

# 关于高校情景模拟推销教学模式的探究

赵绿明

(河南中医学院, 河南郑州 450000)

**摘要** 情景模拟的方式俗称角色扮演,具体就是在课堂中根据教学的需要来进行情景的创造,要参照实际情况的主要特征和情况,在课堂上让学生对不同角色进行扮演,通过这项活动来让学生的所学知识得到具体的实际应用,从而提高学生理论与实践结合的能力。情景模拟的方法主要运用在经贸、管理以及营销这类学科的学习中。本文通过对教学中情景模拟推销的运用来介绍具体的方法和步骤,希望为高校情景模拟推销教学模式提供有效的理论指导。

**关键词** 情景模拟 教学 推销

## 一、情景模拟的理论基础综述

在心理学中就对心理过程进行三个层次的分类,首先是认知的过程,然后是情感的过程,最后是意志的过程。这三个过程相互存在着联系也相互制约着彼此,共同形成一个心理认识整体。近代的教育学家潘光旦就曾提出关于健全人格的教育思想,他认为人拥有的智识、情感和意志这三个方面能够达到统一并能够协调发展,从而让一个人人格达到完满,同时这也是素质教育的最终目的所在。情景模拟发就是教师通过一种带有目的性的创造,让实际场景在课堂上再创,学生们进行角色扮演、主题演讲等形式来达到某种与实际切合的体验,从而让学生对课堂内容能够更深刻地理解,增强他们的认知过程和意志过程,不仅能够增强学生学习的积极性和主动性,还能够让学生更好在实际中运用所学知识。与此同时,心理学的研究专家还表示,人在一般情况下靠听能够记忆到的占20%,靠着能够记忆到的占30%,靠听和看能够记忆到的占50%,通过交流和讨论从而达到记忆的占70%,通过亲身体验的达到记忆占80%。所以情景模拟法是提高记忆力的良好方式,也是教学质量能够提高的必备手段。情景模拟法是老师通过创造教学体验,学生进入固定的社会角色后能展示出对所学知识的反映,这是学生学习实践的一个重要内容,对学生的知识巩固、运用以及思维的启发有重要的作用。

## 二、教学中情景模拟推销学的运用

### (一)创造课堂情景,师生模拟

教学中情景模拟法的运用目的就是锻炼学生的实践能力,情景模拟发根据课堂的内容来进行相应情景的设计,营造实际情况的氛围,让学生积极主动地参与到课堂活动中来,更强调的是老师与学生之间的互动。在教学的过程中,老师要做的不仅仅是理论的指导,还要亲身地进行示范,参与与学生的互动交流中去,带领学生去感受和总结,从而让学生真正地掌握实践的方法和能力。针对推销教学的情景模拟,老师要一概往常的满堂灌的教学方式,要通过具体的推销案例的讲解,进行专题推销事件的讨论,让学生们从课堂的客体转变到课堂的主体,积极地参加讨论和交流,踊跃地发表自己的见解和观点,老师要耐心地对学生的想法进行聆听并恰当地给予指导,让整个课堂氛围融洽活泼。

### (二)模拟特定角色

在推销教学中最注重的是实践技能的培养,那么需要从推销的经验总结、推销的礼仪训练开始入手,再接着从寻找客源、推销接近以及洽谈过程方面进行训练,需要注重实际操练的技巧就是与客户交谈的方式方法,要让学生在情景模拟中真正地融入,充分体验到情景的复杂性,并进入相应的情景来进行模拟演讲和角色扮演的学习。

### (三)仿真模拟工作角色

推销教学中对教师的一项要求就是必须具备相关的推销经验,有了具体的经验才能够对推销的流程环节真正地了解,在授课的过程中才能够还原真实情况,具体也要结合学生的学习需求,利用电子信息技术与多媒体技术的结合来丰富课堂内容。对情景现

场进行仿真地设计,实现相似的情景再现,提供相应的实践背景,让学生进行角色扮演,例如顾客、采购人员、把关和决策者等方面。对推销特定角色进行适应,体验推销实际中对技巧和理论的应用。

## 三、情景模拟法在推销教学中的运用步骤

推销教学中对情景模拟法的应用有推销礼仪、推销演练、推销洽谈和顾客异议交流处理。通过情景模拟法希望能够达到灵活应用的效果。推销洽谈指的是买卖的双方从自身利益维护的角度出发来满足各自的需要,从而达成某种交易,这就需要双方进行协商和沟通。推销洽谈就是推销的核心环节,它对推销的理论和技巧的运用水平要求非常高,通过情景模拟法就是希望能够进一步提高推销洽谈的方法和能力。

### (一)模拟准备

推销洽谈的模拟需要准备的方面有:主题确定、资料准备、工具准备、场所准备以及心理准备。教师要根据时代特色和市场北京来进行推销模拟现场的设计,确定适当的主题。可以参照一些国际知名企业的情况来进行说明书、报价单、照片、名片、合约的模拟,同时还需要对模拟洽谈的规则和评估进行准备。除了上述内容,对电脑、摄影以及多媒体等设备准备也不能缺少。学生的准备则是在模拟谈判前要对相关的背景和主题进行了解,从思想上就形成一个重视的意识,并多做突发状况的准备。

### (二)团队组建

推销人员的组合方式可以分为:一对一、一对多、多对一和多对多这四种组合方式。情景模拟法要对这四种组合方式都要进行,可以通过学生自愿或老师随机组建的方式进行结合。团队的成员不能拘泥一种定位,要保证每个人都能够得到多种角色的转换。在买方、卖方以旁观者这三个方向都要进行操练。

### (三)正式洽谈

洽谈之前要明确洽谈的主题。推销洽谈要坚持的原则是参与性、灵活性以及经济利益中心性这三个原则的统一。情景模拟中对洽谈的内容要求是对相关产品的介绍,从规格、包装、商标以及质量标准等多个方面入手。同时不能忘记的是价格的洽谈,这是推销洽谈的中心。其次要进行交货、付款以及违约方面的洽谈。要组织好洽谈的方式方法,对洽谈的时间和节奏进行相关的规定。在老师的指导下能够切实地将推销中的理论运用到实践中去,最终达到双方满意的洽谈结果。

### (四)确认结果总结经验

推销洽谈的情景模拟结束后,要对相关的数据来进行确认和分析。通过EXCEL等统计工具来对产品的单价、成交数量、交货的期限和付款方式这几个方面进行衡量。并对每一个洽谈条件核定一个标准,从而对每一组推销洽谈的结果进行综合性评价。在评价后总结经验,再较有学生讨论,撰写相关的报告和论文,提高学生的分析和研究能力。

### 总结:

在推销教学中,重要的任务就是教会学生如何进行推销洽谈,本文具体介绍了推销洽谈的四个步骤,从准备到组建,再由组建到正式洽谈,最后总结工作经验,希望能够为推销教学提供有效的理论指导。

### 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]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.