

双创背景下市场营销学课程的教学改革研究

廖建起

(佛山市三水区开放大学, 广东 佛山 528100)

摘要:在双创背景下,我国对创新创业政策支持力度不断加大,各类创新创业平台涌现,为创业者实现创业理想提供了条件,社会对创新创业型人才需求量不断增加。在数字经济时代,双创是优化资源配置、推动产业转型和经济转型发展的重要途径,如何发挥双创引领作用,推动市场营销学课程教学改革,培养学生创新意识、创新兴趣和创新能力,增强其核心竞争力,成为市场营销学课程教学改革的重要问题。本文从产业转型发展、就业竞争力、走稳创业道路入手,阐述市场营销学课程教学改革的必要性,分析课程安排、理论教学、教师能力、实践教学中的问题,并围绕树立双创教育理念、优化课程教学手段、依托校外企业基地、构建实践教学体系方面,探讨市场营销学课程的教学改革策略。

关键词:双创;市场营销学课程;教学改革

双创指的是创新与创业,创新是现代社会经济发展的引擎,创业是在创新基础上的活动。在经济新常态下,我国不断出台大学生创新创业支持和保障政策,扶持大学生开展创业活动。创业者要以创新为基础,将创新点子、创新想法付诸实践,将创业活动商业化。同时,在产业创新和转型发展进程中,社会对人才创新能力、创业能力要求不断提高,传统教育理念与课程教学模式,已经难以适应新时代需求。市场营销学是一门极具理论与实践性学科,在企业创立、经营和管理中具有极高应用价值。但是,当前高校市场营销学课程侧重系统讲授理论知识,课堂教学内容难以适应现实市场营销环境。对接社会市场需求,以双创为导向,推动市场营销学课程教学改革,培养大学生创新意识、创新与创业能力势在必行。

一、双创背景下市场营销学课程教学改革的必要性

(一)产业转型升级的需要

坚持创新创业导向,推动市场营销学课程教学改革,是产业转型升级的需要。在数字经济时代,社会涌现出诸多新型商业模式,营销环境出现新变化,各个产业在制定和实施营销策略时,面临严峻挑战。创新创业与市场营销是相互促进、相互营销的关系,在转型发展进程中,消费者需求日益多样化,为满足消费者需求,企业以客户为中心,开展营销工作,对人才创新思维和能力要求更高。在市场营销学课程教学中,通过明确创新创业导向,教师能够结合消费者需求变化与产业转型需求,全面改革课程教学内容、教学目标、教学方案、课程考核,促进双创理念与课程教学融合,培养学生创新意识、创新思维、创新素质,使其具备创新营销策略的能力,为企业市场竞争和转型发展服务,适应企业可持续发展与产业转型升级需要。

(二)学生提高就业竞争力的需要

围绕创新创业导向,推动市场营销学课程教学改革,是提高学生综合素质、就业能力与核心竞争力的需要。伴随社会经济发展,消费者购物方式和购买行为日趋多样化,现代营销策略呈现出创新发展趋势。市场营销在企业运行和管理中占据着重要地位,面对电子商务发展带来的机遇和挑战,企业越来越看重人才的创新能力与创业能力。在激烈的市场竞争中,双创型人才往往能够清晰观察市场动态,把握市场机遇,从创新角度制定市场策略,策划市场营销活动,帮助企业探索新颖的商业模式,促进业务价值持续提升。由此,在市场营销学课程中,教师有必要认清社会市场与人才市场形势,根据企业对人才的新要求,将双创教育融入课程教学全过程,培养学生创新意识,使其形成市场营销领域的创新思维和创业能力,提高其核心竞争力和就业能力,缓解就业压力。

(三)走稳创业道路的需要

坚持创新创业导向,推动市场营销学课程教学改革,是学生走上、走好、走稳创业道路的需要。伴随国家对大学生创业支持力度加大,社会出现大量双创孵化平台,给大学生创业提供了平台、资金和政策条件,再加上数字经济与乡村振兴战略支持,大学生面临一系列创业契机,社会各个产业需要更多有想法、有能力的创业者加入。市场营销是创业活动的重要板块,也是大学生创业必备的知识 and 能力。只有将市场营销知识和技能熟练运用于创业活动,大学生创业者才能充分了解市场,预测市场前景,找准创业机会和产品服务定位,提高创业成功率,市场营销为创新创业者提供了丰富的手段和平台,帮助创业者更好地了解市场、拓展市场、提升品牌和优化产品,提高创业成功率。由此,教师有必要将双创教育与市场营销学课程融合,让学生在课程学习的同时,站在创新创业角度,分析不断变化的市场环境,结合现实升级和创新市场营销策略,培养其创新创业能力,为其成功创业提供理论支持。

