

基于翻转课堂模式的高职市场营销教学路径

周晟成

(江西财经职业学院, 江西九江 332000)

摘要:随着市场经济的快速发展, 市场营销在商业中的重要性逐渐突出。高职教育作为一种面向就业的教育形式, 需要针对市场营销相关工作岗位对从业者知识基础、实践能力的要求, 进行市场营销教学路径创新。在此过程中, 翻转课堂模式为教师将市场营销教学与实际岗位工作进行衔接提供了可靠的方案。因此, 本文首先分析翻转课堂模式内涵及其在高职市场营销教学的优势, 而后结合笔者实践经验, 分享几点有效的教学设施策略, 以期各位同行提供参考。

关键词: 翻转课堂模式; 高职; 市场营销; 教学路径

随着信息技术的不断发展, 教育教学也在不断改变着自己的形态。在当前的高职市场营销教学中, 翻转课堂是一种实效性较强的教学模式。这种教学模式要求“先学后教”, 相比于传统教学, 更加强调学生自主掌控学习进度, 更加注重学生自主学习与课堂教学的衔接, 为高职市场营销教学路径创新带来更多可能。

一、翻转课堂模式的内涵

翻转课堂是一种新的教育模式, 与传统的教育方式不同, 它将学生的自主学习与传统的“听讲”的方式颠倒过来, 要求学生先在课堂之外学习“知识点”, 然后再开展课堂学习。这种教学模式, 学生可以在课前按自己的节奏和需求开展自主学习, 熟悉下次课的学习内容, 并做到“专注细节, 灵活思考”, 有助于提高学习的深度和广度。此外, 这种教学模式要求教师结合学生课前学习成果安排课堂教学内容, 能够促使学生更为充分地感受到自主学习的成就感, 对学生自主学习的积极性、参与课堂教学的能力具有重要影响。

二、翻转课堂模式在高职市场营销教学的优势

整体来说, 翻转课堂模式在高职市场营销教学中的应用, 可以提高学生自主学习和思考能力、提升学生实践能力, 能够促进教师与学生的互动, 具有多方面的优势。首先, 翻转课堂模式的应用, 有助于增强学生自主学习和思考能力。传统教学模式是以教师为中心, 学生往往是被动接受知识。而翻转课堂模式是以学生为中心, 要求教师充当指导者、资源提供者的角色, 鼓励学生自主学习和思考。在市场营销课程中, 许多案例和实践经验需要学生自己去研究和分析。将翻转课堂模式融入教学过程, 为学生构建自由探究问题解决方, 讨论交流方案优化方式的空间, 不仅有利于激发学生兴趣, 而且可以帮助学生有效培养自主学习和思考能力。其次, 翻转课堂模式的应用, 有助于提升学生实践能力。翻转课堂模式强调学生在课前自主学习, 要求教师运用多种教学手段, 如课堂 PPT、练习、课外阅读等, 指导学生自主学习, 并针对性地调整自己的学习进度和方式。基于学生课前学习成果,

将一些市场营销案例和小组讨论活动融入教学过程, 引导学生更加深入学习市场营销领域的知识和技能, 探究其在工作实践中的应用方法, 能够提升学生实践能力。再次, 翻转课堂模式的应用, 能够促进教师与学生的互动。传统的教学模式中, 教师与学生之间的互动主要是往往是单向的, 而翻转课堂模式要求教师在课堂上针对学生提出的问题、遇到的疑难开展教学, 使教学变得更加活跃有趣, 使学生为参与课堂教学所作为的准备更为充分, 很大程度上提升了学生参与课堂教学的能力和积极性。

三、基于翻转课堂模式的高职市场营销教学路径

(一) 高职市场营销翻转课堂教学步骤

1. 准备工作: 教师设计教学内容和任务, 生成教学视频或者引导学生查找网络资源, 为学生提供相关参考资料。
2. 课前预习: 学生通过观看教学视频或者独立查找网络资料, 完成课前预习, 熟悉学习要点, 梳理学习思路。
3. 课堂互动: 教师引导学生在课堂上进行讨论、提问、分享、演示等互动活动, 梳理知识重点和难点, 解决预习阶段产生的疑惑。

(二) 高职市场营销翻转课堂教学实施策略

1. 针对学生学习水平, 选择课前教学资源

高职市场营销课程学习方面, 学生的差异客观存在。为了消除这种差异, 提升学生整体对课堂教学的参与能力, 要基于翻转课堂教学理念指导学生课前学习, 并为其提供优质教学资源。比如, 指导学生学习市场经济相关的知识时, 可以学生针对学生学习水平, 选择课前教学资源, 指导他们对相关知识点进行预习。比如, 教师可以将一些概念性内容和知识框架制作成电子课件、微课视频, 用于指导学生开展课前学习。相对而言, 这部分知识较为抽象, 教师制作教学资源时要注意引入案例和真实数据, 为学生开展自主学习和探究构建直观化情境。在此基础上, 教师还可以通过线上平台与学生进行互动, 指导学生在进行线上交流和讨论, 或者帮助他们解决一些学习中遇到的问题。最后, 要通过网络平台, 为学生分享一些难度适宜的练习题课前教学资源, 引导学生在围

