

巧方面,也值得我们学习和借鉴。如《小石潭记》是游记中的佳作,我们可以用它来指导学生学写游记。

三、增强文本理解

在传统的文言文教学教法呆板,极大部分教师教学文言文时,总是固定的教学模式,教学中一揽子包。为了不让陈朽的教学模式占据课堂,文言文教学不应贪多求全。在课文熟读成诵的基础上,引导学生理解课文,增强理解能力。文言文教学的一般操作,要进行抓点突破,文言文的教学应把握一词多义、词类活用、古今异义等八点。当然,这要视文章而定,一般每篇文言文只要按照这几点去探索训练,不能漫无目标,这样容易增强学生对文言文的理解能力,学有所得。同时,也会使学生在未学文言文之前,能够把握每篇文言文的预习方向,能够给教师教学带来轻松,课堂活跃,增强师生互动,教学有声有色。学生在疏通文意时,往往“顺理成章”,语意不通,易造成习惯错误。教师在教文言文时,应引领学生摸索归纳,了解各种特殊句式。比如:文言文《邹忌讽齐王纳谏》中的形容词意动用法句“吾妻之美我者,私我也”,其中的“美”就理解为“认为……为美”,属形容词意动用法。如果单独把“美”理解为“漂亮”语意就不通;对于成语挖掘,像《鱼我所欲也》文言文中,引领学生深挖,就会挖掘出成语“舍生取义”“嗟来之食”,教师借机引导学生理解这两个成语的含义,这样既能拓展知识视野,又能理解文章的主旨。要做到诸点,学生应不断把握内容,熟悉内容,才会水到渠成,增强对文章的理解能力。

四、利用有效资源

新课改理念指出“积极倡导自主、合作、探究的学习方式”,所以语文教师要懂得利用有效的课程资源,来为我们的教学服务。我们可以发动学生到图书室里看

看报刊杂志或者利用网络资源等查找有关古诗词的资料,从而加深学生对古诗词的理解。例如李白、杜甫、白居易、范仲淹、苏东坡、辛弃疾……这些大诗人的很多资料学生自己可以查到的。如果长期坚持下去,这些做法会培养学生自主学习、主动探究的好习惯,而且还调动了学生的学习热情,充分体现学生的主体作用,我们应该提倡。科学技术的日益发展,使得现代信息技术飞速进步。视频、FLASH、PPT等教学手段丰富了教学内容。合理运用多媒体,可以激发学生学文兴趣,拉近学生与课文距离,多媒体网络环境中文言文教学将丰富的文字、图片、音视频等素材引入语文课堂,借现代信息技术的力为文言文教学所用。利用声音、图像、文字、颜色等,向学生头脑中输入鲜明生动的立体表象,由此传递语文信息,当然更为形象具体,学生能耳闻其声,目睹其形,大脑皮层形成并保持广泛的兴奋点,显然有利于学习兴趣的保持和学习效率的提高。

总之,初中生在学语文这门学科时,要把文言文学习作为学习的重点,教师们一定要把握好教学尺度,采用正确的教学方法,着重发展学生的学习积极性和求知欲,培养学生们的自主学习能力以及创造力,对文言文的教学进行有效地设计,在新课程的改革中,为初中语文文言文教学找到一条高效的道路。

参考文献

- [1]庄桂芳.初中语文文言文教学策略探究[J].考试周刊,2020,(66):65-66.
- [2]秦海燕.初中语文文言文教学策略研究[J].语文课内外,2020,(18):302.
- [3]高群.浅析初中语文的文言文教学方法[J].中国校外教育(上旬刊),2020,(6):85.

让商务礼仪成为市场营销的敲门砖 ——如何在对口单招市场营销专业中实训商务礼仪

籍艳梅

(睢县职业技术教育培训中心 河南 商丘 476900)

[摘要]中国是李礼仪大国,从远古时代到今天,礼仪一直都受到了人们的重视。礼仪就是行为习惯的体现,在平常的生活中,到处都可以看见礼仪的影子。在商务活动中,礼仪更是不可或缺的。商务礼仪是指在商务活动中出现的行为习惯。文章主要是对在对口单招市场营销专业中实训商务礼仪进行分析,希望能给教育者提供一些借鉴。

[关键词]对口单招;市场营销;商务礼仪

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-6261.2020.05.669

社会经济在不断发展,人们对文明方面的要求也越来越高,商务活动也明显增多了,于是就出现了商务礼仪。商务礼仪能够推动商务活动的实施。在市场营销专业中,工作人员在运用营销方法解决各种各样的困难,在面对客户中也是如此。

一、商务礼仪

礼仪在平常的生活中是行为习惯的体现,涉及个人、商务、服务和社交方面的礼仪。商务礼仪在商务活动中是非常重要的,工作人员在商务活动中展现出商务礼仪能够受到客户的关注,同时还能展现出所在企业的文化。在社会经济不断发展的今天,商务活动数量在明显增多,中国和其他国家商务往来也很频繁。因此,对商务礼仪要求越来越严格,需求也非常多,礼仪在市场营销中变得非常重要。工作人员展现出很好的商务礼仪不仅能够展现出自己的形象,还能展现出企业的形象。商务礼仪在不断推动商务活动的发展。

