

# 市场营销专业“以赛促学、以赛促教、课赛结合”教学模式实践探析

谭坤元 王凤兰 林嘉政

广东工商职业技术大学, 中国·广东·肇庆 526040

**【摘要】**随着我国高等教育的不断发展,近年来各高校在探索和改革教学过程中,兴起一种“以赛促学,以赛促教,课赛结合”新的教学模式,该模式由传统的课堂教学转变为相关专业技能比赛和专业课程学习相结合,更加注重学生综合素质能力的发展以及实践操作能力的培养。本文从市场营销专业及其课程特点角度出发,通过对高校目前此种教学模式应运现状进行分析,站在本专业的视角,为高校市场营销专业课程的“以赛促学,以赛促教,课赛结合”教学模式改革提出相关的意见和建议。

**【关键词】**市场营销;以赛促学;以赛促教;课赛结合;教学模式

## 引言

我国教学改革全面推进,高等教育事业也在迅速发展,教学中教师不断的研究新型的教学模式,从而更好的进行课程教学提高教育质量。当前高校教学中正热的“以赛促学、以赛促教、课赛结合”的课程教学模式不断的融入到市场营销专业教学过程中,这对于提高学生的专业能力和素质有着非常重要的意义。目前我国处于高速发展建设时期,对于高素质技术应用性人才的需求也在不断增大,高校市场营销学课程和社会经济的发展有着密切的关联,所以将实践活动不断嵌入到课程教学过程中,不断提高学生的课程学习兴趣的同时,加强对学生专业技能的培养显得尤为重要。

## 1 市场营销专业及其课程特点

专业人才的培养要以依托高校特色为前提,在充分利用高校教学资源的前提下培养具有本高校特色的专业人才。本专业旨在培养适应经济社会发展需要,德智体美劳全面发展的高素质技术技能型人才。培养的学生不仅要具有现代市场营销方面基本素质,管理的相关知识、懂法律、经济,更重要的要能从事产品市场调研与预测、营销策划、商务谈判、促销实践、营销咨询与管理等岗位工作,掌握市场营销实际问题分析与处理能力等。广东工商职业技术大学市场营销专业是一个相对成熟的专业,自2005年开办以来,在师资队伍建设、课程建设、实践教学、校企合作、实践基地建设等方面都有一定的基础,也积累了丰富经验。为此教学模式改革的研究也提供一定的基础。

本专业开设的主要课程有市场营销学、服务营销、营销心理学、管理学、广告策划、客户关系管理、推销与谈判技巧、连锁企业门店运营等。这些课程内容和社会实际的生产经营活动有着密切的关联,多数的市场营销理论教学内容都来源于实际的经济活动案例,通过各领域的营销学专家总结而成。所以市场营销学的专业知识有着非常强的实践性,对于学生来说,不仅要掌握市场营销学的基础理论概念,还要在学习过程中掌握并熟练相关的市场营销学技能,通过实践活动,不断提高市场营销专业素质和能力。

## 2 “以赛促学,以赛促教,课赛结合”教学模式在高校营销专业中的现状

### 2.1 高职院校市场营销专业教学现状

随着我国经济发展进入新的阶段,社会发展对于创新型人才

应用型人才的需求不断增加,我国社会各产业的转型升级都需要不断高校人才培养的要求。对于高校来说,只有不断探寻新的教学模式,才能够更好的培养出创新型应用型人才。而当前高职院校的市场营销学专业课程教学中,①学生的基础知识学习薄弱,对于课程的学习积极性不高,兴趣不是和你浓厚,并且学生对于课程知识体系的掌握和理解有着很大问题;②多数高校的市场营销学课程教学模式较为滞后,理论课程占据了90%以上的课程安排,学生没有技术实践课程作为知识运用和能力提升的平台;③大多市场营销学专业的教师缺乏企业经营的实战经验,创新意识较为薄弱,间接造成了学生的就业和未来发展空间不足。