绕相关问题进行思考和讨论的过程中深化对知识的理解,培养对市场经济发展问题和规律的探究兴趣。

2. 鼓励学生探究和思考,激发学习兴趣和动力

在课堂上,引导学生基于课前学习成果开展学习时,应鼓励学生探究和思考,以激发学习兴趣和动力,帮助他们更为深入、全面、灵活地学习知识。首先,高职的学生来自不同的地方,拥有不同的文化背景,个性和兴趣爱好也有所不同。为了使每个学生都能够参与到教学中来,教师需要采取多元化的教学方法。例如,合作学习、分组研讨、角色扮演等方式,都可以有效促进学生之间的相互交流与合作,其应用可以辅助教师建立良好的学习氛围,提高学生的参与度。其次,要注重案例的引入,为学生开展不同形式的学习提供情境。市场营销是一门实践性很强的课程,传授理论知识的同时,引入案例分析,引导学生围绕具体案例进行合作学习、分组研讨、角色扮演,可以帮助学生对营销策略和市场特点建立直观性认知。再次,教师还应在学生学习过程中融入一些比赛机制,进一步激发学生的学习兴趣 and 动力,促使他们更为积极地完成学习任务。比如,引导学生分成若干小组,在一定时间内完成某种市场调查或策划方案,根据时间、学习成果新颖性与实践价值等指标,为各个小组评分。在比赛中,学生们需要通过团队合作,充分发挥各自的优势,这样的学习过程不仅能够提高学生运用市场营销知识的能力,还能够培养小组成员之间的团队协作精神。

3. 合理安排课堂节奏,提升学习效果

高职市场营销教学涉及的知识较为广泛,而且课程内容实践性较强,即便学生在翻转课堂的课前学习阶段对知识点进行了初步探究,他们在课堂教学阶段仍然面临一定的学习压力。为了保证学生学习效果,教师需要在实施课堂教学时合理安排课堂节奏。首先,课堂讲解应简洁明了。在课前,学生已经对知识建立了一定认知,因此课堂教学要避免冗长的讲解和无效的信息堆积。教师需要在课堂上根据学生课前学习成果,对一些难点进行逐一讲解,并恰当引入实际案例,深化学生的理解层次,比如图片、视频、演示等多种方式,都是帮助学生深理解层次的有效工具。其次,课堂教学过程中应当适当增加互动环节,通过提问、小组讨论等方式,引导学生充分参与到课堂教学中来。这些学习环节,有助于学生理解知识,且能够增强学生的兴趣和主动性。需要教师特别注意的是,要根据不同学生的认知能力控制互动的节奏,保证学生参与效果的最大化。尤其针对基础较差的学生,要尽量选择难度适宜的“问题”,引导他们参与课堂教学。再次,课堂练习是巩固和提升学习效果的重要方式,教师应结合学生学习进度,布置适当难度的习题,引导学生运用所学知识进行解答。在这一环节,可以鼓励学生相互探讨解题难点,并通过网络搜索方式收集信息。

4. 应用新的教学技术和方法,保证教学实效

随着时代的进步和科学技术的发展,高职市场营销教学也在日新月异的变化。为了更好地提高学生的实践能力和应用能力,教师需要在教学实施中采用新的教学技术和方法,通过它们引导学生对课前学习中产生的问题进行探究、对课前学习中掌握的知识进行应用。首先,教师需要通过自身的探索和实践,掌握新颖的教学手段,比如PBL、虚拟实现教学、微课等。这些现代化教学手段的应用,可以促使学生在学习过程中不断思考,探究解决实际问题的路径,对学生扩大学习成果,培养主动学习、自我探究的能力具有重要作用。其次,教师可以利用信息化教学资源改善教学方式,结合学生对知识的掌握情况呈现新的问题或者案例。区别于传统的教学资源,信息化教学资源更为直观,呈现的内容更为丰富,能够更大程度上激发学生思维,提高课堂的互动性和趣味性。再次,教师可以借助线上教学平台,组织学生开展数字化学习,比如通过智慧课堂呈现新的案例,引导学生在这个平台上进行合作学习。教学实践表明,通过这些新的教学技术和方法组织学生开展课堂学习,能够促使学生在原有学习基础之上,进行积极探究与知识应用,对学生知识应用能力的促进作用十分明显。

四、结语

总体来说,翻转课堂教学方法是十分有效的,可以帮助高职市场营销专业的学生们在学习更好地理解和应用知识。教师要充分利用翻转课堂的优势提高教学效果,激发学生的学习热情,提高他们的主动性和创造性。具体到教学实践上,应做到针对学生学习水平选择课前教学资源,结合学生课前学习成果鼓励学生探究和思考、合理安排课堂节奏、应用新的教学技术和方法,从而进一步保证教学实效,促进学生对知识的主动构建与充分内化。

参考文献:

- [1] 蒙柳翠. 基于翻转课堂模式的高职市场营销教学中教改研究[J]. 科技资讯, 2022, 20(22): 186-189.
- [2] 高培培. VR虚拟仿真技术在高职市场营销教学改革中的应用研究[J]. 辽宁师专学报(社会科学版), 2021(05): 74-75.
- [3] 刘燕. 基于翻转课堂的高职市场营销专业教学路径探索[J]. 开封文化艺术职业学院学报, 2021, 41(09): 176-177.
- [4] 赵永胜. 基于人才培养标准的高职市场营销专业实践教学体系创新及实现路径[J]. 教育与职业, 2020(21): 80-84.
- [5] 王文娟. 高职院校市场营销竞赛体系与教学融合路径研究[J]. 中国管理信息化, 2020, 23(21): 221-224.
- [6] 康建议. 以茶产品营销为例分析高职市场营销教学中学生职业能力的培养路径[J]. 福建茶叶, 2020, 42(06): 62-63.