

任务驱动模式下的高校市场营销教学改革策略

王雨韩

(贵州商学院, 贵州 贵阳 550003)

摘要:随着我国市场经济的不断发展,社会对于综合型、复合型人才的需求数量和质量不断攀升。在此背景下,如何优化教学方法,提高课程教学以及人才培养质量,也已经成为高校市场营销教学亟待解决的问题。而任务驱动模式作为一种以任务实践为主线的教学模式,能够有效激发学生的学习热情,推动他们专业综合能力发展,在提高教学有效性和促进学生成长发展方面展现出了巨大的活力。基于此,本文就任务驱动模式下的高校市场营销教学改革策略进行了探讨,以期能够给相关人士提供借鉴参考,共同为高校市场营销教学的现代化改革与发展贡献力量。

关键词:高校;市场营销教学;任务驱动;改革策略

高校市场营销专业作为高素质市场营销人才的重要培育基地,对于我国市场经济发展有着重要的影响作用。一直以来,本专业教学最突出的问题就是教学模式比较单一,这也使得专业教学以及人才培养效果受到极大影响,并且在一定程度上也影响了我国市场经济的发展。任务驱动模式作为一种以实践任务为核心的教学模式,能够充分提高课程教学的有效性、趣味性,同时为学生搭建一个理论与实践相结合的发展平台,这不管是对于他们学习效果的提升,还是对于他们未来的成长都是极为有利的。所以,在新时期,我们有必要在把握任务驱动模式内涵的同时,结合其特点将它合理地运用到市场营销教学当中,构建一个现代化、高效化的市场营销教学新常态,有效提升本专业的育人质量,为社会输送更多高质量、高素质的市场营销人才。

一、任务驱动模式的内涵阐述

(一) 内涵阐述

任务驱动模式,顾名思义,指的是一种以“任务”为中心,驱动学生学习和实践的教学模式。在教学实践中,该模式的运用通常分为多个步骤,如任务制定、任务实施、任务展示以及任务评价等。它有着明显的“教师主导”“学生主体”特征,重在通过科学的任务设计来激发学生的学习热情、学习潜能,促进他们的思考实践,从而帮助他们更好地理解专业知识,提升课程教学和育人效果。

(二) 意义分析

1. 创新模式,激发兴趣

兴趣是学生的不竭动力,这点同样适用于市场营销专业大学生。在日常的学习过程中,他们只有在浓厚兴趣的推动下,才会学得热情,更高效,进而获得专业综合能力的发展。这也提醒我们,在教学过程中,要重视趣味化教学模式的应用,把握好趣味引导这一思路,让学生的学习热情得到充分激发,有效提升学生的学习实效。但是,为了这一目标的实现,我们显然要摒弃以往单一化的言语说教模式,将目光放到更有趣味性的教学模式之上。而任务驱动模式的应用能够在创新市场营销教学模式的基础

上,提升课程教学实效,充分激起学生的学习兴趣。在该模式的助力下,市场营销教学一方面能够引领学生分析任务、完成任务、总结任务,使他们能够在寓学于乐当中深刻掌握相关知识点,另一方面也能够为学生提供一个思考探究、实践操作的契机,为他们专业综合能力的发展提供帮助,使他们能够在教学主位上展现自我,获得更多学习收益。

2. 改革引领,促进育人

在高等教育改革的背景下,高校各个专业教学的改革浪潮迭起。在此背景下,为了有效提升教育教学质量,提高人才培养的有效性,打造“学中做”“做中学”的课堂便成为各专业以及各学科教学的重点改革方向。任务驱动模式本身就是一种以项目任务为主线,推动学生理实结合、知识运用的模式,它的运用也正是构建“学中做”“做中学”课堂的必然举措。在该模式的助力下,学生能够获得更多实践尝试的机会,这将使他们能够充分把握市场营销理论知识点,推动其实践综合能力的培养。与此同时,在当今社会当中,市场对于人才创新能力的需求也越来越高,摆在高校市场营销专业教学方面的另一个问题就是如何培养学生的创新意识、创新能力。而这一目标的实现与教学模式的革新是分不开的。任务驱动模式能够为学生搭建一个任务分析、任务思考、任务实践、任务总结等契机和平台,使他们能够在一些具体学习和实践任务的促进下,放飞思维、思路,不断思考探究、创新实践,这必然能够有效提升他们的实践创新能力,让他们能够在综合型、创新型发展道路上走得更远,飞得更高!

二、任务驱动模式下的高校市场营销教学改革

(一) 立足以生为本,优化任务设置

对于任务导向模式来说,良好的任务设置是其运行的关键所在。对此,在教学实践中,教师有必要依据教学内容,从“以生为本”角度出发,立足市场营销专业学生的特点,设置一些具有趣味性、实践性的任务,为该模式的高效运转奠基。例如,在讲授“消费者购买行为分析”的知识点时,该知识点主要强调的是学生要学会如何去分析消费者的特点、消费者的购买行为以及相关心理活

