

基于“能力本位”教育理念的《医药市场营销实务》课程教学改革实践探究

田真 刘少冉 胡一平 赵俊琨

(山东药品食品职业学院)

【摘要】通过对高职院校开展医药市场营销相关课程的教学现状进行分析,探讨基于“能力本位”教学理念开展课程教学改革的可行性,并根据课程特点和典型岗位工作内容,构建了“虚实结合,四环三阶”线上线下混合式教学模式。结合新模式在实践教学应用中存在的“学生课前学习动力不足、疲于应对课堂任务、评价考核方式不完善”等问题提出改进建议,为具有相同特征的高职类专业核心课程的教学改革提供了理论依据和经验参考。

【关键词】高职院校;能力本位;医药市场营销;教学模式改革

1. 引言

随着经济社会的快速发展,国内医药市场不断变革与发展,对医药行业营销从业人员的专业背景和学术能力提出了更高要求。高职院校在培养专业人才时,不仅要注重传授理论知识,更要培养学生的实践操作能力和市场应对能力。《医药市场营销实务》作为高职院校药品经营类专业的重要课程之一,其教学模式的创新改革尤为迫切。近年来,教育部门倡导通过产教融合、校企合作,提高职业教育的适应性,并强调能力本位的教育理念,旨在通过提高学生的实践动手能力、创新能力及解决实际问题的能力达到教育教学目的。在这一背景下,探索适应时代发展要求的医药市场营销实务课程的教学模式显得尤为重要。

本研究基于“能力本位”的教育理念,提出从培养学生职业能力出发,将医药企业营销岗位实际工作流程作为项目化教学内容开发与设计的依据,以此来重构课程内容,并与信息技术有机结合,增加了可操作的实践任务活动,丰富了教学手段,从而激发学生的学习兴趣,增强学习动机,培养学生解决医药市场中复杂问题的能力。

当前,高职院校对于医药市场营销课程的教学普遍存在着“重理论、轻实践”、学生参与度不高、理论与实践教学相脱节、教学效果难以评价等问题,这不仅影响了学生的学习,也制约了职业能力的发展和提升。为此,本文构建了“虚实结合、三环四阶”线上线下混合式教学模式,深入探讨该模式应用于课堂教学过程中存在的问题与改进措施,帮助无产出的高职类专业核心课程进一步明确教学改革的方向和重点。

2. “能力本位”教学理念的适应性分析

在职业教育的语境下,“能力本位”教学理念与医药市场营销实务的课程特征和教学需求相匹配。“能力本位”理念主张教学过程中教师需要更多关注学生实际操作能力的培养,倡导理论教学与实践教学有效融合。在这样理念的指导下,教师不再是知识的单向传递者,而是指导者和促进者,学生则从被动接受者变为主动实践者。

《医药市场营销实务》这门课程具有显著的跨学科特征,它巧妙地融合了经济学、管理学理论基础,与医药行业的实际需求密切相关,课程涉及的理论基础包括市场环境分析、市场调研、目标市场选择、营销策略制定等,在人才培养过程中,需要引导学生将上述理论灵活运用于医药企业不同的营销岗位工作中,培养学生分析、沟通和策划能力。在传统的教学理念与教学模式下,缺少恰当、典型的岗位实践项目的训练,很难通过教师教使学生完全理解和掌握这些职业技能,学生离开学校后也很难快速适应医药市场营销岗位工作。

具体到课程教学的实际,“能力本位”这一理念要求教师能够深入了解医药市场的最新动态和营销实践,将教材内容与行业实际紧密结合,设计出与医药营销岗位实际工作内容相仿的教学任务和实践项目,应用于课堂教学中。学生通过项目学习,模拟不同医药营销岗位上的营销活动的各个环节,如市场调研与分析、产品推广、专业拜访、促销活动执行等,每一步都需要学生基于给定的市场条件进行分析和决策,教师的角色在此过程中转向为专业指导和提供反馈。同时,根据“能力本位”教学理念,评价学生的学习成果也将

着重考量学生在实践中展现出的问题解决能力、团队协作和创新思维，而不仅仅是传统的书面考试成绩。

3. “虚实结合、三环四阶”线上线下混合式教学模式

基于“能力本位”的教学理念，笔者所属课程团队通过到企业考察调研，在企业一线从业人员的指导下分析归纳出医药营销典型岗位和工作任务，并提炼出完成任务所需的职业能力清单，开发了活页式、工作手册式《医药市场营销实务》教材，在使用配套教材的同时，构建了“虚实结合、三环四阶”线上线下混合式教学模式，为高职院校医药市场营销实务课程教学提供了新的思路和改革方向。

