

双创视角下高职市场营销教学模式实施策略

孙逸冰

(漯河食品职业学院, 河南 漯河 462300)

摘要:近年来,“大众创业,万众创新”已经成为了社会发展的一种新趋势。对于高职院校来说,培养学生的创新能力从而更适应社会“创新创业”的趋势,是市场营销专业在教学中应当格外注重的。因此,高职院校要坚持“双创”的方针,积极探索并实施更符合学生创新能力培养要求的市场营销教学模式。

随着我国教育水平的发展与提升,高职市场营销教学模式的实施问题渐渐受到了人们的重视,尤其是在双创视角下,只有合理实施营销教学,才能够为学生创业行为实践打下基础,让学生在对理论知识进行学习的基础上对其进行运用,帮助自身的创业过程。除此之外,相比较于传统高校教学,我国高职教学都具备着专业特色,但是很多人都对高职教学存在偏见,只有在双创视角下实施营销教学模式,才能够较好的证明高职教学的价值,改变人们对高职教学的原有看法。

关键词: 双创视角; 高职市场营销; 实施策略

一、“双创”的内涵和背景

“双创”可以指代城市或企业中的任意两项具有创新性的建设工作,但它的主要内容是“大众创业,万众创新”。有关“双创”的概念由李克强总理在2014年的达沃斯论坛上首次提出,并在之后的多次报告中对“双创”进行了强调。李克强总理提出,要在国内掀起一股全民创业的热潮,不断开发民族的创新潜能,进而提升民族的创新能力。并于2018年下发了关于打造升级版“双创”的意见,使得“双创”当选了2018年度经济类十大流行语。由此可见,国家对于推动全民的创新创业是极为重视的。

高校大学生团体是社会建设的重要人才来源,在“创新创业”的浪潮下,兼具较高的创新能力也是对大学生的必然要求。那么,高等院校要严格以国家的方针为导向,以更加完善的教学模式对学生的创新能力进行培养。国家对高等院校的创新性教育提出了一定的要求,指出到2020年,高等院校对于人才的创新创业教育要取得明显的效果。不仅要形成一套较为完善的新型教学模式,还要使得学生的创新能力和综合素质得到显著提升。在这种背景下,高职院校市场营销专业要严格以“双创”为指针,以更加合适的教学模式培养出更具有创新精神、更符合社会要求的市场营销专业人才。

目前,创新创业型人才培养已成为我国深化高等教育改革的重要途径之一,创新创业教育不仅是顺应社会经济发展的教学模式和理念,也是加快我国社会进步,促进我国高等教育发展的重要推动力。对我国高校创新创业教育人才培养模式的构建展开了深入广泛的探究。

二、双创视角下高职市场营销教学模式实施策略

(一) 转变教学方式,提高教学实效

理论知识是发挥学生创新能力的基础,倘若学生不具备坚实的市场营销理论基础,那么即使有较强的思维活跃度以及较高的创新思维,也很难得到真正的发挥。由于市场营销专业的理论知识较多且较为枯燥,学生往往对市场营销理论的学习热情不高,理论知识的欠缺严重影响了学生创新性想法的施展。针对这种情况,教师应当及时转变教学方式,以更加合适的教学模式提高学生对于市场营销的学习兴趣。

比如,在课堂中引进更多的案例。可以通过对一些营销成功

案例的讲解,使学生理解营销成功的关键要素,并对成功的经验进行借鉴和总结;还可以引进一些营销失败的案例,让学生分析失败的原因,并在日后的实践中加以规避。通过案例的教学,可以将晦涩难懂的书理论转化到一个个实际的营销案例中,使得学生通过对案例的分析从而更好地掌握了市场营销的理论知识。教师还可以采用“翻转课堂”的形式,比如在讲授营销策略时,可以给出一些企业或者市场的实例,让学生根据自身掌握的理论制定适合的营销方案,并在课堂上进行营销方案的展示和讲解。教师担任听众和评委的角色,对学生的方案进行分析和评价。这种形式可以在一定程度上激发学生的学习兴趣,并且可以加强学生对理论知识的理解以及对理论的应用,使得理论教学效果大大提升。

(二) 增加实训课比重,提高学生的实践能力

市场营销理论知识的学习是为未来的实践打下的基础,特别是在“双创”的背景下,对学生的实践创新能力提出了更高的要求。因此,在市场营销的教学中开展更多的实训课程是极为必要的。在实训课程中,教师可以根据企业中关于市场营销职业的要求,对学生进行考核。并根据学生的表现和专业程度进行评分,以激励学生的实训热情。

电话营销是当今常见的一种营销方式,教师可以针对学生电话营销的能力进行实训。在实训课程中,可以模拟真实的电话营销场景,让学生与真人进行对话,并要求学生向用户表达出具有实际意义的建议和意见。教师可以根据学生在对话过程中关键信息的表达效果对学生的表现给出评分,并计入成绩考评中以对学生起到督促作用。这种实训方式可以克服学生在面对客户时的恐惧,锻炼学生的语言表达能力,并且可以锻炼学生在面对客户拒绝时的应变能力。这样一来,真正使得理论知识得到了实践,增强了学生的实践能力。

(三) 展开创新创业大赛,培养学生的创新能力

在学生的理论知识和实践能力得到了一定的提升后,比赛是能最大程度激发学生创新思维和创新热情的方式。高职院校市场营销专业可以定期开展创新创业活动,通过比赛的形式最大程度地开发出学生的创新潜能。可以通过一定的学分或者奖金奖励,鼓励更多的学生参与其中。并设立起专业公正的考核评价团队,

蓝印花布在现代室内设计中的装饰性运用研究

张文慧

(菏泽技师学院, 山东 菏泽 274000)

