

情境模拟教学法在市场营销专业课程教学中的应用分析

刘 铮

(郑州职业技术学院 河南郑州 450000)

【摘要】 当今国家经济迅猛发展, 社会各行各业竞争激烈, 市场营销人才已成为企业发展和进步的持续动力。高校作为青年人才培养的基地, 培养应用型、复合型优秀市场营销人才是高校的教育使命之一。市场营销具有很强的应用性和实践性, 通过在市场营销专业课程教学中应用情境模拟教学法, 有利于学生更好地吸收理论知识, 提升综合实践能力。

【关键词】 情境模拟教学法; 市场营销; 课程教学; 应用

DOI: 10.18686/jyfzj.v2i5.26666

近年来, 社会越发渴求优秀市场营销人才, 市场营销专业日益受到广泛重视。为了满足社会发展对实践应用型人才的强烈需求, 市场营销专业教学不但要让学生学会基本营销理论知识, 还需要增强学生的营销实践能力, 以保障学生能够快速适应未来岗位要求。教育的本质目的就是最终能够学以致用, 站在这个角度出发, 笔者总结过往教学实践经验, 根据市场营销专业特点且结合学生实际学习情况, 在传统教学的基础上改革教学方法, 以情境模拟教学法实施专业课程教育, 从而达到培养高素质的应用型、复合型营销人才的目标。

1 情境模拟教学法的涵义

情境模拟教学法是指教师通过在教学中模拟企业的真实工作场景, 指引学生参与其中去扮演各种角色, 将场景中角色的立场作为出发点, 让学生应用所学习的市场营销知识来开展各类工作, 教师从中进行分析并指导学生的一种教学法。这种亲验教学方法具有较强的实用性、互动性、实践性和预测性等优势。情境模拟教学法可以让学生如同身临其境般融入仿真市场营销工作场景中, 学生通过对角色进行观察认知, 提高学习的趣味性、积极性及创造性, 有效将理论与实践融合, 增强学生未来在市场营销工作领域发现、分析并解决问题的能力, 从而培养出符合切合实际的、社会发展需求的应用型、复合型营销人才。

2 情境模拟教学法在市场营销专业课程教学中的作用

2.1 有利于将营销理论知识与实践教学相结合

在传统教学模式中, 市场营销课程主要以讲授式教学为主, 具有重理论轻实践的通病。填鸭式教学使得教学重结果轻过程, 学生处于被动接受学习状态, 为了应付考试而学习, 学习模式机械化, 以记忆理论知识为主, 对企业实际的营销流程知之甚少, 实践锻炼机会少, 实践能力匮乏。这种教学模式无法适应素质教育发展的趋势, 不利于培养应用型、复合型市场营销人才。情境模拟教学是学习实践的平台, 情境模拟设计中将市场环境、营销任务等展示出来, 学生全程参与企业市场营销过程

中, 使学生将所学的营销知识综合应用到模拟营销活动中, 切身体验营销活动的动态发展, 帮助学生将内化的知识转为实践的能力, 从而提升学习效率和教学质量。

2.2 有利于提高市场营销教学的互动性

在传统教学模式中, 讲授教学使得课堂教学时间紧迫, 互动机会减少, 师生互动、生生互动缺乏, 直接影响教学的质量。通过情境模拟教学法的应用, 学生组建学习小组, 能够有效加强教学互动, 尤其是生生互动, 提高学生之间的沟通讨论、相互学习的能力。同时, 小组竞争能激发学生竞争意识和学习能动性, 营造出良好的学习互动氛围, 有效提高学生的学习效率。教师可以通过情境模拟教学活动及时获取教学信息反馈, 及时指导学生之间合作互动, 帮助学生拓展互动学习空间。情境模拟教学活动结束之后, 学生将营销工作成果展示出来, 教师再与学生进行沟通讨论, 总结学习不足并加以改正。

2.3 有利于培养学生的团队合作意识

企业市场营销靠的不是一个人的能力, 而是一个营销团队的整体力量。因此, 培养具有较强专业营销技能和团队协作意识的人才市场营销专业教学的关键。在情境模拟教学过程中, 学生被划分到各个小组进行分工合作, 由组长统一安排各个小组执行相关任务和流程, 如搜集资料、分析案例、演练角色、总结汇报等, 明确安排任务项目, 要求小组达成既定目标。在此过程中, 团队的分工协作目标明确, 每个学生都有确定岗位及重要工作内容, 并按照计划去完成任务。在情境模拟教学中, 每个学生所扮演的角色都很关键, 都决定着学习任务的成败, 综上所述, 市场营销的团队协作具有重要作用, 教师应当培养学生的团队协作精神。

3 情境模拟教学法在市场营销专业课程教学中的实际应用

3.1 按照市场营销教学内容设计学习情境

教师应用情境模拟教学前, 首先要按照教学需求来设计科学、合理的市场营销模拟课程内容, 依据营销课程教学目标及进度, 把营销理论知识全程贯穿于模拟教学之中, 以此保障情境模拟设计的适用性及完整性, 使

