基于"互联网+"的高职《医药市场营销》课程教学改革研究

张瑜1 付艳2

1 黑龙江农业职业技术学院 2 黑龙江农垦科技职业学院

DOI:10.32629/er.v2i3.1695

[摘 要] 2015 年 3 月,李克强总理在十二届全国人大三次会议上提出了"互联网+"行动计划。"互联网+"是指利用互联网思维和现代信息技术(移动互联网、云计算、大数据技术等)作为创新要素来实现传统产业升级,发展新业态。"+"代表互联网对其它各行各业的催化、融合,当"互联网+"遇上教育,意味着把互联网的创新成果与教育教学深度融合提高教育的质量和效益,使教育更加均衡化,教学更加个性化,管理更加精准化,决策更加科学化。《医药市场营销》是一门融市场营销学和医药学理论的交叉性课程,是随着医药行业快速发展,适应医药市场需求相伴生的课程,教学中涉及商品学、药理学、药剂学、临床医学等基础知识。如何把这种新思维引入到教学中,成为培养高素质技能人才的一个全新课题。本研究以"互联网+"为背景,将互联网与教育相加,对《医药市场营销课程》进行改革,利用现代化的教学模式和手段,充分利用互联网资源,对原有的市场营销教学方法进行改革和创新,以培养适应"互联网+"背景需求下的医药营销专业人才,具有重要意义。

[关键词] "互联网+"教育形式; 医药市场推销课程; 教育改革研究

1 基于"互联网+"的高职《医药市场营销》课程教学 改革的重要性

1.1 适应国家教育改革的新形势

信息化时代,"互联网+"是大势所趋。教育信息化十年发展规划(2011-2020)明确了发展规划及目标。其中,提出要推动信息技术与高等教育深度融合,创新人才培养模式,明确提出了创新优质数字教育资源共建共享机制、实现教育信息化可持续发展的新思路。2015年7月《国务院关于积极推进"互联网+"行动的指导意见》颁布,明确提出"鼓励学校逐步探索网络化教育新模式鼓励学校通过与互联网企业合作等方式,对接线上线下教育资源"。2015年10月教育部发布《高等职业教育创新发展行动计划(2015-2018年),也明确指出,要顺应"互联网+"的发展趋势,推进信息技术应用。2016年教育部发布的《教育信息化"十三五"规划》和2018年出台的《教育信息化2.0行动计划》也明确提出要加快推动教育信息化转段升级,积极推进"互联网+教育",坚持高质量发展,以教育信息化支撑和引领教育现代化。

因此,高等职业教育应主动适应国家教育改革新形势, 将现代信息技术融入到《医药市场营销》的教学改革中,培 养新形势下符合"互联网+"医药营销产业需求的高素质技 能人才。

1.2 符合学生职业发展的新需求

在新医改政策和互联网+背景下,特别是电子商务的盛行,医药营销企业的商业模式发生了重大变化,导致了线上企业电商网站和线下传统渠道对营销专业人才需求的迅猛增长。与互联网时代相应,医药企业对营销专业人才的素质也提出了新的要求:网络化复合型人才的需求加大,然而,现有的医药市场营销课程教学模式还比较单一,对学生个性化的教学模式尚未显现,已经很难培养出满足社会发展所需求的人才。这就要求高职院校根据医药营销产业变革对新型

人才的需求变化, 加快《医药市场营销》教学改革, 以提高学生适应医药企业的职业要求。

1.3 激发学生创新意识的新途径

传统的《医药市场营销》教学大多采用的是"填鸭式",教学内容按照各知识点的顺序进行编排,理论与实践独立成篇,虽然追求知识的完整性、系统性,则往往会使教学枯燥无味,使学生失去学习兴趣,达不到预期教学效果。面对这种境况,许多兄弟院校也进行了多种多样的教学改革尝试如采用启发式教学、案例式教学,注重归纳对比或是与实训教学结合,开展模拟教学或现场教学,开辟第二课堂实地参观、进行市场调查等。这些方法虽然在一定程度上提高课堂效率和学生学习积极性,但仍然以教师为主体,未真正发挥学生的主体作用,与高职教育强调以现代职业需求为导向,以能力为目标,以学生为主体,以技能为考核的要求还有一定差距,学生的创新意识也在很大程度上遭到遏制。在互联网时代下,平台数字资源日益丰富,网易模式、百度模式、腾讯模式、阿里模式等互联网新玩法都在逐步探索中,这些探索也对传统的课堂教学模式提出了巨大挑战。

在信息时代和"互联网+"的背景下,逐步转变教学观念与推进自主学习,提高大学生创新创业意识,激发和调动学生的学习兴趣,优化专业结构与更新教学内容,创新教学模式与改进教学方法,加强大学生创新创业能力培养,改造提升校内外实训基地和建设虚拟仿真医药实训平台,创新电子商务虚拟经营模式。因此,基于"互联网+"的《医药市场营销》课程教学改革研究具有非常重要的研究价值和实践意义。

