

产教融合背景下应用型本科市场营销专业人才培养路径研究

魏玉君

南昌职业大学

摘要：目前，高等教育教学改革正在如火如荼地进行，各大高校都在积极探索、创新和发展新的教育理念、教学模式、教学方法。数字化是一种趋势，更是一种未来。数字化在教育中的应用，是提高高校教学质量的有效手段。然而，传统的教育模式已经无法适应当前数字化背景下的市场营销课程教学。因此，高校应积极探索数字化背景下市场营销课程教学模式创新的路径，提高学生的学习兴趣和学习效果，使其掌握更多的理论知识和实践技能。本文主要研究教育数字化背景下产教融合型市场营销课程教学模式创新的路径，并结合自身的实践经验，对产教融合型市场营销课程教学模式创新提出几点建议。

关键词：产教融合；应用型本科；市场营销；人才培养

【DOI】10.12252/j.issn.2096-6288.2024.11.146

引言

在新时代背景下，市场营销的发展前景非常广阔，市场营销的重要性也越来越突出。同时，数字化时代也给市场营销带来了新的机遇与挑战，其可以通过数字化技术提升营销效率和效果。因此，为了适应数字化时代的需求，高校要在教学改革中创新人才培养模式，为社会培养更多适应社会发展需求的高素质人才。近年来，高校的营销课程教学模式也在不断改革创新。例如，案例教学法、翻转课堂等教学方法都可以应用到营销课程中，使学生在课堂上学习理论知识的同时可以参与实践活动。但是，传统的教育模式已经无法满足数字化时代的要求。数字化时代是一个瞬息万变的时代，互联网技术日新月异，新技术不断涌现。传统的教育模式已经不能适应社会发展对人才培养提出的新要求。市场营销是一门实践性很强的学科。它不仅要求学生具备一定的理论知识和实践能力，而且还要求学生具有较强的团队合作精神和创新能力。因此，高校在营销课程教学过程中不仅要注重理论知识的学习，还要培养学生的实践能力和团队协作精神。但目前高校在营销课程教学过程中存在理论与实践结合不紧密、课程安排不合理、学生缺乏实践经验等问题。因此，高校要以数字化时代为背景，创新营销课程教学模式，培养出更多适应社会需求、符合新时代发展要求的人才。

一、数字化时代的教学特征

随着信息技术的不断发展，教育领域也迎来了数字化时代。数字化是将现代信息技术作为教育的工具，通过教学手段实现知识传递、资源共享、师生互动等。因此，数字化时代的教学具有以下特征：第一，从教学目标来

看，传统课堂教学以传授知识为主，而数字化教学是以学生为主体，通过线上线下的互动与合作实现知识的获得。学生可以通过网络平台实现自主学习、互动学习、个性化学习等。第三，从教学过程来看，传统课堂教学过程是单向的、封闭的，而数字化教育是双向的、开放的、交互的。第四，从教学评价来看，传统课堂教学评价是以教师为主的评价。

（一）以学生为主体，课堂教学过程开放

在传统课堂教学中，教师是知识的传授者，学生是知识的接受者。学生是被动接受的，而教师则是知识的灌输者。学生对知识的掌握程度往往取决于教师对知识的讲授。在这样一种教学模式下，教师作为教学过程的主导者，始终处于中心地位，师生之间缺乏互动，课堂上教师与学生之间缺乏交流，学生学习主体地位被忽视。在数字化时代，信息技术的发展使得学生可以利用多种渠道获取学习资源。数字化学习资源包括多媒体课件、电子教材、电子书、在线视频、微课视频等，可以实现随时随地学习。同时，数字化学习资源是开放的，只要有网络和计算机就可以获得。因此，在数字化时代中，教师不需要刻意去组织和引导学生进行课外学习，也不需要让学生完成所有课外学习任务。在这样一种开放的教学环境下，学生可以通过网络自主选择学习内容和方式。例如，在营销课程中，学生可以自主选择理论知识与实践操作相结合的方式进行学习。教师可以根据实际情况调整教学策略和教学内容。学生可以通过网络平台进行线上线下合作互动、自主探究学习等。

（二）线上线下互动，学习效率较高

传统课堂教学主要以教师为中心，学生的学习活动

是在教师的组织下进行的。学生在课堂上主要是被动学习,且教学方式主要是以教师讲解为主,学生参与度较低。而数字化教学则不同,学生在学习过程中不仅能够主动获取知识,还可以通过互联网进行学习。数字化教学具有以下优势:第一,数字化教育资源丰富。在数字化时代,教学资源丰富且优质。学生可以通过互联网搜索到丰富的学习资料,如在线课程、微课视频等。第二,数字化教育教学灵活。教师可以根据学生的实际情况选择合适的教学方式,如线上和线下相结合等。数字化教学模式成本低,不仅不需要购买纸质教材、教具等,而且不需要大量的专业人员进行维护与更新。数字化教学打破了传统课堂的时间和空间限制,教师可以根据课程内容设计合理的学习情境和任务。因此,数字化教育不仅能够提高学生的学习兴趣和学习效率,而且能够提升学生对知识的吸收、转化能力以及创造性思维能力。数字化教育促进了教育资源的整合和共享。

