浅析数字化背景下中职市场营销专业教学的有效开展

苏林

象州县职业技术学校 广西壮族自治区来宾市 545800

摘　要：随着信息技术的迅猛发展，数字化浪潮正深刻改变着各行各业的运营模式，市场营销领域尤为显著。作为培养应用型人才的重要基地，中职院校在市场营销专业的教学中面临着新的挑战与机遇。传统的教学模式以理论知识传授和基础技能训练为主，难以完全适应数字化时代对营销人才的需求。如今，数据驱动的决策、社交媒体营销、电子商务平台的兴起以及消费者行为的数字化转变，都要求中职院校在教学内容、方法和手段上进行创新与升级。因此，如何在数字化背景下有效开展中职市场营销专业的教学，成为当前亟待探讨和解决的问题。本文将围绕这一主题，探讨在数字化浪潮下中职市场营销专业教学的有效策略，以期为相关教育工作者提供参考和借鉴。

关键词：数字化；中职院校；市场营销专业

Analysis of the digital background of secondary vocational marketing professional teaching effective development

Lin Su

Xiangzhou County Vocational and Technical School, Laibin City, Guangxi Zhuang Autonomous Region 545800

Abstract: with the rapid development of information technology, the digital wave is profoundly changing the business model of all walks of life, especially in the field of marketing. As an important base for training applied talents, secondary vocational colleges are facing new challenges and opportunities in the teaching of marketing major. The traditional teaching mode is based on theoretical knowledge imparting and basic skills training, which is difficult to meet the demand of marketing talents in the digital age. Today, data-driven decision-making, social media marketing, the rise of e-commerce platforms and the digital shift in consumer behaviour, both require secondary vocational colleges in the teaching content, methods and means of innovation and upgrading. Therefore, how to effectively carry out the teaching of marketing major in Secondary vocational education under the background of digitalization has become an urgent problem to be discussed and solved. This paper will focus on this theme, explore the digital wave in the secondary vocational marketing teaching effective strategies, with a view to provide reference for relevant educators and reference.

Keywords: digital; Secondary vocational schools; marketing professional

引言

在数字化背景下，中职市场营销专业的教学亟需创新。通过引入数字化工具和先进技术，优化教学内容和方法，培养学生的实际操作能力和创新精神，是当前教学改革的核心任务。教师不仅要传授基本理论，还要引导学生如何在实际操作中运用这些知识，提升他们的综合竞争力。从数据驱动的决策、社交媒体营销到电子商务平台的运营，每一个领域都需要学生具备一定的专业素养。因此，探索数字化背景下中职市场营销专业教学的有效策略，不仅可以提高教学质量，还能够更好地满足市场对营销人才的迫切需求。

1 数字化时代对教育教学的要求

1.1 探索与数字化相适应的新型教学模式

数字化时代对教育教学提出了全新的要求，推动教育模式和内容的深刻变革。现代教育需要紧跟技术发展步伐，利用数字工具和平台，增强教学的互动性和多样性。通过在线课程、虚拟实验室和智能教育软件，教育教学可以突破传统的时间和空间限制，为学生提供更加灵活和个性化的学习体验。教师的角色也需相应转变，从传统的知识传授者演变为学习的引导者和促进者。他们需具备数字化教学技能，能够高效利用各类教育资源，设计出富有创意和实效性的教学方案。与此同时，数字化教学要求学校配备先进的技术设施，建立健全的网络安全保障体系，确保教育信息的安全和稳定。数字化时代还需要重新定义课程内容，使之更加贴近实际和社会需求。教育应涵盖数字素养、数据分析、人工智能等新兴领域，培养学生的创新思维和解决问题的能力。通过融合线上线下教学，利用大数据分析学习行为，学校可以实现精准教学，提升教育质量和效果。

1.2 促进以自主学习为主的学习方式重大变革

数字化时代带来的技术革新，显著推动了教育教学从传统的教师主导转向以学生的自主学习为核心的学习方式重大变革。这种变革强调学生主体性和自主性的提升，通过灵活的数字平台和丰富的在线资源，使学生能够根据自己的学习进度、兴趣和能力定制学习计划，实现个性化发展。具体而言，数字化工具和应用为学生提供了便捷的学习途径。例如，通过在线课程和翻转课堂，学生可以自主决定学习时间和深度，课堂上便能进行更深层次的讨论和实践操作。同时，互动式学习软件和虚拟实验平台，让学生在实践中探究知识，增强理解和应用能力。教师在此过程中扮演着指导者和促进者的角色，他们利用数据分析工具监测学生的学习行为，及时调整教学策略，提供个性化辅导和反馈。这种数字化的教学监测和反馈机制，能够有效激发学生的学习动力，提升学习效果。数字化学习平台的多样性和互动性，促进了学生的自我管理和批判性思维能力的培养。例如，通过在线讨论和协作项目，学生可以与世界各地的学习者交流合作，提升国际视野和团队合作精神。

