

# 互联网时代下高职市场营销专业教学优化路径探索

余燕

(江苏财会职业学院, 江苏连云港 222061)

摘要: 随着互联网的普及, 各行业消费者的网络消费比重不断扩大, 营销手段和范围也在不断更新, 这对高职市场营销专业的人才培养目标及培养规格提出了新挑战。因此, 加强对高职市场营销专业的教学改革与优化迫在眉睫。基于此, 本文立足高职市场营销专业教学现存的问题, 针对该专业在互联网时代下教学优化路径展开了相关分析与研究, 希望可以从教学优化的角度探索出更符合社会需求的市场营销专业人才培养路径。

关键词: 互联网; 高职院校; 市场营销专业; 教学优化

互联网技术的普及, 打破了时间和地域的限制, 加快了知识更新, 这些改变给众多高职专业带来了冲击。传统的教学模式和人才培养目标已经不能适应社会和企业的发展, 一方面, 现有的教学方法和内容相对滞后, 无法满足市场对营销人才的需求。另一方面, 信息化技术的广泛运用也给学生的学习方式带来了变化, 他们更倾向于通过网络渠道获取知识, 传统的教学难以满足学生的这一需求。因此, 高职市场营销专业亟需从教学方法、教学资源、人才培养方案等方面进行改革。

## 一、互联网时代对高职市场营销专业教学的新挑战

随着互联网的快速发展, 互联网的普及和使用给营销行业带来了翻天覆地的变化, 同时也对高职市场营销专业的教学提出了新的要求, 具体有以下几点:

第一, 互联网时代要求高职市场营销专业的教学要与时俱进, 紧跟行业的发展趋势。互联网的迅猛发展改变了市场的格局, 市场营销的方式和手段也发生了巨大的变化, 传统的市场调研、产品定价、渠道管理等内容已经不能适应互联网时代的需求。因此, 高职市场营销专业的教学必须针对互联网时代的特点, 引入新的知识和技能, 培养学生的互联网思维和创新能力。

第二, 互联网时代对高职市场营销专业师资队伍提出了更高的要求。互联网时代的市场营销需要从业者具备更扎实的理论基础和实践能力, 然而, 传统的教学模式往往注重理论知识的传授, 忽视实践环节的培养, 更加缺乏网络营销岗位的实操训练。因此, 高职市场营销专业的教师要具备丰富的实践经验, 能够将理论与实践有效地结合起来, 帮助学生更好地理解和应用知识。

第三, 互联网时代对高职市场营销专业的教学资源和教学环境也提出了新要求。互联网技术的广泛应用使得教学资源的获取和共享更加便捷, 高职市场营销专业的教师应充分利用互联网资源, 建设网络学习平台、开设线上课程等, 提供丰富多样的教学内容和学习途径。另外, 互联网技术的应用也为远程教学、实践教学等创新教学模式提供了可能, 为高职市场营销专业的教学带来了更多的可能性。

## 二、现有高职市场营销专业教学模式存在的问题

在互联网时代, 高职市场营销专业教学面临着许多问题和挑战。深入分析现有的专业教学模式, 我们可以明显地发现一些存在的问题, 具体有以下几点:

一是传统的教学方式缺乏实践性和针对性。在传统教学中, 学生主要通过课堂听讲和书本学习来获取知识, 然而, 市场营销是一门注重实践和创新的学科, 仅仅通过理论知识的灌输是远远不够的, 学生需要亲身参与实际的市场活动, 才能够真正地理解和掌握市场营销的技能。在现有教学模式中, 实践环节往往存在不足, 无法满足学生的实践需求。二是教学内容滞后于市场发展。

随着互联网的兴起, 营销领域也发生了巨大的变化, 新的市场趋势、营销策略和营销工具层出不穷, 显然, 传统教材和教学内容往往无法做到及时更新并适应这些变化, 这就容易导致学生在毕业后面临着与市场需求的适配, 致使他们缺乏对新兴市场的了解和应对能力。三是教学方法缺乏活力和灵活性。传统的教学方法往往更侧重于教师的单向传授, 学生被动接受知识, 但在互联网时代背景下, 学生的学习方式和需求发生了巨大变化, 他们更加善于利用互联网资源进行自主学习和互动交流。因此, 教师需要采用更加灵活的教学方法, 开展讨论、案例分析、团队合作等活动, 激发学生的主动学习和创新能力。

总之, 综合来看, 互联网时代背景下的高职市场营销专业教学中, 现有教学模式依然存在诸多问题。为了适应市场需求和培养具有实践能力的专业人才, 我们需要进行教学改革, 确保教学内容与市场发展同步, 采用灵活多样的教学方法。只有如此, 才能够真正满足互联网时代高职市场营销专业教学的需求。

