

# 国际市场营销教学中参与式教学法的应用研究

罗秋平

江西科技学院 江西南昌 330000

**摘要:** 伴随着经济的不断发展,人们物质生活的不断丰富,国际市场营销的地位以及影响开始逐渐的变大,培养国际市场营销行业的相关人才成为促进国际市场营销行业发展的主要问题,基于此参与式教学在国际市场营销行业脱颖而出。

**关键词:** 参与式教学; 国际市场营销; 教学方法; 应用

在新的时代发展当中,社会需要思维敏捷,文化程度丰富以及有着良好的协作能力的专业性人才,因此为了保障国际市场营销行业的发展,国际市场营销行业致力于进行这一类人才的培养,因此选择合适的教育教学方式成为人才培养的首要问题,在教学当中尽可能的提高学生的自主学习性能,提高课堂教学的效率成为助力学生全面发展的主要方式之一,因此参与式营销方式在教学当中崭露头角。

## 一、参与式教学法的主要特点

参与式教学就是在教学当中教师与学生在共同的参与当中形成的新的教学方式,对于传统课堂教学模式来说是重要的教学改革,在参与式教学当中学生与教师的关系发生了明显的变化,学生的教学地位得到充分的提升,教师在教学当中的启发引导作用也更加明显,想要保障参与式教学在国际营销行业当中得到合理的科学的运用,则需要下列几点当中进行明确。

### 1. 探究性

以小组的学习形式针对行业当中的某一问题进行探究,这样的学习方式能够带给学生学习的主动性,使得学生在学习当中积极的参与,与小组成员进行探讨,在探讨当中产生思维的变化,从而在合作当中寻找新的思路,使得学生看待问题的方式以及角度更加全面,促使学生解决问题的能力更加完善,这样的学习方式对于思维的培养以及创新能力的培养有着重要的作用。

### 2. 互动性

参与式教学的互动性能,能够促使学生与教师以及学生之间的相互学习,教师会对于学生的思想层面以及学习需求层面有着更加完善理解,以此制定适合学生的教学方式,并且进行针对性的教学,帮助学生解决学习问题,进行情感交流,大力的支持教师的教学工作,使得教学质量得到提高。

### 3. 参与性

参与式教学当中学生的参与性无疑是教学当中的最主要的点,只有参与到教学当中,学生才能在学习当中获得自己的思考,才能在思考当中得到知识,以此感受到国际市场影响的魅力,产生自主学习的欲望,使得学科成为学生的终身学习事业,在职业发展当中利用专业性知识成为行业的专业化人才,使得学生的未来发展不可限量。

### 4. 民主性

国际市场营销行业的学生在学习当中的差异性还是非常明显的,学生之间的想法不一,学习程度也不同,知识掌握的程度更加不一。而参与式教学法为学生提供了思想的个人观点展示的平台,教师在教学当中平等的对待每一位学生,使得学生获得表达自我的机会,展示参与式教学的民主性特征。

## 二、参与式教学法应用于国际市场营销专业课程教学中的优势

首先,参与式教学法使学生能够充分发挥学习能力。让学生们收获成功的喜悦,以此保障学生积极的进行知识的学习,并且在知识的学习当中得到自身的发展,其次参与式教学法可以为学生提供更加丰富的合作学习机会,在这样的过程当中学生能够与教师与同学之间更加完善的交流通过相互之间的协调进行知识的学习,在学习期间教师充当学生的引导人,并且也是教学的主要参与人,使得学生在学习期间充分的吸收知识,以此保障教学的目标的达成。国际市场营销参与式教学模式注重在学生的实际需求方面给予最大化的满足,涉及学生的知识求知以及知识的参与协助等方面,此外国际市场营销参与式教学模式能够提高学生的知识创新程度,在国际市场营销教学当中,运用参与式教学模式能帮助学生解决学习当中的问题,提高学生思考能力,促使学生进行自身观点的重新认知,并且国际市场营销参与式教学模式教学方式能够为学生的实际知识技能的提升贡献力

量, 并且帮助学生塑造良好的专业人格品质。

### 三、参与式教学法在国际市场营销教学活动中的合理性应用方法

#### 1. 小组探讨法

在小组讨论教学法中, 教师必须明确学生个体的学习能力以及学生的个性特征, 才能将学生分组。并且帮助每一个小组进行问题的深度分析, 保障学生都能参与到教学当中, 在这一期间需要严格的监督学生, 保障学生有着足够的自我意见的阐述空间, 及时纠正学生在小组学习中出现问题的偏差, 促进小组讨论活动的顺利进行, 对小组学习成果进行评价和即时总结, 及时纠正小组内主题的偏差, 保证学生的自我学习。自信和学习自主, 提高学生的知识竞争意识, 带动学生自主学习, 完善实践知识技能。