摘要: 在当今社会发展过程中, 传统文化的普及使得极具中国传统韵味的蓝印花布被广泛应用。本文将从蓝印花布的文化寓意、基本特点、现代家居设计的装饰性运用入手, 探究蓝印花布中传统文化元素与现代家居装饰设计的结合。

关键词: 室内设计; 运用; 装饰; 家居设计

蓝印花布, 又称靛蓝花布, 这种蓝白相间、质朴朴素的民间工艺起源于秦汉、兴盛于唐宋时期, 被称为中国民间艺术的“活化石”。它的图案以点、线为主, 通过点、线的疏密变化构成各种抽象、具象的平面图案, 题材广泛、内容丰富, 被广泛运用在头巾、压箱布, 围裙、包袱布, 被单、门帘等生活用品中。随着社会的发展, 蓝印花布的使用又逐渐扩展到纸巾盒、储物袋、茶垫等家居装饰。作为民间传统手工艺, 蓝印花布从古至今传承百年, 不断与现代生活相融合, 并在不断发展中提升着自身的艺术价值。

作为典型的中国传统设计元素, 蓝印花布近年来频繁出现在我们的日常生活中, 甚至作为一种元素运用在一整套家居设计中, 其整体风格充满自然朴实, 轻松惬意的感觉, 身处其中户主能感受到传统文化的熏陶。要将传统文化精髓体现在室内设计中, 就需要从蓝印花布的色彩特点、图案特点、与空间、周围装饰元素的关系、整体搭配几个方面分析。

一、蓝印花布的色彩特点于运用

蓝印花布主要色彩是蓝色、白色, 蓝色象征平静、自由、安

静, 白色象征纯洁、典雅。蓝白相间的蓝印花布整体色调呈冷色调, 整体感觉沉静深远、淳朴自然, 明快清新, 代表劳动人民淳朴、质朴的审美特点, 蓝白形成了鲜明的色彩对比, 凝重又不失风骨, 将图案衬托的十分醒目, 就如同蓝天、白云般, 展现了自然的和谐之美。

“青”色是平民阶层的代表色, 文人墨客也喜欢着青色衣衫, 表达自己清高的风骨, 这也是这种民间手工艺原长盛不衰的因之一。由此可见, 蓝印花布的色彩包含了民间深厚的文化底蕴。

二、蓝印花布的图案特点与运用

蓝印花布图案纹样通常来自人民的生活经验或者大自然, 图案纹饰精密细致, 其类型可以分为: 植物纹样、动物纹样、人物纹样、几何纹样, 形象生动简明。又因蓝印花布印染技艺不同, 所刻花型受到“断刀”的限制, 因此纹样多以形状、大小、粗细各异的点和线来表现。其经典的图案花纹有“五福捧寿”“连年有余”“喜上眉梢”“龙凤呈祥”“凤戏牡丹”, 其图案组成大多是代表吉祥、美好寓意的动物、植物或生活物品等元素构成, 形象淳朴、简洁

公平公正的评选出具有创新价值的作品。如此一来, 可以大大激发学生的创新热情。高职院校市场营销专业还可以鼓励学生参与到诸如大学生创业大赛这一类的全国性创业活动中, 在更加规范的比赛形式中, 不仅可以锻炼学生在市场营销方面的创新能力, 还能够培养学生跨学科的创新思维。通过比赛, 在教师的指导下, 既加强了学生对理论知识的运用能力, 又使得学生对于创业的流程有了更多的认识, 从而为未来步入社会的创新创业打下了一定基础。

在新时代万众创新、大众创业的背景下, 培养高校学生的创新创业意识和能力是大势所趋。当前, 众多高校都开设了创新创业课程, 但是在教学过程中, 教师反映自身缺乏创业经验, 对创新创业课程本身把握不够, 多数学生自身并没有创业的想法及动力; 上课主要是迫于学分的要求; 创新创业课程过于空泛, 与专业结合不够紧密, 适用性不强。创新创业教育的目标是调动高校师生创新创业的内在需求, 培养师生的创新创业意识和能力, 真正为未来几代人设定创业“基因”, 培养具有改革和创新精神, 具有创业勇气和能力的人才。

(四) 伴随着我国经济的高速发展, 市场营销专业的人才越来越被社会青睐。然而, 当前大部分企业对市场营销专业的毕业生很不满意, 原因在于这些毕业生缺乏市场营销的实践能力。因此, 对高职院校而言, 培养高素质, 高水平的市场营销人才是当前市场营销教学的重中之重。从当前高职院校市场营销专业实践

教学现状入手, 探讨高职院校市场营销专业实践教学的有效实施策略。

在现阶段, 我国的高等职业院校面临着很好的发展机会, 同时也面临着更为艰难的挑战, 这是一个挑战和机遇并存的阶段。因此, 全面提高高职院校的教学水平是发展的根本大计。要提高教学的质量, 我国的高职院校就必须针对自身的缺点和不足, 对教学模式进行改革。

三、结语

“大众创业, 万众创新”已经成为了当今社会的一种新态势, 这种态势对于社会所需的人才也提出了新的要求。在这种背景下, 市场营销专业更加需要“双创”型人才也成为了必然趋势。因此, 高职院校要积极进行教学模式的改革, 找出更适合市场营销专业“双创”型人才培养的教学模式, 从而为社会培养出更多具有创新能力和创业意识的实用性人才。

参考文献:

- [1] 尹蕾. 双创视角下高职市场营销教学模式实施策略[J]. 知识经济, 2019(34).
- [2] 郑琳. “双创”导向下的高职市场营销专业实践教学改革创新[J]. 现代职业教育, 2017(36): 160-161.
- [3] 李明. 双创背景下高职院校市场营销专业课程教学体系的构建[J]. 河北青年管理干部学院学报, 2018, 30(006): 70-72.