

# 应用型高校模拟实训教学法研究

## ——以市场营销类课程为例

王庆

(福州大学阳光学院, 福建福州, 350015)

**[摘要]** 大力培养应用型人才已经成为高校培养什么样的人才的共识, 而要大力培养应用型人才, 教师的教學方法是其中最重要的环节之一。作者在多年市场营销类课程授课经验的基础上, 提出模拟实训教学法, 它是对实训教学法的发展和补充。模拟实训教学法强调通过对课程理论知识点的模拟实训课程设计, 把实践应用引入课堂的理论讲授中去, 实现理论讲授与模拟实训的完美结合, 它可分为项目训练、实践应用、角色扮演、情景再现、策划讨论与实施策划等六种方法。在应用模拟实训教学法时, 还应注意模拟实训课程设计、教师自身素质提高、教师与学生关系和多种教学方法并用等四个方面问题。

**[关键词]** 模拟实训; 课程设计; 项目训练; 实践应用; 角色扮演

**[中图分类号]** G642      **[文献标识码]** A      **[文章编号]** 1674-893X(2011)06-0073-05

近年来随着社会经济的发展, 对应用型人才的需求越来越多, 很多高校都提出要培养应用型人才, 创建应用型高校。而要大力培养应用型人才, 创建应用型高校, 教师的教學方法是其中最重要的环节之一。笔者在多年市场营销类课程授课经验的基础上, 提出模拟实训教学法是创建应用型高校、培养应用型人才的有效教学方法。

市场营销类课程是高等学校市场营销专业的核心专业课。众所周知, 市场营销类课程既是一门科学, 又是一门艺术, 而它的艺术性又表现在它的实践性。在要求学生掌握营销基础理论和方法的同时, 也要培养学生将理论知识运用于实际的能力, 目的是使学生具备在未来工作中有承担营销工作的基本能力和素质, 因此, 学习市场营销类课程最好的方法就是理论与实践的有效结合。传统市场营销类课程教学中以教师为主体、以理论知识的灌输为讲授重点的教学理念<sup>[1]</sup>, 以及填鸭式的教学方法已不能适应现代市场营销类课程的教学要求。在教学过程中如何打破传统的教学模式及构建新型教学体系, 是目前高校教师努力探索的方向。

### 一、传统市场营销类课程教学中存在的问题

1. 在教学形式上以教师讲课为主, 学生听课为辅

在市场营销类课程的教学活动中, 一般是以教师讲课为主, 学生听课为辅。在每一节课的 45 分钟时间里, 教师讲授理论知识的时间约占 90% 左右, 甚至有时 45 分钟都是教师在讲课。整个教学过程围绕教师展开, 学生只能被动地听课, 很容易造成学生听力疲倦、走神等现象, 并且这种以教师为中心的填鸭式授课模式, 在客观上也限制了学生潜能的充分发挥。

2. 在讲授内容上以理论知识为主, 实践知识为辅

在大多数市场营销类课程教学活动中, 教师在课堂上给学生讲授的是理论知识, 有条件的高校学生偶尔参加实验或者实践活动, 理论讲授和实践是相分离的。对于大多数学生来说, 理论还是理论, 通过短暂的、走马观花的实践根本不可能把课堂上所学的理论知识应用到实践中去。教师上课讲授理论知识的目的是为了让學生记住这些知识, 掌握这些知识, 其结果是学生说起来头头是道, 但做起事来却茫然失措。通过这种传统的教学方法培养的人

**[收稿日期]** 2011-09-21

**[作者简介]** 王庆 (1972-), 男, 河南商丘人, 福州大学阳光学院讲师, 主要研究方向: 品牌管理。

才，往往被称为“眼高手低”，即典型的理论的巨人，行动的矮子。

3. 在沟通方式上以教师提问为主，学生回答为辅

在大多数市场营销类课程教学活动中，教师与学生的信息传递是单向的。大多时候都是教师在讲，学生在听，教师在讲台上辛苦授课，学生在台下是否认真听课，听课的效果如何，教师往往也很难判断。在一般的情况下，教师可以根据自己的教学经验，通过观察学生是在讲话，还是在睡觉，或者是在看窗外，来判断学生是否在认真听课。虽然出现这些情况就可以判断学生没有认真听课，但在很多情况下就算没有上述情况，学生也会不认真听课。为了解决这个问题，促进教师和学生的沟通，往往强调教师上课时要与学生互动，但实际的情况是互动被设计为教师提问、学生回答，这样虽然有了互动，但这种互动是被动的，学生参与的程度与其自觉性都不高，自然也达不到预想的效果。

