

产教融合视域下“新媒体营销”课程教学研究

刘冰婷

辽宁工程职业学院

摘要:在新时代背景中,我国营销领域发生了重大的改变,即新媒体营销出现。教育行业中教学工作者为提高教学实效,增强学生的本领,需要将产教融合作为当前教育改革的趋势和目标,对面向学生设定的实训内容的设计和构建进行优化,这样才能使产教融合背景下的新媒体营销课程教学执行的更有意义和价值,并达成培养学生实践能力和创新思维的目标。本文主要对产教融合背景下新媒体营销课程教学方法详细研究。教师可以通过分析现有营销类课程中实训课程体系的不足和问题,利用先进的教学观念和丰富的教学经验,完善实训内容体系,保障教学质量和效果。

关键词:产教融合;新媒体营销;课程教学

【DOI】10.12252/j.issn.2096-627X.2023.12.162

引言

在产教融合背景下,新媒体营销课程教学教师为顺应社会经济高速发展对应用技术型人才的迫切需求,可以带领学生学习社交媒体营销、内容营销、搜索引擎优化、移动营销、视频营销等营销新方法。除了可以切实的引领学生紧随时代发展的步伐,朝着人才的方向发展,还能通过促进教学的改革创新,让新媒体营销课程教学在产教融合背景下,通过加强生产与教学之间的相互渗透和融合,推动产业转型升级和创新发展。

一、产教融合的概念

产教融合涉及产业和教育以及人才的深度合作,总体而言,是一个多维度的概念。其中,从产教与教育融合方面出发,在此之间,产教融合主要强调产业与教育之间的密切联系和协同发展。教师可以通过在教学过程中,将产业需求和趋势引入教学课堂教学内容优化中,可以在产教融合背景下,培养学生具备满足产业发展需要的知识和技能,让教育工作为产业提供智力支持,为社会提供人才保障。另外,从生产与教学的融合出发,在此之间,产教融合要求生产与教学之间相互渗透融合。教师可以在优化教学工作的过程中,通过让学生参与实际的生产过程确保学生在亲身参与实践时了解生产流程和操作规范,进而,达成培养学生实践能力和相应的职业素养的目标。从课程内容与职业标准的对接方面出发,在此之间,产教融合强调内容为课程内容与职业标准之间的对接。相关教学工作者可以通过将职业标准和要求渗透于课程教学内容之中,并在此基础之上,优化教学形式,可以通过让学生将所学的知识与技能与职

业岗位的需求相匹配,让职业标准在课程内容中的引入,有助于规范和指导课程内容的设计与开发,使教育工作执行能够有价值,提高人才培养力度。产教融合之所以在社会发展新阶段被广泛提出,主要原因在于我国为兴办教育和发展企业以及发展经济,提出政策指导方向,以便于促使过去校企合作和工学结合的育人模式发展为现代社会发展环境中的产业与教育融合发展的重要理念。实现教育与产业同频共振的前进,实现学校与企业的共赢发展目标。

二、我国现阶段产教融合的发展现状与新媒体营销课程教学的问题

目前,我国为促使教育行业持续培养适应社会发展环境的优秀人才,已然在逐步发展形成学校教育与企业深度合作的过程中,将教育生产和生产劳动、素质养成和技能历练集于一体,以此形成教育和行业导向,促使我国产教融合进入2.0时代。

即便在产教融合背景下,部分教学工作者依据教学所需,对教学模式做出了适当的改变,并通过加强教育工作与产业发展之间的联系,促进人才形成规范。但是,部分学校教育思想比较落后,教学工作者的教学理念并不先进,也得不到有效的专业提升,导致新形势下新媒体营销课程教学存在选择的问题。其中,以课程教学体系落后为例。在产教融合发展背景下,我国新媒体行业逐渐发展成熟,对此,社会中诸多新兴事物也随社会的变化而更新迭代。但是,部分学校在开展教学工作的过程中,受落后教育观念的影响,忽视社会变迁,在开展营销课程教学方式时,仍然沿用传统教学方式与成

