

市场营销课程 PBL 教学法中的教师角色转变策略

延冬 韦吉玥

山东英才学院, 中国·山东 济南 250104

【摘要】我国中职市场营销课程中应用 PBL 教学法, 导致教师的传统地位受到冲击, 为使教师尽快适应 PBL 教学法的要求, 提出市场营销课程 PBL 教学法中的教师角色转变策略。基于 PBL 教学法在国内外的研究现状, 阐述 PBL 教学法在中职市场营销课程中的必要性, 提出重构教学环境、调整教学结构、加强教师培训力度这三个教师角色转变策略。

【关键词】市场营销课程; PBL 教学法; 教师角色转变策略; 中职

The Role Transformation Strategy of Teachers in the PBL Teaching Method of Marketing Course

Yan Dong, Wei Jiyue

Shandong Institute of Excellence, Shandong, Jinan 250104

[Abstract] the application of PBL teaching method in the marketing course of Secondary vocational school in our country, in order to make teachers adapt to the requirements of PBL teaching method as soon as possible, this paper puts forward the strategy of changing the role of teachers in PBL teaching method of marketing course. Based on the present research situation of PBL teaching method at home and abroad, this paper expounds the necessity of PBL teaching method in the marketing course of Secondary vocational schools, this paper puts forward three strategies for the transformation of teachers' roles, namely, reconstructing the teaching environment, adjusting the teaching structure and strengthening the teacher training.

[Keywords] Marketing Course; PBL teaching method; teacher role change strategy; Secondary vocational school

引言

随着我国国民经济的不断发展, 社会对人才的需求逐渐提高, 中等职业教育学校越来越受我国所重视。当下, 我国很多中等职业教育学校培养出的人才无法满足社会企业的需求, 主要问题就是传统教学方法较为单一, 为积极响应国家教育改革的号召, 中等职业教育学校进行教学模式的改革势在必行。中等职业教育学校在教学模式改革上已经做出了很多的尝试, 其中我国于 1986 年从国外引进的 PBL 教学方法, 逐渐成为中等职业教育学校的流行, 其具有激发学生兴趣, 加强学习能力等诸多优点。然而在中等职业教育学校的市场营销课程中应用 PBL 教学法时, 人们逐渐认识到其中存在的各种问题。因此, 本文为保障中职市场营销课程中应用 PBL 教学法的教学效果, 深入研究其优化策略, 旨在提升 PBL 教学法的适用程度。

1 PBL 教学法国内外研究现状

PBL 教学法^[1]于 1969 年被美国教授正式提出, 自 20 世纪 80 年代起, 逐渐在全球各国医学院内广泛应用, 直到 21 世纪, PBL 教学法被拓展至更多学科领域。在此过程中, 国内外众多教育工作者对 PBL 教学法进行研究, 并将其投入不同学科的教学中, 相关研究表明, PBL 教学法深受学生喜爱, 不仅促使学生成为积极的学习者, 而且可以提升学生的就业技能。20 世纪 60 年代开始, 以 Engku Ibrahim Engku Haliza 为代表的国外学者就展开了 PBL 教学法的相关研究, 研究中发现 PBL 教学法的两个关键因素就是学生与教师。为最大限度发挥出 PBL 教学法的应用效果, 时下, Eduardo Dopico 等人以三所高中内的教师为研究对象, 引入 PBL 教学法, 该研究显示在 PBL 教学

过程中, 学生需要改变自身学习习惯, 且应促进教师在教学中的角色转变, 确保学生与教师之间的互动达到最佳效果, 从而加强学习学生的学习能力。除上述研究之外, 国外学术界目前针对不同文化背景下的 PBL 教学法实践研究越来越重视。我国于 20 世纪 90 年代之后, 才开始进行 PBL 教学法实际应用的相关研究, 并于 2000 年之后, 国内众多学者与教育工作者对其展开了重点研究, 并取得一定成果。研究中发现, 要想充分发挥 PBL 教学的优势, 需要设置小班教学模式, 并且每个小班都应配备多个辅导教师, 然而目前国内师资力量不足, 无法做到这一点。其次, PBL 教学的实施需要学生拥有大量自由支配时间, 而国内学生每天需要学习的课程较多, 可以自由支配的时间较少, 学生没有时间以创新的思维方法去解决教学问题, 这些都制约着 PBL 教学法在国内的实施效果。同时, PBL 教学法在我国还未拥有成熟体系, 很多教师缺乏对 PBL 教学法的了解, 导致课程教学效果与 PBL 教学期望目标存在较大差异, 这也是 PBL 教学法在我国难以实施的关键阻碍。国内近期研究成果数据中显示, 在 PBL 教学中, 应以学生为中心, 更新教师的教育观念, 并促进教师角色转变。所以, 本文将深入研究 PBL 教学法中教师角色转变策略, 希望本文研究可以为中职教师应用 PBL 教学法提供参考。

