

# “互联网+”视域下市场营销课程教学改革探索

杨 丽

河南林业职业学院 河南 洛阳 471002

**摘要:** 高职的市场营销课程是最能应用到实际的一个课程。这些年,我国的营销的人才需求量和校园培育出来的人数越来越不平衡,虽然社会上非常紧缺销售方面的人才,但是营销专业的学生依旧很难就业,这就体现了学校的营销培育并不能很好地融入到社会的实际工作中。然而从学生的角度看,营销的教学内容应该以社会上的需求为教学重点,进而创新教学手段,培养出真正能为国家发展作出贡献的毕业生。所以高职在进行人才培育时一定要注重是否能应用到社会上,跟上时代发展的脚步。

**关键词:** 互联网+ 市场营销; 教学改革

## 一、前言

“互联网+”时代的不断发展,从多方面促进了教育的改革。通过改变营销模式转变其用人要求,进而为专业教育提供新的方向。此外,网络技术的发展也为教育提供了现代化教学技术,促进教育朝现代化、网络化方向发展。高职市场营销教学改革必须遵循“互联网+”时代下的变化,对教学进行彻底改革。

## 二、传统教学模式所存在的问题

### (一) 传统的教学方法缺乏吸引力

现在大部分的高校的市场营销课都在固定的教室里面,甚至还是利用非常传统的教学工具以及教师枯燥的语言表达来对学生授课,师生们受到各个方面的影响不能及时的沟通交流。但是在“互联网+”时代的条件下,学生能接收到知识的途径越来越多,不能单单只是在教师讲学生听的方式下进行学习了,一定是对更新颖的教学方式更有兴趣并且愿意进行深入的研究。比如学生日常生活中几乎人手一份笔记本电脑、手机、平板电脑,学生更愿意根据这些工具上的途径进行学习,并愿意与别人分享、探讨,同时会对感兴趣的内容深入的搜索相关知识并熟练地运用。从这个方向来说,跟随社会的互联网技术的不断进步,营销的教育方式也一定要跟着创新并改进,充分运用好互联网资源丰富的特性,让学生在掌握学科内的知识的基础上还能有自己的想法和创新能力,进而使学生的学习效率不断提升。

### (二) 互联网教学体系不完善

由于很大一部分的高职院校还没有应用互联网教学方式,即使应用了互联网教学模式时间也非常短,相关的教学体系还没有系统化的整合,所以,互联网教学方式在很多高校中还只是实验教学的初步阶段,对于设计的课程也没有很科学。实际上高职的每一堂课都有非常精准的定位,这都对学生毕业后就业的选择有很大的影响,事实上,根据当前的情况来看很多高校对于互联网教学的定位还不是非常明确。而且教师也不能给学生全面的指导和帮助,让学生接触到的知识过于局限并不能全面发展。

## 三、“互联网+”下市场营销课程的教学改革实施

### (一) 创新市场营销课程教学观念

按照高职院校的最根本的目的,院校内的教育工作者一定要顺应社会的发展适当改变教学方式,这样才能让教学更符合学生的兴趣、更适合学生全面发展,更能为社会上培养

出更多对市场有用的多方位发展的人才。在这样的要求下,高职中的营销的教学必须采用互联网教学模式,培养互联网+的视域下的营销专项人才,让学生在教学模式的改革下能更好地学习。帮助社会培养出理论知识丰富而且实践运用能力强的有用人才,同时也要对学生的各方面综合素质和精神境界的全面提升,为营销专业的学生提供更全面的教育。

### (二) 对教学以及课程进行改进

通过观察营销课堂上互联网教学的应用发现,大部分的高校都是以通识类的课堂类型为主。如果想要培养多方面的全能人才就必须培养学生的创新能力,只有这样学生才能把所学到的知识运用到社会工作中,让学生毕业后能够适应发展,所以,高校不能只教育学生最基本的技能,还要让学生懂得在原有的知识基础上进行创新,以及让学生懂得掌握如何协调好。比如,在课堂上,教师可以运用互联网的相关技术进行岗位模拟,这样学生不但能真正的掌握所学的理论,还能足够的理解并运用,使学生在课堂上就能感受到营销相关岗位的职责和技能,以此能让学生在校园内就能观察到岗位的真实状态,并提前对岗位有正确的认识。