4. 在考核方式上以试卷考试为主，平时表现为辅

大多数市场营销类课程的考核以试卷考试为主，并参考一些平时成绩，如作业、考勤等等，一般是期末考试占70%，平时成绩占30%。在这种考核方式下，期末考试成为决定学生成绩的关键环节。而现行的教学管理制度强调按既定大纲授课，按一定格式命题，通常都是名词解释、选择题、是非题、案例分析等类型。这些考试内容对学生来说完全可以通过期末冲刺复习获得比较好的成绩，而通过学生临阵磨枪方式来衡量学生的学习效果和水平，对于创新性、实践性极强的市场营销类课程来说是很不妥的，也不可能培养出富有创新意识、拥有实战能力的营销人才。

5. 在培养方式上，缺乏培养学生的综合能力 and 创新思维的课程设计

在现实生活中，很多成功的商业人士并没有系统地学习过市场营销知识，但他们很多人拥有很强的分析问题、解决问题、处理问题的能力，这些能力来源于他们在实际工作中的积累总结。通过市场营销类课程的学习，可以比一般人更快、更好地掌握营销方法和营销技巧，但通过理论讲授的方式获得的仅仅是理论知识，并不是现实生活中所需要的能力。从现实的需求来说，拥有某方面的能力远比拥有这方面的理论知识更能受到社会的欢迎，但现在市场营销类课程的教学方法却不能解决这个矛盾。从某种意义上来说，通过实践得来的知识更可

贵，它往往经受了实践的成功与失败的洗礼和考验，人们一旦掌握了这种知识将会成为其重要财富。因此，培养学生的创新思维和综合解决问题能力的课程设计是重要的，也是必要的。

## 二、模拟实训教学法的概念及意义

模拟实训教学法是对实训教学法的发展与补充。所谓实训教学法是指通过实践对学生进行职业技术应用能力训练的教学方法<sup>[2]</sup>。从国内外的研究文献来看，理论教学与实训相分离是主流实训教学法的方式，如韦杰梅（2006）的“商务模拟公司”、石庆平（2009）的“通过收集违法药品广告进行实训”，李秀妹（2007）的“模拟公司”等等。更多学者提出用建立实训基地，并直接去企业做项目的方法进行实训。这种方式有其优点，比如学生能通过实训基地或创立模拟公司感受真实的企业经营，能更好地理解课堂中所学的理论知识，能够更快地适应社会，融入社会。但同时也有其缺点，如寻找实习基地与成立模拟公司成本比较高，难度比较大，再加上学生众多，操作起来有很大的困难。而且就算找到了实习基地，也仅仅是走马观花，不会有太大的收获，对于市场营销专业的学生而言更是如此。因此，如何在理论教学的同时引入实训，是市场营销这类实践性很强的课程教学所要重点关注的，而模拟实训教学法正是为了解决实训教学法的这个难题而提出来的。

所谓模拟实训教学法，是通过把课程中的理论知识进行模拟实训课程设计，把实践应用引入课堂的理论讲授中去，使对学生进行职业技术应用能力训练与理论讲授结合到一起的教学方法<sup>[3]</sup>，模拟实训教学法的整个逻辑思路如图1所示。从理论上说，模拟实训教学法是笔者在多年实践教学经验的基础上，在不断总结、不断完善中探索出来的独特的实训教学模式。它大大发展了原有的实训教学法，把原来脱离课堂理论的实训教学发展为在讲解理论知识的同时，通过课堂的模拟实训让学生既掌握理论知识又掌握实际操作。从现实角度看，培养应用型人才已经成为各高校的共识。而培养应用型人才的前提是拥有实践能力比较强的教师，但这样的教师比较少，大多数高校老师都缺乏实践经验。如果在教学中照搬实训教学法那种理论与实训相分离的方法，将会出现很多问题。模拟实训教学法可以有效地避免出现这些问题。高校教师可以通过学习别人的实践经验，然后再运用模拟实训教学法，在教授理论知识的同时对学生进行实训，以弥补高校教师实践能力不强的缺陷，从而达到培养应用型人才的目的。

