

新形势下市场营销专业课程教学改革的探索

◆杨仕梅

(重庆工程学院管理学院 重庆 400900)

摘要: 市场营销学既是一门理论课程,也是一门实践课程,而且它更侧重于营销实践与应用。就企业所需要的人才来说,市场营销学是一门应用型的实践课程。企业注重的不是学生能掌握多少营销学理论知识,而是能否运用所学的市场营销学知识解决实际问题。所以说,市场营销学教学改革与创新的重点是提升学生的实际应用能力。

关键词: 新形势; 市场营销专业; 教学改革

1、市场营销专业教学中存在的问题分析

1.1 市场营销的实践教学认识不够全面

一直以来,各个院校在展开市场营销专业课程教学的过程中,往往受到了传统教学观念的影响,使得大部分市场营销专业的老师以及学生们对于市场营销的实践教学认识不够全面。一些老师对于该课程的教学,在课堂上给学生们讲述很多理论知识,并结合一些比较有特色的市场营销案例给学生们进行讲解。但是,这种片面的教学形式,并不能够让学生们从中获取更多有深度的知识内容。而且有些院校的指导教师们,自身的教学观念也不够先进,对市场营销的实践教学并不够重视,在实际展开教学的时候,也并未给学生们实行各种实训课程,让学生们自身的能力无法得到提升。

1.2 学校缺乏展开市场营销教学的实训场所和设施

市场营销专业教学的展开,必须要结合各种实训课程,才能够让学生们在参与实训的过程中,更加深刻地理解这门专业的实际用途。由于院校对于该专业实践教学的重视程度不够高,也并未为市场营销专业课程的实践教学制定各种丰富的实训基地,和校外的企业之间所展开的合作也非常少。有些院校即便是带领学生们进行市场营销实训,也只是流于形式,学生们在实践过程中学习到的知识内容太少,无法将市场营销的理论知识应用在实践中,严重地影响学生们实践能力的提升。

2、新形势下市场营销专业课程教学改革策略

2.1 创新案例教学法

在市场营销课程当中,一般会使用案例来加深学生对于基本理论的理解和认知,让学生对案例进行充分地研究和讨论,但传统的教学更多的是教师对于案件情况讲述并提及相关知识点,学生并没有充分参与到案例讨论当中,需要改革案例教学法,更好地发挥案例教学法的作用。教师可以利用互联网搜集更多案例相关资料,摒弃原先单一的文字式教学模式,结合声音、视频、图像等来丰富市场营销专业课程的内容。除此之外,可以让学生对于案例进行模拟分析,以角色扮演的方式来推动学生充分参与到课堂研讨当中。

2.2 构建符合国情的市场营销学教学内容体系

国外的市场营销理论与理念虽然科学先进,但不能照搬照抄,必须结合我国的文化传统、生活习俗、政治与经济环境、技术环境来开展营销活动,即要构建符合国情的市场营销学教学内容体系。第一,将市场营销学的知识、理论讲授以及实际活动的开展与我国的传统文化联结起来,寻找市场营销学内容传授与文化背景的共同点及一致性。第二,深入企业的营销活动中,将企业成功的营销活动案例引入教学之中。第三,紧跟互联网时代发展的潮流,利用大数据开展系列创新营销模式。比如,利用大数据精准营销、利用微信进行点对点营销等。

2.3 重视实践实习场地的建设

在市场营销专业实践教学体系创新中,通过实践实习场地的建设,才能为学生开展实践教学提供一个坚强可靠的后盾以及保障,突破陈规,实现创新。第一步,院校领导要充分认识到实践教学的重要性,然后结合本校的办学特色,依据市场的变化情况,

加大实践实习场地的资金投入力度。第二步,院校领导要积极与各大企业建立长期有效的合作关系,保障学生能够在实习期间步入企业,掌握更多的知识技能。第三步,要求教师重视实践教学,能够将实践教学也纳入到考核评价中,引起学生的高度重视,激发实践教学的创新活力,为社会培养更多的全能型人才。

2.4 创新任务驱动教学模式

充分发挥学生作为课堂学习的主体作用,通过布置不同的学习任务,以小组作为基本单位让学生发挥主观能动性来解决学习中遇到的问题,完成既定学习目标。在这种教学架构当中能够很好地促进学生进行知识探究,主动查找市场营销专业课程的相关资料,以互动合作的方式进行学习,能够有效提高学生处理专业问题的能力和水平。例如,在《目标市场营销战略》这门课中,可以布置给学生对相关商品营销资料以及市场调查结果的搜集与数据比对分析,利用市场细分、市场定位、市场目标选择等专业型理论来进行营销方案的制定,每个小组呈交合作完成的方案作业。在完成作业与作业时,学生会对这个商品的市场目标先进行明确定位,根据消费需求的不同来具体制定不同的方案,选择商品类型,然后根据计划的营销方案来实践。通过团队合作、相互配合,学生能够锻炼自己与人沟通与交流的能力,形成团队凝聚力,一个专业的市场营销人才需要强有力的沟通与协作能力,满足了当前对于专业人才较高综合素质水平的要求。

2.5 建设高水平教学团队

有些院校的市场营销专业课程的授课老师水平有限,课堂效果并不能达到理想状态,需要引进一些具备高水平教学能力和专业知识的教师人才,改善当前市场营销专业教师队伍薄弱的问题。在课程教学改革中不断完善市场营销专业教师的素养水平,提高教学效率和教学能力,确保市场营销课堂的整体质量。对于教师来说,也需要不断地学习和完善自身,在当前新形势下不断学习新的理论知识、学习新的事物,以此来将前沿事务与理论知识相结合,开拓了学生的思维和对当前环境的理解与认知。教师在教授学生市场营销专业基础课程时,引导学生将理论与实际相结合,确保教学改革有效完成。对于学校来说,要对课程时间进行合理安排,市场营销的课程要在不同年级有不同的难度和针对性,确保教师在合理运用教学时间和科研时间。除此之外,教师还应该进行市场调查报告工作,包括对市场相关资料的收集、一些新的影响思路以及对当前形势的准确判断,也可以与学生共同完成这项任务,提升学生的判断能力与思维逻辑水平。

3、结语

综上所述,由于传统的院校市场营销专业在实践教学存在着很多问题,因此在今后的发展中就需要做好教学体系的创新工作,才能为社会输送更多优秀的市场营销人员。各院校可以通过课堂教学模式的创新、师资力量培养和实践实习场地的建设来创新优化教学体系。

参考文献:

- [1] 罗正公, 李英禹, 崔亭亭, 实践导向下高校市场营销专业教学改革探索[J], 经济师, 2019(02): 189-190
- [2] 康鹏, 高职市场营销专业广告策划课程教学的反思与探索[J], 南方农机, 2019, 50(02): 141

2018年度重庆市高等教育教学改革研究重点项目《“1+3+N”模式的应用型本科市场营销专业产教融合机制研究—以重庆工程学院为例》(项目编号: 182031); 2018年度重庆市教育科学“十三五”规划重点项目《“1+3+N”模式的应用型本科市场营销专业产教融合机制研究—以重庆工程学院为例》(项目编号: 2018-GX-134)。