该教学模式使用了“虚实结合”的教学手段，即借助软硬件设施设备，为学生创造形象、生动、能够实现交互的虚实双境职场环境，师生可以在对应的岗位工作环境中开展教学活动、进行模拟训练。其中“虚”指的是校企合作开发的虚拟仿真教学资源，能为每个任务创设与实际工作一致的虚拟企业和岗位工作情境；“实”指的是配套建设与真实企业一致的仿真实境环境，帮助学生快速进入职场角色，积极配合完成真实工作任务。

“四环三阶”即具体的教学模式，将“构思、设计、实施、优化”四个教学环节贯穿于“课前、课中、课后”三个阶段。课前教师通过学习平台发布工作任务及要求，学生根据要求自主登录学习平台完成理论知识的学习、查阅相关资料并完成课前检测，而后以小组为单位，在组内分享、分析获取的知识信息，讨论加工后，构思形成工作任务初始方案；教师根据课前检测结果，了解学生对理论知识的掌握情况，调整课堂教学内容。课中，教师利用任务驱动教学法，导入岗位工作任务，发放操作所需数据、文本类资料，详细介绍任务要求，并结合课前学情分析，有针对性的讲解知识点，并引导学生进行小组讨论。通过对任务和理论的深入理解，学生以初始方案为基础，设计出具有可操作、可实践的营销策划方案；教师利用背景资料和虚拟仿真软件等资源进一步创设工作情境，并指导学生情境中进行任务练习，通过操作练习帮助学生实施、验证策划方案。课后，学生结合练习结果进一步调整、优化实施方案并形成可展示的阶段性成果，作为作业提交给教师，进行多元评价。

“虚实结合、四环三阶”线上线下混合式教学模式通过在职业环境中引导学生不断“构思方案-设计方案-实施方案-优化方案”，培养学生营销思维，并能利用营销思维解决医药营销岗位中常规问题和高阶非常规问题。



图1 “虚实结合、三环四阶”线上线下混合式教学模式

4. 新模式下的医药营销课堂教学现状分析

4.1 新教学模式应用的优势

4.1.1 与传统医药营销课堂相比，新模式的应用改变了以往“满堂灌”的教学模式，学生在完成工作任务的过程中，通过理解、掌握营销理论知识，并应用于解决岗位工作遇到的实际问题；每次任务训练前，要求学生反复构思、优化方案，能够培养学生主动思考、分析营销问题、自主构建解决策略的逻辑思维，在反复实践练习中提高学生的综合营销技能。

4.1.2 在虚实结合的岗位工作场景中，采用任务驱动法教学，在落实学生教学主体地位的同时，增加了沉浸式参与感，大大提高了学生学习的积极性，帮助学生更加了解医药营销相关岗位工作，形成职业认知与职业规划，从而提升了学生的就业质量。

4.1.3 新模式采用线上线下混合式教学，通过将教学资源与教学环境设计重组，满足了学生个性化学习需求，学生根据心仪的岗位类型，有侧重地从学习平台的线上资源中获取更多资讯或是利用虚拟仿真软件针对性地进行强化训练，提高了学生心仪岗位应聘的核心竞争力。

4.2 新教学模式应用中的问题

4.2.1 笔者与课程团队教师采用上述模式完成三个学期的教学实践，进行统计观察，发现高职院校学生普遍存在课前自主学习动力不足的问题，通常课前自主完成线上资源学习的学生不超过班级学生数量的30%，在构思任务初步方案时缺乏思考，胡乱编造，干扰教师课前学情分析结果。

4.2.2 “三教改革”推行以来，高职院校专业核心课程大多采用模块化、项目化教学法，相较于传统模式中只需要听课的学法，部分学生疲于应付大量的课堂教学任务，逐渐形成“应对”办法，例如分组时以宿舍为单位，同宿舍一位学生负责一门课程的随堂任务；或是同组学生每人轮流做一次任务；或是组内部分学生“搭便车”，将课堂任务和课后

作业压力推到成绩优异或有专升本需求的学生身上。这样的学法与教学改革初衷相悖,学生只能根据自己组内分到的任务,培养碎片化的职业能力,对岗位工作认知不连贯。

4.2.3 受医药市场营销实务应用性极强的课程特征限制,在部分医药市场实践任务中,学生制定的策划方案的好坏取决于规范的格式、通顺的逻辑,但最佳的评价方法是拿到市场上运行,让市场对方案的有效性、决策的科学性进行综合检验。因此新模式虽采用的是多元主体参与的方式,但由于无法制定量化的评价标准,学生很难判断任务完成情况,难以通过完成课程任务获得成就感,进行自我评价。

