

doi:10.11835/j.issn.1005-2909.2018.05.019

欢迎按以下格式引用:赵红.交互式教学方法的理论意义及其国际市场营销课程实践[J].高等建筑教育,2018,27(5):104-108.

交互式教学方法的理论意义 及其国际市场营销课程实践

赵红

(重庆大学经济与工商管理学院,重庆 400030)

摘要:随着全球经济一体化及国际化的不断深入,中国企业海外经营活动的激增,对于通晓当代国际市场运行规律,熟悉国际营销知识和技能的人才需求强烈。国际市场营销课程帮助学生了解、掌握国际营销的知识和技能,是一门重要的市场营销专业核心课程。交互式教学方法是一种以学生为中心的教学方法,得到了教育界的广泛关注和研究,并在教学实践中收到了良好效果。基于笔者教学心得,探讨了交互式教学方法的理论意义,以及在国际市场营销课程中的实践。

关键词:交互式教学方法;国际市场营销;理论意义;课程实践

中图分类号:G642

文献标志码:A

文章编号:1005-2909(2018)05-0104-05

随着全球经济一体化及国际化的深入,中国在不断吸引外商直接投资的同时,企业海外直接投资呈现出井喷式增长。联合国贸发会议《世界投资报告2017》显示,中国海外直接投资金额2016年较2015年增长43.5%,数额高达1830亿美金,再创新高,并第一次超过日本,成为世界排名第二的海外投资国。对于“走出去”的中国企业,如何在竞争激烈的东道国市场运营,并进行有效的国际营销,使自己的产品能够融入国际市场,得到海外消费者的接受和认可,已成为迫切需要解决的问题。投资海外的中国企业对于既通晓当代国际市场运行规律,熟悉国际营销知识和技能,又具备一定实践能力的人才需求强烈,因此,学习、掌握并运用国际营销知识具有非常重要的意义。

国际市场营销是高校市场营销专业的核心课程,是在市场营销学、管理学、微观宏观经济学等课程基础上开设的一门理论及应用性都很强的课程。课程的任务是使学生在熟悉市场营销基本原理的基础上,对企业从事国际市场营销的原因和方式、国际市场营销的客观环境以及分析方法、国际市场营销调研、国际市场细分和目标市场、国际市场进入方式、国际市场营销组合策略、整合营销等国际市场营销知识有较深刻的了解,并通过该课程的学习,学会运用相关营销理论。然而,由于

修回日期:2018-04-16

基金项目:重庆市高等教育教学改革研究重点项目“互联网+背景下高校在线课程建设与应用的研究”(172001);重庆大学市场营销教学团队建设项目

作者简介:赵红(1964—),女,重庆大学经济与工商管理学院副教授,主要从事国际市场营销教学及研究,(E-mail)hzhao_003@163.com。

该课程理论性和实践性很强,在该课程学完后,学生往往不能很好地将所学理论知识和实践融会贯通。因此,教师必须不断改进和提高国际市场营销的教学实践,调整教学方法,使学生能够更好地将国际市场营销理论和知识运用于实践。交互式教学方法是提高学生学习国际市场营销课程的一种有效方法。

一、交互式教学方法、特点及其相关研究

(一) 交互式教学方法及其特点

交互式教学方法最早由美国密歇根大学 Palincsar 教授于 1982 年提出^[1]。该方法主张以学生为中心,以交互为手段,通过灵活、多样的交互式教学活动,最大程度地唤醒学生的求知欲望,调动学生学习的主动性和积极性,帮助学生提升知识认知和知识运用能力,改变以教师、教材、课堂为中心的传统教学范式。在交互式教学方法中,教师和学生的角色发生了很大变化,除了作为知识的传授者,教师还是课堂教学的组织者、指导者、启发者和参与者,而学生也从被动的知识接受者,转变为学习活动的主体和知识获取的探险者。在交互式教学过程中,教师给予学生更多参与课堂教学活动的机会,并通过多样化和情境式教学活动的开展,帮助学生主动建构知识,获取知识认知和知识运用能力。

