.65
d30	75	45	24	8	0	0	A	$p < 0.05$	4.81	3.89

注:根据问卷调查结果分析得到。

### (三)基于 IPA 分析的需求改进优先序探讨

以需求绩效表现为横轴,学生感知需求重要度为纵轴,分别以感知需求重要度 3.38 和需求绩效表现均值 3.41 为象限划分点,绘制 IPA 方格图(图 4)。鉴于无差异需求对学生满意度没有显著影响,以及逆向需求对满意度的负面影响,因此最好的处理方式便是删除,重点考虑 A、O、M 三类需求的维持或改进优先序。根据图 4 可知,象限 I 和象限 IV 应采取维持策略,该类需求要素的学生满意度相对较高,根据重要度确定象限 I 的优先级高于象限 IV。同理,象限 II 和象限 III 应采取改进策略,该类需求要素的学生满意度相对较低,任课教师应该重点对其进行改进,同时考虑象限 II 改进的优先级高于象限 III。同时,结合 Kano 模型的服务质量要素分类要求,必须需求优先权高于一维需求,魅力需求其次。

根据上述决策规则,改进策略的优先权和维持策略的优先权分别如下:

a)改进策略的优先权:由于必须需求的改进优先度最高,因此从图 4 中可知,需求要素 d10 和 d23 处于象限 II,应优先改进;一维需求 d3、d8、d28 处于象限 II,较处于象限 III 的一维需求 d16 和 d24 具有更高的优先改进度;最后考虑魅力需求的改进次序,象限 II 的 d19 最后改进。

b)维持策略的优先权:与上述改进优先权同理,从图 4 中可知,处于象限 I 的 d5、d13、d14、d20 比象限 IV 的 d9 具有更高的优先权;一维需求 d2、d6、d12、d17 和 d18 较处于象限 IV 的 d7、d26 具有更高的优先权;魅力需求 d11 和 d30 比 d27 有更高的优先权。

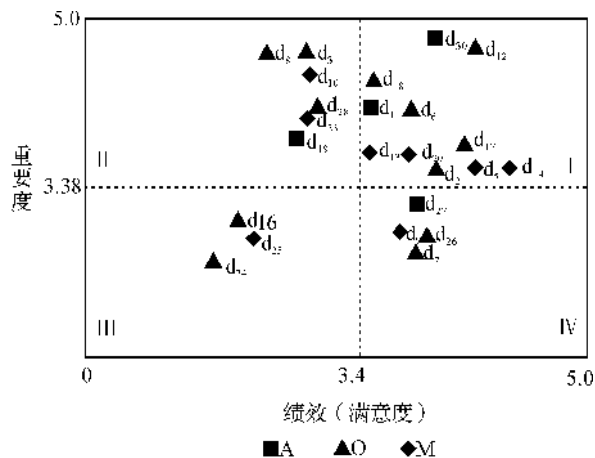


图 4 学生课堂教学互动需求的 IPA 分析

基于上述分析可知,《卓越质量管理与实践》课堂教学互动需求中,“课程互动内容及难度设计合理 d10”和“课堂氛围轻松活泼 d23”是授课互动改进中的首要需求要素,其当前的绩效表现低于学生的预期程度,但任课教师投入精力着力改进这两项需求将对提升学生课堂教学互动满意度有重要影响。“任课教师与学生平等互动 d5”、“课程内容新颖性与前沿性 d13”、“课堂互动内容专业相关性 d14”和“分小组讨论及小组竞赛 d20”是《卓越质量管理与实践》课程教学过程中优先保持的需求要素,当前任课教师在这些方面表现较好,且对学生课堂互动满意度的影响较大,应继续保持。任课教师根据调查分析结果,对学生不同的教学互动需求要素采取不同的管理策略,依据优先顺序合理分配教学精力和时间,提高备课的针对性,最大限度地调动学生课堂互动的积极性和提升学生的课堂互动满意度。

## 四、结论与建议

基于学生需求视角探究大学管理类专业课堂教学互动需求问题,运用 Kano 模型发掘与分析学生对课堂教学互动需求的分类,并借助 IPA 分析方法诊断出课堂教学互动需求要素的改进或维持优先次序,在此基础上给出针对性的建议,对提升高校专业课堂教学互动效果具有重要启发意义。本文研究主要得出如下三个方面的结论:首先,学生对管理类专业课堂教学互动的需求要素包括教师个体因素、课程设计因素、教学实施方法、课外交流互动等四个二级需求及 30 个三级需求;其次,由于课堂互动需求与学生满意度之间存在非线性关系方面,可以将学生对课堂教学互动需求归类为魅力需求(A)、一维需求(O)、必须需求(M)、无差异需求(I)、逆向需求(R)等五大类;最后,结合 Kano 模型及 IPA 分析法,发现“课程互动内容及难度设计合理”和“课堂氛围轻松活泼”是教学互动改进中的首要需求要素,并发现“任课教师与学生平等互动”等四项需求是任课教师必须优先保持的需求要素。

虽然本文以管理类专业课《卓越质量管理与实

践》为例,深入探究学生专业课堂教学互动需求与改进优化,但是基于 Kano 和 IPA 的教学互动需求分析模型对高校其他学科的专业课教学需求的识别及课堂教学改进具有一般意义上的启发。通过本文的实证调查分析,对高校管理类专业课教学互动改进提出如下三个方面的建议:

