

产教融合下的网络营销课程改革分析

裘妍 陈英
江西科技学院 江西 南昌 330000

摘要:技能型社会的创建,不仅仅是本科大学所要面对的情况,也是众多高校所要面对的社会现实,高校学生的就业压力大、就业困难,都是高校教育过程中需要考虑的问题。基于这样的情况,社会对高校学生的实践能力要求越来越高,网络营销专业理论知识的学习是高校学生的学习基础,专业的实践能力才是教学的根本所在。随着国家职业教育的改革与快速发展,教学、教材、教法的先进理念不断更新,在课程思政建设、创新创业驱动的基础背景下,教学内容重构、活页式教材、项目化教学法等在网络营销综合实训课的实际教学中得以灵活运用;在提升校内教学效果的同时,增强本科大学服务地区经济的能力,将社会服务与课程建设融合,借助产教融合平台提升教师社会服务能力水平。

关键词:产教融合;网络营销;课程改革

Analysis on the reform of Network marketing courses under the integration of production and education

Yan Qiu Ying Chen
Jiangxi University of Technology, Nanchang 330000, China

Abstract: The creation of a skilled society, not only undergraduate universities to face the situation, but also many colleges and universities to face the social reality, college students employment pressure, employment difficulties, are in the process of college education need to consider the problem. Based on this situation, the society has higher and higher requirements on the practical ability of college students. The study of theoretical knowledge of network marketing is the learning basis for college students, and professional practical ability is the fundamental teaching. With the reform and rapid development of national vocational education, the advanced concepts of teaching, teaching materials and teaching methods are constantly updated. Under the basic background of ideological and political construction of the course, innovation and entrepreneurship drive, the reconstruction of teaching content, loose leaf teaching materials and project-based teaching method can be flexibly applied in the actual teaching of network marketing comprehensive practical training course. While improving the teaching effect on campus, the university should enhance its ability to serve the regional economy, integrate social services with curriculum construction, and improve the social service ability of teachers by means of the integration platform of industry and education.

Keywords: Integration of production and education; Network marketing; Reform of curriculum

引言:

大数据与互联网的发展,改变了传统的教育模式。信息技术与教育的融合更好地满足了现代社会的发展需求,在产教结合的教学模式中,需要搭建线上教学资源建设,这就要求教师积极发挥职业技术特长,根据相应的人才培养方案及课程标准,结合授课班级的具体学情,科学合理地使用信息化手段编制教学资源,将大数据等新技术充分运用在教育教学中的应用,有效开展教学过程监测、学情分析、学业水平诊断和学习资源供给,进而有效的提高教师的教学质量以及学生的学习效果,增强教与学之间的良性互动,更好的平衡和发展以教师为主导、以学生为主体的职业教育理念。

一、产教融合下高校网络营销课程的教学现状

1 教学方式枯燥

基于国家层面来说,网络营销专业的发展时间并不

长,整体的专业理论水平处于不断发展和完善的阶段,就需要教师在教学时也不断的优化整合教学内容和形式,因为传统的网络营销专业的教学方式比较单一,而且比较枯燥,导致现在的很多高校对网络营销专业本身就不够重视,所配备的师资力量并不强大,教师在进行教学时还是以教师主导的模式为主,学生被动的接受知识,这种形式下学生的学习热情也比较低,很难激起学生进行深度探索。

2 教学内容脱离实际

网络营销专业课程的学习重点就是针对不同的市场进行销售,本身就是一门充满商业性和经济性的学科。但是现阶段的高校教学,对于教学内容的安排依然是全靠教材,通过对书本上的专业概念的讲解和相关实例的讲述,来引导学生去学习背诵相关知识,目的就是专业考试,仍然是以应试教育为目的。网络营销专业是一门动态性的学科,教学内容需要结合市场经济中的不

同情况、不同实例来进行讲解,才能培育出学生的专业素养。现代社会,电子商务的快速发展对网络营销专业的学生也提出了更高的要求,需要高校学生具有极强的社会实践能力,需要的是理论和业务兼具的社会人才,但是现在的教学内容过于固化,对学生思考和应对市场的能力几乎没有帮助,导致高校网络营销专业的学生与经济社会脱离,与企业的需求并不符合。

3 专业课程设置不科学

高校网络营销课程的目标是培养市场经济下的专业人才,但是学校水平的参差不齐,学校对网络营销专业的重视程度有高低,导致高校的网络营销专业课程在设置过程中就不科学,专业的培养目标出现了偏差。有的本科院校的培养目标是学生成为销售公司的管培生,保证学校的就业率,有的本科院校是提升学生经济方面的素养,侧重经济管理方面,有的本科大学是培养广告的营销策划,完全是依据学校的办学实力和办学水平来进行课程的设置,导致社会中的网络营销专业人才理论水平和实际操作能力无法估量。

