

市场营销学教学模式的探索和实践

杨璐

(江苏省灌云中等专业学校, 江苏连云港 222200)

摘要: 市场营销专业的学生毕业后大多会从事营销类的工作, 而市场营销工作关注学生的营销实践能力, 因此实践能力较强的毕业生往往更容易找到心仪工作。学校在培养市场营销专业人才的过程中, 需要明确市场营销专业人才应具备的基本素质, 积极实施教学改革, 优化课程体系和教学方案, 丰富教学方法。本文探讨了中职学校市场营销教学中存在的主要问题, 提出了几条市场营销专业教学策略, 希望能够推动学生同步提高理论知识和实践技能, 增强中职学生的就业竞争力, 并将市场营销专业人才输送到各行各业之中, 提高我国的经济建设水平。

关键词: 市场营销学; 教学方法; 创新方式

中职市场营销专业旨在培养会使用市场调查法, 能够对相关产品或者服务进行市场调查, 并基于消费者行为制定相应的价格策略和营销方案、建构营销渠道、管理客户关系、维护公共关系并进行危机公关的营销人才。根据市场营销专业的人才培养目标, 我们也能发现市场营销专业偏向于培养技能型、实战型人才。基于这一培养目标, 下文对市场营销学课程教学展开探讨。

一、市场营销学课程教学当前状况

(一) 市场营销学课程教学目标

中职院校市场营销学课程以培养市场营销相关岗位能力为目标, 培养目标体现出基础性和普适性。具体而言, 营销学课程教学目标在于让学生完成以下五项任务:

1. 树立正确的市场营销观念, 强化职业认知和职业定位;
2. 掌握市场营销环境的分析方法, 能够独立编写市场调查问卷;
3. 掌握产品设计、渠道选择、价格制定以及促销的技巧;
4. 掌握必要的销售管理技能;
5. 熟练地运用各种管理模型来分析问题, 并用正确阐释销售现象, 表述观点。

(二) 市场营销学课程教学设置

市场营销教学在于培养学生的营销思维能力和营销技巧, 引导学生在八个不同的学习情境下完成相应的学习任务, 并在此过程中逐步强化营销思维, 以营销思维分析和解决问题, 同时掌握一系列营销技能与规范。市场营销专业教学往往以真实任务和仿真工作环境为导向, 根据营销工作流程和学生的思维逻辑设计各种学习情境, 把教学置于职业情景之中, 让学生亲身体验营销, 教师作为学生的陪伴者与合作者给学生提供指导。

二、市场营销学课程教学存在的问题

(一) 教材内容缺乏时代性

中职院校市场营销专业课程通常包括: 市场调查、门店营运、微企创业、营销技术、营销策划、消费者行为学等。从课程体系可以看出, 当前市场营销专业更关注理论教学, 营销理念仍停在产品、价格、渠道、促销的 4P 阶段。传统 4P 理论以满足市场需求为目标, 在营销实践中取得了良好的应用效果。但随着经济的发展, 企业的经营理念与营销模式不断更新, 中职院校市场营销教学也应顺应市场而变化, 营销理念不应单单停留在满足市场需求这一层次上, 应转而追求提高顾客忠诚度等更高层次的目标。

(二) 课堂教学模式单一

市场营销学与传统学科不同, 更加注重实践性。虽然传统的灌输式教学能够提高理论教学效率, 但会导致学生对于理论知识缺乏深度思考, 也不利于学生养成良好的专业思维。同时, 传统

的市场营销教学模式不关注教学情景, 学生很难形成代入感, 也就无法有效理解市场营销的精髓。另外, 单一形式的考核方式也无法科学、全面地检验出学生的学习成果, 无法给教学活动提供正确的反馈。

三、市场营销学教学模式

(一) 面向市场优化课程体系

营销专业核心课程培养学生的营销关键能力, 对于学生未来的岗位适应能力具有重要影响。因此营销专业核心课程必须要面向市场需求。为了提高专业核心课程与岗位的适配性, 中职院校可以根据企业营销岗位的能力要求设计营销专业模块化课程体系, 针对性地培养学生的营销能力。中职院校还可以建设以项目为导向的实践课程模块, 引入企业的真实营销案例, 强化营销关键能力培养。有条件的中职院校还可以组织顶岗实训活动, 让学生学以致用, 增强实际操作能力, 强化核心技能。

