

本科高校市场营销专业《管理学基础》教学改革研究

武爱军 柳玉红

(湖南交通工程学院, 湖南 衡阳 421001)

摘要:近年来,随着教育体系的不断优化,教学改革逐渐成为社会、高校关注的重点。在此背景下,高校市场营销专业教师要遵循教育规律,立足学生发展实际,对现阶段教学存在的问题进行剖析,以社会发展为导向,对现有的教学架构进行优化,提高教学工作针对性与指向性的同时,全面推动我国职业教育事业的蓬勃发展。

关键词:本科院校;市场营销专业;管理学;教学改革

“管理基础”是研究社会组织管理活动一般规律的学科,作为市场营销专业学生必备的一项基础能力,它对引导学生初步发展管理思维方式,树立科学的管理理念,掌握一定的管理方法,提高创新能力具有重要作用。然而,当前本科市场营销专业《管理学基础》教学存在着学生知识基础相对薄弱、现行教学大纲不合理、教学方法单一等问题,严重影响了教学效果,教学改革势在必行。

一、市场营销专业《管理学基础》教学过程中存在的问题

首先,管理学基础不仅是一门综合性学科,而且是一门实践性学科。课程学习需要经济学、心理学、法学、金融学等相关学科的知识。然而,本科院校市场营销专业学生知识基础相对薄弱,缺乏自信,学习过程情感化,缺乏积极性和主动性,难以达到课程学习目标的要求和水平。

其次,现行《管理学基础》教学大纲与本科生的特点相去甚远,缺乏针对性、实践性和指导性。教材内容枯燥,多以规章制度理论为依据,与培养基层综合管理岗位的实际需要有较大差距。同时,由于缺乏配套的培训教材,学生很难通过学习掌握基本的管理技能。

再有,很多承担本课程教学的教师受传统教学观念和教学习惯的影响,教学方法单一,教学手段落后,这不符合本科院校市场营销专业对理论知识和实际操作技能的培养要求。教学过程是教条化的、僵化的、完美的、僵化的、枯燥的。学生盲目记忆书本知识,忽视实践能力的提高,不仅教学目标难以实现,甚至课程教案所要求的教学效果也达不到。

此外,课程考核方式仍采用应试教育,主要依据期末成绩单和考试成绩。试卷中主观题少,客观题多,使学生疲于应付,无法充分体现学生的综合知识水平和实际操作能力。

《中共中央国务院关于深化教育改革推进素质教育的决定》中指出:“当今教育背景下,高校要顺应时代发展规律,全面解读职业教育的核心内涵,对现有的人才培养体系进行优化,统筹兼顾,多措并举,提高教学成效的同时,促进教育与社会发展的有效衔接,使学生能力上升至全新的高度。”课程和教学内容体系的改革是高职教育教学改革的重点和难点,也是当前学校教学工作的薄弱环节,《管理学基础》的教学质量直接影响着高校市

场营销专业的知识结构。针对上述问题,必须重新组织课程内容体系,以基础知识的应用和实践能力的培养为目标,整合教学内容,以必要性和充分性为度,加强针对性和实用性,为专业课程服务。

二、市场营销专业《管理学基础》教学改革

在深入调查本科院校市场营销专业“管理学基础”教学现状的基础上,深入分析教学对象和教学目标,重新编制具有适用性的课程大纲,适用于本科院校市场营销专业。传统的教学理念和教学模式已经不能满足高校市场营销专业人才培养目标的要求,学生能力发展出现断点,对专业认知流于表面。

为此,在新的时代背景下,高校要把握时代主题,落实“人才培养”的根本任务,转变传统“教师主导”的教学架构,提升学生课堂归属感的同时,彰显教育育人之优势。同时,本课程的总体内容设计以学生实践能力的提高为衡量教学质量的重要标准,以“理论、实践一体化”教学模式为总抓手,专业技能培养为目的,服务于本科院校市场营销专业人才的培养目标。教学可分为“学生自主认知”和“课堂教学”两个模块。

(一)“学生自主认知”模块

1. 在网上冲浪

网络已经成为我们现实生活的重要组成部分,其丰富的资源有效拓宽了学生专业视野。根据课程规划流程,引导学生登录相关资源网站和在线练习库,观看著名管理大师(如于世伟、曾世强等)的视频讲座,使用各类管理资源库(如it时代、亚太国际管理培训),阅读企业管理相关方的各种学术论文,了解企业管理实例,促进学生知识的内化与跃迁,从而提高自身学习效率。

在此过程中,积极正向的学习氛围也能使学生充分发挥智力和独立思考能力。他们可以互相启发,在学习活动中学会沟通与合作,比较不同的资源,取长补短,深刻理解和消化所学。当然,教师在发挥网络作用的同时,必须建立完善的沟通和反馈渠道,加强师生之间的信息交流和网络互动。

2. 技能培训

传统的《管理学基础》课程大多注重理论的学习和知识的积累,职业技能的培养往往缺乏,这与本科教育的目的背道而驰。积极鼓励学生利用课余时间参加相应的职业技能培训,取得国家

