

# Analysis on the Practical Teaching of Marketing in Secondary Vocational Education

Ling Zhou

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

## Abstract

The ultimate goal of education and teaching activities in secondary vocational colleges is to cultivate professional, skilled and professional technology applied talents for the society, so as to better meet the requirements of social development for talents. With the rapid development of social economy, the demand for practical teaching of secondary vocational education marketing is higher and higher, the traditional teaching methods and teaching strategies have been unable to meet the needs of the development of the times. Therefore, secondary vocational colleges need to combine the characteristics of the actual market environment, adjust and optimize the original marketing practical teaching activities, comprehensively improve the comprehensive ability and practical ability of students majoring in marketing, so that students in secondary vocational colleges can get better career development.

## Keywords

secondary vocational education; marketing management; Practical teaching

# 浅析中职教育市场营销的实践性教学

周玲

曲靖财经学校, 中国·云南曲靖 655000

## 摘要

中职院校教育教学活动的最终目的是为社会培养专业化、技能化以及职业化的技术应用型人才,更好地满足社会发展对人才的要求。随着社会经济的飞速发展,对于中职教育市场营销实践性教学的要求越来越高,传统的教学方法和教学策略已经无法满足时代发展的需要。因此,中职院校需要结合实际市场环境的特征,对原有的市场营销实践性教学活动进行调整和优化,全面提升市场营销专业学生的综合能力和实践能力,使中职院校的学生能够获得更好的职业发展。

## 关键词

中职教育; 市场营销; 实践性教学

## 1 引言

市场营销专业应用性较强,要求学生可以在掌握充足理论知识的基础之上,具有足够的实践能力和专业能力,但从当前中职教育市场营销课程实际开展情况来看,普遍缺乏对学生实践能力教学活动的重视,存在理论与实践脱节严重的现象,影响学生的全面发展。因此,需要加强对中职教育市场营销实践性教学的成就,明确当前教育教学过程中存在的问题和不足,并采取有效措施进行干预,全面优化市场营销实践性教学活动,为后续学生步入工作岗位奠定坚实的基础。

【作者简介】周玲(1987-),中国云南曲靖人,本科,讲师,从事市场营销、旅游管理研究。

## 2 中职教育市场营销实践性教学的必要性

### 2.1 提高中职教育教学活动整体质量

市场营销活动的开展往往需要以市场以及企业的实际需求为导向,学校在进行市场营销教育教学活动的过程中,必须结合市场环境以及社会需求来开设教学内容和教学课程。为了更好地满足中职院校培养复合型、实践型以及实用型人才的要求,需要根据社会的需要对课程内容进行调整,形成特色课程体系,增加实践性教学比例,全面提升学生的实践能力创新能力和自主学习能力<sup>[1]</sup>。

### 2.2 提高学生的专业技能

市场营销相关课程是市场营销专业的必修课程和基础课程。当前在课程开展的过程中,绝大多数教师以灌输型的讲

授课堂为主,难以激发学生的学习兴趣和学习主动性,影响学生创造性思维和想象力的培养,导致课堂教学效果严重不足,影响学生的专业实践能力的培养。随着教育教学改革的实践推进和现代教育教学理念的逐渐深化,以实践性为主的教学理念在市场营销教学中得到进一步的推广,模拟演练以及案例教学等实践性的教学方法在当前市场营销专业课程教学过程中获得了广泛的应用,极大地提升了课程整体的教学效果,激发了学生的创造力想象力和兴趣,使学生能够更加积极主动地参与到课堂教学中来,提高学生的专业素养<sup>[2]</sup>。

### 3 当前中职教育市场营销实践性教学存在的问题和不足

#### 3.1 课程内容设计不合理

从当前中职院校市场营销专业课程内容和教学大纲设计情况来看,存在实践课时偏少,而理论课时偏多的现象。课程内容以理论性的讲述为主,实际训练课程安排比较少。同时,实际训练课程主要以简单的调查和案例分析为主,难以真正提高学生的实践能力。在中职院校市场营销课程实习教育过程中,一般安排三次实习,包括课程实习、认识实习和毕业实习,不同阶段的实行目标之间存在衔接性不足以及定位不明确的形象,课程内容交叉严重,难以真正培养学生的实践精神,无法提高学生的专业能力。同时,这三次实习都存在实习时间过短的问题,无法取得良好的实习效果<sup>[3]</sup>。

#### 3.2 教学理念落后

当前中职院校市场营销专业教育教学活动仍然延续着以往的教学体系和教学理念来开展,未能结合时代的发展而不断优化和调整,导致学生培养的效果脱节于实际市场环境,影响学生未来的职业发展和学生毕业之后的就业。教学理念落后,专业理论系统性不强以及教学内容单一,严重影响中职院校学生学习的积极性。同时,针对中职学生的市场营销也极大地增加了中职学生的学习难度,不利于学生学习兴趣的培养,从而影响整体教育教学效果<sup>[4]</sup>。

### 4 中职院校市场营销实践性教学的相关策略

#### 4.1 结合学生实际工作岗位开展教学课程的设计

中职院校市场营销教学活动必须紧紧围绕学生未来的职业规划和职业岗位来开展,市场营销教学涉及到的理论知识比较多,课程体系相对比较成熟,但是缺乏对中职院校相关专业学生的具体规划和设计。因此,中职院校的学生可以结

