

互联网经济背景下的市场营销课堂教学模式策略

樊伟

江苏旅游职业学院，江苏 扬州 225000

摘要：前沿科学技术的支撑彻底突破了原有的灌输式教学课堂思维，让学生能够在课堂教学中真正地成为主导，以学生自有的思维强化对于市场营销知识的认知和理解。本篇文章主要是以市场营销教学课程为例分析了互联网时代发展背景下翻转课堂教学模式的变革，并且就市场营销课堂教学模式的发展对策进行了探讨，希望能够为更好地推动市场营销课程教学贴合时代发展趋势和潮流提供参考意见。

关键词：互联网发展；翻转课堂；教学模式；发展对策

On the Classroom Teaching Mode Strategies in Marketing Under the Context of the Internet Economy

Fan, Wei

Jiangsu College of Tourism, Yangzhou, Jiangsu 225000

Abstract: The support of cutting-edge science and technology has completely disrupted the traditional didactic teaching mindset, allowing students to truly take the lead in classroom teaching and reinforcing their cognitive understanding of marketing knowledge through their own thinking. This article takes marketing education courses as an example to analyze the transformation of the flipped classroom teaching mode under the backdrop of the Internet era. It also explores development strategies for the classroom teaching mode in marketing, aiming to provide insights for better aligning marketing courses with the trends and developments of the times.

Keywords: Internet development; Flipped classroom; Teaching mode; Development strategies

DOI: 10.62639/sspips11.20240101

互联网技术的融入让传统的行业发生了翻天覆地的变革，彻底转变了人们的生产生活方式。而在教育领域中，互联网技术的支持更是为传统的教育模式变革注入了新的力量和技术支撑，也让教育行业开始迸发生机。在传统的教学形式下，教育工作者始终作为整堂课程的主体把控者，在知识讲授时，过度讲究单方面的知识灌输，成为了课堂发展方向和教学方向的领导人。除此之外，绝大多数教育工作者也会根据教学大纲中的内容和顺序进行教学，而学生在课堂中对于知识的接受过于被动，自由发挥的时间和空间远远不足。而互联网技术的融入，为翻转课堂教学模式的发展带来了新的可能，学生可以将课后碎片化的时间利用起来，在宿舍、图书馆等场所都能够完成对于知识的摄取和学习，而课堂中就能够实现教育工作者与学生之间的互动和交流^[1]。通过这种教学模式的应用，不仅能够有效提升学生对于市场营销课程的理解和认知，还更有助于发挥学生在学习过程中的主观能动性，以学生的自我认知建立知识体系和框架，更好地调动学生的学习积极性。

一、互联网时代背景下市场营销翻转课堂教学模式的概述

翻转课堂与其字面意义极为相似，就是说教

学课堂与课后时间与空间之间的相互反转，能够将课内外的教学时间和内容彻底地转变，也将学生对于知识学习和探索的权利，从教育工作者身上转移到了学生本身。在翻转课堂教学模式下，学生具有更多的时间和空间能够集中注意力，专注于自己喜欢的学习内容，更加深入地研究经济全球化背景下市场营销面对的新挑战以及世界市场面临的营销问题，从而帮助学生获得更深层次营销方面知识的理解^[2]。而教育工作者也不需要课堂上占用其他的时间，向学生传递基础的知识信息，这些知识信息由学生在课前预习阶段或导学阶段自主性地探究。可以通过网上微课视频、网上市场营销讲座、播客内容、电子书等等，在网络上搜集一系列与市场营销相关联的专业知识，还可以通过网上互动平台与其他有识之士进行交流与讨论，随时随地获取关于市场营销的相关资料和学习素材，而教育工作者也可以利用网上渠道与学生之间建立起平等的交流关系。在这种翻转课堂的学习模式下，学生可以根据自身对于基础知识的掌握能力，对学习的内容、学习的风格以及学习的路线进行自我规划，而教育工作者则从旁指导，通过帮助学生答疑解惑等方式，使学生探究一套独属于自身特色的个性化学习体系，让学生通过网络实践获取更加丰富多彩的學習资源。

