

大数据时代中职市场营销教学信息化建设探索

张砚秋

1. 南京交通技师学院 江苏 南京 210049
2. 南京交通中等专业学校 江苏 南京 210049

摘要: 没有教育信息化就没有教育现代化。过去一年,在线辅导得到广泛采用和推广,推动了教育信息化的强劲发展。大数据时代,信息技术已成为社会发展的重要核心之一,极大地改变了我们的教学方式和学习方式。受传统教学方式的影响,教师依靠教材在课堂上进行单向灌输教学。学生习惯于被动地接受机械知识和记忆,没有主动学习和获取知识的能力,也没有接受过实践教育。在教育方面,信息技术在课堂教学中的应用上具有无可比拟的优势,教学效果的普遍提高促进了信息技术与教育教学的融合。

关键词: 大数据时代; 中职市场营销; 信息化建设

Exploration on information construction of marketing teaching in secondary vocational schools in big data era

Yanqiu Zhang

1. Nanjing Traffic Technician College, Nanjing 210049, China
2. Nanjing Secondary Vocational School of Communication, Nanjing 210049, China

Abstract: There is no education information, there is no education modernization. Over the past year, online tutoring has been widely adopted and promoted, which has promoted the strong development of education informatization. In the era of big data, information technology has become one of the important cores of social development, which has greatly changed the way we teach and learn. Under the influence of traditional teaching methods, teachers rely on textbooks to carry out one-way indoctrination teaching in class. Students are accustomed to passively accepting mechanical knowledge and memory, and have no active learning and knowledge acquisition ability, nor have they received practical education. In the aspect of education, the application of information technology in classroom teaching has incomparable advantages. The general improvement of teaching effect promotes the integration of information technology and education teaching.

Keywords: Big data era; Secondary vocational marketing; Construction of informatization

中职院校是获得实践经验的重要机会渠道。在中等专业院校的教学中,营销因其理论和实践的特点成为学校的主干学科,为社会提供了大量的营销技巧。随着信息技术的发展,教学媒体也在不断更新。目前,改变了传统的教学方式,提供了更丰富的学习方法和资源,以提高学生的素质和专业能力。因此,研究如何在网络环境下构建基于特殊营销信息的教学方法具有重要的现实意义,有助于提升学生专业课程的学习环境和模式的有效创新和发展。

一、信息化手段在中职市场营销课程教学中应用的必要性

1. 现代化教学的需求

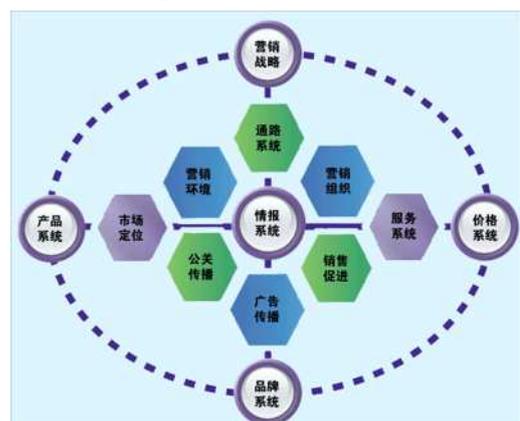
传统的灌输教学方式已经难以满足素质教育的基本要求,发展信息化教学是克服传统教学短板的有效途径。

^[1]在信息化教学模式下,教师的角色由传播者转变为促进学生知识获取。在中等职业学校中整合信息化方法和营销补习,可以使学生在获取知识的过程中从被动状态转变为具有主动学习意识的学科。同时,多媒体信息技术的运用还可以帮助教师设计更大的课堂活动,构建对学生更具现实意义和研究价值的识别工具。在现代教育环

境下,中等职业学校营销教学改革是灌输课改革的关键抓手,知识化教学是激发营销教学改革的有效手段之一。

2. 学科性质与就业市场的需求

市场营销学本身是一门综合性学科,对学生的实践能力和创新能力有一定的要求。随着中国市场经济的复杂化和专业化,企业将越来越重视市场的作用,相应的瓷砖需求也越来越大。营销专业的主要就业方向包括:销售专员、市场研究员、市场主管等。而这些岗位的员工必须具备一定的信息技术应用能力,如图1所示。



