

# 对信息化市场营销课程教学的几点思考

彭雪琳

(桂林市旅游职业中等专业学校)

**[摘要]**随着现代信息技术的日益发达,市场营销对人们生活的影响程度也在日益提高。市场营销是市场营销专业的一个重点学科,不仅是理论性、实践性都相对较强,而且近年来,市场营销的用人单位对单位人员也提出了更高要求。在此背景下,怎样培训营销专业人才已成了当前营销教育领域所关心的焦点内容,在现阶段下的中职营销课程中,传统教学方式已无法适应当前实际课程需要。而现在的社会已经是信息化社会,在教学中教师们可以尝试运用信息化技术来推动教学改革进程。

**[关键词]**市场营销;信息化;教学模式

**[DOI]** 10.12252/j.issn.2096-6261.2021.08.228

## 引言

中职学校的教学模式对学生个人能力养成和学校人才培养都产生了直接影响。但在中职市场营销课教学活动中,很多老师继续固守传统教育理念,在课堂教学中使用“填鸭式”的模式开展授课,而这些方法也导致学生一直处在被动学习接受状况,从而导致了学生学习兴趣爱好逐渐减退,教学效果不好。同时,受到中职市场营销老师学科素质不足、实际能力等一系列实际原因影响,导致学生职业能力训练成效较差。基于此,本文就营销课堂教学信息化模式展开了简要探究剖析。

## 1、市场营销课程教学目标及现状分析

市场营销是一个以经营科学管理、现代管理科学、社会行动科学研究为基本一门运用科学技术专业,有着突出的综合性、实践性等特色。有助于学生比较精准的分析市场经济发展趋势,了解市场营销学基本理论和方法,建立比较合理的营销战略,掌握企业组织、管理工作方法市场营销活动的基本程序和方法,与该课题的主要教学目标。通过本教程的学习,可以有效帮助学生运用市场营销理论知识来剖析市场经济,从而灵活运用所学理论知识处理许多现实问题。

现阶段下,中职市场营销课程一直沿着我国传统教学方法,在实践课程基础上将理论课程当作课堂中的重要教学内容,但过于注重了基础和学科知识系统化。而近年来,由于我国新课程改的不断深入,部分老师也逐步意识到了案例教育的重要意义,在课堂教学中试力图通过运用案例教育方法来引起学生课堂注意力,并适当加强了对营销理论知识技能应用的介绍力度。不过在案例介绍过程中,多数老师所采用的都是一些在国外比较典型的例子,和学生实际生活紧密联系较少,从而造成了最后的教学效果较差。将基本知识当作教学重点,以案例教学为辅助虽然能更有效维护学生当前的理论知识系统性水平,但由于学生所学理论知识往往与现实生活的关联性较小,使得其所学理论与专业知识往往无法适应现实企业、社区的需要。

## 2、市场营销学教学改革的原则

### 2.1有利于学生自主学习为主的教学原则

在教学改革中,如何充分调动学生的学习激情与兴趣,激励与支持学生自主学习是老师们首先要处理的一个问题。最主要的方法是在现代新传媒信息技术的帮助下,通过精心

策划编写出各种新媒体材料以及更有效的课堂教学形式,并使其利于教学流程的简洁与优化,利于学生学习资料的收集与利用,为学生自主化教学提供了必要的前提条件。

### 2.2体现教学特点与学习目标的基本原则

市场营销学重点研究市场活动现象及其规律,是一种建立在市场经济科学技术、社会行为科学、现代企业管理理论等基础上的应用科学,具备综合型、边缘性的特征,属管理理论领域。透过对本课的教育,使学生牢固建立以消费者利益为中心的营销观点。

根据以上特点和教学目标,在本课题的教学内容改革中,尤其重视对课堂教学的精心策划,在教育原理的介绍和教学例子的列举过程中要更多联系在实际日常生活中看到的经济现象与社会活动,让知识内容恢复其真实感和生动性几生命力,通俗易懂,不脱离生活实际;平时的当面教学辅导,应当着眼于对重要问题的概括、困难问题的分析和作业指导;尤其关键的一点,加大了案例教育的比例,文本教学和音像教材的教学都要突出对经典案例的分析,同时进行必要的作业指导与探究,给学生以联系实践、动手分析的机会。

## 3、市场营销课程与教学改革的需求分析

### 3.1传统营销课程教学的弊端

传统营销课堂的教学方式,以老师讲解为主,学生倾听为辅,并适当开展与教师之间的互动式沟通,但这样课堂就没有了趣味性,而且在某种程度上也很难取得学以致用成效。随着教学改革措施的深入,案例教学法已成为美国哈佛商学院所提倡的教学方式,在全国各类高等职业院校市场与营销学科教育中产生的效应也越来越明显。案例教学法采用了个案导入,即使学生根据个案中所设问题去思索,去探索,但学生仍从被动学生可以转化为自主学生,通过分析问题,并给出了相应地解决问题的方法,学生可以在相互交流过程中丰富并加深了对知识点的了解和把握,同时也可以帮助老师提高对知识点内涵的思考能力,并丰富了课堂教学。案例教学法在我国早期的企业营销课程教学改革过程中,起到了积极地作用。但是,由于互联网信息化时期的到来,企业捕捉有效市场信号的机会也瞬息万变,案例教学法中提及的典型企业现象,有的已在互联网信息化时期的发展大潮中逐渐亦然落伍,而单纯的案例教学法也已不再适合

