

实践能力培养下网络营销教学改革策略分析

李诺含

江西科技学院 江西南昌 330000

摘要:从工作过程系统化课程开发入手,重构“网络营销”课程内容,基于工作过程系统化原理对教学内容进行情境化解构,重点培养学生实践能力,以此促使学生有着良好的专业性发展。

关键词:实践能力;网络营销;教学改革

新时代,随着互联网工具的通用化和电子商务的普及化,网络营销已然成为企业品牌塑造、开拓市场、获取客户与订单最重要的手段和方式,网络营销新技术、新模式、新方法迭代持续提速。面对网络营销日新月异发展的新形势,重构、选择“网络营销”课程内容,通过实践能力培养方式系统化对教学内容优化升级,更迭教学手段、路径刻不容缓。

一、网络教学背景下营销课程的教学实践必要性

1. 有利于构建营销课程教学的外在驱动

网络经济让市场营销的主体地位发生了天翻地覆的变化,网络教学在互联网时代尤其是疫情下的急速发展,都让传统营销教学模式感受到了网络时代的冲击。要对已有的教学模式进行合理的改进,不断创新营销课程的教育教学内容才能够顺应现代社会对教学改革的发展需求。网络的共享与开放让许多民众都加入了互联网的红利中,并且感受到了网络营销的巨大市场体系。在我国众多的中小企业中,可以不断地借助已有的网络发展趋势,参与到市场激烈的竞争中,利用创新的手段与方法去挖掘市场中隐藏的时机与机会。在这种经济模式中,消费者的地位发生了一些改变,从传统的营销被动的接受者变成了现有的营销的主导者,利用网络的强大力量,既可以轻松地获得自己想要的任何有关企业、营销等信息,甚至可以自发地参与到产品的设计进程中。在此基础上,企业也可以利用网络建立起与客户沟通的便捷渠道,不断地强化自身的竞争优势。所以高等教育在营销课程中要充分与网络结合,整合网络实践教学的内容,对教学手段进行创新,让学生适应新时代模式中营销环境的改变,这样有利于构建营销课程教学的外在驱动,并且能够切实的培养学生的实践能力。

2. 加强学生在学习营销课程中的主动性

随着我国经济社会的变革,网络时代的到来,营销人员不仅要掌握好专业的营销知识与基础技能,还要充分地利用现代化的信息技术手段建立起营销的新方式。

在倡导素质教育、全面教育的如今,要让学生有着非常强的社会适应能力是教学改革的重点,要在教学中潜移默化地提升学生的综合应用能力、学习能力、沟通能力等一些营销专业所需具备的基础技能。但是目前高等教育中的营销课程与市场机制存在着不吻合的现象,比如在实际的教学过程中,教师在课程中的案例与实际的发展需求不适应,教学内容、教学结构与现代社会中日益增长的网络需要不符合,在进行市场营销的实践时没有和相关的企业保持一定的联系,教学内容与教学实践课程的系统有待完善,实践内容缺乏一定的科学性等。利用网络手段不断加强学生学习营销课程的主动性与积极性,是目前高等教育中促进营销课程的主要教学手段。随着网络教学模式的广泛应用,可以解决传统课程中时间、地点的限制,随时随地进行营销课程的教学。

3. 符合营销课程的教学需求

随着互联网的普及,高等教育在教学中将网络与教学相结合,可以进一步地促进课程教学内容丰富化、开放化。在高等教育中,由于互联网的发展,衍生了许多网络课程形式,比如翻转课堂、慕课、微课等等。在这个互联网与大数据的时代,营销课程与网络教学互相结合,摒弃以往的“填鸭式”教学方式,可以提升学生对营销学的学习兴趣,还可以将所学知识通过简明扼要的方式传授给学生,让学生对所学的知识点进一步融会贯通。在课程中,教师可以利用网络教学的便利性与开放性,为学生提供多元化的教学内容,还可以利用网络教学手段和学生进行即时的交流互动,及时解决学生对于课程的疑惑,不断提升营销专业课程的灵活性;还可以在课程中穿插图片、视频、微课、PPT、知识点测验等多种教学方式,解决营销教学课程中单一、沉闷的教学方式,为学生提供丰富多彩的教学资源与内容,逐步实现教学课堂中以学生为主体的教学理念;还可以利用网络教学的在线考核方式,在课程结束时对学生所学的知识点进行检验,并及时进行点评和讲解。

