

“以赛促教”提升高职《营销策划》课程实践性探索

时培凤

济南工程职业技术学院 山东 济南 250000

【摘要】高职《营销策划》课程属于市场营销专业学生的核心课程，在具体的教学工作中，实施“以赛促教”，即以职业技能、知识竞赛促进职业教育，可以有效地深化该课程教学实践性质，给学生带来别开生面的职业化学习模式。并且，在竞赛式教学与营销策划课程相互整合的过程当中，学生也会对具体的课程内容、职业技能、专业分析能力、营销策划能力等形成更加深刻的认识，进而有助于学生职业应用能力的培养与发展。本文具体探索以赛促教的基本思路与其提升高职《营销策划》课程实践性的基本路径。

【关键词】以赛促教；高职；营销策划；实践性

【DOI】10.12252/j.issn.2096-6261.2021.11.1183

前言

作为高职院校市场营销专业的核心课程，《营销策划》本身具有较强的应用性与实践性，故而在具体的教学过程中，教师要善于将该课程的应用性能与实践性能凸显出来，促使学生灵活地应用自身所学知识开展真实的营销策划，增强自身策划能力、专业能力、创新能力锻炼与综合发展，从而更好地成长为具备良好“工程思维能力”的高能力、高水平营销专业应用型人才。这也是现阶段高职院校人才培养工作对于《营销策划》课程教学的根本目标与学科设置内涵所在。“以赛促教”，顾名思义则是指通过职业竞赛来促进职业教学改革创新发展的一种教学模式，以职业竞赛活动来适当地替代传统知识灌输式课堂，那么无疑能够极大提升学生的专业实操能力与自我学习能力。而通过“以赛促教”教学，高职《营销策划》课程的实践性也能够得到进一步提升，学生在竞赛活动中会更加深入、全面、客观地了解与营销策划有关的方方面面，不仅有助于专业教学工作质量提升，还能够深化锻炼学生们的创新能力与营销专业综合能力。

一、《营销策划》以赛促教教学体系设计思路

以赛促教在《营销策划》课程教学中的应用事实上就是将具体的课程教学内容与相应的学科竞赛活动项目有机结合起来，如全国大学生广告艺术大赛（大广赛）、全国高校市场营销大赛等，此时，传统的教师授课、学生听课教学模式直接被扭转，学生通过学科竞赛更好地发挥出了自身在专业课程学习上的主观能动作用，并且在具体的学科竞赛活动当中，学生学习能力、专业应用能力、实践创新能力也能够得到更好的锻炼。常言道，无规矩不成方圆，以赛促教模式在具体营销策划教学工作中的融合与渗透也需要有健全完善教学体系的支撑。就现阶段而言，我国大部分高职院校在开展以赛促教教学时，通常强调“过程式教学”，即在学生一边学习营销策划理论知识、策划书基本框架、要求等基本内容的同时，鼓励学生积极借鉴相应的学科竞赛案例，并主动投身于各类竞赛活动当中。

以每年举行的全国职业院校技能大赛（高职组）市场

营销技能为例，每年的竞赛命题当中都包含有与营销策划相关的竞赛要求与竞赛命题，那么在高职院校以赛促教的营销策划课程教学工作中，教师也可以鼓励学生参与到这一国内级别最高的学科竞赛活动当中。在以赛促教教学体系基本设计上，则可以将该教学体系划分为“两条主线”与“三个阶段”，两条主线分别为教师教学主线与学生任务主线，其中，教师教学主线主要包括“对营销策划理论知识的讲授→营销技能比赛命题与规则研究→营销技能比赛营销策划案指导→针对学生竞赛活动参与情况、结果等作出总结与评价”；学生学习主线内容则一一对应教师教学主线内容，为“学习营销策划理论知识→选定参加营销技能比赛的营销策划命题→在教师指导下完成命题分析、调研以及策划案设计、撰写、排版、制作、提交等一系列竞赛活动流程→回顾参赛过程进行过程与结果总结评价”。那么以赛促教体系的三个阶段也显然是理论知识准备阶段、参赛实操阶段以及总结评价阶段。从整体教学体系设计上，两条主线与三个阶段并行，教师与学生全身心地投入到整体的竞赛活动过程当中，此时以赛促教、以赛代练目的实现，而教师与学生自身的职业能力也都能够得到有效地提升。

二、以赛促教提升高职《营销策划》课程实践性的基本路径

以赛促教教学并非简单地将竞赛活动、竞赛式教学引入营销策划教学课堂上，在整体的教学过程当中，教师需要从教学目标、教学计划、教学内容、教学方法以及教学评价方方面面的教学工作角度切入，充分考虑以赛促教的基本要求与教学特点，为学生构建更高质量的知识学习课堂。

（一）具象教学目标

营销策划课程教学目标通常是依照学生市场营销专业综合能力培养所设定，那么在落实到具体的营销策划课程教学工作当中，这类型的目标则会有一定程度的主观、模糊性质，教学目标的非具象化，就会直接影响后续教学计划、教学内容、教学评价等教学过程，影响学生整体课程学习质量^[3-4]。而在以赛促教课程模式下，教师则可以结合具体的竞赛活动、竞赛内容来为学生制定出更加具体的课程自目标，例

如“培养学生独立或协作完成营销策划方案的能力”、“培养学生营销策划组织协作与策划演示的能力”、“培养学生策划实施与营销实战的能力”等。此时，在具体的学科竞赛活动中，学生也能够朝着更加明确的目标实现自我能力的逐步提升。