二、信息化教学在中职市场营销专业教学的具体应用

1. 拓宽学习视野和知识面

在信息化教学普及之前,学生接触的营销知识主要来自说教和说教活动。科学的内容在一定程度上是确定的,知识的范围是狭窄的。大部分学生只是被动接受学习,自主学习的意识和能力不足。在互联网环境中,借助各种知识载体所包含的大量知识和信息,学生可以轻松获取最新的专业知识和商业案例,开阔学习视野和营销课程知识,并找到相关的网络资料根据自己的兴趣进行自主研究和探索,培养自主学习的能力,如图2所示。



2. 创新自主学习渠道

提供信息化学习,营销学学生的学习经验非常丰富。新媒体的使用和普及改变了以往单一的学习渠道和不同学习渠道的创新。例如,移动学习频道通过网络为学生提供学习资料和方法,让学生可以随时自行获取和使用学习资料,增加学习体验。另一个例子是在线学习渠道。学生可以在线观看名校的教学视频,检查和填补长期积累的知识空白,可以在线查看和下载学习资料。而且,可以通过网络与老师进行交流,解决学习过程中遇到的问题。总之,多样化的学习渠道让营销学学生的自主学习更加便捷高效,增加了学生自主学习的积极性。

3. 激发自主学习兴趣

通过信息化学习、多媒体、网络、视频、音频、图片等方法的有效应用,极大地丰富了营销专业课的教学内容,教学方式更加灵活多样,课堂气氛融洽,教学效率更高。越来越多的教学工作通过网络或手机完成,例如学习课程、提交作业、考试、标记等。教师和学生之间的交流也越来越多地通过手机完成。学习媒介的使用改变了迄今为止使用的教学方法,为学生提供了更加丰富多彩的学习生活,提高了学生对科学的兴趣。此外,学生还可以通过网络查找企业营销资料或获得有针对性的学习案例,可以很好地利用学生的技能,通过所获得的信息收集信息、思考和解决问题,避免营销教学的枯燥,有助于发展学生的思维能力和创新能力。

4. 为教师课堂教学提供有效辅助

在传统课堂中,教师主要依靠教材。当面对来自不同班级或不同时段的学生时,他们不断地解释相同的内容。教师没有时间进行个别辅导。学生的教学过程也是被动的,缺乏自主学习和思考。多媒体教学、微课和慕课的应用,以及网络教学平台的建设,可以为营销类课程的传统教学提供有效的支持和补充。例如,教师录制教学视频并在线上传,引导和鼓励学课前自学,然后对课堂学习过程中遇到的难点和重点进行指导,加强个别学

习者的教学,提高学习效率整体上减少了不必要的工作,大大提高了教学效率。

三、当前中职市场营销信息化教学中存在的问题

1. 对信息化教学应用的重视程度不够

一方面,信息技术的内容没有加入到理论教学中,学生对信息媒体可能没有一个完整的认识;另一方面,信息化手段在实践教学中的运用不足。学生不能掌握先进的技术和信息技能,不能满足现代企业的人才需求,不利于学生的就业和发展。

2. 未能实现信息化手段与实践教学的有机融合

一方面,学校实习基地不足。由于缺乏资金,许多职业学校没有良好的学徒基础。教师只能在课堂上进行翻译和实践,不能通过信息化学习来模拟实际动手的情况。另一方面,校外安置的效果较弱,在实际学习管理中信息化手段的运用还不够充分。许多职业学校组织学生到各种企业实习。学生分散后难以进行督导教育。他们没有充分利用信息化管理手段,很多学生并没有真正融入实践环境,校外实习只是流于形式,学习成果得不到保障。

3. 市场营销教师的信息化教学素养不强

目前,教学团队主要由两部分组成。一部分是年轻教师,他们拥有最先进的教学理念和理念,更了解信息化措施。但是,他们普遍缺乏教学经验,尤其是在实践教学方面。他们缺乏工作经验和实践教学方法的知识。另一部分是具有丰富教学经验和实践技能,但思想知识体系陈旧,应用和学习信息技术能力较差的高级教师,不能满足教学要求。教学现代信息社会。

