

信息化教学与大专院校市场营销专业的融合思考

王悦

(江苏经贸职业技术学院, 江苏南京 211100)

摘要:随着数字化信息技术的不断革新与发展,多重教学思想和教学方法的运用,当代市场营销专业教育已经逐步从最初的课堂黑板书写教育走向了数字化教育的全新阶段。在大专院校教学中科学使用信息化技术,不仅能够丰富市场营销专业学生素养培养方法,更重要的是还能有效保证市场营销专业学生技能与知识的培养效果,推动当代市场营销专业学习朝着更加现代化智能化的方向发展。

关键词:信息化技术;大专院校教学;应用;融合

时代的进步与发展,信息技术的不断革新,不仅改变了我们的日常工作和生活,还在教育教学领域大施拳脚。基于此,当代教师一定要注重信息技术在市场营销专业教学中的有效性运用,进而提升课堂教学效果,促进学生素养与能力的提升。

一、信息化教学与大专院校市场营销专业的融合存在的问题

(一)教师在使用信息技术时方法死板单一

教学方式与方法培养学生核心素养的最重要组成部分,好的方法和辅助手段不仅能够极大地保证学生培养效果,让学生在有限的时间内获得更大的提升与发展,更重要的是还能激发学生的思维,有效增强学生的综合素养,让学生的素养与能力得到全面的提升与发展。但是在实际的教学过程中,很多教师对于使用信息技术思想和模式认知比较单一死板,严重影响了学生的求知欲望,打消了学生的学习积极性,直接影响了学生的学习效益。因此,要想科学开展大专市场营销专业教育教学活动,有效使用信息技术,当代教师还要在理论与实践相结合中,加强自身对于信息技术使用思路和方法的研究与使用,从而在不断创新中,选择更好的使用策略和方法来组织各类教学工作和学生学习工作,科学有序地提升学生的核心素养,增强学生的综合素质。

(二)教师在使用信息技术时忽视学生主体地位以及过程

学生作为整个教育活动的主体与核心,其学习态度以及学习方法对整个教学活动良好效果取得有着至关重要的作用。但是由于日常学习压力较重,教师对于信息技术视域下的在线教育模式认知、使用不够清晰、明确,对培养效果并不重视,他们在日常学习以及使用信息技术过程中,依旧秉承着传统思想。将整个学习活动变得流于表面,使学生的自身的学习素养和学习意识以及知识与技能路径构建过程都出于被动或者初级阶段。这种错误的认识和信息使用技术方法给学生全面培养造成了巨大的影响,严重阻碍了学生的科学发展。因此,当代教师还应对学生进行积极引导,加强自身对于信息技术使用思想和手段的深刻理解,进而有效保证学生对于大专市场营销专业中技能与知识掌握效果,提升与增强学生的综合水平。

二、信息化教学与大专院校市场营销专业的融合发展路径

(一)教学手段越来越现代化

信息技术的发展不仅极大地为人们的生活和工作提供了更多的便利,还大量地节约了沟通时间和沟通成本,有效地改变了原有的信息交流和知识技能获得的手段。教育行业作为社会人才培

养重要组成部分,其也必须与时俱进地进行课堂教学思维以及技术的优化和发展,从而更好地培养学生。信息技术作为当代职业教育阶段的全新技术手段,将其运用到教学中,不仅能够更好地节省师生的交流、沟通成本,还能优化教师教学的技巧,促进学生综合能力的提升。

如在教授大专市场营销专业中统计学相关知识时,教师可以先确立教学目标,即明确统计学的概念、意义,接着再利用信息技术中的课程共享平台进行情境导入,情境构建完成后,教师可以提出一些问题,利用问题引导的手段来对学生进行引导,如“统计学的主要内容包括什么?为什么市场营销专业需要学习统计学?”问题提出后,教师可以引导学生对其进行详细的讨论,进而进行总结归纳,科学掌握对应的知识。教师还可以引入信息技术中的物联网思维,以一个实证案例幻化出一段“场景”,进而在这种情境中激发其兴趣,提升学生的自主学习意识,保证学生学习效果。

