

基于“营销组合”主题教学的学生就业能力培养之探究

毛静

上海对外经贸大学国际商务外语学院 上海 201620

【摘要】：我们的生活中处处都有营销活动的存在。随着越来越多的跨国公司进入中国开展跨国营销，掌握一定的营销基础知识对于大学生的未来就业极有帮助。本文从《营销英语》课程教学中的“营销组合”这一单元着手，探讨了怎样通过有效的课堂教学设计将商业社会的营销知识与“象牙塔”内大学生的就业意识培养有机结合，从而实现未雨绸缪，帮助其在日渐“内卷”的环境中储备未来就业所需的知识和技能。

【关键词】：营销组合；教学设计；就业能力

1 前言

在知识经济时代，随着知识和技术的变化日新月异，产品的更新换代周期越家迅猛，知识的时效性日渐缩短，社会对人才的需求变化也因而加剧。放眼全球，大学生就业能力相对不足极为普遍，国内高校的学生就业能力培养也不能赶上时代的节奏。

受到新冠疫情的影响，最近两年的就业市场愈加“内卷”。在本人所教授的商科专业的60名大二学生，仅3名同学明确表示毕业后将直接就业，其余57名学生均表示毕业后打算在国内外进行读研深造，以便将来在择业时更加具有竞争力。由此可见，未来的就业市场将更加激烈，但疫情也倒逼着学生开始思考自己未来的方向，这在一定程度上来说也是极大的进步，而在以往，学生们通常到大四时才“临时抱佛脚”，才开始思考就业或深造等问题。

随着人工智能等新科技的迅猛发展，一些大学专业面临着“预警”甚至将来可能被淘汰的危机。因此，如何在专业课程的设计和教学中与时俱进、未雨绸缪，对于这些专业的发展至关重要。本文以本人所教授的国际商务英语专业新课程《营销英语》中的一个单元“营销组合”（Marketing Mix）为例，着重探讨如何将商业社会运作的理论知识与“象牙塔”内的学业课程相结合，通过教学设计中的创新，使学生们增加对商业世界的认知，逐步打造就业意识，并开始思索如何储备商业社会所需要的就业能力。

2 “营销组合”教学设计阐述

“营销组合”是企业面向目标市场而采取的一系列用来营销其产品和服务的各种方法的组合。它主要包括产品（Product）、价格（Price）、经销（Place）、营销沟通（Promotion），因此，通常也被称为4P（由Product、Price、Place、Promotion四个单词的首字母缩略组成）。本人的设计宗旨是让学生了解“营销组合”中每个要素P的含义，学

习、积累与之相关的语言并能正确运用；在学习现代企业营销基础原理的同时，帮助学生不断思考如何结合变化的周围环境打造自己的营销组合，从而为满足未来的就业市场对人才的需要打下基础。

为了更好地体现上述设计理念，以下将分八个步骤阐述相应的教学步骤。

（1）上周回顾与作业检查：上一单元主题为“营销学基本概念”，所布置的课后作业之一“我对营销的理解”。能帮助学生学以致用，并能正确地认识自我。营销本质上就是通过了解、发现顾客的需要，并向顾客提供有价值的产品或服务，以满足顾客需要的过程。就学生而言，未来进入职场，就是要发现其顾客——用人单位的需求，同时，将自身作为一个有价值的“产品”有效地营销给用人单位。

（2）本次学习目标：这是本次“营销组合”单元主题教学的教学目标。在设计中，可以融入商务英语专业学生所需要把握的三大目标：①商务知识目标（“营销组合”的含义及各要素）；②语言学习目标（语法词汇拓展和运用）；③商务知识运用的目标（从四个P的角度分别进行有机运用）。因此，后续教学方案都主要围绕这三大学习目标来展开。

（3）课前热身：由于本单元的课本内容仅有两页，是对“营销组合”的直接讲解，单纯的教材学习将显得非常枯燥。通过让学生讨论分析自己是如何获取眼前的每一个产品，商家又是怎样做的，自然地导入本单元的主题要素“营销组合”。

（4）教学目标1：基本概念：这是对商务知识点“营销组合”的探究和讲解，通过使用课本上一个跨国公司的“营销组合”分析实例，可以让学生感受企业在4P中的每一个要素上所采取的策略和方法。

(5) 教学目标 2: 语言练习:这部分设计的练习,分别从词性拓展、词汇搭配、句子填空三个角度帮助实现语言学习目标,例如:Product 可引申出 production、productive、productivity 等派生词;与 Price 可衍生出 pricing、priceless 等;句子填空则可以选自企业商务报告中的 Marketing Mix 分析部分。通过这样的设计,不仅让学生直接感受现在的商务环境,同时也有助于本次商务主题相关的语言能力拓展。

(6) 教学目标 3: 概念运用:学习的根本在于“学以致用”。“营销组合”不仅能用于企业营销方法的设计,更能用于个人分析。这一步旨在通过理论联系实际,帮助学生从自己的视角把握并巩固所学的理论知识。

