

高校市场营销课堂案例教学分析

刘芳好



摘要:随着我国社会经济的快速发展,新型教学模式层出不穷。为了让高校的教学模式能够满足新时代大学生的实际需求,案例教学法被广泛应用,基于此,文章阐述了案例教学法的概念、内容,分析了案例教学法在高校市场营销课程教学中的重要意义,指出了当前高校市场营销课程案例教学存在的问题,并提出了相应的对策,以期为我国高校市场营销课程案例教学提供参考。

关键词:高校;市场营销课程;案例教学

高校是培养人才的主要场所,肩负着巨大的责任和神圣的使命,市场营销专业对培养我国市场营销专业人才发挥着至关重要的作用。对于市场营销教学而言,不仅要求学生了解和掌握市场营销专业理论知识,而且要求学生具备解决实际问题的能力,利用案例教学法可以很好地满足这些要求。因此,需对高校市场营销案例教学加强研究,充分引起高校的重视。

一、案例教学概述

(一) 案例教学的概念

案例教学指的是依据具体的教学需求,以教学目标为导向,把案例当作教学的重点内容,营造特定的教学环境,引导大学生在特定的教学环境中对教学案例进行分析,并且尝试独立自主地解决案例中存在的问题,能够增强大学生理论联系实际的能力,让高校更好地开展教学工作。

(二) 案例教学的特征

对比传统教学模式,案例教学具备三个特征。第一,通过案例教学法能够激发大学生自主学习的积极性,可以让大学生在学习的过程中持续完善自身的学习结构,使大学生解决实际问题的能力得到提升。第二,通过案例教学法能够更好地将理论与实践相结合。应用理论指导大学生的实践活动,对大学生学习的理论进行检验,使大学生的创新理念得到培养,增强大学生的创新意识。第三,在教学过程中

主体地位发生了变化。案例教学法使大学生处于学习的主体地位,大学生由传统的被动学习转变为积极主动参与课堂,能够使大学生获得学习上的成就感,充分激发大学生学习的积极性。

二、高校市场营销课程实施案例教学的重要意义

(一) 提升教师的教学水平与业务素质

高校市场营销课程教师在开展市场营销案例教学的过程中,必须把市场营销理论和教学案例有机结合。高校市场营销课程教师在选取、组织、实施案例教学的过程中,需要具备扎实的市场营销理论基础与丰富的市场营销实践经验。除此之外,在开展课堂教学的过程中,需要教师具备引导、指导和把握案例教学的专业素质,并且需要营造一种轻松活泼的良好课堂气氛。高校市场营销课程教师要想实现案例教学的目标,就要持续地学习、实践及归纳,从而提高自身的专业素质与教学能力。

(二) 营造轻松活泼的课堂氛围

案例教学是一种以高校市场营销课程教师为主导、以大学生为主体的主动式教学方法。高校市场营销课程教师通过全过程掌握教学的各个环节,使大学生主动参与课堂,培养大学生自主思考的能力,并且对大学生进行及时引导、指导与补充,与大学生共同讨论案例,拉近

了高校市场营销课程教师和大学生之间的距离,为大学生提供一个轻松活泼、自由自在的课堂,充分激发大学生学习市场营销课程的积极性。

(三) 提高大学生自主分析和解决问题的能力

市场营销是一门实践性非常强的课程,要求大学生把所学理论知识应用到实践中,解决实际遇到的问题。利用案例教学恰好能够满足市场营销的教学需求,采取小组交流、小组合作等方式,可以使大学生融入案例情境中。除此之外,还能够让大学生自由发表看法,找出问题的解决方法。

(四) 有利于大学生理解与掌握市场营销理论知识

传统高校市场营销教学无法充分激发大学生的学习主动性,甚至引起大学生的反感。案例教学使抽象的理论知识变得生动形象、具体,使大学生能够巩固所学知识,学以致用。除此之外,案例教学提倡大学生踊跃发言,大胆发表自己的建议和意见,还要求仔细、虚心听取别人的建议和意见,可以提高大学生的沟通能力与合作能力,使大学生对市场营销理论有更深入的了解和更牢固的掌握。

