

浅析高职市场营销专业线上线下课堂互动策略

张艳艳

南阳职业学院, 中国·南阳 西峡 474550

【摘要】随着我国经济实力的不断提升,当前经济体系对于各个阶段的教育方式提出了一定的要求。市场营销专业作为高职院校的热门专业,以理论灌输为主的传统的“填鸭式”教学方法已经无法满足市场营销环境对于学生的职业需求,因此,要尽可能的提高师生之间的互动性,从而进一步的提升相关课程的教学效果成为目前我们亟需解决的问题。本文主要是探讨线上线下课堂互动策略对于市场营销专业教学效果的改良情况,分析其利弊,并提出具体的实施建议。

【关键词】互动教学; 市场营销专业; 高职教育

引言

伴随着互联网科技技术的不断进步,教育领域开设线上课堂进行互动教学的教学方式逐渐得到了普及,这种教学方式具有时效性高、教学效果显著、师生互动情况优秀等诸多特点,相比于传统的教学模式而言,能够有效的提升师生之间的互动频率,从而进一步强化课程的教学效果。高职院校当中的市场营销专业作为一门实践性较强的学科,对于学生营销能力的培养至关重要,而教师进行强制性的理论输出,学生被迫进行强制性的理论记忆,师生之间缺乏沟通的这种以理论知识教学为主的传统教学模式已经无法适应市场环境的需要,这就迫切需要一种全新的教学策略来提升市场营销专业的课堂互动效果,从而让教师和学生之间能够建立起良好的教学联系。因此,本文在此基础上提出线上线下课堂的互动教学策略,从而解决实际情况中教学效果不佳的问题。

1 线上线下课堂互动教学的内涵与优点

1.1 互动式教学,就是指教师在实际的教学过程中运用交流式的教学方式来进行教学,做到寓教于乐,进一步的提升学生对于学习内容的兴趣,从而达到较为优秀的教学效果。而本文所提到的线上线下课堂互动教学策略,是互动式教学的一种全新的教学模式,将互联网技术融入到现实的教学体系当中,通过开设互联网课堂,从线上层面进行教学,达到虚拟课堂和实地课堂之间的一种优势互补,从而进一步的弥补传统教学方式中的不足之处。

1.2 对于市场营销专业而言,其本身属于一门实践性学科,现有的大部分企业对于市场营销人员的要求很高,学生的观察能力、应对突发事件的掌控能力、身为营销经理人的管理能力都是胜任这一职业的关键因素。因此,线上线下课堂互动策略在高职市场营销专业的教学过程当中,具有以下优点:(1)能够进一步的提升学生的专业知识技能。市场营销人才需要非常过硬的专业技能,例如产品的销售情况、产品营销策略的制定等情况的处理对个人素质要求很高,通过线上线下的互动教学,教师可以在线上课堂进行实际情况的模拟,让学生能够设身处地的进行突发事件的处理,再通过线下课堂进行理论知识的传授,从而让学生能够在学习的过程中达到理论联系实际的效果。(2)能够拉近师生之间的联系。高职院校的教学效果是能否培养技能过硬的专业人才的关键所在,由于受到我国教学环境的影响,高职院校的教学效果一直受到教育部门的关注。通过线上线下课堂的互动,能够进一步的提升师生之间的教学联系,达到更加优秀的教学效

果。(3)能够进行实际情况的模拟。市场营销所涉及的问题众多,小到产品的定价,大到一家企业的市场营销策略的制定,都要求市场营销专业的教学过程要能够做到模拟实际情况,而线上课堂的引入能够让教师与学生在互动过程中模拟实际工作当中可能存在的各种情况,教师可以扮演顾客的角色,从而在互动的过程当中对学生进行指导。从上述的分析过程中可以看出,线上线下课堂互动策略能够非常显著的提升学生对于实际情况的处理能力,同时极大地加强师生之间的教学联系,让教师在实际的教学过程当中,能够从更多的层面为学生提供更为全面的教学内容,从而帮助学生在今后工作时拥有更加科学的思考和解决问题的能力。

