

Discussion on the Teaching Reform of Marketing Courses in Higher Vocational Education from the Perspective of “Internet +”

Chunyan Li

Xinjiang Vocational and Technical College of Agriculture, Chagnji, Xinjiang, 831100, China

Abstract

With the advent of the Internet era, people's marketing methods and marketing strategies have undergone tremendous changes, and various industries have increasingly demanding marketing talents. As the main “position” of training marketing talents, higher vocational colleges play an irreplaceable role in promoting the all-round development of China's talent construction, which requires relevant educators to change the traditional teaching mode and method, introduce Internet technology into the teaching of professional courses, and strive to meet the actual needs of students' long-term development, but also promote the marketing courses so as to better implement the basic requirements of education system reform.

Keywords

Internet +; higher vocational education; marketing; teaching reform

试论“互联网+”视阈下高职市场营销课程教学改革

李春燕

新疆农业职业技术学院, 中国·新疆 昌吉 831100

摘要

随着互联网时代的到来,人们的营销方式和营销策略发生了巨大的变化,各行各业对营销人才的要求越来越高。而高职院校作为培养营销人才的主要“阵地”,对于推动中国人才建设的全面发展发挥着不可替代的作用,这就要求相关教育者必须要转变传统的教学模式和方法,将互联网技术引入专业课教学中,争取在满足学生长远发展实际需要的同时,也能推动市场营销课程的现代化发展,从而更好地落实教育体制改革的基本要求。

关键词

互联网+; 高职; 市场营销; 教学改革

1 引言

市场营销专业作为高职教育的重要组成部分,对于中国营销人才的培养具有重要的作用与意义。在互联网的影响下,市场营销课程教学迎来了全新的教学要求和目标,如何借助互联网技术实现市场营销课程教学的创新发展已经成为广大教师重点研究的课题之一。这就要求相关教师必须要认识到互联网技术对营销方式和营销策略的影响,结合实际情况制定针对性的教学计划,以便满足学生今后长远发展的实际需要,从而为中国各行各业培养出更多的营销人才。

2 “互联网+”对市场营销课程教学的影响

在互联网时代中,市场营销体系无论是从生产方面还是

产品方面来看,都发生了巨大的变化,这些变化在一定程度上改变了传统的营销思维和营销模式,最终为优化市场营销体系创造了良好的条件。在这种环境背景下,传统的市场营销教学模式已经无法满足学生长远发展的实际需要了,这就要求广大教育者必须要认识到互联网的作用与优势,将其引入实际教学中,从而为拓展学生的学习平台提供有利的条件。^[1]随着互联网技术在高职市场营销课程教学中的广泛应用,市场营销教学质量得到了显著的提升,主要表现在以下几个方面:第一,互联网技术成功的模拟了实际营销场景,促使学生能够在真实的情境中掌握更多的营销策略,不仅能够降低学生的学习难度,而且还有助于激发学生的学习兴趣,从而强化学生对自身专业的认同感。第二,互联网技术的应用为

理论和实践的有机整合提供了可能,改变了传统以理论灌输为主的教学模式,促使学生能够获得更多实践的机会,极大地提高了市场营销课程教学的实用性。第三,互联网技术的应用整合了网络教学资源 and 课堂教学资源,有助于构建系统性的教学体系,在丰富教学内容的同时,也能开阔学生的视野,从而为强化学生的专业技能奠定良好的基础。总之,“互联网+”时代的到来为市场营销教学改革提供了巨大的动力,在互联网技术的支持下,市场营销教学体系将会得到不断的完善和优化,这种积极影响必定是深刻而久远的。

3 “互联网+”视阈下高职市场营销课程教学改革的实践策略

3.1 借助互联网技术创设有效的教学情境

市场营销是一个实用性较强的专业,主要是通过培养学生营销技巧使其了解经济市场的一种专业教学活动。然而,传统的教学模式只注重对学生营销技巧的传授,忽视了教学活动与“市场”的密切联系,导致学生只能“纸上谈兵”,根本无“用武之地”,不仅降低了教学质量,而且还降低了市场营销课堂教学的实效性,这对市场营销课堂教学的改革与发展是极为不利的。为此,广大教师必须要转变传统的教学模式,充分发挥互联网技术的作用与优势,利用互联网技术创设多样性的市场营销情境,促使学生在生动的场景中掌握更多的营销手段,从而为提高教学质量和效率提供可靠的保障。^[2]一方面,教师要通过互联网加强课堂教学与“市场”的密切联系,促使学生在学习的过程中能够了解市场营销的发展方向。与此同时,通过为学生创设真实的市场营销场景引导学生进行针对性分析,争取在丰富学生学习体验的同时,也能促进学生分析能力和解决问题能力的提升。另一方面,教师需要打破空间限制,借助互联网技术实现学生随时对地的学习,及时给予学生有效的教学指导,从而帮助学生解决学习过程中遇到的困难。这种教学模式不仅能够增强教学效果,而且还能强化课堂教学与市场活动的密切联系,从而更好地实现市场营销教学的根本目标。

