

信息化手段应用于中职市场营销教学中的思考

唐珊

(重庆市轻工业学校, 重庆 400709)

[摘要]随着新时代科学技术的不断提升,信息技术的应用越来越广泛。在当今快速发展的社会之中,专业化教学的模式也为之发生了转变。从单纯的课本教学变成了更加多元化的教学方式,更多地把信息化技术运用到实际的教学之中。在中职市场营销的教学中,信息化技术的应用有利于取得更好的教学效果。

[关键词]信息技术; 市场营销; 中职教育; 教学思考

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-6261.2021.07.690

引言

市场营销是经济管理类专业的一门必修课程,在这门课程自身所具备的综合性和实践性特征的作用下,过去所尝试使用的教学方法的应用效果并不显著。在中职市场营销专业教学之中,需要建立好完善的教学体系,灵活地将教学的实际情况和创新的教學方式进行有效的融合,从而满足市场对于这类人才的需求。

一、中职学校市场营销教学现状

(一) 重理论而轻实践的教学问题较为突出

由于中职学校自身客观条件的限制,在招生条件和师资力量建设等方面都存在一定的不足。中职学校的学生自身知识水平不高,教师在教学中承担着较多的教学任务及压力,因此在教学创新方面较为滞后。在市场营销教学过程中沿用传统教学思维,重视理论教学和结论性知识的传输,这样的教学模式不利于激发学生主体对于市场营销理论知识及其实践应用的学习兴趣,同时也偏离了专业教育的根本宗旨和教育方向。

(二) 中职学生的知识基础薄弱

中职学生知识基础薄弱,对于抽象的理论知识的掌握存在困难,学习主动性较低,易于接受简单易懂、贴近现实生活的教学方式。中职学生的动手能力较强,对于新生事物的接受程度较高,并且熟练使用手机、计算机、平板电脑等科技设备,喜欢新鲜生动的学习方式。这就要求教师在市场营销课堂中采用灵活的教学方法,借力信息化教学资源,用通俗易懂,新鲜有趣的方式来呈现抽象的市场营销知识,让中职学生真正掌握符合时代和社会要求的知识与技能。

(三) 忽视学生的主体作用

中职学校市场营销教学沿用传统教学模式,过于注重教师的教学指导作用,多为教师讲授,学生自身的自主探究能力并未得到有效开发。这样的教学现状将极大限制学生主体主观能动性的发挥。市场营销专业学习对于学生自身的综合素养要求极高,如何基于当前教学现状探讨有效优化对策,真正激发学生的专业学习热忱极为关键。

二、信息化技术应用于中职市场营销的重要性

市场营销对于企业的市场推进起到了越来越重要的作用,市场营销的好坏在一定的程度上可以反映出企业的硬实力。因此,在中职的教学之中,市场营销专业的地位也在不断提高。中职教育具有明显的特征,由于学生毕业后直接面向企业,因此更加注重学生实践能力的培养。信息化技术已经渗透到各行各业,教育行业也不例外。在中职市场营销教学中,要提高学生的实践能力也离不开信息化技术在教学中的应用。对企业而言,信息化技术在市场营销中的有效应用,有利于企业与时俱进,掌握市场的一手资料,制定科学合理的市场营销策略,更好地满足当前客户的需求,从而推进企业及其产品走向市场。

三、信息技术在中职市场营销教学中的应用

(一) 有效的发挥教师学生的主观能动性

教师在授课之前应该根据教材内容合理进行信息资料的准备,在课堂教学的时候与教材内容进行融合教学,引导学生进行深入的学习和探究,让学生感受到市场营销专业课程学习的乐趣,愿意投入到市场营销课程学习当中,尤其是对于中职院校的教学来说,能够在一定程度上有效的提升工

作效率以及质量,使其在实际工作当中充分的发挥自身的优势,为其更进一步的发展奠定良好的基础,使得中职市场营销专业能够更好地开展,使得中职院校的教学能够满足当前社会发展当中的相关要求。

(二) 信息共享,创设情境

网络资源具有快捷、易得、及时的特点,老师从传统的知识的传播者变成学生学习的引导,学生从被动接受知识转变为主动获得知识。在中职市场营销课堂中,教师在备课环节可以从多个渠道搜集与本节要点相关的内容,进行生动的演示或者拓展,将学生从枯燥的课本中解脱出来,更贴近不断发展的现实生活。例如,笔者在讲授“网络营销”这一知识点时,不仅可以用动画或视频的形式演示“搜索引擎营销”“论坛营销”“视频营销”,还可以利用计算机终端和手机终端让学生操作,体验“微博营销”“微信营销”“博客营销”的具体操作与真实感受,还可以利用时下最成功最具代表性的公众号营销让学生感受新媒体营销病毒式传播的突出之处。共享的资源,多样化的教学方式、新鲜的知识内容可以有效吸引学生的注意力,激发学习兴趣。

(三) 多元案例,构建知识

市场营销是理论知识和实践紧密结合的学科,缺乏理论的指导实践将无所适从,没有实践的理论也将成为空谈。参与市场竞争的企业实践成果能够给学生提供宝贵的经验教训和方向指引,有了信息化设备和资源,教师可以搜集多样化的企业实操案例与学生共享,引导学生分析其中的优势与不足,同时,可以组织学生自主到网络上搜索对本科目学习有用的资源,以弥补课堂时间有限的不足,拓展知识面,把学习从课堂上延伸到工作实践,有目的地引导学生自主搭建知识与技能架构,完善学习上的盲区和不足,使知识结构更加丰富稳固。

(四) 情景模拟教学法在市场营销课程中的运用

在构造市场营销学体验式教学模式过程中,教师应该积极创设教学情境,让每位学生均能够进入到这个情境当中,将事件的发生、发展进行模拟再现,这就是课堂情景模拟法,通过不断再现情境,让学生能够分析、发现以及解决问题等。这样就能够有效地激发学生学习的积极性与主动性。

(五) 市场营销技术与信息化技术有机的进行结合

市场营销专业是与时俱进的,因此需要掌握实际的市场情况,再来进行具体的分析。市场的环境也是一直在发生变化,这就需要十分灵活的教学方式,能够跟得上当前变化多样的市场条件。教师需要注意在课堂中的互动性,引导学生主动的进行学习,与教师进行积极的互动,能够使学生更好地掌握好技术能力,进而提升课堂教学的质量及效率。

四、结束语

总之,在市场营销教学过程中合理的引入信息技术,使其在实际教学当中充分的发挥自身的优势,使得市场营销课程教学的相关工作能够高质量完成,有效的提升学生的综合化能力,信息技术的应用能够帮助学生能够更加深入地对所学知识内容进行理解和掌握,这样将对与市场营销课程教学质量的提升有很大的影响。

参考文献

[1] 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: 创富信息版, 2019(06): 96-96.