2 基于"互联网+"的高职《医药市场营销》课程教学 改革的建议

2.1 探索基于"互联网+"的《医药市场营销》课程改革新模式

《医药市场营销》是一门融市场营销学和医药学理论的交叉性课程,是随着医药行业快速发展,适应市场需求相伴生的课程。该课程的培养目标是掌握一定的医药市场营销知识,具有敏锐的市场意识和市场营销理念,具备药品市场调查、药品市场开发、药品市场渠道设计、药品市场促销和药品市场管理和维护五大营销技能,并具有一定的分析问题和解决问题的能力,可持续发展的高素质技能人才。结合学生职业生涯需求,充分发挥当前电子商务在医药市场营销中积极作用,建立依托医药产品电子商务虚拟营销模式,并通过现有网络在线开放课程、微课、慕课等途径创新020课堂混合教学模式,线上线下交互答疑,补充原有课堂教学的不足,提高大学生创新创业能力,打造全新的"互联网+"背景下的医药营销职业教育教学新模式。

2.2 借助"互联网+"整合教学内容

《医药市场营销》作为一门理论性和实践性较强的基础 性学科,学生需要掌握商品学、药理学、药剂学、临床医学 等基础知识,以便指导消费者合理用药和完成药品经营管 理。该课程不但涉及多门学科,对学科知识综合运用的要求 较高, 而且内容多, 知识点密集, 难点多, 覆盖面广, 同时又离 不开市场, 离不开实践, 强调岗位技能, 而现有教材往往按照 各知识点的顺序进行编排,理论与实践独立成篇,如果按章 节顺序依次授课, 追求知识的完整性、系统性, 则往往会使教 学枯燥无味, 使学生失去学习兴趣, 达不到预期教学效果。因 此我们可以借助"互联网+"知识共享来实现深入教学。从 具体操作上来说,可以围绕《医药市场营销》课程形成一个 数据库,该数据库是以《医药市场营销》课程中的各个项目 为基础, 辅以就业岗位的分析, 并在该就业岗位需求上辅以 相关课程的内容, 使学生能在课后就自己倾向的岗位进行进 一步的深入学习。同时课程教学内容做成 PPT 课件、教学文 案或者拍成课程录像,提前提供给学生进行线上自我学习, 学生在自我学习的过程将问题进行记录, 然后回到线下课堂 与教师或同学进行互动交流解决疑问, 最后通过虚拟电子商 务经营模式演练、调查访问、兼职实习等方面在现实市场中 进一步验证;或者教师可以将《医药市场营销》课程教学内

容上次学生班级 QQ 群、微信群、微博组等线上平台,学生在 共同约定的学习时间内完成课程学习、提问解惑、发表见解, 最后通过线下现实市场中进一步验证,掌握相关的知识和技 能等等。

2.3 利用"互联网+"创新教学方法

利用"互联网+"学习,改变学生被动学习的状态,激发学生学习兴趣展开。2015年国内首份中国城市阅读指数研究报告显示:人们获取阅读最常用的途径就是手机,占比38.7%,远远高于第二位纸质媒介(27.3%),以及第三位的电脑(17.2%)。我们要更加重视移动互联网在教学中的应用,如在微信平台上发布教学内容、分享相关文章,供学生对学习重难点进行互动学习;应用信息技术改造传统教学,促进移动、个性化学习方式的形成。另外还可以利用"互联网+"开展闯关式学习、竞赛式学习,培养学生主动学习的积极性。

2.4. 利用"互联网+"建立多元化的课程评价体系

利用"互联网+"不再使用单一的考核标准,考核可分为三部分:平时成绩、网络作业完成成绩、实践成绩和考试成绩。平时成绩包括线上的讨论情况、留言情况、是否完成了所有课程、观看的次数等。网络作业完成成绩重点是每次网络学习作业的完成情况,让大学生充分认识到作业的重要性,提高作业的质量。

[参考文献]

[1]赵珈瑶,葛洪英."互联网+"背景下国际市场营销课程教学改革研究[J].吉林农业科技学院学报,2017,1(26):106-108.

[2]郝晓康.探讨中职学校市场营销教学的现状及创新改革[J].中国校外教育,2015,(8):139.

[3]牟云翠.浅谈"互联网+"时代教学改革的探索与思考[J].科技与企业,2016,(3):197.

[4]李玮."互联网+"背景下《市场营销》课程教学改革的几点思考[J].北京财贸职业学院学报,2016,32(04):65-68.

项目来源:

黑龙江省职业教育学会"十三五"规划课题"基于"互联网+"的高职《医药市场营销》课程教学改革研究"(课题编号: GG170230)。