

《促销管理实务》课程教学改革探讨

刘勤侠

江苏建筑职业技术学院

DOI:10.12238/mef.v4i9.4082

[摘要] 文章首先分析了《促销管理实务》课程改革现状和改革的必要性, 然后对教学内容和教学方法进行了改革与探索。教学内容主要从总体设计入手, 重点突出新媒体促销以及在教学内容中融入思政元素等三个方面进行改革。教学方法主要从项目教学法、线上线下相融合以及融入双创教育等三个方面进行改革。

[关键词] 项目教学法; 双创思维; 思政元素; 新媒体促销

中图分类号: G712

文献标识码: A

Discussion on Teaching Reform of *Sales Promotion Management Practice* Course

LIU Qinxia

Jiangsu Vocational Institute of Architectural Technology

[Abstract] This paper first analyzes the present situation and necessity of the course reform of *Sales Promotion Management Practice*, and then carries on the reform and the exploration to the teaching content and the teaching method. The teaching content mainly starts from the overall design, emphasizes the new media promotion and integrates the ideological and political elements in the teaching content to carry on the reform. The teaching method reforms from three aspects: project teaching method, on-line and off-line integration and innovation and entrepreneurship education.

[Key words] project teaching method; innovation and entrepreneurship thinking; ideological and political element; new media promotion

1 《促销管理实务》课程改革现状

《促销管理实务》课程是市场营销专业学生的一门职业技术课, 是一门实践性和操作性都非常强的课程, 主要培养学生促销策划的能力, 提高学生的创新能力和实践能力。要求学生能够针对某产品或服务的促销策划书, 能够执行并掌控整个促销流程, 并且能够对促销策划流程进行评估, 同时也要求学生具有过硬的职业素质和高尚的人文素质, 有良好的沟通能力和良好的团队协作精神。

随着互联网的深入发展, 与互联网相结合的产业越来越多, 企业营销方式有了较大的改变。微信、微博、抖音、快手、秒拍、今日头条、一点资讯等新媒体平台成为营销的主流媒体, 消费者的媒体接触习惯也已发生了根本改变。因此, 在这样的背景下, 《促销管理实务》

课程要想能够培养出适合时代发展潮流的专业促销人才, 就要与时俱进, 对课程教学内容、教学方法和考核评价方法等方面进行教学改革。

2 《促销管理实务》课程教学内容改革

2.1 教学内容总体设计

《促销管理实务》课程教学内容设计的总体思路是按照促销策划岗位的促销工作过程, 找出典型工作任务, 结合工学结合特点, 以促销策划项目为载体, 以完成工作任务为导向, 培养学生促销策划的综合技能。促销策划岗位的工作流程可以分为五步: 第一步, 明确促销策划目标; 第二步选择促销策略; 第三步制定促销策划方案; 第四步促销策划方案评估; 第五步促销策划的实施和管理。根据促销策划工作过程, 以完成促

销策划项目为主线将课程内容设计为三个项目八个任务, 具体见表1。

表1 教学内容

模块	能力	名称
项目一 明确促销策划问题	认识能力	任务一: 认识促销 任务二: 认识促销策划
项目二 选择促销策略	创意设计 能力	任务一: 拉式促销策略 任务二: 推式促销策略 任务三: 新媒体促销策略
项目三 促销策划制定、评估与管理	制定、评 估、管理 能力	任务一: 制定促销策划方案 任务二: 促销效果评估 任务三: 促销管理

2.2 教学内容中重点突出新媒体促销

新媒体促销相对于传统的电视广告、户外广告、公关关系等方式来说, 具有成本低、传播效率高、受众面广的

特点。随着新媒体的兴起和运用,尤其受到疫情的影响和冲击,企业越来越重视对新媒体平台的运用,纷纷利用各种新媒体平台开展促销活动。因此,教师把新媒体促销内容作为重点难点来讲解,要求学生掌握新媒体促销的相关知识和技能,保证培养的学生能够满足企业的需要。

