

沙盘实训教学对高职院校市场营销专业的影响

冯婉娣

南阳职业学院, 中国·南阳 西峡 474550

【摘要】目前, 高职营销课程所采取的教学方式较为老旧, 大部分院校沿用数十年以来的传统教学方式, 使得学生在对于课程实际运用的掌握程度不足, 而沙盘教学能够讲市场营销里面的经典理念付诸实际, 有效的提升学生实际的操作水平和操作技巧, 能够非常有效的提升实际的教学效果, 近年来受到越来越多学校的重视。市场营销作为一门以实践为主的教学科目, 引入沙盘教学能够非常明显的改善目前的教学环境, 对于一线人才的培养和专业性技能的实际教学都具有很大的影响力度, 本文主要探讨沙盘实训对于高职院校市场营销专业的影响程度, 并提出沙盘实训教学的一些改良建议。

【关键词】沙盘实训; 市场营销; 实践教学

引言

随着我国实际教学水平的不断提升, 传统的教学方式所培养的毕业生人群在实际的工作过程当中往往不具备国营的工作技能, 这就迫切需求目前的教学目标朝着注重实践能力培养的方向发展, 尤其是以高职院校为主, 其主要的培养人群就是专业性技术人才, 本文所提到的市场营销专业要求学生能够运用营销的思维方式去实施合适的经营决策与战略, 包括进行市场调查与预测, 构建市场营销信息系统, 分析消费者心理与购买行为, 进行市场细分, 选择目标市场, 制定产品策略、定价策略、渠道策略、促销策略、市场营销组合策略等, 这些内容都紧贴市场营销管理实际, 因而其实践性非常突出。

而目前大部分高职院校的市场营销课程的教学模式依然是以机械式的知识灌输为主, 教师以课本的知识体系作为主要的教学内容, 对于学生知识理论的教导要远远强于实践技能的教导。这也会导致该科目无法培养出满足市场需求的销售类专业技术人才, 而本文所提到的沙盘实训教学模式是将市场营销的教学理论在模拟的沙盘上进行演示, 教师根据企业的真实案例进行沙盘模拟, 使得学生在学习的过程当中就能够体验到企业实际工作的流程。

1 沙盘实训教学对市场营销专业的影响程度

1.1 提升学生的知识整合能力

目前, 市场营销专业的沙盘实训教学方式能够模拟涉及营销过程各类部门, 包含直销部、市场调研部、促销部等, 学生根据具体的需求进行自我分组, 为了能够在竞争的过程当中取得更好的经济收益, 学生必须要进行合理的决策, 而这些决策的制定往往涉及产品的定价策略、产品的促销渠道、产品的营销市场环境等相关的专业课程知识, 这正是将所学专业理论知识进行运用的绝佳时机。

1.2 有利于师生之间的沟通交流

沙盘模拟训练的过程当中, 教师主要作为具体任务的发布者和制定者, 让学生能够了解实际的营销任务, 这个过程当中学生同教师之间会转变为一种模拟的商业合作联系, 教师可以担任供货商, 而学生群体可以担任具体的营销部门人员, 在这一过程当中, 不论是教师的实践教学或者学生对于课程的掌握程度都会有质的飞跃。

1.3 极大的提高学生的实际决策能力

在市场营销专业的培养计划当中, 营销决策的制定是非常

核心的培养目标, 这能够影响到学生在今后的工作过程当中能否胜任这份工作。沙盘实训过程当中, 学生要对于市场进行调研, 在根据调研的需求进行专业的市场定位, 从而确定企业的产品在市场当中的营销需求, 从而以此制定出具体的市场营销决策, 这是传统的知识灌输类教学方式无法达到的培养效果。

2 目前高职市场营销专业沙盘实训教学存在的问题

通过前文的描述可以看出, 沙盘实训教学在实际的展开过程中对于学生的实践能力的提升, 以及教师的教学效果方面都有显著的影响力度, 但是由于受到传统类型教学方式的影响, 我国高职院校沙盘实训教学的过程中依然存在不少诟病, 对于实际的教学效果也会带来一定的负面影响, 可以归纳为以下几个方面:

