

Discussion on the Cultivation of Students' Communication Ability in Secondary Vocational Marketing Teaching

Ling Zhou

Qujing Finance and Economics School, Qujing, Yunnan, 655000, China

Abstract

Communication ability is one of the important abilities cultivated in the marketing teaching activities of secondary vocational colleges, this ability is directly related to the career development prospects of students after entering the work post, and affects students' future careers. Therefore, it is necessary to pay more attention to the cultivation of students' communication ability in secondary vocational marketing teaching, clarify the relevant strategies and specific methods for the cultivation of students' communication ability in secondary vocational colleges, promote the overall improvement of students' marketing professional level, and better meet the social requirements for marketing professionals.

Keywords

secondary vocational; marketing; communication ability

浅谈中职市场营销教学中对学生沟通能力的培养

周玲

曲靖财经学校, 中国·云南曲靖 655000

摘要

沟通能力是中职院校市场营销教学活动培养的重要能力之一, 这种能力直接关系着学生将来步入工作岗位之后的职业发展前景, 影响学生的未来职业生涯。因此, 需要加强对中职市场营销教学中学生沟通能力培养工作的重视, 明确中职院校学生沟通能力培养的相关策略和具体方法, 促进学生市场营销专业水平的全面提升, 更好地满足社会对市场营销专业人才的要求。

关键词

中职; 市场营销; 沟通能力

1 引言

随着社会经济的飞速发展和市场经济体制的日益完善, 社会对市场营销专业人才的需求量不断提升, 对人才培养质量的要求也逐渐提高。中职院校市场营销课程旨在为社会和市场培养源源不断的技能型人才, 以更好地满足社会对人才培养的需要。市场营销是一项注重人际沟通的学科, 在实际开展教育教学的过程中, 如何加强学生沟通能力的培养, 提高市场营销教学的整体质量, 是中职院校教学活动实际开展期间需要重点关注的内容。

2 中职院校市场营销教学存在的主要问题

2.1 缺乏对学生职业素养的有效锻炼

从当前市场营销活动实际开展的情况来看, 中职院校的教师普遍延续着传统的教学理念和教学方案开展教学活动,

未能以学生为主体开展教育教学, 导致学生学习兴趣和学习主动性严重不足, 影响学生学习的效果, 无法对学生的职业素养和实践能力进行合理的锻炼。市场营销专业是实践性比较强的学科, 要求市场营销的相关人员具备充足的理论知识和专业素养, 同时还需要具备足够的实际操作能力。但是, 原有的中职院校市场营销教学方法难以有效培养学生的职业素养和实际操作能力。很多毕业的中职院校学生步入工作岗位之后会面临一系列的问题, 尤其是沟通方面的问题, 影响学生未来的职业发展和职业规划^[1]。

2.2 中职院校学生沟通能力严重不足

当前中职院校的学生在与他人沟通交流和倾听方面存在较多不足, 如果缺少及时的锻炼和指导, 将会造成中职院校学生步入工作岗位之后难以与他人进行合作。

第一, 当前很多中职院校的学生都是独生子女, 自我意

识比较强。缺乏团队合作的精神和与他人沟通交流的习惯,所以在团队交流方面存在一定的不足。

第二,中职院校的学生相对来说文化水平不足,很多学生长期以来伴随不良的身体语言习惯,缺乏合理、科学地表述自己想法的能力,难以真正合理地表现出自身所希望表达的含义,也容易造成学生与学生之间以及学生与教师之间的误解,引发沟通交流障碍问题。

第三,中职院校的学生在实际课堂教学期间缺少与教师和他人的互动,课堂中可以与他人交流的机会也相对较少,这也会影响学生与他人沟通能力的培养,使学生在与他人交往和互动的过程中容易出现拘谨和害羞的问题^[2]。

2.3 以教师为主体开展消费活动

从当前中职院校市场营销教学活动实际开展的情况来看,一直以来都是以教师为主体开展教育教学活动,教师在课堂教学过程中,通过习惯性的灌输和讲授理论知识开展教学课程,学生占据被动的地位,只能被迫接受关于市场营销的专业知识,学生参与的自主性不强,影响学生自主学习能力的培养。此外,当前市场营销教学普遍重视专业理论教学而忽视了实践教学,影响学生实践能力的培养,因此,中职院校市场营销教师需要结合时代的发展以及市场环境的变化,对教学观念进行及时的转变。增加教学内容中实践课程的比例,提高学生实际操作能力和知识的应用能力,树立起学生将来就业的信心^[3]。

3 中职市场营销教学对学生沟通能力培养的策略

3.1 加强对学生沟通能力培养的重视

中职院校相关领导在开设市场营销教学课程之前,需要针对市场环境和社会对人才的需求展开系统地调研,明确当前市场环境的改变对人才要求的改变,并对市场营销教学策略和教学内容进行调整和优化。中职院校的领导和教师首先需要从思想和理念上加强对中职院校学生沟通能力培养工作的重视,明确当前沟通能力培养的不足和问题,创新教师的教学方式和教学管理,注重中职院校学生沟通能力培训教学的实用性,使整个价值能紧紧依托于时代的发展和岗位的发展,正确地进行中职院校要将学生沟通能力的培养。作为市场营销教学的重要组成部分,要将学生沟通能力与学生综合素质、技能教学和专业教学放在同等重要的位置,使中职院

