

浅议高职经济学课程教学

陈雯静

(长沙职业技术学院, 湖南 长沙, 410017)

一、引言

随着我国社会主义市场经济的不断发展和完善,各领域都迎来了全新的发展机遇。社会对经济管理专业人才的需求量呈现出持续增长的趋势。高职院校作为我国一线专业技能型人才培养的主阵地,纷纷开设了经济管理课程,旨在培养更多优秀的经济管理专业人才。经济学是高职经管专业的一门必修课程,但因为该课程具有较强的抽象性,所以其课堂教学往往面临着诸多问题。这就要求高职院校结合职业教育特征和经济管理专业人才培养需求,积极探索经济学课程教学的改革路径。鉴于此,本文主要从高职院校经济课程的教学现状和改革路径进行分析。

对于高职经管专业的学生而言,经济学课程是他们初步认识经济学的入门课程,也是他们学习其他专业知识必须掌握的基础课程。这是因为经济学课程中包含经济学的基本架构,只有当学生掌握了这些内容,才能更好地理解和掌握其他经济学专业知识。由于高职教育是我国职业教育的重要组成部分,其人才培养目标是培养出面向生产、管理、建设和服务等领域的一线岗位技能人才。因此,高职经济学课程的设置应充分体现职业教育的特色,在教学目标、教学内容和教学方式上要与本科院校有所差异,应着重通过将理论与实践相结合的方式,提升学生的专业知识和技能。但就目前高职院校经济学课程教学现状来看,这一点并未得到体现,教学实践问题较多,经济学课程教学水平有待提升。就这一方面而言,加强对高职经济学课程教学的研究非常必要。

二、高职经济学课程教学现状分析

(一)教学定位不准确

基于职业教育的特殊性,高职经济学课程教学会体现出职业教育的特征。高职院校需要基于“理实一体化”的教学原则,将经济学理论教学与实践教学结合起来,充分锻炼学生分析和解决问题的能力,在夯实学生经济学理论知识基础上,发展学生

独立思考和创新思维等方面的能力。但就现阶段高职经济学课程教学情况来看,多数教师还是会将教学重心放在经济学理论知识的灌输上,很少会为学生提供专业实践的机会,这严重影响了学生专业学习水平的提升。而出现这一现象的根本原因是经济学专业教育人员未结合职业教育特征和学生发展需求,对该课程教学进行准确定位。

(二)教学手段落后

经济学是经济管理专业中的基础课程,对学生经济学知识的学习具有理论奠基的作用。但是,经济学知识具有较强的抽象性,大部分理论知识无法通过课堂教学直观、形象地呈现出来,导致学生在学习过程中,经常出现一些理解上的困难。这就要求高职经济学专业教育人员结合该课程的内容,适当引入一些真实、生动的案例,或者采用一些比较先进的教学方法,引导学生利用已有的知识经验或生活经验理解该课程内容。但就现阶段高职经济学课堂教学情况来看,多数教师仍一直沿用传统教学方式和手段,将课本知识单向灌输给学生,然后让学生通过死记硬背的方式理解和记忆课本内容。在这种课堂教学中,师生缺乏有效互动,学生的学习自主性和能动性未能得到充分体现,学生难以真正理解和消化课本知识。

(三)教学内容针对性不强

教学内容是课程教学活动开展的主要依据,因而教学内容是否合理会直接影响到课堂教学的质量。由于经济学课程内容的专业性较强,并未引入我国基础教育课堂中,因此对于多数高职学生而言,经济学是一门全新的课程。虽然学生在日常生活中也偶尔会接触到经济学的一些概念,但与课本上所给出的专业解释存在较大差异,并且还有许多概念是学生从未接触过的。因此,在高职经济学课程内容的选择上,首先要向学生普及经济学的一些基本概念,为学生后续的经济学知识的学习奠定基础。但就现阶段高职经济学课程教学现状来看,多数教师在选择教学内容上并未意识到这一点,而是按部就班地把课本知识传授给学生,未能结合学生