二、双创背景下市场营销学课程教学存在的问题

(一)课程安排与创新创业融合不足

部分高校市场营销学课程尚未与创新创业教育融合。在市场营销学课程中,部分教师尚未认识到双创的重要性,未能将创新创业与课程规划衔接起来,仍侧重讲授教材理论知识和训练市场营销技能,将学生学习视野局限在教材内容,不注重创新创业的融入。同时,在市场营销学课程考核体系上,部分教师沿用单一考核体系,以最终卷面考核检验学生学习成果,尽管增加了平时成绩比重,但忽视了学生在学习中的自主性、问题解决能力的培养,限制了学生创新想法和意识的形成。

(二)课程理论教学滞后于社会发展

高校市场营销学课程理论教学落后于社会发展。部分高校的营销教材和大纲更新周期较长,课程内容和案例体现出一定滞后性,不适应当前社会经济发展情况,与现实双创环境相脱离,导致学生学习兴趣不高。在课程理论教学中,部分教师通常采用知识讲授与案例教学相结合的方式,组织课堂教学活动,采用的教学方式较为单一,且未能深刻认识到创新创业能力的重要性,较少引入行业发展动态和趋势,使学生更关注课程考核内容,难以跟上创新创业趋势。

(三)教师缺乏创新创业实际经验

高校市场营销学课程教师缺乏创业经历和经验。部分市场营销学课程教师不曾真正接触过市场,未曾开展过创业活动,对创业实践过程缺乏系统了解,难以为学生创新创业提供实践指导。在课程教学中,部分教师仅负责传授教材知识,尽管会设置模拟课堂,但未能充分开展调研活动,设计的创业主题不契合学生需求,

导致双创教育与课程教学结合效果不理想。

(四) 课程实践教学组织不够合理

高校市场营销课程实践教学不够合理。市场营销学课程兼具理论性与实践性。但是,在市场营销学课程教学中,部分教师教学观念相对传统,忽视实践教学,一味地传授理论知识,未能向学生提供实践机会。尽管有高校会提供校外实践机会,或提供模拟软件安排实践教学,但实践教学活动内容与现实市场营销关联性不强,不能让学生感受真实市场的随机性,实践教学安排不够合理。

三、双创背景下市场营销学课程的教学改革策略

(一) 树立双创教育理念,优化课程内容设置

在双创背景下,教师应紧跟时代发展,联系社会市场需求变化,加强创新创业与市场营销互动性研究,深度改革和创新课程教学体系。首先,教师应根据行业需求与社会市场发展趋势,修订教学大纲,将创新创业内容融入课程体系中,培养学生的创新精神、创新意识与创新思维,使其在掌握理论知识基础上,具备勇于实践、敢于创新的精神,主动探索课程知识的创新应用。其次,教师应遵循理论联系实际的原则,从前沿市场营销中采集真实案例资源,将实际案例资源与课程理论知识相匹配,让学生认识理论在市场营销中的基础应用和创新应用,激发其创新思考和实践热情。再次,教师应强调实践教学地位,增加实践课的学时、学分,增设营销模拟经营实验、营销沙盘模拟实验、项目活动实验等,调动学生学习和运用新营销理论的积极性,锻炼其创新思维能力,促进双创教育与课程教学深度结合。此外,教师应结合学生学习规律和个性需求,开发微课和慕课资源,通过整合前沿理论知识和行业企业营销案例,开发营销前沿、认知、调研、战略决策、营销策划等方面的数字化资源,注重理论、实践与创新结合,培养学生市场营销调研能力、创新思维能力、创业能力。

(二) 优化课程教学手段,培养创新创业意识

首先,教师要对接社会热点与学科前沿知识,优化市场营销学课前导入方式,利用启发式教学、设疑问教学、模拟情境教学等方式,引入学科前沿问题,让学生展开问题分析和独立思考,开阔其学习思路,锻炼思维能力,促进其创新精神和思维能力发展。教师可联系课程教学内容,引入一些社会热点事件,让学生体会整个市场营销流程,启发学生思考创新和创业方向。其次,教师应灵活运用案例教学方法,将实际企业案例导入课堂,组织学生以小组方式,分析案例,探究案例问题,也可模拟案例对应营销场景,将理论学习与实践锻炼相结合,增强学生营销体验。在课堂教学中,教师可划分多个学习小组,分阶段组织案例教学活动。第一阶段布置案例搜集任务,让学生利用各种途径,开展调研研究活动,搜集时代性和典型性营销案例;第二阶段开展课中案例研究活动,让学生以合作方式,撰写营销方案,并模拟沙盘实战活动,培养学生创新创业思维。课后开展总结活动,让学生总结学习收获,以及创新创业值得借鉴的思路。此外,教师应坚持任务驱动导向,创新项目教学实施方式。在市场营销学课程中,教师应根据课程内容,设置对应双创项目模块,要求学生组建创业小组,策划新颖、有创意的项目。对于枯燥的理论知识,教师可设置多样化教学情境,采用头脑风暴、拓展训练方式,让学生反复经历认知和实践过程,提高学习能力、应用能力,锻炼创新思维能力。

