

新媒体环境下高职市场营销专业教育教学模式改革探索

余国兰

(江汉艺术职业学院, 湖北 潜江, 433100)

一、引言

在新媒体环境下, 高职院校市场营销专业的教学, 需根据综合型人才培养的需求进行调整。同时, 高职市场营销专业的教育模式需要在新媒体环境下进行改革。相对于传统媒体, 新媒体能够通过数字化建设, 满足现代教学的需求。在新媒体环境下, 及时更新专业教学理念, 重视学生市场营销能力的提升, 将网络教学模式与课堂教学模式融合, 可以增强高职市场营销专业课程的灵活性, 不断更新教学内容与方法, 展现出更好的专业教学效果。

在高职院校市场营销专业教育教学改革中, 可基于新媒体理念转变教学观念, 并在应用型人才培养上, 提升学生的市场营销能力, 促使学生全面发展。基于此, 本文主要对新媒体环境下高职市场营销专业教育教学模式改革进行研究分析, 通过对当前市场营销教学模式进行详细阐述, 提出相应的教学改革策略, 为以后类似的研究提供一些参考。

二、市场营销专业教学现状分析

面对市场对人才的迫切需求, 市场营销专业课程教学需要从市场需求出发对教学目标进行重新定位, 以此突破当前人才不符合市场需求的窘境。目前, 在专业教学上, 课堂教学往往采用的是固定化的教学模式, 学生的实践能力培训较少, 学生解决问题的能力有待提升。同时, 高职市场营销课程的教学体系未能随时代发展及时调整和创新, 没有满足学生能力培训的实际需要。如果采用以往的课堂教学方式, 仅注重学生的理论知识教学, 学生的思维能力和创新思维能力则无法得到相应的训练, 学生的综合能力也就无法满足相应的市场要求。因此, 基于新媒体背景, 在市场营销专业教育教学改革下, 构建网络课堂教学模式, 提高新教学模式的科技水平, 培养学生的综合学习能力成为必然趋势。

三、新媒体环境下的高职市场营销专业教学改革价值

在新媒体背景下, 高职市场营销专业的教育教学模式改革可以帮助学生更全面地熟悉理论知识, 在提高学生分析和解决问题的能力, 提高学生的综合能力。在新媒体背景下, 结合信息技术教学的改革培养学生的综合能力, 可以有效帮助教师解决部分市场营销课程教学中遇到的疑难问题。通过教学体制改革实现教学模式的优化, 可以为高职学生创造良好的教学环境, 有效地提高教学质量。以新媒体为基础的教育改革可以丰富课堂教学资源, 如在线课程的应用可以扩大优质教育的覆盖面, 促进教育公平。

新媒体与教育课程改革相结合, 可以促使学生养成良好的学习习惯, 也可以促使学生全面发展, 实现培养实践人才的目的。在构建基于新媒体网络教学平台时, 高职市场营销专业课程教学可以采用线下课堂与在线课程相结合的教学模式, 为学生的综合能力提高创造好的条件。利用网络教学平台丰富市场营销课程资源也可以为学生提供更为丰富的知识内容, 满足学生理论与实践学习的需求, 激发学生的学习热情。营销专业课程教学改革可以为学生提供更多的自由学习时间。利用新媒体网络教学平台改革营销专业教学模式, 可以促使师生之间进行良好的沟通, 在课堂教学中发挥学生的学习积极性, 真正使学生成为课堂的主体。

四、新媒体环境下高职市场营销专业教育教学改革要点

在新媒体背景下, 高职市场营销专业教育教学模式的改革, 需要从教学观念、教学体系、教师队伍以及教学资源等多个层面入手。高校需更新教学理念, 并着重关注新媒体在市场营销专业教学改革中的价值。基于教学模式改革, 市场营销实践教学活动能更好地开展。同样, 在新媒体背景下, 对教

师资队伍与教学体系进行改革,不仅能够合理运用新媒体关注学生的实际发展情况,也可以进行针对性的教学覆盖,实现学生职业发展与专业学习的良好衔接,最大限度地发挥高职院校的教育教学价值。

