

高校“营销管理决策模拟”虚拟仿真课程教学设计与实践

曾婉怡

(广东东软学院, 广东 佛山 528225)

摘要: 文章探讨了虚拟仿真教学在营销管理决策模拟课程中的应用。虚拟仿真教学通过模拟实践操作提供深度实践性体验,具有多样性和灵活性,促进学生实际技能培养。这种教学模式不仅强化了学生在实际应用中的技能和决策能力,还提供了更富有趣味和经济效益的学习体验,有助于满足多样化的学习需求。

关键词: 高校; 营销管理决策模拟; 虚拟仿真课程; 虚拟仿真教学; 教学设计与实践

通过虚拟企业的模拟经营,虚拟仿真教学能够使学生深入了解企业运作的全过程,包括对企业的认知和企业整体运作流程的掌握。在这个过程中,学生还能够熟悉企业的组织机构设置、部门职能以及岗位职责,并了解企业经营管理决策的方式和方法。通过参与完整的模拟经营实训,学生将培养和掌握与企业经营管理相关的实际技能。这种教学方式为学生提供了贴近实际的经验,使他们更好地准备迎接真实商业环境中的挑战。本文将市场营销专业中的“营销管理决策模拟”课程作为案例,对营销专业课程的虚拟仿真课程教学设计做出分析。

一、虚拟仿真教学的特点

虚拟仿真课程教学具有多方面的独特特点。首先,它通过实践操作的模拟提供了学生深度的实践性体验,促进了实际技能的培养。这种教学方法极大地增强了学生的互动性,使其能够在虚拟环境中制定决策、解决问题,从而提高了学习的参与感。同时,虚拟环境的安全性和可控性为学生提供了在没有实际风险的情况下进行实践的机会。其多样化和灵活性使得可以设计适应不同学科和领域需求的虚拟场景,为跨学科整合提供了可能。通过即时反馈,学生能够及时调整和改进,提高了问题解决能力。虚拟仿真技术的全球化特性和资源共享功能也使得学习者能够在全球范围内合作学习。此外,虚拟仿真课程实时监测学生进度的特性为教师提供了更好地了解学生学习情况、提供个性化指导的机会。总体而言,虚拟仿真课程教学通过融合安全性、互动性、实践性和全球性等多重特点,为学生提供了更为综合和深入的学习体验。

二、“营销管理决策模拟”虚拟仿真课程教学的必要性

(一) 培养学生实践应用与综合知识整合的能力

营销管理决策模拟课程作为虚拟仿真教学课程,通过在虚拟环境中模拟真实商业场景,学生得以深度实践和培养实际应用及决策能力。同时,虚拟仿真课程将市场管理、策略制定、物流管理、广告推广、财务基础知识等多个学科领域的知识融合在一起,促使学生更全面地理解这些知识之间的相互关系。这为学生提供了更贴近实际、更全面的学习体验,有助于其在未来职业发展中更好地应对各种挑战。

(二) 培养学生决策能力与团队协作技能

虚拟仿真课程注重学生决策能力与团队协作技能的培养。学生在虚拟环境中需要制定决策、解决问题,培养学生利用数据分析结果进行目标市场决策、产品投放决策、广告渠道决策和销售渠道决策的能力。通过模拟团队合作的情境,学生能够发展团队协作和沟通技能,为未来职业发展中的团队工作提供了宝贵经验。

(三) 优越于传统教学模式

与传统教学模式相比,营销管理决策模拟课程运用企业经营管理综合模拟实训系统(也称营销管理电子沙盘模拟系统),集

体验、实践、互动、对抗于一体的教学模式,大大提高学生学习的主观能动性和积极性。不同于传统的讲授型理论授课,虚拟仿真课程通过运用模拟现实企业运营的系统让学生了解企业的运营流程,提供了一个近似真实的环境,使学生能够在实际应用中学习和实践。这种实践性的虚拟操作学习体验有助于学生巩固理论知识,提高解决实际问题的能力,同时有助于提高职业素质和专业能力,培养团队协作精神。

三、高校“营销管理决策模拟”虚拟仿真课程教学设计与实践

(一) 教学内容设计

营销管理决策模拟课程采用企业经营管理综合模拟实训系统作为虚拟仿真课程的操作平台,为学生提供了深入了解市场营销学和营销业务的机会,为日后从事营销管理工作打下坚实的基础。

