



摘要:“互联网+”时代的到来,对市场营销开展的方式与方法产生了非常大的影响,市场营销行业对人才需求标准发生了一定的改变。为了确保高职院校培养出的人才能够有效契合营销市场人才需求,高职院校要重视市场营销课程教学的改革与创新。文章分析了“互联网+”时代市场营销课程教学改革的必要性,研究了提高市场营销课程教学质量的方法,以期为高职院校培养契合营销市场需求的人才提供帮助。

关键词:“互联网+”;高职院校;市场营销;课程教学

“互联网+”背景下的高职院校 市场营销课程教学

李娜



在现代互联网快速发展的背景下,世界各个国家的信息量都呈现出了指数级增长,信息网络已经全面覆盖了各个行业领域,对人们的工作、学习以及生活都产生了至关重要的影响,同时直接关系社会经济发展。尤其是随着电子商务产业的快速发展,企业传统营销方式发生了翻天覆地的改变,企业对营销人才的要求不断提高,迫切要求高等院校培养出更多契合当下社会要求的高水平技能型专业人才。然而从当下我国高职院校市场营销课程教学现状来看,在教学活动开展中主要还是沿用以往的教学模式,教学方式较为单一,无法针对学生要求开展个性化教学,导致培养出的人才与企业人才需求标准不吻合。因此,加强高职院校市场营销课程教学改革势在必行,要结合当下互联网、信息化等各种新型教学技术,推动教育朝向

现代化、网络化方向迈进。高职市场营销课程教学改革应当严格依照“互联网+”时代特征,对教学进行颠覆式变革。

一、“互联网+”背景下市场营销课程教学改革的必要性

(一) 传统教学方式吸引力不足

现阶段,大多数高职院校在开展市场营销课程教学时,均在固定的教室进行,同时教学中使用的教学工具也是十分单一、简单,教学内容主要以课程理论知识讲授为主,教师占据课堂教学主导地位,学生只能被动地听讲。受时间、空间以及心理等因素的影响,传统课堂教学过程中学生很少有机会与教师进行深入的沟通交流。相比之下,在“互联网+”时代,学生

不仅拥有了多样化的手段获取各种信息,同时获取信息的便捷性更高、范围更广。与此同时,学生对传统灌输式教学模式的抵触心理越来越大,更加希望教师能够积极引入各种新型教学模式,并为学生提供个性化的学习内容。学生自身可以借助智能手机、电脑或平板电脑等设备,在不同互联网学习平台上查找与下载自己需要的信息,并能够对这些信息进行分享与传播,同时有目的地对各种高价值信息进行分析、整合与运用。在这种情况下,高职院校市场营销课程应当积极转变教学模式,充分发挥网络资源教育优势,调动学生学习的主动性,引导学生养成良好的自主学习意识与能力,进一步改善学生的学习效率。

(二) 互联网催生新的教育与交流平台

在互联网快速发展的背景下,我国网民规模越来越庞大,据不完全统计,截至 2021 年年底,我国网民规模超过了 10 亿人,其中大学生群体网民大约有 2 亿人,占总网民规模的 20% 左右。随着互联网的不断发展与广泛运用,我国教育部门与部分高校共同制定了相关视频公开课,同时面向全体社会人员开放。依托不同的互联网教育平台,学生能够在线上进行学习活 动,不再受时间与空间的限制,在网络上便可以免费观看许多高质量的教育资源,这种情况下必然会对高职院校市场营销课程教学产生非常大的影响。另外,互联网在现代大学生信息交流中发挥了越来越重要的作用,同时也是大学生获取社会潮流信息、加深社会认知程度的重要途径。互联网信息直接关系学生的思想与精神,若可以教导学生正确运用微信、QQ 等网络交流平台以及各种网络教育资源,不断优化市场营销课程教学模式与教学理念,必然可以更好地激发学生的学习积极性,改善市场营销课程教学效果,切实提高学生的学习质量。

二、“互联网+”背景下市场营销课程教学改革的路径

(一) 调整课程教学内容

高职在进行市场营销课程教学时,其最终目的是为社会企业培养大量能将理论联系实践的 技能型专业人才,因此在推动市场营销专业教学发展时,应当将消费者需求作为人才培养的重要基准,不断提高学生的实践水平与创新意识,这样才可以让学生在毕业后快速适应工作岗位,从容面对各种工作任务,有效解

决工作中遇见的各种问题。为了达到这种效果,教师必须对现有市场营销课程教学进行重新设计,调整课程教学内容,进一步增强课堂教学品质,在向 学生讲解专业理论知识的基础上,还应当注重提高学生的创新意识与实践能力,从而实现学生专业知识和技能的协同发展,不断增强学生的综合能力。改进市场营销课程 设计,有助于增强学生对市场营销专业的理解与把握,不断改善学生的学习水平,为企业带来更多高水平的营销人才。另外,要优化市场营销课程教学,确保做到紧随时代发展的步伐,不断改善课堂教学品质,为社会提供更多高水平的市场营销人才,市场营销课程教师需要结合当下时代需求与消费特征,明确市场营销课程改革创新关键点,准确把握社会热点,充分彰显市场营销专业的时代性,加强市场营销课程的改革与创新,推动市场营销专业教学活动有序进行,不断提高学生的实践操作能力,使其在今后职业岗位上获得更高成就。