有关部门颁发的职业资格证书,不影响基础管理教育知识的学习,同时也对促进本科院校市场营销专业的就业和发展,从而达到学习实践和职业培训的效果具有积极作用。

3. 顶岗实习

“当今教育背景下,为切实提高学生专业能力,高校要贯彻“以生为本”的教育方针,将专业技能提升作为教学工作的根本任务,充分发挥校企合作的优势,加快职业教育体系的完善。”这一政策拓宽了本科生提高专业技能和素质的渠道。它不仅是高职市场营销专业学生的一种实践活动,而且有利于学生了解社会,增强管理岗位意识和责任感,提高管理适应能力和实践能力,提高理论联系实际的综合管理素养,它为学生今后走向社会打开了一扇大门,具有现实意义,也是社会现实对本科学生的基本要求。实践证明,一些实践经验往往是通往就业之门的有效通行证。

(二) “课堂教学”模块

1. 定位课程内容

制定适合本科院校市场营销专业的大学生,以适应性、实践性、适用性为主要目标的《管理学基础》教学内容。本科院校市场营销专业的“管理基础”应服务于市场营销专业人才培养目标,坚持理论与实践相结合,注重培养学生的四项关键能力,即计划决策能力、组织领导能力,协调和沟通能力,控制和信息处理能力。减少不直接应用于基层岗位的理论知识,增加实际应用所需的知识和技能的比例,为其他职能管理课程,如财务管理等奠定良好的理论基础;使学生在学这些课程时,能够很容易地理解和接受相关的知识点。

2. 优化教学方法

应根据本科市场营销专业的教学内容和学生特点,合理设计教学过程和教学方法。以学生为主体,加强课堂互动教学的引入,优化教学环节。

(1) 多媒体课件

一个优秀的多媒体课件可以创造一个生动生动的图文结合的教学环境,使课堂内容由静态灌输变为动态图文结合的传播。正确处理多媒体课件在整个课程教学过程中的位置、时间和表现形式,使整个教学一体化。它不仅为教师教学的顺利实施提供了一个直观的表达工具,而且为学生创造了一个良好的认知环境,吸引学生的注意力,调动学生的感官,有效地激发学生的学习积极性和兴趣,能使学生快速、高效地获得知识,培养思维,形成能力,真正改变传统教学的单调模式,使学习得以实施,达到传统教学无法达到的效果。

(2) 案例分析

案例的本质是提出教育困境。没有人会告诉你该怎么做。教师在教学中起着设计者和激励者的作用。鼓励学生独立思考,积极参与小组讨论或小组讨论。它引导学生注意合理的解决方案,使每个学生都能有效地自主学习,使枯燥的课堂生动活泼。在分

析这些案例的过程中,学生通过研究和发现来学习。这样,教师就可以从学生身上获取大量感性的材料,培养和发展学生积极参与课堂讨论的能力,帮助学生进行交流,更有利于学生在将来的就业中回忆和运用这些知识和技能。

(3) 经理讲堂

不时邀请企业营销管理精英到校内授课,加强与校外企业的合作,走向社会化教学。通过这些精英们丰富的工作经验和他们所从事的营销管理领域的最新发展和方向,我们可以告诉学生作为一线管理者如何进行企业的日常管理,让学生真正感受到企业管理的过程和细节,并通过这些精英与学生的互动,提高学生的职业洞察力,拓宽和丰富学生的知识面。对于学生未来职业生涯的规划,明确当前的学习目标和正确的学习动机,具有很好的引领作用。

(三) 实施综合多元评价

评价是对教与学的综合考察,是教学中必不可少的一个环节。一个全面、多元的课程评价体系,贯穿于日常教育教学活动之中,关注个体的情况和需求,突出发展变化的过程,有利于充分发挥评价体系的功能。通过学生自我评价、同学评价、小组评价、教师评价,结合日常出勤、课堂纪律、作业、中期末考试等多种评价方式,让学生参与到评价过程中,让学生了解自己的发展状况,体验进步和成功。通过对学生在参与各种教学活动中的学习兴趣、学习态度和沟通能力的评估和评价,对鼓励学生积极评价和反思自己的学习情况具有重要意义,完善多元综合评价体系建设。综合多元评价能激发、促进学生的学习,提高学生的综合素质。同时,通过对评价结果的分析和反馈,改进教学工作,有助于形成科学、可持续的教学循环体系。

参考文献:

- [1] 周建军. 管理学 [M]. 成都: 西南交通大学出版社, 2009.
 - [2] 毛小萌. 高职院校《管理学基础》课程教学改革与优化 [J]. 长沙通讯职业技术学院学报, 2006 (4): 104-106.
 - [3] 张莹. 高职院校《管理学基础》课程教学模式设计探析 [J]. 科技资讯, 2011 (29): 222.
 - [4] 教育部. 关于加快高等职业教育改革促进高等职业院校毕业生就业的通知 [EB/OL]. http://www.moe.edu.cn/publicfiles/business/htmlfiles/moe/moe_737/201001/xx_k_79641.htm1.
 - [5] 潘茜茜. 基于建构主义的高职《管理学基础》课程设计 [J]. 产业与科技论坛, 2011 (11): 102-104.
 - [6] 矫利艳. 高职院校《管理学基础》课程教学改革的探讨 [J]. 吉林省教育学院学报, 2010 (4): 111-112.
- 第一作者简介: 武爱军 (1982-), 男, 湖南衡南人, 本科, 助教, 研究方向为管理学。
- 通讯作者简介: 柳玉红 (1982-), 女, 湖南衡阳人, 本科, 助教, 研究方向为管理学。