首先,课程的第一个版块旨在让学生熟悉电子沙盘模拟系统及其运行规则。学生将组成小组,每组共5-6名学生,分别负责不同职务角色,协作完成一个制造型企业六年的完整模拟运营任务,即从建厂到投入生产到正常运营的全流程。每个小组需要创建公司账号并登录电子沙盘模拟系统了解模拟企业经营规则,包括市场规则、销售规则、厂房规则、生产线规则、产品规则、原材料规则、融资规则、费用规则、破产规则以及评分标准;同时学生也需要了解系统运行及操作规则,包括企业运营的全过程,训练生产管理、采购管理、营销管理、财务管理、战略管理等方面的实训任务,使学生充分了解企业的运营流程和业务流程,了解不同职务角色的职能及工作任务,掌握系统运行的操作技巧。

第二个课程内容版块则涉及到电子沙盘企业模拟经营练习。学生需要设定企业生产及营销目标,通过购置厂房及生产线进行产品生产,并做好营销策划制定,投放广告参加订单会及竞单会,且学生需按货期准时交货及收账。每年运营结束后,学生需进行财务费用统计,并填写综合费用表、利润表及资产负债表,且学生可通过系统查得当年市场反馈和数据,进行团队数据收集与分析,合理制定下一年的生产和营销计划,并做出最终决策。

因此,整个电子沙盘模拟练习过程遵循企业物流和资金流运转流,包含销售订单获取、原料订单下达、原料入库与支付货款、原料采用和加工费支付、生产完工后入成品库、产成品销售和收款等各环节。每个企业最终呈现出翔实的财务报表,形成小组间的对比分析与业绩排名,具备一定的竞争性。这有助于激发学生的学习兴趣,提供了丰富的实践经验,培养了团队协作和决策能力,使学习过程更为深刻与富有趣味,更为电子沙盘模拟对战提供了练习熟悉的机会。

最后,第三个版块内容是电子沙盘模拟对战。学生在第二版块模拟练习后,进行总结反思,并进入对战环节,共进行三次对

战。所有小组将进行分数比拼,充分检验学期学习成果。通过这一全面的模拟经营对战,学生应能够深入了解企业决策和管理的全过程,熟练应用各种分析方法,正确选择市场、进行广告投放、参与选单和竞单的操作。这一过程旨在激发学生的学习热情,提高其在实际工作中的应变能力。

(二) 教学方法设计

1. 虚拟仿真教学

该课程以生产制造型企业运营全过程为原型,建立营销管理电子沙盘模拟系统。在虚拟系统中,学生将合作完成一个制造型企业的全过程模拟任务,从建厂、投产到正常运营,历经六年的企业运营任务。通过模拟企业运营全过程,学生将接受财务报表填写、生产管理、采购管理、营销管理、财务管理、战略管理等方面的实际训练任务,使他们全面了解企业的运营流程和业务流程,掌握企业经营过程中各领域的基本管理能力。

2. 团队协作型教学

每5-6名学生组成一个团队,每名学生担任不同职位,如总经理(CEO)、财务总监(CFO)、市场总监(CMO)、生产总监(COO)和采购总监(CPO)。队员们需根据企业经营规则及公司发展目标,合作制定企业生产及营销目标,通过购置厂房及生产线进行产品生产,投放广告参加订单会及竞单会。同时,学生需按时交货和收账,每年结束时进行财务费用统计,填写综合费用表、利润表和资产负债表。通过这一过程,每位同学负责不同的任务,团队需要密切合作,合理分析下一年的生产和营销计划,并做出最终决策。这锻炼了同学们的团队合作和沟通能力,为未来工作中的团队协作打下坚实基础。

3. 多元化教学

该课程通过设置网上学习平台,使同学们能够学习相关理论知识,包括营销管理原理、供应链管理、生产管理、基础会计、财务报表填写等章节内容。同时,课程还配备了实体沙盘,为那些可能无法适应电子沙盘的学生提供辅助。通过虚拟沙盘仿真学习,同学们将理论知识与实际操作相结合,实现对企业的认知,掌握企业整体运作流程。

因此,多元化生动教学设计包括线上传统理论知识学习和线下虚拟仿真课程学习。这种设计让学生将理论与实践结合起来,熟悉企业组织机构设置、部门职能、岗位职责,深入了解企业经营管理决策的方式和方法。

