

“互联网+”背景下 高职市场营销专业改革探索

王景



在教育信息化 2.0 时代的深入发展下，“互联网+”已然成为现代职业教育的主要方向。高职院校若想提高教学质量，向社会输送更多高水平、高素养、高能力的人才，需要加强对教育理念、方法、内容、体系的革新与升级，构建“互联网+教育”的优质应用环境，保证教育水平能全面提高。市场营销专业作为高职教育体系的一部分，应该合理分析现阶段教育教学中存在的问题，并依托“互联网+”背景，合理制定改革办法，增强教学有效性。

一、当前高职市场营销专业教学存在的问题

(一) 人才培养缺乏科学指导

高职市场营销专业实践性和应用性特点显著，在实际教学期间，需要借助科学的方式与方法培养学生的社会实践能力，增强学生的综合素养。但结合当前高职市场营销专业教学水平来看，在人才培养方面存在的不足之处较多，人才培养模式不能及时完善与更新。一方面，缺乏独特性，无法形成别具一格的特点；另一方面，没有科学的指导，忽视了学生实践能力、自主学习意

识等培养的重要性，致使学生不能在短时间内形成良好的职业素养，不利于学生的多元化发展。

(二) 教学理念和内容缺乏创新

在高职市场营销专业教学中，部分教师侧重理论知识教学，对实践方面的练习则没有太多关注。利用这种模式教学，虽然学生的理论基础非常扎实，能熟练掌握应试教育的方法和技巧，但长时间采用单一教学方法，不能及时对教学理念和内容进行创新，不仅会削弱学生学习市场营销知识的积极性，还无法让学生真正做到学以致用，学习的知识只停留在表面。为提升高职市场营销专业教学有效性，教师应强化对教学模式的革新，主动迎合教学改革的需求，强化应用先进技术手段，尽量满足教学标准。但在实际教学过程中，由于长时间被传统教学观念束缚，教师的主体地位较强，忽视了学生的学习主体性，导致学生学习被动，对讲解的知识不感兴趣。在教学期间，部分教师习惯利用传统教学模式，对多媒体、移动互联网技术等先进教学手段应用效率不高，不能借助网络挖掘教学资源，致使教学内容缺乏创新性，既不能满足学生的多元化学习需求，也无法迎合行业发展。部分教

师在利用多媒体教学过程中，由于应用的方式滞后，使得多媒体在教学中只能作为“课件播放器”存在，不能将其音画同步的功能发挥出来。久而久之，学生的知识学习愈发被动，跟不上教师的思路，学习成绩下降，影响了教学质量和效率。

(三) 部分教师水平亟待提升

“互联网+”背景下，高职院校在组织开展市场营销专业教学期间，教师作为实施者，其专业能力以及职业素养的高低会直接影响教学改革效果，因此学校要强化教师的能力，帮助教师形成信息化教学意识，熟练应用移动互联网技术。高职教师在教学期间讲解的知识，要确保学生能将其灵活应用到日后工作中。这一特点要求市场营销专业教学必须与市场发展步伐一致。但在当前教学中，部分教师对传统教学模式的依赖性很强，习惯性地照本宣科，讲解的内容存在理论脱离实际的问题，导致学生在实习时遇到很多问题。新形势下，互联网的全面普及对教师提出了更高的要求，但针对部分青年教师而言，虽然接受了系统化的教育，理论水平较高，但实践经验较少，对企业人才需求了解不透彻，无法结合对学生进行针对性培养。

摘要:随着教育的不断推进, 高职市场营销专业作为高职教育中的重要部分, 教学模式和方向发生了较大改变, 更加侧重培养学生的综合能力。为满足“互联网+”时代要求, 提升教学有效性, 高职院校应该结合市场营销专业教学现状, 加强对新理念和新模式的应用, 推动市场营销专业改革进程, 保证教学水平和质量整体提升的同时, 为社会输送更多适应市场需求的优质人才。

关键词:“互联网+”时代; 高职院校; 市场营销专业; 教育改革

二、“互联网+”背景下高职市场营销专业改革的对策

针对现阶段高职市场营销专业教学中存在的问题, 教师要予以重视, 合理分析, 从市场营销专业教学特点、内容等层面考量, 并在充分掌握学生能力、水平的基础上, 加强对互联网技术的运用, 有侧重点地制定市场营销专业教学改革方案, 保证教学质量得以提高的同时, 学生的市场营销水平和素养能进一步增强, 满足“互联网+”时代对市场营销人才的要求。

