

自媒体传播机制下的高校模拟教学探讨 ——以“Chinese Business”课程建设为例

沈莉, 钟翔

(上海理工大学 管理学院, 上海 200093)

摘要: 经济管理类课程是理论性与实践性都很强的课程。在当今自媒体时代, 如何通过相关实践环节的课程改革来适应时代发展, 值得每个高校教师去探讨。以高校来华留学生课程“Chinese Business”实践教学环节的商业模拟教学改革实践为案例, 从国内外商业模拟教学的现状及特点出发, 研究自媒体的传播机制, 探寻了自媒体时代下经济管理类课程的商业模拟教学中应该采取的模式创新。实践结果表明, 将自媒体的传播机制应用于高校管理类课程的商业模拟中, 能够促进教学主体和教学资源的双向整合, 实现教学知识的快速网状传播, 从而提升学生在知识构建、主动学习、创新和团队合作等方面的能力。

关键词: 商业模拟; 来华留学课程; 自媒体; 传播机制

中图分类号: H 314.2

文献标志码: A

文章编号: 1009-895X(2020)02-0189-07

DOI: 10.13256/j.cnki.jusst.sse.2020.02.016

Research on Model Teaching of Business Simulation by Self-media Communication Mechanism: A Case Study of the Foreign Students' Course "Chinese Business"

SHEN Li, ZHONG Xiang

(Business School, University of Shanghai for Science and Technology, Shanghai 200093, China)

Abstract: Courses in economic and management attach importance both theory and practice. Nowadays, it is necessary for every college teacher to explore how to carry out the curriculum reform on the practice part of course education so as to catch up with the development in modern times. As a case study of the course Chinese Business which is opened to international students, this paper studied the teaching practice of business simulation and its teaching innovative reform. Base on the transmission mechanism from the media, this paper explored the teaching mode and innovation by means of the self-media mechanism when doing business simulation in the course. As a result, applying the self-media communication mechanism to the college management courses for the business simulation can promote the construction and integration of teaching subject and teaching resource, and the two-way teaching knowledge network, thus to improve students' practical ability, initiative, innovative ability.

Keywords: business simulation; courses for foreign students; self-media; communication mechanism

收稿日期: 2018-08-03

基金项目: 2020年度上海理工大学教师教学发展研究项目(CFTD203022); 2020年上海市、上海理工大学课程思政领航课程资助项目(GLXY20200112)

作者简介: 沈莉(1978-), 女, 讲师。研究方向: 企业创业、领导与团队管理。E-mail: shenli@usst.edu.cn

随着移动互联网、大数据、云计算等互联网技术的迅猛发展,人们的学习模式和方法都在经历巨大变化。2019年6月国家发布的《44次中国互联网络发展状况统计报告》显示,我国网民规模为8.54亿,网民中使用手机上网人群的占比达99.1%,而大学生远高于其他群体。特别是2012年微信开通以来,自媒体在中国有了巨大的发展。自媒体以开放性、多样化、普泛化、易操作性、高效性、互动性和传播迅速为特点,颠覆了传统信息媒体传播的流程与大众的思维方式,在当今自媒体时代的背景下,人人都成为了知识的源头和传播者,这给基于传统教学模式的高校带来了巨大的挑战和机遇。

近年来,不断有学者通过自身教育实践来探讨如何更好地在高等课堂教学中使用自媒体促进高校教学模式改革与发展。王玲宁^[1]研究自媒体科学传播对大学生科学素养影响的实证研究;孙慧^[2]通过教师与学生之间的知识互动,提出了借用自媒体来解决目前学习生态化难题的探讨;张君明^[3]探索利用自媒体延长师生交流的时间,拓展师生互动的空间;张霞^[4]探讨基于自媒体的大学教学实践研究;此外,还有大量针对自媒体开展高校思想政治工作和舆情的研究,如刘醒^[5]、李翔^[6]等。虽然这些研究对如何有效地以自媒体为工具改善教学效果进行了相应的讨论,却鲜少从自媒体高效、开放和互动的传播机制出发,探讨高校教学特别是创新创业等实践类课程教学模式创新。然而,在高校管理类课程教学中,商业模拟是一种很重要的实践教学方法。2001年,沃顿商学院等不少国际知名高校就已开始在教学中运用商业模拟方法,而目前我国高校商业模拟的运用还处于学习阶段。基于此,本文将再次审视自媒体的传播机制,探讨多年来一直在尝试的高校留学生课程教学的模拟教学实践与创新,以期促进同类课程的教学改革。