得教学模拟环境更为逼真。

3.2 按照市场营销模拟案例布置模拟任务

教师要按照营销模拟案例给学生布置相应的学习模拟任务,根据学生学习情况、能力高低划分学习小组,给各个小组成员布置明确的学习工作任务。在各小组接受模拟任务之后,要求学生模拟案例进行全面而深入的分析和集中讨论,自我预测估算该项任务场景中可能会发生的问题,有针对性的设计并研究解决对策。如教师让学生模拟上门推销场景,其中扮演推销员的学生就要提前了解并掌握所需推销产品的相关知识,根据不同对象有针对性的实施推销计划和方案。在这个过程中,情境模拟小组组长要合理安排小组成员岗位角色,积极组织小组进行演练,同时教师要与学生进行互动,指导学生独立思考解决问题,鼓励各小组之间进行沟通讨论。

3.3 教师引导情境模拟活动过程

在小组完成准备工作之后,正式进行情境模拟演练,待各小组演练完毕后,小组之间可以按照营销情境的内容和过程方案进行提问和建议,给予小组成员发表自己意见的机会。在这一阶段中,教师要注重两点事项,一是在演练过程中尽量不要打断学生思维,二是要注意情境模拟课堂教学氛围。在情境模拟演练时学生处于角色之中难免有些紧张感,教师要调整好节奏、控制好场面,使课堂活动全程都能够处于一个和谐融洽、轻松热烈的氛围之中。

3.4 对情境模拟活动给予总结评价

在整个情境模拟活动结束之后,教师需要对其进行分析、总结和评价,检验学生参与模拟演练成果,根据学生在情境模拟演练过程中所体现出的营销知识运用、营销技能展示以及学习态度给予综合客观性的小组评价,以此启发学生巩固学习、加深思考。首先,针对营销理论基础知识的评价,教师在情境模拟之前已做过系统的讲解铺垫,则可以要求学生之间互评,不足之处再由教师补充。其次,针对营销技能的评价,观察学生在情境模拟过程中角色扮演的熟练性,是否将所学营销理论知识转化为实际营销技巧、谈判能力和管理能力,这是营销技能考核的重点内容。最后,针对学习态度的评价,重点考查学生参与情境模拟活动的积极性和自主性,考查学生是否全程用心投入其中,对情境模拟结果是否有自我客观的认识,对小组成员是否能够给予意见等。通过教师对学生评价,促进学生发挥自主能动性,认真对待情境模拟教学活动,参与实践教学全程;促进小组之间形成密切互动,加深团队合作意识,以此共同完成情境模拟学习任务。

4 情境模拟教学法在市场营销专业教学过程中应注意的事项

4.1 情境模拟设计要贴合实际、逼真合理

教师在进行情境模拟教学前,设计情境一定要贴合

实际,营造出逼真合理的营销场景,这是情境模拟能否达到预期成果的关键。首先,情境设计所选择的课题应该尽量贴合现实营销活动相关内容,事先要做好必要的审核环节,审核的重点是判定选题是否具备典型性和热点性;是否有丰富的理论知识内容涵盖其中。同时,选题要予以加工整理,以便于学生模拟操作。其次,教师还要充分考虑情境设计的趣味性及难度性,过于简单则无法激发学生参与积极性,给予学生一定挑战性能激发学生的求知欲,从而吸引学生自觉参与情境模拟活动。通过教师科学合理的情境设计开展模拟教学,能够有效启发并诱导学生进一步开拓思维、发挥潜能和增强创新意识。

4.2 情境模拟教学中师生角色定位要精准

在情境模拟教学过程中,要充分体现“以学生为主、教师为辅”的“教”与“学”的地位。教师不得过于干涉学生模拟操作环节,但是在情境设计、进程把控以及后期总结评价方面教师要起到关键引导作用,教师是整个情境模拟活动的总指挥。同时,学生能否顺利融入模拟环境进入角色,就要求学生要在模拟活动前做好充足的演练准备工作,自觉消化角色职责,积极发挥自我创造力和能动性、充分挖掘自我潜能、内化所学营销知识,这样才能及时发现并解决问题,不断提高自身营销综合能力。

4.3 情境模拟教学要明确目标、丰富教学手段

情境模拟设计目标要明确,要紧密围绕教学目标展开情境模拟教学。鉴于课堂教学时间短暂,情境模拟前期准备工作一定要完善,学生要提前通过课下自主完成演练准备工作,充分调动学生的积极主动性。教师要切实安排好模拟场景,设计好整体过程,编写情境模拟活动草案,保障教学取得理想效果。情境模拟教学手段应该丰富多样,不仅要角色扮演,还要穿插一些团队辩论、现场营销、即兴发言、营销游戏等各种教学手段,以此充分激发学生的学习热情,使学生自主学习,从而提升市场营销课程教学质量。

5 结语

综上所述,虽然情境模拟教学法在市场营销专业课程教学中的实践应用性很强,但其也存在着一定的局限性,不能完全取代传统教学。因此,作为新时代的教育者,要善于应用现代化教学方法,将情境模拟教学法与教学讲授、营销案例以及社会实践应用有机融合,才能探索到真正适应市场营销专业的教学模式,提高学生学习的积极性、创造性,促进教学相长,培养出符合社会发展需求的应用型、复合型高素质人才。

作者简介:刘铮(1986.11—),女,河南新密人,研究生,助教,研究方向:应用经济学。

【参考文献】

- [1] 段淑梅,张纯荣.情境模拟教学法在市场营销专业教学中的应用[J].教育教学论坛,2014,(14):189-189+190.
- [2] 刘珊珊,王羽.情境模拟教学法在市场营销专业课程中的应用探索[J].新教育时代电子杂志(教师版),2017,(22):271.
- [3] 贺得利.情境模拟教学法在市场营销专业课程中的应用[J].产业与科技论坛,2017,16(6):165-166.