(三) 依托校外合作基地,提高实践指导能力

教师创业指导能力是双创与市场营销学课程融合的关键。首先,教师积极参与双创专题培训活动,抓住校企合作、产学研契机,进入企业担任兼职人员,利用一线工作环境,积累营销实践经验,提高创业实践指导能力。除了校内培训,教师应多利用网络途径,争

取双创研讨会和培训活动的机会,掌握创新创业教育方法,了解最新市场营销理论和实务经验,不断开阔学术研究视野,利用培训和教研机会,提高自身教学水平,将更多优质双创内容融入教学中。其次,教师应加强与区域企业联系,借助企业平台和工作环境,开展项目实验、课题研究,积累实际工作经验,并将这些经验转化为可操作的教学案例,融入市场营销学课程中。借助产教融合平台,教师可与一线企业专家合作,利用企业专家熟悉一线营销实务的优势,成立双导师教学团队,扩充市场营销学课程内容,开发教学案例,拉近课堂教学、实践训练与营销实务的距离,培养学生的创新意识和实践操作能力。此外,教师也可邀请一线企业专家,参与市场营销学课程实践教学,向学生介绍市场中营销经验,引导其将理论与实践结合,培养创新思维和能力。

(四) 构建实践教学体系,强化创业实践能力

在双创背景下,教师应将创新创业融入市场营销学课程中,优化实践教学体系。首先,教师应结合课程不同内容,利用情境教学、任务教学和项目教学法,将理论知识与模拟实训结合,也可引入VR技术,将现实营销情境带入实践课堂中,激发学生理论学习和实践操作兴趣,使其从理论认知,走向理论运用和深化,让学生在实践案例中,处理各种突发性和随机性营销问题,培养其创新实践能力。其次,教师应利用产教融合的方式,建设未来超市、市场营销、商务谈判、淘宝创业实训室,满足市场营销学课程实践教学需要。要利用实训基地资源,构建立体化项目实践教学体系,主要基于项目任务,开展小组实践活动,锻炼学生信息搜集、市场调研、分工协作能力,让学生发挥自身创意,探索实践项目解决方案。在选择立体化实践项目时,教师利用多种途径,征集项目,如来自校企双师团队的项目、校外实训基地的项目、毕业生创新创业项目等,并根据课程内容,灵活安排。在立体化实践项目实施环节,教师应选定各个团队的项目负责人,让各团队在负责人带领下,分工协作,将创意体现在项目方案中,并安排团队项目汇报活动,邀请企业导师、创业成功学生参与评价。此外,教师可结合任教班级情况,组织班级创新创业大赛活动,让学生以创业团队的方式,开展团队内竞赛,也可在全校开设市场营销的专业内,组织校内学科竞赛,激发各个专业学生创新潜能,实现以赛促学,以竞赛促创新创业的目标。

四、结束语

综上所述,立足双创背景,推动市场营销学课程教学改革,是将学生专业知识转变为实践技能,将实践技能转化创新能力,培养学生创新意识、创新精神、创新思维和创业实践能力的时代必然。因此,教师应坚持创新创业导向,通过优化课程内容设置、改革理论教学手段、强化实践指导能力、构建实践教学体系等方式,逐步融合双创教育理念与课程教学内容,培养学生学习兴趣,促进其创新思维、创新能力与创业能力养成。

参考文献:

- [1] 金君. 创新创业大赛视角下市场营销专业课程教学研究[J]. 营销界, 2023(22): 134-136.
- [2] 张宏. 创新创业教育理念融入市场营销调研课程教学之探讨[J]. 大学教育, 2023(02): 142-144.
- [3] 杨继莲. 基于创新创业能力培养的市场营销课程教学改革探讨[J]. 营销界, 2021(37): 56-57.
- [4] 钱玉霞. 基于创新创业活动的混合式教学模式研究——以市场营销学课程为例[J]. 广西广播电视大学学报, 2021, 32(04): 38-42.
- [5] 戴文娟. 创新创业导向下市场营销课程教学模式的构建与实践[J]. 陕西教育(高教), 2021(06): 71-72.