（一）学习流程的重构

在过去传统的课堂教学模式下，学生对于知

（稿件编号：IPS-24-1-1011）
作者简介：樊伟（1987-10），男，汉族，江苏扬州，学士，江苏旅游职业学院讲师，经济管理 市场营销。

识的获取和学习大致可以分为教育工作者对于市场营销知识单方面的传递和学生对于知识的吸收与内化这两大过程,但是,从课堂时间的分配上来看,教育工作者在课堂上只能向单方面地传递知识,留给学生的练习时间和知识吸收空间并不多。但众所周知,绝大多数学生在课后本身就缺乏对于知识的热情和动机,甚至在针对课堂上没有搞懂的知识内容还会产生排斥心理^[3]。而翻转课堂的教学模式,对学生的学习时间和空间进行了重组,要求学生在课堂之前就完成对于基础知识的学习,在课堂中留下了大量的时间与教育工作者之间进行沟通和交流。教育工作者可以通过课前线上学习任务的传递,将视频学习资源和数字资源传递到网上平台,在课前布置关于市场营销的学习任务,帮助学生更好地对知识进行内化和掌握。而在课上环节中,教育工作者可以通过设置答疑、交流互动等环节,了解学生在课前的预学活动中是否对相应的知识掌握完全,为学生和教育工作者之间留下更多的互动交流空间。

(二) 利用短小精悍的课堂教学视频

在互联网进一步融入教育领域的发展背景下,翻转课堂的教学理念应运而生。目前,在大学教学课堂中,超星学习通、慕课视频、微课视频已经成为了许多学生获取数据资源和学习资料的重要学习平台。而在这些学习平台中,教育工作者可以将知识分成细碎的小点,每一个知识点的录制视频大约为几分钟,最长的学习视频也不会超过 15 分钟,每个视频都具有针对性,针对某一个知识点展开延伸,并且对于该知识点中特定的学习问题进行集中解答。在这种教学背景下,学生就可以在短时间内快速集中注意力,将知识点记牢并掌握清晰^[4]。随时随地都可以观看视频,针对没听懂的地方还可以通过暂停、重播等方式反复学习,自由掌控学习的时间和内容,不断提升学生的学习自主能动性。

(三) 复习检测

复习检测需要教育工作者通过互联网平台向学生发布学习任务,这些作业可以是书写类型的作业、讨论类型的作业、实践类型的作业等等,考核的形式也多种多样,作业完成的平台也更加的灵活。除此之外,在线上平台学生完成作业的情况教育工作者都可以及时跟踪,也可以通过线上交流等方式让学生之间相互学习,更好地取长补短,互帮互助。教育工作者还可以通过大数据信息及时了解学生在课后作业完成过程中遇到的问题,通过线上提醒、线上答疑等方式,跟踪性地针对学生的学习状况进行检测,进一步提升了教学评价和复习检测的效率与质量。

二、互联网背景下市场营销课程中翻转课堂教学模式的应用

(一) 课前准备环节的应用

课前的准备环节主要包含了对于本堂课程教学素材的准备、教学任务的上传等等。以我国某

高等院校为例,该高等院校的市场营销课程采用的是“泛雅学习通”,利用网络教学平台上传课件内容,市场营销教育工作者需要在学生的课预习环节上传营销课程的教学大纲、学生的学习计划、课程参考书的目录、电子视频素材等内容,同时,在课前上传影像素材、电子教材、本堂课程的学习教案、学习任务、需要讨论的市场营销话题等等。在完成上传任务之后,教育工作者就可以在学习平台后台动态地监控学生,对于不同任务点的完成情况以及完成过程中遇到的各类型问题,通过跟踪学生的学习综合学情,了解学生面临的共性类问题,集中起来利用课堂时间进行解答。在课前十分钟,不需要教育工作者在课堂中直接签到点名,通过学生参与学习通平台的情况,了解学生的签到信息,一方面,督促学生准时到课,另一方面,还能够监督学生快速地进入学前准备活动。教育工作者甚至还可以利用不同地点签到、不同手势签到等趣味型的签到形式,激发学生参与课程的热情,督促学生快速地进入学习状态。