5. 新模式下的医药营销课堂教学改革建议

针对《医药市场营销实务》课程在教学过程中存在的主要问题,从以下三个方面提出教学改革建议,提高新教学模式课堂实践的适应性。

5.1 面向学生开展学前调研,提高学生对课程实用性认知

针对学生课前学习动力不足的问题,教师可以在实施课堂教学前通过编制调研问卷、访谈等形式集中对学生进行调查,了解学生对课程关联的岗位工作是否感兴趣、对课程是否有助于职业发展的认识以及对课程内容学习偏好等信息,挖掘学生的兴趣点和学习动机。从而分析、研究学生职业发展需求与课程内容的关联,明确学生的学习目标和期望,厘清课程具备的实际应用价值,帮助学生进一步认识和理解课程的重要性,端正学习态度。可适当结合学生的兴趣点对课程内容进行调整,使其更贴合学生职业发展目标。

5.2 优化岗位工作任务设计,明确任务分工并与个人考核挂钩

课程团队需要优化岗位工作任务的设计,保证岗位工作流程完整的同时也要考虑学生对关键环节能力提升需求,并对重复性任务进行精简,设置的任务难既要符合学生能力养成规律,也要具备一定挑战性和创新性。

开展分组教学前,教师需对班级分组进行把关,确保每组中有能力层次相同的学生,且组间水平相对均衡。分组教学时,教师要帮助学生准确理解任务要求,指导学生通过制定实施方案明确任务分工,确定不同分工下实践的贡献比例,任务结束后,根据任务完成的总体情况和个人贡献比例进行个人考核,提高学生的参与度。

5.3 制定科学的课程考核评价指标,形成多元主体参与的能力提升量化评价体系

为了在教学评价体系中充分体现“能力本位”理念,通

过“以评促学”提升课堂实效,教师可以突破传统分数考核方式,与企业一线人员共同探讨典型岗位工作任务中学生自主完成的工作环节,需要掌握的知识指标、获得的能力指标和养成的素质指标,设置每条任务下的细分指标在综合能力指标的比重,最终形成一个可量化的能力提升评价标准。教师、小组成员、学生本人均可根据任务完成度和个人表现参与量化评价,一定程度上能改善因成绩造成的学习行为不连贯的问题。

6. 结语

综上所述,本研究提出的“虚实结合、三环四阶”线上线下混合式教学模式,以医药企业用人需求为依据进行革新,改变了医药市场营销传统的“重理论”的教育模式,打破了医药营销实践与理论教学难统一的局面。该模式从一定程度上提升了学生学习的积极性,有助于培养学生提出、分析、解决营销岗位工作问题的能力。虽然在应用过程中仍存在一些问題,但教育改革是一个持续的过程,教师需要通过开展教学实践,在实践中反复检验新模式,并不断反思改进,提高新模式在课程教学中的适应性。

总之,以“能力本位”教学理念为基础,构建的“虚实结合、三环四阶”教学模式不仅为医药市场营销相关课程教育实践提供了新的视角,也为高职院校的课程改革提供了有益的理论支持和实践经验。

参考文献

- [1]夏瑞洁;孙从军;李明洙;李玲.基于能力本位理念的营销教学改革策略[J].投资与合作,2021:2.
- [2]任晓晶.以能力为本位的高职市场营销课程教学改革研究[J].知识经济,2019:139+141.
- [3]朱虹;张小波;韩月;曲悠扬;宋安琪;刘兰茹;李昀燊.基于医药人才“专业-素养-能力”培养的课堂改革探索[J].中国药业,2020:4.
- [4]刘加涛,周海云,蔡琳,等.基于以问题为导向教学法翻转课堂在药物经济学教学改革中的应用[J].中国药物经济学,2020,15(10):9-13.
- [5]李想,赵赫,马红光.基于翻转课堂的经管类研究生教学方式改革[J].高教学刊,2024,10(16):33-36.D0I:10.19980/j.CN23-1593/G4.2024.16.008.

2022年山东省职业教育教学改革研究课题“基于新型活页式、工作手册式教材的高职课堂教学生态体系的构建与实践”(项目编号:2022086,主持人:丛淑芹)