合学生未来可能的就业岗位,包括推销员、理货员、营业员、调研员等进行教学方案的改革。在实际课程教学期间,教师可以多采用案例教学法以提高学生学习的兴趣,并根据教学需要适当的加工案例材料,调整案例中出现的营销情境以及角色实践等,与学生未来的岗位职业有效联系到一起,引导学生自主学习和自主讨论,拉近学生与未来就业岗位之间的距离。通过每一次的教学培养,使学生形成良好的职业能力,并根据职业实际需求设计实践训练任务,以学生为主体开展整个教育教学过程的设计,实现技能一体化、知识一体化教学,使学生能够通过市场营销相关课程的学习,掌握良好的专业能力、社会能力、方法能力以及个人能力<sup>[5]</sup>。

#### 4.2 应用情景模拟法开展教育教学

在中职院校市场营销课程教学过程中,可以通过对社会实践内容的模拟,在实际情景中训练学生,培养学生的市场营销能力,提高学生对市场环境的认识能力和感知能力。情景模拟的教学方法可以通过情景再现的方式,使学生通过不同的情景转变以及角色扮演感受不同角色的特征,明确市场营销的方式方法重点以及策略。情景模拟所涉及到的内容较多,应用范围比较广泛,教师可以结合课程具体的设计规划进行合理的场景模拟再现,可以开展销售情景模拟,也可以通过小组成员合作进行营销策划工作模拟,保证教学活动能够满足学生将来的岗位要求。在进行消费者购买行为分析的过程中,学生之间可以通过分组模拟的方式对交易场景进行再现,还原买卖双方情景,使学生能够通过多方面的角色感知,明确销售者和消费者在交易过程中的心理特征,并识别和解决实际交易过程中可能存在的问题,使学生能够有效参与到课堂教学中来,提高课程的趣味性和丰富性。

#### 4.3 突出实践性教学环节

市场营销教育的课程实训环节能够有效培养学生的职业能力和实践能力,主要包括课程实习以及课程综合作业两部分内容。课程综合作业成果包括设计书、报告书以及策划书等相关形式,能够全面提升学生的实际操作能力和自主学习能力。课程实习的主要目的在于培养学生各项技能的专业性,能够结合课程的具体内容,通过社会调查、模拟演习、实地考察以及实地参观、顶岗操作等方式全面提升学生的专业能力,促进学生的全面成长。另外,还需要加强市场营销专业学生实习实训基地的建设,通过实际训练提高学生对市场营销理论知识的了解和进一步掌握,增强学生的实际工作能力。

职业院校的领导需要加强对实习实训基地建设经费的投入,建立起完善系统的校外实习实训和校内实习实训基地,并对原有的技能训练模式进行创新,充分发挥实践训练的作用和价值,提高学生的职业素养。

#### 4.4 合理开展演示教学活动

随着科学技术的全面发展和计算机时代的全面到来,多媒体教学模式在中职院校教育教学领域的应用越来越广泛,极大地提升了中职院校教育水平和教学效果,能更有效激发学生的学习兴趣和学习积极性。教师可以通过多媒体教学软件向学生演示市场营销教学的相关理论知识,从而可以加强学生对理论知识的掌握,通过灵活系统的应用演示教学活动,可以将声音、光影和图像等相关元素有机会聚到一起,提高学生学习的积极性和主动性,并建立起学生的感性认知。教师需要结合课程具体设计的要求,根据教学目标将演示教学灵活地安排在课程开展之前,课程开展之后以及课程开展过程中来进行,提高教学内容的直观性以及可理解性,压缩教学时间,加快学生对知识点的掌握。

## 5 结语

综上所述,中职教育市场营销的实践性教学直接关系到

学生的实践能力和动手操作能力,影响学生将来的职业规划和职业发展。因此,需要加强对中职教育市场营销实践教学活动的重视与研究,明确当前中职院校市场营销教学活动存在的问题和不足,并采取针对性的策略进行解决和优化,全面提升中职院校市场营销教学活动的水平和效率,采取多种教学方案和教学方法,优化原有的教学手段,结合市场环境的变化以及社会对人才的客观需求,使得课程价值体系能够与时代的发展紧密联系起来,与时俱进,全面提升学生实际社会应用能力,促进市场营销专业整体教学水平的提升。

## 参考文献

- [1] 邵曼. 实践性教学方法在中职市场营销课程中的应用 [J]. 广西教育, 2016(38):108+113.
- [2] 赵春兰. 提高会计专业实践性教学的实效性 [J]. 教师, 2015(14):49.
- [3] 徐友杭. 实践性教学方式在中职市场营销课程中的应用探讨 [J]. 考试周刊, 2014(92):169.
- [4] 苏艺. 中职市场营销专业实践性教学模式探索——以广东省民政职业技术学校教学超市为例 [J]. 新课程研究(中旬刊), 2013(11): 21-23.
- [5] 管灿. 市场营销课程实践性教学模式探索——以学生创业园项目为例 [J]. 东方企业文化, 2012(21):226+212.