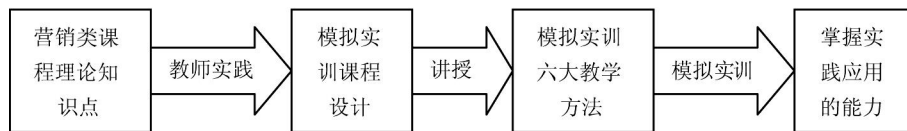


图1 模拟实训教学法的逻辑思路

### 三、市场营销类课程应用模拟实训教学法的六种方法

根据市场营销类课程的知识点与知识结构的差异，模拟实训教学法在市场营销类课程中的应用主要有以下六种方法（见图2）。

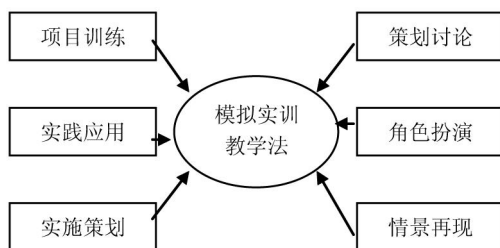


图2 模拟实训六种教学方法

#### 1. 项目训练模拟实训教学法

所谓项目训练模拟实训，是指在理论授课的同时导入某个与所讲授理论一致的项目，指导学生完成该项目。项目训练模拟教学可以使学生更好地理论联系实际。由于项目贯穿在整个理论讲授中，与理论知识紧密结合，学生更容易理解并掌握理论知识，而通过理论的讲解项目会更完善。项目训练模拟实训的课程设计思路是：项目选定、项目分解、理论讲授、项目讨论、项目完成。如在讲解品牌管理这门课程时，就可以导入一个为企业设计、传播、发展品牌的项目。关于品牌管理课的项目训练模拟实训教学有以下几个要点：一是教师要吃透品牌管理理论与实践应用，整个课程的安排要按照实际做项目的逻辑进行，因此，品牌管理的理论授课顺序依次是品牌管理概论、品牌创立与决策、品牌营销与传播、品牌发展与维护和品牌新领域等五大模块。每一模块要按照做项目的逻辑依次展开，如品牌创立与决策模块可分为品牌创立策划、品牌命名、标识设计、品牌定位设计、品牌个性确定、品牌形象建立等六大部分。二是要确定一个项目，在授课时教师和全班同学一起完成。也就是边讲授理论，边同全班同学一起讨论完成项目与本次理论相联系的部分。该项目应是大家都熟悉的，这样容易联系实际，如牙膏企业品牌策划。三是把全班同学

按照4~5人分成若干小组，每一个小组独立策划一个项目，选择的项目不能是课堂上大家一起做的品牌，也不能是社会上已经非常成功的品牌。教师要求各小组在一个学期内分若干次以作业的形式上交，教师要专门抽出时间对作业进行课堂讲评，通过课后单独完成一个项目进一步让学生掌握品牌管理的理论与实践应用。四是在理论授课中完成项目。这就要求教师的授课内容也要按照项目完成的实践去讲授，也就是把课程中的每一个理论点展开，在展开中通过理论讲述与课堂讨论来完成与该部分相联系的项目策划。如在讲授品牌定位时，可按照产品特征、物质利益、精神利益、个性与价值观等五个方面依次展开。

#### 2. 策划讨论模拟实训教学法

所谓策划讨论模拟实训，是指在理论授课时，对学生提前做的关于这部分理论所涉及的策划案进行分析讨论，确定重点、难点、要点，通过发散式的讨论，教师同全班同学一起补充完善该策划案。策划讨论模拟实训的课程设计思路是：课前策划、理论讲授、策划展示、发散讨论、教师评述、策划修正等六个环节。策划讨论模拟实训可以让学生更好地掌握某一方面的策划，培养学生的实战能力。如有关公关专题活动的理论授课前，可要求学生按小组做好某一专题策划，如新闻发布会、庆典、展览会、赞助等等。教师要给学生一些相关材料，便于学生撰写策划方案初稿。在讲授公关专题活动理论时，首先由教师讲授理论知识，接着由做该专题的小组展示策划方案，然后全班同学在教师的引导下对该策划方案进行发散讨论，再然后教师做总结性的评述，并说明该策划的优点、缺点、难点、要点以及怎么做才算一个好的专题策划，最后学生在课后再次修改、完善，并以作业的形式上交。

#### 3. 角色扮演模拟实训教学法

所谓角色扮演模拟实训，是指在理论教学中，根据理论知识讲授的需要设计各种角色，在课堂上让学生扮演，在角色扮演中加深对理论的掌握与应用。在教学时，教师不仅要精心设计各个角色，而