就落后的教育理念，除了会导致教学工作无法跟进时代的发展，彰显教学意义，还会由于落实的教学举措，由于缺乏前沿概念和思想，限制学生提高实践能力，让学校培育的营销人才无法满足社会发展需要。另外，以营销类课程教学手段单一为例。在现如今社会发展环境中，数字化技术飞速提升，许多学校和教师会通过引进先进的硬件设备和利用先进设备优化教学，构建高效率教学课堂，满足培养现代化人才的需要。但是，部分学校依然受传统教育思想的影响，仍然将教学工作停留于板书阶段。如部分教师会在开展营销课程教学中，完全依赖板书形式，或者，部分教师针对新媒体营销课程这门新兴学科，并不会在优化教学工作的过程中将热点实事及时引入，只局限于书本内容，浪费课堂教学时间，让课堂趋于平淡，导致学生无法真正了解并掌握学科的价值内涵。以课程教师师资匮乏为例。产教融合背景下，市场营销大体发展迅速，市场营销专业教学相较于其他热点学科起步较晚，所以，存在教学工作中没有太过于雄厚师资队伍的问题，导致部分学校并不能在开展新媒体营销课程时，配备专业教师，无法保障教学质量。另外，若学校中新媒体营销教师专业知识欠缺，那么不仅不会充分的对学生进行教育指导，还会由于自身不了解产教融合的重要性，无法面向正确的方向加强教育与产业之间的融合，限制我国营销界朝着更好的方向发展。

三、产教融合背景下新媒体营销课程教学措施

产教融合背景下新媒体营销课程教学措施有许多，教师可以根据学生的不同学习能力和课堂教学工作开展的相关需求，对适合应用的手段精准落实，促进教育与产业之间的有效融合，培养高素质人才。以下论述的内容便是对产教融合背景下新媒体营销课程教学有效措施的详细列举，仅供参考。

1. 强化教师队伍的素质水平

产教融合背景下，教师需要具备与新时代背景相符合的教育观念优化教学工作，这样才能保证教学的实效性。此外，新媒体营销课程本身具备较强的专业性，教师也要确保自身具备较高的素质水平，方可强化教学意义。对此，新媒体营销课程教学工作者可以根据运用新媒体手段开展教学与改革是教师在新媒体时代背景下需要具备的基本技能，加强学习理论知识，强化引导学

生开展实践的能力，这样才能在教学工作开展前，依据教学所需和学生学习的实际状况，为学生准备好教材、准备好教学方法、准备好实践环节的，确保课程教学的顺利开展。同样，在实践教学中，教师也可以利用自身逐渐提高的素质能力，为保障教学内容与时俱进，利用最新和最前沿的营销理论和实践知识，促使课堂教学内容和相关形式灵活转变与运用，强化学生的营销技能。当然，教师通过不断学习和提升自我，还可以在市场营销课程教学中积极提高学生的人文素质，如通过加强思政课程与课堂教学内容的融合，让学生在经济全球化背景下工作时，不仅是对产品进行简单的销售，也可以正确的扩大产品价值，助力学生获得全面发展。

2. 加强理论与实践的结合教学

教师在课堂上单方面输出理论知识，并不能强化学生对理论知识的学习理解性，反而会让感受到课堂学习的枯燥感，影响学生的学习效果。新媒体营销课程教师可以通过在产教融合背景下，加强理论与实践的结合教学，编输出理论知识，边引导学生在良好的实践学习环境中对知识正确运用，基于营销理论是市场营销和心理学以及传播学等多种学科交叉所产生的，而新媒体营销实践是现代社会经济发展中的企业现实实践，让学生在实践中对新时代营销情况精准把握，强化学生规划内容和短视频拍摄以及内容策划编辑和公众号运营等方面的能力。例如，教师进行理论输出时，首先可以让学生了解新媒体营销内容主要包含的方面，如（1）社交媒体营销。产教融合背景下，社交媒体是新媒体营销中比较常用的手段之一。许多企业会安排相应的营销人员通过社交媒体平台与用户进行互动，通过不断增加企业产品与用户之间的黏性，维护用户的忠诚度，不断促成交易。（2）内容营销。内容营销同样也是产教融合背景下新媒体营销的有效手段之一。相关工作者在促进内容营销时，主要以内容为核心，通过多种形式的渠道向用户传递品牌信息或者产品的详细信息，提高用户对企业和产品的熟悉度，促成交易。（3）搜索引擎优化。搜索引擎优化简称为seo，可以有效地优化网络内容和结构，有完善信息和提高信息曝光率的应用优势。在产教融合背景下，一些具有先进发展思想的企业会通过搜索引擎优化，提高网站在搜索引擎中的排名，进而提高网站流量和曝光率，利用有效的营销方式，促成交

