

# 职业院校汽车营销类专业课程信息化教学改革路径探索

董志会 李响

长春汽车职业技术大学 吉林 长春 130013

**摘要：**随着信息技术的迅猛发展和汽车市场的日益繁荣，汽车营销行业对高素质人才的需求越来越迫切。职业院校作为培养汽车营销人才的重要基地，必须紧跟时代步伐，积极应对市场变化，不断深化汽车营销专业课程的改革。信息化教学作为现代教育的重要方向，具有资源丰富、交互性强、效率高等特点，为职业院校汽车营销专业课程的改革提供了新的契机。因此，本文通过深入研究分析了当前职业院校汽车营销专业课程教学现状，提出了几点有效的信息化教学改革策略，以期能够为我国培养更多营销专业人才。

**关键词：**职业院校；汽车营销专业；信息化教学；改革路径

引言：汽车营销作为现代服务业的重要组成部分，对人才培养提出了更高的要求。然而，当前职业院校汽车营销专业课程信息化教学仍然存在一些问题，如教学资源分散、教学方法单一、缺乏实践环节等。这些问题制约了信息化教学优势的发挥，影响了教学质量的提升。因此，探索职业院校汽车营销专业课程信息化教学的改革路径，对于提高教学效果、培养符合市场需求的高素质人才具有重要意义。

## 1 职业院校汽车营销专业课程教学现状

### 1.1 以传授专业知识为主的浅层学习

首先，知识传授过于注重理论，缺乏实践环节。课堂教学仍以讲授营销理论知识为主，忽视了将知识内化为实际技能的训练。学生获取的大多是书本上的概念和原理，缺少真实的营销场景锻炼，理论与实践严重脱节。这种单一的知识灌输式教学，难以让学生掌握实际的营销技能，无法满足企业对复合型人才的需求。其次，课程内容呈现较为封闭<sup>[1]</sup>。现有的课程设置往往局限于营销学科本身，缺少与其他相关学科的交叉融合。然而，汽车营销实际工作往往需要多学科知识的综合运用，如心理学、数据分析、新媒体营销等。课程内容的封闭性导致学生获取的知识面过于单一，难以拓展综合视野，制约了创新思维能力的培养。最后，实训环节建设滞后。虽然一些职业院校已经建立了校内实训基地，但由于投入有限、设备陈旧等原因，很难模拟真实的营

销工作环境。同时，校企合作开展的实训基地建设进展缓慢，学生缺乏在企业一线的实操锻炼机会，仅停留在书本知识的浅层次。

### 1.2 教学方法和手段设计单一

首先，教学方式过于传统和僵化。目前，多数课堂教学仍沿袭填鸭式的教师讲授法，缺乏新颖的教学设计。教师在课堂上长篇累牍地讲解理论知识，学生处于被动接受的状态，难以主动参与和互动。这种单向输出的教学模式，不利于激发学生的学习兴趣 and 主动性，也无法培养学生的实践操作能力和创新思维。其次，教学手段缺乏多元化运用。现有的课堂教学过于依赖传统的板书和课件展示，鲜有其他辅助手段的运用。缺少情景模拟、案例分析、角色扮演等生动形式，难以将抽象的营销理论知识具体化、形象化，学生无法真切感受实际的营销工作场景。同时，新兴的信息技术手段在教学中的应用也不够广泛，无法调动学生的多种感官参与，课堂氛围呈现单调乏味的状态。此外，教学评价方式也过于单一。目前的考核评价主要依赖期末闭卷考试的成绩，缺少过程性评价和多元化评价方式。这种评价方式无法全面反映学生的实际能力水平，也难以对教学效果进行有效反馈，制约了教学方法和手段的持续优化。

### 1.3 缺少学习痕迹的积累

首先，课堂学习过程中缺乏有效记录。在传统的课堂教学模式下，学生往往被动接受教师的知识传授，缺少主动思考和提出问题的环节。学生对所学知识的理解和疑惑，很少得到有效记录和梳理，知识在学习过程中很容易遗漏和丢失。这种单向输入式的学习方式，无法形成知识的内化和系统积累。其次，实践学习环节缺乏过程跟踪。虽然部分学校开设了营销实训课程，但对学生实训过程中的学习体会和技能掌握情况，缺乏有

**作者简介：**董志会（1982年-），男，汉族，吉林省长春市人，硕士研究生。研究方向：职业教育教育管理、汽车营销。

**备注：**本文系吉林省2021年度职业教育与成人教育教学改革研究重点课题；课题名称：创新创业创造教育推动高校教育教学改革研究；课题编号：2021ZCZ060。

效跟踪和记录<sup>[2]</sup>。学生在实训中遇到的问题和困惑，往往难以得到及时解答和指导，错误行为模式也可能逐步加深。缺少对实践学习过程的全程跟踪，学生很难形成系统化的实操技能积累。此外，缺乏学习素材的长期保存。在现有的教学模式下，学生在课堂笔记、实训报告、作业等学习素材往往是一次性的，缺乏长期保存和持续积累。这些宝贵的学习痕迹被遗失和浪费，学生无法在此基础上不断修正和完善，难以形成知识体系的系统构建。

