

职业院校市场营销课程新型教学模式的探讨

付泽江

(云南经贸外事职业学院, 云南昆明 652500)

摘要: 随着经济社会的高速发展, 市场营销专业的发展呈现出良好的态势。但目前中职学校的市场营销课程大多更加注重理论性教学, 缺乏实践教学方式的有效应用。在职业院校的市场营销课程中, 教师需要引导学生构建扎实的理论基础, 从而让学生发展成为高层次、创新性较强的复合型人才。基于此, 文章对职业院校市场营销课程的特点进行分析, 并对职业院校市场营销专业课程教学现状展开探究, 引导学生深入理解和探究职业院校市场营销课程的价值, 最终构建一个新型的市场营销课程教学模式。

关键词: 市场营销; 职业院校; 人才培养

作为职业院校经济管理类专业的主干课程, 市场营销课程具有较强的实践性和应用性, 教师需要结合专业课程的特点展开分析, 科学制定教学目标, 优化教学内容, 在备课、上课、课后反思等环节进行优化, 让学生全身心地投入到学习活动中, 在学习活动中解决学习重难点, 最终达到理想的学习效果。

一、市场营销课程特点

市场营销是经济管理学院管理类专业的一门基础学科, 这门课程的重要教育目的是培养学生形成信息收集、整理的能力, 形成创新思维能力和市场推广的能力。这门课程的内容量较为丰富, 主要对营销学的基本概念、理论和方法展开分析, 并结合案例讨论说明市场营销工作的价值, 帮助学生理解市场营销学知识点之间的结构, 让学生掌握基本的市场营销概念, 掌握基本的应用方法, 培育学生良好的学习方式, 形成高效解决问题的能力。市场营销这门课程的定位主要有三个方面, 也就是基础定位、目标定位以及发展定位。基础定位指的是导购员、促销员、销售文员等岗位; 目标岗位包括区域经理、销售经理、市场经理等经理岗位; 发展岗位包括销售总监、市场总监、省级经理等岗位。市场营销课程设置主要包括市场调查、营销策划、营销管理、产品销售、商务谈判这五方面, 教师主要根据课程结构进行调整, 从而展开系统性的教学。

市场营销课程涵盖的知识点丰富, 知识之间的连贯性较强, 主要是对整个市场销售工作展开教学。市场营销学作为一门应用性经营管理学科, 受到更多国家、企业的重视, 是与社会实践紧密联系的学科。在课程教学中为了紧密联系时代发展趋势, 让学生理解基本的知识原理, 教师需要引导学生阅读相关的参考资料, 并科学有效地展开知识教学。

二、职业院校市场营销专业课程教学现状

(一) 学生厌学情绪严重

在职业院校教学阶段, 学生在市场营销课程学习中会遇到各类学习重难点, 当面对较难的知识点他们会出现明显的厌学情绪, 具体表现为对学习的动力不足, 课堂不认真听讲, 甚至还会存在课堂秩序被破坏的现象, 绝大多数学生不能按时完成课后的作业。另外, 目前绝大多数教师都采取知识讲解的方式, 教师无法调动学生的学习积极性, 在这种情况下学生的专业技能掌握情况会受到影响, 这也不利于自我的心理健康发展。

(二) 高素质师资力量不足

与其他课程类型不足, 市场营销课程要求教师在理论教学的同时注重培养学生的实践应用型。然而, 在实际情况下, 市场营销专业教师具备扎实稳固的理论功底, 但自身缺乏一定的实践应用能力, 并没有参与实践的经验。在这种情况下, 教学就出现了重理论轻实践的教育现象, 这也间接导致学生在实践探究的过程中出现操作能力上的问题, 高素质师资力量不足影响着市场营销

课程的有效开展。

(三) 实训场地资源不足

近年来, 职业院校实现课程教学拓展, 纷纷开设市场营销专业课程。随着职业院校教学模式的改革, 学生也不断增多。但由于场地不足的问题, 学生没有充分的实践操作训练资源展开学习, 学生的实践能力无法得到增强, 无法应对市场影响岗位的需求, 这也影响着学生的就业发展。对此, 实训场地资源问题成为了阻碍学生专业素质和技能发展的关键。

三、职业院校市场营销课程改革的必要性

近年来, 随着职业教育的发展, 职业教育理念逐渐渗透在教学的活动中, 但要真正提高市场营销人才的社会竞争力, 就需要优化市场营销的实践教学方式, 注重培养学生的综合素质和技能, 结合学校现有的教学目标进行改革, 从而调整教学方案, 实现培养“通才教育”和“专才教育”相结合的培养目标。