(二) 改变课程教学理念

相较普通高等院校,高职院校有着自身独特的社会定位,不同的专业也具有不同的定位,高职院校需要结合不同专业的特征、培养目标等,设定与之相匹配的教学任务与教学方案。市场营销课程教师要与时俱进,积极引入现代最新的教育理念,确保教学活动可以很好地契合社会发展需求,有效达成各个教学任务与目标。教师要充分认识到市场营销专业自身的属性,调整以往的教学理念,注重学生营销技能的传授与培养,不仅使学生理解与领悟市场营销理论知识,也要让学生切实体会到教学内容的创新,还要组织相关活动,进一步提高学生的实践操作水平,为社会提供兼具理论与实践的复合型营销人才。市场营销课程属于实践性较强的课程,学生正式进入工作岗位后需要具备健康的体魄,因此还要注重提高学生的思想道德水平和身体素质,不断改善市场营销课程的教育质量。

(三) 积极应用信息技术

当下互联网技术已经全面渗透到许多领域,高职院校必须把握时代发展潮流,深入研究“互联网+”时代的特性与发展规律,再以此为基础加强市场营销课程教学的改革与创新,逐步构建健全的市场营销课程教学体系。因此,将现代新型信息技术应用到市场营销课程教学活动中具有非常重要的作用。现阶段,

带货直播已经成为一种火热的产品营销方式,因此教师在开展市场营销课程教学时,要注意引入适当的带货直播方面的内容,向学生系统讲述带货直播的原理、方式和方法等,推动市场营销课程教学与信息技术充分结合,有效改善市场营销课程教学效果。市场营销专业教师在开展课程教学过程中应当注重互联网技术的使用,一方面可以改善课堂教学质量,彰显自身的教学水平;另一方面也有助于弥补传统教学中的不足,构建全新的课堂教学模式。此外,短视频营销、微信公众号营销等也是当下较为流行的市场营销方式,通过拍摄专业的视频,将产品的特色、功能以及优势等充分体现出来,或者在微信公众号中运用图片与文字结合的方式,将产品性能更好地展现给用户。教师应当与时俱进,逐步健全教学内容,依托信息技术构建教学实践平台,不仅有助于改善学生的专业综合素养,也为学生提供了更多的锻炼机会。将移动互联网和市场营销专业教学联系起来,是“互联网+”时代市场营销课程教学创新的重要趋势,教师要准确把握当下市场发展动态,创新市场营销课程教学内容与方法,确保培养出的学生能够满足社会需求。

(四) 健全课程教学体系

教学体系和教学品质是基础和内容的关系,只有不断健全教学体系,才能制定更加清晰的教学任务。高职院校市场营销专业要充分认识到自身肩负的责任是为社会培养大量高质量的营销人才,健全市场营销课程教学体系有助于更好地达成教学任务。为了使培养的学生在毕业后能够迅速适应岗位环境,高职院校市场营销课程教学体系应将学生的专业知识、技能以及适应能力培养作为核心,同时制定多样化的考核评估方式。现阶段一些高职院校将学生理论知识掌握情况作为衡量学生学习效果的重要标准,理论成绩占比达到了70%,其他部分成绩为30%,很显然这种评估方式欠缺合理性,不利于培养高水平的营销人才。高职院校市场营销专业具有较强的实践性,因此在进行考核评估时,还需要重点考核学生岗位实践能力。此外,现阶段市场营销课程考核评估的主体是教师,评估结果具有较强的片面性与主观性,因此在今后考核评估工作中,高职院校还应当积极要求企业管理人员、骨干人员等参与学生的考核评估,对学生的岗位实践能力给予准确的评价,同时依托互联网信息技术对学生实施动态监管,及时帮助学生解决学习中的问题。

最后,基于互联网信息技术构建教学管理平台,通过分析并整合学生在该平台上的学习记录,可以对学生考核提供更加精准的数据,有助于教师更好地把握学生专业知识和技能并结合程度。

(五) 注重师资团队建设

教师是教学活动开展的主体,教师专业能力与技能水平直接关系课程教学效果,因此,要想进一步提高市场营销课程教学效果,逐步构建完善的教学体系,加强市场营销专业师资团队建设非常有必要。可以在教师群体中广泛开展“互联网+”宣传工作,引导教师形成良好的互联网意识,并在此基础上开展各项教学活动;定期组织教师参与主题培训活动,合理评估教师的网络教学水平,同时为教师构建相应的网络教学技术训练平台,培养一支理论联系实践的“双师型”教师团队,确保每一位教师都可以与时俱进,将各种新型教学模式、教学思想以及教学体系等融入市场营销课程教学。高职院校要从教师队伍中评选优秀教师到企业进行岗位培训,让教师对当下市场营销手段与状况有更加清晰的了解,不断改善教师的综合教学能力。最后,高职院校还可以与企业建立长久合作关系,定期指派营销骨干人员到校开展专题讲座,为教师与学生提供实践指导,进一步改善市场营销课程教学质量。

总的来说,在“互联网+”时代背景下加强高职院校市场营销课程教学改革非常重要,既能够提高课程教学对学生的吸引力,同时互联网平台也为师生带来了新的教育与交流平台。市场营销课程教师应当及时转变自身的教育理念,增强教学水平,注重培养学生的实践能力,使培养出的学生可以很好地满足“互联网+”时代市场营销人才需求标准。[作者单位系黑龙江生态工程职业学院。基金项目:黑龙江省教育科学“十四五”规划2021年度重点课题“基于‘互联网+自媒体营销’环境下市场营销课程改革研究”(ZJB1421170)]

参考文献

- [1] 刘晓芬,陈法杰.“互联网+”背景下市场营销专业人才培养课程体系创新研究[J].中国多媒体与网络教学学报(上旬刊),2019(11):121-122.
- [2] 赵晓罡,杨霞,王瑶,等.“互联网+”时代市场营销专业课程体系的构建与思考[J].营销界,2019(52):257-259.