一、国内、外高校商业模拟教育的现状

经济管理类课程需要同时具备科学性和艺术性,因此也具有较强的实践性。然而,前期研究表明,在课堂教学中,管理类课程更多地把重心放在理论上,而很少向学生提供更多能够应用于现实中的实际知识(Bailey & Ford, 1996)。传统的商业

教育和技能传授的课程教学模式不足以帮助在当前复杂环境中年轻的学习者应对瞬息万变的市场,因此,我们的教育体制更需要针对这群伴随自媒体成长的学生进行改革。商业模拟教学有助于发展学生的专业和决策技能,因为他们必须根据环境和给定的选择做出决策。在国外的高等教育中,模拟教学被广泛地使用,一项1998年调研数据表明,在美国1700个商学院中,就有200多项模拟教学项目。国外很多著名的商学院都将商业模拟作为一项重要的教学实践方法,如2002年,沃顿商学院曾投资上千万美金成立学习实验室,用于开发各种商业模拟课程。

模拟教学是一种基于模拟学习(simulation-based learning)的教学模式,在建构主义学习理论的基础上,学生从自己的概念知识中学习或构建新知识^[7]。模拟教学是一种经验学习(experiment learning),可以提供快速而准确的反馈,让学生在书本之外的“三维”实践中看到他们决策的结果。根据对英国高校商业模拟的调查研究,基于商业模拟的教学具有以下几个优势:首先,商业模拟学习可以让参与者(学生)产生学习动机和愉悦,而这两点被国外学者认为是学习的重要先决条件。其次,商业模拟是展示和发展团队合作技能的重要基础。因为在商业模拟中往往需要组队参与,而这些团队是来自同一个组织(班级)中的同学所形成的自然工作团队。通过解决商业模拟中的各种决策任务,能大幅增强其团队合作能力。再次,模拟教学可以在个人和组织层面构建一个来自于现实又不同于现实的无风险经营环境。在商业模拟中,所有的商业行为都是模拟参与,参与者可以尝试他们在现实工作中不愿意尝试的新行为,或者尝试做出由于害怕而在现实中不可能做出的商业决定,大大提高了他们的创业精神。另外,模拟仿真教学作为课程教学、培训开发活动的一部分,是一种非常有价值的学习活动,因为它与案例研究或讲座等其他教学方法形成对比,能够对课程教学做很好的补充^[8-9]。

我国高校在教学中也开始尝试使用商业模拟教学,但是课堂上所使用的商业模拟技术一般只包括角色扮演、计算机模拟和训练模拟。笔者所在的上海理工大学管理学院开设了沙盘实验室和经济实践研究室,引进了一些软件,帮助提高学生的实践能

力。然而,大部分基于电脑软件的虚拟环境模拟,还不能让学生真正发现和解决实际问题,特别是对商业模拟沟通和企业伦理的学习还有所欠缺。所以,从总体来说,国内的商业模拟教学还处于发展阶段。由于课堂时间有限,很难拓展学生的第二课堂或隐形课堂,而且能灵活运用商业模拟的本土化教学也不多。

二、在商业模拟教学中运用自媒体传播机制的优越性

自媒体(We Media)是在数字科技强化后,普通大众提供并分享他们的真实看法、自身新闻的一种途径和即时传播方式。在西方,自媒体最初被视为公民媒体的一种。自媒体在中国大致经历了四个发展阶段:史前期(2000—2010年)、萌芽期(2011—2013年)、起飞期(2014—2015年)及繁荣期(2015年至今)。现今正处于自媒体繁荣期,我国以手机互联网为载体的自媒体大学生用户数量迅猛增长,他们使用手机上网、自媒体交流和娱乐已成为常态。从自媒体的诞生和发展过程来看,自媒体的传播机制主要体现在传播理念、传播价值、传播渠道和传播时效上,这形成了其独特的传播特点,可以带来课堂知识的快速传播借鉴。