2.3 将思政元素融入到教学内容中

营销专业学生应该具备良好的职业道德,对企业忠诚,对顾客负责。在课程一开始介绍时就要融入思政元素,比如可以以疫情期间捐钱捐物的企业和企业家展现出的担当和责任精神为例,引导学生思考营销人员责任担当意识,培养学生的家国情怀、理想信念、让学生具有责任意识、使命意识,成为有担当的高品质专业型人才。然后在课程分项目任务讲解中进一步将思政元素与专业知识点结合起来,比如在讲解促销策略时,就可以以疫情期间一些商家开展的捆绑销售送口罩等促销活动为例,让学生理解作为营销人员应该具备诚实守信的品质,再比如做促销宣传时,内容要做到吸引人,但是注意强调做到诚意不夸大,自然地把思政元素融入到知识点里面。总的来说,要将思政元素自然巧妙地融入到教学内容中,培养学生良好的职业道德和人文素养。

3 《促销管理实务》课程教学方法改革

3.1 采用以项目教学法为主的多元教学方法

高职学生学习特点是操作实践能力强,因此《促销管理实务》课程主要采用项目教学法,以学生为主体,让学生在

主动完成三个项目八个任务的促销策划任务过程中掌握促销策划技能。比如在拉式促销任务中,通过让学生完成会展促销、游戏促销、竞技活动促销、联合促销、赞助促销等子任务,训练学生拉式促销策略的技能。除了项目教学法,在具体教学过程中,还应该根据教学内容采取多种教学方法,比如案例教学法、角色扮演法、情境模拟法等辅助方法。其中,案例教学法尽量选取比较新颖的能够反映时代特色的促销策划范例;情境模拟法尽量营造一种真实的场景和氛围,让学生在模拟真实促销活动中学习技能。比如在游戏促销子任务中采用情境模拟法,让每个团队设计各种游戏进行促销;角色扮演法要求团队在完成各项任务中,一些成员扮演促销人员,另一些成员扮演消费者,在角色扮演中提升促销策划技能。

3.2 线上线下教学手段相结合

“互联网+”时代背景下,教师要高度重视信息化手段,将线上线下教学相融合。比如,可以采用超星网络教学、爱课程网、职教云、腾讯直播、钉钉课堂以及QQ等“线上”手段与“线下”传统面授教学相结合,通过线上自主学习、课堂重点难点讲解、线上线下深度讨论,利用微信、公众号、微博、抖音、短视频等信息化手段让学生完成一系列任务,提高学生自主学习的能力和兴趣,培养良好的学习习惯,实现最佳的学习效果。

3.3 注意培养学生的双创思维

创新创业教育是高职院校提升学生创新能力和就业能力的重要途径,双创教育不仅仅依赖创新创业课程教育,还

要在专业课程中融入双创教育,将创新创业教育与专业教育有机融合,才能高效提升高职人才创新创业能力的培养。因此在课程教学中,要重视培养学生的双创思维。比如在讨论促销软文时,就可以引导学生思考虽然软文创意很不错,但是还可以有更好的创意,把创新元素融入到教学内容里,引导学生去思考,去创新。再比如通过分析疫情期间一些商家的真实困境,引导学生思考,鼓励学生创新,让学生帮助这些商家出谋划策,培养学生的创新创业思维。

4 结语

总之,《促销管理实务》课程在教学过程中,通过不断改革教学内容和教学方法,提高学生的综合素养和创新能力,为社会培育出专业强素质硬的综合型人才。

基金项目:

2017年度江苏省高校哲学社会科学基金项目《互联网+时代下高职院校供给侧改革研究》(编号SJB1041);校级教改课题《<促销管理实务>课程教与学改革研究》阶段性研究成果。

[参考文献]

[1]周昱英,纪海波.怎样将“双创”教育融入专业教育[N].中国教育报,2018-11-13(11).

[2]孙晓红,李沐瑶.创新创业教育融入专业教育的实践教学研究[J].继续教育研究,2020(03):55-59.

作者简介:

刘勤侠(1973--),女,汉族,陕西澄城人,副教授,硕士,研究方向:管理学、教育学。