

新媒体背景下的中职市场营销改革

沈 彦

重庆工商学校, 中国·重庆 402260

【摘 要】市场营销课程是中职市场营销专业中的核心课程, 是对市场营销人员进行理论知识和实践能力培养的主要途径。因其具有较强的应用性, 不仅需要学生对有关的理论知识很好地掌握, 同时还要求学生可以在社会实践中对理论知识加以很好地应用。这就要求市场营销教师要基于时代发展和市场需求, 对教学进行改革创新, 从而促进教学效果的提高。而随着信息技术的发展, 各种媒体层出不穷, 在这样的背景下, 市场营销教师如何基于新的要求, 在教学过程中更好的应用现代信息技术, 促进教学趣味性的提升, 让学生通过学习更好地掌握市场营销相关知识, 提升实践技能, 就成了教师教学中的重要课题。^[1]基于此, 本文首先分析了新媒体背景下中职市场营销改革的重要性, 之后分别从对教学模式进行优化; 通过实践能力的培养促进教学质量的提升; 通过教学情境的创设拓宽学生的思维; 充分运用现代信息技术对学生的创新能力进行培养; 基于新媒体背景对教学评价加以完善几个方面提出了新媒体背景下中职市场营销教学改革的策略。

【关键词】新媒体; 中职市场营销; 重要性; 改革策略

Marketing Reform of Secondary Vocational School Under the Background of New Media

Shen Yan

Chongqing Business School, Chongqing, China 402260

[Abstract] Marketing course is the core course of secondary vocational marketing major, and it is the main way to train marketers' theoretical knowledge and practical ability. Because of its strong applicability, it not only requires students to master relevant theoretical knowledge well, but also requires students to apply theoretical knowledge well in social practice. This requires marketing teachers to reform and innovate teaching based on the development of the times and market demand, so as to promote the improvement of teaching effects. With the development of information technology, various media emerge in an endless stream. Under this background, how can marketing teachers better apply modern information technology in the teaching process based on new requirements, promote the improvement of teaching interest, and let students pass Learning to better grasp the relevant knowledge of marketing and improve practical skills has become an important topic in teachers' teaching. ^[1]Based on this, this paper first analyzes the importance of the marketing reform of secondary vocational schools under the background of new media, and then optimizes the teaching mode; promotes the improvement of teaching quality through the cultivation of practical ability; widens students through the creation of teaching situations Thinking; make full use of modern information technology to cultivate students' innovative ability; improve teaching evaluation based on the background of new media, and put forward strategies for the reform of secondary vocational marketing teaching under the background of new media.

[Key words] new media; secondary vocational marketing; importance; reform strategy

随着时代和市场的发展, 营销模式的多样化, 企业对于营销人才的需求越来越多, 但同时对营销人才的要求也越来越高。作为以培养营销人才为主要目标的市场营销教学, 如何更好地与市场需求相适应, 在新媒体背景下, 基于现代信息技术, 更好地调动学生学习的积极性, 促进教学效果和学习质量的提高是当前急需进行探讨的重要课题。

1 新媒体背景下中职市场营销改革的重要性

1.1 能够从理论向实践过渡达到教学效果

中职学生身上普遍存在着学习积极性不强、学习习惯较差等特点, 市场营销课程本身具有很强的抽象性, 倘若老师在课堂上对学生一眼一板地讲解抽象化的理论知识, 那么不但学生不能理解, 还会引起学生的反感, 不能达到理想的教学效果。通过各种信息技术的教学应用, 通过各种数字化的教学媒介, 能够为课堂融入更多趣味性、丰富性、多元化的教学内容, 这对于提升学生学习的积极性, 让他们感受学习的趣味具有重要意义。^[2]

1.2 能够增强学生核心技能和专业技能

市场营销是商贸类专业的基础课程, 更是中职生以后从事此类工作知识技能的铺垫, 立足于新媒体时代, 运用信息技术高科技等展开教学, 能够增强学生对市场营销专业的认同, 深刻理解抽象性的专业性知识, 从而增强他们的专业技能和实践能力。通

过信息化网络和新媒体技术的运用, 能够真正将市场营销调研、市场开发分析、市场组合计划等内容融入其中, 在课堂上展示给学生, 这对于增强学生的核心技能和专业能力具有重要意义。著名营销大师科特勒曾经说: “营销入门不需要多长时间, 但是掌握它需要一辈子。”在新媒体时代的背景下, 新媒体技术风靡, 信息技术教学工具层出不穷, 无论是课上多媒体课件、微课视频, 还是课下学生学习 App、微信、抖音、微博等的运用, 都能够真正发挥互联网的优势和新媒体时代的优势, 充实学生的学习过程, 让学生以主动者的姿态创新发展, 提升学习兴趣, 进而真正让他们成为有知识、有能力的市场营销者, 成为社会上所需要的专业性人才。^[3]