(1)从自媒体的传播价值来看,自媒体以“平等”为传播价值理念,以平等对话和信息共享为原则,如播音类的自媒体荔枝FM的理念是“人人都是主播”,文化类自媒体简书——“人人都是文人骚客”。此外,人们熟知的自媒体工具还包括如微博、微信、头条、各大门户网站自媒体等。在课堂上使用自媒体,从价值理念上发挥“去权威”“去中心”的作用,很自然地就可以改变传统的课堂教学模式和教师一言堂、课堂权威化的局面。

(2)从传播主体来看,在自媒体的传播过程中,主客体之间的权威模式被网络技术扁平化后,信息生产者 and 使用者会相互过滤、反馈选择,使得二者具有相近的价值取向。同时主体传播的信息也更加具有动态性并更加符合目标受众的偏好。例如,不同于传统媒体传播,自传播主体会因为客体的及时反馈,寻找和改变传播话题,更贴近客体。

传统课堂教学中,教师作为信息的传播主体与传播客体学生并不是同一群体,知识要点通过教师的价值判断,再单向传播给学生,其吸引力就会明显减少。所以自媒体的“同向”传播的主、客体机制非常适合运用于改进现有的课堂教学模式。

(3)从传播内容来看,自媒体能带来海量、多元的传播信息,极大丰富了教育的内容和载体。借助数字化的网络通信技术,知识和信息被挖掘、汇聚和散播,为教师和学生提供了取之不尽的素材,而且具有图文音影形式的信息更生动,具有更强的传播力和感染力。但同时,自媒体传播的海量信息更加碎片化,影响学生阅读习惯的同时,降低其专注度,这也给当下课堂教学带来了新的挑战。

(4)从传播路径来看,自媒体颠覆了传统的一对多的扇形传播模式,传播客体能够通过再次传播信息成为传播主体,使得传播路径变成多对多的网状模式,从而让信息快速有效覆盖到所有人群。此外,这种多对多的网状模式,使得每个用户都能以自己为中心形成各异的“节点共享”。不同于传统的信息传播路径,自媒体传播所形成的网络即时通信具有巨大的“潜传播”功能。相对于“明传播”,这样的“潜传播”可以大大提高用户的信息处理和利用效率,构筑即时信息管理系统,但也需要自媒体传播者把关自我信息。这种机制同样也适用于构建课堂外的实践教学环节,对于建立隐形课堂,具有参考价值。

三、“Chinese Business”课程模拟建设与实践

(一)课程背景介绍

笔者自2009年起给上海理工大学留学生开设了“Chinese Business”(“中国商务与经济”)课程,是每年留学生选课最多的课程之一。课程建设的主要特点是多种教学方法有机结合,现代教学技术创新与运用同时并进。

本课程“Chinese Business”的主要教学目的是为外国来华留学(交流)生讲授关于中国社会、经济现状及法律法规、商务与投资环境等的全方位经济和商务知识以及未来在华从事商业活动所面临的机遇和挑战。其中,本课程很重要的一点是培养

学生的商务实践能力和商务直觉,为学生学习其他企业管理类的课程打下基础。以往本课程为训练学生来华经商的实际创业和商务运作能力,都通过撰写商业计划书来完成商业模拟实践环节,但一般只是通过理论讲解、案例分享、小组讨论等来完成虚拟化商业创业学习。这导致撰写商业计划的实践性和可操作性不强,学生无法直接获得在中国进行创业的知识,如识别商业机会、制定企业战略、进行市场营销、人力资源管理、回避商业风险以及中国商业礼仪学习等。

