

市场营销专业模块化实践教学模式构建研究

刘 珊*

湖南医药学院, 湖南 418000

摘要: 社会在进步, 企业对人才的需求也越来越高, 教育领域随之开始重视实践教学, 以提高学生的综合能力。实践教学可以使學生熟练运用专业知识, 打开思维空间, 找到切入点, 将问题顺利解决, 保证了授课质量, 也有利于形成创新意识, 跟上时代发展潮流。市场营销专业中, 学校结合自身实际情况着手构建专业模块化实践教学, 通过审视以往授课的成效, 找到其中的不足, 根据市场需求进行一系列地优化, 同时也明确课程目标, 运用多样化的手段, 培育出全能型的人才, 以适应企业岗位要求。学生在全新的教学模式下, 接触到真实的工作环境, 看到市场营销专业未来的发展前景, 通过实践正视自身的优缺点, 有方向地去改进, 逐渐成长为社会需要的有用之才。

关键词: 市场营销专业; 模块化; 实践教学; 创新模式; 研究

一、前言

市场营销, 英文是Marketing, 又称作市场学、市场行销或行销学, 市场是商品经济的范畴, 是一种以商品交换为内容的经济联系形式。对于企业来说, 市场是营销活动的出发点和归宿。截至目前, 我国开设市场营销本科专业的院校已有1000多所, 为了适应市场竞争对高等教育人才培养的目标要求, 高等学校应坚持主动适应社会经济发展的需要, 把教育教学质量及毕业生在人才市场的竞争能力作为高等学校生存与发展的根本条件。市场营销专业人才的职业能力包括市场调研能力、制定营销战略能力、营销策划能力、设计拓展管理营销渠道能力、促销与市场推广能力、服务营销能力等营销能力, 以及沟通协调能力、创新能力、管理能力等。新时代下, 营销观念已深入到众多领域中并彰显出其优势, 市场营销专业人才逐渐受到了企业的青睐。面对社会的迫切需求, 各学校开始重视对市场营销专业人才的教育, 但却忽略了实践能力的提升, 使学生走出校门后在就业方面遇到了诸多问题, 需要及时解决^[1]。为此, 学校转变了观念, 开始构建专业模块化实践教学模式, 促进市场营销专业人才综合能力的提升, 以适应社会发展需求。

二、市场营销专业模块化实践教学模式构建的内容

(一) 明确营销专业教学目标

教学改革前, 学校要了解学生对专业技能的掌握情况, 与企业对市场营销岗位的实际需求做比对, 找到其中不足, 以此明确新的目标, 为构建实践教学提供准确的方向^[2]。学校明确了市场营销专业毕业后的主要岗位, 例如, 信息收集、销售、策划人员等, 根据岗位需求的能力设计模块化实践课的体系。根据教学目标, 学校结合学生实际情况准备了课程标准、实践计划、大纲等, 着手开始新的教学方式, 以跟上时代发展潮流^[3]。教师授课时, 根据模块化实践内容, 向学生展示完整的理论框架, 言明可能参与的实训等, 有一个初步地了解后调节好状态去体验新的教学方式。学生的专业技能在模块化实践课中逐步提升, 与企业的真实需求一致, 提升了教学质量。模块化教学体系如下图1所示。