例如,在讲解“市场定位”这门课程中,教育工作者可以以当下热门的旅游行业为例,让学生通过微课视频的提前学习,深度地探究。目前我国旅游市场的划分、旅游目标市场的选择方式、旅游市场不同层级的定位等等,每个知识点的课程讲解大约在 15 分钟之内,并且应用启发式的教学模式,针对其中涉及的实践内容和重点内容给予讲解,为学生安排实践调查活动,让学生设身处地地到旅游市场中进行调查。比如,可以组织学生以小组为单位,模拟成立问卷调查公司,通过设计旅游市场问卷确认旅游市场中的目标客户群体,在完成知识学习之后,帮助学生更好地掌握不同市场的划分方式,为后续知识的学习铺垫基础条件,同时,能够更好地帮助学生实现理论知识与实践活动之间的相互融合,这也是传统教学模式下所无法实现的教学目标。

(二) 课内知识的迁移和转化

当学生完成教育工作者所设置的前期学习任务之后,就可以进入到线下课程的讨论和答疑环节,针对学生在学习过程中存在的共性问题进行集中讲解和解答^[5]。比如,很多学生在学习同一章节时面临的学习难点和困扰基本是相同的,而翻转课堂教学背景下,教育工作者基本会采用小组为单位为学生设置学习任务,在小组课堂讨论之中学生可以畅所欲言,真正达到集思广益,碰撞出思维的热情火花。通过这样的课堂答疑模式,不仅能够有效地激发学生的参与热情,同时,还能够让学生互相借鉴,互相学习,更好地看到别人的优势与长处。除此之外,在线下课程教学活动中,学生也可以通过学习通平台对问题进行抢答,还可以利用手机摇一摇等新颖的功能提升学生的参与热情。整堂课程的教学重点不仅仅集中在教育工作者身上,更是以学生作为学习的主体带动课程的发展,而教育工作者只是作为学生的领路人,带领学生及时针对问题进行总结和归纳,

更好地把握学生在学习过程中的总体方向。

例如, 市场营销课程中的市场定位这一章节教学活动中, 当学生完成前期的调研报告之后, 就可以进行线下讨论。每一个小组都会生成独立的调研报告, 针对调研过程中遇到的各类型旅游市场定位问题进行交流。比如, 市场划分的细节性标准和尺度究竟在哪里? 这样的问题就可以由教育工作者进行集中答疑, 并根据学生完成的调研报告进行总结和点评, 通过互动和反馈的方式, 弥补学生在学习活动中存在的缺漏点, 真正地、完成思维的深度碰撞。

(三) 课后的任务测评

在互联网融入教育领域的发展背景下, 教育领域可以实现网络平台的构建, 真正代表了课堂教学任务以及时间方面的延伸。而通过构建学习资源库和任务库, 教育工作者也可以在课后将题库打开, 让学生从题库中随机抽取题目, 避免学生在完成作业时相互借鉴或相互抄袭, 也保证了后续对于学生作业评价的正确性和客观性^[6]。在学生通过学习通平台完成作业的提交工作之后, 对于学生完成的不合格作业, 教育工作者就可以直接通过线上平台退回, 而学生也可以在退回的作业中找到标准的答案, 极大地解决了课后测评过程中反馈以及给予答案的时间。教育工作者也可以在后台设置学生与学生之间的互评模式, 每一组学生之间都不知道对方组的姓名, 只针对学生完成的作业情况进行相互评价。这种评价方式也被称为盲评, 在不了解对方组学生的姓名的前提下, 只针对作业完成的内容进行评分, 也能够帮助学生之间相互借鉴, 实现思想之间的相互碰撞。

