

体验式教学在市场营销学教改中的应用

张霞

重庆电子工程职业学院

摘要: 高职院校市场营销是一门具有较强综合性和实践性的课程,我国市场营销专业起步相对较晚,因此实践教学中依然存在薄弱环节,特别是学生实践操作和应用能力培养方面。而要实现市场营销教学水平的提升,就要对传统教学方式进行了优化,从学生兴趣激发、实践应用能力培养方面着手。体验式教学模式的应用能有机结合营销理论和实践,可在激发学生学习兴趣的同时,培养其观察、实践应用能力。本文就体验式教学在市场营销教改中的应用策略展开探究,以期能带来借鉴价值。

关键词: 体验式教学; 市场营销学; 教改; 应用

【DOI】 10.12252/j.issn.2096-6288.2023.01.217

市场营销学属于一门工商企业管理综合性应用学科,这一学科教学除要求学生熟练掌握所学理论知识外,还要学会分析经济现象,具备解决经济问题的能力。当下很多高校在市场营销学教学时会将关注点放在概念、策略、原则等知识讲述上,但对于学生实践能力方面的培训却较少,这也造成了学生分析解决问题能力薄弱。体验式教学模式的应用能为学生创建真实情景,使其能亲自感知、领悟知识,在实践中快速掌握所学知识并学会灵活应用。

一、体验式教学模式特征及应用意义

(一) 体验式教学模式特征

体验式教学是指根据学生认知规律创设情景活动,以将教学内容全面呈现出来,使学生在亲身经历中深入理解所学知识,并推动自我分析解决问题能力、创新能力提升的一种教学观念和模式。体验式教学中强调教学活动不仅仅是将理论知识阐述给被教育者,而是要能体现师生的双边活动,促进其相互交流,这一教学方式具有亲历性、自主性互动性以及个体性等特征。

(1) 亲历性。体验式教学模式关注的是受教育者能亲身经历某一活动,所以说其具有亲历性特征。在应用这一教学模式展开教学时,教师需引导学生思考与反思所学理论知识,并能全身心参与到教学活动当中。

(2) 自主性。体验式教学中强调以生为主,需要教师对传统教学理念进行转变,并能结合学生实际情况和需求组织学习活动,使其能在实践中较好的完成学习任务。教学中教师会采取有效策略,加强学生学习能力思考、解决问题能力的培养,学生也能在亲身体验过程中获取丰富知识,并能将这些内容内化于心、外化于心。

(3) 互动性。体验式教学中师生之间会就某一问题展开沟通交流,所以说这一教学方式也具有互动性特征。学生在与教师及其他同伴的互动中能获取更为深刻的体验,并通过对彼此体验的交流交换,获得更加深刻的学

习体验。(4) 个体性。体验式教学强调的是学生这一个体对自身经历的回味和反思,虽然在此过程中教师也会指导和监督,但更多关注的是学生自主学习,并能通过自我方式来对学习流程进行重组。

(二) 体验式教学的应用意义

体验式教学的应用能将学生学习自主性充分调动起来,在此种教学模式下,教师会为学生创造更多主体体验的机会,这也使得学生不再只是被动接受知识,而是会积极思考、自主实践,并能在教师引导之下深刻认识与理解所学内容。大量实践证明,体验式教学模式下,学生的学习自主性更高,因此往往能获得更好的教学成效。体验式教学关注学生综合素质的培养,学生在创设情境中能运用思维、情感去体验,并在与其他学生、教师交流互动的过程中,对所学内容有深刻认识,同时其学习能力、沟通交流能力、应用及创新能力也能得到培养。

二、体验式教学在高职院校市场营销中的应用现状

(一) 重视程度有待提升

虽然目前大多数高职院校对体验式教学已有一定了解,但对其理论手段特点、实施要求等缺乏全面了解,同时因习惯于传统的教学方式,所以教师在实际教学中鲜少应用这一教学模式,一些高职院校也会强调这一教学模式的应用,但大多只是局限在课堂中,并未真正解决理论与实践这两者的结合问题。多数高职院校会建立实践教学基地,但利用率并未达到预期,一些教师认为课堂中要将关注点放在理论知识传授上,而实践能力的培养更多是在学生实习或毕业之后,这一错误思想的存在,会造成体验式教学模式的应用成效受到阻碍。

(二) 教学方法有待优化

高职院校市场营销教学中一些教师依然习惯采用单纯理论讲解方式,这种教学方式虽然可以传达理论知识内容,但却会造成课堂氛围沉闷,学生学习积极性不

高,对学生思维、解决分析问题及实践应用能力的培养也并无益处。虽然也有一些教师会通过营销案例来丰富课堂教学内容,借助多媒体将理论知识直观展现在学生面前,但却因为各方面因素的制约,所以很难去实施培养学生实践应用能力的环节,未给学生提供商务沟通或谈判的机会,也没有创建地产或汽车营销方面的情境,造成学生体验锻炼机会少之又少。