课程是职业院校培育人才的主要形式, 并确保实现教学目标的重要依托。对此, 加强课程改革, 是教育教学环节的关键。在课程教学中, 教师需要做好课程实践改革, 优化教育资源配置, 有效利用中职市场营销的教育资源, 从而培养更多的市场营销专业人才。在全球化的发展背景下, 知识领域快速发展和变革, 教育的内容和系统也更加完善, 学生不再接受简单的知识教学, 所以做好课程教学改革尤为关键。在职业教学中, 市场营销课程要做好体系化的教学改革, 构建学校精品课程, 构建系统性的教师团队, 加强课程改革, 有助于提高理论研究的时效性, 并引领职业教育的发展方向。

对于职业院校的教师来讲, 培育技能型人才是教育的目的。简单的专业知识教学已经无法满足当前的教学需求, 为职业教育带来了较多的问题。这就需要教师创新教学方法, 构建一个类似企业工作环境的学习环境, 将教材内容与工作任务联系起来, 构建系统性的教学方案, 助力学生的职业教育能力。在教育阶段, 做好教学改革, 搭建学习氛围浓厚的教学平台, 培养以岗位职业能力为根本的教学形式, 从而让学生完成具体的任务和工作, 能够加强实践教学能力, 促进学生的职业素养发展, 真正做到“零距离”上岗。在市场营销专业教学中, 教师要做好课程教学改革, 实现三方面的教育对接, 加强学校和合作企业的合作, 从而引导学生参与到实训活动中, 提高学习的效果。教师要重点关注工作过程导向的改革, 从而促进我国职业教育的发展与变革。

四、职业院校市场营销新型教学模式构建

加强对教学方法的改革是高职院校不断探索的方向, 实用性强的教学方法, 有助于培养经营与管理人才, 培养学生掌握丰富理论知识的同时, 形成良好的适应能力。对此, 职业院校的市场营销专业要加强教学模式的构建, 形成完善的教学模式, 加强体系化建设, 这样才能让学生学会市场营销的基本理论知识,

掌握关键的知识技能,提高实践操作能力,为后续的工作夯实基础。

(一) 课堂演示教学

课堂演示教学就是通过多媒体教学软件演示具体的知识点,这种教学方式有助于学生加强对知识点的理解,建立系统性的知识框架,为后续的学习打下坚实的基础。在教学过程中,教师需要在课前、课中和课后做好教育教学安排,增加课堂教学容量,并压缩课堂教学的时间,提升学生的学习动力,实现教学内容的直观性,让学生能够更加简单地理解基础知识。另外,在市场营销教学中,构建系统性的课程体系尤为关键。很多学生的知识体系是零散的,教师需要做好知识点的梳理,利用思维导图的形式,让学生自主构建知识框架,使复杂的知识理论转变为更加简单易懂的知识点。比如说,在讲解企业的“广告策略”时,教师可以有效利用多媒体放映广告的短片,让学生和教师共同参与鉴赏活动中,从而鼓励学生更好地理解企业广告内容要点。在课堂教学结尾,教师可以让学生通过画图的形式对整节课的知识点框架进行完善,画出思维导图,有助于学生将知识点进行融会贯通。

(二) 分组案例讨论

案例教学强调学生的实践探究能力发展,旨在培养学生通过案例分析的形势,了解知识的特点和类型,并提高学习效率。这种学习模式更加灵活,学生也更愿意接受,大部分学生能够通过分组案例讨论快速掌握抽象的理论知识要点,通过相互学习和鼓励,举一反三,灵活运用知识要点,达到预期的教学效果。案例教学能改变学生的被动学习情况,让学生主动解决实际问题,培养学生的主动学习性,提高学生的独立思考能力,更好更快地解决实际问题。比如说,在讲解“产品定位”的有关理论时,教师可以让学生根据自己所熟悉的案例进行探讨,让学生说出自己熟知的一个产品,并分析产品的市场定位,让学生通过小组合作讨论的形式进行探讨,从而了解目标市场和策略。在探讨活动中,有的学生说出了潘婷、飘柔等洗发品牌,说明目标市场定位,学生在趣味性的学习活动中,提高了学习效率,加强了对市场定位的理解。

(三) 竞赛激励活动

职业院校的学生具有较强的竞争意识,它们具有强烈的表现欲,希望自己能够参与竞赛,获得一个好的成绩,并满足自我的表现欲。对此,教师要充分利用学生的这一表现心理,培养他们的自我表现欲,提高他们对知识点的掌握程度。比如说在“推销理论”教学中,教师可以将所有学生分成几个小组,让学生通过单位的形式在学校内进行推销。教师可以设置竞赛比拼活动,最后统计每个组的销量,并让所有小组写出自己的活动总结。这种竞赛的形式有助于学生形成自信自强的性格,积极面对生活态度,从而步入未来的社会,形成一个良性的学习心态。