(三)多元化的评价方式

数字化时代,评价方式更加多元化,主要表现在评价内容的多元化、评价方法的多元化。数字化教学更加重视学生综合素质的培养,因而也更注重学生对知识的掌握情况,因此对于学生学习过程中表现出来的良好习惯和学习态度,教师也要给予鼓励。同时,数字化时代注重对学生综合素质评价,因此除了传统的期中、期末考试以外,还需要对学生进行相应的素质考核。为了让学生更加了解自己在学习过程中的表现,教师可以利用互联网平台建立专门的学习档案袋,记录学生在学习过程中所取得的成绩和进步。这些成绩和进步不仅包括对课堂知识的掌握情况,还包括学生在网上表现出来的学习态度、道德素质、精神面貌等。

二、数字化背景下产教融合型市场营销课程教学存在的问题

(一)缺乏与市场需求的对接

数字化背景下,企业营销活动涉及多个层面,从不同角度审视产品、服务、营销等问题,不同的营销活动要解决的问题不同,需要采用不同的营销方法。高校在培养市场营销人才时,对市场需求不够了解,没有与企业的市场需求进行对接,无法为企业培养具有数字化思维和能力的专业人才。例如,很多高校在开设市场营销课程时,没有明确市场需求的具体内容,只是从理论上去解释和分析产品或服务的功能、特点、消费群体等方面。在这样的教学模式下,学生只知道理论知识是什么、为什么和怎么用,不能将理论知识应用到实践中。

(二)课程教学内容与实际脱节

数字化背景下产教融合型市场营销课程教学内容主

要包括:市场调查与预测、市场细分、目标市场选择、产品开发与定价、渠道与促销、品牌管理等。在数字化背景下,这些课程内容不能在教学中得到有效融合,学生只能从课本上获得一些理论知识。这就需要教师对课程内容进行优化和重构,以提高学生对理论知识的理解和掌握。然而,在实际教学中,教师大多采用传统的教学模式和教学方法,导致课堂上知识的传输速度慢、学习效率低、学生无法掌握知识点。例如,在传统的课堂教学中,教师讲授理论知识后要求学生进行课后练习后再讲解课堂学习内容;讲解完知识点后再布置课后作业。这样的课堂教学模式没有突出学生在教学过程中的主体地位,对学生而言只是被动接受知识和训练技能。

(三)缺乏实践教学资源

数字化背景下产教融合型市场营销课程教学需要大量实践操作资源作为支撑。然而,当前大部分高校在培养市场营销专业人才时缺乏实践资源的支撑。例如,一些高校虽然建设了实验室、实习基地等实践教学资源库;但由于学校没有明确的培养目标和课程设置要求,导致一些实验室和实习基地不能正常运行;另外一些学校没有针对市场营销课程的特点搭建实践平台。这些问题导致学生在学习市场营销课程时缺乏足够的实践操作资源支持。数字化背景下产教融合型市场营销课程教学模式要求教师与企业人员共同参与到市场营销活动中去。这就导致学生不能及时了解企业对人才的需求以及对产品的要求;导致教师无法及时掌握企业对人才的需求情况;从而导致教师无法及时调整教学内容和教学方式;最终导致学生无法充分发挥自身在学习过程中的主体地位。

(四)缺乏科学合理的考核方式

数字化背景下产教融合型市场营销课程教学模式要求教师在课堂上充分运用现代教育技术手段来丰富和完善教学内容。然而,目前高校在考核方式上存在许多问题:一是考核方式单一。大部分高校考核方式仅有期末考试成绩;二是考核内容单一。市场营销课程考核主要围绕理论知识和实践技能两个方面来进行;三是考核方法单一。目前高校在市场营销课程中采取笔试、口试、上机等多种考试方法来进行考核;四是考核结果单一。大部分高校对市场营销课程的考核只是由期末考试成绩决定;五是缺乏科学合理的评估方式。大多数高校在评估中只注重学生成绩和教师工作量等方面,忽略了学生对知识理解和掌握情况等方面的评估。

三、创新策略

在数字化时代背景下,实施产教融合型市场营销课程教学模式的创新策略,应充分利用数字化教学资源,

通过虚拟仿真实验和移动终端教学平台,结合线上线下混合式教学方式,构建数字化的教学场景。具体策略包括以下几个关键方面:构建虚拟仿真实验教学平台,以真实模拟企业营销场景为核心,使学生能在模拟环境中学习并实践市场营销的相关理论知识和实践技能。实施线上线下混合式教学模式,充分利用数字化教学资源,在线上进行虚拟仿真实验和移动终端学习平台的建设,并在线下结合传统讲授法,全面讲解营销知识。基于线上线下混合式教学模式,建立市场营销课程的线上与线下相结合的教学模式,以适应互联网+时代的发展需求。通过在线直播课堂、线上模拟仿真实验等多种形式,全面培养学生的营销能力和素质,推动市场营销课程教学改革取得显著成效。

