

互联网时代下“零售学”课程实践教学探索

程宇 向黎

四川财经职业学院

DOI:10.32629/er.v1i3.1519

[摘要] 随着互联网经济对零售也产生影响和冲击,零售业正经历着前所未有的变革时期,零售业行业人才需求的新变化对营销专业学生培养提出了新的要求。零售课程是市场营销专业的核心专业课程,如何适应环境的变化,零售学实践教学的中存在的问题也暴露的更加明显,本文通过教学现状和问题的梳理,希望能够提出面向新的时代背景下课程教学实践的改革探索新思路。

[关键词] 零售学; 实践; 实训; 市场营销

1 “零售学”课程实践教学中的现状分析

零售学对培养商品流通领域的人才发挥着重要的作用,学生通过教学可以初步具备现代零售营销运营管理能力,为学生在实习、就业方面综合运用营销相关知识搭建平台。”零售学“课程教学中希望通过行业背景、实践锻炼和理论知识相结合,为学生打下扎实的专业基本功。

2 “零售学”课程教学存在的问题分析

随着互联网、新媒体在零售行业的运营,熟练掌握新零售,懂营销,懂网络技术的新型市场营销专业人才出现短缺,因此市场营销人才的培养的方式、方法也需要不断的求新,求变。“零售学”是一门将理论、实践、实习相结合综合课程。本门课程的教学模式亟须从纯理论教学向培养综合创新能力转变,创新设计教学环境势在必行。

2.1 课程教学手段、方法过于单一,课程教学差强人意

“零售学”课程作为高职三年级市场营销专业学生的核心专业课程,课程设置希望将三年所学的营销知识综合运用零售学课程中,提高学生的营销的运用能力。然而目前“零售学”课程多采用比较传统的教学手段和方法,主要以老师讲授,梳理知识体系,学生被动接受理论知识,学生和老师的互动微乎其微,学生难以融入教学过程。课程教学难以实现营销相关专业课程的综合运用。

2.2 教学环节设计缺失可操作的实践环节,难以紧跟零售业发展趋势

课程实践环节的设置有利于学生理解知识点,扩展知识面,实践环节,有助于营销、运营与零售行业最新发展趋势衔接。目前教学中常常采用的方法有:案例分析法和计算机模拟实训法。①教学中案例分析法,分析总结过程多数以老师主导为主,学生较少参与其中,即使参与也比较停留表面,没有深入案例,透彻研究。②计算机模拟实训在教学环节中由于受到软硬件设施的限制,常常出现以下问题:未能给予学生充分的时间和空间完成实训任务;实训操作过程过于简单,缺乏不同场景的应变性操作;实训的结果与企业实际发展情况有较大差异;未能对实训进行有效总结。

2.3 教学资源库老化,知识结构无法跟上时代的发展

近十年,全球零售业发生翻天覆地的巨大变化,中国零售业的新型商业模式的快速崛起,传统零售业面临这前所未有的巨大挑战。高职院校的教材、教参、教学相关资源多以介绍传统零售学知识为主,对于最新的零售业发展知识和案例薄弱,开发新型课程资源意识淡薄,仅凭教师队伍开发教学资源库,由于实践经验不足等诸多原因的限制,难以尽如人意。“零售学”师资力量明显薄弱,无法更上市场的需求和技术的进步。

2.4 教学的评价体系有待改革和完善

教学评价体系的建立有利于促进学生高质量的完成课程中所设置的任务,考核学生的关键点不因仅仅放在答案的正确与否上,更加应该激励学生由被动学习变主动学习,能否具备良好的团队合作精神,能否提出自己观点和主张,能否承受压力和困难那,能否具有协调和沟通能力,能力和素质的提升才是学生教学评价的关键。目前“零售学”课程的教学评价体系并不健全,需要不断的探索和改进。

3 “零售学”课程教学改革思路

3.1 创新课程教学方法,激发学生对零售课程学习的积极性

积极探索教学手段的多样化,实现理论与实践的有效结合,激发学生的动脑和动手能力,鼓励学生勤于思考、善于思考,提升学生分析和解决问题的能力,从传统的纯理论教学方式解脱出来,让过程变的更加具体、生动。

打破常规,按照新型零售行业+岗位+技能的需求,采用行动导向的原则,创建仿真的零售情境。在教学的实施过程中,师生共同实施完成学习模块。教学组织上老师指导学生可以采用先学后做、边做边学、先做后学等灵活多样的学习方法,紧紧围绕工作任务,重点强调学习过程的总结环节。总结环节可以分为学生总结和教师总结,学生总结有利于发挥主观能动性,自觉主动参与课堂实践,以达到提高营销技能,培养学生思维和职业素养的目的。教师总结有利于将理论知识用案例教学等传统教学的优势体现出来,更好的强化并升华。