### 2.2 市场营销专业“以赛促学,以赛促教,课赛结合”教学模式现状

以上因素都严重影响着市场营销学专业课程教学的发展,也制约着学生专业素质和能力的提高。所以在教育改革的新时期,我国高校在转型发展过程中,不断探索校企合作深度融合的教学模式,从而提出了“以赛促学,以赛促教,课赛结合”的新型课程教学模式,并以此作为培养高素质创新型应用型人才的重要开端,在课程教学过程中不断探索新的教学路子,总结教学经验。近年来全国各地的高等院校都在探索新型课程教学改革的路径,高校在发展过程中非常重视各类技能活动比赛,坚持把比赛和课程教学内容相结合以此来培养高素质的应用创新型人才。各学校在教学改革过程中,相继在校内组织相关的技能比赛,通过比赛将课程教学内容和实践活动深度融合,为学生提供实践活动的平台,不断提高其学科专业素质和能力。这样的方式有利于不断提高高效的专业课程教学质量,通过比赛开办能够提高学校知名度。并且,为教育改革提供了可贵的实践经验,学生通过在比赛中获得奖项以此提高自身的综合素质和专业能力,并且提高了学生参与技能大赛的兴趣。但是不难发现,在高校技能大赛开办中,参加的同学多为性格外向、口齿伶俐、实践动手能力强的类型,而难以做到广泛普及,全面开花。所以在市场营销学专业课程教学过程中,要不断完善这一具有特色的课程教学模式,吸引更多的学生参加到学校技能大赛中。

举例来说,笔者曾作为某高校技能大赛的专业指导老师,在学科比赛过程中参与的多数学生都是外向型且综合素质较强的学生。例如,市场营销学的专业比赛“xxx产品营销策划大赛”这里比赛需要团队合作,一般在4~6人为宜。在比赛过程中,要求学

生要撰写策划文案,制作路演PPT,将撰写项目和实际的营销实践结合起来。而这类比赛大多数学生的特征多为外向型人格,并且在团队中这类学生多担任主要任务,有的团队一些学生个体大都是无所作为,没有参与感。

### 3 “以赛促学,以赛促教,课赛结合”教学模式的改革建议

市场营销专业作为一个具有强烈社会实践色彩的专业课程,对于学生的实践技能应用能力有着非常高的要求。在教学过程中要注重对学生实践能力的培养,笔者通过这些年的教学和带比赛的实践,也有所启发,提出以下建议和做法:

#### 3.1 课程内容、教学任务与赛事挂钩

①学校课程安排与赛事参赛要求与内容板块结合。在高校开展比赛过程中,对于国家级或省级的各类赛事相关参赛要求要进行解读和了解。把学校课程教学安排和各相关专业的比赛参赛要求和内容结合起来。从而体现“比赛为导向,锻炼为宗旨,能力为本位”的课程教学原则理念。提高学生对基础理论知识学习的兴趣;②以比赛作为教学任务导向,让学生在完成任务的过程中,通过比赛激励,扎实基础知识的同时,提高策划写作和各项实践操作能力,并且在各类比赛中,要把课程教学内容融入到实际的比赛中把课程教学内容作为主要依托,各国家级省级比赛作为教学任务导向,对课程教学内容进行模块化拆分和组合,重塑各章节的内容教学。使得课程教学和实践的比赛内容相吻合,转变传统的课程教学模式,推动“以赛促教,以赛促学,课赛结合”的教学模式发展。比如我校市场营销专业,将互联网+大学生创新创业大赛与《营销与策划课程》相结合,将创业策划书的撰写作为教学的任务完成,娃哈哈营销技能大赛将《市场营销学》这门课程相结合,将娃哈哈营销策划方案的撰写作为教学任务完成,品牌策划比赛将《品牌管理》课程结合以完成任务等。通过课程任务与比赛挂钩,将更多的学生参与进来,让外向的积极的学生能够借助课堂得到更专业的指导和更好的发挥,同时也能带动其他同学的学习兴趣,提高参与感,让其他同学也有机会,也能得到锻炼。