4. 缺乏信息化教学评价体系

大多数学校都建立了较为完善的教师营销能力考核标准,能够全面、客观地衡量教师的工作表现。但是,信息化学习的评价标准并不完善,信息化教学质量的评价指标难以选取。因此,大多数学校仍处于研究阶段,评分体系并不完善。导致中职教师在营销教学中运用信息化手段缺乏主动性和积极性。

四、信息化手段在中职市场营销教学中的构建策略

1. 对信息化教学模式的构建形成正确的认识

中等职业学校首先要树立对信息化学习的正确认识和认识,这是信息化学习高效开展的前提和保障。在职业学校信息化营销教学中,教师首先要强化信息化学习的理念,将信息化教学措施引入课堂,不断丰富营销类课程的教学方法,丰富营销类课程的媒体和内容,为专业培养学生营销素质提供更好的环境和氛围。例如,信息化营销专业教学法的构建不仅体现了多媒体学习技术中英语和在线教材的使用,还包括在线课程、互动教学平台、自主学习平台和移动软件等诸多环节。中等职业教育只有统筹规划,采取系统建设策略,以实施信息驱动学习,如图3所示。



2. 增加校园网络基础设施与教学配备

中等职业学校应重点加强校园网络设备的资金和技术投入,充分利用网络教学的信息传播优势,让信息化学习更加方便快捷,实现信息化快速流动。一是中职学校可以采购先进的网络设备,实施良好的网络配置方案,稳定网络,加快中职学校的传输速度。同时,他们注重有线和无线网络的有机结合,确保职业高中尽可能多的区域可以上网。二是设立专业的网络维护岗位,配备高素质的专业人才,负责处理校园日常各种网络问题,警惕网络黑客,提高信息化学习系统的稳定性和安全性,为市场营销学生的师范教育和自学提供强有力的网络保障。

3. 加快信息化教学资源建设完善

首先,营销专业的信息背景包含丰富的音频、视频、课程、电子教材、教学软件等内容,学生往往因为资源太多而没有选择。因此,教师应根据营销专业课程的教学目标对资源进行分类和管理,实现模块化结构,便于信息化学习的实际应用。其次,学校应开发互动学习软件或在学习平台上开设交流板块,让学生在学习过程中随时与老师或同学交流。此外,中等职业学校应建立信息化营销专业教育评价标准,确保教学资源的开发和设计质量,避免信息化教育资源的重复创建和无效利用。

4. 提升教师的信息化素养和教学水平

中等职业学校应重视教师信息素质的职业培训,通过讲座、短期培训、系统培训等措施,提高营销教师的技能和教学水平。例如,多媒体学习平台的使用、在线学习平台的使用和维护、课程制作、视频制作和发送都是基于每个教师应具备的信息的基本学习技能。此外,中等教育职业学校应定期评估信息化教学的教学能力,构建信息化学习模式,分享教学和管理经验,促进信息化教学质量的不断提高。

结束语

总而言之,在大数据背景下,信息技术越来越多地应用于教育领域,推动教育教学资源改革。信息技术在职业学校营销中的应用,可以激发学生对科学的兴趣,丰富教学资源,培养学生的实践能力,促进课堂教学效率和教学绩效的提高。因此,教师应从营销教学领域的现状入手,根据学生的实际需求,合理运用信息技术,提供教学效果。

参考文献:

- [1] 陈至飞. 中职学校市场营销信息化教学方式 [J]. 科学咨询 (科技·管理), 2019(12):191.
- [2] 丁鹏. 信息化技术在中职市场营销学中的实践应用 [J]. 农家参谋, 2019(20):266.
- [3] 张宇, 肖承望, 黎惟梁. 信息化技术在中职市场营销教学中的应用分析 [J]. 现代经济信息, 2019(19):446.
- [4] 李晓媚. 浅谈中职市场营销教学中微课的制作与运用 [J]. 现代职业教育, 2019(19):42-43.
- [5] 陆泽锦. 信息化技术在中职市场营销教学中的实践应用 [J]. 现代营销 (信息版), 2019(06):96.

作者简介: 张砚秋, 1987.11, 女, 汉族, 江苏南京, 本科, 讲师, 研究方向: 财经商贸。