于当前的企业课程教学，而缺少商业与信息化发展的有效融合。

### 3.2 营销专业人才培养方案的要求

由于经济社会进步，特别是电脑的普及和互联网的应用，企业对市场营销专业技能人才培养的需求也愈来愈高，并由此产生了对市场营销专业班级教育改革的主要驱动力。按照各职业院校对市场营销专业培养方案的规定，市场营销专业的学生需要具有更高的市场经济洞悉力量，能利用市场经济互联网资源实现大数据的准确管理与有效传播信息；有更高的研究力量，能恰当地管理市场信息资源，并写出合理的市场调研报表；有更高的管理力量，能协调并维护好与重要顾客间的合作关系。另外，还需要能够利用现代信息与科技手段，有效开展公司的市场营销管理工作和做好公司营销策划活动等。为了满足职业需要，培育适应社会现代发展要求的市场营销专业人才，各职业院校对营销课程的教学改革已势在必行，信息化课程也日益被各职业院校所关注。

### 3.3 信息化时代促使教学改革创新

信息化的时代背景下，怎样把信息化教育整合到课堂环节中，并能有效提升课堂教学效益，这是值得人们认真思考的一个至关重要的问题。信息化教育已经成了信息化时代发展的内在需求。同时，现代信息的应用，将推动学校手段、教学方法和学习方式不断变革创新。学生获得知识的渠道将不仅局限于课堂教学当中，对更多知识点的掌握和探究也应该在课堂教学之上。学校老师要收集整理有关知识点，并传递至一定的教育信息网络平台，学生利用该网络平台事先开展自主学习活动，或将学习中的问题予以反馈，并在课堂开展与老师之间的沟通互动，从而答疑解惑。

教材中所使用的教育资源不仅是教本，还包含了多媒体教学课件，视听资料等，以便使课堂表现形式更加多元化，教育手段更加信息化。信息化时代也促使了营销学科的教育需要变革创新，如此才能培育符合信息时代发展要求的市场营销人才。

### 4、市场营销课程信息化教学方法研究

和其他教学一样，市场营销教学实用性也相对较强，而信息化课程则能更有效帮助学生掌握系统的学习方法，从而突出了学生的重要主体战略地位，并通过改变学生学习方法，来提高学生的综合能力。在课堂教学创设过程中，老师们必须以将信息技术化提高课堂教学有效性为主要的重点内容，给学生们营建一种主动的课堂环境，从而有效突出了学生的主体地位，真正做到学生独立自主、合作教学。而这个教学环境又能够辅助老师们进行情景设计，从而不受时间约束，有效促进了学生创造力、探索性的养成。

#### 4.1 创设教学情境

通常情形下，创造情景的目的大都是希望借助实战氛围帮助学生提高营销体验，从而更好地进入市场营销角色。老师在课堂中能够利用信息技术给学生创造一种虚拟的市场营销环境，在环境中有助于学生记忆市场营销理论知识、掌握

市场营销技巧，充分感受到市场研究、市场营销策略制订和市场营销策略等关键流程。在学校的认识实践、专业知识学习过程中，老师能够利用信息技术给每个学生创造不同的市场营销情景，以提升培训学生个人认知综合能力、实践使用才能，并锻炼培训学生的分析创造性，有助于培训学生建立创新思维。同时，教师还能够运用信息技术作为指导，指出某些专业性较强的问题，指导学生进行独立反思，充分调动中小学生学习读书兴致，明确当前问题根源。例如在广告策划课堂教育步骤中，为更多地充分调动学生的学习兴趣，老师们可以运用信息技术播放一些比较经典的广告，指导学生通过分析广告传达的主旨，从而帮助学生掌握怎样在激烈的市场竞争中，帮助你的销售产品站稳脚跟。

#### 4.2 构建知识

在课堂中，老师可以引导学生运用PPT等形式帮学生搭建出已完成的市场营销知识系统，同时老师还要引导学生介绍、汇报自己的教学结果，而后在向其他学生介绍自己的教学思路、在解答问题流程中，通过深入地剖析探索学生自身的个性想法，从而充分帮助学生了解市场的营销理论知识，从而提高市场营销能力。借助展示等信息化工具，学生们对许多营销知识点都有了更加深入理解，掌握的关键信息也更加多，这对学生学习自信、表达能力的养成，均具有积极意义。

同时，在课堂教学过程中，老师们还能够根据当前课程情况、学生的个人能力适当运用计算机技术进行课堂教学，使计算机技术和我国传统教育手段加以有效融合，进而带动学生们更加广泛的参与到课堂学习中。老师还能够运用信息技术把相似、同类的重要知识点加以合理连接，进而帮助学生了解各个重要知识点间的互相联系，以此促进学生知识记忆，调动学生的兴趣爱好，进而更好地提升课堂效果，实现上课的教学目标。

### 5、结语

综上所述，市场营销课在信息化课堂设计过程中，借助平台将传统在线课堂教学和实物课堂教学相结合，以互联网、数字化、多媒体技术化、专业化的技术手段，实现了与传统课堂教学的优势互补。

#### 参考文献

- [1] 刘凤英. 浅谈市场营销专业如何加强实践性教学[J]. 教育教学坛, 2011, (3).
- [2] 万国海. 中职电子商务课程在信息支持环境下教学模式的深思[J]. 科学之友, 2010, (3).
- [3] 薛辛光. 运用探究性学习提升营销专业学生策划能力[J]. 商场现代化, 2007 (6).

基金项目：项目资金来源：2017年度广西职业教育教学改革研究项目（GXZZJG2017B101）

《基于职业能力的中职现代市场营销专业推销实务实训课程改革的实践研究》