二、产教融合下的网络营销课程改革策略

1 课程教学目标改革

深度学习具有综合性,情感、知识、技能等方面的学习都重要,抓住重点指引学生深度学习,可使教学活动取得事半功倍的效果。例如,在大学本科工商管理专业的《网络营销学》教学中,教师设定的混合式深度学习的教学目标是:从网络营销的内涵及其主要研究方法着手,能够陈述并解释营销策划等重要概念,能够运用宏观环境和微观环境的分析框架,为企业进行目标市场定位和4P营销组合策划;学习过程与学习方法层面的教学目标是:学生能够针对市场中的某一专题性问题与现象,进行营销策划的设计和执行。同时,教师要将学生的情感体会视为师生互动的重要内容,在此基础上建立健康、稳定、和谐的教学关系。

2 进行学习情境的有效设计

合理创设情境,以真实项目的工作过程为载体,以工作过程驱动学习。按照工作步骤“导入任务、分析任务、执行任务、考核任务”组织教学,实现工作与学习相结合的教学模式。在任课教师开始上《网络营销》第一节课时,教师就应该首先向学生介绍本课程将采取以工作过程导向教学模式。课前采取抽签办法进行分组,一个营销团队由4-5人组成一队,把班级划分成若干个营销团队。任课教师每次教学前把本节课的能力训练目标告知学生,以项目的工作任务为训练载体,突出学生的主体地位。根据企业营销岗位的工作过程罗列出具体工作任务,通过设立一个具体的工作学习情景模式,让学生在工作的过程中进行知识和技能的学习。学生有了明确的学习目标后,带着学习目标来完成岗位工作任务。工作目标可以起到调节和激励作用。当然,在整个过程中需要使用多种教学方法,给学生营造一种真实工作环

境氛围。

3 利用网络平台提升教学效果与实践内容

在教学中,教师要充分合理地利用大数据与互联网,把营销课程内容与互联网充分地结合起来,把教学内容进行整合,提升教学效果,并且注重教学的实践应用效果。营销课程的教学内容非常广泛,包括营销环境、营销调研与预测、营销决策等多方面的教学内容。在教学中,要将这些内容互相串联互相影响。营销课程的教学内容基础是其他课程内容的扩展与演化,所以如果想要对课程内容进行全面的提升,并且提高学生对课程内容的掌握程度,就要在课程设置上下功夫。除了在教学中要充分利用多媒体的教学方式,还可以借助大数据、互联网的教学平台,共同促进课程内容的进一步提升。与此同时,营销课程的各个科目的教师也要注重互相之间的联系与配合,让课程内容实现一体化,促进所教授的课程与营销专业之间的互动性。利用互联网与大数据的平台,加深学生对所学知识内容的理解,并且帮助学生更好地构建营销课程的知识体系。还要在营销实践中将所学的营销课程与之结合,并且利用网络建立起相关的数据库。在网络课程的教学过程中,可以将具体的实践内容与案例清晰地展示在学生面前,有助于学生实践能力的提升。

4 丰富教学内容,合理运用丰富的教学资源

结合互动教学理论,本研究中混合式教学模式在使用超星学习通建设相关教学资源时,应该充分开发如:视频、音频、文档、作业库、考试等,配合问卷星、思维导图、百度、钉钉、淘宝、记账小程序等辅助工具,并且不定期进行资源更新,与时俱进,以增强本科学生的学习体验、提高《网络营销》课程的教学质量,以满足本科学生不同层次的学习需求。主动创设进行学习讨论的环境,并且主动参与到研讨当中并及时解决学生的疑问,同时也要鼓励学生主动参与讨论。创设适合的学习情景,以课程的专业知识为核心,选取合适的教学方法,增强教学活动设计,增加学生的课程参与度,加强课程的有趣性,激发学生的学习兴趣,从而增强学生学习的内部动机,教师也可以随时对学生的过程进行监督,增加学生的外部动机,也可以鼓励学生经常利用空间进行总结与反思,提高大学生在网络学习空间学习的主动性。

5 选取学生易接受的教学方式

学生喜欢现代化信息媒体教学,通过情景模拟、环境虚拟、角色扮演等方法,乐于主动接受感性的、新鲜的学习方式。通过情景模拟、环境虚拟、角色扮演等方法展开教学,然后通过与学校的一体化的多功能自动化教室、以学生小组合作为主体和组织的单位帮助教师指导学生完成,再由学生借助移动教学的平台及软件进行学生角色的模拟,实现自主探究,协同合作的学习形式,以小组讨论方式完善知识结构,展开“最佳设计团队”

评比,以多元化、量化考核的综合评价方式,并进行综合考评。我们试图通过后的教师和企业一次顶岗实习活动来有效地提升教师和学生的综合职业管理能力,并有效地达成了教学的目标,终使教师和学生真实的一次企业的顶岗实习中有效地提升自己的竞争力和职业管理能力。

