

互联网背景下高职市场营销实践教学的优化策略

艾思辰

陕西省电子信息职业技术学院 710500

摘要: 新时代下, 互联网科技的出现, 改变了传统的商业模式。现在, 许多的年轻一代已完全融入互联网模式中去, 网上购物成为了新的潮流。传统的销售模式, 传统的广告模式, 传统的推销方式等等都被这种新潮所冲击。在互联网环境下, 高职院校的市场营销实践教学模式的变革首当其冲; 因为, 互联网环境首先改变的就是人们的交易方式和消费模式, 所以, 传统的市场营销实践教学模式, 已经落后于时代, 必须与时俱进。高职院校在市场营销实践教学中需要融入互联网模式, 才能培养出新一代具有互联网思维的高级应用型营销人才。

关键词: 互联网; 高职; 市场营销; 实践教学

随着移动互联网的飞速发展, 传统的实体经营模式向互联网经营模式转变, 使得人们的消费模式和消费观念发生了巨大的改变。这种改变, 造就了人们互联网思维的形成。同时, 给我们传统的营销模式带来了巨大的挑战和变革。作为培养应用型营销人才的高职院校应该随着互联网时代的发展, 改进自己的市场营销专业人才培养模式。着力改进高职市场营销实践教学模式, 把如何在市场营销实践中融入互联网元素, 去提升高职市场营销专业的学生的互联网思维及其实际操作能力, 从而使高职市场营销专业的学生更加适应社会企业的需求。

一、实践教学在高职市场营销专业教学中的重要作用

高职市场营销专业是以培养高级应用型营销人才为主要目标。要培养出高质量, 动手能力强, 适应社会能力强, 能够迅速为企业开拓市场, 提升业绩的高素质应用型营销人才, 就离不开高质量的市场营销实践教学。市场营销实践教学能够解决市场营销理论在实践营销环境中的应用。能够更加激发学生学习的动能和兴趣, 推动学生实际动手能力的提升, 从而使市场营销专业的学生实践能力和技能得到大幅度提升。因此, 实践教学是高职市场营销专业教学的重中之重, 更要思考在互联网模式下如何搞好实践教学工作。

二、当前高职市场营销专业实践教学的现状分析

大部分的高职院校市场营销专业开设比较早, 市场营销实践教学设施投入比较少。市场营销的老师在有限的条件下, 以理论授课为主, 以分析案例的方式来开展市场营销的实践教学。随着时代的变迁, 现在的实践教学融入了多媒体教学, 有了一些仿真模拟实训室、机房、市场营销沙盘模拟实训等。一系列的新实训条件的出现, 大大提高了市场营销实践教学的水平, 改变了市场营销专业老师纯理论教学方式。但是, 在互联网高度发展的过程中, 市场营销实践教学的条件还远远落后于时代; 不仅实践设备设施落后于时代, 而且一些老师的知识储备和理念落后于时代的发展。特别是对于条件差的高职院校来说, 市场营销实践教学的投入难以跟上互联网时代的步伐。

三、高职传统的市场营销实践教学模式受到的冲击

(一) 落后陈旧的市场营销实践设备和设施

有些高职院校在市场营销实训室的建设方面跟不上时代的需要, 没有先进的实践实训设备和实践实训室。因此, 传统简明的实训室已经不能满足互联网时代的教学要求。落后

陈旧的市场营销实践设备和设施, 已经不能够满足现在互联网时代的实践教学的需要。互联网信息技术很难融入落后的实践课堂教学中来。

(二) 纯理论式的授课方式与互联网时代脱节

传统的课堂授课模式, 老师纯理论式的授课模式已经严重阻碍了学生上课的积极性。另外, 纯理论式的授课方式将会与互联网时代脱节, 导致学生的知识层面低, 实践动手能力差, 缺乏互联网思维。另外, 在这种纯理论课的教学课堂中, 学生懈怠的时候经常发生, 比如学生上课看手机的现象就比较严重。那么, 老师们如何正确地引导, 如何把移动互联网利用到课堂教学工作来, 就显得势在必行。

(三) 缺乏实践教学工作经验

现在, 有很多高职院校市场营销专业的教师, 大部分是从大学毕业就来到学校从事教学工作, 因此, 缺乏实践教学工作经验。市场营销老师的实践教学经验, 来源实践工作的经历。如果实践经历缺乏, 特别是在互联网时代, 没有经历互联网营销的实际工作, 就很难把互联网元素带入市场营销实践教学的课堂。

(四) 市场营销专业人才培养模式落后

有些高职院校市场营销专业在制定人才培养方案的时候, 没有对现有互联网时代企业需要什么样的营销人才进行充分有效的调研与论证。只是把传统的人才培养模式照搬到了现有的人才培养方案里面。这样的话, 在实践教学上不寻求突破和创新, 在人才培养模式上就很难跟上时代的需要。培养出来的人才就难以适应企业的需要, 难以适应社会的需求。

