

# 互联网时代高校市场营销实践教学路径优化对策研究

冀美好

(顺德职业技术学院, 广东 佛山 528300)

摘要: 现阶段, 我国经济、科技水平飞速提升, 也在人才需求方面提出了更多新要求。同时, 市场迫切地需要更多懂理论、懂技术的全面型人才发展相关行业, 这也意味着高校必须积极推进人才培养模式创新和教育改革。笔者十分认同围绕“市场需求”和“就业能力”建设发展市场营销专业, 充分发挥理论与实践教学的融合作用, 助推高等教育蓬勃发展。也就是说, 高校和市场营销专业教师要充分把握互联网时代机遇, 深化理实一体化教学改革、深化信息化与现代化教学改革, 积极构建出利于大学生独立思考和自主探究的教学模式, 助推市场营销专业人才个性化、全面化发展。

关键词: 互联网时代; 高等教育; 市场营销; 解决问题对策

互联网时代, 新的教育理念和教学方法层出不穷, 从根本上提高了教育教学的效率和质量, 也打开了各学科现代化与信息化改革的新思路。这也意味着高校市场营销专业人才培养模式也要落实现代化、信息化改革, 尤其要注重对实践教学模块的改革, 明确现状问题, 进一步制定解决方案和对策, 加快实践教学路径优化步伐, 助力大学生更好地成长和发展。鉴于此, 本文具体阐述了高校市场营销专业实践教学路径优化的概念, 指明了高校市场营销专业实践教学存在的问题, 同时提出了几点兼具有效性与创新性的对策, 希望能够为一线教育者提供更多借鉴与参考。

## 一、高校市场营销专业实践教学路径优化的概念性阐述

### (一) 市场营销专业

高校市场营销专业属于工商管理类专业, 要培养适应现代市场经济需要, 具备独特文化素质和较强实践能力、综合能力, 具备管理学、经济学、市场营销学基本理论方法和专业技能, 具备综合运用知识构建模型或解决实际问题能力, 能够胜任各类相关机构从事市场调研、营销策划、广告策划等具体事务及管理工作的复合型专业人才。但在过去的阶段内, 市场营销专业教学更偏重理论, 长久地忽视了实用技能对大学生的影响, 使得多数该专业学生难以发挥出实践所长。就目前高校市场营销专业课程来看, 主修课程有管理学基础、市场营销基础、消费行为学等, 其中部分课程直接对接实践类课程, 是培养学生实践能力和素质的重要基础。

### (二) 实践教学路径

实践教学是巩固理论知识、加深学习印象的有效途径, 优化实践教学路径能够有效增强学生对知识的综合运用能力, 进而能够体现学生的综合素质与核心优势。对于学校来说, 实践教学路径是提高实践教学效率和质量的主要实现方法, 尤其是高等教育注重培养应用型、复合型人才, 更应当着重建设实践教学路径, 发展理论与实践教学的一体化, 助推高等教育现代化尽快地实现。对于教师来说, 实践教学路径意味着教学模式和教学方法, 需要多观察、多思考、多实践, 最终探索出一条适合于我国大学生文化素质和实践能力提升的有效教育路径, 使得高等教育朝着现代化、信息化方向迈进。

## 二、高校市场营销专业实践教学存在的主要问题

### (一) 实践教学不受重视

受传统教育观念和条件限制, 多数开设了市场营销专业的高校并没有重点建设实践教学模块, 尽管现阶段研究发现市场营销专业知识内容实践属性较强, 也仍然难以在短期内建设出完整的市场营销实践教育格局, 这也意味着高校市场营销专业实践教学已经迫在眉睫。基于这样的时代背景, 高校应当积极革新实

践教学课程体系, 划分管理学、经济学、消费行为与心理学等课程的先后顺序, 推进市场营销理论与实践教学的对接, 以培养广大市场营销专业学生形成良好的专业学习习惯。可见, 目前高校市场营销专业实践教学路径优化已经迫在眉睫了。

### (二) 师资结构不合理

相对于理工科专业, 市场营销专业的技术性要求较低, 但也需要具有良好文化素质和较强实践素质的教师, 以其共同推进市场营销专业理实一体化教学。就目前高校市场营销专业的师资结构来看, 已经体现出了一定不合理性, 尤其是具有丰富实践经验和实践教学经验的教师较少, 难以推进市场营销专业教学的理实一体化改革。这样也容易造成该专业学生的实践能力和素质缺陷, 不利于学生综合性水平提升, 更不利于学生今后的求职和就业。总之, 高校市场营销专业师资结构存在一定不合理性, 针对“双师型”教学队伍的建设也已经迫在眉睫。