(一) 坚持立德树人

在新的教学环境下, 立德树人作为教育教学根本任务, 对教学提出了高标准与高要求。在对学生教育和培养过程中, 教师要在观念上做出改变, 不仅要重点放在提升学生专业技能上, 还要注重培养学生的综合素质与水平, 强化德育思想的落实, 正确引导和教育学生, 促进学生道德品质以及素养的提高, 让学生无论在生活中还是工作中, 都能肩负起自身的职责, 拥有正确的价值观, 可以为社会的发展贡献出自己的力量。对市场营销专业的学生而言, 其在今后很有可能从事与社会大众接触的工作, 良好的道德品质是学生最有价值的“名片”, 因此在“互联网+”背景下,

在教学改革期间, 教师必须始终坚持立德树人, 合理对学生进行培养与教育, 保证学生的品德素养能整体提高。

(二) 优化教学理念

高职教育教学工作在开展过程中, 主要是将产学结合作为发展路径, 这种教育形式以培养生产、建设、管理等人才为目标, 侧重学生实践工作能力的提高。因此, 在对市场营销专业教学改革过程中, 教师应该将“互联网+”作为核心, 将学生放在教学的主要位置, 不断对教学理念进行改进与优化, 强化教学与信息技术的融合, 保证学生充分掌握复合型知识, 促进学生综合应用能力的提高。在课程建设方面, 不仅要注重对学生专业技能的培养, 也要将社会能力、职业技巧以及信息素养等方面的内容渗透到教育教学中, 让学生可以更好地适应社会变化, 了解市场的发展方向与需求, 可以结合自身能力与水平有针对性地选择发展路径, 从而让学生成为合作意识强且拥有自主创新能力强的人才。

(三) 创新教学方法与内容

“互联网+”背景下, 应该侧重对教学内容以及方法的创新, 保证市场营销专业教学能顺利实施。

(1) 强化对教学方法与模式的创新。在“互联网+”背景下, 教学方法改变与升级是重中之重, 需

要优化传统教学的基本形态与模式, 让教和学的关系更为协调, 加强对微课、慕课以及智慧课堂等新型教学模式的利用, 促进教学质量和效率的提升。比如, 在开展市场营销学、市场调查与预测等课程期间, 其中包含的理论与基础概念较多, 若依旧单纯借助课本教学, 学生无法在短时间内理解与内化知识, 降低了教学效率的同时, 学生的学习主动性和积极性也会被严重削弱。为提升教学效果, 教师可以利用情境创设或者软件模拟的方式, 借助动态视频、声音等形式呈现知识点, 让案例的讲解更为直观, 降低教学难度, 帮助学生快速掌握知识。在信息技术的支持下, 还有很多辅助功能, 如微课视频、实验室模式等, 学生可以根据自身需求与能力选择不同的模式, 有助于学生的自学能力与实践能力的提升, 也能让学生养成良好的学习习惯, 对学生综合水平的提升大有裨益。此外, 高职院校也可以搭建教学管理平台, 真正打造“互联网+教育”模式, 运用雨课堂等平台开展市场营销专业教学工作, 学生通过手机或者平板等完成相应的学习任务, 同时应用其中的教学资源传输功能预习, 利用交流沟通功能强化师生、生生之间的交流, 教师可以在平台上在线解答学生提出的问题, 利用习题检测功能对学生进行针对性考核。在

平台的高效使用下,教学效率得以提升,学生的学习兴趣被激发,有利于市场营销专业改革进程的全面推动。在教学方法的创新与改革方面,还可以将“互联网+”作为基础,将创新创业教育融入其中,与企业联合打造创新创业平台,在对照教学现状的前提下,为学生开设多元化的课程,包括KAB创业、电子商务以及淘宝运营等,侧重提高学生的创新创业素质。

