

基于“互联网+”的《新媒体营销》体验式教学方式变革研究与实践

肖荆

(湛江科技学院 广东湛江 524019)

【摘要】近年来,随着素质教育的深入发展,为我国高校和高职院校的教学方式改革带来了重大机遇,而早在2015年我国两会期间,李克强总理曾在政府工作报告中明确提出了互联网+这一概念,而在互联网+时代的来临下。新媒体营销的体验式教学方式改革升级更是势在必行,鉴于此,本文将着重分析基于互联网+的新媒体营销体验式教学方式变革,了解教学中存在的问题,并提出具体优化策略,旨在为更好的提高其教学水平。

【关键词】 互联网+; 新媒体营销; 体验式教学

DOI: 10.18686/jyfzj.v3i9.54209

早在2015年,国务院发布了关于积极推进互联网+行动指导意见中明确指出,我国各行各业需要积极与互联网的创新成果展开深度的融合,而高等院校作为复合型人才培养的重要阵地和国家栋梁,培育的关键场所所在,保证教学课程质量仍然是高等教育中十分重要的环节。对于新媒体营销而言,作为一项新兴的课程内容,更是需要与先进的互联网技术相结合,需要学会建立网络技术,勇于突破传统思维,敢于创新和挑战,探索出更加适应新时期发展的课堂教学方法^[1]。

1、《新媒体营销》体验式教学方法及难点分析

1.1 方法分析

第一点是行动导向教学法。作为一种更加侧重于实践和行动的教学方式,在教学过程中要充分发挥出学生的主体地位和教师的引导作用,针对新媒体营销的相关内容,要做到分析问题,解决问题,基于某一方面的任务着手,引导学生更好更快的完成任务,从而早日实现教学目标,例如在新媒体营销课程中,关于联署计划营销则可以采用行动照相的教学方法^[2]。第二点是案例教学法。不论是成功或失败的营销案例,都会让人印象深刻而采取具体的案例教学。方式更能够区别于传统的理论知识讲解,加深学生的印象。因此,在进行新媒体营销这一课程教学时,教师可以加强对于案例的选取,无论是成功或是失败的案例,都可以作为教学的导入,站在学生的立场来了解学生当前的动态,积极贴近生活,激发学生更大的学习兴趣,或是让一些学生来亲自体验案例,提前了解到未来工作生活中的状态。让学生可以更好地掌握知识技能,也能够为学生带来更大的学习成就感,第三点是情景模拟教学法。这种教学方法会根据学生的专业基础,以及当前学校的客观教学情况。设计出一套与学生未来所要从事的。工作以及岗位相匹配的新媒体营销测试项目,让学生在安排模拟类似的工作情景下,对其可能遇到的问题,工作形式心理素质以及潜藏的特质等进行综合评估考量,并加以正确的引导,以全媒体整合营销这一内容为例,通过模拟情景教学的方式,可以让学生通过对一本书或一个产品进行提前营销,计划整合多种新媒体的资源,对于策划方案进行具体的操作来考验学生的应变能力^[3]。

1.2 难点分析

第一点是教学方法的多样性,没有具体客观的评判标准,由于新媒体营销课程区别于其他更加侧重于传统理论知识讲解的课程而言,教学方法多种多样,不同教师对于同一门课程的讲解,有着各自的方法和技巧,在新媒体的影响下,这些方式也需要与时俱进和开拓创新,处于动态化的变化方式,也很难有一个明确的标准来判断哪一种教学方式的应用更加理想,因

此需要遵循因地制宜的原则,做到具体问题具体分析,第二点是学生人数较多,在实施的过程中存在一定难度^[4]。体验式的教学若想成功的英语,我并取得理想的成果,则务必要要求激发出学生的参与积极性,做到主动体验,在安利行动导向的过程中都要争当主角,这也要求就是需要花费大量的精力对教学内容进行精心的设计,还要对于时长以及整个过程加以控制。许多高校内部市场营销电子商务等相关课程中学生较多,而教师有限,少数的教师对于大量学生的掌控仍然会存在一定难度,第三点是教学条件有待提高。新媒体营销下的体验式教学对于教学资源设备有着较高的要求,因此,一些学校需要针对新媒体营销更好更快的开展来加大资金的引入,提高办学条件,但是仍有许多高校会因为资金的限制,使得内部新媒体计算机互联网技术方面的应用不够充分,特别是对于民办高校而言,这种情况更是十分常见,硬件条件无法跟上,需求仍需要进一步完善,使得一些需要新技术,新媒体的教学中无法得到更多的重视和运用,体验式教学的效果会大打折扣。