6 导入典型工作任务

《网络营销》课程教师在上课时应先向学生讲解工作任务,紧接着展示工作任务应用情境领域,让学生对学习的场所形成初步印象。然后向学生布置工作任务,说明这次课程需要完成什么样的任务内容,在课程结束后需要提交什么样的结果,学生在本次工作学习中必须掌握什么样的技能要求等。在教师讲解基本概述后,让学生思考完成任务的步骤和需要使用的工作方法。在这个过程中,教师在布置任务时要将学生置身于教学情境中,设置的任务情境应该尽量接近真实工作环境,让学生感受真实的商业氛围,了解营销工作的复杂性,老师可以在学生处于困惑的时候及时进行理论指导,让学生能够根据学到的理论知识解决实际营销问题,这样才能较好地调动学生课堂学习的主动性和积极性。在此阶段教师以教学内容和教学目的为标准,结合设置的学习领域结合企业营销岗位工作流程的操作,合理设计营销情境模块。

7 引导学生执行任务

在学生和老师相互配合下,在学生认真对任务进行分析之后,下一步就是学生查与任务相关资料,思考“如何做”的问题。小组之间可以分工合作,做一个收集信息分工计划,标明每个人需要完成的手机资料信息,提高做事效率。将收集到的信息进行讨论汇总,小组成员之间各抒己见,根据收集到的资料给出不同解决任务的方法,最后在小组内部方案中选择最优的方案,在这个过程中出现意见不统一的时候,可以寻求老师的帮助,认真听取老师的建议并加以实施。以上做法既能防止部分学生偷懒,盗取他人成果现象的出现,又可以充分培养学生互相协调各方意见的能力和学生的交流合作能力。在这个过程中,不可避免的是学生之间是存在矛盾的,当意见不统一时、不赞同对方做法时、在制订方案不顺利时等等,当学生之间出现矛盾时,教师要在课程开始的时候就应该学生讲好规则,确保学生在分析过程中的顺利开展,确保每个学生都能积极投身完成任务,提高学习的积极性。为了实现预期设定的教学效果,一般情况下,教师在情景模拟中担任企业的管理部门的重要职位,而学生理所当然分配到的岗位就是不同企业的营销部门,每个学生担任不同的职位。在此阶段,各个小组都树立了明确的工作目标,收集到了积极有效的工作任务信息,接下来各组开展各类营销活动(产品策划、

市场调查、分销渠道管理、撰写策划书等等),小组成员之间相互协作,合理分配任务,顺利完成工作。比如以市场调查来说,他的主要工作任务就是要全面收集关于本产品的所有有效的市场信息。如竞争对手的信息、消费者相关信息、市场对产品的反馈等等,将收集来的信息进行筛选汇总,有目的、针对性的挖掘新客户和跟进老客户,最终完成销售任务。在这个执行任务的过程中,教师要作为考核官的身份对学生的表现(好的、坏的)行为记录下来,等到后期考核的阶段予以评价。

8 对学习结果进行考核

当学生把以上营销任务完成之后,老师就要及时开展对学生表现评价阶段,对学生执行任务的成果进行展示和汇报。《网络营销》课程实践考核要求学生提交的成果的形式可以是多样的,不拘泥于某一种方式,比如:可以是一份产品的市场调研报告,也可以是项目策划方案,还可以是产品的分销渠道管理经验与心得。然后通过三种方式(学生自评、互评,教师评价)对学生的汇报成果进行评价。同时,教师结合现实学生的表现开展点评,将工作过程中的重点和难点指出,指出学生存在的问题的同时也要肯定学生突出的表现,对于优劣表现都要给予适当评述。在这一过程中,教师主动引导学生进行总结,由此来强化学生理论知识的理解与运用,使学生进一步巩固和拓展所学知识,为后期在营销岗位工作进行铺垫。

三、结语

综上所述,要想把真实的企业营销活动引入教学中来,除了不断地完善教学条件和改进教学方法,还必须要有雄厚的财政支持,国家政策的支持。加大力度推进改革进程,让学生真正感受《网络营销》课程的魅力,鼓励学生“走进企业、走向岗位”,只有在工作过程中才能让学生不断提高营销实践水平和职业能力,毕业后能真正地缩短学生从毕业到工作的时间与提高工作效率。

参考文献:

- [1] 常艳丽. 成果导向教育理念下网络营销课程混合式教学改革实践[J]. 河南教育学院学报(哲学社会科学版),2019,38(03):121-124.
- [2] 陈法杰,周春光,薄彩香. 新时代背景下《网络营销》课程教学体系改革与优化研究[J]. 山东纺织经济,2018(03):59-61.
- [3] 郭明翠. 新形势下网络营销课程改革思考[J]. 中国市场,2018(31):138-139.
- [4] 董云. 新商科背景下《网络营销》课程教学改革研究[J]. 现代商贸工业,2020,41(02):183-184.
- [5] 杨娜. 新时代背景下网络营销课程教学改革研究[J]. 科技经济市场,2020(11):104-107.