

# “互联网+双创教育”背景下市场营销学课程教学改革

● 傅 托



**[摘要]** 随着互联网的不断发展和我国政策的大力支持,“互联网+双创教育”已成为当前教育的热点。“互联网+双创教育”以创新创业为核心,旨在培养具有创新意识、创新能力、创新精神和实践能力的人才。这种教育模式能够满足市场对高素质人才的需求,有助于促进社会经济发展。本文以当前“互联网+双创教育”为背景,探讨了市场营销学课程教学的改革问题。本文通过文献研究和案例分析,提出了针对性的课程教学改革方案,包括教学内容的更新、教学方法的创新、师资队伍的培养等方面。同时,本文也分析了市场营销学课程教学改革中面临的挑战和应对策略,旨在为该课程的教学改革提供有益的借鉴和参考。

**[关键词]** 互联网+;双创教育;市场营销学课程;教学改革

## Q 市场营销学课程教学的重要性及其面临的挑战

市场营销学是管理学的重要分支之一,对于培养具有市场营销专业知识和技能的人才具有重要意义。在当今竞争激烈的市场环境下,市场营销学的教学需要适应市场变化和需求,加强与实践的结合,提高学生的实践能力和创新能力。同时,市场营销学的教学也面临着一些挑战,如教学内容与实践不相符、教学方法单一等。

在“互联网+双创教育”的背景下,市场营销学的教学需要加强与实践的结合,增强学生的创新能力和实践能力,提高市场营销学的实效性和适应性。因此,市场营销学课程教学改革具有重要意义。通过教学改革,可以优化教学内容和方法,提高学生的学习效果和实践能力,以适应市场的需求和变化,促进社会经济发展。

## Q 市场营销学课程相关理论与前沿研究综述

### (一) 市场营销学课程教学的经典理论与方法

市场营销学课程是商科专业中必修的一门课程,具有重要的实践意义和社会意义。传统市场营销学课程教学包括理论学习、案例研讨、学生的实践操作和课程设计。

在市场营销学课程的理论学习中,经典的营销学理论包括4P理论、STP理论、SWOT分析等,这些理论被广泛应用于实际市场营销中具有重要的指导意义。在市场营销学课程的案例研讨中,教师可以选取实际的市场营销案例,引导学生分析和解决实际问题,增强学生的实践能力。

### (二) “互联网+”时代下市场营销学的新理论和实践方法

在当今数字化浪潮的推动下,市场营销学正经历着一场前所未有的变革。这场变革的核心正是互联网技术与传统行业的深度融合,催生了一系列创新的营销理论和实践方法。移动营销作为这一时代的产物,正以其独特的优势重塑着营销格局。企业通过智能手机等便携式设备,能够实现精准定位、即时互动和个性化推送,提升了营销活动的效率与效果。社交化营销也在悄然改变着品牌与消费者之间的关系。企业借助微博、微信等社交平台,得以与目标受众建立直接对话,通过持续的内容输出和互动交流,逐步培养用户的品牌忠诚度。这种双向沟通模式打破了传统营销的单向传播局限,使品牌形象更加立体、鲜活。同时,内容营销作为另一种新兴的营销策略,正在重新定义品牌价值的传递方式。企业通过创作优质、有价值的内容,不仅能够吸引潜在客户的关注,更能建立起专业、可信的品牌形象。

### (三) 国内外市场营销学课程教学改革的研究现状和成果

近年来,市场营销学课程教学改革被国内外广泛关注。相关研究表明,传统的市场营销学课程教学已经不能满足学生和企业的需要,需要进行改革。教学改革的重点包括教学内容的更新、教学方法的改变、课程评价的改进等方面。

在教学内容的更新方面,教师需要将新兴的营销学理论和实践引入到课程中,如数字化营销、数据分析、跨境

电商等；在教学方法的改变方面，教师需要采用互动性强、实践性强的教学方法，如案例教学、团队合作、实践操作等；在课程评价的改进方面，教师需要采用多元化的评价方式，如课堂表现、作业评价、实践成果评价等。

在国内，市场营销学课程教学改革的研究和实践也在逐渐展开。例如，在某些高校，市场营销学课程中加入了大量的实践性环节，如企业实习、市场调研、营销策划等，使学生在实践中掌握市场营销的实际操作技能，提升自身的团队合作能力。