(二) 积极引入职业技能比赛, 做到以赛促教

职业技能比赛对于市场营销专业人才培养工作具有重要意义, 能够加深学生对于市场营销专业理论的理解, 使得学生强化营销技能, 并激发出学生的学习兴趣。中职院校应积极为学生搭建职业技能比赛平台, 比如组织广告制作和推广大赛、产品销售大赛等。技能比赛以“实践锻炼增才能, 成就精彩营销人”为主题, 打造了专业化的评委团队, 让大批优秀的学生聚集在一起, 给学生提供了实践和创新的机会。借助比赛平台, 学生们合作与创新, 不断增强对于市场营销专业知识理解。在评委团的帮助下, 学生不断优化自己的营销方案, 掌握更丰富的营销技巧, 提高专业技能。比赛创设的竞争氛围还有助于开发学生的营销潜能, 引导学生创新, 并提高他们的应变能力, 对于培养学生的创新意识起到积极的促进作用。

比赛活动往往以小组团队赛形式展开, 也有助于增强学生的团队协作能力。此外, 职业技能比赛还有助于推动职业院校的教学改革工作, 使职业院校优化教学内容, 改革教学模式, 找到新的培养创新型职业技能型人才的思路、途径和方法。

要想成功举办职业技能比赛, 中职院校还要强化师资培训, 以优秀的师资力量提升比赛水平。各参赛小组都需要匹配到两位指导教师, 指导教师与参赛选手积极沟通, 对营销方案、内容进行精心安排。在比赛前夕, 学校要为指导教师培训, 让指导教师提前了解赛事流程、内容及规则, 熟悉比赛环境, 进而给参赛学生提供更科学的指导, 使各参赛队员能更好发挥专业能力。

(三) 分析真实案例进行强化学习

在课堂上引入案例, 将抽象理论具体化, 让学生在具体案例

中提取市场营销经验,能够有效提高教学质量。教师要积极改变以往灌输式讲解课程内容的做法,注重创新。在抓好教材中心的基础上,将视频教学引入到案例中。视频画面感足,加上声音效果,能对学生产生吸引力,引导学生主动回答问题,与教师进行互动,整个课堂的氛围将会活跃起来,教学效果会有极大地改观。教师可以在课上介绍一些经典的营销案例,组织学生交流讨论,让学生基于自身经验、生活阅历谈一谈对案例的理解。之后,教师再结合理论知识进一步对案例进行分析,让学生全方位地理解案例。案例教学不是简单地呈现案例以作为理论知识解释,而通过案例引导学生思考,进而深化他们对市场营销理论知识的理解,并且使他们在案例中学习新的市场营销技能。

比如,在教学引入某银行创新金融产品的案例,借助多媒体,播放该银行金融产品的发展和创新的轨迹,逐步引导学生探索出其中的营销理念。这样一来,学生们对市场营销的认识就会得到提高。这种情景,学生会记忆深刻,理解深刻。多媒体等视频技术的使用,推动教学内容由抽象到具体,实现了有效转换,教学内容变得容易理解,贴合的情景更容易将学生带入氛围中,使他们获得真实的感受,提高他们的学习积极性。

又如,教师可以将百事可乐公司的营销作为案例,引导学生学习可口可乐公司的营销手段。通过分析可口可乐公司的营销案例,学生们发现可口可乐会根据每个销售区域调整广告和销售手段,同时还加强了网络营销,迎合年轻群体的心理特征和喜好,从而取得成功。引导学生分析典型营销案例的时候,教师要提出一些引导性及开放性的问题,如百事可乐的市场营销策略自身特点是什么?你认为哪些方面存在不足及改善措施?这些问题能够有效引导学生的思维,使他们深入思考。通过这种与学生生活密切相关的案例,引导学生对市场营销案例进行深入探讨,了解分销渠道的扩展过程,通过有针对性的案例激发学生学习的积极性。应当看到,销售渠道并不是始终不变,而是会随着自身的发展进行动态变化。因此,我们要通过有针对性的案例,让学生快速的进入到营销模式学习,实现学习积极性的不断提升,从而引导学生掌握市场销售的内容,获取真实的认知。

(四)开展校外实训增强社会阅历

学校应为学生提供多样化的实践活动,鼓励学生积极参加课外兼职活动,体验营销工作,并将营销理论应用于实践,强化专业技能。此外,学校要强化校企合作,利用合作企业搭建的实践平台,为学生提供更多的实践机会。学生在实习过程中能够接触更加先进的营销理念,学习更高效的营销手段,不断积累工作经验,强化专业技能。应该指出的是,校外培训应该具有高效性和多样性,让学生在实践的同时强化专业认知。