2、基于“互联网+”的《新媒体营销》体验式教学存在的问题

当前互联网时代下,高校内新媒体营销体验式教学过程中仍然存在以下几点问题。第一点是学生对于新媒体营销方面的体验式教学认知不够充分。忽略了学习这一本质,在对相关高校进行问卷调查中发现,许多学生因为体验式教学的灵活性和做变性而没能对其投入一定的重视程度,甚至会出现在课堂上,借助新媒体的相关设备来做一些自己的事情,无法更好地投入到体验式教学中,教师也没能更好地利用新媒体进行正确的引导,使得新媒体营销的体验式教学中完全是教师独唱独角戏的状态。第二点是一些高校及高职院校内部的教育基础应用能力不足,随着互联网时代的高速发展,教育领域也因此得到了翻天覆地的变化,并且在新型的教育技术下得到了更大的便利,传统以板书为主的教学模式已经无法更好地适应新媒体营销下的体验式教学需求,但是仍有许多高校内部体验式教学的创新性不足,板书教学仍然占据主导地位。许多教师对于教育技术方面的运用能力不足,造成新媒体所应有的教学效果很难充分发挥出来。第三点,教师的教学观念仍然过于传统。我国高校教师的年龄结构偏大,已经成为了一种客观的事实,而新媒体营销下的体验式教学,务必要让教师。具备全新的教学理念,并且善于运用新颖的教学手法。若是教师的教学观念仍然停留在上个学期,并没有真正的做到教学观念的改革和创新时,过于传统的教学观念会严重影响新媒体营销体验式教学的方式方法的教学方式,会见课堂变成一个空谈理论知识平台,学生所学到的理论知识很难得到充分的实践,也造成了课堂效果大打折扣。

3、基于“互联网+”的《新媒体营销》体验式教学方式变革优化策略

3.1 创设智能高效教学课堂

在“互联网+”的时代下，新媒体营销的体验式教学课堂的改革创新已经成为了一种必然选择。需要构建智能高效的课堂教学机制，并且明确新课标的主要目的是为了培养学生的创新能力和实践能力，更要突出以学生为本的理念，需要教师将学生视为课堂学习的主体，特别是在网络资源日益丰富的今天，全新的教学方式应运而生，将丰富的网络合作媒体资源，更好地结合利用起来，借助网络资源的庞大信息量以及基层的交互性，更能使得整个新媒体营销下的体验式教学变得丰富多彩且更加灵活，而目前教育工作者也开始将网络与教学彼此之间相联系，但是仍然缺乏系统理论的指导，而科学的研究，王的资源下的教育教学方式仍然是顺应时代发展的一种客观需求所在。

3.2 充分利用互联网资源

充分运用互联网资源，是基于互联网时代下，新媒体营销体验式教学方式的了。由于新媒体营销作为一种新型的教学课程，更是需要结合学科自身的特点和互联网技术的发展，以学生的兴趣爱好为本，教师引导学生根据自己的认知水平兴趣爱好，利用网络资源进行学习和探索，密切关注学生学习的进度和动态，并且及时给予指导和帮助。区别于传统的教学方式，互联网时代下的教学方法需要更加。应用先进的技术手段，明确教学目标技术环境操作程序等一系列的因素，还要引入先进的信息技术和教学设备，打破传统要素之间彼此脱节的状态。在进行新媒体营销的体验式教学中，一方面要遵循教学的基本客观规律从学科自身的特点出发发挥出网络资源的优越性，另一方面也需要立足于网络教学的需求创设为例，作为课堂教学的开端，情景创设也是教学中的重要环节，教师可以巧妙的创

设与新媒体营销相匹配的学习情景，利用多媒体资源的特点，通过多媒体的课件，生动形象的展示与本节课相关的知识内容，在学生引入到所学的知识上来，使学生对于知识的探索更加热烈。

3.3 利用互联网技术优势，实现教学推陈出新

为更好地推进新媒体营销，体验式教学的开展，务必要利用互联网技术的优势，实现教学的推陈出新，实现传统与创新彼此之间的结合，在这个过程中，教师需要及时转变传统的教学观念，并更好的开展教学。能够有效解决传统教学与网络教学彼此之间出现的冲突和转换问题，另一方面，也能够更好地培养学生的创新精神和自主探究能力，在丰富现代课堂教学资源的同时，也真正实现了以学生为本，这一教学理念，更能够培养学生感知交互探索归纳知识的能力有助于培养先进的师资队伍。

4、结论

总而言之，在互联网+这一趋势下，进行新媒体营销这一课程的体验式教学改革和创新已经成为了一种必然趋势，为了使新媒体营销这门课程更加生动多元，并且为学生创设出更高质量的课程体验，则更是需要引进先进的信息技术和丰富的多媒体教学资源与设备，转变传统的灌输式教学方法。体验式的教学更加深入人心，并尊重学生的主体地位。

课题信息：基于“互联网+”的《新媒体营销》体验式教学方式变革研究与实践（湛江科技学院高等教育教学改革项目 JYJX2020054）

参考文献

- [1] 彭金燕.《新媒体营销》课程的体验式教学模式探索与研究[J]. 智库时代,2019,000(049):P.235-236.
- [2] 施薇,肖凭.《新媒体营销》微课程翻转课堂教学设计探索与实践[J]. 中国商论,2016,000(021):187-189.
- [3] 陆倩. 翻转课程在《新媒体营销》课程中的探索与实践[J]. 科技视界(5):3.