2 线上线下课堂互动策略存在的问题

2.1 教师实际操作和个人能力不足

作为一种全新的教学策略,同传统的教学方式之间势必会存在很大的区别,尤其是整体流程的实施对于教学本身的要求很高,而目前大部分高职院校市场专业的教师都是从高校毕业后就进行营销专业的教学,只有极少一部分老师既拥有高学历,又是从实际的营销岗位转至高职院校进行工作,前者仅仅能够通过教材来进行授课,对于线上课程的情景模拟性教学方式而言,其个人的能力和实际的操作技术都达不到教学的需求,这就会使得其实施线上线下课堂互动的教学方式时,无法达到基本的教学要求。

2.2 课程体系与互动策略之间存在一定的差异性

高职院校市场营销专业的课程由公共课、专业基础课、专业核心课、专业实践和专业选修课共同构成,而现有的课本在理论层面基本能够符合教学的需求,但是专业实践类的课程教学与线上课堂的开设之间存在一定的差异性,线上互动课堂讲究教学内容的实时跟进,必须要模拟出最新的市场环境,这样才能将线上互动的效果最大化。但是目前的课程体系的实时更新情况有限,根据现有的课本所模拟出的线上互动环境达不到实际营销人员的工作需求,这就会使得课程体系的设立与线上互动课堂的开设之间存在一定的差异性。

2.3 学生的适应性不足

线上线下课堂互动策略开展的关键在于学生群体能否适应这种较为新型的教学形式,互动的前提在于学生能够真正的同教师之间开展学术和实际情况的讨论,这就要求学生群体不能在实际的课程的操作过程当中浑水摸鱼,而是要全身心的投入到具体的课程当中,一旦学生之中存在懈怠和不配合的现象,那么线上课程的开设同线下课堂的授课过程之间便一定会产生较大

的落差,其教学效果的提升程度便会大打折扣,引起较大的争论。

3 线上线下课堂互动策略实施的相关建议

3.1 加大教师团队的培训力度

作为互动策略的主要参与人员之一,教师所扮演的角色具有非常关键的作用,不论是线上实际情况的模拟教学,亦或是线下课堂的知识点互动传授过程,对于教师本身的专业性需求很高,高职院校和教育部门要高度关注教师团队的个人能力培养,可以制定相关的培训体系,帮助教师能够适应这种新型的教学形式,并且进一步提升自身的专业知识素养。

3.2 进行课程体系的实时更新

线上线下互动策略的设施关键在于线上互动教学的实际教学流程能够同线下理论教学之间产生联系,脱离了实际的理论和脱离了理论的实际模拟都不能单独成立。目前线上课堂的教学内容可以通过互联网技术进行实时模拟,这对于高职院校现有的课程体系就提出了一定的需求,高职院校要能够实时的更新具体的课程内容,让线上互动教学能够真正的符合现有的经济环境对于营销人才的需求。

3.3 提高学生对于互动的认知

学生群体能否真正的与教师之间进行互动是这种互动策略实

施的关键所在,高职院校要帮助学生尽快的适应这种互动式教学,就要从学生的学习习惯出发,根据学生对于市场营销专业的学习习惯的不同,从课程的设置出发,让学生能够在学习的过程当中逐步的适应这种教学策略,从而有效的提升学生对于互动式教学的认知能力。

4 结语

科技的进步和教育环境的变化使得教学的方式千变万化,本文主要是针对高职市场营销专业提出一种线上线下教学策略,目的在于解决传统教学模式的不足。通过本文的分析过程可以看出,线上线下互动教学策略在实际的实施过程当中能够非常明显的提升学生的专业技术能力,这对于市场营销人才的培养而言具有非常深远的影响。

参考文献:

- [1] 鲍宇科. 互动教学在高职社会学课堂中的应用[J]. 教育现代化, 2019(4).
- [2] 吴薇. 高职院校英语课堂互动教学模式分析[J]. 山西青教育报, 2019(12).
- [3] 郭丹. 信息化视域下高职英语互动课堂教学的探讨[J]. 教育探究, 2018(32).