

情景模拟法在高校实践教学中的应用

——以《推销学》课程为例

张蓓, 文晓巍, 孙志岩

(华南农业大学经济管理学院, 广东广州, 510642)

[摘要] 情景模拟法让学生在模拟教学情景中主动吸纳新知识和培养实践技能,是高校探索实践教学模式的有效途径之一。情景模拟法课有课堂情景中师生角色的交互模拟、教材情景中特定角色的表演模拟和实践情景中工作角色的仿真模拟三种应用形式,包括模拟准备、组建团队、正式洽谈、检查确认和总结经验五个实施步骤。在实施情景模拟法教学中,应树立实践教学观念意识,加强课堂教学信息化应用,创建产学研合作教学模式,完善教学科研制度建设,以达到良好的教学效果。

[关键词] 高校实践教学;情景模拟法;推销学

[中图分类号] G642.3 [文献标识码] A [文章编号] 1674-893X(2011)01-0056-03

改革传统教学模式,推行高校实践教育,培养大学生的操作能力和创新能力,为社会输送理论知识和实践能力兼备的复合型人才,已成为教育界的共识。积极探索研究教学方法,培养21世纪高素质人才,是全国各高校所面临的艰巨任务^[1]。情景模拟法是高校探索实践教学模式的有效途径之一,它改变了教师讲授为主、学生被动接受的传统教学模式,通过营造模拟情景使学生从中体验,进而主动吸纳知识并实践技能。应用情景模拟法的前提条件是课程内容包含实操要素,适宜情景设计,典型的课程如《推销学》《广告管理》等。合理地应用情景模拟法,能够取得较为理想的教学效果,实现教学质量的整体提高。

一、情景模拟法的理论基础

情景模拟法又称角色扮演法,是在课堂教学中根据教学内容的实际训练需要,创设以模拟真实情况为主要特征的人为情境,让学生扮演情境下的不同角色,运用所学知识从事指定活动,以达到预期教学目标的一种融理论教学与实务训练为一体的实践教学方法,其广泛适用于经贸、营销、管理类专业的课程教学^[2]。

基础心理学认为,心理过程包括认知过程、情感过程和意志过程,三者相互联系、相互制约,形成一个统一的整体。近现代教育学家潘光旦曾提出全人格教育理论的思想,认为人的智识、情感、意志三者之间的有机统一及和谐发展,构成全人格的基本内涵,也是素质教育的目标所在^[3]。情景模拟法通过教师有目的地引入或创造具有一定情绪色彩的生动场景,采用课内游戏、角色扮演、文案朗诵、主题演讲等形式引起学生的态度体验,激发学生情感共鸣。通过情景模拟而形成的积极情感,有利于加强学生学习的认知过程和意志过程,调动学生的学习积极性,引导学生自觉提高实践能力。此外,认知心理学研究发现,人们一般能够记住自己听到内容的20%,看到内容的30%,听到和看到内容的50%,交流讨论内容的70%,亲身体验内容的80%^[4]。可见,参与和体验能够促进记忆,是提高教学质量的主要手段。情景模拟法通过创造教学体验,让学生体验特定社会角色及其所表现出来的经验和知识,是实践教学的一个重要组成部分,对于促进学生思维、学习和探究知识有积极意义^[5]。

[收稿日期] 2010-11-13

[基金项目] 广东省教育教学改革项目(JG08002)

[作者简介] 张蓓(1978-),女,广东罗定人,华南农业大学经济管理学院讲师,主要研究方向:管理学教学与实践。

二、情景模拟法的主要形式

1. 课堂情景中师生角色的交互模拟

情景模拟法以培养学生实践能力为目标, 根据教学内容设计相应的模拟情景, 营造课堂实践氛围, 激励学生参与, 强调师生互动。在实践教学中, 教师不仅要成为学生学习的指导者, 更要成为学生活动的引导者与合作者, 鼓励学生积极观察、尝试、感受和总结, 使其掌握实践知识并获得实践能力^[6]。例如, 在《推销学》课堂教学情景中进行师生角色的交互模拟, 改变教师“满堂灌”的单向教学信息传递模式, 通过推销案例分析、推销专题研讨等形式, 引导学生从课堂“客体”角色向“主体”角色转变, 勇于发表自己的观点, 形成师生之间的热烈讨论和交流对话。