1.3 技术赋能学生综合素养的提升

在当今快速变化的社会中，学生不仅需要掌握学科知识，还需具备信息素养、创新能力、合作精神和解决复杂问题的能力。数字化技术通过提供丰富的学习资源和多样化的学习工具，为学生综合素养的全面发展提供了广阔的空间。借助在线学习平台、虚拟仿真实验、互动式学习应用等技术手段，学生可以在实践中探索和应用知识，培养批判性思维和实际操作能力。例如，利用虚拟现实技术，学生能够身临其境地参与复杂实验或模拟实际工作场景，提升解决现实问题的能力。

2 数字化背景下中职市场营销专业教学的优势

在数字化背景下，中职市场营销专业的教学迎来了诸多优势与机遇，驱动着教学方式、内容和目标的转型升级。数字技术的广泛应用不仅丰富了教学资源，也为教学手段的创新提供了可能性，使得中职市场营销专业的学生能够更好地适应现代市场环境的变化。

（1）通过数字化教学平台，学生可以随时随地获取最前沿的市场营销知识，这种便利性突破了传统课堂教学的时间和空间限制，提升了学生自主学习的能力。同时，丰富的在线课程和资源库支持学生根据个人兴趣和能力进行自主学习，强化个性化发展。此外，虚拟仿真平台提供真实的市场环境模拟，让学生不出教室便可体验实际市场操作，增强实践经验和应用能力。这对培养学生的市场敏感度和决策能力有巨大帮助，促进了理论与实践的有效结合。

（2）数字化工具的使用还极大地提高了课堂的互动性。通过在线讨论、实时数据分析和市场调研模拟等手段，学生可与教师及同学进行广泛交流，分享心得、碰撞思想，激发创新思维。例如，利用社交媒体平台进行实际营销案例讨论，不仅锻炼了实际操作能力，也提升了学生对现代营销策略的理解和运用。（3）数字化环境下的信息可得性和共享性，拓宽了学生的国际视野。通过与国内外市场的实时接触，学生能够体验不同文化背景下的市场行为和策略，培养跨文化沟通能力和全球视野。通过这些跨国、跨文化的学习交流活动，学生对于市场营销的理解更加全面，亦为未来国际化就业环境下的竞争做好准备。

3 当前中职学校市场营销教学的现状

3.1 教学方法改进不大

课堂上，教师多以讲授理论知识为主，照本宣科的现象较为普遍，缺乏与实际市场环境的有效结合。这种以教师为中心的单向灌输式教学，导致学生在学习过程中被动接受知识，缺乏独立思考和实践操作的机会，难以将理论与实际应用相联系。同时，实践教学环节的比重相对较低，即便有一些实训课程，往往也因为资源有限或设计不够完善，无法充分模拟复杂的市场环境，导致学生动手能力不强，实践经验不足。此外，教学手段较为单一，现代数字技术如虚拟仿真、在线互动平台等在课堂中的应用还不够广泛，未能充分利用技术手段丰富教学形式，提升学生的学习兴趣和参与度。

3.2 信息技术手段运用不娴熟

虽然市场上存在丰富多样的数字教学工具和资源，但很多教师在这方面的掌握和应用能力依然有限。他们可能由于缺乏系统培训或实际操作经验，对于在线学习平台、虚拟实训系统、互动多媒体工具等现代教育技术的运用不够灵活，难以将其有效地融入到日常教学中。学校在硬件设施和软件资源上的投入不足，也制约了教师对信息技术手段的应用。一些设施老旧、网络条件不佳的教室，显然无法满足高效率、高互动性数字化教学的需求。

3.3 不善于运用仿真模拟实践

许多课堂仍然侧重于理论知识的传授，缺乏将课堂内容与市场实际情境相结合的生动模拟。教师难以在有限的教学时间内创设真实的营销模拟环境，导致学生在学习过程中难以身临其境地理解和应用市场营销策略。不善于运用仿真模拟实践，不仅制约了中职市场营销教学的实效性，也限制了学生在实际市场环境中的应对能力和创新思维的培养。

4 数字化背景下中职市场营销教学模式的探索

4.1 线上线下融合模式

通过整合线上资源和线下课堂，充分发挥两者的优势，提升教学效果。线上平台的便捷性使得学生可以在任何时间、任何地点获取丰富的学习资源，无论是录播视频、在线课程还是互动论坛，都提供了极大的灵活性，适应学生的个性化学习需求。与此同时，线下课堂可以成为师生互动的场所，通过面对面的讨论和

