

体验式教学在市场营销教学中的应用

王敏

沈阳职业技术学院国际学院

摘要：在社会经济快速发展的过程中，对营销人员的需求也越来越高，如何让市场营销的学生在实习期间尽快适应社会和企业发展要求，是需要关注和关注的问题之一。为了达到市场营销学生在结束课程之后能更好的融入社会和企业的环境中，我们需要改变传统的教学模式，用以学生为主的体验式教学展开教学模式。体验式教学是一种新型的教学模式，是一种要求学生亲身经历目标物的方式，达到学生能对目标物深刻理解的目的，进而提高理想中的教学效果和质量。

关键词：体验式教学；市场营销；应用

前言：体验式教学是结合学生具体的认知情境和自身规律，再次为学生提供体验和现实情境机会，让教学内容再次体现，进而学生能重复掌握知识，并建立有关的知识框架，从而提高学生的学习兴趣，便能全面发展学生的能力。目前的教学模式中，体验式教学普遍应用在其中，然而还是有一部分教师没有真正理解体验式教学方法，仅仅遵循这一趋势，不但无法符合预期中的效果，而且对原本的教学计划有影响。本文将重点分析体验式教学在市场营销教学中的应用，以供参考。

一、体验式教学理念

所谓体验式教学，即体验的意义，是指用自己的真情去验证事物，感知生活。经验可以帮助我们加深对事物的理解，留下深刻的印象，对未来做出判断和预测。体验式教学需要学生自己去经历和体验，通过让学生在实践中学习，并结合学生自己的特点，设立真实的情境来表达学习的内容，让学生亲身体验事物，能够对社会事物更加透彻理解。体验式教学展现人文关怀、延伸和提升生命的价值。合理在市场营销中运用体验式教学对学生的想象力和创造力有促进作用，能够模拟真实情境，并用各种方式引导学生的思维能力，帮助学生取得更多的专业技能。

二、分析体验式教学法的特点

（一）寓教于乐

寓教于乐能最大程度的开发学生额兴趣爱好。寓教于乐是指教师在实际教学中应充分调动学生的学习主动性和积极性，以快乐的方式进行教学；此外，教师应该通过娱乐教育使学生更积极地学习。体验式教学法的应用为寓教于乐打下了良好的基础。让学生在学的过程中感受到快乐，这是体验式教学法的真正目的。

（二）虚实结合

在体验式教学中，我们需要一个真实或虚拟的场景来移植学习过程。教师要有发展的态度和眼光，真正认识到情景学习对学生来说不是简单的死记硬背。在学习的过程中，虽然模仿起着非常重要的作用，但是创造也是不可忽视的。

（三）学以致用

在传统的教学模式中，学生不能用自己的知识去解决实际问题，教师也不能为学生提供解决实际问题的平台。如果学生学习的知识缺乏具体的应用，它就会变成僵化的文字，并随着时间的推移慢慢被遗忘。体验式教学法可以为学生提供提供一个运用知识的平台，让学生将知识运用到实际环境中解决问题。

三、体验式教学在市场营销中应用的注意事项

随着教育观念的不断改革，第一次模拟考试也在不断创新。体验式教学是一种新的教育模式。教育工作者正在积极探索其模式的应用，如在高职市场营销教学中的应用 [1]。

（一）以学生为中心

在市场营销教学中，体验式教学模式的应用往往需要关注学生，以学生为出发点和落脚点，然后有效地设计自己的教学内容和教学计划，增强学生的感知和体验。基于此，在对教材进行详细分析和研究的基础上，教师还需要以学生为中心，探索如何将教材、案例、场景和培训内容更好地与学生结合起来，从而在后续的教学带给学生更深层次的体验。尤其是教师要注意调动学生参与的积极性，避免学生过度应对。此外，以学生为中心还需要注重个体差异。教师应充分分析学生的不同特点，在体验式教学计划中培养每一个学生，促进所有学生的成长。

（二）注重反思

体验式教学模式在市场营销教学中的应用，往往需要注重后续的反思环节，避免学生仅仅为了参与而参与，而事后的反思环节是学生收获的关键。基于此，教师需要引导学生从多个角度进行反思，不仅要围绕实践过程和案例，更要注重自身的反思，分析自己在体验式教学参与中的具体表现，明确自己的成长和不足，然后才能进一步完善，在后续的体验式教学中，有意识地进行优化和调整。