交互式教学方法自提出后,受到教育界极大的关注,并在众多学者的研究和实践中得到进一步深入和发展。虽然学者们的观点不尽相同,但就教学中实施交互式教学方法的原则是一致的。即:一是以学生为本;二是实践性原则,可以采用分组讨论、合作学习等方式,帮助学生在实践中提高知识获取的能力,培养学生的团队意识和团队精神;三是开放性原则,在问题的提出,活动的设计上要有灵活性、新颖性,还要有一定的广度和深度。同时,要给予学生一个自由、宽松、民主的学习环境和氛围,对要讲授的材料和学生练习资料要精心准备,并在教学中建立良好的朋友式师生关系。

(二) 相关研究

国内外教育学专家对交互式教学方法及其运用进行了大量尝试和探讨,为交互式教学方法的完善和发展做出了贡献。其中比较有代表性的有:Rivers^[2]认为交互活动贯穿课堂教学的整个过程。在这个过程中,教师要注重发挥学生的主动参与意识,引导学生尽可能利用所学知识解决实际问题,为学生理论知识的提高和实际问题解决能力的提升提供更多帮助。Ellis^[3]认为,在过去几十年中,与交互式教学方法类似教学方法的出现是英语教学实践领域的一大特征,他认为人们的关注焦点已从语言的形式转为语言的功能。Nunna^[4]认为交互式教学方法是一种不同于传统以知识灌输为主的教学方法,是一种更加活泼、更加灵活的教学模式。学生教育活动的主体,教师以指导者和研究者的身份参与其中。

朱静^[5]将交互式教学方法应用于自媒体平台建设的国际金融微课堂,依据国际金融课程教学特点,以及国际金融教学改革趋势,将现代化信息技术、互联网移动辅助教学手段应用于国际金融课堂教学,讨论了交互式教学方法给教师教授课程和学生知识带来的显而易见的益处,并提出了不断完善该教学模式的对策和建议。马秀君等^[6]在前期调研及分析探讨会计环境的需求变化,以及剖析中国高等院校会计学习和实训教学问题的基础上,将交互式教学方法应用于会计课堂,并建立了一套完整的会计综合实训模式。史琴等^[7]分享了将交互式教学法在高校生理学课堂教学中的应用感悟。她认为该方法有利于提高学生的自主学习能力,提高课堂教学质量。齐建国等^[8]探

讨了将交互式教学方法与多媒体、程序化教学方法相结合,在高校田径课堂所产生的教学效果。姚艳^[9]探讨了交互式教学方法的特点,她认为在建构主义理论下,将交互式教学方法应用于大学英语翻译教学,可提高学生的翻译能力。张鄂^[10]分析了交互式教学方法的涵义以及特点,据此构建了特定交互式教学模式,并应用于机械设计基础课堂教学中,以激发学生在学习热情,提高学生学习的动力,培养学生的创新精神。

综上,交互式教学方法及其在许多学科中的应用得到了学者们的广泛关注,但就该方法在国际市场营销课程中的实践应用还鲜见于文献,因此,在分析和探讨交互式教学方法的理论意义基础上,就其在国际市场营销课程教学中的应用进行了深入分析和探讨。

三、交互式教学方法在国际市场营销课程中的实践

(一) 国际市场营销课程特点

1. 有其他专业课程作铺垫,课程难度降低

在市场营销专业的课程体系中,国际市场营销课程在大学第三学年开课,是管理学、市场营销学、宏观微观经济学等核心课程的后续课程。有了前面课程的基础和铺垫,学生对该课程的知识理解和运用相对容易,并能够对上述课程知识进行巩固和加强。