五、新媒体背景下高职市场营销专业教育教学改革策略

(一)进一步完善市场营销专业课程教学体系

在新媒体背景下,人们的日常消费习惯发生了巨大的变化,为迎合大众需求,市场营销需要更优秀的人才来迎接新的机遇与挑战。因此,在高职市场营销专业在人才的培养上,需要进一步完善专业课程教学体系,让学生的学习更加多元化,帮助学生获取更多更优质的网络学习资源。新媒体在教学体系中的合理运用,能够让学生的的发展更加自由,让学生的学习效率更加高效。因此,现阶段的市场营销专业教育教学需要不断改革与创新教学方法,加强网络资源建设,以逐步提升学生的实际学习效果。而进一步完善市场营销专业课程教学体系,需要借助新媒体构建开放型课程教学模式,即在现有的专业课程教学中融入开放型课程,以学科交叉为要点,面向社会与国际,支持学生以讨论研究等形式来培养发散思维,提高独立思考能力。

营销专业课程教师运用互联网等新媒体进行教学,能让学生根据自身喜好进行课程的选择,同时,丰富的网络课程资源能让学生对国际环境与经济变化有全面的了解。另外,老师还应及时更新知识体系,以复合型人才培养目标来推动学生自主学习。此外,可通过校企合作完善学生的专业实践课程,让学生深入到企业市场营销工作中进行实践学习。市场营销专业采用校企合作方式教学,需要根据专业学生的实际教学情况完善课程体系。在完善的课程教学体系中,学校需要充分利用新媒体优化学生的实践能力培训方式,让新媒体构建新的导师教学模式,完善现有课程教学体系,使学生获得更好的培训,让学生学习与企业导师相关的经验和策略,拓宽学生的视野,为学生的职业发展提供保障。

(二)重视市场营销专业学生能力的培养

在新媒体的背景下,高职市场营销专业人才的培养,需要教师改变传统的教育观念,提升学生的综合能力。在重视学生综合能力发展上,学校应打造尊重学生、尊重人才和尊重知识的高职校园文化,鼓励学生多思考多实践,提升学生独立思考的

能力。在市场营销专业课程教学上,教师应严谨治学,加强对学生竞争意识的培养,同时以人文本,关注学生的学习兴趣与能力,引导学生自主发展,并指导学生做好职业生涯规划,让学生根据自身的个性来制订相应的发展方案。同时,学校要制订科学合理的评价体系,加强教师的专业发展。在教学上,提升教师的教学创新思维,为学生综合能力的提升奠定基础,促进科研与人才培养的良性循环。同样,对市场营销专业学生进行评价是检验复合型人才培养成果的重要手段。在新媒体背景下的专业课程教学中,高职院校需要结合学生的发展进行综合考评,推动复合型的教学新模式的运用。评价体系的完善需要根据学生的个性化发展与专业发展进行综合考评。对学生的创新思维与能力进行评价,有助于后期实践课程活动开展。

(三)进一步完善人才培育平台

在互联网时代背景下,市场营销专业人才的培养,需要以产学研教育一体化建设为基础,为高职院校市场营销专业的综合型人才搭建平台。产业与教育融合是我国高等教育改革的重点方向,产、教、研一体化是深化高职教育改革提出的主要问题之一。创新教育模式可满足产业发展对新时期高职教育市场营销人才培养的要求。对此,可推广以院校为主体、以单位实践为补充的综合型人才培育模式,发挥市场营销行业、企业在市场营销专业教育变革中的作用,引导企业以多种方式参与学校市场营销专业的教材开发、教学设计、实践培训等,让企业真正成为高职行业的直接参与者、决策者和受益者。同时,市场营销新型人才培育需要教师深入新媒体市场营销岗位研究,需要学校邀请企业专家进行人才培训。人才培训应以“双主体、双重责任”为原则,强调以双赢为核心,更好地与行业发展衔接,以此优化市场营销专业人才培养路径。学校也可充分整合社会资源,建立实习基地、研究基地以及合作课题,以专业复合型人才来推动高职市场营销专业的整体规划、制度建设、协调管理等。此外,也可发挥科研队伍的专业指导作用,以此完善复合型人才培养平台,为高职市场营销专业的可持续发展提供保障。

