

# 基于能力培养导向的市场营销学教学改革

罗玉霞

(河南牧业经济学院,河南 郑州 450044)

**摘要:**随着社会经济快速发展,市场对大学生提出更高的要求,提高学生综合能力具有现实意义。文中以市场营销学课程为着手点,分析以能力培养为导向的市场营销学教学改革措施。

**关键词:**能力培养;市场营销学;教学改革

人才培养过程中的主要内容就是培养学生的专业能力,提升学生综合素养。市场营销学教学时要根据实际情况,选择合适的教学模式与方法,持续推进市场营销学教学改革,大幅度提升的人才培养质量。

## 1 市场营销学课程教学现状分析

### 1.1 课堂案例落后

市场营销学课程教学时,很多教师习惯讲理论,对案例讲解重视度不足。这种模式不能明显提升学生实践能力,部分教师习惯用教材或资料上给出的现成案例,自己很少搜集相关案例,造成课堂上讲解的案例不够新颖。另外,向可口可乐营销等西方成熟案例,与我国中小企业之间存在较大差距,不能直接套用,牵扯到西方营销学知识本土化问题。课程案例与实际联系不紧密,无法激发学生学习欲望,不利于培养学生分析与解决问题的能力。

### 1.2 教师团队建设落后

高校教师中仅有极少一部分教师具有企业经验,但他们普遍存在长时间脱离企业的情况,或是工作经验有限,没有意识到市场竞争的激励性。造成授课时教学内容与企业需求结合不足,无法吸引学生注意力,也就谈不上调动学生学习积极性了。学生缺少参与课堂活动的积极性。同时,高校教师队伍建设时采取请进来方法,希望可以弥补学院教师的不足,但经常出现学校要想邀请的专家不愿意来,能请进来的教师存在不足。

### 1.3 缺少教学实训基地

市场营销实践教学方面虽然都在改革,但实际效果不是很理想。如,建设教学实训基地时需要资金、资源及政策方面的支持,但实际上这些往往存在不足,造成很多实训基地建设不到位。部分学校可以找到校企实训基地,但实习时学生很少参与实践,无法培养学生营销技能与解决问题的能力,校企合作之间缺乏长远性与时效性,最终流于形式。

## 2 以能力为导向的市场营销学教学改革分析

### 2.1 利用信息化技术,激发学生学习兴趣

在进入信息化教学模式后,教师由传统的知识传授者变为帮助学生主动学习的引导者和促进者,教师需要帮助学生获取学习所需知识和内容,为学生学习和进步指明方向。

而学生由过去的被动学习者,受外部刺激做出反映的被动灌输者变成学习的主体,主动进行信息的加工和处理,实现知识的构建,而且对于教材和资料中所携带的基础信息和知识,已经不在属于教师讲述和传授的内容,而成为学生主动发现、探索和研究的对象。在信息化教学模式中,学生才是课堂教学的主体,教学的主要目的是帮助学生发挥自身主体性和主观能动性,提升学习效率。如,可以利用大数据分析,更加精确的了解客户的需求及产品的销售情况,全面把握客户群体的满意程度、理财模式等。同时为及时全面地获取客户对产品和服务质量的信息反馈和评价,还可以采用网络方式调查,其互动性强、开放性高,对客户对于服务及产品的忠诚程度和整体感知进行了解。由于时代的不断发展变化,企业应当及时分析市场变化情况,重视人才的引进和管理。尤其是在发展过渡期,需要充分认识到人才的作用,从而打破技术层面的束缚,降低运营中的失误,提高业务的安全性和稳定性。

### 2.2 丰富课堂教学形式

市场营销学是一门理论与实践兼顾的课程。教师在理论知识讲解时既要注重教学内容的前瞻性、信息性、科学性、指导性,又要在展示教学内容过程中讲究方式、方法;可将“感性、理性与互动”相结合,灵活地组织教学。例如对于市场营销学中涉及的定价理论知识在先修课程中已经学过,可以提前布置学生预习,课上请同学上台讲解展示并打分;以调动学生复习旧知识、自主学习及展示自我的积极性,部分同学讲解其他同学补充或点评,学生成了课堂教学的主角,气氛活跃,又摒弃传统单一教师讲授的方式,提高了学生的参与度。学生能力的培养仅仅依靠课堂教学是远远不够,要加强学生参与性,有意识地去体验、训练和实践,以期提升学生的交流沟通等能力。

以营销环境调研为例,可以先说明目的让一个班学生加强自我沟通,并能在充分交流沟通后以4-6人组成一个团队,同时给一个班几项任务时让各团队充分讨论自主沟通后决定各自所选的任务,而后各团队交流沟通明确分工与负责人员,这样锻炼了各团队成员纵向和横向的交流与沟通能力,教师只是起协调、引导、点拨的作用。

### 2.3 重视实训基地建设

对于市场营销学教学而言,实训教学的主要载体就是实训基地,可见对实训基地进行建设和完善,能有效帮助学生提升自身计算机实践操作的能力。通常情况下,实训基地划分为两种,即校内基地和校外基地,校内基地以实训室为基础,这里将是学生的的主阵地,学生会将课堂学到的理论知识在这里进行实践和操作,进而转化为自己的能力,因此学校需要加大资金投入和建设,保证一切教学所需基础设施的建设和投入,为学生打造一个良好的校内实训基地。

但是很多学校并未对实验基地基础建设引起足够重视,使得整个基地建设不完善,对学生常规实训课程的开展造成影响,进而影响教学质量,阻碍学生实训能力的增长。为保证后续实训教学顺利开展,学校需要重视实训基地建设,投入资金建设力度,利用相关研究机构、企业之间的合作,在建设校内实训基地的同时,为学生提供一个良好的校外实训基地,这样学生实践的场所更加真实,内容更符合实际,为学生创造一个真实的工作场所、工作体验和工作感想,如此联合,让学生真正参与到实际项目研究和工作流程中,进行实战训练,帮助学生培养和训练自身专业技能,为日后工作、生活和学习奠定基础。

## 3 结束语

总之,能力培养导向下推进市场营销学教学改革,要求学校全面了解市场行情,创新教学模式与方法,提升市场营销学人才培养质量。同时,教师要掌握学生的具体情况,根据行业需求调整教学安排,为社会输送更多高质量的市场营销人才。

### 参考文献

- [1]杨颖.基于应用能力培养的市场营销学教学改革研究[J].中国多媒体与网络教学学报(上旬刊),2018(11):53-54.
- [2]黄琦.基于能力导向的《市场营销学》教学改革与思考[J].智库时代,2018(34):87-88.
- [3]王中华.基于创新能力培养的医学院校市场营销学课程教学改革探析[J].南京医科大学学报(社会科学版),2018,18(03):242-244.