(三) 实践教学作用未完全发挥

高职院校市场营销课程教学时也会设置实践教学环节,但其所占比例不足,且在具体教学中受到师资力量和能力的影响,所以不能给予学生良好的指导,学生也缺少可锻炼机会。之所以如此,一方面是因为高职院校在体验式教学时缺乏合理安排,管理不到位,教学活动开展时也缺乏充足经费;另一方面虽然高职院校也会与企业合作来培养营销人才,但部分企业并不会让学生接触到核心部门工作,所以学生在企业工作中各方面能力无法得到有效培养。上述问题的存在,会造成实践环节应有作用无法发挥,学生也无法通过自我体验、实践,获取更多的知识技能与能力。

三、体验式教学在市场营销学教改中的应用思路

(一) 改变思想,树立体验式教学理念

教师是市场营销学教改的执行人,其肩负着教学活动组织、教研,并将其落实于实践的责任。想要使体验式教学应用效果最大化,教师就要树立起体验式教学理念,在实际教学中除关注理论知识的传授外,还要着重培养学生的思考、解决问题能力、实践创新能力,为其综合素养提升、全面发展奠定基础。设计教学中要尽量为学生创造体验机会,引导其独立思考某一问题或任务,以将其在学习中的主体性发挥出来。教师要意识到自身在教学中处于引导地位,并能结合教材及学生实际科学构建体验活动流程,使学生能在亲身体验中对知识有更深刻的理解和认识,并能实现能力、情感培养目标。此外,教师个人教学能力也会对体验式教学效果造成影响,因此营销专业教师应树立起终身学习意识,积极参与高职院校组织的培训活动,并要广泛涉猎市场营销学教学科研资料,定期反思总结,逐步提升个人综合教学能力,以为体验式教学应用效果提升奠定良好基础。

(二) 认真备课,突出课程体验性

体验式教学不仅是学生获得精确知识的过程,也是其联系生活,凭借自身直觉感受、领悟知识的过程,而在此过程中学生也会有新的认识、发现和创造。因此在体验式教学前教师一定要综合考虑多项因素,并结合教学目标、教学内容、学生实际做好充分准备。教学前应对教材细致进行研读,明确本节课程的目标重难点内

容,之后再对教材进行重组,一些比较陈旧的内容要大胆取舍。教案设置时应分析学生实际情况,确保设计教学策略能适合现阶段学生的能力水平,这样才能保证课堂教学的有效性,并实现复合型、创新型人才培养目标。

(三) 及时评价,增强教学有效性

在体验式教学中教师要做好对学生的观察,对其问题解决情况也要及时展开分析、评价,关注学生学习情感变化,通过对其日常生活与学习表现的记录、分析,科学调整教学目标、方法及内容。在体验活动中及时准确的给予学生评价,做好激励及引导工作,正面鼓励和肯定在体验教学中参与积极性较强的学生,促进其进一步发展;针对体验学习中存在问题的学生也要及时给予评价和鼓励,并提出建设性意见,引导其思考自身学习中存在的问题,优化改变自我学习思想和行为。评价是对体验式教学价值的体现,因此需贯穿于教学各环节,并要能有机结合生生评价、师生互评、学生自评,以对评价客观性、全面性进行提升。

四、体验式教学的具体实施

(一) 通过游戏方式引导学生体验学习

高职院校市场营销专业学生在实践经验方面比较缺乏,因此在理解一些原理和思想时会存在困难,这也造成部分学生学习积极性不高,甚至存在畏难情绪。而想要改变现状,教师便可尝试通过游戏活动构建商业情境,使学生能在情境中产生联想,获得真实体验,并能更好的对营销知识和理论进行理解,学会灵活应用。首先,教师可先结合教材内容为学生设计情境体验主题,并在模拟情境中引导学生学习;其次,学生在教师引导下选择模拟角色,探索情境体验内容;最后,教师在对情景体验过程效果进行点评,以延伸学生的有效体验。

情景模拟法可通过游戏竞赛或是小品表演的形式来实现。游戏竞赛教学方式的引入,不但能使课堂氛围更加活跃,学生学习自主性增强,还可将其竞争意识、探究精神充分激发出来,因此教师可将一些营销竞赛或游戏引入到课堂教学中。小品表演时教师可按照教材内容及教学要求设计情境,之后学生以小组为单位来呈现出小品内容,在表演过程中学生能获得亲身体验,所以也能快速理解营销知识,掌握相关技巧,且有利于其语言沟通交流能力、想象能力的发展。

(二) 通过案例教学法引导学生体验学习

案例教学法的应用可引导学生运用所学知识分析、深入探讨真实的市场营销问题,这对其识别分析解决问题能力培养非常有利,还可使学生具备沟通协作能力。

教师可结合教材内容为学生选择具有价值的营销案例，引导学生在对案例研读、分析讨论的过程中，掌握相关知识与技能，并对营销内涵有所领会。案例教学法可提供真实训练场景，学生在其中能接触各类营销场景与过程，会有身临其境之感。同时营销案例中包含了丰富的营销实践经验，如成功方法、失误症结等，因此其能为学生将来步入社会就业提供参考和借鉴价值。

