

# Application of Task-Driven Method in Marketing Teaching

Lu Ma

Huanggang Normal University, Huanggang, Hubei, 438000, China

## Abstract

Marketing is a practical subject, which puts forward higher requirements for students' practical ability in the process of learning, so in the teaching process of marketing, task-driven method is a very effective way to promote the improvement of students' comprehensive quality. Based on the characteristics of marketing in the teaching process and the characteristics of the modern society, this paper studies the application of task-driven method in the actual teaching process and the related problems in the application of task-driven method in the modern teaching process, so as to help teachers to better apply task-driven method in the teaching process and improve the teaching quality of the course.

## Keywords

task-driven method; marketing teaching; comprehensive quality

## 任务驱动法在市场营销教学中的应用

马路

黄冈师范学院, 中国·湖北 黄冈 438000

## 摘要

市场营销是一门实践性较强的学科,在学习过程中对学生的实践能力提出了较高的要求,因此在市场营销的教学过程中,任务驱动法是一种非常有效的方式,能够促进学生综合素质的提高。论文从市场营销学在教学过程中具有的特点及其现代社会的时代特点出发,研究任务驱动法在实际教学过程中的应用,以及在现代教学过程中任务驱动法应用的相关问题,以此帮助教师在教学过程中能够更好地应用任务驱动法,提高该课程的教学质量。

## 关键词

任务驱动法; 市场营销学教学; 综合素质

## 1 引言

近些年来,随着素质教育被各界教育人士提出,由此对学生的综合素质教育有了较高的要求。在市场营销学这门课程中,利用任务驱动法能够有效地促进学生综合素质发展,帮助学生实现全面综合素质的提高,有助于学生提高学习的积极主动性,提高教学质量和教学效果。

## 2 驱动法教学方式的基本内涵

任务驱动教学方式的理论基础是建构主义学习理论,这种学习理论在早期被应用到信息技术课程,与传统的灌输式教学方式有着非常大的不同。在教学过程中强调教师要善于利用某一个问題或者项目,可以帮助学生提高学习兴趣,同时激发学生的学习主动性,能够帮助学生利用课堂中学习到的知识对所有理论知识进行分析,并且善于将理论运用到问

题的解决过程中,对培养学生的实践能力中具有重要的作用<sup>[1]</sup>。

## 3 市场营销教学的主要特点

### 3.1 综合性

市场营销课程主要包含营销活动和消费者需求两个方面,具体来说是包括以营销理念,营销战略以及价格策略为主的九大问題,该课程涉及的内容较为广泛,能够涉及人口学、社会心理学以及其他不同的专业知识。因此,想要学好市场营销学,就要求学生必须具备有专业的知识,在某一方面的欠缺都会导致该课程的学习受到影响<sup>[2]</sup>。

### 3.2 实践性

该课程具有着实践性较强的特点,而市场营销学其最终的目的也是将学习到的理论知识应用到市场营销的实际工作中,学生在能够充分掌握到理论知识后,最主要的目的是能够将理论知识应用到实践工作中。例如,开展营销业务管理

以及涉及营销方案策划等方式,都能帮助学生提高自身的实践能力<sup>[3]</sup>。

### 3.3 基础性

市场营销学课程主要以营销策略、管理活动等基本知识为主要内容,能够解决一般的营销活动,给企业的营销方案带来一定的理论指导,同时针对营销涉及的不同领域,需要涉及旅游市场营销学,保险市场营销学等各个不同的分支,所以市场营销学的课程也为学习其他专业的市场营销课程奠定了一定的基础。

### 3.4 科学性

通过市场营销学的实际应用,还有一个重要的特点就是具有一定的科学性。市场营销学是一门有规律可循的学科,学习的主要内容是学生能够掌握好其中的规律,同时能够应用到真正的实际营销活动中,有针对性地开展营销策划执行组织,按照有关的规律能够创造较好的营销业绩。

## 4 任务驱动教学方式在营教学中的具体应用

### 4.1 整合教学内容

现阶段开设市场营销学的各个学校,通常都采用的是教育部统一规划的教学教材,但是在实际中很多学校有着各自不同的情况,在教材内容上选择的重点也会有所不同。因此,应该根据学校的本质情况,结合学生的自身特点,对教学内容进行筛选与整理。只要符合教学大纲,且能根据学生自身情况,将课程分为多个模块,对教学内容进行有效整合,才可以突出教学过程中的重点内容和难点内容,便于学生理解和接受。

### 4.2 创设教学情境

教师在开展教学过程中,可以结合不同的具体内容,创设与学习主题相关的教学情境,能够让学生在具体的情境中,更加有效地理解相关的知识点,所以教师在教学过程中可以设置一定的真实存在的营销场所,布置各种任务<sup>[4]</sup>。例如,在讲授营销环境方面的内容时可以利用多媒体设备向学生展示内外部环境发生变化的状况下,企业分析SWOT的过程,同时对于企业的一些决策建议,能够提供一些相关案例,让学生能够感受到在真正的任务过程中应该如何解决有关问题,通过较为直观的展现方式,能够帮助学生更加容易地进行思考,也可以促使学生能够将理论知识与实践相结合,巩固原