(五) 减轻教师的授课压力

高校市场营销教学存在的一个突出问题是大学生忘却知识点的速度比较快,对此,很多高校市场营销教师选取一遍又一遍地重复讲解知识点,导致教学进度缓慢,时常出现无法完成正常教学任务的状况。利用案例教学法能使该问题得到有效解决。每一个案例都是由多个知识点组成的,有一些知识点是十分基础的东西,大学生在每一个案例中重复用到这些知识点,可以

加强记忆。教师无须再重复地讲解知识点,保障了教学进度的正常推进,甚至可以提前完成,节省了教师的精力,减轻了教师的压力。

三、当前高校市场营销课程案例教学存在的问题

(一) 部分教师能力和动力不足

案例教学是一种新型教学模式,对高校市场营销教师的专业素养和综合素质提出了更高的要求。高校市场营销教师不但需要具备一定的市场营销专业理论知识,而且需要具备一定的实践经验与控制课堂讨论的能力。然而,许多高校对培养教师的案例教学能力并不重视,很多高校市场营销教师也存在畏难心理,不仅担忧难以适应案例教学的知识结构、专业结构、教学要求,害怕在付出了很多的时间和精力后无法收获成效,还担心大学生不能适应这种新型的教学方法,影响正常的教学秩序和教学进度,更担忧很难把握案例教学的流程和最终成效,无法实现教学目标,因此对案例教学缺少动力与热情。

(二) 缺乏完善的激励机制,缺少专用的教学设施

选择、编写案例需要耗费很多的时间和精力,并且无法作为研究成果,无法帮助高校市场营销教师进行职称评定。因此,高校市场营销教师更愿意把时间和精力投入发表论文与学术研究上。同时,市场营销学案例教学不是课堂上的案例探讨,这是一种情景模拟的教学方法,因此必须购置一些教学设备,投入一定的时间和精力。但是,受高校扩招、教育经费等因素的制约,许多高校的教室紧张、教学硬件和软件落后。如今,很多高校教室的桌椅都是固定在教室内的,导致大

学生无法自由开展小组讨论。除此之外,大学生数量众多,教室通常十分拥挤。以上这些因素导致案例教学法在高校市场营销专业课程中无法有效实施。

(三) 选取的案例质量不高

案例选取是案例教学的重要基础。如今,我国的案例教学库还不完善,无论是质量还是数量都无法满足教学的实际需求。虽然外国存在较多的案例,但并不符合我国国情。如今,我国教学案例主要源于三个方面。一类是新闻报道、杂志等编写的案例,该类案例时效性强,接地气,大学生对这一类案例会感到亲切,充满兴趣。然而,这些报道的案例因为缺乏加工,深度不够,并且存在偶然性。一类是近些年来各大高校编写的案例。这些案例大多较为简单,没有清楚地介绍发生的背景,并且很多案例已经过时。一类是国外案例。但很多国外案例并不能有效达到教学效果。因为国外与我国在企业制度、社会文化等方面都存在很大的区别,大部分国外案例无法直接应用。

(四) 部分大学生对案例教学法不适应

案例教学法并不是要让大学生死记硬背知识点,而是让大学生自主思考、自主探索、分析案例,并没有唯一的答案,也不可能存在绝对正确的答案,存在的仅是能够相对正确处理问题的答案。大学生在面对这种新型教学模式时,因为长时间受传统教学模式的影响,会感到无所适从,针对案例中存在的问题,通常束手无策,无法真正通过实践去分析和解决问题,打击了大学生的自信心。很多大学生在探讨案例的过程中,反映出知识面不够广、基础知识掌握不扎实、语言表达能力不佳、思维能力不强及创新

意识缺乏等问题。

四、高校市场营销课程案例教学的完善策略

(一) 教师应持续提升自身的案例教学水平

高校市场营销课程教师要充分认识到案例教学的重要性,认识到这是一项必须掌握的教学技能。在国外,市场营销课堂中有1/3~2/3的教师采用案例教学。所以为收获更好的案例教学效果,高校市场营销课程教师应当攻坚克难,勇于创新,对案例教学进行全面与深入研究。除此之外,应当多到企业一线中锻炼,了解和掌握行业的最新动态、最新资讯,以便于在应用案例教学的过程中得心应手、举一反三。