2 PBL 教学法在中职市场营销课程中的必要性

与传统教学方法不同的是, PBL 教学法^[2]为学生营造出开放性的学习氛围, 在 PBL 教学过程中, 教师引导学生自己解决问题, 以此提升学生的能动性与自主性。当下我国中职营销课程的教学目标就是让学生掌握市场营销技能, 然而在教学过程中极易忽视学生职业能力的培养, PBL 教学法的教学理念就是培养

学生自主学习能力,这也是中职市场营销课程的教学目标。因此,将PBL教学法应用于中职市场营销课程中是必要的,不仅可以让学生具备市场营销课程的基础知识,保证课程教学质量,而且可以加强学生综合学习能力。中职市场营销课程中关键内容之一,就是促使学生明确当下市场环境,在此过程中,不仅需要教师在课堂中传授理论知识,而且需要学生进行市场调研等。PBL教学法的教学策略就是提倡学生通过实践活动来解决教学问题,正好适合灵活性较强的中职市场营销课程。为满足社会企业对市场营销人才的需求,中职市场营销课程中不仅需要对学生的理论知识进行考核,而且需要以多种方式考核学生的市场营销成果。同样,PBL教学法中的考核形式较为多样,注重学生理论知识与实际能力相结合的考核方式,将PBL教学法应用于中职市场营销课程中,可以实现学生的动态评价,客观地考核学生对市场营销基础知识以及技能等方面的学习情况,以此解决传统市场营销课程考核模式较为单一的问题。所以,将PBL教学法应用于中职市场营销课程中具有必要性,不仅可以完善传统课堂教学方式,而且可以进一步提升中职市场营销的课程质量。

3 教师角色转变策略

3.1 重构教学环境

教师角色能否切实转变^[3]是影响中职市场营销课程PBL教学法能否成功实施的关键,但教师角色转变是一项复杂的工作,受很多外界因素所制约,所以,本文将从三个方面提出中职教师角色转变策略。首先需要重构教学环境,为学生打造一个全社会重视中职市场营销课程教学的氛围。中职教师角色的转变,不能流于表面工作,而是在实践中进行,这就离不开教学环境的支持,所以,需要对传统教学环境进行重构。首先优化教学环境的物质条件,也就是中职教师角色在国内的社会地位以及工作条件等,在市场营销课程中应用PBL教学时,教师角色转变,和PBL教学对教师角色的期待程度之间存在必然联系,同时和教师角色在社会的地位以及工作条件等相互制衡。所以在促使中职市场营销教师角色转变时,需要保证教师的社会地位与工作条件,缓解教师角色转变与教学环境物质条件之间的矛盾,从而充分发挥教师角色的重要性,调动其在市场营销课程PBL教学中的主动积极性。这就需要我国各级政府等相关部门肯定教师角色在社会上的地位,且保障教师的工作条件,激励教师积极转变角色,促使市场营销课程PBL教学法的实施。其次,转变传统市场营销课程的教学氛围,为学生打造一个全社会重视中职市场营销课程的教学环境,市场营销课程不仅是为中职学生提供理论知识的教育,而是需要全面培养中职学生的市场营销技能与能力的教育,所以必须转变传统教育理念与教学氛围,提升学习的自主学习能力,对于市场营销课程中应用PBL教学法的成功与否起着决定性的作用。通过重构教学环境,调动教师角色转变积极性以及学生学习自主性,保证市场营销课程中PBL教学法的顺利实施。