二、网络营销课程的教学现状

1. 课程效果不佳, 教学重理论轻实践

在互联网的时代, 信息更新的速度非常快, 学生获取信息的途径也非常的便捷, 改变了以往教学中以教师为主体的课程教学方式, 学生不再是单纯的教育信息的接受者。在传统的教学模式中, 教师往往采用教授式的教学方式, 把书本中的知识填鸭式地灌输给学生, 这种方式在网络时代已经引不起学生对课程内容的兴趣。虽然在课程中, 教师会积极地引导学生参与到课程的讨论与分析, 但是由于上课时受到时间与地点的限制, 学生在参与讨论时, 由于人数众多很容易让教师看管不过来, 容易让部分学生混在其中“闲聊”, 所以学生在课程上的参与度有限。与课堂中混乱的讨论模式相比, 网络教学中的线上讨论会更加清晰明了, 师生之间可以对课程内容畅所欲言, 这样的教学方式会更能吸引学生的注意力, 让课程以学生为主体地位, 更能充分地发挥出学生的主观能动性。另外, 在教学中, 一些教师缺乏营销的实践, 所以就会出现重视理论教学, 而实践课程较少的情况。这不利于教学中一体化教育模式的开展, 也会让学生因为只掌握了理论知识而缺少实战经验, 出现工作效率低、任务不能完成等现实情况。

2. 课程内容结构不合理, 缺乏行业支撑力

营销课程是一门需要实践经验丰富的课程。在网络教学的背景中, 企业也会更加注重所需人才的网络应用水平, 这样才能更好地适应现代社会的发展需求, 所以企业对人才的网络应用能力也在逐渐提升。在高等教育中开展营销课程时, 要有针对性地提高学生的实践应用水平和网络应用能力。营销课程是一门专业性较强的学科, 但是在高等教育中开设的有关营销的课程都是一些管理类的公共课程或者基础课程。比如电话营销、市场调查与研究、商品知识等。缺乏行业的有效支撑力, 也不利于解决学生毕业后的就业问题。缺乏营销相关企业的实践应用能力, 教师在课程中讲解的案例过于落后, 不符合现今社会的发展趋势与经济的发展模式。因为在课程设置中所涉及的内容过多, 常常出现胡子眉毛一把抓的现象。虽然教学内容看似广泛, 但是容易出现所学知识内容过于浅显不够深入的现象。学生在学习专业课程后, 不能形成非常强的专业性, 就业时就会缺乏必要的核心竞争力。

三、实践能力培养下网络营销教学策略

1. 创新创业与网络营销课程相互结合提升学生实践能力

(1) 更新教学理念, 提升教学质量

新时代的发展将人们的生活状况以及行为习惯进行了改变, 同样改变了学生的学习生活, 并更新了教师的教学方式, 首先教学需要与时俱进, 掌握社会的发展状态, 掌握新时代的发展技术, 对社会发展需要进行预先的判定, 明确时代对于专业人才的需求, 其次需要加深网络营销与创新创业课程的实践能力的培养, 提升学生的网络营销与创新创业素养, 树立崇高的教师形象, 将培养创新创业精神与网络营销课程实践能力作为教师教学的主要目标, 以此提高学生的实践能力, 为学生的发展奠定基础。

(2) 加强实训基地建设, 营造创新创业氛围

学校需要依据网络营销课程与创新创业教育相融合来建设实训基地, 让学生进行理论与实践的结合性学习。其一学校需要依据社会对人才的需要, 在学校之内建设网络营销实践基地, 在实践基地为学生创设学习环境, 进行课程实践, 另一方面, 学校需要加深与相关企业的合作, 为学生创设实践岗位环境, 使得学生在实际的实践当中掌握职业技能, 完善自身的学习。