有知识,提高学生的学习能力。

### 4.3 明确任务

教师在设立一定的情境之后,应当与当前的教学主题相结合,选择一些真实的世界,作为教学的学习内容,让学生根据自身所学知识去解决问题。例如,当某一个企业在经历导入期和成熟期之后,将会面临着衰退期,公司此时就会选择加快新产品的开发,由此选择适合的发展途径,这时教师可以以此作为课程任务,让学生自主完成新产品的整个开发过程,在任务和问题的驱动下,能够充分调动学生的已有知识经验,分析目前企业所遇到的问题,能够实现新旧知识之间的衔接,拓展学生的知识面,帮助学生积极探索<sup>[5]</sup>。

### 4.4 加强彼此的合作

教师向学生设定一定的任务后,暂时不会告诉学生基本答案,而只是给同学提供一定的线索,引导学生查阅相关资料,培养学生在整个任务完成过程中的自主性。与此同时,可以采用小组合作的方式,加强同学之间的交流过程,帮助学生在不断的交流过程中实现自身知识的互补,不断地修改原有的小组创意,这样不仅能开拓学生的思维,同时能够在不断的交流过程中提出更好的解决方案。

### 4.5 评价效果

在任务驱动的教学方式下,要尊重学生主体地位的观点,发挥学生自主能力,同时也帮助教师能够发挥更好地引导作用,能够让学生在完成任务的同时知识层面获得提升。在任务结束之后,教师应该发挥主导作用,对学生学习成果进行客观评价,解决学生相关问题,评价方案的结果,同时评价学生在解决院问题中的自主学习能力和协作学习能力。

## 5 应用任务驱动教学方式需注意的几点问题

### 5.1 坚持因材施教原则

每一位学生在学习能力、知识储备以及理解能力上都存在有明显的差异,因此教师在应用任务驱动教学方式时不能够采用一刀切的方式,应该对每一位学生都能够有所了解,掌握他们的兴趣爱好能力等不同之处。同时,还应该根据课程的自身特点,合理的布置各项任务,针对学生的发展状况布置不同的作业任务。

例如,对于一些学习能力比较强的学生,教师可以布置一些难度相对较大的任务,而如果学生的学习能力较弱,那

么其任务难度也就会相对降低,这样能够帮助学生在完成任务之后获得一定的满足感,提升他们的自信心,同时帮助他们激发对学习的兴趣。对于一些能力较弱的学生教师应该重点指导,加强对他们的管理和监督,提高他们学习效率,让他们能够积极地参与到学习过程中,乐于学习、主动学习。

### 5.2 加强师生间的交流

在任务驱动教学方式下会更加注重学生的主体地位,教师起到一定的引导作用,督促学生进行自主思考,同时教师也应该发挥自身的主导作用,在学生进行自主探索过程中遇到某些问题时,教师能够在第一时间给予相应的帮助,帮助学生更好地完成任务。同时,教师应该与学生之间多进行沟通交流,了解他们的真实想法,只有在经过频繁的沟通交流之后,才能对学生有充分的认识,能更好地进行不同的任务分配。与此同时,教师应该掌握学生的思想动态以及学习状况,适时给予学生一定的帮助。在进行评价过程中,除了对任务结果进行评价,还要对任务中出现的问题进行解答<sup>[6]</sup>。

### 5.3 重视团队合作

在任务驱动教学法下,市场营销学的教学过程通常会使用到分组的方式,根据不同学生的兴趣爱好以及男女比例等标准进行分配,将整个班级分为不同的几个小组,然后由组长分配各自的任务,通过分组的方式,能够促使小组的每一个成员在合作的过程中都能参与到任务的解决,通过相互之

间的交流,以此提高自身的学习能力,更加注重团队合作精神。

## 6 结语

综上所述,笔者在论文中对其进行了全面的分析,任务驱动教学方式能够充分地展现学生的主体地位。由传统的被动式教学转化为主动式教学,能够帮助学生引发对学习的兴趣,帮助他们能够建立自身的思维特点,并应用到市场营销教学中。因此,教师必须要改变原有传统的教学特点,利用新型的教学方式能够适应学生的心理状况,帮助他们提高学习的积极性,为提高市场营销学的教学质量提供重要保障。

## 参考文献

- [1] 肖晓旭. 基于工作过程的“任务驱动”法在市场营销教学中的应用[J]. 中国西部科技, 2011(21):35-36.
- [2] 吴怀涛. 谈“任务驱动法”在市场营销教学中的运用[J]. 中国证券期货, 2010(06):122.
- [3] 宁亚春. 任务驱动法在市场营销教学中存在的问题及对策[J]. 时代农机, 2015(08):132-133.
- [4] 周毓娴. 任务驱动法在市场营销教学中的应用[J]. 科教导刊(中旬刊), 2016(05):211+231.
- [5] 方芳, 金焕, 丁岩峰. 任务驱动法在市场营销教学中的应用[J]. 商品储运与养护, 2018(01):165-166.
- [6] 郭绍青. 任务驱动教学法的内涵[J]. 中国电化教育, 2016(07):98-99.