2 新媒体背景下中职市场营销教学改革的策略

2.1 对教学模式进行优化

市场营销课程的内容抽象性较强, 在以往的教育教学当中, 教师通常会严格按照教材中的知识框架对教学内容加以讲解, 而学生则是被动对知识进行接收, 这不但导致学生的主观能动性被严重压抑, 对其自主学习能力以及学习质量和效率的提高也是十分不利的。新媒体时代的发展, 为中职市场营销课程教学提供了海量的资源, 同时也有助于教师通过信息技术的运用, 使学生的主体价值凸显出来, 使学生可以有更多的自主学习和思考的

空间,这不但可以让中职学生的学习积极性得到良好的调动,还有助于其良好学习习惯的养成。例如,当教师对“市场营销”这部分内容进行教学时,可以将和本教学内容有关的学习任务通过智能手机提前布置给学生,让学生基于教学任务,进行课前预习,并将预习中存在的问题进行汇总,在课堂中寻求答案,从而课堂学习更具有针对性。而教师也可以基于学生的预习情况更有针对性地开展教学,促进教学有效性的提高。为了使學生可以在课堂中更好地理解市场营销的含义,教师还可以对智慧校园、智慧课堂等信息化教学平台进行充分利用,通过在线课堂、同步课堂等线上教学的方式鼓励学生积极参与其中,使學生可以随时随地都通过线上平台进行提问,寻求教师的帮助,和同學间进行沟通交流,从而促进學生对市场营销知识理解的深化和学习效果的提升。^[4]

2.2 通过实践能力的培养促进教学质量的提升

新媒体背景下,中职市场营销教学改革,还应该在对學生进行理论知识传授的同时,重视对其实践能力的培育。作为一门具有较强综合性的课程,新媒体背景下的市场营销教学,要做到与时俱进,基于信息技术的对多媒体教学加以充分应用,使教学方法和手段更为多元化,使教学过程得以优化。同时,教师还应该重视课堂教学中微课视频以及具象模型的应用,使學生能够通过视频的观看更为直观地理解抽象的内容,并借助这些技术进行合理知识体系的构建,使學生可以从整体上对教学的重难点更好地掌握。以“基本定价策略”这部分内容的讲授为例,为使學生对定价的方法更好地掌握,老师可通过Umu互动平台的运用进行教学课件的制作,让學生能够在课堂中对价位确定的策略与方法更为直观地了解。同时,教师还可利用生活中常见的物件,让學生对有关数据进行获得,进而对工作业务流程提前熟悉,了解定价当中需要关注的问题,防止传统教学当中晦涩难懂的内容让學生失去学习的兴趣。这种生活化的主观教学,能够让教学内容更贴近生活,便于學生对其更好地理解和掌握,促进教学效率和质量的提高。^[5]

2.3 通过教学情境的创设拓宽學生的思维

新媒体背景下,中职学校市场营销教学改革,还应该在对新技术加以充分运用的基础上,通过教学情境的创设拓宽學生的思维,使學生在教师所创设的教学氛围中对教学内容更为生动直观的感受,这不但有助于學生参与积极性的提高,还能够更好地增强其创新思维和实践能力。例如,在对“人员推销”这部分模块开展教学的过程中,当學生对人员推销的定义、程序、任务方式和基本营销策略了解后,老师就可以通过现代化技术的应用,向學生展示平时生活当中我们常见的推销人员是怎样将产品向顾客进行推销的短视频,使學生在如此生活化情境中,把抽象的市场营销知识和生活实际联系起来,从而更好地对其进行理解。而后,教师再向學生布置任务“假如你是某企业的一名产品推销员,怎样把公司生产的水杯推销给顾客?”由此让學生以小组的方式,基于该任务驱动,对问题进行探讨,使學生产生思维上的碰撞,促进其创新思维的提高。而生活化情境的创设,能够让學生亲身感受到营销学知识的实用性,使其更好地将所学知识转化为个人营销技能,为专业发展和未来就业奠定良好的基础。^[6]