且还应设计出每个角色的背景和将要面临的问题，并引导全班同学讨论如何更好地处理这些问题，找到解决这些问题的最佳方法。角色扮演模拟实训的课程设计思路是：理论讲授、角色描述、角色扮演、表达感受与教师点评。如在讲解公关礼仪中的着装礼仪时，就可以引入角色模拟实训。首先要在班级里选择一些学生来扮演求职者，其余学生扮演招聘者，教师可在征求扮演求职者学生的同意下给他们安排不同仪态仪表的求职者。其次分别让求职者通过当堂说明与表演来描述其应聘时的仪态仪表，其他扮演招聘者的同学可自由发言说明其感受。最后教师通过对仪态仪表知识的讲解，通过课堂的讨论来找到怎样才是求职者比较好的仪态仪表，并引申讨论各种情况下的好的仪态仪表。

#### 4. 情景再现模拟实训教学法

所谓情景再现模拟实训，是指通过对事件或事物发生与发展的环境、过程的模拟或虚拟再现，让受教育者理解教学内容，进而在短时间内提高能力的一种认知方法<sup>[4]</sup>。情景再现模拟实训的课程设计思路是：理论讲授、情景描述、学生表演、问题讨论、教师演示与再次表演。如在讲解公关礼仪中的行为礼仪时，可以创设一个接待贵宾的情景。在模拟前由老师分别将接待礼仪、介绍礼仪、握手礼仪以及行进礼仪的操作规范和基本要求向学生讲述清楚，然后让学生分别模拟贵宾和接待人员进行迎宾、介绍、握手、迎客引路等环节，模拟一个完整的接待过程。模拟完成之后，通过引导全班同学讨论去寻找在整个模拟过程中出现的问题和不足，教师进行最终的完善与补充。情景再现模拟实训可以使学生真正掌握接待礼仪的知识与操作规范。

#### 5. 实践应用模拟实训教学法

所谓实践应用模拟实训，是指在理论教学中，对于一些容易与实际相结合的理论知识点，应安排学生进入社会，通过在社会中的实践来掌握理论知识，培养实战能力。实践应用模拟实训的课程设计思路是：理论讲授、实践安排、社会实践、展示汇报、总结完善等五个环节。如在讲授市场营销学中的市场调研理论时可以采用这一教学法，具体课程设计如下：首先，要在课堂上讲授市场调研的理论知识，讲解这部分理论时可采用“策划讨论”的模拟实训教学方法，同学生一起设计一个调查问卷。其次，对调研的要点、方法、方式、要解决的问题等进行安排。再次，安排学生去进行市场调研，然后安排时间让学生分组展示市场调研成果。最后安

排学生讨论，由教师点评，对本次市场调研进行总结。

#### 6. 实施策划模拟实训教学法

所谓实施策划模拟实训，是指在讲授方法、策略、手段等理论知识点时，可以让学生用理论去模拟解决实际问题，让学生分组利用在教室中可找到的物料，再加上小组成员自己制作的道具，把教室当做活动场所，把全班其他同学当做顾客或观众，安排角色，设计好活动流程，在教室里实施策划。实施策划模拟实训的课程设计思路是：实施安排、课后策划、理论讲授、策划实施、同学评论、教师点评以及小组总结等七个环节。如在上公关与营业推广课程时，在讲授营业推广的理论知识时，可以采用实施策划模拟实训教学法，具体课程设计如下：一是提前安排学生分组准备促销策划；二是学生在课后策划并准备相关物料与道具；三是上课时教师简单讲授本次促销是什么，知识点有哪些；四是学生在教室实施策划，要有时间限制，整个过程由教师和其他学生充当顾客或观众，教师不能干涉；五是完成后，安排部分同学对该次促销实施过程进行评论；六是教师进行点评，指出实施过程中的问题以及修改方法；七是小组成员谈促销策划与实施过程中的甜酸苦辣以及心得体会。

### 四、市场营销类课程应用模拟实训教学法需注意的问题

在模拟实训教学中，学习过程成为一个人人主动参与的创造性的理论加实践的活动。在整个教学过程中，学生重点掌握的不是理论知识点，而是基于理论知识点的实践能力。对于学生而言，上课不再是枯燥乏味的理论讲解，而是充满创造，充满思考，充满争论，充满笑声的愉快活动。学生在快乐中学习，在快乐中获得提升，但在模拟实训教学法的具体实践中，还需要解决以下几个问题。

#### 1. 模拟实训课程设计中要强调具体课程具体设计

在应用模拟实训教学法授课时，最为关键的问题是如何为所讲授课程设计切实可行的方案。由于市场营销类课程种类繁多，每门课程的知识结构千差万别，因此在设计时要根据不同课程的特点，采用不同的方案。同时，还要善于“换位思考”，从学生的角度去寻找合适的模拟实训课程设计。如品牌管理课程的系统性比较强，知识点连贯，因此在设计课程方案时可以把“项目训练”贯穿在整个课程中去，某些理论知识点可以穿插使用“策划讨论”

