市场营销课程教学方法改革与创新研究

李贵淼

长春科技学院 吉林省 长春市 130600

[摘要]随着教育的不断深入，我国的高等教育培养了一批又一批的高素质人才，对我国社会经济的发展起到了积极的推动作用。而市场营销作为一门应用性极强的专业课程，也随着时代和社会经济发展不断地进行改革和创新。本文主要从市场营销课程教学现状、存在的问题、改革与创新的意义及市场营销课程教学方法改革与创新对策等方面对市场营销课程教学方法改革与创新进行了研究和探讨，以期能为广大教育工作者提供一定参考和借鉴。

[关键词] 市场营销；教学方法；营销

[中图分类号] G641 **[文献标识码]** A **[文章编号]** 1647-9265(2024)-0025-14 **[收稿日期]** 2024-01-12

一、市场营销课程教学现状及存在的问题

(一) 教材内容陈旧，无法满足学生学习需求。目前，大部分高校的营销课程主要是以教师讲授为主，教师在授课过程中需要通过大量的案例讲解来提高学生对营销的认识，但在实际授课过程中，由于传统教学观念的影响，导致部分教师不能及时更新教材内容，将新知识和新技能融入到课堂教学中。同时，由于教材内容较多，教师在授课时很难面面俱到地对每一个知识点进行详细讲解，导致学生无法系统地掌握课程所需知识。

(二) 教师的教学理念和教学方法陈旧。目前大多数高校营销课程的任课教师主要是由大学一年级或二年级的学生担任，这些学生具有较高的理论知识和实践经验，但缺乏创新精神和开拓能力。因此，在实际授课过程中，这些学生往往会采用传统教学方法来开展教学活动。例如：教师在授

课时会采用传统的“填鸭式”教学模式，先由教师通过讲授理论知识来将知识传授给学生。这种方式虽然简单且易掌握，但学生缺乏独立思考和自主学习的能力。同时由于营销课程内容较多、知识点较难且具有时效性和动态性，学生在学习过程中很难紧跟时代发展潮流进行深入思考和探讨，从而导致学生在学习营销课程时感觉到枯燥乏味，积极性不高。

(三) 教学与实际需求脱节。目前大部分高校的营销课程主要是以理论知识为主，主要包括了营销概论、消费者行为学、营销调研与预测等内容。而在实际授课过程中发现部分高校的营销课程存在理论与实践相脱离的现象，导致学生在实际学习中无法将所学到的知识与实践相结合。同时由于大部分高校的营销课程缺乏实践环节和实验环节，导致学生在学习过程中很难将所学知识运用到实际工作中去。

(四) 教师缺乏创新意识和教学经验。

在实际教学过程中发现很多高校的市场营销教师存在一定的“高分低能”现象。同时由于有些教师在授课过程中往往会选择照搬照抄其他高校教师所讲授的课程内容，导致自身所讲授的知识和实践操作出现严重脱节现象。另外，由于部分高校缺乏对市场营销课程教学经验的总结和整理，导致有些教师在授课过程中很难结合自身授课经验对学生进行深入讲解和引导。

（五）教学资源有限、缺乏实践基地。在实际授课过程中发现部分高校市场营销课程任课教师均是由大学一年级或二年级的学生担任，导致市场营销课程任课教师和学生之间缺乏沟通交流。另外由于各高校的市场营销课程都没有与企业合作建立实习基地，导致学生在毕业后无法真正走进企业工作岗位中去了解实际工作环境和工作内容。因此这就导致学生在毕业后难以适应企业工作环境和需求，从而导致学生毕业后找不到合适的工作。

二、改革与创新的意义

（一）提高学生的综合素质。目前，我国高校市场营销课程教学在教学内容、教学方法、教学手段及考核方式等方面存在诸多问题，这些问题严重制约着我国高校市场营销课程教学的质量和水平。通过对市场营销课程的教学改革与创新，不仅可以提高学生市场营销课程知识的理解与掌握程度，而且还能使学生充分了解与掌握市场营销相关的基本理论知识、基本方法和基本技能，从而培养出既有理论素养又有实践能力的应用

