

基于“互联网+”高职院校《医药市场营销》课程教学改革探讨

◆张 瑜

(黑龙江农业职业技术学院 黑龙江省佳木斯市 154007)

摘要: 由于互联网技术、网络技术、计算技术等快速推广、应用, 促使我国迈入了互联网+时代。为了提高高职院校教学质量, 本文将对互联网+环境中的《医药市场营销》课程教改方法进行分析。

关键词: 互联网+; 《医药市场营销》; 微课; 翻转课堂; 教改

引言: 我国在2015年首次提出“互联网+”行动计划, 为了响应国家发展需求, 高职院校在培养应用型人才的过程中, 应合理利用互联网+技术资源, 改善《医药市场营销》课程教改效果。

(一) 互联网+环境中应更新高职院校教学理念

中国社会的发展对高素质技能型人才的需求正在逐年增长, 所以, 高职院校在教育工作的开展中, 应坚持“以生为本”的教学理念, 将应用型人才设为培养目标, 将培养学生的职业能力放在第一位, 要提高对“理论+实践”教学模式的重视程度, 帮助学生掌握充足的专业知识、提高学生的实践技能运用能力。另外, 高职院校要积极开展素质教育, 重视对学生思政素质、身心健康素质等的教育培养, 要完成“基本素质、能力、专业知识”三位一体培养模式的科学构建。

(二) 互联网+环境中高职院校应更新《医药市场营销》课程教改模式

受到互联网技术广泛运用的影响, 高职院校学生在学习过程中, 时间呈现碎片化特征, 为了提高《医药市场营销》课程教学效果, 将互联网模式引入课程中进行使用, 有助于提高实际教学效果。当前, 互联网+环境下的教改模式以翻转课堂、微课模式为主。

1、基于线上线下为核心翻转课堂教学模式分析

翻转课堂教学模式主要对学生课内外学习的时间进行调整, 使学生获得了学习主动权。教师在授课中会将课堂还给学生, 学生则需要在课前结合教师制作的微课视频等, 完成课前自主学习, 课上通过交流讨论等形式分享学习成果, 并由教师为学生解答疑惑。课后, 学生可结合课堂中教师指出的重难点知识与教师制作的微视频资料等完成课后自主复习、知识巩固等。翻转课堂教学模式的出现, 使课堂教学与学生学习的传统模式发生了翻天覆地的变化。而且学生还可以利用互联网技术、设备等, 在时间允许的条件下, 足不出户就可以完成网络在线课程的学习, 从而提高自身对零散时间的利用效率。^[1]

2、基于线上线下辅助的微课教学模式分析

微课教学模式主要是教师通过对网络技术、计算机设备、大数据技术等运用, 完成对海量学习资源的整理, 使教学资源以碎片化的形成等展现在学生面前。主要包括了教学视频、教学点评及练习测试等与教学内容相关的辅助性教学资源, 师生可以在线观看微课视频, 也可以借助“互联网+”随时随地进行微课学习。微课”的主要特征为教学时间短、内容少; 主题突出、内容具体; 资源容量小、目的性强。^[2]

3、高校《医药市场营销》课程教学实践

在开展《医药市场营销》课程教学中, 可随机选择以上两种教学模式中的任意一种展开教学。教师传授理论知识时可采用实战现场教学、案例分析等方式进行; 亦或是利用网络教学平台组织学生展开网络学习。

比如, 某高校在《医药市场营销》教学中, 可开发以人工智能技术为基础的网络互动教学平台工具。该工具可以在智能手机、笔记本电脑等移动终端完成登录, 教师可向互动平台定时推送制作的微课资源及设置教学任务、作业等, 并完成师生互动。同时, 要设计评价及激励机制, 方便教师跟踪、记录学生的学习行为, 考核学生的过程性学习成果。

