

# 市场营销课程教学资源的需求与管理的研究

## ——以电信服务与管理专业为例

◆王 欣

(四川邮电职业技术学院 四川成都 610067)

**摘要:** 电信服务与管理专业的毕业生的就业方向主要是在电信运营、设备、生产等行业从事市场营销、电子商务等岗位群,主要从事电信产品营销服务、售后服务、网络营销等工作。电信服务与管理专业的学生在毕业后从事市场营销类工作的比例超过 90%,市场营销课程的就业支撑非常重要。如何建设课程的教学资源以更好的提升学生的职业能力是市场营销课程建设的重要问题。

**关键词:** 市场营销;教学资源;实训建设;校企合作

### 一、课题研究背景

市场营销课程是高职通信类下属专业电信服务与管理的核心课程。电信服务与管理专业的毕业生的就业方向主要是在电信运营、设备、生产等行业从事市场营销、电子商务等岗位群,主要从事电信产品营销服务、售后服务、网络营销等工作。市场营销课程对学生的职业能力起着重要作用。据不完全统计,电信服务与管理专业学生毕业后从事市场营销类工作的比例超过 90%,市场营销课程的就业支撑非常重要。

本课题的研究主要目的是如何建设市场营销课程的教学资源以达到如何培养适应电信营销工作要求的毕业生,使学生适应电信新业态对市场营销工作的新要求。

### 二、市场营销课程教学现状

市场营销课程是一门应用型和综合型较强的课程,旨在培养学生掌握市场营销专业基础理论和专业知识的基础上,具备从事企业市场营销活动以及市场管理的职业技能和职业道德,能进行市场调研与分析、营销策划、产品销售、客户管理、销售队伍管理等工作。由此可见,市场营销课程的教学过程既需提供相应的营销理论知识,也要提供电信营销工作过程中的职业技能。

从内容结构上看,市场营销课程也是一门集经济学、心理学、管理学等多门学科知识的综合课程。其中,营销的调研、环境分析、营销战略 STP 等侧重理论讲授,消费者心理与行为的把握,营销的战术 4P 等侧重技能训练,尤其是渠道开拓、客户关系、销售谈判等在电信营销工作中运用较为频繁。

目前而言,大多高职院校在《市场营销》授课方式上有了不同程度的教学改革,从最初的以教师讲解为主,学生参与为辅的教学状态,变更为大力发展实践教学,一定程度上提高了学生理论知识功底和实践创新能力,这是值得肯定的。

### 三、市场营销课程教学资源的拓展

何谓教学资源,是为教学的有效开展提供的素材等各种可被利用的条件,通常包括教材、案例、影视、图片、课件等,也包括教师资源、教具、基础设施等。从狭义上来讲,教学资源(学习资源)主要包括教学材料、教学环境及教学后援系统。从广义上来讲,教学资源可以指在教学过程中被教学者利用的一切要素,包括支撑教学的、为教学服务的人、财、物、信息等。而本文中正是采用了其广义的含义。

从目前各大高职院校努力的方向看,大多以建设资源库为当务之急,作为各专业建设和课程建设的头等大事。而这是从狭义的教学资源角度出发的。

笔者则认为学习资源不仅仅是教材、案例、影视、图片、课件、网络视频等学习媒介,更主要的是学习过程中让学生亲身体会电信营销过程的所有环节,从而提高兴趣,提升能力。这需从产教融合的角度,积极准备企业资源,对企业资源进行工作流程化管理,使企业资源服务于教学过程。

我院电信服务与管理专业为此建设了校内实训基地和校外实训基地。

首先是校内实训基地。按照“深入企业调研——校企共同制定建设方案——校企共同评审建设方案——方案完善定稿——硬件建设招标——专兼职教师共同参与基地建设——竣工验收”的流程,建设了电信服务与管理专业综合实训平台。电信服务与管理专业综合实训平台具备“四位一体”(人才培养、岗位培训、鉴定和认证、业务试验)功能。

专业综合实训平台由通信工程管理实训室、接入网实验实训室、宽带接入实训室、光纤传输实训室、4G(IMS)实验室、营销策划实训室、商务谈判实训室、电子商务、商务数据分析实训室和号百商旅生产性实训基地构成。

其次是校企合作的开展。我院坚持校企合作,贴紧企业办学。经过长期的合作,现在已经与中国电信股份有限公司成都分公司、成都百都科技有限公司等企业合作,这些企业可作为电信服务与管理专业的校外实训基地,他们将为本专业学生的认识实习、顶岗实习和就业提供充分的条件,以确保本专业毕业生的高就业率和高专对口率。

### 四、结束语

综上所述,对电信服务与管理专业的学生来说,市场营销课程的学习是至关重要的,而在学习市场营销的过程中,我们不仅需要提供教材、课件、案例、网络视频等学习媒介资源,更要给学生创造机会使得学生能够亲身体会电信营销过程的所有环节,从而提高兴趣,提升能力。这需从产教融合的角度,积极准备企业资源,对企业资源进行工作流程化管理,使企业资源服务于教学过程。该问题的解决需要研究校企合作的可能性,并根据不同工作过程的环节进行多元化设计。

### 参考文献:

- [1]杨雪.情景学习理论在市场营销课程实践教学中的应用[J].江苏建筑职业技术学院学报,2015,(15):70-73.
- [2]王永红,王诗瑶.基于高职教育属性的课程多元化考核理论和实践[J].职业技术教育,2015,(8):61-64.
- [3]陈晓琴.高职课程标准与职业岗位技能标准对接探究[J].职教论坛,2011(14)
- [4]王雨华.关于高等职业教育课程标准建设的思考[J].辽宁高职学报,2011(5)