除了课外实践,教师也可以在课上设计一些实践模拟活动,让学生体验市场营销工作的全过程。比如,教师可以组织学生设计一个沙盘模拟活动。首先,在沙盘模拟系统中创设一个企业,确定公司名称、法律形式、主营业务等内容,以4-5人为一组经营企业,并分配公司内部人员的岗位和职责。其次,展开市场调研与评估。小组学生分析产品、客户和主要竞争对手,结合市场营销课程的知识进行多渠道调查,最终形成研究报告。市场研究报告应包括消费者行为分析、行业竞争模式、竞争对手的营销策略等,最终明确企业的市场容量和企业的发展目标。再次,制定营销策略。基于市场调研结果,结合公司的实际情况,对市场进行细分,明确目标市场和市场定位,选择合适的营销策略,使得企业能够生存下去。在营销组合策略设计方面,先从产品组合、

产品设计、包装策略等方面进行产品设计,然后选择适合当前市场情况的定价方法,最后结合营销策略进行具体的营销渠道规划和产品推广规划。最后,预测启动资金。各组学生结合企业厂房租金、办公设备、原材料、销售广告等费用,确定营运资金,形成资金运作方案,并向系统中的“商业银行”贷款。在整个沙盘活动中,学生结合市场供求和资金运营情况经营公司。在沙盘活动结束后,各小组展开PK,对比经营成果。总之,实践活动使得学生将理论知识进行应用,增强学生的实践技能。

(五)应用信息化教学模式

伴随着信息化教育改革,中职教学方式也不断发生变化。信息化教学技术为学生们提供了丰富的学习资源,打造了自由的学习空间。在线上教学平台,学生可以查阅相关的文献,自行规划学习时间。中职教师应充分了解信息技术的特性,把信息化教学技术和市场营销学课程有机地结合起来,丰富市场营销课程的教学资源,创设更生动的教学环境。信息化教学方法有助于强化学生的学习热情,提高教学效率。伴随着各式各样的直播教学软件发展起来,钉钉、QQ课堂、企业微信、腾讯会议等远程教学平台全方位开展。教师可以利用这些远程教学平台,开展网络远程教学。同时,信息化教学平台还能够自动记录学生的学习数据,包括课堂出勤、小测成绩、在线学习实践、课堂互动等,根据数据进行分析,教师可以更精确地了解学生的学习特征和学习规律,从而制定出准确的教学决策。

课前,教师应根据教学大纲、教学目标和学生的学习兴趣,开发教学资源,如教学课件、视听、练习、案例等,并在学习平台上传学习资源,以方便学生预习。在线上学习期间,如果学生遇到问题,他们可以通过微信和QQ与教师和其他学生互动交流。对于营销案例分析而言,答案并不唯一,在线上自由交流,学生可以得到更多创新的思路,多维度思考,进而能够强化学习效果。学生在课下自主预习,对知识形成基本的认识和理解,之后在课上教师再带领学生进一步内化和吸收知识。在教学过程中,教师要适当留白,给学生留出一定的思考和探究空间。

四、结语

在新时期,市场营销教学改革势在必行。除了改进和创新教学方法、更新教材和考核指标外,更重要的是教师要加强实践教学环节的设计,利用丰富多样的实践活动提高学生的专业能力,使学生明确营销岗位的任务,帮助学生充分适应市场环境,为就业做好充分准备。教师要关注学生的想法,从个人学习认识出发,重视综合性素质的培养,加强对教学过程和成果的反思,不断优化市场营销教学,让学生将营销理论进行实践应用,促进学生成长和发展。

参考文献:

- [1] 周小美.以培养实践能力为导向的中职市场营销学教学改革探索[J].教师,2018(30):2.
- [2] 李江洪.行动导向教学法在中等职业技术学校《市场营销学》教学中的应用研究[D].贵州师范大学,2019.
- [3] 朱洪.数字聚合视阈下中职“市场营销学”课程教学质量提升策略研究[J].求知导刊,2018(15):3.
- [4] 樊志华.中等职业学校市场营销学课程教学模式整合初探[J].科技与生活,2010(11):1.
- [5] 马张霞.浅谈中职《市场营销学》精品课程的“做学教合一”模式探究[J].创新创业理论研究与实践,2018(7):2.