2.4 充分运用现代信息技术对學生的创新能力进行培养

随着市场需求的多样化,各个行业对于创新型人才的需求越来越青睐,为此作为中职市场营销教师来说,必须重视对學生创新意识和创新能力的培养。当然,教师切不可简单地依赖信息化对工作情况进行模拟,而是要在此过程中重视对學生实操能力的培养。为此,教师要多鼓励學生,引导他们积极地参加到实践当中,把所学的理论知识应用到具体的实践活动中,从而对所学知识更好的理解,为未来更好的与工作相适应奠定良好的实践基础。首先,教师在市场营销教学中,可以运用3D仿真技术和Web交互技术对营销环境进行创设,对學生的创新能力和

实践能力加以培养。其次,在教学的过程中,教师还应給學生留出更多的思考时间,使學生能够在实际操作中对所学知识进行运用和反复思考,进而对知识进行更为深入的理解和运用。再次,教师还应该制定合理且科学的教学方案,从而更为合理地对信息技术进行运用,达促进教学效果达到最佳的状态。同时,教师还应该对信息化平台的优势进行有效运用,运用多媒体技术开展合同签订以及模拟营销等教学,让學生和信息化、电子商务以及市场营销等内容更为近距离的接触,并结合Web交互技术和虚拟3D仿真技术对學生的实操能力进行锻炼。最后,教师还要对學生的反馈意见进行积极的收集,結合學生对信息化教学的看法,对教学策略加以调整和优化,不断探索与新媒体背景发展以及中職學生需求更为适合的教学方式,从而促进教学质量的提高。^[7]

2.5 基于新媒体背景对教学评价加以完善

有效评价是促进教学有效性的重要方式。新媒体时代背景下,中职市场营销教学改革,也应该基于新媒体背景对教学评价加以创新。教师应该學生间的个体差异,运用“过程+结果”相结合的考核方式,让學生的学习情况更为全面和客观地呈现出来,使教师对學生更为系统的了解,并结合學生的实际需要对教学方式加以调整,而促进彼此间的有效互动。为此,首先,教师可以采用兰墨云班课、超星学习通等手机APP,在课前将教学内容发送到APP中,并相应的对学习分值进行设置,让學生通过APP进行自主学习,并及时提醒没有学习的學生。教师则在课堂中利用手机软件对學生的预习情况进行查看,并对學生们普遍存在的问题进行引导和解决。同时,采用小组交流合作的方式让大家的观点充分表达出来,通过集体的力量将学习中的难点解决。新知识结束后,师生进行共同总结,并采用教师评价、小组评价以及學生自评的方式进行反馈。课后,教师在平台中上传巩固试题,让學生对所学知识进行检验,而后教师再进行批改。其次,要重视阶段性考评与终结性评价的结合,进而对學生的知识掌握情况、案例分析情况以及作业完成情况等方面全面了解。^[8]

总之,多媒体背景下,多元化的评价主体、多样化的评价方法、多维化的评价内容,能够更好地激励學生,使學生把更多的精力投入到市场营销学习当中,促进其学习积极性的提高。

3 结语

伴随着网络和新媒体时代的发展,以往中职市场营销的教学模式依然无法与时代发展的需求相适应。在新媒体背景下,作为教师来说,应该基于新的时代背景和學生的多元化需求,对市场营销教学加以改革创新,基于新媒体技术,对教学过程进行优化,从而在更好地调动學生学习兴趣的基础上,促进教学质量和学习效果的提高。

参考文献:

- [1] 黄会玲. 论述中职电子商务专业學生新媒体营销能力培养的必要性及培养策略[J]. 现代职业教育, 2017(36): 50.
- [2] 陈琳. 大数据时代中职市场营销教学信息化建设探索[J]. 现代职业教育, 2021(51): 208-209.
- [3] 杨天啸. 新媒体背景下高校市场营销线上线下实践教学改革创新研究[J]. 现代职业教育, 2021(50): 50-51.
- [4] 郝莉莉. 新媒体时代下的中职市场营销教学改革研究[J]. 现代职业教育, 2021(39): 206-207.
- [5] 张明. 新媒体环境下高职市场营销专业教育教学模式改革探索[J]. 产业与科技论坛, 2019(4): 271-272.
- [6] 丁艳青. 新媒体视域下高职市场营销专业教学模式改革探析[J]. 数码设计(下), 2021(4): 236-237.
- [7] 黄卉. 新媒体环境下高职市场营销专业教学的开展[J]. 新商务周刊, 2020(9): 30-31.
- [8] 邹鹏. 新营销视角下高职市场营销专业新媒体营销能力培养问题及对策[J]. 教育界, 2018(18): 95-97.