例如, 在市场定位这门课程结束之后, 教育工作者就可以通过网络学习平台设置学习任务, 在学习通平台中要求不同小组单位的学生能够根据市场的定位以及对市场定位的理解帮助公司发布一条广告语, 要求广告语中的文字简要明了, 并且能够突出公司的特征。通常情况下, 大多数学生对于这种开放性的课后任务设置都较感兴趣, 很多学生集思广益, 通过天马行空的想象对比市场调查结果给出了既有幽默性, 又有市场定位价值的广告语, 更有利于学生对于市场定位的知识进行深度理解, 也能够为后续市场促销章节内容的学习进行铺垫。

(四) 加强教学反思

计算机以及互联网技术的融入和实际应用, 让高等院校的教育教学课堂变得更加丰富多彩, 同时也打破了课堂教学在空间和时间方面的局限问题, 为学生设置了类型多样的学习任务。比如, 在高等院校的教育教学环节中, 可以通过加强网络带宽的接入量, 满足学生网课学习的实际需求。除此之外, 为了能够更好地帮助教育工作者录制教学视频, 还可以通过安排教育工作者外出学习或调研培训等方式, 使教育工作者学习更多的视频拍摄以及剪辑手法, 为学生创设更多丰富多彩的微课视频内容, 让课

堂活起来, 灵活的应用网络教学平台, 真正地达到教学相长的发展目标。而在翻转课堂教学模式的应用背景下, 对于教学过程的反思和经验的总结也是其中最为关键的内容, 通过吸取其中的经验教训, 能够帮助教育工作者在后续的教学环节中更好地设置教学内容, 实现教育成效的提升。除此之外, 教育工作者的反思还有利于提升与学生之间的学习适配能力, 在了解学生学习需求的前提下, 真正地贴合市场营销就业岗位的发展趋势, 为学生设置更加贴合市场发展实践的教学内容。不仅如此, 通过反思视频课程的录制, 还能够找到其中学生不容易理解的地方, 更好地激发学生的学习热情和兴趣, 也能够有效地解决学生在作业活动中存在的共性问题, 不断地反思并改善其中的细节, 才能让翻转课堂教学模式的应用达到良好的应用成效。

例如, 教育工作者可以针对市场营销专业不同班级的学生, 在教学环节的设计上给出一定的差距。尤其是考虑到不同学生的基础知识掌握能力以及学习特征具有极大的差异性, 对于知识的接受能力有所不一, 这就需要教育工作者针对班级中学生的学习情况进行总结和反思, 在了解学生个性需求的前提下设置教学内容。

三、结语

综上所述, 市场营销专业本身就是一门实践性相对较强的应用类学科, 在互联网技术不断融入教育领域的发展背景下, 翻转课堂的教学模式也成为了提升市场营销教学课程成效的关键切入点。因此, 教育工作者更应当通过做好课前准备、注重带领学生实现理论知识的迁移和转化、设置差异性的课后测评任务、这种教学反思并总结经验等多措并举的形式, 为现代化的建设与发展提供更多的复合型人才。

参考文献:

- [1] 周飞飞. 营销策划课程线上线下课堂教学模式探讨——以南京某高校市场营销专业为例[J]. 质量与市场, 2022, (22): 49-51.
- [2] 李莹. 互联网经济背景下的市场营销课堂教学模式策略——评《“互联网+”新经济背景下的市场营销》[J]. 热带作物学报, 2021, 42(10): 3076.
- [3] 张亚龄. 互联网经济背景下的市场营销课堂教学模式策略——评《“互联网+”新经济背景下的市场营销》[J]. 热带作物学报, 2021, 42(07): 2159.
- [4] 张国芬, 斯日古楞. “互联网+”背景下翻转课堂教学模式研究——以旅游市场营销课程为例[J]. 赤峰学院学报(自然科学版), 2021, 37(07): 87-89.
- [5] 王春梅, 田雪莲, 宋斌. 以学生为中心的《网络营销》课程教与学——利用 i 博导 C 实习平台实施翻转课堂的实践[J]. 现代商贸工业, 2021, 42(24): 128-129.
- [6] 谢小文, 陈旭红. “互联网+”创客教育中职市场营销课堂教学模式的策略研究[J]. 中国新通信, 2020, 22(05): 164-165.