2. 有较强的理论性

国际市场营销课程涉及的知识面广、知识点多,不但有对企业从事国际市场营销的原因和方式、国际市场营销客观环境以及分析方法等的介绍,还有对国际市场细分和国际目标市场、国际市场进入方式,以及国际市场营销组合策略等的分析,理论性较强。

3. 实践性、应用性较强

虽然课程对国际市场营销的各种理论知识点和分析方法进行了介绍,但其目的还是需要学生运用所学到的理论知识解决实际企业海外市场营销中遇到的问题。例如:根据当时国际国内客观环境及企业自身情况,应该以什么方式进入海外市场等,课程的实践性较强。

4. 有较强的互动性

学生在学习国际市场营销课程的过程中会发现很多新问题,也会存在很多疑惑,例如:为什么企业进入国际市场会有差异化目标战略和集中化目标战略之分。面对这些情况,教师就需要及时进行解释和引导,以帮助学生更好地理解 and 掌握。

(二) 交互式教学方法在国际市场营销课程中的实践

1. 课后辅助阅读的探讨式教学

国际市场营销课程与现实营销实践联系紧密。相比而言,鉴于教材篇幅原因,教材内容单薄,灵活性和可操作性都无法满足课堂教学需求。为加深学生对教授内容的理解,提高学生的思考和判断能力,笔者采用课前辅助阅读探讨性教学方法进行教学。具体做法是:课后选定将与授课内容密切相关的正反案例供学生阅读和思考。案例来源一是电视视频,如央视财经频道“对话”栏目的“金砖合作又十年”“未来商业的N种可能”“海外并购的资本逻辑”“当外国人遇到中国创新”;如中央电视台第四台“一带一路”“达卡的中国味道”“探访卡西姆燃煤电站”等。二是相关文章,如“华为的国际化进程”“一汽大众的国际目标市场战略”“阿里巴巴的海外商业生态平台”“全球速卖通如何为中小企业提供资金支持和物流配送系统支持”等。

学生通过观看和阅读大量课外视频和文献,对企业所处的商业环境、海外战略规划、海外营销方式及盈利模式选择有了更加直观、深入的理解和认识,对企业海外营销的关键环节有了更多的认知和把握。从教学效果看,学生非常喜欢这样的课后辅助阅读方式,课堂气氛活跃。

2. 基于真实事件的情境式教学

在交互式教学过程中,采用基于真实事件的情境式案例教学,要求教学内容要建立在典型、趣味和真实案件基础之上,对真实事件进行抽丝破茧的探讨。例如:海外,确有一片蓝天:重庆摩帮在东南亚;出海探路抢占市场,中国快递来到华人家门口等。此外,从国际市场营销课程内容来看,共有十章需要在课堂上完成学习。每一章节都需要在基础知识学习和理论分析后进行相关练习,才能提高学生的逻辑推演能力和分析、解决问题的能力。只讲不练,学生无法深入领会教学内容,与教师的有效互动难以形成。因此,在教学过程中,针对每一章节,布置若干选题,让学生结合授课内容,深入到具体企业的营销实践活动中,用学过的知识和分析方法,对真实事件进行分析、融通、理解,并撰写专题论文。在论文选题上,注重与学生的能力和所学知识范围相衔接,工作量不宜过大,一般字数要求在1500字左右。选题内容要具体,如:产品生命周期理论对国际市场营销的指导意义;中国企业海外经营中转移定价策略的使用方式;中国企业的海外营销渠道选择等。这些选题需要学生除了运用课堂学习到的知识外,还要查阅相关文献。课程结束时,要求学生提交2篇专题论文。通过练习,不仅巩固了学生所学习知识,锻炼了学生的独立分析能力和论文写作能力,为学生毕业论文的撰写做好了铺垫。

