

高职经管课程理论与实践融合探索

——以高职推销实务课程为例

郭学慧

(包头轻工职业技术学院电子商务学院, 内蒙古包头, 014035)

【摘要】《推销实务》课程是一门实践性很强的课程, 因此课程设计与工作岗位衔接, 通过课程理论与实践融合的具体设计, 能够更好地将课程理论与实践深度融合, 更好地满足企业对职业教育人才的需求。

【关键词】课程设计; 课程教学组织; 课程考核评价体系

《推销实务》是高职市场营销专业的专业核心课之一, 对市场营销人才培养起着重要的支撑作用, 作为一门实践性和操作性非常强的一门课, 如果仅仅采用单一的理论教学方式, 是无法适应企业对市场营销人才的需求, 也无法满足职业教育与工作岗位相衔接, 在真实的工作岗位中学习, 在学习中工作。因此要进行理论与实践的深度融合。

1 理论与实践深度融合的课程整体设计思路

课程设计以推销职业工作任务过程为导向, 以工作任务为载体, 构建理论知识与销售技能深度融合。教学过程中始终贯穿职业素养养成和职业技能培养的主线和目标, 教学模式实施通过教学做一体化, 让学生在学中做, 做中学, 提高人才培养的效率和质量。

本课程是企业销售人员、销售主管、销售经理必备的职业能力核心课程。通过学习使学生能够根据企业的具体销售任务, 课程内容的选取从推销准备、接近、洽谈和达成交易直至成交后跟踪, 完成整体的推销工作。进行课程内容的选择时以工作任务为中心, 整合原有课程内容, 构建新的课程内容体系, 突出课程的实践性, 使课程的内容设计更符合工作过程的要求。

2 课程具体设计方案

课程设计的关键在于课程内容的确定以及课程的教学组织以及考核评价方法。

2.1 分析推销岗位工作任务, 设计课程整合课程内容

《推销实务》作为营销职业能力的核心课程是直接服务于推销的工作岗位要求, 课程内容的选择根据推销职业岗位工作任务所需的知识、能力、素质要求进行。因此通过对推销工作岗位工作的分析, 以推销工作流程为依据, 设计推销准备、推销接近、推销洽谈、异议处理、推销成交、成交后跟踪六个工作内容, 其课程顺序与企业推销工作的整体工作过程相一致, 能够更好的满足学生的职业要求, 有利于提高学生的职业能力和职业素养。

2.2 课程的教学组织

2.2.1 组建销售公司, 建立销售小组进行课程学习

课程开始的时候, 组建小组, 完成真实的推销任务。以销售公司的方式进行分组竞赛、合作学习。提高学生计划、组织、管理、沟通、团队合作交流等方面综合能力。此外以分组竞赛这样的方式即能激发学生竞争意识, 也能提高学生参与体验的乐趣, 能够有效地提高学生参与的积极性和学习的主动性, 同时也利于实践项目的开展。

2.2.2 教师应该对小组公司的任务完成进行监控

由于以小组的形式进行, 而且大多实践的场合都在教室外面进行, 教师无法进行全面和全过程监控, 老师采取要求每周上交销售周记, 以及销售成果报表, 日常销售管理可以采用抽查和组长负责制的方式及时了解情

况, 做出指导

2.2.3 企业项目进课程

在进行推销实践任务完成的过程中, 学生没有合适的项目, 老师负责和校企合作单位进行联系, 引入其真实的推销任务, 让学生按照小组的形式, 完成实践任务, 并进行考核。

2.2.4 企业老师进课堂

在推销理论的教学过程中, 也会邀请企业老师进行一些公司推销理念和推销模式的讲解, 让学生了解和理解企业推销工作中需要具备的一些能力和素质, 以及对销售人员的基本要求, 让同学们对从事销售工作有一个正确的认识。

2.3 课程的考核与评价

课程的教学效果, 课程的考核评价尤为重要, 因此在推销课程中, 要重视推销小组成绩的点评、总结和评价。更要全面、客观对课程效果进行评价和考核, 了解学生学习的真实效果。

2.3.1 考核评价总体思路

课程教学过程中注重理论与实践融合的同时, 考试评价也要进行新的探索, 为了满足企业对职业教育人才的需求, 要树立以“职业能力考核”为中心的职业考核观理念。首先, 要重视学生实践能力考核, 以提高学生的实践操作能力和专业技能; 其次, 要形成多元化过程性考核评价机制。突出过程考核和阶段评价。

2.3.2 考核评价具体内容

贯彻突出过程考核和阶段评价这一总体思路, 所以注重平时考核的具体内容, 平时考核课分为: 上课纪律、课堂回答问题、课程任务完成、作业、个人平时小组销售成绩。并设置具体的考试分数和所占比重。期末考核分为基础理论、实践成绩两部分。实践成绩主要考核小组销售成绩。这种考核方式, 更加突出对学生实际技能的考核, 改变了过去一考定成绩的状况, 大大提高了学生的学习积极性。同时也更能科学客观地评价学生对这门课程整体的掌握程度。

总之, 高职推销课程的理论与实践的深度融合, 应该逐步确立育人为本、全面发展的思想, 提升学生的职业技能为目标, 培养符合企业需求的学生。

作者简介:郭学慧, 1977年生, 女, 讲师, 研究方向: 市场营销。

课题项目:2018年内蒙古自治区教育科学“十三五”规划课题(课题编号: NZJGH2018064)

参考文献

- [1] 张臻. 市场营销课模块化教学初探[J]. 现代营销, 2012(1): 252-253.
- [2] 刘涛. 以“校企合作, 项目导向”的高职院校《市场营销基础》课程教学改革研究[J]. 企业导报, 2014, 20(20): 137-138.
- [3] 张获. 基于校企合作模式下高职院校市场营销专业教学改革探究[J]. 科技经济市场, 2018, 10(10): 114-115