(一) 创建虚拟仿真实验教学平台

利用虚拟仿真教学平台,开展市场营销课程的虚拟仿真实验教学。该平台可以模拟企业的市场营销场景,通过数据信息来开展实验教学,让学生能够模拟真实的营销场景,从而可以提高学生对营销实践的应用能力和实践技能。例如,在市场营销课程教学过程中,利用该平台可以进行线上数据分析,让学生掌握产品分析、客户分析、渠道分析等方面的技能。另外,在平台上还可以开展线上模拟营销实验和线下模拟营销实验相结合的教学模式。例如,在市场营销课程学习过程中,可以开展线上的虚拟仿真实验教学模式。在该平台上,学生可以选择所要学习的课程内容进行实验模拟,教师还可以利用该平台来开展线上的虚拟仿真实验教学。

(二) 实施线上线下混合式教学模式

市场营销课程具有很强的实践性,因此在实际的教学过程中,教师需要对教学内容进行深入挖掘,并通过各种信息技术来实现对教学内容的呈现。利用虚拟仿真实验和移动终端教学平台,来对市场营销课程进行线上线下的混合式教学模式的构建。这种教学模式具有很强的灵活性,可以通过线上学习来解决学生在学习过程中遇到的各种问题。教师可以借助微信、QQ等通信软件将线上学习和线下学习结合起来,并根据学生在线学习中存在的问题进行有针对性的答疑解惑。教师可以通过移动终端教学平台,在课堂上对学生进行现场直播,让学生在现场进行市场营销模拟活动。通过这种方式来帮助学生理论知识与实践技能进行巩固和提升,并让学生对理论知识进行灵活运用。同时,教师可以让学生通过在线虚拟仿真实验来了解市场营销案例,并通过现场模拟的方式来提高学生的实践操作能力。总之,教师可以将线上线下混合式教学模式应用到市场营销课程教学当中,并通过这种方式来提升教学效果。

(三) 进行线上线下教学模式的考核

为了确保教学模式的有效性,需要建立科学合理的考核机制,从而为教学模式的创新提供保障。首先,教师要在网上对学生学习情况进行考核,了解学生在线上学习时的表现和课程参与度。最后,教师要根据线上线下教学模式的考核结果对学生的成绩进行评价,并对学生进行思想教育和心理辅导。通过数字化背景下产教融合型市场营销课程教学模式的创新策略实施,既能够让学生掌握理论知识和实践技能,又能够提升学生学习兴趣和积极性。教师要在网上与线下教学模式相结合的过程中,做好对教学平台、虚拟仿真实验教学平台和移动终端教学平台等数字化教学资源建设工作。同时教师也要注重对数字化教学资源的开发和应用。通过数字化背景下产教融合型市场营销课程教学模式创新策略的实施,可以有效地提升市场营销课程的教学效果和质量,从而为社会培养出更多高素质人才。

结语

目前,数字化、信息化已成为推动高等教育发展的重要力量。在数字经济时代,信息技术在教育中的应用已经成为提高教学质量的重要手段,它不仅为教育提供了丰富的资源,还为教师和学生提供了新的学习平台和工具。在此背景下,教师应不断提升自身的数字素养,充分利用数字化资源进行教学,并将其应用到教育实践中。市场营销课程作为高校重点开设的课程之一,在数字化背景下如何提高教学质量、提高学生的学习效果,是高校市场营销专业教师面临的重要问题。本文通过对教育数字化背景下产教融合型市场营销课程教学模式创新路径的研究,旨在为高校教师提供新的教学思路和教学方法,进而提高学生学习的积极性和主动性,进一步提高高校市场营销专业学生的实践能力和创新能力。同时也希望通过本文的研究对其他高校相关专业教师有一定帮助。

参考文献

- [1] 黄荣怀. 加快教育数字化转型推动学校高质量发展[J]. 人民教育, 2022(03): 28-32.
- [2] 吴砥, 李环, 蔚小荣. 教育数字化转型: 国际背景、发展需求与推进路径[J]. 中国远程教育, 2022(07): 21-27.
- [3] 张宇伟. 基于产教融合的国际市场营销学课程实践教学改革[J]. 科学咨询(科技·管理), 2022(07): 234-236.
- [4] 桑楠, 董彦龙, 刘成武, 李凯强, 戴旭东. 产教融合背景下“汽车构造”课程建设路径探索[J]. 常州工学院学报, 2022(03): 92-96+104.