## 三、互联网时代下高职市场营销专业教学的优化路径

### (一) 引入互联网思维和技术

互联网时代给现代营销带来了巨大的变革, 为了适应互联网时代的发展趋势和需求, 高职市场营销专业的教学改革亦需引入互联网思维和技术。首先, 我们可以借鉴互联网的开放性和创新性, 鼓励学生积极思考和探索新的营销模式, 鼓励他们在学习和实践中敢于动脑、敢于尝试。通过引导学生运用互联网思维, 培养他们的创新能力和市场敏感性, 使他们能够适应市场的变化和挑战。另一方面, 教师应积极使用互联网技术, 将其应用到教学中, 以提高教学效果和学生的学习兴趣。互联网技术能够为教学提供更多的教育资源和交流平台, 教师可以通过在线教育平台、教学网站和社交媒体等方式, 为学生提供多样化的学习资源和交流渠道。同时, 教师还可以借助互联网技术, 设计互动性强、实用性强的教学活动, 增强学生的参与度和学习效果, 例如, 利用在线实验室和模拟市场等互联网工具, 让学生能够在虚拟环境中进行实践操作和市场模拟, 提升他们的实际操作能力和市场分析能力。最后, 在课程设置方面, 高职院校营销专业还要对原有的课程进行优化和调整, 首要任务就是要结合市场需求, 重新梳理课程体系。我们可以精选管理学、市场营销学等基础课程, 并增设网络营销、数据分析和品牌策划等前沿专业课程。通过这样的课程设置, 学生便能在课堂上接触到最新的营销理论和实践技能, 从而为其将来的就业做好准备。

总之, 引入互联网思维和技术不仅可以拓宽学生的视野, 开拓他们的思维方式, 还可以提升他们的实际操作能力和市场分析能力。通过互联网思维和技术引入, 学生可以更好地适应互联网时代的发展要求, 为未来的职业发展打下坚实的基础。同时,

互联网思维和技术也为高职市场营销专业的教学改革提供了新的思路和途径。我们应该积极探索如何运用互联网思维和技术,完善课程设置、改进教学方法,以满足学生的学习需求和未来职业发展的要求。不过,在引入互联网思维和技术的过程中,我们需要充分重视培养学生的信息素养和创新能力,加强对他们个性化学习需求和成长发展的关注,同时优化教学资源和环境,为学生提供更加优质和多元化的教育服务。只有这样,高职市场营销专业的教学改革才能够真正实现与时俱进、适应时代发展的目标,为学生成为适应互联网时代的高素质营销人才奠定坚实的基础。

### (二) 创新教学方法与手段

在互联网时代,高职市场营销专业教学改革需要积极探索创新的教学方法和手段,传统的课堂教学已经无法满足学生的学习需求,因此,创新教学方法成为改革的关键。

首先,可以利用信息技术和多媒体手段开展教学。教师可以通过PPT、视频等多媒体工具,将抽象的理论知识变得更加直观生动,例如,在营销案例教学中,教师可以使用电子商务平台,让学生实践操作,模拟真实营销环境,以此来提高学生的实践能力。其次,可以采用问题导向的教学方法。传统的教学模式注重知识的灌输和测试,学生缺乏主动参与和思考的能力,而问题导向的教学方法更强调学生在解决实际问题的过程中,积极思考和探索。例如,在市场调研课程中,教师可以给学生提供一个实际的市场问题,引导学生进行调查研究、数据分析和解决方案的设计,培养学生的动手能力和创新思维。此外,合作学习也是创新教学的一个重要手段。互联网时代的特点是强调信息共享和合作互动,个体学习已经被逐渐取代。在营销专业教学中,教师可以组织学生进行团队项目,通过合作学习的方式,培养团队合作精神和解决问题的能力,而学生们则可以利用网络资源进行分工合作,共同完成一个营销方案或营销策划,提高创意能力和实践操作能力。

总之,互联网时代下的高职市场营销专业教学改革需要创新教学方法和手段,以适应学生需求和社会发展的要求,教师有必要积极探索新的教学方法,打破传统教学的束缚,为学生提供一个积极、开放、互动的学习环境。

### (三) 重视实践与实践环节设计

在互联网时代下,高职市场营销专业的教学改革必须要重视实践和实践环节的设计。通过实践,学生能够将理论知识应用到实际中,掌握实际操作和解决问题的能力,提升专业素养和实际应用能力。

