

创新中职市场营销教学 促进学生职业能力培养

朱 弦

(重庆市綦江职教中心 重庆 401420)

【摘要】 本论文主要研究和探讨中职教师的工作任务和教学方法,着眼于中职院校目前所应用的教学模式。在新的环境和形式下,中职院校应该明确专业的教学目标,不断丰富教学手段,完善教学体系,重视创新实践在教育工作中的作用,从而保证其市场营销教学的可持续发展,同时使中职院校可以更好地培养出一批批满足社会发展要求的营销人才。

【关键词】 创新; 中职院校; 市场营销

市场营销需要对市场营销的规律进行研究,是一门综合性非常强的科目,很好的学习市场营销,能够使学生对市场营销工作得心应手,应对工作中的重重困难,高效地解决相关问题。现如今随着经济的发展和时代的进步,市场竞争越来越激烈,因此市场营销策略也越来越复杂,旧的营销策略已经远远无法满足现代社会的市场,已经远远落后于时代的发展。在这种情况下就需要中职院校改变现有的教育模式来迎接和应对新的市场营销模式。如何改进现有的教学模式让学生更好地适应未来的市场,是中职院校重点关注的问题。

1 市场营销教学中现有问题

目前学校对于营销课程的设置中,重点在于市场营销活动与生活工作相结合,将市场营销主要划分为前期的策划和调查,后期的客户服务与产品销售,根据这一划分对学生开展相关的教学工作。学校针对教学条件不断进行改进,并且根据学校的教学实际,自己进行了教材的编改修整工作,同时学校合理利用网络资源,增强教学的广泛性,提高学生的知识广度。即使在不断改革教学方式与内容,学校的教学还是有一些缺陷和问题。

1.1 教师的专业素养有待提高

现如今国内许多中职教师仅仅只是高校毕业生,并没有进行过专业的培训与指导,没有任何工作经验就上岗担任教师,甚至有些对于理论知识的学习也是模棱两可。对于市场营销方面的教学,不仅需要老师有着极强的专业技能,同时还需要老师有着一定的工作经验,至少要参加过市场营销的实践活动,这样才能更好的亲身授课。在中职院校中组建一个专业知识和实践经验丰富的教师团队,是提高中职院校市场营销教学的重中之重。其二,学校作为一个小型的社会中职院校销售专业的老师可以在校园中可以举行各种各样的销售活动,比如,每当有新生来临、校运会、元旦、中秋节等重大节日老师可以让学生自己组织活动来推销自己批发来的物品,这些物品都是学生通过市场以后选择的物品。然后通过自己的营销模式来推销自己的物品,推销的地点可以是校内或者校外形式不定。通过这样的方法可以锻炼学生的策划能力与推销能力。

2 实行营销教学策略创新以提高学生的营销水平

2.1 营销教学的变化应从中职院校开始

对于学生而言,中职院校的学习和生活体验对他们的未来规划有着重要影响,在这一时期应帮助引导学生使他们养成良好的学习、思考和处理问题的习惯。因此这就要求该时期的教师拥有扎实的专业知识功底、优良的学生组织能力、专业的教学素养,并且能帮助学生养成良好的职业观,使其拥有能合理规划自己职业生涯的能力。

2.2 高品质教资团队的建立

高品质教资主要包括四个方面:其一,教师应具备良好的与学生沟通交流的能力,并且能时常与学生交流,即时了解学生的心理思想状态,对学生思想上遇到的困惑及时解答;其二,教师要注意对学生进行适时适度的引导,培养学生对营销策略学习的积极性,保持健康积极的心态去自发的学习掌握营销理论知识;其三,帮助学生加深对理论知识的理解,积极激励学生去参加校内组织的各种实践活动,增加学生的内在涵养;最后,教师团体

本身也要有深厚的内在涵养,积极参与学校组织的各类活动。除此之外,教师也可以自行组织班级课外集体活动,以保持和提高学生的学习积极性。但就目前而言,中职院校中满足以上特性的教师团体是极少的。因而,院校在招聘营销学教师时,除了关注其对专业知识的掌握水平、教授能力、道德素养外,还需关注教师对专业知识的实践能力,以利于对学生的言传身教。

2.3 教学过程应贴合实际应用需求进行调整

教师在教学时要深刻理解其进行教学的目的,摆脱关于教学的旧思想的束缚,用新式教学方式培养出与新时代契合的新一代营销人才。新式教学注重教师对新媒体设备手段的应用,提升学生的视野,因地制宜地对学生能力进行培养,这就需要教师在教学时有一套合理而高效的教学策略。

2.4 教学中应注重培养学生的创新能力

市场是变化的,所以在营销教学中就该注意培养学生对变化事物的适应能力,即注重学生实践能力的培养。现下,“互联网+”在各个行业都有着极高的热度,中职院校需加强与企业的合作,积极促进学生与企业的合作发展,提高学生的实践创新能力。

2.5 对想创业的学生进行实训

创业应该是很多人的梦想,要想创业的具备的条件有良好的抗压能力、充足的资金、知识能力的储备,所以学校要对学生实际的培训投入适量的资金让学生学会投资,聘请优秀的老师进行知识的教育和抗压能力的培养,学校还要提供条件让学生实际的创业活动有老师指导学生执行遇到的各种困难需要学生自己克服。

2.6 建立营销考核体系

实践是检验真理的唯一标准,想要提高学生对于营销的兴趣,并不能仅仅联系实际生活就能够做到的还需要建立完善的营销考核体系,老师可以通过各种方式来考察学生掌握营销知识的掌握情况。可以通过开卷、闭卷、课堂提问等方式来考察学生的综合能力也可以加深学生对专业知识的储备,有效提高学生营销能力的全面发展。

结束语

对于中职院校营销专业教师在进行授课时一定要注意培养学生的营销手段、营销技能的培养一定要对学生进行实际的锻炼对于新改革的营销方式进行创新,让学生具备更高更全面的营销职能。

参考文献

- [1]王敬.基于工作过程的中职《市场营销》课程开发研究[D].湖南师范大学,2016.
- [2]王宇.案例教学法在中等职业技术学校《市场营销学》教学中的应用研究[D].贵州师范大学,2018.
- [3]张贺怡.探究性导学案在中职《市场营销学》教学中的应用研究[D].贵州师范大学,2018.
- [4]陆泽锦.信息化技术在中职市场营销教学中的实践应用[J].现代营销(信息版),2019,06:96.
- [5]张小萍,田真平.中职“市场营销”课程SPOC教学模式构建[J].职教通讯,2019,08:53-56.