(二) 模块化实践教学的课程分类

实际授课中, 教师将实践教学合理分类, 做到模块化, 使学生朝着符合企业市场营销岗位能力的方向发展^[4]。

1. 教师要传授基本的操作技巧, 以严谨的态度为方向, 提升学生解决问题的能力, 强化其思维。

*通讯作者: 刘珊, 1982年02月, 女, 瑶族, 湖南怀化人, 就职于湖南医药学院, 中级讲师, 本科。研究方向: 市场营销。

2. 设计相应的培训环节，学生在参与过程中接触到了新颖的内容，重燃热情，愿意去探索，综合能力得到锻炼。

3. 给学生提供真实的工作环境，使之调整好心态参与到团队合作中，通过实践打开思维，形成创新意识，通过探究来实现，专业能力逐渐提升。

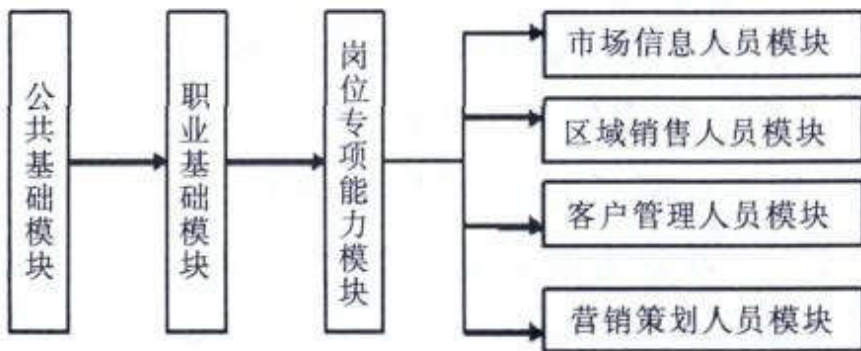


图1 模块化教学体系

（三）调整教学顺序

模块化的教学中，教师应以营销岗位的工作流程为指导，合理安排授课顺序，使学生更好地参与进来，专业能力得到逐步的强化。教师可以采用职业基础、公共基础模块并行的手法，根据完整的岗位工作任务开展授课，对学生进行有方向的引导^[5]。例如，市场信息员的教学模块下，要包含市场调研、预测、统计等内容，符合真实的岗位能力需求。实际授课时，教师可以借鉴信息员的工作过程来调整教学内容的顺序，先开设统计学，让学生进行调研信息的分析，然后锻炼其商务写作能力。学生拥有了写作、统计的能力后，教师可以接着进行更深入的市场预测等教学，鼓励学生设计调研方案，提升其营销专业技能。学生在实践模式中，运用所学的知识，完成了系统而又完整的营销任务，了解到未来岗位的工作流程，形成了综合能力，更好地展现出专业性。

（四）校园实践场地的建设及企业合作

实践教学的理念下，学校加强了实训室的建设，同时与企业进行了沟通，给学生创造了实习的机会^[6]。教师通过人员推销、营销策划等实训室开展相应的模拟授课，学生利用先进软件接触到较为真实的场景，去解决问题，完成任务。模块教学下，教师要恰当的使用情境方式，带领学生进入营销操作，形成新的体验，应对突发状况，灵活运用所学内容。实训情境中，学生思维运转，找到切入点，迸发出创新意识，通过尝试去验证结果，形成了探究能力^[7]。教师根据岗位技能，有方向地引导学生进行实训，专业能力逐渐提升，具备了实战的条件。教师安排学生到企业中见习，在真实的工作岗位下体会市场营销专业的操作流程，看到了未来发展前景，认识到社会对人才的需求标准。校企合作中，学生通过参与工作借鉴了老员工的技能，找到了自身的不足，不断改进，朝着正确的方向发展，成长为全能型的人才。模块化教学结束后，学校安排学生到企业中去实习，保证将来零距离的参与到工作中，为社会输送实践能力强的人才。

（五）实践教学评价体系的构建

市场营销专业模块化实践教学体系构建下，需要根据实际情况制定多种类型的教学评价，以了解改革后的授课成效，做到及时优化，满足企业的真实需求。教学评价要做到多样化，不仅需要以实践的结果为依据，还要融入学生的平时表现等，体现了全面性，提升教学质量^[8]。根据教学特点进行考核时，需要检测学生实践时的操作过程，对知识的运用方式，结合岗位的实际需求去对比，给予恰当的分值，改变了以往只看考试成绩的评价手段。教师鼓励学生在平时的实践中对自身先进行评价，审视整个市场营销实践的过程，做到细化，找到其中不足，设计出相应的改进措