#### 2. 语言表达参与式方法

在完成课堂教学之后, 教师可以布置相应的课下作业, 为下面的教学活动作出准备, 在下一节课堂内容开始之前, 教师需要为学生创设良好的知识参与空间, 管理时间, 使得学生在课堂学习当中积极的进行发言, 进而及时进行学生学习程度的评价, 如在教学《商务礼仪》时, 教师可以布置收集资料方面的作业, 包含新闻故事等, 使得学生在资料分享当中获得更加丰富的信息, 在学生演讲结束之后, 教师还可以进行全面的评价, 在时间分配以及礼仪层面语速等进行评价, 并让学生在听取别人的演讲时发表自己的看法, 还以在教学“销售与谈判”的内容时, 引导学生通过一个日常活动的链接, 保障自己谈判的实践, 引导学生选择自己想要销售的产品, 并使得学生作为客户完成教学实践, 在进行推广结束之后, 教师可以对实践活动进行评价, 以此提高学生销售能力, 增加学生的销售反应能力, 实现产品的实际定位, 营销学科主要是培养学生的营销技能, 在其中语言表达能力的培养非常重要, 所以教师需为学生培养这一平台, 以此锻炼学生的语言表述能力。

#### 3. 动作表达参与式方法

教师在讲解完成相关的内容之后, 可以通过不同的设计活动提高教学的质量, 例如在学习“客户关系管理”的内容中, 可以建议学生通过假期体验营销活动和, 设计针对性的产品, 进行市场调研, 此外在教授学生“仪容礼仪”后, 还可以在课堂上进行礼仪比赛, 在设计这一类的活动时需要明确教学活动的主题, 使得学生能够有充分的时间做出准备, 在活动开始之前需要公布活动的评价标准, 教师需要细化的准备活动细节问题, 以此保障学生的学习质量。

#### 4. 案例分析法

案例分析法是进行参与式教学的主要方式, 教师在备课当中可以依据学生的主要状况进行课堂教学的合适的案例选择。在实际的教学当中通过情景的创设, 引导学生根据情景内容进行分析, 建立实践性教学内容, 例如在教学“消费者分析”时。教师可以通过情景案例的引入, 以智能按摩仪新产品的营销项目案例为教学案例, 使得学生在实际的销售项目当中细化的掌握消费者的分析方式, 并且在实际的学习当中了解产品的特点, 分析用户的范围, 将潜在的用户进行细化的分类, 分析消费者的需求以及动机。通过市场的同类产品的功能性能等多个方面的特征的比对分析消费者对此类产品的需求, 最终依据自己的分析结果, 制定细化的销售方案, 选择销售形势, 使得智能按摩仪新品快速打开市场。在进行项目案例的选择时, 教师可以在选择公司的角度上入手, 使得学生在学习当中明确行业的真实销售形势, 并且可以为学生模拟商业的实践过程, 进行课堂学习, 促使学生掌握实际的销售形势, 为自身发展奠定专业化基础。

#### 5. 角色扮演法

在销售当中主要的人物关系就是买卖双方, 通过角色扮演的形式, 将学生技能型分组, 学生分别模拟买卖双方, 通过产品的实际交易依据自身的需求决定是否进行购买, 并在课堂教学当中实际的展示, 两者必须具有实际的营销知识, 明确消费者的需求, 这样才能进行针对性的销售计划, 以此提高消费者的购买需求, 教师还可以设计情景使得学生在学习氛围当中深入挖掘知识内容, 发挥知识能力, 通过良好的专业化知识进行销售, 完成实践, 并且在实践过后让其他同学进行评价, 指出学生取得的成就, 在实践当中进行自身能力的丰富。

#### 6. 任务探究法

国际营销教学中, 有必要采用任务调查的方法来实施课堂提问和继续学习活动, 让学生有更多的实践选择。应用任务学习法的要点是通过对问题任务的合理设计来引导学生自我提问的学习过程。在进行任务型提问式学习时, 要整合分层教学策略, 明确分级研究任务, 让学生解决易难的问题, 建立系统的知识结构体系, 并在过程中运用充分的知识。除了课堂问答式学习, 教师还要积极组织实习基地和合作企业的学生开展深入的校外学习活动。对于高校的国际营销教学, 只能在实践中, 给学生更多的研究和学习的机会, 随时强化知识和实践。在这个过程中, 鼓励学生获得国际营销人员所具备的心理和专业素质, 帮助学生在在学习期间在工作中创造一定程度的竞争力。

