

基于中高职衔接的高职医药市场营销教学研究与实践

杨显辉

(郑州铁路职业技术学院 郑州 450052)

摘要: 本文通过对医药市场营销课程中高职教学现状分析,提出了高职医药市场营销课程教学策略,开展实施并取得一定成效,为中高职课程衔接提供参考。

关键词: 中高职衔接; 高职; 医药市场营销

基金来源: 河南省卫生健康委员会 2019 年度医学教育项目 (wjlx2019264): 基于中高职课程衔接的高职《医药市场营销》课程设计

职业教育是我国教育事业的重要组成部分,中高职衔接是我国现代职业教育体系建设的目标之一。随着现代职业教育的发展,中高职衔接问题日渐突显,尤其是课程衔接方面。主要有人才培养定位不明确、课程目标不清晰、专业理论课程设置重复、重理论轻实践等方面问题^[1]。

医药市场营销是中职和高职药学类专业的一门必修专业课程,是药品流通领域技能型人才的必修课程。基于中高职衔接对高职《医药市场营销》课程的教学研究是药学类专业中高职衔接的基础,也可以为其他课程及专业衔接提供参考。

1 中高职医药市场营销教学现状

1.1 教材

以“医药营销”、“药品营销”为关键词,通过中国超星数据库检索,共搜索到中职教材 10 部,高职教材 34 部。根据对教材内容的分析,中高职教材的内容多数按照市场营销的基本理论进行编写,在理论部分加入操作实训等内容。中职教材中王雪峰、李朝霞两位主编的教材是依据医药市场工作实践为内容,针对工作岗位进行教学内容编排或安排实践操作^{[2][3]}。梁碧岩主编的中职教材还结合了粤琼地区产业特点^[4]。相对高职教材方面尽管数量多,但多偏于理论知识的规整性,缺乏实践操作技能的培养,其中严振、周先云主编的教材对相关操作技能涉及较多^{[5][6]}。由此,高职教材重理论轻实践,要实现教材衔接需要加大对高职教材的实践内容的加强。

1.2 教学方法

本课程由于受到教学条件的限制,多数教学采用课堂教学的方式,运用案例教学法、情景模拟教学法为主。有条件的学校会将情景模拟到真实工作现场开展,中职教学多采用工作岗位的实践操作为主,高职教学中有应用模拟沙盘、营销软件等,但与药品市场差异较大,多为企业管理及成本核算等环节。

1.3 教师及教学资源

本课程教师多为医药教育背景,或工商管理教育背景,缺乏相关工作实践。即使兼职教师,由于工作重心及教学经验等问题,师资方面,医药市场营销课程师资相对其他药学类专业课程匮乏。教学资源方面,国家大学慕课及职教云平台上,通过课程搜索引擎搜索,医药市场营销课程相对资源缺乏,即使现有资源内容也不够精致,很多是对教材内容的简单描述,缺乏与职业、岗位相对接的能力教育内容。

2 高职医药市场营销课程衔接策略

目前,关于中高职课程衔接的策略研究较多,依据本课程现状,结合课程在专业体系的定位,采用学者王晓东提出的基本策略,即融入衔接贯通机制,坚持职业发展,满足学生个性特色,进行课程教学设计^[7]。

2.1 融入衔接贯通机制,兼顾中高职衔接

医药市场营销课程在教学设计时,要结合人才培养目标,也要考虑中高职衔接。课程目标设定既要考虑人才培养目标,也要对标中职课程目标,要对接中职目标,并高于中职目标

2.2 坚持职业发展的导向,提高高职教育的效果

医药市场营销课程在职业人才培养方面,主要针对医药购销员、医药代表等职业相关药品市场开发和维护人员的职业能力培养。因此,在课程教学过程中要融入职业标准,尤其是本课程重点培养的职业能力,包括职业道德、人文素养教育的全过程培养。对能力培养要对接不同等级的职业标准,如对接四级药品购销员和高

级医药代表标准。人才培养对接职业标准,同时高于中职人才培养标准。

2.3 丰富课程资源,进行个性化教学

随着国家职业教育体制改革,学生来源的多样性导致在教学过程中,班级的编制人员背景和层次差别较大。一个班级中不同生源学生的输入和进行统一教学标准的输出的矛盾突出,学生的学习需求差异表现明显,既要照顾中职生源的提升,也要考虑普通生源及社会人员的高标及低标的学习需求。解决此类问题的出路就是利用信息化手段,通过丰富的课程资源,设立多层次多样化的教学内容,通过学生自主学习和教师引导,达到最终的学习效果和教学效果。

3. 高职医药市场营销课程的教学实践

根据对中高职衔接的高职医药市场营销教学设计,笔者对所在院校的高职医药市场营销课程进行了教学实践。实践班级共 45 人,高中生源 10 人,中职生源 35 人,中职药学类专业生源 15 人,其他医药卫生类专业生源 5 人,其他专业生源 15 人。

3.1 课程目标设定及教材选择

由于生源的复杂性,在课程目标设定时紧扣职业标准,主要以三级药品购销员和医药代表职业标准设定课程目标。教材在参考周先云主编的医药市场营销技术技能型教材的基础上,依据职业标准,设定新的实训项目。以教材和实训设计制定教学计划,实施教学活动。

3.2 教学方法和教学活动的开展

由于生源的不同,根据职业教育学生的特点,在教学过程中,利用职教云平台,课前布置作业或预习内容,课中推送学习资料或通过实践活动完成,课后通过作业或实践报告评价学习效果。在课程资源建设和设置时,考虑不同生源学生的需求,设置 1-3 级不同层次任务,依据职业标准为学生设定基本层次,学生可选择性根据自身进行任务完成。

3.3 教学实施效果

通过一学期的教学实践,学生对课程的满意度极大提升,通过职教云课程评价结果来看,学生对课程任务完成率 95%,对教学评价的满意率 93%。在全国药品购销员技能竞赛选拔赛中,实施改革班级的成绩明显高于其他班级,代表学校参加全国技能竞赛的学生均来自本班。

参考文献

- [1] 杨显辉,陆艳琦.基于学生视角的中高职药学类专业课程衔接状况调查[J].郑州铁路职业技术学院学报 2016,28(2):58-59.
- [2] 王雪峰,郭朝社等.药品营销岗位技能[M].郑州:郑州大学出版社,2015.04.
- [3] 李朝霞.药品营销综合技能训练[M].北京:中国中医药出版社,2015.09.
- [4] 梁碧岩.医药市场营销技术[M].北京:人民卫生出版社,2015.08.
- [5] 严振.药品市场营销技术[M].北京:化学工业出版社,2013.08.
- [6] 周先云等.医药市场营销技术[M].武汉:华中科技大学出版社,2016.07.
- [7] 王晓东,卢兵.中高职课程衔接难题破解基本策略在探讨[J].教育与职业 2014,36:116.