施,逐一去实现,提升综合能力。

三、市场营销专业模块化实践教学模式的完善对策

(一) 激发学生自主性

以往的市场营销授课中,学生参与度不足,教师讲述时感到吃力,教学质量不佳。模块化实践教学,教师需运用多样化的手段,重燃学生热情,更好地参与进来,提升授课效率^[9]。市场营销活动是一个集体协作的方式,需要团队的每一位成员共同努力,才能构建出新颖营销思维,将商品顺利推广,提升了企业的经济效益。呆板的课堂变为实训,学生从中感受到市场营销的魅力,通过顺利完成任务产生成就感,愿意去探究更多的推广方式,做到创新,跟上时代发展需求。实践中,学生主动参与,为了能更好地完成任务,教师可以将其分组,选出每组的领导者,分配好组员的职责,制定团队规则等。学生在分组教学下,主动沟通,分享自身的想法,互相指点,调整好心态,共同去完成任务,体会到团队的优势,正确认识个人价值^[10]。教师还可以组织营销竞赛等活动,提升学生参与度,通过比对看到自身的缺点,有方向地去改进,使团队的实力逐渐增加,形成了阳光向上的教学气氛,做到了健康成长。

(二) 增加教师队伍的实力

市场营销专业模块化的教学模式构建中,教师队伍的实力也应随之提升。学校要组织教师参与到企业实践中,了解营销岗位的能力需求,接触到较新的理念,增强了专业性,才能传授给学生^[11]。学校还应引进具有营销经验、动手能力强的教师,进行适当的教学讲座,分享经验,提升整体师资队伍的综合素养。为了让学生的专业能力逐步提升,学校可以聘请营销经验丰富的兼职教师或引入企业优秀技术人才来校进行多方指导,提升教学水平^[12]。企业讲师从生产实践中总结出典型的案例,引入到讲座中,学生了解了真实的情况,在日后实践里融入团队一员的角色,提升了营销能力。学校加强了与企业之间的联系,讲师将营销中的问题进行归纳,编写为相应的资料,使教师提升了实践教学的水平。

四、结束语

市场营销专业的教学改革中,教师结合学生的实际情况给其创造了实践的机会,在真实的工作环境下运用所学知识去解决问题,使之思维高速运转,探究到了更深的内容,提升了综合能力。市场营销实践教学的策划若能遵循市场规律,充分利用主客观条件,顺势而为,则能充分调动学生的学习积极性。有效地提高其实践能力。学生全新的教学模式下形成了正确的团队观念,处理好人际关系,愉快地参与到实践中,为将来步入工作岗位提供了帮助,逐渐成为长社会需要的全能型人才。

参考文献:

- [1]石青辉,邢增东.基于“互联网+”的市场营销专业课程教学创新研究[J].高教学刊,2019(25):33-36.
- [2]宁维英,梁颖.基于应用导向的旅游管理专业《市场营销学》课程教学改革研究[J].科技经济导刊,2019,27(34):138-139.
- [3]周玲.基于营销工作岗位能力需求的市场营销学教学改革研究[J].中小企业管理与科技(下旬刊),2019(12):92-93.
- [4]郑建英.中职市场营销专业实训实践教学的若干思考——以福建省某中职学校为例[J].现代经济信息,2019(23):356+358.
- [5]谭方方.浅谈《孙子兵法》在《医药市场营销技术》实践教学改革中的应用[J].产业与科技论坛,2019,18(23):176-177.
- [6]张荣荣.新商科背景下“翻转课堂”在市场营销学课程中的改革与教学实践[J].福建茶叶,2019,41(11):35.
- [7]陈颖,谢凤华,祝振华.市场营销专业“职业经理人”教育教学实践体系知识共创改革[J].高教学刊,2019(22):117-119.
- [8]李林.市场营销专业实践教学体系的优化与重构——对接应用能力培养[J].重庆科技学院学报(社会科学版),

2019(06):102-105.

[9]李晓颖.基于超星泛雅平台的高职《市场营销实务》混合式教学模式的研究与实践[J].教育教学论坛,2019(46):256-257.

[10]夏黎.新零售背景下的应用型本科《市场营销学》的教学改革实践——以武汉商学院为例[J].教育现代化,2019,6(90):50-51.

[11]谈剑峰.汽车检测与维修专业课程五年制教学衔接的探索与实践——以中职课程:《汽修配件管理与营销》、高职课程:《汽车市场营销》教学衔接为例[J].中国新通信,2018,20(22):199-200.

[12]宋婉静.高职院校市场营销专业人才培养改革与实践——以商丘职业技术学院“3563”教学体系为例[J].三门峡职业技术学院学报,2017,16(04):59-62.