3.2 传授多样性的“互联网+”营销技能

随着“互联网+”时代的到来,电子商务、电子金融等新兴产业得到了突飞猛进的发展,这种行业模式为市场营销指明了全新的发展方向。对于市场营销人才来说,只是单纯

掌握线下营销手段是远远不够,为了获得长远发展,必须要具备全面的“互联网+”营销技能^[3]。鉴于此,广大教师在实际教学中必须要坚持实事求是的原则,根据市场发展趋势调整教学内容,将培养学生线下营销手段和线上营销技能作为教学活动的主要目标,从而更好地满足学生长远发展的实际需要。由于不同的营销岗位对人才的营销技能要求不尽相同,因此教师在实际教学中必须要结合不同的岗位要求制定针对性的教学计划,不断采取行之有效的教学策略,争取在提高课堂教学针对性的同时,也能获得最佳的教学效果,从而满足学生的个性化发展需要。比如,在网站推广训练活动中,教师可以将“互联网+营销策略”引入教学活动中,让学生借助互联网技术掌握更多的营销手段,从而提高自身的推广能力;而在市场调研训练中,教师可以将“互联网+项目任务”引入课堂教学中,引导学生通过合作学习强化自身的学习能力和探究能力,以便更好地满足岗位要求。只有结合不同的岗位需要进行针对性指导,才能丰富学生的营销体验,从而为强化学生的专业技能提供可靠的保障。

3.3 通过互联网实现与企业的交流合作

众所周知,市场营销活动离不开企业,要想实现高职市场营销课程教学的深入改革,高职院校必须要加强与企业的密切合作,以此为学生提供充足的实践机会,促使学生能够将所学知识运用到实践活动中,从而实现市场营销教学的根本目标。^[4]在实际教学中,教师需要充分发挥自身的引导作用,让学生有计划、有目的的进行学习与训练,具体可以从以下几个方面入手:第一,通过与企业合作为学生提供丰富的实习岗位,让学生直接参与到企业活动中,促使学生全面了解企业的运作流程和营销体系,从而提高学生的认知水平。第二,在校园内举办丰富的营销知识竞赛或技能大赛,让学生将所学知识运用到实践活动中,并在实践活动中检验自己的学习成果,以便及时进行查漏补缺。在此过程中,学校可以邀请企业营销人才作为指导老师,结合学生的实际表现进行综合评价,并对学生的不足之处提出改进对策,以此促进学生专业技能的显著提升。第三,借助互联网进行营销训练,让学生参与到企业营销方案的制定活动中,以小组合作的形式设计营销方案,将最终的设计成果提供给企业,从而完成营销实训的全过程。

4 结语

综上所述,在“互联网+”视阈下开展高职市场营销课程教学活动已经成为一种潮流趋势,而且也取得了显著的成果。鉴于此,相关专业的教育者必须要认识到互联网技术的作用与优势,将其融入实际教学活动中,结合学生的实际情况采取有效的教学策略,争取在增强教学效果的同时,也能满足学生学习的实际需要,从而促进市场营销课程教学的网络化发展。此外,学校还应该加强理论指导与实践教学的紧密结合,通过与企业合作来为学生提供充足的实践机会,以便切实满足人才培养的根本需要,从而更好地实现市场营销

课程教学的根本目标。

参考文献

- [1] 刘少林,李洋.试论“互联网+”视阈下高职市场营销课程教学改革[J].教育研究,2019(07).
- [2] 许爱瑾.“互联网+”时代下高职院校课程教学改革探究——以《市场营销学》为例[J].科技经济导刊,2018(34).
- [3] 杨珩.“互联网+”时代背景下的高职市场营销专业改革探索[J].商业经济,2017(06).
- [4] 董常亮,曾繁雄.“互联网+”视阈下高职市场营销课程教学改革探析[J].理论博览,2017(09).