(四)互联网教学模式与传统教学模式的融合

在互联网时代背景下,针对市场营销专业课程的改革,教师可以采用线下课堂与在线课程模式

(下转第99页)

业的一门基础性课程,该课程涉及内容宽泛,并且具有一定的深度和广度。基于经济学的这些特征,多数高职院校的经济学课程设计都偏向经济理论,导致该课程的教育价值未能得到充分体现。因此,高职经济学专业教育人员应加强对这一问题的重视,通过对教学内容、教学方法等的优化创新,提升经济学课程教学水平,为学生的专业学习奠定良

好基础。

【作者简介】陈雯静(1986.07—),女,湖南常德人,硕士,讲师,研究方向为经济学、高职教育。

(上接第90页)

相结合的方式开展教学,并将在线课程作为主要的阵地,采取线下课堂协助在线课程的形式。线下课堂是一种组织性的学习形式,在线课程有助于培养学生独立学习。在线下课堂,教师展开营销专业知识教学,同时借助网络平台为学生提供更丰富的教学资源,为学生营销专业知识的学习提供广阔的空间。在线课程可以成为学生学习的主要方式。一方面,在线课程可以培养学生的主动学习积极性,促使学生通过实践真正掌握营销知识。因此,在线课程学习可以作为学生学习知识的重要方式。通过线下课堂辅助与在线课程学习的结合,以及在线课程与线下课程相互补充,可以帮助学生逐渐形成营销相关能力。而线下课堂还可以促进师生沟通,帮助学生提高综合能力。

(五)构建一支教学能力强的教师队伍

在新媒体环境下,高职市场营销专业教育教学模式改革,需要重视教师队伍的建设。构建一支教学能力强的教师队伍,需要重视教师教学能力与科研能力的融合。因此,教师应加强对市场营销专业教材的理解,具备扎实的专业知识,准确把握教学大纲和学生发展方向。教师掌握新媒体背景下的教学特点,再结合学生的接受能力设计教学层次,选择合适的教学方法,可以促进学生学习能力的提高。同时,教师要有一定的思维灵活性,不仅要解决学生在课堂上提出的问题,也要提升教研活动的有效性,并进一步体现在教学实践的改进上。在教研活动中,教师要有能力解决遇到的问题,并实施创新教育。对此,教师可以总结长期教学的实践经

验,提出实施创新教育的思路,逐步实现科研能力与教学能力的双重提升。

同时,高职院校应重视科研活动的多样化建设,规范每一项教学科研活动,全面提高教学科研水平。针对高职市场营销的相关问题,可以开展相应的教研活动,进一步完善科研活动。对市场营销专业的教师来说,教学模式改革往往需要经过长期的实践,因此,教师必须提高自己的科研能力,在积累大量教学经验的同时,更好地掌握新媒体专业教材的教学,以此积累更多相关教学能力与经验。建立一支教学能力强的教师队伍,组织多样化的科研活动,能帮助教师处理现阶段实际教学过程中的重点和难点,以此提高教师的教学质量与科研能力,提升市场营销专业的教学效果,为学生的全面发展提供保障。

六、结束语

由此可见,在新媒体背景下,高职市场营销专业的教学环境需要进行相应改变。现阶段的教育教学理念需要积极创新,并通过改革与创新教学模式,实现综合型人才的培养。在新媒体环境下,高职市场营销专业教学还需要加强教学体系建设,关注教师队伍发展,优化课堂教学效果,强化学生实践能力,以此为学生的全面发展提供保障。

【作者简介】余国兰(1987.12—),女,汉族,湖北潜江人,硕士研究生,讲师,研究方向为市场营销。