

# 基于任务驱动法的中职市场营销教学

## ——以“漆彩人生 积厚成器”教学设计与实施为例

周 娜

(江苏省扬州旅游商贸学校, 江苏 扬州 225000)

**摘要:** 随着社会进步和经济的高速发展, 职业教育也步入快速高质发展阶段, 这也要求职业教育能够根据岗位要求的要求给学生提供更具有针对性的职业教育, 以便将来更好的对接就业岗位。但在中职学校市场营销教学过程中, 往往都偏理论知识的传授, 忽视了实践活动的开展, 导致学生在学习过程中缺乏动力。任务驱动法在教学中的应用, 可以让学生通过完成特定的任务实现对新知的自主学习, 不断地强化技能操作能力, 加强团队合作的精神。本文主要以“漆彩人生 积厚成器”教学设计与实施为例, 通过任务驱动法在其中的具体应用给予全面、系统的研究, 以充分掌握任务驱动法的作用, 说明任务驱动法在中职市场营销专业教学中的应用策略。

**关键词:** 任务驱动法; 市场营销; 具体实施

### 一、任务驱动教学法的重要性

在新课程改革进程中, 要突出学生的主体地位。这就要求教师要扮演好引导者和组织者的角色, 给学生留出更多的自主学习时间和实践机会。任务驱动教学法的实施, 体现了教师主导作用的同时, 激发学生参与课堂学习的兴趣, 充分调动学生学习的积极性和主动性, 培养学生的团队合作精神。

本文运用任务驱动法, 以人教版中职市场营销第九章促销策略教学设计“漆彩人生 积厚成器”为案例, 探讨中职市场营销任务驱动教学法的具体实施。

### 二、任务驱动教学法的具体实施

本课程是江苏省中等职业教育市场营销专业必修的一门专业基础平台课程《市场营销》, 是在《市场调查与预测》基础上开设的一门实践性较强的专业核心课程, 其主要任务是培养学生市场分析、营销策略运用、营销活动组织与开展等方面的职业技能与职业精神, 为《现代推销技术》《现代广告技术》等后续课程的学习奠定基础。

本课授课对象是中职市场营销专业二年级的学生, 作为市场营销专业学生, 他们通过三年的学习需要掌握行业通用能力, 市场分析能力、销售与管理能力、客户服务能力以及营销推广与策划能力, 适应营销人员、促销人员、电子商务等相关工作岗位。

在校一年多的专业学习中他们已经学习了《市场调查与预测》《消费者行为分析》《商品学基础》《现代推销技术》等专业课程, 能正确认识市场, 掌握市场的基本特征, 能根据不同市场的特征, 对不同消费者类型进行科学分析; 熟悉现代推销的基本方法, 具备了任务驱动法实施的基本条件。

基于学生的学情分析, 根据工作流程的要求, 本着以学定教的原则, 预设通过本次课的学习达成如下目标:

1. 通过对小红书推广专业化、流程化的体验学习, 了解小红书文案撰写的基本要求, 掌握小红书推广的技巧。
2. 通过对“漆器饰品”推广笔记内容的设计, 培养学生的创作能力。
3. 通过对漆器饰品产品特点的挖掘, 感悟漆器产品的文化美, 提升文化自信。

4. 培养学生的团队合作精神和竞争意识, 体验优势互补而达到完成目标的成就感

为实现以上目标, 基于上述分析, 本节课的教学设计依据江苏省市场营销课程标准和教材特点, 结合学生的实际情况, 通过系列任务设置, 设计了“漆彩人生 积厚成器”的教学活动。

整个教学过程按照工作程序的先后性, 安排任务, 引导学生循序渐进逐步完成。任务的完成由小组合作共同探究, 培养学生自主学习的能力, 突出体现学生在课堂上的主体性。通过课前资源库学习, 情境的创设、教师言语的引导和激励, 诱发学生的创作动机和创造灵感, 通过多维评价和作品展示交流, 促进学生取长补短、勇于创新。

学生通过漆器云营销这样一个拓展项目的任务驱动, 在模拟实践中感受市场营销人员的岗位角色, 做中学、学中做, 真正学会如何在漆器产品的调查分析、新媒体云营销推广中正确运用市场分析、营销策略运用、营销活动组织的方法与技巧, 真正内化理论知识, 更好地将理论知识运用于生活实际, 提升技能、掌握技术, 养成主动学习、深度学习的习惯。也为今后市场营销课程的教学设计提供借鉴和参考。