(四) 创设趣味情境

在教学活动期间,模拟教学是提高教学实效性的重要形式,是教学适应社会化发展要求的主要形式,它强调培养学生的知识能力和素质。对此,教师需要构建相应的教学情境,营造浓厚的实践训练氛围。其中,教师在教学中可以根据营销内容创设教学情境,让学生根据教学情境完成相应的活动。比如说,在学习“谈判策略”时,教师可以引导学生进行自愿结组,分为三到五个小组,让学生在模拟的情境中完成学习活动,模拟整个谈判交易的过程。教师需要逐步由知识的传授者转变为知识的指导者,做好对学生的教育指导。其中,教师可以构建虚拟的教学情境,让学生利用学习过的知识点回答问题:假如你是一家濒临倒闭的服装厂厂长,你如何利用自己所学过的营销知识让企业起死回生

呢?教师通过设置趣味性的问题,引导学生深入到模拟情境教学活动中,大大激发了学生的学习探索主动性,培养了学生的实践应用能力。

在整个教学过程中,教师需要明确自己的角色定位,为学生设置教学情境,让学生在具体的情境下完成学习活动。在整个授课的过程中,教师可以恰当地安排一些简单的问题,让学生发挥自己的想象力,根据自己所学的知识解决实际问题,从而提高学生的问题解决能力,提高学习的质量和效果。

(五) 构建实训活动

在市场营销课堂教学中,实训教学也尤为关键,教师要采取走出去、引进来的教学方式,将课堂教学延伸到课下,让学生参与到课下的实践活动中。其中,学校也可以邀请市场营销的专家和学者、或是企业经理人来到学校展开教育讲座,让学生了解我国的市场发展规律,学习新时代背景下企业市场发展的路径,开拓学生的学习视野,创新学生的学习思维。不仅如此,教师可以让学生加强与企业的合作,让学生参与到实习单位进行工作,做好市场调研、营销策划等相关工作,从而提高营销的实践能力。在实践教学活动中,教师要做好教学指导,要求学生自由结组,形成六人小组,并按照专业设置调研活动,撰写实训调研报告。调研报告一般由学生小组的形式独立完成,教师在学生上交调研报告后,对学生的报告进行了解,从而做好对报告的检查工作。教师科学构建实训活动,能够为学生构建良好的学习平台,激励学生参与到实训活动中,激发个人的学习潜力。

(六) 注重团队合作

在当前的时代背景下,企业更加看重团队合作,在教学环节教师要注重培养学生在日常的学习活动中形成合作意识。在互动式的教学中,教师要强调学生的小组成员合作,培养学生形成团队合作意识,组织学生完成不同的学习项目,从而锻炼学生的组织能力、控制能力、协调能力。在整个小组合作活动中,学生需要发挥自己在团队中的观点,提出自己的意见和看法,从而引导学生做好与小组成员的交流,通过交流的形式,加强对某一观点的理解和看法,从而使学生提高综合素质能力,为后续工作奠定良好的基础。

五、结语

综上所述,在当前的市场背景下,教学改革势在必行,教师只有创新教学模式,突破传统的市场营销教学模式,转变市场营销人才培养目标,积极开展课程体系化建设,创新传统的教学方式,做好课程体系改革,才能培养出适应岗位发展需求的新时期市场经营人才。教师需要从课堂演示教学、分组案例讨论、竞赛激励活动、创设趣味情境、构建实训活动、注重团队合作等方面出发,做好教学改革优化,才能调整新型教学模式,提高教学质量和效果。

参考文献:

- [1] 杨林安,张茜.高职院校《市场营销》课程创客教育新型教学模式实现路径[J].东西南北,2019(18):143.
- [2] 梁丹.探究职业院校市场营销课程的一体化教学模式[J].营销界,2021(25):39-40.
- [3] 祁智茹.“互联网+”背景下职业院校课堂教学模式创新研究——以市场营销课程为例[J].现代经济信息,2019(18):376-377.
- [4] 刘峰,寇恩华.职业院校市场营销课程新型教学模式的探讨[J].中小企业管理与科技(下旬刊),2015(03):210-211.
- [5] 邵尉.职业院校市场营销专业实训课程教学改革探讨[J].考试周刊,2016(42):12.