

# 高职教育《市场营销学》教学新模式的探索

作者：西安职业技术学院 阮勇

**【摘要】**：高职教育中市场营销学科的特点及侧重点的变化，决定了《市场营销学》必须改变传统的教学模式，应建立新的“实践型教学”模式，构建实践型教学基本体系，要求教师有较丰富的实践经验和组织管理能力要求学生积极参与，通过动手操练完成各项训练项目。

**【关键词】**：高职教育；市场营销；教学模式；探索

《市场营销课程》是一门理论性与实践性都较强的课程，也是高等职业院校经贸类学生的必修课程，传统的以讲授为主的教学模式已不适应社会对高职学生的要求，本文拟从高职教育与普通高等教育中《市场营销学》课程侧重点的分析入手，来探索适合高职特色的《市场营销学》教学模式。

## 一、高职教育与普通高等教育中《市场营销学》课程侧重点分析

高等职业教育在层次上属于高等教育，它是高等教育的重要组成部分。在类型上属于职业教育，有别于普通教育。二者的主要区别在于，普通高教强调学生有较强的系统理论基础，高职则强调学生有较强的实践技术和专门技能。就培养的人才类型而言，高等职业教育培养的是社会需要量较大的技术型人才和高智能的技能型人才，而不是普通高校培养的学术性和工程型人才。从这个角度分析，高职教育与普通高等教育《市场营销学》课程特点上也有一定的差异，表现在普通高等教育中，《市场营销学》侧重于营销理论的掌握，为继续学习研究市场营销打下理论基础。而高等职业教育中《市场营销学》侧重于市场营销能力的建设，为学生未来走向市场就业时具备相应的实践能力打下基础。市场营销能力是市场经济社会中就业、创业的基本能力，具体来说就是指学生进入企业就业乃至创业所需的市场调研能力、市场分析能力、营销决策能力、销售技能等。

## 二、目前《市场营销学》教学现状及问题分析

我国目前高职《市场营销学》教学仍沿用普通高校的教学模式，《市场营销学》的教学基本上沿用的是理论为主、案例为辅的教学方法，在传统的《市场营销学》教学中，最突出的是理论性教学。教学课时安排 36、51、54、72 不等，由于时间少、内容多、教师本身的能力、教师在教学改革中投入的精力等原因，大多数情况是理论教学为主。伴随着教学改革的推进，加上市场营销课程的应用性特点，一些教师开始运用案例教学来增强课程吸引力，加大知识的运用讲解力度。案例教学，能有效地帮助学生理解具体营销知识在实践中的运用情况。但在案例教学中所涉及的案例，大多是国外企业较为典型的案例或是国内知名企业的案例，学生总觉得离自己比较遥远，效果往往一般。总结理论为主、案例为辅的教学形式，的确较好地保证了理论的系统性，但是，在高等职业发展的今天这种方式是远远满足不了学生、社会、企业的需要的。



### 三、建立高职教育《市场营销学》新教学模式

笔者认为高职《市场营销学》应建立新的“实践型教学”模式，具体要求为：针对该学科的特点，为突出学生的实践动手能力，在实践环节采用职业能力训练的教学方法，达到提高学生对本学科知识的掌握和应用能力目的的教学类型。

实践型教学模式具体应包括以下环节：

#### 1、确立培养目标

确立高职教育《市场营销学》课程的培养目标，是课程建设和改革的关键。在实践型教学中，直接的培养目标是提高学生的就业能力，间接的培养目标是：培养学生的社会适应性、教育学生树立终身学习理念、提高学习能力和学会交流沟通，提高学生实践应用能力、创造能力、就业和创业能力，具体包括综合素质和专业技能。

#### 2、构建实践型教学基本体系

有了明确的目标，还应构建具体的教学体系。《市场营销学》实践型教学基本体系包括：

(1) 教学目标。目标是我们行动的方向，教学目标是教学的方向也是教学的核心。高职高专《市场营销学》的教学目标是：要求学生掌握市场营销学的基本概念、原理和方法，并指导学生将所学知识和方法应用于企业的营销实践活动中，使学生掌握企业营销岗位所需要的专业技能，并通过教学活动，提高学生日后走向工作岗位所需的综合职业素质。可见，我们的目标是“能力”，这有别于普通高校的“知识”目标。