产品:这一概念涉及向顾客提供什么样的产品或服务。产品的特性、用途、设计、品牌、包装、售后服务等均需要考虑。作为学生,更需要考虑的是自己具备了什么样资质、能为企业带来什么用处、怎样包装自己等。

价格:这一概念涉及到顾客打算付多少钱购买某一商品或使用某项服务。企业需要根据顾客的购买能力、企业的成本和运营目标以及竞争对手的定价来决定一个合适的价格。从学生角度来看,价格意味着对就业行业薪资的大致了解以及对自身期望薪资的设置,比如:学生应该考虑未来多少年内每月应挣多少薪水方能“偿还”父母多年来对自己的各种经济投入。

经销:这一概念涉及到怎样将产品从生产地带到使用地的渠道管理,比如:顾客在哪里以什么方式可以买到某个产品、用哪种批发或零售方式、地理范围是多大、需要多大的销售力度、以什么样的方式、范围、规模出售商品等等。同样,学生就业选择时也需要考虑在哪个城市就业、有哪些招聘渠道等,从而通过各种途径将自己成功营销。

营销沟通:这一概念涉及到企业和顾客之间的沟通,即怎样让顾客了解商品、怎样说服他们购买、用什么形式的手

段(广告、促销、公关、人员销售、行业展览会等)进行宣传以及怎样策划具体的沟通方案等。学生在就业选择时,也需要结合上述问题进行思考,比如,怎样撰写好的简历和求职信、怎样准备好面试、怎样在面试中展示自己的综合素质和技能等。

(7) 单元总结:这是对“营销组合”这一主题单元的教学总结,包括对概念内在要素的理解及重要性的认识等。作为未来的商界精英和中国的未来建设者和接班人,及早规划并提升自己的“营销组合”,有助于学生在日渐“内卷”的就业竞争中脱颖而出。

(8) 课后作业布置:由于商务英语强调英语和商务并重,因此,作业的布置也需要涵盖语言和商务两大方面,以符合商务英语专业的学生培养目标。其中,学生可以分析自己喜爱的企业的“营销组合”,同时也可以四考自己的提升计划,进一步巩固所学知识,在探索中进行学习。

3 总结

从营销学的角度来看,优秀的教师就是一名营销大师,就是将自己优秀的综合素质营销给其顾客——学生,从而给其带来良好的学习体验。以上关于“营销组合”的主题教学设计,这不仅将学生对营销知识的认识和思考与英语语言技能的提高紧密结合在一起,更为刚进入大学校园的学生们提供了一个链接未来就业的平台;通过“边学边做”的方式使学生们在独立思考和团队合作中将理论运用于实际,体现了“可转化技能是就业的核心”这一理念。

此外,考虑到大一新生的特点,以上教学设计中增加了思政教育的亲和力、针对性和吸引力,使商务类的专业课程具有时代感。通过不同视角的切入,更能帮助学生充分认识自我、了解社会,从而能更好地把握当代大学生的使命,在未来的学习和工作中掌握世界先进科技知识、践行不断创新的企业家精神,真正成为独立又有担当的社会好公民。

参考文献:

- [1] 陈姣, 科特勒营销全书, 北京: 中国华侨出版社, 2013
- [2] 李静, 赵海鹏, 王铁, 试论大学生就业能力培养的方法与途径——以齐齐哈尔市高校为例, 黑河学刊, 2012, 第9期
- [3] 毛静, 试论高校课堂教学中的学生就业技能培养, 对外经贸教育研究, 2015
- [4] 唐未兵, 创新商科人才培养模式, 北京: 社会科学文献出版社, 2012
- [5] 叶兴国, 新形势下的商务英语教学与研究, 上海: 上海外语教育出版社, 2008
- [6] 卡特·法拉尔, 玛丽安娜·林斯利, 市场营销英语, 北京: 商务印书馆, 2020

- [7] 赵淑容, 目标需求视角下的商务英语专业课程体系设计原则, 中国成人教育, 2013, 第18期
- [8] 朱新秤, 论大学生就业能力培养, 高教探索, 2009, 第4期
- [9] Brumfit. C.J, 1979, The Communicative Approach to Language Teaching, Oxford: Oxford University Press
- [10] Bubin. F, 2002, 课程设计, 上海: 上海外语教育出版社
- [11] Hutchinson. T, 2002, 特殊用途英语, 上海: 上海外语教育出版社
- [12] Scrivener.J, 2002, 学习教学: 英语教师指南, 上海: 上海外语教育出版社

作者简介: 毛静(1975.10), 女, 汉族, 江苏靖江人, 硕士学位, 上海对外经贸大学国际商务外语学院 副教授, 研究方向: 商务管理、商务英语、英汉翻译

课题信息: 本项目为上海对外经贸大学 2021 年国家级一流本科专业建设点商务英语专业建设项目(项目编号: A1A-5002-21-001-001)