首先,我们必须充分认识到实践在营销专业教学中的重要性。传统的教学模式注重理论的讲解和知识的传授,而实践环节则相对较少,但是在互联网时代背景下,营销变得更加复杂和竞争激烈,理论知识的运用已经无法满足学生的需求。因此,我们需要提供更多的实践机会,让学生在真实情境中进行操作和实践,培养解决问题的能力 and 创新思维。其次,实践环节的设计需要注重与实际职场的对接。高职市场营销专业的教学目标是培养具备实际运营能力的专业人才,因此,实践环节的设计应当与实际职场的需求紧密结合。譬如,可以通过与行业合作、企业实践基地的建设以及师资队伍的实际经验共享等方式,来实现教学与职场的对接。这样一来,学生在实践过程中能够接触到真实的市场环境、面临真实的问题,并通过解决问题的实践来提升自身能力。另外,在设计实践环节时,我们应该重视学生的实际参与。学生在实践中应该扮演主体的角色,积极参与问题的提出、解决方案的设计和实施过程,对此,我们可以通过项目化教学、团队合作、案例分析等方式来激发学生的主动性和创造性。在实践中,教师起到

指导和引导的作用,通过定期的讨论和反馈,促进学生的思考和成长,以实现对团队合作和沟通能力的培养。最后,我们还应该重视评估和反馈机制的建立。在实践过程中,及时的评估和反馈是促进学生成长的关键,可以通过实践报告、项目展示等形式对学生的表现进行评估,为学生提供及时的反馈和指导。同时,教师也要鼓励学生进行自我评估和自我反思,帮助他们发现问题、反思经验,并做出进一步改进。

### 四、互联网时代下高职市场营销专业教学的未来发展

随着互联网时代的到来,高职市场营销专业的教学改革势在必行。未来,高职市场营销专业教学需要关注以下几个方面:

其一,要注重培养学生的实践能力。互联网时代,市场环境的变化迅速,从书本知识到实践操作的转化成为必然趋势,因此,未来的高职市场营销专业教学应该更加注重实践能力的培养。譬如,可以通过设置实践项目和案例分析来培养学生的实际操作能力,如:让学生参与真实的市场调研、策划营销活动等,以提高学生面对真实市场环境时的应变能力。其二,要加强跨学科的有机整合。营销是一个综合性学科,需要融合管理学、心理学、经济学等多个学科的知识,未来的高职市场营销专业教学应该加强不同学科之间的交叉融合,借此来进一步增强学生的综合素养。譬如,可以通过开设跨学科的课程,组织学科交叉研究讨论等形式,让学生全面了解并掌握多个学科的知识和方法。其三,要关注学生创新思维的培养。在互联网时代背景下,市场竞争激烈,创新能力成为企业成功的关键,因此,未来的高职市场营销专业教学应该培养学生的创新思维和创新能力。譬如,学校可以通过设计创新课程、组织创新实践活动等方式,引导学生思考和解决实际问题的能力,培养他们的创新意识和创新能力。其四,要利用信息技术提升教学效果。在互联网时代背景下,信息技术的发展给教学方式带来了巨大的变革,未来的高职市场营销专业教学可以利用信息技术手段,如仿真实训、企业模拟对抗等,来提升实操教学效果。其五,深化校企合作。比如可以利用电商企业的线上销售渠道,分配给学生模拟账号,用真实的商品和服务来进行直播销售,用直观的销售业绩来检验学生的学习效果;加大企业师资对于实操和考评方面的学时比重,帮助学生更好地适应未来的营销岗位,提升人才培养质量。

### 五、结束语

总之,互联网时代的到来对高职市场营销专业的教学提出了巨大的挑战,高职院校必须要积极适应这一变化,加强教学改革,更新教学内容和方法,进一步提高教学质量和水平。只有这样,才能够培养出更多能够适应互联网时代发展需求的高素质营销专业人才,进而为社会经济的发展做出贡献。对此,我们可以通过引入互联网思维和技术、创新教学方法与手段、重视实践与实践环节设计等路径,来实现对高职市场营销专业教学的优化与改革。

### 参考文献:

- [1] 陈迪.“互联网+”背景下高职市场营销专业教学优化措施探讨[J]. 广西教育, 2021(19): 64-65.
- [2] 孙海哨.“互联网+”时代背景下高职市场营销专业改革策略分析[J]. 中国多媒体与网络教学学报(中旬刊), 2021(02): 22-24.
- [3] 张锴.“互联网+”背景下市场营销人才培养创新模式研究[J]. 经济研究导刊, 2020(30): 113-114.

作者简介: 余燕, 福建武夷山人, 副教授。主要研究方向为市场营销、电商运营。