本项目任务驱动法具体教学实施如下:

环节一 深入市场、搜集资料

任务一: 初探小红书, 查看网络学习平台资源自主探究, 了解小红书推广的优点、特点及发展现状。

任务二: 完成市场调查, 调查搜集相关资料信息, 运用SWOT分析法完成漆器饰品分析报告。

任务三: 积累素材, 查看漆器产品官网, 了解漆器饰品相对于竞争品而言的独有魅力及消费者购后评价, 着重了解买家所在意的问题。

设计意图: 学生先在课前自主探究、尝试去做, 在做的过程中明确目前推广存在的问题, 顺利引出任务。通过实地走访漆器市场, 感受漆器文化, 感悟非物质文化遗产之美。

环节二: SWOT分析、明确任务

任务一: 成果展示 小组代表汇报漆器产品SWOT分析报告

任务二: 合作探究 依据分析, 探讨确定目前漆器饰品的推广需要改进和加强的地方, 认识到小红书对于漆器饰品推广的重要意义。

设计意图: 学生在分析的过程中也能够加深对漆器饰品营销推广现状的认识, 以便更有针对性地设计推广方案。

环节三 启发思考、开拓新知

任务一: 角色扮演 通过角色扮演的形式, 学生以买家的角度浏览小红书笔记, 分析什么样的笔记给人印象深刻, 它优秀在哪里。

任务二: 梳理思路 小组合作, 思维碰撞, 利用xmind思维导图软件绘制思维导图, 明确小红书文案写作步骤。

任务三: 小组汇报 各组代表上台展示, 阐述思路, 其他小组听取汇报及建议, 并及时修正。

任务四: 找准顾客 分析偏好 小组合作通过生意参谋平台分析, 完成漆器饰品人群画像, 分析目标顾客的产品偏好、喜好话题、

折扣敏感度等, 填制表格进行提交。

设计意图: 以角色扮演的形式, 激发学生积极思考、主动学习。通过思维导图的绘制, 理清思路, 提高学习效率。引导学生运用分析工具, 提高数据处理能力, 进而全面科学地分析市场。采用探究式教学, 学生在任务驱动下能够主动分析问题, 寻求解决问题的方法。

环节四: 结合卖点、确定活动

任务一: 发掘卖点 各个小组进行探讨, 完成漆器饰品卖点的寻找, 并利用 Fabe 原则进行文案创作

任务二: 头脑风暴 针对漆器饰品年轻顾客群体的喜好, 小组讨论活动方案, 各组汇报设计的促销活动方案

设计意图: 通过头脑风暴, 引导学生积极参与讨论, 尊重各个学生的发言权, 鼓励想法上的差异性。

环节五: 赏析案例、模仿练习

任务一: 寻找亮点: 赏析教师给定的优秀案例, 寻找标题、内容、图片等方面的可取之处

任务二: 汇报想法: 各抒己见, 各组汇报在各个写作步骤中打算突出的重点

任务三: 完成创作: 小组参照优秀小红书笔记, 模范练习, 完成小饰品小红书笔记的撰写

设计意图: 引导学生通过找亮点、模仿创写环节的设置, 提高学生的鉴赏能力和设计能力, 通过合作探究, 互相交流, 共同完成小红书文案的创写, 提升合作能力。

环节六: 作品展示、拓展提升

任务一: 思维发散: 各组同学根据“曼陀罗思考法”, 构思更多的关键词, 提交至学习平台, 形成词云库。

任务二: 提升优化: 感悟每一类标题中运用到的消费者的情感因素, 小组合作, 完成标题的润色, 让原先的标题更具感染力, 通过一系列循序渐进的任务驱使主动思考, 发现产品推广关键词。并在此基础之上进行标题和文案的创作

环节七: 反馈总结、梳理归纳

任务一: 拓展思考: 结合发现的讲解问题思考拓展问题。

任务二: 多元评价: 对照评价表, 进行自评与互评。对自己与本小组进行总结。

设计意图: 多元评价更加全面总结学生的学习情况, 学生自评互评的过程也是自我提升的过程, 以达到以评促进、以评促改的目的。

课后作业分为两个层次, 具体包含基础任务: 1、每位同学完成并提交小红书推广文案撰写思维导图 2、以小组为单位完善推广文案, 提交至学习平台; 拓展任务: 1、学生以小组为单位, 对漆器家居摆件品的目标市场及推广方式进行调研分析。2、观看微课视频: 了解微博推广的适用及方法, 学生通过基础作业巩固课堂所学, 通过拓展作业为下一个模块做铺垫, 也训练了就业必备技能: 讲解能力, 契合不同层次学生发展。