（二）整合教学计划

在制作教学计划时，可以根据以赛促教教学模式引入相应的设计思路，科学地整合竞赛式教学与课程教学衔接途径。在课程教学计划中，教师要考虑营销策划课程中不同教学章节、教学课题的教学分配与安排，尽可能将学科竞赛中的关键节点与理论课程教学内容相互结合，如将学科竞赛中的“创意宣讲”流程与教学过程中的“策划创意训练”环节相结合；将学科竞赛中的“策划方案制定”与教学过程中的“策划专题实调”相结合；将学科竞赛中的“竞赛答辩”与教学过程中的“策划评价”相结合等。由此可见，在具体的教学与竞赛活动过程当中，教师教学节奏可以适当地与学科竞赛环节相适配。做好教学计划整合，就能够将营销策划理论教学与学科竞赛活动整合为一个相对独立却又相互统一的有机整体，进一步为具象化的课程教学目标实现提供了有效的框架支撑，此时，以赛促教教学效果也自然而然得以增强。

（三）实践教学内容

从本质上说，以赛促教就是要将学科竞赛的实践任务、过程方法以及策划评价等内容与营销策划课程的实践教学环节结合在一起，那么在具体的课程教学内容上，除了根据具象化教学子目标与整合性教学计划进行深化设计之外，教学内容的安排也可以按照学科竞赛中所涉及的实践点而划分成不同的内容模块，通过模块化教学来进一步提升课程实践性。例如，可以将整体的营销策划课程划分为“策划理论”、“策划组织”、“策划实践”三大模块，策划理论模块，学生实践内容主要围绕资料调研、策划案例探讨等活动进行；策划组织模块，教师则可以鼓励学生通过分组分工，共同完成策划流程、策划营销与沟通并在实践活动中逐步掌握策划实践基本要点；而在策划实践模块，学生则可以根据具体化的实施安排模拟实践过程情境，实施资源预算、实践风险专题讨论管理等课程内容。通过课程教学内容的模块化实践设置，可加深学生对策划理论、工具及技巧的习得程度，也为学生参与竞赛提供了相关必备知识的铺垫。

（四）创新教学方式

创新教学方式主要是要求教师在营销策划课程的具体教学过程当中积极地采用多元化教学方法，以此激活学生学习热情，并有效地拓宽其专业学习视野。营销策划课程作为一门综合性课程，其教学内容相对宽广，所涉及的专业知识点也十分丰富，以赛促教模式的应用融合进一步丰富了该课程的教学方式，而为了更好地保障以赛促教教学效果，多元化

教学的开展也显得十分重要。在具体的教学方式上，教师可以根据教学内容来选择相适配的教学方法，如借助案例教学法，提升学生在理论知识学习课堂上的趣味性；通过情景模拟教学，更好地指导学生实施竞赛分组、组内激励、策划实施等流程的实践工作；应用工作过程方法，则可以帮助学生进一步规范策划流程与策划实施；另外，启发式教学法、PBL教学法、头脑风暴教学法等，则可用于提升学生策划创新性、对策划方案修正与实施纠偏、实施效果评测验证等具体的教学工作当中。

（五）标准教学评价

在传统的营销策划课程教学评价工作中，对学生所作出的最终评价通常是学生所提交的策划方案与具体实施效果作为依据，且评价也多以教师的主观评价为主。那么在以赛促教教学模式下，教师要相对应掉调整教学评价内容，通过制定量化的营销策划评价指标，促使评价工作往客观化、标准化、科学化发展。例如，在评价工作中纳入更多评价主体，包括学生评价、团队评价、企业评价、项目成果展示等，尽可能保证评价结果的多元化，给学生提供更加全面的知识能力反馈。同样的，教学评价工作还应当从结果性评价转变为过程性评价，围绕学生知识能力发展的各个环节以及学科竞赛的各个阶段为学生进行多次评价、动态化评价，更好地帮助学生认识自我，促进自我改善与自我调控。

结束语

综上所述，以赛促教与高职院校营销策划课程之间的相互融入，可以通过设计“两条主线”、“三个阶段”教学体系实现，并且在具体的学科竞赛与知识教学过程当中，教师要注重教学目标、教学计划、教学内容、教学方法以及教学评价等教学环节的改革与优化，强化学生在策划过程中问题意识、创新意识、分析策划能力、实践组织能力及宣讲表达能力等综合性能力的发展与提升，凸显营销策划课程的教学实践特性。

参考文献

- [1] 宋微. 产教融合背景下精品在线课程建设及教学实践——以“汽车市场营销与策划”课程为例[J]. 中国培训, 2021(12): 30-31.
- [2] 陈晓琴. “营销策划”实施课程思政的探索与实践[J]. 科学咨询(教育科研), 2021(08): 41-42.
- [3] 赵文锴. “以赛代考，以赛促教，以赛促学”教学改革探索——以《营销策划》课程为例[J]. 才智, 2021(15): 104-106.
- [4] 葛成莉, 王丽君. 基于应用型人才培养视阈下《市场营销策划》课程改革研究——以兰州财经大学陇桥学院为例[J]. 老字号品牌营销, 2021(05): 104-106.
- [基金项目] 校级教改课题：高职院校专业课程内容更新机制的实践研究——以《营销策划》课程为例