

分析职业院校市场营销课程的一体化教学模式

高成

(四川航天职业技术学院 德阳市 618300)

摘要: 本文通过运用文献资料法搜集与职业院校和市场营销一体化教学模式的相关关键词,整理相关的资料进行学习,掌握一定理论的基础上,对我国的职业院校市场营销课程一体化教学模式现存问题进行分析阐述,并且提出改善建议。**关键词:** 职业院校; 市场营销; 一体化

前言: 随着我国的经济实力的提高,对于市场营销类的人才的需求量逐渐增加,职业院校是培养职业工作人员的摇篮,同样市场营销又是社会经济体系中需求量以及需求质量较高的职业,因此,对于职业院校市场营销课程的教学的研究比较重要。职业院校市场营销课程一体化教学模式的研究,对于职业院校的市场营销课程的教学质量有着重要的影响。

一、职业院校市场营销课程的一体化教学模式概念及意义

课程一体化教学指的是在对市场营销专业的教学过程中,采用理论联系实践的教学方式,理论与实践两手抓,提高学生们的知识运用能力。课程一体化的教学模式主要提高了教师在市场营销课程教学中的主导作用,通过在教学中设定教学的内容以及教学的目标,来引导学生与教师共同进行教与学活动,联系市场实际场景进行练习实践,让学生们根据实践来体会到市场营销理论知识的真实用途,通过实践来总结知识的存在意义。

二、职业院校市场营销课程的一体化教学模式问题

(一) 教学模式比较僵化

传统的以教师的理论的教学渗透作为主要教学模式的教学方式已经被人们所淘汰^[1]。在这种背景下,职业院校的市场营销课程的一体化教学模式也在不断地进行着改变和突破,但是这种新型的教学理念和模式不仅需要教师的教学能力的保障,还需要大量的资金和科技力量的支持,很多的职业院校无力支撑一体化教学模式的费用。因此这种教学模式大部分情况下只存在于口号中,真正落实到教学中的占比较少。

(二) 教师专业能力不足

职业院校市场营销课程的一体化教学模式最主要依赖于教师的教学理念以及教学能力,在目前我国的职业院校的市场营销课程的教师中,接收到的教学理念以及教学的专业知识,还依赖于传统的教学内容和教学目标,很少涉及先进的一体化的教学模式的教学内容^[2]。因此人们所倡导的职业学院一体化的教学模式,首先教师不具备一体化教学模式的专业知识以及经验基础,因此在实践的过程中会走很多的弯路,导致教学的效果无法保障。

(三) 一体化教学模式硬件支撑不足

在进行一体化教学过程中,需要进行场景的建设,需要进行实际营销活动的模拟,以及需要对营销案例进行回放观看等,这些先进的理论联系实际的教学模式,需要互联网、多媒体、电脑等科学电子产品进行支撑,才能够达到与实际相结合的教学模式,达到预想的的教学目的,但是这些互联网的高科技产品设备需要大量的资金去支持,这是职业院校的额外的巨额开销,不是每一所职业院校都能够负担得起的。因此,硬件的匮乏是导致一体化教学无法大刀阔斧地去执行和实践的另一个阻碍因素。

(四) 校外实践效果不理想

进行课外实践是高职院校市场营销课程中的一个重要的举措,但是在进行课外实践的过程中,学校通常会采取与校外的实训基地进行合作的方式来进行,在观察中发现,实训基地的课外实践更多的是走过场,真正能够在实践基地中进行理论知识的应用的不多,并且效果也不够好,没有真实的反馈机制^[3]。很多的企业在参与过程中不会真正地去认真地配合,并且在存在真正的问题凸显的时候,企业也会以保护自身的权益以及商业机密的态度来避重就轻处理,这样就会让校外实践活动的效果大打折扣,不仅收不到想要的效果,还成了耽误时间的形式主义。

三、职业院校市场营销课程的一体化教学模式问题

(一) 调动学生积极性

通过模拟销售场景的方式来进行教学,将学生们进行小组分组,每个小组担任不同的市场角色,在进行市场营销的过程中,小组对于自己的角色进行详细的讨论和分析,找到自己角色的表情、态度、话语技巧等有关于市场营销技巧理论应用的点,在沟通后与其他小组角色进行交流沟通,共同完成一个销售场景,看看最终哪个小组能够获得到离自己的预想最近的结果,或者是超过预想的意外惊喜的结果,并且与大家分享本小组的营销心得。这种场景演练的方式也就是教学模式一体化的重要的体现,不仅省略了对于教具的需求,还能够提高每一位学生的参与性,提高学生们的学习兴趣。

(二) 提高教师专业能力

教师是教学的引导者,是重要的教学参与者,因此教师的教学专业能力是非常重要的,对于职业学院的营销专业的教师的一体化的教学模式的培养需要不间断的进行,保持教师的教学先进性,通过进行新的教学意识以及教学模式的讲座的形式,提高教师教学能力和水平。另外也可以采取鼓励教师不断地提高自身的教学水平的方式,例如薪资与教学证书挂钩、与教师资格挂钩等方式,督促教师不断地学习新教学方法,自我提升。

(三) 共享教学软件

一体化教学需要科技产品的支撑,这是一笔不小的资金,对于很多的高职院校来说无力承担,因此建议高职院校之间可以共享教学软件,将科技教学录制成视频等,分享给高职院校的市场营销专业进行共享。减少科技硬件产品的压力。另外与其他专业共享,建立一个学院共享的高科技大厅,合理地安排使用时间和频率,让每一个专业都能够感受到高科技产品带来的新型的一体化的教学模式,提高教学质量。

(四) 加强校企合作

将原来的学校与实习基地进行合作进行改善,可以通过学校与社会的知名企业进行合作的方式,为学生们提供国家认证的合法产品,丰富的产品类型,产品用途,让学生们自行选择进行设厂销售,不仅能够给学生销售渠道,还能够帮助学生增加一个致富的渠道,既能够将市场营销理论在社会这个大市场中进行实践,还能够获取利润,减少家庭负担,实现自己的第一桶金。

结束语

目前我国的市场营销课程在职业院校的经贸类的专业中属于是必修科目,同时也可以作为其他专业的先修科目,由于学生们在职业院校毕业后进入社会,接触到各行各业都会多多少少与营销打交道,因此,市场营销是学生们比较重要的一项能力。学校本着能够增加学生们市场竞争能力为目标,将市场营销课程安排到学生们的职业院校的学习中来,但是在实际的教学过程中,却存在着一定的不足之处,很多的职业院校的市场营销课程的教学存在着重理论轻实践、在进行一体化教学中教学方式不够科学,教学模式不够先进,教学理念不够清晰的情况。

参考文献

- [1]梁丹.探究职业院校市场营销课程的一体化教学模式[J].营销界,2021(25):39-40.
- [2]于振.探究技工学校市场营销课程的一体化教学模式[J].天天爱科学(教育前沿),2020(06):144.
- [3]刘小苑.一体化教学在技工学校市场营销课程应用[J].广西质量监督导报,2019(12):141.