



廣東工商職業技術大學

Guangdong Business and Technology University

市场营销学 教学反思

科 目 _____ 市场营销学 _____

任课老师 _____ 王子飞 _____

任教年级 _____ 2020 级 _____

单 位 _____ 广东工商职业技术大学 _____

2021 年 5 月 20 日

市场营销课教学反思

一、课程性质

本课程是电子商务专业、市场营销专业的专业基础课，在专业培养目标中，具有极其重要的地位和作用。总课时 54 学时。开设本课程是为学生树立市场营销观念，在平面设计和图形处理中分析和解决问题准备必要的知识和能力。本课程重点是市场营销观念，STP 战略，4P 策略等，为学生进一步学习相应的专业知识和确立市场意识打下基础。本课程旨在培养学生市场营销理念以及分析问题解决问题的综合能力。

二、课程设计理念和思路

（一）课程的改革理念

本课程的改革理念是，坚持实践化、实用化教学，密切适应市场营销的发展趋势，坚持学以致用；解决抽象理论与实践相脱节现象，让绝大多数学生在有限的时间内迅速掌握课程的基本理论知识，并通过实践操作加深理解基本理论；强化实践操作，通过举一反三、理论学习-实践实习-测验-总结等多种方法锻炼学生对市场营销的理解及能力。

（二）课程的设计思路

通过总结课程教学工作多年的教学经验，提出了课程设计总的思路是：在课程的设计和教学过程中自始至终贯穿“理解和记忆市场营销理论，熟练市场营销实践实习，灵活掌握市场营销技巧，锻炼创新能力”的基本思想。

1. 理解和记忆市场营销基本理论

市场营销学的主要教学内容包括：分析市场营销环境、研究市场购买行为、制定市场营销组合的策略、组织和控制市场营销活动。理解和记忆市场营销理论，形成市场营销理论体系。

2. 锻炼创新能力

在课程中通过学生市场营销实践，为企业提供营销策划方案，从事推销实践实习等，以使使学生通过循序渐进地锻炼提高实践技能。有意识地培养学生的成就感，提高创新能力。

三、课程目标

通过本课程的教学，应使学生比较全面系统地掌握市场营销学的基本理论、基本知识和基本方法，正确认识课程的性质、任务及其研究对象，全面了解课程的体系、结构，对市场营销学有一个整体的认识。认识在发展社会主义市场经济的进程中加强企业营销管理的重要性，了解市场营销活动的基本程序和方法，培养和提高正确分析和解决市场营销管理问题的能力，以使学生具有明确的市场营销意识，能够较好地适应市场营销管理工作实践的需要，更好地服务于国家创新体系建设和社会主义市场经济建设，有效地迎接 21 世纪社会经济发展中将要面临的新问题、新挑战，全面提升学生在全球化竞争中的综合素质。

四、课程教学反思

以课程整体的教学设计理念和课程教学目标为出发点，针对当前市场营销课程课堂教学存在理论与技能失衡、对营销的目的认识有误及技能培养“重全不重专”等现实问题，结合教学实际和实践探索，具体教学反思如下：

（一）创设和谐学习环境，保持良好学习情趣

在实践教学过程中让我懂得，鼓励和诱导相结合，排除学生学习中各种心理障碍，克服学生的抵触情绪，创设和谐的学习环境，是保持学生学习情趣的最佳手段。

现在的学生受自己心理因素的影响很大，如果喜欢一个老师，上他的课也会认真一点，如果不喜欢老师，可能讲的内容再丰富，再有吸引力也不愿意听课，所以建立良好的师生关系，创设和谐的学习环境是使学生保持良好学习情趣的因素之一。考虑到这一点，我们要有意识地与学生培养师生关系，下课后，找几个学生聊聊天，谈谈生活中他们感兴趣的话题，在课堂上，多抽时间与学生互动，课后我也会尽量留下几分钟的时间给学生讲一些最近发生的新闻，让他们觉得上课不那么枯燥，也让他们在上课之余喜欢上这位老师，更期待上他的课，为他们保持良好的学习情趣创设一个好的学习氛围。

（二）案例教学，让课堂别样精彩

案例教学法是一种以案例为基础的教学法，案例本质上是提出一种教育的两难情境，没有特定的解决之道，而教师于教学中扮演着设计者和激励者的角色，鼓励学生积极参与讨论，不像是传统的教学方法，教师是一位很有学问的人，扮

演着传授知识者角色。

在市场营销中，有很多成功的案例，而且是耳熟能详的知名品牌，在每讲课的开始，都要以一个案例导入新课，给出几个问题，然后在完新课后，请学生利用学到的新知识回答课程开始时的问题，并且在每一章节结束之后，布置一道案例分析题让学生做，以案例贯穿整个教学过程。

案例教学可以发展学生的创新精神和实际解决问题等能力和品质，学生通过案例教学得到的知识是内化了的的知识，并且可以在很大程度上整合教育教学中那些“不确定性”的知识，也大大缩短了教学情境与实际生活情境的差距。并且案例的运用也可以促使学生很好地掌握理论。

（三）因材施教，让知识洒满课堂

不同的专业由不同的学生构成，因此每一个班级的学情存在差异。若用一成不变的教学方法和教学内容施教必然会出现问题。《市场营销基础》作为财经商贸类专业基础课，涉及专业较多，对专业基本的培养有非常强的基础导向作用。大部分教师在最开始的时候，所备的课及讲授的内容都是一样的，完全没有考虑到专业化的问题。慢慢地，一学期下来之后，我们会发现，有的关于市场营销的理论知识非营销类专业的学生根本不感兴趣，也不怎么听得懂，而市场营销专业的学生则理解起来更容易些。因此，要对自己的课程有了思考，针对不同专业的学生，所讲授的内容应该是不一样的，因为侧重点不同。在后来的教学工作中，我对课程的内容进行了筛选，市场营销专业的学生学的知识会更全面一些，专业知识更多一些，而非营销类专业的学生则只需要掌握一些基本的理论，然后适当做些实践训练就可以了。“因材施教”是每一位教师都应从一开始就努力实施的教学方法和技巧。

（四）强化实践 夯实课程对专业技能的支撑

实用性是市场营销学最显著的特征，只掌握了理论基础而不进行实践，学生就无法真正掌握到市场营销学的本质与内涵，也无法将知识真正运用于现实之中。所以，教师要在学生学习期间，尽可能多地为学生创造一些实践机会，让他们能够跳出课本，走出课堂，到现实中学会如何通过问题的分析与解决来掌握市场营销的技能和方法。教师可以提前与一些规模大且正规的企业、商业进行沟通合作，在那里设置“实习基地”，利用一些节假日时间，组织学生参加社会实践

活动。这些实践活动能够帮助学生快速地将书本上的感性知识转化为现实中的理性认知，在真实的岗位与角色上，培养他们的营销能力、沟通能力、表达能力以及坚持顽强的意志，这些都是市场营销员所必须具备的专业素养和职业能力。

当前社会对职业人才提出了更高要求，让学习市场营销学及相关专业知识的生都能够成为高素质的实用型人才，就要在教学中注重学生能力的培养与提升。只有创新型的教法才能培养出具有创造力和创新思维的学生，新时期的职业教育者要勇于打破传统教学的旧格局，赋予职业教育教育更具时代感、生命力的新活力，引领职业院校学生走上技能赋能职业生涯的坦途。