2.1 教学过程的规范程度不足

沙盘实训教学相对于传统的课堂教学而言, 其周期长见效慢, 往往一整套教学流程走完的时间少则2至3天, 多则一个星期以上, 在实际的教学过程当中老师所面临的压力相比较学生而言要大得多, 同时沙盘教学在我国高职教育领域当中属于一种全新的教学方式, 很好有教师能够熟悉其整个操作流程, 往往会导致上一个环节的效果还没有达到, 下一个环节便无法正常运行的现象发生。

2.2 教师的职责不够明确

沙盘模拟的过程当中, 教师不仅要负责讲解沙盘模拟的各个流程, 同时要负责沙盘整体环节的运转, 提醒学生注意的各项问题, 同时要能够答疑解惑, 并且实时的进行专业知识体系的教学, 这一系列的过程往往不是一个教师能够完成的, 而教师团队共同进行沙盘教学的话会导致合作的教师团队之间的职责划分不够明确。

2.3 学生参与意识不足

传统的教学方式虽然枯燥且乏味, 但是由于我国应试教育环境的影响, 沙盘实训教学的过程当中会使得学生群体的学习能力进一步得到体现, 随着模拟市场的深入, 合理的战略布局对模拟结果的影响愈加明显, 连续多期经营让学生制定决策时既要考虑近期的利益, 又要考虑市场未来的发展趋势, 但目前学生的全局思维能力尚显不足, 制订决策计划时往往只考虑本期利益, 而缺乏对未来长久利益的考虑。

2.4 模拟的规则存在漏洞

沙盘实训教学的核心因素是要尽可能模拟最真实的市场环

境,但是目前高职院校当中,沙盘实训的整体教学方式还处于一种发展阶段,首先其整体模拟的规则较为老旧,不能根据市场营销环境的变化而实时的进行规则的更新改进,其次,整体的运营模式的规范程度不足,这会直接导致学生和教师在模拟的过程当中发生一些不当的情况,无法达到既定的教学效果。

3 针对市场营销专业的沙盘实训教学改良意见

3.1 指导教师团队要进行专业知识培训

市场营销专业的沙盘实训过程不同于其他专业,教师要拥有管理学、市场营销学、会计学、财务管理学等多门学科的相关知识,才能够较为良好的开展具体的实训活动,因此,针对这一特性,要加大教师团队的知识培训力度,让指导的教师团队能够更好的适应沙盘实训的运转模式,从而针对市场营销专业的相关课程需求,来制定合适的实训计划。

3.2 模拟实训系统要实时更新

随着时代的进步,市场营销的环境一定会随着经济体系的改变还发生一定的变化,市场营销专业的教学也要紧跟时代的潮流,在一些细节的教学过程当中加入全新的元素,特别是沙盘实训的整体教学方式偏向实践化,这会使得一旦更新速度不够及时,那么整体的实训效果便会大打折扣,因此,沙盘模拟过程当中虚拟的市场调研信息和设置的公司经营规则都应在3年左右就更新一次,让沙盘模拟的整个过程能够更加接近真实的公司竞争环境。

3.3 教学环节要进行加强

一套沙盘实训系统的实施不是单独某个教师就能够独立完成的,这要求教师团队要更加清楚书本当中规定的理论知识,并且在实际的实训环节当中,不仅要能够稳定的维持整体的教学流程,对于实践过程当中知识体系的教学方式也要做到进一步的完善,加强和学生之间的沟通,帮助学生更好的掌握知识体系。

4 总结

市场营销专业作为我国高职教育当中较为热门的专业,其必备的实践性教学目标一直是相关教育部门一直关注的问题,沙盘实训教学的引入是一种全新的营销人才培养模式,它不仅能够有效的提升学生解决问题的能力,对于市场营销知识体系的掌握也能够带来很好的效果,最为关键的因素在于,其能够充分的加强学生市场营销方面的操作技巧,这对于学生未来相关类型的工作能够打下良好的基础,但是由于教育方式的普及程度不足,沙盘实训教学依然存在一定的问题和漏洞,这也是相关部门在未来推广的过程中要正视的问题所在。

参考文献:

[1]阮云胜.营销管理沙盘模拟数学研究[J].沿海企业与科技,2010(4):158-160.

[2]牛文娜.基于能力培养的营销课程教学改革研究[J].人力资源开发,2016(1):238-239.