二、市场营销

现在是货币流通时代,在市场中,经营理念在不断更新,市场营销也有了更大的发展空间。比如,现在有很多写网络小说的人,也就是人们所说的网络写手,在没有名气的时候。他们写的小说都是挂到网上让人们免费观看的,在经过时间的沉淀后,市场已经被有名气的写手占领。这样看来,名气比作品可能更有影响力,这就是市场营销带来的效益。

三、在对口单招市场营销专业中实训商务礼仪

(一) 提升学生的个人素养

在营销中,人们首次见面最重要的就是衣着和言谈,从这些方面能够推断出对方的性格,从而对地方有初步的了解,这体现了初次见面的作用。在初次印象下,就算在以后的交往中某些方面发生了改变,但是初次印象还是很难改变的,这样就很难进行再次定位。因此,教师在教学中应该注重提升学生的个人素养,给消费者留下比较好的印象,这样消费者会产生好感,这样就能推动营销活动的发展,也会得到别人的信任。但是,在谈判工作中,只有初次印象是不够的,学生要想谈判成功还需要做好细节。在谈判过程中,学生要善于观察对方的行为举止,并对对方做出判断,当然也要能够改变对方对自己不好的印象,从而保证获得比较好的谈判结果。从这里可以看出,学生步入工作岗位后代表的是企业,他们的个人素养是企业素养的体现。因此,在商务活动中要想让对方对自己有很好的印象,应该在衣着和言谈方面都有比较好的表现,对对方做出应有的礼仪,这样消费者才会对学生和企业认可,从而推动营销活动的实施。

(二) 运用商务礼仪

教师在训练学生的商务礼仪时,应该注重衣着和言谈。比如,在给消费者打电话时,要做到基本的尊重,尽量放慢语速,说话应该做到清晰;在与消费者握手时,应该由职位高的先伸手;在向他人介绍自己时,地位低的要给地位高的先做介绍;在给别人递名片时,需要用双手递交。教师要注重给学生讲授商务礼仪中的众多细节,这样才能让学生在营销活动中做到游刃有余。

(三) 从知识、能力和素养方面对学生评价

知识就是学生的经验,通过思想内容的形式展现出来,也是发展能力必备的前提。学生在课程中需要学习大量的知识,既涉及营销理念、法律以及人际关系和社会角色等;当然最重要的还属专业知识和理论。市场营销专业的学生应该学习实

务、营销技术、商务礼仪,这样才能对营销活动中出现的各种问题很好地解决。

能力:能力主要是指专业技能,包含着具体动作,主要是指行动方式,专业技能是个人能力的前提。销售人员除了应该具备演示、操作能力,还应该学会怎样与消费者交流、与其他同事合作,以及开发管理客户。

素养:销售在社会角色中是比较复杂的,教师不仅要注重提升学生的文化素养,还需要增强学生的心理素质,能够灵活应对客户,在面对高强度的工作时还应该展现出很好的身体素质,不断精进自己的业务素质。

(四) 完善课程结构建设

制定科学合理的专业培养计划。根据调查显示,企业认为学生掌握的知识并不能为其带来太大的效益,但是,学生需要在学习中具备较强的专业能力,这样才能增强自己的求职信心。对口单招学校应该充分考量课程特征,制定科学合理的专业培养计划,找到特色培养学生的道路。另外,在教学方法上,学校也应该努力变革,提高学生的能动性,让学生能够对知识充分进行思考。

提供给学生参与实践的途径。当前学校教学中让学生实践的时间和机会非常少,学生可以实践的机会只有发传单等体力劳动,而且大部分实训又比较理论化,主要是围绕营销活动写出营销方案,是比较形式化的,这样就无法提升学生的能力。还有的学校虽然有实训基地,但是也偏于形式化。在课程体系建设中,学校应该安排好实训的课程,这样才能推动学生学习能力的提升。

提升学生独立思考素养。教师在给学生传授知识的基础上,还应该注重提升学生独立思考素养。可以由班主任组织学生成立兴趣小组,为学生提供实践活动,不应该开设过多的实训课程,应该给予学生独立思考的实践,让学生浏览图书馆中的藏书。

(五) 创新教学方法

虽然商务礼仪知识比较简单,但是实用性比较强,教师主要是对学生的能力进行训练。教师在对实训商务礼仪时,应该注重创新教学方法,运用多元化教学手段,激发学生实训的兴趣。比如,教师在给学生讲授姿态礼仪的知识时,可以将反面案例融入课程中,先选择两名男学生到讲台上,运用口令的形式,让学生跷着二郎腿、不断地抖腿,并向学生提出这样的问题:“两位学生的坐姿合格吗?”学生纷纷摇头。这时候教师在向学生传授正确的坐姿:“上身挺直、目光平视、肩平头正,不能跷二郎腿……”教师运用反面案例能够让商务礼仪在学生的脑海中留下深刻的印象,从而构建完整的商务礼仪知识,丰富商务礼仪经验,并提升学生学以致用的能力。

结语

教师要想让学生在考试中取得很好的成绩,不仅要注重提升学生的个人能力,还应该提高学生的品行。学生在考试中不仅要关注营销方法,还要看商业礼仪,试卷中的人是否展现出了商务礼仪,是否给消费者留下了深刻的印象,是否带来了相应的利润。

参考文献

- [1]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.
- [2]吴蕾.商务礼仪在市场营销中的作用分析[J].纳税,2018,12(31):224.