### 三、任务驱动法实施效果

(一) 学生充分参与课堂, 综合能力有效提升

通过递进型任务驱动的教学模式, 设置真实任务, 学生的学习目标更加明确。鼓励学生利用信息手段, 小组合作完成学习任务, 形成师生、生生全面良好互动, 合作学习和生成学习得到有效提升, 学习成果的标准和质量明显提高, 借助多种信息化手段, 还大幅提升了学生的学习效率和自主探究能力。

(二) 学习过程兴趣浓厚, 学习成果社会转化

本课程中学生针对漆器产品进行市场调查分析、营销推广策划, 在企业专家的全程参与指导和评价过程中, 真实的情境让学

生学习兴趣更加浓厚, 学生的创新想法以及推广文案、图片以及促销活动的成果为企业采用, 成功实现了教学成果的社会转化。

(三) 文化自信显著提升, 责任意识逐步增强

学生在每个阶段完成任务的过程中, 深深感受到中华民族传统文化的魅力, 在此过程中不断加深对非物质文化遗产的认知和认可, 提升学生文化自信, 也感受到学生宣传弘扬中华非遗文化的社会责任。

### 四、任务驱动法实施过程中的问题及对策

在中职学校, 市场营销是一门常见的专业基础课程, 随着时代的进步与发展, 各学校在教学中也开始注重营销实践活动的开展。任务驱动法在教学过程中的应用则可以有效地将理论知识和专业实践相结合, 进而有效提高中职市场营销的教学效果。但是在具体实施过程中, 也呈现出了一系列的问题。

任务驱动法一般需要学生充分发挥自主能动性, 上课后都需要利用更多的时间来自主学习。而在此过程中学生的学习状况很难准确控制和把握, 不利于课堂教学活动的顺利进行。因此在设置任务时, 任务难易程度要适中, 要为学生留出举一反三的空间, 将任务作为基础, 在其之上得到不同能力的提升。

同时对于学习效果的评价, 相对还是结果性评价较多, 也不利于激发学生的积极性。针对上述问题笔者也思考了一些具体对策。首先, 在市场营销教学过程中使用任务驱动教学法, 围绕着“以任务为主线, 教师为主导, 学生为主体”的原则进行展开, 任务并不是单一的, 而是不断循环上升的过程。结合市场、企业以及产品的实际情况来进行任务的设计, 依据企业实际工作流程布置相关的任务, 以实现课堂教学与社会实践的有效结合。并预估各项任务的实施效果, 以便课堂上更有效地指导学习。

其次创新设计激励手段, 营造良性比赛氛围。充分调动学生学习积极性, 学生良好的学习习惯、工作态度被及时肯定, 营销成果被客户认可, 起到良好的育人目标引领和激励作用。根据育人目标, 创新设计“乐学、合作、诚信、匠心、创新”营销达人徽章。教师根据学生学习过程中的突出表现, 将相应的徽章奖励给小组或个人, 帮助学生发展自我认知, 做好价值引领。设计漆器饰品云营销项目积分榜, 将“学习通平台”小组学情数据体现在堆积柱形图中。记录各小组在学习过程中的进步, 鼓励学生突破自我, 再创新高。

具体做法: 各小组在每个任务学习过程中, 签到、回答、工作任务、作业、课后测试、获得徽章等积分计入过程性评价; 每组在小红书平台发布的图片获得社会用户的关注、点赞、好评、转发计入结果性评价。每个任务的过程性评价积分随着项目的推进逐步计入项目积分榜, 最后加上结果性评价, 成为小组最终成绩。积分榜的分数来自多元化评价主体, 从时间看是过程性评价, 从增量看是增值性评价, 从总量看是结果性评价。从评价主体、教学过程、教学结果、增值性四个维度, 实现教与学全过程的信息采集, 并针对教学目标开展教学与实践的考核评价, 有效地保证学生完成任务全程的积极性。

### 参考文献:

- [1] 李兴粉. 基于任务驱动的中职《市场营销学》课程教学研究 [D]. 贵州: 贵州师范大学, 2019.
- [2] 谭竹青. 任务驱动法在中职市场营销专业教学中的运用研究 [J]. 科技咨询 (科技管理), 2022 (1): 181-183.
- [3] 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 (5): 92-93.