(2) 强化教学内容的更新。在高职市场营销专业教学期间,“厚基础、宽口径”是基本原则,学生如果想在行业中实现稳定发展目标,更好地适应社会变化,必须具备扎实的理论基础和良好的实践操作能力。基于高职市场营销专业教学现状,教师在组织开展教学活动期间,应该主动改变以往的思想观念,强化对教学内容的创新,利用行之有效的策略提升教学质量和效果。在课堂上,教师要摒弃传统枯燥的说教模式,加大教学内容的优化力度。一方面,拓宽提升学生实践能力和水平的途径,如引导学生利用新媒体对产品的宣传模式展开设计、借助网络进行市场调研、构建个人网站等;另一方面,通过网络开设第二课堂,如模拟构建电商平台、网络营销学习讲座等。在教学资源上,加大开发力度,同时结合当前所设课程,在海量的信息化资源中搜索相应内容,包括教学视频、课程案例等,也可以依照市场营销专业特色开发新的课程资源。比如,对高职市场营销专业进行细致划分,使其以不同的类别呈现,保证市场营销专业教学存在的问题能彻底解决,让教学过程更有针对性。在革新教学内容过程中,教师还可以依照教学要求与标准,对教学资源进行专项搜集。比如,在对市场营销经典案例进行搜集时,保

证学生能通过真实的案例快速理解知识,真正做到融会贯通。为提升教学资源应用价值,要加强对网络教学资源的规范管理,让教学资源得到有效筛选,清除质量低且重复的资源,减少资源浪费问题。此外,学校可以采取与企业合作的方式,为学生提供到企业实习的机会,让学生了解“互联网+”背景下市场营销行业的发展现状,对未来就业的工作性质和特点充足掌握。

(四) 建设校内实训平台

在开展市场营销专业教学期间,如果只是依靠课堂教学是远远不够的。为顺利推进高职市场营销专业教学改革进程,提升教学有效性,满足“互联网+”时代的教学要求,高职院校应该在综合自身实力与教学现状的基础上,借助互联网技术,并将其与课程教学科学融合,为市场营销专业设立模拟平台,促进教学改革水平的提高。在平台构建过程中,将营造真实的企业场景氛围作为目标,建立健全的制度化体系,安排市场营销专业的教师负责担任实训平台的管理者,学生在模拟企业中扮演不同的角色,如职员、部门主管等,对各个部门合理规划,营造真实的企业经营环境。同时,积极开发适合高职市场营销专业教学的信息化软件,强化对互联网技术人才的培养,将互联网技术与市场营销专业课程结合,降低教学难度。

(五) 提高教师能力与水平

“互联网+”背景下,不仅教学模式和方法得到了创新,教师的发展也拥有了新的路径。为满足新时代教育需求,为市场营销专业教学改革奠定基础,高职院校除了要强化教学方面的创新与优化,还应该将重点放在教师能力与水平的提升上,采取不同方式对教师进行培

养。教师在教学期间,要在充分掌握教学内容和学生水平的基础上,提升自身应用互联网技术的能力,充分了解现代教学媒体的优势,侧重培养学生的学习能力。在促进教师发展过程中,学校可以利用“学历教育+企业实训”的方式,一方面,将学历作为青年教师的基础标准,将教师基础水平、教学能力以及专业素养等作为考察的理论依据,做好校内教师的培训工作,在互联网的支持下,利用网络平台开展学习论坛、专家讲座等活动,保证教师的职业能力可以得到整体提升。另一方面,加大与企业之间的交流,实现资源的共享,学校可以安排市场营销专业教师到企业学习,促进教师实践能力的增强。与此同时,企业可以派遣员工或者专家到学校系统培训与指导教师,提升其教学改革有效性。

综上所述,在“互联网+”时代,信息化教学已经成为高职市场营销专业教学改革的主要方向,教师需要强化对信息化资源的开发与利用,构建完善的教学管理平台,明确教学任务,主动转变课堂角色,合理应用新的方法与模式优化以往的教学内容,科学制定教学措施,提高教学有效性。同时,要保证教学的针对性,真正做到因材施教,提升教学准确度,帮助学生提高水平与能力,为学生成为优质的营销人才奠定基础。(作者单位系湖南化工职业技术学院)

参考文献

- [1] 孙海哨.“互联网+”时代背景下高职市场营销专业改革策略分析[J].中国多媒体与网络教学学报(中旬刊),2021(2):22-24.