## Q 市场营销学课程教学改革实践与案例分析

### （一）课程目标

市场营销学课程目标应该与时俱进，符合市场的需求和趋势。具体地说，市场营销学课程目标应该包括以下几个方面：（1）引导学生把握“互联网+”背景下的新兴理论和实践模式。教师通过深入剖析数字化营销、社交媒体营销等前沿领域，使学生能够建立起对未来职业发展的清晰认知。这种前瞻性的知识储备，将为他们在瞬息万变的商业环境中保持竞争力奠定坚实基础。（2）培养学生的创新思维和团队协作能力。教师通过设计模拟真实商业场景的团队项目，不仅能够培养学生创造性解决问题的能力，还能使学生学会如何在多元化团队中进行有效沟通和协作。（3）学生实践能力的培养应当贯穿于整个学习过程。通过案例分析、实地调研、企业实习等多种形式，学生可以将抽象的理论知识转化为解决实际问题的能力。（4）对市场营销理论体系的系统掌握仍然是教学的核心目标。通过构建完整的知识框架，学生能够深刻理解市场环境、消费者行为、营销策略等核心概念。

### （二）课程内容

市场营销学课程的内容需要根据课程目标和市场需求进行设计。传统的市场营销学课程内容包括4P理论、STP理论、SWOT分析等，但这些理论在“互联网+”时代下已经不能完全满足市场需求。因此，教师在设计市场营销学课程内容时应该注重以下几个方面：（1）引导学生对内容营销、社交化营销和移动营销等新理论的学习和应用。（2）引导学生对实际市场营销案例进行分析，让学生通过案例分析学会如何解决实际市场问题。（3）引导学生学习市场调研和分析方法，让学生能够掌握市场研究的基本方法和技能。（4）培养学生的团队合作意识和创新思维，让学生能够与他人合作，解决市场问题。

### （三）案例分析

（1）实践方法。在市场营销学课程中，教师可以根据学生的兴趣和能力，选择一些实际市场营销案例引导学生进行分析。这种教学方法对培养学生的综合能力具有明显效

果。在案例研讨过程中，学生不仅需要运用所学的市场运营理论，还要考虑实际执行中的各种制约因素。这种理论与实践相结合的学习方式，有助于培养学生的批判性思维和问题解决能力。

（2）案例分析实例。在教学中，教师可以选择一些知名企业的市场营销案例，如苹果公司的产品营销策略、小米公司的社交化营销策略等。学生可以通过分析这些案例，了解企业在市场营销中的成功之处，以及这些成功的背后所蕴含的市场营销理论和实践方法。

### （四）小组讨论

（1）实践方法。在市场营销学课程中，教师可以将学生分成若干小组，每个小组可以分析不同的市场营销案例，或者是对同一个案例进行深入的分析。在团队协作的实践中，教师能够通过引导性提问，使学生深入剖析并解决复杂的商业难题，从而加强学生对市场运作机制的理解。这种互动式教学不仅提升了学生对理论知识的应用能力，更培养了学生应对挑战、协同工作的能力。

（2）案例分析实例。在教学中，教师可以让学生分组，每个小组结合市场营销理论分析企业的市场营销案例。学生可以通过小组讨论的方式交流彼此的想法，提出解决方案。通过小组讨论，学生可以更好地理解市场营销理论，提高自身分析问题、解决问题的能力以及团队协作能力。

### （五）互动课堂

互动课堂是市场营销学课程教学中的一种常见教学方法，它可以促进学生之间的交流和互动，提高学生分析问题的能力。

（1）实践方法。在市场营销学课程中，教师可以采用多种互动方式，如投票、提问、讨论、辩论等，促进学生之间的交流和互动。教师可以将互动环节设计成课堂的重要组成部分，通过课堂互动，让学生更深入地理解市场营销理论和实践，提高学生分析问题的能力。

（2）案例分析实例。在教学中，教师可以引导学生通过投票的方式，选择自己认为最好的市场营销案例，并解释为什么选择这个案例。通过这种互动方式，学生可以更好地理解市场营销理论，同时也可以了解其他学生的观点和想法。

### （六）项目设计

项目设计是市场营销学课程教学中的一种重要教学方法，它可以帮助学生将市场营销理论和实践有机结合起来，提高学生的实践能力。

（1）实践方法。在市场营销学的教学实践中，教师要突破传统课堂的局限，将学习场景延伸至真实的商业环境中。在这种教学实践中，学生不仅需要掌握理论知识，更要考虑方案的可行性、成本效益以及市场反馈等因素。这种全

方位的训练,可以有效提升学生的综合实践能力和创新能力。

(2)案例分析实例。在教学中,教师可以让学生设计一个品牌营销方案,包括品牌定位、品牌传播、品牌管理等。学生可以通过市场调研、竞争对手分析、消费者行为等手段,深入分析品牌的市场环境和目标受众,并制定出符合市场需求和品牌特点的营销方案。