校的学生可以在课程价值的过程中集中注意力,激发学习动力,配合教师快速、高效地完成市场营销课程的学习,为后续学生自身的职业发展奠定坚实的基础^[4]。

3.2 加强对学生沟通能力培养的引导

中职院校需要加强对市场营销专业学生沟通能力培养价值的正确认识和重视,改变原有的教学理念教学思维和教学模式,以学生为教育教学主体开展教学活动,实现市场营销教学活动的良性发展。例如,在设计市场营销教学内容的过程中,可以适当增加学生自主探究的项目和环节,为学生自主学习创造良好的环境,激发学生自主创造能力。同时,在课程开展的过程中,教师要加强对学生的尊重和理解,鼓励学生自主表达自身的观点,并加强与学生之间的交流和沟通,提高学生的语言表达能力。另外,中职院校也可以加强与企业之间的良好合作,通过建立校企合作的方式,为学生创造良好的实践平台,提供给学生实际操作和进入工作岗位的机会,让学生可以在实习过程中将学到的理论知识与实际操作技能有机融合到一起,全面提升学生的表达能力和专业技术能力^[5]。

3.3 在实践中培养学生的沟通能力

当前中职院校有关市场营销专业的教学通常只重视学科基础知识和专业知识的理论教学,忽略了实践教学,很多实践教学流于形式,无法使中职院校的学生获得足够的职业实践锻炼,影响学生职业能力的培养,难以满足高素质应用型人才的培养目标。因此,中职院校的相关负责人需要结合课程设计的具体要求,注重学生沟通能力的培养,将如何处理人际关系作为专门的一个部分放在市场营销课程课堂环境中讲述。并在课程开展期间鼓励学生积极参与讨论,积极发言并积极提问,使学生可以在每节课堂中与教师和其他学生进行良好沟通,从实践中不断提升学生的沟通能力。除此之外,还可以通过营销环境的仿真模拟,激发学生的学习兴趣,通过情景模拟的方式让学生实现角色的扮演,开展具体的营销活动。通过课程的实践教学,全面提升学生的语言表达能力。例如,在课堂教学过程中,可以有针对性地引导学生进行表达,教会学生能实心实意的赞扬他人,并在课堂中延伸出学生自己扮演消费者和商家。商家要能用赞赏的话语说服顾客达成交易,这种实践型的教育教学模式能有效提升全体学生的参与感,使学生可以踊跃参与到课程教学中来,提高整体课程的教学质量和教学效果^[6]。

3.4 建立健全市场营销教学体系

在进行中职院校市场营销学科理论教学过程中,要加强对学生支持框架的完善,结合教学目的和教学要求系统的划分教学内容,注重对学生沟通意识、沟通技巧和沟通能力的培养。

第一,可以适当开设口才课程和演讲,激励学生积极参与到课程演讲和口才训练中来。通过设置口才和演讲课程,能培养学生语言表达能力,这是奠定学生后续沟通能力的重要基础,让学生可以在不同时间和不同场合充分强化自身的表达功力,为后续职业素养的综合提升奠定坚实的基础。

第二,要加强对学生礼仪的培养,通过良好的礼仪保证沟通活动可以顺利开展。加强市场营销专业礼仪教育的培训,使学生能正确地审视自身的举止、语言、表达以及着装,提升学生的自信心,使学生可以与他人的沟通交往过程中拥有良好的仪态和心态。

第三,需要加强协商沟通技巧的培养,使学生能学会沟通过程中如何表达,如何巧妙地应用肢体语言沟通技巧和词汇,更好地表述自身的观点。通过角色模拟和扮演的的方式,让学生充分了解到技巧培养的重要意义,并通过具体的实践不断强化学生对技巧的掌握。

4 结语

综上所述,中职院校市场营销教学过程中对学生沟通能力的培养直接关系到学生的综合素养和专业技能,影响学生将来的职业发展。因此,需要加强对中职院校市场营销教学学生沟通能力培养工作的重视,优化课程教学体系,加强课程教学过程中学生与教师的沟通互动,做好实践与理论的相互结合,使学生沟通能力能得到有效强化和完善,为后续学生步入工作岗位奠定坚实的基础。

参考文献

- [1] 王春兰. 市场营销专业实行产学研结合的途径与实践[J]. 科技成果纵横, 2017(06):32-33.
- [2] 郭军灵. 关于新时期市场营销专业实践教学思考[J]. 科技情报开发与经济, 2019(26):125-126.
- [3] 赵文颂. 市场营销专业实践教学模式探究[J]. 科技信息, 2019(25):63-64.
- [4] 樊涛. 市场营销专业实践教学模式的探索与实践[J]. 黑龙江科技信息, 2015(21):212-213.
- [5] 季红颖. 高校市场营销专业创新型人才培养模式探析[J]. 科技信息, 2016(35):74-75.
- [6] 张望慧. 论中职市场营销教学中对学生沟通能力的培养[J]. 科学之友, 2017(01):138-139.