(二) 基于自媒体传播的课程模拟教学构建

自2015年至今,笔者基于上海市留学生课程建设项目,对本校课程“Chinese Business”进行教学模式改革,利用自媒体的传播机制来完善该课

程的商业模拟环节,突破传统商业模拟只依赖软件模拟的限制。

从自媒体的传播机制来看,双向、快速、网状的知识传播通路,平等和人人参与的传播理念,传播主客体就传播内容的自我把控和筛选,以及每个传播客体成为传播节点的“潜传播”的传播机制都值得运用于实际的课堂教学模式中。经济管理类课程的商业模拟教学,除了掌握基本理论知识外,更要注重于课堂外的实践知识传播、掌握以及运用。因此,笔者近5年在课程教学实践中,也尝试通过运用自媒体的传播机制来改善商业实践和知识的传播机理,在商业模拟环节中实现知识实践传播主体和客体之间的知识节点“●”在自媒体传播平台上的自由、双向、平等、及时的交流。基于自媒体传播机制的商业模拟教学模式如图1所示。

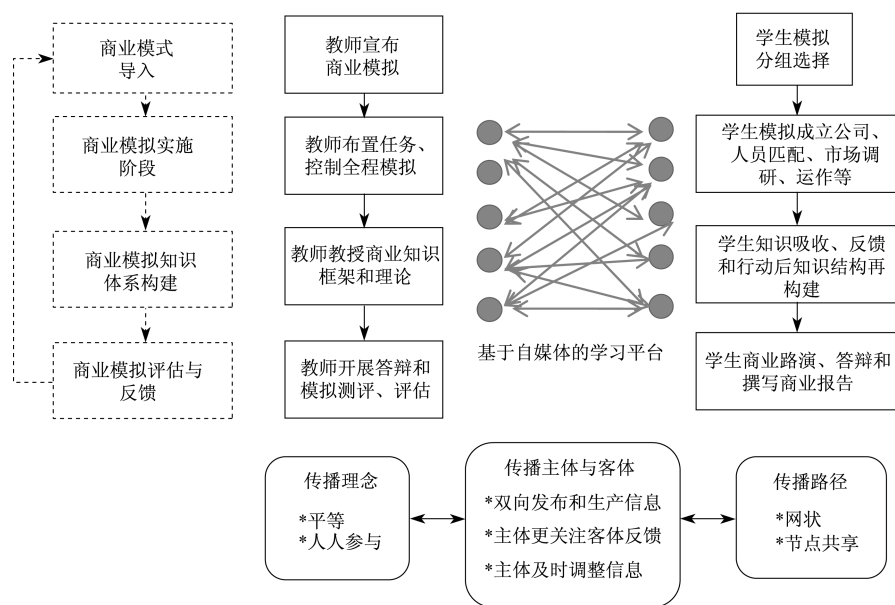


图1 基于自媒体传播机制的商业模拟教学模式流程图

Fig. 1 Teaching model and process of business simulation based on the self-media communication mechanism

(三) 自媒体教学平台的建设

针对于目前国内有大量的自媒体平台工具,如Weibo、WeiChat、BBS等,本课程首先选择了上海理工大学自由的课程教学网站,以及国内最常用的“微信”作为社交媒体,“钉钉”作为团队管理软件,使用国外Survey Monkey和国内问卷星作为课程调研分析平台,以及Topcap作为课堂智能选答平台。这些平台都有专门的移动版App,可以事

先下载到智能手机中便于教学中使用,而且界面都比较好操作(有英文界面),便于留学生操作此类软件。

(四) 商业模拟教学环节设计

商业模拟常有的方法很多,课堂中常用方法包括就情景而设定的课堂角色扮演;使用系统仿真和系统动力学仿真进行的计算机模拟,如库存系统、生产系统管理教学;以及使用计算机软件的企业管

理决策模拟,如财务、市场战略决策。本课程的商业模拟基于自媒体的传播机制,走出课堂,更偏向于真实的商务项目,通过分组进行小规模项目创业,构建第二实践课堂,通过自媒体手段控制隐形课堂的知识传播和积累,让留学生真正体会来华经商创业的过程。