## 2 职业院校汽车营销专业课程信息化教学改革的有效策略

### 2.1 改变观念，多部门配合提升教师运用新媒体技术的能力

首先，需要转变教育理念，树立信息化教学的重要性认识。部分教师仍存在重理论轻实践、重课堂轻课外的传统观念，对信息化教学缺乏足够重视。必须从思想上达成共识，充分认识到信息技术与教育教学的深度融合，是提高教学质量、培养创新人才的必由之路。只有教师内化这一理念，才能主动拥抱信息化教学改革。

其次，需要加强学校、教研室等多部门的协同配合。信息化教学改革不应是教师的个人行为，而需要整个学校的大力支持和全面推动。学校应当制定顶层设计，明确改革目标和实施路径；教研室要组织专门力量，研发信息化教学课件和资源；多媒体中心要提供技术保障，维护硬件设备；后勤部门要营造适宜的网络环境等。只有各个环节密切配合，才能形成合力，扎实推进改革。

此外，需要加大培训力度，系统提升教师的信息化教学能力。虽然绝大多数教师都能熟练运用办公软件，但真正掌握新媒体技术、开展翻转课堂、搭建在线教学平台等能力仍然欠缺。必须开展针对性的能力培养，既包括理论知识培训，也要有大量的实操演练，并设置阶梯式培训，因材施教。同时还要引入教学能手传帮带，形成师徒制培养模式。

最后，还需要建立长效激励机制，调动教师主动学习和应用信息化教学的积极性。可以将信息化教学业绩纳入教师职称聘任体系，并在课酬、评优等方面予以政策倾斜。同时，也要加大宣传力度，树立信息化教学的示范典型，充分体现荣誉感，形成正向激励。

### 2.2 采用创新灵活的教学方法和手段，激发学生主动探寻知识

首先，要大力推广启发式、探究式等互动式教学模式。传统的填鸭式教学已经无法适应新时代学生的学习

需求，必须转向以学生为中心的互动式教学。教师应当扮演知识的引路人和启迪者的角色，通过提出开放性问题、设置情景案例等方式，引导学生主动思考、探索知识<sup>[3]</sup>。同时，运用在线讨论、头脑风暴等互动方法，鼓励学生勇于质疑、积极发言，培养其创新思维能力。

其次，要推广翻转课堂等先进的教学模式。借助在线课程、微课视频等信息化教学资源，将课堂知识传授的环节前移，学生可以在课前自主学习。课堂时间则用于讨论、实践和答疑，让学生成为学习的主体。这种颠覆式的教学模式，不仅让学生拥有自主学习的权利，还能引导其养成终身学习的习惯，激发其主动探索知识的内驱力。

此外，要积极采用情景模拟、虚拟仿真等生动形式。汽车营销专业具有很强的实践性，需要将理论知识落实到实际工作场景中。通过构建虚拟的营销实训环境，让学生身临其境地模拟各种营销工作流程，不仅可以增强学习的直观性和趣味性，更能培养学生动手实践的能力。同时，也要鼓励学生利用网络资源，主动搜集营销案例和数据，开展案例分析和数据挖掘，培养实战应用能力。

最后，还要积极利用移动互联网、大数据等新兴技术。比如，可以搭建在线学习社区，让学生随时随地通过手机等移动终端参与讨论和交流；利用大数据分析技术，对学生的学习行为和效果进行精准测评，并根据结果及时调整教学方法。这些创新手段的运用，必将极大激发学生的主动学习热情。

### 2.3 创新教学管理方法，监控学生的网上学习情况

首先，需要构建智能化的在线学习平台<sup>[4]</sup>。传统的线下教学管理方式已无法满足信息化教学的需求，必须借助智能化平台实现在线教学全过程的监控和管理。该平台应当具备课程资源库、学习行为跟踪、数据分析等功能模块，让教师能够实时掌握每位学生的学习进度、完成情况、测评结果等数据，并根据大数据分析结果调整教学策略。同时，平台还应设置师生互动区，方便师生在线交流答疑。

其次，需要建立个性化的学习路径推送机制。基于大数据分析，平台可以对每位学生的知识结构、学习特点进行精准分析，并推送个性化的学习资源和路径。对于学习能力较强的学生，可以推荐拓展学习资源，引导其主动探索；对于学习能力欠缺的学生，则应及时纠正其不当学习行为，推送强化练习和重难点课程。通过个性化推送，最大限度激发每个学生的学习潜能。

