

培养创新创业能力的市场营销课程实践教学模式的研究

骆娜

(皖江工学院)

摘要: 市场营销作为理论和实践并重的课程, 市场营销课程的实践教学能够提高大学生的创新创业能力, 从而推动高校创新创业教育的改革。本文在分析创新创业内涵的前提下, 分析市场营销实践教学对培养大学生创新创业的措施及作用, 提出相应的教学改革理念和实施的条件, 以此来提高学生的实践能力, 从而适应社会的需求。

关键词: 市场营销教学; 实践能力; 创新创业

高等教育培养创新创业实践人才的理念, 2015年5月4日, 国务院办公厅以国办发〔2015〕36号印发《关于深化高等学校创新创业教育改革的实施意见》, 该《意见》提出主要任务和措施是: 完善人才培养质量标准; 创新人才培养机制; 健全创新创业教育课程体系; 改革教学方法和考核方式; 强化创新创业实践; 改革教学和学籍管理制度; 加强教师创新创业教育教学能力建设; 改进学生创业指导服务; 完善创新创业资金支持和政策保障体系。^[1]这也为建设创新型国家、实现“两个一百年”奋斗目标和中华民族伟大复兴的中国梦提供强大的人才智力支持和保证。市场营销课程作为高校经济管理相关专业的专业课或专业基础课, 市场营销专业也是社会就业岗位需求量大, 实践性要求较高的专业。它不仅要求学生具备扎实的专业知识和理论基础外, 还需要学生具备较强的实际运用和操作技能, 是一门理论和实践并重的课程, 为了培养符合社会发展的创新创业型人才, 市场营销的实践教学就显得尤为重要。为适应国家创新创业人才培养的要求, 满足符合高等教育实践型人才培养的需求, 本文立足于高校的市场营销课程的教学特点, 探索培养符合社会需的市场营销的创新创业人才的教学模式。

一、创新创业的概念界定

(一) 创新创业的含义

创新创业是在创业基础上的创新活动, 既不是单纯的创新, 也不是单纯的创业活动。创新创业是两个不同的概念, 但是与传统的创业概念有根本不同的区别, 即创业活动中是否有创新的因素。现代汉语词典对创新的解释为: “抛开旧的, 创造新的”。^[2]结合不同领域对创新概念的界定, 本文将创新的概念理解为: 创新主体在已具备的知识、能力、技术的条件下, 通过创造性的活动或过程, 创造新价值的活动。创业是将创新的理念、思维和方法应用于具体的实践活动中, 创造新的事业, 更强调具体的行动方面的创造活动。

(二) 创新创业教育的含义

创新创业教育作为高校培养创新型人才的教育理念和教学模式, 强调的是“知行统一”和人的全面发展, 注重的是受教育者创新意识和创新精神的培养、创新能力与素质的生成, 而这正是应用型本科高校人才培养的重要任务。^[3]本文认为: 创新创业教育就是培

养学生在创新意识、创新思维、创新理念的基础上, 把创新的理念、思维和方法应用到具体的社会活动中, 通过创造性的活动, 给社会创造新的价值。所以说, 创新创业教育对培养新型的创新型人才具有重要的意义。

二、市场营销课程创新创业实践教学现状

(一) 人才培养定位不明确。在教学过程中, 仅仅注重传统的课程教学和课堂教学, 教师是在完成指定教材的教学, 学生是在完成该课程要求达到的学分要求, 实践教学的条件和设施不完善。由于没有相关的实验室或者指定的实践教学场所, 有些教师对实践教学无从下手, 只能机械式的理论教学为主。虽然顺应实践型和创新型人才培养的要求, 但在教学实践环节, 实践型和创新型人才培养的实践教学怎样去执行和操作, 这成了学校和教师面临的困惑。所以, 教学过程中, 教师和学生永远跳不出课本知识点的教与学, 结果培养出来的是学生对理论知识点的强化记和背。市场营销课程作为经济管理类的专业课程, 社会对学生的需求不仅仅是理论或者该课程实践的需求, 而是学生综合的理论素养、实践能力以及面对社会的心理抗压力和适应能力。但是在模糊的人才定位培养模式下, 学生是课程理论记和背的机器, 而面对实际问题时, 却无从下手去解决, 专业应对能力差, 理论和实践的分离。

(二) 教学模式设置不合理。随着创新创业教育理念的提出和高校普遍设置市场营销专业, 市场营销教学虽然强调了能力培养的创新型教学和特色的差异化教学, 但是传授型的理论教学仍普遍存在。^[4]由于实践教学的条件限制, 在教学环节, 教学场所局限于教室, 教学内容局限于教材, 教学模式局限于理论教学, 没有实践教学的准备以及实践教学的场所设置或实践课程设置。教学依靠教师单向的理论传授为主, 缺少把理论知识与实践运用能力结合起来的实践教学。课堂上只能把案例分析和理论结合起来探讨, 学生缺乏系统的知识分析能力。

(三) 课堂氛围低。良好的课堂氛围是师生互动的结果, 由于纯粹的课堂理论知识的讲解, 造成课堂内容枯燥乏味, 学生得学习兴趣降低, 课堂的活跃度不高。重理论化教学, 学生课堂的参与度低, 学生只是接受理论知识来应付考试。教学案例分析不能及时更