课堂教学、技能训练、考核方式贯穿有机结合,每一次

教学都需要完成一个具体的目标任务。第一,以项目为基础,提出任务。第二,以项目为目标,实施项目。第三,以项目为成果,展示评价。

3.2 整合课程知识体系,开发符合市场需求的课程资源

现代零售行业,在互联网发展的背景下,已经逐步演变成高科技与高投资结合的产业,培养学生探索现代新零售模式,需要与时俱进新的课程资源库作为零售课程的基石。

①对原有的课程资源库进行重新梳理、整合,不断更新,留其精华,去其糟粕。②增添一些具有代表性的典型新资源弥补教学资源库中现代新零售模式理论和案例的不足。这些教学新资源可以来源于教师和学生的收集,也可以来源于毕业生的反馈,更加可以来源于校企合作的企业。③利用网络技术和多媒体技术的运用,为学生营造一个真实、直观、立体的现代化零售企业的工作环境。参与教学的教师与教学软件的开发企业联合开发教学环节,熟练掌握零售企业信息化营销、管理方法及信息化系统的操作,使实验教学更加贴近现代化零售企业的操作流程和工作规范。

3.3 创新教学环节,重视实践、实训、实习等教学环节的开发

零售课程引入“课程+实训+实习”的实践教学方法势在必行。①积极探索与新型的零售企业校企合作,将先进的零售企业的管理,营销案例、经验汇编进入教学案例资源库。比如目前在苏宁、京东、互联网新型中小企业的多次学生实习过程中,成功、失败的案例通过学生和带队指导教师的反馈,应汇编成册。②邀请优秀的零售企业管理人才走进课堂,介绍所在企业的发展历程,用自身的经历与学生面对面沟通、交流,改变课堂教学枯燥、乏味的纯理论教学。③让学生深入企业参与短期、中长期的企业实训、实习,首先有利于学生会问题解决,学生可以将专业知识解决实际零售运营中的各种问题,这些问题是在课堂教学中无法亲身实践的。其次有利于素质培养,深刻意识团队合作意识、人际沟通意识、工作意识等综合素质的培养,对学生意志品质有了很大的提升。再者有利于学生享受学习,通过这种教学过程的体验,收获的不仅仅是课本上的知识,在实训、实习中所遭遇的各种困难和挫折,如学生顺利解决后,会产生巨大的成就感,有利于激励学生认清自己的优劣势,看清楚未来的从业环境。即便问题无法顺利解决,也是一个很好的认知

和经验收获的过程,开阔了视野,提升了开拓精神。

3.4 教学评价体系的完善

“零售学”教学评价体系应该是过程重于结果,采用过程性评价和多方评价体系相结合,更加科学和合理。整体教学评价应考虑:①任务内容掌握情况,需要斟酌所设定任务内容的难易程度,在本门课程中的地位,评价学生是否将理论知识有效的运用与实际问题的解决的思路和方法中。②能力技能提升情况,需要评价学生逻辑思维的严谨性,是否能够清晰、准确的表达,组织能力和表达能力是否有较大程度的提升。③建立评价体系,参与者包括,学生、团队、教师共同完成,多方评价中求同存异,找出相同点,差异点,有利于激发学生展开广泛深入的讨论。④自评、互评,教师评价按照一定的权重合理分配,让学生对自己的学习付出能够更加客观、准确的认知。

3.5 培养具有零售企业实践经验的零售课程教师队伍

循序渐进的派出教师队伍前往各种类型的零售企业进行中短期的企业实践,教师队伍需要深入零售企业内部,避免浅尝则止的实践学习。教师需要学习并掌握现代零售企业的营销运营和管理流程及规范。真正了解现代零售企业人才的需求,并积极探索教学环节中如何使学生与零售企业人才需求接轨的一些具体方法。

4 结束语

“零售学”课程是一门兼具实践性、实用性与拓展性的综合型营销学科,涉及的知识面广,理论内容比较抽象晦涩,学生掌握比较困难,不利于高职院校培养出市场营销专业的实用型人才。作为“零售学”课程需要改革的方面还有很多,在今后的教学实践中,还需要不断创新,跟上环境变化特别是科学技术的进步,并根据市场需求不断完善本门课程的实践教学方法。

[参考文献]

[1]李琳娜.高职高专零售学教学课程改革与工学结合人才培养模式研究[J].散文百家:新语文活页,2016(2):18+25.

[2]杨洋,刘艺林.关于“零售学”课程实践教学的思考[J].中国市场,2018(1):211-212.

[3]郑金洲.案例教学:教师专业发展的新途径[J].教学理论与实践,2002(7):36-41.