(二) 健全教学评价体系

在高校市场营销教学改革中,案例教学是重要的组成部分,所以应当完善相应的教学评价体系,制定相应的制度、规范及激励手段,保障必要的教学投入,完善教学设施,从而充分激发高校市场营销教师开展案例教学的积极性。比如,可规定市场营销专业课程必须有一定比例的案例教学。对深入企业、社会调查、研究、实践并编写案例的高校市场营销课程教师给予一定的补贴和奖励,定期评选优质的教学案例,优先对其进行发表或出版,并在薪资、福利待遇、职称评定等方面参考案例教学效果。

(三) 精心选取营销案例

企业市场营销可以为某个“点”的战术性举措,也可以是其市场营销活动的整体谋划,二者各有优势:复杂的案例可以让学生对市场营销有总体的了解与把握,可以加强学生在大量信息中找出关键信息的能

力,提高学生分析问题和解决问题的水平;简要的案例可以使学生在比较短的时间内了解到许多的信息,把握一定的实践技巧。

(四) 转换角色定位

案例教学需要教师与学生清醒地认识到自身的定位。高校市场营销课程教师应扮演引导者、组织者的角色,学生应处于课堂的主体地位。高校市场营销课程教师应当鼓励大学生主动发散思维,勇于创新,积极利用自己掌握的理论知识与专业技能解决实际问题。如果教师不能做到这点,就会对学生的积极性、自由发挥造成严重制约,出现教师规定结论、学生只听从教师意见的不良循环。因此,高校市场营销课程教师要秉持平等、民主的心态,激发学生独立思考的积极性,鼓励学生自由讨论、辩论、质疑,使学生的学习积极性与自信心得到提升。与此同时,面对学生提出的越来越多的问题和越来越高的要求,教师也会产生紧迫感,进而促使高校市场营销教师持续提升自身的专业水平与综合素质,形成良性的教学循环。

(五) 科学组织案例教学

要想顺利实现教学目标,必须周密地组织和实施案例教学。如果组织和实施科学,则可以充分激发大学生的创造性与积极性,使学生的创新水平、团结协作能力、分析与解决问题的水平等得到提高。为了让案例探讨更加方便,教师应当对大学生进行分组。可以让大学生自由组合,随后选出一名小组成员作为组长,在组长的带领下,小组成员分工负责、协同合作。教师提前两周给出实际案例,使学生对案例有一个大体的了解,作出初步的探讨,由教师听取小组的初步探讨情况和具体的分工,并进行及

时的指导。为使课堂探讨成效更好,应规定探讨的范围与时间。第一,各小组根据讨论的具体案例制作PPT,由此可以提升学生操作计算机与归纳的能力;第二,使所有小组成员具备公平的发言机会,由此可以使学生的口头表达能力得到加强;第三,留出半个小时的自由答问时间,可就案例探讨的内容和结果,对其他小组提问,或者互相辩论,这可以让学生的竞争意识更强、反应能力更快、口头表达能力更好;第四,在课堂的结尾留出20分钟的时间,高校市场营销课程教师对本堂案例教学作出最终的点评,讲出自己的想法,对各个小组的案例完成情况进行点评,从而让大学生进行更深入的思考;第五,查漏补缺,让学生对案例教学分析内容、解决的实际问题、相关案例、相关理论与实践经验等进行总结,写成书面文件,进而培养学生的写作能力与逻辑思维能力。

利用案例教学法可以提升高校市场营销课程的教学质量和教学效率,使学生对市场营销课程有更加全面、更加深入的了解。对于高校市场营销教学而言,案例教学发挥着非常关键的作用,有着非常重要的意义。大量的实践证明,在市场营销教学中应用案例教学法是可行的,是科学的,是卓有成效的,学生也能够更加灵活地应用市场营销理论知识和技巧,为未来走向工作岗位打下良好的基础,实现在学中做、在做中学,培养了大学生把所学知识运用到实践中的能力,使大学生的综合素质得到全面提升。(作者单位系贵州经贸职业技术学院)

参考文献

- [1] 何尚波.案例教学在高校市场营销教学中的应用思考[J].吉林省教育学院学报,2018,34(4):38-40.