新,缺乏时效性和系统性,不能及时跟进市场的发展。这造成学生跟最新的市场环境相脱离,缺乏运用所学理论知识分析和解决问题的能力,导致理论学习和实践能力的脱轨。

(四)考核方式的单一化和应试化。作为学校的一门专业课或专业基础课,最终要进行课程学习的考核,考核学生的主要方式都是课堂闭卷考试方式,体现在平时的学习中,学生以死记硬背理论知识来应付考试,而作为培养学生得创新创业的能力,这样的考核方式只会导致学生不会学以致用,考查不出学生的实践能力,背离了创新创业实践型人才的培养理念,由于这样单一化的考核模式,也会让学生把学习的焦点放在课堂内的理论灌输,把视角仅仅局限于教材范围内,限制了学生获取知识的视野范围,降低了学生把理论转化为实践应用的能力。

(五)实践教学条件不完善。从教师专业队伍而言,各应用型本科院校多数专任教师缺少企业实践的经验,教学方法以理论知识的讲授为主,缺少到企业现场教学、角色扮演、案例推理、微课强化等教学方法与手段。^[5]同时,学校缺乏实践教学的设施与配置。由于市场营销的重理论轻实践教学的模式,课程开设对实践教学重视度也不高,缺少对实践开设的时间与场所安排,很少对学生的实验模拟参与或者企业实体营销活动的参与的安排。所以,学生的实践机会很少。

三、基于创新创业市场营销课程实践教学模式改革的建议

(一)融合课程教学体系到创新创业教育模式。科学定位市场营销课程在创新创业教育中的意义和作用,围绕理论和实践相结合的教学模式,一方面加强学生理论知识的学习,同时也要培养企业对创新创业实践型人才培养的需求。教材理论内容要有与之对应的案例为支撑,内容设置要有一定的顺序性和逻辑性。课程教学方式划分为理论教学和实践教学两个部分,在理论教学过程中配置与理论相结合的可行的企业具体的工作任务,让学生去操作和执行,从而在强化学生理论知识的同时也提高了学生的实践技巧和综合能力。^[6]另一方面要注重实践课程的设置,强化案例的更新性和综合性,引导学生及时跟进市场变化的时事案例,组织学生结合相关理论进行课堂讨论。开展学生自主市场调研的相关学习的安排。

(二)教学模式的互动性和实践性。教学互动是师生共同来完成的,不是分离的,教师主要扮演知识的引领者,在掌握系统理论知识和具备实践能力的前提下,引领学生去思考,并运用所学过的理论知识来解决实际问题,从而提高学生学习的积极性和解决问题的能力。^[7]在教学上,教师要注重课程教学的实践性,教学范围不能仅仅局限于室内的理论教学,引导学生参与实践教学环节,针对某个理论知识点,组织学生小组讨论的方式来完成或者模拟企业工作过程,来完成特定的实践环节和解决特定的问题。

(三)设置相应的实践教学课程。教学方式由单一的室内教学转变为室内和室外教学并重的方式,市场营销课程实践教学的重要性,要求师生走出去,共同参与实践,理论和实际相结合。校方适

时地给教师提供课外学习和企业交流的机会,提高教师的实践能力。^[8]所以学校要加强教师队伍的建设,积极提供该课程教学老师的实践学习与培训的机会,拓展教师的视野和提高教师实践能力。学校通过模拟企业工作的流程,设置相应的市场营销实验室,让学生这对特定理论知识参与模拟的企业工作。同时,加强与外面企业的联系,组织学生参与实体的企业调研和案例研究,在这过程中,从而强化学生的理论联系实践的能力和培养学生实践能力的培养。

(四)学科竞赛的多样化。市场营销课程理论和实践并重的教学要求下,各高校可以根据自身定位、学校资源和专业特点开展“多层次学科竞赛”。^[9]开展课堂、校内、校外竞赛方式,提升学生的实践操作能力。对于课堂的竞赛方式以案例分析为主,让学生分组讨论,考察学生分析问题、撰写案例分析报告的能力。校内开展大学生创新创业能力相关的竞赛项目,鼓励学校其他专业学生参与,营造大学生创新创业的氛围,进行创业模拟,实现多学科的融合。积极参与校外大学生创新创业竞赛,实行学校的联盟,共同举办该学科实践的竞赛项目,共同参与和相互学习与指导,提升学生创新创业素质的提升。

四、结论

高校市场营销教学是个复杂过程,为贯彻国家创新创业教育的理念,需要教师和学生以及教材之间的双向互动,需要将提高学生理论运用实践能力的教学要求贯穿整个教学的过程,实施开放式教学、实践教学和竞赛教学的教学模式的转变,从而提高学生理论知识的素养和创新创业实践能力的提高。

参考文献:

- [1]中国政府网.国务院办公厅关于深化高等学校创新创业教育改革的实施意见.国办发[2015]36号.https://baike.so.com/doc/24319699-25123212.html.
- [2]中国社会科学院语言研究所词典编辑室编.现代汉语词典[M].北京:商务印书馆,2005.
- [3]龙艳.孙文红.应用型本科高校创新创业教育改革的探索与实践.黑龙江教育.高校研究与评估.2016(08),53-58.
- [4]董宝君.高校市场营销课程教学改革研究[J].企业导报,2014(10),172-176.
- [5]朱亚梅.应用型本科院校《市场营销学》课程教学改革探索—基于教学方式的思考[J].高等学刊,2017(10),81-83.
- [6]徐慧,马钊.市场营销课程教学改革与实践研究[J].科技情报开发与经济,2010(20),170-171.
- [7]张桂芳.对市场营销课程教学改革的思考[J].职业时空,2010(6),125-126.
- [8]黄瑞.融入创业教育的《市场营销》课程教学改革[J].武汉船舶职业技术学院学报,2016(3),100-103.
- [9]张艳.面向创新创业能力培养的《市场营销学》课程实践教学改革的探析[J].绵阳师范学院学报,2016(4),66-71.