易。(4) 移动营销。移动营销是社会中移动互联网普及所形成的可以为企业宣传推广的重要手段。许多企业为促进交易,提高发展效益,安排相应的营销人员,通过手机应用和短信营销以及移动广告等方式,让品牌信息和所销售的产品详细信息传递给用户。有利于提高用户的黏性和忠诚度,让产品销售更有保障等。其次,带领学生参与实践性较强的企业工作环境,让学生在实践对所学的理论知识尝试运用,可以通过丰富学生的时间锻炼机会,让学生把握新媒体营销技巧,并在此基础上,接触符合社会发展新时期的新型新媒体营销技巧,开拓营销路径,如(1) 视频营销。视频营销显而易见,是销售者通过视频形式向用户传递相关的品牌信息和产品信息,该营销方式可以通过吸引用户的关注和转发,提高用户的黏性和忠诚度,提高企业产品的销售额。在产教融合背景下,新媒体营销教学工作者也可以通过引领学生学习视频营销方法,让学生通过合理利用视频广告和短视频以及直播的形式,生动形象的展示企业形象和具体的产品信息,提高品牌知名度和好产品的曝光率,成为营销人才。(2) 病毒式营销。病毒式营销是通过让需要传递的品牌信息或产品信息像病毒感染一样快速传播和外扩散,深入群众大脑,并获得客户的广泛传播,提高产品的营销额,满足营销需要。新媒体营销教学工作者也可以在现阶段社会发展环境中,运用大众的积极性和网络,指导学生学会将需要营销推广的信息内容以病毒式展开扩散,将信息内容在短期内散播到大量的人群中,如果在多个平台进行广告植入或者促进公众号推广。除了可以让学生学习到有效的新媒体营销方式,还能通过提高学生实际操作能力和参与度,让其朝着人才的方向不断发展。(3) 直播营销。直播营销主要是由主播在网络上边直播边带货,通过直接进行线上挂链接的方式,进入直播间接性的介绍产品,促成销售。教师进行直播营销教学时,可以让学生根据直播营销的优势,如身临其境,制造沉浸感,学会优化具体直播服务流程,例如产品、景观特色、实地硬件设置(比如酒店房间配备,景区实景观测等)让用户感受到具体的细节,为用户打造出身临其境的场景化体验,从而可以制造用户沉浸感,让用户共享这场感官盛宴,实现辐射范围的最大化。或者,根据直播营销能消融品牌与用户间的距离感,学会运用展视互动直播营销,全方

位实时向用户进行最为直观的品牌制造、部分生产流程、企业文化的塑造和交流等,让用户对品牌的理念和细节也会更为了解,就能直观地感受到产品和背后的文化,自然而然的企业拉近了与潜在购买者的距离。

3. 优化教学实践的环境

在产教融合背景下,新媒体营销课程教学工作者为更好组织学生进行市场营销教学实践,也可以通过科学合理的优化教学实践环境,如对目前已有的市场营销课程培训基地完善优化或者,借助校企合作,以企业运营项目为模型,开发满足学生学习需要的项目培训。可通过从多方面和多角度建立有助于培训项目实施的校园培训环境与软件,让学校开展的新媒体营销教学课程,具备较强的开展意义,促使学生通过有实习和工作的机会,逐渐成为行业领域的人才。另外,教师组织学生参与校外实训活动的过程中,可以通过为学生提供在线商店的供应或技术知识,让学生在产教融合背景下丰富的学习条件。除了可以促使学生获得更好的发展,还可以使我国职业教育产教融合动力机制得到更好的构建研究。

结语

总之,在产教融合背景下,新媒体营销教师对教学方法改革创新,除了可以让优化的教学举措满足产教融合背景下的教学要求,能通过将先进数字技术纳入教学课程中,以及将多样有效的教学新方法精准落实,完善新媒体营销课程教学机制。从整体上,让新媒体营销教学为社会培养高质量综合人才奠定基础。

参考文献

- [1] 李竞. 新形势下高职“设计色彩”课程改革初探[J]. 淮南职业技术学院学报, 2022(04): 51-53.
- [2] 潘陆益. 我国职业教育产教融合动力机制的构建研究[J]. 中国农业教育, 2021(3): 55-58.
- [3] 张莹, 周静. 职业教育产教融合需求分析与推进建议[J]. 云南农业大学学报(社会科学版), 2021, 11(6): 122-126.
- [4] 马铮. 新媒体营销课程教学现状与优化策略[J]. 营销界, 2020(38): 95-96.
- [5] 王一如, 余碧蓉. 新媒体营销课程教学改革与实践探究[J]. 现代职业教育, 2020(28): 152-153.