### (三) 建立科学的教评体系。

教师在日常教学中一定要听取合理的评价,不但能让自己了解到教学方式实施的进展如何,还能提升自我能力。帮助社会的市场上培育更多专业技能强并且有职业操守的营销人才是本专业的根本任务,因此,学生掌握营销的基本知识和运用到实际中的能力,作为教师评价的标准。现在所有的营销都是通过笔试的分数来判定学生的能力,但是这样的方法不能评定学生实际应用的能力,针对这个问题一定要及时地进行创新并改进。通过高职中营销的教学内容对于评定学生的基础、实操、职业操守的方式不断改进,使教评更系统化同时减少偏差。通过现在的高职教学方法看,教评需要让学校的教师先进行理论测评,随后教师应该访问学生所在的实践单位的领导进行调查,这样才能针对学生的理论成绩和实践应用成绩进行合理的评判。对学生评价的教师应该通过互联网来对学生的掌握知识进度和应用的熟练程度进行整体的理性评价,只有如此才能让教评结果更公平且科学,掌握教学方式是否有效,进展如何。除此之外,教师还可以运用互联网为学生设立评价程序,以此来掌握学生的理论知识、应用能力、创新能力的进度,进而让学生的评价更客观、更数据化,也能更公平。

#### (四) 加强教师的技能培训, 完善教师培训模式

当今社会的各个行业发展迅速, 急需市场营销方面的人才, 所以当前的高校更需要能掌握互联网教学并且综合素质高的教师团队。因此, 想要让教师的互联网教学更熟练的应用以及互联网的教学能够更顺应社会的发展趋势, 就必须要对传统的教学方式作出改进, 让学生所学的知识能符合社会上能应用的技能。各个高校培训教师的过程中, 一定要让教师在更大型的互联网教学模式下的院校进行实习, 同时能充分的了解到互联网教学的可取之处, 还能对于已知的教学方式逐渐地优化, 同时增强相关知识的学习并且不断提升自己, 熟练掌握市场营销在互联网教学的影响下所受到的影响, 以这个为参考, 再根据今后的教学实践来不断总结并完善。

#### (五) 运用改革案例教学法。

市场营销的教学方法多种多样, 但是最常用的就是案例教学法, 让学生熟练地运用自己所学到的理论结合实际, 针对教师提出的案例进行研究并分析、深入探讨, 以此同时想出应对的办法, 进一步锻炼学生熟练地把理论应用到实践上的能力。比如, 教师在课堂上提出案例让学生学习的时候, 让学生不仅只是分析, 还要通过扮演角色来进行实践, 让学生更愿意加入到课堂的表演中, 不知不觉地就掌握了相关知

识。与此同时, 教师需要充分地运用互联网的教学优势, 向学生展示更生动具体的内容, 让学生在视觉、听觉的双重刺激下更牢记知识点, 让以往教师一味地枯燥无聊的讲解有所改观, 让学生不再逼着自己学习, 而是主动地去学习, 实现以学生为课堂主体。

#### 四、结语

总的来说, 在互联网+的视域下, 市场营销的教学模式一定要进行改革与创新, 同时也要采用传统教学优势之处, 从学生的角度出发, 并顺应时代的发展, 让学生成为社会上的可用之才, 针对高职市场营销的课程, 要以学生符合社会人才的要求为根本来创新课程, 掌握市场所需要什么样的人来展开教学, 这样才能让市场营销的人才符合社会的发展, 真正地为社会人才的培育作出贡献。

#### 参考文献:

- [1] 刘少林, 李洋. 试论“互联网+”视阈下高职市场营销课程教学改革[J]. 环渤海经济瞭望, 2019(07): 188.
- [2] 苏君. 互联网+视阈下高职市场营销课程教学改革探析[J]. 科技资讯, 2019, 17(14): 97-98.
- [3] 严莎. “互联网+”背景下市场营销课程教学改革探索[J]. 产业与科技论坛, 2018, 17(22): 181-182.

