

“三教”改革在高职《市场营销学》课程教学中的探索 实践

冷蓓蓓

(江西外语外贸职业学院 江西 南昌 330022)

摘要:现如今,我国高职教育的发展已经进入了重要的战略发展期。各高校也将“三教”改革作为推动教育质量发展的突破口,实施“三教”改革已经刻不容缓。本文阐述了当前高职院校《市场营销学》课程教学中存在的问题,结合“三教”改革理念,提出了高职院校《市场营销学》课程教师、教材、教法的改革路径,尤其是教学方法方面,也阐明了具体实施的方案。

关键词:三教改革;市场营销学;教学探索

一、背景概述

自2019年国务院发布《国家职业教育改革实施方案》以来,各地方教育部门、职业院校都将“三教改革”作为了日常工作的重要内容。“三教”改革是落实‘职教20条’根本要求,也是职业教育‘高质量发展’重要支撑。所谓“三教”就是指教学过程中的三大要素:教师、教材、教法,教师是谁来教,教材是教什么,教法是怎么教,这三者也直接影响了职业教育的教学质量。市场营销学是市场营销专业最基础最核心的课程,这门课能让学生掌握市场营销学基础理论和专业知识,了解营销学的过去、现在以及未来的发展趋势,培养学生发现问题分析问题的营销思维,从而具备解决企业实际问题的能力。因此,对于市场营销专业而言,专业基础课《市场营销学》的三教改革是核心任务。

二、《市场营销学》课程在教学过程中的问题分析

目前,高职院校的《市场营销学》课程在教学过程中主要存在以下几个问题:

1、负责担任《市场营销学》的授课教师绝大多数都脱离企业工作岗位多年,甚至有些从未有过企业工作经历,他们都属于“理论型”教师。由于缺乏实际工作经验,在教学过程中难免会侧重于理论教学,无法结合实际,将最有效的企业实践经验传授给学生。学生具体学习的过程中,处于老师讲授,学生被动听课的状态,不利于提高学生的学习积极性,主动性,长此以往对学习也会失去兴趣,无法达成课程的培养目标。

2、教材方面,都是理论性较强,实践性欠缺。有些高职的《市场营销学》教材内容过于陈旧,没有跟上企业实践发展的脚步,教材长期得不到更新这种事情屡见不鲜。有些教材简单,缺乏配套的资源,尤其是活页式教材比较稀缺。

3、教师在教学过程中运用合适的教学方法非常关键。《市场营销学》的教学采用较多的是案例分析法、小组讨论法等,老师上课还主要以满堂灌的形式,这对于学习的积极性和主动性本来就弱的高职学生来说,很难集中精力认真研究,导致很难培养出真正的适应社会需要市场营销专业人才。

三、基于三教改革理念的《市场营销学》课程的实践探索

结合三教改革的理念,以《市场营销学》课程的培养目标为指导,针对教师、教材、教法三方面存在的问题,从以下思路进行课程教学的实践探索:

1、打造双师型的市场营销教师。“双师型”的市场营销教师的综合素质要求较高。一方面,在日常的教学过程中注意自己的职业形象,鼓励学生把营销人员的基本职业形象树立起来。老师,不仅是传授知识,育人也很重要。所以除了掌握必备的专业知识技能,在日常的课程教学过程中,加入思想道德、职业道德、爱国主义等主题教育,帮助学生树立正确的人生观、价值观、职业观,做一个有家国情怀的营销人。此外,学校要鼓励教师到企业挂职,与企业合作,了解当下市场发展变化,企业市场营销方式的变化,这样在授课时才能有的放矢。

2、教材方面,要全力完善教材形态,对于经典的纸质教材,

通过配套数字化教学资源,形成“纸质教材+电子化学习平台”的新形态一体化教材体系。打造活页式教材,活页式教材形式新颖,图文并茂,可增可减,将理论学习与实践操作一体化。

3、教学教法的改革是三教改革中最为重要的内容,因为教师和教材的改革最终都要靠教法来呈现落实。

(1)思政教育融入课堂教学。营销工作的第一步流程是什么?答案是树立科学的营销理念。何为科学的营销理念呢?就是正确认识网络营销事件。遇到事件能冷静判断,理性分析,不弄虚作假,不造谣不传谣。18年网络上有个视频在朋友圈火了,内容是:一位30多岁的外卖小哥在暴雨中痛哭,据说是在送餐过程中,放在楼下的电动车被偷了,于是在暴雨中痛哭起来……视频被传播之后,全称“寻找外卖小哥”“给外卖小哥送电动车”的话题也上了热搜。然而事实呢?在记者介入之后,才发现该视频系摆拍,故事也是假的。像这样的热门事件作为营销人员不能盲目的跟风转发,要弄清事情的原委,了解营销事件的始末,树立正确的营销观念。

(2)电影营销教学法融入课堂教学。战狼2是中国电影史上最成功的一部电影之一。他的成功离不开情感营销。电影结尾的那句话“中华人民共和国公民:当你在海外遭遇危险,不要放弃!请记住,在你身后,有一个强大的祖国!”相信每个看过的人都会激起浓浓的爱国情怀。将这样的电影营销融入课堂教学,一方面加强了学生的爱国主义教育,另一方面,学生乐于听,喜欢学,对学习更有兴趣,提高了积极性,课堂氛围也较好。

(3)社会营销事件实例讨论法教学。在日常教学中,通过播放视频,或利用目前用得较多的新媒体APP分享近期的热度较高的营销事例,或者发生我们身边的事例引发教学内容的共鸣,提高学生的兴趣,引导学生发现问题,并在课堂上一起讨论,寓学于乐。2020年9月23日,秋分后的第一天,“秋天的第一杯奶茶”猝不及防地就“洗劫”了所有人的朋友圈。借助这一热点,很多企业品牌都加入营销的队伍,像德芙、美颜相机、农夫山泉等。这一事件在学生群体中的话题度也很高,在课堂上可以引导学生去挖掘这波营销背后的故事,分析各品牌借助热点事件借势营销的营销手段。

四、总结

当前,高职院校都在逐步推进“三教”改革的进程,《市场营销学》课程的三教改革也在进行中。教师要不断提升自己,适应时代发展的教学需要,教材要不断更新,纸质化教材与电子化资源相结合,教学方法也要不断改进,努力培养出适应社会需要的高素质营销技能人才。

参考文献

- [1]倪尔妍.基于“三教”改革的高职院校人才培养路径研究[J].广东轻工职业技术学院学报,2020,3
- [2]刘芳.“三教”改革背景下高职院校基础英语教学方法创新路径探究[J].鄂州大学学报,2020,9
- [3]周建松,陈正江.高职院校“三教”改革:背景、内涵与路径[J].中国大学教学,2019