#### 3.2 创新实训基地的发展建设,搭建校企合作平台,深化校企融合度

深化教育部“以能力和职业发展为导向”的人才培养要求;建立营销实务教学、以赛促学的机制;高等院校在专业建设发展过程中,创新完善实训基地建设就是提高教学教育质量的重要关键。基于学校的实际发展情况不断构建实训课程教学平台,不断设立各类综合型,创新型,仿真型的实践课程训练实验,为学生提供课程实训的场所。并且在校内自主实训基地的建设过程中,还要不断深化校外校企合作,搭建校企合作平台,加强学校与合作企业的深度融合。将企业培训与校内人才培养相结合,让企业参与人才培养过程中来,引导和培养高校学生营销创新、策划和应变能力,推动高等院校营销实践课程体系和内容的改革。如每年举办一次的全国ITMC市场营销沙盘技能竞赛,我校市场营销专业每年都参加。要想取得比赛名次,提高学生的创新能力和营销实践技能,实训室的实训练习必不可少,举办方给我们的系统培训也不可或缺,除开老师的

专业指导外,企业老师的指点培训也能恰到好处。

#### 3.3 构建双师型教学团队

各类国家级省级比赛中指导老师的教学水平,决定了学生参加比赛的质量。所以各高校要不断拓展“以师促学,以师促赛”思路,不断培养双师型的竞赛教学教师,建设教师竞赛指导培训班,选派相关教师到企业进行挂职学习,不断提高教师的专业素质和赛事指导水平。而作为指导教师,要根据实训基地的条件和自身专业技能特长,着重解读竞赛内容和竞赛规则,指导学生撰写项目策划文案,参加项目实践培训活动。而双师型教学团队的构建,有利于提高参赛队伍的专业性和能力,通过对比赛规则和比赛内容的解读,提高团队间的综合竞争力,达到市场营销学课程教学质量提高的效果。

#### 3.4 改组教学评价机制

作为高校,要根据各省级比赛赛事的内容和要求进行教学评价机制的改组,着重对学生实践操作能力和创新思维能力的考察,强调在专业课程学习过程中动手能力的重要性。并且,要根据企业经济发展的具体情况和相关的工艺标准,将实际的教学项目和企业的工作项目相结合,着重对学生实践操作能力的考察。学校可以外聘相关的技术专家能手和校内实训基地的相关管理人员相衔接,不断探索“以赛促教,以赛促学,课赛结合”的新型课程教学模式。比如学生关心的最实际的课程分数问题,“以赛促教,以赛促学,课赛结合”的新型课程教学模式就不能单纯的把出勤,上课纪律,学生有没有把理论学到位学扎实作为衡量给分的标准,而是要把学生完成比赛任务,参与比赛的积极性,创新思维,创新能力和实践操作能力相结合作为评价学生的标准。

### 4 结束语

随着我国教育事业的不断发展和进步,高校在专业技能人才培养过程中,要注重对学生实践能力,终身学习能力,以及良好职业素质的培养。随着高校教育教学体系的开放程度进一步加深,市场营销专业和实际的社会经济活动的联系越来越紧密,对于学生专业素质能力的要求也在不断的提高。所以高校要不断进行专业课程的教学改革,把各类国家级省级比赛作为锻炼学生实践能力能力的场所,不断提高实际营销课程教学实际教学课程的效果,促进学生综合素质的提高。

### 参考文献:

- [1] 齐永智,姜奕帆.高校“以赛促教,以赛促学”实践教学模式探析——基于山西财经大学营销策划大赛的经验[J].山西财经大学学报,2020(S1).
- [2] 龙英,谢明华.电子信息工程专业“以赛促教,以赛促学”教学模式改革探索[J].当代教育实践与教学研究,2020(03):78-79.
- [3] 安丹,张晓妮.技工院校美容专业“以赛促学,以赛促教”教学模式研究[J].中国新通信,2020,v.22(06):172-172.
- [4] 朱丽娜.应用型本科院校审计专业“以赛促学,以赛促教”实践教学模式探讨[J].广西教育C(职业与高等教育版),2020,000(001):31-32.