此外，还需要加强师生网上互动交流。教师要主动

在线解答学生的疑惑,并鼓励学生之间互帮互助、集体讨论。同时,也可以邀请业内专家加入在线社区,为学生答疑解惑,分享实践经验。通过师生、生生、专家生

之间的互动交流,不仅可以加深知识理解,更能培养学生的实践应用能力。

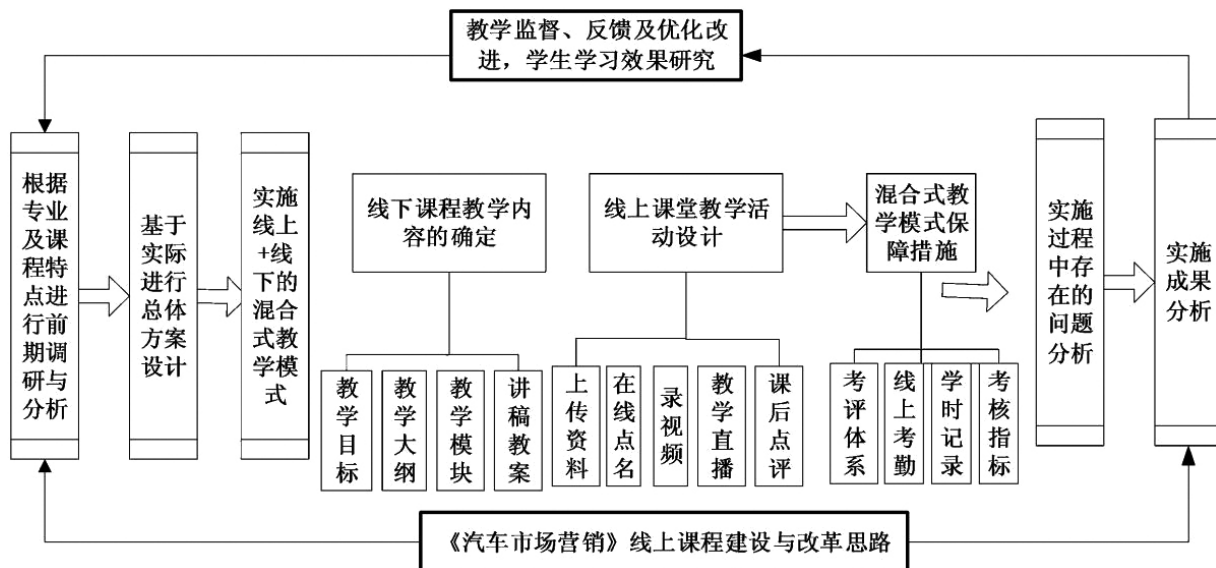


图1 《汽车市场营销》基于在线开放课程改革的设计思路

#### 2.4 建立基于教学目标的多元化的评价模式

首先,需要明确不同教学目标,并设置相应的评价维度。汽车营销专业课程的教学目标不应仅限于知识传授,更应侧重培养学生的实践操作能力、创新思维能力和职业素养等。因此,评价体系需要涵盖知识掌握、技能训练、素质养成等多个维度,既包括理论考核,也要重视实践环节评价;不仅关注学习效果,还要评估学习过程和学习态度。只有这样,才能促进学生全面发展。

其次,要建立多元化的评价方式。传统的单一考试评价方式已难以满足需求,必须结合信息化教学特点,采取灵活多样的评价手段,如可以设置在线测验、学习分析报告、操作技能考核等形式;引入同伴互评、自我评价等方式<sup>[1]</sup>;运用大数据分析技术,对学生的在线学习行为进行量化评估等。通过多元评价,可以全面反映学生的真实学习状况。

此外,要建立学习过程性评价机制。在信息化教学模式下,学习已不再是一次性的知识接收,而是一个不断探索、获取知识的循环过程。因此,评价必须渗透并贯穿于整个教学过程,对学生的线上线下学习行为全程跟踪、及时反馈,并将结果纳入最终评价。这不仅可以促进学生持续学习,也为师生提供了改进教与学的契机。

最后,还需要将评价结果与激励机制相结合。可以在课程学习平台设置学习总积分、学习贡献值等指标,

并与课程通过挂钩,作为毕业证书评定、学分认定、奖学金评定的重要依据。通过这种方式,不仅可以树立典型示范,激励学生主动学习,还能调动广大师生的教学热情,形成良性循环。

### 3 总结

综上所述,职业院校汽车营销专业课程的教学改革是提高教学质量、培养高素质人才的重要途径。在未来的发展中,职业院校汽车营销专业应紧跟时代步伐,不断探索和实践信息化教学改革的新路径,为培养更多具备现代营销理念和实践能力的高素质人才做出积极贡献。

#### 参考文献

- [1]李晶.基于职业教育信息化的汽车营销专业课程教学改革[J].汽车实用技术,2023,48(20):168-172.
- [2]卢宝常,徐红举.“互联网+”背景下职业院校汽车技术服务与营销专业数字化教学改革的行动效果研究[J].信息系统工程,2023(10):150-153.
- [3]陈满生.试论职业院校汽车专业课程的教学改革[J].科技风,2013(7):185-185.
- [4]向聪.教育信息化背景下高职汽车营销与服务专业教学改革[J].汽车测试报告,2023(3):131-133.
- [5]杨瑶.汽车营销专业课程线上线下混合式教学模式探究[J].广东教育(职教),2023(4):129-131.