### (三) 实训基地不完整

从市场对人才的要求和企业用人标准角度来看, 具备良好市场调研能力、营销策划能力、公共关系能力的人才更具有核心优势, 但显然不是所有大学生都具备这样的能力, 也就是说实践能力和素质的缺位势必会导致大学生更容易陷入“就业难”的困境。对于目前高校市场营销专业实践教学不受重视和实训基地建设不完整问题, 严重制约着学生实践学习和各类实践活动的开展, 不利于大学生专业实践能力和素质提升, 更无法满足学生今后求职和就业的实际需求。但是, 光靠高校的单一力量远不足以建设其完善的实践教学基地, 这也意味着构建校企命运共同体建设实践教学基地已经迫在眉睫了。

### (四) 理实一体化教学融合度差

互联网时代背景下, 各类先进教育理念、教育思想层出不穷, 尤其是信息技术支持的微课教学模式、混合式教学模式等, 已经在各学科教学过程中广泛应用。但由于上述这几种问题, 使得高校市场营销专业理论与实践教学存在脱节, 即理实一体化教学融合度较差。实践教学模式单一和固化也是显著问题, 这一问题的长久积累和发展使得许多市场营销专业学生缺乏兴趣和热情, 甚至一部分学生出现了厌学、逃课等不良思想和行为。总之, 高校市场营销专业理实一体化教学融合度较差, 今后的实践教学过程中应当着重构建理实一体化教学新模式, 为学生更高效、深度地学习专业知识做好铺垫。

## 三、互联网时代高校市场营销专业实践教学路径优化的对策分析

### (一) 革新教育理念, 着重优化实践教学路径

高校及市场营销专业教师应当着重优化实践教学路径, 重视

实践教学模块的建设和发展情况。我们首要的任务就是革新教育理念,认识到实践能力和素质对于大学生个人成长的重要性,而后剔除传统教学模式中的“糟粕”,借助互联网时代的新技术、新资源构建全新育人格局,培养大学生的信息素养能力,培养大学生形成独特的文化素质和较强实践能力。我们还要明确市场营销专业人才培养目标和各课程教学目标,明确学生日常学习和实践的具体内容,真正做到结合市场需求和就业能力培养人才。在人才培养目标的确定方面,高校市场营销学院应当积极组织教师进入相关企业观摩或调研,了解行业最新动态、了解一线岗位实质工作内容,而后反馈在人才培养目标的设置上,着重发展大学生基础技能、实践能力、社会适应能力等。在课程教学目标的确定方面,市场营销专业教师要细心研读教材,明确教材和教学参考资料中的不适应性内容,并对陈旧、重复的内容进行删除,争取利用好有限时间组织教学互动或实践活动,进一步培养大学生的实践能力和交流沟通能力、团队协作能力等。

#### (二)深化教学改革,丰富教学内容、优化教学方法

在深化实践教学改革方面,市场营销专业教师要牢牢把握实践教学重点,优化教学设计、丰富教学内容和形式,力求建设出利于学生动脑思考和动手操作的个性化实训空间。首先是对案例教学法的应用,需要教师提前准备好课件资料、视频材料等,还原营销策划、广告策划等的真实场景,让学生透彻地掌握专业基础理论知识后进行实践,既能够对理论知识进行有效回顾,又能够指导学生接下来的课程实践或工作实践。对于课件资料和视频材料的设计,教师既可以汇总海量网络资源,还可以自主设计和改编,让教学参考资料更适合本班学生,进一步提高实践教学的有效性。其次是对项目教学法的应用,需要教师深入了解学生情况,明确不同学生的基础水平、学习能力、兴趣爱好等,根据学生的特点进行分层和分类。一般情况下,会将学生群体分为3个层次,且4-6人为一小组,在此基础上还要选出小组长,负责组织项目实践和管理学生。项目教学法需要完整的实训平台和软件支持,有条件的学校甚至可以建设虚拟仿真系统,支持模拟营销策划或广告策划会现场,锻炼大学生的语言表达能力和组织能力、实践能力等。当项目教学法融入混合式教学模式中,还可以实现学生自发组织实践活动,完善市场营销专业学生的课前预习、课上实践、课后复习过程,最终有效提高学生的专业素养。