2. 教材情景中特定角色的表演模拟

《推销学》教学尤其强调培养实践技能, 从推销模式的体验总结、推销礼仪的演练、到寻找顾客、推销接近、推销洽谈过程各种策略的实际运用, 再到顾客异议处理的处理技巧, 都要求学生切身体验到相应的教材情景, 进入特定的时空角色中进行角色扮演、推销演讲等模拟学习。推销学情景模拟教学的主要形式有以下几种, 见表 1。

表 1 推销学情景模拟教学的主要形式

教学内容	强调实践性的知识点	情景模拟
推销模式	爱达模式、迪伯达模式、埃德帕模式、费比模式	推销演讲
推销礼仪	电话、信函、着装、吸烟喝茶、宴请、舞会	礼仪演练
寻找顾客	顾客资格审查、地毯访问、链式引荐、中心开花、关系拓展、委托助手	角色扮演
推销接近	陈述式接近、演示式接近、提问式接近	互动体验
推销洽谈	定价、报价和让价, 成交及售后服务	洽谈模拟
异议处理	询问处理、否定处理、补偿处理、模糊处理、转移处理、缓冲处理	角色扮演

3. 实践情景中工作角色的仿真模拟

《推销学》课程的实践教学还要求教师具备实际推销工作经验, 充分了解推销活动各环节的操作实务, 结合教学内容和学生学习需求, 充分运用多媒体等课堂教学信息化设施和手段, 创造和设计与现实推销实践活动相似的具体推销实践情景, 让学生扮演顾客、采购人员、把关者、决策者及推销队伍管理者等特定推销角色, 体验推销理论和技巧的实际运用。

三、实施情景模拟法的步骤

情景模拟法在《推销学》课程的推销礼仪

演练、推销洽谈训练和顾客异议处理等教学环节中可以灵活应用。在此, 以推销洽谈训练为例, 探讨实施情景模拟法的主要步骤。推销洽谈是买卖双方为达成交易, 以维护各自的利益、满足各自的需要, 就共同关心的问题进行沟通与磋商的活动^[7]。推销洽谈是推销活动的核心环节, 要求对推销理论和技巧的综合运用, 开展实践教学能够取得理想的效果。

1. 模拟准备

模拟推销洽谈的情景创造包括主题确定、资料准备、工具准备、心理准备、洽谈场所准备。教师结合时代特色和市场背景设计推销模拟洽谈主题, 以知名企业为背景, 收集整理模拟洽谈中需要用到的产品说明书、报价单、相关图片、照片、数据、名片、合约文本、销售发票等, 并设计好模拟洽谈的规则和教学效果评估方法。此外, 准备好电脑、投影、视频等多媒体手段进行模拟洽谈的现场演示。学生在参加模拟谈判前, 必须认真查阅相关背景资料, 熟悉谈判主题和流程, 并在思想上高度重视, 对模拟洽谈中可能出现的问题事先设想相应的应对措施。

2. 组建团队

按照推销洽谈人员的组织方式, 推销洽谈类型可以划分为一对一、一对多、多对一和多对多四种。模拟推销洽谈一般以项目小组的方式进行, 团队组建的方式主要有学生自愿组建团队和教师随机组建团队两种。以兴趣为基础的学生自愿组建团队具有较好的凝聚力, 有利于提高学生的参与程度。在模拟洽谈中, 每一团队人数以 6-9 人为宜, 每个小组的同学根据推销洽谈角色分成推销人员、顾客和观察者, 每一方由 2-3 人组成。团队成员进行谈判角色的互换, 保证对谈判的买方、卖方和旁观方三种角色都要演练到位。

3. 正式洽谈

首先, 明确洽谈原则和内容。推销洽谈模拟应坚持参与性、灵活性、经济利益中心性等原则。推销洽谈的内容包括产品条件洽谈、价格条件洽谈及其他条件洽谈。推销洽谈首先是对产品相关条件的洽谈, 包括产品品种、型号、规格、数量、商标、外型、款式、质量标准、包装等。价格洽谈是推销洽谈的中心, 包括数量折扣、退货损失、市场价格波动风险、商品保险费用、售后服务费用、技术培训费用、安装费用等条件。除产品洽谈和价格洽谈以外, 还有交货时间、付款条件、违约责任等条件的洽谈。其次, 组织科学合理的洽谈进程, 根据

模拟洽谈规定的总时间和洽谈节奏进行具体时间安排。再次,在教师指导下,团队成员根据推销洽谈的主题、背景资料和谈判规则,分别扮演不同的角色,认真投入地将《推销学》理论与技巧付诸于实践,依次经历洽谈摸底、报价、磋商、消除分歧、成交等洽谈环节,最后达成共识。