(3) 构建全面评价体系

以创新创业教育与网络营销课程教育相结合为导向的课程评价体系, 应围绕学生的理论学习、技能培养和创新创业技能发展进行综合评价。对于学生的教学评价不能只限于学生的课程学习评价, 并且还需要对于学生的学习课程进行评价, 教学评价可以通过学生的实践作业, 创新比赛等形式, 对每个创业的小组按照人才的实际需求行业的实际标准以及运营情况构建教学机构与企业的共同评价体系。

2. 任务驱动提升学生理论知识与实践能力

教师在进行教学情景的设计时, 主要是通过一个虚无使得情景的建设, 将学生的书本知识内容以及实践内容进行相互结合, 在现实与虚幻当中建设任务的桥梁, 助力于学生的知识的学习, 情景的创设需要学生提供真实的实践教学情景, 将知识与实践相互结合, 使得任务成为教学的主要力量, 使得学生产生强烈的学习欲望, 在网络营销课程当中, 教师需要设置不同的情景, 例如在教学“消费者行为学”时, 教师可以依据课程内容设置细化的情景, 使得学生进行实践, 虽然消费者的行为受到多数因素的影响, 但是消费者对于产品的认知以及评价等都能在生活当中找到真实的案例, 因此教师可以在生活当中寻找到真实的案例, 增强课堂学习的趣味性, 让学生思考和解决实际的现实性问题, 情景的设计需要将任务驱动为基础, 以此保障提高学生职业能力以及知识水平, 将理论知识结合实践相互结合, 在教学当中强

调任务的核心地位,使得教学任务分成单独的小任务形式,实现以任务驱动形式进行课程教学的创新,培养时代需要的人才。

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.通过技能比赛的平台,来提高学生的网络营销能力

并不是所有学生都能通过竞赛的方式提高自身的实践能力,只是各个方面能力都比较突出的学生才能参加比赛,学校对于学生的实践能力的培养时非常重视的,学生通过职业能力竞赛不仅能够提高学生的实践能力,并且还可以帮助学生获得职业荣誉,丰富自身的职业履历,网络营销竞赛是团队的比赛,比赛项目主要分为以下几部分:一是理论能力的测试、二是营销能力的测试、

三是实践能力的测试,这项比赛内容既能够具备理论知识,又可以进行实践能力的培养,如营销推广、灵活运用网络营销手段、网络广告制作、产品获取技巧、产品图像处理、软文功能、在线交易操作、在线客服管理等内容。因此,通过培训,学生可以更有针对性地培养网络营销的实践能力。

四、结束语

随着大数据与互联网的发展,教师要积极地顺应时代的发展趋势,改变传统的教学模式。深入学习掌握网络教学技术要求,贯彻网络教学的基础目的,为学生提供优质的课堂内容。教师要在开展营销课程时做好课程的创新与改革,坚持以学生为主体,促进师生之间的良性沟通。在教学中,注重对学生综合素质的培养,要不断提高学生的创新能力,培养学生在市场营销过程中解决问题的能力,让网络教学有机地融入高等教育,为社会培养全面人才打好坚实的基础。

参考文献:

- [1]施赵昊,许鹏程,尹茂琼.农产品+直播:农业品牌时代的网络营销路径新探索——以安徽省为例[J].安徽农学通报,2020,26(10):1-5.
- [2]张晓雯,朱旭丹,李晶,赵书煜,杨金花.网络直播平台的营销策略研究——以斗鱼TV为例[J].中国商论,2019(14):14-16.
- [3]史灵歌,孙子惠.社交媒体时代故宫文创产品的网络营销分析[J].牡丹江师范学院学报(哲学社会科学版),2018(06):18-25.
- [4]中国网络直播营销市场研究报告2018年[C].艾瑞咨询系列研究报告(2018年第3期).上海艾瑞市场咨询有限公司,2018:214-253.
- [5]车诚,戚晓琳,马万祺,邵冬雁.移动社交网络营销效果的影响因素实证研究[J].中国管理科学,2017,25(05):145-149.