1. 商业模拟导入

教师在完成课程的宏观理论教学部分“中国商务经济与商务概论理论背景模块”和“中国商务及商务运营环境的宏观模块”后,进入到企业管理微观模块“外商在华的商务运营与管理的企业管理微观模块”,可以开始一边进行理论教学,一边导入商业模拟实践环节。教师首先通过 Topcap 课堂选择软件,快速了解学生的专业背景和对课程的掌握情况,把全班留学生进行项目分组,每组4~5人,建立班级项目群和小组群。然后,再把商业模拟的项目要求和目标发布在教学课程网页和微信课程群中,同时发布一些外商来华投资的典型案例、来华创业所需要的知识链接和数据库以便学生参考和学习。教师引导学生在微信课堂群中对感兴趣的案例进行讨论,通过自媒体平台管理学生发现的问题,并进行讨论和反馈。教师通过自媒体的及时沟通和信息传播,了解学生所感兴趣的行业和内容,为学生之后的商业模拟的创业环节做准备。

2. 商业模拟实施阶段

在做好前期导入准备后,开始商业模拟筹集启动经费和实施。本课程的商业模拟创业采取实物(如书)和资金两种启动方式。选择资金启动模式,即教师给每一组发一个信封,装有20元启动经费,要求在商业模拟实践的时间内完成公司的组建和运营。选择事物启动模式,即教师给每一组一本书,每小组通过自己的创新力将这本书变现,进行创业模拟启动。在微信平台布置创业活动的规则和时间后,各组分头开始行动,模拟成立公司,任命各个职位并分配任务。在商业模拟初期,学生们由于语言不通,表现得比较腼腆和被动,因此教师需要通过自媒体平台——微信,在项目大群和小组群中与学生不断地沟通,帮他们寻找兴趣点,帮助

他们提高执行力,推进项目。同时使用钉钉团队管理软件,降低无效沟通成本,每一次课后小组会议、每一次实践尝试、打卡等都可以通过钉钉完成。教师教会学生通过 Survey Monkey 进行产品调研,能比较精准地定位自己的创业项目。教师每天通过自媒体公布每一组所取得的利润和进步来激励其他小组,同时讨论大家所碰到的问题。由于自媒体传播的便利性,这些工作都可以放在课后,这样不但可以少占用学校课堂时间,也可以再次形成一个良性互动的网上隐形课堂。经过一周密集的互动后,学生们开始进入状态,教师及时掌控各组的项目实施情况,在群里构建起网状的信息发布和接受机制,让优秀组员介绍产品的推销,这能体现出学生主动的创造性思维,在困难中利用自媒体平台解决问题、开发市场、发产品广告并寻找客户以获得盈利。

3. 总结、提升环节

在这个环节中,教师通过在自媒体平台答辩的方式,让学生来对他们的创业项目进行总结,让学生相互合作探究和提炼项目中所碰到的问题、解决的办法、所用的策略以及教训,同时归纳所学到的一些基本的理论和概念。在这个环节,结合课程进度中理论环节的商业计划书的撰写,学生可以梳理商务模拟所积累的实践知识要点,包括公司名字、logo、战略、市场分析、竞争对手分析、产品分析、财务分析以及团队等,从而能更好地为自己的虚拟公司撰写商务计划书。最后,每一个团队都专业出色地完成项目模拟路演的演讲。教师再回到课堂对学生进行全面地评估,并通过口头和平台进行个性化的项目反馈。

(五) 教学效果评估

“Chinese Business”课程通过增加实战性的商务模拟环节,运用自媒体机制的运作方式,有效延伸了课堂空间,无形中共同提升了学生和教师的主体意识。作为实践环节,教学效果评价要充分反映学生是否在课堂上掌握基本概念和基本技能及是否在商务模拟中利用这些基本概念、理论和技能来实际问题。本课程评估也需要从开放平台的核心价值——“平等和人人参与”出发,教师在对学