3. 基于实际操作的合作式教学

为锻炼学生解决实际问题的能力,培养团队合作精神,在教学中采用了基于实际操作的合作式教学方法。第一,按照班级人数进行分组,8人一组,分组按照学生意愿,自由组合。课堂教学共有十章内容,每一章后,教师布置案例分析问题,学生查找适合的资料。每两组学生对对应一个章节的内容。这样的安排可以增强学生练习的热情,学生之间可以相互借鉴,共同商量。第二,每个学习小组上网搜集与案例或问题相关的资料,并根据所学的课程理论知识和分析方法,对案例或问题进行分析并作答。这样的安排与课程理论学习同步,能有效地加深学习印象,学习效果良好。第三,各个学习小组需将案例分析过程或答题做成幻灯片发给教师,其目的一是可以对学生起到一定的督促作用,二是教师对内容事先有一定了解。学习小组推举一位学生陈述,其他学生可对此提出疑问,最后由教师进行总结。从课堂教学效果来看,学生对这种教学方法很感兴趣,效果较好。

四、结语

从分析可以看出,国际市场营销课程的教学是一项不断挑战教师责任心和能力的系统工程,需要教师不断探索、改进教学方法和教学手段。对国际市场营销课程教学内容、教学方法、与学生互动方式的合理有效安排,会极大地提高学生的学习热情,使学生的思维更加活跃,创新意识更加强烈,其综合素质、分析问题和解决问题的能力将得到显著提升。使用交互式教学方法进行国际市场营销教学,可以让教学过程寓教于乐。与此同时,交互式教学方法的应用还需要在教学实践中得到进一步优化,以使理论教学和实践活动更好地相结合,从而培养出更多高素质的国际市场营销管理型人才。

参考文献:

- [1]Palincsar, A. S. , Inducing strategies learning from texts by means of informed, self. -controlled training[J]. Second Language Acquisition, 1982(5):213-237.
- [2]Rivers G. , Classroom Interaction[J]. Learning & Leading with Technology, 2017(9):183-192.
- [3]Ellis J. ,Techniques for Classroom Interaction[J]. New Styles of Instruction, 2015(6):67-82.
- [4]Nunan, D. ,Designing Tasks for the Communicative Classroom[J]. Sharing the learning, 2013(2):132-146.
- [5]朱静. 基于自媒体平台交互式教学模式改革与实践研究——以国际金融课程为例[J]. 现代商贸工业, 2018(8):150-152.
- [6]马秀君,孙金花. 财务管理专业“交互式”实践教学创新浅析[J]. 会计教育, 2017(2):121-123.
- [7]史琴,彭芳,周慧,陈天琪,王嫣. 交互式教学法在我校生理学教学中的做法和体会[J]. 贵阳中医学院学报, 2017(3):86-89.
- [8]齐建国,王显刚,衣晏狄,蔡学文. 交互式多媒体程序教学在高校田径教学中的应用研究[J]. 四川体育科学, 2017(6):109-112.
- [9]姚艳. 交互式教学模式在大学英语翻译教学中的应用探析[J]. 教育时空, 2017(3):165-166.
- [10]张鄂. 交互式教学法在“机械设计基础”教学中的应用研究[J]. 教育教学论坛, 2016(5):200-202.

Theoretical significance of interactive teaching method and its application in international marketing course practice

ZHAO Hong

(College of Economics and Business Administration,
Chongqing University, Chongqing 400030, P. R. China)

Abstract: Along with the deepening of global economic integration and internationalization, the overseas operation activities of Chinese firms increase rapidly. The demand for the talents who know well the running rules of the current international markets, have an intimate knowledge of international marketing knowledge and skills is very urgent. International marketing course helps students understand and master the knowledge and skills of international marketing, and it is an important key course for marketing major of higher education. Interactive teaching method is a student-centered teaching method. Wide close attention and research are aroused around it, and good result has been achieved in the teaching practice by using this method. Based on the teaching experience of the author, the paper discusses the theoretical significance of interactive teaching method and how this method is applied in the course practice of international marketing.

Key words: interactive teaching method; international marketing; theoretical significance; course practice

(责任编辑 梁远华)