实际操作，深入探讨复杂的市场营销问题，进一步加深对知识的理解。在线资源的预习和复习与课堂上的讲解和实践相结合，能够有效巩固学习内容，增强学生的参与感和学习动力。通过将线上学习平台与线下实体课堂无缝衔接，不仅能优化教学资源的分配，提高教育的覆盖面和灵活性，还能培养学生自主学习的能力和数字化时代的适应能力，为他们在未来激烈的市场竞争中赢得先机 [1]。

4.2 翻转课堂教学模式

翻转课堂教学模式通过反转传统教学流程，学生在家中通过观看预先录制的视频课程、在线资料以及参与互动讨论来完成知识的学习，而课堂时间则主要用于解决学生在自学过程中遇到的问题，进行实践活动和深化理解。翻转课堂的优势在于，它将学习的主动权交还给学生，促进了自主学习和问题的发现与解决。视频课程的灵活性和交互性使学生可以根据自己的节奏学习，遇到难点可以反复观看，增强了学习效果。在线资源的互动性和多样性，如自我评估测验、讨论区和即时反馈，也能更好地激发学生的学习兴趣和参与度。课堂上，教师不再是传统意义上的知识传授者，而是成为辅导者和指导者，帮助学生在现场进行实践操作，开展小组讨论，或者进行案例分析，解决了传统教学中理论与实践脱节的问题。这种模式有效提升了学生的实践能力和团队协作精神，使他们能够在项目实施中更好地运用所学知识 [2]。

4.3 云课堂、雨课堂教学模式

云课堂提供了一个集成化的在线学习平台，学生可以随时随地访问丰富的教学资源，包括视频课程、电子课件和实时互动工具，通过自主学习提升对市场营销知识的掌握。雨课堂则通过与传统课堂的无缝结合，使教师能够实时掌握学生的学习动态和课堂反馈。这种结合的教学模式突破了时间和空间的限制，教师可以利用云课堂的资源为学生定制个性化的学习路径，在不同的学习阶段提供有针对性的指导和帮助。雨课堂的即时互动功能则增强了课堂的互动性，学生可以通过手机实时参与课堂投票、答题和讨论，提高课堂参与度和学习积极性。云课堂丰富的数据分析功能和雨课堂的即时反馈系统，也为教师提供了有效的教学数据支持。教师可以根据学生的学习表现调整教学计划，提供更加精准的教学服务，确保每一位学生都能跟上课程进度。学生在这种教学模式下不仅能够自主掌握学习进度，还能通过在线工具参与课后讨论与项目合作，培养市场营销中的实际应用能力和团队合作精神 [3]。

4.4 模拟实践教学模式

模拟实践教学模式利用虚拟现实和模拟软件，创造逼真的市场营销环境，让学生在接近真实的情境中进行角色扮演和业务操作，这种教学策略不仅提升了学生的实践操作能力，还使他们更好地理解市场营销理论与实际应用之间的关系。学生在虚拟环境中参与市场调研、品牌策划和营销决策等活动，能够体验到真实市场竞争的复杂性和决策过程中的多因素影响。在模拟实践中，他们通过不断的尝试和反馈，培养了分析问题、解决问题的能力，也提高了他们的创新思维和应变能力。通过模拟实践教学模式，市场营销教学不再局限于书本知识，而是扩展到真实场景模拟，为学生提供了一个综合运用知识和技能的平台。这种体验式学习方式，在培养学生职业能力的同时，也激发了他们的学习兴趣和主动性，更好地为其未来职业生涯做好准备 [4]。

5 结语

数字化背景下的市场环境瞬息万变，中职市场营销专业的教学改革势在必行。通过引入数字化工具与技术，优化教学内容，培养学生的数据分析能力、数字营销技能以及创新思维，中职院校能够更好地适应时代需求，为社会输送更具竞争力的营销人才。在这一过程中，教师的角色也至关重要，他们不仅是知识的传授者，更是学生探索数字化营销世界的引导者。通过多元化的教学模式，中职院校能够有效提升市场营销专业的教学质量，帮助学生在未来的职业道路上走得更加稳健和自信。数字化不仅是一次挑战，更是一次前所未有的机遇，只有紧跟时代步伐，中职市场营销教育才能为学生创造更加光明的未来。

参考文献：

[1] 段雪艳 . “互联网 +” 环境下中职市场营销课程教学创新研究 [J]. 学周刊 ,2023,(14):46–48.

[2] 张娇龙 . 教育信息化背景下中职市场营销新型教学模式探究 [J]. 新课程 ,2023,(09):135–137.

[3] 王敬娣 . 互联网背景下中职市场营销课程教学探析 [J]. 知识文库 ,2023,(05):136–138.

[4] 何蔚 . 新媒体背景下中职市场营销教学探析 [J]. 延边教育学院学报 ,2023,37(01):127–130.