通过案例教学法引导学生体验学习时，首先，教师要精心的选择相关案例，确保案例选择贴近学生的实际需求和接受程度，并有利于教学目标的实现。所选案例应包含本节课程需要讲述的知识点，具有专业性和趣味性，必要时还可以稍做改动，以确保案例能更加符合教学目标要求，并能使学生从中获得良好体验。其次，案例教学中要增设体验环节。引导学生扮演案例中的角色，以对现场感进行增强，使学生产生真实的参与感、体验感，并能在营销中找出问题，提出解决方法，之后教师在组织学生讨论案例以及解决方案。此外，案例教学法中应尽量采取多种讨论方法，不必拘泥一种形式。如可采取小组辩论、小组代表发言讨论、师生互动讨论、小组成员讨论等多种方式，以将学生参与能动性调动起来，实现教学成效的提升。

（三）通过项目作业法引导学生体验学习

近几年我国高职院校产学研合作不断深入，这也使得市场营销专业有更多的可研究项目。若能让学生参与到项目研究和应用工作中，可使其获得更多实践锻炼机会。项目作业教学是以完整项目围在一起展开实践教学活 动，其包括市场调研、方案策划以及广告设计等多项内容。项目教学中，学生会基于实际问题在具体实践中主动收集信息，就相关问题展开深度剖析，提出相应的解决对策，并在此过程中获取知识，将其内化为自身经验。

通过项目作业法引导学生体验学习时，一方面要将学生的主体地位凸显出来，使其能切实参与到企业营销策划方案调研、分析和决策中，从中获得参与感，而当学生参与设计的方案被采用并获得成效时，其也将会获得巨大的成就感，而这对其今后学习积极主动性的调动、学习自信信息的树立非常有利。另一方面教师还要结合实际科学安排教学实践，项目难易程度要能够符合学生现阶段的能力，并要关联于教学知识，这样的教学才具有价值和意义。

（四）通过课外实训法引导学生体验学习

市场营销是一门具有较强实践性的课程，但课堂没有真实环境，若能引导学生走出校门，使其能在课外参与实训和营销实践中，则能为其提供真实的环境和对象，使学生接触到企业和市场，并在真实情境中体验如

何解决问题，获得知识与能力。

高职院校可引导学生去企业参观，了解营销运作情况，并在与相关工作人员接触过程中，对未来从事行业有感性认识，实现对学生专业兴趣的培养。学校也可围绕某一专题进行短期实训，为学生提供实践条件，实践内容可以包含营销方案策划、市场调研、产品推广等多项内容，通过短期实践提升学生能力，并使其获得工作经验。此外，教师还可鼓励学生参与短期促销活动、商务洽谈或商品展览会中，以实现对其专业学习进行强化，还可使学生具备与他人协作沟通的能力，为将来步入社会从业发展奠定基础。

结束语

总之，体验式教学对于学生思考、解决问题能力、实践创新能力培养非常有利，此种教学模式下，学生可在实践探索、体验过程中快速完成对营销专业知识与技能的掌握和内化，并能灵活运用所学知识技能解决问题，对此高职院校市场营销专业教师应有正确认知，并要能立足于实际探究体验式教学具体应用策略，以实现对学生各方面能力的提升，为社会培养出更多具有实践创新能力的市场营销人才。

参考文献

- [1] 陈婷婷. 体验教学模式在开放教育市场营销学教改中的应用研究[J]. 湖北函授大学学报, 2018, 31(17): 134-135.
- [2] 黎军民. 体验式教学方法在市场营销学课中的研究与应用——以提高教学质量为目的[J]. 武当, 2022(9): 103-105.
- [3] 邵永喜. 市场营销学体验式教学过程中实践性问题的构建[J]. 企业家天地(下旬刊), 2011(4): 174-175.
- [4] 管幸佳. 注重体验, 激发兴趣——在市场营销教学中采用体验式教学法的效果分析[J]. 现代经济信息, 2016(36): 410-411.
- [5] 吴道义. 浅谈体验式教学在中职市场营销课程教育中的运用措施[J]. 数码设计(上), 2019(3): 209.
- [6] 康凌翔. 基于解释水平理论下的体验式市场营销教学改革研究[J]. 时代经贸, 2011(27): 210, 封3.
- [7] 邢文涛. 体验式教学在中职市场营销课堂教学中的实践研究[J]. 佳木斯职业学院学报, 2017(6): 32-33.
- [8] 张燕璇. 探究性导学案在中职《市场营销学》教学中的应用研究[J]. 广东教育(职教版), 2020(3): 116-117.