#### (七)教学评估

(1)实践方法。在提升教学效果的过程中,教师可以通过多种途径获取学生的反馈信息,如问卷调查、课后交流等,从而及时调整教学策略,优化教学内容。教师还可以根据课程的具体目标和内容,灵活设计多样化的评估方式,如阶段性测试、课后作业评分以及项目成果评估等,以确保评估的全面性和针对性。在市场营销学的教学实践中,教师通过综合运用课堂测试、作业评分和项目评估等多种评估方式,能够有效激发学生的学习兴趣,提升教学效果。

(2)案例分析实例。教师通过多种评估手段,能够了解学生的学习成效,进而优化教学策略,提升教学质量。例如,毕业生的职业发展轨迹作为衡量教学成果的重要指标,学生的就业率、职位层次及薪酬水平等数据,能够直观地反映出课程设置与市场需求的契合度,以及教学内容的实用性和前瞻性。

### Q 市场营销学课程教学改革的经验与启示

#### (一)市场营销学课程教学改革面临的挑战与机遇

市场营销学课程教学改革面临着多方面的挑战。首先,市场营销学理论与实践的快速发展使得传统的课程教学模式已经难以适应现代市场需求,教学改革需要适应市场发展动态。其次,学生的认知水平和兴趣爱好也随着社会变化而不断变化,教师的教学内容和教学方法需要更加灵活、更加多样化。最后,教学资源 and 教师的素质、能力也是影响教学质量的重要因素,高校需要丰富教学资源,不断提高教师的综合素质。

然而,教学改革也带来了机遇。市场营销学课程教学改革可以提高学生的实践能力和创新能力,增强学生对市场营销理论的理解和运用。此外,教学改革可以促进学生与社会的联系,为学生未来的就业和创业提供更多机会。

#### (二)优化市场营销学课程教学改革的策略

第一,建立健全的教学体系。教学体系如同精心编织的网络,能够捕捉并传递课程内容的精髓。第二,高校为教师提供丰富的教学资源。丰富的教学资源如同滋养教学改革的甘霖,确保教学生机勃勃。第三,提升教师的教学

水平。不仅意味着教师需要精准与高效地传授知识,更需要激发学生探索未知的勇气与智慧。

#### (三)教学改革对双创教育的启示

市场营销学课程教学改革对双创教育的发展具有重要的启示。双创教育需要更加注重学生的实践能力和创新能力,教学内容和教学方法需要更加贴近市场需求和学生实际需求。同时,在双创教育中,高校可以借鉴市场营销学课程教学改革的经验和启示,提高学生的实践能力和创新能力,培养学生的综合素质和职业竞争力。此外,教学改革需要注重学生的实际操作,不断探索教学改革的新方法,从而提升教学质量。

### Q 结束语

综上所述,本研究旨在探讨市场营销学课程教学改革对提升学生综合素质和竞争力的重要意义。笔者通过对市场营销学课程教学改革的实践经验和研究成果进行归纳总结发现,教学方式和课程内容的多样化、实践与理论相结合、鼓励学生参与案例分析等是促进学生创新能力和实践能力提高的关键因素。市场营销学课程教学改革对于提升学生的综合素质、就业竞争力、促进社会经济发展具有重要的理论和实践价值。在未来的市场营销学课程教学改革中,教师应该继续注重教学内容的更新和教学方式的多样化,为学生提供更多的实践机会和资源支持。同时,教师要鼓励学生积极参与课堂互动和创新实践,加强学生与企业、社会的联系,提高学生的综合素质和创新能力。此外,高校需要加强教师队伍建设,提高教师的实践教学能力,增强教师的创新意识,从而为学生提供更好的学习指导,提高学生的学习效果。

### 参考文献

- [1]王冰,王雪颖.能力驱动型市场营销课程教学改革研究[J].创新创业理论与实践,2023,6(04):61-63,70.
- [2]徐文婷,屈小静.基于一流课程建设的“市场营销学”课程改革研究[J].湖北工程学院学报,2022,42(03):70-73.
- [3]王焯冰.《市场营销学》课程案例教学改革的研究与实践[J].现代经济信息,2019(18):384-385.
- [4]刘相.产教融合视角下大学生创新创业与实践核心能力培养模式探析[J].四川建筑,2023,43(06):282-285.

#### 作者简介:

傅托(1978—),女,汉族,湖北武汉人,硕士,讲师,武汉工程大学邮电与信息工程学院,研究方向:市场营销学。