此外,教师还可以基于信息技术中的信息云平台,让学生在云平台中主动进行知识的学习和研究,自主完成知识的系统性构建。云平台教育是当代互联网时代的一种教育模式,其主要运作模式来自于大数据的分析和解读。其主要方式是指教师在完成职业课堂知识与技能教授后,可以在一个比较好的云平台上进行对应的练习,而这个云平台根据学生对练习的难度、错题以及答题时间等综合数据对学生的实际技能与知识优缺点进行科学分析和有效性探究,以此来帮助学生科学认知自己的所学缺陷,并在云平台上给出的对应辅助、针对性练习中,查漏补缺,有效完成技能与知识的深度获取以及牢固性掌握。在大专市场营销专业教学中,教师不妨使其与校校通进行资源互享,从而保证学生课堂学习效果,有效增强学生的学习效率。如在教授学生财务学相关知识的时候,教师可以先利用各种教学研平台来对学生进行引导教育,激发学生对于即将学到知识的兴趣,接着利用微课的方式来引导学生按步骤来进行对应知识板块的学习和研究,并在互联网实时交流系统支持下,进行小组合作在线探究分析,并科学掌握对应知识。预习完毕后,教师在具体的课堂教学中,可以对学生在讨论中存在的问题进行答疑解惑,并根据大多数学生的需求进行针对性的讲解以及对应练习。在课堂练习完毕后,教师还要引导学生进入对应的教育云平台,让学生利用平台上的大数据分析模式,有效地进行针对性的测评和分析,进而有效增强自身的素养,完成对应技能与知识的全面掌握和系统性讲解。

(二)更加注重核心主体地位

科技以人为本,教育的主体是学生,学生的学习素养与能力直接关系到学生对于这一学科知识的掌握效果。近些年来,虽然认知视域下的建构主义学习观获得了一定的“本土化”发展,诞生了诸多的全新方法,如境脉学习、PAD、OIM等全新学生培养思路,但是其核心都是围绕学生开始的,也就是说都是通过各手段让学生与“知识”进行互动,进而在分析、内化中科学地了解所学知识,进而完成知识的系统性构建。这与当代的以生为本

教育理念深度契合,是当代学生素养与能力培养的重要组成部分。基于此,基于信息技术的个性化教学必然是以学生个性化发展为中心。其必然会主张进行定制化学习,即利用各种多元化手段来为学生进行系统讲解,并基于此,根据学生的不同需要,对学生进行针对性的培养。其模式应该是预习,其中包括独立连线、构建互动平台,根据提前的微课或者慕课中的内容基进行有计划的学习,并根据其中的模式进行需求调控,进而科学地掌握预习知识。预习之后是课堂学习,课堂学习主要分为定制化学习,也就是教师并不为学生进行全面、系统的知识讲解,而是针对系统上大家反馈的疑问进行斟酌,选择更好的方式进行讲解。如所有学生都有疑问,那么就全面讲解,如果只有一部分存在疑惑,那么就利用技术将他们拉到一个群组里,单独为他们进行讲解。

例如在教授学生《管理信息系统》相关知识的时候,教师首先可以基于互联网上的慕课平台或者微课平台,积极寻找并制作一些先进的对应专业课程以及教学案例,在信息技术支持下的交流平台上引起学生的注意,再将一些学生熟悉的模式或者元素穿插进来,待学生有了一定的了解之后,再将学生分为几个探究小组,让学生在组内就对应问题进行深度挖掘和有效性探讨,提升他们的探究意识,激发探究思想,让他们逐步构建出新的学习模式以及自身知识获取策略,增强其学习综合素养。在具体教学中,教师还应注重学生的自身学习素养,积极利用在线实时沟通教育等手段科学的引导学生进行预习和问题探究,从而帮助学生在自主学习意识下,能够通过各种网络平台来自我获取对应的技能与知识,增强他们的学习素养和综合水平。