的实际生活对经济学基本概念进行讲解,这会影响到学生对经济学知识的理解。

三、高职经济学课程教学改革途径

(一)明确教学目的

经济学就是为人们提供多种看待经济问题的角度的学科。自古至今,不论何种经济学理论,本质都是从某个角度去看待经济学问题,如果人们可以熟练地掌握和运用这些看问题的角度和思维,那么就能形成更加长远的眼光,在看待一些客观事物时,也会比一般人要看得更加透彻,想得也会更加长远。基于经济学的本质特征,高职院校教师应引导学生掌握经济学基本知识和分析方法,让学生对当代经济学的基本内容和思想形成一个较为全面的了解和认知,从而能灵活运用所学知识和技能对一些经济学现象进行辩证分析。由此,学生的专业视野能得到拓宽,为今后的学习和发展奠定基础。在经济学课程教学中,教师也应积极贯彻落实这一教学目标,在传授学生经济学习知识的同时,引导学生从经济学角度对各种社会或生活问题进行分析,小到菜价的上涨,大到货币膨胀等,促使学生将理论与实际结合起来,发展学生的经济学思维,提升学生的专业学习水平。

(二)优化教学内容

基于高职教育中的经济学教学特征,高职院校在制订经济学课程教学大纲时,可以从理论和实践两个角度出发,保证理论教学与实践教学并重,切实提升学生的专业学习水平。首先,在教材内容上,应将经济学的基本理论知识统统收录到其中,如均衡价格、供求关系等,以便学生对经济学的基础概念形成清晰、全面的认知。其次,在教学内容上应注重理论与实践的有机结合,在对一些基础理论知识讲解时,适当安排一些与我国现实社会经济相关的内容,以便学生理论与实践相结合。比如,在对CPI(消费者物价指数)这一经济学概念进行教学时,教师就可以结合我国现实社会经济现象,将我国国家统计局每月上旬公布的经济运行数据引入到课堂中,并引导学生利用课本中的经济学知识对最新公布的社会经济运行状况表达自己的看法,促使学生将理论知识的学习与实际问题的分析结合起来,提升学生的学习效果。最后,在教学内容上,教师应对各知识点的讲解进行合理安排,在保持大框架结构不变的基础上,适当增加一般经济学理论

知识,适当缩短不常用的经济学理论的教学,让学生对经济学内容形成更加清晰的认知,提升学生专业学习的针对性和有效性。

(三)创新教学模式

经济学课程具有较强的抽象性,如果采取传统“说教式”“灌输式”的课堂授课模式,往往无法取得预期的教学效果。这要求教师根据学生的知识基础和学习水平,结合经济学课程的特征和具体内容,积极探索更为高效的课堂授课模式,尽可能地利用通俗易懂的方式将课本知识呈现出来,促使学生更加积极主动地对专业知识进行思考和探究,提升课堂教学效果。比如,教师可以借助多媒体技术的应用优势,将一些比较抽象的经济学理论知识直接呈现出来,让学生在视觉和听觉双重刺激下,对经济学知识形成更加清晰的认知。在课堂教学中,教师可以播放一些经济学专家的专访或记录,也可以播放能够反映经济学现象的优秀电影,如《华尔街》《监守自盗》等电影。然后,教师可以引导学生对影片中的经济现象、经济原理等进行分析,通过直观事例加深学生对经济学基础知识的理解。另外,教师还可以采用案例教学法、任务驱动法、情境教学法等展开教学,充分发挥学生的学习自主性。

(四)完善教学评价

教学评价具有反馈、评价和激励等作用。但在以往的高职经济课程教学中,教师往往忽视了教学评价的重要性,并未对学生的学习过程进行科学评价,导致学生不能很好地对自己的学习形成清晰认知,学习水平难以提升。因此,在高职经济课程教学中,教师应加强对教学评价的重视,结合经济课程的教学特征和学生的实际发展需求,对现有的教学评价体系进行优化创新。首先,教师应对教学评价方式进行创新,除了笔试外,教师还可以采取口试、面试、项目考核等方式,对学生的专业学习情况进行全面考核。其次,教师需要对评价标准进行优化,即除了学生的考试成绩外,还需要将学生的日常表现、项目完成情况、顶岗实习情况等一并纳入到考核范围内,以便学生对自己的学习过程有全面的了解,让学生明确努力方向。最后,教师可以让学生参与到教学评价中,通过学生自评或互评等方式,取长补短,相互促进。

四、结语

综上所述,经济学课程是高职院校经济管理专

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。