### 7. 实验课的独立性, 激发学生自主创新能力

在国际市场营销教学中, 教师不仅仅要侧重与理论知识的教学, 更需在实践方面进行重点教学, 所以在教学当中教师需要安排学生进行实践课程的学习, 使得学生在可以将课堂当中学习的理论重视在实践当中得以运用, 笔者结合课堂教学的学习数量, 在课堂当中设计实践课程, 此外, 教师要求学生在课堂上完成实际的学习任务。一是让学生自己做小案例分析, 把运算结果反馈给老师。老师复习学生作业的时候, 老师会对知识点进行全面的讲解, 因为通常课堂上只是讨论一些学生的实际案例分析和结果, 所以有时老师会忽略一些没有经验的学生的想法. 机会详情。因此, 采用这种练习方法, 可以很好地激活每个学生的案例能力。另一个任务是利用学校实验室的现代软件营销平台, 让学生自主经营业务, 制定公司的营销策略和战术, 最终评估学生自主经营业务的能力。模拟经营实验班, 老师根据班级定义行业, 让每个学生有机会自主选择工业产品, 建立新业务, 在业务中扮演多重角色, 分析国际营销环境, 进行市场调研, 制定国际市场策略, 实现在产品开发、生产和销售中的行为, 运用实践课本中学到的理论知识, 结合自己的性格特点, 制定自己的经营目标, 激发学生的自主创新能力。

### 8. 引入新的经济热点话题, 调整课程考试的固有题型

为保障参与式教学在实际的课程教学当中得到充分的应用, 因此在营销课程教学当中, 需要进行实际教学的模式的变化, 通过时代的新的热点方式进行课程的题型的变化, 在实际的教学检测当中, 教师通过题型的设计使得学生明确题目当中的知识点内容, 在保障学生进行知识的记忆的过程的同时使得学生深化知识学习, 在营销课程实际教学当中只考察学生的外在能力是不妥当的, 应更加注重培养学生的外在能力。笔者因此在教学过程中做了如下调整: 在课堂上引入新的热点经济话题和混合问题。提问是学生参与教学的一种方式, 它不仅可以帮助学生对讲授内容的掌握, 还可以促进师生之间的交流, 也可以作为学生的基础之一。通过课堂提问,

学生对新的经济热点话题有一定程度的了解, 学会对课堂所学知识进行迁移和应用, 同时让学生更多地了解相关的经济热点话题。提高学生在课余生活中看市场的能力。二是调整课程考试题型, 着力培养学生的适用性。在国际营销课程中, 记忆能力测试通常采用简答题的形式。同学们也取得了不错的成绩。然而, 也有学生反映, 虽然回答简短的问题很容易得分, 但很容易忘记, 而且非常不切实际。为此, 作者对课程考试固有的题型进行了改编, 删除了短题考核方式, 增加了能力提升题, 让学生在独特的题型中充分应用和分析所学知识点。

### 四、结束语

参与式教学法在国际市场营销教学当中进行运用是现代化教育的主要方法之一, 专业课程教师需要意识到参与式教学法在国际市场营销教学当中的实际运用价值所在, 以此细化的设计教学方式, 通过多样化教学方式, 深度的落实参与式教学在国际市场营销当中的作用, 以此全面的提高教学的效率。提升学生的课堂学习参与程度, 营造良好的学习环境, 以此保障学生的自主学习能力, 学习主观性都能得到良好的提升, 进而为学生的专业知识学习奠定教学基础。

### 参考文献:

- [1]宋艳秋.参与式教学在高职市场营销专业课程教学中的应用研究[J].中国多媒体与网络教学学报(中旬刊), 2018(12): 73-74+122.
- [2]廖翼, 盛晏, 杨英姿.参与式教学在实践教学中的运用——以“推销理论与技巧课程”为例[J].教育观察, 2018, 7(19): 107-109.
- [3]黄承洪, 郑韵, 陈虹洁, 杨曾, 蒋姝, 廖定容.参与式教学法实践及教学评价体系构建——以药品市场营销与实训教学为例[J].教育教学论坛, 2018(33): 144-145.
- [4]张辉, 陈永平, 李纪平, 王凯, 刘洪深.参与式教学效果研究——感知控制和关系纽带的中介作用[J].科教导刊(下旬), 2018(09): 65-68.
- [5]徐园.参与式教学法在南疆高校市场营销教学中的应用研究[J].当代教育实践与教学研究, 2017(11): 47.