（三）精心组织和规划

教师在上课前要充分了解学生的实际能力和技术水平才能实效性地应用体验式教学。在这基础上，可以制定对应的体验式教学项目。确定学生的分工任务，紧密相连。

（四）照顾全体原则

由于体验教学中同班同学的方式和程度因人而异,这就要求我们的老师根据不同学生的不同情况合理安排任务,或者将任务进行有效的分解和组合,从而在教学中兼顾不同层次学生的经验。

四、体验式教学在市场营销教学中的应用方法

体验式教学模式在市场营销教学中的有效应用,将促进教学工作的顺利开展,提高教学的整体质量^[2]。

(一) 创设情境

体验式教学在市场营销教学中的有效运用,往往使学生在任何时候都难以置身于真实的市场营销环境中,尤其是在课堂教学中。通过创设情境的方法,使学生在市场营销情境中趋同,形成体验式教学的效果。在创设情境的过程中,教师往往需要充分研究教学内容和目标,然后有效地模拟课堂中的相关场景,使学生在场景中体验,从而达到创设课堂实践活动的目的。基于情境创设法的应用,教师主要承担导演的角色。在充分提高学生学习兴趣的基础上,为学生安排更合适的人物角色,使学生更好地体验情境,体现更强的目的性,有效地形成知识的传递和获取。例如,在市场营销教学中涉及到相关产品促销的教学内容时,教师可以在课堂上创造一个合适的促销平台,让学生分别扮演上门促销员的角色,在情景演练的过程中能够熟练掌握整个产品推广过程,同时能够有效地锻炼自己的能力和素质,在实践中完成教学任务。当然,创设情境教学模式的应用往往需要学生真正投入,并能全身心的感受和参与。

(二) 案例讨论

体验式教学模式在市场营销专业的应用也可以通过案例来实现。案例分析有助于培养学生的实践能力。与传统的直接讲解和讲解理论知识的方法相比,案例讨论能显著增加学生的体验和感悟。一般来说,在运用案例讨论教学模式时,教师首先需要根据教学目标和要求选择合适、合理的案例材料,然后才能完成相应的教学任务;在此基础上,还要注意案例的吸引力,要求学生积极参与,形成理想的体验条件。为了更好地完成案例讨论的任务,我们往往需要借助小组合作学习模式,让学生在小组中充分讨论和分析案例,教师也可以从侧面给予适当的指导,从而使讨论更为恰当和合理。在小组讨论的过程中,由于每个学生的理解和观点存在明显

的差异,还可以形成头脑风暴效应,帮助学生从多个角度理解案例,对案例有更深入的理解。当然,在案例讨论的过程中,也能更好地调动学生的合作能力和沟通能力,这也有利于市场营销专业学生的培养。

(三) 培训经历

在市场营销课程中,对学生的营销策划能力、现场反应能力和心理应用能力的要求非常严格。这就要求教师在开展相关教学工作的过程中进一步加强实践指导活动^[3]。在市场营销专业的教学中,虽然可以通过创设情境或案例讨论的方式来提高学生的体验效果,但这些方法远不如实训体验直接,校外实训体验也是体验式教学法应用的重要途径。基于此,教师应充分利用校外培训资源,为学生提供更充分的校外培训机会,使学生真正感受和体验,对营销相关知识有更深入的了解。比如,随着当前校企合作模式的不断推进,市场营销专业也需要充分利用校企合作资源,通过相关企业为学生安排合适合理的工作岗位,让学生进入实践学习和体验,并了解如何将课堂所学内容应用于实践,最终形成较为理想的市场营销专业培养效果。当然,在实践训练过程中积累经验,也离不开必要的指导。此时,不仅需要营销教师积极参与,还需要引进企业的“导师”,让学生通过求助获得更多的知识,全面提高自己的能力和素质,这将有助于他们将来适应社会。

五、结束语

总之,体验式教学法在市场营销教学中的应用具有十分重要的价值和意义。体验式教学法能适应现代社会经济对复合型营销人才的实际需求,促进市场经济条件下营销教学的改革进程;另外,体验式教学在市场营销中是以学生为主,注意学生的自我发展,来明显提升课堂教学生质量水平。

参考文献:

- [1] 孙智琴. 体验式教学在高职市场营销教学中的应用探索[J]. 现代经济信息, 2017(09):465.
- [2] 刘燕萍. 体验式教学在市场营销教学中的应用[J]. 中国科技投资, 2019, 000(031):276.
- [3] 潘爱华. 论体验式教学在高校市场营销教学中的应用[J]. 营销界, 2020(03):115-116.