

品牌策划与管理课程教学的改革研究

◆刘 潇

(黄淮学院 河南省驻马店市 463000)

摘要: 品牌策划与管理是市场营销专业很重要的一门课程,在课程教学的改革过程中如何加强课程的应用实践性是本文研究的主要内容。本文通过对品牌策划与管理课程教学内容、教学方法,尤其是实践环节教学内容的安排及教学手段的设计进行了研究,提出了教学改革的建议和方法。

品牌策划与管理课程是一门应用性很强的市场营销专业课程,在应用型教学改革的过程中更具操作性。大多数学生对本课程的内容都有较强的兴趣,因为课程既和所学专业紧密相连,又可以帮助学生树立现代营销的理念和品牌意识,而品牌又是和我们生活息息相关的一个概念。学生通过学习能够更全面深入地了解品牌存在的意义,在当今激烈的商业市场的竞争中,品牌对于一个企业的发展是多么重要。本课程在教学过程中可以引用的案例很多,基本上每一节的内容都有相关的案例加以列举分析。在实践环节可以采用模拟品牌创建的方式来进行操作,让学生参与到课程内容的应用中。

一、在现阶段的教学过程中教学方式还是比较单一,实践环节设计不够,枯燥的理论教学降低了学生原有的兴趣。大体来看主要存在以下问题:

1. 理论教学方式单一,课程实践性不够

品牌策划与管理是一门综合了营销学、管理学、广告学、艺术学、心理学及公共关系学的课程,趣味性强,内容丰富。但现阶段本课程的讲授仍然是以填鸭式的理论教学为主,减少了学生的学习兴趣,即使那些认真听课的学生也仅是掌握了丰富的理论知识,实践能力不足。并且在课程实践环节的安排中大多是以课堂模拟实践为主,没有让学生真正的深入到社会中去体验,没有和一些企业建立长期的合作关系来为学生提供更多的社会实践机会。

2. 教师的实践经验不足

品牌策划与管理课程的任课教师大多是本专业具有丰富教学经验的老师,但是缺少实际的工作经验,因此在教学过程中难免会缺少实践经验,只是照本宣科,对案例的获取和讲解也是通过第三方资料,大多没有自己亲自经手过的案例,教学效果有限。

3. 考核方式不全面

现阶段的课程考试仍是以闭卷理论知识考试为主,即使试卷中有一定比例的案例分析操作题,对学生实践应用能力的考查还是有限的,这样的方法显然已经不适应这种应用性很强的课程考核了。需要找到更全面的考核方法来适应课程的教学改革。

二、针对课程教学中存在问题总结出了以下教学改革的建议和方法:

1. 丰富课堂教学的内容和方式,加强课堂实践教学,增加课外实践环节

在课堂教学的过程中,不仅要通过采用案例教学法激发学生的学习兴趣,让学生增加参与度,活跃课堂气氛,还要通过丰富的课堂实践活动让学生自主地分析问题,商讨方法并分享成果,以此来培养学生独立思考的能力,形成自己的独立见解。在课堂实践活动的设计上可以采用品牌模拟创建管理的方式进行,每个实践小组分别创建自己的品牌,围绕这一品牌展开一系列以课程理论内容为基础的实践活动。另外还要加强学生的课外实践体验,学校应与相关企业建立长期合作关系,为学生提供实习的岗位来更好地培养学生的实践能力。

2. 给教师提供更多的实践机会,并聘请校外专家和企业人才来校讲学

对于任课教师缺乏实践经验的问题,应分批派教师到企业中去实践,这样才能使教师在授课过程中对理论内容把握的更准确,案例的讲解也会更详尽和生动。另外教师在相关课题的研究中应该多深入企业进行调研,多参加一些学术研讨会,并聘请校外专家和企业人才来校讲学,以便了解最前沿的行业动态,积累实践经验。

3. 改革课程的考核方式

课程考核的方式上也要加以改革,在课程总分数上增加实践环节参与情况和实践成果报告成绩的分数占比,减少理论试卷成绩的分数占比,并增加课外企业实践活动成绩的分数占比,以达到更全面考查学生对课程掌握情况的目的。

参考文献:

- [1] 研讨式教学在高校教学中的应用[J]. 苗东利,雷佑安. 大学教育. 2013(01)
- [2] 现代品牌管理[M]. 中国人民大学出版社, (英) 拉福雷, 2011
- [3] 基于学生能力培养的营销教学改革探索[J]. 王芳. 时代教育(教育教学). 2011(05)
- [4] 品牌管理课程教学改革探索[J]. 安鑫丽. 黑龙江教育(高教研究与评估). 2011(03)
- [5] 创造力是广告学专业教改的核心指标——《品牌管理》课程教改初探[J]. 戴程. 教育教学论坛. 2011(28)

作者简介: 刘潇(1983.10-),女,汉族,河南驻马店市人,河南大学硕士研究生,黄淮学院讲师,主要研究方向:经济市场管理。