型人才。同时，通过对市场营销课程教学方法及手段的改革与创新，还能进一步提高教师的专业素质和业务能力，从而促进教师自身专业水平的提升。

（二）培养学生的创新精神。创新是一个民族进步的灵魂，是国家兴旺发达的不竭动力。市场营销课程作为一门实践性极强的专业课程，学生只有具备了较强的实践能力才能更好地适应社会经济发展对人才素质和能力提出的新要求。然而，目前我国高校市场营销课程教学存在理论与实践脱节、过于注重理论知识传授、教学模式单一等问题，严重影响了学生学习积极性和主动性，进而也影响了学生创新能力和实践能力的培养。通过对市场营销课程教学方法及手段等方面进行改革与创新，可以有效地培养学生创新精神，进而使学生能够更好地适应社会经济发展对人才素质和能力提出的新要求。

（三）促进学生全面发展。随着我国高校教育改革工作持续推进和不断深化，在对高校进行人才培养过程中，不仅要注重学生知识、能力和素质等方面的培养，更要注重对学生综合素质、创新精神等方面的培养。市场营销课程作为一门应用性极强的专业课程，不仅要求学生要掌握营销理论知识，还要掌握相关实践技能。而目前我国高校市场营销课程教学在注重理论知识传授及技能培养等方面都取得了一定成效，但仍然存在不少问题。例如：教师教学理念不够先进、教学模式陈旧、考核方式单一等。而通过对市场营销课程教学方法及手段等方面进行改革

与创新,可以进一步转变教师教学理念、改变传统教学模式、创新教学方法及手段等方面来培养学生综合素质和能力。同时通过改革与创新市场营销课程教学方法及手段等方面来提高学生对市场营销知识理解与掌握程度,进而促进学生全面发展。

三、市场营销课程教学方法改革与创新对策

首先,教师在教学中应努力提升自身专业素养。教师的教学能力和素养是提高教学质量的前提和保障,要想提升教学质量,就必须重视提升教师的专业素养,只有具备了较高的专业素养,才能有效地提高学生对知识的掌握程度。因此,教师应努力学习专业知识和理论,并将其应用到日常教学中,这样不仅可以有效地提高学生对知识的掌握程度,还可以使学生形成正确的学习态度。

其次,教师在教学中应注重因材施教。由于每一位学生的性格、能力、兴趣爱好等都不尽相同,所以在教学中教师应该做到因材施教。例如在市场营销课程教学中,教师要根据学生不同的情况来调整教学方法和内容。在此过程中教师可以以学生为主体来设

计课程,使学生在学习过程中积极思考、勇于提问。此外,教师还可以根据不同的课程设置相应的案例进行分析和讨论,以此来提高学生对市场营销课程知识的掌握程度。最后,教师在教学中应加强师生互动。学生是课堂上的主体,只有老师与学生之间建立良好的互动关系才能激发学生学习兴趣和热情。因此老师应注重加强与学生之间的交流和沟通,以提高教学效果。

参考文献:

[1]李波.高校课程质量评价体系构建探析[J].课程·教材·教法.2009,(11).

[2]邱枫蓝.课程评价发展的历史视角[J].福建师范大学学报(哲学社会科学版).2008,(2).

[3]王根顺,郝路军.高等学校课程评估的原则与理论依据[J].高等理科教育.2006,(3).DOI:10.3969/j.issn.1000-4076.2006.03.005.

[4]肖海.高校课程建设评估指标体系的研究与实践[J].华东交通大学学报.2006,(z1).10-12.

Teaching method reform and innovation research of marketing course

Li Zhanmiao

Changchun University of Science and Technology, Jilin Province, Changchun City 130600

Abstract: With the deepening of education reform, China's higher education has trained a batch of high-quality talents, which has played a positive role in promoting the development of China's social economy. Marketing, as a professional course with strong application, has been continuously reformed and innovated along with the development of The Times and social economy. This paper mainly studies and discusses the reform and innovation of marketing courses from the aspects of its

teaching status, the existing problems, the significance of reform and innovation, and the reform and innovation countermeasures, in order to provide some reference for the majority of educators.

Key words: marketing; teaching method; marketing