以基于微课教学模式为主的互动教学平台为例, 教师在《促销决策》一课教学中, 可以要求学生提前在平台中使用QQ邮箱、网易邮箱等注册账号, 然后教师在网络授课前将教学任务、资源视频上传至平台, 并通过邮箱叮嘱学生自主学习、观看; 学生收到

到邮箱提示信息后, 可结合教学资源视频自主学习、探究教学任务; 然后在指定时间参加教师主动的网络平台线上学习活动, 而教师在线上教学中可结合微课资源展开教学, 讲解重难点知识, 为学生解疑答惑, 提高学生对相关知识的理解运用水平; 课下教师应结合学生表现重新完善微课资源, 增加课后习题演练环节, 要求学生利用平台自主录制的教师在线教学视频完成知识复习后, 接受在线考核, 而教师可借助平台的实时共享功能, 及时掌握学生的考核结果, 并为学生点明不足、提供针对性指导意见。最后师生双方可利用网络学习平台, 完成互评, 帮助彼此了解自身的不足, 并及时加以改正。

(三) 完善互联网+环境中高职院校应更新《医药市场营销》课程实践教学

1、引入实训项目

开展《医药市场营销》课程教学期间, 教师要利用微课等模式完成理论知识教学, 同时要引入实践环节。

比如, 在“市场调研”一课教学时, 可用一堂课进行理论教学, 一堂课开展实践教学。教学前, 教师可通过网络教学平台为学生分组, 并要求学生自主设计调查问卷, 赶赴具体市场实施调研。另外, 应要求利用市场营销模拟软件, 虚拟具体企业状况, 感受调研至售后的真实流程。

2、增加实训基地

高职《医药市场营销》课程具有较强实践性, 高校应积极和实体企业合作, 构建校企合作实训基地, 发挥基地资源优势。

比如, 高校可组织《医药市场营销》专业学生入合作企业实训基地进行一线工作参观, 让学生感受企业文化, 或为学生安排短期的实践工作岗位, 提高学生对所学知识的实践运用水平。

(四) 积极构建优质师资队伍

1、组织教师走出去

首先, 为教师提供国家级、省级、市级培训机会; 其次, 组织教师利用假期时间, 主动去合作企业参加实践锻炼及学习活动, 提高教师的实践教学能力; 最后, 在合作企业内部为优秀教师安排专业岗位, 让教师在实践发现问题、总结知识。

2、聘请企业技术骨干入校教学

高校可从合作企业中聘请一线工作经验丰富、实践工作能力较强的人员入校教学, 从而提高《医药市场营销》实践课程教学的可靠性、有效性、说服力, 帮助学生提高岗位适应性, 改善实践教学效果。

3、完善教学质量评价体制

高校《医药市场营销》课程考核成绩为“平时成绩×30%+期末考试成绩×70%”之和, 该方式影响了学生学习的积极性。因此, 高校要完成“实践+理论”双向考核评价体系的构建。如高校可利用网络互动教学平台, 将学生小组课堂发言、技能实训展示、营销方案撰写、作业完成和诚信品质等都纳入综合考核评价, 强调过程性和全面性考核。^[3]

结束语: 综上所述, 高职院校应积极发挥“互联网+”时代的优势, 在《医药市场营销》课程教改过程中主动运用互联网+技术等, 才能使人才培养模式满足社会实际需求。

参考文献:

- [1] 互联网+视角下“管理信息系统”课程教学改革研究[J]. 张旭. 天津职业院校联合学报. 2017(01)
- [2] “互联网+”与高职旅游管理专业教学改革研究[J]. 李洪涛, 王海萍. 旅游纵览(下半月). 2016(11)
- [3] “互联网+教育”背景下市场调研课程教学改革研究[J]. 周其文. 无锡商业职业技术学院学报. 2017(01)

项目来源: 黑龙江省职业教育学会“十三五”规划课题“基于‘互联网+’的高职《医药市场营销》课程教学改革研究”(课题编号: GG170230)。