4. 检查确认

模拟推销洽谈经历准备阶段和正式洽谈阶段以后,进入洽谈的最后阶段,即对洽谈成果进行检查确认。团队成员应再次对成交条件进行确认,对模拟合同书、订货单等协议文本进行详细检查。结果核查以后,洽谈小组组长或者全体成员应进行签字确认。最后,遵循商务谈判礼仪,团队成员相互之间应诚恳感谢并礼貌道别。

5. 总结经验

推销洽谈模拟训练结束后,教师根据学生提交的合同协议整理相关数据,借助 Excel、Spss 等统计工具,对模拟洽谈情况进行比较分析,分别就产品单价、成交数量、交货期限、付款方式、谈判时间等合同条款数据进行无量纲处理,并对各个洽谈项目赋予指标权重,对各小组的模拟洽谈绩效进行较为客观全面的评价。同时,教师和学生分别就模拟洽谈过程中观察到的实际情况,进行推销技巧的经验总结。在此基础上,教师引导学生将情景模拟的感性体会上升到理论研讨层次,通过撰写总结报告和研究论文,全面提高学生的实践能力、分析能力和科研能力。

四、应用情景模拟法的策略建议

1. 树立实践教学观念意识

情景模拟法的运用要求坚持以人为本,积极开展宣传教育工作,引导教师和学生共同树立实践教学观念意识。教师是实践教学改革的主导者和执行者,应引导教师结合课程教学目标和内容,加强理论研究和实践探索,积极学习并应用多元化的实践教学方法,不断总结经验,通过情景模拟创造愉快的课堂学习氛围,加强教学互动,提高学生参与程度。学生是实践教学改革的参与者和受益者,应鼓励学生转变学习观念,充分调动学生的学习热情和主动性,积极配合教学开始实践教学,做好课前预习、课中参与、课后研究工作,通过参与实践教学全面提高人际沟通能力、团队协作能力和创新思维能力。

2. 加强课堂教学信息化应用

情景模拟法的运用离不开教学基础设施的支撑保障,先进齐全的教学设施设备有利于为情景模拟教学提供良好的资料准备、工具准备和氛围准备,能够取得理想的情景仿真效果。为此,必须加强数字化校园的建设与服务,加大信息化教学设施设备的投资,拓展教务管理系统的推广与应用,树立教学管理人员的信息化教学服务的观念意识。

3. 创建产学研合作教学模式

除教师和学生主体因素支撑,以及教学设施设备的客体因素支撑以外,情景模拟法的实践还离不开相关企业的合作和支持。合作企业所提供的行业报告、案例资料、策划文案、培训等资源,为实践教学提供丰富的感性素材,而企业为学生所提供的参观、访谈、调研、实习等机会,则为情景模拟教学提供了宝贵实践空间。同时,在实践教学和科研工作中的理论研究成果可以为企业决策提供依据。因此,应争取业界的广泛支持,构建教学、科研、企业经营管理紧密连接的产学研合作教学模式。

4. 完善教学科研制度建设

情景模拟法的运用需要学校创造良好的制度支持和完善的服务保障。具体而言,需要学校在人才培养制度、教学管理制度和科研激励制度给予支持和配合,包括专业教师的招聘、培训、课酬、职称晋升,教学效果评估和质量监督,科研成果奖励和科研团队建设等。

参考文献:

- [1] 孙立新. 互动情感教学方法在高校创新教育中的应用[J]. 黑龙江高教研究, 2008, (7): 130-131.
- [2] 梁辉煌. 角色扮演法在《推销学》课程教学中的运用[J]. 经济师, 2009, (1): 126-127.
- [3] 孙希磊. 论潘光旦人文教育思想[J]. 北京建筑工程学院学报, 2002, 18, (5): 22-25.
- [4] TREICHLER D G. Are you missing the boat in training aids[J]. Film and Audio-Visual Communication, 1967 (1): 14-16.
- [5] 丁步洲. 过程思维: 大学教学方法改革的一种新思路[J]. 江苏高教, 2008, (6): 80-81.
- [6] 周建平. 大学实践教学的变革: 情境学习理论的视角[J]. 高教探索, 2009, (4): 80-83.
- [7] 吴健安. 现代推销理论与技巧[M]. 广东: 高等教育出版社, 2005.

[编辑: 颜关明]