生学习情况、实践过程展开实时沟通、监督和评价的同时,还应该鼓励学生们相互评价与学习,通过他们相互的评议“Peer Review”达到学生之间相互学习(cooperative leaning)的目的。教师每次评价都能通过自媒体及时反馈,从而不断地激励学生尝试。虽然本课程的商业模拟小组的启动经费不高,例如,在2018年课程的商业模拟中启动经费只有20元/组,但是每一组都克服了心理障碍并解决了资金短缺的问题,最后都积极行动起来,通过自己的商业设计和努力,6组合计达到了2250元的盈利。商业模拟结束,教师让学生讨论如何合理使用所得利润,学生在自媒体上积极讨论的结果是同意把盈利所得捐给中国贫困儿童的教育,这涉及到企业伦理和社会责任范畴,对于本课程又是一个很好的延伸。该学期结束后,通过“Survey Monkey”问卷,让班上46名留学生对本课程效果进行评估,所有的学生都认为这样的商业模拟非常有意义。事实上,2015年以来,每一次商业模拟后,学生都将其成功创业所得捐出,这是传统商业模拟所不能达到的思想和价值观的教育,学生也深受企业家精神的鼓舞。

四、结论

在高校工商管理类课程教学模式中引入商业模拟,可以补充和完善高校人才培养的实践教学环节,形成创业课程的一种重要模式。在商业模拟中,充分利用自媒体的知识传播机制,可以有效帮助改进课堂教学沟通、教学方法与模式。通过本课程的实践尝试证明,合理将自媒体用于课程模拟,能够达到“理论知识”和“实践技能”两方面的提升。

首先,基于自媒体的商业模拟,可以促进教学主体和教学资源的双向构建和整合。基于自媒体平台,教师和学生可以双向发布信息。学生在商业模拟的学习过程,也是自主发现、思考和解决问题的过程,因此也是师生通过平台更快速进行信息交换和共同分享的过程。由于自媒体延伸了课后师生之间的互动,教师也会比课堂内的教学更加关注平台上学生的反馈,学生与教师构建成为“学习共同体”。学习共同体在课堂外实践,在自媒体平台上

形成多元和个性化的“学习资源节点”,构建和整合了“隐形课堂”所需要的教学资源。

其次,可以帮助实现教学“去中心化”和教学知识的网状传播。在商业模拟中,学生不断通过实践积累知识和问题,知识传播主体从教师转变到学生。在自媒体的机制运作下,课程中的知识点转变成“信息节点”,轻而易举地实现多对多、多对一的网状传播。这也是从传统课堂的“点-线”到商业模拟教学的“线-面”的拓展,不但突破了课堂上师生之间、学生们之间不能充分交流的困境,而且可以随时实现差异化和个别化的指导。

再次,基于自媒体的商业模拟促进学生实践能力的极大提高。本课程是专门针对来华留学生设计的,具有较强实践性。以往课程教学环节中虽然也包括商务模拟环节,但主要都在课堂上开展情景模拟,仍然停留在“纸上谈兵”,所设活动很难完全调动学生的积极性。通过自媒体即时互动学习,留学生在“来华创业”的真实模拟中,提高了主动性、创造性、组织绩效以及市场分析能力、团队管理和团队合作能力等多方面的能力。

当然,将自媒体运用到课程实践环节中,也对授课教师提出了一定的挑战。基于模拟的学习一直被认为是课堂学习的良好补充工具,可以增强学生之间的合作,在整个学习过程中,他们可以相互参与和帮助。但是,对于教育工作者来说,必须要理解如何使用基于模仿的学习方法来吸引学生的注意力和兴趣,注重提升商业模拟过程中的沟通,这样学生才能在一个更愉悦的环境中更好地理解理论知识。此外,信息在自媒体传播中体现出传播碎片化、语义碎片化、文本碎片化和主题碎片化等特点,而且,信息过度往往带来学生专注度的下降。任课教师必须有能力通过自媒体教学工具的多次碎片积累,加深和构建完整的知识体系,从而达到教学目的。随着互联网技术日新月异的变化,利用自媒体进行管理类课程的实践教学环节的改革,必然是商学院课程教学的一个趋势。但在实践中,这也需要一个完善与成熟的过程。未来可以继续研究基于自媒体的从“碎片化”到“系统化”的学习认知转变机制,从而深入探讨智慧教育的教学模式与改革发展。

