

高职《网络营销》双语课程教改路径探索

沈伟江¹ 向科衡²

1 浙江工商大学 2 浙江经济职业技术学院

DOI:10.32629/mef.v2i5.115

[摘要] 随着跨境电子商务和国际化业务的发展,越来越多高职院校开设双语课程,其中以经管大类开设的《网络营销》双语课最为常见。本文以复盘高职《网络营销》双语课程教学现状,提炼出实现教改的必要性,并提出教改路径优化体系对策,为目前双语教学改革提供相关思路和路径。

[关键词] 网络营销; 教改; 优化; 对策

Exploration on the Path of Teaching Reform of Bilingual Courses in Network Marketing of Higher Vocational Education

Shen Weijiang¹ Xiang Keheng²

1 Zhejiang Gongshang University 2 Zhejiang Technical Institute of Economics

[Abstract] With the development of cross-border e-commerce and international business, more and more vocational colleges offer bilingual courses, among them, the "Internet Marketing" bilingual course offered by the major management category is the most common. This paper takes the current situation of the bilingual teaching of "Network Marketing" in the higher vocational colleges, extracts the necessity of realizing the reform of teaching, and proposes the countermeasures of the teaching reform path optimization system to provide relevant ideas and paths for the current bilingual teaching reform.

[Keywords] network marketing; teaching reform; optimization; countermeasure

1 高职《网络营销》双语教学现状

在高职经管大类课程体系下,《网络营销》已经逐渐成为电子商务、市场营销等传统专业的专业核心课,随着跨境电子商务的专业方向细分,高职电子商务、国际贸易专业开设了《网络营销》的双语课程。双语课程的开设,是培养复合型特别是符合“一带一路”跨境人才的要求,高职学生能够通过双语互动思维和双语职业素养基础,能在跨境业务、海外业务等场景体现出自身的专业技能的稀缺性。

但目前高职开设《网络营销》双语课程,出现了较多高职学生的“水土不服”以及任课教师的“自我效能感降低”。其一,部分任课教师存在实际企业工作经验的缺失,将《网络营销》的整体定位和教学模式偏向于专业英语教学,对于高职学生来说,英语水平较为薄弱,一结合专业术语对双语课程产生了为难和畏惧的心理;其二,部分《网络营销》双语课程陷入了模式化、教条化的教学氛围:理论和实战结合,最后以PPT形式小组汇报,学生对这类教学模式已产生倦怠感。再者,当任课教师在讲授过程中,学生的反馈和相应较少,加上词汇的不熟悉度高,导致教师不得不停下来去用中文解释一些术语和词汇,影响教师双语教学的整体协调性和顺畅度。

2 高职《网络营销》双语教改必要性

2.1 互联网的全球化促使更多新颖的营销模式出现

纵观目前主流的《网络营销》双语课程教学,教材使用

的均是西方经典网络营销教材,知识体系以经典营销学为基础,网络营销的知识体系依然停留在10年前,而目前以全球化为发展方向的互联网营销已经促成多种多样的全新的营销模式,这些营销模式却没有同步更新在教学过程中,造成学生在课程中学到的知识体系与现实不匹配。目前的双语教学模式单一,教师缺乏企业实际互联网营销工作经验,仅仅靠分解解读教材并不能使学生渗透进双语教学的优势。综上所述,《网络营销》双语课程教改将改变原有的教学体系和教学模式,让学生能够通过双语教学进一步与互联网新营销模式接轨。

2.2 跨境业务对于国际化复合型人才的需求日益迫切

随着国际化产业带的覆盖,跨境业务(跨境电商、跨境支付等)在行业渗透率越来越高,对于国际化复合型人才的需求也就越来越迫切,经管大类的学生目前整体课程体系方向以大而全为基础,而国际复合型人才的需求是专而精,这就要求在经管大类的课程体系中涉及的《网络营销》双语课程不仅要符合国际化特征,还要结合经管类课程特色,即改变原有的网络营销知识体系大而全的特征,通过经典网络营销传承的知识体系叠加新交叉营销模式的知识体系的路径,打造国际化复合型网络营销人才。

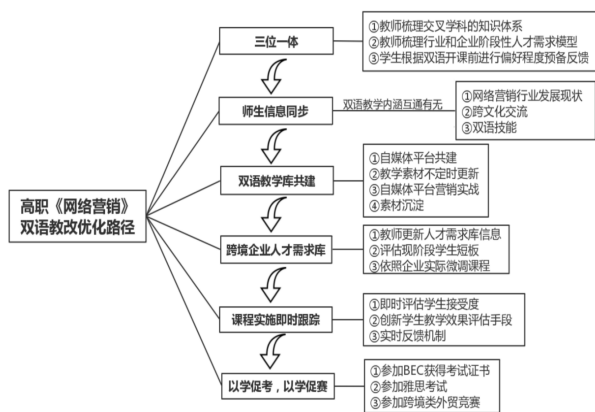
2.3 是高职教育国际化接轨的必然要求

2019年,国务院印发的职业教育第20条要求指明了高职院校教育要向国际先进水平看齐,高职院校教育要逐步走向

国际化。就浙江省的情况而言,根据《浙江省高等教育国际化发展规划(2010-2020)》的内容,明确要求到2020年为止在全省高校开设到全外语和双语教学课程占课程总数到比例中,高职高专院校要提高到6%。笔者所在的浙江省杭州市是“前峰会、后亚运”的政策红利享受城市,跨境电商发展迅猛,对于双语营销人才需求量大,尤其是跨境新媒体营销人才,几乎成为每一家跨境电商企业的稀缺人才,而目前《网络营销》双语课程的知识体系和框架依然是拘泥于国外经典网络营销知识库,与现实主流的实际脱节,所以高职《网络营销》双语教改不仅是响应高职院校教育国际化,也是针对企业现实人才需求提供匹配度更精准的人才供给。

3 高职《网络营销》双语教改优化路径探索

基于上述现状分析与必要性分析,高职《网络营销》双语教改优化路径如图所示:



通过上述的教改优化路径的设计,《网络营销》双语教改将教学与反馈、教师与学生融合协同推进,改变了以往双

语课程以教师为主,学生为辅的局面,并引入了以行业、企业人才实际需求的理念,让学生真正能自己选择偏好的模块,并以行业、企业为方向依据,确保双语教学的饱和度和效率。

4 结语

综上所述,《网络营销》双语课程的开展和教学随着互联网的迅猛发展的确需要优化知识体系和教学方式,改变原来单一、单向的知识传播路径,并摆脱与行业、企业的人才需求的脱轨。《网络营销》双语课程教改路径优化对策能为目前双语教学改革提供一个全新的思路,能让师生能在双语教学中互相赋能,教学相长,提升互动频率,提高自我效能感。

[参考文献]

[1]胡璇.高职院校网络营销课程双语教学改革研究[J].现代营销(信息版),2019,(05):92-93.
 [2]夏青.网络营销课程双语教学实践的可行性分析[J].大学教育,2016,(10):85-87.
 [3]胡治芳.网络营销双语教学的探索与反思[J].教学研究,2015,38(01):74-77.

作者简介:

沈伟江(1998--),男,浙江杭州人,汉族,浙江工商大学本科生在读,研究方向:电子商务。

向科衡(1987--),男,浙江杭州人,汉族,博士研究生在读,讲师,研究方向:旅游管理。

基金项目:

本文系浙江经济职业技术学院2018年校级双语教学课程立项建设项目(编号: xkc2019002)。