(2) 教学内容。高职《市场营销学》教学内容的安排，紧紧围绕“能力”目标，在内容上分为专业理论知识、综合职业素质和专业技能三部分，其中专业理论知识是专业技能的基础。理论的学习是为了让我们少走弯路，没有理论指导的技能是很难达到预期效果的，即便达到较多地也是凭运气。教学中对理论知识强调“够用原则”。综合职业素质的培养是教育之本，是学生日后融入社会获得可持续发展能力的基础，对教师来讲就是既要教好书又要育人。专业技能是胜任本专业工作必须具备的专业能力，是实践型教学的重点和难点。

(3) 教学过程。教学过程是从教学计划开始到教学结束的全过程，在实践型教学中，具体涉及教学设计、教学组织和教学考核三部分。教学设计属于教学计划部分，是教师实施教学之前的一系列安排，包括教学大纲、教材、作业等。教学组织是教学过程的执行过程，强调“注重实践”“学生参与”“互动教学”“岗位设置”等环节。教学考核是对教学计划与教学实际的分析、总结，更是对教与学效果的检验。

(4) 教学条件。教学条件是保障教学的重要条件，包括教师、教材、教学环境等。教师的实践操作能力，学校、社会提供的教学实训场地，直接影响实践教学的效果。在长期的实践教学中，我们感到实训基地是高职课程教学改革的“瓶颈”。课程实训使我们深感校外实训基地落实有很大难度，在校内建立“实训室”也有很大的局限性。鉴于这些，我们可以在当地充分利用市场和学校资源开辟高职课程实训的新路——“校外实地取材与校内课堂训练相结合”的职业能力训练方式。

(5) 教学效果。教学过程不仅要安排计划、执行计划，更要强调教学效果。以此来衡量教学，指导新的教学计划的编制，安排新的教学过程。实践型教学的效果如何，能否达到预期的效果，要求我们通过教学效果的评价促进教学的提高。这与传统的教学方式用一纸试卷来衡量是不同的。实践型教学最终的衡量者，是社会用人单位，衡量方式是进入岗位。但在学校的教学中，阶段的效果跟踪评价更能促进教师的教与学生的学，所以建立合理、科学的过程和结果相结合的评价方式，是实践型教学解决教学效果评价问题的当务之急。

#### 3、教学过程实施

教学过程的实施应以教学目标为方向，以教学体系为路径，教学效果为督导。教学过程中我们要随时发现问题，有效控制过程，保证教学效果。

#### 四、建立新教学模式的特殊要求



实践型教学模式是一种针对高等职业教育发展和需要,适应社会对高职学生要求的创新型教学模式。该模式的实施,对教学主体和客体也提出了较高的要求,主要表现为:

1、要求教师有较丰富的实践经验和组织管理能力

这种教学模式,要求教师和学生通过各种渠道走向市场、走向企业,去收集有关现实市场和企业的资料,甚至参与到实际的市场营销工作中去。当然,教师应首先具有这种能力。同时,要求教师根据这些实地资料,精心设计、策划技能训练项目和素质培养方案,并在课堂上有效组织、指导各项训练活动。这些,对教师的实践经验和组织管理能力都提出了较高的要求。

2、要求学生积极参与,通过动手操练完成各项训练项目,提高专业技能

在这种教学模式中,教师更大程度上扮演的是导演的角色。教学活动能否正常开展,预期的教学效果是否达到,学生的应用能力是否得以提高,很大程度上取决于学生是否积极参与,通过动手操练完成各项训练项目。

**【参考文献】**

[1]王妙.实践课业教学.上海:立信会计出版社,2006.

[2]兰苓.市场营销学.北京:中央广播电视大学出版社,2003.

**【作者简介】**

阮勇(1972.2—)男,西安市灞桥区人。现为西安职业技术学院科研信息处,讲师。