参考文献:

- [1] 王玲宁. 自媒体科学传播对大学生科学素养影响的实证研究——以转基因传播为例[J]. 新闻大学, 2018(5): 77-83.
- [2] 孙慧. 自媒体视域下的隐性课堂浅析——以外国文学教学改革为例[J]. 黑龙江教育(高教研究以评估), 2015(4): 35-36.
- [3] 张君明. 自媒体时代高校法学教学模式创新路径探析[J]. 高教学刊, 2016(11): 89-90.
- [4] 张霞. 自媒体在国际贸易实务教学中的应用[J]. 经贸教育, 2016(3): 149-151.
- [5] 刘醒. 从“最大变量”到“最大增量”: 自媒体时代高校思想政治教育的新视野[J]. 江苏高教, 2019(11): 74-79.
- [6] 李翔. 自媒体场域下高校思想政治教育话语创新研究[J]. 高教探索, 2015(11): 115-119.
- [7] VYGOTSKY L. Mind in Society: The Development of Higher Psychological Processes [M]. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1978.
- [8] DOYLE D, BROWN F W. Using a business simulation to teach applied skills—the benefits and the challenges of using student teams from multiple countries [J]. Journal of European industrial training, 2000, 24(6): 330-336.
- [9] ZULFIQAR S, SARWAR B, AZIZ S, et al. An analysis of influence of business simulation games on business school students' attitude and intention toward entrepreneurial activities [J]. Journal of Educational Computing Research, 2019, 57(1): 106-130.

(编辑: 程爱婕)

(上接第172页)

参考文献:

- [1] 习近平. 辩证唯物主义是中国共产党人的世界观和方法论[J]. 求是, 2019(1): 4-8.
- [2] 张胜旺, 丁为民. 现代文明发展生态转向的研究述评[J]. 生态经济, 2014(6): 49-53.
- [3] 习近平. 决胜全面建成小康社会 夺取新时代中国特色社会主义伟大胜利——在中国共产党第十九次全国代表大会上的报告[M]. 北京: 人民出版社, 2017.
- [4] 本书编写组. 马克思主义基本原理概论[M]. 北京: 高等教育出版社, 2018.
- [5] 马克思, 恩格斯. 马克思恩格斯选集(第1卷)[M]. 北京: 人民出版社, 2012.
- [6] 中华人民共和国生态环境部. 2017年中国环境公报. [EB/OL] (2018-05-31) [2019-10-20]. http://www.mee.gov.cn/xxgk2018/xxgk/xxgk15/201912/t20191231_754132.html.
- [7] 中共中央文献研究室. 习近平关于全面建成小康社会论述摘编[M]. 北京: 中央文献出版社, 2017.
- [8] 马克思, 恩格斯. 马克思恩格斯选集(第3卷)[M]. 北京: 人民出版社, 2012.
- [9] 马克思, 恩格斯. 马克思恩格斯选集(第4卷)[M]. 北京: 人民出版社, 2012.
- [10] 列宁. 列宁全集(第55卷)[M]. 2版. 北京: 人民出版社, 1984.
- [11] 马克思, 恩格斯. 马克思恩格斯选集(第2卷)[M]. 北京: 人民出版社, 2012.
- [12] 毛泽东. 毛泽东选集(第1卷)[M]. 北京: 人民出版社, 1991.
- [13] 中央宣传部. 习近平新时代中国特色社会主义思想学习纲要[M]. 北京: 人民出版社, 2019.
- [14] 张胜旺. 可持续发展模式下经济效益与生态效益的关系分析[J]. 生态经济, 2013(2): 67-71.

(编辑: 朱渭波)