第一,大学专业课教学互动的影响因素众多,任课教师首先应注意自身因素对学生参与课堂互动的影响,同时围绕“课前设计——课堂实施——课后交流”等环节系统识别学生对课堂教学互动方面的需求。传统专业课堂枯燥的教学内容、单调的教学方法和单向填鸭式灌输,不再是 90 后大学生所追崇的大学课程,任课教师必须结合不同年级学生的心智及学习规律关注学生深层次需求。

第二,任课教师应通过学情调查、教学互动、课外交流等多种方式,了解学生对专业课程的必须需求、一维需求和魅力需求,尽量避免无差异需求和消除对学生产生不满意的逆向需求。任课教师尤其需要优先满足学生对课程的基本期望和要求,在此基础上通过精心设计课堂互动内容、加入课堂互动游戏、指导学生参加竞赛和就业实习等方式发掘和满足学生对专业课堂的魅力需求,通过启发式提问、创新设计互动内容、案例分析讨论等方式替换传统的单向知识传授和照本宣科授课形式,从而实现师生角色互动和情感互动。

第三,专业课授课教师需要密切关注影响学生互动需求的课程内容和互动氛围的营造,通过对学生感知重要度高但授课教师当前满足度差的教学互动需求予以重点关注和改进,并维持当前学生感知重要度高且满足度高的教学互动需求,以打造优质高效的专业课堂。尤其在任课教师与 90 后学生的心理代沟逐渐增大趋势下,大学教师应主动审视教学内容、教学方法及教学沟通与学生需求的深度匹配,根据学生的感知评价及反馈结果动态调整教学策略,以此缩小教师与学生的教学互动感知偏差及提升课堂满意度。

### 参考文献:

- [1] 张紫屏. 师生互动教学的困境与出路[J]. 教育发展研究, 2015(6): 44-52.
- [2] 曹砚辉. 当前高校师生关系存在的问题及解决对策[J]. 教育探索, 2012(3): 99-100.
- [3] 王惠群, 杨大刚. 高校专业课教师在大学生创新思维培养中的导向作用[J]. 黑龙江高教研究, 2014(5): 138-139.
- [4] KANO N, SERAKU N, TAKAHASHI F, et al. Attractive quality and must be quality[J]. The Journal of Japanese Society of Quality Control, 1984, 14(2): 39-48.
- [5] 郭婕, 朱宏斌. 基于 Kano 模型的全日制专业硕士教育满意度研究: 以 L 大学为例[J]. 长春大学学报, 2015, 25(8): 88-93.
- [6] 施国洪, 岳江君. KANO 模型在图书馆服务质量管理中的应用研究[J]. 情报杂志, 2009, 28(8): 57-61.
- [7] 刘彦臻. KANO 模型定性与定量的统一框架研究: 高等教育学生满意度为例[J]. 商业经济, 2014(4): 26-30, 38.
- [8] SAUERWEIN E. Experiences with the reliability and validity of the Kano-method: Comparison to alternate forms of classification of product requirements[C]//. Transactions of the 11th Symposium on QFD, 1999.
- [9] MARTILLA J, JAMES J. Importance-performance analysis[J]. Journal of Marketing, 1977, 41(1): 77-79.
- [10] MATZLER K, HINTERHUBER H H. How to make product development projects more successful by integrating Kano's model of customer satisfaction into quality function deployment[J]. Technovation, 1998, 18(1): 25-38.
- [11] 奉小斌, 彭学兵, 陈丽琼. 基于 QFD 理论的工商管理专业案例教学设计研究[J]. 浙江理工大学学报: 社会科学版, 2014, 32(1): 72-77.

## Research on Classroom Teaching Interaction Demand of College Specialized Courses of Management-Take Excellent Quality Management and Practice for Example

FENG Xiaobin<sup>1</sup>, ZHANG Qunxiang<sup>2</sup>

(1. School of Economics and Management, Zhejiang Sci-Tech University, Hangzhou 310018, China;

2. School of Economics and Management, Zhejiang A&F University, Lin'an Zhejiang, 311300, China)

**Abstract:** Classroom teaching interaction of specialized courses in colleges and universities is an important topic for discussion with universal meaning. In allusion to problems such as single form of teaching interaction of specialized courses of management in current colleges and universities, superficial interaction contents and lack of system identification of student demand, this study puts forward an analysis model for teaching interaction demand of specialized courses of management based on Kano model and IPA method. Taking the course of Excellent Quality Management and Practice in a university for example, this study first identifies five demand attributes of students for interactive course teaching through Kano questionnaire survey, then determines students' perception about the degree of importance and satisfaction degree of teaching interaction demands of different attributes based on IPA analysis matrix, finally specifies improvement strategies for classroom interaction demand and the priority of maintaining strategies according to Kano model and IPA analysis matrix, and extracts accurate demand analysis and improvement countermeasures to help teachers improve classroom interaction effect and students' satisfaction degree.

**Key words:** specialized classroom; teaching interaction; need analysis; Kano model; IPA method

(责任编辑:任中峰)