#### (三)校企合作共建“实践教学基地”

高校市场营销专业要明确自身培养复合型、应用型人才的发展目的,深化校企合作育人模式,通过校企共建实践教学基地训练学生知识综合运用能力和实践能力。具体来说,高校要联合社会组织、社会企业力量,共同建设专业化的教学设备和软件,先从建设实训室入手,一方面为教师提供可开展信息化教学的现实基础,另一方面为学生提供可操作和实践的学习平台,支持模拟工作实践活动进行工作实践。在此基础上,市场营销相关企业势必能够真正参与到高校的教学工作中,进一步联合培养人才、赞助各类比赛活动,最终联合建设完善的实训基地。当企业花费大量资金、技术打造实训基地时,高校也应当积极招聘兼职实训教师,或直接引入高素质人才,充实“双师型”教学队伍。校企共建实训基地能够加快高校市场营销专业实践教学路径优化进程,真正为大学生构建出硬件设施与软件系统俱佳的实训场所。有条件的情况下,校企合作还可以共同引进人工智能与VR技术,进一步为高校市场营销专业实践教学提供活力,实现对学生的智能化培养。随着实践教学场地和设施的完善,相信高校市场营销专业实践教学模块能够取得更好地发展,为学生提供专业化成长和全面

化发展基础,为学生今后参与建设祖国的事业保驾护航。总之,建设校企合作命运共同体不是一蹴而就的,更需要学校和企业双方积极参与,投入资金、技术、人力等共同建设较为完善的实践育人体系。

#### (四)积极组建一支“双师型”教学队伍

基于信息技术、计算机技术的高校市场营销专业实践教学改革必须由教师落实和完成,这也意味着一支专兼结合、一专多能的“双师型”教学队伍必不可少。只有真正把握好教学队伍的整体性素质,高校才能够建设出利于大学生文化素质提升和实践能力、素质提升的教学空间,助力大学生更好地升学或就业。那么,高校可以充分利用节假日时间,外派一部分教师去到市场营销相关企业中观摩和调研,或直接去到合作企业中考察市场部、营销部,了解他们的具体工作情境、工作内容,弥补这些教师在实践素质上的缺乏,实现高校市场营销实践教学对接一线工作情境和内容。该专业教师也要积极配合,多在实践教学中锻炼自己、提升自己,增强职后学习能力,更要牢牢把握互联网时代带来的机遇,进一步强化自身信息素养能力。在此基础上,高校也要站在教学现状上思考问题,在提升本校教师整体性素质的同时,积极吸纳外部人才,使更多企业骨干、优秀员工进入学校开办讲座,或直接担任实践指导教师,革新市场营销专业实践教学模式。这样能够有效缓解高校“双师型”人才不足的压力,以其协同教学和管理作用的发挥增强高校市场营销专业实践教学活力。总之,建设一支专兼结合、一专多能的“双师型”教学队伍必不可少,高校及市场营销专业教师都应当认识到实践教学的重要性,针对实践教学模块进行改革与创新。

#### 四、结语

总而言之,构建全新市场营销专业教育格局不是一蹴而就的,更需要学校和教师重视发展实践教学,而后革新教育理念、教学方法,助推市场营销专业实践教学的全面化、现代化改革步伐不断加快。有条件的情况下,学校还要积极构建校企合作命运共同体,吸纳企业资金、技术构建实践教学基地,丰富市场营销专业实践教学内容和形式,为大学生带来更加直观化、便捷性的教育服务。只有这样,更多高校市场营销专业的学生才能够把握新时代机遇,形成良好的信息素养能力和实践能力,勇敢地投入到维护社会稳定和建设国家繁荣的事业当中去。

#### 参考文献:

- [1] 杨天啸. 信息化背景下高校青年教师市场营销课程线上线下实践教学能力提升途径研究[J]. 创新创业理论与实践, 2021, 4(17): 140-142.
- [2] 吴芳, 闫华清. “双创”背景下地方本科院校经营类专业的实践教学探索——以闽南科技学院为例[J]. 对外经贸, 2022(03): 143-147.
- [3] 邹绍玲. 基于职业能力导向的高职市场营销专业广告类课程教学改革的研究与实践[J]. 现代职业教育, 2022(05): 91-93.
- [4] 朱力, 周朋程, 张必凤. “互联网+”环境下应用型本科院校市场营销学课程教学改革探究[J]. 江苏商论, 2022(01): 117-120.
- [5] 程德通, 李明骞, 黄海棠. 行业营销人才培养的实践探索与启示——以三明学院市场营销专业为例[J]. 经济师, 2021(10): 188-190.