(三)更能体现交互式的学习

建构主义认为,所有的知识、技能包括各种经验在内,都是由三个部分组成的,即讲授(Presentation)-内化(Assimilation)-讨论(Discussion)三阶段。知识观主张在自我需求或者说任务需求模式下,不断地扩大求知范围,最大可能性地保证知识的正确率。如对于某个知识的参数,这个参数的实际以及研究范围越大,正确率就会更高,这个知识在延伸发展中时间就会更长。而在建构主义学习观中,其认为知识掌握的核心流程就是自我需求-科学探究-分析归纳-研究总结-全面验证,而在整个流程中,无论是科学探究、归纳还是总结分析,都是在不断的思维进程中的,都是需要任务激发或者自我需求激发的。具体来讲,就是无论是学习观还是知识观,都需要学习主体或者知识主体在自我认识或者任务驱动下,主动通过教师的引领以及学生自身的内化分析验证,在不断地重复中,逐步由未知变为正确,由陌生到熟悉,再到不断验证联系与科学熟练掌握使用。这种知识需求的激发和互动,其核心就是思维的变化,这种变化或者说是基于分析论证的思维迁移不仅包括内化(Assimilation)视域下师生、生生、学生与知识本身的互动,还包括其在课后练习、实践运用等板块完成后的讨论等。基于此,在信息技术的支持下,学生的交互性会变得更加频繁和流畅,学生在对应的知识与技能学习中,将会忽视教师的引领作用,他们会在教师的支持下,通过自我知识需求的激发,在自我探究、彼此论证或者深入学习的职业上,自主获得知识,完成对应知识的深度理解,在强化自身学习能力的职业上,利用陈旧的知识推导出新的知识,完成新旧知识与技能的对比解构,将新知识纳入到自身的知识体系中去。基于信息技术下的教学,在更大程度上实现了“授人以渔”,将教师的教以及学生的学,

变为了一种互相思维的交互,有效地构建了新的教育新生态。

(四)愈发智慧化的教学活动设计

在信息化教学与市场营销专业的融合过程中,教师的教学设计与准备活动也愈发展现出智慧化的发展进程。教师不仅要依托于以生为本的教学原则展开教学活动,更要提供具有智能服务的课程活动与任务设计。

首先,在备课环节,教师应依据课时安排设置教学进度,保证每节课程可以通过两个课时完成教学任务。因此在教学设计准备过程中,教师可以针对每一个教学板块规划时间区间,对上课时间进行科学分区。比如前5分钟可以组织学生共同回顾旧知识,利用多媒体呈现的思维导图帮助学生建构知识体系,并在日积月累的串联过程中形成深度记忆。而后5-10分钟设置为预习总结环节,要求学生自主发言,提出预习环节中的问题、猜想与疑惑,由学生讨论或教师进行解答。对于重点问题,还可以开展项目活动,通过学生团队实践完成探索任务,而该环节则要限制在25分钟之内,保证学生能完成自主思考、资料收集、自主讨论、成果总结等过程。而后教师应设置30分钟左右的时间展开课程内容的升华讲解,依托学生反馈的问题与障碍,对课程中的关键知识内容进行分析、总结、分类,进一步形成体系化的知识形态。剩余时间教师可以引导学生进行拓展训练,比如可以结合新闻热点、经典案例等展开实践探究与模拟活动,帮助学生探讨现实企业中的营销理论应用效果与方法,以此达到知识内化与迁移的目的。

其次,信息化教学还要求教师在教学的各个环节中充分融入信息技术,因此还需要进一步提升师生的信息素养与计算机应用水平。一方面,要有效提高教师对于信息收集整理与分析的能力,保证教师可以通过智慧教学平台统计并分析学生的学习表现;另一方面,教师要运用数据分析结果,为学生提供个性化、智能化的教学服务。因此在教学过程中,教师需要通过两方面的转变以达到教学活动的智慧化效果。其一,要将信息接收者的身份转化为信息交互者,不仅要各层面收集的学生数据进行总结归纳与分析,还要将数据生成的反馈意见返还给学生,提高学生的自我认知能力与自我完善意识。其二则要能够应用学生数据构建个性化、智能化的教学服务活动。比如可以根据学生的预习成果反馈优化课上教学设计,根据学生的课上学习情况完善作业巩固内容,根据学生的综合学习能力,提供对应的训练活动与实践方案等,以此可以保证学生学习和成长的智能化效果。

三、结语

基于信息技术下的智能化教学,不仅能够有效保证教学效果的提升,增强交流、沟通效率,更重要的是还打破了学生的时间与空间学习限制、优化了学生的技能与知识掌握路径,让学生在有限的时间内获得了更多的收获,因此,当代大专院校市场营销专业教师在组织开展教学活动时,一定要注重信息技术的应用,从而保证效果,促进学生全面发展。

参考文献:

- [1] 严嘉挺. 信息化教学与职业院校市场营销专业的融合思考[J]. 黑龙江科学, 2022, 13(03): 148-149.
- [2] 任俊峰. 高职院校市场营销专业信息化教学模式构建路径研究[J]. 现代营销(创富信息版), 2018(12): 82-83.