动,在此基础上,确定哪些因素会对消费者的购买行为产生影响并且制定出针对性的营销对策。我们应当围绕教学目标以及内容,从学生的兴趣点着手,积极将项目任务与他们熟悉或者是感兴趣的事情联系起来,设置一个“汽车销售”的任务。该任务设置的出发点在于将文本式的教学内容和学生日常生活中常见的汽车营销行业相结合,充分激发他们的学习与实践兴趣。在此基础上,可对任务的主要内容进行详细厘定,如要求学生扮演新能源汽车销售员,结合具体的一款汽车,分析市场上消费者的一些购买行为,然后结合相关信息分析消费者都有哪些购买动机?他们的心理活动如何?哪些人属于高价值的消费者?如何制定针对性的营销对策?等问题。此外,为了更好地保证任务驱动效能,我们也可将目光放宽,跳出固有的课堂教学思维,与学生一同去4S店等一些实际场所,引领他们在真实的环境下进行任务分析和任务实践,从而更好地激发学生的任务实践兴趣,强化他们的知识点认知,有效保证课程教学实效。

(二) 引入小组合作,促进任务实践

对于任务驱动模式而言,其有着较强的实践性和探究性特征,所以它通常是结合小组合作的方式来展开的。因此,在落实该模式的过程中,我们也要结合具体任务,组织学生以小组化、合作化的方式来进行合作实践与合作探究。例如,在“目标市场分析”教学过程中,我们可以结合课程内容,为学生设置“XX企业目标市场分析”的任务。在此基础上,对学生展开小组划分。此间我们需要结合学生的专业基础能力、兴趣爱好等多方面特点,在班内划分出多个人数相同并且实力均衡的小组,以此来充分激发各组的竞争意识和任务实践热情。在此基础上,我们还要引导各组去进行内部个人职责划分,指引他们展开任务分析、任务分配,充分调动学生的任务实践主动性、积极性。需要注意的是,在这一过程中,我们还要积极深入到各个小组任务实践当中,一方面维护好课堂秩序,保证该模式的流畅运行,另一方面可给学生提供一定的点拨或指引,提高他们的任务完成效率,如当某一小组不知道从何方向着手时,我们可以指引他们从行为因素、人口因素、地理因素等方面对企业市场进行多维度的分析,在此基础上,指引他们收集和探讨相关行业、代替品等方面的资料,评估一下细分市场,进而使他们能够在准确把握目标市场标准的同时,获得有价值的分析结论。通过这样的方式与设计,最大化地发挥任务驱动模式的教学促进效能,使学生能够在相互配合、相互交流以及合作实践当中准确把握相关知识要点,充分体会到目标市场分析的步骤和要领,从而为他们专业综合能力的发展奠基。

(三) 立足相关内容,推动任务细分

基于任务驱动下的市场营销教学通常要做好任务细分工作,即将一个主任务细分成多个子任务,以此来保证任务驱动模式的高效化推进,让学生能够更加深刻地了解、认知和掌握具体实践方法。因此,在设置完相关任务以及划分好小组之后,我们也可

与学生结合相关任务内容,展开任务细分工作,确保该模式的运行质量。例如,在“营销环境分析”这一任务驱动教学中。我们可立足该知识的内涵构成,与学生一同对主任务进行分析。在此基础上,提出营销观念、构成要素、微观营销环境、宏观营销环境以及SWOT分析等多个子任务,帮助他们构建一个专业性的认知和实践框架。与此同时,我们也可准备一些相关资料,指引学生阅读资料来分析这些子任务内容,了解市场营销环境分析当中存在的一些具体变量,在此基础上,再指引他们进行任务分析与实践,必将能够有效提升课程教学实效,让学生的综合能力更上层楼。

(四) 注重多维创新,落实任务展评

在任务驱动模式当中,任务的展示评价作为重要一环,是该模式教学效果的重要保障。做好该环节的意义不仅仅在于能够总结学生的错误,提升学生的认知,而且在于能够让学生在评价当中获得思维、思路的发展,从中获得学习以及思维能力的提升。因此,在落实任务驱动模式时,我们应当注重从多维度出发来做好任务展评创新工作。首先,在任务展示环节,我们可以在传统课堂展示环节的基础上,引入PPT展示、微课展示以及混合展示等多种模式,鼓励学生充分利用现代技术来辅助展示和介绍自己的任务实践成果,以此来锻炼学生多方面的信息整合、实践操作和分析阐述能力。其次,在任务评价环节。我们一方面要从评价内容创新着手,既要关注学生任务完成情况、结论正确性等内容,也要对他们创新实践、团队合作等情况展开评价,促进他们多方向发展,另一方面要在师评的基础上,积极将自评、互评以及组评等模式引入到课堂当中,让学生能够在相互交流与评价当中获得方法的延伸和思路的启发,使他们能够学到更多,收获更多。

总之,在新时期,将任务驱动模式应用到高校市场营销教学中来有着诸多现实意义。在教学实践中,我们应当全面把握该方法的内涵与优势,重视从多个步骤、多个环节对市场营销教学模式加以革新,打造一个基于任务驱动的现代化、高效化、趣味化市场营销讲堂,在有效提升教学效果的同时,为学生更好地学习、成长和发展保驾护航。

参考文献:

- [1] 公艳.“任务驱动法”在《市场营销学》教学中的探索应用[J]. 知识经济, 2020(13): 92-93.
- [2] 陈翀. 试论市场营销学教学中任务驱动教学法的应用[J]. 中外企业家, 2020(04): 207.
- [3] 周华庭. 基于任务驱动视角下的“市场营销学”课程教学改革研究[J]. 四川省干部函授学院学报, 2019(01): 88-92.
- [4] 周华庭. 基于任务驱动视角下的市场营销学课程教学改革研究[J]. 新疆职业大学学报, 2018, 26(02): 113-116.