3.2 调整教学结构

传统中职市场营销课程是以教师为主体的教学结构,这样的教学结构下,中职学生的学习兴趣较小,学校效果较差。因此,促进PBL教学法中的教师角色转变时,需要对教学结构进行调整,将学生作为教学结构的主体,让教师转变为引导者^[4]的角色,加强教师对学生自动学习的引领作用。在中职市场营销课程应用PBL教学法过程中,充分发挥学生的主导作用,让中职学生对市场营销课程内容自主学习、主动思考,而教师则在此过程中扮演引领者角色,帮助学生选择学习内容、组织学习过程等,将传统课堂教学与实践教学有机的结合起来,以学生的全面性

发展为最终教学目标,只有让市场营销课程发挥出最大化的教学效果,才可以保证学生的学习效果。同时,需要结合实际PBL教学方法,将传统中职市场营销教学结构调整多元化的结构,让教师解脱传统角色的束缚,以PBL教学理念为指导,从中职市场营销课程实际出发,调整教学结构,并转变为符合PBL教学理念的全新角色,和中职市场营销课程一起成长。一个教学结构不能适用于所有的班级,中职学校应根据各个班级的实际情况,遵循PBL教学模式,科学设置教学结构中的所有教学活动,在此过程中,让教师在合法合规的基础上,自由选择个性化教学模式,这种良好的选择环境可以调动教师转变自身角色的积极性。教师应结合实际市场营销课程教学特点,精准掌握PBL教学法的理念,将教学结构调整为更适合自己与学生的形式,在此基础上实现角色转变的质的飞跃。

3.3 加强教师培训力度

对教师开展一些列系统性的参与式培训,是促进教师角色转变^[5]的重要途径之一。时下,很多中职市场营销课程教师缺乏PBL教学方法所需要的知识与能力,为提升教师的角色转变能力,促进教师积极主动地转变自身角色,中职学校有必要加强培训力度,进而为教师角色转变增加信心。在对教师进行合理有效的培训时,主要通过中职学校以及上级教育部门的指导,以学校内部作为培训基地,结合PBL教学法的实际需求,充分发挥学校与教师的内部资源,展开教师角色转变所需要的培训活动。在此过程中,中职学校需要重视各位教师的个体差异性,加强教师针对性培训的力度,不仅需要为教师传授市场营销课程PBL教学法中最新的理论知识与策略,而且需要切实解决教师转变自身角色过程中所遇到的问题,加强中职教师培训的实用性。关于培训方式,需要具有一定灵活性,可以通过教学交流会、评课活动等多元化方式进行培训,这种模式可以带动教师更新传统教学观念的速度,进而更好地完善教师自身专业能力,保证角色转变顺利进行。同样,可以通过参与式培训来加强教师培训力度,让教师置身于市场营销课程的PBL教学过程中,亲身经历培训全过程,及时反思PBL教学中的不足,立足于市场营销课程的实际需求,建构角色转变所需的知识体系,提升中职教师角色转变的信心。

4 结束语

目前,我国中职市场营销课程教学方法较为落后,无法为社会输送高质量技能型人才,PBL教学法具有培养综合型人才等优势,受到了广泛应用。本文通过分析PBL教学法在国内外的研究现状发现,我国将PBL教学法应用于中职市场营销课程教学中还存在一些问题,并在此基础上提出了一些教师角色转变策略,为PBL教学法成为我国未来中职市场营销课程改革的主流方法提供一定参考。

参考文献

- [1] 李洋,李斌,王琛. PBL教学法对免疫学课程教学的研究意义[J]. 中国免疫学杂志, 2021, 37(18): 2273-2277.
- [2] 刘欢欢,任新成. 基于PBL教学法的高中物理教学设计——以“向心力”教学为例[J]. 中学物理教学参考, 2021, 50(23): 44-46.
- [3] 冯宝晶. 课程思政背景下高职院校教师认同意识及角色转换策略研究——以北京某高职院校为例[J]. 职业技术教育, 2021, 42(14): 53-56.
- [4] 周月玲,谢泉峰. 人工智能时代教师角色的转变——基于我国教师角色传统表征体系的分析[J]. 教育科学研究, 2021(02): 87-92.
- [5] 李小辉. 慕课环境下食品专业英语教师角色转变研究——评《翻转课堂与慕课教学》[J]. 食品工业, 2020, 41(12): 371-373.