“实践应用”等模拟实训教学方法。再如公关与营业推广课程的特点是知识点很多,并且连贯性不强,因此可根据不同的知识点采用不同的模拟实训教学方法。如在讲授公关礼仪时可采用“角色扮演”与“情景再现”的教学方法,在讲授公关专题活动时可采用“策划讨论”的教学方法,在讲授营业推广时可采用“实施策划”的教学方法。

#### 2. 教师要不断学习和积累以提高自身素质

模拟实训教学是以学生为中心,教师起引导、启发与辅助的作用。在模拟实训教学中,教师虽然需要讲授理论知识,但往往需要按照实践应用的规律把理论知识点展开,以讨论、启发的形式向学生讲授,而一些简单的知识点让学生自学,通过启发式的提问来达到让学生理解掌握的目的。因此,在模拟实训教学中,教师是教练,主要工作是帮助、启发、辅导学生去完成项目,做好策划,重点在培养学生实践应用的能力,而不是让学生记住理论知识。教练式的教师,对教师的自身素质提出了更高的要求:第一,教师需通过不断的学习,不断地吸收实践知识,加深自己对所讲课程的理解,更好地进行模拟实训课程设计。第二,教师需掌握一定的教练技术,如聆听、发问、回应、区分的技巧。特别是发问的技巧很重要,因为启发学生去思考、完成项目、做好策划主要是通过启发式的发问来进行的。第三,教师平时应注意收集、积累与课程相关的实践资料,如真实的策划案、学生做的优秀的策划、典型案例等等,这些实践材料将会对教师较好地完成模拟实训教学起到非常明显的作用。

#### 3. 在教学过程中要以学生为主、教师为辅

在传统的市场营销类课程教学中,教师是主讲,学生是听众,教师想尽一切办法使知识容易被学生理解、接受并记住。上课的主要目的是让学生掌握理论知识点,而学生则是被动的听众,被要求认真听讲,认真记笔记,认真回答问题<sup>[5]</sup>。在模拟实训教学中,教师和学生可以通过精心设计的模拟实训课程设计去共同探究、合作和建构,在其中学生成为主角,教师变为教练退到后台,去考察、启发、引导学生完成项目、做好策划。在整个教学活

动中,教师要发挥学生的主动性、积极性,甚至可以使用一些手段去消除其依赖性,但要把握好尺度。在模拟实训教学中,教师最主要的工作是控制、引导整个教学活动向模拟实训课程设计规划的方向前进。教师要根据不同的知识点,去利用不同的模拟实训方法设计不同的情景让学生来应用所学的知识,并指导学生获取多种学习资源。教师要积极引导学生进行小组讨论,在讨论中活跃学生的思维,展示学生的智慧,引导学生在讨论中认识各种错误的观点和方法,掌握合理的、正确的观点和方法,并在协商中解决问题。

#### 4. 在教学方法上,要多种方法并用

模拟实训教学法的立足点是对理论知识点的模拟实训课程设计,通过精心设计实现模拟实训教学。但是市场营销类课程的理论知识点很多,而且并非所有知识点都可以设计出模拟实训课程设计,并且在设计时还要“换位思考”,考虑学生年龄、学业基础、素质的不同来设计,因此在应用模拟实训教学法时应该与其他教学手段相结合,比如实训教学法、项目教学法、案例教学法等等。教师在授课时,各种教学方法交替使用,会使课堂教学精彩纷呈,学生学习的兴趣持久浓厚<sup>[6]</sup>。

#### 参考文献:

- [1] 高宏,钱晓冰.情景模拟教学法在旅游专业课教学中的运用[J].中国职业技术教育,2005,1(8):32-34.
- [2] 孙玉梅.实用礼仪教学中情境模拟教学法的运用[J].雁北师范学院学报,2006,1(6):33-35.
- [3] 李秀萍.浅议宾馆服务模拟教学法[J].科技资讯,2006,1(4):46-48.
- [4] 李明.实训教学法在会计课程教学中的应用探讨[J].扬州大学税务学院学报,2010,1(15):64-66.
- [5] 马学勤.对实训教学“四步教学法”的思考[J].温州职业技术学院学报,2006,2(6):46-48.
- [6] 徐豪.基于建构主义视角的广告学专业教学模式创新研究[J].中国高教研究,2010(8):73-74.

[编辑:苏慧]