四、互联网背景下高职市场营销实践教学的优化策略

(一) 将互联网元素融入学生日常的学习和生活中

互联网时代, 在学生的生活学习中, 网络已经成为不可或缺的元素; 高职院校很多学生利用网络, 不是为了学习而是玩游戏, 看抖音, 刷视频等等。那么营销专业的老师, 该怎样去利用手机网络来正确的引导学生利用移动互联网平台进行学习和实践: 利用一些互联网平台, 来调动学生学习的积极性和动手实践能力, 从而改变学生使用手机的陋习, 使学生在日常的学习和生活中过得更加充实。

(二) 市场营销教学的课堂中要大胆去尝试拥抱互联网拥抱信息化

高职院校市场营销专业的老师们要勇于打破传统的课堂

教学模式,由封闭式的教学环境走向开放式的教学环境。互联网是没有界限的,是开放式;我们在市场营销教学的课堂中要大胆去尝试拥抱互联网拥抱信息化。比如:在教学过程中,要让学生参与到课堂教学中来,可以利用慕课和翻转课堂的方式来进行课堂教学,来进行营销实践活动,丰富实践教学课堂,丰富实践教学方法,丰富实践教学内容。使得营销实践教学更加有趣,更加能够锻炼学生的实践动手能力,更具有互联网营销思维。

(三)建立健全教师培训体系,定期进行互联网实践教学方面的培训

有些高职院校市场营销专业师资力量薄弱,教师队伍结构不合理,缺乏互联网教学思维,不能够很好开展互联网实践教学。因此,在高职市场营销教学工作中,要建立健全教师培训体系。做到定期对营销专业现有教师进行互联网实践教学方面的培训,不断提升营销老师的互联网实践教学水平。另外,外聘一些社会经验丰富的,实践能力强的,有着互联网思维的人才。特别是要吸引具有企业实践经历的企业一线的专业人才,以他们丰富的专业技能来充实营销师资队伍。可以和企业建立人才互通渠道,让学校的老师有机会去企业锻炼、学习,获取一些前沿的社会实践经验。同时,邀请企业的专家到学校做兼职教师,讲座等,把他们丰富的实践经验带给学生。通过融通,使得市场营销专业的老师更具有互联网思维,教学方式更具有互联网手段。

(四)市场营销专业人才培养模式应加快融入互联网元素

高职市场营销专业人才的培养,需要紧跟时代的步伐,才能培养出适应社会需求的应用性人才。互联网时代,完全颠覆了传统的营销模式,完全改变了人们的消费观念,完全改变人们的消费习惯。那么,在培养互联网时代的营销人才,就要打破传统人才培养的模式与体系,融入新的互联网元素,让学生掌握互联网营销技能。在教学过程中,市场营销专业的老师应该把微信推广、抖音推广、微视频等新的营销模式

带进课堂,让学生能够在课堂去学习去钻研这些新型的推广模式。既能丰富课堂实践知识内容,又能拓宽学生的互联网运营能力。另外,加强与地方特色产业的融合,把地方特色产业融入市场营销实践教学环节中。学生通过互联网营销平台的学习和操作,把地方特色产品通过平台进行推广,不仅能够使地方特色产品得到推广,也能够使学生获得互联网营销实践经验。因此市场营销专业人才培养模式应加快融入互联网元素。

总而言之,新时代,高职市场营销专业实践教学应该与时俱进,跟上时代的步伐和趋势。互联网新技术下,改变了传统市场消费模式,形成了新的市场特色,高职市场营销实践教学融入互联网元素势在必行,为高职市场营销专业的实践教学提供新的技术支撑。市场的不断快速的变化势必推动市场营销实践教学的变革,推动企业对市场营销人才需求的质量提高,那么,高职市场营销专业实践教学就要融入新的互联网元素,培养更多更好的适应社会、适应企业需求的高素质人才。

参考文献:

- [1] 李宗梅. 高职市场营销专业实践教学创新探究 [J]. 中外企业家, 2020 (28): 159.
- [2] 石国强. 高职市场营销专业实践教学模式探讨 [J]. 科教文汇 (下旬刊), 2020 (11): 30.
- [3] 周玲. 多元文化视域下教师教学效能实证研究 [D]. 武汉: 中南民族大学, 2020.
- [4] 杨子刚, 刘奇, 成颖, 马若男. 民办高校市场营销专业实践教学模式研究 [J]. 课程教育研究, 2020 (09): 19-20.
- [5] 苏维超. 谈现代教育中市场营销教学存在问题及对策 [J]. 科学与信息化, 2020 (5): 75-76.