(三) 教学考核设计

营销管理决策模拟课程以虚拟仿真实验为主,重点在于为学生提供实际的企业操作流程及市场决策体验。因此,在这个课程的考核体系中,各项实验成绩占总分的比例相当重要,以全面评估学生不同方面的综合能力。

首先,考勤记录占总分的10%,强调学生对课程内容的出席和参与情况的重视,这是因为学生的参与程度直接关系到对知识点的掌握和实践机会的获取。

其次,财务报表的填报占比为总分的20%,涉及到综合费用表、利润表以及资产负债表。这一部分的目的是考察学生对财务数据的处理和分析能力,培养他们在未来实际工作中面对企业财务情况时的应对能力。

重点考核部分是三次的电子沙盘模拟对战,共占总成绩的50%。通过三次模拟对战,学生在企业模拟经营中制定和执行实际的营销策略,以检验他们在市场决策和团队合作方面的实际操作能力。这也是考核体系中最为具体和贴近实际情景的一项,对

学生的综合素质提出了更高的要求。

最后,系统操作实验报告占总分的20%,要求学生详细记录实验过程、阐述实验原理,并进行深刻的心得反思。这一部分的目标是评估学生对系统操作的理解和应用,并要求他们从中得到实际经验的启示,加深对课程内容的理解,使学生能够较好地适应市场营销管理工作实践的需要。

通过该课程的教学考核设计,学生在这门课程中将不仅仅能够进行理论学习,更能够通过虚拟仿真教学全面发展其在营销管理决策方面的实际操作能力。

(四) 目的

应用虚拟仿真教学模式进行营销管理决策模拟课程的教学,旨在使学生获得广泛的企业经营管理技能。这包括对企业整体运作流程的熟悉,对企业组织机构设置和部门职能的深入了解,以及对企业岗位设置和岗位职责的熟悉。同时,学生将在这一过程中建立对企业运营模式和管理方法的认知,了解企业管理决策的方式和方法。这样的虚拟仿真教学将使学生更好地适应未来真实商业环境的要求,具备综合而深入的企业管理素养。

本课程作为市场营销专业的一门专业实验课,其目的在于使学生对市场营销学及营销业务有一个系统的了解,为他们未来从事营销管理工作打下基础。通过本课程的教学,学生将全面系统地掌握市场营销学的基本理论、知识、技能和方法,充分认识在经济全球化背景下加强企业营销管理的重要性。

课程旨在培养学生分析市场营销环境、研究市场购买行为、制定市场营销组合策略、组织和控制市场营销活动的基本程序和方法的实践能力,以更好地适应市场营销管理工作实践的需要,为国家创新体系建设和社会主义市场经济建设提供更优质的服务。

三、总结

文章介绍了虚拟仿真教学在“营销管理决策模拟”课程中的应用。虚拟仿真教学通过模拟提供实践性体验,培养学生决策能力和团队协作技能。课程旨在全面培养学生市场营销学的理论、知识、技能和方法,以适应未来商业环境。教学设计采用电子沙盘模拟系统和团队协作型教学方法,注重多元化教学。教学考核设计强调实验成绩,全面评估学生不同方面的能力。整体而言,该课程旨在为学生提供深入、综合的学习体验,使其具备适应市场营销管理工作实践的综合素养。应用虚拟仿真教学模式进行营销管理决策模拟课程的教学,不仅培养了学生广泛的企业经营管理技能,还促使其更好地适应未来真实商业环境的要求,具备深入的企业管理素养。这一专业实验课的目标是系统培养学生对市场营销学及营销业务的理解,为其未来从事营销管理工作奠定坚实基础。通过这样的教学,学生能够更全面系统地掌握市场营销学的理论、知识、技能和方法,逐步发展为具备实践能力的市场营销专业人才,服务于国家创新体系建设和社会主义市场经济建设。

参考文献:

- [1] 李婷陈莹莹.基于真实项目体验教学的高职市场营销课程思政教学设计与实践——以“营销策划”课程为例[J].高教论坛,2022(9):81-85.
- [2] 陈小玉.基于真实项目驱动下市场营销课堂教学设计与实践——以商品促销策划案的设计为例[J].老字号品牌营销,2020(5):2.
- [3] 刘佳钰.市场营销实践类专业课程的在线教学设计与方法研究[J].前卫,2021(31):0133-0135.