

# 移动互联网对高校营销专业教学的影响及措施

杨勇

云南经济管理学院

**[摘要]** 当今时代, 移动互联网发展迅速, 特别是对于传统企业而言有很大的冲击, 当前很多企业管理者也在分析如何顺利由传统营销模式转型为移动互联网营销模式。因此高校营销专业在实际教学中, 应将移动互联网对其带来的影响考虑其中, 并分析移动互联网下对高校营销专业教学的改革措施。

**[关键词]** 移动互联网; 营销专业; 教学影响; 措施

前言: 就当前移动互联网发展实际来讲, 不仅仅对高校营销专业教学带来消极性影响, 同时也有很多积极性教学意义, 因此, 高校营销专业教师在实际教学中应充分分析移动互联网在教学中的利弊关系, 并结合其中利弊合理开展教学, 旨在将移动互联网在高校营销专业教学中的优势充分发挥出来。

## 1 移动互联网对高校营销专业教学的影响

### 1.1 营销理论

其一, 在移动互联网时代背景下, 各项产品的相关信息也逐渐透明化, 消费者不仅仅关注产品的成本, 同时还重视产品的服务、娱乐等多方面功能; 其二, 移动互联网的发展促使产品分销渠道逐渐朝向扁平化发展, 淡化了原本采用的金字塔销售模式; 其三, 移动互联网的发展促使自媒体销售渠道成当前销售主要方式, 另外网络自媒体(如微信、QQ等)也不仅仅充当媒介, 还可用于销售。

### 1.2 营销人才

关于移动互联网对营销人才带来的影响主要有三个方面, 即思维力、行动力以及表达力。思维力指的是专注力、口碑等; 行动力指的是活动策划上要有创意; 落实活动执行; 表达力指的是要求营销者不仅仅具备一定的口头表达能力, 也就是线下沟通, 同时还要具备当今移动互联网时代写文案写作以及网络沟通的能力, 也就是线上沟通。当今时代, 年轻人是移动互联网应用主体, 同时也是进行线上消费的主力, 因此如何通过一种创新型的思维以及生动性的语言、视频等进行营销, 对营销者而言是非常大的挑战。

### 1.3 教学方式

在移动互联网时代背景下, 学生可利用手机、平板等一些移动终端, 不论是在吃饭时还是走路时都可搜到想要的信息, 在实际教学中, 学生也会受到这些移动终端中信息所吸引, 影响课堂教学只需, 还有些学生沉迷网络不能自拔, 对此, 高校也采取各种各样的措施来抵制学生上课玩手机, 根据当前国内报道, 有的高校在课前要求学生将手机放入特制手机袋里, 下课后归还; 还有的高校安装屏蔽仪屏蔽移动设备信号等, 从根本上来看, 以上措施都是治标不治本, 最根本应该是转变以往传统教学模式, 而这对于具备一定实践性的营销专业而言有很好的教学成效。基于以上, 如何在移动互联网时代背景下激发营销专业教学的活力, 减少移动端对教学带来的危害, 是当前高校影响专业教师需要深入探讨的问题。

## 2 移动互联网下对高校营销专业教学的改革措施

### 2.1 将传统与移动互联网两种营销理念相结合

就当前我国移动互联网发展现状来讲, 虽然发展速度非常快, 但各地区、各行业之间的发展不均衡, 因此传统营销理论仍然有用武之地, 当前营销专业教材中也不断涉及到有关移动互联网方面的教学。因此对于高校营销专业教师来说, 如何将传统与移动互联网两者营销理念结合起来, 可采取以下策略: 其一, 在进行4p理论教学讲解时, 同时讲解有关4c理论知识, 并指出其中的优势、缺陷以及可适用的范围; 其二, 为学生讲解4c理论因何原因成为当前移动互联网时代下的主流营销理论; 其三, 分析移动互联网时代背景下企业营销变化, 例如产品多样化、价格公开化等等。

### 2.2 培养营销专业学生思维力、行动力以及表达力

在移动互联网背景下, 培养营销专业学生思维力、行动力以及表达力, 其最根本就在于增加对移动互联网方面的营销知识, 还要增加相关营销案例以及案例探讨部分的教学比重。在实际教学中教师可为学生讲解当前中外最新移动互联网营销案例, 从中探析营销过程中的成功经验以及失败教训, 从而培养学生的思维力; 另外教师可为学生讲解一些落后的企业营销案例, 让学生根据案例情况为企业策划转型方案, 例如教师为学生讲解传统零售店, 这家零售店受到网上开店的影响比较大, 对此向学生提问: “双十一购物节要到了, 如果你是这家店的营销经理, 你会怎么筹划线上线下营销活动呢?” 要求学位分为几个小组对此进行探讨, 每个小组推荐一位成员演讲, 通过这种方式, 一方面培养学生的营销思维, 同时还能训练学生进行活动策划、语言表达等多方面的营销能力<sup>[1]</sup>。

### 2.3 将移动互联网特有的优势发挥出来

每出现新的事物, 都会出现一定的质疑和误解。例如余额宝、打车软件等等。而高校课堂教学中, 手机等电子产品的出现也同样。因此, 对于高校营销教师而言, 面对学生在课堂中玩手机, 应想到是不是自己讲的课不受学生欢迎、不够灵活, 应学会转变教学方式。例如在进行案例探讨时, 教师完成背景资料讲解时, 应为学生留足准备时间, 让学生能够在这段时间内, 充分探讨案例, 根据案例中的情况来分工, 同意学生使用手机等终端移动设备进行信息搜索, 这样一方面减少学生上课玩手机的情况, 同时能够发挥移动终端在教学中的应用优势。

### 2.4 将课堂教学与网络学习相结合

随着移动互联网时代的发展, 网络公开课也随之盛行起来。对于高校营销专业学生而言, 在课下对某位教授讲解的营销课程感兴趣, 可通过手机等移动终端下载相关APP进行听讲, 这种迹象也在一定程度上体现出课上与课下两者之间的界限逐渐模糊, 而且当前很多免费、开放、不受限制的网络学习模式也在一定程度上弥补传统教学中存在的不足之处。因此高校营销专业教师应扩展课堂教学边界, 将课堂教学与网络学习相结合。例如教师可根据所学知识为学生预留相应的课后作业, 观看有关营销方面的视频, 同时运用自己的语言表达观后感, 总结传统营销与移动互联网营销之间存在的差别之处, 通过这种方式可提升学生学习积极性, 同时更切合当前移动互联网背景下的教育发展方向<sup>[2]</sup>。

总结: 综上所述, 本文分别从营销理论、营销人才以及教学方式三方面提出移动互联网对高校营销专业教学的影响, 又从将传统与移动互联网两种营销理念相结合、培养营销专业学生思维力、行动力以及表达力、将移动互联网特有的优势发挥出来以及将课堂教学与网络学习相结合四个角度提出针对高校营销专业教学的改进策略, 旨在以此为移动互联网背景下的高校营销专业教学提供参考。

### [参考文献]

- [1] 宦依莎. 移动互联网在高校电子商务专业教学中的应用[J]. 现代营销: 经营版, 2019(7):238-239.
- [2] 黄新桃. 基于互联网环境下消费者行为的网络营销策略浅析[J]. 中国市场, 2019(19):117-118.